



## Developing a Model of Obstacles to the Development of Desert Sports Tourism in Iran

**Elahe Kahdouei\*** 

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

**Farzam Farzan** 

Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

**Mahbobe Abedi Samakosh** 

Assistant Professor, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

### Abstract

Desert sports are an emerging tourism product, and their expansion, given the country's climatic conditions, can play a significant role in economic and cultural growth and development. The present study aimed to identify obstacles to the expansion of desert sports as a tourism opportunity. The research employed a qualitative, data-driven approach, with semi-structured interviews as the primary research tool. The research population was experts in the field of sports tourism. The sampling method was purposive, and the researchers determined the sample size based on the principle of theoretical

\* Corresponding Author: [e.kahdouei04@umz.ac.ir](mailto:e.kahdouei04@umz.ac.ir)

**How to Cite:** kahdouei, E. , Farzan, F. and abedi samakosh, M. (2025). Developing a Model of Obstacles to the Development of Desert Sports Tourism in Iran. *Tourism Management Studies*, 20 (71), 295 - 317. doi: [10.22054/tms.2024.82578.2994](https://doi.org/10.22054/tms.2024.82578.2994)

saturation. The findings from 20 interviews included 71 open codes, 16 axial codes, and four selective codes. The findings revealed that the causal conditions included the lack of facilities for hosting desert sports events, the absence of an advanced emergency system, the limited participation of local communities in the benefits of desert sports tourism, inadequate access routes to the desert, and media factors in the background. The intervening conditions included tourism packages for audiences with different socio-economic levels, the creation of new jobs, investment in transportation, accommodation, and nutrition, as well as domestic and foreign investment. The strategies also included political and infrastructural initiatives, and the consequences included attracting more foreign tourists, increasing income and economic prosperity, and enhancing the global image of Iran's desert destinations. We suggest introducing and teaching desert sports through media and cyberspace, which includes developing electronic advertising for desert sports tourism sites and facilities, as well as broadcasting these sports on various media platforms.

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

## 1. Introduction

Sports are considered a unique type of tourist attraction, and sports tourism is one of the active and rapidly developing sectors in the global tourism industry. On the one hand, it has a high growth rate worldwide, and on the other hand, it makes a significant contribution to tourism. It has a worldwide tourism income (Anvar, 2023). Unique geographical features and distinct regional characteristics often closely tie some sports tourism activities to specific sports and regions. The distribution of sports tourism resources is not uniform and varies by region. Each region has its own unique characteristics, including winter sports in the northern regions, 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 developed on a global scale, responding to the growing demands of tourists by leveraging symbolic values such as natural beauty, peace, and serenity. In Iran, desert tourism is not a subject with a deep history. Vast desert areas cover more than a fifth of Iran's plateau. 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.

Additionally, desert camps generate numerous jobs, including those of local guides, professional dune drivers, and handicraft artists (Michopoulou et al., 2021). The research background indicates that most studies have examined tourism in the desert on a general level, while very few have focused on desert sports. Promoting desert sports can be effective in developing tourism; however, the problem is that these types of sports are not very widespread in Iran. One of the reasons for their limited popularity is a 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 policymakers employ 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 aims to develop a model of obstacles to the development of desert sports and propose ways to overcome them.

## 2. Methodology

The nature of the present research was exploratory and fundamental, and its qualitative approach was grounded in 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. The researchers initially used snowball sampling, continuing until they reached theoretical saturation. To evaluate the agreement percentage method between two coders, yielding an overall reliability of 84%. They then employed open, central, and selective coding in the MAXQDA software version 2020 to analyze the interview data.


### 3. Discussion

The final paradigm model of the research, as generated using the software, is shown in Figure 1. Causal conditions affecting the central 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), and 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 factors that were effective in the strategies included the introduction and training of desert sports through the media and virtual spaces, the development of electronic advertising for desert sports-related places and tourism facilities, media broadcasts of desert sports, and 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, creating new jobs, attracting investment in the three key elements of tourism-transportation, accommodation, and food-and promoting domestic investment. Moreover, it was foreign. The researchers categorized strategies into two types: 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 کهدویی \* 

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

فرزام فرزاد 

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

محبوبه عابدی سماکوش 

### 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 به‌عنوان فرصت گردشگری بود. روش پژوهش، کیفی از نوع داده‌بنیاد و ابزار پژوهش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته 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 پس از کدگذاری به ۷۱ کد باز، ۱۶ کد محوری و ۴ کد انتخابی دسته‌بندی شدند. نتایج 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 و شرایط زمینه‌ای شامل عوامل رسانه‌ای بود. شرایط مداخله‌گر شامل بسته‌های گردشگری برای مخاطبین با سطوح اقتصادی - اجتماعی متفاوت، ایجاد خلاقانه مشاغل نوین، سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل، 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 ارتقای تصویر مقاصد بیابانی ایران در جهان بود. بر اساس یافته‌ها، معرفی و آموزش ورزش‌های بیابانی از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، توسعه تبلیغات الکترونیکی اماکن و امکانات گردشگری ورزش‌های بیابانی و پوشش رسانه‌ای گسترده این ورزش‌ها از مهم‌ترین اقدامات پیشنهادی است.

**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 توسعه‌یافته 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 تأمین خواسته‌های گردشگران به دنبال بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های این صنعت هستند (Mazloomi Soveini & Gaspar, 2022). در حال حاضر، صنعت گردشگری ۱۰ درصد کل صادرات جهان را شامل می‌شود و درآمد آن از بخش‌هایی مانند فلزات و سنگ‌های گرانبها، الماس و سایر مشاغل نیز فراتر رفته است (Turaev et al., 2021).

کشور قطر بخش گردشگری را به عنوان کلیدی برای حیات بخشیدن به اقتصاد کشورش قرار داده 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 ارائه خدمات و توسعه زیرساخت‌های ورزشی رشد قابل توجهی داشته است. تحول جایگاه ورزش در جامعه از یک فعالیت تفریحی و اوقات فراغت به عنصری مرتبط با سلامت، رفاه و محرک اقتصادی، مهم‌ترین عامل این روند به‌شمار می‌رود (Alharbi et al., 2023).

در همین راستا، سازمان جهانی گردشگری و کمیته بین‌المللی المپیک در فوریه سال ۲۰۰۱ کنفرانس بین‌المللی «ورزش و گردشگری» را در بارسلون برگزار کردند. در این نشست بر نقش گردشگری به عنوان تجربه‌ای تفریحی با آثار اقتصادی مثبت برای کشورها تأکید شد (Haq et al., 2023) و گردشگری ورزشی<sup>۲</sup> به عنوان رویکرد جدیدی با هدف افزایش علاقه‌مندی عمومی به ورزش مطرح گردید. به طور کلی، گردشگری ورزشی شامل فعالیت‌های ورزشی - تفریحی است که توسط جامعه با آگاهی و نیاز به سلامت،

---

1. Tourism  
2. Sport Tourism

تناسب اندام و لذت انجام می‌شود (Hidayat et al., 2023). برخی از فعالیت‌های گردشگری ورزشی با ورزش‌ها و مناطق خاص مرتبط هستند که در آن‌ها ویژگی‌های جغرافیایی منحصربه‌فرد و ویژگی‌های منطقه ثابت مشهود است. توزیع منابع گردشگری ورزشی، یکنواخت نیست و بر اساس منطقه متفاوت است؛ 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> به‌عنوان پدیده‌ای جهانی شکل گرفته است و از طریق ایجاد ارزش‌هایی از قبیل زیبایی طبیعی، آرامش و طراوت به تقاضاهای گردشگران پاسخ می‌دهد. در ایران، بیابانگردی موضوعی با سابقه چندان طولانی نیست. بیش از یک پنجم فلات ایران را مناطق وسیع بیابانی دربرگرفته که ویژگی‌های منحصربه‌فرد این مناطق، کویرهای ایران را در زمره چهار کویر جذاب و برتر جهان قرار داده است (Murgante et al., 2021). کویرگردی و کمپ‌های بیابانی بستر محکمی را برای بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی فراهم می‌کنند. علاوه بر این، کمپ‌های بیابانی در ایجاد فرصت‌های شغلی فراوانی مانند راهنمایان محلی، رانندگان حرفه‌ای خودروهای SAFARI و تولید صنایع دستی نقش مؤثری ایفا می‌کنند (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 بود و برای ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته به کار گرفته شد. یافته‌ها نشان داد که عواملی چون جاذبه‌های طبیعی، زیرساخت‌ها، فرهنگ و مدیریت از عوامل تأثیرگذار بر جاذبه‌های گردشگری در منطقه کویری فردوس هستند و بیشترین تأثیرگذاری متعلق به عوامل و جاذبه‌های طبیعی است. 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 و مسابقه‌های کویری استفاده کرد.

عاشوری و همکاران (۱۴۰۲) در بررسی فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی بر اساس اقلیم جغرافیایی ایران نتیجه گرفتند که در کنار عوامل اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، تنوع اقلیم و ظرفیت‌های جغرافیایی در ظهور و انتخاب فرصت‌ها تأثیرگذار می‌باشند. بر اساس یافته‌های آن‌ها، 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 کویرنوردی (هم پیاده و هم با حیواناتی مثل شتر) در اقلیم گرم و خشک از جمله فرصت‌های برتر شناسایی شده در این حوزه بوده‌اند.

خالقیان و شرقی (۱۴۰۲) در تبیین رابطه چشم‌انداز عینی مناظر بیابانی و توسعه گردشگری در مناطق گرم و خشک بیان کردند که از بین مؤلفه‌های بصری چشم‌انداز بیابانی، تپه‌های ماسه‌ای از نظر شکل زمین و جاذبه‌های گردشگری اهمیت ویژه‌ای دارند. پوشش گیاهی در این مناطق نیز با توجه به متغیرها، جاذبه‌ها، دیدگاه‌های طبیعی و گردشگری سلامت از دیگر عوامل اثرگذار است. بافت و رنگ مناظر بیابانی نیز به دلیل ایجاد تنوع بصری و جذابیت‌های خاص در رتبه‌های بعدی قرار دارند. بر اساس نتایج، ویژگی‌های چشم‌انداز بیابانی به‌خصوص 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. نتایج حاکی از آن بود که مدیریت گردشگری در این مقصد با چالش‌های فراوان مدیریتی مواجه است. بنابراین، شناسایی منابع اولیه، ویژگی‌های مقصد و مهارت‌های رقابتی امری ضروری است تا همسویی اهداف تجاری با اهداف توسعه پایدار



تدوین الگوی موانع توسعه گردشگری ورزش‌های بیابانی در ایران | کهدوئی و همکاران | ۳۰۳

بلندمدت، یک مقصد شکننده را به مقصدی سازگار با محیط‌زیست، پایدار و گردشگرپسند تبدیل کند.

در پژوهش‌های خارجی نیز ایشاک (۲۰۲۴) 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 می‌کنند. علاوه بر این، چنین رویدادهایی می‌توانند موجب بهبود خدمات عمومی، توسعه امکانات ورزشی و بازآفرینی شهری و همچنین، ارتقای کلی و توسعه گردشگری و افزایش زیرساخت‌های جامعه شوند (Ishac, 2024).

ژائو و همکاران (۲۰۲۴) به بررسی استراتژی توسعه یکپارچه ورزش در فضای باز و گردشگری ورزشی در بستر 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 کسب‌وکار نوین نقش مهمی در ارتقا و تسهیل توسعه اقتصاد اجتماعی ایفا می‌کنند. همچنین، یادگیری و معاشرت مهم‌ترین انگیزه گردشگر برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی در فضای باز می‌باشد (Zhao et al., 2024).

هو و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی توسعه مقیاس درک آرامش از دیدگاه گردشگران در مناطق کویری پرداختند و به این نتیجه رسیدند که آرامش به یک تجربه گردشگری منحصر به فرد تبدیل شده است که به طور عمیق با حفظ چشم‌انداز، سلامت جسمی و روانی گردشگران و رضایت از گردشگری در مقاصد گردشگری کویری مرتبط است. مناظر طبیعی مانند پوشش گیاهی و آسمان آبی تأثیر مثبتی بر آرامش دارند، در حالی که عوامل دست‌ساز انسان مانند جاده‌ها، زباله‌ها و جمعیت اثر منفی دارند (Hu et al., 2021).

در پژوهشی که جانگرا و همکاران (۲۰۲۱) 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، اما گردشگران از خدمات

شبکه‌ای، تلاش‌های سازمانی، امکانات تکمیلی و حمل‌ونقل در مقصد منتخب راضی نبودند. در نهایت، ارزیابی ادراکات گردشگران می‌تواند به‌عنوان شاخص رقابت‌پذیری مقصد گردشگری مورد استفاده قرار گیرد و به توسعه سیاست‌های گردشگری مناسب و ارتقای زیرساخت‌ها کمک کند (Jangra et al., 2021).

در پژوهشی دیگر، هومینگ و همکاران (۲۰۱۹) در بررسی توسعه گردشگری ورزشی در بیابان‌های چین نتیجه‌گیری کردند که مهم‌ترین مشکلات گردشگری ورزشی در کویر شامل کمبود استعدادها، 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 زیست‌محیطی و چشم‌انداز فرهنگی را پیشنهاد نمودند (Huaming et al., 2019). پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که اکثر پژوهش‌ها به بررسی گردشگری کویری در مقیاس کلی پرداخته‌اند و پژوهش‌های بسیار کمی به ورزش‌های بیابانی اختصاص یافته است. به نظر می‌رسد، ترویج ورزش‌های بیابانی می‌تواند در توسعه گردشگری مؤثر باشد، اما مسئله 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 خالی است 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>

---

## 1. Method

ماهیت پژوهش حاضر اکتشافی- بنیادی و رویکرد آن کیفی از نوع داده‌بنیاد بود. هدف، دستیابی به مدل پارادایمی اشترواس و کوربین بر اساس داده‌هایی بود که از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته 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 یادداشت‌برداری انجام شد. در مصاحبه هیجدهم محقق به اشباع نظری رسید و به جهت افزایش اعتبار و پوشش تمامی مؤلفه‌ها، مصاحبه تا ۲۰ نفر ادامه یافت. روایی مصاحبه‌ها از طریق نظرسنجی از ۱۰ تن از متخصصین مدیریت ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. جهت ارزیابی پایایی پروتکل مصاحبه، از روش درصد توافق بین دو کدگذار استفاده شد و پایایی کلی ۸۴ درصد گزارش گردید. از کدگذاری باز، محوری و انتخابی در نرم‌افزار مکس کیودی‌ای<sup>۱</sup> نسخه ۲۰۲۰ به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به مصاحبه‌ها استفاده گردید. مدل نهایی پژوهش با استفاده از ابعاد مدل پارادایمی اشترواس و کوربین شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تدوین و ارائه شد.

## یافته‌ها

یافته‌های جمعیت‌شناختی جامعه پژوهش نشان داد که ۱۰ درصد از شرکت‌کنندگان، 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. ویژگی های 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
	دکتری	۱۶

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		

ادامه جدول ۲.

شماره	کدهای باز	کدهای محوری	کدهای انتخابی		
۵	ضعف در معرفی اماکن گردشگری ورزش‌های بیابانی	توسعه تبلیغات الکترونیکی امکانات گردشگری ورزش‌های بیابانی	رسانه‌ای		
۶	ضعف در معرفی امکانات گردشگری ورزش‌های بیابانی				
۷	کمبود آگاهی و علاقه مردم نسبت به گردشگری ورزش‌های بیابانی				
۸	اشتراک‌گذاری کم جاذبه‌ها در فضای مجازی				
۹	اهمیت رسانه در شکل‌گیری تصویر ذهنی				
۱۰	لزوم تغییر تصور مردم از مفهوم ورزش‌های بیابانی				
۱۱	استقبال کم مردم از ورزش‌های بیابانی				
۱۲	نبود سایت برای رعایت ظرفیت برد				
۱۳	لزوم تبدیل سایت‌ها به کانون‌های جذب گردشگر				
۱۴	عدم تناسب فضا و مکان				
۱۵	نیاز به نظارت پلیس			استفاده از سیستم‌های هوشمند به منظور حفظ امنیت	سیاسی
۱۶	کمبود پوشش اینترنت و ایفای و اینترنت ماهواره‌ای				
۱۷	امنیت کم در برخی مقاصد بیابانی				
۱۸	کمبود عکس‌های ماهواره‌ای از مقاصد بیابانی				
۱۹	دیدگاه منفی برخی مسئولان در مورد گردشگری ورزشی در مقاصد بیابانی				
۲۰	نپرداختن سیاستگذاران و مسئولان به این نوع گردشگری				
۲۱	لزوم تغییر ساختارهای فکری				
۲۲	ایران هراسی و اسلام هراسی				
۲۳	تبلیغات منفی علیه ایران	استفاده از روش‌های شست‌وشوی ورزشی			
۲۴	ضعف در روابط بین‌المللی	تقویت روابط بین‌المللی			

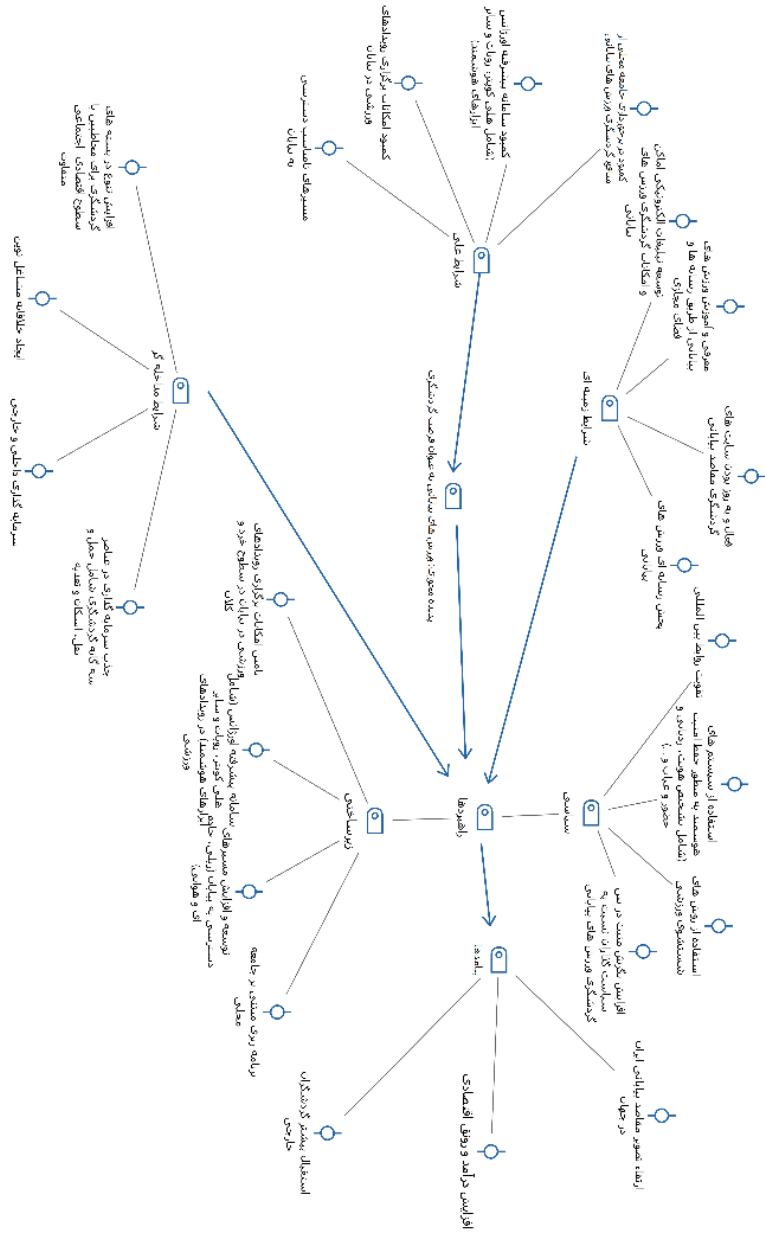
ادامه جدول ۲.

شماره	کدهای باز	کدهای محوری	کدهای انتخابی
۲۵	نبود بسته‌های گردشگری برای اقشار مختلف	بسته‌های گردشگری برای مخاطبین با سطوح اقتصادی-اجتماعی متفاوت	اقتصادی
۲۶	اهمیت بارز شاخص اقتصادی نسبت به سایر شاخص‌ها		
۲۷	دشواری شرایط اقتصادی مردم		
۲۸	نبود بن‌ها و کوپن‌ها		
۲۹	استقبال بیشتر از گردشگری ورزش‌های بیابانی توسط افراد مرفه		
۳۰	درآمد کم گردشگری از مناطق بیابانی	ایجاد خلاقانه مشاغل نوین	اقتصادی
۳۱	پتانسیل بالای بیابان برای درآمدزایی		
۳۲	هزینه پایین گردشگری ورزشی		
۳۳	مشکلات تأمین مواد غذایی	جذب سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل، اسکان و تغذیه	اقتصادی
۳۴	توسعه زیرساخت‌ها		
۳۵	نبود هتل‌های استاندارد در سطح بین‌المللی		
۳۶	استفاده کم از سرمایه‌گذاران داخلی	سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی	اقتصادی
۳۷	استفاده کم از سرمایه‌گذاران خارجی		
۳۸	فعالیت کم در زمینه سیاست خارجی		
۳۹	عدم سرمایه‌گذاری خارجی در ارتباطات		
۴۰	کمبود برگزاری رویداد ورزشی	کمبود امکانات برگزاری رویدادهای ورزشی در بیابان	زیرساختی
۴۱	مشکلات آب‌وهوایی		
۴۲	مشکلات تأمین آب		
۴۳	ضعف در برگزاری جشنواره‌های ورزشی		
۴۴	کمبود جاذبه‌های بصری مصنوعی در بیابان		
۴۵	کمبود سرمایه‌گذاری روی امکانات و پتانسیل‌های بیابانی		
۴۶	کمبود امکانات در بیابان		
۴۷	ضعف در برگزاری مسابقه‌های ورزش‌های همگانی در بیابان		
۴۸	تنوع کم در امکانات		

ادامه جدول ۲.

شماره	کدهای باز	کدهای محوری	کدهای انتخابی
۴۹	ضعف در برگزاری رویدادهای ورزشی در فصل زمستان	کمبود امکانات برگزاری رویدادهای ورزشی در بیابان	زیرساختی
۵۰	نبود پیست‌های دومیدانی در بیابان		
۵۱	ضعف در برگزاری اردوهای ورزشی در بخش دانش‌آموزی 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 اورژانس‌های هوایی و هلیکوپتر	کمبود سامانه پیشرفته اورژانس	زیرساختی
۵۸	ایمنی کم در برخی بیابان‌ها		
۵۹	تربیت نیروی انسانی کم از جامعه محلی	کمبود در برخورداری جامعه محلی از منافع گردشگری ورزش‌های بیابانی	
۶۰	فقدان برنامه‌ریزی مبتنی بر جامعه محلی		
۶۱	اشتغال‌زایی کم در جامعه مقصد		
۶۲	میزان پذیرا بودن جامعه محلی		
۶۳	ضعف در مدیریت نهادهای محلی		
۶۴	آگاهی کم جامعه محلی در مورد ظرفیت‌ها		
۶۵	کمبود مشارکت نهادهای محلی		
۶۶	دسترسی نامناسب به بیابان		
۶۷	کمبود امکانات حمل‌ونقل		
۶۸	کمبود ایستگاه‌های ویژه برای بیابان دور از مرکز استان		
۶۹	نبود سایه‌بان و مسیر رفت‌وآمد آسان		
۷۰	فواصل زیاد بین شهرهای بیابانی		
۷۱	قرارگیری بیابان‌های ایران در انزوای جغرافیایی		

نمودار ۱. الگوی نهایی پژوهش





مدل پارادایمی نهایی پژوهش با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودی‌ای در شکل ۱ نمایش داده شده است. شرایط علی مؤثر بر پدیده اصلی پژوهش (عدم گسترش ورزش‌های بیابانی) شامل کمبود امکانات برگزاری رویدادهای ورزشی در بیابان، کمبود سامانه پیشرفته اورژانس (شامل هلیکوپتر، روبات و سایر ابزارهای هوشمند)، کمبود در برخورداری جامعه محلی از منافع گردشگری ورزش‌های بیابانی و مسیرهای نامناسب دسترسی به بیابان بود. شرایط زمینه‌ای یا شرایط بسترساز خاص مؤثر در راهبردها شامل معرفی و آموزش ورزش‌های بیابانی از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، توسعه تبلیغات الکترونیکی اماکن و امکانات گردشگری ورزش‌های بیابانی، پوشش رسانه‌ای گسترده ورزش‌های بیابانی و همچنین، فعال و به‌روز بودن سایت‌های گردشگری مقاصد بیابانی بود. شرایط مداخله‌گر یا شرایط بسترساز عام مؤثر در راهبردها شامل افزایش تنوع در بسته‌های گردشگری برای مخاطبین با سطوح اقتصادی- اجتماعی متفاوت، ایجاد خلاقانه مشاغل نوین، جذب سرمایه‌گذاری در عناصر سه‌گانه گردشگری شامل حمل‌ونقل، اسکان و تغذیه و 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 شست‌وشوی ورزشی، راهبردهای زیرساختی شامل تأمین امکانات برگزاری رویدادهای ورزشی در بیابان در سطوح خرد و کلان، سامانه پیشرفته اورژانس (شامل هلیکوپتر، روبات و سایر ابزارهای هوشمند) در رویدادهای ورزشی، توسعه و افزایش مسیرهای دسترسی به بیابان (ریلی، جاده‌ای و هوایی) و برنامه‌ریزی مبتنی بر جامعه محلی بود. پیامدهای حاصل از به کار بستن راهبردها شامل استقبال بیشتر گردشگران خارجی، افزایش درآمد و رونق اقتصادی، ارتقای تصویر مقاصد بیابانی ایران در جهان بود.

## بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر، تدوین الگوی موانع توسعه گردشگری ورزش‌های بیابانی در ایران بود. روش پژوهش، کیفی از نوع داده‌بنیاد بود. یافته‌های حاصل از مصاحبه و کدگذاری نشان داد مهم‌ترین عوامل علی شامل کمبود امکانات برگزاری رویدادهای ورزش‌های بیابانی، بی‌توجهی به امکانات سیار و موقت، برخورداری کم جامعه محلی از منافع گردشگری ورزش‌های بیابانی و عدم توسعه شهری بودند و با نتایج پزنده و همکاران (۱۴۰۲)، سلجوقی و همکاران (۱۴۰۲)، هیومینگ و همکاران (۲۰۱۹) و ژائو و همکاران (۲۰۲۳) همسو بود. یکی از مهم‌ترین عواملی که در رشد و گسترش ورزش‌های بیابانی و به تبع آن گردشگری تأثیرگذار است، عوامل زیرساختی می‌باشند. به نظر می‌رسد، زیرساخت‌ها به‌ویژه در زمینه حمل‌ونقل و هتل‌ها توسعه نیافته‌اند و نیازمند سرمایه‌گذاری جدی هستند. همچنین، یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های درونی گردشگران، تمایل به تجربه تفاوت در محیط‌ها است و جذابیت‌ها در مکان‌هایی شکل می‌گیرند که با محیط‌های سکونت‌ی آن‌ها متفاوت باشند. بنابراین، به‌کارگیری جاذبه‌های بصری مصنوعی مانند هلی‌شات در مقاصد بیابانی می‌تواند تأثیر قابل توجهی در جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته باشد.

دیگر یافته‌ها نشان داد که معرفی و آموزش ورزش‌های بیابانی از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، توسعه تبلیغات الکترونیکی اماکن و امکانات گردشگری ورزش‌های بیابانی، پوشش رسانه‌ای گسترده ورزش‌های بیابانی و فعال و به‌روز بودن سایت‌های گردشگری مقاصد بیابانی، مهم‌ترین شرایط زمینه‌ای در رشد و گسترش ورزش‌های بیابانی بودند و با یافته‌های پژوهش جنگرا و همکاران (۲۰۲۱) همسو می‌باشد. بیابان‌ها باید به‌درستی شناسایی و معرفی شوند و زیرساخت‌های اولیه مناسب گردشگری در آن‌ها تعریف و اجرا شود. همچنین، توجه به «ظرفیت برد» (حداکثر تعداد بازدیدکنندگانی که می‌توانند در یک زمان و در یک مکان مشخص فعالیت داشته باشند بدون اینکه به مؤلفه‌های حیاتی مثل آب، خاک، گیاهان و جانوران آسیبی وارد شود) امری ضروری و بنیادین در برنامه‌ریزی گردشگری بیابانی است. ظرفیت برد به مدیریت قوی وابسته است؛ با وجود

مدیریت کارآمد، می‌توان در مساحت کمتر، تعداد بیشتری از گردشگران را جذب و کنترل نمود. از سویی دیگر، مدیریت مشتریان باید مبتنی بر برنامه‌ریزی منظم و قوانین مشخص باشد. بهره‌گیری از سامانه‌های آنلاین می‌تواند به رعایت ظرفیت برد کمک شایانی نماید. کویرها نسبت به سایر مناطق بسیار شکننده و آسیب‌پذیر هستند؛ هر بوته‌ای در کویر نقش یک زیست‌بوم کوچک برای جانوران بیابانی را ایفا می‌کند و از بین رفتن حتی یک بوته می‌تواند به کاهش قابل توجه جمعیت این حیوانات منجر شود. بنابراین، باید نگاهی پایدار به فعالیت‌های گردشگری ورزشی در این مقاصد وجود داشته باشد تا از تخریب زیست‌بوم‌های حساس جلوگیری شود.

یافته‌های مربوط به شرایط مداخله‌گر نشان داد که عوامل اقتصادی از جمله افزایش تنوع در بسته‌های گردشگری متناسب با سطوح اقتصادی-اجتماعی مخاطبان، خلق مشاغل نوین، جذب سرمایه‌گذاری در عناصر سه‌گانه گردشگری شامل حمل‌ونقل، اسکان و تغذیه و نیز سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، تأثیر قابل توجهی در رشد و گسترش ورزش‌های بیابانی دارند و این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های جنگرا و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد. با توسعه مستمر گردشگری ورزشی، زیرساخت‌های سخت‌افزاری مقاصد نیز بهبود می‌یابند. مکان‌های مختلف ورزشی، امکانات ورزشی در فضای باز و خدمات وابسته به تدریج تکمیل شده و تجربه‌ای مطلوب‌تر از نظر فعالیت‌های ورزشی و محیط گردشگری برای گردشگران فراهم می‌سازند. به‌منظور پاسخگویی به نیازهای گردشگران، مقاصد گردشگری ورزشی معمولاً به مجموعه‌ای از امکانات سخت‌افزاری نیاز دارند که شامل اماکن ورزشی، امکانات ورزشی در فضای باز، امکانات اقامتی، امکانات پذیرایی و زیرساخت‌های حمل‌ونقل می‌شود. به عبارت دیگر، به‌منظور ارتقای جذابیت و رقابت‌پذیری در گردشگری ورزشی، مقاصد باید به بهبود مستمر امکانات سخت‌افزاری، ارتقای کیفیت خدمات و افزایش سطح رضایت گردشگران توجه داشته باشند. همچنین، حمایت‌های دولتی از قبیل معافیت‌های گمرکی، مالیاتی و ارائه یارانه‌ها و تسهیلات سرمایه‌گذاری، می‌تواند نقش مهمی در ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاران در مناطق بیابانی و توسعه ورزش‌های بیابانی و به دنبال آن، رونق گردشگری ایفا کنند.

مهم‌ترین راهبردها به‌منظور گسترش ورزش‌های بیابانی شامل راهبردهای سیاسی و زیرساختی بودند و با یافته‌های ایشاک (۲۰۲۴) و هومینگ و همکاران (۲۰۱۹) همسو می‌باشد. یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه ورزش‌های بیابانی، برگزاری رویداد این رشته‌ها می‌باشد که نیازمند توسعه زیرساخت‌ها است. 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 مؤثر 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 کارشناسان 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 وجود ندارد.

### سپاسگزاری

بدین وسیله از متخصصان حوزه مدیریت ورزشی و گردشگری که در انجام این پژوهش همکاری داشته‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر می‌گردد.

## ORCID

Elahe Kahdouei		<a href="https://orcid.org/0000-0003-1771-378X">https://orcid.org/0000-0003-1771-378X</a>
Farzam Farzan		<a href="https://orcid.org/0000-0002-5349-3246">https://orcid.org/0000-0002-5349-3246</a>
Mahbobe Abedi		<a href="https://orcid.org/0000-0002-0897-5705">https://orcid.org/0000-0002-0897-5705</a>
Samakosh		

## منابع

۱. پزنده، محمدمهدی، رضوی، سید محمدحسین، امیرنژاد، سعید، محمدی، نصرالله (۱۴۰۲). تحلیل شاخص‌های مؤثر بر جذب گردشگر در ورزش‌های کویری شهرستان فردوس. *مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان*، ۱۷(۴)، ۳۷-۶۸. DOI: 10.22034/fakh.2023.393250.1606
۲. خالقیان، فاطمه، شرقی، علی (۱۴۰۲). مطالعه‌ای ساختاریافته: رابطه چشم‌انداز بیابانی و توسعه گردشگری در مناطق گرم و خشک. *کاوش‌های جغرافیایی مناطق بیابانی*، ۱۱(۱)، ۱۰۲-۸۶. DOI: 10.22034/grd.2022.18597.1538
۳. سلجوقی، سینا، تبریزی، نازنین، رمضان‌زاده‌لسبونی، مهدی (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی 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، حسینی، ابوالحسن (۱۴۰۲). فرصت‌های 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. *Ecotourism Journal*, 10(1), 74-84. <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. <https://doi.org/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. <https://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. <https://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. <https://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). <https://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. <https://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. <https://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. <https://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. *Journal of Geographical Sciences*, 23(70), 269-298. <https://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. <https://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. <https://doi: 10.22034/jargs.2023.378024.1004>

**استناد به این مقاله:** کهدوئی، الهه، فرزانه، فرزام و عابدی سماکوش، محبوبه. (۱۴۰۴). تدوین الگوی موانع توسعه گردشگری ورزش‌های بیابانی در ایران. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۲۰ (۷۱)، ۲۹۵ - ۳۱۷.

doi: 10.22054/tms.2024.82578.2994



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.