

## تدوین برنامه استراتژیک توسعه گردشگری تفریحی-ورزشی منطقه آزاد قشم مهدی سوادى<sup>۱</sup>

استادیار مدیریت ورزشی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۴/۲۴

تاریخ صدور پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۲۳

### چکیده

گردشگری تفریحی - ورزشی و فعالیت‌های تفریحی، به واسطه تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بیشماری که بر جامعه دارند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هدف پژوهش حاضر تدوین برنامه راهبردی توسعه گردشگری تفریحی-ورزشی منطقه آزاد قشم با استفاده از تحلیل SWOT بود. روش این پژوهش توصیفی و از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را کارشناسان و صاحب‌نظران در زمینه گردشگری ورزشی تشکیل می‌دادند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از منابع کتابخانه‌ای و مرور ادبیات و پیشینه تحقیق، مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. برای تحلیل موقعیت راهبردی از تحلیل SWOT در جهت بررسی عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) استفاده شد. با توجه به نمرات نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (۲/۵۳) و ارزیابی عوامل خارجی (۳/۱۱)، مشخص شد که موقعیت راهبردی توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم در منطقه SO (تهاجمی) قرار دارد. از این رو به جهت قرارگیری در این ناحیه پیشنهاد می‌گردد تمرکز راهبردهای توسعه بر راهبردهای تهاجمی باشد.

**واژگان کلیدی:** گردشگری ورزشی، قشم، تحلیل سوات

<sup>۱</sup> savadi.mehdi@gmail.com

## مقدمه

صنعت گردشگری در قرن حاضر، به عنوان یکی از پر رونق‌ترین صنایع، و نیرو محرکه توسعه اقتصاد جهانی، شناخته می‌شود. امروزه، گردشگری به پدیده‌ای تأثیرگذار در اقتصاد جهانی تبدیل شده است؛ به طوری که براساس آمار و ارقام منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری در هزاره جدید به بزرگ‌ترین منبع درآمد جهانی تبدیل شده است (پورمحمدی و همکاران، ۱۳۹۴، ۳۰۷). ورزش نیز به عنوان یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی، مطرح می‌باشد که از تلفیق آن‌ها یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت "گردشگری ورزشی" به وجود آورده، تا آنجا که سریع‌ترین رشد صنعت گردشگری مربوط به ورزش و فعالیتهای بدنی است (عرفانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۶). گردشگری ورزشی به عنوان یکی از اقتصادی‌ترین فعالیت‌ها در چرخه ملی کشورها، به خصوص در زمینه اشتغال و ارز آوری و رونق مناطق مختلف تلقی می‌شود که علاوه بر آن دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تأثیرات بین‌المللی خاصی است (سوادی، ۱۳۹۶: ۱۲۷). به همین دلیل اغلب کشورهای جهان که دارای میراث فرهنگی غنی و نیز مناطق طبیعی هستند، از این فعالیت به منزله ابزاری راهبردی در توسعه اقتصادی استفاده می‌کنند. با توجه به روندی رو به رشد و جهانی شدن فرصت‌های هیجان‌انگیزی جدیدی از طریق ورزش در راستای افزایش تجربه بازدیدکنندگان و نیز افزایش توسعه گردشگری از طریق ورزش گشوده می‌شود (براون، ۲۰۱۲: ۱۷). گردشگری ورزشی، زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست و صلح و ثروت برای مردمان جامعه به ارمغان می‌آورد. ورزش به عنوان یکی از صنعت‌های مهم، به یکی از متداول‌ترین عوامل ایجاد انگیزه، برای گردشگران در سراسر جهان تبدیل شده و کشورها برای کسب درآمد بیشتر به روش‌های جدید و ارائه نوآوری در این صنعت، تمایل پیدا کرده‌اند. رویدادهای ورزشی نیز به عنوان یک استراتژی به منظور جذب گردشگران جهت بر عهده گرفتن نقش فزاینده در برنامه‌های استراتژیک مورد توجه می‌باشد (پیریا و همکاران، ۲۰۱۵: ۹۵). برگزاری رویدادهای ورزشی، تغییرات بسیاری را برای شهرهای میزبان از نظر فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و فضایی، به همراه دارد. سود حاصله از گردشگری ورزشی، در پشت صحنه ورزش و مسابقات ورزشی موجب می‌شود، بسیاری از شهرها و کشورها این فرصت را مغتنم شمرده و به جذب گردشگران بپردازند (عرفانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۶). گردشگری ورزشی یک پدیده اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است که مخلوطی از دو موضوع جذاب ورزش و گردشگری است. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیر ساخت‌ها می‌دانند (دستوم، سوادی، ۱۳۹۶، ۱۲۷). در دنیای امروزی، گردشگری ورزشی منبعی سرشار از سود و درآمد است و هر کشوری که بتواند شرایط استفاده از این منبع را فراهم کند از مزایای آن بهره‌مند خواهد شد. توسعه گردشگری تغییرات قابل توجهی بر ابعاد و ساختار شهرها داشته و می‌تواند نقش موثری بر پایداری آنها ایفا نماید. در همین رابطه هر گونه برنامه‌ریزی و مدیریت نیازمند وضعیت و کارکرد این فعالیت در شهرهای گردشگر پذیر می‌باشد (اکبریان رونیزی، ۱۳۹۶، ۴). ورود ارز، افزایش درآمد ملی، افزایش سرعت گردش پول، توسعه صنایع دستی و تولیدات صادرات ورزشی از اهم تأثیرات مهم گردشگری ورزشی در بخش اشتغال‌زایی می‌باشد. در بخش فرهنگی نیز می‌توان تبادل فرهنگی، توسعه و بهبود ورزش، توسعه فعالیت‌های فرهنگی، افزایش سطح دانش ورزشی، تحکیم وحدت ملی را بسیار ارزشمند دانست. از مزایای گردشگری ورزشی

در بخش اجتماعی را افزایش ظرفیت مهمانسراها، رشد و توسعه امکانات و تجهیزات ورزشی، به کارگیری نیروهای داوطلب، افزایش غرور جامعه، پذیرش اجتماعی، حمایت و همکاری و رشد دارایی می‌باشد (دستوم و سوادی، ۱۳۹۵: ۲۵۱). نظر به اهمیت گردشگری و جایگاه آن در توسعه کشورها ضرورت برنامه‌ریزی در این حوزه را در کانون توجه قرار می‌دهد. برنامه‌ریزی استراتژیک گونه‌ای از برنامه‌ریزی است که در آن هدف، تعریف و تدوین استراتژی‌ها است. از آنجایی که استراتژی می‌تواند دارای عمر کوتاه یا بلند باشد برنامه‌ریزی استراتژیک می‌تواند برنامه‌ریزی بلندمدت یا کوتاه مدت باشد اما متفاوت از آن‌هاست (ولی عیدی، مرداسی، ۱۳۹۰). برنامه‌ریزی استراتژیک را برنامه یا طرح کلی سازمان عنوان می‌کنند که از طریق آن سازمان تصمیم می‌گیرد که چه نوع اقداماتی باید صورت گیرد و اینکه برای ارائه نتایج مطلوب به اعضای تشکیل‌دهنده سازمان و تحقق اهداف و مأموریت سازمانی چه عملیات درونی‌ای باید انجام شود. به عبارت دیگر، این نوع برنامه‌ریزی عبارت است از اتخاذ تصمیمات نظام‌مند درباره منابع انسانی، مادی و مالی مورد نیاز برای انجام فعالیت‌ها و برنامه‌های ضروری به منظور دستیابی به اهداف کلان از پیش تعیین شده است. برای شناسایی و استفاده بهینه از توانمندی‌ها و منابع هر منطقه و توجیه اطمینان از منطقی و مناسب بودن توانمندی‌ها، اطمینان از بازگشت سرمایه، اطمینان از حمایت افراد و سازمان‌های مختلف و چگونگی بهره‌برداری و اجرای دقیق توسعه، یک مطالعه اولیه امکان‌سنجی لازم است. مطالعه امکان‌سنجی جنبه‌های مختلفی از قبیل، آرایش جمعیت شناختی، توجیه اقتصادی، وضعیت توانمندی‌ها و منابع منطقه و رقبای موجود در بازار را مورد توجه و تمرکز قرار می‌دهد. یکی از شیوه‌های متداول شناسایی این عوامل، استفاده از تحلیل SWOT است که معرف قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای سازمان است. صنعت گردشگری ورزشی نیز به عنوان یکی از ارکان عمده فرایند توسعه ملی، مأموریت، چشم‌انداز و استراتژی و سیاست‌های خاصی را می‌طلبد. برای رسیدن به اهداف طرح‌های گردشگری ورزشی، قبل از تدوین استراتژی‌های خاص، بررسی و مقایسه تنگناها، تهدیدها، فرصت‌ها، تقاضاها و موقعیت‌های محیط بیرونی و ضعف‌ها و قوت‌های درونی سازمان با اهداف توسعه کلان، ضروری به نظر می‌رسد. جزیره قشم نیز با مساحت ۱۴۹۱ کیلومتر، از ۲۳ کشور مستقل جهان (۲/۵ برابر بحرین و سنگاپور، ۵ برابر مالدیو، ۱/۵ برابر هنگ‌کنگ) بزرگ‌تر است. این جزیره به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی و اقلیمی خود، از ظرفیت‌های بالقوه بوم‌شناختی، نظیر سواحل بکر، طاق‌دیس‌ها و ناودیس‌های منحصر به فرد برای جذب گردشگر برخوردار است (سوادی، ۱۳۹۶، ۱۲۹). قشم نیز، با دارا بودن منابع و جاذبه‌های متعدد طبیعی و انسانی، یکی از مناطق اثرگذار در زمینه توسعه گردشگری تفریحی - ورزشی می‌باشد. لذا محقق در این پژوهش سعی دارد با انجام مطالعات و تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدات و فرصت‌های گردشگری ورزشی به این سؤال پاسخ دهد که؛ استراتژی گردشگری ورزشی و برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد قشم با استفاده از تحلیل SWOT چگونه است؟

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر استراتژی از نوع ترکیبی توصیفی (کمی و کیفی)، از نظر مسیر اجرا از نوع مطالعات راهبردی و به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی بود. پس از شناخت SWOT، از طریق ارزش‌گذاری، وزن و شدت هر یک از عوامل، موقعیت راهبردی گردشگری ورزشی جزیره قشم شناخته شده است. جامعه آماری شامل کارشناسان

و صاحب‌نظران در زمینه گردشگری ورزشی می‌باشند در این تحقیق از طریق اسناد و منابع کتابخانه‌ای موجود به مرور منابع، در زمینه تدوین برنامه راهبردی پرداخته شد تا بتوان مطلوب‌ترین برنامه راهبردی گردشگری ورزشی جزیره قشم را تدوین کرد. به منظور تحلیل کمی و همچنین دستیابی دقیق‌تر به اطلاعات با توجه به تحقیقات کتابخانه‌ای و اینترنتی، از پرسشنامه محقق ساخته به صورت طیف پنج ارزشی لیکرت برای بررسی و رتبه‌بندی نقاط قوت و ضعف و همچنین فرصت و تهدید استفاده گردید. جهت تعیین روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه از ۵ نفر از اساتید صاحب‌نظر در زمینه مدیریت ورزشی نظر خواهی شد که مورد تأیید قرار گرفت. برای برآورد پایایی پرسشنامه تحقیق، پرسشنامه در یک مطالعه مقدماتی بین ۳۰ نفر از نمونه آماری توزیع شد. پس از گردآوری و جمع‌بندی، با استفاده از نرم افزار SPSS پایایی (آلفای کرونباخ) پرسشنامه اولیه ۰/۷۸۷ به دست آمد. پس از استخراج نتایج، از آمار توصیفی همچون میانگین، انحراف معیار، فراوانی، درصد فراوانی، حداقل، حداکثر و همچنین ترسیم جداول و نمودارها و از آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. برای اولویت‌بندی و رتبه‌بندی کردن مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید گردشگری ورزشی جزیره قشم از آزمون فریدمن و برای طراحی استراتژی و اولویت‌بندی آنها از ماتریس تحلیل SWOT استفاده شد.

### نتایج و یافته‌های پژوهش

در این بخش با استفاده از آمار توصیفی اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد شرکت‌کننده در این تحقیق ارائه شده است. همانطور که در جدول زیر نشان داده شده است، جدول شماره ۱ نتایج تجزیه و تحلیل متغیر جنسیت را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱ توزیع و درصد فراوانی مربوط به متغیر جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۹۹	۶۳/۱
زن	۵۸	۳۶/۹
کل	۱۵۷	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

برای رتبه‌بندی نقاط قوت توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم، از آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج این آزمون نشان داد که اختلاف معنی‌داری در بین نقاط قوت تعیین شده وجود دارد ( $Pvalue < 0/001$ ). با توجه به نتایج آزمون فریدمن و ویلکاکسون می‌توان رتبه‌بندی زیر را برای نقاط قوت توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم در نظر گرفت (جدول ۲).

جدول ۲ رتبه‌بندی نقاط قوت توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم

رتبه	میانگین رتبه	انحراف استاندارد	میانگین	قوت‌ها
۵	۴/۶۷	۰/۶۰۸	۱/۳۵۰	S1: نزدیکی به سرزمین اصلی و امکان دسترسی آسان به جزیره
۴	۵/۲۲	۰/۶۱۶	۱/۴۷۸	S2: تصویب طرح معرفی قشم به عنوان پایلوت گردشگری
۳	۵/۸۰	۰/۶۸۸	۱/۶۰۳	S3: موقعیت ژئواستراتژیک جزیره و فاصله آن از نواحی بحران‌زا
۴	۵/۲۰	۰/۶۷۶	۱/۴۶۸	S4: افزایش تمایل بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری جزیره
۳	۵/۶۸	۰/۷۱۶	۱/۵۸۶	S5: قرار گرفتن در کانون گردشگری منطقه‌ای
۳	۵/۸۲	۱/۷۲۰	۱/۷۵۱	S6: افزایش توجه مسئولان کشوری به توسعه گردشگری در جزایر جنوبی
۲	۶/۵۸	۱/۲۴۳	۱/۸۹۲	S7: نقش مثبت رسانه‌ها بر مخاطب در معرفی جزیره برای گردشگری ورزشی
۱	۷/۳۳	۰/۸۵۵	۲/۰۱۳	S8: افزایش نرخ رشد صنعت گردشگری ورزشی در کشور نسبت به دهه گذشته
۱	۷/۱۲	۰/۸۸۵	۱/۹۳۰	S9: امکان برگزاری مسابقات با کشورهای همجوار
۲	۶/۶۳	۰/۸۲۳	۱/۸۱۵	S10: وجود هتل‌ها و مراکز اقامتی مناسب در جزیره
۳	۵/۹۵	۰/۷۲۰	۱/۶۲۴	S11: وجود چشم انداز طبیعی و جذاب در جزیره

منبع: یافته‌های پژوهش

در رتبه‌بندی نقاط ضعف توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم، نتایج آزمون فریدمن نشان داد که اختلاف معنی‌داری در بین نقاط ضعف تعیین شده وجود دارد ( $Pvalue < 0/001$ ). با توجه به نتایج آزمون فریدمن و ویلکاکسون می‌توان رتبه‌بندی زیر را برای نقاط ضعف توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم در نظر گرفت (جدول ۳).

جدول ۳ رتبه‌بندی نقاط ضعف توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم

رتبه	میانگین رتبه	انحراف استاندارد	میانگین	ضعف‌ها
۴	۶/۵۸	۰/۷۴۶	۱/۵۴۹	W1: عدم وجود ساختار تشکیلاتی تحت عنوان گردشگری ورزشی در ساختار ورزش کشور
۴	۶/۹۱	۰/۷۲۵	۱/۵۹۲	W2: کمبود تجربه برگزاری رویدادهای بین‌المللی در کشور در جزیره قشم
۲	۷/۵۹	۱/۰۷۳	۱/۷۶۹	W3: کمبود متخصصان و نیروی انسانی آموزش دیده در بخش گردشگری ورزشی کشور در جزیره قشم
۴	۶/۶۸	۰/۷۸۸	۱/۵۵۴	W4: کمبود ارتباطات بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی و تربیت بدنی مناطق آزاد جهت گسترش گردشگری ورزشی
۴	۶/۸۰	۰/۸۱۸	۱/۵۹۰	W5: کمبود امکانات و تاسیسات تفریحی ورزشی استاندارد و مطلوب در جزیره قشم
۲	۷/۵۲	۱/۱۱۳	۱/۷۱۱	W6: فقدان برنامه‌ریزی و استراتژی صحیح، دقیق و علمی برای توسعه گردشگری ورزشی در کشور در جزیره قشم
۱	۸/۰۵	۱/۰۸۹	۱/۸۴۱	W7: سیستم اطلاع‌رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف (در قالب کمپو سایت‌ها و نشریات الکترونیکی و کمپو تبلیغات در حوزه گردشگری) با گردشگران ورزشی در جزیره قشم
۱	۸/۱۲	۰/۹۰۲	۱/۸۶۰	W8: عدم آشنایی و تسلط مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی کشور به زبان‌های خارجی
۱	۸/۳۴	۱/۱۹۲	۱/۹۲۹	W9: توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال
۱	۸/۴۱	۰/۹۱۱	۱/۹۰۴	W10: ناکافی بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (جاده، فاضلاب و غیره)
۲	۷/۷۵	۰/۸۸۴	۱/۷۹۰	W11: ضریب بالای ریسک سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری و ضعف در جذب سرمایه
۲	۷/۷۵	۰/۷۹۲	۱/۷۴۵	W12: اختلاف نظر نهادها و دستگاه‌های اجرایی
۲	۷/۶۴	۳/۳۷۰	۱/۹۷۴	W13: مستهلک شدن تأسیسات گردشگری ایجاد شده
۳	۷/۱۸	۰/۸۰۲	۱/۶۴۷	W14: کمبود کمپ‌های گردشگری ورزشی در جزیره قشم

منبع: یافته‌های پژوهش

در رتبه‌بندی فرصت‌های توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم، نتایج آزمون فریدمن نشان داد که اختلاف معنی‌داری در بین فرصت‌های تعیین شده وجود دارد ( $Pvalue < 0/001$ ). با توجه به نتایج آزمون فریدمن و ویلکاکسون می‌توان رتبه‌بندی زیر را برای فرصت‌های توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم در نظر گرفت (جدول ۴).

جدول ۴ رتبه‌بندی فرصت‌های توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم

رتبه	میانگین رتبه	انحراف استاندارد	میانگین	فرصت‌ها
۵	۵/۷۰	۰/۶۶۳	۱/۵۶۷	O1: نقش و جایگاه جزیره قشم در منطقه و موقعیت مناسب جغرافیایی جهت برگزاری رویدادهای ورزشی
۴	۶/۳۲	۰/۷۷۵	۱/۷۲۰	O2: هزینه پایین در ایران (جزیره قشم) نسبت به سایر کشورها
۵	۵/۶۵	۰/۸۶۰	۱/۶۰۵	O3: وجود روحیه مهمان‌نوازی در فرهنگ اسلامی و ایرانی مردمان جنوبی کشور
۴	۶/۳۴	۰/۹۸۷	۱/۷۹۰	O4: مقرون به صرفه بودن هزینه‌های خدمات و نیروی انسانی نسبت به سایر کشورها
۴	۶/۲۹	۰/۸۸۴	۱/۷۹۰	O5: سازگاری تنوع غذایی کشور با ذائقه‌های ورزشکاران سایر ملل
۴	۶/۲۶	۱/۳۰۷	۱/۸۲۸	O6: امکان اجرای ورزش‌های مهیج (کایت سواری، اسکی روی آب، بانجی جامپینگ و...)
۲	۷/۱۹	۱/۰۰۶	۱/۹۸۷	O7: قیمت پایین هتل‌ها و مراکز اقامتی در جزیره
۳	۶/۷۵	۱/۳۰۱	۱/۹۱۷	O8: ایجاد امنیت به منظور حضور گردشگران در جزیره
۱	۷/۵۲	۱/۱۶۷	۲/۱۶۸	O9: عزم مسئولان سازمان منطقه آزاد برای توسعه گردشگری جزیره قشم
۳	۶/۷۲	۱/۴۹۱	۲/۰۳۸	O10: وجود فرودگاه بین‌المللی قشم
۳	۶/۹۸	۱/۰۷۱	۱/۹۸۷	O11: فراهم بودن امکان ایجاد خدمات پشتیبانی و رفاهی
۵	۵/۹۸	۰/۷۸۶	۱/۶۳۷	O12: فراوانی جمعیت بومی و نیروی کار ارزان در مقایسه با مناطق همجوار

منبع: یافته‌های پژوهش

در رتبه‌بندی تهدیدهای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم، نتایج آزمون فریدمن نشان داد که اختلاف معنی‌داری در بین تهدیدهای تعیین شده وجود دارد ( $Pvalue < 0/001$ ). با توجه به نتایج آزمون فریدمن و ویلکاکسون می‌توان رتبه‌بندی زیر را برای تهدیدهای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم در نظر گرفت (جدول ۵).

جدول ۵ رتبه‌بندی تهدیدهای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم

رتبه	میانگین رتبه	انحراف استاندارد	میانگین	تهدیدها
۳	۵/۲۷	۰/۸۲۱	۱/۵۰۳	T1: سرمایه‌گذاری کلان کشورهای حوزه خلیج فارس و تسخیر بازارهای گردشگری
۲	۶/۱۲	۰/۸۵۸	۱/۸۳۲	T2: تنش و بحران‌های سیاسی ملی و منطقه‌ای
۳	۵/۳۸	۰/۷۸۲	۱/۵۳۲	T3: امکانات و خدمات گسترده تفریحی در مناطق رقیب
۳	۵/۶۷	۱/۰۷۰	۱/۶۳۱	T4: پایین بودن سطح آگاهی عمومی نسبت به نقش گردشگری ورزشی
۳	۵/۷۹	۰/۷۱۷	۱/۵۹۰	T5: نا مشخص بودن سیاست‌های کلان کشور در بخش گردشگری ورزشی
۱	۶/۵۷	۰/۹۳۳	۱/۸۴۱	T6: نقش نوسانات برآوری ارز در عدم ثبات بازار
۱	۶/۷۳	۱/۰۸۳	۱/۹۸۱	T7: ناتوانی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در ورزش کشور
۱	۶/۷۱	۱/۱۷۰	۱/۹۲۹	T8: فرسوده بودن ناوگان هوایی کشورهای عربی
۲	۶/۱۴	۰/۸۵۰	۱/۷۱۱	T9: وجود دیدگاه منفی و تبلیغات سوء کشورهای خارجی در مورد ایران
۲	۶/۱۳	۰/۸۷۴	۱/۷۳۶	T10: تورم و افزایش قیمت‌ها
۳	۵/۵۰	۰/۶۴۷	۱/۵۰۳	T11: کمبود سرمایه‌گذاری خارجی در کشور

منبع: یافته‌های پژوهش

### ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و تعیین موقعیت استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی

با استفاده از پاسخ‌های شرکت‌کنندگان به پرسشنامه و ارزش‌گذاری (۵ ارزشی لیکرت) عوامل توسط آنان، با استفاده از فرمول  $Y=(X_1 \times 1) + (X_2 \times 2) + (X_3 \times 3) + (X_4 \times 4) + (X_5 \times 5)$  که در آن  $X$  تعداد انتخاب گزینه‌های ۱ تا ۵ برای ارزش‌گذاری عوامل است، برای هر عامل ارزش عددی  $Y$  به دست آمد. سپس با تقسیم این اعداد به مجموع این اعداد، ضریب وزنی هر عامل به دست آمد. در گام بعدی برای هر عامل یک امتیاز بین ۱ تا ۴ (۳ و ۴ برای قوت‌ها و فرصت‌ها و ۱ و ۲ برای ضعف‌ها و تهدیدها) در نظر گرفته می‌شود که نشان‌دهنده وضعیت کنونی هر عامل است. سپس با ضرب کردن دو عدد قبلی، امتیاز وزن‌دار هر عامل به دست می‌آید که مقدار آن حداقل یک و حداکثر چهار می‌باشد. مجموع نمرات بدست آمده، نمره نهایی را برای عوامل داخلی و خارجی نشان می‌دهد. چنانچه جمع امتیاز نهایی بیش از ۲/۵ باشد بدین معنی است که قوت‌ها/فرصت‌های پیش‌رو بر ضعف‌ها/تهدیدها غلبه خواهد داشت. همچنین اگر امتیاز نهایی کمتر از ۲/۵ باشد به معنای غلبه ضعف‌ها/تهدیدها خواهد بود. جدول ۶ و ۷ به ترتیب ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی را به تفصیل نشان می‌دهد.

جدول ۶ ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

عوامل داخلی	وزن	امتیاز وضع موجود	امتیاز وزن‌دار
قوت‌ها			
S1: نزدیکی به سرزمین اصلی و امکان دسترسی آسان به جزیره	۰/۱۰	۳	۰/۳۰
S2: تصویب طرح معرفی قشم به عنوان پایلوت گردشگری	۰/۱۰	۳	۰/۳۰
S3: موقعیت ژئواستراتژیک جزیره و فاصله آن از نواحی بحران‌زا	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
S4: افزایش تمایل بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری جزیره	۰/۱۰	۳	۰/۳۰
S5: قرار گرفتن در کانون گردشگری منطقه‌ای	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S6: افزایش توجه مسئولان کشوری به توسعه گردشگری در جزایر جنوبی	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
S7: نقش مثبت رسانه‌ها بر مخاطب در معرفی جزیره برای گردشگری ورزشی	۰/۲۴	۴	۰/۹۶
S8: افزایش نرخ رشد صنعت گردشگری ورزشی در کشور نسبت به دهه گذشته	۰/۴۰	۴	۰/۱۶۰
S9: امکان برگزاری مسابقات با کشورهای همجوار	۰/۳۶	۴	۰/۱۴۴
S10: وجود هتل‌ها و مراکز اقامتی مناسب در جزیره	۰/۲۴	۴	۰/۹۶

۰/۰۰	۳	۰/۰۰	S11: وجود چشم انداز طبیعی و جذاب در جزیره
ضعف‌ها			
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	W1: عدم وجود ساختار تشکیلاتی تحت عنوان گردشگری ورزشی در ساختار ورزش کشور
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	W2: کمبود تجربه برگزاری رویدادهای بین‌المللی در کشور در جزیره قشم
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	W3: کمبود متخصصان و نیروی انسانی آموزش دیده در بخش گردشگری ورزشی کشور در جزیره قشم
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	W4: کمبود ارتباطات بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی و تربیت بدنی مناطق آزاد جهت گسترش گردشگری ورزشی
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	W5: کمبود امکانات و تاسیسات تفریحی ورزشی استاندارد و مطلوب در جزیره قشم
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	W6: فقدان برنامه‌ریزی و استراتژی صحیح، دقیق و علمی برای توسعه گردشگری ورزشی در کشور در جزیره قشم
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	W7: سیستم اطلاع‌رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف (در قالب کمبود سایت‌ها و نشریات الکترونیکی و کمبود تبلیغات در حوزه گردشگری) با گردشگران ورزشی در جزیره قشم
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	W8: عدم آشنایی و تسلط مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی کشور به زبان‌های خارجی
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	W9: توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال
۰/۱۶	۲	۰/۰۸	W10: ناکافی بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (جاده، فاضلاب و غیره)
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	W11: ضریب بالای ریسک سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری و ضعف در جذب سرمایه
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	W12: اختلاف نظر نهادهای دستگاه‌های اجرایی
۰/۰۸	۱	۰/۰۴	W13: مستهلک شدن تاسیسات گردشگری ایجاد شده
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	W14: کمبود کسب‌های گردشگری ورزشی در جزیره قشم
۲/۵۳	۱		جمع کل

منبع: یافته‌های پژوهش

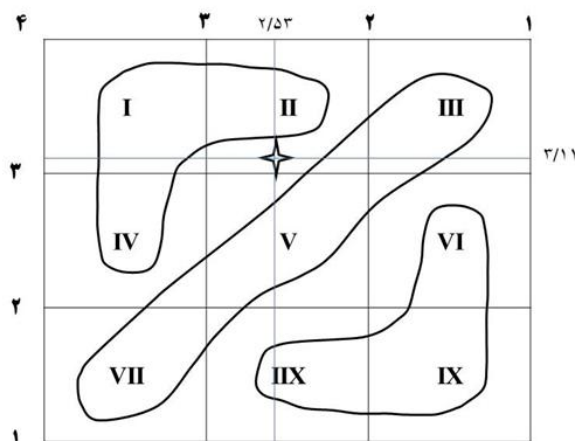
#### جدول ۷ ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

عوامل خارجی	وزن	امتیاز وضع موجود	امتیاز وزن‌دار
فرصت‌ها			
O1: نقش و جایگاه جزیره قشم در منطقه و موقعیت مناسب جغرافیایی جهت برگزاری رویدادهای ورزشی	۰/۰۱	۳	۰/۰۳
O2: هزینه پایین در ایران (جزیره قشم) نسبت به سایر کشورها	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
O3: وجود روحیه مهمان‌نوازی در فرهنگ اسلامی و ایرانی مردمان جنوبی کشور	۰/۰۱	۳	۰/۰۳
O4: مقرون به صرفه بودن هزینه‌های خدمات و نیروی انسانی نسبت به سایر کشورها	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
O5: سازگاری تنوع غذایی کشور با ذائقه‌های ورزشکاران سایر ملل	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
O6: امکان اجرای ورزش‌های مهیج (کایت سواری، اسکی روی آب، بانجی و...)	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
O7: قیمت پایین هتل‌ها و مراکز اقامتی در جزیره	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
O8: ایجاد امنیت به منظور حضور گردشگران در جزیره	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
O9: عزم مسئولان سازمان منطقه آزاد برای توسعه گردشگری جزیره قشم	۰/۱۲	۴	۰/۴۸
O10: وجود فرودگاه بین‌المللی قشم	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
O11: فراهم بودن امکان ایجاد خدمات پشتیبانی و رفاهی	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
O12: فراوانی جمعیت بومی و نیروی کار ارزان در مقایسه با مناطق همجوار	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
تهدیدها			
T1: سرمایه‌گذاری کلان کشورهای حوزه خلیج فارس و تسخیر بازارهای گردشگری	۰/۰۰	۱	۰/۰۰
T2: تنش و بحران‌های سیاسی ملی و منطقه‌ای	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
T3: امکانات و خدمات گسترده تفریحی در مناطق رقیب	۰/۰۰	۱	۰/۰۰
T4: پایین بودن سطح آگاهی عمومی نسبت به نقش گردشگری ورزشی	۰/۰۰	۱	۰/۰۰
T5: نامشخص بودن سیاست‌های کلان کشور در بخش گردشگری ورزشی	۰/۰۰	۱	۰/۰۰
T6: نقش نوسانات برآوری ارز در عدم ثبات بازار	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
T7: ناتوانی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در ورزش کشور	۰/۰۹	۲	۰/۱۸
T8: فرسوده بودن ناوگان هوایی کشورهای عربی	۰/۰۷	۲	۰/۱۴
T9: وجود دیدگاه منفی و تبلیغات سوء کشورهای خارجی در مورد ایران	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
T10: تورم و افزایش قیمت‌ها	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
T11: کمبود سرمایه‌گذاری خارجی در کشور	۰/۰۰	۱	۰/۰۰
جمع کل	۱		۳/۱۱

منبع: یافته‌های پژوهش

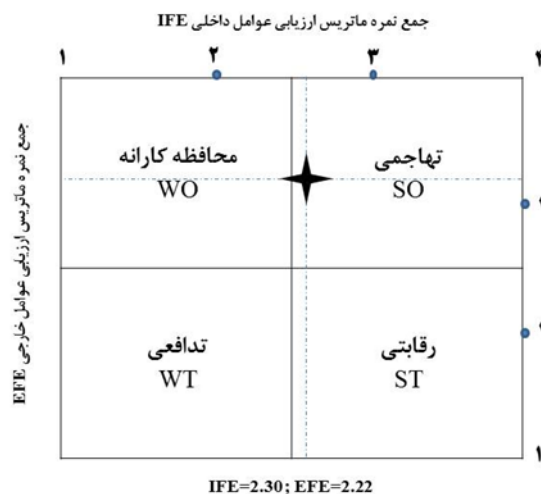
حصول نمره نهایی ۲/۵۳ برای ماتریس ارزیابی عوامل داخلی، نشان‌دهنده غلبه قوت‌ها بر ضعف‌های موجود در توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم می‌باشد. بر همین اساس، حصول نمره نهایی ۳/۱۱ برای ماتریس ارزیابی عوامل خارجی، نشان‌دهنده غلبه فرصت‌ها بر تهدیدهای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم می‌باشد. با در نظر

گرفتن نمرات حاصل از ماتریس عوامل داخلی و خارجی می‌توان موقعیت استراتژیک برای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم را تعیین نمود. برای این امر از دیاگرام نه خانه‌ای دیوید استفاده شده است. روی محور X دیاگرام نه خانه‌ای، مجموع امتیاز وزن‌دار حاصل از ارزیابی عوامل داخلی نشان داده می‌شود و روی محور Y این دیاگرام، مجموع امتیاز وزن‌دار حاصل از ارزیابی عوامل خارجی نشان داده می‌شود. شکل ۱ موقعیت استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم را بر روی دیاگرام نه خانه‌ای دیوید نشان می‌دهد.



شکل ۱ دیاگرام دیوید و موقعیت استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم

همانگونه که ملاحظه می‌شود این ماتریس سه وضعیت اصلی را مشخص کرده و سه دسته راهبرد را پیشنهاد می‌کند.



شکل ۲ ماتریس چهارخانه‌ای و موقعیت استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم

اما با توجه به این که براساس چارچوب SWOT چهار دسته راهبرد (WT، WO، ST، SO) معین می‌شود شایسته است این ماتریس هم به گونه‌ای ترسیم شود که نشان دهنده چهارخانه اصلی بوده و متعاقب آن توصیه کننده چهار دسته راهبرد اصلی باشد. چنانچه ابعاد افقی و عمودی ماتریس نه خانه‌ای را نصف کنیم می‌توانیم به ماتریس چهارخانه‌ای دست یابیم. در ماتریس چهارخانه‌ای چنانکه از حیث نمرات عوامل داخلی و خارجی مشاهده می‌کنید، موقعیت در خانه SO قرار دارد و این بدین معنی است که باید با تکیه بر موقعیت راهبردی تهاجمی به توسعه



گردشگری ورزشی در شهر قشم پرداخت. شکل ۲ ماتریس چهارخانه‌ای و موقعیت استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم را نشان می‌دهد.

از وضعیت قرارگیری نمرات به دست آمده از این مطالعه در ماتریس‌های نه‌خانه‌ای و چهارخانه‌ای می‌توان نتیجه گرفت که راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم مبتنی بر راهبردهای تهاجمی (SO) است. هدف از اجرای استراتژی‌های SO، حداکثر استفاده از فرصت‌های محیطی با بکارگیری نقاط قوت سازمان می‌باشد.

### بررسی استراتژی‌های توسعه (ماتریس تحلیل SWOT)

از طریق بررسی تقابل عوامل چهارگانه مورد مطالعه می‌توان استراتژی‌های توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم را به صورت جدول ۸ ارائه نمود.

جدول ۸ ماتریس تحلیل SWOT

عوامل داخلی	قوت‌ها (S)	ضعف‌ها (W)
عوامل خارجی	S1: نزدیکی به سرزمین اصلی و امکان دسترسی آسان به جزیره	W1: عدم وجود ساختار تشکیلاتی تحت عنوان گردشگری ورزشی در ساختار ورزش کشور
	S2: تصویب طرح معرفی قشم به عنوان پایلوت گردشگری	W2: کمبود تجربه برگزاری رویدادهای بین‌المللی در کشور در جزیره قشم
	S3: موقعیت ژئواستراتژیک جزیره و فاصله آن از نواحی بحران‌زا	W3: کمبود متخصصان و نیروی انسانی آموزش دیده در بخش گردشگری ورزشی کشور در جزیره قشم
	S4: افزایش تمایل بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری جزیره	W4: کمبود ارتباطات بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی و تربیت بدنی مناطق آزاد جهت گسترش گردشگری ورزشی
	S5: قرار گرفتن در کانون گردشگری منطقه‌ای	W5: کمبود امکانات و تأسیسات تفریحی ورزشی استاندارد و مطلوب در جزیره قشم
	S6: افزایش توجه مسئولان کشوری به توسعه گردشگری در جزایر جنوبی	W6: فقدان برنامه‌ریزی و استراتژی صحیح، دقیق و علمی برای توسعه گردشگری ورزشی در کشور در جزیره قشم
	S7: نقش مثبت رسانه‌ها بر مخاطب در معرفی جزیره برای گردشگری ورزشی	W7: سیستم اطلاع‌رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف (در قالب کمپود سایت‌ها و نشریات الکترونیکی و کمپود تبلیغات در حوزه گردشگری) با گردشگران ورزشی در جزیره قشم
	S8: افزایش نرخ رشد صنعت گردشگری ورزشی در کشور نسبت به دهه گذشته	W8: عدم آشنایی و تسلط مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی کشور به زبان‌های خارجی
	S9: امکان برگزاری مسابقات با کشورهای همجوار	W9: توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال
	S10: وجود هتل‌ها و مراکز اقامتی مناسب در جزیره	W10: ناکافی بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (جاده، فاضلاب و غیره)
	S11: وجود چشم‌انداز طبیعی و جذاب در جزیره	W11: ضریب بالای ریسک سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری و ضعف در جذب سرمایه
		W12: اختلاف نظر نهادها و دستگاه‌های اجرایی
		W13: مستهلک شدن تأسیسات گردشگری ایجاد شده
		W14: کمبود کمپ‌های گردشگری ورزشی در جزیره قشم
فرصت‌ها (O)	راهبردهای SO	راهبردهای WO
O1: نقش و جایگاه جزیره قشم در منطقه و موقعیت مناسب جغرافیایی جهت برگزاری رویدادهای ورزشی	O6, S4: جلب مشارکت بخش خصوصی برای رونق گرفتن ورزش‌های ماجراجویانه مانند کایت‌سواری، اسکی روی آب، بانجی‌جامپینگ و...	W14, W13, W5, O9: جلب مشارکت سازمان منطقه آزاد قشم در ساخت امکانات و تأسیسات تفریحی - ورزشی استاندارد و مطلوب
O2: هزینه پایین در ایران (جزیره قشم) نسبت به سایر کشورها	O9, O12, O11, O10, O4: برگزاری مسابقات حاشیه خلیج فارس در شهر قشم با توجه به مقرون به صرفه بودن هزینه‌ها و فراهم بودن خدمات پشتیبانی و رفاهی	W11, O11, O10, O7, O4: استفاده از پتانسیل منطقه آزاد قشم برای کاهش ریسک سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
O3: وجود روحیه مهمان‌نوازی در فرهنگ اسلامی و ایرانی مردمان جنوبی کشور	O6, O9: برگزاری یک تفاهم‌نامه همکاری بین سازمان منطقه آزاد قشم و مسئولان کشور برای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم	W6, O12, O11, O10, O7, O4: ایجاد یک برنامه جامع و دقیق برای هماهنگ ساختن پتانسیل‌های موجود در شهر قشم برای توسعه گردشگری ورزشی در منطقه
O4: مقرون به صرفه بودن هزینه‌های شهر قشم		

خدمات و نیروی انسانی نسبت به سایر کشورها  
**O5:** سازگاری تنوع غذایی کشور با ذائقه‌های ورزشکاران سایر ملل  
**O6:** امکان اجرای ورزش های مهیج (کایت سواری، اسکی روی آب، بانجی جامپینگ و...)  
**O7:** قیمت پایین هتل ها و مراکز اقامتی در جزیره  
**O8:** ایجاد امنیت به منظور حضور گردشگران در جزیره  
**O9:** عزم مسئولان سازمان منطقه آزاد برای توسعه گردشگری جزیره قشم  
**O10:** وجود فرودگاه بین المللی قشم  
**O11:** فراهم بودن امکان ایجاد خدمات پشتیبانی و رفاهی  
**O12:** فراوانی جمعیت بومی و نیروی کار ارزان در مقایسه با مناطق همجوار

راهبردهای WT	راهبردهای ST	تهدیدها (T)
<b>W7, T4:</b> اطلاع‌رسانی گسترده برای افزایش آگاهی عمومی نسبت به نقش گردشگری ورزشی در منطقه	<b>S3, T7, T2, T1:</b> جذب سرمایه‌های خارجی در حوزه گردشگری شهر قشم با تمرکز بر حفظ موقعیت ژئواستراتژیک جزیره	<b>T1:</b> سرمایه‌گذاری کلان کشورهای حوزه خلیج فارس و تسخیر بازارهای گردشگری
<b>W11, T10, T6:</b> کنترل تورم و نرخ ارز جهت کاهش ریسک سرمایه‌گذاری	<b>S6, T5:</b> مشخص ساختن سیاست‌های کلان کشور برای توسعه گردشگری ورزشی در جزیره قشم	<b>T2:</b> تنش و بحران های سیاسی ملی و منطقه‌ای
	<b>S4, T1:</b> تسهیل شرایط امضای تفاهم‌نامه همکاری بین بخش خصوصی داخلی و سرمایه‌گذاران خارجی برای جلب سرمایه‌گذاری مشترک در گردشگری ورزشی جزیره قشم	<b>T3:</b> امکانات و خدمات گسترده تفریحی در مناطق رقیب
		<b>T4:</b> پایین بودن سطح آگاهی عمومی نسبت به نقش گردشگری ورزشی
		<b>T5:</b> نا مشخص بودن سیاست‌های کلان کشور در بخش گردشگری ورزشی
		<b>T6:</b> نقش نوسانات برآوری ارز در عدم ثبات بازار
		<b>T7:</b> ناتوانی بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در ورزش کشور
		<b>T8:</b> فرسوده بودن ناوگان هوایی کشورهای عربی
		<b>T9:</b> وجود دیدگاه منفی و تبلیغات سوء کشورهای خارجی در مورد ایران
		<b>T10:</b> تورم و افزایش قیمت‌ها
		<b>T11:</b> کمبود سرمایه گذاری خارجی در کشور

منبع: یافته‌های پژوهش

### بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش سعی شد تا بر پایه روش SWOT به تدوین طرح استراتژی توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم پرداخته شود. نتایج نشان داد که موقعیت استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم در موقعیت تهاجمی SO قرار دارد. در اجرای استراتژی‌های SO سازمان با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشد از فرصت‌های خارجی حداکثر بهره برداری را نماید. پس از رتبه‌بندی نقاط قوت توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم، نتایج نشان داد

که "افزایش نرخ رشد صنعت گردشگری ورزشی در کشور نسبت به دهه گذشته و امکان برگزاری مسابقات با کشورهای همجوار" بالاترین اولویت و "نزدیکی به سرزمین اصلی و امکان دسترسی آسان به جزیره" پایین‌ترین اولویت را در بین نقاط قوت تعیین شده داشتند. همچنین در بین نقاط ضعف توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم، چهار عامل "سیستم اطلاع‌رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف (در قالب کمبود سایت‌ها و نشریات الکترونیکی و کمبود تبلیغات در حوزه گردشگری) با گردشگران ورزشی در جزیره قشم"، "عدم آشنایی و تسلط مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی کشور به زبان‌های خارجی"، "توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال" و "ناکافی بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (جاده، فاضلاب و غیره)" بالاترین اولویت و چهار عامل "کمبود تجربه برگزاری رویدادهای بین‌المللی در کشور در جزیره قشم"، "عدم وجود ساختار تشکیلاتی تحت عنوان گردشگری ورزشی در ساختار ورزش کشور"، "کمبود ارتباطات بین‌المللی فدراسیون‌های ورزشی و تربیت بدنی مناطق آزاد جهت گسترش گردشگری ورزشی" و "کمبود امکانات و تاسیسات تفریحی ورزشی استاندارد و مطلوب در جزیره قشم" پایین‌ترین اولویت را داشتند. بالاترین اولویت در بین فرصت‌های توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم به عامل "عزم مسئولان سازمان منطقه آزاد برای توسعه گردشگری جزیره قشم" و پایین‌ترین اولویت به سه عامل "نقش و جایگاه جزیره قشم در منطقه و موقعیت مناسب جغرافیایی جهت برگزاری رویدادهای ورزشی"، "وجود روحیه مهمان‌نوازی در فرهنگ اسلامی و ایرانی مردمان جنوبی کشور" و "فراوانی جمعیت بومی و نیروی کار ارزان در مقایسه با مناطق همجوار" اختصاص داشت.

همچنین در بین تهدیدهای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم، سه عامل "نقش نوسانات برآوری ارز در عدم ثبات بازار"، "ناتوانی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در ورزش کشور" و "به روز بودن ناوگان هوایی کشورهای عربی" بالاترین اولویت و پنج عامل "سرمایه‌گذاری کلان کشورهای حوزه خلیج فارس و تسخیر بازارهای گردشگری"، "امکانات و خدمات گسترده تفریحی در مناطق رقیب"، "پایین بودن سطح آگاهی عمومی نسبت به نقش گردشگری ورزشی"، "نامشخص بودن سیاست‌های کلان کشور در بخش گردشگری ورزشی" و "کمبود سرمایه‌گذاری خارجی در کشور" پایین‌ترین اولویت را داشتند. نمره بدست آمده از ارزیابی عوامل داخلی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم، ۲/۵۳ می‌باشد که نشان‌دهنده غلبه نقاط قوت بر نقاط ضعف موجود در محیط داخلی می‌باشد. همچنین حصول نمره نهایی ۳/۱۱ در ارزیابی عوامل خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی شهر قشم، نشان‌دهنده غلبه فرصت‌ها بر تهدیدهای موجود در محیط خارجی است. بر این اساس، با اعمال نمرات حاصل از ارزیابی عوامل داخلی و خارجی در ماتریس نه‌خانه‌ای، موقعیت راهبردی توسعه گردشگری ورزشی شهر قشم در خانه II قرار می‌گیرد که نشان‌دهنده موقعیت "رشد و توسعه" برای گردشگری ورزشی در شهر قشم می‌باشد. همچنین با اعمال این نمرات به ماتریس چهارخانه‌ای، موقعیت راهبردی توسعه گردشگری ورزشی در خانه SO قرار می‌گیرد که راهبردهای پیشنهادی برای این موقعیت "تهاجمی" می‌باشند. لازم به ذکر است که هدف از اجرای استراتژی‌های SO، حداکثر استفاده از فرصت‌های محیطی با بکارگیری نقاط قوت سازمان می‌باشد. در این پژوهش برای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم در موقعیت کنونی (موقعیت SO)، استراتژی "جلب مشارکت بخش خصوصی برای رونق گرفتن ورزش‌هایی مانند کایت سواری، اسکی روی آب،

بانجی جامپینگ و... " پیشنهاد گردید. در همین راستا تاملینسون و همکاران (۲۰۰۵) این مفهوم را ارائه می‌دهند که حوزه فعالیت‌های ماجراجویانه بایستی پلی بین حوزه‌های ورزش، سبک زندگی و گردشگری باشد (نیمو و همکاران، ۲۰۰۷). پژوهشگران قابلیت‌ها و ظرفیتهای گردشگری ورزشی را عاملی مهم در توسعه صنعت گردشگری ذکر کرده‌اند (گندمکار و همکاران، ۱۳۹۶، ۲). با توجه به این موضوع، رشد روز افزون علاقه به مشارکت در این حوزه و پتانسیل بالای گردشگری در منطقه می‌توان بیان کرد که در تعیین خط‌مشی‌ها توسط سازمان‌های ذی‌ربط در خصوص برخورد با این مسئله، بایستی با مطالعه و بررسی دقیق به این حوزه توجه شود. همانند ورزش‌های مرسوم، ورزش‌های ماجراجویانه نیز گاهاً وابسته و نیازمند تجهیزات و امکانات هستند. یافته‌های پژوهش کلت و راسل (۲۰۰۹) نشان داد که رابطه بسیار قوی بین توسعه تجهیزات و توسعه ورزش‌های ماجراجویانه وجود دارد. نوآوری مداوم در تجهیزات در توسعه ورزش‌های ماجراجویانه بسیار تعیین‌کننده است. این عامل ارتباط منحصر به فردی بین حامیان مالی و بازار به وجود می‌آورد که در ورزش‌های معمول وجود ندارد. از این رو حضور بخش خصوصی در این حوزه می‌تواند باعث توسعه ورزش‌های ماجراجویانه و متعاقباً توسعه گردشگری ورزشی در منطقه گردد. استراتژی دیگری که برای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم پیشنهاد گردیده است، " برگزاری مسابقات حاشیه خلیج فارس در شهر قشم با توجه به مقرون به صرفه بودن هزینه‌ها و فراهم بودن خدمات پشتیبانی و رفاهی " می‌باشد. در واقع برگزاری رویدادهای ورزشی می‌تواند علاوه بر جذب گردشگرانی که با اهداف مختلف به منطقه وارد می‌شوند، تأثیرات مختلفی را بر منطقه داشته باشد. در همین راستا و مطابق با نتایج تحقیق اورت و همکاران (۲۰۱۲)، برگزاری رویدادهای ورزشی منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید به شکل مستقیم و غیر مستقیم می‌شود. همچنین گیسون (۲۰۱۲)، در بررسی از شش رویداد در زمان ۱۸ ماه، در مورد متغیر اقتصادی، به این نتیجه رسیدند که حضور تماشاگران در محل برگزاری، باعث رفاه مالی افراد و ایجاد شغل و تزریق پول، در آن جامعه می‌شود. دور نمای گردشگری ورزشی رویداد، بسیار گسترده است و از رویدادهای شاخص نظیر بازیهای المپیک گرفته تا مسابقات بسکتبال جوانان دانشگاهی را شامل می‌شود. وقتی گردشگری ورزشی رویداد، تماشاچیان خارج از منطقه را جذب می‌کند ما گردشگران ورزشی رویداد را مشاهده می‌کنیم. بازی‌های المپیک به خاطر اهمیت زیادشان در تقویم ورزشی به طور وسیع مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. مطالعات جدید گردشگران ورزشی رویداد که در بازی‌های المپیک حضور داشته‌اند نشان می‌دهد که هیچ چیزی بر تجربه «آنجا بودن» غلبه نمی‌کند. انگیزش، پیچیدگی‌هایی برای برنامه‌ریزان، بازاریابان و مدیران دارد. اگر چه الگوهای اندازه‌گیری هزینه‌ها موضوع مشکلی است اما اکثر تحقیقات در مورد گردشگران ورزشی رویداد بر تأثیرات اقتصادی آنها بر جوامع میزبان تمرکز کرده‌اند. استراتژی آخری که برای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم پیشنهاد گردیده است، " برقراری یک تفاهم نامه همکاری بین سازمان منطقه آزاد قشم و مسئولان کشور برای توسعه گردشگری ورزشی در شهر قشم " می‌باشد. مطابق با نتایج این تحقیق، تقی‌زاده و همکاران (۱۳۹۵) به این نتیجه رسیدند که متغیر عدم آمادگی در دستگاه‌های اجرایی و مردم جهت استفاده از فرصت فرهنگی - اقتصادی حضور گردشگران خارجی، به عنوان مهمترین تهدید در توسعه گردشگری مطرح است. بنابراین به هنگام تدوین راهبردها باید به جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی گردشگری ورزشی توجه خاصی نمود و مدیریت باید به این عوامل اهمیت بدهد. نتایج مطالعات انجام شده

در حوزه گردشگری ورزشی نشان می‌دهد در دنیای امروز گردشگری به عنوان یک پدیده اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی مطرح است (سوادی، ۱۳۹۶، ۱۴۱). بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیر ساخت‌ها مورد توجه قرار داشته‌اند. از این رو صنعت گردشگری ورزشی، به عنوان یکی از ارکان عمده فرایند توسعه ملی، شناخته می‌شود.

## منابع

- اکبریان رونیزی، سعیدرضا (۱۳۹۶). نقش گردشگری در پایداری شهری مورد: شهر سی‌سخت (شهرستان دنا). نشریه گردشگری شهری ۴ (۴): ۱-۱۲.
- پورمحمدی، محمدرضا، نعیمی، کیومرث، ایرانی، احمد (۱۳۹۴). ارزیابی و تدوین استراتژی‌های توسعه پایدار گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT و IEA مطالعه موردی: شهرستان بانه. نشریه گردشگری شهری ۲ (۳): ۳۱۹-۳۰۵.
- دستوم، صلاح، سوادی، مهدی (۱۳۹۶). طراحی چارچوب توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری ورزشی. فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای). ۱ (۲۶): ۲۴۹-۲۶۵.
- سوادی، مهدی (۱۳۹۶). ترسیم ساختار توسعه گردشگری تفریحی ورزشی مبتنی بر مسیرها و راهکارهای اجرایی (مطالعه موردی جزیره قشم). فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. ۱۰ (۱): ۱۲۵-۱۴۳.
- سوادی، مهدی، همتی نژاد، مهرعلی، قلی‌زاده، محمد حسن، گوهررستمی، حمیدرضا (۱۳۹۵). ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری تفریحی-ورزشی با تاکید بر ورزش همگانی. فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای) ۲۵ (۱): ۲۰۱-۲۱۰.
- شجاعی، و، تجاری ف، سلیمانی تپه سری ب، دوستی م. (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی راهبردی توریسم ورزشی استان مازندران. فصل نامه علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، ۱۲ (۳۹): ۱۹۴-۱۷۳.
- گندمکار، امیر، دانشور، فاطمه، قاسمی، نوشین (۱۳۹۷). مکان یابی سایت‌های تفریحی - ورزشی اسکی (مطالعه موردی استان اصفهان). فضای گردشگری.
- مهدی زاده، ع. طالب پور، م.، فتحی، م. (۱۳۹۳). بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد با استفاده از مدل SWOT، فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزش، ۲ (۴): ۳۶-۲۳.
- ولی عیدی، حسین؛ مرداسی، علی (۱۳۹۰). تدوین برنامه‌ریزی استراتژیک براساس مدل دیوید. دانشگاه علم و صنعت ایران، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد اردبیل.
- هنرور، افشار (۱۳۸۳)، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی و مدیران گردشگری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلّم، تهران.
- Butler, R.W. (2002). Ecotourism-Hasid achieved Maturity or HAS The Bubble Burst Pacific Rim tourism 2000. New Zealand, p.256
- Castro, C.B., E.M. Armario, and D.M. Ruiz (2007) The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behaviour. Tourism Management 28: 175-187.
- Chen, J.S. and D. Gursoy. (2001). An Investigation of tourists' destination loyalty and preferences. International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol.13(2), 79-85.
- D.J. Hckson, R.J. Butler, D. Cray, G.R. Mallory, and D.C. Wilson Top Decisions: Strategic Decision-Making in Organizations (Sanfrancisco) Ossey- Bass (1986), 26-42
- Devine, A. and Devine, F. (2005). Sports Tourism: Marketing Ireland's Best Kept Secret - The Gaelic Athletic Association. Irish Journal of Management: Special issue based on selected best papers from the 2005. 7-32.
- Everett, S. (2012). Economic Impact of London 2012 Olympic Games. Windermere and Bowness Chamber of Trade. pp:14.

- Gammon, S., Robinson, T. (2003). Sport and Tourism: A Conceptual Framework. *Journal of Sport Tourism*, 8(1): 21-26
- George, R., Swart, K., & Jenkins, W. (2014). Harnessing the power of football: safety-risk perceptions of sport tourists at the 2013 FIFA Confederations Cup™ in Brazil, 18 (4), 241-263.
- Gibson, H., Kaplanidou, K., Kang, S. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2): 160-170.
- Higam, J. & Hinch, T. (2002). Sport and Tourism Research: A Geographic Approach. *Journal of Sport & Tourism*. vol. 11, N. 1, pp 91-93
- Nimmo, L. Stewart, J. McNamara, J. & Leaversuch, P. 2007. "Research into Status of Challenge/Extreme Sport and Activities in Western Australia", Royal Life Saving Society (WA Branch), Perth, Western Australia.
- Hinch, T & Higham, J. (2003). Sport Tourism development. channel view Publication. UK.
- Hinch, T. D. and J. E. S. Higham. (2001). Sport Tourism: a framework for research. *The International Journal of Tourism Research*. Vol. 3(1), 45-58.
- Hsieh, M-H., S-L. Pan and R. Setiono. (2004). Product, Corporate, and Country-Image Dimensions and Purchase Behaviour: A Multicountry Analysis. *Journal of Academy of Marketing Science*. Vol. 32(3), 251-270.
- Huang, H. H. and C. K. Chiu. (2006). Exploring Customer Satisfaction, Trust and Destination Loyalty in Tourism. *Journal of American Academy of Business*. Vol. 10(1), 56-159.
- Huang, J, Z. Cai, L. A. Ismaili, j, A. (2010), Cognitive image change and loyalty in destination branding, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Volume 23, Issue 2 JAN 2010, pages 128- 140.
- Mohsin, A. (2005). Tourist attitude and destination marketing. The case of Australia northern territory and Malaysia. *Tourism management*, 26(4): 732-733.
- Shonk David, J. (2009). Perceptions of service quality, satisfaction and the intent to return among tourists attending a sporting event. The ohio state university.
- Yooshk, Yoon & Muzaffer, Uysal, 2005, An examination of the effect motivation and satisfaction on destination loyalty, a structural model.