

تحلیل محتوای گردشگری ورزشی از منظر بین‌الملل

نسرین عزیزبان کهن* ۱ - سید امیر اجاق ۲ - مهرداد محرم‌زاده ۳

۱. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل ایران ۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل ایران ۳. استاد مدیریت ورزشی،

دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۰، تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۹/۱۸)

چکیده

گردشگری ورزشی دارای پتانسیل‌های زیادی است تا آنجاکه می‌تواند شاخص‌های توسعه یک جامعه را تغییر دهد و اثرات مختلفی را بر جامعه میزبان اعمال نماید. به همین جهت هدف تحقیق تحلیل محتوای گردشگری ورزشی از منظر بین‌الملل بود. مطالعه حاضر به روش کیفی و با رویکرد تحلیل محتوا انجام شد. جامعه آماری تحقیق را اسناد و مطالعات پیشین به همراه وبسایت‌های فعال در زمینه گردشگری ورزشی تشکیل دادند. نمونه‌گیری بر اساس معیارهای مشخص و هدفمند انجام شد (گزارشات رسمی ۱۳ کشور، ۳۷ مقاله، ۵ گزارش کوتاه، ۲ کتاب و ۸ وبسایت). پس از تحلیل‌های انجام شده گزارش یافته‌ها به دو صورت ارائه شد. یافته‌ها در بخش اول نشان دادند سهم بازار گردشگری ورزشی روبه‌رشد است و رشته فوتبال بیشترین سهم در جذب گردشگران را دارد. در بخش دوم پس از تحلیل داده‌ها تعداد ۱۸۴ کد باز شناسایی شد که پس از دسته‌بندی مفاهیم، ۲۰ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی تحت عناوین (راهبردها)، (عوامل زمینه‌ای)، (پیامدهای مثبت) و (پیامدهای منفی) شکل گرفت. محققان به جهت تعیین روایی و پایایی از روش‌های استفاده از چندین منبع و کدگذاری توسط چند کدگذار بهره بردند. در نهایت نتایج نشان می‌دهد که کشورهای در حال توسعه اگر قصد دارند از پدیده گردشگری ورزشی جهت توسعه بهره ببرند باید از راهبردها و سیاست‌های نوین استفاده نمایند که مطابق با خواست و نیاز گردشگران باشد.

واژه‌های کلیدی

اقتصاد، توسعه یافتگی، جامعه، گردشگر، گردشگر ورزشی.

مقدمه

که صنعت گردشگری؛ صنعت نشان دادن آداب میزبانی و مهمانی است. یعنی زمانی که گردشگران از یک منطقه یا مکان مشخص بازدید می‌کنند انتظار دارند که خدمات متنوعی را دریافت نمایند (۵). این مفهوم نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند خود را در قالب یک رخداد اجتماعی-فرهنگی، اجتماعی-اقتصادی، اجتماعی-محیطی و اجتماعی-سیاسی جلوه دهد و اثرات متفاوتی را از خود به جای بگذارد (۶). به این موارد در حالی می‌توان اشاره نمود که رشد سریع صنعت گردشگری موجب شده است تا دولت‌ها به این صنعت نگاه ویژه‌تری داشته باشند و این پدیده متنوع را از دیدگاه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، زیست محیطی و سایر جنبه‌های شهودی مورد بررسی قرار دهند و به دنبال کسب منفعت از این صنعت باشند (۸،۷). در کنار صنعت گردشگری و رشد فزاینده آن، محبوبیت ورزش در میان جوامع مختلف نیز رو به فزونی بوده و این روند روبه‌رشد نیز ادامه دارد. تنوع صنعت گردشگری و رشد فزاینده ورزش موجب شده است تا امروزه ورزش در صنعت گردشگری به‌عنوان یک فعالیت و رکن اصلی در دیدگاه گردشگران شناخته شود (۹). به‌طوری که در جوامع بزرگ و کوچک مشاهده می‌شود گردشگران بسیاری وجود دارند که با مقاصد ورزشی سفر می‌کنند (۱۱،۱۰). این در حالی است که در ادبیات گردشگری ورزشی عنوان شده است، گردشگر ورزشی به فردی اطلاق می‌شود که برای شرکت در نوعی فعالیت ورزشی، تماشای یک رویداد، بازدید از یک موزه ورزشی و یا استفاده از امکانات ورزشی در یک مکان یا منطقه مشخص حاضر به هزینه کردن است (۱۲). در سوی دیگر رأس (۲۰۰۱) بیان می‌کند که گردشگر ورزشی فردی است که با مقاصد ورزشی به یک مکان مشخص سفر می‌کند (۱۳). همچنین پیگاسو (۲۰۰۴) نیز گردشگری را

گردشگری ورزشی حدود ۱۰ درصد از هزینه‌های جهانی گردشگری معادل ۳۹/۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ را به خود اختصاص داده است (۱). هیگام (۱۹۹۹) معتقد است ورزش یکی از جنبه‌های مهم توسعه در صنعت گردشگری محسوب می‌شود (۲). به‌طوری که سایر محققان نیز بر این امر مهم تأکید دارند و بیان می‌کنند که ورزش و گردشگری هر دو به‌عنوان صنایع روبه‌رشد در جهان شناخته شده‌اند و ترکیب این دو صنعت و قرار گرفتن آن‌ها کنار یکدیگر می‌تواند افق‌های روشن‌تری را در توسعه جهانی ایجاد نماید (۳). اما باید در نظر داشت که این دو پدیده کنار یکدیگر که تلفیق آن‌ها گردشگری ورزشی را ایجاد می‌کند به‌همراه خود اثرات مثبت و منفی بسیاری دارد که توجه به این اثرات حائز اهمیت است. همانطور که هریتز و رأس (۲۰۱۰) بیان می‌کنند همه‌ی افراد جامعه میزبان، اثرات مثبت یا منفی گردشگری را به یک شکل واحد درک نمی‌کنند و با یکدیگر در این زمینه مهم تفاوت دارند، به‌طوری که توجه به این مسئله و شناسایی شکاف‌های موجود بسیار اهمیت دارد و دولت‌ها یا جوامع میزبان باید برنامه‌های مشخصی جهت کنترل یا هدایت گردشگران داشته باشند تا بتوانند از اثرات مثبت این پدیده مهم بیش از هر زمان بهره‌مند شوند و اثرات منفی آن را به حداقل برسانند (۴). به همین سبب توجه به مفهوم، ابعاد و شاخص‌های گردشگری ورزشی برای ایجاد سیاست‌ها و راهبردهای کاربردی در جامعه بسیار مهم و حیاتی است و باید به آن پرداخته شود.

اسمیت (۱۹۹۲) معتقد است که یک رابطه نزدیک بین میزبان و مهمان وجود دارد و به همین سبب عنوان می‌کند

4 . Ross

5 . Pigeassou

1 . Higham

2 . Hritz & Ross

3 . Smith

است (۱۷). بنابراین، گردشگری ورزشی در بسیاری از کشورهای جهان محبوبیت خاص خود را دارد و به همین سبب مطالعات بسیاری به اثرات این مفهوم توجه کرده‌اند. در اولین مطالعه می‌توان به کشور پر جاذبه اندونزی اشاره نمود که با طبیعت و موقعیت جغرافیایی کمیاب خود به عنوان یکی از مقاصد گردشگری ورزشی از سوی مردم جهان شناخته شده است و یکی از کشورهای مهم در جهت برگزاری مسابقات آبی در سطح بین‌الملل می‌باشد که در سال ۲۰۲۲ نیز میزبان مسابقات قهرمانی جهان قایق‌های موتوری بود که در همین راستا ویدین‌نینسی و همکاران^۱ (۲۰۲۳) با بررسی این رویداد از دیدگاه گردشگری ورزشی بیان نمودند؛ کشور اندونزی با توجه به جاذبه‌های طبیعی که در سوماترا شمالی دارد و اکثر رویدادهای آبی جهان را در آن منطقه برگزار می‌کند می‌تواند با استفاده از قدرت دیجیتال و استفاده مناسب از شبکه‌های اجتماعی در راستای معرفی جاذبه‌ها اقدام نمایند تا در زمان برگزاری رویدادهای مهمی همچون مسابقات قهرمانی جهان قایق‌های موتوری گردشگران بیشتری را جذب نماید و از طرفی دولت اندونزی باید کوششی مناسب در ایجاد بسترهای مناسب برای رفاه گردشگران داشته باشد تا جامعه محلی به درک واحدی در خصوص بهره‌مندی از مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی برسند و از دریافت این مزایای مهم غافل نمانند (۱۸). در مطالعه دیگری می‌توان به کشور پرتغال و برگزاری رویدادهای متنوع در آن اشاره نمود که تاشکیرا و همکاران^۲ (۲۰۲۳) در یک مطالعه جامع نشان دادند ایجاد زیرساخت‌های جدید در مکان‌های نامناسب و در برخی از مناطق شلوغ و حاوی سکنه محلی موجب شده است تا رویدادهای مهمی که برگزار می‌شود کمترین مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را ایجاد نماید چرا که وجود ساکنان محلی باعث شده است تا بیشتر

از دیدگاه خود تعریف نموده و بیان می‌کند هر مقصد گردشگری که از فعالیت‌ها و امکانات ورزشی برخوردار است می‌تواند در پیوستار گردشگری ورزشی قرار گیرد و موجب جذب گردشگر شود (۱۴). بنابراین همانطور که مشخص است گردشگری ورزشی مفهومی بسیار گسترده است و در این مفهوم گسترده مشارکت بسیار زیاد است به طوری که می‌توان اظهار داشت افراد در محدوده فعالیت‌های گردشگری می‌توانند در فعالیت‌های ورزشی نیز شرکت کنند یا به دلیل فعالیت‌های ورزشی به مقصد گردشگری سفر نمایند که در هر دو حالت گردشگر ورزشی شناخته می‌شوند (۳). اما ذکر این نکته نیز حائز اهمیت است که در گذشته، بسیاری از کشورها گردشگری ورزشی را به عنوان یک فعالیت توریستی می‌شناختند ولی امروزه این دیدگاه تغییر کرده است و بسیاری از صاحب‌نظران به دلیل عناصر مشترک بسیار زیادی که در این مفهوم وجود دارد، گردشگری ورزشی را یک فعالیت و تجربه فرهنگی-ورزشی قلمداد می‌کنند (۱۵). به نحوی که این فعالیت فرهنگی-ورزشی می‌تواند گردشگران را در یکی از دسته‌ها از جمله؛ رویدادهای بزرگ ورزشی، رویدادهای کوچک ورزشی، رویدادهای بزرگ و کوچک داخلی، فعالیت‌های نوستالژیک ورزشی، بازدید از مکان‌های ورزشی، بازدید از موزه‌های ورزشی، دیدار با ورزشکاران مشهور فعلی و نوستالژیک و استفاده از امکانات ورزشی مؤسسات گردشگری به خود جذب کند (۱۶). همچنین باید در نظر داشت که گردشگری ورزشی در حالی به توسعه خود ادامه می‌دهد که با افزایش تقاضا از سوی گردشگران مواجه شده است به طوری که سازمان جهانی گردشگری اعلام کرده است که در سال ۲۰۲۲ حدود ۶۰۰ میلیون نفر در دنیا با قصد ورزش مقاصد گردشگری خود را انتخاب کرده‌اند و این آمار با توجه به همه‌گیری کووید ۱۹ در دو سال گذشته بسیار قابل قبول

². Teixeira et al

¹. Widianingsih et al

است (۲۳). همچنین گردشگری ورزشی این قدرت را دارد تا بستر مناسب و کارآمدتری را نسبت به سایر صنایع برای دولت‌ها ایجاد نماید و دولت‌ها می‌توانند از این فرصت مناسب در جهت توسعه اقتصادی در طولانی مدت بهره ببرند (۲۴). یاح و همکاران^۴ (۲۰۱۸) نیز در مطالعه خود نشان دادند که توجه کشورها به توسعه زیرساخت‌های ورزشی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورزشی می‌تواند منجر به شکوفایی اقتصادی شود و بیان می‌کنند که رویدادهای بزرگ ورزشی از جمله ماراتن‌ها، المپیک و مسابقات دوچرخه‌سواری می‌توانند جامعه میزبان را تا حد بسیار زیادی در زمینه‌های متفاوت رشد دهند (۲۵). از سوی دیگر هاداوی^۵ (۲۰۱۸) معتقد است توجه به گردشگری ورزشی علاوه بر مزایای اجتماعی می‌تواند زندگی شغلی افراد یک جامعه را تحت‌تأثیر قرار دهد و فرصت‌های مناسب شغلی بسیاری را ایجاد نماید (۲۶). متعاقباً اوگر^۶ (۲۰۱۷) بیان می‌کند که ورزش و گردشگری دو فعالیت حیاتی برای افراد یک جامعه است و معتقد است که دولت‌ها با توسعه این دو مقوله در کنار یکدیگر و یا تلفیق آن‌ها با هم و ایجاد گردشگری ورزشی می‌توانند جامعه‌ای با نشاط و اقتصادی توانمند را به ارمغان بیاورند (۲۷). یا اینکه سایت و همکاران^۷ (۲۰۱۶) بیان می‌کنند که گردشگری ورزشی پتانسیل مناسبی برای ایجاد شغل و درآمدزایی دارد (۲۸). در مطالعه‌ای دیگر نشان داده شده است که اثرات اجتماعی گردشگری ورزشی بسیار محسوس تر از سایر اثرات آن است چرا که ایجاد رفتارهای مشترک در بین ساکنان محلی و گردشگران منجر به ایجاد انسجام رفتاری و اجتماعی می‌شود (۲۹). در سوی دیگر باید به اثرات منفی گردشگری ورزشی نیز اشاره نمود که برانکو و

رستوران‌ها، پارک‌ها، مجتمع‌های تجاری و مسکونی در اختیار آن‌ها باشد که به همین علت عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی باید با تدابیر مناسب از جمله طراحی تبلیغات به‌روز و استفاده از استراتژی‌های بازاریابی در ایجاد فرهنگ‌سازی و افزایش آگاهی در ساکنان محلی اقدام نمایند تا مزایای بیشتری از این طریق به کشور پرتغال وارد شود (۱۹). چن و همکاران (۲۰۲۳) نیز در یک مطالعه فراتحلیل در ارتباط با عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری گردشگران ورزشی در سطح جهانی نشان دادند که گردشگران ورزشی جهت انتخاب مقاصد گردشگری به عوامل مختلفی از قبیل نگرش، رضایت گردشگران قبلی از آن مقصد، تصویر مقصد، اعتبار مقصد، ایمنی و امنیت در جامعه مقصد، کیفیت رویدادهای ورزشی، زمان رویدادهای ورزشی، نوع فرهنگ، نوع جامعه‌پذیری مردم میزبان و نوع حاکمیت توجه می‌کنند (۲۰). مولا و همکاران^۱ (۲۰۲۱) همچنین بیان نمودند که جوامع مختلف می‌توانند با توسعه زیرساخت‌ها، برگزاری رویدادها، جذب ورزشکاران خارجی مطرح و ایجاد جاذبه‌های ورزشی در جذب گردشگران فعال عمل کنند که این امر مهم اگر درست صورت گیرد علاوه بر ایجاد تغییر در سبک زندگی ساکنان محلی منجر به شکوفایی اقتصادی و اجتماعی نیز خواهد شد (۲۱). تاسکانو و مولگاری^۲ (۲۰۲۱) نیز در مطالعه خود نشان دادند که جامعه بین‌المللی معتقد است گردشگری ورزشی می‌تواند مسالمت و نوع دوستی را در جامعه میزبان رواج دهد و بر سبک زندگی سالم افراد مؤثر واقع شود (۲۲). چانگ و همکاران^۳ (۲۰۲۰) نیز در بررسی‌های خود نشان دادند که گردشگری ورزشی در جهان به‌عنوان یک پدیده اجتماعی-اقتصادی مهم شناخته می‌شود که توجه به آن بسیار حیاتی

5. Haddawee

6. Auger

7. Singh et al

1. Mollah et al

2. Toscano & Molgaray

3. Chang et al

4. Yeh et al

ورزشی در سطح محلی و ایجاد زیرساخت‌های مدرن ورزشی گردشگران بسیاری را با هدف لذت بردن از ورزش جذب نمایند و در تولید ناخالص داخلی کشور خود نقش مؤثری داشته باشند (۳۴). مطالعه چرسولیک و همکاران^۴ (۲۰۲۰) نیز نشان داد که برگزاری رویدادهای بین‌المللی مانند جام جهانی فوتبال و المپیک می‌توانند نقش مهمی در جذب گردشگران ورزشی ایفا نمایند و رشد اقتصادی قابل توجهی را ایجاد کنند (۱۶). وینا و همکاران^۵ (۲۰۱۸) نیز بیان می‌کنند راهبردهایی همچون توسعه امنیت اجتماعی، برگزاری رویدادهای ورزشی در سطح منطقه‌ای، ایجاد شهرک‌های ورزشی و تثبیت قانون‌های گردشگری پذیر می‌توانند تا حد زیادی در جذب گردشگران ورزشی مؤثر واقع شوند (۳۵). بنابراین بر اساس مطالعات پیشین می‌توان بیان نمود که گردشگری ورزشی یک عامل مهم در جهت توسعه جوامع محسوب می‌شود و اگر جامعه‌ای بتواند راهکارهای صحیحی در این زمینه اتخاذ نماید موجبات رشد آن جامعه در بسیاری از بخش‌ها تسهیل خواهد شد و باید به این موضوع توجه شود. اما نکته‌ی اصلی این است که قدرت و وسعت گردشگری ورزشی به حدی افزایش یافته که کشورهای توسعه یافته به این نتیجه رسیده‌اند که دیگر رشد اقتصادی مهم‌ترین مزیت گردشگری ورزشی برای جامعه میزبان نیست و برای جذب گردشگران ورزشی تمام تمرکز نباید بر برگزاری رویدادهای بزرگ باشد بلکه می‌توان از سایر روش‌ها و راهکارها گردشگران را جذب نمود و رشد همه جانبه جامعه را مدنظر قرار داد که بررسی این موضوع از دید پژوهشگران در زمینه گردشگری ورزشی دور مانده است. به همین سبب این مطالعه سعی دارد تا با بررسی مطالعات پیشین و وبسایت‌های معتبر در زمینه گردشگری ورزشی به سؤالات تحقیق که شامل راهکارهای نوین در

همکاران^۱ (۲۰۱۹) معتقدند ساکنان محلی زمانی نسبت به حضور گردشگر ورزشی احساس مثبت دارند که منافع ایجاد شده را درک نمایند در غیر این صورت تمایل به حضور گردشگران ندارند (۳۰). محققان معتقدند که ساکنان محلی می‌توانند به دلایل متفاوتی از حضور بیش از حد گردشگران احساس نارضایتی کنند که در همین راستا بیان می‌کنند دلایلی همچون ترافیک سنگین، سختی در عبور و مرور، اثرات منفی بر محیط زیست، مشکلات امنیتی، افزایش جرم و جنایت، تخریب و یا آسیب به امکان طبیعی و افزایش خرابکاری جزء شناخته شده‌ترین اثرات منفی گردشگری ورزشی بر جامعه میزبان است (۱۶،۳۱).

با توجه به مطالب فوق می‌توان اظهار داشت که گردشگری ورزشی در سطح جهانی بسیار گسترش یافته است و امروزه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه سعی دارند تا از این فرصت طلایی به توسعه پایدار دست یابند و در سایر نهادهای جامعه مزایایی شگفت‌انگیز را کسب نمایند (۳۲). گسترش بی وقفه گردشگری ورزشی موجب شده است تا بازاری بزرگ و رقابتی در بین کشورها ایجاد شود به نحوی که در آخرین گزارش شرکت تکنایوآ بیان شده بازار گردشگری ورزشی تا سال ۲۰۲۵ درآمدی ۸۹۰ میلیارد دلاری را به ارمغان خواهد آورد و رشدی ۱۳/۳۷ درصدی در جهان را تجربه خواهد نمود (۳۳). این رقم بسیار بزرگ نشان می‌دهد کشورها باید راهبردهای ویژه‌ای را برای توسعه گردشگری ورزشی در دستور کار خود قرار دهند تا از طریق آن بتوانند گردشگران بیشتری را جذب نمایند. به طوری که گیانگو و همکاران^۳ (۲۰۲۲) بیان می‌کنند شهرهای ونیز ایتالیا و بارسلون اسپانیا دو نمونه موفق از توسعه گردشگری ورزشی هستند که توانسته‌اند با ایجاد راهبردهای صحیح از جمله برگزاری رویدادهای مختلف

^۴ . Chersulich et al

^۵ . Uvinha et al

^۱ . Brankov et al

^۲ . Technavio

^۳ . Giango et al

زمینه گردشگری ورزشی چیست؟ اثرات گردشگری ورزشی در عصر جدید چه می‌تواند باشد؟ وضعیت بازار گردشگری ورزشی به چه صورت است؟ کدام رشته‌های ورزشی بیشترین نقش را در جذب گردشگران دارند؟ و گردشگری ورزشی چه پیامدهایی می‌تواند داشته باشد؟ پاسخ دهد. ضمن اینکه توجه به ابعاد و زوایای مختلف گردشگری ورزشی از منظر بین‌المللی می‌تواند افق روشن‌تری را برای کشورهای در حال توسعه روشن نماید و مسیر توسعه کشورهای فقیر و کمتر برخوردار را تا حد زیادی هموار و تسهیل نماید.

روش‌شناسی پژوهش

هدف از تحقیق حاضر تحلیلی بر گردشگری ورزشی از منظر بین‌المللی بود. مطالعه حاضر از نوع کتابخانه‌ای می‌باشد که از لحاظ روش رویکرد تحلیل محتوا را دنبال می‌کند و از لحاظ هدف کاربردی محسوب می‌شود. به گفته ریف و همکاران (۲۰۱۹) روش تحلیل محتوا از یک قاعده منظم و قابل تکرار برای تحلیل محتوای نوشتاری، دیداری و ارقامی پیروی می‌کند و امروزه بسیاری از محققان در سراسر جهان برای رسیدن به مقاصد پژوهشی خود از روش‌های متفاوت تحلیل محتوا بهره می‌برند (۳۶). جامعه آماری تحقیق حاضر را اسناد و مطالعات پیشین به همراه وبسایت‌های فعال در زمینه گردشگری ورزشی تشکیل دادند. نمونه‌گیری بر اساس معیارهای مشخص و هدفمند انجام شد که در جدول ۱ گزارش شده است. پس از تعیین نمونه‌های تحقیق در نهایت (گزارشات رسمی ۱۳ کشور، ۲۶ مقاله، ۵ گزارش کوتاه، ۲ کتاب و ۴ وبسایت) مورد تحلیل قرار گرفتند. داده‌های جمع‌آوری شده در دو قسمت بررسی شدند. در ابتدا داده‌های ارقامی از جمله سهم بازار گردشگری ورزشی کشورهای انتخاب شده در سال ۲۰۲۲

در بعد جهانی مورد بررسی قرار گرفت و پس از آن رشته‌های ورزشی که در سال ۲۰۲۲ بیشترین گردشگران ورزشی را جذب نموده‌اند تحلیل شدند که به صورت نمودار آماری در قسمت یافته‌ها گزارش شده است. در قسمت دوم تحلیل داده‌ها، محققان از روش کدگذاری و چهارچوب‌بندی مفهومی استفاده نمودند که در سه مرحله به شناسایی کدهای باز، مقولات فرعی و اصلی پرداختند. پس از تحلیل داده‌ها تعداد ۱۸۴ کد باز شناسایی شد که پس از دسته‌بندی مفاهیم ۲۰ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی تحت عناوین (عوامل زمینه‌ای)، (پیامدهای مثبت)، (پیامدهای منفی) و (راهبردها) شکل گرفت. محققان به جهت تعیین روایی و پایایی از روش‌های استفاده از چندین منبع و کدگذاری توسط چند کدگذار بهره بردند به طوری که کدهای استخراجی تحقیق، در ابتدا توسط چندین منبع مختلف جمع‌آوری، شناسایی، تحلیل و دسته‌بندی شدند و سپس تمامی کدهای شناسایی شده در اختیار دو کدگذار بیرونی جهت بررسی قرار داده شد که پس از اعمال برخی اصلاحات، کدهای شناسایی شده مورد تأیید قرار گرفتند. همچنین قابل ذکر است ابزار مورد استفاده در این تحقیق در بخش اول اکسل ۲۰۱۶ و در بخش دوم مکس کیودی ۲۰۲۰ بود.

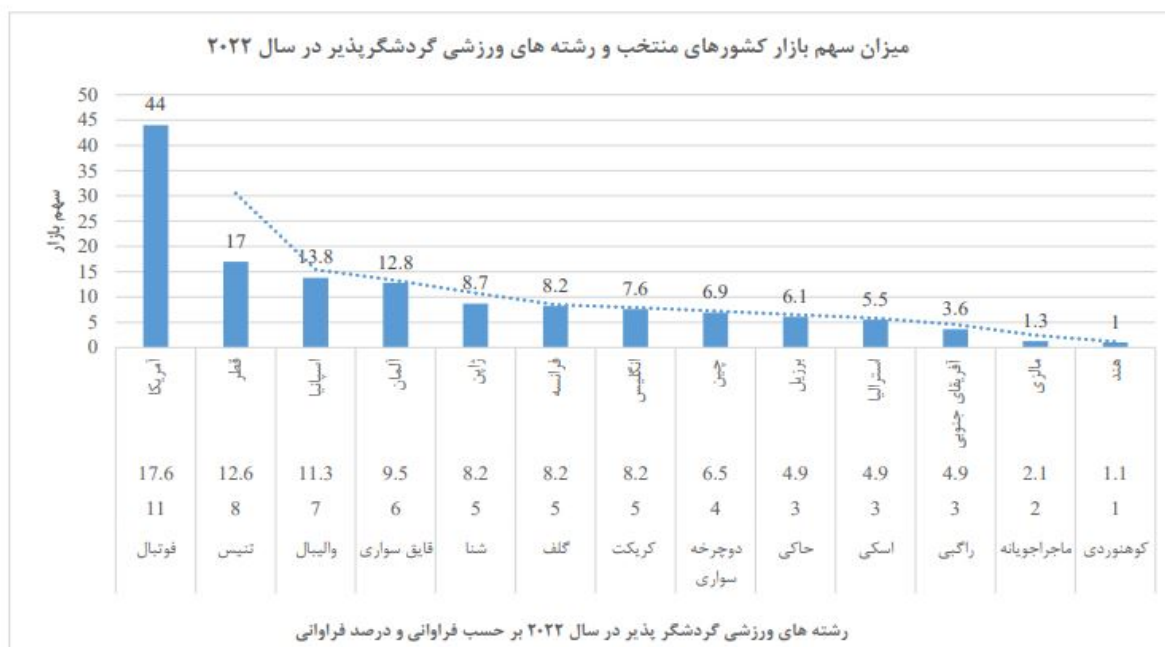
جدول ۱. معیار نمونه‌گیری

نمونه	معیار نمونه‌گیری	تعداد نمونه
گزارشات رسمی کشورها	کشورهایی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند که اسناد رسمی در زمینه گردشگری ورزشی از سال ۲۰۲۰ الی ۲۰۲۲ ارائه داده‌بودند.	۱۳ کشور (آسیا: چین / ژاپن / قطر / مالزی / هند / استرالیا)، (اروپا: انگلیس / فرانسه / آلمان / اسپانیا)، (آمریکا: آمریکا / برزیل) و (آفریقا: آفریقای جنوبی)
مطالعات پیشین	مطالعاتی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند که در بازه‌ی زمانی ۲۰۱۸ الی ۲۰۲۲ در سه پایگاه علمی (Google Scholar, Taylor & Francis and Elsevier) قرار داشتند و علاوه بر آن معیار انتخاب مقالات به بررسی علل یا عوامل توسعه گردشگری ورزشی در سطح بین‌الملل بود که از ۴۳ مقاله شناسایی شده ۲۶ مورد در تحلیل قرار گرفتند.	۲۶ مقاله، ۵ گزارش کوتاه و ۲ کتاب
وبسایت‌ها	وبسایت‌هایی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند که از سوی و بازدید بالایی برخوردار بودند و از لحاظ رسمیت مورد تأیید سازمان‌های ذیربط بودند.	www.futuremarketinsights.com www.alliedmarketresearch.com

یافته‌ها

شد و علاوه بر آن رشته‌های ورزشی که در سال ۲۰۲۲ بیشترین میزان گردشگر در جهان را به خود اختصاص داده بودند بر اساس میزان تکرار و درصد فراوانی نیز مورد بررسی قرار گرفتند که تمامی این موارد در قالب شکل ۱ گزارش شده است.

پس از جمع‌آوری داده‌های مورد نظر، یافته‌های تحقیق به دو قسمت مجزا تقسیم شد. در بخش اول و پس از بررسی وبسایت‌ها و گزارشات رسمی کشورهای منتخب سهم بازار مکتسبه بر اساس میزان درآمد آن‌ها در سال ۲۰۲۲ بررسی



شکل ۱. سهم بازار گردشگری ورزشی و رشته‌های ورزشی گردشگری پذیر در سال ۲۰۲۲

باشد تعیین شد و همچنین با استفاده از گزارشات کوتاه کشورهای منتخب راهبردهایی که جهت توسعه از طریق گردشگری ورزشی استفاده شده بود شناسایی شدند. علاوه بر آن محققان در بررسی اسناد به دنبال عوامل مختلف و مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از جمله اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، زیرساخت، زیست‌محیطی و... بودند که در روند بررسی و شناسایی کدهای این عوامل را در دو جهت مثبت و منفی به دست آوردند. در نهایت با تحلیل‌های انجام شده و معیارهای مشخص در شناسایی کدها محققان موفق به شناسایی ۱۸۴ کد باز شدند و پس از آن کدهای نزدیک به هم را با یکدیگر تلفیق نمودند و ۷۲ کد اولیه را ترتیب دادند. سپس در ادامه مسیر کدهای اولیه ای که تشابهات بسیار نزدیکی با هم داشتند دسته‌هایی را در قالب مقولات تشکیل دادند و در نهایت ۲۰ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی یعنی (راهبردها)، (عوامل زمینه‌ای)، (پیامدهای مثبت) و (پیامدهای منفی) را تشکیل دادند. در ابتدا، چند نمونه از کدهای استخراج شده از تحلیل داده‌ها و عبارت معنایی آن در جدول شماره ۲ ارائه می‌گردد و سپس در جدول شماره ۳ مفاهیم، مقولات فرعی و اصلی گزارش خواهد شد.

همانطور که در شکل شماره ۱ مشاهده شد کشورهای منتخب بر اساس میزان درآمد مالی کسب شده در سال ۲۰۲۲ رتبه بندی شدند که کشور آمریکا با بالاترین درآمد و کشور هند با پایین‌ترین درآمد به ترتیب در رأس و انتهای نمودار قرار گرفتند. در بخش بعدی رشته‌های ورزشی گردشگر پذیر بر اساس میزان تکرار و درصد فراوانی مورد تحلیل قرار گرفتند که رشته‌ی فوتبال در رتبه‌ی اول قرار گرفت و بالاترین سهم در جذب گردشگران ورزشی سیزده کشور منتخب را به خود اختصاص داد. همچنین در این رتبه بندی رشته‌ی ورزشی تنیس نیز توانست سهم قابل توجه‌ای را به خود اختصاص دهد و در جایگاه دوم قرار بگیرد و توجه به رشته‌های ماجراجویانه در کشورهای منتخب نیز نشان دهنده‌ی توسعه ورزش می‌باشد.

در بخش دوم یافته‌های تحقیق، داده‌های جمع‌آوری شده اسنادی مورد تحلیل قرار گرفتند. جهت تحلیل داده‌ها از مقالات و کتب در حوزه گردشگری ورزشی و گزارشات کوتاه مربوط به کشورهای منتخب استفاده شد که در روند بررسی مقالات معیار شناسایی کدها به عوامل و نوع پیامدی که گردشگری ورزشی برای جامعه میزبان می‌تواند داشته

جدول ۲. چند نمونه از واحدهای معنایی شناسایی شده و ارائه کد اولیه

واحد معنایی شناسایی شده	کد اولیه
گردشگری ورزشی می‌تواند سهم بازار کشورها را در ابعاد منطقه‌ای و جهانی تقویت نماید و موجب رونق تجارت و سایر صنایع از جمله صنعت تجهیزات ورزشی و هتلداری شود.	افزایش تولید و سهم بازار
گردشگری امروزه بسیار متنوع شده و گردشگران می‌توانند با هزینه کمتر و در قالب سفرهای کوتاه‌تر مانند رزرو پک‌های یک روزه یا چند روزه نهایت استفاده را ببرند.	بسته‌های گردشگری ورزشی متنوع
وجود زیرساخت‌های مدرن ورزشی مانند خیابان‌های ورزشی، ایجاد شهرها و شهرک‌های ورزشی و یا ایجاد فضاهای مناسب ورزشی در سطح شهرهای مختلف می‌تواند در جذب گردشگران ورزشی نقش مهمی داشته باشد.	ایجاد زیرساخت مدرن ورزشی
رسانه‌های دیداری و نوشتاری و استفاده از قدرت فناوری در ترویج گردشگری ورزشی نقش مهمی دارند و امروزه اکثر کشورها از طریق شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های مختلف به معرفی کشور و جاذبه‌های آن می‌پردازند.	توسعه فناوری و رسانه

در جدول شماره ۳ مفاهیم، مقولات فرعی و مقولات اصلی به تفصیل گزارش شده است.

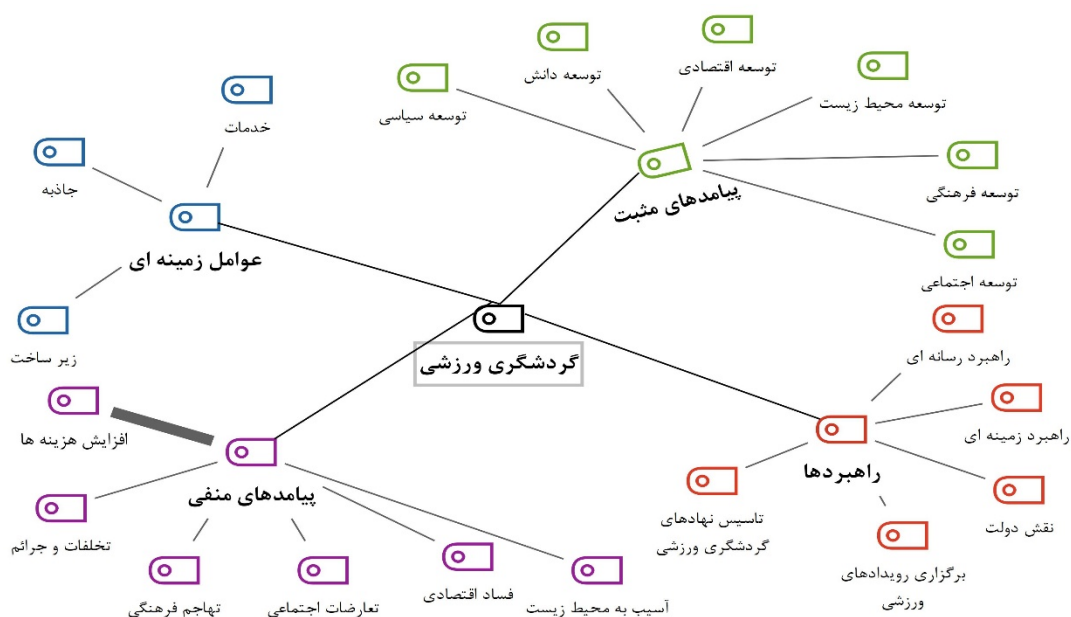
جدول ۳. مفاهیم و مقوله‌های فرعی و اصلی استخراج شده در پژوهش

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدهای اولیه
راهبردها	تأسیس نهادهای گردشگری ورزشی	شرکت‌ها و مؤسسات گردشگری ورزشی خصوصی
		سازمان‌های گردشگری ورزشی دولتی
	برگزاری رویدادهای ورزشی	رویدادهای بین‌المللی
		رویدادهای نوین ورزشی
		رویدادهای متنوع و خاص
		رویدادهای الکترونیکی
		رویدادهای ملی-منطقه‌ای
		رویدادهای زمستانی
	نقش دولت	رویدادهای ساحلی و آبی
		سیاست گذاری دولت
راهبرد زمینه‌ای	سرمايه‌گذاري دولت	
	توسعه زیرساخت ورزشی	
	بازاریابی گردشگری	
	نیازسنجی و تحلیل محیطی	
	توسعه رشته‌های ورزشی	
راهبرد رسانه‌ای	توسعه گردشگری ورزشی	
	توسعه فناوری در اماکن و تجهیزات ورزشی	
	کاربرد هوش مصنوعی	
	توسعه فناوری و رسانه	
عوامل زمینه‌ای	خدمات	پوشش رسانه‌ای
		تورهای متنوع و مقرون‌به‌صرفه
	جاذبه	بسته‌های متنوع گردشگری ورزشی
		خدمات رفاهی
	زیرساخت	ایجاد جاذبه‌های ورزشی
		استفاده از جاذبه‌های طبیعی
		ایجاد جاذبه‌های مصنوعی
		توسعه زیرساخت شهری
	توسعه اقتصادی	ایجاد زیرساخت مدرن ورزشی
		توسعه حمل و نقل
توسعه استادبوم‌ها		
اشتغال‌زایی		
پیامدهای مثبت	توسعه اقتصادی	کاهش نرخ تورم
		سرمايه‌گذاري در گردشگری ورزشی
	توسعه دانش	افزایش تولید و سهم بازار
		توسعه تجارت
توسعه دانش	توسعه دانش	توسعه نمایشگاه‌های ورزشی
		افزایش جشنواره‌های علمی-ورزشی

	برگزاری اجلاس و همایش‌های متنوع ورزشی
	تقویت صلح و احترام بین ملت‌ها
توسعه سیاسی	کاهش اختلافات سیاسی
	تقویت امنیت ملی
	فرهنگ سازی در زمینه مصرف انرژی
	ارتقا کیفیت آب و هوا
توسعه محیط‌زیست	تقویت سیستم‌های انرژی
	توجه به باز یافت
	توسعه فضای سبز
	تقویت فرهنگ مهمان‌نوازی
توسعه فرهنگی	ترویج آداب و رسوم
	ثبات و تحکیم در فرهنگ محلی
	افزایش علاقه به ورزش
توسعه اجتماعی	تقویت انسجام جامعه
	تقویت رفتار اجتماعی
افزایش هزینه‌ها	افزایش هزینه‌های تفریحی
	افزایش هزینه‌های ورزش کردن
	قیمت‌های متغیر و بالا در شهرهای مختلف کشور میزبان
	کاهش امنیت رویدادهای بزرگ
تخلفات و جرائم	افزایش جرائم اینترنتی
	تخلفات و جرائم اجتماعی
	ترویج فرهنگ بیگانه
تهاجم فرهنگی	تغییر ارزش‌ها
	آسیب به آثار تاریخی
پیامدهای منفی	تبلیغات نامناسب
	آسیب اجتماعی
تعارضات اجتماعی	تضاد اجتماعی
	پذیرش نامناسب گردشگران
فساد اقتصادی	فساد مالی
	فساد سیستمی
	ترافیک
آسیب به محیط‌زیست	ایجاد آلودگی شهری
	عدم رعایت مصرف بهینه
	تهدید محیط‌زیست

در ادامه نمودار درختی مقولات اصلی و فرعی به‌دست

آمده در شکل شماره ۲ گزارش شده است.



شکل ۲. نمودار درختی مقوله‌های استخراج شده در پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

همانطور که در مقدمه بیان شد هدف از پژوهش حاضر تحلیل محتوای گردشگری ورزشی از منظر بین‌الملل بود که در همین راستا با بررسی مطالعات پیشین، گزارشات رسمی کشورها و وبسایت‌های معتبر مشخص شد که گردشگری ورزشی به‌عنوان یک راهبرد ویژه جهت توسعه در جوامع مختلف می‌تواند نقش آفرینی نماید و هرچقدر یک کشور در جذب گردشگران ورزشی موفق‌تر عمل کند می‌تواند به مزایای قابل توجهی نیز دست یابد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که کشورهای تحلیل شده از راهبردهای مختلفی در این زمینه بهره می‌برند و توجه ویژه‌ای به توسعه عوامل زمینه‌ای نیز دارند. ولی نکته حائز اهمیت این است که اگر در اتخاذ راهبردها و توسعه‌ی عوامل زمینه‌ای غفلت شود، گردشگری ورزشی بیش از آنکه حامل پیامدهای مثبت برای جامعه میزبان باشد، پیامدهای منفی را به‌جا می‌گذارد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهند که کشورهایی که از گردشگری ورزشی به‌طور بهینه‌تری

استفاده کرده‌اند به درآمدهای پایدار و توسعه جوامع محلی خود دست‌یافته‌اند و علاوه بر آن در سطح جهانی به‌عنوان یکی از مقاصد گردشگری ورزشی شناخته شده‌اند. در ادامه و بر اساس یافته‌های به‌دست آمده وضعیت گردشگری ورزشی و چهار عامل راهبردها، عوامل زمینه‌ای، پیامدهای مثبت و منفی مورد بحث و بررسی بیشتری قرار خواهند گرفت.

یافته‌های تحقیق در دو قسمت مورد بررسی قرار گرفتند که همانطور در قسمت اول گزارش شد شکل شماره ۱ نشان دهنده‌ی میزان درآمد کشورها می‌باشد که کشور آمریکا با بالاترین میزان درآمد در سال ۲۰۲۲ به ارزش تقریبی ۴۴ میلیارد دلار توانسته است سهم قابل توجهی از بازار گردشگری ورزشی را به خود اختصاص دهد و بر اساس آمارهای شرکت‌های بازاریابی تحلیل شده این رقم بزرگ حدود ۱۰ درصد بازار گردشگری ورزشی در جهان را شامل می‌شود که این موضوع بسیار قابل تأمل است. البته باید اشاره نمود که وجود رویدادهای ویژه در رشته‌هایی مانند فوتبال آمریکایی و گلف که تقریباً جزء رشته‌های گران

اسکی توانسته است تا حدود ۵ درصد توجه گردشگران را به خود جلب کند. در ورزش‌های آبی نیز رشته قایقرانی یکی از رشته‌های گردشگرپذیر محسوب شده که سهمی حدوداً ۱۰ درصدی به خود اختصاص داده است. تمامی این موارد حاکی از توسعه صنعت ورزش در برگزاری رویدادهای مختلف ورزشی به‌ویژه فوتبال است که یکی از راهبردهای اصلی کشورهای مورد نظر محسوب می‌شود. نتایج این بخش از تحقیق با نتایج مطالعات پیشین همسو است به طوری که چرسولینج و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود نشان دادند که دسته‌بندی و اولویت بندی برگزاری رویدادهای ورزشی اثر مثبتی بر جذب گردشگران ورزشی دارد و تا حد زیادی موجب توسعه در شهرهای کشور میزبان خواهد شد (۱۶). دوگلیو و بلتارامو^۱ (۲۰۱۷) نیز اظهار داشتند که رشته‌های پر مخاطب می‌توانند گردشگران بیشتری را جذب نمایند و بر شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، اشتغال و توسعه زیرساخت‌های جامعه میزبان مؤثر واقع شوند (۳۷).

در بخش دوم یافته‌های تحقیق فرآیند کدگذاری انجام گرفت که همانطور در جدول شماره ۳ مشاهده شد بعد از کدگذاری در سه مرحله درنهایت چهار مقوله اصلی و بیست مقوله فرعی شناسایی شدند که به‌ترتیب مقولات اصلی عبارتند از راهبردها، عوامل زمینه‌ای، پیامدهای مثبت و پیامدهای منفی که در ادامه مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند.

مقوله اول یعنی راهبردها شامل پنج مقوله فرعی از قبیل (تأسیس نهادهای گردشگری ورزشی)، (برگزاری رویدادهای ورزشی)، (نقش دولت)، (راهبرد زمینه‌ای) و (راهبرد رسانه‌ای) می‌باشد. می‌توان بیان داشت که بر اساس کدهای به‌دست آمده نقش دو مقوله فرعی رویدادهای

قیمت در آمریکا محسوب می‌شوند در توسعه گردشگری ورزشی آمریکا بسیار مؤثر بوده‌اند و از طرفی ایجاد بسترهای مناسب جهت دریافت روادید و ورود سهل‌تر گردشگران اروپایی و آسیایی به آمریکا، ایجاد فضاهای تفریحی مدرن با رویکرد ورزشی و توسعه حمل و نقل شهری از جمله موارد مهم و مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی آمریکا قلمداد شده است. همچنین کشورهایی مانند ژاپن، چین و مالزی با درآمدهای قابل توجه در سال ۲۰۲۲ توانسته‌اند خود را از رقبای اروپایی جدا کنند و توجه گردشگران بیشتری را به کشور خود معطوف نمایند. در این میان نقش جام جهانی قطر نیز در رتبه این کشور در سال ۲۰۲۲ بی‌تأثیر نبوده چرا که کشور قطر توانسته است با جذب حدود ۳ میلیون گردشگر ورزشی درآمدی ۱۷ میلیارد دلاری را به‌دست آورد. در یک نگاه کلی و بر اساس آمارهای منتشر شده در سایت شرکت (Research and Markets) که یکی از شرکت‌های بزرگ در بحث بازاریابی است مشخص شده که گردشگری ورزشی با رشدی ۱۶ درصدی می‌تواند سهم بازار خود را تا سال ۲۰۳۰ به ۱/۹ تریلیون دلار برساند که در نوع خود بی‌نظیر خواهد بود. در سوی دیگر، نتایج تحقیق حاکی از آن است که رشته‌های ورزشی نیز در جذب گردشگران نقش به‌سزایی را ایفا می‌کنند. به‌طوری که رشته‌ی فوتبال با ۱۱ تکرار در سیزده کشور به‌عنوان رشته‌ی گردشگر پذیر و درآمدزا شناخته شده است و با حدود ۱۸ درصد سهم نسبت به سایر رشته‌ها در جایگاه اول قرار گرفته است. در این میان قابل‌ذکر است که پس از بررسی کشورهای مورد نظر مشخص شد که در کشورهای اروپایی و هند نگاه ویژه‌ای به توسعه رشته‌ی کریکت وجود دارد. همچنین رشته‌ای مانند گلف در اسپانیا و آمریکا جایگاه ویژه‌ای دارد و جزء رشته‌های گردشگرپذیر در دو کشور یاد شده هستند. در نگاهی دیگر ورزش‌های زمستانی مانند

¹ . Duglio & Beltramo

اینکه بر این باور هستند که رسانه‌های اجتماعی در نمایان کردن تصویر اندونزی برای گردشگران ورزشی بسیار مؤثر عمل می‌کنند (۳۹). واسمت و همکاران (۲۰۱۹) نیز در مطالعه خود نشان دادند که ایجاد سیاست سفر ورزش محور می‌تواند تا حد بسیار زیادی به توسعه یک جامعه کمک نماید و دولت‌ها می‌توانند با اتخاذ تدابیر لازم محورهای موجود در این موضوع را تسهیل نمایند (۴۰). بنابراین می‌توان اظهار داشت که نتایج این بخش از تحقیق با مطالعات پیشین همسویی دارد و توصیه می‌شود کشورهای کمتر برخوردار با استفاده از راهبردهای مذکور در توسعه جامعه خود نقش آفرینی نمایند.

مقوله دوم یعنی عوامل زمینه‌ای که شامل (زیرساخت)، (جاذبه) و (خدمات) می‌باشد نیز نقش مهمی در گردشگری ورزشی دارد. به طوری که امروزه کشورهای توسعه یافته نشان داده‌اند که برای جذب گردشگران ورزشی بیش از هر زمان دیگری بر ایجاد و توسعه زیرساخت‌های مدرن ورزشی و غیر ورزشی تأکید دارند و در سوی دیگر جهت نمایان ساختن یک تصویر مناسب از کشور خود نهایت استفاده را از جاذبه‌های طبیعی و مصنوعی را می‌برند. امروزه شاهد هستیم که کشوری مانند هند در پی آن است تا بتواند از طریق توسعه ورزشگاه سالت‌لاک که دومین ورزشگاه بزرگ جهان به‌شمار می‌رود گردشگران بیشتری برای رشته کریکت به‌دست‌آورد و خود را به‌عنوان قطب اصلی کریکت در جهان معرفی کند و از طرفی با ایجاد پیست استاندارد اسکی در رشته کوه‌های هیمالیا در تلاش است تا از محل درآمدهای این رشته بخش‌های حاشیه‌ای شهرها را رونق دهد. یا اینکه کشوری مانند استرالیا در پی آن است تا با ایجاد شهرک‌های ورزشی و خیابان‌های ورزشی توریست‌های بیشتری را به‌سمت ورزش هدایت نماید و از این طریق

ورزشی و راهبردهای رسانه‌ای بیش از سایر راهبردها اهمیت دارد. همانطور که در جدول شماره ۳ مشاهده شد رویدادهای مختلفی در کشورهای منتخب برگزار می‌شود که امروزه رویدادهای بزرگ بین‌المللی و برگزاری رویدادهای جذاب مانند رویدادهای الکترونیکی^۱ نقش مؤثری را در جذب گردشگران ورزشی ایفا می‌نمایند. در بحث راهبرد رسانه‌ای نیز می‌توان این‌گونه بیان نمود که امروزه هیچ حرکتی در دنیای پر هیجان ورزش از دید رسانه‌ها دور نمی‌ماند و در کشورهای منتخب بیش از هر زمان دیگری برای جذب گردشگران ورزشی بر توسعه فناوری و استفاده مناسب از قدرت رسانه تأکید می‌شود. نتایج این بخش از مطالعه با سایر مطالعات پیشین تا حدود زیادی همسو است. به‌عنوان نمونه ریچاردز^۲ (۲۰۲۰) در مطالعه خود بیان می‌کند راهبردهای اثربخش و مفید تا حدود زیادی می‌توانند چهره کشور میزبان را تغییر دهند و در مطالعه خود راهبرد کشور ترکیه برای جذب گردشگران ورزشی را مثال می‌زند که در سال ۲۰۰۷ با اتخاذ تدابیر لازم جهت برگزاری اردوهای ورزشی و ایجاد رویدادهای مناسب برای تیم‌های مختلف توانست ۱۲۰۰ تیم ورزشی را جذب نماید و درآمدی ۶ میلیون دلاری در حدود دو ماه کسب کند (۳۸). کوسوما و همکاران (۲۰۲۰) نیز در مطالعه خود نشان دادند که استفاده از راهبرد رسانه‌ای برای توسعه گردشگری ورزشی در جوامع محلی و منطقه‌ای بسیار مؤثر است و حتی بیان می‌کنند در کشور اندونزی برای آنکه دانشجویان رشته‌ی تربیت بدنی بتوانند در زمینه راهبرد رسانه‌ای به دولت کمک کنند موظف هستند ساز و کار رسانه‌های اجتماعی را فراگیرند و از طریق تولید محتوای دیداری، شنیداری و نوشتاری به توسعه گردشگری ورزشی تا حد زیادی در کشور اندونزی کمک نمایند، ضمن

^۱ (میزبان مسابقات بین‌المللی ورزش‌های الکترونیک کشور عربستان

سال ۲۰۲۴)

^۲ Richards

^۳ Kusuma et al

^۴ Vasmat et al

پیشنهاد می‌شود کشورهای در حال توسعه بر تقویت و ارتقا عوامل زمینه‌ای تأکید داشته باشند.

گردشگری ورزشی همانند هر پدیده‌ی دیگری می‌تواند حامل پیامدهای مثبت و منفی باشد. در این تحقیق نشان داده شد که گردشگری ورزشی می‌تواند در قسمت مقوله‌ی پیامدهای مثبت در شش بعد (توسعه اجتماعی)، (توسعه فرهنگی)، (توسعه سیاسی)، (توسعه دانش)، (توسعه زیست محیطی) و مهم‌تر از همه (توسعه اقتصادی) نقش مؤثری را ایفا نماید و در سوی دیگر و در مقوله چهارم یعنی پیامدهای منفی هم در شش بعد مختلف از جمله (تخلقات و جرائم)، (افزایش هزینه‌ها)، (تهاجم فرهنگی)، (تعارضات اجتماعی)، (آسیب به محیط زیست) و (فساد اقتصادی) نقش پر رنگی داشته باشد و به جامعه میزبان آسیب وارد کند. در همین راستا کیم و همکاران^۴ (۲۰۱۴) بیان می‌کنند که گردشگری ورزشی دارای اثرات مثبت و منفی است که در جنبه مثبت بر اشتغال، درآمد، بهبود کیفیت زندگی، بهبود فرهنگی-اجتماعی و توسعه روابط بین ملت‌ها مؤثر بوده و در جنبه‌ی منفی می‌تواند بر افزایش شلوغی، ترافیک، معضلات زیست محیطی از جمله آلودگی آب و هوا نقش به‌سزایی داشته باشد (۴۴). علاوه بر این محققان در مطالعات پیشین هر کدام به‌نحوی بر اثرات مثبت و منفی گردشگری ورزشی تأکید داشته‌اند به‌طوری که گوزمن-پارا و همکاران^۵ (۲۰۱۵) در مطالعه خود نشان دادند که گردشگری ورزشی تأثیر به‌سزایی بر توسعه اقتصادی مناطق محروم و روستایی دارد و تأکید می‌کنند که دولت‌ها باید از این فرصت بهره‌برند (۴۵). میمند و همکاران^۶ (۲۰۱۷) معتقد هستند ایجاد سطوح مختلف دانش در بین ساکنان محلی و ارتقای درک آن‌ها از حضور گردشگران ورزشی تا حد زیادی می‌تواند بر اثرات مثبت اجتماعی و فرهنگی اثرگذار باشد (۴۶).

تصویر و خاطره‌ای بهتر از استرالیا را برای گردشگران رقم بزند. بنابراین در بین عوامل زمینه‌ای توجه به جاذبه‌های مختلف از جمله ایجاد جاذبه‌های ورزشی و مصنوعی و استفاده مناسب از این جاذبه‌ها بسیار مهم به‌شمار می‌رود و کشوری مانند ایران عزیزمان می‌تواند با استفاده از موقعیت فوق‌العاده‌ای که از لحاظ جغرافیایی دارد گردشگران بی‌شماری را جذب نماید. اما باید توجه داشت که نقش زیرساخت‌های استاندارد و مدرن ورزشی و شهری در ایجاد خدمات نوین نیز بسیار پر اهمیت است که در مطالعات پیشین نیز به این موضوع اشاره شده است. در ابتدا می‌توان به تحقیق آلس (۲۰۱۴) اشاره نمود که بیان می‌کند بهترین راهکارها جهت جذب گردشگران ورزشی برگزاری رویدادها، توسعه زیرساخت‌های ورزشی و توسعه اماکن شهری است که اگر کشوری به این موارد توجه کند می‌تواند فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی بسیاری ایجاد نماید و خدمات نوین‌تری را برای گردشگران ورزشی رقم بزند (۴۱). در مطالعه بانینگ و همکاران (۲۰۱۶) نیز نشان داده شد؛ کشورهایی که قصد دارند در زمینه گردشگری ورزشی به موفقیت برسند و به‌معنای واقعی کلمه توسعه را تجربه کنند باید بتوانند برای گردشگران جاذبه ایجاد نمایند و در این میان نقش جاذبه‌های طبیعی بسیار پر رنگ و حیاتی است (۴۲). همچنین هاپ^۳ (۲۰۲۰) بیان می‌کند که بر اساس نظر گردشگران ورزشی، وجود زیرساخت‌های مدرن، جاذبه‌های گردشگری، امکانات رفاهی مانند هتل‌ها، اقامتگاه‌ها و وجود تورهای مختلف گردشگری تا حد بسیار زیادی بر نظر گردشگران جهت انتخاب مقصد گردشگری مؤثر می‌باشد (۴۳). بنابراین می‌توان این‌گونه بیان نمود که نتایج این بخش از تحقیق با مطالعات پیشین همسو می‌باشد و

4 . Kim et al

5 . Guzman-Parra et al

6 . Meimand et al

1. Alles

2 . Buning et al

3 . Happ

گردشگری ورزشی بیان می‌کنند جاده‌ها و مسیرهای موجود در کشور میزبان با رویکرد ظرفیت‌های داخلی ایجاد شده‌اند و اگر گردشگران ورزشی بیش از حد وارد جامعه میزبان شوند علاوه بر ایجاد ترافیک‌های سنگین می‌توانند به زیرساخت‌های حمل و نقل عمومی نیز آسیب وارد نمایند و از طرفی با تولید زباله و عدم رعایت الگوهای بهداشتی تا حد زیادی محیط‌زیست و منابع طبیعی جامعه میزبان را به تنش بکشاند (۵۱).

با عنایت به مطالب فوق می‌توان نتیجه گرفت که کشورهای در حال توسعه می‌توانند از گردشگری ورزشی به عنوان راهکاری حیاتی و با ارزش جهت توسعه جامعه در ابعاد مختلف استفاده نمایند ولی باید مد نظر داشته باشند که گردشگری ورزشی به خودی خود منجر به توسعه نخواهد شد و باید سایر موارد جهت استفاده بیشتر از مزایای آن مورد توجه قرار گیرد که به همین سبب بر اساس نتایج به دست آمده چند پیشنهاد کاربردی ارائه می‌شود. شاید یکی از کارهایی که باید در کشورهای در حال توسعه مورد توجه قرار گیرد بحث دانش‌افزایی در زمینه گردشگری ورزشی برای شهروندان آن جامعه است. امروز در کشور ژاپن سالانه ۱۹ میلیارد یورو فقط در جهت آموزش گردشگری ورزشی و تربیت نیروی متخصص جهت ترویج و توسعه آن هزینه می‌شود. بنابراین بر اساس نتایج به دست آمده می‌توان پیشنهاد نمود که کشورهای در حال توسعه با تأسیس مؤسسات گردشگری ورزشی و آموزش عملی و علمی دانشجویان تربیت بدنی در دانشگاه‌ها علاوه بر ایجاد شغل‌های جدید می‌توانند تا حد زیادی بر آگاهی و دانش مردمان جامعه مؤثر واقع شوند. همچنین پیشنهاد می‌شود که کشورهای در حال توسعه دیدگاه روشن‌تری نسبت به توسعه زیرساخت‌های ورزشی داشته باشند و اماکن ورزشی

هایچ و این تو^۱ (۲۰۱۸) نیز در مطالعه خود نشان دادند که اگر گردشگری ورزشی در هر جامعه‌ای فعال شود می‌تواند مؤسسات گردشگری را ارتقا دهد و علاوه بر آن موجب ایجاد مؤسسات و نهادهای تخصصی در گردشگری ورزشی بشود (۴۷). همچنین میرزائی و همکاران (۲۰۲۲) در مطالعه خود که بر روی اثرات گردشگری ورزشی بر ایجاد اشتغال و درآمد انجام شده بود دریافتند که توسعه گردشگری ورزشی در جوامع مختلف می‌تواند به صورت مستقیم صنایع مختلف را به یکدیگر وصل کند و همین موضوع منجر به ایجاد شغل در بخش‌های مختلف جامعه شود که همگی در راستای خدمت به گردشگران ورزشی خواهد بود (۴۸). لانجاریتا و کارو^۲ (۲۰۲۲) نیز در مطالعه‌ای که بر روی اثرات اجتماعی-اقتصادی گردشگری ورزشی بر جامعه اسپانیا انجام دادند به این نتیجه رسیدند که گردشگری ورزشی در اسپانیا بعد از زمان کرونا بیشتر در قالب سفرهای یک روزه و با هزینه پایین انجام می‌شود که اکثر گردشگران با قصد تماشای رویدادهای ورزشی سفر می‌کنند و بیشتر نیز از مکان‌های ناآشنا بازدید به عمل می‌آورند که همین روند، تأثیر به‌سزایی بر توسعه اقتصادی در مناطق حاشیه‌نشین و روستایی داشته است (۴۹). در سوی دیگر محققان معتقد هستند که گردشگری ورزشی اگر مدیریت نشود می‌تواند اثرات مخرب و منفی بر جامعه میزبان تحمیل نماید. به طوری که شیء و همکاران^۳ (۲۰۱۵) بیان می‌کنند جهت جلوگیری از اثرات منفی گردشگری ورزشی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بهترین راهکار پذیرش گردشگر بر اساس ظرفیت‌های داخلی است و اگر گردشگران ورزشی بیش از حد ظرفیت‌های داخلی باشد می‌توانند با اقامت و فعالیت خود زندگی ساکنان محلی را مختل نمایند (۵۰). کونس و همکاران^۴ (۲۰۱۸) در راستای اثرات منفی

³ . Shi et al

⁴ . Koens et al

¹ . Hinch & Ito

² . Langarita & Cazcarro

را به‌نحوی احداث نمایند که از استانداردهای روز دنیا برخوردار باشد و علاوه بر آن پاسخ‌گوی چند رشته‌ی ورزشی باشد و رویکردی تجاری را دنبال نماید تا گردشگران ورزشی با صرف هزینه به اقتصاد ساکنان محلی کمک نمایند. ضمن اینکه پیشنهاد می‌شود که کشورهای در حال توسعه برنامه مدونی برای طراحی میزبانی از رویدادهای مختلف ورزشی داشته باشند و به میزبانی رویدادهای تکراری در یک رشته خاص بسنده نکنند. به همین جهت می‌توان اظهار داشت کشور عزیزمان ایران می‌تواند با ایجاد زیرساخت‌های مدرن ورزشی در رشته‌های مختلفی همچون فوتسال، وزنه‌برداری، اسب‌سواری، تنیس روی میز، بدمینتون، تنیس، فوتبال معلولان و رشته‌های مختلف پارالمپیک در سطح بین‌المللی میزبانی نماید. پیشنهاد می‌شود که کشورهای در حال توسعه می‌توانند با تقویت سیستم حمل و نقل عمومی داخلی و خارجی، ایجاد اقامتگاه‌های محلی و مدرن، طراحی تورهای ورزشی ارزان‌قیمت، توسعه اماکن غیر ورزشی جهت ایجاد شغل‌های پایدار، توسعه حاشیه شهر، برگزاری رویدادهای کوچک در مناطق محروم و استفاده بهینه از قدرت فناوری و شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی در معرفی جاذبه‌های کشور خود در جذب گردشگران ورزشی عملکرد مناسبی داشته باشند. از جمله محدودیت‌هایی که این مطالعه داشت به روند بررسی مطالعات پیشی مربوط می‌شود که محدود به یک بازه زمانی خاص و پایگاه‌های علمی خاصی شده بود که پیشنهاد می‌شود سایر پژوهشگران در آینده این محدودیت را مدنظر قرار دهند. درنهایت محققان این مطالعه کشورهایی را بررسی نمودند که دارای آمارها و گزارشات رسمی در سال ۲۰۲۲ بودند به همین سبب پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آینده کشورهایی را بررسی نمایند که دارای آمارهای به‌روزتری هستند.

References

1. <https://www.sportstravelmagazine.com> > 2022/05
2. Higham J. Commentary-sport as an avenue of tourism development: An analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current issues in Tourism*. 1999;2(1):82-90.
3. Mesci M, Pekerşen Y, Mesci Z. An overall assessment of sports tourism articles. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 2021;4(5):676-707.
4. Hritz N, Ross C. The perceived impacts of sport tourism: An urban host community perspective. *Journal of sport management*. 2010 Mar 1;24(2):119-38.
5. Smith VL. Hosts and guests revisited. *American Behavioral Scientist*. 1992;36(2):187-99.
6. González-García RJ, Añó-Sanz V, Parra-Camacho D, Calabuig-Moreno F. Perception of residents about the impact of sports tourism on the community: Analysis and scale-validation. *Journal of Physical Education and Sport*. 2018;18(1):149-56.
7. Vujko A, Tretiakova TN, Petrovic MD, Radovanovic M, Gajic T, Vukovic D. Women's empowerment through self-employment in tourism. *Annals of tourism research*. 2019;76(C):328-30.
8. Aynalem S, Birhanu K, Tesefay S. Employment opportunities and challenges in tourism and hospitality sectors. *Journal of tourism & Hospitality*. 2016;5(6):1-5.
9. Fernández-Martínez A, Cabello-Manrique D, Roca-Cruz AF, Nuviala A. The Influence of Small-Scale Sporting Events on Participants' Intentions to Recommend the Host City. *Sustainability*. 2022;14(13):7549.
10. Bavaresco G. A gestão do evento Xterra Camp Paraná: Análise do seu impacto na perspectiva dos participantes. *Educación Física y Ciencia*. 2018 (4):13-4.
11. Poczta J, Dąbrowska A, Kazimierczak M, Gravelle F, Malchrowicz-Moško E. Overtourism and medium scale sporting events organisations—The perception of negative externalities by host residents. *Sustainability*. 2020;12(7):2827.
12. Gibson HJ. Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport management review*. 1998;1(1):45-76.
13. Ross S.D. *Developing Sport Tourism. An E-Guide for Destination Marketers and Sports Events Planners*, National Laboratory For Tourism And Commerce, University of Illinois at UrbanaChampaign: Champaign. 2001, 321.
14. Pigeassou C. Contribution to the definition of sport tourism. *Journal of Sport & Tourism*. 2004;9(3):287-9.
15. Jiménez-García M, Ruiz-Chico J, Peña-Sánchez AR, López-Sánchez JA. A bibliometric analysis of sports tourism and sustainability (2002–2019). *Sustainability*. 2022;12(7):2840.
16. Chersulich Tomino A, Perić M, Wise N. Assessing and considering the wider impacts of sport-tourism events: A research agenda review of sustainability and strategic planning elements. *Sustainability*. 2020;12(11):4473.

17. Muiruri Njoroge J, Atieno L, Vieira Do Nascimento D. Sports tourism and perceived socio-economic impact in Kenya: The case of Machakos County. *Tourism and hospitality management*. 2017;23(2):195-217.
18. Widianingsih, I., Abdillah, A., Herawati, E., Dewi, A. U., Miftah, A. Z., Adikancana, Q. M.,... & Sasmono, S. (2023). Sport Tourism, Regional Development, and Urban Resilience: A Focus on Regional Economic Development in Lake Toba District, North Sumatra, Indonesia. *Sustainability*, 15(7), 5960.
19. Teixeira, M., Júnior, A., & Sesinando, A. (2023). Sport Events as a Catalyst for Economic, Socio-Cultural, Tourism, and Environmental Sustainability in Portugal. *Sport Management in the Ibero-American World: Product and Service Innovations*, 258-273.
20. Chen, Z., Li, S., Wu, Q., Wu, Z., & Xin, S. (2023). The decision-making determinants of sport tourists: a meta-analysis. *Current Issues in Tourism*, 26(12), 1894-1914.
21. Mollah MR, Cuskelly G, Hill B. Sport tourism collaboration: A systematic quantitative literature review. *Journal of Sport & Tourism*. 2021;25(1):3-25.
22. Toscano W, Molgaray D. Sport as a strategy for sustainable local development: The experience of the 2018 Youth Olympic Games in Buenos Aires, Argentina. *Local Development & Society*. 2021;2(2):255-70.
23. Chang MX, Choong YO, Ng LP, Seow AN. The importance of support for sport tourism development among local residents: the mediating role of the perceived impacts of sport tourism. *Leisure Studies*. 2022;41(3):420-36.
24. Coban, G., & Yildiz, O. S. (2019). Developing a destination management model: Case of Cappadocia. *Tourism Management Perspectives*, 30, 117-128.
25. Yeh CC, Lin CS, Huang CH. The Total Economic Value of sport tourism in belt and road development—An environmental perspective. *Sustainability*. 2018;10(4):1191.
26. Haddawee AH. The impact of strategic foresight on strategic entrepreneurship. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*. 2018;5(5):4687-92.
27. Auger D. Sport, leisure, and tourism in a modern society. *Loisir et société/society and leisure*. 2017;40(2):171-4.
28. Singh S, Dash TR, Vashko I. Tourism, ecotourism and sport tourism: the framework for certification. *Marketing Intelligence & Planning*. 2016;34(2):236-55.
29. Andereck KL, Nyaupane G. Development of a tourism and quality-of-life instrument. *In Quality-of-life community indicators for parks, recreation and tourism management 2010*.
30. Brankov J, Glavonjić TJ, Pešić AM, Petrović MD, Tretiakova TN. Residents' Perceptions of Tourism Impact on Community in National Parks in Serbia, European Countryside, 2019;11 (1), 124–142.
31. Abdel Azim Ahmed TS. A triple bottom line analysis of the impacts of the Hail International Rally in Saudi Arabia. *Managing Sport and Leisure*. 2017;22(4):276-309.
32. Özdemir BU. Investigation of attitudes of students studying at the faculty of sport sciences Firat University towards sport tourism. Unpublished Master Thesis). Firat University Institute of Health Sciences Department of Physical Education and Sports, Elazığ. 2020.

33. <https://www.technavio.com/report/sports-tourism-market-industry-analysis>
34. Giango MK, Hintapan R, Suson M, Batican I, Quiño L, Capuyan L, Anos JM, Batoon J, Aro JL, Maturan F, Yamagishi K. Local Support on Sports Tourism Development: An Integration of Emotional Solidarity and Social Exchange Theory. *Sustainability*. 2022;14(19):12898.
35. Uvinha RR, Chan CS, Man CK, Marafa LM. Sport tourism: a comparative analysis of residents from Brazil and Hong Kong. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. 2018 Jan;12:180-206.
36. Riffe D, Lacy S, Fico F, Watson B. *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge; 2019.
37. Duglio S, Beltramo R. Estimating the economic impacts of a small-scale sport tourism event: The case of the Italo-Swiss mountain trail CollonTrek. *Sustainability*. 2017; 9(3):343.
38. Richards G. Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of tourism research*. 2020;85:102922.
39. Kusuma IJ, Nurcahyo PJ, Festiawan R, Ngadiman N, Kusnandar K. Potensi Pengembangan Sport Tourism sebagai Alternatif Media Pembelajaran Pendidikan Jasmani. *Gelombang Olahraga: Jurnal Pendidikan Jasmani dan Olahraga*. 2020;3(2):170-80.
40. Vasmataz, Tal. Vasmataz, Dist. Hingoli. (2019). Sport-Tourism Development in KOKAN and Western Ghats: Constraints and Possibilities. *Physical Education*. September. 2019;9(9): 2249 – 555.
41. Alles MT. El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio de caso. *Cuadernos de turismo*. 2014;(33):59-76.
42. Buning RJ, Cole ZD, McNamee JB. Visitor expenditure within a mountain bike event portfolio: Determinants, outcomes, and variations. *Journal of Sport & Tourism*. 2016; 20(2):103-22.
43. Happ E. Location decisions of sport manufacturing businesses in tourism destinations—analysing factors of attractiveness. *Current Issues in Sport Science (CISS)*. 2020;5:006-.
44. Kim W, Jun HM, Walker M, Drane D. Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism management*. 2015;48:21-32.
45. Guzman-Parra VF, Quintana-García C, Benavides-Velasco CA, Vila-Oblitas JR. Trends and seasonal variation of tourist demand in Spain: The role of rural tourism. *Tourism management perspectives*. 2015;16:123-8.
46. Meimand SE, Khalifah Z, Zavadskas EK, Mardani A, Najafipour AA, Ahmad UN. Residents' attitude toward tourism development: A sociocultural perspective. *Sustainability*. 2017;9(7):1170.
47. Hinch T, Ito E. Sustainable sport tourism in Japan. *Tourism Planning & Development*. 2018;15(1):96-101.

48. Mirzaie S, Salimi M, Rahimi Sarshabadrani G. The role of sports tourism development in job creation: Providing a model. *Journal of new studies in sport management*. 2022;3(2):442-51. (in Persian)
49. Langarita R, Cazcarro I. The socio-economic impact of sports tourism events in rural areas and losses from COVID19: a case study in Spain. *Applied Economics*. 2022;54(47):5378-92.
50. Shi L, Zhao H, Li Y, Ma H, Yang S, Wang H. Evaluation of Shangri-La County's tourism resources and ecotourism carrying capacity. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*. 2015;22(2):103-9.
51. Koens K, Postma A, Papp B. Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*. 2018;10(12):4384.

Content analysis of sports tourism from an international perspective

Nasrin Azizian Kohan*¹ - Amir Ojagh² – Mehrdad Moharramzadeh³

1. Associate Professor of Sports Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

2. PhD. Candidate of Sports Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

3. Professor of Sports Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

(Received:2023/09/11;Accepted:2023/12/09)

Abstract

Sports tourism has the potential to change the development indicators of a society and exert various effects on the host society. Therefore, the purpose of the research was to analyze the content of sports tourism from an international perspective. The present study was conducted using a qualitative method and a content analysis approach. The statistical population of the research was made up of previous documents and studies along with active websites in the field of sports tourism. Sampling was done based on specific and targeted criteria (official reports of 13 countries, 37 articles, 5 short reports, 2 books and 8 websites). After the analysis, the report of the findings was presented in two ways. The findings in the first part showed that the market share of sports tourism is growing, and football has the largest share in attracting tourists. In the second part, after analyzing the data, 184 open codes were identified. After categorizing the concepts, 20 subcategories and 4 main categories under the headings (strategies), (contextual factors), (positive consequences) and (consequences) negative) were formed. In order to determine validity and reliability, the researchers used the methods of using several sources and coding by several coders. Finally, the results show that developing countries, if they intend to benefit from the phenomenon of sports tourism for development, should use new strategies and policies that are in accordance with the needs and wants of tourists.

Keywords

Development, Economy, Society, Sports Tourist, Tourist.

* Corresponding Author: Email: nasrinazizian@yahoo.com