

Analysis of drivers affecting the future of sports tourism in Iran

Saddam Hossein Ebrahim 

MA of Sports Management, Islamic Azad University of Isfahan (Khorasgan) Branch. hossein.ebrahim@yahoo.com

Ahmad Mahmoudi* 

Assistant Professor, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Ah.mahmoudi@ut.ac.ir

Mohammad Hosein Ghorbani 

PhD of Sports Management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. mohammad.ghorbani@ut.ac.ir

Abstract

Objective: Sports tourism can have many effective drivers on which travel decisions are made. Analyzing the effective drivers of the future of sports tourism can help the progress of this field. Therefore, the aim of the current research was to analyze the drivers affecting the future of sports tourism

Method: The current research method is mixed and of analytical and exploratory type, and in terms of its purpose, it is part of applied research. The participants in this research included experts and experienced people in the field of sports tourism, including guides of sports tourism tours, experts in the field of sports tourism, senior managers of organizations related to tourism, and professors of sports management with tourism expertise, and the purposeful sampling method was used in the research. In the expert section, interview tools were used and theoretical saturation was achieved with 18 interviews. To analyze the data, the interaction analysis method was used.

Results: At first, key and influential factors on sports tourism were counted and 58 key and influential factors were compiled. In the second step, with the formation of an expert panel, similar key and influential factors were merged with each other, and out of 58 key and influential factors, 8 main influential drivers for sports tourism were identified. In the end, the mutual effects of the propellants were analyzed by using the future research software MicMac and applying the cross-matrix analysis method. The results of the research showed that 8 main drivers affect the future of sports tourism, which include the development of tourism and its infrastructure, technology and digital, health and wellness, management and employment developments, environmental sustainability, diversification, economic factors and media and communications.

Conclusion: Finally, the future of sports tourism is guided by a combination of tourism infrastructure, technology and digital, health and wellness, management and employment developments, environmental sustainability, diversification, economic factors and media and communication. Destinations that welcome these drivers and invest in these factors will be in a good position

Key Words: future of tourism, sports tourism development, tourism infrastructure, tourism management.

Cite this article: Hossein Ebrahim, Saddam. Mahmoudi, Ahmad & Ghorbani, Mohammad Hosein (2024) Analysis of drivers affecting the future of sports tourism in Iran , Volume9, NO.1 Spring & Summer 2024, 135-162

DOI: 10.30479/jfs.2024.20515.1556


Received on: 15 July 2024 **Accepted on:** 6 October 2024

Copyright © 2023, The Author(s). 


Publisher: Imam Khomeini International University

Corresponding Author/ E-mail: Ahmad Mahmoudi/Ah.mahmoudi@ut.ac.ir


تحلیل پیشران های موثر بر آینده گردشگری ورزشی ایران

صدام حسین ابراهیم 

کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، hossein.ebrahim@yahoo.com

احمد محمودی 

استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) Ah.mahmoudi@ut.ac.ir

محمدحسین قربانی 

دانش آموخته دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. h_ghorbani91@yahoo.com

چکیده

هدف: گردشگری ورزشی می‌تواند پیشران‌های مؤثر بسیاری داشته باشد که تصمیمات سفر بر اساس آنها گرفته می‌شود. تحلیل پیشران‌های مؤثر آینده گردشگری ورزشی می‌تواند به پیشرفت این حوزه کمک شایانی کند. لذا هدف این پژوهش تحلیل پیشران‌های مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی است.

روش: روش این پژوهش آمیخته و از نوع تحلیلی و اکتشافی است و از لحاظ هدف جزء پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌آید. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شامل خبرگان و افراد مجرب در حوزه گردشگری ورزشی شامل راهنمایان تورهای گردشگری ورزشی، کارشناسان حوزه گردشگری ورزشی و مدیران ارشد سازمان‌های مرتبط با گردشگری و استادان مدیریت ورزشی با تخصص گردشگری بود که از روش نمونه‌گیری هدفمند در پژوهش استفاده شد. در بخش خبرگان از مصاحبه استفاده، و با ۱۸ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل تأثیر متقابل استفاده شد.

یافته‌ها: در ابتدا عوامل کلیدی و تأثیرگذار بر گردشگری ورزشی احصاء، و ۵۸ عامل کلیدی و تأثیرگذار تدوین شد. در گام دوم با تشکیل پانل خبرگی عوامل کلیدی و تأثیرگذار مشابه با یکدیگر ادغام، و از بین ۵۸ عوامل کلیدی و تأثیرگذار، ۸ پیشران اصلی تأثیرگذار برای گردشگری ورزشی شناسایی شد. در انتها با استفاده از نرم‌افزار آینده‌پژوهی میک‌مک و به کارگیری روش تحلیل ماتریس مقاطع تحقیق تأثیر متقابل پیشران‌ها تحلیل شد. نتایج پژوهش نشان داد که ۸ پیشران اصلی بر آینده گردشگری ورزشی تأثیرگذار است که شامل توسعه گردشگری و زیرساخت‌های آن، فناوری و دیجیتال، سلامتی و تندرستی، تحولات مدیریتی و اشتغال، پایداری محیط، متنوع‌سازی، عوامل اقتصادی و رسانه و ارتباطات می‌شود.

نتیجه‌گیری: در نهایت آینده گردشگری ورزشی با ترکیبی از زیرساخت‌های گردشگری، فناوری و دیجیتال، سلامتی و تندرستی، تحولات مدیریتی و اشتغال، پایداری محیط، متنوع‌سازی، عوامل اقتصادی و رسانه و ارتباطات هدایت می‌شود. مقاصد که از این پیشران‌ها استقبال می‌کنند و در این عوامل سرمایه‌گذاری می‌کنند در موقعیت مناسبی قرار خواهند گرفت.

واژگان کلیدی: آینده گردشگری، توسعه گردشگری ورزشی، زیرساخت گردشگری، مدیریت گردشگری.

مقدمه

گردشگری ورزشی^{۳۲} یکی از بخش‌هایی است که سریع‌ترین رشد را در صنعت گردشگری دارد. میلیون‌ها گردشگر در طول سفر خود به ورزش و فعالیت‌های تفریحی علاقه‌مند هستند. این نوع گردشگری، فعالیت اقتصادی و اجتماعی دو بعدی محسوب می‌شود که می‌تواند منافع بسیاری برای کشورهای گردشگرپذیر داشته باشد. گردشگری ورزشی در تقاطع بخش‌های گردشگری و ورزش قرار دارد (Duglio & Beltramo, 2017; Chalip, 2014; Fairley et al., 2016;) که هر دو با چالش توسعه پایدار روبه‌رو هستند (McCool, 2015; Taks, 2013). امروزه، روابط متقابل زندگی فعال و سفر فعال، تأثیر اقتصادی و اجتماعی قدرتمندی بر جوامع دارد و همزمان نقشی اساسی در پایداری مناطق ایفا می‌کند (Gibson et al., 2012). در مطالعه (Higham & Hinch (2018) نویسندگان، چهار معیار را برای توصیف گردشگری ورزشی تعیین کردند که همه عناصر به طور مستقیم با اهداف توسعه پایدار مرتبط هستند. مورد اول سفر است که به سفری فراتر از منطقه زادگاه و به مقصد توریستی اشاره دارد. مورد دوم اقامت است که شامل اسکان، حداقل یک روز در مقصد میزبان است. مورد سوم عوامل انگیزشی است که شامل انگیزه‌های داخلی و یا بیرونی (محرک‌ها) برای درگیر کردن فعالانه افراد در یک محصول یا خدمت ورزشی است. مورد چهارم ماهیت محصول ورزشی است که شکل‌گیری محصولات ورزشی را توصیف می‌کند و ممکن است مصرف‌کننده با آن درگیر باشد (McCullough & Trail, 2022).

به گفته کالوایاله (۲۰۱۶)، تأثیر مثبت گردشگری رویدادهای ورزشی تنها به ورزش مربوط نمی‌شود؛ بلکه به کمک آن به جوامع محلی و دولت نیز مربوط می‌شود (Alexandris & Kaplanidou, 2014). علاوه بر این، میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی و محلی، فعالیت‌های گردشگری را هدایت می‌کند و باعث ایجاد سود برای مقصد میزبان می‌شود و همچنین از خدمات گردشگری از جمله رستوران‌ها، امکانات اقامتی و خدمات سرگرمی بهره برده می‌شود (Chaigasem & Leruksa, 2020; Zagnoli & Radicchi, 2009). ورزش، رویدادها و گردشگری با هم این ظرفیت را دارند که طیف وسیعی از تأثیر گسترده را بر مقصد میزبان و مردم آن مانند افزایش آمار گردشگری، کاهش فصلی، ایجاد اشتغال، تولید درآمد، درآمد مالیاتی از هزینه‌ها، بازسازی شهری،

توسعه شهری، ظهور فرصت‌های بخش خدمات جدید و همچنین فرصت‌های تجاری جدید اعمال کنند (Duglio & Beltramo, 2017). همه این ابعاد فرعی با مجموعه گسترده‌ای از بازیگران درگیر ارتباط زیادی دارند؛ مسائلی که باعث می‌شود برنامه‌ریزی گردشگری ورزشی پایدار با توجه به این ویژگی پیچیده و چند بعدی گردشگری ورزشی حتی چالش برانگیزتر باشد (Dehnavi et al., 2012).

گردشگری فعالیتی است که مؤلفه‌های مهم جامعه مانند عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و محیطی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Lopes et al., 2021)؛ لذا بررسی عوامل تأثیرگذار آن لازم و ضروری به نظر می‌رسد. برای برنامه‌ریزی مناسب درباره گردشگری نیاز است عوامل مهم گردشگری ورزشی در آینده شناسایی و تحلیل شوند. در حال حاضر بر اساس مشاهدات محققان مطالعه جامعی در این زمینه وجود ندارد که روندهای نوظهور و در حال تغییر گردشگری ورزشی را بررسی کند. این تحقیق می‌تواند بینش‌های ارزشمندی را درباره چشم انداز در حال تحول گردشگری ورزشی در ایران ارائه کند. محققان با کاوش در این مسائل می‌توانند به شکل دادن بهتر گردشگری ورزشی در آینده کمک کنند و تصمیم‌گیری را برای سیاست‌گذاران و متخصصان صنعت گردشگری ورزشی تسهیل کنند.

این موارد نشان می‌دهد که گردشگری ورزشی به عنوان یکی از شاخه‌های مهم گردشگری نیاز به بررسی و آینده‌پژوهی جامع و مدون دارد تا بتوان از ماحصل کارهای پژوهشی مناسب، نقشه راه بهتری برای آن ترسیم کرد. گردشگری ورزشی می‌تواند پیشران‌های مؤثر بسیاری داشته باشد که تصمیمات سفر بر اساس آنها گرفته می‌شود. افزایش احساس آگاهی به خود و توانمندی برای انجام ورزش انتخابی می‌تواند یکی از موارد تأثیرگذار باشد. نظریه ریسک یکی از موارد دیگر است که می‌تواند درک جامعی در این زمینه ارائه کند. این نظریه ایده نیاز به رقابت با خود می‌پردازد برای خطر ماجراجویی و هیجانی که ورزش فراهم می‌کند (Grimes, 2011). بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری سفرهای مرتبط با ورزش حدود ۱۰ درصد از گردشگری جهانی را تشکیل می‌دهد و تخمین زده می‌شود سالانه ۸۰۰ میلیون سفر مربوط به فعالیت‌های ورزشی باشد. انتظار می‌رود بازار گردشگری ورزشی به دلیل محبوبیت فزاینده رویدادها و فعالیت‌های ورزشی در بین مسافران به رشد خود ادامه دهد. در سال ۲۰۲۳ ارزش بازار جهانی گردشگری ورزشی ۶۸۳،۱۷

میلیارد دلار بود. انتظار می رود با نرخ رشد سالانه ۱۷,۵ درصد ارزش بازار از سال ۲۰۲۳ تا ۲۰۳۰ رشد کند و تا سال ۲۰۳۰ به ۲۱۳۷,۸۶ میلیارد دلار برسد (جمینسایت^{۳۳}، ۲۰۲۴؛ سازمان جهانی گردشگری^{۳۴}، ۲۰۲۴). با توجه به رشد گردشگری ورزشی توجه به این حوزه برای کشورهای مختلف بسیار مهم است. در مناطق مختلف جهان پیشران های مؤثر در گردشگری ورزشی می تواند متفاوت باشد. لذا بررسی پیشران ها در مکان ها و مناطق مختلف گردشگری اهمیت خاص خود را دارد. علاوه بر این با توجه به تغییرات و تحولات بسیار جهانی، وجود روندهای مختلف و تأثیرگذاری بسیاری از عوامل و حوزه های مهم بر دیگر حوزه های دیگر بررسی پیشران های مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی ضرورت دارد.

با عنایت به این توضیحات، این پژوهش به تحلیل پیشران های مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی ایران می پردازد و در صدد پاسخگویی به سؤالات ذیل است:

پیشران های اصلی تأثیرگذار بر آینده گردشگری ورزشی کشورهای در حال توسعه کدامند؟
تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پیشران های اصلی تأثیرگذار بر آینده گردشگری ورزشی چگونه است؟

مبانی نظری

مفهوم گردشگری ورزشی را می توان از دوران باستان جستجو کرد که مردم برای تماشا و شرکت در مسابقات ورزشی به سفر می رفتند. بازی های المپیک باستانی که در اواخر قرن ششم قبل از میلاد در المپیا برگزار می شد اولین بازی هایی بود که برای جذب ورزشکاران و تماشاگران از سراسر جهان استفاده می شد و آن را به یکی از اولین نمونه های گردشگری ورزشی تبدیل کرد. در تاریخ جدیدتر، بازی های المپیک مدرن نقش مهمی در توسعه گردشگری مرتبط با ورزش داشته است. این رویداد نه تنها سنت باستانی سفر برای ورزش را احیا کرد، بلکه به ایجاد مفهوم رویدادهای ورزشی بین المللی به عنوان کاتالیزور گردشگری کمک کرد (Encyclopaedia of Britannica, 2023)

دید مناسب و ساختاریافته به گردشگری ورزشی از دهه ۱۹۸۰ به وجود آمد و توجهات بسیاری را به خود جلب کرد. در این دوره گردشگری ورزشی به عنوان ترکیبی از ورزش و فعالیت های

گردشگری ظهور کرد و تجربیات منحصر به فردی را برای افراد ارائه داد (Huggins, 2013). در طول سالیان گذشته گردشگری ورزشی تکامل یافته و با چالش‌های جدیدی روبه‌رو شده است. تحقیقات در این زمینه به گونه‌ای گسترش یافته است که طیف وسیع‌تری از ورزش و گردشگری را به هم پیوند داده است که نشان‌دهنده مشارکت و اهمیت روزافزون ورزش در پرداختن به مسائل اجتماعی و زیست محیطی است (Yildiz & Cekic, 2015). گردشگری ورزشی در موضوع کلان مانند بازی‌های المپیک منجر به توسعه و ارتقای قابل توجه مناطق میزبان شده است که بر بخش‌های مختلف مانند حمل‌ونقل، اسکان و زیرساخت‌های محلی تأثیر گذاشته است (Higham, 2021). در حالی که تحقیقاتی درباره رفتار، ترجیحات و تأثیر گردشگری ورزشی انجام شده است، هنوز نیاز به مطالعات بیشتری درباره آینده گردشگری ورزشی و عوامل تأثیرگذار بر آن وجود دارد (Bouchet & Sobry, 2019). در تحقیقات مشخص شده است که یکی از عوامل محرک و انگیزاننده رشد سفرهای ورزشی و گردشگری، افزایش علاقه به ورزش و تناسب اندام است. روند سلامت و تندرستی جهانی میل به تعطیلات فعال‌تر و جذاب‌تر را برانگیخته است و مسافران را به جستجوی مقاصدی سوق می‌دهد که انواع فعالیت‌های ورزشی و تفریحی را ارائه می‌کنند. این موضوع یکی دیگر از عوامل کلیدی جذابیت رویدادهای مهم ورزشی بین‌المللی است. رویدادهای ورزشی جهانی میلیون‌ها بازدیدکننده را به خود جذب می‌کند و مزایای اقتصادی قابل توجهی برای کشورهای میزبان و شهرهای میزبان به همراه دارد. علاوه بر این، ظهور شبکه‌های اجتماعی و پلت‌فرم‌های آنلاین، ارتباط علاقه‌مندان به ورزش را با افراد همفکر، به اشتراک گذاشتن تجربیات و کشف مقاصد جدید آسان‌تر کرده است و به رشد صنعت گردشگری ورزشی دامن می‌زند (Zauhar, 2004).

با توجه به اهمیت صنعت گردشگری به ویژه گردشگری ورزشی و نقش آن در ایجاد مزایای اجتماعی-فرهنگی و فکری و اقتصادی هر منطقه نیاز است عوامل کلیدی تأثیرگذار بر آینده صنعت گردشگری ورزشی بررسی شود و با شناسایی موارد مطرح شده برای تسهیل آنها برنامه‌ریزی لازم صورت گیرد. در گردشگری هر منطقه و مکان برای توسعه نیاز به توجه و الزامات خاص خود دارد و نمی‌توان یک برنامه کلی برای تمام مناطق گردشگری توصیه کرد. علاوه بر این هر نوع گردشگری با توجه به شرایط زمینه‌ای خاص خود نیاز به بررسی همه‌جانبه دقیق دارد. گردشگری ورزشی نیز

یکی از مواردی است که با توجه به خاص بودن خود نیاز به آینده پژوهی اثربخش و کاربردی دارد تا بتوان راجع به توسعه آن تصمیمات بهتری اتخاذ کرد.

پیشینه پژوهش

در ادامه برخی از مطالعات مرتبط با حیطه تحقیق ذکر شده است. نتایج درودی و حسنی (۱۳۹۴) نشان داد که زیرساخت گردشگری، زیرساخت ورزشی، رویداد ورزشی و توجه مسئولان از عوامل مؤثر در گسترش گردشگری ورزشی در استان زنجان هستند. این تأثیر به ترتیب مربوط به زیرساخت ورزشی، توجه مسئولان، زیرساخت گردشگری و رویداد ورزشی بوده است. در متغیرهای زیرساخت گردشگری و رویداد ورزشی، تفاوت معناداری وجود دارد و مربیان به زیرساخت گردشگری و رویداد ورزشی به نسبت ورزشکاران توجه بیشتری نشان می دهند.

نتایج همتی نژاد و همکاران (۱۳۹۴) نشان داد، جاذبه های مربوط به برگزاری مسابقات، ورزش های آبی، تپه نوردی و طبیعت گردی، کوهنوردی و غارنوردی، گردش در جنگل، آب گرم و طبیعت درمانی، شکار و صید و ورزش های زمستانی به ترتیب از بالاترین اهمیت در توسعه گردشگری ورزشی استان های مورد مطالعه برخوردار هستند.

نتایج تحقیق میرزازاده و عبدالملکی (۱۳۹۵) نشان داد، مشکلات مدیریتی و منابع انسانی، موانع بازاریابی، موانع حمایت های قانونی، ضعف پژوهش، موانع و مشکلات زیرساخت ها و اماکن نقش معناداری در توسعه و موانع فرهنگی و آموزشی و گردشگری ورزشی مشهد داشتند.

نتایج علی اکبری و همکاران (۱۳۹۷) نشان می دهد آنچه از وضعیت صفحه پراکندگی متغیرها می توان فهمید حاکی از ناپایداری سیستم است که بیشتر متغیرها در اطراف محور قطری صفحه پراکنده هستند. در نهایت ۱۰ عامل اصلی با توجه به امتیاز بالای تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم به عنوان عوامل کلیدی در آینده توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان تأثیرگذار هستند که از بین این عوامل، تأثیرگذارترین عوامل کلیدی در توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان، رقابت پذیری است و حذف موانع سفر، گسترش فضاهای ساخته شده مرتبط با گردشگری، تخریب محیط در نتیجه ساخت و ساز بیش از حد خانه های دوم و مشارکت و همبستگی در درجات بعدی اهمیت قرار دارند.

نتایج مطالعه امین رستم‌کلایی و پورسلطانی زرنندی (۱۳۹۸) نشان داد که بین دیدگاه سه گروه مورد مطالعه از نظر رتبه‌بندی جاذبه‌های طبیعی-ورزشی بر توسعه گردشگری ورزشی استان البرز تفاوت معناداری وجود نداشت. از میان جاذبه‌های طبیعی-ورزشی استان البرز برای توسعه گردشگری، جاذبه‌های مرتبط با ورزش‌های زمستانی و جاذبه‌های مرتبط با تپه‌نوردی و طبیعت‌گردی به ترتیب در اولویت اول و دوم و جاذبه‌های مربوط به بیابان‌گردی در اولویت آخر قرار داشتند. به‌طورکلی استان البرز دارای جاذبه‌های طبیعی زیادی برای جذب گردشگران ورزشی است. بنابراین برای توسعه گردشگری ورزشی استان البرز لازم است که با آموزش نیروی انسانی، استخدام نیروی متخصص، مدیریت صحیح و با تصمیمات و اقدامات مناسب در توسعه این صنعت مهم گامی اساسی برداشت.

نتایج قلمی چراغ‌تپه و همکاران (۱۴۰۰) نشان می‌دهد از ۴۲ عامل بدست آمده، در آخر ۳۶ عامل در نظر گرفته شد که با توجه به امتیاز بالای تأثیرگذار و تأثیرپذیری مستقیم در نهایت ۱۲ عامل (میزان درآمد از گردشگری، رقابت‌پذیری، میزان اشتغال در بخش گردشگری، میزان سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، تنوع فرصت‌های شغلی گردشگران، آگاهی جامعه محلی و گردشگران، حس اعتماد گردشگر، افزایش فرهنگ گردشگری، تغییر کاربری اراضی در اثر گردشگری، فضاهای گردشگری، تأسیسات زیربنایی، خدمات رفاهی) به عنوان خروجی میک‌مک در آینده توسعه گردشگری پایدار روستاهای شهرستان ارومیه تأثیرگذار هستند.

یافته‌های پیرجمادی و همکاران (۱۴۰۱) نشان داد ترویج جاذبه‌های گردشگری، جذب گردشگران ورزشی، هم‌افزایی ذینفعان، ریسک‌بازار، ظرفیت‌های زیرساختی و طبیعی، رویکردهای پیشین و تجارب کشورهای همسایه از جمله شاخص‌های اصلی امکان‌سنجی است. نتایج این پژوهش بر لزوم کاربرد فناوری‌های نوین دیجیتالی، تبلیغات، رسانه‌های ملی، ظرفیت‌سازی فرهنگی و اجتماعی، بازاریابی، سرمایه‌گذار بخش خصوصی، ساکنین محلی، تعامل بین سازمانی، ظرفیت‌های اقتصادی، زیرساخت و تجربیات موفق در توسعه گردشگری ورزشی مناطق آزاد تجاری، صنعتی و اقتصادی ایران تأکید دارد.

نتایج Yu و همکاران (۲۰۱۰) نشان می‌دهد که شش عامل (هزینه و سهولت تنظیم برنامه سفر، علاقه به ورزش حرفه‌ای، تجربه فرهنگی متفاوت، علاقه به سفر، تجربه تماشای رویدادهای ورزشی

زنده و شانس دیدن بازیکنان آسیایی یا بازیکنان مشهور آمریکایی در بازی‌ها) عوامل اصلی هستند که بر قصد هواداران بین‌المللی برای سفر به ایالات متحده برای گردشگری ورزشی تأثیر می‌گذارند. نتایج Choi و همکاران (۲۰۱۶) نشان می‌دهد که ویژگی‌های فرهنگی خاصی بر یک گردشگر ورزشی بین‌المللی تأثیر می‌گذارد و این ویژگی‌های فرهنگی هم بر انگیزه و هم بر محدودیت‌های سفر تأثیر می‌گذارد. انگیزه نیز رابطه مستقیمی با محدودیت‌های سفر دارد. هم انگیزه و هم محدودیت‌های سفر بر تصویر گردشگر از مقصد و رویداد ورزشی تأثیر می‌گذارد. در نهایت، کیفیت سفر منجر به رضایت می‌شود، که واسطه رابطه با قصد بازگشت است. بحث با کاربرد درک فرایند تصمیم‌گیری خرید برگرفته از ادبیات گردشگری ورزشی، رفتار مصرف‌کننده، مطالعات متقابل فرهنگی و نظریه پردازش اطلاعات دنبال می‌شود.

نتایج Perić و همکاران (۲۰۱۹) حاکی است که گردشگران رویدادهای ورزشی فعال در فضای باز از نظر انگیزه‌های خود همگن نیستند و «تفریحان میانه‌رو»، «دوستداران طبیعت» و «علاقه‌مندان» از نظر ترجیحات خود برای عناصر مدل کسب‌وکار متمایز متفاوت هستند. سازمان‌دهندگان رویداد چندین عنصر دیگر مدل کسب و کار را مهم تشخیص داده‌اند. چهارچوب پیشنهادی به عنوان ادغام نتایج جمع‌آوری‌شده از دیدگاه شرکت‌کنندگان فعال رویدادهای ورزشی در فضای باز و سازمان‌دهندگان رویداد، درک بهتری از مفهوم مدل کسب‌وکار به طور کلی و گردشگری رویدادهای ورزشی به طور خاص ارائه می‌کند.

نتایج Khan و همکاران (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که صنعت گردشگری با رشد اقتصادی اقتصاد جهانی همبستگی تنگاتنگی دارد درحالی‌که عوامل زیادی وجود دارد که بر صنعت گردشگری تأثیر مثبت و منفی دارد که در بلندمدت یا کوتاه‌مدت بر اقتصاد جهانی تأثیر منفی و مثبت می‌گذارد؛ از جمله این عوامل فرهنگ، صلح، امنیت، زیرساخت‌های توسعه‌یافته جهان، تسهیلات ویزا، زیباسازی طبیعی، نگرش مردم، تعداد گردشگر، قرنطینه، جمعیت جهان، تحصیلات، سطح درآمد، سطح قیمت کالاهای مختلف در جهان، زبان‌های مختلف و کرایه هتل و... از عوامل شناخته شده‌ای هستند که بر صنعت گردشگری در جهان تأثیر مثبت و منفی دارند.

نتایج تحقیق Daniels and Tichaawa (۲۰۲۱) نشان داد از طریق سیاست‌ها، استراتژی‌ها و چهارچوب‌های بازبایی مناسب، گردشگری رویدادهای ورزشی در آفریقای جنوبی می‌تواند به طور

مؤثر به عنوان ابزاری پس از همه‌گیری برای بازسازی شهری، فرصت‌های تجاری جدید و طیف وسیعی از تأثیر اجتماعی مثبت برای میزبان استفاده شود. استراتژی‌های بازیابی که شامل ملاحظات ارتباط ریسک، مشارکت جامعه، کاهش خطر و میزبانی رویدادهای ترکیبی برای پایداری آن ضروری است. نتایج تحقیق Javani & Ghasemi (2022) نشان داد کدهای استخراج شده پژوهش در چهار دسته توسعه زیرساخت و خدمات، افزایش آگاهی جامعه میزبان، توسعه مدیریت و سیاست، توسعه کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری طبقه‌بندی شدند. این مطالعه نشان می‌دهد که گردشگری ورزشی در مقیاس کوچک می‌تواند به عنوان محرک‌های انگیزشی در مقاصد گردشگری نوظهور در نظر گرفته شود. به طور خاص، آن دسته از ورزش‌هایی که می‌توان در شرایط همه‌گیری به دنبال فاصله‌گذاری فیزیکی مانند دوچرخه‌سواری انجام داد.

نتایج تحقیق Morfoulaki و همکاران (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که گردشگری ورزشی تخمین زده می‌شود که به ساخت یک هویت منحصر به فرد مرتبط با اهداف پایداری کمک کند. این منطقه زیبایی طبیعی و فرهنگی بزرگی را نشان می‌دهد که می‌توان با ابتکارات ورزشی بر آن تأکید کرد در حالی که وقتی چنین تلاش‌هایی در برنامه‌های پایداری گسترده‌تر گنجانده شد، نمایه‌های مقصد را می‌توان به طور قابل توجهی ارتقا داد. بر اساس مشاهدات محقق به طور کلی پیشینه تحقیقات نشان می‌دهد که در زمینه آینده گردشگری ورزشی تحقیقات محدودی در کشور انجام شده است و بیشتر تحقیقات در زمینه گردشگری ورزشی در ایران گذشته‌نگر هستند در حالی که برای رشد و توسعه و تدوین اقدامات مناسب برای نیاز به دورنگری وجود دارد که این موارد با تحلیل آینده گردشگری ورزشی حاصل می‌شود؛ لذا نیاز به بررسی جامع کلیه عوامل تأثیرگذار بر آینده گردشگری ورزشی ایران نیاز دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف در حیطه پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. این پژوهش بر اساس استراتژی یک پژوهش آمیخته است و از نوع تحلیلی و اکتشافی است. در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از روش‌های تحلیل تأثیر متقابل استفاده شد. جامعه شرکت‌کنندگان شامل خبرگان و افراد مجرب در حوزه گردشگری ورزشی (شامل راهنمایان تورهای گردشگری ورزشی، کارشناسان حوزه گردشگری ورزشی و مدیران ارشد سازمان‌های مرتبط با گردشگری و استادان مدیریت ورزشی با

تخصص گردشگری بودند. تعداد شرکت‌کنندگان در بخش تحلیل تأثیر متقابل ۱۸ نفر بود. روش نمونه‌گیری در این بخش هدفمند بود. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از دو شیوه کتابخانه‌ای و میدانی بهره گرفته شد. برای شناسایی مؤلفه‌ها و متغیرها از پژوهشهای پیشین مرتبط با موضوع و نظر خبرگان بهره گرفته شد. در بخش نظر خبرگان از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. تعداد شرکت‌کنندگان در این بخش تحقیق ۱۶ نفر بود. روش نمونه‌گیری در این بخش هدفمند بود که مصاحبه‌ها با شرکت‌کنندگان تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت. مصاحبه‌ها به صورت ترکیبی از مصاحبه‌های صوتی و تصویری از طریق فضای مجازی و حضوری انجام گرفت. زمان انجام مصاحبه‌ها حدود ۸۰ دقیقه طول کشید و میانگین انجام مصاحبه‌ها به صورت کلی ۴۰ دقیقه بود. در بخش تحلیل تأثیر متقابل ابزار مورد استفاده در این پژوهش استفاده از ماتریس اثر متقابل بود.

در این تحقیق در جهت تلاش برای بالا بردن دقت و به منظور اطمینان از روایی تحلیل در مراحل مختلف یافته‌ها و متغیرهای شناسایی شده در اختیار دو نفر از خبرگان مصاحبه‌شونده قرار گرفت و متناسب با نظرهای آنها تعدیل و تغییرهای لازم اعمال شد. برای پایایی نرم‌افزار میک‌مک با انجام محاسبات نرخ پایایی ماتریس اثر مستقیم نشان داد که پایایی قابل قبول برای متغیرها وجود دارد. در محاسبه پایایی از پایایی کدگذاران استفاده شد. پایایی کدگذاران به میزانی اشاره دارد که دو یا چند کدگذار بر سر نتایج توافق نظر دارند. در این تحقیق چند مصاحبه به صورت تصادفی انتخاب، و کدگذاری مجدد انجام شد. با توجه به فرمول (Pistrang & Barker (2012) نتایج ذیل به دست آمد.

$$۱۰۰\% \times \frac{\text{تعداد توافقات} \times ۲}{\text{تعداد کل گدها}} = \text{درصد پایایی بین بازآزمون}$$

جدول ۱: پایایی کدگذاری

ردیف	کد مصاحبه	تعداد کدها	تعداد توافقات	درصد پایایی بازآزمون
۱	B	۵۲	۲۳	۸۸٪
۲	C	۴۶	۱۹	۸۳٪
۳	F	۴۰	۱۵	۷۵٪
۴	H	۳۸	۱۴	۷۴٪
۵	K	۴۸	۲۱	۸۸٪
	جمع کل	۲۲۴	۹۲	۸۲٪

پایایی کدگذاران برای مصاحبه‌ها در این پژوهش براساس فرمول ۸۲ درصد به دست آمده است. با توجه به اینکه از ۶۰ درصد بالاتر است می‌توان نتیجه گرفت که درصد پایایی باآزمون تأیید می‌شود. در این تحقیق برای تحلیل پیشران‌های مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی از روش تحلیل تأثیر متقابل استفاده شد. در ابتدا پیشران‌های تأثیرگذار بر گردشگری ورزشی احصاء و در گام دوم با تشکیل پانل خبرگی پیشران‌های مشابه با یکدیگر ادغام شد. در انتها با استفاده از نرم‌افزار آینده‌پژوهی میک‌مک^{۳۵} و به کارگیری روش تحلیل ماتریس متقاطع تحقیق انجام شد. با ورود داده‌ها در نرم‌افزار و انجام محاسبات مربوط توسط نرم‌افزار عوامل کلیدی تأثیرگذار بر آینده گردشگری ورزشی مشخص شد.

یافته‌ها

نتایج آمار توصیفی در زمینه رده سنی نشان می‌دهد بیشترین نمونه‌های تحقیق در مقطع سنی بیش از ۴۰ سال قرار دارند که شامل ۹ نفر (۵۰ درصد) هستند. نتایج در زمینه جنسیت نشان می‌دهد که ۱۲ نفر (۶۷ درصد) از نمونه‌های تحقیق مرد هستند و ۶ نفر (۳۳ درصد) زن هستند. بیشترین نمونه‌های تحقیق در مقطع دکتری قرار دارند که تعداد آنها ۱۰ نفر (۵۶ درصد) است. نتایج نشان می‌دهد بیشترین نمونه‌های تحقیق استاد دانشگاه هستند که ۶ نفر (۳۳ درصد) هستند.

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان پژوهش

متغیرها	گویه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
سن	۳۰-۲۵	۱	۶٪
	۳۵-۳۱	۲	۱۱٪
	۴۰-۳۶	۶	۳۳٪
	بیش از ۴۰ سال	۹	۵۰٪
جنسیت	مرد	۱۲	۶۷٪
	زن	۶	۳۳٪
	کارشناسی	۱	۵٪

۳۹%	۷	کارشناسی ارشد	میزان تحصیلات
۵۶%	۱۰	دکتری	
۲۲%	۴	راهنمایان گردشگری	شغل
۲۸%	۵	مدیر در حوزه گردشگری	
۱۷%	۳	کارشناس گردشگری	
۳۳%	۶	استاد دانشگاه	

به منظور شناسایی و تعیین عوامل تأثیرگذار با مرور کتاب‌ها و مقالات علمی و پس از مطالعات جامع مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان ۵۶ عوامل کلیدی تأثیرگذار شناسایی شد که در جدول ۳ شرح داده شده است.

جدول ۳: عوامل کلیدی تأثیرگذار بر آینده گردشگری ورزشی

ردیف	پیشران
۱	افزایش تعداد رویدادهای ورزشی در سراسر جهان
۲	افزایش تعداد مسابقات ورزشی
۳	افزایش فرصت‌های گردشگری ورزشی
۴	رشد صنعت گردشگری ورزشی
۵	افزایش تعداد گردشگران ورزشی
۶	توسعه زیرساخت‌های ورزشی برای میزبانی مسابقات بین‌المللی
۷	بهبود زیرساخت‌های ارتباطی برای گردشگری ورزشی
۸	پیشرفت‌های تکنولوژیکی در گردشگری ورزشی
۹	دیجیتالی‌سازی گردشگری ورزشی
۱۰	توسعه اپلیکیشن‌های گردشگری ورزشی
۱۱	افزایش سایت‌های گردشگری ورزشی
۱۲	وجود تجربه‌های پخش زنده و مجازی
۱۳	وجود واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در گردشگری ورزشی
۱۴	سیستم‌های برف‌سازی و تولید برف مصنوعی در گردشگری ورزش‌های زمستانی
۱۵	تداوم گردشگری ورزشی زمستانی با استفاده از فناوری
۱۶	اجرای پروتکل‌های سلامتی و بهداشتی در اماکن گردشگری ورزشی
۱۷	تأکید روزافزون بر سلامت و تندرستی در جوامع
۱۸	اطمینان از سلامت و بهداشت مناسب گردشگران ورزشی

ردیف	پیشران
۱۹	ایجاد محیطی امن برای گردشگران ورزشی
۲۰	اعتمادسازی و جذب گردشگران به فعالیت‌های گردشگری ورزشی
۲۱	افزایش تجربه‌های مسافرتی مبتنی بر تناسب اندام
۲۲	فرصت‌های شغلی جدید در گردشگری ورزشی
۲۳	اهمیت به‌کارگیری منابع انسانی متخصص و مهارت محور در حوزه گردشگری
۲۳	تغییر بازاریابی در گردشگری ورزشی
۲۴	جدی‌تر شدن تشریفات و تدارکات گردشگری
۲۵	شغل‌های جدید برای میزبانی گردشگری ورزشی
۲۶	استخدام افراد با مهارت فناوری دیجیتال
۲۷	سازمان‌های جدید در حوزه گردشگری ورزشی
۲۸	موقعیت شغلی جدید در مدیریت رویداد ورزشی
۲۹	کمک به حفظ منابع طبیعی
۳۰	بایداری محیط زیست کاهش اثر زیست محیطی
۳۱	افزایش شیوه‌های دوست‌دار محیط زیست
۳۲	اهمیت یافتن گردشگری مسئولانه
۳۳	تأثیر تغییرات آب و هوایی بر گردشگری
۳۴	تنوع بخشیدن به فعالیت‌های کوهستانی
۳۵	ترویج گردشگری تابستانی
۳۶	سرمایه‌گذاری در گزینه‌های سرگرمی
۳۷	گردشگری ترکیبی (ترکیب گردشگری‌ها و مکان‌های مختلف)
۳۸	استراحتگاه‌ها در مکان‌های مرتفع
۳۹	مزایای اقتصادی بیشتر در حوزه گردشگری ورزشی
۴۰	افزایش فروش بلیت با سامانه‌های جدید و متفاوت
۴۱	افزایش اقامت گردشگران ورزشی
۴۲	افزایش هزینه‌های محلی
۴۳	هزینه‌های اضافی را برای یک مقصد امن
۴۴	اهمیت هزینه و دسترسی در گردشگری ورزشی
۴۵	مقرون به صرفه بودن گردشگری ورزشی
۴۶	توجه به گردشگری ارزان برای قشرهای خاص
۴۷	توزیع جریان‌های گردشگری ورزشی در کل سال
۴۸	درآمد از فروش بسته‌های گردشگری ورزشی

پیشران	ردیف
متنوع سازی جریان های درآمدی در گردشگری ورزشی	۴۹
ایجاد محصولات جدید مانند کفش های مخصوص پیاده روی در برف	۵۰
پوشش رسانه های فعالیت های جذاب گردشگری ورزشی	۵۱
تولید برنامه های ترویجی در رسانه های مختلف	۵۲
حضور فعال در شبکه های اجتماعی	۵۳
اهمیت یافتن رسانه های نوین در گردشگری ورزشی	۵۴
تولید محتوای جذاب و کاربردی برای مخاطبان هدف	۵۵
ارتباط شخصی سازی با کاربران	۵۶

در ادامه بر اساس روش پانل خبرگی از کارشناسان و خبرگان خواسته شد تا با بررسی دقیق تر، تعدادی از عوامل کلیدی تأثیرگذار که دارای اشتراکات و شباهت هستند شناسایی و با هم در یک پیشران های اصلی تأثیرگذار جمع کنند. در نهایت همان طور که در جدول ۴ مشاهده می شود ۸ پیشران اصلی تأثیرگذار احصاء شد.

جدول ۴: پیشران های اصلی تأثیرگذار بر آینده گردشگری ورزشی

پیشران اصلی	پیشران	ردیف
پیشران توسعه گردشگری ورزشی و زیرساخت آن	افزایش تعداد رویدادهای ورزشی در سراسر جهان	۱
	افزایش تعداد مسابقات ورزشی	۲
	افزایش فرصت های گردشگری ورزشی	۳
	رشد صنعت گردشگری ورزشی	۴
	افزایش تعداد گردشگران ورزشی	۵
	توسعه زیرساخت های ورزشی برای میزبانی مسابقات بین المللی	۶
	بهبود زیرساخت های ارتباطی برای گردشگری ورزشی	۷
پیشران فناوری و دیجیتال	پیشرفت های تکنولوژیکی در گردشگری ورزشی	۸
	دیجیتالی سازی گردشگری ورزشی	۹
	توسعه اپلیکیشن های گردشگری ورزشی	۱۰
	افزایش سایت های گردشگری ورزشی	۱۱
	وجود تجربه های پخش زنده و مجازی	۱۲
	وجود واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در گردشگری ورزشی	۱۳
	سیستم های برف سازی و تولید برف مصنوعی در گردشگری ورزش های زمستانی	۱۴
	تداوم گردشگری ورزشی زمستانی با استفاده از فناوری	۱۵
اجرای پروتکل های سلامتی و بهداشتی در اماکن گردشگری ورزشی	۱۶	

پیشران سلامتی و تندرستی	تأکید روزافزون بر سلامت و تندرستی در جوامع	۱۷
	اطمینان از سلامت و بهداشت مناسب گردشگران ورزشی	۱۸
	ایجاد محیطی امن برای گردشگران ورزشی	۱۹
	اعتمادسازی و جذب گردشگران به فعالیت‌های گردشگری ورزشی	۲۰
	افزایش تجربه‌های مسافرتی مبتنی بر تناسب اندام	۲۱
پیشران تحولات مدیریتی و اشتغال	فرصت‌های شغلی جدید در گردشگری ورزشی	۲۲
	اهمیت به‌کارگیری منابع انسانی متخصص و مهارت محور در حوزه گردشگری	۲۳
	تغییر بازاریابی در گردشگری ورزشی	۲۳
	جدی‌تر شدن تشریفات و تدارکات گردشگری	۲۴
	شغل‌های جدید برای میزبانی گردشگری ورزشی	۲۵
	استخدام افراد با مهارت فناوری دیجیتال	۲۶
	سازمان‌های جدید در حوزه گردشگری ورزشی	۲۷
	موقعیت شغلی جدید در مدیریت رویداد ورزشی	۲۸
	کمک به حفظ منابع طبیعی	۲۹
	پایداری محیط زیست	۳۰
	افزایش شیوه‌های دوست‌دار محیط زیست	۳۱
	اهمیت یافتن گردشگری مسئولانه	۳۲
	تأثیر تغییرات آب و هوایی بر گردشگری	۳۳
	پیشران متنوع سازی	تنوع بخشیدن به فعالیت‌های کوهستانی
ترویج گردشگری تابستانی		۳۵
سرمايه‌گذاري در گزینه‌های سرگرمی		۳۶
گردشگری ترکیبی (ترکیب گردشگری‌ها و مکان‌های مختلف)		۳۷
استراحتگاه‌ها در مکان‌های مرتفع		۳۸
پیشران اقتصادی	مزایای اقتصادی بیشتر در حوزه گردشگری ورزشی	۳۹
	افزایش فروش بلیت با سامانه‌های جدید و متفاوت	۴۰
	افزایش اقامت گردشگران ورزشی	۴۱
	افزایش هزینه‌های محلی	۴۲
	هزینه‌های اضافی را برای یک مقصد امن	۴۳
	اهمیت هزینه و دسترسی در گردشگری ورزشی	۴۴
	مقرون به صرفه بودن گردشگری ورزشی	۴۵
	توجه به گردشگری ارزان برای قشرهای خاص	۴۶
	توزیع جریان‌های گردشگری ورزشی در کل سال	۴۷
	درآمد از فروش بسته‌های گردشگری ورزشی	۴۸
	متنوع‌سازی جریان‌های درآمدی در گردشگری ورزشی	۴۹
	ایجاد محصولات جدید مانند کفش‌های مخصوص پیاده روی در برف	۵۰
	پوشش رسانه‌ای فعالیت‌های جذاب گردشگری ورزشی	۵۱

پیشران رسانه و ارتباطات	تولید برنامه‌های ترویجی در رسانه‌های مختلف	۵۲
	حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی	۵۳
	اهمیت یافتن رسانه‌های نوین در گردشگری ورزشی	۵۴
	تولید محتوای جذاب و کاربردی برای مخاطبان هدف	۵۵
	ارتباط شخصی سازی با کاربران	۵۶

در مرحله بعد با کمک کارشناسان و خبرگان امتیازاتی در بازه صفر تا سه به میزان اثرگذاری عوامل بر یکدیگر داده شد. در ابتدا یک ماتریس ۸×۸ تشکیل شد (جدول ۵).

جدول ۵: ماتریس پیشران‌های اصلی تأثیرگذار بر آینده گردشگری ورزشی

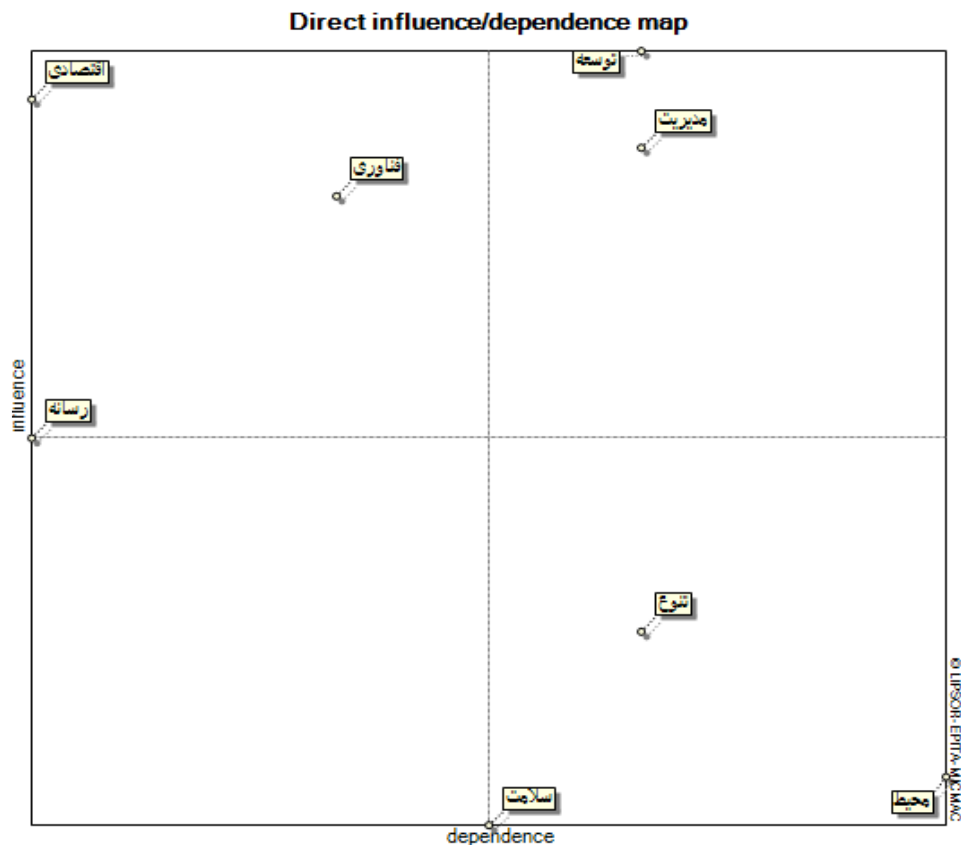
رسانه	اقتصادی	متنوع	محیط	مدیریت	سلامت	فناوری	توسعه	
							×	توسعه
						×		فناوری
					×			سلامت
				×				مدیریت
			×					محیط
		×						متنوع
	×							اقتصادی
×								رسانه

در مرحله بعد نرم افزار میک مک با استفاده از شاخص‌های آماری محاسبه پایداری سیستم انجام شد و تأثیرات مستقیم از مطلوبیت و پایداری ۱۰۰٪ بهره‌مند است که نشان‌دهنده روایی و پایایی بالای پرسشنامه و پاسخ‌های آن است.

جدول ۶: تأثیر مستقیم از مطلوبیت و پایداری

تکرار	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری
۱	٪۱۰۰	٪۸۲
۲	٪۱۰۰	٪۱۰۰

در مرحله بعد نموداری با محورهای اثرگذاری و اثرپذیری در نرم افزار ترسیم شد. با توجه به نمودار و نحوه توزیع عوامل می‌توان بیان کرد که یک سیستم پایدار وجود دارد.



شکل ۱: نمودار اثرگذاری و اثرپذیری مستقیم عوامل بر یکدیگر

بر اساس نمودار می‌توان بیان کرد پیشران‌ها بیشتر تأثیرگذار و کمتر تأثیرپذیر هستند. متغیرهای توسعه گردشگری و عوامل مدیریتی به عنوان متغیرهای ریسک شناخته شد. این عوامل بر سیستم اثرگذاری بالایی دارند و در عین حال به میزان زیادی از سیستم اثر می‌پذیرند؛ به همین دلیل به عنوان عوامل کلیدی شناخته می‌شوند و نقش مهمی در بهبود روابط سیستم دارند. متغیرهای عوامل اقتصادی، فناوری و دیجیتال و رسانه و ارتباطات به عنوان متغیرهای تأثیرگذار شناخته شد. این عوامل کمترین تأثیرپذیری و بیشترین تأثیرگذاری را در بین پیشران‌های دیگر داشتند. توجه به این شاخص‌ها نیز ضروری است. همچنین بر اساس نمودار می‌توان بیان کرد متغیرهای متنوع‌سازی، پایداری محیط و سلامت و تندرستی به عنوان متغیرهای تأثیرپذیر شناخته شد. این عوامل تأثیرپذیری بالا و تأثیرگذاری پایینی دارند.

می‌دهد که زیرساخت گردشگری، زیرساخت ورزشی و رویداد ورزشی از عوامل مؤثر در گسترش گردشگری ورزشی است. همچنین در تحقیق ده‌ده‌زاده سیلابی و احمدی فرد (۱۳۹۸) متغیرهای بخش زیرساختی و خدماتی بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری دارند. مسابقات ورزشی و رویدادهای ورزشی با توجه به ظهور ورزش‌های جدید و رقابت‌های ورزشی جدید روزبه‌روز بر تعداد آن افزوده می‌شود؛ در این بین کشورهای در گردشگری ورزشی به ویژه گردشگری رویدادهای ورزشی موفق خواهند بود که از زیرساخت‌های مناسب برخوردار باشند. با افزایش تعداد مسابقات ملی و بین‌المللی و رویدادهای ورزشی فرصت‌هایی برای رشد صنعت گردشگری ورزشی فراهم می‌شود. انتظار می‌رود با برگزاری رویدادهای ورزشی بیشتر، گردشگرانی که از مقاصد ورزشی بازدید می‌کنند نیز افزایش پیدا کنند. البته پیش‌نیاز این موضوع وجود زیرساخت مناسب گردشگری ورزشی است. زمانی که زیرساخت مناسب وجود داشته باشد گردشگران با آسودگی خاطر از امنیت و سلامت خود در گردشگری ورزشی حضور پیدا می‌کنند. همچنین زیرساخت‌ها باعث می‌شود کشورها راحت‌تر بتوانند درآمدزایی کنند.

دومین پیشران مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی مقوله فناوری و دیجیتال بود. نتایج خسروی‌منش و همکاران (۱۴۰۱) نشان می‌دهد که بعد فناوری در توسعه گردشگری ورزشی نقش مؤثری دارد. همچنین نتایج تحقیق شهولی کوه‌شوری و همکاران (۱۴۰۱) نشان می‌دهد فناوری عامل مهمی برای تشخیص سیگنال‌های ضعیف زمان حال، زمان وقوع شگفتی‌سازهای آینده و سازگاری با شرایط جدید است. گردشگران در حال حاضر به منابعی مانند خرید آنلاین بلیط ورزشی از طریق اپلیکیشن‌ها و سایت‌های مختلف دسترسی دارند که یک دهه پیش در دسترس آنها نبود. این موضوع به آنها اجازه می‌دهد تا برای هزینه و زمان خود برای حضور در رویدادها برنامه‌ریزی بهتری داشته باشند. تجربه‌های تجربیات مجازی و پخش زنده، واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در آینده افراد را قادر می‌سازد تا از راه دور با رویدادهای ورزشی درگیر شوند و فرصت‌های جدیدی برای گردشگری ورزشی ایجاد می‌کند. از سوی دیگر دیجیتالی شدن نقش مهمی در تضمین ایمنی و امنیت گردشگران و همچنین افزایش تجربه کلی ایفا می‌کند. نتایج پیرجمادی و همکاران (۱۴۰۱) نیز بر لزوم کاربرد فناوری‌های نوین دیجیتالی در گردشگری ورزشی اشاره دارد. سیستم‌های برف‌سازی و تولید برف

مصنوعی می‌تواند فصل زمستان را افزایش دهد و شرایط برفی قابل اعتمادی را برای گردشگران فراهم کند و به وجود گردشگری ورزشی زمستانی در ایام مختلف سال تداوم بخشد.

سومین پیشران مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی مقوله سلامتی و تندرستی بود. همتی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود بیان می‌کنند لازمه حضور افراد در رویدادهای ورزشی به حداقل رساندن مشکلات ایمنی و سلامتی است و آرامش از مهم‌ترین عوامل برای حضور گردشگران است. نتایج محمودی و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد ایجاد شرایط مناسب امنیت و مخاطرات ادراک شده نقش مهمی در ارتقای پیوند اجتماعی گردشگران ورزش‌های زمستانی دارد. بدین منظور علاوه بر تأمین امنیت باید موضوعاتی مانند وجود کارکنان آموزش‌دیده و عملکرد مطلوب مجموعه در هنگام حوادث در اولویت اقدامات قرار گیرد. یکی از روندهای جدید گردشگری تجربه‌های مسافرتی مبتنی بر سلامت است. افراد به‌عنوان بخشی از برنامه‌های تعطیلات خود به‌دنبال تجربه‌های مسافرتی مبتنی بر تناسب اندام و تندرستی خود هستند. از سوی دیگر ایمنی و امنیت در اولویت گردشگران در آینده قرار خواهد داشت. برای گردشگران رعایت پروتکل‌های سلامتی و ایمنی و وجود محیطی امن همچنان اهمیت خواهد داشت تا آنها با خیال آسوده بتوانند از رویدادهای ورزشی لذت ببرند. در این راستا نتایج قربانی و همکاران (۱۴۰۲) نشان می‌دهد عوامل کالبدی مناسب اگر در فضای امن و ایمن وجود داشته باشد، باعث ایجاد احساسات مثبت برای شرکت‌کنندگان در ورزش و همچنین به احساس رضایت از حضور در فعالیت ورزشی منجر می‌شود. در این صورت است که خاطرات تعامل داشتن با دیگران و دوستیابی در فعالیت ورزشی، مثبت می‌شود و میل به ورزش در افراد افزایش می‌یابد.

چهارمین پیشران مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی مقوله تحولات مدیریتی و اشتغال بود. نتایج تحقیق میرزازاده و عبدالملکی (۱۳۹۵) نشان داد مشکلات مدیریتی و منابع انسانی، موانع بازاریابی نقش معناداری در توسعه گردشگری ورزشی دارد. در تحقیق دیگری امین رستم‌کلایی و پورسلطانی زرنندی (۱۳۹۸) بیان می‌کنند برای توسعه گردشگری ورزشی لازم است که با آموزش نیروی انسانی، استخدام نیروی متخصص، مدیریت صحیح و با تصمیمات و اقدامات مناسب در توسعه این صنعت مهم گامی اساسی برداشت. آینده گردشگری ورزشی شامل ایجاد فرصت‌های شغلی جدید نیز می‌شود. با رشد صنعت گردشگری ورزشی تقاضا برای افراد با مهارت در زمینه برگزاری رویداد، تشریفات و تدارکات گردشگری و فناوری دیجیتال وجود خواهد داشت. همان‌طور که نتایج قلمی چراغتنه و

همکاران (۱۴۰۰) نشان می‌دهد که میزان اشتغال در بخش گردشگری و تنوع فرصت‌های شغلی گردشگران در آینده توسعه گردشگری تأثیرگذار است. مسائل مدیریتی همچنان بر گردشگری ورزشی تأثیرگذار خواهد بود و توسعه گردشگری ورزشی به تیم‌سازی خوب و ایجاد شرایط مناسب مدیریتی نیاز دارد. در این راستا خان و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق خود بیان می‌کنند که مسائلی مانند مشکلات ویزا و مشکلات پرواز باعث کاهش تعداد گردشگران در جهان می‌شود. حمل و نقل بد در منطقه گردشگری نیز بر صنعت گردشگری تأثیر منفی می‌گذارد.

پنجمین پیشران مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی مقوله پایداری محیط بود. در تحقیق خاکساری رفسنجانی و لطفی (۱۴۰۱) به ارتقا آگاهی‌های زیست محیطی به عنوان عامل مهم در توسعه گردشگری اشاره می‌شود. قربانی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیق خود بیان می‌کنند گردشگری و برگزاری رویداد به دلیل استفاده بیش از حد از منابع طبیعی و فرهنگی مانند تهیه آب مورد نیاز اقامتگاه‌ها، استفاده بیش از حد از مناظر طبیعی و در برخی موارد تخریب طبیعت و مکان‌هایی که میراث طبیعی و فرهنگی دارند، منابع موجود گردشگری را تهدید می‌کند و باعث افزایش آلودگی از طریق افزایش ترافیک، تولید زباله، تولید فاضلاب و افزایش آلودگی‌های صوتی نیز می‌شود. به همین دلیل پایداری در حال تبدیل شدن به یک عامل مهم فزاینده در صنعت گردشگری ورزشی است. گردشگری مسئولانه و توجه به کاهش اثر زیست محیطی رویدادهای ورزشی از رویکردهای جدید گردشگری ورزشی است؛ چرا که برای جذب گردشگران علاقمند به محیط زیست و کسب وجهه مناسب در جوامع نیاز به استراتژی‌های پایدار و مناسب وجود دارد. یکی از راه‌ها این است که برای گردشگری به شرایط محیط توجه شود. در این راستا جافری و همکاران (۱۳۹۸) بیان می‌کنند که نیاز است با توجه به محیط، توسعه و نوآوری، برنامه‌ریزی مدونی برای اشتغال‌زایی و درآمدزایی بیشتر در حوزه گردشگری انجام دهند. از سوی دیگر برای توسعه گردشگری ورزشی می‌توان به ورزش‌های بومی منطقه توجه کرد. قربانی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیق خود به شترسواری به عنوان توانمندی‌های ورزشی خاص و بومی منطقه هرمزگان اشاره دارند.

ششمین پیشران مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی مقوله متنوع‌سازی بود. نتایج همتی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۴) نشان می‌دهد که موارد مختلفی مانند جاذبه‌های مربوط به برگزاری مسابقات، ورزش‌های آبی، تپه‌نوردی و طبیعت‌گردی، کوهنوردی و غارنوردی، گردش در جنگل، آب‌گرم و طبیعت‌درمانی،

شکار و صید و ورزش های زمستانی در توسعه گردشگری ورزشی اهمیت دارد. همچنین تحقیق علی اکبری و همکاران (۱۳۹۷) به گسترش فضاهای مرتبط با گردشگری برای توسعه گردشگری اشاره دارد. تغییرات آب و هوایی اثر قابل توجهی بر گردشگری ورزشی خواهد داشت. ورزش های زمستانی به شدت به موقعیت برفی مناسب وابسته هستند. با این حال، تغییرات آب و هوایی در آینده بر الگوهای بارش برف تأثیر می گذارد و طول فصول برف را کاهش خواهد داد. در این شرایط استراحتگاه ها در مکان های مرتفع ممکن است در زمستان های با برف کمتر اهمیت پیدا کند. استراتژی های سازگاری برای کاهش تأثیر تغییرات آب و هوایی بر گردشگری ورزشی بسیار مهم است. این استراتژی ها می تواند شامل تنوع بخشیدن به فعالیت های کوهستانی، ترویج گردشگری تابستانی، به وجود آوردن گردشگری ترکیبی و تنوع بخشیدن به گزینه های سرگرمی باشد. در این راستا نتایج تحقیق مورفولاکي^{۳۶} و همکاران (۲۰۲۳) نشان می دهد زیبایی طبیعی و فرهنگی را می توان با ابتکارات ورزشی در مقاصد گردشگری ورزشی برجسته کرد.

هفتمین پیشران مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی مقوله عوامل اقتصادی بود. نتایج تحقیق همتی نژاد و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد مشکلات مالی از مهم ترین عوامل برای عدم حضور در رویدادهای ورزشی از دیدگاه گردشگران شرکت کننده در مسابقات فوتبال محسوب می شود. نتایج قلمی چراغ تپه و همکاران (۱۴۰۰) نشان می دهد که میزان درآمد از گردشگری و میزان سرمایه گذاری در بخش گردشگری در آینده توسعه گردشگری تأثیرگذار است. مزایای اقتصادی مرتبط با گردشگری ورزشی می تواند منطقه گردشگری را به گزینه ای جذاب برای مقاصد تبدیل کند. در سال های اخیر هزینه اسکی در استراحتگاه هایی که هنوز شرایط برفی قابل قبولی دارند، افزایش یافته است و باعث شده برای بسیاری از افراد مقرون به صرفه نباشد. هزینه های بالاتر در آینده ممکن است منجر به کاهش مشارکت شود؛ زیرا اسکی بازان ممکن است در صورت گران تر شدن از اسکی صرف نظر کنند. نتایج خان و همکاران (۲۰۲۰) نشان می دهد که صنعت گردشگری با رشد اقتصادی اقتصاد جهانی همبستگی تنگاتنگی دارد. از طرف دولت هزینه هایی انجام می دهد که باعث افزایش درآمد دولت و ایجاد اشتغال جدید در کشور می شود. این موضوع وضعیت اجتماعی و اقتصادی جامعه را بهبود، و به آنها رفاه می بخشد.

هشتمین پیشران مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی مقوله رسانه و ارتباطات بود. نتایج اسدی و همکاران (۱۴۰۰) نشان داد رسانه‌ها بر توسعه گردشگری ورزشی با چهارچوب تبلیغاتی AIDAR تأثیر دارد و نقش‌های آگاهی‌دهنده، نقش‌های علاقه‌مندکننده، نقش‌های نگهدارنده، نقش‌های اقدام‌کننده (اقدام به خرید)، نقش‌های اشتیاق‌آور (تحریک‌کننده) تأثیرگذار هستند. نتایج قهرمانی‌فرد و همکاران (۱۴۰۰) نشان می‌دهد پیشران تبلیغات در توسعه گردشگری تأثیرگذار است. در حال حاضر رسانه‌هایی مانند شبکه‌های اجتماعی برای یادگیری بیشتر درباره عادات مصرف‌کنندگان بسیار مهم تلقی می‌شود. در آینده با توسعه شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های نوین قابلیت‌های بیشتری برای ارتباط کسب و کارها با مخاطبان هدف ایجاد خواهد شد. قربانی و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیق خود بیان می‌کنند مدیران مقاصد گردشگری نیاز است شرایطی به وجود آورند که اطلاعات منتقل شده از منابع اطلاعاتی مختلف برای گردشگران بالقوه جذاب باشد و تصویری ارائه کنند که به واقعیت نزدیک باشد. مدیران گردشگری ورزشی مانند بسیاری از کسب و کارها نیاز است در آینده از ظرفیت‌های رسانه‌های جدید برای ارتباط مناسب و شخصی‌سازی شده با مخاطبان بالقوه و بالفعل خود استفاده کنند. رسانه‌های جدید برای ارائه اطلاعات مناسب به گردشگران در آینده نیز نقش بسزایی خواهند داشت. در این تحقیق به دلیل محدودیت زمانی به صورت کلی به بررسی پیشران‌های مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی پرداخته شد. پیشنهاد می‌شود در تحقیقات دیگر هر پیشران اصلی مؤثر بر آینده گردشگری ورزشی با رویکرد عمیق‌تری بررسی شود. از محدودیت‌های تحقیق می‌توان به کم بودن تعداد خبرگان در حیطه تحقیق اشاره کرد. به علت ناآشنایی برخی خبرگان با روش پرکردن ماتریس جهت تجزیه و تحلیل، زمان زیادی برای آموزش به افراد سپری شد. برخی از داده‌ها قابل قبول نبودند و از افراد خواسته شد تا دوباره تکمیل کنند.

منابع و مأخذ

اسدی، زهرا؛ قاسمی، حمید؛ صابونچی، رضا. (۱۴۰۰). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از طریق رسانه‌ها با چهارچوب تبلیغاتی AIDAR. پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ۱۳(۴)، ۳۹-۵۴.

امین رستم‌کلایی، نگار؛ پورسلطانی زرنندی، حسین. (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی استان البرز. فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۸(۲)، ۱۰۹-۱۱۶.

باباخان‌زاده، ادریس. (۱۳۹۲). بررسی اثر اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی توسعه گردشگری بر منطقه اورامانات. برنامه‌ریزی فضایی، ۳(۳)، ۱۴۵-۱۶۴.

پیرجمادی، سحر؛ مطهری، مرتضی؛ کروی، مهدی؛ محمودی، احمد. (۱۴۰۱). شناسایی شاخص‌های امکان‌سنجی بازاریابی توسعه گردشگری ورزشی در مناطق آزاد تجاری، صنعتی و اقتصادی ایران. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۷(۵۷)، ۴۷-۷۸.

جافری، پریسا؛ رضوی، سید محمد حسین؛ کلاته سیفری، معصومه. (۱۳۹۸). مدل سازی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی کوهستان با تمرکز بر نوآوری (مورد مطالعه: کوهستان‌های کلان‌شهر تهران). گردشگری و توسعه، ۸(۲)، ۱۲۷-۱۴۶.

چراغعلی خانی، علی؛ رضاعلی، عماد؛ خوش لهجه، سید علی. (۱۳۹۹). رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب مکان هدف گردشگری در صنعت گردشگری ایران (با استفاده از مدل دیمتل). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۲(۳)، ۱۰۷۱-۱۰۸۱.

خاکساری رفسنجانی، علی؛ لطفی، اکبر. (۱۴۰۱). شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهری با تأکید بر آینده‌نگاری و سناریو نویسی (مطالعه موردی: شهر زنجان). برنامه‌ریزی و توسعه محیط شهری، ۲(۸)، ۲۱-۳۸.

خسروی‌منش، لیلا؛ ارشادی، روح اله؛ راسخ، نازنین. (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی در جزیره کیش با تأکید بر ورزش‌های تفریحی بانوان. گردشگری و اوقات فراغت، ۷(۱۴)، ۱۰۱-۱۱۷.

درودی، هما؛ حسنی، حمید. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر در گسترش گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: گردشگران شرکت کننده در رویدادهای ورزشی در استان زنجان). مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۴(۳۰)، ۵۵-۷۰.

دهه‌زاده سیلابی، پروین؛ احمدی فرد، نرگس. (۱۳۹۸). تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان مازندران). جغرافیا و پایداری محیط، ۱۹(۱)، ۷۳-۸۹.

شهوولی کوه‌شوری، جواد؛ عسکری، احمدرضا؛ نظری، رسول. (۱۴۰۱). شناسایی شگفتی‌سازها و پیشران‌های مؤثر بر آینده ورزش تربیتی ایران. پژوهش در ورزش تربیتی، ۱۰(۲۶)، ۵۱-۸۴. شیبانی‌نیا، کفاح؛ عبداللهی، صدیقه؛ محمدزاده، مرجان. (۱۴۰۰). مروری بر گردشگری و اثر آن؛ گامی به سوی توسعه پایدار. انسان و محیط زیست، ۱۹(۳)، ۲۰۱-۲۱۳.

علی اکبری، اسماعیل؛ پوراحمد، احمد؛ جلال آبادی، لیلا. (۱۳۹۷). شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی. گردشگری و توسعه، ۱۷(۱)، ۱۵۶-۱۷۸.

قربانی، محمد حسین؛ محمودی، احمد؛ بهادر، حسین؛ عزیزی، بهادر. (۱۴۰۱). تأثیر منابع اطلاعاتی فردی و محیطی بر شکاف تصویر مقصد گردشگران ورزشی. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۱۰(۳۹)، ۲۷-۴۲.

قربانی، محمد حسین؛ محمودی، احمد؛ عباسی، زهره؛ مطهری، مرتضی. (۱۴۰۰). شناسایی پیامدهای امنیتی - اجتماعی برگزاری رویدادهای گردشگری ورزشی. پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی، ۱۴(۲)، ۱۸۵-۲۱۰.

قربانی، محمد حسین؛ محمودی، احمد؛ قامتی، حسن؛ قاسم زاده، میعاد. (۱۴۰۲). نقش عوامل کالبدی و امنیت بوستان‌های ورزشی در ارتقای حس خاطرات شیرین گذشته شهروندان تهرانی به ورزش همگانی، پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی، ۱۶(۱)، ۱-۲۸.

قلمی چراغ‌تپه، مژگان؛ دربان آستانه، علیرضا؛ خراسانی، محمدامین. (۱۴۰۰). شناسایی و تحلیل پیشران‌های توسعه گردشگری روستایی (مورد مطالعه: شهرستان ارومیه). آینده‌پژوهی ایران، ۲۶(۲)، ۲۲۱-۲۴۴.

قهرمانی فرد، حسین؛ حسین‌زاده دلیر، کریم؛ موسوی، میر سعید. (۱۴۰۰). شناخت و ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر آینده توسعه گردشگری مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز. نشریه گردشگری شهری، ۸(۱)، ۶۷-۸۲.

محمودی، احمد؛ قربانی، محمدحسین؛ دبیر، علیرضا؛ شریفی، زهرا. (۱۳۹۹). نقش امنیت و مخاطرات ادراک شده در ارتقاء پیوند اجتماعی گردشگران ورزش‌های زمستانی. فصلنامه انتظام اجتماعی، ۱۲(۲)، ۱-۲۶.

میرزازاده، زهرا سادات؛ عبدالملکی، حسین. (۱۳۹۵). طراحی مدل موانع فراروی توسعه گردشگری ورزشی مشهد. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۱(۳۴)، ۲۵-۳۵.

همتی نژاد، مهر علی؛ شهریاری سجه‌رودی، بهمن؛ ملک اخلاق، اسماعیل. (۱۳۹۴). اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری ورزشی در توسعه توریسم ورزشی استان‌های شمالی ایران. مدیریت و توسعه ورزش، ۴(۱)، ۱۹-۳۳.

همتی‌نژاد، مهرعلی؛ میرزایی کالار، اکبر؛ مدنی، سید مهدی؛ رحمانی‌نیا، فرهاد. (۱۳۹۲). عوامل بازدارنده و سوق‌دهنده گردشگری ورزشی، مدیریت و توسعه ورزش، ۲(۱)، ۸۵-۹۵.

ویسی، هادی. (۱۳۹۶). بررسی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران. مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۷(۲۵)، ۹۳-۱۱۲.

References

- Alexandris, K. & Kaplanidou, K. (2014). Marketing sport event tourism: Sport tourism behaviours and destination provisions. *Sport Marketing Quarterly*, 23, 125-126.
- Bouchet, P., & Sobry, C. (2019). Sports tourism: contemporary issues and new trends on a global market. In *The global sport economy* (pp. 295-317). Routledge.
- Chaigasem, T. & Leruksa, C. (2020). Ready to be a host? The potential development guidelines of sport tourism in Buriram Province, Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9 (1), 1-8.
- Chalip, L. (2014). From legacy to leverage. In *Leveraging Legacies from Sports Mega- Events: Concepts and Cases*. London: Palgrave MacMillan.
- Choi, D. W. S., Shonk, D. J., Bravo, G., & Choi, D. W. S. (2016). Development of a conceptual model in international sport tourism: Exploring pre-and post-consumption factors. *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*, 21, 21-47.
- Daniels, M. J., Norman, W. C. & Henry, M. S. (2004). Estimating the income effects of a sport tourism event. *Annals of Tourism Research*, 31 (1), 180-199.
- Dehnavi, A., Amiri, M., DehKordi, P. H., & Heidary, A. (2012). On the multidimensionality of sport tourism: Challenges and guidelines.

- International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 6, 105-110.
- Duglio, S. & Beltramo, R. (2017). Estimating the economic impacts of a small-scale sport tourism event: The case of the Italo – Swiss Mountain Trail CollonTrek. *Sustainability*, 9, 343-350.
- Encyclopaedia of Britannica (2023) Olympic Games, available at:
- Fairley, S., Lovegrove, H. & Brown, M. (2016). Leveraging events to ensure enduring benefits: The legacy strategy of the 2015 AFC Asian Cup. *Sport Management Review*, 19, 466-474.
- 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.
- Gminsights (2024). Sports Tourism Market Size & Share – Trends Report, 2032. Retrieve from: <https://www.gminsights.com/industry-analysis/sports-tourism-market>
- Grimes, D. (2011). An analysis of how self-efficacy relates to the drivers of the active sport tourist. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 1055.
- Higham, J. (2021). Sport tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 64-68.
- Higham, J., & Hinch, T. (2018). Sport tourism development (Vol. 84). Channel view publications.
- Huggins, M. (2013). Sport, tourism and history: current historiography and future prospects. *Journal of Tourism History*, 5(2), 107-130.
- Javani, V., & Ghasemi, V. (2022). Sports Tourism as a Driver for Tourism Development and Recovery. In *The Emerald Handbook of Destination Recovery in Tourism and Hospitality* (pp. 139-152). Emerald Publishing Limited.
- Khan, N., Hassan, A. U., Fahad, S., & Naushad, M. (2020). Factors Affecting Tourism Industry and Its Impacts on Global Economy of the World. Available at SSRN:
- Lopes, É., Correa, U., & Freitas, L. (2021). Exploring BERT for aspect extraction in Portuguese language. In *The International FLAIRS Conference Proceedings*.
- McCool, S. (2015). Sustainable tourism: Guiding fiction, social trap or path to resilience. In *Challenges in tourism research* (Vol. 70, pp. 224-234).
- McCullough, B. P., & Trail, G. T. (2022). Assessing key performance indicators of corporate social responsibility initiatives in sport. *European Sport Management Quarterly*, 1-22.
- Morfoulaki, M., Myrovali, G., Kotoula, K. M., Karagiorgos, T., & Alexandris, K. (2023). Sport Tourism as Driving Force for Destinations' Sustainability. *Sustainability*, 15(3), 2445.

- Perić, M., Vitezić, V., & Badurina, J. Đ. (2019). Business models for active outdoor sport event tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100561.
- Pigeassou, C. (2004). Contribution to the definition of sport tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 287-289.
- Pistrang, N., & Barker, C. (2012). Varieties of qualitative research: A pragmatic approach to selecting methods. *APA Handbook of Research Methods in Psychology*, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological, pp. 5–18. American Psychological Association.
- Taks, M. (2013). Social sustainability of non-mega sport events in a global world. *European Journal for Sport and Society*, 10(2), 121-141.
- Unwto (2024). sport-tourism. Retrieve from: <https://www.unwto.org/sport-tourism>
- Yildiz, Z., & Cekic, S. (2015). Sport tourism and its history and contribution of Olympic Games to touristic promotion. *International Journal of Sport Culture and Science*, 3(Special Issue 4), 326-337.
- Yu, C. C. (2010). Factors that influence international fans' intention to travel to the United States for sport tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 111-137.
- Zagnoli, P., & Radicchi, E. (2009). Do major sports events enhance tourism destinations? *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 47 (1), 44-63.
- Zauhar, J. (2004). Historical perspectives of sports tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 9(1), 5-101.