

Research Paper

Identifying and Understanding Factors Influencing the Development of Local Sports Tourism within the Framework of Sports Tourism Marketing

Rahim Zare¹  Ahmad Mahmoudi^{*2}  Hosein Taheri³ 

¹ Associate Professor, Department of Business Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'ei University, Tehran, Iran. (r.zare@atu.ac.ir)

² Assistant Professor, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences and Health, University of Tehran, Tehran, Iran. (ah.mahmoudi@ut.ac.ir)

³ Assistant Professor, Department of Physical Education, Faculty of Amin Police University, Tehran, Iran. (hoseintaheri1363@chmail.ir)



© The Author(s)

Publisher: University of Mazandaran



[10.22080/tmhr.2025.30253.1089](https://doi.org/10.22080/tmhr.2025.30253.1089)

Keywords:

Sports Tourism; Local Sports; Development of Local Sports Tourism; Sports Tourism Marketing.

Received:

August 23, 2025

Received in revised:

October 4, 2025

Accepted:

October 22, 2025

Available online:

February 19, 2026

Abstract

Context and Purpose: Local sports tourism represents a significant segment of the sports tourism industry that is prevalent in most countries. Many communities have endeavored to preserve the authenticity and value of local traditions while deriving additional benefits from the development of local sports tourism. This study aims to identify the factors influencing the development of local sports tourism within the framework of sports tourism marketing. **Design/methodology/approach:** The present research employs a mixed-methods approach (qualitative-quantitative), utilizing a systematic literature review in the qualitative phase and a survey method in the quantitative phase. In the first part of the study, a systematic review was conducted. Following the procedures of this method, the researchers extracted the main components related to the research topic. In the second part, a quantitative survey was used to confirm or reject these components. **Findings:** The present research employs a mixed-methods approach (qualitative-quantitative), utilizing a systematic literature review in the qualitative phase and a survey method in the quantitative phase. In the first part of the study, a systematic review was conducted. Following the procedures of this method, the researchers extracted the main components related to the research topic. In the second part, a quantitative survey was used to confirm or reject these components. **Conclusion:** The results indicate that a creative integration of Iran's rich cultural heritage with modern technologies in tourism marketing and management can not only establish a successful model for countries with similar historical backgrounds but also has the potential to become a pioneering model in the global sports tourism industry. This strategic approach, while preserving cultural authenticity, enables the sustainable economic utilization of these unique capacities. **Originality/value:** This study pioneers a model for developing Iran's local sports tourism by uniquely integrating its rich cultural heritage with modern marketing strategies. It presents a replicable blueprint for similar cultural contexts and a forward-looking approach for the global tourism industry, balancing cultural authenticity with sustainable economic growth.

*Corresponding Author: Ahmad Mahmoudi
Address: University of Tehran, Tehran, Iran.

Email: ah.mahmoudi@ut.ac.ir
Tel: 09107608854

Extended Abstract

1. Introduction

Sport has increasingly become a prevalent activity in society while simultaneously emerging as a popular recreational alternative for diverse social groups. Alongside tourism, it has evolved into one of the most favored leisure pursuits in the contemporary world. Preferences for specific sports vary across regions, influenced by factors such as popularity, training costs, entry barriers (e.g., infrastructure, resources, and equipment), or required skill levels. As a common characteristic of these examples, sport exhibits a high degree of permeation into certain aspects of public life.

Local sports tourism generates diverse potentials for tourism valorization based on regional characteristics while simultaneously considering the identity of a geographical area or social entity and impacting residents' lives. A review of various sources and research indicates that while numerous studies have been conducted on sports tourism and sports tourism marketing, research on local sports tourism remains limited and suffers from theoretical gaps. Consequently, there is a need to address this theoretical deficiency. Furthermore, Iran's considerable cultural and ethnic diversity presents significant potential for local sports tourism that requires greater attention. Therefore, sports tourism marketing can be considered a key and effective driver in developing local sports tourism, necessitating the identification of its fundamental dimensions and components.

A crucial point worth noting is that most related research has examined the concepts of "local sports tourism," "sports

tourism marketing," and "sports tourism" separately, with very few studies systematically integrating these aspects within a defined framework. Hence, the primary objective of the current research is to systematically and quantitatively investigate the factors influencing the development of local sports tourism marketing within the context of sports tourism.

2. Research Methodology

The first phase employed a systematic review method following a six-stage process to extract key components. The initial stage required establishing a research protocol to define the subject area, which focused on sports tourism marketing, local sports tourism, and the development of local sports tourism, with relevant research examined within these domains. Comprehensive literature searches helped minimize bias. The most challenging aspect of this stage was determining the research scope. Once established, it facilitated formulating research questions and boundaries to identify appropriate research methods. The second stage involved search and screening strategies. The search strategy assisted in the proper investigation and identification of relevant databases for collecting pertinent documents. Predefined inclusion and exclusion criteria were applied to achieve this systematic review. Primarily, irrelevant, invalid, non-peer-reviewed, non-English language publications, and conference papers were excluded, with only articles from the last 20 years analyzed. The fourth stage encompassed data extraction and categorization. This phase involved identifying and extracting relevant data from selected articles. All components were extracted through iterative processes while adhering to accuracy and

precision principles. General information collected included article titles, researchers' names, publication years, research type (quantitative, qualitative, mixed), and study scope (international, national, regional).

The fifth stage involved data analysis, results discussion, and conclusion. The analysis phase included evaluating collected data, extracting meaningful information, and drawing conclusions from selected articles. At this stage, all relevant data and information were compiled for inference and conclusion. The sixth and final stage involved preparing the final report and research output.

3. Research Findings

According to the qualitative research findings, 13 articles were identified as the most relevant to local sports tourism development. Since the extracted components were solely derived from research and numerous in quantity, researchers needed to determine the most crucial elements as key components through expert consultation. Consequently, researchers distributed all aforementioned components to relevant experts via a researcher-developed questionnaire, with 36 experts selecting the principal components based on their experience and subject-matter expertise.

Quantitative findings revealed that the "preservation of authenticity and identity" component, with an average of 4.69 and low standard deviation (0.47), demonstrated the highest satisfaction and response consistency, indicating its importance and high consensus among respondents. "Focus on indigenous sports" also showed high importance (average=4.75, variance=0.193). "Storytelling" had the lowest average (2.78)

and relatively higher standard deviation (0.72), indicating its lesser importance and greater response variability among participants. Other components like "sustainable development" and "local participation" showed relatively high averages with moderate standard deviations, confirming their importance while displaying greater divergence in perspectives. Overall, cultural and indigenous components were deemed more significant, while storytelling and branding-related components received less attention.

4. Conclusion

The study's results indicate that developing local sports tourism in Iran requires adopting a robust, multidimensional approach focusing on cultural, economic, social, and managerial aspects. However, achieving related objectives necessitates implementing key strategies. For instance, maintaining a balance between authenticity and development - identified as a principal component - requires adopting fundamental measures through intelligent programs. Various studies demonstrate that the most successful global experiences in local sports tourism have achieved equilibrium between preserving traditional values and meeting modern tourists' needs.

Regarding continuous research and development, it can be concluded that enhancing scientific research on indigenous sports and applying international standards can help elevate Iran's global standing in traditional sports. Disseminating research findings on indigenous sports can contribute to improving and developing this important field. In summary, if Iran's local sports employ intelligent strategies and

integrated management, they possess the potential to become a significant hub for sports tourism globally. The creative integration of Iran's rich cultural heritage with modern technologies in tourism marketing and management can not only establish a successful model for countries with similar historical backgrounds but also position itself as a pioneering model in the global sports tourism industry. This intelligent approach, while preserving cultural authenticity, enables sustainable economic utilization of these unique capacities.

Funding

The authors did not receive support from any organization for the submitted work.

Authors' Contribution

All authors contributed to the study conception and design.

Conflict of Interest

The authors declare that they have no competing interests.

Acknowledgments

We would like to thank all those who helped us compile and complete this work for their efforts and participation.

پژوهشی

تبیین و فهم عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزش‌های محلی در بستر بازاریابی گردشگری ورزشی

رحیم زارع^۱  احمد محمودی^{۲*}  حسین طاهری^۳ 

^۱ دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (R.zare@atu.ac.ir)
^۲ استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (ah.mahmoudi@ut.ac.ir)
^۳ استادیار گروه تربیت بدنی دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران. (hoseintaheri1363@chmail.ir)



ناشر: دانشگاه مازندران
© نویسنندگان



[10.22080/tmhr.2025.30253.1089](https://doi.org/10.22080/tmhr.2025.30253.1089)

چکیده

زمینه و هدف: گردشگری ورزش‌های محلی گونه‌ای مهم از گردشگری ورزشی است که در اکثر کشورها جریان دارد. بسیاری از جوامع سعی کرده‌اند با حفظ اصالت و ارزش‌های بومی و محلی، برون‌دادهای دیگری نیز از توسعه گردشگری ورزش‌های محلی به دست آورند. این پژوهش با هدف تبیین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزش‌های محلی در چارچوب بازاریابی گردشگری ورزشی انجام شده است. **روش‌شناسی:** روش تحقیق حاضر ترکیبی (کیفی-کمی) است که در بخش کیفی از مرور سیستماتیک مقالات و در بخش کمی از روش پیمایشی استفاده شده است. در قسمت اول تحقیق، از روش مرور سیستماتیک استفاده شده است. پس از استخراج مؤلفه‌های اصلی مرتبط با موضوع، یک مطالعه پیمایشی کمی به منظور اعتبارسنجی این مؤلفه‌ها به کار گرفته شد. تحلیل‌های آماری مربوط به داده‌های پیمایش نیز در محیط نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ انجام پذیرفت. **یافته‌ها:** مطابق با یافته‌های تحقیق، پس از شناسایی و تحلیل ۲۷۹ تحقیق مرتبط، در نهایت تعداد ۱۳ مقاله به‌عنوان اصلی‌ترین مقالات مرتبط در توسعه گردشگری ورزش‌های محلی در نظر گرفته شدند و سپس محققان با در نظرگیری نظرات خبرگان، مهم‌ترین و اصلی‌ترین آن‌ها به‌عنوان مؤلفه‌های کلیدی را از طریق پرسش‌نامه محقق‌ساخته شناسایی کردند. **نتیجه‌گیری و پیشنهادها:** مطابق با نتایج تحقیق، ترکیب خلاقانه میراث غنی فرهنگی ایران با فناوری‌های نوین در بازاریابی و مدیریت گردشگری، نه تنها می‌تواند الگویی موفق برای کشورهای دارای پیشینه تاریخی مشابه ایجاد کند، بلکه قابلیت تبدیل شدن به مدلی پیشرو در صنعت گردشگری ورزشی جهان را نیز داراست. این رویکرد هوشمندانه ضمن حفظ اصالت فرهنگی، امکان بهره‌برداری اقتصادی پایدار از این ظرفیت‌های منحصر به فرد را فراهم خواهد ساخت. **نوآوری و اصالت:** این پژوهش با تلفیق بی‌سابقه میراث فرهنگی غنی ایران و راهبردهای نوین بازاریابی، الگویی پیشگامانه برای توسعه گردشگری ورزش‌های بومی ایران ارائه می‌دهد. این مطالعه الگویی قابل تعمیم برای بافت‌های فرهنگی مشابه و رویکردی آینده‌نگرانه برای صنعت گردشگری جهانی به ارمغان می‌آورد که در عین حفظ اصالت فرهنگی، رشد اقتصادی پایدار را نیز محقق می‌سازد.

کلیدواژه‌ها:

گردشگری ورزشی؛ ورزش‌های محلی؛ توسعه گردشگری ورزش‌های محلی؛ بازاریابی گردشگری ورزشی

تاریخ دریافت:

۱ شهریور ۱۴۰۴

تاریخ دریافت اصلاحات:

۱۲ مهر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش:

۳۰ مهر ۱۴۰۴

تاریخ انتشار:

۳۰ آذر ۱۴۰۴

* نویسنده مسؤل: احمد محمودی
آدرس: دانشگاه تهران، تهران، ایران.

ایمیل: ah.mahmoudi@ut.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۰۷۶۰۸۸۵۴

۱ مقدمه

ورزشی بیش از حد غیرانتقادی تلقی می‌شدند و ارزش آن‌ها در توسعه بلندمدت منطقه‌ای مورد تردید قرار نمی‌گرفت. مشارکت مردم در تصمیم‌گیری‌ها در مورد میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ، مانند پیشنهاد بازی‌های المپیک، تفاوت شدید نظرات محلی را در سال‌های اخیر نشان داده است (Hecker, 2017; Szymanski & Frank, 2010; Vetter, 2020). این عوامل نیازمند بررسی میزان بهره‌مندی مردم محلی از گردشگری ورزشی است. در واقع، ورزش این پتانسیل را دارد که مردم را در سراسر جهان گرد هم بیاورد (Guest et al., 2019; Skinner et al., 2019). به‌طور خاص، رویدادهای در مقیاس کوچک فرصتی برای روابط نزدیک مهمان و میزبان فراهم می‌کند (Gibson et al., 2012; Halpenny et al., 2016; Kaplanidou & Pechlaner et al., 2016; Gibson, 2010). چنین ورزش‌هایی اغلب انجام می‌شوند و احتمالاً ریشه در هویت محلی دارند، بنابراین تصویر یک جامعه را منعکس می‌کنند (Jenkins & Cecil, 2015; Evans & Norcliffe, 2016). بررسی ورزش در مقیاس محلی، حوزه‌های مختلف عمل و همچنین اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را در حوزه‌های مربوطه نشان می‌دهد (Daniels, 2007). با میزبانی رویدادها، ورزش پولی می‌شود و ممکن است به منافع اقتصادی مستقیم منجر شود (Burgan & Mules, 1992). گردشگری ورزشی محلی این نمونه‌ها پتانسیل‌های متنوعی را برای ارزش‌گذاری توریستی براساس ویژگی‌های محلی ایجاد می‌کند و همچنین هویت یک منطقه جغرافیایی یا موجودیت اجتماعی را در نظر گرفته و بر زندگی ساکنان تأثیر می‌گذارد (Herbold et al, 2020). با این حال، مطالعات همچنین پیامدهای اقتصادی منفی رویدادهای ورزشی را بر جامعه میزبان، مانند هزینه‌های بیش از حد بیش از درآمد نشان می‌دهند (Mules & Dwyer, 2005; Barclay, 2009). در این زمینه، بازاریابی گردشگری ورزشی می‌تواند

ورزش به‌طور فزاینده‌ای به یک فعالیت رایج در جامعه و در عین حال، به یک جایگزین تفریحی رایج برای طیف وسیعی از جامعه نیز تبدیل شده است. در کنار گردشگری، به یکی از محبوب‌ترین فعالیت‌های تفریحی در دنیای معاصر بدل گشته است (Londoño et al, 2021). افزایش فعالیت‌های ورزشی فردی باعث افزایش اشکال مرتبط با ورزش از تعطیلات می‌شود. این امر توسط گردشگرانی که به دنبال تجربیات معتبر در روابط میزبان و مهمان، سلامت جسمانی و رفاه و مصرف محصولات و خدمات محلی هستند، تشدید می‌شود. جوامع، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، هنوز پتانسیل ورزش‌های محلی را به‌عنوان یک منبع و مزیت رقابتی در توسعه مقصد خود به‌طور کامل به رسمیت نمی‌شناسند. به همین ترتیب، تحقیقات گردشگری تحلیل ضعفی در مورد نقش جامعه و هویت ورزشی خاص آن دارند. با توجه به این موضوع، رابطه امیدوارکننده‌ای بین توسعه جامعه و گردشگری ورزشی وجود دارد و براساس پتانسیل ورزش، تأکید بر هویت و مشارکت محلی لازم است (Herbold et al, 2020). تمایل به انواع خاصی از ورزش‌ها در مناطق مختلف متفاوت است. این تمایل می‌تواند براساس میزان محبوبیت، هزینه‌های تمرین، موانع ورود (به‌عنوان مثال، زیرساخت‌ها، منابع و تجهیزات) یا مهارت‌های مورد نیاز باشد. به‌عنوان یکی از ویژگی‌های مشترک این نمونه‌ها، ورزش دارای درجه بالایی از نفوذ در برخی مناطق عمومی زندگی است (Brouwers et al, 2015). در ترکیب با تغییر رفتار مصرف‌کننده و تغییر ارزش در برخی از لایه‌های اجتماعی، پتانسیل گردشگری ورزشی پدیدار شده است. گردشگری ورزشی بیش از رویدادهای بزرگ (مانند بازی‌های المپیک) را پوشش می‌دهد که در ارزیابی تأثیرات رایج بوده و تصویری نسبتاً منفی از پروژه‌های زیربنایی بزرگ ایجاد کرده‌اند (Giove, 2020; Catuogno, 2020; Ryan, 2020). برای مدت طولانی، رویدادهای

گردشگری ورزش‌های محلی بازاریابی در بستر گردشگری ورزشی است که دست‌یابی به این هدف اساسی به با بررسی مطالعات کتابخانه‌ای؛ جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مرتبط؛ شناسایی شکاف‌ها در ادبیات نظری صورت پذیرفته است.

پدیده گردشگری ورزشی از طیف تعاملات منحصربه‌فرد بین افراد، مکان و فعالیت‌ها ناشی می‌شود (Weed & Bull, 2012). یک طبقه‌بندی رایج گردشگری براساس تمایز بین مشارکت غیرفعال و فعال در سفرهای مرتبط با ورزش است که غیرفعال معمولاً به تماشای ورزش و فعال به مشارکت در ورزش اشاره دارد (Hinch & Higham, 2001). در این تحقیق، به مشارکت فعال در ورزش‌های محلی تأکید شده است. تعاریف مختلفی از گردشگری ورزشی در دست است. دی ناپ و استادون (۱۹۹۹)^۲ گردشگری ورزشی را این‌گونه تعریف کردند: «کلیه اشکال مشارکت فعال و غیرفعال در فعالیت‌های ورزشی که به‌طور تصادفی یا سازمان‌یافته به دلایل غیرتجاری یا تجاری/ شرکت می‌کنند که سفر دور از خانه و محل کار را ضروری می‌کند». ترکیب این تعریف بیان می‌کند که سفر به‌عنوان شرکت‌کننده در ورزش‌های رقابتی یا تفریحی، اعضای کمیته سازمان‌دهی، تماشاگران یا حامیان در گردشگری ورزشی گنجانده شده است (Radicchi, 2013). گردشگری ورزشی زمینه مشترکی برای هر دو بخش ورزش و گردشگری و منبع فرصت‌هایی برای بازیگران (حامی) مختلف و بسیاری از مقاصد است (De Knop, 1990). گردشگری ورزشی صرفاً به معنای ادغام ورزش و گردشگری است، بنابراین تمرکز بر فعالیت‌های گردشگری شامل ورزش است (Gozalova et al., 2014). ون‌راین و همکاران^۳ (۲۰۱۷) از طریق تحلیل ۳۰ تعریف گردشگری ورزشی، پنج پارامتر مهم معرفی کردند که شامل: مدت زمان بازدید گردشگران ورزشی، مقصد، نوع ورزش، تجربه مشارکت و سود

تأثیرات مثبت و بسزایی داشته باشد. لیو و هان^۱ (۲۰۱۷) اظهار داشتند که برگزاری رویدادهای ورزشی بزرگ می‌تواند به‌طور فعال اهداف گردشگری را ارتقا و به‌کارگیری مدل‌های مختلف برای ارزیابی رابطه بین ویژگی‌های متعدد گردشگری ورزشی و اهمیت نسبی آن‌ها می‌تواند استراتژی‌های بازاریابی مفیدی را ارائه دهد و خواسته‌های منحصربه‌فرد بازار گردشگری ورزشی را متمایز کند. درواقع، رویدادهای ورزشی می‌توانند از طریق استراتژی‌های بازاریابی تهاجمی، بازدیدکنندگان زیادی را جذب کنند. بنابراین، برای برگزارکنندگان مهم است که خواسته‌های بازدیدکنندگان را درک کنند تا یک استراتژی بازاریابی برای گردشگری ورزشی تدوین کنند (Lin et al, 2022). با بررسی منابع و تحقیقات مختلف می‌توان دریافت که در زمینه گردشگری ورزشی و بازاریابی گردشگری ورزشی تحقیقات مختلفی انجام شده است، اما در زمینه گردشگری ورزشی محلی تحقیقات کمی صورت پذیرفته و دارای خلأ نظری می‌باشد. به همین سبب، نیاز است تا این شکاف نظری برطرف گردد. از سوی دیگر، ملاحظه می‌شود در کشور ایران با وجود تنوع فرهنگی و قومی مختلف، پتانسیل بالایی برای گردشگری ورزشی محلی وجود دارد که نیازمند توجه بیشتری می‌باشد، از همین رو، بازاریابی گردشگری ورزشی می‌تواند به‌عنوان پیشران کلیدی و مؤثر در توسعه گردشگری ورزش‌های محلی در نظر گرفته شود و نیاز است تا ابعاد و مؤلفه‌های اصلی و کلیدی آن مشخص شوند. نکته بسیار مهمی که در این زمینه می‌توان به آن اشاره کرد، این است که اکثر تحقیقات مرتبط به‌صورت مجزا و جداگانه به بررسی مفاهیم "گردشگری ورزشی محلی"؛ "بازاریابی گردشگری ورزشی"؛ "گردشگری ورزشی" پرداخته‌اند و تحقیقی که بتواند این موارد را در قالبی مشخص و به‌صورت نظام‌مند مطالعه کند، بسیار کم است. از همین رو، هدف اصلی تحقیق حاضر، بررسی سیستماتیک و کمی عوامل مؤثر در توسعه

³ Van Rheenen et al

¹ Lyu & Han

² De Knop & Standeven

است که از طریق آن مدیر ورزشی به دنبال دست‌یابی به نیازها و خواسته‌های سازمان‌های ورزشی از طریق ایجاد و تبادل محصولات و ارزش با دیگران است. تبادل ارزش با دیگران، اهمیت مصرف‌کننده ورزشی را به رسمیت می‌شناسد (Seaman, 2020).

تعامل بین نوستالژی و رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی گردشگری ورزشی پیچیده و قابل توجه است (Pichierrri, 2023). رسانه‌های اجتماعی، به‌عنوان یک مجرای قوی برای انتقال اطلاعات و احساسات، با به اشتراک گذاشتن محتوایی که یادآور رویدادهای ورزشی گذشته و ورزشکاران افسانه‌ای است، بستری متمایز برای برانگیختن تعامل عاطفی گردشگران بالقوه در اختیار بازاریابان قرار می‌دهند (Armutcu et al, 2023). این رویکرد به بازاریابی مبتنی بر نوستالژی نه تنها اشتیاق گردشگران را برای خاطرات ارزشمند زنده می‌کند، بلکه پیوند عاطفی با مقاصد گردشگری ورزشی را نیز پرورش و تمایل آن‌ها را برای بازدید از این مکان‌ها افزایش می‌دهد. با استفاده از دسترسی گسترده و ماهیت تعاملی پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، استراتژی‌های بازاریابی نوستالژی می‌توانند جذابیت یک مقصد را به‌طور قابل توجهی افزایش دهند، درک برند آن را بالا ببرند و درنهایت، رشد گردشگری ورزشی را تقویت کنند (GÜLAY, 2023). علاوه‌براین، به اشتراک گذاشتن محتوای نوستالژیک در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند جذابیت یک مقصد را به‌طور قابل توجهی افزایش داده و تعامل مصرف‌کننده را تقویت کند (Razzaq & Akhtar, 2023). روندهای اخیر نشان‌دهنده تمایل رو به رشد در بین سازمان‌های ورزشی و اپراتورهای گردشگری برای استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی برای پخش محتوای نوستالژیک است، با هدف جذب گردشگرانی که به رویدادهای ورزشی تاریخی و چهره‌های نمادین علاقه دارند (Jacobsen & Beer, 2021). این استراتژی نه تنها تصویر برند را تقویت، بلکه مشارکت مصرف‌کننده را

اقتصادی است. گذشته از طبقه‌بندی فوق‌الذکر از فعالیت‌های ورزشی، میتچل و همکاران^۱ (۱۹۹۴) طبقه‌بندی متفاوتی را پیشنهاد کردند. نویسندگان بین مؤلفه‌های پویا و ایستا تمرین‌ها تمایز قائل شدند. علاوه‌براین، در مورد سطح شدت (کم، متوسط یا زیاد) فعالیت‌های پویا و ایستا تمایز ایجاد شد. این طبقه‌بندی همچنین ورزش‌هایی را برجسته می‌کند که خطر آسیب‌دیدگی ناشی از تماس فیزیکی با هم‌تیمی یا حریف یا افزایش خطر مشکلات گردش خون را دارند.

گردشگران ورزشی توسط ارائه‌دهندگان و سیاست‌گذاران گردشگری ورزشی مدنظر قرار می‌گیرند. گروه‌های گردشگری ورزشی و ارائه‌دهندگان گردشگری ورزشی پیوند قابل توجهی را از طریق گردشگری ورزشی ایجاد می‌کنند (Weed and Bull, 2004). این حوزه از گردشگری ورزشی را با ترکیب «پدیده اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ناشی از تعامل منحصربه‌فرد فعالیت، مردم و مکان» گسترش دادند (Ibid, p. 37). این مفهوم‌سازی گسترده از پدیده گردشگری ورزشی شامل بازیگران متقابل مختلفی است که می‌توانند به حوزه‌های عمومی، خصوصی و داوطلبانه تقسیم شوند (Elcock, 2005). با این حال، هم‌سویی میان این حوزه‌های چندگانه برای بهره‌برداری از فرصت‌ها (به‌عنوان مثال کاهش فصلی در گردشگری، اشتغال، توسعه امکانات ورزشی و درآمد بیشتر) (Elcock, 2005; Hritz & Ross, 2010) و کاهش اثرات منفی (مثلاً میزبان) بسیار مهم است. تعارض بازدیدکنندگان، آسیب‌های بوم‌شناسی و زیست-محیطی و هویت فرهنگی همگن) که توسط گردشگری ورزشی ایجاد شده است (Devine et al., 2011; Swart et al., 2018). با توجه به این دیدگاه‌ها و اطلاعات مربوط به بازاریابی به‌طورکلی، تعریف زیر از بازاریابی ورزشی ارائه می‌شود: بازاریابی ورزشی یک فرآیند اجتماعی و مدیریتی

¹ Mitchell et al

اتومبیل‌رانی، اساساً مبتنی بر هماهنگی (به‌عنوان مثال، بیلارد) و در درجه اول حمایت از حیوانات (به‌عنوان مثال، اسب‌دوانی) (World Lacrosse, 2020). برخی از اندیشمندان معتقدند که با در نظر گرفتن ورزش به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار، می‌توان انتظار داشت که هویت‌سازی محلی تقویت شود (Tonts & Atherley, 2010).

صنعت ورزش برای عقب‌نماندن از سایر صنایع، ناگزیر به استفاده از روش‌های نوین بازاریابی است (Eskandarpur, 2025). در بازاریابی گردشگری ورزشی توجه به عوامل مهم و اثرگذار بر آن اهمیت دارد. با توجه به مطالعات صورت‌گرفته، محققان در پژوهش‌های مختلف متوجه تنوع زیادی در عوامل مهم در بازاریابی و عوامل مؤثر بر حضور گردشگران در رویدادهای ورزشی شده‌اند (مانند جذابیت رویداد و محدودیت‌های امنیتی، سلامتی و مالی، دانش، پرستیژ، افزایش روابط مردمی، آرامش، جدید و جالب بودن و...) (هنرور و همکاران، ۱۳۸۶). دیدگاه‌های مختلفی در زمینه توسعه گردشگری ورزشی محلی وجود دارد، برخی از تحقیقات به مقوله کالبدی و برخی به حوزه فناوری، محصولات، برندسازی و... پرداخته‌اند. در زمینه توسعه گردشگری ورزشی محلی می‌تواند موجب احیای روستایی، ایجاد فرصت‌های جدید برای صنایع روستایی، شکوفایی تمدن معنوی روستایی کمک کند و الگوهای حکمرانی روستایی را ارتقا می‌دهد (Li & Xiong, 2025). در زمینه فناوری و ابزارهای نوین، براساس مکانیسم پویا، مکانیسم عملیات و مسیر ارتقاء گردشگری رویدادهای ورزشی، اعتقاد بر این است که رویدادهای ورزشی را نمی‌توان از حمایت فناوری ورزشی جدا کرد. تنها با توسعه عمیق "ورزش + فناوری + گردشگری" می‌توانیم محصولات گردشگری ورزشی بهتر و بیشتری را توسعه دهیم (Cap & Okulska, 2013). رسانه‌های اجتماعی هم به‌عنوان واسطه‌ای برای احساسات نوستالژیک در

نیز تقویت می‌کند (Pichierri, 2023). تحقیقات بیشتر نشان می‌دهد که بازاریابی نوستالژی می‌تواند هم‌زمان پیشرفت گردشگری ورزشی را پیش ببرد و آگاهی مصرف‌کننده را در مورد ماهیت فرهنگی و تاریخی مقاصد افزایش دهد (Ifeta, 2023).

ورزش‌ها و بازی‌های بومی و محلی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اوقات فراغت و ورزش همگانی، مدتی است که مورد توجه بسیاری از کشورها، از جمله ایران قرار گرفته است و تلاش‌هایی برای احیا و توسعه این‌گونه فعالیت‌های بدنی در حال انجام است (جلالی و همکاران، ۱۴۰۰). بهره‌گیری از ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی و محلی به‌عنوان چهره جدیدی از گردشگری ورزشی به‌صورت ابزاری برای توسعه گردشگری پایدار پیشنهاد شده است (موسوی و همکاران، ۱۴۰۰). علاوه بر این، فعالیت‌های ورزشی در یک منطقه همیشه با هویت محلی ساکنان آن منطقه مرتبط است. ورزش به‌عنوان وسیله‌ای برای شکل‌گیری و تثبیت هویت در یک منطقه یا مکان عمل می‌کند (MacClancy, 1996) که این بیان‌گر شور و شوق و بستری برای احساسات است. مردم اغلب خود را به‌طور خاص با یک ورزش خاص که عمدتاً به‌صورت محلی انجام یا دنبال می‌شود، شناسایی می‌کنند. ساکنان محلی خودشان فعالیت‌های ورزشی را انجام می‌دهند و به‌طور فعال یا منفعلانه در رویدادهای ورزشی شرکت می‌کنند. این بدان معناست که هر ورزش در جامعه میزبان خود ارزش بالایی دارد (Lüschen, 1967). هنگام بازاریابی ورزشی -چه برای گروه‌های هدف محلی یا بازدیدکنندگان خارجی- دسته‌های خاصی از ورزش‌ها به بازاریابی راه پیدا می‌کنند. انجمن جهانی فدراسیون‌های بین‌المللی ورزش^۱ (GAISF) پنج دسته کلی از فعالیت‌های ورزشی را متمایز می‌کند: در درجه اول فیزیکی (به‌عنوان مثال، بازی‌های توپ و دو و میدانی)، در درجه اول ذهنی (به‌عنوان مثال، شطرنج)، در درجه اول موتوری (مانند مسابقات

1 Global Association of International Sports Federations (GAISF).

روش‌های متنوعی اعمال می‌شود که منجر به انبوهی از مرورهای منتشر شده در مورد یک موضوع می‌شود (Uman, 2023). اولین قدم برای انجام یک مرور سیستماتیک، تدوین سؤالات کلیدی خاص است. برای موقعیت‌هایی که شامل پرداختن به بیش از یک سؤال ساده و واحد است، اغلب ساخت یک چهارچوب تحلیلی (مدل شواهد) که سؤالات کلیدی مورد بررسی را به تصویر می‌کشد تا به درک روابط آن‌ها کمک کند، مفید است. علاوه بر این، هنگامی که سؤالات زیادی مورد بررسی قرار می‌گیرند، ساخت یک "نقشه شواهد"، یک تمرین اکتشافی که در مورد میزان شواهد بالقوه مرتبط با سؤالات مختلف اطلاعات می‌دهد، می‌تواند مفید باشد. این اطلاعات می‌تواند به برنامه‌ریزی دقیق‌تر برای تخصیص منابع و اطمینان از تکمیل به‌موقع پروژه کمک کند. مراحل ضروری دیگر شامل تدوین یک پروتکل، اصلاح سؤالات مورد نظر، انجام جست‌وجوی متون برای شواهد، انتخاب مطالعاتی که معیارهای ورود را برآورده می‌کنند، ارزیابی انتقادی مطالعات و ترکیب و تفسیر نتایج است (Russell et al, 2010). برای انجام مرحله مرور سیستماتیک، یک استراتژی جست‌وجوی ساختاریافته و قابل تکرار در پایگاه‌های داده معتبر بین‌المللی و ملی شامل ScienceDirect, Scopus, Web of Science, PubMed, Emerald, Wiley Online Library و JSTOR و همچنین موتور جست‌وجوی Google Scholar اجرا شد.

استراتژی جست‌وجو براساس کلیدواژه‌های اصلی و ترکیبات آن‌ها طراحی گردید. کلیدواژه‌های انگلیسی شامل "local", "sports tourism", "destination marketing", "development strategy" و معادل‌های فارسی آن‌ها شامل «گردشگری ورزشی»، «ورزش‌های بومی»، «بازاریابی مقصد» و «توسعه گردشگری» بودند. این کلیدواژه‌ها با استفاده از عملگرهای بولین^۱ (مانند AND, OR) و کاراکترهای جایگزین (*)

بازاریابی گردشگری ورزشی و هم‌به‌عنوان مجرای که گذشته را با حال ترکیب می‌کند، واکنش‌های عاطفی را برانگیخته و مشارکت فعال را تشویق می‌کند (Weingarten & Wei, 2023). برخی از اندیشمندان نیز به‌طور جامع به محصولات مرتبط تمرکز کرده‌اند و معتقدند این مقوله می‌تواند رویکرد رقابتی ایجاد کند (Gao & Ren, 2023). چلیپ و هیل (۲۰۰۵) راه‌های توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی را واردی مثل محیط فیزیکی مقصد (جاذبه‌ها)، اماکن و تأسیسات، کیفیت خدمات، زیرساخت‌ها، افراد و سازمان‌های خدمات‌دهنده (حامیان و سرمایه‌گذاران) و ترویج معانی و سمبل‌ها (تبلیغات) می‌دانند (سیدعامری و همکاران، ۱۳۹۲). همان‌طور که در قسمت ادبیات نظری ملاحظه می‌شود، فقر مبانی نظری در زمینه گردشگری ورزشی محلی و نقش بازاریابی در آن کاملاً مبرهن است و این تحقیق سعی در رفع خلأ نظری مربوطه داشته و رویکردها و دیدگاه‌های جدیدی را ارائه می‌کند.

۲ روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع کاربردی و از نظر روش‌شناسی ترکیبی بوده که با استفاده از روش مرور سیستماتیک و روش پیمایش، به بررسی مفهوم توسعه گردشگری ورزش‌های محلی در بستر بازاریابی گردشگری ورزشی پرداخته است. در قسمت اول تحقیق، از روش مرور سیستماتیک استفاده شده است. محققان با استفاده از مراحل این روش، مؤلفه‌های اصلی را که مرتبط با موضوع تحقیق هستند، استخراج کرده و سپس در قسمت دوم تحقیق؛ با استفاده از روش کمی پیمایش در مورد تأیید یا رد آن‌ها اعلام نظر می‌کنند.

مرور سیستماتیک یکی از روش‌های کیفی است که خلاصه‌ای از شواهد موجود در تعدادی از مطالعات مختلف را در مورد یک موضوع خاص ارائه می‌دهد. منطبق مرور سیستماتیک متون امروزه به

¹ Boolean operators

- داشتن حداقل یک اثر مکتوب (مقاله، کتاب، طرح پژوهشی) در این حوزه.

با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و با جست‌وجوی گسترده در میان اساتید دانشگاه، مدیران ارشد و مشاوران صنعت، فهرست اولیه‌ای از خبرگان تهیه شد. سپس از تکنیک گلوله‌برفی استفاده گردید تا از شناسایی تمامی خبرگان کلیدی اطمینان حاصل شود. درنهایت، ۳۶ نفر از برجسته‌ترین افراد واجد معیارها شناسایی و انتخاب شدند.

ابزار پژوهش، پرسش‌نامه بود که مؤلفه‌های استخراج‌شده از مرحله مرور سیستماتیک را در بر می‌گرفت. از خبرگان خواسته شد تا میزان اهمیت و مرتبط بودن هر مؤلفه را در مقیاس لیکرت بررسی کنند. داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ و با به‌کارگیری آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و شاخص‌های اجماع گروهی (مانند ضریب توافق کندال) مورد تحلیل قرار گرفت.

اگرچه از یک ابزار کمی (پرسش‌نامه) برای جمع‌آوری نظرات استفاده شد، اما منطق انتخاب نمونه براساس اصول پژوهش‌های کیفی بود. در چنین مطالعاتی که هدف دستیابی به نظرات عمیق گروهی متخصصان است، تمرکز بر کفایت و تناسب نمونه به جای نمایندگی آماری است.

با توجه به همگن بودن نسبی جامعه خبرگان از نظر تخصص و تجربه، نمونه ۳۶ نفری برای دست‌یابی به اشباع نظری (یعنی نقطه‌ای که داده‌های جدیدی از پاسخ‌های اضافه حاصل نمی‌شود) و اجماع کافی در مورد مؤلفه‌ها، کاملاً مناسب و کافی تشخیص داده شد. این حجم نمونه با حجم نمونه‌های مورد استفاده در مطالعات دلفی و پنل‌های خبرگی مشابه قابل مقایسه است.

در فیلدهای عنوان، چکیده و کلیدواژه‌ها جست‌وجو شدند.

محدوده زمانی جست‌وجو برای دستیابی به جدیدترین مبانی نظری و شواهد، از سال ۲۰۰۰ میلادی تا پایان سال ۲۰۲۳ در نظر گرفته شد. همچنین، معیارهای شمول و حذف به شرح زیر اعمال گردید:

معیارهای شمول: مقالات چاپ‌شده در مجلات معتبر peer-reviewed، مقالات کنفرانسی و پایان‌نامه‌هایی که مستقیماً به موضوع بازاریابی و توسعه گردشگری ورزش‌های محلی می‌پرداختند.

معیارهای حذف: مطالعاتی که به زبان غیر از فارسی و انگلیسی بودند، مقالاتی که تنها به برگزاری یک رویداد ورزشی خاص پرداخته بودند بدون اشاره به ابعاد بازاریابی و توسعه و متون غیرعلمی مانند گزارش‌های خبری.

پس از اجرای جست‌وجو، تعداد ۲۷۹ مطالعه اولیه شناسایی شد که پس از حذف موارد تکراری و اعمال معیارهای شمول و حذف براساس بررسی عنوان و چکیده، درنهایت ۱۳ مطالعه برای ورود به مرحله تحلیل نهایی و استخراج مؤلفه‌ها انتخاب شدند. فرآیند کامل غربالگری مطابق با چارچوب PRISMA در ۱ ارائه شده است.

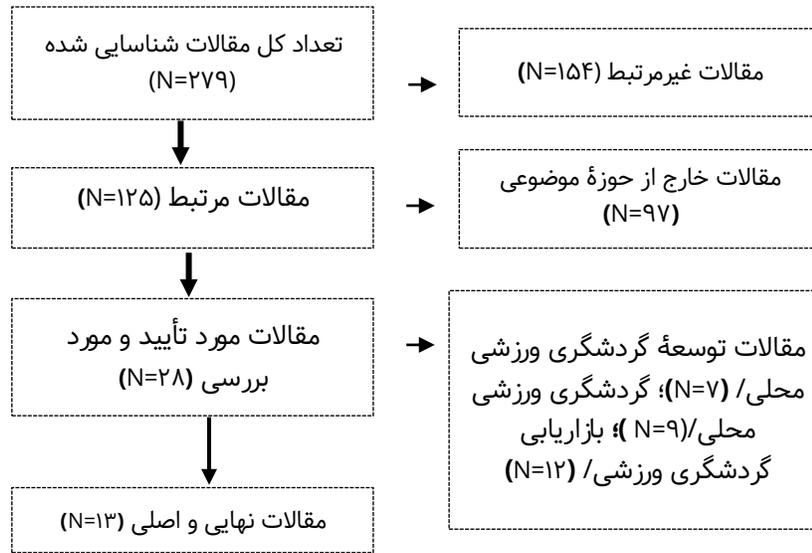
در قسمت دوم تحقیق، از روش پیمایش استفاده شده است. این مرحله از پژوهش با هدف اعتبارسنجی مؤلفه‌های شناسایی‌شده و با به‌کارگیری تکنیک دلفی و نظرخواهی از خبرگان انجام شد. با توجه به ماهیت موضوع پژوهش که نیازمند تخصص و تجربه عمیق است، جامعه آماری این بخش را کلیه صاحب‌نظران و خبرگان حوزه گردشگری ورزشی در ایران تشکیل دادند. معیارهای ورود افراد به جامعه خبرگان عبارت بود از:

- حداقل دارای مدرک دکتری در رشته‌های مرتبط (مانند مدیریت ورزشی، گردشگری) یا داشتن سابقه اجرایی/مشاوره‌ای حداقل ۱۰ سال در حوزه گردشگری ورزشی.

۳ یافته‌ها

همان‌طور که در قسمت روش‌شناسی بیان شد، در قسمت اول با استفاده از روش مرور سیستماتیک و طبق مراحل شش‌گانه، مؤلفه‌های اصلی استخراج می‌شوند. در مرحله اول، نیاز به یک پروتکل تحقیقاتی وجود دارد که در آن حوزه موضوعی تعیین می‌شود. این حوزه در زمینه‌های بازاریابی گردشگری ورزشی، گردشگری ورزشی محلی، توسعه گردشگری ورزشی محلی در نظر گرفته شدند و تحقیقات مربوطه نیز از این موضوعات مورد بررسی قرار گرفتند. این امر با انجام جست‌وجوهای جامع در متون، به حداقل رساندن سوءگیری کمک می‌کند. در این مرحله، چالش‌برانگیزترین مسأله، تعیین دامنه تحقیق است که به تدوین سؤالات تحقیق و مرزهای تحقیق برای شناسایی روش تحقیق مناسب کمک می‌کند. مرحله دوم شامل استراتژی جست‌وجو و بررسی است. استراتژی جست‌وجو، به بررسی مناسب و شناسایی پایگاه‌های داده مرتبط برای جمع‌آوری مستندات مربوطه کمک می‌کند. تعداد پایگاه‌های داده برای جست‌وجوهای حوزه موضوعی می‌تواند تعریف و محدود شود، اگرچه تعداد پایگاه‌های داده به‌طور قابل توجهی توسط ماهیت حوزه موضوعی تعیین می‌شوند (Papaioannou et al, 2010). عبارات جست‌وجو به‌صورت جداگانه یا با ترکیب محدودی از موضوعات اجرا می‌شدند که الزامات یا محدودیت‌های پایگاه داده مورد استفاده را در نظر می‌گرفتند. در مرحله سوم انتخاب مطالعات و ارزیابی کیفیت مطالعات صورت گرفت. در این مرحله با اعمال معیارهای ورود و خروج،

مقالاتی که معیارهای ورود را برآورده کردند، برای بررسی بیشتر و ارزیابی محتوا انتخاب شدند. معیارهای ورود و خروج از پیش تعریف شده متون برای دستیابی به بررسی سیستماتیک در جدول ۱ ارائه شده است. عمدتاً مقالات غیرمرتبط، نامعتبر، سخنرانی‌ها، مقالات مروری و مقالات غیرانگلیسی زبان حذف شدند و تنها مقالات ۲۰ سال اخیر مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند. در مرحله چهارم استخراج داده‌ها و دسته‌بندی داده‌ها صورت پذیرفت. در این مرحله، فرآیند استخراج داده‌ها شامل شناسایی و استخراج داده‌های مرتبط از مقالات انتخاب شده بود. تمامی مؤلفه‌ها از طریق جریان رفت و برگشتی و با در نظرگیری اصل دقت و صحت استخراج شدند. اطلاعات کلی در این مرحله شامل عنوان مقالات، نام محققان، سال‌های انتشار، نوع تحقیق (کمی، کیفی، ترکیبی)، نوع و مقیاس مطالعه (بین‌المللی، کشوری، منطقه‌ای) که مطالعه در آن انجام شده است، می‌باشد. مرحله پنجم تحلیل داده‌ها، نتایج و بحث، نتیجه‌گیری است. مرحله تحلیل شامل ارزیابی داده‌های گردآوری شده و استخراج اطلاعات معنادار و نتیجه‌گیری از مقالات انتخاب شده است. در این مرحله، تمامی داده‌ها و اطلاعات مربوطه گردآوری شده و استنتاج و نتیجه‌گیری می‌شود. در مرحله ششم که به‌عنوان مرحله آخر می‌باشد، ارائه گزارش نهایی صورت پذیرفته و خروجی تحقیق حاصل می‌شود. در شکل ۱، نمودار جریان جست‌وجوی سیستماتیک مطالعات در پایگاه‌های داده و کتابخانه‌های دیجیتال نشان داده شده است.



شکل ۱. نمودار جریان مرور سیستماتیک مطالعات در پایگاه‌های داده و کتابخانه‌های دیجیتال

محلی؛ گردشگری ورزشی محلی؛ بازاریابی گردشگری ورزشی نشان داده شده‌اند.

در جدول ۱، مرور سیستماتیک مقالات و مطالعات در حوزه‌های موضوعی توسعه گردشگری ورزشی

جدول ۱. مرور سیستماتیک تحقیقات مرتبط

مؤلفه‌ها	نوع و مقیاس مطالعه	روش تحقیق	عنوان مقاله	محققان و سال انتشار
توسعه پایدار مقصد؛ مدیریت مشارکتی؛ مشارکت محلی؛ توسعه گردشگری ورزشی روستایی؛ تحولات ساختاری اقتصادی بهینه‌سازی و تعدیل صنعتی؛ تقاضای مردم برای زندگی بهتر؛ ارزش جامع منابع مقاصد روستایی؛ عملکرد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی سالم مقصد	کشوری و منطقه‌ای - چین	کمی - شبه تجربی	آیا گردشگری ورزشی روستایی، توسعه پایدار مقصد را ارتقا می‌دهد؟ — بر اساس شواهد شبه‌تجربی از شهرهای ورزشی و تفریحی در چین	Cheng et al. (2025)
توسعه پایدار جامعه محلی؛ سرمایه‌گذاری؛ مدیریت عرضه و تقاضا؛ مدیریت زیرساخت‌ها و منابع موجود؛ جذب گردشگران متناسب با مقیاس جامعه میزبان؛ ترویج مشارکت مردم محلی؛ فراهم کردن سرگرمی برای مردم محلی؛ افزایش احساس غرور جامعه میزبان؛ بهبود کیفیت زندگی جامعه محلی (افزایش درآمد، امکانات و ...)	کشوری - پرتغال	مرور سیستماتیک	رویدادهای گردشگری ورزشی و توسعه پایدار محلی: مروری کلی	Melo et al. (2021)
ترویج رویدادهای گردشگری ورزشی؛ رویدادهای بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای و محلی؛ رفتار شرکت‌کنندگان؛ فعالیت‌های تجربه‌شده؛ هزینه‌های مرتبط با سفر، اقامت، غذا و سوغاتی و ...؛ تأثیر اقتصادی مستقیم رویدادهای ورزشی؛ به حداقل رساندن اثرات منفی زیست‌محیطی ناشی از رویداد	کشوری و منطقه‌ای - پرتغال	کمی - پیمایشی	رویدادهای گردشگری ورزشی در کوچک مقیاس و توسعه پایدار محلی	Melo et al. (2021)
تصویر برند؛ تجربیات جایگزین؛ بازاریابی و برندسازی مقصد؛ استراتژی توسعه منطقه؛ فرصت‌های توسعه‌ای منطقه؛ انجام فعالیت‌های ورزشی؛ تأثیرات اقتصادی؛ ارتباطات اجتماعی؛ مطلوبیت اجتماعی؛ حمایت مالی؛ توسعه اقتصادی؛ اشتراک‌گذاری تجربه؛ مشارکت جامعه محلی	کشوری و منطقه‌ای - سوئیس	موردکاوی کیفی	رویدادهای گردشگری ورزشی در مقیاس کوچک و توسعه پایدار محلی. مطالعه موردی مسیر ۱۲ و ۲۴ کیلومتری دره دو ژو - تور دو لاک	Ardiet et al. (2021)
تجربیات محلی؛ انگیزه مشارکت؛ جذابیت گردشگری شهر میزبان؛ اهداف اجتماعی و بازاریابی؛ توسعه گردشگری پایدار؛ ارائه دهندگان خدمات و مشاغل محلی؛ سازمان‌های ورزشی و گردشگری؛ تأمین مالی خصوصی؛ حمایت‌های مالی و تأمین	کشوری و منطقه‌ای - مجارستان	کمی - پیمایشی	تأثیر اجتماعی-اقتصادی رویدادهای دو و میدانی شهری بر گردشگری محلی و توسعه منطقه‌ای در دبرسن	Czegledi et al. (2021)

مالی دولتی؛ رونق کسب‌وکارهای محلی				
فرصت‌زایی برای جوامع میزبان محلی؛ مزایای اقتصادی بالقوه؛ ارتقاء پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی؛ توسعه پایدار محلی؛ برنامه‌ریزی و اجرای دقیق	بین‌المللی	نظریه‌پردازی بنیادی	گردشگری دویدن و ظهور جهانی رویدادهای گردشگری ورزشی کوچک مقیاس	Van Rheenen et al. (2021)
توسعه پایدار گردشگری در سطوح محلی و منطقه‌ای؛ تأثیرات زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی؛ سازمان‌دهی رویدادهای ورزشی؛ ظرفیت ایجاد وفاداری به یک مقصد خاص	کشوری و منطقه‌ای - برزیل	کمی - پیمایشی	تأثیر رویدادهای گردشگری ورزشی در مقیاس کوچک	Melo et al. (2021)
توسعه مقصد گردشگری پذیر؛ پتانسیل ورزش‌های محلی در ایجاد مزیت رقابتی؛ توسعه جامعه و گردشگری ورزشی؛ هویت ورزشی محلی؛ افزایش مشارکت محلی؛ تقویت پایداری محلی؛ گردشگری مبتنی بر جامعه؛ توسعه فزاینده مبتنی بر جامعه؛ مسائل پایداری و جامعه محلی؛ تلفیق ورزش با غنی‌سازی فرهنگی؛ دیدگاه‌های مبتنی بر گردشگری و فرصت‌های توسعه	بین‌المللی	مرور روایتی	جامعه میزبان و نقش آن در گردشگری ورزشی - بررسی یک حوزه تحقیقاتی نوظهور	Herbold et al. (2020)
توسعه جامعه محلی؛ مشارکت مستقیم جامعه میزبان در فعالیت‌های گردشگری؛ توانمندسازی میزبانان؛ ارتقاء رفاه اجتماعی-اقتصادی جامعه میزبان؛ فرصت‌های شغلی و افزایش تجارت برای مشاغل محلی	کشوری و منطقه‌ای - کنیا	کمی - پیمایشی	رویدادهای گردشگری ورزشی و رفاه اجتماعی-اقتصادی جوامع میزبان؛ انگیزه‌ها و مزایای یک مقصد نوظهور	Wanyonyi et al. (2021)
پایداری معیشت جوامع محلی؛ ورزش‌های روستایی و بازی‌های بومی؛ توسعه گردشگری ورزشی پایدار؛ به‌کارگیری راهبردهای سیاست‌گذاری، مدیریت و برنامه‌ریزی، و بازاریابی؛ مشارکت دینی و اجتماعی	منطقه‌ای - مازندران (ایران)	ترکیبی (کیفی-کمی)	الگوی توسعه گردشگری ورزشی پایدار با رویکرد ورزش‌های روستایی و بازی‌های بومی و محلی	موسوی و همکاران (۱۴۰۰)
گسترش ورزش‌های بومی و محلی؛ برگزاری مسابقات ورزش‌های بومی و محلی؛ برگزاری جشنواره‌های ورزش‌های بومی و محلی؛ توسعه زیرساخت‌ها در ارتباط ورزش‌های بومی و محلی؛ توسعه زیرساخت‌های اماکن اقامتی و حمل‌ونقل عمومی در ارتباط با ورزش‌های بومی و محلی؛ برگزاری همایش‌های علمی در ارتباط با ورزش‌های بومی و محلی	منطقه‌ای - یزد (ایران)	کمی - پیمایشی	بررسی عوامل ورزش‌های بومی محلی در توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان یزد)	جلالی و همکاران (۱۴۰۰)

تقویت سرمایه اجتماعی؛ ارتباط با جامعه و فرهنگ؛ برنامه‌ریزی، احیا، ترویج و توسعه بازی‌های بومی و محلی؛ وجود اشتراکات در میان نژادها و مناطق مختلف؛ جذابیت؛ اشاعه و گسترش فرهنگ بازی‌های سنتی	کشوری و منطقه‌ای - ایران	ترکیبی (کیفی- کمی)	الگوی توسعه گردشگری بر مبنای توسعه بازی‌های بومی و محلی در کشور	(۱۳۹۳) غفوری
افزایش شهرت و هویت منطقه؛ نقش بازی‌های بومی در جذب گردشگر ورزشی؛ حیطة فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی؛ افزایش تعداد گردشگران ورزشی؛ تأثیرگذاری برگزاری بازی‌های بومی، محلی؛ رونق صنعت گردشگری ورزشی	منطقه‌ای - تبریز (ایران)	کمی - پیمایشی	برگزاری بازی‌های بومی، محلی و رونق صنعت گردشگری ورزشی	توکلی انگوت و همکاران (۱۳۹۲)

به‌عنوان مؤلفه‌های کلیدی در نظر گیرند. به همین سبب، محققان تمامی مؤلفه‌های فوق را با استفاده از پرسش‌نامه برای خبرگان مربوطه ارسال نمودند و ۳۶ نفر از آن‌ها مطابق با تجربه و دانش موضوعی در این زمینه، هریک از مؤلفه‌های اصلی و کلیدی را برگزیدند که یافته‌های حاصل، در جدول ۲ نشان داده شده‌اند.

همان‌طورکه در قسمت اول مقاله ملاحظه شد، تعداد ۱۳ مقاله را به‌عنوان اصلی‌ترین مقالات مرتبط در توسعه گردشگری ورزش‌های محلی در نظر گرفتند. از آنجایی‌که مؤلفه‌های مستخرج در جدول فوق صرفاً برگرفته از تحقیقات بوده و تعداد آن‌ها بسیار زیاد است، لذا محققان بایستی با در نظرگیری نظرات خبرگان، مهم‌ترین و اصلی‌ترین آن‌ها را

جدول ۲. مؤلفه‌های اصلی و کلیدی با تحلیل مقادیر مربوطه

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	واریانس
حفظ اصالت و هویت	۴/۶۹	۰/۴۷	۰/۲۱۸
تقویت و توسعه زیرساخت‌ها	۳/۵۸	۰/۶۰	۰/۳۶۴
تمرکز بر بازاریابی، تبلیغات و برندسازی	۳/۳۳	۰/۵۸	۰/۳۴۳
مشارکت جامعه محلی	۴/۱۱	۰/۶۷	۰/۴۴۴
توسعه پایدار جامعه محلی	۴/۰۶	۰/۷۱	۰/۵۱۱
داستان‌سرایی و نشر تجربیات	۲/۷۸	۰/۷۲	۰/۵۲۱
تمرکز بر ورزش‌های بومی و اصالت	۴/۷۵	۰/۴۴	۰/۱۹۳
ارتقاء ظرفیت‌ها، پتانسیل‌ها و مزیت‌های ورزش‌های بومی	۴/۵۶	۰/۵۰	۰/۲۵۴

پایین‌تر ۲.۷۸ و انحراف معیار نسبتاً بالاتر (۰.۷۲) کم‌ترین میزان اهمیت و پراکندگی پاسخ‌ها را دارد که نشان می‌دهد این مؤلفه در میان شرکت‌کنندگان، کم‌تر مورد توجه است. سایر مؤلفه‌ها مانند «توسعه پایدار» و «مشارکت محلی» نیز میانگین‌های نسبتاً بالا و انحراف معیار متوسط دارند که اهمیت آن‌ها را تأیید می‌کند، اما پراکندگی بیشتری در دیدگاه‌ها

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد مؤلفه «حفظ اصالت و هویت» با میانگین ۴.۶۹ و انحراف معیار پایین (۰.۴۷) بیشترین رضایت و ثبات را در پاسخ‌ها دارد که نشان‌دهنده اهمیت و اجماع بالای پاسخ‌دهندگان است. «تمرکز بر ورزش‌های بومی» نیز با میانگین ۴.۷۵ و واریانس کم (۰.۱۹۳) از اهمیت و اتفاق نظر بالایی برخوردار است. «داستان‌سرایی» با میانگین

مشاهده می‌شود. به‌طور کلی، مؤلفه‌های فرهنگی و بومی اهمیت بیشتری دارند و مؤلفه‌های مرتبط با داستان‌سرایی و برندینگ کم‌تر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

جدول ۳. آزمون پایایی آلفای کرونباخ

مقدار	آماره پایایی
۰/۸۸۶	آلفای کرونباخ
۸	تعداد گویه‌ها

مقدار آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۸۶ نشان می‌دهد که پرسش‌نامه از پایایی بالایی برخوردار است. این بدان معناست که گویه‌های آن به‌طور قابل قبولی همبستگی درونی دارند و ابزار قابل اعتمادی برای سنجش مؤلفه‌های مورد نظر است.

جدول ۴. آزمون تی

مؤلفه	آماره تی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	حد پایین فاصله اطمینان ۹۵٪	حد بالا فاصله اطمینان ۹۵٪
حفظ اصالت و هویت	۲۱/۷۶۲	۰/۰۰۰	۱/۶۹۴	۱/۵۴	۱/۸۵
تقویت زیرساخت‌ها	۵/۷۹۹	۰/۰۰۰	۰/۵۸۳	۰/۳۸	۰/۷۹
بازاریابی و برندسازی	۳/۴۱۶	۰/۰۰۲	۰/۱۹۴	۰/۱۴	۰/۵۳
مشارکت جامعه محلی	۱۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۱/۱۱۱	۰/۸۹	۱/۳۴
توسعه پایدار محلی	۸/۸۵۹	۰/۰۰۰	۱/۰۵۶	۰/۸۱	۱/۳۰
داستان‌سرایی	-۱/۸۴۸	۰/۰۷۳	-۰/۲۲۲	-۰/۴۷	۰/۰۲
ورزش‌های بومی	۲۳/۹۱۰	۰/۰۰۰	۱/۷۵۰	۱/۶۰	۱/۹۰
ارتقاء ورزش‌های بومی	۱۸/۵۲۰	۰/۰۰۰	۱/۵۵۶	۱/۳۹	۱/۷۳

تحلیل آزمون t نشان می‌دهد مؤلفه‌های «تمرکز بر ورزش‌های بومی»، «حفظ اصالت» و «ارتقاء ظرفیت‌های بومی» دارای بالاترین اهمیت و تفاوت معنادار با مقدار معیار هستند. «مشارکت جامعه محلی» و «توسعه پایدار» نیز اهمیت بالایی دارند. اما نسبتاً کم‌اهمیت‌تر ارزیابی شده‌اند. تنها مؤلفه‌ای که از نظر آماری معنادار نبوده «داستان‌سرایی» است که نشان‌دهنده شناخت کم‌تر از نقش آن در توسعه گردشگری بومی است.

اما «زیرساخت» و «بازاریابی» گرچه معنادارند، اما نسبتاً کم‌اهمیت‌تر ارزیابی شده‌اند. تنها مؤلفه‌ای که از نظر آماری معنادار نبوده «داستان‌سرایی» است که نشان‌دهنده شناخت کم‌تر از نقش آن در توسعه گردشگری بومی است.

جدول ۵. نتایج آزمون فریدمن

میانگین رتبه	مؤلفه
۶/۶۷	تمرکز بر ورزش‌های بومی و اصالت
۶/۴۷	حفظ اصالت و هویت
۶/۱۵	ارتقاء ظرفیت‌های ورزش‌های بومی
۴/۸۵	مشارکت جامعه محلی
۴/۵۸	توسعه پایدار جامعه محلی
۳/۱۵	تقویت زیرساخت‌ها
۲/۵۸	بازاریابی و برندسازی
۱/۵۴	داستان‌سرایی

اهمیت را دارد. این نتایج تأیید می‌کند که عوامل فرهنگی و بومی در توسعه گردشگری ورزش‌های محلی در اولویت قرار دارند و نقش زیرساخت و بازاریابی در مقایسه کم‌تر است.

آزمون فریدمن نشان می‌دهد تفاوت معناداری بین رتبه‌بندی اهمیت مؤلفه‌ها وجود دارد. ($p < 0.001$) «تمرکز بر ورزش‌های بومی و اصالت» و «حفظ اصالت و هویت» بیشترین اهمیت را کسب کرده‌اند، در حالی که «داستان‌سرایی و نشر تجربیات»، کم‌ترین

جدول ۶. مقادیر محاسبه‌شده هریک از مؤلفه‌ها

مقدار	شاخص
۳۶	تعداد نمونه (N)
۱۸۸/۵۱۳	کای-دو (χ^2)
۷	درجه آزادی (df)
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری (p-value)

اصالت در ورزش‌های محلی به معنی پاسداری از جنبه‌های اصلی و سنتی این ورزش‌ها، شامل قوانین، پوشش، وسایل و آیین‌های وابسته به آنهاست. تجربه کشورهایمانند ژاپن با ورزش سومو و نیوزیلند با رقص هاکا ثابت کرده است که مؤثرترین الگوهای گردشگری ورزشی، آن‌هایی هستند که توانسته‌اند بین نوگرایی و حفظ ارزش‌های کهن، هماهنگی ایجاد کنند. به منظور حفظ هویت اصیل ورزش‌های بومی ایران مانند کشتی پهلوانی، ورزش‌های زورخانه‌ای و چوگان، ثبت علمی و مستندسازی حرفه‌ای این میراث فرهنگی ضروری است. این اقدام از یک سو مانع تحریف و تجاری‌سازی بی‌ضابطه می‌شود و از سوی دیگر،

همان‌طور که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، هشت مؤلفه به‌عنوان اصلی‌ترین مؤلفه‌های توسعه گردشگری ورزش‌های محلی با محوریت بازاریابی گردشگری ورزشی می‌باشند که خبرگان آن‌ها را تأیید نموده‌اند. با توجه به چالش‌ها و مزایای گردشگری ورزشی به‌عنوان ابزاری برای توسعه جامعه، تمرکز بر جامعه محلی و نقش توسعه پایدار بسیار مهم است. از پایه‌های اساسی توسعه پایدار در گردشگری ورزش‌های بومی می‌توان به اصالت و هویت فرهنگی اشاره کرد. پژوهش‌ها حاکی از آن است که گردشگران امروز بیش از هر چیز به دنبال تجربه‌های اصیل و متفاوتی هستند که نشان‌دهنده فرهنگ و پیشینه منطقه مورد نظر باشد. حفظ

پهلوانی) با رویکردهای مدرن طراحی، می‌تواند جذابیتی چشم‌گیر در سطح بین‌المللی ایجاد نماید. از مهم‌ترین عناصر در توسعه پایدار گردشگری ورزش‌های محلی می‌توان به مشارکت فعال جامعه محلی اشاره کرد که در سه سطح ایفا می‌شود: تصمیم‌گیری، اجرا و بهره‌برداری. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که میزان موفقیت در پروژه‌هایی که با مشورت و مشارکت بزرگان محلی و پیشکسوتان بومی اجرا شده ۴۰ درصد موفقیت‌آمیزتر از سایر پروژه‌ها بوده است. بدین منظور، تشکیل نهادهای محلی متشکل از پیشکسوتان ورزشی، هنرمندان محلی، فعالان اقتصادی بومی و کاسب‌کاران توصیه می‌شود. تشکیل این نهادها می‌تواند دستاوردهایی همچون توزیع منصفانه درآمدهای گردشگری، صیانت از میراث فرهنگی و جلب مشارکت واقعی جامعه محلی با خود به همراه داشته باشد. از سوی دیگر در زمینه مشارکت محلی می‌توان به سرمایه‌گذاری بر روی آموزش نسل جوان اشاره کرد. برنامه‌های توانمندسازی جوانان محلی برای ایفای نقش راهنمایان تخصصی ورزش‌های بومی، نه تنها اشتغال‌زایی پایدار ایجاد می‌کند، بلکه ضامن انتقال دانش بومی به نسل‌های آینده خواهد بود. تجربیات موفق بین‌المللی به‌خوبی اثربخشی این الگو را در سراسر جهان به اثبات رسانده‌اند. این رویکرد آموزشی، ضمن احیای غرور ملی و محلی، زمینه‌ساز توسعه متوازن و همه‌جانبه مناطق مختلف کشور خواهد شد. موفق‌ترین کشورها در صنعت گردشگری ورزشی، آن‌هایی هستند که به جای تقلید از سایر کشورها، بر ورزش‌های سنتی خود متمرکز شده‌اند. در مورد ایران می‌توان به رشته‌های مانند کشتی با چوخه، ورزش‌های زورخانه‌ای و بازی‌های محلی اشاره کرد که سرمایه‌گذاری هدفمند در این رشته‌ها می‌تواند آن‌ها را به جاذبه‌های گردشگری منحصربه‌فردی تبدیل کند. پژوهش‌ها ثابت کرده‌اند که ارائه این ورزش‌ها در قالب فستیوال‌های فصلی - ترکیبی جذاب از رقابت‌های ورزشی، نمایش‌های هنری و بازارهای محلی - می‌تواند به جذب حداکثری

زمینه‌ساز توسعه پایدار گردشگری ورزشی خواهد بود. توسعه گردشگری ورزشی نیازمند ایجاد زیرساخت‌های کلیدی است که مهم‌ترین آن‌ها شامل امکانات ورزشی تخصصی مانند زورخانه‌های استاندارد و پیست‌های مجهز چوگان، مراکز اقامتی هماهنگ با معماری بومی هر منطقه و سیستم‌های حمل‌ونقل کارآمد متناسب با حجم گردشگران می‌باشد. این زیرساخت‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که هم نیازهای ورزشکاران محلی و هم انتظارات گردشگران را برآورده سازند. براساس مطالعات، سرمایه‌گذاری در مجتمع‌های چندمنظوره که پاسخگوی نیازهای دوگانه ورزشکاران محلی و گردشگران باشد، بیشترین بازده اقتصادی و فرهنگی را دارد. به‌عنوان نمونه، پردیس‌های ورزشی-فرهنگی که شامل: سالن‌های تمرین مدرن، موزه‌های تخصصی ورزش‌های بومی و غرفه‌های عرضه صنایع دستی محلی می‌شوند، می‌توانند تجربه‌ای به‌یادماندنی برای گردشگران خلق کنند. طراحی این زیرساخت‌ها باید با دقت و در هماهنگی کامل با محیط طبیعی و فرهنگی منطقه صورت پذیرد تا ضمن حفظ اصالت، جذابیت لازم برای گردشگران را نیز ایجاد کند. اجرای راهبردهای هوشمندانه بازاریابی می‌تواند نقش چشم‌گیری را در این مسیر ایفا کند. سه رکن اساسی این استراتژی‌ها عبارت‌اند از: قصه‌گویی دیجیتال، ایجاد هویت بصری منسجم و هدف‌گیری بازارهای خاص. تحقیقات جدید نشان می‌دهد که در عرصه بازاریابی گردشگری، تولید محتوا در نرم‌افزارهای اجتماعی همچون اینستاگرام ریلز و تیک‌تاک، با مضمون نمایش مراسم ورزشی سنتی و بومی، می‌تواند تا ۷۰ درصد بیشتر از سایر روش‌های تبلیغاتی بر مخاطبان اثرگذار باشد. برای ساختن برند ماندگار از ورزش‌های بومی ایران، لازم است به طراحی لوگو، شعار و سیستم بصری منحصربه‌فردی پرداخت که در عین حفظ اصالت تاریخی، نشاط و پویایی این رشته‌ها را نیز به تصویر بکشد. تجربیات موفق جهانی نشان می‌دهد که تلفیق هنرمندان عناصر کهن (مانند به‌کارگیری نقوش اسلیمی در طراحی نشان مسابقات کشتی

برای ایران، این به معنای طراحی برنامه‌های هوشمندانه‌ای است که ضمن جلوگیری از تحریف یا تجاری‌سازی افراطی ورزش‌های بومی، قابلیت جذب مخاطبان بین‌المللی را نیز افزایش دهد. ثبت این ورزش‌ها به‌عنوان میراث ناملموس در یونسکو می‌تواند گام مهمی در این جهت محسوب شود. یا در مورد توسعه زیرساخت‌های هوشمند و پایدار می‌توان گفت که ایجاد زیرساخت‌های چندمنظوره که به‌طور هم‌زمان نیازهای ورزشکاران محلی و استانداردهای گردشگران را برآورده سازد، می‌تواند بیشترین منافع اقتصادی و فرهنگی را برای مناطق گردشگری به ارمغان آورد. این رویکرد هوشمندانه که بر پایه اصول پایداری و احترام به محیط زیست استوار است، نیازمند همکاری سه‌جانبه‌ای بین معماران بومی، متخصصان ورزشی و جامعه محلی می‌باشد. طراحی و اجرای چنین مجموعه‌های ورزشی-فرهنگی می‌تواند تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای بازدیدکنندگان ایجاد کند. در مورد بازاریابی یکپارچه و روایت‌گری دیجیتال طبق نتایج به‌دست‌آمده روایت‌گری دیجیتال و بازاریابی یکپارچه در فضای مجازی، به‌طور چشم‌گیری بر مخاطبین تأثیرگذار است. تماشای محتوایی از برگزاری ورزش‌های سنتی و فلسفه، تاریخ و ارزش‌های نهفته در ورزش‌های بومی می‌تواند تأثیر قابل توجه بر جذب گردشگران داشته باشد. استفاده از ظرفیت ورزشکاران محلی به‌عنوان سفیران فرهنگی و ایجاد کمپین‌های مشترک با بلاگرهای سفر، راهبردی خوبی در افزایش آگاهی عمومی نسبت به ورزش‌های بومی می‌شود. همچنین، در مورد توانمندسازی و مشارکت جامعه محلی، میزان موفقیت در پروژه‌های گردشگری ورزش‌های محلی تا حد زیادی در گرو مشارکت افراد بومی آن منطقه است. همکاری و ایجاد نهادهای مردمی که شامل فعالان ورزشی، اقتصادی، هنری آن منطقه است می‌تواند در توزیع عادلانه منافع اقتصادی و جلوگیری از آسیب‌های فرهنگی کمک کند. در این راستا سرمایه‌گذاری برای تربیت و آموزش نیروی جوانان بومی به‌عنوان راهنمایان تخصصی و متولیان آینده همت‌گمارده

گردشگران داخلی و خارجی بیانجامد. ثبت این میراث ارزشمند در یونسکو نیز گامی استراتژیک در معرفی جهانی آن‌ها محسوب می‌شود. ورزش‌های سنتی ایران از ظرفیت‌های چندبعدی برخوردارند که با مدیریت هوشمندانه می‌توانند به مزیت‌های رقابتی تبدیل شوند برخی از این ظرفیت‌ها شامل بعد سلامت که ترکیب منحصربه‌فرد تمرینات هوازی و قدرتی در ورزش‌های زورخانه‌ای است، بعد فلسفی مانند مکتب ناب فتوت و جوانمردی با ریشه‌های عمیق فرهنگی و بعد نمایشی همچون حرکات آکروباتیک و ریتمیک چشم‌نواز. تحقیقات اخیر بر ضرورت نظام‌مندسازی ورزش‌های بومی تأکید ویژه‌ای دارند. یکی از راهکارهای کلیدی در این زمینه، تدوین استانداردهای علمی برای رشته‌هایی مانند کشتی پهلوانی است که می‌تواند شامل طراحی دوره‌های آموزشی بین‌المللی برای مربیان شود. هم‌زمان، ایجاد پژوهشکده‌های تخصصی که به مطالعه همه‌جانبه ابعاد مختلف این ورزش‌ها می‌پردازند، می‌تواند زیربنای محکمی برای رشد پایدار آن‌ها فراهم آورد.

۴ بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر، حاکی از آن است که به منظور توسعه گردشگری ورزش‌های محلی در ایران باید رویکردی قوی و چند جانبه اتخاذ کرد که بر ابعاد فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی متمرکز شده است. با وجود این، برای دستیابی به اهداف مربوطه، اتخاذ راهبردهای کلیدی لازم است. مثلاً حفظ تعادل میان اصالت و توسعه که به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی در نظر گرفته شد، نیاز است به منظور حفظ هماهنگی بین اصالت و توسعه استفاده از برنامه‌های هوشمندانه اقدامات اساسی اتخاذ شود که حتی مطالعات مختلفی نیز نشان می‌دهند که موفق‌ترین تجربیات جهانی در زمینه گردشگری ورزش‌های محلی، آن‌هایی بوده‌اند که توانسته‌اند میان حفظ ارزش‌های سنتی و پاسخ‌گویی به نیازهای گردشگران مدرن تعادل برقرار کنند.

"حفظ اصالت و هویت" و "تمرکز بر ورزش‌های بومی" به‌عنوان اولویت‌های اصلی، با یافته‌های پژوهش‌های داخلی مانند موسوی و همکاران (۱۴۰۰) و جلالی و همکاران (۱۴۰۰) همخوانی کامل دارد. از سوی دیگر، نقش "تقویت زیرساخت‌ها" و "بازاریابی و برندسازی" در توسعه گردشگری ورزشی که در این پژوهش مورد تأکید قرار گرفته، با نتایج مطالعات چنگ^۳ (۲۰۲۵) و چگلدی^۴ (۲۰۲۱) هم‌سویی نشان می‌دهد.

با وجود این، پژوهش حاضر از چند جنبه متمایز می‌باشد. اولاً، رویکرد روش‌شناختی مبتنی بر تکنیک دلفی و اولویت‌بندی مؤلفه‌ها براساس نظرسنجی از خبرگان، تمایز اصلی با بیشتر مقالات مرجع است که عمدتاً از روش‌های کمی کلاسیک یا موردکاوی استفاده کرده‌اند. ثانیاً، درحالی‌که در مطالعاتی مانند آردیت^۵ (۲۰۲۱) به "داستان‌سرایی و نشر تجربیات" به‌عنوان یک مؤلفه کلیدی توجه شده، این مؤلفه در پژوهش حاضر کم‌اهمیت‌ترین مؤلفه شناسایی شده است. ثالثاً، تمرکز ویژه این پژوهش بر ورزش‌های کاملاً بومی ایرانی مانند کشتی پهلوانی و ورزش‌های زورخانه‌ای، در مقایسه با تمرکز مقالات بین‌المللی بر ورزش‌های عمومی‌تر، وجه تمایز بارز دیگری محسوب می‌شود.

در مجموع، اگرچه پژوهش حاضر از پشتوانه نظری و اشتراکات گسترده با ادبیات موضوع برخوردار است، اما از طریق اولویت‌بندی مبتنی بر خبرگان، بومی‌سازی مؤلفه‌ها و ارائه راهکارهای عملیاتی متناسب با بافت فرهنگی ایران (مانند پیشنهاد ثبت در یونسکو و ایجاد پژوهشکده‌های تخصصی)، ارزش افزوده قابل توجهی به دانش موجود در این حوزه افزوده است. این پژوهش مسیر جدیدی را برای مطالعات آتی در زمینه توسعه گردشگری ورزشی با محوریت ورزش‌های بومی ایرانی گشوده است.

شود. همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهد که به‌منظور بهره‌برداری از ظرفیت منحصربه‌فرد جاذبه‌های گردشگری بین‌المللی، توصیه می‌شود به ورزش‌های سنتی و بومی ایران، به‌ویژه کشتی پهلوانی، ورزش‌های زورخانه‌ای و چوگان، توجه بیشتری شود؛ زیرا که توانایی تبدیل کردن ایران را به قطب گردشگری ورزشی در جهان دارد. در رابطه با پژوهش و توسعه مستمر، می‌توان نتیجه گرفت که با ارتقاء سطح پژوهش‌های علمی در زمینه ورزش‌های بومی و به‌کاربردن استانداردهای جهانی می‌توان به ارتقاء جایگاه بین‌المللی ایران در ورزش‌های بومی کمک کرد. نشر مقالات و یافته‌ها از تحقیقات صورت‌گرفته در ورزش‌های بومی می‌تواند بر بهبود و توسعه این مهم کمک کند. به‌طور خلاصه می‌توان گفت در صورتی که ورزش‌های محلی ایران از راهبردهای هوشمندانه و مدیریت یکپارچه بهره بگیرد، پتانسیل مطرح‌شده به‌عنوان یکی از قطب‌های مهم گردشگری ورزشی در جهان است. ترکیب خلاقانه میراث غنی فرهنگی ایران با فناوری‌های نوین در بازاریابی و مدیریت گردشگری، نه‌تنها می‌تواند الگویی موفق برای کشورهای دارای پیشینه تاریخی مشابه ایجاد کند، بلکه قابلیت تبدیل شدن به مدلی پیشرو در صنعت گردشگری ورزشی جهان را نیز داراست. این رویکرد هوشمندانه ضمن حفظ اصالت فرهنگی، امکان بهره‌برداری اقتصادی پایدار از این ظرفیت‌های منحصربه‌فرد را فراهم خواهد ساخت.

براساس مقایسه‌ای که بین یافته‌های پژوهش حاضر و مقالات مرجع انجام شد، نتایج نشان می‌دهد که از حیث مؤلفه‌های کلیدی، اشتراکات قابل توجهی به‌ویژه در حوزه تأکید بر توسعه پایدار محلی و نقش مشارکت جامعه میزبان وجود دارد. به‌طور مشخص، یافته‌های این پژوهش در مؤلفه‌های "توسعه پایدار جامعه محلی" و "مشارکت جامعه محلی" با نتایج مطالعات ملو^۱ (۲۰۲۱) و هربولد^۲ (۲۰۲۰) هم‌سو می‌باشد. همچنین، تأکید بر

⁴ Czeglédi

⁵ Ardiet

¹ Melo

² Herbold

³ Cheng

و تعریف دقیق مفاهیم کلیدی مانند «گردشگری ورزشی» و نیز تحلیل چارچوب‌های نظری پرکاربرد در این حوزه از دیگر مسیرهای پیشنهادی برای پژوهش‌های آتی است.

حامی مالی

مؤلفان برای اثر ارائه‌شده، از هیچ سازمانی پشتیبانی دریافت نکرده‌اند.

سهم نویسندگان در پژوهش

همه مؤلفان در طراحی و مفهوم‌پردازی مطالعه مشارکت داشته‌اند.

تضاد منافع

مؤلفان اعلام می‌دارند که هیچ گونه تضاد منافی ندارند.

تقدیر و تشکر

بر خود لازم می‌دانیم از کلیه عزیزانی که در گردآوری و تکمیل این اثر ما را یاری کرده‌اند، صمیمانه سپاس‌گزاری کنیم.

این مطالعه با محدودیت‌هایی همراه بوده که باید در تفسیر یافته‌ها مورد توجه قرار گیرد. نخست آن منابعی مانند کتاب‌ها، فصل‌های کتاب و منابع خاکستری از دایره بررسی خارج شدند. از جنبه روشی وابستگی سازمانی و جغرافیایی نویسندگان به صورت عمقی مورد تحلیل قرار نگرفت.

با توجه به این محدودیت‌ها و یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود مطالعات آینده با بهره‌گیری از روش‌های کیفی و ترکیبی، به غنای روش‌شناسی حوزه بیفزایند. همچنین، بررسی شبکه نویسندگان و متخصصان پایدار این حوزه می‌تواند به شکل‌گیری جامعه علمی منسجم‌تر کمک کند.

از منظر محتوایی، انجام پژوهش‌های بیشتر در کشورهای در حال توسعه برای واکاوی انگیزه‌هایی همچون تصویر مقصد، توسعه اقتصادی یا ترویج ورزش و نیز تأکید بر مطالعه ورزش‌های محلی و گردشگری ورزشی فعال در محیط‌های طبیعی — با توجه به مطالعات پیشین کافی در زمینه مقاصد زمستانی — از اولویت برخوردار است. یکسان‌سازی

منابع

- Ardiet, R., Sobry, C., & Melo, R. (2021). Switzerland: Small scale sport tourism events and local sustainable development. The case of the 12 and 24 km of the Vallée De Joux–the Tour du Lac. *Small Scale Sport Tourism Events and Local Sustainable Development: A Cross-National Comparative Perspective*, 203-216 .
https://doi.org/10.1007/978-3-030-62919-9_12
- Barclay, J. (2009). Predicting the costs and benefits of mega-sporting events: Misjudgement of Olympic proportions? *Economic Affairs*, 29(2), 62-66. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0270.2009.01877.x>
- Bos, L., McCabe, S., & Johnson, S. (2015). Learning never goes on holiday: An exploration of social tourism as a context for experiential learning. *Current Issues in Tourism*, 18(9), 859-875.
- The Boston Globe. (2017, December 21). Getting up to speed in the Kenyan village of Iten. <https://www.boston.com/travel/travel/2017/12/21/getting-up-to-speed-in-the-kenyan-village-of-itlen>
- Brouwers, J., Sotiriadou, P., & De Bosscher, V. (2015). Sport-specific policies and factors that influence international success: The case of tennis. *Sport Management Review*, 18(3), 343-358 .
- <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.10.003>
- Burgan, B., & Mules, T. (1992). Economic impact of sporting events. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 700-710. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90064-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90064-Y)
- Cap, P., & Okulska, U. (Eds.). (2013). *Analyzing genres in political communication: Theory and practice*. John Benjamins Publishing Company .
<https://www.torrossa.com/en/resources/an/5001689#page=14>
- Catuogno, C. (2020, June 25). Im Park statt in New York. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/sport/kommentar-im-park-statt-in-new-york-1.4948077>
- Cheng, M., Zhang, L., Zhang, X., & Li, Y. (2025). Does rural sports tourism promote the sustainable development of the destination?--Based on quasi-experimental evidence of sports and leisure towns in China. *Journal of Cleaner Production*, 486, 144537 .
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.144537>
- Czegledi, O., Cernaianu, S., Mischler, S., & Sipos-Onyestyak, N. (2021). Hungary: The Socioeconomic Impact of Urban Running Events on Local Tourism and Regional Development in Debrecen. *Small Scale Sport Tourism Events and Local*

- Sustainable Development: A Cross-National Comparative Perspective, 129-149
https://doi.org/10.1007/978-3-030-62919-9_8
- Daniels, M. J. (2007). Central place theory and sport tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 332-347. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.10.004>
- De Knop, P. (1990). Sport for all and active tourism. *World Leisure & Recreation*, 32(3), 30-36.
<https://doi.org/10.1080/10261133.1990.10559120>
- Del Amo, I. F., Erkoyuncu, J. A., Roy, R., Palmardini, R., & Onoufriou, D. (2018). A systematic review of Augmented Reality content-related techniques for knowledge transfer in maintenance applications. *Computers in Industry*, 103, 47-71.
<https://doi.org/10.1016/j.com-pind.2018.08.007>
- Devine, A., Boyle, E., & Boyd, S. (2011). Towards a theory of collaborative advantage for the sports tourism policy arena. *International Journal of Public Sector Management*, 24(1), 23-41.
<https://doi.org/10.1108/0951355111099208>
- Elcock, Y. J. (2005). Sports tourism in Barbados: The development of sports facilities and special events. *Journal of Sport & Tourism*, 10(2), 129-134.
<https://doi.org/10.1080/14775080500223280>
- Eskandarpur, B. (2025). Designing a marketing model for winter sports tourism in Ardabil. *Research in Sport Management and Marketing*, 6(1), 108-124.
<https://doi.org/10.22098/rsmm.2024.15478.1386>
- Evans, D., & Norcliffe, G. (2016). Local identities in a global game: The social production of football space in Liverpool. *Journal of Sport & Tourism*, 20(3-4), 217-232.
<https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1256011>
- Gao, Y., & Ren, Y. (2023). Research on the development of sports tourism products in the Red River Valley of Taihang Mountains, Hebei, China. *Global Sport Science*, 39, 39.
- Ghafari, F. (2015). Tourism Development Model Based on Promotion of Traditional Games in Iran. *Sport Management Studies*, 6(24), 153-174.
https://smrj.ssrc.ac.ir/article_147.html?lang=en [In Persian].
- Gibson, H. J. (2017). Sport tourism and theory and other developments: Some reflections. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 153-158.
<https://doi.org/10.1080/14775085.2017.1319514>
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable

- tourism. Sport Management Review, 15(2), 160–170.
<https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.006>
- Giove, G. (2020, June 3). Studie bestätigt: Laufboom durch Corona. Achilles Running. <https://www.achilles-running.de/welttag-des-laufens-studie-zeigt-laufboom-durch-corona/>
- Godet, M. (2008). Strategic foresight. LIPSOR Working Paper.
- Gozalova, M., Shchikanov, A., Vernigor, A., & Bagdasarian, V. (2014). Sports tourism. Polish Journal of Sport and Tourism, 21(2), 92–96.
<https://doi.org/10.2478/pjst-2014-0009>
- Guest, A. M. (2019). SDP and sport psychology. In H. Collison, S. C. Darnell, R. Giulianotti, & P. D. Howe (Eds.), Routledge handbook of sport for development and peace. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315455174-21/sdp-sport-psychology-andrew-guest>
- Hall, D. (1991). Tourism and economic development in Eastern Europe and the Soviet Union. Belhaven Press. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/full/10.5555/19911890944>
- Hall, D., & Brown, F. (2006). Tourism and welfare: Ethics, responsibility and sustained well-being. CABI. <https://www.sidalc.net/search/Record/un-fao:671881/Description>
- Halpenny, E. A., Kulczycki, C., & Moghimehfar, F. (2016). Factors affecting destination and event loyalty: Examining the sustainability of a recurrent small-scale running event at Banff National Park. Journal of Sport & Tourism, 20(3-4), 233–262. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1256013>
- Hecker, A. (2017, October 16). Olympia vereist. Frankfurter Allgemeine Zeitung. <https://www.faz.net/aktuell/sport/sportpolitik/innsbruck-sagt-nein-olympia-vereist-15249244.html>
- Herbold, V., Thees, H., & Philipp, J. (2020). The host community and its role in sports tourism—Exploring an emerging research field. Sustainability, 12(24), 10488. <https://doi.org/10.3390/su122410488>
- Higham, J., & Hinch, T. (2010). Sport and tourism. Routledge.
- Honarvar, A., Ghafouri, F., Farzan, F., & Sharifian, E.. (2008). Main Factors In Sport Tourism Marketing In Iran. Olympic, 15(4 (40)), 31-44. Sid. <https://Sid.Ir/Paper/37762> [In Persian].

- Jalali, S., Mohebi, F., & Jafari, S. (2022). Investigating the factors of local indigenous sports in the development of sports tourism (case study: Yazd province). *Advertising and Sales Management*, 2(4), 149-161. <https://doi.org/10.52547/JABM.2.4.149> [In Persian].
- Jenkins, L., & Cecil, A. K. (2015). A shift in community engagement models: A case study of Indiana University-Purdue University Indianapolis and the Indianapolis business community. *Journal of Convention & Event Tourism*, 16(3-4), 159-174. <https://doi.org/10.1080/15470148.2015.1082345>
- Kaplanidou, K., & Gibson, H. J. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 163-179. <https://doi.org/10.1080/14775085.2010.498261>
- Leask, A., & Digance, J. (2002). Exploiting unused capacity. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 3(1), 17-35. https://doi.org/10.1300/J143v03n01_02
- Li, B., & Xiong, Y. (2025). Research on the Strategy of Anren Bench Dragon to Help Rural Revitalization and Development under the Influence of Sports and Tourism Integration. *Journal of Asia Social Science Practice*, 1(1), 130-145. <https://doi.org/10.71411/jassp.2025.17>
- Lin, Y. H., Lee, C. H., Hong, C. F., & Tung, Y. T. (2022). Marketing strategy and willingness to pay for sport tourism in the Kinmen Marathon event. *Sustainability*, 14(19), 12160. <https://doi.org/10.3390/su141912160>
- Londoño, M. D. P. L., Molero, R. T., Medina, F. X., i Naudí, S. A., & Bergara, S. S. (2021). Sport tourism, an opportunity for local regions in a global context: A Delphi study. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (42), 77-88. <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/86696/64330>
- Lüschen, G. (1967). The interdependence of sport and culture. *International Review of Sport Sociology*, 2(1), 127-141. <https://doi.org/10.1177/101269026700200108>
- MacClancy, J. (1996). Sport, identity, and ethnicity. *Berg*. <https://www.cabi-digitallibrary.org/doi/full/10.5555/19961806132>
- McCabe, S. (2017). Social tourism and its contribution to sustainable tourism. *Cuadernos Económicos de ICE*, 93, 1-16.

- <https://core.ac.uk/download/pdf/162666295.pdf>
- McCabe, S., & Diekmann, A. (2015). The rights to tourism: Reflections on social tourism and human rights. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 194-204.
- <https://doi.org/10.1080/0250828.1.2015.1075724>
- McCabe, S., Diekmann, A., & Kakoudakis, K. (2018). Human rights, disabilities and social tourism. In C. Cooper, S. Volo, W. C. Gartner, & N. Scott (Eds.), *The SAGE handbook of tourism management*. SAGE.
- <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/the-sage-handbook-of-tourism-management/book263162#contents>
- McCabe, S., & Qiao, G. (2020). A review of research into social tourism: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on social tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 103103.
- <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103103>
- Melo, R., Van Rheenen, D., & Sobry, C. (2021). Sport tourism events and local sustainable development: an overview. *Small scale sport tourism events and local sustainable development: A cross-national comparative perspective*, 19-42.
- https://doi.org/10.1007/978-3-030-62919-9_2
- Melo, R., Andrade, C. S., Van Rheenen, D., & Sobry, C. (2021). Portugal: Small scale sport tourism events and local sustainable development. The case of the III Running Wonders Coimbra. *Small Scale Sport Tourism Events and Local Sustainable Development: A Cross-National Comparative Perspective*, 173-190
- https://doi.org/10.1007/978-3-030-62919-9_10
- Melo, R., Garcia, F., Van Rheenen, D., & Sobry, C. (2021). Brasil: The impact of small scale sport tourism events. The case of the 21k Guarujá 2016. *Small Scale Sport Tourism Events and Local Sustainable Development: A Cross-National Comparative Perspective*, 75-91.
- https://doi.org/10.1007/978-3-030-62919-9_5
- Mengist, W., Soromessa, T., & Legese, G. (2020). Ecosystem services research in mountainous regions: A systematic literature review on current knowledge and research gaps. *Science of the Total Environment*, 702, 134581.
- <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.134581>
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2006). Social tourism and its ethical foundations. *Tourism, Culture & Communication*, 7(1), 7-17.
- <https://doi.org/10.3727/109830406779493589>

- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2009). Tourism and social policy: The value of social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 316–334. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.11.002>
- Minnaert, L., Diekmann, A., & McCabe, S. (2012). Social tourism definitions and historical context. In S. McCabe, L. Minnaert, & A. Diekmann (Eds.), *Social tourism in Europe: Theory and practice*. Channel View.
- Mitchell, J. H., Haskell, W. L., & Raven, P. B. (1994). Classification of sports. *Journal of the American College of Cardiology*, 24(4), 864–866. [https://doi.org/10.1016/0735-1097\(94\)90841-9](https://doi.org/10.1016/0735-1097(94)90841-9)
- Morgan, N., Pritchard, A., & Sedgley, D. (2015). Social tourism and well-being later in life. *Annals of Tourism Research*, 52, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.12.002>
- Mousavi, R., Omid Najaf Abadi, M., Mir-damadi, M., & Farajollah Hosseini, S. J. (2021). A Model of Sustainable Sport Tourism Development with Rural Sports and Local-Native Games Approach. *Journal of Tourism Management Studies*, 16(55), 291–257. <https://doi.org/10.22054/tms.2021.60102.2533> [In Persian].
- Mules, T., & Dwyer, L. (2005). Public sector support for sport tourism events: The role of cost-benefit analysis. *Sport in Society*, 8(2), 338–355. <https://doi.org/10.1080/17430430500087312>
- Papaioannou, D., Sutton, A., Carroll, C., Booth, A., & Wong, R. (2010). Literature searching for social science systematic reviews: consideration of a range of search techniques. *Health information and libraries journal*, 27(2), 114–122. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00863.x>
- Pechlaner, H., Nordhorn, C., & Poppe, X. (2016). Being a guest—Perspectives of an extended hospitality approach. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(4), 424–439. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2015-0053>
- Pyke, J., Pyke, S., & Watuwa, R. (2019). Social tourism and well-being in a First Nation community. *Annals of Tourism Research*, 77, 38–48. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.003>
- Russell, R., Chung, M., Balk, E. M., Atkinson, S., Giovannucci, E. L., Ip, S., ... & Lau, J. (2010). Issues and challenges in conducting systematic reviews to support development of nutrient reference values: workshop summary: nutrition research series,

- Vol. 2 .<https://europepmc.org/article/NBK/nbk44081#free-full-text>
- Ryan, T. J. (2020, October 27). Is the COVID-19 running boom sustainable? SGB Media Online.
<https://sgbonline.com/is-the-covid-19-running-boom-sustainable/>
- Seaman, B. A. (2020). Economic impact of the arts. In Handbook of Cultural Economics, Third Edition. Edward Elgar Publishing. <https://www.elgaronline.com/edcollchap/edcoll/9781788975797/9781788975797.00033.xml>
- Seyed Ameri, M. H., Sayyadi, M. A., & Mohammadi, M. (2015). The situation expression of sport tourism marketing indices form sport and tourism experts view in west Azerbaijan province. JRSM; 5 (9):95-108. <http://jrsm.khu.ac.ir/article-1-2298-fa.html> [In Persian].
- Skinner, J., Woolcock, G., & Milroy, A. (2019). SDP and social capital. In H. Collison, S. C. Darnell, R. Giulianotti, & P. D. Howe (Eds.) , Routledge handbook of sport for development and peace. Routledge. <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9781315455174-37>
- Standeven, J., & De Knop, P. (1999). Sport tourism. Human Kinetics.
- https://books.google.com/books/about/Sport_Tourism.html?id=nwLvV9z3oRcC
- Sustainable Development Goals—SDGs—The United Nations. (n.d.). <https://sdgs.un.org/goals>
- Sustainable Development Goals—SDGs—The United Nations. Available online: <https://sdgs.un.org/goals> (accessed on 20 January 2020) .
- Szymanski, M., & Frank, M. (2010, July 29). Hilfe für die “Bayerischen Freunde.” Süddeutsche Zeitung.
<https://www.sueddeutsche.de/bayern/olympia-bewerbung-hilfe-fuer-die-bayerischen-freunde-1.979602>
- Tavakoli Angoot, S., Ghaibzadeh, S., & Moradi, S. (2013). Hosting indigenous and local games and the prosperity of sports tourism industry. Paper presented at The First National Conference on Tourism, Geography and Sustainable Environment, Hamadan, Iran. <https://civilica.com/doc/248149> [In Persian].
- Tonts, M., & Atherley, K. (2010). Competitive sport and the construction of place identity in rural Australia. Sport in Society, 13(3), 381-398 .
<https://doi.org/10.1080/17430431003587947>
- Uman, L. S. (2011). Systematic reviews and meta-analyses. Journal of the Canadian Academy of Child and Adolescent Psychiatry, 20(1), 57 .

- https://www.mdpi.com/journal/ijerph/special_issues/Systematic_Reviews_Meta_Analyses_Public_Health
- United Nations. (2020). *The impact of COVID-19 on sport, physical activity and well-being and its effects on social development*.
<https://www.un.org/development/desa/dspd/2020/05/covid-19-sport/>
- United Nations World Tourism Organization. (2017). 2017 is the International Year of Sustainable Tourism for Development. <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-01-03/2017-international-year-sustainable-tourism-development>
- Van Rheenen, D., Cernaianu, S., & Sobry, C. (2017). Defining sport tourism: A content analysis of an evolving epistemology. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 75-93.
<https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1229212>
- Van Rheenen, D., Sobry, C., & Melo, R. (2021). Running tourism and the global rise of small scale sport tourism events. Small scale sport tourism events and local sustainable development: A cross-national comparative perspective, 1-17. https://doi.org/10.1007/978-3-030-62919-9_1
- Vermeulen, J., & Verweel, P. (2019). Participation in sport: Bonding and bridging as identity work. In *The social impact of sport*. Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315875057-8/participation-sport-bonding-bridging-identity-work-jeroen-vermeulen-paul-verweel>
- Vetter, C. (2020). Gescheiterte Olympiabewerbung von Tirol: Winterspiele machen keinen Sinn mehr! *Tagesspiegel*. <https://www.tagesspiegel.de/sport/gescheiterte-olympia-bewerbung-von-tirol-winterspiele-machen-keinen-sinn-mehr/20459798.html>
- Wanyonyi, L., Njoroge, J. M., & Otieno, R. J. (2021). Sports tourism events and socio-economic well-being of the host communities: Motivations and benefits from an emerging destination.
<http://hdl.handle.net/123456789/5509>
- Weed, M. (2006). Sports tourism research 2000-2004: A systematic review of knowledge and a meta-evaluation of methods. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1), 5-30.
<https://doi.org/10.1080/14775080600985150>
- Weed, M. (2009). Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30(5), 615-628.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.002>

Weed, M., & Bull, C. (2004). Sports tourism: Participants, policy & providers. Elsevier.
<https://doi.org/10.4324/9780080942117>

World Lacrosse. (n.d.). GAISF definition of sport.

<https://worldlacrosse.sport/about-worldlacrosse/gaisf/>