

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

Author¹ , Author² , Author³ 

1. Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences and Health, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: abcdef@ut.ac.ir
2. Corresponding Author, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences and Health, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: abcdef@ut.ac.ir
3. Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran. E-mail: abcdef@ut.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

.....18 March 2022

Received in revised form:

.....10 June 2022

Accepted:

.....16 June 2022

Published online:

.....25 June 2022

Keywords:

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

ABSTRACT

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

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

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

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



Extended Abstract

Introduction

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

Methods

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

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

Results

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

Conclusion

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

Keywords

E-tourism, Grounded Theoty, Kermanshah, Sports tourism, Pattern.

Ethical Considerations

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

Funding: The research was done without using financial resources.

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

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

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

In Press



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

نویسنده¹ ID، نویسنده² ID، نویسنده³ ID

1. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: abcdef@ut.ac.ir
2. نویسنده مسئول، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: abcdef@ut.ac.ir
3. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: abcdef@ut.ac.ir

| اطلاعات مقاله | چکیده |
|---|--|
| نوع مقاله: مقاله پژوهشی | مقدمه: امروزه گردشگری الکترونیک به دلیل همگام کردن گردشگری با تکنولوژی اطلاعات، یکی از مولفه‌های اساسی در توسعه این صنعت بشمار می‌رود. لذا تحقیق حاضر به تبیین الگوی گردشگری الکترونیکی ورزشی در استان کرمانشاه بر پایه نظریه داده بنیاد می‌پردازد. |
| تاریخ دریافت: | روش پژوهش: روش تحقیق کیفی (نظریه داده‌بنیاد) بود. ابزار جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه عمیق و نیمه ساختارمند بود. پس از انجام 11 مصاحبه با متخصصین در زمینه گردشگری الکترونیک و ورزش با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، کدها به حد اشباع نظری رسیدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت همزمان و با استفاده از رویکرد سیستماتیک صورت گرفت. |
| تاریخ بازنگری: | یافته‌ها: از مجموع مصاحبه‌هایی که با نمونه‌های تحت بررسی انجام شد، 88 کد باز بدست آمد که در قالب 19 کد محوری و 5 کد گزینشی عوامل علی (جذاب بودن برای گردشگران، راحت‌تر بودن، پیش‌آیندهای روانی و جاذبه‌های گردشگری استان)، زمینه‌ای (تاکید دوستان و خانواده، تجربیات دیگران و قابلیت‌های وب سایت)، مداخله‌گر (ضعف‌های امنیتی، ضعف‌های مدیریتی و دولتی و ویژگی-های فردی)، راهبردها (راهبردهای تبلیغاتی، توسعه زیرساخت‌ها، ارائه تخفیف، راهبردهای مدیریتی و توسعه گردشگری الکترونیک ورزشی) و پیامدها (افزایش ارتباطات گردشگران، توسعه اقتصادی، کاهش هزینه‌ها و راحت تر شدن سفر) دسته‌بندی شدند. |
| تاریخ انتشار: | نتیجه‌گیری: تبلیغات مناسب، توسعه زیرساخت‌ها، ارائه تخفیف، بهبود مدیریت و توسعه در زمینه گردشگری ورزشی الکترونیک، افزایش ارتباطات گردشگران، توسعه اقتصادی، کاهش هزینه‌ها و راحت تر شدن سفر را در پی دارد. |
| کلیدواژه‌ها: | الگو، داده بنیاد، کرمانشاه، گردشگری الکترونیک، گردشگری ورزشی |
| استناد: نام خانوادگی، نام؛ نام خانوادگی، نام؛ و نام خانوادگی، نام (1401). عنوان مقاله. نشریه مدیریت ورزشی، 2 (4)، 1-20. | |
| DOI: http://doi.org/00000000000000000000000000000000 | |
| ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی. | © نویسندگان |



مقدمه

گردشگری بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا می‌باشد؛ به طوری که بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای توسعه یافته، این صنعت را به عنوان منبع اصلی ایجاد درآمد، اشتغال‌زایی رشد بخش خصوصی و توسعه زیربنایی می‌دانند (حسیبی و شجاعی، 1399). صنعت گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در کشورهای جهان شناخته شده است (ساندلین و فیچتنر¹، 2020). گردشگری در دهه‌های گذشته نقش زیادی در افزایش درآمد و رشد اقتصادی کشورهای پیش‌تاز در این حوزه داشته است. با افزایش جاذبه‌های گوناگون، بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل و افزایش اهمیت گذران اوقات فراغت رشد گردشگری در حال گسترش است. از جمله پیامدهای مطلوب گردشگری، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، کاهش فقر، بهبود توزیع درآمد و پویایی جوامع محلی است (گل زاده و سعیدی، 1399). همچنین توسعه گردشگری در یک منطقه می‌تواند در توسعه جامعه روستایی، حفاظت از تنوع زیستی، آموزش حفاظت از فرهنگ و بهبود اقتصادی کمک کند (حجازی و جوادی، 1399).

امروزه ورزش و گردشگری به فعالیت‌های اقتصادی مهمی در دنیای پیشرفته و در حال توسعه تبدیل گشته و توجه فزاینده‌ای در سال‌های اخیر به‌عنوان صنعت و بازار داخلی شده است و همچنین به‌عنوان یک عامل در بازسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع شهری و روستایی شناسایی شده است. از آنجایی که اگر جامعه‌ای به سمت توسعه‌یافتگی برود، نیازمند فضاهایی جهت گذراندن اوقات فراغت و تجدید قوا است، گردشگری (توریسم) و مسافرت از طریق ورزش بهترین تفریح بدین منظور است. محیط شهری باید به‌گونه‌ای شکل و سازمان داده شود که برگزاری مسابقات ورزشی، هم حمایت‌کننده و هم در راستای توسعه پایدار شهری باشد (حسینی نسب، طیبی ثانی و مرسل، 1399). گردشگری ورزشی تجربه سفر برای مشارکت یا مشاهده فعالیت‌های مرتبط با ورزش به‌عنوان یک بازار مهم گردشگری جهان شناخته شده است. سفرهای ورزش محور، در طی دو دهه گذشته به طرز چشم‌گیری رشد کرده است؛ اما اخیراً در کانون تحقیقات متمرکز دانشگاهی قرار گرفته است (مسکی، پکرسن و مسکی²، 2021).

با نگاهی گذرا به وضعیت صنعت گردشگری در ایران، جای خالی فناوری اطلاعات و استفاده از این صنعت به خوبی حس می‌شود. متأسفانه عدم توجه به استفاده از فناوری اطلاعات می‌تواند ضرر جبران‌ناپذیری حتی به شیوه سنتی گردشگری وارد کند (تقوی فرد و اسدیان اردکانی، 1395). امروزه گردشگری الکترونیک به دلیل همگام کردن گردشگری با تکنولوژی اطلاعات، یکی از مؤلفه‌های اساسی در توسعه این صنعت بشمار آمده و مدت‌چندانی از ظهور آن نمی‌گذرد و حاصل ترکیب دو حوزه گردشگری و فناوری اطلاعات است که هر دو حوزه از متداول‌ترین انواع کسب‌وکارهای درآمدزا و مولد فرصت‌های شغلی در جهان امروزی به شمار می‌روند (دهدشتی شاهرخ و شکیبا جمال آباد، 1392). گردشگری الکترونیک عبارت است از تلفیق روش‌های کسب‌وکار الکترونیکی برای ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران با کیفیتی برتر و هزینه‌ای کمتر. در واقع گردشگری الکترونیک ارائه الکترونیکی تمامی خدماتی است که در گذشته گردشگران به صورت سنتی از آن‌ها استفاده می‌کردند، به علاوه خدماتی که به واسطه فناوری اطلاعات میسر شده است (روحانی و زارع رواسان، 1392). این امر زمینه‌های دموکراتیک شدن انتخاب مقاصد را برای سفر فراهم می‌کند که بر بستری از لیبرالیسم حاصل از جهانی شدن تسهیل شده است (قنبری، آقایی هیر و زیدی، 1399).

یکی از حوزه‌های جذابی که می‌تواند در گردشگری الکترونیک مورد بررسی قرار گیرد، حوزه ورزش می‌باشد. گردشگری الکترونیکی در ورزش، به مفهوم بازدید مجازی گردشگران از رویدادها و فعالیت‌های ورزشی می‌باشد. پتانسیل‌های مناسب ورزش، سبب گردیده است تا بتوان به خوبی از آن در توسعه گردشگری الکترونیکی استفاده گردد (اقبالی، 1397). با نگاهی گذرا به وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران، جای خالی فناوری اطلاعات و استفاده از این صنعت به خوبی حس می‌شود. متأسفانه بی‌توجهی به استفاده از

¹ Sandelin & Fiechtner

² Mesci, Pekerşen & Mesci

تکنولوژی و فناوری اطلاعات می‌تواند ضرر جبران‌ناپذیری حتی به شیوه سنتی گردشگری وارد کند (حیدری و حیدری، 1396). نقش فناوری در توسعه صنعت گردشگری ورزشی از دو جنبه قابل بررسی است: یکی به‌کارگیری فناوری اطلاعات در اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات گردشگری که به معنای استفاده همه‌جانبه از پتانسیل‌های صنعت فناوری اطلاعات جهت توسعه زیرساخت‌های صنعت گردشگری ورزشی است و دیگری گردشگری هوشمند که به معنای استفاده از فناوری و الکترونیکی شدن منابع گردشگری موجود یا حتی فضاهای ساختگی است (گیبسون¹، 1998). استفاده از ابزارهای دیجیتالی منافع بی‌شماری را برای کسب‌وکارها و فعالان صنعت گردشگری ورزشی به‌دنبال خواهد داشت که در این زمینه اشتغال‌زایی و پایین بودن متوسط سرمایه‌گذاری برای ایجاد هر شغل از یک سو و رشد سریع تقاضا برای ارائه خدمات با استفاده از ابزارهای دیجیتال و هوشمند در زمینه‌هایی چون بازاریابی و تبلیغات، برنامه‌نویسی و تولید محتوا برای سایت‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی و تغییر نگرش‌ها و پیدایش استارت‌آپ‌های تخصصی گردشگری، نگاه ویژه و تخصصی به این شکل از فعالیت را پراهمیت می‌سازد (زکی‌زاده و نوبخت رضائی، 1396).

لزوم توجه به عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی و طراحی اولویت‌ها جهت توسعه آن، در کشوری مانند ایران که از جاذب‌های تاریخی و طبیعی بسیاری برخوردار است، و همچنین ارتقای جایگاه کشور ایران در بخش گردشگری و جذب گردشگران داخلی و خارجی به عنوان یکی از مزیت‌های نسبی توسعه و گسترش کشوری امری ضروری است. بنابراین تحلیل وضعیت گردشگری ورزشی الکترونیکی می‌تواند در اتخاذ تدابیری در راستای شناخت و بهبود حیطه‌های اولویت‌دار، تقویت توانمندی‌ها در این صنعت و در نهایت جذب گردشگر و همچنین گردشگر ورزشی سودمند باشد (والکی و همکاران، 1399، الف). تحقیقات مختلف انجام شده در حوزه گردشگری ورزشی الکترونیکی به موارد مختلف مؤثر در این زمینه اشاره نموده‌اند. در این راستا نوراللهی و همکاران (1401) بیان کردند که یکپارچگی فرایندها، توسعه زیرساخت ارتباطات و فناوری، حمایت‌ها و فراهم‌سازی بسترهای لازم توسط دولت، آموزش شهروندان، استفاده کسب و کار الکترونیکی از فناوری، هماهنگی و تعامل‌پذیری با مشتریان و ذینفعان و گسترش فرهنگ بکارگیری کسب و کار الکترونیکی در عرصه گردشگری ورزشی می‌تواند در تدوین و توسعه کسب و کار الکترونیکی گردشگری ورزشی کمک‌کننده باشد. والکی و همکاران (1399، ب) عنوان کردند که مدل گردشگری ورزشی الکترونیکی در ایران شامل توسعه گردشگری ورزشی، فرهنگ‌سازی و تبلیغات، ساختار فناوری اطلاعات، مدیریت و برنامه‌ریزی، قوانین و سیاستگذاری، امکانات و توان مالی می‌باشد. اقبالی (1397) نیز در پژوهشی عنوان نمود که عدم حمایت دولت و مدیران ارشد سازمان‌های متولی در حوزه گردشگری و همچنین نبود فرهنگ مناسب در استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری الکترونیکی در ورزش از جمله موانع زیربنایی می‌باشد که خود سبب شکل‌گیری سایر موانع در توسعه گردشگری الکترونیکی در ورزش می‌گردد. متأسفانه تحقیقات اندکی در زمینه نقش فناوری در گردشگری، به ویژه گردشگری ورزشی در نواحی مختلف کشور انجام گرفته است. همچنین برخی از مشکلات موجود در سیستم‌های کنونی را می‌توان قابل قبول نبودن صحت اطلاعات، عدم دریافت به‌موقع اطلاعات، زائد و غیر مرتبط بودن اطلاعات، زیاد بودن هزینه‌های جمع‌آوری اطلاعات، عدم مطلوبیت ساختار توزیع اطلاعات و ناهماهنگی سیستم‌ها و سازمان‌های مرتبط عنوان کرد (صلاحی کجور و همکاران، 1401). هیبکوکسانگ، راتانوانگ و وانگمانی² (2023) عنوان کردند عوامل توسعه گردشگری ورزشی هوشمند شامل برآورد تقاضا، توسعه محصول، مدیریت سیستم فناوری اطلاعات، مدیریت سیستم حمل و نقل، زیرساخت‌ها، اقدامات ایمنی، بهداشتی و زیست‌محیطی، تعهد اجرایی و طرح توسعه شهر هوشمند، مدیریت منابع انسانی، گردشگری مبتنی بر جامعه که توسط کمیته محلی مدیریت می‌شود، همکاری با ذینفعان و ایجاد ارتباط با مسافران می‌باشد.

¹ Gibson

² Heebkhokung, Rattanawong & Vongmanee

بیشترین درآمد ایجاد شده از طریق اینترنت به صنعت گردشگری اختصاص دارد و در حدود 21 درصد از درآمد مبادلات الکترونیکی را به خود اختصاص داده است. امروزه با بهره‌گیری از فضای اینترنت و به‌وجود آمدن گردشگری الکترونیکی، فناوری اطلاعات و ارتباطات یکی از عناصر اساسی گردشگری به‌شمار می‌رود و کارایی این صنعت را افزایش داده است (بلادی، چائو، هازاری و لافارگو¹، 2019) اما تاکنون حرکت جدی و برنامه‌ریزی شده‌ای به سوی گردشگری ورزشی الکترونیکی انجام نشده است و به دلیل نبود زیرساخت‌های قانونی و حمایتی لازم، پذیرش الکترونیکی به‌طور صحیح انجام نگرفته و به واسطه آن نهادینه‌سازی درکسب و کار موجود در گردشگری الکترونیکی به انجام نرسیده است. از اینرو ضروری به نظر می‌رسد تا توجه کافی از سوی سازمان‌های مرتبط دولتی و خصوصی به بخش گردشگری الکترونیکی اتخاذ شده و تلاش‌های لازم به منظور ایجاد آمادگی الکترونیکی برون سازمانی و در پی آن پذیرش گردشگری الکترونیکی و پیاده‌سازی و نهادینه کردن آن انجام گیرد (والکی و همکاران، 1399).

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

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق پژوهش حاضر کیفی از نوع نظریه داده بنیاد است. با عنایت به محدودیت‌های مرتبط با پژوهش‌های گذشته همچون تعداد و موضوع در این زمینه سعی شد یک قالب مشخص برای کدهای مستخرج از مصاحبه‌ها در نظر گرفته شود. به همین منظور رویکرد سیستماتیک از میان رویکردهای مختلف نظریه داده بنیاد انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. مصاحبه با برخی سئوالات توصیفی چندگزینه‌ای همچون جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه کاری مشارکت‌کنندگان در پژوهش آغاز و در ادامه سئوالات اصلی پژوهش که پاسخ باز بودند پرسیده شد. هر مصاحبه به فراخور میزان جذابیت و اطلاع مصاحبه‌شونده از موضوع، بین 30 تا 90 دقیقه به طول انجامید. در زمان مصاحبه، صحبت‌های افراد با اجازه قبلی به صورت کامل ضبط و همچنین، نکات مهم، مبهم و یا نیازمند توضیح بیشتر، توسط پژوهشگر یادداشت شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به حد کفایت و اشباع نظری با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند ادامه پیدا کرد و پس از انجام 11 مصاحبه با مدیران آژانس‌های مسافرتی، مدیر و معاونان اداره میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمانشاه و متخصصین در زمینه گردشگری الکترونیکی و ورزش (اساتید دانشگاه رشته گردشگری و مدیریت ورزشی که در زمینه گردشگری الکترونیکی ورزشی دارای تالیف یا مقاله بودند)، تحلیل داده‌ها حاکی از اضافه نشدن داده جدید به داده‌های قبلی بود؛ چرا که درصد بالایی از داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های آخر تکراری بود. بنابراین، با انجام 11 مصاحبه و رسیدن به حد اشباع نظری، به مصاحبه‌ها پایان داده شد. کدگذاری و تحلیل داده‌ها همزمان با گردآوری آن‌ها انجام شد، تا در فرآیند پژوهش به نمونه‌گیری کمک کند. تحلیل داده‌ها با استفاده

¹ Beladi, Chao, Hazari & Laffargue

از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. جهت ارزیابی کیفیت تحقیق نیز از معیارهای لینکلن و گوبا¹ (1985) استفاده شد. بدین منظور جهت بررسی باورپذیری² نتایج تلاش شد تا مشارکت کنندگان در این پژوهش با حداکثر تنوع تجربیات انتخاب شوند؛ نمونه گیری تا رسیدن داده‌ها به حد اشباع ادامه یافت و به منظور بررسی روایی صوری از بازبینی توسط مشارکت کنندگان در پژوهش استفاده شد. به این منظور متن مصاحبه و کدهای استخراج شده به مشارکت کنندگان ارائه شد و آن‌ها درباره صحت و سقم آن اظهار نظر کردند. جهت اطمینان از قابلیت انتقال پذیری³ داده‌ها سعی شد تا دیدگاه‌های گوناگون مشارکت کنندگان در پژوهش گزارش شود. جهت اطمینان از قابلیت اطمینان⁴ در این تحقیق فرایند انجام کار در اختیار چند تن از همکاران پژوهش قرار داده شد تا صحت نحوه انجام پژوهش تایید گردد. در نهایت جهت اطمینان از قابلیت تأییدپذیری⁵ محقق از طولانی شدن زمان جمع آوری داده (انجام مصاحبه‌ها) تا حد امکان خودداری و از همه مشارکت کنندگان راجع به یک موضوع پرسیده شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج توصیفی مشارکت کنندگان در پژوهش در جدول 1 نشان می‌دهد که 8 نفر از نمونه‌های تحقیق مرد (72/73 درصد) و 3 نفر از نمونه‌های تحقیق زن (27/27 درصد) بودند. همچنین 2 نفر از نمونه‌های تحقیق دارای تحصیلات کارشناسی (18/18 درصد)، 4 نفر دارای تحصیلات کارشناسی ارشد (36/36 درصد) و 5 نفر از نمونه‌های تحقیق دارای تحصیلات دکتری (45/45 درصد) بودند.

جدول 1. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

| متغیر | تعداد | درصد |
|------------------|-------|-------|
| جنسیت | | |
| مرد | 8 | 72/73 |
| زن | 3 | 27/27 |
| سن | | |
| 30 تا 40 سال | 4 | 36/36 |
| 40 تا 50 سال | 6 | 54/55 |
| بالاتر از 50 سال | 1 | 9/09 |
| تحصیلات | | |
| کارشناسی | 2 | 18/18 |
| کارشناسی ارشد | 4 | 36/36 |
| دکتری | 5 | 45/45 |
| سابقه کاری | | |
| 10 تا 15 سال | 2 | 18/18 |
| 15 تا 20 سال | 5 | 45/45 |
| 20 تا 25 سال | 3 | 27/27 |
| بالاتر از 25 سال | 1 | 9/09 |

با توجه به نتایج به دست آمده از کدگذاری مصاحبه‌های انجام شده، کدهای اولیه الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل 104 کد اولیه بود که در ادامه نتایج تجمیع کدها، حذف موارد تکراری و کدهای باز نهایی الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه در جداول 2 تا 6 نشان داده شده است که بر این اساس در مجموع مصاحبه‌هایی که با نمونه‌های تحت بررسی انجام شد 88 کد باز بدست آمد که در قالب 19 کد محوری و 5 کد گزینشی دسته بندی شدند.

جدول 2. نتایج کدگذاری عوامل علی الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

| کدهای باز | کدمحوری | کدگزینشی |
|--|---------|----------|
| شبانہ روزی بودن دسترسی به گردشگری ورزشی الکترونیکی | ۱ | ۵ |

¹ Lincoln & Guba

² Credibility

³ Transferability

⁴ Dependability

⁵ Conformability

| | |
|-------------------------|--|
| | همخوانی با علاقه جوانان |
| | دسترسی آسان |
| | استفاده از تصاویر سه بعدی نمایش مکان در سایت |
| | به روز بودن گردشگری ورزشی الکترونیک |
| | کاربر پسند بودن |
| | عبور از مرز فضا و زبان |
| | کاهش اشتباهات در برنامه ریزی |
| راحتتر بودن | قابلیت دریافت بلیت سفر به صورت آنلاین |
| | قابلیت رزرو هتل به صورت آنلاین |
| | هماهنگی راحت تر در گردشگری |
| | تصمیم گیری راحت تر در انتخاب سفر |
| پیش‌آیندهای روانی | تلاش برای تخلیه هیجانات |
| | پاسخ به نیازهای روحی و عاطفی |
| | علاقه به کسب تجربه جدید |
| | علاقه فردی گردشگران |
| جاذبه‌های گردشگری استان | کنجکاری گردشگران |
| | دسترسی به فضاهای بکر و دست نخورده در استان |
| | وجود جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی در استان |
| | جاذبه‌های مربوط به تپه نوردی و طبیعت گردی در استان |
| | جاذبه‌های مربوط به کوه‌نوردی و غارنوردی در استان |
| | جاذبه‌های مربوط به شکار و صید در استان |

جدول 3. نتایج کدگذاری عوامل زمینه‌ای الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

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

جدول 4. نتایج کدگذاری عوامل مداخله‌گر الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

| عوامل زمینه‌ای | کد محوری | کدهای باز |
|----------------|----------|------------------------------|
| | | امنیت پایین خریدهای اینترنتی |

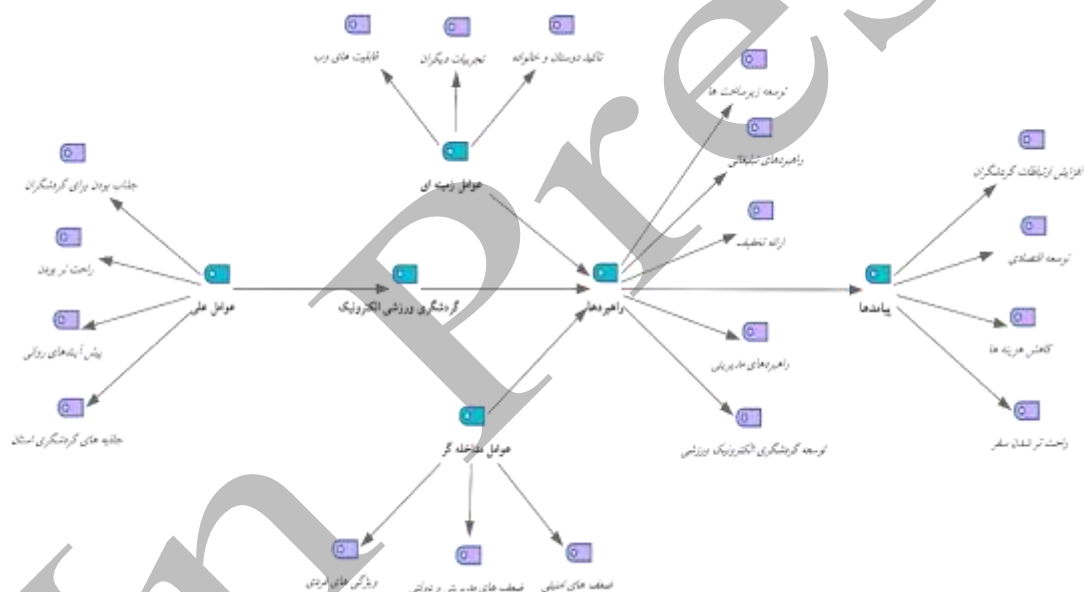
| | |
|-------------------------|---|
| ضعف‌های مدیریتی و دولتی | عدم اعتماد کاربران به سایت های فروش |
| | عدم رعایت حق کپی رایت در کشور |
| | نامناسب بودن درگاه های پرداخت |
| | وجود نداشتن شبکه یکپارچه گردشگری در کشور |
| | کم توجهی سازمان های ذی ربط به گردشگری الکترونیک |
| | نبود تجربه و دانش لازم در مدیران گردشگری |
| | فقدان مهارت ها و منابع انسانی متخصص در شرکت های گردشگری |
| | وضعیت سیاسی کشور |
| | نبود زیرساخت های قانونی |
| | ضعف اینترنت در برخی مناطق کشور |
| فردي و بزرگي هاي | عدم میزبانی رویدادها و مسابقات ورزشی بزرگ در استان |
| | عدم آشنایی گردشگران با گردشگری الکترونیک |
| | ضعف در فرهنگ گردشگری ورزشی الکترونیک در کشور |
| | عدم تمایل گردشگران ورزشی به گردشگری الکترونیک |

جدول 5. نتایج کدگذاری عوامل راهبردها الگوی گردشگری ورزشی الکترونیک استان کرمانشاه

| کد محوری | کد های باز | کدگزینشی | |
|--|---|--------------------|------------------|
| راهبردها | تبلیغات در بستر فضای مجازی و فضای حقیقی | راهبردهای تبلیغاتی | |
| | آگاهسازی و اطلاع رسانی | | |
| | ایجاد شبکه های اجتماعی مختص گردشگری ورزشی الکترونیک | | |
| | صحه گذاری ورزشکاران شاخص | | |
| | فرهنگ سازی در جامعه | | |
| | اطلاع رسانی در شبکه های مجازی | | |
| | فراهم ساختن زیرساخت های گردشگری ورزشی الکترونیک | | توسعه زیرساخت ها |
| | فرهنگ سازی جهت گردشگری ورزشی الکترونیک | | |
| | فراهم ساختن اینترنت پرسرعت در کل کشور | | |
| | اعطای تخفیف به گردشگران | | ارائه تخفیف |
| برگزاری جشنواره های تخفیف | | | |
| استفاده از ابزارهای تشویقی مانند کارت ملی سفر | | | |
| تدوین برنامه جامع استراتژیک گردشگری الکترونیک ورزشی | راهبردهای مدیریتی | | |
| برگزاری رویداد و مسابقات ورزشی بین المللی | | | |
| تضمین معاملات برخط گردشگران در حوزه گردشگری الکترونیک | | | |
| ورزشی از سوی دولت | | | |
| برگزاری دوره های آموزش گردشگری الکترونیک برای شرکت های گردشگری | | | |
| همکاری سازمان های متولی گردشگری در توسعه گردشگری ورزشی الکترونیک | توسعه گردشگری الکترونیک ورزشی | | |
| تقویت سرمایه گذاری بخش خصوصی | | | |
| تعدد تورهای مجازی جهت بازدید مجازی از اماکن گردشگری | | | |
| استفاده از واقعیت مجازی برای گردشگری ورزشی الکترونیک | | | |
| جدول 6. نتایج کدگذاری پیامدهای الگوی گردشگری ورزشی الکترونیک استان کرمانشاه | | | |
| کد محوری | کد های باز | کدگزینشی | |
| ارتباط افزایش | تقویت ارتباطات اجتماعی و میان فرهنگی | پیامدها | |
| | متفاوت بودن فضای تعاملات اجتماعی | | |

| | |
|-----------------|---|
| توسعه اقتصادی | آشنایی با افراد با فرهنگ های مختلف در سفر |
| | افزایش درآمد مردم محلی |
| | ایجاد کسب و کار و فرصت شغلی جدید |
| | افزایش فروش صنایع دستی در استان |
| کاهش هزینه ها | کمک به راه اندازی کارگاه های صنایع دستی |
| | مقرون به صرفه بودن به دلیل حذف واسطه ها |
| | صرفه جویی در زمان و منابع برای گردشگران |
| | هزینه تمام شده کمتر برای گردشگر |
| راحت تر شدن سفر | عدم نیاز به ساخت و ساز جهت اسکان مسافران |
| | عدم نیاز به پیمودن مسافت زیاد و طولانی |
| | افزایش امنیت سفر برای نوجوانان و بانوان |
| | کاهش ترافیک و تردهای غیرضروری |
| | عدم نیاز به راهنما در سفرهای مجازی |

با استناد به یافته‌های حاصل از کدگذاری محوری مقوله‌های فرعی و اصلی در الگوی پارادایمی تحقیق قرار گرفتند که در شکل 1 قابل مشاهده می‌باشد.



شکل 1. الگوی پیشنهادی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

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

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

قضیه دوم: مقوله‌های تاکید دوستان و خانواده، تجربیات دیگران و قابلیت‌های وب تشکیل‌دهنده شرایط زمینه‌ای موثر بر گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه می‌باشند.

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

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

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

بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر تبیین الگوی گردشگری الکترونیکی ورزشی در استان کرمانشاه بر پایه نظریه داده بنیاد بود. طبق نتایج تحقیق، عوامل علی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل مقوله‌های جذاب بودن برای گردشگران، راحت‌تر بودن، پیش‌آیندهای روانی و جاذبه‌های گردشگری استان بود که با نتایج والکی و همکاران (1399)، ترزیچ و همکاران¹ (2021) و دان² (2017) همخوانی دارد. استان کرمانشاه به عنوان یکی از استان‌های تاریخی کشور ایران، جاذبه‌های گردشگری ورزشی و طبیعت‌گردی زیادی را در خود جای داده است. طبق نتایج تحقیق حاضر جذاب بودن برای گردشگران یکی از عوامل علی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه می‌باشد. در این باره باید بیان داشت هر شهر و کشوری حتی اگر زیباترین جاذبه‌های گردشگری ورزشی را داشته باشد اما این جاذبه به افراد در سراسر جهان معرفی نشود هیچ گردشگری به سمت این مکان‌ها نخواهد آمد. یک مکان برای گردشگر باید جذاب باشد تا قصد سفر به آن مکان را پیدا کند. در رابطه با استان کرمانشاه باید مکان‌های گردشگری ورزشی را به گونه‌ای معرفی و اطلاع‌رسانی کنیم که برای گردشگر جذاب باشد. در این راه باید معرفی مکان‌های گردشگری همه‌ساعته در دسترس باشد، دسترسی آسانی به مکان‌های گردشگری در وب سایت موجود باشد و بتوان عکس‌های مناسب از همه زوایا در سایت قرار داد همانگونه که والکی و همکاران (1399) بیان می‌دارند توسعه گردشگری و فرهنگ‌سازی و تبلیغات از جمله عوامل موثر بر گردشگری الکترونیک در ایران است. همچنین طبق نتایج تحقیق حاضر راحت‌تر بودن از دیگر عوامل علی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه است. در این مورد باید بیان کرد گردشگری الکترونیک باید بتواند همه امکانات رفاهی از زمان بازدید مجازی مکان تا رزرو بلیط و هتل و به طور کلی برنامه‌ریزی برای سفر را ارائه دهد. افراد از سفر به جاهای ناشناخته با زبان و فرهنگ متفاوت با خود بیم دارند اما یک گردشگری الکترونیک کامل و جامع به گردشگر کمک می‌کند بدون دغدغه، هماهنگی‌های لازم برای سفر به آن مکان را انجام دهد. در این زمینه ترزیچ و همکاران (2021) بیان کردند عامل روانی - اجتماعی و جمعیتی نقش مهمی در توضیح جنبه‌های انگیزه در انتخاب‌های مربوط به ورزش و گردشگری دارند. عامل علی دیگر در گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه پیش‌آیندهای روانی بود که باید در گردشگری الکترونیک به آن توجه نمود. در این راستا توجه به علایق گردشگران با توجه به سنین مختلف، ارضای حس کنجکاوی گردشگر و تلاش برای تخلیه هیجانی مناسب در سفر واقعی و مجازی، ضروری است. باید مکان‌های گردشگری به خوبی با پیشینه و همه‌موردی که حس کنجکاوی گردشگر را برمی‌انگیزد ارائه شود. عامل علی دیگر، جاذبه‌های گردشگری استان بود. موقعیت طبیعی استان کرمانشاه و وجود فضاهای بکر برای ورزش‌های زمستانی و کوهنوردی و طبیعت‌گردی سبب شده است که توجه برای گردشگری الکترونیک به این استان نیز معطوف شود. کوه‌های زیبا و غارهای طبیعی امکان غارنوردی را برای گردشگران فراهم می‌کند که باید همه این موارد در گردشگری الکترونیک به خوبی معرفی شوند همانگونه که دان (2017) بیان می‌کند از مزایای استفاده از گردشگری، آزادی دسترسی به آن، هزینه کم و نیاز نداشتن به ابزاری خاص و پیچیده است که می‌توان با فراهم آوردن این محیط در گردشگری الکترونیک استان کرمانشاه توجه گردشگران از سراسر جهان را به سوی این شهر معطوف نمود.

طبق نتایج تحقیق عوامل زمینه‌ای گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل تاکید دوستان و خانواده، تجربیات دیگران و قابلیت‌های وب سایت بود که با نتایج سبحانی و همکاران (1400)، یاوری گهر و همکاران (1399)، شریعتی، آقاجانی و حسینی (1399) و ماسری و همکاران (2020) همخوانی دارد. در گردشگری ورزشی افراد تحت تاثیر تشویق و توصیه دیگران خصوصا دوستان نزدیک و یا خانواده قرار

¹ Terzić et al

² Dan

می‌گیرند. تعریف‌ها و تمجیدهای این افراد از مکان‌های گردشگری ورزشی فرد را ترغیب به بازدید از آن مکان می‌کند. شاید اولین کاری که او انجام دهد جستجو کردن در مورد این مکان در اینترنت است. اینجاست که داشتن یک پایگاه گردشگری الکترونیکی ورزشی می‌تواند مخاطب را به خود جذب کند. همانگونه که سبحانی و همکاران (1400) بیان کردند داشتن زیر ساخت‌ها در مدیریت امنیت گردشگری ورزشی ایران حائز اهمیت است. در واقع وجود این زیرساخت افراد را به استفاده از گردشگری مجازی تشویق می‌کند تا در نهایت این استفاده منجر به استفاده حقیقی و بازدید واقعی گردد. یکی دیگر از عوامل زمینه‌ای مطالعه تجربیات دیگران در گردشگری الکترونیکی ورزشی است. در این باره نظرات دیگر گردشگران در مورد مکان مورد نظر، در مورد کیفیت خدمات، هزینه‌های سفر و هر مورد دیگری به فرد کمک می‌کند تصمیم بهتری بگیرد و از سفر خود اطمینان بیشتری حاصل کند در این باره شریعتی، آفاجانی و حسینی (1399) بیان کردند فعالیت‌های کلیدی، منابع کلیدی، ارزش پیشنهادی، ارتباط با مشتری، کانال‌های ارتباطی، ساختار هزینه، جریان درآمدی، فرهنگ کسب و کار الکترونیکی، زنجیره تامین بر کسب و کارهای الکترونیکی در صنعت گردشگری به اثبات رسیده است. سومین عامل زمینه‌ای در گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه قابلیت‌های وب سایت است. وبسایت‌ها به دلیل ارزش اطلاع رسانی فوق العاده‌ای که در سرزمین دیجیتال اینترنت با کاربران با سواد دارند، فرصت خوبی برای معرفی چندزبانه و چند رسانه‌ای قابلیت‌های گردشگری است. برای داشتن گردشگری ورزشی الکترونیکی کیفیت وب سایت حرف اول را می‌زند و برای جهانی بودن این وب سایت باید طراحی آن به گونه‌ای باشد تا بتواند محتوای مناسبی ارائه داده و نظرات مختلف را جلب کند. اینکه بتوان در این وب سایت از نرم افزارهای جهانی استفاده نمود، منوی قابل فهم و راحتی برای دسترسی به مکان‌ها طراحی نمود و قابلیت جستجو، خواندن مطالب را به زبان‌های مختلف دنیا و در دسترس بودن لینک پیوند به رسانه‌های اجتماعی را ارائه نمود از جمله لازمت‌ها وب سایت است. در این باره یآوری گهر و همکاران (1399) بیان می‌کند که حضور در شبکه‌های اجتماعی بر عناصر مربوط به مشتریان بیشتر از عناصر مربوط به تامین کنندگان اثر می‌گذارد. به سخن دیگر، عناصر مربوط به ارتباط با مشتریان، ساختار هزینه، ارزش پیشنهادی، و کانال‌های توزیع بیشتر از عناصر مربوط به جریان‌های درآمدی، منابع کلیدی، فعالیت‌های کلیدی و مشارکت‌های کلیدی تاثیر می‌پذیرند اما وبگاه‌های گردشگری ایران هنوز به مرحله تعامل با کاربر وارد نشده اند و در نقش اطلاع رسانی نیز کمتر به نیازهای کاربران آگاه امروزه ایران پاسخ می‌دهند. در عین حال وجود نمونه‌های موفق از وبگاه‌های اطلاعاتی تجاری حاکی از آن است که با استفاده از فرصت برقراری ارتباط بی واسطه با کاربر و ایجاد روابط انسانی با مخاطبان می‌توان در شرایط ایران کسب و کارهای موفق کوچکی را در فضای اینترنت راه اندازی کرد. لذا برای زمینه‌سازی جهت داشتن گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه باید ضمن طراحی یک وب سایت قوی با مشخصاتی که ذکر شد افراد را تشویق به شرکت در نظر سنجی و به اشتراک گذاشتن تجربیاتشان از سفر در وب سایت کنیم تا بدین صورت بتوانیم گام‌های اولیه در راه اندازی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه را برداریم.

طبق نتایج تحقیق عوامل مداخله گر گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل ضعف‌های امنیتی، ضعف‌های مدیریتی و دولتی و ویژگی‌های فردی که با نتایج سبحانی و همکاران (1400)، اقبالی (1397) و طهمورث و صنایعی (1396) همخوانی دارد. عوامل مداخله‌گر زیادی بر سر راه گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه وجود دارد که یکی از آن‌ها ضعف‌های امنیتی است. در گردشگری ورزشی الکترونیکی امنیت در خریدهای اینترنتی باید تضمین گردد. در واقع خریدهایی مانند خرید بلیط، یا پرداخت هزینه هتل و... در گردشگری ورزشی الکترونیکی رایج است. فناوری اطلاعات و ارتباطات از طریق شبکه‌هایی که ایجاد می‌کند می‌تواند رابطه بین مصرف کنندگان و تولیدکنندگان محصول گردشگری باشد که برای آینده گردشگری مجازی حیاتی هستند و توسعه فناوری به سازمان‌ها این اجازه را داده است که پایه و اساس دانش خود را توسعه داده و مدیریت خود را در ادامه بازاریابی بهبود بخشند. با استفاده از اینترنت به عنوان ابزاری برای بازاریابی، سازمان‌های جهانگردی موفق می‌شوند که مزایای مربوط به

تخفیف هزینه، افزایش درآمد و تحقیقات در بازاریابی و توسعه دانش و ... کسب و کار خود را رونق بخشیده و از این طریق مشتریان خود را حفظ کنند اما در این رابطه باید امنیت خرید کاربران تامین گردد. به عنوان مثال در مرحله پرداخت درگاه‌های پرداخت باید ایمن و مطمئن باشد، باید هشدارهای لازم را در این باره به کاربران بدهیم و آنان را آگاه کنیم. در این باره اقبالی (1397) بیان می‌دارد نبود حمایت دولت مردان ارشد سازمان‌های متولی در حوزه گردشگری و همچنین نبود فرهنگ مناسب در استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری الکترونیکی در ورزش از جمله موانع توسعه گردشگری الکترونیکی در ورزش است همانگونه که طهمورث و صنایعی (1396) بیان کرده است می‌بایست عوامل فرهنگی- اجتماعی، فنی و زیر ساختی مناسبی برای توسعه گردشگری الکترونیکی در صنعت گردشگری ایران فراهم نمود. برای این منظور می‌بایست به ضعف‌های امنیتی که بیان شد توجه نمود و موارد را برطرف کرد. یکی دیگر از عوامل مداخله‌گر ضعف‌های مدیریتی و دولتی بود. وجود نداشتن شبکه یکپارچه گردشگری در کشور جهت گردشگری الکترونیکی ورزشی سبب شده است در عرصه بین المللی نیز نتوانیم ورود کنیم. برای این منظور باید همت و همکاری سازمان‌های مرتبط را جلب کرد که متأسفانه با کم توجهی آنان رو به رو هستیم. همچنین مدیران گردشگری ما در استان کرمانشاه از روش سنتی پیروی می‌کنند و تجربه کافی در زمینه گردشگری الکترونیکی ندارند. از طرفی اوضاع سیاسی کشور و استان به نحوی است که گردشگران زیادی ترس از سفر به استان کرمانشاه دارند. این در حالی است که ما زیرساخت قانونی خاصی برای میزبانی از این گردشگران و تضمین امنیت آنان نداریم. همچنین اکثر نقاط بکر و زیبای کرمانشاه به لحاظ گردشگری ورزشی دارای اینترنت ضعیف است که این خود ضعف بزرگی محسوب می‌شود. در رابطه با استان کرمانشاه عدم میزبانی رویدادها و مسابقات ورزشی بزرگ در استان سبب شده مکان‌هایی که می‌تواند مورد توجه گردشگری ورزشی قرار گیرد از نظرها پنهان شود و آنگونه که باید معرفی نگردد. به همین دلیل از سمت مراکز بالادستی و دولت باید در زمینه توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی گام‌های اولیه برداشته شود تا با فراهم کردن زیرساخت‌های مدیریتی و دولتی بتوانیم گردشگری ورزشی الکترونیکی را در کرمانشاه رونق دهیم. از دیگر عوامل مداخله‌گر ویژگی‌های فردی است در این زمینه باید بیان داشت عدم آشنایی برخی گردشگران با گردشگری الکترونیکی سبب شده است تلاشی در این زمینه از سوی آنان صورت نگیرد. همچنین ضعف در فرهنگ گردشگری ورزشی الکترونیکی در کشور سبب شده است در استان‌های مستعدی مانند کرمانشاه شاهد رونق این نوع از گردشگری نباشیم زیرا اساساً در کشور در این زمینه هنوز فرهنگ‌سازی درستی صورت نگرفته است. از طرفی اکثراً افراد به انواع گردشگری غیر از گردشگری ورزشی تمایل دارند و تعداد گردشگران ورزشی کمتر است لذا مسئولان باید با معرفی هرچه بیشتر قابلیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری ورزشی بر تعداد این افراد بیفزاید.

طبق نتایج تحقیق راهبردهای گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل راهبردهای تبلیغاتی، توسعه زیرساخت‌ها، ارائه تخفیف، راهبردهای مدیریتی و توسعه گردشگری الکترونیکی ورزشی بود که با نتایج سبحانی و همکاران (1400)، والکی و همکاران (1399)، شریعتی، آقاجانی و حسینی (1399)، قنبری و همکاران (1399)، ژو و همکاران¹ (2020) و آرتمنکو و همکاران² (2020) همخوانی دارد. توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه قطعاً نیازمند راهبردهایی است که اجرایی شدن آن نیازمند همت مسئولان در بخش‌های مختلف و مرتبط با گردشگری است. یکی از راهبردها تبلیغات است. بدون تبلیغات بکرترین و زیباترین قطب‌های گردشگری ورزشی بدون گردشگر می‌ماند. در این مورد آرتمنکو و همکاران (2020) بیان کردند توسعه ابزارهای کارآمد برای نظرات و بازخورد کاربران گردشگری الکترونیکی در رسانه‌های اجتماعی، ترکیب فناوری‌های داده بزرگ و تلفن‌های هوشمند می‌تواند توصیه‌های گردشگری الکترونیکی را افزایش دهد. به همین دلیل یکی از راهبردها در این زمینه تبلیغات در بستر فضای مجازی و فضای حقیقی است. با آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی می‌توان نظر گردشگران را به مکان‌های

¹ Xu et al

² Artemenko et al

گردشگری ورزشی الکترونیکی کرمانشاه جلب نمود. در این زمینه ژو و همکاران (2020) بیان می‌دارد برای ایجاد ارتباط بین بخش گردشگری و ورزش لازم است در درجه اول برنامه ریزی منظم و عمیق در منابع گردشگری ورزشی داشته باشیم و بعد مدل‌های توسعه‌ای را به صورت خلاقانه و نوآوری در آورده تا به سرعت در این زمینه پیشرفت کنیم. همچنین بر اساس برنامه ریزی کلی توسعه باید متناسب با شرایط محلی، از جمله پارک‌های گردشگری ورزشی، شهرهای جهانگردی ورزشی، رویدادهای معروف ورزشی داخلی و خارجی و قومی و آژانس‌ها باشد. در این راستا می‌توان با ایجاد شبکه‌های اجتماعی مختص گردشگری ورزشی الکترونیک کرمانشاه پیشرو بود. همچنین استفاده از توصیه ورزشکاران شاخص به منظور معرفی جاذبه‌های گردشگری ورزشی کرمانشاه نیز یکی دیگر از راهبردهای تبلیغاتی از طریق صحنه‌گذاری است با این کار فرهنگ‌سازی گردشگری ورزشی الکترونیکی در جامعه با سرعت بیشتری انجام خواهد شد.

از دیگر راهبردها توسعه زیرساخت‌ها است. فراهم ساختن زیرساخت‌های گردشگری ورزشی الکترونیک از جمله واجبات و سنگ بنای اولیه است. همانگونه که قنبری و همکاران (1399) بیان کردند آمادگی زیرساختی، آمادگی سازمانی و آمادگی خدماتی و سیستمی از عوامل توسعه گردشگری الکترونیکی در استان آذربایجان شرقی است. زیرساخت‌های فنی و اینترنتی لازم و نیز تخصص در زمینه معرفی و بارگذار محتوی در سایت از جمله موارد ضروری است که باید در کرمانشاه در گام اول به آن توجه نمود. در گام بعدی باید به فرهنگ سازی جهت گردشگری ورزشی الکترونیک پرداخت تا بتوان افراد گردشگر ورزشی را به سوی کرمانشاه فراخواند که این امر بدون داشتن اینترنت پرسرعت در کل کشور غیرممکن می‌شود. پهنای باند و سرعت اینترنت مانند سوختی است که موتور گردشگری ورزشی الکترونیکی را به حرکت در می‌آورد. در این زمینه سبحانی و همکاران (1400) نیز بیان کرده‌اند فراهم ساختن زیرساخت‌ها، بهبود شرایط میزبانی رویدادها باعث افزایش امنیت روانی گردشگران ورزشی و مدیریت امنیت گردشگری ورزشی ایران می‌شوند. همچنین والکی و همکاران (1399) بیان کردند ساختار فناوری اطلاعات، مدیریت و برنامه ریزی، قوانین و سیاست‌گذاری، امکانات و توان مالی از الزامات گردشگری ورزشی الکترونیک در ایران است.

از جمله دیگر راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه ارائه تخفیف است. مانند اعطای تخفیف به گردشگران در هنگام خرید اینترنتی و حضوری، برگزاری جشنواره‌های تخفیف و استفاده از ابزارهای تشویقی مانند کارت ملی سفر. همانگونه که شریعتی و همکاران (1399) بیان کردند ارزش پیشنهادی، ارتباط با مشتری، کانال‌های ارتباطی، ساختار هزینه و جریان درآمدی بر مدل کسب و کارهای الکترونیکی در صنعت گردشگری موثر است. ما باید بتوانیم در وهله اول با دادن تخفیفات ویژه نظر گردشگران را به استان کرمانشاه و جاذبه‌های گردشگری ورزشی آن جلب کنیم. ما باید بتوانیم برای گردشگران خلق ارزش کنیم و ارزش دریافتی آنان را از خدمت افزایش دهیم تا آنان به استفاده از این خدمات تمایل بیشتری نشان دهند. توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه نیازمند توجه هم‌جانبه زیرسختی، مدیریتی و بازاریابی است و اکنون در ابتدای راه خود می‌بایست هر سه عامل را به نحو احسن با هم پیش ببرد. از جمله دیگر راهبردها راهبردهای مدیریتی بود. در این زمینه باید بیان داشت تدوین برنامه جامع استراتژیک گردشگری الکترونیک ورزشی اولین سنگ بنای مدیریتی خواهد بود که کمک خواهد کرد تا بقیه امور در این زمینه به درستی پیش رود. همچنین برگزاری رویداد و مسابقات ورزشی بین‌المللی در استان کرمانشاه به شناخته شدن هرچه بیشتر این استان خصوصاً در میان گردشگران ورزشی کمک خواهد نمود. از آنجا که سیستم غالب گردشگری در ایران هنوز از طریق سنتی اداره می‌شود، باید با برگزاری دوره‌های آموزش گردشگری الکترونیک برای شرکت‌های گردشگری آنان را با این مقوله آشنا نمود تا بتوان در کنار آن نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری ورزشی الکترونیکی تربیت نمود. طبق نتایج تحقیق پیامدهای گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل افزایش ارتباطات گردشگران، توسعه اقتصادی، کاهش هزینه‌ها و راحت تر شدن سفر بود که با نتایج کروی و همکاران (1397)

همخوانی دارد. گردشگری در دهه‌های گذشته نقش زیادی در افزایش درآمد و رشد اقتصادی کشور های پیشناز در این حوزه داشته است. با افزایش جاذبه‌های گوناگون، بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل و افزایش اهمیت گذران اوقات فراغت رشد گردشگری در حال گسترش است. از جمله پیامدهای مطلوب گردشگری، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، کاهش فقر، بهبود توزیع درآمد و پویایی جوامع محلی است (گل زاده و سعیدی، 1399). گردشگری ورزشی تجربه سفر برای مشارکت یا مشاهده فعالیت‌های مرتبط با ورزش به‌عنوان یک بازار مهم گردشگری جهان شناخته شده است. سفرهای ورزش محور، در طی دو دهه گذشته به طرز چشمگیری رشد کرده است. گردشگری ورزشی الکترونیکی قطعا پیامدهای مفیدی برای گردشگر و میزبانان خواهد داشت. در این باره می‌توان گفت افزایش ارتباطات گردشگران با هم از این طریق بیشتر می‌شود. آن‌ها می‌توانند با خواندن نظرات یکدیگر از نقطه قوت‌ها و تجربیات یکدیگر نهایت استفاده را ببرند. همچنین توسعه اقتصادی برای شهر میزبان از طریق ایجاد اشتغال، فروش سوغات برای فروشندگان محلی، کسب وجهه و اعتبار را نیز به دنبال دارد. همانگونه که کروب و همکاران (1397) بیان کرده است گردشگری موجب افزایش توسعه اقتصادی در هریک از ابعاد آن‌ها که عبارتند از افزایش درآمد، افزایش اشتغال و کاهش بیکاری افراد در شهر تبریز می‌شود در واقع گردشگری موجب توسعه اقتصادی در هریک از این ابعاد می‌شود. هر گردشگر با خود سرمایه‌ای را وارد شهر میزبان می‌کند که به رونق اقتصادی آن شهر کمک کننده است. از طرفی این نوع از گردشگری سبب صرفه جویی در هزینه برای گردشگر ورزشی نیز می‌شود زیرا او از ابتدا با همه نوع خدمات و هزینه‌های آن آشنایی پیدا کرده است و با بودجه خود انتخاب می‌کند ضمن اینکه تجربیات دیگر از این سفر مشابه به او کمک زیادی خواهد نمود و این سبب راحتی سفر نیز می‌شود زیرا از ابتدا از مقصد گردشگری ورزشی، شهر این مقصد، فرهنگ، وسایل رفاهی و مواردی از این دست اطلاعاتی در دسترس است.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود در راستای فراهم آوردن محیطی مجازی به منظور معرفی جاذبه‌های تاریخی و طبیعی خود و نیز جذب گردشگر با توجه به استانداردهای روز دنیا در این زمینه عمل شود و طبق آن با معرفی جذاب، امکان دسترسی راحت در سایت و نیز امکان دسترسی راحت به رزرو بلیط و هتل و سفر برای دیدن جاذبه مورد نظر توجه گردشگران را به خود بیشتر جلب شود. همچنین باید در نظر داشت برای تمامی لحظاتی که گردشگر قصد دیدن مجازی و تصمیم برای سفر را دارد باید برنامه‌ریزی کرد و هیجانانگیز باز دید مجازی را با عکس‌های جذاب و معرفی کامل مکان و هر آنچه که هیجان گردشگر را تحریک می‌کند را القاء نمود. همچنین جهت جذب گردشگران ورزشی به استان کرمانشاه در گام اول طراحی یک وب سایت رسمی با داشتن تمام ویژگی‌هایی از جمله چند زبانه بودن، معرفی ساده و کامل مکان‌های گردشگری استان، مزیت‌ها، راه‌های دسترسی، امکان مطالعه تجربیات دیگران و مواردی از این دست که توجه گردشگر را به این استان جلب کند، ضروری و زمینه ساز گام‌های بعدی است. به این ترتیب استفاده از طراحان ماهر وب سایت و استفاده از اطلاعات افراد بومی می‌توان محتوای خوبی را ارائه نمود. به منظور توسعه بیشتر گردشگری ورزشی الکترونیکی دولت باید امنیت گردشگران را برای ورود به ایران به صورت کامل تضمین نماید لذا پیشنهاد می‌شود در زمینه ایجاد امنیت چه به صورت مجازی و چه واقعی دولت قوانین مشخصی وضع نماید. در ادامه مسئولان ذیربط به منظور فراهم ساختن زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه همت کنند و در این راه می‌توانند از شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ‌ها کمک بگیرند. همچنین پیشنهاد می‌شود ضمن ساخت تیزهای تبلیغاتی کارشناسی شده و صحت‌گذاری پیشکسوتان ورزشی، به معرفی جاذبه‌های گردشگری ورزشی استان کرمانشاه پرداخته شود. در نهایت استان کرمانشاه با گرفتن میزبانی رقابت‌ها و رویدادهای ورزشی بیشتر زمینه ساز شناخت بیشتر این استان و توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی شود و در پی آن باعث ایجاد اشتغال، درآمد زایی و نیز راحتی سفر برای گردشگران ورزشی شود. به سایر پژوهشگران هم پیشنهاد می‌شود به تبیین الگوی گردشگری الکترونیکی ورزشی در دیگر استان های ایران بپردازند. همچنین جهت آگاهی از اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی کشور می‌توانند روش پژوهشی خود را مبتنی بر روش‌شناسی ترکیبی (کیفی- کمی) قرار دهند و در نهایت پیشنهاد می‌شود در پژوهش های آتی به بررسی نقش گردشگری ورزشی الکترونیکی در توسعه کسب و کارهای ورزشی محلی پرداخته شود.

محدودیت های پژوهش

تعجیل در پاسخگویی به سوالات توسط افراد نمونه خارج از کنترل محقق بوده است. در این پژوهش افراد نمونه از نظر شرایط فرهنگی و آگاهی نسبت به مسئله تحقیق در یک سطح قرار نداشتند. ممکن است پاسخدهی به سوالات با نوعی محافظه کاری همراه بوده باشد، علی رغم اینکه نام و نام خانوادگی افراد نمونه در تحقیق ذکر نشده است.

References

- [Artemenko, O., Pasichnyk, V., Kunanets, N., & Shunevych, K. \(2020\). Using sentiment text analysis of user reviews in social media for e-tourism mobile recommender systems. In *COLINS* \(pp. 259-271\).](#)
- [Beladi, H., Chao, C. C., Hazari, B. R., & Laffargue, J. P. \(2009\). Tourism and the environment. *Resource and energy economics*, 31\(1\), 39-49.](#)
- [Dan, P. \(2017, May\). E-tourism. In 12th International Conference on European Integration-Realities and Perspectives, Danubius University.](#)
- [Dehdashti Shahrokh, D. Z., & Shakiba Jamal Abad, G. \(2013\). Structural Equation Modeling for Identification of the Effective Strategic Components of E-tourism Institutionalization. *Tourism Management Studies*, 8\(22\), 170-197. \(in persian\)](#)
- [Eghbali, K. \(2018\). Model of Barriers to the development of electronic tourism in sport with Interpretive Structural Model. *Sport Management and Development*, 7\(3\), 170-184. doi: 10.22124/jsmd.1970.3450 \(in persian\)](#)
- [Ghanbari, A., Aghayari Hir, M., & zaidi, L. \(2020\). The Impact of E- Readiness on E-Tourism \(Case Study: The Administration of the Cultural Heritage Department of Tourism and Handicrafts of East Azerbaijan Province\). *Journal of Tourism and Development*, 9\(3\), 17-30. doi: 10.22034/jtd.2019.133158.1421. \(in persian\)](#)
- [Golzadeh, M., & Saidi, H. \(2019\). Analyzing the effects of tourism on the improvement of the livelihood of rural settlements with an emphasis on sports tourism \(case example: the settlements of the Ni-Barda Reshe axis in Marivan city\), *New Attitudes in Human Geography*, 3\(47\), 557-574. \(in persian\)](#)
- [Heebkhoksung, K., Rattanawong, W., & Vongmanee, V. \(2023, May\). Development of Smart Sport Tourism Model Based on Smart City Integrated with Sport Tourism Principles. In *2023 8th International Conference on Business and Industrial Research \(ICBIR\)* \(pp. 627-631\). IEEE.](#)
- [Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. \(1985\). *Naturalistic inquiry*. sage.](#)
- [Hasibi, S., & Shojaei, V. \(2020\). Comprehensive Analysis of Sports Tourism Marketing Mix in Guilan Province with 7P's Approach. *Sport Management and Development*, 9\(2\), 52-68. doi: 10.22124/jsmd.2020.4369 \(in persian\)](#)
- [Heydari A, Heydari T. \(2017\). Challenges of Sports Tourists in Iran Pathology, 11th National Congress of Pioneers of Progress, Tehran, Center for the Iranian Islamic Model of Progress. 17-27. \(In Persian\).](#)
- [Hijazi, S., & Javadi, M. \(2019\). Evaluation of the ecological power of tourism development using the integrated model \(AHP-TOPSIS\) \(case example of Sarein city\). *Scientific and Research Quarterly of New Attitudes in Human Geography*, 12\(3\), 17-40. \(in persian\)](#)
- [Hosseini Nesab, S., Tayibi Thani, S., & Mursal, B. \(2019\). The role of sports tourism in the sustainable development of Mashhad. *Scientific and Research Quarterly of New Approaches in Human Geography*, 12\(3\), 463-489. \(in persian\)](#)

- [Gibson, H. J. \(1998\). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport management review*, 1\(1\), 45-76.](#)
- [karoubi, M., Bahari, J., Bahari, S., Bahari, H., & Mohammadi, S. \(2018\). Analysis of the Role of Tourism in Economic Development of Tabriz City. *Geography and Human Relationships*, 1\(2\), 335-352. \(in persian\)](#)
- [Masri, N. W., You, J. J., Ruangkanjanases, A., Chen, S. C., & Pan, C. I. \(2020\). Assessing the effects of information system quality and relationship quality on continuance intention in e-tourism. *International journal of environmental research and public health*, 17\(1\), 174.](#)
- [Mesci, M., Pekerşen, Y., & Mesci, Z. \(2021\). An overall assessment of sports tourism articles. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4\(5\), 676-707.](#)
- [Noorallahi, L., Farahani, A., Safania, A., & nikbakhsh, R. \(2022\). Identification an Model of e-Business in Iranian Sport Tourism. *Strategic Studies on Youth and Sports*, \(\), -. doi: 10.22034/ssys.2022.1852.2313 \(in persian\)](#)
- [Rohani, S., & Zare, A. \(2013\). Identification and Classification of Affecting Factors on E-Tourism in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 2\(5\), 183-206. \(in persian\)](#)
- [Salahi Kojour, A., Razavi, S. M. H., Amirnejad, S., Mohammadi, N., & Taghipouryan, M. J. \(2022\). Qualitative Modeling of Smart Tourism in the Sports Industry. *Sport Management Journal*, 14\(3\), 132-117. doi: 10.22059/jsm.2021.304168.2502. \(in persian\)](#)
- [Sandelin, J., & Fiechtner, J. \(2020\). Selection process of sport tourism development strategy in Banja Vrućica SPA resort: A quantitative analysis. *vol, 1*, 11-18.](#)
- [Shariati, Z., Aghajani, H., & Hosseini, A. \(2020\). Factors affecting the e-business model in tourism industry. *Journal of Tourism Planning and Development*, 9\(34\), 27-41. doi: 10.22080/jtpd.2020.17941.3203. \(in persian\)](#)
- [Sobhani, A., andam, R., Bahrololoum, H., & Faraji, R. \(2021\). Compilation a Pattern of Iran Sport Tourism Security Management with Grounded Theory approach. *Sport Management and Development*, 10\(1\), 2-13. doi: 10.22124/jsmd.2019.12495.1955 \(in persian\)](#)
- [TaghaviFard, M., & Asadian Ardakani, F. \(2016\). Providing a Model for Electronic Tourism Development with an Interpretive Structural Modeling \(ISM\) Approach. *Tourism Management Studies*, 11\(33\), 19-39. doi: 10.22054/tms.2016.4162. \(in persian\)](#)
- [Tahmourth, A., & Sanyaei, A. \(2017\). Explaining the obstacles to the development of e-tourism in Iran's tourism industry \(case study: Isfahan city\), the fourth international conference on management, entrepreneurship, and economic development, Takestan. \(in persian\)](#)
- [Terzić, A., Demirović, D., Petrevska, B., & Limbert, W. \(2021\). Active sport tourism in Europe: Applying market segmentation model based on human values. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45\(7\), 1214-1236.](#)
- [Valaki, S., Amirhosseini, S. E., & Pirzad, A. \(2020\). Identification of the factors of sporting electronic sports in Iran. *Regional Planning*, 10\(39\), 49-60. \(in persian\)](#)
- [valaki, S., Amirhossein, S. E., & Pirzad, A. \(2021\). Providing an Electronic Sport Tourism Model in Iran with the ISM Approach. *Geographical Journal of Tourism Space*, 10\(37\), 97-114. \(in persian\)](#)

[Xu, X., Yang, C., & Ren, J. \(2020\). Research on the Relationship between Novelty-Centered Business Model Innovation and Competitive Advantages of Sports Tourism—Based on the Empirical Analysis of Guizhou Province, China. *Journal of Service Science and Management*, 13\(02\), 317.](#)

[yavarigohar, F., mahmoodzadeh, M., & ilqami, P. \(2020\). The Study of Pre and Post- Barriers on ICT Adoption in Karaj Tour Operators. *Journal of Tourism and Development*, 9\(1\), 90-102. doi: 10.22034/jtd.2019.183331.1713. \(in persian\)](#)

[Zakizadeh H, Nobakht Ramezani Z. \(2017\). A Study of Sports Tourism Development Strategies in Qazvin Province, The First National Conference on Sports Science and Health Achievements, Abadan University of Medical Sciences, Ahvaz, Abadan University of Medical Sciences. 1-11. \(In Persian\)](#)

IB Press