

## فصل اول

# مقدمه و معرفی

صنعت گردشگری با ویژگی‌های خاص خود، صنعتی پویا با آینده‌ای روشن تلقی می‌شود. سرمایه‌گذاری در این صنعت در تمام کشورهای دارای جاذبه‌های گردشگری رو به افزایش است. این صنعت در پیشبرد اقتصاد ملی و درآمدهای ارزی نقش دارد و صنعتی است پاکیزه و عاری از آلودگی و در عین حال ایجاد کننده مشاغل جدید (۱۰). توسعه صنعت گردشگری، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است (۷). همچنین پیش‌بینی می‌شود تعداد گردشگران جهان تا سال ۲۰۱۰ به بیش از یک میلیارد نفر برسد که درآمدی بالغ بر ۱۵۵۰ میلیارد دلار را عاید کشورهای جهان خواهد نمود. توزیع جغرافیایی در آمد حاصل از گردشگری در جهان یکسان نیست به طوری که ۸۰ درصد درآمد و اشتغال ناشی از این صنعت به آمریکا و اروپا اختصاص داشته و از ۲۰ درصد باقی مانده تنها ۲/۵ درصد به خاورمیانه اختصاص دارد که سهم کشورمان از این میزان کمتر از یک درصد می‌باشد (۶). پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری حاکی است تا سال ۲۰۱۰ حدود یک میلیارد نفر و سال ۲۰۲۰ نزدیک به ۶/۱ میلیارد نفر به سیاحت زمین می‌پردازند و درآمد حاصل از گردشگری در سال ۲۰۱۰ حدود یک هزار میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۰ حدود دو هزار میلیارد دلار خواهد بود. ولی مطمئناً نمی‌توان موفقیت‌های گسترش جهانگردی را تنها با محک افزایش عدد و رقم سنجید، بلکه بایستی این صنعت را با توجه به نقشی که در بهبود کیفیت زندگی و گسترش روابط اجتماعی و شناخت ملل و عقاید مختلف دارد، بررسی کرد (۷). اقتصاد ایران نیز اتکای شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت دارد و متغیرهای کلان اقتصادی آن با پیروی از قیمت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می‌شود. روند حاکم بر متغیرهایی مانند تولید ناخالص ملی، سرمایه‌گذاری ناخالص، درآمدسرانه و غیره در سه دهه اخیر اقتصاد ایران به روشنی نشان دهنده این موضوع است. از این‌رو به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و هم چنین ایجاد فرصت‌های جدید شغلی در کشور توسعه ی صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار

است. بنابر عقیده بسیاری از کارشناسان، گردشگری دانشی چندرشته‌ای است که اگر بدون انسجام تجزیه و تحلیل سیاسی دقیق، توسعه و تکامل یابد، قطعاً کامل نمی‌گردد. یکی از این رشته‌ها توریسم ورزشی و یا به بیانی دیگر گردشگری ورزشی است (۳۵).

گردشگری ورزشی، به دلیل اینکه به زبان یا فرهنگی خاص محدود نیست، همه فرهنگ‌ها را در برمی‌گیرد و این برای کشورهایایی که به دلایل خاص اعتقادی و دینی در جذب گردشگر ناموفق بوده‌اند، بستری مناسب را فراهم می‌سازد (۲۳). امروزه ورزش نیز یکی از صنایع بزرگ و مهم در دنیا است و افراد بسیار در سراسر جهان در آن اشتغال دارند. همچنین ورزش یکی از متداول‌ترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است (۳۴). گردشگری ورزشی صنعتی تلفیق شده از دو صنعت جذاب ورزش و گردشگری است، به طوری که بسیاری از کشورهای دنیا به دلیل اثرات مثبت ورزش و گردشگری بر اقتصاد آنها، سرمایه‌گذاری‌های کلان را برای توسعه آن انجام می‌دهند. بنابراین با وجود اختلاف ظاهری ورزش و گردشگری باید به قرابت بیش از پیش این دو مقوله به یکدیگر اذعان داشت (۳۵). عللی همچون افزایش درآمد، کاهش ساعات و روزهای کاری، افزایش تعطیلات، بی‌حرکی، بالا رفتن استانداردهای زندگی، رشد و توسعه ارتباطات، رشد تکنولوژی، توسعه راه‌ها و حمل و نقل و تغییر نیازهای مردم از دلایل مشترکی است که انسان امروزی را به سمت گردشگری و ورزش سوق داده است (۱۱). رشد قابل توجه توریسم در ۵۰ سال گذشته یکی از مهم‌ترین پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی در قرن بیستم بوده است. البته نظریه‌های جدید در زمینه گردشگری نشان می‌دهد جذابیت‌های گردشگری بر پایه ورزش در مقایسه با دیگر جذابیت‌های فرهنگی مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری دارد (۳۵) و گردشگری ورزشی یکی از بخش‌هایی است که در تمام دنیا در صنعت گردشگری بیشترین رشد را دارد. در کنار تاثیرات گردشگری ورزشی بر صنعت گردشگری نکته دیگری که در این میان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، تاثیر ورزش و گردشگری بر اقتصاد کشورهاست و فارغ از اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی، این بخش در ایجاد احساس غرور و سربلندی، وجدان کاری و سخت‌کوشی، احترام به قانون و قانون‌پذیری،

حس رقابت و انگیزه پیشرفت نیز تاثیرگذار است. برگزاری تورنمنت‌های ورزشی در سطح بالای بین‌المللی، تحولات عظیم اقتصادی، ورزشی، فرهنگی و اجتماعی برای کشور میزبان به ارمغان می‌آورد و این موضوع به حدی برای دولت مردان کشورهای توسعه یافته و مرفعی دارای اهمیت است که برای به دست آوردن میزبانی رقابت‌های بین‌المللی نظیر المپیک، جام جهانی و غیره به انواع راه‌ها و روش‌ها متوسل می‌شوند (۲۳).

### مبانی نظری

در این قسمت مرور کلی بر مقوله گردشگری و تعاریف و مفاهیم آن به صورت عام و سپس ورزش به صورت جداگانه خواهد شد و همانا بحث اصلی گردشگری ورزشی است. هدف از این مباحث کمک به درک و شناخت بهتر حوزه گردشگری ورزشی و متغیرهای آن در جهت پیشبرد اهداف تحقیق می‌باشد.

### تعاریف ورزش

محققان مختلف تعاریف بسیار متفاوتی از ورزش ارائه کرده‌اند و اختلاف سلیقه‌های زیادی در بین نظرات آنان وجود دارد و بیانگر دیدگاه‌های متفاوت آنان نسبت به ورزش می‌باشد. مظفری و پورسلطانی زرنندی (۱۳۸۴) در کتاب اصول و فلسفه تربیت بدنی، دو تعریف از ورزش ارائه کرده‌اند: ورزش نوعی بازی سازمان یافته است که در آن تمرین و حرکات به منظور تقویت قوای جسمانی و روحی و کسب مهارت اجرا می‌شود و در این وسیله تربیتی معمولاً مسابقه و رقابت به عنوان انگیزه مطرح است. ورزش عبارت است از فعالیت‌های رقابتی مربوط به مهارت‌های بدنی که برای حصول به نتایج خاصی انجام می‌شود (۲۹).

اندزواگ<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) ورزش را این‌گونه تعریف می‌کند:

ورزش نوعی فعالیت جسمی رقابتی است که از تجهیزات و امکانات ویژه‌ای با ابعاد زمانی و مکانی واحد بهره می‌گیرد و تلاش برای کسب رکورد اهمیت بسیار چشم‌گیری دارد (۲۱).  
تعریف مورد قبول کارشناسان از ورزش به قرار زیر است:

تمامی فعالیت‌های بدنی رقابتی و غیر رقابتی که فرد یا افراد آن‌ها را به صورت سازمان یافته و غیر سازمان یافته انجام می‌دهند و دلیل انجام آن لذت بردن و سلامتی و تمرین و یا برای بالا بردن سطح اجرا تا حد عالی باشد (۵۰).

### تعاریف گردشگری

در فرهنگ معین، گردش به معنای گردیدن، حرکت دورانی، دور زدن، تحول، گشت رفتن، تفریح کردن و غیره می‌باشد و همچنین توریسم به معنای مسافرت کردن برای خشنودی و لذت بردن و همچنین کار و شغلی آمده است که کار تدوین گشت‌ها و مسافرت‌ها برای جهانگردان را برعهده دارد (۲). توریسم واژه فرانسوی است که از ریشه «تور» گرفته شده است. تور در زبان فرانسه به معنای زیر آمده است: حرکت دورانی، پیمودن، طی کردن راه، گردش کردن (۶). کلمات توریست و توریسم اولین بار به صورت رسمی در سال ۱۹۳۷ توسط اتحادیه ملل استفاده شدند. واژه توریسم از دویخس ترکیب یافته است: تور به معنای سفر، گشت، مسافرت، سیاحت و ایسم، پسوندی که اشاره به مکتب یا اندیشه‌ای فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و غیره دارد. بنابراین توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است (۲). گردشگری به طور کلی به عنوان مسافرت تفریحی در نظر گرفته می‌شود. هرچند که در سال‌های اخیر شامل هرگونه مسافرتی می‌شود که شخص به واسطه آن از محیط کار یا زندگی خود خارج شود (۶). 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

---

1 - Endzwag

وجود ندارد و لذا با جستجو در متون مختلف در زمینه گردشگری تعاریف متفاوتی را می‌توان مشاهده نمود. با این وجود در زیر به تعاریف مختلفی که در سمینارها و اجتماعات بین‌المللی و یا توسط افراد مختلف ارائه شده اشاره می‌نمائیم:

در سال ۱۹۹۱ در کنفرانس بین‌المللی گردشگری در اتاوا کانادا که با حضور متخصصین ۹۰ کشور جهان و به همت سازمان جهانی گردشگری برگزار گردید، تعریف زیر از گردشگری ارائه شد: «فعالیت‌های 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 مکان‌هاست تا کسب در آمد» (۳۰).

انجمن گردشگری بریتانیا نیز گردشگری را بدین صورت تعریف کرده است: «گردشگری حرکت کوتاه مدت و موقت مردم به مقصدهایی خارج از محل معمول زندگی و کار آنهاست و آنها در حین اقامت در آن مقاصد فعالیت‌ها، بازدیدها و گردش‌هایی را با اهداف مختلف انجام می‌دهند» (۳۸).

گردشگری: عبارت است از فعالیت افرادی که برای استراحت، تفریح، دیدار دوستان و خویشاوندان، تجارت و امور حرفه‌ای درمان بیماری، انگیزه‌های مذهبی زیارتی و مانند این‌ها به خارج از محیط زندگی خویش سفر می‌کنند و حداقل یک شب و حداکثر برای یک سال به طور متوالی در آن‌جا به سر می‌برند (۳۱).

اما مهم‌ترین و بهترین تعریفی که در تحقیقات گردشگری ورزشی ارائه و مورد پذیرش قرار گرفته است به قرار زیر می‌باشد:

«جابه‌جایی موقت افراد از محل زندگی و کارشان که شامل کسب تجاربی متفاوت از تجارب زندگی روزمره و به عنوان بخشی از تعطیلات و یا یک بخش فرعی از یک مسافرت تجاری باشد» (۵۰).

## استراتژی گردشگری

گردشگری اگرچه یک بخش اقتصادی محسوب می‌شود، اما یک فعالیت چند بخشی است. به همین علت اقتصاددانان و دولت‌مردان، طبقه‌بندی و هماهنگ کردن آن را بسیار مشکل می‌یابند. تعیین محدوده گردشگری در کلیت، در واقع مشکل و دشوار است و به همین علت فعالیتی است که هم تعریف آن و هم مدیریت آن بسیار دشوار است. به گردشگری باید از دیده تعاملی بین عرضه و تقاضا نگریست، طراحی و توسعه یک محصول، به منظور مرتفع ساختن یک نیاز. همین تعامل است که آثار اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی و دیگر آثار را تعریف می‌کند. برای گردشگری سه سطح عنوان شده است:

**سطح اول**، شامل نقش دولت در تدوین خط مشی‌های گردشگری، برنامه ریزی و ایجاد چارچوبی است که این بخش باید در آن فعالیت کند. این چارچوب شامل نظارت‌های برنامه‌ریزی عملی، نظارت مربوط به اعطای مجوز، نظارت بر نیروی انسانی و نظارت‌های مالی و حمل و نقل هستند. دستگاه دولتی متولی امور گردشگری به توسعه و مدیریت چارچوب مذکور می‌پردازند که این کار را از طریق بخش‌های اصلی مانند بازاریابی، توسعه محصول، نظارت و مقررات، توسعه منابع انسانی، اطلاع‌رسانی و تحقیقات انجام می‌دهد.

**سطح دوم**، سازمان‌های متولی امور عملیاتی و توسعه گردشگری را شامل می‌شود. این سازمان‌ها عبارتند از: هتل‌ها، سایر تسهیلات اسکان، خدمات پذیرایی و دیگر بخش‌های مربوط به آن، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی - فرهنگی، مراکز و تسهیلات تفریحی و سرگرمی، سازمان گردشگری و خدمات مختلف آن، و انواع حمل و نقل شامل: هوایی، جاده‌ای، دریایی و راه‌آهن.

**سطح سوم**، شامل طیفی گسترده از سازمان‌ها و دیگر خدمات حمایتی که در هر دو بخش خصوصی و دولتی فعال هستند می‌شود. این گروه سازمان‌ها و بخش‌های خدماتی شامل: پلیس، اداره پست، گمرک و مهاجرت، سازمان‌های حمایت از مصرف‌کنندگان، رسانه‌ها، بانک‌ها،

مکان‌های مذهبی، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، اتحادیه‌های تجاری و کلیه موسسات و صنوف فعال در امر گردشگری می‌شود (۹).

## انواع گردشگری

مهم‌ترین انواع آن از دیدگاه کلی:

### ۱- گردشگری تفریحی:

این نوع از گردشگری افراد یا دسته‌هایی را در بر می‌گیرد که با هدف تفریح، استراحت، گذراندن تعطیلات، استفاده از آب و هوای گرم‌تر یا خنک‌تر از سرزمین خود به سفر می‌روند.

### ۲- گردشگری درمانی:

منظور از گردش و مسافرت برای درمان، رفتن به مکان‌هایی است که فرد بتواند از خدمات پزشکی و بهداشتی آن مکان استفاده نماید.

### ۳- گردشگری ورزشی:

هر نوع مسافرتی که به منظور مشارکت در فعالیت‌های ورزشی باشد توریسم ورزشی گفته می‌شود.

### ۴- گردشگری فرهنگی:

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

### ۵- گردشگری 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.



۶- گردشگری سیاسی:

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

۷- گردشگری زیست محیطی یا طبیعت گرا:

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.

۸- گردشگری مذهبی:

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

۹- گردشگری خرید:

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- گردشگری مجازی:

گردشگری الکترونیکی یا مجازی حضور در سرزمین دیجیتالی وب و مشاهده فایل‌های تصویری، صوتی و متنی از دنیای واقعی اطراف ماست.

۱۱- گردشگری فضا:

بشر امروزه به رویای دیرینه خود برای سفر به فضا دست یافته است در آینده نه چندان دور این امکان برای همه به وجود می‌آید که برنامه خود را برای بازدید از کره ماه یا سایر سیارات تنظیم کنند، اما مطمئناً هزینه‌های این سفرها بسیار بالاست و هم نیازمند شرایط بدنی خاص است.

۱۲- گردشگری جنسی:

توریسم جنسی واژه‌ای عمومی و کلی است که مستلزم سفر یک شخص به سرزمینی دیگر برای مشاهده و یا مشارکت در فعالیت‌های جنسی است (۳۰).

## تعاریف گردشگری ورزشی

در ارتباط با تعاریف و مفاهیم مرتبط با گردشگری ورزشی محققان مختلف تعاریف مختلف و دسته بندی‌های گوناگونی را ارائه کرده‌اند:

گردشگری ورزشی سفری است که به دلایل غیر تجاری به صورت رسمی یا غیر رسمی و بر پایه تفریح یا تماشای ورزش، به صورت کوتاه مدت یا تعریف شده، در داخل یا خارج از کشور صورت می‌گیرد. توریسم ورزشی یا همان گردشگری ورزشی در اساس بخشی از گردشگری است که در حوزه ورزش و با بهره مندی از آن به عنوان یک پدیده مثبت و فرا ملی، عمل می‌کند و گردشگری ورزشی فعالیت‌های مرتبط با ورزش است و از آنجا که این بخش تنها دربرگیرنده پیگیری حوادث و رویدادهای ورزشی نیست، به گردشگری ورزشی نه فقط به عنوان تماشای یک حادثه ورزشی، بلکه به عنوان عامل سفر نیز توجه می‌شود. گردشگری ورزشی طیف گسترده‌ای از گردشگری ماجراجویانه تا گردشگری تفریحی را در بر می‌گیرد (۲۰) و همچنین گردشگری ورزشی شامل هر گونه سفر از محل اقامت جهت شرکت در یک فعالیت ورزشی تفریحی یا رقابتی، مشاهده ورزشی در سطوح آماتور یا حرفه ای و یا بازدید و مشاهده یک جذابیت ورزشی می‌باشد. لذا گردشگری ورزشی یک الگوی رفتاری از مردم، در طول یک دوره معین از اوقات فراغت مثل ایام تعطیل است، که بخشی از آن در مکان‌های ویژه و جذاب طبیعی و بخشی در مکان‌های تفریحی ورزشی روباز انجام می‌شود (۳۰). نهایتاً گردشگری ورزشی سفری تفریحی است که در آن افراد به طور موقتی از اجتماع محدوده زندگی خود برای مشارکت در فعالیت‌های بدنی، تماشای فعالیت‌های بدنی و یا تکریم جذابیت‌های مرتبط با فعالیت‌های بدنی، دور می‌شوند (۴۵). سرانجام تعریف جامع از گردشگری ورزشی: مشارکت فعال یا غیر فعال در تمام اشکال فعالیت ورزشی که به صورت اتفاقی یا برنامه‌ریزی شده و به دلایل تجاری یا غیرتجاری انجام شود، که لازمه آن سفر به مکانی خارج از محل زندگی و کار روزمره باشد (۵۰).

## تعاریف گردشگر ورزشی

گردشگر ورزشی یک بازدید کننده موقتی است که برای گذراندن اوقات فراغت و بهبود آمادگی جسمانی و کسب چارچوب روحی و ذهنی سالم برای ایجاد روابط اجتماعی از طریق ورزش مسافرت و حداقل ۲۴ ساعت و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می‌کند. به عبارت دیگر گردشگر ورزشی شکل نهایی از ورزش است که تغییر مکان و گردش را نیز شامل می‌شود (۲۰). نهایتاً یک گردشگر ورزشی بازدید کننده موقتی است که حداقل ۲۴ ساعت در منطقه برگزاری رویداد ورزشی اقامت نموده، هدف اصلی او از سفر مشارکت در رویداد بوده و ممکن است جذابیت‌های ثانویه را نیز مد نظر داشته باشد (۴۸). معمولاً در کتب و مقالات و اسناد موجود درباره گردشگری ورزشی، مسافری زیر به عنوان گردشگر ورزشی محسوب می‌گردند:

- شرکت کنندگانی که به عنوان ورزشکار در یک رقابت ورزشی (بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای، دوستانه و ...) حضور می‌یابند،
- شرکت کنندگانی که به عنوان ورزشکار در یک فعالیت ورزشی تفریحی حضور می‌یابند.
- بیندگانی و تماشاچیان یک رویداد ورزشی (رقابتی و تفریحی)،
- شرکت کنندگانی که به عنوان کادر اجرایی، فنی و سازمان دهنده در یک رویداد حضور می‌یابند مانند داوران، مربیان و سرپرستان و غیره،
- افرادی که در سمینارها و کنفرانس‌های ورزشی حضور می‌یابند،
- افرادی که جهت شرکت در کلاس‌های مربیگری، داوری و... مربوط به ورزش، سفر می‌کنند،
- بازدید کنندگان موزه‌های ورزشی، استادیوم‌ها و مجموعه‌های ورزشی مدرن و یا تاریخی و مشهور،
- کسانی که برای کسب و کار و تجارت ورزشی سفر می‌کنند (۳۰).

## سوابق تاریخی گردشگری ورزشی

فعالیت‌های جهانگردی رسماً از سال ۱۹۱۱ با تشکیل اتحادیه بین‌المللی سازمان‌های رسمی مسافرتی آغاز شد و بعد از ۶۴ سال (۱۹۷۵) سازمان جهانگردی به عنوان یک ارگان بین‌المللی برای رویارویی با جنبه‌های مختلف جهانگردی پا به عرصه فعالیت گذاشت. امروزه این سازمان ۱۰۶ عضو رسمی با ملیت‌های مختلف و ۱۵۸ سازمان فنی، موسسه و اتحادیه بین‌المللی و منطقه‌ای را در اختیار دارد (۲).

گردشگری ورزشی یک پدیده کاملاً مدرن نیست و تعدادی از انگیزش‌هایی که امروزه موجب مشارکت در فعالیت‌های گردشگری ورزشی است، در چندین هزار سال پیش نیز وجود داشته است (۳۰). نخستین مدرک از گردشگری ورزشی مسابقات المپیک است که در ۷۷۶ سال قبل از میلاد مسیح برگزار می‌شده است. در عین حال مسابقات سراسری یونان در المپیا با یکصد فستیوال، باشکوه‌ترین آن‌ها بوده است (۱۱). مسابقات ورزشی یک بخش لاینفک زندگی در یونان بوده و هر شهر مستقل دارای یک استادیوم مخصوص بوده است. در عین حال موضوع سفر کردن یک بخش مهم از ورزش بوده است. مسابقات در المپیا افراد زیادی را که شمار آنان به حدود ۴۰ هزار نفر می‌رسید، از سراسر یونان دور هم جمع می‌کرد و احتمالاً هیچ دلیل دیگری در دوران باستان به جز ورزش نمی‌توانسته وجود داشته باشد که باعث شود اکثر مردم در جاده‌ها و دریا برای رسیدن به یک مقصد مشابه و در یک زمان یکسان در حال سفر باشند. رومی‌ها نیز سفر‌هایی در رابطه با ورزش را در شکل‌های مختلفی داشته‌اند. در هر حال محدودیت‌هایی برای توسعه گردشگری ورزشی در قبل از قرن ۱۹ وجود داشته است که مهم‌ترین آن، عدم وجود وسایل حمل و نقل مناسب بوده است (۳۰).

## عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی

از دیدگاه گردشگری، توسعه ورزش می‌تواند از یک مشارکت فعال در ورزش در زمان تعطیلات یا غیر تعطیلات تا تجربه ورزشی غیر فعال در حین گردشگری یا در محل مبدأ اتفاق افتد. توسعه ورزش در مبدأ به کمیت و کیفیت تأسیسات، برنامه‌ها و حتی آموزش‌هایی که در اصل برای گردشگران فراهم شده است، بستگی دارد (۲۲). هینچ و هایام<sup>۱</sup> موارد زیر را به عنوان عوامل جلب‌کننده و منابع اساسی برای توسعه گردشگری برشمرده‌اند:

- منابع طبیعی: پارک‌های ملی، تسهیلات فضای سبز، صحرا و فضاها، طبیعی جغرافیایی (کوه‌ها، صخره‌ها، چشمه آب معدنی و دریا)،
- امکانات و زیر ساخت‌ها و تسهیلات: استادیوم‌ها، فضاها، ورزشی، سالن‌ها، تالارهای ورزشی، زیر ساخت‌های حمل و نقل، غذاخوری‌ها و پذیرایی‌ها،
- تأسیسات رفاهی: توالی عمومی، پارکینگ‌ها، تابلوهای راهنما، پناهگاه‌ها،
- خدمات ورزشی: مربیگری و سرپرستی، کرایه یا خرید وسایل یا لباس ورزشی، انبارداری و مدیریت، نظارت و امنیت، امکانات تمرینی، پیشگیری از آسیب و امکانات پزشکی، امکانات علمی و پژوهشی،
- سازمان‌های ورزشی: سازمان‌های ورزشی و گردشگری، باشگاه‌ها، گروه‌های اجتماعی و داوطلب و موسساتی که می‌توانند خدمات مدیریتی، مالی، تسهیلاتی، حمایتی، اطلاعاتی، بازاریابی و تجاری را برای گردشگران ورزشی ایجاد نمایند،
- خدمات حمل و نقل: جاده‌ها، راه‌آهن، راه‌های هوایی و دریایی (داخلی و بین‌المللی) و مؤسسات کرایه اتومبیل،

---

1 - Hinxh & Hayam

• سرگرمی‌ها و فعالیت‌ها: فضاها و مکان‌های ورزشی (میدان اسکیت یخ، مراکز تفریحی، ورزشگاه‌ها، استخرهای شنا، دیواره‌های صخره‌نوردی، زمین‌های گلف، ساحل، موزه‌های ورزشی، مراکز خرید، تفریحات شبانه) (۳۴).

همچنین گسترش دادن ورزش می‌تواند به دو حالت سازماندهی شده یا ناشی از فعالیت‌های مستقل گردشگری باشد. تاثیرگذاری گردشگری، منابع و جاذبه‌های آن به عنوان ابزار تسریع کننده توسعه ورزش بر شش قسم است (۲۲):

- توسعه از طریق جاذبه‌های گردشگری (بازدید منابع و جاذبه‌های طبیعی)،
- توسعه از طریق جاذبه‌های گردشگری (بازدید منابع و جاذبه‌های مصنوعی)،
- توسعه از طریق برنامه ریزی و آموزش گردشگران،
- توسعه از طریق برگزاری رویدادهای ورزشی،
- توسعه از طریق حضور ورزشکاران و مربیان نخبه،
- توسعه از طریق زیر ساخت‌های گردشگری در مبدأ.

### الگوهای گردشگری ورزشی

چندین الگوی گردشگری ورزشی تاکنون برای بیان این پدیده مورد استفاده قرار گرفته است. اگر چه هیچ یک از این الگوها را نمی‌توان به عنوان یک الگوی کامل شناخت، با این وجود توضیح این مدل‌ها موجب بحث و بررسی و درک بهتر جنبه‌های مختلف این پدیده می‌شود. چند مدل مهم گردشگری ورزشی در این پژوهش مورد بحث قرار گرفته است.

## دیدگاه گامون و رایبسون در مورد گردشگری ورزشی

گامون و رایبسون<sup>۱</sup> (۱۹۹۷) گردشگری ورزشی را به شکل زیر مطرح کرده‌اند:

شرکت کنندگان هارد<sup>۲</sup> یا سخت: گردشگر ورزشی Hard یا سخت کسی است که به منظور شرکت فعال یا غیر فعال در ورزش رقابتی مسافرت می‌کند. در این جا انگیزه اصلی شخص برای مسافرت ورزش است.

شرکت کنندگان سافت<sup>۳</sup> یا نرم: گردشگر ورزشی Soft یا نرم کسی است که در فعالیتی که بیشتر فعالیت تفریحی است تا رقابتی شرکت می‌کند و به عنوان کسی است که شرکت او در فعالیت گردشگری ورزشی به منظور گذراندن اوقات فراغت است.

طبقه‌بندی گامون و رایبسون بسیار گسترده است و فعالیت‌های زیادی همانند راه رفتن، دوی آرام، دویدن در سالن و غیره در طبقه گردشگری ورزشی قرار می‌گیرند (۱).

## دیدگاه هال درباره گردشگری ورزشی

هال<sup>۴</sup> (۱۹۹۲) نه تنها ورزش را به عنوان موضوع اصلی گردشگری مطرح کرد، بلکه عنوان نمود که سه حیطه گردشگری ورزشی وجود دارد که شامل «رویداد شاخص»، «تفریح در فضای آزاد» و «گردشگری مرتبط با سلامتی و تناسب اندام».

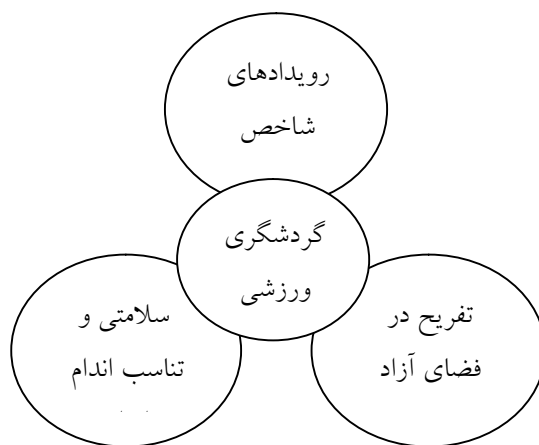
---

1 - Gammon & Robinson

2 - Hard

3 - Soft

4 - Hall



شکل ۱-۱ حوزه‌های مرتبط با گردشگری ورزشی از دیدگاه‌ها، ۱۹۹۲

### رویدادهای شاخص

احتمالاً بیشترین ارتباط را با گردشگری ورزشی دارد و در رقابت‌های قهرمانی ملی و رویدادهای ورزشی بین‌المللی بزرگ نظیر بازی‌های المپیک تجلی می‌یابد. ویژگی و مقیاس این رویدادهای ورزشی توجه گردشگران و محققان گردشگری را جلب می‌کند. اگرچه نوشته‌های حوزه گردشگری ورزشی آگاهی‌های زیادی را درباره گردشگری ورزشی به وجود آوردند، اما به ندرت به تفاوت بین رویدادهای ورزشی با سایر انواع رویدادها پرداختند.

### تفریح در فضای آزاد

بیانگر دومین حوزه‌ای است که ارتباط بسیار زیادی با گردشگری ورزشی دارد. پیدایش این حوزه ریشه در فعالیت‌های تفریحی دارد که در محیط‌های طبیعی روی می‌دهد و بیشتر آن‌ها معمولاً به عنوان ورزش طبقه‌بندی می‌شود. همانند کانو، اسکی، موج سواری. این حوزه یکی از پویاترین بخش‌های تفریح در فضای آزاد گردشگری ماجراجویانه است. هال (۱۹۹۲)، گردشگری ماجراجویانه را به عنوان بخشی که سریع‌ترین رشد را در بازار گردشگری دارد، عنوان می‌کند. همانند رویدادهای



شاخص و گردشگری ورزشی، بین تفریح در فضای آزاد و گردشگری ورزشی نیز در زمینه‌های مفهومی و تحقیقی، هم‌پوشانی وجود دارد.

### فعالیت‌های سلامتی و تناسب اندام

فعالیت‌های سلامتی و تناسب اندام سومین حیطه مربوط به گردشگری ورزشی را تشکیل می‌دهد. پیدایش این حیطه از چشم‌انداز تاریخی و معاصر ارائه شده است. در گذشته‌های دور این حیطه معمولاً با فعالیت گردشگران در زمینه آب‌های معدنی درمانی در اروپای غربی و مدیترانه همراه بود. در زمان معاصر، مسافرت به بهانه درمانی هنوز ادامه دارد اما به تفریحگاه‌هایی گسترش یافته است که به فعالیت‌هایی نظیر تنیس و گلف تمرکز می‌کنند. اگرچه حیطه سلامتی و تناسب اندام می‌تواند تعاریف متعددی داشته باشد، اما در تحقیقات کمتر به آن پرداخته می‌شود (۲۳).

### دیدگاه پیتز در مورد گردشگری ورزشی

پیتز<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) معتقد است که از چشم‌انداز بازاریابی و مدیریتی، گردشگری ورزشی شامل دو طبقه محصول کلی است (۱):

- سفر مشارکت ورزشی (مسافرت به منظور شرکت در یک فعالیت ورزشی، تفریحی، اوقات فراغت، فعالیت آمادگی جسمانی و تناسب اندام)،
- سفر تماشای ورزشی (مسافرت به منظور تماشای ورزش‌ها، تفریح، اوقات فراغت، فعالیت‌های آمادگی جسمانی و تناسب اندام یا رویدادها).

## گردشگری ورزشی از دیدگاه کورتزمان و زاهار

کورتزمان و زاهار<sup>۱</sup> (۱۹۹۷) پنج حوزه اصلی را در گردشگری ورزشی تعریف کرده‌اند (۲۳):

۱. جاذبه‌ها<sup>۲</sup>،
۲. مجتمع‌های تفریحی ورزشی<sup>۳</sup>،
۳. گردش‌های آبی<sup>۴</sup>،
۴. رویدادها<sup>۵</sup>،
۵. گردش‌ها<sup>۶</sup> (تورها).

### جاذبه‌ها

جاذبه‌های گردشگری مقاصدی هستند که موارد مربوط به ورزش را برای گردشگران فراهم می‌کنند. جاذبه‌ها می‌توانند طبیعی باشند (پارک‌ها، کوه‌ها و حیات وحش) یا ساخته دست بشر (موزه‌ها، استادیوم‌ها و فروشگاه‌ها). ویژگی‌های کلی این حوزه گردشگری ورزشی شامل:

الف: تسهیلات ورزشی منحصر به فرد که معمولاً محل برگزاری رویدادهای ورزشی هستند، همانند استادیوم‌ها و ورزشگاه‌ها،

ب: موزه‌های ورزشی و محل‌های مربوط به میراث ورزشی و گرامی داشت قهرمانان ورزشی و رهبران (مدیران) ورزشی،

ج: پارک‌های مخصوص ورزشی شامل پارک‌های آبی، پرش اسکی تابستانی،

د: پیاده‌روی برای جستجو در طبیعت،

ه: فروشگاه‌های خرده‌فروشی ورزشی، مراکزی که شامل فروشگاه، سرگرمی‌ها و تأسیسات

غذاخوری، گالری ورزش ملی و تالار مشاهیر است.

---

1 - Kurtzman & Zauhar  
2 - Attraction  
3 - Resorts  
4 - Cruises  
5 - Events  
6 - Tours

## مجموع‌های تفریحی ورزشی

تفریحگاه‌های ورزشی مجموعه‌ای طراحی شده و یکپارچه هستند که ورزش و سلامتی به عنوان اولین کانون توجه راهبرد بازاریابی آن‌ها محسوب می‌شود. تفریحگاه‌های ورزشی طبقه‌بندی‌هایی دارند که شامل:

- تفریحگاه‌های آب‌های معدنی مطبوع،
- تفریحگاه‌های گلف و تنیس،
- تفریحگاه‌های ورزش‌های آبی و برفی،
- کنکاش طبیعت با تمرکز روی ماجراجویی در فضای آزاد.

به طور کلی این تفریحگاه‌ها به تجهیزات و تسهیلات ورزشی مجهز هستند و برای بازدید کنندگان فرصت‌های انجام فعالیت در سطوح مختلف و برنامه‌های مختلف آموزشی که به وسیلهٔ افراد با تجربه و با دانش ارائه می‌شود. کمپ‌های ورزشی (اردوگاه‌های ورزشی) از نمونه‌های گسترش یافتهٔ طبقهٔ تفریحگاه‌های ورزشی هستند. کمپ‌های ورزشی در تفریحگاه‌ها، دانشگاه‌ها و حیات‌وحش واقع شده‌اند و جلسات تمرینی شدید و سازماندهی شده را ارائه می‌کنند. همانند کمپ‌هایی برای شنا، ژیمناستیک، بیس بال، والیبال، سوارکاری و صخره‌نوردی.

## گردش‌های آبی

طبقهٔ گردشگری ورزشی سفرهای آبی به تمام مسافرت‌هایی با قایق اطلاق می‌شود که در آن‌ها ورزش یا فعالیت‌های ورزشی به عنوان اصل راهبردی بازار مطرح باشد. به منظور جلب بیشتر رضایت گردشگران ورزشی، کشتی‌های سفرهای دریایی اغلب مسافرت‌های ویژه‌ای را ترتیب می‌دهند تا برای مهمانان خود فرصت‌هایی را برای انجام گلف، تنیس، اسکی روی آب و غیره در محیط‌های آبی متنوع فراهم آورند.

## گردش‌ها (تورها)

تورهای گردشگری ورزشی، بازدید کنندگان را به رویدادهای ورزشی، تسهیلات و مقاصد مورد نظرشان در سراسر جهان می‌برند. این تورها می‌تواند با توجه به نوع دسترسی، موقعیت و ماهیت فعالیت به صورت خودجوش و یا سازماندهی شده، انجام گیرد. بعضی از بنگاه‌های تورهای ورزشی به صورت کلی و عمومی فعالیت می‌کنند در حالی که بعضی دیگر به صورت کاملاً تخصصی فعالیت می‌کنند و تورهایی آموزشی به یک کنفرانس خاص یا جای خاص یا یک فعالیت ماجراجویانه در فضای آزاد برگزار می‌کنند.

## رویدادها

رویدادها به آن دسته از فعالیت‌های گردشگری ورزشی اطلاق می‌شود که تعداد قابل ملاحظه‌ای از شرکت کنندگان یا تماشاچیان را به یک مسابقه ورزشی جذب می‌کند. نوع بازدید کنندگان با توجه به نوع رویداد متفاوت است. برخی از رویدادها تماشاچیان بیشتری نسبت به دیگر رویدادها جذب می‌کنند مانند: بازی‌های المپیک و جام جهانی. رویدادهای ورزشی معتبر مانند بازی‌های المپیک و جام جهانی اغلب به عنوان «رویداد شاخص» نامیده می‌شوند. برای بسیاری از افراد تجربه رویداد ورزشی یک تکرار و یک تجربه شکل دهنده زندگی می‌باشد. به لحاظ تأثیر اقتصادی، رویدادها شاخص‌ترین مقوله گردشگری ورزشی می‌باشد. رویدادهایی که برای جذب تعداد زیادی از تماشاچیان طراحی می‌شوند می‌توانند هزاران و حتی میلیون‌ها دلار درآمد برای اقتصاد محلی فراهم کنند. با این حال حتی رویدادهایی با شرکت کنندگان کمتر، برای شهرهای کوچک و کم جمعیت، می‌توانند منبع درآمدزایی خوبی باشد.