

Research Paper

Explaining the Role of Management in the Development of Sustainable Tourism with an Emphasis on Sports Tourism, Case Study: Armand Section of Khanmirza City

Mohsen Seidali^{1*}

1- Assistant Professor of Geography and Tourism Planning, Kashan University, Kashan, Iran.

Received: 2022/12/27**Accepted:** 2023/01/31**PP:** 235-252

Use your device to scan and read the article online

**Keywords:**

Management, Tourism, Sports Tourism, Sustainable Tourism, Armand District, Khanmirza County.

Abstract

Today, tourism in the world is considered as one of the most dynamic economic sectors and plays an important role in income creation and development of employment among the countries of the world. Sports tourism examines the presence and participation of athletes in sports competitions or engagement of spectators in watching sports events. Successful development in various economic activities are mainly dependent upon effective management. The purpose of this research is to investigate the functionality of management in the development of sustainable sports tourism in Armand section of Khanmirza County in Chaharmahal and Bakhtiari province. This is an applied research using review (documentary-library) and field surveys. This study with a qualitative and exploratory research method employed thematic analysis in implementation. The statistical population are all the experts in the fields of physical education and sports management, sociology, geography and planning, and tourism, with scientific experiences in the field of sports tourism. Sampling was conducted in a purposeful way, and theoretical saturation was met by 10 interviews. The results have indicated that the application of integrated management along with the participation of local communities with environmental education and awareness can promote sustainable development of sports tourism and enhance the positive events related to sports in the study area. It was also revealed that application of efficient management methods supported by the planning and marketing of sports tourism can help this area to play a greater role in sports tourism and also increase its share and rank among other regions of the country in this type of tourism.

Citation: Seidali, Mohsen. (2023): **Explaining the Role of Management in the Development of Sustainable Tourism with an Emphasis on Sports Tourism, Case Study: Armand Section of Khanmirza City**, Journal of Regional Planning, Vol 13, No 49, PP:235-252.

DOI: 10.30495/JZPM.2023.31383.4189

DOR:

* **Corresponding author:** Mohsen Seidali

Address: Assistant Professor of Geography and Tourism Planning, Kashan University, Kashan, Iran.

Tell:

Email: Seidali@kashanu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Today, tourism in the world is considered as one of the most dynamic economic sectors and plays an important role in income creation and development of employment among the countries of the world. Sports tourism examines the presence and participation of athletes in sports competitions or engagement of spectators in watching sports events. Good experiences by the players and spectators can develop flow of visitors to the regions and foster international and inter-cultural relations that can lead to improved public diplomacy. Successful development in various economic activities are mainly dependent upon effective management. The purpose of this study is to investigate the position of management in the development of sustainable tourism with an emphasis on sports tourism. Armand district in Khanmirza County in the south of Chaharmahal and Bakhtiari province has many capacities and capabilities in the field of nature tourism, ecotourism, geo-tourism and other types of tourism including sports tourism. Given the geographical location of the city and the infrastructural and economic, social, institutional-structural, administrative-political and especially managerial factors, the existing capacities of this area have not been used in tourism, especially sports tourism. Therefore, the research questions of this study are: 1) What are the main reasons for the poor development of sustainable sports tourism in Armand district of Khanmirza County? 2) Why Khanmirza County and its districts have not had a significant contribution in sustainable sports tourism? 3) How can the capacities and capabilities of sports tourism in Armand district be used in the sustainable development of tourism by applying proper management and planning methods?

Methodology

The present study is a qualitative and exploratory research based on thematic analysis method. The statistical population of this research consisted of the experts in the fields of physical education and sports management, sociology, geography and planning, tourism (with scientific records in the field of sports tourism). Sampling was conducted in a purposeful way, and theoretical saturation was performed with 10 interviews. In this regard, some researchers stated that in a study that is carefully guided and the selection of the sample was evolutionary and sequential, the theoretical saturation point will be reached with about 12 participants. The research tool was semi-structured interviews with experts. At this stage, data were collected in the qualitative data collection method: 1. Selection of individuals, 2. Telephone calling and communication, 3. Sampling (target-sampling), 4. Selection of data collection approach based on studying the background of the research and holding interview sessions, 5. recording data in the form of audio recording and note-taking, 6. Solving difficulties, and finally, 7. Collecting, sorting, adjusting and analyzing the data. It is noteworthy that a list of preparations as interview questions and data collection tools has been prepared at the beginning of the work, and as a road map and interview protocol, before conducting interviews with each of the experts and they were sent to the subject matter experts. The interview questions were formulated in order to answer the research questions and also with regard to the background and goals and were distributed among the respondents in a sequence. In order to analyze the data obtained from the interview, the following steps have been taken: 1) interviews analysis attempts including writing and implementing interviews, creating primary codes and coding along with searching for themes and concepts; 2) interpretation of the text with drawing and analysis of the network of themes; and 3) combining and integrating the text (editing the report). In order to verify the validity and acceptability of this research, we used three methods: a) multiple data sources, b) multiple analysts, and c) multiple methods to increase the acceptability and reliability of qualitative research. This research was conducted by the assistance of two specialists with master's degree and PhD in physical education with a focus on sports management. In addition, the findings of the research were provided to 6 participants in the interviews and their additional comments were also added to the results. In the discussion of validity and in other words the transferability of research results and findings, other researchers believe that this is beyond the ability of a qualitative researcher, but it can be done to some extent by extracting and presenting as many findings as possible. This part also realized the validity of the research. We made an attempt to implement this recommendation by reviewing numerous interviews and extracting maximum and non-repetitive materials. In order to be verifiable, the researcher can record the notes and interviews, and also state the

entire research process and the path of decisions during the research report. The work used test-retest reliability and, as a result, the reliability calculation of conducted interviews will be more accurate.

Result and Discussion

In general, it can be said that counties of Lordegan and Khanmirza in the south Chaharmahal and Bakhtiari provinces were, until 2000s, in a geographical isolation with poor development in communication with weak transportation. After the construction of Isfahan-Khuzestan transportation axis, there was considerable improvement in the geographical and spatial conditions of Lordegan and Khanmirza counties. In the interviews conducted with experts, elites of sports tourism, they emphasized on the constructive role of communication infrastructures and transportation facilities in introducing the attractions and capabilities of tourism, together with the application of management methods.

Conclusion

However, several proposals based on the review-documentary and field studies of this research can be suggested for improvement of sport tourism in the area. Identifying the tourist attractions of this area, especially the capabilities of sports tourism through various promotional methods; Application of management methods along with formulation of comprehensive and operational sports tourism programs in this area; Creation of synergy among the provincial and local executive bodies and the cooperation of these institutions with the people in line with the development of tourism flows in this area; Preparation of investment packages for investment recommendations in order to create infrastructure, and develop facilities in this area; Use of the capacities of the local community along with encouraging and promoting the benefits of tourism as well as teaching environmental protection and natural resources protection. Finally, the results have indicated that the application of integrated management along with the participation of local communities with environmental education and awareness can promote sustainable development of sports tourism and enhance the positive events related to sports in the study area. It was also revealed that application of efficient management methods supported by the planning and marketing of sports tourism can help this area to play a greater role in sports tourism and also increase its share and rank among other regions of the country in this type of tourism.

تبیین نقش مدیریت در توسعه گردشگری پایدار با تاکید بر گردشگری ورزشی،

مورد پژوهی: بخش ارمنند شهرستان خانمیرزا

محسن صیدالی*^۱

۱- استادیار گروه جغرافیا و گردشگری دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

چکیده

گردشگری در جهان امروز به عنوان یکی از پویاترین بخش‌های اقتصادی شناخته شده است و سهم زیادی از درآمد و اشتغال کشورهای دنیا را به خود اختصاص داده است. گردشگری ورزشی به عنوان یکی از گونه‌ها و انواع گردشگری به بررسی حضور و مشارکت ورزشکاران در مسابقات و رقابت‌های ورزشی و یا تماشای رویدادهای ورزشی توسط گردشگران تماشاگر می‌پردازد. در توسعه ابعاد گوناگون فعالیت‌های گوناگون اقتصادی، نمی‌توان از نقش مدیریت غافل شد. این پژوهش که با هدف بررسی نقش مدیریت در توسعه گردشگری پایدار ورزشی در بخش ارمنند شهرستان خانمیرزا در استان چهارمحال و بختیاری انجام شده است؛ ماهیتا از نوع کاربردی است که با بهره‌گیری از روش‌های مروری (اسنادی- کتابخانه‌ای) و میدانی تدوین شده است. این پژوهش کیفی و از نوع پژوهش‌های اکتشافی می‌باشد که از روش تحلیل مضمون یا تماتیک در اجرای آن استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش متشکل از صاحب‌نظران رشته‌های تربیت‌بدنی و مدیریت ورزشی، جامعه‌شناسی، جغرافیا و برنامه‌ریزی، گردشگری (با سوابق علمی در حوزه گردشگری ورزشی) بوده‌اند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد که با ۱۰ مصاحبه، اشباع نظری صورت گرفت. نتایج نشان داد که اعمال مدیریت یکپارچه همراه با مشارکت جوامع محلی و آموزش‌ها و آگاه‌سازی‌های محیط‌زیستی می‌تواند توسعه پایدار جریانات گردشگری ورزشی و رویدادهای مرتبط با ورزش را در ناحیه مورد مطالعه فراهم سازد. همچنین، اعمال روش‌های مدیریتی کارآمد توأم با برنامه‌ریزی و بازاریابی مطلوب گردشگری ورزشی می‌تواند زمینه‌ساز نقش‌آفرینی بیش از پیش این ناحیه در گردشگری ورزشی و نیز ارتقاء سهم و رتبه آن در بین دیگر مناطق کشور در این گونه از گردشگری شود.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۱۱

شماره صفحات: ۲۳۵-۲۳۵

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



واژه‌های کلیدی:

مدیریت، گردشگری، گردشگری پایدار، گردشگری ورزشی، بخش ارمنند، شهرستان خانمیرزا.

استناد: صیدالی، محسن (۱۴۰۲)، تبیین نقش مدیریت در توسعه گردشگری پایدار با تاکید بر گردشگری ورزشی، مورد پژوهی:

بخش ارمنند شهرستان خانمیرزا، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۱۳، شماره ۴۹، مردودشت: صص ۲۳۵-۲۳۵.

DOI: 10.30495/JZPM.2023.31383.4189

DOR:

* نویسنده مسئول: محسن صیدالی

نشانی: استادیار گروه جغرافیا و گردشگری دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین دانشگاه کاشان.

تلفن:

پست الکترونیکی: Seidali@kashanu.ac.ir

مقدمه

گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی پیشتاز و فعالیت‌های ممتاز اقتصادی و اجتماعی عصر حاضر تلقی می‌شود. تاثیرات گردشگری در انواع گونه‌ها و اقسام آن در تمامی نقاط و نواحی جهان، حاکی از رشد روزافزون تعداد گردشگران و بازدیدکنندگان و همچنین، اثربخشی ورود گردشگران به کشورهای گوناگون در ابعاد اقتصادی (توسعه کارآفرینی و اشتغال، ایجاد درآمد و...)، اجتماعی (تعامل جوامع میزبان و گردشگران، گفتگوی بین فرهنگ‌ها، توسعه گردشگری اجتماعی و اجتماع‌محور، شناخت و گسترش ظرفیت‌ها و مناسبات فرهنگی و...) و در دیگر ابعاد فرهنگی، محیطی و ... شده است. گردشگری در صورت توجه به اثرات محیطی، اقتصادی و اجتماعی آن و با لحاظ ملاحظات خاص آن و در صورت مهیا بودن زیرساخت‌ها و امکانات لازم برای پذیرش گردشگران، بستری مناسب و مساعد جهت توسعه همه‌جانبه نواحی و جوامع ساکن در آن‌ها خواهد بود.

گردشگری ورزشی یکی از انواع گردشگری است که به بررسی تجارب ورزشکاران در میادین و مسابقات ورزشی و حضور آنان در رقابت‌ها و فعالیت‌های ورزشی از یکسو و همچنین، تماشای رویدادها و مسابقات ورزشی از سوی تماشاگران می‌پردازد. این گونه از گردشگری ضمن ایجاد تجربه‌هایی به یادماندنی در ذهن هر دو گروه یادشده، موجد جریانات گردشگری در مواقع خاص (رویدادها) برای جوامع میزبان و از زمینه‌ها و بسترهای تعامل میان فرهنگ‌های ملل و در نهایت، دیپلماسی ورزشی، فرهنگی و در نگاهی بالاتر دیپلماسی عمومی است. گردشگری تاکنون بزرگ‌ترین پتانسیل را برای ایجاد فرصت‌های کارآفرینی و اشتغال فراهم کرده و سبب تاثیر بسیار مثبت آن بر توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها شده است (Government of Vanuatu, 2012). تا جایی که کارآفرینی و فعالیت‌های گردشگری را مناسب‌ترین گزینه برای توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها می‌نامند (Meheux, K., Parker, E. 2006). مجامع جهانی گردشگری از جمله شورای جهانی سفر و گردشگری نیز بر این باور هستند که همین موضوع اهمیت اقتصادی، گردشگری را به یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان تبدیل کرده که بیش از ۲۵۸ میلیون شغل در سراسر جهان را حمایت می‌کند و حدود ۹/۱ درصد از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است. این روند با افزایش گردشگر و رقابت، با سرعت بیش‌تری ادامه خواهد یافت (Tavalaei S. 2006).

صنعت گردشگری یکی از صنایع با درآمد بالا بشمار می‌رود که نقشی مهم در رشد اقتصادی کشورها ایفا می‌کند (Masoumzadeh, S., Shirafkan, M. 2017). صنعت گردشگری به شناسایی گردشگری ورزشی، یعنی تجربه سفر بمنظور درگیر شدن در ورزش یا مهم تبدیل شده است. گردشگری ورزشی به تجربه مسافرت برای مشارکت در فعالیت‌های مربوط به ورزش اشاره می‌کند. به منظور رقابت در بازار گردشگری ورزشی، روند میزبانی از رویدادها، فرصت‌های امکان‌پذیر اسپانسرینگ و سایر عناصر دخیل در برنامه‌ریزی و میزبانی از یک رویداد ورزشی موفق را داشته باشند. گردشگری ورزشی همیشه مشهوریت زیادی نداشته است، در دهه اخیر مقدار حضور مردم در رویدادهای ورزشی به شدت افزایش یافته است (Masa'deh, R.E. et al., 2017). قریب به اتفاق پژوهشگران، صاحب‌نظران و کارشناسان، گردشگری ورزشی را یکی از بی‌دردسرتین و بهترین منابع درآمد در کشورهای توسعه‌یافته می‌دانند (Khodabakhshzadeh, A. et al., 2019_17_Karkon_L). همچنین، سازمان گردشگری جهانی پیش‌بینی کرده است که صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۰ با نرخ سالیانه ۴/۱ درصد رشد خواهد یافت. همچنین، تعدادی از گردشگران ورودی به ایران با میانگین سالیانه ۸/۴ درصد از سال ۱۹۵۵ تا ۲۰۲۰ رشد خواهند کرد. افزون بر این، به لطف رشد گردشگری ورزشی در ۵۰ سال گذشته، این صنعت یکی از مهم‌ترین پدیده‌های اجتماعی و اقتصادی قرن بیستم بوده است (Sajadi, S.N. et al., 2018). کشور ایران به دلیل وجود جاذبه‌های طبیعی و آب و هوایی متنوعی که دارد، ظرفیت زیادی برای توسعه گردشگری ورزشی دارد، اما از این ظرفیت‌ها تاکنون استفاده نشده است. به جز مسابقات ورزشی، سایر اقسام گردشگری ورزشی در کشور وجود ندارد یا برنامه و نظم مشخصی برای آن در نظر گرفته نشده است (Honarvar, A. 2009). گردشگری ورزشی در ایران ریشه در کمیته گردشگری ورزشی در کمیته ملی المپیک دارد (Sajadi, S.N. et al., 2018). یکی از شاخه‌های بسیار مورد توجه و رو به رشد گردشگری در جهان معاصر، گردشگری ورزشی است که با توجه به طیف گسترده مخاطبانی که دارد و همچنین نقشی که در ارزآوری، ایجاد درآمد و اشتغال در نواحی گوناگون گردشگرپذیر جهان دارد، گردشگری ورزشی است. شرکت تیم‌های ورزشکاران و همراهان آنان در میادین و رویدادهای ورزشی و سفر گردشگران بازدیدکننده تماشاگر به عنوان تماشاگر از اقصی نقاط جهان در رویدادهای ورزشی و میادین جهانی از زمینه‌های بسیار مهم توسعه صنعت گردشگری در جهان قلمداد می‌شود.

در کشور ایران نیز در نواحی گوناگونی از کشور قابلیت‌ها و ظرفیت‌های متعددی جهت برگزاری رویدادهای ورزشی و همچنین حضور ورزشکاران و گردشگران تماشاگر مسابقات ورزشی وجود دارد که با اعمال روش‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی صحیح و کارشناسی می‌توان از این استعدادها و زمینه‌ها در جهت توسعه ناحیه‌ای و منطقه‌ای مناطق بهره جست.

این پژوهش با هدف تبیین نقش مدیریت در توسعه گردشگری پایدار با تاکید بر گردشگری ورزشی انجام شده است. بخش ارمند در شهرستان خانمیرزا در جنوب استان چهارمحال و بختیاری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های متعددی در حوزه طبیعت‌گردی، اکوتوریسم، ژئوتوریسم و دیگر انواع و گونه‌های گردشگری از جمله گردشگری ورزشی را دارد. با توجه به موقعیت جغرافیایی شهرستان و عوامل زیرساختی و اقتصادی، اجتماعی، نهادی-ساختاری، اداری-سیاسی و ... و بویژه مدیریتی، تاکنون از ظرفیت‌های موجود این بخش از کشور در گردشگری و بویژه گردشگری ورزشی استفاده نشده است.

اهم سوالات این پژوهش عبارتند از :

- ۱) چه دلایلی سبب عدم توسعه گردشگری ورزشی پایدار در بخش ارمند شهرستان خانمیرزا شده است؟
- ۲) چرا تاکنون شهرستان خانمیرزا و بخش‌های آن، سهم و نقش قابل توجهی در گردشگری ورزشی پایدار نداشته است؟
- ۳) چگونه می‌توان با اعمال روش‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی صحیح، از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های گردشگری ورزشی بخش ارمند در توسعه پایدار گردشگری بهره جست؟

پیشینه و مبانی نظری تحقیق

امروزه گردشگری ورزشی از زمینه‌های اصلی و گونه‌های پرطرفدار و پرمخاطب گردشگری در جهان است که به لحاظ تعداد گردشگر و همچنین، سطح درآمد و ارزآوری که برای کشورهای مقصد در پی دارد، از اهمیت و جایگاه موثری برخوردار است.

امروزه گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌ای اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت سفید بیش از هر زمان دیگر، جایگاه خود را به عنوان پدیده‌ای چندبعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه‌گذاری فراوان، فواید و اثرات این صنعت را خوب درک کرده و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیرساخت‌ها (Higam, J., Hinch, T. 2006)، افزایش شهرت و برندسازی مقصد خود درآورده‌اند (Zeitounli, A. 2006). انجمن مسابقات المپیک بین‌المللی و سازمان گردشگری جهانی گزارش داده‌اند که گرایش به ورزش در بیش‌تر سال‌های اخیر ادامه و افزایش یافته است. این منابع خبری، مدارک قاطعی را ارائه می‌دهند که نشان می‌دهد سفرهای به قصد مسابقات ورزشی، همچنان در حال رشد و گسترش می‌باشد و توسعه گردشگری ورزشی و برگزاری رویدادهای مهم ورزشی و رشد آن علاقه تعداد زیادی از کشورها و مقامات را برانگیخته است (Zeitounli, A. 2006). امروزه گردشگری ورزشی از یک فعالیت جنبی و حاشیه‌ای در گردشگری به یک "عول اقتصادی همه جا حاضر" تبدیل شده است و تعداد مقصدهایی که در سرتاسر جهان اقتصادشان را به گلف‌بازان، دوچرخه‌سواران کوهستان، موج‌سواران و اسکی‌بازان متکی کرده‌اند به گونه‌ای فزاینده در حال افزایش است (Hritz, N., Franzidis, A.F. 2018). ایران نیز توانمندی‌های کم‌نظیری در حوزه گردشگری ورزشی دارد (Evangelia Kasimati, A.B. 2009) و با برخورداری هم‌زمان از رشته‌کوه‌ها، دریاها، بیابان‌ها دشت‌ها و رودخانه‌ها، می‌تواند به صورت جدی وارد این بازار به شدت رقابتی شود و طیف متنوعی از فعالیت‌های گردشگری ورزشی ماجراجویانه آبی (مانند موج‌سواری، غواصی، جت‌اسکی)، هوایی مانند غارنوردی، دوچرخه‌سواری کوهستان، سافاری) و زمستانی (مانند اسکی، یخ‌نوردی، اسنوبورد) را به گردشگران ورزشی خارجی، بازار ورزش‌های زمستانی، غارنوردی و کوهنوردی، طبیعت‌گردی و دامنه‌نوردی ایران را جذاب‌تر از بازار رویدادهای ورزشی دانسته‌اند و پس از این بازار نیز بازار ورزش‌های آبی، هوایی شکار و بیابان‌نوردی را دارای جذابیت تشخیص داده‌اند (Mosavilani, R. et al., 2012).

در کل گردشگری ورزشی سه نوع است و سه رفتار عمده را در بر می‌گیرد: ۱. شرکت کردن (گردشگری ورزش فعال)؛ ۲. تماشا کردن (گردشگری ورزشی رویداد یا غیرفعال)؛ ۳. بازدید کردن از جذابیت‌های مشهور مربوط به ورزش مثل بازدید از شخصیت‌های ورزشی، موزه‌های ورزشی، ورزشگاه‌های مهم و غیره (گردشگری خاطرات ورزشی) (Gibson, H. 2005).

نخستین بار مفهوم پایداری در حوزه‌های مربوط به گردشگری را باتلر در سال ۱۹۹۶ مطرح کرد (Hardy, A. et al., 2002). پس از آن، پایداری بیش‌ترین حمایت را در میان دانشگاهیان، کارمندان دولتی، سازمان‌های مردم‌نهاد و سایر متخصصان گردشگری بدست آورد. بدین ترتیب، پارادایم سنتی توسعه به طور قابل ملاحظه‌ای به سمت راه جدیدی از اهداف توسعه تغییر یافت (Rahnamaei, M. et al., 2007). توسعه پایدار گردشگری فرآیندی است که نیازهای گردشگران و جامعه میزبان را تامین و در عین حال از فرصت‌های آینده حمایت می‌کند و مدیریت تمامی منابع را بمنظور تامین انواع نیازهای اقتصادی و اجتماعی به همراه دارد (Fazenda, N, et al., 2010 Risteskia). امروزه پایداری به گونه‌ای گسترده به عنوان رویکردی اساسی برای هر نوع توسعه از جمله توسعه گردشگری پذیرفته شده است. در مباحث سیاسی و محیطی، گردشگری پایدار، مفهومی نوین برای مقابله با آثار مخرب توسعه گردشگری است (Kousis, M., 2000).

سازمان جهانی گردشگری بیان کرده که توسعه گردشگری می‌تواند نقشی مهم در بخش توسعه پایدار ایفا کند (Reihanian, A. et al., 2012). از دید سازمان جهانی گردشگری به طور کلی: «گردشگری پایدار نیازهای گردشگر زمان حال و جوامع میزبان را برآورده می‌کند و در عین حال فرصت‌ها را برای پیشرفت و توسعه ارائه می‌دهد و منابع را به گونه‌ای مورد استفاده قرار می‌دهد که هم‌زمان با حفظ ارزش‌ها، فرآیندهای اکولوژیکی، تنوع زیستی و سیستم‌های پشتیبان حیات، به نیازهای اقتصادی اجتماعی و زیبایی‌شناختی پاسخ داده شود» بنابراین با افزایش ظرفیت انجام کارهای اجرایی، می‌توان صنعت گردشگری را پررونق کرد (Fazenda, N. et al., 2010). از این رو، برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال که دارای تاثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی فوق‌العاده‌ای نیز می‌باشد، به عنوان یک نیاز مطرح می‌شود (Saberri, A. et al., 2018).

گردشگری در کمک به توسعه پایدار، جایگاه و موقعیت ویژه‌ای دارد (UNEP/WTO, 2005). به بیان دیگر، در بسیاری از کشورها، گردشگری راه اصلی و چه بسا تنها راه توسعه است. بنابراین، باید مطمئن بود گردشگری به شیوه‌ای توسعه یابد که سهم آن در توسعه پایدار مقصد بهینه باشد. در سال ۱۹۸۰ مفهوم گردشگری جایگزین، پایه‌ای برای نظریه و الگوی توسعه گردشگری با عنوان توسعه پایدار گردشگری شناخته شد. برخی گردشگری جایگزین را مترادف توسعه پایدار گردشگری می‌دانند که این گونه توسعه کوچک‌مقیاس و متناسب با محل است و بر حفاظت و ارتقای کیفیت منابع گردشگری تاکید دارد. مالکیت و کنترل توسعه گردشگری بیش‌تر در دست جامعه محلی است و هدف آن بهینه‌سازی منافع بلندمدت گردشگران، محیط‌زیست مقصد و مردم بومی است (Zargham Borojeni, H., Sedaghat, M., autumn 2018).

بحث مدیریت، بخش مهم در برنامه‌ریزی و به عنوان پایه و اساس همه امور است که عمل هدایت و کنترل یک فعالیت یا سازمان را عهده‌دار است. گردشگری برای آنکه بتواند به توازنی میان نیازهای جوامع محلی، محافظت محیط‌زیست و ارتقای سطح و ارتقای سطح کیفیت زندگی و تجربه گردشگری دست یابد، نیازمند یک نظام مدیریتی قوی است، مدیریتی که در زمینه بهره‌وری گردشگری در مناطق و در انطباق یک نگرش سیستمی، که در آن پویایی در چهارچوب عرضه و تقاضا با تاکید بر توسعه پایدار مدنظر است (Papoli Yazdi, M., Sghaei, M., 2005). در واقع، مدیریت گردشگری در رابطه با روش‌های مدیریت منابع برای گردشگری، توازن گردشگران با منابع زیست‌محیطی و نیز ارتباط متقابل آن‌ها با ساکنین مقاصد گردشگری است (Mason, P., 2003). گردشگران مقاصد گوناگونی را جهت جهت‌گذران فراغت و بازدید انتخاب می‌کنند. یکی از مهم‌ترین عوامل موثر در توسعه گردشگری در هر منطقه، چگونگی مدیریت آن فعالیت‌ها است. مدیریت دربرگیرنده نگرش نظام‌مند است که در آن پویایی گردشگری در چهارچوب عرضه و تقاضا با تاکید بر پایداری مدنظر قرار می‌گیرد. مدیریت گردشگری پایدار نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری است. در ادامه به بررسی برخی از پژوهش‌های انجام شده داخلی و خارجی با مشابهت موضوعی، اهداف، نتیجه، روش انجام پژوهش و ... در خصوص این پژوهش پرداخته می‌شود:

محمدامین بازیدی (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی تاثیر شاخص‌های کیفیت محیطی بر برندسازی گردشگری ورزشی دماوند پرداخته است (Bayazidi, M.A., 2019). نتایج پژوهش نشان داد گردشگری در مقصد مورد مطالعه در اقتصاد و معیشت جامعه محلی از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد و به عنوان عامل پیشران مهمی بر ابعاد متفاوت کیفیت زندگی، همچون اشتغال و درآمد و مسکن تأثیر مثبت داشته و بر ابعاد بهداشتی و محیطی و کیفیت سلامت تأثیر منفی نداشته است.

- پروین شوشی‌نسب (۱۳۹۱) در پایان‌نامه دکتری خود در دانشگاه خوارزمی به راهنمایی دکتر سید امیر احمد مظفری با موضوع: تدوین برنامه راهبردی توسعه صنعت گردشگری ورزشی ایران، را مورد مطالعه قرار داده است (Shoshi-Nesab, P., 2013). نتایج پژوهش نشان داد که مولفه‌های برگزاری منظم ورزش‌های آئینی (کشتی با چوچه، ورزش‌های باستانی و غیره) و وجود منابع گردشگری ورزشی طبیعی (مناطق بیابانی، غارهای متعدد و غیره) به عنوان مهم‌ترین قوت‌های این شهرستان شناخته شدند. همچنین، مولفه‌های موقعیت جغرافیایی سبزوار و آثار باستانی و تاریخی و صنایع دستی سبزوار نیز به عنوان مهم‌ترین فرصت‌های این شهرستان شناخته شدند.

- مه‌ری زوارنیا (۱۳۹۸) در پژوهش خود، به بررسی ترتیبات نهادی و همکاری سازمانی در مدیریت مقاصد گردشگری؛ مورد مطالعه: شهر مشهد به مطالعه و بررسی این موضوع پرداخته است (Zavarnia, M., 1398). در این پژوهش، عوامل نهادی، مدیریتی، همکاری‌های سازمانی و بین‌سازمانی و تعاملات میان جامعه گردشگر، جامعه میزبان و سازمان‌های دخیل در گردشگری پرداخته است.

- جواد ادبی فیروزجاه (۱۳۸۵) خود به بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی کشور با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی، بحث گردشگری ورزشی را مورد مطالعه قرار داده است (Adabi Firouzjah, J., 2016). نتایج این پژوهش نشان داد که از نظر کارشناسان، در ایران جاذبه‌هایی که کمتر تحت تاثیر پدیده فصلی بودن قرار می‌گیرند و در نتیجه طول فصل گردشگری طولانی‌تری دارند و با این حال،

فعالیت‌های متنوع‌تری نیز در آن‌ها انجام می‌گیرد از اهمیت بیش‌تری در توسعه گردشگری ورزشی کشور برخوردار هستند. در بین مشکلات نیز مشکلات فرهنگی و در نتیجه گردشگری ورزشی کشور است که باید برطرف شود.

-هنرور افشار(۱۳۸۸) نیز به موضوع طراحی الگوی بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داد که بیشتر گردشگران ورزشی به عنوان ورزشکار در رویداد ورزشی شرکت می‌کنند و جذب‌کننده‌ترین جاذبه برای آن‌ها دریا و سایر جاذبیت‌های آبی و مسابقات و رویدادهای ورزشی است. دو رسانه اصلی جذب گردشگران ورزشی، تلویزیون و اینترنت هستند و رویداد ورزشی عامل مهمی در جذب آن‌ها است. اما مهم‌ترین ضعف گردشگران ورزشی، عدم بازدید از مکان‌های دیدنی درون شهری است. برنامه‌ریزی بازاریابی بیشترین تأثیر را در بازاریابی گردشگری دارد و متغیرهای محیط، جایگاه‌یابی و بازار هدف، بیشترین تأثیر را از متغیر بازاریابی داشته‌اند. در نهایت، با برهم‌کنش متغیرهای مختلف، الگوی بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران طراحی شده است.

-آزاد معتمدیان(۱۳۸۸) در پژوهش خود به مطالعه امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی قایقرانی رفتینگ در رودخانه سیروان، پرداخته است (Motamedian A. 2008). محدوده مورد مطالعه این پژوهش موردی بر روی شاخه اصلی رودخانه سیروان به طول ۴۳ کیلومتر، حد فاصل روستای پالنگان تا زمین‌های زلته می‌باشد. از یافته‌های پژوهش مشخص شد که در یازده کیلومتر اول رودخانه که مابین روستای پالنگان تا روستای دیوناز می‌باشد به علت نبود جا امکان برگزاری قایقرانی وجود نداشت و ۳۲ کیلومتر باقی‌مانده امکان قایقرانی با قایق‌های کانو و کایاک (یک‌نفره و دونفره) شش و هشت‌نفره رفتینگ در درجات گوناگون (۱ تا ۴) وجود داشت.

مریم احمدی(۱۳۹۹) نیز در کار پژوهشی خود به شناسایی عوامل موثر بر توسعه تفرجگاههای گردشگری ورزشی در زنجان، را مورد مطالعه قرار داده است (Ahmadi, M. 2019). در این مطالعه مشخص شد که می‌توان گفت که عوامل مدیریتی؛ ارتباطات؛ اجتماعی-فرهنگی؛ امکانات و زیرساخت‌ها و اقلیم و منابع طبیعی به عنوان عوامل موثر بر توسعه تفریح‌گاههای ورزشی هستند. در نهایت، تقویت این عوامل برای توسعه گردشگری نیازمند هماهنگی و نظارت بین ادارات و سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی؛ آموزش و نهادینه سازی فرهنگ رفتار با گردشگران ورزشی؛ شناسایی و معرفی جاذبه‌های طبیعی گردشگرپذیر استان؛ تقویت امکانات و زیرساخت‌های گردشگری؛ و شناسایی نیازهای واقعی مشتریان است.

-جاوید فضائیل(۱۳۹۷)، در کار پژوهشی انجام‌شده خود، به بررسی موضوع گردشگری می‌پردازد. در پژوهش گردشگری ورزشی، هر سه بعد (اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست محیطی) به توسعه منجر شده است. عوامل تأثیرگذار در هر بعد شناسایی شده‌اند. در بعد اقتصادی، افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تاسیسات زیربنایی، و در بعد اجتماعی-فرهنگی، تشویق ساکنان محلی به فعالیت‌های فرهنگی، و در بعد زیست محیطی، افزایش طرفداران محیط زیست به عنوان مهم‌ترین عامل‌ها شناسایی شده‌اند. در هر بعد، عوامل منفی نیز شناسایی شده‌اند. بهبود سطح زندگی و بالا رفتن استانداردهای زندگی مردم به عنوان عامل مثبت در بعد اشتغال بعد اقتصادی شناسایی شده‌است، در حالی که تورم و افزایش هزینه‌های زندگی در مقاصد گردشگری به عنوان عامل منفی شناسایی شده‌است. در بعد اجتماعی-فرهنگی، افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی و افزایش جرم و جنایت به عنوان عامل منفی شناسایی شده‌است، در حالی که افزایش مقدار شادابی اجتماعی به عنوان عامل مثبت شناسایی شده‌است. در بعد زیست محیطی، آسیب به مناظر طبیعی و بکر منطقه از راه پخش زباله به عنوان عامل منفی شناسایی شده‌است، در حالی که افزایش طرفداران محیط زیست به عنوان عامل مثبت شناسایی شده‌است.

-حامد بابایی(۱۳۹۶)، در پژوهش بر رابطه گردشگری ورزشی با رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال در جوامع میزبان تمرکز دارد. بازی‌های بومی و محلی می‌توانند منجر به افزایش تولید ناخالص داخلی، ورود ارز، ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای دولت شوند. این پژوهش با استفاده از روش پژوهش‌های کیفی و مصاحبه با افراد صاحب‌نظر در حوزه‌های اقتصاد، گردشگری و مدیریت ورزشی انجام شده است. نتایج نشان می‌دهند که بازی‌های بومی و محلی می‌توانند با اخذ هزینه ثبت‌نام، افزایش صادرات و جذب سرمایه، منجر به رونق اقتصادی شوند. همچنین، ایجاد مشاغل تولیدی و مشاغل مرتبط با نیروی انسانی مرتبط با بازی‌ها منجر به اشتغال‌زایی خواهد شد و با گرفتن مالیات، درآمدزایی برای دولت ایجاد خواهد شد.

-هومان تامپی(۱۴۰۱) الگویی برای مدیریت پروژه‌های گردشگری با رویکرد توسعه پایدار تدوین شد. این الگو برای مدیریت هر پروژه‌ای که شامل مجموعه فعالیت‌های منحصربه‌فرد با شروع و اختتام مشخص است، به چرخه حیات مدیریت آن پروژه توجه می‌کند و بهبود موفقیت مدیریت پروژه را ارائه می‌دهد. این الگو برای پروژه‌های گردشگری، از جمله هتل‌ها و اقامتگاه‌ها تدوین شده و الزام استفاده از آن در پروژه‌های گردشگری تصویب و اجرا شود. برای ارتقا مدیریت پروژه‌های گردشگری و بهره‌گیری از این الگو، نیاز به حمایت انجمن‌های علمی و اجرایی در زمینه مدیریت پروژه است.

-ساناهیا(۲۰۰۲)، یک نمونه از مزایای طولانی مدت میزبانی رویدادهای مهم ورزشی، المپیک ۱۹۹۲ بارسلونا را بعد از ده سال در سال ۲۰۰۲ ارائه داد (Snahija, R. 2002). براساس پژوهش وی، افزایش تقریباً صددرصدی ظرفیت هتل‌ها، تعداد گردشگران و تعداد اقامت‌های

شبانه در سال ۲۰۰۱ در مقایسه با وضعیت پیش از بازی‌ها در سال ۱۹۹۰ را نشان می‌دهد. متوسط اقامت نیز از ۷۱ درصد به ۸۴ درصد افزایش پیدا کرد. افزون بر آن، متوسط مدت ماندن از ۲/۸۴ روز به ۳/۱۷ روز افزایش یافت.

سولبرگ و پروس (۲۰۰۷)، میزبانی بازی‌های المپیک و جام جهانی فوتبال و رویدادهای مهم ورزشی یک فرصت منحصر به فرد و مزیت بالقوه اقتصادی با جذب تعداد کثیری از تماشاگران و توریست‌ها به شهر میزبان بشمار می‌روند به این علت بیش تر کشورها برای میزبانی این رویدادها رقابت شدیدی دارند (Solberg, H., Preuss, H. 2007).

سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۳)، در گزارشی اعلام کرد که ۵۵ درصد مسافرت‌های خارج از کشور مردم آلمان و ۵۲ درصد مسافرت‌های مردم هلند ورزشی است. در آمریکا درآمد حاصل از رویدادهای گردشگری ورزشی ۲۷ میلیارد دلار در سال برآورد شده است و بیش از ۷۵ میلیون میلیون آمریکایی بزرگسال (۳۰٪ مردم آمریکا) بیان داشته‌اند که در پنج سال گذشته در یک رویداد ورزشی هنگام مسافرت به صورت تماشاگر یا شرکت‌کننده حضور داشته‌اند (Parsipour, Gh. 2003).

دیری و جاگو (۲۰۰۶)، عنوان کردند که گردشگری ورزشی نقشی مهم در اقتصاد ملی و محلی دارد و به نظر می‌رسد از توانایی بالقوه برای افزایش آن برخوردار است.

میرا و همکاران (۲۰۱۶) و کاریرو و همکران (۲۰۱۷)، در پژوهش‌های خود به این موضوع اشاره داشته‌اند که در میان محرک‌ها و انگیزه‌های بی‌شماری که می‌توانند بر محیط رقابت تأثیر بگذارند، مشتریان و نیازهایشان به عنوان عامل محرک نهایی در پشت صحنه رقابت‌پذیری ایستاده‌اند (Mira, M.R., 2016; Kariru, A.N. et al., 2017). اقدامات رقابتی از تقاضای مشتری نشأت می‌گیرند و رقابت‌پذیری به طور مستقیم تحت تأثیر کیفیت محصول ارائه‌شده قرار دارد که به معنای کیفیت محصول ارائه‌شده قرار دارد که به معنای کیفیت تجربه گردشگری‌ای است که توسط مقصد ایجاد می‌شود. آبرئو نووایس و همکاران (۲۰۱۸)، در بررسی خود بیان داشته‌اند که روی هم‌رفته، رشد بازار گردشگری و افزایش رقابت در آن موجب شده است توجه زیادی به راهبردهای بسیار موثر در مدیریت و بازاریابی مقصدهای گردشگری جلب شود و رقابت‌پذیری به یک تأکید مهم در بازار دائمی در حال تغییر امروز تبدیل شده است (drades, L., Dimanche, F., 2017). بنابراین، رقابت‌پذیری مقصد، اکنون به یک مسأله حیاتی در صنعت گردشگری تبدیل شده است و به عنوان یک عامل اثرگذار بر عملکردهای مقصدهای گردشگری مطرح شده است. مون و هان (۲۰۱۹) نیز همانند پریچ و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهش‌های خود تجربه گردشگری ورزشی را ساختار پیچیده و فردی معرفی می‌کنند که ویژگی‌های انگیزشی، عاطفی، اجتماعی، محیطی، سازمانی و فیزیکی را در بر می‌گیرد (Moon, H., Han, H., 2018; Perić, M., et al., 2019). در پیشینه پژوهشی، به کیفیت تجربه گردشگری در قالب یک ساختار جداگانه، چندان توجه نشده است؛ بلکه آن را با کیفیت خدمات درهم آمیخته‌اند.

گوفی و همکاران (۲۰۱۹)، در نتایج پژوهش خویش بیان داشته‌اند که گردشگری یک سیستم جامع عرضه و تقاضا است که هر مقصد گردشگری برای موفقیت باید رویکرد یکپارچه‌ای نسبت به بسیاری از اجزای این سیستم گردشگری داشته باشد که شامل دولت، کسب و کارها، جوامع محلی (بخش عرضه) و گردشگران (بخش تقاضا) است و هریک از این اجزاء نیز دیدگاه‌های متفاوتی درباره رقابت‌پذیری مقصد دارند (Goffi, G., et al., 2019).

بررسی پیشینه‌های داخلی مرتبط با موضوع این پژوهش نشان می‌دهند که گردشگری ورزشی می‌تواند سبب ارتقای معیشت محلی، رشد و توسعه اشتغال و درآمد، توسعه اقتصاد ملی، منطقه‌ای و محلی و تنوع اقتصادی شود. برای تحقق گردشگری پایدار ورزشی، نیاز به توجه به مدیریت، بازاریابی، ملاحظات اجتماعی-فرهنگی، ارتباطات و زیرساخت‌های اقامتی و پذیرایی، آموزش و نهادینه‌سازی فرهنگ گردشگرپذیری و آگاه‌سازی جوامع محلی است. همچنین، نیاز به بررسی عوامل فردی، انگیزشی، عاطفی، اجتماعی، محیطی، سازمانی و فیزیکی در گردشگری ورزشی و توجه به رضایت گردشگران و تجربه آن‌ها برای توسعه جریانات پایدار گردشگری است.

مواد و روش تحقیق

در این پژوهش با هدف بررسی جایگاه مدیریت در توسعه گردشگری پایدار ورزشی در محدوده مورد مطالعه، از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. با استفاده از ۱۰ مصاحبه با خبرگان، راهکارهای لازم برای توسعه پایدار گردشگری ورزشی پیشنهاد شده است. پس از نکته‌برداری و ضبط صدا، با استفاده از روش‌های کدگذاری و تحلیل مضمون، یافته‌های مرتبط و در راستای پاسخگویی به سوالات پژوهش به انجام رسیده است. در نهایت، گزارش تدوین شده است. این پژوهش درباره روش تحقیقات کیفی در پژوهش‌های گردشگری ورزشی است. برای افزایش پایایی پژوهش، از روش تحلیلگران متعدد استفاده شده است و نتایج پژوهش با استفاده از مشخصات جمعیت‌شناختی

مصاحبه‌شوندگان بهبود یافته است. همچنین در جهت تاییدپذیری نتایج، پژوهشگران باید تمام روند پژوهشی و مسیر تصمیمات خود را در گزارش بیان کنند.

در این پژوهش از پایایی بازآزمون نیز بهره گرفته شده است تا در اثر آن، محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام گرفته، از دقت بالاتری برخوردار شود.
۲× تعداد توافقات

$$\text{درصد پایایی} = \frac{2 \times \text{توافقات تعداد}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

از بین مصاحبه‌های انجام گرفته، به شکل تصادفی، تعداد ۳ مصاحبه انتخاب شد و هر کدام از آن‌ها دو بار در یک فاصله زمانی ۳۰ روزه (یک ماه) توسط پژوهشگر کدگذاری شدند. در این راستا استملر (۲۰۰۱) در پژوهش خود مقدار پایایی بیش‌تر از ۶۰ صدم را مورد تایید و قابل قبول بیان کرد (استملر، ۲۰۰۱) (Alavi, S., et al., 2019). در جدول (۱)، محاسبه پایایی مصاحبه‌ها به روش بازآزمون ارائه شده است.

جدول ۱- محاسبه پایایی مصاحبه‌ها به روش بازآزمون

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بازآزمون (درصد)
۱	P ₃	۱۸	۸	۲	۸۸٪
۲	P ₆	۱۳	۶	۱	۹۲٪
۳	P ₁₂	۱۲	۵	۲	۸۳٪
	کل	۴۳	۱۹	۵	۸۸٪

ماخذ: مطالعات نگارنده، ۱۴۰۱

همان‌گونه که در جدول ۱، مشاهده می‌شود، تعداد کل کدها در دو فاصله زمانی ۳۰ روزه برابر ۴۳، تعداد کل توافقات بین کدها برابر ۹ و تعداد کل عدم توافقات در این دو زمان، برابر ۵ بود. پایایی بازآزمون مصاحبه‌های انجام گرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول اشاره شده، برابر ۸۸ صدم است. با توجه به اینکه این مقدار پایایی بیش‌تر از ۶۰ صدم است. قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تایید و قبول است. همان‌گونه که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود، تعداد کل کدها در یک مدت زمانی ۳۰ روزه برابر با ۴۳، تعداد کل توافقات بین کدها در این دو زمان برابر با ۱۹ و تعداد کل عدم توافقات در این دو زمان برابر با ۵ بوده است. پایایی باز آزمون مصاحبه‌های انجام گرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول ذکر شده برابر با ۸۸ صدم است. با توجه به اینکه این مقدار پایایی بیش‌تر از ۶۰ صدم است. قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تایید و قابل قبول است. هدف بررسی جایگاه مدیریت در توسعه گردشگری پایدار با تاکید بر گردشگری ورزشی انجام شده است. این پژوهش در پی پاسخ به این سوالات بود که: ۱) نقش مدیریت در توسعه پایدار گردشگری ورزشی در منطقه مورد مطالعه چیست؟ ۲) چگونه توسعه پایدار جریانات گردشگری در این ناحیه محقق خواهد شد؟

محدوده مورد مطالعه

محدوده مورد مطالعه این پژوهش بخش آرمند از توابع شهرستان خانمیرزا واقع در جنوب استان چهارمحال و بختیاری است. این بخش در فاصله ۵۰ کیلومتری از شهر آلونی مرکز شهرستان لردگان و در ۳۱ درجه عرض شمالی و ۵۱ درجه طول شرقی واقع شده است. متوسط ارتفاع بخش آرمند از سطح دریا بالغ بر ۲۰۰۰ متر است. مرکز این بخش شهر آرمند است. بخش آرمند دارای جمعیتی بالغ بر ۱۷۶۸۰ نفر است. این بخش از شمال به دهستان هلو سعد بخش میانکوه شهرستان اردل، از شرق به دهستان مشایخ شهرستان کیار، از جنوب به دهستان ریگ بخش مرکزی شهرستان لردگان و از غرب به دهستان میلاس بخش مرکزی شهرستان لردگان محدود می‌شود. بخش آرمند بر اساس مصوبه مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۸ هیات وزیران از ایجاد دو دهستان آرمند و دهستان جدید سپیدار تشکیل شد و با اجماع بخش‌های خانمیرزا و آرمند (الحاق بخش آرمند به بخش خانمیرزا) در این سال، شهرستان خانمیرزا ایجاد و از شهرستان لردگان منتزع شده است. جمعیت بخش خانمیرزا نیز ۳۶۳۶۰ نفر است و در کل تعداد ۵۷۲۸۰ نفر در شهرستان خانمیرزا سکونت دارند. بخش مرکزی شهرستان خانمیرزا دارای ۳۷ روستا و یک شهر (شهر آلونی مرکز بخش و مرکز شهرستان) و بخش آرمند دارای ۱۹ روستا و یک شهر (شهر آرمند، مرکز بخش) هستند. زبان مردم این شهرستان گویش لری بختیاری و مذهب آنان شیعه است (فرمانداری خانمیرزا ۱۴۰۱ و مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). در شکل (۱)، نیز موقعیت سیاسی و تقسیمات کشوری شهرستان خانمیرزا در استان چهارمحال و بختیاری و کشور، نمایش داده شده است.



شکل ۱- نقشه موقعیت سیاسی شهرستان خانمیرزا در استان چهارمحال و بختیاری و در ایران

بحث و ارائه یافته‌ها:

در این بخش از این پژوهش، ابتدا به بیان ویژگی‌های توصیفی و جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان و همچنین، به تحلیل کیفی پرسش‌های اصلی پژوهش پرداخته خواهد شد. بررسی نتایج آمار توصیفی این پژوهش بیانگر این است که ۷۰ درصد از مصاحبه‌شوندگان مرد و ۳۰ درصد از آنان را زن تشکیل می‌دهد. همه این افراد دارای مدرک دکتری بودند که ۶ نفر در رشته‌های مدیریت ورزشی و دیگر گرایش‌های رشته تربیت‌بدنی، ۲ نفر جامعه‌شناسی، یک نفر، جغرافیا و یک نفر نیز دانش‌آموخته رشته محیط‌زیست بوده‌اند. ۱۰ درصد از افراد مصاحبه‌شده در رده سنی بین ۳۰ تا ۳۹، ۸۰ درصد در رده سنی بین ۴۰ تا ۴۹ و ۱۰ درصد دیگر نیز در رده سنی بین ۵۰ تا ۶۰ سال قرار داشتند. از لحاظ سابقه کار نیز ۴۰ درصد زیر ۱۰ سال، ۵۰ درصد بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۱۰ درصد نیز بالای ۲۰ سال سابقه کاری داشته‌اند. در جدول ۲ نیز تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی مقوله فرعی، مقوله اصلی و مفهوم در ارتباط با شناسایی جایگاه مدیریت در توسعه گردشگری پایدار با تاکید بر گردشگری ورزشی در بخش آرمنند شهرستان خانمیرزا نمایش داده شده است.

جدول ۲- مفهوم مقوله‌های اصلی و فرعی بررسی جایگاه مدیریت در توسعه پایدار گردشگری بخش آرمنند شهرستان خانمیرزا

مفهوم	مقوله اصلی	مقوله فرعی
مدیریت مطالعه‌ای	شناسایی جاذبه‌های گردشگری ورزشی	مطالعه و بررسی جاذبه‌ها
		ساماندهی مطالعات انجام‌شده
	معرفی و شناساندن جاذبه‌های گردشگری ورزشی	تدوین و نهایی‌سازی مطالعات انجام‌شده
		تدوین کاتالوگ و بروشور
		ایجاد سایت تخصصی معرفی جاذبه‌ها
مدیریت اقتصادی	برنامه‌ریزی اقتصادی گردشگری ورزشی	معرفی جاذبه‌ها در فضای مجازی
		مطالعه و بررسی اقتصاد گردشگری
	توسعه اقتصادی گردشگری ورزشی	بررسی اثرات اقتصاد گردشگری
		تدوین و ارائه گزارش مطالعات اقتصاد گردشگری
		توجه به بحث رقابت‌پذیری در گردشگری ورزشی
مدیریت کارآفرینی و اشتغال	کارآفرینی در گردشگری ورزشی	بررسی روش‌های تامین مالی گردشگری
		ایجاد مقدمات تامین تسهیلات و اعانت
	هدایت نیروی کار و ایجاد اشتغال	ایجاد بستر جلب سرمایه‌گذار در گردشگری ورزشی
		شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری ورزشی
		معرفی فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود در این حوزه
		آموزش و معرفی فرصت‌ها و ظرفیت‌ها به علاقمندان
		زمینه‌سازی جهت ایجاد اشتغال توسط کارآفرینان
		کمک به رفع موانع ایجاد اشتغال توسط کارآفرینان
		معرفی علاقمندان به فعالیت در گردشگری ورزشی به کارآفرینان

ادامه جدول ۲- مفهوم مقوله‌های اصلی و فرعی بررسی جایگاه مدیریت در توسعه پایدار گردشگری بخش آرمند شهرستان خانمیرزا

مفهوم	مقوله اصلی	مقوله فرعی
مدیریت اجتماعی	مدیریت اثرات اجتماعی گردشگری در جامعه محلی	تلاش در جهت معرفی اثرات گردشگری ورزشی به جامعه محلی
		ایجاد زمینه تعاملات مثبت بین جامعه محلی و گردشگران
		آموزش و آگاه‌سازی جامعه محلی در خصوص اثرات اجتماعی گردشگری ورزشی
مدیریت فرهنگی	مدیریت اثرات گردشگری اجتماعی در بین گردشگران (ورزشکاران، بازدیدکنندگان)	معرفی ویژگی‌های جغرافیایی و اجتماعی منطقه به گردشگران در راستای ایجاد تجربه گردشگری مناسب و رضایتمندی آنان
		آموزش مسائل اجتماعی منطقه به گردشگران
		تلاش در راستای همگرایی و تعامل بهتر گردشگران و جامعه محلی
مدیریت فرهنگی	برنامه‌های مطالعاتی فرهنگی	مطالعه و بررسی جاذبه‌های فرهنگی منطقه
		مطالعه و بررسی مسائل و ظرایف فرهنگی منطقه
		ارائه گزارش مطالعات فرهنگی منطقه جهت استفاده در آموزش گردشگران
مدیریت فرهنگی	برنامه‌های شناخت اثرات تعاملات بین گردشگران و جامعه محلی	شناسایی و بررسی اثرات فرهنگی گردشگری ورزشی
		ایجاد زمینه‌های شناخت مسائل جذاب و مکتوم فرهنگی منطقه
		ایجاد بستر توسعه فرهنگی و خروج منطقه از انزوای اجتماعی و فرهنگی
مدیریت کالبدی	مدیریت کالبدی	برنامه‌ریزی برای توسعه زیرساخت‌های اساسی (راه و ..) مبتنی بر رویکردهایی نظیر چرخه حیات در ساخت پروژه‌ها
		برنامه‌ریزی در راستای کیفیت محیطی نواحی دارای جاذبه‌های ورزشی
		محوطه‌سازی و ایجاد مراکز اقامتی و پذیرایی گردشگران
مدیریت کالبدی و محیطی و منابع طبیعی	مدیریت محیطی	آموزش حفاظت محیط‌زیست به جامعه و محلی و گردشگران
		توجه به ملاحظات محیط‌زیستی در توسعه زیرساخت‌ها
		توجه به گردشگری ورزشی مبتنی بر حفاظت محیط‌زیست
مدیریت کالبدی و محیطی و منابع طبیعی	مدیریت منابع طبیعی	توجه به کاهش آلودگی‌های محیط‌زیستی
		آموزش حفاظت از منابع پایه (آب و خاک) و جنگل‌ها و مراتع به گردشگران و جامعه محلی
		توجه به توسعه گردشگری ورزشی مبتنی بر دوستداری منابع طبیعی
مدیریت کالبدی و محیطی و منابع طبیعی	مدیریت منابع طبیعی	توجه به حفظ سیمای سرزمین و اکوسیستم‌های طبیعی در توسعه گردشگری ورزشی
		ورزشی

ماخذ: مطالعات نگارنده، ۱۴۰۱

نتایج جدول ۲ نشانگر اینست که از تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی تعداد ۴۱ مقوله فرعی بدست آمده است که در ۱۳ مقوله اصلی قرار گرفته شدند. در نهایت، نیز از مقوله‌های بدست‌آمده به چهار مفهوم مدیریت اقتصادی (برنامه‌ریزی اقتصادی گردشگری ورزشی و توسعه اقتصادی گردشگری ورزشی)، مدیریت کارآفرینی و اشتغال (کارآفرینی در گردشگری ورزشی و هدایت نیروی کار و ایجاد اشتغال)، مدیریت فرهنگی (برنامه‌های مطالعاتی فرهنگی و برنامه‌های شناخت اثرات تعاملات بین گردشگران و جامعه محلی) و مدیریت کالبدی و محیطی و منابع طبیعی (مدیریت کالبدی، مدیریت محیطی و مدیریت منابع طبیعی) بدست آمد. در جدول ۳، تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی مقوله فرعی، مقوله اصلی و مفهوم در ارتباط با شناسایی راه‌کارها و شیوه‌های اثرگذاری و تثبیت جایگاه مدیریت در توسعه پایدار گردشگری ورزشی در بخش آرمند شهرستان خانمیرزا نمایش داده شده است.

جدول ۳- مفهوم‌ها، مقوله‌های اصلی و فرعی و راهکارهای اثرگذاری مدیریت در توسعه پایدار گردشگری ورزشی در منطقه

مفهوم	مقوله اصلی	مقوله فرعی
اقتصادی	توسعه اشتغال و کارآفرینی	ایجاد فرصت‌های شغلی در گردشگری ورزشی
		حمایت از کارآفرینان گردشگری ورزشی در راستای ایجاد اشتغال
	توسعه تامین مالی و اعتباری	پشتیبانی دولت از اشتغال در بخش گردشگری ورزشی
		اعطای تسهیلات و وام به کارآفرینان گردشگری ورزشی
اجتماعی	مدیریت اثرات اجتماعی	ایجاد زمینه تعامل سازنده بین گردشگران و جامعه محلی
		معرفی باورها، آداب و رسوم و آیین‌های محلی و ...
	توسعه اجتماعی	معرفی بازی‌های بومی و محلی و ترویج آن
		خروج منطقه از انزوای جغرافیایی و فرهنگی در اثر جریان‌های گردشگری ورزشی
کالبدی	حمل و نقل	توسعه مناسبات فرهنگی و شهر و روستا در اثر ایجاد جریان‌های گردشگری ورزشی
		حفظ و اشاعه عناصر فرهنگی جامعه محلی
	تسهیلات و تاسیسات	ایجاد زیرساخت‌های خدمات الکترونیک در راستای کاهش رفت و آمدهای غیرضروری
		توسعه و بهبود محورهای ارتباطی و جاده‌های منتهی به منطقه
محیط‌زیستی، منابع طبیعی و کالبدی	بهداشتی	تسهیل و تسریع در ایجاد زیرساخت‌های منطقه (آب، برق و ...)
		توجه به ایجاد امکانات بهداشتی در مراکز گردشگری ورزشی (بخوری، سرویس‌های بهداشتی و ...)
		توجه به دفع بهداشتی فاضلاب مراکز اقامتی و پذیرایی و سرویس‌های بهداشتی
	محیط‌زیست	لزوم گردآوری مکرر و روزانه پسماندها و دفن بهداشتی آن‌ها
		ایجاد سمن‌های با اهداف محیط‌زیستی در منطقه
		لزوم توجه به حفاظت از محیط‌زیست طبیعی و انسانی توسط جامعه محلی و گردشگران
	منابع طبیعی	آموزش مداوم گردشگران و جامعه محلی در خصوص مسائل محیط‌زیست
		توجه به صیانت از منابع طبیعی از راه جامعه محلی، مردم و دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط
		توجه به حداقل تخریب و دگرگونی در منابع طبیعی در ساخت و توسعه زیرساخت‌ها
	برنامه‌ریزی	برنامه‌ریزی جهت کاشت گونه‌های درختی جنگلی و گیاهان مرتعی
		برنامه‌ریزی مدون جهت فصل برگزاری مسابقات ورزشی
		اختصاص زمان بازدید از منطقه به گروه‌های خاص و حساس از جمله سالمندان یا بیماران
آموزش پایه	ارائه بیمه گردشگران و بازدیدکنندگان	
	ارائه آموزش‌های اجتماعی، بهداشتی، محیط‌زیستی و ... به نیروی انسانی شاغل در گردشگری	
	آموزش مسائل اجتماعی، فرهنگی، محیط‌زیستی و ... به گردشگران	
مدیریتی	اقدامات نظارتی	نظارت دستگاه‌های اجرایی، قضایی، انتظامی و ... بر حفاظت از محیط‌زیست و منابع طبیعی
		توجه به عوامل نهادی-ساختاری، ترتیبات سازمانی در توسعه گردشگری
		نظارت دستگاه‌های اجرایی، قضایی، انتظامی و ... بر خدمات‌رسانی به گردشگران در مراکز
روابط عمومی و بین‌المللی	تنظیم جریانه‌های متناسب با تخلقات نقض‌کنندگان قوانین بهداشتی، محیط‌زیستی، تعرض به منابع طبیعی (اعم از گردشگران، متولیان گردشگری ورزشی و جامعه محلی)	نظارت مراکز بهداشت و درمان بر وضعیت بهداشت مراکز اقامتی و پذیرایی
		تنظیم قراردادهای و پروتکل‌های همکاری بین‌المللی با دیگر کشورها
		پیگیری برقراری روابط بین‌المللی و زمینه سرمایه‌گذاری سایر کشورها در گردشگری منطقه
		ایجاد شبکه ارتباطات فرااستانی، منطقه‌ای و کشوری بین این منطقه و گسترش همکاری‌های بین دستگاهی در توسعه گردشگری ورزشی

نتایج جدول ۳ نشان‌دهنده این است که از تجزیه و تحلیل‌های کیفی، تعداد ۳۸ مقوله فرعی بدست‌آمده که در ۱۳ مقوله اصلی قرار گرفته شدند. در نهایت، نیز از مقوله‌های بدست‌آمده به چهار مفهوم راهکارهای اقتصادی (توسعه اشتغال و کارآفرینی و توسعه تامین مالی و اعتباری)، کالبدی (حمل و نقل و تاسیسات و تسهیلات)، محیط‌زیست و منابع طبیعی (بهداشتی، محیط‌زیست و منابع طبیعی) و مدیریتی (برنامه‌ریزی، آموزش پایه، اقدامات نظارتی و روابط عمومی و بین‌المللی) بدست آمد.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها:

گردشگری ورزشی یکی از شاخه‌ها و گونه‌های پرطرفدار و با مخاطبان علاقمند در حوزه گردشگری است و این گونه از گردشگری، طیفی گسترده از زیرشاخه‌های دیگر از جمله گردشگری کوهنوردی، کوه‌پیمایی، صخره‌نوردی، دوچرخه‌سواری، کایت سواری، قایق سواری در آب‌های خروشان (زمینه اصلی مورد بحث در این پژوهش) و انواع دیگری از گونه‌های گردشگری و سرگرمی مرتبط با طبیعت را در بر می‌گیرد. هدف از انجام این پژوهش بررسی و شناسایی جایگاه، نقش و اثرات مدیریت و اعمال روش‌های مدیریتی و تصمیم‌گیری، تصمیم‌سازی و برنامه‌ریزی در توسعه پایدار گردشگری ورزشی در بخش آرمنند شهرستان خانمیرزا از توابع استان چهارمحال و بختیاری است. افزون بر آن، این پژوهش درصدد پاسخگویی به این سوالات بوده است که اولاً دلایل عدم توسعه پایدار گردشگری ورزشی در این ناحیه را شناسایی نماید. دوماً چرا و به چه علت این ناحیه و جامعه ساکن در آن، نتوانسته است به جایگاه قابل توجهی در سوماً به پاسخ این پرسش که چگونه می‌توان با اعمال روش‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی صحیح از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های گردشگری ورزشی این ناحیه بهره جست. براساس یافته‌های این پژوهش مشخص شد که از عمده‌ترین دلایل توسعه نیافتن گردشگری ورزشی پایدار در این ناحیه با وجود قابلیت‌های متناسب و متعدد، عدم تبلیغات و شناساندن جاذبه‌ها، عدم بازاریابی و معرفی جاذبه‌ها و عدم تلاش جدی در راستای ساختن تصویر از مقصد، عدم تلاش در راستای توسعه زیرساخت‌ها، استقرار تسهیلات و امکانات و برقراری تجهیزات و ... از راه‌های گوناگون (توسط دولت، بخش خصوصی و ...) بوده است. در پژوهش (Ghafoori, F. et al., Fall and Winter 2013). نیز مهم‌ترین عامل در توسعه و جذب گردشگر ورزشی‌های آبی را در سواحل استان مازندران تبلیغات و بازاریابی دانسته‌اند. تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و منابع، نشان‌دهنده اولین گام مهم در توسعه و مدیریت گردشگری ورزشی است. مقاصد گوناگون دارای ویژگی‌ها، جاذبه‌ها و توانمندی‌های مشخص ورزشی و توریستی جهت توسعه گردشگری و جذب گردشگران هستند. برای توسعه گردشگری ورزشی در کشور، مؤلفه‌های گوناگونی در نظر گرفته شده است؛ مانند: تدوین استراتژی توسعه گردشگری ورزشی، تدوین بازاریابی گردشگری ورزشی (Honarvar, A. 2009)، بررسی آمیخته‌های بازاریابی در صنعت گردشگری ورزشی (Abbasi, A. 2009)، شناخت رویدادهای ورزشی و سنتی توانمند توسعه گردشگری (Karkon, L. 2011)، ایجاد سایت‌های اینترنتی و سیستم‌های ارتباطی مناسب جهت بازاریابی، ایجاد رشته‌های تخصصی گردشگری ورزشی در دانشگاهها در سطوح کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری، پژوهش و پژوهش و چاپ مجلات توریسم ورزشی، برگزاری کنفرانس‌ها و همایش‌های بین‌المللی، آموزش و تعلیم نیروی انسانی ماهر، حمایت سیاسی و قانونی، مدیریت و هماهنگی، توسعه زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات، بهبود روابط بین‌المللی و تنش‌زدایی، توسعه مقاصد گردشگری ورزشی و جذب گردشگر با شناخت قابلیت‌ها و توانمندی‌ها (Moeinfard, M. 2007). از میان این مؤلفه‌ها، از جمله عوامل مهم که می‌تواند صنعت گردشگری کشور را توسعه دهد، شناخت قابلیت‌ها و توانمندی‌های گردشگری ورزشی است (Sajadi, S.N. et al., 2018). همچنین، بر اساس یافته‌های پژوهش مشخص شده که به علت ضعف در جلب و جذب سرمایه‌گذار، این ناحیه از بازار گردشگری متناسبی برخوردار نیست. به دلیل عدم تبلیغات و بازاریابی و عدم معرفی و شناساندن این کانون طبیعی گردشگری ورزشی و همچنین، ضعف‌های نهادی-ساختاری و مدیریتی در عرصه‌ها و گویه‌های معرفی شده در بخش یافته‌ها، این بخش از کشور، نتوانسته است سهم مناسبی از گردشگری ورزشی داشته باشد. به دلیل ضعف‌های نهادی-ساختاری و مدیریتی، ترتیبات اجرایی و عملیاتی سازمانی جهت ایجاد هم‌افزایی بین دولت، جامعه گردشگران و جامعه محلی شکل نگرفته است.

در حوزه مسائل مدیریتی و برنامه‌ریزی در این منطقه، به ضعف و خلا مطالعاتی و پژوهشی نیز از مواردی است که در یافته‌های پژوهش به آن‌ها اشاره شده بود. ضعف در شناسایی قابلیت‌ها و جاذبه‌ها از منظر علمی (طبیعی-اکولوژیک و انسانی-اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی) از جمله این ضعف‌هاست. از دیگر ضعف‌های ناحیه موردنظر در حوزه زیرساخت‌ها می‌توان به کیفیت نامناسب جاده‌ها به دلیل ماهیت کوهستانی ناحیه و انزوای جغرافیایی آن توام با دوری از مراکز شهری و توسعه یافته‌تر اشاره کرد. بدیهی است که در توسعه انواع گردشگری و گسترش جریان‌های پایدار گردشگری و افزایش تعداد سفر و حجم گردشگر، وجود راه‌های ارتباطی و محورهای تردد مناسب جهت دسترسی آسان به مقاصد الزامی است. از موارد دیگر قابل ذکر در جهت توسعه که در یافته‌ها به وضوح قابلیت ملاحظه دارد می‌توان به کمبود امکانات و مراکز اقامتی و پذیرایی اشاره کرد. گردشگری ورزشی همانگونه که در بررسی‌های این پژوهش و در تطبیق با سایر مطالعات انجام شده داخلی و خارجی به آن‌ها اشاره شد، موجب توسعه امکانات و زیرساخت‌های اقامتی و پذیرایی در کنار سایر زیرساخت‌ها می‌شود.

استعداد گسترش گردشگری ورزشی در شهر میزبان را می‌توان از نظر وجود منابع و زیرساخت مورد نیاز ورزشی و گردشگری تعیین کرد. یک فهرست منبع گردشگری ورزشی می‌تواند شامل محیط‌های فیزیکی، تجهیزات ورزشی ساخته شده، امکانات حمل و نقل و گردشگری و زیرساخت‌ها باشد (Bull, C. 2005). تاسیسات و امکانات اقامتی و رفاهی از جمله عناصر ثانویه سیستم گردشگری هستند که می‌توانند نقش موثری در توسعه گردشگری ورزشی کشور داشته باشند (Moeinfard, M. 2007). در ناحیه مورد بررسی اقدامات بطنی توسط جوامع محلی برای توسعه اقامتگاه‌ها در حال انجام است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به اقامتگاه‌های بوم‌گردی در حال بهره‌برداری یا ساخت در شهرستان می‌توان اشاره کرد.

روی هم رفته، شهرستان‌های لردگان و خانمیرزا در جنوب استان چهارمحال و بختیاری و جنوب غرب کشور، تا دهه ۱۳۸۰، به دلیل انزوای جغرافیایی و عدم توسعه محورهای ارتباطی و جاده‌ای، در حاشیه قرار گرفته بوده است، اما پس از احداث محور ارتباطی اصفهان-خانمیرزا-لردگان-خوزستان، شرایط جغرافیایی و فضایی شهرستان‌های لردگان و خانمیرزا متفاوت شده است. در مصاحبه‌های انجام شده با خبرنگار، نخبگان و مطلعین امر گردشگری ورزشی نیز، به نقش سازنده زیرساخت‌های ارتباطی و تسهیلات حمل و نقل در معرفی و شناساندن بیش‌تر جاذبه‌ها و توانمندی‌های گردشگری توأم با اعمال روش‌های مدیریتی در این ناحیه تاکید شده است. در پایان به ارائه چندین پیشنهاد برخاسته از مطالعات مروری-اسنادی (کتابخانه‌ای) و میدانی این پژوهش که قابلیت اجرایی در این ناحیه داشته باشند، پرداخته می‌شود:

- شناساندن و معرفی جاذبه‌های گردشگری این ناحیه بویژه توانمندی‌های گردشگری ورزشی به روش‌های گوناگون تبلیغاتی در راستای ایجاد تصویر از این مقصد و در نهایت، ایجاد تجربه مطلوب در گردشگران آینده شهرستان و هم‌چنین، افزایش سطح رضایتمندی آنان؛

- اعمال روش‌های مدیریتی توأم با تدوین برنامه‌های جامع و عملیاتی گردشگری ورزشی در این ناحیه؛

- ایجاد هم‌افزایی بین دستگاه‌های اجرایی استانی و محلی و همکاری این نهادها با مردم در راستای توسعه جریان‌های گردشگری در این ناحیه؛

- تدوین بسته‌های سرمایه‌گذاری برای معرفی به سرمایه‌گذاران برای ایجاد زیرساخت‌ها، توسعه امکانات و گسترش تسهیلات در این ناحیه؛

- استفاده از ظرفیت‌های جامعه محلی توأم با آوزش و ترویج منافع گردشگری و هم‌چنین، آموزش حفاظت از محیط‌زیست و صیانت از منابع طبیعی.

References:

1. Abbasi, A. (2009). Investigating the marketing mix in Iran's sports tourism industry, Master's thesis, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Department of Sports Sciences, Sabzevar Teacher Education University.
2. Abreu Novais, M., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018). "Destination competitiveness: Aphenomenographic study". *Tourism Management*, 64, 324-334.
3. Adabi Firouzjah, Javad, Investigating factors affecting the development of sports tourism in the country with an emphasis on natural sports attractions, Master's thesis, Tarbiat Modarres University, 2016
4. Ahmadi, M. (2019), Identifying factors affecting the development of sports tourism resorts in Zanjan, Master's thesis, Allameh Tabatabai University
5. Alavi, S., Karoobi, M., Zabihi, E., Alavi, Sh. (Fall 2019). Covid-19 and sports tourism: identifying the consequences and providing a solution, *Tourism Management Quarterly*, Glossary of Covid-19 Pandemic, Pages 1-32
6. Andrades, L., & Dimanche, F,(2017). "Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges". *Tourism Management*, 62, 360-376,
7. Babaei, H. (2016). the relationship between sports tourism with an emphasis on native and local games, economic prosperity and employment creation in the host communities, master's thesis, Allameh Tabatabai University,
8. Bayazidi, M. A. (2019). the impact of environmental quality indicators on Damavand sports tourism branding, Master's Thesis, Khwarazmi University, 2019.
9. Bull, C.(2005). "Sport tourism destination resource analysis". In J.E.S. Higham (ED). *Sport Tourism*.
10. Deery, M., J Ago, L. (2006). *The Management of Tourism*, in Heather Gibson, *sport Tourism: Concepts and Theories*, Routledge Taylor & Francis Group.
11. Emery, P. (2010). past present future major sport event management practice: the perspective. *Sport management review*, 13,158-170. Journal homepage: www.elsevier.com/locate/smrgames ,12 .5-23

12. Evangelia Kasimati, A.B. (2009). Peter Dawson "Assessing the impact of the 2004 Olympic Games on the Greek economy: A small macroeconomic model". *economic modeling* 26.139- 146. Congress: Future of Sport Management Proceeding, Firenze: Italy: E AS,
13. Farahani, A., Eslami, S., Porsolotan Zarandi, H. (2017). Ranking the employmen share of sport tourism industry factors in development. *Applied Research in Sport*, 6(22), 107-113
14. Fazaeil, J. (2017). the role of sports tourism in the country's sustainable development, master's thesis, Allameh Tabatabai University.
15. Fazenda N, Da silva FN, Costa C. Douro Valley Tourism Plan: The plan as part of sustainable tourist destination development, *Process, Journal of Word Hospitality and tourism*, 2010, 2, 4 , pp:428-440
16. Ghafoori F, Honarvar A, Nematpoor R. Factors affecting the development of water sports tourism in the coastal cities of Mazandaran, *Sports Management and Development Quarterly*, Fall and Winter 2013, 2 (3 consecutive), pp. 19-30
17. Gibson, Heather. "Sport tourism: concepts and theories, an introduction". *sport in society* 8, 2005.
18. Goffi, G., Cucculelli, M., & Masiero, L, "Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability". *Journal of Cleaner Production*, 209, 101-115, 2019.
19. Government of Vanuatu. Presentation of the government of Vanuatu: programme of action for the development of Vanuata 2001-2010[Online] Third United Nations conference on the latest developed countries, Geneva, 2011.
20. Hallmann, K., Müller, S., & Feiler, S, "Destination competitiveness of winter sport resorts in the Alps: how sport tourists perceived destinations"? *Current Issues in Tourism*, 2014, 17(4), 327-349
21. Hanrvar, Afshar (2008), design of sports tourism marketing model in Iran, master's thesis, Tarbiat Modarres University, 2008
22. Hardy A, Robert J, Beeton S, Pearson, L. Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptuation of Tourism *Journal of Sustainable Tourism*. 2002, 10. (6) December, pp.477-496
23. Higam J & Hinch T (2006), *Sport tourism: Concepts and Theories*, Oxon: Routledge
24. Honarvar A. Formulation of Iran's sports tourism marketing strategy, doctoral thesis, field of physical education, Tarbiat-Madras University of Tehran, 2009.
25. Hritz N, Franzidis AF. " Exploring the economic significance of the surf tourism market by experience level" *Journal of Destination Marketing & Management*, 2018, 7, 164-169
26. Isfahani N. Analyzing factors affecting sports tourism and presenting a strategic planning model, Ph.D. Dissertation in Physical Education, University of Tehran, 2008.
27. Kariru, A. N., Kambona, O. O., & Odhuno, E, "Enhancing Competitiveness Through Guests' Experiences: A Typology of Customer Experiences in Upscale Hotels". *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 18(4), 361-392, 2017
28. Karkon L. The role of holding of equestrian events in the development of sports tourism in Golestan province, master's thesis in the field of physical education, Payam Noor University, Tehran. 2011.
29. Khodabakhshzadeh A, Ghahraman Tabrizi K, Sharifian E. The impact of knowledge management on the development of sports tourism in Kerman province. *Journal of Sport Management, JSM-2019 07-2296(R3)*. Doi : 10.22059/jsm.2019.284691.2296
30. Kousis M. *Tourism and Environmental Social Movements Perspective*. *Amals of Tourism Reasearch*. 2000, 27, 2 p: 440
31. Masa'deh RE, Nassef MA, Alshayeb H, Ojilat J, Aishafiee M. The effect of sport tourism management on support for tourism development. *Journal of Management and Strategy*, 2017, 8(3), 20-3
32. Masoumzadeh S, Shirafkan M. The Impact Cultural Indicators on Tourism in Middle East Countries Using Systematic Generalized Torque Approach. *Journal of Tourism and Development*. 2017, 6 (3). Pages 1-17
33. Mason P. *Tourism Impacts: Planning and Management*, Butterworth-Heinemann An imprint of Elsevier Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP, 200 Wheeler Road, Burlington, MA 01803, 2003.
34. Meheux K, Parker E. Tourist Sector perceptions of natural hazards in Vanuatu and the implications for a small island developing state; *Tourism Management*, 2006, 27(1), pp: 69-85
35. Mira, M. R., Moura, A., & Breda, Z, "Destination competitiveness and competitiveness indicators: Illustration of the Portuguese reality". *Tékhe*, 14(2), 90-103, 2016.

36. Moeinfard M. The state of the sports tourism industry and presenting a suitable model for its development, PhD thesis, Physical Education, Tehran Teacher Training University, 2007.
37. Moon, H., & Han, H, "Tourist experience quality and loyalty to an island destination: the moderating impact of destination image". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(1), 43-59, 2019
38. Mosavigilani R, Asadi H, Sajjadi N. " Segmentation of IARAN Sport Tourism Market for Foreign and a Model of Target Market". *Journal of Sport Management*, 2012, 4(12) 37-59
39. Motamedian, Azad , The Feasibility of Rafting Sports Tourism Development in Sirvan River, Master's Thesis, Tarbiat University, Modarres, 2008
40. Papoli Yazdi M, Sghaei M. Effective tourism management model, case study: Mashhad religious destination, *Journal of Tourism Studies*, 2005, 7(16), Tehran, pp. 25-52
41. Parsipour Gh. Sports tourism, Proceedings of the second sports management conference, Isfahan, 2003.
42. Perić, M., Đurkin, J., & Vitezić, V , "Active event sport tourism experience: the role of the natural environment, safety and security in event business models". *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 13(5), 758, 2018
43. Rahimpour A. Statistical Analysis of Word Tourism Industry, Future Markets and Iran's Position. *Journal of Science and Culture Tourism*, 2013,.1.1, pp.1-18
44. Rahnamaei M, Farhoodi R, Ditman A, Ghadami M. Investigating the carrying capacity of the tourism destination area with an emphasis on the host community, a case study: the study of Kalardasht city, *Human Geography Research*, 2007, 66, pp. 17-33
45. Reihanian, A., Beinti Mahmood, NZ., K AHROM, E., Wan Him. (2012). Sustainable tourism Development strategy by SWOT aanalysis: Bujagh National Park, Iran. *Tourism Management Prespective* 4:223-228. anese tour guide, *Africa Journal of Business Management*, 15.4 pp: 1325-1333.
46. Risteskia, M., Tafler Kosevskia, J., Arnaudov, K. (2012). Spatial Planning and Sustainable Tourism as basis for Developing Competitive Tourist Destinations, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*; 44 pp, 375-386
47. Saberi, A., Tavakolinia, J., Razavian, M. (2018). Evaluation of integrated management capacity of Kashan tourism development, *Tourism Management Quarterly*, 14(45), pp. 81-103.
48. Sajadi SN, Jamshid A. Heidary A. Prioritization of the Factors Affecting Sport Tourism Development. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2012, 2(12), 235-240
49. Shoshi-Nesab, Parvin, Compilation of a strategic plan for the development of Iran's sports tourism industry, Doctoral Thesis, Khwarazmi University. 2013
50. Snahija R. Olympic City -The City Strategy 10 years after The Olympic Games in 1992, Paper delivered to the Internantional Conference on Sports Events and Economic Impact, Copenhagen, April, 2002.
51. Solberg H, Preuss H. Major sport events and long-term tourism impacts, *Journal of sport Management*, 2007, 21, PP:231-234
52. Tabatabaei A, Parkhideh Mortazavi H, Tabatabaeichehr M. Strategies for improving scientific accuracy in qualitative research, *Journal of North Khorasan University of Medical Sciences*, 2012, 3(5). pp. 2-9
53. Tampi, Homan , a model for tourism project management with a sustainable development approach, master's thesis, Allameh Tabatabai University, 2022.
54. Tavalaei s. An overview of the tourism industry, Tarbiat Moalem University Publications, first edition, Tehran, 2006.
55. Tsai, H.T., Tzeng, C.J., SY, Wu TJ. (2012). "The impacts of natural hazard on Taiwans tourism industry"; *Natural hazard*, 62(1), pp:83-91
56. UNEP/WTO. (2005). Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Markers, Paris /Madrid: United Nation Environment Program/Word Tourism Organization.
57. WWW.WTO.COM

58. Zargham Borojeni, H., Sedaghat, M. (2018). The process model of sustainable development of tourism in the Islamic Republic of Iran, a data-based theory based on the five-year plans of economic, social and cultural development, scientific-research quarterly journal of tourism and development, 7th year, 3rd issue, autumn, pp. 25-82
59. Zavarnia, M., (2018). institutional arrangements and organizational cooperation in the management of tourism destinations; Subject of study: Mashhad city, Master's thesis, Kharazmi University .
60. Zeitoonli, A. (2006) identification of sports tourism capabilities of Golestan province, master's thesis, field of physical education, Payam-Noor University, Tehran.