

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی

دوره ۱۱، شماره ۴۳، زمستان ۱۴۰۲

ص ص: ۳۱-۴۴

## راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی سالمندان در ایران

ونوس الهاکی\*<sup>۱</sup>، غلامعلی کارگر<sup>۲</sup>، سارا کشر<sup>۳</sup>، فرزاد غفوری<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران ۲. دانشیار، دانشکده

تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران ۳. دانشیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه

طباطبائی، تهران، ایران ۴. دانشیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۹/۲۰، تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۴/۷)

### چکیده

یکی از فعالیت های مناسب برای افراد مسن به منظور ارتقاء ابعاد جسمانی و روانی خود، گردشگری است. گردشگری ورزشی، سفری است که با هدف شرکت کردن در رویداد ورزشی یا انجام فعالیت ورزشی صورت می گیرد. این مطالعه با هدف شناسایی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی سالمندان در ایران طراحی شده است. این پژوهش از منظر هدف، کاربردی بوده و با استفاده از روش تحقیق کیفی مبتنی بر روش تحلیل تماتیک انجام شده است. جامعه آماری این مطالعه کلیه کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری شامل مدیریت جهانگردی، خبرگان و مدیریت جهانگردی در دانشگاه ها، خبرگان و صاحب نظران دانشکده های تربیت بدنی، رئیس و نواب رئیس هیات های ورزشی مرتب در سراسر کشور، کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، ادارات کل ورزش استان تهران، آژانس های فعال تورگردانی، کانون بازنشستگان و سرای سالمندان بود. انتخاب آزمودنی ها به روش هدفمند و با معیار اشباع مفهومی بوده که بعد از انجام ۱۳ مصاحبه محقق شد. مقوله های نهایی شامل دوستی و تعامل، عمل گرایی، فرهنگ سازی، شبکه سازی، ورزش-محوری، تکنولوژی و علم روز، تبلیغات و آینده نگری و هدف گذاری در قالب راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی سالمندان دسته بندی شدند. گردشگری ورزشی در سالمندان در صورت شناخت و بررسی اصولی از موارد هدف گذاری در آینده کشور است و نتایج این پژوهش می تواند به فراهم آوردن بستری برای رشد تحقیقات در زمینه سیستم شناختی گردشگران سالمند بیانجامد.

واژه های کلیدی

ترویج، سالمندان، فرهنگ، گردشگری ورزشی، فعالیت بدنی

## مقدمه

زندگی به وجود می‌آورد (۱۴). یکی از فعالیت‌های مناسب برای افراد مسن به منظور ارتقاء ابعاد جسمانی و روحی خود، گردشگری است. گردشگری ورزشی، سفری است که با هدف شرکت کردن در رویداد ورزشی یا انجام فعالیت ورزشی صورت می‌گیرد. بسیاری معتقدند این نوع گردشگری تنها شامل سفر برای شرکت در رویدادهای ورزشی است. هرچند چنین تعریفی کامل نیست و تمام از این صنعت ارائه نمی‌دهد و باید به بازه بیشتری از فعالیت‌ها در این زمینه توجه داشت. در واقع توریسم ورزشی فعالیت‌هایی چون مسافرت برای انجام ورزش یا شرکت در دوره‌های ورزشی، مثل دیدن یک دوره خاص یوگا از یک مربی ویژه در محلی دیگر یا آموختن بدمینتون یا موج‌سواری در ساحل را شامل می‌شود. همچنین شرکت کردن در رویدادهای ورزشی مثل تماشای مسابقات ورزشی نیز در این شاخه از گردشگری جای می‌گیرند. از طرف دیگر بازدید از مکان‌هایی که از منظر ورزشی جنبه‌ای نوستالژیک دارند، مانند استادیوم‌ها و موزه‌های ورزشی نیز در زمره گردشگری ورزشی قرار می‌گیرند (۳).

دنیا در حال تجربه یک تغییر جمعیتی گسترده و بزرگ است و می‌توان گفت تقریباً هیچ کشوری از عواقب آن در امان نیست، افزایش امید به زندگی و کاهش نرخ زاد و ولد تأثیر چشمگیری بر نسل‌های آینده می‌گذارد و جهان را با پیری جمعیت مواجه خواهد کرد (۲۱). با توجه به افزایش سرعت روند سالمندی در کشور و افزایش دوبرابری تعداد افراد بالای ۶۰ سال در ۶۰ سال گذشته و استمرار روند کنونی کاهش نرخ باروری در قشر جوان و افزایش امید به زندگی در قشر سالمند (۱۱)، نیاز به ایجاد آگاهی از روش‌های رویارویی با این معضل اساسی در کشور بیشتر از پیش احساس می‌شود. در حقیقت می‌توان گفت که ما در آینده‌ای نزدیک در برابر مسائل جدی سالمندان، بی‌حرکی آنان و عواقب و بیماری‌های ناشی از آن قرار خواهیم گرفت و شرایط ویژه سالمندان و لزوم شناخت بهتر مشکلات این قشر ما را قادر می‌سازد که با در پیش گرفتن راهکارهای موجود و همچنین تولید خلاقیت می‌توان روند سالمندی جمعیت را کنترل و مدیریت کرد و این چالش و معضل اساسی را به فرصتی برای رشد و درآمدزایی تبدیل کرد.

صنعت ورزش یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد دنیاست که تبادلات مالی سالانه این صنعت، چند صد میلیارد می‌باشد (۳). به‌گونه‌ای که در برخی از کشورها دو برابر صنعت خودروسازی و هفت برابر صنعت سینما در صنعت ورزش تبادلات مالی صورت می‌گیرد صنعت گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا و در میان صنایع خدماتی، یکی از بخش‌های در حال رشد در سطح بین‌المللی است داشته است و بخش ورزش در سال‌های اخیر بیشترین رشد را در این صنعت دارد. گردشگری ورزشی پتانسیل قابل توجهی برای ایجاد درآمد داشته و اگر به نحو شایسته‌ای مدیریت شود، می‌تواند نقش مهمی در توسعه سطح زندگی افراد جامعه ایفا نماید (۸). از طرفی امروزه توسعه به معنی رشد تدریجی در جهت پیشرفته‌تر شدن، قدرتمند تر شدن و حتی بزرگتر شدن است. توسعه صنعت گردشگری اگر از مهم‌ترین عناصر مورد توجه در سیاست‌گذاری ایران نباشد یکی از پر اهمیت‌ترین آنها است. این توسعه مستلزم مهیا شدن محیطی مناسب برای رشد است (۱۹). توسعه فرآیندی است طولانی از تجزیه و نوآوری که همه ابعاد زندگی را در بر می‌گیرد و تحولی عمیق و بنیادین در بینش، دانش، مهارت‌ها، اخلاقیات و مناسبات میان مردم پدید می‌آورد (۱۷). توسعه صنعت گردشگری در قرن بیست و یکم از ستون‌های اصلی در اقتصاد ملی هر کشور رو به پیشرفت به شمار می‌رود. این صنعت امروزه در ردیف صنعت‌های پردرآمد، پاک و پر رونق دنیا قرار دارد (۲۲). در بین ابعاد مختلف متنوع گردشگری، گردشگری ورزشی یکی از مهم‌ترین گونه‌های آنها است (۳). گسترش مجموعه‌ای از فعالیت‌های متناسب با شرایط منطقه که حضور پیوسته گردشگران را تضمین کند عنصر کلیدی برای توسعه گردشگری ورزشی و تاثیر اقتصادی پایدار ناشی از آن است (۱۸). یکی از گروه‌های ویژه در جهت نیل به اهداف مشترک ورزش و گردشگری سالمندان هستند. بار افزایش پیری جمعیت چالش منحصر بفردی برای خانواده‌ها، جوامع و ملت‌هاست که نیاز به برنامه‌هایی در جهت ارتقای سلامت و رفاه این گروه از افراد را در

معیارها و شاخص‌هایی برای ارزیابی میزان توسعه گردشگری ورزشی معرفی کردند (۴). بنابراین می‌توان گفت که مطالعات حوزه گردشگری، گردشگری ورزشی و سالمندی نیز مبین این امر می‌باشند که گردشگری سالمندی می‌تواند از مهم‌ترین محرک‌های توسعه صنعت گردشگری، ترویج سالمندی فعال و توسعه اقتصادی و اجتماعی باشد.

لازم به ذکر است که بسیاری از کشورها درصدد جذب گردشگران سالمند هستند تا از منافع اقتصادی و اجتماعی توسعه گردشگری برای این افراد بی بهره نمایند. کشور ایران نیز با داشتن تنوع آب و هوایی و جاذبه‌های گردشگری، پتانسیل‌های بالقوه فراوانی برای توسعه گردشگری سالمندان دارد و بدیهی است که توسعه تحقیقات در این زمینه به منظور شناخت هرچه بهتر و بیشتر این صنعت به سبب مزایای بی شمار آن از یک طرف و همگام شدن با حرکت جهانی به سوی توسعه گردشگری ورزشی به عنوان یکی از اشکال موثر گردشگری، بخصوص در قشر رو به افزایش سالمندی ضروری به نظر می‌رسد. در ایران به دلیل فقدان شناخت کافی، عدم مدیریت و نبود راه‌های مدون و مشخص تاکنون از مقوله گردشگری ورزشی سالمندان غفلت شده و فرصت‌های بسیاری در این صنعت از دست رفته است و عمده این سوء مدیریت بیشتر به دلیل نبودن عدم آگاهی از چگونگی توسعه گردشگری ورزشی و بهره‌برداری فرهنگی و اقتصادی از ظرفیت‌های آن است. این در حالی است که فواید و آثار فراوان اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و زیست محیطی گردشگری ورزشی و درک اهمیت داشتن سالمندانی سالم و با نشاط توسط مدیران، برنامه‌ریزان و مسئولان لزوم توجه به مقوله گردشگری ورزشی سالمندان کشور را اجتناب ناپذیر می‌نماید. بنابراین محققان در این پژوهش و در راستای توسعه گردشگری ورزشی سالمندان بر آن بودند تا دریابند چه راهکارهایی برای توسعه گردشگری ورزشی در سالمندان وجود دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

افزایش سریع تعداد سالمندان موجب فرصت‌های بسیاری برای فعالیت‌های اقتصادی از جمله صنعت گردشگری می‌شود و از آن‌جا که سالمندان در سن بازنشستگی وقت آزاد بیشتری دارند، دارای پس‌انداز بیشتر و تعهدات بیشتر و تعهدات مالی کمتری بوده و همچنین فعالیت‌های حرفه‌ای و مسئولیت‌های خانوادگی آنان کاهش یافته است (۲۷، ۲۵) و در مقایسه با افراد جوان سفر را به عنوان اولویت برتری در زندگی خود قرار می‌دهند (۱۳) بعلاوه داشتن یک تجربه گردشگری به کیفیت کلی زندگی گردشگران سالمند و خصوصا گردشگری ورزشی بیشتر به سلامتی و شادابی آن‌ها کمک کرده و مشارکت در فعالیت‌های گردشگری یک راه موثر برای ترویج سالمندی سالم است (۱۸) که می‌تواند باعث بهبود وضعیت روان، فراموش کردن مشکلات، خروج از انزوا و سایر موارد شود (۶). بنابراین سالمندان بازار جذابی برای صنعت گردشگری هستند. افزایش جمعیت سالخورده، حاکی از کاهش تمایل به سفر نیست، بلکه بطور فزاینده‌ای گردشگران سالمند، به عنوان یک بازار هدف جدا از افراد جوان، توجه محققان، برنامه‌ریزان و بازاریابان صنعت گردشگری باید بین تجارب سفر گردشگران سالمند و گردشگران جوان تمایز قائل شوند (۱). قلمکاری (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای در باب گردشگری سالمندی، توسعه خطوط ریلی، ارائه تخفیفات ویژه حمل و نقل و اقامت، برنامه‌ریزی برای سفر در فصل‌های خلوت، ارائه تورهای متنوع‌تر از نظر زمانی، فراهم کردن خدمات ویژه متناسب با نیازهای سالمندان را از راهبردهای توسعه گردشگری سالمندان می‌دانند. از طرفی در حوزه توسعه اقتصادی جاوید، اسعدی و همکاران (۱۳۹۶) دریافتند که گردشگری ورزشی می‌تواند هم اثرات مثبت و هم اثرات منفی بر اقتصاد کشورها داشته باشند، بطوریکه افزایش سطح اشتغال و درآمد دارای بیشترین اثر مثبت و ایجاد اشتغال کاذب در زمان رویداد گردشگری و بیکاری پس از آن را دارای بیشترین اثر منفی دانستند (۱). از طرفی در بیان شاخص‌های توسعه گردشگری ورزشی خدابخش زاده، قهرمان تبریزی و شریفیان (۱۳۹۹)، در تحقیق خود عواملی از جمله شاخص‌های اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی را به عنوان

مصاحبه‌ها و مضامین استخراج شده به طور مداوم تکرار شد. دو متن کدگذاری شده به متخصصین برای بررسی درستی برداشت‌های پژوهشگر داده شد. برای حصول اطمینان از انتقال‌پذیری یافته‌های پژوهشی، از دو متخصص این حوزه که در پژوهش مشارکت نداشتند، درباره یافته‌های پژوهش مشورت گرفته شد. در همه مراحل کار و به منظور ایجاد اطمینان‌پذیری از اساتیدی برای ارزیابی و اجرای برنامه مصاحبه استفاده شد. مطابق با روش تحلیل تماتیک، بعد از پرسیدن تعداد ۷ سؤال از متخصصین ابتدا مضامین و مفاهیم اصلی مصاحبه‌های انجام گرفته که در حیطه موضوع پژوهش بود استخراج شد و بعد از یافتن مفاهیم، کدگذاری‌هایی مطابق با این روش تحلیل صورت پذیرفت و در جداول کدگذاری درج گردید. کدهای اولیه در زیر مجموعه کلی‌تری به نام مقوله‌های محوری دسته‌بندی شدند که این فرایند منجر به کاهش تعداد زیادی از کدهای اولیه شد، سپس مقوله‌های شناسایی‌شده بر اساس شباهت در طبقه‌های دیگری قرار گرفتند و هر طبقه به صورت مجزا یک مقوله نهایی را تشکیل داد.

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی بوده و با استفاده از روش تحقیق کیفی مبتنی بر روش تحلیل تماتیک انجام شده است و به این منظور از روش مصاحبه اسمی تا حد رسیدن به اشباع نظری استفاده شد. همچنین روش نمونه‌گیری در این پژوهش برای انتخاب مشارکت‌کنندگان از شیوه انتخاب قضاوتی یا هدفمند استفاده شد و تعداد ۱۳ نفر انتخاب شدند. سپس بر اساس روند مفهوم‌سازی، کدگذاری مفاهیم و مقوله‌بندی محوری و نهایی جمع‌آوری داده‌ها انجام پذیرفت. جامعه آماری تحقیق کلیه کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری شامل مدیریت جهانگردی، خبرنگاران و مدیریت جهانگردی در دانشگاه‌ها، خبرنگاران و صاحب نظران دانشکده‌های تربیت بدنی، رئیس و نواب رئیس هیات‌های ورزشی مرتب در سراسر کشور، کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، آژانس-های فعال تورگردانی، کانون بازنشستگان و سرای سالمندان بود. مشخصات جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان در جدول شماره یک آمده است. لازم به ذکر است که ملاحظات اخلاقی در شیوه جلب رضایت مصاحبه‌شوندگان برای انجام مصاحبه از طریق بیان اهداف پژوهش، محرمانه ماندن اطلاعات ضبط شده و حق قطع همکاری در هر زمان از انجام پژوهش، مدنظر قرار گرفت. مرور متن

جدول ۱- مشخصات جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	سمت	رشته تحصیلی	تحصیلات	حوزه فعالیت اجرایی	حوزه فعالیت دانشگاهی
۱	عضو هیئت علمی دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	*	*
۲	مدیر تربیت بدنی سازمان مرکزی دانشگاه عالی فرهنگی	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	*	*
۳	کارشناس تربیت بدنی سازمان مرکزی اداره فرهنگیان	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	*	*
۴	عضو هیئت علمی دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	*	*
۵	عضو هیئت علمی دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	*	*
۶	کارشناس سازمان گردشگری و میراث فرهنگی	مدیریت جهانگردی گرایش برنامه ریزی توسعه جهانگردی	کارشناسی ارشد	*	*
۷	برنامه ریز رویدادها و سفرها	مدیریت گردشگری	دکتری تخصصی	*	*
۸	عضو هیئت علمی دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	*	*
۹	عضو سازمان پژوهش و کتب درسی وزارت آموزش و پرورش	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	*	*

۱۰	سرگروه آموزشی تربیت بدنی سیستان بلوچستان	مدیر آژانس گردشگری	دکتری تخصصی *
۱۱	عضو هیئت علمی دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی *
۱۲	عضو هیئت علمی دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی *
۱۳	مدرس دانشگاه فرهنگیان	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی *

### یافته‌ها

فرهنگ سازی، شبکه سازی، ورزش محوری، تکنولوژی و علم روز، تبلیغات و آینده نگری و هدف گذاری دسته بندی شدند. لازم به ذکر است به دلیل حجم بالای جدول داده-های حاصل شده یعنی مفاهیم شناسائی شده، مقوله های محوری و مقوله های نهائی بخشی از آن به صورت خلاصه تر در جدول شماره ۲ نمایش داده شده است.

تجزیه و تحلیل مصاحبه های مربوط به شناسایی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی سالمندان به تعدادی کد اولیه شناسایی شده (بالغ بر ۱۵۰ کد اولیه) رسید که این کدها در دو مرحله به مقوله های محوری (۵۴ مقوله) و مقوله های نهایی (۸ مقوله) شامل دوستی و تعامل، عمل گرائی،

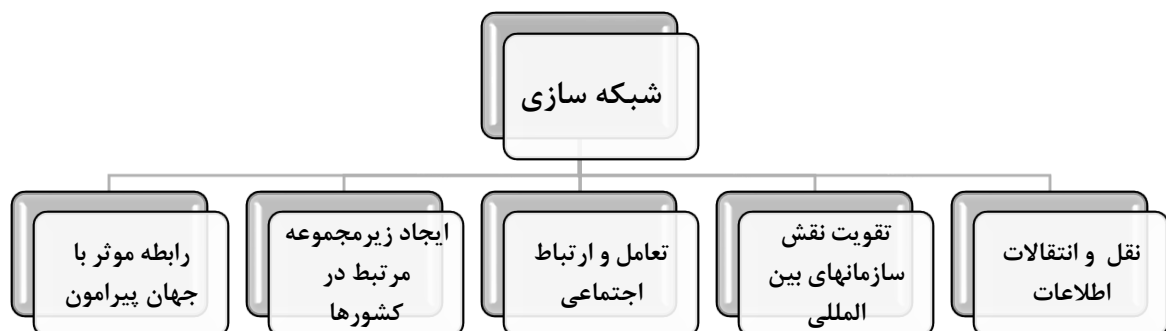
جدول ۲. مقوله بندی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی سالمندان در ایران

مفاهیم	مقوله های محوری	مقوله های نهایی
مشارکت با بخش خصوصی، ارتباط با سازمان های مختلف، تقویت و توسعه سرمایه گذاری، استفاده از ظرفیت سازمان های مجری گردشگری انبوه، ارتباط با مجامع بین المللی	رابطه موثر با جهان پیرامون	مقوله های نهایی
همکاری با نهادهای جهانی برای توسعه گردشگری ورزشی، سرمایه گذاری، رایزنی برای تبادل ارزی، تقویت روابط خارجی به منظور جذب سرمایه گذاران خارجی	ایجاد زیر مجموعه مرتبط در کشورها	شبکه سازی
سفرهای گروهی، شرکت در رویدادهای ورزشی به صورت گروه محور و شبکه محور، شرکت تیمی در برنامه های گردشگری ورزشی و مسابقات، اردوهای سالمندی، ارتباط با سالمندان، برگزاری رویدادهای بزرگ و معتبر ورزشی، حضور گردشگران از کشورهای دیگر، تقویت اجتماع پذیری سالمندان، مشارکت حکومت و سازمان ها	تعامل و ارتباط اجتماعی	شبکه سازی
اهمیت سازمان های جهانی، هماهنگی برای اجرای برنامه های جهانی متنوع با نهادهای مسئول در حوزه گردشگری ورزشی، شناسائی سازمان های موثر جهانی و ارتباط با آنها،	تقویت نقش سازمان های بین المللی	شبکه سازی
آگاهی از برنامه های جهانی، پیشروی با اقدامات و فعالیت های گردشگری جهانی کسب اطلاعات، آگاهی از رویدادهای ورزشی و ایونت ها، کسب اطلاعات و آگاهی سالمندان و عموم جامعه از مزایای گردشگری ورزشی سالمندان، الگو برداری از برنامه های گردشگری کشورها	نقل و انتقال اطلاعات	شبکه سازی
ایجاد زمینه های گفتگوی فرهنگی، برگزاری نشست ها و جلسات تبادل فرهنگی، بیان و هویداسازی فرهنگ ها از طریق سرمایه گذاری در شناساندن فرهنگ کشورها، آموزش به افراد در مورد فرهنگ، سنت ها و آداب گردشگری در کشورهای دیگر،	تبادل فرهنگ ها	فرهنگ سازی
از بین بردن تصورات غلط در باب گردشگری سالمندی، آشنایی سالمندان با جاذبه های ورزشی-فرهنگی کشورهای دیگر، نزدیکی فرهنگ ها ابزاری برای توسعه گردشگری ورزشی سالمندی، درک تفاوت های سیاسی و ایدئولوژیک، کاهش نگرش های متعصبانه، رفع نگاههای تبعیض گونه به سالمندان گردشگر در کشورهای دیگر.	رشد و توسعه مسائل فرهنگی	فرهنگ سازی

آینده نگری و هدف گذاری	تدوین راهبرد موفق	ارائه راهکارهای توسعه ای، تعیین نقاط قوت و ضعف، تدوین استراتژیهای خاص سالمندان، انعطاف در برنامه ریزی برای سالمندان، رفع چالشها با ارائه راهکارهای کاربردی، سیاستگذاری اصولی در بخش گردشگری
	ترویج ورزش سالمندی	سالمندی سالم و موفق پایه و اساس گردشگری ورزشی، ورزش و افزایش سلامت جسمی و روانی سالمندان
	بهره گیری از فرصت گردشگری ورزشی	اقلیم بسیار مناسب ایران، رشد و توسعه زیرساختهای توسعه گردشگری ورزشی، رفع نیازهای سالمندان در جهت تشویق آنها به شروع گردشگری، فراهم کردن بسترهای آموزشی و پژوهشی، برنامه ریزی جامع و دقیق، تلاش برای کسب میزبانی رویدادهای ورزشی،
تکنولوژی و علم روز	نیازسنجی و امکان سنجی	شناخت نیازهای سالمندان در جهت توسعه گردشگری، پرداختن به کمبودهای توسعه گردشگری ورزشی، بررسی میزان دسترسی به امکانات لازم برای توسعه گردشگری ورزشی، کنکاش منابع مالی و غیر مالی، ابزار و نیروی انسانی مورد نیاز،
	ظهور و توسعه علم و تکنولوژی	پذیرش تکنولوژی و ترویج استفاده از اشکال مختلف آن برای سالمندان، پارک های علم و فناوری و استفاده از ظرفیت آنها در توسعه تحقیقات گردشگری ورزشی، توسعه تکنولوژی در زمینه های آموزشی، فرهنگ سازی گردشگری ورزشی در سالمندان ...
	گردشگری الکترونیک	آسان کردن امور مربوط به گردشگری برای سالمندان (خرید بلیط، رزرو هتل و... کاربرد تورهای مجازی بمنظور تشویق سالمندان به گردشگری ورزشی، افزایش ایمنی سفر و اطلاعات سفر با امکانات گردشگری الکترونیک
	تسهیل استفاده از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی	آشنائی سالمندان با اپلیکیشنها و برنامه های مدرن مرتبط با گردشگری، ارتباط هرچه بیشتر و بهتر صنعت گردشگری با تکنولوژی

سازمانهای بین المللی، تعامل و ارتباط اجتماعی، ایجاد زیرمجموعه مرتبط در کشورها و رابطه موثر با جهان پیرامون می باشد.

اولین عامل شناسائی شده به عنوان راهکاری برای توسعه گردشگری سالمندان در ایران شبکه سازی است که طبق آنچه در شکل ۱ نمایش داده شده شامل مقولههای محوری از جمله نقل و انتقال اطلاعات، تقویت نقش



شکل ۱- عامل شبکه سازی در توسعه گردشگری ورزشی سالمندان

در سالمندان است. توانایی برقراری ارتباط با افراد، نهادها، موسسات و کشورها برای استفاده از ظرفیت و

همانطور که در شکل بالا مشخص است شبکه سازی یکی از مهم ترین عوامل در توسعه گردشگری ورزشی

برگزاری نشست‌ها و جلسات تبادل فرهنگی، سرمایه گذاری در شناساندن فرهنگ توسط دولت‌ها و کشورها و پرداختن به آموزش افراد در باب فرهنگ یک کشور از عوامل فرهنگی توسعه گردشگری ورزشی در سالمندان است.



شکل ۲- عامل فرهنگ سازی در توسعه گردشگری ورزشی سالمندان

از طرفی همواره باورها و تصورات تبعیضی و نادرستی در مورد سالمندان به صورت آگاهانه و ناآگاهانه وجود دارد که در مورد چگونگی و نحوه انجام گردشگری در آنها نیز صادق است و برای بسیاری از افراد جامعه ایجاد گردشگری ورزشی در سالمندان باورپذیر نیست همانگونه که برخی افراد ورزش سالمندی را هم مورد تردید قرار می‌دهند. بنابراین نیاز است در راستای توسعه این شکل از گردشگری سالمندان با جاذبه‌های گردشگری ورزشی-فرهنگی کشورها و شهرهای دیگر آشنا بشوند چرا که نزدیکی فرهنگ‌ها ابزاری برای توسعه گردشگری است. درک اختلافات سیاسی کشورها، کاهش نگرش‌های متعصبانه و رفع اعتقادات تبعیض گونه از نمودهای توسعه فرهنگی و تسهیل کننده گردشگری سالمندی است.

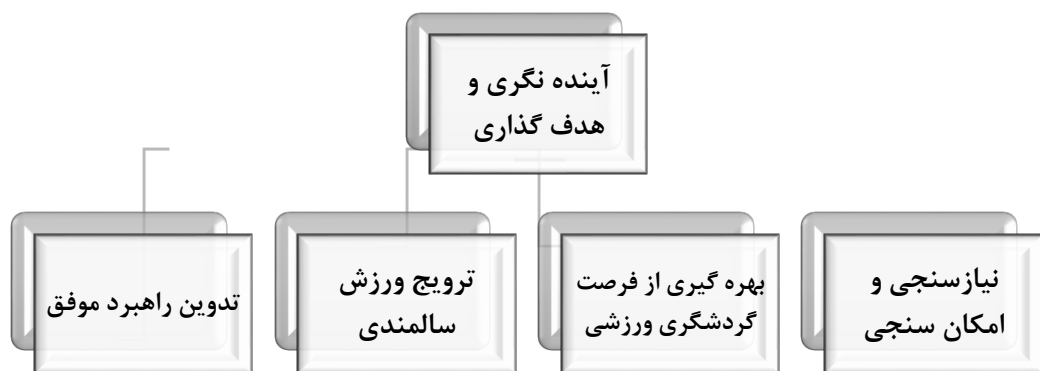
سومین راهکار مرتبط با توسعه گردشگری ورزشی سالمندان آینده نگری و هدف گذاری است (شکل ۳). در راستای پرداختن به آینده نگری ارائه راهبردهای موفق و توسعه ای، یافتن نقاط ضعف و قوت توسعه گردشگری ورزشی، تدوین استراتژی‌هایی که همه شرایط خاص سالمندان را در بر بگیرند و همچنین سیاست گذاری درست دولت‌ها و حکومت‌ها بسیار تعیین کننده است. ترویج ورزش و فعالیت بدنی نیز در جهت هدف گذاری برای توسعه امری اجتناب

توانایی آنها در کمک به توسعه گردشگری سالمندی، ارتباط با مجامع بین المللی، تسهیل سرمایه گذاری و همچنین ظرفیت هایی که مجریان گردشگری در سطح کشور دارند در تحقق این امر بسیار کمک کننده است. همچنین همکاری با نهادهای جهانی نیز برای تحقق اموری چون سرمایه گذاری، مبادله ارزی، تقویت روابط خارجی و ... راهگشاست. در توسعه گردشگری ورزشی بخصوص در قشر سالمند جامعه نیاز هست شبکه‌هایی تحت عنوان تعامل و ارتباط اجتماعی شکل بگیرد تا مروج شرکت در سفرهای گروهی، رویدادهای ورزشی، مسابقات ورزشی، اردوهای سالمندی و... را که از فاکتورهای اساسی گردشگری در سالمندان هستند را تسهیل کنند. از طرفی دانش و آگاهی در مورد نحوه برقراری ارتباط درست با سالمندان به خاطر شرایط ویژه تر آنها نیز بسیار حائز اهمیت است. تلاش برای کسب میزبانی مسابقات و رویدادهای ورزشی و به تبع آن جذب گردشگران داخلی و خارجی باعث تسهیل این تعاملات، تقویت اجتماع پذیری سالمندان می‌شود که این امر قویا نیازمند مشارکت نهادهای دولتی مربوطه و همچنین حکومت‌هاست. در این راستا پیگیری فعالیت‌ها و اقداماتی که در نهادهای جهانی و مسئول گردشگری ورزشی انجام و اجرا می‌شود همکاری و هماهنگی با آنها در انجام رویدادها و برنامه‌ها که در واقع افزایش نقش سازمان‌های بین المللی در این توسعه است نیز نمود پیدا می‌کند. به همین سبب دسترسی به اطلاعات و نقل و انتقال درست و به موقع آنها می‌تواند نقش مهم و تاثیرگذاری در پیگیری فعالیت‌های جهانی و ارتباط با سازمان‌های بین المللی داشته باشد.

عامل مهم بعدی فرهنگ سازی از طریق تبادل فرهنگ‌ها و رشد و توسعه امور مرتبط با فرهنگ است (شکل ۲). بدیهی است که گردشگری خصوصا در سطح بین المللی ارتباط مستقیمی با فرهنگ و آداب و رسوم کشورها دارد. فراهم کردن امکان گفتگوها و تبادل نظرهای فرهنگی میان ملت‌های مختلف،

و فعالیت بدنی، پرداختن به امور و الزامات مربوط به آموزش و پژوهش در راستای توسعه گردشگری ورزشی و برنامه ریزی دقیق از جمله این فرصت-هاست. دو فاکتور مهم نیاز سنجی و امکان سنجی نیز معمولاً همراه و همگام با توسعه مطرح می‌شوند. این نیازها هم مرتبط با افراد مورد مطالعه یعنی سالمندان و هم مرتبط با جامعه است. چه کمبودهایی در سر راه توسعه گردشگری ورزشی سالمندان در ایران داریم، به چه امکانات و ابزارهایی در این مسیر داریم و چه منابع، ابزار و افرادی برای توسعه لازم است که به کار گرفته شوند که نقش امکان سنجی نیز در این بحث بارز می‌شود.

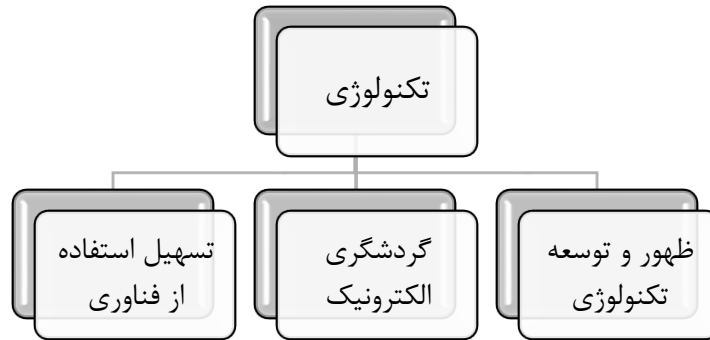
ناپذیر است بدیهی است که سالمندانی که ورزش می‌کنند و ورزشکار هستند تمایل و رغبت بیشتری برای شرکت در رویدادهای ورزشی و مسابقات بعنوان یک گردشگر ورزشی نشان می‌دهد، از طرفی فعالیت بدنی با تسهیل و تضمین سلامت سالمندان آنها را به گردشگری ورزشی تشویق می‌کند. همواره بر سر راه توسعه در هر بعد و حوزه‌ای فرصت‌های بی‌شماری وجود دارد که در صورت استفاده درست و حساب شده از این فرصت‌ها فرایند توسعه به خوبی و به صورت اصولی مسیر خود را طی می‌کند. در حوزه گردشگری ورزشی نیز اقلیم بسیار مناسب ایران، پرداختن به تقویت زیرساخت‌ها، برطرف کردن نیازهای اساسی سالمندان بخصوص در زمینه ورزش



شکل ۳- عامل آینده نگری و هدفگذاری در توسعه گردشگری ورزشی سالمندان

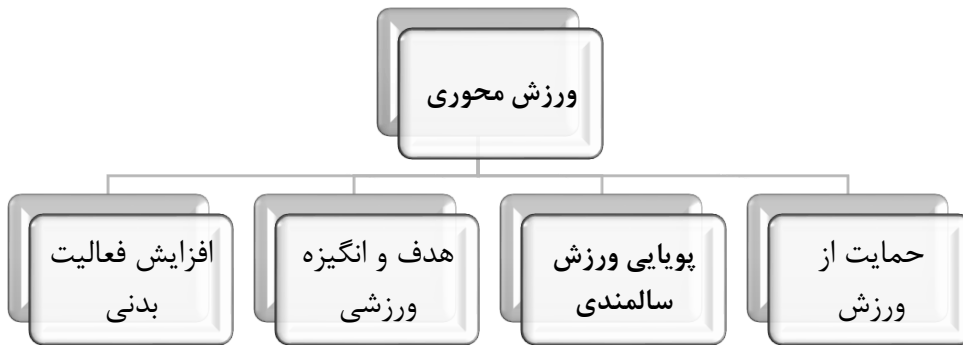
فرهنگ سازی و گردشگری ورزشی از الزامات امر است. از طرفی در گردشگری به هر نوع و شکلی برخی امور مشترک وجود دارد که انجام آنها برای سالمندان می‌بایست آسان تر گردد. اموری مانند خرید بلیط، رزرو هتل و ... می‌تواند چالش‌هایی برای آنها ایجاد کند. تورهای مجازی گردشگری الکترونیک و افزایش ایمنی سفر با ابزارهای الکترونیک از جمله مزایای تکنولوژی است که لازمه آن آشنایی سالمندان با اپلیکیشن‌ها و برنامه‌های مدون مرتبط با گردشگری است.

تکنولوژی و کمک گرفتن از علم روز عامل دیگری از توسعه گردشگری ورزشی است که مقوله‌های مرتبط با آن در شکل ۴ آمده است. اشکال مختلفی از تکنولوژی از گوشی‌های تلفن همراه و وسایل ارتباط جمعی و نرم افزارها و برنامه‌های کامپیوتری و ... از جمله این ابزارهای فناوری هستند که نیاز است نحوه استفاده از آنها برای سالمندان آموزش داده شود. از طرفی پارک‌های علم و فناوری در کشور ظرفیت توسعه تحقیقات در زمینه ورزش و گردشگری ورزش را دارند که می‌توان از نتایج تحقیقات حاصل شده بهره برد. توسعه تکنولوژی در زمینه‌های آموزشی،



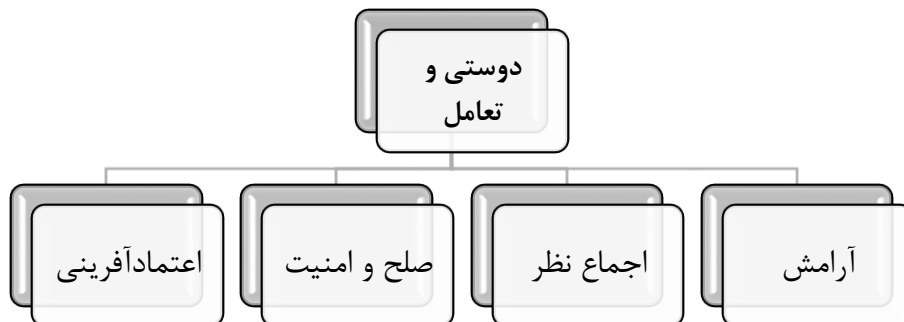
شکل ۴- عامل تکنولوژی در توسعه گردشگری ورزشی سالمندان

عامل پنجم در شناسائی راهبردهای توسعه ورزش محوری است (شکل ۵). بدیهی است که هرچه اقدامات مثبت و کاربردی برای افزایش انگیزه فعالیت بدنی و ورزش در سالمندان ایجاد شود و آنها از نظر ورزشی و فعالیت بدنی فعال تر و پویاتر شوند، برنامه-ریزی ها و اقدامات انجام شده برای توسعه گردشگری ورزشی



شکل ۵- عامل ورزش محوری در توسعه گردشگری ورزشی سالمندان

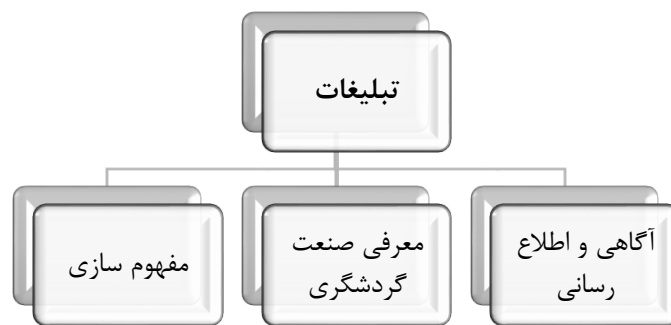
سالمندان بیشتر و بهتر به اهداف خود نزدیک شده و تحقق پیدا می کنند، چرا که سالمندان درگیر در ورزش و فعالیت بدنی بیشتری از رویدادها و برنامه های ورزشی، دیدن مسابقات ورزشی و بقیه نموده های گردشگری ورزشی در دوران سالمندی دارند. دوستی و تعامل عامل بعدی در توسعه گردشگری ورزشی است که مقوله های مرتبط با آن در شکل ۶ آمده است.



شکل ۶- عامل دوستی و تعامل در توسعه گردشگری ورزشی سالمندان

سیاست گذاری های انجام شده درباره سالمندان به دلیل شرایط ویژه تری که دارند بایستی محتاطانه تر و با در نظر گرفتن ابعاد و زوایای جزئی تری باشد. از میان همه اقشار سنی سالمندان با دوستی و تعامل و ارتباطات با وسواس بیشتری ارتباط برقرار می کنند. توسعه گردشگری سالمندان بایستی عاملی در جهت افزایش احساس آرامش و صلح و امنیت در آنها شود

تمهیدات لازم چه از نظر زیرساختی و امکاناتی و چه از نظر اجتماعی و اقتصادی باید فراهم شود. عامل مهم بعدی توجه به تبلیغات در راستای توسعه صنعت گردشگری ورزشی است. جامعه و بخصوص سالمندان و خانواده‌های آنها لازم است به بهترین شکل ممکن با مفهوم گردشگری، مزایای گردشگری ورزشی و آورده‌های این صنعت برای سالمندان آشنا شوند که مهم‌ترین و کاربردی‌ترین ابزار برای اطلاع رسانی استفاده از مهارت‌ها و شگردهای تبلیغاتی متنوع و مفید است.



شکل ۷- عامل تبلیغات در توسعه گردشگری ورزشی سالمندان

که در راستای توسعه گردشگری ورزشی سالمندان انجام شود بدون تعهد به عمل‌گرایی نفع و فایده خود را از دست می‌دهد.

آخرین عامل نیز که به عنوان راهبردی در جهت توسعه گردشگری ورزشی در سالمندان معرفی شده است عمل‌گرایی است. ذکر این نکته قابل توجه است که هرگونه سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تمهیداتی



شکل ۸- عامل عمل‌گرایی در توسعه گردشگری ورزشی سالمندان

کاربردی شود و سرمایه‌گذاری روی طرح‌ها و پروژه‌هایی صورت گیرد که قابلیت اجرا داشته و عملیاتی باشند.

#### بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناسایی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی سالمندان در ایران صورت پذیرفت و طی انجام مصاحبه و تحلیلی کیفی راهکارهایی از جمله دوستی و تعامل، عمل‌گرایی، فرهنگ سازی،

در این خصوص انجام اقدام عملی در حوزه‌های مختلف مهم‌ترین اقدام خواهد بود. سیاست‌های تدوین شده بایستی مورد اجرا و اقدام قرار بگیرند. طرح‌های تحقیقاتی در خصوص گردشگری ورزشی تدوین و مورد اجرا قرار بگیرند. با در نظر گرفتن منابع و امکانات در دسترس سعی بر این باشد تا حد امکان از نتایج تحقیقات صورت گرفته استفاده عملی و

ایجاد تعامل و شکل گیری ارتباطات با افراد، جامعه و کشورها و فرهنگ‌های دیگر است. نقل و انتقال اطلاعات، ارتباط با جهان پیرامون و تلاش بر جهانی شدن و پیشروی با استانداردهای جهانی از الزامات مربوط به این راهکار است. این بخش از نتایج با بخشی از نتایج پژوهش قنبری و مهدوی (۱۴۰۱) همخوان است بطوریکه در آن تحقیق ارتقا و توسعه اکوتوریسم با جنبه‌هایی مانند ترویج بازارهای آزاد، جهانی سازی اقتصاد جزیره قشم، گسترش شرکت‌ها در بخش خصوصی، افزایش سرمایه گذاری خارجی و تسهیل ورود فناوری های خارجی در راستای جهانی سازی اکوتوریسم معنا و مفهوم پیدا می‌کند (۱۰). ترویج و توسعه ورزش در میان سالمندان و تلاش برای داشتن سالمندی سالم و موفق نیز از بایسته‌های توسعه گردشگری ورزشی سالمندان است تا پویایی و انگیزه آنها برای انجام فعالیت‌های گردشگری افزایش پیدا کند این بخش از یافته‌ها با نتایج تحقیقات محمدی و همکاران (۱۴۰۱)، امینی و همکاران (۱۳۹۸)، مهدوی و همکاران (۱۳۹۷)، دهقان و گل محمدی (۱۳۹۷)، یانپی و فتاحی (۱۳۹۶)، اسعدی و همکاران (۱۳۹۵)، سرت<sup>۵</sup> (۲۰۱۹) همخوانی دارد. استفاده از ظرفیت‌های تکنولوژی منطبق با استانداردهای روز دنیا، مهارت‌ها و فنون تبلیغاتی و همچنین پرداختن به مقوله آینده نگری در باب توسعه گردشگری ورزشی سالمندان با توجه به رشد روز افزون جمعیت آنها نیز از راهکارهای پیشنهادی بود.

در این مطالعه محقق با محدودیت‌هایی از جمله همکاری محدود اعضای هیئت علمی دانشگاه در مصاحبه، منابع اطلاعاتی نسبتاً محدود در زمینه گردشگری سالمندان و توزیع پرسشنامه بین کارشناسان و متخصصین حوزه گردشگری مواجه بود.

شبکه سازی، ورزش‌محوری، تکنولوژی و علم روز، تبلیغات و آینده نگری و هدف‌گذاری شناسائی شدند. طبق نتایج بدست آمده راهکار دوستی و تعامل شامل آرامش، اجماع نظر، صلح و آرامش و اعتمادآفرینی است که این عناصر مستقیماً به انجام اقداماتی در راستای جلب اعتماد سالمندان به منظور توسعه گردشگری ورزشی اشاره دارد. این بخش از یافته‌ها با بخشی از نتایج تحقیق هئو و کینگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) و پترسون<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) همخوان است، به طوریکه هئو و کینگ (۲۰۰۹) دریافتند که انتخاب فراغت جدی توسط سالمندان و در پی آن انجام فعالیت‌های داوطلبانه در پی احساس رضایت و ایمنی و امنیت کامل از پیش نیازهای توریسم و گردشگری ورزشی سالمندان و مشارکت آنها می‌باشد (۱۹). عمل‌گرایی و از وعده به عمل درآوردن اقدامات و برنامه‌ها نیز از راهکارهای شناسائی شده است که در واقع بیانگر عملیاتی کردن پروژه‌ها، تحقیقات و مأموریت‌ها در راه توسعه گردشگری ورزشی سالمندان است که با یافته‌های وید<sup>۳</sup> (۲۰۱۲) که به بررسی مشارکت کنندگان، سیاست‌ها و ارائه دهندگان گردشگری ورزشی می‌پردازد، همخوان است. فرهنگ سازی و پرداختن به مناسبات فرهنگی و تعاملات فرهنگی ملی و بین‌المللی و همچنین رشد و توسعه فرهنگی در راستای آن نیز از راهکارهای ارائه شده است. فرهنگ و گردشگری مفاهیم در هم آمیخته و مرتبطی هستند که که همواره موازی با هم در توسعه صنعت گردشگری دخیل‌اند، بنابراین پرداختن به مسائل فرهنگی و الزامات مرتبط با فرهنگ در توسعه گردشگری موثر و پر اهمیت است. این بخش از نتایج با یافته‌های جیانگ<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۲۱)، وزین و شیخی (۱۳۹۹)، منصوری (۱۳۹۹) و شادولائی (۱۴۰۰) همخوان است. راهکار دیگر شبکه سازی و

<sup>4</sup> Jiang

<sup>5</sup> Sert

<sup>1</sup>. Heo & King

<sup>2</sup>. Patterson

<sup>3</sup>. Weed

## منابع و مآخذ

۱. اسعدی، میر محمد. برومندزاد، یاسمین. مالکی نژاد، آسیه. (۱۳۹۶). بررسی تحلیلی توسعه گردشگری سالمندی با رویکرد نگاشت شناختی مورد مطالعه: استان یزد. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۶(۲۲)، ۷۷-۹۶.
۲. امینی، علیرضا؛ زهرا خوش سپهر و زیبا یوسفی، ۱۳۹۸، شناسایی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در حوزه کارکردی دولت (مورد مطالعه: وزارت ورزش و جوانان)، فصلنامه مطالعات مدیریت دولتی ایران ۲ (۲).
۳. جاوید، مجید؛ الماسی، حسن و نقی پور، بهنام. (۱۳۹۴). گردشگری ورزشی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان. مطالعات مدیریت ورزشی، ۲۳، ۱۳-۳۲.
۴. خدابخش زاده، امین؛ قهرمان تبریزی، کوروش و شریفیان، اسماعیل. (۱۳۹۹). طراحی مدل شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۲(۳۴)، ۴۱-۵۰.
۵. دهقان، سیدامین. محمدی، حسین گل. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر برگزاری رویدادهای ورزشی بر حمایت از تصویر مقصد گردشگری ورزشی، سومین کنفرانس بین المللی پژوهش‌های کاربردی در تربیت بدنی، علوم ورزشی و قهرمانی، تهران - دانشگاه علامه طباطبایی، دبیرخانه دائمی کنفرانس و با حمایت انجمن ها و گروه‌های آموزشی دانشگاه‌های کشور
۶. رحیمی، ابوالفضل. انوشه، منیره. احمدی، فضل الله. فروغان، مهشید. (۱۳۸۹). تجارب سالمندان تهرانی در زمینه اوقات فراغت و تفریحات، مجله سالمندی ایران، سال ۵، شماره ۱۵: ۶۱-۷۷.
۷. شادولائی، فاطمه. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر گردشگری در فرآیند توسعه پایدار شهری با تاکید بر نقش فرهنگ. نشریه پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار، ۱(۴)، ۷۵-۸۳.
۸. شعاعی، نیلوفر. محمد کاظمی، رضا و سجادی، سید مجتبی. (۱۳۹۸). واکاوی پیش نیازهای بروز نوآوری در حوزه گردشگری ورزشی، ششمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران، موسسه پژوهشی مدیریت مدیر. ۹. قلمکاری، شرمینه. (۱۳۹۳). راهبردهای توسعه گردشگری سالمندی رهیافت بخش بندی بازار با استفاده از شبکه‌های عصبی. چشم انداز مدیریت بازرگانی، ۴(۲۱)، ۴۹-۶۶.
۱۰. قنبری، اسماعیل و مهدوی، افسون. (۱۴۰۱). توان‌های محیطی توسعه اکوتوریسم در جزیره قشم و جهانی شدن؛ یک مطالعه مروری. پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار. ۱(۵)، ۱-۸.
۱۱. مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵). <https://www.amar.org.ir/>.
۱۲. منصوری، امیر. (۱۳۹۹). گردشگری فرهنگ، با تکیه بر تفاوت مفهومی فرهنگ و فرهنگی، گردشگری فرهنگ، ۱، ۵-۸.
۱۳. مهدوی، شیرین. مصطفی، عمادزاده. انصاری، آذرنوش. (۱۳۹۳). راهبردهای توسعه گردشگری سالمندی براساس رهیافت بخش‌بندی بازار با استفاده از شبکه‌های عصبی، اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم اندازها، مشهد، پژوهشگاه گردشگری جهاد دانشگاهی
۱۴. نعمتی، داریوش. آقا بخشی، حبیب. (۱۳۹۲). تهران شهر دوستدار سالمند. گام‌های آغازین تحقق نخستین پایتخت سالمندی جهان. فصلنامه پژوهش اجتماعی، بهار ۱۳۹۲، سال ۶، شماره ۱۸، صص ۱۵-۴۴.
۱۵. وزین، نرگس و شیخی، احمدرضا. (۱۳۹۹). پیامدهای فرهنگی توسعه گردشگری در کشور از دیدگاه خبرگان. گردشگری فرهنگ، ۳، ۲۱-۲۸.
۱۶. یانپی، طیبه. فتاحی، صمد. (۱۳۹۶). تاثیر میزبانی رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری شهری، سومین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.

17. Buckley, R. (2012) "Sustainable tourism: research and reality". *Annals of tourism research*. Vol. 39, pp. 528–546.

Comparative Study in Japan. *Sustainability* 2018, 10, 4861; doi:10.3390/su10124861.

18. Gu, D., Zgu, H., Brown, T., Hoenig, H. and Zeng, Y. (2015). Tourism Experiences and self-Rated Health Among older Adults in china, *Journal of Aging and Health*, 28(4): 675-703.

19. Heo, J., & King, C. (2009). Senior Games as Serious Sport Tourism. *ICHPER-SD Journal of Research*, 4(2), 45-48.

20. Jiang, X., Kim, A., Kim, K., Yang, Q., García-Fernández, J., & Zhang, J. J. (2021). Motivational antecedents, value co-creation process, and behavioral consequences in participatory sport tourism. *Sustainability*, 13(17), 9916.

21. Johs, N., Kellar-Guenther, Y., Jankowski, C., Neff, H., & Erlandson, K. (2019). A qualitative focus group study of perceived barriers and benefits to exercise by self-described exercise status among older adults living with HIV. *BMJ Open*, 9, e026294. doi: 10.1136/bmjopen-2018-026294

22. Kim, W., Jun, H., Walker M., Drane D., (2015) Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation, *Tourism Management* 48, pp12-32.

23. Maleki, Saeed, Alizadeh, Hadi (2015), "Analysis and Prediction of Sustainability Indices in the Tourism Industry of Iran". *Geographic Space*. 15 (50): 39-58.

24. Patterson, I. R. (2006). *Growing older: Tourism and leisure behaviour of older adults*. Cabi.

25. Patuelli, R. and Nijkamp, P. (2015). Travel motivations of seniors: A Review and a Meta-Analytical Assessment, Working Paper DSE No. 1021, Alma Mater Studiorum, Department of Economics, pp.1-17.

26. Sert, A. N. (2019). Senior Tourism in the Aging World. *Theory and Practice in Social Sciences*, 488.

27. Signoretti, A., Martins, A. I., Almedia, N., Vieira, D., Rosa, A.F., Costa, C.M. and Teixeira, A. (2015). Trip 4 All: A Ramified App to provide a new way to elderly people to travel, *Procedural Computer Science*, Vol. 67: 301-331.

## Strategies for the Development of Sports Tourism of Older Adults in Iran

Venus Alhaki<sup>\*1</sup> - Gholamali Kargar<sup>2</sup> - Sara Keshkar<sup>3</sup> – Farzad Ghafouri<sup>4</sup>

1. PhD Student of Sports Management, Faculty of physical education and sport sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran 2. Associate Professor, Faculty of physical education and sport sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran 3. Associate Professor, Faculty of physical education and sport sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran 4. Associate Professor, Faculty of physical education and sport sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran  
(Received:2022/12/11 ; Accepted:2023/6/28)

### Abstract

Tourism is one of the suitable activities for the older adults to improve their physical and mental health. Sports tourism is a journey that takes place with the purpose of participating in a sports event or performing a sports activity. This study is designed with the aim of identifying the strategies for the development of sports tourism for the older adults in Iran. This is a practical study and has been carried out using the qualitative research method based on thematic analysis method. Its participants include all experts and specialists in the field of tourism, tourism specialists in the universities, university professors in sports management, experts of tourism and cultural heritage organizations, active tour agencies, retirement centers and nursing homes. Participants were selected using purposeful sampling till the conceptual saturation which was achieved after conducting 13 interviews. The final categories include friendship and interaction, pragmatism, culture building, networking, sports-oriented, technology and modern science, advertising and foresight and targeting in the form of strategies for the development of sports tourism for the older adults. Sports tourism for the older adults can be one of the significant cases for future targeting of the country. The results of this study can lead to providing a platform for the growth of research in the field of cognitive system of tourists.

### Keywords

Promotion, Older Adults, Culture, Sports Tourism, Physical Activity

---

<sup>1\*</sup> Corresponding Author: Email: [valhaki1354@gmail.com](mailto:valhaki1354@gmail.com) ;