



## طراحی الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی

مریم علی نیا<sup>۱</sup>، غلامرضا خاکساری<sup>۲</sup>، عادل افکار<sup>۳</sup>، مجید سلیمانی<sup>۴</sup>

DOI:10.22034/jtd.2024.424673.2852

### چکیده

هدف از انجام این پژوهش طراحی الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی بوده است. روش تحقیق، با رویکرد کیفی، روش داده بنیاد (الگوی نظام مند اشتراوس و کوربین) است. پژوهش از نظر هدف بنیادی است و جمع آوری داده‌ها به صورت میدانی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش را چهار گروه استادان دانشگاهی (که دست کم دو پژوهش در زمینه گردشگری ورزشی انجام داده باشند)، کارشناسان ارشد اداره کل ورزش و جوانان استان گیلان، کارمندان ارشد اداره کل میراث فرهنگی استان گیلان، فعالان فدراسیون‌های و هیئت‌های ورزشی بندر انزلی و مدیران توره‌های گردشگری ورزشی و رویدادهای ورزشی (با سابقه بیش از پنج سال) تشکیل داده‌اند که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند (هجده نفر). تجزیه و تحلیل داده‌ها برای کدگذاری باز، محوری و گزینشی از رویکرد کیفی گراند تئوری استفاده شده و کدگذاری باز با تحلیل مصاحبه‌ها انجام گرفته است. الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی متأثر از شرایط علی (اقلیمی، منابع انسانی و ویژگی‌های منطقه آزاد انزلی) است و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (برنامه‌ریزی، آموزشی، بازاریابی، ورزشی و رسانه) که از شرایط زمینه‌ای (زیرساختی و ساختار سازمانی) و شرایط مداخله‌گر (اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و مدیریتی) تأثیر می‌پذیرد، می‌توان شاهد ظهور پیامدهای اقتصادی - معیشتی، سلامتی، توسعه برند و ورزشی - زیرساختی بود. بنابراین، نتیجه‌گیری می‌شود که با ایجاد سیاست‌های خصوصی سازی و همچنین کاهش تصدی‌گری دولت در حوزه‌های گردشگری ورزشی زمینه برای توسعه و گسترش مسائل مدیریتی و زیرساختی در حوزه گردشگری ورزشی به‌ویژه در منطقه آزاد بندر انزلی فراهم خواهد شد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۱۵

### واژه‌های کلیدی:

زیرساخت گردشگری ورزشی، تبلیغات و بازاریابی، توریسم ورزشی، شهر بندر انزلی

### مقدمه

جوامع مشخص شده است (Sharpley, 2020). رشد روزافزون و شتابنده صنعت گردشگری موجب شد که بسیاری از صاحب‌نظران قرن بیستم را قرن گردشگری بنامند (Liu et al., 2020). صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین پدیده‌های قرن حاضر در جهان است؛ چراکه می‌تواند یکی از بهترین منابع کسب درآمد برای کشورها باشد. از این رو، شاهدیم که طی سالیان گذشته بسیاری از کشورهای جهان، با درک موقعیت برتر صنعت

گردشگری یکی از پرسودترین صنایع در جهان شناخته می‌شود که امروزه روند رو به رشدی را طی می‌کند (Bianchi, 2018). گردشگری یکی از اهداف مهم کشورها در مسیر جذب منابع مالی شناسایی شده است (Andrades & Dimanche, 2017). بهبود گردشگری یکی از مسائل مهمی است که همواره مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است و یکی از راه‌های توسعه

۱. دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

۲. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

۴. دانشیار گروه تربیت بدنی، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران



گردشگری در الگوهای گوناگون توسعه اقتصادی، در پی گسترش امکانات گردشگری خود هستند (Najafi et al., 2021).

از طرفی، صنعت گردشگری عامل مؤثری در تعامل فرهنگ‌ها، گفت‌وگوی تمدن‌ها، و برقراری و تحکیم انس و الفت بین ملت‌ها است. گردشگری، به‌علت تأثیرات مثبت اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی به‌ویژه درآمدزایی و تأثیر در رشد اقتصادی کشورها، به‌بزرگ‌ترین صنعت اقتصادی در جهان تبدیل شده و برای اغلب کشورها منبع مهمی برای فعالیت‌های تجاری، کسب درآمد، اشتغال‌زایی و مبادلات خارجی به‌شمار می‌رود (Gholriz, 2021). فعالیت‌های گردشگری شامل اشکال گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی و منبع تحولات و تغییرات در این زمینه‌ها در کشورهای در حال توسعه است. گردشگری همچنین، فزاینده‌تر از یک صنعت، به پدیده‌ای اجتماعی - اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت سفید بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به‌منزله پدیده‌ای چندبعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه‌گذاران فراوان، فواید و تأثیر این صنعت را خوب درک کرده و آن را به منبعی مهم برای بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و افزایش شهرت و برندسازی مقصد خود تبدیل کرده‌اند (Amini Karajabad et al., 2020).

پژوهش‌های پیشین در صدد این بوده‌اند که موانع موجود در مسیر توسعه گردشگری را کاهش دهند؛ به‌صورتی که در مسیر توسعه گردشگری همواره راهکارهایی مشخص شده و مسائل گوناگونی مطرح بوده است (Xue et al., 2017). گردشگری ورزشی یکی از انواع گردشگری است که در جهت دستیابی به اهداف گردشگری در هر جامعه‌ای نقش مهم و تأثیرگذاری را ایفا می‌نماید (Nasseef et al., 2017). کارکردهای مهم ورزش در جهان سبب شده است در قالب گردشگری ورزشی برای توسعه گردشگری از آن بهره‌برداری شود (Chang et al., 2020). در سال‌های گذشته، گردشگری ورزشی بخش عمده‌ای از موفقیت جوامع در حوزه گردشگری بوده است؛ ازاین‌رو، بسیاری از کشورها اقداماتی را برای توسعه گردشگری ورزشی انجام داده‌اند (Cho et al., 2020). هینچ و

ایتو<sup>۱</sup> (2018) اعلام داشتند که گردشگری ورزشی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های آن یکی از اهداف مهم کشور ژاپن در برخی رویدادهای ورزشی آتی ازجمله جام جهانی راگی ۲۰۱۹ ژاپن و المپیک ۲۰۲۰ توکیو است. واتانابی<sup>۲</sup> و همکاران (2018) نیز اعلام داشتند که گردشگری ورزشی یکی از انواع مهم گردشگری است که سبب رشد و گسترش گردشگری در کشور مالزی می‌شود. هودک<sup>۳</sup> و همکارانش (2018) نیز مشخص نمودند که گردشگری ورزشی نقش مهمی در موفقیت و دستیابی به اهداف مدنظر در المپیک ۲۰۱۶ ریو داشت. دریوس و همکاران<sup>۴</sup> (2021)، در پژوهشی با عنوان «مبارزه با چالش‌های گردشگری ساحلی مدیترانه‌ای، مدیترانه: یک منظر از خدمات اکوسیستم»، چارچوبی مفهومی را نشان دادند که روابط پیچیده‌ای را در میان تهدیدات گردشگری ساحلی و سایر فعالیت‌های انسانی و خدمات اکوسیستم ساحلی با تمرکز بر روی فرهنگ‌ها ارائه نمود.

هم‌زمان با پویایی‌های محیطی و رقابتی‌تر شدن صنایع و همچنین رقابت شدید بین مقاصد گردشگری، کسب مزیت رقابتی برای سازمان‌های گردشگری هر مقصد بیش‌ازپیش ضرورت می‌یابد. یکی از عوامل تأثیرگذار و کلیدی برای کسب مزیت رقابتی پایدار در مقاصد گردشگری مدیریت صحیح و بهینه مقصد گردشگری است. صنعت گردشگری، به‌عنوان صنعتی شناخته‌شده و سودآور، به یکی از شیوه‌های مهم زندگی افراد تبدیل شده است و تقریباً تمامی افراد در هر کشور و با هر فرهنگی این صنعت را پذیرفته‌اند و به آن علاقه دارند (Haji Beg Lo & Morsal, 2021). با توجه به اهمیت و اعتبار دو مقوله گردشگری و ورزش، دست‌اندرکاران و مسئولان بخش ورزش و گردشگری برای رسیدن به اهداف (مدیریتی، زیرساختی و سیاسی) خود به ایجاد پدیده‌ای با عنوان گردشگری ورزشی متوسل شده‌اند. ورزش، به‌عنوان پدیده‌ای که با رقابت و فعالیت سروکار دارد، و گردشگری، به‌عنوان تجربه‌ای شاد و سرگرم‌کننده، دو سیستم ویژه‌اند که رابطه‌ای تنگاتنگ با یکدیگر دارند (Salarzahi et al., 2021). توسعه صنعت گردشگری، به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی

1. Hinch and Ito
2. Watanabe
3. Hodeck
4. Drius



آزاد بندرانزلی بسیار مهم تلقی می‌شود. از این رو، هدف از این پژوهش پاسخ به این پرسش است که الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی شامل چه مؤلفه‌هایی است.

### روش‌شناسی

رویکرد پژوهش از نوع کیفی است که با روش گراند تئوری<sup>۱</sup> انجام شده است. روش گراند تئوری معمولاً به سه شیوه نظام‌مند، نوحاسته و سازگارا (ساخت‌گرایانه) اجرا می‌شود. در این پژوهش از روش نظام‌مند که به اشتراوس و کوربین<sup>۲</sup> نسبت داده می‌شود برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. این روش دارای شش بعد اصلی است: شرایط علی، پدیده اصلی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها. روش نظام‌مند خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. جامعه آماری این پژوهش شامل چهار گروه استادان دانشگاهی (که دست‌کم دو پژوهش در زمینه گردشگری ورزشی انجام داده‌اند)، کارشناسان ارشد اداره کل ورزش و جوانان استان گیلان (با سابقه شغلی بیش از پنج سال)، فعالان فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی بندر انزلی (با سابقه بیش از پنج سال و فعال در زمینه گردشگری) و مدیران تورهای گردشگری ورزشی و رویدادهای ورزشی (با سابقه بیش از پنج سال) است که به روش نمونه‌گیری هدفمند یا نظری انتخاب شده‌اند. ابتدا فهرستی تقریبی از جامعه آماری تهیه شد که شامل ۷۵ نفر بود. سپس با آن‌ها مکاتباتی صورت گرفت و ۳۹ نفر اعلام آمادگی کردند. سپس، به ترتیب فهرست با آن‌ها مصاحبه شد. مصاحبه‌ها در برخی موارد حضوری و در سایر موارد، به‌علت دوری مسافت، از طریق ایمیل، واتساپ، تلگرام، ایتا و برخی نیز به‌صورت تلفنی و تماس تصویری انجام شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت (۱۸ مصاحبه).

به‌منظور بررسی روایی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری و برای سنجش پایایی از مطالعه حسابرسی فرایند و توافق درون‌موضوعی دو کدگذار استفاده شد (جدول ۱).

همچون بیکاری زیاد، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه‌اند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. اقتصاد ایران نیز اتکای بسیاری به درآمدهای حاصل از صادرات نفت دارد و متغیرهای کلان اقتصادی آن با پیروی از قیمت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می‌شود. روند حاکم بر متغیرهایی مانند تولید ناخالص ملی، سرمایه‌گذاری ناخالص، درآمد سرانه و غیره در سه دهه اخیر اقتصاد ایران این موضوع را به‌روشنی نشان می‌دهد. از این رو، به‌منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های جدید شغلی در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است؛ چراکه ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری جزو ده کشور اول جهان قرار دارد و از ظرفیت بسیار زیادی برای جهانگردی و گردشگری بین‌المللی برخوردار است. از این رو، باید زمینه‌های توسعه گردشگری به‌عنوان راهبردی مدیریتی، سیاسی و حقوقی فراهم شود (Moin Fard, 2015).

با توجه به این نکته که در شهر انزلی کارخانجات صنعتی وجود ندارد، که به اقتصاد ضعیف و درآمدزایی ناکافی منجر می‌شود، اهمیت توسعه گردشگری در این شهر دوچندان می‌نماید. همچنین، استان گیلان، با داشتن طبیعتی زیبا و ظرفیت‌های طبیعی و جاذبه‌های سیاحتی و فرهنگی بسیار و برخورداری از ظرفیت بالای فعالیت‌های اقتصادی، استانی توانمند در آماده‌سازی شرایط مطلوب برای علاقه‌مندان است، همچنین از ظرفیت و قابلیت مناسبی برای برگزاری انواع مسابقات آبی برخوردار است؛ بنابراین قطبی مهم در صنعت گردشگری به معنای عام و گردشگری ورزشی در معنای خاص آن تلقی می‌شود. با توجه به نیاز روحی و روانی انسان امروزی به تفریح در مناطق گوناگون طبیعی و به‌خصوص ورزش‌هایی که در دریاچه‌ها صورت می‌گیرد، با برنامه‌ریزی حساب‌شده، ضمن بهره‌گیری از استعداد مناطق مختلف استان گیلان و لحاظ کردن شرایط متفاوت، می‌توان هم در پیشبرد اهداف اقتصادی و اشتغال‌زایی گام برداشت و هم محیط مناسبی برای گردشگران به وجود آورد و زیرساخت‌ها را بهبود بخشید. بنابراین، اهمیت توسعه ارکان ورزشی در هر کشوری از طریق گردشگری و عوامل وابسته به آن در جهان شناخته‌تر می‌شوند؛ بنابراین، لزوم شناسایی و راهبردهای استراتژیک توسعه گردشگری ورزش منطقه

1. Grounded Theory

2. Strauss and Corbin

## جدول ۱: روایی و پایایی بخش کیفی

| نتیجه  | روش   |                             |       |
|--|---|-----------------------------|-------|
| تأیید  | تأیید فرایند پژوهش توسط هفت متخصص   | قابلیت باورپذیری (اعتبار)   | روایی |
| تأیید  | استفاده از دو کدگذار برای کدگذاری چند نمونه مصاحبه                        |                             |       |
| تأیید  | نظر سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند                                   |                             |       |
| تأیید  | ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها   | تأییدپذیری                  | حجایی |
| تأیید  | قرار دادن اطلاعات در اختیار استادان راهنما و مشاور                        | مطالعه حسابرسی فرایند       |       |
| تأیید  | تحلیل سه مصاحبه توسط پژوهشگر و همکار و مشخص نمودن کدهای مشابه و غیر مشابه | توافق درون‌موضوعی دو کدگذار |       |
| تعداد کل کدها: ۷۷<br>تعداد کل توافقات: ۳۴<br>تعداد کل عدم توافقات: ۹<br>پایایی بین دو کدگذار: ۸۸/۳٪<br>بیشتر از ۶۰٪ و تأیید پایایی |   |                             |       |



استملر<sup>۱</sup> (2001)، در پژوهش خود، میزان پایایی بیشتر از ۶۰ صدم را مورد تأیید و قابل قبول بیان کرد. شایان ذکر است کدگذاری‌ها دستی انجام شد. نتایج جمعیت‌شناختی پژوهش در جدول ۲ گزارش شده است:

## جدول ۲: توصیف ویژگی‌های دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان

| کد مصاحبه‌شونده | جنسیت | سن | سطح تحصیلات   | شغل                 | کد مصاحبه‌شونده | جنسیت | سن | سطح تحصیلات   | شغل                 |
|-----------------|-------|----|---------------|---------------------|-----------------|-------|----|---------------|---------------------|
| P1              | زن    | 39 | دکتری         | استاد               | P10             | مرد   | 44 | کارشناسی      | میراث فرهنگی        |
| P2              | مرد   | 44 | کارشناسی      | اداره ورزش و جوانان | P11             | زن    | 38 | دکتری         | استاد               |
| P3              | مرد   | 38 | کارشناسی ارشد | میراث فرهنگی        | P12             | مرد   | 44 | کارشناسی ارشد | اداره ورزش و جوانان |
| P4              | مرد   | 51 | دکتری         | استاد               | P13             | مرد   | 50 | کارشناسی ارشد | فدراسیون            |
| P5              | مرد   | 43 | دکتری         | استاد               | P14             | مرد   | 43 | دکتری         | استاد               |
| P6              | مرد   | 33 | کارشناسی      | تور گردشگری         | P15             | مرد   | 53 | دکتری         | هیئت ورزشی          |
| P7              | مرد   | 41 | دکتری         | استاد               | P16             | مرد   | 50 | کارشناسی ارشد | فدراسیون            |
| P8              | مرد   | 40 | دکتری         | اداره ورزش و جوانان | P17             | مرد   | 48 | کارشناسی      | تور گردشگری         |
| P9              | مرد   | 39 | کارشناسی      | تور گردشگری         | P18             | مرد   | 55 | دکتری         | استاد               |

1. Stemler



در بخش کدگذاری، نخست همه مصاحبه‌ها بررسی شد و پس از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها فرایند کدگذاری آغاز شد. به منظور جمع‌آوری اطلاعات و پوشش الگوی پژوهش، از طریق مطالعه کتب و مقالات و نیز با استفاده از نظر کارشناسان، ۶ پرسش برای مصاحبه تأیید شد. در نهایت، با انجام مراحل کدگذاری و تعیین عوامل مرتبط، تعداد ۸۰ کد در قالب ۶ مقوله اصلی مرتبط با الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی شناسایی شد. در ادامه، کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها در هر ۶ بعد اصلی الگوی پارادایمی اشتراوس و کوربین به صورت مجزا ارائه شده است.

### شرایط علی:

### جدول ۳: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی شرایط علی

| مفاهیم | مقوله‌ها   |
|--------|--|
|        | آب‌وهوای انزلی   |
|        | تعداد روزهای آفتابی و ابری انزلی   |
|        | میزان رطوبت منطقه آزاد انزلی   |
|        | وجود نیروهای انسانی متخصص و بانگیزه در ورزش و رویدادهای ورزشی در منطقه آزاد انزلی    |
|        | وجود نیروهای متخصص و بانگیزه در امر میزبانی، هتلداری، گردشگری در منطقه آزاد انزلی    |
|        | وجود نیروهای متخصص و بانگیزه در زمینه رسانه، بازاریابی و تبلیغات در منطقه آزاد انزلی |
|        | قدمت   |
|        | امکانات  |
|        | میزان دسترسی   |
|        | مجاورت با دریا   |
|        | امکانات تفریحی   |
|        | زیبایی و تمیزی   |
|        | فضاسازی و زیباسازی منطقه   |
|        | تنوع فروشگاه‌ها  |
|        | وسعت منطقه (آبی، خاکی و ساحلی)   |

نتایج نشان داد که ۱۵ کد مفهومی و ۳ مقوله از ابعاد و مؤلفه‌های شرایط علی بر توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی مؤثر است.

### جدول ۴: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی عوامل زمینه‌ای

| مفاهیم | مقوله‌ها   | کدهای محوری   |
|--------|--|---|
|        | اقامتگاه‌ها  | سازمان  |
|        | هتل‌های منطقه آزاد انزلی   |   |
|        | دسترسی هتل به مراکز تفریحی و ورزشی                                 |   |
|        | بهداشت اقامتگاه‌ها   |   |
|        | کیفیت مراکز ورزشی و تفریحی منطقه آزاد انزلی                        | حمل و نقل   |
|        | کیفیت وسایل نقلیه  |   |
|        | دسترسی به وسایل نقلیه عمومی  |   |
|        | دسترسی به حمل و نقل ریلی و هوایی                                   |   |
|        | هزینه حمل و نقل  |   |
|        | دسترسی به مرکز شهر از منطقه آزاد انزلی                             | ساختار سازمانی<br>افقی بودن ساختار سازمانی منطقه آزاد انزلی |
|        | سرویس‌های حمل و نقل ایمن   |   |
|        | جایگاه گردشگری ورزشی و توسعه آن در ساختار سازمانی منطقه آزاد انزلی |   |

نتایج نشان داد که ۱۳ کد مفهومی و ۲ مقوله توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی اصلی از ابعاد و مؤلفه‌های عوامل زمینه‌ای بر مؤثر است.

### جدول ۵: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی عوامل مداخله‌گر

| مقوله اصلی  | مقوله‌های فرعی  | مفاهیم   |   |
|---|---|--|---|
| اقتصادی   | سرمایه‌گذاری  | لطوم سرمایه‌گذاری زیاد در گردشگری ورزشی  |   |
|   |   | عدم سوددهی برای منطقه آزاد انزلی در گردشگری ورزشی  |   |
|   |   | عدم تمایل بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی  |   |
|   | اقتصاد خرد و کلان   | تحریم و تورم   |   |
|   |   | تسلط بخش دولتی بر گردشگری ورزشی  |   |
|   |   | اندازه کوچک بازار گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی   |   |
|   |   | عدم به‌کارگیری روش‌های انگیزشی برای ترغیب بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی از سوی دولت، از جمله معافیت‌های مالیاتی، وام‌های کم‌بهره، تسهیل روند اداری اخذ مجوزها و وام‌های طولانی مدت |   |
|   | حمایتی  | ضعف همکاری بانک‌ها و مؤسسات مالی برای تأمین منابع مالی لازم برای توسعه طرح‌های گردشگری ورزشی در منطقه آزاد انزلی   |   |
|   |   | پرهزینه بودن احداث اماکن مختلف برای گردشگری ورزشی برای منطقه آزاد انزلی  |   |
|   | هزینه‌ای  | هزینه زیاد تجهیزات لازم برای توسعه گردشگری ورزشی در منطقه آزاد انزلی   |   |
| هزینه زیاد ساخت زیرساخت‌های لازم برای گردشگری ورزشی در منطقه آزاد انزلی |   |  |   |
| کم بودن سرانه هزینه‌کرد در گردشگری ورزشی در خانواده‌ها                  |   |  |   |
| عدم توانایی خانواده‌ها برای هزینه‌کرد در بخش گردشگری ورزشی              |   |  |   |
| ضعف مدیران و دست‌اندرکاران برای فرهنگ‌سازی و آموزش در منطقه آزاد انزلی  |   |  |   |
| فرهنگی  | نبود امکان حضور خانواده‌ها به صورت دسته‌جمعی برای شرکت در رویدادهای ورزشی در منطقه آزاد انزلی |  |   |
|   | ضعف رسانه‌ها در خصوص پوشش کامل ظرفیت‌های گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی                       |  |   |
| اجتماعی - فرهنگی  | رسانه   | ضعف رسانه‌ها در پوشش رویدادهای ورزشی   |   |
|   |   | ضعف رسانه‌ها در جلب مشارکت بخش‌های مختلف دولتی و خصوصی برای هزینه‌کرد در گردشگری ورزشی در منطقه آزاد انزلی   |   |
|   | اطلاع‌رسانی   | ضعف سازمان‌های ورزشی و گردشگری در اطلاع‌رسانی در خصوص ظرفیت‌های گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی   |   |
|   |   | کمبود اطلاعات در خصوص نیازهای گردشگران ورزشی در منطقه آزاد انزلی   |   |
|   | برنامه‌های مفرح و مهیج  | ضعف در برپایی برنامه‌های شاد و سرگرم‌کننده در منطقه آزاد انزلی   |   |
|   |   | شکل‌گیری ضعیف کمپین‌های گردشگری ورزشی در منطقه آزاد انزلی  |   |
|   |   | عدم میزبانی رویدادهای مهیج در منطقه آزاد انزلی   |   |
|   | مدیریتی   | به کار نگرفتن نیروهای توانمند و متخصص در حوزه گردشگری ورزشی در منطقه آزاد انزلی  | فقدان برنامه‌ریزی صحیح بلندمدت مدیران منطقه آزاد انزلی در خصوص توسعه گردشگری ورزشی در این منطقه |
|   |   |  |   |
|   |   |  |   |

نتایج نشان داد که ۲۶ کد مفهومی و ۳ مقوله اصلی گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی مؤثر است. از ابعاد و مؤلفه‌های عوامل مداخله‌گر بر توسعه

### جدول ۶: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی راهبردهای مؤثر

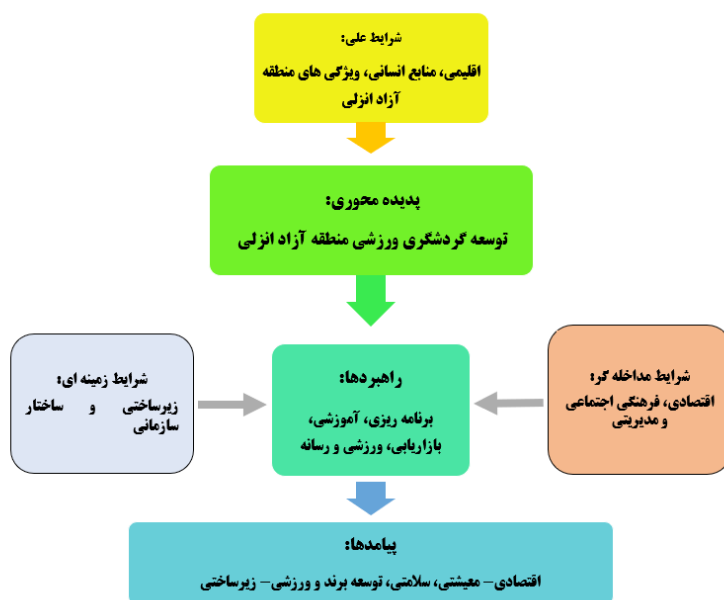
| مفاهیم   | مقوله‌های فرعی      |
|--|---------------------|
| تدوین برنامه راهبردی، بلندمدت، کوتاه‌مدت به منظور توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی                                       | برنامه‌ریزی         |
| برنامه‌ریزی در جهت بهبود زیرساخت‌های ورزشی و تفریحی در منطقه آزاد انزلی  |                     |
| آموزش منابع انسانی در زمینه‌های برگزاری رویدادهای ورزشی، میزبانی از گردشگران، هتلداری، حمل و نقل، رسانه، تبلیغات، بازاریابی. | آموزشی              |
| آموزش به مدیران منطقه آزاد انزلی در خصوص میزان مزایای توجه بیشتر به گردشگری ورزشی در منطقه آزاد انزلی                        |                     |
| تبلیغات جاذبه‌های گردشگری منطقه آزاد انزلی در سطح استان، کشور، کشورهای همسایه و دیگر نقاط دنیا                               | بازاریابی و تبلیغات |
| استفاده از پیشکسوتان و چهره‌های شناخته‌شده ورزشی استان در تبلیغات فعالیت‌های تفریحی منطقه آزاد انزلی                         |                     |
| تشکیل تیم بازاریابی با هدف دستیابی به توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی   |                     |
| برگزاری رویدادهای ورزشی مهیج و خاص در منطقه آزاد انزلی   | ورزشی               |
| برگزاری جشنواره‌های گوناگون برای معرفی جاذبه‌های گردشگری ورزشی در منطقه آزاد انزلی   |                     |
| تهیه فهرستی از ورزش‌های قابل اجرا در منطقه آزاد انزلی  |                     |
| تهیه فهرستی از رویدادهای ورزشی قابل اجرا در منطقه آزاد انزلی در چهار فصل سال   |                     |
| استفاده از ورزش‌های بومی در جشنواره‌های ورزشی در منطقه آزاد انزلی  |                     |
| افزایش سطح کیفی رویدادهای ورزشی  | رسانه               |
| بهبود عملکرد رسانه در پوشش رسانه‌ای رویدادهای مهم ورزشی منطقه آزاد و شهر انزلی   |                     |
| بهبود عملکرد رسانه در جلب مشارکت و سرمایه‌گذار برای منطقه آزاد انزلی   |                     |
| حضور فعال‌تر دست‌اندرکاران و متولیان گردشگری منطقه آزاد انزلی در شبکه‌های اجتماعی  |                     |

نتایج نشان داد که ۱۶ کد مفهومی و ۵ مقوله از ابعاد آزاد بندر انزلی است. و مؤلفه‌های راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی منطقه

### جدول ۷: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی پیامدهای مؤثر

| مفاهیم  | مقوله‌ها           |
|---|--------------------|
| بهبود وضعیت معیشت مردم منطقه  | اقتصادی- معیشتی    |
| ایجاد شغل   |                    |
| افزایش درآمد منطقه آزاد انزلی به واسطه حضور گردشگران                              |                    |
| بهبود سلامت روان گردشگران و شرکت‌کنندگان در رویدادهای گردشگری ورزشی در منطقه آزاد | سلامتی             |
| بهبود سلامت جسمی گردشگران و شرکت‌کنندگان در رویدادهای گردشگری ورزشی در منطقه آزاد |                    |
| معرفی بیشتر منطقه آزاد انزلی در سطح کشور و منطقه                                  | توسعه برند         |
| ایجاد خوش‌نامی برای برند شهر انزلی و منطقه آزاد انزلی                             |                    |
| ارتقای سطح ورزشی مردم منطقه انزلی   | ورزشی-<br>زیرساختی |
| ایجاد انگیزه برای بنگاه‌های اقتصادی برای تیم‌داری                                 |                    |
| افزایش و بهبود زیرساخت‌های ورزشی در شهر و منطقه آزاد انزلی                        |                    |

نتایج نشان داد که ۱۰ کد مفهومی و ۴ مقوله از پیامدهای توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی است. در ادامه، الگوی نهایی پژوهش در شکل ۱ آورده شده است.



شکل ۱: الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی

پیامدهای اقتصادی- معیشتی، سلامتی، توسعه برند و ورزشی- زیرساختی بود. توسعه صنعت گردشگری ورزشی، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون بیکاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی دست به گریبان‌اند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. بهبود گردشگری ورزشی یکی از مسائل مهمی است که همواره مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته و یکی از راه‌های توسعه جوامع مشخص شده است (Moin Fard, 2015)؛ به صورتی که در مسیر توسعه گردشگری ورزشی همواره راهکارهایی مشخص شده و مسائل مختلفی مطرح بوده است. بهبود گردشگری ورزشی، ضمن جذاب‌سازی فعالیت‌ها و رویدادهای ورزشی، به کسب فواید اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می‌انجامد. در مسیر بهبود گردشگری ورزشی باید به تمامی موانع موجود توجه جدی داشت. موانع مدیریتی، زیرساختی و قانونی موانعی مهم در مسیر توسعه گردشگری ورزشی است که باید مورد توجه جدی قرار گیرند. بی‌توجهی به این موانع آثار جبران‌ناپذیری در مسیر توسعه گردشگری ورزشی خواهد داشت.

الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی متأثر از شرایط علی (اقليمی، منابع انسانی و ویژگی‌های منطقه آزاد انزلی) است و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (برنامه‌ریزی، آموزشی، بازاریابی، ورزشی و رسانه)، که متأثر از شرایط زمینه‌ای (زیرساختی و ساختار سازمانی) و شرایط مداخله‌گر (اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و مدیریتی) است، می‌توان شاهد ظهور پیامدهای اقتصادی- معیشتی، سلامتی، توسعه برند و ورزشی- زیرساختی بود.

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش پیش‌رو طراحی الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی بوده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد انزلی متأثر از شرایط علی (اقليمی، منابع انسانی و ویژگی‌های منطقه آزاد انزلی) است و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (برنامه‌ریزی، آموزشی، بازاریابی، ورزشی و رسانه)، که متأثر از شرایط زمینه‌ای (زیرساختی و ساختار سازمانی) و شرایط مداخله‌گر (اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و مدیریتی) است، می‌توان شاهد ظهور



برای کسب مزیت رقابتی پایدار در مقاصد گردشگری مدیریت صحیح و بهینه مقصد گردشگری است. صنعت گردشگری، به عنوان صنعتی شناخته شده و سودآور، به یکی از شیوه‌های مهم زندگی افراد تبدیل شده است و تقریباً تمامی افراد در هر کشور و با هر فرهنگی این صنعت را پذیرفته‌اند و به آن علاقه دارند. مدیریت مقصد گردشگری شامل مدیریت هماهنگ تمامی عناصر تشکیل دهنده مقصد گردشگری است که در برگزیده جاذبه‌ها و اماکن دیدنی و تاریخی، امکانات رفاهی و استراحتگاه‌ها، دسترسی‌ها به تمامی نیازمندی‌های گردشگران، بازاریابی و مسائل قیمت‌گذاری است. در زمینه مدیریت مقصد گردشگری و ارائه راهکارهایی برای جذب بیشتر گردشگران در مقاصد گردشگری می‌توان به رشد روزافزون فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری و ارتباط این دو عامل اشاره کرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عوامل اقلیمی، اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی از عوامل مهم طراحی الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی است. این یافته با یافته‌های معین فرد (2015)، چو و همکاران (2020) و هودک و همکاران (2018) همسو است. فاصله زیاد با کشورهای صنعتی و توسعه یافته شکاف عظیمی را نشان می‌دهد که پر کردن آن با توجه به حرکت سریع کشورها و حرکت در عرصه‌های اختصاصی بسیار سخت به نظر می‌رسد. در این بین و با توجه به فواید فراوانی که از توسعه صنعت گردشگری به میان آمد، موانع و مشکلاتی وجود دارد که در زمینه‌های مختلف می‌تواند سد راه این صنعت پررونق باشد. شناسایی این موانع در گام نخست و پس از آن یافتن راه‌حل‌های منطقی و علمی بلندمدت به رونق این صنعت کمک شایانی خواهد کرد. سازوکار برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های صنعت توریسم در هر کشوری باید از فرایندهای تخصصی در خصوص قانونگذاری برخوردار باشد. هر اندازه قوانین جامع‌تر، روان‌تر، کاربردی‌تر و توسعه‌محورتر باشند، توسعه صنعت توریسم نیز محسوس‌تر خواهد شد. در همین راستا، تدوین قوانین و مقرراتی برای حمایت از گردشگران و ایجاد امنیت برای آن‌ها امری ضروری است؛ زیرا ورود گردشگران خارجی به هر کشور و رونق گردشگری خارجی تا حد زیادی با قوانین و مقرراتی که از حقوق آن‌ها حمایت کند مرتبط است. در ایران نیز وابستگی زیادی به درآمدهای ناشی از نفت و فراورده‌های آن وجود دارد. در برخی از مواقع، وابستگی شدید به منابع نفتی ممکن است مسئولان را از توجه به گسترش صنایع دیگری همچون گردشگری غافل

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که منابع زیرساختی و ساختار سازمانی از عوامل مهم طراحی الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی است. این یافته با یافته‌های سالارزهی و همکاران (2021)، لیو و همکاران (2020) و هودک و همکاران (2018) همسو است. در صنعت گردشگری بخش‌های دولتی و خصوصی مکمل یکدیگرند و نبود یکی از آن‌ها باعث بروز ناکارآمدی دیگری می‌شود؛ از این رو، باید بخش دولتی و بخش خصوصی هر یک در جایگاه خود قرار بگیرند تا شاهد رشد و شکوفایی این صنعت باشیم. در این میان، برنامه‌ریزی بلندمدت و کوتاه‌مدت به همراه برنامه‌ریزی راهبردی زمینه‌های لازم برای توسعه و گسترش این صنعت و نیز توسعه زیرساخت‌های گردشگری را فراهم خواهد آورد. در کشور ما فرصت‌های گردشگری فراوانی وجود دارد که تاکنون به آن‌ها پرداخته نشده است. مدیریت کلان و تخصصی در صنعت گردشگری بیشترین اهمیت را دارد و باید فرصت‌ها در کشور شناسایی شود و در طرح جامع گردشگری گنجانیده شود و زمینه سرمایه‌گذاری خصوصی در زیرساخت‌های سخت مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و جاذبه‌ها مهیا شود. دولت نیز باید زمینه توسعه زیرساخت‌های نرم مانند آموزش، فرهنگ و ایجاد امنیت را در کشور گسترش دهد. تمامی برنامه‌ریزی‌ها، بازاریابی و تبلیغات و تلاش‌های مسئولان و متصدیان بخش دولتی و خصوصی باید به جذب گردشگر بینجامد، اما اگر پیش از افزایش تعداد گردشگران تأسیسات گردشگری استاندارد و کافی پیش‌بینی و ایجاد نشده باشد، بدون شک تمامی تلاش‌های صورت گرفته بی‌اثر و بی‌نتیجه خواهد بود. بنابر نتایج این پژوهش، برنامه‌ریزی، آموزش، بازاریابی، مدیریت منابع انسانی و رسانه از عوامل مهم طراحی الگوی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد بندر انزلی است. این یافته با یافته‌های حاجی بیگ لو و همکاران (2021)، سالارزهی و همکاران (2021)، لیو و همکاران (2020) و چانگ و همکاران (2020) همسو است. با توجه به لزوم تقویت و توسعه صنعت گردشگری برای رسیدن به اعتبار و جایگاه واقعی در سطح بین‌المللی، باید بخش‌های مختلف این صنعت را شناسایی کرد و به بخش‌های پراهمیت‌تر توجه ویژه‌ای مبذول داشت. هم‌زمان با پویایی‌های محیطی و رقابتی تر شدن صنایع و همچنین رقابت شدید بین مقاصد گردشگری، کسب مزیت رقابتی برای سازمان‌های گردشگری هر مقصد بیش از پیش ضرورت می‌یابد. یکی از عوامل تأثیرگذار و کلیدی



سازد. یکی دیگر از معضلات این صنعت نبود مرجع قابل اعتماد و قوانین شفاف برای تهیه آمار است، به طوری که حتی در حوزه آمار ورود مسافران به کشور نیز مشکلات متفاوتی وجود دارد. الگوبرداری درباره زیربنایها و ساختارهای گردشگری در کشورهای موفق در این صنعت کمک شایان توجهی خواهد کرد. برای مثال، از آنجاکه ۳۰ درصد گردشگران در ایران گردشگران فرهنگی هستند، می‌توانیم از کشورهای پیشرو در زمینه گردشگری فرهنگی الگوبرداری کنیم و از این راه درآمدی چشمگیر برای اقتصاد ایران فراهم سازیم.

بنابراین، با وجود قابلیت‌ها و توانمندی‌های بی‌نظیر کشور ایران به‌ویژه در منطقه آزاد بندر انزلی و حوزه توسعه گردشگری ورزشی از یک طرف و وجود جمعیت جوان و جویای کار، می‌توان از گردشگری به‌خصوص گردشگری ورزشی برای اشتغال‌زایی سود جست و با ارائه راهکارهای مؤثر در زمینه توسعه و تحلیل عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی موجبات تشویق و ترغیب دولت‌مردان و سیاست‌گذاران به سرمایه‌گذاری و توجه بیشتر به این صنعت را در کشور فراهم آورد. بنابراین، با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌شود با ایجاد شفافیت‌های مدیریتی در حوزه گردشگری ورزشی اعتبار این حیطه را در جامعه به‌ویژه در منطقه آزاد بندر بهبود بخشید. از طرفی، پیشنهاد می‌شود با ایجاد ساختار رقابتی در حوزه گردشگری ورزشی و شکل‌دهی فضای رقابتی در این حوزه زمینه بهبود منابع اقتصادی زیرساختی در حوزه گردشگری ورزشی فراهم شود. همچنین، پیشنهاد می‌شود با اتخاذ سیاست‌های آسان‌سازی پذیرش گردشگر و همچنین کاهش مسائل سیاسی در حوزه‌های گردشگری ورزشی زمینه برای توسعه و گسترش مسائل مدیریتی و زیرساختی در حوزه گردشگری ورزشی به‌ویژه در منطقه آزاد بندر انزلی فراهم شود. از محدودیت‌های پژوهش پاسخ‌گو نبودن برخی افراد و متفاوت بودن سطح تحصیلات آن‌ها بود. به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود پژوهش‌هایی در کل استان گیلان و همچنین در استان‌های دیگر انجام دهند و نتایج را با هم مقایسه کنند.

**منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است:**

امینی کرج‌آباد، مهسا، فتوحی، نسترن، آردیان، آرام، اویسی، لیلا و اویسی، محمد امیر (۱۳۹۹). تحلیل مؤلفه‌های مؤثر بر بازاریابی گردشگری

ورزشی شهر شیراز. اولین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، ساری.

حاجی‌بیگلر، مسعود و مرسل، باقر (۱۴۰۰). ارائه مدل اثرات گردشگری اماکن ورزشی در توسعه شهری پایدار (مطالعه موردی: شهرستان مهدی‌شهر)، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۳(۳)، ۳۹۳-۴۱۹.

سالارزهی، حبیب‌الله، پورانجنار، گل‌بهار و آهنگ، فرحناز (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی در فضاهای شهری: شهرستان گنبدکاووس. اقتصاد و برنامه‌ریزی شهری، ۲(۲)، ۹۰-۱۰۰.

گل‌ریز، طیبه (۱۴۰۰). گردشگری ورزشی و اثرات اقتصادی آن. ششمین کنفرانس بین‌المللی گردشگری، فرهنگ و هنر.

معین‌فرد، محمدرضا (۱۳۹۴). وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران و ارائه الگوی توسعه آن. رساله دکتری، دانشگاه تربیت‌معلم تهران.

نجفی، اسماعیل، بیرانوندزاده، مریم و تقی‌پور، علی‌اکبر (۱۴۰۰). بررسی وضعیت گردشگری ورزشی طبیعت‌محور در استان لرستان. دومین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، دامغان.

Amini Karajabad, M., Fatuhi, N., Ardian, A., Owaisi, L., Owaisi, M. (2020). Analysis of the factors affecting the marketing of sports tourism in Shiraz city. *The first international conference on new challenges and solutions in industrial engineering and management and accounting*, Sari. <https://civilica.com/doc/1045641> [In Persian]

Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism management*, 62, 360-376. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.008>



- perceived experience of Rio 2016: The perspective of Latin American Stakeholders. *In 9th international sport business symposium*, 231-241.
- Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, 79, 177-188. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.046>
- Moin Fard, M. (2015). *The status of the sports tourism industry in Iran and presenting its development model*. Doctoral thesis, Tarbiat Moalem University, Tehran. (In Persian)
- Najafi, I., Biranvandzadeh, M., Taghipour, A. (2021). Investigating the status of nature-oriented sports tourism in Lorestan province. *The second international conference on new challenges and solutions in industrial engineering, management and accounting, Damghan*. <https://civilica.com/doc/1244441> [In Persian]
- Nasseef, M. A., Alshayeb, H., Ojilat, J., & Alshafiee, M. (2017). The effect of sport tourism management on support for tourism development. *Journal of Management and Strategy*, 8(3), 20-34. <https://doi.org/10.5430/jms.v8n3p20>
- Salarzahi, H., Pouranjanar, G., & Ahang, F. (2021). Identifying and prioritizing sports tourism development strategies in urban spaces: Gonbad Kavous city. *Urban Economics and Planning*, 2(2), 90-100. <https://doi.org/10.22034/UE.2021.02.02.04> [In Persian]
- Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of sustainable tourism*, 28(11), 1932-1946. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1779732>
- Bianchi, R. (2018). The political economy of tourism development: A critical review. *Annals of Tourism Research*, 70, 88-102. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.005>
- Chang, M. X., Choong, Y. O., & Ng, L. P. (2020). Local residents' support for sport tourism development: the moderating effect of tourism dependency. *Journal of Sport & Tourism*, 24(3), 215-234. <https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1833747>
- Cho, H., Joo, D., & Woosnam, K. M. (2020). Cross-cultural validation of the Nostalgia Scale for Sport Tourism (NSST): A multilevel approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(4), 624-643. <https://doi.org/10.1177/1096348019899461>
- Drius, M., Bongiorno, L., Depellegrin, D., Menegon, S., Pugnetti, A., & Stifter, S. (2021). Tackling challenges for Mediterranean sustainable coastal tourism: An ecosystem service perspective. *Science of the Total Environment*, 652, 1302-1317. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.10.121>
- Gholriz, T. (2021). Sports tourism and its economic effects. *The sixth international conference on tourism, culture and art*. <https://civilica.com/doc/1257240> [In Persian]
- Haji Beg Lo, M., & Morsal, B. (2021). Presenting the model of tourism effects of sports venues in sustainable urban development (case study: Mehdishahr city), *New Attitudes in Human Geography Quarterly*, 13(3), 393-419. [In Persian]
- Hinch, T., & Ito, E. (2018). Sustainable sport tourism in Japan. *Tourism Planning & Development*, 15(1), 96-101. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1313773>
- Hodeck, A., Eckert-Lindhammer, D., & dos Santos, L. C. F. (2018). Expectation and

- and Sponsorship*, 19(2), 194-216. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2017-0077>
- Xue, L., Kerstetter, D., & Hunt, C. (2017). Tourism development and changing rural identity in China. *Annals of Tourism Research*, 66, 170-182. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.07.016>
- Stemler, S. (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7(17), 137-46.
- Watanabe, Y., Gilbert, C., Aman, M. S., & Zhang, J. (2018). Attracting international spectators to a sport event held in Asia: the case of Formula One Petronas Malaysia Grand Prix. *International Journal of Sports Marketing*

