

مطالعه عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری استان هرمزگان با بهره‌گیری از ورزش‌های ساحلی

محمد مهدی جهانبخش

دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی پردیس بین‌المللی کیش، کیش، ایران

حسین رجبی نوش آبادی*

استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه تهران، پردیس بین‌المللی کیش، ایران

سید نصرالله سجادی

استاد مدیریت ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مهرزاد حمیدی

دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۸

چکیده

هدف این پژوهش، مطالعه عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری در استان هرمزگان با بهره‌گیری از ورزش‌های ساحلی بود. روش پژوهش به شیوه‌ی توصیفی-تحلیلی بوده و پس از گردآوری، طبقه‌بندی و سازمان‌دهی داده‌هایی که از کارشناسان گردشگری ورزشی و گردشگران ساحلی استان هرمزگان تهیه گردیده، به تحلیل آنها پرداخته شد. برای دستیابی به این رهیافت، با تعیین نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها براساس مدل SWOT به ارائه‌ی راهبرد مدیریتی در توسعه گردشگری استان هرمزگان با تأکید بر ورزش‌های ساحلی پرداخته شد. نتایج نشان داد که ایجاد فضای سبز ساخته شده در نواحی ساحلی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، حمایت از برنامه‌های گردشگری نواحی ساحلی و حفظ سنت‌های فرهنگی و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف مهم‌ترین نقاط قوت منطقه هستند. تخریب محیط زیست و اکولوژی‌های دریایی از طریق ریختن پسماندها به دریا و عبور قایق‌های گردشگری به همراه خطر آسیب‌رسانی به میراث فرهنگی جامعه و تنش بین گردشگران و محیط میزبان، به‌عنوان نقاط ضعف منطقه شناخته می‌شود. مهم‌ترین فرصت‌ها نیز رشد و توسعه در بخش‌های دیگر صنعت گردشگری و افزایش قابلیت‌های سازمانی و بهره‌برداری از بازار می‌باشد. مهم‌ترین تهدیدها نیز تورم و افزایش قیمت، اجاره بها و ایجاد شغل‌های کاذب خواهد بود. به‌طورکلی، موقعیت استراتژیک توسعه گردشگری ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان در موقعیت تهاجمی SO قرار دارد که در اجرای این استراتژی، سازمان با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشد از فرصت‌های خارجی حداکثر بهره‌برداری را نماید.

کلیدواژه‌گان: توسعه گردشگری، گردشگری ورزشی، ورزش‌های ساحلی، ورزش‌های آبی، استان هرمزگان.

مقدمه

توریسم ورزشی یکی از مهم‌ترین عوامل گردشگری جهانی تعریف شده است که نحوه‌ی مدیریت آن نیز اغلب بر اساس برنامه‌های ورزشی زمان‌بندی می‌شود. به‌گونه‌ای که در دوره‌ی سرد سال، ورزش‌های زمستانی موجب برگزاری مسابقات ورزشی و توسعه‌ی جذب گردشگر در مکان برگزاری مسابقات می‌شود و دوره‌ی گرم سال نیز ورزش‌های تابستانی نقش مهمی در جذب گردشگر در مکان‌های ورزشی دارد (گیبسون، ۱۹۹۸). گردشگری به عنوان یکی از مهمترین منابع توسعه پایدار، فرصت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی زیادی را برای کلان‌شهرهای جهان از جمله کلان‌شهرهای ایران به وجود می‌آورد. (حسینی نسب و همکاران، ۱۳۹۸). لغت گردشگری^۱ از کلمه تور^۲ به معنای گشتن، اخذ شده که ریشه در لغت لاتین تورنس^۳ به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد می‌باشد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است. همچنین، گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که در طول مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد و شامل هر فعالیتی از قبیل: برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و یا حتی یادآوری خاطرات سفر است. گردشگری یکی از صنایع پُر درآمد جهان است. این صنعت با صنایع دیگری از قبیل صنایع بیمارستانی، حمل و نقل، غذایی، سینما و تئاتر و کسب و کار ارتباط تنگاتنگی دارد (هورنر و اسواربروک، ۲۰۱۶) یکی از انواع گردشگری طبیعت‌گرا گردشگری ساحلی است. مفهوم گردشگری ساحلی طیف کاملی از گردشگری، فراغت و فعالیت‌های تفریحی را که در نواحی ساحلی و آب‌های نزدیک ساحل روی می‌دهد را در بر می‌گیرد. بر این اساس عرضه محصولات گردشگری ساحلی شامل اسکان، پذیرایی، صنعت محصولات غذایی، خانه‌های دوم و زیرساخت پشتیبان توسعه ساحلی را شامل می‌شود (امین بیدختی و شریفی، ۱۳۹۱). هال (۲۰۰۱) گردشگری ساحلی را در ارتباطی نزدیک با گردشگری دریایی می‌داند. از نظر وی، گردشگری دریایی شامل فعالیت‌هایی است که در آب‌های ساحلی انجام می‌شوند که شامل فعالیت‌های تفریحی مانند شنا، حمام آفتاب و پیاده‌روی کنار ساحل می‌گردد (کمیسون اروپایی، ۲۰۱۴). گردشگری ساحلی زیرمجموعه گردشگری دریایی است که بیشترین گردشگر را به خود جذب می‌کند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۹). افزون بر این، فعالیت‌های متکی بر منابع طبیعی اعم از ماهیگیری، شنا، حمام آفتاب، غواصی، قایقرانی و اسکی روی آب و غیره، فعالیت‌های متکی بر تسهیلات انسان ساخت، مانند تفریح، خرید، استفاده از رستوران‌های ساحلی، پارک‌های ساحلی، پلاژها و هتل‌های ساحلی، سینماهای روباز و نظیر آن که در حوزه عوامل انگیزاننده گردشگران برای بازدید و استفاده از امکانات و تسهیلات سواحل هستند از عوامل گردشگری ساحلی می‌باشند (قادری، باقری، فرزین و کاظمیان، ۱۳۹۷). در این میان سواحل، تالاب‌ها، دریاها و اقیانوس‌ها به دلیل آنکه حد فاصل بین انبوهی از آب و خشکی می‌باشد دارای اهمیت ویژه‌ای است و از پرجاذبه‌ترین مکان‌ها برای جذب گردشگر به حساب می‌روند. ناحیه ساحل محل پیوند آب و خشکی و فصل مشترک دو اکوسیستم با اختصاصات مجزا از یکدیگر است (ده سوخته، خبازی و سارانی، ۱۳۹۷). توسعه گردشگری ساحلی به استفاده بهینه از منابع ساحلی و کاهش پیامدهای ناسازگار و تهدیدات در پروژه‌های توسعه‌ای مناطق ساحلی از طریق مدیریت

1. tourism
 ۲. tour
 ۳. turns

راهبردی، برنامه ریزی، شناخت چالش اصلی طرح‌های مدیریتی صنعت توریسم و همچنین آماده سازی ذینفعان درگیر در فرآیند طرح‌ها اشاره دارد (موگوئی، حسینی، آل مظفر، ۱۳۹۵). با توجه به اینکه صنعت گردشگری در استان هرمزگان در صورت توسعه قابلیت زیادی برای ایجاد تحول و توسعه در تمامی جوانب را خواهد داشت و همچنین از آنجا که سرمایه‌گذاری در خصوص گردشگری ورزشی، وجود و حضور تیم‌های ورزشی و ورزشکاران، تورنمنت‌ها و لیگ‌های مختلف کشوری، آسیایی و حتی جهانی می‌تواند بسیاری از کاستی‌ها و مشکلاتی که این استان با آن روبه روست را کاهش دهد، بنابراین برای ایجاد صنعت گردشگری ورزشی نیاز است تا شناسایی عوامل موثر در توسعه گردشگری مناطق ساحلی با تمرکز بر مقوله ورزشی و اولویت‌بندی این عوامل صورت گیرد. چرا که شناسایی این عوامل ارائه تسهیلات، تأسیسات و امکانات تناسب و ارتباط منظم و هماهنگ بین این عوامل را میسر خواهد ساخت (سهرابی پور و جوادی، ۱۳۹۳). ظرفیت‌ها، وضعیت و کارکرد این فعالیت در شهرهای گردشگرپذیر می‌باشد (اکبریان رونیزی، ۱۳۹۶). بنابراین شناسایی ظرفیت‌های طبیعی، اقتصادی منطقه و برنامه‌ریزی برای تحقق زمینه‌های واقعی توسعه منطقه که قابلیت اشتغال‌زایی خواهد داشت مهم و شایان توجه است (پاک سرشت، ۱۳۹۶). فعالیت‌های گردشگری ساحلی را می‌توان به دو گروه اصلی تقسیم نمود: ۱- فعالیت‌های متکی بر طبیعت مانند ماهیگیری، شنا، حمام آفتاب، غواصی، قایقرانی، اسکی روی آب و غیره ۲- فعالیت‌های متکی بر تسهیلات انسان ساخت مانند خرید، تفریح، استفاده از رستوران‌ها، پارک‌های ساحلی، پلاژها و هتل‌های ساحلی، سینماهای روباز و نظیر آن (تقوایی، تقی زاده و کیومرثی، ۱۳۹۰). رجیبی و همکاران (۱۳۹۶) اذعان داشتند که کلوپ‌های ورزشی دریایی جزیره کیش باید به عواملی از قبیل موارد کیفی ملموس، پاسخ‌گویی، همدلی و اطمینان توجه کافی داشته تا سطح رضایت‌مندی مشتریان خود را بالا برده و از این طریق ضمن شناخت رفتار مصرف‌کنندگان خود در آن‌ها حس وفاداری ایجاد کنند. با عنایت به مسأله پژوهش، محقق در نظر دارد تا با مطالعه عوامل موثر بر توسعه گردشگری مناطق ساحلی هرمزگان با تاکید بر ورزش‌های ساحلی، نقاط قوت و موانع موجود در این مهم را مورد کنکاش موثر قرار داده و با استفاده از بازاریابی موثر و بهره‌گیری از نظرات مفید متخصصان این حوزه در رفع این موانع و ارتقاء امکانات در راستای درآمدزایی برای افراد بومی منطقه و همچنین کل کشور به کمک جلب گردشگر اقدام نماید. همچنین استفاده از امکانات طبیعی این منطقه در ارتقاء جایگاه ورزش کشور در عرصه‌های بین‌المللی در رشته‌های مرتبط با ظرفیت‌های طبیعی موجود از فواید این طرح پژوهشی می‌باشد. پتانسیل‌های گردشگری سواحل خلیج فارس به‌ویژه در محدوده‌ی سیاسی استان هرمزگان متنوع بوده و قابلیت استفاده از این فرصت‌ها باعث شده تا در پژوهش حاضر سعی گردد با شناخت نقاط قوت و ضعف و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ورزشی، گام مهمی در مسیر بهبود گردشگری این منطقه برداشته شود.

مبانی نظری:

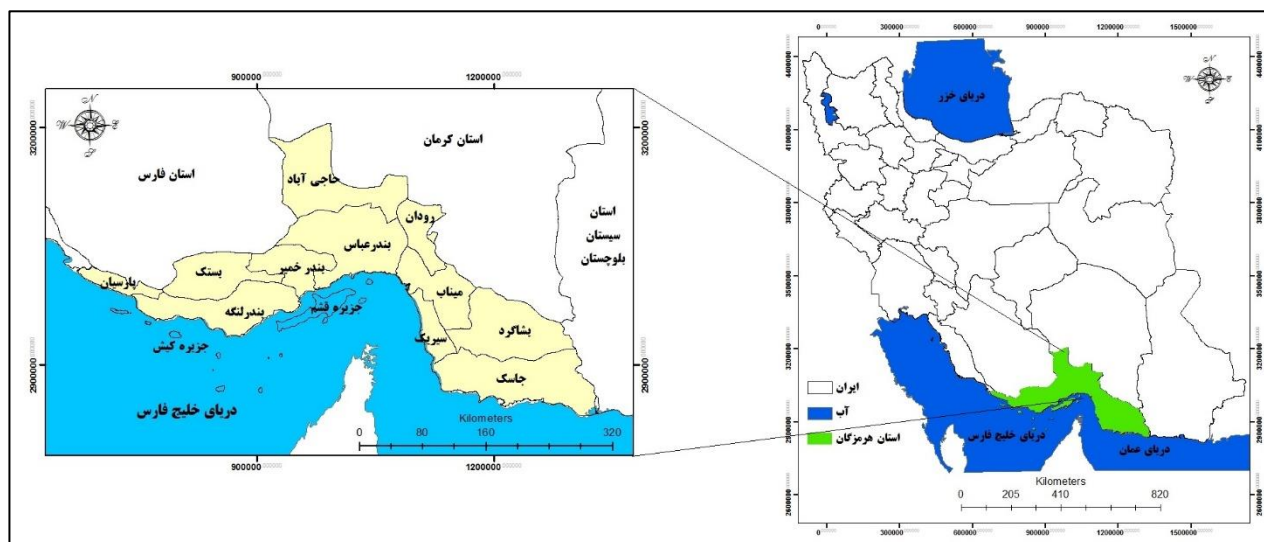
صنعت گردشگری پس از نفت به عنوان دومین اقتصاد جهان، درآمدهای بسیاری را برای کشورهای مختلف در پی دارد و از طرفی چون به گسترده‌ترین صنعت دنیا نیز بدل شده است، لذا به یکی از مؤلفه‌های تفکیک‌ناپذیر زندگی انسان معاصر تبدیل شده است. امروزه این صنعت نه تنها برای بسیاری از کشورها به منزله‌ی یکی از منابع مهم اقتصادی است؛ بلکه به دلیل سازوکار منحصر به فرد اقتصادی خود از آن به عنوان صادرات نامرئی نیز یاد می‌شود

(Bassey, 2015) اما باید به این مسأله معترف بود که ابعاد اقتصادی صنعت گردشگری نتیجه مدیریت و برنامه‌ریزی در لایه‌های پنهان و پشت‌پرده این صنعت می‌باشد که دولت‌ها نقش اصلی را در تحقق آن دارند. در واقع، عمق تأثیرگذاری دولت‌ها در صنعت گردشگری به حدی می‌باشد که بدون دخالت و سرمایه‌گذاری دولت به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، رشد و توسعه این صنعت میسر نخواهد بود. از سوی دیگر، صنعت گردشگری برای توسعه کشورهای جهان سوم به حدی اهمیت دارد که پژوهشگران، چهاردهه پیشتر آنرا به مثابه امیدبخش‌ترین، پیچیده‌ترین و جایگزین‌ترین صنعتی دانسته‌اند که این کشورها برای توسعه در پیش روی خود دارند (Lea, 2006). عوامل مختلفی در گردشگری ورزشی به‌ویژه ورزش‌های ساحلی نقش دارند که به‌عنوان معیارهای اصلی در صنعت توریسم شناخته می‌شوند. پژوهشگران با رویکرد مدیریت یکپارچگی ساحل به دنبال شناخت این معیارها بوده و مبتنی بر تفاوت سواحل از نگاه محیطی - جغرافیایی، عوامل و معیارهای مختلفی را در جذب گردشگر ورزشی شناسایی نموده‌اند. در سواحل دریای خزر عامل تبلیغات و بازاریابی مهم‌ترین عامل توسعه‌ی گردشگری ورزشی محسوب می‌شود (غفوری و دیگران، ۱۳۹۲). کیفیت خدمات ارائه شده برای گردشگران ساحلی که برای ورزش به آن مکان آمده‌اند، یکی از مولفه‌های اصلی در جذب گردشگر ساحلی است که برنامه‌ریزی در این زمینه نقش مهمی در افزایش گردشگر خواهد داشت (Hasan et al., 2019). عبدالرحمن و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان پایداری گردشگری ورزشی دریایی در ترنگگانو با استفاده از تجزیه و تحلیل سود و هزینه، به بررسی گردشگری ورزشی در مالزی پرداختند. آن‌ها اذعان داشتند که فعالیت‌های ورزشی دریایی می‌تواند به اقتصاد محلی و به ویژه دولت کمک نماید. همچنین لازم است که برنامه‌ریزی برای آینده انجام شود و سالانه یک رویداد ورزشی دریایی برای جذب گردشگران و شرکت کنندگان برگزار شود. رجبی، طریقی و میزانی (۱۳۹۴)، در بررسی تجارب مشتریان و رضایتمندی از خدمات کلوپ‌های ورزش‌های آبی ضمن بیان عوامل تأثیرگذار بر رضایتمندی مشتریان، نتیجه گیری کردند که موارد کیفی ملموس، خدمات اصلی، خدمات ثانویه و پاسخ‌گویی کارکنان با ارزش ادراک شده و همچنین ارتباط بین متغیرهای رضایت مندی مشتریان با وفاداری مشتریان معنی‌دار بود. سیموویچ و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی انتخاب فرایند استراتژی توسعه گردشگری ورزشی پرداختند. آن‌ها معتقد بودند که باید به پویایی بازار و رقابتی سختی که در بازار وجود دارد توجه کرد. همچنین اشاره کردند که باید به روندها و تغییرات بازار آگاه بود. آن‌ها با استفاده از تحلیل سوات، موقعیت استراتژی و راهبردهایی منطقه گردشگری بانجا ورچیکا را تدوین و طراحی نمودند.

معرفی منطقه مورد مطالعه :

استان هرمزگان با مساحت ۱۰۲ هزار و ۹۹۱ کیلومترمربع (با احتساب دریای سرزمینی)، از لحاظ موقعیت در جنوب ایران و در شمال تنگه هرمز بین طول جغرافیایی ۵۲ درجه و ۴۴ دقیقه تا ۵۹ درجه و ۱۴ دقیقه طول شرقی و ۲۵ درجه و ۲۴ دقیقه تا ۲۸ درجه و ۵۳ دقیقه عرض شمالی واقع شده است. از این میزان مساحت، ۶۸ هزار و ۷۷۱ کیلومترمربع را سرزمین اصلی و هزار و ۸۵۹ کیلومترمربع را جزایر استان و ۳۲ هزار و ۳۶۱ کیلومتر مربع نیز حریم دریای سرزمینی تشکیل می‌دهد. مساحت خشکی‌های استان هرمزگان نسبت به کل وسعت کشور ایران ۴/۳ درصد می‌باشد و به لحاظ مساحت خشکی در بین استان‌های کشور رتبه‌ی نهم را به خود اختصاص داده است. استان

هرمزگان از شمال و شمال شرقی با استان کرمان، از شمال غربی و غرب با استان های فارس و بوشهر و از شرق با استان سیستان و بلوچستان همسایه بوده و جنوب آن را آب های خلیج فارس و دریای عمان به صورت نواری به طول تقریبی ۱۳۸۰ کیلومتر در بر گرفته است که این میزان بدون در نظر گرفتن تضاریس و فرو رفتگی خورها، به حدود هزار کیلومتر می رسد. استان هرمزگان بیشترین مرز مشترک را در حدود ۶۱۳ کیلومتر با استان کرمان و کمترین مرز مشترک را با حدود ۲۸ کیلومتر با استان بوشهر دارد. این استان ۱۳/۹ درصد از مساحت منطقه ۸ و ۴/۳ درصد از مساحت کشور را به خود اختصاص داده است (شکل ۱).



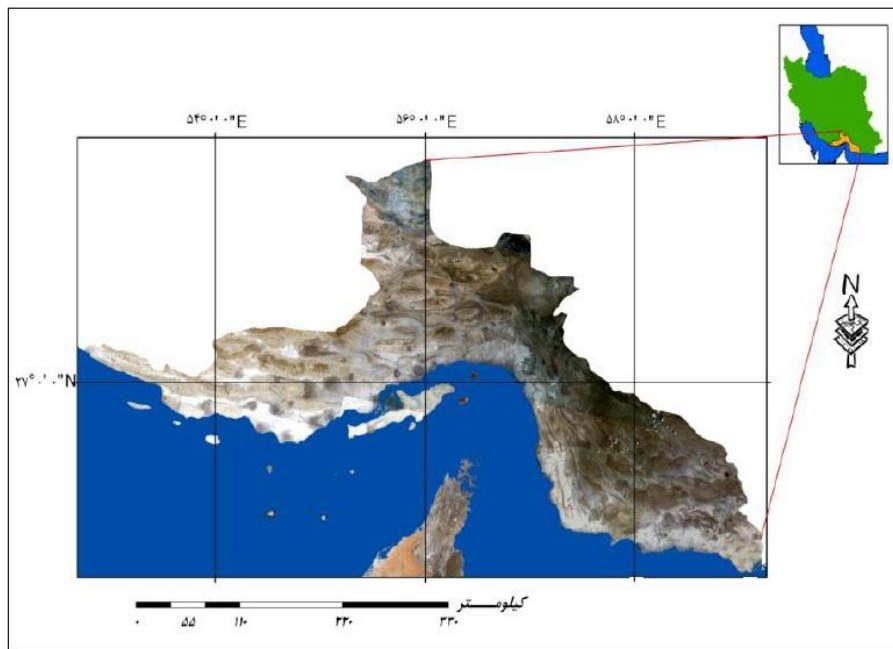
شکل ۱. موقعیت جغرافیائی استان هرمزگان

استان هرمزگان در عرصه‌ی منطقه‌ای و جهانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و بدون تردید استان هرمزگان از نظر موقعیت و حتی کارکرد، استراتژیک ترین و از نظر گردشگری در نیمه‌ی سرد سال، بهترین استان کشور است. راهبردی بودن استان هرمزگان، محصول موقعیت، مولفه‌ها و فرآیندهای داخلی و بین‌المللی و کنش‌های بازیگران سیاسی، اقتصادی و امنیتی است. تنگه هرمز که ایران و شبه جزیره عربستان را از یکدیگر جدا می‌کند، دو پهنه‌ی آبی خلیج فارس و دریای عمان را به یکدیگر پیوند زده است و استان هرمزگان در لبه‌ی شمالی آن را در بر گرفته است. این تنگه در میان تنگه‌های استراتژیک جهان، اهمیت ویژه‌ای دارد و از ارزش‌های خاص ارتباطی، اقتصادی، نظامی و ژئوپلیتیکی برخوردار است.

استان هرمزگان طبق آخرین تقسیمات کشوری (۱۳۹۵)، دارای ۱۳ شهرستان، ۳۸ نقطه شهری، ۳۸ بخش، ۸۵ دهستان و ۲۲۷۴ آبادی می‌باشد که ۱۷۱۵ آبادی آن مسکونی است. بندرعباس به عنوان مرکز استان، حاجی آباد، بندر لنگه، خمیر، بستک، پارسیان، رودان، میناب، سیریک، بشاگرد، جاسک، قشم و ابوموسی شهرستان‌های استان هرمزگان می‌باشند. شهرستان جاسک با گستره‌ی ۱۱۰۸۱ کیلومتر مربع، بیشترین مساحت و شهرستان ابوموسی با ۷۰ کیلومتر مربع کمترین مساحت استان هرمزگان را به خود اختصاص داده‌اند. استان هرمزگان به لحاظ موقعیت سرزمینی هم اکنون شامل ۷ شهرستان ساحلی، ۴ شهرستان پسرانه‌ای و ۲ شهرستان دریایی یا جزیره‌ای می‌باشد.

استان هرمزگان دارای منابع و جاذبه‌های گردشگری متنوع طبیعی، فرهنگی، تجاری و تاریخی و به‌ویژه ساحلی و دریایی می‌باشد. این جاذبه‌ها در طول سال به‌ویژه فصول خنک سال از آبان ماه تا اواسط اردیبهشت ماه، گردشگرانی

را با اهداف متنوع از سراسر کشور جذب می‌نماید. وجود چشم‌اندازهای ساحلی زیبا، جزایر متعدد با جاذبه‌های متنوع، تالاب‌های بین‌المللی ساحلی منحصر به فرد با جنگل‌های دریایی مانگرو، چشمه‌های آب گرم معدنی مانند آب گرم گنو، مناطق کوهستانی با ارزش‌های زیست محیطی و حفاظتی، پدیده‌های زمین‌شناسی و ژئومورفولوژیکی و ژئوپارک‌هایی با ثبت جهانی، امکانات سفرهای دریایی، مراکز بزرگ تجاری و تفریحی به‌ویژه در جزایر کیش، قشم و شهر بندرعباس با امکانات اقامتی مناسب، بنادر تاریخی با جاذبه‌های بوم‌گردی مانند بنادر تاریخی کنگ، لافت و جاسک و روستاهای گردشگری هر ساله میلیون‌ها نفر گردشگر را از سراسر کشور و سایر کشورها جذب می‌کند تا بخش گردشگری نیز مانند سایر بخش‌های اقتصادی بتواند ظرفیت‌های متنوع استان را نمایش دهد.



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی استان هرمزگان در نقشه کشور (منبع: پرنیان: ۱۳۹۶)

مواد و روش

این پژوهش به‌منظور شناخت ظرفیت‌ها و محدودیت‌ها در مدیریت توسعه‌ی گردشگری در سواحل خلیج فارس در استان هرمزگان که مبتنی بر روش توصیفی-تحلیلی بود، انجام شد. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات از بررسی کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شد و بر مبنای اطلاعات به‌دست آمده، به بررسی امکانات، ظرفیت‌ها، خدمات و وضعیت گردشگری ورزشی در سواحل خلیج فارس در استان هرمزگان پرداخته شد. بنابراین لزوم آگاهی از گردشگری ورزشی، در این پژوهش مورد توجه قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش، کلیه صاحب‌نظران و کارشناسان در زمینه گردشگری ورزشی استان هرمزگان در سال ۱۳۹۹-۱۳۹۸ بود. این افراد شامل اساتید دانشگاه، کارشناسان گردشگری ورزشی و لیدرهای تورهای گردشگری این منطقه بود. نمونه آماری ۷۵ نفر بودند که به صورت نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس به صورت هدفمند انتخاب شدند.

در این پژوهش، محقق پرسشنامه‌ای به تعداد ۵۰ سوال در زمینه گردشگری ورزشی تهیه نمود. پایایی پرسشنامه با فرمول آلفای کرونباخ محاسبه گردید که میزان آن ۰/۸۷ به‌دست آمد که مقدار قابل‌قبولی می‌باشد. بر اساس سوال-

های مطروحه و توزیع پرسش‌نامه بین جامعه‌ی آزمایش، با استفاده از روش تحلیل توصیفی و کدگذاری مصاحبه‌ی نیمه ساختار یافته، معیارهایی (عوامل) استخراج گردید که در سه مولفه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به صورت مزایا و معایب تدوین شد.

سپس برای تحلیل یافته‌ها از مدل SWOT استفاده گردید. بدین منظور، محیط درونی (نقاط قوت و ضعف) و محیط بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) مطالعه شده و برای تکمیل اطلاعات، از طریق توزیع پرسش‌نامه و مصاحبه شفاهی، با وزن‌دهی به موارد موردنظر به تکمیل ماتریس SWOT و درنهایت تدوین راهبردها و استراتژی‌های مناسب به منظور توسعه گردشگری ورزشی استان هرمزگان پرداخته شد. روش ارزیابی سوات، محیط خارجی منطقه را برای کشف فرصت‌ها و تهدیدها بررسی نموده و محیط داخلی را برای درک نقاط قوت و ضعف مورد بررسی قرار می‌دهد. در واقع این روش تحلیل راهبردی اقدامات و برنامه‌ریزی‌هایی است که نتیجه آن به حداکثر رساندن فرصت‌ها و قوت‌ها و به حداقل رساندن ضعف‌ها و تهدیدها است. این روش از مهم‌ترین ابزارها جهت انطباق نقاط قوت و ضعف یک جامعه با فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی آن است. مدل سوات یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط ضعف و قوت درون سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون‌سیستمی است. این مدل تحلیلی سیستماتیک را برای شناسای این عوامل و انتخاب استراتژی‌هایی که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد می‌نماید، ارائه می‌دهد. از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور، نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در چهار استراتژی کلی SO، WO، ST و WT پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آنها انتخاب می‌شوند (Arsić et al., 2017). به منظور ساخت جدولی از این عوامل و چگونگی اثرگذاری آن بر توسعه‌ی گردشگری ورزشی در استان هرمزگان، مراحل ذیل انجام شد:

در ستون اول، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و در ستون دوم، مهم‌ترین عوامل داخلی و خارجی گردشگری ورزشی استان هرمزگان قرار گرفت. در ستون سوم (وزن)، به هر یک از این عوامل و بر اساس اثر احتمالی آنها بر موقعیت فعلی سیستم، وزنی از ۹ (مهم‌ترین) تا صفر (بی‌اهمیت‌ترین) داده شد. هر چقدر وزن بیشتر باشد، تأثیر عامل بر موقعیت کنونی و آینده‌ی سیستم گردشگری ورزشی استان هرمزگان بیشتر خواهد بود. در ستون چهارم (رتبه)، به هر عامل و براساس اهمیت و موقعیت سیستم، به آن عامل خاص امتیازی از ۴ (بسیار خوب) تا ۱ (ضعیف) داده شد. این رتبه‌بندی، نشان می‌دهد که سیستم گردشگری ورزشی استان هرمزگان چگونه به هر یک از عوامل پاسخ می‌دهد. در ستون پنجم (امتیاز)، وزن را در درجه‌ی هر عامل (ستون سه ضرب در ستون چهار) ضرب نموده تا از این طریق، امتیاز وزنی آن به دست آید. سرانجام امتیازات وزنی تمام عوامل خارجی و داخلی جمع شده و امتیاز وزنی محاسبه می‌گردد. چنانچه امتیاز نهایی در عوامل داخلی و خارجی هر کدام بیش از ۲/۵ باشد، بدین معنی است که طبق پیش‌بینی‌ها، قوت‌های پیش روی سیستم بر ضعف‌ها و همچنین فرصت‌ها بر تهدیدها غلبه خواهند داشت و اگر این امتیاز کمتر از ۲/۵ باشد، نشان دهنده‌ی این است که ضعف‌ها بر قوت‌ها و همچنین تهدیدها بر فرصت‌ها غلبه خواهد داشت.

در گام نهایی از پژوهش حاضر، برای ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، در این طرح از ماتریس چهارخانه استفاده شد. در این ماتریس اگر موقعیت منطقه از حیث نمرات عوامل خارجی و داخلی در خانه I باشد، استراتژی محافظه کارانه (نگهداری و حمایت درونی)؛ اگر در خانه II باشد، استراتژی تهاجمی (رشد و توسعه)؛ چنانچه در خانه III

باشد، استراتژی تدافعی (برداشت، واگذاری، کاهش و انحلال) و اگر در خانه IV باشد، استراتژی رقابتی (نگهداری و حمایت بیرونی) توصیه می‌شود. در راستای تدوین راهبردها و استراتژی‌های گردشگری ورزشی، جلسه شورای راهبردی توسعه گردشگری ورزشی استان هرمزگان با حضور نمایندگان از حوزه‌های مختلف گردشگری از جمله مدیران دفاتر سیاحتی و جهانگردی، کارشناسان ورزش، مدیران هیئت‌های ورزشی و مسئولین شهرداری‌ها برگزار شد و نتایج شورا در راهبردهای چهارگانه اعمال گردید.

یافته‌های پژوهش

عوامل موثر داخلی بر گردشگری ورزشی استان هرمزگان

هدف این مرحله، سنجش و ارزیابی محیط داخلی سیستم گردشگری ورزشی استان هرمزگان به منظور شناسایی نقاط قوت و ضعف بود که به شرح جدول (۱) ارائه شده است. از دیدگاه نمونه‌ی آماری مورد مطالعه، مهم‌ترین نقاط قوتی که استان هرمزگان در زمینه‌ی گردشگری ورزشی از آن برخوردار است، شامل ایجاد فضای سبز ساخته شده در نواحی ساحلی، فرصت‌های شغلی جدیدی که در نواحی ساحلی ایجاد شده است، حمایت‌هایی که از برنامه‌های گردشگری نواحی ساحلی شده است و حفظ سنت‌های فرهنگی و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف با امتیاز وزنی ۰/۲ می‌باشد. از طرف دیگر، به نظر نمونه‌ی آماری و گردشگران و کارشناسان گردشگری- ورزشی، تخریب محیط‌زیست و اکولوژی‌های دریایی از طریق ریختن پسماندها به دریا و عبور قایق‌های گردشگری به همراه خطر آسیب‌رسانی به میراث فرهنگی جامعه و تنش بین گردشگران و محیط میزبان، بیشترین وزن منفی را در گردشگری ورزشی استان هرمزگان داشته و به عنوان نقاط ضعف منطقه شناخته می‌شود.

جدول ۱. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) سیستم گردشگری ورزشی استان هرمزگان

| استراتژی | عوامل درونی | وزن | رتبه | امتیاز |
|----------|---|-----|------|--------|
| نقاط قوت | ایجاد فضای سبز در مکان ساخته‌های شده | ۹ | ۳ | ۰/۲ |
| | ایجاد فرصت‌های شغلی جدید | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | حمایت از راهبردها و برنامه‌های گردشگری ورزشی دریایی | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | توجه بیشتر به فضای سبز در راستای جذب گردشگران ورزشی | ۸ | ۴ | ۰/۲ |
| | ارتقا روحیه‌ی اجتماعی | ۹ | ۳ | ۰/۲ |
| | حفظ میراث ملی | ۶ | ۴ | ۰/۱ |
| | تقویت هویت جامعه | ۷ | ۳ | ۰/۱ |
| | ارتقا فرهنگ | ۸ | ۴ | ۰/۲ |
| | آشنایی با فرهنگ‌های مختلف | ۹ | ۳ | ۰/۲ |
| | احیا و حفظ سنت‌های فرهنگی | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| نقاط ضعف | از بین بردن جوامع سنتی | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | آسیب به خاک و پوشش گیاهی منطقه | ۹ | ۳ | ۰/۲ |
| | فرار حیوانات به دلیل نور و صدای گردشگران دریایی | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | ریختن پسماندها در دریا و خطر اکولوژی ساحلی - دریایی | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | خطر اکولوژی مرجان‌ها توسط قایق‌ها و گردشگری دریایی | ۷ | ۴ | ۰/۲ |
| | احتمال آسیب به میراث فرهنگی و هویتی جامعه | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | تغییرات احتمالی در فرهنگ | ۸ | ۴ | ۰/۲ |

| | | | |
|-----|---|---|---|
| ۰/۲ | ۳ | ۹ | امکان بروز بی‌نظمی و آشوب در رویدادهای بزرگ |
| ۰/۲ | ۴ | ۹ | امکان ایجاد تنش بین میزبان و گردشگران |

عوامل موثر خارجی بر گردشگری ورزشی استان هرمزگان

هدف این مرحله، بررسی آثار محیط خارجی گردشگری ورزشی استان هرمزگان به منظور شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که ناحیه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است. بر اساس پرسش‌نامه‌های توزیع شده در نمونه‌ی آماری، مجموعه‌ی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود بر گردشگری ورزشی استان هرمزگان در جدول (۲) ارائه شده است. با توجه به جدول ذیل، مهم‌ترین فرصت‌هایی که استان هرمزگان در زمینه‌ی گردشگری ورزشی با آن روبه‌رو بود، مشتمل بر موارد متعددی است که رشد و توسعه در بخش‌های دیگر صنعت گردشگری و افزایش قابلیت‌های سازمانی و بهره‌برداری از بازار با بیشترین امتیاز در اولویت قرار دارند. اگرچه فرصت‌های دیگری همچون ایجاد اشتغال و فرصت‌های شغلی جدید، افزایش استانداردهای زندگی، رشد اقتصادی و توسعه‌ی اجتماعی شهر نیز از فرصت‌های مهمی است که در گردشگری ورزشی استان هرمزگان ایجاد خواهد شد. اما از سوی دیگر، توسعه و برنامه‌ریزی برای بهبود گردشگری ورزشی استان، تهدیدهایی نیز برای ناحیه خواهد داشت که مهم‌ترین آن تورم و افزایش قیمت، اجاره بها و ایجاد شغل‌های کاذب خواهد بود.

جدول ۲. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) گردشگری ورزشی استان هرمزگان

| استراتژی | عوامل بیرونی | وزن | رتبه | امتیاز |
|----------|--|-----|------|--------|
| فرصت‌ها | تبدیل ورزش به یک منبع سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری | ۸ | ۴ | ۰/۲ |
| | رشد اقتصادی به واسطه‌ی گردشگری و احداث هتل و مراکز خدماتی | ۷ | ۳ | ۰/۱ |
| | فرصتی برای معرفی منطقه و ارائه‌ی تصویر مثبتی از جامعه | ۷ | ۳ | ۰/۱ |
| | افزایش امکانات ورزشی در استان هرمزگان | ۸ | ۳ | ۰/۲ |
| | ایجاد فرصت‌هایی برای تفریح جوانان | ۷ | ۳ | ۰/۱ |
| | توسعه‌ی زیرساخت‌های جدید شهری - ساحلی. | ۸ | ۳ | ۰/۲ |
| | رشد و توسعه در بخش‌های دیگر صنعت گردشگری | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | افزایش قابلیت‌های سازمانی و بهره‌برداری از بازار | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | فراهم نمودن منابع مالی مورد نیاز برای ایجاد امکانات جدید ورزشی | ۸ | ۴ | ۰/۲ |
| | حمایت جامعه از ورزش و رویدادهای ورزشی | ۸ | ۴ | ۰/۲ |
| | افزایش سطح اشتغال و درآمد | ۸ | ۴ | ۰/۲ |
| | ایجاد فرصت‌های شغلی جدید | ۸ | ۴ | ۰/۲ |
| | فرصت اشتغال برای کارآفرینان | ۸ | ۴ | ۰/۲ |
| | افزایش استانداردهای زندگی و قدرت خرید | ۸ | ۳ | ۰/۲ |
| تهدیدها | تورم و افزایش قیمت کالا و خدمات | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | افزایش قیمت اجاره بهای مسکن و مراکز اقامتی | ۹ | ۴ | ۰/۲ |
| | فصلی شدن حرفه‌ها و ایجاد اشتغال کاذب | ۹ | ۳ | ۰/۲ |
| | هزینه‌ی زیاد توسعه امکانات و زیرساخت‌ها | ۸ | ۳ | ۰/۲ |

نتایج حاصل از ترسیم اطلاعات به‌دست آمده از ماتریس ارزیابی عوامل درونی و ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (۱/۸۹) می‌باشد، این بدان معنا است که سواحل استان در خانه (I) قرار گرفته است که می‌بایست راهبردی محافظه-کارانه مبتنی بر رشد و ساخت در جهت کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی اتخاذ شود. مقاصدی که جایگاه آن‌ها در ماتریس عوامل داخلی و خارجی، تهاجمی می‌باشد، در واقع استراتژی SO را به اجرا در می‌آورند. این بدان معناست که منطقه مورد نظر در شرایط مطلوبی نبوده و باید در موقعیت رو به رشدی قرار گیرد.

ارائه استراتژی‌های توسعه گردشگری با بهره‌گیری از ورزش‌های ساحلی

ماتریس سوات امکان تدوین چهار انتخاب یا راهبرد متفاوت را فراهم می‌آورد. (۱) راهبرد دفاعی که هدف کلی آن، کاهش ضعف‌های سیستم برای کاستن و خنثی‌سازی تهدیدها می‌باشد. (۲) راهبرد انطباقی که تلاش دارد با کاستن ضعف‌ها، حداکثر استفاده را از فرصت‌های موجود ببرد. (۳) راهبرد اقتضایی که بر پایه‌ی بهره‌گرفتن از قوت‌های سیستم برای مقابله با تهدیدها تدوین می‌شود و هدف آن به حداکثر رساندن نقاط قوت و به‌حداقل رساندن تهدیدها می‌باشد. (۴) راهبرد تهاجمی که در این وضعیت، سیستم با استفاده از نقاط قوت خویش، برای گسترش بازار تولید گام بر می‌دارد. در جدول (۳)، راهبردهای چهارگانه‌ی مدل سوات برای توسعه و مدیریت گردشگری ورزشی استان هرمزگان ارائه شده است.

جدول ۳. راهبردهای چهارگانه مدل سوات گردشگری ورزشی استان هرمزگان

| فرصت‌ها | نقاط قوت | نقاط ضعف |
|--|--|--|
| استراتژی‌های نقاط قوت | استراتژی‌های نقاط ضعف | استراتژی‌های نقاط ضعف |
| <p>(۱) معرفی فرهنگ محلی به گردشگران ورزشی</p> <p>(۲) سرمایه‌گذاری در جهت تبدیل شدن خلیج فارس به قطب گردشگری ورزشی</p> <p>(۳) کاهش نابرابری‌های اجتماعی و افزایش عدالت اجتماعی</p> | <p>(۱) بازنگری در بودجه مالی با توجه به عدم عدالت اجتماعی</p> <p>(۲) تقویت ایجاد زیرساخت‌های متناسب با گردشگری جهت کاهش خسارات زیست محیطی</p> <p>(۳) تقویت برنامه‌های منسجم جهت افزایش آگاهی گردشگران ورزشی به فرهنگ منطقه</p> | <p>(۱) تنوع بخشی به مراکز گردشگری ورزشی جهت تقویت مشارکت مردمی</p> <p>(۲) تقویت روحیه رقابت در میان رقبای گردشگری ورزشی با توجه به مستعد بودن منطقه در زمینه سرمایه‌گذاری</p> <p>(۳) کاهش نابرابری‌های عدالت اجتماعی از طریق جذب سرمایه‌گذاری و توجه مسئولان</p> |
| تهدیدها | استراتژی‌های نقاط قوت | استراتژی‌های نقاط ضعف |
| <p>** در جدول ماتریس ارزیابی عوامل خارجی حاکم بر ساماندهی محله، تهدیدات لیست شده‌اند.</p> <p>** در جدول ماتریس ارزیابی عوامل خارجی حاکم بر ساماندهی محله، تهدیدات لیست شده‌اند</p> | <p>(۱) بازنگری در افزایش همکاری سازمان‌های دولتی در رفع مشکلات مالی منطقه</p> <p>(۲) بازنگری در جهت شیوه‌های مدیریت منطقه</p> <p>(۳) افزایش بودجه مالی در منطقه با توجه به رفع عدم عدالت اجتماعی</p> | <p>(۱) تنوع بخشی به مراکز گردشگری ورزشی جهت تقویت مشارکت مردمی</p> <p>(۲) تقویت روحیه رقابت در میان رقبای گردشگری ورزشی با توجه به مستعد بودن منطقه در زمینه سرمایه‌گذاری</p> <p>(۳) کاهش نابرابری‌های عدالت اجتماعی از طریق جذب سرمایه‌گذاری و توجه مسئولان</p> |

در مطالعه‌ی حاضر، مطالعه عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری با بهره‌گیری از ورزش‌های ساحلی انجام شد. نتایج نشان داد که موقعیت استراتژیک گردشگری ورزشی استان هرمزگان در موقعیت تهاجمی SO قرار دارد. در اجرای استراتژی‌های SO سازمان با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشد از فرصت‌های خارجی حداکثر بهره‌برداری را نماید (Ghorbani et al., 2015). پس از رتبه‌بندی نقاط قوت گردشگری ورزشی استان هرمزگان، نتایج نشان داد معرفی فرهنگ و سنت‌های محلی به گردشگران ورزشی بالاترین اولویت و کاهش نابرابری‌های اجتماعی و افزایش

عدالت اجتماعی در پایین‌ترین اولویت را در بین نقاط قوت تعیین شده داشتند. در بین نقاط ضعف گردشگری ورزشی استان هرمزگان، تقویت برنامه‌های منسجم جهت افزایش آگاهی گردشگران ورزشی به فرهنگ منطقه در بالاترین اولویت و بازنگری در بودجه مالی با توجه به عدم عدالت اجتماعی در پایین‌ترین اولویت را داشتند؛ اما در بوشهر، نتایج پژوهشگران نشان داد که برخورد مناسب مردم و ساحل زیبا و شنی به همراه مراسم مذهبی - سنتی بیشترین تأثیر را در جذب گردشگران بوشهر به خود اختصاص داده‌اند (سقائی و همکاران، ۱۳۹۵). از طرف دیگر در مطالعه‌ی حاضر، بالاترین اولویت در بین فرصت‌های گردشگری ورزشی استان هرمزگان، تقویت روحیه رقابت در میان رقبای گردشگری ورزشی با توجه به مستعد بودن منطقه در زمینه سرمایه‌گذاری و پایین‌ترین اولویت به کاهش نابرابری‌های عدالت اجتماعی از طریق جذب سرمایه‌گذاری و توجه مسئولان و تنوع بخشی به مراکز گردشگری ورزشی جهت تقویت مشارکت مردمی اختصاص دارد. در گردشگری سواحل مازندران، در راستای ایجاد مدیریت یکپارچه گردشگری ساحلی و افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ساحلی، مهم‌ترین نقطه‌ی فرصت خارجی می‌باشد. از سوی دیگر، مولفه‌های برخورد فرهنگی بین گردشگران و ساکنان بومی به دلیل عدم احترام به عقاید محلی، مهم‌ترین تهدید خارجی محسوب می‌شود (صیامیان گرجی و همکاران، ۱۳۹۴). در مطالعه‌ای دیگر، نتایج در استان مازندران بیان‌گر این است که انجام پروژه‌های شناخت وضعیت منطقه مهم‌ترین عامل در عوامل داخلی و نزدیکی به شهر تهران، مهم‌ترین عامل خارجی در گردشگری پایدار می‌باشد (صمدی طاری و همکاران، ۱۳۹۹). در مطالعه‌ی حاضر، در بین تهدیدهای گردشگری ورزشی استان هرمزگان، بازنگری در جهت شیوه‌های مدیریت منطقه بالاترین اولویت و افزایش بودجه مالی در منطقه با توجه به رفع عدم عدالت اجتماعی و بازنگری در افزایش همکاری سازمان‌های دولتی در رفع مشکلات مالی منطقه در پایین‌ترین اولویت قرار دارد. ضرابی و محبوب‌فر (۱۳۹۲) نیز موانع و فرصت‌های توسعه گردشگری کاشان را با مدل سوات تحلیل نموده و نتایج آنها بیان‌گر این بود که علیرغم برخورداری کاشان از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری در سطح ملی و بین‌المللی، تعدد تصمیم‌گیرندگان، ضعف مدیریتی، فقدان ثبات در مدیریت گردشگری منطقه و نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی به‌عنوان موانع اصلی در جهت رسیدن به این هدف شناسایی نمودند. در برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان، پژوهشگران نشان دادند که موقعیت گردشگری ورزشی این استان در خانه راهبردهای بازنگری یا تدافعی قرار دارد (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۴)، در حالی که نتایج پژوهش حاضر نشان داد موقعیت گردشگری ورزشی استان هرمزگان در خانه راهبردهای تهاجمی قرار دارد. در استان آذربایجان غربی، توسعه گردشگری ورزشی با مدل سوات بیان‌گر این بود که مهم‌ترین عامل قدرت، مطلوب بودن شرایط آب و هوایی، مهم‌ترین عامل ضعف، نبود منابع مالی اختصاصی، مهم‌ترین فرصت، مطلوب بودن وضعیت طبیعی و توپوگرافی و مهم‌ترین تهدید، اتکا اقتصاد کلان به درآمدهایی غیر از صنعت گردشگری ورزشی تعیین شده است و نتایج نهایی نشان داد که موقعیت گردشگری ورزشی این استان تدافعی می‌باشد (آهنگری و همکاران، ۱۳۹۸).

نتیجه‌گیری

استان هرمزگان در سواحل شمالی دریای خلیج فارس و دریای عمان قرار گرفته است که علاوه بر ویژگی‌های اقتصادی، استراتژیکی و شبکه‌ی حمل‌ونقل دریایی-خشکی که نقش مهمی در اقتصاد کشور ایران دارد، از لحاظ موقعیت گردشگری- ورزشی نیز به دلیل فضای جغرافیایی مناسب، ساحل عریض، امواج و آب و هوای مطلوب برای فعالیت‌های ورزشی، دارای پتانسیل مناسبی است که سرمایه‌گذاری‌های علمی- اقتصادی می‌تواند در پیشرفت ورزش‌های ساحلی و جذب گردشگر و به‌ویژه سرمایه‌گذاری برای اقتصاد گردشگری نقش مهمی داشته باشد. در مدیریت گردشگری ورزشی استان هرمزگان، شناخت عوامل مؤثر در جذب گردشگر و توسعه‌ی ورزش‌های ساحلی در اولویت قرار دارد. همان‌طور که نتایج این پژوهش نشان داد مهم‌ترین نقاط قوتی که سواحل استان هرمزگان در زمینه‌ی گردشگری ورزش ساحلی از آن برخوردار است، شامل: ایجاد فضای سبز ساخته شده در نواحی ساحلی، فرصت‌های شغلی جدیدی که در نواحی ساحلی ایجاد شده است، حمایت‌هایی که از برنامه‌های گردشگری نواحی ساحلی انجام شده و حفظ سنت‌های فرهنگی و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف می‌باشد. تخریب محیط زیست و اکولوژی‌های دریایی از طریق ریختن پسماندها به دریا و عبور قایق‌های گردشگری به همراه خطر آسیب‌رسانی به میراث فرهنگی جامعه و تنش بین گردشگران و محیط میزبان، بیشترین وزن منفی را در گردشگری ورزشی استان هرمزگان داشته و به عنوان نقاط ضعف منطقه شناخته می‌شود. مهم‌ترین فرصت‌ها نیز رشد و توسعه در بخش‌های دیگر صنعت گردشگری و افزایش قابلیت‌های سازمانی و بهره‌برداری از بازار می‌باشد. توسعه و برنامه‌ریزی برای بهبود گردشگری ورزشی در سواحل استان هرمزگان، تهدیدهایی نیز برای ناحیه خواهد داشت که مهم‌ترین آن تورم و افزایش قیمت، اجاره بها و ایجاد شغل‌های کاذب خواهد بود. به‌طورکلی، موقعیت استراتژیک گردشگری ورزشی استان هرمزگان در موقعیت تهاجمی SO قرار دارد. در اجرای استراتژی‌های SO سازمان با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشد از فرصت‌های خارجی حداکثر بهره‌برداری را نماید. بنابراین نتایج این پژوهش یک برنامه‌ی مناسب برای تدوین راهبرد مدیریتی توسعه‌ی فعالیت‌های ورزشی به ویژه ورزش‌های ساحلی برای جذب گردشگر و پیشرفت وضعیت اقتصادی سواحل استان ارائه می‌نماید و با ریشه‌یابی عدم پیشرفت فعالیت‌های ورزشی، مسیر را برای برنامه‌ریزان نشان می‌دهد. در صورت استفاده از نتایج این پژوهش و عملی‌ساختن ارزیابی نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ورزشی، می‌توان محیط ساحلی را برای برگزاری رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی مهیا نمود و با جذب ورزشکاران رشته‌های مختلف، مکان را برای تبدیل شدن به یک نقطه‌ی اقتصاد بدون نفت آماده ساخت.

منابع

- (۱) آهنگری، نوید؛ حسین‌زاده، فخرالدین؛ حاجی‌نژاد، صادق (۱۳۹۸). برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از مدل ترکیبی SWOT و VIKOR (مورد مطالعه: استان آذربایجان غربی). پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ۱۱(۴): ۹۱-۱۰۶.
- (۲) اکبریان رونیزی، سعیدرضا. (۱۳۹۶) نقش گردشگری در پایداری شهری مورد: شهر سی سخت(شهرستان دنا). نشریه گردشگری شهری، ۴(۴): ۱-۱۲.
- (۳) امین بیدختی، علی اکبر و شریفی، نوید. (۱۳۹۱) بررسی رابطه بین رونق گردشگری و سرمایه اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر، مطالعات مدیریت گردشگری، ۷(۱۴۹): ۱۲۱-۱۴۹.

- ۴) پاپلی یزدی، محمد حسن و سقایی، مهدی. (۱۳۸۹)، گردشگری ماهیت و مفاهیم، انتشارات سمت، چاپ سوم، تهران.
- ۵) پاک سرشت، سلیمان. (۱۳۹۶) مسئله شناسی راهبردی توسعه در استان هرمزگان، مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری
- ۶) تقوایی، مسعود؛ تقی زاده، محمدمهدی؛ کیومرثی، حسین (۱۳۹۰) مکان یابی دهکده گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل سوات. نمونه موردی: ساحل دریاچه کافترا، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره ۱۲۰.
- ۷) حسینی نسب، سبیکه؛ طیبی ثانی، سید مصطفی؛ مرسل، باقر. (۱۳۹۸). تدوین مدل گردشگری ورزشی در راستای توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی مشهد). فصلنامه جغرافیا برنامه ریزی منطقه ای. ۹(۴): ۶۳۷-۶۱۳.
- ۸) رجیبی، حسین؛ طریقی، رسول؛ میزانی، مهران. (۱۳۹۴). بررسی تجارب مشتریان و رضایتمندی از خدمات کلوپ های ورزش های آبی. پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۴ (۳). ص: ۶۷-۷۸.
- ۹) رجیبی، حسین؛ طریقی، رسول؛ میزانی، مهران. (۱۳۹۶). پیش بینی رفتار مشتریان کلوبهای ورزش های دریایی. پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. شماره ۹ (۳). ص: ۸۷-۹۹.
- ۱۰) زیتونلی، عبدالحمید؛ رضایی صوفی، مرتضی؛ قربانی، علیرضا (۱۳۹۴). برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری ورزشی با روش SWOT (مطالعه موردی: استان گلستان)، نشریه رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۳(۹): ۲۲-۹.
- ۱۱) سقائی، محسن؛ امینی نژاد، غلامرضا؛ صبوچی، غلامرضا (۱۳۹۵). بررسی توانمندی‌های گردشگری شهر ساحلی بوشهر بر اساس مدل سوات و تاپسیس، نشریه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۷، ۶۱، ۱: ۱۲۷-۱۰۰.
- ۱۲) صمدی طاری، زهرا؛ نوری، جعفر؛ ارجمندی، رضا (۱۳۹۹). مدیریت راهبردی توسعه پایدار گردشگری در مناطق ساحلی با استفاده از مدل SWOT و ماتریس QSPM (منطقه مورد مطالعه: استان مازندران). نشریه علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره ۲۲، ۱: ۲۴۵-۲۲۷.
- ۱۳) صیامیان گرجی، ابوالفضل؛ فرهانی، فاطمه؛ نصرتی، عزت اله (۱۳۹۴). تحلیل مدل SWOT گردشگری ساحلی استان مازندران. نشریه دانش انتظامی مازندران، شماره ۲۰: ۶۴-۳۹.
- ۱۴) ضرابی، اصغر؛ محبوب فر، رضا (۱۳۹۲). کاربرد مدل SWOT-QSPM در تدوین استراتژی توسعه گردشگری شهرکاشان، نشریه برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)، ۳ (۴): ۵۸-۳۷.
- ۱۵) غفوری، فرزاد؛ هنرور، افشار؛ نعمت پور، نعیمه (۱۳۹۲) عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشهای آبی در شهرهای ساحلی مازندران. مدیریت و توسعه ورزش. دوره ۲، ۲: ۳۰-۱۹.
- 16) Ahmad, A. H., Ibrahim, A., Ahmad, Z. H., & Masri, R. (2019). The Predictors of Sports Tourism Involvement in Malaysia: An Extreme Sport Overview. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(2), 449-453.
- 17) Arsić, S., Nikolić, D., & Živković, Ž. (2017). Hybrid SWOT-ANP-FANP model for prioritization strategies of sustainable development of ecotourism in National Park Djerdap, Serbia. *Forest Policy and Economics*, 80, 11-26.
- 18) Conti, G., & Perelli, C. (2007). Governing tourism monoculture: Mediterranean mass tourism destinations and governance networks. *Tourism and Politics. Global Frameworks and Local Realities*, Amsterdam, Elsevier, 235-261.
- 19) El Silisna, B., & Susanti, R. Sport Tourism Event of Tour De Singkarak to Support Destination Management in West Sumatera, Indonesia.
- 20) Friedrich, J., Stahl, J., Fitchett, J. M., & Hoogendoorn, G. (2020). To beach or not to beach? Socio-economic factors influencing beach tourists' perceptions of climate and weather in South Africa. *Transactions of the Royal Society of South Africa*, 1-9

- 21) Ghorbani, A., Raufirad, V., Rafiaani, P., & Azadi, H. (2015). Ecotourism sustainable development strategies using SWOT and QSPM model: A case study of Kaji Namakzar Wetland, South Khorasan Province, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 16, 290-297.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport management review*, 1(1), 45-76.
- 22) Hasan, M. K., Abdullah, S. K., Lew, T. Y., & Islam, M. F. (2019). Determining factors of tourists' loyalty to beach tourism destinations: a structural model. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- 23) Abdul Rahman, N. S. F., Bazaruddin, N. H., Syed Johari Shah, S. F. S., Said, M. H., And Othman, M. K., (2020). The Sustainability of Nautical Sports Tourism in Terengganu Using, A Cost Benefit Analysis. *Journal of Sustainability Science and Management*, 15 (1), 148-161.
- 24) Simović, S., Milinković, Z., Ljubojević, A., Jovanović, J., & Babić N. K. P., (2019) Selection Process of Sport Tourism Development Strategy in Banja Vrućica Spa Resort: A Quantitative Analysis. *Journal Of Tourism & Sports Management (Jtsm)*, Vol. 1 (1), 25-39
- 25) Oeconomia Copernicanavolume10. issue2. june2019. DOI: <https://doi.org/10.24136/oc.2019.011>
- 26) Som, A. P. M., Marzuki, A., & Yousefi, M. (2012). Factors influencing visitors' revisit behavioral intentions: A case study of Sabah, Malaysia. *International Journal of marketing studies*, 4(4), 39.
- 27) Tekin, Ö. F. (2019). Development and Sustainability of River Tourism in Turkey: The Case of Antalya. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 19-32.
- 28) Yang, J. J., Lo, H. W., Chao, C. S., Shen, C. C., & Yang, C. C. (2020). Establishing a Sustainable Sports Tourism Evaluation Framework with a Hybrid Multi-Criteria Decision-Making Model to Explore Potential Sports Tourism Attractions in Taiwan. *Sustainability*, 12(4), 1673.