گردشگری ورزشی چهارمحال‌وبختیاری در انتظار بودجه

معاون گردشگری اداره کل میراث‌فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری چهارمحال‌وبختیاری گفت: جاذبه‌های گردشگری زمستانه استان که برای گردشگران حادثه‌خیزند، در انتظار تخصیص اعتبار هستند. حیدر صادقی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: در حال حاضر مکان‌های ناشناخته موجود در استان بیشتر مورد توجه گردشگران واقع می‌شود که بیش از ۱۰ کانون گردشگری استان در اولویت ایمن‌سازی مسیر قرار دارند. وی با اشاره به اینکه اعتبار ملی برای ایمن‌سازی سواحل در نظر گرفته می‌شود ولی برای مسیرهای کوهستانی اعتباری تخصیص داده نمی‌شود، افزود: به طور متوسط هر کانون گردشگری برای ایمن‌سازی مسیر، ۲۵۰ تا ۳۰۰ میلیون تومان اعتبار نیاز دارد که تاکنون اعتباری برای آنها تخصیص داده نشده است. صادقی گفت: متأسفانه گردشگران و کوه‌نوردانی که وارد استان می‌شوند، آشنایی کاملی به منطقه و کانون‌های گردشگری ندارند و همین امر موجب ایجاد حادثه برای افراد می‌شود.

گردش و ورزش در میزگرد این هفته «توریسم»

با حضور اکبر غمخوار، رضا شجیع و مصطفی محمدی‌رئوف

اسماعیل ناصری، خبرنگار توریسم/ میزگرد این هفته «توریسم» به موضوع «گردشگری ورزشی» اختصاص داشت؛ اینکه چطور می‌توان از ورزش و ظرفیت‌های آن به عنوان زمینه‌ای برای جذب گردشگر استفاده کرد و «تجاری‌سازی ورزش» چه ملاحظات و ملزوماتی در ایران دارد؟ برای این میزگرد از چهار نفر دعوت کرده بودیم؛ سه نفر از آنها عبارت‌اند از: اکبر غمخوار، فعال گردشگری که رئیس گروه تورهای ورزشی ایران و مدیرعامل اسبق باشگاه پرسپولیس است، رضا شجیع، دبیر شورای راهبردی وزارت ورزش و جوانان و عضو هیئت مؤسس انجمن توسعه گردشگری ورزشی ایران و مصطفی محمدی‌رئوف، پژوهشگر صاحب‌نظر حوزه گردشگری ورزشی که به اجابت دعوت ما، ظهر یکی از روزهای آغازین آبان‌ماه در محل دفتر روزنامه «توریسم» حاضر شدند تا در نبود نماینده دولت که با وجود ارسال دعوت‌نامه رسمی به معاونت گردشگری و پی‌گیری‌های تلفنی مکرر، پاسخی به دعوت ما نداد و در نهایت غایب این میزگرد بود، درخصوص موضوع، بحث و تبادل‌نظر کنند. به هر حال خودداری پاسخ از سوی معاونت گردشگری مانع از انجام مسئولیت ما در مقام رسانه نشد و تا صبح روز برگزاری نشست هم تماس‌های پی‌گیرانه ما بی‌وقفه ادامه داشت. باشد که به تعبیر شیخ اجل، سعدی «آنچه شرط بلاغ است» را با مخاطب نامه گفته و رسالتمان را به جا آورده باشیم. متن مشروح میزگرد را که زوایای قابل‌ملاحظه‌ای به بحث «گردشگری ورزشی» گشوده است، بخوانید.

■ بحث را با جناب آقای غمخوار آغاز می‌کنیم که در هر دو حوزه گردشگری و ورزش سابقه کار دارند. با این پرسش که اساسا به چه چیزی «گردشگری ورزشی» می‌گوییم؟

■ **غمخوار:** اگر بخواهیم بحث گردشگری ورزشی را به زبانی ساده تشریح کنیم، می‌توان تقسیم‌بندی‌های ساده‌ای در آن انجام داد تا مشخص شود این نوع گردشگری به چه پدیده‌ای گفته می‌شود. رویدادها و مناسبت‌هایی در زمینه ورزش در دنیا وجود دارد، مثل جام جهانی فوتبال، جام جهانی کشتی، المپیک و... که خیلی از اینها هر چهار سال یک‌بار، برخی هر دو سال و بعضی هم سالی یک‌بار برگزار می‌شوند. دو گروه بازار هدف این رویدادها را تشکیل می‌دهند؛ یک گروه تعداد زیادی از ورزشکاران هستند که به این کشورها سفر می‌کنند، مثلاً ده‌هزار ورزشکار و هیئت همراه به المپیک برزیل می‌روند و در آنجا حضور پیدا می‌کنند و خودشان، این رویداد را رقم می‌زنند. خود آنها از نظر ما، نوعی گردشگر هستند، چون هم از هتل استفاده می‌کنند، هم حمل‌ونقل آنها در آنجا با هواپیما انجام می‌شود، هم به رستوران‌های آنجا می‌روند و... در یک کلام حضور این افراد برای آن کشور درآمد دارد. گروه دوم کسانی هستند که برای دیدن مسابقات به کشور محل رویداد سفر می‌کنند، برای مثال در ابوظبی تورنمنت تنیس برگزار می‌شود. ممکن است تعداد ورزشکارانی که با هیئت همراهشان به آنجا می‌روند، ۵۰ نفر باشد اما هزاران نفر برای تماشای این مسابقات به ابوظبی می‌روند. این بازدیدکنندگان و هواداران به هر تقدیر جزء گردشگران ورزشی محسوب می‌شوند که بسته به نوع رویداد ورزشی، تعدادشان متفاوت است، برای مثال، در مورد جام جهانی فوتبال در روسیه، پیش‌بینی‌ها بر این است که اگر در شهرهای مختلف آن کشور برگزار شود، بیش از ۵۰۰ هزار بازدیدکننده خواهد داشت. به هر حال اینها گردشگران ورزشی هستند و هدفشان برای سفر به کشور مقصد، دیدن یک رویداد ورزشی است. گروه سوم اما گروهی هستند که خودشان برای تفریح و ورزش به کشوری سفر می‌کنند، مثل گروهی که به ارتفاعات اورست می‌روند و قله را فتح می‌کنند، یا گروهی از کشور سوئیس که در آب‌های خروشان ترکیه رفتینگ انجام می‌دهند. عده‌ای هم می‌گویند که ما برای wellness می‌رویم؛ یعنی برای سلامتی و بهتر زندگی کردن. از آنجا که در دنیای مدرن رویدادهای زیادی برگزار می‌شود، در حال حاضر مردم به سلامتی‌شان بیشتر توجه می‌کنند و علاقه‌مندان دوست دارند تیم‌های مورد علاقه خود را چه در سطح ملّی و چه در سطح باشگاهی تشویق کنند. می‌توان گفت مجموع اینها پدیده گردشگری ورزشی را شکل می‌دهد. اخیراً در تهران مسابقه‌ای بین تیم‌های نساجی از مازندران و استقلال تهران برگزار شد. مازندرانی‌های مقیم تهران و همین‌طور افرادی از استان مازندران به ورزشگاه آمدند و تیمشان را تشویق کردند. این هم یک نوع پدیده گردشگری ورزشی در داخل کشور است. در دنیای مدرن صنعت گردشگری به شما می‌گوید که مثلاً وقتی به پاریس می‌روی تا یک رویداد ورزشی تماشا کنی، برو و برج ایفل و موزه لوور را هم ببین. این ترکیب‌کردن تورهای سیاحتی و ورزشی، یکی از کارهایی است که امروزه در دنیا متداول است.

■ یعنی محرک اصلی، گردشگری ورزشی است که دامنه سفر را به انواع دیگری از گردشگری نیز گسترش می‌دهد.

■ **غمخوار:** بله، محرک اصلی، گردشگری ورزشی است اما در عین حال وارد بناهای یادمانی تاریخی، آثار باستانی و فرهنگ آنجا هم شده که ما به آنها تورهای Optional (اختیاری) می‌گوییم؛ یعنی کسی می‌آید در مسابقه شرکت می‌کند، از آن شهر یا کشور بازدید می‌کند و در عین حال فرهنگ و تمدن ما را هم در شیراز و اصفهان می‌بیند. در بسیاری از مناسبت‌ها این اتفاق افتاده است. باید بتوانیم سه، چهار موضوع را در گردشگری ورزشی احیا کنیم؛ اول اینکه باید بتوانیم مسئول برگزاری مسابقات در کشور باشیم. شما می‌دانید که در حال حاضر برای گرفتن میزبانی در دنیا جنگ است، مثلاً قطر پول زیادی خرج می‌کند تا جام جهانی در آن کشور برگزار شود. چرا این کار را می‌کند؟ چون میلیون‌ها چشم به این کشور نگاه می‌کند و بعد هم کانون توجه جهانیان شده و از طرفی برایش درآمد هم دارد. گردشگر از آن‌سر دنیا به قطر می‌رود و هتل می‌گیرد تا بتواند این رویداد را ببیند.

■ آقای دکتر شجیع؛ به عنوان نماینده دولت در این میزگرد، با توجه به ایده‌هایی که آقای غمخوار مطرح کردند، بفرمایید که پتانسیل ما در بخش گردشگری ورزشی چقدر است و تا چه حد قابلیت داریم و وزارت ورزش تا چه حد روی این قابلیت‌ها تمرکز کرده و بزنگاه‌هایی که مدنظر وزارتخانه قرار دارد، کدام‌اند؟

■ **شجیع:** من در ابتدا از جناب آقای غمخوار عزیز و بحث‌های خوبی که مطرح کردند، تشکر می‌کنم. ابتدا لازم می‌دانم به چند نکته اشاره کنم. اگر ما تعریف دقیقی از گردشگر و گردشگری ارائه ندهیم، بحث به انحراف کشیده می‌شود و نمی‌توانیم نتیجه‌ای کاربردی از آن بگیریم. بر اساس آخرین تعاریف و مبانی‌ای که در حوزه بحث گردشگری مطرح است، گفته می‌شود گردشگر کسی است که حداقل به مدت ۲۴ ساعت در مقصد اقامت می‌کند و این تعریف نشان می‌دهد که یک پایه اقتصادی بر مقوله گردشگری حاکم است؛ یعنی وقتی یک نفر از مبدأ و منزل خودش خارج می‌شود و تصمیم می‌گیرد که ۲۴ ساعت را با هر هدفی در مکانی غیر از منزل خودش سپری کند، نیاز به اسکان، تغذیه و امکاناتِ اولیه دارد و باید برای اینها هزینه کند. در نتیجه شما می‌بینید که دقیقاً بحث گردشگری، ارتباط مستقیمی با توسعه اقتصادی دارد. به همین دلیل است که امروز از گردشگری به عنوان یکی از پایه‌های اصلی توسعه اقتصادی یاد می‌کنیم و در دنیا به دلیل وابستگی مستقیمی که گردشگری با مقوله اقتصاد دارد، بحث جایگزینی اقتصاد وابسته به نفت با اقتصاد وابسته به گردشگری مطرح می‌شود. وقتی که چنین تعریفی را مدنظر قرار می‌دهیم، در واقع گردشگری را در ذهنمان مانند خودرویی در نظر می‌گیریم که می‌تواند به هر هدفی حرکت کند. حالا این خودرو می‌تواند با هدف سلامتی حرکت کند یا ورزش یا مذهبی یا هدف فرهنگی. مهم‌ترین نکته‌ای که می‌خواهم در اینجا مطرح کنم، این است که ما نمی‌توانیم گردشگری ورزشی را جزیره‌ای جدا از سایر مبانی و مفاهیم گردشگری بدانیم؛ یعنی اگر برای گردشگری، بستر و زیرساختی قائل هستیم، این زیرساخت همان‌قدر می‌تواند به ورزش سرویس بدهد که به فرهنگ. بنابراین بنده ورزش را در مفهوم گردشگری ورزشی، چیزی جدا از گردشگری نمی‌بینم و گردشگری ورزشی از نظر من نوعی هدف برای گردشگری است. من به عنوان نماینده بخش ورزش در این نشست سؤالم این است که آیا در بخش گردشگری، زیرساخت‌ها فراهم است؟ آیا خود این خودرو مهیاست که ما به آن مسیر ورزشی هم بدهیم؟ فرض کنید رویداد را فراهم کرده و بهترین میزبانی را گرفتیم؛ آیا هتل‌های ما آمادگی سرویس‌دادن به حجم هواداراني که از نقاط مختلف می‌آیند، دارند؟ درست است که یک بخش این مقوله به ورزش مربوط می‌شود اما بخش دیگرش گردشگری است. ممکن است در بخش ورزش بگویید که در حال حاضر ورزشگاه‌های ما آمادگی پذیرش مسافران را ندارند. من می‌خواهم بگویم که از زاویه مدیریت گردشگری هم باید این داستان را دید. آیا حمل‌ونقل ما آمادگی سرویس‌دهی به رویدادهای بزرگ را دارد؟ آیا از نظر زیرساختی، هتل‌ها خدماتی را که یک توریست انتظار دارد، می‌توانند به او ارائه دهند؟ اینها سؤالاتی است که وجود دارد. بین بخش ورزش و بخش گردشگری باید ارتباط، گفت‌وگو و تعامل دوطرفه وجود داشته باشد. اصلاً این‌طور نیست که بخش گردشگری بگوید من آماده‌ام و چون بخش ورزش توان میزبانی رویدادهای بین‌المللی را ندارد، گردشگری ورزشی هم رونق نمی‌گیرد. نکته دیگری که می‌خواهم بگویم این است که همان‌طور که آقای غمخوار به درستی اشاره کردند، در اینجا فقط راجع به رویداد صحبت نمی‌کنیم. امروز دو واژه در دنیا تکلیفش مشخص شده است: Medical Tourism و Wellness Tourism که بعضی‌ها Wellness را هم به حوزه سلامت وصل می‌کنند که کاملاً متفاوت است. در بخش Wellness Tourism یا گردشگری تندرستی که امروز در دنیا خیلی مطرح است و در نقشه ۲۰۲۰ سازمان جهانی گردشگری، ایران در منطقه‌ای قرار گرفته که به عنوان زون گردشگری تندرستی مورد توجه است، باید شرایطی فراهم شود که مسئله طبیعت و بحث سلامتی افراد هم در این بخش دیده شود. در این بخش هم می‌توان گفت که بسترها به معنای کامل فراهم نیست و اساسا تعریف و چارچوب مشخصی برای این قضیه وجود ندارد. در بحث گردشگری ورزشی اگر ورزش را یک هدف ببینیم و آن را به دو قسمت داخلی و خارجی تقسیم کنیم، در بخش داخلی، اساساً باشگاه‌های ورزشی ما و بخش ورزش بنا به یک دلیل مشخص دغدغه‌ای برای ورود به بخش گردشگری نمی‌بینند، چون منافعی در آن احساس نمی‌کنند. در نتیجه منافع اقتصادی از بخش گردشگری به سمت بخش ورزش تعریف نشده است. این است که بخش ورزش احساس نیاز نمی‌کند، در حالی که من معتقدم اگر بین بخش ورزش با بخش گردشگری پیوندی برقرار شود، به میزان قابل توجهی، منافعی برای بخش ورزش خواهد داشت که در واقع ورزش را به سمت گردشگری خواهد برد. امروز در دنیا به ازای هر گردشگر چه میزان هزینه می‌کنند؟ در ترکیه و مالزی، به ازای هر گردشگری که می‌خواهد وارد این کشورها شود، بین ۶ تا ۹ دلار هزینه می‌شود. در اروپا ۲ دلار و در کشور ما این رقم ۲۰ سنت است. من بر این باورم که مشکل اصلی ما زیرساخت است. به خاطر اینکه وقتی آن زیرساخت فراهم شود، خود ورزش به سمت گردشگری می‌آید. شما درآمد ما از گردشگری را با کشورهای پیشرفته مقایسه کنید؛ ما در سال ۲۰۱۵، ۳/۸ میلیارد دلار از کل گردشگری درآمد داشتیم و درآمد کشوری مثل ترکیه ۲۶ میلیارد دلار و درآمد آمریکا ۲۰۵ میلیارد دلار بوده است. وقتی این مبلغ از طریق گردشگری تأمین می‌شود، بخشی از آن به ورزش می‌آید. ورزش انگیزه پیدا می‌کند و بخش خصوصی هم فعال می‌شود. بحث من این است که هم بخش ورزش و هم بخش گردشگری، نیازمند یک بازنگری اساسی هستند تا به این نقطه برسند که گردشگری می‌تواند برای بخش ورزش سودآور باشد و بخش گردشگری هم این را بداند که ورزش، یک فرصت است.

■ آقای محمدی رئوف؛ صحبت‌های دوستان را شنیدید. از منظر علمی و با توجه به کارهای تحقیقاتی که انجام داده‌اید، چه تعریفی از «گردشگری ورزشی» می‌توان ارائه کرد که به مختصات حقیقی این عبارت نزدیک باشد؟

■ **محمدی رئوف:** در راستای صحبت‌های آقای غمخوار باید اشاره کنم که رابینسون و گامون، دو تن از فعالان حوزه گردشگری ورزشی، به این مسئله اشاره می‌کنند که ما در حوزه گردشگری، گردشگری ورزشی نرم و گردشگری ورزشی سخت داریم که به نوعی، اشاره به صحبت‌های دکتر شجیع هم هست. گردشگری سخت به گردشگرانی اشاره دارد که برای رقابت‌های تخصصی ورزشی می‌آیند، مانند رویدادهای بزرگ. گردشگران ورزشی نرم، کسانی هستند که فقط برای تفریح و اوقات فراغت خود می‌آیند. بحث دکتر شجیع هم در این مقوله می‌گنجد. در مورد صحبت‌های آقای دکتر شجیع، اگر بخواهیم ۲۴ ساعت را در نظر بگیریم، اول باید بپرسیم که با توجه به سرعت حمل‌ونقل در منطقه، اگر یک گردشگر ورزشی از ایران بخواهد در رویدادی که در قطر و یا امارات برگزار می‌شود، شرکت کند، آیا ۲۴ ساعت معیار خوبی است یا نه؟ اگر یک مسابقه تنیس در دوحه برگزار شود و یک گردشگر بخواهد از ایران به آنجا برود، می‌تواند صبح برود و شب هم برگردد. فکر نمی‌کنم ۲۴ ساعت، معیار خوبی برای تعریف گردشگری ورزشی باشد. در تعریف گردشگری ورزشی و گردشگران ورزشی، پنج طبقه یا دسته وجود دارد که عده‌ای به عنوان گردشگر فعال و عده‌ای هم به عنوان گردشگر غیرفعال به آنجا می‌روند. گردشگر فعال، ورزشکاران و مربیان و سرپرستان تیم‌ها بوده و گردشگران غیرفعال طرفداران، تماشاگران، محققان و پژوهشگرانی هستند که از کشورهای مختلف برای تحقیق و پژوهش می‌روند. کسانی هم هستند که روی بازاریابی کار می‌کنند و اصلاً کاری هم به ورزش ندارند و جزء گردشگران غیرفعال محسوب می‌شوند. عده‌ای هم هستند که فقط می‌خواهند بروند و از امکانات آنجا استفاده کنند، بنابراین با پنج طبقه از گردشگران ورزشی روبه‌رو هستیم که عبارت‌اند از ورزشکاران، طرفداران، محققان، بازرگانان و کسانی که برای دسترسی به اماکن می‌روند.

■ پژوهش‌های شما چقدر در زمینه میزان ظرفیت‌های ما در بخش گردشگری ورزشی کشورمان به ویژه در سطح منطقه بوده است؟

■ **محمدی‌رئوف:** از نظر طبقه‌بندی خود سازمان متولی گردشگری، ما در خاورمیانه و آفریقا جزء پنج کشوری هستیم که ظرفیت گردشگری داریم. بنده مسئول کمیته رویدادهای بزرگ انجمنی هستم که اخیراً آقای دکتر شجیع و وزارت ورزش و سازمان گردشگری با نام «انجمن توسعه گردشگری ورزشی ایران» راه‌اندازی کرده و سال گذشته از آن رونمایی کردند. ظرفیت‌هایی در حوزه گردشگری ورزشی ما وجود دارد. در قدم و نگاه اول اگر هیچ هزینه‌ای هم نخواهیم بکنیم، مناطق آزاد ما هستند؛ مثل کیش و اروند که در واقع بدون هیچ بوروکراسی اداری می‌توانیم به‌راحتی گردشگر به آنجا جذب کنیم. چون فعلاً به خاطر بعضی مشکلات نمی‌توانیم رویدادهای بزرگ برگزار کنیم که به واسطه آن گردشگر وارد کشور بشود. ورزش‌های بومی و محلی ما هم ظرفیت بسیار زیادی برای جذب گردشگر ورزشی دارد. در حال حاضر فدراسیون ورزش روستایی و بازی‌های بومی محلی دارد رویدادهای بزرگ ورزش‌های محلی را برگزار می‌کند.

■ منظورتان این است که گردشگر خارجی در اینجا به واسطه چه جذابیتی بیاید؟ برای آشنایی با فرهنگ آن اقلیم؟

■ **محمدی‌رئوف:** گردشگر هم می‌تواند به عنوان ورزشکار بیاید و هم به عنوان طرفدار و یا تماشاگر. ما الان گردشگران خارجی زیادی داریم که می‌روند و ماسوله را می‌بینند اما در همان ماسوله ما مسابقات بومی محلی کشتی خود گیلان را داریم که اصلاً گردشگر خارجی که به ماسوله می‌رود، از آن اطلاع ندارد. در واقع وظیفه وزارت ورزش این است که این ظرفیت‌ها و حوزه‌های ورزشی را به سامانه گردشگری معرفی کند تا در کنار سایر مقوله‌های گردشگری، گردشگران بیایند و از حوزه ورزش هم دیدن کنند. چرا ما نتوانیم هم گردشگر و هم خود ورزشکار را بیاوریم؟ یعنی با توجه به امکانات و پتانسیل محدود ما در زمینه رویدادهای بزرگ مثل فوتبال یا تنیس یا والیبال، فعلاً می‌توانیم برای توسعه گردشگری ورزشی روی ورزش‌های بومی محلی برنامه‌ریزی کنیم.

■ آقای محمدی‌رئوف به دو مسئله اشاره کردند؛ ظرفیت‌های گردشگری ورزشی در مناطق آزاد و پتانسیل‌هایی که ورزش‌های بومی محلی در ایران دارد. آقای غمخوار؛ به نظر شما اینها اولویت‌های گردشگری ورزشی ماست یا اینکه ملاحظات و برنامه‌ریزی‌های دیگری مقدم بر اینها وجود دارد که باید مدنظر قرار دهیم؟

■ **غمخوار:** اجازه بدهید من اول به صحبت‌های قبلی‌ام برگردم. هیچ‌کجای دنیا فی‌البداهه نمی‌گویند که من یک رویداد را قبول می‌کنم، مثلاً در چین از ده سال قبل مشخص می‌شود که این کشور قرار است میزبان المپیک باشد و بر اساس آن، یک طرح کلی می‌دهند و ورزشگاه می‌سازند، جاده‌هایی را که باید به آن مسیر منتهی شود، می‌سازند، هتل می‌سازند و امکانات فراهم می‌کنند و در حقیقت این به یک زیرساخت تبدیل می‌شود که در آینده هم بتواند مورد استفاده قرار گیرد. خود من در چند جای دنیا مسئول بازرسی بودم که بروم و ببینم مثلاً آیا اینها به مسابقات جام جهانی یا المپیک می‌رسند یا نه؟ به آفریقای جنوبی رفتیم و دیدیم این کشور برای آنکه رویداد جام جهانی را برگزار کند، شاید ده‌ها هزار خانه را خراب کرد. در مناطقی مانند کیپ‌تاون و دوربان که قرار بود مسابقات در آن برگزار شود، برای آنکه در منظر عمومی، آن بیغوله‌ها دیده نشود، برای اینها خانه ساخت، اینجا را خراب کرد و همه را به آنجا منتقل کرد. وقتی یک گردشگر ورزشی می‌خواهد در رویدادی شرکت کند، به محل اقامتی نیاز دارد که حالا هتل یا مهمان‌سرا یا هر چیزی می‌تواند باشد. حمل‌ونقل راحت و دسترسی مناسب می‌خواهد. حالا اگر بخواهیم اینها را تقسیم‌بندی کنیم، مسئله روادید، پرواز، حمل‌ونقل دریایی و زمینی او هم مطرح است تا بتواند به راحتی به آن محل دسترسی پیدا کند. حتی در بعضی از شهرها، دسترسی به خود استادیوم از مسائلی است که می‌نشینند و طراحی می‌کنند. اینها بحث‌هایی است که باید داشته باشیم. مسئله بسیار مهم دیگر این است که باید قابلیت مهمان‌پذیری هم داشته باشیم؛ یعنی مردم و جوامع محلی قبول کنند که این تعداد گردشگر قرار است به اینجا بیایند. در واقع در فکرشان نباشد که اینها مزاحم زندگی ما شده و یا زندگی عادی ما را مختل کرده و یا بیزنس ما را تعطیل می‌کنند، مثلاً در ریو، یکی از مشکلات این بود که به خاطر فقری که آنجا وجود داشت، بعضی از مردم راضی به برگزاری المپیک نبودند. اینها مسائل بیزنس ماست.

■ آقای دکتر شجیع به خلاء گفت‌وگو برای رسیدن به دریافتی راهگشا از منافع مشترک اشاره کردند. به نظر شما چرا این امر تاکنون محقق نشده است؟

■ **غمخوار:** بله، درست است. هیچ‌کدام از اینها با دیگری گفت‌وگو ندارد. پیشنهاد ما به بخش ورزش کشور این است که یک تقویم گردشگری پنج ساله به ما بدهد و بگوید ما در پنج سال آینده، این کارها را چه در بخش بین‌الملل و چه در بخش داخلی قرار است انجام بدهیم. اگر این اتفاق بیفتد، می‌توان از الان برنامه‌ریزی کرد. بسیاری از مردم به دنبال این هستند که بیایند از این رویدادها بازدید کنند، اما با کدام اطلاع‌رسانی و کدام خبر؟

■ در ورزش‌های بومی‌محلی ما چطور؟ به نظر می‌رسد این خلاء اطلاع‌رسانی را در بخش ورزش‌های بومی‌محلی هم داریم. این‌طور نیست؟

■ **غمخوار:** بله، الان به ورزش‌های بومی ما نگاه کنید. ترکمنستان، رویدادی به عنوان معرفی ورزش‌های سنتی این کشور برگزار می‌کند، مثلاً ما رویداد بُزکشی را در استان‌های خودمان مثل گلستان و خراسان جنوبی داریم اما این می‌شود ورزش ترکمنستان. یا چوگان که ورزش ماست، می‌شود ورزش یک کشور دیگر. برای آنکه ما نیامدیم در دنیا بگوییم که ما این ورزش‌ها و رویدادها را داریم. به هر حال کشتی، چوگان یا کشتی با چوخه یا کشتی پهلوانی در استان‌های مختلف ما برگزار می‌شود اما خود من که یک فعال گردشگری هستم و در زمینه ورزشی کار می‌کنم، هیچ اطلاعی از این رویدادها ندارم. نه از فدراسیون‌ها و نه از سازمان ورزش، هیچ تقویمی نداریم که نشان دهد در پنج سال آینده، چه اتفاقاتی قرار است بیفتد. در حالی که از الان مشخص است که سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۲ کجاها میزبان کدام جام‌ها هستند. میزبان المپیک دو دوره بعد مشخص است. موضوع بعدی که خیلی مهم بوده و در ایران هم قابل انجام است، بحث برگزاری کمپ‌های ورزشی است که نمی‌دانم با تعریف آقای رئوف، اینها جزء نرم‌ها حساب می‌شوند یا سخت‌ها! ما هم کنار دریای خزر، کنار خلیج‌فارس و کیش را داریم و هم چابهار که در سطح دریا بوده و هم ارتفاعات سبلان و اردبیل. جنگل را هم در شمال داریم که اینها می‌توانند بروند و از آن استفاده کنند. من در یک زمستان، به آنتالیا رفته بودم که فصل خلوتی سفر هم حساب می‌شد و با شهردار آنجا ملاقاتی داشتم. ایشان می‌گفت افتخار من این است که در سال، هفده هزار تیم ورزشی را جذب کرده و پذیرایی می‌کنم. وقتی به هتل رفتیم، دیدیم که در کنار هتل، چهار زمین فوتبال، ۱۰ زمین تنیس و ۲۰ زمین بسکتبال درست کرده‌اند؛ یعنی در حقیقت آن هتل، علاوه بر اینکه در طول فصل شلوغی خود به مردم عادی خدمات می‌دهد، در فصل خلوتی و فصل کم‌مشتری هم از کمپ ورزشی استفاده کرده است. در مسکو وقتی ۱۵ یا ۲۰ درجه زیر صفر است، چرا تیم دیناموسکو نباید بیاید در جزیره کیش ما اردوی خود را برگزار کند؟ بعد از قبَل این مسئله، بسیاری از تیم‌های معروف دنیا می‌آیند و هم کمپ و هم مسابقه‌ای در آنجا برگزار می‌کنند که جمعیت زیادی می‌آید و از اینها بازدید می‌کند.

> غمخوار: من در یک زمستان، به آنتالیا رفته بودم که فصل خلوت حساب می‌شد و با شهردارش ملاقات داشتم. ایشان می‌گفت افتخار من این است که در سال از ۱۷ هزار تیم ورزشی پذیرایی می کنم. وقتی به هتل رفتیم، دیدیم که در کنار هتل، چهار زمین فوتبال، ۱۰ زمین تنیس و ۲۰ زمین بسکتبال درست کرده‌اند؛ یعنی علاوه بر خدمات‌دهی در فصل شلوغ، در فصل خلوت و کم‌مشتری هم از طریق کمپ ورزشی درآمدزایی می کند. وقتی زمستان در مسکو ۱۵ یا ۲۰ درجه زیر صفر است، چرا تیم دیناموسکو نباید بیاید در جزیره کیشِ ما اردوی خود را برگزار کند؟

بحث دیگر این است که ما از قابلیت‌هایی که در استادیوم‌هایمان وجود دارد، به خوبی استفاده نمی‌کنیم. در دنیای مدرن استادیوم‌سازی، کابین‌هایی به عنوان کابین‌های وی.آی.پی می‌سازند. بندَه این را در استادیوم‌های رئال مادرید و بارسلونا دیده‌ام. بعد آن را با قیمت‌های بسیار گزاف، در اختیار شرکت‌ها می‌گذارند. متأسفانه ما از قابلیت‌های استادیوم‌هایمان هم برای توسعه گردشگری ورزشی و پذیرش مهمان‌های وی.آی.پی به خوبی استفاده نمی‌کنیم.

■ مهم‌ترین مسئله همان تقویم گردشگری است که ظاهراً یا وجود ندارد و یا اگر وجود دارد، ما از آن مطلع نیستیم.

■ **غمخوار:** بله، حداقل شما در رسانه و ما در بخش‌های اجرایی گردشگری و ورزش از آن بی‌اطلاعیم.

■ می‌خواهیم بدانیم چه برنامه‌ای در این ارتباط دارند و اینکه روی چه ویژگی‌هایی حساب کرده‌اند تا این تقویمی که قرار است تدوین شود، با آن پتانسیل‌هایی که در کشور وجود دارد، تناسب داشته باشد؟

■ **شجیع:** بنده روی بحث ۲۴ ساعت اقامت اصرار دارم.

■ **غمخوار:** آنکه حرف درستی است و قانون سازمان جهانی جهانگردی است.

شجیع: به این خاطر که وقتی یک نفر سفر می‌کند، در واقع برای اقامت خود هزینه کرده و اوست که عواید اقتصادی برای آن کشور دارد. اگر آن هزینه‌ها را نکند، از نظر آن کشور گردشگر محسوب نمی‌شود و در واقع یک آدم گذری آمده و رفته است. ما ساز و کارهایی در حوزه گردشگری ایجاد کردیم و بر اساس آن نمی‌توانیم بیاییم در بخش ورزش، جزیره‌ای عمل کنیم و سازوکارها را تغییر دهیم. ما آژانس‌های گردشگری، تورهای گردشگری و راهنمایان گردشگری داریم. اگر قرار است چیزی در گردشگری ورزشی در کشور فعال شود، باید با این زیرساخت‌ها و ساختارها فعال شود؛ یعنی آژانس‌ها و تورگردانان باید به سمت ورزش بیایند و تورهای ورزشی باید تعریف شود. اینکه بخواهیم جمع جدیدی تعریف کنیم مثل «تورگردانان ورزشی» اشتباه است. باز بخواهیم آژانس‌های گردشگری ورزشی مجزایی را ایجاد کنیم، این کار هم اشتباه است؛ یعنی دوباره یک زیربنای اشتباه را خواهیم گذاشت. نکته دوم این است که دولت نباید تصدی‌گری کند. امروز که در ابتدای راه گردشگری ورزشی هستیم، باید این را در پیشانی تمام فعالیت‌هایمان قرار بدهیم. دولت صرفاً باید بسترساز و تسهیل‌گر باشد. اگر دوباره خودش بخواهد وارد این داستان شود که کمپ دولتی بزند، در همین ابتدای کار باید بدانیم که اگر قرار است کمپی ایجاد شود، باید خصوصی باشد، اگر قرار است گردشگری ورزشی فعال شود، باید با حضور بخش خصوصی باشد، بنابراین نکته مهم این است که ما در تحلیل‌های خودمان، نقش دولت را به خوبی تبیین کنیم.

■ در اینکه بحث‌های شما، بحث‌هایی دقیق و کاربردی است شکی نیست اما اینها چالش‌هایی است که از منظر غیردولتی قابل طرح است و انتظار می‌رود که شما پاسخی ناظر بر این چالش‌ها بدهید.

■ **شجیع:** می‌خواهم بگویم که بله، در آن بخشی که مربوط به یک تولید مناسب و باکیفیت است، این حرف صحیح است. اینکه باید شرایط برای میزبانی یک رویداد بین‌المللی از سال‌ها قبل فراهم شود، حرف درستی است اما می‌خواهم بگویم که به این حرف در دنیای واقعی، نقد وارد است. به خاطر چه؟ من از شما می‌پرسم. گردشگری که با هدف ورزش به کشور می‌آید، ساده‌ترین چیزی که نیاز دارد، این است که بتواند از کارت بانکی خود استفاده کند. این را چه کسی باید فراهم کند؟ آیا بخش ورزش باید فراهم کند؟ گردشگر نیاز دارد که در حد ساده به اینترنت دسترسی راحتی داشته باشد و ارتباطات جهانی‌اش را از دست ندهد. شما طرف را به روستایی در قالب یک رویداد می‌بری که ۵۰ هزار یا صدهزار نفر در آن شرکت می‌کنند. ساده‌ترین چیز این است که دسترسی اینترنت آن گردشگر از او گرفته می‌شود. حالا گفته می‌شود که این مورد بهتر شده است. ما در اجرا در بخش ورزش، نمی‌توانیم یک‌سری مسائل را حل کنیم. ببینید اقامتگاه توریستی یا خدمات توریستی مناسب دست ما و بخش ورزش نیست. رویدادهای بین‌المللی، چک‌لیست‌هایی دارند و آن را جلوی شما قرار می‌دهند و می‌گویند اگر به این رویدادها رسیدید، ما به شما میزبانی می‌دهیم و اگر نرسیدید، نمی‌دهیم. ما ۹۰ درصد چک‌لیست‌هایمان مربوط به بخش ورزشی است، مثلاً شاید برای مسابقات تنیس، پنج هزار نفر بیایند اما بحث اصلی‌اش این است که آیا حق پخش تلویزیونی را می‌دهند تا ما این مسابقات را در اینجا برگزار کنیم؟ اینها حل‌نشده است. چون برای پنج هزار نفر که دیگر الان هتل داریم! اگر بخش ورزش به تنهایی هم اراده کند، نمی‌تواند کار را پیش ببرد. ما چهار محیط داریم که از این چهار محیط، دو محیط دست ورزش است. یکی، محیط فرهنگی است؛ اینکه آیا اصلاً جامعه پذیرش گردشگر را دارد و به آن احترام می‌گذارد؟ یک محیط هم ساختاری است. ما باید از الان برای ۱۰ سال آینده برای یک رویداد خودمان را آماده کنیم. از الان برنامه‌هایی را ارائه بدهیم که جامعیت لازم را در حوزه‌های محیط‌زیست، گردشگری، زیرساخت‌ها و غیره داشته باشد. تغییر مدیران خودش اولین و مهم‌ترین عامل است که نشان می‌دهد اصلاً ما نمی‌توانیم به ۱۰ سال آینده فکر کنیم. در حال حاضر بیشترین برنامه‌ای که می‌توانیم در حوزه ورزش داشته باشیم، تا پایان دولت دوازدهم است.

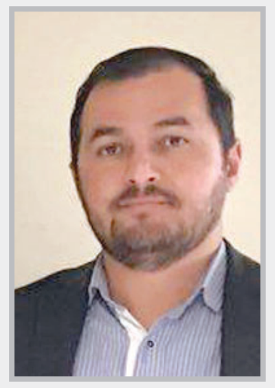
■ یعنی اگر تقویمی وجود ندارد، یک دلیل آن تناسب‌نداشتن زیرساخت‌هاست؟

■ **شجیع:** یکی از دلایل آن در محیط سازمانی و ساختاری، تغییرات مدیریتی بوده و دوم اینکه چشم‌انداز بلندمدتی وجود ندارد. در حال حاضر بالاترین چشم‌اندازی که با توجه به ساختار مدیریتی کشور وجود دارد، پنج‌ساله است. الان می‌بینید که فدراسیونی، رویدادی بین‌المللی گرفته و بعد بدهکار شده است. چرا؟ چون رئیس قبلی فدراسیون رفته و میزبانی را قبول کرده، تعهداتی را به فدراسیونِ جهانی داده و بعد رئیس جدید فدراسیون زیر بار آن تعهدات نرفته یا اصلاً توان اجرای آن تعهدات را نداشته است. بنابراین می‌بینید که عامل بسیار ساده‌ای که نشان می‌دهد ما نمی‌توانیم میزبانی را قبول کنیم، غیر از موارد ساختاری، نداشتن چشم‌انداز بلندمدت مدیریتی است. گرفتن رویدادهای بین‌المللی علاوه بر اینکه بخواهیم از قبل اقدام و تمام شرایط را فراهم کنیم، نیازمند یک کرسی بین‌المللی قوی در فدراسیون جهانی است. به این دلیل که آنها می‌دانند وقتی یک رویداد جهانی می‌آید، می‌تواند درآمد زیادی برای آن کشور داشته باشد. سؤال این است که آیا ما از این رویدادها درآمدی داریم یا مجدداً از جیب دولت هزینه می‌کنیم؟ شما ببینید از همین مسابقات بین‌المللی شطرنج که جهانی بود و کشورها برای گرفتن میزبانی آن، سر و دست می‌شکستند، ما نه‌تنها درآمدی به دست نیاوردیم، بلکه هزینه دولتی هم کردیم. پس بحث دوم این است که ما توان استفاده از ظرفیت‌ها را نداشته‌ایم و در اینجا به مقوله «بازاریابی رویداد» می‌رسیم. ما در بازاریابی رویدادها ناتوانیم. به نظرم وقتی نمی‌توانیم از یک رویداد، جذب منابع مالی کنیم، اگر آن رویداد را جذب نکنیم، بهتر است.

■ **شجیع:** در ارتباط با محیط رقابتی‌مان باید بگویم که توان رقابتی ما شاید از منظر جذب گردشگر از کشورهایی مثل ترکیه، خیلی پایین‌تر است و از نظر نظام بین‌المللی بانکی‌شان، ورود آسان و فرهنگی که گردشگر را می‌پذیرد، فاصله زیادی با آنها داریم. از زمانی که آقای دکتر سلطانی‌فر روی کار آمدند، تفاهم‌نامه‌ای بین وزارت ورزش و جوانان و سازمان میراث‌فرهنگی و گردشگری امضا شد. در چارچوب آن تفاهم‌نامه، اقداماتی صورت گرفت. مهم‌ترین اقدام این بود که انجمنی به نام «انجمن توسعه گردشگری ورزشی ایران» تأسیس شود. با این انگیزه که این انجمن نه به چشم یک انجمن دولتی، بلکه به عنوان یک سازمان مردم‌نهاد دیده شود. اعضای این انجمن، فعالان بخش خصوصی، بخش ورزش و فعالان ورزشی خواهند بود.

■ **غمخوار:** این انجمن الان ثبت شده است؟

■ **شجیع:** در مراحل نهایی ثبت در وزارت کشور است و از جنس انجمن‌هایی است که باید با مجوز میراث‌فرهنگی و گردشگری ایجاد شود، روی کار بیاید و شکل بگیرد. تجربه‌ای که در رابطه با گردشگری سلامت داشته‌اند، نشان می‌دهد که نباید این انجمن، به یک نهاد دولتی تبدیل شود. مهم‌ترین نکته در رابطه با این انجمن این است که خودش وارد کار بیزنس و رقیب بخش خصوصی نشود و یا آژانس‌داری یا تورگردانی نکند، چون اینها فساد می‌آورند.



> محمدی‌رئوف: اگرچه یکی از اولویت‌ها باید تدوین «تقویم گردشگری ورزشی» باشد اما یک مرحله قبل‌تر از آن، مشخص کردن راهبرد گردشگری ورزشی کشور است، مثلاً راهبرد گردشگری ورزشی کشوری مثل فنلاند این است که فقط کنگره‌های ورزشی خیلی معتبر برگزار کند؛ یعنی از آن طریق، هم گردشگر و هم محققان حوزه گردشگری را جذب می کند و اصلاً دنبال برگزاری رویدادهای بزرگ نیست یا مثلاً راهبرد آمریکا فقط برگزاری رویدادهای بزرگ است که در این زمینه موفق هم بوده است اما در کشور ما هیچ راهبردی وجود ندارد

■ دلایل این بی‌مهاربودن چیست و در بخش ورزش و گردشگری ورزشی، وزارت ورزش برای پیشگیری و جلوگیری از این انحراف‌ها چه اهرمی دارد؟

■ **شجیع:** مهم‌ترین دلیلش این است که ما اصلاً در حوزه ورزشی، متولی نداریم. در وهله اول باید این متولی ایجاد شود. دوم اینکه این متولی از سه بخش، مورد حمایت قرار گیرد: خود وزارت ورزش، میراث‌فرهنگی و بخش خصوصی؛ یعنی این سه گروه بپذیرند که این متولی انجمن توسعه گردشگری ورزش ایران بوده و در این انجمن، دو کار را در پیشانی خودش قرار دهد: اول تدوین سیاست‌ها و دوم تسهیل شرایط از طریق مقررات.

■ وزارت ورزش تاکنون در این حوزه‌ها چه کارهایی انجام داده است؟

■ **شجیع:** اقدامات دیگری هم در حوزه گردشگری ورزشی انجام شده، مثلاً بحث ساماندهی آفرود مطرح بود. شاید باورتان نشود اما گردشگری که برای مسابقات اسکی دیزین می‌آمد و یا می‌خواست از پیست‌های ما بازدِید کند، نهادی وجود نداشته که دم در، این فرد را به داخل راه دهد، یا مثلاً مانع از اذیت‌شدن او بشود و نگذارد دوربین عکاسی‌اش را بگیرند. از کارهای ساده‌ای که انجام دادیم، این است که این بخش را ساماندهی کردیم. الان میراث‌فرهنگی به ما نامه می‌زند و می‌گوید ده گردشگر آمده‌اند و می‌خواهند از مثلاً فلان پیست بازدید کنند. مهم‌ترین کاری که انجام دادیم، این بود که این کار را تسهیل کردیم.

کار سومی که انجام داده‌ایم این است که با باشگاه‌ها و فدراسیون‌ها مذاکراتی داشتیم که اگر مثلاً یک سال دیگر، میزبانی رویدادی را گرفتند، از قبلِ به ما اطلاع بدهند تا ما به گردشگران و جامعه تورگردانان بگوییم. اصلاً مطلع نبودند. نتیجه این می‌شد که در زمان برگزاری مسابقات بین‌المللی شطرنج، هیچ‌کس خبری از آن ندارد. وقتی یک کار بین‌المللی در خلاء رسانه‌ای انجام می‌شود و هیچ‌کس هم نمی‌فهمد، فرصت‌سوزی بزرگی صورت گرفته است.

■ آقای محمدی رئوف، نبود تقویم گردشگری، عدم هم‌پوشانی دستگاه‌های مختلف با وزارت ورزش و مسائل دیگری از جمله نبود کمپ‌های ورزشی از جمله نکاتی بود که در صحبت‌های دوستان مطرح شد. در زمینه این چالش‌ها آیا بضاعتی در حوزه پژوهش «گردشگری ورزشی» داریم؟

■ **محمدی‌رئوف:** من معتقدم که اگرچه یکی از اولویت‌ها باید تدوین «تقویم گردشگری ورزشی» باشد اما یک مرحله قبل‌تر از تدوین تقویم، این اِست که ما راهبرد گردشگری ورزشی کشور را مشخص کنیم و ببینیم اصلاً در این زمینه راهبرد داریم یا نه؟ دکتر شجیع اشاره خوبی داشتند. ما وقتی توانایی برگزاری رویداد بزرگ را نداریم، چرا باید برای برگزاری آن اصرار داشته باشیم تا از آن طریق گردشگر جذب کنیم؟ راهبرد گردشگری ورزشی کشوری مثل فنلاند این است که فقط کنگره‌های ورزشی خیلی معتبر برگزار کند؛ یعنی از آن طریق، هم گردشگر و هم محققان حوزه گردشگری را جذبِ می‌کند.

■ یعنی صرفاً در سطح نظرِی و علمی به ورزش می‌پردازد؟

■ **محمدی‌رئوف:** بله. اصلاً دنبال برگزاری رویدادهای بزرگ نیست. یا مثلاً راهبرد آمریکا فقط برگزاری رویدادهای بزرگ است که در این زمینه موفق هم بوده است اما در کشور ما هیچ راهبردی وجود ندارد. درواقع هم برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی و هم سایر حوزه‌ها مدنظر بوده است. الان اگر مجلات و رسانه‌های حوزه گردشگری ورزشی را نگاه کنید، پرت و پلا نوشته‌اند؛ یعنی یک محقق روی راهبرد کار می‌کند، یک نفر روی رویدادهای بزرگ! در صورتی که وقتی صنعت گردشگری بزرگ در کشور نداریم، به نظرم تحقیق هم در این زمینه بی‌معنی خواهد بود و خروجی نخواهد داشت.

■ با توجه به این ویژگی، غیر از آن مسئله ورزش بومی و نکاتی که در بخش قبلی به آن اشاره داشتید، دیگر در چه بحث‌هایی می‌توانیم تمرکز داشته باشیم و بگوییم که ما مثلاً این تقویم را بر اساس این اولویت‌ها می‌خواهیم بچینیم، نه همه.

■ **محمدی‌رئوف:** اگر رِویدادهای بزرگ ورزشی را کنار بگذاریم که امکانات و ظرفیتش را فعلاً نداریم، به نظر من الان نقطه قوت کشور ما، بحث آداب و رسوم است. در حال حاضر هند هر ساله جشنواره رنگ برگزار می‌کند. شما ببینید هر ساله چقدر گردشگر برای آن رویداد جذب این کشور می‌شوند؟ حالا اگر آن را تفریحی- ورزشی در نظر بگیریم، گردشگر زیادی جذب می‌شود، یا در اسپانیا، مسابقات پرتاب گوجه دارند که همه خیابان‌های مادرید از گردشگر پر می‌شود.

بر اساس آمار خود سازمان گردشگری، ما در سال ۹۵ بین ۵ تا ۶ میلیون گردشگر داشتیم. این تعداد برای چه به کشور ما آمدند؟ چند روز پیش عکسی را در یکی از کانال‌ها دیدم که ۲۰ نفر گردشگر هلندی به یکی از چادرهای عشایر ما رفته بودند و فقط شیر و ماست آنجا را مصرف می‌کردند. می‌خواهم بگویم که این ۵ تا ۶ میلیون نفر برای رفتن به جاهایی مثل ورزشگاه‌های ما یا رفتن به جاهای دیدنی خاص ما نیامده‌اند. آنها به دنبال روستاها و آداب و رسوم و لباس پوشیدن ما هستند. ما می‌توانیم تمرکز گردشگری ورزشی خود را روی اینها بگذاریم.

■ اما بحث تجاری‌سازی ورزش مطرح است و ما می‌خواهیم از ورزش نتایجی برای ارزآوری و ورود گردشگر خارجی و درآمدزایی استفاده کنیم و نه فقط آشنایی با فرهنگ که البته آن هم در سطحی متفاوت یک مقوله فرهنگی مهم است.

■ **محمدی‌رئوف:** حرف من این است که با توجه به پتانسیل کشور اگر در بحث آداب و رسوم، به قول آقای غمخوار یک چک‌لیست هم پر شود تا مشخص شود این گردشگران ورزشی برای چه به ایران می‌آیند، اقدام مثبتی خواهد بود. به صورت ظاهری می‌توانم بگویم که اینها به خاطر آداب و رسوم ما و فرهنگ محلی به کشورمان می‌آیند. بهتر است از این فرصت استفاده کنیم. به نظرم باید گردشگری ورزشی را هم به این طرف ببریم و تمرکزمان را روی این حوزه بگذاریم.

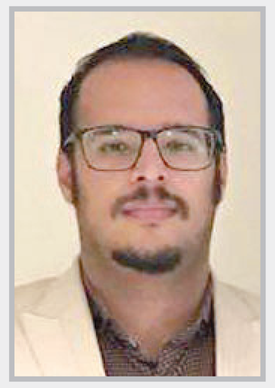
■ بخشی از کار می‌تواند این باشد اما آیا اینکه بگوییم همه توان ما و تمرکز بخش گردشگری ورزشی باید روی مسائل بومی باشد، منطقی است؟

■ **محمدی‌رئوف:** عرض کردم که ما از لحاظ بحث تاریخی و مناظر طبیعی، جزء پنج کشور اول خاورمیانه هستیم. حرف من این است که اگر ما فعلاً روی بحث منابع طبیعی و گردشگری محلی‌مان تمرکز کنیم، موفق خواهیم شد.

■ جناب غمخوار، شما چه نظری در این‌باره دارید؟

■ **غمخوار:** به طور خلاصه باید بگویم تعداد مدال‌های ورزشی در المپیک و جام‌های جهانی و در مسابقات بین‌المللی، نشانه توسعه‌یافتگی یک کشور استِ. ما نمی‌توانیم از ورزش در مقابل دیپلماسی عمومی استفاده کنیم. اخیراً اتفاقی افتاد و هیچ‌کس پیگیر آن نشد. علیرضا بیرانوند به عنوان دروازه‌بان نهم دنیا شناخته شد. این اتفاق مهمی است، چون اسم ایران را در رنکینگ بین‌المللی بالا برده است. اعتقاد من این است که رویدادهای بین‌المللی، نام یک کشور را به عنوان یک مقصد گردشگری مطرح می‌کنند. با توجه به این آمار خیلی خوبی که آقای دکتر ارائه دادند که ۸۴ درصد از گردشگران ورزشی تماشاگر بوده و نزدیک ۸۵ درصدشان با خانواده می‌روند، اگر در اینجا یک رویداد ورزشی داشته باشِیم، هم تماشاگران می‌آیند و هم خانواده‌شان را می‌آورند. خانواده هم که مثلاً وقتی به تهران می‌آید تا یک مسابقه فوتبال را ببیند، بعد برایش جذابیت دارد که شهرها و جاهای دیدنی دیگر نقاط ایران را هم ببیند. اعتقاد من این است که گردشگری ورزشی و رویدادهای بزرگ می‌تواند نقش هم‌افزایی در تولید گردشگر در سایر بخش‌های مختلف داشته باشد. من حرف آقای محمدی را در مورد ورزش‌های بومی‌محلی رد نمی‌کنم اما از همین‌ها هم اطِلاعاتی نداریم. شما الان بگویید در سال ۱۳۹۷ قرار است ۲۰ رویداد کُشتی با چوخه یا هر رشته دیگری در فلانِ استان‌ها برگزار شود. اگر من از الان ازِ این رویداد اطلاع داشته باشم، قطعاً می‌روم و برایش بازاریابی می‌کنم. اصلاً تور می‌گذارم که هم مردم ایران و هم خارجی‌ها بروِند و از این حالت سنتی که فقط یک عده‌ای خبردار بشوند، دربیاید. اصلاً برایش سناریو تعریف کرده و تور می‌گذاریم.

در واقع می‌گوییم که شما برو کشتی با چوخه را هم ببین و بعد برو مشهد و زیارتت را هم انجام بده، بعد برو سمتِ نیشابور و همین‌طور جاهای دیگر و... . ما یک بار این را تجربه کردیم. تیم بایرن مونیخ را دعوت کردیم و آمد در ایران بازی کرد، ۱۰۰ هزار نفر آمدند و چقدر هم برای آن کار اسپانسر گرفتیم و نتیجه‌اش را هم دیدیم. اینها کارهایی است که در تجاری‌سازی ورزش تأثیر زیادی دارد. جمع‌بندی حرف‌هایم این است که بر این باورم اگر بخش ورزش کشورِ، برنامه بلندمدتی راجع به رویدادهای داخلی و خارجی تدوین کند، قطعاً بخش خصوصی به دنبال حداکثرکردن منافعش خواهد بود. من اگر بدانم که اگر تور ورزشی برگزار کنم، سود دارد، همان آژانسی که دارد تور فرهنگی برگزار می‌کند، دو کارشناس می‌آورد و تور ورزشی هم برگزِار می‌کند. در زمینه تور فرهنگی وقتی کار نیاز به اطلاع‌رسانی دارد، فوراً افراد متخصصی در نظر گرفته می‌شوند تا سفرنامه بنویسند. در مجموع از وزیر محترم ورزش که خودشان قبلاً متولی گردشگری بوده‌اند و می‌دانم که به همه این مسائل فکر هم می‌کنند، انتظار می‌رود به این بحث‌ها توجه ویژه‌ای داشته باشند و به آن بپردازند.



> شجیع: ما ساز و کارهایی در حوزه گردشگری ایجاد کردیم و بر اساس آن نمی‌توانیم در بخش ورزش، جزیره‌ای عمل کنیم. گردشگری ورزشی ما باید بر اساس این زیرساخت‌ها و ساختارهای موجود باشد. ایجاد «تورگردانان ورزشی» یا «آژانس‌های گردشگری ورزشی» اشتباه است، دولت هم صرفاً باید بسترساز و تسهیل‌گر باشد، نه اینکه خودش وارد داستان بشود و مثلاً کمپ دولتی بزند، چون آن‌وقت چند سال دیگر مثل باشگاه‌های دولتی دوباره باید از خصوصی کردنشان حرف بزنیم. ما در تحلیل‌های خودمان، نقش دولت را به خوبی تبیین کنیم

■ آقای دکتر شجیع، صحبت پایانی شما؟

شجیع: در حوزه گردشگری ورزشی، مهم‌ترین هدف و انگیزه تماشاگران، بحث ملّی‌گرایی و حمایت از تیم‌های ورزشی خودشان است. کسانی که با این هدف وارد یک کشور می‌شوند، حتی ممکن است شرایط بسیار سختی را هم تحمل کنند، به این دلیل که هدف و انگیزه اصلی‌شان این است که تیم ملی خود را ببینند و آن را تشویق کنند. این نکته‌ای است که باید به آن توجه کرد. دوم اینکه هواداران ورزشی، افراد جوان و سالمی هستند؛ یعنی افراد سالمند در حوزه گردشگری ورزشی کمتر وارد می‌شوند. برعکس حالت گردشگری فرهنگی که افراد سالمند بیشتر شرکت می‌کنند، گردشگری ورزشی بیشتر مورد علاقه جوان‌هاست. این یعنی آن جوانان برای خالی‌کردن انرژی و هیجان خود، در خارج از زمان هدف گردشگری‌شان، نیازمند خدمات ویژه هستند. پس باید برنامه‌های ورزشی پُرهیجان برایشان تدارک دیده شود تا مکمل آن رویداد باشد. از نظر میزان مرفه‌بودن و نوع درآمد، این گردشگران متوسط به بالا هستند. این نکته بسیار مهمی است و شما همین الان ببینید گردشگرانی که می‌خواهند برای مسابقات جام جهانی فوتبال به روسیه بروند، کسانی هستند که درآمد متوسط رو به بالایی دارند. بنابراین ممکن است یک رویداد ورزشی ۹۰ دقیقه باشد اما خارج از آن ۹۰ دقیقه، برنامه‌های دیگری وجود دارد که ساختارهای گردشگری آن کشور، آن برنامه‌ها را پُر می‌کند. باز بر این نکته تأکید می‌کنم که با آنکه قبول دارم که نقش وزارت ورزش خیلی مهم است اما وزارت ورزش با بخش گردشگری باید با هم وارد گفت‌وگو شوند و از کسانی چون جناب آقای غمخوار که نام‌آشنای هر دو حوزه هستند، خواستارم که این بستر را فراهم کنند. امروز اگر نگوییم بسترهای توسعه گردشگری ورزش در وزارت ورزش فراهم است، باید بگوییم که بسترهای گفت‌وگو و ورود به شرایطی که بتوانیم سیاست‌هایی را تعیین کنیم، وجود دارد. با این وجود هنوز تمایلی از بخش گردشگری دیده نشده است.

■ و جناب آقای محمدی‌رئوف؛ میزگرد را با سخنان شما به پایان می‌بریم.

■ **محمدی‌رئوف:** یکی از مهم‌ترین مسائل مشخص‌نبودن استراتژی دولت در حوزه گردشگری است، چون راهبرد دولت ما در بحث گردشگری مشخص نیست، گردشگری ورزشی هم تحت تأثیر قرار می‌گیرد. برای همین مدیری هوس می‌کند یک رویداد را برگزار کند اما مدیر دیگر از برگزاری آن واهمه دارد. به قول آقای دکتر شجیع، ما باید آن ظرفیت‌های موجودمان را بشناسیم و روی آنها برنامه‌ریزی کنیم. صحبت پایانی من هم این است که الان در کشورمان، طبق آمار خود سازمان متولی، گردشگری سلامت و گردشگری مذهبی وضعیت خوبی دارند. گردشگری تاریخی هم همین‌طور. ورزش ما در کنار قابلیت‌های تاریخی، فرهنگی و... می‌تواند زمینه بسیار خوبی برای گردشگری ورزشی باشد و گردشگران همه جای دنیا را برای سفر به ایران ترغیب کند.

اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری ورزشی در اردبیل

مدیرکل ورزش و جوانان استان اردبیل گفت: برنامه‌های توسعه گردشگری در حوزه ورزش در استان اردبیل اجرا می‌شود که به طور حتم در رشد این استان نقش قابل توجهی دارد. به گزارش تسنیم، ایوب بهتاج در دیدار با مدیرکل صداوسیمای استان اردبیل اظهار داشت: برنامه‌های توسعه گردشگری در زمینه ورزش در استان اردبیل اجرا می‌شود که به طور حتم در رشد این استان نقش قابل توجهی دارد، به همین منظور در حال حاضر اجرای برنامه‌هایی در دستور کار قرار گرفته که با اولویت‌بندی اجرا می‌شود. وی افزود: توسعه گردشگری استان اردبیل یکی از برنامه‌های مهم و مشترک دستگاه‌های اجرایی استان است که خوشبختانه برنامه‌های مناسبی در این زمینه انجام شده که از این پس نیز سعی بر این خواهد بود تا بتوانیم همگام با توسعه ورزش که یکی از ارکان توسعه گردشگری در تمام مناطق محسوب می‌شود، در این راستا پیشگام عمل کنیم.