

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

توسعه گردشگری چابهار با توریسم ورزشی

مؤلف :

حسین میر

(کارشناس ارشد تربیت بدنی)

انتشارات ارسطو

(چاپ و نشر ایران)

۱۳۹۴

شابک : ۰-۷۲-۷۵۵۸-۶۰۰-۹۷۸

شماره کتابشناسی ملی : ۳۸۱۵۷۲۵

عنوان و نام پدیدآور : توسعه گردشگری چابهار با توریسم ورزشی

مشخصات نشر : مشهد: ارسطو، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری : ۱۰۲ ص.: مصور، جدول

یادداشت : فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی: <http://opac.nlai.ir> قابل

دسترسی است

سرشناسه : میر، حسین، ۱۳۶۲ -

وضعیت فهرست نویسی : فیای مختصر

نام کتاب : توسعه گردشگری چابهار با توریسم ورزشی

مؤلف : حسین میر

ناشر : ارسطو (چاپ و نشر ایران)

صفحه آرای ، تنظیم و طرح جلد : پروانه مهاجر

تیراژ : ۱۰۰۰

نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۴

چاپ : مهتاب

قیمت : ۶۰۰۰ تومان

شابک : ۰-۷۲-۷۵۵۸-۶۰۰-۹۷۸

تلفن های مرکز پخش : ۵۰۹۶۱۴۵ - ۳۵۰۹۶۱۴۶ - ۰۵۱

www.chaponashr.ir

تقدیم به:

پدر و مادر مهربانم که وجودشان روشنی بخش دل من و کرمان بخش زندگی من است.
همسر مهربان و فداکارم که صبورانه در تمام سختی‌های زندگی مرا یاری نمود.
فرزندم (ابوالفضل) که روشنی بخش زندگی من است.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۹	سخنی با خوانندگان
۱۰	فصل اول
۱۰	۱-۱- مقدمه
۱۳	۱-۲- بیان مسأله
۱۶	۱-۳- ضرورت و اهمیت
۱۸	۱-۴- اهداف
۱۸	۱-۴-۱- هدف کلی
۱۸	۱-۴-۲- اهداف جزئی
۱۸	۱-۵- فرضیه ها
۱۸	۱-۵-۱- فرضیه اصلی
۱۹	۱-۵-۲- فرضیه های اختصاصی
۱۹	۱-۶- محدودیت ها
۱۹	۱-۷- تعاریف نظری
۱۹	۱-۷-۱- گردشگری
۲۰	۱-۷-۲- صنعت گردشگری
۲۰	۱-۷-۳- توریسم ورزشی

۲۱	۴-۷-۱-گردشگران ورزشی
۲۱	۵-۷-۱-ورزش
۲۱	۶-۷-۱-گردشگر
۲۲	۷-۷-۱-چابهار
۲۲	۸-۱-مفاهیم عملیاتی
۲۲	۱-۸-۱-گردشگر
۲۲	۲-۸-۱-گردشگری
۲۲	۳-۸-۱-توریسم ورزشی
۲۳	۴-۸-۱-گردشگری ورزشی رویداد
۲۳	۵-۸-۱-گردشگران ورزشی
۲۳	۶-۸-۱-کارشناسان گردشگری
۲۳	۷-۸-۱-ورزشکاران
۲۴	فصل دوم
۲۴	۱-۲-مقدمه
۲۴	۲-۲-مبانی نظری
۲۴	۱-۲-۲-گردشگر
۲۶	۲-۲-۲-گردشگری
۲۷	۳-۲-۲-توریسم ورزشی
۲۷	۴-۲-۲-ابعاد یک رویداد توریسم ورزشی
۲۸	۵-۲-۲-توریسم ورزشی از دیدگاه گیسون
۲۹	۶-۲-۲-گردشگری ورزشی رویداد
۲۹	۷-۲-۲-گردشگری ورزشی فعال
۲۹	۸-۲-۲-گردشگری ورزشی خاطرات
۳۰	۹-۲-۲-اهمیت توریسم ورزشی
۳۱	۱۰-۲-۲-موانع توسعه توریسم ورزشی در ایران
۳۱	۱۱-۲-۲-مطالعه توریسم ورزشی در ایران

۳۲ ۱۲-۲-۲-گردشگران ورزشی
۳۲ ۱۳-۲-۲-ورزش
۳۳ ۱۴-۲-۲-انواع ورزش
۳۴ ۱۵-۲-۲-کارشناس گردشگری
۳۴ ۱۶-۲-۲-چابهار
۳۴ ۱-۱۶-۲-۲-موقعیت جغرافیایی و وسعت
۳۴ ۲-۱۶-۲-۲-آب و هوا
۳۵ ۳-۱۶-۲-۲-دیدنی ها
۳۷ ۴-۱۶-۲-۲-آثار تاریخی
۳۷ ۱-۴-۱۶-۲-۲-ویرانه ها
۳۷ ۲-۴-۱۶-۲-۲-قلعه ها
۴۱ ۳-۴-۱۶-۲-۲-گورستان های تاریخی
۴۵ ۴-۴-۱۶-۲-۲-ساختمان ها
۴۵ ۵-۱۶-۲-۲-موقعیت اقتصادی
۴۶ ۶-۱۶-۲-۲-بندر چابهار
۴۶ ۷-۱۶-۲-۲-منطقه آزاد چابهار
۴۷ ۸-۱۶-۲-۲-نقشه چابهار
۴۸ ۳-۲-پیشینه تحقیق
۴۸ ۱-۳-۲-تحقیقات داخلی
۵۸ ۲-۳-۲-تحقیقات خارجی
۶۴ ۴-۲-جمع بندی کلی
۶۶ فصل سوم
۶۶ ۱-۳-مقدمه
۶۶ ۲-۳-روش و طرح کلی
۶۶ ۳-۳-جامعه آماری، نمونه آماری و روش نمونه گیری
۶۷ ۴-۳-متغیرها

۶۷ ۳-۴-۱-متغیر وابسته
۶۷ ۳-۴-۲-متغیر مستقل
۶۷ ۳-۵-۱-بزار اندازه گیری
۶۸ ۳-۶-۱-شیوه جمع آوری اطلاعات
۶۸ ۳-۷-۱-روش های آماری
۶۸ ۳-۸-۱-آمار توصیفی
۶۹ ۳-۹-۱-آمار استنباطی
۶۹ ۳-۱۰-۱-ملاحظات اخلاقی
۷۰ فصل چهارم
۷۰ ۴-۱-۱-مقدمه
۷۰ ۴-۲-۱-آمار توصیفی
۷۴ ۴-۳-۱-آمار استنباطی
۸۰ فصل پنجم
۸۰ ۵-۱-۱-مقدمه
۸۰ ۵-۲-۱-خلاصه
۸۱ ۵-۳-۱-یافته ها
۸۵ ۵-۴-۱-نتیجه گیری
۸۶ ۵-۵-۱-محدودیت ها
۸۶ ۵-۶-۱-پیشنهادات کاربردی
۸۸ ۵-۷-۱-پیشنهادات پژوهشی
۸۹ منابع فارسی
۹۴ منابع لاتین

فهرست جدول ها

- جدول ۴-۱- همبستگی بین توریسم ورزشی با توسعه صنعت گردشگری چابهار ۷۴
- جدول ۴-۲- همبستگی بین زیرساخت های گردشگری با توریسم ورزشی ۷۵
- جدول ۴-۳- همبستگی بین مدیریت گردشگری با توریسم ورزشی ۷۵
- جدول ۴-۴- همبستگی بین فرهنگ گردشگری با توریسم ورزشی ۷۶
- جدول ۴-۵- همبستگی بین جاذبه های طبیعی با توریسم ورزشی ۷۷
- جدول ۴-۶- همبستگی بین جاذبه های غیر طبیعی با توریسم ورزشی ۷۷
- جدول ۴-۷- نتایج رگرسیون گام به گام ۷۸
- جدول ۴-۸- خلاصه تحلیل واریانس ۷۸
- جدول ۴-۹- نتایج تحلیل رگرسیون چند گانه ۷۹

فهرست نمودارها

- نمودار ۴-۱- توزیع نمونه آماری بر حسب سن ۷۰
- نمودار ۴-۲- توزیع نمونه آماری بر حسب جنسیت ۷۱
- نمودار ۴-۳- توزیع بر حسب رشته تحصیلی ۷۱
- نمودار شماره ۴-۴- توزیع بر حسب میزان تحصیلات ۷۲
- نمودار ۴-۵- توزیع بر حسب سابقه کار ۷۲
- نمودار ۴-۶- توزیع نمونه آماری بر حسب درآمد ۷۳
- نمودار ۴-۷- توزیع بر حسب محل سکونت ۷۳

فهرست نقشه ها

- شکل ۱-۱- نقشه ایران و استان سیستان و بلوچستان ۴۷
- شکل ۱-۲- نقشه تقسیمات شهرستان چابهار ۴۷

سخنی با خوانندگان

توسعه گردشگری چابهار با توریسم ورزشی

کتابی که پیش رو دارید، به بررسی توسعه صنعت گردشگری چابهار با تکیه بر توریسم ورزشی پرداخته است. نمونه‌های آماری در این نوشته برابر با جامعه آماری ۹۰ نفره ای است که شامل دو گروه ورزشکاران (۶۰ نفر) و کارشناسان آشنا به مقوله گردشگری (۳۰ نفر) می‌باشد. روش پژوهش به صورت توصیفی-پیمایشی است. جهت جمع آوری اطلاعات از پرسش نامه محقق ساخته استفاده شده است. روایی پرسش نامه با نظر سنجی از اساتید و متخصصان مرتبط (۸ نفر) تأیید شده و پایایی کلی پرسش نامه و خرده مقیاس‌ها با آزمون آلفای کرونباخ (۰/۷۴) تأیید شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین توریسم ورزشی با توسعه صنعت گردشگری شهرستان چابهار و همچنین بین مؤلفه‌های گردشگری (زیرساخت‌ها، مدیریت، فرهنگ، جاذبه‌های طبیعی و غیر طبیعی) با توریسم ورزشی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. قرار گرفتن این منطقه در کنار آب‌های دریای عمان و سواحل آن شرایط مناسبی را برای توسعه ورزش‌های مرتبط مانند شنا، جت اسکی، رالی، بیابانگردی و ورزش‌های ساحلی (فوتبال، والیبال، کبدمی و سایر) فراهم آورده است. از طریق توسعه این ورزش‌ها می‌توان توریسم ورزشی را رونق داد و به دنبال آن بر صنعت گردشگری چابهار تأثیر مثبت گذاشت.

در پایان از اساتید بزرگوار، آقایان دکتر محسن شیرعلی و دکتر یونس محمدزاده که بنده را در این امر مهم یاری نموده اند سپاسگزارم.

حسین میر

۹۴/۱/۳۰

فصل اول

۱-۱- مقدمه:

گردشگری یکی از صنایع بزرگ در جهان است و به عنوان یکی از بزرگترین و متنوع ترین صنایع دنیا محسوب می شود. این صنعت منبع اصلی درآمد و اشتغال در بسیاری از کشورهاست زیرا یکی از مطمئن ترین، پاک ترین و ارزان ترین منبع کسب درآمد است و باعث پرشدن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی مردمان می شود.

واژه توریست (گردشگر) از کلمه فرانسوی ((تور)) گرفته شده است، این واژه از اوایل قرن نوزدهم در بین مردم انگلستان رواج پیدا کرد و به تدریج در بین کشورهای دیگر نیز مورد استفاده قرار گرفت (درویش و حیدری، ۱۳۹۰). فعالیت گردشگری امروز به عنوان یکی از بزرگترین و پربارترین فعالیت ها در جهان مطرح است به طوری که صنعت گردشگری و مسافرت حدوداً ۲۰۰ میلیون شغل در سراسر دنیا ایجاد کرده است، بطور متوسط از هر ۱۲/۴ شغل یک شغل متعلق به این صنعت است (اسدی نیا و معرفت نیا، ۱۳۹۱). یونانیان و رومیان اولین کسانی بودند که از طریق برگزاری اعیاد و مناسبت های مذهبی و ورزشی در امر گردشگری پیش قدم بوده اند. آثار و نقوش بر جا مانده در تخت جمشید نیز نشان از گردشگری صلح آمیز بهاری نزد ایرانیان باستان دارد (نکویی و صدری، ۱۳۹۱). اما به نظر برخی از محققان آغاز صنعت گردشگری همزمان با رایج شدن استفاده از جام های معدنی در قرن هجدهم می باشد که به منظور استفاده های درمانی در بعضی از کشورها مورد توجه خاصی قرار گرفته بود، اما زمان شروع گردشگری هنوز دقیقاً مشخص نیست (درویش و حیدری، ۱۳۹۰). گردشگری دارای اشکال و انواع مختلفی است که بسته به شرایط محیطی متفاوت

می‌باشد (کاتر^۱، ۱۲۰۰۰). از نظر جاذبه‌ها، گردشگری به پنج گروه جاذبه‌های طبیعی (اکو توریسم)، جاذبه‌های غیرطبیعی، جاذبه‌های فرهنگی، جاذبه‌های اقتصادی و جاذبه‌های ورزشی تقسیم می‌شوند (غمخوار، ۱۳۸۵). یکی از حوزه‌های مهم گردشگری که بنا به شرایط مختلف می‌تواند منبع درآمد عظیم مورد توجه ویژه قرار گیرد، گردشگری ورزشی است. گردشگری ورزشی به عنوان سومین صنعت رایج در جهان، با دو هدف درآمدزایی و اشتغال‌زایی یکی از منابع مهم هر جامعه در راستای نیل به اهداف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قلمداد می‌شود (صدقتی و همکاران، ۱۳۹۰).

امروزه گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌ای اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است و سبب ارتباط میان فرهنگ‌های گوناگون، شیوه‌های زندگی و باورهای مردم می‌شود.

این صنعت بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به عنوان پدیده‌ای چند بعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه‌گذاری فراوان، فواید و اثرات این صنعت را خوب درک کرده و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (پاول و امری^۲، ۲۰۱۰)، افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیرساخت‌ها (هینچ و هیگام^۳، ۲۰۰۶)، افزایش شهرت و برند سازی مقصد خود در آورده‌اند (اندرزی^۴، ۲۰۱۱).

انجمن مسابقات بین‌المللی و سازمان گردشگری جهانی گزارش داده‌اند که گرایش به ورزش در بیشتر سال‌های اخیر ادامه و افزایش یافته است. این منابع خبری مدارک قاطعی را ارائه می‌دهند که نشان می‌دهد سفرهای به قصد مسابقات ورزشی، همچنان در حال رشد و گسترش می‌باشد و توسعه گردشگری ورزشی و برگزاری رویدادهای مهم ورزشی و رشد آن علاقه تعداد زیادی از کشورها و مقامات را برانگیخته است (سوارت و باب^۵، ۲۰۰۷)، که بازاریاب‌های مقاصد گردشگری بر توسعه گردشگری ورزشی و میزبانی رویدادهای مهم

1. CATER
2. Pavel & Emry
3. Hinch & Higam
4. Andrzy
5. Svart & Bab

ورزشی به عنوان یک استراتژی مهم جهت توسعه مقاصد گردشگری تمرکز دارند (چالپ^۱، ۲۰۰۶) و میزبانی بازیهای المپیک و جام جهانی فوتبال و توسعه گردشگری ورزشی را یک فرصت منحصر به فرد و مزیت بالقوه اقتصادی برای جذب تعداد کثیری از تماشاگران و توریست‌ها به شهر میزبان می‌دانند. به این علت، اکثر کشورها برای توسعه گردشگری ورزشی و میزبانی این رویدادها رقابت شدیدی دارند (سولبرگ و پروس^۲، ۲۰۰۷). مطالعات نشان می‌دهد که گردشگری ورزشی مهم‌ترین بخش توسعه یافته صنعت گردشگری است؛ به طوری که به عنوان یک عنصر تجارت چند میلیاردی در جهان با ایجاد ۴/۵ تریلیون دلار برای صنعت گردشگری و تورهای جهانی در نظر گرفته شده است (چالپ، ۲۰۰۶). برای توسعه گردشگری ورزشی در کشور ما، مؤلفه‌های مختلفی در نظر گرفته شده است؛ مانند تدوین استراتژی توسعه گردشگری ورزشی (اصفهانی، ۱۳۸۷)، تدوین استراتژی بازاریابی گردشگری ورزشی (هنرور، ۱۳۸۸)، بررسی آمیخته‌های بازاریابی در صنعت گردشگری ورزشی (علایی، ۱۳۸۹)، شناخت رویدادهای ورزشی و سنتی توانمند توسعه گردشگری ورزشی (کارکن، ۱۳۹۰)، بررسی جاذبه‌های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی (فلاحی، ۱۳۹۱)، تبیین تأثیرات گردشگری ورزشی در اقتصاد، ایجاد سایت‌های اینترنتی و سیستم‌های ارتباطی مناسب جهت بازاریابی، ایجاد رشته‌های تخصصی گردشگری ورزشی در دانشگاه‌ها در سطوح کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری، تحقیق و پژوهش و چاپ مجلات توریسم ورزشی، برگزاری کنفرانس‌ها و همایش‌های بین‌المللی، آموزش و تعلیم نیروی انسانی ماهر، حمایت سیاسی و قانونی، مدیریت و هماهنگی، توسعه زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات، بهبود روابط بین‌المللی و تنش زدایی، توسعه مقاصد گردشگری ورزشی و جذب گردشگر با شناخت قابلیت‌ها و توانمندی‌ها (معین فرد، ۱۳۸۷).

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته و اثبات شده، کشور ایران یکی از ده کشور اول جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری است و از لحاظ تنوع زیستی و تنوع جاذبه‌های طبیعی رتبه پنجم را در جهان دارا می‌باشد. اما هنوز نتوانسته به جایگاه واقعی (سهام گردشگری

1. Chalip

2. Solberg & Pros

از تولید ناخالص ملی، برابر ۱/۱ درصد) دست یابد. (قیامی راد، ۱۳۸۶). چهار فصل بودن ایران از منحصر به فرد ترین ویژگی های طبیعی کشورمان است. در یک زمان در حالی که در کوهستان های شمال غرب باید از پوشش خاص زمستانی استفاده کرد و به اسکی روی برف پرداخت، در همان زمان در سواحل جنوبی می توان به ورزش شنا و اسکی روی آب پرداخت. این یعنی گردشگران قادر هستند که در یک فاصله زمانی چند ساعته، از اسکی بر روی دامنه های سبلان و دیدن چهره زمستانی این ناحیه به منطقه چابهار رفته و به شنا در آب های گرم با آفتابی درخشان پردازند. باید گفت شهرستان چابهار به دلیل دارا بودن شرایط خاص جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، صنعتی، تجاری و همچنین داشتن استعدادها و پتانسیل های طبیعی و زیرساخت ها از جمله مناطق بکرایران است که توان جذب گردشگران بسیاری را دارد، با این حال متأسفانه این شهرستان تاکنون در زمینه جلب گردشگر به طور عام و گردشگر ورزشی به طور خاص توفیق چندانی نداشته است، همچنین علی رغم هزینه های هنگفتی که از طرف وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون های ورزشی و سایر نهادهای مرتبط برای برگزاری رویدادهای ورزشی صرف می شود، به جرأت می توان گفت هیچ بهره اقتصادی عاید این شهرستان نمی شود. لذا هدف در این کتاب بررسی توانمندی های شهرستان چابهار با عنایت به تأثیر مؤلفه های مختلف گردشگری بر گردشگری ورزشی و در نهایت تأثیر آن بر توسعه صنعت گردشگری چابهار می باشد.

۱-۲- بیان مسأله

گردشگری، فعالیتی گسترده با ابعاد اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و ورزشی است. گسترده گی این فعالیت به اندازه ای است که توسعه آن بدون برنامه ریزی غیر قابل تصور می باشد و موضوع تصمیم گیری و تصمیم سازی در قلمرو گردشگری از اهمیت خاصی برخوردار است. امروزه نباید اهمیت گردشگری را نادیده گرفت، بسیاری اهمیت گردشگری را صرفاً در ایجاد درآمد و فرصت های شغلی می دانند، در حالی که اهمیت گردشگری به اینها محدود نمی شود. در صورت برنامه ریزی، گردشگری قادر است که به بهبود شاخص های عدالت اجتماعی، ارتقای سطح زندگی، رفاه عمومی و شکوفایی اقتصادی منجر گردد. در

مواردی می‌توان گردشگری را به عنوان تنها عامل استقرار منابع و توسعه مناطق کمتر توسعه یافته معرفی نمود. از عوامل مؤثر در توسعه گردشگری می‌توان به جاذبه‌های محیطی و اقلیمی، یادمانهای تاریخی و مذهبی، جاذبه‌های غیرطبیعی، غنای فرهنگی، تنوع زبانها و گویش‌ها اشاره کرد. حقیقت این است که وجود جاذبه‌های گردشگری جهت توسعه گردشگری لازم است ولی هرگز کافی نیست و بیشتر به شکل بالقوه بوده و نیازمند تبدیل شدن به بالفعل می‌باشند.

حال باید گفت شهرستان چابهار با دارا بودن شرایط ویژه جغرافیایی، آب و هوایی و توانمندیهای اقتصادی مناسب توانایی جلب و جذب گردشگر را دارا می‌باشد. اما با وجود پتانسیل‌ها و مزیت‌هایی که دارد در خصوص بحث گردشگری با تنگناها و مشکلاتی مواجه است که با ارائه راهکارهایی می‌توان ضمن استفاده مؤثر و کارا از موقعیت این منطقه، اقدامات مؤثری در راستای توسعه اقتصادی و افزایش میزان اشتغال و سرمایه گذاری در منطقه به جهت رفع محرومیت زدایی و معرفی امکانات و مزیت‌های شهرستان چابهار انجام داد. با عنایت به پتانسیل‌های این شهرستان توجه به توریسم ورزشی می‌تواند به عاملی قوی در جذب گردشگر و توسعه گردشگری مدنظر قرار گیرد. توریسم ورزشی پدیده جدیدی در صنعت گردشگری دنیا قلمداد می‌شود، به طوری که سازمان گردشگری جهانی سازمان ملل، رابطه بسیار نزدیکی میان گردشگری و ورزش و رویدادهای ورزشی در سطح ملی، شهری، منطقه ای و بین‌المللی یافته است. توریسم ورزشی می‌تواند در توسعه زیرساخت‌های شهری، اشتغال، شناخته شدن شهر، جذب گردشگر و توسعه صنایع اثرگذار باشد. امروزه توریسم ورزشی چنان فراگیر و همه گیر شده که علیرغم اینکه تأسیسات گسترده و فضا و امکانات و سرمایه‌های زیادی که می‌طلبد، بازده اقتصادی و اشتغال‌زایی و شهرت فراوانی برای میزبان و شهرها دارد. مسأله قابل توجه در توریسم ورزشی سیر و سیاحتی است که برای شرکت و تماشای مسابقات ورزشی بطور انفرادی و یا گروهی صورت می‌گیرد. 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 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 قدم بردارند. به عنوان نمونه شهر پولاد شهر اشاره می‌شود، که از شهرهای جدید کشور است (سال تأسیس ۱۳۷۲) که با رکود بسیار بالایی مواجه بود. این شهر با عنایت به قرار گرفتن در منطقه صنعتی استان اصفهان برای اسکان کارکنان ذوب آهن در سال ۱۳۴۲ تأسیس شده و جمعیت آن شامل ۴۵۰۰۰ نفر (۱۳۹۲) می‌باشد که اغلب آنها اقوام مختلف ایران هستند که جهت کار به این شهر مهاجرت کرده‌اند. (ویکی پدیا) فقدان نهادهای اقتصادی و محرومیت جامعه ساکن آن از اشتراکات ارزشهای فرهنگی و عدم بهره‌مندی کامل از نیازهای اولیه زندگی از مسایلی بود که این شهر نوپا با آن مواجه بود. یکی از راهکارهای خروج از رکود برای این شهر برگزاری لیگ برتر فوتبال کشور و لیگ قهرمانان باشگاههای آسیا در آن بود، که این امر نیز انجام شد و مسئولین این شهر با استفاده از این فرصت به توسعه زیر ساخت‌ها از جمله تأسیس ورزشگاه بین‌المللی، جاده‌ها و اماکن اقامتی پرداختند و امروزه باید با وضعیت بهتری از شهر مواجه باشیم تا پاسخگوی نیاز گردشگران خود باشد.

در واقع مسئولین شهرها قصد دارند به بهانه برگزاری مسابقات ساختار شهر خود را جهت سرویس دهی بهتر به گردشگران با تحولات اساسی مواجه سازند. به عنوان نمونه آلمان برای برگزاری مسابقات جام جهانی در کشور خود با احداث یک ایستگاه جدید قطار در ابعادی وسیع (یازده طبقه) ناوگان حمل و نقل خود را ارتقا داد. (مهستی، ۱۳۸۵)

شهرستان چابهار در جنوب شرقی ایران که طبیعت و امکانات آن از استعدادهای بالقوه و بالفطره برخوردار بوده و بسیاری از شرایط لازم را در زمینه‌های مختلف گردشگری از جمله توریسم ورزشی را دارا می‌باشد، لیکن آنچه به نام صنعت گردشگری عنوان می‌گردد فاقد آن است و عدم مطالعات نیز مسأله را تشدید کرده است و در حد شایستگی خویش شناخته نشده و در میزان برخورداری از تراکم توسعه و بهره‌مندی از امکانات، سهم مناسبی ندارد. البته جهت توسعه این شهر کارهایی از جمله ایجاد منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار بود که می‌تواند نقش مؤثری در رونق اقتصادی این منطقه باشد و همچنین مطالعات و پژوهش‌هایی به صورت محدود توسط محققان در مورد این منطقه انجام شده است و پیشنهادهایی