



بررسی اثرات توسعه توریسم ورزشی

فاطمه کلایی

کارشناس سمعی و بصری، سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی، شهرداری شیراز

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی نقش و اثرات گردشگری ورزشی می باشد. گردشگری می تواند آثار اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، فرهنگی و حتی امنیتی مثبت و پایداری از خود در جوامع برجای بگذارد. یکی از انواع مهم و رو به رشد گردشگری، گردشگری ورزشی است. گردشگری ورزشی، به عنوان سومین صنعت رایج در جهان، با دو هدف درآمدزایی و اشتغال زایی یکی از منابع مهم هر جامعه در راستای نیل به اهداف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قلمداد می شود. این نوع گردشگری، در چند دهه اخیر رشد فراوانی داشته است. بسیاری از کشورها در این زمینه اقدام به پژوهش، برنامه ریزی، سرمایه گذاری و به ویژه بازاریابی می کنند و از این محل توانسته اند گردشگری را در کشور خود توسعه داده و از فواید زیاد آن در زمینه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... بهره برداری کنند. ورزش و تربیت بدنی می توانند کارکردهای مهمی در راستای توسعه داشته باشند.

واژگان کلیدی: توسعه، صنعت گردشگری، گردشگری ورزشی



مقدمه (فونت B Nazanin - اندازه ۱۲ - پررنگ)

توریسم یکی از بخش هایی است که به دلیل تأثیرهای مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در حال تبدیل شدن به صنعت اول در جهان است؛ به طوری که بسیاری از کشورها با ایجاد زمینه ها و زیرساخت های مناسب در صدد بهره برداری از مزایای این صنعت هستند. دستیابی به مزیت نسبی در این بخش نیازمند ایجاد زیرساخت های مناسب، تأمین نیازمندی های گردشگران و ایجاد تسهیلات مطلوب گردشگری است. با توجه به تعدد نیازهای گردشگران به عنوان عوامل جذب و توسعه توریسم و گردشگری، توسعه این بخش مستلزم شناخت این نیازمندی ها و تأمین آن از سوی مقصد است. طوری که براساس این نیازها و خواسته های گردشگران، مناطق مختلف گردشگری با ویژگی منحصر به فرد شکل گرفته اند و نوع شناسی های مختلفی از گردشگری ارایه شده است. برای مثال، در یکی از طبقه بندی ها به گردشگری تفریحی، تجاری، فرهنگی، سلامتی و بهداشتی، مذهبی، مبادلات علمی، ورزشی، ماجراجویانه و طبیعت گرا اشاره شده که هر یک مورد توجه خواست بخشی از گردشگران است. گردشگری به عمل فردی گفته میشود که به مسافرت رفته و در آن مکان که خارج از محیط زندگی وی است برای مدتی کمتر از یک سال جهت تفریح، تجارت و دیگر اهداف اقامت نماید

(سازمان گردشگری جهانی، ۲۰۰۱). درواقع، توریسم بزرگترین صنعت جهان است و ورزش نیز یکی از صنایع بزرگ و مهم در دنیای کنونی می باشد که از تلفیق آنها شگفت انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت توریسم ورزشی به وجود آمده است. به عبارت دیگر، ورزش از فعالیت های مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه است (هنرور، ۱۳۸۴). منابع مربوط به صنعت توریسم را می توان به دودسته منابع طبیعی و منابع و جاذبه های ساخت بشر تقسیم کرد. متقاضی استفاده از منابع معمولاً گردشگران تفریحی، درمانی و گردشگران ورزشی هستند. منابع و جاذبه های ساخت بشر از قبیل موزه ها، آثار باستانی و تاریخی، نمایشگاه ها و جشنواره ها نیز معمولاً گردشگران فرهنگی، مذهبی، کاری و سیاسی را جذب می کند. علاوه بر این، توریسم ورزشی به گونه ای دیگر نیز طبقه بندی شده است. توریسم ورزشی نوع سخت برای جذب مقدار زیادی از بازدیدکنندگان به یک محل خاص طراحی شده است تا شاهد یک رویداد در یک محیط گروهی مانند المپیک و جام جهانی باشند. توریسم ورزشی نوع نرم به سفر گردشگران برای شرکت در زمینه های تفریحی یا اوقات فراغت مثل پیاده روی، اسکی و قایق سواری گفته می شود که به صورت قابل توجهی مربوط به توریسم طبیعت گردی یا اکوتوریسم است

مشارکت در حرکت های مختلف ورزشی فعال یا غیر فعال و طریق سازماندهی عوامل اقتصادی - تجارتي از کشور مبدأ به کشور مقصد و سفرهای پیش آمده در این میان را «توریسم ورزشی» می نامند که مسافران به دلایل تجاری یا غیر تجاری برای شرکت با مشاهده می فعالیت های ورزشی مشارکت می کنند. توریست ورزشی شخصی است که توسط یک تور ورزشی یا بصورت شخصی از رشته ورزشی مورد دلخواه بعنوان تماشاچی همانند بازیهای آسیایی، جام جهانی و المپیک بازدید نمایند. و یا تمایل دارند در رویدادهای ورزشی مشارکت نمایند. به طور کلی توریست ورزشی دو دسته ی عمده را شامل می شود که عبارتند از: ۱- تماشاگران ورزشی ۲- مشارکت کنندگان ورزشی توسعه فرآیندی است طولانی از تجزیه و نوآوری که همه ابعاد زندگی اجتماعی را در بر می یرد و تحولی عمیق و بنیادین در بینش، دانش، مهارتها، اخلاقیات و مناسبات میان مردم پدید می آورد. توسعه پایدار برخلاف توسعه معمولی صرفاً درصد به حداکثر رساندن اهداف نظام اقتصادی نیست، بلکه می خواهد به طور همزمان اهداف نظام فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیستی را به حداکثر برساند (منافی، ۱۳۹۴). زیرساخت های فرهنگی، ورزشی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ایجاد شده در قرن بیست و یکم، پدیده گردشگری را یک واقعیت اجتناب ناپذیر در رفتار و عمل انسان برای ارضای روح کنجکاو او تبدیل کرده است. گردشگری به دلیل ماهیت و توانایی در جهت اقتصاد عصر حاضر، موجب تسریع در شکل گیری دهکده جهانی خواهد شد. گردشگری در روند رو به رشد خود حتی حکومت های غیر دموکراتیک، سنتی و درونگرا را نیز مجبور خواهد کرد تسهیلاتی در کلیه زمینه ها برای توسعه آن ایجاد کنند توریسم ورزشی یکی از حیطه های رو به رشد گردشگری است که مسابقات و رویدادهای ورزشی، تعداد کثیری توریست، چه داخلی و چه خارجی را جلب می کند. پژوهش ها نشان می دهد که توریسم ورزشی یکی از بخش هایی است که در تمام دنیا در صنعت گردشگری بیشترین رشد را دارد در واقع توریسم ورزشی صنعتی است که از ترکیب دو صنعت توریسم و «ورزش» پدید آمده است. به عبارت دیگر ورزش یکی از



فعالیت های مهم گردشگران در حین گردشگری است (هنرو، ۱۳۸۴). موضوع مسافرت مردم جهت شرکت یا تماشای ورزش به بازیهای المپیک باستان بر می گردد. درست از زمانی که مردم از نقاط مختلف برای تماشای رقابت قهرمانانیشان در کوه المپیا دور هم جمع می شدند. اما بحث توریسم ورزشی یکی از حوزه های جدید تحقیقی در ۱۰ سال گذشته است.

توریسم و ورزش چه به صورت حرفه ای و چه به صورت آماتور و تفریحی، مسافرت های قابل توجهی را به نقاط مختلف جهان در بر می یرد برای تداوم رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و درآمدزایی باید ورزش و توریسم همراه با هم حرکت کنند. پس با توجه به نقش و اهمیت موضوع ورزش و توریسم مسئولان هر منطقه و شهری باید در پی تلاش و توسعه ورزش و به دنبال آن توریسم ناشی از آن باشند که چه بسا بسیاری از مکانها فاقد پتانسیل و منابع اولیه لازم در این زمینه بوده ولی با اهتمام به نقش و تأثیر آن بر ابعاد مختلف زندگی بشر مسئولین و دست اندر کاران آنجا به خلاقیت و ابتکار خود در این زمینه موجبات بهره مندی از این صنعت را به نحو احسن فراهم کرده اند.

ادبیات و پیشینه تحقیق

گردشگری ورزشی

ورزش یکی از فعالیت های مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه است. گردشگر کسی است که برای مدتی، دست کم یک شب و نه بیش از یک سال به کشوری غیر از وطن یا محل سکونت معمولی خود مسافرت می کند و هدف او کار کردن و پول درآوردن در آن کشور نیست. همچنین گردشگر ورزشی بازدیدکننده موقتی است که حداقل بیست و چهار ساعت در محل رویداد اقامت می کند و هدف اصلی او شرکت در رویدادی ورزشی است، در عین حال جذابیت های ثانویه ای نیز ممکن است وجود داشته باشد. در گذشته با گردشگری و ورزش به عنوان دو حوزه ای جداگانه برخورد می شد. اما امروزه ارتباط این دو حوزه به خوبی درک شده است. فرنگی می گوید: ورزش و گردشگری اهداف مشترکی دارند، ساختن پل های تفاهم میان فرهنگ های متفاوت، شیوه زندگی و سنت ها، افزایش صلح و دوستی میان ملت ها، برانگیختن و تشویق افراد به فعالیت های سرگرمکننده و شاداب برای رهایی از فشارهای روزمره ی زندگی امروزه، گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده ای اجتماعی اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به عنوان پدیده ای چند بعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه گذاری فراوان فواید و اثرات این صنعت را به خوبی درک کرده و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیرساخت ها افزایش شهرت و برند سازی مقصد خود درآورده اند

انجمن مسابقات بین المللی المپیک و سازمان گردشگری جهانی گزارش داده اند که گرایش به ورزش در سالهای اخیر افزایش یافته است. این منابع خبری مدارک قاطعی را ارائه می دهند که نشان می دهد سفرهای به قصد مسابقات ورزشی، همچنان در حال رشد و گسترش می باشد و توسعه ی گردشگری ورزشی و برگزاری رویدادهای مهم ورزشی و رشد آن علاقه ی تعداد زیادی از کشورها و مقامات را برانگیخته که بازاریهای مقاصد گردشگری بر توسعه ی گردشگری ورزشی و میزبانی رویدادهای مهم ورزشی به عنوان یک استراتژی مهم برای توسعه ی مقاصد گردشگری تمرکز دارند است. مطالعات نشان می دهد که گردشگری ورزشی مهم ترین بخش توسعه یافته ی صنعت گردشگری است. به طوری که به عنوان یک عنصر تجارت چندمیلیاردی در جهان با ایجاد ۴/۵ تریلیون دلار برای صنعت گردشگری و تورهای جهانی در نظر گرفته شده است ایجاد سایت های اینترنتی و سیستم های ارتباطی مناسب برای بازاریابی، ایجاد رشته های تخصصی گردشگری ورزشی در دانشگاهها در تمامی سطوح، تحقیق و پژوهش و چاپ مجلات توریسم ورزشی، برگزاری کنفرانس ها و همایش های بین المللی، آموزش و تعلیم نیروی انسانی ماهر، حمایت سیاسی و قانونی، مدیریت و هماهنگی، توسعه ی زیرساخت ها و اماکن و تأسیسات، بهبود روابط بین المللی و تنش زدایی (معین فرد، ۱۳۸۷). از میان این مؤلفه ها از جمله عوامل مهم که می تواند صنعت



گردشگری ورزشی کشور را توسعه دهد، شناخت قابلیت‌ها و توانمندی‌های گردشگری ورزشی است (زیتونلی، ۱۳۸۶). تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و منابع نشان‌دهنده‌ی اولین گام مهم در توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری ورزشی است. مقاصد مختلف دارای ویژگی‌ها، جاذبه‌ها و توانمندی‌های مشخص ورزشی و توریستی جهت توسعه‌ی گردشگری ورزشی و جذب گردشگران هستند. هینچ و هیگام (۲۰۰۶) خاطر نشان کردند که موفقیت جهانگردی ورزشی کاملاً منوط به توانمندی‌های مقاصد گردشگری است که تا حدی در رقابت با مقاصد دیگر منحصر به فرد و متمایز باشند. به عنوان برنامه‌ریز انجمن گردشگری ورزشی کانادا، در الگوی برنامه‌ریزی و طرح کاربردی در جهت توسعه‌ی گردشگری ورزشی در کنگره‌ی این انجمن در سال ۲۰۰۶ شناسایی، برآورد و توسعه‌ی قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی را به عنوان یکی از مراحل چهارگانه‌ی توسعه‌ی گردشگری ورزشی کانادا اشاره کرده‌اند و در آن ادعا شده است که این الگو جامع و جهانی است و در هر منطقه‌ای به شرط تأمین بودجه قابل استفاده می‌باشد معین فرد در تحقیقات خود شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی را عاملی مهم در توسعه‌ی گردشگری ورزشی و از مؤلفه‌های مهم در کسب میزبانی رویدادهای بین‌المللی ذکر کرده (معین فرد، ۱۳۸۷). به این خاطر، امروزه تلاش مسئولین و برنامه‌ریزان ورزشی در تخصصی کردن و بومی‌سازی رشته‌ها متمرکز است. به نحوی که برخی از کشورها با توجه به استعدادها و پتانسیل‌های موجود در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی با محوریت یک یا چند رشته‌ی ورزشی خاص نموده‌اند، مانند کشور کره در ورزشهای رزمی خصوصاً تکواندو، کشورهایی مانند اتریش و سوئیس به لحاظ شرایط اقلیمی مناسب، میزبان ورزشهای زمستانی نظیر، اسکی و هاکی و کشور ژاپن با برگزاری مسابقات اسکی توانسته‌اند تعداد کثیری از جهانگردان ورزشی را به کشور خود جلب، و از این طریق هر ساله درآمد سرشاری را نصیب خود کنند. همچنین، کشور ترکیه با تدوین استراتژی ۲۰۲۳ در سال ۲۰۰۷ و با سرمایه‌گذاری بر توانمندی‌های گردشگری ورزشی، به ویژه شهر ساحلی آنتالیا در سال ۲۰۰۳، ۷۰۰ تیم ورزشی و در سال ۲۰۰۷، ۱۲۰۰ تیم ورزشی از سراسر دنیا را جهت برگزاری اردوهای مقدماتی ورزشی را به خود جلب کرده و در سال ۲۰۰۷ مبلغی برابر با ۶ میلیون دلار از این طریق درآمد داشته است. کشور قطر نیز با برنامه‌ریزی استراتژیک و سرمایه‌گذاری بر توسعه گردشگری ورزشی توانسته است میزبانی جام جهانی ۲۰۲۲ را از آن خود نماید تا ضمن مطرح کردن کشور خود در سراسر دنیا درآمد بسیاری کسب نماید. تحقیقات نشان داده، ورزشهایی که سنت یک کشور محسوب می‌شوند، می‌توانند تعداد زیادی گردشگر جلب کنند، به عنوان مثال کشور چین به خاطر ورزش سنتی کونگ فو هر ساله تعداد کثیری گردشگر به خود جلب می‌نماید همچنین، تحقیقات نشان داده که تیم‌های پرطرفدار ورزشی در بازی‌های خود تعداد زیادی تماشاچی جذب می‌کنند، به عنوان مثال در بازی‌های لیگ انگلیس زمانی که منچستر یونایتد در آلدرافورد بازی می‌کند، بین ۴۰۰۰ تا ۶۰۰۰ گردشگر بین‌المللی را به ورزشگاه جذب می‌کند.

طبقه‌بندی گردشگری ورزشی

انواع فعالیت‌ها در گردشگری ورزشی شامل رویدادهای ورزشی، جاذبه‌های ورزشی، تورهای ورزشی، تفریحگاهها یا کمپ‌های ورزشی، سفرهای دریایی ورزشی - تفریحی و ماجراجویی ورزشی هستند.

رویدادهای گردشگری ورزشی

عبارت از بازی‌های المپیک، بازی‌های ورزشی چندگانه منطقه‌ای / ملی / بین‌المللی، مسابقات قهرمانی، اردوهای ورزشی / آمادگی / مسابقه دو مارا، بازی‌های لیگ برنامه‌ریزی‌شده / حرفه‌ای و نیمه حرفه‌ای و همچنین بازی‌های مشترک / بازی‌های دوستانه، جامهای



گوناگون جهانی ویژه ورزش، مسابقات قایقرانی، مسابقات اسب‌دوانی، نمایش گاو‌بازی، جشن‌های ورزشی و مسابقات بولینگ روی چمن هستند

جاذبه‌های گردشگری ورزشی:

نیز موزه‌های ورزشی / استادیوم‌های مشهور ورزشی، کنفرانس‌های ورزشی، نمایش‌ها / نمایشگاه‌های ورزشی، پارک‌های موضوعی ورزشی، کلک سواری در تندآب، زمین‌های گلف بازی، امکانات و پیست اسکی، فستیوال‌های پرواز با بالون، اسکی روی آب، استادیوم‌ها / سالن‌های ورزشی مشهور، مدارس / رشته‌ها / کلینیک‌های ورزشی، کمپ‌های تخیلی، نمایش سوارکاری و کمندانازی / گاو‌بازی را دربر می‌یرون.

تورهای گردشگری ورزشی:

عبارت از تور مسابقات ورزشی حرفه‌ای، تورهای مطالعات ورزشی، تورهای ماجراجویانه ورزشی، تورهای رویداد / سایت / امکانات ورزشی، تورهای طبیعت‌گردی (اکوتوریسم)، تور پارک وحش، تورهای آموزشی / علمی، تورهای پیاده‌روی / دوچرخه‌سواری، تورهای پیاده‌روی طولانی / کوهنوردی / غارنوردی، تورهای اسکی گردشی / تفریحی، سفرهای اکتشافی و تورهای غواصی با ماسک اکسیژن می‌باشند. تفریحگاه‌های گردشگری ورزشی نیز شامل تفریحگاه‌های گلف، تفریحگاه‌های اسکی، تفریحگاه‌های غواصی، تفریحگاه‌های تناسب بدنی و آبدرمانی، مزرعه‌ها و سایت‌های ورزشی، تفریحگاه‌های تنیس، فروشگاه‌های لوازم پیک‌نیک، تفریحگاه‌های ورزشی چندمنظوره، سایت‌های کمپینگ، هتل‌های ورزشی، آپارتمان‌های استیجاری برای متقاضیان گلف و اسکی، تفریحگاه‌های ماهیگیری ورزشی و باشگاه‌های ییلاقی گلف هستند. در نهایت، سفرهای دریایی ورزشی - تفریحی شامل سفرهای دریایی با مشاهیر و قهرمانان ورزشی، سفرهای دریایی گلف / تنیس، سفرهای قایقرانی / دریانوردی، سفرهای دریایی شکار نهنگ، سفرهای دریایی غواصی، سفرهای دریایی کنفرانس ورزشی و همچنین بازدیدهای دریایی از جاذبه‌های ورزشی، پاروژنی / قایقرانی، قایقرانی با موتور جت، سفرهای دریایی با قایق دوبنده / قایق بادبانی، سفرهای دریایی با قایق تشریفاتی، سفرهای دریایی سلامتی و تندرستی هستند

گردشگری ورزشی همچنین با حوزه‌های دیگر گردشگری که شامل بازارهایی برای گروه‌های خاص است، از قبیل گردشگری ماجراجویانه، گردشگری رویدادها و گردشگری طبیعت محوره مرتبط در کل گردشگری ورزشی سه نوع است و سه رفتار عمده را دربرمی‌گیرد:

(۱) شرکت کردن (گردشگری ورزشی فعال).

(۲) تماشا کردن (گردشگری ورزشی رویداد یا غیرفعال).

(۳) بازدید از جذابیت‌های مشهور مربوط به ورزش مثل بازدید از شخصیت‌های ورزشی، موزه‌های ورزشی، ورزشگاه‌های مهم و غیره (گردشگری خاطرات ورزشی)

در تقسیم‌بندی دیگری، گردشگری ورزشی را با توجه به هدف از مسافرت به سه دسته تقسیم کرده‌اند:



(۱) شرکت کنندگان در رویداد

(۲) تماشا گران

(۳) دستداران ورزشی

اثرات و پیامدهای گردشگری ورزشی

فواید و آثار فراوان اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و زیست محیطی گردشگری ورزشی و درک اهمیت داشتن جامعه‌ای سالم و بانشاط توسط مدیران، برنامه ریزان و مسئولان و همچنین تمایل مردم به داشتن تعطیلات و تفریحات فعال و پویا، لزوم توجه به مقوله گردشگری ورزشی در کشور را اجتنابناپذیر می‌نماید (هنرور، ۱۳۸۳). در کشورهای صنعتی و در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، در مرحله طراحی و تدوین سیاست‌های کلان، گردشگری به عنوان ابزاری مؤثر برای توسعه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرد. آمار و ارقام بیان شده از طرف سازمانهای جهانی و کشورهای مختلف، بیانگر تأثیر بسیار این صنعت بر متغیرهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی از جمله روابط سیاسی و فرهنگی، درآمد ارزی، اشتغال، عدالت اجتماعی، سرمایه گذاری خارجی است. توسعه گردشگری متضمن توجه به توسعه در همه سطوح فردی، سازمانی، ملی و بین المللی است و پایداری آن مستلزم استفاده از منابع، مدیریت، سرمایه گذاری، پیشرفت فناوری و تغییر ساختاری و نهادی است که با نیازهای حال و آینده بشر سازگار باشد.

به اعتقاد صاحب نظران گردشگری، مسیر دستیابی به توسعه گردشگری از طریق توجه به دودسته عوامل میسر بود:
الف) عوامل اولیه سیاست گذاری، صرف نظر از موضوع سیاست گذاری و ب) عوامل تخصصی گردشگری.

صنعت گردشگری و اشتغال

امروزه گردشگری به یکی از بزرگترین و سریع ترین صنایع در حال رشد، تبدیل شده است. براساس پیش بینی سازمان تجارت جهانی تا سال ۲۰۲۰- (۱۳۹۸) تعداد گردشگران در کل دنیا به رقمی بالغ بر ۱٫۶ میلیارد خواهد رسید و بیش از ۵۰ درصد معضل اشتغال در کشورهای در حال توسعه از این طریق قابل رفع خواهد بود. براساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، سهم کل گردشگری در اشتغالزایی طی سال گذشته ۵٫۶ درصد از کل اشتغال یعنی یک میلیون و ۳۹۸ هزار و ۵۰۰ شغل بوده که انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۶ (۱۴۰۵)، تعداد یک میلیون و ۹۶۷ هزار شغل، یعنی ۶٫۱ درصد از کل اشتغال را تحت پوشش قرار دهد. با وجود رشد صنعت توریسم و ردشگری طی چند سال اخیر، شمار گردشگران خارجی، کمتر از ۴_۰ درصد شمار گردشگران در جهان است.

آمارهای قابل اتکایی در رابطه با اینکه در ده سال اخیر چه مقدار بواسطه گردشگری شغل مستقیم و غیرمستقیم به وجود آمده وجود ندارد. شاید دلیل آن وجود نداشتن حسابهای مالی گردشگری TS^v باشد. با فراهم آمدن سامانه TS^v به دلیل اینکه همه فعالیت های گردشگری مرتبط و غیر آن در آنجا ذکر می‌شود. به صورت دقیق و شفاف می‌توان گفت که گردشگری چه مقدار در ایجاد اشتغال و درآمد سهم و نقش داشته است. TS^v می‌تواند ریز گردش مالی گردشگری را نشان دهد و براساس آن می‌توان گفت این افراد در این قسمت مستقیم و غیرمستقیم مشغول به فعالیت هستند و کل آمار و کل گردش مالی را مشخص کند. تعداد گردشگران ورودی؛ مقایسه ماهیانه آنها، براساس اینکه هوایی، ریلی، دریایی یا زمینی و خروجی‌ها، اما اینکه جایگاه ایجاد شغل گردشگری چگونه است تا

بحال وجود نداشته است. این بر می گردد به بحث آمارهای گردشگری که به صورت علمی و جدی باید اجرایی شود.

در دنیا گردشگری بیشترین درآمد و اشتغال را در حوزه های مختلف ایجاد می کند. صنعت گردشگری به دلیل اینکه فراگیر است و گردشگرها به تمام نقاط مقصد سفر می کنند؛ لذا درآمد و فرصت های شغلی برابری در کشور عراق به وجود می آید. در دنیا به ازای هر یازده شغل یکی در حوزه صنعت گردشگری است. صنعت گردشگری در دنیا بیش از ۳۵۰ میلیون شغل مستقیم و میلیونها شغل غیرمستقیم ایجاد کرده است. این مشاغل می تواند در زمینه تولید پوشاک، کفش، کیف و هزاران مایحتاجی که گردشگران خرید می کنند و به کشور خودشان می برند باشد. توسعه گردشگری موجب شکوفایی صنایع دستی کشورها می شود.

اگر گردشگری رونق پیدا کند؛ در سطح پایین، خیلی گسترده می تواند از هر ۱۱ شغلی که ایجاد می شود به طور مستقیم یک شغل مربوط به گردشگری باشد. به صورت غیرمستقیم خیلی ها در یر می شوند و ایجاد فعالیت و اشتغال می کند. باز گذاشتن دست بخش خصوصی و کمک به تشکلهای صنفی برای احداث تاسیسات گردشگری و نظارت بر کیفیت ارائه خدمات و تاسیسات گردشگری توسط دولت ضروری است. بخش دولتی به عنوان ناظر، زمینه ساز و تسهیل گر می تواند مشوق بخش خصوصی در حوزه گردشگری باشد. به اینکه گردشگری زودبازده است و نیاز کمی به سرمایه گذاری نسبت به بخش های دیگر دارد و امنیت بالایی هم در این حوزه وجود دارد.

امروزه نقش مهم و اساسی در اقتصاد از بخش کشاورزی و صنعت به بخش خدمات تغییر جهت داده است. در واقع بر خلاف گذشته، بخش های صنعت و کشاورزی نقش کمتری در توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال دارند. بخش خدمات در دوران اقتصاد قبل از صنعتی شدن جایگاهی نداشت و نگرش به این بخش، یک نگرش سطحی بود، بسیاری این بخش را غیر مولد می دانستند. اما در عصر حاضر، بالاترین ارزش افزوده و سهم اشتغال متعلق به این بخش است. چرا که روند رو به رشد زیربخش های جدید و گسترش زیربخش های موجود در بخش خدمات، همراه با افزایش درآمد سرانه، رشد شهرنشینی و نیاز بخش های دیگر مانند صنعت به این بخش، نگرش جدیدی به بخش خدمات ارائه نموده است. یکی از مهم ترین این زیربخش ها بخش هتل، رستوران و گردشگری است.

در واقع گسترش صنعت گردشگری در یک کشور از نقطه نظر اقتصادی دارای آثار و مزایای بسیاری است که از جمله مهم ترین مزایای آن گسترش زمینه اشتغال است به گونه ای که هم کارگران ساده بدون مهارت و هم صاحبان مهارتهای گوناگون می توانند در این رشته شاغل شوند.

برای اشتغال در رشته های مختلف صنعت گردشگری می توان با آموزشهای فشرده کوتاه مدت و میان مدت اشخاص صاحب ذوق، سلیقه و لایق در امر مدیریت را آمادهی کار کرد. «لاندبرگ» در زمینه نقش گردشگری در اشتغال می نویسد: «اگر منطقه ای مورد بررسی جهت توسعه گردشگری دارای میزان بیکاری بالایی باشد، مزایای گردشگری آشکارتر خواهد شد. درآمد حاصل از گردشگری، هرچند ممکن است از درآمد به دست آمده از سایر منابع کم تر باشد، اما بهترین گزینه ای ممکن در شرایط موجود خواهد بود؛ چرا که ضمن افزایش درآمدهای مالیاتی، بیکاری را کاهش می دهد و بر کیفیت زندگی شهروندان خواهد افزود».

در ابعاد جهانی و در سطح اقتصاد گردشگری برآوردها نشان داده اند که بیش از ۱۹۲/۲ میلیون شغل به واسطه گردشگری ایجاد شده است، به طوری که از هر ۱۲/۴ عدد شغلی که در جهان وجود دارد، یک شغل مربوط به گردشگری است. بنابراین صنعت گردشگری در بسیاری از کشورها به عنوان بزرگ ترین سازمان و نهادی که نیروی انسانی را به کار می برد، مطرح است. آمارها نشان می دهند که سهم گردشگری در بخش اشتغال در رقابت با صنایع کهنه کار دنیا چون خودرو سازی و نفت رو به افزایش است. به طوری که بنابر یک مطالعه انجام شده، با ایجاد یک هتل جدید در کارائیب تخمین زده می شود که به ازای هر ۸۰۰۰۰ دلار سرمایه گذاری در صنعت گردشگری منطقه، ۴۱ فرصت شغلی ایجاد می شود. این مطالعه نشان می دهد.



دهد که همین میزان سرمایه گذاری در صنعت نفت تنها ۱۶ شغل جدید و در صنایع سنگین ۱۴ شغل ایجاد خواهد کرد. هرچند ایجاد اشتغال هدف عمده توسعه گردشگری نیست، اما بدون شک توسعه آن با فعالیت و خدماتی سروکار دارد که خود به خود ظرفیت اشتغال را بالا می برد. به گونه ای که توسعه گردشگری سبب بالا رفتن اشتغال بخش کشاورزی به طور غیر مستقیم می شود، زیرا با بالا رفتن تقاضا به سبب ورود گردشگران، تولیدات کشاورزی تحت تأثیر آن افزایش می یابد. بنابراین گردشگری به طور مستقیم، غیرمستقیم و القایی باعث اشتغال می شود، اشتغال مستقیم عبارت است از:

شغل هایی که مستقیم و بدون واسطه با گردشگر در تماس هستند. کارمندان مهمانسراها، کارکنان مهمانپذیرها، هتل ها، شرکت های هواپیمایی، شرکت های کشتیرانی، سازمان های خدمات گردشگری، کارکنان مراکز تفریحی، رستورانها و مراکز پذیرایی و فروشگاه هایی که در این بخش کار می کنند، از جمله واحدهایی هستند که به صورت مستقیم با گردشگر در تماس هستند و باعث ایجاد شغل می شوند. از جمله شرکت هایی که به طور غیرمستقیم ایجاد شغل می کنند می توان به شرکت های تأمین کننده مواد و ملزومات مورد نیاز مهمانپذیرها، سازندگان ساختمان های مهمانخانه ها و سازندگان هواپیماها و... اشاره کرد و بالاخره اشتغال القایی عبارت است از مشاغل مستقیم و غیرمستقیم بخش گردشگری در اقتصاد ملی به وجود می آید. (فلاحی و همکاران، ۱۳۹۲)

توریسم ورزشی

تجارت، ورزش و گردشگری، موضوعاتی قابل ترکیب هستند و این ترکیب از چنان سودآوری برخوردار است که تمام کشورها، مناطق، آژانس های مسافرتی و رشته های ورزشی می توانند از آن بهره مند شوند. گردشگری ورزشی در دهه های اخیر شکلی جدید از گردشگری محسوب می شود، به طوری که گردشگری و ورزش به هم وابسته و مکمل همدیگر شده اند. ورزش و توریسم اهداف مشترکی دارند که شامل ساختن پل های تفاهم میان فرهنگ های متفاوت، شیوه زندگی و سنت ها، افزایش صلح و دوستی میان ملت ها، برانگیختن و تشویق افراد به فعالیت های سرگرم کننده و شاداب برای رهایی از فشارهای روزمره زندگی هستند. پیوند میان گردشگری و ورزش نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده که ساختاری جدید و جامع برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روانی و جسمانی انسانها ایجاد کرده است (سجادی و افروزه، ۱۳۹۱). ورزش از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی است که از تلفیق آن با توریسم یکی از شگفت انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت «گردشگری ورزشی» به وجود آمده است. این شاخه از گردشگری، در چند دهه اخیر، رشد فراوانی داشته است و بسیاری از کشورها در این زمینه اقدام به پژوهش، برنامه ریزی، سرمایه گذاری و بازاریابی کرده اند و از این محل، توانسته اند گردشگری را توسعه دهند و از فواید بی شمار آن در زمینه های اقتصادی بهره مند گردند. (چقاجردی و همکاران، ۱۳۹۳). گردشگری ورزشی به معنی مسافرت به دلایل غیرتجاری برای مشاهده یا شرکت در فعالیت های ورزشی ای که دور از محل زندگی می باشد. جردن (۱۳۸۴) نیز گردشگری ورزشی را سفری نشاط آور تعریف می کند که افراد با انگیزه شرکت در فعالیت های بدنی، تماشای فعالیت جسمانی و یا لذت از جاذبه های ورزشی به سفر و دوری موقت از محل سکونت خود روی می آورند. مشارکت در حرکت های مختلف ورزشی فعال و غیرفعال و طرق سازماندهی عوامل اقتصادی- تجاری از کشور مبدأ به کشور مقصد و سفرهای پیش آمده در این میان را گردشگری ورزشی می نامد. ردموند (۱۹۹۰) توریسم ورزشی را به انواع تعطیلات ورزشی، جشن های ورزشی، مسابقات جهانی، موزه های مشهور ورزشی طبقه بندی می کند. ضمناً سه حوزه ای مرتبط با توریسم ورزشی شامل رویدادهای ورزشی بزرگ، تفریحات محیط باز و طبیعی و توریسم ورزشی مرتبط با سلامت و تناسب اندام نام می برند (سوادی، ۱۳۹۶).

یکی از جامع ترین تعاریف ها در زمینه گردشگری ورزشی را بیسون (۲۰۰۵) ارائه کرده است: گردشگری ورزشی، مسافرتی تفریحی است



که افراد موقتاً از محل سکونت خود خارج می‌شوند تا اقدام به شرکت در فعالیت‌های بدنی، تماشای فعالیت‌های بدنی یا احترام به جذابیت‌های مربوط به فعالیت‌های بدنی نمایند. بنابراین گردشگر ورزشی فردی است که به محلی غیر از محل زندگی خود برای حداقل ۲۴ ساعت و حداکثر یک سال مسافرت می‌کند و هدف اصلی او حضور در یک رویداد ورزشی یا بازدید از جذابیت‌های مرتبط با ورزش است از طرف دیگر، گردشگر ورزشی بازدیدکننده موقتی تعریف شده است که حداقل ۲۴ ساعت در محل رویداد اقامت کند و هدف اصلی او شرکت در رویداد ورزشی است، در عین حال جذابیت‌های ثانویه نیز ممکن است وجود داشته باشد.

. همچنین از دیدگاه گامون و رایبسون^۳ گردشگری ورزشی به دو نوع سخت یعنی گردشگر ورزشی که به منظور شرکت فعال یا غیرفعال در ورزش رقابتی مسافرت می‌کند نرم یعنی شرکت گردشگر ورزشی در فعالیتی که بیشتر فعالیت تفریحی است تا رقابتی، تقسیم می‌شود (کریمی و همکاران، ۱۳۹۴).

مسافرت به دلایل غیرتجاری (تعطیلات) یا تجاری (غیر تعطیلات و شغلی یا حرفه) برای شرکت یا مشاهده فعالیت‌های ورزشی، گردشگری ورزشی نامیده می‌شود. به طور کلی، گردشگران ورزشی شامل ۱. تماشاگران ورزشی و ۲. مشارکت‌کنندگان ورزشی می‌باشند. تماشاگران ورزشی، افرادی‌اند که به تماشای رویدادهای ورزشی همچون مسابقات المپیک، جام جهانی و مسابقات بین‌المللی علاقه‌مندند و گردشگری ورزشی رویداد نامیده می‌شود. دورنمای گردشگری ورزشی رویداد، بسیار گسترده‌است و رویدادهای شاخصی مانند بازی‌های المپیک تا مسابقات بسکتبال جوانان دانشگاهی را شامل می‌شود. مشارکت‌کنندگان ورزشی عاشقان ورزش هستند و علاقه‌مندند خودشان به ورزش بپردازند. آنها تمایل دارند در ورزشهایی که بیشتر جنبه غیررقابتی دارند، مشارکت فعال داشته باشند و حتی خود مقدمات آن را فراهم آورند تا از فواید متعدد ورزش در ابعاد تندرستی، اجتماعی و روانی بهره گیرند (گردشگری ورزشی فعال). گردشگر ورزشی به عنوان مشارکت‌کننده، در فعالیت‌هایی مانند تنیس، گلف، اسکی، موجسواری بر امواج کم‌عمق، کوهنوردی، قاطر سواری، شکار، ماهیگیری، قایقرانی، شنا، غواصی زیرآب با وسایل ساده یا پیچیده و کپسول هوا، پارو زنی و بسیاری از فعالیت‌های دیگر شرکت می‌کند.

اهمیت توریسم ورزشی

با توجه به اهمیت و اعتبار این دو مقوله گردشگری و ورزش، دست‌اندرکاران و مسئولین بخش ورزش و گردشگری برای رسیدن به اهداف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی خود متوسل به گردشگری ورزشی شده‌اند. ورزش به عنوان پدیده‌ای که با رقابت و فعالیت سروکار دارد و گردشگری به عنوان تجربه‌ای شاد و سرگرم‌کننده، دو سیستم ویژه‌ای هستند که رابطه‌ای تنگاتنگی با یکدیگر دارند (محمودی یکتا، ۱۳۹۱). توریسم ورزشی، صنعتی نسبتاً جدید و از سریع‌ترین بخش‌های رشد صنعت توریسم است که بر برنامه‌ریزی مقصد در کشورهای در حال توسعه تمرکز دارد و به عنوان یک عامل در بازسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع شهری و روستایی شناسایی شده است. به نظر می‌رسد توریسم ورزشی به عنوان محملی برای بهبود کیفیت زندگی ساکنین با جذب توریست‌ها و مشارکت در بهبود اقتصاد جوامع محلی باشد توریسم ورزشی به مسافرت بر پایه فراغت که اشخاص به طور موقت از محل زندگی‌شان خارج و برای بازی، تماشای فعالیت‌های ورزشی یا دیدن جذابیت‌های همراه این فعالیت‌ها تعریف می‌شود امروزه ورزش و توریسم به فعالیت‌های اقتصادی مهمی در دنیای پیشرفته و در حال توسعه تبدیل و توجه فزاینده‌ای در سالهای اخیر به عنوان بازار رشد داخلی شده است (هنری، ۱۳۹۰).

اثرات توریسم و توریسم ورزشی



با پیشرفت صنعت گردشگری ورزشی در جهان و حساسیت و توجه دولت‌مردان و مدیران کشورها به تبعات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی این پدیده رو به تزاید گذاشته است. توریسم ورزشی امروزه از سه جنبه زیر برای کشورها دارای اهمیت است:

اثرات فرهنگی و اجتماعی: تلاقی ورزش و فرهنگ را در مقوله توریسم می‌توان از دو زاویه مورد بحث قرارداد: ۱- ورزش به‌عنوان ابزاری برای جذب گردشگران و گسترش فرهنگ کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد. ۲- برخی از خود رویدادهای ورزشی ممکن است تداعی‌کننده معانی فرهنگی از کشور میزبان باشند. که می‌توان به ورزش باستانی در ایران به‌عنوان یک ورزش که نشان از فرهنگ، سنت و مذهب ما دارد اشاره نمود. کیفیت تجربه‌هایی که مسافر یا گردشگر به دست می‌آورد، در گرو ویژگی‌ها فرهنگی و اجتماعی مقصد یا مکانی است که مورد بازدید قرار می‌دهد. از آنجاکه معمولاً رهاوردهای صنعت گردشگری بسیار پیچیده و به یکدیگر وابسته است بنابراین اغلب هر یک از این اثرات در بیش از یک طبقه یا گروه قرار می‌گیرد و تفکیک اثرات فرهنگی و اجتماعی این صنعت نیز دشوار است. مقصود از اثرات اجتماعی، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان گردشگر رخ می‌دهد و این تغییر بیشتر به سبب تماس مستقیم اهالی و ساکنان آن دیار و گردشگران صورت می‌گیرد. مقصود از اثرات فرهنگی تغییراتی است که در هنر و آداب‌ورسوم و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات بلندمدت هستند و در نتیجه باعث رشد و توسعه صنعت گردشگری می‌شوند.

اصطلاح اثرات فرهنگی و اجتماعی را به معنی تغییراتی به کار می‌برند که در تجربه‌های روزانه ارزشها، شیوه زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می‌دهد. ضمناً از طریق برنامه‌ریزی و دادن اطلاعات و اعمال مدیریت عالی، می‌توان گردشگری را به‌صورت یک نیروی بالقوه مثبت درآورد؛ و در سایه آن در حفظ فرهنگ و تجدید حیات آن کوشید. در فرایند گردشگری ورزشی نیز حضور گردشگران بر جامعه میزبان تأثیر گذاشته و میزبان هم تا حدی بر بازدیدکنندگان تأثیر می‌گذارد. تجارب گردشگری ورزشی و گاهی وجود فرهنگ‌های بسیار متفاوت هم اثرات مثبت بالقوه و هم اثرات منفی فرهنگی اجتماعی دارد. موضوع اثرات فرهنگی گردشگری ورزشی تا جایی حائز اهمیت است که کیم و همکاران (۲۰۰۶) با بررسی اثرات جام جهانی ۲۰۰۲ بر کشور کره جنوبی، بیان می‌کنند که بزرگترین دست آورد این رویداد عظیم تبادلات فرهنگی و توسعه فرهنگ کره جنوبی در میان کشورهای جهان بوده است.

اثرات اقتصادی:

در جهان امروز، سه صنعت از جهت درآمدی از اهمیت بالایی برخوردارند که به ترتیب عبارت از صنعت نفت، صنعت جهانگردی و صنعت خودروسازی هستند. پژوهشگران معتقدند صنعت گردشگری با پیشرفت و سیر صعودی خود تا سال ۲۰۲۰ اولین صنعت جهان به لحاظ اقتصادی و درآمدی خواهد بود، لذا تمرکز بیشتر کشورهای جهان روی جنبه اقتصادی و منافع مالی توریسم است. سازمان جهانی توریسم تعداد گردشگران بین‌المللی را در سال ۲۰۱۰ حدود یک میلیارد نفر برآورد کرده بود و همچنین پیش‌بینی نمود این تعداد در سال ۲۰۲۰ به یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون نفر می‌رسد (اصفهانی، ۱۳۸۸). درآمد حاصل از جهانگردی نیز در سال ۱۹۹۵ در حدود ۴۰۰ میلیارد دلار، در سال ۲۰۰۰ در حدود ۵۰۰ میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۰ در حدود ۷۰۰ میلیارد دلار تخمین زده شده است که احتمالاً این مقدار در سال ۲۰۲۰ به ۲۰۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید. در این میان نرخ رشد گردشگری ورزشی به نسبت سایر بخش‌های صنعت گردشگری بیشتر است. این نرخ رشد به‌طور متوسط سالیانه حدود ۱۰ درصد اعلام شده است. در کشورهای پیشرو در بخش صنعت، صنعت گردشگری بین ۴ تا ۶ درصد از تولید ناخالص داخلی را شامل می‌شود که در این میان، سهم گردشگری ورزشی ۱ تا ۲ درصد می‌باشد، لذا از آنجاکه رشد گردشگری ورزشی می‌تواند نقش بسیار مهمی را در توسعه اقتصادی ایفا نماید، بسیاری از کشورها سعی در فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم، سرمایه‌گذاری‌های کلان مالی و کسب میزبانی رقابت‌های بین‌المللی ورزشی دارند. با نگاهی گذرا به



درآمدهای چشمگیر برخی از کشورها پس از برگزاری رویدادهای بین المللی، بیشتر به اهمیت این موضوع می توان پی برد. با برپایی رقابت های جام جهانی ۲۰۰۶ در آلمان، سودی حدود ۸۶ / ۲ میلیارد یورو نصیب این کشور شد. همچنین اثرات مثبت اقتصادی این میزبانی تا سال ۲۰۰۸ به طور ناخالص حدود ۳/۸۸ میلیارد یورو برآورد گردید. البته این عدد تنها در بخش گردشگری برای آلمانها محقق شد و آمار مربوط به رونق صنایع و تجارت در این کشور به واسطه برگزاری رقابت های جام جهانی ۲۰۰۶ به طور جامع و دقیق منتشر نشد. این در حالی است که کارشناسان اقتصادی این کشور در نقل قولهایی متفاوت، ارقام اعجابآوری را برای این بخشها تخمین زده اند (صمدی، ۱۳۸۹: ۱). همچنین مجموع درآمد حاصل از المپیک آتن را ۱۸ میلیارد یورو تخمین زده اند که این عدد، ۲/۵ برابر کل میزان سرمایه گذاری برای برگزاری آن می باشد. در یک نگاه کلی می توان برخی از آثار مهم اقتصادی ناشی از توسعه صنعت گردشگری را به شرح زیر بیان کرد:

➤ ایجاد درآمد ارزی

➤ ایجاد درآمد ناشی از مالیات و عوارض ساخت وسازها به واسطه توسعه فعالیت های جهانگردی (صنعت هتلداری)

➤ سود اقتصادی افرادی که درگیر فعالیت های جهانگردی هستند.

➤ اشتغالزایی صنعت جهانگردی این امکان را فراهم می کند که تعادل بهتری در بازار اشتغال به وجود بیاید. این موضوع با توجه به میزان بیکاری در کشور اهمیت زیادی دارد.

توسعه شهری:

به غیر از درآمدهای مالی توسعه گردشگری ورزشی، منافع اقتصادی دیگری همانند اشتغالزایی، توسعه زیرساخت های ورزشی و غیرورزشی، توسعه شهری و رفاه اجتماعی را نیز به دنبال دارد (کاسیماتی، ۲۰۰۳). اثرات مهم گردشگری ورزشی بر توسعه شهری را می توان در موارد زیر خلاصه نمود:

➤ جذب توریست ورزشی در جریان برگزاری بازی ها در یک شهر موجب توسعه زیرساخت هایی نظیر اماکن ورزشی، هتل ها، رستورانها، جاده ها و غیره می گردد.

➤ صنایع وابسته به توریسم نظیر صنعت هتلداری، صنایع غذایی، صنعت راه و ساختمان و صنایع ورزشی در شهرها رونق می یرد.

➤ در جریان برگزاری مسابقات ورزشی، مشاغل گوناگونی ایجاد می شود و از این راه می توان یکی از معضلات مهم یعنی بیکاری را کاهش داد

تحقیقات نشان داده است مسابقات ورزشی چه بزرگ و چه کوچک می تواند شرکت کنندگان، تماشاگران و گردشگران را به خود جلب کند و توانسته است هزاران و حتی میلیونها دلار درآمد برای اقتصاد محلی فراهم کند. مسابقات المپیک و جام جهانی فوتبال خود نمونه گویای این رویدادهای مهم ورزشی هستند. نظریه های جدید در زمینه گردشگری نشان می دهد جذابیت های گردشگری بر پایه ورزش در مقایسه با دیگر جذابیت های فرهنگی، مزیت های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری دارد. و صنعت گردشگری فراتر از مرزهای سیاسی است و نفوذ آن در درجه اول در حوزه های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی فرهنگی به چشم می خورد. (محرم زاده و همکاران، ۱۳۹۸)



پیشینه تحقیق

پروینی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی نقش سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون در توسعه گردشگری استان کرمانشاه نشان دادند که نقش سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون بر بعد سیاسی توسعه گردشگری، بعد اجتماعی-فرهنگی و زیست-محیطی معنادار بوده، اما در خصوص بعد اقتصادی معنادار نبوده است.

میری سرباستانی (۱۳۹۵) در تحقیق خود تحت عنوان "بررسی نقش جاذبه‌های اکوتوریستی استان گیلان در توسعه پایدار ناحیه" دریافت که جاذبه‌ها و توانمندی‌های طبیعی و فرهنگی بی‌نظیری که در مناطق استان گیلان وجود دارد، نقش قابل‌توجهی در توسعه ناحیه‌ای و طبعاً توسعه اقتصادی و اجتماعی این استان دارد. با برنامه‌ریزی و به کار بردن راهکارهای عملی وقت نظر بر مقوله گردشگری به‌ویژه اکوتوریسم می‌توان در این زمینه فرصت‌های اشتغال و درآمدزایی را افزایش داده و به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم با توسعه اقتصادی و اجتماعی بر مسائل و مشکلات است.

محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸) گزارش دادند که با توجه به تقسیم بندی درون مایه‌های اصلی یا طبقات اصلی، این طبقات مشتمل بر ۷ طبقه بود. که در این بین عوامل سیاسی و قانونی، اطلاع رسانی و تبلیغاتی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی، مدیریتی، امنیتی و ایمنی، فرهنگی و اجتماعی جزو طبقات اصلی بشمار می‌روند.

کریمی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند که ضرورتها و چالش‌ها گردشگری ماجراجویانه ورزشی شامل اجتماعی و فرهنگی، اشتغال مبتنی بر کارآفرینی، مدیریت هیجان، مدیریت ارتباطات و زیر ساخت‌ها؛ موانع شامل اداری مدیریتی، امکانات و تجهیزات، فردی، مالی و اقتصادی، امنیتی، روستاها، اطلاع رسانی؛ بسترها شامل قوانین و آیین‌نامه، فرهنگی و اطلاعاتی، آکادمیک و نیروی انسانی متخصص؛ راه کارها شامل مدیریت ایمنی، آموزش و فرهنگ‌سازی، مدیریت اماکن و رویداد و مدیریت کیفیت و نوآوری؛ اثرات شامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بودند.

ویلیام (۲۰۱۸) یازده ویژگی گردشگری ورزشی جهت دستیابی به مزیت رقابتی را تعیین نمود که آنلاین بودن رویدادهای ورزشی مهم‌ترین مزیت بود.

هاومن و همکاران^۱ (۲۰۱۶) در مقاله خود به عنوان انگیزه فعال گردشگری ورزشی در یک مقصد کوهستانی آلمان مقایسه متقابل فصلی به بررسی تفاوت فصل‌ها در انگیزه گردشگران ورزشی پرداخته است. تحقیق از نوع کاربردی می باشد. نتایج حاکی از آن است که تقریباً هیچ تفاوت قابل توجهی بین گردشگران ورزشی در تابستان و زمستان وجود ندارد. این مطالعه کمک به توسعه استراتژی‌های بازاریابی آینده گردشگری ورزشی در این مقاصد کرده است.

فیلیپ و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که فقدان فرصت و ترس از مهمترین دلایل عدم تلاش در ورزش های ماجراجویی است. در بین مصرف کنندگان که ورزش های ماجراجویی را انجام می دهند، ۴۹٪ از این تجربه بسیار راضی بودند. دمیروویچ و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که سه خوشه از گردشگران ورزشی بالقوه فعال وجود دارد و می توان از آن دسته از خوشه ها به عنوان چارچوبی برای نشان دادن عوامل انگیزش اجتماعی - روانی برای گردشگران ورزشی فعال و چگونگی استفاده از آنها استفاده کرد.



ژاو و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که هشت برنامه اقدامات متقابل و پیشنهادی برای توسعه گردشگری ورزشی در فضای باز در استان هوبی با هدف ارتقاء توسعه گردشگری ورزشی در فضای باز در استان هوبی و ساخت استان سالم پیشنهاد شد.

روش تحقیق:

پژوهش حاضر از نظر روش شناسی بر اساس هدف از نوع بنیادی نظری و کیفی است. چارچوب نظری این تحقیق بر مبنای نظریه های توسعه گردشگری و گردشگری ورزشی می باشد و بر اساس ماهیت از نوع روش تو صیفی - تحلیلی است. داده ها از طریق مطالعات کتابخانه ای - اسنادی گردآوری شده است.

نتیجه گیری:

توسعه توریسم موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می شود همچنین تأثیر به سزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی دارد. علاوه بر آن توریسم عاملی است برای گفتگوی بین فرهنگ ها و ارتباط نزدیک مردم جامعه و همبستگی مضاعف در جوامع می شود. توریسم ورزشی نیز شرایط مطلوبی برای سلامتی جسمی و روانی افراد جامعه مهیا ساخته و گروه های فکری مختلف را در کنار یکدیگر قرار داده و منجر به پیوستگی اجتماعی می شود. از طرفی توریسم در سطوح بالای اقتصادی و اجتماعی باعث شکوفایی استعدادها و ارتقای آموزشی در همه زمینه ها می شود. توسعه مستلزم مهیا شدن محیطی مناسب برای رشد و ایجاد است. ایجاد این محیط مناسب در گرو ایجاد فرهنگ گردشگری می باشد. اما لازمه ایجاد این فرهنگ، ایجاد ارتباطات اجتماعی است. فرهنگی می گوید: ورزش و گردشگری اهداف مشترکی دارند که شامل ساختن پل های تفاهم میان فرهنگ های متفاوت، شیوه زندگی و سنت ها، افزایش صلح و دوستی میان ملت ها، برانگیختن و تشویق افراد به فعالیت های سرگرم کننده و شاداب برای رهایی از فشارهای روزمره زندگی هستند. از سویی دیگر، توریسم ورزشی یکی از حیطه های رو به رشد گردشگری است که مسابقات و رویدادهای ورزشی، تعداد کثیری توریست، چه داخلی و چه خارجی را جلب می کند. پژوهش ها نشان می دهد که توریسم ورزشی یکی از بخش هایی است که در تمام دنیا در صنعت گردشگری بیشترین رشد را دارد. در واقع توریسم ورزشی صنعتی است که از ترکیب دو صنعت توریسم و «ورزش» پدید آمده است. به عبارت دیگر ورزش یکی از فعالیت های مهم گردشگران در حین گردشگری است. موضوع مسافرت مردم جهت شرکت یا تماشای ورزش به بازبهای المپیک باستان بر می گردد. درست از زمانی که مردم از نقاط مختلف برای تماشای رقابت قهرمانان شان در کوه المپیا دور هم جمع می شدند. اما بحث توریسم ورزشی یکی از حوزه های جدید تحقیقی در ۱۰ سال گذشته است. توریسم و ورزش چه به صورت حرفه ای و چه به صورت آماتور و تفریحی، مسافرت های قابل توجهی را به نقاط مختلف جهان در بر می برد. برای تداوم رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و درآمدزایی باید ورزش و توریسم همراه با هم حرکت کنند. پس با توجه به نقش و اهمیت موضوع ورزش و توریسم مسئولان هر منطقه و شهری باید در پی تلاش و توسعه ورزش و به دنبال آن توریسم ناشی از آن باشند که چه بسا بسیاری از مکانها فاقد پتانسیل و منابع اولیه لازم در این زمینه بوده ولی با اهتمام به نقش و تأثیر آن بر ابعاد مختلف زندگی بشر مسئولین و دست اندر کاران آنجا به خلاقیت و ابتکار خود در این زمینه موجبات بهره مندی از این صنعت را به نحو احسن فراهم کرده اند. امروزه صنعت گردشگری یا توریسم به صنعتی پررونق در کشورهایی تبدیل شده است که جاذبه های سیاحتی دارند و به گواه آمار سازمان جهانی جهانگردی، در سه دهه اخیر صنعت جهانگردی در سطح جهانی رشد چشمگیری داشته است و اکنون سالانه بیش از ۶۰۰ میلیون نفر از نقاط دیدنی کشورهای مختلف بازدید می کنند (پاپلی یزدی و همکاران، ۱۳۸۶). امروزه، پیوند میان توریسم و ورزش نوع جدیدی از جهانگردی را ایجاد کرده است که جنبه های مختلف و متنوعی را در بر می برد؛ گستره وسیعی که از فعالیت های هیجانی شروع می شود و تا فعالیت های تمدد اعصاب ادامه پیدا می کند. به همان اندازه که سلیقه ها و تمایلات متفاوتی برای افراد متصور است، دامنه



فعالیت‌های توریسم ورزشی نیز گسترده است. بدین لحاظ تجمیع سه‌شاخه از فعالیت‌های انسانی (توریسم، ورزش و سلامت) ساختار جدید و جامعی را برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه بانشاط روانی و جسمانی انسان به وجود آورده است. از طرف دیگر، مقاصد مختلفی با ویژگی‌ها، جاذبه‌ها و توانمندی‌های مشخص ورزشی و توریسم در سطح جهان جهت توسعه گردشگری ورزشی و جذب گردشگران هستند که هر منطقه‌ای می‌تواند از این ظرفیت به‌عنوان یک منبع درآمد پاک و مستمر استفاده کند.

منابع:

۱. پروینی، نسترن؛ شعبانی مقدم، کیوان؛ اشرفخزایی، علی. (۱۳۹۴). بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری جامعه میزبان ابا تاکید بر بعد اقتصادی. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، دوره دوم، شماره ۵، صص ۸۷-۹۵.
۲. چقاجردی، ایمان؛ فیض الهی، غلامعلی؛ شجاعی اصفهانی نژاد، سید احسان (۱۳۹۳). شناسایی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی زورخانه‌های شهر اصفهان). فصلنامه فضای گردشگری، سال سوم، شماره ۱۰: ۳۹-۲۵.
۳. زیتونلی، عبدالحمید؛ زیتونلی، سخیده (۱۳۹۱). شناسایی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای گردشگری ورزشی استان گلستان. فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی شماره دوم، سال اول: ۹۷-۷۷.
۴. سجادی، سید نصراله؛ افروزه، محمدصادق (۱۳۹۱). طراحی مفهومی سیستم اطلاعات گردشگری ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۵: ۱۱۱-۱۲۸.
۵. سوادی، مهدی (۱۳۹۴). طراحی مدل توسعه ورزش همگانی استان هرمزگان و تدوین استراتژی اجرایی آن. رساله دکتری، دانشگاه گیلان.
۶. فلاحی، احمد؛ حسنی، احسان؛ کروی، مهدی (۱۳۹۲). بررسی جاذبه‌های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان. مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۷: ۱۵۹-۱۷۴.
۷. کریمی، ترانه؛ هنرور، افشار؛ اشرف گنجوی، فریده (۱۳۹۴). رابطه گردشگری ورزشی با توسعه ابعاد منتخب شهری در شهر تهران. دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ش ۲ پیاپی (۷): ۹۶-۱۱۱.
۸. کریمی، جواد؛ سلطانین، لیلا؛ بجانی، ابوالفضل (۱۳۹۸). طراحی مدل توسعه گردشگری ماجراجویانه ورزشی؛ نظریه داده بنیاد. مطالعات مدیریت ورزشی، آماده انتشار.
۹. محرم زاده، مهرداد؛ ایمان زاده، مسعود (۱۳۹۸). بررسی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در استان اردبیل. مدیریت و توسعه ورزش، ۸(۴): ۲-۱۷.
۱۰. محمودی یکتا، مهدی؛ ذبیحی، اسماعیل؛ جورابلو، مسعود (۱۳۹۱). تأثیر مؤلفه های گردشگری بر گرایش گردشگری ورزشی در ایران. فصلنامه علمی- پژوهشی نگرشهای نو در جغرافیای انسانی، سال چهارم، شماره ۲: ۱۳۹-۱۴۹.
۱۱. معین فرد، محمدرضا؛ احمد مظفری، سید امیر؛ شرف جوادی، بتول؛ کاظم نژاد، انوشیروان (۱۳۹۰). بررسی وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران. فصلنامه المپیک، سال نوزدهم- شماره ۲، (پیاپی ۵۴): ۷-۲۲.
۱۲. معین فرد، محمدرضا؛ شوشی نسب، پروین؛ کاظم نژاد، انوشیروان (۱۳۹۳). راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی تفریحی در ایران. دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ش ۲ (پیاپی ۵): ۱-۱۷.
۱۳. منافی، فریدون (۱۳۹۴). مطالعه انگیزه ها و موانع فعالیت بدنی در میان جامعه دانشگاهی (اعضای هیئت علمی، کارکنان و دانشجویان) به منظور ارائه راهکارهای توسعه ورزش همگانی در دانشگاه های ایران، رساله دکتری، دانشگاه گیلان.
۱۴. میری سرباستانی، آمنه. (۱۳۹۵). بررسی نقش جاذبه های اکوتوریستی استان در توسعه پایدار ناحیه (جاذبه های



اکوتوریستی گیلان) پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار.

۱۶. هنرور، افشار (۱۳۸۴). عوامل مؤثر بر گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش و مدیران گردشگری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته تربیت‌بدنی، دانشگاه تربیت معلم.

۱۷. هنری، حبیب (۱۳۹۰). نقش گردشگری ورزشی در اشتغال و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذی‌نفعان. پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت ورزشی، شماره ۸: ۹۵-۱۰۳

۱۸. . Li, L., & Zheng, H. (2019). Research on environmental problems and countermeasures in the development of sports tourism in China. *Frontiers in Sport Research*, 1(3).

۱۹. Hungenberg, E., Ouyang, L., & Gray, D. (2019). Measuring the Information Search Behaviors of Adventure Sport Tourists. *Event Management*, 23(1): 75-91.



Examination of the effects of sports tourism development

Fatemeh Kolai

Audiovisual expert, cultural, social and sports organization, Shiraz municipality

Abstract

The aim of this study is to examine the role and effects of sports tourism. Tourism can have positive economic, social, environmental, cultural and even security effects on communities. One of the most important and growing types of tourism is sports tourism. Sports tourism, as the third most common industry in the world, is considered one of the important resources of any society in achieving economic, social and cultural goals with two goals: income and employment. This type of tourism has grown a lot in the last few decades. Many countries research, plan, invest and especially market in this field, and from this place they have been able to develop tourism in their country and its many benefits in the economic, social, cultural and... They exploit. Sports and physical education can have important functions in development.

Keywords: Development, tourism industry, sports tourism