

Communication Management in Sports Media

(Vol. 13(2), (Series 50): 167-192 (2026

 DOI: 10.30473/jsm.2025.73723.1949

E-ISSN: 2538-4961 P-ISSN: 2345-5578

ORIGINAL ARTICLE

Digital Innovation of Capacity Building for Enhancing the Usability and Scope of Sports Tourism Purposes: A Conceptual Framework

Shafaq Abul Ghassimi Atani¹, Mehrdad Moharramzadeh^{2*}

1. P.hD. Department of Student in Sports Management, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

2. Professor, Department of Sports Management, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

*Correspondence

Mehrdad Moharramzadeh
Email:
mmoharramzadeh@uma.ac.ir

Receive Date: 07/Feb/2025
Revise Date: 22/April/ 2025
Accept Date: 22/April/2025

How to cite

Abul Ghassimi Atani, Sh., & Moharramzadeh, M. (2026). Digital Innovation of Capacity Building for Enhancing the Usability and Scope of Sports Tourism Purposes: A Conceptual Framework. *Communication Management in Sport Media*, 13(2), 167-192.

ABSTRACT

Despite global advancements in the sports tourism industry, sports tourism destinations in Iran still lack sufficient capacity in terms of service usability and tourist attraction, necessitating innovation and capacity building. Therefore, this study aimed to present a conceptual framework for digital innovation capacity building to enhance the usability and scope of sports tourism destinations. The research adopted a qualitative approach using thematic analysis. Participants included academic experts (professors and researchers in sports management) and industry professionals (managers, consultants, and experts from sports tourism organizations and businesses). Sampling continued until theoretical saturation was reached (n=18), employing a theoretical sampling method based on expertise, experience, and the participants' roles. Data was collected through semi-structured interviews, and inter-coder reliability was confirmed (0.67). A four-stage conceptual coding method with thematic analysis was used for data analysis. The findings revealed 5 overarching themes, 11 main themes, 29 sub-themes, and 135 initial codes. The key themes (critical factors) included: environmental drivers of digital transformation in sports tourism, systemic innovation capacity, digitalization of business systems in destinations, enhancing the usability of spaces, and expanding the scope of sports recreational spaces. By synthesizing the themes and their theoretical relationships, a thematic network was developed. The findings suggest that applying digital transformation-based innovation to improve the usability and reach of Iran's sports tourism destinations is a multi-level and multi-dimensional process, achieved through environmental scanning and systemic capacity building to establish operational mechanisms. Therefore, it is recommended that the proposed framework be used for analysis and planning in the transformation of the sports tourism industry.

KEYWORDS

Tourism Innovation, Digital Transformation, Sport Tourism, Tourism Spaces, Space Usage.



Copyright © 2026, by the thor(s). Published by Payame Noor University, Tehran, Iran.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

Extended Abstract

Introduction

Optimizing land use has emerged as a novel approach in urban design and architecture that has garnered significant attention from researchers and designers in recent years. This approach focuses on repurposing existing and underutilized spaces, offering innovative solutions to urban challenges such as space shortages, population growth, and the need for multifunctional areas (Rosoul Nazy et al., 2022).

Land use optimization refers to the process of changing the purpose or redesigning existing spaces to maximize utilization and address new needs. This concept is particularly relevant in urban settings, architecture, and interior design, encompassing the transformation of old buildings into new spaces, creating public areas from underused sites, or repurposing commercial spaces for residential use (Shomai et al., 2018).

Essentially, optimizing land use involves altering the function of a specific space or area to enhance quality of life, increase productivity, and adapt to contemporary demands. This process includes the repurposing of buildings, public spaces, and even urban regions. In summary, land use optimization represents a modern and sustainable approach to making the most of available spaces, contributing to improved urban living standards and sustainable development (Gratton, 2020).

Methods

The research method employed was a qualitative study using a thematic analysis approach based on interviews. The interview participants included individuals with significant experience and expertise: a) university professors specializing in tourism, innovation, and technology in the sports sector, and b) executive managers in the field of recreational and sports tourism (from the Ministry of Sports, sports federations, Youth and Sports Offices, tourism offices, and municipalities). The sampling method was based on achieving theoretical saturation of the extracted concepts, consisting of 18 participants. The sampling was conducted using a theoretical (judgmental) sampling method.

Results

The interpretation and explanation of the research findings involved identifying themes and their conceptual networks. Initially, the overarching theme of the environmental drivers of digital transformation in sports tourism services was established, encompassing two main components: the ecosystem capacities for entrepreneurship and technology in sports tourism, and the contextual challenges of innovation and digitalization in the field.

The ecosystem capacities focus on the internal motivators of businesses within sports tourism destinations and the requirements at the industry and market levels. Conversely, the contextual challenges of innovation and digitalization in sports tourism include geographical and ecosystem limitations, technical and systemic barriers within organizations, as well as economic and commercial issues facing the sector.

Understanding these contextual factors enables recreational and sports spaces to leverage innovation and digital platforms, thus positioning themselves as significant tourist attractions.

KEYWORD

Tourism Innovation, Digital Transformation, Sport Tourism, Tourism Spaces, Space Usage.

Considerations:

Compliance with ethical guidelines

The author has complied with all ethical considerations.

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

We are grateful to all those who helped us in this research.

مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی

سال سیزدهم، شماره دوم، پیاپی پنجاهم، زمستان ۱۴۰۴ (۱۹۰-۱۶۷)

DOI: 10.30473/jsm.2025.73723.1949

E-ISSN: 2538-4961

P-ISSN: 2345-5578

«مقاله پژوهشی»

ظرفیت‌سازی نوآوری دیجیتال برای ارتقای کاربری و بُرد مقاصد گردشگری ورزشی: ارائه یک چارچوب مفهومی

شفق ابوالقاسمی آتانی^۱، مهرداد محرم‌زاده^۲

چکیده

با وجود پیشرفت‌های جهانی صنعت گردشگری ورزشی، مقصدهای گردشگری ورزشی در ایران هنوز دارای ظرفیت بالایی از نظر کاربری خدمات‌دهی و گردشگری‌پذیری نیستند و مستلزم نوآوری و ظرفیت‌سازی می‌باشند. بنابراین هدف از این پژوهش ارائه چارچوب مفهومی ظرفیت‌سازی نوآوری دیجیتال برای ارتقای کاربری و بُرد مقاصد گردشگری ورزشی بود. روش تحقیق از نوع کیفی با رویکرد مضمون انتخاب شد. مشارکت‌کنندگان پژوهش شامل صاحب‌نظران علمی (اساتید و پژوهشگران دانشگاهی مدیریت ورزشی) و صاحب‌نظران اجرایی (مدیران، مشاوران و کارشناسان سازمان‌ها و کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی) بودند. حجم نمونه تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت ($N=18$). نمونه‌گیری نیز به روش نظری و بر مبنای تخصص، تجربه و مسئولیت صاحب‌نظران انجام شد. ابزار پژوهش مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. برای روایی پژوهش، میزان توافق بین مصححان کدگذاری ($0/67$) به دست آمد. جهت تحلیل یافته‌ها از روش کدگذاری مفهومی چهار مرحله‌ای با رویکرد تحلیل مضمون استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که مضامین مستخرج شامل ۵ مضمون کلی، ۱۱ مضمون اصلی، ۲۹ مضمون فرعی و ۱۳۵ کدهای اولیه است. مضامین کلی (عوامل کلیدی) شامل: پیشران‌های محیطی تحول دیجیتال در گردشگری ورزشی، ظرفیت سیستمی نوآوری، دیجیتالی‌سازی سیستم کسب‌وکار در مقاصد، ارتقای کاربری فضاهای و توسعه برد گردشگری فضاهای تفریحی ورزشی را در بر می‌گیرد. از تجميع مضامين و روابط نظری آن‌ها، شبکه مضامین ترسیم گردید. براساس یافته‌ها می‌توان گفت که به‌کارگیری نوآوری مبتنی بر تحول دیجیتال برای ارتقای کاربری و بُرد مقصدهای گردشگری ورزشی کشور یک فرایند چندسطحی و چندبعدی است که از طریق زمینه‌یابی محیطی و ظرفیت‌سازی سیستمی به ظرفیت و سازوکارهای اجرایی حاصل می‌شود. از این‌رو پیشنهاد می‌شود چارچوب ارائه شده برای تحلیل و برنامه‌ریزی در تحول صنعت گردشگری ورزشی مورد استفاده قرار بگیرد.

واژه‌های کلیدی

نوآوری گردشگری، تحول دیجیتال، توریسم ورزشی، فضاهای گردشگری، کاربری فضاها.

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.
۲. استادف گروه، مدیریت ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

*نویسنده مسئول: مهرداد محرم‌زاده
رایانامه: mmoharramzadeh@uma.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۲/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۲

استناد به این مقاله:

ابوالقاسمی آتانی، شفق و محرم‌زاده، مهرداد. (۱۴۰۴). ظرفیت‌سازی نوآوری دیجیتال برای ارتقای کاربری و بُرد مقاصد گردشگری ورزشی: ارائه یک چارچوب مفهومی. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۳(۲)، ۱۶۷-۱۹۰.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۴ ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.

This is an open access article under the CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

تجربیات صنعت گردشگری و ورزش کشورهای جهان در یک دهه اخیر و به‌ویژه در دوره بحران ناشی از اپیدمی کووید ۱۹ و پس از آن نشان داد که نوآوری و فناوری نقش مهمی در مدیریت شرایط ناپایدار محیطی و رقابت‌پذیری کسب‌وکارها دارد (هیگینز^۱، ۲۰۲۰). به‌طور مثال بر اساس آمار و اطلاعات منتشر شده توسط شورای جهانی گردشگری^۲ در دوره کووید ۱۹ از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۱، تنها کسب‌وکارهایی که از ظرفیت دیجیتال و خلاق برخوردار بودند توانستند در مقابل این دوره کووید ۱۹ رکود تاب‌آوری مناسبی داشته باشند. در واقع نوآوری و فناوری نقش مهمی در حفظ برد گردشگری و انعطاف کاربری مقصدها و کسب‌وکارهای آن دارد. علاوه بر این تحول دیجیتال و نوآوری امروزه به یک پارادایم علمی و رویکرد تجاری پویا در صنعت گردشگری جهانی مبدل شده و یکی از عوامل رقابت‌پذیری بالای این صنعت است (پارک^۳ و همکاران، ۲۰۲۳).

نوآوری^۴ اجرای عملی ایده‌هایی است که منجر به معرفی کالاها یا خدمات جدید یا بهبود در ارائه کالا یا خدمات می‌شود. یک عنصر مشترک در تعاریف تمرکز بر جدید بودن، بهبود و گسترش ایده‌ها یا فناوری‌ها است. امروزه نوآوری در کسب‌وکارها و سازمان‌ها از طریق مشارکت دادن سرمایه انسانی و اجتماعی و به‌طور مشخص ذینفعان در فرایند خلاقیت و نوآوری سازمانی حاصل می‌شود (سیف‌اللهی و همکاران، ۲۰۲۱). در همین راستا نوآوری و فناوری گردشگری را می‌توان مجموعه‌ای از ابزارها و روش‌ها تعریف کرد که با فراهم کردن زیرساخت‌های دیجیتال، محصولات خلاق و خدمات نوین می‌توانند جذب و حفظ مشتری را تسهیل کنند و سفر برای اهداف مختلف و به مکان‌های تفریحی و تجاری را به روش‌های نو و جذاب ممکن سازند (اخباری آزاد و همکاران، ۲۰۲۲). ظرفیت‌سازی نوآوری و فناوری در کسب‌وکارهای گردشگری نیز عبارت است از یک رویکرد سیستمی با قابلیت فناوریانه و خلاق برای کسب درآمد یا از طریق تولید یا عرضه و فروش محصولات و خدمات در حوزه تفریحات و گردشگری (بارنا و بیلتسکا^۵، ۲۰۲۱).

ظرفیت‌سازی به‌عنوان چارچوبی نظری، بر ارتقای توانمندی‌ها، منابع و ساختارهای لازم برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار تأکید دارد. در حوزه ظرفیت‌سازی نوآوری، این مفهوم بر تقویت قابلیت‌های فناوریانه، دانشی و نهادی برای خلق، انتشار و به‌کارگیری ایده‌های نو متمرکز است و شامل توسعه اکوسیستم‌های کارآفرینی، شبکه‌های همکاری و سیاست‌های حمایتی می‌شود (وانگ^۶ و همکاران، ۲۰۲۴). از سوی دیگر، ظرفیت‌سازی گردشگری به دنبال تقویت بنیان‌های مدیریتی، زیرساختی و انسانی در مقاصد گردشگری است تا از طریق آموزش، بهبود خدمات و توسعه مشارکت‌های محلی، پایداری اقتصادی-اجتماعی و رقابت‌پذیری را افزایش دهد. هر دو رویکرد بر اهمیت یادگیری سازمانی، نهادینه‌سازی تغییرات و تقویت تاب‌آوری در برابر چالش‌ها تأکید می‌کنند (الشیر و مارزوک^۷، ۲۰۲۴). همچنین مبانی نظری نوآوری و فناوری در صنعت گردشگری شامل مفاهیم، نظریه‌ها و مدل‌هایی است که به تحلیل و درک جایگاه نوآوری در این صنعت کمک می‌کند. برخی نظریه‌های مرتبط رویکرد اقتصادی دارند و به تأثیرات نوآوری و فناوری بر اقتصاد گردشگری کشورها و جوامع می‌پردازند، از جمله ایجاد شغل، درآمدزایی و توسعه زیرساخت‌ها. همچنین برخی دیگر از نظریه‌ها به ابعاد و تأثیرات اجتماعی و فرهنگی حاصل از نوآوری و فناوری در گردشگری به‌ویژه بر جوامع میزبان و مسافران می‌پردازند، از جمله تبادل فرهنگی و تغییرات اجتماعی (پارک و همکاران، ۲۰۲۳). نظریه‌های دیگر نیز رویکرد زیست‌محیطی دارند و به تأثیرات مثبت و منفی فناوری گردشگری بر محیط‌زیست توجه دارند و به دنبال ترویج گردشگری پایدار هستند. مدل‌هایی نیز برای کاربری و برد مقصدهای گردشگری ارائه شده‌اند مانند مدل چرخه زندگی مقصد که مراحل مختلف توسعه برد یک مقصد گردشگری و کاربری آن را بررسی می‌کند، از جمله کشف، توسعه، بلوغ و افول. همچنین مدل‌های تقاضای گردشگری که عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری را تحلیل می‌کنند، شامل عوامل بازار و جامعه مشتری. بهبود مبانی نظری نوآوری و فناوری این صنعت می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های بهتر در زمینه توسعه پایدار و

1. Higgins
2. World Travel & Tourism Council (WTTC)
3. Park
4. Innovation
5. Barna & Biletska

6. Wang
7. Elshaer & Marzouk

این ارزیابی شامل شناسایی نقاط ضعف، نیازها و خواسته‌های گردشگران می‌شود. پس از آن، می‌توان به طراحی مجدد فضاها پرداخت (زمبری و انگرند^۳، ۲۰۲۳). همچنین، ایجاد فضاهای چندمنظوره که قابلیت برگزاری رویدادهای ورزشی، فرهنگی و اجتماعی را داشته باشند، می‌تواند به افزایش تعامل گردشگران با این فضاها کمک کند. سومین مرحله، بهبود دسترسی به فضاهای ورزشی است. این شامل ایجاد مسیرهای حمل‌ونقل عمومی، پارکینگ مناسب و دسترسی آسان برای افراد با نیازهای خاص می‌شود. گردشگران باید بتوانند به راحتی به این فضاها دسترسی پیدا کنند تا تجربه‌ای مثبت از بازدید داشته باشند و در واقع برد گردشگری آن‌ها افزایش یابد (نوبهار و همکاران، ۱۴۰۳).

برد گردشگری^۴ به معنای گستره و دامنه‌ای است که یک مقصد گردشگری می‌تواند برای جذب و نگهداری گردشگران داشته باشد. این مفهوم شامل جاذبه‌های گردشگری نظیر مکان‌ها و فعالیت‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی است که گردشگران را به خود جذب می‌کند (روستایی و همکاران، ۱۳۹۹). همچنین، خدمات و امکاناتی مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و حمل‌ونقل که کیفیت تجربه مشتری را تحت تأثیر قرار می‌دهند، از دیگر جنبه‌های مهم برد گردشگری به شمار می‌آیند. دسترس‌پذیری مقصد، بازاریابی و تبلیغات مؤثر، توجه به توسعه پایدار و تعامل مثبت با جوامع محلی نیز از عوامل کلیدی هستند که می‌توانند به موفقیت یک مقصد در جذب گردشگران کمک کنند. به‌طور کلی، برد گردشگری به توانایی یک مقصد برای ارائه تجربه‌ای جذاب و ماندگار به گردشگران اشاره دارد که می‌تواند تحت تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی قرار گیرد (رسول نازی و همکاران، ۱۴۰۱).

در ادبیات پژوهش، چندین رویکرد مختلف به بهینه‌سازی فضاهای ورزشی و گردشگری وجود دارد (دورکین^۵ و همکاران، ۲۰۲۱). یکی از این رویکردها، رویکرد اقتصادی است که بر تأثیرات مثبت ورزش و گردشگری بر رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال تأکید دارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که بهینه‌سازی فضاهای ورزشی و گردشگری می‌تواند به جذب سرمایه‌گذاری و

مدیریت مؤثر منابع کمک کند و پژوهش در این حوزه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (سیف‌الله و همکاران، ۲۰۲۱).

بهینه‌سازی کاربری فضاها به‌عنوان یک رویکرد نوین در طراحی شهری و معماری، در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از پژوهشگران و طراحان قرار گرفته است. این رویکرد، که بر تغییر کاربری فضاهای موجود و بلااستفاده تمرکز دارد، راهکارهای نوینی برای حل چالش‌های شهری مانند کمبود فضا، افزایش جمعیت و نیاز به فضاهای چندمنظوره ارائه می‌دهد (رسول نازی و همکاران، ۱۴۰۱). بهینه‌سازی کاربری فضاها به فرآیند تغییر کاربری یا بازطراحی فضاهای موجود به‌منظور استفاده بهینه و پاسخگویی به نیازهای جدید اشاره دارد. این مفهوم به‌ویژه در زمینه‌های شهری، معماری و طراحی داخلی کاربرد دارد و می‌تواند شامل تبدیل ساختمان‌های قدیمی به فضاهای جدید، ایجاد فضاهای عمومی از فضاهای غیرقابل استفاده، و یا تغییر کاربری فضاهای تجاری به مسکونی باشد (شماعی و همکاران، ۱۳۹۷). در واقع بهینه‌سازی کاربری فضاها به معنای تغییر کاربری و عملکرد یک فضا یا منطقه مشخص با هدف بهبود کیفیت زندگی، افزایش بهره‌وری و تطبیق با نیازهای جدید است. این فرآیند شامل تغییر کاربری ساختمان‌ها، فضاهای عمومی و حتی مناطق شهری است. به‌طور خلاصه، بهینه‌سازی کاربری فضاها یک رویکرد نوین و پایدار برای استفاده بهینه از فضاهای موجود است که می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی شهری و توسعه پایدار کمک کند (گراتن^۱، ۲۰۲۰). بهینه‌سازی کاربری فضاها در حوزه ورزش، به معنای تغییر کاربری ساختمان‌ها یا فضاهای موجود به‌منظور ایجاد امکانات و زیرساخت‌های ورزشی جدید است. این کار می‌تواند به صورت‌های مختلفی انجام شود و منجر به ایجاد فضاهای جذاب و کاربردی برای ورزش و تفریح شود (هوکسهاج^۲، ۲۰۲۴). بهینه‌سازی کاربری فضاهای ورزشی با کاربری پایین به معنای تغییر و بهبود این فضاها به گونه‌ای است که بتوانند به بهترین شکل ممکن نیازهای گردشگران را برآورده کنند و حضورپذیری مشارکت‌کنندگان در آن‌ها را افزایش دهند (عاشوری و همکاران، ۱۴۰۳). این فرآیند می‌تواند شامل چندین مرحله و استراتژی باشد. اولین مرحله در بهینه‌سازی، ارزیابی وضعیت فعلی فضاهای ورزشی با کاربری پایین است.

3. Zembri-Mary & Engrand-Linder

4. Tourism Scope

5. Durkin

1. Gratton

2. Hoxhaj

بر اساس آمارهای منتشرشده، ایران با وجود برخورداری از بیش از ۲۴۰۰ مجموعه ورزشی، از نظر شاخص‌های کیفیت و بهره‌وری فضاهای گردشگری تفریحی ورزشی در رتبه‌های پایین جهانی قرار دارد. به‌عنوان مثال، سهم گردشگری ورزشی از صنعت گردشگری و ورزش پایین است، درحالی‌که سطح جهانی آن سهم قابل‌توجهی می‌باشد. همچنین، بسیاری از زیرساخت‌های ورزشی و تفریحی کشور فرسوده یا ناکارآمد هستند؛ به‌طوری‌که تنها ۲۰٪ از مجموعه‌های ورزشی بزرگ کشور دارای استانداردهای بین‌المللی را دارا می‌باشند. از سوی دیگر، توزیع نامتوازن امکانات (تمرکز در کلان‌شهرها و غفلت از مناطق محروم) و ضعف در خدمات‌رسانی (مانند پایین بودن سرانه فضای تفریحی ورزشی عمومی به حدود ۱ مترمربع در مقابل استاندارد جهانی) از دیگر چالش‌های اساسی این بخش محسوب می‌شوند. این وضعیت نشان‌دهنده شکاف قابل‌توجه بین ظرفیت‌های بالقوه و شرایط بالفعل کشور در حوزه فضاهای گردشگری و ورزشی است. فضاهای گردشگری، تفریحی و ورزشی ایران با چالش‌های متعددی از جمله ناکافی بودن زیرساخت‌ها، توزیع نامتوازن امکانات در سطح کشور، فرسودگی تجهیزات، کمبود مدیریت یکپارچه، و ضعف در بازاریابی و جذب گردشگران مواجه هستند. این چالش‌ها نه تنها بر تجربه کاربری تأثیر منفی گذاشته، بلکه موجب کاهش بهره‌وری اقتصادی و اجتماعی این بخش شده است. بررسی این مشکلات و ارائه راهکارهای عملی برای رفع آن‌ها، گامی ضروری در جهت توسعه پایدار صنعت گردشگری و ورزش کشور به شمار می‌رود (جمع‌بندی محقق از منابع؛ جهانی و همکاران، ۱۴۰۳؛ و سایر).

مرور پیشینه و ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که در تحقیقات داخل کشور دارای چند حوزه موضوعی و خلأهای تحقیقاتی هستند. در زمینه بهینه‌سازی فضاهای شهری و گردشگری ورزشی شامل بررسی‌های مختلفی است. احمدی و همکاران (۱۴۰۳) به بهینه‌سازی فضاهای با کاربری پایین‌شهری در اهواز پرداخته‌اند، نوبهار و همکاران (۱۴۰۳) به تأثیر حمل‌ونقل بر بهینه‌سازی اراضی شهری تبریز توجه کرده‌اند. جهانی و همکاران (۱۴۰۳) چارچوبی برای توسعه گردشگری ورزشی در اردبیل ارائه داده‌اند و گودرزی و شیرازبخت (۱۳۹۹) وضعیت گردشگری در باغ‌های شیراز را ارزیابی کرده‌اند. پیربابایی و بهاء‌لوهوره (۱۴۰۲) به بهینه‌سازی فضاهای تاریخی تبریز برای جذب گردشگران

توسعه کسب‌وکارهای محلی کمک کند و به رونق اقتصادی مناطق گردشگری منجر شود. رویکرد اجتماعی نیز به تأثیرات بهینه‌سازی فضاهای ورزشی و گردشگری بر جوامع محلی می‌پردازد. این رویکرد به بررسی نحوه تعامل گردشگران با جامعه محلی، تأثیرات فرهنگی و اجتماعی ورزش و گردشگری و چالش‌های مرتبط با حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی جوامع می‌پردازد (محمودی، ۱۴۰۳). و افزایش مشارکت جامعه در فرآیندهای گردشگری کمک کند (آمور، ۲۰۱۹). از سوی دیگر، رویکرد زیست‌محیطی نیز در ادبیات پژوهش به موضوع بهینه‌سازی فضاهای گردشگری توجه دارد این رویکرد به بررسی تأثیرات گردشگری بر محیط‌زیست و چالش‌های مرتبط با پایداری محیطی می‌پردازد. از این‌رو بهینه‌سازی فضاهای گردشگری باید با توجه به اصول پایداری و حفاظت از محیط‌زیست انجام شود تا تأثیرات منفی گردشگری کاهش یابد و منابع طبیعی حفظ شوند (پوراحمد و همکاران، ۱۴۰۱).

گردشگری ورزشی به‌عنوان یک صنعت رو به رشد، نقش مهمی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها دارد. ایران با دارا بودن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی متنوع، پتانسیل بسیار بالایی برای توسعه گردشگری ورزشی دارد. با توجه به اهمیت روزافزون گردشگری ورزشی در صنعت ورزش و گردشگری، بهینه‌سازی کاربری مقاصد گردشگری ورزشی می‌تواند با ارتقای ظرفیت برد گردشگری موجب افزایش سهم ایران در بازار جهانی گردشگری ورزشی شود. با وجود این پتانسیل، مقاصد گردشگری ورزشی ایران با چالش‌هایی مانند کمبود زیرساخت‌ها، نبود برنامه‌ریزی جامع، عدم تنوع محصولات گردشگری و ... مواجه هستند (جهانی و همکاران، ۱۴۰۳). به‌طور مثال برخی از فضاهای تفریحی ورزشی ممکن است از نظر ساختاری برای تبدیل به فضای ورزشی مناسب نباشند. همچنین اخذ مجوزهای لازم برای تغییر کاربری ساختمان‌ها ممکن است زمان‌بر و پیچیده باشد. علاوه بر این بازسازی فضاهای قدیمی نیاز به سرمایه‌گذاری دارد. از این‌رو بهینه‌سازی کاربری و توسعه برد مقاصد گردشگری ورزشی که نیازمند تغییر و بهبود کاربری فضاها و امکانات موجود به‌گونه‌ای باشد که بتوانند نیازهای گردشگران ورزشی را بهتر برآورده کنند و در عین حال به توسعه پایدار منطقه کمک کنند (احمدی و همکاران، ۱۴۰۳).

فضاهای روستایی برای رویدادهای ورزشی از طریق مشارکت محلی را بررسی کرده‌اند. داویس^۳ (۲۰۲۰) نقش بازسازی مراکز ورزشی شهری برای ارتقای کارکردهای اجتماعی ورزش را مورد بررسی قرار داده است. لادو^۴ و همکاران (۲۰۱۹) به جایگاه فضاهای ورزشی در بهینه‌سازی شهری کالیاری ایتالیا پرداخته‌اند. کیم و برامول^۵ (۲۰۱۹) چالش‌های سیاست‌گذاری بهینه‌سازی شهری برای ارتقای گردشگری را بررسی کرده‌اند. دیوین^۶ (۲۰۱۹) آینده‌نگری بازسازی شهری برای میراث شهری بازی‌های المپیک لندن را نشان داده است. دی مارتینی^۷ (۲۰۱۷) نقش بازسازی فضاهای شهری برای ارتقای برنامه‌های ورزشی خیابانی در تورین ایتالیا را بررسی کرده است. هندرسون^۸ (۲۰۱۷) توسعه و بازسازی فضاهای برگزاری رویدادهای ورزشی برای توسعه گردشگری امارات و قطر را بررسی کرده‌اند. ویس و پریس^۹ (۲۰۱۷) اثرات اجتماعی بازسازی فضاهای گردشگری ورزشی در کرواسی را بررسی کرده‌اند. کینگ^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۵) در بررسی کاهش جاذبه مقصدهای گردشگری ورزشی نشان داده‌اند که تغییر تصویر مقصد نیازمند بازطراحی فضاهای ورزشی و برنامه‌های رویداد است. کومو^{۱۱} و همکاران (۲۰۲۱) به تأثیر بازاریابی دیجیتال بر صنعت خدمات تفریحی در ویتنام پرداخته‌اند. احمد و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی نقش نوآوری در پایداری گردشگری پرداخته‌اند. پارک و همکاران (۲۰۲۳) به نوآوری خدمات در صنعت گردشگری توجه کرده‌اند. الشیر و مارزوک (۲۰۲۴) نقش فناوری‌ها و نوآوری‌ها در هوشمندسازی صنعت گردشگری را گزارش کرده‌اند. وانگ و همکاران (۲۰۲۴) به تأثیر ظرفیت و میراث فرهنگی در شکل‌گیری نوآوری در مقاصد گردشگری فرهنگی پرداخته‌اند. بروشی و منسفلد^{۱۲} (۲۰۲۱) نوآوری در مدیریت بحران گردشگری را بررسی کرده‌اند و بارنا و بیلنسکا (۲۰۲۱) نقش نوآوری در زنجیره تأمین کسب‌وکارها برای غلبه بر بحران‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند.

پرداخته‌اند و عزیزاد گوهری و همکاران (۱۴۰۲) تأثیر فضاهای تجاری اصفهان بر حضور گردشگران را بررسی کرده‌اند. عاشوری و همکاران (۱۴۰۳) به کاربری فضاهای ورزشی ساری از منظر شهر خلاق پرداخته‌اند. همچنین، در زمینه بهینه‌سازی فضاهای فرسوده، روستایی و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی کاربری ترکیبی در فضاهای فرسوده تهران پرداخته‌اند، گودرزی و شیرازخت (۱۳۹۹) وضعیت گردشگری در باغ‌های شیراز را ارزیابی کرده‌اند و پوراحمد و همکاران (۱۳۹۴) به بهینه‌سازی فضاهای فرسوده شهری در تهران برای گذران اوقات فراغت توجه کرده‌اند. در زمینه مدل‌ها و نظریات بهینه‌سازی، پوراحمد و همکاران (۱۴۰۱) به تحلیل بنیان‌های نظری بهینه‌سازی شهری پرداخته‌اند و محمودی (۱۴۰۳) مدل فرآیندی ارزیابی گردشگری را برای بهینه‌سازی شهری معرفی کرده است. تحقیقات دیگر مانند تحقیق رسول نازی و همکاران (۱۴۰۱) در زمینه ظرفیت‌های مردمی در بهینه‌سازی فضاهای شهری ارومیه، تقی‌زاده و عندلیب (۱۳۹۹) در زمینه اولویت‌های راهبردی توسعه گردشگری در اصفهان، بلالی اسکویی و دهقان (۱۳۹۸) به رابطه بازطراحی فضاهای تاریخی با گردشگری پرداخته‌اند. همچنین، محمودی و همکاران (۱۳۹۷) به بهینه‌سازی محلات شهری در بابل، علوی و همکاران (۱۳۹۷) به تحلیل توزیع مراکز ورزشی در تهران، شمعی و همکاران (۱۳۹۷) به بهینه‌سازی فضاهای قدیم اردکان پرداخته‌اند.

تحقیقات خارجی در زمینه بهینه‌سازی فضاهای شهری، گردشگری ورزشی و نوآوری در صنعت گردشگری شامل بررسی‌های مختلفی است. هوكسهاج (۲۰۲۴) به نقش بازسازی زیرساخت‌های ورزشی در بهینه‌سازی شهرهای معاصر پرداخته و نشان داده که بهینه‌سازی فضاهای ورزشی سبب بهبود زیست‌پذیری شهری می‌شود. بلاتو^۱ و همکاران (۲۰۲۳) چارچوبی مفهومی برای احیای حضور گردشگری ارائه داده‌اند. روچا و کاوو^۲ (۲۰۲۳) به تأثیر بازسازی شهری بر مشاغل کوچک در آمادگی برای میزبانی المپیک زمستانی پکن ۲۰۲۲ پرداخته‌اند و زمبری و انگرند (۲۰۲۳) به بهینه‌سازی فضاهای شهری برای برگزاری المپیک‌ها در پاریس ۲۰۲۴، لندن ۲۰۱۲ و آتن ۲۰۰۴ پرداخته‌اند. دورکین و همکاران (۲۰۲۱) ظرفیت‌های بهینه‌سازی

3. Davis
4. Ladu
5. Kim & Bramwell
6. Davies
7. De Martini
8. Henderson
9. Wise & Peric
10. King
11. Cuomo
12. Broshi & Mansfeld

1. Bellato
2. Rocha & Cao

افزایش رضایت گردشگران می‌شود. بنابراین، چارچوب مفهومی ظرفیت‌سازی نوآوری مبتنی بر دیجیتال به‌عنوان رویکردی استراتژیک برای بهبود کاربری و توسعه برد گردشگری در مقاصد ورزشی از طریق نوآوری‌های دیجیتال و بهینه‌سازی ساختارهای موجود، می‌تواند به شتاب بخشی به رشد صنعت گردشگری ورزشی کمک کند.

همان‌طور که بیان شد تحولات دیجیتال امروز ضرورت بازننگری در شیوه‌های مدیریت و توسعه مقاصد گردشگری ورزشی را آشکار ساخته، اما علیرغم مطالعات موجود، خلأ یک چارچوب مفهومی تخصصی که بتواند به‌صورت هدفمند به ظرفیت‌سازی نوآوری دیجیتال در این حوزه بپردازد، همچنان محسوس است. این پژوهش با هدف پر کردن این شکاف نظری و عملی، درصدد ارائه مدلی نوین و اختصاصی برای ظرفیت‌سازی دیجیتال است که با تمرکز بر ویژگی‌های منحصربه‌فرد گردشگری ورزشی و نیازهای واقعی فعالان این عرصه طراحی خواهد شد. نوآوری اصلی این تحقیق در تدوین چارچوبی ساختاریافته با سطح‌بندی مؤلفه‌ها، روابط نظری دقیق و راهکارهای عملیاتی است که از کلی‌نگری‌های رایج فاصله گرفته و با تخصصی‌سازی مفاهیم، امکان پاسخگویی مؤثر به چالش‌های دیجیتالی حوزه گردشگری ورزشی را فراهم می‌سازد و مسیر جدیدی را در ادبیات موضوع و کاربردهای عملی این حوزه می‌گشاید. از این‌رو پژوهش حاضر با رویکرد اکتشافی نظری و با هدف ارائه چارچوب مفهومی برای تحلیل و زمینه‌یابی ظرفیت نوآوری در بستر دیجیتال برای ارتقای کاربری فضاها و برد گردشگری در فضاها، تفریحی ورزشی بزرگ کشور انجام شد.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق از نوع مطالعه کیفی با رویکرد تحلیل مضمون (تماتیک) مبتنی بر روش مصاحبه بود. استفاده از روش کیفی با رویکرد تحلیل مضمون در این پژوهش به این دلیل بود که ماهیت اکتشافی تحقیق، نیازمند درک عمیق و همه‌جانبه از چالش‌ها، فرصت‌ها و الزامات ظرفیت‌سازی نوآوری دیجیتال در گردشگری ورزشی است. تحلیل مضمون با کشف الگوها و مفاهیم کلیدی از داده‌های کیفی، به تدوین چارچوب مفهومی جامع و متناسب با زمینه خاص تحقیق کمک کرد. این روش به‌ویژه برای پژوهش‌هایی که به دنبال توسعه مدل‌های نظری

مرور تحقیقات نشان می‌دهد که ظرفیت‌سازی نوآوری در بستر دیجیتال برای بهینه‌سازی کاربری و برد گردشگری در فضاها، تفریحی ورزشی یک خلأ پژوهشی مهم به‌ویژه از منظر اهمیت مطالعات میان‌رشته‌ای است. در همین راستا برای مطالعات داخلی، یکی از مهم‌ترین خلأها عدم وجود پژوهش‌های اکتشافی جامع و سیستماتیک است. بیشتر تحقیقات موجود به جنبه‌های موردی و جزئی از این موضوع پرداخته‌اند و به بررسی کلی و جامع آن نپرداخته‌اند. علاوه‌بر این، کمبود مدل‌های مفهومی تخصصی نیز یکی دیگر از خلأهای موجود است. این کمبود می‌تواند به عدم توانایی در شناسایی و تحلیل دقیق نیازها و خواسته‌های گردشگران منجر شود. همچنین، در بسیاری از موارد، تحقیقات موجود به بررسی تأثیرات نوآوری و فناوری دیجیتال بر بهینه‌سازی فضاها، ورزشی بر گردشگری نمی‌پردازند و این موضوع به‌عنوان یک خلأ مهم باقی‌مانده است. در سطح جهانی، اگرچه برخی از کشورها به تحقیق در زمینه بهینه‌سازی فضاها، ورزشی پرداخته‌اند، اما هنوز هم نیاز به تحقیقات بیشتری در این حوزه احساس می‌شود. به‌ویژه، بررسی تأثیرات نوآوری و فناوری این فضاها بر کاربری فضاها و برد گردشگری هنوز به‌طور کامل مورد توجه قرار نگرفته است.

با توجه به روند رو به رشد تقاضای گردشگری ورزشی و افزایش رقابت میان مقاصد گردشگری، استفاده از نوآوری و ابزارهای دیجیتال می‌تواند به‌عنوان عاملی کلیدی در جذب گردشگران و بهبود تجربه‌های گردشگری عمل کند. در این راستا، ظرفیت‌سازی نوآوری در مقاصد گردشگری ورزشی نیازمند توجه به جنبه‌های مختلف، از جمله ظرفیت‌های دیجیتال سیستم کسب‌وکارها و زیرساخت‌های دیجیتال است که به افزایش کاربری فضاها، گردشگری ورزشی و بهینه‌سازی خدمات کمک می‌کند. همچنین، از آنجا که نوآوری و دیجیتال‌سازی می‌تواند به ارتقای کاربری و جذب بیشتر گردشگران منجر شود، در این چارچوب مفهومی، بهبود ظرفیت کاربری و توسعه برد گردشگری مقاصد با استفاده از فناوری‌های نوین و مدل‌های نوآورانه در ارائه خدمات، از اهمیت بالایی برخوردار است. مطالعات نشان می‌دهند که این نوع ظرفیت‌سازی می‌تواند به توسعه پایدار مقاصد گردشگری ورزشی کمک کند، زیرا توانمندسازی کسب‌وکارها و ارتقای فرآیندهای دیجیتال در صنعت گردشگری ورزشی موجب بهبود کیفیت خدمات و

در فرمول فوق احتمال توافق تصادفی (Pe) برابر با ۰/۵ در نظر گرفته می‌شود و میزان توافق مشاهده‌شده (Po) با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

$$Po = (\text{تعداد توافقات دو ارزیاب} - ۱) / (\text{تعداد توافقات مورد انتظار} - ۱)$$

$$= (۱ - ۲۱۴) / (۱ - ۱۸۰) = ۰/۸۳۹$$

مقدار ۰/۶۷ نشان‌دهنده سطح توافق متوسط تا خوب بین دو ارزیاب است.

به‌منظور افزایش روایی درونی در حین مصاحبه نیز از رویکرد ارائه بازخورد به مصاحبه‌شوندگان و قراردادن آن‌ها در مسیر پژوهش به‌طوری که بر نحوه پاسخگویی آن‌ها تأثیر نگذارد، استفاده شد. شناسایی و تعدیل جهت‌گیری‌های مفاهیم در کدها از طریق پرسش سؤال‌های مکرر در حین تحلیل داده‌ها دیگر روشی بود که برای ارتقای روایی نتایج انجام شد. علاوه‌بر این، پس از انجام هر مصاحبه، الگوی به دست آمده تا آن مرحله ارائه می‌شد و در صورتی که مصاحبه‌شونده نکاتی را نسبت به الگو داشت، مورد بحث قرار می‌داد. این کار پس از انجام مصاحبه انجام می‌شد تا مصاحبه خالی از هرگونه پیش‌فرض و جهت‌گیری انجام شود.

برای چارچوب‌بندی یافته‌ها از روش کدگذاری چندمرحله‌ای با رویکرد تحلیل تماتیک استفاده شد. کدگذاری در سه مرحله کدگذاری اول (باز)، کدگذاری دوم (محوری) و کدگذاری سوم (انتخابی) انجام شد تا مقوله‌ها تبدیل به مؤلفه‌ها، سپس تم‌های فرعی و تم‌های اصلی شوند. سپس به دلیل حجم بالای مفاهیم اصلی، کدگذاری چهارم (کدگذاری نظری) انجام شد و مضامین کلی استخراج شدند. مدل پژوهش نیز براساس روابط شناسایی شده به صورت یک چارچوب مفهومی ترسیم گردید. همزمان با گردآوری داده‌ها، کار تحلیل آن‌ها طی سه مرحله کدگذاری شروع شد. پس از استخراج کدها، آن‌ها طبقه‌بندی شدند و با مقایسه مداوم، تفاوت‌ها و تشابهات بین کدها آشکار گردید سپس طبقات جدا و یا ادغام گشتند تا نظریه در روند این فرآیند شکل بگیرد. منابع و متون موجود نیز در روند تکمیل تئوری مورد استفاده قرار گرفتند.

یافته‌های پژوهش

مشخصات افراد مصاحبه شده (۱۸ نفر) به صورت جدول ۱ توصیف شده است.

جدید هستند، مناسب است، زیرا به‌جای آزمون فرضیه‌های از پیش تعیین‌شده، بر کشف مفاهیم و روابط نوظهور تمرکز دارد. مشارکت‌کنندگان مصاحبه شامل افراد با تجربه و دانش بالا بود: الف) اساتید دانشگاهی با حوزه مطالعاتی گردشگری، نوآوری و فناوری در حوزه ورزش. ب) مدیران اجرایی حوزه تفریحات و گردشگری ورزشی (وزارت ورزش، فدراسیون‌ها، ادارات ورزش و جوانان، ادارات گردشگری، شهرداری‌ها، مجموعه‌های گردشگری ورزشی و سایر). ترکیب مشارکت‌کنندگان شامل متخصصان دانشگاهی (برای پوشش ابعاد نظری و چارچوب‌های علمی) و مدیران اجرایی (برای درک چالش‌های عملی و نیازهای واقعی صنعت) به دستیابی به تعادل بین نظر و عمل منجر شد. روش برآورد نمونه براساس رسیدن مفاهیم استخراجی به اشباع نظری بود (۱۸ نفر). کار گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه یافت که پژوهشگر اطمینان حاصل کند که ادامه کار مفهوم جدیدی به دانسته‌های او نمی‌افزاید. پس از انجام ۱۸ مصاحبه در طی دوره چهار ماه، تحلیل داده‌ها همراه با فرایند گردآوری، حاکی از اضافه نشدن داده جدید به داده‌های قبلی بود؛ چرا که درصد بالایی از داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های آخر تکراری بود. بنابراین، با رسیدن به حد اشباع نظری، به مصاحبه‌ها پایان داده شد. از این رو نمونه‌گیری به روش نظری (قضاوتی) انجام گرفت.

ابزار پژوهش شامل مصاحبه نیمه ساختاریافته برای استخراج مؤلفه‌ها و مفاهیم بود. از مطالعه منابع اطلاعاتی معتبر و مختلف (تحقیقات دانشگاهی، اسناد سازمانی و محتوای رسانه‌ای) برای تکمیل و کدگذاری یافته‌های مصاحبه استفاده شد. مصاحبه به دو روش حضوری (۱۲ نفر) و مجازی (۶ نفر) در فاصله ۴ ماه انجام گرفت. جهت‌گیری سؤالات تخصصی در مصاحبه متناسب با تخصص و تجربه فرد صاحب‌نظر و خلأ مفهومی در مفاهیم جمع‌آوری شده از مصاحبه‌های قبلی بود. جهت بررسی، تأیید و ارتقای روایی پژوهش از روش‌های زیر استفاده شد: الف) تنوع در انتخاب افراد صاحب‌نظر و مبنای قرار دادن تسلط نظری (تحصیلات و تجربی (اجرایی) ب) استفاده از دستیار پژوهش (ج) توافق بین مصححان کدگذاری (۲ پژوهشگر خبره) که میزان آن از طریق ضریب کاپا (k) با فرمول زیر محاسبه گردید:

$$k = (Po - Pe) / (1 - Pe) = (Po - Pe) / (1 - Pe) = (۱ - ۰/۵) / (۰/۸۳۹ - ۰/۵) = ۰/۶۷$$

جدول ۱. مشخصات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان در بخش کیفی

Table 1. Title Description of the Sample of Experts Asked for their Opinion in the Qualitative Interview

ردیف	شغل / سازمان	تحصیلات	جنسیت
P1	مدیر اجرایی حوزهٔ اماکن اداره کل گردشگری	کارشناسی ارشد	مرد
P2	مدیر اجرایی و لیدرتور گردشگری ورزشی	کارشناسی ارشد	مرد
P3	استادیار مدیریت نوآوری دانشگاه	دکتری	زن
P4	مدیر مجموعه تفریحی گردشگری،	کارشناسی ارشد	مرد
P5	مدیر اجرایی سازمان گردشگری	کارشناسی ارشد	مرد
P6	دانشیار گردشگری دانشگاه گیلان	دکتری	مرد
P7	مدیر مجموعه تفریحی ورزشی چندمنظوره مشهد	کارشناسی ارشد	مرد
P8	استادیار مدیریت نوآوری و فناوری دانشگاه	دکتری	زن
P9	عضو کارگروه گردشگری، ورزش و هنر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی	دکتری	مرد
P10	مدیر بخش ورزش و گردشگری شهرداری تبریز	کارشناسی ارشد	مرد
P11	مدیر حوزهٔ ورزش همگانی وزارت ورزش	دکتری	مرد
P12	استادیار مدیریت گردشگری دانشگاه	دکتری	مرد
P13	مدیر مجموعه تفریحی ورزشی چندمنظوره تهران	کارشناسی ارشد	مرد
P14	دانشیار مدیریت گردشگری دانشگاه محقق اردبیلی	دکتری	مرد
P15	مدیر مجموعه گردشگری و لیدرتور در مازندران	کارشناسی ارشد	مرد
P16	مدیر اجرایی وزارت گردشگری و میراث فرهنگی	کارشناسی ارشد	مرد
P17	پژوهشگر و مدرس توریسم ورزشی دانشگاه	دکتری	مرد
P18	مدیر مجموعه تفریحی ورزشی چندمنظوره اصفهان	کارشناسی ارشد	مرد

برای بخش کدگذاری در ابتدا یک نمونه از کدگذاری نظری (چهارم) است. لازم به ذکر است در روش تماتیک، پژوهش در جدول ۲ ارائه شده؛ شامل مضامین کلی، اصلی، فرعی و کد مفهومی اولیه مربوط به چهار مرحله کدگذاری اولیه (اول)، محوری (دوم)، متمرکز (دوم) و

نظری (چهارم) است. لازم به ذکر است در روش تماتیک، کدگذاری چهارم به‌عنوان کدگذاری نظری هنگامی بکار گرفته می‌شود که تعداد مضامین اصلی زیاد باشد (بیش از ۱۰ مضمون اصلی) باشد.

جدول ۲. نمونه کدگذاری مفاهیم مستخرج پژوهش

Table 2. Coding Example of Concepts Extracted from the Research

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد مفهومی	فراوانی تکرار مضمون کلیدی هر کد در مصاحبه و نمونه منابع
پیشران‌های تحول دیجیتال در خدمات گردشگری ورزشی	ظرفیت‌های اکوسیستم کارآفرینی و فناوری برای گردشگری ورزشی	محرك‌های درونی کسب‌وکار مقصدهای گردشگری ورزشی	امکان به‌کارگیری نوآوری و ابزارهای دیجیتال برای توسعه کسب‌وکار در مقاصد گردشگری	مصاحبه‌شونده ۲ در شرایط رقابتی امروز صنعت گردشگری ورزشی استفاده از نوآوری و فناوری دیجیتال یک ضرورت و الزام روزافزون هست برای کسب‌وکارهای این حوزه. با توجه به رشد نوآوری و فناوری عرضه شده در سطح بین‌المللی و ملی امکان استفاده از گردشگری ورزشی کشور تقریباً فراهم است
				مصاحبه‌شونده ۵ می‌توانم از روش‌های نوآوری و فناوری دیجیتال برای توسعه خدمات گردشگری ورزشی استفاده نمایم.
				مصاحبه‌شونده ۹
→ کدگذاری اولیه →				
→ کدگذاری محوری →				
→ کدگذاری متمرکز →				
کدگذاری نظری →				

مطابق جدول زیر، تعداد ۱۳۵ کد مفهومی از کدگذاری اول به صورت جدول ۳ استخراج شد. سپس این کدها در ۵ مضمون کلی، ۱۱ مضمون اصلی و ۲۹ مضمون فرعی چارچوب‌بندی شدند.

جدول ۳. مراحل کدگذاری و کدهای مستخرج از مصاحبه

Table 2. Coding Procedures and Codes Extracted from Interviews

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد مفهومی اولیه
پیش‌ران‌های محیطی تحول دیجیتال در خدمات گردشگری ورزشی	ظرفیت‌های اکوسیستم	محرک‌های درونی کسب‌وکار مقصدهای گردشگری ورزشی	امکان به‌کارگیری نوآوری و ابزارهای دیجیتال برای توسعه کسب‌وکار در مقاصد گردشگری
	کارآفرینی و فناوری برای گردشگری ورزشی	الزامات سطح صنعت و بازار گردشگری ورزشی	وجود فضاهای و امکانات استفاده نشده در مقاصد گردشگری ورزشی و ضرورت بهبود کاربری آن‌ها نیاز به تأمین مالی و درآمدزایی برای تداوم کسب‌وکارهای گردشگری از طریق بهبود کاربری و خدمات نیاز به توسعه و تنوع خدمات برای فعالیت‌های ورزشی و تفریحی مورد تقاضا در بازار
	چالش‌های زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در گردشگری ورزشی	موانع فنی و سیستمی مراکز گردشگری ورزشی	وجود ظرفیت‌های انباشته در زمینه گردشگری ورزشی و نیاز به تجاری‌سازی از طریق نوآوری و فناوری وجود قوانین و منابع حمایتی دولتی بر نوآوری و تحول دیجیتال کسب‌وکارهای حوزه گردشگری و ورزش رشد پلتفرم‌ها و بسترهای مجازی برای کسب‌وکارهای گردشگری و ورزش و قابلیت به‌کارگیری آن‌ها رشد کیفی و کمی نیروهای جوان و فارغ‌التحصیل دانشگاهی با دانش و مهارت لازم در خدمات گردشگری ورزشی
	چالش‌های زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در گردشگری ورزشی	موانع فنی و سیستمی مراکز گردشگری ورزشی	چالش‌های وضعیت آب و هوایی نوسانات بارندگی و دمایی برای کاربری و خدمات در مقاصد گردشگری ورزشی کشور وجود برخی ملاحظات منطقه‌ای مرتبط با زیست بوم و اکوسیستم در کاربری مقصدهای گردشگری ورزشی ضعف کفایت و دسترسی زیرساخت‌های عمومی انرژی و منابع و امکانات رفاهی و ارتباطی برای گردشگری ورزشی
	چالش‌های زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در گردشگری ورزشی	موانع فنی و سیستمی مراکز گردشگری ورزشی	ضعف نگهداری صحیح و فرسودگی برخی فضاهای ورزشی تفریحی برای گردشگری
	چالش‌های زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در گردشگری ورزشی	موانع فنی و سیستمی مراکز گردشگری ورزشی	توجه پایین به نیازهای فنی و ارتقای کاربری در مجموعه‌های ورزشی پرستفاده و عدم توجه به خواست و نیاز مردم آن جامعه در زمان ساخت و احداث مجموعه‌ها نیاز به وقفه و محدودیت پذیرش گردشگران در استفاده از برخی خدمات و تجهیزات تفریحی ورزشی مانند روزهای تعمیرات و رفع و برگزاری برخی رویدادها توزیع نامناسب فضاهای تفریحی ورزشی و کاربری‌های آن‌ها در اکوسیستم شهری جهت دسترسی‌ها و خدمات‌دهی آن‌ها
	چالش‌های زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در گردشگری ورزشی	موانع فنی و سیستمی مراکز گردشگری ورزشی	افزایش هزینه و دسترسی نیروی کار با تجربه و تخصص موردنیاز برای تجاری‌سازی در کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی تحت شرایط نامناسب اقتصادی کشور ضعف زنجیره تأمین در کسب‌وکارهای تفریحی ورزشی و افزایش هزینه‌های ساخت و نگهداری ضعف اکوسیستم عدم وجود حمایت و تسهیلات دولتی مناسب برای کسب‌وکار در گردشگری ورزشی
	چالش‌های زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در گردشگری ورزشی	موانع فنی و سیستمی مراکز گردشگری ورزشی	ارتقای تعامل سازمان‌های برای ترویج خلاقیت، تأمین منابع و پشتیبانی اجرایی نوآوری و تحقیق و توسعه در حوزه گردشگری ورزشی
	چالش‌های زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در گردشگری ورزشی	موانع فنی و سیستمی مراکز گردشگری ورزشی	
	چالش‌های زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در گردشگری ورزشی	موانع فنی و سیستمی مراکز گردشگری ورزشی	

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد مفهومی اولیه
ظرفیت سیستمی نوآوری در گردشگری ورزشی	صنعت و بازار	گردشگری و ورزش	بسترسازی محیط حقوقی و فرایندهای ساختاری تسهیل کارآفرینی تفریحی ورزشی تقسیم کار بین سازمانی و هماهنگی میان بخشی دو حوزه ورزش و گردشگری برای کارایی سیستم نوآوری و تجاری‌سازی گردشگری ورزشی حمایت از جذب سرمایه‌گذاران و کاهش ریسک سرمایه گذاری از طریق نظارت و ارزیابی برای اجرای قوانین و برنامه‌ها و طرح‌های ملی حمایت و توسعه کارآفرینی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مبتنی بر پایش صنعت و تأمین اطلاعات بازار گردشگری ورزشی حمایت‌ها و تسهیلات دولت (مشوق مالیاتی و...) برای کسب و کارها مانند فراهم‌بودن فضاها و امکانات حمایت کننده و شتاب‌دهنده نوآوری
	شبکه‌سازی نوآوری	شبکه‌سازی نوآوری	شبکه‌سازی و توانمندسازی فعالان بازار و نیروی متخصص و مشارکت افراد خلاق، متخصصان و کارآفرینان برگزاری سمینارها، هم‌اندیشی‌ها و دوره‌های آموزشی برای ترویج نوآوری و تحول دیجیتال در گردشگری ورزشی فراهم‌سازی سازوکارهای به‌کارگیری ایده‌ها، استعدادها و توانایی‌ها دانشگاهی در زمینه تفریحات ورزشی استفاده از نوآوری باز با مشارکت مراکز خلاق و فناوری در کسب و کارهای گردشگری ورزشی بهبود ارتباط بین زنجیره تأمین و شبکه توزیع محصول و خدمات برای مقاصد گردشگری ورزشی
	در صنعت گردشگری ورزشی	در صنعت گردشگری ورزشی	نوآوری در روش‌های نیازسنجی مشتریان و تقاضا و فرصت‌شناسی بازار طراحی و امکان‌سنجی محصولات نو برای عرضه در بازار گردشگری و تفریحات ورزشی نوآوری در بسته‌بندی، توزیع و فروش خدمات مقصدهای گردشگری ورزشی تجاری‌سازی قابلیت‌های استفاده نشده در فضاهای ورزشی تفریحی با استفاده از نوآوری
	توانمندسازی کسب و کارهای گردشگری ورزشی	گردشگری ورزشی	استفاده از نوآوری و خلاقیت در برگزاری اردوهای تفریحی و تورهای گردشگری ورزشی به‌کارگیری ایده‌ها و طرح‌های نوین در خدمات تفریحی ورزشی تأمین انواع کالاهای تفریحی ورزشی (پوشاک، مواد تغذیه‌ای و...) جدید و به روز توسط کسب و کارهای تفریحی ورزشی نوآوری در امکانات و تجهیزات فعالیت‌های تفریحی ورزشی (دوچرخه و...)
	در نوآوری گردشگری ورزشی	نوآوری محصول و خدمات در کسب و کارهای گردشگری ورزشی	میزان اجرای سیستم الکترونیک و اتوماسیون شدن فرایندها و خدمات در مراکز گردشگری ورزشی تعداد فعالیت‌ها و اقدامات تحول و توسعه بستر دیجیتال در مراکز گردشگری ورزشی (توسعه وب سایت و...) استفاده از ابزارهای دیجیتال برای زمان بندی اجرای فعالیت‌ها (اجرای جلسات با گوگل کلندر و...) استفاده از بسترهای دیجیتال برای ارزیابی و نظارت عملکرد در مراکز گردشگری ورزشی به‌کارگیری ابزارهای دیجیتال برای مدیریت اطلاعات کسب و کارهای گردشگری ورزشی (مثل گوگل داکس و...)
دیجیتالی‌سازی سیستم کسب و کار در مقاصد گردشگری ورزشی	ظرفیت دیجیتال سیستم کسب و کارهای گردشگری ورزشی	ظرفیت مدیریت دیجیتال در کسب و کارهای گردشگری ورزشی	

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد مفهومی اولیه
		ظرفیت دیجیتال مالی کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی	استفاده از ابزارهای دیجیتال حسابداری و مدیریت مالی
			در مراکز گردشگری ورزشی
			میزان بودجه تعیین شده برای تأمین نیازهای دیجیتال حوزه گردشگری ورزشی
			میزان بازگشت سرمایه و تأمین مالی در سرمایه گذاری دیجیتال کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی (مانند بهبود درآمد و کاهش هزینه)
		بازاریابی و ارتباطات دیجیتال کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی	میزان استفاده از ابزارهای دیجیتال برای تبلیغات و بازاریابی
			استفاده از بستر دیجیتال برای فعالیت کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی در فضای رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی
			استفاده از محیط دیجیتال برای ارتباط با شرکا، تأمین کنندگان و حامیان
			میزان پذیرش و عدم مقاومت اعضای کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی برای محیط کار دیجیتال
		قابلیت دیجیتال سرمایه انسانی و اعضای کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی	میزان آموزش و یادگیری استفاده از ابزارهای دیجیتال در کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی سطح مهارت و توانایی کار با ابزارهای محیط دیجیتال اعضای مراکز گردشگری ورزشی
			تعداد افراد دارای تخصص کار با ابزارهای دیجیتال و شاغل در اجرا و پشتیبانی فعالیت‌های دیجیتال مراکز گردشگری ورزشی
دسترس پذیری محیط دیجیتال برای اعضای کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی مانند نرم‌افزارهای تخصصی (اپلیکیشن‌ها، هوش مصنوعی، ...)			
قابلیت تشخیص و رفع مشکلات دیجیتال در مراکز گردشگری ورزشی			
	زیرساخت دیجیتال مقاصد گردشگری ورزشی	قابلیت دیجیتال سیستم مراکز تفریحی ورزشی	به‌کارگیری سیستم اتوماسیون و میز خدمات الکترونیک (کارتابل اداری، سامانه‌های مشتریان ...)
			امنیت محیط دیجیتال برای فعالیت‌های کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی و اعضای آن
			افزایش تعداد مخاطبان و ذینفعان (ورزشکار، هوادار، مربی ...)
			استفاده کننده از بستر دیجیتال مراکز گردشگری ورزشی
		دیجیتالی شدن خدمات تفریحی ورزشی	استفاده از ابزارهای دیجیتال در برگزاری رویدادهای تفریحی ورزشی
			میزان خدمات تعریف شده برای ذینفعان در بستر الکترونیک
			تولید محتوای دیجیتال و برگزاری دوره‌های مجازی در بستر دیجیتال در مراکز گردشگری ورزشی
			بهره‌گیری از سیستم دیجیتال اطلاعات و داده‌محور مکانی و ...
		هوشمندسازی امکانات و اماکن گردشگری ورزشی	در مراکز گردشگری ورزشی
			بهینه‌سازی کاربری تجهیزات ورزشی با استفاده از ابزارهای دیجیتال
سطح امکانات اینترنت و اینترنت اشیا در مراکز گردشگری ورزشی و دسترسی اعضای آن			
هوشمندسازی اماکن ورزشی از طرق دیجیتال‌سازی مانن استفاده از نرم افزارهای انبارداری و تدارکات			
ارتقای کاربری فضاهای تفریحی ورزشی		بهبود ظرفیت کاربری فضاهای گردشگری ورزشی	بهره‌برداری از انواع فضاهای راکد و بدون استفاده ورزشی
			به روش‌های خلاق و متنوع
			تغییر کاربری فضاهایی مانند بخشی از یک پارک همجوار ورزشگاه برای استفاده ورزشی
			افزایش قابلیت استفاده مجدد و استفاده فضاها در فصول و روزهای سال
		توسعه کاربری فضاهای گردشگری ورزشی	شناخت شکاف بین کاربری موجود و مطلوب اماکن ورزشی
			افزایش سود و درآمد فضاهای ورزشی تفریحی و فضاهای ترکیب کاربردی با آنها
			نیازسنجی مشتریان برای خدمات ورزشی و توجه به نیازها و

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد مفهومی اولیه
			تقاضای متنوع انواع مخاطبان
		نوین‌سازی کاربری فضاهای گردشگری ورزشی	استفاده از فناوری رسانه‌ای و ارتباطی در فضاهای ورزشی تفریحی به‌روز نمودن کاربری‌ها و ارتقای کیفیت خدمات ورزشی به‌کارگیری سیستم هوشمند مدیریت اماکن ورزشی هوشمندسازی فضاهای ورزشی تفریحی با استفاده از فناوری‌های نوین
		استانداردسازی کاربری فضاهای گردشگری ورزشی	تکمیل فضاهای نیمه کاره و تکمیل کاربری ناقص و بازسازی فضاهای ورزشی تفریحی فرسوده و احیای کاربری راکد تداوم فضاهای با کاربری دارای میزان مشتری و متقاضی مناسب تشویق و حمایت مدیریت فضاهای ورزشی تفریحی به ترکیب کاربری استفاده از تجربیات نمونه‌های کاربری ترکیبی ورزشی در مقیاس‌هایی مشابه خارجی و داخلی استانداردسازی شاخص‌های کالبدی و عملکردی
	بهینه‌سازی کاربری فضاهای گردشگری ورزشی	ترکیب کاربری انواع فضاهای گردشگری ورزشی	ترکیب کاربری فضاهای روباز و سرپوشیده در مقاصد گردشگری ورزشی ترکیب کاربری فضاهای مصنوعی و طبیعی در مقاصد گردشگری ورزشی ترکیب کاربری فضاهای انواع فعالیت و رشته‌های ورزشی در مقاصد گردشگری ورزشی ترکیب کاربری فضاهای عمومی با فضاهای ورزشی تفریحی در مقاصد گردشگری ورزشی ترکیب دو یا چند بخش غیرهم سطح مانند طبقه بالا و پایین و همجوار دارای کاربری جدا ترکیب کاربری فرعی و اصلی مانند ترکیب یک رشته ورزشی و برخی فعالیت‌های جزئی مرتبط
ارتقای کاربری فضاهای تفریحی ورزشی		توزیع کاربری فضاهای گردشگری ورزشی	خوشه بندی کاربری فضاها بسته به مشتریان و تقاضا یکپارچه‌سازی انواع کاربری‌ها در فضاهای ورزشی تفریحی نسبت کاربری‌ها و نحوه توزیع آن‌ها در درون و بیرون فضاهای ورزشی تفریحی تناسب سرانه و توزیع فضاهای ورزشی تفریحی با تراکم جمعیتی و ساختمانی انعطاف‌پذیری فضاهای ورزشی تفریحی پس از اتمام میزبانی رویدادها برای محیط شهری
	ارتقای فنی کاربری اماکن تفریحی ورزشی	ضوابط فنی و مهندسی اماکن تفریحی ورزشی	رعایت کردن ضوابط اقلیمی و آب و هوایی در طراحی و ساخت زمینه‌ای ورزشی مکان‌یابی و جانمایی مناسب فضاهای ورزشی تفریحی جدید نوع معماری و سازه‌های بکار رفته در فضاهای ورزشی تفریحی ضرورت طراحی براساس منابع قابل تأمین از ساخت تا بهره‌برداری ضرورت تعارض فضاهای ورزشی تفریحی در هر دو دید افقی و عمودی اهمیت تقارن فضاهای ورزشی تفریحی در هر دو دید افقی و عمودی قابلیت سه‌بعدی سیستم مکان ورزشی
		تناسب ساختاری اماکن تفریحی ورزشی	الزام کاهش تاخیر و بهبود نظارت در فرایند بهره‌برداری فضاهای ورزشی تفریحی تناسب بین سازه‌های ساختمانی و تجهیزات در فضاهای ورزشی تفریحی استانداردهای امنیت و ایمنی فضاهای ورزشی تفریحی استانداردهای بهداشت و ارگونومی در فضاهای تناسب و سازگاری بین انواع کاربری‌های پیش‌بینی شده
	استانداردهای پایداری اماکن تفریحی ورزشی		استانداردهای زیست محیطی و توسعه پایدار فضاهای ورزشی تفریحی هم‌خوانی معماری فضاهای ورزشی تفریحی با سبک عمومی و منظره محیطی شهری همجوار

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد مفهومی اولیه
			انطباق با تراکم جمعیتی و سکونت منطقه محل احداث فضاها و تراکم اماکن و زیرساخت‌های همجوار در مناطق شهری مدیریت پسماند و کاهش مصرف انرژی فضاها و ورزشی تفریحی در ترکیب کاربری میزان رعایت ملاحظات اکولوژیکی در فضاها و گردشگری ورزشی و حومه آن‌ها
	قابلیت مدیریت برد	ظرفیت برد گردشگری مقاصد تفریحی ورزشی	ارتقای برد بالقوه و برد واقعی گردشگری در فضاها و ورزشی بهبود آستانه زیست محیطی و منابع برد گردشگری ورزشی مناطق افزایش سطح پذیرش در دوره‌های زمانی مختلف برای فضاها و گردشگری ورزشی
	مقاصد گردشگری		تنوع روش‌های برآورد حداکثر تعداد قابل قبول بازدیدکنندگان در مقاصد گردشگری ورزشی (روش دیداری، ضبط تصویری، منحنی هنجار اجتماعی و...) توانایی تخمین برد گردشگری به صورت بازدید میدانی و جمع‌آوری در فضاها و تفریحی ورزشی
	ورزشی	بهبود ارزیابی برد گردشگری مقاصد تفریحی ورزشی	قابلیت به‌کارگیری روش‌های مبتنی بر فناوری نوین در ارزیابی برد گردشگری فضاها و ورزشی
			افزایش بهره‌برداری از ظرفیت‌های اقتصادی و ارتقای رقابت‌پذیری صنعت و بازار گردشگری ورزشی رشد ارزش افزوده خدمات فضاها و ورزشی از طریق بهبود کاربری بهبود همکاری با تأمین کنندگان و شرکای تجاری و توسعه زنجیره تأمین و ارزش
		برد تجاری و اقتصادی مقاصد گردشگری ورزشی	ارتقای زنجیره ارزش و توسعه فروش خدمات و جذب مشتریان و متقاضیان ایجاد تناسب بین عرضه و تقاضای خدمات در فضاها و ورزشی رشد درآمدزایی و تأمین مالی کسب‌وکارها بهبود توان مالی مقاصد برای گسترش کسب‌وکار پایدارسازی اقتصادی و بهبود حاشیه امنیت مالی در کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی
توسعه برد گردشگری فضاها و تفریحی ورزشی			مدیریت منابع مالی و هزینه‌ها و مصرف منابع در مقاصد گردشگری ورزشی
	ارتقای ظرفیت برد مقاصد گردشگری ورزشی	رشد برد جمعیتی و مشارکتی مقاصد گردشگری ورزشی	افزایش دسترسی و ظرفیت پذیرش خدمات بیشتر برای متقاضیان و علاقمندان آن در منطقه کمک به ارتقای مشارکت‌پذیری و افزایش مشارکت و تعاملات ساکنان محلی در فضاها و ورزشی افزایش میزان بازگشت مشتریان و گردشگران انطباق رفتاری و اجتماعی (هنجارها، نگرش‌ها و...) بین ساکنان محلی و گردشگران ورزشی آستانه ظرفیت برد گردشگری با رعایت تحمل ساکنان و رضایت گردشگران دیدگاه ساکنان و میزبانان به تنوع فرهنگ رفتاری و حجم مصرفی گردشگران افزایش رضایت و مشارکت مشتریان و مشارکت‌کنندگان فضاها و ورزشی
	ارتقای برد فیزیکی و زیست محیطی مقاصد گردشگری ورزشی		شناخت نواحی پربازدید و استفاده از فضاها و ورزشی تفریحی توسط گردشگران میزان مساحت قابل استفاده و حضور گردشگران میزان تجهیزات و امکانات به ازای هر نفر سطح آسانی انتقال بین فضاها و مجموعه‌ها تفریح ورزشی افزایش سازگاری زیست محیطی فضاها و استانداردهای اماکن سبز در مقاصد گردشگری ورزشی آستانه پذیرش منطقه میزبان از منظر زیست محیطی و توجه به هشدارهای زیست محیطی در حومه مقاصد گردشگری ورزشی
			ظرفیت تحمل حضور گردشگران در فضاها و تفریحی ورزشی و حومه از نظر استفاده کارآمد از منابع کمک به ایجاد شکل پایدار از کاربری فضاها و ورزشی با توجه به الگوی توسعه منطقه‌ای گردشگری

- دیجیتالی‌سازی سیستم کسب‌وکار در مقاصد گردشگری ورزشی شامل مضامین اصلی؛ ظرفیت دیجیتال سیستم کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی و زیرساخت دیجیتال مقاصد گردشگری ورزشی تعیین شد.

- ارتقای کاربری فضاهای تفریحی ورزشی مشتمل بر مضامین اصلی؛ بهبود ظرفیت کاربری فضاهای گردشگری ورزشی، بهینه‌سازی کاربری فضاهای گردشگری ورزشی و ارتقای فنی کاربری اماکن تفریحی ورزشی می‌باشد.

- توسعه برد گردشگری فضاهای تفریحی ورزشی شامل مضامین اصلی؛ قابلیت مدیریت برد مقاصد گردشگری ورزشی و ارتقای ظرفیت برد مقاصد گردشگری ورزشی تعیین گردید.

در نهایت براساس مضامین مستخرج از کدگذاری چندمرحله‌ای شبکه مضامین پژوهش به صورت شکل زیر ترسیم گردید.

مضامین کلی شامل ۵ مضمون؛ پیشران‌های محیطی تحول دیجیتال در خدمات گردشگری ورزشی، ظرفیت سیستمی نوآوری در گردشگری ورزشی، دیجیتالی‌سازی سیستم کسب‌وکار در مقاصد گردشگری ورزشی، ارتقای کاربری فضاهای تفریحی ورزشی و توسعه برد گردشگری فضاهای تفریحی ورزشی بود. هر یک مضامین کلی شامل مضامین اصلی زیرمجموعه خود به شرح زیر است:

- مضمون کلی پیشران‌های محیطی تحول دیجیتال در خدمات گردشگری ورزشی شامل مضامین اصلی؛ ظرفیت-های اکوسیستم کارآفرینی و فناوری برای گردشگری ورزشی و چالش‌های زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در گردشگری ورزشی تعیین گردید.

- ظرفیت سیستمی نوآوری در گردشگری ورزشی مشتمل بر مضامین اصلی؛ ظرفیت‌سازی نوآوری در سطح صنعت و بازار گردشگری ورزشی و توانمندسازی کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی در نوآوری تعیین گردید.



شکل ۱. شبکه مضامین پژوهش (مضامین کلی، اصلی و فرعی)

Figure 1. Network of Research Themes (General, Main and Secondary themes)

پرداخته است. در ابتدا، دو عامل اصلی که به‌عنوان پیشران‌های محیطی شناخته شدند، ظرفیت‌های اکوسیستم کارآفرینی و فناوری در گردشگری ورزشی و چالش‌های

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به تبیین و تحلیل پیشران‌ها و چالش‌های محیطی در تحول دیجیتال خدمات گردشگری ورزشی

ظرفیت‌ها و فرصت‌های مؤثر در جذب گردشگران می‌تواند به تنوع جاذبه‌های گردشگری کشور کمک کرده و تجربیات جدیدی برای گردشگران فراهم آورد.

همچنین، شناخت چالش‌ها و محدودیت‌ها در این زمینه به شناسایی نقاط ضعف و تهدیدها در فضاهای ورزشی کمک می‌کند و مدیران و برنامه‌ریزان می‌توانند با استفاده از این اطلاعات به بهبود کاربری و افزایش جذب گردشگران پرداخته و نیازهای واقعی آنان را بهتر درک کنند. یکی از مصاحبه‌شونده‌های اشاره کرده است که "با توجه به چالش‌های محیطی متنوع و متعدد که امروزه اقتصاد ورزش و گردشگری ایران با آن‌ها مواجه است می‌توان از روش‌ها و ابزارهای نوین برای تعدیل هر کدام به صورت موردی اقدام نمود". نتایج تحقیقات پیشین نیز نشان می‌دهد که به‌طور مستمر شناسایی ظرفیت‌ها و چالش‌های محیطی برای کاهش تأثیرات منفی و افزایش تأثیرات مثبت صنعت گردشگری ورزشی از روندها و تحولات نوآوری و فناوری ضروری است (کیم و برامول، ۲۰۱۹). مشکلات مدیریتی و عدم هماهنگی بین نهادهای مختلف نیز می‌تواند به عدم بهره‌وری این فضاها و کاهش حضور گردشگران منجر شود. همچنین کمبود امکانات و خدمات مناسب برای گردشگران در بسیاری از فضاهای ورزشی مشاهده می‌شود. این کمبود می‌تواند شامل عدم وجود رستوران‌ها، فروشگاه‌ها، خدمات بهداشتی و امکانات تفریحی باشد.

همچنین، محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی ممکن است بر حضور گردشگران تأثیر منفی بگذارد و برخی فضاهای ورزشی را با چالش‌هایی مواجه کند. علاوه بر این عدم آگاهی و آموزش کافی در مورد اهمیت بهینه‌سازی فضاهای ورزشی و تأثیر آن بر گردشگری می‌تواند به عدم توجه به این موضوع منجر شود. رقابت با سایر جاذبه‌های گردشگری نیز یکی دیگر از چالش‌هاست، زیرا ایران دارای جاذبه‌های متنوعی است و فضاهای ورزشی ممکن است در این رقابت نتوانند جایگاه مناسبی پیدا کنند (علوی و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین شرایط اقتصادی و سیاسی کشور نیز می‌تواند بر سرمایه‌گذاری و توسعه فضاهای ورزشی تأثیر بگذارد و به چالش‌های بیشتری منجر شود. با

زمینه‌ای نوآوری و دیجیتال در این حوزه بودند. ظرفیت‌های اکوسیستم کارآفرینی و فناوری به محرک‌های درونی کسب‌وکارهای مقاصد گردشگری ورزشی و نیازهای صنعت و بازار گردشگری مربوط می‌شوند، در حالی که چالش‌های زمینه‌ای به محدودیت‌های جغرافیایی، موانع فنی، و مشکلات اقتصادی و تجاری در گردشگری ورزشی اشاره دارند. ظرفیت‌های اکوسیستم کارآفرینی و فناوری بر محرک‌های درونی کسب‌وکارهای مقاصد گردشگری ورزشی و الزامات صنعت و بازار گردشگری تأثیرگذارند، که در تحقیقاتی مانند هوکسهاج (۲۰۲۴) و بلاتو و همکاران (۲۰۲۳) به آن اشاره شده است.

چالش‌های زمینه‌ای شامل محدودیت‌های جغرافیایی، موانع فنی و سیستمی و مشکلات اقتصادی در گردشگری ورزشی است، که در پژوهش‌هایی همچون روچا و کاوو (۲۰۲۳) و نوبهار و همکاران (۱۴۰۳) مورد بحث قرار گرفته است. شناسایی این عوامل می‌تواند فضاهای تفریحی ورزشی را قادر سازد تا با بهره‌گیری از نوآوری و دیجیتال، به جاذبه‌های مهم گردشگری تبدیل شوند، که مشابه نتایج گونزالس (۲۰۱۹) در استفاده از بازاریابی دیجیتال برای جذب گردشگران است. همچنین، مشکلات مدیریتی و عدم هماهنگی میان نهادهای مختلف در برخی مطالعات داخلی (علوی و همکاران، ۱۳۹۷) و خارجی (دیویس، ۲۰۲۰) به‌عنوان یکی از عوامل محدودکننده بهره‌وری فضاهای ورزشی شناخته شده است.

این مشکلات می‌تواند به کمبود امکانات و خدمات مناسب در فضاهای ورزشی نیز منجر شود، همان‌طور که در پژوهش‌های گودرزی و شیرازبخت (۱۳۹۹) و دی مارتینی (۲۰۱۷) مشاهده می‌شود. علاوه بر این، محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، رقابت با سایر جاذبه‌های گردشگری و شرایط اقتصادی و سیاسی کشور از چالش‌های دیگری هستند که بر گردشگری ورزشی تأثیر می‌گذارند، همان‌طور که کیم و برامول (۲۰۱۹) و دیویس (۲۰۲۰) به این موضوعات پرداخته‌اند. شناسایی این عوامل به فضاهای تفریحی ورزشی کمک می‌کند تا از نوآوری و بستر دیجیتال برای تبدیل شدن به جاذبه‌های مهم گردشگری بهره‌برداری کنند. به‌علاوه، آگاهی از

فضاهای تفریحی ورزشی می‌توانند به‌عنوان مقصدهای گردشگری خلاق عمل کنند و با ایجاد شبکه‌ای از نوآوری، به بهینه‌سازی کاربری فضاها و توسعه این صنعت کمک نمایند.

در این بخش، اهمیت دیجیتال‌سازی سیستم کسب‌وکار در مقاصد گردشگری ورزشی در دو منظر ظرفیت دیجیتال سیستم کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی و زیرساخت دیجیتال مقاصد گردشگری ورزشی بررسی شد. از یک‌سو، ظرفیت دیجیتال سیستم کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی برای بهبود کاربری و افزایش برد گردشگری اهمیت زیادی دارد؛ زیرا تحول دیجیتال باید در تمامی ابعاد مدیریتی، مالی، بازاریابی، ارتباطات و قابلیت‌های انسانی کسب‌وکارها صورت گیرد. این تحول نیازمند بهره‌مندی از زیرساخت دیجیتال در مقاصد گردشگری ورزشی است، شامل قابلیت دیجیتال سیستم‌های مراکز، دیجیتال‌شدن خدمات و هوشمندسازی امکانات و اماکن ورزشی. همان‌طور که یکی از مصاحبه‌شونده‌ها اشاره کرد: "دیجیتال‌سازی مجموعه‌های تفریحی ورزشی مقوله‌ای چندبعدی است که باید هماهنگ و متناسب انجام شود تا به کاربری مناسب برسد." تحقیقات پیشین نیز بر این نکته تأکید دارند که شناسایی ابعاد دیجیتال‌شدن کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی برای تضمین حضور گردشگران، جذب سرمایه‌گذاری‌ها و تقویت زنجیره تأمین خدمات در این مجموعه‌ها ضروری است (آمر، ۲۰۱۹). زیرساخت دیجیتال و قابلیت دیجیتال در مقاصد گردشگری ورزشی می‌تواند به‌طور چشمگیری به بهبود کاربری فضاها و افزایش کیفیت خدمات کمک کنند و در نهایت موجب رشد حضور گردشگران و توسعه برد گردشگری در مجموعه‌های تفریحی ورزشی شوند.

همان‌طور که در تبیین تم‌های ذکر شده بیان شد، نوآوری و دیجیتال‌شدن باید در نهایت به ارتقای کاربری فضاهای تفریحی ورزشی در تمامی ابعاد آن کمک کنند، از جمله بهبود ظرفیت کاربری، بهینه‌سازی کاربری و ارتقای

توجه به این چالش‌ها، نیاز به برنامه‌ریزی دقیق و استراتژیک برای بهینه‌سازی فضاهای ورزشی و افزایش حضورپذیری گردشگران در ایران احساس می‌شود. این امر می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی و توسعه پایدار در کشور کمک کند. شناخت عوامل زمینه‌ای می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای آینده‌نگری و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی در زمینه ظرفیت‌سازی نوآوری و تحول دیجیتال در گردشگری و ورزش مورد استفاده قرار گیرد.

در این بخش، ظرفیت سیستمی نوآوری در گردشگری ورزشی شناسایی شد که به دو سطح ظرفیت‌سازی نوآوری در صنعت و بازار گردشگری ورزشی و توانمندسازی کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی در نوآوری تقسیم شد. ظرفیت‌سازی نوآوری در سطح صنعت و بازار گردشگری ورزشی به کارآمدسازی نظام حمایت از نوآوری در گردشگری و ورزش و شبکه‌سازی نوآوری در صنعت گردشگری ورزشی اشاره دارد، که در تحقیقات مشابه مانند شماعی و همکاران (۱۳۹۷) به آن پرداخته شده است.

توانمندسازی کسب‌وکارها شامل ارتقای قابلیت‌های نوآوری در فرایندها و نوآوری در محصول و خدمات است که می‌تواند به بهبود رقابت‌پذیری و جذب گردشگران بیشتر کمک کند. در این راستا، با توجه به رقابت فزاینده در مقاصد گردشگری ورزشی و رشد تقاضا، نیاز به رویکردهای نوآورانه به‌منظور ارائه تجربه‌های منحصربه‌فرد و بهبود کاربری فضاهای ورزشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به نقل از یکی از مصاحبه‌شونده‌ها، "ترویج نوآوری در صنعت گردشگری ورزشی باید در سطوح مختلف صنعت و کسب‌وکارها صورت گیرد تا پایدار و مؤثر باشد." همچنین، نوآوری در فرایندها و خدمات می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای ارتقای ارزش‌افزوده در فعالیت‌های تفریحی و ورزشی عمل کند، نقش مهمی در بهبود کیفیت خدمات و رضایت مشتریان دارد. نوآوری در بهبود کاربری این فضاها نه تنها موجب جذب گردشگران می‌شود، بلکه به ساکنان محلی نیز خدمات بهتری ارائه می‌دهد که در نهایت به توسعه برد گردشگری کمک می‌کند. در نتیجه،

در نهایت، به کارگیری نوآوری و ابزارهای دیجیتال برای ارتقای کاربری باید به توسعه برد گردشگری فضاهای تفریحی ورزشی منجر شود. توسعه برد گردشگری این مقاصد نیازمند دو قابلیت اصلی است: مدیریت برد مقاصد گردشگری ورزشی و ارتقای ظرفیت برد این مقاصد. قابلیت مدیریت برد گردشگری ورزشی به این معناست که بهبود ظرفیت برد گردشگری و ارزیابی آن در مقاصد تفریحی ورزشی صورت گیرد. همچنین، ارتقای ظرفیت برد مقاصد گردشگری ورزشی باید در تمامی ابعاد آن از جمله برد تجاری و اقتصادی، رشد برد جمعیتی و مشارکتی، و ارتقای برد فیزیکی و زیست‌محیطی مقاصد گردشگری ورزشی تحقق یابد. از آنجا که توسعه ظرفیت برد گردشگری نشان‌دهنده ظرفیت حضورپذیری فضاهای تفریحی ورزشی برای گردشگران، دسترسی به امکانات ورزشی و تمایل گردشگران به بازدید از این فضاها است، به ارزیابی، برآورد، مدیریت و مداخله در ابعاد اقتصادی، جغرافیایی و اجتماعی نیاز دارد. از منظر اجتماعی، برد گردشگری باید نیازها و خواسته‌های گردشگران را از طریق تحلیل رفتار، علایق و انتظارات آن‌ها از فضاهای ورزشی و تفریحی شناسایی کند (لادو و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین، برد گردشگری بیانگر وضعیت و دامنه جذب گردشگران، پذیرش خدمات، رویدادها و برنامه‌های تفریحی ورزشی است. بخش عمده‌ای از برد گردشگری در مشارکت جامعه محلی در زنجیره تأمین فضاهای ورزشی و تفریحی شکل می‌گیرد. از منظر اقتصادی و تجاری، اطلاعات جمع‌آوری شده از بازار و داده‌های مربوط به بازدیدکنندگان و نظرسنجی‌های رضایت‌سنجی می‌تواند به مدیران کمک کند تا نقاط قوت و ضعف فضاها و دامنه خدمات‌دهی و گردشگری‌پذیری آن‌ها را شناسایی و بهبودهای لازم را اعمال کنند (دیویس، ۲۰۱۹). در این میان، نوآوری و فناوری با تغییرات در کاربری فضاها و هدایت سلیقه و نیازهای گردشگران، فضاهای ورزشی را به گونه‌ای تغییر می‌دهند که مقاصد گردشگری بتوانند این نیازها را برآورده کرده و برد گردشگری خود را توسعه دهند.

از ترکیب مضامین شناسایی و تبیین شده شبکه مضامین و روابط بین تم‌ها تعیین شد. سازه مفهومی ترسیم شده با توجه به ماهیت موضوع، رویکرد تحلیل، شواهد محیطی، مبانی نظری، پیشینه پژوهش و کدگذاری انجام شد. در

فنی کاربری اماکن تفریحی ورزشی. بهبود ظرفیت کاربری فضاهای گردشگری ورزشی از طریق توسعه و نوین‌سازی کاربری این فضاها محقق می‌شود. همچنین، بهینه‌سازی کاربری فضاها مستلزم استانداردسازی و ترکیب کاربری انواع فضاها و توزیع کاربری فضاهای گردشگری ورزشی است. برای این منظور، ارتقای فنی کاربری اماکن تفریحی ورزشی باید از طریق ضوابط فنی و مهندسی اماکن، تناسب ساختاری و استانداردهای پایداری آن‌ها انجام گیرد. بهینه‌سازی کاربری فضاهای تفریحی ورزشی به‌عنوان یک راهبرد مؤثر برای توسعه پایدار شهری شناخته می‌شود که می‌تواند به بهبود کیفیت خدمات، رضایت مشتریان، افزایش کارایی استفاده از فضاهای موجود و کاهش اثرات زیست‌محیطی کمک کند (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۴). یکی از مصاحبه‌شوندگان نیز اشاره کرده است که "با استفاده از فضاهای موجود، از هدر رفت منابع و انرژی جلوگیری می‌شود و در رویکرد کاهش هزینه‌ها، بهینه‌سازی معمولاً هزینه کمتری نسبت به ساخت فضای جدید دارد." از منظر دیگری، بهینه‌سازی مبتنی بر نوآوری و فناوری به حفظ کیفیت و جذب مشتریان در مقصدها و فضاهای تفریحی ورزشی کمک می‌کند. تحقیقات نیز نشان می‌دهند که فضاهای تفریحی ورزشی بهینه‌سازی شده معمولاً جذاب‌تر، کارآمدتر و متناسب با نیازهای مشتریان هستند و به افزایش کیفیت خدمات کمک می‌کنند (دی مارتینی، ۲۰۱۷). با توسعه کاربری فضاها، می‌توان امکانات تفریحی ورزشی متنوعی را در یک مکان ایجاد کرد که پاسخگوی نیازهای مختلف افراد باشد و همچنین فضاهای جدید می‌توانند به‌عنوان مراکز گردشگری عمل کرده و به رشد صنعت گردشگری ورزشی کمک کنند. مطالعات نیز گزارش کرده‌اند که با بهبود مستمر کاربری فضاهای ورزشی و تفریحی، این فضاها به استفاده بهینه و جذابیت بیشتری دست می‌یابند و نیاز به هزینه‌های نگهداری کمتری دارند (داویس، ۲۰۲۰؛ گراتن، ۲۰۲۰). شناسایی این نیازها می‌تواند از طریق نظرسنجی‌ها، تحلیل داده‌های بازدیدکنندگان و بررسی وضعیت فعلی فضاها انجام شود.

تبیین این شبکه مفاهیم و روابط نظری بین تم‌های کلی، اصلی و فرعی می‌توان گفت که ظرفیت‌سازی نوآوری مبتنی بر بستر دیجیتال برای ارتقای کاربری و برد گردشگری فضاهای تفریحی ورزشی در منظر کلی یک فراگرد و چرخه نظام‌مند است. در منظر درونی نیز این شبکه مفاهیم جریان روابط و زنجیره عوامل؛ پیشران‌های محیطی تحول دیجیتال در خدمات گردشگری ورزشی، ظرفیت سیستمی نوآوری در گردشگری ورزشی، دیجیتالی‌سازی سیستم کسب‌وکار در مقاصد گردشگری ورزشی، ارتقای کاربری فضاهای تفریحی ورزشی و توسعه برد گردشگری فضاهای تفریحی ورزشی را نشان می‌دهد. این سازه مفهومی با مدل‌های تخصصی قبلی از نظر موضوعی و تئوری‌های مرجع مانند نظریه نوآوری باز، نظریه قابلیت‌های پویا و نظریه ظرفیت جذب انطباق مفهومی دارد از این رو می‌تواند به غنای ادبیات علمی در این زمینه کمک کند. همچنین یافته‌های مطالعات پیشین مانند روچا و کاوو (۲۰۲۳) و علیزاد گوهری و همکاران (۱۴۰۲) تأیید کننده تم‌های این سازه مفهومی هستند.

براساس چارچوب مفهومی ارائه شده، پیشنهاد می‌شود مطالعات تطبیقی برای شناسایی الگوهای موفق دیجیتالی‌سازی فضاهای تفریحی-ورزشی انجام شود. با توجه به ماهیت چندبعدی یافته‌ها، انجام پژوهش‌های ترکیبی (کیفی-کمی) برای سنجش تأثیر نوآوری‌های دیجیتال پیشنهاد می‌گردد. براساس تنوع مضامین شناسایی شده، طراحی ابزارهای تصمیم‌گیری هوشمند برای مدیران ضروری به نظر می‌رسد. با استناد به ضرورت ظرفیت‌سازی، تشکیل کارگروه‌های تخصصی سه‌جانبه (دانشگاه، صنعت و دولت) برای بومی‌سازی چارچوب پیشنهاد می‌شود. همچنین با توجه به نیازهای اجرایی، انجام پروژه‌های پایلوت در مناطق نمونه و بررسی تأثیرات اقتصادی-اجتماعی تحول دیجیتال از دیگر پیشنهادها این پژوهش است که می‌تواند به توسعه عملی یافته‌های تحقیق بینجامد. با توجه به ظرفیت تحلیلی چارچوب مفهومی پیشنهادی، می‌توان از این مدل برای شناسایی و

بررسی نمونه‌های موفق جهانی در زمینه نوآوری و تحول دیجیتال در فضاهای تفریحی-ورزشی استفاده نمود و عوامل کلیدی موفقیت آن‌ها را تحلیل کرد. همچنین به‌منظور تکمیل یافته‌های نظری این پژوهش، انجام مطالعات تجربی برای ارزیابی تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر گسترش حوزه نفوذ گردشگری ورزشی پیشنهاد می‌گردد. مجموعه مفاهیم استخراج شده در این تحقیق شامل ۵ مضمون کلان، ۱۱ مضمون محوری، ۲۹ زیرمضمون و ۱۳۵ کد پایه می‌تواند به‌عنوان مرجعی علمی برای پژوهشگران، برنامه‌ریزان و مدیران حوزه گردشگری ورزشی در جهت به‌کارگیری مؤثر فناوری‌های نوین مورد استفاده قرار گیرد. این چارچوب قابلیت کاربرد به‌عنوان ابزاری تحلیلی برای ارزیابی، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی را داشته و می‌تواند در شرایط کنونی کشور به ارتقای توان نوآوری و حل چالش‌های صنعت گردشگری ورزشی کمک نماید. درک روابط میان این عوامل به مدیران امکان مدیریت و هدایت مؤثرتر پیامدهای دیجیتالی‌سازی را خواهد داد. با توجه به کمبود منابع معتبر و مدل‌های تحلیلی کاربردی در این حوزه، استفاده از دیدگاه‌های تخصصی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه رویکردهای نوین مدیریتی در بستر دیجیتال گردد. چارچوب پیشنهادی این پژوهش با ارائه نگاهی نظام‌مند، درک جامع‌تری از فرآیند تحول دیجیتال در گردشگری ورزشی را برای تصمیم‌گیران فراهم می‌سازد. آگاهی مدیران از الزامات، مکانیزم‌ها و مزایای ظرفیت‌سازی دیجیتال بدون شک موجب افزایش اقبال آنان به بهره‌گیری از این راهبردها خواهد شد.

به صورت تخصصی‌تر؛ براساس تم چالش‌ها و مؤلفه‌های آن پیشنهاد می‌شود تا با مطالعات دانشگاهی و سازمانی، محرک‌های رسانه‌ای، مطالبات پژوهشگران و فعالان رسانه‌ای در حوزه گردشگری، شناسایی و تعدیل چالش‌های صنعت گردشگری به‌گفت‌وگو و اولویت‌های اجرایی در درون و بین نهادهای متولی و ذی‌نفع این حوزه تبدیل شود. همچنین براساس تم ظرفیت‌سازی سیستمی

مفهومی به میزان بالایی تخصصی‌سازی شده است. علاوه بر این مدل مفهومی ارائه شده دارای سطح‌بندی و روابط نظری است.

این پژوهش نیز مانند سایر پژوهش‌ها دارای برخی محدودیت‌ها بود که تیم تحقیق سعی نمود تا حد ممکن آن‌ها را تعدیل نماید. یکی از چالش‌های اصلی این پژوهش، کمبود منابع اطلاعاتی و مطالعات مرتبط در سطح ملی و بین‌المللی بود که با راهکارهایی مانند نمونه‌گیری هدفمند از تحقیقات پیشین و انجام مصاحبه با متخصصان تا حدی برطرف شد. همچنین، جهت کاهش سوگیری‌های احتمالی ناشی از دیدگاه‌های شخصی مصاحبه‌شوندگان، در هر حوزه تخصصی حداقل از دو کارشناس استفاده گردید. با توجه به این محدودیت‌ها، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به انجام مطالعات موردی در حوزه گردشگری و تفریحات ورزشی ایران پرداخته تا داده‌های کمی و کاربردی برای غنی‌سازی ادبیات این حوزه فراهم شود. علاوه بر این، انجام نظرسنجی‌های گسترده از ذینفعان مختلف شامل مدیران، اساتید دانشگاه، کارکنان و گردشگران می‌تواند به درک جامع‌تری از این موضوع منجر گردد.

نوآوری در صنعت گردشگری ورزشی و مؤلفه‌های آن پیشنهاد می‌شود مقررات، قوانین، اسناد و برنامه‌های صنعت گردشگری با هدف ظرفیت‌سازی نوآوری در کسب‌وکارها بازنگری شود و به بخشنامه‌های سازمانی تعریف و ابلاغ شود. علاوه بر این پیشنهاد می‌شود مدیران صنعت گردشگری ورزشی به ظرفیت‌سازی و نوآوری فراتر از یک دانش نظری به‌عنوان یک راهبرد اجرایی توجه کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود ظرفیت‌های نوآوری آن به صورت عملیاتی و اجرایی برای سیاست‌گذاران و مدیران کشور تعریف و تبیین شود تا در اولویت برنامه‌های کلان توسعه قرار گیرد.

نوآوری پژوهش از چند جنبه قابل توجه است. نخست اینکه نوآوری در طراحی مدل ظرفیت‌سازی نوآوری دیجیتال برای ارتقای کاربری و برد گردشگری است که به‌طور خاص برای کسب‌وکارها و فضاهای تفریحی ورزشی توسعه یافته است. این مدل به‌جای استفاده از مفاهیم عمومی، به مؤلفه‌های تخصصی و شرایط خاص زمینه‌ای توجه دارد تا بتواند به کسب‌وکارها کمک کند تا به‌طور مؤثرتر به چالش‌ها و تغییرات پاسخ دهند. نظر مفاهیم شناسایی شده دارای جامعیت بیشتری نسبت به مطالعات قبلی است. همچنین مفهوم‌سازی و کدگذاری

References

- Ahmad, N., Youjin, L., & Hdia, M. (2022). The role of innovation and tourism in sustainability: why is environment-friendly tourism necessary for entrepreneurship? *Journal of Cleaner Production*, 379, 134799. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134799>
- Ahmadi, H., Shokri, H. & Kohzadi Seifabad, O. (2024). Explaining the components of optimizing low-use urban areas based on urban morphological dimensions, a case study: the central space of Ahvaz city. *Quarterly Journal of Urban Ecology Research*, 15(2), 35. <https://doi.org/10.30473GRUP.2023.59906.2641> (In Persian)
- Alavi, S.A., Ahmadiabadi, A., Molaei Gholichi, M., & Asadi, S. (2018). Investigation and analysis of the distribution pattern of sports centers and its spatial organization (case study: District 10 of Tehran city). *Regional Geography and Urban Planning*, 8(28), 1732. <https://doi.org/10.22111/GAIJ.2018.4143> (In Persian)
- Alizad Gohari N., Shahedi B., & Ahmadi F. (2023). Analysis of spatial components affecting the presence of commercial spaces based on informal relationships; Case study: Isfahan Bazaar. *Role of the World - Theoretical Studies and New Technologies of Architecture and Urban Planning*. 13(3), 30- <https://doi.org/bsnt.modares.ac.ir/article-2-68373-en.html50>. (In Persian)
- Amore, A. (2019). *Tourism and urban regeneration: Processes compressed in time and space*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429460159>
- Ashouri Taghi, Kalateh-e-Sifari M., & Ghezelsaflo H. (2024). Sports use in Sari city from the perspective of creative city strategy. *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*. 24 (75), 416-440. <https://doi.org/10.52547/jgs.23.70.3902> (In Persian)

- Barna, M., & Biletska, I. (2021). Strategic Management of Innovation Development of Tourism Businesses: Multi-Systematic Approach. *Quality-Access to Success*, 22(180).
- Belali Oskouei, A. & Dehghan, S. (2019). Explaining the effective components in redesigning cultural-historical spaces in line with the development of the urban tourism industry with a case study of the historical and cultural heritage of Urmia city. *Quarterly Journal of Geography (Regional Planning)*, 9(37), 377-396. <https://doi.org/10.1001.1.22286462.1398.10.37.21.0> (In Persian)
- Abad gardens located in Shiraz with the approach of improving the presence of citizens. *Mehrishteh*, 3(16). <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376> (In Persian)
- Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2023). Regenerative tourism: a conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 25(4), 1026-1046 <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>
- Broshi-Chen, O., & Mansfeld, Y. (2021). A wasted invitation to innovate? Creativity and innovation in tourism crisis management: A QC&IM approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 272-283. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.01.003>
- Cuomo, M. T., Tortora, D., Foroudi, P., Giordano, A., Festa, G., & Metallo, G. (2021). Digital transformation and tourist experience co-design: Big social data for planning cultural tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120345. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120345>
- Davies, L. E. (2016). A wider role for sport: Community sports hubs and urban regeneration. *Sport in society*, 19(10), 1537-1555. <https://shura.shu.ac.uk/id/eprint/13249>
- Davis, J. (2019). Futurescapes of urban regeneration: ten years of design for the unfolding urban legacy of London's Olympic Games, 2008–2018. *Planning Perspectives*. <https://doi.org/10.1080/02665433.2018.1541757>
- De Martini Ugolotti, N. (2017). 'We are rolling and vaulting tonight': sport programmes, urban regeneration and the politics of parkour in Turin, Italy. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 9(1), 2540. <https://doi.org/10.1080/19406940.2016.1263234>
- Dias, Á., Silva, G. M., Patuleia, M., & González-Rodríguez, M. R. (2023). Developing sustainable business models: Local knowledge acquisition and tourism lifestyle entrepreneurship. In *Knowledge Management, Organisational Learning and Sustainability in Tourism* (pp. 37-56). Routledge. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835931>
- Đurkin Badurina, J., Perić, M., & Vitezić, V. (2021). Potential for the regeneration of rural areas through local involvement in the organisation of sport events. *Managing sport and leisure*, 26(5), 377-394. <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1829990>
- Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2020). Creative tourism development models towards sustainable and Regenerative Tourism. *Sustainability*, 13(1), <https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Elshaer, A. M., & Marzouk, A. M. (2024). Memorable tourist experiences: the role of smart tourism technologies and hotel innovations. *Tourism Recreation Research*, 49(3), 445-457. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2027203>
- Goodarzi, R., & Shirazbakht, F. (2020). Evaluation and comparison of the tourism status of Eram, Jahan Nama, and Afif https://jsaud.sru.ac.ir/article_1812_4eb5d9be3ce232a71ce7f6a781d4a59d.pdf
- Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2020). Sport and economic regeneration in cities. In *Culture-Led Urban Regeneration* (pp. 141-155). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315878768-8>
- Henderson, J. C. (2017). *Sports events, tourism, development and regeneration: A perspective from Gulf States of Abu Dhabi, Dubai and Qatar*. In *Sport, Events, Tourism and Regeneration* (pp. 9-23). <https://www.taylorfrancis.com/>

- Higgins-Desbiolles, F. (2020). The “war over tourism”: challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(4), 551-569. <https://doi.org/10.1177/0193841X231189805>
- Hoxhaj, I. (2024). Improving the Livability of Contemporary Cities the Role of Sports Infrastructure in Urban Regeneration. In *Inclusive cities and regions. Territoires inclusifs*. 14^o Biennale of European Town and Town Planners (pp. 190-192). INU Edizioni.
- Jahani, D., Haghi, Y., Moeini-Nasab, M. & Telguoy Bege Jan, F. (2024). Destination planning of sports tourism with the approach of strengthening tourists' loyalty to the destination (case study: Neor Ardabil Protected Area). *Economic Geography Research*, 5(15), 54-66. <https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2023295.1151> (In Persian)
- Kim, S., & Bramwell, B. (2019). Boundaries and boundary crossing in tourism: A study of policy work for tourism and urban regeneration. *Tourism Management*, 75, 78-89. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.019>
- King, C., Chen, N., & Funk, D. C. (2015). Exploring destination image decay: A study of sport tourists' destination image change after event participation. *Journal of hospitality & tourism research*, 39(1), 331. <https://doi.org/10.1177/1096348012461547>
- Ladu, M., Balletto, G., & Borruso, G. (2019). Sport and the city, between urban regeneration and sustainable development The Cagliari case study. *TEMA*, 12(2), 157-164.
- Mahmoudi Pati, F. (2024). Presenting an integrated process model for evaluating tourism as a tool for urban optimization. *Urban Tourism Journal*, 11(1), 77-99. <https://doi.org/10.22059/JUT.2024.369062.1174> (In Persian)
- Mahmoudi Safidkouhi, A., & Talakian, R. (2018). Physical optimization of urban neighborhoods with a social sustainability approach (case study: Sadat neighborhood of Babolsar). *Modern Research in Geographical Sciences, Architecture and Urban Planning*, 12(2), 39-66. <https://doi.org/10.22034/GP.2021.42922.2744> (In Persian)
- Nobahar Ghezeltjeh, R., & Hakimi, H. (2024). Investigating the role of transportation-oriented development (TOD) in optimizing urban land use (case study: Saat Square Metro Station, Tabriz City (Line 1). *Spatial Planning*, 13(4), 23-46. <https://doi.org/10.22108/SPPL.2023.137313.1719> (In Persian)
- Park, H., Lee, M., & Back, K. J. (2023). A critical review of technology-driven service innovation in hospitality and tourism: current discussions and future research agendas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(12), 4502-4534. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2022-0875>
- Pirbabaie, M.T. & Bahalohoureh, F. (2023). Optimization of the cultural basis of historical space with an emphasis on attracting tourists (case study: Khaghani axis of Tabriz). *Quarterly Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies*, 4(2), 52-73. (In Persian)
- Pourahmad A., Ziari K. & Hosseini A. (2015). Optimization of worn-out urban spaces with emphasis on leisure spaces (case study: Qeytariyeh neighborhood, Tehran). *Spatial Planning and Geomatics*. 19(3), 138. <https://doi.org/10.30488/GPS.2019.85830> (In Persian)
- Pourahmad, A., Hamidi, A., Hataminejad, H., & Zanganeh Shahraki, S. (2022). Review and analysis of the qualitative content of the theoretical foundations of urban optimization. *Iranian Islamic City Studies*, 12(47), 117. <https://doi.org/10.22034/ijumes.2024.2032850.1225> (In Persian)
- Rasoul Nazi, S., Naghibi, F., Khosronia, M. (2022). Investigating the role of public and local capacities in optimizing urban underutilized space (case study: dilapidated space of Urmia). *Human Geography Research*, 54(1), 131-154. <https://doi.org/10.22059/JHGR.2020.305401.1008135> (In Persian)
- Ratten, V. (2020). Coronavirus (covid-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(5), 503-516. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1790167>
- Rocha, C. M., & Cao, G. (2023). Impacts of urban regeneration on small business in preparation to host the Beijing 2022 winter Olympic Games. *Sport in Society*, 26(6), 985-1002.

- Roustaei, M., Pourahmad, A., Marsousi, N. & Ali Akbari, E. (2020). Mixed-use pattern in underutilized spaces of the 18th district of Tehran and its role in sustainable neighborhood optimization. *Geography and Environmental Sustainability (Geographical Research)*, 10(37), 39-52. <https://doi.org10.22126/GES.2021.5816.2304> (In Persia)
- Shamai, A., Rezapourmirsaleh, H., & Movahed, A. (2018). Analysis of the role of optimizing the old space of Ardakan city in the development of urban tourism. *Iranian Islamic City Studies*, 9(34), 59-71. (In Persian)
- Taghizadeh, S. & Andalib, A. (2020). *Assessing the priority of effective strategies in optimizing the northern area of Naghshe Jahan Square in Isfahan with a focus on tourism development*. Shabak, 6(5), (56 consecutive issues), 77-90. <https://www.magiran.com/p2750041> (In Persian)
- Wang, M. Y., Li, Y. Q., Ruan, W. Q., Zhang, S. N., & Li, R. (2024). Influencing factors and formation process of cultural inheritance-based innovation at heritage tourism destinations. *Tourism Management*, 100, 104799. <https://doi.org10.1016/j.tourman.2023.104799>
- Wise, N., & Perić, M. (2017). Sports tourism, regeneration and social impacts: New opportunities and directions for research, the case of Medulin, Croatia. *Tourism in the city: Towards an integrative agenda on urban tourism*, 311-320. https://doi.org/10.1007/978-3-319-26877-4_22
- World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *Tourism and COVID-19: Impact and Recovery*. <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>
- Yan, P. (2020). Business fixed investment of Chinese manufacturing firms in the post-financial crisis era. *China Economic Journal*, 13(1), 109-121. <https://doi.org/10.1080/17538963.2019.1700630>
- Zembri-Mary, G., & Engrand-Linder, V. (2023). Urban planning law in the face of the Olympic challenge: Between innovation and criticism of exceptional urban regeneration. *Local Economy*, 38(4), 369-388. <https://doi.org10.1177/02690942231216045>