

ترسیم ساختار توسعه گردشگری تفریحی ورزشی مبتنی بر مسیرها و راهکارهای اجرایی (مطالعه موردی جزیره قشم)

مهدی سوادى^۱

استادیار مدیریت ورزشی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، قشم، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۵/۱۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۸/۱۰

چکیده

هدف از این پژوهش ارائه چارچوب مفهومی استراتژیک توسعه گردشگری تفریحی ورزشی در جزیره قشم بود. روش تحقیق از نوع مطالعات کیفی توسعه نگر می‌باشد. جامعه آماری شامل صاحب‌نظران حوزه گردشگری به همراه منابع علمی و اسناد اجرایی در این زمینه بود. ابزار پژوهش شامل مطالعه کتابخانه‌های و مصاحبه است که شامل منظرها و راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی بود. روایی پژوهش با استفاده از روش اعتباریابی کیفی مبتنی بر نظر متخصصان مورد تأیید قرار گرفت. از روش کدگذاری برای چارچوب‌بندی راهکارها استفاده گردید. نتایج نشان داد که اقدامات و راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی را می‌توان در چهار منظر و سطح متوالی شامل محیطی، مدیریت، منابع و مشارکت چارچوب‌بندی کرد. استراتژی‌های محیط شامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، استراتژی‌های مدیریت شامل حقوقی، اجرایی و ارتباطی، استراتژی مشارکت شامل فردی، تعاملی و ساختاری و استراتژی منابع شامل منابع انسانی، مالی، امکانات و فناوری است. براین اساس یافته‌های پیشنهاد می‌شود در سیستم توسعه گردشگری ورزشی شهرهای ساحلی اقدامات و تصمیم‌گیری‌های راهبردی مبتنی بر تفکیک چهار منظر محیط، مدیریت، منابع و مشارکت به ترتیب سطح و گستره عملکرد باشد.

واژگان کلیدی: گردشگری تفریحی ورزشی، محیط توسعه، مدیریت توسعه، منابع توسعه، توسعه مشارکت.

مقدمه

امروزه توسعه به معنی رشد تدریجی در جهت پیشرفته‌تر شدن، قدرتمندتر شدن و حتی بزرگ‌تر شدن است. توسعه صنعت گردشگری اگر از مهم‌ترین عناصر مورد توجه در سیاستگذاری‌های کشورمان در قرن حاضر نباشد، بی‌شک یکی از پراهمیت‌ترین آنها است. این توسعه مستلزم مهیا شدن محیطی مناسب برای رشد و ایجاد است. ایجاد این محیط مناسب در گرو ایجاد فرهنگ گردشگری و انواع آن می‌باشد. اما لازمه ایجاد این فرهنگ، ایجاد ارتباطات اجتماعی است (Savadi, 2016: 201). توسعه فرآیندی است طولانی از تجزیه و نوآوری که همه ابعاد زندگی اجتماعی را در بر می‌گیرد و تحولی عمیق و بنیادین در بینش، دانش، مهارت‌ها، اخلاقیات و مناسبات میان مردم پدید می‌آورد. توسعه پایدار برخلاف توسعه معمولی صرفاً درصد به حداکثر رساندن اهداف نظام اقتصادی نیست، بلکه می‌خواهد به طور همزمان اهداف نظام فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیستی را به حداکثر برساند. توسعه صنعت گردشگری در قرن بیست و یکم از ستون‌های اصلی در اقتصاد ملی هر کشور رو به پیشرفت به شمار می‌رود. سال ۲۰۱۵ شاهی بر تحولات مهم این صنعت در عرصه جهانی بود. این صنعت امروزه در ردیف صنایع پردرآمد، پاک و پر رونق دنیا قرار دارد. از طرفی صنعت گردشگری دنیا ابعاد متنوعی همچون توریسم درمانی، ورزشی، فرهنگی، غذایی، روستایی و گردشگری یافته است. اهمیت روابط در هم تنیده صنعت گردشگری با سیاست‌های بین‌المللی و پویایی اقتصاد جهان را بیش از پیش آشکار می‌سازند. مطابق گزارش سازمان جهانی گردشگری، افزایش تعداد مقاصد گردشگری و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری در سراسر جهان به عاملی کلیدی در پیشرفت اقتصادی - اجتماعی تبدیل شده است، زیرا موجب خلق شغل و ایجاد نهادها، درآمد صادراتی و توسعه زیرساخت‌ها می‌شود. گردشگری پایدار را شامل تمام گونه‌های گردشگری می‌دانند که متناسب با توسعه پایدار و سهم در آن باشد. گردشگری ورزشی یکی از مهمترین گونه‌های گردشگری است. گسترش مجموعه‌ای از فعالیت‌های متناسب با شرایط منطقه که حضور پیوسته گردشگران را تضمین کند عنصر کلیدی برای توسعه گردشگری ورزشی و تأثیر اقتصادی پایدار ناشی از آن است. ورزش و گردشگری دو نهاد ماندگار در تاریخ‌اند که جنبه‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی آن‌ها سبب شده است تا این دو صنعت سفید و بدون دود بیشترین مخاطب را در جهان به خود مشغول سازند. گرایش مردم جهان به یافتن آسان‌ترین راه برای گفتگوها و تبادلات فرهنگی سبب شده تا نقش ورزش و گردشگری روز به روز حیاتی‌تر جلوه کند (Harison, 2003: 217). علاوه بر این امروزه در بسیاری از کشورها دو صنعت پویای ورزش و گردشگری را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال زائی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی قلمداد می‌شوند. برنامه ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از دو صنعت گردشگری و ورزش به عنوان دو رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند.

گردشگری و ورزش فعالیت‌های گسترده و فرابخشی هستند که به اشکال گوناگون در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی صورت می‌گیرند. با توجه به لزوم تقویت و توسعه صنعت گردشگری و ورزش برای دستیابی به اعتبار و جایگاه واقعی خود در سطح بین‌المللی، بایستی بخش‌های مختلف این صنعت را شناسائی کرد و به بخش‌های پر اهمیت‌تر توجه ویژه‌ای مبذول داشت. گردشگری شامل انواع مختلفی از جمله گردشگری تفریحی، درمانی، مذهبی، بازاری، همایشی، الکترونیک، بوم‌گردی و گردشگری ورزشی است. یکی از این بخش‌های مهم گردشگری ورزشی

است (Moharamzade, 2007: 99). در جهان امروز دو صنعت گردشگری و ورزش به دلیل قابلیت‌ها و کارکردهای مختلف به عنوان یکی از زمینه‌های مساعد برای رسیدن به اهداف اقتصادی و اجتماعی مطلوب و باثبات مطرح است. با این تفاسیر، امروزه پیوند بین گردشگری و ورزش نوع جدیدی از توریسم (توریسم ورزشی) را ایجاد نموده که بسیار مورد علاقه و استفاده مردم دنیا واقع شده است. این پیوند ساختار جامعی برای پرکردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی انسان‌ها گردیده است. امروزه ورزش به حدی در جوامع امروزی رسوخ کرده است که عنوان می‌شود یکی از متداول‌ترین عوامل ایجاد انگیزه برای سفر و گردشگری است. هر چند ورزش به عنوان یک جذابیت گردشگری چیز جدیدی نیست اما پایه‌های تئوریک جذابیت‌های ورزشی اخیراً مورد توجه قرار گرفته است. (Moosavi, 2011: 112). ورزش و گردشگری اهداف مشترکی دارند که شامل ساختن پل‌های تفاهم میان فرهنگ‌های متفاوت، شیوه زندگی و سنت‌ها، افزایش صلح و دوستی میان ملت‌ها، برانگیختن و تشویق افراد به فعالیت‌های سرگرم کننده و شاداب برای رهایی از فشارهای روزمره زندگی هستند (Geraton, 2009: 1).

به واسطه این قابلیت‌های بالا گردشگری ورزشی با سرعت بالایی در حال رشد و تبدیل شدن به صنعتی بزرگ و مستقل است. لذا گردشگری ورزشی منبعی سرشار از سود و درآمد است و هر کشوری که بتواند شرایط استفاده از این منبع را فراهم کند از مواهب و مزایای آن بهره‌مند خواهد شد. آمارها بیانگر این است که کشورهایی که شرایط مناسبی در خصوص گردشگری ورزشی دارند، بخش عظیمی از اقتصاد خود را از طریق اقتصاد گردشگری ورزشی اداره می‌کنند (Cho, 2004: 53). در این راستا سولبرگ و پروس^۱ (2007)، بیان کردند که گردشگری ورزشی پیامدهای طولانی مدت اجتماعی و اقتصادی به طور مستقیم یا غیرمستقیم بر منطقه ایجاد می‌کند. گردشگری ورزشی، نقش مهمی در اقتصاد ملی و محلی دارد و به نظر می‌رسد از توانایی بالقوه برای افزایش آن برخوردار است. از طرفی شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی را عاملی مهم در توسعه صنعت گردشگری ذکر کرده‌اند. با توجه به نظرات می‌توان بیان کرد که گردشگری ورزشی بخش در حال توسعه گردشگری است که با توجه به آمار، حدود ۳۲٪ از توفیق‌ها و دست‌یابی‌های جهانی گردشگری را به خود اختصاص داده است از اینرو رشد گردشگری ورزشی می‌تواند نقش بسیار مهمی را در توسعه اقتصادی ایفا نماید. ردموند (1990) گردشگری ورزشی را به انواع تعطیلات ورزشی، جشن‌های ورزشی، مسابقات جهانی موزه‌ها و سالنهای مشهور ورزشی طبقه‌بندی می‌کند. ادبیات پژوهش از سه حوزه‌ی مرتبط با گردشگری ورزشی شامل رویدادهای ورزشی بزرگ، تفریحات محیط باز و طبیعی و گردشگری ورزشی مرتبط با سلامت و تناسب اندام نام برده است. همچنین از گردشگری ماجراجویانه به عنوان یک بخش رو به رشد در بازار گردشگری ورزشی نام می‌برند. این نوع از گردشگری ورزشی که ماهیتی تفریحی دارد مجموعه‌ای از سفر، ورزش و تفریح در محیط طبیعی است که این محیط شامل جنگل، کوهستان، مناطق برفی و یخبندان، دریا و صحرا می‌باشد (Hadson, 2003: 203). در زمینه گردشگری ورزشی مطالعات متعددی در داخل و خارج کشور ایران انجام شده است. گردشگری ورزشی در تحقیقات خارجی حوزه گردشگری و ورزش بسیار مورد توجه بوده است. رین^۱ (2013) در بررسی استراتژیک و تحلیل SWOT بر روی منابع گردشگری ورزشی استان

¹ - Solberg and Preuss

گانسو چین بیان کرد که مهم‌ترین نقاط قوت شامل منابع فراوان گردشگری، توسعه سریع اقتصاد، پیشرفت منابع انسانی و نقاط ضعف شامل توزیع فضایی نامساوی منابع گردشگری، مکان نامناسب، ضعف در ساختار، عدم آگاهی کافی در مورد گردشگری و گردشگری ورزشی حرفه‌ای است و فرصت‌ها عبارتند از رشد سریع اقتصاد جهانی، استراتژی توسعه جاذبه‌ها و منابع گردشگری و آگاهی مردم از مناسبت‌ها و همچنین تهدیدها شامل رقابت استان‌های همجوار در ارتباط با توسعه اقتصاد محلی و فساد محیط درونی است. محققین در تحلیل توسعه گردشگری ورزشی در استان نانیانگ چین بر اساس مدل SWOT عنوان کرد که نقاط قوت توسعه گردشگری شامل منابع گردشگری، سیستم حمل و نقل و مکان گردشگری و سیاست مناسب با گردشگری است. پژوهشگران در پژوهشی تحت عنوان شناسایی مشکلات توسعه گردشگری ورزشی، موانع فرهنگی و اجتماعی در اولویت اول و مدیریت در اولویت دوم موانع توسعه گردشگری در استان فارس بیان کرده است (Torkfar, 2011: p.47-61). محققین در تحقیق خود با تاکید بر گردشگری و ایدئولوژی‌های سیاسی مشکلات مدیریتی و زیرساختی ناشی از کمبود خدمات رفاهی و تسهیلات گردشگران و نبودن امکانات استاندارد را از موانع گردشگری بر شمرده است (Kim, 2015: 12). کنلی و توهی^۱ (2014)، در بررسی خود با عنوان اتحاد استراتژیک در گردشگری ورزشی نشان دادند که سازمان‌های ورزشی با ائتلاف موجود میان بخشی، می‌توانند نقش مهمی در به حداکثر رساندن دستاوردهای گردشگری از رویدادهای مهم ورزشی، ایفا کنند. در تحقیقات داخلی شجاعی و همکاران (۲۰۱۲) در طی تحقیقی به شناسایی و اولویت‌بندی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات و به دنبال آن تحلیل استراتژی SWOT برای برنامه‌ریزی استراتژیک صنعت توریسم ورزشی استان مازندران پرداختند. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون فریدمن نشان داد که شرایط مساعد آب و هوایی به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت و عدم برگزاری مسابقات و تور نم‌های بین‌المللی ورزشی با کیفیت مطلوب در استان به عنوان مهم‌ترین نقطه‌ی ضعف محسوب می‌شوند. مساعد بودن زمینه برگزاری جشنواره‌های ورزشی بومی - محلی در استان به عنوان با اهمیت‌ترین فرصت تلقی شده و در مقابل، عدم اعمال نظارت مؤثر بر روند توسعه صنعت توریسم ورزشی در استان به عنوان مهم‌ترین تهدید محسوب می‌شوند. محققین در طی پژوهش خود به بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که از دیدگاه افراد مورد مطالعه، کیفیت اسکان در هتل‌ها مهم‌ترین نقطه قوت، عدم وجود افراد متخصص در پست‌های مختلف مهم‌ترین نقطه ضعف، وجود داد و ستد و بازار وسیع در مشهد مهم‌ترین فرصت و عدم وجود حامیان مالی ورزش مهم‌ترین تهدید در زمینه گردشگری ورزشی در مشهد مقدس می‌باشد (Mehdizade, 2013: 23). همچنین احسانی و همکاران در تحقیقی با عنوان تعیین عوامل مهم در کیفیت بسته‌های گردشگری ورزشی در کشور با نمونه آماری ۵۴ نفر از خبرگان که اعضای هیات علمی رشته‌های گردشگری و مدیریت ورزشی و مدیران و کارشناسان بخش تبلیغات و بازاریابی گردشگری دریافتند وجود تفریحات شبانه، استفاده از فناوری‌های جدید در برگزاری رویدادها، داشتن هنر و موسیقی و معماری غنی، وجود مکان‌های باستانی، وضعیت قیمت‌ها، آشنایی با فرهنگ و آداب و رسوم، وجود برنامه‌های جانبی در رویدادهای ورزشی نظیر جشن‌ها و برنامه‌های سنتی، وجود

² - Kennelly and Toohey

دوستان و بستگان در مقصد، مناسب بودن طبیعت، وجود آرامش و امنیت، توجه به سلیقه‌های گردشگران، وجود فرهنگ پذیرش گردشگری ورزشی، اطلاع‌رسانی به زبان انگلیسی، کسب اطلاعات گردشگری از طریق تلفن همراه، مناسب بودن وضعیت حمل و نقل و شیوه رزرو محل اقامت، از عوامل مهم در کیفیت بسته‌های گردشگری ورزشی در کشور به شمار می‌روند که بر اساس عناصر آمیخته بازاریابی تعیین شده‌اند (Ehsani, 2010: 5). اصفهانی و همکاران در تحقیق خود با عنوان عوامل مؤثر بر توسعه جهانگردی ورزشی داخلی ایران با جامعه‌ی آماری ۵۹ نفر از متخصصین و خبرگان فارغ التحصیل و یا دانشجویان مقطع دکتری رشته تربیت بدنی نشان دادند که محورهای تسهیلات و خدمات، امنیت و اسکان به ترتیب بیشترین درجه اهمیت را در توسعه تحلیل جهانگردی داخلی ورزشی به خود اختصاص داد و محورهای آموزش، اقتصاد و جاذبه‌های توریستی بیشترین ارتباط را با سایر عوامل دارند (Esfahani, 2009: p.159). پژوهشگر دیگری در مقاله خود با عنوان ارزیابی مهم‌ترین شاخص‌های مؤثر در توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی نشان دادند که مؤلفه‌های تأثیرگذار شامل توسعه زیرساخت‌ها، توجه به جاذبه‌های گردشگری، فعالیت‌های تبلیغاتی و تنظیم راهبردها بر اساس توزیع جاذبه‌ها، بر توسعه گردشگری ورزشی مؤثر هستند (Moharamzade, 2007: 99). در بیان مساله و ضرورت پژوهش می‌توان گفت که در ایران به دلیل فقدان شناخت کافی، عدم مدیریت و نبود راهبردهای مدون و مشخص تاکنون از مقوله گردشگری ورزشی غفلت شده و فرصت‌های بسیاری در این صنعت از دست رفته است و عمده این سوء مدیریت بیشتر به دلیل نبود عدم آگاهی از چگونگی توسعه گردشگری ورزشی و بهره‌برداری فرهنگی و اقتصادی از ظرفیت‌های آن است. این در حالی فرایند و آثار فراوان اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و زیست محیطی گردشگری ورزشی و درک اهمیت داشتن جامعه‌ای سالم و با نشاط توسط مدیران، برنامه ریزان و مسئولان و همچنین تمایل مردم به داشتن تعطیلات و تفریحات فعال و پویا لزوم توجه به مقوله گردشگری ورزشی در کشور را اجتناب ناپذیر می‌نماید. جایگاه ایران به عنوان یکی از ده کشور اول جهان از منظر جذابیت‌های طبیعی در جهان بوده و شهرهای نیز با دارا بودن اماکن منحصر به فرد که در بر گیرنده سواحل بکر، بیابان‌های زیبا و شنی، جزایر استثنایی و زیبا جایگاه ویژه‌ای در بین اماکن و فضاهای تفریحی و ورزشی در کشور می‌باشد (Savadi, 2016: 201).

جزیره قشم

جزیره قشم با مساحت ۱۴۳۰ کیلومتر مربع در فاصله ۳۷ کیلومتری جنوب بندرعباس و در دهانه تنگه هرمز قرار گرفته است. این جزیره به عنوان بزرگترین جزیره خلیج فارس به موازات ساحل ایران قرار گرفته است و به وسیله تنگه کلارنس از خاک اصلی ایران جدا شده است. فاصله آبی شهر قشم تا بندرعباس ۲۲ کیلومتر است. شهر قشم در منتهی‌الیه شرقی جزیره و روستای باسعید و در منتهی‌الیه غربی آن واقع شده است. نزدیک‌ترین فاصله جزیره با ساحل اصلی کشور در دماغه شمالی جزیره، در محل بندر تاریخی؟ تا بندر پهل (پل) در ساحل اصلی کشور حدود ۱۸۰۰ متر است. مساحت جزیره ۱۴۹۱ کیلومتر مربع حدود ۲/۵ برابر دومین جزیره بزرگ خلیج فارس یعنی بحرین است که در منابع مختلف طول آن را از قشم تا باسعید و به خط مستقیم بین ۱۰۰ تا ۱۳۰ کیلومتر تخمین زده‌اند. ولی بیشتر روی طول ۲۱۵ و ۱۲ کیلومتر تاکید شده است عرض این جزیره نیز در قسمتهای مختلف آن متفاوت

است به گونه‌ای که کمترین عرض مربوط به شهر قشم در حدود ۵ کیلومتر و بیشترین عرض جزیره مربوط به فاصله بندر لافت تا شیب دراز است که حدود ۴۰ کیلومتر است. با این وجود عرض متوسط جزیره قشم را ۱۱ کیلومتر می‌توان محسوب کرد. این جزیره با وسعتی نزدیک به ۱۵۰۰ کیلومتر مربع از ۲۳ کشور بزرگتر است. پوشش جنگلی و مرتعی جزیره قشم تقریباً مشابه وضعیت آن در دشتها و جلگه‌های ساحلی سائز نقاط استان می‌باشد. یک فصل گرم و شرجی و طولانی و یک فصل کوتاه و معتدل (دی و بهمن) از ویژگی‌های آب و هوایی جزیره قشم محسوب می‌شود. میانگین دمای سالانه در جزیره حدود ۳۰ درجه سانتی‌گراد است. از لحاظ بارش نیز این جزیره میانگینی در حدود ۲۲۹ میلی‌متر را داراست، که رشته این بارش در فصل سردسال اتفاق می‌افتد. به دلیل قرار گرفتن در منطقه دو نواحی نیمه قاره یا نیمه استوایی پوشش گیاهی به صورت درختی و درختچه‌ای به فواصل زیاد از هم روئیده‌اند و گاهی در محل‌هایی اجتماعی را تشکیل داده‌اند. بیشتر گونه‌های گیاهی منطقه علفی بوده و اکثر گیاهان منطقه شورپسند هستند. عمده مراتع جزیره را مراتع ساحلی تشکیل داده و بعلت کمی ارتفاعات و مبود بارندگی مراتع کوهستانی مشجر و غیر مشجر آن قابل توجه نمی‌باشد. بیشتر این مراتع هم فصلی هستند. جنگل جزیره شامل پوشش گیاهی محدود و پراکنده، کنار، کهور، کرت، گز، استبرق و... می‌باشد. مهم‌ترین جنگل جزیره، و ویژگی اصلی اکوسیستم جزیره قشم جنگل حرا است که مساحتی حدود ۵۶۰۰ هکتار روی آب نیلگون خلیج فارس را سبز پوش کرده است. نزدیک‌ترین فاصله جزیره قشم تا خاک پیوسته ایران در استان هرمزگان کمتر از ۱/۸ کیلومتر است. عرض متوسط جزیره ۱۰۰ کیلومتر و بیشترین عرض آن ۳۰ کیلومتر است. مرتفع‌ترین نقطه قشم ۳۹۷ متر ارتفاع دارد و در قسمت غربی جزیره در ناحیه بوخو قرار گرفته است. سواحل جزیره بدلیل وجود خلیج‌های کوچک امکان ایجاد پلاژهای متعدد را بوجود آورده، که زمینه ساز ایجاد اماکن تفریحی و ورزشی را فراهم آورده است. این جزیره با داشتن مرز آبی و به دلیل دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ویژه، از جمله غنی‌ترین جزایر کشور است که توان جذب گردشگران بسیاری را دارند و با توجه به دارا بودن جاذبه‌های طبیعی گردشگری از جمله سواحل، جاذبه‌های طبیعی و وجود مراکز آب درمانی می‌تواند تأثیر به‌سزایی در توسعه توریسم ورزشی داشته باشد.



نقشه شماره ۱ جزیره قشم

Source: (Mehr News Agency)



نقشه شماره ۲ موقعیت جزیره قشم

Source: <http://qeshm.ir/fa>

از این رو در مناطق حاشیه خلیج فارس با استفاده از این فرصت‌ها می‌توان گردشگری ورزشی را در کشور توسعه داد؛ و شناسایی راهکارهای مختلف توسعه صنعت گردشگری ورزشی و استفاده از توانمندی‌های گردشگری شهرهای ساحلی بسیار ضرورت دارد.

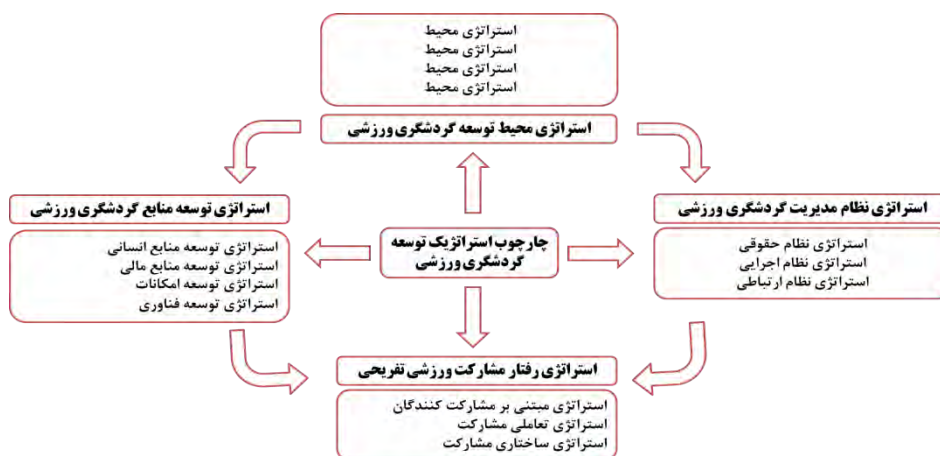


نقشه شماره ۳ موقعیت جزایر خلیج فارس

Source: <http://qeshm.ir/fa>

مرور تحقیقات داخلی در زمینه گردشگری ورزشی نشان می‌دهد که عمده تحقیقات به بررسی موانع، عوامل و راهبردهای توسعه پرداخته‌اند و توجه به راهکارهای عملیاتی برای ابعاد مختلف این صنعت تاکنون چندان مورد توجه نبوده است. از این رو هدف از پژوهش حاضر تدوین یک چارچوب مفهومی از حوزه‌ها و راهکارهای اجرایی برای توسعه گردشگری ورزشی در جزیره قشم است. در شکل زیر چارچوب مفهومی حوزه‌های عملکردی و

منظورهای راهبردی در توسعه گردشگری ورزشی براساس یک مطالعه کتابخانه‌ای و استفاده از تجمیع دانش موجود ترسیم شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی چارچوب استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی Source: author

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق از نوع مطالعات کیفی توسعه نگر با هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری شامل صاحب‌نظران حوزه گردشگری ورزشی به همراه منابع علمی و اسناد اجرایی در این زمینه بود.

جدول ۱. مشخصات جامعه آماری و نمونه‌گیری

جامعه	جامعه انسانی (استفاده از مصاحبه)	جامعه اطلاعاتی (استفاده از مطالعه کتابخانه‌ای)
متخصصان علمی:	مدیران و افراد اجرایی:	اسناد و گزارش‌های اجرایی و رسانه‌ای:
اساتید صاحب نظر دانشگاه	مدیران ادارات ورزش و جوانان، انجمن‌های گردشگری ورزشی و سایر	مقالات، کتاب، و سایر
در حوزه گردشگری ورزشی		طرح، آیین نامه، نقد، و ...
هدفمند و در دسترس	هدفمند و در دسترس	هدفمند و در دسترس
۱۷	۲۴	۳۴
تعداد		۲۱

Source: author

ابزار پژوهش شامل مطالعه کتابخانه‌های و مصاحبه است که شامل منظرها و راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی بود. چارچوب مفهومی پژوهش شامل چهار منظر و سطح (محیط، مدیریت، منابع و مشارکت) که مبتنی راهکارهای عملیاتی و اجرایی بود. استخراج مولفه‌ها با بررسی مبانی و پیشینه از طریق مطالعه اسناد، کتاب‌ها و مقالات شامل منابع داخلی و خارجی مربوط به توسعه گردشگری ورزشی انجام گردید. روایی پژوهش با استفاده از روش اعتباریابی کیفی مبتنی بر نظر متخصصان مورد تأیید قرار گرفت. بدین منظور در دو مرحله میزان توافق بین متخصصان بر روی موارد شناسایی شده و روایی آنها مورد بررسی قرار گرفت. از روش کدگذاری برای چارچوب-بندی راهکارها استفاده گردید. کدگذاری با استفاده از مطالعات قبلی و نظر متخصصان انجام شد.

نتایج و یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش شامل چهار حیطه کلی استراتژی توسعه رفتار مشارکت ورزشی تفریحی، استراتژی منابع توسعه گردشگری ورزشی، استراتژی نظام مدیریت توسعه گردشگری ورزشی و استراتژی محیط توسعه گردشگری ورزشی بود.

استراتژی اجرایی توسعه گردشگری ورزشی شامل چهار منظر استراتژی مبتنی بر مشارکت کنندگان، استراتژی تعاملی مشارکت و استراتژی ساختاری مشارکت است (جدول ۲). براساس جدول در راهکارهای مربوط به هر منظر توسعه رشته‌های ورزشی برای جذب افراد با سلیق مختلف، مشارکت گروهی (خانواده، دوستان و همکاران) در فعالیت‌های گردشگری ورزشی و معرفی تفریحات ورزشی متنوع مانند بادبادک بازی، طناب بازی دارای بیشترین اولویت در سه منظر توسعه رفتاری مشارکت گردشگری ورزشی بودند.

جدول ۲. استراتژی توسعه رفتار مشارکت ورزشی تفریحی

منظر	راهکار	فراوانی ^۱	اولویت
استراتژی مبتنی بر مشارکت کنندگان	تأمین برنامه‌های ورزشی مناسب و جذاب	۱۱	۳
	طراحی تمرینات بصورت فردی در مراکز شهری و در خانه	۵	۷
	ایجاد نگرش مثبت و بیان فواید فعالیت‌های بدنی	۱۲	۲
	ترس از بدتر شدن مشکلات جسمانی	۷	۶
	توسعه رشته‌های ورزشی برای جذب افراد با سلیق مختلف	۱۳	۱
	برطرف کردن ترس از قرار گرفتن در جمع و بودن در اجتماع	۴	۸
	از بین بردن ترس از خود و ایجاد خود پنداره مثبت	۹	۵
	تاکید بر جنبه تفریحی و غیر رقابتی در جهت حضور پر رنگ افراد	۱۰	۴
	ارتباط مناسب با مشتریان در مراکز ورزشی و تفریحی	۶	۵
	مشاوره و اطلاع رسانی درباره آسیب‌های عدم تحرک و کم تحرکی و عوارض ناشی از آن	۴	۶
استراتژی تعاملی مشارکت	کسب رضایت مشتریان توسط مجموعه‌های ورزشی	۹	۳
	مشارکت گروهی (خانواده، دوستان و همکاران) در فعالیت‌های گردشگری ورزشی	۱۲	۱
	بالا بردن کیفیت ارائه خدمات به مشتریان	۷	۴
	قرار دادن گردشگری ورزشی در سید خانوار	۱۰	۲
	آشنا کردن مردم با ابعاد و آثار گوناگون ورزش	۱۲	۳
	توسعه رشته‌های ورزشی برای جذب افراد با سلیق مختلف	۱۳	۲
	برنامه‌ریزی زمانی منعطف برای حضور در فعالیت‌های ورزشی	۱۲	۳
	آموزش اجرای مهارت‌های ورزشی در فضاهای کوچک	۸	۵
	تهیه پوستر برای آشنایی با گردشگری ورزشی	۷	۶
	آموزش الگوهای صحیح فعالیت‌های بدنی مختلف	۱۱	۴
معرفی تفریحات ورزشی متنوع مانند بادبادک بازی، طناب بازی	۱۴	۱	

Source: author

استراتژی توسعه منابع گردشگری ورزشی شامل چهار منظر توسعه منابع انسانی، منابع مالی، زیرساخت و امکانات و فناوری و سیستم می‌باشد (جدول ۳). در بین راهکارهای مربوط به هر منظر؛ افزایش شناخت آگاهی مردم از نحوه عملکرد دستگاه‌های تخصصی ورزشی، فراهم نمودن حداکثر دسترسی به خدمات ورزشی با کمترین هزینه ممکن،

^۱فراوانی به معنای میزان تکرار در مصاحبه‌ها و مطالعه کتابخانه‌ای است

ارتقای گردشگری ورزشی با حمایت مالی و پرداخت یارانه و تهیه بانک اطلاعات از نیروهای متخصص در گردشگری ورزشی-بومی و محلی دارای بیشترین اولویت بودند.

جدول ۳. استراتژی توسعه منابع گردشگری ورزشی

منظر	راهکار	تکرار در مصاحبه	اولویت
استراتژی توسعه منابع انسانی	آموزش مهارت‌های روانی برای مربیان به منظور ترغیب افراد بهره‌گیری از نیروهای داوطلب	۴	۵
	تهیه بانک اطلاعات از نیروهای متخصص در گردشگری ورزشی-بومی و محلی	۱۳	۱
	حفظ نیروهای داوطلب به منظور برگزاری منظم رویدادهای گردشگری ورزشی	۳	۶
استراتژی توسعه منابع مالی	ایجاد تشکیلات مناسب برای جذب داوطلبین	۷	۴
	اعزام کارشناسان به مراکز آموزشی معتبر و موفق جهت آموزشهای نوین در گردشگری ورزشی	۴	۵
	تجلیل از مدیران و مربیان فعال در گردشگری ورزشی	۸	۳
	توجه به درآمدزایی از فعالیت‌ها و برنامه‌های همگانی	۳	۶
	پیگیری و اختصاص هزینه اعتبارات مورد نیاز گردشگری ورزشی	۹	۴
	شناسایی و جذب اعتبارات از حامیان و پشتیبانان مالی	۱۱	۳
	ارتقای گردشگری ورزشی با حمایت مالی و پرداخت یارانه	۱۶	۱
	تشویق حامیان مالی برای حمایت از برگزاری رویدادهای ورزشی	۸	۵
	تهیه طرح استفاده از منابع مالی موجود برای گردشگری ورزشی	۲	۷
	ایجاد نظام جامع خیرین برای جهت دهی به سمت ساخت اماکن ورزشی	۱۳	۲
استراتژی توسعه امکانات	فراهم کردن اماکن ورزشی پراکنده در سطح شهرها	۱۵	۳
	مناسب بودن سیستم‌های گرمایشی و سرمایشی در اماکن ورزشی سرپوشیده	۵	۱۱
	رسیدگی و توجه بیشتر به ورزش مدارس و دانشگاهها	۱۴	۴
	ایجاد پست‌های اختصاصی پیاده روی	۱۲	۶
	ایجاد محیط بهداشتی در اماکن و فضاهای ورزشی	۱۰	۸
	تأمین امکانات ورزشی و تفریحی در نقاط مختلف شهر	۱۱	۷
	برنامه‌ریزی برای نگهداری و تجهیز اماکن ورزشی	۳	۱۲
	ارائه بسته‌های ورزشی و تفریحی مختلف	۹	۹
	تسهیل دسترسی به اماکن ورزشی تفریحی	۱۶	۲
	طراحی فضای شهری با رویکرد گسترش مشارکت ورزشی در بین شهروندان	۱۳	۵
استراتژی توسعه فناوری	احداث پارکها و فضاهای ورزشی ویژه بانوان	۶	۱۰
	فراهم نمودن حداکثر دسترسی به خدمات ورزشی با کمترین هزینه ممکن	۱۷	۱
	پاکسازی سواحل و تأمین امکانات ورزش‌های تفریحی- همگانی	۱۵	۳
	کمک به پرورش مربیان و مدیران زن و مرد نخبه	۳	۴
	حمایت از طرحها و پروژه‌های پژوهشی و تحقیقاتی	۴	۳
	تبلیغ اثرات مثبت گردشگری ورزشی در شبکه‌های اجتماعی	۷	۲
	افزایش شناخت آگاهی مردم از نحوه عملکرد دستگاه‌های تخصصی ورزشی	۱۰	۱

Source: author

استراتژی نظام مدیریت توسعه گردشگری ورزشی شامل چهار منظر نظام حقوقی توسعه، نظام اجرایی توسعه و نظام ارتباطی توسعه بود (جدول ۴). براساس جدول در بین راهکارهای مربوط به هر منظر؛ ایجاد تسهیلات ورزشی برای گروههای هدف مانند کودکان، سالمندان، حمایت سازمانها از نیروهای سازمانی برای شرکت در رویدادهای ورزشی و آموزش الگوهای صحیح فعالیت‌ها و مهارت‌های تفریحی ورزشی دارای بیشترین اولویت بودند.

جدول ۴. استراتژی نظام مدیریت گردشگری ورزشی

منظر	راهکار	تکرار در مصاحبه	اولویت
استراتژی نظام حقوقی	وضع مقررات تسهیل کننده در بخشهایی چون مدارس، دانشگاهها، ادارات	۹	۴
	فراهم ساختن زمینه ورود بخش خصوصی	۱۱	۳
	ایجاد تسهیلات ورزشی برای گروههای هدف مانند کودکان، سالمندان	۱۳	۱
	الزام سازمانها برای فراهم نمودن تسهیلات و خدمات ورزشی برای کارکنان	۱۲	۲
	تدوین دستور العمل جدید و قانونمند ورزش کارکنان دولت	۵	۵
استراتژی نظام اجرایی	تشویق کارکنان برای حضور در فعالیت های گردشگری ورزشی	۶	۴
	برگزاری جشنواره های مشترک از طریق نهادها و سازمانها	۹	۳
	حمایت سازمانها از نیروهای سازمانی برای شرکت در رویدادهای ورزشی	۱۲	۱
	حمایت سازمانها از اجرای برنامه های مصوب ورزشی	۴	۵
	تشکیل اتاق فکر متشکل از سازمانها و نهادهای مشترک در گردشگری ورزشی	۱۰	۲
استراتژی نظام ارتباطی	ساخت تیزرهای تبلیغاتی برای افزایش آگاهی افراد از منافع فعالیت بدنی	۸	۶
	تولید برنامه هایی با رویکرد معرفی ورزشهای همگانی	۵	۸
	تبلیغات گسترده در سطح شهر (پوسترهای گردشگری ورزشی)	۷	۷
	افزایش اطلاع رسانی و سیاستهای انگیزشی ورزش همگانی	۹	۵
	تابلوهای هشدار دهنده در مورد خطرات بی تحرکی	۱۱	۳
	ساخت و تولید برنامه های آموزشی	۱۴	۲
	ترغیب مردم برای استفاده کمتر از خودرو	۴	۹
	استفاده از ایده های نوآورانه و جذاب برای جذب مردم به فعالیت های بدنی	۱۰	۴
	آموزش الگوهای صحیح فعالیتها و مهارتهای ورزشی	۱۵	۱

Source: author

استراتژی محیط توسعه گردشگری ورزشی شامل چهار منظر استراتژی محیط سیاسی، استراتژی محیط اجتماعی، استراتژی محیط اقتصادی و استراتژی محیط فرهنگی بود (جدول ۵). براساس جدول در بین راهکارهای مربوط به به هر منظر کسب امتیاز میزبانی رویدادهای ورزشی، تأمین امنیت اماکن ورزشی و آرامش خاطر خانواده ها از حضور در فضاهای ورزشی، اختصاص یارانه حمایت از فعالیت گردشگری ورزشی به خصوص در نواحی محروم و احیای بازیهای بومی و محلی دارای بیشترین اولویت بودند.

جدول ۵. استراتژی محیط توسعه گردشگری ورزشی

منظر	راهکار	تکرار در مصاحبه	اولویت
استراتژی محیط سیاسی	برگزاری رویدادهای ورزشی در سطح استانی و ملی برای ایجاد انگیزه برای گروه های مختلف سنی	۹	۲
	تغییر نگرش مدیران سیاسی در جهت ضرورت توسعه گردشگری ورزشی	۶	۳
	اعطای تسهیلات و یارانه به منظور برگزاری رویدادهای ورزش همگانی	۵	۴
استراتژی محیط اجتماعی	کسب امتیاز میزبانی رویدادهای ورزشی	۱۱	۱
	برگزاری جشنواره های گردشگری ورزشی به صورت منظم	۱۳	۲
	برپایی ایستگاهها و مراکز تندرستی و مشاوره ورزشی و تهیه شناسنامه سلامت	۱۱	۳
	تشویق به مشارکت مردم در گردشگری ورزشی با تکیه بر سلامت عمومی جامعه	۸	۵
	انجام فعالیت های بدنی به صورت گروهی مانند پیاده روی و دوچرخه سواری	۹	۴
استراتژی محیط اقتصادی	تأمین امنیت اماکن ورزشی و آرامش خاطر خانواده ها از حضور در فضاهای ورزشی	۱۵	۱
	آگاهی و شناخت از اثرات فعالیت بدنی و پیشگیری از آسیب های اجتماعی	۶	۶
	ترویج تفریحات سالم توام با حرکت	۴	۷
	نرخ گذاری متفاوت برای اماکن ورزشی با توجه به کیفیت خدمات ارائه شده	۹	۵
	برگزاری رویدادهای ورزشی و تفریحی همراه با اهدای جوایز	۷	۶
	معرفی فعالیت های بدنی کم هزینه	۱۰	۴

۷	۴	ارائه لیست فعالیت‌های بدنی و آموزش همگانی با توجه به وضعیت اقتصادی	
۳	۱۱	ارائه بسته‌های متنوع فعالیت بدنی و آموزش همگانی	
۱	۱۷	اختصاص یارانه حمایت از فعالیت گردشگری ورزشی به خصوص در نواحی محروم استان	
۲	۱۵	تخصیص یارانه به اماکن ورزشی خصوصی در مناطق محروم استان	
۸	۶	تغییر نگرش رهبران دینی و مدیران کشور درباره ورزش	
۳	۱۳	از بین بردن باورهای غلط درباره پرداختن بانوان به ورزش	
۶	۹	نهادینه شدن گردشگری ورزشی در فرهنگ عموم جامعه	
۱	۱۸	احیای بازیهای بومی و محلی	
۲	۱۷	اطمینان خانواده‌ها از امنیت محیط ورزشگاه‌ها	استراتژی
۵	۱۰	استفاده از تبلیغات گسترده در محافل و معابر عمومی	محیط فرهنگی
۴	۱۱	فراهم نمودن شرایط حضور زنان در ورزشگاه‌های کشور با حفظ و رعایت شعائر	
۷	۸	ایجاد یک نظام جذب خیرین	
۹	۵	انجام اقدامات نمادین مانند محدودیت استفاده از خودرو (استفاده از دوچرخه)	
۸	۶	توسعه فرهنگ مشارکت خیرین در ساخت اماکن	

Source: author

بحث و نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری ورزشی به عنوان یکی از مظاهر اصلی نمایش توسعه در همه ابعاد آن در کشورهای مبداء، به اعتقاد سازمان ملل حوزه ایست که سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در آن به هیچ وجه اتلاف در هزینه‌ها و کارکردها نخواهد داشت. چرا که پویایی و پایداری این حوزه خود می‌تواند موجب توسعه و گشایش بسیاری از روابطی باشد که در سایر ابعاد کمتر پیش‌بینی می‌گردد. این مسئله به خصوص در زمینه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی خود را بیشتر نشان می‌دهد. بنابراین صنعت توریسم ورزشی می‌تواند موجبات گشایش و توسعه در ابعاد گوناگونی گردد که لازمه این امر برنامه‌ریزی‌های درست، مدیریت اصولی و توانمند در حوزه‌هایی است که به عنوان شاخص‌های بررسی در پژوهش حاضر نیز مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های پژوهش شامل چهار حیطه کلی استراتژی توسعه رفتار مشارکت ورزشی تفریحی، استراتژی منابع توسعه گردشگری ورزشی، استراتژی نظام مدیریت توسعه گردشگری ورزشی و استراتژی محیط توسعه گردشگری ورزشی بود. مبانی این تفکیک براساس نوع نقش و مرجع اجرای هریک از راهکارها بود. محیط در نقش یک بستر برای توسعه، مدیریت در نقش هدایت‌گر و ناظر برای توسعه، منابع در نقش یک سرمایه برای توسعه و مشارکت به عنوان یک حوزه رفتاری برای توسعه در گردشگری ورزشی بود. برای توسعه یافته‌های برخاسته از مطالعات راهبردی پیشین مانند هنرور (2004)، نوربخش و همکاران (2010)، حمیدی و همکاران (2010)، شجاعی و همکاران (2012)، غلامی و همکاران (2013)، مهدی زاده و همکاران (2013)، از راهکارهای شناسایی شده و چارچوب تدوین شده در این پژوهش حمایت می‌کنند.

استراتژی اجرایی توسعه گردشگری ورزشی شامل چهار منظر استراتژی مبتنی بر مشارکت کنندگان، استراتژی تعاملی مشارکت و استراتژی ساختاری مشارکت است. براساس جدول در راهکارهای مربوط به هر منظر توسعه رشته‌های ورزشی برای جذب افراد با سلیق مختلف، مشارکت گروهی (خانواده، دوستان و همکاران) در فعالیت‌های گردشگری ورزشی و معرفی تفریحات ورزشی متنوع مانند بادبادک بازی، طناب بازی دارای بیشترین اولویت در سه منظر توسعه رفتاری مشارکت گردشگری ورزشی بودند. تنوع رشته‌ها در واقع جلب سلیقه‌های مختلف مردم استان است. هر قدر که شمار رشته‌های ورزشی بیشتر شود، گروه‌های بیشتری از مردم و به ویژه

جوانان تحت تأثیر و جاذبه ورزش قرار می‌گیرند. علاوه بر این استان‌های جنوبی، دارای بازیهای پر نشاط و زیبای بومی است. ورزش‌های بومی، ویژگیهای مثبت فراوانی دارند؛ از این رو سازمانهای ذی ربط و رسانه‌های گروهی، باید در شناسایی و تبلیغ و ترویج این ورزش‌ها بکوشند. در مطالعات، گیبسون^۱ و همکاران (2003)، دیری و جاگو (2004)، کوزاک (2005)، یاماگوشی^۲ (2005)، اصفهانی و همکاران (2009)، کاوسی و همکاران (2009)، به عواملی چون فرهنگ تفریح و فراغت عمومی، قیمت‌ها و هزینه‌ها، دسترسی به خدمات، و میزان آموزش تفریحات تفریحات ورزشی اشاره شده است.

استراتژی توسعه منابع گردشگری ورزشی شامل چهار منظر توسعه منابع انسانی، منابع مالی، زیرساخت و امکانات و فناوری و سیستم می‌باشد. در بین راهکارهای مربوط به هر منظر؛ افزایش شناخت آگاهی مردم از نحوه عملکرد دستگاه‌های تخصصی ورزشی، فراهم نمودن حداکثر دسترسی به خدمات ورزشی با کمترین هزینه ممکن، ارتقای گردشگری ورزشی با حمایت مالی و پرداخت یارانه و تهیه بانک اطلاعات از نیروهای متخصص در گردشگری ورزشی-بومی و محلی دارای بیشترین اولویت بودند. نبود افراد متخصص و آموزش دیده در حوزه گردشگری ورزشی، نبود بودجه و منابع مالی اختصاصی در خدمت گردشگری ورزشی، نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات ورزشی و تفریحی به ترتیب اهمیت از متغیرهای مهم و اثر گذار تلقی می‌شوند که ورزش جزیره قشم فاقد آن‌ها است که برای برطرف کردن این نقاط ضعف، برنامه‌ریزی صحیح، مشارکت و همکاری همه جانبه سازمان‌های مختلف ضروری و الزامی می‌باشد. نتایج پژوهش شجاعی و همکاران (2012) و مهدی زاده (2014) همسوئی دارد، به طوری که آنها اعتقاد دارند آگاهی و آموزش نیروی انسانی یکی از شروط اصلی توسعه گردشگری است. یوکائو (2009) نیز کمبود منابع انسانی متخصص را به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف در تحلیل توسعه گردشگری ورزشی چین براساس تحلیل SWOT معرفی کرد. گی (2000) معتقد است صنعت گردشگری به نیروی انسانی شایسته و واجد شرایط نیاز دارد زیرا صنعت گردشگری به نیروی کار و ارائه خدمات متکی است، بنابراین داشتن نیروی کار آموزده و آموزش دیده از اولویت بالایی برخوردار است. وید (2006) هیگام و هیچ (2006) بر محیط فیزیکی توانمند، منابع طبیعی و موقعیت برای توسعه گردشگری تأکید دارند. رین (2013) در بررسی استراتژیک و تحلیل SWOT بر روی منابع گردشگری ورزشی استان گانسو در چین عنوان کرد که استراتژی توسعه جاذبه‌ها و منابع گردشگری از مهم‌ترین مؤلفه‌های فرصت است. لس لومسدن (1989) بیان می‌کند منابع طبیعی موجود در مقاصد غالباً اولین جاذبه‌ای است که توجه گردشگر را جلب می‌کند. پژوهشگر معتقد است جاذبه‌ها منبع انرژی زا و قدرت دهنده به سیستم گردشگری‌اند. اصولاً بدون وجود جاذبه‌های مختلف طبیعی، علمی و فرهنگی ایجاد تقاضا برای مقصد و جلب گردشگر دشوار است. سرمایه‌گذاری در جهت توسعه کمی و کیفی ورزشگاه‌ها، سالن‌ها و سایر تاسیسات ورزشی می‌تواند از مهم‌ترین گام‌های موجود در جهت توسعه گردشگری ورزشی در جزیره قشم می‌باشد. عوامل تکنولوژیکی یکی دیگر از شاخص‌های پژوهش بودند با توجه به اهمیت رو به رشد نقش اینترنت و رسانه‌های نوین در زمینه بازاریابی گردشگری و اینکه سریع‌ترین بخش رشد یافته این صنعت پویا، گردشگری ورزشی می‌باشد،

1 Gibson

2 Yamaguchi

به نظر می‌رسد سازمان‌هایی در زمینه بازاریابی گردشگری ورزشی موفق خواهند بود که بتوانند پیشرفته‌ترین و جدیدترین تکنولوژی‌ها رسانه‌ای را به خدمت گیرند. در این راستا نتایج با پژوهش‌های هریتز و روس^۱ (2010)، جالاگر^۲ (2007)، جاوید و همکاران (2012) همخوان می‌باشد.

استراتژی نظام مدیریت توسعه گردشگری ورزشی شامل چهار منظر نظام حقوقی توسعه، نظام اجرایی توسعه و نظام ارتباطی توسعه بود. براساس جدول در بین راهکارهای مربوط به هر منظر؛ ایجاد تسهیلات ورزشی برای گروه‌های هدف مانند کودکان، سالمندان، حمایت سازمانها از نیروهای سازمانی برای شرکت در رویدادهای ورزشی و آموزش الگوهای صحیح فعالیت‌ها و مهارت‌های تفریحی ورزشی دارای بیشترین اولویت بودند. وجود سواحل به عنوان یک پتانسیل، در تبدیل شدن به قطب گردشگری ورزشی ساحلی و افزایش ظرفیت گردشگری و توانمندی در کسب درآمد و استفاده صحیح و مدیریت شده از منابع طبیعی و فراهم آوردن تسهیلات برای جذب گردشگران بسیار مهم است. بر این اساس جزیره قشم با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح می‌تواند به یکی از قطب‌های گردشگری ورزشی تبدیل شود. افزایش توجه دولت و مجلس به گردشگری و تأکید بر کسب درآمدهای غیر نفتی و افزایش اقبال عمومی مردم از ورزش و گردشگری به عنوان یک پدیده اجتماعی، بسترهای سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری ورزشی را فراهم آورد. در پژوهش‌های گراوند (2009)، اصفهانی و همکاران (2009) به تأثیر عواملی چون محیط حقوقی، گرایش دولت‌ها به گردشگری، فضای ارتباطات فرهنگی اجتماعی، فضای اقتصادی، نگرش مسئولین به گردشگری بر صنعت گردشگری اشاره شده است. تلاش در جهت مشخص کردن یک مدیریت واحد و یکپارچه برای تصمیم‌گیری در بخش صنعت گردشگری ورزشی با همکاری سازمان‌های ورزشی و گردشگری سایر استان‌ها نیز می‌تواند از گام‌های مؤثر باشد. ایجاد هماهنگی و یکپارچگی بین سازمان‌های درگیر در گردشگری و ورزشی و سایر سازمان‌های دخیل در صنعت گردشگری ورزشی کشور از جمله سازمان منابع طبیعی، استانداری‌ها و شهرداری‌ها و دانشگاه‌ها را نیز می‌توان بسیار پر اهمیت دانست.

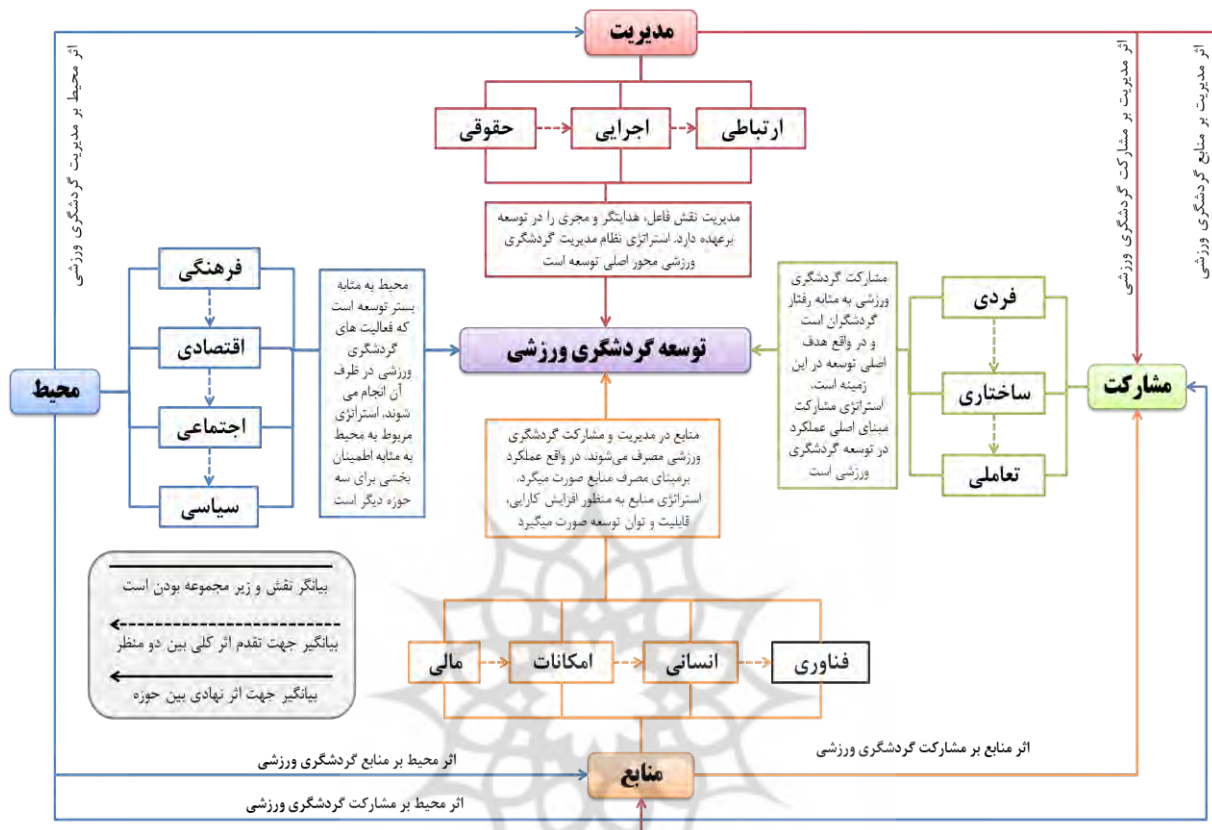
استراتژی محیط توسعه گردشگری ورزشی شامل چهار منظر استراتژی محیط سیاسی، استراتژی محیط اجتماعی، استراتژی محیط اقتصادی و استراتژی محیط فرهنگی بود. براساس جدول در بین راهکارهای مربوط به هر منظر کسب امتیاز میزبانی رویدادهای ورزشی، تأمین امنیت اماکن ورزشی و آرامش خاطر خانواده‌ها از حضور در فضاهای ورزشی، اختصاص یارانه حمایت از فعالیت گردشگری ورزشی به خصوص در نواحی محروم و احیای بازیهای بومی و محلی دارای بیشترین اولویت بودند. کرامپتون^۷ (1992) معتقد است که هزینه‌های مالی و احتمال خطر جانی و امنیتی از باز دارنده‌های مهم مسافرتند. امروزه گردشگری پیکره اصلی اقتصاد کشورها را تشکیل می‌دهد و ایجاد کننده فرصت‌های شغلی در اقتصاد کشور است. گردشگری از یک طرف روشی بسیار مهم به منظور مشارکت در صلح جهانی از طریق تفاهم بین المللی و ایجاد روابط دوستانه و تعامل فرهنگی است و از طرف دیگر رونق گردشگری در یک کشور مهم‌ترین نشانه ثبات سیاسی و امنیت اجتماعی است و از این رو اهتمام دولت‌ها برای توسعه این صنعت برای تحقق چندین هدف است که موضوع امنیت از مهم‌ترین ارکان توسعه گردشگری است.

1. Hritz & ross
2. Jalagey

عامل سیاسی نیز یکی از مولفه‌هایی بود که در قالب گرایش گردشگران ورزشی مورد مطالعه قرار گرفت. موارد مورد مطالعه در قالب عامل سیاسی، عواملی مانند رابطه سیاسی مناسب کشور میزبان با دیگر کشورها و تدوین سیاست‌های راهگشا و همچنین آیین‌نامه مرتبط با این مقوله، می‌توان باعث گرایش بیشتر گردشگران ورزشی شود که با یافته‌های پژوهش در رابطه با تأثیر مؤلفه سیاسی در گرایش گردشگران ورزشی با یافته‌های کوزه چیان و همکاران (2001)، محمودی یکتا و همکاران (2012)، بیات و همکاران (2013) همسو می‌باشد، با این وجود به نظر می‌رسد اتخاذ رویکردها و سیاستهای اصلتگرا، پویا، همگام با پیشرفتهای معاصر، آینده نگر و رقابتی از عوامل بسیار مهم ارتقا و بهبود کمیت و کیفیت صنعت گردشگری ورزشی در کشور می‌باشد. در واقع مناسبات سیاسی قوی و خوب موجب می‌گردد تا نگرش دولت مردان کشورها نسبت به برگزاری مسابقات در آن کشور نیز مثبت گردد و تیم‌های ورزشی خود را بدون دغدغه به آن کشور اعزام کنند. از دیگر موارد مطرح وجود آرامش و امنیت و عدم وجود جنگ و گرو ههای تروریستی است که موجب گرایش گردشگران ورزشی می‌گردد. عامل اقتصادی یکی دیگر از مؤلفه‌های بررسی شده در صنعت گردشگری ورزشی مورد بررسی قرار گرفته است که با توجه به ادبیات و پیشینه‌های تحقیق به نظر می‌رسد تورسیم سهم عمده‌های از موفقیت اقتصادی شهرها و پویایی اقتصادی آنها را سبب شده است که با نتایج تحقیقات محمد زاده و همکاران (2010) همخوان می‌باشد. مؤلفه فرهنگ آخرین مؤلفه مورد بررسی در زمینه گرایش گردشگران می‌باشد این یافته از پژوهش با نتیجه پژوهش‌های یاماگوشی (2006)، چو (2001)، محمودی یکتا و همکاران (2012)، افتخاری و همکاران (2010)، غفوری و دیگران (2007)، نیز مورد تأیید قرار گرفته است، همخوان است. بنابراین با توجه به جنبه‌های کارکردی شاخص فرهنگی، این شاخص می‌تواند تأثیر زیادی در جذب گردشگران ورزشی داشته باشد. که از موارد مؤثر و مطرح در مورد مؤلفه فرهنگ می‌توان به برگزاری جشن‌ها، مراسم و برنامه‌های متنوع سنتی و فرهنگی در هنگام برگزاری مسابقات برای شادی و نشاط و سرگرمی ورزشکاران، آراسته نمودن وضعیت ظاهری افراد مسئول در برگزاری مسابقات و ایجاد یک لباس متحدالشکل برگرفته از فرهنگ کشور میزبان اشاره کرد. بنابراین با حمایت، توسعه و افزایش مولفه‌های تاثیرگذار فرهنگی و همچنین افزایش منابع مرتبط با این شاخص مهم، می‌توان ضمن جلب رضایت بیشتر گردشگران، موجبات حضور بیشتر گردشگران ورزشی را فراهم کرد. در نهایت براساس تجمیع اطلاعات برخاسته از پژوهش چارچوب مفهومی نظام استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی به صورت شکل ۲ ترسیم گردید. پیش‌فرض‌های چارچوب ترسیم شده مبتنی به نقش‌های نهادی محیط، مدیریت، منابع و مشارکت در توسعه گردشگری است. در شکل موارد زیر به صورت فلش مشخص و تعریف شده است.

- نقش و زیر مجموعه بودن: مدیریت (حقوق + اجرایی + ارتباطی)، محیط (فرهنگی + اقتصادی + اجتماعی + سیاسی)، مشارکت (فردی + ساختاری + تعاملی)، منابع (مالی + امکانات + انسانی + فناوری)
- جهت تقدم اثر کلی بین دو منظر: حقوق < اجرایی < ارتباطی، فرهنگی < اقتصادی < اجتماعی < سیاسی، فردی < ساختاری < تعاملی، مالی < امکانات < انسانی < فناوری

- جهت اثر نهادی بین حوزه: محیط بر مدیریت، محیط بر منابع، محیط بر مشارکت، مدیریت بر منابع، مدیریت بر مشارکت، منابع بر مشارکت. علاوه بر این مشخصه استراتژیک هر یک از چهار منظر اصلی توسعه به صورت گزاره راهبردی بر روی فلش اصلی هر منظر درج شده است.



شکل ۲. چارچوب مفهومی نظام استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی

Source: author

در انتها باید گفت شهرهای ساحلی با استفاده از سواحل دریا، توانمندی‌های مربوط به ورزش‌های آبی جاذبه‌های طبیعی متنوع می‌تواند با بهره‌گیری از برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح، به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری ورزشی در سطح بین‌المللی مطرح شود. با این وجود تجربه نشان داده است هر جا در کشور ما گردشگری به طور اتفاقی و بدون برنامه‌ریزی یا از طریق سوء مدیریت توسعه یابد، مشکلات زیست محیطی و اجتماعی ظهور پیدا کرده و در دراز مدت نیز مشکلات ناشی از توسعه گردشگری بیشتر از فواید آن خواهد شد زیرا توسعه غیر قابل کنترل و بدون مدیریت گردشگری می‌تواند جاذبه‌های یک مقصد توریستی را کاهش داده به طوری که دیگر گردشگران علاقه‌ای به رفتن به آنجا نداشته باشند و همین امر سبب بروز مشکلات جدی اقتصادی و اجتماعی برای جامعه می‌شود. از این رو چارچوب فوق به عنوان یک الگوی فکری برای تحلیل و برنامه‌ریزی در توسعه گردشگری ورزشی شهرهای ساحلی پیشنهاد می‌شود.

دستاوردهای پژوهشی مقاله و کاربرد آن

در ادامه دستاوردهای پژوهشی مقاله به شرح زیر ارائه می‌شود: سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری به هیچ وجه اتلاف در هزینه‌ها و کارکردها نبوده و منجر به توسعه همه جانبه شهرهای مقصد می‌شود.

-جاذبه‌ها منبع انرژی زا و قدرت دهنده به سیستم گردشگری بوده و بدون وجود جاذبه‌های مختلف طبیعی، علمی و فرهنگی ایجاد تقاضا برای مقصد و جلب گردشگر دشوار است.

- سرمایه گذاری در جهت توسعه کمی و کیفی ورزشگاه‌ها، سالن‌ها و سایر تاسیسات ورزشی می‌تواند از مهم‌ترین گام‌های موجود در جهت توسعه گردشگری ورزشی باشد.

-میزبانی رویدادهای ورزشی، تأمین امنیت اماکن ورزشی و آرامش خاطر خانواده‌ها از حضور در فضاها و ورزشی، اختصاص یارانه حمایت از فعالیت گردشگری ورزشی به خصوص در نواحی محروم و احیای بازیهای بومی و محلی نقش تعیین کننده در توسعه گردشگری ایفا می‌کند.

-برگزاری جشن‌ها، مراسم و برنامه‌های متنوع سنتی و فرهنگی در هنگام برگزاری رویدادها برای شادی و نشاط و سرگرمی شرکت کنندگان، پوشش لباس متحدالشکل برگرفته از فرهنگ جامعه میزبان به عنوان عوامل مؤثر در رونق گردشگری محسوب می‌گردد.

-با حمایت، توسعه و افزایش مولفه‌های تاثیرگذار فرهنگی و همچنین افزایش منابع مرتبط با این شاخص مهم، می‌توان ضمن جلب رضایت بیشتر گردشگران، موجبات حضور بیشتر گردشگران ورزشی را فراهم کرد.

به طور کلی راهکارهای مذکور زمینه و مسیر توسعه گردشگری را هموار و شرایط را برای رونق گردشگری در جامعه مقصد فراهم نموده و بستر مناسبی را برای گسترش فرهنگ و توسعه در ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در جامعه میزبان را مهیا می‌سازد.

References

- Buckley. R (2012) "Sustainable tourism: research and reality". *Annals of tourism research*. Vol. 39, pp. 528-546.
- Budeanu. A (2006). "Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour Operator's perspective". *Cleaner production*. Vol. 13, pp. 89-97
- Castellani, V and Sala. S (2010). "Sustainable performance index for tourism policy development". *Tourism management*. Vol. 31, pp 871-880.
- Cho, Kwang-Min (2004), "Developing Taekwondo as a tourist commodity". *International Journal of Applied sports sciences*, No13, 53-62.
- Choi. C and Sirakaya. A (2006). "Sustainability indicator for managing community tourism. *Tourism Management*". Vol. 27, pp. 1274-1289.
- Deery, M, & Jago, L, (2006), *The Management of Sport Tourism*, in Heather Gibson, *Sport Tourism: Concepts and Theories*, Taylor & Francis Group, pp 378-389.
- Ehsani, Mohammad; Honar, Afshar; Honor; Rukn al-Din; Henry; Habib; Jordan; Fiona. (2010). "Determining the Important Factors in the Quality of Sport Tourism Packages in the Country," *Sport Management Magazine*, No. 4, pp. 5-26.
- Emery.P. (2010), "past, present, future major sport event management practice: the practitioner perspective. *Sport management review*" *Sport Management Review* vol.13. pp.158-170.
- Esfahani, Noshin, Asadi, Hasan; Goodarzi, Mahmoud (2009). Analysis of effective factors in the development of Iran's indoor sport tourism, *Sport Management*, No. 1, pp. 159-175.
- Getz. D (2008). "Event tourism: definition, evolution, and research". *Tourism management*. Vol.29, pp. 403-428.
- Gibson, H. (2006), *Sport tourism: Concepts and theories*: Publisher: Taylor & Francis Group, pp 133-141.
- Gibson, H.J. (1998) *Sport Tourism: A critical analysis of research*, *Sport Management Review*, 1:45-76.

- Gratton, Ch; Henri I (2001), Sport in the city: The role of sport in economic and social regeneration. Publisher: Taylor & Francis e-library, 1-315.
- Hamidi, Mehrzad, Razavi, Mohammad Hossein, Amirnezhad, Saeed, Shafizadeh, Shahram and Fazli Darzi, Azam (2010). Explaining the Strategy of Sporting Tourism in Iran. Research Paper of Sport Sciences, 6th Year, No 12, Paysozmehstan, pp. 51-68.
- Higam, J., & Hinch, T (2006). Sport and Tourism Research: A Geographic Approach, Journal of Sport & Tourism, 1:31-49.
- Higham, J.E.S. (2006). "Sport tourism as an attraction for managing seasonality. In H Gibson (Ed)", Sport tourism, Concepts and theories, 106-130.
- Hinch, T. & Higham J. (2006), "Sport, tourism and authenticity", European Sport Management Quarterly, 3, pp. 243-256.
- Hritz, N., & Ross, C. (2010). "The perceived impacts of sport tourism: an urban host community perspective". Journal of Sport Management, 24(2), 119-138.
- Jalager, A. M. (2007). "Stages in the economic globalization of tourism". Annals of Tourism Research, 4(2), 437-457.
- Javid, Majid, Asadi, Hassan, Goodarzi, Mahmoud, Mohammadi Torkmani, Ehsan (2012), "The role of the Internet and new media in the marketing of sport tourism". Applied Research in Life Sciences Management in Sport. No. 3. pp. 43-49.
- Kim, W., Jun, H., Walker M., Drane D., (2015) Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation, Tourism Management 48, pp. 12-32.
- Koozeh Chian, H. Ehsani, M., & Adabi Firouzjah, J. (2012) "World Journal of Sport". Sciences 5 (4), 216-220.
- Kozak, M. (2005), "Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations". Tourism Management, 23, pp. 221-232.
- Laimer, P., & Weiss, J. (2009). Portfolio Analysis (PFA) as a strategic tool for tourism policy: an integrated analysis of overnight data. Tourism Review, 64(1), 17-31.
- Mahdizadeh, Abbas, Talebpour, Mehdi Vaftahi, Mehrdad (2013). Study of sport tourism in Mashhad based on swot analysis, applied research in sports management, No. 4, pp. 23-36.
- Maleki, Saeed, Alizadeh, Hadi (2015), "Analysis and Prediction of Sustainability Indices in the Tourism Industry of Iran". Geographic Space. 15 (50): 39-58.
- Moutinho, L. (1987). Consumer Behavior in Tourism, European Journal of Marketing, 21:5-44.
- Muharramzadeh, Mehrdad Vukhami, Amir (2008). A Comparative Study of the Role of Factors Affecting the Development of Sport Tourism from the Viewpoint of Managers and Exercise Professionals in Iran, Australia, p. 35, pp. 99-115.
- Muharramzadeh, Mehrdad Vukhami, Amir (2008). A Comparative Study of the Role of Factors Affecting the Development of Sport Tourism from the Viewpoint of Managers and Exercise Professionals in Iran, Australia, p. 35, pp. 99-115.
- Nogowa, H.; Y. Yamguchi, and Hagi Y.. (1996), "An empirical research study on Japanese sport tourism in Sport-for-All Events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event". Journal of Travel, p. 47.
- Nourbakhsh, Mahvash, Moharamzadeh, Mehrdad and Najafzadeh, Farokh Lagha (2010). Investigating the Factors Affecting Women's Sports Extensions in West Azarbaijan with Emphasis on Natural Attractions, Journal of Research, No. 7, pp. 65-81.
- Ramallal, G., Eduardo, M., Rodriguez, M., Rosa, J., Turegano, S., & Angel, M (2010). Sport and Tourism: a potentially conflictual relationship, The case of Marinas in Tenerife. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2:265-269.
- Shojaee, Vahid; Trading; Farshad; Soleimani; Bahareh Vudsati; Morteza (2012). Analysis of the strengths of sport tourism in Mazandaran province, Sport Management Research, Vol. 8 No. 15, Baharotabadeh, pp. 15-36.
- Tu, Y. H. (2011). Destination Marketing on the Internet: The Effectiveness of Advanced DESCENT. Ling Tung University.

- Van der Zee, E. (2011), Image improvement as a tangible legacy of Hallmark events; the case of the 2010 World Cup in South Africa, Research Master Human Geography and planning Faculty of Geosciences, pp1-23.
- Weed, M (1997). Influences on sport tourism relation in Britain: The effect of government policy, Tourism Recreation Research 22:5-12.
- Yamaguchi, Y (2006). "Sport tourism, sport volunteer and sport for all". Journal of Asian Sport Tourism Management 23, pp. 221-232.
- Yates, B. (2006). "Sport Tourism Planning Template", Canadian Sport Tourism Alliance and the Ontario Ministry of Tourism and Recreation, pp4-39.
- Yuchao, C., & Wenjun, Q. (2009) A research on sports tourism development in Nanyang based on swot analysis, 5th Euro-Asia conference on environment and corporate social responsibility-management science and engineering, 69-73.

