

Effective Factors in Development of Creative Sports Tourism Based on Intangible Cultural Heritage

Reza Heydari¹ , Mohammad Keshtidar² , Seyed Morteza Azimzadeh³ , Mahdi Talebpour⁴ , Haywantee Ramkissoon⁵ 

1. Department of Sport Tourism and Health, Faculty of Tourism, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: reza.heydari737@ut.ac.ir
2. Corresponding Author, Department of Sport Management and Motor Behavior, Faculty of Sport Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. E-mail: keshtidar@um.ac.ir
3. Department of Sport Management and Motor Behavior, Faculty of Sport Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Iran. E-mail: mortezaazimzade@um.ac.ir
4. Department of Sport Management and Motor Behavior, Faculty of Sport Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. E-mail: mtalebpour@um.ac.ir
5. Center for Hotel and Contemporary Tourism and Center for Business Improvement, College of Commerce, Law and Social Sciences, Derby School of Business, Derby University, Derby, UK. E-mail: h.ramkissoon@derby.ac.uk

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

11 May 2022

Received in revised form:

10 June 2022

Accepted:

19 November 2022

Published online:

21 June 2024

Keywords:

*Sports Tourism,
Creative Tourism,
Sports Heritage,
Intangible cultural heritage,
Pahlevani and Zurkhaneh
Sports*

ABSTRACT

Introduction: Pahlevani and zurkhaneh sports as an intangible Iranian cultural heritage can create a special capacity for development of creative sports tourism in Iran. Therefore, the purpose of this study was to identify the factors affecting the development of creative sports tourism based on intangible cultural heritage.

Methods: The present research is applied research in terms of purpose and descriptive-analytical research in terms of nature. The data of this research were also collected in the field. Also, this research is one of the qualitative researches that used the method of data theory and Glaser approach. Library studies along with interviews were the main method of data collection in the present study.

Results: Based on the results of the factors affecting the development of creative tourism based on intangible cultural heritage, 108 concepts (codes), 13 categories and 2 dimensions were classified. Accordingly, political, economic, social and cultural factors, technology and technology, legal and governance and environmental subset of external factors and management factors, human resources, infrastructure, education and research, international interactions, marketing and tourist attractions were identified as internal factors in this study.

Conclusion: It can be concluded that the thirteen factors identified in this study each play an important role in development of this sector of tourism and officials and decision makers in this area can use benefit from the results of this research in order to develop tourism in general and creative tourism and sports tourism in particular.

Cite this article: Heydari, R. Keshtidar, M. Azimzadeh, S. M. Talebpour, M. Ramkissoon, H. (2024). The effective factors in the development of creative sports tourism based on intangible cultural heritage. *Sport Management Journal*, 16(2), 5-25.

[DOI:http://doi.org/10.22059/JSM.2022.342922.2947](https://doi.org/10.22059/JSM.2022.342922.2947).



Journal of Sport Management by University of Tehran Press is licensed under [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) | web site: <https://jsm.ut.ac.ir/> | Email: jsm@ut.ac.ir.

Extended Abstract

Introduction

Creative tourism as a sustainable form of tourism provides the basis for the development of creative capacities through the active participation of tourists in courses and special learning experiences in a tourist destination. One of the tourist attractions in any region that can create potential for the development of creative tourism are sports that are known as a heritage and are a manifestation of the culture and identity of a region. Pahlevani and zurkhaneh sports as an intangible Iranian cultural heritage, which is a UNESCO World Heritage Site, can create a special capacity for the development of creative tourism in Iran. Therefore, the purpose of this study was to identify the factors affecting the development of creative sports tourism based on intangible cultural heritage.

Methods

The present research is applied research in terms of purpose and descriptive-analytical research in terms of nature. The data of this research were also collected in the field. Also, this research is one of the qualitative researches that used the data theory method of foundation and Glaser approach. The statistical population of the research consisted of all professors, university experts and senior managers in the field of sports, tourism and Pahlevani and zurkhaneh. Of these, 20 people were purposefully selected as a statistical sample in the interview section. Library studies and interviews along with interviews were the two main tools for gathering information in the study. After completing the interview and recording and coding the collected materials from interviews with experts and experts and extracting items, concepts, categories and dimensions, and after ensuring the validity, all the final codes and categories, in the ATLAS Ti software network environment were entered to obtain a qualitative research model. Also, in order to control the objectivity (reliability of the findings), the reliability method between the two coders was used. For this purpose, from the interviews conducted, four interviews were selected and coded by two researchers. Reliability between the two coders for the interviews in this study was 78.37%, which due to the fact that the reliability is more than 60%, so the reliability of the coder was confirmed. Also, at the end, to validate the findings, the results were provided to several interviewees in the form of tables and reports, and the results were approved by them after review.

Results

Based on the research results, finally 108 concepts were identified, which are in two main dimensions of external

and internal factors and 13 factors including political, economic, social and cultural factors, technology and technology, legal and governance and environmental, management factors, Human resources, infrastructure, education and research, international interactions, marketing and tourist attractions were categorized.

Conclusion

In general, according to the results of research and discussions, it can be concluded that the formation and development of creative tourism based on Pahlevani and zurkhaneh sports, which is an attractive field of tourism, is affected. There are various external and internal factors. The thirteen factors identified in this study each play an important role in the development of this sector of tourism and officials and decision makers in this area can use the results of this study to benefit from tourism development in general and creative tourism and sports tourism in particular. Accordingly, it is suggested that officials and those in charge of sports tourism to reduce and neutralize the effect of sanctions, threats and negative propaganda of foreign countries against Iran, attract domestic and foreign investors and provide incentives to investors. For the development of infrastructure and facilities, increase the level of public awareness and culture in the field of travel and creative tourism based on Pahlevani and zurkhaneh sports, development of new technology and information infrastructure in creative sports tourism destinations, Creating supportive and facilitating laws, compiling a strategic document for the development of creative sports tourism, training specialized personnel, creating the necessary infrastructure and facilities, holding courses and workshops for empowering human resources related to the creative tourism-based tourism sector Pahlevani and zurkhanehs, liaising with international organizations in the field of creative tourism education and media coverage of various Pahlevani and zurkhaneh sports programs from provincial, national and international networks International to take the necessary measures. Researchers are also suggested to study the role of other heritage sports in the country on the development of sports tourism in their future research and to have comparative studies with this research and other similar researches in this field.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: All principles of ethics in research have been observed in this study.

Funding: The research was done without using financial resources.

Authors' contribution: All authors contributed to the present article.

Conflict of interest: The authors have no conflicts of interest.

Acknowledgments: This research was done with the cooperation of research participant. Also, from the guide of the world, the great and high-ranking God, to all those who accompanied the author on the path of this research, whether or not, he wishes victory and pride.



مدیریت ورزشی



عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس

رضا حیدری^۱، محمد کشتی‌دار^۲، سید مرتضی عظیم‌زاده^۳، مهدی طالب‌پور^۴، هایوانتی رامکیسون^۵

۱. گروه گردشگری ورزشی و سلامت، دانشکده گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: reza.heydari737@ut.ac.ir

۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: keshtidar@um.ac.ir

۳. گروه مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: mortezaazimzade@um.ac.ir

۴. گروه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: mtalebpour@um.ac.ir

۵. مرکز هتلداری و گردشگری معاصر و مرکز بهبود تجارت، کالج تجارت، حقوق و علوم اجتماعی، مدرسه کسب‌وکار دربی، انگلستان. رایانامه: h.ramkissoon@derby.ac.uk

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	مقدمه: ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای به‌عنوان یک میراث فرهنگی ناملموس ایرانی می‌تواند ظرفیت ویژه‌ای را برای توسعه گردشگری ورزشی خلاق در ایران ایجاد کند. از این‌رو هدف از این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس بود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۰	روش پژوهش: پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی است و داده‌های پژوهش نیز به‌صورت میدانی جمع‌آوری شد. همچنین این پژوهش از انواع پژوهش‌های کیفی است که از روش نظریه داده‌بنیاد و رویکرد گلیزری بهره گرفته شد. مطالعات کتابخانه‌ای به‌همراه مصاحبه روش اصلی جمع‌آوری اطلاعات در پژوهش حاضر بود.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۱۱/۲۵	یافته‌ها: بر اساس نتایج عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس در ۱۰۸ مفهوم (کد)، ۱۳ مقوله و دو بعد دسته‌بندی شدند. بر این اساس عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، فناوری و فنآوری، قانونی و حکمرانی و زیست‌محیطی زیرمجموعه عوامل بیرونی و عوامل مدیریت، منابع انسانی، زیرساخت، آموزش و پژوهش، تعاملات بین‌الملل، بازاریابی و جاذبه‌های گردشگری به‌عنوان عوامل درونی شناسایی شدند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۸	نتیجه‌گیری: در نهایت می‌توان نتیجه گرفت عوامل سیزده‌گانه شناسایی شده در این تحقیق هریک در جایگاه خود نقش بسزایی در توسعه این بخش از گردشگری دارند و مسئولان و تصمیم‌گیران این حوزه می‌توانند با بهره‌گیری از نتایج این تحقیق در راستای توسعه گردشگری به‌صورت عام و گردشگری خلاق و گردشگری ورزشی به‌صورت خاص بهره‌مند شوند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱/۲۵	کلیدواژه‌ها: گردشگری میراث ورزشی، گردشگری خلاق، میراث ورزشی، میراث فرهنگی ناملموس، ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای.

استناد: حیدری، رضا؛ کشتی‌دار، محمد؛ عظیم‌زاده، مرتضی؛ طالب‌پور، مهدی؛ رامکیسون، هایوانتی (۱۴۰۳). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس. نشریه مدیریت ورزشی، (۲) ۱۶، ۲۵-۵.

DOI:<http://doi.org/10.22059/JSM.2022.342922.2947>

این نشریه علمی رایگان است و حق مالکیت فکری خود را بر اساس لایسنس کپی‌رایت کامنز (CC BY-NC 4.0) به نویسندگان

واگذار کرده است. | آدرس نشریه: <https://jsm.ut.ac.ir/> | ایمیل: jsm@ut.ac.ir

© نویسندگان.



ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به دلیل افزایش رقابت ملی و بین‌المللی و اشباع بازارها به ارائه محصولات خلاقانه و نوآورانه نیاز دارد (ماراکو و مدووا، ۲۰۱۶). همان‌طور که در گزارش یونسکو هم مورد تأکید قرار گرفته است، گردشگران امروزی فرهیخته‌تر شده و به دنبال سرمایه‌های فرهنگی و کسب آگاهی‌ها و تجارب منحصر به فرد و جدید در زندگی هستند تا بهترین استفاده را از اوقات فراغت خود ببرند (رحیمی و پازند، ۲۰۱۶). در این زمینه بسیاری از مقاصد گردشگری به دنبال گذر از گردشگری سنتی‌اند و در این مسیر گذر از گردشگری سنتی به سمت گردشگری مدرن و نوین با چالش ایجاد جاذبه‌های جدید برای گردشگران مواجه‌اند تا بتوانند تقاضای ویژه گردشگران خاص را فراهم کنند (بسته‌نگار و حسنی، ۲۰۱۸). در واقع با توجه به تغییرات اساسی در عرضه و تقاضا، گردشگری باید در مسیر خلاقیت قرار گیرد؛ چنانکه صاحب‌نظران به این باور رسیده‌اند که پایداری گردشگری در گرو گردشگری خلاق است. صاحب‌نظران گردشگری خلاق را سفری هدایت‌شده به سمت تجربه‌های منتخب و اصیل به همراه یادگیری مشارکتی در هنر، میراث فرهنگی یا ویژگی خاص یک مکان تعریف می‌کنند (بسته‌نگار، ۲۰۱۷). ریچاردز (۲۰۱۱) اعتقاد دارد که بین خلاقیت و گردشگری همگرایی شدیدی وجود دارد که در زندگی روزمره نهفته است. تمامی این عوامل صنعت گردشگری را به سوی نسل سوم گردشگری یعنی گردشگری خلاق سوق می‌دهد، زیرا می‌تواند نیازهای عصر حاضر در سمت عرضه و تقاضای گردشگری را پاسخ دهد. در واقع گردشگری خلاق به‌عنوان نسل سوم گردشگری با شعار «موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر» بر انجام تعاملات عمیق‌تر با زندگی واقعی فرهنگی در جوامع میزبان و فعالیت‌های تجربی تمرکز دارد (بسته‌نگار، ۲۰۱۷).

گردشگری خلاق به‌عنوان شکل پایداری از گردشگری زمینه توسعه ظرفیت‌های خلاق را از طریق مشارکت فعال گردشگران در دوره‌ها و تجارب یادگیری خاص در یک مقصد گردشگری فراهم می‌سازد (هورنگ و همکاران، ۲۰۱۶). ریچاردز و ویلسون (۲۰۰۷) در زمینه گردشگری خلاق عنوان می‌کنند که این نوع گردشگری به‌صورت عمیق گردشگران را درگیر چشم‌انداز فرهنگی مقصد گردشگری می‌سازد، به طوری که گردشگران به‌صورت مستقیم در فعالیت‌های گوناگون آن مقصد مانند آشپزی، صنایع دستی، ورزش، هنر و سایر فعالیت‌های خلاقانه مشارکت می‌کنند. بدین ترتیب راهبردهای توسعه فرهنگ محور و خلاقانه، راه جدیدی برای رسیدن به تجارب جدید گردشگری فراهم ساخته‌اند (بسته‌نگار و حسنی، ۲۰۱۸). مقاصد گردشگری خلاق بر جنبه‌های فرهنگی و هنری، متناسب با نیازها و توانایی‌های بالقوه یک کشور یا منطقه تأکید دارند که امکان توسعه گردشگری خلاق در ایران با توجه به اینکه از تنوع فرهنگی و خرده‌فرهنگ‌های متعدد، پیشینه غنی تاریخی و آثار هنری محلی و صنایع دستی اصیل، متنوع و با کیفیت و همچنین انواع میراث‌های فرهنگی سود می‌برد، به بهترین حالت ممکن وجود دارد (صفایی‌پور و جعفری، ۲۰۲۱). ایران توانایی رقابت مؤثر در بازار گردشگری متعلق به عصر صنعتی با نمودهایی مانند مراکز خرید و فروشگاه‌های بسیار بزرگ، پارک‌های موضوعی و تولیدات انبوه محصولات گردشگری را به دلایل متعددی مانند مسائل سیاسی، قانونی، اعتقادی و کمبود زیرساخت‌های لازم ندارد. با توجه به این موارد، بهترین راه برای کشوری مانند ایران با این ظرفیت فرهنگی در راستای توسعه گردشگری توجه ویژه به گردشگری خلاق است (امینی، ۲۰۱۷). یکی از جاذبه‌های گردشگری در هر منطقه که می‌تواند پتانسیلی را برای توسعه گردشگری خلاق ایجاد کند، ورزش‌هایی هستند که به‌عنوان یک میراث شناخته می‌شوند و نمودی از فرهنگ و هویت یک منطقه هستند.

ورزش به‌طور فزاینده‌ای به بخش مهمی از گردشگری به‌صورت عام و گردشگری میراث به‌صورت خاص تبدیل شده است و به‌صورت ویژه از نظر ایجاد مقصدهای گردشگری ورزشی برای گردشگرانی که به دنبال تعامل و در هم آمیختن با فرهنگ‌های ورزشی و تاریخ ورزشی‌اند، در حال پیش‌روی است. در واقع گردشگری ورزشی هرگونه سفر از محل اقامت با انگیزه و هدف ورزشی تعریف می‌شود که میراث‌های ورزشی یکی از آن انگیزه‌ها برای گردشگران است (رامشاو و گامون، ۲۰۱۵). به همین ترتیب، درحالی که گردشگران

¹ Maráková & Medved'ová

² Richards & Wilson

به دنبال آمیختن با نمایش‌های اصیل فرهنگ ورزشی و همچنین شرکت در فعالیت‌ها و رویدادهای میراث ورزشی‌اند، ورزش نقش برجسته‌تری را در گردشگری میراث بر عهده گرفته است (دروم و رامشوا، ۲۰۱۸). همان‌طور که عنوان شد، ورزش‌های میراثی به منزله یک میراث ارزشمند برای هر منطقه، ظرفیتی بکر و غیرقابل تقلید برای توسعه گردشگری در جوامع ایجاد می‌کنند (رامشوا، ۲۰۱۹). یکی از این میراث‌های فرهنگی ناملموس که به‌عنوان ظرفیتی برای توسعه گردشگری خلاق هم در ایران تلقی می‌شود، ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای است که در سال ۲۰۱۰ به‌عنوان یک میراث فرهنگی ناملموس در یونسکو به ثبت رسیده است و به‌نوعی یک ورزش میراثی تلقی می‌شود. ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، به‌عنوان یک میراث فرهنگی ناملموس، هنر رزمی ایرانیان است که ترکیبی از اسلام، عرفان و باورهای ایران باستان را به نمایش می‌گذارد. این ورزش‌ها نقش کلیدی در حفظ ادبیات حماسی و مذهبی، حفظ صورت‌های دیگر هنر اعم از موسیقی زورخانه‌ای و از همه مهم‌تر تأثیر بسزایی در آموزش فرهنگ فتوت و جوانمردی به جامعه میزبان و گردشگران دارد (مسائلی و همکاران، ۲۰۲۰).

در اندک پژوهش‌های صورت‌گرفته مرتبط با موضوع پژوهش حاضر **حیدری و همکاران (۲۰۲۱)** در پژوهشی عوامل سیاسی و دولتی، حاکمیت قانون، مدیریت و عوامل حمایتی، ابعاد اقتصادی، عوامل فرهنگی - اجتماعی، زیرساخت‌ها و خدمات رفاهی، آموزش و پژوهش، منابع انسانی متخصص، فناوری و فناوری، جاذبه‌های گردشگری ورزشی میراث، بازاریابی و اطلاع‌رسانی و ارتباطات بین‌الملل و ابعاد ایمنی و امنیت، جاذبه‌های مکمل و رویدادهای ورزشی را به‌عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی میراث معرفی کردند. در پژوهشی دیگر **مسائلی و همکاران (۲۰۲۰)** به میزان آگاهی، گرایش و رضایت گردشگران داخلی از آیین‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در شهر اصفهان پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که با وجود تعدد زورخانه‌ها در این شهر، به‌دلیل عدم اطلاع‌رسانی از جانب نهادهای ذی‌ربط این حوزه، بسیاری از گردشگران از این میراث ناملموس آگاهی کافی ندارند؛ اما علاقه‌مندی به شناخت و آشنایی با این آیین‌ها بسیار زیاد و میزان رضایت‌مندی قابل قبول است. همچنین **چقاجردی و همکاران (۲۰۱۴)** به بررسی نقش و جایگاه زورخانه‌ها در توسعه گردشگری ورزشی اصفهان پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که عوامل نبود افراد متخصص در حوزه گردشگری ورزشی، آشنایی نداشتن مردم با زورخانه‌ها، تبلیغات بسیار کم در این زمینه، کمبود امکانات رفاهی و حمل‌ونقل مناسب برای گردشگران ورزشی و قدیمی بودن ساختمان زورخانه‌ها در ضعف گردشگری ورزشی زورخانه‌های شهر اصفهان نقش دارند. در بخش پژوهش‌های صورت‌گرفته در خارج از کشور **ژانگ و سی (۲۰۱۹)** بیان کردند که میراث بومی، کیفیت خدمات و تجربه مشارکتی، عوامل تعیین‌کننده کلیدی برای توسعه گردشگری خلاق محسوب می‌شوند. دیدار مناظر جالب، تماس اجتماعی، گذر از روزمرگی، انگیزه‌های اصلی مشارکت در فعالیت‌های خلاقانه بودند. علاوه بر این، درک گردشگران از فعالیت‌ها در زمینه گردشگری خلاقانه، دربرگیرنده حس مطلوبیت ظاهری و باطنی است. **بویس و روگرسون (۲۰۱۵)**، در پژوهشی دیگر بیان کردند برای تقویت و پیشینه کردن ظرفیت‌های گردشگری، گردشگری خلاق با تمرکز بر تجربه‌های فرهنگی تشویق شود. همچنین پیشنهاد کردند کنترل و نظارت به‌منظور تسریع فرصت‌های شغلی و کارآفرینی و پایه‌ریزی حوزه‌های خلاق در نواحی‌ای که نیاز به بازسازی شهری دارند، انجام گیرد. همچنین نتایج پژوهش **استیپانویچ و رودان (۲۰۱۴)** حاکی از آن است که از طریق برنامه‌های خلاق، کارگاه‌های آموزشی، برنامه‌های آموزشی و تفریحی، برنامه‌های فرهنگی و رویدادها می‌توان یک مقصد خلاق جدید در بازار گردشگری معرفی کرد. از این رو به‌کارگیری روش‌های نوآورانه و بر پایه خلاقیت به‌همراه معرفی جاذبه‌های کمتر شناخته‌شده به گردشگران سبب موفقیت در بازار رقابتی گردشگری خلاق و توسعه آن می‌شود. با توجه به اینکه ایران ظرفیت و قابلیت‌های مختلفی در حوزه گردشگری خلاق به‌صورت طبیعی و مصنوعی دارد و در این شکل از گردشگری، جاذبه‌های فرهنگی و میراث اعم از فرهنگ، آداب و رسوم، سنن و غیره به گردشگران معرفی می‌شود، با وجود ورزش‌های میراثی همچون ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در ایران و سایر کشورهایی که دارای ورزش‌هایی هستند که به‌عنوان میراثشان شناخته می‌شود، می‌توانند با حفظ اصول توسعه پایدار گردشگری به اولویت اول گردشگران بسیاری از کشورها برای سفر تبدیل شوند.

در این زمینه بهره‌برداری مناسب از جاذبه‌های تاریخی و میراث فرهنگی کشور در جهت توسعه گردشگری و به‌ویژه گردشگری خلاق و به‌سبب ناشناخته ماندن آیین‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در بین گردشگران داخلی و خارجی و با هدف جذب جهانگردان به بازدید از این میراث فرهنگی ناملموس جهانی که به معرفی و حفظ این آیین‌ها و رونق گردشگری خلاق در بین گردشگران داخلی و خارجی منجر می‌شود، انجام پژوهش حاضر ضروری به‌نظر می‌رسد. همچنین گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های میراثی رشته‌ای نوپاست و تحقیقات جامع و کاملی در این زمینه صورت نگرفته است و بررسی یک ورزش به‌عنوان یک میراث فرهنگی ناملموس که می‌تواند تأثیر بسزایی در توسعه گردشگری خلاق یک منطقه داشته باشد، در کمتر تحقیقی دیده شده است، از این‌رو محققان در این پژوهش درصدد پاسخگویی به این پرسش هستند که عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس کدام‌اند؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی است که داده‌های این پژوهش نیز به‌صورت میدانی جمع‌آوری شد. همچنین این پژوهش از انواع پژوهش‌های کیفی است که از روش نظریه داده‌بنیاد و رویکرد گلایزری بهره گرفته شد. قلمرو موضوعی و مکانی پژوهش در ایران و قلمرو زمانی انجام پژوهش، از ۱ آذرماه ۱۴۰۰ تا ۱۵ فروردین‌ماه ۱۴۰۱ است. جامعه آماری پژوهش را تمامی استادان و خبرگان دانشگاهی و مدیران عالی در حوزه ورزش، گردشگری و ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای تشکیل دادند که از این بین به‌صورت هدفمند ۲۰ نفر به‌عنوان نمونه آماری در بخش مصاحبه انتخاب شدند. اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد شرکت‌کننده در بخش مصاحبه این پژوهش در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد مشارکت‌کننده در مصاحبه

کد	جنسیت	سن	تحصیلات	حوزه فعالیت	سابقه فعالیت	سمت
P ₁	مرد	۵۳	دکتری	گردشگری و میراث فرهنگی	۲۸	مدیر کل اسبق اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان جنوبی
P ₂	مرد	۴۳	دکتری	ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	۱۹	مسئول کمیته پژوهش فدراسیون ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₃	مرد	۵۴	دکتری	گردشگری و میراث فرهنگی	۲۸	معاون میراث فرهنگی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان رضوی
P ₄	مرد	۴۸	کارشناسی ارشد	گردشگری	۲۰	معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان رضوی
P ₅	مرد	۴۶	کارشناسی ارشد	ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	۲۸	رئیس اسبق فدراسیون ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₆	مرد	۶۰	کارشناسی ارشد	ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	۴۰	رئیس اسبق فدراسیون ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₇	مرد	۶۷	دکتری	ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	۴۵	دبیر کل اسبق فدراسیون بین‌المللی ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₈	مرد	۴۴	کارشناسی ارشد	گردشگری	۲۳	مشاور اسبق معاون فرهنگی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی

P ₉	مرد	۵۸	دکتری	گردشگری و میراث فرهنگی ناملموس	۳۵	معاون پژوهشی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری
P ₁₀	مرد	۴۷	دکتری	گردشگری ورزشی	۱۹	استادیار مدیریت ورزشی
P ₁₁	زن	۵۷	دکتری	مدیریت ورزشی	۲۸	استاد مدیریت ورزشی
P ₁₂	مرد	۴۹	دکتری	گردشگری	۲۱	معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
P ₁₃	مرد	۴۵	دکتری	گردشگری	۲۰	معاون سرمایه‌گذاری و تأمین منابع اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان رضوی
P ₁₄	مرد	۲۵	دکتری	مدیریت ورزشی	۱۰	استادیار مدیریت ورزشی
P ₁₅	مرد	۵۶	دکتری	گردشگری	۲۵	استاد مدیریت جهانگردی
P ₁₆	مرد	۵۳	دکتری	مدیریت ورزشی	۱۸	استاد مدیریت ورزشی
P ₁₇	مرد	۵۲	دکتری	مدیریت ورزشی	۲۳	استاد مدیریت ورزشی
P ₁₈	زن	۴۱	دکتری	گردشگری	۱۳	استادیار مدیریت گردشگری
P ₁₉	مرد	۴۵	دکتری	گردشگری	۱۱	استادیار مدیریت گردشگری
P ₂₀	زن	۴۲	دکتری	گردشگری	۱۴	دانشیار مدیریت جهانگردی

بررسی‌های کتابخانه‌ای به‌همراه مصاحبه دو ابزار اصلی برای گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر بودند. ابتدا به‌منظور شناسایی عناصر و اجزای مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس، با مرور مبانی نظری و پیشینه تحقیقات نزدیک به موضوع پژوهش حاضر با استفاده از کتاب‌ها، مقالات، پایان‌نامه‌ها، طرح‌های پژوهشی و اسناد بالادستی فهرستی مقدماتی از عوامل تهیه شد. پس از انجام تحقیقات کتابخانه‌ای، محقق در این مرحله در ابتدا به انجام مصاحبه عمیق و سپس نیمه‌ساختاریافته با اعضای نمونه پرداخت تا عوامل مؤثر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس شناسایی شود. گفتنی است با توجه به مبانی نظری پژوهش‌های کیفی، همزمان با انجام مصاحبه‌ها، تحلیل و کدگذاری آنها نیز انجام گرفت، به‌طوری‌که تحلیل هر مصاحبه به‌همراه یافته‌های قبلی به‌عنوان راهنمایی برای مصاحبه و ملاکی برای انتخاب افراد بعدی بود. فرایند مصاحبه با افراد تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه داشت، به‌صورتی که تا پس از مصاحبه هفدهم اطلاعات جدیدی ارائه نشد (رسیدن به اشباع نظری)، ولی برای اطمینان با ۲۰ نفر مصاحبه شد. مصاحبه با افراد به‌صورت حضوری و آنلاین انجام گرفت و زمان انجام مصاحبه‌ها بین ۳۵ تا ۹۰ دقیقه متغیر بود. پس از اتمام مرحله مصاحبه و ثبت و کدگذاری مطالب گردآوری‌شده از مصاحبه با متخصصان و خبرگان و استخراج گویه‌ها، مفاهیم، مقوله‌ها و ابعاد و پس از اطمینان از اعتبار یافته‌ها، تمامی کدهای نهایی و مقوله‌ها، در محیط شبکه‌ای نرم‌افزار ATLAS TI وارد شدند تا مدل کیفی پژوهش حاصل شود. همچنین به‌منظور کنترل عینیت (پایایی یافته‌ها) از شیوه پایایی بین دو کدگذار استفاده شد. به این منظور از بین مصاحبه‌های انجام‌گرفته، چهار مصاحبه انتخاب و توسط دو پژوهشگر کدگذاری شدند. پایایی بین دو کدگذار برای مصاحبه‌های این پژوهش ۷۸/۳۷ درصد به‌دست آمد که با توجه به اینکه مقدار پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری تأیید شد. همچنین در پایان برای روایی‌سنجی یافته‌ها، نتایج در قالب جدول و گزارش در اختیار چند تن از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و نتایج پس از بررسی توسط ایشان تأیید شد.

یافته‌های پژوهش

بر اساس نتایج پژوهش، پس از پایان مراحل کدگذاری، عوامل شناسایی‌شده در ۱۰۸ مفهوم (کد)، ۱۳ مقوله و دو بعد دسته‌بندی شدند.

جدول ۲. عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس

ابعاد	مقوله‌ها	مفاهیم	منبع
		بهبود روابط سیاسی با سایر کشورها	امینی (۱۳۹۶)، افچنگی (۱۳۹۴)، احمدی، (۱۳۹۷)
		ایجاد تعامل بین بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	P ₁₀ , P ₁₃ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₂₀
عوامل سیاسی		قرار دادن برنامه‌های گردشگری ورزش‌های میراثی در تفاهم‌نامه‌های دولت با سایر کشورها	احمدی (۱۳۹۷)، افچنگی (۱۳۹۴)، معین‌فرد (۱۳۸۷)
		کاهش و خنثی‌سازی اثر تحریم‌ها، تهدیدها و تبلیغات منفی کشورهای خارجی علیه ایران	امینی (۱۳۹۶)، افچنگی (۱۳۹۴)، چقاچاردی و همکاران (۱۳۹۳)
		حمایت مراجع دینی از توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	امینی (۱۳۹۶)، سلاحی (۱۳۹۷)، معین‌فرد (۱۳۸۷)
		اعلام مناطق آزاد جهت ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران خارجی به‌دور از الزامات دینی	P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₈ ,
	بسترسازی توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای از طریق سیاست‌های اقتصادی دولت برای کارآفرینان (معافیت‌های مالیاتی، بانکداری نوین و ...)	مشارکت و سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی در توسعه زیرساخت‌های ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای و گردشگری	P ₁ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ ,
	ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار و اشتغال‌زایی در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	گسترش نظام بانکی هماهنگ و متناسب با نظام بانکی بین‌المللی	P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ , معین‌فرد (۱۳۸۷)
عوامل اقتصادی		کنترل نرخ ارز و ارزش پول داخلی و ثبات بازار در حوزه گردشگری	اکبری (۱۳۹۲)، رنجبر (۱۳۹۵)
		ایجاد تسهیلات جهت مراودات مالی در حوزه بانکداری الکترونیک (کارت‌های اعتباری نظیر ویزا کارت و ...)	P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ ,
	فراهم کردن بستر مناسب جهت اخذ تسهیلات بانکی به‌منظور استفاده نهادهای مرتبط در حوزه گردشگری ورزشی میراث	تضمین امنیت سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری با استفاده از ظرفیت صندوق‌های ضمانتی و حمایتی موجود	P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ ,
	تقویت یکپارچگی و وحدت رویه در بین قومیت‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها	تقویت یکپارچگی و وحدت رویه در بین قومیت‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها	احمدی (۱۳۹۷)، افچنگی (۱۳۹۴)، ذبیحی (۱۳۹۵)، معین‌فرد (۱۳۸۷)
	نهادینه‌سازی و ترویج ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در نهاد خانواده و فرهنگ‌های مختلف کشور	توسعه و تشویق روحیه مهمان‌نوازی و رعایت آداب شهروندی در برخورد با گردشگران	P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₈ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₈ ,
عوامل اجتماعی و فرهنگی		تشویق مردم به افزایش هزینه‌های گردشگری ورزش‌های میراثی در سبب هزینه‌های خانوار	امینی (۱۳۹۶)، احمدی (۱۳۹۷)، احمدی (۱۳۹۴)، افچنگی (۱۳۹۴)
		حفاظت و صیانت از ارزش‌های فرهنگی و میراثی ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در تولید محصولات گردشگری خلاق	P ₁ , P ₅ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₆ , P ₁₈ ,
		حمایت از تولید و نشر محصولات فرهنگی و رسانه‌ای مرتبط با ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	P ₄ , P ₅ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₆ ,
	استفاده از فناوری‌های نوین و با کیفیت بالا در گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	فراهم کردن شیوه‌های مناسب جهت رزرو محل اقامت، بازدید از اماکن و خرید محصولات گردشگری به صورت اینترنتی	P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₆ ,
فناوری و فناوری		بهره‌مندی مناسب از فناوری اطلاعات و ارتباطات (نظیر وب‌سایت‌ها، نرم‌افزارهای گوشی هوشمند و نشریه‌های الکترونیکی) به‌منظور گسترش و ترویج ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	P ₁ , P ₄ , P ₅ , P ₈ , P ₁₃ , P ₁₉ ,
			حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، ذبیحی (۱۳۹۵)، گلی گرمستانی (۱۳۹۵)، حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، ذبیحی (۱۳۹۵)، بذرافشان و بامری (۱۳۹۷)

P ₁ , P ₅ , P ₁₃ , P ₁₈	تقویت زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزارهای تخصصی و پشتیبان در زمینه گردشگری الکترونیکی در ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، رنجبر (۱۳۹۵)، کهدویی (۱۳۹۵)	فراهم کردن اینترنت پرسرعت با دامنه گسترده جهت رضایت گردشگران		
P ₄ , P ₅ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉	تسهیل روند اخذ مجوزهای مختلف در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₁₀ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉	مبارزه با رشوه و رانت‌خواری در راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای حوزه گردشگری خلاق از طریق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₄ , P ₅ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈	ایجاد قوانین حمایتی و تسهیل‌کننده (مورد صدور ویزا، گمرکات، صدور مجوزات و ...) در حوزه خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	عوامل قانونی و حکمرانی	
معین‌فرد (۱۳۸۷)، چقاچردی و همکاران (۱۳۹۳)	ایجاد مراجع قانونی مؤثر در رسیدگی به شکایات گردشگران		
درینی (۱۳۹۶)، اکبری (۱۳۹۲)، رنجبر (۱۳۹۵)، معین‌فرد (۱۳۸۷)	ارائه تضمین‌های بین‌المللی حفظ امنیت از سوی مراجع قانونی برای گردشگران خارجی		
P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇	حمایت دولت، مسئولان سیاسی و مدیران دولتی و قانونگذاران کشور از برنامه‌های توسعه گردشگری خلاق از طریق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉	حفاظت از منابع طبیعی و محیط‌زیست		
امینی (۱۳۹۶)، حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، افچنگی (۱۳۹۴)	حفاظت از آب‌وهوا و کاهش آلودگی هوا در کلان‌شهرها		
درینی (۱۳۹۶)، حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، افچنگی (۱۳۹۴)	حفظ تنوع اقلیمی در کشور	عوامل زیست‌محیطی	
P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₀	تقویت مدیریت سبز (شهر سبز، شهر هوشمند و ...)		
درینی (۱۳۹۶)، افچنگی (۱۳۹۴)	بیابان‌زدایی، ایجاد سدها، دریاچه‌ها و جنگل‌های مصنوعی		
P ₁₆ , P ₁₇ , P ₂₀	توجه ویژه به پسماندهای صنعتی و بازیافت آنها		
P ₅ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₂₀	تهیه شناسنامه اختصاصی برای هریک از زورخانه‌های کشور		
P ₄ , P ₅ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₂₀	طراحی و تدوین سند راهبردی توسعه گردشگری ورزشی از طریق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	برنامه‌ریزی	
P ₄ , P ₅ , P ₈ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₉	برنامه‌ریزی برای مشارکت مردم محلی و گردشگران در حفاظت از ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، رنجبر (۱۳۹۵)، معین‌فرد (۱۳۸۷)	تشکیل شورای عالی گردشگری ورزشی کشور		
حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، رنجبر (۱۳۹۵)، معین‌فرد (۱۳۸۷)	راه‌اندازی تشکل‌ها، کمیته‌ها و انجمن‌های تخصصی گردشگری از طریق ورزش‌های میراثی	سازماندهی	
P ₁₃ , P ₁₇ , P ₂₀	مشخص کردن وظایف و اختیارات بخش‌های مختلف گردشگری از طریق ورزش‌های میراثی		
P ₁ , P ₂ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₈	راهنمایی آژانس‌های گردشگری جهت ایجاد بسته‌های گردشگری مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	عوامل هدایت و رهبری	عوامل درونی
P ₁₁ , P ₁₇ , P ₁₉ , P ₂₀	افزایش کیفیت و کمیت فعالیت آژانس‌ها و دفاتر گردشگری		
امینی (۱۳۹۶)، افچنگی (۱۳۹۴)، رنجبر (۱۳۹۵)، چقاچردی و همکاران (۱۳۹۳)	اعمال مدیریت، فعالیت یکپارچه، سیاست‌ها و آیین‌نامه‌های حقوقی مدون در زمینه گردشگری از طریق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₉	تعامل و هماهنگی بین ارگان‌های متولی (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای و ...)	هماهنگی	
P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₀	تأمین اعتبار برنامه‌های توسعه گردشگری خلاق از طریق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	بودجه و مالی	

P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₁₉	رایزنی برای تأمین مالی و بودجه از طریق خیرین و حامیان مالی برای احداث زورخانه‌ها	
P ₅ , P ₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀	تجاری‌سازی جنبه‌های مختلف ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
احمدی (۱۳۹۴)، معین‌فرد (۱۳۸۷)، چقاجردی و همکاران (۱۳۹۳)، رباطی انارکی (۱۳۹۵)، معین‌فرد (۱۳۸۷)	تهیه آمار و اطلاعات شفاف و کافی در بخش‌های مختلف گردشگری خلاق و ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉	نظارت بر برنامه‌های توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	نظارت و کنترل
P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₉	ارزیابی و درجه‌بندی تمامی تأسیسات با کاربری گردشگری در اختیار نهادها و دستگاه‌ها و برنامه‌ریزی	
P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₂₀	حفظ، جذب و نگهداری نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₂₀	تربیت نیروهای متخصص در حوزه‌های مختلف گردشگری و ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
P ₅ , P ₆ ,	فعال کردن گروه‌های مردمی و داوطلبانه در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	منابع انسانی
امینی (۱۳۹۶)، حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، عطائی کچویی (۱۳۹۶)، امینی (۱۳۹۶)، حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)	به‌کارگیری برنامه‌های تشویقی و انگیزشی برای افراد خلاق و نوآور در حوزه گردشگری خلاق و ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ ,	فراهم آوردن زمینه‌های توسعه شغلی برای افراد شاغل در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ ,	فراهم آوردن امکانات و تجهیزات متناسب با نیازها و خواسته‌های گردشگران در زورخانه‌ها	
P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₀	مرمت، بازسازی و توسعه کمی و کیفی زورخانه‌ها در سرتاسر کشور	
P ₁₁ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₀ , P ₃ , P ₄ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₀	توسعه کمی و کیفی تسهیلات اقامتی و رفاهی نظیر هتل‌ها، مراکز خرید، رستوران‌ها و ... در نزدیکی زورخانه‌ها	زیرساخت‌ها
P ₃ , P ₅ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₈ ,	توسعه کمی و کیفی سیستم‌های حمل‌ونقل (هوایی، ریلی، زمینی و ...)	
P ₅ , P ₆ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₁₅ , P ₁₉ , P ₂₀	به‌کارگیری استانداردهای بین‌المللی و کیفیت خدمات‌رسانی با توجه به نیازها و خواسته‌های گردشگران	
P ₁ , P ₂ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ ,	راه‌اندازی رشته تخصصی گردشگری ورزشی در مقاطع مختلف تحصیلی با گرایش‌های مختلف در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشور	
P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₆ , P ₂₀	راه‌اندازی آموزشکده‌های ویژه برای مشاغل گردشگری ورزش‌های میراثی	
امینی (۱۳۹۶)، گلی گرمستانی (۱۳۹۶)، حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، P ₁₂ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀	برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های مختلف آموزش کسب‌وکارها و کارآفرینی در گردشگری ورزش‌های میراثی	آموزش
P ₁ , P ₂ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₂₀	آموزش‌های عمومی هتلداری، رستوران‌داری، مهمانداری و زبان انگلیسی برای شاغلان گردشگری ورزش‌های میراثی	آموزش و پژوهش
P ₁ , P ₂ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₂₀	وجود واحد درسی گردشگری ورزشی و میراث ورزشی در برنامه‌های درسی دوره‌های کارشناسی تربیت بدنی و گردشگری	
P ₁₀ , P ₁₄ , P ₁₇ , P ₂₀	راه‌اندازی دوره‌های کارورزی در گردشگری از طریق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
P ₁ , P ₄ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇	انجام تحقیقات و مطالعات تطبیقی و الگوبرداری از کشورهای موفق در زمینه گردشگری خلاق	
حاتمی ماریینی (۱۳۹۷)، اکبری (۱۳۹۲)	راه‌اندازی نشریات علمی و تخصصی در حوزه گردشگری ورزشی و میراث ورزشی	پژوهش
P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₁₃ ,	انجام مطالعات و پژوهش‌های کاربردی در حوزه بازاریابی، اشتغال‌زایی	

و کارآفرین در این حوزه	
P ₃ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₈ ,	برگزاری همایش‌ها، سخنرانی‌ها و سمینارهای علمی و پژوهشی در زمینه گردشگری خلاق از طریق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₁ , P ₅ , P ₁₀ , P ₁₄ ,	ترجمه و تألیف کتاب‌های مرتبط با گردشگری خلاق از طریق ورزش‌های میراثی
P ₉ , P ₁₂ , P ₁₆ , P ₂₀	راه‌اندازی تشکل بین‌المللی گردشگری ورزش‌های میراثی با همکاری کشورها
P ₁₂ , P ₁₆ , P ₁₇	ارتباط و همفکری با نهادهای گردشگری ورزشی کشورهای پیشرو
P ₁₂ , P ₁₆ , P ₁₈	توجه به استحکام بخشی به روابط بین‌المللی و تشکیل کانال‌های بین‌المللی با کشورهای دوست و همجوار
امینی (۱۳۹۶)، احمدی (۱۳۹۷)، افچنگی (۱۳۹۴)، معین‌فرد (۱۳۸۷)،	توسعه همکاری‌های رسانه‌ای بین‌المللی و تولید و انتشار محتوای رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی برای معرفی ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₀	تعریف مأموریت‌های تخصصی برای سفارتخانه‌های جمهوری اسلامی ایران و نمایندگی‌های سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی برای تصویرسازی مناسب از ظرفیت‌های گردشگری ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₁ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇	طراحی محصولات خلاقانه مرتبط با ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای متناسب با نیاز گردشگران (نظیر نرم‌افزارها، فیلم‌های آموزشی، کتاب‌ها، یادبودها و ...)
P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ ,	برگزاری رویدادها، جشنواره‌ها و جشن‌های ملی و بین‌المللی با محوریت ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₈	راه‌اندازی لیگ ملی و بین‌المللی ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₁₇	راه‌اندازی تورهای آموزش ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای برای گردشگران
P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₀	قیمت‌گذاری مناسب و عادلانه برای محصولات گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
عظیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)، بذرافشان و بامری (۱۳۹۷)	قیمت‌گذاری رقابتی خدمات گردشگری ورزشی میراث مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای نسبت به سایر اشکال گردشگری
عظیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)، ذبیحی (۱۳۹۵)،	در نظر گرفتن قیمت‌های اختصاصی همراه با تخفیفات برای تورها، آژانس‌ها، ادارات، سازمان‌ها و گروه‌های مختلف
P ₄ , P ₅ , P ₁₇ , P ₂₀	طراحی سایت‌ها و صفحات اجتماعی تخصصی با الهام گرفتن از ماهیت و اصول ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای
P ₁ , P ₈ , P ₁₇ ,	طراحی و راه‌اندازی زورخانه‌های مجازی برای دسترسی عموم گردشگران
عظیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)، بذرافشان و بامری (۱۳۹۷)	طراحی و چیدمان خلاقانه ابزارها و ادوات در زورخانه‌ها
ذبیحی (۱۳۹۵)، کهدویی (۱۳۹۵)، کیانی سلمی و صفری (۱۳۹۸)	دسترسی آسان به پارکینگ، فرودگاه، حمل و نقل عمومی و ...
P ₁₁ , P ₁₇ , P ₁₉ , P ₂₀	رفتار و وضعیت ظاهری مناسب کارکنان خدماتی در زورخانه‌ها و مراکز خدمات گردشگری
P ₁ , P ₂ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₉ P ₈ ,	تشویق آژانس‌های گردشگری برای گنجاندن ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در بسته‌های گردشگری
P ₁ , P ₂ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ ,	تبلیغ ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی
P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₉	انعکاس رسانه‌ای برنامه‌های مختلف ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای (فیلم‌ها، انیمیشن‌ها و ...) از شبکه‌های استانی، ملی و بین‌المللی

تعاملات
بین الملل

محصول

قیمت

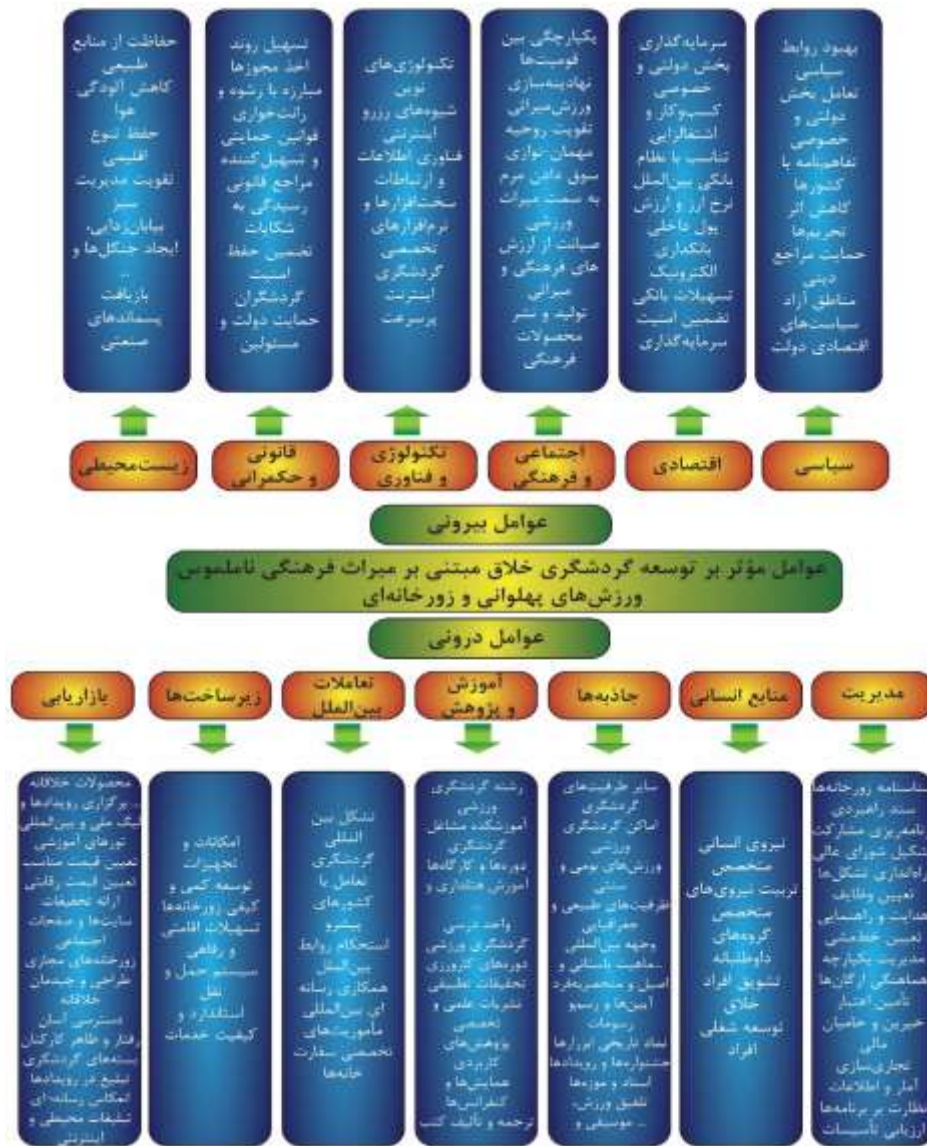
بازاریابی

مکان

ترویج

P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₈ , P ₁₃ , P ₁₇ ,	استفاده از ظرفیت‌های تبلیغاتی محیطی و اینترنتی برای تبلیغ جاذبه‌های گردشگری ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	جاذبه‌های مکمل	
P ₁ , P ₄ , P ₅ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₀	طراحی بسته‌های گردشگری با محوریت ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای ویژه کارمندان، دانشجویان و دانش‌آموزان توسط ادارات و سازمان‌های مربوط		
P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀	بهره‌برداری از سایر ظرفیت‌های گردشگری و گردشگری ورزشی در کنار گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₄ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₇ , P ₁₈ ,	توسعه اماکن گردشگری ورزشی مانند باشگاه‌ها، مراکز علمی ورزشی، نمایشگاه‌ها و موزه‌های ورزشی		
P ₁₁ , P ₁₇ , P ₁₈ ,	توسعه و ترویج سایر ورزش‌های بومی و سنتی و ایرانی به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری ورزشی		
P ₁ , P ₄ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₈ ,	بهره‌مندی از ظرفیت‌های طبیعی و جغرافیایی مناطق مختلف ایران در راستای تکمیل سفر گردشگران ورزشی میراث		
P ₂ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₉ , P ₁ , P ₁₀ , P ₁₄ , P ₁₉	داشتن وجهه بین‌المللی ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای به دلیل ثبت به‌عنوان میراث فرهنگی ناملموس در یونسکو		جاذبه‌های گردشگری
P ₃ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁ , P ₂ , P ₉ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ ,	ماهیت باستانی، فرهنگی، تاریخی، اخلاقی، مذهبی، دینی و معنوی ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₁ , P ₃ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₅ ,	اصیل بودن و منحصربه‌فرد بودن ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₁ , P ₂ , P ₃ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₉ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆	آیین‌ها و رسم و رسوم، شور و هیجان، موسیقی زنده، فضای روحانی و معنوی، معماری خاص زورخانه، البسه مخصوص ورزشکاران، حرکات موزون و ریتمیک، ادوات و ابزارهای مختلف، ادبیات و داستان‌سرایی و پیام‌های اخلاقی و جوانمردی		
P ₁ , P ₂ , P ₃ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₉ ,	نماد و نشانه تاریخی هریک از ادوات و ابزارهای ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	جاذبه‌های ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
P ₇ , P ₈ , P ₂ , P ₃ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₇ , P ₁₈ ,	جشنواره‌ها و رویدادهای داخلی و بین‌المللی در ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₁ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₁₈ ,	تهیه اسناد و موزه‌ای از ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₃ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₈ , P ₉ ,	تلفیق ورزش، موسیقی، ادبیات و دین و مذهب		

بر اساس جدول ۲، عوامل بیرونی و عوامل درونی به عنوان دو بعد اصلی در این پژوهش شناسایی شدند که ۱۳ مقوله (عامل) شناسایی شده هر کدام به تناسب به‌عنوان زیرمجموعه این دو بعد شناخته شدند. همچنین شکل ۱ ابعاد، عوامل و گویه‌های مرتبط با هر عامل را نشان می‌دهد:



شکل ۱. عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از جاذبه‌های گردشگری در هر منطقه که می‌تواند پتانسیلی را برای توسعه گردشگری خلاق ایجاد کند، ورزش‌هایی هستند که به‌عنوان یک میراث شناخته می‌شوند. ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای به‌عنوان یک میراث فرهنگی ناملموس ایرانی می‌تواند ظرفیت ویژه‌ای را برای توسعه گردشگری خلاق در ایران ایجاد کند. از این‌رو هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس بود. بر اساس نتایج تحقیق و جدول ۲، ۱۰۸ مفهوم شناسایی شدند که این مفاهیم در دو بعد اصلی عوامل بیرونی و عوامل درونی و ۱۳ عامل شامل عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، فناوری و نوآوری، قانونی و حکمرانی و زیست‌محیطی، عوامل مدیریت، منابع انسانی، زیرساخت، آموزش و پژوهش، تعاملات بین‌المللی، بازاریابی و جاذبه‌های گردشگری دسته‌بندی شدند.

عامل سیاسی به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر بر روی توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس شناسایی در این پژوهش شد. پرواضح است که بهره‌وری و استفاده بهینه از ظرفیت‌های گردشگری هر کشور متأثر از وضعیت سیاسی آن کشور است ([حیدری و همکاران، ۲۰۲۱](#))، بدان معنا که در کشوری مثل ایران که درگیر مسائل و مشکلات سیاسی است، عامل سیاست به‌عنوان یک عامل کلان محیطی می‌تواند تا حد زیادی رونق یا رکود صنعت گردشگری را رقم بزند. [حیدری و همکاران \(۲۰۲۱\)](#) در پژوهش خود عامل سیاسی را یکی از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی میراث در ایران معرفی کرد. همچنین [حیدری و همکاران \(۲۰۲۰\)](#) و [صامتی و همکاران \(۲۰۱۵\)](#) بیان می‌کنند که ثبات سیاسی و ارتقای وجهه ملی بر توسعه گردشگری به‌صورت عام و گردشگری ورزشی به‌صورت خاص اثرگذار است. همچنین [زرندیان و همکاران \(۲۰۲۱\)](#) مشارکت بخش دولتی و خصوصی را از دغدغه‌های اصلی محققان در حوزه‌های مختلف صنعت گردشگری بیان کردند. در ادامه، نتایج تحقیق حاکی از اثرگذاری عامل اقتصادی بر روی توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای بود. [خدابخش‌زاده و همکاران \(۲۰۲۰\)](#) موانع اقتصادی را به‌عنوان یکی از موانع مهم بر سر راه توسعه گردشگری ورزشی در ایران معرفی کردند. همچنین [خوش‌فر \(۲۰۱۶\)](#) در پژوهش خود پیشنهادهایی مانند تقویت امنیت سرمایه‌گذاری، ترغیب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در احداث و توسعه تأسیسات گردشگری، حمایت دولت و ظرفیت‌سازی برای جذب سرمایه در بخش گردشگری را ارائه کردند. [جعفری و همکاران \(۲۰۲۰\)](#) در تحقیق خود به این موضوع اشاره کردند که فراهم کردن بسترهای کارآفرینی و اشتغال‌زایی در حوزه‌های مختلف گردشگری و همچنین حمایت دولت از کسب‌وکارهای این حوزه می‌تواند به رونق و توسعه همه‌جانبه صنعت گردشگری در کشور کمک شایانی کند. همچنین [تمیزی و شهبازی \(۲۰۱۸\)](#) بیان کردند بی‌ثباتی نرخ ارز سبب کاهش ورود گردشگران به کشور می‌شود. در این خصوص کنترل نرخ ارز، حمایت و تضمین امنیت سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی کسب‌وکارها و حمایت از اشتغال‌زایی و کارآفرینی در این حوزه از جمله مفاهیم اقتصادی است که موجبات توسعه گردشگری ورزشی خلاق در کشور را فراهم خواهد کرد.

عامل اجتماعی و فرهنگی یکی دیگر از عوامل شناسایی‌شده در پژوهش حاضر است. مسائل و شرایط اجتماعی و فرهنگی هم می‌تواند به‌عنوان عاملی برای توسعه گردشگری خلاق تعریف شود و هم می‌تواند به‌منزله عنصری وابسته تحت تأثیر شرایط و توسعه گردشگری خلاق در جوامع قرار بگیرد. مباحث فرهنگی به‌ویژه خرده‌فرهنگ‌ها که در جوامع مختلف متنوع است، یک عامل جذاب برای گردشگران است که می‌تواند در این نوع از گردشگری درگیر فرهنگ مقصد شوند و با مردم محلی تعامل داشته باشند. در این زمینه تقویت و حفظ فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها، ایجاد یکپارچگی بین مردم محلی و آموزش آداب مهمان‌نوازی به مردم محلی که قرار است با گردشگران ورزش‌های میراثی تعامل داشته باشند از عواملی است که می‌تواند در این بخش اثربخشی بالایی داشته باشد. [لطفی عاقل و همکاران \(۲۰۱۹\)](#) در پژوهشی به این موضوع اشاره کردند که تقویت مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی از جمله تعاملات جامعه میزبان با گردشگران می‌تواند زمینه و بستر توسعه گردشگری را فراهم سازد. با توجه به اینکه در گردشگری خلاق تعاملات گردشگران مطرح است، این تعامل می‌تواند با مردم محلی که آموزش‌های لازم را دیده‌اند در مقصد گردشگری صورت بگیرد. صنعت گردشگری صنعتی است که به‌طور مستقیم با افراد سروکار دارد و جای هیچ تعجیبی نیست که توان اجتماعی و فرهنگی مقصد نقش کلیدی در آن ایفا کنند. [آسمانش و کومار \(۲۰۱۹\)](#) نیز در تحقیق خود بیان کردند پایداری اجتماعی - فرهنگی، قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده رضایت گردشگری است. در واقع گردشگری بخشی جدایی‌ناپذیر از فرهنگ جامعه و نظام ارزشی آن است؛ چنانکه می‌توان گفت گردشگری از اختلاف فرهنگ‌ها و الگوهای اجتماعی متفاوت نشأت می‌گیرد. عامل بعدی فناوری و فناوری است که اثرگذاری آن بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق در این تحقیق توسط خبرگان به اثبات رسید. نتایج تحقیق [فرهادی قشلاقی و همکاران \(۲۰۱۳\)](#) نشان می‌دهد که به‌کارگیری فناوری‌های نوین در بخش گردشگری می‌تواند توسعه گردشگری را به‌همراه داشته باشد. در این زمینه [کریم‌زاده \(۲۰۱۷\)](#) در پژوهشی به این موضوع اشاره کرد که گسترش، به‌روزرسانی و نوآوری در استفاده از فناوری و شامل ابزارها، نرم‌افزارها و سخت‌افزارها در بخش‌های مختلف گردشگری فرهنگی باید مدنظر تمامی شرکت‌ها و البته سیاستگذاران گردشگری قرار گرفته و استفاده از تجارب سایر کشورها و البته

نوآوری و بهره‌مندی از پتانسیل‌های بومی مدنظر قرار گیرد. از این‌رو استفاده صحیح از فناوری‌های روز دنیا، به رونق گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای کشورمان کمک شایانی خواهد کرد.

در ادامه نتایج، یکی دیگر از عوامل شناسایی شده که بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مؤثر است، عوامل قانونی و حکمرانی است. [حیدری و همکاران \(۲۰۲۱\)](#)، [زهره‌وندیان و همکاران \(۲۰۱۸\)](#) و [صامتی و همکاران \(۲۰۱۵\)](#) هر کدام در پژوهش خود به اثرگذاری بالای عوامل قانونی و حاکمیتی بر توسعه گردشگری ورزشی و گردشگری میراث اشاره کردند. هر اندازه قوانین جامع‌تر، روان‌تر، کاربردی‌تر و توسعه‌محورتر باشند، توسعه صنعت گردشگری نیز محسوس‌تر خواهد شد. در واقع ورود گردشگران خارجی به هر کشور و رونق گردشگری خارجی تا حد زیادی با قوانین و مقرراتی که از حقوق آنها حمایت کند، مرتبط است. بنابراین موفقیت گردشگری و سفرهای بین‌المللی در گرو عوامل قانونی و حکمرانی است که باید به‌صورتی دقیق بررسی شود. آخرین عامل در بین ابعاد بیرونی عامل زیست‌محیطی است که در تحقیقات [رحیمی و همکاران \(۲۰۲۰\)](#) و [شاگری و پیرمحمدزاده \(۲۰۱۲\)](#) نیز به آن اشاره شده است، اما [آسمالش و کومار \(۲۰۱۹\)](#) پایداری زیست‌محیطی را پیش‌بینی‌کننده مؤثری برای توسعه گردشگری میراث تلقی نکردند. [شاگری و پیرمحمدزاده \(۲۰۱۲\)](#) در پژوهشی اشاره کردند که بهبود مدیریت زیست‌محیطی منابع و جاذبه‌های گردشگری در جهت نیل به اهداف توسعه پایدار گردشگری ضروری است. در این زمینه حفاظت از منابع طبیعی و محیط زیست، حفاظت از آب‌وهوا و کاهش آلودگی هوا در کلان‌شهرها، حفظ تنوع اقلیمی در کشور و تقویت مدیریت سبز از جمله راهکارهایی است که می‌تواند کمترین آسیب را به محیط زیستی که منتظر استقبال از گردشگران است، برساند.

همچنین عامل مدیریت به‌عنوان یکی از عوامل درونی اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق در این تحقیق شناسایی شد. مدیریت کلان در تمامی حوزه‌های گردشگری به‌خصوص گردشگری ورزشی خلاق از مهم‌ترین مؤلفه‌های موفقیت به‌شمار می‌رود؛ از این‌رو توجه به وظایف مدیریتی همچون برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و رهبری، هماهنگی، تأمین بودجه و اعتبارات و نظارت و کنترل بسیار ضروری است. [حیدری و همکاران \(۲۰۲۱\)](#) و [زهره‌وندیان و همکاران \(۲۰۱۸\)](#) در تحقیق خود از عامل مدیریت به‌عنوان یک عامل مهم و زمینه‌ساز برای توسعه گردشگری ورزشی در ایران یاد کردند. [فرازبانی و همکاران \(۲۰۱۸\)](#) فقدان برنامه‌ریزی صحیح در حوزه گردشگری ورزشی را در اولویت اول مشکلات مدیریتی قرار دادند و بر اهمیت و ضرورت برنامه‌های ریزی‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت در راستای توسعه گردشگری تأکید کردند. همچنین [خدابخش‌زاده و همکاران \(۲۰۲۰\)](#) در پژوهش خود عامل مدیریت را به‌عنوان یک عامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی معرفی و اعلام کرد که در این حوزه باید به برنامه‌ریزی، سازماندهی، نظارت و کنترل و هماهنگی به‌عنوان وظایف مدیریتی در حوزه گردشگری عمل شود. عامل نیروی انسانی یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق است. از آنجا که صنعت گردشگری یک فعالیت خدماتی است و کارکنان آن را ارائه می‌کنند، توجه به آموزش و ارتقای دانش آنان از رموز اصلی تضمین حیات این صنعت به‌شمار می‌رود و با توجه به اینکه صنعت گردشگری بسیار متأثر از ارتباط دوسویه میزبان و مهمان بوده و بدون شک مسئول این ارتباط تجربه‌ای فراموش‌نشده است و به تصمیم‌گیری در مورد تجربه مجدد و یا عدم تکرار آن منجر می‌شود، نقش نیروی انسانی در آن اهمیت ویژه‌ای دارد. [چقاجردی و همکاران \(۲۰۱۴\)](#) نبود افراد متخصص در حوزه گردشگری ورزشی در ضعف توسعه گردشگری ورزشی زورخانه‌های شهر اصفهان نقش دارند. [حیدری و همکاران \(۲۰۲۱\)](#) در تحقیق خود وجود نیروی انسانی متخصص در حوزه‌های مختلف گردشگری ورزشی میراث را به‌عنوان عامل اصلی و تعیین‌کننده توسعه این شاخه از گردشگری معرفی کردند. [شمس‌الدینی و همکاران \(۲۰۱۶\)](#) نیز مهارت و تخصص شغلی، دانش و اطلاعات شغلی، سطح نگرش و انگیزه شغلی افراد شاغل در گردشگری را بر توسعه گردشگری مؤثر دانستند.

نقش آموزش و پژوهش نیز به‌عنوان یک عامل مهم در مسیر توسعه گردشگری ورزشی خلاق انکارنشده است. [استپانویچ و رودان \(۲۰۱۴\)](#) در تحقیق خود به نقش مهم آموزش نیروی انسانی و همچنین انجام مطالعات و تحقیقات در حوزه‌های مختلف صنعت گردشگری اشاره کردند؛ چراکه مقوله آموزش و پژوهش می‌تواند بر سایر عوامل این حوزه نظیر مدیریت و منابع انسانی نیز اثرگذار باشد. [حیدری و همکاران \(۲۰۲۱\)](#) نیز بر اهمیت و نقش آموزش و پژوهش در حوزه گردشگری ورزشی میراث تأکید کردند. همچنین

زهروندیان و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیق خود عامل آموزش و پژوهش را به صورت جداگانه به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی معرفی کردند. **خدایی و کلانتری خلیل آباد (۲۰۱۲)** در تحقیق خود بیان کردند که نظام آموزش گردشگری و واحدهای آموزشی، امکانات و تجهیزات آموزش و از همه مهم تر، معیارها و ضوابط نظارتی و چگونگی اعمال آنها در حوزه گردشگری باید به سرعت متحول شود و ایجاد این تحولات مستلزم ارائه تسهیلات و معافیت‌های مؤسسات آموزشی، گسترش مبادلات بین‌المللی در امر آموزشی و تربیت مدرسان مورد نیاز در بخش‌های مختلف صنعت گردشگری است. بر اساس نتایج تحقیق، عامل زیرساخت به عنوان یکی دیگر از عوامل مؤثر مشخص شد. **حیدری و همکاران (۲۰۲۱)** در تحقیق خود تسهیلات و زیرساخت‌ها را به منزله عاملی تعیین کننده در راستای توسعه گردشگری ورزشی میراث در ایران معرفی کردند. همچنین نتایج تحقیق **چقاجردی و همکاران (۲۰۱۴)** نشان داد که کمبود امکانات رفاهی و حمل و نقل مناسب برای گردشگران ورزشی، در ضعف توسعه گردشگری ورزشی زورخانه‌های شهر اصفهان، نقش دارند. **همتی (۲۰۱۸)** در تحقیقی بیان می‌کند که لازمه بهره‌مندی از مزایای گردشگری مدرن توجه ویژه به متغیرهای زیرساختی به ویژه هتل‌ها و اقامتگاه‌هاست. همچنین در تحقیقی دیگر **فرازبانی و همکاران (۲۰۱۸)** ضعف سیستم حمل و نقل را به عنوان اولویت اول مشکلات ساختاری بر سر راه توسعه گردشگری ورزشی معرفی کردند. پرواضح است چنانچه در یک منطقه یا سایت گردشگری خلاق زیرساخت مناسبی وجود نداشته باشد، نمی‌توان انتظار داشت که صنعت گردشگری در آن منطقه رونق و توسعه چندانی داشته باشد.

تعاملات بین‌المللی یکی از دیگر از عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق است که در این تحقیق شناسایی شد. **حیدری و همکاران (۲۰۲۱)** در تحقیقی تعاملات بین‌المللی را به منزله یکی از عوامل مؤثر در مسیر حرکت به سوی توسعه گردشگری ورزشی میراث در ایران معرفی کردند. در واقع رشد هرچه بیشتر گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های میراثی مانند ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در ایران نیازمند در پیش گرفتن تعاملات بین‌الملل با کشورها و مناطق مختلف جهان است؛ چراکه توسعه این بخش از گردشگری نیازمند ورود جهانگردان و معرفی این ورزش‌ها در سطح بین‌المللی است و این در سایه تعاملات بین‌المللی مطلوب حاصل خواهد شد. در ادامه نتایج تحقیق مشخص شد عامل بازاریابی هم بر روی توسعه گردشگری ورزشی خلاق تأثیر دارد. از جمله عواملی که می‌تواند گردشگری ورزشی خلاق را توسعه و بهبود بخشد، به کارگیری ابزارها و شاخص‌های مؤثر بازاریابی نظیر آمیخته بازاریابی است. **ریحانی و خطیب‌زاده (۲۰۲۱)** در پژوهش خود بیان کردند تبلیغات، افراد، فرایند، قیمت و مکان تأثیر معناداری بر آمیخته بازاریابی گردشگری ورزشی دارند که باید در زمینه مدیریت گردشگری ورزشی لحاظ شود. همچنین **ایسترا و همکاران (۲۰۱۹)** در تحقیقی بیان کردند که عناصر کلیدی آمیخته بازاریابی ورزشی شامل محصول، قیمت، مکان، شواهد فیزیکی، فرایند، افراد و ترکیب تبلیغاتی که بر قصد گردشگران داخلی برای بازدید مجدد از گردشگری ورزشی تأثیر می‌گذارد. **حسینی و شجاعی (۲۰۲۰)** نیز در پژوهش خود نتیجه گرفتند که توسعه جامع و پایدار صنعت گردشگری ورزشی تحت تأثیر اتخاذ رویکردی سیستمی و متناسب با لحاظ کردن تمامی عناصر آمیخته بازاریابی گردشگری ورزشی است.

در نهایت آخرین عامل شناسایی شده در این پژوهش که در شکل‌گیری و توسعه گردشگری ورزشی خلاق اثرگذار است، جاذبه‌های گردشگری این بخش است؛ همان‌طور که **زانگ و سی (۲۰۱۹)** وجود میراث بومی را یکی از عوامل تعیین کننده در توسعه گردشگری خلاق عنوان کردند. در واقع جاذبه‌های گردشگری مربوط به ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای و جاذبه‌های مکمل دلیل و انگیزه اصلی شکل‌گیری سفر و گردشگری در این زمینه هستند. ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای تنها یک ورزش محسوب نمی‌شود و به عنوان یک جاذبه گردشگری خلاق تلفیقی از ورزش، موسیقی، ادبیات و دین و مذهب را در خود جای داده است. قرار گرفتن این ویژگی‌های در یک ورزش ایرانی برای بسیار از گردشگران داخلی و خارجی جذاب است و اساس گردشگری خلاق را که تعامل و ارتباط با جاذبه‌های گردشگری است، به خوبی فراهم می‌کند. **حیدری و همکاران (۲۰۲۱)** در پژوهش خود جاذبه‌های موجود در ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای را به عنوان یکی از عوامل اصلی شکل‌گیری گردشگری ورزشی معرفی کردند. **یاسینی (۲۰۱۵)** اشاره می‌کند که آیین‌های ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، این ورزش را از یک رشته ورزشی صرف فراتر برده است و کارکردهای فرهنگی و تربیتی مؤثری در آن

وجود دارد. همچنین نتایج تحقیق **مسائلی و همکاران (۲۰۲۰)** نشان می‌دهد که از بین فعالیت‌های گردشگری با محوریت ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، بازدید از زورخانه‌های اصفهان، شرکت در رویدادهای پهلوانی و زورخانه‌ای و اجرای زنده نمایش آیین‌های پهلوانی و زورخانه‌ای از نظر گردشگران از اولویت بالایی برخوردار بود.

با توجه به نتایج تحقیق و مباحثی که مطرح شد، می‌توان نتیجه گرفت که شکل‌گیری و توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای که حوزه‌ای جذاب از گردشگری است، تحت تأثیر عوامل مختلف بیرونی و درونی است. عوامل سیزده‌گانه شناسایی شده در این تحقیق هر یک در جایگاه خود نقش بسزایی را در توسعه این بخش از گردشگری ایفا می‌کنند و مسئولان و تصمیم‌گیران این حوزه می‌توانند با بهره‌گیری از نتایج این تحقیق در راستای توسعه گردشگری به صورت عام و گردشگری خلاق و گردشگری ورزشی به صورت خاص بهره‌مند شوند. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که مسئولان و متولیان امر در حوزه گردشگری ورزشی نسبت به کاهش و خنثی‌سازی اثر تحریم‌ها، تهدیدها و تبلیغات منفی کشورهای خارجی علیه ایران، جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و اعطای مشوق به سرمایه‌گذاران، جهت توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات، افزایش سطح آگاهی عمومی و فرهنگ‌سازی در زمینه سفر و گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، توسعه زیرساخت‌های فناوری و فناوری نوین و اطلاعاتی در مقصدهای گردشگری ورزشی خلاق، ایجاد قوانین حمایتی و تسهیل‌کننده، تدوین سند راهبردی توسعه گردشگری ورزشی خلاق، تربیت نیروهای متخصص، ایجاد زیرساخت‌ها و تسهیلات مورد نیاز، برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی توانمندسازی نیروی انسانی مرتبط با بخش گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، برقراری ارتباط با سازمان‌های بین‌المللی در زمینه آموزش‌های گردشگری خلاق و انعکاس رسانه‌ای برنامه‌های مختلف ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای از شبکه‌های استانی، ملی و بین‌المللی اقدامات لازم را انجام دهند. همچنین به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آینده به بررسی نقش سایر ورزش‌های میراثی در کشور بر روی توسعه گردشگری ورزشی بپردازند و مطالعات تطبیقی با این تحقیق و سایر تحقیقات مشابه در این زمینه داشته باشند.

تقدیر و تشکر

از تمامی کسانی که ما را در نگارش این تحقیق یاری رساندند، کمال تشکر را داریم. همچنین از داوران محترم به سبب ارائه نظراتی ساختاری و علمی سپاسگزاریم.

References

- Afchangi, R. (2015). *The effects of the development of sports tourism industry in Iran*. (Master Thesis in Physical Education), Hakim Sabzevari University, Sabzevar.
- Ahmadi, O. (2018). *Identifying strategies for developing sports tourism in Kurdistan province*. (Master Thesis in Sports Management), Payam Noor university.
- Akbari, P. (2013). *Strategic plan for the development of sports tourism industry (case study; Zanjan province)*. (Master Thesis in Sports Management), Al-Zahra University.
- Amini, A. (2017). *Strategic analysis of creative tourism development in Isfahan metropolis with a focus on intangible cultural heritage.*, Sheikh Baha'i University School of Management.
- Azimzadeh, S. M. H., F; Bazmara, A. (2016). *Basics of sports marketing*. Ferdowsi University of Mashhad Publications.

- Bastehnegar, M. (2017). Creative tourism conceptual model. *Journal of Tourism and Development*, 6(2), 81-108. doi: 10.22034/jtd.2020.110411
- Bastehnegar, M., & Hassani, A. (2018). Tolerance; a spiritual strategy or a strategic spirituality in development of creative tourism. *Bagh-e Nazar Journal*, 15(60), 37-50.
- Bazrafshan, J., & Bameri, A. (2018). Study and analysis of the status of creative tourism in Zahedan. *Regional planning*, 8(31), 167-180.
- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2015). *Creative tourism in Cape Town: An innovation perspective*. Paper presented at the Urban Forum.
- Cheghajerdi, E., Faiz Elahi, G., & Shojaei Isfahani Nejad, S. (2014). Identifying the effective factors in the development of sports tourism using the SWOT model (Case study: Isfahan Zurkhaneh). *Geographical area of tourism*, 3 (10).
- Derom, I., & Ramshaw, G. (2018). Leveraging sport heritage to promote tourism destinations: The case of the Tour of Flanders Cyclo event *Sport Tourism and Sustainable Destinations* (pp. 101-121): Routledge.
- Farazyani, F., Rezayi Soofi, M., & Allah Hasani, E. (2018). The Study of Constraint factors affecting sport tourism in Kurdistan province. *Sport Management and development*, 7(3), 46-56.
- Farhadi Gheshlaghi, D., Yousefi, M., & Zendehboodi, A. *The Role of Information Technology in the Development of Tourism Industry*. Paper presented at the National Conference on the Development of Tourism Industry, with an Emphasis on National Parks and Wetlands, Focusing on Golestan Province, Galicheh, Payam Noor University Galicheh.[In Persian].
- Goli Garmestani, Z. (2016). *Strategies for the development of creative urban tourism in Iran (Case study: Sari city)*. (Master Thesis in Tourism Management), Hakim Jorjani Institute of Higher Education.
- Hasibi, S., & Shojaei, V. (2020). Comprehensive Analysis of Sports Tourism Marketing Mix in Guilan Province with 7P's Approach. *Sport Management and development*, 9(2), 52-68.
- Hatami Marbini, N. (2018). *Investigating the role of citizens in the development of creative tourism (Case study: Isfahan)*. (Master Thesis in Tourism Management), Isfahan University of Arts.
- Hemmati, S. (2018). The role of tourism capabilities and infrastructure in the development of modern tourism and economic dynamism with emphasis on the role of system variables, especially hotels and resorts. *Journal of New Attitudes in Human Geography*, 10(2), 107-128.
- Heydari, R., Keshtidar, M., Azimzadeh, S. M., Talebpour, M., & Ramkissoon, H. (2021). Identifying and leveling the effective factors on the development of heritage sports tourism based on interpretive structural modeling approach (ISM). *Sport Sciences and Health Research*, 13(1), 1-19.
- Heydari, R., Talebpour, M., Nazari Torshizi, A., Shajie, K., & Jaber, S. (2020). Codification of strategies for competitiveness and sports tourism development in cities by using of Meta SWOT technique (Case study: Mashhad metropolis). *urban tourism*, 7(1), 143-159.

- Horng, J. S., Tsai, C. Y., Yang, T. C., & Liu, C. H. (2016). Exploring the relationship between proactive personality, work environment and employee creativity among tourism and hospitality employees. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 25-34.
- Jaafari, A., Nadalipour, Z., Heydarifar, Z., & Bagheri, M. (2020). Tourism Industry Potential to Create Job Opportunities A System Dynamic Approach. *Journal of Tourism and Development*, 9(3), 153-172.
- Kahduei, E. (2016). *Identifying the factors that attract, motivate and inhibit sports tourism Memories of Yazd city from the perspective of domestic and foreign tourists with emphasis on Zurkhaneh sports*. (Master Thesis in Leisure Management and Recreational Sports), Qom University.
- Kani Salmi, S., & Safari, H. (2019). Analyzing and investigating the indices and factors of creative tourism in urban rusty contexture of Isfahan (Case study: Joybere quarter). *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 9(1), 115-152.
- Khodabakhshzade, A., Ghahraman Tabrizi, K., & Sharifian, E. (2020). Designing a model for evaluating indicators of sport tourism development in Iran. *Applied Research in Sport Management*, 9(2), 41-50.
- Khodae, Z., & KALANTARI, K. A. H. (2013). Tourism development with emphasis on the role of workforce training. 4(12), 48-59.
- Khoshfar, G. (2016). Institutional Trust and Investment in Tourist Units (Case Study: Golestan Province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 5(16), 47-70.
- Lotfi Aghel, R., Musai, M., & Vosooghi, M. (2019). The Role of Social Factors Affecting Tourism Development (Case study: Hamadan). *Islamic Economics and Banking*, 8(26), 259-282.
- Maráková, V., & Medved'ová, M. (2016). *Applicaton of innovations in tourism destinations*. Paper presented at the Forum Scientiae Oeconomia.
- Masaeli, M., Farsani, N. T., & Mortazavi, M. (2020). A study on tourist demand for Pahlevani and Zoorkhanei rituals as ancient Iranian sport. *Journal of Sport & Tourism*, 24(1), 19-29.
- Moein Fard, M. (2008). *The situation of sports tourism industry in Iran and presenting its development model*. (PhD Thesis in Sports Management), Tarbiat Moalem University.
- Rahimi, M., & Pazand, F. (2017). Pattern of the urban creative tourism and present a proposal pattern for Iran (AHP). *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 6(3), 97-124.
- Rahimi, R., Ghanbari, Y., & Barghi, H. (2020). The effect of environmental-behavioral factors on creative tourism achievement in tourism target villages of Isfahan province. *Journal of Tourism Planning and Development*, 9(32), 1-18.
- Ramshaw, G. (2019). *Heritage and sport: An introduction*: Channel View Publications.
- Ramshaw, G., & Gammon, S. J. (2017). Towards a critical sport heritage: Implications for sport tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 115-131.
- Ranjbar, S. (2016). *Development of a strategic plan for the development of Sabzevar sports tourism industry*. (Master Thesis in Sports Management), Hakim Sabzevari University.

- Razieh Yasini, S. (2016). Educational and cultural functions of sacraments in palestra. *Journal of Islamic Education, 11*(22), 131-150.
- Reihani, E., & Khatibzadeh, M. (2021). Marketing mix in sport tourism context. *Journal of New Studies in Sport Management, 2*(3), 247-255.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research, 38*(4), 1225-1253.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). *Tourism, creativity and development* (Vol. 10): Routledge London.
- Robati Anaraki, A. (2016). *Creative Tourism Strategic Planning (Case Study: Nain City)*. (Master Thesis in Urban Planning), Isfahan University of Arts.
- Safair Pour, M., & Jafari, Y. (2021). Analysis of the status of creative tourism components in the metropolises of Tabriz as the capital of tourism in Islamic countries. *Journal of Applied researches in Geographical Sciences, 21*(60), 107-126.
- Sameti, M., Hoseini, M. H., & Ehsanifarid, M. (2016). The Impact of Political Instability and Rule of Law on Tourist Arrival: A Case Study of Selected Islamic Countries (1996-2012). *Strategic Research on Social Problems in Iran, 4*(3), 1-14.
- Shagari, S. M. P. M., A. . (2012). *The role of environmental factors in the development of tourism in Ramsar*. Paper presented at the the first national conference on geography and tourism in the third millennium, Najafabad.
- Shamsoddini, A., Derakhshan, E., & Karimi, B. (2017). The effect of empowerment of human resources in tourism development Case Study: Kohgiluyeh & Boyer-Ahmad province. *Regional planning, 6*(24), 89-100.
- Stipanovic, C., & Rudan, E. (2014). *Development concept and strategy for creative tourism of the Kvarner destination*. Paper presented at the Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry.
- Tamizi, A., & Shahbazi, S. (2019). Check effect the volatility exchange rate on the tourism sector Iran. *Journal of Tourism and Development, 7*(4), 1-17.
- Watjanasontorn, I., Viriyasuebphong, P., & Voraseyanont, P. (2019). Sport marketing mix impact on intention to revisit Buriram. *Journal of Thai hospitality and tourism, 14*(2), 91-101.
- Zabihi, E. (2016). *Designing a sports tourism marketing model in Mazandaran province*. (Doctoral dissertation in sports management), Mazandaran University.
- Zarandian, N., Shalbfian, A. A., Pourfaraj, A., & Mahmoudzadeh, S. M. (2021). Public-Private Partnership Framework in Tourism Based on Meta-synthesis of Previous Works. *Journal of Tourism and Development, 10*(2), 251-276.
- Zhang, Y., & Xie, P. F. (2019). Motivational determinates of creative tourism: a case study of Albergue art space in Macau. *Current Issues in Tourism, 22*(20), 2538-2549.

Zohrevandian, K., Ehsani, M., Khosravizadeh, E. (2018). Ranking of components affecting the development of sports tourism industry in Iran by Analytic Hierarchy Process (AHP). . *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 14(27), 29-42.