

تجزیه و تحلیل توریسم ورزشی در چهارچوب روش سوات در شهر تهران

قدیمی بهرام

دانشیار، عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۹/۳۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۰۹

چکیده

صنعت گردشگری در ایران از ظرفیت‌های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار است. هدف این بررسی تجزیه و تحلیل توریسم ورزشی در چهارچوب روش سوات در شهر تهران بود. این پژوهش در سه سطح توصیفی، تبیینی و تحلیل چند متغیری با تکنیک‌های مناسب مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جهت پاسخ به سوالات تحقیق از روش‌های آمار ناپارامتریک دوجمله‌ای^۱ (آزمون نسبت) و آزمون فریدمن^۲ و جهت تدوین برنامه ریزی استراتژیک توریسم ورزشی استان تهران از مدل SWOT استفاده شد. یافته‌ها: تفاوت معنی‌داری بین اولویت‌های نقاط ضعف مشاهده شد ($df = 28$) و سطح معنی‌داری $p = 0/001$ و مقدار $\chi^2 = 327/009$. تفاوت معنی‌داری بین اولویت‌های نقاط قوت وجود دارد ($df = 19$) و سطح معنی‌داری $p = 0/001$ و مقدار $\chi^2 = 42/422$. تفاوت معنی‌داری بین اولویت‌های تهدیدها وجود دارد ($df = 22$) و سطح معنی‌داری $p = 0/001$ و مقدار $\chi^2 = 149/012$. نتایج نشان داد که نقاط قوت توریسم ورزشی در شهر تهران شامل: وجود سیستم حمل و نقل مناسب، دسترسی به خدمات رفاهی، تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مناسب، توانایی شرکت در لیگ‌های ملی ورزشی، مراکز آبی مطلوب (دریا، دریاچه، رودخانه و استخرهای شنا) مطلوب و ... است. همچنین فرصت‌های اصلی شامل: نشر اصول فلسفه اسلامی و آیین ایرانی از راه توسعه توریسم، وجود زمینه برگزاری جشنواره‌های ورزشی، ایجاد بستر ارتباط نزدیک با شهرها و کشورهای همسایه و ... به عنوان متغیرهایی محسوب می‌شوند که زمینه را برای توسعه توریسم ورزشی هموار می‌سازند و همچنین برخی از مؤلفه‌ها تأثیر مثبت و مطلوبی از توسعه توریسم ورزشی می‌پذیرند. این تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عمدتاً خارج از قلمرو ورزش و توریسم ورزشی است و به منظور برنامه ریزی جهت توسعه این صنعت باید کلیه نقاط ضعف و قوت و تهدیدات و فرصت‌ها مورد بررسی موشکافانه قرار گیرد. در بخش مربوط به نقاط ضعف توریسم ورزشی یافته‌های این مطالعه نشان داد که عدم شفاف و در دسترس بودن آمار درآمد حاصل از این صنعت، ضعف کمک رسانه‌های جمعی و مطبوعات به توسعه این صنعت، قواعد اداری بوروکراتیک جهت پذیرش و جذب توریست‌ها، نبود مراکز خدمات طب ورزشی و ... به ترتیب به عنوان متغیرهای مهم و اثرگذار تلقی می‌شوند که صنعت توریسم ورزشی در شهر تهران در متغیرهای یاد شده یا فاقد آن است و یا از اثربخشی چندانی برخوردار نمی‌باشد. در حوزه تهدیدات توریسم ورزشی، نبود فضای رقابتی سالم بین عوامل مختلف جهت توسعه توریسم ورزشی، نا هماهنگی میان مقامات ارشد سیاسی، مذهبی و ورزشی، عدم اعمال نظارت موثر بر روند توسعه صنعت توریسم ورزشی و ... به عنوان تهدیداتی مهم بر سر راه توسعه توریسم ورزشی شهر تهران محسوب می‌گردند.

کلیدواژه‌ها: سوات، توریسم ورزشی، تهران، راهبرد تهاجمی، ماتریس ارزیابی

^۱ Binomial Test

^۲ Friedman Test

بیان مسأله:

صنعت گردشگری در ایران از ظرفیت‌های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار است. براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، ایران رتبه دهم جاذبه‌های باستانی و تاریخی و رتبه پنجم جاذبه‌های طبیعی را در جهان دارا است و یکی از امن‌ترین کشورهای منطقه و جهان از لحاظ امنیت برای گردشگران خارجی است. بر اساس آمارهای موجود، امروزه صنعت گردشگری در بیش از ۴۹ کشور در حال گسترش، به عنوان دومین منبع درآمدزایی به حساب می‌آید و راهبردی برای افزایش درآمد و فقرزدایی این کشورها است (اسدی، ۱۴۰۰).

جهانگردی مولد اقتصاد، موجب فرصت‌های شغلی در اقتصاد کشورها، روشی برای مشارکت در صلح جهانی از طریق تفاهم بین‌المللی و ایجاد روابط دوستانه و تعامل فرهنگی و نیز یکی از مهم‌ترین نشانه‌های ثبات سیاسی و امنیت اجتماعی است (بسته‌نگار ۱۴۰۰). در حوزه توریسم به طور عام و توریسم ورزشی به طور خاص، مطالعاتی صورت گرفته است. مهم‌ترین عوامل جذب گردشگران به روی داده‌های ورزشی بویژه در بعد بین‌المللی شامل: انجام عملیات بازاریابی و بهبود خدمات آژانس‌های گردشگری، همکاری مؤسسات ورزشی و گردشگری، دسترسی به منابع طبیعی، رایج بودن ورزش‌های پرطرفدار، وجود تفریحات و سرگرمی‌های شبانه، زیبا سازی محل برگزاری رویداد، سهولت در تهیه اقامت‌گاه مناسب، کیفیت تسهیلات اقامتی، ایجاد مراکز همایش هتل‌ها، رستوران‌ها و مراکز خرید بزرگ و وجود چشم‌اندازها و مکان‌های دیدنی در کشور میزبان می‌شود (عبداللهی بهنمیری، ۱۴۰۱). بررسی‌ها نشان می‌دهد که برگزاری مسابقات و تورهای ورزشی، مطلوب بودن کیفیت حمل و نقل، برگزاری نمایشگاه‌های مختلف، ارائه خدمات پزشکی ورزشی، تبلیغات وسیع، تشکیل گروه‌های غیردولتی به عنوان حامیان گسترش ورزش و گردشگری، تحکیم نهضت داوطلبی و... همگی می‌تواند از عوامل توریسم ورزشی باشد (ویدیانینگسی^۳، ۲۰۲۳). اندیشمندان در سالهای اخیر عنوان نموده‌اند که بایستی به اهمیت بازاریابی، مرغوبیت فرآورده‌ها و خدمات گردشگری، واسطه‌های گردشگری، دانش ارتباطی کارکنان و ارائه تسهیلات اینترنتی در گسترش صنعت توریسم اشاره نمود. همچنین الگوهای برنامه‌ریزی در بازاریابی گردشگری، وجود انسجام و نبود خلأهای قانونی در گسترش این صنعت بسیار مهم ارزیابی شده است. در واقع، توریسم ورزشی و رفتارهای اجتماعی، المان‌های کلیدی فرهنگ نوین و امروزی هستند و تاثیر خاصی بر رفتارهای اجتماعی دارند (زیاکاس^۴، ۲۰۲۳). تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که از دهه ۱۹۶۰ به عنوان یک رویداد مهم بین‌المللی، همراه با پوشش وسیع

³ Widianingsih

⁴ Ziakas

رسانه ای، تمرکز پول و اهرم های سیاسی مورد توجه ویژه قرار گرفته اند. توریسم ورزشی و رفتارهای اجتماعی، به شکل های مختلف می توانند بر توسعه یکدیگر اثرگذارند (صالحی، ۱۴۰۰). وید^۵ (۲۰۰۵)، بیان نمودند، که صنعت توریسم می تواند موجب بهبود وضعیت تاسیسات و اماکن ورزشی محلی شود و یا در جوامع مختلف، فرصت بوجود آمدن شرایطی برای هردو را به گونه ای که پیش از این وجود نداشته است فراهم نماید. مضافاً توریسم از رویدادهای ورزشی نیز منتفع می گردد، زیرا بسیاری از مسابقات و رخدادهای ورزشی نیز در ایام تعطیل اجرا می گردد. لذا به وضوح روند تاثیر متقابل و دوسویه اثرپذیری و اثرگذاری آنها بر یکدیگر کاملاً مشهود می نماید (چین^۶، ۲۰۲۳). علی رغم گسترش این صنعت در بسیاری از نقاط دنیا، گردشگری ورزشی در کشور ما جدید می باشد، لذا ضروری به نظر می رسد که مدیران کشور و و نیز استان مازندران از ظرفیت ها و توانمندی های موجود به سرعت استفاده کنند. برای تحقق این امر، شناسایی جنبه های مختلف این صنعت من جمله نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات اهمیتی خاص دارد. از آنجایی که تاکنون کمتر مطالعه ای با رویکرد مشترک توریسم ورزشی، رفتارهای اجتماعی و ارائه مدل استراتژیک و راهبردی صورت نگرفته است، لذا محقق بر آن شده است با استفاده از تحلیل سوات^۷ به این پژوهش بپردازند.

روش شناسی:

روش تحقیق حاضر توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق ۱۳۸۳ نفر مشتمل بر مدیران و مسئولین گردشگری و هتلداری موثر بر گردشگری، مسئول در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان، خبرگان مدیریت ورزشی، مدیران آژانس های متولی گردشگری، راهنمایان تورهای گردشگری در شهر تهران می باشند که از این تعداد ۳۳۶ نفر به عنوان نمونه مورد بررسی بطور تصادفی انتخاب گردیدند و پس از تکمیل پرسشنامه محقق ساخته که روایی و پایایی آن سنجیده شده است، نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدها ارائه شد. جهت تخمین تعداد نمونه کافی در این پژوهش از فرمول تخمین نمونه کوکران استفاده شده است.

ابزار این تحقیق در دو بخش تدوین شده است، بخش اول شامل ویژگی های مردم شناختی پاسخ دهندگان (جنسیت، رده سنی، پست سازمانی، سطح تحصیلات، سابقه کاری) بوده و بخش دوم مشتمل بر ۸۵ سوال بصورت بسته و در مقیاس لیکرت بود که با نقاط قوت و ضعف و تهدیدات و فرصت های توریسم ورزشی استان تهران مرتبط بود. که بر اساس طیف ۴ درجه ای (بسیار کم = ۱، کم = ۲، زیاد = ۳ و بسیار زیاد = ۴) تنظیم شده است. اعتبار صوری و روایی محتوایی پرسشنامه توسط ۸ نفر از متخصصین تربیت بدنی و علوم

^۵ Weed

^۶ Chen

^۷ SWOT

ورزشی عمدتاً دکترای مدیریت ورزشی و همچنین ۸ نفر از اساتید متخصص در زمینه گردشگری و ۸ نفر از کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی تأیید شد. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده های این تحقیق از روش های آمار توصیفی در دسته بندی و خلاصه کردن داده ها، تدوین جداول فراوانی و درصد استفاده شده است. مسوالات تحقیق عبارت بوده است از: الف) آیا در شهر تهران نقاط ضعف توریسم ورزشی وجود دارد؟ ب) آیا در شهر تهران نقاط قوت توریسم ورزشی وجود دارد؟ ج) آیا در شهر تهران فرصت های توریسم ورزشی وجود دارد؟ د) آیا در شهر تهران تهدیدات توریسم ورزشی وجود دارد؟ ه) آیا راهکارهای توسعه توریسم ورزشی در شهر تهران وجود دارد؟ جهت پاسخ به سوالات تحقیق از روش های آمار ناپارامتریک دو جمله ای^۸ (آزمون نسبت) و آزمون فریدمن^۹ استفاده شده است. جهت تدوین برنامه ریزی استراتژیک توریسم ورزشی استان تهران از مدل سوات استفاده شده است. در این پژوهش SPSS برای تجزیه و تحلیل داده ها در این تحقیق از نرم افزار آماری اطلاعات گرد آوری شده در سه سطح توصیفی، تبیینی و تحلیل چند متغیری با تکنیک های مناسب مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند. در توصیف داده ها از جداول یک بعدی و شاخص های پراکندگی و مرکزی به تناسب مقیاس متغیرها استفاده شده است. جهت پاسخ به سوالات تحقیق از روش های آمار ناپارامتریک دو جمله ای^{۱۰} (آزمون نسبت) و آزمون فریدمن^{۱۱} استفاده شده است و جهت تدوین برنامه ریزی استراتژیک توریسم ورزشی استان تهران از مدل SWOT استفاده شده است.

یافته ها:

ابتدا به بررسی ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان پرداختیم. از مجموع ۳۳۶ نفر شرکت کنندگان در این بررسی، تعداد ۶۷ نفر خانم (۱۹/۹۴٪) و ۲۶۹ نفر آقا بودند. دامنه سنی افراد در جدول زیر آمده است.

جدول ۱- توزیع دامنه سنی در شرکت کنندگان

متغیر	گروه بندی	فراوانی	درصد فراوانی
دامنه سنی	۲۰ تا ۲۶	۱۴	۴/۱۷
	۲۷ تا ۳۶	۱۰۰	۲۹/۷۶
	۳۷ تا ۴۵	۱۸۱	۵۳/۸۹

^۸ Binomial Test

^۹ Friedman Test

^{۱۰} Binomial Test

^{۱۱} Friedman Test

۱۲	۴۱	بیش از ۴۵	
۱۰۰	۳۳۶	مجموع	

سطح تحصیلات شرکت کنندگان در جدول زیر آمده است.

جدول ۲- توزیع سطح تحصیلات در شرکت کنندگان

متغیر	گروه بندی	فراوانی	درصد فراوانی
سطح سطح تحصیلات	حداکثر دیپلم	۲۴	۷/۱۴
	فوق دیپلم	۴۴	۱۳/۰۹
	لیسانس	۱۳۵	۴۰/۱۸
	فوق لیسانس و بالاتر	۱۳۳	۳۹/۵۸
	مجموع	۳۳۶	۱۰۰

توزیع سنوات کاری در جدول زیر آمده است.

جدول ۳- توزیع سنوات کاری در شرکت کنندگان

متغیر	گروه بندی	فراوانی	درصد فراوانی
سنوات کاری	حداکثر ۲ سال	۲۴	۷/۱۴
	۳ تا ۵	۳۴	۱۰/۱۲
	۶ تا ۱۰	۵۱	۱۵/۱۸
	۱۱-۱۵	۱۳۸	۴۱/۰۷
	بیش از ۱۶ سال	۲۴	۷/۱۴

یافته ها نشان داد تعداد نمونه با جنسیت مرد (۸۰/۰۵٪) خیلی بیشتر از تعداد بانوان (۱۹/۹۴٪) بوده است. در توصیف افراد بر اساس رده سنی مشخص گردید بیشترین گروه سنی با فراوانی ۵۳/۸۹٪ در دامنه ۳۷ تا ۴۵ و کمترین تعداد با فراوانی ۴/۱۷٪ در دامنه سنی ۲۰ تا ۲۶ سال قرار داشتند. از نظر ویژگی تحصیلات نیز کمترین فراوانی (۷/۱۴٪) در گروه دیپلم و زیر دیپلم و بیشترین فراوانی در گروه لیسانس (۴۰/۱۸٪) مشاهده گردید. بررسی داده ها در شاخص سنوات کاری نشانه آن است که کمترین فراوانی در دو گروه زیر ۲ سال و بالاتر از ۱۶ سال (۷/۱۴٪) و بیشترین فراوانی در دامنه کاری بین ۱۱ تا ۱۶ سال بوده است.

در جدول زیر به توصیف نقاط ضعف توریسم ورزشی در تهران پرداختیم.

جدول ۴- توصیف نقاط ضعف توریسم ورزشی در شهر تهران و اولویت بندی آنها

ردیف	متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	سطح	آزمون فریدمن	
				معنی داری	الویت بندی	رتبه بندی میانگین
۱	عدم شفاف و در دسترس بودن آمار درآمد حاصل از این صنعت	۱/۳۲	۰/۵۰	۰/۰۰۱	الویت بندی	۱۱/۰۹

۲	۱۱/۱۲	۰/۰۰۱	۰/۵۱	۱/۳۲	ضعف کمک رسانه های جمعی و مطبوعات به توسعه این صنعت
۳	۱۱/۸۳	۰/۰۰۱	۰/۴۹	۱/۳۹	قواعد اداری بوروکراتیک جهت پذیرش و جذب توریست ها
۴	۱۵/۱۴	۰/۰۰۱	۰/۴۸	۱/۶۹	نبود مراکز خدمات طب ورزشی (آب درمانی و...)
۵	۱۲/۲۲	۰/۰۰۱	۰/۶۲	۱/۴۱	عدم سیستم های تشویقی و محرک جهت فعالیت پژوهشگران
۶	۱۲/۲۸	۰/۰۰۱	۰/۵۵	۱/۴۱	نبود فضاهای ورزشی مطلوب با معماری جذاب جهت مسابقات
۷	۱۲/۴۳	۰/۰۰۱	۰/۶۰	۱/۴۲	نبود موزه های ورزشی با کیفیت
۸	۱۲/۴۹	۰/۰۰۱	۰/۴۹	۱/۴۱	نبود پایگاه های تحقیقاتی مجهز جهت برنامه ریزی استراتژیک
۹	۱۲/۵۲	۰/۰۰۱	۰/۴۸	۱/۴۳	نبود مراکز خرید، تفریح و سرگرمی شبانه روزی
۱۰	۱۳/۰۶	۰/۰۰۱	۰/۵۳	۱/۶۰	عدم مساعدت حامیان مالی (اسپانسرها) به ورزش
۱۱	۱۳/۱۹	۰/۰۰۱	۰/۵۱	۱/۴۹	عدم برگزاری تورهای ورزشی مختلف و با کیفیت مطلوب
۱۲	۱۳/۲۷	۰/۰۰۱	۰/۴۹	۱/۴۹	عدم تبلیغ کافی توریسم و ورزشی در وب سایت ها و وبلاگ های اختصاصی
۱۳	۱۵/۶۱	۰/۰۰۱	۰/۴۸	۱/۵۲	نبود پتانسیل و توانایی برگزاری رویدادهای بین المللی ورزشی
۱۴	۱۵/۶۹	۰/۰۰۱	۰/۴۸	۱/۵۹	نبود هتل و رستوران مطلوب در مجاورت مراکز جذب گردشگران
۱۵	۱۶/۳۱	۰/۰۰۱	۰/۵۳	۱/۶۰	عدم برگزاری مسابقات و تورنمنت های بین المللی ورزشی
۱۶	۱۶/۵۹	۰/۰۰۱	۰/۶۲	۱/۵۹	نبود بودجه و منابع مالی اختصاصی در خدمت توریسم ورزشی
۱۷	۱۶/۵۹	۰/۰۰۱	۰/۵۱	۱/۶۹	عدم رغبت بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این بخش
۱۸	۱۶/۷۱	۰/۰۰۱	۰/۴۹	۱/۸۳	عدم برگزاری دوره های مربیگری و داوری ملی و بین المللی
۱۹	۱۶/۷۳	۰/۰۰۱	۰/۴۸	۱/۸۳	عدم ایجاد تسهیلات ویژه برای صدور روادید گردشگران ورزش
۲۰	۱۷/۵۹	۰/۰۰۱	۰/۶۲	۱/۸۶	عدم استفاده از پوسترها، بلبوردها، بروشورها، کاتالوگ ها و نشریات
۲۱	۱۸/۱۹	۰/۰۰۱	۰/۴۹	۱/۸۵	نپرداختن به توریسم ورزشی استان در شبکه های تلویزیونی
۲۲	۱۸/۵۶	۰/۰۰۱	۰/۴۸	۱/۸۵	نبود انجمن ها، آژانس ها و مؤسسات فعال در این زمینه
۲۳	۱۸/۶۱	۰/۰۰۱	۰/۵۳	۱/۹۱	نبود نشریات الکترونیکی توریسم ورزشی با زبان های مختلف
۲۴	۱۹/۶۴	۰/۰۰۱	۰/۴۹	۱/۸۹	پتانسیل ضعیف جهت شرکت در لیگ های بین المللی ورزشی
۲۵	۱۹/۹۹	۰/۰۰۱	۰/۵۱	۱/۹۴	نبود افراد متخصص در حوزه توریسم ورزشی
۲۶	۲۰/۰۹	۰/۰۰۱	۰/۴۹	۱/۹۹	نبود راهنمایان (تور لیدر) زبده و توانا با قابلیت ارتباط و دانش کلامی
۲۷	۲۰/۱۸	۰/۰۰۱	۰/۴۸	۲/۰۹	عدم برگزاری نمایشگاه ها و سمینارهای ورزشی
۲۸	۲۱/۶۲	۰/۰۰۱	۰/۶۲	۱/۹۹	عدم برگزاری اردوهای کافی تدارکاتی ورزشی در سطح ملی و بین المللی
۲۹	۲۲/۰۲	۰/۰۰۱	۰/۵۵	۲/۳۶	مهیا نبودن امنیت برای گردشگران ورزشی

جدول ۵- نتایج آزمون فریدمن

۳۳۶	تعداد
۳۱۹/۰۰۹	کای اسکوتر
۲۸	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معنی داری آزمون

بر اساس یافته ها که از طریق انجام آزمون تجزیه و تحلیل فریدمن به دست آمد، موارد ۲۹ گانه موجود در جدول ۴ نقاط ضعف توریسم ورزشی در شهر تهران هستند. طبق مشاهدات انجام شده، تفاوت معنی داری

بین اولویتهای نقاط ضعف فوق وجود دارد ($df = 28$) و سطح معنی داری $p = 0/001$ و مقدار χ^2 دو = $327/009$). نتایج نشان می‌دهد که عدم شفاف و در دسترس بودن آمار درآمد حاصل از این صنعت با میانگین رتبه ۱۱/۰۹، مهمترین نقطه ضعف و مهیا نبودن امنیت برای گردشگران ورزشی با میانگین رتبه ۱۱/۰۹، کم اهمیت ترین نقطه ضعف به شمار می‌رود. پنج اولویت اول در نقاط ضعف عبارتند از: عدم شفاف و در دسترس بودن آمار درآمد حاصل از این صنعت، ضعف کمک رسانه های جمعی و مطبوعات به توسعه این صنعت، قواعد اداری بورکراتیک برای قبول و جذب توریست ها، نبود مراکز خدمات طب ورزشی، عدم سیستم های تشویقی و محرک جهت فعالیت پژوهشگران. در جدول زیر به توصیف نقاط قوت توریسم ورزشی در تهران می پردازیم.

جدول ۶- توصیف نقاط قوت توریسم ورزشی در شهر تهران و اولویت بندی آنها

ردیف	متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	سطح معنی داری	آزمون فریدمن	
					رتبه بندی میانگین	الویت بندی
۱	وجود سیستم حمل و نقل مناسب	۳/۲۰	۰/۷۱	۰/۰۰۱	۸/۹۹	۱
۲	دسترسی به خدمات رفاهی، تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مناسب	۳/۱۱	۰/۶۳	۰/۰۰۱	۸/۲۶	۲
۳	توانایی شرکت در لیگ های ملی ورزشی	۲/۹۹	۰/۷۷	۰/۰۰۱	۸/۰۱	۳
۴	مراکز آبی مطلوب (دریا، دریاچه، رودخانه و استخرهای شنا) مطلوب	۲/۹۶	۰/۶۸	۰/۰۰۱	۷/۹۳	۴
۵	جاذبه های طبیعی و محلی	۲/۸۹	۰/۷۸	۰/۱۹۹	۷/۳۱	۵
۶	مهیا بودن مسیرهای گردشگری ورزشی مناسب	۲/۸۷	۰/۸۱	۰/۰۰۱	۶/۸۳	۶
۷	برگزاری مسابقات در رشته های مختلف	۲/۷۷	۰/۹۲	۰/۰۰۱	۶/۵۱	۷
۸	پتانسیل برگزاری رویدادهای ملی ورزشی	۲/۷۰	۰/۶۹	۰/۰۰۱	۶/۲۹	۸
۹	برگزاری مسابقات و تورنمنت های ملی ورزشی	۲/۶۳	۰/۵۸	۰/۰۰۱	۶/۰۳	۹
۱۰	فراهم بودن نیروهای داوطلبی متخصص	۲/۶۱	۰/۵۶	۰/۲۰۱	۵/۹۷	۱۰
۱۱	دسترسی به آثار فرهنگی -باستانی و سایت های دیدنی و جذاب	۲/۵۴	۰/۵۲	۰/۰۰۱	۵/۸۹	۱۱
۱۲	غذاها و نوشیدنی های متنوع و با کیفیت	۲/۴۹	۰/۴۹	۰/۰۰۱	۵/۲۸	۱۲
۱۳	مطلوب بودن شرایط آب و هوایی	۲/۳۳	۰/۴۳	۰/۰۰۱	۵/۱۹	۱۳

در جدول زیر به نتایج آزمون فریدمن پرداختیم.

جدول ۷- نتایج آزمون فریدمن

۳۳۶	تعداد
۶۲/۸۹۱	کای اسکوتر
۱۲	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معنی داری آزمون

بر اساس یافته ها که از طریق انجام آزمون تجزیه و تحلیل فریدمن به دست آمد، موارد ۱۳ گانه موجود نقاط قوت توریسم ورزشی در شهر تهران هستند. طبق مشاهدات انجام شده، تفاوت معنی داری بین اولویت های

نقاط قوت وجود دارد ($df = 12$) و سطح معنی داری $p = 0/001$ و مقدار $\chi^2 = 62/891$ (نتایج نشان می‌دهد که وجود سیستم حمل و نقل مناسب با میانگین رتبه $8/99$ ، مهمترین نقطه قوت و مطلوب بودن شرایط آب و هوایی با میانگین رتبه $5/19$ ، کم اهمیت ترین نقطه قوت به شمار می‌رود. پنج اولویت اول در نقاط قوت شامل: وجود سیستم حمل و نقل مناسب، دسترسی به خدمات رفاهی، تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مناسب، توانایی شرکت در لیگ های ملی ورزشی، مراکز آبی مطلوب (دریا، دریاچه، رودخانه و استخرهای شنا)، جاذبه های طبیعی و محلی می شود.

در جدول زیر به توصیف تهدیدهای توریسم ورزشی در تهران پرداختیم.

جدول ۸- توصیف تهدیدهای توریسم ورزشی در شهر تهران و اولویت بندی آنها

ردیف	متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	سطح معنی داری	آزمون فریدمن	
					رتبه بندی میانگین	الویت بندی
۱	نبود فضای رقابتی سالم بین عوامل مختلف جهت توسعه توریسم ورزشی	۱/۶۰	۰/۵۶	۰/۰۰۱	۱۰/۰۶	۱
۲	نا هماهنگی میان مقامات ارشد سیاسی، مذهبی و ورزشی	۱/۵۸	۰/۴۳	۰/۰۰۱	۹/۹۱	۲
۳	عدم اعمال نظارت موثر بر روند توسعه صنعت توریسم ورزشی	۱/۵۷	۰/۴۹	۰/۰۰۱	۹/۶۵	۳
۴	نبود امنیت لازم جهت فعالیت بخش خصوصی توسط دولت	۱/۵۳	۰/۴۳	۰/۰۰۱	۹/۰۱	۴
۵	عدم ثبات و امنیت سیاسی، اقتصادی و... در کشورهای منطقه	۱/۴۸	۰/۶۹	۰/۰۰۱	۸/۹۵	۵
۶	نبود تسهیلات لازم برای بخش خصوصی (وام های بلند مدت و...)	۱/۴۷	۰/۵۸	۰/۰۰۱	۸/۹۲	۶
۷	تهاجم تبلیغات فرهنگی و... به کشور	۱/۴۶	۰/۴۹	۰/۰۰۱	۸/۵۲	۷
۸	نبود انسجام و هماهنگی میان سازمان های مختلف	۱/۴۱	۰/۶۹	۰/۰۰۱	۸/۳۰	۸
۹	عدم وجود سیاست ها و آیین نامه های حقوقی مدون و مشخص	۱/۳۷	۰/۵۲	۰/۰۰۱	۸/۱۲	۹
۱۰	نبود سیاست های کلان و استراتژیک در کشور	۱/۳۴	۰/۴۹	۰/۰۰۱	۷/۹۰	۱۰
۱۱	نبود سازوکار اجرایی مناسب جهت پرهیز از اشاعه تهاجم و تقابل فرهنگی	۱/۳۰	۰/۴۳	۰/۰۰۱	۷/۶۱	۱۱
۱۲	نبود تناسب و یا اختلافات فرهنگی موجود در راستای توسعه این صنعت	۱/۲۶	۰/۴۹	۰/۰۰۱	۷/۲۱	۱۲
۱۳	بی ثباتی بازار ناشی از برابری و نا همسانی ارز در قواعد تجاری و معاملاتی	۱/۲۳	۰/۴۳	۰/۰۰۱	۷/۰۱	۱۳
۱۴	عدم تدوین برنامه ریزی فرامرزی (استانی، ملی و بین المللی) جهت توسعه	۱/۱۹	۰/۶۹	۰/۰۰۱	۶/۸۱	۱۴
۱۵	عدم احساس اعتماد در مسئولین نسبت به توسعه و بهره وری این صنعت	۱/۱۶	۰/۵۸	۰/۰۰۱	۶/۴۹	۱۵
۱۶	ناآگاهی شهروندان نسبت به نقش های سازنده و چند جانبه توریسم	۱/۱۲	۰/۵۶	۰/۰۰۱	۶/۳۶	۱۶
۱۷	عملیاتی و اجرایی نشدن برنامه های استراتژیک به صورت منظم	۱/۰۹	۰/۴۳	۰/۰۰۱	۶/۰۲	۱۷
۱۸	نبود نقشه ها و برشورهای جامع توریسم (مراکز ورزشی، هتل ها و...)	۱/۰۸	۰/۵۲	۰/۰۰۱	۶/۰۰	۱۸
۱۹	عدم اتکا اقتصاد کلان کشور به درآمدهایی غیر از توسعه این صنعت	۱/۰۶	۰/۶۹	۰/۰۰۱	۵/۹۸	۱۹
۲۰	نبود برنامه ریزی جامع جهت طراحی، ساخت و نگهداری فضاهای ورزشی	۱/۰۴	۰/۵۸	۰/۰۰۱	۵/۹۱	۲۰
۲۱	عدم زیباسازی ورودی شهرها و جاده های منتهی به مراکز ورزشی	۱/۰۲	۰/۵۸	۰/۰۰۱	۵/۴۸	۲۱
۲۲	نبود فعالیت منسجم (نه موازی) سازمان های دست اندر کار این صنعت	۱/۰۱	۰/۵۶	۰/۰۰۱	۵/۲۴	۲۲
۲۳	نبود راهبرد کلان جهت توسعه زیربنای توریسم ورزشی	۱/۰۱	۰/۴۳	۰/۰۰۱	۵/۱۴	۲۳

در جدول زیر به نتایج آزمون فریدمن می پردازیم.

جدول ۹- نتایج آزمون فریدمن

۳۳۶	تعداد
۱۴۹/۰۱۲	کای اسکوتر

۲۲	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معنی داری آزمون

بر اساس یافته ها که از طریق انجام آزمون تجزیه و تحلیل فریدمن به دست آمد، موارد ۲۳ گانه موجود در جدول تهدیدهای توریسم ورزشی در شهر تهران هستند. طبق مشاهدات انجام شده، تفاوت معنی داری بین اولویت های تهدیدها وجود دارد ($df = 22$ و سطح معنی داری $p = 0/001$ و مقدار $\chi^2 = 149/012$). نتایج نشان می دهد که نبود فضای رقابتی سالم بین عوامل مختلف جهت توسعه توریسم ورزشی با میانگین رتبه ۱۰/۰۶، مهمترین تهدید و نبود راهبرد کلان جهت توسعه زیربنای توریسم ورزشی با میانگین رتبه ۵/۱۴، کم اهمیت ترین تهدید توریسم ورزشی به شمار می رود. پنج اولویت اول در تهدیدهای توریسم ورزشی شهر تهران شامل: نبود فضای رقابتی سالم بین عوامل مختلف جهت توسعه توریسم ورزشی، نا هماهنگی میان مقامات ارشد سیاسی، مذهبی و ورزشی، عدم اعمال نظارت موثر بر روند توسعه صنعت توریسم ورزشی، نبود امنیت لازم جهت فعالیت بخش خصوصی توسط دولت، عدم ثبات و امنیت سیاسی، اقتصادی و ... در کشورهای منطقه می شود. در ادامه به راهکارهای توسعه توریسم ورزشی در شهر تهران می پردازیم. بر اساس نقاط قوت و ضعف (عوامل درونی) و تهدیدها و فرصت ها (عوامل بیرونی)، راهکارهای توسعه توریسم ورزشی در قالب ۴ راهبرد تهاجمی (SO)، راهبرد انطباقی یا بازنگری (WO)، اقتضایی یا تنوع (ST) و راهبرد تدافعی (WT)، می تواند پیشنهاد گردد.

۱. راهبرد تهاجمی (SO):

- بهره گیری از توانمندی های نیروی انسانی بومی در جهت توسعه این صنعت
- برقراری ارتباط مستمر با شهرها و کشورهای همسایه جهت انجام رویدادها، مسابقات و ...
- توسعه و رونق ورزش های آبی جهت ورزش قهرمانی و همگانی
- جذب امکانات و اعتبارات جهت توسعه ورزش
- توسعه و راه اندازی آکادمی های ورزشی مانند کشتی و ...
- بهره گیری از فرصت اعتماد گردشگران با توسعه راهکارهای جذب و بازاریابی
- برگزاری رویدادهای پرمخاطب و جذاب ورزشی
- بهره گیری از فضاها و مسیرهای مطلوب با راه اندازی تورهای ملی و بین المللی ورزشی
- بهره گیری از منابع و مکان های مفرح و جذاب با برگزاری مسابقات متنوع

۲. راهبرد انطباق یا بازنگری (WO):

- تدوین چشم انداز حمایت رسانه ها از توریسم ورزشی
- تأمین اعتبار از محل های درآمدی جهت توسعه این صنعت

- ترغیب بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این بخش و عدم
- رویارویی دولت با آن از طریق طرح های توسعه
- ایجاد مراکز آموزشی و پژوهشی و بهره گیری از تجربیات نخبگان
- ایجاد مراکز خدمات پزشکی، ورزشی جهت امور قهرمانی و غیر آن
- تدوین برنامه های کلان جهت ترغیب پژوهشگران در راستای
- شناسایی نقاط ضعف و ارائه راهکارهای توسعه
- استفاده از علم روز معماری جهت ایجاد و توسعه فضاهای ورزشی
- راه اندازی نشریات الکترونیکی جهت ترویج این صنعت
- توسعه راهکارهای ارتقاء امنیت برای گردشگران ورزشی
- تخصیص هتل و رستوران های مطلوب در مجاورت مراکز جذب گردشگران و...

۳. راهبرد اقتضایی یا نوع (ST):

- تلاش در جهت ایجاد هماهنگی بین نهادهای مختلف دست اندر کار
- شفاف سازی مزایای وجود سیاست های کلان همراستا جهت توسعه این بخش
- ارائه درخواست از وکلای مردم در مجلس جهت تدوین سیاست های حقوقی مشخص و محکم
- ایجاد راهکارهای نظارتی جهت اجرای برنامه های مدون و توسعه این صنعت
- ایجاد اتاق های گفتگوی فرهنگ ها و ارائه سیاست های ترویج فرهنگ بومی
- پرهیز از رویارویی مستقیم با قدرت های مرموز و فتنه گر منطقه و کمک به توسعه امنیت در حوزه های مختلف
- تعامل با بخش روابط عمومی سازمان های ذیربط جهت برگزاری کرسی های هم اندیشی
- آموزش نیروهای داوطلبی و...

۴. راهبرد تدافعی (WT):

- ایجاد رویه های مناسب جهت پرهیز از اشاعه تهاجم و تقابل فرهنگی
- ایجاد نگرش های اقتصادی مبتنی بر آینده دور جهت ثبات و رونق بازار
- توجه به لزوم رقابت با رقبای منطقه ای و بین المللی با تدوین برنامه های دوربرد
- تهیه ابزار اطلاع رسانی جامع و پویا جهت ترویج و تبلیغ مناسب
- آگاه نمودن شهروندان عام در راستای رونق صنعت جهانگردی
- اهمیت دادن به اجرای طرح های استراتژیک و نیز ارزیابی آن و در صورت لزوم تغییر آن در بخش های مورد نیاز

- آگاه نمودن مسئولین و جامعه از مضرات اعتماد و اتکا به اقتصاد تک محصولی
 - کاهش قواعد بوروکراتیک جهت پذیرش و انجام امور گردشگران
 - ترویج تفکرات مثبت اقتصادی نسبت به این بخش
- ماتریس ارزیابی داخلی در جدول زیر آمده است.

جدول ۱۰- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IEF)

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تاثیر گذار داخلی
			نقاط ضعف (W)
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	عدم شفاف و در دسترس بودن آمار درآمد حاصل از این صنعت
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	ضعف کمک رسانه های جمعی و مطبوعات به توسعه این صنعت
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	قواعد اداری بوروکراتیک جهت پذیرش و جذب توریست ها
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	نبود مراکز خدمات طب ورزشی (آب درمانی و...)
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	عدم سیستم های تشویقی و محرک جهت فعالیت پژوهشگران
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	نبود فضاهای ورزشی مطلوب با معماری جذاب جهت مسابقات
۰/۱۲	۴	۰/۰۴	نبود موزه های ورزشی با کیفیت
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	نبود پایگاه های تحقیقاتی مجهز جهت برنامه ریزی استراتژیک
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	نبود مراکز خرید، تفریح و سرگرمی شبانه روزی
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	عدم مساعدت حامیان مالی (اسپانسرها) به ورزش
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	عدم برگزاری تورهای ورزشی مختلف و با کیفیت مطلوب
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	عدم تبلیغ کافی توریسم و ورزشی در وب سایت ها و وبلاگ های اختصاصی
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	نبود پتانسیل و توانایی برگزاری رویدادهای بین المللی ورزشی
۰/۰۸	۴	۰/۰۲	نبود هتل و رستوران مطلوب در مجاورت مراکز جذب گردشگران
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	عدم برگزاری مسابقات و تورنمنت های بین المللی ورزشی
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	نبود بودجه و منابع مالی اختصاصی در خدمت توریسم ورزشی
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	عدم رغبت بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این بخش
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	عدم برگزاری دوره های مربیگری و داوری ملی و بین المللی
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	عدم ایجاد تسهیلات ویژه برای صدور روادید گردشگران ورزش
۰/۰۸	۴	۰/۰۲	عدم استفاده از پوسترها، بیلبردها، بروشورها، کاتالوگ ها و نشریات
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	نپرداختن به توریسم ورزشی استان در شبکه های تلویزیونی
۰/۰۸	۴	۰/۰۲	نبود انجمن ها، آژانس ها و مؤسسات فعال در این زمینه
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	نبود نشریات الکترونیکی توریسم ورزشی با زبان های مختلف
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	پتانسیل ضعیف جهت شرکت در لیگ های بین المللی ورزشی
۰/۰۸	۴	۰/۰۲	نبود افراد متخصص در حوزه توریسم ورزشی
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	نبود راهنمایان (تور لیدر) زبده و توانا با قابلیت ارتباط و دانش کلامی

۰/۰۳	۳	۰/۰۱	عدم برگزاری نمایشگاه ها و سمینارهای ورزشی
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	عدم برگزاری اردوهای کافی تدارکاتی ورزشی در سطح ملی و بین المللی
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	مهیا نبودن امنیت برای گردشگران ورزشی
			نقاط قوت (S)
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	وجود سیستم حمل و نقل مناسب
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	دسترسی به خدمات رفاهی، تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مناسب
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	توانایی شرکت در لیگ های ملی ورزشی
۰/۰۲	۲	۰/۰۱	مراکز آبی مطلوب (دریا، دریاچه، رودخانه و استخرهای شنا) مطلوب
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	جاذبه های طبیعی و محلی
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	مهیا بودن مسیرهای گردشگری ورزشی مناسب
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	برگزاری مسابقات در رشته های مختلف
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	پتانسیل برگزاری رویدادهای ملی ورزشی
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	برگزاری مسابقات و تورنمنت های ملی ورزشی
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	فراهم بودن نیروهای داوطلبی متخصص
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	دسترسی به آثار فرهنگی - باستانی و سایت های دیدنی و جذاب
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	غذاها و نوشیدنی های متنوع و با کیفیت
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	مطلوب بودن شرایط آب و هوایی
۲/۶۳			جمع کل

عدد ۲/۶۳ بدست آمده از ماتریس IFE نشاندهنده غلبه نقاط قوت بر نقاط ضعف است.

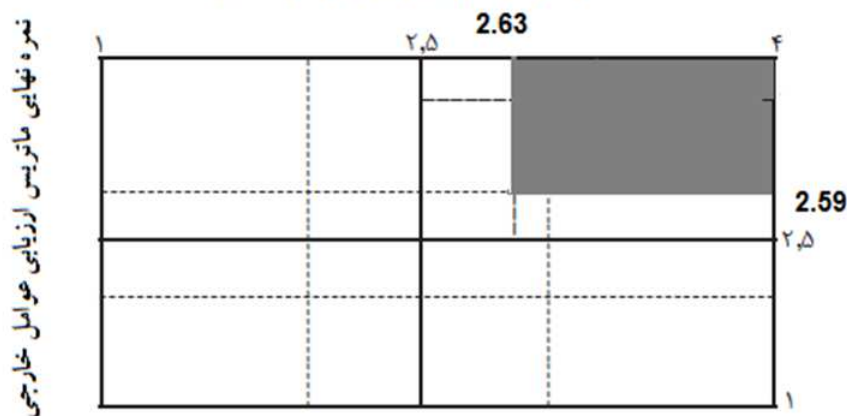
ماتریس ارزیابی خارجی در جدول زیر آمده است.

امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	عوامل تاثیر گذار خارجی
			فرصتها (O)
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	نشر اصول فلسفه اسلامی و آیین ایرانی از راه توسعه توریسم
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	وجود زمینه برگزاری جشنواره های ورزشی
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	ایجاد بستر ارتباط نزدیک با شهرها و کشورهای همسایه
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	اتحاد و شکل گیری هویت از راه توسعه توریسم
۰/۰۸	۴	۰/۰۲	بهره گیری از تجربیات سایر شهرها و کشورها
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	زمینه توسعه رشته های دانشگاهی (هتلداری، توریسم و مدیریت ورزشی)
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	پایین بودن هزینه های خدمات و نیروی انسانی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	جذب سرمایه های خارج از استان از طریق توسعه توریسم
۰/۱۲	۴	۰/۰۳	فرهنگ پذیرش توسعه توریسم ورزشی
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	رونق اشتغال در بخش های مختلف از طریق توسعه توریسم
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	هموار بودن زمینه بهره گیری از تجربیات نخبگان ورزشی

۰/۰۸	۴	۰/۰۲	توسعه بازارهای اقتصادی از طریق پویایی صنعت توریسم ورزشی
۰/۰۸	۴	۰/۰۲	وضعیت و جایگاه مطلوب ورزش
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	پتانسیل ایجاد مراکز آموزشی و پژوهشی (آکادمی های ورزشی مثل کشتی و...)
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	وجود زمینه ریسک پذیری جهت ورود به این صنعت
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	مناسبت های برگزاری رویدادهای مهم (جام موحد، دهه فجر)
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	طراحی و ایجاد مراکز تفریحی و ورزشی مصنوعی
۰/۰۳	۳	۰/۰۱	زمینه برگزاری مسابقات مهم
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	اعتماد و اطمینان گردشگران به پویایی صنعت توریسم ورزشی
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	مطلوب بودن وضعیت اقلیمی و توپوگرافیکی شهر تهران
			تهیدها (T)
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	نبود فضای رقابتی سالم بین عوامل مختلف جهت توسعه توریسم ورزشی
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	نا هماهنگی میان مقامات ارشد سیاسی، مذهبی و ورزشی
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	عدم اعمال نظارت موثر بر روند توسعه صنعت توریسم ورزشی
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	نبود امنیت لازم جهت فعالیت بخش خصوصی توسط دولت
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	عدم ثبات و امنیت سیاسی، اقتصادی و... در کشورهای منطقه
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	نبود تسهیلات لازم برای بخش خصوصی (وام های بلند مدت و...)
۰/۰۲	۲	۰/۰۱	تهاجم تبلیغات فرهنگی و... به کشور
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	نبود انسجام و هماهنگی میان سازمان های مختلف
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	عدم وجود سیاست ها و آیین نامه های حقوقی مدون و مشخص
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	نبود سیاست های کلان و استراتژیک در کشور
۰/۰۷	۱	۰/۰۷	نبود سازوکار اجرایی مناسب جهت پرهیز از اشاعه تهاجم و تقابل فرهنگی
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	نبود تناسب و یا اختلافات فرهنگی موجود در راستای توسعه این صنعت
۰/۰۲	۲	۰/۰۱	بی ثباتی بازار ناشی از برابری و نا همسانی ارز در قواعد تجاری و معاملاتی
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	عدم تدوین برنامه ریزی فرامرزی (استانی، ملی و بین المللی) جهت توسعه
۰/۰۲	۲	۰/۰۱	عدم احساس اعتماد در مسئولین نسبت به توسعه و بهره وری این صنعت
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	ناآگاهی شهروندان نسبت به نقش های سازنده و چند جانبه توریسم
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	عملیاتی و اجرایی نشدن برنامه های استراتژیک به صورت منظم
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	نبود نقشه ها و بروشورهای جامع توریسم (مراکز ورزشی، هتل ها و...)
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	عدم اتکا اقتصاد کلان کشور به درآمدهایی غیر از توسعه این صنعت
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	نبود برنامه ریزی جامع جهت طراحی، ساخت و نگهداری فضاهای ورزشی
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	عدم زیباسازی ورودی شهرها و جاده های منتهی به مراکز ورزشی
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	نبود فعالیت منسجم (نه موازی) سازمان های دست اندر کار این صنعت
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	نبود راهبرد کلان جهت توسعه زیربنای توریسم ورزشی
۲/۵۹			جمع کل

عدد بدست آمده از ماتریس EFE (۲/۵۹) بیانگر غلبه تهدیدهای محیطی بر فرصت های محیطی است. نتیجه ارزیابی ماتریس عوامل داخلی و خارجی نشانگر انتخاب راهکار تهاجمی (SO) است.

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی



بحث و نتیجه گیری:

یافته های این تحقیق در بخش مربوط به نقاط قوت توریسم ورزشی نشان داد که نقاط قوت توریسم ورزشی در شهر تهران شامل: وجود سیستم حمل و نقل مناسب، دسترسی به خدمات رفاهی، تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مناسب، توانایی شرکت در لیگ های ملی ورزشی، مراکز آبی مطلوب (دریا، دریاچه، رودخانه و استخرهای شنا) و ... است. همچنین فرصت های اصلی شامل: نشر اصول فلسفه اسلامی و آیین ایرانی از راه توسعه توریسم، وجود زمینه برگزاری جشنواره های ورزشی، ایجاد بستر ارتباط نزدیک با شهرها و کشورهای همسایه و ... به عنوان متغیرهایی محسوب می شوند که زمینه را برای توسعه توریسم ورزشی هموار می سازند و همچنین برخی از مؤلفه ها تأثیر مثبت و مطلوبی از توسعه توریسم ورزشی می پذیرند. این تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عمدتاً خارج از قلمرو ورزش و توریسم ورزشی است و به منظور برنامه ریزی جهت توسعه این صنعت باید کلیه نقاط ضعف و قوت و تهدیدات و فرصت ها مورد بررسی موشکافانه قرار گیرد. در بخش مربوط به نقاط ضعف توریسم ورزشی یافته های این مطالعه نشان داد که عدم شفاف و در دسترس بودن آمار درآمد حاصل از این صنعت، ضعف کمک رسانه های جمعی و مطبوعات به توسعه این صنعت، قواعد اداری بوروکراتیک جهت پذیرش و جذب توریست ها، نبود مراکز خدمات طب ورزشی و ... به ترتیب به عنوان متغیرهای مهم و اثرگذار تلقی می شوند که صنعت توریسم ورزشی در شهر تهران در متغیرهای یاد شده یا فاقد آن است و یا از اثربخشی چندانی برخوردار نمی باشد. در حوزه تهدیدات توریسم ورزشی، نبود فضای رقابتی سالم بین عوامل مختلف جهت توسعه توریسم ورزشی، نا هماهنگی میان مقامات ارشد سیاسی، مذهبی و ورزشی، عدم اعمال نظارت موثر بر روند توسعه صنعت توریسم ورزشی و ... به عنوان تهدیداتی مهم بر سر راه توسعه توریسم ورزشی شهر تهران محسوب می گردند. عدم مثبت

اندیشی نسبت به گردشگری در جامعه، فقدان تبلیغات مناسب، فقدان مدیریت متمرکز برای سیاست گذاری های استراتژیک، برخورد نامطلوب و غیر متعهدانه و ... و امور مرتبط با آن، نبود سیاست برنامه ریزی واحد و منسجم، کمبود اقامت گاه های تفریحی و ... به عنوان نکات منفی توریسم ورزشی در شهر تهران هستند. یکی از موضوعات با اهمیت در توسعه مبانی توریسم و گردشگری ورزشی، حضور نیروی انسانی متخصص و کارآزموده می باشد که متأسفانه خلاً شدیدی در این بخش به چشم می خورد. از جمله مفاهیم با اهمیت در گسترش این صنعت، داشتن رویکردی استراتژیک و دوربرد به کلیه مسائل مرتبط می باشد. مطابق با آنچه که در این تحقیق حاصل شد، برگزاری مسابقات در سطوح منطقه ای، ملی و بین المللی یک از ضرورت های زیربنایی توسعه این صنعت است. مدیران باید نگاهی کاملاً راهبردی به این مسأله داشته باشند و هدف آنها از برگزاری هر رویدادی ورزشی، رسیدن به اهداف و مقاصد عملیاتی در راستای تحقق اهداف استراتژیک باشد. اگرچه نتایج تحقیقات یاد شده پیشین در اکثر موارد محدود بوده و چند جنبه مشخص را مورد بررسی قرار داده اند، اما با تلفیق نتایج این تحقیقات و مقایسه آنها با یافته های منتج از مطالعه حاضر که اتفاقاً به طور تقریباً جامع و همه جانبه به مؤلفه های اثرگذار پرداخته است، می توان به این نتیجه رسید که غالب تحقیقات سابق عوامل جذب کننده و دفع کننده گردشگران به شهر و یا کشور مقصد را مورد مطالعه قرار داده اند، اما در پژوهش حاضر به طور مشخص عوامل درونی و بیرونی موثر در توریسم ورزشی (نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدات) به شیوه دقیق و کامل برای شهر تهران مورد بررسی قرار گرفته است. همانگونه که تحلیل آماری در فصل چهارم نیز نشان داد استراتژی مناسب انتخاب راهکار تهاجمی (SO) است که رئوس آنها شامل: بهره گیری از توانمندی های نیروی انسانی بومی در جهت توسعه این صنعت، برقراری ارتباط مستمر با شهرها و کشورهای همسایه جهت انجام رویدادها، مسابقات، توسعه و رونق ورزش های آبی جهت ورزش قهرمانی و همگانی، جذب امکانات و اعتبارات جهت توسعه ورزش، توسعه و راه اندازی آکادمی های ورزشی مثل کشتی، بهره گیری از فرصت اعتماد گردشگران با توسعه راهکارهای جذب و بازاریابی، برگزاری رویدادهای پرمخاطب و جذاب ورزشی، بهره گیری از فضاها و مسیرهای مطلوب با راه اندازی تورهای ملی و بین المللی ورزشی، بهره گیری از منابع و مکان های مفرح و جذاب با برگزاری مسابقات متنوع می باشد.

منابع:

- اسدی، عباس، حیدرزاده هنزایی، کامبیز، خون سیاوش، محسن، و علیقلی، منصوره (۱۴۰۰). برساخت و تجربه زیسته نخبگان صنعت گردشگری از بازاریابی گردشگری به روش داده بنیاد. آینده پژوهی مدیریت (پژوهش های مدیریت)، ۳۱(۱۲۵)، ۹-۲.

بسته نگار، مهرنوش (۱۴۰۰). رقص، سرمایه ای نمادین؛ گزینه ای برای توسعه گردشگری ایران. باغ نظر، ۱۸(۹۶)، ۹۵-۱۰۴.

صالحی عمران، ابراهیم، عابدینی بلترک، میمنت، و مهدی پورمیر، سیده راضیه (۱۴۰۰). جایگاه گردشگری در کتاب های درسی دوره ابتدایی. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۹(۱۸)، ۲۹-۵۲.

عبدالهی بهنمیری، سیده فاطمه، میرابی، وحیدرضا، و نوروزی، علی. (۱۴۰۱). نقش ارتباطات ورزشی در توسعه صنعت

گردشگری ورزشی با نقش میانجی رسانه های اجتماعی در ایران. رسانه، ۳۳(۴) (پیاپی ۱۲۹)، ۱۱۳-۱۳۳. SID.

هنزور، افشار. (۱۳۸۵). نقش گردشگری ورزشی در توسعه ورزش. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

Chen, Z., Li, S., Wu, Q., Wu, Z., & Xin, S. (2023). The decision-making determinants of sport tourists: a meta-analysis. *Current Issues in Tourism*, 26(12), 1894-1914.

Weed, m(2005). *sport tourism tyherory and method -Concepts, issues and epistemologies. European sport management quarterly*, 3, 223-242.

Widianingsih, I., Abdillah, A., Herawati, E., Dewi, A. U., Miftah, A. Z., Adikancana, Q. M., ... & Sasmono, S. (2023). Sport Tourism, Regional Development, and Urban Resilience: A Focus on Regional Economic Development in Lake Toba District, North Sumatra, Indonesia. *Sustainability*, 15(7), 5960.

Ziakas, V. (2023). Leveraging sport events for tourism development: The event portfolio perspective. *Journal of Global Sport Management*, 8(1), 43-72.

Analysis of sports tourism in the framework of SWOT method in Tehran

Bahram Ghadimi, Department of Sociology and social sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

The tourism industry in Iran has very high capacities for growth and development. The purpose of this study was to analyze sports tourism in the framework of SWOT method in Tehran. Methodology: This research was analyzed in three levels: descriptive, explanatory and multivariate analysis with appropriate techniques. In order to answer the research questions, binomial non-parametric statistics (proportion test) and Friedman's test were used, and SWOT model was used to formulate the strategic planning of sports tourism in Tehran province. Findings: A significant difference was observed between the priorities of weaknesses ($df=28$, significance level $p=0.001$, and chi-square value=327.009). There is a significant difference between the priorities of strengths ($df = 19$ and significance level $p = 0.001$ and chi-square value = 43.432). There is a significant difference between the priorities of threats ($df = 22$ and significance level $p = 0.001$ and chi-square value = 149.012). Discussion and conclusion: The results showed that the strengths of sports tourism in Tehran include: the existence of a suitable transportation system, access to welfare services, recreation and facilities at reasonable prices, the ability to participate in national sports leagues, favorable water centers (sea , lake, river and swimming pools) is desirable and... Also, the main opportunities include: publishing the principles of Islamic philosophy and Iranian religion through the development of tourism, the existence of a field for organizing sports festivals, creating a platform for close communication with neighboring cities and countries, etc. They make smooth and also some components receive a positive and favorable effect from the development of sports tourism. This impact is mainly outside the realm of sports and sports tourism, and in order to plan for the development of this industry, all weaknesses and strengths, threats and opportunities must be carefully examined. In the part related to the weaknesses of sports tourism, the findings of this study showed that the lack of transparency and availability of income statistics from this industry, the weakness of mass media and the press in the development of this industry, bureaucratic administrative rules for accepting and attracting tourists, Absence of sports medicine service centers and... Respectively are considered as important and effective variables that the sports tourism industry in the city of Tehran is either lacking in the mentioned variables or is not very effective.

Keywords: Swot, Sports Tourism, Tehran offensive strategy, evaluation matrix

Analysis of sports tourism in the framework of SWOT method in Tehran

Bahram Ghadimi, Department of social sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

The tourism industry in Iran has very high capacities for growth and development. The purpose of this study was to analyze sports tourism in the framework of SWOT method in Tehran. Methodology: This research was analyzed in three levels: descriptive, explanatory and multivariate analysis with appropriate techniques. In order to answer the research questions, binomial non-parametric statistics (proportion test) and Friedman's test were used, and SWOT model was used to formulate the strategic planning of sports tourism in Tehran province. Findings: A significant difference was observed between the priorities of weaknesses ($df=28$, significance level $p=0.001$, and chi-square value=327.009). There is a significant difference between the priorities of strengths ($df = 19$ and significance level $p = 0.001$ and chi-square value = 43.432). There is a significant difference between the priorities of threats ($df = 22$ and significance level $p = 0.001$ and chi-square value = 149.012). Discussion and conclusion: The results showed that the strengths of sports tourism in Tehran include: the existence of a suitable transportation system, access to welfare services, recreation and facilities at reasonable prices, the ability to participate in national sports leagues, favorable water centers (sea, lake, river and swimming pools) is desirable and... Also, the main opportunities include: publishing the principles of Islamic philosophy and Iranian religion through the development of tourism, the existence of a field for organizing sports festivals, creating a platform for close communication with neighboring cities and countries, etc. They make smooth and also some components receive a positive and favorable effect from the development of sports tourism. This impact is mainly outside the realm of sports and sports tourism, and in order to plan for the development of this industry, all weaknesses and strengths, threats and opportunities must be carefully examined. In the part related to the weaknesses of sports tourism, the findings of this study showed that the lack of transparency and availability of income statistics from this industry, the weakness of mass media and the press in the development of this industry, bureaucratic administrative rules for accepting and attracting tourists, Absence of sports medicine service centers and... Respectively are considered as important and effective variables that the sports tourism industry in the city of Tehran is either lacking in the mentioned variables or is not very effective.

Keywords: Swot, Sports Tourism, Tehran offensive strategy, evaluation matrix