KHARAZMI UNIVERSITY

Research in Sport Management and Motor Behavior

Print ISSN: 2252-0716 - Online ISSN: 2716-9855

Transformations and Strategies of the Sports Tourism Industry During the Covid-19 Epidemic

Reyhaneh Rostamali [1], Houriyhe Dehghanpouri [2], Hadi Bagheri [3]

1. Reyhaneh Rostamali, (M.A) Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran.
2. Houriyhe Dehghanpouri, (Ph. D) Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran. h.dehghanpouri@shahroodut.ac.ir
3. Hadi Bagheri, (Ph. D) Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran.

ARTICLE INFO

Article type
Research Article

Article history
Received: December 6, 2020
Revised: April 22, 2021
Accepted: May 10, 2021

KEYWORDS:
Tourists, Sports Tourism, Covid-19, Epidemics, Tourism Industry

CITE:
Rostamali, Dehghanpouri, Bagheri. **Transformations and Strategies of the Sports Tourism Industry During the Covid-19 Epidemic,** Research in Sport Management & Motor Behavior, 2022: 12(24): 154-177

ABSTRACT

This study aimed to identify the implications of Covid-19 on sports tourism and to provide appropriate strategies. The research paradigm is interpretive, its nature is exploratory, the approach is inductive, the research method is qualitative, the research strategy is the thematic analysis and the data collection was performed using targeted library study and in-depth semi-structured interviews. Data were collected from two groups of related text and informed people. Sampling was done based on theoretical saturation and purposeful manner (8 informed people and 17 articles). Holsti's PAO method was used to measure reliability, which was approved. The thematic analysis method was used to analyze the data. The effects of Covid-19 on sports tourism were 67 basic themes, 13 organizing themes, and 3 global themes. 52 basic codes, 7 organizing themes, and 2 global themes were identified as strategies to deal with these effects. Based on the findings, it can be stated that along with the changes caused by Covid-19, the sports tourism industry needs change in its approach and operations. This research proposes strategies to make these changes that will lead to the restoration of sports tourism.

Published by *Kharazmi University, Tehran, Iran*. Copyright(c) The author(s) This is an open access article under the CC BY-NC license https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی

دانشگاه خوارزمی

تحولات و راهبردهای صنعت گردشگری ورزشی در دوران همه گیری کووید-۱۹

ریحانه رستمعلی[۱]، حوریه دهقان پوری*[۲]، هادی باقری[۳]

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.

۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.

۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.

اطلاعات مقاله:

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

***نویسنده مسئول:**

h.dehghanpouri@shahroodut.ac.ir

دریافت مقاله: آذر ۱۳۹۹

ویرایش مقاله: اردیبهشت ۱۴۰۰

پذیرش مقاله: اردیبهشت ۱۴۰۰

واژه های کلیدی:

گردشگران، گردشگری ورزشی، کووید-۱۹، همه گیری، صنعت گردشگری.

ارجاع:

رستمعلی، دهقان پوری، باقری. **تحولات و راهبردهای صنعت گردشگری ورزشی در دوران همه گیری کووید-۱۹.** پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۴۰۱: ۱۲(۲۴): ۱۷۷-۱۵۴

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی اثرات کووید-۱۹ بر گردشگری ورزشی ایران و ارائه راهکارهای مناسب بود. پارادایم پژوهش تفسیری، ماهیت آن اکتشافی، رویکرد حاکم استقرایی، روش پژوهش کیفی، استراتژی پژوهش تحلیل مضمون و ابزار جمع‌آوری داده‌ها مطالعهٔ کتابخانه‌ای هدفمند و مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته بود. داده‌ها از دو گروه منابع انسانی آگاه و منابع متنی مرتبط با موضوع جمع‌آوری شد. نمونه‌گیری بر مبنای رسیدن به اشباع نظری و به روش هدفمند انجام گرفت (۸ فرد مطلع و ۱۷ مقاله). برای اطمینان از اعتمادپذیری، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری سعی شد، تمام مراحل برای انجام پژوهش کیفی مورد توجه قرار گیرند. برای سنجش اتکاپذیری از روش هولستی استفاده شد که مورد تأیید قرار گرفت. جهت تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شد. نتیجهٔ تحلیل پیامدهای کووید-۱۹ برای گردشگری ورزشی، ٦٧ مضمون پایه، ۱۳ مضمون سازمان‌دهنده و ۳ مضمون فراگیر بود. همچنین، ۵۲ مضمون پایه، ۷ مضمون سازمان‌دهنده و ۲ مضمون فراگیر به عنوان راهبردهای مقابله با این اثرات شناسایی شد. براساس یافته‌ها می‌توان اظهار کرد که همگام با تغییرات ناشی از کووید- ۱۹ لازم است صنعت گردشگری ورزشی، تغییراتی را در رویکرد و عملیات خود داشته باشد. این پژوهش استراتژی‌هایی را به منظور ایجاد این تغییرات پیشنهاد می‌دهد که به رونق دوبارهٔ گردشگری ورزشی خواهد انجامید.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]

[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

مقدمه

انتشار ویروس کووید-۱۹ به عنوان یکی از اتفاقات نادر در قرن حاضر، بر ابعاد گوناگون زندگی انسان‌ها تأثیر گذاشته و با دگرگون ساختن روند امور اقتصادی، بسیاری از حوزه‌ها را تحت تأثیر قرار داده است (۱)، از جمله تفریح و سرگرمی، ورزش، گردشگری، حمل و نقل، ساخت و ساز و بسیاری از موارد دیگر (۲) .

در مورد تأثیرات مختلف کووید-۱۹ در زمینه‌های مختلف مثل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ... تحقیقات متعددی در داخل و خارج از کشور توسط محققین منتشر شده است (۳-۶). در این راستا گاسلینگ، اسکات و هال (۲۰۲۰) در پژوهش خود در خصوص تغییرات جهانی در پی همه‌گیری کووید-۱۹ به این نتیجه دست یافتند که محدودیت‌های بی‌سابقهٔ سفرهای جهانی و دستورات ماندن در خانه منجر به شدیدترین اختلالات در اقتصاد جهانی از زمان جنگ جهانی دوم شده است (۳). همچنین چانگ، مک‌آلیر و راموس (۲۰۲۰) در پژوهش خود به این موضوع اشاره کرده‌اند که کووید-۱۹ جهان را برای همیشه از هر جنبهٔ قابل تصوری تغییر داده است و به شدت بر سفرهای بین‌المللی، تقاضای گردشگری و صنعت هتلداری تأثیر گذاشته است (٤). از نظر نیکولا، الصافی، سهرابی، کروان، الجابر، ایوسفیدیس و آقا (۲۰۲۰) نیز کووید-۱۹ ترس از یک بحران اقتصادی و رکود قریب‌الوقوع را برانگیخته است. آن‌ها در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که فاصله‌گذاری اجتماعی، خودانزوایی و محدودیت‌های سفر منجر به کاهش نیروی کار در تمام بخش‌ها شده و در پی آن باعث از بین رفتن بسیاری از مشاغل شده است. مدارس تعطیل شده‌اند و نیاز به کالاها و محصولات تولیدی کاهش یافته است. در مقابل، نیاز به تجهیزات پزشکی به میزان قابل توجهی افزایش یافته است (۵). حسن‌پور، شاهی و ارژنگ‌مهر (۱۳۹۹) نیز در پژوهش خود اظهار کردند که این بحران با توجه به ویژگی‌هایی که دارد، متمایز از بحران‌های دیگر است. اپیدمی کووید-۱۹ ترس و عدم اطمینان زیادی در مورد سلامت، اقتصاد و زندگی اجتماعی ایجاد کرده است (۷). این همه‌گیری ویرانی اقتصادی جهانی ایجاد کرده و زندگی اکثریت جمعیت جهان را مختل کرده است. به طوری‌که بسیاری از دولت‌ها طیف وسیعی از اقدامات را برای بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی دنبال کرده‌اند (۸).

در این میان، یکی از قدرتمندترین حوزه‌های اقتصادی جهان، بخش گردشگری است که چرخ اقتصادی بسیاری از کشورها را می‌چرخاند و گسترهٔ آن به بزرگی همهٔ کشورهای دنیا است (۹). اگرچه صنعت گردشگری به سرعت در حال رشد است، اما از شرایط اضطراری بهداشتی جهانی، جنگ دیپلماتیک، تروریسم و بلایای طبیعی در امان نیست (۷). گردشگری جهان با وجود همهٔ قدرتی که دارد، یک بار در سال ۲۰۰۳، به دلیل شیوع بیماری سارس و بار دیگر در سال ۲۰۰۹، به دلیل جنگ عراق با افول چشم‌گیری روبه‌رو شده است (۹). تا پیش از شیوع کرونا، سفر و گردشگری تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین حوزه‌های کسب و کار دنیا شده بود. به طوری‌که براساس آمار شورای جهانی مسافرت و گردشگری[1] بخش سفر و گردشگری بعد از اطلاعات و ارتباطات و خدمات مالی، سومین بخش اقتصادی در جهان به لحاظ رشد اقتصادی در سال ۲۰۱۹ بوده است.

[1]. The World Travel & Tourism Council (WTTC)

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

سفر و گردشگری با صنایع وابسته به گردشگری در مجموع ۱۰/۳ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۱۰/٤ درصد از کل اشتغال دنیا را در سال ۲۰۱۹ به خود اختصاص داده و هم‌چنین سهم مستقیم سفر و گردشگری از تولید ناخالص داخلی جهان ۳/۲ درصد و سهم مستقیم اشتغال آن ۳/۸ درصد از کل اشتغال جهان بوده است. در ایران هم بعد از افت شدید سهم گردشگری در اقتصاد (از نظر تولید ناخالص داخلی و اشتغال) از سال ۲۰۰۱ به ۲۰۰۲ و سپس روند تقریباً ثابت آن، اهمیت این صنعت در اقتصاد کشور از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۹ روندی فزاینده داشته است و در سال‌های اخیر با بهبود قابل توجهی روبه‌رو بوده است. با این وجود، به نظر می‌رسد که صنعت گردشگری در حال حاضر جزو صنایعی باشد که بیش‌ترین آسیب را از شیوع ویروس کرونا داشته است (۱۰). گردشگری در حال حاضر مانند پس از حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸ به یک راه‌اندازی مجدد احتیاج دارد (۷). به طور کلی، صنعت گردشگری به عنوان یک بخش تجاری اصلی، یکی از حوزه‌هایی است که به شدت تحت تأثیر ویروس کووید-۱۹ قرار گرفته است (۹, ۱۱, ۱۲)

در این راستا سازمان گردشگری جهانی وابسته به سازمان ملل متحد[1] (۲۰۲۱)، استدلال می‌کند که: «گردشگری یکی از بخش‌هایی است که بسیار بیش‌تر از سایر بخش‌ها از همه‌گیری کووید-۱۹ متأثر شده است (۱۳). شورای سفر و گردشگری جهانی نیز در خصوص کاهش ۱۲ تا ۱٤ درصدی سفر در جهان طی سه ماه نخست سال ۲۰۲۰ خبر داده است (۱۰) پس از سال اول همه‌گیری، سازمان گردشگری جهانی وابسته به سازمان ملل متحد خسارات ناشی از محدودیت سفر گردشگران را بالغ بر ۱,۳ تریلیون دلار از درآمدهای صادراتی تخمین زد. همانطور که توسط انتشارات بعدی سازمان گردشگری جهانی وابسته به سازمان ملل متحد ثابت شد که در سه فصل اول سال ۲۰۲۱، تعداد ورود گردشگران بین‌المللی به سراسر جهان ۲۰ درصد کمتر از سه فصل اول سال ۲۰۲۰ و ۷٦ درصد کمتر از تعداد سال ۲۰۱۹ بود (۱٤). همچنین شورای سفر و گردشگری جهانی در خصوص پیش‌بینی از دست رفتن ۵۰ میلیون شغل در این صنعت جهانی (که ۳۰ میلیون از آن متعلق به آسیا است) خبر داده است (۱۰). در حالی‌که آخرین آمار از کایتانو (۲۰۲۲) نیز نشان‌دهندهٔ به خطر افتادن ۱۰۰ تا ۱۲۰ میلیون شغل در این صنعت در سطح جهانی می‌باشد (۱۵). در این راستا برودر (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود اظهار کرده است که با شیوع ویروس کرونا تغییراتی در مسیرهای سفر و گردشگری در جهان ایجاد شد، مسیری که منجر به تحول در گردشگری شده است (۱٦). افزایش بیکاری، آسیب‌های اقتصادی و بی‌ثباتی و وسعت بی‌سابقهٔ مداخلات دولت برای رفع بحران اقتصادی، همه این موضوع را نشان می‌دهد که سفر و گردشگری ستون بسیاری از اقتصادهای جهان است (۱۷).

این بیماری همه‌گیر بسیاری از مردم جهان را وادار کرد که برای مدت زمانی در خانه بمانند و در انزوا باشند (۱۸). این وضعیت جهان را به گونه‌ای تغییر داد و منجر به ایجاد این تفکر شد که سفر عامل اصلی تسهیل

[1]. United Nations World Tourism Organization

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

شیوع این بیماری است (۱۹). در نتیجه کاهش در تعداد گردشگران و زمین‌گیر شدن صنعت گردشگری یکی از تأثیرات بسیار مهم بیماری کووید-۱۹ است (۱۰).

در این میان، به طور خاص، در حوزهٔ گردشگری، ورزش از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است (۲۰). سازمان گردشگری جهانی وابسته به سازمان ملل متحد، گردشگری ورزشی را به عنوان یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد در صنعت سفر توصیف می‌کند و بیان می‌کند که گردشگری ورزشی بین‌المللی ۸۰۰ میلیارد دلار آمریکا ارزش دارد و ۱۰ درصد از صنعت گردشگری جهان را تشکیل می‌دهد. سازمان گردشگری جهانی وابسته به سازمان ملل متحد همچنین بر اساس تحقیقات خود، ارزش صنعت گردشگری ورزشی جهانی را بین ٤٨٠ تا ٦٢٠ میلیارد دلار در سال تخمین زده است. براساس تحقیقات انجام شده و در سطح جهانی، سهم مستقیم سفر و گردشگری ورزشی در تولید ناخالص داخلی تقریباً ٤,٧ تریلیون دلار در سال ۲۰۲۰ بود (۲۱).

صنعت گردشگری ورزشی را نمی‌توان به راحتی تعریف کرد. با این وجود، صنعت گردشگری ورزشی بخش قابل توجهی از کل صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهد و به عنوان یک پدیدهٔ اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است که از تعامل منحصر به فرد فعالیت، مردم و مکان ناشی می‌شود (۲۲). صنعت گردشگری ورزشی شامل سفر برای اهداف ورزشی مانند دوره‌های آموزشی و مسابقات، شامل شرکت در رویدادهای ورزشی مانند مسابقه فوتبال، شامل بازدید نوستالژیک از مکان‌های با اهمیت تاریخی، مانند استادیوم المپیک در بارسلونا[1] یا دیدن یادگاری‌های مربوط به قهرمانان ورزشی مورد علاقه، مانند موزه استادیوم فوتبال ماراکانا در ریودوژانیرو[2] است. در واقع چهار نوع اصلی گردشگری ورزشی وجود دارد. این انواع به نام‌های زیر شناخته می‌شوند: گردشگری رویدادهای ورزشی، گردشگری ورزشی فعال، گردشگری ورزشی نوستالژی و گردشگری ورزشی غیرفعال (۲۳). می‌توان اظهار کرد که در انواع مختلف گردشگری ورزشی به نوعی سفر اتفاق می‌افتد.

با این وجود بخش گردشگری ورزشی نیز تحت تأثیر بحران کووید-۱۹، به شکلی است که قبلاً هرگز این‌گونه نبوده است. این امر به معنای نیاز فوری برای اکثر شرکت‌های ورزشی است که برای مقابله با تغییر در مورد مدل‌های جدید تجاری فکر کنند (٢٤). در این راستا میکولایچاک، اشمیت و اسکیکیویچ (۲۰۲۲)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند سازمان‌هایی که تمام یا بیش‌تر فعالیت‌های خود را در پی بحران کووید-۱۹ به حالت تعلیق درآورده‌اند، به ترتیب در بین سازمان‌های ورزشی (۸۰٪)، فرهنگی (۷۳٪)، توسعهٔ محلی (٦٠٪) و بهداشتی (۵۸٪) بوده است. این اطلاعات نشان می‌دهد که صنایع ورزشی بیشترین ضربه را از پیامدهای همه‌گیری متحمل شدند، به این معنا که اکثریت قریب به اتفاق آن‌ها مجبور بودند بیش‌تر یا تمام فعالیت‌های خود را متوقف کنند (۲۵).

به طور کلی، همه‌گیری کووید-۱۹، تحرک جهانی را در مقیاس بی‌سابقه‌ای متوقف کرده است و باعث شده مکانیسم‌های بازار گردشگری ورزشی جهانی به شدت مختل شود (۲٦). بیماری کووید-۱۹، تأثیر گستردهٔ

[1]. The Olympic stadium in Barcelona
[2]. The Maracana football stadium in Rio de Janeiro

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

جهانی در برگزاری رویدادها و جشنواره‌های ورزشی داشته است (۲۷) و منجر به لغو یا تعلیق رویدادهای ورزشی در جهان شد (۱۸, ۲۸)؛ همچنین بخش‌هایی متنوع از جمله حمل و نقل هوایی، سفرهای دریایی، حمل و نقل عمومی، اقامتگاه‌ها، کافه‌ها و رستوران‌ها، همایش‌ها، جشنواره‌ها و جلسات تحت تأثیر قرار گرفت (۳). بیماری کووید-۱۹ تأثیرات جدی و نگران‌کننده‌ای را روی حوزۀ گردشگری ورزشی گذاشته است (۲۹, ۳۰)؛ زیرا با انتشار کووید-۱۹، تجمعات و برنامه‌های ورزش همگانی کاهش پیدا کرده است (۳۱) و این بیماری منجر به این شده که صنعت گردشگری ورزشی با محدودیت‌های بسیاری مواجه شود و به واسطۀ این محدودیت‌ها، آمار گردشگران ورزشی بسیار سقوط نماید و این صنعت متحمل آسیب‌های بسیار زیادی شود (۱۹). بنابراین به نظر می‌رسد در صورت عدم حمایت و برنامه‌ریزی در این زمینه مشکلات بیش‌تر و غیرقابل کنترل‌تر شوند. به گفتۀ کوپر و آلدرمن (۲۰۲۰) در شرایط کنونی، مسئولین و متولیان گردشگری ورزشی در صنعت و دانشگاه باید به تدریج برای تغییر ماهیت و ساختار گردشگری مبارزه کنند. انجام چنین کاری برای بقای آن بسیار مهم است (۳۲).

از این‌رو، با توجه به شرایط پیش آمده باید تمهیداتی اندیشه شود و برنامه‌ریزی‌هایی صورت بگیرد تا از این بحران با کم‌ترین آسیب عبور کرد. از طرف دیگر با توجه به این‌که آثار و پیامدهای این بیماری در حوزۀ گردشگری ورزشی در کشورهای مختلف متغیر می‌باشد؛ بنابراین به نظر می‌رسد، برای عبور از این شرایط بسیار دشوار، افراد و گروه‌های فعال در این حوزه باید با همدیگر تعامل داشته باشند. در همین راستا و با توجه به اهمیت گردشگری ورزشی و در جهت کنترل تأثیرات آنی و آتی شیوع این بیماری در حوزۀ گردشگری ورزشی، این پژوهش با هدف بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ انجام می‌شود. به همین دلیل مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که وضعیت صنعت گردشگری ورزشی نوپا و جوان در ایران در شرایط موجود یعنی وضعیتی که بیماری کووید-۱۹ شیوع پیدا کرده است، چگونه می‌باشد. به عبارتی این صنعت چه تأثیری را از شیوع این بیماری پذیرفته است. چگونه و با توسل به چه راهکارهایی نیز می‌توان از این شرایط عبور کرد.

روش‌شناسی

پارادایم پژوهش حاضر تفسیری، ماهیت آن اکتشافی، رویکرد حاکم استقرایی، روش پژوهش کیفی، حیطه جمع‌آوری داده‌ها میدانی و کتابخانه‌ای و استراتژی پژوهش تحلیل مضمون[1] می‌باشد. گردآوری داده‌ها به دو روش انجام شد:

۱) مطالعات کتابخانه‌ای هدفمند: این مطالعات از طریق جستجوی منابع اطلاعاتی در شبکۀ اینترنت برای بررسی ادبیات موضوع و نیز شناسایی قطعات داده‌ای مرتبط با اثرات کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری ورزشی و راهکارهای مورد استفاده این صنعت در پی بحران کووید-۱۹ انجام شد؛ منابع اطلاعاتی مورد نظر شامل مقالات،

[1]. Thematic Analysis

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

منابع علمی، اسنادی و کتابخانه‌ای بود که در گوگل‌اسکولار، مگ‌ایران و مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی نمایه شده بودند و در عنوان یا چکیده آن‌ها عبارت‌های «کرونا» و «گردشگری»، «کووید-۱۹» و «گردشگری»، «کرونا» و «گردشگری ورزشی» و یا «کووید-۱۹» و «گردشگری ورزشی»، به صورت همزمان وجود داشت. پس از جستجو، ۴۰ مقاله با شرایط ذکر شده یافت شد که از این میان ۱۷ مورد با توجه به داشتن نتایج مرتبط با اثرات و راهکارهای گردشگری در دوره کرونا وارد فرآیند تحلیل شدند. از ۱۷ مقالهٔ مورد بررسی ۱۱ منبع داخلی (۹, ۲۰, ۳۳-۴۱) و ٦ منبع خارجی (۳, ۳۲, ۴۲-۴۵) بود.

۲) انجام مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته: مشارکت‌کنندگانِ این بخش از پژوهش را منابع انسانی آگاه شامل اساتید مدیریت ورزشی، تورگردان‌ها و کارشناسان میراث فرهنگی تشکیل دادند که در مجموع ۸ تن بودند. این افراد به صورت هدفمند و بر مبنای رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند. به منظور انجام مصاحبه، سؤالات پژوهش به صورت کلی دربارهٔ وضعیت موجود صنعت گردشگری ورزشی در دوران کووید-۱۹، تأثیرات و پیامدهای کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری ورزشی و راهکارهای توسعهٔ صنعت گردشگری ورزشی در دوران همه‌گیری کووید-۱۹مطرح شد.

پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و تعیین قطعات داده‌ای موجود در مقاله‌های منتخب، جهت تحلیل آنها از روش تحلیل مضمون استفاده شد. فرآیند تحلیل مضمون در سه مرحله انجام گرفت: الف) تجزیه و تحلیل متن شامل سه گامِ آشنا شدن با متن، ایجاد کدهای اولیه و جستجو و شناخت مضامین؛ ب) تشریح و تفسیر متن شامل دو گامِ ترسیم شبکه مضامین و تحلیل شبکه مضامین؛ و ج) ادغام و یکپارچه کردن مجدد متن شامل تدوین گزارش. با طی کردن این مراحل تلاش شد تا مفاهیم ظاهری و نهفته در متن به خوبی شناسایی، مقوله‌بندی و برچسب‌گذاری شود تا دو مضمون کلی اثرات کووید ۱۹ بر گردشگری ورزشی و راهکارهای اثربخش را بتواند پوشش دهد. به منظور طبقه‌بندی مضامین، طبق نظر اتریداسترلینگ (۲۰۰۱) عمل شد که انواع مضامین را بر اساس جایگاه آنها در شبکه مضامین به صورت فراگیر[1]، سازمان‌دهنده[2]و پایه[3]تعریف کرده است (٤٦). برای اطمینان از اعتمادپذیری، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری یافته‌های پژوهش سعی شد تا تمام مراحل ضروری برای انجام یک پژوهش کیفی از طریق استراتژی تحلیل مضمون رعایت شوند. همچنین، علاوه بر اینکه مضامین فراگیر، سازمان‌دهنده و پایه با مطالعهٔ مبانی نظری، پیشینهٔ پژوهش و اهداف تحقیق انتخاب و تأیید شدند، نظرات و رهنمودهای گروهی از خبرگان نیز در این خصوص لحاظ شد. برای سنجش اتکاپذیری یافته‌ها نیز از روش هولستی[4]استفاده شد (فرمول ۱).

$$PAO = 2\,\mathrm{M}/(n1 + n2)$$

فرمول ۱.

1. Global
2. Organizing
3. Basic
4. Holsti' PAO

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

در این فرمول، M تعداد توافقات (کدهای مشابه)، n1 تعداد کدهای مرحله اول و n2 تعداد کدهای مرحله دوم هستند. بدین منظور، نخست کدگذاری با مطالعهٔ سطر به سطر و به صورت دستی صورت گرفت و بعد از اتمام کدگذاری‌ها، با وقفهٔ یک ماهه مجدداً این کار تکرار شد. سپس، نتایج این دو کدگذاری با یکدیگر مقایسه و از روش هولستی برای محاسبهٔ پایایی استفاده شد. همان‌طور که نتیجه زیر نشان می‌دهد، کدگذاری این پژوهش از پایایی بالایی برخوردار بوده است.

$$PAO = 2\,M/(n1 + n2) \qquad PAO = 2 \times \frac{105}{168 + 119} = 0/73$$

یافته‌ها

با توجه به اهداف پژوهش و معیارهای ورود به مطالعه در مجموع هشت نفر در این پژوهش شرکت کردند. از مجموع ۸ مشارکت‌کننده، دو نفر استاد دانشگاه (یک نفر در حوزهٔ مدیریت ورزشی و یک نفر در حوزهٔ گردشگری)، پنج نفر تورگردان و یک نفر کارشناس میراث فرهنگی بودند؛ ٦ نفر مرد و ۲ نفر زن بودند؛ به جز دو نفر، بقیه در ردهٔ سنی ۳۰ تا ٤۰ سال قرار داشتند. ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان این بخش به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱. ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان در پژوهش

شرکت‌کننده	سن	جنسیت	میزان تحصیلات	حوزهٔ فعالیت	سابقهٔ فعالیت	مدت مصاحبه
۱	۳٦	مرد	کارشناسی ارشد	تورگردان	۸	٤۰
۲	٤٥	مرد	دکتری	استاد دانشگاه	۲۰	٤۳
۳	۳۳	مرد	کارشناسی ارشد	تورگردان	۱٦	٥۰
٤	۳٥	زن	کارشناسی ارشد	کارشناس میراث فرهنگی	۱٦	٥٥
٥	۳۸	مرد	کارشناسی ارشد	تورگردان	۱٥	۳٥
٦	۳۹	مرد	کارشناسی ارشد	تورگردان	۲۹	۳٦
۷	۳۲	مرد	کارشناسی ارشد	تورگردان	٥	۳۹
۸	٤۲	زن	دکتری	استاد دانشگاه	۱۷	٤۸

به منظور تحلیل داده‌ها، مطالعه و مرور مکرر داده‌ها به روش فعال انجام گرفت. با شناسایی مفاهیم و کدگذاری آنها، برچسب‌های متعددی به دست آمد. در مرحلهٔ اول در مجموع تعداد ۱٦۸ مضمون پایه (۸۳ مضمون پایه در ارتباط با پیامدها و ۸٥ مضمون پایه در ارتباط با راهکارها) استخراج شدند. در کدگذاری مجدد، بررسی دقیق‌تر کدهای شناسایی شده مشخص کرد که بسیاری از کدها اگرچه با اصطلاحات و تعابیر مختلف بیان شده بودند، اما مفهوم یکسانی در تبیین موضوعات داشتند. ازاین‌رو، این کدها تجمیع و ادغام شده و در نهایت تعداد ۱۱۹ مضمون پایه (٦۷ مضمون پایه در ارتباط با پیامدها و ٥۲ مضمون پایه در ارتباط با راهکارها) حاصل شد. سپس تحلیل در سطحی کلان‌تر از مضامین پایه انجام شد و مضامین پایه مختلف در قالب مضامین سازمان‌دهنده مرتب شدند. در مجموع ۲۰ مضمون سازمان‌دهنده شناسایی شد که ۱۳ مضمون در ارتباط با پیامدها و ۷

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

مضمون در ارتباط با راهکارهای مؤثر بودند. در مرحلهٔ بعدی مضامین شناسایی شده پالایش شدند. در نهایت تمام مضامین به‌دست آمده در گروه‌های مشابه و منسجمی دسته‌بندی و شبکه مضامین ترسیم شد. در جداول ۲ و ۳، مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر به ترتیب در ارتباط با اثرات کووید-۱۹ بر گردشگری ورزشی و راهکارهای مؤثر برای مقابله با اثرات کووید-۱۹ بر گردشگری ورزشی ارائه شده است.

جدول ۲ . مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر مربوط به اثرات کووید-۱۹ بر گردشگری ورزشی ایران

فراگیر	سازمان‌دهنده	پایه
رکود بازار گردشگری	عدم توازن هزینه-منفعت	کاهش درآمدهای حاصل از فعالیت‌های گردشگری ورزشی (فروش بلیت و برگزاری رویداد و ...)
		تغییر در عرضه و تقاضای کالاها و خدمات مرتبط با گردشگری ورزشی
		کاهش جذب مشتری در قبال فعالیت‌های تبلیغاتی
		مازاد شدن هزینه‌های سربار (از جمله هزینه انرژی، اجاره، بیمه و ...)
		کاهش توان پرداخت حقوق و دستمزد کارکنان
	خروج نیروی کار	تعدیل و اخراج نیرو در سازمان‌های دولتی و خصوصی مرتبط با گردشگری ورزشی
		خروج نیروی انسانی آموزش‌دیده و ماهر از صنعت گردشگری ورزشی
		تغییر شغل صاحبان آژانس‌ها و مراکز گردشگری ورزشی تازه تأسیس
	توقف استراتژی-های توسعه-ای	کاهش سرمایه‌گذاری در ساخت و توسعه اماکن جدید ورزشی و گردشگری
		کاهش تمایل مسئولین و هواداران برای حفظ تیم‌های محلی
		برهم خوردن برنامه‌های توسعه باشگاه‌های ورزشی به خاطر کاهش درآمدها
		کاهش برندسازی شهری از طریق باشگاه‌ها و رویدادهای ورزشی
		تضعیف صنعت در حال رشد گردشگری ورزشی
		عدم تمایل اسپانسرها برای حمایت از وقایع و رویدادهای مختلف ورزشی
	ضرر مالی کسب و کارهای مرتبط	کاهش منافع اقتصادی و ورشکستگی آژانس‌ها، شرکت‌ها، دفاتر، بنگاه‌ها و تورهای گردشگری
		کاهش منافع اقتصادی مشاغل جانبی مرتبط با گردشگری ورزشی (حمل و نقلی، اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، چاپی، فروش لوازم و ...)
		کاهش منافع اقتصادی و ورشکستگی صاحبان باشگاه‌ها، مجتمع‌های تفریحی و تفرجگاه‌های ورزشی
		کاهش منافع اقتصادی و ورشکستگی رسانه‌های گروهی
		کاهش منافع اقتصادی و ورشکستگی مربیان، تورگردان‌ها و راهنمایان گردشگری
	محدودیت به‌کارگیری اماکن	تعطیلی بسیاری از اماکن ورزشی و مراکز و جاذبه‌های گردشگری ورزشی دولتی و خصوصی
		محدودیت در فعالیت اماکن ورزشی و جاذبه‌های گردشگری
		کاهش میزان استفاده از فضاهای ورزشی، گردشگری و خدمات گردشگری ورزشی
		کاهش امنیت تأسیسات مرتبط با ورزش و گردشگری
		کاهش تدارکات و خدمات مربوط به سالن‌ها و تفریحگاه‌های ورزشی و گردشگری ورزشی
		توقف یا سیر نزولی ساخت اماکن و زیرساخت‌های ورزشی و گردشگری جدید
		کاهش میزان رقابت‌پذیری اماکن

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

فراگیر	سازمان‌دهنده	پایه
تغییر الگوی گردشگری ورزشی	تغییر تمایلات رفتاری گردشگران	تغییر تمایلات و ترجیحات گردشگران ورزشی به نفع تفریحات فضای باز و طبیعت (از جمله: کوهنوردی، سنگ-نوردی، پیاده‌روی، دو، دوچرخه‌سواری، آفرویدسواری و ...)
		جایگزینی مقاصد جدید گردشگری به صورت ناخواسته یا اجباری به‌نفع مناطق کم جمعیت یا کمتر مسافرپذیر در گذشته
		رونق گردشگری انفرادی و خانوادگی
		جایگزینی وسایل نقلیه شخصی با وسایل نقلیه عمومی در تورهای گردشگری برنامه‌ریزی‌شده
		تمایل به کاهش مواجهه چهره به چهره گردشگران با یکدیگر
		تغییر سفرهای مربوط به گردشگری ورزشی به سمت مسافرت‌های کاری و شغلی
	ادراکات روانشناختی منفی	افزایش حساسیت و عدم اطمینان
		افزایش احساس نگرانی، استرس ناخواسته و ناامنی در سفر
		کاهش میزان پویایی، نشاط و هیجان
		فقدان انگیزه و میل به ارتباطات بین فردی
		کاهش میزان ریسک‌پذیری در بین گردشگران ورزشی
	تغییر اولویت‌های دوره بحران	کم اهمیت شدن گردشگری ورزشی نسبت به سایر موضوعات از نظر مدیران و مسئولین ارشد
		تغییر در الگوی تحقیقات مربوط به سفر و گردشگری
		کاهش میزان تبلیغات مربوط به گردشگری ورزشی از طریق رسانه‌های مختلف
		کاهش اعتقاد به ظرفیت‌های گردشگری ورزشی
		توقف تیم‌داری سازمان‌ها یا افراد متولی
		در اولویت نبودن گردشگری ورزشی به عنوان یکی از نیازهای خانوار
		افزایش توجه به بهداشت عمومی توسط گردشگران و ارائه‌کنندگان خدمات گردشگری
	محدودیت اجرای رویدادها	لغو یا تعلیق بسیاری از رویدادها و مسابقات ورزشی (در دوره ابتدای شیوع کرونا)
		برگزاری رویدادهای ورزشی به صورت متمرکز
		لغو یا تعلیق همایش‌های مختلف علمی و آموزشگاهی و جشنواره‌های ورزشی و گردشگری
		ادامه اردوهای تیم‌ها و ورزشکاران سطح حرفه‌ای و قهرمانی
		برگزاری محدود بسیاری از رویدادها بدون هواداران، تماشاگران و گردشگران
		برگزاری دوره‌های مربی‌گری و داوری به صورت آنلاین و مجازی
	افت جریان سفر	کاهش تعداد سفرها و رفت و آمدها
		کم شدن تعداد گردشگران
		کاهش مدت سفر و اقامت
		سخت گیری و تغییر شرایط ویزا
		بلاتکلیفی خدمات مرتبط با سفر
	محدودیت-های دولتی سفر	تبدیل شدن موضوع بهداشت و ایمنی به مشکل امنیتی
		افزایش کنترل‌های مربوط به سفر به ویژه سفرهای خارجی
		فشار دولت برای تعطیلی اجباری فعالیت‌های گردشگری ورزشی
		جرایم سنگین برای خودروهای شخصی در مسیرهای بین شهری (ممنوعیت تردد پلاک‌های غیربومی)
		متوقف کردن فعالیت‌های گردشگری ورزشی در دوره‌های خیز ویروس

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

فراگیر	سازمان‌دهنده	پایه
بهبود زیست محیطی	حفاظت از محیط زیست	کاهش تولید زباله و پسماند در محیط‌های ورزشی و گردشگری
		کاهش میزان سر و صدا و آلودگی صوتی
		بهتر شدن وضعیت آب و هوا به دلیل کاهش تولید CO_2 ناشی از حمل و نقل
		ارتقای پایداری محیطی اماکن گردشگری و ورزشی با افزایش رعایت موارد بهداشتی
	نوسازی و ترمیم محیطی	فرآهم شدن فرصت مناسب برای بازسازی و نوسازی تأسیسات ورزشی و اماکن گردشگری
		بهبود چشم‌اندازها و مناظر طبیعی و ترمیم دوباره اماکن طبیعی (مثل دریاها، سبزه‌زارها و کوهستان‌ها) به دلیل کاهش تجمعات انسانی
		فرآهم شدن فرصت احیای محیط طبیعی با اقدامات برنامه‌ریزی‌شده

نتایج حاصل از جدول ۲ نشان می‌دهد که سه مضمون فراگیر رکود بازار گردشگری ورزشی، تغییر الگوی گردشگری ورزشی و بهبود زیست محیطی در ارتباط با اثرات کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری ورزشی به‌دست آمده است. رکود بازار گردشگری ورزشی شامل ۵ مضمون سازمان‌دهنده از جمله عدم توازن هزینه-منفعت، خروج نیروی کار، توقف استراتژی‌های توسعه‌ای، ضرر مالی کسب و کارهای مرتبط و محدودیت به‌کارگیری اماکن می‌باشد. تغییر الگوی گردشگری ورزشی شامل ٦ مضمون سازمان‌دهنده از جمله تغییر تمایلات رفتاری گردشگران، ادراکات روانشناختی منفی، تغییر اولویت‌های دوره بحران، محدودیت اجرای رویدادها، افت جریان سفر و محدودیت‌های دولتی سفر می‌باشد. بهبود زیست محیطی نیز شامل دو مضمون سازمان‌دهندهٔ حفاظت از محیط زیست و نوسازی و ترمیم محیطی می‌باشد.

جدول ۳ . مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر مرتبط با راهکارهای مقابله با اثرات کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری ورزشی ایران

فراگیر	سازمان‌دهنده	پایه
مدیریت بحران	پاسخ اضطراری به بحران	ایجاد کارگروه‌های ویژه تصمیم‌گیری و مدیریت بحران
		ارزیابی و برآورد اثرات و زیان‌های ناشی از بحران کرونا در حوزه گردشگری ورزشی
		گردآوری، انتشار و کاربرد اطلاعات برای کاهش اثرات زیانبار کرونا در دوره‌های مختلف
		سیاست‌گذاری و تدوین تدابیر و اقدامات مقابله‌ای با اثرات کرونا
		توسعه روش‌های جدید مدیریت ریسک برای مقابله بحران کرونا
		پشتیبانی از سیاست‌های خصوصی و عمومی برای حفظ سطح تقاضا و عملیات بخش گردشگری ورزشی
		ارائه بسته‌های ویژه بهداشتی و حمایتی برای مراکز ورزش و گردشگری
		پرداخت بیمه بیکاری
	جبران و بهبود منابع	توجه و تمرکز بر شناسایی فرصت‌های ناشی از بحران و برنامه‌ریزی برای گردشگری ورزشی پایدار
		اختصاص بودجه برای ظرفیت‌سازی، فضاسازی و ترویج گردشگری ورزشی برای رونق دوباره
		شناسایی و تعیین نیازها و منابع مالی و انسانی متخصص
		تشکیل فدراسیون گردشگری ورزشی (مشابه فدراسیون‌های ورزشی)
		تدوین نظام جذب سرمایه‌گذار داخلی و خارجی و تسهیل فعالیت فعالان و سرمایه‌گذاران در این حوزه
		حفظ ارتباطات سازگار، اعطای وام و کمک‌های مالی بلاعوض به کسب و کارهای آسیب‌دیده
		جبران خسارات شرکت‌ها و دفاتر مسافرتی
		تأسیس صندوق بحران وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
		بخشودگی جرایم و تخفیف‌های مالیاتی برای حفظ خدمات مهم

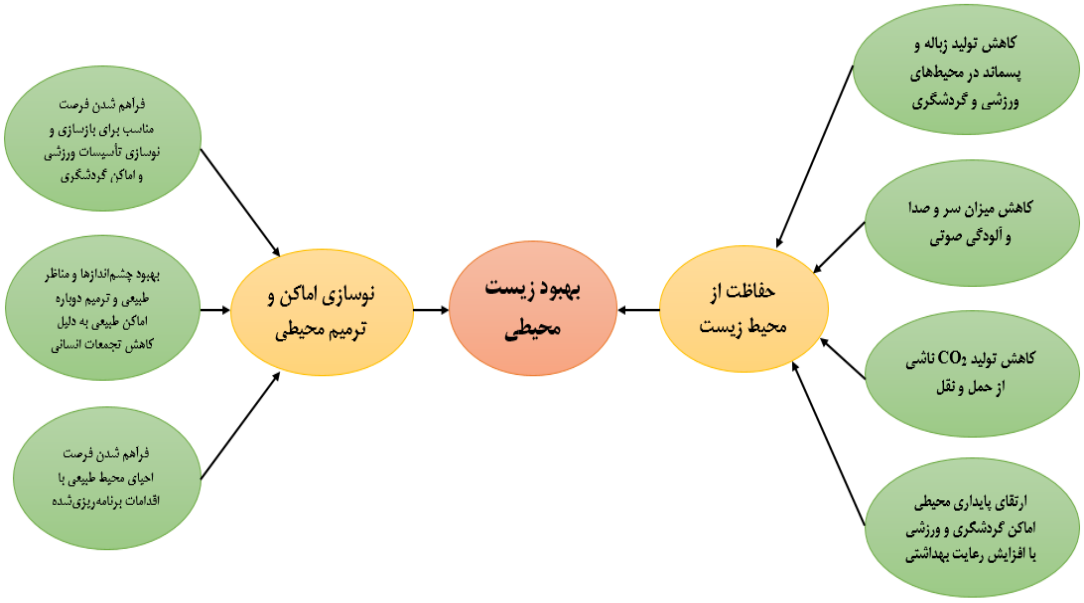
[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

		اعطای مشوق‌های بیمه‌ای و ارائه بیمه سفر (کرونا)
	نظارت و تقلیل آسیب-های کرونا	نظارت بر اجرای راهبردها و اقدامات تعریف شده
		کنترل بهداشت و تضمین سلامت محیط‌های گردشگری ورزشی
		آموزش فعالان حوزه گردشگری ورزشی در خصوص اقدامات ایمنی و بهداشتی
		ایجاد محتوای آموزشی در جهت افزایش آگاهی، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی بهداشتی
		توافقنامه همکاری با وزارت بهداشت و سازمان‌های مرتبط برای تسهیل واکسیناسیون و آموزش‌های ایمنی
		تقویت فعالیت‌های شبکه‌ای، همکاری با شرکا و تبادل اطلاعات با سایر استان‌ها
		راه‌اندازی سیستم ثبت اطلاعات گردشگران (افراد متأثر از کرونا/ مجاز یا غیرمجاز برای سفر)
طراحی نوآورانه منطبق با نظم جدید	تغییر نحوه برگزاری رویدادها	برگزاری تورها، ارائه خدمات گردشگری و اجرای رویدادهای ورزشی در فضای باز (تفریحات روباز)
		برگزاری تورها و رویدادهای ورزشی به صورت آنلاین
		تغییر شرایط میزبانی مسابقات و رویدادها (مثل افزایش میزبانی رویدادهای انفرادی مانند ژیمناستیک، تجهیز اماکن ورزشی و رختکن‌ها به سیستم‌های تهویه‌ای قوی، برخورداری از اقامتگاه‌های متعدد و مجزا، دسترسی به خدمات بهداشتی و پزشکی پیشرفته، اسکن گرما و تب و ...)
		برگزاری متمرکز مسابقات در یک مقصد مشخص
		کاهش زمان برگزاری تورها و رویدادهای ورزشی
	تشدید اقدامات بهداشتی	ممانعت از مشارکت افراد مبتلا به یا مشکوک به کرونا
		ضدعفونی کردن پیوسته اماکن ورزشی تفریحی، هتل‌ها و ...
		کنترل‌های بهداشتی گردشگران ورزشی به طور محسوس و نامحسوس
		صدور کارت و گواهی سلامت برای اماکن و ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری ورزشی
		پیروی از آخرین دستورالعمل‌ها و مراقبت‌های بهداشتی (از جمله شستن دست‌ها، خودداری از دست دادن، خودداری از حضور در مکان‌های شلوغ، پوشیدن ماسک و دستکش و ...)
		تأمین اقلام بهداشتی به عنوان ضروریات سفر
		استفاده از غذاها و خوراکی‌های خودپز
		تهیه کیت‌ها و تسهیلات به خصوص از سوی مراکز اقامتی و پذیرایی
	تجدید نظر در بازاریابی	راه‌اندازی کسب و کارهای اینترنتی (استارتاپ‌های) مربوط به گردشگری ورزشی
		توسعه کمپ‌ها، اردوگاه‌ها و اقامتگاه‌های روباز به جای اماکن سرپوشیده و بسته
		توسعه تولید محتوای مجازی توسط میزبانان
		راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی مبتنی بر مؤلفه‌های بهداشتی در فضای مجازی و حاشیه رویدادها
		تولید برنامه‌های نرم‌افزای در حوزه‌های مختلف گردشگری ورزشی
		رقابت‌پذیر نمودن قیمت‌ها و هزینه‌های سفر نسبت به سایر مکان‌ها
		شبکه‌سازی الکترونیکی تورها و شرکت‌های گردشگری
		ارائه تخفیف یا توزیع رایگان بلیت‌ها برای بازدید از اماکن تفریحی ورزشی
		ارائه هدایا، جوایز و حمایت‌های خاص برای گردشگران
	طرح‌های ابتکاری کاهش مواجهه	تخصیص اقامتگاه‌ها به یک خانواده یا یک گروه فامیلی
		برنامه‌ریزی سفر با خودروهای کم‌جمعیت‌تر
		ایجاد روش‌های ابتکاری فاصله‌گذاری اجتماعی در مکان‌های مختلف
		ایجاد و ارتقای سیستم‌های رزرو و دریافت آنلاین خدمات (فروشگاه‌های آنلاین در هتل‌ها و اقامتگاه‌ها)
		ایجاد اتاق‌های کنترل و ردیابی و علامت‌گذاری مسافران سالم و بی‌خطر

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

نتایج حاصل از جدول ۳ نشان می‌دهد که دو مضمون فراگیر در ارتباط با راهکارهای مؤثر صنعت گردشگری ورزشی برای مواجهه با پیامدهای کووید-۱۹ شامل مدیریت بحران و طراحی نوآورانه منطبق با نظم جدید شناسایی شدند. مدیریت بحران خود شامل سه مضمون سازمان‌دهنده از جمله پاسخ اضطراری به بحران، جبران و بهبود منابع و نظارت و تقلیل آسیب‌های کرونا می‌باشد. طراحی نوآورانه منطبق با نظم جدید نیز شامل چهار مضمون سازمان‌دهندهٔ تغییر نحوه برگزاری رویدادها، تشدید اقدامات بهداشتی، تجدیدنظر در بازاریابی و طرح-های ابتکاریِ کاهش مواجهه می‌باشد.

در مرحله ترسیم شبکه مضامین تلاش شد تا براساس روندی مشخص، مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر به شکلی نظام‌مند به تصویر کشیده شوند. در این شبکه تارنما، هر یک از سه سطح کدگذاری همراه با روابط میان آن‌ها نشان داده شد. به عنوان نمونه، نمودار ۱، شبکه مضامین مربوط به بهبود زیست محیطی را نشان می‌دهد که ۲ مضمون سازمان‌دهنده حفاظت از محیط زیست و نوسازی اماکن و ترمیم محیطی را دارد.



نمودار ۱. شبکه مضامین بهبود زیست محیطی

بحث و نتیجه‌گیری

اپیدمی کووید-۱۹ ماهیتی چندوجهی و بدون تردید اثراتی فراگیر در حوزه‌های مختلف دارد. بنابراین، پرداختن به پدیدهٔ شیوع کووید-۱۹، ماهیتی بین رشته‌ای دارد و به همین دلیل نیازمند نگاهی همه‌جانبه و توأمان در بخش‌های مختلف است. ازاین‌رو، گروه نویسندگان در این مقاله با بهره‌گیری از نظرات متخصصان و با مطالعهٔ تحقیقات انجام شده در این حوزه، به بررسی تأثیرات و پیامدهای شیوع کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری ورزشی ایران پرداخته‌اند و در این زمینه راهکارهایی را برای کاهش اثرات منفی کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری ورزشی ایران شناسایی کرده‌اند. از تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی، سه مضمون فراگیر رکود بازار

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

گردشگری ورزشی، تغییر الگوی گردشگری ورزشی و بهبود زیست محیطی در ارتباط با اثرات کووید-۱۹ بر گردشگری ورزشی بدست آمد.

به طور کلی در هر بحرانی، ابتدا باید مسئله را فوری حل نمود و سپس از وقوع مجدد آن جلوگیری کرد. همه‌گیری کووید-۱۹ نیز به عنوان بحران، یک مورد قابل توجه است (۴۷). یکی از اصلی‌ترین علل بروز رکود کم شدن تقاضا نسبت به عرضه است. در وضعیت کنونی و در حالی‌که بیماری کووید-۱۹ به یک همه‌گیری جهانی تبدیل شده، میزان تقاضا نسبت به عرضه در صنعت گردشگری ورزشی کم شده و این موضوع خود منجر به رکود بازار گردشگری ورزشی شده است (۴۸). گردشگری ورزشی برای جامعهٔ میزبان هم هزینه و هم منفعت اقتصادی و غیراقتصادی به همراه دارد. اما در شرایط کنونی و در پی بحران کووید-۱۹، گردشگری ورزشی می‌تواند تأثیرات منفی نیز داشته باشد. بنابراین آن‌چه که باید انجام شود، توازن بین هزینه‌ها و منافع برای رسیدن به بهترین تعادل ممکن است. اپیدمی کووید-۱۹، درآمدهای حاصل از فعالیت‌های گردشگری ورزشی را به طور محسوسی کاهش داده است که این موضوع در نتایج مطالعات اکبری و انصاری، ۱۳۹۹ (۲۰)؛ امیری‌فهلیانی، ۱۳۹۹ (۳۵)؛ کلابی و کریمی‌راد، ۱۳۹۹؛ علوی، کروبی، ذبیحی، اسماعلی و علوی، ۱۳۹۹ (۴۱) نیز تأکید شده است. به طور کلی، گسترش کووید-۱۹، تولید کشور را از هر دو سمت عرضه و تقاضا با شوک منفی مواجه کرده؛ در سمت تقاضا، بسیاری از فعالیت‌ها با کاهش تقاضا مواجه شده‌اند و از ناحیه شوک منفی تقاضا، دسته فعالیت‌های بسیاری مانند فعالیت‌های حوزهٔ گردشگری شامل: تأمین جا، غذا و آشامیدنی‌ها، هتل‌ها و سایر مراکز اقامتی و فعالیت‌های زیرمجموعهٔ آن‌ها دچار مشکل شده‌اند (۴۹) و این موضوع تأثیر انکارناپذیری بر روی شرایط کسب و کارهای مختلف گذاشته است. افراد و سازمان‌های فعال در حوزهٔ گردشگری ورزشی در وضعیت فعلی اقتصادی و معیشتی کنونی، هزینه‌های سربار زیادی را متحمل شده‌اند. به‌طوری‌که، ضررهای اقتصادی ناشی از کووید-۱۹، بسیاری از باشگاه‌ها را حتی مجبور به کوچک‌سازی یا پایان فعالیت خود کرد (۵۰).

کرونا جامعهٔ ورزش را با بحران مالی مواجه کرده و این بحران مالی شامل بیکاری چندین ماههٔ مربیان، مدیران و کارکنان بخش‌های سازمان‌دهنده اماکن ورزشی و مسابقات شده است (۵۱)؛ نیروها در سازمان‌های دولتی و خصوصی مرتبط با گردشگری ورزشی تعدیل و اخراج شده‌اند (۲۰)؛ نیروی انسانی آموزش‌دیده و ماهر از صنعت گردشگری ورزشی خارج شده‌اند و شغل صاحبان آژانس‌ها و مراکز گردشگری ورزشی تازه تأسیس نیز تغییر یافته است (۳۳)، حتی دانشجویان نیز فرصت‌های شغلی خود را در صنعت گردشگری ورزشی در طول این بیماری همه‌گیر پر از عدم قطعیت می‌دانند (۱۱). همچنین کووید-۱۹ به جریان سرمایه ضربه زده است و سرمایه‌گذاران بیم آن دارند که گسترش اپیدمی کووید-۱۹ باعث کاهش هر چه بیش‌تر رشد اقتصادی شود (۴۸). در پی بحران کووید-۱۹، مبنی بر مقابله و پیشگیری از ابتلا ورزشکاران و گردشگران به این بیماری، فعالیت کلیه اماکن ورزشی و گردشگری، باشگاه‌های ورزشی، مراکز اقامتی، سایت‌های گردشگری، پارک‌ها و

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

مراکز تفریحی و ... در شهرها و استان‌های مختلف ممنوع اعلام شد و در شرایط خاص و با توجه به رنگ-بندی‌های مختلف از طرف ستاد ملی مقابله با کرونا، این اماکن اجازهٔ فعالیت محدود و در فضای باز دارند. واضح است که همه تصمیمات مربوط به محدودیت در به‌کارگیری اماکن و تعویق و لغو مسابقات و رویدادهای ورزشی نه تنها منجر به عواقب مربوط به ورزش می‌شود، بلکه باعث ایجاد مشکلات اقتصادی و اجتماعی چند بعدی و جدی به صورت زنجیره‌ای می‌گردد (۵۰).

به طور کلی شیوع ویروس کرونا صنعت گردشگری ورزشی را به شدت متأثر کرده است و اغلب کسب و کارهای مرتبط با صنعت گردشگری ورزشی، سخت‌ترین روزهای خود را پشت سر گذاشته‌اند. به همین منظور راهکارهای زیادی هم در لایه‌های مختلف برای مدیریت این بحران مطرح شده است. یکی از اصلی‌ترین راهکارها حمایت مالی دولت است که از سوی کسب و کارهای مختلف مطرح شده است. اما در کنار حمایت مالی دولت از کسب و کارهای متضرر از کووید-۱۹، می‌توان با مدیریت علمی برخی از رویکردها و هم‌اندیشی با صاحبان کسب و کار از این شرایط سخت و بحرانی با کم‌ترین ضرر و زیان عبور کرد.

تغییر الگوی گردشگری ورزشی دومین مضمون فراگیر شناسایی شده در خصوص اثرات کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری ورزشی می‌باشد. به طور کلی تغییرات و نوآوری‌هایی که هر ساله در جهان اتفاق می‌افتد، منجر به تغییراتی در صنایع مختلف می‌شود که صنعت گردشگری هم جزو این صنایع می‌باشد. تکنولوژی‌ها و نوآوری-هایی که در سطح جهان اتفاق می‌افتد، تمایلات گردشگران را نیز به نوعی تغییر می‌دهد. صنعت گردشگری با رشد اقتصادی نیز همبستگی تنگاتنگی دارد. همچنین عوامل زیادی وجود دارند که در بلندمدت و کوتاه‌مدت بر صنعت گردشگری تأثیر گذاشته و تمایلات گرشگران را تغییر می‌دهند. از جمله این عوامل فرهنگ، صلح، امنیت، زیرساخت‌های توسعه‌یافته، مسایل زیست محیطی، جمعیت جهان، تحصیلات، قرنطینه و غیره هستند (۵۲). اما در این میان، انتشار ویروس کووید-۱۹ و همه‌گیری آن، تمایلات گردشگران را بیش از پیش تغییر داد. در این شرایط، بسیاری از اولویت‌های سفر گردشگران تغییر پیدا کرده و انتظارات گردشگران از مقاصد گردشگری بیش‌تر شده است. همان‌گونه که کاوالهیرو، مایر و لوز (۲۰۲۱) نیز در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که ترجیحات گردشگران در دوران کووید-۱۹ به سمت مناطق ساحلی و روستایی سوق پیدا کرده است (۵۳). علاوه بر این، یافته‌های جوآن و یانگ (۲۰۲۱)، نیز نشان داد که تقاضای گردشگری در دوران کووید-۱۹ در طبیعت و سواحل متمرکز شده است (۵۴).

به طور کلی، در این شرایط گردشگری مبتنی بر طبیعت به یکی از محبوب‌ترین فعالیت‌های تفریحی در جهان تبدیل شده است. فعالیت‌ها در مکان‌های مبتنی بر طبیعت، گردشگران را به طبیعت نزدیک‌تر می‌کند و طیف گسترده‌ای از فواید فردی مانند تقویت خلق‌وخو، بهبود سلامت روان، کاهش استرس و اضطراب دارد که می‌تواند منجر به کاهش خطر افسردگی شود. پیاده‌روی در طول همه‌گیری کووید-۱۹ سهم قابل توجهی از گردشگری مبتنی بر طبیعت را به خود اختصاص داده است (۵۵). همچنین پس از انتشار ویروس کووید-۱۹، محدودیت‌های بسیاری در تردد مردم اعمال شد و همین موضوع باعث شد که گردشگران بیش‌تر اوقات خود

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

را به محل سکونت‌شان و یا نزدیک به آن سوق بدهند. شرایطی که در پی اپیدمی کووید-۱۹ در شهرها اتفاق افتاد، موجب این شد که مردم برای رفع نیازهای فراغتی و گردشگری خود به مناطق اطراف خود روی آورند و در نتیجه ارزش محل سکونت‌شان بیش‌تر از قبل برای آن‌ها مشخص شد. در این وضعیت، گردشگران ورزشی به طور ناخواسته و یا اجباری مناطق کم‌جمعیت و یا کمتر مسافرپذیر را به عنوان مقاصد گردشگری خود انتخاب می‌کنند که ود، (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود بر این موضوع تأکید داشت (٤٤). همان‌گونه که نتایج مطالعهٔ جوآن و یانگ، (۲۰۲۱) نیز در زمینهٔ رفتار گردشگران نشان می‌دهد که گردشگران در دوران کووید-۱۹ و هنگام سفر، حرکات خود را معطوف مناطق محلی و مسیرهای سفر ساده می‌کنند و به مکان‌های کم‌ترددتر علاقهٔ بیش‌تری نشان می‌دهند (٥٤).

از طرف دیگر بحران کووید-۱۹ منجر به افزایش حساسیت و عدم اطمینان، افزایش احساس نگرانی، استرس ناخواسته و ناامنی در سفر، کاهش میزان پویایی، نشاط و هیجان، فقدان انگیزه و میل به ارتباطات بین فردی و نیز کاهش میزان ریسک‌پذیری در بین گردشگران ورزشی شده است (۲۰, ٤١, ٤٤). به طور کلی می‌توان اظهار کرد، در پی شیوع کووید-۱۹، مردم به دلیل بسته شدن کسب و کارها، احساسات منفی شدیدی را تجربه می‌کنند. هر چند محدودیت‌های گسترده‌ای مانند ممنوعیت مسافرت در کنترل و مدیریت بیماری مؤثر است، اما اثرات روانی منفی بر جامعه دارد (٥٦). همان‌گونه که میرزایی (۱۳۹۹) نیز در پژوهش خود تأثیرات منفی کووید- ۱۹ را ایجاد گسست اجتماعی و افزایش فردگرایی و انزوای اجتماعی به ویژه برخودرها، تماس‌ها و ارتباط‌های کنترل‌شده و هدف‌محور و حسابگرانه و تا حد زیادی غیر عاطفی مطرح کرده است (٥٧).

به طور کلی محدودیت‌های جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی که در پی شیوع کووید-۱۹ در نظر گرفته شد و سخت‌گیری‌های بسیاری در این زمینه صورت گرفت، منجر به این شد که تعداد سفرها کاهش پیدا کند. بدیهی است در پی آن تعداد گردشگران و مدت سفر و اقامت نیز کم‌تر می‌شود. از طرف دیگر، با شیوع ویروس کووید-۱۹ و با توجه به توصیه‌هایی که وزارت بهداشت و ستاد مبارزه با کرونا برای رعایت بهداشت عمومی داشته است، بسیاری از رویدادها لغو شدند و در صورت برگزاری بدون تماشاگر و هوادار می‌باشند. با این حال، به نظر می‌رسد با گسترش استفاده از واکسن کووید-۱۹، می‌توان باعث افزایش میزان اعتماد به نفس گردشگران شد و برای کاهش یا رفع محدودیت‌های سفر کمک نمود تا گردشگری ورزشی به تدریج عادی شود و بهبود پیدا کند.

بهبود زیست محیطی سومین مضمون فراگیر شناسایی شده مرتبط با اثرات کووید-۱۹ بر گردشگری ورزشی در پژوهش حاضر می‌باشد. تحقیقات نشان می‌دهد که این پدیده علارغم تمامی تهدیدها، با فرصت‌هایی نیز همراه است و علی‌رغم پیامدهای مخرب و منفی، حتماً پیامدهای مثبت و مطلوبی نیز به ارمغان آورده است. بنابراین تأثیر ویروس کووید-۱۹ را می‌توان هم مثبت ارزیابی کرد و هم منفی (٥٨). همان‌گونه که میرزایی (۱۳۹۹) نیز در پژوهش خود به این موضوع اشاره کرده‌اند که به نظر می‌رسد این ویروس خود نقطه عطفی در تحول جهانی باشد و احتمالاً نوعی تغییر انگاره‌ای را موجب خواهد شد که نه تنها جهان‌بینی انسان‌ها را متحول

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

خواهد کرد، بلکه بر شیوه‌های کنشی، رفتاری و کرداری انسان‌ها در سطح جهان نیز تأثیر خواهد گذاشت (۵۷). در این خصوص بوهیجی و احمد (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود به این موضوع اشاره کرده‌اند که با وجود تمام مشکلاتی که این ویروس به وجود آورده است، این ویروس فرصت‌های گوناگونی را در زندگی انسان‌ها ایجاد می‌کند. آن‌ها در پژوهش خود موقعیتی را مطرح می‌کنند که در آن ضمن تسکین خطرات چنین بحران‌هایی، از فرصت‌های آن نیز می‌توان بهره‌برداری کرد (۵۹). بنابراین، ارتقای رفتار زیست محیطی، مدیریت زیست محیطی، شناسایی و معرفی مناطق طبیعی منحصر به فرد باید در دستور کار قرار گیرد (۷).

در ارتباط با تعیین راهکارهای مؤثر برای توسعهٔ گردشگری ورزشی در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ در پژوهش حاضر دو مضمون فراگیر مدیریت بحران و طراحی نوآورانه منطبق با نظم جدید شناسایی شدند. همه‌گیری کووید-۱۹ نگران‌کننده است. به همین دلیل باید سیاست‌های مناسب تدوین و به درستی اجراء شوند. همان‌طور که گیل‌آلانا و پوزا (۲۰۲۰)، در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که برخی از شوک‌هایی که به واسطهٔ کووید-۱۹ بر این صنعت وارد شده و انتظار می‌رفت که مقطعی باشند، دائمی شده‌اند و نیاز به اقدامات جدید برای بازگشت صنعت به وضعیت قبل خود است (۶۰).

مدیریت بحران اولین مضمون فراگیر شناسایی شده در ارتباط با راهکارهای مؤثر می‌باشد. ایجاد کارگروه‌های ویژه تصمیم‌گیری و مدیریت بحران اولین راهکاری است که در مقالات کلابی و کریمی‌راد، ۱۳۹۹ (۳۹) و ود، ۲۰۲۰ (٤٤) به آن اشاره شده است و نشان از این دارد که باید دستگاه‌های مربوطه مانند وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت ورزش و جوانان، وزارت بهداشت و ... دستورالعمل‌های تخصصی نحوهٔ پیش‌گیری، کنترل و مواجهه با شیوع ویروس کووید-۱۹ را تهیه و ابلاغ نمایند؛ چرا که نتایج نشان می‌دهد که در این شرایط بخش ورزش نسبت به سایر بخش‌ها از آمادگی کمتری برخوردار است (٦١).

به طور کلی، با ورود کرونا ویروس به کشور و با توجه به سطح بالای همه‌گیری ویروس، نگرانی‌های زیادی پیرامون چگونگی مدیریت وضع کنونی و کاهش تبعات آن در حوزه‌های مختلف مانند گردشگری ورزشی به وجود آمده است. با توجه به اینکه عوامل بسیاری مانند تراکم جمعیت در استان‌ها، میزان سفر به شهرها و استان‌های مختلف، میزان اعمال قرنطینه و رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی و ... می‌توانند بر میزان و سرعت شیوع این ویروس مؤثر باشند، لذا لازم است تدابیر مدیریتی و سیاست‌ها با لحاظ نمودن این عوامل تدوین گردند و سیاست‌های پیشگیرانه و تدابیر ویژه برای کاهش تبعات این بیماری اتخاذ شوند. برای این منظور بهتر است که برقراری مجدد خدمات همراه با رعایت بهداشت و پروتکل‌های بهداشتی باشد تا وضعیت به زودی به حالت عادی بازگردد.

طراحی نوآورانه منطبق با نظم جدید دومین مضمون فراگیر شناسایی شده برای مقابله با اثرات بحران کووید-۱۹ می‌باشد. در دوران بحران کووید-۱۹ بازاریابان باید تغییر در نگرش گردشگران را در نظر بگیرند و بیشتر از جذب مشتری جدید به استراتژی‌های وفاداری توجه کنند (٦٢). در این خصوص اسکندریان (۱۳۹۹) در پژوهش خود به موضوع تقویت الگوی مصرف فضای مجازی در جامعه در این ایام تأکید کرده است و استدلال

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

می‌کند که امروز ارتباط مردم تحت تأثیر شیوع کرونا مختل شده است. بنابراین با بحران ارتباط مواجه هستیم که این مسئله ما را وارد فضای دوم (یعنی فضای مجازی) کرده است. او همچنین اشاره به این موضوع دارد که هر چند بحران کرونا از دید و بازدیدهای مثبت و رو در رو کم کرده است، اما یک سرمایهٔ اجتماعی به نام دنیای مجازی را تقویت کرده که نه تنها در آموزش و امیدبخشی مؤثر می‌باشد، بلکه به ایجاد نشاط اجتماعی در شرایط استرس ناشی از شیوع بیماری هم کمک می‌کند(۵۸). در این راستا پاچوکی، گروس و شول‌گریسمن (۲۰۲۲) نیز در پژوهش خود اظهار کرده‌اند که شیوع کووید-۱۹ اهمیت رسانه‌های اجتماعی را برای مقاصد گردشگری افزایش داده است (٦٣). در این شرایط بحران کووید-۱۹ پیگیری راهبرد انسجام اجتماعی در کنار فاصله‌گذاری اجتماعی، در حالی‌که همزمان توصیه به انفصال اجتماعی می‌شود، کار آسانی نیست. قرار نیست برای مقابله با یک بیماری، جامعه را قربانی کرد و لزومی هم به این کار نیست. ما در عصری زندگی می‌کنیم که فهمیده‌ایم توان و امکانات جامعه محدود به دولت و بخش خصوصی نمی‌شود. جامعه مدنی و گروه‌های داوطلبانه مردمی سرشار از ابتکارات، نوآوری‌ها و منابعی هستند که می‌توانند در شرایط بحران به کار گرفته شود (٦٤). در این شرایط و با وجود اینکه کووید-۱۹ صنعت گردشگری جهانی را به بن‌بست رساند؛ در پاسخ، ذی‌نفعان مختلف گردشگری رویکردهای نوآورانه‌ای مانند تورهای مجازی اتخاذ کردند تا جاذبه‌های خود را در ذهن بازدیدکنندگان بالقوه نگه دارند. به عنوان مثال، سازمان گردشگری سنگاپور بیانیه «هم‌اکنون سنگاپور را تجربه کنید، بعداً مراجعه کنید» منتشر کرد. ابتکاری که به بازدیدکنندگان از سراسر جهان اجازه داد تا برخی از جاذبه‌ها و مناطق شهری را به صورت مجازی بازدید کنند یا به طور مشابه باغ گیاه‌شناسی نیویورک، برج ایفل و موزه واتیکان هنگامی‌که مجبور شدند تورهای گردشگری را متوقف کنند، بلادرنگ برای حفظ ارتباط با بازدیدکنندگان و حفظ علاقهٔ گردشگری، تورهای مجازی را توسعه دادند (٦٥).

پیشنهادات کاربردی

براساس نتایج حاصل از پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود: طرح مدیریت بحران و چارچوب واکنش اضطراری برای کسب و کارهای فعال در حوزهٔ گردشگری ورزشی از سوی سازمان‌های متولی تدوین شود؛ گردشگری هدفمند به کلی تعطیل نشود؛ بلکه با رعایت پروتکل‌های بهداشتی از ظرفیت‌های محیط‌های باز و طبیعی استفاده کرده و گردشگری ورزشی در این محیط‌ها را فعال نگه داشت؛ واکنش‌های سیاستی مالی و پولی مبتنی بر شرایط و نیازهای ویژه قشر آسیب‌پذیر از صنعت گردشگری ورزشی صورت بگیرد تا با اجرای آن‌ها به کاهش فقر و نابرابری اجتماعی و اقتصادی کمک شود. زیرا بنا بر آمار اعلام شده از سوی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی ۸۰ هزار نفری که به‌صورت مستقیم در صنعت گردشگری فعال هستند در صورت عدم‌حمایت و برنامه‌ریزی بیکار می‌شوند (٦٦)؛ تسهیلات کرونایی به صورت مستمر تداوم داشته باشند؛ از تعدیل نیروی کار فعال در حوزهٔ خدمات گردشگری و کسب و کارهای خرد و کلان با تأمین منابع مالی ارزان قیمت جلوگیری شود و دولت هم در این میان به تأمین مالی اقدام کند؛ مدیران شرکت‌ها و مقاصد گردشگری ورزشی به دنبال راهکارهایی به منظور سازگاری با تغییرات احتمالی سبک سفر و رفتارهای معادل

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

دیگری باشند؛ با شیوه‌های مختلف و نوآورانه در قالب جشنواره و رویدادها و نمایشگاه‌های گردشگری در حوزه‌های مجازی و محیطی با رعایت تمام پروتکل‌های بهداشتی موجبات ایجاد نشاط عمومی و کاهش نگرانی‌ها را فرآهم نمود و تبعات افسردگی ناشی از ویروس کرونا برای فعالان حوزۀ گردشگری ورزشی و گردشگران ورزشی را رفع کرد؛ حوزه فعالیت سرمایه‌گذاران از جمله امکان‌پذیر شدن سرمایه‌گذاری در بخش زیرساخت‌ها، نرم‌افزاری، سخت‌افزاری و ... گسترش داده شده و روش‌های جدید سرمایه‌گذاری به رسمیت شناخته شوند؛ مهم‌ترین پیشنهاد نیز تغییر نقطه تمرکز ارائه خدمات است که بهترین راه برای زنده ماندن گردشگری ورزشی در این بحران می‌باشد. به این معنا که افراد درگیر در حوزۀ گردشگری ورزشی بهتر است روی مسائل عمده‌ای تمرکز کنند که در این شرایط برای آن‌ها اهمیت دارد. به عنوان مثال می‌توانند با ارائه خدمات جدید و یا به صورت مجازی یا در فضای باز نوع خدمات خود را تغییر دهند. به طور کلی، در حوزۀ صنعت گردشگری در کل درست است که این صنعت نحیف خصوصاً در بخش گردشگری ورزشی با بروز کووید-۱۹ زمین‌گیر شد، اما بهتر است برنامه‌هایی به صورت کارشناسی شده و مسئولانه تدوین و دنبال شوند که شاهد رونق گردشگری ورزشی در این شرایط باشیم. در این شرایط با وجود اینکه کارهای زیادی توسط متولیان و مسئولین امر انجام شده اما هیچ کدام از آن‌ها کافی نیست. تسهیلات بدون تمهیدات کارساز نیست و گردشگری ورزشی به عنوان یک صنعت فرابخشی، ذی‌نفعان سازمانی زیادی مانند اداره ورزش و جوانان، وزارت اقتصاد و دارایی و ... دارد که در هنگام مشکلات نیز این ذی‌نفعان باید در کنار بخش گردشگری ورزشی از آن‌ها حمایت کنند تا این صنعت نیز بتواند به حیات خود ادامه دهد. اینکه ویروس کرونا تا چه زمانی باقی خواهد ماند اصلاً مشخص نیست. بنابراین باید در حوزۀ گردشگری ورزشی خود را با شرایط موجود سازگار کنیم و بر همین اساس منشور و دستورالعملی تهیه شود که چگونه در همین دوران کرونا هم بتوان بخش گردشگری هدفمند را فعال و یا حداقل نیمه‌فعال نگه داشت و از میزان هزینه‌ها کاست.

محدودیت‌های تحقیق و پیشنهادات پژوهشی

محدودیت‌هایی در پژوهش حاضر وجود دارد که با توجه به این محدودیت‌ها، پیشنهاداتی ارایه می‌شود که تحقیقات آینده می‌توانند به نوعی این جنبه‌ها را مد نظر قرار دهند.

اول اینکه این مقاله در بازۀ زمانی سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۰ تدوین شده است، بنابراین با توجه به متغیر بودن تأثیرات این بیماری بر حوزه‌های مختلف خصوصاً گردشگری ورزشی، نگارش مطالبی در این خصوص نیازمند به روز کردن داده‌ها و اطلاعات به شکلی متوالی می‌باشد.

دوم، از آن‌جایی که روش مورد استفاده در این پژوهش، کیفی است؛ ممکن است نتایج حاصل از پایایی لازم برخوردار نباشند و پژوهش‌گری دیگر نتایج مشابه بدست نیاورد. در این پژوهش از روش تحلیل مضمون برای بررسی وضعیت صنعت گردشگری ورزشی ایران در دوران کووید-۱۹ استفاده شده است. لیکن، به منظور دستیابی به درک و فهم بیش‌تر از موضوع پژوهش، پیشنهاد می‌شود در مطالعات دیگر، به بررسی موضوع

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

پژوهش با سایر روش‌های کیفی مانند نظریه داده‌بنیاد پرداخته شود و به مقایسه نتایج این پژوهش با سایر روش‌های کیفی پرداخته شود.

سوم، در این پژوهش مصاحبه‌هایی فقط با اساتید مدیریت ورزشی، تورگردان‌ها و کارشناسان میراث فرهنگی انجام گرفت. در این شرایط انجام مصاحبه و پیگیری برای دریافت نظرات برخی متخصصین و خبرگان در این حوزه به سختی انجام شد. پیشنهاد می‌شود در مطالعات دیگر، اثرات کووید-۱۹ بر گردشگری ورزشی از دیدگاه سایر افراد مرتبط با این حوزه مانند گردشگران ورزشی نیز مورد بررسی قرار گرفته و راهکارهای شناسایی شده توسط آن‌ها نیز مورد مطالعه قرار گیرند.

References

1. Fahimi B. [homepage on the Internt]. IRAN. After Covid-19; an opportunity for green marketing. Deputy Minister of Economy, Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture of Iran. 2020. [updated 2002 May 27; cited 2002 June 28] (In Persian). URL: file:///C:/Users/top/Downloads/BULTANZkhordadZ99.pdf.
2. Bandyopadhyay S. Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): we shall overcome. Clean Technol. Environ. Policy. 2020; 22(3): 545-546. https://doi.org/10.1007/s10098-020-01843-w.
3. Gössling S, Scott D, Hall, CM. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. J of Sustainable Tourism. 2020; 1-20. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708.
4. Chang CL, McAleer M, Ramos V. A charter for sustainable tourism after COVID-19. Sustainability. 2020; 12(9); 3671. https://doi.org/10.3390/su12093671.
5. Nicola M, Alsafi, Z. Sohrabi, C. Kerwan, A. Al-Jabir, A. Iosifidis, C. Agha, R. The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. International journal of surgery (London, England). 2020; 78: 185. https://doi.org/10.1016/j.ijsu.2020.04.018.
6. Wen JJ, Wang W, Kozak M, Liu X, Hou H. Many brains are better than one: the importance of interdisciplinary studies on COVID-19 in and beyond tourism. Tourism Recreation Research. 2020; 1-4. https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1768335.
7. Hallaj Z, Bijani M, Abbasi E, Valizadeh N, Mohammadi M. Tourism Development During the Pandemic of Coronavirus (COVID-19): Evidence From Iran. Front. Public Health. 2022; 10, 881381. https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.881381.
8. Jones P. A review of the UK's tourism recovery plans post COVID-19. Athens Journal of Tourism. 2022; 9(1): 9-18. https://doi.org/10.30958/ajt.9-1-1.
9. Salehi T. Recession in the world tourism industry with the outbreak of the corona. Political Deputy of Political Research Office. Research report. IRIB News Agency, Research Service. 2020. (In Persian). https://www.iribnews.ir/files/fa/news/1398/12/28/4638730_391.pdf.
10. Forouhi Sh, AbuNabi A. The economic effects of the corona on the tourism industry. Deputy Minister of Economy, Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture of Iran. 2020. (In Persian). file:///C:/Users/top/Downloads/YYYYY_YYY_YYYYY.pdf.
11. Benaraba CMD, Bulaon NJB, Escosio SMD, Narvaez AHG, Suinan ANA, Roma, MN. A comparative analysis on the career perceptions of tourism management students before and during the COVID-19 pandemic. Journal of Hospitality,

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

Leisure, Sport & Tourism Education. 2022; 30, 100361. https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100361.
12. Haghighi H. Reopening of recreation and tourism centers: Tourism industry in Pasakron. Travel and Tourism Magazine. 2020. (In Persian). https://www.alibaba.ir/mag/tourism-after-covid-19/.
13. United Nations World Tourism Organization. Secretary general's policy brief on tourism and COVID-19. United Nations World Tourism Organization. 2021. https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts. [Accessed 16 September 2021.
14. Naramski M, Szromek AR, Herman K, Polok G. Assessment of the Activities of European Cultural Heritage Tourism Sites during the COVID-19 Pandemic. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. 2022; 8(1): 55. https://doi.org/10.3390/joitmc8010055.
15. Kaitano D. COVID-19 vaccine-induced recovery and the implications of vaccine apartheid on the global tourism industry. Physics and Chemistry of the Earth, Parts A/B/C. 2022; 103140. https://doi.org/10.1016/j.pce.2022.103140.
16. Brouder P. Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. Tourism Geographies. 2020; 22(3):484-90. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928.
17. Higgins-Desbiolles F. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. Tourism Geographies. 2020; 22(3):610-23. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748.
18. Hammami A, Harrabi B, Mohr M, Krustrup P. Physical activity and coronavirus disease 2019 (COVID-19): specific recommendations for home-based physical training. Managing Sport and Leisure. 2022; 27(1-2): 20-25 https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1757494
19. Niewiadomski P. COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism?. Tourism Geographies. 2020; 22(3):651-6. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749.
20. Akbari M, Ansari M. Recognition of stimuli affecting the competitiveness of travel and tourism for the post-corona period (Case study: Iran). Tourism Management Quarterly. 2020: 253-184. (In Persian). Doi: 10.22054/TMS.2020.55632.2409.
21. Cooper JA. Making orange green? A critical carbon footprinting of Tennessee football gameday tourism. Journal of Sport & Tourism. 2020; 24(1), 31–51. https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1726802.
22. United Nations World Tourism Organization. Sports tourism: the definition. 2021. https://www.sportstourismnews.com/what-is-sports-tourism-definition.
23. Mike Weed CB. Sports Tourism: Participants, Policy and Providers. 1st Edition ed: Routledge 2009. https://doi.org/10.4324/9780080942117
24. Hayley S. [homepage on the Internt]. Sports tourism explained: What, why and where [Internet]. 2022. Available from: https://tourismteacher.com/sports-tourism.
25. Ratten V. Coronavirus disease (COVID-19) and sport entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 2020; 26(6): 1379-1388. https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2020-0387.
26. Mikołajczak P, Schmidt J, Skikiewicz R. The COVID-19 pandemic consequences to the activity of NGOs. Entrepreneurship and Sustainability Issues. 2022; 9(3): 330-349. http://doi.org/10.9770/jesi.2022.9.3(20).
27. Ioannides D, Gyimóthy S. The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. Tourism Geographies. 2020; 22(3): 624-632. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445.
28. Miles L, Shipway R. Exploring the COVID-19 pandemic as a catalyst for stimulating future research agendas for managing crises and disasters at international sport

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

events. Event Management. 2020; 24(4): 537-552. https://doi.org/10.3727/152599519X15506259856688.
29. Davis L. The adaptation of the live PDC darts event during the COVID-19 lockdown. Managing Sport and Leisure. 2020; 1-7. https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1782251.
30. Seraphin H, Dosquet F. Mountain tourism and second home tourism as post COVID-19 lockdown placebo?. Worldwide Hospitality and Tourism Themes. 2020; 12(4): 485-500. https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2020-0027.
31. Karim W, Haque A, Anis Z, Ulfy MA. The movement control order (mco) for covid-19 crisis and its impact on tourism and hospitality sector in malaysia. International Tourism and Hospitality Journal. 2020; 3(2): 1-7. https://doi.org/10.37227/ithj-2020-02-09.
32. Parnell D, Widdop P, Bond A, Wilson R. COVID-19, networks and sport. Managing Sport and Leisure. 2020; 1–7. https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1750100.
33. Cooper JA, Alderman DH. Cancelling March Madness exposes opportunities for a more sustainable sports tourism economy. Tourism geographies. 2020; 22(3): 525-535. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759135.
34. YavariGohar F, MansouriMoayed F. Analyzing the role of advertising on the behavioral intentions of customers in the post-Crown era in the tourism industry. Quarterly Journal of Tourism Management. 2020; Covid Epidemic Special Issue -19: 33-58. (In Persian). DOI: 10.22054/TMS.2020.52951.2335.
35. Hassanpour M, Shahi T, ArjangMehr D. Crisis management model for Iran's tourism supply sector; Case study: Covid-19 virus outbreak crisis. Tourism Management Quarterly. 2020; (Covid Epidemic Special Issue)19: 89-59. (In Persian). DOI: 10.22054/TMS.2020.53917.2367.
36. TorabiFarsani N, Bahadori SR. Identify solutions to boost accommodation after the Covid-19 outbreak crisis. Tourism Management Quarterly. 2020; (Covid-19 Epidemic Special Letter): 91-113. (In Persian). DOI: 10.22054/tms.2020.52423.2318.
37. MirtaghianRudsari SM, Farrokhian F, Naghavi M. Investigating the behavior of the host community towards tourists during the Covid-19 outbreak. Tourism Management Quarterly. 2020(Covid-19 Epidemic Special Letter): 43-115. (In Persian). DOI: 10.22054/TMS.2020.52929.2332.
38. AmiriFahliani MR. Future of research with a scenario writing approach The effects of behavioral geography on tourism in the face of infectious diseases and Covid-19. Tourism Management Quarterly. 2020(Covid-19 Epidemic Special Letter): 179-216. (In Persian). Doi: 10.22054/tms.2020.53845.2362.
39. Shahvazian S, HashemiGhinani F. The Challenges of Human Resource Management During the Transition Period of Corona Pandemic Crisis and Providing Solutions in Iran Hotel Holding Industry. Quarterly Journal of Tourism Management Studies. 2020(Covid-19 Epidemic Special Letter)15: 217-252. (In Persian). Doi: 10.22054/TMS.2020.53919.2368.
40. Kalabi AM, KarimiRad S. Strategic entrepreneurial modernization in the post-corona era: Companies active in the tourism industry. Tourism Management Quarterly. 2020(Covid-19 Epidemic Special Letter): 285-308. (In Persian). DOI: 10.22054/TMS.2020.52807.2330.
41. Ghorbanzadeh D, Abedi E. Investigating the Role of Secure Attachment in Predicting the Experimental Intentions of Tourists in Traveling to Tourism Destination during the COVID -19 outbreak. Journal of Tourism Management Studies. 2020(Covid-19 Epidemic Special Letter)15:145-178. (In Persian). DOI: 10.22054/TMS.2020.53480.2351.
42. Alavi S, Karroubi M, Zabihi I, Alavi SH, Covid-19 and sports tourism: identifying outcomes and providing solutions. Tourism Management Quarterly. 2020(Covid-

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

19 Epidemic Special Letter):1-32. (In Persian). http://dx.doi.org/10.22054/tms.2020.52637.2324

43. Kitamura Y, Karkour S, Ichisugi Y, Itsubo N. Evaluation of the economic, environmental, and social impacts of the COVID-19 pandemic on the japanese tourism industry. Sustainability. 2020; 12(24): 10302. https://doi.org/10.3390/su122410302.
44. Nauright J, Zipp S, Kim YH. The sports world in the era of COVID-19. Sport in Society, Cultures, Commerce, Media, Politics. 2020; 23(11): 1703-1706. https://doi.org/10.1080/17430437.2020.183419.
45. Weed M. The role of the interface of sport and tourism in the response to the COVID-19 pandemic. Journal of sports and turism. 2020; 24(2): 79-92. https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1794351.
46. Rutynskyi M, Kushniruk H. The impact of quarantine due to COVID-19 pandemic on the tourism industry in Lviv (Ukraine). Problems and perspectives in management. 2020; 18(2): 194-205. DOI:10.21511/ppm.18(2).2020.17.
47. Attride-Stirling J. Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. Qualitative research. 2001; 1(3): 385-405. https://doi.org/10.1177/146879410100100307.
48. Noraee S, Bahrol Olom H, AminZadeh S. Responding to Covid-19 â A Once-in-a-Century Pandemic. Iranian Society of Biology. 2019; 3(6): 162-164. URL: https://www.ijbio.ir/article_1858.html.
49. Manti H. Investigating the effects of Covid-19 virus on the global economy. Journal of Social Impact Assessment. 2020; Special Issue on the Consequences of the Covid Outbreak-19: 163-181. (In Persian). URL: https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=507284.
50. MousaviMotalebi SM. The effect of Covid-19 pandemic on the forecast of national production growth in 2020. Quarterly Journal of Social Impact Assessment. 2020(Special issue of the consequences of the outbreak of Covid-19): 183-206. (In Persian). https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=507288.
51. Çakir Z, The effects of the covid-19 pandemic on sports, athletes and trainers during the normalization phase. The Online Journal of Recreation and Sports. 2020; 9(3):, 45-58. https://doi.org/10.22282/ojrs.2020.70.
52. Heydari R, Assadollah E, Alizai Yousefabadi O. Identifying the effects of the corona virus outbreak on the sports industry. Journal of Sports Management. 2020; 12 (4): 1203-1232. (In Persian). DOI: 10.22059/JSM.2021.307792.2547.
53. Khan N, Hassan A, Fahad S, Naushad M. Factors Affecting Tourism Industry and Its Impacts on Global Economy of the World (March 23, 2020). 1-32. https://ssrn.com/abstract=3559353 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3559353.
54. Cavalheiro MB, Mayer VF, Luz ABT. Nautical Sports Tourism: Improving People's Wellbeing and Recovering Tourism Destinations. Rebuilding and Restructuring the Tourism Industry: Infusion of Happiness and Quality of Life. 2021; 130-156. DOI: 10.4018/978-1-7998-7239-9.ch007.
55. Jeon CY, Yang HW. The structural changes of a local tourism network: Comparison of before and after COVID-19. Current Issues in Tourism. 2021; 1-15. https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1874890.
56. Obradović S, Tešin A. (Hiking in the COVID-19 era: motivation and post-outbreak intentions. Journal of Sport & Tourism. 2022; 1-18. https://doi.org/10.1080/14775085.2022.2048683.
57. Farahati M. Psychological consequences of the outbreak of coronavirus in society. Journal of Social Impact Assessment. 2020(Special issue of the consequences of the outbreak of Covid-19): 207-225. (In Persian). URL: https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=507291.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]

58. Mirzaei K. Causes and consequences of the Covid-19 virus epidemic and globalization. Scientific and Specialized Quarterly Journal of Social Impact Assessment.2020;(Coronavirus outbreak special issue):13-41. https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=507270.
59. Eskandarian GhR. Evaluating the consequences of coronavirus on lifestyle (with emphasis on cultural consumption pattern). Journal of Social Impact Assessment. 2020; (Special Issue 19): 65-85. (In Persian). URL: https://sia.acecr.ac.ir/file/download/page/1589598118-5.-...-.pdf.
60. Buheji M, Ahmed D. Foresight of Coronavirus (COVID-19) opportunities for a better world. American Journal of Economics. 2020; 10(2): 97-108. DOI: 10.5923/j.economics.20201002.05.
61. Gil-Alana LA, Poza C. The impact of COVID-19 on the Spanish tourism sector. Tourism Economics. 2020, 1354816620959914. https://doi.org/10.1177/1354816620959914.
62. Dašić D, Kavran AK, Gregorić M. The impact of the Covid-19 pandemic on sport and the sports industry. Proceedings Book from First International Scientific Conference. Covid-19 and Challenges of the Business World" March 25th 2021 Belgrade. 2021,125-135.
63. Cristina-Andrada BABA, Stăncioiu AF, Gabor MR, Alexe FA, Oltean FD, Dinu AC. Considerations regarding the effects of COVID-19 on the tourism market. Theoretical and Applied Economics. 2020; 27(3): 624. URL: http://store.ectap.ro/articole/1489.pdf.
64. Pachucki C, Grohs R, Scholl-Grissemann U. Is nothing like before? COVID-19–evoked changes to tourism destination social media communication. Journal of Destination Marketing & Management. 2022; 23, 100692. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100692.
65. ImaniJajarmi H. Social consequences of the outbreak of coronavirus in Iranian society. Journal of Social Impact Assessment. 2020; 2 (Special issue): 87-102. (In Persian). URL: https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=507277
66. El-Said O, Aziz H. Virtual tours a means to an end: An analysis of virtual tours' role in tourism recovery post COVID-19. Journal of Travel Research. 2022; 61(3): 528-548. https://doi.org/10.1177/0047287521997567.
67. FahimiBF S, Abunabi A. Review of economic day issues. Iran Chamber Research Center. 2021:1-53. https://otaghiranonline.ir/news/33766.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1401.12.24.9.0]
[DOI: 10.52547/JRSM.12.24.154]