

بررسی و ارزیابی نقش توریسم ورزشی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی شهرها

دکتر سیدرحیم مشیری : استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات
دکتر آریتا رجبی، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز
مهندس محمد علی رجائی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر ری

چکیده

رابطه بین دو مقوله ورزش و شهر، رابطه‌ای متقابل است که از یک سو اثرات ورزش را بر شهر و شهرنشینی و از طرف دیگر نفوذ توسعه شهرها را بر ورزش شامل می‌شود. توسعه ورزش در دنیای امروز چه به لحاظ کیفی و چه از نظر کمی آنرا به مقوله‌ای نو و پیچیده تبدیل کرده، که می‌توان آن به نام «ورزش مدرن» نام برد. ویژگی‌های منحصر به فرد این نوع ورزش موجب اثرگذاری شدید آن بر بخش‌های مختلف زندگی امروزی در سطح خرد و کلان شده است. یک جنبه از این اثرگذاری، گسترش صنعتی به نام «توریسم ورزشی» است که موجب تحول و توسعه در عرصه‌های شهری و شهرنشینی شده است. توریسم ورزشی، پدیده جدیدی در صنعت توریسم قلمداد می‌شود که از پیوند بین ورزش و توریسم شکل می‌گیرد که اثرات عظیم و شگرف آن بر توسعه، علی‌الخصوص توسعه شهری دارد. توریسم ورزشی در توسعه زیرساخت‌های شهری، اشتغال راه و ساختمان، شناخته شدن شهر، جذب گردشگران تاریخی، فرهنگی و ورزشی به شهر، توسعه صنایع به ویژه صنایع ورزشی، اثر داشته و در رابطه با متغیرهایی چون توسعه پایدار، توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، صلح، مشارکت، محیط زیست، برنامه ریزی شهری اثرات ژرفی را بر وضعیت جوامع شهری به جای می‌گذارد.

واژگان کلیدی: ورزش، توریسم، شهر، توریسم شهری، توسعه پایدار، توسعه شهری، فرهنگ، اجتماع، اقتصاد.

مقدمه

جابجائی، حرکت و تحرک از ویژگی‌های بیشتر موجودات زنده از جمله انسان است. انسان در هر مرحله از زندگی بر حسب نوع و میزان فعالیت جسمانی، نیازهای متفاوتی دارد که باید به آنها پاسخ داده شود. انسان‌ها به عنوان موجوداتی جامعه‌گرا به طور عمده در مجتمع‌های زیستی اعم از روستا یا شهر گرد یکدیگر جمع می‌شوند و زندگی می‌کنند. با رشد و ارتقاء سطح شهرنشینی، نوع و میزان فعالیت‌های فیزیکی تغییر یافته و نیاز به فعالیت فیزیکی برای فراهم آوردن امکانات زندگی کمتر شده است. در مرحله اول ورزش و فعالیت فیزیکی و تفریحی از نیازهای ضروری انسان است که او را به سوی سلامتی پیش می‌برد. سلامتی روحی انسان را با مشارکت در گروه‌های اجتماعی، پویایی

محیط و حرکت به سوی محیط‌های متنوع و متفاوت از جمله محیط‌های طبیعی فراهم می‌نماید. ورزش به عنوان یکی از مهمترین عوامل تاثیرگذار بر اقبال جمعیت شهری نقش حیاتی را در رفع نیازهای حرکتی، فیزیکی، روحی و شهری دارد و می‌تواند نقش مهمی را در توسعه شهری ایفا نماید. از آنجا که ورزش از یک سو با ورزشکار (افراد)، ورزشگاه (مکان)، و از سوی دیگر با طرفدار و تماشاگر ورزشی (بخشی اعظمی از جمعیت) ارتباطی تنگاتنگ دارد می‌تواند نیازهای فوق را کامل کند. بنابراین شهروندان برای پاسخگویی به نیاز تحرک باید به طور برنامه ریزی شده به ورزش و گردش پردازند تا از مزایای آن بهره‌مند شوند. با توجه به افزایش شهرنشینی، شهرها بعنوان محیط زیست انسان، باید فضایی را فراهم آورده تا شهروندان به ورزش و گردش تمایل پیدا کنند. در این راستا تجمیع سه شاخه از فعالیت‌های انسانی یعنی توریسم، ورزش و سلامت تشکیل دهنده ساختار جدید و جامعی در یک بستر و فضا می‌شود که شهرها از پایگاه اصلی آن است. توریسم ورزشی امروزه بسیار مورد علاقه و استفاده مردم دنیا واقع شده است و جنبه‌های مختلف و متنوعی را در بر می‌گیرد. مقاله فوق به بررسی ماهیت و ابعاد توریسم ورزشی و نقش آن در توسعه شهرها می‌پردازد.

اهمیت ورزش در عصر جهانی شدن

ورزش در جهان امروزی از مقوله یک نوع فعالیت دسته‌جمعی و تفریحی و سرگرمی فراتر رفته و مفهوم و حوزه وسیع و پیچیده‌ای به خود گرفته است. نگاه به ورزش نگاهی علمی شده و ورزش به یکی از اثرگذارترین پدیده‌ها در اوضاع اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جوامع تبدیل شده است. امروزه دولت‌ها ورزش را بعدی از توسعه یک جامعه به شمار می‌آورند. در این راستا سرمایه‌گذاری‌های کلانی را در جهت بهره‌برداری‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی انجام می‌دهند. همگام شدن ورزش با فرآیندی به نام جهانی شدن^{۱۲۹} آنرا از حد محلی^{۱۳۰} خارج و تبدیل به یک پدیده جهانی^{۱۳۱} کرده است که نمود آنرا می‌توان در مسابقات بزرگ جهانی و المپیک دید. ورزش به عنوان پدیده‌ی جهانی در سراسر دنیا گسترش یافته است. ورزش و مسابقات آن، نماد بارز جهانی شدن در عصر امروزی است که بر اساس آن فرهنگ‌ها و ادیان مختلف با ارزش‌های متفاوت و گاه متضاد در کنار هم، به رقابتی صلح‌آمیز دست می‌زنند. این پدیده فرآیندی است که فرد، جامعه، نظام بین‌المللی و نوع انسان‌ها را در بر می‌گیرد. و از این جهت هر فرهنگ همراه با اخلاقیات و ارزش‌های خاص خود اعم از شهرها و یا محلات مکان ویژه‌ای می‌یابد. بنابراین ورزش از سویی جهانی شدن و از سوی دیگر به محلی شدن کمک می‌کند. امروزه ورزش در عصر ارتباطات و عصر جهانی شدن از یک موضوع صرف ورزش خارج شده است و در طول سال‌های بسیار اثرات ماندگاری

¹²⁹. Globalization

¹³⁰. Local

¹³¹. Global

در همه عرصه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و تجاری شهرها و نواحی پیرامون گذاشته است.

ورزش امروزه یک واقعه نیست، ماکت کوچکی از مدیریت، درایت، اقتصاد، فرهنگ و سیاست است که در عصر جهانی شدن، همه روزه توسط رسانه‌ها در معرض قضاوت قرار می‌گیرد. ورزش فقط تعدادی ورزشکار و مسئول نیست، بلکه ذهن بسیاری را در عرصه‌های برنامه‌ریزی، رسانه‌ای، تجارت، صاحبان بنگاه‌های اقتصادی و از همه مهمتر گردشگران ورزش و غیر ورزشی را به خود معطوف کرده است. امروزه حکومت‌های ملی و مجامع بین‌المللی با تشکیل وزارت خانه و سازمان‌های مربوطه در سطوح ملی و نهادها و انجمن‌ها در سطح بین‌المللی توجه ویژه‌ای را معطوف ورزش نموده و از نقش و جایگاه آن در راستای توسعه به خوبی استفاده می‌نمایند. به هر حال اهمیت ورزش در دنیای کنونی بر کسی پوشیده نیست. رابطه این متغییر با مقولاتی چون توسعه پایدار، توسعه اقتصادی، توسعه اجتماعی، صلح، مشارکت، محیط زیست و ... اثرات ژرفی را بر وضعیت جوامع از نقطه‌نظر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر جای نهاده است. (گروه ضربت بین‌آژانسی سازمان ملل متحد (۲۰۰۲)).

پدیده گردشگری، صنعتی در عصر جهانی شدن

صنعت توریسم بعنوان وسیع‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در قرن ۲۱، یکی از مؤلفه‌های فراگیر و تاثیرگذار جهانی شدن پدیده‌ها، جایگاه ویژه‌ای را در دنیا از لحاظ اقتصادی و بعنوان نمادی از هویت فرهنگی بین فرهنگ‌های مختلف ارتباط برقرار می‌کند. قرن حاضر را می‌توان قرن گردشگری نامید، زیرا هر ساله گردشگران زیادی در نقاط مختلف دنیا به گردشگری می‌پردازند.

پدیده گردشگری امروزه گسترده‌ی جهانی یافته است. این خود ناشی از توسعه‌ی نوآوری تکنولوژیکی و گسترش همه جانبه‌ی سرمایه‌داری در عصر کنونی می‌باشد. جریان‌های سرمایه، فرهنگ و اطلاعات در چارچوبی از انقلاب مدیریتی، مرزها را درنوردیده است. این جریان‌ها در یک همپوشی با عواملی چون افزایش درآمد، سطح رفاه، اوقات فراغت بیشتر و بهبود ارتباطات، به گردشگری جلوه‌های دیگری بخشیده است و سبب شده است گردشگری در شهرها همان نقشی را ایفا کند که انقلاب صنعتی در زمینه تحول اجتماعی ایفا نمود. گردشگری در چنین وضعیتی، جابجایی و پویایی انسان‌ها را سبب شده و در یک گستره جهانی به عنوان پدیده‌ای جغرافیایی - اجتماعی مفهوم ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها را در مکان‌های مختلف پدید آورده است. (خسروی، ۱۳۸۴، ۲۰)

توریسم در هر جامعه‌ای متاثر از عوامل پیچیده و در هم بافته سیاسی و اقتصادی است. مزایا و منافع اقتصادی حاصل از گردشگری، جلوه‌های جغرافیایی و ویژگی‌های مفرح آن بسیار جالب توجه است. توریسم مفهومی مدرن دارد که ویژگی بارز و اولیه آن مسافرت است. کرومپتون (۱۹۹۷)

هفت انگیزه اجتماعی - روانشناختی را برای توریسم بیان می‌دارد: رهایی، خود اکتشافی، استراحت، پرستیژ، افزایش روابط خویشاوندی، افزایش تعاملات اجتماعی و برگشت پذیری.

(Dubais and Roussel, 2006,6) در سال ۱۹۹۳ کمیسیون آمار ملل متحد، تعریف ارائه شده از واژه توریسم توسط «سازمان جهانی توریسم» (WTO) ^{۱۳۲} را پذیرفت. براساس این تعریف توریسم عبارت است از مجموعه فعالیت‌های افرادی که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود و به قصد تفریح، استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و بیش از یکسال متوالی در آن مکان نمی‌مانند. (علمدار، ۱۳۸۴) به هر حال توریسم با اهداف مختلف در دنیای امروز نظیر تفریح، استراحت، تحصیل، عبادت، ورزش، پزشکی و ... صورت می‌گیرد و همین امر موجب شکل‌گیری و رونق انواع مختلفی از توریسم شده است که با توجه به موضوع مقاله حاضر لازم است که توریسم ورزشی را هم مورد بررسی مختصر قرار دهیم.

توریسم شهری، درآمدی بر توریسم ورزشی ^{۱۳۳}

اساساً امروزه یکی از مهمترین کاربری‌های شهرها، ارائه خدمات گردشگری نوین است. چرا که شکل‌گیری عصر پسامدرنیته با گزاره‌های اصلی آن یعنی جهانی شدن، فناوری اطلاعات و گردشگری را موجب شده و دوره جدیدی در تعاملات اجتماعی و فرهنگی انسانها خصوصاً در قالب ساختهای شهری را رقم زده است.

با این اوصاف مراکز شهری به علت تجمع نهادهای مدنی و زیر ساختهای اجتماعی می‌توانند محل مناسبی برای جذب و جلب گردشگران داخلی و خارجی محسوب شوند. اهمیت این نوع از صنعت گردشگری خود زمانیکه با تاریخ تمدن و یا شرایط ویژه طبیعی آن ناحیه همراه گردد دو چندان شده و با برنامه‌ریزی‌های مناسب و بجا به آسانی توانایی تبدیل شدن به قطبهای بزرگ گردشگری را خواهد داشت. به این ترتیب است که شهرهایی مانند ونیز، رم، میلان، پاریس، لندن، نیویورک، شانگهای، توکیو، بمبئی و یا نمونه خاورمیانه‌ای آن دبی قادر به جذب سالانه چندین میلیون گردشگر در سال خواهند بود.

بر مبنای یک اصل و تعریف کلی گردشگری صورتی دلپذیر از گردشگری است که در محدوده جغرافیایی شهر صورت می‌گیرد. اصلی‌ترین عناصر این صنعت حمل و نقل شهری، فضای سبز شهری، خدمات شهری، کلوب‌های شبانه، مبلمان و نمادهای شهری و ... است.

یکی از مولفه‌های اصلی گردشگری شهری در کشورهای توسعه یافته گردشگری انبوه است که در آن گردشگران به عنوان محورهای توسعه این صنعت برای گذران اوقات فراغت خود به شهرهای بزرگ سفر می‌کنند تا فعالیتهای نظام یافته‌ای نظیر تفریحات ورزشی را در آن مکانها انجام دهند (محمودی، سرابی: ۱۳۸۴).

¹³². World Tourism Organization

¹³³. Urban tourism

ماهیت و مفهوم توریسم ورزشی

توریسم ورزشی، پدیده جدیدی در صنعت توریسم قلمداد می‌شود. به طوریکه سازمان گردشگری جهانی وابسته به سازمان ملل متحد (UNWTO)، رابطه بسیار نزدیکی میان گردشگری و ورزش و رویدادهای ورزشی در سطح محلی، شهری و منطقه‌ای و بین‌المللی یافته است. ورزش روش بسیار خوبی برای جمع کردن اقوام و ملل مختلف به گرد هم برای اشتراک شادی‌ها و هیجانات آنهاست.

هرچند که سفر برای دیدن ورزش نظیر تماشای مسابقات ورزشی در یونان باستان در گذشته دور (حدود ۹۰۰ سال قبل از میلاد) وجود داشته ولی توریسم ورزشی پدیده‌ای نو به حساب می‌آید. امروزه توریسم ورزشی مورد استقبال گسترده‌ای قرار گرفته است. برخی دلایل افزایش جذابیت‌های توریستی عبارتند از: بالا رفتن محبوبیت ملی و بین‌المللی وقایع ورزشی (نظیر بازیهای المپیک، جام جهانی و سایر ورزش‌ها در سطوح مختلف جهانی، ملی، منطقه‌ای)، رشد ارزش سلامتی که می‌تواند از طریق مشارکت فعال در بسیاری از ورزش‌ها بدست آید، درک حکومت‌ها و رهبران سیاسی از ارزش ورزش با توجه به منفعت اقتصادی آن هم بعد ملی و هم در بعد بین‌المللی، ورزش علاوه بر تأمین تحرک افراد موجب کارآمدتر شدن ارتباطات از طریق بهبود بوجود آمده در تکنولوژی و زیرساخت‌های جهانی شده است. (Cubais and Roussel, 2006,6)

به هر حال پیوند بین ورزش و توریسم پیوندی ناگشودنی به حساب می‌آید و همانگونه که جهانی شدن در حال پیشرفت است. امکانات جدیدی نیز در اختیار غنی کردن تجارب گردشگران بوسیله ورزش و توریسم فراهم شده است. معهدنا مفهوم توریسم ورزشی مفهومی پیچیده است و بیشتر این پیچیدگی ناشی از دشواری در تعریف این مفهوم است.

اگر ورزش را شامل تمامی اشکال فعالیت‌های فیزیکی که از طریق مشارکت اتفاقی و یا سازمان یافته با هدف بهبود تناسب فیزیکی و تندرستی روحی که به شکل یک رابطه اجتماعی انجام می‌گیرد بدانیم، آنگاه می‌توان گفت که ورزش کارکردهای مختلفی نظیر: کارکرد احساسی - اجتماعی، کارکرد یگانگی، کارکرد سیاسی، کارکرد تحرک اجتماعی و کارکرد جامعه‌پذیری دارد. به بیانی دیگر میل به ورزش در نهاد آدمی بوده و حرکات ورزشی از دیرباز در زندگی انسان‌ها دیده شده و رفته رفته بعد از شهرنشین شدن، انسان‌ها ورزش و عملیات ورزشی را جزئی از زندگی خود ساختند. بعدها هر ملتی به مقتضای وضع جغرافیایی موطنش، ورزش خاص خود را یافت و حرکات ورزشی هم به مانند سایر خصوصیات فردی، از مشخصات سیاسی - ملی آنان گشت. توریسم ورزشی موضوعی تلفیق شده از دو صنعت جذاب ورزش و گردشگری، صنعتی که بسیاری از کشورهای دنیا سرمایه‌گذاری کلان را برای توسعه آن انجام می‌دهند، می‌باشد. چرا که اثرات ورزش و جهانگردی بر اقتصاد کشورها و شهرها تاثیر گذار است. به طوریکه حتی در بعضی از کشورهای

جهان فعالیت‌های مربوط به توریسم و ورزش در قالب وزارتخانه ویژه‌ای به نام Sport Tourism برنامه ریزی و اجرا می‌گردد. (گودرزی، ستوده، ۱۳۸۴، ۳۰)

با این مقدمه توریسم ورزشی شامل تمامی مسافرت‌های مرتبط با فعالیت‌های ورزشی که با دلایل تجاری و غیر تجاری، بصورت اتفاقی یا سازمان یافته و از خانه یا محل کار صورت می‌گیرد، می‌شود. نکته قابل توجه اینکه بایستی بین توریسم ورزشی و ورزش توریستی تمایز قابل شد. در توریسم ورزشی هدف اولیه مسافرت ورزشی است در حالیکه در ورزش توریستی انگیزه اولیه توریسم و انگیزه ثانویه ورزش است. (Dubais and Roussel, 2006,34)

از توریسم ورزشی نیز دسته‌بندی‌های مختلفی به عمل آمده است. دیکنوپ (۱۹۹۰) توریسم ورزشی را شامل سه دسته می‌داند:

۱. رفتن به تعطیلات صرفاً ورزشی، نظیر مسافرت به خاطر اسکی.
۲. بهره بردن از امکانات ورزش موجود در مقصد، اگر چه هدف اولیه سفر ورزشی نمی‌باشد.
۳. تعطیلات ورزشی خصوصی که در آن توریست‌ها به فعالیت‌های ورزشی غیر سازمان یافته نظیر والیبال ساحلی در کنار دریا می‌پردازند. (Gidson, 1998,470) هال (۱۹۹۲) نیز دو نوع رفتار مرتبط با توریسم ورزشی را از هم تمیز می‌دهد:

۱. سفر از خانه به قصد دیدن مسابقات ورزشی (بازدید از رویدادهای ورزشی)
۲. سفر از خانه به قصد مشارکت در ورزش. به هر حال او توریسم ورزشی را نوعی رفتار غیر تجاری یا گذران اوقات فراغت می‌داند.

علل و عوامل فرهنگی، اجتماعی، شهری جذب گردشگران ورزشی

از راههای توسعه گردشگری ورزشی در هر مکانی، تعیین شناسایی و استفاده از عوامل موثر بر توسعه آن است. در این میان عوامل سوق دهنده اهمیت ویژه‌ای دارند. این دسته از عوامل به متغیرهایی چون انگیزه‌ها، نیازها، علاقه‌ها، فرهنگ‌ها و ویژگی‌های مسافرت کنندگان مربوط است. نوگووا و دیگران (۱۹۹۶) از تحقیقات خود نتیجه گرفتند که بازاریابان باید به ویژگی‌های رفتاری و انگیزه‌ای هر بخش از بازار هدف گردشگری توجه کنند. (صردی ماهکان، ۱۳۸۰، ۶۰) همچنین زانگ و دیگران (۲۰۰۱) به این نتیجه رسیدند که علاوه بر انگیزه‌ها، باید به ویژگی‌های جمعیت شناختی تماشاگران (مانند سن، جنس، تحصیلات، ملیت، مقصد مسافر و نوع رویداد ورزشی، انگیزه‌هایی مانند هویت ملی، افتخار ملی، زیبا شناسی و اجتماعی شدن)، می‌توان برای پیش بینی میزان حضور تماشاگران و گردشگران در رویدادهای ورزشی استفاده کرد. در بازاریابی برای گردشگران ورزشی؛ مهم آن است که چه چیز مردم را وادار می‌دارد تا تفریحات را بر پایه ورزش انتخاب کنند. از این رو، برنامه‌ریزی برای جلب گردشگر به هر رویدادی، باید براساس ارضای نیازهای متفاوت گردشگران صورت گیرد. همچنین فرهنگ، جنس طبقه اجتماعی، سبک زندگی، نوع اقلیم و منطقه جغرافیایی بر چگونگی انگیزه‌ها و عوامل سوق دهنده گردشگران ورزشی، تاثیر

می‌گذارد. از دیدگاه مدیران و دست اندرکاران ورزشی هم و مدیران گردشگری، جشن‌ها، مراسم‌ها، برنامه‌های سنتی و دیگر برنامه‌های جانبی، هنر، موسیقی، معماری و مکان‌هایی باستانی و وجود بستگان و دوستان در کشور میزبان، از علل سوق دهنده گردشگران به رویدادهای ورزشی در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی می‌شود. همچنین وجود و برگزاری جشنواره‌های جانبی می‌تواند در کنار رویدادهای ورزشی در جلب گردشگران و توسعه توریسم ورزشی موثر باشد. (پارسائیان، ۱۳۷۷، ۱۵۱).

همچنین کنجکاوی در مورد دیگر کشورها و شهرها و مردمان آنها، رهایی از محیط اجتماعی یکنواخت، آشنایی با آداب و رسوم و اعتقادات شهرها، تشویق تیم ملی، آرامش و رفع خستگی و تجدید قوای بدنی و ذهنی، از عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی است.

ورزش، توریسم و شهر پدیده‌های مرتبط جغرافیای - اجتماعی

شهر یعنی چه؟ شهر یعنی، اندیشه، عشق، زندگی، حرکت. شهر یعنی، تاریخ، تمدن، فرهنگ. شهر مناظره‌ای است بی پایان بین آسمان و زمین. شهر به عنوان یک موجود زنده و فعال، پیوسته در حال تکامل و توسعه است. نطقه تلاقی پدیده ورزش و پدیده توریسم، شهرها و نواحی پیرامونی آنها هستند. در ادبیات تخصصی مربوط به توریسم، توسعه شهرنشینی را یکی از عوامل موثر در پیدایش و تحول گردشگری به شمار آورده‌اند. ارتباط میان شهر و شهر نشینی و توریسم یک واقعیت تاریخی است که در طی یک فرآیند هم‌عنوان گردشگر فرست و هم گردشگرپذیر محسوب می‌شود. شهرهای گردشگری ورزشی امروزه به علت موقعیت مناسب آنها در میان چشم اندازه‌های طبیعی و متنوع و وجود تأسیسات و تجهیزات بالا، حمل و نقل مناسب به عنوان مقصد اولیه گردشگران محسوب می‌شوند. (فرید، ۱۳۸۴، ۱۱۴) دو مقوله ورزش و توریسم از عوامل مهم اجتماعی‌اند که نقش و تاثیر به سزایی در شکل‌گیری و جهت‌گیری شهرها به خصوص شهرهای مدرن دارند.

اگر بخواهیم به تاریخ جایگاه ورزش در شهر توجه کنیم می‌توانیم بگوییم انسان‌ها از زمانی که زندگی اجتماعی خویش را آغاز نمودند، به دلایل گوناگون، خواه در قالب مراسم آیین و خواه در قالب بازی یا حرکات هنری، گرد هم می‌آمدند. این گردهم‌آیی‌ها بخش مهمی از فعالیت‌های اجتماعی بشر از روزگار باستان تاکنون به شمار می‌رود. از نظر لویس مامفورد (Mumford) آمریکایی یافتن ورزش و بازیهای المپیک نتیجه تحول فضاهای روستایی به دولت شهر است. از دیدگاه او ورزش برای این به وجود آمده که اهالی شهر شیوه‌ای برای پرورش جسم خود در کنار پرورش روح خود داشته باشند و یا تعلیم و تربیت در آتن باستان آمیزه‌ای از پرورش جسم و پرورش روح در جهت استحکام بخشیدن به ساختار شهروندی دولت‌شهر است. (آدمیت، ۱۳۷۶، ۱۳)

ایرانیان باستان نیز به فعالیت‌های ورزشی خود، روح معنوی می‌دادند. این مردان در زورخانه‌ها در نیایش خدا ابتدا زیبایی بهشت را می‌ستودند و سپس قدرت بدنی و فکری خود را از خداوند خواستار می‌شدند. (پیرنیا، ۱۳۷۴، ۷۰)

یکی از موضوع اصلی کنگره چهارم معماری مدرن - منشور آتن - در سال ۱۹۳۳ - کارکرد تفریح و عملکرد ورزشی آن بود. (بنه ولو، ۱۳۸۰، ۴۰) در جوامع تحت فشار صنعتی که افراد جامعه به دلایل شرایط ماشینی زندگی شهری از طبیعت و فعالیت‌های فیزیکی به دور هستند، فضای باز شهری، ورزش و تفریح به عنوان اجزاء مهم زندگی شهری برای سلامتی افراد جامعه شناخته شده‌اند. در این راستا با توجه به اینکه مشکل زمین و کاربری زمین و در اختیار گرفتن اراضی برای فعالیت‌های عمومی و شهری از منشور آتن تا کنون از مباحث اصلی بوده و هست (نوریان، ۱۳۸۲). برای توسعه و حفظ فضاهای باز شهری، سیستم‌های برنامه‌ریزی شهری باید در جهت مقابله با فشارهای کاربری اراضی زمین پایدار کرده و به سازگاری، طبیعت و ارزش تاریخی فضاهای باز و منابع طبیعی و تفریحی آن، بافت‌های مسکونی، عامل دسترسی، مشارکت مردم در پویایی شهری توجه کند. (Chiesura. A, 2004, 129) زیرا اهمیت فضاهای باز شهرها در کیفیت زندگی و تاکید روی طراحی و برنامه‌ریزی شهری برای استفاده چند منظوره از فضا از اصول مهم برنامه‌ریزی شهری است.

در نظریه‌های جدید شهری با نظریه‌هایی که بر طراحی براساس شکل‌گیری محلات و به عبارتی واحدهای همسایگی تاکید دارند، بر می‌خوریم. "کلارنس ارتور پری" در اوایل قرن بیستم نظریه خود را تحت عنوان "واحد همسایگی" در شهرسازی مطرح کرده است. وی خدمات گوناگونی را برای این واحدها پیشنهاد می‌کرد: دبستان، خدمات تجاری، زمین‌های بازی و ورزش. (اوسترونسکی، ۱۳۷۸، ۷۰)

با در نظر گرفتن این موضوع، بحث منطقه‌بندی^{۱۳۴} که هدف اصلی آن، اختصاص دادن زمین به مصارف مختلف در توسعه آینده شهر است، در مباحث کاربری اراضی و علم برنامه‌ریزی شهری مطرح گردید. (شکوئی، ۱۳۸۵، ۲۱۰)

منطقه‌بندی، سعی بر این دارد که خدمات شهری مانند محل‌های گذران اوقات فراغت را در هر منطقه با سهولت در دسترس همه مردم قرار دهد، بر همین اساس منطقه‌بندی کاربری اراضی را به چهار گروه مسکونی، تجاری، صنعتی و گذران اوقات فراغت و منطقه فرهنگی تقسیم می‌کنند.

آنچه درباره رشد ورزش شهری در دنیا به ویژه در اروپا باید گفت این است که هم دولت‌ها و هم خود جامعه و آحاد آن به این واقعیت پی برده‌اند که زندگی شهری و توسعه اتوماسیون الزاماً باید با

¹³⁴. Planning

ورزش همراه باشد و در غیر این صورت عوارض صنعتگرایی دیر یا زود بنیاد اجتماعی و نهایتاً اقتصادی را دچار بحران خواهد نمود (رحمانی، ۱۳۷۳، ص ۹۴)

همزمان با پیشرفت‌هایی که در تمام شئون زندگی انسانی روی داده است، ورزش و امور مربوط به تقویت جسم - که اثر بسزایی در سلامت روح دارد - بسیار گسترش یافته است. پیدایش رشته‌های مختلف ورزشی امروزه به صورت یکی از فعالیت‌های تفریحی، آموزشی و فرهنگی مردم جهان درآمده است. هم اکنون از ورزش و مسابقات ورزشی برای ایجاد مودت و دوستی میان ملت‌ها، گفتگوی تمدن‌ها و مبارزه با فساد استفاده می‌شود. از این رو، هر ساله، میلیون‌ها پیر و جوان برای شرکت مسابقات ورزشی یا دیدن آنها راهی نقاط شهری سرزمین‌های گوناگون جهان می‌شوند. (محلاتی، ۱۳۸۰، ۱۳)

برگزاری مسابقات ورزشی در شهرهای میزبان، تغییرات بسیاری را از نظر فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و فضایی به همراه دارد. سود حاصله از گردشگری ورزشی در پشت صحنه ورزش و مسابقات ورزشی موجب می‌شود، بسیاری از شهرها و کشورها این فرصت را بسیار مغتنم بشمارند و به جذب گردشگران بپردازند. ورزش و برگزاری مسابقات ورزشی سبب می‌شود تا بودجه فراوانی در امر ساخت، تعمیر و تنظیم زیرساخت‌ها و ساختارهای زیر بنایی و اقتصادی شهرها و نواحی پیرامون آن اختصاص یابد و شهرهای ضعیف بیش از پیش در مسیر توسعه شهری از نظر فیزیکی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بردارند. (رجائی، ۱۳۸۵، ۳)

با فروش کالاها و صنایع دستی محلی به ویژه صنایع مخصوص مسابقات ورزشی هر مکان، منطقه و شهر درآمد هنگفتی از گردشگران ورزش بدست خواهد آمد. گردشگرانی که قرار است به صورت انبوه برای بازدید از ورزش‌ها و یا دیدارهای ورزشی به شهرها سفر نمایند.

امروزه اهمیت جاذبه‌های ورزشی چنان فراگیر و همه‌گیر شده که قسمت مهمی از صنعت توریسم به توریسم ورزشی تعبیر می‌شود و علیرغم اینکه تأسیسات گسترده و فضا و امکانات و سرمایه‌های زیادی که می‌طلبد، بازده اقتصادی، اشتغال زایی و شهرت فراوانی برای میزبان و شهرها عاید می‌نماید. مسئله قابل توجه در توریسم ورزشی سیر و سیاحت‌هایی است که برای تماشای مسابقات ورزشی به طور دسته‌جمعی صورت می‌گیرد. که مکان و فضای مورد بازدید خود به یک جاذبه گردشگری تبدیل می‌شود. به ویژه اینکه ورزش و مسابقات ورزشی به صورت کلی و ورزش و مسابقات محلی به صورت خاصی در هر شهر و منطقه متفاوت و متعدد است و با توجه به شرایط طبیعی، اقلیمی، فرهنگی شکل می‌گیرد و گردشگران را به خود جذب می‌نماید. (قره‌نژاد، ۱۳۷۴، ۵۴)

برگزاری مسابقات ورزشی در رده‌های مختلف به خوبی نشان می‌دهد که می‌توان به جای توسل به خشونت از راهی سرشار از شادی، نشاط و دوستی به تفاهم و تعامل میان ملت‌ها دست یافت و افق جدیدی را پیش روی افراد جامعه در بستر شهرها گشود. ورزش و جهانگردی سازمان یافته،

فعالیت‌هایی هستند که می‌توانند اقشار گوناگون ملل را در نقاط مختلف شهری گرد هم آورند و با از بین بردن مرزهای سیاسی، روابط محکمی بین آنها ایجاد کنند. ایجاد نگرش مثبت بین ملت‌ها و دمیدن روح نشاط در جوانان، ایجاد سرگرمی‌های مختلف برای کاهش فشار زندگی روزمره در بین مردم از وجه مشترک ورزش و گردشگری در شهرها می‌باشد، است. فضاهای ایجاد شده از نقاط تلاقی بین ورزش و گردشگری در شهرها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

در تغییرات ژرف و شگفت‌انگیزی که بر آرایش و فضای شهری، بر ظرف و مظهر شهر و همچنین بر میزان و چگونگی جذابیت و مفهوم آن اثر می‌گذارد، گردشگری ورزشی است. از این دو عنصر (ورزش و گردشگری) در شهرها می‌توان به عنوان موتور تغییر فضاهای شهری نام برد. فضاهای شهری که مورد بازدید و اقامت گردشگران قرار می‌گیرد. از مهمترین فضاهای جذاب به شمار می‌رود. زیرا شهرها پیشرفته‌ترین و کامل‌ترین قرارگاه‌های انسانی را تشکیل می‌دهند. شهرها علاوه بر اینکه مهمترین عرصه‌ی تبلور ارتباطات، تکنولوژی اطلاعات هستند، عرصه تجلی صنعت گردشگری می‌باشند. که با دو بخش یاد شده آینده شهرهای قرن ۲۱ را به وضوح مشخص می‌کند. (ماهنامه تخصصی بازاریابی، ۱۳۷۸، ۱۴)

شهرها با سیستم‌های پیچیده خود نیازمند مدیریت تعریف شده‌ای هستند که بتواند این پیچیدگی‌ها را سازماندهی نماید و جهت توسعه و رفاه ساکنان استفاده کند. مدیریت خردمندانه‌ی شهری می‌کوشد تا از کوچک‌ترین فرصت‌ها برای مهار تهدیدها بهره برد. از فرصت‌هایی که مدتی است افکار مدیریت هوشمند شهری را به خود معطوف داشته، گردشگری شهری است که همراه با انواع آن از جمله گردشگری فرهنگی، پزشکی، تفریحی و ورزشی و ... امروزه بازوی توانمندی برای شهرها محسوب می‌شوند. نقش گردشگری ورزشی در ترسیم تصویری زیبا از شهر و تدارک فضایی آن قابل تأمل است. ورزش عامل تجدید زندگی و رونق آن در شهرها محسوب می‌شود.

منابع و مراکز گردشگری ورزشی در شهرها

الف) اکوتوریسم (طبیعت گردی)

در این نوع از منابع گردشگری ورزشی در شهرها بعضاً ممکن است خارج از محدوده‌ی شهرها مانند کوهستان، بیابان، پیست‌های اسکی باشد ولی مسلم است که خدمات دهی به این مکان‌ها از طریق شهرهای اطراف صورت می‌گیرد و درآمد حاصله از این نوع گردشگری ورزشی نیز به صورت مستقیم و غیر مستقیم به شهرها تزریق می‌شود. (محلای، ۱۳۸۰، ص ۱۰)

ب) امکانات و تجهیزات ورزشی ایجاد شده در شهرها

در این نوع از منابع گردشگری در شهرها، خاص برگزاری رویدادهای ورزشی در سطح جهانی و منطقه‌ای است که از اهمیت خاصی برخوردار است. کشورهای مختلف جهان درصددند تا به هر نحوی امتیاز برگزاری این مسابقات را پیشاپیش از مجریان آن دریافت دارند.

رویدادهای ورزشی در سطوح مختلف بعنوان فاکتور نیرومندی برای آسان تر و تندتر کردن زندگی شهری تلقی می شوند. زیرا منجر به دگرگونی شگرف در تصویر و سیمای شهری می شود و از سوی دیگر برای مردم شهر میراثی از تجهیزات ورزشی باقی می گذراند. تجربه اکثر این کشورها نشان داده است که درآمدهای ناشی از مسابقات غیر قابل اغماض است. علاوه بر این که در زمان انجام این مسابقات گروه کثیری از طرفداران تیم های حاضر در مسابقات برای تشویق تیم خود در این مکان ها، حضور بعمل می آورند و در کسوت گردشگر ورزشی سود سرشاری را عاید میزبان و شهرهای آن می نمایند. پس از اتمام مسابقات جامعه ی میزبان، میراث دار تأسیسات و تجهیزات است که در زمان مسابقات از آنها استفاده شده است. از یک سو تا مدت ها جامعه ی میزبان می تواند از این امکانات جهت بهره مندی گوناگونی، از جمله استفاده فرهنگی و ورزشی و ... نماید و از سوی دیگر پس از گذشت مدتی از برگزاری مسابقات، همواره عده ای جهت یادآوری لحظه های با شکوه آن رویدادهای ورزشی و تجدید خاطره به دیدار این مکان ها عازم می شوند و از این طریق نیز عواید حاصله از این گردشگری ورزشی تا سال های متمادی پس از انجام مسابقات به این کشورها (محل آنها شهرها است) سرازیر می شوند.

مراکز ورزشی در شهرها را می توان در ۴ سطح طبقه بندی نمود:

۱. مراکز ورزشی واحد همسایگی که دارای امکاناتی برای بعضی از ورزش هاست و در فضای باز و یا فضای سبز شهری پیش بینی می شود که شعاع کاربری این مراکز ۳۰۰ متر و جمعیتی بین ۲۰۰۰ تا ۴۰۰۰ نفر را تحت پوشش قرار می دهد. (رضویان، ۱۳۸۱، ۱۷۲)
۲. مرکز ورزشی محله که افزون بر ورزش های موجود در فضاهای مراکز ورزشی واحد همسایگی، برای سایر ورزش های سالنی چند منظوره نیز طراحی می شوند. شعاع کاربری مرکز ۸۰۰ تا ۱۰۰۰ متر و جمعیتی بین ۶ تا ۱۰ هزار نفر را تحت پوشش قرار می دهد.
۳. مرکز ورزشی ناحیه بر تعداد ورزش هایی که در فضای باز و سرپوشیده شهری افزوده می گردد و شعاع کارکرد ورزشی ناحیه ۱۵۰۰ تا ۳۰۰۰ متر جمعیتی در حدود ۳۰۰۰۰ نفر را تحت پوشش قرار می دهد. (سازمان مدیریت و برنامه ریزی، ۲۶)
۴. مرکز ورزشی شهر تقریباً همه ی فضاهای مورد نیاز را در بر می گیرد. اگرچه احداث برخی از این فضاها، مانند پیست اسکی، قایق رانی و کوهنوردی به علت شرایط اقلیمی و محیطی شهر و محدودیت های ژئومورفولوژیکی میسر نیست و نمی توان در شهرها آنها را احداث کرد، ولی از اهمیت بالایی برخوردار هستند. اندازه، شعاع، عملکرد، جمعیت تحت پوشش و ظرفیت این مراکز ورزشی به جمعیت و اندازه شهر به نوع رخداد ورزشی در آن شهر و یا نوع ورزش خاص و معروف در آن شهر و همچنین با در نظر گرفتن عوامل و شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... تعیین می شود. (رضویان، ۱۳۸۰، ۱۷۷)

آنچه از آن بعنوان گردشگری ورزشی در شهر یاد می‌شود، بیشتر در مرکز ورزشی شهر (سطح شماره ۴) قابل مشاهده است؛ که با تاثیر از عوامل مختلف، بازتاب دهنده‌ی اثرات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی وسیعی در سطح منطقه‌ای، ملی و جهانی است. همچنین ورزش‌های بومی و سنتی به لحاظ جنبه‌های تاریخی و فرهنگی آن دارای اهمیت ویژه‌ای جهت برنامه‌ریزی و مدیریت اصولی است که فرهنگ و تاریخ با ورزش آمیخته می‌شود. و هویت اصیل را نشان می‌دهد که با تجلی شدنش در مقابل دیگران گردشگران شهری، آنها را وادار به تحسین و تعمق خواهد نمود. نمونه بارز آن را تمام نقاط و شهرهای جهان از جمله کشور ایران (کشتی کج، ورزش‌های باستانی، چوگان) می‌توان نام برد. (نشریه حسابان، ۱۳۸۵، ۳۰)

ورزش‌های غیر بومی هم مانند فوتبال و والیبال امروزه در جهان، گستره‌ی وسیعی را به خود اختصاص داده است، به طوریکه گردشگری ورزشی در شهرها بیشتر در غالب این نوع فعالیت‌های ورزشی دیده می‌شود.

آنچه در این اثنا می‌تواند برای شهرهای کشورهای در حال توسعه از جمله ایران مفید باشد، برنامه‌ریزی و مدیریت در مورد گردشگری در نوع طبیعت گردی ورزشی (مانند کوه نوردی، دامنه نوردی، بیابانگردی، اسکی و انواع آن، ورزش‌های ساحلی و آبی، ورزش‌های زمستانی صید و شکار، توریست زیر آب، دوچرخه سواری، اسب سواری، چوگان، تیراندازی در فضای باز و سایر ورزش‌های بومی) است که می‌تواند مورد استفاده ورزشکاران و گردشگران ورزشی قرار گیرد. این ورزش‌ها و بازی‌های محلی که در هر شهر و منطقه متفاوت و متعدد است، با توجه به شرایط محیطی و اقلیمی و فرهنگی شکل گرفته و می‌تواند گردشگران زیادی را برای تماشای خود جذب کند. در این نوع گردشگری شهری (طبیعت گردی ورزشی) با توجه به اینکه زمینه‌ی طبیعی آنها در کشورها و شهرهای آن وجود دارد و نیازی به سرمایه‌گذاری کلان ندارد. می‌توان تنها با مدیریت و برنامه‌ریزی اصولی، بستری مناسب جهت جذب گردشگر و رونق گردشگری شهری باشد.

نقش توریسم ورزشی در توسعه پایدار شهری

توسعه امری است مستمر که جنبه‌های مختلفی نظیر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره را در بر می‌گیرد. یکی از ویژگی‌های توسعه جامع‌نگری و پویایی است که از دیدگاه‌ها و در مقیاس‌های متفاوت مورد مطالعه قرار می‌گیرد. توسعه شهری یکی از برجسته‌ترین زیر شاخه‌های توسعه به مفهوم عام آن است. زیرا که شهر در عصر مدرنیسم، فضای اصلی محقق شدن جوانب مختلف این فرآیند است. شهر محل تبلور تحولات اقتصادی - سیاسی نوین و همچنین فضای زایش فرهنگ‌های نو و متفاوت از دوران ما قبل مدرن، و مرکز به وجود آمدن تحولات ارتباطی به ویژه اطلاعات و فن‌آوری‌های تکنولوژیکی و فضای مجازی اهمیت داشته و منجر به گسترش هر چه بیشتر تحول شهری می‌گردد. (آزاد، ۱۳۷۹، ۱۷) لذا انسان و جایگاه آن در شهرها و فضای شهری جدید و ارتباط آن با محیط طبیعی باید مورد توجه قرار گیرد. کار، مسکن، ارتباطات و اوقات فراغت

چهار تبیین زندگی مدرن هستند که توسط شهرسازان زمانه مورد توجه قرار می‌گیرد. (وزین، ۱۳۸۴، ۷۵)

گردشگری و ورزش امروزه بعنوان یکی از پایه‌های اساسی در نظریات جامعه‌شناسی شهری و برنامه‌ریزی شهری مطرح است. (سعیدنیا، ۱۳۸۲، ۷۵) با توجه به موضوعات و مشکلات اصلی توسعه پایدار یعنی جمعیت و توسعه، امنیت غذایی، حفظ اکوسیستم، انرژی، عدالت اجتماعی، صنعت و چالش‌های شهری که ارتباط مستقیم با شهرها و توسعه شهری آن دارد (پاک سدریک، ۱۳۸۳، ۱۵)، مشکلات و معضلات دیگری مانند شکاف‌های طبقاتی، تراکم جمعیت شهری، آلودگی محیط زیست، امنیت شهری، مشکلات اجتماعی و روانشناسی را به وجود می‌آورد که ورزش یکی از ابزارهای کنترل و هدایت نیروهای پراکنده اجتماعی به خصوص در شهرهای بزرگ است. در این میان توجه به ورزش و گردشگری شهری و ورزشی یکی از مهمترین راهکارهای آنی برای مقابله با پیامدهای منفی شهرنشینی و تحقق توسعه پایدار شهری برای شهرها می‌باشد. (سعیدی رضوانی، ۱۳۷۸) البته باید برنامه‌ریزان و جامعه‌شناسان شهری با ایده پردازی، برنامه‌ریزی، طراحی و اجرا فضاهای جدیدی را در شهر از نقطه نظر ورزش و گردشگری متناسب با محیط زیست و مکان، خلق نمایند تا یکی از پایه‌های زندگی شهری در عصر مدرنیته (ورزش و گردشگری) به عنوان شکوفایی جان و روح انسان عینیت یابد.

نگاهی به ارقام و آمار موجود در زمینه توریسم بویژه توریسم ورزشی اثرات عظیم و شگرف آن را بر توسعه علی‌الخصوص توسعه شهری نشان می‌دهد. هرچند این ارقام نسبت به تعریف توریسم حساس است، ولی وقتی هزینه‌های حمل و نقل، هتل و رستوران برای مسافران امور تجاری و تفریحی مدنظر قرار می‌گیرد، این ادعا که گردشگری بزرگ‌ترین صنعت جهان است اعتبار می‌یابد. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD، ۱۹۹۱)، با استفاده از تعریفی نسبتاً محدود از گردشگری، نتیجه‌گیری می‌کند که گردشگری پس از بانکداری دومین بخش بزرگ خدمات در تجارت بین‌الملل است. شکی نیست که گردشگری مایه حیات بسیاری از کشورهاست و دولت‌های کوچک بیش از ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی خود را به آن وابسته‌اند. گردشگری حتی برای دولت‌های بزرگ می‌تواند به طور حیرت‌آوری مهم باشد، مثلاً گردشگری ۱۴ درصد از تولید ناخالص داخلی فرانسه، ۱۶/۱ درصد ایتالیا و ۱۲/۸ درصد بریتانیا و معادل ۱۲ درصد از تولید ناخالص داخلی اقتصاد عظیم ایالات متحده آمریکا را تشکیل می‌دهد که سهمی از آن در مورد گردشگری ورزشی است. (مارتین، ۳۸۴: ۱۶۱).

علاوه بر این، اثرات مربوط به برگزاری مسابقات ورزشی بزرگ که جلوه‌ای از توریسم ورزشی است، نقش مهم و موثر این موضوع را بر توسعه شهری نشان می‌دهد. جام جهانی فوتبال ۲۰۰۲ کره و ژاپن موجب تحول بزرگی در شهرهای میزبان بازیها در این دو کشور شد. المپیک ۲۰۰۰ سیدنی نیز اثرات ویژه‌ای بر توسعه شهر سیدنی بر جای گذاشت که برخی از آنها عبارتند از: افزایش

۷/۳ میلیون دلاری رشد ناخالص ملی، و ۴/۸ میلیارد دلاری بر اقتصاد، و تأثیر ۲۶۰ میلیارد دلاری در ۱۰ سال بعد www.worstafums.com، ایجاد ۱۵۰۰۰۰ شغل تمام وقت و پاره وقت، جذب ۱/۳۲ میلیون نفر تماشاگر (توریست) از سراسر جهان، جذب ۱۷۴۰۰۰ نفر ترویست داخلی به سیدنی (Dubois and Roussel, ۴,۲۰۰۶).

در ایران نیز برنامه‌ریزی‌هایی در جهت توسعه صنعت توریسم صورت گرفته است. برنامه بلند مدت (۱۵ ساله) تحت عنوان «برنامه ملی توسعه گردشگری» که توسط سازمان ایرانگردی و جهانگردی سابق شکل‌گرفته نمونه‌ای از این برنامه ریزها به شمار می‌آید. این برنامه قصد دارد تا با تدوین یک برنامه بلند مدت گام‌های موثری در توسعه و مدیریت بخش گردشگری (از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵) بردارد. که می‌تواند رد ایجاد اشتغال، ایجاد فرصت اقتصادی، افزایش درآمد، رفاه و توسعه پایدار گردشگری موثر باشد (علمدار، ۱۳۸۴).

برخی از صاحب نظران نیز بر اهمیت نقش ورزش و توریسم ورزشی در توسعه شهری تأکید نموده‌اند. کوتلر و همکارانش ورزش را یکی از عناصر زرادخانه سیاستمداران، برنامه‌ریزان و اقتصاددانانی که در جستجوی باز تولید اقتصادهای محلی، تولید مشاغل پایه و مکانها توریستی و در یک کلام توسعه است، می‌دانند (Kotler et al, 1993). دیکتوپ نیز محبوبیت ورزش در جوامع مدرن را عامل افزایش شهرنشینی^{۱۳۵} و مدنیت^{۱۳۶} می‌داند. (Deknope, 1990)

به طور کلی می‌توان بعضی از اثرات مهم توریستی ورزشی بر توسعه شهری را به شرح زیر دانست:

۱. جذب توریسم ورزشی در جریان برگزاری بازیها در یک شهر موجب توسعه زیر ساختهای نظیر اماکن ورزشی، هتلها، رستورانها، جاده‌ها و ... می‌گردد.
۲. صنایع وابسته به توریسم نظیر صنعت هتلداری، صنایع غذایی، صنعت راه و ساختمان و صنایع ورزشی در شهرها رونق می‌گیرد.
۳. در جریان برگزاری مسابقات ورزشی مشاغل گوناگونی ایجاد می‌شود و از این راه می‌توان یکی از معضلات مهم یعنی بیکاری را کاهش داد.
۴. میزبانی مسابقات ورزشی و جذب توریست سبب شناخته شدن شهر و کشور میزبان در سطح بین‌المللی شده و همین مزیت برای شهرهایی که دارای جاذبه‌های طبیعی و تاریخی هستند گسترش جذب توریسم را در مراحل بعدی موجب می‌شود.
۵. علاوه بر موارد بالا که عمدتاً ناظر به جنبه اقتصادی قضیه است، توسعه توریسم ورزشی می‌تواند به توسعه فرهنگی و توسعه سلامت فردی و اجتماعی نیز کمک نماید.

¹³⁵ . Urbanization

¹³⁶ . Civilizing

اثرات و مزایای اقتصادی - اجتماعی، فرهنگی و کالبدی توریسم ورزشی در شهرها

گردشگری ورزشی می‌تواند در توسعه اجتماعی، احیای شهری و مشارکت اجتماعی موثر باشد. همینطور که ورزش و گردشگری می‌تواند در بهبود وضعیت مناطق محروم شهری موثر باشد (Sport Scotland, 2002)

ورزش مکانی برای ملاقات فراهم می‌آورد، و به زندگی معنا می‌بخشد و معنای مشترکی برای شهروندان و گردشگران ایجاد می‌کند. ورزش آنهم در قالب توریسم ورزشی موضوعی برای گفتگوی نامحدود باشد. (نراقی، ۱۳۸۰، ۹) و فرصتی را برای تعاملات اجتماعی مثبت شهروندان، یادگیری مهارت‌های اجتماعی، تنظیم اهداف جمعی فراهم می‌آورد، (Coakley, J, 2001) ورزش در انسجام اجتماعی در مناطق بافت‌های فرسوده و مسئله‌دار و احیاء آنها مؤثر است (جیببی، ۱۳۸۱). کلینک ورت معتقد است که ورزش در توانمندسازی گروه‌های آسیب پذیر و بهبود ظرفیت اجتماعی برای پذیرش ابتکارها و نوآوری‌ها مؤثر می‌باشد. انسجام اجتماعی، حسن تعلق به سایر شهروندان و احساس تعلق به جامعه محلی را افزایش می‌دهد و تاثیرات بسیار مثبتی را در اقدامات گروهی برای بهبود محیط زیست شهری فراهم می‌آورد. (Killing worth, 2004)

گردشگری ورزشی باعث افزایش جذب توریست‌های پر درآمد و ایجاد نسل جدیدی از توریست‌هایی که بازدیدهای متعددی از شهر میزبان خواهند داشت. این نوع گردشگری سبب ایجاد یک تصویر ذهنی مثبت برای توریست‌ها در مورد شهر میزبان کشور مقصد می‌شود.

توریست ورزشی موجب ساخت و مدرنیزه کردن صنعت گردشگری می‌شود.

مسابقات ورزشی باعث ایجاد یک فرصت استثنایی برای شهر میزبان است تا بتواند از طریق رسانه‌های جمعی پیام‌های متعددی را به سایر نقاط جهان صادر کند.

ایجاد نیروی کار ماهر در بخش‌های سازماندهی، مدیریت و سرمایه‌گذاری با تاکید ویژه بر روی ورزش‌های خاص کشوری که شهر میزبان در آن واقع شده است. (کارلیس، ۱۳۸۳، ۲۵)

تجربه نشان داده که هر شهر میزبان بازی‌های بین‌المللی و ملی را پذیرفته، به علت برنامه‌ریزی تبلیغ خوب، افزایش توریست داشته و میزان رشد GDP (تولید ناخالص داخلی) آن افزایش و باعث ایجاد اشتغالزایی و شناساندن شهر و منطقه به کل جهان شده و در نتیجه رشد اقتصادی مناسبی را برای شهر ایجاد می‌کند. (همان منبع، ۱۳۸۳، ۲۶)

برگزاری بازی‌های ورزشی متناسب با هر نوع ورزش در هر شهر یا مکان باعث ایجاد صنایع ورزشی (از آن به نام صنایع بدون ریسک یاد می‌کنند) می‌گردد. به طور مثال بازی‌های المپیک زمستانی در ژاپن (۱۹۷۲) چشم‌های ژاپنی‌ها را به روی تفریحات زمستانی و اسکی کشور و طبق آمار یکبار ۱۴ میلیون علاقه‌مند به اسکی پدید آورد و به برکت این اقبال عمومی، صنعت لوازم اسکی ژاپن پا گرفت و به یکی از وجوه صادرات ژاپن به کشورها تبدیل شد. (فتحی، ۱۳۷۷)

در توریسم ورزشی هدف تماشای مسابقات ورزشی است اما برای پر کردن اوقات فراغت تماشاگران و گردشگران، امکانات و تاسیسات دیگر شهری نظیر سالن‌های بدنسازی، استخر، سونا، شکار، جنگل پیمانی، سینما، تئاتر، سیر و سیاحت در کوهستان و تماشای دره‌ها و کوه‌های پوشیده از برف ایجاد شده است. مثلاً در کشور کوچک سوئیس برای تماشای کوه‌ها و دره‌ها، ۴۰۰ رشته تله کابین به مسافت جمعاً ۷۶۰ کیلومتر دایر شده است که ظرف یک ساعت می‌توانند ۲۷۰ هزار نفر را جابجا کنند. (همان منبع، ۱۳۷۷)

برگزاری رویدادهای ورزشی به علت ایجاد فضاهای شهری مورد نیاز توریست‌ها مانند ورزشگاه‌ها، هتل‌ها و مراکز تفریحی و توریستی و شبکه‌های دسترسی (مترو - اتوبان) مورد نیاز جهت استقبال از توریست‌ها چهره شهرها را دگرگون می‌کند. (لینچ، ۱۳۵۵) به عنوان مثال برگزاری بازی‌های المپیک بارسلون در اسپانیا، باعث شد نه فقط کلیه تاسیسات ورزشی این شهر نوسازی، بلکه فضاهای شهری و شبکه‌های دسترسی مانند مترو، اتوبان‌های شهری، اسکله‌ها، پله‌ها، پارک‌ها، هتل‌ها، و مراکز تفریحی و توریستی مورد نیاز گردشگران ساخته و چهره شهر را نیز دگرگون کند. به طوریکه شهر بارسلون و اسپانیا که خیلی‌ها آن را نمی‌شناخته، آن را بشناسد و امروزه به یک کانون قدرتمند برای جلب توریست تبدیل شود. (استفاده از سایت www.wordstadums.com)

شهری که تمام خصوصیات و امکانات رفاهی توریسم و به خصوص توریسم ورزشی را داشته باشد، با رونق شهر و ایجاد اشتغال و از بین رفتن مرکز گرایی مشکل مهاجرت و حاشیه نشینی شهر کمتر خواهد شد. (سایت [dolatyar](http://dolatyar.com)) همچنین حاشیه و لبه شهرها کاربری لازم را جهت استفاده از مسیرهای حمل و نقل، احداث ورزشگاه‌های بزرگ، ایجاد کمربندهای سبز و مسیرهای دوچرخه‌سواری، اسب سواری فراهم آورد.

ورزش و توریسم به عنوان عناصری مثبت و سالم می‌توانند در خدمت جوامع مختلف برای توسعه روابط فی مابین باشند. به عنوان نمونه ایسکانیوز - کمیته توریسم ورزشی - در راستای توسعه روابط ورزشی - توریسم و فرهنگی ما بین دو کشور ایران و چین در حال تهیه پروژه‌ای بین المللی برای تورهای اتومبیل رانی، موتور سواری، سوار کاری، دوچرخه سواری و ... در مسیر جاده ابریشم است. این جاده بعنوان یکی از جاده‌های قدیمی ایران و یکی از آثار ارزشمند در آستانه المپیک ۲۰۰۸ پکن می‌تواند وسیله‌ای باشد مرتبط با ورزش و توریسم تا ضمن محکمتر و عمیق‌تر شدن دوستی میان دو ملت، هدف توریسم ورزشی ایران شود. (سایت [isvanews](http://isvanews.com))

امروزه برگزاری رویدادها و رخدادهایی که در برگزیده هنجارها و آرمانهای مشترک گروه یا گروه‌های خاصی از جامعه باشد، ورزش جایگاه ویژه‌ای در شهرها پیدا کرده است. از رویدادهای محلی^{۱۳۷} گرفته تا رویدادهای عمده یا بزرگ^{۱۳۸}، نمادین^{۱۳۹} و میلیونی^{۱۴۰} همگی بیانگر انواع

¹³⁷ . Local

¹³⁸ . Major

رویدادهای شهری^{۱۴۱} می‌باشند که از آن به عنوان دین مدنی^{۱۴۲} یاد می‌شود. این وقایع چهارگانه رویدادهای شهری می‌توانند زمینه ساز تغییرات و شرایط جدیدی از جمله سرریز منافع اقتصادی برای محیط پیرامون، جذب ساخت و سازهای جدید و نوسازی مناطق فرسوده گردد، به گونه‌ای که از این ویژگی به مولد اقتصادی ویژه^{۱۴۳} نام برده می‌شود (Robertsan, 1995). به همین علت مدیریت کلان شهری بر این اعتقاد است که می‌توان به استناد تجربیات گذشته و حاضر، ما بین رویدادهای ورزشی^{۱۴۴} و پویایی شهری^{۱۴۵} با هدف ارتقاء کیفیت سطح محیط و زندگی برای آینده گام برداشت. به این سادگی روشن است که در این آرمان، هدف اصلی برنامه ریزان شهری و منطقه‌ای بهبود کیفیت سطح زندگی در فضاهای مختلف اعم از واحدهای همسایگی، شهرها، شهر منطقه‌ها و مناطق روستایی است.

برگزاری مسابقات ورزشی در شهرهای میزبان باعث می‌گردد که گردشگران ورزشی علاوه بر بازدید از بازی‌های ورزشی و سایر سایت‌های دورن شهری از حاشیه و لبه شهرها که دارای دسترسی مناسب به وسیله حمل و نقل عمومی، اتومبیل و دوچرخه است. جهت استفاده از کمربندهای سبز، جنگل‌های حاشیه، دریاچه‌های حاشیه شهر و پارک‌های ملی، کوهنوردی، غار نوردی و کلاً محیط طبیعی پیرامون شهر ترغیب نماید.

از دیگر مزایا توریسم ورزشی، جلب و جذب مشارکت بخش خصوصی در مورد احداث و مدیریت فضاهای ورزشی، تجهیز و نگهداری آنها در کنار سایر سازمان‌های دولتی است. نهادهای خصوصی با در اختیار داشتن سرمایه‌های کافی و تجهیزات مورد نیاز، ورزش و گردشگران در گسترش توریسم ورزشی در فضای شهری می‌تواند نقش فعالی را ایفا کنند. (علوم، ۱۳۸۱، ۳۴)

از دیگر مزایای توریسم ورزشی می‌توان رابطه ورزش و تاریخ و معماری زنده کرد. در بسیاری از کشورهای جهان، ورزش نه به عنوان یک تفریح که جزئی از زندگی مردم است و چه بسیار اشکها و لبخندهایی که همین مسابقات بر چهره مردم نشانده است. نمونه‌هایی از ورزشگاه‌های فوتبال در اروپا (ورزشگاه ویمبلی لندن با برج‌های دو قلوی که بخش تفکیک ناپذیری از معماری قرن ۲۰ لندن را تداعی می‌کند) از این نمونه‌اند. «کولوسئوم» در رم با ظرفیت بیش از ۵۰ هزار نفر از سال ۸۰ میلادی، استادیوم یونان، معماری ورزشگاه سویس، ورزشگاه نورنبرگ (ورزشگاه هیتلر)، میدان نقش جهان اصفهان و ورزش چوگان آن که از معماری‌های جهان است. (زراعی، ۱۳۸۲، ۲۵۵)

¹³⁹ . Hall mak

¹⁴⁰ . mega

¹⁴¹ . Urban Events

¹⁴² . Civil Religion

¹⁴³ .Specil Acticity Generators

¹⁴⁴ . Sport Events

¹⁴⁵ . Urban Dynamism

زورخانه‌ها موجود در ایران، یا استادیوم‌هایی که در کنار قلعه‌ها و کلیساهای معروف اروپا ساخته شده‌اند، ارتباط تاریخ و معماری و ورزش را نشان می‌دهد. (مجله معماری و فرهنگ، ص ۱۰۶)

امروزه فقط صحبت از یک رقابت ورزشی به صورت مطلق نمی‌باشد. و در هر رقابت ورزشی، در مقدمه‌اش رقابتی است بین معماران برای هنرنمایی بیشتر، و فرصتی برای ارائه ایده‌ها و طرح‌ها، که خود به خود در جذب گردشگران تاثیر دارد. اغلب رویدادهای ورزشی، منجر به انگیزه قوی برای توسعه اقتصاد شهری می‌شود، که می‌تواند اثرات مثبتی داشته باشد. از اثرات مثبت آن علاوه بر عوض شدن چهره شهر و زندگی جدید شهری، ویژگی‌های منحصر به فرد معماری و شهرسازی مکان‌های ورزشی و تأسیسات و تجهیزات جدید شهری آن است. گسترش و تغییر شکل ایستگاه‌ها و مسیرهای متروهای شهری، نورپردازی چراغ‌های میادین و خیابان‌ها به وسیله انرژی خورشیدی، سازماندهی آب فضاهای سبز، جمع‌آوری آب‌های باران از تغییر مهم در شهرهای میزبان است. (مجله معماری و ساختمان، شماره ۴، ۳۲) استفاده از عناصر متحرک معماری سنتی در هر کشور همراه با یک معماری مدرن به طوریکه هر کدام علاوه بر سازگاری با محیط زیست و طبیعت، فضاهای متنوع، مانند فضای شاعرانه، فضاهای نورپردازانه، فضاهای اساطیری را به وجود می‌آورد که جذابیت‌های آن را برای گردشگران ورزشی دو چندان می‌نمایند و این نشان دهنده ارتباط تنگاتنگ ورزش، معماری، شهرسازی، شهر و گردشگری را نشان می‌دهد. (شماره ۴۲، ۱۳۲)

از بعد مسایل جغرافیایی و ژئومورفولوژیکی هم تغییرات بنیادی در سازه‌های ورزشی و مکان‌های ورزشی ایجاد شده که برای گردشگران به ویژه گردشگران محقق جالب است. استفاده از انرژی خورشیدی جهت کاهش کاربرد دستگاه تهویه هوا، روشنایی استادیوم از طریق روشنایی آسمان، استفاده از عایق کاری حرارتی جهت تأمین منافع تنوع زیستی، تحمل بارهای زنده و مرده و باد، برف و زلزله در مکان‌ها، تمهیدات جهت کاهش آلودگی صدا و هوا، مقاوم در برابر خسارت ناشی از اشعه ماورای بنفش، از موارد به کار رفته شده در این مقوله است. (نیکدورف، ۱۳۸۰، ۱۹)

برگزارش بازی‌های ورزشی خود یکی از حامیان کارآمد توسعه پایدار و محیط زیست هستند. این رقابت‌ها که بعد از برگزارش اجلاس ریکو در سال ۱۹۹۲ در اغلب موارد به بازی‌های سبز معروف شدند. به مجموعه‌ای از رقابت‌های محیطی معروف شدند که هدفشان برانگیختن حفاظت از انرژی، آب با نگاهی بر توسعه پایدار، عادات مصرف، سیستم‌های حمل و نقل، اقتصاد انرژی، کاهش میزان زباله‌ها و بازیافت آن و افزایش سطح آگاهی عموم گردشگران ورزشی با توجه به پایداری زمین است. در اغلب بازی‌های ورزشی، راهنماهای محیطی به عنوان قسمتی از طرح‌های شهری گسترش یافتند. راهنماها، نشر و رواج گسترده و محیطی، گرم شدن کره زمین، تغییر روشن زندگی، نازک شدن لایه ازن، آلودگی هوا و آب را پیشنهاد می‌کردند. امروزه تمام موسسات بین المللی همچون همبستگی المپیک فدراسیون بین المللی ورزشها (IFs)، کمیته‌های ملی المپیک (NoCs)، کمیته‌های مدیریتی بازیهای المپیک (ocoGs) و دستور کار زیست محیطی ملل متحد (UNEP)

و کمیسیون ورزشی و محیط زیست (IOC) در پیشرفت و ترقی دادن توسعه پایدار در ورزش و توسعه پایدار جهانگردی مطابق با ابعاد مختلف ملی، منطقه‌ای و جهانی مشارکت دارند. به طوریکه هدف پیشبرد همکاری بین ورزش و گردشگری و قوانین زیست محیطی، استفاده از محبوبیت ورزش و گردشگری برای آگاهی عمومی و پیشرفت و گسترش امکانات ورزشی و تولید لوازم ورزشی دوستدار محیط زیست است.

از مزایای مهم رونق توریست ورزشی و برگزاری رویدادهای ورزشی در شهرها به ویژه شهرهای کوهستانی که اغلب آنها در یک انزوای محیطی، فرهنگی و اقتصادی قرار دارند، توسعه منطقه‌ای می‌باشد. محیط طبیعی و غنی و سرشار از مواهب طبیعی این مناطق، باعث گسترش و توسعه انواع گردشگری به ویژه گردشگری ورزشی می‌گردد، پیاده روی، کوهپیمایی، کوهنوردی، صخره نوردی (توریست کوهستان)، اسکی روی برف، اسکی روی آب (دریاچه‌ها)، اسکی روی یخ، دوچرخه سواری در هوای آزاد و کوهستان، شنا، شکار، قایقرانی، اسب سواری، ماهیگیری، چوگان، تیراندازی و انواع ورزش‌های محلی از ورزش‌هایی است که گردشگران می‌توانند در اینگونه محیط‌ها انجام دهند، که البته اینگونه گردشگری ورزشی نیازمند یک نظام فیزیکی که جنبه فضایی داشته و سازماندهی و مدیریت از نیازهای آن است، می‌باشد. (رجائی، ۱۳۸۵، ۴) در کنار این نوع ورزش‌ها می‌تواند تاسیسات اسکی با سطح و قابلیت بالای برگزاری مسابقات ورزشی، احداث خطوط تله کابین در مناطق صعب العبور و چشم اندازهای طبیعی، ایجاد مجموعه‌های ورزشی - فرهنگی و هنری برای معرفی تاریخ و فرهنگ شهر و کشور میزبان را ایجاد کرد.

از مزایای مهم رونق توریست ورزشی در شهرها به ویژه شهرهای ساحلی، شناخت پتانسیل‌های گردشگری شهرهای ساحلی است. مثلاً مشاهده می‌شود که توان بالقوه ورزشی و گردشگری ورزشی در این محدوده‌ها وجود دارد و این امکان برای توسعه محدوده از این طریق نیز فراهم است. سواحل لجنی، سواحل صخره‌ای، تپه ماهورها، سواحل قابل شنا به ترتیب قابل استفاده برای لجن درمانی، صخره نوردی، راهپیمایی و دوچرخه سواری و سوار کاری و ورزش‌های آبی است. در این مورد گردشگران ورزشی با انتخاب صحیح از نوع ورزش، سالم‌ترین نوع گردشگری را مانند گردشگری درمانی، گردشگری ساحلی - آبی، گردشگری تفریح و گردشگری زیست محیطی را انتخاب می‌نماید. همچنین یک توریست ورزشی می‌تواند از ورزش‌هایی مانند قایقرانی از نوع بادبانی، پارویی، کانو و موج سواری، اسکی روی آب، اسکی روی ساحل ماسه‌ای استفاده نماید. و باعث رشد و توسعه شهرها گردد.

بررسی‌ها نشان می‌دهند که از سال ۱۹۶۷ تا ۱۹۸۹، تمایل گردشگران شرکت در ورزش ۱۳۰۰ درصد افزایش داشته است. همچنین، رویدادهای بزرگ ورزشی می‌توانند بر گسترش بازارهای آینده گردشگری تاثیر گذار باشند. این کار از طریق جذب بازدیدکنندگان به شهر یا کشوری انجام می‌گیرد که قبلاً از آن بازدید نکرده‌اند. (هنرور، ۱۳۸۲، ۲۸) در آمریکا حدود ۷۵ میلیون گردشگر ورزش در

پنج سال گذشته در یک رویداد ورزشی هنگام مسافرت چه به صورت تماشاگر یا شرکت کنند، حضور داشته‌اند.

نتیجه گیری

همانگونه که بیان شد امروزه در این مورد که ورزش و توریسم ورزشی می‌تواند یکی از عوامل پیش برنده توسعه جوامع باشد هیچ شکی وجود ندارد. اما چگونه یک جامعه می‌تواند از این طریق بیشترین استفاده مطلوب را ببرد؟ و به عبارت دیگر اصول برنامه‌ریزی جذب توریسم ورزشی چیست؟ برای ارایه یک سیاست موفق و برنامه‌ریزی صحیح در زمینه توریسم ورزشی مهم است که بین دو دسته ورزشهای سطح کلان و وقایع سطح محلی تمایز قایل شد. ورزشهای سطح کلان علاوه بر نیاز به منابع و امکانات جهت توریستها نیاز به ایجاد زیر ساختهای ویژه ای نیز دارد. اما ورزشهای سطح محلی دارای پتانسیل اقتصادی وسیعی برای سرمایه‌گذاری هستند زیرا این وقایع با منافع موجود و پتانسیل اقتصادی موجود قابل اجرا هستند، بنابراین با هزینه فرصت پایین سود بالایی بدنیال دارد. به هر حال مهم است که تشخیص داده شود چه نوع فعالیت ورزشی و در چه سطحی برای جامعه میزبان سودآور است. در این ارتباط لازم است که چند نکته مورد توجه قرار بگیرد:

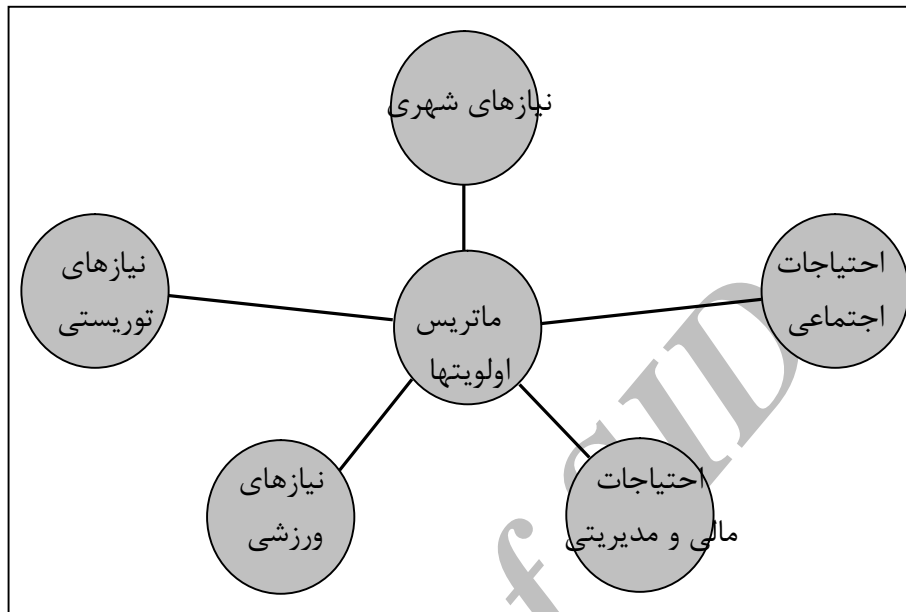
گروههایی سنی شرکت کنندگان (توریستهای ورزشی)، فراهم آوردن و در دسترس قرار دادن جاذبه‌های تکمیل کننده، تمایز بین اقامت‌های کوتاه مدت و بلندمدت گردشگران ورزشی (Duboi and Roussel, 2006:69).

این فرآیند خود در برگیرنده چهار گام مهم است:

بسط شناخت از توریسم ورزشی، برآورد ظرفیتهای جامعه (برآورد نقاط قوت و ضعف جامعه، توان ورزشی، تسهیلات و امکانات موجود و حمایت‌های مالی)، جایگاه موضوعات و ساختمانها، ایجاد یک رویکرد استراتژیک (کنگره توریسم ورزشی کانادا، ۲۰۰۶: ۴)

در کل اتخاذ هر نوع تصمیمی در این زمینه احتیاج به یک چشم انداز جامع و کامل دارد. چنین چشم‌اندازی می‌تواند در سه سطح اقتصاد، محله و جامعه مورد توجه قرار گیرد. سپس در مرحله بعد اولویتهای هر یک از این سطوح مشخص شده و برنامه‌ریزی در آن جهت صورت گیرد. ماتریس این اولویتها را می‌توان به شکل نمودار زیر نشان داد.

نمودار شماره ۱: ماتریس اولویتهای برنامه ریزی توریسم ورزشی



با توجه به نمودار فوق دستگاه برنامه ریزی توریسم ورزشی در شهرها می بایستی از اولویتهای مطرح شده در حوزه شهری شناختی دقیق داشته باشد. این اولویتهای شامل نیازهای شهری (نظیر زیر ساختهای مورد نظر مانند بزرگراهها، جادهها، هتلها، رستورانها و ...)، احتیاجات اجتماعی و سیاسی (مهمترین مساله در این زمینه برقرار امنیت سیاسی و اجتماعی در سطح منطقه است)، احتیاجات مالی و مدیریتی (تامین منابع مالی از طریق حامیان یا همان اسپانسرهای قدرتمند)، نیازهای ورزشی (عمدتاً امکانات ورزشی بویژه ورزشگاههای مدرن و استاندارد) و نیازهای توریستی (فراهم آوردن جاذبههای طبیعی، فرهنگی و تقویت و زیبا سازی جاذبههای تاریخی و همچنین تبلیغ و شناسایی چنین جاذبههای در سطح بین المللی) می شود.

به هر حال توجه و تمرکز در ماتریس بالا و وضعیت کنونی جامعه ما نشان از این دارد که کشور ایران دارای پتانسیل فراوانی جهت توسعه توریسم ورزشی و به تبع توسعه همه جانبه بویژه در نقاط شهری است. از این رو همت و تلاش علمی و مستمر دستگاههای دولتی و غیر دولتی مربوطه در جهت داشتن یک برنامه ریزی کوتاه مدت برای توسعه توریسم ورزشی در سطح محلی و ملی و همچنین یک برنامه ریزی طولانی مدت جهت توسعه توریسم ورزشی در سطح بین المللی می تواند نتایج مفید و موثری را در پی داشته باشد.

منابع و مأخذ

۱. آزاد، غلامرضا و رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، (۱۳۷۹)، اقتصاد توسعه پایدار، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۲. آدمیت، فریدون، (۱۳۷۶)، تاریخ فکر (از سوم تا یونان و روم)، تهران انتشارات روشنگران.
۳. اوستروفسکی، واتسلاف، (۱۳۸۱)، شهرسازی معاصر از نخستین سرچشمه‌ها تا منشور آتن، ترجمه لادن اعتضادی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
۴. بنه ولو، لئوناردو، (۱۳۸۰)، منشور آتن، ترجمه منصور فلامکی.
۵. پارسائیان، علی و اعرابی، سید محمد، (۱۳۷۷)، جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه‌ای از تالیف چاک. وای. گی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۶. پاک، سدریک، (۱۳۸۳)، شهرهای پایدار در کشورهای در حال توسعه، ترجمه ناصر محرم نژاد، مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی معماری و شهرسازی.
۷. پیرنیا، محمد کریم، (۱۳۷۴)، آشنایی با معماری اسلامی ایران، انتشارات دانشگاه علم و صنعت یاران.
۸. حبیبی، سید محسن و مقصودی، ملیحه، (۱۳۸۱)، مرمت شهری، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
۹. خسروی، محسن، (۱۳۸۴)، بررسی توانمندی‌های گردشگری استان قم و اثرات آن در توسعه‌ی این استان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۰. رجائی، محمد علی، (۱۳۸۵)، بررسی قابلیت‌ها و پتانسیل‌های توریسم ورزشی ایران و تاثیر آن بر توسعه شهرها، همایش ملی شهر، ورزش در سال ۱۳۸۵.
۱۱. رحمانی، بیژن، (۱۳۷۳)، جغرافیای ورزش، تهران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران.
۱۲. رضویان، محمد تقی، (۱۳۸۱)، برنامه ریزی کاربری اراضی شهری، انتشارات منشی.
۱۳. زارعی، محمد ابراهیم، (۱۳۸۲)، آشنایی با معماری جهان، انتشارات دانشگاه بوعلی سینا
۱۴. سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان فارس، استانداردهای حداقل سرانه کاربری اراضی در طراحی شهری.
۱۵. سعیدی رضوانی، نوید، (۱۳۷۸)، شهرداری‌ها و اوقات فراغت شهروندان، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهری.
۱۶. سعیدنیا، احمد، (۱۳۸۲)، کتاب سبز راهنمای شهرداری‌ها: فضاهای فرهنگی - ورزشی و تفریحی، سازمان شهرداری‌های کشور.
۱۷. شکوئی، حسین، (۱۳۸۵)، دیدگاه‌های نو در جغرافیای شهری، جلد اول، انتشارات سمت، تهران.

۱۸. سردی ماهکان، علیرضا، (۱۳۸۰)، بررسی نقش بازاریابی در صنعت جهانگردی شهر مقدس مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۱۹. علمدار، ایمان، (۱۳۸۴)، صنعت گردشگری در برنامه سوم توسعه، نشریه الکترونیکی فصل نو. (<http://www.fasleno.com/archives/...611.php>)
۲۰. علمدار، ایمان، (۱۳۸۴)، توریسم ورزش، نشریه الکترونیکی فصل نو (<http://www.fasleno.com/archives/...31.php>)
۲۱. علوی، سید سعید، (۱۳۸۱)، برنامه ریزی توسعه ورزش در تهران شهرها، دانشگاه شهید بهشتی
۲۲. فتحی، هوشنگ، (۱۳۷۷)، ورزش و تبلیغات، چاپ اول، انتشارات امیرکبیر، تهران
۲۳. فرید، یدالله، (۱۳۸۴)، شهرهای جهان، نوشته: دورافوره پیربلک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر.
۲۴. قره نژاد، حسن، (۱۳۷۴)، اقتصاد و سیاست گذاری توریسم، انتشارات مانی، اصفهان
۲۵. کارلیس، جورج، (۱۳۸۳)، بازی های المپیک و صنعت توریسم، مترجم قانی پوریا، مجله ورزش، شماره ۱۹۷.
۲۶. گروه ضربت بین آژانس‌های سازمان ملل متحد، (۲۰۰۲)، ورزش برای توسعه و صلح، به سوی دستیابی به اهداف توسعه هزاره. (http://www.un.org.ir/pub_gallery/sportyearssporty20%for20%peace20%and20%fevelopment.doc)
۲۷. گودرزی ستوده، پویا، (۱۳۸۴)، مجموعه تریحی - توریستی کیش، پایان نامه کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
۲۸. لیزال.مارتین، الگوهای مدیریت در گردشگری؛ تاثیر نظریه های اقتصادی، فصلنامه اقتصاد سیاسی، شماره ۷.
۲۹. لینچ، کویین، (۱۳۸۵)، سیمای شهر، ترجمه دکتر منوچهر مزینی، دانشگاه ملی.
۳۰. محلاتی، صلاح الدین، (۱۳۸۰)، درآمدی بر جهانگردی، دانشگاه شهید بهشتی.
۳۱. مجله حسابان، (۱۳۸۵)، شماره دوم.
۳۲. محمودی سرابی، سام، (۱۳۸۴)، گردشگری؛ صنعتی بی سبب، رویکردی بی جهت،
۳۳. مجله تخصصی بازاریابی، (۱۳۷۸)، شماره چهارم.
۳۴. مجله معماری و فرهنگ، شاهکار المپیک، شماره ۲۰.
۳۵. مجله معماری و ساختمان، جهان معمارانه سانتیاگو کالاترادا، شماره ۴۰.
۳۶. مجله آبادی، معماری آینده، شماره ۴۲.
۳۷. نوریان، فرشاد، (۱۳۸۲)، شهر همچون چشم انداز، نوشته: دکتر تام ترنر، شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.

۳۸. نیکدروف، استفان، ترکیب استادیومها، فصلنامه معماری ایران، شماره‌های ۲۳ و ۲۴.

۳۹. نراقی، فتانه، (۱۳۸۰)، فضای عمومی مکان و گفتگو، نشریه شهرداری‌ها، شماره ۳۰.

۴۰. وزین، غلامرضا، (۱۳۸۴)، ساماندهی شهری، انتشارات درخشش.

۴۱. هنرور، افشار و غفوری، فرزاد، (۱۳۸۲)، اثرات اقتصادی ورزش در چند کشور منتخب، چهارمین همایش بین المللی و تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.

منابع انگلیسی:

Annek. Hutton. The Olympic Games: Lessons for future host cities, .۴۲
delhousie university, Halifax. Novasc otia, Canada. September (2001),
partiol fulfillment for degree of master of urban and rural planning
(Dissertation).

Chiesura. A. (2004). The role of urban parks for the sustainable city. .۴۳
Landscape and urban planning 68.

Canadian sports tourism alliance congress (3006). "creating a sport tourism .۴۴
action plan: The sport tourism planning template" ([http://www.canadiansporttourism.com/files/pros2006/sport tourism planning
template workshop.pdf](http://www.canadiansporttourism.com/files/pros2006/sport%20tourism%20planning%20template%20workshop.pdf)).

Coakley.j, (2001), sport in society, MacGraw Hill, Boston. .۴۵

D.Dubois, S.Roussel. (2006), "Sport tourism and service Management", .۴۶
universite de Montpellier 1, LAMETA,
([http://perso.orange.fr/dimitri.dubois/sport tourism/sport-tourism.pdf](http://perso.orange.fr/dimitri.dubois/sport%20tourism/sport-tourism.pdf)).

Heather. J. Gibsan, (1998), Sport Tourism: "Critical Analysis of research", .۴۷
Sports Management Review.

Horn.J, Tamlinson.A, Whannel. G, (1999). Understanding Sports, spon .۴۸
press, London.

Robertson.kents, (1995), Downtown Redevelopment strategies in the united .۴۹
states: An end – of – the – century Assessment, Journal of the American
planning Association (Autumn)

Scottish Executive development department, sportscotland. (2002), The role .۵۰
of sport in regeneration deprived urban areas, [www.scotland.gov.uk](http://www.scotland.gov.uk/blus/rsdua)
blus/rsdua.

Killingworth. R, (2001), Community design and transportation policies, .۵۱
The Physician and sports medicine, V. 29, no2.