

بررسی گردشگری ورزشی استان اصفهان با استفاده از مدل ترکیبی SWOT-ANP

ایمان چقاجردی^۱، آرام کریمی^۲

چکیده

صنعت گردشگری در قرن حاضر به عنوان یکی از پر رونق ترین صنایع و نیرو محرکه توسعه اقتصاد جهانی شناخته می شود. این صنعت نوظهور توانسته با تاثیرگذاری خود روی دیگر صنایع نظر بسیاری از دست اندر کاران صنایع را به خود جلب کند. گردشگری ورزشی بخشی از گردشگری به شمار می آید که از تلفیق ورزش و گردشگری به وجود آمده است و با سرعت بالایی در حال رشد و تبدیل شدن به صنعتی بزرگ و مستقل است. هدف از این پژوهش بررسی گردشگری ورزشی استان اصفهان با استفاده از مدل ترکیبی SWOT-ANP است. نتایج حاصله از این پژوهش نشان داد موقعیت جغرافیایی مناسب استان و جاذبه های طبیعی ورزشی استان مهم ترین نقاط قوت کمبود زیرساخت های ورزشی و قدیمی بودن آن ها و عدم همکاری و هماهنگی لازم بین سازمان ها و نهادهای مختلف مهم ترین نقاط ضعف، رونق اشتغال در بخش های مختلف و ارتباط نزدیک با استان های همسایه مهم ترین فرصت ها و از بین رفتن تدریجی منابع طبیعی و استهلاک سریع تر زیرساخت های ورزشی مهم ترین تهدیدها در گردشگری ورزشی استان اصفهان است. نهایتاً نتایج اولویت سنجی راهبردها با استفاده از مدل ANP نشان می دهد راهبردهای تدافعی در اولویت اول، راهبردهای رقابتی در اولویت دوم، راهبردهای تنوع بخشی در اولویت سوم و راهبردهای بازنگاری در اولویت نهایی (چهارم) قرار داشته است.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری ورزشی، استان اصفهان، مدل ترکیبی SWOT-ANP

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، اصفهان

Email: ichaghajerdi@gmail.com

۲- کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری، دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌افته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است. براساس آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۶ بالغ بر ۱ میلیارد و ۲۳۶ میلیون نفر گردشگر در سراسر دنیا از کشوری به کشور دیگر سفر کرده‌اند که یک رکورد بی‌نظیر بر جای گذاشته است. در سال ۲۰۱۵ این آمار ۱/۱۸۴ میلیون نفر بوده است (سازمان جهانی گردشگری^۱ ۲۰۱۲). سود حاصله از گردشگری ورزشی در پشت صحنه ورزش و مسابقات ورزشی موجب می‌شود بسیاری از شهرها و کشورها این فرصت را مغتنم بشمارند و به جذب گردشگران بپردازند (موشین^۲، ۲۰۰۵: ۷۳۲). طبق پیش‌بینی‌های انجام‌شده گردشگری تا سال ۲۰۲۰ رشد ۵ درصدی در سطح جهان را شاهد خواهد بود. این پیش‌بینی در مورد گردشگری ورزشی رقم ۱۰ درصدی تا سال ۲۰۲۰ را نشان می‌دهد (وید^۳، ۲۰۰۶: ۲۲۹). گردشگری ورزشی یک بخش در حال توسعه گردشگری است که با توجه به آمار، حدود ۳۲ درصد از توفیقات و دستیابی‌های جهانی گردشگری را به خود اختصاص است. در حال حاضر بسیاری از کشورهای جهان در تلاش برای تقویت صنعت گردشگری ورزشی خود هستند. میزبانی رویدادهای مهم بین‌المللی ورزشی و ایجاد پایگاه‌های تفریحی ورزشی ویژه گردشگران ورزشی و تجهیز و آماده‌سازی جاذبه‌های طبیعی ورزشی، از جمله فعالیت‌های مهمی است که در جهت جذب بیشتر گردشگران ورزشی خارجی و داخلی در کشورهای مختلف جهان در حال پیگیری و انجام است (یاماگوشی^۴، ۲۰۰۵: ۳۰).

پیشینه تحقیق

کنلی و توهی (۲۰۱۴) در مقاله‌ای به بررسی اتحاد استراتژیک در گردشگری ورزشی در مورد سازمان ورزش ملی و برگزارکنندگان تورهای ورزشی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که سازمان ورزش می‌تواند نقش مهمی در به حداکثر رساندن نتایج گردشگری از رویدادهای مهم بازی داشته باشد و همچنین نشان می‌دهد که در مقیاس کوچکتر، "پایین به بالا" اتحاد متقابل می‌تواند به حداکثر رساندن نتایج گردشگری از رویدادهای مهم ورزشی کمک کند.

گل‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به بررسی توانمندی‌های گردشگری ورزشی منطقه آزاد ارس و ارائه راهکارهای موثر بر رشد و توسعه آن براساس مدل SWOT پرداختند و به این نتیجه

1-www.unwto.org

2-Mohsin

3-Weed

4-Yamaguchi

رسیدند که برخورداری از سواحل رود ارس و مناسب بودن هزینه اسکان و تغذیه در مدت اقامت به-عنوان با اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت و عدم آگاهی عمومی از گردشگری ورزشی و منافع و مزایای آن و کمبود تجربه برگزاری رویدادهای بین‌المللی در منطقه به‌عنوان با اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین نقطه ضعف محسوب می‌شود.

مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد براساس تحلیل SWOT پرداختند و به این نتیجه رسیدند از دیدگاه افراد مورد مطالعه، 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 است.

چقاجردی و مختاری (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری ورزشی با استفاده از مدل HDI پرداختند و به این نتایج رسیدند که تمامی شهرستان‌های استان اصفهان دارای سطح توسعه‌یافتگی محروم هستند شهرستان‌های استان اصفهان نیز با دارا بودن منابع و جاذبه‌های متعدد طبیعی، انسانی می‌تواند باعث توسعه گردشگری ورزشی کشور شود؛ اما متأسفانه، فقدان شناخت کافی، عدم مدیریت و نبود استراتژی‌های مدون و مشخص باعث غفلت از این حوزه و از دست رفتن فرصت‌های منحصر به فرد موجود در این زمینه شده است. این مسائل باعث گردید تا محققان به بررسی گردشگری ورزشی استان اصفهان بپردازند

مبانی نظری

گردشگری

گردشگری مجموعه فعالیت‌های فردی افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آن جا اقامت می‌کنند و هدف از مسافرت آنان گذراندن اوقات فراغت به غیر از اشتغال و کسب و کار است (سازمان جهانی گردشگری).

گردشگری ورزشی

گردشگری ورزشی شامل هرگونه سفر از محل اقامت جهت شرکت در یک فعالیت ورزشی تفریحی یا رقابتی، مشاهده ورزشی در سطوح آماتور یا حرفه‌ای و یا بازدید و مشاهده یک جاذبه ورزشی است. سفری تفریحی که در آن افراد برای مشارکت و تماشای فعالیت‌های بدنی و جاذبه‌های مرتبط با فعالیت‌های بدنی، به طور موقتی از اجتماع محدوده زندگی خود دور می‌شوند و سفری که به

دلایل غیر شغلی برای مشارکت یا مشاهده فعالیت‌های ورزشی به محلی دور از محدوده زندگی روزمره انجام می‌گیرد (پروز^۱، ۲۰۰۷: ۵).

قابلیت‌های گردشگری ورزشی در استان اصفهان

گردشگری ورزشی رودخانه‌های استان اصفهان

زاینده‌رود شاهرگ حیاتی استان اصفهان، پرآب‌ترین رود فلات مرکزی ایران و مایه حیات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی استان محسوب می‌گردد. علاوه بر زاینده‌رود، رودخانه‌های دیگری نیز در استان اصفهان جریان دارند که عمدتاً در مناطق کوهستانی جنوب و غرب و شمال غربی این استان واقع‌اند. از جمله می‌توان به رودخانه ماربر اشاره کرد که سرتاسر منطقه پادنا در جبهه شمالی رشته‌کوه دنا را می‌پیماید و سپس با آب‌های جنوبی این رشته‌کوه یکی شده و به صورت رودخانه خرسان نهایتاً به کارون می‌ریزد. همچنین می‌توان از آب کوگان نام برد که در غرب این استان در شهرستان فریدون‌شهر جریان دارد و یکی از سرشاخه‌های اصلی رودخانه زالکی به شمار می‌رود که این نیز به نوبه خود به رودخانه بزرگ دز می‌پیوندد. در شمال غربی استان هم از رودخانه گلپایگان می‌توان نام برد که پس از سد گلپایگان با آب‌های دیگر یکی شده تشکیل رودخانه قمرود را می‌دهد که به دریاچه نمک می‌ریزد (بیگی و اذانی، ۱۳۸۹: ۲۱).

گردشگری ورزشی در کوه‌های استان اصفهان

کوه‌های استان اصفهان، را می‌توان در یک تقسیم‌بندی کلی به ۲ بخش تقسیم کرد: بخشی که از پیش‌روی رشته‌کوه‌های زاگرس در استان اصفهان پدید آمده است و بخش دیگری که متعلق به رشته‌کوه‌های مرکزی ایران است. درمورد بخش اول می‌توان گفت که درحقیقت مرتفع‌ترین قسمت رشته‌کوه زاگرس یعنی دنا به شکل یک دیوار طبیعی استان اصفهان را از کهکیلویه و بویراحمد جدا می‌کند. و در مورد بخش دوم می‌توان به کوهستان کرکس اشاره کرد که در این استان واقع است و یکی از معروف‌ترین قله‌های رشته‌کوه‌های مرکزی ایران است (فوقانی، ۱۳۸۸: ۶۳).

گردشگری ورزشی غارهای استان اصفهان

یکی از پدیده‌های جالب وجود حفره‌های زیرزمینی (غارها) و آب‌های جاری است. شناخت این‌گونه غارها و آب‌ها از نظر نوع، مقدار، جریان، سردی و گرمی از یک طرف و شکل، جنس، ساختمان و

بالاخره کوچکی و بزرگی حفره‌ها و دالان‌های زیرزمینی از سوی دیگر علاقمندان زیادی را به خود جلب کرده است (بیگی و اذانی، ۱۳۸۹: ۲۲). در استان اصفهان غارهای طبیعی زیادی نیز وجود دارند که بعضی از آن‌ها از جمله زیباترین و مهم‌ترین غارهای ایران به حساب می‌آیند. می‌توان به غار آبی زیبایی دنگزولو اشاره کرد که در روستای دنگزولو از روستاهای منطقه پادانا قرار دارد. این غار با طول تقریبی ۴۰۰ متر در ارتفاع ۲۴۰۰ متری از سطح دریا و در دامنه ارتفاعات نوول، دارای ۷ تالاب است که می‌توان به وسیله قایق از آن‌ها بازدید کرد. از موارد دیگر می‌توان به غار پریان اشاره کرد که در شرق شهر میمه واقع است. نزدیک به همین منطقه غار آهکی کلهرود در دامنه‌های جنوب غربی کرکس است که با طول ۳۰۰۰ متر بعد از قوری قلعه، دومین غار طویل ایران است (معرفت، ۱۳۸۱: ۱۳۵).

گردشگری ورزشی بیابان‌های استان اصفهان

مساحت قلمرو بیابان در استان اصفهان ۴۰۲۸۰۷۵ هکتار معادل ۴۹/۸ درصد سطح استان گزارش گردیده است. این گستره در شهرستان‌های آران و بیدگل، اردستان، کاشان، نائین، نطنز، خور و بیابانک، برخوار و میمه و بخش‌های ورزنه و جرقویه استان اصفهان واقع گردیده است. بهره‌برداری از قابلیت گردشگری ورزشی تپه‌های ماسه‌ای کویر مرنجاب، کویر حسن‌آباد، جرقویه و ورزنه در راستان برگزاری تورهای ورزشی کویرنوردی، مسابقات رالی کویر، مسابقات موتورسواری، مسابقات شترسواری، مسابقات مارتن صحرا، اسکی روی ماسه، مسابقات گلایدر و پاراگلایدر و... قابل ذکر است (ابطحی و خسروشاهی، ۱۳۸۷: ۲۵-۲۰).

روش پژوهش

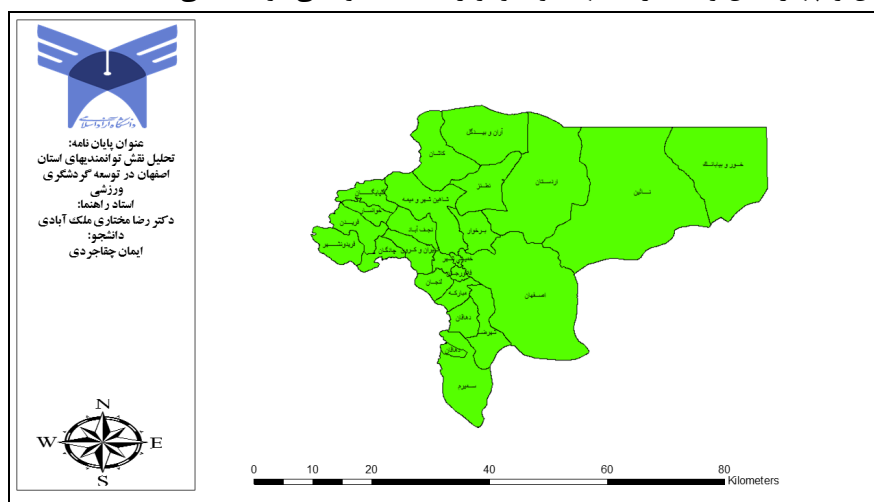
تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی است و روش تحقیق آن توصیفی-تحلیلی است. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه استفاده شده است. حجم نمونه ۵۷ نفر از کارشناسان گردشگری بوده‌اند. که از این تعداد ۲۳ نفر زن و ۳۴ نفر مرد هستند. ابتدا با استفاده از تحلیل SWOT استراتژی‌های مناسب تدوین و در فاز دوم با ترکیب رویکرد ANP راهبردها اولویت‌بندی شده‌اند.

قلمرو مکانی تحقیق

استان اصفهان با مساحتی حدود ۱۰۷۰۰۰ کیلومترمربع بین ۳۰ درجه و ۴۵ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۳۰ دقیقه عرض شمالی و ۴۹ درجه و ۳۶ دقیقه تا ۵۵ درجه و ۳۰ دقیقه طول شرقی قرار دارد و دارای ۲۴ شهرستان است این استان در بخش مرکزی فلات ایران قرار گرفته و از شمال به استان

فصلنامه میراث و گردشگری

مرکزی و استان سمنان، از جنوب به استان فارس، از شرق به استان یزد و از مغرب به استان‌های لرستان و چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد محدود می‌شود (شفقی، ۱۳۸۶: ۲۱).



(نقشه شماره ۱): موقعیت شهرستان‌های استان اصفهان

بحث و یافته‌ها

تحلیل نقاط قوت ضعف فرصت‌ها و تهدیدها ابزار کاربردی گسترده تحلیل محیط داخلی و خارجی به منظور کسب موفقیت در پشتیبانی و ارائه روشی سیستماتیک برای موفقیت‌های تصمیم‌گیری راهبردی به شمار می‌آید (راوچ^۱، ۲۰۰۷: ۴۱۴). تاریخچه این روش به پروژه‌ای مربوط می‌شود که در خلال سال‌های ۱۹۶۰-۱۹۷۰ به رهبری آلبرت هامفری در دانشگاه استنفورد در حال انجام بود، روش سوات تفکری است سیستماتیک برای تشخیص جامع و کامل از عوامل موثر مربوط به یک محصول جدید تکنولوژی مدیریت و یا برنامه‌ریزی است (کاگناس و همگاران^۲، ۲۰۰۵: ۸۹) این مدل فرآیند ایجاد یک برنامه‌ی درازمدت برای هدایت سازمان به سوی یک هدف است (تقوایی و کیومرثی، ۱۳۹۱: ۲۴) این فرآیند بررسی می‌کند سازمان در حال حاضر در کجا قرار دارد و فرصت‌ها و تهدیدهای موجود را ارزیابی می‌کند (شرستا^۳، ۲۰۰۶: ۱۸۶). فرآیند الگوی سوات می‌تواند، مرحله‌ی اولیه از یک تحلیل با هدف نهایی ارائه و اتخاذ خ‌مشی‌های لازم برای تناسب میان عوامل داخلی و خارجی باشد درواقع می‌توان آن را یک مدیریت راهبردی قلمداد کرد که به مفهوم بررسی

1-Rauch

2-Kaganus et all

3-Shrestha et all

محیطی (هم محیط داخلی و هم محیط خارجی)، تدوین راهبرد (برنامه‌ریزی درازمدت یا راهبردی)، اجرای راهبرد، ارزیابی و همچنین عوامل درونی و بیرونی، نه تنها باید به شناسایی ویژگی یا شایستگی‌های بارز مجموعه، توانایی ویژه، منابع تحت اختیار و روش اصلی استفاده از آن‌ها کمک کند، بلکه باید در بهره‌برداری از آن‌ها نیز راهگشا باشد (چکاورتی و همکاران^۱، ۲۰۰۸: ۳۶۱).

روش فرآیند تحلیل شبکه‌ای یا ANP مخفف Analytical Network Process است. برای حل مسایل به روش ANP شبکه‌ای ترسیم می‌شود که گره‌های موجود در این شبکه معادل هدف، معیارها و گزینه‌ها مطابق نیاز ماست و بردارهای جهت‌دار که این گره‌ها را به هم وصل می‌کنند نیز معادل با جهت و وجود اثر گره‌ها بر یکدیگر است همانند روش AHP در روش ANP، وزن معیارها و مطلوبیت گزینه‌ها، بطور مستقیم از طریق دریافت قضاوت‌های افراد و با استفاده از مقایسه‌های زوجی به دست می‌آید.

یکی از راه‌های انجام محاسبات در روش ANP این است که وزن‌های به دست آمده از انجام مقایسه‌های زوجی در ماتریسی به نام سوپر ماتریس قرار گیرند. سوپر ماتریس، ماتریسی از روابط بین اجزای شبکه است که از بردارهای ویژه این روابط به دست می‌آید. سوپر ماتریس را می‌توان به بلوک‌های گوناگونی تقسیم‌بندی کرد. که هر بلوک نشان‌دهنده وزن به دست آمده از مقایسه زوجی سطرها (به عنوان مثال شاخص‌ها) با توجه به ستون‌ها (مثلاً گزینه‌ها یا شاخص‌ها) است.

رویکرد بازخوری ANP سلسله‌مراتب را با شبکه‌هایی جایگزین کرده که در آن میان سطوح بالایی یا پایینی مسلط یا تبعی مستقیم یا غیرمستقیم به آسانی قابل نشان‌دادن نیست (یوکسل و متین^۲، ۲۰۰۷: ۳۶). برای نمونه علاوه بر این که اهمیت معیارها اهمیت جایگزین‌ها را مشخص می‌کند بلکه اهمیت جایگزین‌ها نیز ممکن است تأثیری در اهمیت معیارها داشته باشد.

1-Chakravarthy et all

2-Yuksel&metin

(جدول شماره ۱): ماتریس SWOT گردشگری ورزشی استان اصفهان

نقاط قوت (S)	فرصتها (O)
S1- موقعیت جغرافیایی مناسب استان	O1- رونق اشتغال در بخش‌های مختلف
S2- جاذبه‌های طبیعی ورزشی استان	O2- ارتباط نزدیک با استان‌های همسایه
S3- پتانسیل بالای استان اصفهان از لحاظ استعدادها و ورزشی به خصوص شهرستان‌های اصفهان کاشان و سمیرم	O3- تبدیل گردشگری به قطب اول اقتصادی استان در طول زمان
S4- آب و هوای ۴ فصل استان	O4- اتحاد و شکل گیری هویت و عرق شهری
S5- مناسب بودن هزینه اسکان و تغذیه در مدت اقامت	O5- جلب سرمایه‌های خارج از استان از طریق توسعه گردشگری
S6- برگزاری مسابقات در رشته‌های مختلف در سطح ملی	O6- افزایش سطح درآمد مردم
S7- وضعیت و جایگاه مطلوب ورزش استان از لحاظ موقعیت قهرمانی در سطح کشور	O7- توسعه بازارهای اقتصادی از طریق پویایی این صنعت
S8- سیستم حمل و نقل (زمینی و هوایی) مناسب در شهرستان مرکزی استان	O8- برگزاری مسابقات آسیایی و جهانی
S9- بالا بودن سطح بهداشت و امکانات درمانی تخصصی شهرستانی‌هایی در شهرستانی مرکزی استان مانند شهر اصفهان	O9- مبادلات فرهنگی با مردم شهرها و کشورهای دیگر
S10- دیدگاه مثبت نسبت به گردشگران خارجی در استان	O10- قابلیت تبدیل شدن به پایتخت ورزشی کشور
S11- برگزاری مسابقات جام رمضان توسط ارگان‌های دولتی	O11- پتانسیل ایجاد مراکز آموزشی و پژوهشی (آکادمی هندبال و...) در سطح کشور و منطقه
S12- علاقه و دیدگاه مثبت مردم به ورزش	O12- ساخت کمپین‌های ورزشی برای برگذاری اردوهای تیم‌های داخلی و خارجی در شهرستان‌های شرق استان
S13- پتانسیل بالای استان در رشته‌های مختلف ورزشی	O13- بالا رفتن شناخت مردم نسبت به گردشگری ورزشی
نقاط ضعف (W)	تهدیدها (T)
W1- کمبود زیر ساخت‌های ورزشی در اکثر شهرستان‌های استان	T1- از بین رفتن تدریجی منابع طبیعی شهرستان دارای منابع طبیعی
W2- عدم همکاری و هماهنگی لازم بین سازمان‌ها و نهادهای مختلف	T2- استهلاک سریع تر زیر ساخت‌های ورزشی
W3- عدم وجود متخصصان گردشگری ورزشی	T3- تهاجم تبلیغات فرهنگی به استان
W4- عدم وجود بودجه و منابع مالی کافی در خدمت گردشگری	T4- افزایش ترافیک و آلودگی هوا در مرکز استان
W5- کمبود زیر ساخت‌های اقامتی مناسب مانند هتل‌های چند ستاره در تمامی شهرستان‌های استان به غیر از اصفهان	T5- بالا رفتن ناامنی و افزایش جرم
W6- عدم حمایت بخش‌های دولتی از خصوصی	T6- نبود انسجام و هماهنگی میان سازمان‌های مختلف
W7- مشکلات مدیریتی در گردشگری ورزشی استان	T7- کاهش ظرفیت تحمل پذیرش
W8- کمبود زیر ساخت‌های ارتباطی	T8- بالا رفتن سطح قیمت بلیط‌های زیرساخت‌های ورزشی
W9- عدم انعکاس رویدادهای ورزشی منطقه در رسانه‌ها	T9- دخالت بی رویه و بی دلیل دولت در صنعت گردشگری
W10- عدم آگاهی مردم و مسئولین از مزایای گردشگری ورزشی	T10- دیدگاه منفی مردم بومی محله به گردشگران با افزایش آن‌ها
W11- عدم رغبت بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این بخش	
W12- کمبود سالن‌های ورزشی بانوان در تمامی شهرستان‌های استان	
W13- عدم مساعدت رسانه‌های جمعی جهت معرفی توانمندی‌های استان	

گام اول

در گام اول، مدل سلسله مراتبی و شبکه‌ای تحلیل راهبردی سوات تشکیل می‌گردد. این مدل دارای چهار سطح شامل: ۱- هدف اصلی مدل (انتخاب بهترین راهبرد)، ۲- معیار (عوامل اصلی تجزیه و تحلیل سوات شامل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید)، ۳- زیر معیارها که شامل زیرمعیارهای نقاط قوت (۱۳ زیر معیار)، نقاط ضعف (۱۳ زیر معیار)، فرصت‌ها (۱۳ زیر معیار)، تهدیدها (۱۰ زیر معیار) و ۴- استراتژی‌های (شامل راهبردی‌های تهاجمی، تنوع‌بخشی، تدافعی و بازنگری) می‌شود.

گام دوم

در این مرحله با فرض عدم وجود وابستگی متقابل میان عوامل اصلی SWOT ماتریس مقایسات زوجی تشکیل می‌شود. لازم به ذکر است وزن‌دهی به منظور مقایسات زوجی توسط مسؤلان و متخصصین صورت گرفته است. داده‌های جمع‌آوری شده در نرم‌افزار Supper decision وارد و سپس توسط این نرم‌افزار وزن عوامل تعیین گردیده است. لازم به ذکر است در انجام مقایسات زوجی میزان ناسازگاری باید کم‌تر از ۰/۱ باشد. ضریب سازگاری مقایسات زوجی عوامل اصلی برابر با ۰/۰۳ به دست آمده است، که نشان از سازگاری ماتریس دارد.

(جدول شماره ۲): ماتریس مقایسات زوجی عوامل اصلی و اهمیت نسبی هر عامل

اهمیت نسبی	تهدید (T)	فرصت (O)	ضعف (W)	قوت (S)	عوامل SWOT
۰/۵۸۱	۳	۳	۵	۱	قوت
۰/۱۱۴	۳	۱/۳	۱	۱/۵	ضعف
۰/۲۵۵	۳	۱	۳	۱/۳	فرصت
۰/۰۵۰	۱	۱/۳	۱/۳	۱/۳	تهدید

گام سوم

در این مرحله با مشخص کردن نحوه ارتباط درونی بین عوامل سوات، وزن آن‌ها تعیین می‌گردد. به-عبارتی دیگر در این مرحله وابستگی‌های متقابل میان عوامل اصلی از طریق بررسی تأثیر هر معیار روی معیار دیگر با استفاده از ماتریس مقایسات زوجی در نرم‌افزار سوپر دسیژن به منظور تعیین اوازن صورت می‌گیرد. لازم به ذکر است از آنجا که فرصت‌ها تنها به وسیله نقاط قوت تحت تأثیر

فصلنامه میراث و گردشگری

قرار می‌گیرند، هیچ مقایسه زوجی برای فرصت‌های شکل نمی‌گیرد. در جداول (۳،۴ و ۵) روابط متقابل میان عوامل اصلی آورده شده است.

(جدول شماره ۳): ماتریس مقایسه زوجی عوامل سوات با توجه به نقاط قوت

نقاط قوت	ضعف (W)	فرصت (O)	تهدید (T)	اهمیت نسبی	ناسازگاری
ضعف	۱	۱/۳	۲	۰/۲۳۰	.
فرصت	۳	۱	۵	۰/۶۴۸	
تهدید	۱/۲	۱/۵	۱	۰/۱۲۲	

(جدول شماره ۴): ماتریس مقایسه زوجی عوامل سوات با توجه به نقاط ضعف

نقاط ضعف	قوت (S)	تهدید (T)	اهمیت نسبی	ناسازگاری
قوت	۱	۵	۰/۸۳۳	.
تهدید	۱/۵	۱	۰/۱۶۷	

(جدول شماره ۵): ماتریس مقایسه زوجی عوامل سوات با توجه به تهدیدها

نقاط ضعف	قوت (S)	ضعف (W)	اهمیت نسبی	سازگاری
قوت	۱	۷	۱/۸۷۵	.
ضعف	۱/۷	۱	۰/۱۲۵	

در نهایت ماتریس وابستگی درونی میان عوامل سوات با شکل زیر است:

$$W1 = \begin{matrix} S \\ W \\ O \\ T \end{matrix} \begin{bmatrix} S & W & O & T \\ 1 & 0.230 & 0 & 0.875 \\ 0.648 & 1 & 0 & 0 \\ 0.122 & 0.167 & 0 & 1 \end{bmatrix}$$

گام چهارم

در این مرحله اولویت‌های ماتریس عوامل سوات که وابستگی درونی دارند، تعیین می‌گردند. به عبارتی دیگر در این مرحله، وزن‌های وابستگی متقابل معیارها از طریق حاصل ضرب ماتریس وابستگی عوامل اصلی (وزن نسبی به دست آمده از مرحله سوم) در اهمیت نسبی عوامل اصلی پس از نرمال‌سازی به دست می‌آید. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد در این مرحله نقاط قوت در اولویت اول، فرصت‌ها در اولویت دوم، ضعف‌ها در اولویت سوم و تهدیدها در اولویت چهارم قرار گرفته است.

$$W2 = \begin{bmatrix} 1 & 0.833 & 0 & 0.875 \\ 0.230 & 1 & 0 & 0.125 \\ 0.548 & 0 & 1 & 0 \\ 0.122 & 0.167 & 0 & 1 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 0.581 \\ 0.114 \\ 0.255 \\ 0.050 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0.719 \\ 0.253 \\ 0.573 \\ 0.139 \end{bmatrix}$$

گام پنجم

در این مرحله درجه اهمیت درونی زیر عوامل سوات با استفاده از جدول مقیاس ۹ کمیتی ال ساعتی صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر در این مرحله اولویت‌های داخلی زیر عوامل سوات به وسیله ماتریس مقایسه زوجی محاسبه می‌گردد. نتایج مقایسه زوجی زیر عوامل سوات در جدول آورده شده است.

جدول شماره ۶: ماتریس مقایسه زوجی زیر عوامل قوت (ضریب سازگاری ۰/۰۵)

قوت	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	وزن
S1	۱	۲	۴	۳	۳	۵	۶	۴	۵	۷	۷	۶	۸	۰/۲۱۶
S2		۱	۴	۳	۳	۵	۶	۴	۵	۷	۷	۶	۸	۰/۱۹۴
S3			۱	۱/۳	۱/۳	۳	۴	۲	۳	۵	۵	۴	۶	۰/۰۸۱
S4				۱	۲	۴	۵	۳	۴	۶	۶	۵	۷	۰/۱۳۲
S5					۱	۴	۵	۳	۴	۶	۶	۵	۷	۰/۱۱۹
S6						۱	۲	۱/۳	۱/۲	۴	۴	۳	۵	۰/۰۴۴
S7							۱	۱/۳	۱/۲	۳	۳	۲	۴	۰/۰۳۰
S8								۱	۳	۵	۵	۴	۶	۰/۰۷۰
S9									۱	۴	۴	۳	۵	۰/۰۴۶
S10										۱	۱/۲	۱/۳	۲	۰/۰۱۵
S11											۱	۱/۲	۲	۰/۰۱۷
S12												۱	۳	۰/۰۲۴
S13													۱	۰/۰۱۲

جدول شماره ۷: ماتریس مقایسه زوجی زیر عوامل فرصت (ضریب سازگاری ۰/۰۴)

فرصت	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	O13	وزن
O1	۱	۲	۳	۴	۳	۴	۵	۵	۶	۷	۶	۸	۷	۰/۲۲۰
O2		۱	۲	۳	۲	۳	۴	۴	۵	۶	۵	۷	۶	۰/۱۵۷
O3			۱	۳	۲	۳	۴	۴	۵	۶	۵	۷	۶	۰/۱۳۹
O4				۱	۱/۳	۱/۲	۳	۳	۴	۵	۴	۶	۵	۰/۰۷۵

فصلنامه میراث و گردشگری

فرصت	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	O13	وزن
O5					۱	۳	۴	۴	۵	۶	۵	۷	۶	۰/۱۲۶
O6						۱	۳	۳	۴	۵	۴	۶	۵	۰/۰۸۴
O7							۱	۱/۲	۳	۴	۳	۵	۴	۰/۰۴۵
O8								۱	۳	۴	۳	۵	۴	۰/۰۵۰
O9									۱	۳	۲	۴	۳	۰/۰۳۰
O10										۱	۱/۲	۳	۲	۰/۰۱۹
O11											۱	۴	۳	۰/۰۲۶
O12												۱	۱/۲	۰/۰۱۲
O13													۱	۰/۰۱۶

جدول شماره ۸: ماتریس مقایسه زوجی زیر عوامل ضعف (ضریب سازگاری ۰/۰۲)

ضعف	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9	W10	W11	W12	W13	وزن
W1	۱	۲	۲	۲	۳	۵	۳	۷	۷	۶	۴	۶	۴	۰/۱۹۶
W2		۱	۲	۲	۳	۵	۳	۷	۷	۶	۴	۶	۴	۰/۱۷۶
W3			۱	۲	۲	۴	۲	۶	۶	۵	۳	۵	۳	۰/۱۳۲
W4				۱	۲	۴	۲	۶	۶	۵	۳	۵	۳	۰/۱۱۸
W5					۱	۳	۲	۵	۵	۴	۲	۴	۲	۰/۰۸۶۰
W6						۱	۱,۳	۳	۳	۲	۱,۲	۲	۱,۲	۰/۰۳۶
W7							۱	۴	۴	۳	۲	۳	۲	۰/۰۷۱
W8								۱	۲	۱,۲	۱,۳	۱,۲	۱,۳	۰/۰۱۹
W9									۱	۱,۲	۱,۳	۱,۲	۱,۳	۰/۰۱۷
W10										۱	۱,۲	۲	۱,۲	۰/۰۲۷
W11											۱	۳	۲	۰/۰۵۲
W12												۱	۱,۲	۰/۰۲۴
W13													۱	۰/۰۴۵

جدول شماره ۹: ماتریس مقایسه زوجی زیر عوامل تهدید (ضریب سازگاری ۰/۰۳)

تهدید	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	وزن
T1	۱	۲	۲	۳	۳	۲	۵	۴	۴	۶	۵	۰/۳۱۳
T2		۱	۲	۳	۳	۲	۵	۴	۴	۶	۵	۰/۱۸۷
T3			۱	۲	۲	۲	۴	۳	۳	۵	۴	۰/۱۳۶
T4				۱	۱/۲	۱/۳	۳	۲	۲	۴	۳	۰/۰۷۴

تهدید	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	وزن
T5					۱	۱/۲	۳	۲	۲	۴	۳	۰/۰۸۶
T6						۱	۳	۲	۲	۴	۳	۰/۱۱۰
T7							۱	۱/۲	۱/۳	۳	۲	۰/۰۳۶
T8								۱	۱/۲	۳	۲	۰/۰۴۸
T9									۱	۳	۲	۰/۰۵۸
T10										۱	۱/۲	۰/۰۲۱
T11											۱	۰/۰۳۰

گام ششم

در این مرحله اهمیت کلی زیر عوامل سوات تعیین می‌گردد. به عبارتی در این مرحله وزن‌های کلی زیر عوامل سوات از طریق ضرب وزن‌های عوامل اصلی (وزن‌های به دست آمده در مرحله چهارم) محاسبه می‌گردد. براساس ارجحیت کلی زیر عوامل سوات از نقاط قوت، S1 و S2 معادل موقعیت جغرافیایی مناسب و جاذبه‌های طبیعی ورزشی؛ از نقاط ضعف W1 و W2 معادل کمبود زیرساخت‌های ورزشی و قدیمی بودن آن‌ها در اکثر شهرستان‌های استان و عدم همکاری و هماهنگی لازم بین سازمان‌ها و نهادهای مختلف؛ از فرصت‌ها O1 و O2 معادل رونق اشتغال در بخش‌های مختلف و ارتباط نزدیک با استان‌های همسایه و از تهدیدها T1 و T2 معادل از بین رفتن تدریجی منابع طبیعی شهرستان دارای منابع طبیعی و استهلاک سریع‌تر زیرساخت‌های ورزشی در بالاترین سطح از ارجحیت قرار داشته‌اند.

(جدول شماره ۱۰): محاسبه ارجحیت کلی زیر عوامل سوات

عوامل	زیر عوامل	ارجحیت زیر عامل	ارجحیت عامل	عوامل	زیر عوامل	ارجحیت زیر عامل	ارجحیت عامل
عوامل قوت (S)	S1	۰/۲۱۶	۰/۱۲۵	فرصت (O)	O1	۰/۲۲	۰/۰۵۶
	S2	۰/۱۹۴	۰/۱۱۲		O2	۰/۱۵۷	۰/۰۴
	S3	۰/۰۸۱	۰/۰۴۷		O3	۰/۱۳۹	۰/۰۳۵
	S4	۰/۱۳۲	۰/۰۷۶		O4	۰/۰۷۵	۰/۰۱۹
	S5	۰/۱۱۹	۰/۰۶۹		O5	۰/۱۲۶	۰/۰۳۲
	S6	۰/۰۴۴	۰/۰۲۵		O6	۰/۰۸۴	۰/۰۲۱
	S7	۰/۰۳۰	۰/۰۱۷		O7	۰/۰۴۵	۰/۰۱۱
						۰/۵۸۱	۰/۲۵۵

فصلنامه میراث و گردشگری

ارجحیت کلی	ارجحیت عامل	ارجحیت زیر عامل	زیر عوامل	عوامل	ارجحیت کلی	ارجحیت عامل	ارجحیت زیر عامل	زیر عوامل	عوامل
۰/۰۱۲		۰/۰۵۰	O8		۰/۰۴		۰/۰۷۰	S8	
۰/۰۰۷		۰/۰۳۰	O9		۰/۰۲۶		۰/۰۴۶	S9	
۰/۰۰۴۸		۰/۰۱۹	O10		۰/۰۰۸		۰/۰۱۵	S10	
۰/۰۰۰۶		۰/۰۲۶	O11		۰/۰۰۹		۰/۰۱۷	S11	
۰/۰۰۰۳		۰/۰۱۲	O12		۰/۰۱۳		۰/۰۲۴	S12	
۰/۰۰۰۴		۰/۰۱۶	O13		۰/۰۰۶		۰/۰۱۲	S13	
۰/۰۰۱		۰/۲۱۳	T1		۰/۰۲۲		۰/۱۹۶	W1	
۰/۰۰۰۹		۰/۱۸۷	T2		۰/۰۰۲		۰/۱۷۶	W2	
۰/۰۰۰۶		۰/۱۳۶	T3		۰/۰۱۵		۰/۱۳۲	W3	
۰/۰۰۰۳		۰/۰۷۴	T4		۰/۰۱۳		۰/۱۱۸	W4	
۰/۰۰۰۴		۰/۰۸۶	T5		۰/۰۰۹		۰/۰۸۶	W5	
۰/۰۰۰۵	۰/۰۵	۰/۱۱۰	T6	تهدید (T)	۰/۰۰۴		۰/۰۳۶	W6	
۰/۰۰۱۸		۰/۰۳۶	T7		۰/۰۰۸	۰/۱۱۴	۰/۰۷۱	W7	ضعف (W)
۰/۰۰۲۴		۰/۰۴۸	T8		۰/۰۰۲۱		۰/۰۱۹	W8	
۰/۰۰۲۹		۰/۰۵۸	T9		۰/۰۰۱		۰/۰۱۷	W9	
۰/۰۰۰۱		۰/۰۲۱	T10		۰/۰۰۳		۰/۰۲۷	W10	
					۰/۰۰۵۹		۰/۰۵۲	W11	
					۰/۰۰۲۷		۰/۰۲۴	W12	
					۰/۰۰۵۱		۰/۰۴۵	W13	

گام هفتم

در این مرحله درجه اهمیت استراتژی‌ها زیر عامل سوات با استفاده از جدول مقیاس ۹ کمیتی ال ساعتی صورت می‌گیرد. به عبارتی در این مرحله درجه اهمیت استراتژی‌ها با توجه به هر کدام از زیر عامل‌های سوات محاسبه می‌گردد. در این مرحله بردارهای ویژه هر یک از زیر عامل‌های سوات به تفکیک آورده شده است.

بردار (۱): اهمیت استراتژی‌ها با توجه به زیر عامل‌های قوت

SO	0/42	0/46	0/27	0/20	0/20	0/52	0/37	0/45	0/31	0/43	0/32	0/49	0/51
ST	0/21	0/23	0/55	0/59	0/68	0/26	0/52	0/26	0/58	0/39	0/26	0/25	0/26
WO	0/15	0/12	0/09	0/06	0/07	0/07	0/05	0/21	0/03	0/11	0/06	0/09	0/08
WT	0/22	0/19	0/09	0/15	0/05	0/15	0/06	0/08	0/08	0/07	0/36	0/17	0/15

بردار (۲): اهمیت استراتژی‌ها با توجه به زیر عامل‌های فرصت

SO	0/46	0/50	0/28	0/62	0/23	0/44	0/43	0/38	0/36	0/26	0/31	0/31	0/48
ST	0/11	0/07	0/07	0/06	0/10	0/06	0/07	0/19	0/12	0/13	0/08	0/15	0/16
WO	0/26	0/29	0/49	0/32	0/42	0/33	0/35	0/39	0/44	0/53	0/48	0/46	0/31
WT	0/17	0/14	0/16	0/00	0/25	0/17	0/15	0/04	0/08	0/08	0/13	0/08	0/05

بردار (۳): اهمیت استراتژی‌ها با توجه به زیر عامل‌های ضعف

SO	0.17	0.22	0.09	0.11	0.05	0.20	0.17	0.03	0.03	0.12	0.05	0.15	0.07
ST	0.16	0.03	0.08	0.09	0.10	0.11	0.08	0.06	0.27	0.06	0.25	0.08	0.05
WO	0.19	0.33	0.44	0.52	0.56	0.46	0.25	0.36	0.44	0.44	0.31	0.19	0.59
WT	0.48	0.42	0.39	0.28	0.29	0.23	0.50	0.55	0.26	0.26	0.39	0.56	0.29

بردار (۴): اهمیت استراتژی‌ها با توجه به زیر عامل‌های تهدید

SO	0/14	0/15	0/25	0/21	0/14	0/29	0/29	0/26	0/12	0/08	0/09
ST	0/51	0/19	0/38	0/56	0/51	0/36	0/36	0/34	0/46	0/27	0/57
WO	0/16	0/19	0/16	0/09	0/14	0/03	0/05	0/05	0/25	0/16	0/07
WT	0/19	0/28	0/21	0/14	0/21	0/32	0/35	0/35	0/17	0/49	0/45

گام هشتم

در این مرحله به منظور تعیین اولویت استراتژی‌ها، ماتریس مقایسات زوجی استراتژی‌ها (به دست-آمده در مرحله هفتم به تفکیک هر یک از زیرعامل‌ها) در ارجحیت کلی زیر عوامل سوات (به دست‌آمده در مرحله ششم) ضرب می‌گردد. براساس خروجی این مرحله راهبردهای تدافعی در اولویت اول، راهبردهای رقابتی در اولویت دوم، راهبردهای تنوع‌بخشی در اولویت سوم و راهبردهای بازننگری در اولویت نهایی (چهارم) قرار داشته.

$$W_{stratels} = \begin{bmatrix} SO \\ ST \\ WO \\ WT \end{bmatrix} = W4 * W_{sub} \text{ Factors} = \begin{bmatrix} 0.332 \\ 0.240 \\ 0.149 \\ 0.579 \end{bmatrix}$$

ارائه راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان

الف) راهبردهای SO

در این راهبردها که بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است، راهکارهای زیر جهت بهر برداری از فرصت‌ها و نقاط قوت ب منظور توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان ارائه می شود:

- بهره‌گیری از تبلیغات در سطحی گسترده
- ساخت ورزشگاه‌های جدید

- شرکت باشگاههای استان در لیگهای مختلف کشور
- استفاده از بروشورها و نقشه‌های راهنمایی گردشگران همراه با تصاویری زنده و جذاب
- استفاده از وسایل ارتباط جمعی
- استفاده از پلاکاردها در مسیر عبور و مرور
- دادن وام‌های بلاعوض برای ساخت ورزشگاههای جدید
- ایجاد، توسعه و تجهیز مراکز اقامتی
- برگزاری مسابقات ورزشی توسط ارگان‌های مختلف

ب) راهبردهای تنوع ST

در راهبردهای تنوع بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، راهکارهای زیر به منظور تأمین برخی از نیازمندی‌های گردشگری ورزشی استان اصفهان برای رفع تهدیدها ارائه می‌شود:

- قیمت بلیط برای مردم استان نسبت به گردشگران کمتر باشد
- استفاده نیروی بومی
- مشارکت دادن مردم در برگزاری همایش‌ها و مسابقات
- ممنوع کردن استفاده بیش از حد اماکن ورزشی

ج) راهبردهای بازنگری WO

در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فر روی گردشگری ورزشی استان اصفهان می‌با. به این منظور راهکارهای زیر ارائه می‌شود؛

- ایجاد شرایط و اتخاذ مواضع اصولی جهت جلب و جذب سرمایه‌های خارجی
- توجه به نقش موثر رسانه‌ها برای معرفی جاذبه‌های طبیعی ورزشی استان
- تقویت و توسعه تورهای الکترونیکی یا مجازی برای آشنایی مردم دیگر شهرها و کشورها با شهرستان‌های استان اصفهان

د) راهبردهای WT

در این راهبرد ضمن تأکید بر رفع آسیب‌پذیری منطقه مورد مطالعه راهکارهای زیر ارائه می‌شود؛

- زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در توسعه زیرساخت‌های ورزشی به منظور جذب گردشگر و کسب درآمد
- تشویق سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای همراهی دولت در ساماندهی صنعت گردشگری ورزشی استان اصفهان
- همکاری مستمر و نزدیک مسئولین و ساکنین محلی در رفع مشکلات و صداقت در گفتار و عمل آنان از ضروریات است.
- اقدام به اطلاع‌رسانی به ساکنین منطقه در خصوص عواید و مزایای توسعه گردشگری

نتیجه‌گیری

بیشتر استان‌های ایران از نظر گردشگری از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بی‌شماری برخوردار است و در صورت شناخت این قابلیت‌ها و استفاده در مسیر صحیح می‌تواند در زمینه جذب گردشگر داخلی و خارجی موثر واقع شود. استان اصفهان نیز با داشتن جاذبه‌های طبیعی و گردشگری و چشم‌اندازهای زیبا موقعیت ممتازی برای پیشبرد اهداف گردشگری محسوب می‌شود. نتایج حاصله از این پژوهش نشان داد موقعیت جغرافیایی مناسب استان و جاذبه‌های طبیعی ورزشی استان مهم‌ترین نقاط قوت و کمبود زیرساخت‌های ورزشی و قدیمی بودن آن‌ها و عدم همکاری و هماهنگی لازم بین سازمان‌ها و نهادهای مختلف مهم‌ترین نقاط ضعف آن است. رونق اشتغال در بخش‌های مختلف و ارتباط نزدیک با استان‌های همسایه مهم‌ترین فرصت‌ها و از بین رفتن تدریجی منابع طبیعی و استهلاک سریع‌تر زیرساخت‌های ورزشی مهم‌ترین تهدیدها در گردشگری ورزشی استان اصفهان است. نهایتاً نتایج اولویت‌سنجی راهبردها با استفاده از مدل ANP نشان می‌دهد راهبردهای تدافعی در اولویت اول، راهبردهای رقابتی در اولویت دوم، راهبردهای تنوع‌بخشی در اولویت سوم و راهبردهای بازنگری در اولویت نهایی (چهارم) قرار داشته است. در نهایت به نظر می‌رسد با توجه به اهمیت موضوع گردشگری ورزشی و ضرورت بهره‌گیری از منافع مختلف فردی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ثابت‌شده در تحقیقات مختلف، وقت آن رسیده است تا مدیران و مسئولان برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در امور گردشگری و ورزش استان اصفهان بیش از پیش به این حوزه توجه و اهتمام نمایند و با همکاری سازمان‌ها، ادارات و دستگاه‌های ذی‌ربط و تاثیرگذاری همچون استانداری، شهرداری‌ها، سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی گردشگری، ادارات تربیت‌بدنی و منابع طبیعی در مناطق مختلف، به شناخت و توسعه جاذبه‌های تفریحی و ورزشی و ارتقای زیرساخت‌های لازم در استان بپردازند و گسترش این صنعت را با مدیریت بخشی و منطقه‌ای آن، آغاز نمایند. لازمه این کار آشنایی بیشتر مدیران و مسئولان، شهرستان‌ها با این

مقوله و درک اهمیت جذب گردشگران ورزشی و اهمیت میزبانی رویدادهای مختلف ورزشی در توسعه همه‌جانبه مناطق خود است. در این راستا با توجه به این که استان اصفهان قابلیت‌ها و پتانسیل‌های مختلف گردشگری ورزشی را به صورت طبیعی و مصنوعی داراست، مدیران و برنامه‌ریزان بخش گردشگری و ورزش استان و همچنین پژوهشگران و محققان بایستی اهتمام لازم را در جهت شکل‌گیری و توسعه این صنعت با برنامه‌ریزی و ایجاد استراتژی‌های مناسب از خود نشان دهند.

منابع

- ابطحی، سید مرتضی و خسرو شاهی، محمد، (۱۳۸۷)، «قلمرو جغرافیایی بیابان‌های استان اصفهان و ویژگی‌های بوم‌شناختی حاکم بر آن»، مجله رشد آموزش جغرافیا، شماره ۸۴.
- احمدی، فرشته، (۱۳۹۱)، «مدیریت گردشگری و توسعه پایدار»، مجموعه مقالات اولین اولین همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت
- اسدی، حسن، پورتنی، امین، افتخاری، ابراهیم، فلاحی، احمد، (۱۳۹۴)، «مطالعه ابعاد عینی امنیت در گردشگری ورزشی ایران و عملکرد سازمان‌های ورزشی در تأمین و توسعه آن، فصلنامه مدیریت ورزشی»، دوره ۷، شماره ۱.
- بیگی، حمیده، اذانی، مه‌ری، (۱۳۸۹)، «گردشگری ورزشی یاور ورزش استان، همایش منطقه‌ای صنعت توریسم»، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر
- تقوایی، مسعود، کیومرثی، حسین، (۱۳۹۱)، «کاربرد تکنیک‌ها و مدل‌ها در برنامه‌ریزی و مدیریت توریسم»، چاپ اول، تهران: مؤذنی
- چقاجردی، ایمان، مختاری ملک‌آبادی، رضا، (۱۳۹۵)، «سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری ورزشی با استفاده از مدل HDI»، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۸، شماره ۴.
- خیری شجاعی، محمد، (۱۳۹۳)، «چالش‌های توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد ارس از دیدگاه مدیران و کارشناسان»، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تبریز
- رضوانی، علی اصغر، (۱۳۸۹)، جغرافیا در صنعت توریسم، تهران، تهران: دانشگاه پیام نور
- شفقی، سیروس، (۱۳۸۶)، جغرافیای اصفهان، چاپ اول، اصفهان: دانشگاه اصفهان
- فوقانی، هادی، مومنی مهدی، (۱۳۸۸)، کوه‌های استان اصفهان، تهران: واژیران.
- گل‌زاده ملیحه؛ قیامی‌راد، امیر؛ بدری آذرین، یعقوب؛ دلال اوغلی، علی و داداش‌زاده، یوسف، (۱۳۹۳) «توانمندی‌های گردشگری ورزشی منطقه آزاد ارس و ارائه راهکارهای موثر بر رشد و توسعه آن بر اساس مدل SWOT»، فصلنامه فضای جغرافیایی، دوره ۱۴، شماره ۶۸.
- معرفت، احمد، (۱۳۸۴)، کوه‌ها و غارهای ایران، تهران: گلی
- مهدی‌زاده، عباس؛ طالب‌پور، مهدی و فتحی، مهداد، (۱۳۹۳)، «بررسی گردشگری ورزشی در شهر مشهد براساس مدل تحلیل SWOT»، فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال دوم، شماره ۴.
- Chakravarthy, K., Ravi-Kumar, C.H., and Deepthi, K. (2008), SWOT Analysis on Medical Tourism, Presented at the Conference on Tourism in India-Challenges Ahead, pp15-17
- Gibson ,H Kaplanidou,K,Kang,S(2012), Small-scale event sport tourism :A case study in sustainable tourism, Sport Management Review, Volume 15 , issue2 , pp 160-170

- Hall, J., O Mahony, B., Vieceli, J. (2012), An empirical model of attendance factors at sport sporting events, *International Journal of Hospitality Management* 29pp: 328-334
- Kaganus. M, Kangas. J, Kurttila. M (2005), The Use of Value Focused Thinking and the A`WOT Hybrid Method in Tourism Management, *Tourism Management*, vol. 25 (4), 499-506
- Mohsin, A, 2005, Tourist attitude and destination marketing .The case of Australian northern territory and Malaysia Tourism management , 26, pp:732-733
- Preuss. 2007 Profiling Profiling major sport event visitors: the 2002 common wealth. games. *Journal of sport tourism.*; 12(1): 5-23
- Kennelly, M., Toohey, (2014), Strategic alliances in sport tourism: National sport organizations and sport tour operators, *Sport Management Review*, pp: 255-267
- Rauch, P. (2007), SWOT analyses and SWOT strategy formulation for forest owner cooperations in Austria *Eur. J. Forest Res.*, 126(3), 413-420
- Shrestha, R. Alavalapati, K., Janki, R.R, Kalmbacher, R., (2006), Exploring The Potential for Silvopasture Adoption in South-central Florida: An Application of SWOT-AHP Method, *Agricultural Systems*, 81(1), 185-199
- Weed, M, (2006), The Influence of policy markers perception on sport tourism policy development *tourism review international* vol.10, pp240-227
- Yamaguchi, Y (2005), Sport tourism , sport volunteer and sport for all. *Journal of Asian sport for all*, vol. 1 , and pp:29-36.
- www.unwto.org(2013),
- Yuksel, Ihsan & Metin, Dagdeviren (2007), Using the analytic network process (ANP)