

تحلیل روند محیط‌شناسی راهبردی گردشگری ورزشی اصفهان بر اساس مدل STEEPV

رسول نظری؛ حسین یزدانی؛ سعید تابش^۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل روند محیط‌شناسی راهبردی گردشگری ورزشی شهر اصفهان بر اساس مدل STEEPV انجام گردید. روش این پژوهش توصیفی-تحلیلی است که به روش پیمایشی انجام شد. جامعه آماری کلیه اعضای هیئت علمی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی، مدیران دفاتر مسافرتی، کارشناسان حوزه گردشگری ورزشی و تفریحی در سازمان‌های ورزشی شهرداری اصفهان بودند. تعداد جامعه آماری مورد نظر ۴۸۳ نفر گزارش شد که با توجه به فرمول کوکران تعداد ۲۱۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. با توجه به مطالعات کتابخانه‌ای چک لیست محقق ساخته در دو بخش برای بررسی عوامل درون حوزه ای و عوامل بیرون حوزه ای گردشگری ورزشی شهر اصفهان با استفاده از نظرات اساتید طراحی و توزیع گردید. پس از تأیید روایی صوری چک لیست توسط ۱۰ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی، پایایی بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۸۹ محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل یافته‌های این تحقیق از ماتریس‌های (SWOT)، (SPACE) و (QSPM) استفاده گردیده است. نتایج نشان داد که از مهمترین عوامل اجتماعی می‌توان به افزایش سهم گردشگری ورزشی در اوقات فراغت مردم با توجه به علاقه آنان به گردشگری ورزشی، در مولفه فن آوری استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی، در مولفه اقتصادی سعی در جهت افزایش سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی، مهمترین فاکتورهای مولفه بوم‌شناسی توسعه گردشگری ورزشی در جهت بهبود وضعیت محیط زیست، از لحاظ سیاسی تلاش در جهت بهبود وضعیت در مجامع بین‌المللی و در نهایت مهمترین عامل‌های ارزشی شامل استفاده از فرهنگ و هویت شهر جهت افزایش انگیزه ورزشکاران در گردشگری ورزشی است. به طور کلی باید اذعان نمود کاربرست مدیریت واحد در سیاست‌گذاری گردشگری ورزشی راهبرد مناسبی است که می‌تواند هم‌افزایی ایجاد نماید و نهایتاً این هم‌افزایی منجر به محقق شدن چشم‌انداز در منظر در حوزه گردشگری شهر اصفهان گردد.

واژگان کلیدی: محیط‌شناسی، راهبردی، گردشگری ورزشی، اصفهان، مدل STEEPV.

۱. دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) (نویسنده مسئول): تلفن: *****: پست الکترونیکی:

nazarirasool@yahoo.com, r.nazari@khuif.ac.ir

۲. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه مازندران

۱- مقدمه

جهان در شرایط متغیری از فرآیندها قرار دارد. در این بین سازمان‌ها به شدت متأثر از تغییرات شتابناک قرن حاضر قرار دارند. بدین منظور سازمان‌ها نیازمندند به طور منظم فرآیندها و روش‌های خود را به منظور ایفای نقش معنادار در محیط مورد بازبینی و بررسی قرار دهند و فرآیندهای عملیاتی خود را به منظور دستیابی به رسالت‌ها، ارزش‌ها و مطلوبیت‌ها، طوری سازمان‌دهی کنند که علاوه بر حفظ و بقای خود در شرایط حاضر بتوانند پاسخگوی نیازهای محیطی باشند (۱۵). هیچ‌بنگاه اقتصادی و خدماتی در خلأ فعالیت نمی‌کند، همه سازمان‌ها همانند یک سیستم پویا و ارگانیک در داخل محیطی قرار دارند که با دیگر اجزای محیط در تعامل متقابل هستند و بر همدیگر تأثیر گذاشته و از هم دیگر تأثیر می‌پذیرند. محیط به عنوان مجموعه‌ای مرکب از نیروهای تعریف شده که عملکرد سازمان را متأثر ساخته ولی سازمان نسبت به آن کنترل کمی داشته یا اصلاً هیچ‌کنترلی ندارد، شناخته می‌شود (۵).

امروزه سازمان‌های پاسخگو با شرایط محیط بیرونی به طور موفقیت‌آمیزی تعامل برقرار کرده و سازمان را به طور اثربخش در جهت اهداف و مقاصد اصلی خود هدایت می‌کند. سازمان‌های پاسخگو درصدد تحقق سه نوع هدف عمده می‌باشند؛ انطباق و تحقق رسالت و اهداف خود، یگانگی و یکپارچگی سازمانی و ایجاد تناسب محیطی که برای این امر نیازمند این است که؛ سطوح فنی، اداری و نهادی آن هماهنگ و هم‌خوان عمل نماید (۶). باید توجه داشت برنامه‌ریزی استراتژیک فرآیندی است که از طریق آن سازمان‌ها محیط داخلی و خارجی خود را تحلیل کرده و شناخت کسب می‌کنند، علاوه بر آن مسیر استراتژیک خود را پایه‌گذاری کرده و استراتژی‌هایی را خلق می‌کنند (۱۸). در همین راستا، تفکر راهبردی به مفهوم آمادگی ذهنی و اجرایی فرد برای انطباق با شرایط و تقدم زمانی و معنایی برای تغییرات محیطی می‌باشد. تفکر راهبردی پیش‌بینی آینده نیست، بلکه تشخیص به موقع خصوصیات میدان رقابت و دیدن فرصت‌هایی است که رقبا نسبت به آن غافل هستند. در ادبیات مدیریت راهبردی بر چیزی که تفکر راهبردی خوانده می‌شود توافق چندانی وجود ندارد. مشکل اساسی تفکر راهبردی عدم درک مفهوم آن و پیشرفت محدود آن در میان رهبران است (۲۲). در این راستا البنا (۲۰۱۶) خودمختاری بالا به همراه کنترل کم، موجب افزایش تنش در سازمان و در نتیجه عدم اثربخشی برنامه‌ریزی استراتژیک می‌شود. در نتیجه سازمان بهتر است با استفاده از سیاست‌گذاری‌ها، دیدگاه‌ها و عملکردهای مرتبط با آن‌ها، از بروز ناکامی‌ها جلوگیری نماید (۱۲).

در دنیای امروز که شاهد تغییرات و تحولات شگرف در زمینه‌های مختلف هستیم، محیط با تلاطم زیادی مواجه است و رقابت شدت زیادی پیدا کرده، سیستم‌های سازمانی برای موفقیت باید از نوعی برنامه‌ریزی بهره‌گیرند که آینده‌نگر و محیط‌گرا باشد (۲۳). امروزه سیستم‌ها ناگزیرند به طور دائم بر رویدادهای داخلی و خارجی نظارت کنند تا بتوانند در زمان مناسب و برحسب ضرورت خود را با تغییرات وفق دهند. بایستی به شیوه‌ای اصولی این تغییرات را شناسایی کنند و خود را با آن‌ها وفق دهند. در دنیای کنونی که با سرعتی سرسام‌آور در حال تغییر است. دیگر نمی‌توان از تصمیم‌گیری‌های یکباره و مبتنی بر قضاوت‌های شهودی و تجربی استفاده کرد. امروزه سازمان‌هایی موفق خواهند بود که بتوانند از علم و مدیریت استراتژیک استفاده کنند، بنابراین همه سازمان‌ها ناگزیرند که عهده‌دار مدیریت راهبردی شوند. گاهی راهبردها از موضع قدرت تعریف می‌شوند و زمانی برای فایق آمدن بر مسایل بروز می‌کنند (۱۰). با توجه به اینکه در جهان سازمانی کنونی که رقابت عمده‌ترین هدف سازمان‌هاست، سازمانی می‌تواند به حیات خود ادامه دهد که بتواند از استراتژی‌های مناسب استفاده کرده و ضمن تدوین چشم‌انداز، مأموریت، اهداف دراز مدت، کوتاه مدت و استراتژی سازمان خود را مشخص کند تا بتواند ضمن ایجاد ثبات در روند فعالیت‌های

خود توانایی انطباق با محیط متغیر را داشته باشد (۱۶). باید توجه داشت ساختار غیر رسمی کمک قابل توجهی برای برنامه ریزان استراتژیک برای بهتر فهمیدن اهداف برنامه‌ها دارد. بطوریکه به آن‌ها برای انتخاب استراتژی‌های مناسب تر در محیط مشکل ساز کمک می‌کند از این رو محیط‌شناسی راهبرد برای تحلیل محیط عمومی و تفکر راهبردی مناسب است (۲۱). این شناسایی می‌تواند چالش‌های راهبردی را که به طور بالقوه در پیش روی مدیران قرار دارد را بر طرف کند (۱۹). باید اذعان نمود دولت‌ها با وجود اینکه نقش مهمی در زندگی سازمان‌های مختلف دارند، اما استراتژی‌های آن‌ها کمتر عملیاتی می‌شود. یکی از راهکارهایی که می‌تواند به دولت‌ها برای عملیاتی شده استراتژی‌ها آن‌ها کمک نماید؛ رهبری اثربخش است. از عوامل مهم برای رهبری اثربخش در دولت‌ها، ورزش می‌باشد (۱۴). تفکر راهبردی از طریق ایجاد انسجام درونی زمینه‌پاسخگویی در فضای رقابتی را به وجود می‌آورد. رهبران راهبردی با استفاده از تفکر راهبردی به تصمیمات راهبردی مبادرت می‌ورزند و زمینه اثربخشی در محیط را برای سازمان به وجود می‌آورند (۱۳). در حال‌گذار از عصر سازمان‌های سازمان داده شده و در حال حرکت به دوره‌ای می‌باشیم که سازمان‌ها می‌بایست به طور مرتب فرآیندهای خودسازماندهی را به منظور پاسخ به تقاضاهای محیطی در پیش گیرند. با توجه به اینکه در جهان سازمانی کنونی که رقابت عمده‌ترین هدف سازمان‌هاست، سازمانی می‌تواند به حیات خود ادامه دهد که بتواند از استراتژی‌های مناسب استفاده کرده و ضمن تدوین چشم‌انداز، ماموریت، اهداف دراز مدت، کوتاه مدت و استراتژی سازمان خود را مشخص کند تا بتواند ضمن ایجاد ثبات در روند فعالیت‌های خود توانایی انطباق با محیط متغیر را داشته باشد. در این راستا مدل STEEPV¹ برای تحلیل محیط عمومی و تفکر راهبردی مناسب است. بطور کل این مدل در زمینه‌های حل مسئله، تصمیم‌گیری، برنامه ریزی، مدیریت بحران، موقعیت‌های نامطمئن و سناریوسازی مورد استفاده قرار می‌گیرد. متغیرهای کلان این مدل اجتماعی، فناورانه، اقتصادی، فرهنگ محیطی، سیاسی و ارزش‌ها می‌باشد (۵).

حمیدی و همکاران (۱۳۸۹) در تحلیل عوامل موثر بر گردشگری ورزشی ایران اذعان داشتند مولفه‌های وجود تنوع در بازی‌های بومی و محلی کشور بالاترین میزان اهمیت به عنوان بهترین قوت‌ها و نامناسب بودن برنامه‌ریزی و استراتژی صحیح، دقیق و علمی را به عنوان مهمترین عمل ضعف این حوزه می‌باشد (۲). اسدی و همکاران (۱۳۹۴) از دیدگاه گردشگران خارجی عملکرد مدیران ورزشی در بخش‌های آموزش و شایستگی مسئولان در مدیریت بحران در سطح نامطلوبی ارزیابی نمودند (۱). وینانگ و همکاران (۲۰۱۵) اشاره بر این دارند که فراهم نمودن زیرساخت‌ها، بکارگیری مناسب نیروهای داوطلب، اقتصاد پویا و قوی و ثبات سیاسی بایستی به عنوان مهمترین نقاط قوت برگزاری یک رویداد بزرگ ورزشی مورد توجه باشد. همچنین رشد صنعت گردشگری، توسعه کسب و کار، افزایش کیفیت زندگی، بهبود و توسعه زیرساخت‌ها از مهمترین فرصت‌های است که برگزاری یک رویداد ورزشی می‌تواند در اختیار برگزارکنندگان قرار دهد. شش تأثیرگذاری مهم در گردشگری ورزشی عبارتند از: فواید اقتصادی، توسعه اجتماعی، غرور اجتماعی، هزینه‌های اقتصادی، مشکلات ترافیکی و خطرات امنیتی است (۲۴). توسعه ورزش و تربیت بدنی بخش مهمی از توسعه اقتصادی و اجتماعی در هر جامعه است و ارائه برنامه‌های استراتژیک در بخش‌های مختلف آن از اهمیت خاصی برخوردار می‌باشد. دستاوردهای توسعه ورزش حوزه گسترده دارد و موجب رونق اقتصادی و شکوفایی اجتماعی می‌شود (۴). بر این مبنا است که پیروزی پیوسته ملت‌ها در عرصه رقابت‌های ورزشی، موضوعی اساسی است. تحقیق‌های گسترده‌ای بر روی محیط‌شناسی راهبردی ورزش

1. Social, Technological, Economic, Ecology, Political, Values
2. wonyong

در سایر کشورها انجام شده است از جمله اینکه در جهان پرستاب امروز، توسعه مردم، ورزش و محیط از طریق بوم شناختی اجتماعی صورت پذیرد. از این رو بسیاری از سازمان های ورزشی کشورهای مختلف بر حسب ماموریت خود راهبرد لازم را تهیه کردند و با اجرای آن به موفقیت های خوبی دست یافتند. با حاکمیت چنین تفکری، برخی از سازمان های ورزشی برای توفیق در ماموریت خود راهبرد سازمانی خود را تدوین نموده اند (۱۷). از همین رو راه برون رفت از دایره توسعه نیافتگی را برنامه ای عملکردن حوزه ورزش می دانند. با چنین اندیشه ای سازمان های ورزشی علاوه بر دارا بودن برنامه راهبردی و چشم انداز شفاف، به دنبال حضوری موفق در عرصه های ملی و بین المللی نیز هستند و امیدوارند با اجرای این راهبردها به اهداف تعیین شده، با حداقل انرژی و منابع دست یابند. سالانه بخش چشمگیری از منابع در ورزش صرف می شود اما باید اذعان کرد که متأسفانه اولویت بندی مشخصی توزیع منابع در ورزش کشور وجود ندارد (۸). با توجه به اهمیت برنامه ریزی راهبردی در توسعه مقوله های مختلف از جمله ورزش، ضرورت توجه به این مهم در کشور نیز بیش از پیش واجب است و بدون شک یکی از دلایل عدم توسعه کشور در عرصه ورزش، کم توجهی مسئولان به این مقوله مهم و سلیقه ای عملکردن است. برای مقابله با این مشکل متخصصان علم مدیریت ابزارهای خاصی را به سازمان ها پیشنهاد نموده اند تا با بکار گیری آنها بتوانند راهبرد سازمانی خود را تدوین، اجرا و ارزیابی کنند (۲).

توسعه فرهنگی و اجتماعی مناطق تحت تأثیر عوامل مختلفی در ابعاد گوناگون می باشد. یکی از ابعاد توسعه، توجه به پتانسیل های گردشگری و اختصاص برنامه ریزی اصولی برای مناطق دارای پتانسیل است. در واقع گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند آگاهی و شناخت کافی از مسائل و عوامل موثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می باشد. بدون آگاهی از امکانات موجود در هر منطقه، امکان برنامه ریزی و پیش بینی علمی و اصولی وجود نخواهد داشت. در واقع شناخت توان های طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و غیره در هر منطقه، به برنامه ریز این امکان را می دهد تا بر اساس وضع موجود و توان های منطقه، توسعه و جهت آن را شناسایی کند. گسترش مجموعه ای از فعالیت های متناسب با شرایط منطقه، که حضور پیوسته گردشگران را تضمین کند، عنصر کلیدی برای توسعه گردشگری و تأثیر اقتصادی پایدار ناشی از آن است (۲۰).

به نظر می رسد برخورداری از تفکر راهبردی و توانمندی در زمینه روش شناسی راهبردی و نیز رویکرد تکاملی به راهبرد در عمل ضروری است و تلاش برای بهبود، نهاد برنامه ریزی راهبردی را آن چنان تغییر داده است که شایسته است تا به آن مدیریت راهبردی یا تفکر راهبردی اطلاق شود (۷). باید توجه داشت کشش های محیط به دلیل پیچیدگی هایی که محیط آینده دارد از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد. در این باره، طراحی مجدد سازمان ها را به گونه ای توصیه می شود که با تغییرات استراتژیک خود را سازگار نمایند و اولویت های سازمان را بر مبنای ارایه خدمات و پاسخگویی به نیازهای محیطی تبیین شود (۱۳). یکی از زمینه های مهم برای داشتن تفکر راهبردی، صنعت گردشگری است. امروزه صنعت عظیم گردشگری بویژه گردشگری داخلی جایگاه خاصی در اقتصاد کشورها دارد. در این میان، کشور ایران با وجود جاذبه های فراوان طبیعی، فرهنگی و تاریخی، هنوز نتوانسته است جایگاه خود را به عنوان یک کشور پذیرنده گردشگر در بازار جهانی صنعت گردشگری بیابد و همچنین این مسئله در زمینه گردشگری داخلی و به خصوص گردشگری شهری صدق می کند، بنابراین می - بایست با شناسایی حساب شده توانائی ها و پتانسیل های توریستی در نواحی مختلف کشور از جمله شهرها، اقدامات و برنامه های مفیدی جهت استفاده بهینه از این پتانسیل ها و همچنین توسعه و گسترش اثرات مثبت

گردشگری در این شهرها صورت گیرد (۳). گردشگری ورزشی در هر کشوری چه توسعه‌یافته و چه در حال توسعه، شامل منافع اقتصادی و اجتماعی بسیاری است و از این رو برنامه‌ریزی برای توسعه و گسترش آن از اهمیت فراوانی برخوردار است و با توجه به فواید اقتصادی و اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و محیطی گردشگری ورزشی و با درک اهمیت داشتن جامعه‌ای سالم و با نشاط توسط مدیران و برنامه‌ریزان و همچنین تمایل مردم به داشتن تعطیلات و تفریحات فعال و پویا، لزوم توجه به مقوله‌ی آمیخته‌های بازاریابی گردشگری ورزشی و توسعه‌ی آن در کشور اجتناب‌ناپذیر می‌نماید (۴).

باید اذعان نمود اصفهان به دلیل داشتن آثار و ابنیه تاریخی، فرهنگی و مذهبی و برخورداری از فرهنگ و سنن اصیل و جاذبه‌های فراوان گردشگری از دیرباز مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی بوده است و امروزه نیز به عنوان یکی از شهرهای مهم تاریخی و صنعتی در قلمرو ملی، منطقه‌ای و جهانی دارای اهمیت خاصی می‌باشد. به طوری که از اصفهان به عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام یاد می‌شود. این شهر با شهرهای مختلف پیوند خواهر خواندگی داشته و این خود، گویای اهمیت شهر اصفهان از منظر بین‌المللی می‌باشد. از سوی دیگر با توجه به پیشرفت نسبتاً چشمگیر ورزش اصفهان در سطح ملی و منطقه‌ای و وجود تشکیلات نسبتاً مناسب ورزشی در شهر اصفهان به نظر می‌رسد این شهر کهن، پتانسیل تبدیل شدن به یکی از قطب‌های گردشگری ورزشی (حداقل در سطح ملی و منطقه‌ای) را دارا باشد. شاید بتوان ادعان نمود مهم‌ترین مسئله در توسعه گردشگری ورزشی مرتبط با جاذبه‌های ورزشی یک منطقه، داشتن اطلاعات کافی می‌باشد، که اولین گام برای برنامه‌ریزی مؤثر، داشتن اطلاعات منظم و دقیق، و شناخت پتانسیل‌های منطقه می‌باشد. ارتقاء و توسعه ورزش‌های مبتنی بر منابع در سطح مناطق سبب توسعه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و غیره می‌شود. چرا که ورود ورزشکاران بعنوان جامعه گردشگر تبعات مثبت و منفی را به همراه خواهد داشت که شناخت و بررسی این مسائل می‌تواند در توسعه پایدارتر آن مؤثر باشد، لذا امروزه با توجه به منابع موجود در سطح مناطق مختلف کشور، راه‌اندازی و مدیریت تورهای ورزشی قوت خوبی به خود گرفته است. این تورهای با توجه به اینکه خیل عظیمی از جمعیت گردشگری را به مناطق مختلف هدایت می‌کند در توسعه فرهنگی و اجتماعی نقش بارزی را بازی می‌کنند که تغییرات بوجود آمده از این تورها می‌تواند مثبت یا منفی باشد. بنابراین مدیریت این تورها در ادامه می‌تواند نقاط ضعف را کاهش و نقاط قوت را توسعه دهد. شهر اصفهان؛ شهری باستانی و توریستی در مرکز ایران است. این شهر مرکز استان اصفهان و نیز مرکز شهرستان اصفهان است. اصفهان، سومین شهر پهناور و پر جمعیت ایران پس از تهران و مشهد است. این شهر در میان سال‌های ۱۰۵۰ تا ۱۷۲۲ میلادی به ویژه در قرن شانزدهم میلادی در میان حکومت صفویان هنگامی که برای دومین بار (پس از دوران سلجوقیان) پایتخت ایران شد، رونق فراوانی گرفت. حتی امروزه نیز شهر مقدار زیادی از شکوه گذشته خود را حفظ کرده است. بناهای تاریخی متعددی در شهر وجود دارد که تعدادی از آن‌ها به عنوان میراث تاریخی در یونسکو به ثبت رسیده‌اند. اصفهان در سال ۲۰۰۶ به عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام و در سال ۱۳۸۸ به عنوان پایتخت فرهنگ و تمدن ایران اسلامی و همین‌طور به عنوان پایتخت صنعتی ایران بعد از تهران انتخاب شده است. این شهر به داشتن معماری زیبای اسلامی و بسیاری از بلوارهای زیبا، پل‌های سرپوشیده، تونل‌های زیبا، کاخ‌ها، مسجدها و مناره‌های منحصر بفرد معروف است. این امر باعث شده است که در فرهنگ ایرانی اصفهان، نصف جهان لقب بگیرد. این شهر در آذر ۱۳۹۴ به همراه رشت به

عنوان نخستین شهرهای ایران، به شبکه شهرهای خلاق جهان زیر نظر یونسکو پیوست. براساس استانداردهای یونسکو شهر خلاق، شهری است که از نوآوری و توانمندی‌های شهروندان در توسعه پایدار شهری استفاده می‌کند. در این راستا مدل STEEPV برای تحلیل محیط عمومی و تفکر راهبردی مناسب است. بطور کل این مدل در زمینه‌های حل مسئله، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، مدیریت بحران، موقعیت‌های نامطمئن و سناریوسازی مورد استفاده قرار می‌گیرد. متغیرهای کلان این مدل اجتماعی، فناورانه، اقتصادی، فرهنگ محیطی، سیاسی و ارزش‌ها می‌باشد. در دنیای امروز که شاهد تغییرات و تحولات شگرف در زمینه‌های مختلف هستیم، محیط با تلاطم زیادی مواجه است و رقابت شدت زیادی پیدا کرده، گردشگری ورزشی برای موفقیت باید از نوعی برنامه‌ریزی بهره‌گیرند که آینده‌نگر و محیط‌گرا باشد، به طوری که ضمن شناسایی عوامل محیطی در افق زمانی بلندمدت تأثیر آن‌ها بر گردشگری ورزشی و نحوه تعامل گردشگری ورزشی با آن‌ها را مشخص کند. این نوع برنامه‌ریزی در واقع همان برنامه‌ریزی راهبردی است که با بررسی محیط داخلی و خارجی گردشگری ورزشی، قوت‌ها و ضعف‌های داخلی و فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی را شناسایی کرده و با در نظر داشتن چشم‌انداز و مأموریت سازمان، اهدافی بلندمدت برای گردشگری ورزشی تنظیم و اقدام به انتخاب بهترین راهبرد می‌کند. امروزه فعالان حوزه گردشگری ورزشی مانند سازمان‌های ورزشی و آژانس‌های مسافرتی ناگزیرند به طور دائم بر رویکردهای داخلی و خارجی نظارت کنند تا بتوانند در زمان مناسب و بحسب ضرورت خود را با تغییرات وفق دهند. آن‌ها بایستی به شیوه‌ای اصولی این تغییرات را شناسایی کنند و خود را با آن‌ها وفق دهند. در دنیای کنونی که با سرعتی سرسام‌آور در حال تغییر است، دیگر نمی‌توان از تصمیم‌گیری‌های یکباره و مبتنی بر قضاوت‌های شهودی و تجربی استفاده کرد. امروزه آن‌هایی موفق خواهند بود که بتوانند از علم و مدیریت استراتژیک استفاده کنند، بنابراین همه فعالان حوزه گردشگری ورزشی ناگزیرند که عهده‌دار مدیریت راهبردی شوند. گاهی راهبردها از موضع قدرت تعریف می‌شوند و زمانی برای فایق آمدن بر مسایل بروز می‌کنند. دانشمندان بسیاری اهمیت برنامه‌ریزی استراتژیک را از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار داده‌اند و همگی روی همبستگی برنامه‌ریزی استراتژیک با عملکرد مطلوب توافق نظر دارند. به اعتقاد آن‌ها برنامه‌ریزی استراتژیک فرایندی پویا و منطقی است. بنابراین با توجه به موارد یاد شده و مطالعات صورت گرفته حال این پرسش مطرح است که استراتژی گردشگری ورزشی از دیدگاه افراد تحصیل کرده و باتجربه در چه وضعیتی است و چگونه می‌توان به استراتژی مطلوب در گردشگری ورزشی دست یافت. محقق به دنبال پاسخ این سؤال است که راهبردهای مطلوب توسعه در گردشگری ورزشی شهر اصفهان بر اساس مدل STEEPV کدامند؟

روش شناسی

روش تحقیق حاضر توصیفی-تحلیلی، از نظر نتایج کاربردی و از نوع مطالعه موردی بوده زیرا نتایج آن قابل تعمیم به شهرهای دیگر نمی‌باشد. در این تحقیق با بررسی دقیق فرآیند گذشته و موجود در تحلیل روند محیط شناسی راهبردی گردشگری ورزشی اصفهان بر اساس مدل STEEPV شناسایی و بر اساس این مدل تحلیلی، استراتژی‌های مناسب، طراحی و تدوین شد تا به تعالی گردشگری در اصفهان کمک نماید. بنابراین اهداف و معیارهای این منظر باید درجهت پرکردن این شکاف‌ها و فاصله‌ها تعیین گردند و در ادامه معیارهای مناسبی برای کنترل پیشرفت آنها نیز تعیین شود. در این تحقیق هم این شش منظر (اجتماعی، فناورانه، اقتصادی، فرهنگ محیطی، سیاسی و ارزش‌ها) برای استراتژی گردشگری ورزشی اصفهان مورد بررسی قرار گرفت. جامعه و نمونه

آماري محیط پژوهش تعداد ۴۸۳ نفر گزارش شده‌اند که با توجه به فرمول کوکران تعداد ۲۱۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند که اعضاء هیئت علمی و دانشجویان دانشکده علوم ورزشی و گردشگری، مدیران دفاتر مسافرتی، کارشناسان مربوطه در سازمان ها و ادارات ورزش و جوانان، شهرداری، جهانگردی و میراث فرهنگی شهر اصفهان بودند که به دو بخش متخصصان در حوزه مدیریت ورزش و گردشگری تقسیم می شدند.

ابزار پژوهش چک لیست محیط شناسی راهبردی گردشگری ورزشی اصفهان بود که به طور ویژه برای گردشگری ورزشی اصفهان توسط محقق طراحی گردید. جهت تعیین روایی صوری چک لیست از ده نفر از متخصصین مدیریت ورزشی که در حوزه گردشگری ورزشی صاحب مقاله و تالیف بودن درخواست گردید تا نظریات و پیشنهادات خود را در رابطه با شکل و محتوای چک لیست، نگارش سؤال‌های چک لیست، کامل بودن سؤال‌ها از نظر کسب اطلاعات در زمینه تحلیل روند محیط‌شناسی راهبردی ورزش اصفهان بر اساس مدل STEEPV، هماهنگی متن سؤال‌ها با گزینه‌های سؤال، حذف یا اضافه کردن سؤال یا سؤال‌ها و نمره، بیان نمایند. در فرآیند بررسی این نظریات، برخی سؤال‌ها به واسطه مبهم بودن و ناهمگونی با موضوع تحقیق حذف و برخی دیگر به واسطه تکرار یا همپوشی در هم ادغام گردید. همچنین تعدادی سؤال که به نظر متخصصان برای چک لیستها ضروری به نظر می‌رسید، به تعداد سؤالات افزوده شد. بدین ترتیب اعتبار صوری چک لیست مورد تأیید قرار گرفت. پایایی بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۸۹ محاسبه گردید.

روش گردآوری اطلاعات؛ محقق با حضور در جلسات، البته با هماهنگی قبلی، چک لیست‌ها را توزیع و پس از تکمیل توسط پاسخ دهندگان در همان محل، آن‌ها را جمع آوری نمود. حضور محقق در محل این اطمینان را برای پاسخ دهندگان ایجاد کرد که نتایج این تحقیق فقط جنبه پژوهشی دارد و نیز چنانچه ابهامی برایشان وجود داشت؛ توضیحات لازم ارائه شد. فرایند تحلیل داده‌ها به این صورت بوده که اطلاعات در قالب فرمهایی در اختیار کمیته راهبردی که شامل صاحب نظران خبره گردشگری ورزشی بودند قرار گرفت و ایشان بر اساس قضاوت‌های شهودی شرایط گردشگری ورزشی در شاخصه‌های مختلف سخت افزاری، نرم افزاری و سرمایه‌های انسانی تشریح نمودند. تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده باتوجه به ماهیت آن به دو شیوه کمی و کیفی انجام گردید. در ابتدا میانگین نظرات کارشناسان محاسبه و برای اساس آن تحلیل کمی وضعیت موجود گردشگری ورزشی احصاء شد. در بخش کیفی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش استقرای منطقی به منظور مفهوم سازی استفاده شد. فرایند تحلیل داده‌ها بدین صورت انجام گردید؛ اجرا و ویرایش مصاحبه‌ها، طبقه بندی نظرها برای ترکیب مفاهیم و در نهایت نتیجه‌گیری از قضاوت‌های شهودی در کمیته راهبردی استفاده شد. برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز در بخش کمی، چک لیست برای احصای شاخصه‌های کمی اثرگذار بر روند فرایندها و فعالیت‌های گردشگری ورزشی به کار برده شد. در بخش کیفی نیز از قضاوت‌های شهودی استفاده گردید. از ماتریس (QSPM) برای الویت بندی استراتژی‌های احصاء شده استفاده گردید.

یافته‌ها

بر اساس آمار توصیفی وضعیت مدرک تحصیلی نمونه آماری کمترین فراوانی مشاهده شده مربوط به گروه دیپلم با حدود ۴ درصد و بیشترین فراوانی گروه فوق لیسانس با ۴۲٫۸ درصد می‌باشد. ۴۵ درصد جامعه آماری زن و ۵۵ درصد آن مرد می‌باشند.

جدول ۱. مقایسه مولفه‌های گردشگری ورزشی

میانگین		زیر مولفه‌ها	مولفه‌ها
ورزشی	گردشگری		
۳/۰۷	۳/۰۷	مردم شناسی	اجتماعی
۲/۲۴	۲/۳۹	آموزش و تحصیلات	
۲/۶۲	۲/۷۴	ایمنی و امنیت	
۳/۰۶	۳/۱۵	خانواده	
۲/۴۹	۲/۶۸	فناوری‌ها	فناورانه
۲/۱۵	۲/۳۲	تحقیق و توسعه	
۲/۶۱	۲/۸۲	قدرت اقتصادی	اقتصادی
۲/۶۴	۲/۷۸	وضعیت کار	
۲/۹۰	۳/۰۹	درآمد	
۳/۱۰	۳/۱۳	زیست محیطی	بوم شناسی
۲/۷۲	۲/۸۲	نظام و قدرت سیاسی	سیاسی
۲/۵۲	۲/۵۷	ارتباطات	
۲/۹۱	۲/۹۳	فرهنگ	ارزش‌ها
۲/۶۴	۲/۷۶	مذهب	

یافته‌های جدول (۱) تفسیر دیدگاه افراد ورزشی و گردشگری را نسبت به مولفه‌های مرتبط با گردشگری ورزشی نشان می‌دهد. در بین پاسخ‌های گردشگران خانواده دارای بیشترین میانگین و تحقیق و توسعه دارای کمترین میانگین می‌باشد. در بین پاسخ‌های افراد ورزشی بیشترین میانگین مربوط به زیست محیطی و کمترین میانگین تحقیق و توسعه می‌باشد.

بر اساس یافته‌های جدول (۲) لیست استراتژی‌های رویکرد اجتماعی با ۶ استراتژی، رویکرد فن آوری با ۲ استراتژی، رویکرد اقتصادی با ۵ استراتژی، رویکرد سیاسی با ۵ استراتژی، رویکرد بوم شناسی با ۳ استراتژی و در نهایت و رویکرد ارزشی با ۶ استراتژی لیست شده است.

جدول ۲. راهبردهای گردشگری ورزشی گردشگری ورزشی اصفهان

ردیف	عنوان استراتژی‌ها
۱	افزایش سهم گردشگری ورزشی در اوقات فراغت مردم با توجه به علاقه آنان به گردشگری ورزشی
۲	افزایش کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی مرتبط با گردشگری ورزشی
۳	فرهنگ سازی خانواده‌ها جهت تشویق فرزندان به سمت گردشگری ورزشی
۴	افزایش سهم گردشگری ورزشی در سبد خانوار
۵	رعایت حقوق و امنیت گردشگران ورزشی
۶	سعی در جهت توسعه گردشگری ورزشی جهت کاهش تأثیر زندگی شهرنشینی بر مردم
۱	استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی
۲	تلاش در جهت بهبود سطح بهره‌برداری از فناوری در گردشگری ورزشی
۱	سعی در جهت افزایش سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی
۲	سعی در رونق مشاغل پویا و پردرآمد در گردشگری ورزشی
۳	افزایش درآمدزایی در ورزش با توسعه گردشگری ورزشی
۴	بهبود اقتصاد گردشگری ورزشی
۵	توسعه سرمایه‌گذاری بهینه جهت بهره‌برداری از امکانات و منابع
۱	توسعه گردشگری ورزشی در جهت بهبود وضعیت محیط زیست
۲	توجه به مسائل زیست محیطی در استقرار زمین‌های ورزشی
۳	جلوگیری از تخریب محیط زیست از طریق گردشگری ورزشی
۱	تلاش در جهت بهبود وضعیت در مجامع بین‌المللی
۲	سعی در تعامل با مسئولین حکومتی در جهت توجه ویژه به گردشگری ورزشی
۳	سعی در جهت تامل با نمایندگان مجلس شورای اسلامی جهت تصویب قوانین حمایتی از گردشگری
۴	حمایت قانونی از سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی و فراهم کردن زمینه جذب این منابع
۵	تغییرنگرش نسبت به کشور ایران در بازارهای هدف از طریق سرمایه‌گذاری مناسب در تبلیغات
۱	استفاده از فرهنگ و هویت شهر جهت افزایش انگیزه ورزشکاران در گردشگری ورزشی
۲	تقویت ارزش‌های مذهبی در گردشگری ورزشی
۳	افزایش نقش مذهب در فعالیتهای ورزشی با استفاده از گردشگری ورزشی
۴	ایجاد ارزش‌های مستمر در میراث فرهنگی و مذهبی در سطح ملی و بین‌المللی جهت توسعه گردشگری
۵	بالا بردن سطح فرهنگ عمومی در حوزه گردشگری ورزشی
۶	توسعه فرهنگ گردشگری ورزشی با استفاده از ظرفیت‌های مذهبی

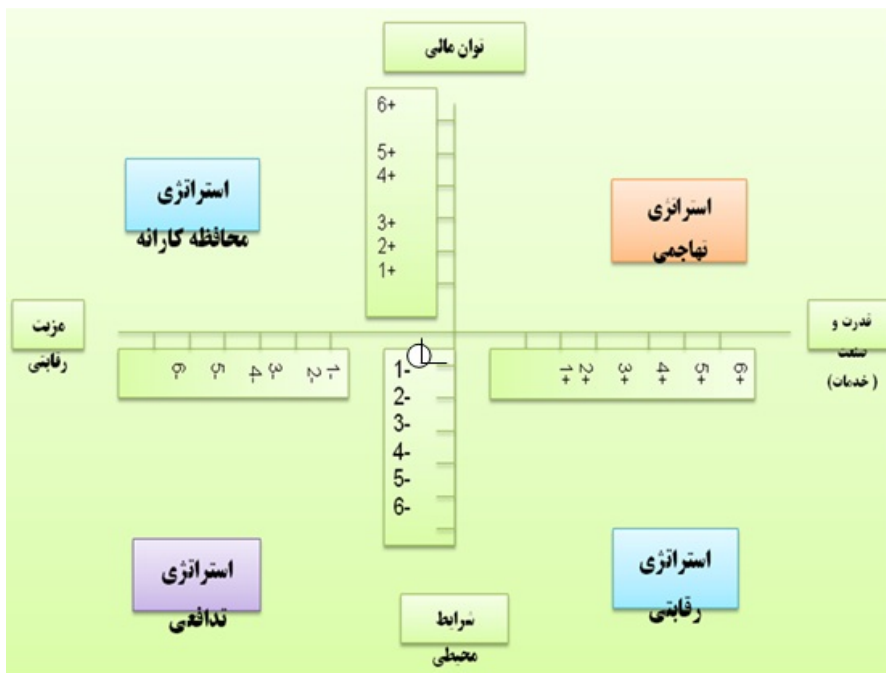
بر اساس یافته‌های جدول (۳) اولویتهای استراتژی‌های گردشگری ورزشی اصفهان از منظر اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، ارزشی، فن آوری و بوم‌شناسی تجمیع شده، لازم به ذکر است این اولویت بندی بر اساس ماتریس ارزیابی کمی استراتژی‌ها بدست آمده است.

جدول ۳. استراتژی‌های اولویت دار تجمیع شده گردشگری ورزشی اصفهان با استفاده از ماتریس (QSPM)

عنوان استراتژی	نمره	عامل
جذب دانش آموزان و دانشجویان به گردشگری ورزشی بر اساس نظام داوطلبی	۲/۲۵	اجتماعی
تلاش در مسیر ایجاد فرهنگ گردشگری ورزشی در خانواده ها	۲/۶۱	
تعالی سهم گردشگری ورزشی در سید خانوارهای شهری	۲/۴۲	
استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی در گردشگری ورزشی	۲/۵۵	فناورانه
تلاش در جهت بهبود سطح بهره برداری از فناوری در گردشگری ورزشی	۲/۵۲	
تلاش در جهت بهبود وضعیت اقتصادی گردشگری ورزشی با جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	۲/۳۵	اقتصادی
افزایش درآمدزایی در ورزش با توسعه گردشگری ورزشی	۲/۵۱	
توجه حداکثری به توسعه پایدار گردشگری ورزشی اصفهان همسو با بهبود وضعیت محیط زیست	۲/۴۷	بوم
توجه به مسائل زیست محیطی در گردشگری ورزشی	۲/۶۵	شناسی
تلاش در جهت بهبود وضعیت اصفهان در مجامع بین‌المللی گردشگری ورزشی	۲/۳۰	سیاسی
سعی در تعامل با مسئولین حکومتی در جهت توجه ویژه به گردشگری ورزشی	۲/۳۹	
سعی در جهت تامل با نمایندگان مجلس شورای اسلامی جهت تصویب قوانین حمایتی	۲/۵۴	
تقویت ارزش‌های مذهبی در گردشگری ورزشی با توجه به نگرش مردم به ورزشکاران	۲/۹۱	ارزش‌ها
بهبود فرهنگ گردشگری ورزشی در جامعه با کمک ورزشکاران با اخلاق	۲/۴۵	

یافته‌ها در شکل (۱) رتبه‌های بدست آمده از استراتژی‌های قدرت صنعت، مزیت رقابتی، قدرت مالی، ثبات محیطی را برای تعیین حاصل جمع نشان می‌دهد، سپس رتبه Y و X مشخص و سپس به ماتریس SPASE انتقال داده می‌شود تا نوع استراتژی مشخص گردد.

یافته‌ها در شکل (۱) موقعیت استراتژیک گردشگری ورزشی شهر اصفهان را در موقعیت استراتژی تدافعی نشان می‌دهد.



شکل ۱. ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPASE)

بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش نشان داد که اهداف بلند مدت برای گردشگری ورزشی شهر اصفهان شامل؛ توسعه پایدار گردشگری ورزشی در جامعه شهروندی اصفهان، توسعه فناوری‌های نوین در گردشگری ورزشی اصفهان، توسعه اقتصادی گردشگری ورزشی اصفهان، ارتقا شاخص‌های بوم شناسی در توسعه گردشگری ورزشی اصفهان، افزایش سهم ایران در بازارهای جهانی گردشگری ورزشی اصفهان و تقویت باورهای دینی و مذهبی در گردشگری ورزشی اصفهان است.

یافته‌های تحقیق نشان داد که نقاط قوت استخراج شده از عوامل گردشگری ورزشی شهر اصفهان شامل: علاقه مردم به گردشگری، نشاط و روحیه در گردشگران ورزشی، تأثیر زندگی شهر نشینی در گردشگران ورزشی، نقش خانواده در گردشگران ورزشی، تأثیر عوامل زیست محیطی، اثر گردشگری ورزشی بر محیط زیست و وضعیت فرهنگ و هویت شهر اصفهان است. نقاط منفی استخراج شده از عوامل گردشگری ورزشی شهر اصفهان شامل: موقعیت اجتماعی کارشناسان، میزان وقت مردم به گردشگری ورزشی در اوقات فراغت، بودجه تخصیص یافته به تحقیقات، برگزاری کلاس‌های آموزشی یا کارگاه‌های آموزشی، شمار دانشجویان در گردشگران ورزشی، وضعیت ایمنی فضاهای مربوطه، آمادگی لازم جهت واکنش در برابر حوادث، امنیت گردشگران ورزشی، وضعیت برخورد با اعمال غیر اخلاقی، گردشگری ورزشی ویژه خانواده ها، وضعیت فعالیت شبکه‌های اجتماعی، سطح بهره‌برداری از فناوری‌های مربوطه، رعایت حق مالکیت معنوی، شمار مراکز علمی و پژوهشی، وجود اتاق فکر، میزان تحقیقات

علمی و پژوهشی، وضعیت سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی، رشد اقتصادی در گردشگری ورزشی، توان بالفعل و بالقوه نسبت به رقبای، درصد افراد ماهر و تحصیل کرده، وضعیت رقابت‌پذیری در نیروها، مشاغل پویا و پردرآمد در گردشگری ورزشی، درآمد زایی برای سرمایه‌گذاران، میزان بیکاری کارشناسان، درآمد کارشناسان مربوطه، استقرار زمین‌های مربوطه، دیدگاه نظام حکومتی و نظام قدرت، وضعیت عضویت در مجامع بین المللی، عملکرد قانونگذاران، نقش افراد تأثیرگذار بر روندها و تحولات سیاسی، تبلیغات منفی رسانه‌های بیگانه، درصد اعتماد به گردشگری ورزشی خارجی نسبت به داخلی، وضعیت گردشگری ورزشی خارجی، وضعیت مهاجرت به خارج از کشور برای گردشگری ورزشی، ارتباطات و تعاملات با سازمان‌های داخلی، فعالیت بازاریابی و تبلیغاتی در رسانه‌های گوناگون، ارتباطات و تعاملات با سازمان‌های خارجی، وضعیت فرهنگ موجود، میزان انگیزه گردشگران، وضعیت گردشگری ورزشی بین سرگرمی‌ها، نقش گردشگری ورزشی در پیشبرد مذهب، نقش مذهب در گردشگری ورزشی، میزان هزینه فعالیت‌های مذهبی در گردشگری ورزشی، وضعیت ارزش‌های مذهبی و چارچوب فکری و جهان بین است. یافته‌های تحقیق نشان داد که تنها عامل علاقه مردم به گردشگری در اولویت گردشگری ورزشی شهر اصفهان است. در زمینه گردشگری ورزشی شهر اصفهان نشان داد که از دیدگاه افراد مورد مطالعه، وجود ابنیه تاریخی و آثار باستانی مهم‌ترین نقطه قوت، عدم انجام بازاریابی به کمک متخصصین و تکنولوژی روز مهم‌ترین نقطه ضعف، قرار گرفتن اصفهان از لحاظ جغرافیایی در مرکز کشور مهم‌ترین فرصت و ضعف در ناوگان حمل و نقل ریلی مهم‌ترین تهدید در زمینه گردشگری ورزشی در شهر اصفهان می‌باشد.

بر اساس یافته‌های پژوهش تحلیل روند محیط‌شناسی راهبردی گردشگری ورزشی شهر اصفهان بر اساس مدل STEEPV از لحاظ اجتماعی (S) شامل افزایش سهم گردشگری ورزشی در اوقات فراغت مردم با توجه به علاقه آنان به گردشگری ورزشی، افزایش بودجه تخصیص یافته به تحقیقات با توجه به علاقه مردم به گردشگری ورزشی، افزایش کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی مرتبط با گردشگری ورزشی، افزایش شمار دانشجویان گردشگری ورزشی، فرهنگ سازی خانواده‌ها جهت تشویق فرزندان به سمت گردشگری ورزشی، افزایش گردشگری ورزشی در خانواده‌ها، سعی در جهت بهبود آمادگی کارشناسان جهت واکنش در برابر حوادث، رعایت حقوق و امنیت گردشگران ورزشی، سعی در جهت توسعه گردشگری، از لحاظ فناورانه (T) شامل استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی، تلاش در جهت بهبود سطح بهره‌برداری از فناوری در گردشگری ورزشی، ایجاد و توسعه کانون‌های تحقیق و توسعه در گردشگری ورزشی و سعی در جهت بهبود رویکرد افراد به فناوری در گردشگری ورزشی بود. از لحاظ اقتصادی (E) شامل سعی در جهت افزایش سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی، بهبود وضعیت اقتصادی کارشناسان با توسعه گردشگری ورزشی، سعی در رونق مشاغل پویا و پردرآمد در گردشگری ورزشی، کاهش نرخ بیکاری و اشتغال زایی در ورزش با توسعه گردشگری ورزشی، افزایش درآمدزایی در ورزش با توسعه گردشگری ورزشی، بهبود اقتصاد گردشگری ورزشی، ایجاد اشتغال از طریق گردشگری ورزشی و توسعه سرمایه‌گذاری بهینه جهت بهره‌برداری از امکانات و منابع بود. از لحاظ بوم‌شناسی (E) شامل توسعه گردشگری ورزشی در جهت بهبود وضعیت محیط زیست و جلوگیری از تخریب محیط زیست از طریق گردشگری ورزشی بود. از لحاظ سیاسی (P) شامل تلاش در جهت بهبود وضعیت در مجامع بین‌المللی، سعی در تعامل با مسئولین حکومتی در جهت توجه ویژه به گردشگری ورزشی، سعی در جهت تأمل با نمایندگان مجلس شورای اسلامی جهت تصویب قوانین حمایتی از گردشگری ورزشی، مقررات زدایی و به حداقل رساندن دخالت دولت، حمایت قانونی از سرمایه

گذاری‌های داخلی و خارجی و فراهم کردن زمینه جذب این منابع، تغییرنگرش نسبت به کشور ایران در بازارهای هدف از طریق سرمایه‌گذاری مناسب در تبلیغات و افزایش گردشگری ورزشی داخلی جهت دستیابی به سهم جهانی بود. از لحاظ ارزش‌ها (V) شامل استفاده از فرهنگ و هویت شهر جهت افزایش انگیزه ورزشکاران در گردشگری ورزشی، تقویت ارزش‌های مذهبی در گردشگری ورزشی، استفاده از فضای مجازی جهت توسعه اخلاق در گردشگری ورزشی، معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران از طریق توسعه گردشگری ورزشی، ایجاد ارزش‌های مستمر در میراث فرهنگی و مذهبی در سطح ملی و بین‌المللی جهت توسعه گردشگری ورزشی، بالا بردن سطح فرهنگ عمومی در حوزه گردشگری ورزشی، توسعه فرهنگ گردشگری ورزشی با استفاده از ظرفیت‌های مذهبی و توسعه پایدار گردشگری ورزشی با رعایت ارزش‌های فرهنگی بود.

به طور کلی در خصوص تحلیل روند محیط‌شناسی راهبردی گردشگری ورزشی شهر اصفهان بر اساس مدل STEEPV، می‌توان به این نکته می‌توان اذعان نمود که گردشگری ورزشی شهر اصفهان، تعدادی کم نقاط مثبت و تعدادی زیاد نقاط منفی دارد. از آنجایی که گردشگری ورزشی را یکی از سریع‌ترین بخش‌های رشد در صنعت گردشگری و نسبتاً جدید دانسته‌اند که بر روی برنامه‌ریزی مقصد در کشورهای در حال توسعه و عاملی در بازسازی اقتصادی و اجتماعی هر دو بخش جوامع شهری و روستایی شناسایی کرده‌اند که توجه فزاینده‌ای در سال‌های اخیر به آن، به‌عنوان یک بازار رشد داخلی شده است. بطوریکه صنعت گردشگری ورزشی در ایجاد اشتغال و درآمدزایی منطقه میزبان در صورت توسعه‌ی صنعت گردشگری ورزشی و ایجاد زیرساخت‌های مناسب موثر می‌باشد. همچنین دارای تأثیرات فضایی هم می‌باشد بطوریکه تغییر در بخش‌های مختلف شهرها از جمله شبکه خیابان‌ها، بافت مسکونی و سایر بخش‌های تشکیل شهر را در بر می‌گیرد و به طور کلی گردشگری می‌تواند با ایجاد تغییر در مؤلفه‌های مختلفی مانند اقتصادی، جمعیت و فرهنگ و خصوصیات دیگر اجتماعی، در تغییرات فضایی شهرها هم مؤثر باشد. البته در صورت فقدان یک استراتژی بازاریابی هماهنگ، گردشگری ورزشی یک بازار کم‌بازده و کم‌رونق است. در همین راستا بهتر است برای گردشگری ورزشی شهر اصفهان، اقداماتی همچون برگزاری تورهای ورزشی در سطوح مختلف همچون ورزش انجام شود.

آنچه از این نتایج استنباط می‌گردد با توجه به فرصتی که در محیط پیرامونی شناسایی شده استفاده از منابع و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی شهر به‌عنوان مهمترین راهبرد می‌تواند در نظر گرفته شد. کاربست مدیریت واحد در سیاست‌گذاری گردشگری ورزشی راهبرد مناسبی است که می‌تواند در کل هم‌افزایی ایجاد نماید و نهایتاً این هم‌افزایی منجر به محقق شدن چشم‌انداز در منظر در حوزه گردشگری شهر اصفهان گردد. به طور کلی مدیران ورزش با توجه به اتخاذ راهبرد‌های ذکر شده می‌توانند اهداف کلان گردشگری ورزشی را نشانه رفته و شرایط را جهت محقق شدن چشم‌انداز در نظر گرفته شده فراهم آورند. به طور کلی تدوین منظرها و اهداف زمینه‌مناسبی برای اجرایی شدن راهبردها فراهم می‌کند و نقشه راهبردی بدست آمده نیز از طریق اهداف بلند مدت و روابط علت و معلولی، برای مدیران تصویر روشنی به وجود می‌آورد. بر این اساس توصیه می‌شود اهداف و نقشه راهبردی گردشگری ورزشی در قالب یک سند جامع با توجه اسناد بالا دستی از جمله سیاست‌های قانون برنامه ششم توسعه کشور تهیه گردد.

منابع و مأخذ

۱. اسدی ح، پورنقی ا، افتخاری ا، فلاحی ا. (۱۳۹۴). "مطالعه ابعاد عینی امنیت در گردشگری ورزشی ایران و عملکرد سازمان های ورزشی در تأمین و توسعه آن". نشریه مدیریت ورزشی دانشگاه تهران، ۱۳۹۴، دوره ۷، شماره ۱، صص ۱-۱۵.
۲. حمیدی م، رضوی م، امیرنژاد س، شفیق زاده ش، فضلای ا. (۱۳۸۹). "تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور (ایران)". نشریه پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۳۸۹، دوره ۶ شماره ۱۲، صص ۵۱-۶۸.
۳. فراهانی ا، اصفهانی ن، زارعی م، خالقی آرائی ح. (۱۳۹۳). "نقش مقاصد در توسعه صنعت گردشگری ورزشی در یک دوره پنج ساله در امارت ابوظبی". نشریه مدیریت ورزشی دانشگاه تهران، ۱۳۹۳، دوره ششم، شماره دوم، صص ۲۱۵-۲۳۰.
۴. گوهر رستمی، حمید رضا. کوزجیان، هاشم. امیری، مجتبی. هنری، حبیب (۱۳۹۱). "گونه شناسی ذینفعان و مدیریت استراتژیک آنها در سیستم ورزش کشور". مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۳۹۱، ۵(۱۹): ۹۷۱-۹۵۹.
۵. مبینی دهکردی علی، حیدری حامد. (۱۳۹۳). "مبانی دانش محیط شناسی راهبردی". انتشارات صفار. چاپ اول. ۱۳۹۳، ص ۴۳.
۶. ممزوی، مسعود، سرجه پیمان، علی. (۱۳۸۶). "محیط شناسی راهبردی بر اساس روش تحلیل روند و مدل STEEP (V)". ماهنامه نگرش راهبردی، ۱۳۸۶، شماره ۸۵-۸۶.
۷. نظری رسول، احسانی محمد، حمیدی مهرزاد، سالاری محسن. (۱۳۹۳). "تدوین و معرفی منظرهای راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان از طریق مدل دیوید"، مدیریت ورزشی، ۱۳۹۳، ۶ شماره ۱، بهار، صص ۱۵۷-۱۷۲.
۸. نظری، رسول. یغمایی، لیلا. (۱۳۹۵). "سند راهبردی آمایش سرزمینی بخش ورزش استان اصفهان". نشریه مدیریت ورزشی دانشگاه تهران، ۱۳۹۵، ۵(۸): صص ۶۸۳-۶۹۸.
9. Abraham S. (2005). "Stretching Strategic Thinking". *Strategy and Leadership*. 2005; 33(5): pp5-12.
10. Dmitrieva, D. Ilinova, A. Kraslawski, A. (2017). "Strategic management of the potash industry in Russia". *Resources Policy*, 2017; 52(1): pp 81-89.
11. Elbanna, Said. (2016). "Managers' autonomy, strategic control, organizational politics and strategic planning effectiveness: An empirical investigation into missing links in the hotel sector". *Tourism Management*, 2016; 52(1): pp210-220.
12. Elbanna, Said. Eid, Riyad. Kamel, Hany. (2015). "Measuring hotel performance using the balanced scorecard: A theoretical construct development and its empirical validation". *International Journal of Hospitality Management*. 2015; 51 (1): 105-114.
13. Elbanna, Said. Child, John. Dayan, Mumin. (2015). "A Model of Antecedents and Consequences of Intuition in Strategic Decision-making: Evidence from Egypt". *Long Range Planning*, 2015; 46(1-2): 149-176.
14. Ferkins, Lesley. Shilbury, David. (2015). "Board strategic balance: An

- emerging sport governance theory". *Sport Management Review*, 2015; 18(4).pp 489-500.
15. Jeanquart Miles, Sandra. Clieaf, Mark Van. (2017). "Strategic fit: Key to growing enterprise value through organizational capital". *Business Horizons*, 2017;60(1): pp 55-65
 16. Karagozoglu, Necmi. (2017). "Antecedents of team performance on case studies in a strategic management capstone course". *The International Journal of Management Education*, 2017; 15(1): pp13-25.
 17. Kennelly, Millicent. Toohey, Kristine. (2014). "Strategic alliances in sport tourism: National sport organizations and sport tour operators". *Sport Management Review*. 2014; 17(4):pp407–418.
 18. Nazari R, PourAbedi H. (2013). "Development of Perspectives and Strategic Planning in Sport". *Management and Administrative Sciences Review*. 2013; pp: 104-113.
 19. Oboyle, Ian. (2015). "Developing a performance management framework for a national sport organization". *Sport Management Review*, 2015;18(2): pp308-316.
 20. O'Brien, D., & Chalip, L. (2008). "Sport events and strategic leveraging: Pushing towards the triple bottom line. In A. Wood side & D. Martin (Eds.) ", *Tourism management: Analysis ,behavior and strategy*. 2008; 318–338.
 21. Ramírez, Rafael. Selsky, John W. (2016.). "Strategic Planning in Turbulent Environments: A Social ecology Approach to Scenarios". *Long Range Planning*, 2016; 49(1): pp 90-102.
 22. Shapira , Hila. Ketchie, Adela. Nehe, Meret. (2017). "The integration of Design thinking and strategic Sustainable Development". *Journal of Cleaner Production*, 2017; 140(1): pp 277-287.
 23. Victor, Dennis. Agamuthu, P. (2014). "Policy trend of strategic environmental assessment in Asia". *Environmental Science & Policy*, 2014; 41(1):pp 63-76.
 24. Wonyoung K, Ho Mun J, Matthew W, Dan D. (2015). "Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation". *Tourism Management*, 2015;48(1), 21-32.