

الگوی کیفی پیوند فرهنگ و گردشگری جشنواره‌های ورزشی - سنتی بر مبنای راهبرد گزند تئوری

حمیدرضا قزلسفلو^۱، سیدمحمدحسین رضوی^۲، معصومه کلاته سیفری^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۷/۱۰ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۱۵

چکیده

جشنواره‌های ورزشی سنتی به‌عنوان بارزترین نماد ارزش‌های فرهنگی، به جدیدترین فرصت‌های گردشگری در دهه اخیر تبدیل شده است. لذا هدف از پژوهش حاضر طراحی الگوی کیفی گردشگری جشنواره‌های سنتی بر مبنای راهبرد گزند تئوری است. ساختار پژوهش از نوع اکتشافی است که دارای رویکرد کیفی است. جامعه کیفی تحقیق شامل ۳۵ نفر از کارشناسان و متخصصان خبره و فعال سازمان‌های متولی گردشگری ورزشی و ساکنان بومی آگاه جوامع میزبان بودند که با نمونه‌گیری هدفمند و بر مبنای نمونه‌گیری قضاوتی انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبات نیمه سازمان‌یافته و تشکیل گروه کانونی استفاده گردید. پس از کدگذاری اولیه مفاهیم و طبقه‌بندی مقوله‌ها، تعداد هشت مؤلفه در قالب پتانسیل‌های انسانی و پتانسیل‌های طبیعی - ورزشی شناسایی گردید که از بین آن‌ها با توجه به تواتر کدهای ثبت‌شده و اظهارات گروه کانونی عامل برگزاری جشنواره‌های سنتی و فرصت به نمایش گذاشتن و تبادلات ارزش‌های فرهنگی جوامع میزبان مهم‌ترین شاخصه‌های پژوهش حاضر بود. لذا استفاده از جشنواره‌ای محلی به‌عنوان ابزار برای توسعه گردشگری، رویکردی جدید و کارا است؛ بنابراین می‌توان با توجه به الگوی پژوهش حاضر، از طریق تأکید بر ارزش‌های فرهنگی موجود در جشنواره‌های ورزشی سنتی، این اماکن را به‌عنوان قطب برتر جشنواره‌های ورزشی سنتی قابل مطرح نمود.

واژگان کلیدی: اسب‌سواری، روش کیفی، جشنواره‌های سنتی، فرهنگ، گردشگری ورزشی پایدار.

^۱. استادیار گروه تربیت‌بدنی، دانشکده علوم انسانی و تربیت‌بدنی، دانشگاه گنبدکاووس، گنبد. (نویسنده مسئول)؛

h_ghezel@yahoo.com

^۲. استادیار گروه تربیت‌بدنی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر.

^۳. دانشیار گروه تربیت‌بدنی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر.

مقدمه

در دهه اخیر، پیوند بین ارزش‌های فرهنگی و جشنواره‌های ورزشی جوامع، فرصت جدیدی از گردشگری را تحت عنوان گردشگری ورزش‌های سنتی^۱ پدیدار کرده است به نحوی که هر زمان بتوان پیوندی منطقی بین فعالیت‌های ورزشی ناشی از آداب و رسوم جوامع با جذابیت‌های طبیعی به وجود آورد، می‌توان از مزایای متعدد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ناشی از حضور گردشگران جهت توسعه و بهبود سطح زندگی افراد بهره برد (حسین پور و ادیال باف، ۱۳۹۳). این گروه از رویدادهای ورزشی که تحت عنوان رویدادهای ورزشی کوچک^۲ مطرح است، علیرغم اینکه در مقایسه با رویدادهای ورزشی بزرگ، اثرات اقتصادی چشمگیری ندارند، اما به دلیل عدم نیاز به جذب منابع بودجه‌ای زیاد و قراردادهای رسانه‌ای هنگفت، برگزاری آن برای جوامع میزبان با سهولت بیشتری امکان‌پذیر است (هینچ^۳، ۲۰۱۷). پرواضح‌ترین دلیل برای محبوبیت ورزش‌های سنتی به‌عنوان ابزار ارتقاء گردشگری، توانایی این جشنواره‌ها در افزایش تقاضا برای گردشگری محلی، استفاده از این جشنواره‌ها جهت تبدیل یک مکان ورزشی محلی به برند برتر مقصد گردشگری و درنهایت جایگزینی استراتژیک این جشنواره‌ها در برنامه اصلی گردشگری محلی جهت گسترش فصلی گردشگری است (تاج‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). در حقیقت عاملی که گردشگری را به عاملی در روند توسعه مبدل کرده است، جریان‌های سرمایه، فرهنگ و اطلاعات در یک هم‌پوشی منظم و منطقی با عواملی چون افزایش درآمد، سطح رفاه، اوقات فراغت سالم و بهبود ارتباطات است. این صنعت از طریق ترکیب و استفاده هم‌زمان از منابع داخلی و خارجی به مزایای زیادی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، محیطی و فرهنگی دست یافته است. بر همین اساس گردشگری ورزشی می‌تواند به‌عنوان اهرمی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی در مناطق لحاظ گردد (محمودی یکتا و همکاران، ۱۳۹۱).

1. Heritage Sport Tourism
2. Small- Scale Sport Tourism
3. Hinch

بیان مسئله و پیشینه پژوهش

استفاده از جشنواره‌های محلی در کنار توجه به پدیده اکو توریسم به‌عنوان ابزاری برای توسعه گردشگری، به یک حرکت جهانی تبدیل شده است (حسین پور و همکاران، ۱۳۹۳). بدون شک جشنواره‌های ورزشی سنتی، مؤلفه مرکزی فرهنگ جوامع را تشکیل می‌دهد به نحوی که غیرممکن است شناخت کاملی از آداب و سنن یک ملت بدون شناسایی فعالیت‌های ورزشی حاکم در جوامع آن‌ها میسر گردد. لذا بسیار جذاب و ترغیب‌کننده است که با توجه به جشنواره‌های ورزشی برگرفته از فرهنگ و ارزش‌های تاریخی، به همبستگی ملی و آداب و رسوم ملل پی برد. به‌عنوان مثال، وجود اتحادیه بین‌المللی راگی در نیوزلند، کریکت به‌عنوان هسته اصلی فرهنگ هند و جشنواره بزرگشی پاکستان، بیانگر میراث جایگاه ورزش و فرهنگ در شاکله اصلی ارزش‌های تاریخی ساکنان این مناطق است (گامون و همکاران، ۲۰۱۱). شاید هجوم مثال‌زدنی گردشگران ورزشی به کشور مسلمان‌نشین مصر در قرن بیستم به‌منظور مشاهده تصاویر حک‌شده از رشته‌های شمشیرزنی، اسب‌سواری و کشتی بر روی آثار باستانی و دیواره‌های قدیمی شهر، به‌عنوان پیوند ناگسستنی بین فرهنگ و ورزش، نمود بارز و عینی از گردشگری ورزش‌های سنتی در قرن حاضر است که سبب توجه بیشتر سازمان‌های مسئول در این کشور را به میزبانی جشنواره‌های ورزشی محلی معطوف کرده است (مصطفی محمود، ۲۰۱۴). در این راستا اتحادیه اروپایی گردشگری ۲ (ETC)، نیز با تأکید بر استفاده از فرصت‌های جدید گردشگری، مدل لیدر ۳ را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه گردشگری روستایی ارائه داد. در این طرح، فرصت‌های جدید گردشگری با تأکید بر سنت‌های حاکم بر جوامع که به شکل فعالیت‌های ورزشی برگزار می‌شود، مورد بازبینی قرار گرفته است تا ضمن افزایش تقاضا در بخش گردشگری، بهبود سطح کیفیت ساکنین با بهره‌وری از منافع اقتصادی گردشگری فراهم گردد (تاج‌زاده، ۱۳۹۳). لذا در چند سال اخیر فرهنگ به‌عنوان یکی از سه مؤلفه اصلی دستیابی به الگوی پایدار گردشگری (فرهنگ، جاذبه‌های ورزشی و جاذبه‌های طبیعی)، در کانون توجه متخصصان و سیاست‌گذاران حوزه گردشگری

1. Gammon et al.
2. European tourism Commission
3. Laison Enter Actions de Development de Economic Rural(LEADER)

ورزشی قرار گرفته است. تا جایی که بسیاری از تحقیقات اخیر بر پتانسیل‌های فرهنگی و ریشه‌های تاریخی موجود در تبدیل کردن مقاصد گردشگری به برندهای برتر گردشگری که به شکل جشنواره‌های ورزشی سنتی، به نمایش گذاشته می‌شوند، تأکید داشته‌اند (قزلسفلو و همکاران، ۱۳۹۷؛ ملک محمدی و غفرانی، ۱۳۹۶؛ سعیدی و حیدرزاده^۱، ۲۰۱۸). در همین راستا مینولی و همکاران^۲ (۲۰۱۸)، طی تحقیقی در بررسی پتانسیل ورزش سنتی ولز (گلف) در جذب گردشگر اظهار داشتند که ورزش گلف در کشور ولز دربرگیرنده سنن و ریشه‌های تاریخی کهن است و تنها به همین دلیل به‌عنوان یک فرهنگ خاص توانسته است همه‌ساله با جذب گردشگران لوکس، دگرگونی اقتصادی بی‌همتایی را ایجاد نماید. رابرت^۳ (۲۰۱۸)، نیز با اشاره به وجود ریشه‌های تاریخی جام ویمبلدون در کشور انگلستان^۴، این تورنمنت را به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و معروف‌ترین رویدادهای ورزشی لوکس در بخش گردشگری ورزشی می‌داند. به اعتقاد وی توسعه و افزایش وجود ریشه‌های تاریخی رویدادهای ورزشی^۵ رویکرد جدیدی است که هسته اصلی تحقیقات گردشگری ورزشی در آینده را تشکیل می‌دهد. این موضوع سبب شده است تا در دهه اخیر گردشگری ورزشی به شکل یک بازار توانمند اقتصادی در سطح بین‌المللی مطرح گردد تا جایی که در بسیاری از کشورها به‌عنوان منبع پویای اشتغال‌زایی، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و جایگزینی مولد برای سایر صنایع که از توجیه اقتصادی برخوردار نیستند، مطرح گردد (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۶). از سوی دیگر مطالعه وضعیت صنعت گردشگری ورزش‌های سنتی در کشورهای پیشرو از قبیل اسپانیا، پرتغال و ایتالیا مؤید آن است که به‌منظور ایجاد بستر مطلوب جهت بهره‌برداری از منافع متعدد اقتصادی این بخش، ضمن حفظ شکل اولیه و اصلی این جشنواره‌ها، می‌توان با برقراری مدیریت پایین به بالا^۶ با رویکرد بخشی، علاوه بر واگذاری مسئولیت برگزاری این جشنواره‌ها به کمیته‌های محلی، هماهنگی بین سازمان‌های متولی امری ضروری است (کنلی و کریستین^۷،

1. Saeedi & Heydarzadeh
2. Minoli et al.
3. Robert
4. Wimbledon Championships
5. Sport Heritage
6. Button- Up Management
7. Kennelly & Kristine

۲۰۱۴). کنلی^۱ (۲۰۱۴)، در بررسی دلایل موفقیت کشور استرالیا در توسعه بخش گردشگری راگبی، اظهار داشت که ایجاد اتحاد استراتژیک بین کمیته ورزش‌های ملی^۲، اتحادیه راگبی استرالیا و آژانس‌های گردشگری فعال در حوزه رویدادهای ورزشی، از دلایل اصلی رونق گردشگری ورزش راگبی در این کشور است. لذا کشورهایی از قبیل کانادا، پورتوریکو و ایالات متحده نیز به‌منظور استفاده حداکثری از مزایای اقتصادی و فرهنگی جشنواره‌های ورزشی سنتی، با سازمان‌دهی برنامه‌های هیئت‌های ورزشی فعال در حوزه گردشگری ورزشی از طریق تأسیس اتحادیه هیئت‌های ورزشی ملی^۳ (NASC)، برگزاری این بخش از جشنواره‌های ورزشی را به هیئت‌های ورزشی محلی واگذار کرده‌اند. در ایران نیز شهریار و همکاران (۱۳۹۴)، با اشاره بر وجود جشنواره‌های ورزشی سنتی متعدد و همچنین برخورداری از مناظر طبیعی در استان‌ها شمالی کشور، به لزوم تشکیل اتحاد استراتژیک ورزش بین سازمان‌های دولتی و نهادهای محلی به‌منظور ظرفیت‌سازی جهت توسعه گردشگری ورزشی و تبدیل این منطق به قطب گردشگری ورزش‌های سنتی تأکید داشته‌اند؛ اما در چند سال اخیر، علاوه بر کشورهای اروپایی، در حوزه جغرافیایی بخش آسیا و خاورمیانه نیز کشورهای زیادی با توسعه زیرساخت‌های لازم در این صنعت و توجه بیشتر به ظرفیت‌های بالقوه موجود در جشنواره‌های ورزشی سنتی در برنامه‌های توسعه مناطق، توانسته‌اند به برندهای برتر گردشگری مبدل شوند. به‌عنوان مثال، کشور ژاپن در برنامه‌ریزی جهت دستیابی به الگوی پایدار گردشگری ورزشی، وجود انواع متفاوتی از ورزش‌های سنتی رزمی در جزیره اکیناوا که نماد ورزش‌های ملی (کوئوشو) است را به همراه جاذبه‌های طبیعی این منطقه را دو پتانسیل اصلی جهت دستیابی به الگوی پایدار گردشگری ورزشی می‌داند. برگزاری سالیانه جشنواره سنتی هنرهای رزمی این کشور با نام ووشو، بستر ساز حضور و بازدید گردشگران زیادی از کشورهای آسیایی و مرزهای بین‌المللی است (هینچ و اجی^۴، ۲۰۱۷). سازمان بازی‌های ملی^۵ کشور مالزی نیز با برگزاری جشنواره بازی‌های سنتی در شهر تاریخی کوالالامپور، افق جدیدی از گردشگری ورزشی را

1. Kennelly
2. National Sport Committee
3. National Association of Sports Commissions
4. Hinch and Ejay
5. Organization of the Commonwealth Games

برای سیاست‌گذاران بخش اقتصادی این کشور گشود. به نحوی که علیرغم منابع طبیعی محدود، مالزی را به‌عنوان کشوری کوچک اما پیشرو و توسعه‌یافته در حوزه گردشگری ورزش‌های سنتی در سطح ملی و بین‌المللی مطرح نمود و توانستند با میزبانی تعداد متعددی از جشنواره‌های ورزشی سنتی و ایجاد تجربه موفقیت‌آمیز برای گردشگران، پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی طولانی‌مدتی را در سطح بین‌المللی، ملی و حتی منطقه‌ای ایجاد کنند (جیل و همکاران^۱، ۲۰۱۵). برگزاری جشنواره‌های ورزشی سنتی سالیانه اسب‌سواری و کشتی سنتی در تاجیکستان، ترکمنستان و کشتی سنتی کولشمه در آذربایجان و ترکیه از دیگر جشنواره‌های سنتی است که همه‌ساله تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی را جهت حضور یا بازدید، روانه مقاصد گردشگری می‌کند (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۲)؛ بنابراین گردشگری و بازی‌های سنتی دو مقوله درهم تنیده‌اند که از طریق آن می‌توان در مناطقی که ورزش و رویدادهای ورزشی بخشی از فرهنگ آن منطقه محسوب می‌شوند، تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی را که دارای علاقت مشابه فرهنگی و ورزشی هستند را جلب نمود (علی‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۳؛ حسین پور و همکاران، ۱۳۹۳؛ ضیایی و همکاران، ۱۳۹۵؛ ملک محمدی، ۱۳۹۶). در کشور ایران نیز، تحقیقات متعددی بر این قضیه تأکید داشته‌اند که احیاء و ترویج جشنواره‌های ورزش‌های بومی و سنتی، استراتژی کارا در راستای توسعه گردشگری ورزشی است. در تحقیقات هم‌تی‌نژاد (۱۳۹۴) و شهریاری (۱۳۹۴)، در خصوص بررسی و تدوین استراتژی گردشگری ورزشی استان گیلان، وجود انواع جشنواره سنتی از قبیل کشتی سنتی گیله‌مردی با استفاده از منطقه زیبا و کوهستانی جواهرده به‌عنوان گود طبیعی کشتی سنتی، مؤید توجه و تأکید بر این حوزه توانمند است. ذبیحی (۱۳۹۵) و رضوی (۱۳۹۳)، ضمن اشاره به نقش گردشگری ورزشی به‌عنوان صنعتی جایگزین برای سایر صنایع پیرو غیراقتصادی کشور، موقعیت جغرافیایی ویژه استان را به دلیل هم‌جواری دریا و کوهستان، همانند نوعی اکوموزه می‌دانند که برگزاری رویدادهای ورزشی ساحلی و جشنواره کشتی سنتی لوچو در گود طبیعی آلاشت سوادکوه از مهم‌ترین رویدادهای ورزشی پر پتانسیل در راستای توسعه گردشگری ورزشی است. قزلسفلو (۱۳۹۷) و زیتونلی (۱۳۹۲) نیز در نتایج تحقیقات خود وجود جشنواره-

های ورزشی سنتی متعدد و دو پیست بین‌المللی اسب‌سواری را از ظرفیت‌های اصلی گردشگری ورزشی استان گلستان برمی‌شمارند. لذا به نظر می‌رسد که ظرفیتی مشابه و پنهان در گردشگری ورزش‌های سنتی ایران و به‌ویژه استان گلستان وجود دارد. برگزاری جشنواره بین‌المللی اسب ترکمن در منطقه صوفیان کلالة که اردیبهشت هر سال با حضور تعداد زیادی از کشورهای فعال در صنعت اسب از قبیل ترکمنستان، آذربایجان، عربستان، پاکستان و حتی حضور گردشگرانی از کشورهای اروپایی از قبیل آلمان که دارای مشترکات فرهنگی و تاریخی با ساکنان این منطقه می‌باشند، جشنواره کبیدی سرخکلاته، کشتی سنتی آلیش و گورش در منطقه ترکمن صحرا و وجود دو پیست بین‌المللی کورس اسب‌دوانی گنبد کاووس و بندر ترکمن، همگی شواهدی بر این ادعا است. لذا تدوین یک برنامه جامع و منسجم به‌عنوان چارچوبی عملکردی جهت شناساندن ظرفیت‌های بالقوه و فرصت‌های موجود برای سازمان‌ها و سیاست‌گذاران این حوزه، از مهم‌ترین خلأهای موجود در این بخش است که در تحقیق حاضر سعی شده است با تکیه به نقاط قوت تحقیقات کیفی، ضمن تدوین الگویی مبتنی بر چالش‌های واقعی موجود در توسعه گردشگری ورزش‌های سنتی، بستر بهره‌برداری از ظرفیت‌های ویژه‌ی موجود در این حوزه را جهت تبدیل شدن به قطب برتر گردشگری ورزش‌های سنتی را برای سیاست‌گذاران و نهادهای متولی صنعت گردشگری ورزشی فراهم نمود.

روش‌شناسی تحقیق

تحقیقات حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی^۱ است (دانایی‌فرد، ۱۳۸۷) که به‌صورت کیفی پیاده‌سازی شده است. استراتژی فاز کیفی پژوهش حاضر بر مبنای راهبرد گرنند تئوری گلنزر و اشتراوس^۲ (نظریه داده بنیاد) عملیاتی گردید. در این روش نظریه بر مبنای مفاهیم اصلی حاصل از داده‌های پژوهش شکل می‌گیرد. این راهبرد بر سه عنصر: مفاهیم (واحدهای بنیادی تحلیل)، مقوله‌ها (طبقه‌بندی مفاهیم) و قضیه‌ها (بیانگر رابطه بین مقوله و مفاهیم) استوار است (دانایی‌فرد و مظفری، ۱۳۸۷). در این روش محقق به‌طور هم‌زمان با جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها نسبت به تحلیل اطلاعات و درک رابطه بین مؤلفه‌ها اقدام می‌نماید. سپس از طریق کدگذاری و

1. Survey - Descriptive
2. Grounded Theory of Glaser and Strauss

طبقه‌بندی دادها، ضمن ایجاد یک چهارچوب تفهیمی در خصوص رابطه بین مؤلفه‌ها، در راستای تدوین مدل کیفی پژوهش پیش می‌رود (استراوس و کوربین، ۲۰۱۵). با روش نمونه‌گیری هدفمند و قضاوتی با استفاده از مصاحبات نیمه سازمان یافته و منعطف با تعداد ۳۵ نفر از افراد خبره شامل کارشناسان و مدیران صنفی و ستادی فعال ادارات ورزش و جوانان ($n = 10$)، کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی مسئول در جشنواره‌های ورزشی بومی و سنتی ($n = 5$)، مدیران باسابقه و درگیر آژانس‌های گردشگری فعال ($n = 5$)، ساکنان بومی آگاه که در جریان برگزاری جشنواره‌ها همکاری داشتند ($n = 10$) و همچنین اساتید فعال گردشگری ورزشی، مدیریت جهانگردی و محیط‌زیست که از سابقه چاپ مقالات علمی-پژوهشی در خصوص زمینه گردشگری ورزشی ($n = 5$) برخوردار بودند تا دستیابی به یک اشباع نظری (کفایت نظری) پیش رفت. اشباع در راهبرد داده بنیاد به معنای عدم استخراج کد یا مفهوم جدید است. در پژوهش حاضر پس از مصاحبه ۲۶ اطلاعات به دست آمده تکراری بود و هیچ داده جدیدی که بتوان آن را به عنوان مقوله و کد جدید مورد مطالعه قرار داد، یافت نشد، اما جهت اطمینان، مصاحبه تا کلیه افراد شناسایی شده (تا مصاحبه ۳۵) پیش رفت. محورهای سؤالات مطرح شده به روش مصاحبه در جدول شماره ۱، ذکر شده است.

جدول ۱. محورهای اصلی سؤالات مصاحبه در روش کیفی

۱	لزوم برخورداری از رویکرد جامع در حوزه گردشگری سنتی و طبیعت مدار در نوار ساحلی شمال کشور
۲	وجود خلأهای سازمانی و برخورداری از یک رویکرد و نگاه سیستمی در سیاست گذاری اکو توریسم ورزشی استان
۳	ضرورت وجود یک نظام گردشگری ورزشی سنتی در دو بخش وزارت علوم و آموزش و پرورش
۳	جایگاه گردشگری ورزشی سنتی در برنامه‌های توسعه اقتصادی - فرهنگی اول تا سوم از سوی دولت
۴	لزوم هماهنگی بین نهاده‌ها و سازمان‌های متولی، تصمیم گیرنده و سیاست گذار در گردشگری ورزشی سنتی
۵	تأثیر مؤلفه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ریشه‌های تاریخی منطقه در توسعه و ایجاد گردشگری ورزشی پایدار
۶	پتانسیل و خلأهای موجود در زیرساخت‌های خدماتی استان و تأمین خلأهای موجود در این بخش
۷	سرمایه گذاری بخش خصوصی و لزوم هماهنگی بین سازمان‌های دولتی متولی گردشگری
۸	وجود و تأمین نیروی انسانی متخصص و کارآمد در حوزه گردشگری ورزشی سنتی و طبیعت مدار
۹	تشکیل اتحاد استراتژیک بین سازمان‌های دولتی و غیردولتی مسئول در حوزه گردشگری ورزشی سنتی
۱۰	لزوم توجه به موقعیت جغرافیایی خاص شمال کشور (مرز آبی مشترک با کشورهای حاشیه دریاچه خزر)
۱۱	نقش رسانه‌ها در اطلاع‌رسانی بهینه از طریق تبلیغات و تأسیس شبکه گردشگری

ممیزی پژوهش

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های پیش روی پژوهشگران در تحقیق کیفی توافق بر روی ملاک‌های مورد توافق جهت داوری مقوله‌ها و اطمینان از روایی و پایایی مطلوب فاز کیفی پژوهش است. روایی در پژوهش کیفی به این معنا بکار می‌رود که آیا روش‌ها، فنون و رویکرد استفاده شده از توانایی لازم جهت سنجش آن چیزی که محقق به دنبال است، برخوردار است؛ اما پایایی امکان دستیابی به نتایج یکسان در شرایط متفاوت با استفاده از پژوهشگران مختلف توصیف می‌شود (هومن، ۱۳۸۹). هومن (۱۳۸۹)، واژه موثق بودن^۱ و یا قابلیت اعتماد را به منزله معیاری برای جایگزینی اعتبار^۲ و روایی در تحقیقات کیفی مورد استفاده قرار دادند، که این مفهوم از چهار عنصر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال^۳، قابلیت اتکا و قابلیت تائید^۴ تشکیل شده است. در پژوهش حاضر جهت اطمینان از قابلیت اعتماد کدهای محوری با استفاده از دو روش پایایی کدگذار به شکل انتخاب چهار مصاحبه در فاصله زمانی مشخص (۳۰ روز) (جدول ۲) و همچنین پایایی بین دو کدگذار ۵ از طریق ارزیاب ثانوی، درصد توافق بین دو کدگذاری (۸۵٪) به دست آمد که حاکی از پایایی مطلوب اطلاعات مستخرج از فاز کیفی پژوهش بود (جدول ۳). جهت اطمینان از اعتمادپذیری، انتقال‌پذیری و تاییدپذیری مرحله کیفی پژوهش، کلیه مراحل روش اجرای فاز کیفی، بر اساس رویکرد داده بنیاد با حساسیت و دقت ویژه پی‌ریزی و اجرا گردید.

جدول ۲. محاسبه پایایی فاز کیفی پژوهش به روش کدگذاری مجدد

شماره مصاحبه	کدهای موافق	کدهای مخالف	تعداد کل کدها	پایایی باز آزمون
P_3	۱۲	۵	۲۹	٪۸۲
P_6	۹	۶	۲۵	٪۷۲
P_{11}	۸	۵	۲۱	٪۷۶
P_{15}	۷	۲	۱۸	٪۷۷
کل	۳۶	۱۸	۹۳	٪۷۷

1. Trustworthiness
2. Credibility
3. Transferability
4. Confirmability
5. Intercoder reliability (ICR)

جدول ۳. محاسبه پایایی به روش دو کدگذار

عنوان مصاحبه	تعداد توافقی‌ها	تعداد عدم توافقی-ها	تعداد کل کدها	پایایی باز آزمون
P_1	۵۳	۲۶	۱۲۴	٪۸۵
P_2	۳۱	۱۶	۷۲	٪۸۶
کل	۸۴	۴۲	۱۹۶	٪۸۵

همچنین به منظور شناسایی تمام مؤلفه‌های تأثیرگذار بر الگوی کیفی پژوهش، دو گروه کانونی متشکل از صاحب‌نظران آگاه و باتجربه از کارشناسان هیئت‌های ورزشی فعال در برگزاری جشنواره‌های ورزشی سنتی، ساکنان بومی و فعال، اساتید گردشگری ورزشی و کارشناسان رسانه‌ها، پس از مصاحبه‌های ۱۰ و ۱۵، در قالب بحث آزاد و گروهی به صورت هدفمند و هدایت‌شده تشکیل گردید و سعی شد با طرح سؤال از سوی محقق همه زوایای پنهان پژوهش را نیز پوشش داد. تا از این طریق بتوان با شناسایی مؤلفه‌هایی مستخرج از گروه کانونی که در مراحل مصاحبه قید نشده بود، مصاحبه دقیق‌تری را در مراحل بعدی طرح‌ریزی نمود.

نتایج تحقیق

مبنای پژوهش حاضر بر اساس راهبرد داده بنیاد گلیزر انجام گردید. مهم‌ترین مرحله در روش گرنند تئوری، تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه، شناسایی مؤلفه‌های اصلی و فرعی، اولویت‌بندی آن‌ها و در نهایت تعیین ارتباط بین مؤلفه‌ها و استخراج و شکل‌گیری تئوری از مصاحبات انجام شده است (دانایی فرد، ۱۳۸۷). لذا در مرحله فرایند تحلیل نظریه، داده‌های مصاحبه‌ای و متنی در سه مرحله کدگذاری باز^۱ (تحلیل نکات کلیدی داده‌های مصاحبه و شناسایی مؤلفه‌های فرعی و اصلی مصاحبه)، کدگذاری محوری^۲ (شناسایی کدها در قالب مؤلفه‌ها و مفاهیم مشترک) و کدگذاری انتخابی^۳ (تعیین ارتباط بین مؤلفه‌های اصلی و فرعی و تدوین مدل کیفی پژوهش) انجام گردید (استراوس و کوربین، ۲۰۱۵). کدبندی اولیه داده‌ها با

1. Open Coding
2. Axial Coding
3. Selective Coding

مطالعه و بررسی دقیق مصاحبه‌های ضبط‌شده و یادداشت شده به صورت کدگذاری سطر به سطر، عبارت به عبارت یا پاراگراف به پاراگراف داده‌ها انجام گردید. در این مرحله مفاهیم به‌عنوان واحدهای تحلیل قرار می‌گیرند. رئوس مراحل اجرای محورهای اصلی مصاحبه و کدگذاری باز داده‌ها در جدول شماره ۴ گزارش شده است.

جدول ۴. کدگذاری باز داده‌ها

کد آغازی	محتوای مصاحبه	علامت
توجه به ارزش‌های فرهنگی.	وجود ریشه‌ها و ارزش‌های فرهنگی غنی در جشنواره‌ها	EST ^۱
جذب ارزش‌های فرهنگی کارا از دیگر فرهنگ	میزبانی رویدادهای ورزشی و فرصت تبادلات فرهنگی.	EST ^۳
انعکاس مقاصد برتر گردشگری	انتقال فرهنگ گردشگر پذیر جامعه میزبان و تبدیل به برند برتر.	EST ^۶
تبدیل شدن به مقاصد گردشگری برتر	توجه به اشتراکات فرهنگی موجود در ورزش‌های سنتی	EST ^۸
نقش وجود متولی مشخص در این حوزه	برقراری هماهنگی بین سازمان‌های متولی گردشگری ورزشی.	۱۱ EST
ایجاد هماهنگی با تورهای گردشگری	توجه و کنترل خدمات ارائه‌شده توسط آژانس‌های گردشگری.	۱۴ EST
نقش تخصیص منابع ارزی و ریالی کافی	میزان بودجه تخصیصی در برنامه‌های کلان دولت.	۱۵ EST
نقش سرمایه‌گذاری خصوصی	تمایل بخش خصوص به فعالیت در این حوزه.	۱۷ EST
نقش دولت و جوامع قانون‌گذار	تدوین سیاست‌های تشویقی از سوی دولت.	۱۸ EST
فعال کردن ساکنان آگاه و مشتاق	تشکیل تعاونی و نهادهای محلی.	۲۰ EST
نقش تشکیل اتحاد استراتژیک	ایجاد اتحادیه و یک کمیسیون بین سه استان شمالی کشور	۲۹ EST
معرفی مقاصد گردشگری ورزشی	ایجاد نظام مدیریت مقصد در بخش جشنواره‌های ورزشی	۳۲ EST
نقش موانع سازمانی	لزوم هماهنگی بین سازمان‌های ورزشی و گردشگری	۳۶ EST
هماهنگی با سازمان‌های متولی ورزش	میزبانی جشنواره‌های ورزشی در سطح بین‌المللی	۳۷

		EST
داشتن چشم انداز طولانی مدت	شناسایی مقاصد گردشگری ورزشی طبیعی	۳۸ EST
نقش NGOs در این صنعت	فعال بودن سازمان های غیردولتی در راستای حفظ اکوسیستم منطقه	۴۴ EST
لزوم توجه بیشتر به پتانسیل های ورزش های سنتی طبیعت گرا	استفاده از پتانسیل های طبیعت جهت ایجاد فعالیت های ورزشی از قبیل پاراگلايدر، دوچرخه سواری و ...	۴۸ EST
توسعه و ترمیم اماکن جغرافیایی فعالیت پذیر	انجام بازرسی ها از اماکن ورزشی طبیعی ورزشی	۵۰ EST
نقش ظرفیت های جغرافیایی طبیعی	تغییر کاربری زمین های مستعد جهت بهره وری ورزشی	۵۲ EST
تسهیل سازی در مشارکت فعالیت های ورزشی	میزان آشنایی خانواده ها با جشنواره های ورزشی طبیعت مدار	۵۳ EST
بالفعل شدن پتانسیل های موجود	میزان فعال بودن هیئت های ورزشی متولی در ورزش سنتی	۵۴ EST
برخورداري از محیط ورزشی طبیعی پویا	برگزاری رسمی جشنواره های ورزشی طبیعت گرا در طول سال	۵۵ EST
نقش جشنواره های ورزشی سنتی	لزوم توجه به رشته های ورزشی نشئت گرفته از ارزش های تاریخی از قبیل اسب سواری، کشتی لوچو، گوروش، کبدی و ...	۵۶ EST
نقش جاذبه های ورزشی طبیعت گرا در توسعه گردشگری ورزش سنتی	وجود ظرفیت های ورزشی مرتبط با صحرا و بیابان، جنگل و کوه، دریا و ساحل در منطقه	۵۷ EST

در مرحله کدگذاری محوری پس از مقایسه دقیق کدها، موارد مشابه و مشترک در قالب مقوله‌ای واحد طبقه‌بندی می‌شوند و حجم زیادی از داده‌ها (کدها - مفاهیم) به تعداد مشخص و محدودی از مقوله‌های عمده تقلیل می‌یابد (هومن، ۱۳۸۹). لذا پس از شناسایی عوامل اصلی تأثیرگذار در توسعه اکوتوریسم ورزش‌های سنتی، کدهای باز مرحله اول بررسی شده و با توجه به مشابهت موضوعی در گروه‌های مجزا قرا گرفتند. این کار تعداد مؤلفه‌هایی را که باید به آن پردازیم را کاهش می‌دهد. روند طبقه‌بندی این مفاهیم را مقوله پردازای می‌گویند (دانایی‌فرد، ۱۳۸۷)؛ بنابراین در پایان این مرحله از پژوهش، انبوه داده‌ها (کدها - مفاهیم) به تعداد مشخص و محدودی از مقوله‌های عمده کاهش می‌یابد (جدول ۵).

جدول ۵. کدگذاری محوری داده‌ها

علامت	کد اولیه	کد متمرکز	کد محوری
EST۱	توجه به ارزش‌های فرهنگی	توانمندی‌های فرهنگی	فرهنگی - اجتماعی
EST۲	نقش جاذبه‌های تاریخی	ارزش‌های تاریخی	
EST۳	جذب ارزش‌های فرهنگی کارا از دیگر فرهنگ	تبادلات فرهنگی	
EST۶	بازتاب مقاصد برتر گردشگری در سطح بین‌المللی	مقاصد اجتماعی برتر	
EST۸	تبدیل شدن به مقاصد بین‌المللی گردشگری	مقاصد اجتماعی برتر	
EST۹	نقش پیشگیری از تغییرات اجتماعی	کارکردهای اجتماعی	
EST۱۰	توسعه تسهیلات رفاهی	پیامد اجتماعی	
EST۱۱	وجود متولی مشخص در این حوزه	هماهنگی سازمانی	سیاسی - قانونی سازمانی
EST۱۴	ایجاد هماهنگی با تورهای گردشگری	برنامه‌ریزی	
EST۱۵	نقش تخصیص منابع ارزی و ریالی کافی	قوانین و برنامه‌ها	
EST۱۷	نقش سرمایه‌گذاری خصوصی	قوانین و برنامه‌ریزی	
EST۱۸	نقش دولت و جوامع قانون‌گذار	سیاست‌های گردشگری	
EST۳۴	وجود برنامه‌های منسجم بین سازمان‌های ورزشی	برنامه‌ریزی	
EST۲۱	رونق اقتصادی جوامع میزبان	پیامد اقتصادی	اقتصادی
EST۲۲	درآمدزایی بدون سرمایه‌گذاری	درآمدزایی	
EST۲۳	کیفیت اقتصادی زندگی مناطق	بهبود اقتصاد منطقه	
EST۲۴	نقش سیستم حمل‌ونقل	ناوگان حمل‌ونقل	زیرساختی

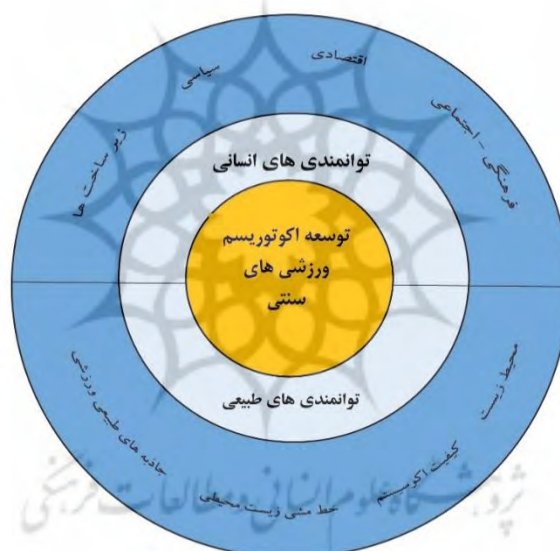
	خدمات اقامتی	تسهیل اسکان بهینه	EST۲۵
	غذاهای سالم	نقش فرهنگ تغذیه جوامع میزبان	EST۲۷
	خدمات بانکی	تسهیل در دادوستد و تجارت	EST۲۸
	زیرساخت تبلیغاتی	معرفی مقاصد گردشگری ورزشی	EST۳۲
محیط زیست	اقلیم و طبیعت	طبیعت از عوامل اصلی جذب گردشگر است	EST۴۰
	اقلیم	نقش شرایط اقلیم آسایش	EST۴۱
	اقلیم	نقش کیفیت اقلیم	EST۴۲
	اقلیم	نقش برخورداری از محیط طبیعی بکر و زیبا	EST۴۳
	اقلیم	لزوم توجه به پتانسیل‌های ورزش‌های طبیعت‌گرا	EST۴۸
کیفیت اکوسیستم	کیفیت اکولوژیک	نقش تردد در کیفیت اکولوژیکی مناطق گردشگر پذیر	EST۴۵
	کیفیت اکولوژیک	لزوم توجه به کیفیت آب‌وهوا	EST۴۶
	کیفیت اکولوژیک	توجه به فعالیت‌های دریا، ساحل و ماسه	EST۴۷
خطی مشی زیست محیطی	سیاست‌های اکولوژیکی	تعبیه سیستم دفع پسماند در محیط	EST۴۹
	قوانین اکولوژیکی	نقش توسعه و ترمیم اماکن جغرافیایی فعالیت پذیر	EST۵۰
	بهره‌برداری از طبیعت	توجه به ارزش منابع انرژی موجود در اکولوژیک	EST۵۱
	پتانسیل جغرافیایی	نقش ظرفیت‌های جغرافیایی طبیعی موجود در منطقه	EST۵۲
جاذبه‌های ورزشی طبیعت مدار	جاذبه‌های ورزشی طبیعی	برگزاری فستیوال‌های ورزشی سبز	EST۵۳
	توجه به ورزش‌های سنتی	نقش جشنواره‌های ورزشی سنتی	EST۵۶
	جاذبه‌های ورزشی طبیعی	نقش جاذبه‌های ورزشی طبیعت در توسعه اکوتوریسم ورزشی	EST۵۷
	جاذبه‌های ورزشی طبیعی	نقش جاذبه‌های ورزشی در توسعه اکوتوریسم ورزشی	EST۵۸
	جاذبه‌های ورزشی سنتی	کمیت و کیفیت برگزاری جشنواره‌های ورزشی سنتی	EST۵۹

کدگذاری انتخابی داده‌ها بر اساس نتایج دو مرحله قبل (کدگذاری باز و کدگذاری محوری) و مرحله اصلی نظریه‌پردازی صورت گرفت. در این مرحله طبقه اصلی را به صورت نظام‌مند به دیگر طبقه‌ها مرتبط ساخته و روابط بین آن‌ها در قالب چارچوب تئوری ارائه می‌شود (دانایی - فرد، ۱۳۸۷). در پژوهش حاضر، پس از مقایسه مؤلفه‌های اصلی، تمامی کدهای به دست آمده در دو گروه توانمندی‌های انسانی و توانمندی‌های طبیعی - ورزشی قرار گرفتند. (جدول ۶). همچنین مؤلفه‌های شناسایی شده از برگزاری کانونی به شکل کدهای (EST) به فرایند کدگذاری نهایی اضافه گردید. به منظور اطمینان از صحت کدگذاری‌ها، پس از تعیین نتایج و رابطه بین مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها، نسخه نهایی مرحله کیفی پژوهش به اعضای حاضر در جامعه آماری ارسال و پیشنهادهای نهایی متخصصان اعمال گردید.

جدول ۶. کدگذاری انتخابی داده‌ها

کد انتخابی	کد محوری	علامت
توانمندی‌های انسانی - سازمانی	فرهنگی اجتماعی	EST _۲ و EST _۳ و EST _۴ و EST _۵ و EST _۶ و EST _۷ و EST _۹ و EST _{۱۰} و EST _{۳۵}
	قانونی سیاسی	EST _{۱۱} و EST _{۱۲} و EST _{۱۳} و EST _{۱۴} و EST _{۱۵} و EST _{۱۶} و EST _{۱۸} و EST _{۱۹} و EST _{۲۰} و EST _{۲۳} و EST _{۳۳} و EST _{۳۴} و EST _{۳۷} و EST _{۳۸}
	اقتصادی	EST _{۲۲} و EST _{۲۳}
	زیرساخت‌ها	EST _{۲۵} و EST _{۲۶} و EST _{۲۷} و EST _{۲۸} و EST _{۲۹} و EST _{۳۱} و EST _{۳۲} و EST _{۳۹} و EST _{۴۰} و EST _{۴۱}
توانمندی‌های ورزشی سنتی - طبیعی	محیط زیست	EST _{۴۱} و EST _{۴۲} و EST _{۴۳} و EST _{۴۸}
	کیفیت اکوسیستم	EST _{۴۵} و EST _{۴۶} و EST _{۴۷}
	خطی مشی	EST _{۵۰} و EST _{۵۱} و EST _{۵۲} و EST _{۴۴}
	جاذبه‌های ورزشی سنتی طبیعت مدار	EST _{۵۴} و EST _{۵۵} و EST _{۵۶} و EST _{۵۷} و EST _{۵۸} و EST _{۶۰}

در نهایت با توجه به مرحله کدگذاری انتخابی داده‌های به دست آمده از مصاحبه و گروه کانونی، تعداد هشت مؤلفه شناسایی گردید؛ اما از آنجایی که بر اساس اظهارات اکثر کارشناسان حاضر در مصاحبه و همچنین یادداشت‌های ثبت شده از جلسه گروه کانونی، وجود جاذبه‌های طبیعی و همچنین استفاده از مناطق طبیعی بکر، به عنوان عاملی تأثیرگذار در توسعه گردشگری ورزشی کشورهای پیشرو مورد تأکید و توجه قرار گرفته است. مفاهیم مشترک مرتبط به جاذبه‌های طبیعی، رویدادهای ورزشی دوستدار محیط زیست و همچنین رویدادهای ورزشی سنتی طبیعت مدار در قالب کدی مجزا با نام توانمندی‌های ورزش‌های سنتی طبیعت مدار تدوین گردید. در نهایت الگوی نهایی پژوهش و روابط بین مؤلفه‌ها به صورت شکل ۱، ترسیم گردید.



شکل ۱. رابطه بین مؤلفه‌های مدل کیفی نهایی پژوهش

بحث و بررسی

از اوایل قرن بیستم استفاده از جشنواره‌های محلی به عنوان ابزاری برای توسعه گردشگری، به یک حرکت جهانی تبدیل شده است که علاوه بر افزایش تقاضا برای گردشگری محلی، سبب استقرار جشنواره‌ها در برنامه‌های اصلی گردشگری محلی می‌شود (یولنا و پاون، ۲۰۱۵). لذا

در پژوهش حاضر با استفاده از روش کیفی، تجارب صاحب‌نظران و خبرگان فعال در حوزه گردشگری ورزشی از قبیل اساتید دانشگاهی فعال در زمینه گردشگری ورزشی، اساتید حوزه مدیریت گردشگری، هتلداری و محیط‌زیست، مدیران ستادی، صفی و روسای هیئت‌های ورزشی، مدیران و کارشناسان ادارات گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی، کارشناسان، راهنمایان فعال در آژانس‌های گردشگری و ساکنان بومی آگاه و صاحب‌نظر در جوامع میزبان به‌منظور بهره‌وری از پتانسیل‌های موجود در گردشگری ورزش‌های سنتی طبیعت‌مدار در قالب الگوی گردشگری ورزشی پایدار مورد مطالعه قرار گرفت. مطابق با یافته‌های پژوهش حاضر ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی جوامع میزبان به‌عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری، از عوامل مؤثر در شکل‌گیری الگوی پایدار گردشگری ورزش‌های سنتی بود که با تحقیقات ملک-محمدی (۱۳۹۶)، ضیائی (۱۳۹۵)، محمدی‌ترکمانی (۱۳۹۳)، سعیدی و حیدرزاده^۱ (۲۰۱۸) هم‌خوانی داشت. در حقیقت شکل و نوع فعالیت‌های ورزشی در هر منطقه بخشی از فرهنگ و هویت ملل محسوب می‌شود که این عوامل در کنار یکدیگر شکل‌دهنده هویت فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی جامعه میزبان است. در تبیین یافته‌های پژوهش حاضر، حسین پور (۱۳۹۳)، با تأکید بر وجود رابطه منطقی بین این موارد و بازی‌های بومی و سنتی که ریشه در سبک زندگی جوامع کهن دارد، حوزه جدیدی از گردشگری در مناطق روستایی و حاشیه شهر را به‌عنوان پتانسیل‌های بالقوه جشنواره‌های ورزشی سنتی معرفی کرد. لذا مرور تحقیقات انجام‌شده در کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری مؤید آن است که مثلث فرهنگ، جاذبه‌های طبیعی و جشنواره‌های سنتی، سه مؤلفه دستیابی به گردشگری پایدار می‌باشند (قرلسفلو و همکاران، ۱۳۹۷). به‌عنوان مثال جووانا^۲ (۲۰۱۴)، در تحقیقی مشابه اظهار داشت که مهم‌ترین دلیل رونق حضور گردشگران بی‌شمار در مناطق حاشیه کشور ایتالیا و به‌ویژه منطقه روستایی - ساحلی شیانتی^۳، برگزاری رویدادهای ورزشی محلی مطابق با فرهنگ این منطقه است. کون‌کاو^۴ (۲۰۱۵)، نیز با معرفی کشور مالزی به‌عنوان درآمذزاترین کشور فعال در حوزه گردشگری ورزشی، گزارش کرد که تلاش‌های انجام‌شده در خصوص حفظ و ترویج آداب‌ورسوم،

1. Saeedi and Heidarzadeh
2. Giovanna
3. Chianti
4. Kunkaew

سنت‌ها و جشن‌های سنتی در سال اخیر، ۷۸۴/۵۵ نفر گردشگر در حوزه‌های جشنواره‌های محلی جذب نموده و به اولین و مهم‌ترین مقصد گردشگری در آسیای شرقی تبدیل شده است. حفظ ساختار قدیمی پارک‌های سنتی و طبیعی و ترکیب معماری جدید با ساختار اماکن قدیمی که بیانگر تمدن کهن بوده است و استفاده از این مناطق برای برگزاری بازی‌های بومی و جشنواره‌های سالیانه سبب جذب هزاران گردشگر در سال می‌شود. بر اساس اظهارات کارشناسان حاضر در مصاحبه نیز، ترسیم و به نمایش گذاشتن ارزش‌های فرهنگی جوامع علاوه بر اینکه بسترساز حضور گردشگر خانوادگی^۱ است، به استراتژی کارا برای جذب گردشگران فرهنگی و تاریخی به حوزه گردشگری ورزشی است. در همین خصوص یکی از کارشناسان حوزه اسب که سابقه شرکت در چند جشنواره سنتی اسب در بخش آسیا و اروپا را داشت، ضمن تأکید بر فرهنگ ترکمن و استان گلستان، معتقد بود که با الگوبرداری از کشورهایی از قبیل اسپانیا و آلمان که در حاشیه برگزاری مسابقات تجربه استفاده از اسب را برای گردشگران فراهم می‌نمایند، می‌توان بستر انتقال فرهنگ‌های کارا را ایجاد نمود. به اعتقاد وی تعیین رایزن فرهنگی و تلاش در به ثبت رساندن ارزش‌های فرهنگی استان‌های شمالی در سطح بین‌المللی، به‌ویژه ارزش‌های فرهنگی که در غالب فعالیت‌های ورزشی به تصویر کشیده می‌شوند، تأثیر بسزایی در انتقال مشابهات فرهنگی در سطح ملی و بین‌المللی و به تبع آن جذب تعداد زیادی گردشگر با علاقه و مشابهات فرهنگی مهیا می‌گردد. همچنین وی با اشاره به وجود مرز آبی مشترک با کشورهای حاشیه دریای خزر و دعوت از سیاست‌گذاران بخش گردشگری کشورهای دارای مشترکات فرهنگی - ورزشی از قبیل ترکمنستان، تاجیکستان و آذربایجان و آستارا خان را راهبردی استراتژیک در زمینه توسعه گردشگری جشنواره‌های سنتی می‌داند. لذا اساساً شکل‌گیری صنعت گردشگری در هر منطقه را عمدتاً باید در جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی آن جستجو کرد.

مؤلفه سیاسی و قانونی از دیگر عوامل مؤثر بر گردشگری ورزش‌های سنتی بود که بر اساس اسناد موجود از بخش مصاحبه و اظهارات متخصصان حاضر در گروه کانونی به‌عنوان مهم‌ترین معضل و دغدغه توسعه گردشگری کشور مطرح است که در تحقیقات زیادی به آن پرداخته

شده است. مهم‌ترین مشکل در توسعه گردشگری ورزشی کشور از آنجا نشأت می‌گیرد که گردشگری ورزشی آمیخته‌ای از دو حوزه کاملاً مجزای گردشگری و ورزش است که هر حوزه به صورت جداگانه مدیریت می‌شود و این به معنای آن است که هیچ‌یک از این دو حوزه مسئولیت کامل گردشگری ورزشی را بر عهده ندارند. لذا جهت بهره‌برداری از فرصت‌های گردشگری ورزشی، تشکیل کارگروه متشکل از کارشناسان هر دو حوزه و ایجاد ارتباط نزدیک بین دو سازمان ورزش و جوانان و بخش گردشگری ادارات گردشگری و میراث فرهنگی قدمی اساسی است (علی‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۳؛ شهریاری و همکاران، ۱۳۹۴). مرور و بررسی کدهای اولیه ثبت‌شده، حاکی از آن بود که چالش‌های ریالی و ارزی ناشی از عدم تخصیص بودجه مناسب از سوی دولت، عدم هماهنگی بین سازمان‌های متولی بخش گردشگری ورزشی و عدم ورود بخش خصوصی و سخت‌گیری نهادهای قانون‌گذار جهت تسهیل ورود سرمایه‌گذار شخصی، به‌دفعات از سوی متخصصان و کارشناسان بیان گردیده است که در این عوامل در تحقیقات رضوی (۱۳۹۲)، همتی‌نژاد (۱۳۹۳)، زیتونلی (۱۳۹۲) نیز از جمله مهم‌ترین مشکلات در راستای توسعه گردشگری ورزشی قلمداد شده‌اند. در همین راستا شهریاری و همکاران (۱۳۹۳)، معتقدند که تشکیل اتحاد استراتژیک گردشگری ورزشی با حضور کارشناسان حوزه‌های سه‌گانه ادارات ورزش و جوانان، سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و آژانس‌های فعال، ضمن ایجاد هماهنگی و بستر مناسب جهت بهره‌برداری از تجارب کلیه متخصصان و سیاست‌گذاران این صنعت، مشکل نهاد متولی این صنعت را نیز مرتفع می‌سازد. همچنین در مرحله مصاحبه، یکی از کارشناسان رسانه‌ای، معتقد بود که می‌توان با تأسیس هیئت و یا کمیته‌ای در خصوص ورزش‌های سنتی و تلاش جهت ثبت، تأیید و اخذ مجوز برای فعالیت‌های هیئت مذکور به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از فدراسیون ورزش همگانی تا از این طریق ضمن رسمیت بخشیدن به فعالیت‌های این کمیته، کانال‌های ارتباطی با کمیته‌های فعال در سایر کشورها را نیز میسر نمود. چنانچه در کشور آمریکا برگزاری این بخش از رویدادهای ورزشی به هیئت‌های ورزشی محلی^۱ واگذار شده است. لذا این هیئت‌های ورزشی نقش محوری در توسعه گردشگری ورزش‌های بومی و محلی و یا تدارک شرایط حضور گردشگران بیشتر را

فراهم می‌نماید. دامنه فعالیت این هیئت‌ها ممکن است در حوزه محلی، شهری و یا منطقه‌ای^۱ باشد که به صورت زیرمجموعه‌ای از سازمان‌های گردشگری و یا به صورت کمیته‌های غیرانتفاعی فعالیت نمایند (هشر، ۲۰۱۲؛ فوتیادیس و همکاران، ۲۰۱۶). به اعتقاد یکی از متخصصان حاضر در گروه کانونی فعال نمودن حوزه رای زن ورزش‌های سنتی در بخش روابط بین‌الملل کمیته ملی المپیک و همچنین روابط بین‌الملل سایر فدراسیون‌های مرتبط از قبیل فدراسیون کشتی، فدراسیون کبده، فدراسیون اسب‌سواری و فدراسیون‌های ورزش‌های ساحلی با هدف میزبانی قانونی ورزش‌های سنتی در استان‌های شمالی کشور، می‌تواند تأثیر بسزایی در معرفی این مناطق به عنوان قطب گردشگری ورزش‌های سنتی داشته باشد. از دیگر موارد طرح‌شده در طول مصاحبه شناسایی اراضی مستعد جهت توسعه گردشگری ورزشی بر مبنای سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) و کمک به تغییر کاربری اراضی از طریق واگذاری تسهیلات و فرصت سرمایه‌گذاری بومیان در این صنعت است.

از دیگر مؤلفه‌های شناسایی‌شده در پژوهش حاضر، بعد زیرساخت‌ها- خدمات بود. ساختار این صنعت شامل مجموعه‌ای از امکانات، تسهیلات و قوانین، عناصر خدماتی (اقامتی، پذیرایی، آژانس‌های مسافرتی، فروش و...)، حمل‌ونقل، شرکت‌ها، سازمان‌های گردشگری است که به همراه جاذبه‌های طبیعت به عنوان عامل عرضه، سیستم گردشگری یک مکان را تشکیل داده و نیازهای گردشگران در یک مکان را برآورده می‌سازد (ذبیحی، ۱۳۹۶؛ فزلسلو و همکاران، ۱۳۹۷). مطابق با تحقیق محرم زاده و همکاران (۱۳۹۴)، برخورداری از زیرساخت‌های مطلوب در بخش اقامت، وجود مراکز خرید، تفرجگاه‌های طبیعی و الزامات تجارت الکترونیکی مورد نیاز گردشگران، مؤلفه‌ای اصلی تدوین نظام مدیریت گردشگری ورزشی کشور را تشکیل می‌دهد. نتایج تحقیق حسینی و اصفهانی (۱۳۹۴)، نیز حاکی از آن بود که وجود نظام بانکی مناسب و هماهنگ با نظام بین‌المللی، تسهیلات رفت و آمد و سیستم حمل‌ونقل مناسب و برنامه-ریزی تورهای گردشگری ورزشی از سوی آژانس‌های گردشگری، بیشترین اولویت‌های پژوهش را از دیدگاه گردشگران به خود اختصاص داد که این عوامل با مؤلفه زیرساخت‌ها-خدمات در پژوهش حاضر همسو بود. فراهانی و همکاران (۱۳۹۳) در بررسی ویژگی‌های

ابوظبی به‌عنوان یکی از مقاصد برتر گردشگری ورزشی گزارش کردند که امارات ابوظبی طی یک دهه اخیر با ایجاد تغییرات اساسی در زیرساخت‌های گردشگری از قبیل ساخت ۹۴ هتل و هتل آپارتمان برخوردار از امکانات ورزشی و رفاهی کامل، ظرفیت پذیرش دو میلیون گردشگر در سال را دارد. کارشناسان بخش کیفی پژوهش نیز اعتقاد داشتند علیرغم میزبانی چندین فستیوال بین‌المللی سنتی در کشور، عدم برخورداری از زیرساخت‌های مطلوب در بخش اسکان و اقامت گردشگران و عدم کیفیت خدمات ارائه‌شده در هتل‌ها و سایر مراکز اقامتی و همچنین نبود سیستم بانکی بین‌المللی جهت استفاده گردشگران غیر ایرانی از کارت اعتباری و مستر کارت، معضلات جدی در این زمینه است. همچنین یکی از اساتید فعال در حوزه گردشگری معتقد بود که نقش آژانس‌های گردشگری به‌مراتب در ایجاد حضور مجدد هم‌راستا با نقش سازمان‌های متولی است. بر اساس تجارب تحصیلی و پژوهشی وی در کشور هلند، می‌توان با ایجاد سیستم یکپارچه نظارتی بر فعالیت‌های توره‌های مسافرتی، ضمن بهبود کیفیت خدمات موجود در این بخش، بتوان تسهیلات گسترده و متنوعی ارائه نمود. لذا با توجه به نتایج پژوهش حاضر که در آن با اجرای یک طرح آزمایشی میدانی و با رویکرد کیفی با استفاده از دو روش دلفی و گروه کانونی، الگویی مبتنی بر بررسی جامع متغیرهای تأثیرگذار بر گردشگری، تدوین گردید، حاکی از آن بود که استان‌های شمالی کشور از پتانسیلی بالقوه در جذب گردشگر و تبدیل به قطب گردشگری فرهنگی - ورزشی کشور برخوردار می‌باشند.

اما مهم‌ترین پتانسیل محدوده جغرافیایی پژوهش، وجود جشنواره‌های ورزشی سنتی متعدد بود که زعم نظر جامعه کیفی، بهره‌وری مطلوب و شایسته از ظرفیت‌های بالقوه این حوزه صورت نگرفته است این در حالی است که در نتایج پژوهش‌های متعدد از قبیل تحقیقات غفوری (۱۳۹۳)، ذبیحی (۱۳۹۵) و رضوی (۱۳۹۳) در خصوص ورزش‌های سنتی استان مازندران، رسولی (۱۳۹۴) و محمدی‌ترکمانی (۱۳۹۳) در حوزه توان اکو توریسمی ورزشی استان آذربایجان، حسین‌پور (۱۳۹۳) در بررسی پتانسیل کشتی سنتی باچوخه گود زینل خان خراسان شمالی و زیتونلی (۱۳۹۲) و قزل‌سفلو (۱۳۹۶)، در مطالعه کورس اسب‌دوانی و کشتی گورش استان گلستان و محمدی (۱۳۹۵) و ضیائی (۱۳۹۵) در خصوص کبدی، شترسواری و کریکت استان سیستان، جهت معرفی توانمندی‌های گردشگری ورزشی مناطق از طریق برگزاری

جشنواره ورزش‌های سنتی و انتخاب این مناطق به عنوان سایت‌های تخصصی ورزش‌های خاص با هدف تبدیل آن‌ها به برندهای برتر گردشگری ورزشی، به ضرورت توجه به این حوزه جدید از فرصت‌های بالقوه گردشگری ورزشی تأکید شده است. در همین راستا بر اساس اظهارات کارشناسان مرحله کیفی پژوهش که سابقه حضور در سطح مدیریت صنفی فدراسیون‌های کشتی سنتی، اسب سواری و کبده را داشتند، میزبانی سه جشنواره سنتی بین‌المللی اسب ترکمن صوفیان، کبده سرخکلاته و جشنواره سنتی گورش و آلیش یادواره مختم‌قلی فراغی از یک سو و توجه به وجود مرز آبی مشترک با بسیاری از کشورهای حاشیه دریای خزر که دارای مشابهات فرهنگی و تاریخی می‌باشند، از ظرفیت‌های بالقوه و استثنایی استان گلستان در تبدیل شدن به قطب گردشگری ورزشی سنتی در سطح ملی و بین‌المللی است. در همین راستا مطابق با اظهارات مدیران ستادی هیئت‌های ورزشی مسئول در برگزاری جشنواره‌های ورزشی، می‌توان با تشکیل کمیته تخصصی جشنواره‌های ورزش‌های سنتی، برگزاری این جشنواره‌ها در تقویم ورزشی فدراسیون‌های مربوطه و همچنین تقویم ورزشی هیئت‌های ورزشی استانی جایگزین کرده و اطلاعات مقتضی در خصوص مکان و زمان برگزاری جشنواره‌ها، از طریق ادارات ورزش و جوانان، سازمان‌های گردشگری و میراث فرهنگی و همچنین آژانس‌های گردشگری جهت برنامه‌ریزی حضور بهتر گردشگران صورت پذیرد. همچنین تدوین نظام یکپارچه جشنواره ورزش‌های سنتی و تدوین نظام یکپارچه مدیریت مقصد^۱ (DMO) گردشگری ورزش‌های سنتی با هدف بسترسازی حضور گردشگران غیربومی و خارجی از پیشنهادهای مبتنی بر مطالعات تطبیقی بود که توسط اساتید فعال گردشگری ورزشی ارائه گردید.

منابع

- تاج‌زاده، نمین و هاشم‌زاده، ژاله. (۱۳۹۳). نقش جشنواره‌های محلی در توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران بالقوه، مطالعات مدیریت گردشگری، ۸(۲۶)، ۵۲-۲۵.
- حسین پور، حامد؛ فهیم دوین، حسن و ادیال باف مقدم، ریحانه. (۱۳۹۳). بررسی موانع گردشگری ورزشی کشتی با چوخه با جاذبه‌های طبیعی ورزشی و گردشگری اسفراین. مطالعات مدیریت ورزشی، ۲۳. ۶۷-۷۸.
- حسینی، مرجان و اصفهانی، نوشین. (۱۳۹۴). بخش‌بندی بازار گردشگری کلن آلمان برای گردشگران خارجی بر اساس ملیت و جاذبه‌های طبیعی - ورزشی. پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. ۷(۲). ۳۳-۴۵.
- دانایی‌فرد، حسن و مظفری، زینب. (۱۳۸۷). ارتقا‌روایی و پایایی در پژوهش‌های کیفی مدیریتی: تاملی بر استراتژی‌های ممیزی پژوهشی، پژوهش‌های مدیریت. ۱(۱)، ۹۸-۸۹.
- ذبیحی، اسماعیل. (۱۳۹۵). طراحی الگوی گردشگری بازاریابی ورزشی استان مازندران. رساله دکتری، دانشگاه مازندران. ۱۱۱-۱۱۷.
- رحیمی، محمد؛ جلالی‌فراهانی، مجید؛ علی‌دوست، ابراهیم و حجین، افسر جعفری. (۱۳۹۶). ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین‌المللی ورزشی ایران در رشته والیبال. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۴(۱۳)، ۴۷-۳۵.
- رسولی، سوسن و نارنجچی شتربانی، فهیمه. (۱۳۹۴). بررسی پتانسیل جغرافیایی استان آذربایجان شرقی در جذب گردشگر ورزشی. فصلنامه فضای جغرافیایی، ۵۱، ۷۳-۶۳.
- رضوی، سیدمحمد حسین؛ حسینی، سیدعماد و خواجه پور، اکرم. (۱۳۹۲). بررسی جاذبه‌های طبیعی اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دانشگاه مازندران، ۹(۱۷)، ۱۵-۲۶.
- زیتونلی، عبدالحمید؛ فراهانی، ابوالفضل و اسدی، حسن. (۱۳۹۲). گردشگری اقتصادی و اثرات بلندمدت اقتصادی. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۱(۱)، ۱۸-۹.
- شهریاری، بهمن؛ مهرعلی، همتی‌نژاد و ملک‌اخلاق، اسماعیل. (۱۳۹۴). شناسایی اتحادهای

- استراتژیک در توسعه گردشگری استان‌های شمالی ایران، مطالعات مدیریت ورزشی، ۳۰، ۷۰-۵۵.
- ضیایی، فاطمه؛ موسوی گیلانی، سیدرضا و نژادسجادی، سیداحمد. (۱۳۹۵). تحلیل وضعیت گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان بر اساس مدل SWOT. پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۶(۱۲)، ۷۳-۸۶.
- علی‌آبادی، سمیرا و حسامی، شیما. (۱۳۹۳). امکان‌سنجی پیوند عملی اکوتوریسم و توریسم ورزشی. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۳(۳)، ۴۳-۵۰.
- غفوری، فرزاد. (۱۳۹۳). الگوی توسعه گردشگری بر مبنای بازی‌های بومی و محلی کشور. مطالعات مدیریت ورزشی، ۳(۲۴)، ۱۷۴-۱۵۳.
- فراهانی، ابوالفضل؛ اصفهانی، نوشین؛ زارعی، محسن و خالقی آرانی، حسین. (۱۳۹۳). نقش مقاصد در توسعه گردشگری ورزشی در یک دوره پنج‌ساله در ابوظبی. مدیریت ورزشی، ۶(۲)، ۲۳۰-۲۱۵.
- قزلسفلو، حمیدرضا؛ رضوی، محمدحسین؛ کلاته، معصومه و اصفهانی، نوشین. (۱۳۹۷). طراحی مدل تمایل به بازگشت رفتاری گردشگران ورزش‌های بومی و سنتی بر اساس قابلیت‌های اکوتوریسمی. مدیریت و توسعه ورزش، ۷(۱)، ۴۰-۲۰.
- محرمزاده، مهرداد؛ نوری، احمد و سعیدی، شیدا. (۱۳۹۴). امکان‌سنجی پیاده‌سازی نظام مدیریت مقصد گردشگری ورزشی ایران. پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ۷(۳)، ۱۵۳-۱۴۱.
- محمدی‌ترکمانی، احسان؛ گودرزی، محمود؛ جعفری، افسر و جاوید، مجید. (۱۳۹۳). بررسی اثرات تور بین‌المللی دوچرخه‌سواری آذربایجان بر استان‌های شمال غرب کشور. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۱۰، شماره ۲۰، ۴۵-۵۴.
- محمودی یکتا، مهدی؛ ذبیحی، اسماعیل و جورابلو، مسعود. (۱۳۹۱). تأثیر مؤلفه‌های گردشگری بر گرایش گردشگران ورزشی به ایران. نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۴(۲)، ۱۵۲-۱۳۹.
- ملک‌محمدی، محمد و غفرانی، محسن. (۱۳۹۶). طراحی و تدوین استراتژی ورزش‌های بومی و سنتی سیستان. فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ۶(۲)، ۱۸۹-۲۰۹.
- همتی‌نژاد، مهرعلی؛ شهریاری سجه‌رودی، بهمن و ملک‌اخلاق، اسماعیل. (۱۳۹۴). اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری ورزشی در توسعه توریسم ورزشی استان‌های شمالی. نشریه مدیریت و توسعه در

ورزش، ۱(۶). ۳۳-۱۹.

هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۹). راهنمای عملی پژوهش کیفی. تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها. ۱۳۸۹.

Fotiadis, A., Lishan, X., Yaoqi, L., & Tzung-Cheng T.C. (2016). "Attracting athletes to small-scale sports events using motivational decision-making factors". *Journal of Business Research*. 6(13). P 121-134.

Gammon, S., Ramshaw, G., & Waterton, E. (2013). "Examining Olympic: heritage, identity and performance". *International journal of Heritage Studies*. 19(2), 119-124.

Getz, D., & Stephen, J. (2016). "Progress and prospects for event tourism research". *Tourism Management*. 52, 593-631.

Giovanna, B. (2014). "Designing small-scale sport events in the countryside". *International Journal of Event and Festival Management*, 5(2), 214-235.

Heather, J., Gibson, K., & Sung, J. K. (2012). "Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism". *Sport Management Review*, 15 (2), 160-170.

Hinch, T., & Eiji, I. (2017). *Sustainable Sport Tourism in Japan, Tourism Planning & Development*, 15(1), 96-101.

Hussein, M. M. (2014). "Sport tourism in Egypt: Opportunities and Challenges". *Journal of Tourism and Hospitality Management*. 2(2), 53-64.

Ionela, G. P. (2015). "Tourism opportunities for valorizing the authentic traditional rural space-Case study: Ampoi and Mures Valleys micro region, Alba County, Romania". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 18(8), 111 - 115.

Jabil, M., Mazdi, M., Mohd, J. K., Logeswaran, T., & Mohammad, K. Z. (2015). "Sport as a tourism attraction in Malaysia: Potential and prospects". *Malaysian Journal of Society and Space*. 12, 23 - 31.

Juan, M., Rafael, S.V., & Yolanda, S. J. (2016). "The inter-relationship between rural and mass tourism: The case of Catalonia, Spain". *Tourism management*, 54, 43-57.

Kennelly, M., & Kristine, T. (2014). "Strategic alliances in sport tourism: National sport organizations and sport tour operators". *Sport Management Review*, 17, 407–418.

Kunkaew, K. (2015). "The Cultural Tourism Management under Context of World Heritage Sites: Stakeholders' Opinions between Luang Prabang Communities, Laos and Muang-kaio Communities, Sukhothai, Thailand". *Procedia Economics and Finance*, 23, 1286 – 1295.

Minoli, D., Mark, M. H. Good, & Aidan, W. M. (2018). "Are sport tourists of an environmental mindset to drive the green? The case of golfers". *Tourism management perspective*, 25, 71-79.

Robert, J. L. (2018). "The Wimbledon Championships, the All England Lawn Tennis Club, and "Invented Traditions". *International Journal of Sport Communication*, 1-23.

Saeedi, H., & Heidarzadeh, H. K. (2018). The effects of heritage image on destination branding: an Iranian perspective. *International journal of Heritage tourism*, 13(2), 42-55.

