

پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی
سال دوم، شماره ۴ (۸ پیاپی)، بهار ۱۳۹۳، ص ۲۳-۳۶

بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT

عباس مهدی زاده^{۱*}، مهدی طالب پور^۲، مهرداد فتحی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۷/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۱۲

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT بود. نوع پژوهش توصیفی-تحلیلی بود که به روش پیمایشی انجام گردید. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۰۵ نفر از اساتید دانشگاه، کارشناسان تربیت‌بدنی، کارشناسان گردشگری و راهنماهای تورهای گردشگری بود که همه افراد به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه ۴۹ سؤالی محقق ساخته بود که عوامل تأثیرگذار بر گردشگری ورزشی را در ۵ شاخص اقتصادی و بازاریابی، اجتماعی و فرهنگی، جاذبه‌های گردشگری، تجهیزات و رویدادهای ورزشی و خدمات را که به کمک اساتید دانشگاه و متخصصین حوزه گردشگری و ورزش و با استفاده از روش دلفی، شناسایی شد، در قالب ۴ مؤلفه نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها مورد مطالعه قرار داد. روایی پرسشنامه براساس ضریب کندال ۰/۸۳ و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹ بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و آمار استنباطی شامل آزمون t تک‌متغیره، آزمون فریدمن و آزمون تحلیل واریانس چند متغیره استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد از دیدگاه افراد مورد مطالعه، کیفیت اسکان در هتل‌ها مهم‌ترین نقطه قوت، عدم وجود افراد متخصص در پست‌های مختلف مهم‌ترین نقطه ضعف، وجود دادوستد و بازار وسیع در مشهد مهم‌ترین فرصت و عدم وجود حامیان مالی ورزشی مهم‌ترین تهدید در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد می‌باشد. نتایج آزمون F در سطح $P \geq 0/05$ برای نقاط قوت ۱/۷۴، نقاط ضعف ۰/۸۲، فرصت‌ها ۰/۲۳ و تهدیدها ۱/۷۶ مشاهده گردید که بیانگر تفاوت معناداری بین دیدگاه گروه‌های مختلف کارشناسان در خصوص نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ورزشی در شهر مشهد نمی‌باشد؛ همچنین در اولویت‌بندی شاخص‌ها، شاخص اقتصادی و بازاریابی مؤثرتر از سایر شاخص‌ها در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد شناخته شد.

واژگان کلیدی

گردشگری، گردشگری ورزشی، شهر مشهد، تحلیل SWOT.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات خراسان شمالی (نویسنده مسئول)

Email: mehdizadeh69@gmail.com

۲. دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد

۳. استادیار دانشگاه فردوسی مشهد

مقدمه

جهانی برای دوره ۲۰۱۰-۱۹۹۰ حدود ۱/۴ درصد می باشد (پروخلیلی و استادی، ۱۳۸۶).

با توجه به لزوم تقویت و توسعه صنعت گردشگری برای دستیابی به اعتبار و جایگاه واقعی خود در سطح بین‌المللی، بایستی بخشهای مختلف این صنعت را شناسایی کرد و به بخشهای پر اهمیت تر توجه ویژه ای مبذول داشت. یکی از این بخشهای مهم که قابلیت تبدیل به امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به عنوان گردشگری ورزشی ۲ نام برده می شود (محرم زاده و قیامی راد، ۱۳۸۷).

گردشگری به عنوان بزرگ ترین صنعت جهان و ورزش به عنوان یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی هستند که از تلفیق آنها یکی از شگفت انگیز ترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت گردشگری ورزشی به وجود آمده است (معین فرد، ۱۳۸۹).

فلاحی و همکاران (۱۳۹۲)، در تحقیقی تحت عنوان «بررسی جاذبه های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان» نشان داد که به طور کلی استان کردستان دارای منابع طبیعی مستعد جذب گردشگران ورزشی است. بنابراین باید در جهت توسعه و فعال کردن توریسم زمستانی ۳ استان، از طریق ایجاد و احداث زیرساخت های مورد نیاز این رشته مانند پیست های اسکی و زیرساخت های حمل و نقل مرتبط با آن، تلاش هایی صورت گیرد. به این منظور شبکه ارتباطی استان، به ویژه مسیرهای منتهی به جاذبه های مهم گردشگری، باید توسعه داده و بهسازی شود. توسعه گردشگری کوهنوردی و تپه نوردی به عنوان یکی از قابلیت های ممتاز استان، از طریق تجهیز ارتفاعات مهم استان به پناهگاه و راه، ارائه امکانات و خدمات رفاهی مناسب برای اقامت گردشگران ورزشی و

صنعت گردشگری از دیرباز مورد توجه بشر بوده، امروزه نقش ویژه ای در اقتصاد جهانی به عهده دارد. علاوه بر آن، این صنعت عامل مؤثری در تعامل فرهنگ ها، گفتگوی تمدن ها، برقراری و تحکیم انس و الفت بین ملتهاست (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۸۲). گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. افزون بر این بسیاری از برنامه ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می کنند (رکن الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۴).

در تفکر اسلامی، برای جهانگردی کارکردی خاص مورد توجه قرار گرفته است، به گونه ای که مسیر در زمین برای رسیدن به در کی بالا جهت ستایش قدرت مطلق و تأمل در نظام آفرینش خداوندگار باری تعالی از سفارش های مؤکد قرآنی است. دین مبین اسلام هم در قرآن و هم در سنت به کرات به بعد تبادل فرهنگی و تعامل صلح آمیز ناشی از سفر اشاره فرموده است. در یک بررسی اجمالی در قرآن می توان آیاتی را در این رابطه مشاهده کرد. در آیه ۲۰ سوره عنکبوت می فرماید: ای رسول بگو به مردم که در زمین سیر کنید که خدا چگونه خلق را ایجاد کرده که خدا بر هر چیز تواناست (قرآن کریم).

صنعت گردشگری یکی از بخشهای پر رونق اقتصادی دنیا می باشد و کشورهایی که توانسته اند با تجهیز خود از این صنعت بهره برند به همان میزان نیز از رشد اقتصادی برخوردار شده اند. گردشگری فعالیتی گسترده و فرابخشی است که به اشکال گوناگون در سطوح منطقه ای، ملی و بین المللی صورت می گیرد. برآوردهای سازمان جهانی گردشگری ۱ نشان می دهد میانگین نرخ رشد گردشگری

2. Sport Tourism
3. Winter Tourism

1. World Tourism Organization (WTO)

از قطب‌های گردشگری ورزشی (حداقل در سطح ملی و منطقه‌ای) را دارا می‌باشد.

اما متأسفانه محققان در ارزیابی‌های انجام شده صنعت گردشگری در مشهد را دچار پاره‌ای از نقایص و کاستی‌ها دانسته‌اند، چنانکه سقایی و همکاران (۱۳۸۸) در رابطه با بررسی مدیریت گردشگری در کلانشهر مشهد بیان می‌کنند: در واقع ما با نقاط ضعف و تهدیدهای بسیاری روبه‌رو هستیم که نشان از ناکارآمدی مدیریت گردشگری در این کلانشهر است. آنچه شکل‌دهنده این وضعیت است گونه‌ای از مدیریت پراکنده با استراتژی‌های متفاوت است که سبب موازی کاری‌های بسیاری شده است (سقایی و مافی، ۱۳۸۸)؛ همچنین رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۹۰) عنوان می‌کنند در بسیاری از زمینه‌ها هنوز از توانمندی‌های گردشگری استان به گونه‌ای شایسته استفاده نشده است و در برخی موارد ضعف‌هایی عمده دیده می‌شود که می‌باید برای رفع آنها برنامه‌ریزی کرد (رحیم‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰).

در زمینه گردشگری ورزشی، علی‌رغم حضور تیم‌های ورزشی و ورزشکاران مشهدی در تورنمنت‌ها و لیگ‌های مختلف کشوری، آسیایی و حتی جهانی به نظر می‌رسد مشهد با کاستی‌ها و مشکلات فراوانی روبه‌رو بوده است؛ که یکی از عمده‌ترین این مشکلات کمبود فضاها و امکانات ورزشی استاندارد می‌باشد. طبق اظهارات مدیر کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی سرانه فضای ورزشی متعلق به تربیت بدنی استان خراسان رضوی ۰/۱۳ مترمربع بود که اکنون به ۰/۳ مترمربع رسیده است. از ابتدای تأسیس تربیت بدنی در سال ۱۳۵۰ تا سال ۱۳۸۵ تنها ۰/۱۳ مترمربع فضای ورزشی ساخته شده بود که توسعه سرانه فضای ورزشی در این پنج سال ۲/۵ برابر مدت گذشته رشد داشته است. ولی با این اظهارات باز هم این سرانه نسبت به سرانه استاندارد پایین بوده و جوابگوی ورزشکاران نمی‌باشد (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۲/۰۵/۰۳).

تأسیس کمپ‌ها و اردوگاه‌های ورزشی در مناطق خوش آب و هوای استان، برای جذب تیم‌های ورزشی مختلف که در دوره‌های آماده‌سازی هستند، پیشنهاد می‌شود (فلاحی و همکاران، ۱۳۹۲).

اصفهان‌نی و همکاران (۲۰۰۹)، در پژوهشی تحت عنوان «تحلیل عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی داخلی و خارجی ایران» و ارائه مدل استراتژیک، به این نتیجه رسیدند: در گردشگری ورزشی داخلی مهمترین شاخص‌ها به ترتیب شامل خدمات، امنیت و جاذبه‌های گردشگری می‌باشد و در گردشگری ورزشی خارجی مهم‌ترین عوامل به ترتیب امنیت، تجهیزات و تسهیلات و رویدادهای ورزشی می‌باشد. همچنین گردشگری ورزشی در ایران در محدوده فرصت‌ها و نقاط ضعف نمودار SWOT قرار دارد (اصفهان‌نی و همکاران، ۲۰۰۹).

جان‌شانک ۱ (۲۰۰۹)، پژوهشی با عنوان تبیین مدل میزان رضایت مندی از ادراک کیفیت خدمات بر گردشگران ورزشی را انجام داد. در مدل ارائه شده به این نتیجه رسید که دسترسی نسبت به دیگر عوامل تأثیر کمتری در رضایت مندی گردشگران ورزشی از کیفیت خدمات ارائه شده دارد (شانک، ۲۰۰۹).

مشهد به دلیل داشتن آثار و ابنیه مذهبی، تاریخی و فرهنگی و برخورداری از فرهنگ و سنن اصیل و جاذبه‌های گردشگری از دیر باز مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی بوده است و امروزه نیز به عنوان پایتخت مذهبی جهان تشیع یاد می‌شود. این شهر با شهرهای لاهور و کراچی پاکستان، اورومچی در چین و کربلا و نجف عراق دارای پیوند خواهرخواندگی است و این خود، گویای اهمیت شهر مشهد از منظر بین‌المللی می‌باشد. از سوی دیگر با توجه به پیشرفت ورزش مشهد در سطح ملی و منطقه‌ای و وجود تشکیلات نسبتاً مناسب ورزشی در شهر مشهد به نظر می‌رسد این شهر، پتانسیل تبدیل شدن به یکی

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر پژوهشی توصیفی-تحلیلی است که به روش پیمایشی انجام شده است. با توجه به این که اهداف و متغیرهای پژوهش و به دنبال آن سؤالات مطرح شده در پرسشنامه کاملاً تخصصی بودند، پاسخگویان می‌بایست از جامعه‌ای با اطلاعات حرفه‌ای نسبتاً جامع انتخاب می‌شدند که شامل کلیه کارشناسان و صاحب‌نظران در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد می‌شد و عبارت بودند از: اساتید دانشگاه (اساتید رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی که همگی عضو هیأت علمی بودند)، کارشناسان تربیت بدنی اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی و اداره تربیت بدنی ورزش و جوانان شهرستان مشهد، کارشناسان حوزه گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، و راهنمایان فعال تورهای گردشگری در مشهد در سال ۱۳۹۱ که سابقه هدایت تورهای ورزشی دارند، که تعداد کل آنها ۱۰۵ نفر بود. با توجه به محدودیت‌های موجود در انتخاب جامعه آماری، کل جامعه آماری به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته ۴۹ سؤالی بود که ۵ شاخص تأثیرگذار بر گردشگری ورزشی (شاخص اقتصادی و بازاریابی، شاخص اجتماعی و فرهنگی، شاخص جاذبه‌های گردشگری، شاخص تجهیزات و تسهیلات و رویدادهای ورزشی و شاخص خدمات و حمل و نقل) را که به کمک اساتید

دانشگاه و متخصصین حوزه گردشگری و ورزش و با استفاده از روش دلفی و طی سه مرحله (تذ، آنتی تذ، و سنتز)، شناسایی شد، در قالب نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها اندازه‌گیری نمود. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفت که ضریب ۰/۸۹ به دست آمد. در پژوهش حاضر، از شاخص‌های آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار، استفاده شد. به منظور تحلیل استنباطی داده‌های به دست آمده از ابزار اندازه‌گیری، از روش‌های آمار استنباطی شامل آزمون t تک متغیره، آزمون فریدمن و آزمون تحلیل واریانس چند متغیره (مانوا) استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در تحلیل استنباطی به منظور بررسی سطح معناداری نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی از آزمون «t» در سطح $\alpha = 0/05$ استفاده شد، با توجه به این که میانگین‌های حاصله در بیشتر موارد بزرگتر از حد متوسط (۳) بوده و t حاصله نیز از مقدار بحرانی جدول بزرگتر بود، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بیشتر گویه‌های مطرح شده در قالب نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها مورد تأیید کارشناسان می‌باشد.

جدول ۱. نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین موارد مربوط به نقاط قوت شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی با سطح متوسط (۳)

سطح معناداری	t	انحراف معیار	میانگین	سطح متوسط	نقاط قوت گردشگری ورزشی در شهر مشهد
۰/۰۰۱	۶/۹۴۰	۱/۰۱۵	۳/۷۹	۳	۱. وجود مواد غذایی و آشامیدنی...
۰/۰۰۱	۴/۷۲۷	۰/۹۹۳	۳/۵۲	۳	۲. وجود امکانات بهداشتی و پزشکی
۰/۰۰۱	۸/۶۰۱	۰/۹۳۶	۳/۹	۳	۳. کیفیت اسکان در هتل‌ها
۰/۰۰۱	۶/۹۸۹	۱/۰۲۴	۳/۸	۳	۴. امنیت اجتماعی جهت برگزاری...
۰/۰۰۱	۶/۹۹۲	۰/۹۲۷	۳/۷۲	۳	۵. آب و هوای متنوع در فصول سال...

۰/۰۰۱	۵/۵۲۸	۰/۹۵۱	۳/۵۹	۳	۶. ابنیه تاریخی و آثار باستانی
۰/۰۰۱	۴/۴۲۸	۰/۸۸۴	۳/۴۴	۳	۷. تنوع در سنت ها و صنایع دستی
۰/۲۸۸	۱/۰۶۹	۰/۹۴۱	۳/۱۱	۳	۸. ارتباط کارکنان با گردشگران
۰/۲۱۳	۱/۲۵۶	۱/۰۶۹	۳/۱۵	۳	۹. برگزاری رقابت های مختلف ورزشی...
۰/۰۰۲	-۳/۱۶۱	۱/۰۹۷	۲/۶۱	۳	۱۰. اعتقاد مسئولین به اشتغال زایی از...
۰/۰۴۸	۲/۰۱۳	۱/۱۶۶	۳/۲۶	۳	۱۱. توانمندی اقتصاد بومی جهت سرمایه...
۰/۰۰۱	-۳/۳۹۳	۱/۰۸۷	۲/۵۹	۳	۱۲. سطح آگاهی مردم در خصوص...

جدول ۲. نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین موارد مربوط به نقاط ضعف شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی با سطح متوسط (۳)

سطح معناداری	t	انحراف معیار	میانگین	سطح متوسط	نقاط ضعف گردشگری ورزشی در شهر مشهد
۰/۰۷۱	۱/۸۲۸	۱/۰۴۰	۳/۲۱	۳	۱۳. بالا بودن سطح قیمت محصولات و هزینه...
۰/۰۰۱	۳/۳۸۶	۱/۳۸۷	۳/۵۲	۳	۱۴. عدم وجود سیستم کارت های اعتباری...
۰/۰۲۶	۲/۲۶۵	۰/۹۸۷	۳/۲۵	۳	۱۵. عدم انعکاس رویدادهای ورزشی در...
۰/۰۰۱	۶/۷۶۴	۱/۱۰۷	۳/۸۴	۳	۱۶. عدم همکاری و هماهنگی لازم بین...
۰/۰۰۱	۸/۴۱۷	۱/۰۴۹	۳/۹۹	۳	۱۷. عدم وجود افراد متخصص در پست های...
۰/۰۱۲	۲/۵۷۴	۱/۰۸۶	۳/۳۱	۳	۱۸. کیفیت وسایل نقلیه عمومی درون شهری...
۰/۰۰۱	۷/۱۱۷	۰/۹۹۰	۳/۷۹	۳	۱۹. عدم اختصاص اردوگاه های ویژه به...
۰/۰۰۱	۴/۰۱۴	۱/۰۳۰	۳/۴۶	۳	۲۰. عدم امکان ورزشی-تفریحی مناسب در...
۰/۰۰۱	۶/۴۴۴	۱/۰۵۸	۳/۷۶	۳	۲۱. عدم وجود استانداردهای بین المللی در...
۰/۰۰۱	۶/۸۷۴	۱/۱۲۲	۳/۸۶	۳	۲۲. عدم استفاده از تکنولوژی روز دنیا در...
۰/۰۰۱	۷/۰۷۰	۰/۹۸۱	۳/۷۸	۳	۲۳. عدم اجرای همایش یا مراسم ویژه در...
۰/۰۰۱	۸/۶۳۰	۱/۰۴۹	۴/۰۱	۳	۲۴. عدم مشارکت بخش خصوصی در...
۰/۰۰۱	۷/۳۵۸	۰/۸۹۶	۳/۷۴	۳	۲۵. عدم وجود وب سایت های مختلف در...
۰/۰۰۱	۵/۷۷۷	۱/۰۸۴	۳/۷۰	۳	۲۶. عدم بهره گیری از نمایش های زنده یا...
۰/۰۰۱	۸/۳۵۰	۰/۹۹۱	۳/۹۲	۳	۲۷. عدم ارائه تبلیغات گردشگری ورزشی...
۰/۰۰۱	۷/۴۲۷	۱/۱۲۹	۳/۹۴	۳	۲۸. عدم انجام بازاریابی علمی با کمک...
۰/۰۰۱	۶/۳۳۵	۱/۱۳۰	۳/۸۰	۳	۲۹. عدم برگزاری سمینارهای علمی...
۰/۰۰۱	۶/۰۲۵	۱/۰۵۸	۳/۷۱	۳	۳۰. عدم انتشار اطلاعات مربوط به...

جدول ۳. نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین موارد مربوط به فرصت های موجود در شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی با سطح متوسط (۳)

سطح معناداری	t	انحراف معیار	میانگین	سطح متوسط	فرصت های گردشگری ورزشی در شهر مشهد
۰/۰۰۱	۶/۰۱۱	۱/۰۷۹	۳/۷۲	۳	۳۱. قرار گرفتن مشهد از لحاظ جغرافیایی در...
۰/۰۰۱	۴/۶۸۴	۰/۹۵۵	۳/۵۰	۳	۳۲. موقعیت مشهد در عرصه ورزش کشور
۰/۰۰۱	۶/۳۸۹	۰/۹۶۳	۳/۶۹	۳	۳۳. دسترسی آسان به راه های شوسه

بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT

۰/۰۰۱	۵/۴۷۴	۰/۸۹۹	۳/۵۵	۳	۳۴. افزایش استقبال عمومی مردم از...
۰/۰۰۱	۳/۹۶۷	۱/۰۴۳	۳/۴۶	۳	۳۵. برگزاری دوره های مربیگری و داوری...
۰/۲۱۱	۱/۲۶۱	۱/۱۵۲	۳/۱۶	۳	۳۶. افزایش توجه دولت به سرمایه گذاری...
۰/۰۰۱	۹/۴۶۰	۰/۸۵۱	۳/۹۰	۳	۳۷. وجود داد و ستد و بازار وسیع در مشهد
۰/۰۰۱	۳/۹۰۸	۱/۰۳۰	۳/۴۵	۳	۳۸. ترویج فرهنگ و سنت ها با حضور...
۰/۰۰۱	۵/۴۰۹	۰/۸۲۷	۳/۵۰	۳	۳۹. برپایی نمایشگاه های متنوع در زمینه...

جدول ۴. نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین موارد مربوط به تهدید های موجود در شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی با سطح متوسط (۳)

سطح معناداری	t	انحراف معیار	میانگین	سطح متوسط	تهدیدهای گردشگری ورزشی در شهر مشهد
۰/۰۰۱	۱۲/۱۷۸	۰/۹۰۰	۴/۲۲	۳	۴۰. عدم جذب سرمایه های خارجی در ...
۰/۰۰۱	۱۶/۱۴۳	۰/۷۴۸	۴/۳۵	۳	۴۱. عدم وجود حامیان مالی ...
۰/۰۰۱	۴/۷۷۵	۱/۰۵۴	۳/۵۶	۳	۴۲. افزایش انواع آلودگی ها (هوا، صوتی و ...
۰/۰۰۱	۹/۱۱۹	۰/۹۸۱	۴	۳	۴۳. وجود برخی تعصبات مذهبی - ...
۰/۰۰۱	۵/۹۹۲	۱/۰۲۶	۳/۶۹	۳	۴۴. وجود تبلیغات منفی در خارج از کشور
۰/۰۰۱	۱۱/۰۷۵	۰/۸۶۸	۴/۰۸	۳	۴۵. عدم وضوح در سیاست گذاری و ...
۰/۰۰۳	۳/۰۳۱	۱/۱۰۷	۳/۳۸	۳	۴۶. ضعف در ناوگان حمل و نقل هوایی
۰/۰۵۷	۱/۹۲۹	۱/۰۴۳	۳/۲۲	۳	۴۷. ضعف در ناوگان حمل و نقل ریلی ...
۰/۰۰۱	۵/۰۲۲	۰/۹۸۰	۳/۵۵	۳	۴۸. عدم وجود تسهیلات ویژه برای ...
۰/۰۰۱	۱۰/۵۱۲	۰/۹۳۶	۴/۱۰	۳	۴۹. نوسان پول رایج کشور در مقابل ...

باستانی، وجود امکانات بهداشتی و پزشکی، تنوع در سنت ها و صنایع دستی، توانمندی اقتصاد بومی جهت سرمایه گذاری در گردشگری، برگزاری رقابت های مختلف ورزشی در چارچوب لیگ های متفاوت، ارتباط کارکنان با گردشگران، اعتقاد مسئولین به اشتغالزایی از طریق صنعت گردشگری و سطح آگاهی مردم می باشد.

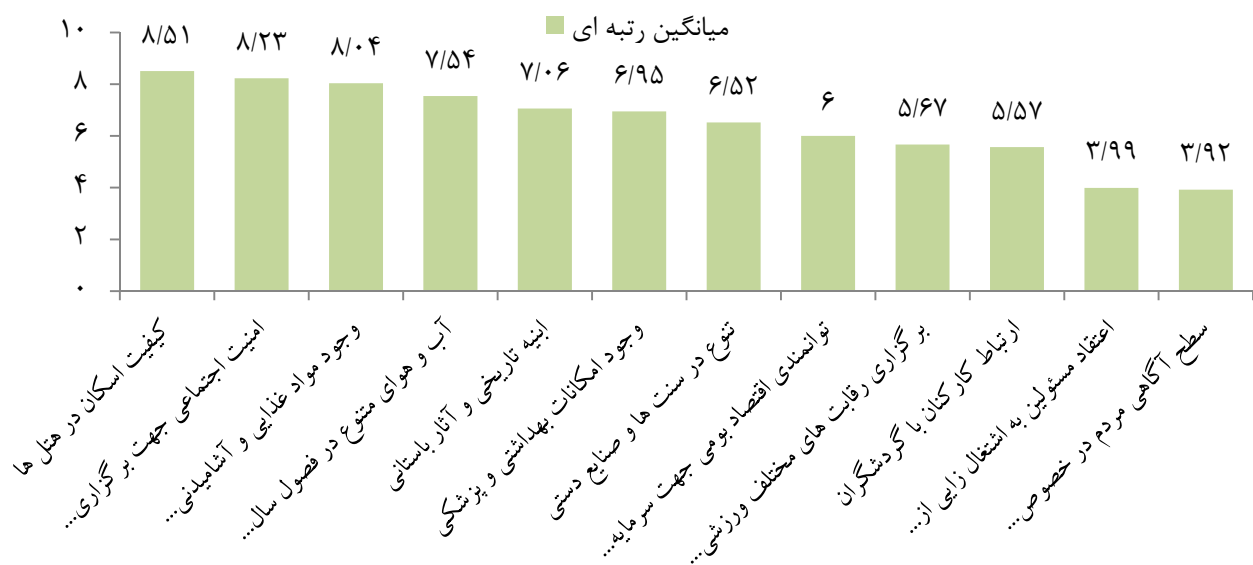
همچنین به منظور اولویت بندی گویه ها از آزمون فریدمن استفاده شد. نقاط قوت شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی به ترتیب اهمیت شامل کیفیت اسکان در هتل ها، امنیت اجتماعی جهت برگزاری رقابت های ورزشی، وجود مواد غذایی و آشامیدنی متناسب با سلیقه های مختلف گردشگران، آب و هوای متنوع در فصول سال جهت برگزاری رویدادهای مختلف ورزشی، ابنیه تاریخی و آثار

جدول ۵. نتایج آزمون فریدمن، اولویت بندی گویه های مربوط به نقاط قوت در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد

سطح معناداری	آزمون فریدمن	df	میانگین رتبه ای	نقاط قوت گردشگری ورزشی در شهر مشهد	رتبه
۰/۰۰۱	۱۹۹/۸۸۵	۱۱	۸/۵۱	کیفیت اسکان در هتل ها	اول
			۸/۲۳	امنیت اجتماعی جهت برگزاری...	دوم
			۸/۰۴	وجود مواد غذایی و آشامیدنی...	سوم

ادامه جدول ۵. نتایج آزمون فریدمن، اولویت بندی گویه‌های مربوط به نقاط قوت در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد

رتبه	نقاط قوت گردشگری ورزشی در شهر مشهد	میانگین رتبه ای	df	آزمون فریدمن	سطح معناداری
چهارم	آب و هوای متنوع در فصول سال...	۷/۵۴	۱۱	۱۹۹/۸۸۵	۰/۰۰۱
پنجم	ابنیه تاریخی و آثار باستانی	۷/۰۶			
ششم	وجود امکانات بهداشتی و پزشکی	۶/۹۵			
هفتم	تنوع در سنت ها و صنایع دستی	۶/۵۲			
هشتم	توانمندی اقتصاد بومی جهت سرمایه...	۶/۰۰			
نهم	برگزاری رقابت های مختلف ورزشی...	۵/۶۷			
دهم	ارتباط کارکنان با گردشگران	۵/۵۷			
یازدهم	اعتقاد مسئولین به اشتغال زایی از...	۳/۹۹			
دوازدهم	سطح آگاهی مردم در خصوص...	۳/۹۲			



نمودار ۱. اولویت بندی گویه‌های مربوط به نقاط قوت در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد

استفاده از تکنولوژی روز دنیا در برگزاری مسابقات ورزشی، عدم همکاری و هماهنگی لازم بین سازمان‌ها و نهادهای مختلف در زمینه گردشگری ورزشی، عدم برگزاری سمینارهای علمی- تخصصی در زمینه گردشگری ورزشی، عدم وجود وب سایت های مختلف در خصوص مسائل فرهنگی- ورزشی، عدم اختصاص اردوگاه های

نقاط ضعف شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی به ترتیب اهمیت شامل عدم وجود افراد متخصص در پست های مختلف، عدم مشارکت بخش خصوصی در زمینه گردشگری ورزشی، عدم انجام بازاریابی علمی با کمک متخصصین و تکنولوژی روز در زمینه گردشگری ورزشی، عدم ارائه تبلیغات گردشگری ورزشی توسط رسانه‌ها، عدم

بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT

رویدادهای ورزشی، عدم وجود سیستم کارت‌های اعتباری جهانی در خودپردازها و مراکز فروش، عدم امکان ورزشی-تفریحی مناسب در شهر، کیفیت وسایل نقلیه عمومی درون شهری، بالا بودن سطح قیمت محصولات و هزینه ارائه خدمات، عدم انعکاس رویدادهای ورزشی در رسانه ها می باشد.

ویژه به گردشگران ورزشی، عدم وجود استانداردهای بین المللی در ورزشگاه ها و سالن های ورزشی، عدم اجرای همایش یا مراسم ویژه در برگزاری رویدادهای ورزشی، عدم بهره گیری از نمایش های زنده یا اجرای موسیقی سنتی در برگزاری رقابت ها، عدم انتشار اطلاعات مربوط به رویدادهای ورزشی و مراسم جانبی آن قبل از برگزاری

جدول ۶. نتایج آزمون فریدمن، اولویت بندی گویه های مربوط به نقاط ضعف در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد

رتبه	نقاط ضعف گردشگری ورزشی در شهر مشهد	میانگین رتبه‌ای	df	آزمون فریدمن	سطح معناداری
اول	عدم وجود افراد متخصص در پست...	۱۱/۲۸	۱۷	۱۰۹/۱۲۹	۰/۰۰۱
دوم	عدم مشارکت بخش خصوصی در...	۱۱/۱۷			
سوم	عدم انجام بازاریابی علمی با کمک...	۱۰/۸۰			
چهارم	عدم ارائه تبلیغات گردشگری...	۱۰/۷۰			
پنجم	عدم استفاده از تکنولوژی روز دنیا...	۱۰/۴۷			
ششم	عدم همکاری و هماهنگی لازم بین...	۱۰/۲۲			
هفتم	عدم برگزاری سمینارهای علمی...	۱۰/۰۴			
هشتم	عدم وجود وب سایت های مختلف...	۹/۷۶			
نهم	عدم اختصاص اردوگاه های ویژه به...	۹/۶۹			
دهم	عدم وجود استانداردهای بین المللی...	۹/۶۹			
یازدهم	عدم اجرای همایش یا مراسم ویژه...	۹/۵۴			
دوازدهم	عدم بهره گیری از نمایش های زنده...	۹/۵۳			
سیزدهم	عدم انتشار اطلاعات مربوط به...	۹/۳۸			
چهاردهم	عدم وجود سیستم کارت های...	۹/۱۱			
پانزدهم	عدم امکان ورزشی-تفریحی مناسب...	۸/۰۱			
شانزدهم	کیفیت وسایل نقلیه عمومی درون...	۷/۵۸			
هفدهم	بالا بودن سطح قیمت محصولات و...	۷/۰۹			
هجدهم	عدم انعکاس رویدادهای ورزشی در...	۶/۹۶			



نمودار ۲. اولویت بندی گویه های مربوط به نقاط ضعف در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد

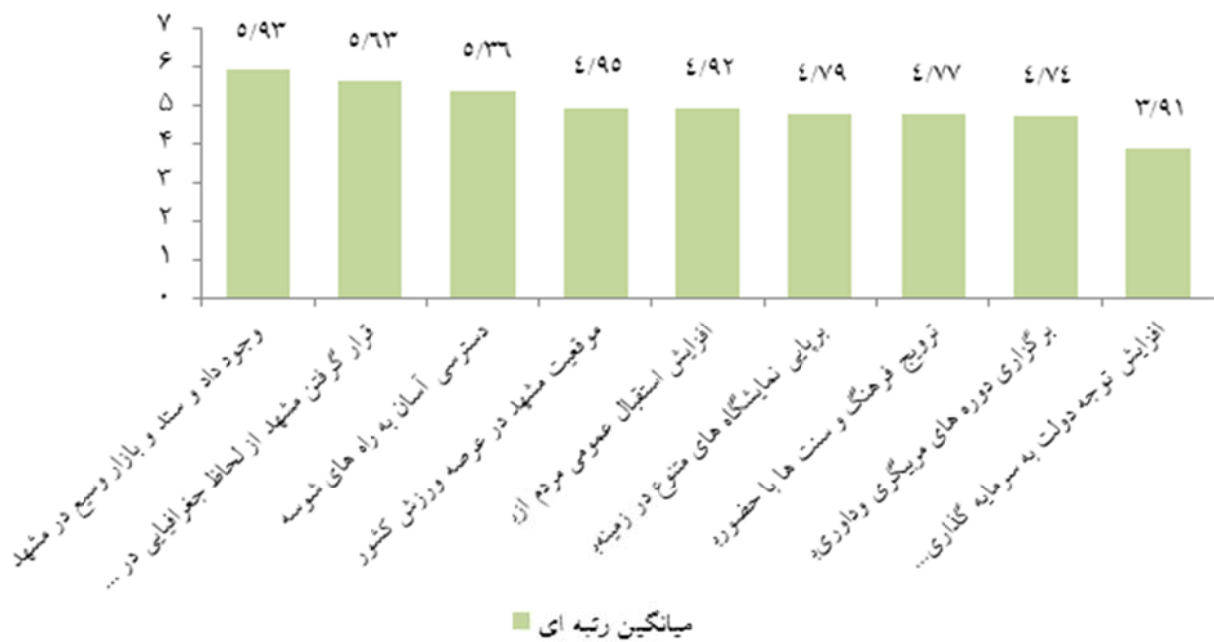
عمومی مردم از رویدادهای ورزشی، برپایی نمایشگاه های متنوع در زمینه های مختلف، ترویج فرهنگ و سنت ها با حضور گردشگران ورزشی، برگزاری دوره های مربیگری و داوری مختلف و افزایش توجه دولت به سرمایه گذاری در بخش گردشگری می باشد.

فرصت های موجود در شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی به ترتیب اهمیت شامل وجود داد و ستد و بازار وسیع در مشهد، قرار گرفتن مشهد از لحاظ جغرافیایی در شمال شرقی کشور، دسترسی آسان به راه های شوسه، موقعیت مشهد در عرصه ورزش کشور، افزایش استقبال

جدول ۷. نتایج آزمون فریدمن، اولویت بندی گویه های مربوط به فرصت های موجود در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد

رتبه	فرصت های گردشگری ورزشی در شهر مشهد	میانگین رتبه ای	df	آزمون فریدمن	سطح معناداری
اول	وجود داد و ستد و بازار وسیع در مشهد	۵/۹۳	۸	۴۱/۲۳۴	۰/۰۰۱
دوم	قرار گرفتن مشهد از لحاظ جغرافیایی در...	۵/۶۳			
سوم	دسترسی آسان به راه های شوسه	۵/۳۶			
چهارم	موقعیت مشهد در عرصه ورزش کشور	۴/۹۵			
پنجم	افزایش استقبال عمومی مردم از...	۴/۹۲			
ششم	برپایی نمایشگاه های متنوع در زمینه...	۴/۷۹			
هفتم	ترویج فرهنگ و سنت ها با حضور...	۴/۷۷			
هشتم	برگزاری دوره های مربیگری و داوری...	۴/۷۴			
نهم	افزایش توجه دولت به سرمایه گذاری...	۳/۹۱			

بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT



نمودار ۳. اولویت بندی گویه های مربوط به فرصت های موجود در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد

تعصبات مذهبی- اجتماعی در میان مردم، وجود تبلیغات منفی در خارج از کشور، افزایش انواع آلودگی ها (هوا، صوتی و...)، عدم وجود تسهیلات ویژه برای صدور روادید و امور گمرکی گردشگران، ضعف در ناوگان حمل و نقل هوایی و ضعف در ناوگان حمل و نقل ریلی برون شهری می باشند.

تهدیدهای موجود در شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی به ترتیب اهمیت شامل عدم وجود حامیان مالی ورزشی (اسپانسرها)، عدم جذب سرمایه های خارجی در زمینه گردشگری ورزشی، نوسان پول رایج کشور در مقابل ارزهای خارجی، عدم وضوح در سیاست گذاری و قوانین اجرایی در خصوص گردشگری ورزشی، وجود برخی

جدول ۸. نتایج آزمون فریدمن، اولویت بندی گویه های مربوط به تهدیدهای موجود در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد

رتبه	تهدیدهای گردشگری ورزشی در شهر مشهد	میانگین رتبه ای	df	آزمون فریدمن	سطح معناداری
اول	عدم وجود حامیان مالی ورزشی (اسپانسرها)	۷/۰۴	۹	۱۲۹/۱۹۹	۰/۰۰۱
دوم	عدم جذب سرمایه های خارجی در ...	۶/۵۶			
سوم	نوسان پول رایج کشور در مقابل ...	۶/۳۶			
چهارم	عدم وضوح در سیاست گذاری و ...	۶/۳۱			
پنجم	وجود برخی تعصبات مذهبی - ...	۶/۰۴			
ششم	وجود تبلیغات منفی در خارج از کشور	۵/۰۱			
هفتم	افزایش انواع آلودگی ها (هوا، صوتی و ...	۴/۸۸			
هشتم	عدم وجود تسهیلات ویژه برای ...	۴/۵۹			
نهم	ضعف در ناوگان حمل و نقل هوایی	۴/۲۹			
دهم	ضعف در ناوگان حمل و نقل ریلی ...	۳/۹۲			



نمودار ۴. اولویت بندی گویه های مربوط به تهدیدهای موجود در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد

در خصوص شاخص های مطرح شده به ترتیب اهمیت، شاخص اقتصادی و یازاریابی، شاخص اجتماعی و فرهنگی، شاخص خدمات و حمل و نقل، شاخص تجهیزات، تسهیلات و رویدادهای ورزشی و شاخص جاذبه های گردشگری بر گردشگری ورزشی در شهر مشهد تأثیرگذار می باشد.

جدول ۹. نتایج آزمون فریدمن، اولویت بندی پنج شاخص تأثیرگذار بر گردشگری ورزشی در شهر مشهد

سطح معناداری	آماره فریدمن	df	میانگین رتبه ای	اولویت بندی
۰/۰۰۱	۲۸۳/۲۷	۴	۴/۵۵	اقتصادی و یازاریابی
			۴/۳۷	اجتماعی و فرهنگی
			۲/۷۵	خدمات و حمل و نقل
			۲/۳۳	تجهیزات، تسهیلات و رویدادهای ورزشی
			۱	جاذبه های گردشگری



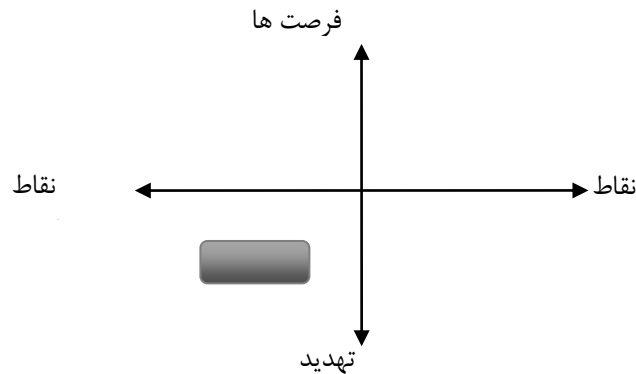
نمودار ۵. اولویت بندی پنج شاخص تأثیرگذار بر گردشگری ورزشی در شهر مشهد

در شهر مشهد، نقاط ضعف موجود از نقاط قوت موجود در اولویت بالاتری قرار دارند. بنابراین در نمودار SWOT، جایگاه گردشگری ورزشی شهر مشهد به سمت تهدیدها و نقاط ضعف تمایل پیدا می کند.

طبق نتایج حاصل در اولویت بندی مؤلفه های مورد مطالعه، در خصوص عوامل بیرونی تأثیرگذار بر گردشگری ورزشی در شهر مشهد، تهدیدهای موجود از فرصت های موجود در اولویت بالاتری قرار دارند. همچنین در خصوص عوامل درونی تأثیرگذار بر گردشگری ورزشی

جدول ۱۰. نتایج آزمون فریدمن، اولویت بندی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدها

اولویت بندی	میانگین رتبه ای	df	آزمون فریدمن	سطح معناداری
نقاط ضعف	۳/۹۱	۳	۱۷۱/۱۱۳	۰/۰۰۱
نقاط قوت	۲/۵۶			
تهدیدها	۲/۲۴			
فرصت ها	۱/۲۹			



نمودار ۶. تمایل گردشگری ورزشی در شهر مشهد به تهدیدها و ضعف ها

مشهد در زمینه گردشگری ورزشی می باشند. بر همین اساس شهر مشهد برای رسیدن به جایگاه واقعی خود در زمینه گردشگری ورزشی و برآوردن نیازها و خواسته های گردشگران ورزشی، باید از تمامی امکانات بالقوه خود به نحو مطلوب استفاده نماید، همچنین شهر مشهد می تواند با بهره گیری از برنامه ریزی و مدیریت صحیح، ب عنوان یکی از قطب های گردشگری ورزشی در سطح بین المللی مطرح شود. نتایج حاصل در خصوص نقاط ضعف شهر مشهد در زمینه

بحث و نتیجه گیری

از مزیت های موجود در عوامل درونی ناحیه مورد مطالعه، به عنوان نقاط قوت یاد می شود. یافته ها در خصوص نقاط قوت شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی از دیدگاه افراد مورد مطالعه نشان داد: کیفیت اسکان در هتل ها، امنیت اجتماعی جهت برگزاری رقابت های ورزشی و وجود مواد غذایی و آشامیدنی متناسب با سلیقه های مختلف گردشگران به ترتیب مهم ترین نقاط قوت شهر

گردشگری ورزشی از دیدگاه گروه‌های مورد مطالعه نشان داد عدم وجود افراد متخصص در پست‌های مختلف، عدم مشارکت بخش خصوصی در زمینه گردشگری ورزشی و عدم انجام بازاریابی علمی با کمک متخصصین و تکنولوژی روز در زمینه گردشگری ورزشی به ترتیب مهم‌ترین نقاط ضعف شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی می‌باشند. همان‌گونه که مشاهده شد شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی با اولویت بندی عوامل درونی، نقاط ضعف در اولویت بالاتری نسبت به نقاط قوت قرار دارند. برای برطرف کردن این نقاط ضعف، برنامه ریزی صحیح و مشارکت و همکاری همه جانبه سازمان‌های مختلف ضروری و الزامی می‌باشد.

فرصت‌ها همیشه امکان حرکت رو به جلو به منظور نزدیک شدن به ایده آل‌ها را فراهم می‌کند. به همین منظور شهر مشهد می‌بایست از فرصت‌های بیرونی موجود استفاده نموده و با استفاده از آن‌ها در جذب گردشگران ورزشی اقدام کند. وجود داد و ستد و بازار وسیع در مشهد و قرار گرفتن مشهد از لحاظ جغرافیایی در شمال شرقی کشور به ترتیب مهم‌ترین فرصت‌های شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی می‌باشند. افزایش توجه دولت و مجلس به گردشگری و تأکید بر کسب درآمدهای غیرنفتی و افزایش اقبال عمومی مردم از رویدادهای ورزشی به عنوان یک پدیده اجتماعی، بسترهای سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری ورزشی را فراهم می‌آورد. لذا متولیان امر گردشگری و ورزش در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های کوتاه مدت و بلند مدت خود می‌توانند با در نظر گرفتن این فرصت‌ها به پیشرفت گردشگری ورزشی در کلان‌شهر مشهد کمک شایانی نمایند.

همانگونه که مشاهده شد در زمینه اهمیت شاخص‌ها و میزان اثرگذاری آن‌ها به ترتیب، شاخص اقتصادی و یازاریابی، شاخص اجتماعی و فرهنگی، شاخص جاذبه‌های گردشگری، شاخص تجهیزات، تسهیلات و رویدادهای ورزشی و شاخص خدمات و حمل و نقل بر گردشگری ورزشی در شهر مشهد تأثیرگذار می‌باشد. دو شاخص اقتصادی و یازاریابی و اجتماعی و فرهنگی در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد در اولویت بالاتری نسبت به سایر شاخص‌ها قرار گرفته‌اند. این موضوع می‌تواند مؤید این مطلب باشد که در توسعه گردشگری ورزشی در شهر مشهد باید توجه بیشتری به این شاخص‌ها صورت گیرد.

گردشگری ورزشی از دیدگاه گروه‌های مورد مطالعه نشان داد عدم وجود افراد متخصص در پست‌های مختلف، عدم مشارکت بخش خصوصی در زمینه گردشگری ورزشی و عدم انجام بازاریابی علمی با کمک متخصصین و تکنولوژی روز در زمینه گردشگری ورزشی به ترتیب مهم‌ترین نقاط ضعف شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی می‌باشند. همان‌گونه که مشاهده شد شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی با اولویت بندی عوامل درونی، نقاط ضعف در اولویت بالاتری نسبت به نقاط قوت قرار دارند. برای برطرف کردن این نقاط ضعف، برنامه ریزی صحیح و مشارکت و همکاری همه جانبه سازمان‌های مختلف ضروری و الزامی می‌باشد.

فرصت‌ها همیشه امکان حرکت رو به جلو به منظور نزدیک شدن به ایده آل‌ها را فراهم می‌کند. به همین منظور شهر مشهد می‌بایست از فرصت‌های بیرونی موجود استفاده نموده و با استفاده از آن‌ها در جذب گردشگران ورزشی اقدام کند. وجود داد و ستد و بازار وسیع در مشهد و قرار گرفتن مشهد از لحاظ جغرافیایی در شمال شرقی کشور به ترتیب مهم‌ترین فرصت‌های شهر مشهد در زمینه گردشگری ورزشی می‌باشند. افزایش توجه دولت و مجلس به گردشگری و تأکید بر کسب درآمدهای غیرنفتی و افزایش اقبال عمومی مردم از رویدادهای ورزشی به عنوان یک پدیده اجتماعی، بسترهای سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری ورزشی را فراهم می‌آورد. لذا متولیان امر گردشگری و ورزش در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های کوتاه مدت و بلند مدت خود می‌توانند با در نظر گرفتن این فرصت‌ها به پیشرفت گردشگری ورزشی در کلان‌شهر مشهد کمک شایانی نمایند.

از محدودیت‌ها و تنگناهای ناشی از عوامل بیرونی ناحیه مورد مطالعه، به عنوان تهدیدها یاد می‌شود. یافته‌ها در خصوص تهدیدهای موجود در شهر مشهد در زمینه

بهبود کیفیت رقابت های ورزشی و به دنبال آن توسعه صنعت گردشگری ورزشی در شهر مشهد کمک کنند. همچنین پیشنهاد می شود برای توسعه گردشگری ورزشی در مشهد در فرایند بازاریابی و تبلیغات، توجه بیشتری به شاخص جاذبه های گردشگری معطوف گردد و در برگزاری رویدادهای ورزشی، زمان بیشتری را به بازدید گردشگران ورزشی از جاذبه های گردشگری مشهد اختصاص دهند.

با توجه به یافته های پژوهش مبنی بر ضعف در بازاریابی علمی با کمک متخصصین و تکنولوژی روز، به مسئولین و متولیان امر گردشگری و ورزش در مشهد پیشنهاد می شود با استفاده از فناوری پیشرفته و با بهره گیری از متخصصین بازاریابی به توسعه صنعت گردشگری ورزشی در شهر مشهد کمک کنند و با تجهیز استادیوم ها و سالن های ورزشی به آخرین فناوری های ورزشی دنیا و همچنین تجهیز هیأت های ورزشی به امکانات پیشرفته ورزشی به

منابع

- پارسائیان، علی، اعرابی، سید محمد، (۱۳۸۲)، جهانگردی در چشم انداز جامع، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- پور خلیلی، حمید رضا، استادی، حسین، (۱۳۸۶)، بررسی عوامل آمیخته بازاریابی در صنعت گردشگری استان، دانشگاه اصفهان (علوم انسانی)، (۲۶)، ۱۹-۳۴.
- خیرگزاری مهر، ۱۳۹۲/۰۵/۰۳، قابل دسترسی در سایت <http://www.mehrnews.com/>
- رحیم نیا، فریبرز، فرزانه حسن زاده، ژاله، (۱۳۹۰)، ارزیابی استراتژیک قابلیت های گردشگری داخلی و ارتباطی استان خراسان رضوی، بررسی های بازرگانی، (۵۱)، ۲۵-۱۶.
- رکن الدین افتخاری، علیرضا، مهدوی، داوود، (۱۳۸۴)، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT (نمونه موردی: دهستان لواسان کوچک)، مدرس علوم انسانی، (۴۵)، ۳۰-۱.
- سقایی، مهدی، مافی، عزت اله، (۱۳۸۸)، کاربرد مدل MS-SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری در شهر مشهد، جغرافیا و توسعه، (۱۳)، ۲۷-۵۰.
- فلاحی احمد، حسنی احسان، کروی مهدی، (۱۳۹۲)، بررسی جاذبه های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان، مطالعات مدیریت ورزشی، (۱۷)، ۱۷۴-۱۵۹.
- قرآن کریم، سوره مبارکه عنکبوت، آیه ۲۰.
- محرم زاده، مهرداد، قیامی راد، امیر، (۱۳۸۷)، گردشگری ورزشی در ایران، تبریز، انتشارات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تبریز.
- معین فرد، محمدرضا، (۱۳۸۹)، گردشگری ورزشی، سبزوار، انتشارات دانشگاه تربیت معلم سبزوار.
- Esfahani, N., Goudarzi, M., Assadi, H. (2009). The Analysis of the factors affecting the development of Iran sport tourism and the presentation of a strategic model. World Journal of sport Sciences 2(2). 136-144.
- Shonk David, J. (2009). Perceptions of service quality. satisfaction and the intent to return among tourists attending a sporting event. The ohio state university.