

شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای در جذب گردشگران خارجی از دیدگاه راهنمایان گردشگری

سجاد قاسم‌پور^۱

جواد شهبایی^۲

حبیب هنری^۳

 10.22034/SSYS.2022.1393.1965

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۳/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۷/۱۹

هدف از این پژوهش، شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای در جذب گردشگران خارجی از دیدگاه راهنمایان گردشگری بود. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی با ماهیت اکتشافی و بر اساس روش، تحلیل تماتیک و با ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. جامعه آماری این پژوهش کلیه راهنمایان گردشگری زبان‌های خارجی بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی ۱۳ نفر از راهنمای گردشگری انتخاب شدند و از نفر ۸ به بعد اشباع نظری حاصل شد. روش اعتبارسنجی پژوهش، روایی تفسیری بود. از تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی، ۶۰ کد اولیه به دست آمد که در ۱۵ مقوله محوری قرار گرفتند و در نهایت دو مقوله اصلی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای حاصل شد. جذابیت‌های ملموس شامل معماری و دکوراسیون، افزارهای ورزش باستانی، افزارهای غیرورزشی، گردانندگان زورخانه، حرکات جمعی هماهنگ، تلفیق انواع حرکات، تناسب و زیبایی اندام ورزشکاران و همگانی بودن ورزش است. جذابیت‌های ناملموس نیز شامل سلسله‌مراتب ورزشکاران در زورخانه، قدمت زیاد زورخانه، تلفیق موسیقی با ورزش، تعلق به کشور ایران، تلفیق ادبیات و ورزش، تلفیق فرهنگ با ورزش و تلفیق مذهب با ورزش بود.

از نتایج حاصل می‌توان در جهت جذب و توسعه گردشگری ورزشی و فرهنگی استفاده نمود و در بازاریابی‌ها با تأکید بر این جذابیت‌ها به ترغیب گردشگران برای سفر به ایران پرداخت. توصیه می‌شود فدراسیون ورزش زورخانه‌ای با همکاری میراث فرهنگی و آژانس‌های گردشگری با استفاده از این ورزش و جذابیت‌های یادشده گامی مؤثر در جهت توسعه این ورزش در داخل و خارج از کشور بردارد و از راه جذب گردشگر به اقتصاد کشور کمک نمایند.

واژگان کلیدی: جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای، جذب گردشگر، گردشگران خارجی، راهنمایان گردشگری و تحلیل تماتیک.

۱ کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۲ دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۳ دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

فراغت یکی از بخش‌های اصلی فعالیت انسانی به شمار می‌رود و ورزش و گردشگری اصلی‌ترین نوع گذران اوقات فراغت در جهان محسوب می‌شوند (علی نژاد، ۱۳۹۳). صنعت گردشگری در دنیا یکی از منابع مهم درآمد و از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به‌عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان جایگاه ویژه‌ای دارد. از این رو، بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده در پی افزایش بیش‌ازپیش منافع و عوائد خود از این فعالیت بین‌المللی هستند (کاظمی، ۱۳۹۲). گردشگری و ورزش دو جزء حیاتی اقتصاد جهانی‌اند که تأثیر شگرفی بر جامعه امروز دارند (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۵). ورزش برای مردم تکیه‌گاهی امن به حساب می‌آید تا در پناه آن به نهایت رشد و کمال مطلوب انسانی دست یابند و به‌عنوان یکی از روش‌های گذران اوقات فراغت در جذب ارزش‌های فرهنگی مؤثر است (کوزه‌چیان، ۱۳۹۰). از ترکیب دو صنعت ورزش و جهانگردی، صنعت نوینی به نام «جهانگردی ورزشی» یا «گردشگری ورزشی» پدید آمده است. با نگاهی کوتاه به آمارها و روندهای رشد ارائه‌شده از سوی سازمان جهانی جهانگردی درمی‌یابیم که این صنعت چه آثار مهمی بر اقتصاد جهانی گذاشته و این خود بیانگر اهمیت و گسترده بودن نقش آن در کشورهاست (چو^۱ ۲۰۱۹). شرایط و وضعیت اقتصادی و اجتماعی کنونی کشور به‌گونه‌ای است که ایجاب می‌نماید با بازنگری در امکانات و توانمندی‌های موجود چاره‌ای برای مقابله و مواجهه با معضلاتی همچون وابستگی به نفت و افزایش نگران‌کننده بیکاری بیابیم. توانمندی‌های بالقوه کشور در صنعت گردشگری از جمله عرصه‌هایی است که در صورت بالفعل شدن می‌تواند در رفع بسیاری از معضلات و مشکلات یاد شده مؤثر و کارساز باشد (کاظمی و همکاران ۱۳۹۸). گردشگری ورزشی یکی از انواع گردشگری است که جهت دستیابی به اهداف گردشگری در هر جامعه‌ای نقش مهم و تأثیرگذاری را ایفا می‌کند. کارکردهای مهم ورزش در سطح جهان سبب شده است تا بتوان از آن جهت توسعه گردشگری در قالب گردشگری ورزشی بهره لازم را برد. در سال‌های گذشته گردشگری ورزشی بخش عمده‌ای از موفقیت جوامع در حوزه گردشگری را شامل شده است. این مسئله سبب گردیده تا بسیاری از کشورها در جهت توسعه گردشگری ورزشی اقدامات لازم را انجام دهند (شجاعی، ۱۳۹۸).

تفاوت فرهنگ‌ها اساس جهانگردی است؛ به‌طوری‌که مقاصد دارای جاذبه‌های فرهنگی برای جهانگردان در اولویت قرار دارند. نظریه‌های جدید در زمینه گردشگری ورزشی نشان می‌دهد که اگر جذابیت‌های گردشگری بر پایه ورزش باشد، در مقایسه با دیگر جذابیت‌های فرهنگی با مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری همراه هستند و با توجه به بررسی‌های صورت گرفته کشور ایران جزو ۱۰ کشور اول جهان از لحاظ جاذبه‌های گردشگری و جزو ۹ کشور اول جهان از نظر تنوع گردشگری است. از این رو،

¹ Cho

شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای در جذب گردشگران خارجی از دیدگاه راهنمایان گردشگری

اهمیت دارد از قابلیت‌های خود در توسعه گردشگری استفاده کند (ویسیا، ۱۳۹۰). بر اساس معیارهای یونسکو، ایران از نظر گردشگری طبیعت رتبه پنجم، از لحاظ پذیرش گردشگر دارای رتبه هفتم و از نظر درآمد ارزش گردشگری رتبه هشتم را در جهان داراست. استعداد درآمد ارزی ایران از گردشگری بسیار بالاتر از درآمد فروش نفت است و همچنین گفته شده که این کشور علی‌رغم داشتن مزیت نسبی بالا در گردشگری، میزان بهره‌مندی بسیار ناچیزی از این صنعت دارد (اسدی و همکاران، ۱۳۹۷).

یکی از رشته‌های ورزشی که توجه به توسعه در آن بسیار جدی است و از جمله ورزش‌هایی که کشور ما با تکیه بر آن در بین کشورهای دیگر می‌تواند از آن در جهت جذب گردشگر استفاده کند، ورزش‌های زورخانه‌ای است. «ورزش باستانی»، «ورزش زورخانه‌ای» و «ورزش پهلوانی» همه نام‌های متداول این ورزش هستند. ریشه نام «زورخانه» از آنجا وارد این ورزش شد که هر شخص تازه‌واردی که به جمع افراد زورخانه می‌پیوسته باید آبی آغشته به نمک به نام «آب زور» می‌نوشیده که از آن به بعد «ورزش زورخانه‌ای» نام گرفته است. هدف این ورزش تنها زورمندی نبوده، بلکه ساخته‌شدن روح و جسم توأم مدنظر بوده است (عبداللهی، محمدصادق، ۱۳۹۰). ورزش زورخانه‌ای، ورزش ملی و تاریخی ایران است که به‌عنوان یک جریان فرهنگی از زمان رسمیت یافتن تشیع در ایران جایگاه ویژه‌ای داشته است. ورزش باستانی تنها ورزش جسمی است که با مزین کردن حرکات ورزشی به آداب و اخلاق و استفاده از مضامین مذهبی به‌عنوان یک مبلغ ایفای نقش می‌کند (جعفری و همکاران، ۱۳۹۲). ورزش باستانی، میراث معنوی و فرهنگی مردم ایران و منطقه است. این ورزش علاوه بر برخورداری از جنبه‌های فرهنگی و هنری در تقویت قدرت، استقامت و هماهنگی عضلات بدن مؤثر است (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین ورزش زورخانه‌ای در سال ۲۰۱۰ میلادی در فهرست میراث فرهنگی معنوی یونسکو از سوی ایران ثبت شد (سایت جهانی یونسکو، ۲۰۱۰).

بدین ترتیب، ورزش زورخانه‌ای که ریشه در فرهنگ، ادبیات و مذهب ما دارد و در فهرست جهانی میراث معنوی یونسکو ثبت شده، می‌تواند در جذب گردشگر فرهنگی - ورزشی در راستای توسعه پایدار گردشگری گامی مؤثر بردارد. لذا با توجه به غنای فرهنگی و تاریخی این ورزش، نقش جذابیت‌های این ورزش از دیدگاه راهنمایان گردشگری که «سفیران فرهنگی» نامیده می‌شوند، در جهت جذب و توسعه گردشگری فرهنگی و ورزشی و همچنین استفاده از این ورزش ملی در جهت تبلیغات و بازاریابی بسیار حائز اهمیت است. آگاهی از اولویت‌های موردتوجه گردشگران از جمله عواملی است که باید در برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری ورزشی لحاظ شود (خطیب زاده، ۱۳۹۰).

در میان نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری، راهنمایان تور (تور لیدرها)، نقش مؤثری در هدایت و تأمین نیازمندی‌های مادی، معنوی و غنای روحی گردشگران دارند. باثوم^۱ (۲۰۱۸) اشاره داشت

¹ Baum

که منابع انسانی نقش مهمی در جهت دستیابی به اهداف مدنظر در گردشگری دارند. توانمندی هر یک از این افراد به جریان گردشگری در هر کشوری رونق می‌بخشد و عدم کارایی آن‌ها نیز مانع از رشد و توسعه گردشگری می‌شود (حیدری، ۱۳۸۹). گردشگران در مقصد نیازمند هدایت و راهنمایی صحیح جهت بهره‌برداری و لذت بردن بیشتر از تمام جنبه‌های آن هستند که این مهم به عهده راهنمایان تور است. راهنمایان تور در جهت توسعه خدمات گردشگری و جذب گردشگران و برآورده ساختن نیازهای مشتریان و کسب رضایت آنان تلاش می‌کنند. راهنما نه فقط باید اطلاعات به نسبت جامعی در مورد جاذبه‌ها در اختیار داشته باشد، بلکه باید بتواند به شیوه‌های جذاب و با استفاده از فنون و مهارت‌های ارتباطی و با فن بیان مناسب نیز این اطلاعات را به گردشگران منتقل نماید (پوند^۱، ۱۹۹۳). در واقع، عملکرد راهنما بر تصویر گردشگران از خدمات آژانس گردشگری و در نتیجه تکرار خرید و وفاداری آنان تأثیر دارد (گوا و گلدمن^۲، ۱۹۹۱). با توجه به تأثیر بارز راهنمایان تور در رضایت گردشگران و توسعه گردشگری پایدار و ایجاد تصویر مثبت از مقاصد گردشگری و همچنین جذب گردشگران، در این پژوهش برای شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای از دیدگاه راهنمایان گردشگری در جهت جذب گردشگران خارجی استفاده می‌شود.

کهدوئی (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان «شناسایی عوامل جذب‌کننده، سوق‌دهنده و بازدارنده گردشگری ورزشی خاطرات شهر یزد از دیدگاه گردشگران داخلی و خارجی با تأکید بر ورزش زورخانه» نشان داد در بخش عوامل جذب‌کننده پیشنهاد می‌شود در برنامه‌های بازاریابی بر جذب گردشگران ورزشی، به قدمت شهر یزد و معرفی زورخانه‌های این شهر به عنوان یکی از مهم‌ترین جاذبه‌ها و در بخش عوامل سوق‌دهنده نیز با توجه به علاقه‌ی زیاد گردشگران به هنر و معماری، بر جنبه‌های زیبایی‌شناسی زورخانه‌ها و ورزش باستانی در جهت جذب گردشگران توجه شود. سیاوشی (۱۳۹۴) در پژوهش خود با عنوان «تحلیل SWOT ورزش باستانی (زورخانه) استان خراسان رضوی و ارائه راهکار برای توسعه» اذعان داشت که برنامه‌ریزی مالی مناسب و بهره‌گیری بهتر از منابع مالی دولتی، تدوین برنامه حمایتی برای سرمایه‌گذار بخش خصوصی در ورزش باستانی، درآمدزایی از طریق تبلیغات دور میدانی و جذب حامی مالی در مسابقات ورزش باستانی، ترویج و رعایت ارزش‌های اخلاقی در ورزش باستانی و راه‌اندازی لیگ‌های ورزش باستانی در سطح استان باید صورت گیرد. چقاچردی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: زورخانه‌های شهر اصفهان)» دریافتند که عامل نبود افراد متخصص در حوزه گردشگری ورزشی، کمبود امکانات رفاهی و حمل‌ونقل مناسب برای گردشگران ورزشی، تبلیغات بسیار کم در این زمینه، قدیمی بودن ساختمان

¹ Pond

² Geva & Goldman

شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای در جذب گردشگران خارجی از دیدگاه راهنمایان گردشگری

زورخانه‌ها و آشنایی نداشتن مردم با زورخانه‌ها، در ضعف توسعه گردشگری ورزشی زورخانه‌های شهر اصفهان، نقش دارند.

آلونسو^۱ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «بازی‌ها و ورزش‌های سنتی ثبت‌شده به‌عنوان میراث غیرملموس فرهنگی در یونسکو موردتوجه راهبردهای توریستی ملی (مورد مطالعه: ورزش‌های رزمی)» اذعان داشت که یونسکو در فهرست‌های اعلام‌شده میراث فرهنگی ناملموس، بازی‌ها و ورزش‌های مختلف سنتی نقش دارد. این داریابی‌های فرهنگی نامشهود به‌عنوان پتانسیلی باارزش تصور می‌شوند و بخش خوبی از سیاست‌های ترقی و توسعه گردشگری منطقه‌ای یا ملی را برای این ورزش‌ها در نظر گرفته می‌شود. گارسیا^۲. (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «اهمیت توریستی رویدادهای ورزشی در سگویا» دریافت که رویدادهای ورزشی می‌تواند یک عامل اصلی در رشد یک مقصد گردشگری باشد. بین گردشگری و ورزش رابطه مستقیمی وجود دارد. یک مقصد توریستی در طول توسعه رویدادهای ورزشی، چه در کوتاه‌مدت و چه در طولانی‌مدت، از مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برخوردار است. برگزاری مسابقات ورزشی در شهر سگویا به حفظ میراث خود کمک می‌کند، زیرا همان‌طور که در بالا گفته شد، این یک گردشگری پایدار است. گیتاری^۳ (۲۰۱۶) در پژوهش خود درباره نقش فعالیت‌های ورزشی در توسعه گردشگری در نایروبی (پایتخت کنیا)، توصیه‌هایی پیرامون بهبود امنیت، بازاریابی مقصدهای گردشگری ورزشی، همکاری ذینفعان، مداخله دولت و تدوین سیاست‌های مناسب در زمینه گردشگری ورزشی ارائه کرد. گزنالس^۴ (۲۰۱۵) در پژوهشی به تجزیه و تحلیل توریسم ورزشی در جزایر قناری پرداخت. یافته‌های این پژوهش نشان داد که ورزش‌های ساحلی در قناری باعث توسعه و جذب بسیاری از گردشگران و همچنین رونق اقتصاد محلی و ایجاد اشتغال برای مردم در نواحی ساحلی شده است. پورمند و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی به بررسی تأثیر برگزاری رویداد تیراندازی باکمان بر توسعه گردشگری (مورد مطالعه: ایران) پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن بود که تیراندازی باکمان تأثیر مستقیمی بر جامعه و فرهنگ، اقتصاد، محیط‌زیست، سیاست و توسعه گردشگری دارد. همچنین رویدادهای ورزشی می‌توانند باعث ایجاد روابط بین ملل و ایجاد همکاری‌های بین‌المللی شوند. این بازی‌ها ظرفیت جوامع میزبان را برای شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد و در برخی موارد می‌تواند گامی در جهت رفع تحریم‌های سیاسی باشد. این بازی‌ها به‌عنوان نتیجه توسعه گردشگری ورزشی تأثیر مثبت اقتصادی دارند.

¹ Alonso

² García

³ Gitari

⁴ González

در اغلب پژوهش‌های داخلی و پژوهش‌های کهدوئی (۱۳۹۵)، سیاوشی (۱۳۹۴) و چقاچردی و همکاران (۱۳۹۳) توسعه گردشگری بر مبنای زورخانه مورد مطالعه قرار گرفته، اما تمام جذابیت‌های این ورزش بیان نشده و تنها به چند مورد کوتاه از جمله معماری و قدمت آن‌ها بسنده شده است. همچنین جذب گردشگران خارجی با استفاده از برگزاری رویداد، لیگ و همچنین جذابیت‌های توریستی شهرها و دیگر اماکن تاریخی و گردشگری تشریح شده است. هدف این پژوهش از شناسایی جذابیت‌های زورخانه برای جذب گردشگران خارجی در واقع تمرکز بر روی ورزش زورخانه به‌عنوان یک جذابیت فرهنگی - ورزشی بوده است - این‌که چگونه می‌توان با تأکید بر جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای گردشگران خارجی را جذب کرد. لذا این پژوهش در پی آن است که جذابیت‌های این ورزش را شناسایی کند و دریابد چگونه این جذابیت‌ها در جذب گردشگران ورزشی و فرهنگی خارجی می‌تواند نقش داشته باشد و در پایان نیز پیشنهادهایی برای اینکه چگونه با استفاده از جذابیت‌های این ورزش بازاریابی شود را ارائه کند.

پژوهش‌های خارجی بیشتر بر روی تأثیرات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی ورزش‌های سنتی و بومی ثبت‌شده در یونسکو تأکید دارند و از جذابیت‌های این ورزش‌ها سخنی به میان نمی‌آید. فقط سنتی بودن ورزش‌ها ملاک خوبی برای جذب گردشگران به‌خصوص گردشگران خارجی نیست. بنابراین در این پژوهش سعی بر این است که فقط سنتی بودن ورزش زورخانه‌ای ملاک قرار نگیرد و جذابیت‌های دیگر فرهنگی، ملیتی، حماسی، فلسفی و غیره نیز مورد توجه قرار گیرد. در پایان این پژوهش الگوی خاصی از جذابیت‌های این ورزش ارائه می‌شود. بنابراین این پژوهش سعی در پاسخ به این سؤال دارد:

جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای برای جذب گردشگران خارجی چیست؟

روش‌شناسی پژوهش

مروری بر ادبیات پژوهش در حوزه ورزش زورخانه‌ای و مطالعه اسنادی پیرامون آن نشان می‌دهد که الگویی خاصی برای جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای وجود ندارد و هر آنچه موجود است صرفاً نظریات و فرضیات پراکنده از برخی اساتید و دانشجویان علاقه‌مند به این ورزش است. لذا این پژوهش با بهره‌گیری از روش تحلیل تماتیک به‌عنوان روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی به‌دست‌آمده از مصاحبه و داده‌های متنی، تلاش کرده است تا الگویی مناسب برای جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای طراحی و نمایش دهد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر راهبرد از نوع پژوهش‌های کیفی بود که با ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و با استفاده از تحلیل تماتیک انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش را راهنمایان گردشگری زبان‌های خارجی تشکیل می‌دادند که با استفاده از نمونه‌گیری گلوله‌برفی با سیزده نفر مصاحبه شد که از نفر هشتم به بعد اشباع نظری حاصل گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها، محقق به‌صورت حضوری و آنلاین با نمونه‌ها مصاحبه کرد. با توجه به جدول ۱ و ۲، تجزیه و تحلیل

شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای در جذب گردشگران خارجی از دیدگاه راهنمایان گردشگری

داده‌های کیفی (کدگذاری باز، محوری و انتخابی) با هدف شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای انجام شد که ۶۰ کد باز به دست آمد. این کدها در ۱۵ مقوله محوری قرار گرفتند و در نهایت از مقوله‌های به دست آمده ۲ مفهوم حاصل شد. روش اعتبارسنجی این پژوهش روایی تفسیری بود. با ارائه نتایج پژوهش به راهنمایان گردشگری تأیید نهایی آن به دست آمد. این روش عبارت است از بررسی صحت یافته‌های پژوهش توسط مصاحبه‌شوندگان به منظور تعیین اینکه آیا این پژوهش به شکل صحیح دیدگاه‌های آنان را درباره موضوع پژوهش پوشش داده است یا خیر؟ برای سنجش روایی و پایایی علاوه بر اینکه مضمون‌های فراگیر اصلی و فرعی با الگوهای مفهومی به دست آمده از پیشینه و چارچوب مفهومی پژوهش مطابقت داده شد، نظریات و دیدگاه‌های گروهی از متخصصان پس از ملاحظه الگوی نهایی طراحی شده، نیز لحاظ گردید.

یافته‌های پژوهش

در این بخش پس از بیان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه نمونه، به تحلیل کیفی پاسخ پرسش اصلی پژوهش پرداخته می‌شود. بر اساس آمار توصیفی از لحاظ سنی ۱۵/۳۸ درصد از مصاحبه‌شوندگان بین ۲۵ تا ۳۰ سال، ۳۰/۷۶ درصد بین ۳۱ تا ۳۵ سال، ۱۵/۳۸ درصد بین ۳۶ تا ۴۰ سال، ۲۳ درصد بین ۴۱ تا ۴۵ سال و ۱۵/۳۸ درصد بین ۴۶ تا ۵۰ سال داشتند. ترکیب جنسیتی مصاحبه‌شوندگان شامل ۶۹/۲۳ درصد مرد و ۳۰/۷۶ درصد زن بودند. میزان تحصیلات مصاحبه‌شوندگان شامل ۳۰/۷۶ درصد کارشناسی، ۴۶/۱۵ درصد کارشناسی‌ارشد و ۲۳ درصد دکتری بود. از لحاظ سابقه کار ۱۵/۳۸ درصد کمتر از ۵ سال، ۴۶/۱۵ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال، ۲۳ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال و ۱۵/۳۸ درصد بین ۱۶ تا ۲۰ سال سابقه کار داشتند. همچنین نمونه‌ها بر اساس تخصص در زبان خارجی ۳۰/۷۶ درصد به زبان انگلیسی، ۱۵/۳۸ درصد به زبان اسپانیایی، ۱۵/۳۸ درصد به زبان فرانسوی، ۱۵/۳۸ درصد به زبان آلمانی، ۱۵/۳۸ درصد به زبان ایتالیایی و ۷/۶۹ درصد به زبان چینی تسلط داشتند.

یافته‌های کیفی پژوهش

برای تحلیل یافته‌های کیفی پژوهش از تحلیل تماتیک استفاده شد. تحلیل تماتیک عبارت است از عمل کدگذاری و تحلیل داده‌ها. این نوع تحلیل در وهله اول به دنبال الگو یابی در داده‌هاست. زمانی که الگویی از داده‌ها به دست آمد، باید حمایت تمی یا موضوعی از آن صورت گیرد. به عبارتی، تم‌ها از داده نشات می‌گیرند (محمد پور، ۱۳۹۲: ۶۶). در این پژوهش، بعد از جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه با نمونه‌ها، با استفاده از تحلیل تماتیک به کدبندی داده‌ها پرداخته و در نهایت تم‌هایی حاصل شد که از این تم‌ها برای ترسیم مدل مفهومی استفاده گردید. بر اساس جدول ۱، جذابیت‌های ملموس شامل معماری و دکوراسیون، افزارهای ورزش باستانی، افزارهای غیرورزشی، گردانندگان زورخانه، حرکات جمعی هماهنگ، تلفیق انواع حرکت‌ها، تناسب و زیبایی اندام ورزشکاران و همگانی بودن ورزش بودند. همچنین بر اساس

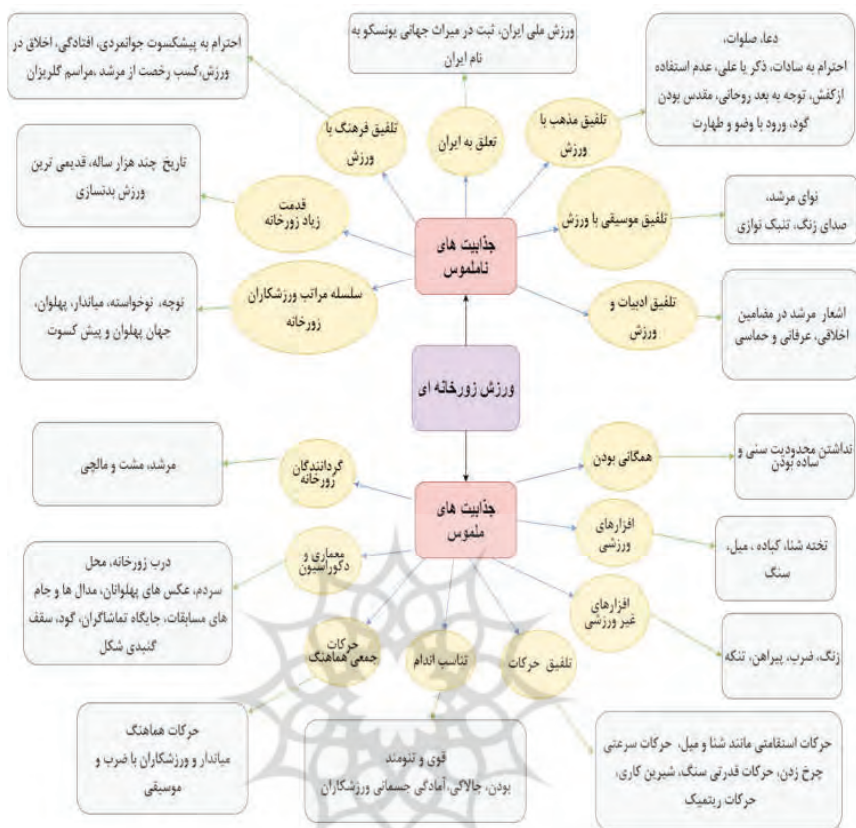
جدول ۲، جذابیت‌های ناملموس شامل سلسله‌مراتب ورزشکاران در زورخانه، قدمت زیاد زورخانه، تلفیق موسیقی و ورزش، تعلق به کشور ایران، تلفیق ادبیات و ورزش، تلفیق فرهنگ با ورزش و تلفیق مذهب با ورزش بودند.

جدول ۱: جذابیت‌های ملموس ورزش زورخانه‌ای

کد انتخابی	کد محوری	کدباز
جذابیت‌های ملموس	معماری و دکوراسیون	درب زورخانه، سردم، عکس‌های پهلوانان، مدال‌ها و جام‌های مسابقات، جایگاه تماشاگران، گود، سقف گنبدی، نظافت و زیبایی فضا
	افزارهای ورزشی	تخته‌شنا، کباده، میل، سنگ
	گردانندگان زورخانه	مرشد، مشقت و مالچی
	افزارهای غیرورزشی	زنگ، ضرب، پیراهن، تنکه
	حرکات جمعی هماهنگ	حرکات هماهنگ میاندار و ورزشکاران با ضرب و موسیقی
	تلفیق انواع حرکات	حرکات استقامتی مانند شنا و میل، حرکات سرعتی چرخ زدن، حرکات قدرتی سنگ، شیرین‌کاری، حرکات ریتمیک
	تناسب و زیبایی اندام	قوی و تنومند بودن ورزشکاران، چالاک‌کی ورزشکاران، آمادگی جسمانی ورزشکاران
	ورزشکاران	ورزشکاران
	همگانی بودن	نداشتن محدودیت سنی، سادگی پرداختن به آن

جدول ۲: جذابیت‌های ناملموس ورزش زورخانه‌ای

کد انتخابی	کد محوری	کدباز
جذابیت‌های ناملموس	تلفیق مذهب با ورزش	دعا، صلوات، احترام به سادات، ذکر یا علی، عدم استفاده از کفش، توجه به بعد روحانی، مقدس بودن گود، ورود با وضو و طهارت
	تلفیق ادبیات و ورزش	اشعار مرشد حاوی مضامین عرفان، اخلاق و حماسه
	تلفیق موسیقی و ورزش	نوی مرشد، صدای زنگ و تنبک‌نوازی
	سلسله‌مراتب ورزشکاران	نوجه، نوحاسته، میاندار، پهلوان، جهان‌پهلوان، پیش‌کسوت در زورخانه
	قدمت زیاد زورخانه	تاریخ چند هزارساله
	تلفیق فرهنگ با ورزش	قدیمی‌ترین ورزش بدن‌سازی
	متعلق به ایران	احترام به پیشکسوت، جوانمردی، افتادگی و اخلاق در ورزش، کسب رخصت از مرشد، گل‌ریزان
		ورزش ملی ایران، ثبت در میراث فرهنگی یونسکو به نام ایران



شکل ۱: الگوی تحلیل تماتیک جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای

بحث و نتیجه‌گیری

از جمله مباحثی که در سال‌های اخیر متأسفانه کمتر بدان پرداخته شده، بحث ورزش زورخانه‌ای است. پژوهش حاضر با هدف شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای برای گردشگران خارجی در ایران صورت گرفت. بر همین اساس، پس از بررسی ادبیات پژوهش از مصاحبه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش را افرادی تشکیل می‌دادند که سابقه درخشانی در برگزاری تورهای خارجی در ایران داشتند - افراد موردنظر از آگاهی و اطلاعات کافی در حوزه علمی و عملی این حیطه برخوردار بودند و به این لحاظ اطمینان زیادی از صحت پاسخ‌های ایشان انتظار می‌رفت. گردشگری و ورزش از جمله بهترین راه‌های پر کردن اوقات فراغت هستند. در سال ۱۹۹۷ کمیته بین‌المللی المپیک و سازمان جهانی گردشگری تفاهم‌نامه‌ای را در جهت همکاری امضا نمودند و هر دو اذعان داشتند که روابط قوی و گسترده‌ای میان گردشگری و ورزش است. صنعت گردشگری روزه‌روز در میان دولت‌ها محبوب‌تر می‌شود و هر

کشور می‌کوشد تا با توسعه و جذب گردشگر منافع زیادی را نصیب مردم و جامعه خود کند. شواهد نشان می‌دهد که گردشگری ما هنوز نتوانسته سهم بازار شایسته خود را به دست آورد.

ورزش زورخانه‌ای در ایران با تاریخ چند هزارساله دارای اهمیت زیادی است تا جایی که همگان ورزش زورخانه‌ای و کشتی پهلوانی را ورزش ملی ایران نام می‌برند که متأسفانه در سال‌های اخیر کمی به دست فراموشی سپرده شده است. این ورزش اما در میان گردشگران فرهنگی که از ایران بازدید می‌کنند چه به‌صورت تورهای از قبل نوشته‌شده و چه به‌صورت تورهای آپشنال در شهرهای یزد، اصفهان، کرمان و شیراز مورد بازدید گردشگران قرار می‌گیرد و بازخورد خوبی از این ورزش به راهنمایان گردشگری داده می‌شود. در دنیای ورزش کمتر ورزشی را می‌بینیم که هم دارای جذابیت‌های ظاهری و هم جذابیت‌های باطنی باشد و این خود به‌نوعی منحصربه‌فرد بودن این ورزش را بیان می‌کند. این ورزش در میان گردشگران خارجی به طرز عجیبی موردپسند قرار گرفته و شاید دلیل آن چندبعدی بودن آن است. نتایج نشان داد که جذابیت‌های ورزش زورخانه به دودسته اصلی تقسیم می‌شوند: جذابیت‌های ملموس یا ظاهری که شامل معماری و دکوراسیون، افزارهای ورزش باستانی، وسایل غیرورزشی، گرداندگان زورخانه، حرکات جمعی هماهنگ، تلفیق انواع حرکت‌ها، تناسب اندام ورزشکاران و همگانی بودن ورزش بودند و جذابیت‌های باطنی یا ناملموس که شامل مقام و سلسله‌مراتب ورزشکاران در زورخانه، قدمت زیاد زورخانه، تلفیق موسیقی و ورزش، تعلق به کشور ایران، تلفیق ادبیات و ورزش، تلفیق فرهنگ با ورزش و تلفیق مذهب با ورزش می‌شوند. زورخانه ریشه در کشور ایران دارد و با شناسایی این جذابیت‌ها می‌توان برای آینده این ورزش و جذب توریسم از این ورزش ثبت‌شده در میان موارث معنوی یونسکو به‌راحتی استفاده کرد. نتایج پژوهش‌های کهدوئی (۱۳۹۵)، سیاوشی (۱۳۹۴)، چقاجردی و همکاران (۱۳۹۳) و آلونسو و همکاران (۲۰۲۰) در این باره با این پژوهش همسوست. همچنین فدراسیون ورزش زورخانه‌ای با همکاری میراث فرهنگی و آژانس‌های گردشگری اقدام به راه‌اندازی رویدادهای ورزشی، مسابقات بین‌المللی و فستیوال‌های زورخانه‌ای و برای جذب گردشگران از جذابیت‌های ملموس و ناملموس این ورزش در کنار تبلیغات و بازاریابی‌ها نموده است. برگزاری رویداد بر پایه این ورزش علاوه بر جهانی شدن و پیغام صلح می‌تواند اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی خوبی در کشور ایجاد کند و راهی برای کمک به اقتصاد و رونق بازارهای محلی، ایجاد اشتغال و رهایی از تحریم‌های بین‌المللی باشد. در این مورد پژوهش‌های کهدوئی (۱۳۹۵)، سیاوشی (۱۳۹۴) و چقاجردی و همکاران (۱۳۹۳) و پژوهش‌های خارجی آلونسو و همکاران (۲۰۲۰)، پورمند و همکاران (۲۰۱۱)، گنزالس (۲۰۱۶) و گیتاری (۲۰۱۶) هم سو بود.

بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان استنباط کرد که ورزش زورخانه‌ای دارای ویژگی‌هایی است که می‌تواند در تنوع‌بخشی تورهای گردشگری مؤثر باشد؛ به‌طوری‌که گردشگران در کنار بازدید از

شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای در جذب گردشگران خارجی از دیدگاه راهنمایان گردشگری

منابع طبیعی، جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی از زورخانه با ویژگی‌های ورزشی، نمایشی، موسیقی و تفریحی با بن‌مایه‌های تاریخی، مذهبی و فرهنگی هم دیدن نمایند. در واقع ورزش‌هایی که سنت یک جامعه محسوب می‌شوند در جذب گردشگران خارجی مؤثر هستند، ولی طبق نتایج این پژوهش می‌توان گفت که هر ورزش سنتی قابلیت جذب گردشگران خارجی را ندارد و این ورزش‌ها باید از لحاظ جذابیت‌هایی که دارند مورد بررسی قرار گیرند. لذا یافته‌های این پژوهش با یافته‌های آلونسو (۲۰۲۰)، چو (۲۰۰۴) ناهم‌سوست. جذابیت‌های ناملموس در ورزش زورخانه‌ای بسیار حائز اهمیت هستند، چراکه در دنیا کمتر ورزشی را می‌توان یافت که دارای تلفیق فرهنگ، مذهب، ادبیات، موسیقی و اخلاق باشد. این خصائص اساس جوانمردی و اخلاق در ورزش هستند که در ورزش زورخانه‌ای سرلوحه ورزشکاران قرار دارند. در بحث جذابیت‌های ناملموس نکته‌ای که بسیار حائز اهمیت است، بحث نشانه‌شناسی در این ورزش است. در زورخانه تمامی افزارهای ورزشی نشانه و سمبل هستند. لذا نشانه‌شناسی این ورزش بسیار می‌تواند مخاطب-پسند و جذاب باشد و نقطه عطفی در جهت جذب گردشگران و توسعه گردشگری فرهنگی و ورزشی قرار گیرد. در واقع گردشگران خارجی به دنبال رویدادها و مکان‌هایی هستند که به گونه‌ای با استفاده از آن بتوانند به عمق فرهنگ و تمدن جامعه پی ببرند؛ مکان‌هایی که بتوانند مردم عادی را ببینند و از بودن در کنار آن‌ها و یا حتی صحبت کردن با آنان لذت ببرند. زورخانه یکی از مهم‌ترین مکان‌های مقدس و درعین حال بسیار جذاب برای گردشگران است، چراکه افرادی که وارد زورخانه می‌شوند، پای بند به اصول اخلاقی و میهمان‌نوازی هستند و این رفتارها خودبه‌خود باعث جذب گردشگران به این ورزش کهن می‌شود. در ایران زورخانه‌هایی وجود دارد که قدمت آن‌ها به ۶۰۰ سال پیش بازمی‌گردد و بیشتر گردشگران به دنبال مکان‌هایی با قدمت زیاد هستند. لذا این خود فرصتی است تا با استفاده از زورخانه‌های قدیمی شهرها به جذب گردشگران خارجی پرداخت. این یافته با نتایج چقاجردی (۱۳۹۴) و کهدوئی (۱۳۹۵) ناهم‌سوست، چراکه قدیمی بودن زورخانه‌ها خود جذابیت ایجاد می‌کند در صورتی که در این پژوهش‌ها قدیمی بودن ساختمان زورخانه‌ها به‌عنوان ضعف شناسایی شده است.

یکی از سنت‌های زیبایی که در زورخانه‌ها از قدیم برجای مانده، «سنت گل‌ریزان» است که بسیار مورد توجه گردشگران خارجی قرار گرفته است. زورخانه‌ها مانند پایگاه‌های NGO در کمک به فقرا و افراد نیازمند به‌صورت داوطلبانه شرکت می‌کنند که این در نوع خود شاهکار این ورزش است، چراکه بیشتر ورزش‌ها در دنیا به دنبال کسب درآمد و تجارت هستند و کمتر باشگاه یا ورزشی به دنبال کارهای خیریه و کمک به افراد نیازمند است. با تحلیل یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت زورخانه نه تنها به پرورش جسم و زیبایی اندام کمک می‌کند، بلکه نقش بسزایی در رواج صلح، نوع دوستی و کمک به افراد نیازمند دارد. لذا پیشنهاد می‌شود تا با استفاده از سنت زیبای گل‌ریزان، مراسم یا رویدادی برگزار شود و درآمد حاصل از

بلیت‌فروشی و درآمدهای دیگر آن صرف امور خیریه شود تا هم گردشگر جذب شود و هم این سنت در جامعه نهادینه شود.

مطالعه پیشینه ورزش زورخانه‌ای نشان می‌دهد که تاکنون مطالعه‌ای به‌طور مشخص به بررسی جذابیت‌های ملموس و ناملموس این ورزش در جهت جذب گردشگران و شناسایی ابعاد آن انجام نشده است. پس می‌توان بر اساس نتایج این پژوهش، در جهت نهادینه کردن جذابیت‌های این ورزش در صنعت گردشگری ورزشی به‌گونه‌ای مناسب گامی مؤثر برداشت. پیشنهاد می‌شود از نتایج این پژوهش برای سیاست‌گذاری و تدوین برنامه راهبردی جهت جذب و توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از شیوه‌های مختلف مانند برگزاری رویداد یا برگزاری تورهای زورخانه‌گردی استفاده شود. به سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که به شناسایی جذابیت‌های ورزش‌های دیگر نیز بپردازند، چراکه شناسایی این جذابیت‌ها نقش مؤثری در بازاریابی و تبلیغات رسانه‌ای جهت ترغیب گردشگران دارد. همچنین می‌توان این مطالعه را در بین گردشگران و بازدیدکنندگان داخلی از ورزش زورخانه‌ای انجام داد و نتایج آن را با پژوهش حاضر مقایسه نمود.

پیشنهاد می‌شود تا با تکیه بر این جذابیت‌ها، اپلیکیشن‌ها و سایت‌های چندزبانه‌ای برنامه‌نویسی و به اشتراک گذاشته شود و همچنین کتاب‌ها و کاتالوگ‌هایی در تشریح جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای چاپ شود و در اختیار زورخانه‌ها و مراکز فروش کتاب‌های گردشگری قرار گیرد تا گردشگران بتوانند به‌عنوان سوغات به کشور خود ببرند. همچنین از ظرفیت رسانه‌های نوین و شبکه‌های مجازی مانند فیس‌بوک، یوتیوب و اینستاگرام برای به اشتراک گذاشتن جذابیت‌های ملموس و ناملموس ورزش زورخانه‌ای و تولید محتوا استفاده شود. علاوه بر این پیشنهاد می‌شود تا فدراسیون به برگزاری کلاس‌های آموزشی آنلاین و حضوری برای تربیت داوران بین‌المللی، مربیان و ورزشکاران در ورزش زورخانه‌ای اهتمام ورزد تا هم ورزش را توسعه دهد و هم بتواند از این طریق به توسعه گردشگری ورزشی کمک کند. ورزش زورخانه‌ای می‌تواند در قالب یک رویداد ورزشی و به‌صورت دوره‌ای در سطحی گسترده و رقابتی انجام گیرد. این کار می‌تواند به افزایش جذابیت این ورزش برای گردشگران منجر شود. ایجاد زیرساخت‌های گردشگری در کنار زورخانه‌ها از قبیل مراکز اقامتی، خدماتی و رفاهی، برگزاری اجلاس‌های بین‌المللی با محوریت ورزش و گردشگری زورخانه‌ای در جهت معرفی هر چه بیشتر این ورزش در سطح بین‌المللی، برگزاری نمایشگاه‌های گردشگری ورزشی با تأکید بر زورخانه‌ها و نقش آن‌ها در جذب گردشگر، اطلاع‌رسانی در مورد ورزش زورخانه‌ای در رسانه‌های اسپانیایی‌زبان همچون هیسپان تی وی و رادیو برون‌مرزی اسپانیایی، ساخت مستند و تبلیغات در مجلات و رسانه‌های اسپانیایی‌زبان، ارائه برنامه‌های تور توسط آژانس‌های گردشگری مبتنی بر زورخانه‌گردی و تاریخ زورخانه‌ها و استفاده از این ورزش جهت

شناسایی جذابیت‌های ورزش زورخانه‌ای در جذب گردشگران خارجی از دیدگاه راهنمایان گردشگری

افتتاحیه و اختتامیه رویدادهای بزرگ ملی، بین‌المللی، آسیایی و جهانی می‌تواند گام مؤثری در جهت توسعه گردشگری ورزشی و فرهنگی کشور باشد. از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به عواملی مانند محدودیت در مدت‌زمان مصاحبه و دسترسی دشوار به خبرگان حوزه گردشگری اشاره کرد.

منابع

- اسدی، زهرا؛ قاسمی، حمید و صابونچی، رضا. (۱۳۹۷). «طراحی الگوی توسعه گردشگری ورزشی با چارچوب تبلیغاتی AIDAR در انواع رسانه‌های جمعی». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. (۳۸)، صص ۸۹-۱۰۲.
- آقاجانی، حسین و جلال کمالی، اسما. (۱۳۹۰). «بررسی مردم‌شناختی ورزش باستانی در شهر کرمان». فصل‌نامه دانش بومی. شماره ۲، صص ۳۲-۶۰.
- جعفری، علی و قاسمی، نیمه. (۱۳۹۲). «ورزش باستانی زورخانه و جایگاه آن در ترویج تشیع». فصل‌نامه علمی پژوهشی شیعه‌شناسی. ۱۱، صص ۱۳۹-۱۶۸.
- چقاجردی، ایمان؛ فیض الهی، غلامعلی و شجاعی اصفهانی نژاد، سید احسان. (۱۳۹۳). «شناسایی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: زورخانه‌های شهر اصفهان)». جغرافیایی فضای گردشگری، دوره ۳ شماره ۱۰، صص ۲۵-۳۸.
- حیدری، اصغر. (۱۳۸۹). آشنایی با فن واهنمایی در تور. تهران: مهکامه.
- خطیب زاده، مهدی. (۱۳۹۰). «ارتباط ادراک از کیفیت خدمات با رضایت‌مندی و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی و ارائه الگو». پایان‌نامه دانشگاه تربیت مدرس، رشته مدیریت ورزشی.
- رحیمی، محمد؛ جلالی فراهانی، مجید؛ علی دوست قهفرخی، ابراهیم و جعفری حجین، انسر. (۱۳۹۵). «ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین‌المللی ورزشی ایران در رشته والیبال». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۳۵-۴۷.
- سایت جهانی یونسکو. (۲۰۱۰). <https://ich.unesco.org/en/RL/pahlevani-and-zoorkhanei-rituals-00378>.
- سیاوشی، مجید. (۱۳۹۴). «تحلیل SWOT ورزش باستانی (زورخانه) استان خراسان رضوی و ارائه راهکار برای توسعه». پایان‌نامه دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، گروه مدیریت ورزشی.
- شجاعی، وحید. (۱۳۹۸). «تحلیل عوامل مؤثر بر شکل‌گیری ثروت انسانی در گردشگری ورزشی ایران». مدیریت منابع انسانی در ورزش. (۲)۶، صص ۲۰۷-۲۲۰.
- علی نژاد، راضیه. (۱۳۹۳). «تدوین برنامه راهبردی گردشگری ورزشی استان مازندران بر اساس مدل **swot, qspm**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت‌بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سناری.
- فرجاد، محمدحسین؛ اکبریان، مصطفی و عبداللهی، محمدصادق. (۱۳۹۰). «بررسی جنبه‌های نمادین مردم‌شناختی ورزش‌های زورخانه‌ای و باستانی (مطالعه موردی: زورخانه‌های شهر تهران: بانک ملی، شهید فهمیده، جماران و شیر)». پایان‌نامه دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، دانشکده علوم اجتماعی.
- کاظمی، رضا محمد؛ پوریز، مهناز و درویش‌زاده، بتول. (۱۳۹۸). «تبیین فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: شهرستان دزفول)». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۸، شماره ۳ (پیاپی ۳۱)، صص ۱۲۹-۱۴۶.
- کاظمی، مهدی. (۱۳۹۲). مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
- کوزه چیان، هاشم؛ خطیب زاده؛ هنرو، افشار. (۱۳۹۰). «نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایت‌مندی گردشگران ورزشی». پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال ۱، شماره ۲، صص ۱۹-۳۲.

- کهدونی، الهه. (۱۳۹۵). «شناسایی عوامل جذب‌کننده، سوق‌دهنده و بازدارنده گردشگری ورزشی خاطرات شهر یزد از دیدگاه گردشگران داخلی و خارجی با تأکید بر ورزش زورخانه». پایان‌نامه دانشگاه قم، رشته مدیریت اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی
- محمد پور، احمد. (۱۳۹۲). روش پژوهش کیفی ضدروش. جلد اول (منطق و طرح در روش شناسی کیفی). ناشر: جامعه شناسان
- ویسیا، اسمعیل. (۱۳۹۰). «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سوق‌دهنده، جلب‌کننده و بازدارنده گردشگری ورزش: از دیدگاه کارشناسان ورزش و گردشگری استان خوزستان». پایان‌نامه چاپ‌شده دانشگاه شهید چمران اهواز، رشته مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی.

- Adair, D. & Ritchie, B. (2002). "Current Issue in tourism". No.1, vo.5.
- Allahyari, S. & Pourmand, S. S. (2012). "The Impact of Archery Events on Tourism Development: The Case of Iran".
- Alonso, V. L. Medina, F. X. & Londoño, M. D. P. L. (2020). "Traditional games and sports as Unesco intangible cultural heritage facing tourist strategies". Journal of Tourism and Heritage Research, 3(1), 94-106.
- Donis González, Y. (2015). "Turismo deportivo en Canarias: análisis y propuesta de acción".
- Garrido García, M. (2018). "La importancia turística de los eventos deportivos en Segovia".
- Geva, A. & Goldman, A. (1991). "Satisfaction measurement in guided tours". Annals of Tourism Research, 18, 177-185.
- Gitari, J. G. (2016). "Role of sporting activities in tourism development in Nairobi County". (Doctoral dissertation, Moi University).
- Pond, K. (1993). "The professional guide, dynamics of tour guiding". New York: Van Nostrand Reinhold.
- Heetae Cho, Dongoh Joo, Christina G. Chi, (2019), "examining nostalgia in sport tourism: The case of US college football fans" Tourism Management Perspectives, Volume 29, Pages 97-104, ISSN 2211-9736.
- Baum, T. (2018). Sustainable human resource management as a driver in tourism policy and planning: a serious sin of omission Journal of Sustainable Tourism, 26(6), 873-889.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی