

طراحی مدل کیفی توسعه گردشگری قهرمان‌پروری در فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران

یاسر خالپور علمداری^۱، وحید شجاعی*^۲، محمد حامی^۳

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>این پژوهش با هدف طراحی مدل کیفی توسعه گردشگری قهرمان‌پروری در فدراسیون کشتی ج.ا.ا انجام شد. این پژوهش از نظر استراتژی کیفی متوالی و اکتشافی است که نمونه آماری در بخش کیفی شامل تمام صاحب‌نظران دانشگاهی و خبرگان حوزه گردشگری ورزشی و مربیان نخبه‌ی کشتی که برابر ۱۵ نفر بود. ابزار تحقیق شامل برگه‌های کدگذاری محقق ساخته بود که روایی آن توسط اعضای گروه دلفی تأیید و پایایی آن با معیار پی اسکات ۰/۹۵ محاسبه شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل مرتبط با مدل توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی کشور در قالب ۲۸ مقوله و ۱۳۶ کد مفهومی مشخص شد و در ابعاد ۶ گانه مدل پارادایمی به صورت شرایط علی (۵ مقوله)، مقوله اصلی و محوری: کسب و کارهای ورزشی مستمر (۳ مقوله)، راهبردها (۳ مقوله)، شرایط زمینه‌ای (۹ مقوله)، شرایط مداخله-گر یا میانجی (۴ مقوله) و پیامدها (۴ مقوله) جای گرفتند. به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که با بهره‌گیری از یافته‌های مطالعه می‌توان به تدوین برنامه‌های جامع و متنوع خدمات گردشگری ورزشی در راهبردهای «کلان»، «میانی» و «عملیاتی» دست یافت تا توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی در کشور حاصل گردد.</p>	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>شاپا الکترونیکی: ۲۷۸۳-۴۵۶۵</p> <p>شاپا چاپی: ۲۰۰۸-۹۷۷۵</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۱۹</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۱۵</p> <p>واژه‌های کلیدی:</p> <p>توریسم ورزشی، ورزش قهرمانی، کشتی</p>

لطفاً به این مقاله استناد کنید: خالپور علمداری، یاسر، شجاعی، وحید، حامی، محمد. (۱۴۰۰). طراحی مدل کیفی توسعه گردشگری قهرمان‌پروری در فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران. *مطالعات رفتاری در مدیریت*. ۱۲(۲۸): ۸۴-۶۶. <http://dorl.net/dor/20.1001.1.20089775.1400.12.28.5.5>



Creative Commons: [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



<http://dorl.net/dor/20.1001.1.20089775.1400.12.28.5.5>

ایمیل: shojaei.vahid@yahoo.com

* نویسنده مسؤل: وحید شجاعی

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، ساری، ایران. yaser_m4@yahoo.com
۲. استادیار گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، ساری، ایران. shojaei.vahid@yahoo.com
۳. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، ساری، ایران. mohammadhami@yahoo.com

مقدمه

بیش از یک دهه است که گردشگری به بزرگترین صنعت جهان تبدیل شده و از آن تاریخ به بعد هم دائماً در حال گسترش است و کشورهای زیادی توانسته‌اند در این صنعت چنان پیشرفت کنند که درآمدهای حاصل از آن به عنوان اولین منبع اقتصادی آن کشور نظیر مالزی، چین، ترکیه و ... تبدیل شود (اسلامی مرزنکلاته و همکاران، ۱۳۹۷). امروزه یکی از صنایع رو به رشد و مهم در جهان، صنعت گردشگری می‌باشد که مهمترین تأثیر آن بر اقتصاد کشورها و درآمدزایی برای آنان می‌باشد. در دنیای امروزی، گردشگری ورزشی منبعی سرشار از سلامتی و در عین حال سود و درآمد است و هر کشوری که بتواند شرایط بهتر استفاده از این منبع را فراهم کند از مواهب و مزایای بیشتر آن بهره‌مند خواهد شد. بدون شک یکی از موضوعات مرتبط با کسب و کارهای ورزشی مرتبط با پتانسیل‌های هر کشور، گردشگری ورزشی و کنش‌های حکومت‌ها و دولت‌ها نسبت به خدمات ارائه شده در این حوزه می‌باشد (اقبال، ۱۳۹۶). با این وجود درآمد کشور ایران علی‌رغم دارا بودن پتانسیل‌های بالای گردشگری، از لحاظ درآمدزایی و جذب گردشگر خارجی، جزء کشورهای عقب افتاده در این زمینه است و در قعر جداول آمار سازمان جهانی جهانگردی قرار دارد. کشور ایران به دلیل دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، مذهبی و همچنین برخورداری از پتانسیل‌های طبیعی لازم، از جمله غنی‌ترین کشورهای دنیاست که توان جذب گردشگران بسیاری را دارد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۲). از طرفی آمارهای موجود نشان می‌دهد که بودجه‌ای که در دنیا به تفریح و گردشگری اختصاص می‌یابد سه برابر بودجه‌ای است که صرف امور دفاعی می‌گردد (خطیب‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). امروزه گردشگری به قدری در توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها اهمیت یافته است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند. و کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۰ میلادی به سودآورترین صنعت جهان تبدیل می‌شود (شجاعی، ۱۳۹۸). سازمان جهانی گردشگری^۱ نیز پیش‌بینی می‌کند که در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران به ۱/۵ میلیارد نفر خواهد رسید (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۰). گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی فرا بخشی که با حوزه‌های مختلفی نظیر کشاورزی، اقتصاد، فرهنگ، محیط‌زیست و خدمات در تعامل است و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده است که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن ناحیه گردیده است. به عنوان مثال کشور قطر نیز با برنامه‌ریزی راهبردی و سرمایه‌گذاری بر توسعه گردشگری ورزشی توانسته است میزبانی جام جهانی ۲۰۲۲ فوتبال را از آن خود نماید تا ضمن مطرح کردن کشور خود در سراسر دنیا درآمد بسیاری کسب نماید. تحقیقات مختلف نشان می‌دهد، ورزش‌هایی که سنت یک کشور محسوب می‌شوند، می‌توانند تعداد زیادی گردشگر جلب کنند، به عنوان مثال کشور چین به خاطر ورزش سنتی کونگ فو^۲ و همچنین، کشور تایلند در ورزش رزمی موی‌تای^۳، هر ساله تعداد کثیری گردشگر به خود جلب می‌نماید (عابدی‌سماکوش و همکاران، ۱۳۹۷). به این خاطر، امروزه تلاش مسئولین و برنامه‌ریزان ورزشی در تخصصی کردن و بومی‌سازی رشته‌ها متمرکز است. مثلاً برخی از کشورها با توجه به استعدادها و پتانسیل‌های موجود در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی با محوریت یک یا چند رشته‌ی ورزشی خاص نموده‌اند، مانند کشور کره در ورزش‌های رزمی خصوصاً تکواندو، کشورهایمانند اتریش و سوئیس به لحاظ شرایط اقلیمی مناسب، در ورزش‌های زمستانی نظیر، اسکی و هاکی و کشور ژاپن در اسکی و با میزبانی مسابقات این رشته‌ها توانسته‌اند تعداد کثیری از جهانگردان ورزشی را به کشور خود جلب، و از این طریق هر ساله درآمد سرشاری را نصیب خود کنند (فرازبانی و همکاران، ۱۳۹۷).

ورزش یکی از فعالیت‌های مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه است. در میان حوزه‌های مختلف گردشگری، گردشگری ورزشی و نیز گردشگری سلامت و زیرمجموعه‌های آن به دلیل قابلیت و

مزیت‌های رقابتی آن‌ها از توجهی دوچندان برخوردار شده است و رشد شتابان را در میان انواع گردشگری از خود نشان می‌دهد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۴). برآورد شده است هر گردشگر ورزشی چند برابر یک گردشگر معمولی موجب ارزآوری می‌گردد (کلیچ و همکاران، ۱۳۹۶). صافدل و کشاورز (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تدوین الگوی عوامل مؤثر بر گردشگری ورزشی» نشان دادند که بین اولویت عوامل سوق دهنده، عوامل جذب کننده و عوامل بازدارنده گردشگری ورزشی تفاوت معناداری وجود دارد. در نهایت مدل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران بر اساس آن‌ها تدوین و ترسیم شد. اسلامی مرزنگلاته و همکاران (۱۳۹۷) در یک پژوهش کیفی با رویکرد تحلیل ساختاری- تفسیری اقدام به «طراحی چارچوب مفهومی توسعه مزیت رقابتی در صنعت توریسم ورزشی شمال کشور» نمودند و در تمامی مؤلفه‌های شناسایی شده در چهار منظر اصلی شامل منابع، قابلیت‌ها، استراتژی‌ها و مزیت‌های رقابتی چارچوب‌بندی نمودند. ساندلین و فیچتر^۴ (۲۰۲۰) در مطالعه تجزیه و تحلیل کمی: فرآیند انتخاب استراتژی توسعه گردشگری ورزشی در تفرجگاه آبگرم بانجا و راشیکای بوسنی و هرزگوین» نشان دادند که وضاع داخلی در جهانگردی ورزشی در تفریحگاه مذکور ضعیف است.

حال این سؤال مطرح می‌شود که چرا ایران با پشتوانه‌ی غنی فرهنگی، باستانی، حماسی و قهرمانان اسطوره‌ای خود در کشتی نتواند در امر اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری ورزشی در توسعه ورزش کشتی ایرانی موفق گردد. کشور ایران بر اساس اهداف توسعه چشم‌انداز ۲۰ ساله خود در افق ۱۴۰۴ یکی از قطب‌های اصلی گردشگری ورزشی در منطقه خواهد گردید. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، در هنگام طراحی و تدوین برنامه‌ها و سیاست‌های کلان به صنعت گردشگری به عنوان ابزاری مؤثر در ادامه روند توسعه توجه خاصی مبذول می‌شود. این موضوع ضرورت تحقیق در همه جنبه‌های گردشگری از جمله گردشگری ورزشی را نشان می‌دهد. از آنجایی که پژوهش‌های اندکی با رویکرد کیفی و آمیخته در ارتباط با گردشگری ترکیبی ورزشی یعنی گردشگری ورزشی در زمینه‌ی قهرمان پروری در حوزه‌ی پرورش قهرمانان ورزشی در کشور انجام یافته است. و با توجه به اهمیت موضوع، تحلیل کیفی توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور می‌تواند در اخذ تدابیری در راستای شناخت و بهبود حیطه‌های اولویت‌دار، تقویت توانمندی‌ها در صنعت گردشگری و در نهایت جذب بیشتر گردشگر ورزشی در جامعه‌ی هدف فدراسیون کشتی سودمند باشد. از آنجا که در کشور ما گردشگری ورزشی از توسعه چندانی برخوردار نیست و هیچ‌گونه چهارچوب، الگو و یا برنامه مدونی برای بازاریابی گردشگری ورزشی وجود ندارد و علیرغم هزینه‌های هنگفتی که از سوی دولت و وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌ها و دیگر نهادهای مرتبط برای برگزاری رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی انجام می‌شود نمی‌توان از فواید زیاد توسعه گردشگری حاصل از این رویدادها و یا به طور تخصصی‌تر گردشگری در زمینه‌ی قهرمان پروری استفاده کرد و در این زمینه همواره شاهد از دست رفتن فرصت‌های موجود هستیم، از این رو لزوم توجه به طراحی الگوی توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور را با رویکرد نظریه‌سازی داده بنیاد در فدراسیون کشتی کشور بیش از پیش احساس می‌شود. از این رو پژوهشگر در پی طراحی مدل توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا با رویکرد کیفی و پاسخ‌گویی به این پرسش می‌باشد: الگوی پارادایمی توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا چگونه است؟

مبانی نظری و مروری بر پیشینه تحقیق

تاریخچه گردشگری و گردشگری ورزشی در ایران

وقتی به کتب تاریخی به خصوص به کتاب‌های سفرنامه مراجعه کنیم از زمان‌های خیلی قدیم مردم ایران نیز همچون مردم سراسر دنیا علاقه‌مند به مسافرت رفتن بودند که این سفرها می‌توانست کاری؛ زیارت و یا تفریحی باشد و از طرفی روزگاری مردم سر زمین ایران شاهد تردد کاروان‌های بودند که از جاده‌های تاریخی ایران نظیر جاده ابریشم عبور می‌کردند که بازرگانان و گردشگران از کشورهای اروپای به سمت چین و هندوستان سفر می‌کردند که در مسیر سفر خود از کشور عزیزمان ایران آنان گزارش‌ها و سفرنامه‌هایی نوشته‌اند که از موقعیت اجتماعی و سیاسی و همچنین شرح مناطق خوش آب هوای ایران در آن زمان پرداخته‌اند. توریسم و گردشگری مقوله جدید و تازه نیستند که بخواهیم آن را موضوع جدیدی بدانیم لذا در جهان با توجه به موضوع گردشگری روز ۵ مهر (۲۷ سپتامبر) را به نام روز جهانی «گردشگری» نام‌گذاری کرده‌اند و به این مناسبت در ایران نیز به غیر روز جهانی گردشگری یک‌هفته نیز به این مناسبت به نام هفته گردشگری نام‌گذاری شده است (۶ لغایت ۱۲ مهر ماه) (اندام، ۱۳۹۳). ریمون مارتیتز فریل^۵، دبیر کل گردشگری اسپانیا، در بازدیدی که از ایران داشت، چهار محور توسعه مسائل فرهنگی، استفاده از تکنولوژی‌ها و روش‌های جدید صنعت گردشگری، کاربری اماکن تاریخی، در مورد تأمین اقامتگاه‌های گردشگری و همچنین آمار و توریسم و چگونگی برنامه‌ریزی جهت اجرای طرح‌های گردشگری را از جمله محورهای مهم مورد مذاکره با ایران معرفی کرد و افزود: «گردشگری صنعتی است که همگان با آن آشنایی دارند و در مورد آن اظهار نظر می‌کنند در صورتی که این صنعت، یک علم و دانش جهانی است و مهم‌ترین عنصر در آن تولید محصولات توریستی است که متأسفانه کشور شما فاقد این محصولات است. در یک جمع‌بندی کلی مهمترین چالش‌های صنعت گردشگری در ایران به نقل از انجمن گردشگری ورزشی فدراسیون ورزش‌های همگانی عبارت است از:

- مشخص نبودن هدف‌ها و سیاست‌های ایرانگردی و جهانگردی؛
- وجود تبلیغات منفی در رسانه‌های خارجی به منظور ارائه تصویری نامطلوب از کشور و منزوی نمودن ایران؛
- عدم تطبیق و هماهنگی فرهنگی، جهانگردان برخی از کشورهای خارجی با فرهنگ اسلامی در روابط و برخوردهای فرهنگی؛
- عدم اطلاع‌رسانی کافی از جاذبه‌های گردشگری و تبلیغات مؤثر جهت روشن نمودن افکار جهانی نظیر سازمان‌ها، دفاتر و نمایندگان‌های اطلاع‌رسانی در امور سیاحتی در داخل و خارج کشور؛
- فقدان نیروی انسانی کارآزموده و متخصص در امور جهانگردی و بی‌اطلاعی کادر شاغل در مؤسسات جهانگردی (از قبیل هتل‌ها، کارکنان آژانس‌ها و راهنمایان جهانگردی)؛
- فقدان تسهیلات لازم برای وارد کردن تجهیزات و تاسیسات موردنیاز صنعت جهانگردی، با استفاده از تخفیف‌های ویژه گمرکی و سود بازرگانی و ترخیص سریع؛
- هماهنگی و همکاری سازمان‌های دولتی که در بهبود وضع جهانگردی مؤثرند مانند: استانداری‌ها، فرمانداری‌ها، شهرداری‌ها، وزارت امور خارجه، وزارت راه و ترابری، سازمان تبلیغات و گمرک؛
- فقدان تسهیلات لازم به منظور اعطای وام با شرایط مناسب برای تشویق بخش خصوصی و عدم نظارت کافی و کمبود تسهیلات لازم در زمینه نگهداری و حفظ اماکن باستانی و تاریخی کشور؛

- کمبود امکانات اقامتی در بین شهرها و نبود وسایل حمل و نقل کافی مطابق با استانداردهای جهانی و غیراستاندارد بودن راه‌های ارتباطی بین شهرها در ایران؛
 - عدم تمایل و تضمین سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی نسبت به مشارکت و احداث اماکن و تأسیسات جهانگردی.
- گردشگری ورزشی در ایران از لحاظ درآمدزایی مقوله‌ای نوپا است. علیرغم تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در اوایل سال ۱۳۸۳، کمیته توریسم ورزشی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری نیز تشکیل شد. در تاریخ ۹ مرداد ۸۴، میان این سازمان و کمیته ملی المپیک، تفاهم‌نامه توریسم ورزشی امضا شد. فراهم آوردن تمهیدات لازم در خصوص ورود و خروج ورزشکاران و گردشگران ورزشی، ایجاد بانک اطلاعات گردشگری ورزشی و تهیه تقویم حاوی رویدادهای ورزشی برای راهنمایی هیات‌های ورزشی و هواداران، تأسیس مراکز آموزشی و پژوهشی برای گسترش امور فرهنگی آموزشی و تحقیقاتی در زمینه توریسم ورزشی و همچنین تأسیس موزه‌ای برای معرفی اساطیر و چهره‌های ماندگار ورزشی و شناساندن فرهنگ و آداب و رسوم و سنتهای ورزشی ایران به گردشگران از جمله مفاد این تفاهم‌نامه است (بلالی و همکاران، ۱۳۹۱).

پتانسیل‌های گردشگری ورزشی در ایران

ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری طبیعی جزو ۱۰ کشور برتر جهان است اما از بازار توریسم و گردشگری سهم شاخصی نبرده است. این درحالی است که از گردشگری ورزشی به عنوان صنعت سوم جهان نام برده می‌شود و کشورهای زیادی از طریق این صنعت امرار معاش می‌کنند. امروزه با صنعتی شدن کشورها و بروز دردهای مختلف در روح و بدن انسان‌ها و روی آوردن به گردشگری ورزشی فعال و غیرفعال به صورت چشم گیر، بحث گردشگری ورزشی یکی از بخش‌های روبه رشد صنعت گردشگری در جهان و ایران به شمار می‌آید (پناهی و همکاران، ۱۳۹۵). با این وجود در کشورمان این دغدغه وجود دارد که آیا این بخش از گردشگری به صورت تخصصی به شکوفایی می‌رسد یا علی‌رغم تشکیلاتی که برای آن در نظر گرفته شده است فراموش می‌شود؟ در زمینه گردشگری ورزشی و جذب گردشگران در بخش قهرمانی کشتی همواره باید به چهار آیتم اساسی در این زمینه توجه داشت. توانمندی‌های شاغلان حرفه مربیگری کشتی آزاد و فرنگی، فن‌آوری‌های روز و استانداردهای جهانی، اقتصاد و هزینه‌های اقامت و اماکن تخصصی ورزشی و مقررات داخلی کشورها از عوامل مهم گردشگری ورزشی در بخش قهرمانی هستند. ایران در هر چهار مورد ذکر شده نسبت به کشورهای همسایه و خاورمیانه از توانمندی‌های بهتری برخوردار است. که باید نهایت استفاده از پتانسیل موجود را کرد. اما متأسفانه تبلیغات مناسبی برای شناسایی توانمندی‌های ورزش کشتی و گردشگری ورزشی در بخش قهرمانی ایران در خارج از کشور صورت نگرفته است و رسانه‌های دولتی و سفارت‌خانه‌ها در این زمینه نقشی مؤثر دارند، زیرا امروزه صنعت گردشگری ورزشی در جهان، یک صنعت کم هزینه و پر درآمد است (جاوید و همکاران، ۱۳۹۴).

گردشگری ورزشی و تأثیرات آن بر اقتصاد

بیشتر تحقیقات انجام شده در گردشگری رویدادهای ورزشی بر مسائل مالی و اقتصادی و تأثیرات این رویدادها بر کشور میزبان تمرکز داشته‌اند. سیاستمداران، برنامه‌ریزان و اقتصاددانان برای احیای اقتصاد محلی، بر گسترش گردشگری ورزشی تأکید دارند. این بخش از گردشگری از آنجایی که شامل دو بخش پرطرفدار و پرسود است بدون شک به بهبود شرایط اقتصادی یک جامعه

کمک خواهد کرد. آمار و ارقام زیادی درباره‌ی تأثیر رویدادهای بزرگ ورزشی بر اقتصاد مناطق گوناگون منتشر شده است. بررسی آن‌ها این مسأله را ثابت می‌کند که رشد این بخش از صنعت گردشگری تحول اقتصادی را برای میزبان این رویدادها به همراه داشته است. گرچه برگزاری رویدادهای ورزشی، منافع اقتصادی زیادی برای میزبانان به دنبال دارد اما برنامه‌ریزی کنندگان این رویدادها باید تأثیرات جنبی آن را نیز در نظر بگیرند. این تأثیرات ممکن است مثبت و حتی منفی باشند. این تأثیرات مثبت و منفی در رویدادهای ملی و بین‌المللی بسیار قابل توجه‌تر هستند (جلالی‌فراهانی، ۱۳۹۶). یکی از مسائلی که باید به دقت مورد بررسی قرار بگیرد بحث هزینه‌های برگزاری رویداد و فراهم کردن امکانات و تجهیزات لازم برای ورزش‌های مختلف است. علاوه بر این‌ها، برگزاری یک رویداد بزرگ و جذب گردشگران زیاد از سراسر دنیا تأثیرات فرهنگی و زیست‌محیطی بی‌شماری بر کشور و منطقه‌ی میزبان و زندگی اهالی آن دارد. تبدیل امکانات ورزشی از امکانات محلی به امکانات ملی و بین‌المللی ممکن است تأثیر منفی در محیط‌زیست داشته باشد. البته در کنار این، نباید جنبه‌ی اشتغال‌زایی و کسب درآمد برای اهالی را فراموش کرد (میرزایی کالار و همکاران، ۱۳۹۲).

تأثیرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری ورزشی

گردشگری ورزشی تأثیراتی فراتر از مسائل اقتصادی دارد. از میان تأثیرات مثبت این بخش از گردشگری بر فرهنگ، موارد زیر را می‌توان نام برد (معین فرد و همکاران، ۱۳۹۲):

- گردشگری ورزشی، روحیه‌ی اجتماعی، میراث ملی و هویت جامعه را تقویت می‌کند چرا که اهالی منطقه برای ارتقاء فرهنگ‌شان با هم همکاری می‌کنند.
- گردشگری ورزشی وسیله‌ای فراهم می‌کند تا گردشگران از سایر نقاط دنیا به یک کشور سفر کرده و با فرهنگ آن منطقه بیشتر آشنا شوند.
- گردشگری ورزشی اهالی یک منطقه را به احیا و حفظ سنت‌های فرهنگی، تشویق و ترغیب می‌کند.
- و اما از میان تأثیرات منفی آن می‌توان موارد زیر را نام برد:
- فرصت‌های سودآور گردشگری ممکن است منجر به برهم خوردن تعادل اقتصادی منطقه‌ی میزبان و از بین بردن جوامع سنتی شود.
- در صورت عدم برنامه‌ریزی صحیح، گردشگری ورزشی ممکن است به میراث فرهنگی و هویت یک جامعه آسیب بزند.
- جامعه ممکن است برای تطبیق با شرایط جدید، تغییراتی در فرهنگ خود ایجاد کند.

مروری بر پیشینه تحقیق

شجاعی (۱۳۹۸) در پژوهشی توصیفی-تحلیلی در جامعه‌ی آماری متشکل از اساتید دانشگاهی، مدیران انجمن گردشگری ورزشی و همچنین برخی مدیران و افراد فعال در حوزه گردشگری ورزشی به «تحلیل عوامل مؤثر بر شکل‌گیری ثروت انسانی در گردشگری ورزشی ایران» پرداخت و در یافته‌ها نشان داد که در کل ۶ عامل (عوامل فرهنگی، قانونی، زیرساختی، مالی، فردی و محیطی-مکانی) ۷۸/۵۱۴ درصد از واریانس کل سؤالات دو پرسشنامه محقق‌ساخته را تشکیل دادند و عوامل فردی و عوامل محیطی-مکانی جزو عوامل مستقل کلیدی می‌باشد که سبب تأثیرگذاری بر سایر عوامل می‌باشد که در مسیر شکل‌گیری ثروت

انسانی نیاز به گسترش و توسعه عوامل فردی و عوامل محیطی - مکانی می‌باشد و شکل‌گیری ثروت انسانی منوط به توسعه عوامل فردی و عوامل محیطی - مکانی می‌باشد.

صافدل و کشاورز (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تدوین الگوی عوامل مؤثر بر گردشگری ورزشی» نشان دادند که بین اولویت عوامل سوق دهنده با ۱۵ گویه، عوامل جذب کننده با ۲۰ گویه و عوامل بازدارنده گردشگری ورزشی با ۱۵ گویه، تفاوت معناداری وجود دارد. در نهایت مدل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران بر اساس آن‌ها تدوین و ترسیم شد و برازش آن با استفاده از شاخص‌های مختلف برازش همچون شاخص برازش مطلق نظیر (GFI=۰/۹۱۲) شاخص نیکویی برازش به صورت مطلوب تأیید گردیدند.

محرمزاده و ایمانزاده (۱۳۹۸) در پژوهشی کیفی با استفاده از رویکرد نظریه داده بنیاد به «بررسی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در استان اردبیل» پس از مصاحبه‌های عمیق ساختار نیافته با ۱۲ تن از جامعه آماری پژوهش شامل نخبگان و متخصصان اجرایی و دانشگاهی در زمینه مدیریت ورزشی و گردشگری استان اردبیل و تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت نظام‌مند و با استفاده از روش تحلیل شماتیک، با توجه به تقسیم‌بندی درون مایه‌های اصلی یا طبقات اصلی، این طبقات مشتمل بر هفت طبقه بود. که در این بین عوامل سیاسی و قانونی، اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی، مدیریتی، امنیتی و ایمنی، فرهنگی و اجتماعی جزو طبقات اصلی بشمار می‌روند.

اسلامی‌مرزنکلاته و همکاران (۱۳۹۷) در یک پژوهش کیفی با رویکرد تحلیل ساختاری - تفسیری اقدام به «طراحی چارچوب مفهومی توسعه مزیت رقابتی در صنعت توریسم ورزشی شمال کشور» نمودند و در تمامی مؤلفه‌های شناسایی شده در چهار منظر اصلی شامل منابع، قابلیت‌ها، استراتژی‌ها و مزیت‌های رقابتی چارچوب‌بندی نمودند. براساس مدل اظهار نمودند که، منابع رقابتی از طریق استراتژی‌های مناسب و ارتقای قابلیت‌ها و کارکردهای آن منجر به مزیت رقابتی پایدار می‌شوند.

فرازیانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی موردی روی شاخه‌ی اصلی رودخانه سیروان به طول ۴۳ کیلومتر از استان کردستان تا کرمانشاه با عنوان «امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی (قایقرانی رفتینگ-در آب‌های خروشان^۶)» در رودخانه سیروان» نشان دادند که به جز در ۱۱ کیلومتر اول در ۳۲ کیلومتر باقیمانده درجه‌بندی رودخانه‌ای جهت رفتینگ در حدود ۸۰ درصد مسیر در فصل بهار در درجه سوم و چهارم و در فصل پاییز درجه دوم و سوم قرار دارد. اولین معیار جهت برگزاری رفتینگ در رودخانه وجود جاده است، در ۱۱ کیلومتر اول به علت نبود جاده امکان برگزاری قایقرانی وجود نداشت و ۳۲ کیلومتر باقیمانده امکان قایقرانی با قایق‌های کانو و کایاک و رفتینگ در درجات مختلف (۱ تا ۴) وجود داشت؛ رودخانه سیروان می‌تواند محل مناسبی برای برپایی اردوهای تیم‌های ملی و باشگاهی این ورزش بوده و محلی برای تمرین افراد بومی و منطقه جهت استعدادیابی در قایقرانی آبهای خروشان می‌باشد و مکانی مناسب برای گذران اوقات فراغت افرادی که این گونه فعالیت‌ها را برمی‌گزینند بوده و همچنین موجب افزایش اشتغال، درآمد و حفظ محیط زیست در منطقه شود.

عابدی‌سماکوش و همکاران (۱۳۹۷) با «شناسایی عوامل جذب کننده و بازدارنده در توسعه گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: گردشگران ورزشی فعال سفرکننده به مناطق ساحلی دریای خزر)» نشان دادند که متغیرهای عوامل جذب کننده درونی و بیرونی و عوامل بازدارنده درونی و بیرونی با رغبت گردشگران به گردشگری ساحلی ارتباط معنی‌داری دارند. از نظر گردشگران عامل بازدارنده درونی با ضریب مسیر ۰/۸۴۲ مهم‌تر از سایر عوامل عنوان شدند. با توجه به نتایج پژوهش، به مسئولین ورزشی و

گردشگری پیشنهاد نمودند، ضمن تقویت و توسعه‌ی عوامل جذب کننده، نسبت به حذف عوامل بازدارنده‌ی گردشگری ساحلی در دریای خزر توجه بیشتری داشته باشند.

ساندلین و فیچتنر^۷ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «تجزو تحلیل کمی: فرآیند انتخاب استراتژی توسعه گردشگری ورزشی در تفرجگاه آبگرم بانجا و راشیکای بوسنی و هرزگوین» از آنجا که اقامتگاه تفریحی آبگرم بانجا و راشیکای مقصد برتر آبگرم در بوسنی و هرزگوین است، هدف از این کار انجام یک تحلیل استراتژیک از محیط آبگرم مذکور بود که می‌تواند برای مدیریت آبگرم مفید باشد. همه اینها در مورد انتخاب استراتژی آینده در جهانگردی ورزشی است، زیرا مراقبت از سلامتی و بهزیستی جسمی اخیراً مورد توجه گردشگران ورزشی بوده است. تجزیه و تحلیل محیط گردشگری ورزشی در مورد تفریحگاه آبگرم با استفاده از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، ارزیابی عوامل داخلی و ماتریس‌های ارزیابی عوامل خارجی انجام شد و از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی برای تعیین مناسب‌ترین استراتژی استفاده نمودند و نتایج نشان داد که وضاع داخلی در جهانگردی ورزشی در تفریحگاه مذکور ضعیف است. زیرا ماتریس ارزیابی عوامل داخلی آن برابر با ۱/۲۳ بود. درحالی که پتانسیل خوبی از نظر برآورده کردن فرصت‌های ارائه شده توسط محیط بیرونی و از نظر استراتژی دفاعی، مواضع آن در برابر تهدیدات ناشی از مواضع خارجی قابل توجه است. زیرا ماتریس ارزیابی عوامل خارجی برابر با ۳/۰۵ بود. شکل ماتریس داخلی-خارجی به وضوح به جهت نگه داشتن و حفظ استراتژی اشاره می‌کند، در حالی که موقعیت استراتژیک و طرح ماتریس ارزیابی عملکرد نشان می‌دهد که استراتژی‌های محافظه‌کارانه (ضعف‌ها - فرصت‌ها) باید مورد استفاده قرار گیرند. همین مورد با ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی نیز ذکر شده است، زیرا این استراتژی نقاط ضعف- فرصت در مقایسه با استراتژی‌های تهاجمی (نقاط قوت - فرصت‌ها)، که به عنوان استراتژی روش جایگزین در برخی دیگر از مطالعات مرتبط نیز یافت می‌شود، بهتر شده است (۳/۹۹).

جنونگ و همکاران^۸ (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «حفظ مقاصد ورزشی از طریق بهبود سلامت روحی و جسمی گردشگران در محیط گردشگری: مورد مطالعه کره» با هدف بررسی روابط ساختاری بین تجربیات عاطفی، جستجوی تازه مقصد، رضایت گردشگر و وفاداری به مقصد در زمینه گردشگری ورزشی با نظرخواهی از ۲۳۰ شرکت کننده‌ی داخلی و بین‌المللی پس از تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری با برآورد حداکثر احتمال برای بررسی روابط بین متغیرها نشان دادند که: تأثیرات مثبت (الف) وجود تجربیات عاطفی بر رضایت گردشگر و وفاداری در مقصد، (ب) تازگی در جستجوی رضایت گردشگر، (ج) رضایت گردشگر از وفاداری مقصد، (د) رضایت گردشگر به طور کامل میانجی‌گر رابطه بین تجربیات عاطفی و وفاداری به مقصد است. در نتیجه، (الف) تجربیات عاطفی نقش مهمی در پیش‌بینی رضایت گردشگر و وفاداری به مقصد دارند، (ب) نمونه‌ای از مزایای مقیاس احساسات مقصد (DES) در یک مکان گردشگری ورزشی را ارائه می‌دهد، (ج) هم تجربیات عاطفی و هم جستجوگری جدید باید در الگوهای رفتاری توریستی گنجانیده شود و (د) با بررسی اثر میانجی‌گری رضایت گردشگر در رابطه بین تجربیات عاطفی و وفاداری در مقصد، به مطالعات گردشگری کمک می‌کند. بنابراین، مدیران مقصد باید مناظر طبیعی با جلوه ویژه و مناظر زیبای ظاهری شهر را مدیریت کنند و رویدادهای تفریحی مختلفی از جمله برنامه‌های اعطای جایزه و بلیط، اجرای موسیقی و پوشش‌های خیریه را برای گردشگران در طول رویدادها ترتیب دهند.

مانه و گاجمل^۹ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «محدودیت‌ها و امکانات: توسعه‌ی گردشگری ورزشی در بخش ساحلی کوکان و بخش جنگل کوهستانی گاتر غربی هندوستان» اظهار داشتند که صنعت گردشگری از سال ۲۰۰۱ تاکنون جهانگردی ورزشی را به عنوان صنعت جهانی به رسمیت شناخته است. گردشگری ورزشی تجربه سفر برای مشارکت یا مشاهده فعالیت‌های مرتبط با

ورزش، به عنوان یک بازار مهم است. جنگل کوهستانی گاتز غربی در امتداد خط ساحلی ایالتی فرصتی عالی برای گردشگری ورزشی مانند قایقرانی رقابتی و بادبانی، قایقرانی موتوری، جت اسکی، غواصی آزاد و بدون کپسول اکسیژن و شیرجه آزاد، از طرف دیگر در بخش فراساحلی گاتز، امکان صعود از کوهستان و گشت و گذار در جنگل‌های موسمی کوهستانی به همراه یک احساس تاریخی وجود دارد. در پایان اشاره نمودند که گردشگری ورزشی در این مناطق در مرحله ابتدایی است. اگر چه پتانسیل کافی برای گردشگری ورزشی وجود دارد اما افراد محلی را برای اخذ فرصت‌های شغلی جدید، مؤثر و قابل قبول محلی در زمینه‌ی گردشگری ورزشی لازم است که وزارت ورزش و وزارت گردشگری دست به دست هم دهند و با تقویت گردشگری ورزشی از طریق مشارکت بخش دولتی - خصوصی، موجب توسعه‌ی پایدار منطقه شوند.

استوجانویچ و جانویچ^{۱۰} (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «موتونگرو به عنوان مقصد گردشگری ورزشی با کیفیت بالا: روندها و دیدگاه‌ها» اظهار داشتند که ورزش در گردشگری جدید نه تنها نقش ادراکی دارد بلکه همچنین از عناوین مهمی است که در آن گردشگران به عنوان مشارکت فعال در ورزش‌های مختلف تحول یافته است نظیر: ورزش‌های آبی، تنیس، گلف، اسکی، سوارکاری، بازی‌های ورزشی و غیره. با توجه به پتانسیل موتونگرو برای توسعه گردشگری، با توجه به اینکه این از ارکان اصلی پیشرفت اقتصادی کشور است و همچنین روندها و چشم‌اندازهای موجود در بازار جهانی گردشگری را نشان می‌دهد، لازم است مزایا و معایب اصلی آن را شناسایی کرد. موتونگرو پتانسیل بسیار خوبی برای توسعه گردشگری ورزشی دارد. در موتونگرو منابع زیادی وجود دارد که باید برای توسعه گردشگری ورزشی از جمله زیبایی‌های طبیعی، دریا، کوه‌ها، پارک‌های ملی و غیره مورد استفاده قرار گیرد، اما باید توجه داشت که زیبایی‌های طبیعی و پتانسیل‌ها مهم هستند اما برای آنها کافی نیست. توسعه گردشگری آینده و به این معناست که باید روی سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ورزشی، رویکرد منظم و استراتژیک برای ایجاد پیشنهاد متنوع گردشگری متنوع و ارتقاء کیفیت بالا در بازار بین‌المللی متمرکز شود. به جز این واقعیت که گردشگری ورزشی ممکن است در حل مشکلات فصلی نقش بسزایی داشته باشد، ممکن است در بهبود تنوع و کیفیت پیشنهادات گردشگری، افزایش سطح رضایت گردشگران، افزایش هزینه در مقصد نیز نقش بسزایی داشته باشد.

آراجویلا و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان «سلامتی و ورزش. تأثیر اقتصادی و اجتماعی گردشگری فعال» اظهار داشتند که نگرانی‌های مربوط به سلامتی در حال حاضر یک روند جهانی است. در نتیجه، مردم به طور فزاینده‌ای در زندگی بزرگسالان خود به نوعی تمرین ورزشی منظم مشغول هستند. این امر با رشد بازارهایی که مربوط به بخش ورزش است، مشهود است. یکی از آن گرایش‌های بازار گردشگری فعال است که به فعالیت‌های بدنی در محیط‌های طبیعی در یک مقصد گردشگری اشاره دارد. در این زمینه، افراد به طور معمول با دوستان یا به عنوان زوج، به مکان‌های خاصی، سفر می‌کنند تا به انجام فعالیت‌های ورزشی با شدت بیشتر یا کمتر بپردازند. این امر به آنها امکان می‌دهد تا از امور روزمره خود جدا شوند و تمام نتایج مثبت مرتبط با سلامتی به همراه ورزش را برای آنها فراهم می‌کند. بنابراین، گردشگری ورزشی نیز ابزاری مهیج در برابر کم‌تحرکی است. مطالعه حاضر به بررسی محبوب‌ترین رشته ورزشی در بین گردشگران فعال پرداخت که در هنگام انتخاب مقصد بیشترین ارزش و الگوی هزینه آنها را به آن اختصاص می‌دهند. برای این منظور، نمونه‌ی آماری شامل ۶۰ نفر که به نوعی گردشگری فعال در دهکده ییلاقی گالیسیای اسپانیا، مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌های پژوهش نشان داد که گردشگران فعال به ویژه علاقه‌مند زمان اختیاری خود به چنین مسافرت‌هایی اختصاص دهند و گردشگری فعال هزینه‌های روزانه بالاتری را نیز در مقصد نسبت به گردشگر متوسط دارند.

سؤالات تحقیق

- ۱) شرایط علی مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا کدام است؟
- ۲) پدیده‌ی اصلی و محوری توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا کدام است؟
- ۳) شرایط زمینه‌ای اثرگذار بر وقوع راهبردهای توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا کدام است؟
- ۴) شرایط مداخله‌گر اثرگذار بر وقوع راهبردهای توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا کدام است؟
- ۵) راهبردهای اثرگذار در توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا کدام است؟ (توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا باعث به‌کارگیری چه راهبردهایی می‌شود؟)
- ۶) پیامدهای به‌کارگیری راهبردهای توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا کدام است؟
- ۷) مدل پارادایمی توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا با رویکرد گراند تئوری (نظریه‌سازی داده بنیاد) چگونه است؟

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر استراتژی کیفی متوالی و اکتشافی است که در آن ابتدا با روش نظریه‌سازی داده بنیاد با رویکرد اشتراوس و کوربین^{۱۲} به شناسایی مدل توسعه‌ی گردشگری قهرمانی‌پرور در فدراسیون کشتی ج.ا.ا پرداخت. در بخش کیفی و روش گراند تئوری شرکت‌کنندگان شامل تمام صاحب‌نظران دانشگاهی و خبرگان حوزه گردشگری ورزشی و مربیان نخبه‌ی کشتی و برخی اعضای هیئت رئیسه‌ی فدراسیون کشتی ج.ا.ا بودند که اغلب عضو هیئت علمی دانشگاه‌های کشور و مربیان ملی و پیشکسوتان ورزش کشتی بودند. ابزار گردآوری داده‌های تحقیق در بخش کیفی: استفاده از مصاحبه و پرسش‌های نیمه ساختاریافته بود که به روش دلفی با خبرگان و صاحب‌نظران گروه دلفی پژوهش در ۶ بخش الگوی پارادایمی اشتراوس و کوربین پس از اشباع نظری اجماع و تجزیه و تحلیل صورت گرفت. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده پس از استخراج و دسته‌بندی، با توافق نظر خبرگان و صاحب‌نظران به روش دلفی در پنج نوبت در بخش کیفی تحلیل محتوای کیفی برگه‌های کدگذاری و روش اسنادی تجزیه و تحلیل شدند. یعنی در بخش کیفی با استفاده از روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی با انتخاب مقوله‌های اصلی پژوهش با روش دلفی تا رسیدن به اشباع نظری و اجماع کدگذاری مصاحبه‌ها بر اساس کدگذاری باز یا کدگذاری اولیه در مرحله اول، در مرحله دوم اقدام به دسته‌بندی مقولات عمده بر اساس محتوا به صورت مفهومی و انتزاعی تحت عنوان کدگذاری محوری گردید و در مرحله سوم کدگذاری انتخابی (گزینشی) انجام شد که به مقایسه هر مقوله محوری با دیگر مقوله‌ها پرداخت و در نهایت به ارائه مدل بر اساس مدل نظام‌مند اشتراوس و کوربین اقدام شد.

یافته‌ها

در این تحقیق حاضر کیفیت افراد مصاحبه‌شونده مورد تأکید قرار گرفته است. در جدول ۱ ویژگی جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان از نظر جنسیت و سطح تحصیلات آمده است. بر اساس نظریه اشتراوس و کوربین (۲۰۰۳)، مقولاتی که با یکدیگر ارتباط تئوریک (نظری) داشتند، همگی زیرمجموعه مقوله و یا کد دیگری می‌شوند یا همگی مقوله‌ای با نام جدید به خود می‌گیرند. بنابراین فرایند کدگذاری محوری با محوریت (۱) موانع

(بازدارنده‌ها)، ۲. سوق‌دهنده‌ها (تسهیل‌کننده‌ها)، ۳. انگیزاننده‌ها (انگیزش‌دهنده‌ها)، مدل توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی با توجه به نظریه چارمز (۲۰۰۶) و نظریات اشتراوس و کوربین (۲۰۰۳ و ۲۰۰۸) بیان نمودند که تعدادی مقوله به عنوان ابعاد مقوله‌ای دیگر در آن متمرکز می‌شوند، این تمرکز انجام شد. با توجه به نظریه چارمز (۲۰۰۶)، کدگذاری متمرکز^{۱۳} که دقیقاً معادل کدگذاری محوری است، صورت گرفته است. از طرفی مطابق با یافته‌های به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها به دلیل اینکه توانسته‌ایم هر سازه تئوریک را با توجه به تجربه شخصی مصاحبه‌شوندگان انجام دهیم، این سازه مورد کنکاش استراتژیک گراندد تئوری قرار گرفته‌اند.

کدگذاری انتخابی، بر اساس الگوی شناسایی شده بین مقوله‌های اصلی و فرعی در کدگذاری باز و محوری انجام می‌شود و یعنی مقوله اصلی انتخاب و به شکلی نظام‌مند به سایر مقوله‌ها ارتباط می‌دهیم و در قالب روایت نظریه و قضایا بیان می‌شود که بر اساس جدول بالا بدین صورت باشد:

گزاره‌های حکمی (قضایا)

در این بخش بر اساس فرآیند کدگذاری محوری جهت تدوین گزاره‌های حکمی یا قضایای پژوهش اقدام شده است. این گزاره‌ها به روابط بین مقوله‌ها اشاره دارند:

قضیه اول: عوامل «مدیریتی»، «ساختاری» و «اقتصادی» به عنوان عوامل اصلی و محوری در مدل توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی کشور شناخته می‌شوند.

قضیه دوم: عوامل «قانونی»، «سیاسی»، «اقتصادی-اجتماعی»، «بین‌المللی» و «چالش‌های حوزه قهرمانی (چالش‌های سازمانی)» به عنوان عوامل موجد (علی).

جدول ۱: ویژگی سطح تحصیلات و جنسیت جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان در مصاحبه‌ها

ویژگی جمعیت شناختی		مربیان نخبه‌ی کشتی		خبرگان دانشگاهی		برخی اعضای هیئت رئیسه‌ی فدراسیون کشتی	
		مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن
سطح تحصیلی	کارشناسی	۵	۰	۰	۰	۲	۰
	کارشناسی ارشد یا دانشجوی دکتری	۱	۰	۰	۰	۴	۰
	دکتری	۰	۰	۳	۰	۰	۰
مجموع		۶	۰	۳	۰	۶	۰

در «مدل توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی» کشور نقش ایفا می‌کنند.

قضیه سوم: راهبردهای «کلان»، «مدیریتی»، «میانی» و «عملیاتی» کنش‌هایی برای تحقق «مدل توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی» کشور هستند.

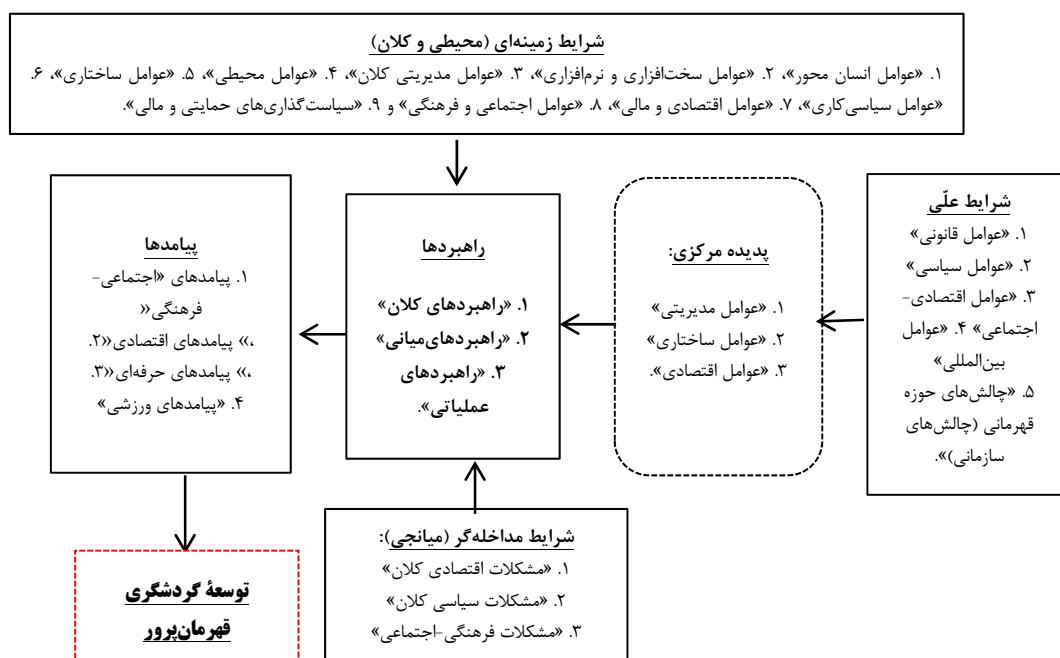
قضیه چهارم: محیط درونی (داخلی) به عنوان شرایط زمینه‌ای در فدراسیون ورزشی کشتی، شامل «عوامل انسان محور»، «عوامل سخت‌افزاری و نرم‌افزاری»، «عوامل مدیریتی کلان»، «عوامل محیطی»، «عوامل ساختاری»، «عوامل سیاسی کاری»، «عوامل اجتماعی و فرهنگی» و «سیاست‌گذاری‌های حمایتی و مالی»، بستری خاص برای راهبردهای «کلان»، «میانی» و «عملیاتی» در «مدل توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی» کشور فراهم می‌آورند.

قضیه پنجم: محیط بیرونی (خارجی)، به عنوان شرایط مداخله‌گر (میانجی) در فدراسیون ورزشی کشتی، شامل: «مشکلات اقتصادی کلان»، «مشکلات سیاسی کلان»، «مسائل فرهنگی-اجتماعی» و «مشکلات فراسازمانی کلان» بستری عام برای راهبردهای «کلان»، «مدیریتی»، «میانی» و «عملیاتی» در «مدل توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی» کشور فراهم می‌آورند.

قضیه ششم: راهبردهای «کلان»، «مدیریتی»، «میانی» و «عملیاتی» در «مدل توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی» کشور، پیامدهای «اجتماعی-فرهنگی»، «اقتصادی»، «حرفه‌ای» و «ورزشی» را در پی خواهند داشت.

در نهایت بعد از مشورت با اساتید راهنما و چند تن از اساتید دیگر، مقوله‌ها در قالب ۲۸ مقوله و ۱۳۶ کد مفهومی مشخص شد و در دل ابعاد ۶ گانه مدل پارادایمی به صورت موجبات علی (۵ مقوله و ۳۴ مفهوم)، مقوله اصلی و محوری: کسب و کارهای ورزشی مستمر (۳ مقوله و ۱۰ مفهوم)، راهبردها (۳ مقوله و ۱۲ مفهوم)، شرایط زمینه‌ای (۹ مقوله و ۳۸ مفهوم)، شرایط مداخله‌گر یا میانجی (۴ مقوله و ۲۸ مفهوم)، و پیامدها (۴ مقوله و ۱۴ مفهوم) جای گرفتند.

طراحی الگوی پیشنهادی (مدل پارادایمی) برای «توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی» به شکل شماره انجام شد.



شکل ۱: مدل پارادایمی «توسعه توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی»

بحث و نتیجه گیری

نتایج نشان داد که ۵ متغیر «عوامل قانونی»، «عوامل سیاسی»، «عوامل اقتصادی-اجتماعی»، «عوامل بین‌المللی» و «چالش‌های حوزه قهرمانی (چالش‌های سازمانی)» از متغیرهای پیش‌زمینه‌ای برای «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران» می‌باشند. یعنی «عوامل قانونی»، «عوامل سیاسی»، «عوامل اقتصادی-اجتماعی»، «عوامل بین‌المللی» و «چالش‌های حوزه قهرمانی (چالش‌های سازمانی)» به عنوان عوامل موجد (علی) در توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران نقش ایفا می‌کنند. در واقع، نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش‌های شجاعی (۱۳۹۸)، صافدل و کشاورز (۱۳۹۸)، محرم‌زاده و ایمان‌زاده (۱۳۹۸)، فرازبانی و همکاران (۱۳۹۷)، عابدی‌سماکوش و همکاران (۱۳۹۷)، اقبالی (۱۳۹۶)، یآوری و همکاران (۱۳۹۵)، خطیب‌زاده و هنرور (۱۳۹۳)، میرزایی‌کالار و همکاران (۱۳۹۲)، محرم‌زاده و همکاران (۱۳۹۲)، معین‌فرد (۱۳۸۷)، هانگنبرگ و همکاران (۲۰۱۸)، استوجانویچ و جانویچ (۲۰۱۹)، آراجوویلا و همکاران (۲۰۱۹)، استروبل و همکاران (۲۰۱۵)، برید چوفسکی و گیسون (۲۰۱۲)، هادسون و همکاران (۲۰۱۰)، وید (۲۰۰۹)، همخوان و همراستا می‌باشد و پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نگردید. در تبیین یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که یکی از با اهمیت‌ترین شرایط علی جهت «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، در جدول ۴-۱، به ترتیب توجه به: (۱) عوامل بین‌المللی؛ (۲) عوامل سیاسی؛ (۳) عوامل اقتصادی-اجتماعی؛ (۴) عوامل قانونی و (۵) چالش‌های حوزه قهرمانی (چالش‌های سازمانی) مرتبط با توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی است. سازمان‌های ورزشی غیر انتفاعی نظیر فدراسیون کشتی جهت ارائه خدمات ورزشی و قهرمانی بهتر است با ارتباطات بین‌المللی و تجربه موفق گردشگری ورزشی در کشورهای پیشرو در گردشگری ورزشی جهان، بازار و جمعیت هدف خود را جذب نماید و با حل و فصل مشکلات و روابط سیاسی طبق منشور المپیک که ورزش را از سیاست جدا می‌داند، موجب گسترش ارتباطات بین‌المللی در خصوص مسائل ورود یا خروج ورزشکاران و مربیان نخبه‌ی خود اقدام نماید.

همچنین نتایج نشان داد که مقوله اصلی (پدیده مرکزی) «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، متغیرهای «مدیریتی»، «ساختاری» و «اقتصادی» می‌باشد. یعنی عوامل «مدیریتی»، «ساختاری» و «اقتصادی» به عنوان عوامل اصلی و محوری در توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران شناخته می‌شوند. نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش‌های صافدل و کشاورز (۱۳۹۸)، گلیچ و همکاران (۱۳۹۶)، خطیب‌زاده و هنرور (۱۳۹۳)، شجاعی و همکاران (۱۳۹۰)، معین‌فرد (۱۳۸۷)، والس و همکاران (۲۰۱۹) و کلنبرگ و باترا (۲۰۱۵)، استروبل و همکاران (۲۰۱۵) و برید چوفسکی و گیسون (۲۰۱۲) هادسون و همکاران (۲۰۱۰)، وید (۲۰۰۹)، همخوان و همراستا می‌باشد و پژوهشی که نتایج آن مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نگردید. در تبیین یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که با اهمیت‌ترین متغیرهای پدیده محوری و مرکزی جهت «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، به ترتیب: (۱) اقتصادی؛ (۲) مدیریتی و (۳) ساختاری مرتبط با خدمات ورزشی قهرمانی به ورزشکاران داخلی و خارجی اداری نیازمند یک ارتباط دو طرفه بین فدراسیون و مربیان با سایر سازمان‌ها و ورزشکاران جهت بهره‌وری و پایداری مالی است. سازمان‌های خدماتی ورزشی نظیر فدراسیون کشتی جهت ارائه خدمات ورزشی بهتر می‌توانند با مدیریت و ارائه خدمات نوآورانه‌ی ورزشی و ویژگی‌های جذاب پرورش قهرمانان ورزشی در

رویدادهای ورزشی باعث توسعه بین‌المللی خدمات خود و رضایت‌مندی بیشتر ورزشکاران و مربیان و مسئولیت‌پذیری کارکنان فدراسیون باشند. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که عوامل مؤثر (شرایط زمینه‌ای) حاکم بر «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، «عوامل انسان محور»، «عوامل سخت‌افزاری و نرم‌افزاری»، «عوامل مدیریتی کلان»، «عوامل محیطی»، «عوامل ساختاری»، «عوامل سیاسی کاری»، «عوامل اقتصادی و مالی»، «عوامل اجتماعی فرهنگی» و «سیاست‌گذاری‌های حمایتی و مالی» می‌باشد. هر اندازه سازمان از امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری با رهبران شایسته‌ای برخوردار باشد، به همان میزان سایر عوامل مذکور بهبود می‌یابد. مشاهده شده است در دورانی که مدیرانی توانمند و شایسته بر رأس امور فدراسیون کشتی بودند، عملکرد سازمانی در بخش مدیریتی و رضایت ورزشکاران، مربیان، داوران و پیشکسوتان و کلیه‌ی دست‌اندرکاران مرتبط با کشتی، به خصوص وجهی بین‌المللی کشتی ایران بهبود یافته است و همچنین نیروی انسانی مناسبی برای بخش‌های مختلف از جمله بازاریابی پایدار ایجاد شده بود. از این رو پیشنهاد می‌گردد که مدیران فدراسیون کشتی، سعی در افزایش درگیری کارکنان در تمامی امور سازمانی (از فرایند تصمیم‌گیری گرفته تا ارزیابی عملکرد)، گردند. همچنین مأموریت‌های روشنی برای سازمان خود در خصوص گردشگری ورزشی قهرمان‌پرور در نظر بگیرند.

از سوی دیگر نتایج نشان داد که شرایط مداخله‌گر (میانجی) حاکم بر «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، «مشکلات اقتصادی کلان»، «مشکلات سیاسی کلان»، «مسائل فرهنگی - اجتماعی» و «مشکلات فراسازمانی کلان»، می‌باشند. در نتیجه محیط بیرونی (خارجی)، به عنوان شرایط مداخله‌گر (میانجی) توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی، شامل: «مشکلات اقتصادی کلان»، «مشکلات سیاسی کلان»، «مسائل فرهنگی - اجتماعی» و «مشکلات فراسازمانی کلان»، بستری عام برای راهبردهای «کلان»، «میان» و «عملیاتی» در «توسعه مدل سیاست‌گذاری در بخش درمان سازمان تأمین اجتماعی» در کشور فراهم می‌آورند. در واقع، نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج شجاعی (۱۳۹۸)، صافدل و کشاورز (۱۳۹۸)، محرم‌زاده و ایمان‌زاده (۱۳۹۸)، فرازبانی و همکاران (۱۳۹۷)، عابدی‌سماکوش و همکاران (۱۳۹۷)، اقبالی (۱۳۹۶)، یآوری و همکاران (۱۳۹۵)، خطیب‌زاده و هنرور (۱۳۹۳)، میرزایی کالار و همکاران (۱۳۹۲)، محرم‌زاده و همکاران (۱۳۹۲)، معین‌فرد (۱۳۸۷)، مانه و گاجمل (۲۰۱۹)، استوجانویچ و جانویچ (۲۰۱۹)، آراجویلا و همکاران (۲۰۱۹)، استروبل و همکاران (۲۰۱۵)، برید چوفسکی و گیسیون (۲۰۱۲)، هادسون و همکاران (۲۰۱۰)، وید (۲۰۰۹)، همخوان و همراستا می‌باشد. پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نگردید. در تبیین یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که با اهمیت‌ترین شرایط مداخله‌گر جهت «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، به ترتیب توجه به: عوامل (۱) مسائل فرهنگی - اجتماعی، (۲) مشکلات سیاسی کلان، (۳) مشکلات اقتصادی کلان و (۴) مشکلات فراسازمانی کلان مرتبط با محیط بیرونی فدراسیون کشتی در خصوص گردشگری ورزشی قهرمان‌پرور است. که در پژوهش حاضر، منجر به بهبود محیط بیرونی فدراسیون کشتی، جهت دستیابی به توسعه‌ی بهتر توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی می‌گردد.

همچنین نتایج نشان داد که راهبرد یا راهکار پیاده‌سازی سیاست‌ها در «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، راهبردهای «کلان»، «میان» و «عملیاتی» می‌باشد. یعنی راهبردهای «کلان»، «میان» و «عملیاتی» کنش‌هایی برای تحقق «توسعه مدل توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی

قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران» هستند. در واقع، نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش‌های معین‌فرد و همکاران (۱۳۹۳)، شجاعی و همکاران (۱۳۹۰)، ساندلین و فیچتر (۲۰۲۰)، استوجانویچ و جانویچ (۲۰۱۹)، همخوان و همراستا می‌باشد. پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نگردید. در تبیین یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که با اهمیت‌ترین راهبردها جهت «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، به ترتیب: (۱) راهبردهای کلان؛ (۲) راهبردهای میانی و (۳) راهبردهای عملیاتی مرتبط با ارتقای توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی، نیازمند اجرای راهبردهای دو طرفه مذکور بین سازمان و افراد به منظور رسیدن به اهداف خود و افزایش کارایی و اثربخشی ورزشکاران، مریان خود می‌باشد.

همچنین نتایج نشان داد که پیامدهای «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، «پیامدهای اجتماعی- فرهنگی»، «پیامدهای اقتصادی»، «پیامدهای حرفه‌ای» و «پیامدهای ورزشی» می‌باشد. یعنی راهبردهای «کلان»، «میانی» و «عملیاتی» در «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران» در کشور، «پیامدهای اجتماعی- فرهنگی»، «پیامدهای اقتصادی»، «پیامدهای حرفه‌ای» و «پیامدهای ورزشی» را در پی خواهند داشت. در واقع، نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش‌های معین‌فرد و همکاران (۱۳۹۳)، شجاعی و همکاران (۱۳۹۰)، ساندلین و فیچتر (۲۰۲۰)، استوجانویچ و جانویچ (۲۰۱۹)، همخوان و همراستا می‌باشد و پژوهشی که نتایجش مغایر با نتایج پژوهش حاضر باشد، مشاهده نگردید. در تبیین یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که با اهمیت‌ترین پیامدهای «توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی ایران»، به ترتیب: (۱) پیامدهای ورزشی؛ (۲) پیامدهای اقتصادی؛ (۳) پیامدهای اجتماعی- فرهنگی و (۴) پیامدهای حرفه‌ای مرتبط با ارتقای توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی (گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور) در فدراسیون کشتی، منجر به پیامدهای ورزشی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و حرفه‌ای فدراسیون کشتی و دست‌اندرکاران گردشگری ورزشی قهرمانی‌پرور تحت پوشش خود می‌باشد. پیامدهای ورزشی، افزایش رشد فنی و اخلاقی ورزشکاران مستعد به عنوان دارایی‌های فدراسیون نیاز به فرهنگ سازمانی و اجتماعی و گسترش خدمات کارآفرینی در این حوزه است که مشارکت فعال و سازمانی و فردی را در فدراسیون مد نظر قرار داده و ایجاد دانش جدید و مشارکت کارکنان مستعد در تصمیم‌گیری‌ها را امکان‌پذیر می‌سازد.

پیشنهاد‌های تحقیق

به مدیران و سیاست‌گذاران سازمان تأمین اجتماعی توصیه می‌گردد که با اعمال قوانین و دستورالعمل‌های مختلف، سعی در بهبود عوامل «قانونی»، «سیاسی»، «اقتصادی- اجتماعی»، «بین‌المللی» و «چالش‌های حوزه قهرمانی (چالش‌های سازمانی)» در فدراسیون کشتی گردند. پیشنهاد می‌گردد که مدیران سازمان تأمین اجتماعی، سعی در شناسایی سایر مقوله اصلی (پدیده مرکزی) توسعه‌ی توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی در فدراسیون کشتی، «مدیریتی»، «ساختاری» و «اقتصادی» نموده و نهایتاً منجر به بهبود خدمات توریسم ورزشی مرتبط با حوزه قهرمانی و رضایت‌مندی بیشتر مریان، ورزشکاران و گردشگران ورزشی و مسئولیت‌پذیری کارکنان فدراسیون شوند.

محدودیت‌ها

احتمال تأثیر حالات روحی پاسخ احتمال بی‌حوصلگی و خستگی نظیر دهندگان برداشت متفاوت پاسخ دهندگان از عبارات، کلمات و سؤالات و تأثیر احتمالی دیگر ویژگی‌های روانشناختی مصاحبه شوندگان است که در پژوهش حاضر مورد ارزیابی قرار نگرفتند، از محدودیت‌های پژوهش بوده‌اند؛ بنابراین در تفسیر و تعمیم یافته‌های پژوهش باید به این محدودیت‌ها توجه شود.

منابع و مأخذ

- اسلامی مرزنکلاته، محمدمهدی، شجاعی، وحید و حامی، محمد. (۱۳۹۷). طراحی چارچوب مفهومی توسعه مزیت رقابتی در صنعت توریسم ورزشی شمال کشور، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۸ (۳): ۱۴۸-۱۳۵.
- اقبال، کبریا. (۱۳۹۶). ارائه الگوی موانع توسعه گردشگری الکترونیکی در ورزش با استفاده از مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش دانشگاه گیلان، ۷ (۳): ۱۸۵-۱۷۱.
- اندام، حسین. (۱۳۹۳). بررسی ابعاد کیفیت خدمات در گردشگری ورزشی، طرح پژوهشی پژوهشگاه تربیت بدنی.
- بلالی، مریم؛ معین‌فرد، محمدرضا؛ حامدی‌نیا، محمدرضا و امیراحمدی، ابوالقاسم (۱۳۹۱). بررسی دیدگاه مدیران و کارشناسان در مورد توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان خراسان رضوی، نشریه مدیریت ورزشی دانشگاه تهران، ۴ (۱۳): ۲۰۲-۱۸۵.
- پاپلی‌یزدی، محمدرحیم؛ سقایی، مهدی. (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران.
- پناهی، حسین و آدمی، معصومه (۱۳۹۵). قابلیت‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۴ (۴): ۶۴-۵۵.
- جاوید، مجید؛ الماسی، حسن و نقی‌پور، بهنام. (۱۳۹۴). گردشگری ورزشی و تأثیر اقتصادی آن بر جوامع میزبان. مطالعات مدیریت ورزشی، ۳۲ (۱۲): ۳۲-۱۳.
- جلالی‌فراهانی، مجید. (۱۳۹۶). جهانی شدن، ورزش و قدرت نرم، گردشگری ورزشی. تهران: مؤسسه انتشاراتی دانشگاه تهران.
- حسینی، سیدشاهو؛ حمیدی، مهرزاد حمیدی؛ قربانیان‌رجبی، آسیه و سجادی، سیدنصرالله. (۱۳۹۲). شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای استعدادیابی در ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش‌های فراروی آن، مدیریت ورزشی، ۱۷ (۱۷): ۵۴-۲۹.
- خطیب‌زاده، مهدی و هنرور، افشار. (۱۳۹۳). نقش مدیریت ورزش در طراحی آمیزه بازاریابی گردشگری ورزشی، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش دانشگاه گیلان، ۲ (۵): ۴۷-۳۳.
- شجاعی، وحید. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل مؤثر بر شکل‌گیری ثروت انسانی در گردشگری ورزشی ایران، نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش دانشگاه شاهرود، ۶ (۲): ۲۲۰-۲۰۷.
- شجاعی، وحید؛ تجاری، فرشاد؛ سلیمانی‌تپه‌سری، بهاره و دوستی، مرتضی. (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی راهبردی توریسم ورزشی استان مازندران، فصلنامه علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، ۱۲ (۳۹): ۱۹۴-۱۷۳.
- صافدل، حسن و کشاورز، لقمان. (۱۳۹۸). تدوین الگوی عوامل مؤثر بر گردشگری ورزشی، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۸ (۲): ۷۶-۶۳.
- عابدی‌سماکوش، محبوبه؛ فرزانه، فرزانه؛ دوستی، مرتضی و هنرور، افشار. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل جذب‌کننده و بازدارنده در توسعه گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: گردشگران ورزشی فعال سفرکننده به مناطق ساحلی دریای خزر)، فصلنامه علمی-پژوهشی آموزش علوم دریایی، ۱۳ (۱۳): ۱۰۸-۹۶.

- فرازیانی، فاتح؛ رضایی صوفی، مرتضی و حسنی، احسان‌اله. (۱۳۹۷). بررسی موانع بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش دانشگاه گیلان، ۷(۳): ۴۵-۵۷.
- کریمی، ترانه؛ هنرور؛ افشار و اشرف گنجویی، فریده. (۱۳۹۴). رابطه گردشگری ورزشی با توسعه ابعاد منتخب شهری در شهر تهران، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش دانشگاه گیلان، ۲(۷): ۹۶-۱۱۱.
- گلچ، مهدیه؛ حسن‌نژاد، مجتبی و بزرگری نژاد، عباس. (۱۳۹۶). نقش توسعه پایدار در توسعه گردشگری ورزشی شهرستان تنکابن، دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های کاربردی در تربیت‌بدنی، علوم ورزشی و قهرمانی، تهران: دانشگاه صالحان.
- محرم‌زاده، مهرداد و ایمان‌زاده، مسعود. (۱۳۹۸). بررسی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در استان اردبیل، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش دانشگاه گیلان، ۸(۴): ۱۷-۱.
- محرم‌زاده، مهرداد؛ سیدعامری، میرحسن؛ صیادی، محمد امین و محمدی، میترا. (۱۳۹۲). ارزیابی مهم‌ترین شاخص‌های ورزشی مؤثر در توسعه بازاربازی گردشگری ورزشی، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش دانشگاه گیلان، ۲(۳): ۳۱-۴۵.
- معین‌فرد، محمدرضا؛ شوشی‌نسب، پروین و کاظم‌نژاد، انوشیروان. (۱۳۹۳). راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی تفریحی در ایران، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش دانشگاه گیلان، ۲(۵): ۱۷-۱.
- میرزایی کالار، اکبر؛ مدنی، سیدمهدی؛ همتی‌نژاد، مهرعلی و رحمانی‌نیا، فرهاد. (۱۳۹۲). در پژوهشی با عنوان «عوامل بازدارنده و سوق‌دهنده گردشگری ورزشی، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش دانشگاه گیلان، ۲(۱): ۸۵-۹۵.
- یاوری، یوسف؛ عسکریان، فریبا و خیرری شجاعی، محمد. (۱۳۹۵). چالش‌های توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد ارس با تأکید بر نظرات مدیران و کارشناسان، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش دانشگاه گیلان، ۵(۱): ۲۳۴-۲۴۵.
- Araújo V N, Fraiz B, Jose A, De Araújo A. (2019). Health and Sport. Economic and Social Impact of Active Tourism, European Journal of Investigation in Health, Psychology Education. 10: 70-78.
- Berdychevsky L, Gibson H J. (2012). Sport Tourism Development. Journal of sport&Tourism. 17 (3): 251-255.
- Eghbali K. (2017). Presenting a model of barriers to the development of e-tourism in sports using structural-interpretive modeling, management two quarterly and the development of sports, University of Gilan. 7 (3): 171-185.
- Hudson S, Hinc T, Walker G, Simpson B. (2010). Constraints to sport tourism: A cross-cultural analysis. Journal of Sport & Tourism. 15 (1): 71-88.
- Icoz O, Gunlu E, Oter Z. (2010). Sport tourism destinations as brand and factors affecting destination choices of soccer teams. 5th International congress on Busines economic and Management.
- Ioana M, Badulescu A, Bac O, Bac D. (2008). Qualitative and quantitative analysis of sport tourism from the perspective of Romanian.
- Jeong Y K, Suk K, Yu Jae-Gu. (2020). Sustaining Sporting Destinations through Improving Tourists' Mental and Physical Health in the Tourism Environment: The Case of Korea, International Journal Environmental Research. Public Health. 17 (22): 1-14.
- Kolenberg M, Batra A. (2015). The Role of Sport in the Development of Tourism: A Study on Awareness, Opinion, Preference and Selected Stakeholders Contribution by Sport Tourists and Non-Sport Tourists in Bangkok and Pattaya City, International Journal of Economics and Business Research. 1 (2):1-13,
- Raina AK. (2005). Ecology Wildlife and Tourism development: Principles, Practices and Strategies. New Delhi: Published by Sarup.
- Sandelin J, Fiechtner J. (2020). Selection process of sport tourism development strategy in Banja Vručica SPA resort: A quantitative analysis, Journal of Sports Science and Nutrition. 1 (1): 11-18.
- Stojanović AJ, Jankovic M. (2019). Montenegro as High-Quality Sports Tourism Destination- Trends and Perspectives, Sport Mont Journal. 17 (1):93-95.

- Strobl A, Teichmann K, Peters M. (2015). Do mountain tourists demand ecotourism? Examining moderating influences in an Alpine tourism context. *Turizam: znanstveno-stručni časopis*. 63 (3): 383-398.
- Valls J, Francesc ML, Franco M, Teixeira S. (2019). Sport tourism and destination planning, *journal Motricidade*. 15 (2): 13-18.
- Weed M. (2009). Progress in sports tourism research? A metareview and exploration of Futures. *Tourism Management*. 30 (5): 615-62.

يادداشت‌ها

1. World Tourism Organization
2. Kung Fu
3. Muay Thai
4. Sandelin and Fiechtner
5. Raymond Martitz Frill
6. White Water Rafting
7. Sandelin and Fiechtner
8. Jeong & et al
9. Mane & Gajmal
10. Stojanović & Jankovic
11. Araújo Vila & et al
12. Strauss and Corbin
13. Focus Coding

Designing a Qualitative Model of Heroic Tourism Development in the Wrestling Federation of the Islamic Republic of Iran

Yaser Khalpour Alamdari¹, Vahid Shojaei^{*2}, Mohammad Hami³

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>eISSN: 2008-9775 pISSN: 2783-4565</p> <p>Received: 11 October 2021 Accepted: 6 December 2021</p> <p>Keywords: Sports Tourism, Championship Sports, Wrestling</p>	<p>The aim of this study was to design a qualitative model for the development of championship-breeding tourism in the Wrestling Federation of the Islamic Republic of Iran. The statistical sample in the qualitative section included all university experts and experts in the field of sports tourism and elite wrestling coaches, which was equal to 15 people. The research instrument consisted of researcher-made coding sheets whose validity was confirmed by Delphi group members and its reliability was calculated by P-Scott criterion of 0.95. Findings showed that the factors related to the development model of sports tourism related to the championship in the country's wrestling federation were identified in the form of 28 categories and 136 concept codes. And pivotal: continuous sports businesses (3 categories), strategies (3 categories), contextual conditions (9 categories), intervening or mediating conditions (4 categories) and consequences (4 categories). In general, it can be concluded that using the findings of the study, it is possible to formulate comprehensive and diverse programs of sports tourism services in "macro", "medium" and "operational" strategies to develop sports tourism related to the championship in the Wrestling Federation. To be obtained in the country.</p>

Please cite this article as: Khalpour Alamdari, Yaser, Shojaei, Vahid, Hami, Mohammad, (2022). Designing a Qualitative Model of Heroic Tourism Development in the Wrestling Federation of the Islamic Republic of Iran. *Journal Behavioral Studies in Management*. 12(28), 66-84. <http://dorl.net/dor/20.1001.1.20089775.1400.12.28.5.5>

 Creative Commons: [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)  <http://dorl.net/dor/20.1001.1.20089775.1400.12.28.5.5>

Publisher: Islamic Azad University North Tehran Branch
* **Corresponding Author:** Vahid Shojaei **Email:** shojaei.vahid@yahoo.com

1. PhD Student in Sports Management, Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Sari Branch, Sari, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Sari Branch, Sari, Iran. shojaei.vahid@yahoo.com
3. Assistant Professor, Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Sari Branch, Sari, Iran