

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

چکیده

ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای به‌عنوان یک میراث فرهنگی ناملموس ایرانی می‌تواند ظرفیت ویژه‌ای را برای توسعه گردشگری ورزشی خلاق در ایران ایجاد کند. لذا هدف از انجام پژوهش‌شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس بود. پژوهش حاضر به‌لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی می‌باشد که داده‌های این پژوهش نیز به‌صورت میدانی جمع‌آوری گردید. همچنین این پژوهش از انواع پژوهش‌های کیفی می‌باشد که از روش نظریه داده بنیاد و رویکرد گلیزری بهره گرفته شد. مطالعات کتابخانه‌ای به همراه مصاحبه روش اصلی جمع‌آوری اطلاعات در پژوهش حاضر بودند. براساس نتایج عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس در 108 مفهوم (کد)، 13 مقوله و 2 بعد دسته‌بندی شدند. بر این اساس عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، تکنولوژی و فناوری، 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 در این پژوهش شناسایی شدند. در نهایت می‌توان نتیجه گرفت عوامل سیزده‌گانه شناسایی شده در این تحقیق هر یک در جایگاه خود نقش به‌سزایی را در توسعه این بخش از گردشگری ایفا می‌کنند و مسئولین 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.

واژگان کلیدی:

گردشگری میراث ورزشی، گردشگری خلاق، میراث ورزشی، میراث فرهنگی ناملموس، ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای

1. مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به دلیل افزایش رقابت ملی و بین‌المللی و اشباع بازارها به ارائه محصولات خلاقانه و نوآورانه نیاز دارد (1). 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 (2). در این راستا بسیاری از مقاصد گردشگری به دنبال گذر از گردشگری سنتی هستند و در این مسیر گذر از گردشگری سنتی به سمت گردشگری مدرن و نوین با چالش ایجاد جاذبه‌های جدید برای گردشگران مواجه هستند تا بتوانند تقاضای ویژه گردشگران خاص را فراهم کنند (3). در واقع با توجه به تغییرات اساسی در عرضه و تقاضا، گردشگری باید در مسیر خلاقیت قرار بگیرد؛ چنانکه صاحب‌نظران به این باور رسیده‌اند که پایداری گردشگری در گرو گردشگری خلاق است. صاحب‌نظران گردشگری خلاق را سفری هدایت‌شده به سمت تجربه‌ای منتخب و اصیل به همراه یادگیری مشارکتی در هنر، میراث فرهنگی یا ویژگی خاص یک مکان تعریف می‌کنند (4). ریچاردز (2011) اعتقاد دارد که بین خلاقیت و گردشگری همگرایی شدیدی وجود دارد که در زندگی روزمره نهفته است (5). تمامی این عوامل صنعت گردشگری را به سوی نسل سوم گردشگری یعنی گردشگری خلاق سوق می‌دهد؛ چون 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 (4).

گردشگری خلاق به عنوان شکل پایداری از گردشگری زمینه توسعه ظرفیت‌های خلاق را از طریق مشارکت فعال

گردشگران در دوره‌ها و تجارب یادگیری خاص در یک مقصد گردشگری را فراهم می‌سازد (6). ریچاردز و ویلسون¹ (2007) در رابطه با گردشگری خلاق عنوان می‌کنند که این نوع از گردشگری به صورت عمیق گردشگران را درگیر چشم انداز فرهنگی مقصد گردشگری می‌سازد، به طوری که گردشگران به صورت مستقیم در فعالیت‌های گوناگون آن مقصد از قبیل آشپزی، صنایع دستی، ورزش، هنر و سایر فعالیت‌های خلاقانه مشارکت می‌کنند (7). بدین ترتیب راهبردهای توسعه فرهنگ محور و خلاقانه، راه جدیدی برای رسیدن به تجارب جدید گردشگری فراهم ساخته‌اند (3). 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 خرده فرهنگ‌های 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 (8). 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 نظیر مسایل 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 می‌باشد (9). یکی از جاذبه‌های گردشگری در هر منطقه که می‌تواند پتانسیلی را برای توسعه گردشگری خلاق ایجاد کند، ورزش‌هایی هستند که به عنوان یک میراث شناخته می‌شوند و نمودی از فرهنگ و هویت یک منطقه هستند.

ورزش به طور فزاینده‌ای به بخش مهمی از گردشگری به صورت عام و گردشگری میراث به صورت خاص تبدیل

1. Richards & Wilson

شده است و به صورت ویژه از نظر ایجاد مقصدهای گردشگری ورزشی برای گردشگرانی که به دنبال تعامل و در هم آمیختن با فرهنگهای ورزشی و تاریخ ورزشی هستند، 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 می‌باشد (10). به همین ترتیب، در حالی‌که گردشگران به دنبال آمیختن با نمایش‌های اصیل فرهنگ ورزشی و همچنین شرکت در فعالیت‌ها و رویدادهای میراث ورزشی هستند، ورزش نقش برجسته‌تری را در گردشگری میراث برعهده گرفته است (11). همانطور که عنوان شد، ورزش‌های میراثی به عنوان یک میراث ارزشمند برای هر منطقه، ظرفیتی بکر و غیرقابل تقلید برای توسعه گردشگری در جوامع ایجاد می‌کنند (12). یکی از این میراث‌های فرهنگی ناملموس که به عنوان یک ظرفیت برای توسعه گردشگری خلاق هم در ایران تلقی می‌شود، ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای است که در سال 2010 به عنوان یک میراث فرهنگی ناملموس در یونسکو به ثبت رسیده است و به نوعی یک ورزش میراثی تلقی می‌شود. ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، به عنوان یک میراث فرهنگی ناملموس، هنررزمی 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 به‌سزایی در آموزش فرهنگ فتوت و جوانمردی به جامعه میزبان و گردشگران دارد (13).

در اندک پژوهش‌های صورت گرفته مرتبط با موضوع پژوهش حاضر حیدری و همکاران (2021) در پژوهش خود 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، تکنولوژی و فناوری، جاذبه‌های گردشگری ورزشی میراث، بازاریابی و

اطلاع‌رسانی و ارتباطات بین‌الملل و ابعاد ایمنی و امنیت، جاذبه‌های مکمل و رویدادهای ورزشی به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی میراث معرفی کردند (14). در پژوهشی دیگر مسائلی و همکاران (2020) به دنبال بررسی میزان آگاهی، گرایش و رضایت گردشگران داخلی از آیین‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در شهر اصفهان را بود. نتایج حاکی از آن بود که با وجود تعدد زورخانه‌ها در این شهر، به دلیل عدم اطلاع‌رسانی از جانب نهادهای ذیربط این حوزه، بسیاری از گردشگران از این میراث ناملموس آگاهی کافی ندارند؛ اما علاقمندی به شناخت و آشنایی با این آیین‌ها بسیار زیاد و میزان رضایتمندی قابل قبول می‌باشد (13). همچنین چقاجردی و همکاران (1393) 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 حمل و نقل مناسب برای گردشگران ورزشی و قدیمی بودن ساختمان زورخانه‌ها در ضعف گردشگری ورزشی زورخانه‌های شهر اصفهان نقش دارند (15). در بخش پژوهش‌های صورت گرفته در خارج از کشور ژانگ و سی¹ (2019) بیان کردند که میراث بومی، کیفیت خدمات و تجربه مشارکتی، عوامل تعیین‌کننده کلیدی برای توسعه گردشگری خلاق محسوب می‌شدند. 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 می‌باشد (16). بوینس و روگرسون (2015)، در پژوهشی

1. Zhang & Xie

دیگر بیان کردند برای تقویت و بیشینه کردن ظرفیت‌های گردشگری، گردشگری خلاق با تمرکز بر تجربه‌های فرهنگی تشویق شود. همچنین پیشنهاد کردند کنترل و نظارت به منظور تسریع فرصت‌های شغلی و کارآفرینی و پایه‌ریزی حوزه‌های خلاق در نواحی که نیاز به بازسازی شهری دارند، انجام گیرد (17). همچنین نتایج پژوهش استیپانویچ و رودان (2014)، 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 (18). لذا به-کارگیری روش‌های نوآورانه و بر پایه خلاقیت به همراه معرفی جاذبه‌های کمتر شناخته شده به گردشگران سبب موفقیت در بازار رقابتی گردشگری خلاق و توسعه آن می‌شود. با توجه به اینکه کشور ایران ظرفیت و قابلیت‌های مختلفی در حوزه گردشگری خلاق را به صورت طبیعی و مصنوعی دارا می‌باشد 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 به عنوان میراثشان شناخته می‌شود، می‌توانند با حفظ اصول توسعه پایدار گردشگری به اولویت اول گردشگران بسیاری از کشورها برای سفر تبدیل شوند.

در این راستا بهره‌برداری مناسب از جاذبه‌های تاریخی و میراث فرهنگی کشور در جهت توسعه گردشگری و به ویژه گردشگری خلاق و به سبب 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 منجر به معرفی و حفظ این آیین‌ها و رونق گردشگری خلاق در بین گردشگران داخلی و خارجی می‌شود، انجام پژوهش حاضر ضروری به نظر می‌رسد. همچنین گردشگری

خلاق مبتنی بر ورزش‌های میراثی رشته‌ای نوپا است و تحقیقات جامع و کاملی در این رابطه صورت نگرفته است و بررسی یک ورزش به عنوان یک میراث فرهنگی ناملموس که می‌تواند تأثیر به‌سزایی در توسعه گردشگری خلاق یک منطقه داشته باشد، در کمتر تحقیقی دیده شده است و لذا محققین در این پژوهش درصدد پاسخ به این سوال هستند که عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس کدامند؟

2. روش شناسی

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی می‌باشد که داده‌های این پژوهش نیز به صورت میدانی جمع‌آوری گردید. همچنین این پژوهش از انواع پژوهش‌های کیفی می‌باشد که از روش نظریه داده بنیاد و رویکرد گلیزری بهره گرفته شد. قلمرو موضوعی و مکانی پژوهش در کشور ایران و قلمرو زمانی انجام پژوهش، از 1 آذر ماه 1400 تا 15 فروردین ماه سال 1401 می‌باشد. جامعه آماری پژوهش را کلیه اساتید و خبرگان دانشگاهی و مدیران عالی در حوزه ورزش، گردشگری و ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای تشکیل دادند که از این بین به صورت هدفمند تعداد 20 نفر به عنوان نمونه آماری در بخش مصاحبه انتخاب شدند. اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد شرکت‌کننده در بخش مصاحبه این پژوهش در جدول شماره 1 آورده شده است:

جدول 1: اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد مشارکت‌کننده در مصاحبه

کد	جنسی ت	سن	تحصیلا ت	حوزه فعالی ت	سابق ه فعال یت	سمت
----	-----------	----	-------------	--------------------	-------------------------	-----

مدیر کل اسبق اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان جنوبی	28	گردشگ ری و میراث فرهنگ ی	دکتری	53	مرد	P ₁
مسئول کمیته پژوهش فدراسیون ورزشهای پهلوانی و زورخانه ای	19	ورزش- های پهلوا نی و زورخا نه ای	دکتری	43	مرد	P ₂
معاون میراث فرهنگی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان رضوی	28	گردشگ ری و میراث فرهنگ ی	دکتری	54	مرد	P ₃
معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان رضوی	20	گردشگ ری	کارشن اسی ارشد	48	مرد	P ₄
رئیس اسبق فدراسیون ورزشهای پهلوانی و زورخانه ای	28	ورزش- های پهلوا نی و زورخا نه ای	کارشن اسی ارشد	46	مرد	P ₅
رئیس اسبق فدراسیون ورزشهای پهلوانی و زورخانه ای	40	ورزش- های پهلوا نی و زورخا نه ای	کارشن اسی ارشد	60	مرد	P ₆
دبیرکل اسبق فدراسیون بین- المللی ورزشهای پهلوانی و زورخانه ای	45	ورزش- های پهلوا نی و زورخا نه ای	دکتری	67	مرد	P ₇

مشاور اسبق معاون فرهنگی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع-دستی	23	گردشگری	کارشناسی ارشد	44	مرد	P ₈
معاون پژوهشی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری	35	گردشگری و میراث فرهنگی ناملموس	دکتری	58	مرد	P ₉
استادیار مدیریت ورزشی	19	گردشگری ورزشی	دکتری	47	مرد	P ₁₀
استاد مدیریت ورزشی	28	مدیریت ورزشی	دکتری	57	زن	P ₁₁
معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	21	گردشگری	دکتری	49	مرد	P ₁₂
معاون سرمایه-گذاری و تأمین منابع اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع-دستی استان خراسان رضوی	20	گردشگری	دکتری	45	مرد	P ₁₃
استادیار مدیریت ورزشی	10	مدیریت ورزشی	دکتری	35	مرد	P ₁₄
استاد مدیریت جهانگردی	25	گردشگری	دکتری	56	مرد	P ₁₅
استاد مدیریت ورزشی	18	مدیریت ورزشی	دکتری	53	مرد	P ₁₆
استاد مدیریت ورزشی	23	مدیریت ورزشی	دکتری	52	مرد	P ₁₇
استادیار مدیریت گردشگری	13	گردشگری	دکتری	41	زن	P ₁₈

P ₁₉	مرد	45	دکتری	گردشگری	11	استادیار مدیریت گردشگری
P ₂₀	زن	42	دکتری	گردشگری	14	دانشیار مدیریت جهانگردی

مطالعات و بررسی‌های کتابخانه‌ای به همراه مصاحبه دو ابزار اصلی برای گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر بودند. ابتدا به منظور 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 کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها، طرح‌های پژوهشی و اسناد بالادستی فهرستی مقدماتی از عوامل تهیه گردید. پس از انجام مطالعات 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 گردد. گفتنی است با توجه به مبانی نظری پژوهش‌های کیفی، همزمان با انجام مصاحبه‌ها، تحلیل و کدگذاری آن‌ها نیز انجام شد، به طوری که تحلیل هر مصاحبه به همراه یافته‌های قبلی به عنوان راهنمایی برای مصاحبه و ملاکی برای انتخاب افراد بعدی بود. فرآیند مصاحبه با افراد تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه داشت به صورتی که تا بعد از مصاحبه هفدهم اطلاعات جدیدی ارائه نشد (رسیدن به اشباع نظری) ولی برای اطمینان تعداد مصاحبه‌ها تا 20 نفر انجام شد. مصاحبه با افراد به صورت حضوری و آنلاین انجام شد و زمان انجام مصاحبه‌ها بین 35 تا 90 دقیقه متغیر بود. پس از اتمام مرحله مصاحبه و ثبت و کدگذاری مطالب گردآوری شده از مصاحبه با متخصصان و خبرگان و استخراج گویه‌ها، مفاهیم، مقوله‌ها و ابعاد و بعد از اطمینان از اعتبار یافته‌ها، تمامی کدهای نهایی و مقوله‌ها، در محیط شبکه‌ای نرم افزار ATLAS TI وارد شدند تا مدل کیفی پژوهش حاصل شود. همچنین به منظور کنترل عینیت (پایایی یافته‌ها) از شیوه پایایی بین دو کدگذار

استفاده شد. به این منظور از بین مصاحبه‌های انجام شده، چهار مصاحبه انتخاب و توسط دو پژوهشگر کدگذاری شدند. پایایی بین دو کدگذار برای مصاحبه‌های این پژوهش 78/37 درصد به دست آمد که با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از 60 درصد می‌باشد، بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری مورد تأیید قرار گرفت. 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 مورد تأیید قرار گرفت.

3. یافته‌ها

بر اساس نتایج پژوهش، پس از پایان مراحل کدگذاری، عوامل شناسایی شده در 108 مفهوم (کد)، 13 مقوله و 2 بعد دسته‌بندی شدند.

جدول 2: عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس

منبع	مفاهیم	مقوله‌ها	ابعاد
امینی (1396)، افچنگی (1394)	بهبود روابط سیاسی با سایر کشورها	عوامل سیاسی	
P10, P13, P16, P17, P20	ایجاد تعامل بین بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
احمدی (1397)، افچنگی (1394)، معین‌فرد (1387)	قرار دادن برنامه‌های گردشگری ورزش‌های میراثی در تفاهم‌نامه‌های دولت با سایر کشورها		
امینی (1396)، افچنگی (1394)، چقاجردی و همکاران (1393)	کاهش و خنثی‌سازی اثر تحریم‌ها، تهدیدها و تبلیغات منفی کشورهای خارجی علیه ایران		
امینی (1396)، سلاحی (1397)، معین‌فرد (1387)	حمایت مراجع دینی از توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		

P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ ,	اعلام مناطق آزاد جهت ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران خارجی به دور از الزامات دینی		
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 ...)		
P ₁ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ ,	مشارکت و سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی در توسعه زیرساخت‌های ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای و گردشگری		
P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ ,	ایجاد فرصت‌های کسب و کار و اشتغالزایی در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
معین‌فرد (1387) ،	گسترش نظام بانکی هماهنگ و متناسب با نظام بانکی بین‌المللی		
اکبری (1392) ، رنجبر (1395) ،	کنترل نرخ ارز و ارزش پول داخلی و ثبات بازار در حوزه گردشگری		عوامل اقتصادی
P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ ,	ایجاد تسهیلات جهت مراودات مالی در حوزه بانکداری الکترونیک (کارت‌های اعتباری نظیر ویزا کارت و ...)		
P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉ ,	فراهم کردن بستر مناسب جهت اخذ تسهیلات بانکی به‌منظور استفاده نهادهای مرتبط در حوزه گردشگری ورزشی میراث		
P ₁₇ , P ₁₈ , P ₁₉ ,	تضمین امنیت سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری با استفاده از ظرفیت صندوق‌های ضمانتی و حمایتی موجود		
احمدی (1397) ، افچنگی (1394) ، ذبیحی (1395) ، معین‌فرد (1387) ،	تقویت یکپارچگی و وحدت رویه در بین قومیت‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها		
P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₈ , P ₉ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₈ ,	نهادینه‌سازی و ترویج ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در نهاد خانواده و فرهنگ‌های مختلف کشور		
امینی (1396) ، احمدی (1397) ، احمدی (1394) ، افچنگی (1394)	توسعه و تشویق روحیه مهمان‌نوازی و رعایت آداب شهروندی در برخورد با گردشگران		عوامل اجتماعی و فرهنگی
P ₁ , P ₅ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₆ , P ₁₈ ,	تشویق مردم به افزایش هزینه‌های گردشگری ورزش‌های میراثی در سبد هزینه‌های خانوار		
P ₄ , P ₅ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₆ ,	حفاظت و صیانت از ارزش‌های فرهنگی و میراثی ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در تولید محصولات گردشگری خلاق		
P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₄ , P ₁₆ ,	حمایت از تولید و نشر محصولات فرهنگی و رسانه‌ای مرتبط با ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		

P ₁ , P ₄ , P ₅ , P ₈ , P ₁₃ , P ₁₉ ,	استفاده از تکنولوژی‌های نوین و با کیفیت بالا در گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	تکنولوژی و فناوری
حاتمی ماریینی (1397)، ذبیحی (1395)	فراهم کردن شیوه‌های مناسب جهت رزو و محل اقامت، بازدید از اماکن و خرید محصولات گردشگری به صورت اینترنتی	
گلی گرمستانی (1395)، حاتمی ماریینی (1397)، ذبیحی (1395)، بذرافشان و بامری (1397)	بهره‌مندی مناسب از فناوری اطلاعات و ارتباطات (نظیر وبسایت‌ها، نرم افزارهای گوشی هوشمند و نشریه‌های الکترونیکی) جهت گسترش و ترویج ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
P ₁ , P ₅ , P ₁₃ , P ₁₈	تقویت زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم افزارهای تخصصی و پشتیبان در ارتباط با گردشگری الکترونیکی در ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	
حاتمی ماریینی (1397)، رنجبر (1395)، کهدویی (1395)	فراهم کردن اینترنت پرسرعت با دامنه گسترده جهت رضایت گردشگران	عوامل قانونی و حکمرانی
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	
معین‌فرد (1387)، چقاچردی و همکاران (1393)	ایجاد مراجع قانونی مؤثر در رسیدگی به شکایات گردشگران	
درینی (1396)، اکبری (1392)، رنجبر (1395)، معین‌فرد (1387)	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، مسئولین 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 (1396)، حاتمی ماریینی	حفاظت از آب و هوا و کاهش آلودگی هوا در کلان‌شهرها	عوامل زیست-محیطی

(1397) ، افچنگی (1394)			
درینی (1396) ، حاتمی مارینی (1397) ، افچنگی (1394)	حفظ تنوع اقلیمی در کشور		
P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₈ , P ₂₀	تقویت مدیریت سبز (شهر سبز، شهر هوشمند و ...)		
درینی (1396) ، افچنگی (1394)	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	برنامه-ریزی	
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		
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 مارینی (1397) ، رنجبر (1395) ، معین‌فرد (1387) ،	تشکیل شورای عالی گردشگری ورزشی کشور	سازماندهی	عوامل مدیریتی
حاتمی مارینی (1397) ، رنجبر (1395) ، معین‌فرد (1387) ،	راه‌اندازی تشکلهای، کمیته‌ها و انجمن‌های تخصصی گردشگری از طریق ورزش‌های میراثی		
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	هدایت و رهبری	
P ₁₁ , P ₁₇ , P ₁₉ , P ₂₀	افزایش کیفیت و کمیت فعالیت آژانس‌ها و دفاتر گردشگری		
امینی (1396) ، افچنگی (1394) ، رنجبر (1395) ، چقاجردی و همکاران (1393) ،	اعمال مدیریت، فعالیت یکپارچه، سیاست‌ها و آیین‌نامه‌های حقوقی بدون در زمینه گردشگری از طریق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	هماهنگی	
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 ...)			
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 (1394) ، معین‌فرد (1387) ، چقاجردی و همکاران (1393) ،	تهیه آمار و اطلاعات شفاف و کافی در بخش‌های مختلف گردشگری خلاق و ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	نظارت و کنترل		
رباطی انارکی (1395) ، معین‌فرد (1387) ،	نظارت بر برنامه‌های توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای			
P ₁₆ , P ₁₇ , 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 ₁₉	حفظ، جذب و نگهداری نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	منابع انسانی		
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			
امینی (1396) ، حاتمی ماریینی (1397) ، کچویی (1396) ،	به‌کارگیری برنامه‌های تشویقی و انگیزشی برای افراد خلاق و نوآور در حوزه گردشگری خلاق و ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای			
امینی (1396) ، حاتمی ماریینی (1397) ،	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 ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₀ , P ₃ , P ₄ , P ₁₁ , 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			
P ₃ , P ₅ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₈ ,	توسعه کمی و کیفی سیستم‌های حمل و نقل (هوایی، ریلی، زمینی و ...)			

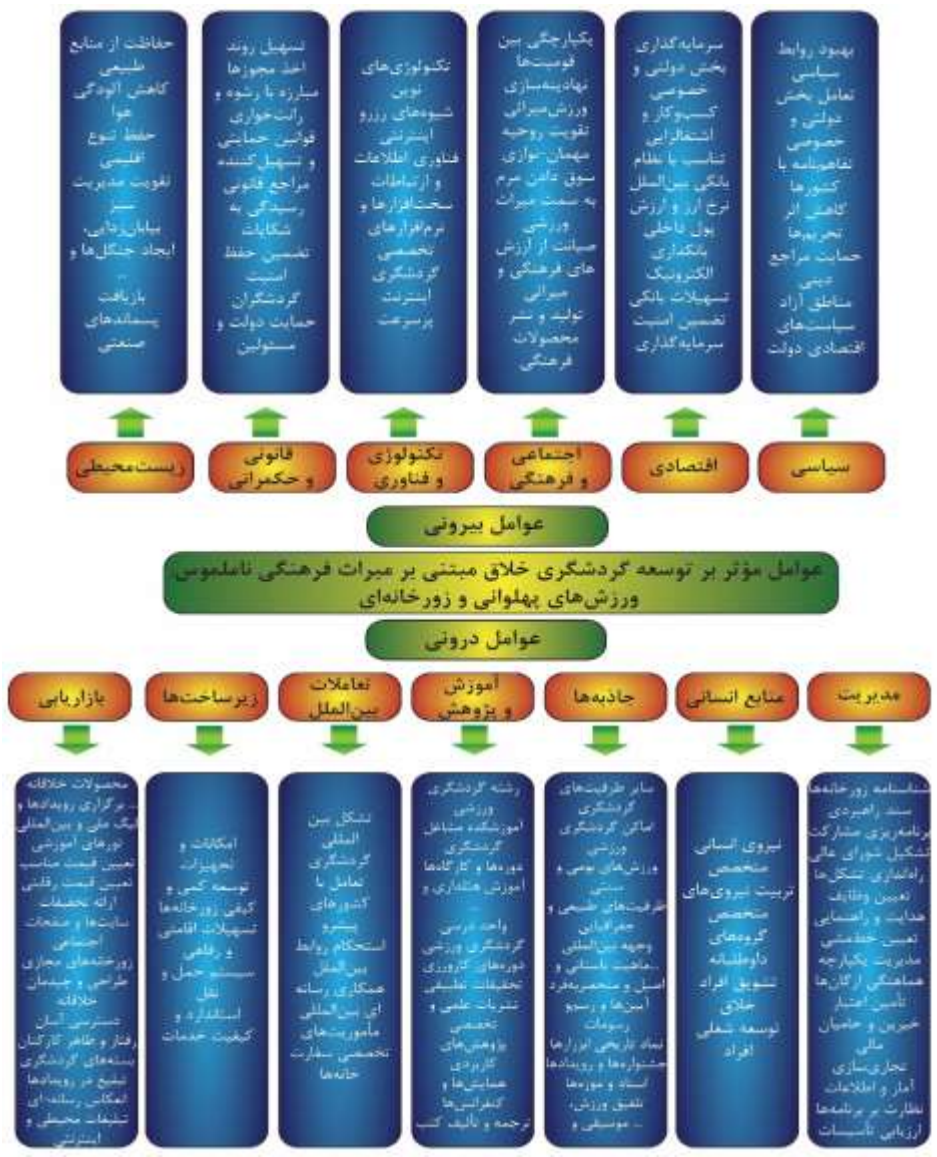
P ₅ , P ₆ , P ₁₁ , P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₉ , P ₂₀	به‌کارگیری استانداردهای بین‌المللی و کیفیت خدمات‌رسانی با توجه به نیازها و خواسته‌های گردشگران		
P ₁ , P ₂ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ ,	راه‌اندازی رشته تخصصی گردشگری ورزشی در مقاطع مختلف تحصیلی با گرایش‌های مختلف در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشور	آموزش	آموزش و پژوهش
P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₆ , P ₂₀	راه‌اندازی آموزشکده‌های ویژه برای مشاغل گردشگری ورزش‌های میراثی		
امینی (1396) ، گلی گرمستانی (1396) ، حاتمی مارینی (1397) ،	برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های مختلف آموزش کسب‌وکارها و کارآفرینی در گردشگری ورزش‌های میراثی		
P ₁₂ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₈ , P ₁₉ , P ₂₀	آموزش‌های عمومی هتلداری، رستوران‌داری، مهمانداری و زبان انگلیسی برای شاغلین گردشگری ورزش‌های میراثی		
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 تربیت‌بدنی 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	پژوهش	
حاتمی مارینی (1397) ، اکبری (1392) ،	راه‌اندازی نشریات علمی و تخصصی در حوزه گردشگری ورزشی و میراث ورزشی		
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 ورزش-های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P ₁ , P ₅ , P ₁₀ , P ₁₄ ,	ترجمه و تألیف کتب 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	تعاملات بین-الملل	
P ₁₂ , P ₁₆ , P ₁₇	ارتباط و همفکری با نهادهای گردشگری ورزشی کشورهای پیشرو		

P12, P16, P18	توجه به استحکام بخشی به روابط بین‌المللی و تشکیل کانال‌های بین‌المللی با کشورهای دوست و همجوار		
امینی (1396) ، احمدی (1397) ، افچنگی (1394) ، معین‌فرد (1387) ،	توسعه همکاری‌های رسانه‌ای بین‌المللی و تولید و انتشار محتواهای رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی برای معرفی ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P17, P18, P20	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		
P1, P5, P6, P7, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17	طراحی محصولات خلاقانه مرتبط با ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای متناسب با نیاز گردشگران (نظیر نرم افزارها، فیلم‌های آموزشی، کتاب‌ها، یادبودها و ...)	محصول	
P1, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P10, P11, P12, P13, P14,	برگزاری رویدادها، جشنواره‌ها و جشن‌های ملی و بین‌المللی با محوریت ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P5, P6, P7, P8, P10, P11, P18	راه‌اندازی لیگ ملی و بین‌المللی ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
P4, P5, P6, P17	راه‌اندازی تورهای آموزش ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای برای گردشگران		
P17, P18, P20	قیمت‌گذاری مناسب و عادلانه برای محصولات گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای		
عظیم‌زاده و همکاران (1395) ، بذرافشان و بامری (1397)	قیمت‌گذاری رقابتی خدمات گردشگری ورزشی میراث مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای نسبت به سایر اشکال گردشگری		
عظیم‌زاده و همکاران (1395) ، ذبیحی (1395) ،	در نظر گرفتن قیمت‌های اختصاصی همراه با تخفیفات برای تورها، آژانس‌ها، ادارات، سازمان‌ها و گروه‌های مختلف		
P4, P5, P17, P20	طراحی سایت‌ها و صفحات اجتماعی تخصصی با الهام گرفتن از ماهیت و اصول ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای	مکان	
P1, P8, P17,	طراحی و راه‌اندازی زورخانه‌های مجازی برای دسترسی عموم گردشگران		
عظیم‌زاده و همکاران (1395) ،	طراحی و چیدمان خلاقانه ابزارها و ادوات در زورخانه‌ها		

بذرافشان و بامری (1397) ،				
ذبیحی (1395) ، کهدویی (1395) ، کیانی سلمی و صفری (1398) ،	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 زورخانه ها 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	ترویج		
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			
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			
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 مربوطه			
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	جاذبه‌های مکمل		جاذبه های گردشگری
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 به عنوان 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	جاذبه‌های ورزش‌های		

	ثبت به عنوان میراث فرهنگی ناملموس در یونسکو	پهلوانی و زورخانه- ای		
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 منحصر به فرد 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 رسومات، 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 هر یک از ادوات و ابزارهای 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 ورزش- های 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 شماره 2، عوامل بیرونی و عوامل درونی به عنوان دو بعد اصلی در این پژوهش شناسایی شدند که 13 مقوله (عامل) شناسایی شده هر کدام به تناسب به عنوان زیر مجموعه این دو بعد شناخته شدند. همچنین شکل 1 ابعاد، عوامل و گویه‌های مرتبط با هر عامل را نشان می‌دهد:



شکل 1: عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس

4. بحث و نتیجه‌گیری

یکی از جاذبه‌های گردشگری در هر منطقه که می‌تواند پتانسیلی را برای توسعه گردشگری خلاق

ایجاد کند، ورزش‌هایی هستند که به عنوان 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. لذا هدف از انجام پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر میراث فرهنگی ناملموس بود. بر اساس نتایج تحقیق و جدول شماره 2، 108 مفهوم شناسایی شدند که این مفاهیم در دو بعد اصلی عوامل بیرونی و عوامل درونی و 13 عامل شامل عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، تکنولوژی و فناوری، قانونی و حکمرانی و زیست-محیطی، عوامل مدیریت، منابع انسانی، زیرساخت، آموزش و پژوهش، تعاملات بین‌الملل، 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. پر واضح است که بهره‌وری و استفاده بهینه از ظرفیت‌های گردشگری هر کشور متأثر از وضعیت سیاسی آن کشور است (14) و این بدان معنا است که در کشوری مثل ایران که درگیر مسائل و مشکلات سیاسی می‌باشد، عامل سیاست به‌عنوان یک عامل کلان محیطی می‌تواند تا حد زیادی رونق یا رکود صنعت گردشگری را رقم بزند. حیدری و همکاران (2021) در پژوهش خود عامل سیاسی را یکی از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی میراث در ایران معرفی کرد (14). همچنین حیدری و همکاران (1399) و صامتی و همکاران (1394) بیان می‌کنند که ثبات سیاسی و ارتقاء وجهه ملی بر توسعه گردشگری به صورت عام و گردشگری ورزشی به صورت خاص اثرگذار است (34 و 35). همچنین زرندیان و همکاران (1400) مشارکت بخش دولتی و خصوصی را از دغدغه‌های اصلی محققان در حوزه‌های مختلف صنعت گردشگری بیان کردند (36). در ادامه، نتایج تحقیق حاکی از اثرگذاری عامل

اقتصادی بر روی توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای بود. خدابخش‌زاده و همکاران (1399) موانع اقتصادی را به‌عنوان یکی از موانع مهم بر سر راه توسعه گردشگری ورزشی در ایران معرفی نمودند (37). همچنین خوش‌فر (1395) در پژوهش خود پیشنهاداتی از قبیل 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 (38). جعفری و همکاران (1399) در تحقیق خود به این موضوع اشاره کردند که فراهم‌کردن 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 (39). همچنین تمیزی و شهبازی (1397) بیان کردند بی‌ثباتی نرخ ارز باعث کاهش ورود گردشگران به کشور می‌شود (40). در این راستا کنترل نرخ ارز، حمایت و تضمین امنیت سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی کسب‌وکارها و حمایت از اشتغالزایی و کارآفرینی در این حوزه از جمله مفاهیم اقتصادی می‌باشد که موجبات توسعه گردشگری ورزشی خلاق در کشور را فراهم خواهد نمود.

عامل اجتماعی و فرهنگی یکی دیگر از عوامل شناسایی شده در پژوهش حاضر می‌باشد. مسائل و شرایط اجتماعی و فرهنگی هم می‌تواند به‌عنوان عاملی برای توسعه گردشگری خلاق تعریف شود و هم می‌تواند به‌عنوان عنصری وابسته تحت‌تأثیر شرایط و توسعه گردشگری خلاق در جوامع قرار بگیرد. مباحث فرهنگی به‌ویژه خرده‌فرهنگ‌ها که در جوامع مختلف متنوع می‌باشد یک عامل جذاب برای گردشگران است که می‌توانند در این نوع از گردشگری درگیر فرهنگ مقصد شوند و با مردم محلی تعامل داشته باشند. در این راستا تقویت و حفظ فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها، ایجاد یکپارچگی بین مردم محلی و

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 (1398) 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 نماید (41). 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 مستقیماً با افراد سر و کار دارد و جای هیچ تعجبی نیست که توان اجتماعی و فرهنگی مقصد نقش کلیدی در آن ایفا کنند. آسمالش و کومار (2019) نیز در تحقیق خود بیان کردند پایداری اجتماعی - فرهنگی، قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده رضایت‌گردشگری می‌باشد. در-واقع گردشگری بخشی جدایی‌ناپذیر از فرهنگ جامعه و نظام ارزشی آن می‌باشد؛ چنانکه میتوان گفت گردشگری از اختلاف فرهنگها و الگوهای اجتماعی متفاوت نشأت میگیرد. عامل بعدی تکنولوژی و فناوری است که اثرگذاری آن بر روی توسعه گردشگری ورزشی خلاق در این تحقیق توسط خبرگان به اثبات رسید. نتایج تحقیق فرهنگی قشلاقی و همکاران (1392) نشان می‌دهد که به‌کارگیری فناوری‌های نوین در بخش گردشگری می‌تواند توسعه گردشگری را به‌همراه داشته باشد (42). در این راستا کریم‌زاده (1396) در پژوهشی به این موضوع اشاره کرد که گسترش، به روزآوری و نوآوری در استفاده از تکنولوژی و فناوری شامل ابزارها، نرم افزارها و سخت افزارها در بخش‌های مختلف گردشگری فرهنگی بایستی 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 (43). لذا استفاده صحیح از تکنولوژی‌های روز

دنیا، به رونق گردشگری ورزشی خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای کشورمان کمک شایانی خواهد نمود.

در ادامه نتایج، یکی دیگر از عوامل شناسایی شده که بر روی توسعه گردشگری ورزشی خلاق مؤثر می‌باشد، عوامل قانونی و حکمرانی می‌باشد. حیدری و همکاران (2021)، زهره‌وندیان و همکاران (1397) و صامتی و همکاران (1394) هرکدام در پژوهش خود به اثرگذاری بالای عوامل قانونی و حاکمیتی بر توسعه گردشگری ورزشی و گردشگری میراث اشاره داشتند (14، 44 و 35). هر اندازه قوانین جامع‌تر، روان‌تر، کاربردی‌تر و توسعه محورتر 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 مورد مطالعه قرار گیرد. آخرین عامل در بین ابعاد بیرونی عامل زیست‌محیطی می‌باشد که در تحقیقات رحیمی و همکاران (1399) و شاگری و پیرمحمدزاده (1391) نیز به آن اشاره شده است اما آسمالش و کومار (2019) پایداری زیست‌محیطی را پیش‌بینی‌کننده مؤثری برای توسعه گردشگری میراث تلقی نکردند (45 و 46). شاگری و پیرمحمدزاده (1391) در پژوهشی اشاره کردند که بهبود مدیریت زیست‌محیطی منابع و جاذبه‌های گردشگری در جهت نیل به اهداف توسعه پایدار گردشگری ضروری می‌باشد (46). در این راستا حفاظت از منابع طبیعی و محیط‌زیست، حفاظت از آب و هوا 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 محیط‌زیستی که منتظر استقبال از گردشگران است، برساند.

در ادامه نتایج، عامل مدیریت به‌عنوان یکی از عوامل درونی اثرگذار بر روی توسعه گردشگری ورزشی خلاق در این تحقیق شناسایی گردید. مدیریت کلان در تمامی حوزه‌های گردشگری به‌خصوص گردشگری ورزشی خلاق از مهمترین مؤلفه‌های موفقیت به‌شمار می‌رود؛ لذا توجه به وظایف مدیریتی همچون برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و رهبری، هماهنگی، تأمین بودجه و اعتبارات و نظارت و کنترل بسیار ضروری می‌باشد. حیدری و همکاران (2021) و زهره‌وندیان و همکاران (1397) در تحقیق خود از عامل مدیریت به‌عنوان یک عامل مهم و زمینه‌ساز برای توسعه گردشگری ورزشی در ایران یاد کردند (14 و 44). فرازیانی و همکاران (1397) فقدان برنامه‌ریزی صحیح در حوزه گردشگری ورزشی را در اولویت اول مشکلات مدیریتی قرار داد و بر اهمیت و ضرورت برنامه‌های ریزی‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت در راستای توسعه گردشگری تأکید داشتند (47). همچنین خدابخش‌زاده و همکاران (1399) در پژوهش خود عامل مدیریت را به‌عنوان یک عامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی معرفی کرد و اعلام کرد که در این حوزه باید به برنامه‌ریزی، سازماندهی، نظارت و کنترل و هماهنگی به‌عنوان وظایف مدیریتی در حوزه گردشگری عمل شود (37). عامل نیروی انسانی یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق می‌باشد. از آنجا که صنعت گردشگری یک فعالیت خدماتی است و کارکنان آن را ارائه می‌کنند، توجه به آموزش و ارتقای دانش آنان یکی از رموز اصلی تضمین حیات این صنعت به‌شمار می‌رود و با توجه به این که صنعت گردشگری بسیار متأثر از ارتباط دو سویه میزبان و مهمان بوده و بدون شک مسئول این ارتباط تجربه‌ای فراموش‌نشده است و منجر به تصمیم‌گیری در مورد تجربه مجدد و یا عدم تکرار آن می‌شود، نقش نیروی انسانی در آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (48). چقاجردی و همکاران (1393) نبود افراد متخصص در حوزه گردشگری ورزشی در ضعف توسعه

گردشگری ورزشی زورخانه‌های شهر اصفهان نقش دارند (15). حیدری و همکاران (2021) در تحقیق خود وجود نیروی انسانی متخصص در حوزه‌های مختلف گردشگری ورزشی میراث را به عنوان یک عامل اصلی و تعیین‌کننده برای توسعه این شاخه از گردشگری معرفی نمودند (14). همچنین شمس‌الدینی و همکاران (1395) نیز مهارت و تخصص شغلی، دانش و اطلاعات شغلی، سطح نگرش و انگیزه شغلی افراد شاغل در گردشگری را بر روی توسعه گردشگری مؤثر دانستند (48).

نقش آموزش و پژوهش نیز به‌عنوان یک عامل مهم در مسیر توسعه گردشگری ورزشی خلاق غیرقابل انکار است. استپانویچ و رودان (2014) در تحقیق خود به نقش مهم آموزش نیروی انسانی و همچنین انجام مطالعات و تحقیقات در حوزه‌های مختلف صنعت گردشگری اشاره داشتند؛ چراکه مقوله آموزش و پژوهش می‌تواند بر روی سایر عوامل این حوزه نظیر مدیریت و منابع انسانی نیز اثرگذار باشد (18). حیدری و همکاران (2021) نیز بر اهمیت و نقش آموزش و پژوهش در حوزه گردشگری ورزشی میراث تأکید داشتند (14). همچنین زهره‌وندیان و همکاران (1397) در تحقیق خود عامل آموزش و پژوهش را به‌صورت جداگانه به‌عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی معرفی کردند (44). خدایی و کلانتری خلیل‌آباد (1391) در تحقیق خود بیان کردند که نظام آموزش گردشگری و واحدهای آموزشی، امکانات و تجهیزات آموزش و از همه مهم‌تر، معیارها و ضوابط نظارتی و چگونگی اعمال آن‌ها در حوزه گردشگری باید به سرعت متحول شوند 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 (49). بر اساس نتایج تحقیق، عامل زیرساخت به‌عنوان یکی دیگر از عوامل مؤثر مشخص گردید. حیدری و همکاران (2021) در تحقیق خود تسهیلات و زیرساخت‌ها را به‌عنوان عاملی

تعیین‌کننده در راستای توسعه گردشگری ورزشی میراث در ایران معرفی نمودند (14). همچنین نتایج تحقیق چقاجردی و همکاران (1393) نشان داد که کمبود امکانات رفاهی و حمل و نقل مناسب برای گردشگران ورزشی، در ضعف توسعه گردشگری ورزشی زورخانه های شهر اصفهان، نقش دارند (15). همتی (1397) در تحقیقی بیان می‌کند که لازمه بهره‌مندی از مزایای گردشگری مدرن توجه ویژه به متغیرهای زیرساختی به ویژه هتلها و اقامتگاه‌ها است (50). همچنین در تحقیقی دیگر فرازیانی و همکاران (1397) ضعف سیستم حمل و نقل را به‌عنوان اولویت اول مشکلات ساختاری بر سر راه توسعه گردشگری ورزشی معرفی کردند. پر واضح 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 چندان داشته باشد (47).

تعاملات بین‌المللی به‌عنوان یکی از دیگر از عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی خلاق می‌باشد که در این تحقیق شناسایی شد. حیدری و همکاران (2021) در تحقیقی تعاملات بین‌المللی را به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در مسیر حرکت به‌سوی توسعه گردشگری ورزشی میراث در ایران معرفی کردند (14). در واقع رشد هرچه بیشتر گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های میراثی نظیر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در ایران نیازمند درپیش 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 می‌باشد 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. ازجمله عواملی که می‌تواند گردشگری ورزشی خلاق را توسعه و بهبود بخشد، به‌کارگیری ابزارها و پارامترهای مؤثر

بازاریابی نظیر آمیخته بازاریابی است. ریحانی و خطیبزاده (2021) در پژوهش خود بیان کردند تبلیغات، افراد، فرآیند، قیمت و مکان تأثیر معناداری بر آمیخته بازاریابی گردشگری ورزشی دارند که باید در زمینه مدیریت گردشگری ورزشی لحاظ شود (51). همچنین ایسترا¹ و همکاران (2019) در تحقیقی بیان کردند که عناصر کلیدی آمیخته بازاریابی ورزشی شامل محصول، قیمت، مکان، شواهد فیزیکی، فرآیند، افراد و ترکیب تبلیغاتی که بر قصد گردشگران داخلی برای بازدید مجدد از گردشگری ورزشی تأثیر می‌گذارد (52). حسینی و شجاعی (1399) نیز در پژوهش خود نتیجه گرفتند که توسعه جامع و پایدار صنعت گردشگری ورزشی تحت تأثیر اتخاذ رویکردی سیستمی و متناسب با لحاظ نمودن کلیه عناصر آمیخته بازاریابی گردشگری ورزشی می‌باشد (53).

در نهایت آخرین عامل شناسایی شده در این پژوهش که در شکل‌گیری و توسعه گردشگری ورزشی خلاق اثرگذار می‌باشد، جاذبه‌های گردشگری این بخش می‌باشد؛ همانطور که ژانگ و سی (2019) وجود میراث بومی را یکی از عوامل تعیین‌کننده 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 به‌عنوان 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 که تعامل و ارتباط با جاذبه‌های گردشگری است را به‌خوبی فراهم می‌کند. حیدری و همکاران (2021) در پژوهش

1. Itsra

خود جاذبه‌های موجود در ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای را به‌عنوان یکی از عوامل اصلی شکل-گیری گردشگری ورزشی معرفی کردند (14). یاسینی (1394) اشاره می‌کند که آیین‌های ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، این ورزش را از یک رشته ورزشی صرف فراتر برده و کارکردهای فرهنگی و تربیتی مؤثری در آن وجود دارد (54). همچنین نتایج تحقیق مسائلی و همکاران (2020) نشان می‌دهد که از میان 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 (13).

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 می‌باشد، تحت تأثیر عوامل مختلف بیرونی و درونی می‌باشد. عوامل سیزده‌گانه شناسایی شده در این تحقیق هر یک در جایگاه خود نقش به‌سزایی را در توسعه این بخش از گردشگری ایفا می‌کنند و مسئولین 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. براین 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 تکنولوژی 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 بدهند. همچنین به پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد که در تحقیقات آینده خود 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.

5. منابع

1. Maráková, V., & Medved'ová, M. (2016). Innovation in tourism destinations. *Paper presented at the Forum Scientiae Oeconomia.*, 4. 1.
2. 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. [In Persian]
3. Bastenegar, M., Hassani, A. (2018). Tolerance; a Spiritual Strategy or a Strategic Spirituality in Development of Creative Tourism. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 15(60), 38-50. [In Persian]
4. Bastehnegar, M. (2017). Creative tourism conceptual model. *Journal of Tourism and Development*, 6(2), 81-108. [In Persian]
5. Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research*, 38(4), 1225-1253.
6. 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.
7. Richards, G., & Wilson, J. (Eds.). (2007). *Tourism, creativity and development* (Vol. 10). Routledge.
 8. Safai 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. *jgs*. 21 (60), 107-126. [In Persian]
 9. Amini, A. (2017). Strategic analysis of creative tourism development in Isfahan metropolis with a focus on intangible cultural heritage. Master Thesis in Tourism Management Tourism Development Planning. Sheikh Baha'i University School of Management. [In Persian]
 10. Ramshaw, G. and Gammon, S.J. (2017) Towards a critical sport heritage: Implications for sport tourism. *Journal of Sport & Tourism* 21 (2), 115–131.
 11. Derom, I. and Ramshaw, G. (2016) Leveraging sport heritage to promote tourism destinations: The case of the Tour of Flanders Cyclo event. *Journal of Sport & Tourism* 20 (3&4), 263–283.
 12. Ramshaw, G. (2020). *Heritage and sport: An introduction*. Channel View Publications.
 13. 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.
 14. Heydari, R., Keshtidar, M., Azimzadeh, S., 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). *Journal of Exercise Science and Medicine*, 13(1), -.
 15. Chaghajerdi, I; Faizoollahi, G A; Shojaei Isfahani Nejad, S E. (2014). Identifying the effective factors in the development of sports tourism using the SWOT model (Case study: Zurkhanehs in Isfahan). *Geographical Quarterly of Tourism Space*. 3 (10), 25-38. [In Persian]
 16. 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.

17. Booyens, I., Rogerson, C.M. (2015). Creative tourism in Cap Town: an innovation perspective. *Springer Science +Business Media Dordrecht*. Creative City Net.
18. Stipanovic, C., & Rudan, E. (2014). Development concept and strategy for creative tourism of the Kvarner destination. In Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry (p. 507). University of Rijeka, Faculty of Tourism & Hospitality Management.
19. Afchangi, R. (2015). The effects of the development of sports tourism industry in Iran. Master Thesis in Physical Education, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Hakim Sabzevari University. [In Persian]
20. Ahmadi, O. (2018). Identifying strategies for developing sports tourism in Kurdistan province. Master Thesis in Sports Management. Payam Noor university. [In Persian]
21. Moein Fard, MR. (2008). The situation of sports tourism industry in Iran and presenting its development model. PhD Thesis in Sports Management. Faculty of Physical Education and Sports Sciences. Tarbiat Moalem University. [In Persian]
22. Salahi, F. (2017). Factors affecting the development of mountain sports tourism with a focus on innovation. Master Thesis in Sports Management. Faculty of Sports Sciences, Hakim Sabzevari University. [In Persian]
23. Akbari, P. (2013). Strategic plan for the development of sports tourism industry (case study; Zanjan province). Master Thesis in Sports Management. Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Al-Zahra University. [In Persian]
24. Ranjbar, S. (2016). Development of a strategic plan for the development of Sabzevar sports tourism industry. Master Thesis in Sports Management. Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Hakim Sabzevari University. [In Persian]
25. Zabihi, E. (2016). Designing a sports tourism marketing model in Mazandaran province. Doctoral dissertation in sports management. Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Mazandaran University. [In Persian]
26. Hatami Marbini, N. (2018). Investigating the role of citizens in the development of creative tourism (Case study: Isfahan). Master Thesis in Tourism Management, Tourism Development

- Planning. Faculty of Higher Arts and Entrepreneurship Research, Isfahan University of Arts. [In Persian]
27. Goli Garmestani, Z. (2016). Strategies for the development of creative urban tourism in Iran (Case study: Sari city). Master Thesis in Tourism Management, Planning and Development. Faculty of Tourism, Hakim Jorjani Institute of Higher Education. [In Persian]
 28. Bazrafshan, J., bameri, A. (2018). Study and analysis of the status of creative tourism in Zahedan. *Regional Planning*, 8(31), 167-180. [In Persian]
 29. 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. Faculty of Humanities, Qom University. [In Persian]
 30. Robati Anaraki, A. (2016). Creative Tourism Strategic Planning (Case Study: Nain City). Master Thesis in Urban Planning. Faculty of Architecture and Urban Planning, Isfahan University of Arts. [In Persian]
 31. Ataei Kachuei, F. (2017). Pathology of cultural heritage tourism development in destination areas (Case study: Behshahr city). Master Thesis in Tourism Management. Faculty of Humanities and Social Sciences, Mazandaran University. [In Persian]
 32. Azimzadeh, S M; Heydari, F; Bazmara, A. (2016). Basics of sports marketing. Ferdowsi University of Mashhad Publications. [In Persian]
 33. Kiani 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. [In Persian]
 34. Heydari, R., talebpour, M., nazari torshizi, A., shajie, K., Jaberi, 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. [In Persian]
 35. Sameti, M., Hoseini, M., 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 University of Isfahan*, 4(3), 1-14. [In Persian]
36. Zarandian, N., Farzin, MR; Shalbfian, A., pourfaraj, A., Mahmoudzadeh, S. (2021). Public-Private Partnership Framework in Tourism Based on Meta-synthesis of Previous Works. *Journal of Tourism and Development*, 10(2), 251-276. [In Persian]
 37. 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. [In Persian]
 38. Khoshfar, G. (2016). Institutional Trust and Investment in Tourist Units (Case Study: Golestan Province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 5(16), 47-70. [In Persian]
 39. 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. [In Persian]
 40. 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. [In Persian]
 41. Lotfi Aghel R, Musai M, Vosooghi M. (2019). The Role of Social Factors Affecting Tourism Development (Case study: Hamadan). *mieaoi*. 8 (26), 259-282. [In Persian]
 42. Farhadi Gheshlaghi, D; Yousefi, M; Zende Budi, E. (2013). The role of information technology in the development of tourism industry, National Conference on Tourism Industry Development with emphasis on national parks and wetlands with the focus on Golestan province, Galikesh. [In Persian]
 43. Karimzadeh, J. (2017). Explaining the role of ICT technology in the development of cultural tourism industry to achieve world-class services, the first international congress on the vision of world-class management in Iran, Qarchak. [In Persian]
 44. 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. [In Persian]

45. 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. [In Persian]
46. Shagari, S M; Pir Mohammadzadeh, A. (2012). The role of environmental factors in the development of tourism in Ramsar, the first national conference on geography and tourism in the third millennium, Najafabad. [In Persian]
47. 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. [In Persian]
48. 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. [In Persian]
49. Khodaei, Z; Kalantari Kalili Abad, H. (2012). Tourism development with emphasis on the role of workforce training. *Urban Management Studies*, 4(12), 48-59. [In Persian]
50. 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. [In Persian]
51. Reihani, E., Khatibzadeh, M. (2021). Marketing Mix in Sport Tourism Context. *Journal of New Studies in Sport Management*, 2(3), 247-255.
52. 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.
53. Hoseini, 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. [In Persian]
54. Yasini, SR. (2016). Educational and cultural functions of sacraments in palestra. *Journal of Islamic Education*, 11(22), 131-150. [In Persian]

The effective factors in the development of creative sports tourism based on intangible cultural heritage

Abstract

Pahlevani and zurkhaneh sports as an intangible Iranian cultural heritage can create a special capacity for the 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. 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. 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. Finally, it can be concluded that 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 Benefit from the results of this research in order to develop tourism in general and creative tourism and sports tourism in particular.

Keywords: Sports Tourism, Creative Tourism, Sports Heritage, Intangible cultural heritage, Pahlevani and Zurkhaneh Sports,