



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز



نقش راه اندازی وزارت ورزش

در توسعه گردشگری ورزشی


گزارش کارشناسی

(هسته مدیریت، خدمات و گردشگری)

گزارش شماره ۰۱- سال ۱۳۹۷

تهیه شده در معاونت تحقیق و توسعه

دبیرخانه شورای پژوهشی

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

عنوان گزارش:

نقش راه اندازی وزارت ورزش در توسعه گردشگری ورزشی

هسته: مدیریت، خدمات و گردشگری شورای پژوهشی	نگارش: دکتر علیرضا امینی (عضو هیأت علمی بخش مدیریت دانشگاه شیراز)
--	---


مقدمه

در دنیای مدرن امروزه یکی از مهم‌ترین مواردی که توجه افراد بسیار، به خصوص نظام سرمایه‌داری و قشر متوسط را به خود جلب کرده، گردشگری است. گردشگری صنعتی است که می‌توان آن را بعد از صنعت نفت و خودروسازی سومین صنعت درآمدزا برای یک کشور قلمداد کرد. به طوری که حجم مبادلات بین‌المللی گویای آن است که صنعت گردشگری بیش از ۲۰ درصد کل مبادلات بین‌المللی را شامل می‌شود (گرین و چالیپ، ۱۹۹۸).

یکی از انواع گردشگری، گردشگری ورزشی است که از ادغام دو کلمه ورزش و گردشگری شکل گرفته است. بر اساس گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری ۲/۵ درصد تجارت جهانی به ورزش اختصاص داشته از این رو می‌تواند نقش مهمی در رونق اقتصادی کشوری که به این امر توجه دارد ایفا کند (گودال و اشورث، ۲۰۱۳). اما آنچه مسلم است کشور ایران با وجود داشتن ظرفیت‌های بسیاری در زمینه‌ی گردشگری ورزشی، متأسفانه هنوز نتوانسته است به جایگاه و اعتبار واقعی خود در این زمینه دست یابد. چرا که سهم گردشگری این کشور (که گردشگری ورزشی نیز جزئی از آن محسوب می‌شود) از تولید ناخالص ملی تنها یک درصد است (هنرور و همکاران، ۱۳۸۴).

گردشگران ورزشی را می‌توان به دو گروه تماشاگران ورزشی^۱، و مشارکت‌کنندگان ورزشی^۲ تقسیم‌بندی نمود. تماشاگران ورزشی به تماشای رویدادهای ورزشی از قبیل مسابقات المپیک، جام جهانی و مسابقات بین‌المللی علاقه‌مند هستند. مشارکت‌کنندگان ورزشی، گردشگرانی هستند که به انجام فعالیت‌های ورزشی توجه دارند.

1. Green & Chalip
 2. Goodall & Ashworth
 3. Sport spectators
 4. Sport participants

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

آن‌ها تمایل دارند در ورزش‌هایی مشارکت فعال داشته باشند که بیشتر جنبه غیر رقابتی دارد و حتی خود مقدمات آن را فراهم آورند تا از فواید ورزش در ابعاد تندرستی، اجتماعی و روانی بهره گیرند (هال، ۱۹۹۲). با توجه به اهمیت و اعتبار دو مقوله گردشگری و ورزش، مدیران و مسئولین این دو بخش برای رسیدن به اهداف خود (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، و سیاسی) به گردشگری ورزشی متوسل شده‌اند و این صنعت را به‌عنوان بعدی در نظر گرفته‌اند که می‌توان از طریق آن علاوه بر ایجاد اشتغال و رونق اقتصادی به پیشرفت کشور نیز کمک کرد (همتی نوآدو همکاران، ۱۳۹۳).

علاوه بر مدیران و مسئولین گردشگری و ورزش، یکی از مهم‌ترین ارکانی که می‌تواند به بهبود وضعیت گردشگری ورزشی کمک کند؛ وزارت ورزش است. وزارت ورزش عالی‌ترین مرجع رسیدگی به مسائل مربوط به ورزش و جوانان در ایران است. و از آنجایی که از یک‌سو با مراکز بین‌المللی ورزش در ارتباط است و از سوی دیگر وظایفی از قبیل تأسیس، تجهیز و اداره ورزشگاه‌ها (استادیوم‌ها) و سایر مراکز ورزشی جهت توسعه آن‌ها، ارتقاء سطح ورزش حرفه‌ای با رویکرد اقتصادی و ... را بر عهده دارد، می‌تواند گردشگری ورزشی را توسعه داده و از طریق این امر، هم می‌تواند درآمدی عظیم برای وزارت ورزش ایجاد کند و هم می‌تواند به بهبود وضعیت اقتصادی کشور کمکی شایان توجه نماید.

بنابراین هدف این پژوهش از یک‌سو تمرکز بر وظایف وزارت ورزش و تحلیل این وظایف در جهت امکان‌سنجی توسعه‌ی معیارهایی است که منجر به توسعه‌ی گردشگری ورزشی شده و از سوی دیگر بررسی الزامات توسعه‌ی ورزشی و امکان‌سنجی تأمین این الزامات است.

بخش اول: مفاهیم و مبانی نظری


هم‌اکنون صنعت گردشگری ورزشی، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین شاخه‌های گردشگری در دنیا به شمار می‌آید و کارشناسان امر، این صنعت را به‌عنوان منبع اصلی در اشاعه‌ی فرهنگ ملل، اشتغال‌زایی، رشد اقتصادی، توسعه زیرساخت‌ها و ... می‌دانند.

درواقع گردشگری ورزشی پدیده واحدی نیست. تفاوت قائل شدن بین توجه به رویداد ورزشی و مشارکت در فعالیت‌های ورزشی اهمیت ویژه‌ای دارد.

فعالیت‌های مرتبط به امر گردشگری ورزشی را می‌توان به سهولت در پنج بخش اصلی مشاهده کرد:

۱. کسانی که در قالب تیم‌های ورزشی سفر می‌کنند، مانند: ورزشکاران، مربیان، داوران، مسئولین و ...

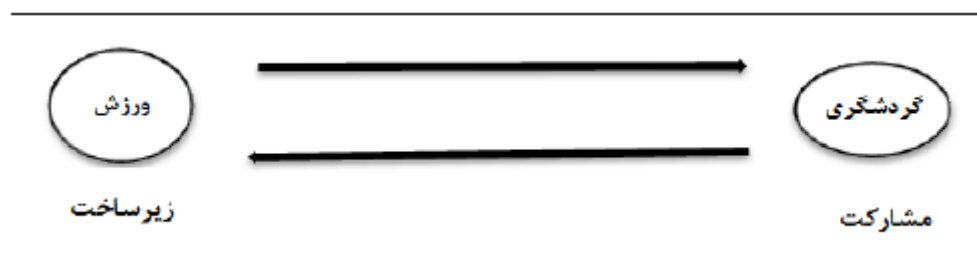
1. Hall

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	<p style="text-align: center;">گزارش کارشناسی شورای پژوهشی</p>	<p style="text-align: right;">اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز</p> 
تاریخ:		

۲. طرفداران ورزش و تماشاگران رویدادهای ورزشی، که ترجیح می‌دهند تعطیلات، اوقات فراغت و تفریحی خود را در محیط‌های ورزشی داخل یا خارج از کشور بگذرانند.
 ۳. افرادی که به‌عنوان محقق و پژوهشگر، درزمینه‌های مختلف ورزشی سفر می‌کنند.
 ۴. کسانی که به‌عنوان بازرگان، در بخش ورزش سفر می‌کنند.
 ۵. کسانی که سفر می‌کنند تا از امکانات توان‌بخشی پزشکی، ورزشی بهره‌مند گردند.
- مفاهیم موجود در گردشگری ورزشی زیر را می‌توان به‌صورت زیر بیان نمود.

گردشگری ورزشی

گردشگری ورزشی سفری نشاط‌آور است که افراد بانگیزه شرکت در فعالیت‌های فیزیکی، تماشای فعالیت‌های فیزیکی و یا لذت از جاذبه‌ی ورزشی، تشویق به سفر و دوری موقت از محل سکونت خود انجام می‌دهند (محمودی یکتا، ۱۳۹۱).




شکل ۱- مدل ساده‌ای از گردشگری ورزشی

گردشگر ورزشی

گردشگر ورزشی کسی است که حداقل ۲۴ ساعت در محل رویداد اقامت می‌کند و هدف اصلی او شرکت در رویدادهای ورزشی و دیگر جذابیت‌های ثانویه آن است (هینچ، ۲۰۰۵). از آنجا که این بخش تنها دربرگیرنده حوادث و رویدادهای ورزشی نیست، به گردشگری ورزشی نه‌تنها به‌عنوان تماشای یک حادثه کوتاه‌مدت ورزشی بلکه به‌عنوان سفیری برای فرهنگ و تمدن کشورها و عاملی مهم برای سفر نیز باید توجهی خاص شود. کوئین^۲ گردشگر ورزشی را این‌گونه تعریف کرده است: افراد یا گروه‌هایی از مردم که به هنگام مسافرت یا اقامت در محلی خارج از محیط زندگی‌شان به‌طور فعال یا غیرفعال در یک ورزش رقابتی یا تفریحی شرکت می‌کنند (ورزش به‌عنوان اولین هدف مسافرت است) (کوئین، ۲۰۱۲).

تماشاگران ورزشی

¹. Hinch
². Quinn

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

تماشاگران ورزشی افرادی هستند که به تماشای رویدادهای ورزشی از قبیل مسابقات المپیک، جام جهانی و مسابقات بین‌المللی علاقه‌مند هستند (هال، ۱۹۹۲).

مشارکت‌کنندگان ورزشی

مشارکت‌کنندگان ورزشی، گردشگرانی هستند که به انجام فعالیت‌های ورزشی علاقه‌مندند. آن‌ها تمایل دارند در ورزش‌هایی مشارکت فعال داشته باشند که بیشتر جنبه غیررقابتی دارد و حتی خود، مقدمات آن‌ها را فراهم می‌آورند تا از فواید ورزش در ابعاد تندرستی، اجتماعی و روانی بهره‌گیرند (هال، ۱۹۹۲).

وزارت ورزش

وزارت ورزش و جوانان بر اساس قانون تبدیل سازمان‌های تربیت‌بدنی و ملی جوانان به وزارت ورزش و جوانان که مشتمل بر یک ماده واحد و یک تبصره در جلسه‌ی علنی روز یکشنبه مورخ دوازدهم دی‌ماه ۱۳۸۹ مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۸۹/۱۰/۲۹ به تأیید شورای نگهبان رسید، شکل گردید. بر اساس این قانون «از تاریخ تصویب این قانون در سازمان تربیت‌بدنی و ملی جوانان با اعتبارات، نیروی انسانی و امکانات ادغام و به وزارت ورزش و جوانان تبدیل می‌شود و اقدامات قانونی برای انجام اصلاحات لازم در مقررات مربوط به آن عمل می‌آید».

این وزارت عالی‌ترین مرجع رسیدگی به مسائل مربوط به ورزش و جوانان در کشور است. در واقع این وزارتخانه از یک طرف حجم وسیع مطالبه‌های ورزش و جوانان را پیگیری و از طرف دیگر فرهنگ‌سازی در مسیر تربیت جامعه را تعقیب می‌کند.

تحلیل محتوا


تحلیل محتوا عبارت است از هرگونه فن سیستماتیک و عینی برای استخراج ویژگی‌های پیام (کیدرز و جاد، ۱۹۸۶). تحلیل محتوا هنگامی به کار می‌رود که شما می‌خواهید یک سند نوشته شده برای شمارش تعداد وقوع مقولات یا رخدادهای ویژه (مانند عبارات در یک نطق)، آیتم‌ها (مانند نظرات منفی) یا رفتارها (مانند اصطلاحات واقعی به هنگام بحث گروهی) را تحلیل کنید (بوردنز و آبوت، ۲۰۰۲).

ردموند (۱۹۹۰) گردشگری ورزشی را به انواع تعطیلات ورزشی، جشن‌های ورزشی، مسابقات جهانی، موزه‌ها و سالن‌های ورزشی طبقه‌بندی کرده‌اند.

¹. Kidder & Judd

². Bordens & Abbott

³. Redmond

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

حال (۱۹۹۲) از سه حوزه مرتبط با گردشگری ورزشی، شامل رویدادهای ورزشی بزرگ، تفریحات محیط باز- طبیعی و گردشگری ورزشی مرتبط با سلامت و تناسب‌اندام نام برد.

براز^۱ (۲۰۰۲) هدف اصلی گردشگری ورزشی را در وهله اول جذب مردم از اقصی نقاط دنیا به محلی خاص به خاطر جاذبه‌های ویژه، ورود ارز به کشور، معرفی فرهنگ و فولکور به خارجیان و حتی ایجاد مشاغل است. در مرحله دوم کسب میزبانی یک رویداد بزرگ ورزشی به‌ویژه جهانی، سوای کسب اعتبار و هویت جهانی، سبب توسعه شهرها، احداث اماکن ورزشی، جاده‌ها و هتل‌ها و درنهایت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها می‌داند.


هینچ و هیگام^۲ (۲۰۰۴) از گردشگری ماجراجویانه به‌عنوان یک بخش رو به رشد در بازار گردشگری ورزشی نام بردند. این پژوهشگران بیان می‌کنند گردشگری ورزشی حالت تفریحی دارد و شامل مجموعه‌ای از سفر، ورزش و تفریح در محیط طبیعی است.

کرتزمن^۳ (۲۰۰۵) گردشگری ورزشی را از دیدگاه عرضه محصول به ۵ نوع اصلی تقسیم نموده‌اند؛ رویدادهای ورزشی، جذابیت‌های ورزشی، تورهای ورزشی، مجتمع‌ها و اردوگاه‌های تفریحی ورزشی و سفرهای آبی ورزشی. کارداکیس^۴ (۲۰۱۰) تحقیقی با هدف ارزیابی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در جهت برنامه‌ریزی‌های استراتژیک گردشگری ورزشی انجام داد. این محقق بیان نمود که از طریق تجزیه و تحلیل سوات می‌توان جهت برنامه‌ریزی آتی استفاده نمود. علاوه بر این برنامه‌ریزان با استفاده از این نتایج می‌توانند تعیین نمایند که هر یک از نقاط قوت یا ضعف منجر به پدید آمدن چه فرصت‌ها یا تهدیدهایی می‌شود.

شوشی نسب و همکاران نیز (۲۰۱۳) با بررسی سوات در صنعت گردشگری ورزشی ایران به برنامه‌ی راهبردی توسعه‌ی گردشگری رویدادها در ایران پرداختند.

بیات و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری از دیدگاه دست‌اندرکاران ورزشی که بدین منظور تعداد ۱۲۰ مدیر و دست‌اندرکار ورزش از هیئت‌های ورزشی، مدیران گردشگری و کارشناسان تربیت‌بدنی آموزش و پرورش که مورد تأیید سازمان‌های مذکور بودند انتخاب شدند، عواملی مانند بدی آب و هوا، کافی نبودن زمان برای برنامه‌ریزی سفر به دلیل عدم تبلیغات به‌موقع از سوی شهر میزبان، مشکلات فرهنگی فقدان تلقی مثبت نسبت به گردشگری در میان مردم و مسئولین و نامشخص بودن راهبرد،

1. Braz
 2. Hinch & Higham
 3. Kurtzman
 4. Kardakis

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

مشکلات سازمانی و کارگذاری، پایین بودن کیفیت و استاندارد نبودن بسیاری از اماکن گردشگری را از موانع بازدارنده توسعه گردشگری عنوان کردند.

امینی و همکاران (۱۳۹۵) به تعیین موانع گردشگری ورزشی در ایران پرداختند. تمرکز این پژوهشگران بر نقش‌های اطلاعاتی و ارتباطی بود و با استفاده از روش AHP شاخص‌های موجود در ۳ شاخص کلی مدیریتی، گردشگری و زیرساختی و ۲۰ زیر شاخص را وزن دهی و رتبه‌بندی کردند.

بخش دوم: بدنه اصلی کنکاش و تحلیل موضوع


روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی است و روش پژوهش به کار رفته تحلیل محتوا است. جامعه مورد مطالعه شامل تمامی پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه‌ی گردشگری ورزشی و اسناد موجود در زمینه‌ی نقش و فعالیت‌های وزارت ورزش است. پس از بررسی تمام پژوهش‌های موجود در مگ ایران تعداد پژوهش‌هایی که در زمینه‌ی گردشگری و گردشگری ورزشی صورت گرفته بود ۶۲۰ پژوهش بوده که از بین این پژوهش‌ها تعداد ۶۰ پژوهش به صورت هدفمند انتخاب و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، با روش کدگذاری و مقوله‌بندی زنده انجام شده است.

کدگذاری، فرایندی کلیدی در تحلیل محتواست که در طی آن داده‌های جمع‌آوری شده، تجزیه و تحلیل می‌شوند. در کدگذاری با مرور داده‌های جمع‌آوری شده، نام‌ها و برچسب‌هایی به برخی اجزای تشکیل‌دهنده آن‌ها اختصاص داده می‌شود که از اهمیت نظری و یا برجستگی خاصی درباره موضوع مورد بررسی برخوردارند. به گفته چارمز (نقل شده از ذوالفقاریان و لطیفی، ۱۳۹۰) «کدها ابزارهای کوچکی برای نام‌گذاری، جداسازی، ترجمه و سازمان‌دهی داده‌ها به شمار می‌روند». در این پژوهش از کدگذاری زنده استفاده شده است. در کدگذاری زنده، از واژگان جالبی که در منابع جمع‌آوری شده، وجود دارد به عنوان نام مقوله‌ها استفاده می‌شود. با این کار نه تنها به واژه‌های مطلوب دست یافته‌ایم؛ بلکه توانسته‌ایم فرایند مقوله‌بندی را نیز با سرعت بیشتری پیش ببریم.

مقوله‌های پژوهش حاضر در ۳ بخش صورت گرفته است؛

- ابعاد گردشگری
- ابعاد گردشگری ورزشی
- موانع ورود گردشگران ورزشی به ایران

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش ابتدا پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه دسته‌بندی شدند. این پژوهش‌ها در سه دسته‌ی زیر قرار داده شدند:

- ۱- پژوهش‌هایی که در زمینه‌ی گردشگری صورت گرفته‌اند.
 - ۲- پژوهش‌هایی که در زمینه‌ی گردشگری ورزشی صورت گرفته‌اند.
 - ۳- پژوهش‌هایی که در زمینه‌ی موانع ورود گردشگران ورزشی به ایران صورت گرفته‌اند.
- پژوهش‌ها و اسناد موجود به این دلیل در سه دسته قرار گرفته‌اند؛ یک دسته از پژوهش‌ها در زمینه‌ی گردشگری فعالیت داشته‌اند؛ درحالی که می‌توان از زمینه‌ی گردشگری در توسعه‌ی گردشگری ورزشی استفاده نمود. دسته‌ی دوم پژوهش‌هایی هستند که در زمینه‌ی گردشگری ورزشی فعالیت داشتند. این پژوهش‌ها را می‌توان به صورت مستقیم مورد تجزیه و تحلیل قرارداد. دسته‌ی سوم پژوهش‌هایی هستند که موانع ورود گردشگران ورزشی به ایران را مورد بررسی قرار داده و در این پژوهش‌ها به دسته‌بندی این موانع پرداخته شده است. پس از آن اسنادی که در زمینه‌ی فعالیت‌های وزارت ورزش در دسترس بوده است؛ مورد تحلیل قرار گرفته و راهکارهایی در رابطه با نقش وزارت ورزش در توسعه‌ی گردشگری ورزشی و رفع موانع موجود در این صنعت ارائه شده است.

مقوله‌بندی


برای تحلیل محتوا، علاوه بر منابعی که تحلیل روی آن‌ها انجام می‌شود، به مقوله‌بندی مباحث نیز نیاز است. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، مقوله‌بندی مورد استفاده در این پژوهش از نوع مقوله‌بندی زنده است که این مقولات به سه دسته‌ی زیر تقسیم شده‌اند. این مقولات عبارت‌اند از:

۱- ابعاد گردشگری (۳۵ مقوله)

۲- ابعاد گردشگری ورزشی (۳۴ مقوله)

۴- موانع ورود گردشگران ورزشی به ایران (۳۱ مقوله)

در جدول ۱، فراوانی و درصد فراوانی میزان استفاده از مقوله‌های تعریف‌شده‌ی تحقیق در پژوهش‌های بررسی شده نمایش داده می‌شود.

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

همان گونه که در جدول نشان داده شده است بیشترین درصد فراوانی مربوط به مقوله‌های موجود در زمینه‌ی گردشگری و کمترین مقوله‌های موجود مربوط به موانع ورود گردشگران ورزشی به ایران است.

جدول ۱- فراوانی و درصد فراوانی هر یک از مقوله‌ها

ردیف	نام مقوله	تعداد مقوله تعریف شده	فراوانی	درصد فراوانی
۱	ابعاد گردشگری در ایران	۳۵	۱۵۰	۰/۴۰۳
۲	ابعاد گردشگری ورزشی در ایران	۳۴	۱۳۰	۰/۳۴۹
۳	موانع ورود گردشگران ورزشی به ایران	۳۱	۹۲	۰/۲۴۸
	جمع	۱۰۰	۳۷۲	

۱- پژوهش‌های موجود چه میزان به مؤلفه‌های جاذبه‌ی گردشگری در ایران توجه داشته‌اند؟

برای ورود به مباحث گردشگری ورزشی ابتدا بایستی عواملی که در کل سبب جذب گردشگر به کشور می‌شود را مورد بررسی قرارداد و با استفاده از آن، زیرساخت‌هایی را ایجاد کرد که بتوان جذب گردشگران ورزشی را در کشور افزایش داد. از مقولاتی که در زمینه‌ی گردشگری وجود دارند، می‌توان به ۳۵ مقوله که از سایر مقولات مهم‌تر هستند اشاره کرد.

جدول ۲- مؤلفه‌های جاذبه گردشگری در ایران

ردیف	عنوان	منبع	ارجاعات
۱	برآورده سازی انتظارات جامعه میزبان و میهمان	۵	۱
۲	آموزش نیروهای متخصص	۴	۲
۳	در نظر گرفتن انگیزه‌ها و نیازهای گردشگران	۳	۱
۴	داشتن کنش متقابل	۴	۴
۵	بهبودی و احیای مناطق گردشگر خیز	۳	۲
۶	ساختن جاذبه‌های جدید گردشگری	۴	۶
۷	توجه به زیرساخت‌های گردشگری	۶	۳
۸	کیفیت خدمات ارائه شده	۴	۵
۹	جذابیت فعالیت‌های اجتماعی	۳	۴
۱۰	اقامتگاه‌ها و فضای پذیرایی	۲	۲
۱۱	بستر سازی منابع مالی	۴	۱




گزارش کارشناسی شورای پژوهشی

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00

تاریخ:

۲	۳	افزایش سرمایه گذاری	۱۲
۵	۵	درگیر سازی دستگاه‌های اجرایی در فعالیتهای گردشگری	۱۳
۲	۸	ایجاد برنامه‌ریزی مناسب و در نظر گرفتن چشم‌اندازهای روشن	۱۴
۳	۵	ایجاد بانک اطلاعاتی گردشگری	۱۵
۵	۴	مکان‌یابی مناسب و امکان‌سنجی استفاده بهینه از منابع	۱۶
۲	۵	ایجاد مراکز نظارتی	۱۷
۱	۴	توجه به نرخ رشد اقتصادی	۱۸
۱	۴	ایجاد زمینه‌های اجتماعی	۱۹
۲	۶	طرح‌ریزی در واحدهای فرهنگی	۲۰
۱	۵	توجه به نرخ تورم	۲۱
۳	۴	ایجاد سیاست‌های کاری	۲۲
۲	۲	ایجاد قوانین و مقررات	۲۳
۱	۴	ایجاد روابط بین‌المللی	۲۴
۱	۳	توجه به کنشگران سیاسی	۲۵
۲	۲	ایجاد سیمای شهری	۲۶
۳	۲	توجه به شرایط جغرافیایی	۲۷
۳	۶	ضرورت تبلیغات و اطلاع‌رسانی	۲۸
۲	۵	معرفی جاذبه‌های گردشگری	۲۹
۲	۲	سیاست‌های میراث فرهنگی	۳۰
۴	۶	توجه به مباحث امنیتی	۳۱
۲	۸	توجه به مباحث راحتی ورود به کشور	۳۲
۱	۵	توجه به نرخ ارز	۳۳
۲	۴	ایجاد راحتی در زمینه‌ی حمل‌ونقل	۳۴
۳	۶	ایجاد بازارهای جذاب و متنوع	۳۵
۸۶	۱۵۰	جمع	

موارد اشاره شده در جدول ۲ را می‌توان به ابعاد ساختاری، محیطی، محتوایی تقسیم‌بندی نمود.


کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

۲- پژوهش‌های موجود چه میزان به مؤلفه‌های گردشگری ورزشی توجه داشته‌اند؟

مهم‌ترین بحث و مؤلفه‌هایی که در این پژوهش باید مورد توجه قرار گیرد، بحث گردشگری ورزشی است. عوامل و مقوله‌هایی که در این بخش بدان پرداخته شده است، می‌تواند کمک شایان توجهی به ورود گردشگران ورزشی در ایران داشته باشد. همچنین خطوط راهنمایی برای سازمان‌ها، ارکان‌ها، نهادهای دولتی، به‌ویژه وزارت ورزش ارائه دهد تا هر یک از سازمان‌ها نقش خود را در بهبود گردشگری ورزشی به‌درستی بدانند و با برنامه‌ریزی و تأمین منابع لازم، گام مهمی را در بهبود این امر مهم بردارند.

جدول ۳- مؤلفه‌های گردشگری ورزشی در ایران

ردیف	عنوان	منبع	ارجاعات
۱	وجود پیست و مراکز ورزشی	۳	۲
۲	برگزاری جشن‌ها و مراسم سنتی در ورزشگاه قبل یا بعد از مسابقات	۲	۳
۳	ایجاد اماکن ورزشی و تبلیغات از این اماکن	۵	۳
۴	استفاده از فناوری روز در برگزاری مسابقات	۴	۳
۵	وجود امکانات و تجهیزات مناسب تمرینی برای ورزشکاران خارجی	۶	۲
۶	برگزاری مسابقات قاره‌ای یا جهانی	۵	۴
۷	دادن پاداش مالی و جوایز ارزنده برای برندگان مسابقات و تورنمنت‌ها	۶	۵
۸	جدید و متفاوت بودن رویداد ورزشی بین‌المللی کشور	۴	۲
۹	ایجاد پلیس ویژه گردشگران برای حفظ امنیت آن‌ها	۵	۳
۱۰	برگزاری مسابقات در زمان مناسب	۶	۲
۱۱	وجود قوانین مشخص و ساده جهت صدور ویزا، گمرک، مدت اقامتی و ..	۴	۴
۱۲	برخورد مناسب تماشاگران در مسابقات ورزشی نسبت به ورزشکاران خارجی	۶	۲
۱۳	بالا بودن سطوح ورزشی کشور میزبان (حرفه‌ای بودن کشور میزبان)	۴	۳
۱۴	رعایت برنامه و زمان‌بندی مناسب توسط برگزارکنندگان مسابقات	۶	۳
۱۵	رابطه‌ی مناسب کارکنانی که با گردشگران خارجی در ارتباط هستند	۶	۴
۱۶	خدمات‌رسانی مناسب و توجه ویژه به نیازها و خواسته‌های گردشگران	۵	۲
۱۷	کاهش موانع اعتقادی و مذهبی جهت ورود در بازی‌های مهم و جهانی (مانند حجاب و عدم ورود زنان به ورزشگاه	۲	۱


کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

۲	۱	برخورداری از سیستم کارت‌های اعتباری جهانی (مستر کارت و ویزا کارت) در بانک‌های کشور	۱۸
۲	۶	وجود امکانات ورزشی در کلیه مکان‌های گردشگری	۱۹
۳	۲	کسب اطلاعات و راهنمایی‌های گردشگری از طریق تلفن همراه	۲۰
۲	۴	ایجاد مکان‌های جذاب مربوط به ورزش‌های زمستانی، ساحلی، آبی و تابستانی، کوهنوردی و غارنوردی و ورزش‌های بیابانی	۲۱
۱	۳	ایجاد طرح‌های سلامت ورزشکاران و گردشگران ورزشی	۲۲
۲	۲	ترغیب و تشویق هواداران به همراهی تیم‌های ورزشی	۲۳
۳	۴	سیاست‌گذاری و توسعه‌ی فرهنگ گردشگری ورزشی در جامعه	۲۴
۳	۳	تدوین و تصویب قوانین و مقررات گردشگری ورزشی	۲۵
۵	۶	سیاست‌گذاری در جهت افزایش پذیرش میزبانی رویدادهای علمی و ورزشی در کشور	۲۶
۱	۳	افزایش نقش آکادمی ملی المپیک در برگزاری اردوها، همایش‌ها و دوره‌های آموزشی مشترک سایر کشورها	۲۷
۱	۲	برگزاری دوره‌های مربی‌گری و داوری بین‌المللی	۲۸
۲	۴	ایجاد ورزشگاه و اماکن ورزشی ورزش پارالمپیک	۲۹
۱	۲	امکان برگزاری مسابقات در استان‌های مرزی با کشورهای هم‌جوار کشور	۳۰
۱	۱	برگزاری سمینارهای علمی ملی و بین‌المللی ورزشی	۳۱
۲	۳	تغییر نگاه و جلب حمایت مراجع دینی از توسعه گردشگری در ایران	۳۲
۲	۳	حمایت‌های حقوقی از سرمایه‌گذاران خارجی و بخش خصوصی خارجی در سرمایه‌گذاری امکانات و تسهیلات مربوط به گردشگری ورزشی در کشور	۳۳
۱	۲	ایجاد زیرساخت ورزش‌های مهیج (کایت‌سواری، اسکی روی آب، بانجی جامپینگ و ...)	۳۴
۷۹	۱۳۰	جمع	

تمامی مؤلفه‌های گردشگری ورزشی را می‌توان در سه طبقه‌ی عوامل سیاسی، فرهنگی - اجتماعی، عوامل زیرساختی و عوامل مدیریتی قرارداد.


۳- پژوهش‌های موجود چه میزان به موانع موجود در صنعت گردشگری ورزشی توجه داشته‌اند؟

در این زمینه پژوهش‌هایی صورت گرفته که هر یک از پژوهشگران موانعی را در ورود گردشگران ورزشی به ایران معرفی کرده‌اند. جدول ۴ موانع مورد نظر هر یک از پژوهشگران را نشان می‌دهد.

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

جدول ۴- موانع ورود گردشگران ورزشی به ایران

ردیف	عنوان	منبع	ارجاعات
۱	مشکلات مدیریتی و منابع انسانی	۲	۲
۲	موانع حمایت‌های قانونی	۲	۲
۳	موانع بازاریابی	۲	۳
۴	موانع و مشکلات زیرساخت‌ها و اماکن	۳	۲
۵	ضعف تحقیق و پژوهش	۲	۱
۶	موانع فرهنگی و آموزشی	۳	۲
۷	قوانین اسلامی حاکم بر جامعه	۴	۳
۸	هجوم تبلیغاتی کشورهای معارض	۳	۲
۹	ضعف تبلیغاتی و عدم بازاریابی مناسب در سایر کشورها	۲	۱
۱۰	معضلات اجرایی و قانونی در سیستم اداری	۱	۱
۱۱	ضعف امکانات اقامتی و خدمات پشتیبان	۲	۲
۱۲	نامناسب بودن سیستم حمل‌ونقل	۳	۲
۱۳	ضعف نیروی انسانی شاغل در بخش‌های مختلف گردشگری	۴	۳
۱۴	عدم برخورد صحیح مردم و مسئولان با گردشگران ورزشی	۴	۴
۱۵	گران بودن نسبی هزینه‌های مسافرت در ایران	۴	۳
۱۶	عدم تطابق فرهنگ گردشگران ورزشی برخی از کشورها با ایران	۵	۳
۱۷	عدم احساس امنیت کامل گردشگران ورزشی در ایران	۲	۲
۱۸	کمبود مراکز خرید مناسب	۳	۲
۱۹	عدم اعتقاد دولت به جذب گردشگر ورزشی	۲	۲
۲۰	تحریم بین‌المللی	۶	۳
۲۱	عدم فعالیت شرکت‌های بین‌المللی در بخش گردشگری ورزشی	۲	۲
۲۲	آشنایی کم و ناکافی گردشگران ورزشی در مورد جاذبه‌های طبیعی و منابع موجود در کشور	۳	۲
۲۳	سیستم اطلاع‌رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف با گردشگران ورزشی	۲	۱
۲۴	برخورد نامناسب با گردشگران و فقدان امنیت در برخی از مناطق کشور برای گردشگران	۲	۲
۲۵	کمبود اطلاعات در مورد نیازها و خواسته‌های گردشگران ورزشی	۳	۲

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز
تاریخ:		

۲	۲	تنگناهای ایدئولوژیک و عدم انطباق آن با فرهنگ گردشگران ورزشی	۲۶
۳	۴	مشکلات موجود در سرمایه‌گذاری (بخش دولتی و خصوصی) در بخش گردشگری ورزشی	۲۷
۳	۴	کمبود اماکن جذاب مانند ورزشگاه‌ها، زمین چمن‌ها و پیست اسکی و ..	۲۸
۳	۳	فقدان هماهنگی کافی بین سازمان‌ها و وزارتخانه‌های متصدی در گردشگری ورزشی	۲۹
۳	۴	تفکیک‌های جنسیتی در اماکن ورزشی	۳۰
۳	۴	کمبود جذابیت‌های جاذبه‌های گردشگری ورزشی	۳۱
۷۱	۹۲	جمع	

تمام عوامل فوق‌الذکر را می‌توان به موانع زیرساختی، ارتباطی-تبلیغاتی، فرهنگی-سیاسی و مدیریتی تقسیم‌بندی نمود.

۴- اسناد موجود چه میزان به نقش وزارت ورزش در زمینه توسعه گردشگری ورزشی توجه داشته‌اند؟

طبق لایحه‌ای که در تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۱۰ به شماره‌ی ۵۲۶۸۶/۱۵۶۳۵۵ توسط مجلس شورای اسلامی به‌وسیله‌ی هیئت وزیران به تصویب رسید؛ اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان به شرح ذیل بیان شده است.


اهداف تشکیل وزارت به شرح زیر است:

الف- ورزش

- ۱- توسعه و تعمیم ورزش همگانی
- ۲- توسعه و ارتقای ورزش قهرمانی
- ۳- تقویت و گسترش ورزش حرفه‌ای
- ۴- رشد و تقویت ورزش پرورشی
- ۵- تحکیم و تقویت معنویت و ارزش‌های اخلاقی در ورزش مبتنی بر فرهنگ اسلامی - ایرانی
- ۶- ارتقا و ترویج شایستگی‌های حرفه‌ای در جامعه ورزش

ب- جوانان

- ۱- ارتقای هویت دینی و ملی جوانان
- ۲- ارتقا و تقویت سرمایه‌ی اجتماعی، مسئولیت‌پذیری، هویت و مشارکت همه‌جانبه جوانان

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

۳- بهبود و اصلاح سبک زندگی جوانان منطبق با ارزش‌های اسلامی - ایرانی

۴- ارتقای توانمندی‌های جوانان در راستای وظایف و اختیارات وزارت

وظایف و اختیارات وزارت به شرح زیر است:

الف - ورزش

۱- تأمین موجبات لازم برای بهره‌مندی اقشار مختلف جامعه از برنامه‌ها و فعالیت‌های ورزشی به‌منظور تحقق بند(۳) اصل (۳) قانون اساسی

۲- تهیه و تدوین برنامه‌های بلندمدت، میان‌مدت و سالانه امور ورزش کشور و اتخاذ سیاست‌ها و خط‌مشی‌های اجرایی مربوط

۳- استفاده از ظرفیت‌های آموزشی و پژوهشی کشور به‌منظور ارتقای علمی ورزش و بهره‌مندی از دانش فنی و کاربردی حوزه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی

۴- ترویج منش پهلوانی، بازی جوانمردانه و ارزش‌های اخلاقی در ورزش

۵- فراهم نمودن زمینه مشارکت، تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی به‌منظور توسعه‌ی ورزش

۶- تعیین چارچوب‌ها و ضوابط فعالیت‌های ورزشی (همگانی، پرورشی، قهرمانی و حرفه‌ای) و نظارت بر حسن اجرای آن‌ها

۷- استقرار نظام کشف و پرورش استعدادها در ورزش و حمایت از نخبگان ورزشی


۸- تعیین ضوابط و معیارهای تخصصی مربوط به احداث و بهره‌برداری از اماکن و تجهیزات ورزشی و نظارت بر حسن اجرای آن

۹- نظارت بر فعالیت‌ها و برنامه‌های ورزشی کلیه دستگاه‌های اجرایی و ارزیابی عملکرد آن‌ها


۱۰- صدور و لغو مجوز فعالیت رشته‌ها و سبک‌های ورزشی در قالب فدراسیون‌ها، انجمن‌ها، کمیته‌ها و سایر تشکل‌های مربوط

۱۱- صدور و لغو پروانه تأسیس و فعالیت باشگاه‌های ورزشی، اماکن و مراکز ورزشی و نظارت بر فعالیت‌های آن‌ها با رعایت قوانین مربوط

۱۲- حمایت، نظارت و هماهنگ‌سازی فعالیت‌های کلیه نهادهای ورزشی اعم از کمیته ملی المپیک، کمیته ملی پارالمپیک، فدراسیون‌ها، انجمن‌ها، هیئت‌ها و کمیته‌های ورزشی در چارچوب قوانین و مقررات مربوط به حسن اجرای وظایف

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

- ۱۳- تعیین سیاست‌ها و ضوابط تعاملات و مراودات بین‌المللی ورزشی و توسعه تعاملات بین‌المللی ورزش و حمایت از حضور نمایندگان جمهوری اسلامی ایران در مجامع منطقه‌ای و جهانی
- ۱۴- آمایش ورزش کشور و تأمین متناسب و متوازن زیرساخت‌ها، امکانات و نیروی انسانی موردنیاز توسعه ورزش در سطح کشور
- ۱۵- تعیین خط‌مشی و ضوابط و نظارت بر اعزام ورزشکاران و مربیان به خارج از کشور و همچنین ورود ورزشکاران، مربیان و تیم‌های ورزشی خارج به داخل کشور
- ۱۶- عضویت یا نمایندگی جمهوری اسلامی ایران در سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی ورزشی مرتبط با رعایت قوانین مربوط
- ۱۷- احیا و تقویت ورزش‌های ملی، بومی، محلی و پهلوانی و تلاش برای ارتقا و ترویج جهانی آن‌ها با هماهنگی دستگاه‌های ذی‌ربط
- ۱۸- بهره‌گیری از ظرفیت‌های ورزشی در بخش گردشگری، محیط‌زیست و توسعه پایدار با هماهنگی دستگاه‌های ذی‌ربط
- ۱۹- حمایت از برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی، آموزشی و پژوهشی مرتبط با حوزه تربیت‌بدنی و ورزش
- ۲۰- کسب درآمدهای اختصاصی و پایدار از محل فروش بلیت، انواع درآمدهای حاصل از رویدادها و مسابقات ورزشی، تبلیغات و بازاریابی ورزشی، حق پخش رسانه‌ای، درآمد حاصل بهره‌برداری و واگذاری و فروش مجموعه‌ها و اماکن ورزشی و اراضی متعلق به وزارت که پس از واریز درآمدهای فوق به خزانه دولت، صد درصد آن در چارچوب قوانین بودجه سنواتی جهت رفع نیازمندی‌های امور ورزشی کشور و در راستای تحقق اهداف و انجام وظایف مندرج در این قانون جهت هزینه در اختیار وزارت ورزش و جوانان قرار می‌گیرد.
- ۲۱- پیش‌بینی تسهیلات و تمهیدات لازم جهت تشویق و توسعه فعالیت‌های بخش خصوصی در حوزه ورزش
- ۲۲- بهره‌برداری از اراضی موردنیاز وزارت برای امور ورزشی در سطح خشکی و آبی با رعایت قوانین و مقررات مربوط
- ۲۳- واگذاری اماکن و تأسیسات موجود یا نیمه‌تمام ورزشی وزارت به بخش غیردولتی با رعایت قوانین و مقررات مربوط
- ۲۴- توسعه مشارکت مردمی در امور ورزش و گسترش نهضت داوطلبانه

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		


۲۵- تأمین هزینه‌های برگزاری مراسم و رویدادهای ورزشی، مسابقات داخلی و خارجی، اعطای جوایز و آماده‌سازی تیم‌های ورزشی و کمک به قهرمانان، باشگاه‌ها، فدراسیون‌ها، انجمن‌ها، هیئت‌های ورزشی از محل اعتبارات بودجه عمومی و درآمدهای اختصاصی و در چارچوب آئین‌نامه مصوب هیئت‌وزیران

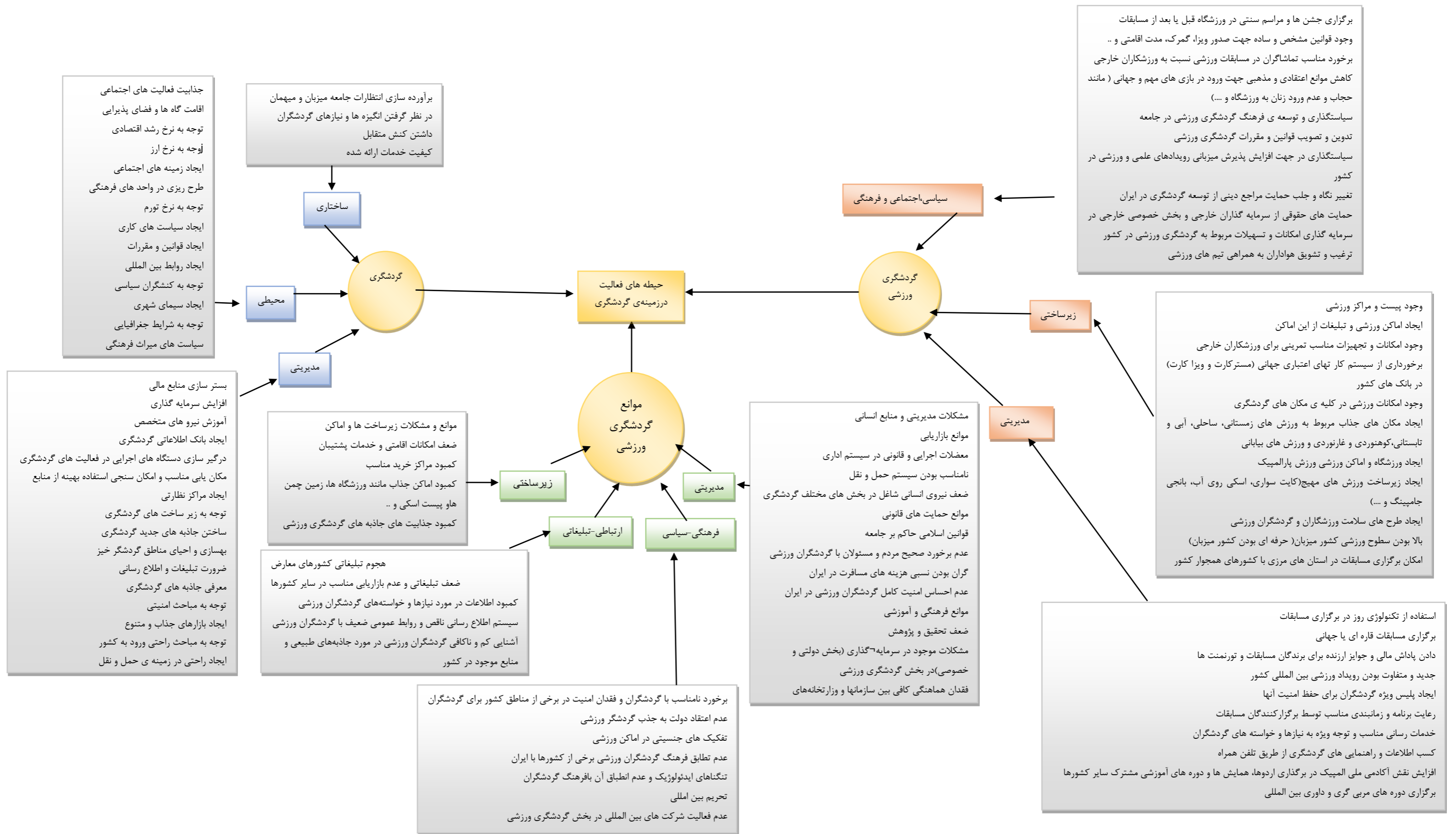
۲۶- حمایت از پیشکسوتان و قهرمانان ورزشی از طریق صندوق حمایت از پیشکسوتان و قهرمانان

ب- جوانان


حیطه وظایف وزارت در حوزه جوانان به شرح زیر و معطوف به اوقات فراغت، ازدواج و مشارکت اجتماعی است:

- ۱- تهیه برنامه‌های بلندمدت، میان‌مدت و سالانه امور جوانان و ارائه به مراجع ذی‌ربط
 - ۲- نظارت بر اجرای مصوبات شورای عالی جوانان و پیگیری آن‌ها
 - ۳- مدیریت راهبردی و فرا بخشی امور جوانان (سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تصمیم‌سازی و نظارت) در جهت حل مسائل جوانان و استفاده بهینه از توانایی‌ها و نهادهای غیردولتی در حوزه‌های مرتبط با اوقات فراغت و توانمندسازی جوانان
 - ۵- رصد و مطالعه جامع از وضعیت جوانان و پایش و پژوهش مستمر وضعیت امور جوانان و شاخص‌های مربوط
 - ۶- تدوین راهبردهای لازم در جهت حمایت از برنامه‌های پژوهشی مرتبط با امور جوانان
 - ۷- طراحی و اجرای برنامه‌های الگویی و ویژه ملی و منطقه‌ای جوانان با مشارکت و همکاری دستگاه‌های ذی‌ربط
 - ۸- حمایت از ایجاد، فعالیت و توانمندسازی تشکلهای غیردولتی جوانان و نظارت بر عملکرد آن‌ها
 - ۹- سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های بین‌المللی در حوزه جوانان با همکاری دستگاه‌های مرتبط و نمایندگی دولت در سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی مرتبط با امور جوانان
 - ۱۰- صدور مجوز تأسیس و فعالیت خانه‌های جوانان و تعیین ضوابط، استانداردها و نظارت بر فعالیت آنان
 - ۱۱- پیش‌بینی تسهیلات و تمهیدات لازم جهت تشویق و توسعه فعالیت‌های بخش خصوصی در حوزه جوانان
 - ۱۲- توسعه مشارکت مردمی در امور جوانان و گسترش نهضت داوطلبانه
 - ۱۳- کمک به سازمان‌های مردم‌نهاد در امور جوانان و اداره خانه‌های جوانان ایجادشده توسط دولت
- مقوله‌های موجود در صنعت گردشگری، گردشگری ورزشی و موانع ورود گردشگران ورزشی به ایران را می‌توان به شکل زیر طبقه‌بندی کرد.

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	<p style="text-align: center;">گزارش کارشناسی شورای پژوهشی</p>	<p style="text-align: right;">اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز</p> 
تاریخ:		



نمودار ۱- طبقه‌بندی مقوله‌های موجود در زمینه ی گردشگری

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی شورای پژوهشی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

نمودار ۱ به طور کلی حیطه‌ی فعالیت‌هایی که در زمینه‌ی گردشگری صورت گرفته است را به طور کامل نمایش می‌دهد. در این نمودار خروجی پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه‌ی گردشگری، گردشگری ورزشی و موانع گردشگری ورزشی که با کمک روش تحلیل محتوا مؤلفه‌های هر یک استخراج شده است را به چندین بخش تقسیم نموده. در زمینه‌ی گردشگری مؤلفه‌ها در سه بخش ساختاری، محیطی و مدیریتی به نمایش گذاشته شده است. در زمینه‌ی گردشگری ورزشی مؤلفه‌ها در سه بخش زیرساختی، مدیریتی و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جای گرفته و در زمینه‌ی موانع گردشگری ورزشی، مؤلفه‌ها در چهار بخش مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی-سیاسی و ارتباطی-تبلیغاتی تقسیم‌بندی شده‌اند.

اگر به مؤلفه‌های استخراجی توجه شود، بسیاری از مؤلفه‌ها در هر سه بخش دارای اشتراکاتی هستند که این می‌تواند نشان دهنده‌ی مهم بودن این مؤلفه‌ها در زمینه‌ی گردشگری به‌ویژه گردشگری ورزشی باشد. توجه به این مؤلفه‌ها می‌تواند نوع نگاه پژوهشگران و وزارت ورزش به گردشگری ورزشی را تعیین و اقدامات عملیاتی وزارت ورزش در زمینه‌ی گردشگری ورزشی را با دقت بیشتری مورد توجه قرار دهد.


بخش سوم: راهکارها و پیشنهادهای کاربردی

همان‌گونه که در این پژوهش بیان شد یکی از مهم‌ترین صنعتی که هر کشوری باید بدان توجه نماید، صنعت گردشگری است. زیرا این صنعت می‌تواند توان‌های بالقوه‌ی هر کشوری را با طراحی یک کار راه‌ی درست به توان بالفعلی تبدیل کند که از این طریق می‌توان همراه بر جذب توریسم به کشور به بهبود وضعیت اقتصادی کشور کمک نمود. صنعت گردشگری به بخش‌های مختلفی تقسیم می‌شود که یکی از برجسته‌ترین بخش‌های این صنعت، گردشگری ورزشی است.

در بهبود صنعت گردشگری ورزشی سازمان‌ها و ارکان مختلفی می‌توانند ایفای نقش نمایند که یکی از مهم‌ترین آن‌ها وزارت ورزش است. وزارت ورزش از طریق وظایف، فعالیت‌ها و اهدافی که به دو بخش ورزش و جوانان تقسیم‌بندی شده است، می‌تواند تغییراتی در هر یک ابعاد مختلف گردشگری ورزشی ایجاد نماید که به نوبه‌ی خود سهمی وافر در جذب گردشگر ورزشی به ایران ایفا کند.

ابعاد مختلف صنعت گردشگری ورزشی را می‌توان به صورت زیر بیان کرد و در ادامه‌ی آن نقش و وظایف وزارت ورزش را در بهبود این ابعاد، مورد تحلیل و ارزیابی قرارداد.

یکی از مهم‌ترین بعدی که وزارت ورزش در گسترش و توسعه‌ی گردشگری ورزشی باید بدان توجه نماید بعد زیرساختی است. در واقع مفهوم بعد زیرساختی توجه و ایجاد اماکنی است که توجه گردشگران ورزشی را به خود

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

جلب کند. ایجاد استادیوم‌های جذاب ورزشی، زمین چمن‌ها، پیست‌های اسکی، مکان‌هایی برای برگزاری مسابقات پارالمپیک، ترویج ورزش‌های ملی و


طبق بند ۱۱ و ۱۴ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش، وزارت ورزش می‌تواند در گسترش و توسعه‌ی بعد زیرساختی کمکی شایان توجه نماید. و اهمیت این بعد بدان جهت زیاد است که از طرفی با راه‌اندازی این زیرساخت‌ها می‌توان ورود گردشگران ورزش‌های زمستانی و ورزش‌های خاص مانند کایت‌سواری، اسکی روی آب، بانجی جامپینگ را در کشور توسعه داد و از سویی دیگر می‌توان گردشگری ورزشی درون کشوری را نیز توسعه داد و سطح ورزش کشوری را بالا برد که این عامل خود نیز سبب جذب ورزشکاران در سطح بین‌المللی و ورود سریع‌تر گردشگران ورزشی به کشور می‌شود. از طرفی دیگر نیز با گسترش بهبود زیرساخت‌های و اماکن ورزشی برگزاری مسابقات سطحی بالاتر خواهد داشت و این امر بازگشت دوباره‌ی گردشگران ورزشی به کشور را تحت تأثیر قرار داده و بهبود فزاینده‌ای را در جذب گردشگر ورزشی به کشور ایجاد خواهد کرد.

طبق بند ۱۲ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش در صورت ایجاد زیرساخت‌هایی در جهت برگزاری ورزش‌های پارالمپیک از طریق جذب سرمایه‌گذاران توسط وزارت ورزش، وزارت می‌تواند از ورزش‌های پارالمپیک حمایت کند.

طبق بند ۱۷ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش، این وزارت می‌تواند زیرساخت‌هایی ایجاد نماید که از طریق آن ورزش‌های ملی (مثل چوخه) را توسعه داده و با معرفی آن‌ها به سایر کشورها و جذب ورزشکاران به سمت این ورزش‌ها، ورود گردشگران ورزشی را به کشور افزایش دهد.

بعد دیگری که می‌تواند پس از ایجاد زیرساخت‌ها به بهبود جذب گردشگری ورزشی و جذب گردشگران ورزشی داخلی و خارجی کمک شایان توجهی نماید، بعد مدیریتی است. مفهوم بعد مدیریتی تأمین منابع مالی، نیروی انسانی، آموزش نیروهای متخصص، توجه به مباحث سرمایه‌گذاری، استفاده از فناوری روز در برگزاری مسابقات، رعایت برنامه و زمان‌بندی مناسب توسط برگزارکنندگان مسابقات، خدمات‌رسانی مناسب، توجه به مسائل حمل‌ونقل، مکان‌یابی و امکان‌سنجی استفاده بهینه از منابع، توجه به مسائل امنیتی، اجرای قوانین و مقررات و یا حتی قانون‌گذاری و است.

طبق بند ۲ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش و بند ۱۶ وظایف و فعالیت‌های وزارت جوانان وظیفه‌ی وزارت ورزش و جوانان تعیین برنامه‌های بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت است. بنابراین وزارت ورزش می‌تواند


کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

برنامه‌های مناسب بلندمدت در جهت ایجاد زیرساخت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت ایجاد نموده و در زمان برگزاری مسابقات نیز بتواند با کمترین تأخیر، به بهترین شکل مسابقات را برگزار کند. طبق بند ۳ و ۷ وظایف و فعالیت‌های ورزش، این وزارت می‌تواند به آموزش افراد، مربیان و افراد متخصصی پردازد که از این طریق سطح مهارت کشور در ورزش‌ها بالا رفته و از این طریق ورزشکاران می‌توانند سایر ورزشکاران از سراسر جهان را خواستار رقابت با آن‌ها نموده و ورود گردشگران ورزشی خارجی را افزایش دهد.

طبق بند ۸ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش، وزارت ورزش باید بتواند با استفاده از مکان‌یابی مناسب، زیرساخت‌های خود را به گونه‌ای طراحی کند که استقرار ورزشگاه یا پیست و ... در مکانی قرار گیرد که املا امکان احداث در آن مکان وجود داشته باشد. ثانیاً جذابیت آن مکان تا حدی باشد که بتواند توجه گردشگران ورزشی داخلی یا خارجی و بین‌المللی را به خود جلب نموده تا از این طریق علاوه بر افزایش توریسم پروری مکان از اتلاف منابع نیز جلوگیری نماید.

طبق بند ۵ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش، وزارت ورزش باید بتواند سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی را تشویق به مشارکت در امر سرمایه‌گذاری نماید. با افزایش سرمایه وزارت ورزش می‌تواند از یک‌سو زیرساخت‌های جذاب‌تری را ایجاد نموده که به‌وسیله‌ی آن گردشگران بیشتری جذب اقدامات گردشگری ورزشی می‌شوند و از سویی دیگر با افزایش سرمایه، توانایی توسعه و بهبود فناوری برگزاری مسابقات کیفیت بیشتری به دست می‌آورند و این نیز خود سبب می‌شود اطمینان برگزاری مسابقات افزایش یافته و امکان برگزاری مسابقات بین‌المللی را برای کشور فراهم می‌سازد. طبق بند ۲۵ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش، این وزارت وظیفه دارد هزینه‌های برگزاری مسابقات را تأمین کند. وزارت ورزش می‌تواند این هزینه را از طریق سرمایه‌گذاران داخلی یا خارجی تأمین نماید.

بعد سومی که می‌توان پس از توجه به ابعاد زیرساختی و مدیریتی در بحث گردشگری ورزشی مورد توجه قرارداد، بعد فرهنگی و سیاسی است. این بعد شامل، برخورد مناسب با گردشگران ورزشی، تغییر نگاه و جلب حمایت مراجع دینی از توسعه گردشگری در ایران، برگزاری جشن‌ها و مراسم سنتی در ورزشگاه قبل یا بعد از مسابقات، وجود قوانین مشخص و ساده جهت صدور ویزا، گمرک، مدت اقامتی و ...، کاهش موانع اعتقادی و مذهبی جهت ورود در بازی‌های مهم و جهانی (مانند حجاب و عدم ورود زنان به ورزشگاه و ...)، سیاست‌گذاری و توسعه‌ی فرهنگ گردشگری ورزشی در جامعه، تدوین و تصویب قوانین و مقررات گردشگری ورزشی، سیاست‌گذاری در جهت افزایش پذیرش میزبانی رویدادهای علمی و ورزشی در کشور، حمایت‌های حقوقی از سرمایه‌گذاران خارجی

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		


و بخش خصوصی خارجی در سرمایه‌گذاری امکانات و تسهیلات مربوط به گردشگری ورزشی در کشور و ترغیب و تشویق هواداران به همراهی تیم‌های ورزشی است.

طبق بند ۱۹ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش، وزارت ورزش باید از فعالیت‌های فرهنگی حمایت کند و با برنامه‌ریزی و آموزش‌های مناسب، فرهنگ گردشگر ورزشی پذیری را در افراد بهبود بخشد و برخوردی متناسب با شخصیت گردشگران ورزشی را در افراد ترویج دهد.

طبق بند ۴ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش، وزارت ورزش وظیفه دارد منش جوانمردی و اخلاق را در افراد ترویج داده و به بسط فعالیت‌های فرهنگی در این زمینه کمک نماید.

طبق بند ۲۶ وظایف و فعالیت‌های وزارت ورزش، وزارت ورزش بایستی مناسباتی را طراحی نماید تا از تمامی پیشکسوتان در ورزش چه پیشکسوتان داخلی و چه پیشکسوتان خارجی تقدیر و تشکر شود و این نیز خود سبب بهبود روابط بین‌المللی در جذب پذیرش توریست شده و اذهان منفی را نسبت به یک کشور کمرنگ‌تر می‌کند. یکی دیگر از مواردی که سبب ورود و جذب گردشگران ورزشی به کشور می‌شود اجازه‌ی ورود بانوان به اماکن ورزشی است. اما از آن جهت که ایران کشوری اسلامی است، منظور از بیان این نکته، آزادی ورود بانوان تا جایی مناسب است که به شئون اسلام لطمه‌ای وارد نشود. از آنجایی که زنان نیز سهم بزرگی از گردشگران ورزشی را به خود اختصاص می‌دهند، قوانینی که باعث عدم ورود کامل این افراد به ورزشگاه‌ها می‌شود، سبب کاهش شدید توریسم پذیری ورزشی خواهد شد. بنابراین وزارت ورزش می‌تواند زیرساخت‌ها و اماکنی را طراحی کند که تا حدودی از عدم ورود کامل بانوان به ورزشگاه‌ها جلوگیری شود.


چهارمین بعد و آخرین بعدی که در بحث گردشگری ورزشی مورد توجه قرار گرفته، بعد تبلیغات و برقراری ارتباطات است. این بعد نیز یکی از ابعادی است که با وجود اینکه وزارت ورزش سعی در ایجاد زیرساخت‌های مناسب نماید، بعد مدیریتی قوی داشته باشد و در بعد فرهنگی و سیاسی نیز به درستی عمل نماید؛ اما اگر در بخش تبلیغات و برقراری ارتباطات به درستی عمل ننماید؛ سبب عدم آشنایی دیگر کشورها نسبت به اماکن و جاذبه‌های گردشگری ورزشی در ایران شده و به‌طور کل برگ برنده‌ای که می‌تواند در دستان وزارت ورزش در بخش گردشگری ورزشی باشد را از بین می‌برد. ضعف‌هایی که کشور ما در بحث تبلیغات و ارتباطات دارد شامل هجوم تبلیغاتی کشورهای معارض، ضعف تبلیغاتی و عدم بازاریابی مناسب در سایر کشورها، کمبود اطلاعات در مورد نیازها و خواسته‌های گردشگران ورزشی، سیستم اطلاع‌رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف با گردشگران ورزشی، آشنایی کم و ناکافی گردشگران ورزشی در مورد جاذبه‌های طبیعی و منابع موجود در کشور باشد. بنابراین وزارت ورزش وظیفه دارد مناسباتی را تدارک ببیند تا بتواند از طریق اطلاع‌رسانی مناسب، گردشگران

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

ورزشی را با جاذبه‌های گردشگری ورزشی ایران آشنا ساخته و به آن‌ها اطمینان دهد که کشور میزبان توانایی پذیرش این گردشگران را به ایران دارد.

منابع و مآخذ

۱. احسانی، محمد؛ هنرور، افشار؛ افتخاری، رکن‌الدین؛ هنری، حبیب و جردن، فیونا (۱۳۸۹). تعیین عوامل مهم در کیفیت بسته های گردشگری ورزش در کشور، نشریه مدیریت ورزشی حرکت، ۴(۴)، صص: ۵ - ۲۶.
۲. احمدی، علی. قلیچ خانی، بهنام (۱۳۹۵) اولویت‌بندی و سطح استراحتگاههای بینراهی. مطالعات مدیریت گردشگری. ۱۱(۳۳). صص ۱۲۶-۱۰۵.
۳. ادبی فیروزجاه، جواد؛ کوزهچیان، هاشم و احسانی، محمد (۱۳۸۸). مطالعه جاذبههای طبیعی مهم ورزشی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی و ورزش مدیریت از منظر ورزشی و کارشناسان گردشگری. (۱)، صص ۸۱ - ۶۷.
۴. اسلامی، صدیقه؛ فراهانی، ابوالفضل و اسدی، حسن. (۱۳۹۳). طراحی مدل اشتغال حاصل از توسعه گردشگری ورزشی". فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. (۲۵). صص ۱۹۴ - ۱۸۱.
۵. اصفهانی، نوشین؛ گودرزی، محمود؛ اسدی، حسن؛ سجادی، نصرالله و اسمیت، استیفن (۱۳۸۸). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه جهانگردی ورزشی داخلی ایران. نشریه مدیریت ورزشی، (۱)، صص: ۱۵۹ - ۱.
۶. افتخاری، رکن‌الدین؛ مهدوی، عبدالرضا؛ اکبری، داوود و سامانی، ناهید (۱۳۹۲) "ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی، پژوهشهای جغرافیای انسانی. (۸۳)، صص: ۱ - ۳۰.
۷. افتخاری، رکن‌الدین و قادری، اسماعیل، (۱۳۸۱)، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل: چهارچوب های نظریهای)، مجله مدرس، ۱(۴). صص: ۲۳-۴۰.
۸. امید نجفآبادی، مریم، (۱۳۸۵)، توانمندیهای اکوتوریسم و توسعه پایدار مناطق روستایی ایران، ماهنامه دهاتی، ۴(۳۸). صص: ۳۲-۴۰.
۹. اندام، رضا و همکاران (۱۳۹۳) راهکارهای توسعه توریسم ورزشی در استان همدان. پژوهشهای معاصر در مدیریت ورزشی. ۴(۷). صص ۳۱-۴۴.
۱۰. آقائی زاده، اسماعیل و میره، محمد، (۱۳۸۹)، جستاری در ضرورتها و پیش نیازهای توسعه گردشگری روستایی در ایران، فصلنامه میراث و گردشگری ۱(۳). صص: ۲۵-۳۱.
۱۱. بلالی، مریم، معین فرد، محمدرضا، حامدی نیا، محمدرضا و ابوالقاسم امیراحمدی، (۱۳۹۵)، بررسی دیدگاه مدیران و کارشناسان در مورد توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان خراسان رضوی، مجله مدیریت ورزشی، ۴(۱۹)، صص: ۱۸۵-۲۰۲.
۱۲. بنسپردی، علی، رحیمی زاده، میثم، اسدی، حسن و احمد محمودی، (۱۳۹۴)، ارتباط بین انگیزهها با رضایتمندی گردشگران پیستهای اسکی استان تهران، مدیریت ورزشی، دوره پنجم، (۹)، صص: ۵۳-۹۶.

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

۱۳. بهزاد فر، مصطفی و زمانیان، روزبه، (۱۳۸۶)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تکیه بر بخش محصول، نمونه موردی، شهرستان نیشابور، نشریه علوم مهندسی، (۶). صص: ۱۲-۲۵.
۱۴. بیات، حسین؛ سید عامری، میرحسن؛ حسینپور، اسکندر و فتحی کجل، فاروق (۱۳۹۲). مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، (۵)۲. صص: ۷۴ - ۸۱
۱۵. بیدختی، علیاکبر، زرگر، سیدمجتبی و ماشالله نظری، (۱۳۹۵)، آمیخته بازاریابی راهبردی در صنعت گردشگری، مطالعات مدیریت راهبردی، (۹)۱، صص ۴۹-۶۸.
۱۶. پیر محمدی، زیبا؛ باقری، لایلا و خاکپور، معصومه. (۱۳۹۰). برنامه ریزی اکوتوریسم متناسب با پتانسیل جنگل های استان لرستان: گامی به سوی اشتغال زایی و توسعه اقتصادی. مجموعه مقالات همایش بررسی موانع توسعه اقتصادی استان لرستان. خرم آباد، صص: ۵۶ .
۱۷. پیراسته، حسین و کریمی، فرزاد (۱۳۸۱) ارزیابی ظرفیت های ایجاد اشتغال در برنامه سوم توسعه. پژوهشنامه بازرگانی. ۶(۲۲) صص: ۱-۳ .
۱۸. تاجزاده، نمین، تاجزاده، آیدین، ابوالفضل، نمین و کامبیز نیکنام، (۱۳۹۱)، نگرشی بر آمیزه بازاریابی گردشگری ورزشی استان اردبیل از دیدگاه گردشگران داخلی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، (۷)، شماره ۱۱ ، صص ۴۹-۸۰.
۱۹. ترحمی، فرهاد و اسفندیاری، علی اصغر. (۱۳۸۹). رتبه بندی پتانسیل های تولیدی و اشتغال زایی بخش های اقتصاد ایران. پژوهشنامه اقتصادی. ۳(۱۰)، صص: ۲۶۷ - ۲ .
۲۰. جاوید، مجید؛ اسدی، حسن؛ گودرزی، محمود و محمدی ترکمانی، احسان (۱۳۹۱). نقش اینترنت و رسانه های نوین در بازاریابی گردشگری ورزشی. پژوهش های کاربردی مدیریت علوم زیستی در ورزش. (۳) ، صص: ۴۹ - ۴۳ .
۲۱. جوان، جعفر و سقایی، مهدی، ۱۳۸۳ ، نقش گردشگری روستایی در توسعه منطقهای با تأکید بر مدیریت روستایی، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، (۱۲). صص: ۲۳-۳۲.
۲۲. حاتمی نژاد، حسین، حبیبیان، بهار و مریم امیرشکاری، (۱۳۹۳) ، اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی شهر دزفول، نشریه گردشگری شهری، (۳)۱ ، صص: ۱۵۹-۷۶.
۲۳. حجازی زاده، زهرا، رجائی ریزی، محمدعلی و حسن حسینی امینی، ۱۹۳۱ ، شناخت نقاط قوت و ضعف توسعه گردشگری روستایی، مطالعه موردی اکوموزه روستایی ایبانه اصفهان، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، (۱)، صص ۵۰-۷۵.
۲۵. حسین پور، حامد. فهیم دوین، حسن و ادیال باف مقدم، ریحانه (۱۳۹۳) بررسی موانع گرایش گردشگران ورزشی کشتی باچوخه به جاذبه های طبیعی ورزشی و گردشگری شهرستان. اسفراین. مطالعات مدیریت ورزشی. (۲۳) ۳. صص: ۶۷-۷۸.
۲۶. حسینی، سیدشاهو؛ حمیدی، مهرزاد؛ قربانین رجبی، آسیه و سجادی، سید نصرالله. (۱۳۹۲). شناسایی قوتها، ضعفها، فرصتها و تهدیدهای استعدادیابی در ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش های فراروی آن. نشریه مدیریت ورزشی. (۱۷). صص: ۲۴-۵۴.
۲۷. حسینی، گلاره؛ حمیدی، مهرزاد و تجاری، فرشاد. (۱۳۹۱) تدوین برنامه راهبردی ورزش دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی. نشریه مدیریت ورزشی، (۱۵)۴. صص ۱۹-۳۵




گزارش کارشناسی


کد مدرک: SCCIM-FR-009-00

تاریخ:

۲۸. حمیدی، مهرزاد، رضوی، سیدمحمدحسین، امیرنژاد، سعید، شفیعزاده، شهرام و اعظم فضلی درزی، (۱۳۹۱)، تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور (ایران)، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۴(۱۱)، صص ۳۹-۵۰.
۲۹. خاکساری، علی، ابراهیم نیا، سماکوش، دامادی، محمد و وحید معزز، (۱۳۹۳)، ارزیابی تأثیرات اجتماعی فرهنگی - گردشگری شهری بر نحوه زندگی مردم شهر بابلسر، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲(۱)، صص: ۱۲۶-۱۴۷.
۳۰. خانیان، پروانه. (۱۳۸۵). فرصت‌ها و چالش‌های توریسم ایران در توسعه هزاره.. فضای جغرافیایی. (۱۶)، صص: ۱۷۲ - ۱۵۳.
۳۱. خسروی زاده، اسفندیار، مهرزاد حمیدی. (۱۳۸۸). شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، تهدیدهای کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران، نشریه مدیریت ورزش دانشگاه تهران. (۱)، صص: ۱۹-۳۵.
۳۲. رحیمی، محمد، جلالی فراهانی، مجید، علی دوست قهفرخی، ابراهیم و افسر جعفری حجین، (۱۳۹۶)، ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین‌المللی ورزشی ایران در رشته والیبال، مجله رویکردهایی نوین در مدیریت ورزشی، ۱۹(۴)، صص: ۳۵-۴۸.
۳۳. رضوی، سیدمحمد حسین و همکاران (۱۳۹۲) بررسی جاذبه‌های طبیعی اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۹(۱۷)، صص: ۱۵-۳۰.
۳۴. رنجریان، بهرام، خزائی پول، جواد و هادی بالوئی جام‌خانه، (۱۳۹۵)، تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری خارجی استان اصفهان با استفاده از تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱(۱)، صص: ۵۶-۶۸.
۳۵. زیتونلی، عبدالحمید، هنری، حبیب و ابوالفضل فراهانی، (۱۳۹۴)، شناسایی توانمندیهای گردشگری ورزشی استان گلستان، پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، ۱(۱)، صص ۷۱-۸۳.
۳۶. زیتونلی، عبدالحمید؛ هنری، حبیب و فراهانی، ابوالفضل (۱۳۹۰). شناسایی توانمندی‌های ورزشی استان گلستان. پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. ۱(۱)، صص: ۷۱ - ۸.
۳۷. سلطانی، سحر و ناصر شاهنوشی، (۱۳۹۲)، رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری عمدتاً شهرستان مشهد از منظر گردشگران داخلی، دو فصلنامه مطالعات گردشگری، ۱(۱)، صص: ۵-۱۷.
۳۸. سیف پناهی شعبانی، جبار؛ گودرزی، محمود؛ حمیدی، مهرزاد و خطیبی، امین. (۱۳۹۰). طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش قهرمانی استان کردستان. نشریه مدیریت ورزشی، ۸(۱)، صص: ۵۷-۷۳.
۳۹. شجاعی، منوچهر و نوری، نورالدین (۱۳۸۶). بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور. دانش مدیریت، ۲۰(۷۸)، صص: ۹۰ - ۶۳.
۴۰. طالب پور، مهدی، ساعتچیان، وحید، رسولی، مهدی و رئیسعلی نجاتی، (۱۳۹۱)، تعیین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی حاصل از برگزاری رویدادهای بین‌الملل در اصفهان، اولین همایش ملی مدیریت و توسعه گردشگری ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود، صص ۲-۲۱.
۴۱. طیبی، کامیل؛ جباری، امیر و بابکی، روح‌الله (۱۳۸۷). "بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی". مجله دانش و توسعه. ۱۵ (۲۴)، صص ۸۷ - ۶۵.

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

۴۲. غفرانی، محسن؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، سید نصرالله؛ جلالی فراهانی، مجید؛ مقدسی، مهدی؛ نقیب طباطبایی سید علی و علی دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۸۹). طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش قهرمانی استان سیستان و بلوچستان. نشریه مدیریت ورزشی. (۴)، صص: ۱۶۹-۱۹۰.
۴۳. غفوری، فرزاد (۱۳۹۳) الگوی توسعه گردشگری بر مبنای بازبهای بومی و محلی در کشور. مطالعات مدیریت ورزشی. (۲۴). صص ۱۵۳-۱۷۴
۴۴. فلاحی، احمد، حسنی، احسان و مهدی کروی، (۱۳۹۲)، بررسی جاذبههای طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان، مطالعات مدیریت ورزشی، (۱۱)۵ ، صص: ۷۵-۸۹.
۴۵. کارکن، لیلا. زیتونلی، عبدالحمید و اسدی، حسن (۱۳۹۲) تأثیر رویداد ورزشی اسبدوانی بر توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. (۲)۱. صص: ۹-۱۷.
۴۶. کشاورز حداد، غلامرضا. (۱۳۸۳). ارزیابی پتانسیل های اشتغالزایی بخش های مختلف اقتصاد ایران. فصلنامه پژوهش های اقتصادی ایران . (۱۸)، صص: ۳۹ - ۵.
۴۷. کمیجانی، اکبر و قویدل، صالح. (۱۳۸۶). اثر سر ریز سرمایه گذاری مستقیم خارجی در اشتغال ماهر و غیر ماهر بخش خدمات ایران. مجله تحقیقات اقتصادی. (۷۶)، صص: ۲۹ - ۳۵.
۴۸. کوزه چیان، هاشم، خطیب زاده، مهدی و افشار هنرور، (۱۳۹۴) ، نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایتمندی گردشگران ورزشی، پژوهشهای مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، (۱)۱، صص ۱۹-۳۲.
۴۹. کشاورز حداد، غلام رضا و چراغی، داوود (۱۳۸۶). رتبه بندی پتانسیل های تولیدی و اشتغال زایی بخش های اقتصاد ایران با استفاده از جدول داده- ستانده ۱۳۷۵. پژوهشنامه اقتصادی. سال ۷. (۲۴)۱. صص: ۴۷ - ۷۵.
۵۰. گراوند، علی و همکاران (۱۳۹۲) تبیین و شناسایی عوامل جذبکننده و بازدارنده گردشگران ورزشی غیرفعال سفرکننده به استانهای غرب کشور (ایلام، کرمانشاه، لرستان و همدان. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. (۱)۱. صص: ۴۹-۶۳.
۵۱. گودرزی، محمود و هنری، حبیب. (۱۳۸۶). طراحی و تدوین نظام جامع ورزش کشتی کشور. نشریه حرکت، (۱۴) ، صص: ۳۳-۵۴.
۵۲. گودرزی، مهدی. (۱۳۹۲). تبیین وضعیت موجود اداره کل تربیت بدنی دانشگاه پیام نور با استفاده از تحلیل SWOT پژوهشهای کاربردی در مدیریت ورزشی، (۲)۱۵. صص: ۶۱-۷۲.
۵۳. الماسی، محمد (۱۳۸۰). گردشگری و اشتغال زایی. نشریه بازار کار. (۱۰۶)، صص: ۵۴ - ۶۱.
۵۴. مجتوبی، کوروش و بهمن پور، هومن (۱۳۹۰). "توریسم ورزشی". چاپ و نشر طلایه آفاق. صص: ۱ - ۷۱.
۵۵. محرم زاد ه، مهرداد و قیامی راد، امیر. (۱۳۸۷). گردشگری ورزشی در ایران. انتشارات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تبریز. صص: ۵۴ - ۶۱ .
۵۶. مروتی شریفآباد، ، علی. عزیززی، فاطمه و جمشیدی، زینب (۱۳۹۵) تحلیل عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران داخلی استان یزد با استفاده از مدل دیمتل فازی. مطالعات مدیریت گردشگری. (۳۳)۱۱. صص: ۸۵-۱۰۴.

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

۵۷. معین فرد، محمدرضا و همکاران (۱۳۹۰) بررسی وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران. نشریه المپیک ۲(۵۴). صص: ۷-۲۲.

۵۸. موسایی، میثم؛ هاشمی، سمیه و ابراهیمی، میترا. (۱۳۹۱). بررسی جامعه شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران؛ موانع، چالش ها و راهکارها. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی. سال ششم. (16). صص ۵۰ - ۲۵.

۵۹. میراج. فرحناز. (۱۳۸۶). اثر جاذبه های گردشگری استان سمنان بر پویایی اشتغال. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۷(۱۰). صص: ۳۹ - ۵۸.

۶۰. میرزایی، رحمت. (۱۳۸۸). تاثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه. روستا و توسعه. ۴(۱۲). صص: ۴۹ - ۷۶.

۶۱. هنری، حبیب. (۱۳۹۰). نقش گردشگری ورزشی در اشتغال و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذی نفعان. پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. (۸). صص: ۹۵ - ۱۱۳.

61. Afthions, Y., Theodoric's, N. D, & Nassis, p. (2005). Customer's expectations of service in Greek fitness center – gender, age type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality*, 15 (3), 254-258.

62. Amaize, O (2011). *The need for academic programs in tourism, arts and culture, sport and healthcare management in the UAE*, *World Journal of Management*, 3(1), 96-108.

63. Benedetti, Julio. (2010). *The competitiveness of Brazil as a Dutch holiday destination master's thesis*. *Biomed*. 4(4): 282-285).

64. Bloemer, J. M. M., Ruyter, J. C., & Wetzels, M. G. M. (1999). Linking perceived service quality and behavioral intentions: A multi-dimensional perspective using structural equation modeling. *European journal of marketing*, 33, 1082-1106.

65. Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.

66. Braz, J.I. (2002). "Sport for all moves people around the globe, New perspective for tourism". *Journal of Asian Sport for All*, Vol, 1, 47-52.


67. Cave, P. (2003). Sport tourism: the case for a local approach in Africa. *Second African Conference on Peace Through Tourism*, Dar es Salam, Tanzania, December 7-12.

68. Conaghan Aine, Hanrahan James and McLoughlin Emmet (2015). *A Model for the Transition towards the Sustainable Management of Tourism Destinations in Ireland*. *International Journal for Responsible Tourism*, vol. 4, issue 2, pages 103-122.

69. Cronin, J. J., & Taylor, J. R. (1992). Measuring service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

70. Dayour, Frederick & Atanga Adongo, Charles (2015). *Why They Go There: International Tourists' Motivations and Revisit Intention to Northern Ghana*. *American Journal of Tourism Management*. 4(1): 7-17.

71. Devine, A., & Devine, F (2004). *The politics of sport tourism in Northern Ireland*, *Journal of Sport Tourism*, 9(2), 171-182.

کد مدرک: SCCIM-FR-009-00	گزارش کارشناسی	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

72. Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). *Urban tourism research: developing an agenda*. Annals of Tourism Research, 35(4), 1032–1052.
73. Green, C., & Chalip, L. (1998). Sport tourism as the celebration of subculture. Annals of Tourism Research, 25(2): 275–291.
74. Hall, C. (1992). Hallmark Tourist Events. Belhaven press, London.
75. Hall, C. M. & Page, S. J. (2002). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space* London: Routledge.
76. Higham, J (2010). *Commentary- sport as an avenue of tourism development: analysis of the positive and negative impacts of sport tourism*, Current Issues in Tourism, 2(1), 82-90.
77. Hinch. (2005). Sport Tourism: a Framework for Research, International Journal of Tourism Research, 3, 45-58.
78. Hinch. T. D, Higham. E. S. (2001). Sport Tourism: a Framework for Research, International Journal of Tourism Research, 3, 45-58.
79. Hockings, Mark; Phillips, Adrian (2006) *How well are we doing? some thoughts on the effectiveness of protected areas* Parks 9 (2), 5-14.
80. Jurdana, D., Smolcic and Susilovic, Z. (2006). *Planning city tourism development: principles and issues*. Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No. 2, pp. 135-144.
81. Kardakis, K (2010). *Event Leveraging of mega sport events: a SWOT analysis approach*, International Journal of Events and Festival Management, 1(3), 170-185.
82. Khanzadei .E. (2014). “Identification of barriers against sport tourism in East Azarbaijan providence”. Journal of life science and Biomedicine(.J .Life sci.
83. Kidder, Louise H. Judd, Charles M. (1986). *Research Methods in Social Relations*. CBS College Publishing.
84. Koozehchian .H ,.Ehsani .M ,.Adabi Firouzjah .J .(2011). “An investigation of the effective factors on sport tourism development in IRAN with the emphasis on natural sport attractions .”World journal of sport sciences. 5(4): 216-220.
85. Kozak ,M. (2005).”Comparative analysis of tourist motivations by nationally and destination”. Tourism Management .Volume 23 ,Issue 1,pages 222-232. Song W. (2010). “Impacts of Olympics on exports and tourism”. Journal of economic development. Vol(35).no(4).Pp:93-110.
86. Kurtzman, J (2005). *Economics impacts: sport tourism and the city*, Journal of Sport Tourism, 10(1), 47-71.
87. Law, Christopher M. (1996). *Urban tourism: Attracting visitors to large cities*, London: Mansell Publishing Limited.
88. Yamaguchi, Y. (2005). “sport tourism, sport volunteer and sport for all”. Journal of Asian Sport for all. vol 1. Pp:29-36.
89. Shooshinasab, P., Taylor, T., Moeinfard, M., & Kazemnejad, A (2013). *Strategic planning for development of sport events tourism Industry in Iran*, International Journal of Sport Studies, 3(12), 1348-1361.