

توریسم ورزشی هنوز استارت نخورده است

وعده‌های واهی

«ورزش به عنوان یک پتانسیل مثبت مورد توجه عام است، به طوری که می‌توان در این رشته سرمایه‌گذاری و آن را به قطب گردشگری تبدیل کرد.» این موضوع، یکی از اهداف جدید سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری است. مسوولان این سازمان معتقدند «ورزش» یکی از سرمایه‌های نهفته‌ای است که سال‌ها بی توجهی به این امکان، سبب شده تا نتوان امروز از آن به عنوان یکی از قطب‌های اصلی گردشگری در کشور نام برد. در این میان «رحیم مشایی»، مضمم است در سال ۸۵ با ایجاد ارتباط مناسب بین فدراسیون‌ها و کمیته توریسم ورزشی برای نخستین بار اجرای طرح‌های جذب گردشگر با تکیه بر جاذبه‌های ورزشی ایران را آغاز کند.

دبیر کمیته توریسم ورزشی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نیز می‌گوید: «در صورت همکاری فدراسیون‌های ورزشی با این کمیته در کمتر از چند ماه می‌توان توریسم ورزشی

را به مرحله بازدهی رساند.» هر چند با بایی با وجود اینکه بر عزم سازمان برای رونق این بخش از گردشگری تأکید می‌کند، اما از اعتبار ۲۱۰ میلیونی اختصاص یافته به توریسم ورزشی در سال ۸۵ گلایه مند بوده و معتقد است در شرایطی که کمیته گردشگری روزهای نخست

فعالیت خود را طی می‌کند، اختصاص این میزان اعتبار محدود نمی‌تواند بخش وسیعی از نیازهای توریسم ورزشی را رفع کند. در حال حاضر در عرصه گردشگری یکی از جاذبه‌های مهم توریستی، توریسم ورزشی است. بسیاری از صاحب‌نظران توریسم در کشورهای نخست در رتبه گردشگری معتقدند، استفاده مناسب از شخصیت‌ها، چهره‌ها، تیم‌های برتر و انواع خاص ورزش ویژه این کشورها سبب می‌شود تا گردشگران بسیاری از کشورهای مختلف جذب آن شوند و این به معنی استفاده از موقعیت‌های ورزشی در صنعت توریسم است.

ایران هم از جمله کشورهایی است که می‌تواند با استفاده از همین جاذبه‌ها، فضای جدیدی را برای جذب توریسم در حوزه ورزش فراهم کند. چهره‌های ورزشی ایران از جمله جاذبه‌هایی است که به گفته مسوولان میراث فرهنگی و تربیت بدنی می‌تواند انگیزه جذب گردشگر خارجی شوند. به عنوان نمونه رییس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری معتقد





ورزش بررسی می‌شود، اما به نظر می‌رسد حضور «تونی بلر» در مراسم انتخاب لندن برای المپیک ۲۰۱۲، چیزی بیش از حضور در رقابتی برای گرفتن میزبانی است.

تنها دلیل موجه، درآمدی هنگفت است و رشد بیش از پیش توریسم انگلستان. این بهترین دلیلی است که با وجود هزینه‌های سرسام آور آماده شدن و برگزاری مسابقات، کشورها برای گرفتن آن، به شدت رقابت می‌کنند.

گردشگری ورزشی، مشارکت نرم و سخت

«محمد رضا فرزین»، کارشناس گردشگری و عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی در پنجمین کنگره بین‌المللی علمی - ورزشی «به سوی آینده» می‌گوید که گردشگری ورزشی شامل مسافرت برای شرکت در یک مراسم ورزشی به طور منفعل (رویدادهای ورزشی و موزه‌های ورزشی) یا فعال (اسکی و گلف) است.

گردشگری ورزشی را به بخش مشارکت نرم (soft) و سخت (hard) تقسیم می‌کنند. گردشگر ورزشی سخت، فردی است که به منظور مشارکت فعال یا منفعل در یک رقابت ورزشی شرکت می‌کند و انگیزه اصلی وی ورزش است. اما گردشگر ورزشی نرم فردی است که انگیزه تفریح و گذرانیدن اوقات فراغت بر ورزش غالب است.

بازار هدف عمده در توریسم ورزشی

بازارهای عمده توریسم ورزشی در دنیا اروپا، آمریکای شمالی و استرالیا است. در میان کشورهای اروپایی هم آلمان، انگلستان، هلند، فرانسه، اسپانیا و سوئیس از بازارهای عمده گردشگری ورزشی هستند.

سازمان جهانی جهانگردی در سال ۲۰۰۴ بیش از ۵۵ درصد مسافرت‌های خارج از کشور مردم آلمان (۳۲ میلیون نفر) را ورزشی اعلام کرد و این رقم در هلند ۵۲ درصد (۷ میلیون نفر) بوده است.

همین‌طور سازمان گردشگری، میراث و رسانه‌های انگلستان مدعی است که بیش از ۲۰ درصد سفرهای گردشگری در انگلستان به طور مستقیم به مشارکت‌های ورزشی مرتبط است.

ورزش‌های فعال در توریسم ورزشی

در دنیا ورزش‌هایی که با طبیعت سر و کار دارد، مهم‌ترین بخش توریسم ورزشی را شامل می‌شود، ورزش‌هایی مانند کوهنوردی و ورزش‌های آبی.

در ایران نیز بیشتر، ورزش‌هایی مانند اسکی، کوهنوردی، تیراندازی و ورزش‌های آبی، در زمینه توریسم ورزشی فعال

است؛ چهره‌هایی مانند رضازاده، علی دایی، هادی ساعی و قهرمانان ورزش‌های رزمی می‌توانند تعداد بسیاری از هواخواهانشان را در سراسر دنیا تحت قالب توریسم ورزشی به ایران جذب کنند.

اگرچه این ایده بسیار نو است و شاید بسیاری از ورزشکاران معروف ایران که صاحب منصب و مقام در عرصه‌های بین‌المللی هستند با این شیوه به میزان کافی آشنا نباشند، اما بابایی از برگزاری جلسات متعدد با این قشر از ورزشکاران خبر می‌دهد تا این شیوه جذب توریسم با همکاری آن‌ها در ایران شکل گرفته و محقق شود.

بابایی درباره این جلسات می‌گوید: «قرار است جلسه‌هایی با هادی ساعی، رضازاده، آرش میراسماعیلی و علی دایی برگزار شود. در نظر داریم در گام اول این موضوع را در میان ورزشکاران مطرح در سطح جهانی آغاز کنیم. البته قرار است هماهنگی‌ها از طریق کمیته توریسم ورزشی صورت گرفته و آژانس‌ها و بخش‌های خصوصی فعالیت‌های اجرایی را به عهده بگیرند.»

در حالی وعده تشکیل جلسات با چهره‌های بین‌المللی ورزش ایران در دومین جلسه کمیته راهبردی گردشگری ورزشی و در روزهای آخر دی‌ماه بار دیگر تکرار شد که بابایی از روز آغاز به کارش در این سمت، تشکیل چنین جلسه‌هایی را از برنامه‌های فوری خود عنوان کرده‌بود اما این جلسات هنوز در قالب وعده و وعده‌ها باقی‌مانده‌است.

دبیر کمیته توریسم ورزشی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری امضا تفاهم‌نامه با ورزش‌های زورخانه‌ای را نیز بخش دیگری از برنامه‌های این کمیته عنوان می‌کند.

او از رایحه تسهیلات جدیدی هم در این بخش خبر می‌دهد و می‌افزاید: «قرار است افرادی که مجموعه ورزشی - تفریحی شامل زورخانه و سفره‌خانه سنتی را با هم احداث کنند از تسهیلات بانکی و وام‌های بلندمدت بهره‌مند شوند.»

توریسم ورزشی در مقیاس جهانی

صفحه اصلی سایت المپیک ۲۰۱۲ لندن را دیده‌اید؟ چه چیزی بیشتر متعجب‌تان کرده است؟

این که تنها توضیحی کوتاه در تاریخ انتخاب لندن آمده و بقیه مطالب در مورد معماری، موزه‌ها، تاتر و گالری‌های آن است، به قدر کافی تعجب آور نیست؟ مسابقات مهمی مانند المپیک چه ارتباطی به موزه و معماری و مکان‌های دیدنی دارد که در صفحه اصلی سایت آن را عنوان کرده‌اند؟

بیشتر افراد فکر می‌کنند رویدادی مانند المپیک تنها در حیطة



در تاریخ ۹ مرداد ۸۴، میان این سازمان و کمیته ملی المپیک، تفاهمنامه توریسم ورزشی امضا شد.

فراهم آوردن تمهیدات لازم در خصوص ورود و خروج ورزشکاران و گردشگران ورزشی، ایجاد بانک اطلاعات گردشگری ورزشی و تهیه تقویم حاوی رویدادهای ورزشی برای راهنمایی هیات‌های ورزشی و هواداران، تاسیس مراکز آموزشی و پژوهشی برای گسترش امور فرهنگی_آموزشی و تحقیقاتی در زمینه توریسم ورزشی و همچنین تاسیس موزه‌ای برای معرفی اساطیر و چهره‌های ماندگار ورزشی و شناساندن فرهنگ و آداب و رسوم و سنت‌های ورزشی ایران به گردشگران از جمله مفاد این تفاهمنامه است که «سیدحسین مرعشی»، رییس وقت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و «رضا قرخانو»، رییس کمیته ملی المپیک، آن را امضا کرده‌اند.

در تاریخ ۱۰ مرداد ۸۴ «علی هاشمی»، معاون سابق سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، گفته بود که در بررسی بحث توریسم در برنامه ۵ ساله چهارم، بخشی از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفری که سالانه جذب خواهند شد، حتما باید از طریق توریسم ورزشی به ایران سفر کرده باشند.

فعالان توریسم ورزشی ایران

در ایران، سازمان‌های میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، کمیته ملی المپیک، گروه توره‌های ورزشی، فدراسیون ورزش‌های همگانی و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در حوزه توریسم ورزشی فعالند، همین‌طور فدراسیون‌هایی مانند اسکی، ورزش‌های آبی و گوهنوردی.

«سعید مرادی»، رییس انجمن گردشگری ورزشی می‌گوید: «که استان تهران به دلیل وجود پیست‌های اسکی و منطقه آزاد کیش، به دلیل شرایط آب و هوایی و امکانات ورزشی، بیش از دیگر مناطق در توریسم ورزشی، گردشگر ورودی دارد.»

موانع موجود بر راه توسعه توریسم ورزشی

«علی عربی»، روزنامه‌نگار ورزشی می‌گوید: یکی از بزرگترین مشکلات در توسعه توریسم ورزشی در ایران، نبود توانایی در برگزاری تورنمنت‌های بزرگ مانند المپیک، جام جهانی و بازی‌های آسیایی است. این مساله به دلیل محدودیت ایران در برگزاری مسابقاتی مختلط زنان و مردان است. همچنین نبودن جواز مورد توجه برای مسابقه‌هایی مانند تنیس و رالی. در جایی که کشوری مثل دبی چندین برابر ایران برای برندگان جایزه می‌گذارد، طبیعی است که ورزشکاران جایزه بزرگتر و بیشتر را ترجیح دهند.

هستند. اما به جز امکانات طبیعی، می‌توان از ویژگی‌های دیگر نیز برای جذب گردشگر سود جست. همچنانکه کشورهای مختلف، از تورنمنت‌ها، مسابقات و جشنواره‌های ورزشی نیز برای جذب گردشگر بهره می‌گیرند. مانند کشور پاکستان که چندی پیش یک جشنواره شترسواری برگزار کرد.

تأثیر توریسم ورزشی بر اقتصاد

توریسم ورزشی بیش از هر چیز، بر اقتصاد کشورها تأثیر می‌گذارد. این‌که استرالیا، مبلغ ۱/۷ درصد از بودجه دولتی را برای المپیک ۲۰۰۰ هزینه می‌کند یا ده‌ها میلیون دلار برای پیروز شدن در رقابت برای برگزاری یک تورنمنت ورزشی، یک مسابقه المپیک یا جام جهانی خرج می‌شود، هیچ توجیهی جز سودآوری کلان نمی‌تواند داشته باشد.

«محمد رضا فرزین» می‌گوید: «بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده، ۴ تا ۶ درصد از تولید ناخالص ملی در کشورهای صنعتی و گردشگری به حوزه توریسم اختصاص یافته و از این مجموع ۱ تا ۲ درصد به توریسم ورزشی مربوط است.»

همچنین پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۱۱، سفر و توریسم بیش از ۱۰ درصد از سهم تولید ناخالص داخلی را در کشورهای دنیا به خود اختصاص دهد.

نقش توریسم ورزشی در ایجاد رفاه

اقتصاد برخی شهرها، مناطق و حتی کشورها در سراسر جهان، به‌طور فزاینده‌ای به بازدید اسکی‌بازان و گلف‌بازان یا سفرهای تیم‌های فوتبال متکی شده است.

توریسم در رشد اقتصاد کشورها به لحاظ ایجاد مشاغل جدید، ورود ارز و توسعه، نقشی اساسی ایفا می‌کند. به‌علاوه بهبود روابط فرهنگی و تبادل‌های فرهنگی میان کشورها را در پی دارد. رویدادهایی مانند مسابقات المپیک، به ساخت سیستم‌های حمل و نقل، ارتقا سطح خدمات ارایه شده در فرودگاه‌ها و پاکسازی شهرها کمک می‌کند و همه اینها به این دلیل است که توریست‌های ورزشی وارد شهر می‌شوند.

توریست‌های ورزشی، روحیه ماجراجویی دارند، زیاد خرج می‌کنند، از امتحان کردن ورزش جدید لذت می‌برند و معمولا موجب فعال شدن قسمت‌های دیگر صنعت گردشگری می‌شوند.

تاریخچه توریسم ورزشی در ایران

توریسم ورزشی در ایران مقوله‌ای نوپا است. با تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در اوایل سال ۸۳، کمیته توریسم ورزشی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری نیز تشکیل شد.