



Structural-Interpretive Model of Factors Affecting the Development of Creative Tourism Based on Sports Heritage

Reza Heydari* 

Assistant Professor, Faculty of Tourism,
University of Tehran, Tehran, Iran

Mohammad Keshtidar 

Professor, Faculty of Sport Sciences,
Ferdowsi University of Mashhad,
Mashhad, Iran.

Seyed Morteza Azimzadeh 

Assistant Professor, Faculty of Sport
Sciences, Ferdowsi University of
Mashhad, Mashhad, Iran.

Mahdi Talebpour 

Professor, Faculty of Sport Sciences,
Ferdowsi University of Mashhad,
Mashhad, Iran

Haywantee Ramkissoon 

Professor, College of Business, Law &
Social Science, University of Derby,
Derby, United Kingdom

Abstract

This research aimed to identify and rank the factors affecting the development of creative tourism based on sports heritage. The current research is a mixed-method, descriptive-analytical study conducted

* Corresponding Author: reza.heydari737@ut.ac.ir

How to Cite: Heydari, R., Keshtidar, M., Azimzadeh, S. M., Talebpour, M. and Our staff Ramkissoon, H. (2024). Structural-interpretive model of factors affecting the development of creative tourism based on sports heritage. *Tourism Management Studies*, 19 (68), 289 - 330.
doi: [10.22054/tms.2024.81319.2969](https://doi.org/10.22054/tms.2024.81319.2969)

with a practical purpose and carried out in the field. Data collection tools included library research, interviews, and structural-interpretive questionnaires. Based on the findings, 13 factors were identified and categorized into six levels. Environmental factors and tourist attractions were placed at the first level; social and cultural factors, infrastructure, international interactions, and marketing at the second level; technology, education, and research at the third level; and the economic factor alone at the fourth level.

Additionally, management and human resources factors were positioned at the fifth level, while political, legal, and governance factors formed the foundational sixth level. The lower-level factors serve as the leading platform for developing creative tourism and support the higher-level factors. The reliance on upper-level factors on foundational ones highlights the importance of robust management and infrastructure to harness creative tourism's potential. Developing and strengthening supportive policies and laws, along with effective human resource management, is essential for creating a suitable platform and achieving the goals of creative tourism.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Governance and Law, Management, Human Resources, Creative Tourism Destination.

1. Introduction

As many countries shift towards tourism development, traditional approaches no longer meet current and future needs (Zhang, 2013). Success in tourism now depends on destinations offering innovative products and services that cater to tourists' evolving demands (Hornig et al., 2016). Creative tourism, as a sustainable form of tourism, promotes creative capacities through tourists' active participation in local courses and learning experiences. With its rich cultural diversity, heritage, and high-quality handicrafts, Iran holds significant potential for creative tourism development (Safair Pour & Jafari, 2021). Identifying and prioritizing the key factors influencing tourism development, especially in heritage sports, is essential to optimize this

potential. This study determines how these factors should be ranked based on their importance and implementation priority, aiding managers and stakeholders in strategic planning.

2. Methodology

This research is applied for a purpose and is descriptive-analytical. Data was collected through fieldwork, using a qualitative approach with a structural-interpretive method for modeling and stratifying factors. The statistical sample consisted of scientific and executive experts in sports and tourism. Data collection tools included library research, surveys, interviews, and a structural-interpretive questionnaire. Through this process, 108 indicators were identified across 13 factors, including political, economic, social, technological, legal, environmental, and more. The Interpretive Structural Modeling (ISM) was then conducted, resulting in a final model showing each factor's influence levels. The key criteria were further refined in a reachability matrix. Nineteen experts were purposively sampled due to time and resource constraints.

3. Results

The factors influencing the development of creative tourism based on heritage sports are categorized into six levels. Environmental factors and tourist attractions are at the top level. The second level includes social and cultural factors, infrastructure, international interactions, and marketing. The third level comprises technology education and research, while the economic factor is at the fourth level. Management and human resources occupy the fifth level, and the sixth (and most foundational) level includes political, legal, and governance factors, which are critical for realizing the other factors. Next, a competition analysis matrix was used to assess the influence and dependence among the variables. The political, legal, and governance factors were classified as influencing factors, while economic, social and cultural, technology, management, human resources, infrastructure, and

education and research were connecting factors. Environmental factors, marketing, and tourist attractions were identified as dependent factors.

4. Discussion and Conclusion

In conclusion, developing creative tourism based on martial arts requires strategic planning and investment. This research identified 13 key factors, both external and internal, that significantly impact this sector. Public and private sector collaboration can enhance the growth of creative and sports tourism. Key recommendations include strengthening tourism diplomacy through international cooperation, countering negative publicity with positive marketing, and promoting employment by supporting relevant businesses. Engaging local communities, raising public awareness, and fostering a travel and creative tourism culture are also essential. Providing high-speed internet for tourists, establishing virtual platforms, and creating supportive visa laws are crucial steps. Additional measures include considering environmental factors in infrastructure development, drafting a strategic heritage sports tourism document, and training specialized tourism personnel. Inviting domestic and foreign investment and preserving Iranian architecture in Zurkhaneh renovations are also important. Finally, learning from prosperous countries, enhancing media cooperation, and using social networks to promote wrestling and zurkhaneh sports can further support the sector's growth. Developing creative products related to Pahlavi and powerlifting sports and providing wide media coverage will also contribute to this development.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants who contributed to this paper.



الگوی ساختاری - تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی

رضا حیدری *

استادیار دانشکده گردشگری دانشگاه تهران، تهران، ایران

محمد کشتی دار

استاد دانشکده علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

سید مرتضی عظیمزاده

استادیار دانشکده علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

مهدی طالبپور

استاد دانشکده علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

هایوانتی رامکیسون

استاد کالج تجارت، حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه دربی، دربی، انگلیس

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی و سطح‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی انجام شد. پژوهش حاضر از جمله پژوهش‌های آمیخته و توصیفی - تحلیلی بود که به لحاظ هدف کاربردی و به صورت میدانی انجام شده است؛ از مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه ساختاری - تفسیری به عنوان ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. بر اساس نتایج، ۱۳ عامل شناسایی شده در شش سطح قرار گرفتند. بر پایه نتایج پژوهش، عوامل زیست‌محیطی و جاذبه‌های گردشگری در سطح اول، عوامل اجتماعی و فرهنگی، زیرساخت‌ها، تعاملات بین‌المللی و بازاریابی در سطح دوم، عوامل تکنولوژی و فناوری، آموزش و پژوهش در سطح سوم و عامل اقتصادی به تنهایی در سطح چهارم قرار گرفت. همچنین، عوامل مدیریت و منابع انسانی در سطح پنجم و در نهایت، عوامل سیاسی، قانونی و حکمرانی در سطح ششم به عنوان سطح پایه‌ای و زیربنایی مدل قرار گرفتند. عوامل سطوح پایین این مدل به عنوان بستر اصلی توسعه گردشگری خلاق عمل می‌کنند و زمینه‌ساز شکوفایی عوامل سطوح بالاتر هستند. در واقع، وابستگی عوامل سطح بالا به عوامل زیربنایی نشان‌دهنده اهمیت مدیریت و زیرساخت‌های قوی برای تحقق کامل پتانسیل گردشگری خلاق است. توسعه و تقویت سیاست‌ها و قوانین حمایتی، همراه با مدیریت بهینه منابع انسانی برای ایجاد بستر مناسب و تحقق اهداف گردشگری خلاق ضروری است.

کلیدواژه‌ها: میراث فرهنگی ناملموس، حکمرانی و قانون، مدیریت، منابع انسانی، مقصد گردشگری خلاق.

مقدمه

گردشگری حوزه‌ای پیچیده و دارای عناصر بسیاری است که روی محصول و تجربه سفر نقش دارند (Currie & Falconer, 2014)؛ برای توسعه و تحول صنعت گردشگری در یک کشور یا منطقه باید با محوریت قراردادن خلاقیت، این عناصر و فعالیت‌ها متحول شده و توسعه یابند (بذرافشان و بامری، ۱۳۹۷). در واقع، موفقیت در صنعت گردشگری برای مقاصدی است که در برابر تقاضای گردشگران، محصولات و خدمات جدیدی خلق و ارائه دهند (Horng et al., 2016). ریچاردز (۲۰۱۱) اعتقاد دارد که بین خلاقیت و گردشگری همگرایی شدیدی وجود دارد که در زندگی روزمره نهفته است.

گردشگری خلاق^۱ 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. ریچاردز و مارکز (۲۰۱۲) بیان کردند که در گردشگری خلاق باید تمرکز بر فرایندها و محتوا بیشتر از محصول نهایی باشد. کمپبل (۲۰۱۱) ایجاد فرصت‌هایی در راستای افزایش تجارب فرهنگی موجود، فرصت‌هایی برای ارائه تجربه معتبر محلی و گسترش فصول سفر، فرصتی جهت ارائه تمایز در رقابت با سایرین، ارائه تجارب یادگیری و ارائه منافع اقتصادی اضافی را از نتایج پیاده‌سازی گردشگری خلاق بیان می‌کند. با توجه به تنوع فرهنگی و خرده‌فرهنگ‌های متعدد، میراث‌های فرهنگی، پیشینه غنی تاریخی و آثار هنری محلی و صنایع دستی اصیل، متنوع و باکیفیت بستر و زمینه برای توسعه گردشگری خلاق در ایران به بهترین حالت ممکن وجود دارد (صفایی‌پور و جعفری، ۱۴۰۰)؛ اما به لحاظ بهره‌برداری نامناسب از این ظرفیت‌ها نتوانسته جایگاه مناسبی را به‌دست آورد (Heydari et al., 2022).

میراث بخش مهمی از سفر و گردشگری معاصر است (Herbert et al., 1989). بسیاری از مقصدهای گردشگری از محل‌های میراث فرهنگی و سنت‌های فرهنگی خود به‌عنوان بخشی از استراتژی‌های بازاریابی بزرگ‌تر و به‌منظور جذب بازدیدکنندگان و سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند (Ramshaw, 2019). به‌همین ترتیب، میل گردشگران به تجربه کردن و نه صرفاً مشاهده میراث فرهنگی رو به افزایش است (Timothy, 2018)؛

1. Creative Tourism

همان‌طور که نقش غذا و آشپزی در گردشگری میراث مشهود است (Timothy, 2015)، ورزش نیز به‌طور فزاینده‌ای به بخش مهمی از گردشگری میراث تبدیل شده است و به‌طور ویژه از نظر ایجاد مقصدهای گردشگری و بازاریابی تجارب میراث ورزشی برای گردشگرانی که به دنبال تعامل و در هم آمیختن با فرهنگ‌های ورزشی و تاریخ ورزشی هستند، در حال پیشروی است (Ramshaw & Gammon, 2015). علایق گردشگری به میراث ورزشی و ورزش‌های میراثی نشان می‌دهد که ورزش به‌عنوان شکلی اصیل از فرهنگ شناخته می‌شود و مقصدهای گردشگری به‌طور فزاینده به ترویج این میراث به-عنوان راهی برای جذب گردشگر و همچنین، ایجاد یک جاذبه فرهنگی خاص علاقه‌مند هستند (Ramshaw, 2019). آیین‌های ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای به‌عنوان یکی از میراث فرهنگی ناملموس که در سال ۲۰۱۰ به ثبت یونسکو رسیده، یکی از ظرفیت‌های ایران در راستای توسعه گردشگری خلاق و تبدیل شدن به قطب گردشگری در منطقه و جهان است و هنر رزمی ایرانیان محسوب می‌شود که ترکیبی از اسلام، عرفان و باورهای ایران باستان را به نمایش می‌گذارد و 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 (Masaeli et al., 2020). با وجود ورزش‌های میراثی همچون ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای می‌توان با حفظ اصول توسعه پایدار گردشگری، این نوع از گردشگری را به اولویت اول گردشگران بسیاری از کشورها تبدیل کرد.

گردشگری خلاق به‌عنوان یکی از رویکردهای نوین و پویا در صنعت گردشگری می‌تواند فرصتی مناسب برای ایران به‌منظور افزایش ارزش افزوده و بهره‌برداری از ظرفیت‌های فرهنگی، تاریخی و ورزشی کشور باشد. با توجه به غنای فرهنگی ایران و وجود خرده‌فرهنگ‌های متنوع، بررسی تأثیر ورزش به‌عنوان میراث فرهنگی ناملموس بر توسعه گردشگری خلاق، به‌ویژه در زمینه میراث ورزشی، هنوز در تحقیقات محدود مانده است. ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای که در فهرست میراث فرهنگی ناملموس جهانی یونسکو ثبت شده‌اند، نمونه‌هایی ارزشمند هستند که با وجود اهمیت فرهنگی تا کنون به‌خوبی برای گردشگران داخلی و خارجی شناخته نشده‌اند. پژوهش‌های متعددی به تأثیر

کلی عوامل مختلف بر توسعه گردشگری پرداخته‌اند اما نیاز به مطالعه دقیق‌تر در زمینه گردشگری ورزشی و نقش میراث ورزشی به عنوان منبع الهام و جذب گردشگر خلاق احساس می‌شود. شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی برای مدیران و مسئولان این حوزه ضروری است؛ زیرا این اطلاعات به آن‌ها کمک می‌کند تا با توجه به اولویت‌ها و ضرورت‌های اجرایی، برنامه‌ریزی دقیق‌تر و کارآمدتری داشته باشند.

در واقع، این رتبه‌بندی می‌تواند نقش کلیدی در هدایت منابع و تلاش‌های مدیریتی و اجرایی برای توسعه این نوع گردشگری ایفا کند. آگاهی از اینکه کدام یک از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق از اولویت و ضرورت بیشتری برخوردارند به مدیران کمک می‌کند تا منابع مالی و انسانی خود را به‌طور هدفمندتر تخصیص دهند و در نتیجه از نتایج مطلوب‌تری برخوردار شوند. با توجه به اینکه ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای به عنوان یکی از نمادهای غنی فرهنگ ایرانی هنوز برای بسیاری از گردشگران ناآشنا هستند و نیاز به معرفی بیشتر دارند، این پژوهش به دنبال پاسخ این سؤال است که کدام یک از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های میراثی از اولویت و ضرورت بیشتری برای اجرا برخوردارند. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی این عوامل و تعیین ترتیب اهمیت آن‌ها است تا بتواند به عنوان راهنمایی برای برنامه‌ریزی‌های آتی و تصمیم‌گیری‌های مؤثر در این حوزه عمل کند.

پیشینه پژوهش

با بررسی نظریه‌ها و مطالعات انجام شده در رابطه با توسعه گردشگری خلاق، نکات مختلفی درک و دریافت گردید. پژوهش‌های متعددی در حوزه گردشگری خلاق صورت گرفته است که محققان از دریچه‌های مختلفی این حوزه را مورد بررسی قرار داده‌اند. همچنین، مدل‌ها و الگوهای متعددی در راستای توسعه انواع مختلف گردشگری در داخل و خارج از کشور ارائه شده که برای محققان کمک‌کننده بوده است. در واقع، برخی از نتایج کلی این تحقیقات مشابه یکدیگر است اما نیاز به بررسی دقیق‌تر در رابطه با یک موضوع خاص مانند توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر یک ورزش به عنوان میراث و شناسایی اولویت این عوامل احساس می‌شود.

در بسیاری از پژوهش‌ها، ارزش و اهمیت میراث ورزشی بر توسعه گردشگری خلاق مورد تأکید قرار گرفته است. با این حال، شکاف اصلی در پژوهش‌های انجام شده، عدم توجه به شناسایی و رتبه‌بندی دقیق عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی در ایران است. در حالی که بیشتر پژوهش‌ها به جنبه‌های کلی توسعه گردشگری ورزشی یا گردشگری خلاق پرداخته‌اند، توجه کمتری به ترکیب این دو حوزه به‌ویژه با تمرکز بر میراث ورزشی خاص ایران مانند ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای شده است. قزلسفلو و کلاته سفیری (۱۳۹۹) بیان می‌کنند که می‌توان با ترکیب مناسبی از فستیوال‌های ورزش‌های بومی و محلی با ویژگی‌های منحصربه‌فرد استان‌های ساحلی - شمالی، زمینه توسعه گردشگری ورزشی را در این مناطق فراهم نمود.

همچنین، هویتن (۲۰۲۱) اشاره کرد که استفاده کامل از توسعه سریع گردشگری، حفاظت علمی و بهره‌برداری از منابع میراث فرهنگی ناملموس ورزشی در سطح بالا می‌تواند موجب توسعه پایدار میراث ورزشی و گردشگری ورزشی شود.

مسائلی و همکاران (۲۰۲۰) نیز بیان می‌کنند که در دهه‌های اخیر، ورزش‌های باستانی ایران به‌ویژه آیین‌های پهلوانی و زورخانه‌ای به‌عنوان محصولات خلاقانه فرهنگی، گردشگران زیادی را به مقاصد جذب می‌کنند و به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری ایران شناخته می‌شوند.

در پژوهشی دیگر که ورزش‌های پهلوانی در حوزه گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است، چقاجردی و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی نقش و جایگاه زورخانه‌ها در توسعه گردشگری ورزشی اصفهان پرداختند و نتایج نشان داد که 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 از عوامل ضعف گردشگری ورزشی زورخانه‌های شهر اصفهان هستند.

همچنین، برخی تحقیقات به‌صورت تخصصی به عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق پرداخته‌اند که می‌توان به تحقیق زی و ژانگ (۲۰۱۹) اشاره کرد که میراث بومی،

کیفیت خدمات و تجربه مشارکتی را به عنوان عوامل تعیین کننده کلیدی برای توسعه گردشگری خلاق در نظر گرفتند.

صادقیان بروجنی و همکاران (۱۳۹۹) نیز در پژوهشی به شناسایی عوامل اثربخش بر توسعه گردشگری خلاق و تأثیر آن بر پایداری رفتار از دیدگاه گردشگران در مناطق روستایی شهرستان بروجن پرداختند. بر اساس نتایج رتبه بندی عوامل، بیشترین پتانسیل به شاخص اطلاع رسانی و تبلیغات اختصاص داده شده است. همچنین، پایداری فرهنگی ۳۳/۹ درصد، پایداری اقتصادی ۱۴/۸ درصد و پایداری زیست محیطی ۱۱/۷۵ درصد به ترتیب رفتارهای پایدار گردشگران را تبیین نمودند. بنابراین، شکاف موجود در این پژوهش ها، عدم تمرکز بر رتبه بندی عوامل مؤثر بر گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی است که می تواند راهنمایی عملی و کاربردی برای برنامه ریزی مدیران و مسئولان فراهم کند.

روش

این پژوهش از جمله پژوهش های آمیخته می باشد که از نظر هدف در دسته پژوهش های کاربردی قرار دارد. از لحاظ ماهیت و روش اجرا، پژوهش توصیفی - تحلیلی بوده و داده های مورد نیاز نیز از طریق روش های میدانی جمع آوری شده است. نمونه آماری این پژوهش شامل خبرگان و متخصصان علمی و اجرایی، از جمله اساتیدی است که دارای تولیدات علمی مرتبط، حداقل پنج سال سابقه تخصصی و اجرایی در سطوح عالی گردشگری و ورزش و آشنایی کامل با میراث فرهنگی ناملموس به ویژه ورزش های پهلوانی و زورخانه ای بودند.

مطالعات و بررسی های کتابخانه ای به همراه مصاحبه و پرسشنامه ساختاری - تفسیری ابزارهای جمع آوری اطلاعات در این پژوهش بودند. در ابتدا با مرور مبانی نظری و پیشینه تحقیقات نزدیک به موضوع پژوهش حاضر با استفاده از منابع کتابخانه ای، فهرستی مقدماتی از آن ها تهیه گردید. پس از انجام مطالعات کتابخانه ای، مصاحبه عمیق و سپس نیمه ساختاریافته با مشارکت کنندگان انجام شد تا عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی شناسایی گردد. تعداد مصاحبه ها تا جایی ادامه یافت که دیگر اطلاعات جدیدی به یافته های قبلی اضافه نکرد (رسیدن به اشباع نظری با ۲۱ مصاحبه)؛ مصاحبه با افراد به صورت مجازی و حضوری صورت گرفت که به طور میانگین زمان

تقریبی مصاحبه‌ها بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه به طول انجامید. هم‌زمان با انجام مصاحبه‌ها، تحلیل و کدگذاری آن‌ها نیز انجام شد؛ به‌طوری‌که تحلیل هر مصاحبه به‌همراه یافته‌های قبلی به‌عنوان راهنمایی برای مصاحبه و ملاکی برای انتخاب افراد بعدی بود. پس از اتمام مصاحبه‌ها، اطلاعات در قالب متن، پیاده‌سازی و نهایی‌سازی شد و لیست جامعی از عوامل شناسایی گردید. در ادامه، پرسشنامه‌های نیمه ساختاریافته مرحله اول دلفی طراحی شد تا شرکت‌کنندگان، عوامل و شاخص‌های تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی میراث را مشخص کنند و ابعاد جدیدی را به لیست اضافه نمایند. این مرحله منجر به شناسایی ۱۱۴ شاخص شد که در ۱۳ عامل دسته‌بندی گردید. سپس، پرسشنامه مرحله دوم دلفی بر اساس نتایج پرسشنامه مقدماتی و با استفاده از طیف ۵ نقطه‌ای لیکرت طراحی شد، به‌طوری‌که گزینه‌ها شامل «خیلی زیاد» (امتیاز ۵) تا «خیلی کم» (امتیاز ۱) بودند. مشارکت‌کنندگان به هر شاخص امتیاز دادند و سپس با استفاده از نرم‌افزار اکسل^۱، میانگین نمرات محاسبه و شاخص‌های مؤثر بر اساس اهمیت، اولویت‌بندی شدند. شاخص‌هایی که نمره‌ای بالاتر از میانگین کل دریافت کردند، انتخاب شدند و مواردی که میانگین کمتری داشتند، از فرایند حذف گردیدند. حاصل این مرحله، شناسایی ۱۰۸ شاخص در زیرمجموعه ۱۳ عامل شامل عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، تکنولوژی و فناوری، قانونی و حکمرانی، زیست‌محیطی، مدیریت، منابع انسانی، زیرساخت، آموزش و پژوهش، تعاملات بین‌الملل، بازاریابی و جاذبه‌های گردشگری بودند.

در ادامه، فرایند ساختاری تفسیری^۲ برای سطح‌بندی عوامل شناسایی شده، اجرا شد. در این روش، ارتباطات بین عوامل توسط نمونه‌آماري پژوهش، تعیین و مشخص شد که کدام عوامل بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند، کدام تأثیرپذیرند، کدام ارتباط دوطرفه دارند و کدام فاقد ارتباط هستند. امتیازات به‌صورت اعداد صفر و یک در جدول ثبت شدند و ارتباطات غیرمستقیم نیز در نظر گرفته شد. در نهایت، با توجه به نتایج، سطوح عوامل تعیین شد و مدل نهایی ساختاری- تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی استخراج گردید.

1. Excel

2. ISM

برای شناسایی معیارهای کلیدی، ماتریس دسترسی نهایی تشکیل شد. با توجه به منابع و زمان موجود، 10 ± 15 نمونه برای این روش کافی است (چیو و همکاران، ۲۰۱۳) و در این پژوهش از بین خبرگان، ۱۹ نفر به عنوان نمونه هدفمند انتخاب شدند. همچنین، با استفاده از روش تجزیه و تحلیل میک مک، نمودار قدرت نفوذ - وابستگی اجزای ساختاری-تفسیری تعیین شد. شکل ۱، مراحل جمع آوری داده ها به روش ساختاری - تفسیری را نشان می دهد.

شکل ۱. مراحل انجام روش ساختاری - تفسیری (ISM)



در پژوهش حاضر، روایی سؤالات بخش دلفی در روش ساختاری - تفسیری به طریق محتوایی حاصل شده است. روایی صوری و محتوایی سؤالات در بخش دلفی توسط صاحب نظران و اساتید دانشگاهی تأیید شد. همچنین برای حصول اطمینان از پایایی پژوهش نیز از یادداشت برداری مفصل و دقیق و کدگذاری ناشناس به کمک کدگذاری که جزء تیم پژوهش نبود، استفاده شد.

یافته ها

جدول ۱، اطلاعات جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در پژوهش را نشان می دهد.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در پژوهش

کد	جنسیت	سن	تحصیلات	رشته تحصیلی	حوزه فعالیت	سابقه فعالیت
P ₁	مرد	۴۳	دکتری	مدیریت ورزشی	ورزش های پهلوانی و زورخانه ای	۱۹
P ₂	مرد	۵۴	دکتری	مردم شناسی	گردشگری و میراث فرهنگی	۲۸
P ₃	مرد	۴۸	کارشناسی ارشد	گردشگری	گردشگری	۲۰

ادامه جدول ۱.

کد	جنسیت	سن	تحصیلات	رشته تحصیلی	حوزه فعالیت	سابقه فعالیت
P ₄	مرد	۴۶	کارشناسی ارشد	مدیریت	ورزش های پهلوانی و زورخانه ای	۲۸
P ₅	مرد	۶۰	کارشناسی ارشد	مدیریت	ورزش های پهلوانی و زورخانه ای	۴۰
P ₆	مرد	۶۷	دکتری	مدیریت ورزشی	ورزش های پهلوانی و زورخانه ای	۴۵
P ₇	مرد	۴۴	کارشناسی ارشد	بازاریابی جهانگردی	گردشگری	۲۳
P ₈	مرد	۵۸	دکتری	جامعه شناسی	گردشگری و میراث فرهنگی ناملموس	۳۵
P ₉	مرد	۴۷	دکتری	گردشگری ورزشی	گردشگری ورزشی	۱۹
P ₁₀	زن	۵۷	دکتری	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی و گردشگری ورزشی	۲۸
P ₁₁	مرد	۴۹	دکتری	گردشگری	گردشگری	۲۱
P ₁₂	مرد	۴۵	دکتری	مدیریت گردشگری	گردشگری	۲۰
P ₁₃	مرد	۳۵	دکتری	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی و گردشگری ورزشی	۱۰
P ₁₄	مرد	۵۶	دکتری	مدیریت گردشگری	گردشگری	۲۵
P ₁₅	مرد	۵۳	دکتری	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی و گردشگری ورزشی	۱۸
P ₁₆	مرد	۵۲	دکتری	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی و گردشگری ورزشی	۲۳
P ₁₇	زن	۴۱	دکتری	مدیریت گردشگری	گردشگری	۱۳
P ₁₈	مرد	۴۵	دکتری	مدیریت گردشگری	گردشگری	۱۱
P ₁₉	زن	۴۲	دکتری	مدیریت گردشگری	گردشگری	۱۴

بر پایه نتایج حاصل از اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد از بین ۱۹ نفر مشارکت‌کننده، مردان با تعداد ۱۶ نفر فراوانی بیشتری را به‌خود اختصاص دادند و تعداد زنان مشارکت‌کننده سه نفر بود. در بین افراد مشارکت‌کننده، پنج نفر سنی بالاتر از ۵۵ سال، سه نفر در رده سنی ۵۱ تا ۵۵ سال، شش نفر در رده سنی ۴۶ تا ۵۰ سال، چهار نفر در رده سنی ۴۰ تا ۴۵ سال قرار داشتند و یک نفر از افراد مشارکت‌کننده هم ۳۵ سال داشت. در بین این افراد، چهارده نفر (۷۸ درصد) دارای مدرک دکتری تخصصی در حوزه‌های گردشگری، گردشگری ورزشی، مدیریت ورزشی و سایر حوزه‌های مرتبط با پژوهش بودند و تنها چهار نفر (۲۲ درصد) از این تعداد دارای مدرک کارشناسی ارشد در حوزه‌های مرتبط با موضوع پژوهش بودند.

لازم به ذکر است که تمامی افراد پاسخ‌دهنده به پرسشنامه در حوزه‌های مرتبط با پژوهش، دارای سابقه فعالیت‌های علمی نظیر مقاله‌ها و کتاب‌ها و فعالیت‌های اجرایی در سطوح مختلف بودند. همه افراد بالای ۱۰ سال سابقه فعالیت در حوزه‌های مرتبط با پژوهش حاضر را داشتند و در این بین ۶۵ درصد این افراد بیش از ۲۰ سال سابقه فعالیت در این حوزه‌ها را دارا بودند.

در ادامه نتایج پژوهش، بر مبنای ۱۳ عامل شناسایی شده (جدول ۲)، ماتریس خودتعاملی تشکیل شد و در اختیار مشارکت‌کنندگان در پژوهش قرار گرفت.

جدول ۲. عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای

ردیف	عامل	ردیف	عامل
۱	عوامل سیاسی	۸	منابع انسانی
۲	اقتصادی	۹	زیرساخت
۳	اجتماعی و فرهنگی	۱۰	آموزش و پژوهش
۴	تکنولوژی و فناوری	۱۱	تعاملات بین‌الملل
۵	قانونی و حکمرانی	۱۲	بازاریابی
۶	زیست‌محیطی	۱۳	جاذبه‌های گردشگری
۷	مدیریت		

در این مرحله، روابط بین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای با به‌کارگیری مدل‌سازی ساختاری - تفسیری مورد تحلیل قرار گرفت. برای اجرای این مرحله از پاسخ‌دهنده‌ها خواسته شد که نوع ارتباطات بین عوامل را به صورت دویه‌دو با توجه به نمادهای معرفی شده (V, A, X, O)، مشخص کنند. به این ترتیب، پاسخ‌های مشترکی که از بیشترین فراوانی برخوردار بود (مد)، انتخاب شدند. در نهایت، ماتریس خودتعاملی ساختاری نهایی بر مبنای روابطی که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، تشکیل گردید.

جدول ۳. ماتریس خودتعاملی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای (SSIM)

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۱		V	V	V	X	V	V	V	V	X	V	V	V
۲			V	V	A	V	A	A	V	V	A	V	V
۳				A	A	V	A	A	X	A	A	A	X
۴					A	V	X	X	X	X	V	V	V
۵						V	X	X	V	X	V	V	V
۶							A	A	A	A	O	O	X
۷								X	V	X	V	V	V
۸									V	X	V	V	V
۹										X	X	V	V
۱۰											X	V	V
۱۱												X	A
۱۲													X
۱۳													

در ادامه، ماتریس دریافتی از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به ماتریس دو ارزشی (صفر و یک) تبدیل گردیده است. نتیجه حاصل شده پس از تبدیل تمام سطرها به اعداد یک و صفر، ماتریس دریافتی اولیه نامیده می‌شود (جدول ۴).

جدول ۴. ماتریس دریافتی اولیه عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱
۳	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱
۴	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۵	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
۷	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۸	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۹	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱
۱۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱
۱۲	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱
۱۳	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱

پس از دریافت ماتریس اولیه، روابط ثانویه‌ای که بین عوامل وجود داشتند، کنترل شد؛ یعنی پس از اینکه ماتریس دریافتی اولیه به دست آمد، سازگاری درونی آن نیز بررسی شد. در این مرحله با اجماع نظر خبرگان، ارتباط سایر عوامل با یکدیگر تعدیل گردید و چنانچه ارتباط غیرمستقیمی بین عوامل بود در این مرحله لحاظ گردید و تغییرات نهایی در امتیازات جدول انجام شد (ارتباطات ثانویه با علامت * مشخص شده‌اند). با شناسایی روابط ثانویه، ماتریس دریافتی اصلاح شده به دست آمد؛ نتایج حاصل شده در جدول ۵، ارائه گردیده است. همچنین، ستون قدرت نفوذ از جمع سطری حاصل شده است و سطر وابستگی (پیرو) از جمع ستونی به دست آمده است.

جدول ۵. ماتریس دریافتی اصلاح شده با ارائه میزان نفوذ وابستگی

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	نفوذ
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
۲	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱*	۱	۱	۹
۳	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱*	۱*	۱*	۱	۷
۴	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۰
۵	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
۶	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۲
۷	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۲
۸	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۲
۹	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱۰
۱۰	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
۱۱	۰	۱	۱	۱*	۰	۱*	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱*	۹
۱۲	۰	۰	۱	۰	۰	۱*	۰	۰	۱*	۰	۱	۱	۱	۶
۱۳	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱*	۰	۱	۱	۱	۶
وابستگی	۳	۷	۱۲	۹	۵	۱۳	۷	۷	۱۲	۱۰	۱۲	۱۲	۱۳	

در ادامه برای تعیین روابط و سطح‌بندی عوامل باید مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها را برای هر عامل از ماتریس دریافتی استخراج نمود. مجموعه خروجی‌ها شامل خود عامل و عواملی است که از آن تأثیر می‌پذیرند و مجموعه ورودی‌ها شامل خود عامل و مجموعه عواملی است که بر آن تأثیر می‌گذارند. سپس، مجموعه اشتراک هر یک از عوامل مشخص می‌شود. عوامل بر اساس مجموعه‌های حاصل شده، سطح‌بندی می‌شوند. نتایج حاصل برای عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در جدول ۶ ارائه شده است. لازم به ذکر است، جهت جلوگیری از تعداد جدول‌ها در این بخش از روش ساختاری- تفسیری، از گزارش تمامی مراحل این بخش پرهیز شد.

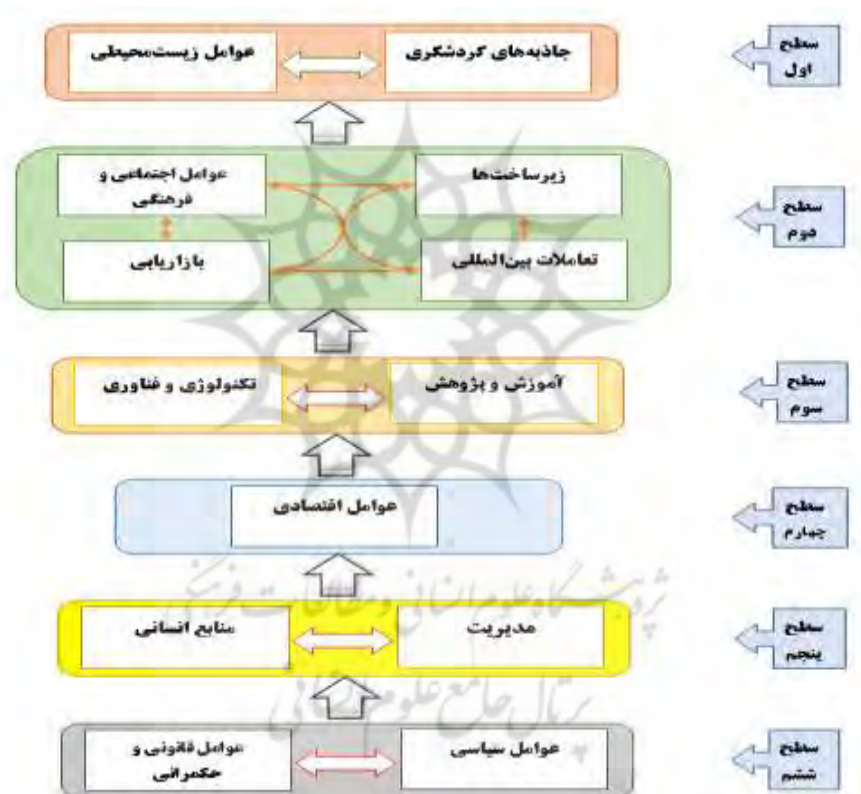
جدول ۶. تعیین روابط و سطوح عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای

شماره	عوامل	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	مجموعه مشترک	سطح
۱	سیاسی	۱، ۵، ۱۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳،	۱، ۵، ۱۰	۶
۲	اقتصادی	۱، ۲، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱	۲، ۳، ۴، ۶، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۲، ۱۰، ۱۱	۴
۳	اجتماعی و فرهنگی	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۳، ۶، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۳، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۲
۴	تکنولوژی و فناوری	۱، ۲، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱	۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۴، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱	۳
۵	قانونی و حکمرانی	۱، ۵، ۷، ۸، ۱۰	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳،	۱، ۵، ۷، ۸، ۱۰	۶
۶	زیست محیطی	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳،	۶، ۱۳	۶، ۱۳	۱
۷	مدیریت	۱، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰	۵
۸	منابع انسانی	۱، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰	۵
۹	زیرساخت	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۳، ۴، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۲
۱۰	آموزش و پژوهش	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳،	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱	۳
۱۱	تعاملات بین المللی	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۲، ۳، ۴، ۶، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۲، ۳، ۴، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۲
۱۲	بازاریابی	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲	۳، ۶، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۳، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۲
۱۳	جاذبه‌های گردشگری	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳،	۳، ۶، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۳، ۶، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳	۱

با توجه به جدول ۶ و سطح‌بندی صورت گرفته، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در شش سطح طبقه‌بندی شدند که روابط متقابل و تأثیرگذاری بین عوامل و ارتباط عوامل سطوح مختلف نمایان است. در ادامه برای ترسیم

مدل و سطح‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای از گام سوم روش ساختاری - تفسیری استفاده شد. در این گام، شبکه تعاملات بین عوامل موجود در پژوهش را می‌توان به شکل یک مدل ترسیم کرد. به همین منظور، ابتدا عوامل برحسب سطح آن‌ها طبق داده‌های جدول ۶ (تعیین روابط و سطح آن‌ها) به ترتیب از بالا به پایین ترسیم شدند (شکل ۲).

شکل ۲. مدل ساختاری - تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای



همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های میراثی در شش سطح طبقه‌بندی شده‌اند. بر اساس این مدل، عوامل زیست‌محیطی به همراه جاذبه‌های گردشگری در سطح اول، عوامل اجتماعی و فرهنگی،

زیرساختی (تأسیسات، امکانات و تسهیلات گردشگری)، تعاملات بین الملل و بازاریابی در سطح دوم، عوامل تکنولوژی و فناوری به همراه آموزش و پژوهش در سطح سوم، عامل اقتصادی به تنهایی در سطح چهارم، عوامل مدیریت و منابع انسانی در سطح پنجم و در نهایت، دو عامل سیاسی و قانونی و حکمرانی در پایین ترین سطح (سطح ششم) این مدل قرار گرفتند که به لحاظ اولویت نسبت به سایر ابعاد در اولویت اول قرار دارند و همانند سنگ زیربنا، زمینه تحقق و ظهور سایر عوامل در سطوح بالاتر این مدل را فراهم می کنند. در مرحله بعد، ماتریس قدرت نفوذ - وابستگی ارائه شد. هدف از تحلیل ماتریس، تجزیه و تحلیل قدرت هدایت و قدرت وابستگی متغیرها است.

جدول ۷. قدرت نفوذ - وابستگی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های

میراثی

۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	ایعاد
۶	۶	۹	۱۳	۱۰	۱۲	۱۲	۲	۱۳	۱۰	۷	۹	۱۳	نفوذ
۱۳	۱۲	۱۲	۱۰	۱۲	۷	۷	۱۳	۵	۹	۱۲	۷	۳	وابستگی

نمودار ۱. ماتریس قدرت نفوذ - وابستگی عوامل

۱۴														پیوندی
۱۳			۱		۵				۱۰					
۱۲							۷ ۸							
۱۱														
۱۰								۴			۹			
۹							۲				۱۶			
۸														
۷											۳			
۶											۱۲	۱۳		
۵														
۴														
۳														
۲													۶	
۱														ولایت
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴

نمودار ۱، ماتریس نهایی قدرت نفوذ - وابستگی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای را نشان می‌دهد. بر این اساس، عامل سیاسی (شماره یک) به همراه عامل قانونی و حکمرانی (شماره پنج) جزء عوامل نفوذی، عوامل اقتصادی (شماره دو)، اجتماعی و فرهنگی (شماره سه)، تکنولوژی و فناوری (شماره چهار)، مدیریت (شماره هفت)، منابع انسانی (شماره هشت)، زیرساختی (تأسیسات، امکانات و تسهیلات گردشگری) (شماره نه) و آموزش و پژوهش (شماره ده) جزء عوامل پیوندی و در نهایت، عوامل زیست‌محیطی (شماره شش)، بازاریابی (شماره ۱۲) و جاذبه‌های گردشگری (شماره ۱۳) به عنوان عوامل وابسته در این پژوهش شناسایی شدند.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت بهره‌گیری از منافع مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، تکنولوژی و زیست‌محیطی ثابت شده در صنعت گردشگری، لزوم توجه به مباحث مختلف مدیریتی، بازاریابی، زیرساختی، آموزشی و پژوهشی و سرمایه‌گذاری جهت توسعه و رشد این صنعت نوپا در ایران نیز ضروری و با اهمیت به نظر می‌رسد و در این راستا، نقش متولیان حوزه گردشگری را برجسته می‌سازد که باید با در نظر گرفتن اهمیت عوامل مؤثر در این صنعت عظیم، راهکارهایی را برای توسعه آن ارائه و اجرایی کنند تا کشور و مردم از مزایای همه‌جانبه آن بهره‌مند شوند. در این پژوهش، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های میراثی به ترتیب اهمیت و اولویت اجرایی در شش سطح طبقه‌بندی شدند.

بر اساس نتایج، عوامل سیاسی و حکمرانی و قانونی به عنوان پایه‌های کلیدی توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی شناسایی شده‌اند. این عوامل در آخرین سطح مدل قرار گرفته‌اند و با ایجاد تعامل مناسب میان آن‌ها، زمینه لازم برای تحقق سایر عوامل توسعه فراهم می‌شود. بهره‌وری از ظرفیت‌های گردشگری هر کشور به شدت وابسته به فرایندهای قانون‌گذاری، حکمرانی و ثبات سیاسی آن است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش صامتی و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی دارد که نشان داده‌اند ثبات سیاسی تأثیری مثبت و

معنادار بر جذب گردشگر در کشورهای اسلامی دارد. همچنین، یافته‌های این پژوهش با پژوهش کنوار (۲۰۱۵) هم‌راستا است که بیان می‌کند کشورهایی با بی‌ثباتی سیاسی، حتی با وجود جاذبه‌های گردشگری غنی در بهره‌برداری بهینه از این ظرفیت‌ها ناکام می‌مانند. از سوی دیگر، نقش قوانین ملی و حکمرانی در توسعه گردشگری خلاق نیز مورد تأکید قرار گرفته است. زرنیدیان و همکاران (۱۴۰۰) اشاره می‌کنند که تعامل سازنده بین بخش دولتی و خصوصی باید یکی از اولویت‌های توسعه گردشگری باشد. یافته‌های این پژوهش نیز بر اهمیت این تعامل تأکید دارد، به‌ویژه برای پیشبرد گردشگری ورزشی مبتنی بر میراث که با هماهنگی میان سازمان‌های دولتی و بخش خصوصی بهبود می‌یابد. این امر با پژوهش قزل‌سفلو و همکاران (۱۴۰۱) همسو است که نقش تعامل بین سازمان‌های متولی را در توسعه گردشگری ورزشی مطرح کرده‌اند. در نهایت، باقری و زارعی‌متین (۱۳۹۴) نیز به تعامل دولت با بخش خصوصی به‌عنوان راهکاری برای توسعه گردشگری در ایران اشاره نموده‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که حمایت‌های دولتی، تسهیل قوانین سرمایه‌گذاری و تقویت تعاملات بین بخش خصوصی و دولتی می‌تواند در تسریع توسعه گردشگری خلاق نقشی اساسی ایفا کنند که این نتایج با تحقیقات مشابه داخلی و خارجی هم‌راستا است.

در ادامه بررسی مدل ساختاری - تفسیری عوامل، دو عامل مدیریت و منابع انسانی در سطح پنجم مدل قرار گرفتند. پیشینه تحقیقات نیز به اهمیت و تأثیر مدیریت و منابع انسانی بر توسعه بخش‌های مختلف گردشگری اشاره داشتند. همچنین قرار گرفتن این دو عامل، تعامل دوطرفه این دو عامل را نیز توجیه می‌کند؛ چرا که هم مدیریت بر منابع انسانی تأثیرگذار است و هم منابع انسانی جزئی از مدیریت محسوب می‌شود. عامل مدیریت در پژوهش زهره‌وندیان و همکاران (۱۳۹۷) در اولویت دوم و در پژوهش معین‌فرد و همکاران (۱۳۹۳) در رتبه چهارم قرار گرفت که در هر دو پژوهش به ارزش و اهمیت این عامل اشاره شده است. همچنین، ایمانی و همکاران (۱۳۹۴) در رتبه‌بندی موانع توسعه گردشگری، موانع مدیریتی را در رتبه اول موانع توسعه قرار دادند. امیری‌فهلپانی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود بیان می‌کنند که با استفاده از مدیریت استراتژیک می‌توان قدم‌های بهتری برای آینده صنعت گردشگری برداشت و با اتکا به ظرفیت‌ها،

قابلیت‌ها و نقاط قوت می‌توان با بینش بهتری به آینده نگریست. خدابخش‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) و موسوی و همکاران (۱۴۰۰) نیز عامل مدیریت را به‌عنوان یک عامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی معرفی نمودند و اعلام کردند که در این حوزه باید به برنامه-ریزی، سازمان‌دهی، نظارت و کنترل و هماهنگی به‌عنوان وظایف مدیریتی در حوزه گردشگری عمل شود. پرواضح است، همان‌طور که مدیریت درست می‌تواند آثار مفیدی بر گردشگری ورزشی میراث بگذارد، مدیریت نادرست ضربه جدی به توسعه آن خواهد زد که عواقب آن در درجه اول به اقتصاد یک کشور لطمه می‌زند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، کشورهایی با تاریخچه قوی و متمدن به‌دلیل مدیریت نادرست نتوانسته‌اند از ظرفیت‌های گردشگری ورزشی میراث خود سود ببرند، اما برخی کشورها با تاریخچه کمتر و تمدن تهی‌تر نتوانسته‌اند از راه مدیریت و حمایت‌های بلندمدت، گردشگری ورزشی خود را توسعه و بهبود بخشند.

همچنین در رابطه با اهمیت منابع انسانی در صنعت گردشگری، ایمانی و همکاران (۱۳۹۴) بیان می‌کنند که چنانچه نیروهای متخصص در حوزه‌ها و سطوح مختلف گردشگری وجود داشته باشند، قادر خواهند بود با سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی درست و صحیح و اطلاع‌رسانی و تبلیغات در زمینه پتانسیل‌های موجود، گردشگری را در مسیر توسعه قرار دهند. شمس‌الدینی و همکاران (۱۳۹۵) نیز مهارت و تخصص شغلی، دانش و اطلاعات شغلی، سطح نگرش و انگیزه شغلی افراد شاغل در گردشگری را بر توسعه گردشگری مؤثر دانستند.

پرسنل سازمان‌های دولتی و خصوصی گردشگری با ارائه خدمات مطلوب به متقاضیان و سرمایه‌گذاران در واحدهای اقتصادی و گردشگری، نقش بسزایی در جذب گردشگر و سرمایه‌گذار و در نتیجه کمک به رشد و توسعه کشور و جامعه دارند. زیرا نیروی انسانی توانمند، بهره‌ورتر و خلاق‌تر می‌باشند و خدمات را با کیفیت بالاتری نسبت به نیروی انسانی ناتوان ایجاد می‌کنند و با وجود نیروی انسانی توانمند، مقاصد گردشگری خلاق نیز کارآمدتر می‌شوند.

چقاجردی و همکاران (۱۳۹۳) بیان کردند، نبود افراد متخصص در حوزه گردشگری ورزشی در ضعف توسعه گردشگری ورزشی زورخانه‌های شهر اصفهان نقش دارند. در این راستا حفظ، جذب و نگهداری نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، تربیت نیروهای متخصص در حوزه‌های مختلف گردشگری ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، فعال کردن گروه‌های مردمی و داوطلبانه در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای، به کارگیری برنامه‌های تشویقی و انگیزشی برای افراد خلاق و نوآور در حوزه گردشگری خلاق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای و فراهم آوردن زمینه‌های توسعه شغلی برای افراد شاغل در حوزه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای از جمله راهکارهایی است که باید درباره این منبع باارزش در صنعت گردشگری خلاق بدان توجه داشت.

در ادامه بررسی سطوح مدل ساختاری - تفسیری عوامل، عامل اقتصادی به‌تنهایی در سطح چهارم مدل قرار گرفت. رونق اقتصادی، ترویج فرهنگ و اشتغال‌زایی را به‌همراه خواهد داشت؛ پس عامل اقتصادی می‌تواند به افزایش فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد شغل، افزایش عرضه کار و افزایش درآمد ملی از طریق گردشگری خلاق کمک شایانی نماید. کنترل نرخ ارز و ارزش پول داخلی و ثبات بازار در حوزه گردشگری یکی از عوامل اقتصادی شناسایی شده در پژوهش حاضر می‌باشد که می‌تواند توسعه این صنعت را تحت تأثیر قرار بدهد.

تمیزی و شهبازی (۱۳۹۷) بیان کردند که نوسانات نرخ ارز باعث کاهش ورود گردشگران به ایران می‌شود. همچنین، پیس و همکاران (۲۰۱۶) بیان کردند افزایش شدید نوسانات نرخ ارز، ورودی و خروجی بخش گردشگری را به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. ارگن و یاوز (۲۰۱۷) نیز بیان کردند نوسانات نرخ ارز در ترکیه باید به حداقل رسانده شود تا سیاست‌های گردشگری نتایج مثبتی را به‌همراه داشته باشد. به‌علاوه، نوسانات نرخ ارز ممکن است منعکس‌کننده ناپایداری و ناآرامی اجتماعی در کشور مقصد باشد که باعث ترس گردشگر از کشور مورد نظر می‌شود. همچنین، ایمانی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود موانع اقتصادی را به‌عنوان دومین مانع مهم بر سر راه توسعه گردشگری معرفی کردند و در این راستا، پیشنهاد کردند فرایند گردشگری به‌ویژه در

مراحل آغازین، نیاز دارد به شدت از طرف مسئولان دولتی مورد حمایت قرار گیرد؛ بر این اساس، اعطای وام‌های کم‌بهره، معافیت‌های مالیاتی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای کارآفرینان و توسعه کسب و کارها در حوزه گردشگری می‌تواند برای سرمایه‌گذاران در عرصه گردشگری بسیار مفید و راهگشا باشد.

سطح چهارم مدل را نیز دو عامل آموزش و پژوهش و فناوری تشکیل دادند که روی عوامل سطوح بالاتر مدل تأثیر می‌گذارند و از عوامل سطوح پایین‌تر مدل تأثیر می‌پذیرند و همچنین این دو عامل بر یکدیگر نیز تأثیرگذار هستند. به این صورت که تکنولوژی و فناوری می‌تواند بستر لازم برای آموزش‌ها و تحقیقات نوین را فراهم کند و همچنین، آموزش و تحقیق می‌تواند زمینه‌ساز ظهور فناوری و تکنولوژی‌های نوین در راستای توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای شود. زهره-وندیان و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیق خود بیان کردند که با هماهنگی کردن دو بخش تحقیق و آموزش در حوزه گردشگری می‌توان به نتایج بهتری دست یافت. واضح است که تنها فراوانی نیروی انسانی نمی‌تواند ضامن عملکرد خوب برای دستیابی به اهداف این بخش باشد؛ بلکه علاوه بر تعداد، میزان دانش نظری و آشنایی خدمات‌دهندگان با مهارت‌های حرفه‌ای نیز تعیین‌کننده است. بنابراین، تدوین و اجرای استراتژی توسعه منابع انسانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و آموزش و پژوهش مهم‌ترین نقش را در این زمینه ایفا می‌کند. خدایی و کلانتری (۱۳۹۱) بیان می‌کنند از آنجا که آموزش به عنوان بخش زیربنایی مدیریت منابع انسانی و مدیریت کیفیت در صنعت گردشگری مطرح است، برای اصلاح نظام ساختاری صنعت گردشگری کشور می‌توان کار را از اصلاح نظام آموزشی آغاز کرد.

همچنین در رابطه با ضرورت و اهمیت تکنولوژی و فناوری در صنعت گردشگری، کریم‌زاده (۱۳۹۶) اشاره می‌کند که گسترش، به‌روزرسانی و نوآوری در استفاده از تکنولوژی و فناوری شامل ابزارها، نرم‌افزارها و سخت‌افزارها 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 مورد توجه قرار گیرد. هرمزپور و همکاران (۱۴۰۰) نیز بیان کردند تکنولوژی و

فناوری در رشد و توسعه صنعت گردشگری جایگاه ویژه‌ای دارد که اگر به‌خوبی از آن بهره گرفته شود، رضایتمندی گردشگران را به‌همراه خواهد داشت. لذا بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روز دنیا در بخش‌های مختلف گردشگری و هوشمندسازی فرایندهای گردشگری مبتنی بر میراث ورزشی در این حوزه، اتفاقات خوبی را برای صنعت گردشگری به‌صورت عام و گردشگری خلاق و گردشگری ورزشی به‌صورت خاص رقم خواهد زد. همچنین، تکنولوژی و فناوری می‌تواند زمینه‌ساز انواع آموزش‌ها و پژوهش‌های حوزه گردشگری خلاق باشد به‌نحوی که با بهره‌مندی از تکنولوژی‌های مدرن و جدید می‌توان آموزش‌های و پژوهش‌هایی مطابق با علم روز گردشگری ارائه کرد.

در ادامه نتایج حاصل از مدل ساختاری - تفسیری، عوامل اجتماعی و فرهنگی، زیرساخت، تعاملات بین‌الملل و بازاریابی در سطح دوم مدل قرار گرفتند. مسائل و شرایط اجتماعی و فرهنگی هم می‌تواند به‌عنوان عاملی برای توسعه گردشگری تعریف شود و هم می‌تواند به‌عنوان عنصری وابسته، تحت تأثیر شرایط و توسعه گردشگری در جوامع قرار بگیرد. پاشایی و همکاران (۱۳۹۸) بیان می‌کنند که عامل اجتماعی می‌تواند مؤلفه مهم و مؤثری برای تبیین گرایش مردم نسبت به ورود گردشگران ورزشی باشد و تأکید بر نقش آن به‌عنوان یکی از عوامل اصلی توسعه گردشگری ورزشی ضروری می‌باشد. گردشگری بخشی جدایی‌ناپذیر از فرهنگ جامعه و نظام ارزشی آن می‌باشد؛ چنانچه می‌توان گفت گردشگری از اختلاف فرهنگ‌ها و الگوهای اجتماعی متفاوت نشأت می‌گیرد. بر این اساس، تأثیر عوامل اجتماعی و فرهنگی جامعه مقصد نقشی کلیدی در توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای خواهد داشت. چقاجردی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود اشاره کردند که آشنایی نداشتن مردم با زورخانه‌ها در ضعف توسعه گردشگری ورزشی زورخانه‌های شهر اصفهان، نقش دارند. همچنین، لطفی عاقل و همکاران (۱۳۹۸) 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.

عامل بعدی که به صورت مستقیم تحت تأثیر عامل اقتصادی و به صورت غیرمستقیم تحت تأثیر عوامل مدیریت، منابع انسانی، عوامل سیاسی و قانونی می باشد، زیرساخت های مربوط به گردشگری خلاق شامل تأسیسات، امکانات و تسهیلات مرتبط می باشد. حیدری و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق خود، تسهیلات و زیرساخت ها را به عنوان عاملی تعیین کننده در راستای توسعه گردشگری ورزشی میراث در ایران معرفی نمودند. همچنین، نتایج تحقیق چقاجردی و همکاران (۱۳۹۳) 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. همچنین، زهره وندیان و همکاران (۱۳۹۷) نیز در تحقیق خود زیرساخت ها و اماکن را به عنوان عاملی مهم در راستای توسعه گردشگری معرفی کردند. امکانات زیربنایی نقش مهمی در توسعه گردشگری خلاق در مناطق مختلف ایران ایفا می کنند.

یکی از مهم ترین زیرساخت های گردشگری، هتل ها و مراکز اقامتی هستند. همتی (۱۳۹۷) در تحقیقی بیان می کند، گردشگری مدرن نقش گسترده ای در پویایی اقتصادی کشورها بازی می کند اما لازمه بهره مندی از مزایای گردشگری مدرن توجه ویژه به متغیرهای زیرساختی به ویژه هتل ها و اقامتگاه ها است. همچنین، فرازایانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود ضعف سیستم حمل و نقل را به عنوان اولویت اول مشکلات ساختاری بر سر راه توسعه گردشگری ورزشی معرفی کردند. از این رو باید برنامه ریزی های لازم برای جذب سرمایه گذار داخلی و خارجی صورت گیرد تا در سایه حمایت دولت، زیرساخت های لازم برای توسعه گردشگری خلاق از طریق ورزش های پهلوانی و زورخانه ای را توسعه دهیم تا شاهد توسعه این بخش از صنعت گردشگری در کشور باشیم. تعاملات بین المللی به عنوان یکی دیگر از عوامل حاضر در سطح دوم مدل بود. بسیاری از کارشناسان و فعالان گردشگری معتقدند که توسعه گردشگری خارجی تنها در نتیجه تعاملات بین المللی به دست خواهد آمد، چرا که قطع روابط دیپلماتیک و اقتصادی با کشورها، جدا از آثار سیاسی و اقتصادی، راه را بر تعاملات فرهنگی و اجتماعی میان مردمان دو کشور خواهد بست.

رشد هرچه بیشتر گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های میراثی نظیر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای در ایران نیازمند در پیش گرفتن تعاملات بین‌المللی با کشورها و مناطق مختلف جهان است، چرا که توسعه این بخش از گردشگری نیازمند ورود جهانگردان و معرفی این ورزش‌ها در سطح بین‌المللی می‌باشد و این امر در سایه تعاملات بین‌المللی مطلوب، حاصل خواهد شد. حیدری و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی تعاملات بین‌المللی را به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در مسیر حرکت به‌سوی توسعه گردشگری ورزشی میراث در ایران معرفی کردند. در واقع، استفاده از ظرفیت دیپلماسی در توسعه گردشگری خلاق، رویکرد مهمی است که دولتمردان و متولیان امر باید به‌صورتی جدی آن را در دستور کار خود قرار دهند. عامل بازاریابی به‌عنوان آخرین عامل قرارگرفته در سطح دوم مدل ساختاری - تفسیری، زمانی می‌تواند خود را در راستای توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای به شکوفایی برساند که قبل از آن در زمینه‌های قانونی، مدیریتی و اقتصادی به‌خوبی عمل شود تا زمینه‌سازی بازاریابی و تبلیغات فراهم گردد.

بازاریابی در صنعت گردشگری یک سازوکار مدیریتی است که نیازهای گردشگران فعلی و آتی را پیش‌بینی و برای پاسخگویی به این نیازها برنامه‌ریزی می‌کند؛ از جمله عواملی که می‌تواند گردشگری خلاق را از طریق ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای که یک حوزه جدید در گردشگری کشور می‌باشد، توسعه و بهبود بخشد، به‌کارگیری ابزارها و پارامترهای مؤثر بازاریابی نظیر آمیخته بازاریابی است. تبلیغات، افراد، فرایند، قیمت و مکان تأثیر معناداری بر آمیخته بازاریابی گردشگری ورزشی دارند که باید در زمینه مدیریت گردشگری ورزشی لحاظ شود. امروزه بازاریابی خدمات گردشگری نیز جایگاه مهمی یافته و در حال پیشرفت می‌باشد.

در نهایت، دو عامل زیست‌محیطی و جاذبه‌های گردشگری در بالاترین سطح مدل (سطح اول) ساختاری - تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش - های پهلوانی و زورخانه‌ای قرار گرفتند. جایگاه این دو عامل در مدل ساختاری - تفسیری نشان از اثرپذیری شدید آن‌ها از عوامل سطوح پایین مدل می‌باشد و به‌نوعی وابستگی زیادی به آن‌ها دارند. اگرچه در گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و

زورخانه‌ای، انگیزه و هدف اولیه گردشگران، تماس و تعامل با یک میراث و فرهنگ ورزشی است اما این بدان معنی نیست که از محیط زیست و طبیعت غافل شویم؛ چرا که این موضوع بر تصمیم گردشگران بسیار تأثیرگذار است. چنانچه شاگری و پیرمحمدزاده (۱۳۹۱) در پژوهشی اشاره کردند که بهبود مدیریت زیست محیطی منابع و جاذبه‌های گردشگری در جهت نیل به اهداف توسعه پایدار گردشگری ضروری می‌باشد. عامل جاذبه‌های گردشگری، عامل نهایی در مدل است. وجود جاذبه‌های گردشگری در مناطق مختلف به عنوان قلب تپنده صنعت گردشگری از نیازهای اولیه این صنعت می‌باشد، چرا که این جاذبه‌ها هستند که گردشگران را به سمت خود می‌کشانند.

ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای به عنوان اصلی‌ترین جاذبه گردشگری خلاق در این تحقیق در نظر گرفته شده بود. یاسینی (۱۳۹۴) 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. قرار گرفتن این ویژگی‌ها در یک ورزش ایرانی برای بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی جذاب است و اساس گردشگری خلاق که تعامل و ارتباط با جاذبه‌های گردشگری است را به خوبی فراهم می‌کند. همچنین در کنار جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای می‌توان از سایر جاذبه‌های گردشگری در سبد گردشگری گردشگران نظیر جاذبه‌های ورزشی، طبیعی، تاریخی و غیره استفاده کرد.

در نهایت با یک نتیجه‌گیری کلی می‌توانیم بیان کنیم که توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و سرمایه‌گذاری معقول است. این پژوهش با بررسی سیزده عامل مؤثر بر این نوع گردشگری، اهمیت و اولویت‌های هر یک را مشخص کرده است. عوامل متعددی در این مسیر نقش دارند و توجه به آن‌ها توسط سازمان‌های دولتی و خصوصی می‌تواند در توسعه گردشگری خلاق مؤثر باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای تحت تأثیر عوامل بیرونی و درونی قرار دارد. هر یک از سیزده عامل شناسایی شده در این پژوهش، نقش بسزایی در توسعه این بخش از گردشگری دارند و مسئولان می‌توانند با استفاده از این نتایج به توسعه گردشگری به صورت عمومی و گردشگری خلاق

و ورزشی به صورت خاص کمک کنند. در این راستا، پیشنهادهایی برای سه گروه از ذی نفعان این پژوهش ارائه می گردد.

۱. پیشنهاد برای سیاست گذاران

تقویت دیپلماسی گردشگری: توسعه دیپلماسی گردشگری ورزشی از طریق برقراری تعاملات بین المللی با کشورهای استراتژیک و همسو. این تعاملات می تواند با محوریت ورزش های پهلوانی و زورخانه ای شکل بگیرد و در قالب قراردادهای دو و چندجانبه، گردشگری خلاق ایران را در سطح جهانی معرفی کند. سیاست گذاران می توانند از این ظرفیت ها برای افزایش تعاملات فرهنگی و اقتصادی استفاده کنند.

تدوین و اصلاح قوانین حمایتی: با اصلاح قوانین موجود و تصویب مقررات جدید که تسهیل گر فرایندهای ویزا و صدور مجوزهای تجاری و گردشگری است، می توان زمینه را برای توسعه گردشگری ورزشی فراهم کرد. همچنین، تسهیل در سرمایه گذاری های خارجی و داخلی با ایجاد بسترهای قانونی، می تواند به رونق این صنعت کمک کند.

برنامه های تبلیغاتی و فرهنگی: برای مقابله با تبلیغات منفی خارجی و بهبود تصویر ایران در بازارهای گردشگری بین المللی، سیاست گذاران باید برنامه های تبلیغاتی هدفمند و مثبتی را در دستور کار قرار دهند. این برنامه ها می توانند شامل کمپین های تبلیغاتی از طریق رسانه های بین المللی و شبکه های اجتماعی و همکاری با افراد و نهادهای فرهنگی معتبر باشند.

تدوین سند راهبردی توسعه گردشگری خلاق ورزشی: سیاست گذاران باید سندی جامع برای توسعه گردشگری ورزشی و خلاق تدوین کنند که در آن به ورزش های پهلوانی و زورخانه ای به عنوان یک محور کلیدی پرداخته شود. این سند باید شامل استراتژی های توسعه زیرساخت ها، حفظ میراث فرهنگی و تقویت همکاری های بین المللی باشد.

حمایت از کسب و کارهای گردشگری و کارآفرینی: سیاست گذاران می توانند از کسب و کارهای نوپا و شرکت های فعال در حوزه گردشگری ورزشی و خلاق از طریق

تسهیل مالیات‌ها، تسهیلات بانکی و ارائه مشوق‌های مالیاتی حمایت کنند. همچنین، ایجاد بسترهایی برای کارآفرینی و اشتغال‌زایی در این حوزه ضروری است. توجه به ملاحظات زیست‌محیطی: در برنامه‌ریزی‌های کلان برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری ورزشی باید به ملاحظات زیست‌محیطی توجه شود. توسعه پایدار از طریق کاهش اثرات مخرب زیست‌محیطی و استفاده از فناوری‌های نوین برای کاهش مصرف منابع می‌تواند بخشی از استراتژی‌های کلی باشد.

۲. پیشنهاد برای پژوهشگران

تحقیقات تطبیقی با کشورهای موفق: پژوهشگران می‌توانند با مطالعه تطبیقی کشورهای ایران پردازند. الگوبرداری از تجربه‌های موفق این کشورها می‌تواند مبنای مناسبی برای ارائه راهکارهای بومی در ایران باشد.

تحقیقات کاربردی برای بهینه‌سازی توسعه گردشگری ورزشی: پژوهشگران باید بر تحقیقاتی متمرکز شوند که به بررسی عوامل مؤثر در بهینه‌سازی فرایند توسعه گردشگری ورزشی و خلاق پردازند. بررسی چالش‌های فعلی، نیازهای زیرساختی و سنجش اثرات برنامه‌های اجرایی از جمله موضوعاتی است که می‌تواند مورد توجه قرار گیرد.

تربیت نیروهای متخصص و توسعه علمی: پژوهشگران باید با ایجاد همکاری میان دانشگاه‌ها و نهادهای اجرایی بر تربیت نیروی متخصص در حوزه گردشگری ورزشی و خلاق متمرکز شوند. ایجاد گرایش‌های تخصصی در مقاطع تحصیلات تکمیلی و راه‌اندازی دانشکده‌های مرتبط می‌تواند کمبودهای نیروی انسانی در این حوزه را جبران کند.

فرهنگ‌سازی و ارتقای آگاهی عمومی: پژوهشگران می‌توانند با تدوین برنامه‌های علمی و فرهنگی به افزایش آگاهی عمومی در خصوص اهمیت گردشگری خلاق و ورزشی کمک کنند. این برنامه‌ها می‌تواند شامل همکاری با رسانه‌ها، تولید محتوای آموزشی و برگزاری کارگاه‌ها و کنفرانس‌های عمومی باشد.

۳. پیشنهاد برای سرمایه‌گذاران

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری ورزشی: سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی می‌توانند در پروژه‌های ساخت و تجهیز زورخانه‌های جدید و مرمت زورخانه‌های قدیمی با حفظ معماری اصیل ایرانی مشارکت کنند. این پروژه‌ها، علاوه بر حفظ میراث فرهنگی می‌توانند به جذب گردشگران داخلی و بین‌المللی کمک کنند.

راه‌اندازی زورخانه‌های مجازی و استفاده از فناوری‌های نوین: سرمایه‌گذاری در زمینه فناوری‌های نوین جهت راه‌اندازی زورخانه‌های مجازی و استفاده از ابزارهای دیجیتال برای ارائه خدمات به گردشگران ورزشی، از جمله فرصت‌های نوظهور در این حوزه است. این اقدام می‌تواند تجربه دیجیتالی برای گردشگران فراهم کرده و به گسترش دسترسی به ورزش‌های پهلوانی و زورخانه‌ای کمک کند.

توسعه و ترویج محصولات خلاقانه: سرمایه‌گذاران می‌توانند در طراحی و تولید محصولات فرهنگی و ورزشی مرتبط با ورزش‌های پهلوانی، مانند لباس‌ها، ابزارهای ورزشی و یادبودهای فرهنگی سرمایه‌گذاری کنند. این محصولات می‌توانند به عنوان سوغاتی برای گردشگران یا به عنوان نمادهای فرهنگی در بازارهای بین‌المللی معرفی شوند. تقویت همکاری بین‌بخشی: سرمایه‌گذاران می‌توانند با تقویت همکاری‌های بین‌بخشی میان دولت، نهادهای خصوصی و دانشگاه‌ها به پیشبرد برنامه‌های توسعه گردشگری ورزشی کمک کنند. این همکاری‌ها می‌تواند شامل مشارکت در پروژه‌های تحقیقاتی، راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی مشترک و ارائه خدمات تخصصی به گردشگران باشد.

استفاده از مناطق آزاد تجاری: سرمایه‌گذاران می‌توانند در مناطق آزاد تجاری با ایجاد و توسعه زیرساخت‌های گردشگری ورزشی مانند ساخت هتل‌ها، زورخانه‌ها و فضاهای ورزشی بین‌المللی نقش فعالی ایفا کنند. این مناطق با توجه به تسهیلات و معافیت‌های مالیاتی، بستر مناسبی برای جذب گردشگران خارجی و توسعه گردشگری ورزشی هستند. این پیشنهادها عملی و کاربردی به طور مستقیم قابل اجرا هستند و می‌توانند از طریق تعامل و همکاری بین سیاست‌گذاران، پژوهشگران و سرمایه‌گذاران به تحقق اهداف توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی کمک کنند.

همچنین در رابطه با محدودیت‌های تحقیق می‌توان به دشواری ارتباط با نمونه آماری در بخش مصاحبه به دلیل شیوع کرونا اشاره کرد که باعث شد برخی افراد حاضر به مصاحبه حضوری نباشند و محقق را مجبور به استفاده از روش‌های مجازی مانند تماس تصویری یا ارسال و دریافت پاسخ‌های مکتوب و صوتی نمود. همچنین، با وجود انتخاب هدفمند افراد خبره برای مصاحبه در برخی موارد پاسخ‌های مطلوبی دریافت نشد.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

سپاسگزاری

پژوهشگران بر خود واجب می‌دانند که از تمام افرادی که به تیم پژوهش یاری رسانند، نهایت تشکر و قدرانی را داشته باشند.

ORCID

Reza Heydari		https://orcid.org/0000-0002-2690-7669
Mohammad Keshtidar		https://orcid.org/0000-0002-1705-4940
Seyed Morteza Azimzadeh		https://orcid.org/0000-0002-4230-2977
Mahdi Talebpour		https://orcid.org/0000-0003-2865-5837
Haywantee Ramkissoon		http://orcid.org/0000-0002-2603-0473

منابع

۱. امیری فهلپانی، محمدرضا، ملکی، سعید (۱۳۹۸). رابطه متقابل مدیریت استراتژیک با گردشگری در عصر جهانی شدن. *سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۷(۲۸)، ۶۷۰-۶۹۷. DOI: [10.32598/JMSP.7.4.8](https://doi.org/10.32598/JMSP.7.4.8)
۲. ایمانی، بهرام، خسروی‌مهر، حمیده، طورانی، علی (۱۳۹۴). ارزیابی و رتبه‌بندی موانع توسعه گردشگری در شهرستان مینودشت. *نشریه گردشگری شهری*، ۲(۱)، ۷۵-۸۹. DOI: [10.22059/jut.2015.54067](https://doi.org/10.22059/jut.2015.54067)

۳. باقری، مسلم، زارعی‌متین، حسن (۱۳۹۴). تبیین راهکارهای ارتقای صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران. *مجله علمی مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۳(۳)، ۹۲۵-۹۴۴. DOI: 10.22059/jomc.2015.54745
۴. بذرافشان، جواد، بامری، علی (۱۳۹۷). بررسی و تحلیل وضعیت گردشگری خلاق در شهر زاهدان. *فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۸(۳۱)، ۱۶۷-۱۸۰. https://jzpm.marvdasht.iau.ir/article_3087.html
۵. پاشایی، سجاد، عسکریان، فریبا، روزافزون، عبدالرضا (۱۳۹۸). بررسی نقش میانجیگری عوامل نهادی در تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی، محیطی بر توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد ماکو. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۴(۴۵)، ۵۷-۸۰. DOI: 10.22054/tms.2019.20248.1561
۶. تمیزی، علیرضا، شهبازی، ساناز (۱۳۹۷). بررسی تأثیر نوسانات نرخ ارز بر بخش گردشگری ایران. *گردشگری و توسعه*، ۷(۴)، ۱-۱۷. DOI: 10.22034/jtd.2019.118442.1334
۷. چقاجردی، ایمان، فیض‌الهی، غلامعلی، شجاعی‌اصفهان‌نژاد، سیداحسان (۱۳۹۳). شناسایی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: زورخانه‌های شهر اصفهان). *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، ۳(۱۰)، ۲۵-۳۸. <https://sanad.iau.ir/Journal/gjts/Article/999572>
۸. خدابخش‌زاده، امین، قهرمان‌تبریزی، کوروش، شریفیان، اسماعیل (۱۳۹۹). طراحی مدل شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران. *فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۹(۲)، ۴۱-۵۰. DOI: 10.30473/arism.2020.49137.3069
۹. خدائی، زهرا، کلانتری‌خلیل‌آباد، حسین (۱۳۹۱). توسعه گردشگری با تأکید بر نقش آموزش نیروی انسانی. *مطالعات مدیریت شهری*، ۴(۱۲)، ۴۸-۵۹. https://ums.srbiau.ac.ir/article_3376.html
۱۰. زرن‌دیان، ندا، فرزین، محمدرضا، شالبافیان، علی‌اصغر، پورفرج، اکبر، محمودزاده، سید مجتبی (۱۴۰۰). طراحی چارچوب مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری بر مبنای فواید مطالعات پیشین. *گردشگری و توسعه*، ۱۰(۲)، ۲۵۱-۲۷۶. DOI: 10.22034/jtd.2020.238477.2074
۱۱. زهره‌وندیان، کریم، احسانی، محمد، خسروی‌زاده، اسفندیار (۱۳۹۷). رتبه‌بندی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه صنعت گردشگری ورزشی در ایران به وسیله روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP). *پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی*، ۱۴(۲۷)، ۲۹-۴۲. DOI: 10.22080/jsmb.2017.1852
۱۲. شاگری، سیده مونا، پیرمحمدزاده، امین (۱۳۹۱). نقش عوامل زیست‌محیطی در توسعه گردشگری رامسر. *اولین همایش ملی جغرافیا و گردشگری در هزاره سوم، نجف آباد*. <https://civilica.com/doc/173776>

۱۳. شمس الدینی، علی، درخشان، الهام، کریمی، ببراز (۱۳۹۵). ارزیابی اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد). فصلنامه علمی برنامه-ریزی منطقه‌ای، ۶(۲۴)، ۸۹-۱۰۰. https://jzpm.marvdasht.iau.ir/article_2161.html
۱۴. صادقیان بروجنی، نجمه، کیانی سلمی، صدیقه، غلامی بیمرغ، یونس (۱۳۹۹). شناسایی عوامل اثربخش بر توسعه گردشگری خلاق و تأثیر آن بر پایداری رفتار از دیدگاه گردشگران در مناطق روستایی شهرستان بروجن. پژوهش‌های روستائی، ۱۱(۴)، ۶۹۶-۷۱۱. DOI: [10.22059/jrur.2020.301054.1493](https://ssoss.ui.ac.ir/article_17137.html)
۱۵. صامتی، مجید، حسینی، میرهادی، احسانی فرید، مینا (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ثبات سیاسی و حاکمیت قانون بر تعداد ورود گردشگران؛ مطالعه موردی: کشورهای منتخب اسلامی طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۹۶. پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی، ۴(۳)، ۱-۱۴. https://ssoss.ui.ac.ir/article_17137.html
۱۶. صفایی‌پور، مسعود، جعفری، یحیی (۱۴۰۰). تحلیل وضعیت مؤلفه‌های گردشگری خلاق در کلان‌شهر تبریز به‌عنوان پایتخت گردشگری کشورهای اسلامی. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۱(۶۰)، ۱۰۷-۱۲۶. <http://jgs.khu.ac.ir/article-1-3116-fa.html>
۱۷. فرازبانی، فاتح، رضایی صوفی، مرتضی، اله‌حسینی، احسان (۱۳۹۷). بررسی موانع بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان. مدیریت و توسعه ورزش، ۷(۳)، ۴۶-۵۶. DOI: [10.22124/jsmd.2018.3240](https://ssoss.ui.ac.ir/article_17137.html)
۱۸. قزل‌سفلو، حمیدرضا، کلاته‌سیفری، معصومه (۱۳۹۹). مدل ساختاری بهینه تأثیر ابعاد امنیت بر توسعه گردشگری ورزش‌های بومی - سنتی از دیدگاه گردشگران خارجی. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۶(۳۲)، ۸۳-۱۰۱. DOI: [10.22080/jsmb.2020.10745.2441](https://ssoss.ui.ac.ir/article_17137.html)
۱۹. قزل‌سفلو، حمیدرضا، رضوی، سید محمدحسین، کلاته‌سیفری، معصومه (۱۴۰۱). تعیین الگوی عوامل مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری ورزش‌های سنتی (مطالعه موردی: جشنواره کبدی سرخکلاته، اسب ترکمن و کشتی سنتی آلیش و گورش). مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۴(شماره ۷۱)، ۲۴۱-۲۷۴. DOI: [10.22089/smrj.2019.7138.2504](https://ssoss.ui.ac.ir/article_17137.html)
۲۰. کریم‌زاده، جواد (۱۳۹۶). تبیین نقش تکنولوژی ICT در توسعه صنعت توریسم فرهنگی برای دستیابی به خدمات کلاس جهانی. اولین کنگره بین‌المللی چشم‌انداز مدیریت کلاس جهانی در ایران، قرقچک. <https://civilica.com/doc/747140>

۲۱. لطفی عاقل، راضیه، موسائی، میثم، وثوقی، منصور (۱۳۹۸). بررسی نقش عوامل اجتماعی مؤثر بر توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر همدان). *نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۸ (۲۶)، ۲۸۲-۲۵۹. <http://mieaoi.ir/article-1-1035-fa.html>
۲۲. معین فرد، محمدرضا، شوشی نسب، پروین، کاظم نژاد، انوشیروان (۱۳۹۳). راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی تفریحی در ایران. *مدیریت و توسعه ورزش*، ۳ (۲)، ۱۷-۱. https://jsmd.guilan.ac.ir/article_1218.html
۲۳. موسوی، رضا، امیدی نجف آبادی، مریم، میردامادی، مهدی، فرج الله حسینی، سیدجمال (۱۴۰۰). الگوی توسعه گردشگری ورزشی پایدار با رویکرد ورزش های روستایی و بازی های بومی و محلی. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۶ (۵۵)، ۲۵۷-۲۹۱. DOI: [10.22054/tms.2021.60102.2533](https://doi.org/10.22054/tms.2021.60102.2533)
۲۴. هرمزپور، سالار، ستوده، محمدرضا، پورشیخیان، علیرضا، حاجی امیری، رامین (۱۴۰۰). نقش تکنولوژی در رشد صنعت گردشگری و رضایتمندی جهانگردان. *سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی*. <https://civilica.com/doc/1353354>
۲۵. همتی، سیما (۱۳۹۷). نقش توان مندی ها و زیرساخت های گردشگری در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی با تأکید بر نقش متغیرهای سیستمی به ویژه هتل ها و اقامتگاه ها. *فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش های نو در جغرافیای انسانی*، ۱۰ (۲)، ۱۰۷-۱۲۸. <https://sanad.iau.ir/journal/geography/Article/539261?jid=539261>
۲۶. یاسینی، سیده راضیه (۱۳۹۵). کارکردهای تربیتی و فرهنگی آیین های زورخانه. *فصلنامه علمی تربیت اسلامی*، ۱۱ (۲۲)، ۱۵۰-۱۳۱. https://islamicedu.rihu.ac.ir/article_1031.html
27. Campbell, P. (2011). Creative industries in a European Capital of Culture. *International Journal of Cultural Policy*, 17(5), 510-522. [doi/abs/10.1080/10286632.2010.543461](https://doi.org/10.1080/10286632.2010.543461)
28. Chiu, V. (2016). The stadium tour as sporting creative tourism: A case study of the anfield experience. In *Sport, Identity and Community* (pp. 131-142). Brill. https://doi.org/10.1163/9781848884526_013
29. Currie, C., & Falconer, P. (2014). Maintaining sustainable island destinations in Scotland: The role of the transport-tourism relationship. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(3), 162-172. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.10.005>
30. Derom, I., & Ramshaw, G. (2018). Leveraging sport heritage to promote tourism destinations: The case of the Tour of Flanders Cyclo event. In

Sport Tourism and Sustainable Destinations (pp. 101-121). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781351213707>

31. Ergen, E., & Yavuz, E. (2017). Empirical analysis of the relationship between tourist flows and exchange rate volatility: ARDL Method. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 3(1).
32. Herbert, D. T., Prentice, R. C., & Thomas, C. J. (1989). *Heritage sites: Strategies for marketing and development* (p. 309).
33. 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), 1-19. <https://doi.org/10.22059/sshr.2021.86141>
34. Heydari, R., Keshtidar, M., Dehghan Ghahfarokhi, A., Esfehiani, M., Perić, M., & Oveysi Sani, F. (2022). Modeling the institutional factors affecting the exploitation of entrepreneurial opportunities in the sports tourism industry using an Interpretive-Structural Approach. *Interdisciplinary Journal of Management Studies (Formerly known as Iranian Journal of Management Studies)*, 15(2), 189. <https://doi.org/10.22059/ijms.2021.312725.674275>
35. 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. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.01.004>
36. Huizhen, W. (2021). Integration development and protection of sports intangible cultural heritage and cultural tourism in the yellow river basin based on GIS. *Tobacco Regulatory Science (TRS)*, 5514-5522. <https://www.researchgate.net/publication/357018197>
37. Kunwar, R. R. (2015). Tourism crisis and disaster management. The Gaze: *Journal of Tourism and Hospitality*, 7, 1-36. <https://www.researchgate.net/publication/304367691>
38. 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. <https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1728364>

39. Peace, O. E., Izuchukwu, O. O., & Shehu, A. A. (2016). Exchange rate fluctuation and tourism sector output in Nigeria. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 3(1), 48-55. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.31.1005>
40. Ramshaw, G. (2019). *Heritage and sport: An Introduction*. Channel View Publications. [9781845417017](https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1262275)
41. Ramshaw, G., & Gammon, S. (2015). *Heritage and sport*. In *The Palgrave handbook of contemporary heritage research* (pp. 248-260). London: Palgrave Macmillan UK. https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137293565_16
42. Ramshaw, G., & Gammon, S. J. (2017). Towards a critical sport heritage: Implications for sport tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 115-131. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1262275>
43. Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
44. Richards, G., & Marques, L. (2012). *Exploring creative tourism*: Editors introduction. *Transfusion*, 4(2), 1-11
45. Ross, D., Saxena, G., Correia, F., & Deutz, P. (2017). Archaeological tourism: A creative approach. *Annals of Tourism Research*, 67, 37-47. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.001>
46. Timothy, D. J. (2015). Introduction: *Heritage cuisines, foodways and culinary traditions*. In *Heritage Cuisines* (pp. 1-24). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315752525>
47. Timothy, D. J. (2018). Making sense of heritage tourism: Research trends in a maturing field of study. *Tourism Management Perspectives*, 25, 177-180. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.018>
48. UNESCO (2018a) Traditional Sports and Games: a challenge for the future. See www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/physical-education-and-sport/traditional-sports-and-games/ (accessed 30 January 2019).
49. 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. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1517733>

Reference [In Persian]

1. Imani, B., Khosravimehr, H., & Toorani, A. (2015). Evaluation and Ranking barriers of tourism development in township of Minoodasht. *Urban Tourism*, 2(1), 75-89. doi: [10.22059/jut.2015.54067](https://doi.org/10.22059/jut.2015.54067)
2. Bagheri, M., & Zarei Matin, H. (2015). Exploring the ways of enhancing tourism industry of Iran. *Organizational Culture Management*, 13(3), 925-944. doi: [10.22059/jomc.2015.54745](https://doi.org/10.22059/jomc.2015.54745)
3. bazrafshan, J., & bameri, A. (2018). Study and analysis of the status of creative tourism in Zahedan. *Regional Planning*, 8(31), 167-180. https://jzpm.marvdasht.iau.ir/article_3087.html
4. 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. doi: [10.22034/jtd.2019.118442.1334](https://doi.org/10.22034/jtd.2019.118442.1334)
5. Chaghajerdi, I., Faizolahi, G., & Shojaei Esfahani Nejad, S. E. (2014). Identify factors affecting the development of sports tourism by using SWOT (Case Study: Isfahan Zurkhanehay). *Jeogheraph Tourism Space*, 3(10), 25-39. <https://sanad.iau.ir/Journal/gjts/Article/999572>
6. Amiri fahlyiani, M., & Maleki, S. (2020). Strategic management relationships with tourism in the age of globalization. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 7(28), 670-697. doi: [10.32598/JMSP.7.4.8](https://doi.org/10.32598/JMSP.7.4.8)
7. 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. doi: [10.30473/arism.2020.49137.3069](https://doi.org/10.30473/arism.2020.49137.3069)
8. Khodaei, Z., & Kalantari, K. A. H. (2013). Tourism development with emphasis on the role of workforce training. *Urban Management Studies*, 4(12), 48-59. https://ums.srbiau.ac.ir/article_3376.html
9. Zarandian, N., Farzin, M. R., Shalbafian, 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. doi: [10.22034/jtd.2020.238477.2074](https://doi.org/10.22034/jtd.2020.238477.2074)
10. 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.
<https://doi.org/10.22080/jsmb.2017.1852>

11. Pashaei, S., Askarian, F., & Roozafzoon, A. (2019). Investigating the mediating role of institutional factors in the impact of social, economic, and environmental factors on development of sports tourism in the Maku Free Zone (Iran). *Tourism Management Studies*, 14(45), 57-80.
<https://doi.org/10.22054/tms.2019.20248.1561>
12. Shagari, S. M., & Pir Mohammadzadeh, A. (2011). The role of environmental factors in the development of Ramsar tourism. *The first national conference on geography and tourism in the third millennium*, Najaf Abad. <https://civilica.com/doc/173776/>
13. 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. https://jzpm.marvdasht.iau.ir/article_2161.html
14. Sadeghiyan, N., Kiani Salmi, S., & Gholami, Y. (2021). Identifying the factors affecting the development of creative tourism and their effect on the sustainability of behavior from the perspective of tourists in rural areas of Borujen City. *Journal of Rural Research*, 11(4), 696-711. [doi: 10.22059/jrur.2020.301054.1493](https://doi.org/10.22059/jrur.2020.301054.1493)
15. 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*, 4(3), 1-14. https://ssoss.ui.ac.ir/article_17137.html
16. Safaie 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. <http://jgs.khu.ac.ir/article-1-3116-fa.html>
17. 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. [doi: 10.22124/jsmd.2018.3240](https://doi.org/10.22124/jsmd.2018.3240)
18. Ghezelsefloo, H. & Kalateh seifari, M. (2021). Optimal structural equation model of traditional- local sport tourism development amenity

- dimension's effect of foreign tourists point view. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 16(32), 101-83. doi: [10.22080/jsmb.2020.10745.2441](https://doi.org/10.22080/jsmb.2020.10745.2441)
19. Ghezelsefloo, H., razavi, M. H., & Kalateh seifari, M. (2022). Determining model of the factors influencing the sustainable development of traditional sports tourism (Case Study: Kabadi Festival of Sorkhankalateh, Horse-riding of Torkman and Guroush and Alish traditional wrestling). *Sport Management Studies*, 14(71), 241-274. doi: [10.22080/jsmb.2020.10745.2441](https://doi.org/10.22080/jsmb.2020.10745.2441)
 20. Karimzadeh, J. (2016). Explaining the role of ICT technology in the development of the cultural tourism industry to achieve world-class services. *The first international congress of world class management perspective*. Qarchak, Iran. <https://civilica.com/doc/747140/>
 21. Lotfi Aghel, R., Musai, M., & Vosooghi, M. (2019). The role of social factors affecting tourism development (Case Study: Hamadan). *Mieaoi*, 8 (26), 259-282
URL: <http://mieaoi.ir/article-1-1035-fa.html>
 22. Moeinfard, M. R., Shoushinasab, P., & Kazemnejad, A. (2014). Strategies for Recreational Sport Tourism Development in Iran. *Sport Management and Development*, 3(2), 1-17. https://jsmd.guilan.ac.ir/article_1218.html
 23. Hormozpur, S., Sotoudeh, M. R., Pourshikhian, A., & Haji Amiri, R. (2021). The role of technology in the growth of the tourism industry and tourist satisfaction. *The third international conference on management, tourism and technology*. <https://civilica.com/doc/1353354/>
 24. Hemti, S. (2017). The role of tourism capabilities and infrastructure in the development of modern tourism and economic dynamics, emphasizing the role of system variables, especially hotels and accommodations. *Scientific and Research Quarterly of New Attitudes in Human Geography*, 10(2), 107-128. <https://sanad.iau.ir/journal/geography/Article/539261?jid=539261>
 25. Yasini, S. R. (2016). Educational and cultural functions of sacraments in palestra. *Journal of Islamic Education*, 11(22), 131-150. https://islamicedu.rihu.ac.ir/article_1031.html

26. Mousavi, R., Omidi Najaf Abadi, M., Mirdamadi, M., & Farajollah Hosseini, S. J. (2021). A model of sustainable sport tourism development with rural sports and local-native games approach. *Tourism Management Studies*, 16(55), 257-291. doi: 10.22054/tms.2021.60102.2533



استناد به این مقاله: حیدری، رضا، کشتی دار، محمد، عظیم زاده، مرتضی، طالب پور، مهدی و رامکیسون، هایوانتی. (۱۴۰۳). الگوی ساختاری - تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی بر میراث ورزشی. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۹ (۶۸)، ۲۸۹ - ۳۳۰.

doi: 10.22054/tms.2024.81319.2969



Management Studies in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.