نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و سوم، شماره ۷۰، پاییز ۱۴۰۲

فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی بر اساس اقلیم جغرافیایی ایران

دریافت مقاله: ۹۸/۱۱/۸ **پذیرش نهایی**: ۹۹/۳/۲۰

صفحات: ۲۹۸-۲۶۹

تقی عاشوری: دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران[1]
Email: T.ashouri86@yahoo.com
مرتضی دوستی: دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
Email: M_dostipasha@yahoo.com
سید محمدحسین رضوی: استاد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
Email: razavismh@gmail.com
ابوالحسن حسینی: دانشیار مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
Email: hosseini@umz.ac.ir

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری ورزشی بر اساس قابلیت‌ها و ظرفیت‌های جغرافیایی در ایران می‌باشد. پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی بوده و با روش آمیخته انجام شد. گردآوری داده‌ها در این پژوهش در دو مرحله انجام گرفت. در مرحله اول، فهرستی از فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی از طریق جست‌وجو در پژوهش‌های پیشین و همچنین مصاحبه با افراد مشتمل بر ۱۷ نفر شناسایی شد. در مرحله بعدی با استفاده از روش دلفی آرای خبرگان در مورد این گزاره‌ها کسب شد. در نهایت فرصت‌های کارآفرینانه هشت حوزه بر اساس ظرفیت‌های جغرافیایی ایران در چهار اقلیم معتدل و مرطوب، گرم و مرطوب، سرد و کوهستانی، گرم و خشک با استفاده از نرم‌افزار اس‌پی‌اس‌اس و آزمون رگرسیون چندمتغیره رتبه‌بندی شده است. بر اساس نتایج می‌توان گفت در کنار عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ... در ظهور و انتخاب فرصت‌ها تنوع اقلیم و ظرفیت‌های جغرافیایی تأثیرگذار می‌باشد با تحلیل داده‌ها می‌توان گفت که هرکدام از این فرصت‌ها با میزانی متفاوت در اقلیم چهارگانه ایران کاربرد داشته است و برخی از فرصت‌ها در یک اقلیم بر فرصت‌های دیگر ارجحیت دارند. متولیان امر حوزه اشتغال و کارآفرینی، گردشگری و ورزش در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت خود باید با توجه به این فرصت‌ها به پیشرفت گردشگری ورزشی کمک شایانی نمایند.

کلید واژگان: کشف فرصت، فرصت کارآفرینانه، گردشگری ورزشی، صنعت ورزش، ایران.

۱. **نویسنده مسئول**: مازندران، بابلسر. تلفن: ۰۹۱۱۲۵۹۱۲۳۰ (تحقیق حاضر برگرفته از رساله دکتری در دانشگاه مازندران می‌باشد)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

مقدمه

در دهه‌های اخیر، تحقیقات درباره کیفیت زندگی به‌طور قابل‌توجهی در حوزه‌هایی مانند پزشکی، بازاریابی، اقتصاد و علوم محیطی افزایش‌یافته است (وو و همکاران[1]، ۲۰۱۸؛ وو و همکاران[2]، ۲۰۱۵). گردشگری، با توجه به مشخصات آن، پتانسیل بالایی برای تأثیرگذاری بر کیفیت زندگی ساکنین محل و تمام سهامداران دخیل در فرآیند گردشگری را دارد (کارنیرو و همکاران[3]، ۲۰۱۸). در میان صنایع خدماتی، صنعت گردشگری یکی از بخش‌های پیشتاز و در حال رشد در سطح بین‌المللی است (فاوریه و سانتاناگالیگو[4]، ۲۰۱۱؛ خوش‌فر، ۱۳۹۵).

صنعت گردشگری از مهم‌ترین ابعاد کارکردی فضاهای جغرافیایی و به‌عنوان صنعت پاک شناخته‌شده است (صادقلو، ۱۳۹۵). گردشگری به مجموعه‌ی مسافرت‌هایی اطلاق می‌شود که با انگیزه‌ی استراحتی و فراغتی، مذهبی، فرهنگی، ورزشی، بازاری، همایشی انجام می‌گیرد (خوش‌فر و همکاران، ۱۳۹۲). همچنین مسافرت به دلایل غیرتجاری (تعطیلات) یا تجاری (غیر تعطیلات حرفه) برای مشارکت یا تماشای فعالیت‌های ورزشی، گردشگری ورزشی نامیده می‌شود (دولنیکار[5]، ۲۰۰۳). به‌طورکلی به دو گروه اصلی تماشاگران ورزشی و مشارکت‌کنندگان ورزشی گردشگران ورزشی گویند (گامون و رابینسون[6]، ۱۹۹۷).

آنچه اهمیت دارد و مدنظر تحقیق حاضر می‌باشد ظرفیت بالای دو حوزه گردشگری و ورزش می‌باشد. ورزش و گردشگری دو مقوله به هم وابسته و مکمل هم هستند (موشین[7]، ۲۰۰۵) و بسیاری از پژوهشگران علی‌رغم تفاوت‌های ظاهری، به شباهت‌ها و نزدیکی آن‌ها اشاره داشتند که از پیوند آن‌ها گردشگری ورزشی به وجود آمده است که جنبه‌های مختلف و متنوعی را در برمی‌گیرند و به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی در قرن بیستم بوده است (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۱). باوجود مسائل مختلف از قبیل جنگ‌های داخلی و خارجی، مسائل سیاسی، بلایای طبیعی، انواع بیماری و بحران اقتصادی در اقصی نقاط جهان، تعداد گردشگران بین‌المللی از تعداد ۱۶۶ میلیون نفر در سال ۱۹۷۰ به ۱/۳۳ میلیارد در سال ۲۰۱۴ افزایش‌یافته است (پاراماتی و همکاران[8]، ۲۰۱۷) و بر اساس گزارش‌های مختلف گردشگری و سفر تا سال ۲۰۲۰ رشد ۵ درصدی را خواهد داشت، اما این ارقام در مورد گردشگری ورزشی رقم ۱۰ درصدی را تا سال ۲۰۲۰ پیش‌بینی می‌شود. این دلیل بر لزوم توجه به گردشگری ورزشی از سوی سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و حتی محققین می‌باشد (معین‌فرد، ۱۳۸۷) به همین دلیل گردشگری به‌عنوان اقتصاد غیرنفتی در بسیاری از کشورها شناخته‌شده است (میشل، ریزینگر و هایز[9]، ۲۰۱۹) و با توجه به اهمیت آن و نقش آن در توسعه و اقتصاد، بسیاری از دولت‌مردان و مسئولین امر برنامه‌ریزی ایران، گردشگری را یکی از موضوعات اصلی توسعه قرار داده‌اند (محرم‌زاده و ایمان‌زاده، ۱۳۹۸).

1. Woo et al
2. Woo et al
3. Carneiro et al
4. Fourie et al
5. Dolnicar
6. Gammon & Robinson
7. Moshin
8. Paramati, et al
9 .Michael et al

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

امروزه ورزش به صنعت بین‌المللی و درآمدزا تبدیل شده است (چو، جو و چی[1]، ۲۰۱۹) و در عرصه تجارت جهانی در قیاس با دیگر حوزه‌ها مستثنی می‌دانند؛ زیرا مشتریان آن برای تماشا، نه مصرف و خرید آن پول پرداخت می‌کنند. این مشتریان علاوه بر اینکه درآمدهایی به‌صورت مستقیم از طریق خرید بلیط دارند، سهم عمده‌ای به‌صورت مستقیم در درآمدزایی از طریق جذب حامیان مالی، فروش حق پخش تلویزیونی فعالیت‌های گردشگری و خدمات جنبی دارند (جاوید و همکاران، ۱۳۹۱). فقط در آمریکای شمالی، ۶۷/۳ میلیارد دلار برآورد شده بود و پیش‌بینی می‌شود تا پایان ۲۰۲۱ با افزایش رشد ۳/۱ درصدی تا ۷۸/۵ میلیارد دلار برسد (پرایس‌واترکوپر[2]، ۲۰۱۷). این در حالی است به‌زعم بسیاری از محققین، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران مهم‌ترین چالش اقتصاد ایران در برنامه توسعه، موضوع اشتغال و بیکاری بوده و تحولات جمعیتی کشور در زمینه جمعیت فعال، روشن‌گر اهمیت توجه به سیاست‌های جدید ایجاد اشتغال‌زایی در کشور است و ایران بایستی سالانه ۹۴۰۰۰۰ فرصت شغلی ایجاد شود (فراهانی، اسلامی و پورسلطان زرندی، ۱۳۹۶: ۱۰۸). افزایش بیکاری، جهانی‌سازی و کوچک‌سازی، سبب شده است که در سراسر جهان میلیون‌ها نفر به‌سوی کارآفرینی و شناخت فرصت‌ها برای کسب‌وکارهای جدید حرکت کنند و کارآفرینان و سازمان‌ها دائماً در جستجوی فرصت‌های جدید باشند تا بتوانند پاسخگوی تغییرات تقاضای مشتریان باشند (مونگر و همکاران[3]، ۲۰۰۲). توسعه کارآفرینی بر پدیده‌هایی چون افزایش سطح اشتغال، افزایش سطح رفاه عمومی، حل معضل بیکاری، رشد صنعت داخلی، توسعه صادرات و غیره تأثیر به سزایی می‌گذارد. کارآفرینی ضرورت جدی اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است که باید موردتوجه سیاست‌گذاران و مدیران قرار گیرد (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۸).

از ترکیب تجارت، گردشگری و ورزش صنعتی ترکیبی بنام گردشگری ورزشی به وجود می‌آید که به‌عنوان اصلی‌ترین بخش توسعه‌یافته صنعت گردشگری شناخته‌شده است به‌طوری‌که به‌عنوان یک عنصر تجارت چندمیلیاردی در جهان با ایجاد ۴/۵ تریلیون دلار برای صنعت گردشگری و تورهای جهانی در نظر گرفته‌شده است (چالیپ[4]، ۲۰۰۶) به همین دلیل به‌عنوان ابزار مهم رشد پایدار اقتصادی موردتوجه می‌باشد (محرم‌زاده و ایمان‌زاده، ۱۳۹۸)؛ دانیل فانک و تنیل براون[5] (۲۰۰۷) اشاره داشتند که در سراسر دنیا گردشگری ورزشی یکی از عوامل مؤثر رشد سریع و رونق بازار گردشگری می‌باشد و میزبانی مسابقات ورزشی در رونق بازار گردشگری نقش مهمی دارد. گردشگری ورزشی در ایران به علت نبود شناخت کافی، مدیریت و راهبردهای مدون و مشخص مورد غفلت بوده و به‌موجب آن فرصت‌های منحصربه‌فرد زیادی از این حوزه ازدست‌رفته است (هنرور، ۱۳۸۸). رشد مستمر گردشگری ورزشی آن را به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین صنایع در حوزه اوقات فراغت و بازار گردشگری تبدیل کرده است (صفاری، نوروزی سیدحسینی و شوری، ۱۳۹۸).

گردشگری و ورزش هر دو به‌عنوان واقعیات اجتماعی از گذشته وجود داشته است، اما کشور ایران علی‌رغم ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فراوان در توسعه صنعت گردشگری و خاص‌تر در گردشگری ورزشی، نتوانسته در بین ۵۰ کشور اول دنیا جایگاهی داشته باشد و بازار پررونقی داشته باشد (حسیبی و شجاعی، ۱۳۹۹) و هنوز به‌عنوان

1. Cho et al
2. PricewaterhouseCoopers
3. Munger et al
4. Chalip
5. Daniel et al

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

صنایع درآمدزا و مولد اشتغال موردتوجه قرار نگرفته و انجام تحقیقات در مورد خواسته‌ها و نیازهای گردشگران ورزشی و سپس برنامه‌ریزی لازم جهت برآورده ساختن نیازهای گردشگران در چارچوب امکانات و شرایط موجود ضروری به نظر می‌رسد. بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و پیشرو در امر گردشگری ورزشی از ابتدای قرن بیستم تأکید بر فعالیت‌های ورزشی برخاسته از تاریخ و فرهنگ ملل در کنار توجه به جاذبه‌های طبیعی موجب رونق این صنعت شده‌اند (هکتور و همکاران[1]،۲۰۱۵). گردشگری در کشورهای کمتر توسعه‌یافته از طریق افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و رفاه اجتماعی می‌تواند عامل مؤثری باشد (هزارجریبی، ۱۳۹۰). چنانچه کشورهای درحال‌توسعه توجه جدی برای شناسایی تأثیر نهادها بر درآمد حاصل از گردشگری نداشته باشند و با توجه به یافته‌های علمی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسبی نداشته باشند خود را از مزایا و عایدات این صنعت که در قرن ۲۱ به‌عنوان موتور محرکه اقتصاد نامبرده می‌شود، محروم کرده‌اند. در تحقیقی از اسدی، قاسمی و صابونچی (۱۳۹۸) در مورد عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی با چارچوب تبلیغاتی آیدار[2]، نقش‌های آگاهی‌دهنده، نقش‌های علاقه‌مند کننده، نقش‌های اشتیاق‌آور، نقش‌های اقدام‌کننده و نقش‌های نگهدارنده شناسایی‌شده‌اند. در تحقیقی از یانپی و دوستی (۱۳۹۸) فرصت‌های توسعه سوارکاری استان گلستان را مدیریت، مالی، تبلیغات و رسانه، برنامه‌ریزی و خدمات و تجهیزات معرفی نمودند. در تحقیقی از محرم‌زاده و ایمان‌زاده (۱۳۹۸) هفت عامل سیاسی و قانونی، اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی، مدیریتی، امنیتی و ایمنی، فرهنگی و اجتماعی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه شناسایی‌شده‌اند.

در تحقیقات متعددی تنوع جغرافیایی و یا اقلیم به‌نوعی به‌عنوان فرصت شناسایی‌شده است از جمله رضوی، امیرنژاد، شفیع‌زاده و فضلی درزی (۱۳۸۸) بخش فرصت‌ها گویه اقلیم یا شرایط آب‌وهوایی مناسب جهت برگزاری اردوها و مسابقات مختلف از جمله اسکی، قایقرانی و ... بالاترین میزان اهمیت گزارش کرده‌اند. یا سجادیان و سجادیان (۱۳۹۰) استان مازندران را از نظر خصوصیات طبیعی و ویژگی‌های اقلیمی و غیره از استان‌های ممتاز به لحاظ فعالیت‌های مبتنی بر طبیعت دانستند و به‌زعم ادبی، کوزه چیان و احسانی (۱۳۸۸) تنوع جغرافیایی و آب‌وهوای در یک منطقه یا یک کشور منجر به توسعه صنعت گردشگری از طریق برگزاری رویدادهای گردشگری و حتی ورزشی در تمام زمان سال می‌شود در هر آب‌وهوایی فعالیت گردشگری و ورزشی خاصی می‌طلبد و تنوع جغرافیایی می‌تواند باعث رونق آن در طول سال باشد. فراهانی و منوچهری (۱۳۹۴) معتقدند علی‌رغم وجود پتانسیل‌های جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی در روستاهای ایران، در زیرساخت‌های موجود در گردشگری روستایی، کمبود تبلیغات، مشکلات در حمل‌ونقل و عدم مشارکت مردم ضعف وجود دارد. حاجی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۳)، در نتایج تحقیقات خود اثرات فصلی بودن فعالیت ورزشی بر امنیت شغلی شاغلین بخش گردشگری را نشان داد. نتایج تحقیق رسولی و نارنجچی (۱۳۹۴) در مورد پتانسیل جغرافیایی استان آذربایجان شرقی در جذب گردشگر ورزشی نشان داد در ماه‌های اردیبهشت تا شهریور، شرایط مناسب اقلیم آسایش انسانی برای فعالیت‌های ورزشی مهیا است. در ماه‌های خرداد و تیر پرداختن به رشته‌های ورزشی شنا، فوتبال، دوچرخه‌سواری و ورزش‌های هوایی و ماه‌های تیر، مرداد و شهریور دارای اقلیم مناسب برای رشته‌های ورزشی شنا، فوتبال و ورزش سه‌گانه می‌باشد.

[1]. Hector etal
[2]. AIDAR

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

محمودزاده و ارجمندیان (۱۳۹۶) به شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستای آب اسک) پرداختند. فرصت‌ها در ۱۱ گروه. (اقامت، تفریح و ماجراجویی، خدمات گردشگری، حمل‌ونقل، فرهنگی، ارتباطی و اطلاعاتی، غذا و نوشیدنی‌ها، محیط زیستی، آموزش) سازمان‌دهی و رتبه‌بندی شدند. فرصت‌های گروه بهداشتی و سلامت بالاترین رتبه و فرصت‌های تفریح و ماجراجویی پایین‌ترین رتبه را کسب کردند. صفری و محمدمیرزایی بافقی (۱۳۹۳) در طی پژوهشی به شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان یزد پرداختند. حوزه‌های فرصت، فرصت‌های اقامتی، فرصت‌های سیاحتی، عمومی، فرصت‌های حمل‌ونقل، فرصت‌های تجاری، فرصت‌های فرهنگی، فرصت‌های سلامت، فرصت پذیرایی، فرصت اداری و فرصت مالی شناسایی شدند و همچنین نتیجه تحقیق هفت زمینه را به‌عنوان فرصت کارآفرینی در صنعت گردشگری در شهر یزد مشخص نمود که فراهم کردن فضا و امکانات تفریحی بالاترین اولویت را در بین موارد شناسایی‌شده داراست.

فرزین، زندی، عبدی و عباس پور (۱۳۹۴) به شناسایی بخش‌های کلیدی در صنعت گردشگری ایران (برمبنای مدل داده-ستانده) و میزان اثرگذاری هریک بر اقتصاد ملی پرداختند. بر اساس معیار کشش تولید و سرمایه‌گذاری در بخش‌های کلیدی صنعت گردشگری شامل خدمات حمل‌ونقل جاده‌ای، مسافر، حمل‌ونقل خدمات ریلی و خدمات حمل‌ونقل ریلی و خدمات کتابخانه‌ای و موزه‌ها در تحقق رشد اقتصادی و افزایش تولید کشور نقش محوری دارند. مطابق بخش کشش اشتغال و درآمد، توسعه بخش خدمات حمل‌ونقل آبی در صنعت گردشگری کشور به‌عنوان بخش کلیدی اقتصاد به نظر می‌رسد. به‌زعم میرچی و گیبسون[1] (۲۰۲۰) امروزه تحقیقات زیادی از گردشگری در زمینه ورزش، سلامتی و مشارکت فعالیت بدنی انجام می‌شود. در تحقیقی از پریچ (۲۰۱۹) به طراحی مدل کسب‌وکار تجربیات گردشگری ورزشی فضای آزاد بر مبنای بینش شرکت‌کنندگان و سازمان‌دهندگان رویدادهای ورزشی فعال پرداخته است. میکولیچ و همکاران[2] (۲۰۱۷) در تحقیقی به بررسی انتخاب اردوگاه و گردشگری اردویی (چادرزنی) در کرواسی پرداختند. آن‌ها گردشگری اردویی (چادرزنی) را نشان از یک صنعت رو به رشد صنعت گردشگری می‌دانند که تاکنون توسط محققان گردشگری مورد غفلت واقع‌شده است. همچنین نشان داده‌اند که این نوع گردشگری که از چادر و اردوگاه‌ها استفاده می‌شود به‌منظور بازاریابی تمرین کنندگان دارای کاربرد زیادی است. کارلیز[3] (۲۰۰۶) در تحقیقی در ورزش کانادا فرصت‌ها و موانعی را برای مؤسسات ورزشی، تفریحی و فراغتی بررسی کرد. از جمله این فرصت‌ها: گسترش فناوری، توسعه کسب‌وکارهای کوچک ورزشی، کاهش تصدی دولتی در بخش ورزش، افزایش تحصیلات کانادایی‌ها در آموزش عالی، تمایل به انجام ورزش‌های همگانی، سرگرم بودن و کسب تجربه‌های جدید هستند. کونل‌و می‌یر[4] (۲۰۱۵) در پژوهش خود به بررسی جاذبه‌های بازدیدکنندگان و رویدادها پرداختند. رویدادهای ورزشی را به‌عنوان پل ارتباطی بین بازار ایجادشده توسط گردشگران ورزشی و استفاده آن‌ها از رویدادها برای پر کردن فاصله بین فصل‌هایی که تقاضای گردشگری وجود ندارد، ندانسته‌اند. تحقیقات حوزه گردشگری ورزشی مرتبط با تحقیق

1. Mirehie & Gibson
2. Mikulic Josip, Darko Prebezac, Maja Seric, Damir Kresic.
3. Karlis, G
4. Connell, J. Page, S. J. Meyer, D

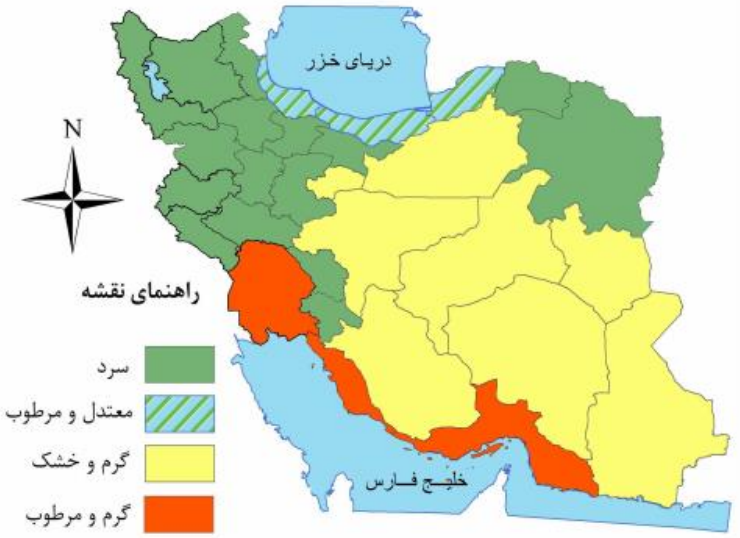
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

حاضر یا به برسی عوامل مؤثر بر توسعه می‌باشند، یا به قابلیت‌ها و ظرفیت‌های ورزشی و یا وضعیت موجود گردشگری ورزشی پرداخته‌اند اما تحقیقی که به‌صورت جامع به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی بر اساس ظرفیت‌های جغرافیایی کشور پرداخته باشد انجام‌نشده است بنابراین تحقیق حاضر در صدد پاسخ به این سؤال می‌باشد که مهم‌ترین فرصت‌های کسب‌وکار و کارآفرینانه در حوزه صنعت ورزش طبق ظرفیت‌های جغرافیایی متنوع ایران کدم‌اند.

روش تحقیق

معرفی منطقه موردمطالعه

هدف تحقیق حاضر بررسی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی بر اساس اقلیم جغرافیایی ایران می‌باشد با توجه به اینکه تحقیق حاضر کل مناطق مختلف کشور می‌باشد و بر اساس تحقیقات قبلی، محققان اقلیم‌شناسی طبقه‌بندی‌های اقلیمی مختلفی را ارائه کرده‌اند که شناخته‌شده‌ترین آن طبقه‌بندی اقلیمی گنجی (۱۳۸۲) است که با استفاده از روش کوپن، اقلیم ایران به چهار اقلیم معتدل و مرطوب (سواحل جنوبی دریای خزر)، اقلیم سرد (کوهستان‌های غربی)، اقلیم گرم و خشک (فلات مرکزی) و اقلیم گرم و مرطوب (سواحل جنوبی) تقسیم‌شده است شکل (۱).



شکل (۱). نواحی اقلیمی ایران (گنجی، ۱۳۸۲)

داده و روش کار

پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی بوده و با روش کیفی بر اساس تحلیل محتوا انجام شد که از نظر هدف کاربردی و توسعه‌ای بود. نحوه جمع‌آوری داده‌ها به شکل میدانی بوده که اطلاعات مورد نیاز آن، نخست از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و برگه‌های کدگذاری محقق‌ساخته و مصاحبه به روش دلفی در ۳ نوبت و در پایان پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. جامعه آماری پژوهش متشکل از سه گروه بودند: گروه ۱: شامل اعضای هیئت‌علمی،

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

فارغ‌التحصیلان و دانشجویان گرایش‌های مختلف رشته‌ی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی بودند که حوزه‌های پژوهشی و مطالعاتی آن‌ها مشتمل بر گردشگری ورزشی، رویدادهای ورزشی و آشنا با مفاهیم کارآفرینی؛ گروه ۲: کارآفرینان حوزه گردشگری و گردشگری ورزشی و گروه ۳: مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان و وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، فدراسیون‌های ورزشی و ... آشنا با مفاهیم کارآفرینی بودند. روش نمونه‌گیری نیز به‌صورت هدفمند از جامعه آماری بوده، چون اطلاعات دقیقی از تعداد کل افراد وجود نداشت به‌طور هدفمند و تصادفی از نظرات هر سه گروه جامعه آماری به تعداد ۱۷ نفر از متخصصان دانشگاهی، کارآفرینی و سازمانی استفاده شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پژوهش، دستورالعمل برگه‌های کدگذاری محقق‌ساخته بودند که «روایی محتوایی» آن‌ها توسط متخصصان و خبرگان دانشگاهی و کارآفرینی تأیید شد. بدین‌ترتیب که برگه‌های کدگذاری به ۵ صاحب‌نظر یا همان کمیته راهبردی داده شد و نظرات اصلاحی آنان اعمال گشت؛ و پایایی ابزار توسط ضریب توافق بین دو کدگذار مجرب یعنی ضریب پی اسکات (٪ ۹۵) تعیین گردید. در ادامه با اجماع گروهی از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان دانشگاهی، سازمانی و کارآفرینان به روش دلفی در (۳) نوبت انجام شد تا اشباع نظری حاصل گردید. در مصاحبه به روش دلفی در مرحله اول دلفی، این سؤال مطرح شده است که آیا هریک از فرصت‌های کارآفرینانه می‌تواند فرصت کارآفرینانه باشد؟ پاسخ پرسش‌ها به‌صورت دو گزینه‌ای (بلی/خیر) بودند، همچنین در یک سؤال باز تحت عنوان «از منظر شما چه فرصت کارآفرینانه دیگری وجود دارد؟» طرح شد که هدف آن تائید یا رد آیتم‌ها و کسب پیشنهادات جدید در صورت نادیده گرفته شدن برخی از فرصت‌ها بوده است. در مصاحبه‌ها، فرصت‌های تائید نشده حذف گشته و تعدادی فرصت با صلاح‌دید اعضای مصاحبه به روش دلفی اضافه شد و در مرحله بعدی (مرحله دوم) تائید شدند. مرحله سوم، نظرات مربوط به دسته‌بندی این فرصت‌ها بوده است. در پایان برای تجزیه‌وتحلیل کمی اطلاعات از مدل تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره در محیط نرم‌افزار اس‌پی‌اس‌اس برای اولویت‌بندی فرصت‌های گردشگری به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران استفاده شده است. بدین‌صورت که در این آزمون، ضریب رگرسیون استانداردشده بتا[1] محاسبه شده است که هر فرصتی که دارای ضریب رگرسیون استانداردشده بیشتری باشد در اولویت بالاتر قرارگرفته است. به همین ترتیب برای اولویت‌بندی زیرحوزه‌ها نیز از این آزمون استفاده‌شده است.

نتایج

در مطالعه دلفی معیار مشخصی برای نمایاندن دستیابی به اجماع و همگرایی وجود ندارد. معمولاً اگر حداقل ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان موافق یک موضوع باشند؛ گفته می‌شود که آن موضوع از اجماع برخوردار است (عطاردی، ۱۳۸۴). نتایج حاصل از تجزیه‌وتحلیل داده‌ها نشان داد که در مرحله اول تعداد گزاره به اجماع بالای ۶۰ درصد دست‌یافت. میزان فراوانی اجماع هر یک از گزاره‌های مرحله اول را می‌توان در جدول (۱) مشاهده کرد.

تحلیل نتایج مرحله اول نشان می‌دهد که ۹۱ گزاره، حداقل توافق ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان را کسب کرده‌اند؛ تعدادی گزاره نتوانسته اجماع صاحب‌نظران را به دست بیاورد، همچنین تعداد شش گزاره جدید توسط خبرگان در مرحله اول پیشنهادشده بود، در قالب یک پرسش‌نامه جدید مورد پرسش قرار گرفتند.

1. Beta

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

مرحله دوم دلفی به ایده‌هایی اختصاص یافت که هنوز اجماعی روی آن‌ها صورت نگرفته بود. در این مرحله تمامی اعضای گروه دلفی در مورد هر گزاره و نظر اولیه هر فرد در مورد هر گزاره به اطلاع فرد رسید و نظر اصلاحی آن‌ها مجدداً بر اساس طیف سه گزینه‌ای موافق-ممتنع-مخالف، مورد سؤال قرار گرفت.

تحلیل نتایج نشان می‌دهد که در مرحله دوم تعداد شش گزاره، حداقل توافق ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان را کسب کرده و بنابراین در مجموع ۹۷ گزاره اجماع صاحب‌نظران را به دست آورده است.

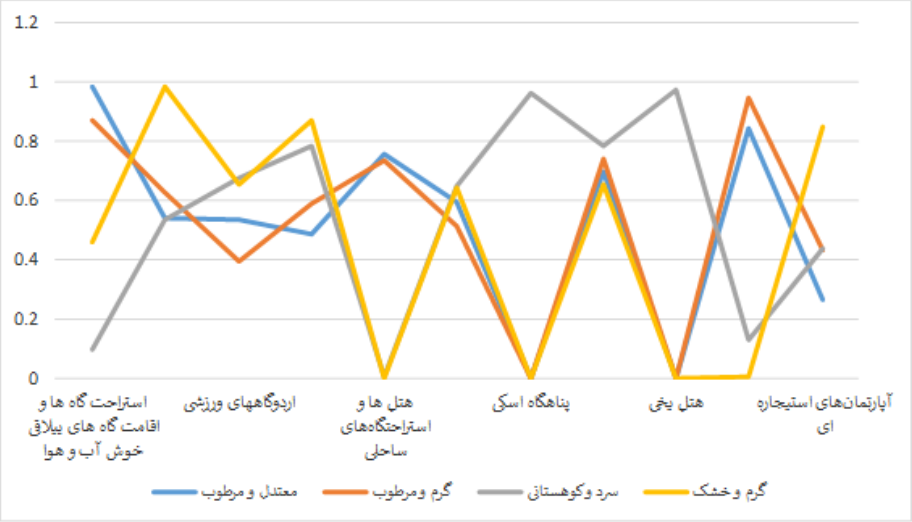
در مرحله بعد، میزان کاربرد فرصت‌های گردشگری در این چهار اقلیم موردبررسی قرارگرفته است. با تحلیل داده‌ها می‌توان گفت که هرکدام از این فرصت‌ها با میزانی متفاوت در اقلیم چهارگانه ایران کاربرد داشته است و برخی از فرصت‌ها در یک اقلیم بر فرصت‌های دیگر ارجحیت دارند. مطابق با مطالب پیش‌گفته شده، از روی ضریب رگرسیون استانداردشده بتا می‌توان متغیرها را به گونه جداول (۱ تا ۸) اولویت‌بندی کرد، یعنی هرکدام که ضریب رگرسیون استانداردشده بیشتری داشته باشد، دارای اولویت بالاتری می‌باشد و در پایان هر یک از زیر حوزه‌های این تحقیق به شکل جداگانه در جدولی در چهار اقلیم مقایسه شدند جدول (۹).

جدول (۱). اولویت‌بندی کاربرد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی در زیرحوزه اقامتی در اقلیم چهارگانه ایران

زیرحوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)	اقلیم			
				معتدل و مرطوب	گرم و مرطوب	سرد و کوهستانی	گرم و خشک
				Beta	Beta	Beta	Beta
اقامتی	استراحتگاه‌ها و اقامتگاه‌های ییلاقی خوش آب‌وهوا	ادبی، کوزه‌چیان و احسانی (۱۳۸۸)	۳	۰.۹۸۳	۰.۸۷۳	۰.۰۹۸	۰.۴۵۹
	ساخت هتل‌های مناسب در نزدیکی اماکن ورزشی	چقاجردی، فیض اللهی و شجاعی اصفهانی نژاد (۱۳۹۲)		۰.۵۴۲	۰.۶۳۰	۰.۵۳۷	۰.۹۸۶
	اردوگاه‌های ورزشی	مهدی‌زاده، رضایی و قربانی (۱۳۹۳)	۴	۰.۵۳۳	۰.۳۹۷	۰.۶۷۸	۰.۶۵۲
	هتل‌های ورزشی	کورتزمن (۲۰۰۵)	۴	۰.۴۸۶	۰.۵۹۱	۰.۷۸۲	۰.۸۷۳
	هتل‌ها و استراحتگاه‌های ساحلی		۲	۰.۷۵۷	۰.۷۳۴	۰.۰۰۶	۰.۰۰۰
	توسعه مراکز اقامتی و مجتمع‌های بین‌راهی مناسب همراه با خدمات پشتیبانی (خدمات بیمه، امداد پزشکی)		۱	۰.۵۹۵	۰.۵۱۳	۰.۶۴۹	۰.۶۴۱
	پناهگاه اسکی		۱	۰.۰۰۱	۰.۰۰۱	۰.۹۶۱	۰.۰۰۰
	اقامتگاه‌های تفریحی		۲	۰.۶۹۷	۰.۷۳۹	۰.۷۸۳	۰.۶۵۳
	هتل یخی		۱	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۹۷۳	۰.۰۰۰
	کلبه جنگلی (کوهنوردی و ...)		*	۰.۸۴۳	۰.۹۴۷	۰.۱۳۲	۰.۰۰۶
	آپارتمان‌های استیجاری	کورتزمن (۲۰۰۵)	۱	۰.۲۶۴	۰.۴۳۲	۰.۴۳۹	۰.۸۵۱
زیرحوزه اقامتی				**۰.۵۱۸۲۷**	**۰.۵۳۲۵**	**۰.۵۴۸۹**	**۰.۴۶۵۵**

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

با توجه به جدول (۱)، با محاسبه ضریب رگرسیون استانداردشده برای هر یک از فرصت‌ها در چهار اقلیم ایران، می‌توان دریافت که کاربرد هر یک از این فرصت‌ها در اقلیم‌های مطرح‌شده تا چه میزان است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، فرصت استراحتگاه‌ها و اقامتگاه‌های ییلاقی خوش آب‌وهوا که در زیرحوزه اقامتی جای دارد، در اقلیم معتدل و مرطوب دارای بالاترین اولویت می‌باشد و نسبت به سایر فرصت‌ها کاربرد بیشتری دارد. همچنین در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت کلبه جنگلی (کوهنوردی و ...) دارای بیشترین اولویت است. از طرفی دیگر در اقلیم سرد و کوهستانی فرصت "هتل یخی" و در اقلیم گرم و خشک، فرصت "ساخت هتل‌های مناسب در نزدیکی اماکن ورزشی" در بالاترین اولویت قرار دارند. در شکل (۲) رتبه‌بندی هر یک از فرصت‌های زیرحوزه اقامتی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران نشان داده شده است.



شکل (۲) رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی زیرحوزه اقامتی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران

در جدول (۲) ضریب رگرسیون استاندارد شده فرصت‌های گردشگری در زیرحوزه حمل‌ونقل به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران محاسبه شده است.

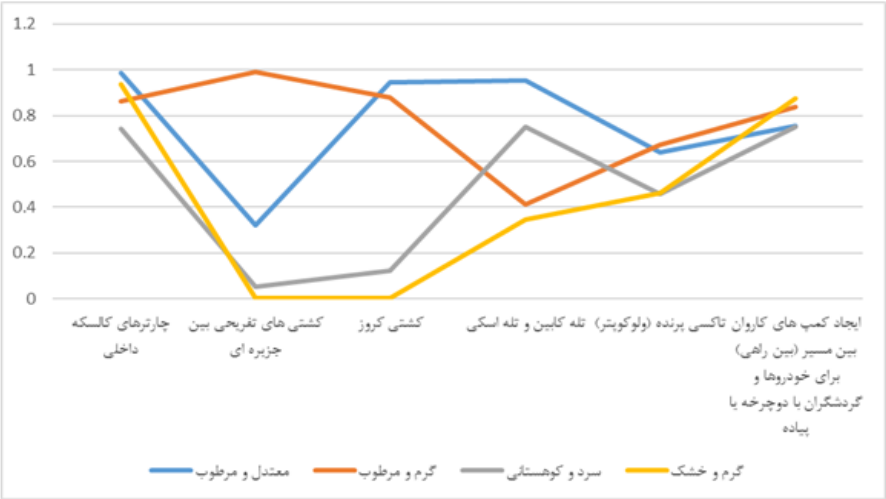
جدول (۲). اولویت‌بندی کاربرد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی در زیرحوزه حمل‌ونقل در اقلیم چهارگانه ایران

زیرحوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)	اقلیم			
				معتدل و مرطوب	گرم و مرطوب	سرد و کوهستانی	گرم و خشک
				Beta	Beta	Beta	Beta
حمل‌ونقل	چارترهای کالسکه داخلی		۲	۰.۹۸۷	۰.۸۶۴	۰.۷۴۲	۰.۹۳۶
	کشتی‌های تفریحی بین جزیره‌ای		۴	۰.۳۲۱	۰.۹۸۹	۰.۰۵۱	۰.۰۰۳
	کشتی کروز	علی‌آبادی و حسامی (۱۳۹۳)	۲	۰.۹۴۶	۰.۸۷۹	۰.۱۲۳	۰.۰۰۰
	تله‌کابین و تله‌اسکی		۴	۰.۹۵۲	۰.۴۱۲	۰.۷۵۲	۰.۳۴۷

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

	تاکسی پرنده (ولوکوپتر)		۲	۰.۶۴۱	۰.۶۷۳	۰.۴۵۹	۰.۴۶۲
	ایجاد کمپ‌های کاروان بین مسیر (بین‌راهی) برای خودروها و گردشگران با دوچرخه یا پیاده		۱	۰.۷۵۴	۰.۸۳۹	۰.۷۴۹	۰.۸۷۶
زیرحوزه حمل‌ونقل				**۰.۷۶۶۸**	**۰.۷۷۶**	**۰.۴۷۹۳**	**۰.۴۳۷۳**

همان‌طور که در جدول (۲) مشخص‌شده است، فرصت "چارترهای کالسکه داخلی" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "کشتی‌های تفریحی بین جزیره‌ای" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "ایجاد کمپ‌های کاروان بین مسیر (بین‌راهی) برای خودروها و گردشگران با دوچرخه یا پیاده" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "چارترهای کالسکه داخلی" در اقلیم گرم و خشک در اولویت‌های برتر قرارگرفته‌اند. در شکل (۳) رتبه‌بندی هر یک از فرصت‌های زیرحوزه حمل‌ونقل به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران نشان داده‌شده است.



شکل (۳). رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی زیرحوزه حمل‌ونقل به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران

در جدول (۳)، برای هرکدام از فرصت‌های گردشگری در زیرحوزه سلامت، ضریب رگرسیون استانداردشده، محاسبه‌شده است که از طریق این ضرایب، می‌توان میزان کاربرد فرصت‌های گردشگری را در اقلیم‌های چهارگانه ایران، مشخص نمود.

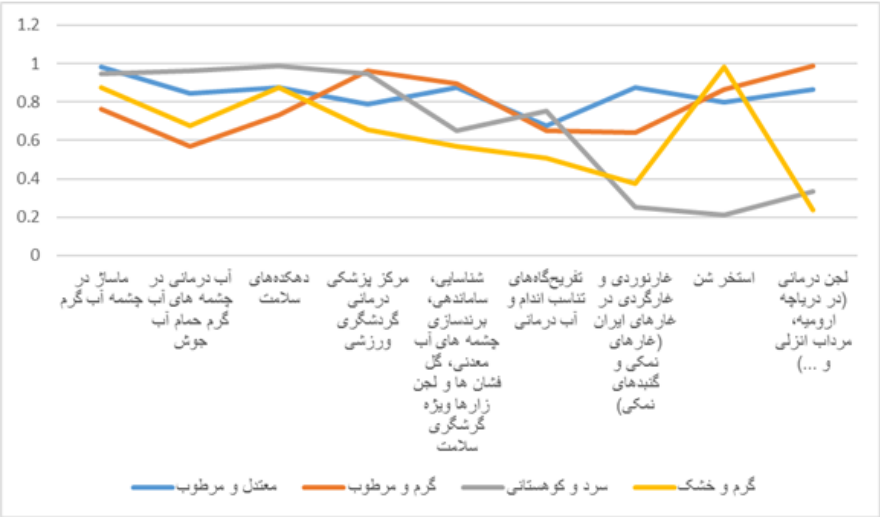
جدول (۳). اولویت‌بندی کاربرد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی در زیرحوزه سلامت در اقلیم چهارگانه ایران

زیرحوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)	اقلیم			
				معتدل و مرطوب	گرم و مرطوب	سرد و کوهستانی	گرم و خشک
				Beta	Beta	Beta	Beta
[illegible]	ماساژ در چشمه آب گرم		۲	۰.۹۸۴	۰.۷۶۴	۰.۹۴۶	۰.۸۷۶

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

	آب‌درمانی در چشمه‌های آب گرم حمام آب جوش		۴	۰.۸۴۳	۰.۵۶۷	۰.۹۶۳	۰.۶۷۸
	دهکده‌های سلامت		*	۰.۸۷۶	۰.۷۳۲	۰.۹۸۶	۰.۸۷۴
	مرکز پزشکی درمانی گردشگری ورزشی		۱	۰.۷۸۶	۰.۹۶۲	۰.۹۴۵	۰.۶۵۴
	شناسایی، ساماندهی، برندسازی چشمه‌های آب‌معدنی، گل‌فشان‌ها و لجن‌زارها ویژه گردشگری سلامت		۱	۰.۸۷۶	۰.۸۹۶	۰.۶۵۳	۰.۵۶۹
	تفریحگاه‌های تناسب‌اندام و آب‌درمانی		۱	۰.۶۷۵	۰.۶۵۱	۰.۷۵۳	۰.۵۰۹
	غارنوردی و غارگردی در غارهای ایران (غارهای نمکی و گنبدهای نمکی)	ادبی، کوزه‌چیان و احسانی (۱۳۸۸)	۱	۰.۸۷۶	۰.۶۴۳	۰.۲۵۴	۰.۳۷۶
	استخر شن		۱	۰.۷۹۷	۰.۸۶۵	۰.۲۱۳	۰.۹۸۵
	لجن درمانی (در دریاچه ارومیه، مرداب انزلی و ...)	ادبی، کوزه‌چیان و احسانی (۱۳۸۸)	۱	۰.۸۶۴	۰.۹۸۷	۰.۳۳۲	۰.۲۳۷
گردشگری سلامت				**۰.۸۴۱۹**	**۰.۷۸۵۲**	**۰.۶۷۱۷**	**۰.۶۳۹۸**

همان‌طور که در جدول (۳) نشان داده‌شده است، بر اساس ضرایب رگرسیون استانداردشده برای هر یک از فرصت‌ها مشخص‌شده است که فرصت "ماساژ در چشمه آب گرم" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "لجن درمانی (در دریاچه ارومیه، مرداب انزلی و ...)" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "دهکده‌های سلامت" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "استخر شن" در اقلیم گرم و خشک در اولویت اول واقع‌شده‌اند و همچنین فرصت "تفریحگاه‌های تناسب‌اندام و آب‌درمانی" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "آب‌درمانی در چشمه‌های آب گرم حمام آب جوش" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "استخر شن" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "لجن درمانی (در دریاچه ارومیه، مرداب انزلی و ...)" در اقلیم گرم و خشک در اولویت آخر قرارگرفته‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، برخی از فرصت‌ها در برخی از اقلیم‌ها در اولویت اول قرارگرفته و در برخی دیگر از اقلیم‌ها، در اولویت آخر واقع‌شده‌اند و این نشان‌دهنده تمایز میان جغرافیای اقلیمی در ایران می‌باشد. در شکل (۴) رتبه‌بندی هر یک از فرصت‌های زیرحوزه سلامت به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران نشان داده‌شده است.



[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

شکل (۴). رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی زیرحوزه گردشگری سلامت به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران

در جدول (۴) ضریب رگرسیون استانداردشده فرصت‌های گردشگری در زیرحوزه نوشیدنی و تغذیه به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران محاسبه‌شده است.

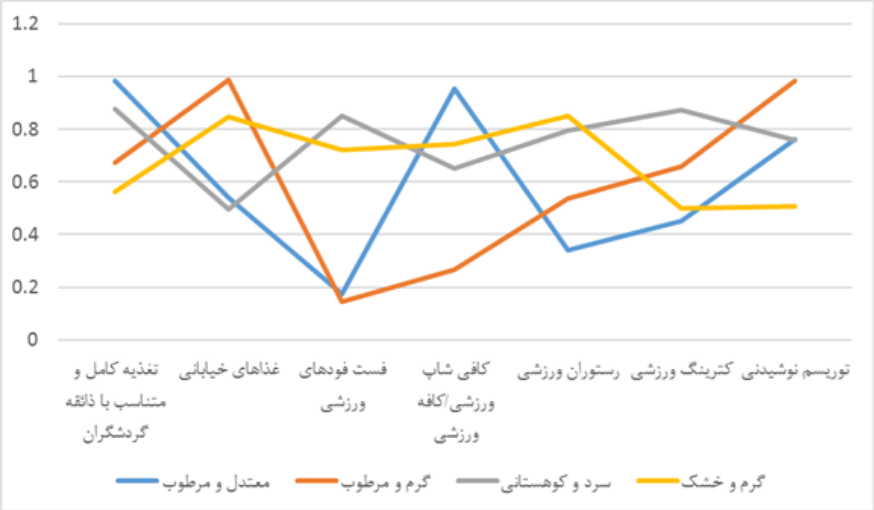
جدول (۴). اولویت‌بندی کاربرد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی زیرحوزه نوشیدنی و تغذیه در اقلیم چهارگانه ایران

زیرحوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)	اقلیم			
				معتدل و مرطوب	گرم و مرطوب	سرد و کوهستانی	گرم و خشک
				Beta	Beta	Beta	Beta
نوشیدنی و تغذیه	تغذیه کامل و متناسب با ذائقه گردشگران	محمودی یکتا، ذبیحی و جورابلو (۱۳۹۱)، فراهانی، اصفهانی، زارعی و خالقی آرانی (۱۳۹۳)		۰.۹۸۳	۰.۶۷۳	۰.۸۷۶	۰.۵۶۴
	غذاهای خیابانی[1]		۱	۰.۵۴۲	۰.۹۸۶	۰.۴۹۷	۰.۸۴۶
	فست فودهای ورزشی		۳	۰.۱۷۶	۰.۱۴۷	۰.۸۵۲	۰.۷۲۱
	کافی‌شاپ ورزشی/کافه ورزشی		۴	۰.۹۵۲	۰.۲۶۷	۰.۶۵۲	۰.۷۴۲
	رستوران ورزشی		۲	۰.۳۴۲	۰.۵۳۶	۰.۷۹۴	۰.۸۵۱
	کترینگ ورزشی		*	۰.۴۵۱	۰.۶۵۸	۰.۸۷۳	۰.۴۹۸
	توریسم نوشیدنی		*	۰.۷۶۳	۰.۹۸۲	۰.۷۵۹	۰.۵۰۸
نوشیدنی و تغذیه				**۰.۶۰۱۳**	**۰.۶۰۷**	**۰.۷۵۷۶**	**۰.۶۷۵۷**

با توجه به جدول (۴)، با محاسبه ضریب رگرسیون استانداردشده برای هر یک از فرصت‌ها در چهار اقلیم ایران، می‌توان دریافت که کاربرد هر یک از این فرصت‌ها در اقلیم‌های مطرح‌شده تا چه میزان است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، فرصت "تغذیه کامل و متناسب با ذائقه گردشگران" که در زیرحوزه نوشیدنی و تغذیه جای دارد، در اقلیم معتدل و مرطوب دارای بالاترین اولویت می‌باشد و نسبت به سایر فرصت‌ها کاربرد بیشتری دارد. همچنین در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "غذاهای خیابانی" دارای بیشترین اولویت است. از طرفی دیگر در اقلیم سرد و کوهستانی فرصت "تغذیه کامل و متناسب با ذائقه گردشگران" و در اقلیم گرم و خشک، فرصت "رستوران ورزشی" در بالاترین اولویت قرار دارند. مشاهده‌شده است که فرصت "تغذیه کامل و متناسب با ذائقه گردشگران" در اقلیم‌های معتدل و مرطوب و همچنین سرد و کوهستانی، به‌طور یکسان، بالاترین اولویت قرار دارند. در شکل (۵) رتبه‌بندی هر یک از فرصت‌های زیرحوزه نوشیدنی و تغذیه به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران نشان داده‌شده است.

[1] street food: (خیابان های محل گذر انسان نه ماشین- غذاهایی مثل کباب همبرگر ذغالی، همبرگر، جغور بغور و ...)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]



شکل (۵). رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی زیرحوزه نوشیدنی و تغذیه به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران

در جدول (۵)، برای هرکدام از فرصت‌های گردشگری در زیرحوزه ورزش‌های تفریحی، ضریب رگرسیون استانداردشده، محاسبه‌شده است که از طریق این ضرایب، می‌توان میزان کاربرد فرصت‌های گردشگری را در اقلیم‌های چهارگانه ایران، مشخص نمود.

جدول (۵). اولویت‌بندی کاربرد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی در زیرحوزه ورزش‌های تفریحی در اقلیم چهارگانه ایران

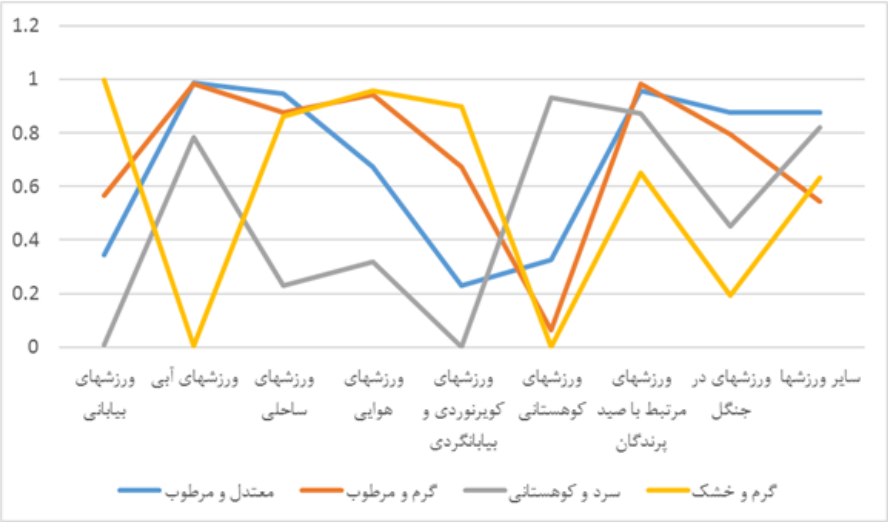
زیرحوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)	اقلیم			
				معتدل و مرطوب	گرم و مرطوب	سرد و کوهستانی	گرم و خشک
				Beta	Beta	Beta	Beta
ورزش‌های تفریحی	ورزش‌های بیابانی (شترسواری، اسب‌سواری، قاطر سواری، پرواز شاهین، دو صحرانوردی، اتومبیل‌رانی (رالی)، ماسه نوردی، موتورسواری، ماشین‌های با چرخ‌های عاج بلند، بالن‌سواری، گلف ماسه‌ای، اسکی روی ماسه شن، ماسه نوردی)		۱	۰.۳۴۵	۰.۵۶۷	۰.۰۰۸	۰.۹۹۸

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

	ورزش‌های آبی (قایق‌های پارویی چندنفره، قایق‌های یک‌نفره، اسکی روی آب، چتر اسکی روی آب، غواصی زیرآب با وسایل ساده یا پیچیده و کپسول هوا، شنای استقامتی، جت اسکی، قایق موتور جت (فرمول یک)، قایق‌های بادبانی، کانو و آب‌های خروشان، هاور کراس، موج‌سواری، شنا، شنا در چشمه‌های آب گرم و معدنی، پاروزنی، قایقرانی، ماهیگیری، سفرروی رودخانه، ویک بوردینگ، بادی بوردینگ، اسکیم بوردینگ، موج‌سواری و موج‌سواری بادبادکی، پاراسل (کشیدن چتر با قایق) پدالو، دریانوردی، جهت‌یابی با قایق، جهت‌یابی (orientation) (پیاده با خودرو، با نقشه، با اسکی، با قایق))		۱	۰.۹۸۷	۰.۹۸۳	۰.۷۸۴	۰.۰۰۴
	ورزش‌های ساحلی (فوتبال ساحلی، والیبال ساحلی، هندبال ساحلی، پیاده‌روی ساحلی، حمام آفتاب)		۱	۰.۹۴۵	۰.۸۷۶	۰.۲۳۱	۰.۸۶۱
	ورزش‌های هوایی (نمایش با هواپیمای کوچک (ردبال)، نمایش‌های هوایی، کایت‌سواری، بالن‌سواری، پاراگلایدر، چتربازی، پرواز با بالون)		۱	۰.۶۷۴	۰.۹۴۳	۰.۳۱۹	۰.۹۵۸
	ورزش‌های کویر نوردی و بیابان‌گردی (مسابقات رالی موتورسواری و ماشین‌سواری و کامیون سواری و شترسواری)		۱	۰.۲۳۱	۰.۶۷۴	۰.۰۰۰	۰.۸۹۷
	ورزش‌های کوهستانی (اسنوبورد و پرش با اسکی، اسکی (برف و چمن)، دیواره‌های یخی و یخ نوردی، دوچرخه‌سواری در کوهستان، اسب‌سواری، کوهنوردی، صخره‌نوردی، شکار)		۱	۰.۳۲۷	۰.۰۶۵	۰.۹۳۲	۰.۰۰۰
	ورزش‌های مرتبط با صید پرندگان وحشی مثل قرقاول، کبک، تیهو، هوبره و ... یا شکار مجاز چارپایان (کل، قوچ، خرگوش، آهو و ...) در شکارگاه‌های کشور		۱	۰.۹۵۷	۰.۹۸۳	۰.۸۷۴	۰.۶۵۲
	در جنگل (رالی در جنگل، موتورسواری در جنگل، دوچرخه‌سواری در جنگل و ...)		۱	۰.۸۷۶	۰.۷۹۵	۰.۴۵۲	۰.۱۹۲
	سایر ورزش‌ها (بدن‌سازی با دستگاه‌های جیم، ماراتن، نیمه ماراتن، سه‌گانه، شنا داخل استخر، سونا، ماساژ، دوچرخه‌سواری، پیاده‌روی، بسکتبال خیابانی، رقص باله، تای چی، رقص جاز، ایروبیک، شطرنج، جهت‌یابی، برگزاری مسابقات رشته‌های ورزشی که المپیکی نیستند)		۱	۰.۸۷۶	۰.۵۴۳	۰.۸۲۱	۰.۶۳۲
ورزش‌های تفریحی				**۰.۶۹۰۹**	**۰.۷۱۴۳**	**۰.۴۹۱۲**	**۰.۵۷۷۱**

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

همان‌طور که در جدول (۵) مشخص‌شده است، فرصت "ورزش‌های آبی" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "ورزش‌های آبی" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "ورزش‌های کوهستانی" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "ورزش‌های بیابانی" در اقلیم گرم و خشک در اولویت‌های برتر قرارگرفته‌اند. در شکل (۶) رتبه‌بندی هر یک از فرصت‌های زیرحوزه ورزش‌های تفریحی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران نشان داده‌شده است.



شکل (۶). رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی زیرحوزه ورزش‌های تفریحی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران

در جدول (۶) ضریب رگرسیون استانداردشده فرصت‌های گردشگری در زیرحوزه فرهنگی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران محاسبه‌شده است.

جدول (۶). اولویت‌بندی کاربرد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی در زیرحوزه فرهنگی در اقلیم چهارگانه ایران

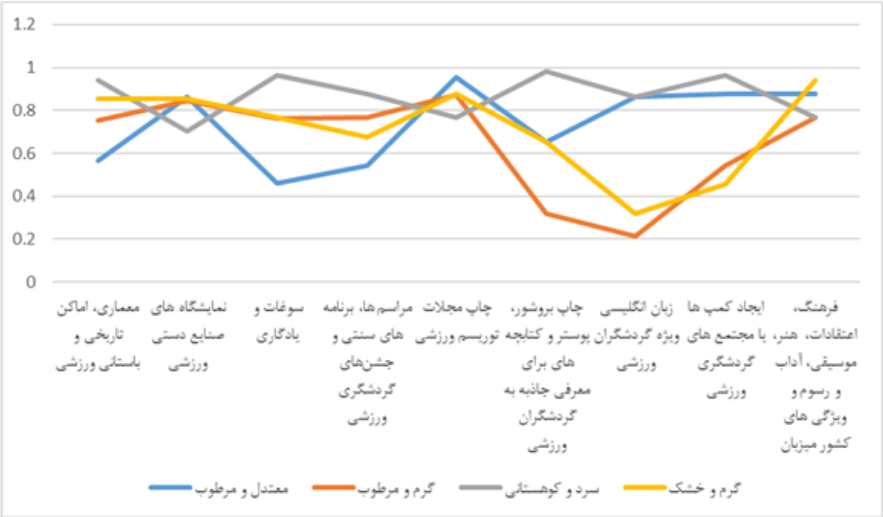
زیرحوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)	اقلیم			
				معتدل و مرطوب	گرم و مرطوب	سرد و کوهستانی	گرم و خشک
				Beta	Beta	Beta	Beta

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

فرهنگی	معماری، اماکن تاریخی و باستانی ورزشی	محمودی یکتا، ذبیحی و جورابلو (۱۳۹۱)	۲	۰.۵۶۴	۰.۷۵۴	۰.۹۴۳	۰.۸۵۶
	نمایشگاه‌های صنایع‌دستی ورزشی	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)		۰.۸۶۵	۰.۸۴۳	۰.۷۰۴	۰.۸۵۴
	سوغات و یادگاری	محمودی یکتا، ذبیحی و جورابلو (۱۳۹۱)		۰.۴۵۹	۰.۷۶۴	۰.۹۶۴	۰.۷۶۵
	مراسم‌ها، برنامه‌های سنتی و جشن‌های گردشگری ورزشی	محمودی یکتا، ذبیحی و جورابلو (۱۳۹۱)، غفوری، هنرور، فرزان و شریفیان (۱۳۸۶)، هنرور (۱۳۸۳)	۱	۰.۵۴۳	۰.۷۶۵	۰.۸۷۶	۰.۶۷۵
	چاپ مجلات توریسم ورزشی	زیتونلی، هنری و فراهانی (۱۳۹۰)		۰.۹۵۴	۰.۸۷۴	۰.۷۶۵	۰.۸۷۶
	چاپ بروشور، پوستر و کتابچه‌هایی برای معرفی جاذبه به گردشگران ورزشی	چقاجردی، فیض اللهی و شجاعی اصفهانی نژاد (۱۳۹۲)		۰.۶۵۴	۰.۳۲۱	۰.۹۸۳	۰.۶۵۴
	زبان انگلیسی ویژه گردشگران ورزشی	حمیدی، رضوی، امیرنژاد، شفیع‌زاده و فضلی درزی (۱۳۸۹)		۰.۸۶۵	۰.۲۱۳	۰.۸۶۵	۰.۳۲۱
	ایجاد کمپ‌ها یا مجتمع‌های گردشگری ورزشی	کوهیان (۱۳۹۰)	۱	۰.۸۷۶	۰.۵۴۳	۰.۹۶۵	۰.۴۵۶
	فرهنگ، اعتقادات، هنر، موسیقی، آداب‌ورسوم و ویژگی‌های کشور میزبان	غفوری، هنرور، فرزان و شریفیان (۱۳۸۶)		۰.۸۷۶	۰.۷۶۵	۰.۷۶۵	۰.۹۴۳
فرهنگی				**۰.۷۳۹۶**	**۰.۶۴۹۱**	**۰.۸۷**	**۰.۷۱۱۱**

مطابق با جدول (۶)، در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "چاپ مجلات توریسم ورزشی" در اولویت اول قرارگرفته است. در اقلیم گرم و مرطوب، سرد و کوهستانی، گرم و خشک، فرصت‌های "چاپ مجلات توریسم ورزشی"، "چاپ بروشور، پوستر و کتابچه‌های برای معرفی جاذبه به گردشگران ورزشی" و "فرهنگ، اعتقادات، هنر، موسیقی، آداب‌ورسوم و ویژگی‌های کشور میزبان" در اولویت‌های اول می‌باشند. در شکل (۷) رتبه‌بندی هر یک از فرصت‌های زیرحوزه فرهنگی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران نشان داده شده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]



شکل (۷). رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران

در جدول (۷) ضریب رگرسیون استانداردشده فرصت‌های گردشگری در زیرحوزه فعالیت‌های هیجان‌انگیز و ماجراجویانه به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران محاسبه‌شده است.

جدول (۷). اولویت‌بندی کاربرد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی در زیرحوزه فعالیت‌های هیجان‌انگیز و ماجراجویانه در اقلیم چهارگانه ایران

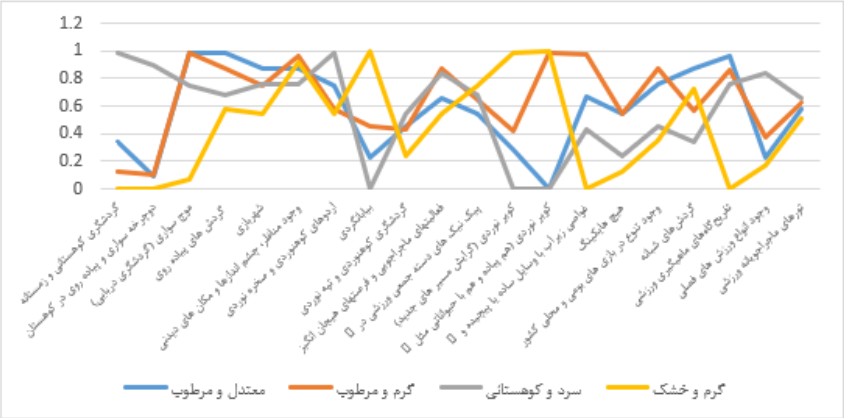
زیرحوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)	اقلیم			
				معتدل و مرطوب	گرم و مرطوب	سرد و کوهستانی	گرم و خشک
				Beta	Beta	Beta	Beta
فعالیت‌های هیجان‌انگیز و ماجراجویانه	گردشگری کوهستانی و زمستانه	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)، عسگری (۱۳۸۵)		۰.۳۴۶	۰.۱۲۴	۰.۹۸۷	۰.۰۰۲
	دوچرخه‌سواری و پیاده‌روی در کوهستان		۱	۰.۰۸۷	۰.۰۹۸	۰.۸۹۵	۰.۰۰۰
	موج‌سواری (گردشگری دریایی)	ادبی، کوزه‌چیان و احسانی (۱۳۸۸)	۲	۰.۹۸۴	۰.۹۸۹	۰.۷۴۳	۰.۰۶۷
	گردش‌های پیاده‌روی	علی‌آبادی و حسامی (۱۳۹۳)، تاجزاده نمین (۱۳۹۱)	۲	۰.۹۸۳	۰.۸۷۶	۰.۶۷۸	۰.۵۸۴
	شهربازی	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)	۳	۰.۸۷۴	۰.۷۵۴	۰.۷۶۵	۰.۵۴۲
	وجود مناظر، چشم‌اندازها و مکان‌های دیدنی	غفوری، هنرور، فرزان و شریفیان (۱۳۸۶)	۲	۰.۸۷۶	۰.۹۶۳	۰.۷۶۴	۰.۹۲۳
	اردوهای کوهنوردی و صخره‌نوردی	۳۷۳، علی‌آبادی و حسامی (۱۳۹۳)، تاجزاده نمین (۱۳۹۱)	۱	۰.۷۴۳	۰.۵۷۶	۰.۹۹۱	۰.۵۴۳
	بیابان‌گردی	گل زاده، قیامی راد، بدری آذرین، دلال اوعلی و داداش زاده (۱۳۹۳)	۲	۰.۲۳۲	۰.۴۵۳	۰.۰۰۰	۰.۹۹۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

	گردشگری کوهنوردی و تپه نوردی	مهدی‌زاده، رضایی و قربانی (۱۳۹۳)	۳	۰.۴۵۶	۰.۴۳۲	۰.۵۴۳	۰.۲۴۱
	فعالیت‌های ماجراجویی و فرصت‌های هیجان‌انگیز	کروبی (۱۳۹۰)	۲	۰.۶۵۴	۰.۸۷۶	۰.۸۴۳	۰.۵۴۳
	پیک‌نیک‌های دسته‌جمعی ورزشی در خارج از شهرها		۱	۰.۵۴۳	۰.۶۵۱	۰.۶۷۵	۰.۷۴۳
	کویر نوردی (گرایش مسیرهای جدید)		۱	۰.۲۸۷	۰.۴۱۷	۰.۰۰۰	۰.۹۸۵
	کویر نوردی (هم پیاده و هم با حیواناتی مثل شتر)		۱	۰.۰۰۰	۰.۹۸۴	۰.۰۰۰	۰.۹۹۹
	غواصی زیرآب با وسایل ساده یا پیچیده و کپسول هوا	ادبی، کوزه‌چیان و احسانی (۱۳۸۸)	۳	۰.۶۷۰	۰.۹۷۶	۰.۴۳۲	۰.۰۰۰
	هیچ هایکینگ		*	۰.۵۴۳	۰.۵۴۳	۰.۲۳۹	۰.۱۲۹
	وجود تنوع در بازی‌های بومی و محلی کشور	حمیدی، رضوی، امیرنژاد، شفیع‌زاده و فضلی درزی (۱۳۸۹)	۳	۰.۷۶۵	۰.۸۷۶	۰.۴۵۶	۰.۳۵۷
	گردش‌های شبانه	۳۸۶، ۳۸۷، ۳۸۴، غفوری، هنرور، فرزان و شریفیان (۱۳۸۶)	۲	۰.۸۷۶	۰.۵۶۷	۰.۳۴۵	۰.۷۲۱
	تفریحگاه‌های ماهیگیری ورزشی	کورتزمن (۲۰۰۵)، ادبی، کوزه‌چیان و احسانی (۱۳۸۸)، علی‌آبادی و حسامی (۱۳۹۳)	۳	۰.۹۶۵	۰.۸۶۷	۰.۷۶۲	۰.۰۰۲
	وجود انواع ورزش‌های فصلی	گل زاده، قیامی راد، بدری آذرین، دلال اوعلی و داداش زاده (۱۳۹۳)	۱	۰.۲۳۱	۰.۳۷۲	۰.۸۳۵	۰.۱۷۳
	تورهای ماجراجویانه ورزشی	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)	۲	۰.۵۷۳	۰.۶۲۵	۰.۶۵۳	۰.۵۱۳
فعالیت‌های هیجان‌انگیز و ماجراجویانه				**۰.۵۸۴۴**	**۰.۶۵۱۰**	**۰.۵۸۰۳**	**۰.۴۵۳**

همان‌طور که در جدول (۷) مشخص‌شده است، فرصت "موج‌سواری (گردشگری دریایی)" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "موج‌سواری (گردشگری دریایی)" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "اردوهای کوهنوردی و صخره‌نوردی" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "کویر نوردی (هم پیاده و هم با حیواناتی مثل شتر)" در اقلیم گرم و خشک در اولویت‌های برتر قرارگرفته‌اند. در شکل (۸) رتبه‌بندی هر یک از فرصت‌های زیرحوزه فعالیت‌های هیجان‌انگیز و ماجراجویانه به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران نشان داده‌شده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]



شکل (۸). رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی زیرحوزه فعالیت‌های هیجان‌انگیز و ماجراجویانه به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران

در جدول (۸) ضریب رگرسیون استانداردشده فرصت‌های گردشگری در زیرحوزه خدماتی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران محاسبه‌شده است.

جدول (۸). اولویت‌بندی کاربرد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی در زیرحوزه خدماتی در اقلیم چهارگانه ایران

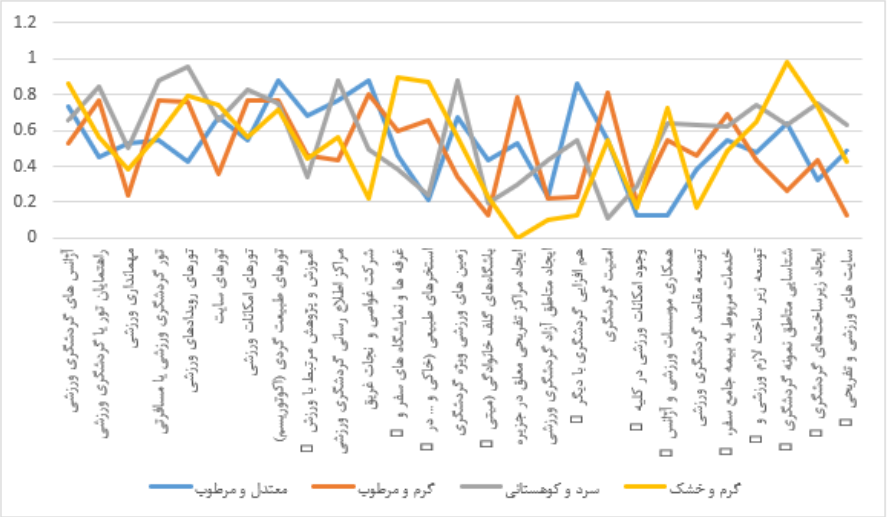
زیرحوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)	اقلیم			
				معتدل و مرطوب	گرم و مرطوب	سرد و کوهستانی	گرم و خشک
				Beta	Beta	Beta	Beta
خدماتی	آژانس‌های گردشگری ورزشی	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)، کروبی (۱۳۹۰)، کوهیان (۱۳۹۰)	۶	۰.۷۳۴	۰.۵۲۷	۰.۶۵۳	۰.۸۶۲
	راهنمایان تور یا گردشگری ورزشی	سجادیان و سجادیان (۱۳۹۰)	۵	۰.۴۵۳	۰.۷۶۵	۰.۸۴۲	۰.۵۶۴
	مهمانداری ورزشی		۲	۰.۵۳۲	۰.۲۳۹	۰.۵۰۶	۰.۳۸۴
	تور گردشگری ورزشی یا مسافرتی		۴	۰.۵۴۳	۰.۷۶۵	۰.۸۷۶	۰.۵۸۲
	تورهای رویدادهای ورزشی	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)		۰.۴۲۳	۰.۷۶۱	۰.۹۵۳	۰.۷۹۰
	تورهای سایت	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)		۰.۶۷۵	۰.۳۵۸	۰.۶۵۴	۰.۷۴۱
	تورهای امکانات ورزشی	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)		۰.۵۴۳	۰.۷۶۴	۰.۸۲۸	۰.۵۶۲
	تورهای طبیعت‌گردی (اکوتوریسم)	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)		۰.۸۷۹	۰.۷۶۳	۰.۷۵۲	۰.۷۱۳
	آموزش و پژوهش مرتبط با ورزش در طبیعت	ادبی، کوزه‌چیان و احسانی (۱۳۸۸)		۰.۶۷۸	۰.۴۵۶	۰.۳۴۲	۰.۴۳۹
	مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری ورزشی	محمدکاظمی، زعفریان، خدایاری و جوادی نیا (۱۳۹۳)		۰.۷۶۵	۰.۴۳۲	۰.۸۷۴	۰.۵۶۴
	شرکت غواصی و نجات‌غریق		۲	۰.۸۷۶	۰.۸۰۵	۰.۴۹۸	۰.۲۱۹
	غرفه‌ها و نمایشگاه‌های سفر و گردشگری	کروبی (۱۳۹۰)، غفوری، هنرور، فرزان و شریفیان		۰.۴۵۹	۰.۵۹۴	۰.۳۸۶	۰.۸۹۶

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

		(۱۳۸۶)، مختاری ملک آبادی و جقاجردی (۱۳۹۴)					
	استخرهای طبیعی (خاکی و ... در فضای باز)		*	۰.۲۱۳	۰.۶۵۳	۰.۲۴۱	۰.۸۷۲
	زمین‌های ورزشی ویژه گردشگری		۱	۰.۶۷۴	۰.۳۴۲	۰.۸۷۶	۰.۵۶۴
	باشگاه‌های گلف خانوادگی (مینی گلف)		۱	۰.۴۳۲	۰.۱۲۸	۰.۱۹۸	۰.۲۳۱
	ایجاد مراکز تفریحی معلق در جزیره		۱	۰.۵۳۲	۰.۷۸۶	۰.۳۰۱	۰.۰۰۰
	ایجاد مناطق آزاد گردشگری ورزشی		۱	۰.۲۳۱	۰.۲۱۹	۰.۴۳۷	۰.۱۰۵
	هم‌افزایی گردشگری با دیگر فعالیت‌های تجاری (به‌عنوان‌مثال کشاورزی- برگزاری مسابقات فوتبالی در شالیزارها)			۰.۸۶۲	۰.۲۳۱	۰.۵۴۲	۰.۱۲۸
	امنیت گردشگری	۳۸۳، علی‌آبادی و حسامی (۱۳۹۳)، حمیدی، رضوی، امیرنژاد، شفیع‌زاده و فضلی درزی (۱۳۸۹)	۲	۰.۵۴۲	۰.۸۱۲	۰.۱۰۹	۰.۵۴۱
	وجود امکانات ورزشی در کلیه مکان‌های گردشگری	کوزه چیان، خطیب‌زاده و هنرور (۱۳۹۰)	۲	۰.۱۲۹	۰.۱۹۷	۰.۲۹۰	۰.۱۷۴
	همکاری مؤسسات ورزشی و آژانس‌های گردشگری	غفوری، هنرور، فرزان و شریفیان (۱۳۸۶)	۲	۰.۱۲۸	۰.۵۴۳	۰.۶۴۲	۰.۷۲۴
	توسعه مقاصد گردشگری ورزشی	زیتونلی، هنری و فراهانی (۱۳۹۰)	۳	۰.۳۸۲	۰.۴۶۲	۰.۶۲۷	۰.۱۷۲
	خدمات مربوط به بیمه جامع سفر، خدمات کارت سفر خدمات تبادل ارز	فرامرزی (۱۳۹۲)	۲	۰.۵۴۶	۰.۶۹۳	۰.۶۲۱	۰.۴۸۳
	توسعه زیرساخت لازم ورزشی و توریستی در مناطق آزاد و شهرهای تاریخی به‌منظور ترویج رویدادهای منطقه‌ای، قاره‌ای و بین‌المللی	حمیدی، رضوی، امیرنژاد، شفیع‌زاده و فضلی درزی (۱۳۸۹)	۱	۰.۴۷۳	۰.۴۳۱	۰.۷۴۲	۰.۶۵۱
	شناسایی مناطق نمونه گردشگری ورزشی		۱	۰.۶۴۳	۰.۲۶۷	۰.۶۳۱	۰.۹۸۳
	ایجاد زیرساخت‌های گردشگری ورزشی در مناطق کمتر توسعه‌یافته		۲	۰.۳۲۱	۰.۴۳۲	۰.۷۵۳	۰.۷۲۹
	سایت‌های ورزشی و تفریحی (مصنوعی)	تاجزاده نمین (۱۳۹۱)، شجاعی، تجاری، سلیمانی تپه‌سری، دوستی پاشاکلایی (۱۳۹۱)	۲	۰.۴۸۳	۰.۱۲۷	۰.۶۳۴	۰.۴۲۹
خدماتی				۰.۵۲۴۱	۰.۵۰۱۹	۰.۵۸۵۵	۰.۵۲۲۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

همان‌طور که در جدول (۸) مشخص‌شده است، فرصت "تورهای طبیعت‌گردی (اکوتوریسم)" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "امنیت گردشگری" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "تورهای رویدادهای ورزشی" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "شناسایی مناطق نمونه گردشگری ورزشی" در اقلیم گرم و خشک در اولویت‌های برتر قرارگرفته‌اند. همچنین فرصت "همکاری مؤسسات ورزشی و آژانس‌های گردشگری" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "سایت‌های ورزشی و تفریحی (مصنوعی)" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "امنیت گردشگری" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "ایجاد مراکز تفریحی معلق در جزیره" در اقلیم گرم و خشک در پایین‌ترین اولویت قرارگرفته‌اند. در شکل (۹) رتبه‌بندی هر یک از فرصت‌های زیرحوزه خدماتی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران نشان داده‌شده است.



شکل (۹). رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی زیرحوزه خدماتی به تفکیک اقلیم‌های چهارگانه در ایران

جدول (۹). اولویت‌بندی کاربرد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی در زیرحوزه خدماتی در اقلیم چهارگانه ایران

زیرحوزه	زیرحوزه	اقلیم			
		معتدل و مرطوب	گرم و مرطوب	سرد و کوهستانی	گرم و خشک
		Beta	Beta	Beta	Beta
	اقامتی	۰.۵۱۸۲۷	۰.۵۳۲۵	۰.۵۴۸۹	۰.۴۶۵۵
	حمل‌ونقل	۰.۷۶۶۸	۰.۷۷۶	۰.۴۷۹۳	۰.۴۳۷۳
	سلامت	۰.۸۴۱۹	۰.۷۸۵۲	۰.۶۷۱۷	۰.۶۳۹۸
	نوشیدنی و تغذیه	۰.۶۰۱۳	۰.۶۰۷	۰.۷۵۷۶	۰.۶۷۵۷
	ورزش‌های تفریحی	۰.۶۹۰۹	۰.۷۱۴۳	۰.۴۹۱۲	۰.۵۷۷۱
	فرهنگی	۰.۷۳۹۶	۰.۶۴۹۱	۰.۸۷	۰.۷۱۱۱
	فعالیت‌های هیجان‌انگیز و ماجراجویانه	۰.۵۸۴۴	۰.۶۵۱۰	۰.۵۸۰۳	۰.۴۵۳
	خدماتی	۰.۵۲۴۱	۰.۵۰۱۹	۰.۵۸۵۵	۰.۵۲۲۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

همان‌طور که در جدول (۹) مشخص‌شده است، زیرحوزه "سلامت" در دو اقلیم معتدل و مرطوب و گرم و مرطوب، زیرحوزه "فرهنگی" در دو اقلیم سرد و کوهستانی و گرم و خشک در اولویت‌های برتر قرارگرفته‌اند. همچنین زیرحوزه "اقامتی" در اقلیم معتدل و مرطوب، زیرحوزه "خدماتی" در اقلیم گرم و مرطوب، زیرحوزه "حمل‌ونقل" در دو اقلیم سرد و کوهستانی و گرم و خشک در پایین‌ترین اولویت قرارگرفته‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین صنعت جهان و ورزش به‌عنوان یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی هستند که از تلفیق آن‌ها یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن بنام صنعت گردشگری ورزشی به وجود آمده است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳).

گردشگری و ورزش به‌عنوان دو صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی هستند که از تلفیق آن‌ها یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت گردشگری ورزشی به وجود آمده است (مهدی زاده و همکاران، ۱۳۹۳)؛ بنابراین گردشگری ورزشی پدیده‌ای چندبعدی است. به خاطر همین موضوع در تحقیقات مختلف گزارش‌شده است که گردشگری ورزشی در میان انواع گردشگری بیشترین و سریع‌ترین رشد را در بازار داراست (هیگهام و هینچ، ۲۰۰۶). به‌طوری‌که به‌عنوان یک عنصر تجارت چندمیلیاردی در جهان با ایجاد ۴/۵ تریلیون دلار برای صنعت گردشگری و تورهای جهانی در نظر گرفته‌شده است (زیتونلی، هنری و فراهانی، ۱۳۹۰). گردشگری‌های ورزشی-تفریحی مدت‌ها است که به دلیل علاقه‌مندان بسیار و بازتاب‌های فراوان اقتصادی در جهت بالابردن مشاغل محلی و افزایش رفاه اقتصادی به‌مثابه راهبرد رشد و توسعه اقتصادی در دستور کار برنامه‌های توسعه منطقه‌ای در نقاط مختلف جهان قرارگرفته است (فلیشر، ۲۰۰۰: ۳).

ورزش در جهان امروز از مقوله یک نوع فعالیت دسته‌جمعی تفریح و سرگرمی فراتر رفته و مرد و پیچیده به خود گرفته است نگاه به ورزش نگاهی علمی شده و ورزش کردن اثرگذارترین پدیده‌های اقتصادی سیاسی اجتماعی و فرهنگی جوامع تبدیل‌شده است. امروزه ورزش را یک پدیده جهانی می‌دانند و از حد محلی خارج‌شده و با فرایند جهانی‌شدن همگام شده است.

ایران نیز به علت تنوع بالای اقلیمی بستر مناسبی برای تنوع کسب‌وکارهاست که تحقیق حاضر به شکل گسترده اهمیت و میزان کاربرد آن را در اقلیم‌های مختلف نشان می‌دهد. بر اساس نتایج تحقیقات قبلی ورزش‌هایی که در هر منطقه انجام می‌شود بر اساس شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ... آن منطقه می‌باشد. به‌عنوان‌مثال نتایج تحقیق چو (۲۰۰۴) نشان داده است ورزش‌هایی که سنت کشوری محسوب می‌شوند می‌توانند جلب‌کننده‌ی گردشگری ورزشی باشند (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۰). ورزش‌های بومی‌ومحلی به دلیل اینکه پشتوانه فرهنگ غنی ایرانی و اسلامی است همواره برای گردشگران جاذبه جالب و درخور توجه است. همچنین ورزش‌هایی که منشأ طبیعی دارند مانند شنا، قایق‌سواری، موج‌سواری، غواصی، اسکی، اسب‌سواری، صخره‌نوردی، کوه‌نوردی، غارنوردی و ورزش‌های سنتی و بومی ضمن جنب‌وجوش و تحرکات لازم بدن سبب حضور در مناطق طبیعی نیز می‌گردد. با یک برنامه‌ریزی حساب‌شده می‌توان در پیشبرد اهداف اقتصادی و اشتغال‌زایی از استعداد مناطق مختلف و لحاظ کردن شرایط مختلف بهره برد (ادبی فیروزجاه و همکاران، ۱۳۸۸). در واقع تحقیق حاضر مؤید تحقیقات قبلی است؛ یعنی تحقیق حاضر نشان داده اقلیم در کنار فرهنگ در پیدایش فرصت‌ها در هر منطقه

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

منطبق با هم‌فرهنگ و هم‌اقلیم آن می‌باشد. به‌عنوان‌مثال در زیرحوزه ورزش‌های تفریحی در دو اقلیم گرم و مرطوب "ورزش‌های آبی" و در دو اقلیم سرد و کوهستانی و گرم و خشک به ترتیب "ورزش‌های کوهستانی" و "ورزش‌های بیابانی" بالاترین اولویت برخوردار می‌باشد.

نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق اصفهانی و همکاران (۱۳۸۸)، معین فرد و همکاران (۱۳۹۰)، پورمهدی و همکاران (۱۳۸۴)، مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)، هنرور (۱۳۸۳)، اصفهانی (۱۳۸۷)، نوبخت و همکاران (۱۳۹۳)، هنرور و همکاران (۱۳۸۶)، کیم (۱۹۹۹)، گیبسون و دیگران (۲۰۰۳)، کرامپیتون (۱۹۹۷)، کوزاک (۲۰۰۲)، کیم و چالیپ (۲۰۰۳)، وست‌بک و همکاران (۲۰۰۱)، هم‌راستاست.

اگر به تعریف گردشگری ورزشی دقت کنیم گردشگری ورزشی عبارت است از سفری بر پایه تفریح که افراد را به‌طور موقت از زندگی خود دور کرده و طی آن به بازی یا تماشای ورزش و یا تضمین‌کردن جذابیت‌های همراه با این فعالیت‌ها می‌پردازند (گیبسون، ۱۹۹۹) و یا تعریف هینچ و ایتو (۲۰۱۸) گردشگری ورزشی به‌عنوان ورزش مبتنی بر سفر به دور از محیط خانه برای مدت‌زمان محدود که در آن ورزش با مجموعه قوانین منحصربه‌فرد، رقابت مربوط به توانایی فیزیکی و بازی مشخص‌شده است (هینچ و ایتو، ۲۰۱۸). مرتبط بودن انتخاب یک محل برای گردشگری و فعالیت‌های موجود در آن اسکان برای گردشگران اهمیت دارد. فرصت "استراحتگاه‌ها و اقامتگاه‌های ییلاقی خوش آب‌وهوا" در اقلیم معتدل و مرطوب، "کلبه جنگلی (کوهنوردی و ...)" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "هتل یخی" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "ساخت هتل‌های مناسب در نزدیکی اماکن ورزشی" در اقلیم گرم و خشک در بالاترین اولویت قرار دارند.

در زیرحوزه خدماتی تعداد ۲۵ فرصت معرفی‌شده که بر اساس نتایج فرصت "تورهای طبیعت‌گردی (اکوتوریسم)" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "امنیت گردشگری" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "تورهای رویدادهای ورزشی" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "شناسایی مناطق نمونه گردشگری ورزشی" در اقلیم گرم و خشک در اولویت‌های برتر قرار گرفته‌اند.

ورزش‌های ماجراجویانه به‌عنوان حوزه‌ای جدید از فعالیت‌های ورزشی با گسترش فناوری و تغییر سبک زندگی در جوامع مختلف در جوامع مختلف علاقه‌مندان خود را جذب کرده است و با سرعت زیادی در حال رشد است (مجیدی و محرم‌زاده، ۱۳۹۵). به‌عنوان‌مثال در کشور آمریکا میزان استقبال به حدی بالاست که فروش تجهیزات این حوزه خیلی بالاتر از ورزش‌های سنتی این کشور مانند بیسبال گزارش‌شده است (بیل و ویلسون، ۲۰۰۴). شرکت‌کنندگان ورزش‌های تفریحی و ماجراجویانه افراد جوان و بالای ۱۹ سال و از طبقه اجتماعی-اقتصادی بالاتر هستند (تاملینسون و همکاران، ۲۰۰۵). افراد با جایگاه اقتصادی بالاتر یعنی ارزش‌افزوده بیشتر. فرصت "موج‌سواری (گردشگری دریایی)" در دو اقلیم معتدل و مرطوب و گرم و مرطوب، فرصت "اردوهای کوهنوردی و صخره‌نوردی" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "کویر نوردی (هم پیاده و هم با حیواناتی مثل شتر)" در اقلیم گرم و خشک در اولویت‌های برتر قرارگرفته‌اند.

زیرحوزه سلامت مشتمل بر هشت فرصت در این تحقیق معرفی‌شده است. گردشگری ورزشی در بین انواع گردشگری نه‌تنها از جنبه سرگرمی آن بلکه از نظر ارتقا فیزیک بدن افراد نیز متمایز است. نوگووا و همکاران (۱۹۹۶) نشان دادند «سلامتی و تندرستی» و «عشق به ورزش» به دو عامل سوق‌دهنده گردشگران ورزشی فعال

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

محسوب می‌شود. فراهانی و همکاران (۱۳۹۳) معتقدند به ایجاد ساختار جدید و جامع از طریق ترکیب سه‌شاخه از فعالیت‌های انسانی (جهانگردی، ورزش و سلامت) موجب پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه بانشاط روحی و جسمی انسان می‌شود. بر اساس نتایج تحقیق حاضر فرصت "ماساژ در چشمه آب گرم" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "لجن درمانی" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "دهکده‌های سلامت" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "استخر شن" در اقلیم گرم و خشک در اولویت اول واقع‌شده‌اند.

زیرحوزه فرهنگی با ۱۱ فرصت در تحقیق حاضر گزارش‌شده است که با نتایج پژوهش هنرور (۱۳۸۶)، قیامی راد و همکاران (۱۳۸۷)، معین‌فرد و همکاران (۱۳۹۰)، سوارت و باب (۲۰۰۷)، ماسن و لیبرمن (۲۰۰۰) و کرامپتون و مک‌کای (۱۹۹۷) هم‌راستاست. با توجه به نتایج در اقلیم معتدل و مرطوب و گرو و مرطوب فرصت "چاپ مجلات توریسم ورزشی"، در اقلیم سرد و کوهستانی فرصت "چاپ بروشور، پوستر و کتابچه‌های برای معرفی جاذبه به گردشگران ورزشی" و در اقلیم گرم و خشک، فرصت "فرهنگ، اعتقادات، هنر، موسیقی، آداب‌ورسوم و ویژگی‌های کشور میزبان" در اولویت‌های اول می‌باشند.

دو زیرحوزه تغذیه و نوشیدنی و حمل‌ونقل نیز در تحقیق حاضر معرفی‌شده‌اند که با نتایج پژوهش مهدی‌زاده، طالب‌پور و فتحی (۱۳۹۳)، پورمهدی و همکاران (۱۳۸۴)، چالیپ، گرین و هیل (۲۰۰۳) هم‌راستا است. یکی از عوامل مهم در جذب گردشگر وجود تجهیزات و تسهیلات گردشگری می‌باشد. این تأسیسات واحدها می‌باشند که به‌قصد ارائه خدمات برای پذیرایی، اقامت و خدمات مسافرتی به مسافران یا مهمانان طبق ضوابط و مقررات آیین‌نامه مربوط به تأسیسات گردشگری کشور ایجاد می‌گردند (مختاری ملک‌آبادی (۱۳۹۴) به نقل از دینداری، ۱۳۸۴: ۸۲). خدمات حمل‌ونقل عمومی در گردشگری ورزشی از اهمیت بسیاری برخوردار است چرا که تیم‌های ورزشی برای شرکت در تمرین‌ها و یا مسابقات باید مسافتی را طی نموده و در محل موردنظر حاضر شوند (اصفهانی و همکاران، ۱۳۸۸). فرصت "تغذیه کامل و متناسب با ذائقه گردشگران"، در دو اقلیم معتدل و مرطوب و سرد و کوهستانی؛ "غذاهای خیابانی" در اقلیم گرم و مرطوب فرصت "رستوران ورزشی" در اقلیم گرم و خشک بالاترین اولویت قرار دارند. فرصت "چارترهای کالسکه داخلی" در اقلیم معتدل و مرطوب، فرصت "کشتی‌های تفریحی بین جزیره‌ای" در اقلیم گرم و مرطوب، فرصت "ایجاد کمپ‌های کاروان بین مسیر (بین‌راهی) برای خودروها و گردشگران با دوچرخه یا پیاده" در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت "چارترهای کالسکه داخلی" در اقلیم گرم و خشک در اولویت‌های برتر قرار گرفته‌اند.

ایران کشوری است به لحاظ تنوع اقلیم از جایگاه بالایی برخوردار می‌باشد و تحقیقات متعددی به آن اشاره داشتند و تحقیق حاضر مؤید و هم‌راستا با تحقیقات قبلی می‌باشد. جاذبه‌های طبیعی در کنار جاذبه‌های فرهنگی از عوامل مؤثر در فعالیت‌های گردشگری آن منطقه می‌باشد و مؤثر بر انگیزش حضور گردشگران بین‌المللی نقش ایفا می‌کند و اساساً شکل‌گیری صنعت گردشگری در هر منطقه را عمدتاً باید در جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی آن جستجو کرد (محمودی یکتا، ۱۳۸۷). ایران هم دارای سابقه تاریخی- فرهنگی غنی و وجود قومیت‌های مختلف می‌باشد و هم برخوردار از اقلیم و شرایط جغرافیایی متنوع که از آمیخته این مقوله یعنی وجود جاذبه‌های طبیعی گردشگری در کنار آداب‌ورسوم ویژه هر منطقه از سوی دیگر، همه‌ساله جشنواره‌هایی را با هدف احیاء سبک زندگی بومی مناطق برگزار می‌نماید (زیتونلی و همکاران،۱۳۹۲). چشم‌اندازها و منظر طبیعی به‌عنوان

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

جاذبه‌های طبیعی گرایش جدید در اکوتوریسم مطرح می‌باشد (رضوی و همکاران،۱۳۹۲) کشور ایران به دلیل دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ویژه و همچنین داشتن ورزش‌های مختلف بومی بر اساس رتبه‌بندی برخی از منابع، جزء ده کشور اول در صنعت گردشگری محسوب می‌شود (سقایی و همکاران، ۲۰۰۷) ولی صنعت گردشگری ورزشی از سابقه موفق و خوبی در این زمینه برخوردار نیست.

مطابق اصل ۴۴ قانون اساسی در نظام گردشگری و بخصوص گردشگری ورزشی جزو بخش‌هایی قرار می‌گیرد که مطابق با قانون اساسی باید در قلمرو بخش خصوصی قرار گیرد. توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روبنایی نمی‌توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت بنابراین پیشنهاد می‌گردد با برنامه‌ریزی صحیح و اصولی برای زیرساخت‌ها اقدام گردد. همچنین رویداد ورزشی، جدا از صحنه رقابت، برنامه‌های جانبی متعدد دیگری از جمله فعالیت‌های گردشگری را نیز شامل شود بنابراین به مدیران سازمان‌های ورزشی پیشنهاد می‌گردد این دو مقوله را باهم توجه کنند.

منابع

ادبی، جواد؛ کوزه‌چیان، هاشم و احسانی، محمد. (۱۳۸۸). **بررسی مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی ورزشی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی کشور از دیدگاه کارشناسان ورزشی و گردشگری**. مدیریت ورزشی. (۱): ۶۷-۸۱.

اسدی، زهرا؛ قاسمی، حمید و صابونچی، رضا. (۱۳۹۸). **طراحی الگوی توسعه گردشگری ورزشی با چارچوب تبلیغاتی AIDAR در انواع رسانه‌های جمعی**. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۸ (۳): ۸۹-۱۰۲.

اصفهانی، نوشین. (۱۳۸۷). **تحلیل عوامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی ایران و ارائه مدل برنامه‌ریزی استراتژیک**. رساله دکتری، دانشگاه تهران.

اصفهانی، نوشین؛ گودرزی، محمود؛ اسدی، حسن؛ سجادی، سیدنصرالله و اسمیت، استیفن. (۱۳۸۸). **تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه جهانگردی ورزشی داخلی ایران**. مجله‌ی مدیریت ورزشی. (۱): ۱۷۵-۱۵۹.

بختیاری، صادق و سزدانی، مرتضی. (۱۳۸۹). بررسی آثار مستقیم و غیرمستقیم گردشگری بر اشتغال. فصلنامه علوم اقتصادی. سال چهارم. (۱۳): ۴۹-۶۹.

پورمهدی، راضیه؛ رهنورد، فرج‌الله و الهی، شعبان. (۱۳۸۴). **طراحی مفهومی سیستم اطلاعات گردشگری (موردمطالعه: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری)**. مجله اقتصاد و دارایی. ۱۷ (۴): ۳۳-۴۲.

تاج‌زاده نمین، آیدین. (۱۳۹۱). **نگرشی بر آمیزه بازاریابی گردشگری ورزشی استان اردبیل از دیدگاه گردشگران داخلی**. فصلنامه مطالعات گردشگری دانشگاه علامه طباطبایی، (۳۰): ۸۰-۴۹.

جاوید، مجید؛ اسدی، حسن؛ گودرزی، محمود؛ محمدی ترکمانی، احسان (۱۳۹۱). **نقش اینترنت و رسانه‌های نوین در بازاریابی گردشگری ورزشی**. مجله پژوهش‌های کاربردی مدیریت علوم زیستی در ورزش، (۳): ۴۹-۴۳

چقاجردی، ایمان؛ فیض‌اللهی، غلامعلی و شجاعی اصفهانی نژاد، سید احسان (۱۳۹۲). **شناسایی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: زورخانه‌های شهر اصفهان)**. فصلنامه فضای گردشگری. ۳ (۱۰): ۲۵-۳۸.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]

[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

حسیبی، شهاب و شجاعی، وحید (۱۳۹۹). **تحلیل استراتژیک بازاریابی آمیخته گردشگری ورزشی با رویکرد ۷ پی**. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۲۰ (۵۷): ۱۶۹-۱۸۶.

حمیدی، مهرزاد؛ رضوی، سید محمدحسین؛ امیرنژاد، سعید؛ شفیع‌زاده، شهرام و فضلی درزی، اعظم (۱۳۸۹). **تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور (ایران)**. پژوهش‌نامه علوم ورزشی (مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی). ۶ (۱۲): ۵۱-۶۸.

خوش فر، غلامرضا؛ اسفندیان، آزیتا و رحمانی، مریم (۱۳۹۲). **بررسی احساس امنیت فردی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران و عوامل مؤثر بر آن مطالعه‌ی موردی: گردشگران منطقه‌ی گردشگری نهارخوران و النگدره‌ی شهر گرگان**. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. ۲ (۶): ۱۸۱-۲۰۲.

خوش فر، غلامرضا (۱۳۹۵). **اعتماد نهادی و سرمایه‌گذاری در واحدهای گردشگری (مطالعه موردی: استان گلستان)**. مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. ۵ (۱۶): ۷۰-۴۷.

رسولی، سوسن، نارنجچی شتربانی، فهیمه (۱۳۹۴). **بررسی پتانسیل جغرافیایی استان آذربایجان شرقی در جذب گردشگر ورزشی**. فصلنامه فضای جغرافیایی، (۵۱): ۶۳-۷۳.

زیتونلی، عبدالحمید، فراهانی، ابوالفضل، اسدی، حسن (۱۳۹۲). **گردشگری اقتصادی و اثرات بلندمدت اقتصادی**. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۱ (۱): ۱۸-۹.

زیتونلی، عبدالحمید؛ هنری، حبیب و فراهانی، ابوالفضل (۱۳۹۰). **شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان**. پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. ۱ (۱): ۸۳-۷۱.

سجادیان، ناهید و سجادیان، مهیار (۱۳۹۰). **امکان‌سنجی کوه‌پیمایی تفریحی-ورزشی در جهت گردشگری روستایی استان مازندران با بهره‌گیری از GIS**. مسکن و محیط روستا. (۱۳۳): ۸۵-۱۰۰.

شجاعی، وحید؛ تجاری، فرشاد؛ سلیمانی تپه‌سری، بهاره؛ دوستی پاشاکلایی، مرتضی (۱۳۹۱). **تحلیل نقاط قوت و ضعف گردشگری ورزشی استان مازندران**. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، سال ۸: ۱۵-۳۶.

صادقلو، طاهره (۱۳۹۵). **شناسایی عوامل انگیزشی مشارکت‌کنندگان در گردشگری جنگ (مورد: استان خوزستان)**. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. ۵ (۱۶): ۱۸۸-۲۰۸.

صفاری، مرجان؛ نوروزی سیدحسینی، رسول و شوری، فرهاد (۱۳۹۸). **مدل‌یابی روابط ساختاری تصویر از مقصد، نگرش، انگیزه و رضایت بر رفتار آتی گردشگران ورزشی**. پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۹ (۱۷): ۱۲۱-۱۳۷.

صفری، سعید و محمدمیرزایی بافقی، ملیحه (۱۳۹۳). **شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان یزد**. فصلنامه علمی – پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری. ۸ (۲۶): ۱۲۷-۱۴۹.

عسگری، رسول (۱۳۸۵). **بررسی نقش توانمندی‌های استان تهران در توریسم ورزشی کشور**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه علوم و تحقیقات تهران.

عطاردی، مهسان (۱۳۸۴). **روش‌های آینده‌نگاری تکنولوژی**. چاپ اول. تهران، انتشارات نگاه دانش.

علی‌آبادی، سمیرا؛ حسامی، شیما (۱۳۹۳). **امکان‌سنجی پیوند عملکردی اکوتوریسم و توریسم ورزشی در ایران (مطالعه موردی: استان کردستان)**. فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۳ (۳): ۵۰-۴۳.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]

[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

غفوری، فرزاد؛ هنرور، افشار؛ فرزان، فرزام و شریفیان، اسماعیل (۱۳۸۶). **عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران**. فصلنامه المپیک. ۱۵ (۴): ۴۴-۳۱.

فرامرزی، مریم (۱۳۹۲). **شناسایی فرصت‌های کارآفرینی ورزشی شهر تهران از نظر متخصصان ورزشی**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.

فراهانی، ابوالفضل، صفری نژاد، مهری و فراهانی، زهرا (۱۳۹۸). **تحلیل عوامل بازدارنده رفتاری و انسانی در اشتغال و کارآفرینی ورزش ایران**، نشریه مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۲۱ (۶): ۱۱-۲۱.

فراهانی، ابوالفضل؛ اصفهانی، نوشین؛ زارعی، محسن و خالقی آرانی، حسین.(۱۳۹۳). **نقش مقاصد در توسعه صنعت گردشگری ورزشی در یک دوره پنج‌ساله در امارت ابوظبی**. مدیریت ورزشی، ۶ (۲): ۲۱۵- ۲۳۰

فرزین، محمدرضا؛ زندی، ابتهال؛ عبدی، مرجان و عباس پور، نیلوفر.(۱۳۹۴). **شناسایی بخش‌های کلیدی در صنعت گردشگری ایران**. فصلنامه علوم اقتصادی، ۹ (۳۲): ۶۵-۷۹.

قیامی راد، امیر؛ محرم زاده، مهرداد؛ حسین پور، باقر (۱۳۸۷). **رابطه دیدگاه مدیران ورزشی و مدیران گردشگری کشور و عوامل گردشگری ورزشی در ایران**. مجله المپیک. (۴۲): ۵۱ تا ۶۲.

کروبی، مهدی (۱۳۹۰). **رسانه‌های ارتباط‌جمعی و انتخاب مقصد گردشگری. فصلنامه مطالعات گردشگری**. (۱۵): ۱۳۶-۱۱۱.

کوزه چیان، هاشم؛ خطیب زاده، مهدی و هنرور، افشار (۱۳۹۰). **نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایتمندی گردشگران ورزشی**. پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. ۱ (۲): ۱۹-۳۲.

کوهیان، سعیده (۱۳۹۰). **شناخت فرصت‌های کارآفرینی در حوزه ورزش استان اصفهان**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت کارآفرینی گرایش عمومی. دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

گل زاده، ملیحه؛ قیامی راد، امیر؛ بدری آذرین، یعقوب؛ دلال اوعلی، علی و داداش زاده، یوسف (۱۳۹۳). **توانمندی‌های گردشگری ورزشی منطقه آزاد ارس و ارائه راهکارهای مؤثر بر رشد و توسعه آن بر اساس مدل SWOT**، فصلنامه علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی. ۱۴ (۴۸): ۲۲۳-۲۳۶.

گنجی، محمدحسن (۱۳۸۲). **تقسیمات اقلیمی ایران**، بولتن علمی مرکز ملی اقلیم‌شناسی ، ۳(۱):۴۱.

مجیدی، چالاک؛ محرم زاده، مهرداد (۱۳۹۵). **راهبرد توسعه‌ی ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج با استفاده از تحلیل SWOT**. دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۶ (۱۲): ۲۷ - ۴۴.

محرم‌زاده، مهرداد و ایمان‌زاده، مسعود (۱۳۹۸). **بررسی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در استان اردبیل**. فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ۸ (۴): ۱- ۱۸.

محمدکاظمی، رضا؛ زعفریان، رضا؛ خدایاری، عباس و جوادی نیا، عباس.(۱۳۹۳). **شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار (کارآفرینانه) در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات**. ۷(۱):.۹۵-۱۱۲.

محمودزاده، سیدمجتبی و ارجمندیان (۱۳۹۶). **شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستای آب اسک)** مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. ۶ (۲۰): ۱۳۱-۱۴۹.

محمودی یکتا، مهدی؛ ذبیحی، اسماعیل و جورابلو، مسعود (۱۳۹۱). **تأثیر مؤلفه‌های گردشگری بر گرایش گردشگران ورزشی به ایران**. فصلنامه علمی-پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. ۴ (۲): ۱۴۹-۱۳۹.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]

[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

مختاری ملک‌آبادی، رضا؛ چقاجردی، ایمان (۱۳۹۴). **سطح‌بندی مناطق ۱۵ گانه شهر اصفهان از لحاظ زیرساخت‌ها گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS**. فصلنامه فضای گردشگری. ۵ (۱۷): ۲۵ .۴۱

معین فرد، محمدرضا. (۱۳۸۷). **وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران و ارائه الگوی توسعه آن**. رساله دکتری، دانشگاه تربیت‌معلم تهران.

مهدی‌زاده، اکرم؛ رضایی، مصطفی و قربانی، حبیب‌الله.(۱۳۹۳). **بررسی مفهومی سیستم اطلاعات گردشگری ورزشی. مطالعات مبانی مدیریت در ورزش**. ۱ (۲): ۷۵-۸۴.

مهدی‌زاده، عباس؛ طالب پور، مهدی و فتحی، مهرداد (۱۳۹۳). **بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT**، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۲ (۴): ۲۳-۳۶.

نوبخت، فرزاد؛ اتقیا، ناهید؛ امیری، مجتبی؛ قره‌خانی، حسن و اشرفی، نگار (۱۳۹۳). **بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل و ارائه راهکارهای اجرائی**. نشریه علمی-پژوهشی فصلنامه علوم ورزش، ۶ (۱۳):۱۲۳-۱۰۳.

هزارجریبی، جعفر (۱۳۹۰). **احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری**. مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، (۴۲): ۱۲۱-۱۴۳.

هنرور، افشار (۱۳۸۳). **عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی و مدیران گردشگری**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت‌معلم.

هنرور، افشار (۱۳۸۸). **طراحی الگوی بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران**. رساله دکتری. دانشگاه تربیت مدرس.

هنرور، افشار، غفوری، فرزاد، فرزان، فرزام؛ شریفیان، اسماعیل (۱۳۸۶). **عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران**. فصلنامه المپیک، ۱۵ (۴): ۴۴-۳۱.

یانپی، طیبه و دوستی، مرتضی (۱۳۹۸). **بررسی چالش‌ها و فرصت‌های توسعه ورزش سوارکاری استان گلستان**. فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. ۸ (۳): ۸۷-۱۰۲.

Beal, B. & Wilson, C. (2004). **'Chicks dig scars': Commercialization and the transformations of skate boarders' identities. In B. Wheaton (Ed.), Understanding lifestyle sports: consumption, identity and difference**, London: Routledge.

Carneiro, M. J. Eusébio, C. & Caldeira, A. (2018). **The influence of social contact in residents' perceptions of the tourism impact on their quality of life: a structural equation model**. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 19(1): 1-30.

Chalip,L. Green,B. C.,& Hill,B. (2003): **Effects of sport event media on destination image and intention to visit**. Journal of Sport Management,17: 214–234.

Chalip, L. (2006).**Toward social leverage of sport events**, Journal of Sport and Tourism, 11 (2),May 2006: 109-177.

Cho, Heetae; Joo, Dongoh & Chi, Christina G. (2019). **Examining nostalgia in sport tourism: The case of US college football fans**. Tourism Management Perspectives 29 (2019) 97–104.

Cho, Kwang-Min (2004). "**Developing Taekwondo as a tourist commodity**". IJASS, 13(2): 53-62.

Connell, J. Page, S. J. Meyer, D. (2015). **Visitor Attractions and Events**: **Responding to Seasonality**. Tourism Management, 46: 283-298.

Crompton, J. L; Mckay, S.L (1997). **Motives of visitors attending festival events.** Annals of Tourism Research, 24 (2): 425-439.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]

[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

Dolnicar, S. (2003). "**Who is Riding the wave? An investigation into development and psychographic characteristics of surf Tourists**". Coffs Harbour, Australia.
Fleischer, Aliza and Fesenstein, Daniel, 2000, Support for rural tourism, does it make difference? Annals of tourism research, 27 (4): 1007-1024.
Fourie, Johan & Santana-Gallego, María. (2011). "**The impact of mega-sport events on tourist arrivals**", Tourism Management, xxx: 1- 7.
Gammon, S. Rabinson, T.(1997). **Sport and tourism: a conceptual framework**. Jornal of Sport Tourism 4(3): 2-8.
Gibson H. J; Willming C and Holdnak, A (2003) **Small- scale event sport tourism: fans as tourists.** Tourism Management. 24: 181-190.
Gibson H.J (1999). **Sport tourism: the rules of the game. Parks & Recreation, Arlington: Jun**. Vol. 34, Iss. 6; 36, 8.
Héctor V. J, José Luis. C.P, Milagros. G. Mari. C.S (2015). **Cost–benefit analysis of sport events: The case of World Paddle tour.** Investigations Europeans de Direction y Economic de la Empress (2015). http://dx.doi.org/10.1016/j.iedee.2015.04.001**.**
Higham. J, Hinch. T.(2006). **Sport and tourism research: a geographic approach**. Jornal of Sport & Tourism: 11: 31-49.
Hinch, T. & Ito, E. (2018). **Sustainable sport tourism in Japan. Tourism Planning & Development**, 15(1): 96-101.
Hing, T & J, Higham (2005). "**Sport Tourism and authenticity**", European Sport Management Quarterly.
Karlis, G. (2006), "**The Future of Leisure, Recreation, and Sport in Canada: A SWOT for Small Sized Enterprises**", The Sport Journal, 9, p. 2.
Kim, C. (1999). **Cross-Cultural Perspectives on Motivation**. Annals of Tourism Research, 261: 201-204.
Kim, N. L. Chalip, (2004). **Why travel to the FIFA world Cup? Effects of motives, background, interest and constraints**", Tourism Management, 25: 695–707.
Kozak, M (2002). **Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations**. Tourism Management, 23: 221-232.
Kurtzman, J. (2005). **Sport tourism categories**, Journal of sport tourism, 10 (1), 2005.
Mason, P. Leberman, S. (2000). "**Local Planning for Recreation and Tourism: A Case Study of Mountain Biking for New Zealand's Manawatu Region**", Journal of Sustainable Tourism, 8(2): 34-41.
Michael, Noela; Reisinger, Yvette & Hayes, John P (2019). **The UAE's tourism competitiveness: A business perspective**. Tourism Management Perspectives 30 (2019) 53–64.
Mikulic Josip, Darko Prebezac, Maja Seric, Damir Kresic. (2017). **Campsite Choice and the Camping Tourism Experience: Investigating Decisive Campsite Attribute Using Relevance-Deteminance Analysis**, Tourism Management, Volume 59: 226-233.
Mirehie, Mona & Gibson, Heather J. (2020). **The relationship between female snow-sport tourists' travel behaviors and well-being**. Tourism Management Perspectives 33 (2020) 100613.
Mohsin, A.(2005). **Tourist attitude and destination marketing.The case of Australia northernterritory and Malaysia**. Tourism management, 26(4):732-733
Monavari, S. M. (2013). **Delphi Basedtrategic Planning for Tourism Management**, Environ Study, 22 (2): 465-473.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]
[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]

Munger, J. Purdy, W. & Artz, N. (2002). **Development of a Course in Market Opportunity Analysis: A market-orientation to Business Education**. Journal of Entrepreneurship Education, 5: 77-90.

Nogawa, H. Y. Yamaguchi, H. Yumiko (1996). **An empirical research study on Japanese sport tourism in Sport-for-all events: case studies of single night-event**. journal of travel research the thing by: 46-54

Paramati, S. R. Alam, M. S. & Chen, C. F. (2017). **The effects of tourism on economic growth and CO2 emissions: a comparison between developed and developing economies**. Journal of Travel Research, 56(6): 712-724.

Parks J.B, Zanger B.R.K & Qurtermen. J (1998), **Contemporary sport management,** Human Kinetics Publisher inc**.**

PricewaterhouseCoopers (December, 2017). **PwC sports outlook - at the gate and beyond: Outlook for the sports market in North America through 2021**. Retrieved from https://www.pwc.com/us/en/industries/entertainment-media/publications/sportsOutlook-north-america.htm

Swart, K. Bob, U. (2007). "**The Eluding Link: Toward Developing a National Sport Tourism Strategy in south Africa Beyond 2010**", Politicon, 34(3): 373-391.

Tomlinson, A. Ravenscroft, N. Wheaton, B. Gilchrist, P. (2005), **Lifestyle sports and national sport policy :an agenda for research**, Sport England, London

Westbeek, H.M. Turner, P. Ingerson, L. (2001). "**Key Success Factors in Bidding for Hallmar Events**", International Marketing Review, 19(3): 303-322.

Williams D. R. Schreyer R; Knopf R. C. **The effect of the experience use history on the multidimensional Structure of motivations to participate in leisure activities**. Journal of Leisure Research. 1990. 22: 36-54.

Woo, E. Kim, H. & Uysal, M. (2015). **Life satisfaction and support for tourism development**. Annals of Tourism Research, 50: 84-97.

Woo, E. Uysal, M. & Sirgy, M. J. (2018). **Tourism impact and stakeholders' quality of life**. Journal of Hospitality & Tourism Research, 42(2): 260-286.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.161.4]

[DOI: 10.52547/jgs.23.70.3749]