



Article Type: Research

## Women's Sports Tourism: An Effective Step towards Women's Individual and Social Empowerment

Rahim Zare<sup>1</sup> , Ahmad Mahmoudi<sup>\*2</sup> 

1. Department of Business Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

2. Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences and Health, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

**Received: 19/02/2026, Accepted: 19/07/2026, Published: 27/07/2027**

\* Corresponding Author: Ahmad Mahmoudi, E-mail: [ah.mahmoudi@ut.ac.ir](mailto:ah.mahmoudi@ut.ac.ir)

**How to Cite:** Zare,R and Mahmoudi,A . (2026). Women's Sports Tourism: An Effective Step towards Women's Individual and Social Empowerment. *Research on Women's Sports*, 3(10), 57-76. [In Persian]. doi: [10.22089/rws.2026.19181.1115](https://doi.org/10.22089/rws.2026.19181.1115)

### Extended Abstract

#### Background and Purpose

In the tourism industry, women's sports tourism has gained increasing attention in recent years, with various related aspects being researched. However, it is essential to examine the role of this segment of sports tourists in fundamental concepts such as individual and social development. Our country is among those actively supporting women's sports and related discussions. In recent years, given the outstanding achievements of Iranian women in most sports disciplines, their participation in sports tourism has grown significantly, pursued with great enthusiasm and commitment.

Recognizing that the tourism industry plays a pivotal role in sustainable development, it is necessary to focus on various forms of tourism, particularly women's sports tourism, given its importance in sustainable progress. Additionally, by identifying the key factors of women's sports tourism in individual and social empowerment, we can outline its benefits for this vital segment of society.

#### Methods

This applied qualitative research employs the Grounded Theory method to identify relevant factors and components. Grounded Theory, developed by Glaser and Strauss (2017), is a qualitative research approach.



**Copyright:** © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The primary data collection tool was semi-structured interviews conducted with 17 experts in tourism management, public policy, public administration, development management, women and family studies, social welfare sciences, family management, anthropology, sociology, counseling, and psychology. These experts, selected through purposive sampling, possess both academic and practical experience in the field. Theoretical saturation was achieved with 17 participants, and their responses were manually coded into open, axial, and selective categories using an inductive (bottom-up) approach, ensuring thematic and content alignment.

### **Results**

The study utilized Grounded Theory with Strauss and Corbin's systematic approach for coding. Initially, interviews were recorded and transcribed, then analyzed through an iterative process to extract raw codes (231 initial codes). Open coding identified 102 primary concepts, followed by axial coding, which yielded 21 core categories. Finally, selective coding distilled these into 4 overarching themes.

### **Conclusion**

The findings reveal that women's sports tourism provides a unique platform for empowerment by creating safe spaces for experiential learning and growth. Beyond recreation, it serves as a powerful tool for women's empowerment. Individually, it enhances health, self-confidence, and financial independence. Socially, it challenges gender stereotypes, strengthens women's networks, and promotes sustainable development.

To fully harness this potential, governments, NGOs, and the private sector must invest in infrastructure, education, and tailored programs. Women's sports tourism emerges as a novel paradigm in social development, integrating physical, psychological, and social dimensions to create profound transformations in women's lives. This multidimensional phenomenon:

- ✓ Improves physical/mental health by reducing sedentary-related diseases and enhancing fitness
- ✓ Builds self-efficacy through overcoming challenges in social activities
- ✓ Develops leadership skills via team-based decision-making and mentoring roles
- ✓ Generates direct/indirect employment opportunities, fostering economic independence
- ✓ Ultimately, it elevates social capital while reinforcing women's individual and collective well-being, enabling them to assume more prominent familial and societal roles.

**Keywords:** Tourism, Sports Tourism, Women, Empowerment, Grounded Theory

### **Article Message**

Women's sports tourism is a dynamic sector significantly contributing to female empowerment. This applied, qualitative study, grounded in Corbin and Strauss's methodology, identifies the core factors linking sports tourism to women's individual and social empowerment. Data from semi-structured interviews with 17 multidisciplinary experts were analyzed, yielding 231 initial codes. These were refined into 102 open codes, 21 axial codes, and 4 selective codes, constituting the study's primary dimensions. The findings demonstrate that sports tourism furnishes women with diverse opportunities to acquire new skills and social roles, thereby facilitating their ascension to more prominent positions within both the family and societal structures.

### **Ethical Considerations**

This research was conducted in full compliance with all applicable ethical guidelines. Informed consent was obtained from all participants prior to their involvement, and the confidentiality of all collected data was rigorously maintained throughout the study.

**Authors' Contributions**

Conceptualization: Ahmad Mahmoudi

Data Collection: Rahim Zare

Data Analysis: Ahmad Mahmoudi

Manuscript Writing: Rahim Zare & Ahmad Mahmoudi

Review and Editing: Rahim Zare

Responsible for funding: Ahmad Mahmoudi

Literature Review: Ahmad Mahmoudi

Project Manager: Ahmad Mahmoudi

**Conflict of Interest**

The authors declare that there are no conflicts of interest that could have influenced the outcomes or interpretations presented in this article.

**Acknowledgments**

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



## پژوهش در ورزش زنان

Journal homepage: <https://spsvj.ssric.ac.ir>



نوع مقاله: پژوهشی

### گردشگری ورزشی بانوان: گامی مؤثر در توانمندسازی فردی و اجتماعی بانوان

رحیم زارع<sup>۱</sup> , احمد محمودی<sup>۲\*</sup>

۱. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۲. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۱/۳۰، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۸، تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۵/۰۵

\*نویسنده مسئول: E-mail: ah.mahmoudi@ut.ac.ir، احمد محمودی

**How to cite:** Zare, R and Mahmoudi, A. (2026). Women's Sports Tourism: An Effective Step towards Women's Individual and Social Empowerment. *Research on Women's Sports*, 3(10), 57-76. [In Persian]. doi: [10.22089/rws.2026.19181.1115](https://spsvj.ssric.ac.ir)

### چکیده

گردشگری ورزشی بانوان یکی از شاخه‌های پویای صنعت گردشگری است که نقش مهمی در توانمندسازی زنان در حوزه‌های مختلف دارد. هدف اصلی پژوهش حاضر، شناسایی عوامل و مؤلفه‌های کلیدی گردشگری ورزشی بانوان در راستای توانمندسازی فردی و اجتماعی بانوان بود. تحقیق از نوع کاربردی بود و از روش کیفی نظریه داده‌بنیاد بهره گرفته شد. به منظور کدگذاری از رهیافت نظام‌مند کوربین و اشتراوس استفاده شد. ابزار اصلی پژوهش مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بود که با ۱۷ تن از خبرگان رشته‌های مدیریت گردشگری، سیاستگذاری ورزشی، مدیریت دولتی، مدیریت توسعه، مطالعات زنان و خانواده، علوم و رفاه اجتماعی، مدیریت خانواده، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی، مشاوره و روان‌شناسی مصاحبه شد. مطابق با یافته‌های تحقیق، ۲۳۱ کد اولیه، ۱۰۲ کد باز ۲۱ کدمحوری ۴ کد انتخابی احصا شدند که نشان‌دهنده ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های اصلی تحقیق هستند. نتیجه گرفته می‌شود که گردشگری ورزشی می‌تواند فرصت‌های مختلفی را برای زنان ایجاد کند که زنان نه تنها نقش‌ها و مهارت‌های مختلفی را کسب کنند، بلکه نقش پررنگ‌تری در خانواده و جامعه نیز ایفا نمایند که خود، نمود اصلی توانمندسازی فردی و اجتماعی بانوان است.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، گردشگری ورزشی، بانوان، توانمندسازی، نظریه داده‌بنیاد.



## مقدمه

امروزه گردشگری ورزشی به دلیل افزایش آگاهی عمومی درباره سلامتی و تناسب‌اندام در سراسر جهان روندی رو به رشد دارد؛ در نتیجه تعداد رویدادهای ورزشی و فعالیت‌های تفریحی مرتبط با آن نیز همچنان رو به افزایش است (لین<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۲). بسیاری از اندیشمندان معتقدند که زنان نقش برجسته‌ای در صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی ایفا می‌کنند (ژانگ<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۴؛ ترিসانتی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۲؛ کوک<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰)؛ با این حال، نقش زنان در برخی حوزه‌های حرفه‌ای، از جمله گردشگری، به دلیل محدودیت‌های موجود در فرصت‌های اشتغال و فعالیت حرفه‌ای آنان، همواره با چالش‌ها و انتقادهایی روبه‌رو بوده است. (الاصقه و ریزک<sup>۵</sup>، ۲۰۲۱). حضور زنان از خانه گرفته تا کار در سازمان‌ها و شرکت‌ها حیاتی است (صمد و الهارثی<sup>۶</sup>، ۲۰۲۲).

برخی از اندیشمندان حوزه گردشگری معتقدند که در برخی از کشورها، زنان هنوز در بخش گردشگری کمتر حضور دارند و این احتمالاً به دلیل محدودیت‌هایی است که در این کشورها وجود دارد (صمد و الهارثی، ۲۰۲۲؛ هاپینگز<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۲۰؛ فوسنبرگ<sup>۸</sup>، ۲۰۱۳). از طرفی در سال‌های اخیر، روندهای فعلی نشان می‌دهند که زنان در حال دستیابی به کارهای بزرگ در صنعت گردشگری در سراسر جهان هستند (راسن<sup>۹</sup> و همکاران، ۲۰۲۱؛ ناتسون و اشמידگال<sup>۱۰</sup>، ۱۹۹۹). درواقع، اکثریت نیروی کار صنعت گردشگری را زنان تشکیل می‌دهند؛ با این حال، آنان به‌عنوان یکی از گروه‌های آسیب‌پذیر این صنعت شناخته می‌شوند (سازمان جهانی گردشگری<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۹؛ موسی<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۷). مشارکت زنان در گردشگری می‌تواند بهبود وضعیت فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... آنان را در پی داشته باشد (ابوشوق<sup>۱۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۱؛ آقازمانی و همکاران، ۲۰۲۰). زنان هرچه بیشتر احساس قدرت کنند، بهره‌وری بیشتری خواهند داشت. در برخی از کشورهای اسلامی و عربی این تصور نادرست وجود دارد که گردشگری با ارزش‌های دینی همخوانی ندارد؛ بنابراین زنان در حین کار در بخش گردشگری با مشکلاتی روبه‌رو می‌شوند (صمد و الهارثی، ۲۰۲۲؛ ابوشوق و همکاران، ۲۰۲۱). مشارکت در گردشگری و توانمندسازی اجتماعی می‌تواند به بهبود بخش گردشگری کمک کند و باعث شود مردم احساس ارتباط بیشتری با جامعه کنند (الشاعر<sup>۱۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۱)؛ اگرچه در برخی از کشورها متولیان و کارفرمایان حوزه گردشگری زنان را کمتر از مردان دارای صلاحیت می‌دانند (الروجعه<sup>۱۵</sup> و همکاران، ۲۰۲۰)، در واقعیت، زنان حرفه‌ای‌تر هستند و هنگام تعامل با مردم مهمان‌نوازی بیشتری نشان می‌دهند (مونی و رایان<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۹؛ کاتار<sup>۱۷</sup>، ۲۰۰۵)؛ از این رو نمی‌توان حضور آن‌ها در صنعت

1. Lin
2. Zhang
3. Trisanti
4. Koc
5. Alasgah & Rizk
6. Samad & Alharthi
7. Hutchings
8. Vossenber
9. Russen
10. Knutson & Schmidgall
11. WTO
12. Moosa
13. Abou-Shouk
14. Elshaer
15. Alrwajfah
16. Mooney & Ryan

گردشگری را نادیده گرفت. علاوه بر این، زنان در گردشگری می‌توانند وظایف خود را با موفقیت انجام دهند و بر چالش‌ها غلبه کنند (صمد و الهارثی، ۲۰۲۲). گردشگری ورزشی ماجراجویانه به‌عنوان فضایی برای هویت‌سازی و ابراز وجود عمل می‌کند و زنان را از مشاهده‌گری غیرفعال به سمت خودتأییدی فعال سوق می‌دهد. شواهد کیفی نشان می‌دهد که مشارکت زنان کوهنورد نخبه نه‌فقط به‌عنوان تلاشی جسمانی یا فنی، بلکه به‌عنوان مذاکره‌ای مستمر با انتظارات اجتماعی تجربه می‌شود؛ مذاکره‌ای که در آن، کنش ورزشی حامل انگیزه‌های ابراز وجود و هویت‌یابی است (گو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۶).

در صنعت گردشگری، گردشگری مرتبط با ورزش بانوان در سال‌های اخیر بیشتر مدنظر قرار گرفته و ابعاد مختلف آن بررسی شده است؛ اما همچنان ضروری است نقش این قشر از گردشگران ورزشی در مفاهیم بسیار مهمی چون توسعه فردی و اجتماعی، بیش‌ازپیش بررسی و واکاوی شود. کشور ما نیز از جمله کشورهای فعال در زمینه ورزش بانوان است که از این مقوله و مباحث مرتبط با آن، حمایت می‌کند. در سال‌های اخیر با توجه به درخشش بانوان کشور در اکثر رشته‌های ورزشی، ملاحظه می‌شود که استقبال آنان از گردشگری ورزشی بیشتر شده است و این مقوله با رغبت و حساسیت زیادی دنبال می‌شود. با درک نقش کلیدی صنعت گردشگری در تحقق توسعه پایدار، ضروری است به انواع مختلف گردشگری توجه شود. از آنجاکه بانوان نقش مهمی در گردشگری ورزشی و پیشبرد توسعه پایدار ایفا می‌کنند، برنامه‌ریزی برای توسعه این حوزه می‌تواند زمینه‌ساز رشد و تعالی پایدار صنعت گردشگری باشد. همچنین شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر گردشگری ورزشی بانوان در راستای توانمندسازی فردی و اجتماعی، می‌تواند مزایا و ظرفیت‌های این حوزه را برای این قشر مهم از جامعه تبیین کند؛ بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر، شناسایی و تبیین عوامل و مؤلفه‌های گردشگری ورزشی بانوان در زمینه توانمندسازی فردی و اجتماعی آنان است که با بهره‌گیری از روش پژوهش ترکیبی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

### گردشگری ورزشی

گردشگری ورزشی یکی از بخش‌هایی است که سریع‌ترین رشد را در صنعت گردشگری دارد (مورفولاکی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۳)؛ به عبارت کلی‌تر، گردشگری ورزشی یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های مهم این صنعت است که از ترکیب گردشگری و ورزش شکل گرفته است (طالقانی و غفاری<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴).

گیبسون<sup>۴</sup> (۱۹۹۸) گردشگری ورزشی را این‌گونه تعریف کرد: «سفر مبتنی بر اوقات فراغت که افراد را به طور موقت به خارج از جوامع خانگی خود می‌برد تا در فعالیت‌های جسمانی شرکت کنند، فعالیت‌های جسمانی را تماشا کنند، یا به جاذبه‌های مرتبط با فعالیت‌های جسمانی احترام بگذارند.» او حوزه‌های گردشگری ورزشی را به صورت گردشگری ورزشی فعال، گردشگری ورزشی رویدادی و گردشگری ورزشی نوستالژی تقسیم‌بندی کرد. گردشگری ورزشی مبتنی بر رویداد به رویدادهای ورزشی به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری مربوط می‌شود. تصمیم اصلی گردشگران ورزشی برای سفر، پیگیری رویدادهای ورزشی موردعلاقه است؛ بنابراین گردشگران ورزشی رویدادمحور یا برای شرکت در ورزش یا تماشای رویدادهای ورزشی یا با هدف انجام هر دو سفر می‌کنند (هوا و چیو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳).

### گردشگری ورزشی بانوان

17. Kattara

1. Guo

2. Morfoulaki

3. Taleghani & Ghafary

4. Gibson

5. Hua & Chiu

مشارکت نیروی کار زن در گردشگری در جهان به‌وضوح قابل‌مشاهده است (گاجیچ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). نرخ اشتغال زنان در گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان بسیار بالاتر از اشتغال آن‌ها در سایر بخش‌های اقتصادی است. در مورد خود زنان و جایگاه آن‌ها، واقعیت این است که زنان بیش از مردان در این صنعت مشغول به کار هستند (یانگ<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۷).

مبانی نظری در این زمینه نشان می‌دهد که ادراک به تفسیر فردی از موقعیت‌ها اشاره دارد و بر نگرش افراد درباره توانایی زنان در انجام فعالیت‌ها و ایفای نقش‌های مختلف در صنعت گردشگری تأثیر می‌گذارد (صمد و الهارثی، ۲۰۲۲). با توجه به نظر فیگئوئا-دومک<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۲۰) از دیدگاه اقتصاد سیاسی فمینیستی، هنگام بحث درباره جنسیت در گردشگری و کارآفرینی، مردان به‌عنوان الگوهای نقش بسیار مسلط به تصویر کشیده می‌شوند. اکثر کارفرمایان بر این باورند که همکاران مرد در کار خود بسیار بهتر از زنان عمل می‌کنند؛ در نتیجه زنان در زمان استخدام برای یک شغل یا تعیین وظایف مهم به آن‌ها، ارزش کمتری نسبت به مردان دارند. علاوه بر این، هاجینگز<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود گزارش کردند که در بسیاری از کشورهای اسلامی از جمله کشورهای خاورمیانه، به دلیل محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی در مورد نقش زنان در جامعه، نابرابری جنسیتی در صنعت گردشگری وجود دارد. علاوه بر این، جنبه‌های فرهنگی به طور درخور توجهی درک زنان از توانمندسازی را تعیین می‌کنند (آقامانی و همکاران، ۲۰۲۰). در عمان، ادراک از آثار زنان نقش مهمی در تعیین توانمندسازی و مشارکت زنان در گردشگری دارد (السوافی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶). محققان دیدگاه‌های مثبتی درباره زنان شاغل در بخش گردشگری، به‌ویژه در مشاغل دولتی بیان کردند (السوافی، ۲۰۱۶). ادبیات نشان می‌دهد که توانمندسازی اجتماعی به طور درخور توجهی بر مشارکت گردشگری تأثیر می‌گذارد (الشاعر و همکاران، ۲۰۲۱).

به اعتقاد جکسون و هندرسون<sup>۶</sup> (۱۹۹۵)، بانوانی که به گردشگری ورزشی می‌پردازند، سطح یکسانی از اوقات فراغت را تجربه نکرده‌اند. در طول این مدت، بسیاری از مدل‌های محدودیت برای درک رفتار اوقات فراغت معرفی شده‌اند و پذیرفته‌شده‌ترین مدل، مدل ارائه‌شده توسط کرافورد<sup>۷</sup> و همکاران (۱۹۹۱) بود که نشان داد محدودیت‌ها از یک‌سری عواملی شکل می‌گیرند که همانند زنجیره‌ای به هم متصل‌اند. این عوامل درون محدودیت‌های درون فردی، محدودیت‌های بین فردی و محدودیت‌های ساختاری هستند. محدودیت‌های درون فردی و بین فردی به‌عنوان قوی‌ترین عوامل تأثیرگذار بر ایجاد شیوه‌های اوقات فراغت نقش ایفا می‌کنند (کرافورد و همکاران، ۱۹۹۱)؛ بنابراین، فرض بر این است که هر فرد سه نوع محدودیت را به صورت سلسله‌مراتبی در فرایند تصمیم‌گیری مشارکت خود تجربه می‌کند (هابارد و مانل<sup>۸</sup>، ۲۰۰۱). محدودیت‌های درون فردی که توسط زنان در مشارکت در ورزش اوقات فراغت درک می‌شود، شامل خجالتی بودن، خودآگاهی و فقدان مهارت‌ها، عزت‌نفس، انگیزه و آگاهی از در دسترس بودن فرصت‌ها برای مشارکت است (لیکتی<sup>۹</sup> و

1. Gajić

2. Yang

3. Figueroa-Domecq

4. Hutchings

5. Alsawafi

6. Jackson &amp; Henderson

7. Crawford

8. Hubbard &amp; Mannell

9. Liechty

همکاران، ۲۰۰۶). از آنجاکه گردشگری ورزشی مبتنی بر رویداد نیازمند چالش‌های فیزیکی و ذهنی است، بسیاری از زنان امکان مشارکت را از دست می‌دهند؛ زیرا به توانایی‌های خود برای مقابله فیزیکی و عاطفی و توسعه مهارت‌های جدید یا اعتماد به توانایی‌های موجود خود اطمینان ندارند (هبرلین و فریدمن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵). محدودیت‌های بین‌فردی در گردشگری ورزشی مبتنی بر رویداد در نتیجه در دسترس نبودن دیگران رخ می‌دهد، که از شرکت زنان در رویدادهای ورزشی که نیاز به شرکا یا اعضای تیم دارند، جلوگیری می‌کند (هوا و چیو، ۲۰۱۳). زمانی که زنان نمی‌توانند دوست، عضو خانواده یا شریک زندگی خود را برای شرکت در رویدادهای ورزشی مدنظر خود پیدا کنند، با محدودیت‌های بین‌فردی مواجه می‌شوند. از جمله محدودیت‌های بین‌فردی شناسایی شده توسط محققان می‌توان به یافتن یک همراه یا شریک زندگی، ترس از مشارکت به تنهایی و نبود حمایت خانواده اشاره کرد (ویلکاکس<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۰). محدودیت‌های ساختاری شامل منابع و دلایلی است که بین ترجیحات یا انتخاب‌های اوقات فراغت و مشارکت واقعی قرار می‌گیرد (کرافورد و گادبی<sup>۳</sup>، ۱۹۸۶). همان طور که در اکثر مطالعات مشخص شده است، مسائل محدودیت ساختاری که زنان در فعالیت‌های گردشگری ورزشی تجربه می‌کنند، شامل مراحل دوره زندگی خانوادگی، منابع مالی و زمان می‌شود (هوا و چیو، ۲۰۱۳). زمان و پول رایج‌ترین محدودیت‌هایی هستند که زنان نسبت به دنبال کردن فعالیت‌های تفریحی ورزشی موردعلاقه خود احساس می‌کنند (تریل<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۸). روال‌های سفت و سخت روزانه زنان درمورد وظایف خانه، مسئولیت مراقبت از کودکان و «اخلاق مراقبت» از سایر افراد در زندگی آن‌ها برنامه‌ریزی شده است (سامدال و جکوبویچ<sup>۵</sup>، ۱۹۹۷).

### گردشگری ورزشی بانوان و توسعه فردی و اجتماعی آن‌ها

گردشگری ورزشی به‌عنوان یکی از شاخه‌های پویای صنعت گردشگری، نقش مهمی در توانمندسازی زنان از طریق افزایش مشارکت اجتماعی، بهبود سلامت جسمی و روانی و تقویت هویت فردی و جمعی دارد. این حوزه با ترکیب ورزش و سفر، فرصت‌های بی‌شماری برای بانوان ایجاد می‌کند تا در عرصه‌های مختلف فردی و اجتماعی رشد کنند (رحمان و شاه<sup>۶</sup>، ۲۰۲۳). در رابطه با این موضوع، با توجه به نظر پیترز و آلتزویچ<sup>۷</sup> (۲۰۱۷)، پیوند بین گردشگری و توسعه بسیار پیچیده است. شورای جهانی سفر و گردشگری<sup>۸</sup> (۲۰۱۷) بر توسعه گردشگری پایدار به‌عنوان برآورده کردن نیاز بازدیدکنندگان حال و آینده با توجه کمتر به نیازهای جامعه محلی، فرهنگ، جامعه، محیط زیست محیطی و تنوع زیستی تمرکز دارد. توسعه گردشگری پایدار نیز براساس عدالت اجتماعی، توسعه اقتصادی و یکپارچگی محیطی تعریف شده است (سازمان بین‌المللی کار<sup>۹</sup>، ۲۰۱۷). این تعریف نشان می‌دهد که تعهد به توسعه گردشگری پایدار افزایش رونق اقتصادی از سهم گردشگری، ایجاد شغل، حفظ محیط زیست و فرهنگ و تضمین رقابت برای منافع بلندمدت است. به گفته دابروفسکی<sup>۱۰</sup> و همکاران (۲۰۱۹)، زنان توانمند می‌توانند از نظر توانایی خود در تصمیم‌گیری‌های مربوط به اموال، تصمیم‌گیری‌های برنامه‌ریزی

1. Heberlein & Fredman

2. Wilcox

3. Crawford & Godbey

4. Trail

5. Samdahl & Jekubovic

6. Rahman & Shah

7. Peeters & Ateljevic

8. World Travel & Tourism Council (WTTC)

9. ILO

10. Dabrowski

کسب‌وکار و تصمیمات مربوط به کسب‌وکار به توسعه گردشگری پایدار کمک کنند. ادبیات نشان می‌دهد که مشارکت زنان در تجارت گردشگری نقش مهمی در توسعه پایدار گردشگری دارد (صمد و الهارثی، ۲۰۲۲). مشارکت زنان در گردشگری، ارزش‌های جامعه را ارتقا می‌دهد و تأثیر مثبت گردشگری بر توسعه پایدار را افزایش می‌دهد (چونز، ۲۰۰۰). زنان می‌توانند در توسعه کسب‌وکار پایدار گردشگری، از طریق مشارکت در برنامه‌ریزی تجاری، تصمیم‌گیری‌های خانوادگی و تجاری و همچنین در سطح سیاست‌گذاری ملی نقش مؤثری ایفا کنند. در سطح جهانی، سهم زنان در بخش گردشگری حدود ۵۴ درصد است (والک و المحرزی، ۲۰۲۱)؛ برای مثال، در فنلاند و استونی، سهم زنان در این بخش به بیش از ۶۵ درصد می‌رسد (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۲۲). همان‌طور که اشاره شد، در بسیاری از کشورها مشارکت زنان در بخش گردشگری هنوز اندک است و فعالیت‌های بیشتری برای ارتقای موقعیت زنان و افزایش مشارکت آنان در این بخش ضروری است (فرگوسن و آلارکون، ۲۰۱۶). مشارکت در فعالیت‌های ورزشی مانند کوهنوردی، دوچرخه‌سواری یا ورزش‌های آبی در طول سفر، به بهبود سلامت جسمی و کاهش استرس منجر می‌شود (گیبسون، ۲۰۱۹). مطالعات نشان داده‌اند که زنان شرکت‌کننده در تورهای ورزشی، سطح بالاتری از رضایت از زندگی و اعتمادبه‌نفس را گزارش می‌کنند (پیرا و همکاران، ۲۰۲۱).

همان‌طور که در مطالب یادشده ملاحظه می‌شود، اکثر اندیشمندان از دیدگاه‌های مختلفی به این قضیه می‌نگرند و تحقیقی که بتواند رویکرد جامع و کاملی در زمینه توسعه فردی و اجتماعی گردشگری ورزشی بانوان ارائه کند، کمتر یافت می‌شود؛ از این‌رو پژوهش حاضر ضمن ارائه مبانی نظری مرتبط، درصدد پر کردن این خلأ و شکاف نظری است و می‌کوشد مباحثی جدید و مستند در این زمینه ارائه کند.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت، از نوع پژوهش‌های کیفی است که با استفاده از روش کیفی نظریه داده‌بنیاد به شناسایی عوامل و مؤلفه‌های موجود می‌پردازد. نظریه داده‌بنیاد، روش تحقیق کیفی است که گلیزر و اشتراوس<sup>۶</sup> (۲۰۱۷) توسعه دادند. در این روش، محققان از قبل فرضیه‌های نظری را ارائه نمی‌کنند، بلکه پس از تعیین دامنه تحقیق، استخراج مفاهیم اصلی در فرایند مقایسه و تکمیل مستمر، توسعه مقوله‌ها و رابطه بین طبقات، به طور مستقیم تجربیات را از داده‌ها و اطلاعات به‌دست‌آمده خلاصه می‌کنند (کوربین و استراس<sup>۷</sup>، ۲۰۱۲). این روش سه رهیافت دارد که در این تحقیق، از رهیافت نظام‌مند کوربین و اشتراوس استفاده شد. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بود که با خبرگان رشته‌های مدیریت گردشگری، سیاست‌گذاری ورزشی، مدیریت دولتی، مدیریت توسعه، مطالعات زنان و خانواده، علوم و رفاه اجتماعی، مدیریت خانواده، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی، مشاوره و روان‌شناسی انجام شد. خبرگان مذکور از متخصصان و اساتید این حوزه موضوعی بودند که در این زمینه هم سابقه اجرایی و هم سابقه آکادمیک داشتند. این افراد با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند شناسایی و سپس با آن‌ها مصاحبه شد. براساس قاعده اشباع نظری، با ۱۷ نفر از خبرگان مصاحبه انجام گرفت و صحبت‌های آن‌ها به صورت دستی و در قالب کدهای باز، محوری و انتخابی ثبت شد.

- 
1. Scheyvens
  2. Valek & Almuhrzi
  3. WTO
  4. Ferguson & Alarcón
  5. Pereira
  6. Glaser & Strauss
  7. Corbin & Strauss

رویکرد کدگذاری، استقرایی (از جزء به کل) بود و تمامی گزاره‌های استخراج‌شده از نظر موضوعی و محتوایی با یکدیگر ارتباط و هم‌راستایی داشتند. شایان ذکر است، در این پژوهش، از رویکرد نمونه‌گیری نظری (حساس به نظریه) استفاده شد؛ یعنی انتخاب خبرگان اولیه براساس معیارهای تخصص و تجربه در حوزه‌های مرتبط (مدیریت گردشگری، سیاست‌گذاری ورزشی، مطالعات زنان و...) صورت گرفت و در مراحل بعدی، با ظهور مفاهیم و مقوله‌های اولیه از دل داده‌ها، محققان به صورت هدفمند به سراغ خبرگانی رفتند که می‌توانستند به پرورش و غنای مقوله‌های نوظهور کمک کنند. این فرایند تا جایی ادامه یافت که مقوله‌ها به اشباع نظری رسیدند؛ به گونه‌ای که مصاحبه‌های جدید اطلاعات تازه‌ای به کدهای قبلی نمی‌افزودند. کدهای مستخرج در جدول (۱) ارائه شده‌اند.

جدول ۱- مشخصات و ویژگی‌های خبرگان تحقیق

Table 1- Demographic and professional characteristics of research experts

| ویژگی‌ها            | میزان            | تعداد     | درصد    |
|---------------------|------------------|-----------|---------|
| Characteristics     | Category         | Frequency | Percent |
| سن                  | 20 تا 30 سال     | 0         | 0       |
|                     | 31 تا 40 سال     | 3         | 18%     |
|                     | 41 تا 50 سال     | 6         | 35%     |
|                     | 50 سال و بیشتر   | 8         | 47%     |
| تحصیلات             | کارشناسی         | 0         | 0       |
|                     | کارشناسی‌ارشد    | 1         | 6%      |
|                     | دکتری            | 16        | 94%     |
|                     |                  |           |         |
| سابقه/سنوات خدمت    | 1 تا 10 سال      | 1         | 6%      |
|                     | 11 تا 20 سال     | 4         | 23.5%   |
|                     | 21 تا 30 سال     | 8         | 47%     |
|                     | 30 سال و بیشتر   | 4         | 23.5%   |
| حوزه تخصصی و اجرایی | اداری            | 5         | 29%     |
|                     | فرهنگی و اجتماعی | 4         | 24%     |
|                     | ورزشی            | 8         | 47%     |

در مرحله اول، محققان شروع به جمع‌آوری داده‌ها و کدگذاری باز کردند. در این مرحله، داده‌ها خط به خط و جمله به جمله بررسی شدند و کدهای اولیه به آن‌ها اختصاص داده شد. پس از کدگذاری باز، محققان کدهای اولیه را مرور کرده و

مهم‌ترین و پرتکرارترین آن‌ها را شناسایی کردند. این کدها برای دسته‌بندی و سازمان‌دهی حجم انبوه داده‌ها به کار رفتند و درواقع، کدهای محوری استخراج شدند. در این مرحله، داده‌ها، کدها، مفاهیم و رویدادها به طور مداوم با یکدیگر مقایسه شدند تا شباهت‌ها، تفاوت‌ها و الگوهای پنهان در داده‌ها کشف شود. در مرحله بعد، محققان صرفاً بر داده‌هایی متمرکز شدند که به توسعه و پرورش مقوله‌های محوری و روابط بین آن‌ها کمک می‌کند که به آن‌ها کدگذار انتخابی می‌گویند. مدت زمان هر مصاحبه به طور میانگین ۴۷ دقیقه بود. به‌منظور رعایت ملاحظات اخلاقی و اصول علمی و ادبی، برای استفاده از داده‌ها و اطلاعات حاصل از هر مصاحبه، از خبرگان مشارکت‌کننده رضایت شفاهی اخذ شد و پیش از آغاز هر مصاحبه، خلاصه‌ای از کلیات تحقیق به همراه اهداف اصلی و فرعی به آن‌ها ارائه شد که محورهای اصلی مصاحبه نیز برگرفته از آن موارد بودند. در مصاحبه پانزدهم اشباع نظری حاصل شد، اما به‌منظور رعایت اصل صحت و اطمینان در کدگذاری، مصاحبه‌ها تا دو نفر بعدی نیز ادامه یافت و طبق قاعده اشباع نظری، در مصاحبه هفدهم، فرایند مصاحبه به پایان رسید.

در طول فرایند تحقیق، مقایسه مستمر داده‌ها در سه سطح انجام شد: (۱) در هر مصاحبه، اطلاعات با یکدیگر مقایسه شدند، (۲) داده‌ها و اطلاعات مصاحبه‌های مختلف نیز با یکدیگر مقایسه شدند و (۳) کدها و مقوله‌های استخراج‌شده با ادبیات نظری موجود نیز مقایسه شدند. این فرایند مقایسه‌ای مداوم، امکان شناسایی شباهت‌ها، تفاوت‌ها و الگوهای پنهان در داده‌ها را فراهم آورد و به شکل‌گیری تدریجی مقوله‌های محوری و نهایی انجامید. همچنین محققان در تمام مراحل تحقیق از جمع‌آوری داده‌ها تا کدگذاری و تحلیل، یادداشت‌های نظری<sup>۱</sup> تهیه کردند. این یادداشت‌ها شامل سؤالات ذهنی محققان درباره داده‌ها، تأملات تحلیلی، ایده‌های اولیه درباره ارتباط میان مفاهیم و خطوط اولیه مدل پارادایمی بود. این یادداشت‌ها به‌عنوان پلی ارتباطی میان داده‌های خام و نظریه نهایی عمل کرد و به محققان کمک کرد تا روابط میان مقوله‌ها را شناسایی و مدل نهایی را ترسیم نمایند؛ به این ترتیب، فرایند کدگذاری در این پژوهش (باز، محوری و انتخابی) کاملاً منطبق با رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین و با رعایت اصول سه‌گانه نمونه‌گیری نظری، مقایسه مستمر و یادداشت‌برداری نظری انجام شد.

به‌منظور سنجش پایایی تحقیق، از رویکرد پایایی بازآزمون استفاده شد. هدف این روش، بررسی میزان سازگاری و تطابق کدگذاری و طبقه‌بندی اطلاعات در طول زمان است؛ از این‌رو محققان از میان مصاحبه‌های انجام‌شده به صورت تصادفی چهار مصاحبه (مصاحبه‌های دوم، هفتم، یازدهم و پانزدهم) را انتخاب کرده و هرکدام را در دو مرحله و در یک فاصله زمانی ۴۰ روزه، کدگذاری کردند. نتایج حاصل در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲- پایایی بازآزمون مصاحبه‌های تحقیق  
Table 2- Test-retest reliability of interviews

| پایایی بازآزمون<br>Test-retest<br>reliability | تعداد عدم توافقات<br>Disagreements | تعداد توافقات<br>Agreements | تعداد کدها<br>Number of<br>codes | مصاحبه<br>Interview |
|-----------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|---------------------|
| 0.81                                          | 3                                  | 15                          | 37                               | دوم<br>Second       |
| 0.87                                          | 5                                  | 18                          | 41                               | هفتم<br>Seventh     |

1. Memos

|                      |    |    |   |      |
|----------------------|----|----|---|------|
| یازدهم<br>Eleventh   | 36 | 17 | 3 | 0.94 |
| پانزدهم<br>Fifteenth | 31 | 14 | 3 | 0.90 |

همان طور که از مقادیر جدول (۲) ملاحظه می‌شود، مقدار کل پایایی بازآزمون ۸۸ است که پایایی بازآزمون بالای مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد؛ بر این اساس، می‌توان دریافت که پایایی رویکرد کدگذاری این تحقیق تأیید می‌شود.

## نتایج

همان‌گونه که بیان شد، در این پژوهش از روش نظریه داده‌بنیاد با رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین برای کدگذاری مصاحبه‌ها استفاده شد. بدین منظور، پس از انجام مصاحبه‌ها، محتوای هر مصاحبه از طریق ضبط صدا و یادداشت‌برداری مستندسازی و سپس در جداول جداگانه‌ای نوشته شد. در ادامه، با بهره‌گیری از فرایند رفت‌وبرگشتی تحلیل داده‌ها، کدهای خام یا اولیه استخراج و برای مرحله کدگذاری باز آماده شدند. نمونه‌ای از کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول ۳- نمونه‌ای از کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها

Table 3- Sample of interview coding in the research

| ردیف<br>Row | متن مصاحبه<br>Interview text                                                                                                                                    | کدگذاری اولیه<br>Initial coding             |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 1           | گردشگری ورزشی بانوان به‌عنوان یکی از فرصت‌های اصلی کشور است که در زمینه‌های فردی، اقتصادی، اجتماعی و... تأثیرات مثبت و سازنده‌ای دارد.                          | ایجاد فرصت‌های چندگانه برای بانوان          |
| 2           | گردشگری ورزشی بانوان می‌تواند شأن و جایگاه بانوان را در جامعه بیشتر کرده و علاوه بر مهارت‌های فردی، مهارت‌های اجتماعی آنان را نیز افزایش دهد.                   | ارتقای مهارت‌های فردی و اجتماعی بانوان      |
| 3           | این نوع از گردشگری می‌تواند رویکردهای مختلفی را در جامعه ایجاد کند که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به ایجاد روحیه سازنده در بانوان و پیشرفت آن‌ها اشاره کرد.       | ایجاد روحیه سازنده در بانوان                |
| 4           | از نظر بسیاری از اندیشمندان، گردشگری ورزشی بانوان می‌تواند توسعه مهارت‌ها را هم‌راستا با ارتقای سلامت آنان تداعی کند.                                           | ارتقای سلامت بانوان                         |
| 5           | گردشگری ورزشی بانوان می‌تواند برنامه‌های ویژه‌ای را برای بانوان با شرایط خاص در حوزه سلامت و روان فراهم آورد که هم برای این قشر و هم برای جامعه مفید خواهد بود. | بهبود سلامت و روان                          |
| 6           | این نوع از گردشگری می‌تواند تعامل با گروه‌های مختلف در سفرهای ورزشی را تسهیل کرده و فرصتی برای ایجاد ارتباطات جدید و تبادل تجربیات فراهم کند.                   | ایجاد و بهبود ارتباطات جدید و تبادل تجربیات |
| 7           | برنامه‌های گردشگری ورزشی بانوان اغلب شامل کار گروهی و حل چالش‌هاست که به بانوان کمک می‌کند مهارت‌های تصمیم‌گیری و مدیریتی خود را توسعه دهند.                    | توسعه مهارت‌های تصمیم‌گیری و مدیریتی بانوان |

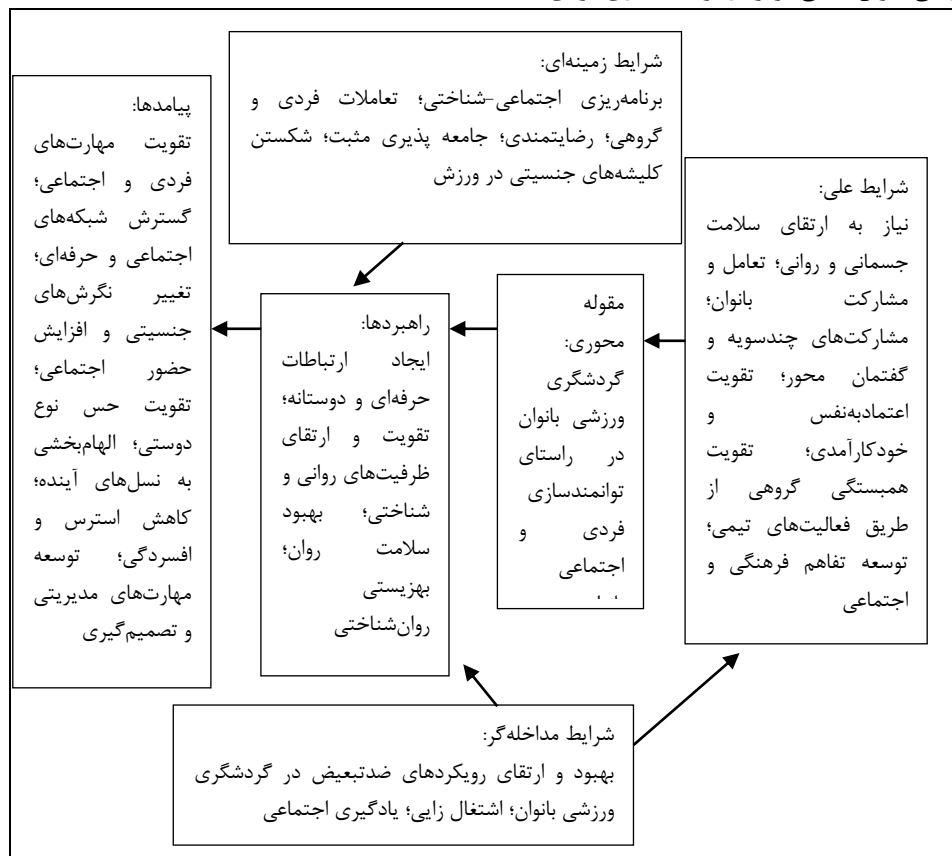
براساس رویکرد استقرایی، ۲۳۱ کد اولیه مستخرج از لحاظ مفهومی و محتوایی بررسی و کدهای باز استخراج شدند. برای توضیح بیشتر باید گفت، کدگذاری باز فرایند تحلیل داده‌ها است که طی آن، مفاهیم و مشخصه‌های اصلی شناسایی می‌شوند. در این مرحله، ۱۰۲ کد باز استخراج شد. در مرحله بعد، هریک از کدهای باز نیز از لحاظ مفهومی و محتوایی بررسی و کدهای محوری استخراج شدند که تعداد آن‌ها ۲۱ کد بود. در این نوع کدگذاری، مفاهیم پیرامون یک مقوله یا محور اصلی سازمان‌دهی می‌شوند. سپس همین حرکت از جزء به کل ادامه یافت و کدهای انتخابی نیز احصا شدند که تعداد آن‌ها ۴ کد بود. تمامی کدهای استخراج‌شده در جدول (۴) ارائه شده‌اند.

## جدول ۴- کدهای باز، محوری و انتخابی پژوهش

Table 4- Open, axial, and selective codes of the research

| کدهای انتخابی<br>Selective codes            | کدهای محوری<br>Axial codes                                                                                                                                             | کدهای باز<br>Open codes                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| تقویت مهارت‌های فردی و اجتماعی              | تقویت اعتماد به نفس و خودکارآمدی؛ اشتغال‌زایی؛ تعامل و مشارکت بانوان؛ توسعه مهارت‌های مدیریتی و تصمیم‌گیری؛ تعاملات فردی و گروهی؛ مشارکت‌های چندسویه و گفت‌وگو محور    | ارتقای مهارت‌های زندگی (P1)؛ برقراری ارتباط مؤثر (P2)؛ انگیزه فرد (P3)؛ فرصت‌های محیطی و حمایت اجتماعی (P4)؛ تکنیک‌های افزایش مهارت‌های فردی و اجتماعی (P21)؛ دستیابی به موفقیت در زندگی (P22)؛ مهارت اجتماعی (P23)؛ آموزش مهارت‌های فردی و اجتماعی (P24)                            |
| گسترش شبکه‌های اجتماعی و حرفه‌ای            | جامعه‌پذیری مثبت؛ ایجاد ارتباطات حرفه‌ای و دوستانه؛ رضایتمندی؛ تقویت همبستگی گروهی از طریق فعالیت‌های تیمی؛ یادگیری اجتماعی؛ توسعه تفاهم فرهنگی و اجتماعی              | اجتماعی‌شدن (P25)؛ طراحی برنامه‌های شخصی‌سازی‌شده و اجتماعی (P26)؛ پذیرفته‌شدن وظایف و نقش‌ها (P27)؛ شخصیت فردی و اجتماعی (P28)؛ تحول اخلاقی (P45)؛ معیارهای رفتاری و ارزشی (P46)؛ فرایندهای تعامل (P47)                                                                             |
| تغییر نگرش‌های جنسیتی و افزایش حضور اجتماعی | تقویت حس نوع‌دوستی؛ شکستن کلیشه‌های جنسیتی در ورزش؛ الهام‌بخشی به نسل‌های آینده؛ بهبود و ارتقای رویکردهای ضد تبعیض در گردشگری ورزشی بانوان؛ برنامه‌ریزی اجتماعی-شناختی | افق‌ها و نگرش‌های جدید (P48)؛ الگوسازی مثبت (P49)؛ تغییر دیدگاه‌ها و نگرش‌ها (P50)؛ توجه به ارزش‌های جنسیتی (P73)؛ تحول و حرکت‌های اصلاح‌گرایانه (P74)؛ زدودن تفکرات سوء و جهت‌دارانه (P75)                                                                                          |
| ارتقای سلامت جسمانی و روانی                 | کاهش استرس و افسردگی؛ افزایش فعالیت جسمانی و کاهش بیماری‌های مزمن؛ بهبود سلامت روان؛ تقویت و ارتقای ظرفیت‌های روانی و شناختی؛ بهزیستی روان‌شناختی                      | پیامدهای مثبت و سازنده تفریح و گردشگری (P76)؛ برنامه‌های جامع سلامتی (P77)؛ روحیه و شادابی (P78)؛ مدیریت استرس و تنش‌ها (P79)؛ تقویت بهداشت روان (P99)؛ روش‌های بهبود و تقویت روح و روان (P100)؛ حفظ سلامت روح و روان (P101)؛ سلامت فکر و قدرت سازگاری فرد با محیط و اطرافیان (P102) |

همان‌طور که در جدول (۴) ملاحظه می‌شود، کدهای مستخرج دارای ارتباط و سنخیت مفهومی و محتوایی با یکدیگر هستند که در ادامه به طور کامل توضیح داده می‌شوند. در شکل (۱) الگوی پارادایمی حاصل نمایش داده شده است.



شکل ۱- الگوی پارادایمی ابعاد و مؤلفه‌های گردشگری ورزشی بانوان در راستای توانمندسازی فردی و اجتماعی بانوان  
Figure 1- The Paradigmatic patterns of dimensions and components of women's sports tourism in line with individual and social empowerment of women

گردشگری ورزشی به‌عنوان یکی از شاخه‌های پویای صنعت گردشگری، ترکیبی از فعالیت‌های ورزشی و تجربه سفر است. برای بانوان، این نوع گردشگری نه‌تنها فرصتی برای فعالیت جسمانی و سلامت فراهم می‌کند، بلکه به‌عنوان بستری برای تقویت مهارت‌های فردی و اجتماعی نیز است. گردشگری ورزشی می‌تواند افزایش اعتمادبه‌نفس و مواجهه با چالش‌های جدید در بانوان را بیشتر کند. درواقع، این نوع گردشگری نشان می‌دهد که موفقیت در فعالیت‌های ورزشی، باور فرد به توانایی‌های بانوان را افزایش می‌دهد. همچنین بانوان در سفرهای ورزشی یاد می‌گیرند چگونه منابع را مدیریت کنند و با شرایط غیرمنتظره سازگار شوند که خود، نمونه بارز تأثیر گردشگری ورزشی بر مهارت‌های فردی و اجتماعی بانوان است. گردشگری ورزشی بانوان می‌تواند ضمن ایجاد فرصت‌های شغلی و بهبود وضعیت و معیشت بانوان، تقویت کار تیمی و فعالیت‌های گروهی در آنان را بیشتر کند. این مقوله، هماهنگی و اعتماد متقابل آن‌ها را بیشتر می‌کند و سبب شکل‌گیری مشارکت‌های چندسویه و گفت‌وگو محور می‌شود.

گردشگری ورزشی نه‌تنها فعالیت تفریحی، بلکه بستری قدرتمند برای توسعه شبکه‌های اجتماعی و حرفه‌ای بانوان است. این حوزه با ترکیب تعاملات انسانی، فعالیت‌های گروهی و فرصت‌های مختلف، بستری ایده‌آل برای ایجاد ارتباطات پایدار فراهم می‌کند. رویدادهای ورزشی گروهی می‌توانند مکانیسم‌های گسترش شبکه‌ها در گردشگری ورزشی را فعال‌تر کنند و نقش مهمی در ایجاد و بهبود ارتباطات و شبکه‌سازی حرفه‌ای و دوستانه داشته باشند. این مقوله باعث می‌شود تا اشتراک‌گذاری

تجربیات و جذب فرصت‌های همکاری بیشتر شده و تأثیرات شبکه‌سازی بر رشد حرفه‌ای بانوان را سبب شود. از جمله مهم‌ترین پیامدهای مهم این گسترش شبکه‌های اجتماعی و حرفه‌ای، در زمینه یادگیری اجتماعی و توسعه تفاهم فرهنگی و اجتماعی است که به‌نوعی تقویت هویت حرفه‌ای را به همراه خواهد داشت. تغییر نگرش‌های جنسیتی و افزایش حضور اجتماعی در گردشگری ورزشی بانوان به‌عنوان یک عامل توانمندساز، تأثیرات عمیقی بر تغییر نگرش‌های جنسیتی دارد که می‌تواند شکستن کلیشه‌های جنسیتی در برخی از حوزه‌ها شود؛ برای مثال، فعالیت‌هایی مانند کوهنوردی، سنگ‌نوردی و ورزش‌های ماجراجویانه که قبلاً «مردانه» تلقی می‌شدند، اکنون توسط بانوان به چالش کشیده می‌شوند. این مقوله می‌تواند به تقویت حس نوع‌دوستی و بهبود و ارتقای رویکردهای ضد تبعیض در گردشگری ورزشی بانوان منجر شود. برنامه‌ریزی اجتماعی-شناختی که یکی از مؤلفه‌های اصلی در این حوزه است، می‌تواند خودکارآمدی، انگیزش، ایجاد فرصت‌ها و مشارکت و یادگیری برای بانوان را به ارمغان آورد. گردشگری ورزشی بانوان می‌تواند موجبات بهبود شاخص‌های سلامت جسمانی و روانی را ایجاد کند. به دلیل اینکه ماهیت گردشگری ورزشی، دو مقوله «تفریح و ورزش» است، علائم اضطراب و افسردگی را کاهش می‌دهد و بهزیستی را به ارمغان می‌آورد.

### بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری ورزشی بانوان می‌تواند به‌عنوان یک ابزار توانمندسازی، هم‌زمان سلامت جسمی و روانی، مهارت‌های فردی و اجتماعی آنان را ارتقا دهد. برای بهره‌برداری کامل، به برنامه‌ریزی مبتنی بر پژوهش‌های بین‌رشته‌ای (ورزش، روانشناسی، گردشگری) نیاز است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که گردشگری ورزشی به خودی خود دگرگونی اجتماعی ایجاد نمی‌کند، بلکه فضایی از امکان‌پذیری می‌گشاید که پیش از این وجود نداشته است. این فضا به زنان اجازه می‌دهد تا فراتر از مرزهای جنسیتی، طبقاتی، قومی و مذهبی ارتباط برقرار کنند و هنجارهای سنتی را به چالش بکشند. همچنین مطابق با یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان دریافت که گردشگری ورزشی می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر و چندبعدی برای توانمندسازی فردی و اجتماعی بانوان عمل کند. درواقع، گردشگری ورزشی بانوان به‌مثابه موتور محرک توانمندسازی فردی و اجتماعی این قشر است که به‌عنوان پدیده‌ای چندبعدی، تأثیرات عمیقی بر ابعاد مختلف زندگی زنان دارد.

مطابق با یافته‌های پژوهش حاضر، گردشگری ورزشی بانوان با ایجاد فضایی امن برای تجربه‌اندوزی و رشد، بستری بی‌نظیر برای تحقق اهداف توانمندسازی فراهم می‌کند. درواقع، می‌توان نتیجه گرفت که گردشگری ورزشی نه‌تنها به‌عنوان فعالیت تفریحی، بلکه به‌مثابه ابزاری قدرتمند برای توانمندسازی زنان عمل می‌کند. از نظر فردی، این صنعت به بهبود سلامت، افزایش اعتمادبه‌نفس و استقلال مالی بانوان کمک می‌کند. از نظر اجتماعی نیز با تغییر کلیشه‌های جنسیتی، تقویت شبکه‌های زنان و ترویج توسعه پایدار، نقش مهمی در پیشرفت جامعه ایفا می‌کند. برای بهره‌برداری کامل از این پتانسیل، لازم است دولت‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد و بخش خصوصی با ایجاد زیرساخت‌های مناسب، آموزش و حمایت از برنامه‌های گردشگری ورزشی ویژه بانوان، بسترهای لازم را فراهم کنند.

مطابق با یافته‌های تحقیق، نتیجه گرفته می‌شود که گردشگری ورزشی بانوان به‌عنوان پارادایمی نوین در عرصه توسعه اجتماعی، با تلفیق ابعاد جسمانی، روانی و اجتماعی، ظرفیت بی‌نظیری برای ایجاد تحولات عمیق در زندگی زنان ایجاد کرده است. این پدیده چندبعدی، فراتر از فعالیت تفریحی، به ابزاری کارآمد برای خلق تغییرات پایدار در سطوح فردی و اجتماعی تبدیل شده است؛ به گونه‌ای که می‌تواند سرمایه اجتماعی را افزایش دهد و سلامت فردی و اجتماعی بانوان را بیش‌ازپیش کند. درواقع، گردشگری ورزشی بانوان باعث افزایش سطح سلامتی، تناسب‌اندام و کاهش بیماری‌های مرتبط با سبک زندگی کم‌تحرک می‌شود که به کاهش استرس، اضطراب و افسردگی کمک می‌کند و سلامت روان زنان را تقویت می‌نماید.

همچنین حضور زنان در فعالیتهای و عرصه‌های مختلف اجتماعی و... به آنها کمک می‌کند تا بر ترس‌های خود غلبه کرده و توانایی‌های خود را باور کنند. موفقیت در این فعالیتهای حس توفیق در آنها را تقویت می‌کند و به زنان انگیزه می‌دهد تا در سایر حوزه‌های زندگی نیز جسورانه عمل کنند. همچنین نتیجه گرفته می‌شود که برنامه‌های گروهی گردشگری ورزشی زنان را به کار تیمی، تصمیم‌گیری و حل مسئله تشویق می‌کند و برخی از زنان در این فعالیتهای به‌عنوان راهنما یا مربی ظاهر می‌شوند که این نقش‌ها مهارت‌های رهبری و مدیریتی آنها را تقویت می‌کند. افزون بر این، گردشگری ورزشی فرصت‌های شغلی مستقیم و غیرمستقیم برای زنان ایجاد می‌کند و آنها با کسب درآمد از این طریق، از نظر اقتصادی مستقل می‌شوند و نقش پررنگ‌تری در خانواده و جامعه ایفا می‌کنند.

یکی از نوآوری‌های پژوهش حاضر، بازتعریف نقش زنان در عرصه‌های عمومی از طریق حضور فعال در گردشگری ورزشی است که توانمندسازی فردی و اجتماعی آنان را در بر می‌گیرد. گردشگری ورزشی بانوان به‌عنوان راهبردی تحول‌آفرین، با تلفیق ابعاد مختلف توانمندسازی، ظرفیت ایجاد تغییرات عمیق در زندگی زنان و جوامع را دارد. این رویکرد نیازمند برنامه‌ریزی همه‌جانبه، مشارکت ذی‌نفعان متعدد، پایش مستمر نتایج و انعطاف‌پذیری در اجرا است که به‌عنوان یکی از پیشنهاد‌های اصلی تحقیق حاضر به متولیان امر است. یافته‌های پژوهش حاضر از نظر تأثیر گردشگری ورزشی بر مهارت‌های فردی بانوان با مطالعه هالمان<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۵)، در زمینه ارتقای سلامت جسمانی و روانی با تحقیق اسمیت و دیکمن<sup>۲</sup> (۲۰۲۰)، در رابطه با گسترش شبکه‌های ارتباطی با تحقیق گیسون<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۲) و در زمینه کاهش کلیشه‌های جنسیتی با تحقیق فینک<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۲) همسوست.

با توجه به یافته‌های پژوهش، برای نهادهای ذی‌نفع ورزش بانوان پیشنهادهای زیر ارائه می‌شوند:  
- تخصیص بودجه به‌منظور تسهیل مشارکت بانوان در برنامه‌های ملی گردشگری برای تجهیزات رایگان، کمک هزینه سفر و اقامت، صندوق مالی و... .

- توسعه زیرساخت‌های گردشگری ورزشی بانوان با ایجاد اقامتگاه‌ها و مسیرهای ورزشی ایمن، خدمات حمایتی ویژه زنان، پایگاه کمک‌رسانی، سامانه‌های آنلاین رزرو و... .

- تدوین شاخص سنجش مانند پرسشنامه‌های استاندارد، گزارش‌های تحلیلی، پیش‌آزمون و پس‌آزمون و... به منظور تخمین میزان اثربخشی برنامه‌های گردشگری ورزشی بر پیشرفت و توانمندی فردی بانوان.

- ایجاد شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های تخصصی برای بانوان فعال در عرصه ورزش به‌منظور تبادل تجربیات و ایجاد فرصت‌های جدید در رویدادها و مسابقات گروهی، انجمن‌های صنفی و نشست‌ها.

- برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی آنلاین و حضوری برای مدیران به‌منظور آشنایی با فرصت‌ها و چالش‌های حوزه گردشگری ورزشی بانوان.

1. Hallmann  
2. Smith & Diekman  
3. Gibson  
4. Fink

**پیام مقاله**

گردشگری ورزشی می‌تواند فرصت‌های مختلفی را برای زنان ایجاد کند که زنان نه تنها نقش‌ها و مهارت‌های مختلفی را کسب کنند، بلکه نقش پررنگ‌تری در خانواده و جامعه ایفا نمایند که خود، نمود اصلی توانمندسازی فردی و اجتماعی بانوان است.

**ملاحظات اخلاقی**

این پژوهش با رعایت کامل همه دستورالعمل‌های اخلاقی مرتبط انجام شد. رضایت آگاهانه از تمام مشارکت‌کنندگان پیش از همکاری آنان اخذ شد و محرمانگی همه داده‌های گردآوری‌شده در طول مطالعه به طور دقیق رعایت شد.

**مشارکت نویسندگان**

ایده‌پردازی: احمد محمودی  
جمع‌آوری داده‌ها: رحیم زارع  
تحلیل داده‌ها: احمد محمودی  
نوشتن مقاله: رحیم زارع و احمد محمودی  
بازبینی و ویرایش: رحیم زارع  
مرور ادبیات: احمد محمودی  
مدیر پروژه: احمد محمودی

**تعارض منافع**

نویسندگان اعلام می‌کنند که هیچ‌گونه تعارض منافی که بتواند بر نتایج یا تفسیرهای ارائه شده در این مقاله تأثیر بگذارد، وجود ندارد.

**تشکر و قدردانی**

این تحقیق در قالب طرح پژوهشی شماره ۳۱۰۵۹/۳ با استفاده از اعتبارات پژوهشی دانشگاه تهران انجام شده است. محققان بر خود لازم می‌دانند از همه افرادی که در گردآوری و تکمیل این پژوهش آن‌ها را یاری کردند، به پاس تلاش‌ها و مشارکتشان قدردانی نمایند.

**منابع**

1. Abou-Shouk, M. A., Mannaa, M. T., & Elbaz, A. M. (2021). Women's empowerment and tourism development: A cross-country study. *Tourism management perspectives*, 37, 100782. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100782>
2. Aghazamani, Y., Kerstetter, D., & Allison, P. (2020). Women's perceptions of empowerment in Ramsar, a tourism destination in northern Iran. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 79, p. 102340). Pergamon. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2020.102340>

3. Alasgah, Amnah A., and Eman S. Rizk. (2021). Empowering Saudi women in the tourism and management sectors according to the Kingdom's 2030 vision. *Journal of Sustainable Finance & Investment*. 13(1), 16-43. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1874217>
4. Alrwajfah, M. M., Almeida-García, F., & Cortés-Macías, R. (2020). Females' perspectives on tourism's impact and their employment in the sector: The case of Petra, Jordan. *Tourism Management*, 78, 104069. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104069>
5. Alsawafi, A. M. (2016). Exploring the challenges and perceptions of Al Rustaq College of Applied Sciences students towards Omani women's empowerment in the tourism sector. *Tourism Management Perspectives*, 20, 246-250. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.10.004>
6. Corbin, J. & Strauss, A. (2012). *Basics of qualitative research Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (third ed.), Sage, London (2012), <https://doi.org/10.4135/9781452230153>
7. Craig, L., Mullan, K. and Blaxland, M. (2010), Parenthood, policy and work-family time in Australia 1992-2006. *Work, Employment and Society*, 24(1), 1-19. <https://doi.org/10.1177/0950017009353778>
8. Crawford, D., & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9, 119-127. <https://doi.org/10.1080/01490408709512151>
9. Crawford, D., Jackson, E., & Godbey, G. (1991). A hierarchical model of leisure constraints. *Leisure Sciences*, 13, 309-320. <https://doi.org/10.1080/01490409109513147>
10. Dabrowski, D., Brzozowska-Woś, M., Gołab-Andrzejak, E., & Firgolska, A. (2019). Market orientation and hotel performance: The mediating effect of creative marketing programs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 175-183. <https://www.researchgate.net/publication/337429071>
11. Elshaer, I., Moustafa, M., Sobaih, A. E., Aliedan, M., & Azazz, A. M. (2021). The impact of women's empowerment on sustainable tourism development: Mediating role of tourism involvement. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100815. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100815>
12. Ferguson, L., & Alarcón, D. M. (2016). Gender expertise and the private sector: Navigating the privatization of gender equality funding. *The politics of feminist knowledge transfer: Gender training and gender expertise*, 62-79. [https://doi.org/10.1057/978-1-137-48685-1\\_4](https://doi.org/10.1057/978-1-137-48685-1_4)
13. Fink, J. S., Burton, L. J., Farrell, A. O., & Parker, H. M. (2016). Playing like a girl? The role of women's sport participation in reducing gender stereotypes. *Sex Roles*, 74(1-2), 78-91. <https://doi.org/10.1007/s11199-015-0560-3>
14. Gajić, T., Petrović, M. D., Radovanović, M. M., Vuković, D., Dimitrovski, D., & Yakovenko, N. V. (2021). Women's role in organizational commitment and job satisfaction in the travel industry—an evidence from the urban setting. *Sustainability*, 13(15), 8395. <https://doi.org/10.3390/su13158395>
15. Gibson, H. J. (1998). The wide world of sport tourism. *Parks and Recreation*, 33(9), 108-115.
16. Gibson, H. (2019). "Sport tourism and women's wellbeing." *Tourism Review*, 74(3), 456-468. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>
17. Glaser, B., & Strauss, A. (2017). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.
18. Guo, W., Zhong, Y., Wang, Y., Chen, P., Zhuang, S., & Liu, J. (2026). Reframing participation through empowerment: Mechanisms driving Chinese women's intentions in adventure sports tourism. *PLOS ONE*, \*21\*(5), e0339943. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0339943>
19. Hallmann, K. (2015). *Sport Tourism and Sustainable Destinations*. Routledge.
20. Heberlein, T. A., & Fredman, P. (2005). Visit to the Swedish mountains: Constraints and motivation. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(3), 177-192. <https://doi.org/10.1080/15022250500266583>
21. Hua, K. P., & Chiu, L. K. (2013). Multiculturalism: Issues of Malaysian female sport tourists' in event-based sport tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 270-287. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.424>
22. Hubbard, J., & Mannell, R.C. (2001). Testing competing models of the leisure constraint negotiation process in a corporate employee recreation setting. *Leisure Sciences*, 23(3), 142-163. <https://doi.org/10.1080/014904001316896846>
23. Hutchings, K., Moyle, C. L., Chai, A., Garofano, N., & Moore, S. (2020). Segregation of women in tourism employment in the APEC region. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100655. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100655>

24. International Labour Organization (ILO). (2017). Sustainable tourism: A catalyst for inclusive socio-economic development and poverty reduction in rural areas. Geneva: ILO, Available online: [https://www.ilo.org/wcmsp5/-groups/public/---ed\\_dialogue/---sector/documents/publication/wcms\\_601066.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/-groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_601066.pdf) (accessed on 20 January 2022).
25. Jackson, E. L., & Henderson, K. (1995). Gender-based analysis of leisure constraints. *Leisure Sciences*, 17, 31–51. <https://doi.org/10.1080/01490409509513241>
26. Kattara, H. (2005). Career challenges for female managers in Egyptian hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(3), 238-251. <https://doi.org/10.1108/09596110510591927>
27. Knutson, Bonnie. J., & Raymond S. Schmidgall. (1999). Dimensions of the glass ceiling in the hospitality industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 40(6). 64–75. <https://doi.org/10.1177/001088049904000618>
28. Koc, E. (2020). Do women make better in tourism and hospitality? A conceptual review from a customer satisfaction and service quality perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(4), 402-429. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1672234>
29. Liechty, T., Freeman, P. A., & Zabriskie, R. B., (2006). Body image and beliefs about appearance: Constraints on the leisure of college-age and middle-age women. *Leisure Sciences*, 28, 311–330. <https://doi.org/10.1080/01490400600745845>
30. 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>
31. Mooney, S., & Ryan, I. (2009). A woman's place in hotel management: upstairs or downstairs?. *Gender in Management: An International Journal*, 24(3), 195-210. <https://doi.org/10.1108/17542410910950877>
32. Moosa, Z. (2017). Women in Tourism Employment: A Case of Maldives. In Proceedings of the 8th International Conference on Business & Information ICBI—2017, Wattala, Sri Lanka, 17–20 November 2017; Faculty of Commerce and Management Studies, University of Kelaniya: Sarasavi Mawatha, Sri Lanka, 2017.
33. Morfoulaki, M., Myrovali, G., Kotoula, K. M., Karagiorgos, T., & Alexandris, K. (2023). Sport Tourism as Driving Force for Destinations' Sustainability. *Sustainability*, 15(3), 2445. <https://doi.org/10.3390/su15032445>
34. Peeters, L. W., & Ateljevic, I. (2017). Women empowerment entrepreneurship nexus in tourism: Processes of social innovation. In *Tourism and entrepreneurship* (pp. 75-90). Routledge.
35. Pereira, A., et al. (2021). "Physical activity tourism and women's quality of life." *Journal of Travel Research*, 60(5), 1029-1046. <https://doi.org/10.3390/ijerph18105194>
36. Rahman, E. Z., & Shah, H. A. (2023). Tourism as a Women's Empowerment Tool: The Interrelated Factors and Issues. In *Women's Empowerment Within the Tourism Industry*. IGI Global. (pp. 170-180). <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-8417-3.ch013>
37. Russen, M., Mary, D., & Juan, M. Madera. (2021). Gender diversity in hospitality and tourism top management teams: A systematic review of the last 10 years. *International Journal of Hospitality Management*. 95, 102942. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102942>
38. Samad, S., & Alharthi, A. (2022). Untangling factors influencing women entrepreneurs' involvement in tourism and its impact on sustainable tourism development. *Administrative Sciences*, 12(2), 52. <https://doi.org/10.3390/admsci12020052>
39. Samdahl, D. M., & Jekubovich, N. J. (1997). A critique of leisure constraints: Comparative analyses and understandings. *Journal of Leisure Research*, 29, 430–452. <https://doi.org/10.1080/00222216.1997.11949807>
40. Scheyvens, R. (2000). Promoting women's empowerment through involvement in ecotourism: Experiences from the Third World. *Journal of sustainable tourism*, 8(3), 232-249. <https://doi.org/10.1080/09669580008667360>
41. Taleghani, G. R., & Ghafary, A. (2014). Providing a management model for the development of sports tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 120, 289-298. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.106>
42. Trail, G. T., Robinson, M. J., & Yu, K. K. (2008). Sport consumer behavior: A test for group differences on structural constraints. *Sport Marketing Quarterly*, 17, 190–200. <https://www.researchgate.net/publication/284672061>

43. Trisanti, T., Nurhaeni, I. D. A., Mulyanto, M., & Sakuntalawati, R. D. (2022). The role of women in tourism: a systematic literature review. *KnE Social Sciences*, 545-554. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i5.10576>
44. Valek, N. S., & Almuhrzi, H. (Eds.). (2021). *Women in tourism in Asian Muslim countries*. Springer Nature. <https://www.amazon.com/Women-Tourism-Muslim-Countries-Perspectives/dp/9813347562> (accessed on 3 January 2022).
45. Vossenbergh, S. (2013). *Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What Explains the Gender Gap in Entrepreneurship and How to Close It*. Maastricht School of Management Working Paper Series; Maastricht: Maastricht School of Management, pp. 1-27. <https://RePEc:msm:wpaper:2013/08>
46. Wilcox, S., Castro, C., King, A. C., Housemann, R., & Brownson, R. C. (2000). Determinants of leisure time physical activity in rural compared with urban older and ethnically diverse women in the United States. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 54(9), 667-672. <https://doi.org/10.1136/jech.54.9.667>
47. World Tourism Organisation (WTO). (2022). *Global Report on Women in Tourism*. Available online: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420384> (accessed on 3 March 2022).
48. WTO. (2019). *Global Report on Women in Tourism*, 2nd ed.; WHO: Geneva, Switzerland, 2019; ISBN 978-92-844-2037-7.
49. World Tourism Organization (UNWTO). (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook: Enhancing Capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries*. Madrid: UNWTO. <https://www.untourism.int/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development>
50. World Travel & Tourism Council (WTTC). (2017). *Sustainability Reporting in Travel & Tourism*. Available online: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-developmentgoals/> (accessed on 3 March 2022).
51. Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2017). A systematic literature review of risk and gender research in tourism. *Tourism Management*, 58, 89-100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.011>
52. Zhang, J., Lai, I. K. W., & Wong, J. W. C. (2024). Female travellers in hospitality and tourism industry: A systematic literature review. *Heliyon*, 10(5), e27256. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e27256>