

تحلیل وضعیت گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان براساس مدل SWOT

فاطمه ضیائی^۱، سیدرضا موسوی گیلانی^{۲*}، سیداحمد نژادسجادی^۳

تاریخ تصویب: ۹۵/۱۲/۰۲

تاریخ دریافت: ۹۵/۵/۲۲

چکیده

هدف تحقیق حاضر تحلیل وضعیت گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان براساس مدل SWOT بود. این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۶۰ نفر از اساتید دانشگاه، مدیران ارشد ورزش و مدیران سازمان گردشگری استان بودند. نمونه آماری برابر با جامعه آماری در نظر گرفته شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته شامل ۴ مؤلفه نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها بود که روایی محتوایی آن را متخصصین مدیریت ورزشی، تأیید کردند و پایایی آن از طریق آزمون آلفا کرونباخ ($\alpha=0/87$) به دست آمد. جهت تعیین معنی‌داری گویه‌ها از آزمون دوجمله‌ای و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج نشان داد وجود مراکز آبی مطلوب به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت، نبود افراد متخصص مهم‌ترین نقطه ضعف، وجود نقاط باستانی و جاذبه‌های گردشگری، مهم‌ترین فرصت و ضعف امنیت در استان مهم‌ترین تهدید هستند. گردشگری ورزشی سیستان و بلوچستان از لحاظ موقعیت استراتژیک و در ارزیابی ماتریس داخلی و خارجی در منطقه تهاجمی قرار دارد. شناسایی محیطی گردشگری ورزشی به‌عنوان استراتژی و راهکاری مناسب جهت توسعه گردشگری ورزشی استان ضروری است.

کلید واژه‌ها: گردشگری ورزشی، سیستان و بلوچستان، تحلیل SWOT

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی
Email: ziaee.fatemeh1346@yahoo.com

۲. استادیار دانشگاه علوم پزشکی زاهدان*
Email: srmg45@yahoo.com

۳. عضو هیأت علمی دانشگاه ولیعصر(عج) رفسنجان
Email: sajadi431@yahoo.com

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی

۲. استادیار دانشگاه علوم پزشکی زاهدان*

۳. عضو هیأت علمی دانشگاه ولیعصر(عج) رفسنجان

مقدمه

امروزه، بسیاری از کشورها صنعت پویا جهانگردی را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغالزایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند (گی، ۱۳۸۸: ۱۹). گردشگری به عنوان صنعت بدون دود، توانمندی‌ها و طرفداران بسیاری دارد. رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال گذشته نشان دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است (کاظمی، ۱۳۸۸: ۴). بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. گردشگری فعالیتی گسترده و فرابخشی است که به اشکال گوناگون در سطوح منطقه ای، ملی و بین‌المللی صورت می‌گیرد که 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 اهمیت‌تر توجه ویژه‌ای مبذول داشت. یکی از این بخش‌های مهم گردشگری ورزشی است (محرّم زاده و قیامی، ۱۳۸۷). پیوند میان گردشگری و ورزش نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد نموده که ساختار جامعی برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی انسان‌ها گردیده است. ایده ورزش به عنوان یک جذابیت گردشگری چیز جدیدی نیست، اما پایه‌های تئوریک جذابیت‌های ورزشی اخیراً مورد توجه قرار گرفته است (موسوی، ۱۳۹۱: ۲). گیبسون^۱ (۱۹۹۸) گردشگری ورزشی را مسافرت از محل اقامت به مکان موردنظر به منظور شرکت در یک فعالیت رقابتی، فعالیت ورزشی به منظور پر کردن اوقات فراغت، دیدن فعالیت‌های ورزشی یا شرکت در جذابیت‌های ورزشی تعریف می‌کند. مدیریت استراتژیک مجموعه تصمیم‌ها و فعالیت‌های مدیریتی است که عملکرد آتی یک شرکت را تعیین می‌کند. به تعبیری دیگر، عبارت است از بررسی محیطی (محیط داخلی، محیط خارجی)، تدوین استراتژی (برنامه‌ریزی استراتژیک)، اجرای استراتژیک، ارزیابی و کنترل. قاعدتاً مدیریت استراتژیک در صورتی اثربخشی خود را نشان می‌دهد که هریک از اجزاء مدیریت استراتژیک اعم از بررسی محیطی، تدوین استراتژی، اجرای استراتژی و کنترل و ارزیابی، به نحو کامل و جامع انجام شود (هانگر جی، ۱۳۸۹: ۲۳).

۱- بررسی محیطی

نظارت و ارزیابی و نشر اطلاعات حاصل از محیط خارجی و محیط داخلی (SOWT) بین ذی‌نفعان کلیدی سازمان است. این ارزیابی در دو مرحله صورت می‌گیرد: الف- محیط خارجی شامل ۱- متغیرهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی (که در درازمدت بر سازمان تأثیر دارند)؛ ب- متغیرهای داخلی یا محیط کار که شامل: قابلیت‌ها و شایستگی‌ها (شایستگی اصلی و شایستگی ممتاز) که در کوتاه مدت بر سازمان تأثیر دارند.

۲- تدوین استراتژی

همان طراحی طرح‌های آینده‌نگر برای مدیریت مؤثر فرصت‌ها و تهدیدات محیطی و بررسی نقاط قوت و ضعف. تدوین استراتژی شامل چهار مرحله مفصل است: - بیان مأموریت، اهداف ویژه و اهداف عملیاتی^۲ - طراحی استراتژی (طرح جامع و مادر سازمان)، تعیین خط مشی، سیاست‌ها و رهنمودهای کلی برای تصمیم‌گیری که دو مرحله تدوین و اجرای استراتژی را به هم مربوط می‌کند. از جمله تکنیک‌های مهم تدوین استراتژی تحلیل SWOT و غیره می‌باشد.

۳- اجرای استراتژی

فرایندی است که به وسیله آن استراتژی‌ها و سیاست‌ها در تمام مراحل اعمال می‌شوند.

۴- کنترل و ارزیابی

فرایندی است که توسط آن بر فعالیت‌ها و نتایج عملکرد نظارت می‌شود.

حمیدی و همکاران (۱۳۸۹) با انجام تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدات و فرصت‌های گردشگری ورزشی در تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور دریافتند که در نقاط قوت گردشگری ورزشی کشور، گویه وجود تنوع در بازی‌های بومی و محلی

1. Gibson

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 است و در بخش فرصت‌ها گویه اقلیم با شرایط آب و هوایی مناسب جهت برگزاری اردوها و مسابقات مختلف از جمله اسکی، قایقرانی بالاترین میزان اهمیت و در بخش تهدیدها گویه وجود دیدگاه منفی و تبلیغات سوء کشورهای خارجی در مورد ایران به عنوان بالاترین مورد است که صنعت گردشگری ورزش کشور را مورد تهدید قرار می‌دهد. همچنین، نتایج حاکی از آن بود که گردشگری ورزشی کشور از لحاظ موقعیت استراتژیک و در ماتریس داخلی و خارجی در منطقه محافظ کارانه قرار دارد. شجاعی و همکاران (۱۳۹۱) در طی تحقیقی به شناسایی و الویت‌بندی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات و به دنبال آن تحلیل استراتژی SWOT برای برنامه‌ریزی استراتژیک صنعت توریسم ورزشی استان مازندران پرداختند. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون فریدمن نشان داد که شرایط مساعد آب و هوایی به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت و عدم برگزاری مسابقات و تورنمنت‌های بین‌المللی ورزشی با کیفیت مطلوب در استان به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف محسوب می‌شوند. مساعد بودن زمینه برگزاری جشنواره‌های ورزشی بومی - محلی در استان به عنوان اهمیت‌ترین فرصت تلقی شده و در مقابل، عدم اعمال نظارت مؤثر بر روند توسعه صنعت توریسم ورزشی در استان به عنوان مهم‌ترین تهدید محسوب می‌شوند. مهدی زاده و همکاران (۱۳۹۳) در طی پژوهش خود به بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که 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 ورزش مهم‌ترین تهدید در زمینه گردشگری ورزشی در مشهد مقدس می‌باشد. یوکاتو^۱ (۲۰۰۹) در تحلیل توسعه گردشگری ورزشی چین براساس مدل SWOT عنوان کرد که نقاط قوت توسعه گردشگری شامل منابع گردشگری، سیستم حمل و نقل و مکان گردشگری و سیاست مناسب با گردشگری است و نیز نقاط ضعف شامل کمبود منابع انسانی، نام و نشان منطقه و عدم برنامه‌ریزی جامع است. همچنین، تداوم توسعه گردشگری ورزشی به عنوان متغیر فرصت سبب توسعه اقتصاد محلی، گسترش ورزش‌های آبی و افزایش سریع تقاضای گردشگری ورزشی شده است. و تهدیدها هم شامل عدم پیشرفت و مشکلات محیطی است. رین^۲ (۲۰۱۳) در بررسی استراتژیک و تحلیل SWOT بر روی منابع گردشگری ورزشی استان گانسو چین بیان کرد که مهم‌ترین نقاط قوت شامل منابع فراوان گردشگری، توسعه سریع اقتصاد، پیشرفت منابع انسانی و نقاط ضعف شامل توزیع فضایی نامساوی منابع گردشگری، مکان نامناسب، ضعف در ساختار، عدم آگاهی کافی در مورد گردشگری و گردشگری حرفه‌ای است و فرصت‌ها عبارتند از رشد سریع اقتصاد جهانی، استراتژی توسعه جاذبه‌ها و منابع گردشگری و آگاهی مردم از مناسبت‌ها و همچنین تهدیدها شامل رقابت استان‌های همجوار در ارتباط با توسعه اقتصاد محلی و فساد محیط درونی است. با توجه به تحقیقات انجام گرفته چنین برداشت می‌شود که در ارزیابی محیط داخلی صنعت گردشگری، جوامع مورد تحقیق از لحاظ قابلیت‌ها، شایستگی‌ها و شایستگی‌های ممتاز در حد سرآمد هستند (نقاط قوت زیادی دارد). اما در ارزیابی محیط خارجی برخی از متغیرها، با توجه به اینکه می‌توانند نقش فرصت را بازی کنند نهایتاً بنا به دلایلی نقش تهدید را بازی می‌کنند و می‌توان با یک سیاست‌گذاری مناسب در سطح کلان وضعیت را متحول نمود. استان سیستان و بلوچستان با داشتن ۱۳۰۰ کیلومتر مرز آبی و خشکی و به دلیل دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ویژه، از جمله غنی‌ترین استان‌های کشور است که توان جذب گردشگران بسیاری دارد و با توجه به دارا بودن جاذبه‌های طبیعی گردشگری از جمله سواحل دریای چابهار، مراکز کوهستانی و کوه تفتان، مناطق کویری و وجود مراکز آب در مانی می‌تواند تأثیر به‌سزایی در توسعه توریسم ورزشی داشته باشد. همچنین وجود ورزش‌های سنتی مانند کبده، کریکت، هاکی و شترسواری که افراد زیادی را از تمام نقاط کشور حتی کشورهای همسایه به خود جلب کرده، از جایگاه ویژه‌ای از نظر پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل گردشگری ورزشی برخوردار است. با توجه به قابلیت‌های بیان شده در این استان و پتانسیل قوی در جذب توریسم، آمادگی پذیرش و عزم ملی مردم و مسؤولین استان سیستان و بلوچستان، همچنین فقدان

1. Yuchao
2. Rain

برنامه استراتژیک در امر گردشگری ورزشی، محقق بر آن شد تا با تحلیل محیط (داخلی و خارجی)، به تدوین برنامه استراتژیک گردشگری استان سیستان و بلوچستان بپردازد. در پرتو این برنامه‌ریزی، راهی برای مرحله بعدی در امر مدیریت استراتژیک برداشته می‌شود. (اجرای استراتژی) و متعاقب آن، زمینه مساعدی برای سرمایه‌گذاری‌های بعدی صورت خواهد پذیرفت. استان سیستان و بلوچستان در کشور و حتی در منطقه و جهان شناخته می‌شود. و نهایتاً زمینه‌ای مناسب برای جذب درآمدهای ارزی خواهد بود. بنابراین شناسایی جنبه‌های مختلف صنعت گردشگری ورزشی از جمله: نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در این استان بسیار مهم است. براین اساس، سؤال اصلی تحقیق حاضر عبارت است از نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان به ترتیب کدامند و موقعیت استراتژیک گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان کدام است؟ نظر به اینکه تاکنون چنین تحقیقی در سطح استان انجام نشده است، لذا محقق درصدد بود تا در این تحقیق به شناسایی محیطی گردشگری ورزشی استان با بهره‌گیری از تحلیل SWOT بپردازد.

روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر با توجه به موضوع و اهداف از نوع مطالعات استراتژیک است که به شکل میدانی و به روش توصیفی-تحلیلی انجام گرفت. جامعه آماری این تحقیق را ۶۰ نفر از اساتید دانشگاه، مدیران ارشد اداره کل تربیت بدنی استان، مدیران امور گردشگری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان، مدیران آژانس‌های متولی گردشگری و راهنمایان فعال تورهای گردشگری استان سیستان و بلوچستان با داشتن اطلاعات حرفه‌ای تشکیل دادند. با توجه به محدودیت‌های موجود در انتخاب جامعه آماری، کل جامعه آماری به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. در ابتدا محیط داخلی و خارجی با استفاده از تحقیقات کتابخانه‌ای و اسناد بالا دستی شناسایی و خوراک اولیه ابزار تحقیق تأمین شد. ابزار اندازه‌گیری این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته حاوی ۴۹ سؤال بود که در قالب نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید تهیه گردید که به منظور تعیین معنی‌داری آماری اهمیت هر یک از گویه‌های پرسشنامه SWOT از آزمون دوجمله‌ای استفاده شد. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ و برای همسانی درونی با بهره‌گیری از پاسخ‌های ۲۰ نفری در اجرای آزمایشی استفاده گردید. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه برابر $\alpha=0/87$ محاسبه شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد. در بخش آمار استنباطی با توجه به سؤالات تدوین شده از آزمون دوجمله‌ای برای تعیین معنی‌داری گویه‌ها و از آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی داده‌های جمع‌آوری شده استفاده گردید و برای تعیین موقعیت استراتژیک گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی، ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و ماتریس داخلی و خارجی با بهره‌گیری از مدل SWOT و همچنین از نرم افزار SPSS۲۰ استفاده شد.

یافته‌های تحقیق

براساس نتایج تحقیق حاضر، سن ۳۳/۳ درصد افراد بین ۲۹-۲۰ سال، ۴۶/۷۰ درصد افراد بین ۳۹-۳۰ سال، ۱۳/۳۰ درصد افراد بین ۴۹-۴۰ و ۶/۷۰ درصد افراد بالای ۵۰ سال می‌باشد. از نظر وضعیت جنسیت ۶۸/۳۰ درصد آزمودنی‌ها مرد و ۳۱/۷۰ درصد زن بودند. به لحاظ وضعیت تأهل، ۲۱/۷ درصد آزمودنی‌ها مجرد و ۷۸/۳ درصد آزمودنی‌ها متأهل می‌باشند. نتایج تحقیق حاکی از آن بود، مدرک تحصیلی ۱۰ درصد آزمودنی‌ها دیپلم و فوق دیپلم، ۸۰ درصد آزمودنی‌ها لیسانس و فوق لیسانس و ۱۰ درصد دکتری هستند. در ارتباط با رشته تحصیلی، ۶۵ درصد آزمودنی‌ها تربیت بدنی و ۳۵ درصد سایر رشته‌ها بودند. سابقه شغلی ۱۵ درصد آزمودنی‌ها بین ۴ تا ۱ سال، ۴۰ درصد بین ۹-۵ سال، ۲۰ درصد بین ۱۴ تا ۱۰ سال، ۸/۳۰ درصد بین ۱۹-۱۵ سال و ۱۶/۷۰ درصد بالای ۲۰ سال می‌باشند. از جامعه مورد پژوهش ۴۵ درصد شامل اساتید دانشگاه‌ها، ۲۸/۳۰ درصد از کارکنان ارشد اداره کل ورزش جوانان، ۱۶/۷ درصد مدیران ارشد سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و ۱۰ درصد از مسئولین آژانس گردشگری و راهنمایان فعال تورهای گردشگری استان می‌باشند.

جدول ۱: نتایج آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی عوامل مرتبط با نقاط قوت

کد	عوامل	میانگین رتبه‌ها	رتبه	df	کای دوی آزمون فریدمن	سطح معنی‌داری
S ₁	وجود مراکز آبی مطلوب (دریا رودخانه، امکان اجرای ورزش‌های مهیج)	۹/۹۸	۱	۱۱	۱۴۹/۶۸	۰/۰۰۱
S ₂	وجود روحیه‌ی مهمان نوازی و تنوع در سنت‌ها و صنایع دستی استان	۷/۹۵	۲			
S ₃	وجود جاذبه‌های مرتبط با بیابانگردی و کویرنوردی	۷/۷۵	۳			
S ₄	وجود جاذبه‌های مرتبط با ورزش‌های کوهنوردی و صخره نوردی	۷/۴۳	۴			
S ₅	برگزاری مسابقات بومی - محلی در رشته‌های ورزشی مختلف	۶/۹۴	۵			
S ₆	مطلوب بودن شرایط آب و هوایی استان (فصل پاییز و زمستان)	۶/۵۸	۶			
S ₇	پتانسیل برگزاری رویدادهای ملی و بین‌المللی ورزشی	۶/۵۰	۷			
S ₈	خدمات رفاهی، تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مناسب	۶/۰۸	۸			
S ₉	سیستم حمل و نقل مناسب (هوایی، زمینی، ریلی، دریایی)	۵	۹			
S ₁₀	امکان برگزاری دوره‌های مربیگری و داوری در استان	۴/۸۱	۱۰			
S ₁₁	برخوردار بودن از مسئولین و مدیران تحصیلکرده و مجرب در ورزش استان	۴/۸۰	۱۱			
S ₁₂	برخوردار بودن از مسیرهای مناسب گردشگری ورزشی	۷/۹۵	۱۲			

همان گونه که ملاحظه می‌شود، براساس یافته‌های حاصل از آزمون ناپارامتریک فریدمن، آیت‌های ۱۲ گانه جدول ۱ به عنوان نقاط قوت گردشگری ورزشی استان رتبه‌بندی شده‌اند. وجود مراکز آبی مطلوب به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت و برخوردار بودن از مسیر مناسب گردشگری ورزشی به‌عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه قوت بودند.

جدول ۲: نتایج آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی عوامل مرتبط با نقاط ضعف

کد	عوامل	میانگین رتبه‌ها	رتبه	df	کای دوی آزمون فریدمن	سطح معنی‌داری
W ₁	نبود افراد متخصص و آموزش دیده در حوزه گردشگری ورزشی	۷/۳۸	۱			
W ₂	نبود بودجه و منابع مالی اختصاصی در خدمت گردشگری ورزشی	۷/۱۸	۲			
W ₃	نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات ورزشی و تفریحی	۷/۰۳	۳			
W ₄	عدم مساعدت حامیان مالی به ورزش استانی (اسپانسرها)	۶/۹۹	۴			



۰/۰۰۱	۱۶/۸۲	۱۱	۵	۶/۷۰	عدم وجود ساختار تشکیلاتی با عنوان گردشگری ورزشی در ساختار ورزش استان	W5
			۶	۶/۵۲	عدم برگزاری دوره‌های مربیگری و داوری ملی و بین‌المللی که به برگزاری مسابقات ملی و بین‌المللی و نهایتاً به صنعت گردشگری کمک می‌کند.	W6
			۷	۶/۲۸	عدم وجود سایت و نشریات الکترونیکی، انجمن‌ها، آژانس‌ها و مؤسسات فعال در حوزه گردشگری ورزشی	W7
			۸	۶/۱۵	نپرداختن به گردشگری ورزشی استان در شبکه تلویزیونی	W8
			۹	۶/۱۳	عدم برگزاری سمینارها و نمایشگاه‌های ورزشی در استان	W9
			۱۰	۶/۰۴	کمبود تجربه برگزاری رویدادهای ملی و بین‌المللی ورزشی در استان	W10
			۱۱	۵/۸۲	پتانسیل ضعیف جهت شرکت در لیگ‌های بین‌المللی ورزشی	W11
			۱۲	۵/۷۷	عدم برگزاری تورهای ورزشی و با کیفیت مناسب	W12

همان گونه که ملاحظه می‌شود، براساس یافته‌های منتج از آزمون ناپارامتریک فریدمن، آیت‌های ۱۲ گانه جدول ۲ به عنوان نقاط ضعف گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان رتبه‌بندی شده‌اند. این یافته‌ها نشان داد که نبود افراد متخصص و آموزش دیده در حوزه گردشگری ورزشی به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف و عدم برگزاری تورهای ورزشی و با کیفیت مناسب به عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه ضعف محسوب می‌شوند.

جدول ۳: نتایج آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی عوامل مرتبط با نقاط فرصت

کد	عوامل	میانگین رتبه‌ها	رتبه	df	کای دوی آزمون فریدمن	سطح معنی‌داری
O1	وجود نقاط باستانی و جاذبه‌های گردشگری و فراهم آوردن مقدمات برای ثبت در آثار ملی و جهانی	۹/۹۰	۱	۱۲	۰/۰۰۱	۸۹/۰۲
O2	بهره‌برداری از منطقه آزاد چابهار به عنوان منطقه جذب گردشگری ورزشی	۸/۷۳	۲			
O3	امکان تبدیل شدن به یکی از قطب‌های گردشگری ساحلی	۸/۳۸	۳			
O4	وجود زمینه مطلوب برای کسب میزبانی برگزاری مسابقات کشورهای حوزه خلیج فارس	۷/۵۲	۴			
O5	وجود زمینه مناسب برای معرفی استان سیستان و بلوچستان به عنوان منطقه گردشگری ورزشی به گردشگران خارجی و داخلی از حیث مطلوب بودن وضعیت اقلیمی و توپوگرافیکی	۷/۴۲	۵			
O6	امکان ایجاد اشتغالزایی در بخش‌های مختلف از طریق توسعه گردشگری	۶/۷۷	۶			
O7	امکان جلب سرمایه‌های داخل استان جهت گردشگری ورزشی	۶/۴۹	۷			
O8	وجود زمینه برگزاری جشنواره‌های ورزشی بومی- محلی	۶/۲۴	۸			
O9	ارتباط نزدیک با شهرها و کشورهای همسایه	۶/۲۲	۹			
O10	امکان جلب سرمایه‌های خارج از استان از طریق توسعه گردشگری	۵/۹۸	۱۰			
O11	طراحی و ایجاد مراکز تفریحی و ورزشی مصنوعی	۵/۹۷	۱۱			
O12	فرهنگ پذیرش توسعه گردشگری ورزشی	۵/۷۲	۱۲			

013	وجود سازمان‌های دولتی و غیردولتی جهت حمایت و ارائه تسهیلات خدمات گردشگری ورزشی	۵/۶۸	۱۳
-----	--	------	----

بر اساس یافته‌های حاصل از آزمون ناپارامتریک فریدمن، مؤلفه‌های ۱۳ گانه جدول ۳ به عنوان فرصت‌های گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان رتبه‌بندی شده‌اند. یافته‌ها حاکی از آن است که وجود نقاط باستانی و جاذبه‌های گردشگری به عنوان مهم‌ترین فرصت و وجود سازمان‌های دولتی و غیردولتی جهت حمایت و ارائه تسهیلات خدمات گردشگری به عنوان کم اهمیت‌ترین فرصت گردشگری ورزشی در استان محسوب می‌شوند

جدول ۴: نتایج آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی عوامل مرتبط با نقاط تهدید

کد	عوامل	میانگین رتبه‌ها	رتبه	df	کای دوی آزمون فریدمن	سطح معنی‌داری
T_1	ضعف امنیت گردشگران در داخل استان	۸/۸۱	۱	۱۱	۵۹/۶۳	۰/۰۰۱
T_2	فقدان دید مناسب مسئولین کشوری برای برنامه‌ریزی مناسب جهت طراحی، ساخت و نگهداری اماکن و فضاهای ورزشی	۷/۳۳	۲			
T_3	ناتوانی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در ورزش استان	۷/۳۲	۳			
T_4	ایجاد تبلیغات سو و نگرش منفی در مورد استان	۷/۰۹	۴			
T_5	پائین بودن سطح آگاهی مردم نسبت به نقش گردشگری ورزشی	۶/۹۶	۵			
T_6	ناتوانی در نظارت مؤثر بر روند توسعه صنعت گردشگری ورزشی	۶/۴۷	۶			
T_7	تهاجم فرهنگی بیگانگان	۶/۰۸	۷			
T_8	عدم تسهیلات لازم از طرف دولت جهت گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری ورزشی	۵/۹۵	۸			
T_9	عدم وجود آئین‌نامه‌های اجرائی در ارتباط با گردشگری	۵/۶۸	۹			
T_{10}	هجوم افراد مهاجر از کشورهای هم‌مرز	۵/۵۳	۱۰			
T_{11}	عدم انسجام و هماهنگی بین نهادها و سازمان‌های مختلف استان	۵/۴۹	۱۱			
T_{12}	نبود راهکارهای مناسب جهت مقابله با تهاجم فرهنگی	۵/۳۰	۱۲			

طبق نتایج منتج از آزمون ناپارامتریک فریدمن، مؤلفه‌های ۱۲ گانه جدول ۴ به عنوان تهدیدهای گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان رتبه‌بندی شده‌اند. ضعف امنیت گردشگران در داخل استان مهم‌ترین تهدید و نبود راهکارهای مناسب جهت مقابله با تهاجم فرهنگی به عنوان کم اهمیت‌ترین تهدید گردشگری ورزشی استان محسوب می‌شوند.

در ارزیابی ماتریس عوامل داخلی (IFE) گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان، مجموع میانگین نمرات نهایی این ماتریس بیشتر از $(2/5)(2/91)$ به دست آمد که حاکی از آن است که لحاظ عوامل داخلی، گردشگری ورزشی استان دارای قوت می‌باشد (جدول ۵). همچنین، در ارزیابی ماتریس عوامل خارجی (EFE) گردشگری ورزشی استان مجموع میانگین نمرات نهایی این ماتریس نیز بیشتر از $(2/5)(3/02)$ حاصل گردید که نشان می‌دهد از نظر عوامل خارجی، گردشگری ورزشی استان دارای فرصت می‌باشد (جدول ۶).

جدول ۵: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان

کد	قوت	وزن	رتبه	وزن ^x رتبه
S ₁	وجود مراکز آبی مطلوب (دریا رودخانه، امکان اجرای ورزش‌های مهیج)	۰/۰۸	۴	۰/۳۲
S ₂	وجود جاذبه‌های مرتبط با ورزش‌های کوهنوردی و صخره نوردی	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
S ₃	وجود جاذبه‌های مرتبط با بیابانگردی و کویرنوردی	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
S ₄	برگزاری مسابقات بومی - محلی در رشته‌های ورزشی مختلف	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
S ₅	خدمات رفاهی، تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مناسب	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
S ₆	سیستم حمل و نقل مناسب (هوایی، زمینی، ریلی، دریایی)	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
S ₇	برخوردراری از مسئولین و مدیران تحصیلکرده و مجرب در ورزش استان	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S ₈	امکان برگزاری دوره‌های مربیگری و داوری در استان	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
S ₉	برخوردراری از مسیرهای مناسب گردشگری ورزشی	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S ₁₀	مطلوب بودن شرایط آب و هوایی استان (فصل پاییز و زمستان)	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
S ₁₁	پتانسیل برگزاری رویدادهای ملی و بین‌المللی ورزشی	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
S ₁₂	وجود روحیه مهمان نوازی و تنوع در سنت‌ها و صنایع دستی استان	۰/۰۷	۴	۰/۲۸
	ضعف			
W ₁	عدم وجود ساختار تشکیلاتی با عنوان گردشگری ورزشی در ساختار ورزش استان	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
W ₂	عدم وجود سایت و نشریات الکترونیکی، انجمن‌ها، آژانس‌ها و مؤسسات فعال در حوزه گردشگری ورزشی	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
W ₃	نبود افراد متخصص و آموزش دیده در حوزه گردشگری ورزشی	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
W ₄	نپرداختن به گردشگری ورزشی استان در شبکه تلویزیونی	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
W ₅	کمبود تجربه برگزاری رویدادهای ملی و بین‌المللی ورزشی در استان	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
W ₆	نبود بودجه و منابع مالی اختصاصی در خدمت گردشگری ورزشی	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
W ₇	عدم برگزاری دوره‌های مربیگری و داوری ملی و بین‌المللی که به برگزاری مسابقات ملی و بین‌المللی و نهایتاً به صنعت گردشگری کمک می‌کند	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
W ₈	پتانسیل ضعیف جهت شرکت در لیگ‌های بین‌المللی ورزشی	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
W ₉	عدم مساعدت حامیان مالی به ورزش استانی (اسپانسرها)	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
W ₁₀	عدم برگزاری تورهای ورزشی و با کیفیت مناسب	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
W ₁₁	عدم برگزاری سمینارها و نمایشگاه‌های ورزشی در استان	۰/۰۱	۱	۰/۰۱
W ₁₂	نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات ورزشی و تفریحی	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
	جمع	۱		۲/۹۱

جدول ۶: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان

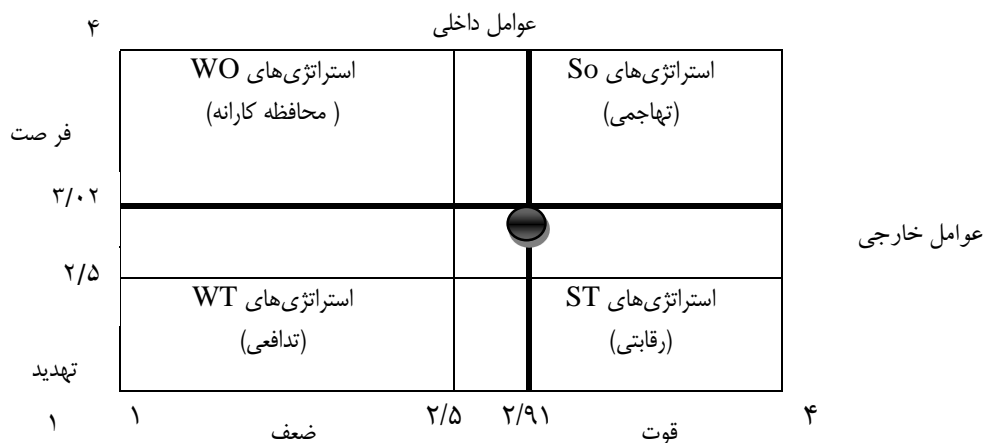
کد	فرصت	وزن	رتبه	وزن ^x رتبه
O ₁	وجود نقاط باستانی و جاذبه‌های گردشگری و فراهم آوردن مقدمات برای ثبت در آثار ملی و جهانی	۰/۰۸	۴	۰/۳۲
O ₂	وجود زمینه مناسب برای معرفی استان سیستان و بلوچستان به عنوان منطقه گردشگری ورزشی به گردشگران خارجی و داخلی از حیث مطلوب بودن وضعیت اقلیمی و توپوگرافیکی	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
O ₃	طراحی و ایجاد مراکز تفریحی و ورزشی مصنوعی	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
O ₄	بهره‌برداری از منطقه آزاد چاه بهار به عنوان منطقه جذب گردشگری ورزشی	۰/۰۷	۴	۰/۲۸



05	وجود زمینه مطلوب برای کسب میزبانی برگزاری مسابقات کشورهای حوزه خلیج فارس	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
06	وجود زمینه برگزاری جشنواره‌های ورزشی بومی - محلی	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
07	ارتباط نزدیک با شهرها و کشورهای همسایه	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
08	امکان جلب سرمایه‌های خارج از استان از طریق توسعه گردشگری	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
09	امکان ایجاد اشتغالزایی در بخش‌های مختلف از طریق توسعه گردشگری	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
010	امکان جلب سرمایه‌های داخل استان جهت گردشگری ورزشی	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
011	امکان تبدیل شدن به یکی از قطب‌های گردشگری ساحلی	۰/۰۷	۴	۰/۲۸
012	وجود سازمان‌های دولتی و غیردولتی جهت حمایت و ارائه تسهیلات خدمات گردشگری ورزشی	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
013	فرهنگ پذیرش توسعه گردشگری ورزشی	۰/۰۲	۴	۰/۰۸
	تهدید			
T ₁	ضعف امنیت گردشگران در داخل استان	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
T ₂	ناتوانی در نظارت مؤثر بر روند توسعه صنعت گردشگری ورزشی	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
T ₃	ناتوانی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در ورزش استان	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
T ₄	عدم تسهیلات لازم از طرف دولت جهت گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری ورزشی	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
T ₅	عدم انسجام و هماهنگی بین نهادها و سازمان‌های مختلف استان	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
T ₆	پائین بودن سطح آگاهی مردم نسبت به نقش گردشگری ورزشی	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
T ₇	تهاجم فرهنگی بیگانگان	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
T ₈	هجوم افراد مهاجر از کشورهای هم‌مرز	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
T ₉	فقدان دید مناسب مسئولین کشوری برای برنامه‌ریزی مناسب جهت طراحی، ساخت و نگهداری اماکن و فضاهای ورزشی	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
T ₁₀	عدم وجود آئین‌نامه‌های اجرائی در ارتباط با گردشگری	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
T ₁₁	ایجاد تبلیغات سو و نگرش منفی در مورد استان	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
T ₁₂	نبود راهکارهای مناسب جهت مقابله با تهاجم فرهنگی	۰/۰۲	۱	۰/۰۲
	جمع	۱		۳/۰۲

جهت تعیین موقعیت استراتژیک گردشگری ورزشی استان از ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی استفاده شده است. معمولاً استراتژی‌ها با توجه به منطقه قرار گرفتن سازمان در یکی از چهارخانه ماتریس داخلی و خارجی (SO، استراتژی تهاجمی)، (WO، استراتژی محافظه کارانه)، (ST، استراتژی رقابتی)، (WT، استراتژی تدافعی) انتخاب می‌شوند. نتایج نمودار (۱) نشان می‌دهد که گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان از لحاظ موقعیت استراتژیک و در ماتریس داخلی و خارجی در منطقه تهاجمی قرار دارد. به عبارت دیگر، گردشگری ورزشی استان در این موقعیت می‌تواند با استفاده از نقاط قوت خود از فرصت‌های موجود در محیط خارجی نهایت بهره را ببرد.

نمودار ۱ تعیین موقعیت استراتژیک گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان



بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش حاضر در خصوص نقاط قوت گردشگری ورزشی سیستان و بلوچستان از دیدگاه افراد مورد مطالعه نشان داد، وجود مراکز آبی مطلوب (دریا، رودخانه، امکان اجرای ورزش‌های مهیج)، وجود روحیه مهمان نوازی و تنوع در سنت‌ها و صنایع دستی استان، وجود جاذبه‌های مربوط به بیابانگردی و کویر نوردی به ترتیب مهم‌ترین نقاط قوت گردشگری ورزشی سیستان و بلوچستان می‌باشند؛ به طوری که گویه وجود مراکز آبی مطلوب بالاترین میزان اهمیت را دارا بود که با نتایج هنرور (۱۳۸۳)، نوربخش و همکاران (۱۳۸۹)، حمیدی و همکاران (۱۳۸۹)، شجاعی و همکاران (۱۳۹۱)، غلامی و همکاران (۱۳۹۲)، مهدیزاده و همکاران (۱۳۹۳)، یوکائو^۱ (۲۰۰۹)، رامارال^۲ (۲۰۱۰)، رین^۳ (۲۰۱۳) همسویی دارد. شجاعی و همکاران (۱۳۹۱) در تحلیل نقاط قوت و ضعف گردشگری ورزشی استان مازندران بر اساس مدل SWOT دریافتند، مراکز آبی مطلوب جهت برگزاری ورزش‌های آبی یکی از مهم‌ترین نقاط قوت گردشگری ورزشی استان است. رین (۲۰۱۳) در بررسی استراتژیک و تحلیل SWOT بر روی منابع گردشگری ورزشی بیان کرد، که منابع آبی و ساحلی از مهمترین نقطه قوت گردشگری استان گانسو چین است. از آنجائی که مزیت‌های موجود در عوامل درونی ناحیه مورد مطالعه به عنوان نقاط قوت یاد می‌شود، به نظر می‌رسد مهم‌ترین نقطه قوت گردشگری ورزشی استان می‌تواند ناشی از وجود منابع آبی استان از جمله بندر زیبای چابهار و کنارک باشد که یکی از توانمندترین مقاصد گردشگری ورزش‌های ساحلی، آبی کشور است. وجود سواحل چابهار به عنوان یک پتانسیل، در تبدیل شدن به قطب گردشگری ورزشی ساحلی و افزایش ظرفیت گردشگری و توانمندی در کسب درآمد و استفاده صحیح و مدیریت شده از منابع طبیعی و فراهم آوردن تسهیلات برای جذب گردشگران بسیار مهم است. بر این اساس، سیستان و بلوچستان با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح می‌تواند به یکی از قطب‌های گردشگری ورزشی تبدیل شود. در مطالعه حاضر، برخورداری از مسیرهای مناسب گردشگری ورزشی کم اهمیت‌ترین نقطه قوت گردشگری ورزشی استان توصیف شد. یافته‌های تحقیق نشان داد از دیدگاه افراد مورد مطالعه و در بخش مربوط به نقاط ضعف گردشگری ورزشی سیستان و بلوچستان، نبود افراد متخصص و آموزش دیده در حوزه گردشگری ورزشی، نبود بودجه و منابع مالی اختصاصی در خدمت گردشگری ورزشی، نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات ورزشی و تفریحی به ترتیب اهمیت، مهم‌ترین نقاط ضعف هستند که ورزش سیستان و بلوچستان فاقد آنها است که با نتایج پژوهش ناصری (۱۳۷۵)، شجاعی و همکاران (۱۳۹۱) و مهدی زاده (۱۳۹۳) همسویی دارد، به طوری که آنها اعتقاد دارند آگاهی و آموزش نیروی انسانی یکی از شروط اصلی توسعه گردشگری است. یوکائو (۲۰۰۹)

1. Yuchao
2. Ramaral
3. Rain

نیز کمبود منابع انسانی متخصص را به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف در تحلیل توسعه گردشگری ورزشی چین براساس تحلیل SWOT معرفی کرد. بدیهی است برای برطرف کردن این نقاط ضعف، برنامه‌ریزی صحیح، مشارکت و همکاری همه جانبه سازمان‌های مختلف ضروری و الزامی می‌باشد. گی (۲۰۰۰) معتقد است صنعت گردشگری به نیروی انسانی شایسته و واجد شرایط نیاز دارد؛ زیرا صنعت گردشگری به نیروی کار و ارائه خدمت متکی است. بنابراین، داشتن نیروی کار آموخته و آموزش دیده از اولویت بالایی برخوردار است. در مطالعه حاضر، عدم برگزاری تورهای ورزشی و با کیفیت به‌عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه ضعف گردشگری ورزشی استان معرفی شدند. در بخش فرصت‌های گردشگری ورزشی سیستان و بلوچستان، وجود نقاط باستانی و جاذبه‌های گردشگری و فراهم آوردن مقدمات برای ثبت در آثار ملی و جهانی بالاترین میزان اهمیت را دارد، که با نتایج هنرور (۱۳۸۳)، یاماگوشی^۱ (۲۰۰۲)، وید^۲ (۲۰۰۶)، هیگام و هیج^۳ (۲۰۰۶)، رین (۲۰۱۳) همخوانی دارد. یاماگوشی (۲۰۰۲) در پژوهش خود عنوان کرد که مکان‌های دیدنی و طبیعت زیبا از دلایل مهم انگیزشی و جذب گردشگران است. وید (۲۰۰۶) هیگام و هیج (۲۰۰۶) بر محیط فیزیکی توانمند، منابع طبیعی و موقعیت برای توسعه گردشگری تأکید دارند. رین (۲۰۱۳) در بررسی استراتژیک و تحلیل SWOT بر روی منابع گردشگری ورزشی استان گانسو در چین عنوان کرد که استراتژی توسعه جاذبه‌ها و منابع گردشگری از مهم‌ترین مؤلفه‌های فرصت است. جاذبه‌ی گردشگری یک منبع دائمی طراحی شده است که به منظور تفریح، سرگرمی، لذت بردن و آموزش بازدیدکنندگان کنترل و اداره می‌شود. به‌نظر می‌رسد از دیدگاه آزمودنی‌ها وجود نقاط باستانی و جاذبه‌های گردشگری به عنوان مهم‌ترین فرصت گردشگری ورزشی استان به دلیل وجود طیف متنوعی از جاذبه‌ها نظیر شهر سوخته زابل با قدمت پنج هزار ساله، وجود کوه خواجه و چاه نیمه زابل و وجود بندرساحلی و زیبایی چاپهار همراه با تالاب‌ها و کوه‌های مینیاتوری، جزیره تیس، تپه معروف گل فشان با ارتفاع ۵۰ متر و چشمه گل فشان کنارک و همچنین رودخانه سرباز با داشتن تمساح‌های بی‌نظیر در دنیا و چشمه‌های آب معدنی متعدد در بندر ساحلی و زیبایی چاپهار همراه با تالاب‌ها و کوه‌های مینیاتوری، جزیره تیس، تپه معروف گل فشان با ارتفاع ۵۰ متر و چشمه گل فشان کنارک و همچنین رودخانه سرباز با داشتن تمساح‌های بی‌نظیر در دنیا و چشمه‌های آب معدنی متعدد در اطراف کوه تفتان شهرستان خاش باشد. لس لومسدن (۱۹۸۹) بیان می‌کند منابع طبیعی موجود در مقاصد غالباً اولین جاذبه‌ای است که توجه گردشگر را جلب می‌کند. کاظمی (۱۳۸۵) معتقد است جاذبه‌ها منبع انرژی‌زا و قدرت دهنده به سیستم گردشگری‌اند. اصولاً بدون وجود جاذبه‌های مختلف طبیعی، علمی و فرهنگی ایجاد تقاضا برای مقصد و جلب گردشگر دشوار است. در این مطالعه وجود سازمان‌های دولتی و غیر دولتی جهت حمایت و ارائه تسهیلات خدمات گردشگری ورزشی به عنوان کم اهمیت‌ترین مؤلفه فرصت شناخته شده است. بر پایه یافته‌های پژوهش حاضر، در بخش نقاط تهدید گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان، ضعف امنیت گردشگران در داخل استان، فقدان دید مناسب مسئولین کشوری برای برنامه‌ریزی مناسب جهت طراحی، ساخت و نگهداری اماکن و فضاهای ورزشی، ناتوانی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در ورزش استان به ترتیب به عنوان مهم‌ترین نقاط تهدید در گردشگری ورزشی استان می‌باشند. موسوی گیلانی و همکاران (۱۳۹۰) هم در مطالعه خود عنوان کردند که نبود امنیت از عمده‌ترین مشکلات گردشگری ایران است؛ اصفهانی و همکاران (۱۳۸۷) عنوان کردند در گردشگری داخلی، مؤلفه‌های خدمات، امنیت و همکاری و در گردشگری خارجی امنیت اماکن و تجهیزات ورزشی و رویدادهای ورزشی از عوامل اثرگذارند. موتینهو^۴ (۱۹۸۷) نبود امنیت را به عنوان مهم‌ترین تهدید جذب گردشگر معرفی کرده است. کرامپتون^۵ (۱۹۹۲) معتقد است که هزینه‌های مالی و احتمال خطر جانی و امنیتی از بازدارنده‌های مهم مسافرتند. از محدودیت‌ها و تنگناهای ناشی از عوامل بیرونی ناحیه مورد مطالعه، به‌عنوان تهدیدها یاد می‌شود. امروزه، گردشگری پیکره اصلی اقتصاد کشورها را تشکیل می‌دهد و ایجاد کننده فرصت‌های شغلی در اقتصاد کشور است. گردشگری از یک طرف روشی بسیار مهم به منظور مشارکت

1. Yamaguchi
2. Weed
3. Higham, Hinch
4. Moutinho
5. Crompton

در صلح جهانی از طریق تفاهم بین‌المللی و ایجاد روابط دوستانه و تعامل فرهنگی است و از طرف دیگر، رونق گردشگری در یک کشور مهم‌ترین نشانه ثبات سیاسی و امنیت اجتماعی است و از این رو اهتمام دولت‌ها برای توسعه این صنعت برای تحقق چندین هدف است که موضوع امنیت از مهم‌ترین ارکان توسعه گردشگری است. بدیهی است متغیر امنیت در گردشگری ورزشی نقش خطیری را ایفا می‌نماید و توسعه متغیر امنیت سبب افزایش سرمایه‌گذاری شده و در رشد دیگر متغیرهای توسعه اقتصادی و اجتماعی تأثیر بسزائی دارد. همچنین، در ارزیابی ماتریس عوامل داخلی، گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان دارای قوت است به عبارت دیگر نقاط قوت گردشگری ورزشی استان بر نقاط ضعف آن برتری دارد. در ارزیابی ماتریس عوامل خارجی نیز، گردشگری ورزشی استان دارای فرصت می‌باشد و حاکی از آن است فرصت‌های گردشگری ورزشی بر تهدیدهای آن برتری دارد و در مجموع گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان از لحاظ موقعیت استراتژیک و در ماتریس داخلی و خارجی در منطقه تهاجمی قرار دارد. استان سیستان و بلوچستان در جنوب شرقی کشور ایران قرار گرفته و می‌تواند در سال‌های آتی یکی از مناطق اصلی گردشگری ورزشی در کشور باشد و با توجه به پتانسیل‌های موجود و امکانات طبیعی، علاوه بر گردشگران داخلی و خارجی شاهد حضور ورزشکاران در رشته‌های آبی، کوهنوردی، صخره‌نوردی، شترسواری، کبندی، کریکت، هاکی و حتی تیم‌های ملی یا حضور دانشجویان جهت اردوهای عملی باشیم. از این رو، شیوه‌های علمی برنامه‌ریزی در ورزش‌های ذکر شده می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. در مجموع، باید گفت که گردشگری ورزشی پدیده‌ای چند بعدی است که موفقیت در بهره‌برداری از آن مستلزم بهبود شرایط عمومی کشور، ثبات اقتصادی و اجتماعی و گسترش و تقویت زمینه‌های مربوط به گردشگری ورزشی است، لذا نظارت و پایش مداوم و فعالانه دولت و سازمان‌های مرتبط برای هدایت صحیح و توسعه گردشگری ورزشی در استان سیستان و بلوچستان لازم و ضروری می‌باشد. بنابراین مسئولین ذیربط باید با استفاده از نقاط قوت خود از فرصت‌های موجود در محیط خارجی نهایت بهره را ببرند. اساساً هر سازمانی علاقه‌مند است در چنین موقعیتی قرار داشته باشد تا بتواند با بهره‌گیری از توانمندی‌ها (نقاط قوت) فرصت‌های خود را به حداکثر برساند. استراتژی‌های تهاجمی یک راه حل کنش‌گرا است، لذا نتایج کلی تحقیق نشان داد که با شناسایی محیطی و شناخت حوزه‌های چهار گانه گردشگری ورزشی و همچنین تعیین موقعیت استراتژیک گردشگری ورزشی می‌توان به توسعه این صنعت در استان کمک نمود و بر کیفیت و کمیت و توسعه مؤلفه‌هایی که به عنوان نقاط قوت و فرصت گردشگری ورزشی شناخته شده‌اند، اضافه نمود و در برطرف کردن نقاط ضعف و تهدیدها تلاش کرد و در نهایت از عواید اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی صنعت گردشگری بهره برد. به هر حال، شناسایی مؤلفه‌های مربوط در تحقیق حاضر می‌تواند راهنمای متولیان، مدیران و برنامه‌ریزان در طراحی و تدوین استراتژی مفید بازاریابی گردشگری ورزشی شود و به‌عنوان استراتژی و راهکاری مناسب جهت توسعه گردشگری و جذب گردشگران ورزشی مورد استفاده قرار گیرد.

منابع

- اصفهانی، نوشین؛ اسدی، حسن؛ گودرزی، محمود؛ اسمیت، استیفن (۱۳۸۸). «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه جهانگردی ورزشی داخلی ایران»، مدیریت ورزشی، ۱، ۱۷۵-۱۵۹.
- دیوید هانگر، جی؛ ویلن، توماس ال (۱۳۹۲). مبانی مدیریت استراتژیک. ترجمه سیدمحمد اعرابی، حمیدرضا رضوانی (۱۳۹۲)، چاپ چهارم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- حمیدی، مهرزاد؛ رضوی، محمدحسین؛ امیرنژاد، سعید؛ شفیع زاده، شهرام؛ فضلی درزی، اعظم (۱۳۸۹). «تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور ایران»، پژوهش نامه علوم ورزشی، ۱۲، ۶۸-۵۱.
- شجاعی، وحید؛ تجاری، فرشاد؛ سلیمانی، بهاره؛ دوستی، مرتضی (۱۳۹۱). «تحلیل نقاط قوت و ضعف گردشگری ورزشی استان مازندران»، پژوهش نامه مدیریت ورزشی، ۱۵، ۳۶-۱۵.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.

- گی، چاک وای (۱۳۸۲). *جهانگردی در چشم اندازی جامع*. ترجمه علی پارسائیان، سید محمد اعرابی (۱۳۸۱)، چاپ دوم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- لومسدن، لس (۱۳۸۰). *بازاریابی گردشگری*. ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، (۱۳۸۰)، چاپ اول، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- محرم زاده، مهرداد؛ قیامی، امیر (۱۳۸۷). «بررسی تطبیقی نقش عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست اندرکاران ورزش ایران و استرالیا»، حرکت، ۳۵، ۹۹-۱۱۵.
- مهدی زاده، عباس؛ طالب پور، مهدی؛ فتحی، مهرداد (۱۳۹۲). «بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد براساس تحلیل SWOT»، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۴، ۳۶-۲۳.
- موسوی گیلانی، سیدرضا (۱۳۹۰). «بخش بندی بازارگردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی و ارائه مدل بازارهای هدف»، رساله دکتری، دانشگاه تهران.
- ناصری، مسعود (۱۳۷۵). «شناسایی موانع موثر توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریست»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- نوریخس، مهوش؛ محرم زاده، مهرداد؛ نجف زاده، فرخ لقا (۱۳۸۹). «بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی با تأکید بر جاذبه های طبیعی»، حرکت، ۷، ۸۱-۶۵.
- هنرور، افشار (۱۳۸۸). «تدوین استراتژی بازاریابی گردشگری ورزشی ایران»، رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- Crompton, J.L., (1992). "Motivation for pleasure vacation", *Annals of Tourism Research*. 64:408-424.
- Gibson, H.J., (1998). "Sport Tourism": A critical analysis of research, *Sport Management Review*. 1:45-76.
- Higam, J., & Hinch, T., (2006). "Sport and Tourism Research": A Geographic Approach, *Journal of Sport & Tourism*. 1:31-49.
- Moutinho, L., (1987). "Consumer Behavior in Tourism", *European Journal of Marketing*. 21:5-44.
- Ramallal, G., Eduardo, M., Rodriguez, M., Rosa, J., Turegano, S., & Angel, M., (2010). "Sport and Tourism: a potentially conflictual relationship", The case of Marinas in Tenerife. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2:265-269.
- Rain, P., (2013). "SWOT analysis and strategic study on Gansu sports tourism resources", *Economics research paper*, 137.
- Yuchao, C., & Wenjun, Q., (2009). "A research on sports tourism development in Nanyang based on swot analysis", 5th Euro-Asia conference on environment and corporate social responsibility-management science and engineering, 69-73.
- Weed, M., (1997). "Influences on sport tourism relation in Britain: The effect of government policy", *Tourism Recreation Research*, 22:5-12.
- Yamaguchi, Y., (2002). "Sport tourism, Sport volunteer and sport for all", *Journal of Asian Sport for all*, 1:29-36.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

ضیائی، فاطمه؛ موسوی گیلانی، سیدرضا؛ نژادسجادی، سیداحمد (۱۳۹۵). «تحلیل وضعیت گردشگری ورزشی استان سیستان و بلوچستان براساس مدل SWOT»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۶ (۱۲)، ۷۳-۸۵.