



<http://doi.org/10.22133/tlj.2024.456908.1177>

Challenges and Obstacles in the Development of Winter Sports Tourism in the Ski Slopes of Tehran

Siavash Imeni Gheshlagh^{1*} , Leyla Asadpour Shirazi²

¹ Assistant Prof., University of Science and Culture, Tehran, Iran.

² MA. in Tourism Management, University of Science and Culture, Tehran, Iran.

Article Info	Abstract
Original Article	This study was conducted to examine the challenges and obstacles in the development of winter sports tourism at the ski slopes of Tehran. The research population comprised all tourists and athletes frequenting these slopes, who responded to a 40-item, researcher-developed questionnaire. Using available sampling methods and Cochran's formula, 384 samples were collected from an unlimited population. The research questions were analyzed using the DEMATEL technique, which assesses the quantitative relationships between multiple factors of a problem and their mutual influences. The results indicate that the most significant obstacles and challenges to developing sports tourism in these ski resorts, ranked by priority, are related to resources, infrastructure, facilities and services, cultural-social factors, and marketing and advertising. The findings of this research will assist the country's sports managers, ski resort managers, and tourism managers in overcoming these obstacles and challenges, fostering a new and positive outlook for the development of sports tourism in ski resorts and the broader field of sports tourism.
Received: 11-05-2024	
Accepted: 30-06-2024	
Keywords: Winter Sports Tourism Ski Slopes Tehran Development Challenges Tourism Obstacles DEMATEL Analysis	
*Corresponding author e-mail: Imeni@usc.ac.ir	
How to Cite: Imeni Gheshlagh, S., & Asadpour Shirazi, L. (2025). Challenges and Obstacles in the Development of Winter Sports Tourism in the Ski Slopes of Tehran, <i>Tourism and Leisure Time Journal</i> , 10(19), 247-271.	
Published by University of Science and Culture https://www.usc.ac.ir Online ISSN: 2783-3828	

1. Introduction

The tourism industry is one of the largest and most diverse industries globally (Leber, 2024). Sports tourism refers to the travel experience of tourists who either watch sports as spectators or actively participate in sports events, often involving both commercial and non-commercial competitive activities. Sports tourism is a major sector, accounting for approximately 10% of global tourism expenditures, with an estimated growth rate of 17.5% between 2023 and 2030, transporting a large number of people both within and between continents. Sports tourism generates social, economic, and environmental impacts, accelerates development, and leaves a positive legacy for the future (UNWTO, 2024).

The ski tourism industry comprises various segments providing the products and services required by skiers, integrating sports and tourism industries. This industry includes ski resorts, equipment, clothing, training, and related services such as transportation and hospitality. It significantly impacts employment, related industries, regional economies, and the sports industry model. However, the ski tourism market faces challenges in resource integration and market performance. The ski industry forms a cluster combining skiing, ski entertainment, ski technology, and ski culture (Liu et al., 2022). Currently, there are 68 countries worldwide offering snow-covered outdoor ski areas, with approximately 2,000 ski resorts identified globally (Vanat, 2020). According to 2023 statistical reports, over 400 million skiers visited ski resorts worldwide, generating a \$70 billion revenue from ski tourism. These facts underscore the importance of ski tourism, which creates substantial income and plays a significant role in the labor market, especially in mountainous regions (Čerba, 2024). In this context, understanding the barriers and challenges and providing effective strategies can contribute to the development of tourism in any region (Safari Aliakbari & Sadeghi, 2023).

Iran, with its rich cultural and historical heritage and natural landscapes, has high potential for developing sports tourism, including winter sports tourism in ski resorts, to attract both domestic and international sports tourists. Tehran, the capital of Iran, has numerous mountains with ski resorts around it, offering a great opportunity for the development of winter sports tourism focused on skiing. Unfortunately, despite the significant potential in winter sports, tourism attractions and ski resorts have not successfully contributed to the development of winter sports tourism. Therefore, this study examines the challenges and barriers to the development of winter sports tourism in Tehran's ski resorts.

2. Literature Review

According to Coakley (1990), traveling to participate in or watch sports events is not a new phenomenon. Greeks traveled 900 years before Christ to participate in and watch ancient Greek games. Romans were also skilled at providing "sports packages for spectators." Richards (1993) found that advanced skiers focused more on skiing-related attributes such as snow quality and terrain variety, unlike inexperienced skiers who emphasized price and accommodation. Williams and Lattey (1994) considered skiing physically demanding and dangerous for many women; hence, female skiers are often apprehensive and may avoid the sport. Ski resorts are relatively inaccessible for women in terms of time and cost, emphasizing physical challenge and danger over health and fitness, leading many women to feel that skiing does not align with their interests and lifestyle.

Gibson (1998) divides sports tourism into three main categories: 1. Active sports tourism (traveling to participate in sports); 2. Event sports tourism (traveling to watch sports events); and 3. Nostalgic sports tourism (visiting sports museums, famous sports sites, and sports-themed cruises). According to Higham and Hinch (2018), the sports and tourism industries have been rapidly developing since the 1960s, creating a new field known as sports tourism. Kurtzman and Zauhar (2003) view sports tourism as an integration of "the largest social phenomenon in the world (sports)" and "the largest industry in the world (tourism)."

Unbehaun (2008) identifies climate change as a future challenge for winter sports tourism, highlighting sufficient natural snow conditions as a criterion for ski destination choice. Under these conditions, high-altitude resorts become important, leading to increased travel distances and costs. Konu et al. (2011) considered the criteria for selecting ski destinations in four dimensions: slope ski services, off-piste ski services, restaurants and social life, and spa services.

Bausch and Gartner (2020) argue that the focus in the Alps has been primarily on skiing, while other significant winter tourism markets have been largely overlooked. This paper provides evidence that destinations face external factors, primarily climate change and demographic shifts. The future of many leisure destinations in

the Alps depends on how they diversify and adapt to changing conditions. The face of winter tourism is evolving, with the European Alps at the forefront of climate change challenges.

According to Muller (2020), global warming is one of the biggest threats and barriers to winter sports tourism in the Alps. Three scenarios are presented: a positive scenario where the industry successfully creates a sustainable solution for winter sports survival; a neutral scenario where market actors, with significant costs, manage to maintain demand for winter sports tourism; and a negative scenario where an industry contraction occurs, leading to reduced supply and profit.

Dragovic and Pasic (2020) state that ski tourism is climate-dependent, comparing sustainable methods and adaptation strategies for ski resorts in Europe and worldwide. Main sustainability issues for sports tourism destinations in mountainous areas include CO₂ emissions from mass tourist transport, insufficient snow at lower elevations during the season, deforestation, landscape changes, and ecosystem disruption due to the need for infrastructure development in ski resorts.

Bichler and Pikkemaat (2021) argue that while winter tourism often focuses on rural areas and snow-based sports, urban destinations can also offer innovative winter sports and urban tourism packages. They identify five push factors (excitement, knowledge, relaxation, success, and family) and six pull factors (core assets, urban assets, natural landscapes, social events, economic aspects, and winter sports activities).

Chengcai Tang et al. (2023) believe that in China, due to limited time and rapid development of ice and snow tourism, issues such as overexploitation, poor quality products and services, inadequate investment and financing systems, inadequate management, uniform marketing strategies, and insufficient talent persist. To achieve quality development of ice and snow tourism in China, the paper suggests actions in eight areas: policy, products and services, marketing, safety management and control, talent recruitment, standardization, science and technology, and community involvement. Happ (2023) views winter sports tourism in the Alps as competitive and suggests transforming the Alpine winter tourism market from a "ski-centric" to a diverse and multifaceted tourism model. Leber (2024) emphasizes that the development of winter tourism is closely related to improvements in climate conditions and hospitality facilities, addressing issues such as adverse weather, access, artificial snow production, and waste management.

Krzesiwo and Mika (2024) examined the constraints on ski resort development in Poland, identifying barriers such as the cost of new investments and facility modernization, adapting to changing climatic conditions, time-consuming and complex legal issues related to the investment process, irregular legal issues, and land ownership used for skiing.

Masoumi Jangard et al. (2018) note that winter tourism, particularly skiing, and its large following due to economic impacts such as local jobs and increased economic well-being, has become a strategic focus for regional development programs worldwide.

Rezaei and Afshar (2021) identified 63 snow-catching sites in northern and southern Qazvin Province, selecting eight locations based on necessary criteria and eventually deeming five sites. Safari et al. (2021) concluded that service quality and word-of-mouth advertising have a direct and significant impact on tourists' intention to revisit. Mirhashmi et al. (2021) compared the technical status of national ski resorts with global standards, showing that the Shamesk, Dazine, and Darbandsar resorts were relatively good in terms of slope quality, elevation from peak to base, and length and width of slopes, but had weak substructures. Pourzarnagar (2022) identified the barriers and limitations to the development of sports tourism in Gilan Province as structural, marketing, and cultural factors. Bonyadi et al. (2022) ranked barriers to tourism development in the Oman Sea coast as managerial and economic, followed by water sports constraints, social factors, infrastructure and tourism services, and promotional barriers. Amini et al. (2023) argue that sustainability in Iran's sports tourism industry has not yet been institutionalized. They identified barriers to sustainability in sports tourism destinations in Isfahan Province as weaknesses in policy and vision, ineffective destination management, social acceptance issues, environmental constraints, inadequate investment and employment, and lack of security.

A review of the literature shows that winter sports tourism is a growing activity. Countries are working to develop this type of tourism through better planning and reducing existing barriers and constraints for economic reasons, diversifying tourism attractions, reducing seasonal impacts, and developing mountainous regions. The boom or decline in sports tourism depends on various factors. Addressing these factors can act as constraints and challenges to the development of sports tourism.

3. Methodology

This research is applied in nature, aiming to identify barriers to winter sports tourism at ski resorts. Identifying and addressing these challenges can aid in the development of this tourism sector within the country. The research methodology is descriptive-survey based and cross-sectional. Data were collected using a researcher-designed questionnaire. The target population of this study consists of all tourists visiting ski resorts in Tehran. Based on Cochran's formula for an unlimited population, the sample size was determined to be 384 individuals. An accessible sampling method was used to select the samples.

The questionnaire measures barriers to tourism across seven dimensions: economic; socio-cultural; managerial-structural; resources, infrastructure, facilities, and services; marketing and advertising; legal-political; and environmental-space development. The items in the questionnaire are measured using a five-point Likert scale, ranging from "very low" to "very high."

The questionnaire was reviewed for validity by relevant experts and specialists, and necessary revisions were made based on their feedback. After validating the content and face validity, the reliability of the tool was tested through a pre-test with 15 completed questionnaires and evaluated using Cronbach's alpha. The results showed a reliability coefficient above 0.7, indicating that the tool was reliable. Ultimately, the questionnaire was completed by 384 participants. To assess the variables, the DEMATEL technique was employed to calculate the quantitative relationships between multiple factors and the impact of each factor on others.

4. Results

The results indicate the horizontal vector ($D + R$), which represents the impact of each factor as a barrier and challenge to the development of sports tourism at ski resorts in Tehran, as follows:

- Economic: 64.31
- Socio-cultural: 93.58
- Managerial-structural: 73.07
- Resources, infrastructure, facilities, and services: 111.33
- Marketing and advertising: 82.10
- Legal-political: 72.44
- Environmental-space development: 84.97

5. Conclusion

The results from the prioritization indicate that among the seven identified challenges and barriers, those related to resources, infrastructure, facilities, and services; marketing and advertising; and socio-cultural issues are the most significant obstacles to the development of winter sports tourism at ski resorts in Tehran.

It is concluded that the development of winter sports tourism at ski resorts, like other sectors of the tourism industry in Iran, faces numerous challenges and barriers. However, due to the specific nature of winter sports tourism and especially at ski resorts, the priorities of these challenges differ, with a greater emphasis on resources, infrastructure, and world-class facilities. The next major challenges are the lack of attention to existing potential and insufficient promotion and marketing of ski resorts. Socio-cultural issues are also a significant barrier due to the ski resorts' location in mountainous and rural areas and their close connection with local communities. These social and cultural challenges are among the most influential obstacles to the development of winter sports tourism at ski resorts.

A key observation from the findings, compared to previous research, especially international studies, is that many international studies prioritize issues related to climatic conditions, global warming, increasing ski resort elevations, and the sustainability of ski resorts. In contrast, this study places environmental issues in fifth place. This discrepancy could be analyzed from various perspectives, such as the fact that ski resorts in the region still face many basic and preliminary issues, which are receiving more attention. Additionally, the impact of climate change on local ski resorts may not have yet reached a level of serious concern among citizens, tourists, and athletes, or its effects may not be significant enough to be a priority. This could be an area for further research for interested parties.



گردشگری و اوقات فراغت

<http://doi.org/10.22133/tlj.2024.456908.1177>

چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران

سیاوش ایمنی قشلاق^{۱*}، لیلا اسدپورشیرازی^۲ 

^۱ استادیار، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

^۲ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
مقاله پژوهشی	پژوهش حاضر، با هدف مطالعه چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران شکل گرفته است. جامعه پژوهش شامل کلیه گردشگران و ورزش‌کاران پیست‌های اسکی شهر تهران هستند که به پرسش‌نامه محقق ساخته با ۴۰ گویه پاسخ داده‌اند. با روش نمونه‌گیری در دسترس و با توجه به فرمول کوکران برای جامعه نامحدود تعداد ۳۸۴ نفر نمونه لحاظ شد. سوالات پژوهش با تکنیک دیمتل، که روابط کمی بین عوامل چندگانه یک مسئله و تأثیر هریک از آن‌ها در دیگری را بررسی می‌کند، محاسبه شدند. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که مهم‌ترین موانع و چالش‌های توسعه گردشگری ورزشی در پیست‌های اسکی به‌ترتیب اولویت، موانع مربوط به منابع، زیرساخت‌ها، امکانات و خدمات، موانع و چالش‌های بازاریابی و تبلیغاتی و موانع فرهنگی - اجتماعی است. یافته‌ها و نتایج این تحقیق به مدیران ورزشی کشور، مدیران پیست‌ها و همچنین مدیران گردشگری کمک می‌کند با رفع موانع و چالش‌ها به‌منظور ایجاد نگرشی جدید و مثبت برای توسعه گردشگری ورزشی در پیست‌های اسکی اقدام کنند و زمینه توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی را فراهم سازند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۲	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۱۰	
واژگان کلیدی: گردشگری ورزش‌های زمستانی پیست‌های اسکی تهران چالش‌های توسعه موانع گردشگری دیمتل	
*نویسنده مسئول رایانامه: Imeni@usc.ac.ir	
نحوه استناددهی: ایمنی قشلاق، سیاوش، و اسدپورشیرازی، لیلا (۱۴۰۴). چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران. گردشگری و اوقات فراغت، ۱۰(۱۹)، ۲۴۷-۲۷۱.	

ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ <https://www.usc.ac.ir>

شاپای الکترونیکی: ۳۸۲۸-۲۷۸۳

صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع در دنیا به شمار می‌آید. تأثیر گردشگری در افزایش میزان اشتغال و درآمدهای ارزی، رونق صنایع داخلی، گسترش همکاری‌های بین‌المللی موجب شده است نگرش کشورهای دنیا به آن تغییر یابد و جایگاه مهمی در سیاست‌گذاری دولت‌ها پیدا کند (Leber, 2024). گردشگری به‌منزله یکی از زمینه‌های اصلی توسعه در طول چند دهه گذشته، رشد مداوم و تنوع گسترده‌ای را تجربه کرده و به یکی از بخش‌های اقتصادی با رشد سریع در جهان تبدیل شده است. گردشگری با این پویایی و تحرک به عاملی کلیدی برای پیشرفت اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده است (افراخته و همکاران، ۱۳۹۵). براساس گزارش سال ۲۰۲۲ سازمان جهانی گردشگری، تعداد گردشگران جهان سالیانه ۳/۴ درصد رشد دارد. سهم اقتصادی گردشگری در سال ۲۰۲۱، که در تولید ناخالص داخلی مستقیم گردشگری اندازه‌گیری می‌شود، ۱/۹ میلیارد دلار آمریکا تخمین زده می‌شود که بیشتر از ۱/۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ است (Bhatta et al., 2022). گردشگری ورزشی نوعی فعالیت گردشگری است که به تجربه سفر گردشگرانی اشاره دارد که یا به‌عنوان تماشاگر به مشاهده ورزش می‌پردازند یا در رویدادی ورزشی فعالانه شرکت می‌کنند که معمولاً شامل فعالیت‌های تجاری و غیرتجاری با ماهیت رقابتی است. گردشگری ورزشی یکی از محورهای اصلی است که حدود ۱۰ درصد از هزینه‌های گردشگری جهان را تشکیل می‌دهد و بین سال‌های ۲۰۲۳ تا ۲۰۳۰ نرخ رشد تخمینی ۱۷/۵ درصد را دارد و جمعیت زیادی را در داخل و بین قاره‌ها جابه‌جا می‌کند. گردشگری ورزشی موجب اقدامات اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی می‌شود، توسعه را تسریع کند و میراث مثبتی برای آینده باقی می‌گذارد (UNWTO, 2024). هدف از گردشگری ورزشی شرکت در فعالیت‌های ورزشی یا دیدن آن است (Weed, 2006). به‌دلیل تعداد زیاد فعالیت‌های ورزشی، گردشگران ورزشی در ارتقای رشد اقتصادی نقشی اساسی دارند (Chen et al., 2023). گزارش سال ۲۰۲۱ انجمن ورزشی ای.تی.ای^۱، تنها انجمن تجاری صنعت رویدادهای ورزشی و گردشگری، نشان می‌دهد که صنعت گردشگری ورزشی با هزینه‌های مستقیم ۳۹/۷ میلیارد دلار و هزینه‌های کلی ۹۱/۸ میلیارد دلار در اقتصاد تأثیر داشته و از ۶۳۵۰۰۰ شغل تمام‌وقت و نیمه‌وقت حمایت کرده و ۱۲/۹ میلیارد دلار درآمد مالیاتی ایجاد کرده است (Sports ETA, 2022).

توجه به رابطه بین ورزش و گردشگری، هم در صنعت و هم در محافل دانشگاهی، روزبه‌روز در حال افزایش است. اولین کنفرانس بین‌المللی ورزش و گردشگری، که در فوریه ۲۰۰۱ در بارسلونا برگزار شد، نه‌تنها توسعه گردشگری ورزشی را ترویج کرد، بلکه گردشگری ورزشی را به موضوع تحقیقاتی مهمی تبدیل کرد (Schlemmer et al., 2020). دلایل این توجه و علاقه ناگهانی از پنج جهت قابل تحلیل است: ۱. محبوبیت رویدادهای ورزشی بین‌المللی و ملی یعنی بازی‌های المپیک، جام‌های جهانی و قهرمانی اروپا افزایش چشمگیری یافته است؛ ۲. درک از مزایای مرتبط با سلامتی از طریق شرکت فعال در بسیاری از ورزش‌ها ارتقای چشمگیری یافته است؛ ۳. دولت‌ها و رهبران ارزش ورزش را با توجه به منافع اقتصادی و تأثیراتش در روابط ملی و بین‌المللی را بهتر درک کرده‌اند؛ ۴. تنوع گسترده‌ای از رویدادهای ورزشی در سراسر جهان به‌وجود آمده است؛ ۵. افراد ورزشکار علاوه بر تحرک و فعالیت گسترده، به‌دلیل پیشرفت در فناوری و زیرساخت جهانی، ارتباطات بیشتر و بهتری را برقرار می‌کنند (Gammon & Robinson, 2003; Kurtzman, 1995; Collins, and Jackson, 1996).

ورزش و گردشگری به هم وابسته و مکمل یکدیگرند. امروزه گردشگری ورزشی یکی از بخش‌هایی است که سریع‌ترین رشد را در صنعت گردشگری دارد. تعداد بیشتری از گردشگران به فعالیت‌های ورزشی در طول سفرهای خود علاقه‌مندند، چه ورزش هدف اصلی سفر باشد و چه نباشد. رویدادهای ورزشی با انواع و اندازه‌های مختلف، گردشگران را به‌منزله شرکت‌کننده یا تماشاگر جذب می‌کنند و مقاصد گردشگری سعی می‌کنند با افزودن طعم و رنگ محلی به این رویدادها، خود را متمایز کنند و تجربه‌های محلی اصیلی ارائه دهند. رویدادهای ورزشی بزرگ مانند المپیک و جام‌های جهانی می‌توانند در صورت بهره‌برداری موفق، از طریق برندینگ مقصد، توسعه زیرساخت‌ها و سایر مزایای اقتصادی و

اجتماعی به منزله محرکی برای توسعه گردشگری عمل کنند (UNWTO, 2024). در گردشگری ورزشی، توسعه پایدار شرط لازم برای تضمین زندگی ایمن و پایدار است که می‌کوشد هدررفت منابع، تخریب محیط‌زیست و بی‌ثباتی اجتماعی را به حداقل برساند (Aghili et al., 2023). گردشگری زمستانی در دهه‌های اخیر، به دلیل ارائه خدمات ارزان‌قیمت و فراوان در جهان، از انحصار قشر مرفه خارج شده و رواج بیشتری یافته و در مناطق کوهستانی کشورهای توسعه‌یافته و بعضاً در حال توسعه جایگاه ویژه‌ای دارد (Galli, 2018). صنعت گردشگری اسکی شامل بخش‌های مختلفی است که محصولات و خدمات مورد نیاز اسکی‌بازان را فراهم می‌کند و ترکیبی از صنایع ورزش و گردشگری است. این صنعت شامل پیست‌های اسکی، تجهیزات، لباس، آموزش و خدمات مرتبط مانند حمل‌ونقل و پذیرایی است. این صنعت تأثیر چشمگیری در اشتغال، صنایع مرتبط، اقتصاد منطقه‌ای و الگوی صنعت ورزش دارد. با این حال، بازار گردشگری اسکی با چالش‌هایی در ادغام منابع و عملکرد بازار مواجه است. صنعت اسکی نمونه‌ای از یک خوشه صنعت گردشگری اسکی را تشکیل داده است که اسکی، سرگرمی‌های اسکی، فناوری اسکی و فرهنگ اسکی را ادغام می‌کند و از جمله راهبردهای توسعه صنعت گردشگری اسکی شامل نوآوری محصولات ورزشی یخ و برف، نوآوری مسیرهای توسعه فناوری، بهینه‌سازی حالت مدیریت و حالت بازاریابی صنعت گردشگری اسکی و نوآوری سیستم‌های صنعتی می‌تواند در این صنعت کارساز باشد (Liu et al., 2022). در حال حاضر، ۶۸ کشور در جهان وجود دارد که مناطق مجهز اسکی در فضای باز پوشیده‌از برف را ارائه می‌دهند. حدود ۲۰۰۰ پیست اسکی در سراسر جهان شناسایی شده است. علاوه بر مقاصد اصلی اسکی از نظر بازدید اسکی‌بازان، تعدادی مقاصد کوچک‌تر دیگری نیز وجود دارد که اسکی برای مدت طولانی یک صنعت بوده یا در حال توسعه است. بارزترین مقاصد نوظهور، اروپای شرقی و چین هستند؛ اما تعدادی بازیگر کوچک دیگر نیز در سرتاسر جهان پراکنده‌اند؛ از جمله قبرس، یونان، هند، ایران، اسرائیل، لبنان، لسوتو، مراکش، نیوزلند، پاکستان، آفریقای جنوبی، ترکیه و بسیاری دیگر (Vanat, 2020). براساس گزارش‌های آماری در سال ۲۰۲۳، بیش از ۴۰۰ میلیون اسکی‌باز در سراسر جهان از پیست‌های اسکی بازدید می‌کنند. گردشگری اسکی درآمد ۷۰ میلیارد دلاری ایجاد می‌کند. این حقایق بر اهمیت گردشگری اسکی تأکید می‌کند. این بخش اقتصادی درآمد فراوانی ایجاد می‌کند و نقش مهمی در بازار کار، به‌ویژه در منطقه کوهستانی، ایفا می‌کند (Čerba, 2024). موضوع ورزش و گردشگری فقط به مدیریت و عملیات رویدادهای بزرگ مربوط نیست؛ بلکه به ارائه خدمات و تجارب خاص مرتبط با ورزش و گردشگری به مصرف‌کننده نیز مربوط می‌شود. واضح است که برای هماهنگی، بازاریابی و برنامه‌ریزی بهتر رویدادها، فعالیت‌ها و بسته‌های ورزشی، در راستای تغییر نیازها و انگیزه‌های گردشگر، برخی مسائل باید مدنظر قرار گیرند (Gammon & Robinson, 2003).

ایران با داشتن میراث فرهنگی ارزشمند و مجموعه‌ای از آثار طبیعی و تاریخی چشمگیر، پتانسیل بسیار خوبی برای جذب انواع گردشگران به‌ویژه گردشگران ورزشی دارد. توجه به برنامه‌ریزی همه‌جانبه توسعه گردشگری، افزایش تعداد گردشگران و سپس افزایش کیفیت خدمات، می‌تواند به توسعه اقتصادی و فرهنگی ایران و دستیابی به الگوی گردشگری ورزشی مطلوب و ایده‌آل کمک کند (Aghili et al., 2023). با توجه به قابلیت‌ها و ظرفیت‌های فراوان در جذب گردشگر ورزشی در ایران و منافع مختلف ورزشی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، و سیاسی کشور، لزوم توجه به مباحث مختلف مدیریتی، بازاریابی، و سرمایه‌گذاری در توسعه و رشد این صنعت نوین در کشور ما ضروری به نظر می‌رسد (نقی‌زاده زنور، ۱۴۰۰). در همین راستا، شناخت موانع پیش‌رو در مرحله اول و سپس ارائه راهبردهای مؤثر در مرحله دوم، می‌تواند به توسعه گردشگری هر منطقه کمک کند؛ زیرا هر منطقه فارغ از مسائل کلان گردشگری، موانع و راهبردهای خاص خود را دارد (صفری علی اکبری و صادقی، ۱۴۰۱). در حال حاضر، توسعه و ارتقای گردشگری ورزشی به‌طور وسیعی در کشورهای در حال توسعه نیز پذیرفته شده و در دستور کار دولت‌ها قرار گرفته است. ایران با سابقه فرهنگی - تاریخی غنی و برخوردار از مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بالایی برای توسعه گردشگری ورزشی و از جمله گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی برای جذب گردشگران ورزشی داخلی و خارجی دارد و تهران به منزله پایتخت کشور و نزدیکی به قله‌های متعدد، دارای پیست‌های اسکی است که فرصت بسیار مناسبی برای توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی با محوریت اسکی فراهم کرده است. متأسفانه با وجود پتانسیل‌ها و قابلیت‌های فراوان در ورزش‌های زمستانی،

جاذبه‌های گردشگری و پیست‌های اسکی نتوانسته در توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی موفق عمل کند. انگیزه‌ها و محدودیت‌ها دو روی سکه در توسعه فعالیت‌های گردشگری و ورزشی به حساب می‌آیند. انگیزه، محرک و محدودیت، عامل بازدارند به شمار می‌روند. عوامل گوناگونی در ایجاد انگیزه یا محدودیت تأثیرگذارند؛ بنابراین تحقیق حاضر، چالش‌ها و موانع موجود بر سر راه توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران را بررسی کرده است.

مبانی نظری

گردشگری زمستانی اغلب با فعالیت‌ها و ورزش‌های زمستانی همراه است؛ یعنی فعالیت‌هایی که به بارش مناسب برف وابسته است. گردشگری زمستانی نوع مشخصی از گردشگری در منطقه پربرف کوه‌هاست. این نوع گردشگری به عواملی مثل بارش برف، شیب، دامنه کوه و ارتفاع برف بستگی دارد. گردشگری زمستانی و ورزش‌های زمستانی مهم‌ترین ویژگی گردشگری در مناطق کوهستانی است. مراکز گردشگری زمستانی مجتمع‌هایی هستند که فرصت لذت‌بردن از ورزش‌های زمستانی و فعالیت‌های مرتبط با آن را برای گردشگران فراهم می‌کند. گردشگری اسکی یکی از بخش‌های شایان توجه بازار مبتنی بر فعالیت‌های ورزشی است (Kazan et al., 2015). مکان‌های گردشگری زمستانی با جذب گردشگر در ماه‌های سرد توازن گردشگری را در طول سال برقرار می‌کنند و علاوه بر ایجاد فراغت و تفریح سالم در بین افراد، زمینه‌ساز توسعه منطقه‌ای می‌شوند (صفری و همکاران، ۱۴۰۰). گردشگری ورزشی از یک زمینه فرعی به یک جنبه مهم از صنعت گردشگری جهانی تبدیل شده است. با فعالیت‌های مربوط به مشارکت فیزیکی، تماشا و بازدید از جاذبه‌های مرتبط با ورزش تعریف می‌شود. رشد آن با افزایش آگاهی سلامت، انگیزه‌های اقتصادی و بهبود ارتباط جهانی هدایت می‌شود. با این حال، این بخش تخصصی با چالش‌هایی همچون دسترسی و نیاز به فراگیری گسترده‌تر مواجه است.

گیسون گردشگری ورزشی را به سه حوزه اصلی تقسیم می‌کند: ۱. گردشگری ورزشی فعال (مسافرت برای شرکت در ورزش)؛ ۲. گردشگری ورزشی رویداد (سفر برای تماشای رویدادهای ورزشی) و ۳. گردشگری ورزشی نوستالژیک (بازدید از موزه‌های ورزشی، مکان‌های ورزشی معروف، و کشتی‌های تفریحی با مضمون ورزشی) (Gibson, 1998).

محدودیت‌های گردشگری عواملی هستند که مانع از انجام مسافرت و گردشگری شخص گردشگر می‌شوند. محدودیت‌ها از عوامل مختلفی نشئت می‌گیرند و به انواع مختلفی تقسیم می‌شوند (کروبی و همکاران، ۱۳۹۵). موانع توسعه گردشگری شامل محدودیت‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است که صنعت گردشگری را مختل کرده است. مشکلات و موانع توسعه گردشگری از منظر محیط کلان شامل عوامل مختلفی همچون سیاسی، فناوری، قانونی، بازاریابی و تبلیغات و مدیریتی است (صیرفی‌انان، ۱۳۹۴). گردشگران معمولاً علاقه‌مندند به مقصدهایی سفر کنند که از نظر امنیت و امکانات و خدمات زیربنایی، چهارچوب قوانین و مقررات حقوقی مشخصی در قبال گردشگران خارجی داشته باشد. این امر نقش قابل توجهی در ایجاد تصویر ذهنی مثبت و در نهایت جذب گردشگر خواهد داشت (صادقی ده شمه و قاندامینی هارونی، ۱۳۹۹).

پیشینه پژوهش

گردشگری از جمله زمینه‌های تحقیقاتی است که با توجه به اهمیت روزافزون آن، دهه‌هاست که توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است، اما گردشگری ورزشی و به‌ویژه گردشگری ورزش‌های زمستانی موضوعی تقریباً جدید است؛ بنابراین سعی شده در منابع مطالعاتی بین‌المللی و داخلی، به پژوهش‌هایی اشاره شود که با موضوع مقاله انجام شده مرتبط است. بر همین اساس، نخست پژوهش‌های خارجی و بین‌المللی و سپس پژوهش‌ها و یافته‌های داخلی ارائه می‌شود.

به گفته کواکلی (۱۹۹۰)، سفر برای شرکت در ورزش یا تماشای رویدادهای ورزشی چیز جدیدی نیست. ۹۰۰ سال قبل از میلاد، یونانی‌ها برای شرکت و تماشای بازی‌های یونان باستان سفر می‌کردند. رومی‌ها نیز در «ارائه بسته‌های ورزش برای تماشاگران» مهارت داشتند. ریچاردز^۱ (۱۹۹۳) دریافت که اسکی‌بازان پیشرفته بیشتر بر ویژگی‌های مرتبط با اسکی، مانند کیفیت برف و تنوع زمین تمرکز می‌کردند تا اسکی‌بازان کم‌تجربه، که بر قیمت و محل اقامت تأکید داشتند. ویلیامز و لاتی^۲ (۱۹۹۴) در پژوهشی درباره زنان در صنعت اسکی کانادا دریافتند که فقدان شبکه‌ای اجتماعی برای اسکی‌بازان، اغلب زنان را برای اسکی کردن محدود می‌کند. بسیاری از زنان اسکی را از نظر فیزیکی سخت و خطرناک می‌دانند؛ بنابراین اسکی‌بازان زن به‌طور بالقوه اغلب می‌ترسند و در این ورزش شرکت نمی‌کنند. زنان همچنین بیان کردند که مناطق اسکی از نظر زمان و هزینه برای آن‌ها نسبتاً دسترس‌ناپذیر است. مناطق اسکی تمایل دارند به‌جای سلامتی و تناسب اندام در محیط بیرونی بر چالش و خطر فیزیکی تأکید کنند؛ در نتیجه بسیاری از زنان احساس می‌کردند که اسکی با علایق و سبک زندگی محدود آن‌ها سازگاری ندارد. تحقیق آتل^۳ (۱۹۹۶) نشان داد که گردشگران آمریکایی دوست‌داران ورزش مقاصدی را ترجیح می‌دهند که نسبتاً ساکت‌اند، در ایالات متحده واقع شده‌اند، به‌صورت گروهی‌اند و مواردی از ماجراجویی را ارائه می‌دهند. همچنین مقاصدی که در فضای باز، به شکل فعال و نه خیلی شلوغ، امکانات رفاهی مدرن ارائه می‌دهند نیز در این مطالعه مورد توجه گردشگران ورزشی بوده‌اند.

گیسون^۴ (۱۹۹۸) به چالش تعاریف گردشگری ورزشی و همچنین افزایش محبوبیت آن در دهه گذشته اشاره می‌کند و عوامل مؤثر در این افزایش را در تأکید بیشتر بر سلامت و تناسب اندام و استفاده راهبردی از رویدادهای ورزشی توسط شهرها برای جذب گردشگر می‌داند. از نظر هایام و هینج^۵ (۲۰۱۸)، صنعت ورزش و صنعت گردشگری از دهه ۱۹۶۰ به‌سرعت و مداوم در حال توسعه بوده‌اند و از تلاقی آن‌ها، زمینه جدیدی تحت عنوان گردشگری ورزشی ایجاد شده است. از نظر کورتس مان و زاوار^۶ (۲۰۰۳) درواقع گردشگری ورزشی را می‌توان ادغام «بزرگ‌ترین پدیده اجتماعی جهان (ورزش)» و «بزرگ‌ترین صنعت جهان (گردشگری)» در نظر گرفت.

آنبهان^۷ (۲۰۰۸) تأثیر تغییرات آب‌وهوایی را از چالش‌های آینده گردشگری ورزش‌های زمستانی می‌داند و شرایط برف کافی (طبیعی) را در انتخاب مقصد اسکی‌بازان مطرح می‌کند. در این شرایط، استراحت‌گاه‌ها در مقاصد مرتفع اهمیت می‌یابند و دسترسی طولانی و هزینه‌ها افزایش می‌یابد؛ با این حال بسیاری مایل به پذیرش آن تا یک آستانه مشخص (حدود ۱۰ درصد هزینه اضافی و دو ساعت رانندگی اضافی) هزینه‌های بالاتر و سفر طولانی‌تر برای امنیت برف خواهند بود.

کونو^۸ و همکاران (۲۰۱۱) چهار بعد خدمات اسکی در سراسی، خدمات اسکی صحرایی، رستوران‌ها و زندگی اجتماعی و خدمات اسپا را به‌عنوان معیارهای انتخاب مقصد اسکی از سوی مشتریان پیست اسکی در فنلاند در نظر گرفتند.

باوش و گارتنر^۹ (۲۰۲۰) معتقدند در رشته‌کوه‌های آلپ، بیشتر روی اسکی تمرکز شده است؛ درحالی‌که بازارهای درخور توجه دیگری برای گردشگری زمستانی در آلپ وجود دارد که تا حد زیادی نادیده گرفته شده‌اند. این مقاله با ارائه شواهدی نشان می‌دهد مقاصد با تأثیرات عوامل خارجی، در درجه اول با تغییرات آب‌وهوایی و جمعیتی روبه‌رو هستند. آینده بسیاری از مقاصد تفرجگاهی در آلپ به نحوه تنوع و سازگاری آن‌ها با شرایط متغیر بستگی دارد. چهره گردشگری زمستانی در حال تغییر است و کوه‌های آلپ اروپایی در خط مقدم چالش‌های ناشی از تغییر قرار دارند.

1. Richards
2. Williams & Lattey
3. Attle
4. Gibson
5. Higham
6. Kurtzman & Zauhar
7. Unbehaun
8. Konu Henna
9. Bausch & Gartner

از نظر مولر^۱ (2020) گرمایش زمین یکی از بزرگ‌ترین تهدیدها و موانع برای گردشگری ورزشی زمستانی در منطقه آلپ است. در این زمینه سه سناریو مطرح شده است: سناریوی مثبت: این صنعت با روش نوآورانه موفق به ایجاد راه‌حلی پایدار برای بقای ورزش‌های زمستانی می‌شود. سناریوی خنثی: فعالان بازار با هزینه قابل توجهی موفق به حفظ تقاضا برای گردشگری ورزشی زمستانی می‌شوند؛ سناریوی منفی: فرایند انقباضی در صنعت رخ خواهد داد و به کاهش عرضه و سود منجر خواهد شد.

به گفته دراگوویچ و پاسیچ^۲ (2020)، گردشگری اسکی به شرایط اقلیمی وابسته است؛ بنابراین برای پیست‌های اسکی در اروپا و جهان، شیوه‌های پایدار و راه‌های مختلف حل مشکل تغییرات آب‌وهوایی، یعنی کاربرد راهبردهای سازگاری را مقایسه می‌کند. انتشار دی اکسید کربن (CO2) در نتیجه جابه‌جایی‌های انبوه گردشگری در کوهستان، برف ناکافی در ارتفاعات پایین‌تر در طول دوره، جنگل‌زدایی، تغییر مناظر و اختلال در عملکرد اکوسیستم‌ها به دلیل توسعه پیست‌های اسکی و پروژه‌های زیربنایی از عمده‌ترین مشکلاتی است که پایداری مقصد را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

هایام^۳ (2020) با بررسی توسعه گردشگری ورزشی در ۷۵ سال گذشته، مسیر آینده آن را پیش‌بینی کرده است. در مورد تکامل این رشته، چالش‌های فعلی، و نیاز به تحقیق برای دربرگرفتن اشکال گسترده‌تر ورزش و گردشگری ورزشی بحث می‌کند. این مقاله بر اهمیت روزافزون ورزش‌های مشارکتی در پرداختن به مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی تأکید می‌کند و بینشی در مورد چگونگی سازگاری و تکامل گردشگری ورزشی برای برآورده کردن نیازهای آینده ارائه می‌دهد.

بیچلر و پیگمات (2021) معتقدند گردشگری زمستانی اغلب با مناطق روستایی و فعالیت‌های ورزشی مبتنی بر برف همراه است. با این حال، مقاصد شهری می‌توانند با نوآوری، ورزش‌های زمستانی و بسته‌های محصولات گردشگری شهری مرتبط با ورزش را ارائه دهند. آن‌ها پنج عامل فشار (هیجان‌انگیز، دانش، آرامش، موفقیت و خانواده) و شش عامل کششی (دارایی‌های اساسی، دارایی‌های شهری، مناظر طبیعی، رویدادهای اجتماعی، جنبه‌های اقتصادی و فعالیت‌های ورزشی زمستانی) را بیان می‌کنند. وانگ^۴ و همکاران (2020) عوامل رانشی (انگیزه‌ها) و کششی (ویژگی پیست اسکی) مؤثر در سطح مشارکت اسکی اوقات فراغت در چین را مطالعه کردند. با تحلیل رگرسیون چندگانه به رابطه بین عوامل رانشی و فراوانی اسکی اشاره کردند. آن‌ها تأثیر چهار عامل کششی مناظر، وضعیت شیب‌ها و برف، ویژگی دوره آموزشی و هزینه بر تقاضای اسکی را تحلیل کردند.

تانگ^۵ و همکاران (۲۰۲۳) برای بهبود توسعه پایدار گردشگری اسکی، با هدف بررسی سیستماتیک روابط و مکانیسم‌های هماهنگ توسعه اقتصادی، زیست محیطی و صنعت گردشگری (EET) در پیست‌های اسکی مطالعه‌ای انجام دادند و شاخص‌های ارزیابی جامع و درجه هماهنگی کوپلینگ (CCD) چهار پیست اسکی معمولی از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۲۰ محاسبه کردند. آن‌ها عواملی را که به عنوان مانع عمل می‌کنند با استفاده از مدل مانع کشف کردند. در سطح موانع، موانع اصلی در بین استراحتگاه‌ها از نظر نوع سیستم، توزیع زمانی و بزرگی موانع تا حدودی متفاوت است، توانمندی منابع اسکی عامل اصلی است.

چنگ کای^۶ و همکاران (2023) معتقدند در چین به دلیل زمان محدود و روند شتابزده توسعه گردشگری برف یخی، همچنان مشکلاتی مانند بهره‌برداری بی‌رویه، محصولات و خدمات بی‌کیفیت، ناقص بودن سیستم سرمایه‌گذاری و تأمین مالی، مدیریت ناکافی، شیوه بازاریابی واحد و استعداد ناکافی وجود دارد. برای دستیابی به توسعه باکیفیت گردشگری برف یخی در چین، این مقاله اقداماتی را از هشت جنبه پیشنهاد می‌کند که شامل سیاست، محصولات و خدمات، بازاریابی، مدیریت و کنترل ایمنی، تیم‌های استعدادیابی، ساخت استانداردسازی، علم و

1. Müller

2. Dragović & Pašić

3. Higham

4. Wang

5. Tang

6. Chengcai

فناوری و مشارکت جامعه است. به باور هاپ (2023)، گردشگری ورزشی زمستانی در آلپ به شکل رقابتی است و تبدیل بازار گردشگری زمستانی آلپ را از صرفاً «اسکی محور» به یک گردشگری متنوع و چندوجهی پیشنهاد می‌کند. لبر (2024) معتقد است توسعه گردشگری زمستانی ارتباط تنگاتنگی با بهبود شرایط اقلیمی و امکانات پذیرایی دارد و به مشکلات ناشی از آب‌وهوای نامناسب، دسترسی، تأمین آب لازم برای ساخت برف مصنوعی، یا مدیریت زباله اشاره می‌کند.

کرزسیو و میکا¹ (2024) محدودیت‌های توسعه پیست اسکی در لهستان را بررسی کردند و موانع توسعه را شامل هزینه سرمایه‌گذاری‌های جدید و نوسازی امکانات موجود، هزینه انطباق با شرایط آب‌وهوایی در حال تغییر، رسیدگی‌های حقوقی زمان‌بر و پیچیده مرتبط با فرایند سرمایه‌گذاری، مسائل قانونی نامنظم و مالکیت زمین استفاده‌شده برای اسکی را بیان کردند.

سیدی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی محدودیت‌های موجود در گردشگری و تأثیر آن‌ها در عدم مشارکت افراد در فعالیت‌های گردشگری می‌پردازد. مطالعه محدودیت‌ها به ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری کمک می‌کند با برطرف کردن این موانع، تقاضا را افزایش دهند. در این پژوهش، محدودیت‌های گردشگران پیست‌های اسکی توچال و شمشک بررسی شده است و نتایج نشان می‌دهد که محدودیت‌های درون فردی، بین فردی، خانوادگی و دوستی، و ساختاری به ترتیب مهم‌ترین موانع برای این گردشگران هستند. لطفی یامچی و همکاران (۱۳۹۶) به سه مولفه عوامل محرک درونی، محرک بیرونی و بازدارنده اشاره کردند. معصومی جناقرد و همکاران (۱۳۹۷) به جایگاه گردشگری زمستانی به‌ویژه گردشگری اسکی و طرفداران بسیار آن به دلیل تأثیرات اقتصادی مثل مشاغل محلی و افزایش رفاه اقتصادی، به‌منزله راهبرد رشد و توسعه اقتصادی در دستور کار برنامه‌های توسعه منطقه‌ای در جهان قرار گرفته است. عباسی و همکاران (۱۳۹۷) فراهم کردن زمینه‌های جذب سرمایه‌گذاری، معرفی و ایجاد مراکز گردشگری زمستانی برای تمام فصول سال را از مهم‌ترین راهبردهای توسعه گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری دانستند. درویشی و همکاران (۱۳۹۸) نبود قوانین مناسب در حمایت از گردشگری ورزش‌های ساحلی، ضعف در ایجاد هماهنگی بین نهادهای مختلف ذی‌ربط، روشن نبودن وظایف مسئولان بخش‌های مختلف تصمیم‌گیرنده و ضعف برنامه‌های راهبردی و اعمال سلیقه فردی برخی دست‌اندرکاران در زمینه توسعه گردشگری ورزش‌های ساحلی را مهم‌ترین موانع سیاسی بر سر راه توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی دانستند.

رضایی و افشار (۱۴۰۰) شناخت مناطق مستعد و مکان‌یابی مناسب را برای توسعه این صنعت بسیار مهم و ارزشمند دانسته و ۶۳ وبگاه برف‌گیر در شمال و جنوب استان قزوین را شناسایی کرده و با در نظر گرفتن شاخص‌های لازم، هشت مکان را انتخاب کرده‌اند و در نهایت پنج وبگاه کامان، زرشک، سیمیار، آوه و جوتان را دارای توجیه اقتصادی دانستند. صفری و همکاران (۱۴۰۰) به این نتیجه رسیده‌اند که کیفیت خدمات و تبلیغات شفاهی تأثیر مستقیم و معناداری در قصد حضور مجدد گردشگران دارد. میرهاشمی و همکاران (۱۴۰۰) با مقایسه وضعیت فنی پیست‌های اسکی کشور با استانداردهای جهانی نشان دادند که پیست‌های شمشک و دیزین و در بندر به نسبت سایر پیست‌ها از نظر کیفیت شیب، ارتفاع از قله تا پایین و نیز طول و عرض پیست‌ها خوب بودند؛ اما زیرسازي ضعیفی داشتند. عابدی و همکاران (۱۴۰۰) به موانع توسعه گردشگری ورزش‌های آبی ساحلی در ایران داز منظر زیرساخت اشاره کرده‌اند.

پورزرنگار (۱۴۰۱) موانع و محدودیت‌های توسعه گردشگری ورزشی در استان گیلان را به ترتیب عوامل ساختاری، بازاریابی، و فرهنگی شناسایی و معرفی کردند. بنیادی و همکاران (۱۴۰۱) موانع توسعه گردشگری در سواحل دریای عمان را به ترتیب مدیریتی و اقتصادی و موانع انجام ورزش‌های آبی ورزشی، موانع اجتماعی، امکانات زیرساختی و خدمات گردشگری و تبلیغاتی به ترتیب در رتبه‌های بعدی ارزیابی کرده‌اند. امینی و همکاران (۱۴۰۲) معتقدند تاکنون پایداری در صنعت گردشگری ورزشی ایران نهادینه نشده است. آن‌ها موانع پایداری در مقاصد گردشگری ورزشی استان اصفهان را ضعف در سیاست گذاری و چشم‌انداز، ناکارآمدی در مدیریت مقاصد گردشگری ورزشی، عدم پذیرش اجتماعی، محدودیت‌های محیط زیستی، ضعف سرمایه‌گذاری و اشتغال و نبود امنیت نام برده‌اند.

1. Krezesiwo & Mika

بررسی پیشینه و ادبیات تحقیق نشان داد که گردشگری ورزش‌های زمستانی یکی از فعالیت‌های روبه‌رشد است. کشورها به دلایل اقتصادی، تنوع‌بخشی به جاذبه‌های گردشگری، کاهش تأثیرات فصلی گردشگری و توسعه مناطق کوهستانی سعی دارند با برنامه‌ریزی بهتر و کاهش موانع و محدودیت‌های موجود این نوع گردشگری را توسعه دهند. رونق یا کساد گردشگری ورزشی به عوامل گوناگونی بستگی دارد. فراهم کردن این عوامل می‌تواند به منزله محدودیت و چالش و مانعی برای توسعه گردشگری ورزشی عمل کنند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی است؛ زیرا به دنبال شناسایی موانع گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی است. شناسایی چالش‌ها و موانع و برطرف کردن آن‌ها می‌تواند به توسعه این نوع گردشگری در کشور کمک کند. روش پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی و به صورت مقطعی است که با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته داده‌ها از آزمودنی‌ها جمع‌آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه گردشگران پیست‌های اسکی شهر تهران تشکیل داده‌اند. با توجه به فرمول کوکران، برای جامعه نامحدود حجم نمونه به تعداد ۳۸۴ نفر لحاظ شده است. برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده است.

همان‌طور که در بالا ذکر شد، ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق ساخته است. پرسش‌نامه موانع گردشگری را در هفت بعد اقتصادی؛ اجتماعی - فرهنگی؛ مدیریتی - ساختاری؛ منابع، زیرساخت، امکانات و خدمات؛ بازاریابی و تبلیغاتی؛ حقوقی - قانونی و سیاسی؛ و توسعه فضا - محیط زیستی اندازه‌گیری می‌کند. مقیاس اندازه‌گیری گویه‌های این پرسش‌نامه براساس مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت است که از خیلی کم تا خیلی زیاد طبقه‌بندی شده است. متغیرها و گویه‌های مورد سنجش در این تحقیق به شرح جدول ۱ است.

پرسش‌نامه پس از طراحی خبرگان و متخصصان مربوطه از نظر روایی، محتوایی و صوری بررسی شد و نقطه نظرات لازم مطرح و اصلاحات انجام شد. پس از تأیید روایی، برای سنجش پایایی ابزار از روش پیش‌آزمون به تعداد پانزده پرسش‌نامه تکمیل و با آزمون کرونباخ بررسی شد. نتایج به دست آمده بالای ۰/۷ بود و از نظر پایایی نیز ابزار تأیید شده بودند. در نهایت پرسش‌نامه به دست ۳۸۴ نفر تکمیل شدند. برای سنجش متغیرها از تکنیک دیمتل که روابط کمی بین عوامل چندگانه یک مسئله و تأثیر هریک از آن‌ها بر دیگری محاسبه شد. گفتنی است در این روش، میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم عوامل در یکدیگر در نسخه ۲۰۱۹ نرم‌افزار اکسل سنجیده شد.

جدول ۱: موانع توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی براساس مبانی و پیشینه تحقیق

متغیر	گویه‌ها	محققان
اقتصادی	تکیه اقتصاد ملی به درآمدهای نفتی؛ کم‌توجهی به درآمد گردشگری؛ ضعف تبادلات بانکی بین‌المللی؛ ضعف سرمایه‌گذاری‌های دولتی، ضعف سرمایه‌گذاری بخش خصوصی؛ مشکل جذب سرمایه‌گذاری خارجی؛ تورم، بالا بودن و بی‌ثباتی در نرخ ارز و اقتصاد کشور، هزینه بالای سرمایه‌گذاری، تجهیز، نگهداری و نوسازی، اعتبارات مالی	صیرفی‌انان، ۱۳۹۴؛ بنیادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کرزسیوا و میکا، ۲۰۲۴؛ عابدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ بیچلر و پیگمات، ۲۰۲۱؛ تانگ و همکاران، ۲۰۲۳
اجتماعی - فرهنگی	کم‌توجهی به نقش رسانه‌های بین‌المللی در هدایت افکار جهانی؛ کم‌توجهی به مبلمان شهری، مکان‌های ورزشی و تفریحی؛ کم‌توجهی به قوانین و مقررات و نظم اجتماعی؛ تفاوت‌های فرهنگی و انعطاف کمتر در پذیرش تفاوت‌های فرهنگی؛ کم‌توجهی به رویدادهای فرهنگی از جمله تئاترها، فستیوال‌ها و جشنواره‌ها در سطح بین‌المللی؛ آشنایی نداشتن مدیران، مردم، کسبه، رانندگان و با رفتارهای مناسب با گردشگر؛ تبدیل نشدن ارزش‌ها به کدهای رفتاری گردشگری ورزشی؛ کم‌توجهی به فرهنگ‌سازی در سطح کلان توسط ارگان‌ها و نهادها، عدم بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های فرهنگی مانند، موسیقی، شعر، هنر	صیرفی‌انان، ۱۳۹۴؛ پورزرنگار، ۱۴۰۱؛ بنیادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ صادقی و قانند، ۱۳۹۹؛ عابدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ بیچلر و پیگمات، ۲۰۲۱

ایمنی قشلاق و اسدپور شیرازی/ چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران

متغیر	گوینده‌ها	محققان
مدیریتی - ساختاری	نبود ثبات مدیریتی؛ کمبود برنامه‌های راهبردی در گردشگری ورزشی؛ عملکرد مدیران براساس سلايق شخصی نه نقشه راه تدوین شده؛ نبود نگرش علمی به صنعت گردشگری و ورزش؛ نبود تفکر سیستمی و اقتضایی برای مدیران؛ بی‌توجهی به عملکرد و سیاست‌های کشورهای موفق در امر گردشگری و ورزش؛ تفاوت در سطح دیدگاه مدیران سطح کلان و مدیران سطح بنگاه؛ تغییر سیاست‌های سطح کلان با تغییر دولت‌ها؛ ضعف برنامه‌های راهبردی، اعمال سلیقه شخصی	صیرفیان، ۱۳۹۴؛ پورزرنگار، ۱۴۰۱؛ بنیادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ عابدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ درویشی و همکاران، ۱۳۹۸
منابع، زیرساخت، امکانات و خدمات	منابع فیزیکی، منابع انسانی، منابع ورزشی، منابع گردشگری، زیرساخت‌های حمل‌ونقل، امکانات و تجهیزات ورزشی، امکانات رفاهی و اقامتی، امکانات تفریحی؛ دسترسی	صیرفیان، ۱۳۹۴؛ بنیادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ میرهاشمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ عابدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ بیچلر و پیگمات، ۲۰۲۱؛ وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ تانگ و همکاران، ۲۰۲۳
بازاریابی و تبلیغات	بی‌توجهی به بازاریابی و تبلیغات گردشگری و ورزش؛ بی‌توجهی به اصل رقابت‌پذیری، بی‌توجهی به بازاریابی نوین، بی‌توجهی به بازاریابی و تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی، کم‌توجهی به بازاریابی و تبلیغات در بازارهای بین‌المللی	صیرفیان، ۱۳۹۴؛ پورزرنگار، ۱۴۰۱؛ بنیادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ عابدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ صفری و همکاران، ۱۴۰۰؛ تانگ و همکاران، ۲۰۲۳
حقوقی، قانونی و سیاسی	مشکل مالکیت زمین استفاده‌شده برای پیست اسکی، ضعف قوانین، ضعف هماهنگی بین نهادها و ارگان‌ها، نبود تعریف دقیق وظایف سازمان‌ها و مسئولان، قوانین و مقررات دولتی، درگیری‌های اجتماعی و نهادی، قوانین محیط‌زیستی	صیرفیان، ۱۳۹۴؛ صادقی و قاند، ۱۳۹۹؛ کرزسیوا و میکا، ۲۰۲۴؛ عابدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ درویشی و همکاران، ۱۳۹۸
توسعه فضا و زیست محیطی	تغییرات اقلیمی، هزینه انطباق با تغییرات آب‌وهوایی، فعالان محیط‌زیست، هزینه حفاظت از محیط زیست، بهداشت محیط، ساخت‌وساز بی‌رویه، مشکلات کالبدی، بی‌توجهی به طرح و برنامه توسعه بلندمدت	کرزسیوا و میکا، ۲۰۲۴؛ عابدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ تانگ و همکاران، ۲۰۲۳

یافته‌های پژوهش

در این بخش، یافته‌های حاصل از استخراج و ارزیابی چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در تهران ارائه می‌شود؛ بنابراین به‌صورت گام‌به‌گام یافته‌های حاصل از دیمتال ارائه و توضیحات و تحلیل‌های لازم داده شده است.

• تحلیل ارجحیت معیارها براساس روش دیمتال

گام اول: تشکیل ماتریس ارتباط مستقیم

در این گام، تأثیرگذاری متقابل معیارها دو به دو بررسی و ماتریس M تشکیل شده است. این ماتریس با استفاده از میانگین نظرات چندین نفر و تبدیل عبارات کلامی به اعداد تشکیل شده است.

جدول ۲: امتیازات عبارت‌های کلامی

عبارت کلامی	عدد متناظر
بدون تأثیر (نبودن مانع و چالش)	۰
تأثیرگذاری خیلی کم (مانع و چالش خیلی ضعیف)	۱
تأثیرگذاری کم (مانع و چالش ضعیف)	۲
تأثیرگذاری زیاد (مانع و چالش قوی)	۳
تأثیرگذاری خیلی زیاد (مانع و چالش خیلی قوی)	۴

گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۱۰، شماره پیاپی ۱۹، بهار و تابستان ۱۴۰۴

جدول ۳: ماتریس ارتباط مستقیم موانع و چالش‌های توسعه گردشگری ورزشی در پست‌های اسکی

ماتریس اولیه	موانع اقتصادی	موانع فرهنگی - اجتماعی	موانع مدیریتی - ساختاری	موانع مربوط به منابع، زیرساخت، امکانات و خدمات	موانع حقوقی، قانونی و سیاسی	موانع بازاریابی و تبلیغاتی	موانع توسعه فضا و زیست محیطی	مجموع سطر
موانع اقتصادی	۰	۳	۳	۴	۲	۳	۴	۱۵
موانع فرهنگی - اجتماعی	۱	۰	۲	۲	۲	۳	۴	۱۰
موانع مدیریتی - ساختاری	۲	۳	۰	۴	۳	۳	۴	۱۵
موانع مربوط به منابع، زیرساخت، امکانات و خدمات	۲	۳	۴	۰	۱	۱	۱	۱۱
موانع حقوقی، قانونی و سیاسی	۲	۳	۳	۳	۰	۲	۲	۱۳
موانع بازاریابی و تبلیغاتی	۳	۲	۲	۳	۳	۰	۱	۱۳
موانع توسعه فضا و زیست محیطی	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۰	۱۳
مجموع ستون	۱۳	۱۶	۱۶	۱۸	۱۳	۱۴	۱۶	

گام دوم: نرمال کردن ماتریس ارتباط مستقیم

برای نرمال کردن ماتریس ارتباط مستقیم، درایه‌های ماتریس ارتباط مستقیم را در معکوس بزرگ‌ترین عدد در مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس ضرب کرده و ماتریس نرمال شده به دست آمده است.

جدول ۴: ماتریس نرمال شده موانع و چالش‌های توسعه گردشگری ورزشی در پست‌های اسکی

ماتریس نرمال شده	موانع اقتصادی	موانع فرهنگی - اجتماعی	موانع مدیریتی - ساختاری	موانع مربوط به منابع، زیرساخت، امکانات و خدمات	موانع حقوقی، قانونی و سیاسی	موانع بازاریابی و تبلیغاتی	موانع توسعه فضا و زیست محیطی
موانع اقتصادی	۰/۰۰۰/۰	۰/۱۵۷۹	۰/۱۵۷۹	۰/۲۱۰۵	۰/۱۰۵۳	۰/۱۵۷۹	۰/۲۱۰۵
موانع فرهنگی - اجتماعی	۰/۰۵۲۶	۰/۰۰۰	۰/۱۰۵۳	۰/۱۰۵۳	۰/۱۰۵۳	۰/۱۵۷۹	۰/۲۱۰۵
موانع مدیریتی - ساختاری	۰/۱۰۵۳	۰/۱۵۷۹	۰/۰۰۰۰	۰/۲۱۰۵	۱۵۷۹.۰	۱۵۷۹.۰	۰/۲۱۰۵
موانع مربوط به منابع، زیرساخت، امکانات و خدمات	۰/۱۰۵۳	۰/۱۵۷۹	۰/۲۱۰۵	۰/۰۰۰۰	۰/۰۵۲۶	۰/۰۵۲۶	۰/۰۵۲۶
موانع حقوقی، قانونی و سیاسی	۰/۱۰۵۳	۰/۱۵۷۹	۰/۱۵۷۹	۰/۱۵۷۹	۰/۰۰۰۰	۰/۱۰۵۳	۰/۱۰۵۳
موانع بازاریابی و تبلیغاتی	۰/۱۵۷۹	۰/۱۰۵۳	۰/۱۰۵۳	۰/۱۵۷۹	۰/۱۵۷۹	۰/۰۰۰۰	۰/۰۵۲۶
موانع توسعه فضا و زیست محیطی	۰/۱۵۷۹	۰/۱۰۵۳	۰/۱۰۵۳	۰/۱۰۵۳	۰/۱۰۵۳	۰/۱۰۵۳	۰/۰۰۰۰

گام سوم: محاسبه ماتریس ارتباط کامل

ماتریس ارتباط کامل از تفریق ماتریس یکه (ماتریسی با قطر اصلی یک) از ماتریس نرمال شده حاصل می‌شود.

ایمنی قشلاق و اسدپورشیرازی/ چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران

جدول ۵: ماتریس ارتباط کامل موانع و چالش‌های توسعه گردشگری ورزشی در پیست‌های اسکی

موانع اقتصادی	موانع فرهنگی - اجتماعی	موانع مدیریتی - ساختاری	موانع مربوط به منابع، زیرساخت، امکانات و خدمات	موانع حقوقی، قانونی و سیاسی	موانع بازاریابی و تبلیغاتی	موانع توسعه فضا و زیست محیطی
۱/۰۰۰۰	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۲۱۰۵	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۲۱۰۵
- ۰/۰۵۲۶	۱/۰۰۰۰	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۲۱۰۵
- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۵۷۹	۱/۰۰۰۰	- ۰/۲۱۰۵	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۲۱۰۵
- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۲۱۰۵	۱/۰۰۰۰	- ۰/۲۱۰۵	- ۰/۰۵۲۶	- ۰/۰۵۲۶
- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۱۵۷۹	۱/۰۰۰۰	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۰۵۳
- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۱۵۷۹	۱/۰۰۰۰	- ۰/۰۵۲۶
- ۰/۱۵۷۹	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۰۵۳	- ۰/۱۰۵۳	۱/۰۰۰۰

گام چهارم: دستیابی به ماتریس نهایی

پس از حاصل شدن ماتریس ارتباط کامل، تمامی ماتریس حاصل شده را معکوس می‌کند و سپس در ماتریس نرمال شده ارتباط مستقیم ضرب می‌کنیم.

جدول ۶: ماتریس نهایی موانع و چالش‌های توسعه گردشگری ورزشی در پیست‌های اسکی

ماتریس نهایی	موانع اقتصادی	موانع فرهنگی - اجتماعی	موانع مدیریتی - ساختاری	موانع مربوط به منابع، امکانات و خدمات	موانع حقوقی، قانونی و سیاسی	موانع بازاریابی و تبلیغاتی	موانع توسعه فضا و زیست محیطی
موانع اقتصادی	۴/۲۵۰۰	۴/۲۵۸۸	۴/۱۷۵۴	۴/۷۸۹۵	۳/۳۱۱۴	۳/۵۹۲۱	۴/۰۳۹۵
موانع فرهنگی - اجتماعی	۴/۶۹۷۴	۸/۶۶۶۷	۷/۵۶۱۴	۸/۸۹۴۷	۵/۳۹۴۷	۶/۳۴۲۱	۷/۶۲۲۸
موانع مدیریتی - ساختاری	۳/۱۴۴۷	۴/۲۵۸۸	۵/۳۳۳۳	۴/۹۵۶۱	۳/۲۵۸۸	۳/۷۵۸۸	۴/۳۷۲۸
موانع مربوط به منابع، امکانات و خدمات	۸/۷۲۸۱	۹/۰۹۲۱	۸/۹۵۶۱	۱۱/۶۶۶۷	۷/۳۶۴۰	۷/۱۹۷۴	۷/۲۸۰۷
موانع حقوقی، قانونی و سیاسی	۴/۵۶۱۴	۵/۳۴۲۱	۵/۳۴۲۱	۶/۳۴۲۱	۵/۵۰۰۰	۴/۷۲۸۱	۵/۳۹۴۷
موانع بازاریابی و تبلیغاتی	۵/۶۷۵۴	۶/۳۹۴۷	۶/۲۲۸۱	۷/۱۷۵۴	۵/۳۴۲۱	۷/۰۰۰۰	۶/۲۸۰۷
موانع توسعه فضا و زیست محیطی	۴/۸۴۲۱	۶/۳۹۴۷	۶/۳۹۴۷	۷/۲۲۸۱	۵/۰۶۱۴	۵/۳۹۴۷	۷/۳۳۳۳

گام پنجم: ترسیم نمودار علی

پس از حاصل شدن ماتریس نهایی، از برایندها در هر متغیر و برایندها در هر متغیر، میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری و میزان تعامل متغیرها در مدل تحلیل می‌شود.

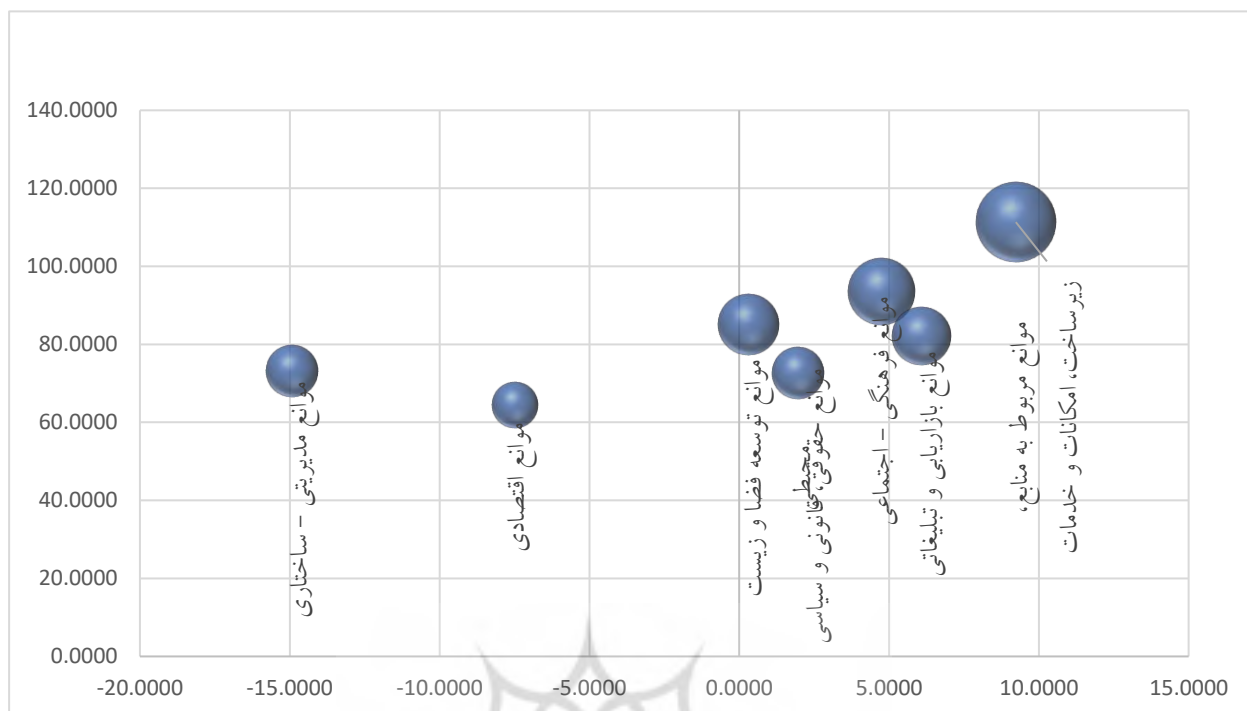
جدول ۷: محاسبه میزان تعامل و اثرپذیری موانع و چالش‌های توسعه گردشگری ورزشی در پیست‌های اسکی

بیشترین تأثیر	D-R	D+R	(جمع هر ستون) R	(جمع هر سطر) D	
۶	- ۷/۴۸۲۵	۶۴/۳۱۵۸	۳۵/۸۹۹۱۲۲۸۱	۲۸/۴۱۶۷	موانع اقتصادی
۳	۴/۷۷۱۹	۹۳/۵۸۷۷	۴۴/۴۰۷۸۹۴۷۴	۴۹/۱۷۹۸	موانع فرهنگی - اجتماعی
۷	- ۱۴/۹۰۷۹	۷۳/۰۷۴۶	۴۳/۹۹۱۲۲۸۰۷	۲۹/۰۸۳۳	موانع مدیریتی - ساختاری
۱	۹/۲۳۲۵	۱۱۱/۳۳۷۷	۵۱/۰۵۲۶۳۱۵۸	۶۰/۲۸۵۱	موانع مربوط به منابع، زیرساخت، امکانات و خدمات
۴	۱/۹۷۸۱	۷۲/۴۴۳۰	۳۵/۲۳۲۴۵۶۱۴	۳۷/۲۱۰۵	موانع حقوقی و قانونی و سیاسی
۲	۶/۰۸۳۳	۸۲/۱۰۹۶	۳۸/۰۱۳۱۵۷۸۹	۴۴/۰۹۶۵	موانع بازاریابی و تبلیغاتی
۵	۰/۳۲۴۶	۸۴/۹۷۳۷	۴۲/۳۲۴۵۶۱۴	۴۲/۶۴۹۱	موانع توسعه فضا و زیست محیطی

- جمع عناصر هر سطر (D): نشان‌دهنده میزان تأثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است. هرچه میزان این متغیر بیشتر باشد، آن عامل تأثیر بیشتری دارد.
- جمع عناصر ستون (R): نشان‌دهنده میزان تأثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است.
- بردار افقی (D + R): میزان تأثیر عامل مدنظر در سیستم را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، هرچه مقدار $D + R$ عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد.
- بردار عمودی (D - R): قدرت تأثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. اگر $D - R$ مثبت باشد، متغیر به منزله یک متغیر علت محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول به‌شمار می‌رود.

نمودار علی

نمودار علی براساس نتایج جدول ۶ ترسیم می‌شود تا تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها به‌صورت بصری نشان داده شود. متغیرهایی با $D - R$ مثبت به‌منزله عوامل اصلی و متغیرهایی با $D - R$ منفی به‌منزله معلول‌ها مشخص می‌شوند.



نمودار ۱: ارتباط متغیرهای مطالعه‌شده

با توجه به تحلیل انجام‌شده و یافته‌های حاصل از جدول ۶، مهم‌ترین موانع و چالش‌های توسعه گردشگری ورزشی در پیست‌های اسکی تهران را می‌توان به ترتیب زیر اولویت‌بندی کرد:

۱. موانع مربوط به منابع، زیرساخت، امکانات و خدمات؛ ۲. موانع بازاریابی و تبلیغاتی؛ ۳. موانع فرهنگی - اجتماعی.
- گفتنی است این سه مانع و چالش بیشترین تأثیر را در فقدان توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران دارند و نیازمند توجه بیشتر برای بهبود وضعیت توسعه گردشگری ورزشی در پیست‌های اسکی هستند.

یافته‌ها و بحث

این تحقیق با هدف شناسایی و استخراج اولویت‌بندی موانع و چالش‌های موجود بر سر راه توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی در تهران انجام شد. در ابتدا با بررسی و مطالعه ادبیات و پیشینه تحقیق موانع و چالش‌ها در هفت حوزه زیر به دست آمد: ۱. اقتصادی؛ ۲. اجتماعی - فرهنگی؛ ۳. مدیریتی - ساختاری؛ ۴. منابع، زیرساخت‌ها، امکانات و خدمات؛ ۵. بازاریابی و تبلیغات؛ ۶. حقوقی و قانونی و سیاسی؛ ۷. توسعه فضا و محیط زیست. در ادامه یافته‌های حاصل از ارزیابی شاخص‌ها در پیست‌های اسکی تهران نشان داد که این مجموعه‌ها با همه چالش‌ها و موانع به دست آمده مواجه‌اند؛ هرچند میزان تأثیرگذاری آن‌ها در عدم توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران یکسان نیستند. نتایج به دست آمده از اولویت‌بندی نشان داد که از بین چالش‌ها و موانع هفتگانه، موانع و چالش‌های مربوط به منابع، زیرساخت‌ها، امکانات و خدمات؛ بازاریابی و تبلیغاتی و موانع فرهنگی - اجتماعی مهم‌ترین چالش‌ها و موانع پیش‌روی توسعه گردشگری ورزشی زمستانی در پیست‌های اسکی تهران هستند. نتیجه می‌گیریم که توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی همانند سایر بخش‌های صنعت گردشگری ایران با چالش‌ها و موانع متعددی مواجه است؛ باین حال با توجه به ماهیت گردشگری ورزش‌های زمستانی و به‌ویژه در پیست‌های اسکی، اولویت چالش‌ها متفاوت و بیشتر از نوع منابع، زیرساخت و امکانات استاندارد و در کلاس جهانی است.

کم‌توجهی به پتانسیل‌های موجود در این زمینه و بی‌توجهی به معرفی و بازاریابی و تبلیغات پیست‌های اسکی چالش و مانع مهم بعدی است. چالش و مانع سوم اجتماعی و فرهنگی است و به دلیل موقعیت مکانی پیست‌های اسکی که بیشتر در مناطق کوهستانی و در نواحی روستایی و ارتباط تنگاتنگ آن با جامعه محلی است؛ بنابراین موضوع اجتماعی و فرهنگی و چالش‌های آن از جمله تأثیرگذارترین موانع برای توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی است.

تطبیق یافته‌ها و نتایج تحقیق با مطالعات مشابه در ایران و خارج نشان می‌دهد که یافته‌ها و نتایج تحقیق در زمینه منابع، امکانات، زیرساخت و خدمات با نتایج مطالعات کونو و همکاران (2011)، وانگ و همکاران (2020)، تانگ و همکاران (2023)، لبر (2024)، کرزسیو و میکا (2024)، صفری و همکاران (۱۴۰۰)، میرهاشمی و همکاران (۱۴۰۰)، عابدی و همکاران (۱۴۰۰) و بنیادی و همکاران (۱۴۰۱) هم‌سوست. در همه این مطالعات، به وجود منابع و امکانات و زیرساخت‌های مناسب و استاندارد برای فعالیت ورزش‌های مختلف زمستانی و اسکی و همچنین برای گردشگران ورزشی و سایر گردشگران تأکید شده است؛ البته مسئله به وجود منابع و امکانات و زیرساخت‌ها و خدمات مربوط نیست؛ بلکه شرایط کمی و کیفی آن‌ها، سطح دسترسی و امکان دسترسی، هزینه‌ها و ... نکته مهم و کلیدی‌تری هستند.

در بعد بازاریابی و تبلیغات یافته‌های تحقیق با مطالعات باوش و گارتتر (2020)، بیچلر و پیگمات (2021)، تانگ و همکاران (2023)، عباسی و همکاران (۱۳۹۷) و پورزرنگار (۱۴۰۱) هم‌خوانی دارد. بی‌شک معرفی و تبلیغات و بازاریابی یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه هر مقصد گردشگری است. در زمینه گردشگری ورزش‌های زمستانی در ایران، تبلیغات و بازاریابی شایسته‌ای صورت نمی‌گیرد. درباره عوامل فرهنگی و اجتماعی و موانع و چالش‌های موجود و تأثیر آن در توسعه گردش‌های ورزشی، یافته‌ها و نتایج هم‌راستا با یافته‌های کونو و همکاران (2011)، وانگ و همکاران (2020)، باوش و گارتتر (2020)، بیچلر و پیگمات (2021)، تانگ و همکاران (2023)، درویشی و همکاران (۱۳۹۸)، پورزرنگار (۱۴۰۱) و امینی و همکاران (۱۴۰۲) است.

نکته مهم در یافته‌ها و نتایج این تحقیق با یافته‌ها و نتایج تحقیقات قبلی، به‌ویژه در مطالعات خارج از کشور، این است که در بسیاری از تحقیقات مانند آنهان (2008)، باوش و گارتتر (2020)، مولر (2020)، دراگوچ و پاسیچ (2020)، لبر (2024) و کرزسیو و میکا (2024) موضوعات مربوط به شرایط اقلیمی، گرمایش زمین، بالا رفتن ارتفاع پیست‌ها و مسئله پایداری پیست‌های اسکی در اولویت قرار داشتند و بر آن تأکید بیشتری شده است؛ درحالی‌که در یافته‌های این تحقیق مسئله محیط‌زیست در رتبه پنجم قرار گرفته است. این موضوع را می‌توان از جنبه‌های متفاوتی تحلیل کرد؛ از جمله اینکه هنوز در پیست‌های اسکی ما موارد ابتدایی و پیش‌پاافتاده زیادی وجود دارد و آن‌ها بیشتر مورد توجه قرار دارند. علاوه بر آن، تغییرات اقلیمی و تأثیرش در پیست‌های اسکی هنوز به سطح دغدغه شهروندان و گردشگران و ورزشکاران ما به‌طور جدی وارد نشده است یا اینکه اثر تغییرات اقلیمی در پیست‌های اسکی ما هنوز چندان زیاد نبوده است. این امر می‌تواند موضوع تحقیق علاقه‌مندان باشد.

در ایران به دلیل وجود رشته‌کوه‌های زاگرس و البرز پتانسیل‌های بسیار بالایی برای توسعه ورزش‌های زمستانی و پیست‌های اسکی فراهم است. با توجه به این موضوع و یافته‌های تحقیق حاضر، برای رفع موانع و چالش‌های موجود پیشنهاداتی ارائه می‌شود:

درمورد موانع و چالش‌های مرتبط با منابع، امکانات، زیرساخت‌ها و خدمات گفتنی است برای توسعه گردشگری صرف داشتن منابع نمی‌تواند عامل توسعه قلمداد شود؛ بلکه باید با تبدیل منابع به جاذبه‌های گردشگری و حصول گردشگری زمینه استفاده از آن‌ها فراهم شود. توسعه گردشگری ورزشی در پیست‌های اسکی نیازمند امکانات، زیرساخت‌ها و خدمات در هر دو بخش ورزشی و گردشگری است. همچنین ورزش‌های زمستانی همچون اسکی نیازمند امکانات و زیرساخت‌های مدرن و استاندارد هستند که ایجاد و نگهداری آن‌ها نیاز به سرمایه‌گذاری و هزینه بسیار است؛ بنابراین لازم است از این پیست‌ها به بهترین وجه استفاده شود تا توجیه اقتصادی داشته باشد و آن زمانی میسر است که گردشگری ورزش‌های زمستانی در این مناطق شکل بگیرد؛ مثلاً سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های پیست‌های اسکی، از جمله امکانات اقامتی، رستوران‌ها، و سیستم‌های حمل و نقل، می‌تواند تجربه گردشگران را بهبود بخشد و تعداد بازدیدکنندگان را افزایش دهد.

بازاریابی و تبلیغات یکی از ضعف‌های اساسی مدیریت گردشگری در کشور ایران است که هم در عرصه داخلی و هم در عرصه بین‌المللی به این موضوع کم‌توجهی می‌شود. با توجه به موقعیت کشور ایران در خاورمیانه، که مناطق برف‌گیر کمتری دارد، پیست‌های اسکی ایران فرصت‌های بی‌نظیری برای توسعه گردشگری ورزشی فراهم می‌کند. این امر نیازمند تدوین و اجرای برنامه‌های بازاریابی منسجم و تبلیغات مؤثر در داخل و خارج از کشور برای معرفی ظرفیت‌های گردشگری ورزش‌های زمستانی ایران و تهران است.

در زمینه فرهنگی و اجتماعی، با آگاهی بخشی به جامعه میزبان، آموزش مدیران و صاحبان کسب‌وکارها، آموزش و پرورش نیروی انسانی متخصص در زمینه مدیریت گردشگری ورزشی و ارائه خدمات با کیفیت به گردشگران می‌توان تأثیر بسزایی در توسعه گردشگری ورزشی در مناطق کوهستانی و پیست‌های کشور و تهران گذاشت.

رفع موانع حقوقی و قانونی، حل تعارضات مربوط به مالکیت زمین و موانع سیاسی و تعامل منطقه‌ای و بین‌المللی و هماهنگی و همکاری بین تمامی ذی‌نفعان و همچنین با تدوین و اجرای قوانین حمایتی مناسب برای جذب سرمایه‌گذاران و فراهم کردن تسهیلات لازم برای توسعه پیست‌های اسکی می‌توان زمینه توسعه گردشگری ورزشی در این مناطق را برطرف کرد.

هرچند در این تحقیق مسائل مربوط به پایداری در اولویت پاسخ‌دهندگان قرار نگرفته است؛ با این حال می‌دانیم که گرمایش زمین و تغییرات اقلیمی بیشترین تأثیر را در آینده در پیست‌های اسکی خواهد داشت؛ بنابراین در تمامی برنامه‌های توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی باید به حفظ و پایداری محیط زیست توجه ویژه‌ای شود تا از تخریب منابع طبیعی جلوگیری شود. استفاده از مدیران متخصص، که هم ورزش و هم گردشگری و هم کسب‌وکار را خوب بدانند، می‌تواند یکی از راهکارهای اصلی برای رفع موانع و برطرف نکردن چالش‌ها باشد. در کنار این‌ها بهره‌گیری از تجربه‌های کشورهای موفق در زمینه گردشگری ورزش‌های زمستانی و تطبیق این تجربه‌ها با شرایط محلی می‌تواند به توسعه سریع‌تر و بهتر گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران و ایران کمک کند.

با اجرای این پیشنهادات و توجه به موانع و چالش‌های موجود، می‌توان به توسعه پایدار گردشگری ورزش‌های زمستانی در پیست‌های اسکی تهران دست یافت و از مزایای اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی آن بهره‌مند شد.

ORCID:

Siavash Imeni Gheshlagh	 https://orcid.org/0000-0001-7259-1071
Leyla Asadpour Shirazi	 https://orcid.org/0000-0001-6514-1830

منابع

- امینی، مرجان، بحر العلوم، حسن، اندام، رضا و ربانی، طاهرا (۱۴۰۲). مقاصد گردشگری ورزشی در مسیر پایداری: ارزیابی موانع و چالش‌ها، مطالعه موردی: استان اصفهان. گردشگری شهری، ۱۸(۱)، ۱۱۷-۱۳۲. <https://doi.org/10.22059/jut.2023.343734.1043>
- افراخته، حسن، رهنمایی، محمدتقی، طهماسبی، اصغر و ایمنی قشلاق، سیاوش (۱۳۹۵). تحلیل نابرابری‌های فضایی در توسعه منابع گردشگری (مورد مطالعه: استان اردبیل). گردشگری و توسعه، ۵(۱)، <https://doi.org/10.22059/jut.2023.343734.1043>
- بنیادی، طیه، طیب‌نیا، سیدهادی و حمیدیان‌پور، محسن (۱۴۰۱). شناسایی و تحلیل موانع توسعه گردشگری در دریای عمان (مطالعه موردی: سواحل استان سیستان و بلوچستان). مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی، ۳(۲)، ۲۷-۴۷. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110382>
- پورزنگار، جلیل (۱۴۰۱). بررسی موانع و محدودیت‌های توسعه گردشگری ورزشی در استان گیلان، نخستین کنفرانس ملی مطالعات کاربردی در ترویج و توسعه علوم ورزشی، شیراز. <https://civilica.com/doc/1497043>
- درویشی، ابوالفضل، دوستی، مرتضی و باقریان، بهزاد (۱۳۹۸). موانع سیاسی توسعه گردشگری ورزش‌های ساحلی استان مازندران. علوم و فنون دریایی ایران، ۱۸(۱)، ۱۰-۲۴. <https://doi.org/10.22113/jmst.2017.45967>
- رضایی، پرویز، افشارونگینی، فریده (۱۴۰۰). امکان‌سنجی مناطق مستعد گردشگری زمستانی در استان قزوین. مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی (چشم‌انداز جغرافیایی)، ۲۶(۲)، ۳۰۸-۲۹۵. <https://sid.ir/paper/1031279/fa>
- سیدی، پیمان، پیری، مژگان، و قاضی، حسن (۱۳۹۵). اولویت‌بندی محدودیت‌های گردشگران ورزشی پیست‌های اسکی (مطالعه موردی: پیست اسکی توجال و شمشک). همایش ملی انجمن علمی مدیریت ورزشی. <https://sid.ir/paper/877142/fa>
- صادقی ده شمه، مهرداد و قائد‌امینی هارونی، عباس (۱۳۹۹). شناسایی اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان (مورد مطالعه: روستای ده چشمه). مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۲)، ۳۱۱-۲۶۵. <https://doi.org/10.22054/tms.2021.50908.2291>
- صفری علی‌اکبری، مسعود و صادقی، حجت‌الله (۱۴۰۱). تحلیل موانع و راهبردهای توسعه گردشگری شهرستان دزپارت. جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۶(۸۲)، ۱۲۵-۱۴۳. <https://doi.org/10.22034/gp.2022.48735.2913>
- صفری، حمیدرضا، بشیری، مهدی و خدائیان، سوسن (۱۴۰۰). نقش کیفیت خدمات و تبلیغات شفاهی بر حضور مجدد گردشگران با تأکید بر نقش میانجی تصویر مکان (مطالعه موردی: پیست اسکی بین‌المللی پولادکف). مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۳(۶۷)، ۳۵-۶۲. <https://doi.org/10.22089/smrj.2020.8099.2779>
- صیرفیان، آزاده (۱۳۹۴). موانع و امکانات توسعه گردشگری در شهر باغ بهادران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد.
- عابدی، محبوبه، فرزانه، فرزانه، دوستی، مرتضی و هنرور، افشار (۱۴۰۰). موانع توسعه گردشگری ورزش‌های آبی ساحلی در ایران. مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، ۱۶(۵۴)، ۲۰۷-۲۳۴. <https://sid.ir/paper/960520/fa>
- عباسی، سلیم، باقری، قدرت اله و عسگری، روح اله (۱۳۹۷). تدوین راهبرد توسعه گردشگری ورزش زمستانی در استان چهارمحال و بختیاری. مطالعات مدیریت ورزشی (پژوهش در علوم ورزشی)، ۱۰(۴۹)، ۱۱۵-۱۳۸. <https://sid.ir/paper/234553/fa>
- کروبی، مهدی، محمودی، احمد و سیدی، پیمان (۱۳۹۵). نقش محدودیت‌ها در انگیزه گردشگران ورزش‌های زمستانی پیست‌های اسکی، مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۱(۳۴)، ۱-۲۴. <https://doi.org/10.22054/tms.2016.5727>
- لطفی یامچی، خدیجه، فرزانه، فرزانه و خدادادی، محمدرسول (۱۳۹۶). تحلیل عوامل محرک و بازدارنده گردشگری ورزشی، مورد مطالعه: پیست اسکی سهند تبریز و پیام مرنند. گردشگری و توسعه، ۶(۴)، ۱-۱۸. <https://sid.ir/paper/227699/fa>

- معصومی جناقرد، عیسی، تبریزی، نازنین و رمضان زاده لسبویی، مهدی (۱۳۹۷). امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی در اردبیل (مورد مطالعه: پیست اسکی آلوارس). برنامه‌ریزی و آمایش فضا (مدرس علوم انسانی)، ۲۲(۴)، ۲۷-۵۴. <https://sid.ir/paper/379921/fa.۵۴-۲۷>
- میرهاشمی، سیدمجتبی، خدایاری، عباس و زارعی، علی (۱۴۰۰). مقایسه وضعیت فنی پیست‌های اسکی کشور با استانداردهای جهانی. اولین کنفرانس بین‌المللی علوم تربیتی، روان‌شناسی، علوم ورزشی و تربیت بدنی. ساری. <https://civilica.com/doc/1456333>
- نقی‌زاده زنوز، عاطفه (۱۴۰۰). بررسی وضعیت گردشگری ورزشی و تأثیر جاذبه‌های طبیعی در ارائه الگوی توسعه پایدار کشور. ششمین همایش بین‌المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک. همدان. <https://civilica.com/doc/1439536/>
- Aghili, A., Arofzad, S., & Nazari, R. (2023). Sustainable development according to sport tourism business in Iran. *Sports Business Journal*, 3(1), 101–117. <https://doi.org/10.22051/sbj.2023.42311.1065>
- Attle, S. P. (1996). Tourist role preference and the development of lifestyle profiles: Implications for market segmentation and tourist destination selection. *Doctoral dissertation*. University of Connecticut.
- Bausch, T., & Gartner, W. C. (2020). Winter tourism in the European Alps: Is a new paradigm needed? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31, 100297. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100297>
- Bhatta, K., Gautam, P., & Tanaka, T. (2022). Travel motivation during COVID-19: A case from Nepal. *Sustainability*, 14(12), 7165. <https://doi.org/10.3390/su14127165>
- Bichler, B. F., & Pikkemaat, B. (2021). Winter sports tourism to urban destinations: Identifying potential and comparing motivational differences across skier groups. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 36, 100420. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100420>
- Čerba, O. (2024). *Evaluation of regional ski resorts in Austria from the perspective of specific groups of skiers*. Preprints. <https://doi.org/10.20944/preprints202401.0320.v1>
- Chen, Z., Li, S., Wu, Q., Wu, Z., & Xin, S. (2022). The decision-making determinants of sport tourists: A meta-analysis. *Current Issues in Tourism*, 26(12), 1894–1914. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2077175>
- Chengcai, T., Rui, Z., Yuanyuan, Y., Shiyi, X., & Xin, W. (2022). High-quality development paths of ice-snow tourism in China from the perspective of the Winter Olympics. *Journal of Resources and Ecology*, 13(4), 552–563. <https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2022.04.002>
- Coakley, J. J. (1990). *Sport in society: Issues and controversies* (4th ed.).
- Collins, M., & Jackson, G. (1996). The economic impact of a growing symbiosis: Sport and tourism. In *Proceedings of the Fourth European Congress on Sport Management*, Montpellier, France.
- Dragović, N., & Pašić, M. (2020). Sustainable tourism in ski resorts of Europe and the world. *Proceedings of the SITCON*, 108–116.
- Galli, F. (2018). New front line of tourism: Kamchatka peninsula. An idea for the construction of innovative ski area. In *Инновации в развитии туризма, профессионального туристского образования и муниципального управления* (pp. 71–85).

- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45–76. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3)
- Happ, E., Schnitzer, M., & Scholl-Grissemann, U. (2023). Ski touring on groomed slopes—Exploring an alpine winter sports trend and potential tourism product. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101155. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101155>
- Higham, J. (2020). Sport tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 64–68. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2019-0424>
- Higham, J., & Hinch, T. (2018). *Sport tourism development* (Vol. 84). Channel View Publications. <https://doi.org/10.1080/14775080306239>
- Kazan, H., Hobikoğlu, E. H., Karademir, H., Dalyanci, L., & Turguter, Y. (2015). Economic development of ski industry in experimental innovation: Example of Palandöken Turkey and Alps Switzerland. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 487–492. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.245>
- Konu, H., Laukkanen, T., & Komppula, R. (2011). Using ski destination choice criteria to segment Finnish ski resort customers. *Tourism Management*, 32(5), 1096–1105. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.09.010>
- Krzesiwo, K., & Mika, M. (2024). A tourist business in a state of sustained uncertainty. An exploratory study of barriers to ski resort development in Poland. *Current Issues in Tourism*, 27(8), 1249–1264. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2203850>
- Kurtzman, J. (2005). Sports tourism categories. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 15–20. <https://doi.org/10.1080/14775080500101502>
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A wave in time—The sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 35–47. <https://doi.org/10.1080/14775080306239>
- Leber, R. (2024). Winter sport tourism: An ecological and economic point of view. In *International perspectives in sport tourism management* (pp. 81–96). Routledge.
- Liu, Z., Shin, O. Y., & Park, H. (2022). Upgrading and optimization of ski tourism resort using data mining and data fusion. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2022(1), 5358440. <https://doi.org/10.1155/2022/5358440>
- Müller, L. (2019). The future of winter sports tourism in the Alpine region of Austria, *Master's thesis, Universidade Catolica Portuguesa (Portugal)*.
- Richards, G. (1996). Skilled consumption and UK ski holidays. *Tourism Management*, 17(1), 25–34.
- Schlemmer, P., Barth, M., & Schnitzer, M. (2020, March). Research note: Sport tourism versus event tourism: Considerations on a necessary distinction and integration. *Journal of Convention & Event Tourism*, 21(2), 91–99. <https://doi.org/10.1080/15470148.2019.1710314>

- Gammon, S., & Robinson, T. (2003). Sport and tourism: A conceptual framework. <https://doi.org/10.1080/14775080306236>
- Hodes, H. (2023). What a Save! How US Tax Policies Could Grow Major League Soccer, Increase Player Talent, and Strengthen Youth Development. *UMKC Law Review*, 92, 427.
- Tang, C., Zeng, R., & Han, Y. (2023). Coupling coordination evaluation of economic development, ecological environment, and the tourism industry in ski resorts. *Journal of Cleaner Production*, 426, 139076. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139076>
- Unbehaun, W., Pröbstl, U., & Haider, W. (2008). Trends in winter sport tourism: Challenges for the future. *Tourism Review*, 63(1), 36–47.
- Vanat, L. (2023). Current situation and future development trend of global skiing tourism market. In *Alpiner Tourismus in disruptiven Zeiten* (pp. 211–227). Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin.
- Vanat, L. (2020). *International report on snow & mountain tourism: Overview of the key industry figures for ski resorts*. Geneva, Switzerland. www.vanat.ch/tarif-WR-data-2020.pdf
- Weed, M. (2006). Understanding sports tourism participation: Complexities and diversity. *Journal of Sport & Tourism*, 11(3), 195–199. <https://doi.org/10.1080/14775080701424604>
- Williams, P. W., & Lattey, C. (1994). Skiing constraints for women. *Journal of Travel Research*, 33(2), 21–25. <https://doi.org/10.1177/0047287594033002>

[In Persian]

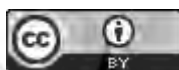
- Abbasi, S., Bagheri, G., & Asgari, R. (2018). Determining strategy of winter sports tourism development in Province of Chaharmahal and Bakhtiari. *Sport Management Studies*, 10(49), 115–138. <https://doi.org/10.22089/smrj.2017.4129.1795>
- Abedi, M., Farzan, F., Dousti, M., & Honarvar, A. (2021). Obstacles of the beach-water sports tourism development in Iran. *Tourism Management Studies*, 16(54), 207–234. <https://sid.ir/paper/960520/en>
- Afrakhteh, H., Rahnemaie, M. T., Tahmasebi, A., & Imeni Gheshlagh, S. (2016). Analysis of spatial inequalities in tourism resource development (Study: Ardabil Province). *Journal of Tourism and Development*, 5(1), 107–128. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110382>
- Amini, M., Bahrololoum, H., Andam, R., & Rabbani, T. (2023). Sports tourism destinations on the path of sustainability: Assessing obstacles and challenges: A case study of Isfahan Province. *Urban Tourism*, 10(1), 117–132. <https://doi.org/10.22059/jut.2023.343734.1043>

- Bonyadi, T., Tayebnia, S. H., & Hamidianpour, M. (2022). Identifying and analyzing the challenges facing the development of tourism in the Sea of Oman (Case study: Sistan and Baluchestan Province). *Geographical Studies of Coastal Areas Journal*, 3(2), 27–47. <https://doi.org/10.22124/gscj.2022.20612.1104>
- Darvishi, A., Dousti, M., & Bagherian, B. (2019). Political obstacles of the development of sports tourism coastal Mazandaran province. *Journal of Marine Sciences and Technology*, 18(1), 10–24. <https://sid.ir/paper/361394/en>
- Karoubi, M., Mahmoudi, A., & Seyyedi, P. (2016). The role of constraints in the motivation of ski resort tourists. *Tourism Management Studies*, 11(34), 1–24. <https://doi.org/10.22054/tms.2016.5727>
- Lotfi Yamchi, K., Farzan, F., & Khodadadi, M. R. (2018). Analysis of facilitators and deterring factors of sport tourism: Case study ski resort of Sahand Tabriz and Payam Marand. *Tourism and Development*, 6(4), 1–18. <https://sid.ir/paper/227699/en>
- Masoumi, I., Tabrizi, N., & Ramezanzadeh, M. (2019). Feasibility of developing sport tourism in Ardabil (Case study: Alvares Ski Resort). *MJSP*, 22(4), 28–54. <http://hsmssp.modares.ac.ir/article-21-23060-en.html>
- Mirhashmi, S., Khodayari, A., & Zarei, A. (2021). *Comparison of the technical status of country's ski slopes with world standards*. 1st International Conference on Educational Sciences, Psychology, Sport Sciences and Physical Education, Sari. <https://civilica.com/doc/1456333>
- Porzarngar, J. (2022). *Investigation of obstacles and limitations of sports tourism development in Gilan province*. First National Conference on Applied Studies in the Promotion and Development of Sports Science, Shiraz. <https://civilica.com/doc/1497043>
- Rezaei, P., & Afsharonghini, F. (2021). Feasibility of areas prone to winter tourism in Qazvin province. *Human Settlements Planning Studies*, 16(2(55)), 295–308. <https://sid.ir/paper/1031279/fa>
- Sadeghi, M., & Ghaedamini Harouni, A. (2020). Identifying the negative cultural effects of tourism on the host community (Case study: Deh Cheshmeh village). *Tourism Management Studies*, 15(52), 263–308. <https://doi.org/10.22054/tms.2021.50908.2291>
- Safari Aliakbari, M., & Sadeghi, H. (2023). Analysis of obstacles and strategies for tourism development in the Dezpart County. *Journal of Geography and Planning*, 26(82), 125–143. <https://doi.org/10.22034/gp.2022.48735.2913>
- Safari, H. R., Bashiri, M., & Khodaeiyan, S. (2021). The role of service quality and word-of-mouth advertisement in return intention of tourists with the mediating role of the destination image (Case study of Poladkaf International Ski Resort). *Sport Management Studies*, 13(67), 35–62. <https://doi.org/10.22089/smrj.2020.8099.2779>

- Seyedi, P., Piri, M., & Qamati, H. (2015). *Prioritizing the limitations of sports tourists of ski resorts (case study: Tochal and Shamshek ski resort)*. National conference of the scientific association of sports management. <https://sid.ir/paper/877142/fa>
- Sirifian, A. (2014). Obstacles and possibilities of tourism development in Bagh Bahadran city. *Master's thesis*. Islamic Azad University. Najaf Abad Branch.

COPYRIGHTS

©2025 by the authors. Published by University of Science and Culture. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی