



دانشگاه تربیت معلم

دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

رساله دوره دکتری گرایش مدیریت در تربیت بدنی و علوم ورزشی

عنوان:

وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران و ارائه الگوی توسعه آن

استاد راهنما:

دکتر سید امیر احمد مظفری

اساتید مشاور:

دکتر بتول مشرف جوادی

دکتر انوشیروان کاظم نژاد

دانشجو:

محمدرضا معین فرد

پاییز ۱۳۸۷

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی وضعیت موجود و مطلوب صنعت گردشگری ورزشی در ایران و ارائه الگوی مناسب توسعه آن بوده است.

تحقیق حاضر، توصیفی از نوع زمینه یابی پیمایشی بوده و جامعه آماری این تحقیق را ۱۱۶ نفر از متخصصین و مدیران عالی در دو حوزه گردشگری و ورزش که اطلاعات کافی از حوزه گردشگری ورزشی داشتند، تشکیل داده اند که به صورت کل شماری انتخاب شده اند. در این تحقیق با توجه به عدم دسترسی به پرسشنامه استاندارد، از پرسشنامه ای محقق ساخته جهت جمع آوری داده ها استفاده شده است که شامل ۷۷ سؤال بوده و بر اساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت به صورت دو وجهی (وضعیت موجود و مطلوب) ساخته شده بود. در نهایت تعداد ۱۰۱ پرسشنامه پس از پیگیری مستمر جمع آوری و مورد بررسی قرار گرفت. جهت تحلیل داده ها از آزمون های تحلیل واریانس یک سویه، آزمون t، تحلیل عاملی و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

نتایج بدست آمده به صورت زیر خلاصه شده است:

- از دیدگاه پاسخ دهندگان این تحقیق در وضعیت موجود (آنچه هست)، اهمیت مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی کشور به ترتیب، « فرهنگ سازی و ایجاد انگیزش » با میانگین ۱/۹۹۶ (در مقیاس ۵ ارزشی لیکرت)، « شناخت قابلیت ها و ظرفیت ها » با میانگین ۱/۹۶۳، « بازاریابی » با میانگین ۱/۹۴۴، « زیر ساخت ها و اماکن و تأسیسات » با میانگین ۱/۹۳۴، « تحقیق و پژوهش » با میانگین ۱/۸۹۱، « آموزش و تعلیم نیروی انسانی » با میانگین ۱/۸۸۳ و « مدیریت و هماهنگی » با میانگین ۱/۸۲۹، کم/اهمیت و اهمیت مولفه « حمایت های سیاسی و قانونی » با میانگین ۲/۰۶۹، متوسط ارزیابی شده است.

- از دیدگاه پاسخ دهندگان این تحقیق در وضعیت مطلوب (آنچه باید باشد)، اهمیت مولفه های هشت گانه دخیل در توسعه صنعت گردشگری ورزشی به ترتیب « زیر ساخت ها و اماکن و تأسیسات » با میانگین ۴/۳۸ (در مقیاس ۵ ارزشی لیکرت)، « شناخت قابلیت های و ظرفیت ها » ۴/۳۵، « بازاریابی » با میانگین ۴/۳۴، « حمایت های سیاسی و قانونی » با میانگین ۴/۳۳، « آموزش و تعلیم نیروی انسانی » با میانگین ۴/۲۹، « تحقیقات و پژوهش » با میانگین ۴/۲۷، « فرهنگ سازی و ایجاد

انگیزش « با میانگین ۴/۲۴ و « مدیریت و هماهنگی » با میانگین ۴/۱۸، خیلی زیاد ارزیابی شده است.

- بین وضعیت موجود و مطلوب مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی کشور تفاوت معنی داری وجود دارد.

- بین دیدگاه متخصصین گردشگری و ورزش ، مدیران عالی در سازمان های گردشگری و مدیران عالی در سازمان های ورزشی، در مورد اهمیت مولفه های هشت گانه در توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور در وضعیت موجود و مطلوب، تفاوت معنی داری وجود ندارد.

- بین دیدگاه های پاسخ دهندگان با مدارک تحصیلی مختلف (تربیت بدنی، گردشگری و مدیریت)، در مورد اهمیت مولفه های هشت گانه در توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور در وضعیت موجود و مطلوب، تفاوت معنی داری وجود ندارد.

در نهایت، شاخص های مربوط به مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی کشور نیز بررسی و اولویت بندی شده و در الگوی پیشنهادی توسعه گردشگری ورزشی کشور مورد استفاده قرار گرفته است.

تقدیر به:

پدر عزیزم که در همه مراحل زندگی پشتیبان و تکیه گاه من بوده و به من درس پشتکار و استقامت داده است.

مادر عزیزم که با صبر و بردباری و محبت های بی دریغش، به من درس ایثار و فداکاری داده است.

همسر عزیزم که با فداکاری، تلاش و زحمات صمیمانه خود، همدم و همراه من بوده است.

از زحمات بی دریغ و راهنمایی های عالمانه، دقیق و مستمر استاد گرامی
جناب آقای دکتر سید امیر احمد مظفری کمال قدردانی و تشکر را دارم.

از هدایت های مستمر و صادقانه جناب آقای دکتر انوشیروان کاظم نژاد که
در پیشبرد مراحل مختلف این تحقیق عنایت خاص داشتند، تشکر می کنم.

از زحمات بی شائبه استاد گرامی خانم دکتر بتول مشرف جوادی سپاسگزاری و
قدردانی می نمایم.

از مساعدت ها و همکاری صمیمانه خانم دکتر لیزا بیزلی که در غنا بخشیدن
به ممتوای پژوهش نقش موثری داشته است، سپاسگزارم.

از مسئولین، دانشجویان و کارکنان دانشکده گردشگری دانشگاه کوئینزلند
استرالیا که میزبان، همکار و یاور من بودند، کمال قدردانی و تشکر را دارم.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول : مقدمه و معرفی

۱.....	مقدمه.....
۳.....	مبانی نظری.....
۳.....	تعاریف گردشگری.....
۵.....	انواع گردشگری.....
۹.....	تعاریف ورزش.....
۱۱.....	تعاریف گردشگری ورزشی.....
۱۲.....	تعاریف گردشگر ورزشی.....
۱۳.....	سوابق تاریخی گردشگری ورزشی.....
۱۴.....	انواع گردشگری ورزشی.....
۱۶.....	دسته بندی فعالیت های گردشگری ورزشی.....
۲۲.....	الگوهای گردشگری ورزشی.....
۲۲.....	الگوی پدیده ای گردشگری ورزشی.....
۲۴.....	الگوی تعریفی گردشگری ورزشی.....
۲۷.....	الگوی عرضه و تقاضای گردشگری رویداد ورزشی.....
۲۹.....	الگوی میزان مشارکت در گردشگری ورزشی.....
۳۴.....	الگوی مشارکتی گردشگری ورزشی.....
۳۷.....	سیستم گردشگری ورزشی.....
۴۰.....	مشکلات ارائه خدمات گردشگری ورزشی.....
۴۳.....	اثرات گردشگری ورزشی.....
۴۵.....	انگیزش های گردشگری ورزشی.....
۴۷.....	عوامل سوق دهنده و جذب کننده.....
۵۰.....	عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی.....
۵۲.....	گردشگری ورزشی در کانادا.....

گردشگری ورزشی در استرالیا.....	۵۴
گردشگری ورزشی در انگلیس.....	۵۷
گردشگری ورزشی در یونان.....	۵۹
گردشگری ورزشی در ترکیه.....	۶۳
گردشگری ورزشی در ایران.....	۶۶
جاذبه های طبیعی ورزشی در ایران.....	۶۹
الگو و انواع آن.....	۷۷
بیان مسئله.....	۸۰
ضرورت و اهمیت تحقیق.....	۸۳
اهداف تحقیق.....	۸۵
هدف کلی.....	۸۵
اهداف اختصاصی.....	۸۵
محدوده تحقیق.....	۸۶
پیش فرض های تحقیق.....	۸۷
تعریف واژه ها و اصطلاحات.....	۸۸
فصل دوم : پیشینه تحقیق	
مقدمه.....	۹۱
تحقیقات انجام شده در زمینه تحقیق.....	۹۲
جمع بندی.....	۱۲۵
فصل سوم : روش تحقیق	
مقدمه.....	۱۲۸
روش و طرح تحقیق.....	۱۲۸
جامعه و نمونه آماری.....	۱۲۸
متغیرهای تحقیق.....	۱۲۹
ابزار جمع آوری داده ها.....	۱۳۰

۱۳۳.....روش گردآوری داده ها.....

۱۳۳.....روش های آماری.....

فصل چهارم : یافته های تحقیق

۱۳۶.....مقدمه.....

۱۳۷.....توصیف ویژگی های فردی پاسخ دهندگان.....

۱۴۱.....یافته های استنباطی تحقیق.....

۱۵۹.....الگوی پیشنهادی توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور.....

فصل پنجم : بحث و نتیجه گیری

۱۶۲.....مقدمه.....

۱۶۲.....خلاصه تحقیق.....

۱۷۳.....بحث و نتیجه گیری.....

۱۹۴.....محدودیت های غیر قابل کنترل.....

۱۹۵.....پیشنهادهای مبتنی بر یافته های تحقیق.....

۱۹۸.....پیشنهاد برای تحقیقات بعدی.....

۲۰۰.....فهرست منابع و مواخذ.....

۲۱۲.....پیوست ها.....

فهرست جدول ها

صفحه	عنوان
۱۰۰.....	جدول (۱-۲): استراتژی های توسعه گردشگری ورزشی در کشور استرالیا.....
۱۰۲.....	جدول (۲-۲): الگوی برنامه ریزی و طرح کاربردی جهت توسعه گردشگری ورزشی در کشور کانادا.....
۱۰۶.....	جدول (۳-۲): اهمیت عوامل هشتگانه موفقیت در میزبانی برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی.....
۱۱۹.....	جدول (۴-۲): مقایسه ویژگی ها و اثرات اقتصادی هفت رویداد منظم در ایالت کارولینای جنوبی.....
۱۲۴.....	جدول (۵-۲): خلاصه عناوین تحقیقی در زمینه گردشگری ورزشی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵.....
۱۳۲.....	جدول (۱-۳): محاسبه پایایی مولفه های تحقیق به صورت مجزا.....
۱۳۷.....	جدول (۱-۴): سن پاسخ دهندگان.....
۱۳۷.....	جدول (۲-۴): جنسیت پاسخ دهندگان.....
۱۳۸.....	جدول (۳-۴): میزان تحصیلات پاسخ دهندگان.....
۱۳۸.....	جدول (۴-۴): رشته تحصیلی پاسخ دهندگان.....
۱۳۹.....	جدول (۵-۴): سابقه کار پاسخ دهندگان.....
۱۳۹.....	جدول (۶-۴): وضعیت استخدام پاسخ دهندگان.....
۱۴۰.....	جدول (۷-۴): محل اشتغال به کار پاسخ دهندگان.....
۱۴۱.....	جدول (۸-۴): بررسی بار عاملی و رتبه مولفه های تأثیر گذار بر توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور در وضعیت موجود و مطلوب.....
۱۴۲.....	جدول (۹-۴): توصیف اهمیت مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود از دیدگاه پاسخ دهندگان.....
۱۴۳.....	جدول (۱۰-۴): توصیف اهمیت مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت مطلوب از دیدگاه پاسخ دهندگان.....
۱۴۴.....	جدول (۱۱-۴): مقایسه توصیفی وضعیت موجود و مطلوب مولفه های اصلی تحقیق.....

- جدول (۴-۱۲): t زوجی مرتبط با مقایسه وضعیت موجود و مطلوب مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی از دیدگاه پاسخ دهندگان..... ۱۴۵
- جدول (۴-۱۳): تحلیل واریانس مرتبط با مقایسه مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی کشور در وضعیت موجود با تأکید بر رشته تحصیلی پاسخ دهندگان..... ۱۴۶
- جدول (۴-۱۴): تحلیل واریانس مرتبط با مقایسه مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی کشور در وضعیت مطلوب با تأکید بر رشته تحصیلی پاسخ دهندگان..... ۱۴۷
- جدول (۴-۱۵): تحلیل واریانس مرتبط با مقایسه مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود با تأکید بر محل کار پاسخ دهندگان..... ۱۴۸
- جدول (۴-۱۶): تحلیل واریانس مرتبط با مقایسه مولفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت مطلوب با تأکید بر محل کار پاسخ دهندگان..... ۱۴۸
- جدول (۴-۱۷): مقایسه و اولویت بندی اهمیت شاخص های مرتبط با مولفه «مدیریت و هماهنگی» در صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود و مطلوب..... ۱۵۰
- جدول (۴-۱۸): مقایسه اولویت بندی اهمیت شاخص های مرتبط با مولفه «حمایت های سیاسی و قانونی» صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود و مطلوب..... ۱۵۲
- جدول (۴-۱۹): مقایسه اولویت بندی اهمیت شاخص های مرتبط با مولفه «بازاریابی» صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود و مطلوب..... ۱۵۳
- جدول (۴-۲۰): مقایسه و اولویت بندی اهمیت شاخص های مرتبط با مولفه «زیر ساخت ها و اماکن و تأسیسات» صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود و مطلوب..... ۱۵۴
- جدول (۴-۲۱): مقایسه و اولویت بندی اهمیت شاخص های مرتبط با مولفه «شناخت قابلیت ها و ظرفیت ها» صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود و مطلوب..... ۱۵۵
- جدول (۴-۲۲): مقایسه و اولویت بندی اهمیت شاخص های مرتبط با مولفه «تحقیقات و پژوهش» صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود و مطلوب..... ۱۵۶
- جدول (۴-۲۳): مقایسه و اولویت بندی اهمیت شاخص های مرتبط با مولفه «فرهنگ سازی و ایجاد انگیزش» صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود و مطلوب..... ۱۵۷

جدول (۴-۲۴): مقایسه و اولویت بندی اهمیت شاخص‌های مرتبط با مولفه «آموزش و تعلیم نیروی انسانی» صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود و مطلوب.....۱۵۸

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان
۱۵.....	شکل (۱-۱): انواع گردشگری ورزشی.....
۲۲.....	شکل (۲-۱): الگوی پدیده ای گردشگری ورزشی.....
۲۵.....	شکل (۳-۱): الگوی تعریفی گردشگری ورزشی.....
۲۸.....	شکل (۴-۱): الگوی عرضه و تقاضای گردشگری رویدادهای ورزشی کتز.....
۲۹.....	شکل (۵-۱): بخش تقاضا، گردشگران ورزشی.....
۳۲.....	شکل (۶-۱): بخش عرضه، عرضه کنندگان گردشگری ورزشی.....
۳۴.....	شکل (۷-۱): مدل مشارکتی گردشگری ورزشی.....
۳۶.....	شکل (۸-۱): مدل اصلاح شده مشارکتی گردشگری ورزشی.....
۳۸.....	شکل (۹-۱): سیستم گردشگری ورزشی.....
۷۸.....	شکل (۱۰-۱): طبقه بندی الگوها یا مدل ها.....
۱۲۱.....	شکل (۱-۲): رابطه بین تصور از رویداد، تصور از مقصد و رفتارهای گردشگران ورزشی.....
	شکل (۱-۴): توصیف اهمیت مولفه های صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود از دیدگاه
۱۴۲.....	پاسخ دهندگان.....
	شکل (۲-۴): توصیف اهمیت مولفه های صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت مطلوب از دیدگاه
۱۴۳.....	پاسخ دهندگان.....
۱۴۴.....	شکل (۳-۴): مقایسه توصیفی وضعیت موجود و مطلوب متغیرهای اصلی تحقیق.....

فصل اول

مقدمه و معرفی

مقدمه

سفر کردن و آشنایی با سرزمین های تازه از دیر باز در فرهنگ های گوناگون جهان دارای اهمیت بوده و گاه نیز مقدس شمرده شده است. در فرهنگ اسلامی نیز به سفر کردن بسیار توجه شده و همواره توصیه شده است. در عصر جدید پیشرفت های مختلف اقتصادی و اجتماعی به تغییر سبک زندگی افراد انجامیده و سفرکردن و گردش به عنوان بخش مهمی از اوقات فراغت در زندگی افراد مطرح شده است. بعلاوه بوجود آمدن وسایل ارتباط جمعی جدید و تسهیل حمل و نقل، به افزایش کمی و کیفی سفر کردن انجامیده است (۱۶). به طوری که «صنعت گردشگری»^۱ به عنوان بزرگ ترین و متنوع ترین صنعت در دنیا درآمده و بسیاری از کشورها این صنعت نو پا را به عنوان منبع اصلی در آمد، اشتغال زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیر ساخت ها می دانند (۱۹).

هم اکنون اکثر کشورهای پیشرفته جهان، جهانگردی را بهترین راه برای اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاخر جهانی و صلح و دستیابی به در آمد های سرشار اقتصادی می دانند. گسترده شدن پدیده توریسم به تخصصی شدن هر چه بیشتر آن انجامیده، به طوری که امروزه با ابعاد گوناگونی همچون جهانگردی تفریحی و ورزشی، درمانی، علمی و مذهبی و فرهنگی و... روبرو هستیم و در هر کدام از این بخش ها، تعداد زیادی از مردم به گونه ای کاملاً تخصصی در حال فعالیت هستند (۱۹). عللی همچون افزایش در آمد، کاهش ساعات و روزهای کاری، افزایش تعطیلات، بی تحرکی، بالا رفتن استانداردهای زندگی، رشد و توسعه ارتباطات، رشد تکنولوژی، توسعه راه ها و حمل و نقل و تغییر نیازهای مردم از دلایل مشترکی است که انسان امروزی را به سمت گردشگری و ورزش سوق داده است (۷۲، ۸۳ و ۸۵).

«گردشگری» به عنوان بزرگ ترین صنعت جهان (۶۰) و «ورزش»^۱ به عنوان یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی هستند که از تلفیق آن ها یکی از شگفت انگیز ترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت «گردشگری ورزشی»^۲ بوجود آمده است (۳۳). از اواسط دهه ۹۰ توجه از دو بخش صنایع و آکادمیک گردشگری و ورزش به گردشگری ورزشی جلب شد (۵۹). به طوری که گردشگری ورزشی رشد چشمگیر و گسترده ای را در ۲۰ ساله اخیر تجربه کرده است (۱۲۲) و کشورهای مختلف در گوشه و کنار جهان استراتژی های گردشگری ورزشی را تدوین و به کار بسته و درجات مختلفی از موقعیت را نیز در این زمینه بدست آورده اند. از طرفی پیش بینی های صورت گرفته نشان می دهد که گردشگری و سفر تا سال ۲۰۲۰ رشد ۵ درصدی را در سطح جهان خواهد داشت. اما جالب است که بدانیم این پیش بینی ها در مورد گردشگری ورزشی رقم ۱۰ درصد را تا سال ۲۰۲۰ نشان می دهد (۱۳۶). که این خود دلیلی دیگر برای جلب توجه صنایع و محققین به این موضوع می باشد.

از طرفی بر اساس معیار های یونسکو، ایران یکی از ده کشور بزرگ جهان از نظر جاذبه های توریستی و از نظر گردشگری طبیعت رتبه پنجم، از لحاظ پذیرش گردشگر دارای رتبه هفتم و از نظر درآمد ارزش گردشگری رتبه هشتم و نه را در جهان داراست. استعداد در آمد ارزی ایران از گردشگری بسیار بالاتر از درآمد فروش نفت است و همچنین عنوان شده است که این کشور علی رغم داشتن مزیت نسبی بالا در گردشگری، میزان بهره مندی بسیار ناچیزی از این صنعت دارد (WTO, 2004).

لذا، با توجه به قابلیت ها و ظرفیت های بالقوه مختلف (طبیعی، انسانی، ورزشی و غیره) موجود در کشور و همچنین اهمیت بهره گیری از منافع مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، زیست محیطی و جسمی روانی ثابت شده در صنعت گردشگری ورزشی (۱۰۴)، لزوم توجه به مباحث مختلف مدیریتی، بازاریابی و سرمایه گذاری جهت توسعه و رشد این صنعت نوین در کشورما نیز ضروری و با اهمیت به نظر می رسد (۲۸).

1 - Sport

2 - Sport Tourism

مبانی نظری

پیش از پرداختن به موضوع اصلی بحث این پژوهش که همانا گردشگری ورزشی است، مروری کلی بر مقوله گردشگری به صورت عام و تعاریف و مفاهیم آن و سپس ورزش به صورت جداگانه خواهد شد. بی شک مجموعه این مباحث به درک و شناخت بهتر حوزه گردشگری ورزشی و متغیرهای آن در جهت پیشبرد اهداف تحقیق، کمک می نماید.

تعاریف گردشگری

واژه توریسم "Tourism" بر گرفته از واژه لاتین "Tonar" و واژه یونانی "Tornos" که به معنی چرخ یا شیئی مدور است که حول یک محور مرکزی حرکت می کند و "Ism" به عنوان یک عمل یا فرآیند تعریف می گردد. و در نتیجه واژه توریسم به معنی فرآیند ترک و بازگشت به نقطه ای مشابه می باشد و یک تور سفری است که به نقطه اولیه آن بر می گردد (۱۶).

لازم به ذکر است که گردشگری دارای مفاهیم متفاوتی از دیدگاه صاحب نظران مختلف است و یک تعریف جامع و واحد پذیرفته شده جهانی برای آن وجود ندارد و لذا با جستجو در متون مختلف در زمینه گردشگری تعاریف متفاوتی را می توان مشاهده نمود. با این وجود به تعاریف مختلفی که در سمینارها و اجتماعات بین المللی و یا توسط افراد مختلف ارائه شده در زیر اشاره می گردد:

- در سال ۱۹۹۱ در کنفرانس بین المللی گردشگری در اتاوا کانادا که با حضور متخصصین ۹۰ کشور جهان و به همت سازمان جهانی گردشگری برگزار گردید، تعریف زیر از گردشگری ارائه گردید: فعالیت های افراد در حال سفر که از محیط زندگی معمول خود برای مدتی کمتر از یک دوره زمانی خاص خارج شده و هدف از این سفر دیدن مکان هاست تا کسب در آمد (۱۲۸).

- پروفیسور هانزیکروکراف (۱۹۹۵) تعریف فنی زیر را از گردشگری ارائه داده اند: گردشگری کلیه روابط و پدیده هایی است که از اقامت افراد غریبه ناشی می شود. این اقامت به معنی ایجاد یک اقامت دائمی نبوده و ارتباطی با فعالیت های در آمد زا ندارد (۳۲).

- انجمن گردشگری بریتانیا نیز گردشگری را بدین صورت تعریف کرده است: گردشگری حرکت کوتاه مدت و موقت مردم به مقصد هایی خارج از محل معمول زندگی و کار آنهاست و آن ها در حین اقامت در آن مقاصد فعالیت ها، بازدید ها و گردش هایی را با اهداف مختلف انجام می دهند (۳۲).

- گردشگری: عبارت است از فعالیت افرادی که برای استراحت، تفریح، دیدار دوستان و خویشاوندان، تجارت و امور حرفه ای درمان بیماری، انگیزه های مذهبی و زیارتی و مانند این ها به خارج از محیط زندگی خویش سفر می کنند و حداقل یک شب و حداکثر برای یک سال به طور متوالی در آنجا به سر می برند (۲۴).

- اما مهم ترین و بهترین تعریفی که در تحقیقات گردشگری ورزشی ارائه و مورد پذیرش قرار گرفته است به قرار زیر می باشد: جا به جایی موقت افراد از محل زندگی و کارشان که شامل کسب تجاربی متفاوت از تجارب زندگی روزمره بوده و به عنوان بخشی از تعطیلات و یا یک بخش فرعی از یک مسافرت تجاری باشد (۱۱۸).

گردشگران بر اساس مبدا و مقصد سفر خود به سه دسته تقسیم می شوند:

۱- گردشگران داخلی^۱: به ساکنان منطقه یا جامعه خاص اطلاق می شود که فقط در داخل منطقه خود سفر می کنند.

۲- گردشگران خارج به داخل^۲: به افرادی غیر از ساکنان یک جامعه خاص، که به آن منطقه سفر می کنند اطلاق می شود.

۳- گردشگران داخل به خارج^۳: به افراد ساکن در یک جامعه که به منطقه ای خارج از منطقه سکونت خود سفر می کنند اطلاق می شود (۱۲۸).

1 - Domestic Tourism
2 - Inbound Tourism
3 - Outbound Tourism

انواع توریسم (گردشگری)

درباره انواع و اقسام گردشگری، آنچه از مطالعه آثار و آراء صاحب نظران این حوزه بدست می آید این است که توافق جامعی در باره انواع گردشگری میان آن ها وجود ندارد و هر کدام از صاحب نظران با توجه به زاویه دید خود گونه هایی از فعالیت ها را فعالیت های گردشگری دانسته و بر حسب دید خود آن ها را تقسیم بندی نموده اند. مثلاً یکی بر اساس انگیزه های مسافران به تقسیم بندی پرداخته و دیگری بر اساس عوامل دیگر مانند زمان (توریست تابستانی و یا زمستانی) یا نوع فعالیت (تجاری، فرهنگی و...) اما در اینجا به توضیح مهم ترین انواع آن از دیدگاهی کلی می پردازیم (۱۶):

۱- توریسم تفریحی

این نوع از گردشگری افراد یا دسته هایی را در بر می گیرد که با هدف تفریح، استراحت، گذراندن تعطیلات، استفاده از آب و هوای گرم تر یا خنک تر از سرزمین خود به سفر می روند. گاهی هدف از سفر دیدار اقوام و دوستان می باشد که ضمن آن استراحت و تفریح نیز مورد نظر است. این گونه سفر ها در طبقه بندی گردشگری تفریحی قرار می گیرد (۱۲).

۲- توریسم درمانی

منظور از گردش و مسافرت برای درمان، رفتن به مکان هایی است که فرد بتواند از خدمات پزشکی و بهداشتی آن مکان استفاده نماید مراکزی که دارای چنین توانایی هایی باشند، کشش زیادی برای جذب مسافر دارند، بخصوص افراد سالمند و پا به سن گذاشته از متقاضیان چنین مراکزی هستند. گروه های متفاوتی از این دست قابل بررسی است اما نمونه های اصلی چنین سفر هایی را می توان در سه گروه مراقبت بهداشتی، زیبایی اندام و گذراندن دوره نقاهت و بازپروری تقسیم بندی و بررسی کرد.

۳- توریسم ورزشی

هر نوع مسافرتی که به منظور فعالیت های ورزشی باشد توریسم ورزشی گفته می شود مانند اسکی، قایقرانی، شکار، شرکت در مسابقات ورزشی، تماشای مسابقات و... (۱۲).

۴- توریسم فرهنگی

تمایل برای سفر به جهت یادگیری درباره دیگر مردم و فرهنگ آن‌ها همیشه یک انگیزه اصلی بوده است (۷۳).

توریسم فرهنگی برای آشنایی با فرهنگ و رسوم و هنر ملل و آثار تاریخی و مطالعه تاریخی و نظایر آن صورت می‌گیرد (۱۲).

۵- توریسم تجارتي

مهم‌ترین سفرهایی که تحت این عنوان صورت می‌گیرد عبارتند از سفرهایی که افراد برای شرکت در بازارهای مکاره و نمایشگاه‌های بین‌المللی کالا و صنایع و یا سرکشی و بازدید از تأسیسات کارخانجات مختلف و نظایر آن‌ها می‌نمایند (۱۲).

۶- توریسم سیاسی

مسافرت به منظور شرکت در جشن‌های ملی و مراسم ویژه و کنگره‌ها و کنفرانس‌های سیاسی «توریسم سیاسی» خوانده می‌شود (۱۲).

۷- توریسم زیست محیطی یا طبیعت‌گرا^۱

به عنوان توریسمی تعریف می‌شود که شامل سفر به نواحی طبیعی نسبتاً تقسیم نشده و آلوده نشده با اهداف خاص مطالعاتی یا لذت بردن از گیاهان و حیوانات وحشی آنجاست (۷۳).

تأکید توریست طبیعت‌گرا بر جاذبه‌های طبیعی است. گردشگر طبیعت‌گرا علاقمند به شگفتی‌های جهان هستی همچون آبشارها، جنگل‌ها، کوهستان‌ها، کویرها، صحراها و سایر جاذبه‌های طبیعی است. فعالیت گردشگران طبیعت‌گرا پیاده‌روی، عکس‌برداری، کوه‌نوردی و اردو زدن در محیط‌های طبیعی و لذت بردن از جلوه‌های طبیعت است (۱۲).

۸- توریسم مذهبی

توریسم مذهبی نوعی از توریسم است که انگیزه اولیه و یا بخشی از آن انگیزه مذهبی باشد. در این

نوع توریسم انگیزه اساسی زیارت اماکن مقدس و متبرکه یا دیدار از نقاط و بقایای آثار مذهبی می باشد.

۹- توریسم خرید^۱

مسافرت در ممالک دیگر با هدف واضح خرید کالاهایی است که یا کمیاب هستند و یا به سختی در کشور محل اقامت پیدا می شوند. این سفر ممکن است که به مقصد خرید برای مصرف شخصی و یا برای فروش آن اجناس و یا دست یافتن به سودی قابل توجه باشد.

۱۰- توریسم مجازی^۲

گردشگری الکترونیکی یا مجازی حضور در سرزمین دیجیتالی وب و مشاهده فایل های تصویری، صوتی و متنی از دنیای واقعی اطراف ماست. سایت "Google Earth" به عنوان نمونه ای از سایت هایی است که شما با یک کلیک و انتخاب شهر مورد نظر می توانید به آنجا سفر کنید. بسیاری از موزه ها همچون موزه لوور پاریس را می توانید از طریق اینترنت دیدن کنید. شبکه های تلویزیونی ویژه ای امروزه در اختیار مخاطبان قرار گرفته که صرفاً به معرفی جاذبه های توریستی مناطق مختلف جهان و امکانات موجود در آن منطقه می پردازند که نوعی از سفر های مجازی می باشد.

۱۱- توریسم قومی^۳

به عنوان شکلی از توریسم مطرح می شود که انگیزه اولیه آن برای سفر تمنای تجربه و کنش متقابل با مردم قوم و قبیله ای بیگانه باشد.

۱۲- توریسم مزرعه ای^۴ یا کشاورزی

اساساً مردم ساکن در شهرها به دنبال تجربه موقتی از سبک زندگی روستایی هستند که اغلب بخشی از تصویر فرهنگی جامعه را تشکیل می دهد و کارکردهایی مانند فرار نوستالژیک به روزهای خوب

1 - Shopping Tourism

2 -E. Tourism

3 -Ethnic Tourism

4 - Agri Tourism