

# آینده پژوهی گردشگری ورزشی در ایران

سمانه حقیقت، علی صابری<sup>1</sup>، قدرت الله باقری، غلامرضا خاکساری

- 1- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان،  
ایران 2- استاد یار مدیریت ورزشی، دانشکده فارابی دانشگاه تهران، تهران، ایران  
3- دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده فارابی، دانشگاه تهران، ایران 4-  
استاد یار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد همدان، همدان، ایران

## چکیده:

پژوهش حاضر با هدف آینده پژوهی گردشگری ورزشی در ایران انجام شد. روش پژوهش از نوع آمیخته کیفی- کمی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه نخبگان علمی و اجرایی در زمینه گردشگری ورزشی بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری قضاوتی و گلوله برفی انتخاب شدند و در نهایت با اجرای مصاحبه‌های باز با 12 نفر از اساتید و خبرگان گردشگری ورزشی به اشباع نظری رسیده شد. ابزار پژوهش در بخش کیفی مصاحبه‌های باز بود. در بخش کمی نیز ابزار پژوهش پرسشنامه خبره سنجی و پرسشنامه ماتریسی بود که روایی صوری و محتوایی آن توسط متخصصان امر مورد تأیید قرار گرفت. نتایج حاصل از پرسشنامه خبره‌سنجی نشان داد، 15 عامل کلیدی بر گردشگری ورزشی در ایران تأثیرگذار هستند. دو عامل گویه‌های بومی و روابط بین‌الملل بیشترین تأثیر را بر گردشگری ورزشی در ایران دارد. براساس این دو عامل کلیدی چهار سناریو توسعه تاب‌آور، ظلمت گردشگری ورزشی، توسعه شکننده و توسعه ایده‌آل برای آینده گردشگری ورزشی در ایران ارائه گردید. در نتیجه سناریو توسعه ایدئال که بهترین وضعیت را نشان می‌دهد، با رفع محدودیت‌های بین‌المللی و برنامه‌ریزی روی قابلیت‌های منطقه‌ای وضعیت مناسبی برای گردشگری ورزشی در کشور ایجاد می‌کند. سناریو ظلمت گردشگری ورزشی بدترین وضعیت را نشان می‌دهد که به علت وجود فشارهای خارجی و نبود عزم داخلی توسعه گردشگری اتفاق نمی‌افتد. از طریق شناخت بهترین سناریو می‌توان برنامه‌ریزی‌های لازم را به منظور توسعه گردشگری ورزشی در ایران انجام داد.

## واژگان کلیدی:

آینده پژوهی، سناریونگاری، گردشگری، گردشگری ورزشی.

<sup>1</sup> - [ali\\_saberi1364@ut.ac.ir](mailto:ali_saberi1364@ut.ac.ir)

09132229123

## 1. مقدمه

امروزه صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت، به مثابه پدیده پویای جهانی و اجتماعی است که پیچیدگی‌های خاص خود را دارد و شناخت دقیق و تحلیل علمی این پدیده می‌تواند چارچوب مطمئنی برای برنامه‌ریزی آن فراهم آورد. صنعت گردشگری به منزله بزرگترین تحرک اجتماعی با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی متعدد می‌باشد که در این راستا همواره نیازمند اثربخش کردن توسعه آن در حال و آینده هستیم. برای توسعه گردشگری، نیازمند برنامه‌ریزی می‌باشیم. برنامه‌ریزی به عوامل و شرایط گوناگونی وابسته است که به شرط به کارگیری نظام‌مند و ساختاری آن‌ها می‌توان به این مهم دست یافت. در این راستا تدوین چشم‌اندازهای آینده در فرایند توسعه گردشگری بسیار حائز اهمیت است (1). (حذف شد). بر اساس پیش-بینی‌های سازمان جهانی گردشگری، رشد ورود گردشگران بین‌المللی در سال 2019 حدود 3 تا 4 درصد خواهد بود و میزان کل گردشگران بین-المللی به حدود یک میلیارد و 500 میلیون نفر خواهد رسید (2). صنعت گردشگری عامل مؤثری در تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی تمدن‌ها، و برقراری و تحکیم انس و الفت بین ملت‌ها است (3). این صنعت به عنوان صنعتی پویا، بخش مهمی از فعالیتهای اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است. یکی از بخش‌های مهم و پراهمیت که قابلیت تبدیل به امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به عنوان گردشگری ورزشی نام برده می‌شود. ورزش نیز یکی از صنایع بزرگ و مهم در دنیاست و افراد بسیاری در سرتاسر جهان در آن اشتغال دارند؛ همچنین ورزش یکی از متداولترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است و «گردشگری ورزشی» صنعتی است که از ترکیب دو صنعت «گردشگری» و صنعت «ورزش» پدید آمده است. به عبارت دیگر ورزش یکی از فعالیتهای مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه

است (4). (حذف شد). گرچه کارآیی ورزش و گردشگری در کل جهان متفاوت است اما نرخ رو به رشد، در گردشگری ورزشی حدود 10 درصد می-باشد (5). (حذف شد) گردشگری ورزشی نقش مهمی در اقتصاد کشورها ایفا می‌کند و در توسعه اجتماعی و اقتصادی جامعه تأثیرگذار است و موجب ایجاد اشتغال، گردش مالی و کسب درآمد در جامعه می‌شود (6). ناتوانی بشر در پیش‌بینی و نیاز او به رویکردها، ابزارها و روش‌های تازه برای درک آینده موجبات پیدایش آینده-پژوهی را فراهم ساخت. آینده‌پژوهی مشتمل بر مجموعه تلاش‌هایی است که با استفاده از تجزیه و تحلیل منابع، الگوها و عوامل تغییر و یا ثبات، به تجسم آینده‌های بالقوه و برنامه-ریزی برای آنها می‌پردازد (7). لذا به نظر می‌رسد با توجه به نیازهایی که در امر گردشگری در ایران وجود دارد، ورود به حوزه تحقیقی آینده‌پژوهی در زمینه گردشگری ورزشی از ملزومات است.

ایران به دلیل برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی-فرهنگی چند هزار ساله، قابلیت ویژه‌ای در توسعه خدمات گردشگری دارد، اما متأسفانه اقتصاد تک‌محصولی متکی بر درآمدهای نفتی، مانع از توجه به این بخش از اقتصاد در کشور شده است. توسعه گردشگری در کشور، ضمن ایجاد اشتغال برای گروه‌های مختلف، رونق صنایع دستی، حمل و نقل و صنایع وابسته، افزایش درآمد و توسعه منطقه‌ای را نیز به دنبال دارد. از این رو این توسعه علاوه بر اینکه در سطح ملی ضرورت می‌یابد، در سطح محلی نیز از ضرورت ویژه‌ای برخوردار است (8). با توجه به اینکه ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری جزء ده کشور اول جهان محسوب می‌شود تاکنون نتوانسته سهم در خور جایگاهش بدست آورد. مواردی چون جنگ تحمیلی، حادثه 11 سپتامبر و حوادث خاورمیانه در این امر تأثیرگذار بوده است (9). دلیل اصلی توسعه گردشگری (به ویژه گردشگری ورزشی) در ایران، غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی

و تحولات اجتماعی در جامعه محلی است و می-تواند امیدهایی را برای کاهش فقر به خصوص در نواحی که به نحوی دچار رکود اقتصادی شده اند فراهم آورد (10). (حذف شد). (یک منبع حذف شد) امروزه تلاش مسئولین و برنامه-ریزان ورزشی به تخصصی کردن رشته‌ها و بومی-سازی آن‌ها می‌باشد؛ به نحوی که برخی کشورها با توجه به استعدادها و ظرفیت‌های موجود در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی با محوریت یک یا چند رشته ورزشی خاص نموده اند (11). با توجه به اهمیتی که کشورها در سال-های اخیر برای گردشگری ورزشی قائل هستند نیاز بیشتر به توسعه گردشگری ورزشی احساس می‌شود و لازم است تا آن را مورد بررسی بیشتر قرار دهیم. بر همین اساس، این پژوهش در نظر دارد به آینده‌پژوهی گردشگری ورزشی در ایران بپردازد تا با تحلیل تأثیر این عوامل بر گردشگری ورزشی، به مسئولان، فعالان و پژوهشگران در شناخت و تصمیم‌گیری بهتر در حوزه گردشگری ورزشی کمک کند. رویکرد این پژوهش در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها به صورت کیفی- کمی انجام خواهد شد. در راستای تحقیقات انجام شده در این زمینه مهمترین عوامل جذب گردشگران به رویدادهای ورزشی بین-المللی عبارتند از: عملیات بازاریابی و بهبود خدمات آژانس‌های گردشگری، همکاری مؤسسات ورزشی و گردشگری، دسترسی به منابع طبیعی، رایج بودن ورزش‌های پرطرفدار و غیره در مقابل موانع جذب عبارتند از: دسترسی نداشتن به بلیت، محدودیت برای گردشگران و غیره (12). (2 منبع حذف شد) (دو مقاله حذف شد). کریمی و همکاران (2015) در تحقیق خود رابطه معنی‌دار میان متغیر گردشگری ورزشی و متغیرهای توسعه اشتغال‌زایی، ایجاد درآمد و کاهش فقر و سرمایه‌گذاری بود (13). (یک منبع حذف شد) (حذف شد) (یک منبع حذف شد). رتن و فریرا (2017)، در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که موفقیت توریسم ورزشی (با توجه به الگوهای تجاری)، در گرو آن است که سرمایه‌های آن ترکیبی از اموال بخش عمومی و بخش خصوصی

باشد (14). ریکاردو و همکاران (2017)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که ظرفیت‌های توریسم ورزشی در کشورهای مختلف متفاوت است. به طور مثال ظرفیت‌های توریسم ورزشی در برزیل بسیار بیشتر از هنگ کنگ است. از آن جمله می‌توان به محبوبیت ورزشی در برزیل در مقایسه با هنگ کنگ اشاره کرد (15). (یک منبع حذف شد). نعیمی مجد (1397) به این نتیجه رسیدند که اقتصاد مقاومتی بر آینده‌پژوهی گردشگری و گردشگری پایدار، تأثیر مثبت و پایدار داشته است. (یک منبع حذف شد) پریک و همکاران (2019)، در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که، مبنای تحلیل سیستمی آن است که یک امر، همچون آینده‌پژوهی توریسم ورزشی را در ارتباط با دیگر عوامل، و به خصوص عوامل محیطی، تحلیل نماییم. عوامل از یک طرف عامدانه یا غیرعامدانه، و از طرف دیگر داخلی یا خارجی است (16). مک دونالد (2017)، در تحقیق خود «جهت‌گیری‌های آینده پژوهش نسبت به تقاضای ورزش» را بررسی کرد. او معتقد است حجم پژوهش در حوزه رفتار ورزشی، دانش، روش-شناسی‌های اقتصادی و تخصص‌های عمومی، جملگی در این قرن پیشرفت‌های مهمی داشته‌اند. در عین حال تقاضای ورزش در آینده با اقتصاد ورزشی، بازار، وکالت و راهبردها مرتبط است (17).

ورزش از ملزومات زندگی معاصر بوده و به عنوان بزرگترین پدیده اجتماعی جهان شناخته شده و به تبع آن گردشگری ورزشی به عنوان یکی از انواع گردشگری مورد علاقه و استفاده مردم است. آینده‌پژوهی گردشگری ورزشی به مطالعه آینده می‌پردازد و به ما در گرفتن تصمیمات مناسب، برنامه‌های بلند مدت و در اثرگذاری گردشگری ورزشی بر توسعه ورزش به ما یاری می‌رساند. در واقع، هدف پیدا کردن نقاط قوت و ضعف ایران در زمینه های اجتماعی، اقتصادی، تکنولوژی و سیاسی، و استعانت از ایده‌های برخواسته از آینده‌پژوهی به روش سناریونویسی در راستای کمک به گسترش و توسعه گردشگری ورزشی، است. چرا که یکی از راه‌های

توسعه اقتصادی ایران توجه به امر گردشگری ورزشی و برنامه‌ریزی و آینده‌پژوهی در این حوزه است.

## 2- روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر از روش آمیخته (کیفی - کمی) استفاده شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نوع پژوهش‌های میدانی است. جامعه آماری تحقیق شامل اساتید و اعضای هیئت علمی مدیریت ورزشی، متخصصان گردشگری ورزشی و فارغ‌التحصیلان دکتری مدیریت ورزشی بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری قضاوتی و گلوله برفی انتخاب شدند. تعداد متخصصان 12 نفر بود که دارای دکتری تخصصی مدیریت ارتباطات در گردشگری، دکتری تخصصی مدیریت ورزشی، دکتری تخصصی مدیریت بازاریابی گردشگری بودند. در بخش کمی 13 نفر به مصاحبه-شوندگان جهت شناسایی عوامل کلیدی اضافه شدند. در این پژوهش ابتدا در بخش کیفی با مرور مطالعات گذشته و مصاحبه با خبرگان آگاه، شاخص‌های توسعه گردشگری ورزشی شناسایی شد. روش نمونه‌گیری جامعه آماری بدین ترتیب بود که نخست طبق شناخت پژوهشگر و با در نظر گرفتن اهداف پژوهش، با خبرگان منتخبی که شایستگی پاسخ به پرسش‌های مطرح شده را داشتند، مصاحبه شد. سپس آن‌ها خبرگان دیگری را معرفی کردند تا نمونه‌گیری تا حد اشباع نظری ادامه یافت. با توجه به شیوه گردآوری اطلاعات، چنانچه هدف از مصاحبه، اکتشاف و توصیف نگرش‌های مصاحبه‌شونده باشد و نیز با در نظر گرفتن زمان و منابع در دسترس، 10 تا 15 نمونه برای مصاحبه کافی خواهد بود (18). که در این پژوهش با 12 نفر به اشباع نظری رسیده شد و شاخص‌های تاثیر گذار شناسایی شد. در بخش کمی از پرسشنامه برگرفته از مصاحبه استفاده شده است. بعد از مشخص شدن عوامل کلیدی از طریق مصاحبه، پرسشنامه‌ای جهت شناسایی مؤلفه‌های کلیدی و پیشران‌های تأثیرگذار بر گردشگری ورزشی در ایران، با مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت تهیه و تنظیم شد حذف شد. پرسشنامه، برای تعیین میزان اهمیت هر کدام از این عوامل

در میان خبرگان (همان نمونه آماری) توزیع گردید و با استفاده از آزمون دو جمله 15 شاخص مهمتر را برای تحلیل داده مورد استفاده قرار داده شد. پس از آن پرسشنامه ماتریسی تهیه و در بین خبرگان توزیع گردید و نتایج جمع‌آوری گردید. در این پژوهش با استفاده از نرم افزار میکمک (رویکرد تحلیل تاثیر متقابل) برای شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری ورزشی، تحلیل اطلاعات و تعیین عوامل کلیدی گردشگری ورزشی استفاده شد و سپس بر اساس آن‌ها تدوین سناریو با استفاده از نرم افزار سناریو ویزارد صورت پذیرفت.

### یافته ها

در گام اول با استفاده از مرور پیشینه تحقیق و مصاحبه، عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استخراج گردید. این عوامل در جدول شماره 1 آورده شده است. حذف شد

#### جدول 1. فهرست 31 عامل مؤثر بر گردشگری ورزشی

- |                   |                    |                     |
|-------------------|--------------------|---------------------|
| 1- عوامل اجتماعی  | 2- عوامل فرهنگی    | 3- عوامل اقتصادی    |
| 4- عوامل سیاسی    | 5- عوامل طبیعی و   | 6- میزان توسعه      |
|                   | ویژگی‌های مقصد     | یافتگی              |
| 7- برنامه‌ریزی و  | 8- عوامل           | 9- تبلیغات و اطلاع- |
| تدوین استراتژی    | زیرساختی           | رسانی               |
| 10- عوامل رفاهی   | 11- انگیزه و علاقه | 12- نوآوری          |
| 13- بازاریابی     | 14- حمل و نقل      | 15- اقامتگاه        |
| 16- خدمات         | 17- تکنولوژی و     | 18- امنیت و اعتماد  |
|                   | دانش سرآمد         |                     |
| 19- روابط بین-    | 20- بودجه          | 21- دین و مذهب      |
| الملل             |                    |                     |
| 22- سیاستگذاری‌ها | 23- محیط زیست      | 24- باورهای مردم    |
| 25- قوانین        | 26- فرهنگسازی      | 27- محدودیت‌های     |
|                   | (رفتار و نگرش      | اجتماعی             |
|                   | مردم)              |                     |
| 28- گویه‌های بومی | 29- تربیت نیروی    | 30- فناوری          |
|                   | انسانی             |                     |
| 31- میزان مشارکت  |                    | مردم                |

در گام دوم، پس از مشخص شدن 31 عامل کلیدی، این عوامل وارد پرسشنامه‌ی خبره‌سنجی گردید و از خبرگان

خواسته شد تا میزان اهمیت هر عامل را از یک تا 5 انتخاب نمایند. نتایج حذف شد حاصل از 25 پرسشنامه‌ی خبره‌سنجی با نرم‌افزار اسپس/اساس و از طریق آزمون دو جمله‌ای تحلیل گردید و 15 عامل کلیدی، بر اساس نظر خبرگان انتخاب گردید. در کنار 12 نفر مصاحبه‌شونده که قبلاً از آنها استفاده شده بود، از 13 نفر دیگر در بخش کمی برای شناسایی شاخص‌های کلیدی استفاده شد.

جدول 2. فهرست 15 عوامل موثر بر آینده گردشگری

| ورزشی با نرم‌افزار spss         |                       |                          |                  |
|---------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| 1- عوامل طبیعی و ویژگی‌های مقصد | 2- خدمات رفاهی        | 3- تکنولوژی و دانش سرآمد | 4- عوامل اجتماعی |
| 5- برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی | 6- بازاریابی          | 7- امنیت و اعتماد        | 8- عوامل اقتصادی |
| 9- زیرساختی                     | 10- حمل و نقل         | 11- روابط بین‌الملل      | 12- گویه بومی    |
| 13- تبلیغات و اطلاع‌رسانی       | 14- میزان مشارکت مردم | 15- بودجه                | -                |

درگام سوم پس از مشخص شدن فهرست عوامل موثر، برای شناسایی و رتبه‌بندی آن‌ها، متغیرها وارد ماتریس تحلیل تأثیر متقابل گردید و با تدوین پرسشنامه‌ی استاندارد تحلیل تأثیر متقابل در اختیار خبرگان قرار گرفت. سپس میانگین پاسخ‌های جمع‌آوری



شده وارد نرم افزار می‌گردد.

در گام چهارم (تحلیل خروجی‌های نرم افزار میک-مک)، پس از اینکه داده‌های پرسشنامه وارد نرم افزار شد، تأثیرات عوامل مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی در ایران به صورت مستقیم و غیر مستقیم محاسبه شد. این نرم افزار میزان سازگاری ماتریس در دو حالت تأثیرپذیری و تأثیرگذاری را نیز حساب می‌کند که هرچه درصدها بالاتر باشد نشان دهنده میزان سازگاری بیشترین عوامل و منطقی بودن رابطه بین عوامل می‌باشد.

جدول 3. ماتریس تأثیرات مستقیم عوامل مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی

| ردیف | شاخص                         | مجموع ردیفها | مجموع ستون ها |
|------|------------------------------|--------------|---------------|
| 1    | عوامل اجتماعی                | 1            | 8             |
| 2    | عوامل اقتصادی                | 3            | 8             |
| 3    | تکنولوژی و دانش سرآمد        | 11           | 1             |
| 4    | امنیت و اعتماد               | 11           | 12            |
| 5    | بودجه                        | 8            | 8             |
| 6    | گویه بومی                    | 13           | 6             |
| 7    | روابط بین الملل              | 12           | 7             |
| 8    | خدمات رفاهی                  | 1            | 5             |
| 9    | بازاریابی                    | 14           | 6             |
| 10   | حمل و نقل                    | 7            | 11            |
| 11   | میزان مشارکت مردم            | 5            | 5             |
| 12   | عوامل طبیعی و ویژگی های مقصد | 9            | 9             |
| 13   | برنامه ریزی و تدوین استراتژی | 7            | 9             |
| 14   | زیرساختی                     | 7            | 6             |
| 15   | تبلیغات و اطلاع رسانی        | 6            | 14            |
|      | مجموع                        | 115          | 115           |

جدول 4. ماتریس تأثیرات غیر مستقیم عوامل مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی

| ردیف | شاخص                         | مجموع ردیفها | مجموع ستونها |
|------|------------------------------|--------------|--------------|
| 1    | عوامل اجتماعی                | 23           | 406          |
| 2    | عوامل اقتصادی                | 173          | 468          |
| 3    | تکنولوژی و دانش سرآمد        | 773          | 63           |
| 4    | امنیت و اعتماد               | 627          | 705          |
| 5    | بودجه                        | 445          | 429          |
| 6    | گویه بومی                    | 670          | 180          |
| 7    | روابط بین-المللی             | 699          | 470          |
| 8    | خدمات رفاهی                  | 23           | 228          |
| 9    | بازاریابی                    | 765          | 219          |
| 10   | حمل و نقل                    | 439          | 595          |
| 11   | میزان مشارکت مردم            | 294          | 325          |
| 12   | عوامل طبیعی و ویژگی های مقصد | 480          | 625          |
| 13   | برنامه ریزی و تدوین استراتژی | 387          | 618          |
| 14   | زیرساختی                     | 254          | 350          |
| 15   | تبلیغات و اطلاع رسانی        | 339          | 710          |
|      | مجموع                        | 115          | 115          |

نرم افزار، عوامل را در دو حالت تأثیرگذار و تأثیرپذیر به صورت مستقیم و غیرمستقیم طبقه بندی و رتبه بندی می کند که نتیجه آن در دو جدول زیر نشان داده شده است.

غیرمستقیم

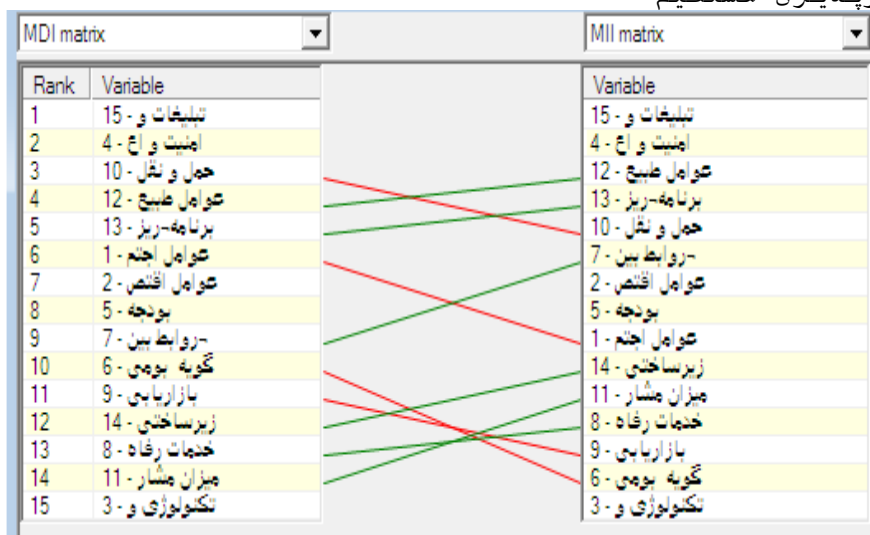
تأثیرگذاری  
تأثیرگذاری مستقیم

| MDI matrix |                  | MI matrix |                  |
|------------|------------------|-----------|------------------|
| Rank       | Variable         |           | Variable         |
| 1          | بازاریابی - 9    |           | تکنولوژی و - 3   |
| 2          | گنویه بومی - 6   |           | بازاریابی - 9    |
| 3          | روابط بین - 7    |           | روابط بین - 7    |
| 4          | تکنولوژی و - 3   |           | گنویه بومی - 6   |
| 5          | امنیت و آ - 4    |           | امنیت و آ - 4    |
| 6          | عوامل طبیعی - 12 |           | عوامل طبیعی - 12 |
| 7          | بودجه - 5        |           | بودجه - 5        |
| 8          | حمل و نقل - 10   |           | حمل و نقل - 10   |
| 9          | برنامه ریزی - 13 |           | برنامه ریزی - 13 |
| 10         | زیرساختی - 14    |           | تنبلیغات و - 15  |
| 11         | تبلیغات و - 15   |           | میزان مشار - 11  |
| 12         | میزان مشار - 11  |           | زیرساختی - 14    |
| 13         | عوامل اقتض - 2   |           | عوامل اقتض - 2   |
| 14         | عوامل اجتم - 1   |           | عوامل اجتم - 1   |
| 15         | خدمات رفاه - 8   |           | خدمات رفاه - 8   |

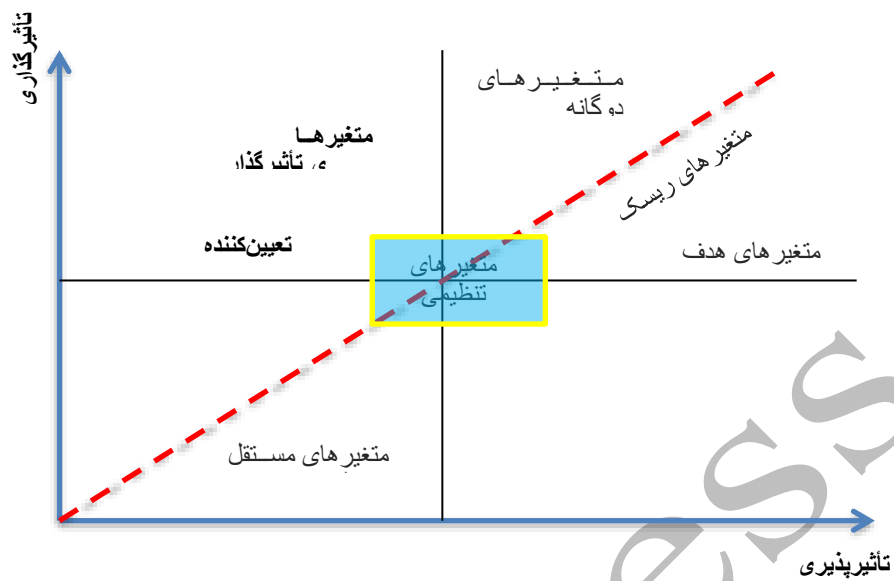
شکل 1. طبقه‌بندی متغیرها بر اساس میزان تأثیرگذاری آنها به صورت مستقیم و غیر مستقیم همان‌طور که در شکل 1 مشاهده می‌شود، براساس رتبه‌بندی «میزان تأثیرگذاری» مستقیم و غیر مستقیم متغیرها، بطور مثال عوامل کلیدی «روابط بین الملل» در رتبه بندی تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم در رتبه‌های مشابهی قرار گرفته‌اند. اما «بازاریابی» رتبه‌ی اول در تأثیرات مستقیم و رتبه‌ی دوم را در تأثیرات غیر مستقیم دارد. برای سایر متغیرها نیز این مقایسه مشهود می‌باشد.

تأثیرپذیری  
تأثیرپذیری مستقیم

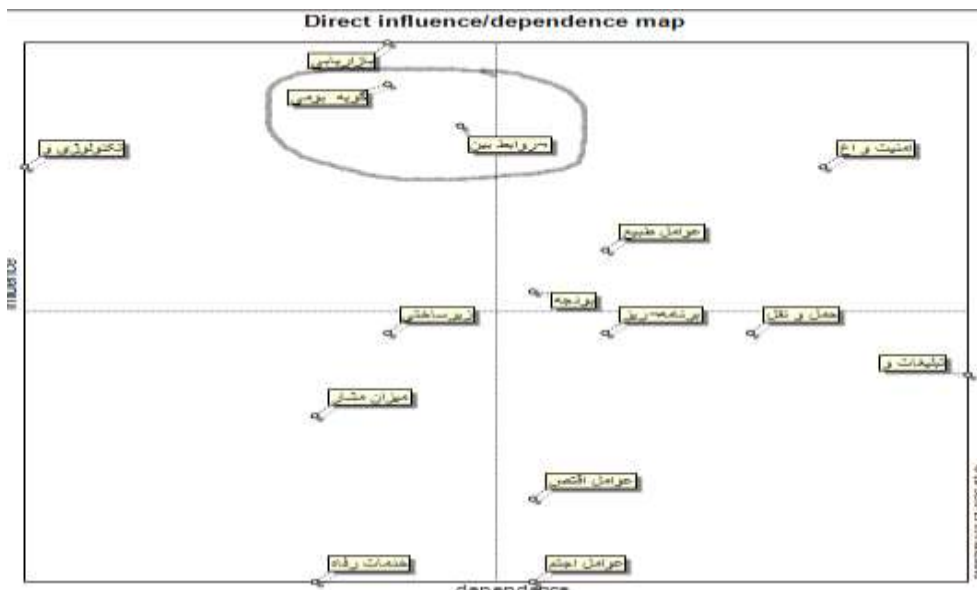
غیرمستقیم



شکل 2. طبقه‌بندی متغیرها بر اساس میزان تأثیرپذیری آنها به صورت مستقیم و غیر مستقیم با توجه به اعداد پرسشنامه که به صورت ماتریس تکمیل شده‌اند. نرم افزار رابطه آنها را محاسبه کرده و در نهایت برای هر عامل یک امتیاز عددی در نظر می‌گیرد. سپس بر اساس این امتیاز عوامل را بر اساس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری به صورت مستقیم و غیرمستقیم رتبه‌بندی می‌کند. که در این حالت عواملی که بیشترین امتیاز را کسب کنند میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آنها نیز بر این اساس تغییر می‌کند. محل قرار گرفتن متغیرها در خروجی نرم افزار می‌تواند که بر اساس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها می‌باشد به صورت زیر می‌باشد:

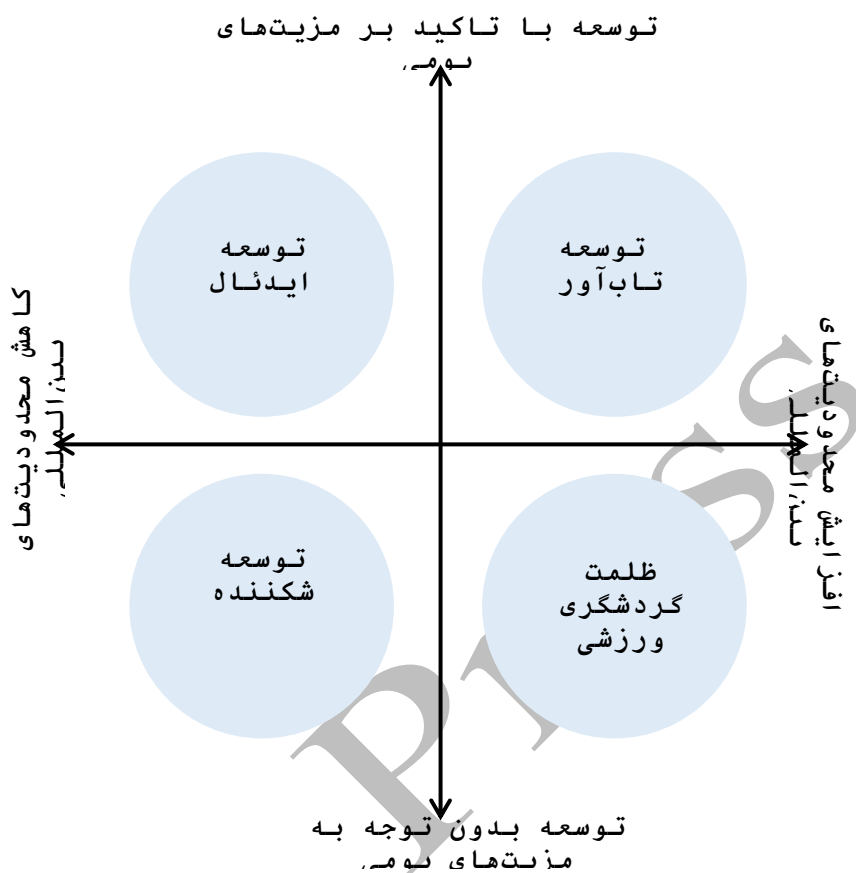


شکل 3. نمودار کلی وضعیت و موقعیت متغیرهای تنظیمی در تحلیل میک مک (زالی، 1388)  
 در نرم افزار میک مک با انجام تجزیه و تحلیل متغیرها براساس میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن-ها، متغیرها به صورت زیر در خروجی قرار گرفته اند.



شکل 4. نمودار وضعیت عوامل کلیدی در خروجی نرم افزار میک مک

بر اساس تعریف و تفسیر متغیرها در نمودار میک مک، مشخص گردید که دو متغیر گویه‌های بومی و روابط بین‌الملل جز متغیرهای تأثیرگذار اصلی بر آینده گردشگری ورزشی در ایران می‌باشند. براساس این دو عامل کلیدی چهار سناریو توسعه تاب‌آور، ظلمت گردشگری ورزشی، توسعه شکننده و توسعه ای‌دئال برای آینده گردشگری ورزشی در ایران ارائه گردد.



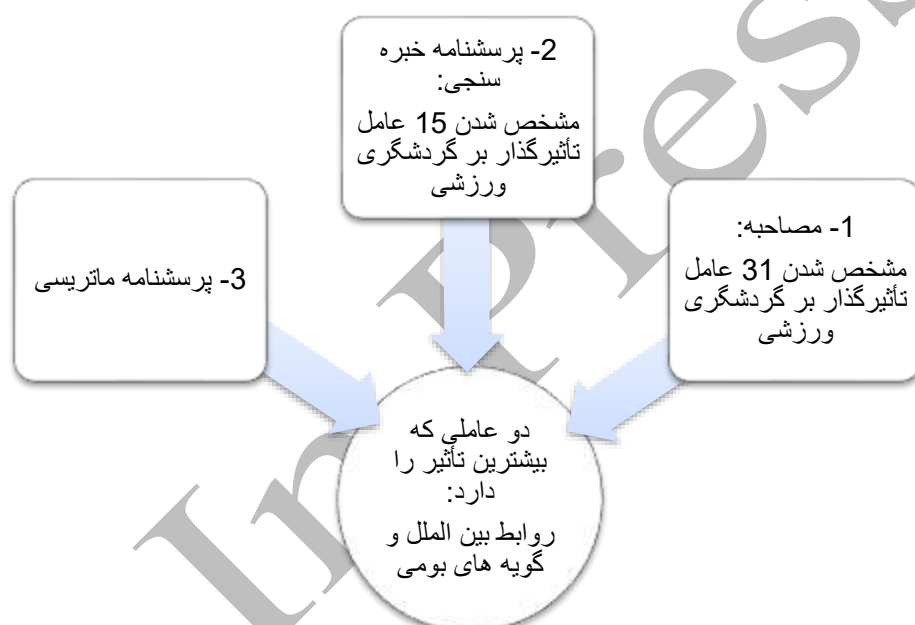
شکل 5. سناریوهای باورپذیر گردشگری ورزشی

**سناریوی توسعه تاب‌آور:** این سناریو از تلفیق دو وضعیت توجه به مزیت‌های بومی و افزایش محدودیت‌ها و تحریم‌های بین‌المللی بدست می‌آید. **سناریوی ظلمت گردشگری ورزشی:** در این سناریو به علت وجود فشارهای خارجی و نبود عزم داخلی برای توسعه گردشگری، وضعیت بسیار بدی به وجود می‌آید. این سناریو بدترین وضعیت برای گردشگری ورزشی را ترسیم می‌کند.

**سناریوی توسعه شکننده:** در این سناریو با وجود اینکه بسیاری از محدودیت‌های بین‌المللی رفع می‌شوند و امکان انتقال فناوری و دانش و جذب سرمایه وجود

دارد، ولی به علت اهمال و سهلانگاری مسئولین و بی‌توجهی آن‌ها به حوزه‌های دیگر غیر از نفت که یک منبع درآمد آسان است، توسعه بخش گردشگری و حوزه ورزش به صورت شکننده و ناپایدار خواهد بود.

**سناریو توسعه ایدئال:** این سناریو بهترین و ایدئال‌ترین وضعیت را ترسیم می‌کند. در این سناریو، تلفیق رفع محدودیت‌های بین‌المللی و برنامه‌ریزی روی قابلیت‌های منطقه‌ای وضعیت مناسبی برای گردشگری ورزشی در کشور ایجاد می‌کند.



شکل‌گیری چهار سناریو:

- 1- سناریو توسعه تاب‌آور
- سناریو ظلمت گردشگری ورزشی
- 3- سناریو توسعه شکننده



شکل 6. چارچوب مفهومی توسعه گردشگری ورزشی در ایران

### بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی در ایران بر اساس روش کیفی و کمی انجام شد. بر اساس یافته‌های تحقیق دو متغیر روابط بین‌الملل و گویه‌های بومی بیشترین تأثیر را بر گردشگری ورزشی دارد. براساس این دو عامل کلیدی چهار سناریو توسعه تاب‌آور، ظلمت گردشگری ورزشی، توسعه شکننده و توسعه ایدئال برای آینده گردشگری ورزشی در ایران ارائه گردید.

#### 1- سناریوی اول، توسعه تاب‌آور:

این سناریو از تلفیق دو وضعیت توجه به مزیت‌های بومی و افزایش محدودیت‌ها و تحریم‌های بین‌المللی به دست می‌آید. مشتریان سیستم گردشگران و افرادی که از خدمات گردشگری ورزشی استفاده می‌کنند که به دلیل محدودیت‌های بین‌المللی عمدتاً گردشگران داخلی و منطقه‌ای هستند؛ بازیگران سیستم مدیران کشوری همانند مسئولین وزارت ورزش، سازمان میراث فرهنگی و مدیران استانی هستند؛ فرایند ارائه خدمات در مقیاس‌های داخلی و منطقه‌ای است؛ در جهان‌بینی این سناریو اجماع نظر وجود دارد. از نظر آن‌ها توسعه گردشگری و گردشگری ورزشی علاوه بر مزیت‌های اقتصادی و اشتغال‌زایی، دارای مزیت‌های فرهنگی و سلامتی مانند افزایش قدرت نرم و ایجاد نشاط در میان بخش گسترده‌ای از جامعه علی‌الخصوص جوانان و زنان دارد؛ مالک سیستم وزارت ورزش و جوانان و سازمان میراث فرهنگی دو مالک اصلی سیستم یا سناریو هستند؛ محیط سیستم فضای کسب‌وکار در ایران علی‌الخصوص فضای کسب‌وکار گردشگری.

#### 2- سناریوی دوم، ظلمت گردشگری ورزشی:

در این سناریو به علت وجود فشارهای خارجی و نبود عزم داخلی برای توسعه گردشگری، وضعیت بسیار بدی به وجود می‌آید. این سناریو بدترین

وضعیت برای گردشگری ورزشی را ترسیم می‌کند. مشتریان سیستم گردشگران و مخاطبان داخلی که از خدمات گردشگری استفاده می‌کنند؛ بازیگران سیستم با توجه به عملکرد ضعیف فعالان و بازیگران دولتی و فشارهای گسترده خارجی، بسته به مناطق مختلف، ماهیت بازیگران متفاوت است. در این سناریو، بازیگران دولتی منفعل عمل کرده و به دلیل فشار گروه‌های نهادی، امکان حضور بازیگران غیر دولتی هم ضعیف است؛ فرایند ارائه خدمات ورزشی و گردشگری بسیار نامناسب و فاقد استانداردهای بین‌المللی و البته پراکنده در سطح کشور است؛ جهان‌بینی توسعه گردشگری و گردشگری ورزشی، برگزاری رویدادها و همایش‌های ورزشی و حضور گردشگران و تیم‌های خارجی به کشور تهدیدات زیادی در حوزه فرهنگ ایجاد می‌کند؛ مالک سیستم ظاهراً سیستم تحت مالکیت بازیگران دولتی است، ولی این بازیگران منفعل عمل کرده و گروه‌های سنتی قدرتمند روی آن‌ها اثرگذاری زیادی دارند؛ محیط سیستم، محیط گردشگری و ورزشی در داخل کشور، ارتباطات با خارج از کشور به میزان زیادی کاهش می‌یابد.

### 3- سناریوی سوم، توسعه شکننده:

در این سناریو با وجود اینکه بسیاری از محدودیت‌های بین‌المللی رفع می‌شوند و امکان انتقال فناوری و دانش و جذب سرمایه وجود دارد، ولی به علت اهمال و سهل‌انگاری مسئولین و بی‌توجهی آن‌ها به حوزه‌های دیگر غیر از نفت که یک منبع درآمد آسان است، توسعه بخش گردشگری و حوزه ورزش به صورت شکننده و ناپایدار خواهد بود. مشتریان سیستم، گردشگران و مخاطبان داخلی و تا حدودی خارجی که از خدمات گردشگری و گردشگری ورزشی استفاده می‌کنند؛ فعالان سیستم بازیگران دولتی و تصمیم‌ساز در حوزه ورزش و گردشگری که متأسفانه منفعل عمل می‌کنند؛ فرایند ارائه خدمات، با وجود بهبود نسبی اوضاع به علت رفع محدودیت‌های بین‌المللی، اما خدمات ورزشی و کیفیت برگزاری رویدادها و فستیوال‌های ورزشی فاصله زیادی با استانداردهای جهانی دارد. رفع محدودیت‌های بین‌المللی شرط لازم برای توسعه گردشگری ورزشی است، ولی کافی نیست؛ جهان‌بینی،

از نظر سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان علی‌الخصوص تصمیم‌گیران دولتی، بخش گردشگری و حوزه‌های مختلف آن مانند گردشگری ورزشی به دلیل عدم وجود اجماع میان بخش‌های مختلف تصمیم‌ساز و حساسیت‌های گسترده فرهنگی در کشور به زحمتش نمی‌ارزد. برای آن‌ها منابع نفتی و متعلقات مربوط به آن یک منبع درآمد آسان و بی‌دردسر است؛ مالک سیستم، وزارت ورزش و نهادهای متولی بخش گردشگری که بسیار منفعل عمل می‌کنند و متأثر از تصمیمات وزارتخانه‌ها و بخش‌های دیگر از جمله تیم اقتصادی دولت و نهادهای فرهنگی هستند؛ محیط سیستم، فضای ورزشی و گردشگری داخلی و تا حدی منطقه‌ای.

#### 4- سناریوی چهارم، توسعه ایدئال:

این سناریو بهترین و ایدئال‌ترین وضعیت را ترسیم می‌کند. در این سناریو، تلفیق رفع محدودیت‌های بین‌المللی و برنامه‌ریزی روی قابلیت‌های منطقه‌ای وضعیت مناسبی برای گردشگری ورزشی در کشور ایجاد می‌کند. مشتریان سیستم، گردشگران، ورزشکاران، متخصصین ورزشی و مدیران ورزشی در سطح داخلی، منطقه‌ای و جهانی؛ فعالان سیستم، بازیگران دولتی در حوزه ورزش، گردشگری، اقتصاد و فرهنگ که در هماهنگی کامل با هم در راستای پیشرفت گردشگری ورزشی عمل می‌کنند؛ فرایند ارائه خدمات ورزشی و گردشگری با توجه به استانداردهای جهانی برای گردشگران و ورزشکاران داخلی و خارجی؛ جهان‌بینی: توسعه با تأکید صرف روی بخش نفت امکان‌پذیر نیست. به جای تمرکز روی یک مزیت برای ایجاد تاب‌آوری و پایداری در طول زمان باید روی مزیت‌های چندگانه تأکید کرد؛ مالک سیستم، مدیران حوزه‌های ورزش، فرهنگ و هنر و گردشگری روی سیستم کنترل دارند و تصمیماتشان مورد حمایت سایر بخش‌ها از جمله مدیران اقتصادی است؛ محیط سیستم، فضای کسب‌وکارهای گردشگری و ورزشی بین‌المللی است.

آینده‌پژوهی در حقیقت دانش و معرفت شکل‌بخشیدن به آینده، به گونه‌ای آگاهانه، فعالانه، و پیش‌دستانه و با مشخصه‌هایی همچون: تمرکز روی موضوعات بلندمدت، متعهد به نتایج و سیستماتیک بودن است. همانگونه که پژوهش‌های تاریخی (گذشته‌پژوهی) به دنبال شرح حوادث و

اتفاق‌های گذشته و کشف دلایل رخ دادن آن‌ها است، آینده‌پژوهی به دنبال درک نیروهای نهفته و خفته زمان حاضر و امکان رخدادهای آینده است (19). نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات نعیمی مجد (1397) (20)، تقوایی و حسینی خواه (1396) (21)، عبدالملکی و همکاران (1396) (22)، ادیب روشن و همکاران (1395) (23)، کلاته سیف‌ری و همکاران (1395) (24)، حسینی و مظفری (1395) (25)، سهرابی (1394) (26)، مکدونالد (2017) (17) همسو است. (یک منبع حذف شد) فتحی و همکاران (1398)، تحقیقی تحت عنوان «سناریوپردازی آینده ورزش دانشگاهی ایران با رویکرد آینده‌پژوهی» انجام دادند. به این نتیجه رسیدند که دو عامل کلیدی حمایت‌های مالی و اقتصادی و سبک زندگی بیشترین تأثیر را بر ورزش دانشگاهی ایران دارند؛ بر اساس این دو عامل چهار سناریو عصر شادای، دنیای بی‌تفاوتی، دنیای تنبلیها و دنیا افسرده را طراحی کردند (27). (یک منبع حذف شد) جعفری و همکاران (1398)، منظرهای آینده‌پژوهی مدیریت زنان در ورزش کشور در سه منظر زمانی گذشته، حال و آینده و در دو بخش نظری و اجرایی را بررسی کرد. در نهایت، الگوی آینده‌نگری مبتنی بر اقدام‌ها و ملاحظات لازم برای بهبود جایگاه زنان در مدیریت ورزش کشور، در پنج سطح چالش، قابلیت، راهبرد، عملکرد و پیامد ترسیم شد (28). (منبع حذف شد) در این بین، آینده‌پژوهی با مفروض گرفتن محدودیتهای دانش بشری در صدد است وضعیت آتی را ترسیم کند، و به مدیران - از جمله در امر گردشگری و توریسم ورزشی - یاری رساند. در این خصوص به تأسیس سازمانی که منحصرآ فعالیت‌های مربوط به گردشگری ورزشی را انجام دهد، تأکید می‌گردد تا با برنامه‌ریزی در جهت آگاهی عمومی جامعه در مورد گردشگری ورزشی و تغییر نگرش مردم در این زمینه اقدامات لازم را انجام دهند. می‌توان از تبلیغات رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی در راستای گسترش فرهنگ گردشگری استفاده کرد. همچنین با توجه به نتایج به دست آمده از این تحقیق باید سعی بر آن شود که برنامه‌ریزی‌ها و آینده گردشگری ورزشی را به سمت سناریو توسعه ایدئال

هدایت کنیم تا با کم کردن محدودیتهای بین‌المللی و توجه به گویه‌های بومی و برنامه‌ریزی در جهت گسترش آن، امر گردشگری ورزشی بیش از پیش پر رنگ گردد.

### منابع و مأخذ

- 1- Dedezade, S.P. Ahmadifard, N. Determine the Key Factors of Tourism Development Based on Future Research Approach (Case Study: Mazandaran Province). Geography and environmental sustainability. 2019; 9 (1), 73-89. (In Persian)
- 2- Eghtesadnews. Tourism. 1398/10/22. <https://www.eghtesadnews.com/> (In Persian)
- 3 - Hamidi, M. Razavi, S.M.H. Amirnejad, S. Shafizade, Sh. Fazlidarzi, A. Explaining the Sports Tourism Strategy of the Country (Iran). Journal of Sports Science. 2019; 6(12), 51-68.
- 4 - Adabi, F.J. The Survey of the Effective Factors on Sport Tourism Development in IRAN with the Emphasis on Natural- Sport Attractions. Tehran, Tarbiyat Modares University. (M.S). 2007; (In Persian)
- 5- Taleghani, Gh, R., & Ghafary, A. Providing a Management Model for the Development of Sport Tourism. Procedia- Social and Behavioral Sciences. 2014; 120 (1), 289-298.
- 6- Iranpour, M.M. Atghiya, N., Mohktari, M The Role of Mass Media in the Development of Sports Tourism in Isfahan. "Communication Management in Sports Media Tehran. 2015; 6(4), 55-69 (In Persian)
- 7- padash, P., Kashef, M., saghfi, F., Hamidi, M. Identification of the Uncertainties of Physical Education and Student Sports in 2025. research on educational of sport. 2019; 9(22), 47-74.
- 8- Hataminejad, H. Habibiyani, B. Amirshkari, M. Ranking the Strategies of Religious Tourism Development in Dezfoul City. Journal of city tourism. 2017; vol 3, No 1, 59-76. (In Persian).
- 9- Hoseini, S.R. Mozafari, M. Future Research, a Solution to Promote the Tourism Industry in Iran. Fourth International Conference on Accounting and Management. 2016; (In Persian)
- 10- Ashori, K.S. Kharazmi, O. Tourism Scenarios of Mashhad in 1404. International Conference on Research Approaches in Management, Economics, Accounting and Humanities. Norway - Oslo. 2017; (In Persian)
- 11- Mirzazade, Z. Abdolmaleki, H. Designing a Model of Obstacles to the Development of Sports Tourism in Mashhad. Quarterly Journal of Tourism Management Studies. 2016; 11, 26-34. (In Persian)
- 12- Rahimi, M. Jalali Farahani, M. Alidost, Gh.E. Jafari Hajin, A. A Model of Sport Tourism Development in Iran International Sport Events in Volleyball. Journal of New approaches in sports management. 2016; 4(13), 35-47. (In Persian)
- 13- Karimi, T. Honarvar, A. Ganjoei, F. The Relationship Between Sport Tourism and Selected Dimensions of Urban Development. Two Quarterly Journal of Sports Management and Development. 2015; Third year, second issue, consecutive 7, 96-111. (In Persian)

- 14- Ratten, V., & Ferreira, J. "Entrepreneurship, innovation and sport policy: implications for future research", *International Journal of Sport Policy and Politics*. 2017; VOL 9, NO 4, pp 575–577.
- 15- Ricardo, R.U., Chung- Shing, C. Chuen, K.M & Lawal, M.M. Sport tourism: a comparative analysis of residents from Brazil and Hong Kong. *Tourism Research*. From <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v12i1.1374>.2017.
- 16- Perić, M., Vitezić, V., & Badurina, Jelena, D. "Business models for active outdoor sport event tourism experiences". *Tourism Management Perspectives*. 2019; No 32.
- 17- Macdonald, R. Future Directions In Research On Demand For Sport. XII Gijon Conference on Sports Economics. 2017.
- 18- Karimi,J. Soltaniyan,L. Bejani,A. Designing the Model of the Development of Adventure Sports Tourism: Grounded Theory. *Sports Management Studies*. 2020; Volume 12, Number 60, 61-82. (In Persian)
- 19- Najafi.R, H. Khaleghipor, B. Futurology of Family Structure With a Layered Analysis of Causes With mphasis on the Level of Discourse. *Psychology and Sociology*. 5<sup>th</sup> Intl conf, on.2016. (In Persian)
- 20- Naeimi majd, M, Naeimi majd, A. Sustainable Tourism Future Studies, New Approach in Resilient Economy (Case Study: Experts in tourism and hotel industry), *Journal of Studies Management*.2019; 116, 200-212. (In Persian)
- 21- Taghvai, M, Hosseinikhah, H. Tourism Development Planning Based on Futures Studies and Scenario (Case Study: Yasouj). *Journal of Tourism Planning and Development*. 2018; Vol 6, No 23, 4-6. (In Persian)
- 22- Ricardo, R.U., Chung- Shing, C. Chuen, K.M & Lawal, M.M. Sport tourism: a comparative analysis of residents from Brazil and Hong Kong. *Tourism Research*. From <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v12i1.1374>.2017.
- 23- Adib roshan, F, Talebpour, M, Peymanizad, H. Drawing the scenario of elite sports of Khorasan Razavi province in 1404 horizon. *Sport Manegment and Development*. 2017; No 12, 168- 186. (In Persian)
- 24- Kalateh Seyfari, M, Mohammadi, F, Ghasemi, H. Editor abilities futures model of personal time management skills and creativity and innovation Sports Radio Network's media companions. *Journal of Future Studies Management*. 2016; No 107, 75-87. (In Persian)
- 25- Hoseini,S,R. Mozafari, M. Future Research, a Solution to Promote the Tourism Industry in Iran. Fourth International Conference on Accounting and Management. 2016; (In Persian)
- 26- Sohrabi, L. Future Study of Elite Sport by Delfi Method. Degree of Master of sciences (MSC). 2016; (in persian)
- 27- Fathi, R, Maleki, M, H, Saberi, A, Zandagahi, A. Scenario Planning of University Sports of Iran based on Future Study Approach. *Sport Management and Development*. 2020; No 23, 72-92. (In Persian)
- 28- Jafari, E, Sharifi Far, F, Alam, S. The Role of Women in Sport Management in the Country with Future Research Approach. *Sport Management Studies*. 2019; No 58. 17-38. (In Persian)

## **Future Studies of Sports Tourism in Iran**

### **Abstract**

The present study aim at investigating and designing a model for developing sports tourism in Iran. The research methodology applied is combined of both qualitative and quantitative ones. In the qualitative

part, open interviews were done with 12 professors and experts in the field of sports who were selected based on a snowball- judgmental method. The data were collected through considering the previous studies and conducting open interviews. In the part devoted to the quantitative study, expert-qualifier and matrix questionnaires were used. In order to assess the face and content validity of the tools and hypotheses, the findings of the study were given to the participants and after they studied the text of the theories, their comments were collected and applied. Results from expert-qualifier questionnaire showed that 15 key factors affect sport tourism in Iran. Among all the factors, those of *local considerations* and *international relations* had the greatest effects on sport tourism. Based on these and the two major factors, 4 different scenarios were presented for the future of sport tourism in Iran; *resilient development*, *the darkness of sport tourism*, *fragile development* and *ideal development*. According to the ideal development which shows the best possible state for sport tourism, a very proper condition for it would be provided through overcoming international restraints and devising plans based on local and regional capacities. The darkness of sport tourism shows the worst state for it and can only come about due to foreign pressures and restrictions and lack of national efforts for advancing the conditions of sport tourism. Finally, it is suggested that through identifying the best scenario, it would be possible to make necessary plans in order for the sport tourism to thrive and expand in Iran.

**Keyword:** futures studies, scenario design, sports tourism, Tourism.