

## Developing a model of obstacles to the development of desert sports tourism in Iran

**Elahe Kahdouei\***

Ph.D. Student in Sports Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

**Farzam Farzan**

Associate Professor, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

**Mahbobe Abedi Samakosh**

Assistant Professor, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

### Abstract

Desert sports are an emerging tourism product, and their expansion, considering the country's climatic conditions, can play an important role in economic and cultural growth and development. The aim of the present study was to identify obstacles to the expansion of desert sports as a tourism opportunity. The research method was qualitative, data-based, and the research tool was semi-structured interviews. The research population was experts in the field of sports tourism. The sampling method was purposive, and the sample size was determined based on the principle of theoretical saturation. The findings from 20 interviews included 71 open codes, 16 axial codes, and 4 selective codes. The findings showed that the causal conditions included the lack of facilities for holding desert sports events, the lack of an advanced emergency system, the lack of local communities enjoying the benefits of desert sports tourism, inappropriate access routes to the desert, and the background conditions included media factors. The intervening conditions included tourism packages for audiences with different socio-economic levels, the creative creation of new jobs, investment in transportation, accommodation, and nutrition, and domestic and foreign investment. The strategies also included political and infrastructural strategies, and the consequences included welcoming more foreign tourists, increasing income and economic prosperity, and improving the image of Iran's desert destinations in the world. It is suggested that desert sports be introduced and taught through the media

\* Corresponding Author: e.kahdouei04@umz.ac.ir

**How to Cite:** xxxxxxx

and cyberspace, developing electronic advertising of desert sports tourism sites and facilities, and media broadcasting of these sports.

**Keywords:** Calm, Desert, Desert sports, Event, Sport Tourism, Tourists.

## 1. Introduction

Sports is considered a special type of tourist attractions and sports tourism is one of the active and developing sectors in the global tourism industry, which on the one hand has a high growth rate all over the world and on the other hand has a significant contribution in the form of tourism. It has a worldwide tourism income (Anvar, 2023). Some sports tourism activities are related to specific sports and regions, in which unique geographical features and fixed regional features are evident. The distribution of sports tourism resources is not uniform and varies based on the region, and each region has its own colors and local characteristics, including winter sports in the northern orbit, sea sports in coastal areas, mountain climbing in mountainous areas, and desert explorations in other regions. It becomes a desert (He & Li, 2020).

Tourism in the desert has been created on a global scale and responds to the growing demands of tourists by using symbolic values such as natural beauty, peace, and freshness. In Iran, desert tourism is not a subject with a deep history. More than a fifth of Iran's plateau is covered by vast desert areas. The unique characteristics of such areas have placed Iran's deserts among the four most attractive deserts in the world (Murgante et al, 2021). Desert tourism and desert camps provide a solid base for many economic activities. In addition, desert camps help to create many jobs such as local guides, local professional dune drivers and handicraft artists (Michopoulou et al, 2021). The research background shows that most studies have examined tourism in the desert on a general scale and very few studies have been conducted on desert sports. It seems that promoting desert sports can be effective in developing tourism, but the problem is that these types of sports are not very widespread in Iran, and one of the reasons for their lack of popularity is their lack of knowledge. There is no room for these questions: what are the underlying obstacles to the development of these sports? What obstacles are more involved in the lack of development of these sports? What are the best strategies to remove the obstacles to the development of desert sports? What tools should be used to remove the obstacles? What role will the consequences of the

development and lack of development of these sports have in the development of sports tourism in Iran? Therefore, the researcher in this study intends to develop a model of obstacles to the development of desert sports and introduce ways to remove them.

### **3. Methodology**

The nature of the present research was exploratory-fundamental and its qualitative approach was based Grounded theory. The aim was to achieve a paradigmatic model based on data collected through semi-structured interviews. The research community consisted of 20 experts in the field of sports tourism, including professors, desert tour managers, and desert researchers. The sampling method was purposeful and then snowball until theoretical saturation was reached. In order to evaluate the reliability of the interview protocol, the agreement percentage method between two coders was used and the overall reliability was reported as 84%. Open, central and selective coding was used in the MAXQDA software version 2020 to analyze the data related to the interviews.

### **4. Discussion**

The final paradigm model of the research using the software is shown in Figure 1. Causal conditions affecting the main phenomenon of the research (the lack of expansion of desert sports) include the lack of facilities for holding sports events in the desert, the lack of an advanced emergency system (including helicopters, robots and other smart devices), the lack of the local community enjoying the benefits of desert sports tourism. , the access routes to the desert were inappropriate. The background conditions or conditions that are effective in the strategies included the introduction and training of desert sports through the media and virtual space, the development of electronic advertising of places and tourism facilities for desert sports, the media broadcast of desert sports, the active and up-to-date tourism sites of desert destinations. Intervening conditions or effective general conditions in the strategies include: increasing diversity in tourism packages for audiences with different socio-economic levels, creative creation of new jobs, attracting investment in the three elements of tourism including transportation, accommodation and food, domestic investment. And it was foreign. The strategies included two categories of political and infrastructural strategies.

## تدوین الگوی موانع توسعه گردشگری ورزش‌های بیابانی در ایران

دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

الهه کهدوئی \* ID

دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

فرزام فرزاد ID

استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

محبوبه عابدی  
 سما کوش ID

### چکیده

ورزش‌های بیابانی یک محصول گردشگری نوظهور هستند و گسترش آن‌ها با توجه به شرایط اقلیمی کشور می‌تواند نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی و فرهنگی داشته باشد. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی موانع گسترش ورزش‌های بیابانی به عنوان فرصت گردشگری بود. روش پژوهش، کیفی از نوع داده بنیاد و ابزار پژوهش مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. جامعه پژوهش، متخصصین حوزه گردشگری ورزشی بودند. روش نمونه‌گیری، هدفمند و تعیین حجم نمونه بر اساس اصل اشباع نظری صورت گرفت. یافته‌های حاصل از ۲۰ مصاحبه شامل ۷۱ کد باز، ۱۶ کد محوری و ۴ کد انتخابی بود. یافته‌ها نشان داد که شرایط علی شامل کمبود امکانات برگزاری رویدادهای ورزش‌های بیابانی، کمبود سامانه پیشرفته اورژانس، کمبود در برخورداری جامعه محلی از منافع گردشگری ورزش‌های بیابانی، مسیرهای نامناسب دسترسی به بیابان، شرایط زمینه‌ای شامل عوامل رسانه‌ای بود. شرایط مداخله‌گر شامل بسته‌های گردشگری برای مخاطبین با سطوح اقتصادی-اجتماعی متفاوت، ایجاد خلاقانه مشاغل نوین، سرمایه‌گذاری در حمل و نقل، اسکان و تغذیه، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی بود. راهبردها نیز شامل راهبردهای سیاسی و زیرساختی و پیامدها شامل استقبال بیشتر گردشگران خارجی، افزایش درآمد و رونق اقتصادی و ارتقاء تصویر مقاصد بیابانی ایران در جهان بود. پیشنهاد می‌شود به معرفی و آموزش ورزش‌های بیابانی از طریق رسانه‌ها و فضای مجازی، توسعه تبلیغات الکترونیکی اماکن و امکانات گردشگری ورزش‌های بیابانی و پخش رسانه‌ای این ورزش‌ها پرداخته شود.

کلیدواژه‌ها: آرامش، رویداد، کویر، گردشگران، گردشگری ورزشی، ورزش بیابانی.

## مقدمه

گردشگری<sup>۱</sup> یکی از اجزای اصلی توسعه اقتصادی و منبع درآمدزایی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته محسوب می‌شود (Jangra et al, 2021). گردشگری به دلیل اثرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در حال تبدیل شدن به صنعت شماره یک در جهان می‌باشد. به طوری که بسیاری از کشورها با ایجاد زیرساخت‌های مناسب و تامین خواسته‌های گردشگران سعی در بهره‌برداری بیشتر از این صنعت دارند (Mazloomi Soveini & Gaspar, 2022). در حال حاضر، صنعت گردشگری ۱۰ درصد کل صادرات جهان را شامل می‌شود و حتی فلزات و سنگ‌های گرانبها، الماس و سایر مشاغل، درآمد کمتری نسبت به گردشگری دارند (Turaev et al, 2021).

کشور قطر بخش گردشگری را به عنوان کلیدی برای حیات بخشیدن به اقتصاد کشورش قرار داده است و نسبت گردشگران این کشور از ۲۲ درصد در سال ۲۰۱۶ به ۳۸ درصد در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است (Yap et al, 2022). امروزه، بخش ورزش نه تنها از نظر تعداد شرکت کنندگان بلکه از نظر عرضه خدمات و زیرساخت‌های ورزشی رشد قابل توجهی داشته است. این رشد را می‌توان به وضوح با تغییر وضعیت ورزش در جامعه، از تلقی شدن به عنوان یک گزینه اوقات فراغت تا ارتباط با سلامت و رفاه، افزایش در فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه گذاری در ورزش بیان نمود (Alharbi et al, 2023).

سازمان جهانی گردشگری و کمیته بین المللی المپیک در فوریه سال ۲۰۰۱ کنفرانس بین المللی ورزش و گردشگری را در بارسلون برگزار کردند. در این کنفرانس بیان شد که گردشگری یکی از تجربیات تفریحی است که تأثیر مثبتی بر اقتصاد کشورهای مختلف دارد (Haq et al, 2023) و گردشگری ورزشی<sup>۲</sup> رویکرد جدیدی برای افزایش علاقه عمومی به ورزش است. گردشگری ورزشی به عنوان ورزش‌های تفریحی نیز تعریف می‌شود، یعنی ورزش‌هایی که توسط جامعه با آگاهی و نیاز به سلامت، تناسب اندام و لذت انجام می‌شود (Hidayat et al, 2023). برخی از فعالیت‌های گردشگری ورزشی با ورزش‌ها و مناطق

1. Tourism

2. Sport Tourism

خاص مرتبط هستند که در آن‌ها ویژگی‌های جغرافیایی منحصر به فرد و ویژگی‌های منطقه ثابت مشهود است. توزیع منابع گردشگری ورزشی یکنواخت نیست و بر اساس منطقه متفاوت است و هر منطقه دارای رنگ‌ها و ویژگی‌های محلی خاص خود است و شامل ورزش‌های زمستانی در مدار شمالی، ورزش‌های دریایی در مناطق ساحلی، کوهنوردی در مناطق کوهستانی و اکتشافات کویری در مناطق بیابانی می‌شود (He & Li, 2020).

گردشگری در بیابان<sup>۱</sup> در مقیاس جهانی ایجاد شده است و از طریق ایجاد ارزش‌هایی از قبیل زیبایی طبیعی، آرامش، طراوت به تقاضاهای گردشگران پاسخ می‌دهد. در ایران بیابان گردی موضوعی با سابقه عمیق نیست. بیش از یک پنجم فلات ایران را مناطق وسیع بیابانی پوشانده است. ویژگی‌های منحصر به فرد این گونه مناطق، کویرهای ایران را در بین چهار کویر جذاب و برتر جهان قرار داده است (Murgante et al, 2021). کویر گردی و کمپ‌های بیابانی بستر محکمی را برای بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی فراهم می‌کنند. علاوه بر این، کمپ‌های بیابانی به ایجاد مشاغل زیادی مانند راهنمایان محلی، رانندگان حرفه‌ای ماشین‌های سافاری و هنرمندان صنایع دستی کمک می‌کند (Michopoulou et al, 2021).

### پیشینه پژوهش

پزنده و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به واکاوی عوامل مؤثر بر گردشگری ورزشی در منطقه کویری فردوس پرداختند. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه گردشگران ورزشی در منطقه کویری شهرستان فردوس و ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق ساخته بود. یافته‌ها نشان داد که عواملی چون جاذبه‌های طبیعی، زیرساخت، فرهنگ و مدیریت از عوامل تأثیرگذار بر جاذبه‌های گردشگری در منطقه کویری فردوس هستند. بیشترین تأثیرگذاری متعلق به عوامل و جاذبه‌های طبیعی بود. همچنین پیشنهاد کردند که با توجه به موقعیت بکر و کویری شهرستان فردوس از حیث جاذبه‌های طبیعی و پس از آن فرهنگی و مدیریتی می‌توان از این شهرستان جهت برگزاری ورزش‌های متناسب با کویر و برگزاری دیدارهای چندجانبه

<sup>۱</sup> . Desert

و مسابقه‌های کویری استفاده کرد. عاشوری و همکاران (۱۴۰۲) در بررسی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی بر اساس اقلیم جغرافیایی ایران نتیجه‌گیری کردند که در کنار عوامل اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، تنوع اقلیم و ظرفیت‌های جغرافیایی در ظهور و انتخاب فرصت‌ها، تاثیرگذار می‌باشند و فرصت موج سواری (گردشگری دریایی) در دو اقلیم معتدل و مرطوب و گرم و مرطوب، فرصت اردوهای کوهنوردی و صخره نوردی در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت کویرنوردی (هم پیاده و هم با حیواناتی مثل شتر) در اقلیم گرم و خشک در اولویت برتر قرار گرفتند. خالقیان و شرقی (۱۴۰۲) در تبیین رابطه چشم انداز عینی مناظر بیابانی و توسعه گردشگری در مناطق گرم و خشک بیان کردند که از بین مولفه‌های بصری چشم انداز بیابانی، تپه‌های ماسه‌ای به لحاظ شکل زمین و جاذبه‌های گردشگری، یکی از مهم‌ترین نمودهای آن می‌باشد، پوشش گیاهی در این مناطق از دیگر مولفه‌ها در چشم انداز بیابانی است که در زمینه گردشگری با توجه به متغیرهای، جاذبه‌ها، دیدگاه‌های طبیعی و گردشگری سلامت مورد توجه است. بافت و رنگ نیز در این مناطق به جهت ایجاد تنوع بصری و جذابیت‌های خاص این مناطق، از نظر اهمیت، در مرتبه‌های بعدی قرار دارند و نتیجه‌گیری کردند که ویژگی‌های چشم انداز بیابانی، به خصوص پارامترهای شکل زمین، پوشش گیاهی، بافت و رنگ در توسعه گردشگری نقش مهمی ایفا می‌کنند. سلجوقی و همکاران (۱۴۰۲) در شناسایی چالش‌ها و مشکلات مدیریت گردشگری در مقصد بیابانی شهرستان بافت با روش تحلیل محتوای کیفی بیان کردند که فرصت‌های توسعه گردشگری در مناطق کویری باید بر اساس جغرافیای کویری و بحران‌های موجود و همچنین اهداف بازاریابی و توسعه، آموزش‌های محلی و توسعه منابع انسانی سازمان‌دهی شود و نتایج حاکی از آن بود که مدیریت گردشگری در این مقصد با چالش‌های فراوان مدیریتی مواجه است. از این رو باید منابع اولیه، ویژگی‌های مقصد و مهارت‌های رقابتی آن تعیین شود تا همسویی اهداف تجاری با اهداف توسعه پایدار بلندمدت مقصد موجب شود، مقصد‌شکننده به مقصدی سازگار با محیط زیست، پایدار و گردشگرپسند تبدیل شود.

در پژوهش‌های خارجی نیز (Ishac, 2024) به بررسی نقش گردشگری ورزشی در تقویت پایداری اجتماعی در قطر پرداخت. یافته‌ها نشان داد که رویدادها نقش مهمی در افزایش هیجان و غرور جامعه دارند و میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ به افزایش احساس انسجام و همبستگی جامعه در میان ساکنان جوان کمک می‌کند و این رویدادها می‌توانند منجر به افزایش بهبود در خدمات عمومی، امکانات ورزشی و بازآفرینی شهری، علاوه بر کمک به ارتقای کلی و توسعه گردشگری و افزایش زیرساخت‌های جامعه شوند. (Zhao (2024) et al. به بررسی استراتژی توسعه یکپارچه ورزش در فضای باز و گردشگری ورزشی در پس زمینه اینترنت پرداختند. یافته‌ها نشان داد که با تبدیل شدن اینترنت به یک استراتژی توسعه ملی، ورزش در فضای باز و گردشگری ورزشی به عنوان یک مدل کسب و کار جدید نقش مهمی در ارتقا و تسهیل توسعه اقتصاد اجتماعی ایفا می‌کنند و یادگیری و معاشرت مهم‌ترین انگیزه گردشگر برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی در فضای باز می‌باشد. (Hu et al. (2021) به بررسی توسعه مقیاس درک آرامش از دیدگاه گردشگران در مناطق کویری پرداختند به این نتیجه رسیدند که آرامش به یک تجربه گردشگری منحصر به فرد تبدیل شده است که عمیقاً با حفظ چشم انداز، سلامت جسمی و روانی گردشگران و رضایت از گردشگری در مقاصد گردشگری کویری مرتبط است و مناظر طبیعی مانند پوشش گیاهی و آسمان آبی تأثیر مثبتی بر آرامش دارند در حالی که عوامل دست ساز انسان مانند جاده‌ها، زباله‌ها و جمعیت اثر منفی دارند. در پژوهشی که (Jangra et al. (2021) به بررسی ادراکات گردشگران نسبت به توسعه گردشگری در کویر سرد هند پرداختند به این نتیجه رسیدند که هیچ نوع آلودگی یا موانع اجتماعی در مقصد برای گردشگران وجود ندارد و جاذبه طبیعی و محیط اجتماعی- فرهنگی مقصد باعث جذب گردشگران می‌شود ولی گردشگران از خدمات شبکه‌ای، تلاش‌های سازمانی، امکانات تکمیلی، حمل و نقل در مقصد منتخب راضی نبودند و ارزیابی ادراکات گردشگران می‌تواند به عنوان شاخص رقابت پذیری مقصد گردشگری مورد استفاده قرار گیرد و به توسعه سیاست‌های گردشگری مناسب و ارتقاء زیرساخت‌ها کمک کند. در پژوهشی دیگر (Huaming & et al. (2019) در بررسی توسعه گردشگری ورزشی در بیابان‌های چین نتیجه‌گیری کردند که



مهم‌ترین مشکلات گردشگری ورزشی در کویر شامل کمبود استعدادهای حرفه‌ای در گردشگری ورزشی، دشواری انتقال از تور گشت و گذار به تعطیلات، مشکل توسعه محصول و فقدان فرهنگ منطقه‌ای می‌باشند و نوآوری در محصول و تلاش برای دستیابی به شکستن شرایط تکراری در سطح پایین و ادغام بالای منابع زیست محیطی و چشم انداز فرهنگی را پیشنهاد نمودند.

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که اکثر پژوهش‌ها به بررسی گردشگری در کویر در مقیاس کلی پرداخته‌اند و پژوهش‌های بسیار کمی در مورد ورزش‌های بیابانی انجام شده است. به نظر می‌رسد ترویج ورزش‌های بیابانی می‌تواند در توسعه گردشگری موثر باشد اما مساله این است که این نوع ورزش‌ها در کشور ایران چندان گسترده نیستند و یکی از دلایل عدم رایج بودن، ناشناخته بودن آنهاست. جای این پرسش‌ها خالیست که موانع زمینه‌ای گسترش این رشته‌های ورزشی چیست؟ چه موانعی در عدم گسترش این ورزش‌ها دخالت بیشتری دارد؟ بهترین راهبردهای قابل اجرا برای زدودن موانع توسعه ورزش‌های بیابانی چه خواهد بود؟ برای برطرف کردن موانع از چه ابزارهایی باید بهره جست؟ پیامدهای گسترش و عدم گسترش این رشته‌های ورزشی چه نقشی در گسترش گردشگری ورزشی ایران خواهد داشت؟ بنابراین محقق در این پژوهش قصد دارد به تدوین الگوی موانع گسترش ورزش‌های بیابانی بپردازد و راه‌های برطرف نمودن آنها را معرفی نماید.

## روش<sup>۱</sup>

ماهیت پژوهش حاضر اکتشافی-بنیادی و رویکرد آن کیفی از نوع داده بنیاد بود. هدف، دستیابی به مدل پارادایمی اشترواس و کوربین بر اساس داده‌هایی بود که از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته گردآوری شد. جامعه پژوهش، ۲۰ نفر از متخصصین حوزه گردشگری ورزشی شامل اساتید علوم ورزشی، جغرافیا و گردشگری، مدیران تورهای کویری و پژوهشگران کویر (افرادی که در سال گذشته بیش از ۳ مقاله در مجلات علمی-پژوهشی چاپ نموده‌اند) بودند. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری بود.

مصاحبه‌ها به صورت حضوری انجام و سپس ضبط و در نهایت تبدیل به متن شدند و از اولین مصاحبه فرآیند کدگذاری، آغاز و پس از آخرین مصاحبه به پایان رسید، در حین مصاحبه نیز یادداشت برداری انجام شد. در مصاحبه هجدهم محقق به اشباع نظری رسید و به جهت افزایش اعتبار و پوشش تمامی مولفه‌ها، مصاحبه تا ۲۰ نفر ادامه یافت. روایی مصاحبه‌ها از طریق نظر سنجی از ۱۰ تن از متخصصین مدیریت ورزشی مورد تایید قرار گرفت. جهت ارزیابی پایایی پروتکل مصاحبه، از روش درصد توافق بین دو کدگذار استفاده شد و پایایی کلی ۸۴ درصد گزارش شد. از کدگذاری باز، محوری و انتخابی در نرم افزار مکس کیودا نسخه ۲۰۲۰ به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به مصاحبه‌ها استفاده گردید. مدل نهایی پژوهش با استفاده از ابعاد مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها ارائه شد.

#### یافته‌ها

یافته‌های جمعیت شناختی جامعه پژوهش نشان داد که ۱۰ درصد زن و ۹۰ درصد مرد بودند. نیمی از مصاحبه‌شوندگان رشته مدیریت ورزشی، ۲۵ درصد رشته جغرافیا و ۲۵ درصد رشته گردشگری بودند. همچنین ۷۰ درصد از اعضای هیئت علمی و ۳۰ درصد از فعالان حوزه گردشگری در کویر بودند. میزان تحصیلات جامعه پژوهش نشان داد که ۲۰ درصد مدرک کارشناسی و ۸۰ درصد مدرک دکتری داشتند. نتایج در جدول ۱ نمایش داده شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه پژوهش

ویژگی مورد بررسی	گزینه‌ها	فراوانی
جنسیت	زن	۲
	مرد	۱۸
رشته	مدیریت ورزشی	۱۰
	جغرافیا	۵
	گردشگری	۵
سمت	هیئت علمی	۱۴
	غیر هیئت علمی	۶
مدرک	کارشناسی	۴

۱۶	دکتری
----	-------

یافته های حاصل از ۲۰ مصاحبه با متخصصین حوزه گردشگری ورزشی شامل ۷۱ کد باز، ۱۶ کد محوری و ۴ کد انتخابی بود و در جدول ۲ نمایش داده شده است.  
جدول ۲: کدهای باز مفاهیم دریافتی از فرآیند مصاحبه

شماره	کدهای باز	کدهای محوری	کدهای انتخابی
۱	کمبود تبلیغات و اطلاع رسانی	آموزش ورزش های بیابانی از طریق رسانه های مجازی	رسانه ای
۲	عدم تبلیغات به زبان های مختلف		
۳	عدم آموزش، توسعه و شناساندن بیابان ها از طریق رسانه		
۴	فقدان آموزش و توسعه ورزش های بیابانی		
۵	ضعف در معرفی اماکن گردشگری ورزش های بیابانی	توسعه تبلیغات الکترونیکی امکانات گردشگری ورزش های بیابانی	
۶	ضعف در معرفی امکانات گردشگری ورزش های بیابانی		
۷	کمبود آگاهی و علاقه مردم نسبت به گردشگری ورزش های بیابانی		
۸	اشتراک گذاری کم جاذبه ها در فضای مجازی		
۹	اهمیت رسانه در شکل گیری تصویر ذهنی		
۱۰	لزوم تغییر تصور مردم از مفهوم ورزش های بیابانی		
۱۱	استقبال کم مردم از بیابانی	پخش رسانه ای ورزش های بیابانی	
۱۲	نبود سایت برای رعایت ظرفیت برد	فعال و به روز بودن سایت های گردشگری مقاصد بیابانی	
۱۳	لزوم تبدیل سایت ها به کانون های جذب گردشگر		
۱۴	عدم تناسب فضا و مکان		
۱۵	نیاز به نظارت پلیس	استفاده از سیستم های هوشمند به منظور حفظ امنیت	
۱۶	کمبود پوشش اینترنتی، وایفای و اینترنت ماهواره ای		

شماره	کدهای باز	کدهای محوری	کدهای انتخابی		
۱۷	امنیت کم در برخی بیابانی	سیاسی			
۱۸	کمبود عکس های ماهواره ای از بیابانی				
۱۹	دیدگاه منفی برخی مسئولین در مورد گردشگری ورزشی در بیابانی				
۲۰	نپرداختن سیاستگذاران و مسئولین به این نوع گردشگری				
۲۱	لزوم تغییر ساختارهای فکری				
۲۲	ایران هراسی و اسلام هراسی				
۲۳	تبلیغات منفی علیه ایران				
۲۴	ضعف در روابط بین المللی				
۲۵	نبود بسته های گردشگری برای اقشار مختلف			اقتصادی	افزایش نگرش مثبت در بین سیاست گذاران
۲۶	اهمیت بارز شاخص اقتصادی نسبت به سایر شاخص ها				
۲۷	دشواری شرایط اقتصادی مردم				
۲۸	نبود بن ها و کوپن ها				
۲۹	استقبال بیشتر از گردشگری ورزش های بیابانی توسط افراد مرفه				
۳۰	درآمد کم گردشگری از مناطق بیابانی				
۳۱	پتانسیل بالای بیابان برای درآمدزایی				
۳۲	هزینه پایین گردشگری ورزشی				
۳۳	مشکلات تامین مواد غذایی				
۳۴	توسعه زیرساخت ها				
۳۵	نبود هتل های استاندارد در سطح بین المللی				
۳۶	استفاده کم از سرمایه گذاران داخلی				
۳۷	استفاده کم از سرمایه گذاران خارجی				
۳۸	فعالیت کم در زمینه سیاست خارجی				
۳۹	عدم سرمایه گذاری خارجی در ارتباطات				
۴۰	کمبود برگزاری رویداد ورزشی				

شماره	کدهای باز	کدهای محوری	کدهای انتخابی
۴۱	مشکلات آب و هوایی	کمبود امکانات برگزاری رویدادهای ورزشی در بیابان	زیرساختی
۴۲	مشکلات تامین آب		
۴۳	ضعف در برگزاری جشنواره های ورزشی		
۴۴	کمبود جاذبه های بصری مصنوعی در بیابان		
۴۵	کمبود سرمایه گذاری روی امکانات و پتانسیل های بیابانی		
۴۶	کمبود امکانات در بیابان		
۴۷	ضعف در برگزاری مسابقات ورزش های همگانی در بیابان		
۴۸	تنوع کم در امکانات		
۴۹	ضعف در برگزاری رویدادهای ورزشی در فصل زمستان		
۵۰	نبود پیست های دو و میدانی در بیابان		
۵۱	ضعف در برگزاری اردوهای ورزشی در بخش دانش آموزی و دانشجویی		
۵۲	ضعف در طراحی محیط و افزایش جذابیت		
۵۳	نبود ورزشگاه فوتبال ساحلی در بیابان		
۵۴	ظرفیت بالای کشور برای توسعه گردشگری ورزشی در بیابان		
۵۵	کمبود امکانات و تجهیزات مناسب در مقاصد بیابانی		
۵۶	تسهیلات بهداشتی اولیه ناکافی در بیابان		
۵۷	کمبود اورژانس های هوایی و هلی کوپتر	کمبود سامانه پیشرفته اورژانس	
۵۸	ایمنی کم در برخی بیابان ها		
۵۹	تربیت نیروی انسانی کم از جامعه محلی	کمبود در برخورداری جامعه محلی از منافع گردشگری ورزش های بیابانی	
۶۰	فقدان برنامه ریزی مبتنی بر جامعه محلی		
۶۱	اشتغال زایی کم در جامعه مقصد		
۶۲	میزان پذیرا بون جامعه محلی		



برگزاری رویدادهای ورزشی در بیابان، کمبود سامانه پیشرفته اورژانس (شامل هلی کوپتر، روبات و سایر ابزارهای هوشمند)، کمبود در برخورداری جامعه محلی از منافع گردشگری ورزش های بیابانی، مسیرهای نامناسب دسترسی به بیابان بود. شرایط زمینه‌ای یا شرایط بسترساز خاص موثر در راهبردها شامل معرفی و آموزش ورزش‌های بیابانی از طریق رسانه ها و فضای مجازی، توسعه تبلیغات الکترونیکی اماکن و امکانات گردشگری ورزش‌های بیابانی، پخش رسانه ای ورزش‌های بیابانی، فعال و به روز بودن سایت های گردشگری مقاصد بیابانی بود. شرایط مداخله گر یا شرایط بسترساز عام موثر در راهبردها شامل: افزایش تنوع در بسته‌های گردشگری برای مخاطبین با سطوح اقتصادی- اجتماعی متفاوت، ایجاد خلاقانه مشاغل نوین، جذب سرمایه‌گذاری در عناصر سه گانه گردشگری شامل حمل و نقل، اسکان و تغذیه، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی بود. راهبردها شامل دو دسته راهبردهای سیاسی و زیرساختی بود. راهبردهای سیاسی شامل تقویت روابط بین‌المللی، استفاده از سیستم‌های هوشمند به منظور حفظ امنیت (شامل تشخیص هویت، ردیابی و حضور و غیاب و ...)، افزایش نگرش مثبت در بین سیاست‌گذاران نسبت به گردشگری ورزش‌های بیابانی و استفاده از روش‌های شستشوی ورزشی، راهبردهای زیرساختی شامل تامین امکانات برگزاری رویدادهای ورزشی در بیابان در سطوح خرد و کلان، سامانه پیشرفته اورژانس (شامل هلی کوپتر، روبات و سایر ابزارهای هوشمند) در رویدادهای ورزشی، توسعه و افزایش مسیرهای دسترسی به بیابان (ریلی، جاده ای و هوایی) و برنامه ریزی مبتنی بر جامعه محلی بود. پیامدهای حاصل از به کار بستن راهبردها شامل استقبال بیشتر گردشگران خارجی، افزایش درآمد و رونق اقتصادی، ارتقاء تصویر مقاصد بیابانی ایران در جهان بود.

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، تدوین الگوی موانع توسعه گردشگری ورزش‌های بیابانی در ایران بود. روش پژوهش، کیفی از نوع داده بنیاد بود. یافته‌های حاصل از مصاحبه و کدگذاری نشان داد مهم‌ترین عوامل علی شامل کمبود امکانات برگزاری رویدادهای ورزشی‌های بیابانی، بی توجهی به امکانات سیار و موقت، برخورداری کم جامعه محلی از منافع

گردشگری ورزش‌های بیابانی و عدم توسعه شهری بود و با نتایج پزنده و همکاران (۱۴۰۲)، سلجوقی و همکاران (۱۴۰۲)، (Huaming & et al. (2019) و Zhao et al (2024) بود. یکی از مهم‌ترین عواملی که در رشد و گسترش ورزش‌های بیابانی و به تبع آن گردشگری تاثیرگذار هست عوامل زیرساختی می‌باشند. به نظر می‌رسد زیرساخت‌ها به ویژه در زمینه حمل و نقل و هتل‌ها عقب هستند و نیاز به سرمایه‌گذاری دارند. همچنین یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های درونی گردشگران، تفاوت در محیط‌هاست و جذابیت‌ها در جایی ایجاد می‌شوند که متفاوت از محیط‌های سکونتی باشند. لذا به کارگیری جاذبه‌های بصری مصنوعی مانند هلی‌شات در مقاصد بیابانی می‌تواند تاثیر قابل توجهی در جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته باشد.

دیگر یافته‌ها نشان داد که معرفی و آموزش ورزش‌های بیابانی از طریق رسانه‌ها و فضای مجازی، توسعه تبلیغات الکترونیکی اماکن و امکانات گردشگری ورزش‌های بیابانی، پخش رسانه‌ای ورزش‌های بیابانی و فعال و به روز بودن سایت‌های گردشگری مقاصد بیابانی، مهم‌ترین شرایط زمینه‌ای در رشد و گسترش ورزش‌های بیابانی بودند و با یافته‌های پژوهش (Jangra et al. (2021) همسو می‌باشد. بیابان‌ها باید خوب شناخته و معرفی شوند و زیرساخت‌های اولیه مناسب گردشگری در آن‌ها تعریف شود. توجه به ظرفیت برد (حداکثر تعداد بازدیدکنندگانی که می‌توانند در یک زمان و در یک مکان مشخص فعالیت داشته باشند بدون اینکه به مولفه‌های حیاتی مثل آب و خاک و گیاهان و جانوران آسیبی وارد شود). ظرفیت برد به مدیریت قوی بستگی دارد. اگر مدیریت قوی وجود داشته باشد می‌توان در هکتار کمتر، مشتریان بیشتری را جذب و کنترل نمود. از طرفی باید مدیریت مشتریان، برنامه و قانون داشته باشد. وجود سایت می‌تواند کمک کند تا ظرفیت برد رعایت شود. کویرها نسبت به سایر مناطق به شدت شکننده و آسیب پذیر هستند هر بوته‌ای در کویر، یک محیط و فضایی را برای حیوانات بیابانی فراهم می‌کنند و وقتی یکی از آنها از بین رود درصد



زیادی از آن‌ها از بین رفته است. لذا باید نگاه پایداری نسبت به فعالیت‌های گردشگری ورزشی در این مقاصد وجود داشته باشد.

یافته‌های مربوط به شرایط مداخله‌گر نشان داد که عوامل اقتصادی از جمله افزایش تنوع در بسته‌های گردشگری برای مخاطبین با سطوح اقتصادی-اجتماعی متفاوت، خلق مشاغل نوین، جذب سرمایه‌گذاری در عناصر سه‌گانه گردشگری شامل حمل و نقل، اسکان و تغذیه و سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در رشد و گسترش ورزش‌های بیابانی تاثیر قابل توجهی دارند و با یافته‌های پژوهش (Jangra et al. (2021 همخوانی دارد. با توسعه مستمر گردشگری ورزشی، امکانات سخت‌افزاری مقاصد نیز بهبود می‌یابد. مکان‌های مختلف ورزشی، امکانات ورزشی در فضای باز و خدمات مرتبط به تدریج تکمیل می‌شوند و تجربه ورزشی و محیط گردشگری بهتری را برای گردشگران فراهم می‌کند. به منظور پاسخگویی به نیازهای گردشگران، مقاصد گردشگری ورزشی معمولاً به امکانات سخت‌افزاری زیر نیاز دارند: اماکن ورزشی، امکانات ورزشی در فضای باز، امکانات اقامتی، امکانات پذیرایی و امکانات حمل و نقل. به بیانی دیگر، به منظور بهبود جذابیت و رقابت‌پذیری گردشگری ورزشی، مقاصد نیاز به بهبود مستمر امکانات سخت‌افزاری، کیفیت خدمات و رضایت گردشگران دارند. همچنین حمایت‌های دولتی از قبیل معافیت‌های گمرکی، مالیاتی و یارانه‌ها می‌تواند نقش مهمی در ایجاد انگیزه در سرمایه‌گذاران در بیابان و گسترش این نوع ورزش‌ها و به تبع آن گردشگری داشته باشد.

مهم‌ترین راهبردها به منظور گسترش ورزش‌های بیابانی شامل راهبردهای سیاسی و زیرساختی بودند و با یافته‌های (Ishac. (2024 و Huaming & et al. (2019 همسو می‌باشد. یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه ورزش‌های بیابانی، برگزاری رویداد این رشته هاست که نیازمند توسعه زیرساخت‌ها می‌باشد. برگزاری رویدادها حتی در مقیاس محلی می‌تواند نقش بسزایی در توسعه جامعه و گردشگری، آگاهی‌های فرهنگی و میراث فرهنگی

داشته باشد. همچنین هر گردشگر باید در جغرافیای ایران احساس امنیت کند ولی تبلیغات منفی علیه ایران در برخی از رسانه‌های جهانی باعث شده که جذب گردشگر خارجی با مشکل مواجه شود، بدین منظور می‌توان با اتخاذ سیاست فعالانه، حضور موثر در رسانه‌های جهانی، تبلیغ توانمندی‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ایران در رسانه‌های بین‌المللی، تحکیم ارتباط دوستانه با کشورهای همسایه و تقویت ارتباط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، چهره واقعی ایران را به گردشگران خارجی معرفی نمود و باعث رونق اقتصادی و بهبود تصویر کشور ایران در سطح بین‌المللی شد. از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به تعداد اندک متخصصین در حوزه گردشگری ورزش‌های بیابانی و عدم همکاری برخی جهت مصاحبه، اشاره نمود.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود ابتدا هیئت ورزش‌های بیابانی زیر نظر فدراسیون ورزش‌های همگانی و سپس فدراسیون ورزش‌های بیابانی راه‌اندازی شود و رویدادهای ورزش‌های بیابانی در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی (المپیک ورزش‌های بیابانی) برگزار شود. به پژوهشگران آتی نیز پیشنهاد می‌شود به مقایسه علایق کویرنشینان و غیر کویرنشینان در گرایش به ورزش‌های بیابانی بپردازند.

### تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

### سپاسگزاری

بدین وسیله از متخصصین مدیریت ورزشی و گردشگری که در پژوهش همکاری داشتند، تقدیر و تشکر می‌گردد.

## References

۱. پزنده، محمد مهدی، رضوی، سید محمد حسین، امیرنژاد، سعید و محمدی، نصرالله. (۱۴۰۲). تحلیل شاخص های موثر بر جذب گردشگر در ورزش های کویری شهرستان فردوس. *مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان*، ۱۷(۴)، ۶۸-۳۷. DOI: 10.22034/fakh.2023.393250.1606
۲. خالقیان، فاطمه و شرقی، علی. (۱۴۰۲). مطالعه‌ای ساختار یافته: رابطه چشم انداز بیابانی و توسعه گردشگری در مناطق گرم و خشک. *کاوش های جغرافیایی مناطق بیابانی*، ۱۱(۱)، ۱۰۲-۸۶. DOI: 10.22034/grd.2022.18597.1538
۳. سلجوقی، سینا، تبریزی، نازنین و رمضان زاده لسبویی، مهدی. (۱۴۰۲). آسیب شناسی مدیریت مقاصد گردشگری در مناطق بیابانی (نمونه موردی: شهرستان بافت). *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۱۴(۵۲)، ۹۶-۶۷. DOI: 10.22034/jargs.2023.378024.1004
۴. عاشوری، تقی، دوستی، مرتضی، رضوی، محمدحسین و حسینی، ابوالحسن. (۱۴۰۲). فرصت های کارآفرینانه گردشگری ورزشی بر اساس اقلیم جغرافیایی ایران. *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۳(۷۰)، ۲۹۸-۲۶۹. Doi: 10.52547/jgs.23.70.3749
5. Alharbi, O. A., & Rangel-Buitrago, N. (2023). Landscape degradation in the Jazan coastal desert: Understanding the impact of human activities. *Marine Pollution Bulletin*, 190, 1- 6. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2023.114874>
6. Haq, E. H. A., Mbulu, Y. P., & Rossi, F. N. (2023). Pentahelix Model in Planning Sport Tourism and Events in Hambalang Village, Bogor Regency, 10 (1), 74- 84. DOI: <https://doi.org/10.24922/eot.v10i1.93013>
7. He, X., & Li, Y. (2020). Research on the sustainable development path of sports tourism. *Frontiers in Sport Research*, 2(6), 90-97. DOI: 10.25236/FSR.2020.020612
8. Hidayat, D., Gustini, L. K., Christin, M., & Taufik, R. R. (2023). Image of sport tourism Kiara Artha Park Bandung. *PRofesi Humas*, 7(2), 130-143. <https://doi.org/10.24198/prh.v7i2.41903>

9. Hu, M., Lu, Y., Zhuang, M., Zhang, X., Zhang, H., Zhang, Y., & Liu, P. (2021). Development of tranquility perception scale: From tourists' perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 418-430. DOI: 10.1016/j.jhtm.2021.10.008
10. Huaming, H., Wenjun, W., & Yuxia, Z. (2019). On the Development of Sports Tourism in the Deserts of China. *Big Data and Information Technology*, 2(5), 27- 48. <https://doi.org/10.1145/3352740.335274>
11. Ishac, W. (2024). Examining sport tourism role in fostering social sustainability: Qatar youth perceptions. *Frontiers in Sports and Active Living*, 6(8), 1-15. DOI: 10.3389/fspor.2024.1388123
12. Jangra, R., Kaushik, S. P., & Saini, S. S. (2021). An analysis of tourist's perceptions toward tourism development: Study of cold desert destination, India. *Geography and Sustainability*, 2(1), 48-58. DOI: 10.1016/j.geosus.2021.02.004
13. Mazloomi Soveini, F., & Gaspar, P. (2022). The Effect of Destination Image on Satisfaction and Revisiting Intention of Desert Sport Tourists. *Journal of New Studies in Sport Management*, 3(2), 486-493. DOI: 10.22103/JNSSM.2022.18555.1043
14. Michopoulou, E., Al-Qasbi, I., & Melpignano, C. (2021). Co-creating value in desert tourism experiences. In *Revisiting Value Co-creation and Co-destruction in Tourism* (pp. 125-145). Doi:10.1080/21568316.2021.1873835
15. Moufakkir, O., & Selmi, N. (2018). Examining the spirituality of spiritual tourists: A sahara desert experience. *Annals of Tourism Research*, 70 (5), 108-119. DOI: 10.1016/j.annals.2017.09.003
16. Murgante, B., Eskandari Sani, M., Pishgahi, S., Zarghamfard, M., & Kahaki, F. (2021). Factors affecting the Lut desert tourism in Iran: Developing an interpretive-structural model. *Sustainability*, 13(13), 1-16. DOI: 10.3390/su13137245
17. Turaev, B., Shodiyev, K., & Atamurodov, U. (2023). Scientific and Practical Development of the Tourism Sector in the Innovative Economy Aspects. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 4(2), 22-29. DOI: 10.17605/OSF.IO/VTBUJ
18. Yap, G., Saha, S., Ndubisi, N. O., Alsowaidi, S. S., & Saleh, A. S. (2023). Can tourism market diversification mitigate the adverse effects of a blockade on tourism? Evidence from Qatar. *Tourism*

- Economics*, 29(4), 880-905.  
<https://doi.org/10.1177/13548166211070742>
19. Zhao, Z. (2024). Exploring the Integration Development Strategy of Outdoor Sports and Sports Tourism in the Background of Internet. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1), 1- 18. <https://doi.org/10.2478/amns.2023.2.00338>

### References [In Persian]

1. Ashouri T, Dosti M, Razavi S M H, Hoseini A. (2023). Entrepreneurial opportunities for sports tourism based on Iran's geographical climate. 23 (70), 269-298. Doi: 10.52547/jgs.23.70.3749
2. Khaleghian, F., & Sharghi, A. (2023). A Systematic Study: The Relationship Between Desert Landscape and Tourism Development in Hot and Dry Areas. *The Journal of Geographical Research on Desert Areas*, 11(1), 86-102. DOI: 10.22034/grd.2022.18597.1538
3. Pazandeh, M. M., Razavi, S. M. H., Amirnejad., & Mohammadi, N. (2024). An Examination of Factors Influencing Tourist Attraction in Desert Sports Activities of Ferdous City. *Journal of Socio-Cultural Studies of Khorasan*, 17(4), 37-68. DOI: 10.22034/fakh.2023.393250.1606
4. Saljooghi, S., Tabrizi, N., & Ramezanzadeh, M. (2023). Pathology of tourism destination management in desert areas (Case Study: Baft). *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 14(52), 96-67. DOI: 10.22034/jargs.2023.378024.1004

استناد به این مقاله: نام خانوادگی نویسنده اول، نام. (سال). عنوان مقاله. عنوان نشریه (ایتالیک)، سال (شماره)، ص  
آغاز-ص پایان.



Management Studies in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

# املاہ انتشار