

## ارائه راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: شهرستان مینودشت)

حمیده خسروی مهر<sup>۱\*</sup>، مجتبی قدیری معصوم<sup>۲</sup>، محمدرضا رضوانی<sup>۳</sup>

۱. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه تهران.

۲. استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تهران.

۳. استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تهران.

تاریخ دریافت: (۹۳/۱۱/۱۱) تاریخ پذیرش: (۹۴/۰۵/۲۵)

### Providing sports tourism development strategies (Case study: Minoodasht City)

H. Khosravimehr<sup>1\*</sup>, M. Ghadiri Masoom<sup>2</sup>, M.R. Rezvani<sup>3</sup>

1. M.A in Geography and Tourism Planning, University of Tehran.

2. Professor in Geography and Rural Planning, University of Tehran.

3. Professor in Geography and Rural Planning, University of Tehran.

Received: (2014/Jan/31)

Accepted: (2015/August/16)

#### Abstract

Sport tourism is one of the growing tourism branches in which competitions and sporting events attract large numbers of tourists. In this regard, this study provides development strategies of sports tourism in the Minoodasht city. The research method is descriptive-analytical and to collection required information library and field research (questionnaires and direct observation) have been used. Cronbach's alpha coefficient was used to obtain reliability, obtained coefficient (0.74) shows reliability of the questionnaire. To assess the validity of questionnaire, appearance and content of the questionnaire was approved by 10 experts in the field of tourism and those who are experts in development of questionnaires. Groups involved in this research included local people, local managers and tourists. In the first group it is used Cochran formula and its amendments, the sample size was estimated 380 people, the second group were selected 20 managers and the third group 100 tourists. Data obtained from the questionnaires through SPSS software and the SWOT model analysis. Research findings show aerial sports like paragliding is in the first place among the tourist attractions. Research findings also show various factors are influencing on development of sports tourism in Minoodasht city that were evaluated as two internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats). Accordingly, the most important strengths and weaknesses in order to develop sports tourism in Minoodasht city is the low cost of attending to sport events and lack of experience in development of mutual sport and tourism respectively. The most important opportunities and threats is the possibility of the presence of tourists and foreign athletes and the low quality of tourism services agencies as well. Finally, the integration of internal and external factors on the SWOT model diagram, defensive strategies were identified as optimal strategies.

#### Keywords:

Tourism development, Sports tourism, Aerial sports, Paragliding, Minoodasht City.

#### چکیده

گردشگری ورزشی یکی از گونه‌های روبه رشد گردشگری است که در آن مسابقات و رویدادهای ورزشی تعداد زیادی از گردشگران را به خود جلب می‌کند. در این راستا پژوهش حاضر راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت را ارائه می‌دهد روش تحقیق توصیفی-تحلیلی بوده و جهت گردآوری اطلاعات مورد نیاز از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی -شامل مشاهده مستقیم و منظم و پرسشنامه- استفاده شده است. برای بدست آوردن پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب بدست آمده (۰,۷۴) نشان دهنده پایایی مطلوب پرسشنامه می باشد جهت سنجش روایی پرسشنامه، ظاهر و محتوی پرسشنامه توسط ۱۰ نفر از کارشناسان و متخصصین رشته گردشگری و خبره در امر تدوین پرسشنامه تایید شد. گروه‌های درگیر در این تحقیق عبارتند از: جامعه محلی، مدیران محلی و گردشگران که در مورد گروه اول با استفاده از فرمول کوکران و اصلاحیه آن حجم نمونه ۳۸۰ نفر برآورد شد؛ در مورد گروه دوم ۲۰ نفر از مدیران و در مورد گروه سوم ۱۰۰ نفر از گردشگران به عنوان نمونه انتخاب شدند داده‌های حاصل از پرسشنامه با استفاده از نرم افزار آماري SPSS V. 18 و مدل SWOT تجزیه و تحلیل شدند؛ یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ورزش‌های هوایی مانند پاراگلایدر در بین جاذبه‌های گردشگری ورزشی شهرستان مینودشت در رتبه اول قرار دارند. همچنین عوامل متعددی بر فرایند توسعه گردشگری ورزشی شهرستان موثر می‌باشند که در این تحقیق این عوامل در قالب دو گروه عوامل درونی (ضعف‌ها و قوت‌ها) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) ارزیابی شدند بر این اساس مهم‌ترین قوت و ضعف توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت به ترتیب پایین بودن هزینه حضور در رویدادهای ورزشی و عدم استفاده از تجارب موجود در زمینه توسعه متقابل ورزش و گردشگری می‌باشد و همچنین مهم‌ترین فرصت و تهدید به ترتیب امکان حضور گردشگران و ورزشکاران خارجی و کیفیت پایین خدمات آژانس‌های گردشگری است. در نهایت با تلفیق عوامل درونی و بیرونی بر روی نمودار مدل سوات، راهبردهای تدافعی به عنوان راهبردهای بهینه شناخته شدند.

#### واژگان کلیدی

توسعه گردشگری، گردشگری ورزشی، ورزش‌های هوایی، پاراگلایدر، شهرستان مینودشت

## مقدمه

امروزه ورزش مفهوم وسیعی به خود گرفته است و به یکی از اثرگذارترین پدیده‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جوامع مبدل شده است. نکته مهم در این راستا تغییر نگرش صرفاً ورزشی به رویدادهای ورزشی است. توجه به ورزش و توسعه و تقویت آن یکی از مؤلفه‌های تعیین کننده در صنعت گردشگری گردیده است و نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد نموده که بسیار مورد توجه و علاقه مردم دنیا واقع شده است (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۰). اکنون گردشگری ورزشی یکی از گونه‌های رو به رشد گردشگری است که در آن مسابقات و رویدادهای ورزشی تعداد زیادی از گردشگران را جلب می‌کند (هینچ و هیقام<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵). از این رو بسیاری از کشورها با سرمایه‌گذاری فراوان اثرات و فواید این گونه گردشگری را به خوبی جذب نموده و از آن به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (امری<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰)، افزایش اشتغال و درآمد، توسعه زیرساخت‌ها و افزایش شهرت و برندسازی خود استفاده می‌کنند (ون در زی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱). در این راستا توجه مسئولین و برنامه‌ریزان ورزشی و گردشگری به تخصصی کردن رشته‌ها و بومی‌سازی آن معطوف شده و در صدد ایجاد مزیت نسبی می‌باشند؛ به نحوی که برخی کشورها با توجه به استعدادها و پتانسل‌های موجود در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی با محوریت یک یا چند رشته خاص نموده‌اند؛ به عنوان مثال کشور کره جنوبی در ورزش‌های رزمی خصوصاً تکواندو، کشورهایمانند اتریش و سوئیس به لحاظ شرایط اقلیمی مناسب میزبان ورزش‌های زمستانی نظیر اسکی و هاکی، توانسته‌اند تعداد کثیری از جهانگردان ورزشی را به منطقه خود جلب کنند و از این طریق هر ساله درآمد سرشاری را نصیب کشور خود نمایند (گیسون<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶). در این زمینه کشور ترکیه با تدوین استراتژی ۲۰۲۳ و با سرمایه‌گذاری بر توانمندی‌های گردشگری ورزشی، خصوصاً شهر ساحلی آنتالیا در سال ۲۰۰۷، ۱۲۰۰ تیم ورزشی را از سراسر دنیا جهت برگزاری اردوهای مقدماتی ورزشی به خود جلب نموده و از این طریق مبلغی برابر با ۶ میلیون دلار درآمد کسب نموده است (ایکوز<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۰).

گردشگری ورزشی سه نوع است و سه رفتار عمده را در برمی‌گیرد: ۱- شرکت کردن (گردشگری ورزشی فعال)؛

۲- تماشا کردن (گردشگری ورزشی رویداد یا غیرفعال)؛ ۳- بازدید کردن از جذابیت‌های مشهور مربوط به ورزش مثل بازدید از شخصیت‌های ورزشی، موزه‌های ورزشی، ورزشگاه‌های مهم و غیره (محمودی یکتا و همکاران، ۱۳۹۱). عوامل زیادی بر توسعه گردشگری ورزشی تأثیرگذارند که تعدادی از آن‌ها عبارتند از: جذابیت رویداد ورزشی، محدودیت‌های ایمنی، امنیتی و مالی، سطح آگاهی و دانش افراد، افزایش تعاملات مردمی، آرامش بخشی، جدید و جالب بودن رویداد ورزشی، وضعیت اقتصادی گردشگران و ... (گراتون و هنری<sup>۶</sup>، ۲۰۰۱). از نظریات<sup>۷</sup> (۲۰۰۶) الگوی مؤلفه‌های مهم توسعه گردشگری ورزشی عبارتند از: آموزش و توسعه داوطلبان، توسعه مهارت‌های مدیریت رویداد و فرایندهای آن، گسترش مشارکت حامیان مالی، درک بهتر در مورد دانش این صنعت، گسترش همکاری با جوامع دیگر، گسترش توجهات سیاسی، سرمایه‌گذاری بیشتر در ورزش، استفاده از راهبردهای جدید، افزایش آگاهی‌های عمومی، افزایش اعتبارات بازاریابی و افزایش حمایت‌های ایالتی. لاینر و ویس<sup>۸</sup> (۲۰۰۹) معتقدند که به کارگیری مؤثر ابزارهای بازاریابی گردشگری برای یک کشور و یا منطقه امری ضروری است؛ زیرا با بازاریابی می‌توان به گردشگران بالقوه اطلاعاتی درباره آنچه که منطقه می‌تواند ارائه دهد، عرضه نمود و آن‌ها را نسبت به بازدید از آن ترغیب کرد. تو<sup>۹</sup> (۲۰۱۱) بر نقش اینترنت در توسعه گردشگری تأکید نموده و مزایای آن را در مواردی مانند دسترسی جهانی، کاهش هزینه-ها، سهولت بروز رساندن اطلاعات و قابلیت رساندن اطلاعات بیشتر به مخاطبان بر می‌شمرد.

با توجه به اهمیت روزافزون مقوله گردشگری ورزشی در سالیان اخیر تحقیقات متعددی انجام شده است که در ذیل به نتایج برخی از آن‌ها اشاره می‌گردد:

چالپ و گرین<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۱) بر وجود انسجام و برنامه‌ریزی مشترک بین افراد بازاریاب شهر میزبان و مدیران برگزاری مسابقات در جذب بازدیدکنندگان تأکید نمودند. ایشان با مطالعه مسابقات المپیک ۲۰۰۰ سیدنی استدلال کردند که میزبانی رویداد ورزشی به تنهایی جهت جذب گردشگر کافی نیست، بلکه آژانس‌های گردشگری نیز باید با همکاری با مسئولان کمیته برگزاری رویدادهای ورزشی استراتژی‌هایی برای

6- Gratton & Henry  
7- Yate  
8- Lainer & Weiss  
9- Tu  
10- Chalip & Green

1- Hinch and higham  
2- Emery  
3- Van der Zee,  
4- Gibson  
5- Icoz et al

گردشگران هدف تدوین کنند. چو<sup>۱۱</sup> (۲۰۰۴) در تحقیقی به بررسی اثر ورزش تکواندو بر توسعه گردشگری ورزشی کشور کره جنوبی پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ورزش‌هایی که سنت یک کشور یا منطقه محسوب می‌شوند، بیشتر می‌توانند باعث گرایش گردشگران به آن کشور باشند. شونک و چلادورای<sup>۱۲</sup> (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان کیفیت خدمات، رضایتمندی و قصد بازگشت به رویدادهای ورزشی، نتیجه‌گیری می‌کنند که از میان ابعاد کیفیت خدمات گردشگری ورزشی (دسترسی، اقامتگاه، مجموعه ورزشی و مسابقه) خود مسابقه مهمترین عامل می‌باشد؛ کنلی و توهی<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان «اتحاد استراتژیک در گردشگری ورزشی: سازمان‌های ورزشی ملی و مجریان تورهای ورزشی»، به بررسی یک اتحاد استراتژیک بین سازمان ملی ورزش استرالیا، انجمن راگی استرالیا و یک مجری تورهای ورزشی پرداخته است. این تحقیق اطلاعاتی ارائه می‌دهد در مورد اینکه چگونه سازمان ملی ورزش استرالیا می‌تواند گردشگری ورزشی را برای رویدادهای بزرگ از طریق پیوند با سازمان‌های مجری تورهای ورزشی تسهیل نماید و توسعه دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد که با همکاری و تشریک مساعی سازمان ملی ورزش استرالیا و انجمن راگی استرالیا طیفی از منافع مالی مشهود و نامشهود منتج می‌گردد که انگیزشی برای اتحاد استراتژیک موجود ارائه می‌دهد. کیم و همکاران<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۵) در تحقیقی در راستای ارزیابی تأثیرات اجتماعی درک شده از میزبانی رویدادهای گردشگری ورزشی بزرگ مقیاس، اظهار و تأکید می‌دارند که ادراک میزبان از اثرات اجتماعی منتج از میزبانی رویدادهای گردشگری از عوامل مهم جهت کسب حمایت و مشارکت وسیع جامعه محلی می‌باشد که آن می‌تواند به عنوان نقطه قوت و ضعف در توسعه گردشگری مطرح گردد. یافته‌های این تحقیق که در کشور کره به دست آمده، نشان می‌دهد که این ادراک متأثر از ۶ عامل منافع اقتصادی، غرور اجتماعی، توسعه جامعه محلی، هزینه‌های اقتصادی، مشکلات ترافیکی و ریسک‌های امنیتی است.

اصفهان (۱۳۸۸) در بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه صنعت جهانگردی ورزشی داخلی و خارجی و ارائه مدل برنامه‌ریزی استراتژیک در کشور بیان می‌نماید که جایگاه

جهانگردی ورزشی داخلی و خارجی در ایران بر روی محور مختصات SWOT در منطقه Weakness و در ماتریس آن در جایگاه WO قرار دارد. حمیدی و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیقی به تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور (ایران) پرداخته‌اند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که در نقاط قوت گردشگری ورزشی کشور گویه وجود تنوع در بازی‌های بومی و محلی کشور بالاترین میزان اهمیت، در بخش ضعف گویه فقدان برنامه‌ریزی و استراتژی صحیح، دقیق و علمی برای توسعه گردشگری ورزشی در کشور به عنوان بالاترین نقطه ضعف از دیدگاه پاسخ دهندگان را در این بخش دارا می‌باشد و در بخش فرصت‌ها گویه اقلیم یا شرایط آب و هوایی مناسب جهت برگزاری اردوها و مسابقات مختلف از جمله اسکی، قایقرانی و ... بالاترین میزان اهمیت و در بخش تهدیدها گویه وجود دیدگاه منفی و تبلیغات سوء کشورهای خارجی در مورد ایران به عنوان بالاترین مورد که صنعت گردشگری ورزشی کشور را مورد تهدید قرار می‌دهد، انتخاب گردید. همچنین نتایج حاکی از آن است که گردشگری ورزشی کشور از لحاظ موقعیت استراتژیک و در ماتریس داخلی و خارجی در منطقه محافظه کارانه قرار دارد. نتایج تحقیق شجاعی و همکاران (۱۳۹۰) در راستای برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری ورزشی استان مازندران نشان می‌دهد که متغیرهای شناسایی شده وابسته به عامل‌های نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها<sup>۱۳</sup>، ۲۹-۲۰ و ۲۳ مورد بوده‌اند. شرایط مساعد آب و هوایی و سیستم حمل و نقل به ترتیب به عنوان با اهمیت‌ترین و کم اهمیت‌ترین نقطه قوت و عدم برگزاری مسابقات و تورنمنت‌های بین‌المللی ورزشی با کیفیت مطلوب در استان و امنیت گردشگران ورزشی به عنوان با اهمیت‌ترین و کم اهمیت‌ترین نقطه ضعف محسوب می‌شوند. مساعد بودن زمینه برگزاری جشنواره‌های ورزشی بومی- محلی در استان و بالا بودن قدرت ریسک‌پذیری جهت ورود به این صنعت در استان به عنوان با اهمیت‌ترین و کم اهمیت‌ترین فرصت‌ها تلقی شده و در مقابل، عدم اعمال نظارت موثر بر روند توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان و عدم تدوین برنامه‌ریزی جامع جهت طراحی، ساخت و نگهداری اماکن و فضاهای ورزشی در استان به عنوان با اهمیت‌ترین و کم اهمیت‌ترین تهدیدات محسوب می‌شوند. برخی از استراتژی‌های ارائه شده در این تحقیق عبارتند از: بهره‌گیری از توانمندی‌های نیروی انسانی بومی، برقراری ارتباط مستمر با شهرها و کشورهای همسایه جهت انجام رویدادها،

11- Choo

12- Shonk &amp; Chelladurai

13- Kennelly &amp; Toohey

14- Kim &amp; et al.

که چه راهبردهایی در زمینه توسعه گردشگری ورزشی شهرستان مینودشت در اولویت قرار دارند؟

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت، کاربردی بوده و از حیث روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. روش و ابزار گردآوری اطلاعات با توجه به هدف پژوهش از نوع کتابخانه‌ای و میدانی بوده است. در راستای ارائه راهبردهای بهینه توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت ابتدا از طریق مطالعات کتابخانه‌ای مؤلفه‌های تأثیرگذار استخراج و سپس ضریب اهمیت هر یک از این مؤلفه‌ها به طور عام با ارائه ضریبی بین صفر تا یک تعیین شد؛ سپس در مرحله بعد این مؤلفه‌ها در قالب دو گروه عوامل تأثیرگذار داخلی شامل ضعف‌ها و قوت‌ها و عوامل تأثیرگذار بیرونی شامل فرصت‌ها و تهدیدها دسته‌بندی و وضعیت آن‌ها ارزیابی شد؛ بر این اساس امتیازهای بیشتر از حد متوسط یعنی ۲٫۵ نشانگر وضعیت مثبت یعنی قوت‌ها و فرصت‌ها و به عکس امتیازهای کمتر از حد متوسط گویای وضعیت منفی یعنی ضعف‌ها و تهدیدها می‌باشد. در نهایت با ضرب نمودن ضریب اهمیت هر یک از مؤلفه‌ها در امتیاز آن، امتیاز وزنی آن عامل به دست آمده که بر مبنای آن هر یک از مؤلفه‌ها در گروه خود رتبه‌بندی و میزان تأثیرگذاری آن شناسایی و بدین ترتیب نمودار ماتریس SWOT ترسیم و راهبردهای بهینه مشخص و ارائه شد. جهت جمع‌آوری اطلاعات میدانی از روش‌های مشاهده مستقیم و منظم و پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه این پژوهش متشکل از ۴۰ متغیر بوده که تماماً به صورت گویه‌هایی در قالب طیف چهار گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم، کم، خیلی زیاد، زیاد) گنجانده شده بودند. داده‌های حاصل از پرسشنامه با استفاده از نرم افزار آماری SPSS V18 تجزیه و تحلیل شدند. جهت سنجش پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرباخ استفاده شد که بر این اساس ضریب به دست آمده ۰/۷۴ می‌باشد. بنابراین از آنجا که حداقل سطح قابل قبول برای پایایی پرسشنامه ۰/۷۰ می‌باشد می‌توان چنین نتیجه گرفت که پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار و نتایج حاصل از آن قابل اعتماد است. همچنین جهت سنجش روایی پرسشنامه از ظاهر و محتوی پرسشنامه توسط ۱۰ نفر<sup>۱۶</sup> از کارشناسان و متخصصین رشته گردشگری که در امر تدوین پرسشنامه خبره می‌باشند مورد تأیید قرار گرفت.

مسابقات، توسعه و رونق ورزش‌های آبی جهت ورزش قهرمانی و همگانی، ایجاد رویه‌های مناسب جهت پرهیز از اشاعه تهاجم و تقابل فرهنگی و ایجاد نگرش‌های اقتصادی مبتنی بر آینده دور جهت ثبات و رونق بازار. مهدی زاده و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد را بر اساس تحلیل SWOT مورد بررسی قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت اسکان در هتل‌ها مهمترین نقطه قوت، عدم وجود افراد متخصص در پست‌های مختلف مهمترین نقطه ضعف، وجود داد و ستد و بازار وسیع در مشهد مهمترین فرصت و عدم وجود حامیان مالی ورزشی مهمترین تهدید در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد می‌باشد. همچنین در اولویت‌بندی شاخص‌ها، شاخص اقتصادی و بازاریابی مؤثرتر از سایر شاخص‌ها در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد شناخته شد. علی آبادی و حسامی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «امکان سنجی پیوند عملکردی بین اکوتوریسم و توریسم ورزشی در ایران» استان کردستان را مورد مطالعه قرار دادند. یافته‌های تحقیق نشان از وجود این پیوند در منطقه بوده به طوریکه دریاچه زریوار در مریوان و و کوه‌های نثار و منطقه حفاظت شده بیجار دارای بیشترین توان توریسم ورزشی در منطقه می‌باشند. طالقانی و غفاری<sup>۱۵</sup> (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان «ارائه یک مدل مدیریتی برای توسعه گردشگری ورزشی در ایران» اهم موانع این گونه گردشگری را در سه دسته موانع فرهنگی، موانع زیرساختی و موانع مربوط به جذب گردشگر تشریح نموده‌اند و بر ارائه راهبردهای هدفمند در زمینه رفع این موانع و توسعه این گونه روبه رشد گردشگری تأکید داشته‌اند.

پژوهش حاضر در صدد است تا به ارائه راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت بپردازد. شهرستان مینودشت قطب اول ورزش‌های هوایی کشور می‌باشد؛ به طوریکه از ۱۳۸۰ تاکنون، ۱۰ جشنواره رسمی پاراگلایدر کشور در این شهرستان برگزار شده است. به نظر می‌رسد این محدوده به دلیل داشتن پتانسیل‌های گوناگون در زمینه گردشگری ورزشی به ویژه گردشگری ورزش‌های هوایی، در صورت برخورداری از راهبردهای بهینه و اجرای صحیح آن می‌تواند در سالیان آینده به منطقه‌ای توسعه یافته از این حیث مبدل گردد. براین اساس پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است

۱۶- این ۱۰ نفر متشکل از ۳ دکتری تخصصی، ۳ دانشجوی دکتری و ۴ کارشناس ارشد می‌گردد.

محلی تعیین شد. در مورد جامعه آماری گردشگران نیز از آنجا که هیچ آمار رسمی و موثقی در مورد تعداد گردشگران وجود نداشت، از تکنیک‌ها و روش‌های آماری جهت برآورد حجم نمونه مورد استفاده نشد و از روش تخمین شخصی استفاده گردید و بنابراین به صورت تصادفی ۱۰۰ نفر از گردشگرانی که با هدف بازدید از جاذبه‌های ورزشی به این شهرستان سفر کرده بودند، به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. مشخصات عمومی هر سه گروه در جدول ۱. ارائه شده است.

### یافته‌های پژوهش

در این قسمت ابتدا حیطه‌های ورزشی زمینه ساز گردشگری در دو سطح مردم محلی و مدیران محلی مورد ارزیابی قرار گرفت؛ در این راستا یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از نظر مردم محلی ورزش‌های هوایی مانند پاراگلایدر در بین جاذبه‌های گردشگری ورزشی در رتبه اول قرار دارد. ایشان تأکید نمودند که با توجه به سابقه شهرستان مینودشت در برگزاری مسابقات و جشنواره‌های ورزش‌های هوایی در این حیطه از شهرت و مزیت نسبی برخوردار شده و از این جهت در طول سال پذیرای گردشگران بسیار از اقصی نقاط کشور و حتی گردشگران خارجی می‌باشد. پس از ورزش‌های هوایی موتورسواری در رتبه دوم و کوهنوردی سومین رشته ورزشی است که در این شهرستان پتانسیل جذب گردشگر را دارد. همچنین بنا به اظهارات مردم محلی غارنوردی، ورزش‌های تیمی، ورزش‌های رزمی و ورزش‌های محلی در رتبه‌های بعد به لحاظ جاذبه‌های گردشگری قرار دارند. همچنین نظر مدیران محلی بسیار نزدیک به مردم محلی می‌باشد و ایشان نیز بیشترین پتانسیل را در ورزش‌های هوایی بیان نمودند و پس از آن به موتورسواری، اسکی، غارنوردی، کوهنوردی، ورزش‌های رزمی، گروهی و محلی اشاره نمودند.

### ارائه راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی

در راستای ارائه راهبردهای بهینه توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت، با استفاده از نظرات گردشگران و مدیران محلی، اهمیت هر یک از مؤلفه‌ها مورد مطالعه با ارائه ضریبی بین صفر تا یک تعیین شد؛ نتایج این بخش از پژوهش نشان می‌دهد که ضرایب تمامی مؤلفه‌ها بیشتر از حد متوسط یعنی ۰.۵ می‌باشد؛ بنابراین تأثیرگذاری همه این مؤلفه‌ها در فرایند توسعه گردشگری ورزشی مورد تأیید قرار گرفت؛ اما با توجه تفاوت ضریب‌های به دست آمده اهمیت این عوامل یکسان نمی‌باشد.

منطقه مورد مطالعه در این پژوهش شهرستان مینودشت واقع در شرق استان گلستان می‌باشد. طبق سرشماری ۱۳۹۰، شهرستان مینودشت دارای ۷۵۶۹۵ نفر و ۱۹۰۲۵ خانوار (۷۰۰۶ خانوار شهری و ۱۲۰۱۹ خانوار روستایی) می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). وجود ۱۲ سایت در شهرستان مینودشت پتانسیل مناسبی برای توسعه ورزش‌های هوایی در این منطقه فراهم نموده است. سایت آموزشی شهرک صنعتی مینودشت با ارتفاع ۱۸۰ متر از سطح دریا مکانی مناسب برای علاقمندان و نوآموزان ورزش پاراگلایدر می‌باشد. از دیگر سایت‌های پروازی پاراگلایدر در شهرستان مینودشت می‌توان به سایت‌های چراغ تپه<sup>۱۷</sup>، زنگلاب، ریگ چشمه و ترسه<sup>۱۸</sup> اشاره کرد که همه این سایت‌ها با توجه به جاذبه‌های طبیعی شهرستان دارای جاذبه‌های مضاعف می‌باشند. ضمن آنکه به لحاظ ویژگی‌های جغرافیایی این سایت‌ها از شرایط بسیار مناسبی برخوردار می‌باشند<sup>۱۹</sup> و بر این اساس پس از برگزاری مسابقات بین المللی در تابستان سال ۱۳۹۲ شهرتی جهانی در بین ورزشکاران و علاقمندان ورزش‌های هوایی پیدا نمودند (سایت مجموعه هوانوردی آسمان).

پژوهش حاضر در سه سطح مردم محلی، مدیران محلی و گردشگران به انجام رسیده است و واحد تحلیل در هر سه سطح افراد بالای ۱۵ سال می‌باشد. جوامع آماری مورد مطالعه شامل مردم محلی، مدیران محلی و گردشگرانی می‌گردد که طی بازه زمانی انجام پژوهش (از ابتدای تابستان ۱۳۹۲ الی ابتدای تابستان ۱۳۹۳) از شهرستان مینودشت بازدید نموده و بیش از ۲۴ ساعت در این شهرستان حضور داشته‌اند. در مورد گروه اول با توجه به بالا بودن تعداد جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران و فرمول اصلاحیه آن حجم نمونه ۳۸۰ برآورد شد که به صورت تصادفی طبقه‌بندی شده متناسب با جمعیت شهری و روستایی از بین افراد بالای ۱۵ سال انتخاب شدند. در مورد گروه دوم با توجه به پایین بودن تعداد جامعه آماری، اقدام به کل شماری شد و بدین ترتیب حجم نمونه ۲۰ نفر از مدیران

۱۷- سایت چراغ تپه نزدیک‌ترین سایت به شهر مینودشت می‌باشد. این سایت در واقع تپه‌ای در مجاورت شهر مینودشت می‌باشد که از بالای آن شهر و دشت زیبا و وسیع مینودشت دارای چشم انداز دیدنی و بی نظیری می‌باشد.

۱۸- این سایت بزرگترین سایت پروازی پاراگلایدر در شهرستان مینودشت بوده که به عنوان یک سایت بین المللی شناخته می‌شود. طبیعت زیبا و بکر این سایت جذابیت خاصی بدان بخشیده است.

۱۹- ویژگی‌های یک سایت مناسب عبارت است: شیب ۱۰ تا ۲۰ درصد برای Take off، قرار گرفتن رو به باد و دشت، فاقد مانع بودن محل فرود

جدول ۱. مشخصات عمومی نمونه‌های آماری مورد مطالعه

گروه	مردم محلی		مدیران محلی		گردشگران	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
مرد	۲۱۳	۵۶,۰۵	۱۶	۸۰	۶۶	۶۶
زن	۱۶۷	۴۳,۹۵	۴	۲۰	۳۴	۳۴
۱۵-۳۰ سال	۱۴۶	۳۸,۴۲	۳	۱۵	۴۱	۴۱
۳۱-۴۵ سال	۱۲۵	۳۲,۸۹	۹	۴۵	۳۷	۳۷
۴۶-۶۰ سال	۷۲	۱۸,۹۵	۷	۳۵	۱۵	۱۵
بیشتر از ۶۰ سال	۳۷	۹,۷۴	۱	۵	۷	۷
مجرد	۸۹	۲۳,۴۲	۲	۱۰	۳۲	۳۲
متاهل	۲۹۱	۷۶,۵۸	۱۸	۹۰	۶۸	۶۸
پایین تر از دیپلم	۱۳۶	۳۵,۷۹	-	-	۱۶	۱۶
دیپلم	۱۰۶	۲۷,۸۹	۲	۱۰	۳۵	۳۵
فوق دیپلم	۲۸	۷,۳۷	-	-	۸	۸
لیسانس	۶۹	۱۸,۱۶	۱۳	۶۵	۲۹	۲۹
فوق لیسانس و بالاتر	۴۱	۱۰,۷۹	۵	۲۵	۱۲	۱۲
$\leq 20000000$	۲۳۱	۶۰,۷۹	۷	۳۵	۱۴	۱۴
$20000000 < \leq 50000000$	۹۶	۲۵,۲۶	۹	۴۵	۴۵	۴۵
$50000000 < \leq 100000000$	۳۳	۸,۶۸	۳	۱۵	۲۷	۲۷
$100000000 < \leq 200000000$	۱۴	۳,۶۸	۱	۵	۹	۹
$> 200000000$	۶	۱,۵۸	۰	۰	۵	۵
مجموع	۳۸۰	۱۰۰	۲۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

ماخذ: مطالعات میدانی، ۱۳۹۳

جدول ۲. رتبه‌بندی حیطه‌های ورزشی زمینه ساز توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت

نوع ورزش	گروه	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	رتبه
ورزش‌های هوایی	مردم	۳	۷	۲۹	۸۷	۲۵۴	۴,۵۳	۱
	مدیران	۰	۰	۱	۴	۱۵	۴,۷	۱
کوهنوردی	مردم	۲۶	۲۱	۱۴۹	۱۱۳	۷۱	۳,۴۸	۳
	مدیران	۲	۲	۹	۴	۳	۳,۲	۵
غارنوردی	مردم	۴۲	۵۷	۱۶۸	۶۶	۴۹	۳,۰۷	۵
	مدیران	۱	۲	۱۰	۵	۲	۳,۲۵	۴
موتور سواری	مردم	۲۸	۳۰	۱۳۳	۱۰۱	۸۸	۳,۵	۲
	مدیران	۱	۲	۹	۴	۴	۳,۴	۲
اسکی (چمن و برف)	مردم	۳۳	۵۲	۱۵۱	۸۸	۵۶	۳,۲۲	۴
	مدیران	۲	۲	۸	۴	۴	۳,۳	۳
ورزش‌های رزمی	مردم	۱۲۲	۱۱۶	۱۰۷	۲۳	۱۲	۲,۱۷	۷
	مدیران	۶	۴	۶	۲	۲	۲,۵	۶
ورزش‌های گروهی	مردم	۹۶	۱۱۲	۱۲۷	۳۱	۱۴	۲,۳۶	۶
	مدیران	۶	۶	۵	۱	۲	۲,۳۵	۷
ورزش‌های محلی	مردم	۱۱۵	۱۳۴	۱۰۲	۲۰	۹	۲,۱۴	۸
	مدیران	۵	۷	۶	۱	۱	۲,۳	۸

ماخذ: نگارندگان، ۱۳۹۳

و امتیاز نهایی به دست آمده برای مجموع مؤلفه‌ها ۱,۷۸۳ می‌باشد که گویای فزونی تهدیدها بر فرصت‌ها است. بر این اساس مهمترین فرصت‌های توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت عبارتند از: امکان حضور گردشگران و ورزشکاران خارجی، وجود امنیت بالا، وجود نیروهای متخصص در زمینه گردشگری. مهمترین تهدیدهای موجود نیز عبارتند از: کیفیت پایین خدمات آژانس‌های گردشگری، عدم حمایت جدی دولت از توسعه ورزش و کیفیت پایین خدمات آموزشی در حوزه ورزش.

بر اساس امتیاز وزنی ماتریس عوامل درونی و ماتریس عوامل بیرونی، محل تلاقی این دو بر روی نمودار مدل سوات مشخص می‌گردد که نقطه به دست آمده در محدوده ضعف‌ها و تهدیدها قرار دارد و بنابراین استراتژی‌های مناسب برای توسعه گردشگری ورزشی شهرستان مینودشت استراتژی‌های تدافعی می‌باشند.

سپس در مرحله بعد عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی در قالب دو ماتریس عوامل تأثیرگذار داخلی شامل ضعف‌ها و قوت‌ها و عوامل تأثیرگذار بیرونی شامل فرصت‌ها و تهدیدها دسته‌بندی و ارزیابی شدند. نتایج در این زمینه نشان می‌دهد که ماتریس عوامل درونی شامل ۱۰ قوت و ۹ ضعف می‌باشد و امتیاز نهایی به دست آمده برای مجموع مؤلفه‌ها ۲,۲۱۸ است که با توجه آنکه پایین‌تر از حد متوسط (۲/۵) می‌باشد، گویای استیلای شرایط ضعف بر ماتریس عوامل داخلی است. بر این اساس مهمترین نقاط قوت عبارتند از: پایین بودن هزینه حضور در رویدادهای ورزشی، وجود سایت‌های ورزشی ملی و بین‌المللی، وجود جذابیت و هیجان بالای رویدادهای ورزشی. همچنین مهمترین ضعف‌های موجود عبارتند از: عدم استفاده از تجارب موجود در زمینه توسعه متقابل ورزش و گردشگری، عدم تنوع رویدادهای ورزشی و عدم وجود اسپانسرهای مالی.

همچنین بررسی ماتریس عوامل بیرونی نشان می‌دهد که ۹ فرصت و ۱۲ تهدید عمده در موضوع مورد مطالعه وجود دارد

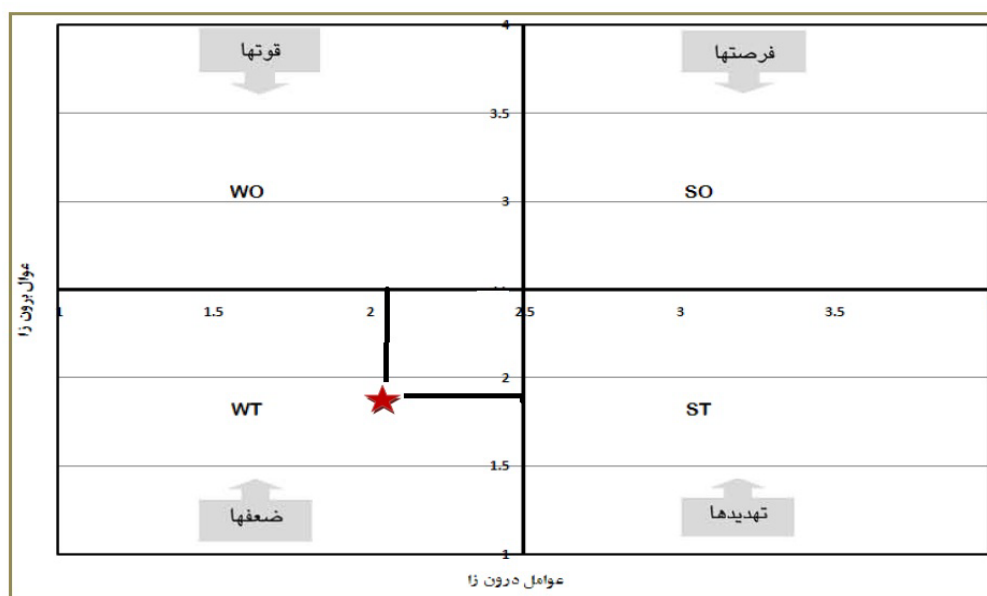
جدول ۳. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت

رتبه	امتیاز وزنی	امتیاز	ضریب اهمیت	عوامل داخلی	
				قوت‌ها	ضعف‌ها
۷	۲,۵۰۲	۲,۶۷	۰,۹۳۷	S1	سطح ایمنی فعالیت‌های ورزشی
۱۵	۱,۹۰۰	۲,۹۶	۰,۶۴۲	S2	بیمه حوادث ورزشکاران
۴	۲,۷۰۳	۲,۹۸	۰,۹۰۷	S3	برگزاری منظم جشنواره‌ها و مسابقات
۳	۲,۷۵۸	۲,۷۸	۰,۹۹۲	S4	جذابیت و هیجان رویدادهای ورزشی
۸	۲,۴۸۴	۲,۹۴	۰,۸۴۵	S5	کسب شهرت در یک حوزه ورزشی
۵	۲,۶۷۱	۳,۱۸	۰,۸۴	S6	تخصصی شدن در حوزه ورزشی
۲	۲,۸۵۲	۳,۱۱	۰,۹۱۷	S7	وجود سایت‌های ورزشی ملی و بین‌المللی
۱	۳,۱۵۶	۳,۴۳	۰,۹۲	S8	پایین بودن هزینه حضور در رویدادهای ورزشی
۶	۲,۵۱۱	۲,۵۷	۰,۹۷۷	S9	تمکن مالی گردشگران ورزشی
۹	۲,۴۶۱	۲,۶۹	۰,۹۱۵	S10	مشارکت مردم محلی در زمینه توسعه گردشگری ورزشی
۱۸	۱,۴۳۶	۱,۶۷	۰,۸۶	W1	عدم تنوع رویدادهای ورزشی
۱۱	۲,۱۹۸	۲,۲۵	۰,۹۷۷	W2	زمان‌بندی نامناسب رویدادهای ورزشی
۱۲	۲,۰۶۳	۲,۱۶	۰,۹۵۵	W3	تبلیغات کم در مورد جاذبه‌ها و رویدادهای ورزشی
۱۴	۲,۰۰۰	۲,۰۲	۰,۹۹	W4	اطلاع رسانی نامطلوب در مورد نحوه و زمان وقوع رویدادها
۱۰	۲,۲۴۴	۲,۴۸	۰,۹۰۵	W5	عدم حمایت مادی و معنوی از برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی
۱۷	۱,۱۴۹	۱,۲۶	۰,۹۱۲	W6	عدم وجود اسپانسرهای مالی
۱۹	۱,۳۵۳	۱,۵۷	۰,۸۶۲	W7	عدم استفاده از تجارب موجود در زمینه توسعه متقابل ورزش و گردشگری
۱۶	۱,۶۶۳	۱,۷۲	۰,۹۶۷	W8	عدم مشارکت مدیران محلی در زمینه توسعه گردشگری ورزشی
۱۳	۲,۰۳۸	۲,۱۸	۰,۹۳۵	W9	عدم هماهنگی سازمان‌ها دولتی با مجریان رویدادهای گردشگری
۲,۲۱۸				مجموع	

جدول ۴. ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت

رتبه	امتیاز وزنی	امتیاز	ضریب اهمیت	عوامل بیرونی	
۹	۱,۸۵۰	۲,۷۲	۰,۶۸	شرایط جغرافیایی	O1
۸	۱,۸۷۰	۲,۶۹	۰,۶۹۵	موقعیت نسبی مقصد	O2
۴	۲,۲۱۰	۲,۹۲	۰,۷۵۷	وجود سایر جاذبه‌های گردشگری	O3
۲	۲,۶۶۱	۲,۹۹	۰,۸۹	امنیت بالا	O4
۵	۲,۰۷۴	۲,۹	۰,۷۱۵	کیفیت خدمات اقامتی	O5
۶	۲,۰۵۹	۲,۶	۰,۷۹۲	وجود الگوهای موفق توسعه گردشگری ورزشی	O6
۳	۲,۳۱۴	۲,۶۶	۰,۸۷	وجود نیروهای متخصص در زمینه گردشگری	O7
۱	۲,۸۶۵	۳,۲۳	۰,۸۸۷	امکان حضور گردشگران و ورزشکاران خارجی	O8
۱۱	۱,۸۴۵	۲,۵۱	۰,۷۳۵	پخش و پوشش خبری و رسانه‌ای رویدادها	O9
۱۰	۱,۸۴۵	۲,۰۵	۰,۹	کیفیت پایین اماکن اقامتی عمومی	T1
۲۱	۱,۲۱۶	۱,۴۷	۰,۸۲۷	کیفیت پایین خدمات آژانس‌های گردشگری	T2
۱۶	۱,۵۳۱	۱,۷۳	۰,۸۸۵	کیفیت پایین خدمات ارتباطی (جاده‌ها، تلفن همراه و ...)	T3
۱۵	۱,۵۴۰	۱,۷۷	۰,۸۷	کیفیت پایین خدمات حمل و نقل (هوایی، ریلی و زمینی)	T4
۱۳	۱,۶۰۶	۲,۰۸	۰,۷۷۲	کیفیت پایین خدمات تجاری	T5
۱۴	۱,۵۸۴	۱,۷	۰,۹۳۲	کیفیت پایین خدمات تفریحی و سرگرمی	T6
۱۷	۱,۵۲۴	۱,۸۱	۰,۸۴۲	کیفیت پایین خدمات عمومی سایت‌های ورزشی	T7
۱۲	۱,۶۱۴	۱,۷۸	۰,۹۰۷	کیفیت پایین خدمات گردشگری الکترونیک	T8
۱۹	۱,۲۹۵	۱,۷۵	۰,۷۴	کیفیت پایین خدمات آموزشی در حوزه ورزش	T9
۷	۲,۰۱۶	۲,۳۸	۰,۸۴۷	وجود رقبای جدی در زمینه گردشگری ورزشی	T10
۱۸	۱,۵۲۱	۱,۸۹	۰,۸۰۵	عدم حمایت جدی دولت از مقوله گردشگری و گردشگران	T11
۲۰	۱,۲۴۳	۱,۵۴	۰,۸۰۷	عدم حمایت جدی دولت از توسعه ورزش	T12
۱,۸۲۳			مجموع		

ماخذ: نگارنده، ۱۳۹۳



نمودار ۱. تعیین موقعیت راهبردهای مناسب در توسعه گردشگری ورزشی شهرستان مینودشت



۳- تجهیز شبکه حمل و نقل عمومی در جهت استفاده هرچه بیشتر عموم اقشار جامعه از جاذبه‌ها و فرصت‌های گردشگری موجود با توجه به پایین بودن هزینه حضور در رویدادهای ورزشی.

راهبردهای تدافعی (WT)<sup>۲۳</sup>:

۱- ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخش‌های مختلف دولت و برگزار کنندگان رویدادهای ورزشی جهت ارتقا کیفیت خدمات عمومی (مانند پارکینگ، سرویس بهداشتی، نمازخانه و ...) در سایت‌های گردشگری ورزشی به ویژه سایت‌های ورزش‌های هوایی

۲- توسعه و تکمیل زیرساخت‌های خدماتی با سرمایه‌گذاری و حمایت بخش دولتی

۳- حمایت و تشویق سرمایه‌گذاران محلی در جهت فعالیت در قالب آژانس‌های گردشگری

۴- توسعه خدمات گردشگری الکترونیک در جهت تبلیغات، اطلاع‌رسانی و استفاده از تجارب موجود در زمینه توسعه متقابل ورزش و گردشگری

۵- حمایت جدی مادی و معنوی از برگزار کنندگان رویدادهای ورزشی در جهت حفظ توان رقابتی به ویژه در زمینه گردشگری ورزش‌های هوایی که شهرستان مینودشت دارای پتانسیل، سابقه و مزیت نسبت به رقبای می‌باشد.

۶- حمایت دولت از توسعه متقابل گردشگری و ورزش با برگزاری کلاس‌های آموزشی برای برگزار کنندگان رویدادهای ورزشی، مدیران محلی و کارآفرینان فعال در حوزه گردشگری

۷- مشارکت مدیران محلی به ویژه مجموعه شهرداری در راستای ارتقای کیفیت منظر شهری، ساماندهی و انطباق ورودی شهر و میادین اصلی شهر با مضمون گردشگری ورزشی

۸- تشکیل کارگروهی متشکل از مدیران محلی، برگزار کنندگان رویدادهای ورزشی، ورزشکاران و کارشناسان گردشگری در شهرستان مینودشت در جهت طراحی و پیاده‌سازی برند گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت با تأکید بر محور ورزش‌های هوایی.

### بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری ورزشی یکی از حیطة‌ها و گونه‌های رو به رشد گردشگری است که در آن مسابقات و رویدادهای ورزشی تعداد

بنابراین با توجه به جمیع یافته‌های تحقیق در ذیل استراتژی‌های توسعه گردشگری ورزشی در شهرستان مینودشت ارائه شده است و با توجه به اینکه راهبردهای تدافعی راهبردهای بهینه شناخته شدند تمرکز بیشتر بر روی این راهبردها صورت گرفته است.

راهبردهای تهاجمی (SO)<sup>۲۰</sup>:

۱- ترکیب گردشگری طبیعی با گردشگری ورزشی با توجه به وجود جاذبه‌های فراوان طبیعی و شهرت و تخصص‌گرایی رو به افزایش شهرستان در ورزش‌های هوایی

۲- برگزاری دوره‌ای و منظم مسابقات و جشنواره‌های ورزش‌های هوایی در سطح بین‌المللی با توجه به وجود سایت‌های متعدد پروازی، برخوردار بودن منطقه از امنیت بالا و امکان حضور گردشگران و ورزشکاران خارجی

۳- استفاده از نیروهای متخصص در زمینه گردشگری جهت شناسایی الگوهای موفق توسعه گردشگری ورزشی و بومی کردن آن‌ها.

راهبردهای محافظه‌کارانه (WO)<sup>۲۱</sup>:

۱- تنظیم تقویم برگزاری رویدادهای ورزشی با توجه به بازه‌های زمانی پیک مسافرت‌ها در کشور و موقعیت نسبی شهرستان به واسطه قرار داشتن در محور ارتباطی شمال-مشهد جهت جذب حداکثری مسافرین که قصد عبور از محور را دارند.

۲- ارائه تبلیغات گسترده در مورد جاذبه‌های ورزشی، زمان‌بندی رویدادها و نحوه برگزاری آن‌ها با استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌های جمعی

۳- افزایش سایر فعالیت‌های ورزشی با بهره‌گیری از پتانسیل‌های طبیعی مانند طراحی مسیرهای کوهنوردی، غارنوردی، پیست‌های اسکی و ... همگام با توسعه رشته‌های مختلف ورزش‌های هوایی.

راهبردهای رقابتی یا تنوع (ST)<sup>۲۲</sup>:

۱- ترغیب و حمایت از مردم محلی جهت سرمایه‌گذاری هر چه بیشتر در فعالیت‌های تفریحی-سرگرمی، تجاری

۲- توسعه زیرساخت‌های ارتباطات به ویژه توسعه اینترنت و پوشش تلفن همراه به عنوان الزامات عصر نوین

۲۰- در این راهبردها با بهره‌گیری از نقاط قوت، از فرصت‌ها استفاده می‌شود.

۲۱- در این راهبردها با بهره‌گیری از فرصت‌ها، نقاط ضعف از بین برده می‌شود.

۲۲- در این راهبردها برای پرهیز از تهدیدات، از نقاط قوت استفاده می‌شود.

۲۳- در این راهبردها نقاط ضعف را کاهش داده و از تهدیدها جلوگیری می‌شود.

نقطه در محدوده ضعف‌ها و تهدیدها (WT) قرار گرفت استراتژی‌های مناسب برای توسعه گردشگری ورزشی شهرستان مینودشت استراتژی‌های تدافعی تشخیص داده شد که در این راستا هشت راهبرد اساسی ارائه گردید.

یافته‌های این پژوهش، نتایج تحقیقات مختلف در زمینه تأثیرگذاری عوامل مختلف بر گردشگری ورزشی نظیر گراتون و هنری در مورد «جذابیت رویداد ورزشی، محدودیت‌های ایمنی، امنیتی و مالی، جدید و جالب بودن رویداد ورزشی، وضعیت اقتصادی گردشگران»، «یات درمورد «گسترش مشارکت حامیان مالی، گسترش توجهات سیاسی، سرمایه‌گذاری بیشتر در ورزش» و شونک و چالادورای در مورد «کیفیت خدمات» را تأیید می‌نماید؛ اما یافته‌های تحقیق چو در مورد اینکه «ورزش‌هایی که سنت یک کشور یا منطقه هستند توانایی بیشتری در جذب گردشگری ورزشی دارند» را رد می‌کند؛ زیرا در منطقه مورد مطالعه علی‌رغم اینکه ورزش کشتی، ورزش بومی و سنتی می‌باشد و ریشه در فرهنگ و یادمان‌های اجتماعی و فرهنگی منطقه دارد، نتوانسته زمینه‌ساز توسعه گردشگری شده و جذب گردشگر گردد؛ در حالی که در مقابل ورزش پرهیجان نوظهور در منطقه مانند پاراگلایدر توانسته به سرعت در طی یک دهه طرفداران زیادی پیدا نموده و گردشگران بسیاری را به خود جذب نماید. همچنین یافته‌های این پژوهش نتایج تحقیق کنلی و توهی در مورد «اهمیت و فواید روابط و همکاری سازمان‌های ملی و مجریان رویدادهای گردشگری» را تأیید نموده و از این رو فقدان آن را در منطقه مورد مطالعه یک ضعف تلقی می‌نماید؛ ضمناً یافته‌های این پژوهش نتایج تحقیق کیم و همکاران را در مورد «اهمیت و نقش تأثیرگذار ادراک جامعه میزبان و مشارکت آنان در توسعه گردشگری ورزشی» را تأیید کرده و از آن در منطقه مورد مطالعه به عنوان یک نقطه قوت یاد می‌کند. در نهایت این پژوهش یافته‌های تحقیقات حمیدی و همکاران، شجاعی و همکاران و مهدی زاده و همکاران را به لحاظ «اولویت نقاط قوت و ضعف و تهدیدها و فرصت‌ها» و یافته‌های تحقیقات اصفهانی و حمیدی را به لحاظ «تلاقی عوامل درونی و بیرونی در محدوده WO و مناسب بودن استراتژی‌های محافظه کارانه» تأیید نمی‌کند و همانطور که اشاره گردید استراتژی‌های تدافعی را به عنوان بهترین گزینه معرفی می‌نماید.

زیادی از گردشگران را جلب می‌کند؛ به طوریکه امروزه گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌ای اقتصادی و اجتماعی در جهان تبدیل شده و بسیاری از کشورها با سرمایه‌گذاری فراوان اثرات و فواید این گونه گردشگری را به خوبی جذب نموده و از آن به عنوان منبع مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش اشتغال و درآمد، توسعه زیرساخت‌ها و افزایش شهرت و برندسازی خود استفاده می‌کنند. بی‌شک بهره‌گیری بهینه و مستمر از اثرات و فواید این گونه رو به رشد گردشگری و توسعه آن مستلزم مطالعه و برنامه‌ریزی دقیق و هدفمند می‌باشد. در این راستا یافته‌های پژوهش در مورد رتبه‌بندی پتانسیل‌های گردشگری ورزشی نشان می‌دهد که ورزش‌های هوایی مانند پاراگلایدر در بین جاذبه‌های گردشگری ورزشی در رتبه اول قرار دارند. در این راستا با توجه به سابقه نسبتاً طولانی برگزاری مسابقات و جشنواره‌های ورزش‌های هوایی در شهرستان مینودشت و وجود ۱۲ سایت رسمی ورزش‌های هوایی، این شهرستان از شهرت و مزیت نسبی برخوردار شده و از این رو در طول سال به ویژه هشت ماه اول سال پذیرای گردشگران بسیار از اقصی نقاط کشور و حتی گردشگران خارجی می‌باشد. پس از ورزش‌های هوایی به ترتیب موتور سواری، کوهنوردی، غارنوردی، اسکی، ورزش‌های رزمی، ورزش‌های گروهی و ورزش‌های بومی در رتبه‌های بعد قرار دارند.

در این پژوهش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در قالب عوامل درونی مشتمل بر ۱۰ قوت و ۹ ضعف و عوامل بیرونی دربرگیرنده ۹ فرصت و ۱۲ تهدید ارزیابی شدند که از مهمترین نقاط قوت می‌توان به پایین بودن هزینه حضور در رویدادهای ورزشی، برخورداری ورزشکاران از بیمه، وجود سایت‌های ورزشی ملی و بین‌المللی و جذابیت و هیجان رویدادهای ورزشی اشاره کرد و از مهمترین ضعف‌های موجود می‌توان به عدم وجود اسپانسرهای مالی، عدم استفاده از تجارب موجود در زمینه توسعه متقابل ورزش و گردشگری و عدم تنوع رویدادهای ورزشی نام برد. همچنین مهمترین فرصت‌ها عبارتند از: امکان حضور گردشگران و ورزشکاران خارجی، وجود امنیت بالا و وجود نیروهای متخصص در زمینه گردشگری و مهمترین تهدیدهای موجود شامل کیفیت پایین خدمات آژانس‌های گردشگری، عدم حمایت جدی دولت از توسعه ورزش و کیفیت پایین خدمات آموزشی در حوزه ورزش می‌گردند. در نهایت بر اساس امتیاز وزنی ماتریس عوامل درونی و ماتریس عوامل بیرونی، نمودار مدل سوات ترسیم و جایگاه نقطه تلاقی مشخص گردید؛ بنابراین از آنجا که این

## منابع

- اصفهانی، نوشین (۱۳۸۸). *تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه صنعت جهانگردی ورزشی داخلی و خارجی و ارائه مدل برنامه‌ریزی استراتژیک در کشور*. رساله دکتری. دانشگاه تهران. ##حمیدی، مهرزاد؛ رضوی، محمدحسین؛ امیرنژاد، سعید؛ شفیق زاده، شهرام؛ فضلی‌درزی، اعظم (۱۳۸۹). «تبیین استراتژی‌های گردشگری ورزشی کشور (ایران)». *پژوهش نامه مدیریت ورزشی و علوم حرکتی*. سال ۶ شماره ۱۲. صص ۶۸-۵۱. ##شجاعی، وحید؛ تجاری، فرشاد؛ سلیمانی تپه‌سری، بهاره؛ دوستی، مرتضی (۱۳۹۰). «برنامه ریزی راهبردی توریسم ورزشی استان مازندران». *فضای جغرافیایی*. سال ۱۲، شماره ۳۹، صص ۱۹۴-۱۷۳. ##علی‌آبادی، سمیرا؛ حسامی، شیما (۱۳۹۳). «امکان
- Chalip, L., & Green B.C (2001), “Leveraging large sports events for tourism: Lessons learned from the Sydney Olympics”. *Supplemental proceedings of the travel and tourism. research association 32nd annual conference, Fort Myers, FL, June 10–13.* ##Cho, Kwang-Min (2004), “Developing Taekwondo as a tourist commodity”. *International Journal of Applied sports sciences*, No13, 53–62. ##Emery.P (2010), “past, present, future major sport event management practice: the practitioner perspective. Sport management review” *Sport Management Review* vol.13.pp. 158–170. ##Gratton, C; Henry I (2001). *Sport in the city: The role of sport in economic and social regeneration*. Routledge, Florence, KY, U. ##Gibson, H (Ed) (2006). *Sport tourism: Concepts and theories*. Oxon: Routledge. ##Hinch, T. & J. Higham (2005). “Sport, tourism and authenticity”, *European Sport Management Quarterly*, 3, pp. 243–256. ##Icoz,O; Gunlu, E & Oter,Z(2010). Sport tourism destinations as brand and factors affecting destination choices of soccer teams. 5<sup>th</sup> International congress on business, economic and Management, pp 1-12. ##Kennelly, M & Toohey K (2014), Strategic alliances in sport tourism: National sport organisations and sport tour operators, *Sport Management Review*, pp1-12. ##Kim, W., Jun, H., Walker M., Drane D (2015) Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation, *Tourism Management* 48, pp12-32. ##Kozak, M (2005). “Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations”. *Tourism Management*, 23, pp. 221–232. ##Laimer, P., & Weiss, J (2009). Portfolio Analysis (PFA) as a strategic tool for tourism policy: an integrated analysis of overnight data. *Tourism Review*, 64(1), 17-31. ##Taleghani G.H.R & Ghafari A (2014), **Providing a management model for the development of**

سنجی پیوند عملکردی اکوتوریسم و توریسم ورزشی در ایران (مطالعه موردی: استان کردستان). *فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*. سال ۳، شماره ۳، صص ۵۰-۴۳. ##مهدی زاده، عباس؛ طالب‌پور، مهدی؛ فتحی، مهرداد (۱۳۹۲). «بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل «SWOT». *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، سال ۲، شماره ۴، صص ۳۶-۲۳. ##محمودی یکتا، مهدی؛ ذبیحی، اسماعیل؛ جورابلو، مسعود (۱۳۹۱). «تأثیر مؤلفه‌های گردشگری بر گرایش گردشگران ورزشی به ایران». *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*. سال ۴، شماره ۲، صص ۱۴۹-۱۳۹. ##

sports Tourism, The 3<sup>rd</sup> International  
Geography Symposium-GEOMED 2013:  
289-298.##Tu, Y. H (2011). Destination  
Marketing on the Internet: The  
Effectiveness of Advanced DESCENT.Ling  
Tung University.##Van der Zee, E (2011),  
Image improvement as a tangible legacy of  
Hallmark events; the case of the 2010 World

Cup in South Africa, Research Master  
Human Geography and planning Faculty of  
Geosciences, pp1-23.##Yate, B (2006).  
“Sport Tourism Planning Template”,  
Canadian Sport Tourism Alliance and the  
Ontario Ministry of Tourism and  
Recreation, pp4-39.##