

# **An Analysis of Sports Tourism Development Indicators in Asia: A Comparative Study of Policies in Leading Nations**

**Stare Eskandari\*<sup>1</sup>, Sadegh Ranjbar<sup>2</sup>**

**1-PhD in sport management, Faculty of Sport Sciences and Health, University of Tehran, Tehran, Iran. 2-Department of Sport, Cultural heritage and Tourism, Iran's Parliament Research center, Tehran, Iran.**

**(Received:2024/8/6; Accepted:2024/9/16)**

## **Abstract**

Sports tourism has the potential to drive social, economic, and environmental initiatives, fostering development and leaving a lasting positive impact. A key strategy for advancing sports tourism is to draw inspiration from leading nations in this field and adapt these models to align with Iranian and Islamic culture. This study examines the policies and laws of four prominent countries—China, Japan, South Korea, and Qatar—regarding sports tourism development, particularly focusing on their experiences with hosting major sporting events as a significant revenue indicator. The analysis revealed that in all four countries, the government is legally mandated to prioritize and support tourism development. Each country has established specific laws aimed at promoting tourism, with a notable emphasis on enhancing sports infrastructure. Additionally, there exists a national framework that facilitates collaboration between the sports and tourism sectors. These nations have also focused on integrating their cultural heritage with sports, and all have successfully hosted a variety of international and national sporting events. The effective use of natural resources has further bolstered their ability to attract tourists. Therefore, in order to develop sports tourism, operational solutions are suggested as follows: developing sports infrastructure and allocating a special budget; Compilation of guidelines for the cooperation of sports organizations with the Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts by the Ministry in order to promote domestic sports tourism; Holding heritage sports festivals such as Zorkhaneh sports and Chogan (Iranian Polo Sport) at the local, national and regional levels; supporting and expanding activities and sports appropriate to climatic conditions; Compilation of the national sports tourism development plan; Government support for holding national and international events.

## **keywords**

leisure time; sports tourism; heritage sports; Winter sports.

پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش

دوره ۱۷، شماره ۱، بهار ۱۴۰۴

ص ص: ۱۳۱ - ۱۱۲

## تحلیل شاخص‌های توسعه گردشگری ورزشی در قاره آسیا (مطالعه تجربه کشورهای مطرح آسیایی)

ستاره اسکندری<sup>۱</sup>، صادق رنجبر<sup>۲</sup>

۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول). ۲. دکتری روانشناسی ورزشی، گروه ورزش، میراث‌فرهنگی و گردشگری مرکز پژوهش‌های مجلس (تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۵/۱۶، تاریخ تصویب: ۱۴۰۳/۶/۲۶)

### چکیده

گردشگری ورزشی می‌تواند اقدامات اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی را ترویج کند، توسعه را سرعت بخشد و میراث مثبت طولانی مدتی از خود به‌جای گذارد. یکی از راهکارهای مهم در توسعه گردشگری ورزشی الگو گرفتن از کشورهای پیشرو در این زمینه و بومی کردن این الگوها براساس فرهنگ ایرانی و اسلامی است. در این مطالعه بر اساس معیار برگزاری ابر رویدادهای ورزشی در آسیا - به‌عنوان یک شاخص درآمدی مهم برای کشورها - سیاست‌ها و قوانین چهار کشور چین، ژاپن، کره جنوبی و قطر در زمینه توسعه گردشگری ورزشی مورد تحلیل و تطبیق قرار گرفت. یافته‌های حاصل از تطبیق سیاست‌ها نشان داد در همه کشورها دولت به‌واسطه قانون، مکلف به توجه و حمایت ویژه نسبت به توسعه گردشگری شده است؛ قانون مشخص در زمینه ترویج گردشگری وجود دارد؛ وجه مشخصه همه این کشورها توسعه زیرساخت‌های ورزشی است؛ در همه کشورها سازوکار ملی مشخصی وجود دارد که به‌موجب آن بخش ورزش با بخش گردشگری همکاری می‌کند؛ توجه ویژه این کشورها به ادغام فرهنگ کشور خود با ورزش بوده است؛ همه کشورها میزبان انواع رویدادهای ورزشی بین‌المللی و ملی بوده‌اند و همچنین استفاده از منابع طبیعی برای همه کشورها یک مزیت بزرگ در جذب گردشگران ایجاد کرده است. بنابراین در جهت توسعه گردشگری ورزشی راهکارهای عملیاتی به شرح زیر پیشنهاد می‌شود: توسعه زیرساخت‌های ورزشی و اختصاص بودجه ویژه؛ تدوین دستورالعمل نحوه همکاری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با سازمان‌های ورزشی توسط این وزارتخانه در جهت ترویج گردشگری ورزشی داخلی؛ برگزاری جشنواره‌های ورزش‌های میراثی مانند ورزش‌های زورخانه‌ای و چوگان در سطح محلی، ملی و منطقه‌ای؛ حمایت و گسترش فعالیت‌ها و ورزش‌های مناسب با شرایط اقلیمی؛ تدوین طرح ملی توسعه گردشگری ورزشی؛ حمایت دولت از برگزاری رویدادهای ملی و بین‌المللی.

### واژه‌های کلیدی

اوقات فراغت؛ گردشگری ورزشی؛ ورزش‌های میراثی؛ ورزش‌های زمستانی.

## مقدمه

گردشگری فعالیتی مبتنی بر نیاز انسان به حرکت، تفریح و امنیت است. به‌طور غالب گردشگران با خانواده خود یا گروه دوستان و با هدف تفریح و گشت و گذار به سفر می‌روند. این سیر و سیاحت خاطرات مشترکی بین والدین و فرزندانشان و یا گروه دوستان فراهم می‌کند و در سطح خانواده تأثیرات مثبتی بر سلامت روان والدین و رشد خلاقیت کودکان دارد و سبب تحکیم پیوندهای خانوادگی می‌شود. در سطح اجتماعی نیز گردشگری نیز انسجام اجتماعی را افزایش می‌دهد. همچنین دین مبین اسلام گردشگری را جزو امور والا و ارزش‌های اخلاقی می‌داند و در بسیاری از مواقع به کارکرد صلح‌آمیز و بعد تبادل فرهنگی سفر اشاره دارد (۱).

گردشگری برای جامعه میزبان و گردشگر مزایای مختلفی را ایجاد می‌کند. کارکرد اجتماعی (شامل؛ توسعه اجتماعی و توسعه زیرساخت‌ها که منجر به بهبود شرایط اجتماعی ساکنان می‌شود)، اقتصادی (شامل؛ کسب درآمد، ایجاد شغل، فرصت‌های سرمایه‌گذاری)، فرهنگی (شامل؛ درک فرهنگی، ارتقا تبادلات فرهنگی، حفاظت از میراث و آداب فرهنگی)، زیست‌محیطی (شامل؛ افزایش تلاش‌های مربوط به حفظ محیط زیست و افزایش بودجه مربوط)، و سیاسی (شامل؛ ارتقا روابط بین ملت‌ها، دیپلماسی فرهنگی، ارتقا صلح و امنیت و ارائه تصویر مثبت جهانی از کشور مقصد) از جمله مهم‌ترین کارکردهای گردشگری است (۲). گستره صنعت گردشگری چنان است که ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۷ درصد از تجارت بین‌المللی و ۳۰ درصد از خدمات را در جهان به خود اختصاص داده است و طبق گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری، از هر ده شغل در جهان یک شغل با گردشگری ارتباط مستقیم دارد (۳). از اینرو گردشگری برای کشورها دستاوردهای بسیاری

همچون ایجاد اشتغال و رونق کسب و کار، گسترش فرصت‌های کارآفرینی، سرمایه‌گذاری، افزایش درآمدهای ملی و محلی و کاهش تنش‌های سیاسی را در پی دارد (۴).

سه شکل پایه گردشگری عبارتست از گردشگری داخلی<sup>۱</sup>، گردشگری ورودی<sup>۲</sup> (شامل مجموع مسافرت‌های ساکنان کشورهای دیگر به یک کشور) و گردشگری خروجی<sup>۳</sup> (شامل مسافرت‌های ساکنان یک کشور به کشورهای دیگر). مطابق با تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری انواع مختلفی دارد که از جمله می‌توان به گردشگری ماجراجویانه<sup>۴</sup>، گردشگری فرهنگی، گردشگری تجاری، گردشگری ساحلی-آبی<sup>۵</sup>، گردشگری آموزشی<sup>۶</sup>، گردشگری غذایی<sup>۷</sup>، گردشگری سلامت، گردشگری پزشکی، گردشگری کوهستان<sup>۸</sup> و گردشگری ورزشی اشاره کرد<sup>۹</sup>. همه انواع گردشگری در خدمت صنعت گردشگری هستند و تلاش همه دست اندرکاران مقصد گردشگری این است که شرایط را به‌گونه‌ای فراهم کنند که در گردشگر قصد بازگشت ایجاد کنند و افراد بیشتری را به مقصد گردشگری جذب نمایند. همان‌طور که اشاره شد یکی از انواع گردشگری، گردشگری ورزشی است. مطابق تعریف گردشگری ورزشی به‌تمامی "اشکال مشارکت فعال و غیرفعال در فعالیتهای ورزشی به‌دلایل غیرتجاری یا تجاری که سفر دور از خانه و

<sup>۱</sup>domestic tourism

<sup>۲</sup>inbound tourism

<sup>۳</sup>outbound tourism

<sup>۴</sup>Adventure tourism

<sup>۵</sup>Ecotourism

<sup>۶</sup>Education tourism

<sup>۷</sup>Gastronomy tourism

<sup>۸</sup>Mountain tourism

<sup>۹</sup>The World Tourism Organization (UN Tourism), 2008 Web:<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

شهرهایی که موفق می‌شوند رویدادها و مسابقات ورزشی ملی و بین‌المللی را میزبانی کنند. این میزبانی‌ها اغلب تغییرات بسیاری را برای آن‌ها به همراه دارد. این تغییرات شامل تغییرات فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و فضایی است. ورزش و برگزاری رویدادهای ورزشی سبب می‌شود تا بودجه فراوانی در امر ساخت، تعمیر و تنظیم زیرساخت‌ها و ساختارهای زیربنایی و اقتصادی شهرها و نواحی پیرامون آن اختصاص یابد و شهرهای بی بضاعت بیش از پیش در مسیر توسعه شهری قرار بگیرند. همچنین سود حاصله از گردشگری ورزشی در پشت صحنه ورزش و مسابقات ورزشی اهمیت دوچندانی را برای توسعه شهری و کسب درآمد ایجاد می‌کند (۷). توسعه گردشگری ورزشی علاوه بر اثرات مثبت اقتصادی دارای اثرات بالقوه (اقتصادی، گردشگری، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی، روانشناختی، سیاسی و توسعه دانش) است که این تأثیرات حمایت ساکنان محلی را به سمت رویدادهای ورزشی تأیید می‌کند (۸). همچنین بیان شده است که برگزاری رویدادهای ورزشی و توسعه گردشگری ورزشی در جهت بالا بردن کیفیت زندگی ساکنان محلی، بهبود وضعیت اقتصادی و افزایش غرور و روحیه در جامعه نقش بسیار مهمی را دارد (۹).

در زمینه گردشگری ورزشی و اهمیت رویدادهایی که گردشگران بیشتری را جذب می‌کنند در مطالعات موردی گزارش‌هایی صورت گرفته است مثلاً در کرواسی پنج فعالیت ورزشی که جنبه گردشگری بیشتری را داشته شامل دوچرخه‌سواری، پیاده‌روی، تنیس، فیتنس و اسب سواری بود. شکار و کوهنوردی نیز از ورزش‌های پر اهمیت در جذب گردشگری ورزشی در کشور کرواسی بر شمرده شده است (۱۰).

در قاره آفریقا گزارش شده که کشورهایی همانند مراکش، تونس، مصر، کنیا و آفریقای جنوبی درآمد قابل

محل کار را ضروری می‌سازد " گفته می‌شود. گردشگری ورزشی شامل سه رفتار: ۱. شرکت کردن در رویداد ورزشی به منظور انجام مسابقات ورزشی (گردشگری ورزشی فعال)؛ ۲. شرکت کردن در رویداد ورزشی به منظور تماشا کردن مسابقات ورزشی (گردشگری ورزشی رویداد یا غیرفعال) و ۳. بازدید کردن از جذابیت‌های مشهور مربوط به ورزش مانند بازدید از امکانات خاص یا ورزشگاه‌های مهم ورزشی، یا بازدید از موزه‌های ورزشی است (۵). گردشگری ورزشی، گردش مالی بسیار بالایی دارد که در دهه‌های اخیر رشد سریع را در صنعت گردشگری جهانی داشته است (۴). در ورزش، رویدادهای ورزشی به عنوان یک جلب کننده گردشگر به شهر یا کشور مقصد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که نیازمند برنامه ریزی و توجه ویژه است (۶). همچنین رویدادهای ورزشی در تأمین اوقات فراغت برای مردم محلی (چه از منظر مشارکت در ورزش و چه از منظر تماشای مسابقات ورزشی) نقش قابل توجهی دارد و همچنین این نوع رویدادها به واسطه جذابیت بالای آن می‌تواند به عنوان پاسخ به یکی از مهم‌ترین نیازهای بشر، یعنی اجتماع و تعامل انسانی قلمداد شود.

هر رویداد ورزشی در مقصد خاصی برگزار می‌شود و در طی رویداد، انواع گسترده‌ای از خدمات ارائه می‌شود. این خدمات غالباً در ارتباط با رویداد (شامل؛ کارکنان و ارتباطات، شهرت رویداد، ایمنی، و امکانات و فرآیندهای کلیدی) است و بخش دیگری از خدمات مرتبط با مقصد (محصولات مقصد و ویژگی‌های مقصد) است و برگزارکنندگان همواره تلاش می‌کنند تا بازدیدکنندگان خود را راضی کنند (۲۹). این امر نشان دهنده تنوع خدمات در صنعت گردشگری ورزشی است و پتانسیل بالایی را در صنعت گردشگری ایجاد می‌کند.

اعمال کردند و همین امر مانع گسترش تحرک در داخل و در خارج از کشورها شد. یکی از صنایعی که به شدت دچار بحران شد صنعت گردشگری بود. کاهش بیش از ۷۰ درصدی گردشگران بین‌المللی خسارت حدود ۲۲ میلیارد دلار به اقتصاد گردشگری در دوران کرونا سبب شد این صنعت با بحران بی سابقه‌ای روبه‌رو شود. مطابق با مطالعات کرونا پیامدهای متعددی بر گردشگری داشته است که شامل؛ پیامد اقتصادی (کاهش درآمد، کاهش تقاضا، افزایش قیمت، تغییر کاربری، کاهش تولید، کاهش ارزش سهام و غیره)، پیامد زیست‌محیطی (بهبود حیات گیاهان و جانوران، تغییر در اهداف توسعه پایدار، تهدید حیات)؛ پیامد اجتماعی روانی (مقاومت روانشناختی {نگرانی، استرس، فرسودگی و غیره}، تغییر هویت اجتماعی، تغییر در نگرش {مصرف مواد غذایی، نوع مسافرت و غیره}) بود. گفته شده است این پیامدها آینده گردشگری را دستخوش تغییر کرده است (۳).

مطابق مطالعات اولین قدم برای صنعت گردشگری پس از بحران کرونا، توسعه و حمایت از گردشگری داخلی است. وضعیت گردشگری در ایران چه از منظر گردشگری ورودی و چه از نظر گردشگری داخلی مناسب نیست. اوج گردشگری ورودی در ایران در سال ۲۰۱۹ معادل ۹ میلیون و ۱۰۷ هزار نفر بوده است که در سال ۲۰۲۲ این رقم به ۴ میلیون و ۱۰۸ هزار نفر رسیده است.<sup>۱</sup> در داخل نیز مطابق گزارش‌های ملی نسبت هزینه‌های اوقات فراغت به هزینه‌های غیرخوراکی خانوار در حال کاهش و سبب اوقات فراغت خانوار در حال تغییر است و وضعیت گردشگری داخلی نامناسب است (۱). بنابراین توجه به سایر انواع گردشگری برای کشور ما اهمیت دوچندانی دارد. گردشگری ورزشی نه تنها یک نوع مستقل و مهم از گردشگری محسوب می‌شود بلکه با سایر انواع گردشگری

توجهی از ورزش‌های آبی در سواحل خود را کسب کرده اند (۱۱). در سال ۲۰۰۵ نیز جاذبه‌های طبیعی را مهم ترین عامل در جذب گردشگران ورزشی در کشور اسپانیا دانسته‌اند. در واقع ورزش‌های آبی، گردش و پیاده‌روی اهمیت بیشتری در جذب گردشگران ورزشی داشتند (۱۲). در هندوستان نیز ورزش‌های زمستانی همانند اسکی و اسکیت در مناطق مرتفع، تپهنوردی، گاری‌سواری و گلف را در سایر مناطق از مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی ورزشی ذکر کرده‌اند (۱۳). همچنین در استرالیا ورزش موج‌سواری تأثیر مهمی بر بخش گردشگری ورزشی کشور استرالیا داشته است (۱۴).

در ایران نیز علاوه بر جاذبه‌های طبیعی بیان شده است برخی ورزش‌های باستانی مانند چوگان دارای پتانسیل بالایی از منظر گردشگری ورزشی هستند. به عبارتی بیان شده است که چوگان به‌عنوان یک ورزش هویتی بازگوکننده تمدن ایران است. در چوگان آداب، رسوم و عناصر فرهنگی به خصوصی وجود دارد که به همراه نمونها و عناصر متنوع هویتی آن، زمینه لازم را برای ایجاد و توسعه صنعت مستقل با عنوان "گردشگری چوگان" فراهم می‌آورد. گردشگری چوگان دارای دو بعد فرهنگی (میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی) و ورزشی (رویدادهای فرهنگی ورزشی، مسابقات و انواع چوگان با اسب، شتر و فیل) است که این ابعاد ظرفیت بالایی را برای گردشگری ایجاد می‌کند (۱۵). توسعه صنعت گردشگری، به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه مانند کشور ما که با مشکلات فراوانی همچون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد متکی به نفت مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. پس از شروع همه‌گیری کرونا در ۳۰ ژانویه سال ۲۰۲۰، بسیاری از کشورها مرزهای جغرافیایی خود را بستند و مقررات و محدودیت‌های شدیدی را نیز در داخل مرزهای خود

<sup>۱</sup>UN Tourism, 2022

ها همچون گردشگری کوهستان، گردشگری ماجراجویانه، گردشگری سلامت و گردشگری ساحلی- آبی هم‌پوشانی بالایی دارد. طبعاً گردشگری ورزشی در کشور با وضعیت مطلوب فاصله بسیار زیادی دارد و به عبارتی هنوز مورد توجه ویژه قرار نگرفته است. همان طور که مطالعات موردی نشان داده است فعالیت‌های ورزشی خاص منبع اصلی کسب ارز خارجی در بسیاری از کشورهاست، که این مسئله می‌تواند الگوی مناسبی برای کشور ما باشد. کشور ما علاوه بر آب و هوای فوق العاده دارای منابع ساحلی و دریایی عالی است که این موارد یک نقطه قوت برای استفاده از این جاذبه‌ها، جهت جلب گردشگران محسوب می‌گردد. در کشور ما، دولت متولی اصلی امر گردشگری است. در ایران دستگاه‌های ذیربط متعددی با گردشگری وجود دارد که شامل؛ وزارت فرهنگ و ارشاد / اسلامی؛ سازمان صدا و سیما؛ وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ سازمان تبلیغات اسلامی؛ وزارت ورزش و جوانان؛ وزارت امور خارجه؛ اداره اماکن (پلیس)؛ وزارت علوم تحقیقات و فناوری است (۱۶). در این میان سازمان میراث‌فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری صنعت گردشگری نقش مهم-تری در اداره امور مربوط به گردشگری ایفا می‌کند. نقش دولت به‌عنوان متولی فعالیت‌های صنعت گردشگری در حوزه‌های سیاست‌گذاری، حمایت و نظارت یک نقش کلیدی است. جهت توسعه گردشگری در نیل به اهداف اقتصادی و غیراقتصادی برنامه‌ریزی دولت‌ها در سطوح ملی و منطقه‌ای و محلی نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند (۱۷). مطابق ماده ۴، جزء الف، بند ۲۴ قانون اهداف و وظایف وزارت ورزش و جوانان مصوب ۱۳۹۹ "همکاری و هماهنگی با بخش گردشگری و محیط‌زیست در بهره‌گیری از ظرفیت‌های ورزشی کشور از وظایف قانونی وزارت ورزش است". همچنین بند ۹ ماده مذکور "تسهیل دسترسی مردم برای تماشای مسابقات ورزشی

مهم بین‌المللی و ملی در مکان‌های عمومی و محیط‌های ورزشی روستایی و شهری کشور" و بند ۱۸ همان ماده "احیا و تقویت ورزش‌های ملی و روستایی و بازی‌های بومی، محلی و توسعه زیرساخت‌های آن و تلاش برای ارتقا و ترویج جهانی آنها با هماهنگی دستگاه‌های ذیربط" اشاره به وظایف قانونی وزارت ورزش و جوانان در ارتباط با گردشگری ورزشی دارد. اما وزارت ورزش تاکنون در این زمینه اقدام قابل توجهی را انجام نداده است. یکی از راهکارهای سریع در توسعه گردشگری ورزشی الگو گرفتن از کشورهای پیشرو در این زمینه و بومی کردن این الگوها براساس فرهنگ ایرانی و اسلامی است. با توجه به نقش کلیدی ایران در آسیا و به‌ویژه در خاورمیانه و با عنایت به تعاملات ایران با کشورهای مطرح ورزشی همچون چین و برخی کشورهای عربی در سال‌های اخیر بنابراین اقتباس گرفتن از سیاست‌های کشورهای پیشرو گردشگری ورزشی در آسیا می‌تواند در راستای توسعه گردشگری ورزشی ایران کمک کننده باشد. از این رو این مطالعه با هدف شناسایی شاخص‌های توسعه گردشگری ورزشی در قاره آسیا انجام شد.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف از نوع مطالعات کاربردی و بر اساس نوع داده‌های مورد استفاده از نوع مطالعات کیفی بود که با رویکرد تطبیقی انجام گرفت. سطح مکانی تطبیق شامل چهار کشور آسیایی مطرح (چین، ژاپن، کره جنوبی و قطر) در زمینه برگزاری رویدادهای جهانی معتبر ورزشی از سال ۲۰۰۸ به بعد بود.

### شیوه اجرا

بر اساس آمارها و اطلاعات موجود در منابع کتابخانه ای از سال ۲۰۰۸ به بعد میزبانی‌های ابر رویدادهای ورزشی

- جام جهانی فیفا (۲۰۲۲): اولین جام جهانی که در خاورمیانه و در ماه‌های زمستان برگزار شد.

### یافته‌ها؛

#### چین؛

در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ (پیش از همه‌گیری کرونا)، صنعت گردشگری چین شاهد پیشرفت قابل توجهی در جذب گردشگران بین‌المللی بود تا جایی که این کشور در آستانه شیوع کرونا، به جایگاه چهارم جهانی از لحاظ پذیرش گردشگر خارجی دست یافت. قانون گردشگری جمهوری خلق چین<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) که در قالب ۱۰ بخش و ۱۱۲ ماده به تدوین چارچوب‌های حاکم بر این صنعت پرداخته است اصلی‌ترین سند چین در زمینه گردشگری است. اهداف محوری این قانون شامل ساماندهی فعالیت‌های گردشگری، صیانت از حقوق مسافران و ترویج توسعه پایدار در گردشگری است از جمله محورهای اساسی این قانون می‌توان به مواردی چون تعیین تکالیف و حقوق ذینفعان، ضوابط حاکم بر مؤسسات مسافرتی، حمایت‌های حقوقی از گردشگران، ملاحظات زیست محیطی و برنامه‌های نوسازی زیرساختها و خدمات گردشگری اشاره نمود.<sup>۲</sup>

سیاستگذاری‌های حوزه فرهنگ و گردشگری در چین بر عهده وزارت فرهنگ و گردشگری<sup>۳</sup> این کشور است که در سال ۲۰۱۸ (۱۹ مارس) از ادغام وزارت فرهنگ و اداره ملی گردشگری چین تشکیل شد (۱۸). در بخش ورزشی نیز، اداره کل ورزش<sup>۴</sup> به عنوان نهاد حاکمیتی متولی امور ورزشی در کشور چین فعالیت می‌کند. این سازمان تابع

در آسیا مورد بررسی قرار گرفت. بررسی‌ها نشان می‌دهد از سال ۲۰۰۸ تاکنون، چندین کشور آسیایی میزبان رویدادهای ورزشی بین‌المللی مهمی بوده‌اند. در اینجا برخی از کشورهای کلیدی و رویدادهای مهمی که آنها برگزار کردند آورده شده است:

#### ۱. چین

- المپیک پکن (۲۰۰۸): رویدادی برجسته که نفوذ فزاینده چین در ورزش جهانی را به نمایش گذاشت.

- جام باشگاه‌های جهان فیفا (۲۰۰۹، ۲۰۱۳): در شهرهای مختلف برگزار شد.

- جایزه بزرگ شانگهای فرمول ۱: رویدادی سالانه از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۹.

#### ۲. ژاپن

- جام جهانی راگبی (۲۰۱۹): اولین بار این مسابقات در آسیا برگزار شد.

- المپیک توکیو (۲۰۲۰): در ابتدا برای سال ۲۰۲۰ برنامه ریزی شده بود اما به دلیل همه‌گیری کرونا در سال ۲۰۲۱ برگزار شد.

- پارالمپیک توکیو (۲۰۲۰): همچنین در سال ۲۰۲۱ در کنار المپیک برگزار شد.

#### ۳. کره جنوبی

- المپیک زمستانی پی ونگ چانگ (۲۰۱۸): رویداد بین‌المللی مهم برای ورزش‌های زمستانی.

- جام جهانی فوتبال زیر ۲۰ سال (۲۰۱۷): به میزبانی کره جنوبی.

- بازی‌های آسیایی (۲۰۱۴): در اینچئون برگزار شد.

#### ۴. قطر

<sup>۱</sup>Tourism Law of the People's Republic of China

<sup>۲</sup><https://govt.chinadaily.com.cn/s/201712/26/WS5c18b454498ee2f0291e3ff9/tourism-law.html>

<sup>۳</sup>Ministry of culture and tourism

<sup>۴</sup>The General Administration of Sport

گسترش رشته‌های مختلف می‌شود، می‌تواند به رشد این نوع از گردشگری کمک کند (۲۰).

در طرح‌های کلان توسعه‌ای چین مانند برنامه ملی تناسب‌اندام<sup>۴</sup> (مصوب شورای دولتی در ژوئیه ۲۰۲۱ با افق ۲۰۲۵)، گردشگری ورزشی به شیوه‌های مستقیم و غیرمستقیم مورد توجه قرار گرفته است. این برنامه راهبردی که با محوریت ترویج فعالیت‌های بدنی و ارتقای سلامت جامعه طراحی شده است، بر محور اصلی زیر تأکید دارد: افزایش مشارکت‌های ورزشی، توسعه تسهیلات و زیرساخت‌های مرتبط، برگزاری رویدادهای ورزشی و ترویج فرهنگ تناسب‌اندام در بین اقشار مختلف به ویژه جوانان و سالمندان. یکی از وجوه تمایز این طرح، تأکید بر همپوندی حوزه تناسب‌اندام با بخش‌های کلیدی همچون گردشگری، آموزش و بهداشت می‌باشد. این سیاست‌گذاری‌ها در نهایت به رشد صنعت ورزش و شکل‌گیری جامعه‌ای پویاتر و سالم‌تر منجر خواهد شد.

بر اساس تحلیل‌های مندرج در «گزارش داده‌های مصرف گردشگری ورزشی چین (۲۰۲۱)»<sup>۵</sup> شیوع جهانی کرونا موجب تغییر نگرش جوامع به ویژه چینی‌ها نسبت به فعالیت‌های برون‌مرزی و توجه ویژه به مقوله سلامت شده است. همزمان، میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر جهانی نظیر المپیک ۲۰۲۰ توکیو و المپیک زمستانی ۲۰۲۲ پکن، شتاب قابل توجهی به روند توسعه گردشگری ورزشی بخشیده است.

این گزارش طیف بسیار گسترده‌ای از فعالیت‌ها را تحت چتر «گردشگری ورزشی» در بر می‌گیرد و از بسیاری جهات فراتر از مشارکت یا تماشای ورزش‌های سنتی است که شامل فعالیت‌هایی مانند قایق‌سواری

شورای دولتی جمهوری خلق چین<sup>۱</sup> (دولت مرکزی) است که علاوه بر نظارت بر فدراسیون‌های ورزشی سراسری، مدیریت کمیته المپیک چین را نیز بر عهده دارد. گردشگری ورزشی چین، جزء مهمی از برنامه کلان توسعه گردشگری تحت عنوان استراتژی گردشگری ملی<sup>۲</sup> است که هدف آن تقویت گردشگری داخلی و بین‌المللی است. دولت از گردشگری ورزشی به عنوان ابزاری راهبردی برای ایجاد تنوع در محصولات گردشگری و جذب طیف وسیع‌تری از مسافران حمایت می‌کند (۱۹).

از مهمترین قوانین حاکم بر حوزه ورزش در چین، می‌توان به «قانون جمهوری خلق چین در مورد ورزش»<sup>۳</sup> (مصوب ۲۰۲۲) اشاره کرد که در ۱۲ فصل و ۱۲۲ ماده تدوین شده است. هرچند این قانون به صورت صریح و مستقیم به مقوله «گردشگری ورزشی» به‌عنوان یک حوزه مستقل نپرداخته است، اما در برخی مواد، بر ضرورت همکاری نهادهای ورزشی با سایر بخش‌ها از جمله صنعت گردشگری تأکید شده است. به‌طور مثال در ماده ۷۰ قانون مذکور بیان شده است: «دولت موظف است از توسعه تولید کالاهای ورزشی، خدمات ورزشی و سایر بخش‌های صنعت ورزشی حمایت کند. همچنین دولت بایستی توسعه یکپارچه ورزش با بخش‌های سلامت، فرهنگ، گردشگری، مراقبت از سالمندان و علم و فناوری را ارتقا دهد». این قانون عمدتاً به مباحث کلی‌تری در زمینه توسعه، ارتقا و مدیریت ورزش می‌پردازد که به‌طور غیرمستقیم می‌توانند بر گردشگری ورزشی تأثیرگذار باشند. برای مثال، مقررات مربوط به توسعه زیرساخت‌های ورزشی و یا تشویق به فعالیت‌های ورزشی که موجب

<sup>۱</sup>The State Council of the People's Republic of China

<sup>۲</sup>national tourism strategy

<sup>۳</sup>"Law of the People's Republic of China on Sport" (2022)

<sup>۴</sup>National Fitness Plan

<sup>۵</sup>China Sports Tourism Consumption Data Report (2021)

گردشگری ورزشی است.<sup>۱</sup> در جدول زیر مهم‌ترین موارد مربوط به سیاست‌های چین در ترویج گردشگری ورزشی آورده شده است

**جدول ۱. مهم‌ترین موارد مربوط به سیاست‌های چین در ترویج گردشگری ورزشی**

توجه ویژه دولت چین به گردشگری عمومی و تصویب قانون گردشگری جمهوری خلق چین (۲۰۱۳)
توجه به گردشگری ورزشی در استراتژی‌های گردشگری ملی
همکاری اداره ملی ورزش چین با سایر بخش‌ها از جمله گردشگری
توجه ویژه به زیرساخت‌های ورزشی و اختصاص بودجه کلان در سطح ملی و محلی
برگزاری ابر رویدادهای ورزشی مانند مسابقات المپیک
برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی و ملی متعدد مانند ماراتن‌ها بین‌المللی و ملی
توجه به نیازسنجی و پژوهش در زمینه گردشگری ورزشی
ترویج و ارتقا گردشگری داخلی و بین‌المللی ورزشی مانند گردشگری ورزش‌های زمستانی
ایجاد شهرهای گردشگری ورزشی

منبع: یافته‌ها پژوهش

**ژاپن؛**

ژاپن از دهه ۱۹۶۰ به طور جدی به توسعه گردشگری پرداخت که نخستین گام آن تصویب قانون پایه گردشگری قدیمی مصوب (۱۹۶۳) است. با ورود به قرن بیست و یکم، چالش‌هایی نظیر کاهش نرخ زادوولد، پیری جمعیت و گسترش روابط بین‌المللی، توجه ژاپن به "دارایی‌های پنهان"<sup>۱۱</sup> و احیای ظرفیت‌های بلااستفاده معطوف گشت.<sup>۱۲</sup> در در نتیجه، دولت ژاپن با در نظر گرفتن نقش محوری گردشگری در پیشرفت اقتصادی،

<sup>۱۰</sup> برگرفته از یافته‌های گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس با عنوان "بررسی ابزارهای سیاستگذاری توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه تجربه کشورهای موفق)"

<sup>۱۱</sup> the old Tourism Basic Act

<sup>۱۲</sup> hidden assets

<sup>۱۳</sup> این دارایی‌ها شامل محیط طبیعی غنی، فرهنگ، ایمنی، برابری اجتماعی، همکاری بین جوامع محلی و سیستم کمک متقابل، و سنت‌های تولید و صنعتگری است

تفریحی<sup>۱</sup>، بالون سواری، کمپینگ، اتاق‌های فرار<sup>۲</sup>، باغ وحش حیوانات اهلی<sup>۳</sup>، چشمه‌های آب گرم، بولینگ، و رفتن به موزه‌های مرتبط با ورزش، مانند موزه پینگ‌پنگ شانگهای، و موزه فرهنگ ماهیگیری چینی در سیچوان<sup>۴</sup> است. دولت چین اقدامات گسترده‌ای را در راستای ارتقای سلامت عمومی و تناسب اندام شهروندان (از طریق اجرای برنامه‌های ملی) و همچنین توسعه زیرساخت‌های ورزشی و گردشگری مرتبط با ورزش انجام داده است. یکی از بارزترین این اقدامات، توسعه کمی و کیفی پیست‌های اسکی در آستانه میزبانی بازی‌های المپیک زمستانی ۲۰۲۲ بود که به رشد چشمگیر این بخش منجر شد.

همچنین بیان شده است ۶۲/۸ درصد گردشگری ورزشی در چین به مشارکت در ورزش اختصاص دارد و ۳۷/۲ درصد گردشگری ورزشی به تماشای رویدادهای ورزشی اختصاص دارد. برای مشارکت، محبوب‌ترین فعالیت‌ها پیاده‌روی، ماراتن، دوچرخه‌سواری، ورزش‌های آبی و کوه‌نوردی است. برای تماشای نیز، بازی‌های المپیک، جام جهانی و بازدید از معماری نمادین ورزشی مانند استادیوم «لانه پرنده» پکن و مرکز ورزش‌های آبی «مکعب آب» محبوب‌ترین هستند. ایجاد شهرهای گردشگری ورزشی در چین مانند شهر سانیا هاینان<sup>۵</sup> - به عنوان کانون گردشگری ورزشی - و شهر چین گدایی<sup>۶</sup> (شهر ورزش‌های آبی) و شهر پکن<sup>۷</sup> - شهر المپیک دوگانه - از جمله دیگر خلاقیت‌های کشور چین در توسعه

<sup>۱</sup>yachting

<sup>۲</sup>escape rooms

<sup>۳</sup>petting zoos

<sup>۴</sup>Sichuan

<sup>۵</sup>Bird's Nest

<sup>۶</sup>Water Cube

<sup>۷</sup>Hainan's Sanya

<sup>۸</sup>Qingdao

<sup>۹</sup>Beijing

رقابت‌پذیر در سطح بین‌المللی، افزایش توان رقابتی صنعت گردشگری ژاپن در عرصه بین‌المللی، سرمایه‌گذاری در توسعه منابع انسانی متخصص برای پیشبرد اهداف گردشگری است.

در قانون پایه ورزش ژاپن<sup>۷</sup> که در سال ۲۰۱۱ به تصویب رسید، اگرچه به صورت آشکار به توسعه گردشگری ورزشی اشاره نشده است، اما با توجه به حمایت این قانون از گسترش زیرساخت‌های ورزشی، تشویق به برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی، و ارتقای فعالیتهای ورزشی در مراکز آموزشی، می‌توان تأثیر غیرمستقیم آن را در این حوزه مشاهده کرد. همچنین، این سیاست از افزایش مشارکت ورزشی تمامی اقشار جامعه، از جمله سالمندان و افراد با نیازهای ویژه، پشتیبانی می‌کند. چنین اقداماتی با ترویج فرهنگ عمومی ورزش، بستر مناسبی برای رشد گردشگری ورزشی فراهم می‌آورند.

در ژوئن ۲۰۱۱، آژانس گردشگری ژاپن وابسته به وزارت زمین، زیرساخت، حمل و نقل و گردشگری<sup>۸</sup> ("MLIT")، سیاست پایه برای ترویج گردشگری ورزشی<sup>۹</sup> ("سیاست پایه") را منتشر کرد. این سند راهکارهای کلانی را برای رشد بخش گردشگری ورزشی ارائه می‌نماید که شامل طراحی بسته‌های جذاب گردشگری ورزشی، برگزاری مسابقات بین‌المللی، تعیین قیمت‌گذاری مناسب و ارتقای کیفیت خدمات میزبانی می‌شود. در پی تصویب این سند راهبردی، در آوریل ۲۰۱۲ اتحادیه گردشگری ورزشی ژاپن<sup>۱۰</sup> (JSTA) به

سیاست «ملت گردشگری» را به‌عنوان یکی از راهبردهای کلیدی قرن بیست‌ویکم مورد توجه قرار داد.<sup>۱</sup> در این راستا در سال ۲۰۰۶ قانون پایه ترویج ملت گردشگری<sup>۲</sup> تصویب و از ژانویه ۲۰۰۷ به مرحله اجرا درآمد. این قانون، برای نخستین بار، گردشگری را به‌عنوان یکی از ارکان اصلی سیاست‌گذاری‌های ژاپن معرفی کرد و جایگزین قوانین پیشین در این حوزه شد. بر اساس مفاد این قانون، هدف اصلی، اجرای برنامه‌های یکپارچه و نظام‌مند برای تبدیل ژاپن به مقصدی گردشگری بود تا از این طریق، رشد اقتصادی، بهبود کیفیت زندگی شهروندان و تعمیق تفاهم بین‌المللی محقق شود. مهم‌ترین مفاد این قانون به شرح زیر است:<sup>۳</sup>

- اجرای سیاست‌های یکپارچه برای تبدیل ژاپن به مقصد گردشگری، با این درک که کلید تضمین یک زندگی خوب برای مردم ژاپن در آینده احترام به رهبری منطقه‌ای<sup>۴</sup> و تلاش‌های نوآورانه‌محور<sup>۵</sup> است. همچنین، جذب گردشگران داخلی و خارجی از طریق توسعه پایدار جوامع محلی قوی دنبال می‌شود؛ جوامعی که بتوانند حس غرور و تعلق خاطر را در ساکنان خود تقویت کنند.

- دولت موظف است با رویکردی نظام‌مند و همه‌جانبه، « برنامه پایه ارتقای ملت گردشگری» را طراحی و اجرا کند تا اهداف این سیاست محقق شود.

- همچنین مطابق این قانون سیاست‌های اساسی به دولت تکلیف شده که شامل؛ ایجاد مقاصد گردشگری جذاب و

<sup>۱</sup>Japan Tourism Agency, 2024 Website:

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/index.html>

<sup>۲</sup>the Tourism Nation Promotion Basic Law

<sup>۳</sup> برگرفته از یافته‌های گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس با عنوان " بررسی ابزارهای سیاست‌گذاری توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه تجربه کشورهای موفق)"

<sup>۴</sup>region-led

<sup>۵</sup>innovation-oriented

<sup>۶</sup>the Tourism Nation Promotion Basic Plan

<sup>۷</sup>The basic act on sport

<sup>۸</sup>the Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

<sup>۹</sup>Basic Policy to Promote Sports Tourism

<sup>۱۰</sup>Japan sport tourism alliance

توسعه مقاصد گردشگری پایدار؛ ب- احیای گردشگری ورودی و ج- گسترش گردشگری داخلی تمرکز دارد. سیاست‌های مربوط به گردشگری ورزشی توسط اتحادیه گردشگری ورزشی ژاپن، اجرا می‌شود. ژاپن با دارا بودن تنوع جغرافیایی چشمگیر - از جزایر گرمسیری جنوب تا مناطق برفگیر شمال - از پتانسیل بالایی در گردشگری ورزشی برخوردار است. این کشور با ترکیب منحصر به فرد محیط‌های آبی، کوهستانی و جنگلی، امکان فعالیت‌های ورزشی متنوعی را در تمام فصول فراهم می‌کند. از منظر گردشگری ورزشی تمرکز ژاپن بر «گردشگری بودو»<sup>۵</sup> یا گردشگری هنرهای ورزش‌های رزمی (مانند کاراته، سومو، کندو و غیره) و ورزش‌های در فضای باز است. از جمله مهم‌ترین ورزش‌های در فضای باز که در ژاپن به‌ویژه در سال‌های اخیر به‌عنوان یک منبع گردشگری ورزشی با استفاده از ارتفاعات مختلف نام برده می‌شود شامل؛ پرواز<sup>۶</sup> (بالون هوای گرم)؛ گل‌ریدینگ<sup>۷</sup> (پاراگلایدر یا چتربازی)؛ اسکی (پیست)؛ اسکی کوهستان)؛ پیاده‌روی (پیاده‌روی نوردیک)؛ دویدن (دوی در مسیر، آهسته دویدن، ماراتن)؛ شنا (سه‌گانه)، دوچرخه‌سواری؛ سقوط‌ها<sup>۸</sup> (بانجی جامپینگ)؛ شیرجه و غواصی (در کوه‌های صخره‌ای)<sup>۹</sup> و کوه‌نوردی (مسابقه تپه نوردی)؛<sup>۱۰</sup> صخره‌نوردی<sup>۱۱</sup> را می‌توان نام برد.<sup>۱۲</sup>

در جدول زیر مهم‌ترین موارد مربوط به سیاست‌های ژاپن در ترویج گردشگری ورزشی آورده شده است

<sup>۵</sup>Budo tourism

<sup>۶</sup>Flying

<sup>۷</sup>Gliding

<sup>۸</sup>slopes

<sup>۹</sup>Falling

<sup>۱۰</sup>canyoning

<sup>۱۱</sup>hill climb

<sup>۱۲</sup>bouldering

<sup>۱</sup>Japan Sport Tourism Alliance (2024).

<https://sporttourism.or.jp/>

عنوان یک شرکتی<sup>۱</sup> با هدف تقویت همکاری‌های بخش دولتی و خصوصی در این حوزه تأسیس گردید.

اتحادیه گردشگری ورزشی ژاپن، به عنوان نهاد هماهنگ‌کننده، نقش محوری در توسعه و پیشبرد صنعت گردشگری ورزشی در سطح ملی ایفا می‌کند. این سازمان به عنوان کانون اصلی برنامه‌ریزی و اجرای راهبردهای بلندمدت در حوزه‌های مرتبط با ورزش و گردشگری فعالیت می‌نماید. وظایف اصلی اتحادیه گردشگری ورزشی ژاپن در ۹ محور زیر تعریف شده است: ۱. ایجاد شبکه‌های ملی همکاری میان مناطق و نهادهای ذی‌نقش در توسعه گردشگری ورزشی؛ ۲. تسهیل ایجاد زیرساخت‌های منطقه‌ای ویژه فعالیت‌های گردشگری ورزشی؛ ۳. مشارکت فعال در جذب و برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی و ارائه پیشنهادات سیاستی؛ ۴. توسعه و ترویج پکیج‌های سفر ترکیبی با محوریت فعالیت‌های ورزشی؛ ۵. ارتقای امکانات و طراحی خدمات ورزشی در مقاصد گردشگری برای بهبود تجربه مسافران؛ ۶. همکاری آموزشی با مراکز دانشگاهی و تربیت نیروهای متخصص در حوزه گردشگری ورزشی؛ ۷. مدیریت و انتشار اطلاعات ورزشی، حمایت از برنامه‌های ترویجی داخلی و بین‌المللی؛ ۸. حمایت از پژوهش‌های کاربردی، اعطای جوایز و شناسایی طرح‌های برتر در این حوزه؛ ۹. توسعه روابط بین‌المللی و اجرای برنامه‌های تبادل تجربه با نهادهای خارجی.<sup>۲</sup>

دولت ژاپن در ۳۱ مارس ۲۰۲۳ برنامه جامع توسعه گردشگری با عنوان برنامه جدید پایه ارتقای ملت گردشگری<sup>۳</sup> را تصویب کرد. سیاست پایه<sup>۴</sup> در این برنامه سه‌ساله (۲۰۲۳-۲۰۲۵) بر سه محور اصلی شامل؛ الف-

<sup>۱</sup>corporation

<sup>۲</sup>Japan Tourism Agency, 2024.

<https://www.mlit.go.jp/>

<sup>۳</sup>The New Tourism Nation Promotion Basic Plan

<sup>۴</sup>Basic pollicy

## جدول ۲. مهم‌ترین موارد مربوط به سیاست‌های ژاپن در

## ترویج گردشگری ورزشی

توجه ویژه دولت ژاپن به گردشگری عمومی و تصویب قانون پایه ترویج ملت گردشگری ۲۰۰۷
تدوین سیاست پایه برای ترویج گردشگری ورزشی ۲۰۱۱
تأسیس اتحادیه گردشگری ورزشی ژاپن ۲۰۱۲
توجه ویژه به زیرساخت‌های ورزشی و اختصاص بودجه کلان در سطح ملی و محلی
برگزاری ابر رویدادهای ورزشی مانند مسابقات المپیک و جام جهانی فوتبال
برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی و ملی متعدد مانند ماراتن‌ها بین‌المللی و ملی
ترویج و ارتقا گردشگری داخلی و بین‌المللی ورزشی میراثی مانند گردشگری بودو (هنرهای رزمی)
ترویج و ارتقا گردشگری داخلی و بین‌المللی ورزشی میراث طبیعی مانند گردشگری انواع ورزش در فضاهای باز

منبع: یافته‌ها پژوهش

## کره جنوبی؛

در کره جنوبی وزارت فرهنگ، ورزش و گردشگری<sup>۱</sup> متولی اصلی حوزه‌های گردشگری، فرهنگ، هنر، مذهب و ورزش است. سازمان گردشگری کره،<sup>۲</sup> بنیاد ترویج ورزش کره،<sup>۳</sup> ادارات دولت محلی<sup>۴</sup> و فدراسیون‌ها و انجمن‌های ورزشی سازمان‌های کلیدی دیگری هستند که تحت نظارت وزارت فرهنگ، ورزش و گردشگری در امور مربوط به گردشگری ورزشی نقش مهمی دارند. بنابراین نکته قابل توجه این است که گردشگری و ورزش تحت یک سازمان اصلی مدیریت می‌شود و سیاست‌ها و برنامه‌های مربوط به گردشگری و ورزش قابلیت ادغام و اجرای بالاتری را دارد.<sup>۵</sup> بالاترین سند قانونی در مورد گردشگری در کره جنوبی قانون ترویج گردشگری<sup>۶</sup> (اصلاح‌شده،

۲۰۱۱) است. این قانون شامل ۷ فصل و ۸۶ ماده است. مهم‌ترین مفاد آن شامل: توسعه گردشگری (سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری)؛ حمایت از گردشگران؛ مقررات آژانس‌های مسافرتی؛ ترویج میراث فرهنگی و همکاری با دولت‌های محلی است.<sup>۷</sup>

مؤلفه‌های اصلی در جذب گردشگر در کره جنوبی شامل؛ الف-سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی؛ ب- توسعه محصول ج-بازاریابی و د-تسهیل سفر است. از منظر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری توسط دولت است و صنعت گردشگری برای دولت کره یک راهبرد ملی در نظر گرفته شده است. اقداماتی مانند: تخفیف در مالیات هتل‌ها برای گردشگران خارجی، ایجاد شرایط رفاهی در کروزه‌های دریایی، کاهش مالیات یا معافیت مالیات بر درآمد برای توسعه استراحتگاه‌ها، هتل‌ها، سرمایه‌گذاری در گردشگری درمانی و غیره از جمله اقدامات مناسب سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دولتی کره است. از منظر توسعه محصول نیز توسعه محصول بر مبنای امواج تبلیغاتی (با استفاده از رسانه و هنر) و توسعه محصول موضوع محور (بر اساس نیاز گردشگران) از جمله راهبردهای اصلی در این زمینه است. همچنین استفاده از تکنیک‌های نوین بازاریابی (بازاریابی توسط افراد فرهنگی، بازاریابی در اینترنت و رسانه‌های اجتماعی) و تسهیل سفر (ارتقا خدمات برای گردشگران، بازپرداخت مالیات در محل) از جمله دیگر اقدامات راهبردی کره در جذب گردشگر است.

دولت کره پتانسیل اقتصادی گردشگری ورزشی را به رسمیت می‌شناسد و اقداماتی را برای ارتقای امکانات، میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی و بهبود زیرساخت‌ها برای جذب گردشگران انجام داده است. این اقدامات

<sup>۱</sup>The Ministry of Culture, Sports and Tourism

<sup>۲</sup>Korea Tourism Organization

<sup>۳</sup>Korea Sports Promotion Foundation

<sup>۴</sup>Local Government Offices

<sup>۵</sup><https://mcst.go.kr/>

<sup>۶</sup>TOURISM PROMOTION ACT

جهانی
برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی و ملی متعدد مانند ماراتن‌ها بین‌المللی و ملی
ترویج و ارتقا گردشگری داخلی و بین‌المللی ورزشی مانند گردشگری ورزش‌های زمستانی
تأکید بر جشنواره‌های ورزشی مربوط به ورزش‌های میراثی کره (مانند تیراندازی با کمان و تکواندو)
توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی (اسکیت روی یخ، اسنو بورد، یخ نوردی)

منبع: یافته‌ها پژوهش

#### قطر؛

در قطر، گردشگری یک بخش نسبتاً جدید اما در حال رشد است و صنعت گردشگری قطر که ۱۰ سال پیش وجود نداشت، اکنون به شدت این کشور را به‌عنوان یک مقصد مسافرتی مجلل تبلیغ می‌کند (۲۳). بالاترین سند قانونی قطر پیرامون گردشگری در قطر قانون تحت عنوان قانون رقم ۲۰ (سال ۲۰۱۸) به‌منظور تنظیم گردشگری<sup>۱</sup> است که در ۶ فصل و ۴۵ ماده تنظیم شده است که مهم‌ترین مفاد آن به شرح زیر است؛

تعاریف و اصطلاحات: این قانون تعاریف روشنی را برای اصطلاحات مختلف مرتبط با گردشگری، مانند هتل‌ها، فعالیت‌های توریستی و رویدادهای گردشگری ارائه می‌کند.

صدر مجوز و پذیرش: الزامات و روش‌های اخذ مجوز برای فعالیت مشاغل مرتبط با گردشگری، از جمله هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی و مجریان تور را تعیین می‌کند.

حمایت از مصرف‌کننده: شامل مقرراتی برای حمایت از حقوق گردشگران، حصول اطمینان از دریافت اطلاعات دقیق و رفتار منصفانه در زمینه‌های تبلیغات، قیمت‌گذاری و رسیدگی به شکایات است.

عبارتست از؛ ۱. میزبانی رویدادهای مهم: کره جنوبی میزبان چندین رویداد ورزشی بین‌المللی مانند المپیک ۱۹۸۸ سئول، جام جهانی فوتبال ۲۰۰۲ و ماراتن‌ها و مسابقات بین‌المللی مختلف بوده است. این رویدادها باعث جذب گردشگران قابل توجهی می‌شود. ۲. زیرساخت‌های ورزشی: دولت سرمایه‌گذاری‌های عمده‌ای را در اماکن ورزشی، استادیوم‌ها و مراکز آموزشی برای حمایت از رویدادهای محلی و بین‌المللی انجام می‌دهد. ۳. کمپین‌های تبلیغاتی: دولت و سازمان‌های گردشگری به‌طور فعال کره جنوبی را به‌عنوان یک مقصد گردشگری ورزشی از طریق کمپین‌های بازاریابی با برجسته کردن تجربیات ورزشی منحصر به فرد، ادغام فرهنگ، هنر و ورزش‌های ماجراجویی تبلیغ می‌کنند. ۴. پشتیبانی از رویدادهای محلی: به‌منظور تقویت گردشگری داخلی رویدادهای ورزشی مانند جشنواره‌های ورزشی سنتی یا مسابقات منطقه‌ای حمایت مالی و لجستیکی مناسبی را از سوی دولت دریافت می‌کنند. ۵. یکپارچگی فرهنگی: تلاش‌هایی برای ترکیب گردشگری ورزشی با تجربیات فرهنگی صورت می‌گیرد و به بازدیدکنندگان اجازه می‌دهد در حین شرکت در ورزش یا تماشای آن با سنت‌های محلی درگیر شوند (۲۱ و ۲۲).

در جدول زیر مهم‌ترین موارد مربوط به سیاست‌های کره جنوبی در ترویج گردشگری ورزشی آورده شده است

جدول ۳. مهم‌ترین موارد مربوط به سیاست‌های کره جنوبی در ترویج گردشگری ورزشی

توجه ویژه دولت کره به گردشگری و تصویب قانون ترویج گردشگری (۲۰۱۱)
ادغام مدیریت حوزه گردشگری و ورزش تحت نظارت یک سازمان اصلی (وزارت فرهنگ، ورزش و گردشگری)
توجه ویژه به زیرساخت‌های ورزشی و اختصاص بودجه کلان در سطح ملی و محلی
برگزاری ابر رویدادهای ورزشی مانند مسابقات المپیک و جام

<sup>۱</sup> بشأن تنظیم سیاحه

سراسر جهان است. سیاست گردشگری ورزشی قطر جزء کلیدی استراتژی توسعه ملی آن است که هدف آن قرار دادن کشور به‌عنوان مقصد برتر رویدادهای ورزشی بین‌المللی است. در اینجا برخی از جنبه‌های کلیدی سیاست گردشگری ورزشی قطر آمده است:

چارچوب استراتژیک: سیاست گردشگری ورزشی قطر بر اساس چشم‌انداز ملی قطر ۲۰۳۰ و استراتژی بخش گردشگری ملی قطر ۲۰۲۳-۲۰۱۷ هدایت می‌شود. این چارچوب‌ها بر توسعه زیرساخت‌های ورزشی و میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ بین‌المللی برای تقویت گردشگری و رشد اقتصادی تأکید دارند. رویدادهای ورزشی متنوع: این سیاست بر ترویج طیف گسترده‌ای از ورزش‌ها، از جمله ورزش‌های سنتی مانند فوتبال و تنیس، ورزش‌های میراثی مانند شتر دوانی و شاهین بازی، ورزش‌های ذهنی مانند شطرنج، و ورزش‌های گروهی مانند سه گانه و دوچرخه‌سواری متمرکز دارد (۲۴).

توسعه زیرساخت‌ها: سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی در امکانات ورزشی پیشرفته، از جمله استادیوم‌ها، مراکز آموزشی و اسکان ورزش‌کاران و بازدیدکنندگان انجام شده است (۲۵). این زیرساخت از میزبانی رویدادهای بزرگ پشتیبانی می‌کند و تجربه کلی بازدیدکنندگان را افزایش می‌دهد.

مشارکت‌های بین‌المللی: قطر با فدراسیون‌های ورزشی، باشگاه‌ها و سازمان‌های بین‌المللی برای جذب و میزبانی رویدادهای مهم همکاری می‌کند. به‌عنوان مثال، مشارکت با نهادهایی مانند پاری سن ژرمن (PSG) به معرفی قطر به‌عنوان یک مقصد گردشگری ورزشی کمک می‌کند (۲۴).

پایداری و فراگیری: این سیاست همچنین بر پایداری و شمول اجتماعی تأکید دارد. تلاش‌ها برای اطمینان از

حفاظت از محیط زیست و فرهنگ: تأکید بر رویه‌های گردشگری پایدار و حفظ میراث فرهنگی و محیط طبیعی قطر است.

فعالیت‌ها و رویدادهای گردشگری: قانون فعالیت‌ها و رویدادهای گردشگری مختلف را تنظیم می‌کند و تضمین می‌کند که آنها به‌گونه‌ای انجام می‌شوند که قطر را به عنوان یک مقصد گردشگری معرفی کند.

متولی اصلی ترویج و توسعه بخش گردشگری در قطر سازمان گردشگری قطر<sup>۱</sup> است که ماهیت آن دولتی است و وظایف اصلی آن شامل: تبلیغ و بازاریابی؛ تنظیم مقررات و صدور مجوز؛ توسعه زیرساخت (بهبود زیرساخت‌های گردشگری از جمله حمل و نقل، اقامتگاه‌ها و جاذبه‌ها)؛ حفاظت فرهنگی؛ مدیریت رویداد (میزبانی و ترویج رویدادهای مهم مانند مسابقات ورزشی، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها) و گردشگری پایدار است.

در قطر، بخش مسئول گردشگری ورزشی در درجه اول زیر نظر سازمان گردشگری قطر است که با سازمان‌های دیگری مانند کمیته المپیک قطر و کمیته عالی خدمات و میراث<sup>۲</sup> همکاری می‌کند. میزبانی رویدادهای مهمی مانند جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ از نتایج این همکاری بود. این کشور یک استراتژی جامع برای ارتقای بخش گردشگری ورزشی خود با تمرکز بر انواع ورزش‌ها و رویدادها ایجاد کرده است. استراتژی قطر شامل ترویج ورزش‌های سنتی مانند فوتبال و تنیس، ورزش‌های میراثی مانند شتر دوانی و شاهین بازی، ورزش‌های ذهنی مانند شطرنج و ورزش‌های گروهی مانند سه‌گانه و دوچرخه‌سواری است. این رویکرد متنوع با هدف جذب طیف گسترده‌ای از بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان از

<sup>۱</sup>Qatar Tourism

<sup>۲</sup>Supreme Committee for Delivery & Legacy

تواند میراث مثبت طولانی مدتی از خود به جای بگذارد. همچنین گزارش‌ها نشان داده است که پس از همه‌گیری کرونا گرایش مردم نسبت به انجام فعالیت‌های خارج از خانه افزایش پیدا کرده است و مردم به ارزش سلامتی بیشتر از قبل آگاهی پیدا کرده‌اند. بنابراین انتظار می‌رود گردشگری ورزشی با اقبال بیشتری مواجه شود. در ورزش، رویدادهای ورزشی هم از نظر تماشایی بودن و هم از نظر مشارکت کردن در ورزش به‌عنوان یک جلب‌کننده گردشگر به شهر یا کشور مقصد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که نیازمند برنامه‌ریزی و توجه ویژه است (۶). رویدادهای ورزشی در تأمین اوقات فراغت برای مردم محلی (چه از منظر مشارکت در ورزش و چه از منظر تماشای مسابقات ورزشی) نقش قابل توجهی دارد و همچنین این نوع رویدادها به‌واسطه جذابیت بالای آن می‌تواند به‌عنوان پاسخ به یکی از مهم‌ترین نیازهای بشر، یعنی اجتماع و تعامل انسانی قلمداد شود. این رویدادها نه تنها تقاضای کوتاه‌مدت برای رزرو هتل و پرواز را افزایش می‌دهد، بلکه گردشگران را برای کاوش در مناطق اطراف ترغیب می‌کند که منجر به اقامت طولانی‌مدت و افزایش هزینه‌ها می‌شود. میزبانی رویدادهای ورزشی ممکن است توسعه زیرساخت‌ها مانند امکانات ورزشی جدید و شبکه‌های حمل‌ونقل بهبود یافته را تقویت کند و در نتیجه شهرت و رقابت جویی<sup>۱</sup> مقصد را در بلندمدت افزایش دهد. یکی از راهکارهای سریع در توسعه گردشگری ورزشی الگو گرفتن از کشورهای پیشرو در این زمینه و بومی کردن این الگوها براساس فرهنگ ایرانی و اسلامی است. در بخش‌هایی از آسیا، سیاست‌گذاران به پتانسیل گردشگری ورزشی پی‌برده‌اند و رویکردهای متنوعی را برای پرورش رشد آن بر اساس مزیت‌های رقابتی خود اتخاذ کرده‌اند. باتوجه به نقش کلیدی ایران

اینکه رویدادهای ورزشی به توسعه جامعه و پایداری اجتماعی کمک می‌کنند و تقویت حس وحدت و فراگیری در میان ملیت‌های مختلف انجام می‌شود (۲۵). تبلیغات و بازاریابی: سازمان گردشگری قطر (QTA) به‌طور فعال گردشگری ورزشی را از طریق کمپین‌های بازاریابی مختلف و ابتکارات استراتژیک ترویج می‌کند. این شامل برجسته کردن میراث فرهنگی و ورزشی منحصر به فرد قطر برای جذب طیف متنوعی از بازدیدکنندگان است (۲۴).

در جدول زیر مهم‌ترین موارد مربوط به سیاست‌های قطر در ترویج گردشگری ورزشی آورده شده است

#### جدول ۴. مهم‌ترین موارد مربوط به سیاست‌های قطر در

##### ترویج گردشگری ورزشی

توجه ویژه دولت قطر به گردشگری و تصویب قانون رقم ۲۰ در مورد تنظیم گردشگری (۲۰۱۸)
هماهنگی بین بخش‌های ورزشی با سازمان گردشگری قطر
توجه ویژه به زیرساخت‌های ورزشی و اختصاص بودجه کلان در سطح ملی
برگزاری ابر رویدادهای ورزشی مانند جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ برای اولین بار در خاور میانه
برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی مانند مسابقات فرمول ۱
تأکید بر جشنواره‌های ورزشی مربوط به ورزش‌های میراثی قطر (مانند شتر دوانی و شاهین بازی)
تأکید بر ورزش‌های ماجراجویانه: صحرانوردی با اتومبیل؛ ورزش‌های آبی و چتر بازی و پاراگلایدر
دارای مجهزترین کمپ‌های ورزشی دنیا مانند کمپ اسپایر
ساخت مجهزترین استادیوم‌های فوتبال در دنیا مانند استادیوم الخلیفه

منبع: یافته‌ها پژوهش

#### بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری ورزشی، در دهه‌های اخیر رشد سریع را در صنعت گردشگری جهانی داشته است و از نظر اقتصادی نیز صرفه زیادی برای کشورها دارد (۴). گردشگری ورزشی می‌تواند اقدامات اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی را ترویج کند، توسعه را سرعت می‌بخشد و می

<sup>۱</sup>competitiveness

موجب ارتقا گردشگری داخلی است بلکه سبب می‌شود که کشورها نسبت به میزبانی مسابقات بین‌المللی شانس بیشتری داشته باشند و موجبات توسعه گردشگری ورودی را فراهم آورد.

همچنین نتایج حاصل از تطبیق نشان داد در همه کشورها سازوکار ملی مشخصی وجود دارد که به موجب آن بخش ورزش با بخش گردشگری همکاری می‌کند. به‌طور مثال در کره جنوبی گردشگری و ورزش تحت یک سازمان اصلی یعنی وزارت فرهنگ، ورزش و گردشگری مدیریت می‌شود. همچنین در چین، ژاپن و قطر گردشگری ورزشی، بخشی از یک استراتژی گردشگری ملی یا یک سیاست ملی است که توسط یک نهاد مربوط به گردشگری مدیریت می‌شود. نتایج قیاسی نشان‌دهنده توجه ویژه این کشورها (چین، ژاپن، کره جنوبی و قطر) به ادغام فرهنگ کشور خود با ورزش است. هر کشوری از میراث فرهنگی منحصر به فرد خود برای افزایش تجربیات گردشگری ورزشی استفاده می‌کند و اغلب ورزش‌های سنتی را در روایت گردشگری ادغام می‌کند. ژاپن با ترویج و ارتقا گردشگری داخلی و بین‌المللی از طریق ورزش‌های میراثی مانند "گردشگری بودو" (هنرهای رزمی)، کره جنوبی با ترویج و ارتقا جشنواره‌های ورزشی مربوط به ورزش‌های میراثی کره (مانند تیراندازی با کمان و تکواندو) و قطر نیز با ترویج جشنواره‌های ورزشی مربوط به ورزش‌های میراثی قطر (مانند شتر دوانی و شاهین بازی) نمونه‌های تلفیق فرهنگ با گردشگری ورزشی هستند.

همچنین نتایج حاصل از تطبیق سیاستگذاری و قانون گذاری در زمینه توسعه گردشگری ورزشی در کشورهای منتخب نشان می‌دهد- همه کشورها میزبان انواع رویدادهای ورزشی بین‌المللی و ملی بوده‌اند، از

در آسیا و به‌ویژه در خاورمیانه و با عنایت به تعاملات ایران با کشورهای مطرح ورزشی همچون چین و برخی کشورهای عربی در سال‌های اخیر بنابراین اقتباس گرفتن از سیاست‌های کشورهای پیشرو گردشگری ورزشی در آسیا می‌تواند در راستای توسعه گردشگری ورزشی ایران کمک کننده باشد. این مطالعه سیاست‌های گردشگری ورزشی را در چهار کشور چین، ژاپن، کره جنوبی و قطر را مورد تحلیل و تطبیق قرار داد.

نتایج حاصل از تطبیق سیاستگذاری و قانون‌گذاری در زمینه گردشگری ورزشی در کشورهای منتخب نشان داد که در همه کشورها دولت به‌واسطه قانون، مکلف به توجه و حمایت ویژه نسبت به توسعه گردشگری شده است در همه کشورهای مورد مطالعه قانون مشخص در زمینه ترویج گردشگری وجود دارد و ترویج گردشگری ورزشی به‌عنوان بخشی از استراتژی‌های گردشگری گسترده‌تر و عمومی است و دولت برای برگزاری رویدادها و توسعه زیرساخت‌های ورزشی بودجه قابل توجهی را هزینه می‌کند. به‌طور مثال در کشور قطر از سال ۲۰۱۰ که به‌عنوان میزبان برای جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ برنده می‌شود در فاصله ۱۲ سال بیش از ۶ استادیوم مدرن روز دنیا (مانند استادیوم الجنوب؛ استادیوم الخلیفه؛ استادیوم احمد بن علی؛ استادیوم الثمامه، استادیوم لوسیل و غیره) طراحی و تأسیس و بازسازی شده است. همچنین خطوط مترو و فرودگاه بین‌المللی حمد افتتاح شد. به‌علاوه شرکت‌ها و انستیتوهای متعددی نیز تأسیس شد که نشان دهنده توجه ویژه دولت قطر به توسعه زیرساخت‌ها و صرف هزینه بالا جهت برگزاری ابر رویدادهای ورزشی دارد. مطابق یافته‌های تحلیلی وجه مشخصه همه این کشورها توسعه زیرساخت‌های ورزشی است. توسعه زیرساخت نه تنها

مداوم برای سفرهای تفریحی چشم‌انداز سال ۲۰۲۳ را شکل می‌دهد. نظرسنجی انجام‌شده توسط یک شرکت خدمات پرداخت نشان داد که هزینه‌های جهانی برای «تجارب» مانند فعالیت‌های تفریحی و رویدادها بین سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ افزایش ۶۵ درصدی را نشان می‌دهد که از افزایش ۱۲ درصدی هزینه‌های خرید در مدت مشابه پیشی گرفته است (۲۶). گرایش غالب<sup>۷</sup> دیگر این است که گردشگران بیشتری فضای باز را دوباره کشف می‌کنند و فعالیت‌های فیزیکی را در برنامه‌های سفر خود گنجانده‌اند (۲۷). بنابراین استفاده از منابع طبیعی که سبب کسب تجربیات منحصر به فرد می‌شود مزیت رقابتی ایجاد می‌کند. توسعه فعالیت‌هایی مانند غواصی، موج سواری، قایق سواری، غواصی، غواصی در آسمان، و هنگ گل‌ریدینگ در هاینان چین و توسعه دوچرخه سواری، کمپینگ و تماشای ستارگان در غلفزارهای ژانگی<sup>۸</sup> یا توسعه ورزش‌های یخی<sup>۹</sup> به‌عنوان یکی از ورزش‌های زمستانی<sup>۱۰</sup>، در چین، کره و ژاپن با جذابیت منحصر به فرد خود که ناشی از شرایط اقلیمی و منابع طبیعی این کشورهاست، افراد بیشتری را برای شرکت در آن جذب می‌کند که باعث توسعه سریع ورزش و گردشگری برفی در می‌شود. به‌طور مثال طبق آمار، تا پایان سال ۲۰۱۹، ۶۵۷ پیست اسکی در چین وجود داشت که شامل بیش از ۸۰۰ سالن اسکیت سرپوشیده و روباز بود. تعداد کل پارک‌های برفی به ۱۱۴۰ پارک رسید که نزدیک به ۲۰۰ پارک جدید در مقایسه با سال قبل است. همچنین در قطر نیز هیجان‌راندگی بر روی تپه‌های شنی در صحرای قطر و گسترش فعالیت‌هایی مانند کایت‌سرفینگ، ویک‌برد و پاراسلینگ در امتداد سواحل قطر نیز نمونه‌هایی از

ورزش‌های سنتی گرفته تا مسابقات جهانی مانند ماراتن‌ها و رویدادهای چند ورزشی (مانند المپیک، بازی‌های آسیایی). برگزاری رویدادها و جشنواره‌ای ملی متنوع سبب رونق گردشگری داخلی می‌شود و برگزاری رویدادهای بین‌المللی سبب توسعه گردشگری ورودی کشورها خواهد شد. به‌طور مثال طبق گزارش‌ها در سال ۲۰۱۹، چهار شهر از ۱۰ شهر برتر بین‌المللی برای ماراتن برای مسافران چینی، در ژاپن قرار داشته که سبب جذب گردشگران چینی به ژاپن شده است. در ژاپن ساپورو<sup>۱</sup> و ناگانو<sup>۲</sup> شهرهای میزبان بازی‌های المپیک زمستانی در سال‌های ۱۹۷۲ و ۱۹۹۸ بودند. ژاپن همچنین میزبان بازی‌های آسیایی (۱۹۵۸، ۱۹۹۴، ۲۰۲۶)، و جام جهانی فوتبال (۲۰۰۲) بوده است.<sup>۳</sup>

همچنین نتایج تحلیلی حاصل از تطبیق نشان می‌دهد که استفاده از منابع طبیعی برای همه کشورها یک مزیت بزرگ در جذب گردشگران ایجاد کرده است. گزارش‌ها حاکی از این است که صنعت گردشگری جهانی در سال‌های اخیر دچار تلاطم شده است. در حالی که مسافران برنامه‌های خود را در پاسخ به همه‌گیری تطبیق داده‌اند، بیشتر به‌دنبال تجربیات منحصر به فرد در مقاصد هستند و در مواجهه با چشم‌انداز اقتصادی در حال تغییر، ترجیحات پس از همه‌گیری برای تجربیات<sup>۴</sup> نسبت به چیزها<sup>۵</sup> اولویت یافته است<sup>۶</sup> و تقاضای

<sup>۱</sup>Sapporo<sup>۲</sup>Nagano<sup>۳</sup><https://dragontrail.com.cn/><sup>۴</sup>Experiences<sup>۵</sup>Things

<sup>۶</sup> «تجربه‌ها» شامل هزینه‌های گردشگران در رستوران‌ها، پارک‌های تفریحی و رویدادهای دیگر می‌شود، در حالی که «چیزها» شامل هزینه‌های گردشگران در فروشگاه‌های زنجیره‌ای، پوشاک، لوازم آرایشی، کالاهای ورزشی، جواهرات، کفش، کتاب‌فروشی‌ها، لوازم الکترونیکی، اسباب‌بازی و .. است.

<sup>۷</sup>trend<sup>۸</sup>Zhangbei<sup>۹</sup>Ice Sport<sup>۱۰</sup>Winter sport

-حمایت دولت از برگزاری رویدادهای ملی و بین‌المللی

### تشکر و قدردانی

این پژوهش برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان «  
بررسی ابزارهای سیاستگذاری توسعه گردشگری  
ورزشی (مطالعه تجربه کشورهای موفق)» و شماره  
مسلسل ۱۷۸۵ که با حمایت مرکز پژوهش‌های مجلس  
ایران انجام شده است. از اینرو نویسندگان مراتب قدردانی  
خود را از آن مرکز ابراز می‌کنند.

استفاده از منابع طبیعی جهت ارتقا گردشگری ورزشی  
محسوب می‌شود. ژاپن نیز به دلیل منابع طبیعی فراوان،  
امکانات متعددی را در چهار فصل سال ارائه می‌دهد. به  
طور مثال می‌توان به دویدن در کوهستان<sup>۱</sup> در بهار،  
قایقرانی در آب‌های خروشان رو ورزش‌های دریایی در  
تابستان و اسکی و اسنو بورد در زمستان اشاره کرد. علاوه  
بر فعالیت‌های ورزشی مختلف، شرکت کنندگان این  
فرصت را دارند که از مکان‌های میراث فرهنگی یا حیات  
وحش متنوع در منطقه بازدید و تجربه کنند. یک مثال  
برجسته می‌تواند تور استان ناگانو<sup>۲</sup> باشد، جایی که یک  
فرد می‌تواند در یک تور شامل اسکی، تماشای میمون‌های  
برفی، غذاهای سنتی و بازدید از معبد زنکو-جی<sup>۳</sup> در طول  
سه روز شرکت کند.

### محورهای پیشنهادی:

مطابق با بررسی‌های تطبیقی صورت گرفته در جهت  
توسعه گردشگری ورزشی راهکارهای عملیاتی به شرح زیر  
پیشنهاد می‌شود:

-توسعه زیرساخت‌های ورزشی و اختصاص بودجه ویژه  
-تدوین دستورالعمل نحوه همکاری وزارت میراث فرهنگی،  
گردشگری و صنایع دستی با سازمان‌های ورزشی توسط  
وزارتخانه مذکور در جهت ترویج گردشگری ورزشی داخلی  
-برگزاری جشنواره‌های ورزش‌های میراثی مانند ورزش  
های زورخانه‌ای و چوگان در سطح محلی، ملی و منطقه‌ای  
- حمایت و گسترش فعالیت‌ها و ورزش‌های مناسب با  
شرایط اقلیمی

- تدوین طرح ملی توسعه گردشگری ورزشی

<sup>۱</sup>trail running

<sup>۲</sup>Nagano Prefecture

<sup>۳</sup>Zenko-ji

## References

1. Nikzad, Abbas; Shafiea, Saeed. Examining the Status of Domestic Tourism from the Perspective of Accessibility for Different Social Groups and Proposing a Legislative Package (19710). Monthly Expert Reports of the Parliamentary Research Center, 2024; 32(1): 1-36. doi: 10.22034/report.2024.16737.1687 (in persian).
2. setayeshmanesh, M. Review of Political Impacts of Tourism. Geography and Human Relationships, 2023; 5(4): 48-69.
3. Karoubi, M., Hasani, E., Kuchaki, Z. Content Analysis of Published Articles Focusing on the Topic of Coronavirus Epidemic and Tourism Case Study: The Top Five Tourism Magazines in the World. Tourism and Leisure Time, 2021; 6(11): 77-89. doi: 10.22133/tlj.2021.139383
4. Salimi, M., KHalili, M., Salehi, S. S. A. Analyzing the Degree of Foreign Sport Tourists Host Cities' Development from Attraction Factors Viewpoint Using TAXONOMY Method. Sport Management Studies, 2014; 6(26): 123-146.
5. Abdollahnezhad, F., Andam, R., Rajabi, M. Bibliometric Analysis of Service Quality in Sports Tourism. Journal of Tourism and Development, 2024; 13(1): 262-279. doi: 10.22034/jtd.2023.412562.2811
6. Javid, M., naghipoor, B., Almasi, H. Sport Tourism and the Economic Impacts on Host Communities. Sport Management Studies, 2015; 7(32): 13-32.
7. Meshiri, Seyed Rahim; Rajabi, Azita; Rajaei, Mohammad Ali (2015). Investigating and Evaluating the Role of Sports Tourism in the Economic, Social, Cultural, and Physical Development of Cities. Proceedings of the Regional Conference on Development Strategies from a Geographical Perspective, Islamic Azad University, Astara Branch, May 12, p. 52.
8. Robinson T, Gammon S. A question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework. Journal of Sport & Tourism. 2004 Aug 1;9(3):221-33.
9. Kozak M. Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. Tourism management. 2002 Jun 1;23(3):221-32.
10. Bartoluci M, Škorić S, Starešinić Z. Sports tourism offer in Croatia. Poslovna izvrsnost. 2016 Dec 15;10(2):9-25.
11. Muiruri Njoroge J, Atieno L, Vieira Do Nascimento D. Sports tourism and perceived socio-economic impact in Kenya: The case of Machakos County. Tourism and hospitality management. 2017 Nov 10;23(2):195-217.
12. Miranda J, Andueza J. The role of sport in the tourism destinations chosen by tourists visiting Spain. Journal of Sport & Tourism. 2005 Jan 1;10(2):143-5.
13. Kapur R. The significance of sports tourism. Access through the internet: [https://www.researchgate.net/publication/328412942\\_The\\_Significance\\_of\\_Sports\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/328412942_The_Significance_of_Sports_Tourism). 2018.
14. Dolnicar S, Fluker M. Who's riding the wave? An investigation into demographic and psychographic characteristics of surf tourists.
15. Moladoost, K., Honarvar, A. Explaining The Concept of Polo Tourism Based On The Cultural Tourism Values. Tourism and Leisure Time, 2022; 7(14): 167-185. doi: 10.22133/tlj.2023.388721.1083
16. Bod, M., Darman, F. The Impacts of Event Tourism in Iran. Tourism of Culture, 2023; 4(13): 62-73. doi: 10.22034/toc.2023.389524.1113
17. Bassegy BE. Transforming the Nigeria tourism industry through tourism entrepreneurial development. African Journal of Business Management. 2015;9(15):569-80.

18. China Tourism Research Market Handbook, Tourism Deputy Ministry, Office of Foreign Tourism Marketing and Development, Ministry of Cultural Heritage, Tourism, and Handicrafts. 2023. (in persian).
19. Li F, Lu Z, Zhang A, Dilixiati D. Research on the Development of China's National Sports Tourism Under the Background of Big Data. In Cyber Security Intelligence and Analytics: 2021 International Conference on Cyber Security Intelligence and Analytics (CSIA2021), Volume 1 2021 (pp. 487-493). Springer International Publishing.
20. [https://en.wikisource.org/wiki/Law\\_of\\_the\\_People%27s\\_Republic\\_of\\_China\\_on\\_Sports\\_%282022%29](https://en.wikisource.org/wiki/Law_of_the_People%27s_Republic_of_China_on_Sports_%282022%29).
21. Jeong Y, Yu A, Kim SK. The antecedents of tourists' behavioral intentions at sporting events: The case of South Korea. Sustainability. 2019 Dec 31;12(1):333.
22. Sul S. An approach to improve service trade account of Korea: Sport tourism and patterns of specialization in the Olympic Games. Journal of Korea Trade. 2016 Sep 12;20(3):297-314.
23. Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2015). Tourism development in Qatar: Towards a diversification strategy beyond the conventional 3 Ss. African journal of hospitality, tourism and leisure.
24. The Gulf Times newspaper. Sports tourism in Qatar: Remarkable growth. 2018. Retrieved from: <https://www.gulf-times.com/>
25. Georgetown University in Qatar. From Nationalism to Internationalism: Sports Policies and Qatar's International Status. 2021. Retrieved from: <https://cirs.qatar.georgetown.edu>
26. Mastercard Economics Institute. Mainland China reopens, experiences endure, and business travel bounces back. 2023. Retrieved from: <https://www.mastercard.com>
27. booking.com company. Wanderlust Over Wallets: Travel Confidence Holds up For Over Half of APAC Travellers Despite Economic Headwinds. 2023. Retrieved from: <https://news.booking.com/>