

توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین المللی ورزشی

اسماعیل دل داده مهربان، طاهر بهلکه، طیبه یانپی، سید موسی الرضا حسینی

کد مقاله 1533-SSRC-13TH

مقدمه:

گردشگری بخشی از یک بخش خدمات پویا است که با رقابت جهانی روبرو است و بصورت مداوم در حال تغییرات است، به همین دلیل، نوآوری در ایجاد و حفظ یک مزیت رقابتی بسیار مهم شده است. توانایی نوآوری، پتانسیل اتخاذ و استفاده از فناوری-های جدید برای افزایش بهره-وری و مدیریت است که از آن-ها به عنوان عوامل رقابتی یاد می-شود. لذا هدف از انجام این پژوهش، توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین-المللی ورزشی می-باشد روش پژوهش بر اساس هدف کاربردی؛ در چارچوب رویکرد کیفی و با به کارگیری روش نظریه داده بنیاد انجام شد.

مواد و روش:

جهت گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده گردید و تا رسیدن به اشباع انجام و بعد از آن مصاحبه متوقف شد. در مرحله بعد کدهای استخراج شده در شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبری و پیامدها جاگذاری شده و با استفاده از کدگذاری انتخابی ارتباط بین عوامل انجام شد.

برخی منابع:

Abdelhak, B, Yousfat, A. (2021). Sports marketing and its role in supporting tourism activity, Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE Spatial and entrepreneurial development studies laboratory 6(4), 25-38.
Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. Tourism Management, 32, 1364-1370.
Henderson, J. C. (2014). Hosting the 2022 FIFA World Cup: opportunities and challenges

یافته ها:

توانایی نوآوری، پتانسیل اتخاذ و استفاده از فناوری-های جدید برای افزایش بهره-وری و مدیریت است که از آن-ها به عنوان عوامل رقابتی یاد می-شود. لذا هدف از انجام این پژوهش، توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین-المللی ورزشی می-باشد روش پژوهش بر اساس هدف کاربردی؛ در چارچوب رویکرد کیفی و با به کارگیری روش نظریه داده بنیاد انجام شد. جامعه آماری شامل، مدیران ورزشی اداره ورزش و جوانان استان، مدیران ورزشی اداره گردشگری و میراث فرهنگی و مدیران هیئت ورزشی، اعضای هیئت علمی دانشگاه-ها، داوران و مربیان بودند. نمونه‌گیری هدفمند و با تکنیک گلوله برفی انتخاب شدند.

بحث و نتیجه گیری:

نتایج نشان داد که در بخش شرایط علی عوامل (محیطی، اجرایی، انگیزشی، فرهنگی، مدیریتی، بازاریابی و اقتصادی)، شرایط زمینه-ای عوامل (طبیعی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، زیرساختی و فیزیکی، فرصت‌های شغلی، برنامه‌ریزی و تشکیل کمیته‌های ورزشی) در بخش شرایط مداخله‌گر عوامل (تسهیل ساز سازمان‌های متولی، تسهیل ساز حقوقی و قانونی و تسهیل ساز نیروی انسانی متخصص) و عوامل مداخله‌گر محدودکننده (رفتاری، اطلاعاتی، مدیریتی، خدماتی، زمان-بندی، سازمانی و امکانات ورزشی)، در بخش راهبرد (زیرساختی، بهبود سطح پذیرش، جامعه‌پذیری و افزایش مشارکت، شغلی و اشتغال‌زایی) و در بخش پیامدها شامل (کیفیت خدمات و تجهیزات، امنیتی، ارتقای گردشگری، تبلیغاتی و کسب و کارهای گردشگری) بر توسعه گردشگری ورزشی از طریق رویدادهای بین‌المللی تاثیر دارد