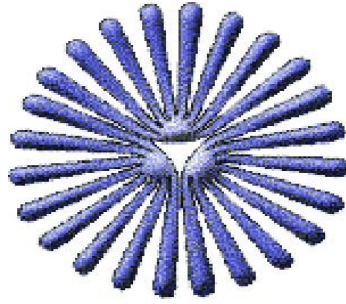


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

موضوع

شناسایی توانمندیهای گردشگری ورزشی استان گیلان

استاد راهنما: پروفسور ابوالفضل فراهانی

استاد مشاور: دکتر لقمان کشاورز

نگارش: رضا رحمانی

پایان نامه

جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی با گرایش مدیریت ورزشی

بهار 1392

تقدیم ہے:

مفاخر علم و دیانت کیلانی زمین

حضرت آیت اللہ العظمیٰ محمد تقی بخت فومنی قدس سرہ

و جناب پروفیسر محمد سمیع

تقدیر و شکر:

با حمد و سپاس بی پایان از توانای مطلق و آفریننده و گرداننده هستی پروردگار متعال که مراد بر آوردن این مهم یاری نمود تا آنچه را که در مکتب اساتید بزرگوار از راه تحصیل آموخته ام در این مختصر تقدیم نمایم ، از این روبر خود تکلیف می دانم تا از همه کسانی که علم و دانش خود را هدیه می دهند تا باعث رشد و تعالی ایران عزیزمان باشد تقدیر و شکر نمایم .

چکیده:

هدف از پژوهش حاضر، شناسایی توانمندی های گردشگری ورزشی استان گیلان بود. جامعه آماری تحقیق 400 نفر (100 نفر افراد بومی - 150 نفر گردشگران ورزشی و 150 نفر دانشجویان و اساتید دانشگاه) بودند. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته ایی بود که پایایی آن مجدد توسط کارشناسان و spss و ضریب آلفای کرونباخ (0/84) مورد تأیید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از نرم افزار spss و از روشهای آماری کلموگروف-اسمیرنف و t تک نمونه ایی و آزمون فریدمن و ضریب همبستگی پیرسون و آمار توصیفی استفاده شد. یافته های پژوهش نشان داد که با توجه به ($r = 0/78$ و $p = 0/001$) ارتباط معناداری بین توانمندی ها و توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان وجود دارد و با توجه به ($r = 0/81$ و $p = 0/001$) ارتباط معناداری بین جاذبه ها و توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان وجود دارد و با توجه به ($r = 0/7$ و $p = 0/001$) ارتباط معناداری بین اشتغال مردم و توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان وجود دارد و با توجه به ($r = 0/79$ و $p = 0/001$) بین غنی سازی اوقات فراغت گردشگران مردم و توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان ارتباط معناداری وجود دارد و با توجه به ($r = 0/83$ و $p = 0/001$) بین درآمدزایی مردم و توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین یافته های این پژوهش نشان داد توانمندی های گردشگری ورزشی استان گیلان به ترتیب رتبه، 1- دریا و ساحل، 2- جنگل ها، 3- دشت ها 4- کوه های مناسب کوهنوردی 5- ورزش های بومی محلی 6- رودخانه ها 7- کوه های مناسب برای دوچرخه و موتورسواری کوهستان می باشند. در نتیجه مسئولین این استان باید در جهت رشد و توسعه صنعت گردشگری ورزشی با استفاده از جاذبه ها و توانمندیهای گردشگری ورزشی این استان اقدام به جذب سرمایه نموده و با برنامه ریزی مناسب زیرساختهای لازم را برای رشد این صنعت ایجاد نمایند.

واژگان کلیدی: توانمندی ها - گردشگری ورزشی - استان گیلان

فهرست مطالب:

عنوان	صفحه
1-1-1- مقدمه:	2
2-1-2- بیان مساله	3
3-1-3- ضرورت و اهمیت تحقیق	6
4-1-4- اهداف تحقیق	10
1-4-1- اهداف کلی:	10
2-4-1\ : اهداف اختصاصی:	10
5-1-5- سوالات تحقیق	10
6-1-6- فرضیات تحقیق	11
7-1-7- محدودیت‌های تحقیق	11
8-1-8- فواید تحقیق	11
9-1-9- تعریف واژگان تحقیق	12
مقدمه	15
1-2-1- معرفی استان گیلان	15
1-1-2- موقعیت جغرافیایی استان گیلان	15
2-1-2-2- جاذبه های گردشگری استان گیلان	23
3-1-2-3- جاذبه های طبیعی استان گیلان	33
4-1-2-4- توانمندی های توریسم ورزشی استان گیلان	40
4-1-2-4- قابلیت‌های توریسم ورزشی استان گیلان	40
2-2-2: مبانی نظری تحقیق	42
1-2-2-1: تعاریف و مفاهیم	42
6-2-2-6-2-2- حیطه های گردشگری ورزشی	47
2-2-2-2: ابعاد داخلی و خارجی توسعه گردشگری ورزشی	48
3-2-2-3: زیرساختها و مسائل رونمایی گردشگری ورزشی کشور	49
4-2-2-4: راه های توسعه گردشگری ورزشی و جذب گردشگران خارجی به ایران	51
5-2-2-5-2-2- فرهنگ ، گردشگری و ورزش	51
7-2-3-7-2-3- اوقات فراغت و ارتباط آن با گردشگری	53
8-2-3-8-2-3- ارتباط گردشگری ، ورزش و فرهنگ	53

54	9-2-3 آثار اقتصادی توسعه گردشگری
77	1-3-1 مقدمه
Error! Bookmark not defined.	2-3-2 فرآیند اجرای تحقیق
77	3-3-3 روش پژوهش
77	4-3-4 جامعه آماری پژوهش
77	5-3-5 نمونه تحقیق
78	6-3-6 ابزار اندازه گیری
78	7-3-7 متغیرهای تحقیق
79	8-3-8 روایی و پایایی پرسشنامه ها
79	9-3-9 روش اجرای تحقیق
79	10-3-10 روشهای آماری تحقیق
82	1-4-1 مقدمه
82	2-4-2 پایایی پرسشنامه
83	3-4-3 توصیف آماری داده ها
83	1-3-4-1 سن نمونه ها
83	2-3-4-2 جنسیت نمونه ها
84	3-3-4-3 وضعیت تاهل نمونه ها
84	4-3-4-4 سطح تحصیلات نمونه ها
85	5-3-4-5 وضعیت اشتغال نمونه ها
86	6-3-4-6 وضعیت اقامت نمونه ها بر حسب استان مبدأ
87	4-4-4 یافته های استنباطی
87	1-4-4 بررسی وضعیت طبیعی بودن دادهها
87	2-4-4 سؤال یک: توانمندی هایی که موجب توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان گیلان میشوند، کدامند؟
89	3-4-4 سؤال دو: جاذبه های استان گیلان که موجب توسعه صنعت گردشگری ورزشی میشود، کدامند؟
90	4-4-4 سؤال سه: توسعه صنعت گردشگری ورزشی در اشتغال زایی مردم استان گیلان در چه سطحی قرار دارد؟
90	5-4-4 سؤال چهار: میزان تاثیر توسعه صنعت گردشگری ورزشی در درآمدزایی مردم استان گیلان در چه سطحی قرار دارد؟

- 6-4-4: سؤال پنج: میزان توسعه صنعت گردشگری ورزشی در غنی سازی اوقات فراغت مردم استان گیلان در چه سطحی قرار دارد؟..... 93
- 7-4-4: فرضیه صفر یک: بین توانمندی ها و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان رابطه معنی داری وجود ندارد. 94
- 8-4-4: فرضیه صفر دو: بین جاذبهها و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان رابطه معنی داری وجود ندارد. 94
- 8-4-4: فرضیه صفر سه: بین اشتغال مردم و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان رابطه معنی داری وجود ندارد. 95
- 9-4-4: فرضیه صفر چهار: بین درآمدزایی مردم و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان رابطه معنی داری وجود ندارد. 95
- 10-4-4: فرضیه صفر پنج: بین غنی سازی اوقات فراغت گردشگران و مردم و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان رابطه معنی داری وجود ندارد. 96
- 1-5 مقدمه 98
- 2-5 خلاصه تحقیق 98
- 3-5 بحث و نتیجه گیری 101
- 4-5 پیشنهادات برخاسته از تحقیق 108
- 5-5 پیشنهاد پژوهشی 109
- فهرست منابع 121

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول (1-4) پایایی پرسشنامه.....	82
جدول (2-4) سن نمونه ها.....	83
جدول (3-4) جنسیت نمونه ها.....	83
جدول (4-4) وضعیت تاهل نمونه ها.....	84
جدول (5-4) سطح تحصیلات نمونه ها.....	84
جدول (6-4) وضعیت اشتغال نمونه ها.....	85
جدول (8-4) نتایج آزمون کلموگروف – اسمیرنف برای بررسی وضعیت طبیعی بودن داده ها.....	87
جدول (9-4) فراوانی توانمندیهایی که موجب توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان گیلان می شوند.....	87
جدول (10-4) نتایج آزمون فریدمن جهت رتبه بندی توانمندی هایی که موجب توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان گیلان می شوند.....	88
جدول (11-4) نتایج آزمون فریدمن جهت بررسی یکسانی رتبه توانمندی هایی که موجب توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان گیلان میشوند.....	88
جدول (12-4) فراوانی جاذبه هایی که موجب توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان گیلان میشوند.....	89
جدول (13-4) نتایج آزمون فریدمن جهت رتبه بندی جاذبه هایی که موجب توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان گیلان میشوند.....	89
جدول (16-4) نتایج آزمون تی یک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین میزان توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان با وضعیت مطلوب.....	91
جدول (17-4) شاخصهای مرکزی و پراکندگی توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان در خصوص تاثیر بر درآمدزایی مردم.....	92
جدول (18-4) نتایج آزمون تی یک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین تاثیر توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان با وضعیت مطلوب.....	92
جدول (19-4) شاخصهای مرکزی و پراکندگی توسعه صنعت گردشگری در خصوص تاثیر بر غنی سازی اوقات فراغت مردم استان گیلان.....	93
جدول (20-4) نتایج آزمون تی یک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین میزان توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان با وضعیت مطلوب.....	93
جدول 21-4 بررسی ارتباط بین توانمندی ها و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان.....	94
جدول 22-4 بررسی ارتباط بین جاذبه ها و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان.....	94
جدول 22-4 بررسی ارتباط بین اشتغال مردم و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان.....	95
جدول 22-4 بررسی ارتباط بین درآمدزایی مردم و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان.....	95
جدول 22-4 بررسی ارتباط بین غنی سازی اوقات فراغت گردشگران و مردم و توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان.....	96

فهرست اشکال

عنوان	صفحه
شکل 1-2 نقشه استان گیلان	16
شکل 2-2-حوزه های مرتبط با گردشگری ورزشی از دیدگاه هال	48

فصل اول:

طرح تحقیق

1-1- مقدمه:

کشور ایران به دلیل دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ویژه و همچنین داشتن پتانسیل‌های طبیعی لازم، از جمله غنی‌ترین کشورهای دنیا بوده که توان جذب گردشگران بسیاری را دارد. یکی از حوزه‌های مهم گردشگری در ایران که بنا به شرایط مختلف می‌تواند به عنوان یک منبع درآمد عظیم مورد توجه ویژه‌ای قرار گیرد، گردشگری ورزشی است. ایران از نظر آب و هوایی نسبت به تمامی کشورهای منطقه و بعضی دیگر از نقاط جهان مزیت کلی دارد. زمانی که در کشورهای عربی، گرمای طاقت‌فرسایی حاکم است و یا در اروپا برف سنگینی باریده، مناطقی در ایران وجود دارد که از لحاظ آب و هوایی بسیار مساعد و دلپذیر و آماده پذیرایی از تیم‌های ورزشی جهت برپایی اردوهای ورزشی می‌باشد. در ضمن با توجه به محدودیت‌هایی که در کشور ما در ارتباط با گردشگری وجود دارد، موضوع گردشگری ورزشی می‌تواند شرایط مطلوب‌تر و مناسب‌تری را به لحاظ فرهنگی و ارزشی ایجاد نماید (فعالیت‌های آماری سازمان میراث فرهنگی و صنایع گردشگری و صنایع دستی، 1391).

توریسم در جهان از آغاز تا رسیدن به مرحله صنعت گردشگری و تا به امروز تحولات بسیاری را پذیرا شده و چنین انتظار می‌رود که گوی سبقت را از صنایعی چون نفت و خودروسازی برو باید. و از این رو باعث افزایش در آمد نیز می‌شود، وقتی جهانگردان به کشوری وارد می‌شوند الزاماً باید هزینه‌هایی را در آن کشور بپردازند مثل هزینه غذا و هزینه محل اقامت، هتل، مهمانخانه، هزینه تفریحات، هزینه حمل و نقل، هزینه گشتها، تورها، و همچنین پولی که بابت خرید سوغاتی و کالای بومی کشور میزبان می‌پردازند و هزینه ورود به موزه یا مکان دیدنی این هزینه‌ها از طریق ارزی که وارد کشور میزبان می‌کنند باعث رونق اقتصادی کشور میزبان می‌شوند به جهان گردان صادرات نامرئی هم می‌گویند، گردشگری همچنین باعث ایجاد شغل نیز می‌شود.

طوری که با توسعه فعالیتهای جهانگردی زمینه برای ایجاد اشتغال فراهم می‌شود و این امر برای کشورهای با جمعیت جوان و متقاضی روبه رو هستند بسیار مفید است از هر ده نفر گردشگر که وارد کشور میزبان می‌شود یک فرصت شغلی ایجاد می‌گردد، به همین خاطر بررسی ابعاد مختلف این صنعت مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. یکی از ابعاد مورد نظر به عنوان عامل اصلی در شکل

گیری صنعت گردشگری در مکان های جغرافیایی مختلف شناسایی توانمندی ها و جاذبه های گردشگری و فعالیت های ناشی از آن است.

استانهایی مانند استان گیلان که در یک منطقه طبیعی، بکر و ساحلی و کوهستانی و جنگلی قرار دارند و دارای جنبه های گردشگری ورزشی خاص هستند و می توانند مورد توجه ورزشکاران و گردشگران واقع شده و به عنوان مقصدی برای گذراندن اوقات فراغت با انگیزه تفریح و استراحت و ورزش انتخاب شوند، و در دوره زمانی خاص تعداد زیادی از گردشگران را پذیرا باشد، از خصوصیات مهم استان گیلان که از نظر توریسم ورزشی بسیار با اهمیت است وجود دریای خزر- مرداب انزلی - کرانه های ساحلی مستعد - کوه های فراوان - جنگل های انبوه- دریاچه ها و سدها و غارها و رودخانه های متعدد و گوناگون می باشد. که موجب شده در هر زمان از فصول سال در گوشه های مختلف آن بتوان به ورزش های متنوع و گوناگون پرداخت، گردشگران در استان گیلان با در کنار هم بودن دریا و کوهستان و جنگل و دشت ها و اراضی سرسبز و چشم اندازهای جذاب از جمله انواع پوشش گیاهی جنگل های انبوه و متراکم با درختان سر به فلک کشیده و متنوع، همه ای زیبایی های نادر و جلوه های باشکوه خلقت را یکجا به تماشا خواهند نشست.

1-2- بیان مساله

رونق صنعت گردشگری تا حدی بوده که پیش بینی می شود در چند سال آینده از صنعت نفت و خودروسازی نیز پیشی بگیرد و به گواه آمار سازمان جهانی جهانگردی سالانه بیش از 600 میلیون نفر از نقاط دیدنی کشورهای مختلف بازدید می کنند. کشور ایران با دارا بودن شرایط جغرافیایی خاص و پیشینه تاریخی چند هزار ساله که آن را بنا به آمار سازمان جهانی جهانگردی¹ در ردیف 10 کشور اول دنیا به لحاظ جاذبه های تاریخی قرار داده است، می تواند در بعد صنعت گردشگری به پیشرفت های چشمگیری نایل شود. اما واقعیت صنعت گردشگری در ایران بسیار متفاوت از آمار سازمان جهانگردی است و بر اساس آخرین آمارهای ارائه شده در جهان، رتبه 96 در خصوص درآمد حاصل از جهانگردی را داراست، یعنی با توجه به وجود سالانه 800 میلیون توریست در جهان، سهم ایران از این تعداد گردشگر تنها دو هزارم درصد است. از لحاظ توزیع نسبی اقتصادی در

¹ United nations world tourism organization

گردشگری نیز، ایران رتبه 94 را در بین 176 کشور جهان کسب کرده و با توجه به هدف چشم‌انداز 20 ساله ایران در خصوص ارتقا وضعیت گردشگری پیش‌بینی شده تا سال 2024 میلادی رتبه ایران نهایتاً به 77 ارتقا یابد (گردشگری ورزشی، 1390).

براساس برآوردهای سازمان جهانی جهانگردی هم اکنون ورود هر گردشگر به یک کشور به طور متوسط منجر به ایجاد 6 شغل به طور مستقیم و غیرمستقیم می‌شود، پس می‌توان گفت در حال حاضر صنعت گردشگری بزرگ‌ترین سازمان یا نهادی است که می‌تواند نیروی انسانی را به کار گیرد و در بسیاری از کشورها به عنوان بزرگ‌ترین کارفرما مطرح است. همچنین براساس گزارشات در سه دهه اخیر صنعت جهانگردی در سطح جهانی رشد چشمگیری داشته به گونه‌ای که پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال 2010 بیش از یک تریلیارد دلار از صنعت توریست کسب درآمد شود و تا سال 2015 این صنعت نزدیک به 100 میلیون شغل جدید ایجاد خواهد کرد:

کشور ایران به دلیل دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ویژه و همچنین داشتن پتانسیل‌های طبیعی لازم، از جمله غنی‌ترین کشورهای دنیا بوده که توان جذب گردشگران بسیاری را دارد. یکی از حوزه‌های مهم گردشگری در ایران که بنا به شرایط مختلف می‌تواند به عنوان یک منبع درآمد عظیم مورد توجه ویژه‌ای قرار گیرد، گردشگری ورزشی است. ایران از نظر آب و هوایی نسبت به تمامی کشورهای منطقه و بعضی دیگر از نقاط جهان مزیت کلی دارد. زمانی که در کشورهای عربی، گرمای طاقت‌فرسایی حاکم است و یا در اروپا برف سنگینی باریده، مناطقی در ایران وجود دارد که از لحاظ آب و هوایی بسیار مساعد و دلپذیر و آماده پذیرایی از تیم‌های ورزشی جهت برپایی اردوهای ورزشی می‌باشد. در ضمن با توجه به محدودیت‌هایی که در کشور ما در ارتباط با گردشگری وجود دارد، موضوع گردشگری ورزشی می‌تواند شرایط مطلوب‌تر و مناسب‌تری را به لحاظ فرهنگی و ارزشی ایجاد نماید (ابوطالبی و همکاران، 1388).

علاوه بر آن فواید اقتصادی گردشگری ورزشی نیز یکی از دلایل توجه به گردشگری ورزشی می‌باشد. به گونه‌ای که گردشگری ورزشی یک تجارت چند میلیون دلاری است که دارای سریع‌ترین رشد، یعنی حدود 4/5 تریلیون دلار در سطح دنیا است و تا سال 2011 میلادی انتظار می‌رود که حدود 10 درصد اقتصاد بومی را در برگیرد. رویدادهای ورزشی که در کشورهای مختلف برگزار می‌

شود خود می تواند به عنوان جاذبه اصلی گردشگری ورزشی، ضمن جذب گردشگران، سبب شکل گیری فواید اقتصادی بسیاری گردد (سقایی، 1387).

وقتی جهانگردان به کشوری وارد می شوند الزاماً باید هزینه‌هایی را در آن کشور پردازند مثل هزینه غذا و هزینه محل اقامت، هتل، مهمانخانه، هزینه تفریحات، هزینه حمل و نقل، هزینه گشتها، تورها، و همچنین پولی که بابت خرید سوغاتی و کالای بومی کشور میزبان می پردازند و هزینه ورود به موزه یا مکان دیدنی این هزینه‌ها از طریق ارزی که وارد کشور میزبان می کنند باعث رونق اقتصادی کشور میزبان می شوند به جهان گردان صادرات نامرئی هم می گویند (بحث‌هایی در مورد گردشگری، 1390).

کارشناسان در پی جذب هزاران گردشگر به کشورهای مختلف با برگزاری مسابقه‌های ورزشی، به دنبال توسعه‌ی گردشگری ورزشی هستند. پس از آن که شهر ونکوور کانادا با میزبانی از 250 هزار گردشگر در جریان برگزاری مسابقه‌های المپیک زمستانی، رکورد جدیدی را در جذب گردشگر ثبت کرد. کارشناسان صنعت گردشگری به دنبال راه‌هایی برای توسعه‌ی بیشتر گردشگری ورزشی از طریق برگزاری مسابقه‌های معتبر جهانی هستند. دولت چین نیز با برگزاری مسابقه‌های المپیک توانست هزاران گردشگر را جذب کند. هم‌چنین آفریقای جنوبی از سال‌ها پیش برای جذب هزاران گردشگر در جریان برگزاری جام جهانی فوتبال تلاش می‌کرد. البته باید به این نکته توجه کرد که برگزاری مطلوب مسابقه‌های ورزشی و جذب گردشگر، هزینه‌های زیادی را برای کشورها در پی دارد. به عنوان مثال، آماده‌سازی زیرساخت‌های لازم برای المپیک سال 2012 لندن و اسکان و پذیرایی از میلیون‌ها گردشگر، حدود چهار میلیارد پوند برای دولت انگلیس هزینه خواهد داشت. با این وجود پیش‌بینی می‌شود، برگزاری دو رویداد ورزشی جام جهانی و المپیک، سفر میلیون‌ها گردشگر را به دو کشور آفریقای جنوبی و انگلیس در پی داشته باشد. سازمان جهانی جهانگردی نیز در گزارش‌های خود، سال 2010 را به دلیل خروج تدریجی اقتصاد جهان از بحران، سالی پربار برای صنعت گردشگری جهان می‌داند. از سوی دیگر، برزیل که در سال‌های آینده میزبان دو رویداد مهم المپیک و جام جهانی است، از مدت‌ها پیش، برای تقویت زیرساخت‌های صنعت گردشگری تلاش می‌کند که از آن جمله می‌توان به ساخت هتل‌های جدید و توسعه‌ی حمل و نقل شهری اشاره کرد (توسعه گردشگری، 1389).

استان گیلان با مساحت 14711 کیلومتر مربع در میان رشته کوههای البرز و تالش در شمال ایران جای گرفته است. این استان به واحد جغرافیایی جنوب دریای خزر تعلق دارد و با استان های اردبیل در غرب، مازندران در شرق، زنجان در جنوب و کشور استقلال یافته آذربایجان و دریای خزر در شمال هم مرز و همسایه است. رود سفید تمشک که بین چابکسر و رامسر جاری است، آن را از استان مازندران جدا می کند (دادگستری استان گیلان، 1390)

حال با عنایت به اینکه استان گیلان باتوجه به شرایط اقلیمی و جغرافیایی و تاریخی ظرفیت فراوانی در زمینه جذب گردشگری به طور عام و گردشگری ورزشی به طور خاص دارد، تحقیق حاضر در پی بررسی و شناسایی توانمندیهای گردشگری ورزشی این استان می باشد.

اکنون این سوالات به ذهن می رسد که:

1- توانمندی هایی که باعث توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان می شود، کدامند؟

2- جاذبه هایی که باعث توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان گیلان می شود، کدامند؟

3- توسعه صنعت گردشگری ورزشی چه تاثیری بر اشتغال مردم استان گیلان می تواند، داشته باشد؟

4- توسعه صنعت گردشگری ورزشی چه تاثیری بر درآمد مردم استان گیلان می تواند، داشته باشد؟

5- توسعه صنعت گردشگری ورزشی چه تاثیری در غنی سازی اوقات فراغت گردشگران و مردم استان گیلان می تواند، داشته باشد؟

1-3- ضرورت و اهمیت تحقیق

با اشاره به برنامه 5 ساله چهارم که مقرر گردیده، بایستی سالانه 2 میلیون و 500 هزار نفر گردشگر جذب ایران شوند، با یک برنامه ریزی دقیق و اصولی توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و همچنین سازمان تربیت بدنی و دیگر دستگاه های مسوول می توان بخش عظیمی از این گردشگران را از طریق گردشگری ورزشی جذب نمود:

بحث گردشگری یکی از 6 اولویت کاری رئیس‌جمهور در سال جاری بوده است که برای تحقق آن ستادی تحت عنوان ستاد تسهیلات دائمی سفر تشکیل و در هیات دولت به تصویب رسید (یزدانی، 1389).

براساس برنامه چهارم توسعه کشور، آمار گردشگران ایران تا سال 2024 باید به رقمی معادل 20 میلیون گردشگر برسد که در این میان نمی‌توان از سهم جایگاه ورزش و برگزاری تورنمنت‌های ورزشی به سادگی گذشت (وارونی، 1389).

گردشگری ورزشی در کشورهای مختلف جهان رشد چشمگیری دارد و در کشور ما نیز گسترش آن برای رشد صنعت گردشگری اجتناب‌ناپذیر است (احسانی و همکاران، 1389).

در جهان، کشورهای اسپانیا، استرالیا، آمریکا و فرانسه، موفقان گردشگری ورزشی هستند، البته در آسیا بیشتر کشورها نوپا هستند. مثل امارات که البته در همین زمان کوتاه، درآمدهای خوبی هم داشته است. حتی به تازگی عربستان هم تلاش مضاعفی را برای توسعه گردشگری ورزشی در پیش گرفته که این‌ها همگی نشان از آن دارد که در دنیای ما، تحولات اساسی در بحث کسب درآمد از راه گردشگری مدنظر همه کشورها قرار گرفته که ما هم نباید از قافله آن عقب بمانیم (آبشارهای گیلان، 1390).

سازمان گردشگری جهانی پیش‌بینی می‌کند که گردشگری بین‌المللی با نرخ رشد 4 درصدی به کار خود ادامه دهد و اروپا تا سال 2020 همچنان پرجاذبه‌ترین مناطق گردشگری در جهان خواهد ماند ولی سهم این قاره از 60 درصد در سال 1995 به 46 درصد تقلیل خواهد یافت. این در حالی است که روند مسافرت‌های دور اندکی بیشتر از مسافرت‌های داخلی خواهد بود و از 18 درصد در سال 1995 به 24 درصد در سال 2020 افزایش خواهد یافت (سقای، 1387).

جاذبه‌های طبیعی موجود در ایران به طور کلی به هفت دسته تقسیم بندی شده است که این هفت دسته هرکدام در بر گیرنده فعالیت‌های مختلف ورزشی و تفریحی است. نکته مهم اینکه تمامی این فعالیتها نیازمند حضور در جاذبه‌هایی طبیعی هستند. این هفت دسته به طور کلی عبارتند از:

1- دامنه نوردی و طبیعت گردی

2- شکار و صید و ماهیگیری

3- ورزشهای زمستانی

4- ورزشهای ساحلی و آبی

5- بیابانگردی و صحرانوردی

6- طبیعت درمانی

7- کوهنوردی و غارنوردی (ادبی و همکاران، 1388).

طیبی و همکاران (1386) در مقاله پژوهشی خود به این نتیجه رسیدند که امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه ها، چه در سطح ملی و منطقه ای و چه در سطح بین المللی مورد توجه برنامه ریزان دولتی و شرکتهای خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به صورت فزاینده ای به این حقیقت پی برده اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل بخرج داده و درصدد یافتن راه های تازه ای باشند. نتایج این تحقیق نشان می دهد که بین توسعه گردشگری بین المللی و رشد اقتصادی رابطه متقابل و دو طرفه ای وجود دارد به طوری که می توان گفت هرچه کشور از رشد اقتصادی بیشتری برخوردار باشد از تعداد گردشگران بیشتری نیز برخوردار است و همچنین هرچه گردشگری بین المللی کشور از میزان توسعه ای بالاتری برخوردار باشد کشور به رشد اقتصادی بیشتری نیز دست خواهد یافت.

ادبی و همکاران (1388) در مقاله پژوهشی خود به این نتیجه رسیدند که گردشگری ورزشی امکان استفاده بهینه از جاذبه های طبیعی ورزشی را برای جذب گردشگران ورزشی و در نتیجه درآمد حاصل از گردشگری فراهم می آورد. برای این منظور اهمیت دادن و سرمایه گذاری در جاذبه هایی که از نظر کارشناسان اهمیت بیشتری در جذب گردشگران ورزشی دارند ضروری است. نتایج بدست آمده در مورد جاذبه های طبیعی ورزشی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مجموع کارشناسان نشان میدهد که ((جاذبه های مربوط به دامنه نوردی و طبیعت گردی)) با بار عاملی 0/79 و ((جاذبه های مربوط به ورزشهای ساحلی و آبی و تابستانی)) با بار عاملی 0/87 و ((جاذبه های مربوط به بیابان گردی و کویر نوردی)) با بار عاملی 0/75 و ((جاذبه های مربوط به صید و شکار)) با بار عاملی 0/75 بیشترین اهمیت را در توسعه گردشگری ورزشی کشور دارند.

محمودی یکتا(1387) در پایان نامه خود به این نتیجه رسید که گردشگران مجرد در رابطه با عوامل جذب کننده به مولفه زیر ساخت ها و در رابطه با عوامل بازدارنده به مولفه مدیریت، و گردشگران متاهل در رابطه با عوامل جذب کننده به مولفه مدیریت و در رابطه با عوامل بازدارنده به مولفه زیر ساخت ها و مدیریت اعتقاد بیشتری دارند. امکان جذب گردشگران ورزشی فعال، برای بهبود وضعیت اقتصادی ورزشی کشور زمانی میسر است که همه مولفه های اثر گذار از جمله زیر ساخت ها، مدیریت، فرهنگ، جاذبه های طبیعی و غیر طبیعی و سیاسی در این زمینه مورد توجه و بررسی قرار گیرد. بالا بردن آمار گردشگران ورزشی فعال سفر کننده به ایران بدون تغییر نگرش در میان مسئولین و دست اندرکاران بخش ورزش و گردشگری و ایجاد بستری مناسب برای ورود گردشگران امکان پذیر نمی باشد و تحقق این امر مستلزم شناسایی عوامل جذب کننده و بازدارنده گردشگران و کار بر روی آنها می باشد.

احسانی و همکاران(1389) در مقاله پژوهشی خود به این مهم دست یافتند که تفریحات شبانه به عنوان عامل مهم و مورد توجه در محصولات گردشگری ورزشی در ایران مطرح شده است. اهمیت این عامل در پژوهشهای هنرور (1383) و کزاک (2002) نیز تایید شده و برای برخی گردشگران بویژه آنهایی که به دنبال فرار از محیط اجتماعی یکنواخت خود هستند، اهمیت زیادی دارد. به نظر می رسد که در این زمینه در کشور ما ضعفهای زیادی وجود دارد. همچنین آزمودنی ها اعتقاد داشتند که از فناوری های نوین در برگزاری رویدادها استفاده نمی شود. این عامل به عنوان دومین عامل در بخش محصول، شایسته توجه بیشتری است. بسیاری از ورزشگاه ها و مکان های ورزشی کشور قدیمی بوده و با دیدی سنتی احداث شده اند و از زیبایی ها و فناوری های پیشرفته که به طور مثال در برگزاری بازیهای المپیک پکن از آنها استفاده شده است، هیچ نشانه ای وجود ندارد و باید به این عامل توجه خاصی گردد. ((برگزاری خوب رویداد)) نیز وابستگی زیادی به فناوری های نوین در احداث فضاهای ورزشی دارد. آزادی در فعالیت ها نیز به عنوان یکی از مشخصه های دیگر بسته های گردشگری ورزشی اهمیت زیادی دارد و یافته های دیگر پژوهش ها نیز با این مساله همسو می باشد. به گونه ای که توصیه شده است از محدودیتهای آزاردهنده برای گردشگران کاسته شود(احسانی و همکاران، 1389).