



نشریه علوم حرکتی و رفتاری



Original Research

## Development of Strategies for the Development of Sports Tourism in Ilam Province

Hamed Karimi<sup>1</sup>, Mohammad Amere<sup>2</sup>, Iman Hassanvand<sup>3</sup>, Kazem Seyfpour<sup>4\*</sup>

1. PH.D. Sport Management Department, Faculty of physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran.

2. M.A. Sport Management Department, Faculty of physical Education and Sport Sciences, University of Tehran.

3. M.A. Sport Management Department, Faculty of physical Education and Sport Sciences, University of Shahid Beheshti.

4. Bachelor, Department of Physical Education and Sports Science, Payame Noor University, South Center, Tehran, Iran.

### ARTICLE INFO

Received: 2020/05/16

Reviewed: 2020/06/14

Revised: 2020/06/28

Accepted: 2020/07/15

### Keyword:

Strategy  
Strategic Planning  
Tourism  
Sport Tourism

### ABSTRACT

**Introduction & Purpose:** The aim of the present study was to develop strategies for the development of sports tourism in Ilam province. The present study was an analytical-descriptive-field study and was conducted in the field.

**Methodology:** The statistical population of the study included all managers and experts of sports and youth departments of Ilam province 60 people and tourism and cultural heritage departments were 80 people (N = 140). The statistical sample was estimated by the whole method.

**Results:** The data collection tool was a researcher-made questionnaire; Its formal validity was confirmed by 12 professors of sports management and its reliability was calculated to be ( $\alpha = 0.88$ ). Data analysis was performed using descriptive statistics tests using SPSS software version 23. The results showed that sports tourism in Ilam province has 12 strengths, 12 weaknesses, 11 opportunities and 12 threats, which were determined after analyzing the data and forming an evaluation matrix for each internal and external factors. contract.

**Conclusion:** In order to achieve the developed vision and predicted goals of development and improvement of sports tourism, applying the strategies developed in this research and reducing the internal weaknesses of the organizations in charge of sports tourism and paying attention to tourist attractions have a positive effect on attracting tourists.

\*Corresponding Author: Kazem Seyfpour. Bachelor, Department of Physical Education and Sports Science, Payame Noor University, South Center, Tehran, Iran

Email: kazemseyfpour71@gmail.com



## تدوین راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی استان ایلام

حامد کریمی<sup>۱</sup>، محمدآمره<sup>۲</sup>، ایمان حسنونند<sup>۳</sup>، کاظم سیف‌پور<sup>۴\*</sup>

۱. دکترا، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، مازندران، ایران.
۲. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۳. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
۴. کارشناسی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه پیام نور مرکز جنوب، تهران، ایران

### چکیده

### اطلاعات مقاله

**مقدمه و هدف:** هدف تحقیق حاضر تدوین راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی استان ایلام بود.

دریافت مقاله: ۹۸/۰۲/۲۷

تحقیق حاضر از نوع زمینه‌یابی - توصیفی تحلیلی بوده و به شکل میدانی انجام گرفت.

داوری مقاله: ۹۹/۰۳/۲۵

**روش‌شناسی:** جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران و کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان

بازنگری مقاله: ۹۸/۰۴/۰۸

ایلام ۶۰ نفر و ادارات گردشگری و میراث فرهنگی به تعداد ۸۰ نفر بودند (N= ۱۴۰). نمونه آماری به روش کل شمار برآورد شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بود؛ که روایی صوری آن توسط ۱۲ نفر از اساتید مدیریت ورزشی مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن برابر با  $(\alpha= ۰/۸۸)$  محاسبه شد.

پذیرش مقاله: ۹۸/۰۴/۲۵

### کلید واژگان

استراتژی

**نتایج:** تجزیه و تحلیل داده‌ها با از آزمون‌های آمار توصیفی و با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۳

برنامه‌ریزی استراتژیک

انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که گردشگری ورزشی استان ایلام دارای ۱۲ نقطه قوت، ۱۲ ضعف،

گردشگری

۱۱ فرصت و ۱۲ تهدید می‌باشد که پس از تحلیل داده‌ها و تشکیل ماتریس ارزیابی هر یک از عوامل

گردشگری ورزشی

داخلی و خارجی مشخص شد، گردشگری ورزشی استان ایلام در موقعیت WT قرار دارد.

**نتیجه‌گیری:** برای رسیدن به چشم‌انداز تدوین شده و اهداف پیش‌بینی شده توسعه و بهبود گردشگری

ورزشی، بکارگیری راهبردهای تدوین شده در این تحقیق و کاهش ضعف‌های درونی سازمان‌های متولی

گردشگری ورزشی و توجه به جاذبه‌های توریستی در جلب گردشگران اثر مثبتی دارد.

## مقدمه

گردشگری به دلیل تأثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به ویژه درآمدزایی و تأثیر در رشد اقتصادی کشورها، به بزرگ‌ترین صنعت در جهان تبدیل شده و برای اغلب کشورهای جهان، منبع مهمی برای فعالیت‌های تجاری، سیاسی و اشتغال‌زایی محسوب می‌شود. صنعت گردشگری از جمله صنایع پر درآمد و در عین حال سالم و پاک برای اقتصاد هر کشور محسوب می‌شود (شهریاری و همکاران، ۱۳۹۴). رونق این صنعت بیانگر ثبات سیاسی، اقتصادی، امنیتی، فرهنگی و علمی کشورهای جهان است. به عبارت دیگر، صنعت گردشگری با برخورداری از امتیازات منحصر به فرد همزمان چندین هدف را در فضای ملی یک کشور تأمین می‌کند (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۸).

امروزه گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا به حساب می‌آید، و بسیاری از کشورها، این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیر ساخت‌های خود می‌دانند. حجم مبادلات بین‌المللی گویای آن است که صنعت گردشگری بیش از ۲۰ درصد کل مبادلات بین‌المللی را شامل می‌شود (اصفهانی و همکاران، ۱۳۸۸). صنعت گردشگری نقش ویژه‌ای در اقتصاد جهانی به عهده دارد. به طوری که، این صنعت عامل مؤثری در تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی تمدن‌ها و برقراری و تحکیم انس و الفت بین ملت‌هاست (قیامی‌راد و حسین‌پور، ۱۳۸۷). لذا گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری در جهان است. افزون بر این بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند (ادبی فیروزجاه و همکاران، ۱۳۸۸). امروزه جهانگردی پیکره اصلی اقتصاد برخی از کشورها را تشکیل می‌دهد و مولد اقتصادی و اشتغال‌زایی است، صنعت گردشگری نقش ویژه‌ای در اقتصاد جهانی به عهده دارد. تا جایی که بر اساس پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۴، تا سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۳ از مشاغل جهان مربوط به صنعت گردشگری خواهد بود (اصفهانی و همکاران، ۱۳۸۸). یکی از بخش‌های مهم و پر اهمیت که قابلیت تبدیل به امر فرا بخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است؛ که از آن به عنوان گردشگری ورزشی نام برده می‌شود (قیامی‌راد و حسین‌پور، ۱۳۸۷). اکنون گردشگری ورزشی یکی از گونه‌های روبه رشد

گردشگری است که در آن مسابقات و رویدادهای ورزشی تعداد زیادی از گردشگران را جلب می‌کند؛ مسابقات ورزشی که با شرکت تیم‌های مختلف ورزشی و از نقاط مختلف کشور برگزار می‌شود، یکی از رویدادهایی است که می‌تواند توجه گردشگران را به خود جلب کند و هر کشور و شهری که برگزارکننده مسابقات ورزشی است، محصولات و خدمات گوناگونی را برای جلب گردشگر ارائه می‌دهد و هر گردشگر این امکان را دارد که از میان مقصدها و رویدادهای مختلف، یکی را انتخاب کند (شهریاری و همکاران، ۱۳۹۴). از این رو بسیاری از کشورها با سرمایه‌گذاری فراوان اثرات و فواید این گونه گردشگری را بخوبی جذب نموده‌اند (امری<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). و از آن به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و افزایش اشتغال و درآمد، توسعه زیرساخت‌ها، افزایش شهرت و برندسازی خود استفاده می‌کنند (ون در زی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱).

بنا به تحقیق ادبی فیروزجاه (۱۳۸۵) گردشگری ورزشی به عنوان صنعتی پیشرو در اکثر کشورهای دنیا در حال اوج‌گیری و توسعه است و پیش‌بینی شده است، این صنعت تا سال ۲۰۲۰ به طور میانگین هر ساله رشدی معادل ۱۰ درصد خواهد داشت. بنابر این همه کشورها در تلاشند، جوامعی را برای توسعه گردشگری ورزشی، برگزاری رویدادهای مهم ورزشی و جذب گردشگران مهیا سازند (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۰). ایمز<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) در تحقیق خود به این نکته اشاره دارد، کشور امارات تمرکز خود را از اقتصاد مبتنی بر نفت و گاز تغییر داده و در نتیجه شاهد رشد صنایع خدماتی مرتبط با سلامتی، ورزش و گردشگری بوده است (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۹). کشور ترکیه با تدوین استراتژی ۲۰۲۳ در سال ۲۰۰۷ و با سرمایه‌گذاری بر گردشگری ورزشی، خصوصاً شهر آنتالیا در سال ۲۰۰۳، ۷۰۰ تیم ورزشی و در سال ۲۰۰۷، ۱۲۰۰ تیم ورزشی از سراسر دنیا، جهت برگزاری اردوهای مقدماتی ورزشی به کشور کشاند (اوجز<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۰).

مقصود از تدوین راهبرد این است که مأمویت سازمان تعیین شود و از عوامل محیطی خارجی که سازمان را تهدید می‌کنند، شناسایی گردند؛ و قوت‌ها و ضعف‌های داخلی سازمان، هدف‌های بلند مدت و انتخاب راهبردهای خاص برای ادامه فعالیت‌ها تعیین شود (رابینز<sup>۵</sup>، ۱۳۹۳). یکی از مهم‌ترین و کاربردی‌ترین مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی، ماتریس SWOT است، ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید،

۴ Icoz

۵ Robbins

۱ Emery

۲ Van der Zee

۳ Amaize

نقش مهمی در به حداکثر رساندن نتایج گردشگری از رویدادهای ورزشی مهم و اتحاد متقابل بخش گردشگری ورزشی و میزبانی رویدادهای ورزشی داشته باشد. کیم و همکاران<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۵) در تحقیقی به ارزیابی تأثیرات اجتماعی درک شده از میزبانی رویدادهای گردشگری ورزشی بزرگ بیان می‌نماید، که ادراک میزبان از اثرات اجتماعی منتج از میزبانی رویدادهای گردشگری از عوامل مهم جهت کسب حمایت و مشارکت وسیع جامعه محلی می‌باشد. نتایج تحقیق میزبانی کالا و همکاران (۱۳۹۲) در بررسی عوامل بازدارنده و سوق‌دهنده حضور گردشگران شرکت‌کننده در مسابقات فوتبال نشان می‌دهد، اجتماعی شدن، آرامش و سرگرمی مهم‌ترین عوامل سوق‌دهنده؛ مشکلات مالی و شخصی مهم‌ترین عوامل بازدارنده برای عدم حضور در رویدادهای ورزشی از دیدگاه گردشگران شرکت‌کننده در مسابقات فوتبال محسوب می‌شود. با توجه به عوامل سوق‌دهنده به حضور گردشگران ورزشی و عوامل بازدارنده از حضور آن‌ها در رویدادهای ورزشی، پیشنهاد می‌شود برای افزایش حضور گردشگران در رویدادهای ورزشی انگیزه‌های آن‌ها به خوبی شناسایی شود و اطلاع‌رسانی دقیقی درباره جاذبه‌های رویداد صورت گیرد (پناهی و آدمی، ۱۳۹۵).

در حال حاضر شهرها و استان‌ها فضای تجلی قدرت اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و بازوی حرکتی دولت‌ها محسوب می‌شوند. مدیریت و برنامه‌ریزی برای فضاهای شهری و استانی امروزه نیاز به دیدگاه‌های پویا و نظام‌یافته دارد؛ تا با ابزارها و راهبردهای تدوین شده، محرک‌ها شناسایی و در جهت پیشبرد اهداف، تحریک شوند. تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و منابع نشان‌دهنده اولین گام مهم در توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری ورزشی است (قیامی‌راد و حسین‌پور، ۱۳۸۷). مسئولین می‌توانند سرمایه‌گذاری مناسبی در این زمینه در استان‌های مستعد، از جمله استان ایلام انجام دهند. استان ایلام با دارا بودن جاذبه‌های متنوع گردشگری نظیر اماکن تاریخی، آب و هوای مناسب، چشم‌اندازها و مکان‌های دیدنی، یکی از مهم‌ترین استان‌های توریستی کشور محسوب می‌شود. با توجه به یافته‌های موجود در تحقیقات داخلی و خارجی و تبیین استراتژی گردشگری ورزشی در سطح کشور، تحقیق حاضر قصد دارد نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات فراوری گردشگری ورزشی استان ایلام را شناسایی و راهبردهای لازم را جهت توسعه استراتژی گردشگری ورزشی را تدوین نماید.

ابزار مهمی است که مدیران به وسیله آن اطلاعات را مقایسه می‌کنند و می‌توانند با استفاده از آن به ۴ نوع راهبرد (استراتژی تهاجمی<sup>۱</sup>، استراتژی رقابتی<sup>۲</sup>، استراتژی محافظه کارانه<sup>۳</sup>، استراتژی تدافعی<sup>۴</sup>) ارائه دهند (الوانی، ۱۳۹۰). در اجرای راهبردهای SO سازمان با استفاده از قوت‌های داخلی می‌کوشد، از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری کند؛ هدف از راهبردهای WO این است که سازمان با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط خارج بکوشد آثار ضعف‌های داخلی را بهبود بخشد؛ سازمان‌ها در اجرای راهبردهای ST می‌کوشند که با استفاده از قوت‌های خود آثار ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارج را کاهش دهند. سازمان‌هایی که WT را به اجرا در می‌آورند. حالت تدافعی به خرد می‌گیرند و هدف کاهش ضعف‌های داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است. سازمانی که ضعف داخلی دارد و با تهدیداتی که در محیط خارج روبه‌رو است، در موضعی ضعیف قرار دارد، در واقع هدف چنین سازمانی کاهش ضعف‌های داخلی و تهدیدهای خارجی است تا بتواند به تدریج خود را به موفقیت‌های بهتر برساند (رابینز، ۱۳۹۳).

حمیدی و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیقی به تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور پرداخته‌اند، نتایج تحقیق حاکی از آن است که در نقاط قوت (S<sup>۵</sup>) گردشگری ورزشی کشور گویه وجود تنوع در بازی‌های بومی و محلی کشور بالاترین میزان اهمیت، در بخش ضعف (W<sup>۶</sup>) گویه فقدان برنامه‌ریزی و استراتژی صحیح، دقیق و علمی برای توسعه گردشگری ورزشی در کشور به عنوان بالاترین نقطه ضعف از دیدگاه پاسخ‌دهندگان را در این بخش دارا می‌باشد و در بخش فرصت‌ها (O<sup>۷</sup>) گویه اقلیم یا شرایط آب و هوایی مناسب جهت برگزاری اردوها و مسابقات مختلف از جمله اسکی، قایقرانی و ... بالاترین میزان اهمیت و در بخش تهدیدها (T<sup>۸</sup>) گویه وجود دیدگاه منفی و تبلیغات سوء کشورهای خارجی در مورد ایران به عنوان بالاترین مورد که صنعت گردشگری ورزشی کشور را مورد تهدید قرار می‌دهد، انتخاب گردید. همچنین نتایج تحقیق نشان داد، گردشگری ورزشی کشور از لحاظ موقعیت استراتژیک و در ماتریس داخلی و خارجی در منطقه محافظه‌کارانه قرار دارد.

کنلی و توهی<sup>۹</sup> (۲۰۱۴)، در تحقیقی با عنوان اتحاد استراتژیک در گردشگری ورزشی سازمان ملی ورزش و اپراتور تورهای ورزشی بیان می‌نمایند؛ که سازمان‌های ورزشی می‌توانند

6 Weakness  
7 Opportunity  
8 Threat  
9 Kennelly & Touchy  
10 Kim et al

1 SO  
2 ST  
3 WO  
4 WT  
5 Strength

## روش‌شناسی

بین صفر تا یک تعیین شد؛ سپس در مرحله بعد این مؤلفه‌ها در قالب دو گروه عوامل تأثیرگذار داخلی شامل ضعف‌ها و قوت‌ها و عوامل تأثیرگذار بیرونی شامل فرصت‌ها و تهدیدها دسته‌بندی شدند و وضعیت آن‌ها ارزیابی شد؛ بر این اساس امتیازهای بیشتر از حد متوسط یعنی ۲/۵ نشانگر وضعیت مثبت یعنی قوت‌ها و فرصت‌ها و به عکس امتیازهای کم‌تر از حد متوسط گویای وضعیت منفی یعنی ضعف‌ها و تهدیدها می‌باشد. در نهایت با ضرب نمودن ضریب اهمیت هر یک از مؤلفه‌ها در امتیاز آن، امتیاز وزنی آن عامل بدست آمده که بر مبنای آن هر یک از مؤلفه در گروه خود رتبه‌بندی و میزان تأثیرگذاری آن شناسایی و بدین ترتیب ترسیم و راهبردهای بهینه مشخص SWOT نمودار ماتریس ارائه شد. داده‌های حاصل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های آمار توصیفی و توسط نرم افزار SPSS نسخه ۲۳ تجزیه و تحلیل شد.

## نتایج

یافته‌های توصیفی در خصوص ویژگی‌های جمعیت شناختی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان، ادارات گردشگری و میراث فرهنگی استان ایلام از مجموع ۱۵۰ نفر افراد مورد مطالعه به شرح زیر به دست آمد.

جدول ۱. توصیف برخی ویژگی‌های فردی آزمودنی‌ها

ویژگی‌های فردی	درصد فراوانی
سن	۳۲٪ رده سنی ۲۵ - ۳۵، ۵۵٪ رده سنی ۳۶ - ۵۰ و ۱۳٪ رده سنی بالای ۵۱ سال
جنس	۶۵ مرد و ۳۵ زن
وضعیت تأهل	۶۹٪ متأهل و ۳۱٪ مجرد
سازمان مربوطه	۴۵٪ اداره کل ورزش و جوانان و ۵۵٪ سازمان گردشگری
سابقه کار	۴۲٪ کم‌تر از ۱۰ سال، ۳۰٪ بین ۱۱ تا ۲۰ سال و ۲۸٪ بالای ۲۱ سال
مدرک تحصیلی	۵٪ مدرک دپلم، ۱۲٪ مدرک کاردانی، ۶۳٪ مدرک کارشناسی و ۲۰٪ مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر
رشته تحصیلی	۴۲٪ تربیت‌بدنی، ۳۳٪ مدیریت و ۲۵٪ سایر رشته‌ها

ماتریس عوامل تأثیرگذار داخلی شامل ضعف‌ها و قوت‌ها و عوامل تأثیرگذار بیرونی شامل فرصت‌ها و تهدیدها دسته‌بندی و ارزیابی شدند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد ماتریس عوامل درونی شامل ۱۲ قوت و ۱۲ ضعف می‌باشد و امتیاز نهایی بدست آمده برای مجموع مؤلفه‌ها ۲/۱۷ است که با توجه آن که پایین‌تر از حد متوسط ۲/۵ است، گویای استیلائی شرایط ضعف بر ماتریس عوامل داخلی است. بر این اساس مهم‌ترین نقاط قوت موجود استان ایلام عبارت‌اند از: جذابیت و هیجان موجود در رویدادهای ورزشی، پایین بودن هزینه حضور در رویدادهای ورزشی خدمات

در راستای ارائه راهبردهای بهینه توسعه گردشگری ورزشی در استان ایلام، با استفاده از نظرات گردشگران و مدیران محلی، اهمیت هر یک از مؤلفه‌ها مورد مطالعه با ارائه ضریبی بین صفر تا یک تعیین شد؛ نتایج این بخش نشان می‌دهد که ضرایب تمامی مؤلفه‌ها بیش‌تر از حد متوسط یعنی ۰/۵ می‌باشد؛ بنابراین این تأثیرگذاری همه این مؤلفه‌ها در فرایند توسعه گردشگری ورزشی مورد تأیید قرار گرفت اما با توجه تفاوت ضریب‌های بدست آمده اهمیت این عوامل یکسان نمی‌باشد. سپس در مرحله بعد عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی در قالب دو

مهم‌ترین فرصت‌های توسعه گردشگری ورزشی در استان ایلام عبارتند از: امکان حضور گردشگران و ورزشکاران خارجی، آب و هوای مناسب و پاک در جذب بیش‌تر گردشگران ورزشی، امنیت بالای گردشگران، وجود دریاچه و دریا برای امکان اجرای ورزش‌های مهیج. مهم‌ترین تهدیدهای موجود نیز عبارت‌اند از: کیفیت پایین خدمات آژانس‌های گردشگری، کیفیت پایین خدمات آموزشی در حوزه ورزش، سرمایه‌گذاری کم بخش خصوصی در توسعه زیر ساخت‌های ورزشی، پایین بودن سطح آگاهی عمومی مردم نسبت به گردشگری ورزشی.

بهداشنی درمانی و دسترسی آسان به آن‌ها، سطح ایمنی فعالیت‌های ورزشی، وجود سرگرمی‌ها و تفریحات موجود در استان. همچنین مهم‌ترین ضعف‌های موجود عبارتند از: عدم تنوع رویدادهای ورزشی، کمبود متخصصان و نیروی انسانی آموزش دیده، عدم وجود سیستم‌های اطلاع رسانی، عدم وجود اسپانسرهای مالی. همچنین بررسی ماتریس عوامل بیرونی نشان می‌دهد که ۱۱ فرصت و ۱۲ تهدید عمده در موضوع مورد مطالعه وجود دارد. و امتیاز نهایی بدست آمده برای مجموع مؤلفه‌ها ۲/۲۵ می‌باشد که گویای فزونی تهدیدها بر فرصت‌هاست. بر این اساس

جدول ۲. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان ایلام

عوامل داخلی	میانگین	انحراف معیار	ضریب اهمیت	امتیاز	امتیاز وزنی
S <sub>1</sub> بیمه حوادث ورزشکاران	۳/۲۳	۱/۰۵	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S <sub>2</sub> پایین بودن هزینه حضور در رویدادهای ورزشی	۴/۴۳	۱/۰۸	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
S <sub>3</sub> خدمات بهداشتی درمانی و دسترسی آسان به آن‌ها	۳/۴۰	۱/۰۲	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
S <sub>4</sub> وجود چشم‌اندازها و مکان‌های دیدنی	۴/۰۳	۰/۷۹	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
S <sub>5</sub> کسب شهرت در یک حوزه ورزشی	۳/۷۶	۱/۱۴	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
S <sub>6</sub> مسیرهای گردشگری ورزشی موجود در استان مانند موج سواری، کایاک	۳/۶۳	۱/۱۴	۰/۰۲	۴	۰/۰۸
S <sub>7</sub> وجود تنوع در بازی‌های بومی و محلی استان	۴/۰۱	۰/۹۶	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
S <sub>8</sub> پتانسیل و توانایی برگزاری رویدادهای ملی	۳/۹۷	۰/۸۹	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S <sub>9</sub> وجود سرگرمی‌ها و تفریحات موجود در استان	۴/۱۶	۰/۶۸	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S <sub>10</sub> مشارکت مردم محلی در زمینه توسعه گردشگری ورزشی	۳/۹۶	۱/۰۸	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
S <sub>11</sub> جذابیت و هیجان موجود در رویدادهای ورزشی	۴/۵۰	۰/۵۶	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
S <sub>12</sub> سطح ایمنی فعالیت‌های ورزشی	۴/۲۳	۰/۸۰	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
W <sub>1</sub> عدم استفاده از تجارب موجود در توسعه متقابل ورزش و گردشگری	۳/۷۶	۱/۱۷	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
W <sub>2</sub> عدم سهولت در تهیه اقامتگاه مناسب	۳/۷۳	۰/۹۶	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
W <sub>3</sub> عدم تبلیغ رویدادهای ورزشی مهم	۳/۶۴	۱/۱۴	۰/۰۶	۲	۰/۱۱
W <sub>4</sub> عدم کیفیت خدمات حمل و نقل هوایی و زمینی	۳/۴۲	۱/۲۳	۰/۰۷	۱	۰/۰۷
W <sub>5</sub> کمبود سایت‌ها و نشریات الکترونیکی	۳/۹۳	۱/۰۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۳
W <sub>6</sub> فقدان زیر ساخت‌های شهری مناسب از جمله مترو	۳/۷۶	۱/۱۴	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
W <sub>7</sub> فقدان کیفیت وسایل نقلیه عمومی درون شهری	۳/۹۰	۱/۱۰	۰/۰۶	۱	۰/۰۶
W <sub>8</sub> عدم وجود سیستم‌های اطلاع رسانی	۴/۰۶	۱/۰۲	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
W <sub>9</sub> کمبود متخصصان و نیروی انسانی آموزش دیده	۴/۱۱	۰/۹۳	۰/۰۶	۱	۰/۰۶
W <sub>10</sub> عدم تنوع رویدادهای ورزشی	۴/۴۳	۰/۶۶	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
W <sub>11</sub> عدم وجود اسپانسرهای مالی	۴/۰۳	۰/۰۹۸	۰/۰۶	۱	۰/۰۶
W <sub>12</sub> هماهنگی بین سازمان‌های درگیر در توسعه گردشگری ورزشی	۳/۹۶	۱/۰۵	۰/۰۵	۱	۰/۰۵
مجموع					۲/۱۷

قوت‌ها

ضعفها

جدول ۳. ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (EFE) موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان ایلام

عوامل داخلی	میانگین	انحراف معیار	ضریب اهمیت	امتیاز وزنی	امتیاز وزنی
O <sub>1</sub> وجود راهنمایان زبده و توانا در جذب گردشگران ورزشی خارجی	۴/۰۶	۰/۸۹	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
O <sub>2</sub> وجود نیروهای متخصص در جهت توسعه صنعت گردشگری	۴/۱۰	۰/۷۸	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
O <sub>3</sub> امنیت بالای گردشگران	۴/۳۰	۰/۹۶	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
O <sub>4</sub> شرایط جغرافیایی مناسب	۳/۸۴	۰/۶۴	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
O <sub>5</sub> تفاهم و همکاری سازمان‌های ورزشی و آژانس‌های گردشگری	۴/۱۶	۰/۸۲	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
O <sub>6</sub> مقرون به صرفه بودن هزینه‌های خدمات	۳/۶۹	۰/۹۷	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
O <sub>7</sub> وجود دریاچه و دریا برای امکان اجرای ورزش‌های مهیج	۴/۲۰	۰/۸۷	۰/۰۴	۴	۰/۱۵
O <sub>8</sub> وجود رستوران‌ها و هتل‌ها در مجاورت مراکز گردشگری	۴/۰۱	۰/۸۲	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
O <sub>9</sub> آب و هوای مناسب و پاک در جذب بیشتر گردشگران ورزشی	۴/۳۲	۰/۸۸	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
O <sub>10</sub> قیمت پایین هتل‌ها و مراکز اقامتی در استان	۳/۵۱	۰/۷۵	۰/۰۶	۳	۰/۱۷
O <sub>11</sub> امکان حضور گردشگران و ورزشکاران خارجی	۴/۳۳	۰/۶۹	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
T <sub>1</sub> عدم وجود برنامه جامع و هماهنگ توسعه گردشگری ورزشی	۳/۹۰	۰/۹۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
T <sub>2</sub> نبود فعالیت جدی جهت راه‌اندازی بانک اطلاعات گردشگری ورزشی	۴/۰۳	۱/۰۴	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
T <sub>3</sub> کیفیت پایین خدمات ارتباطی (اینترنت، تلفن همراه و...)	۳/۸۴	۰/۹۶	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
T <sub>4</sub> پایین بودن سطح آگاهی عمومی مردم نسبت به گردشگری ورزشی	۴/۱۴	۰/۷۰	۰/۰۴	۱	۰/۰۳
T <sub>5</sub> سرمایه‌گذاری کم بخش خصوصی در توسعه زیرساخت‌های ورزشی	۴/۲۰	۰/۷۸	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
T <sub>6</sub> کیفیت پایین خدمات آژانس‌های گردشگری ورزشی	۴/۲۶	۰/۸۹	۰/۰۵	۱	۰/۰۵
T <sub>7</sub> محدودیت بیشتر زنان نسبت به مردان در گردشگری ورزشی	۳/۸۶	۱/۲۰	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
T <sub>8</sub> کیفیت پایین خدمات آموزشی در حوزه ورزش	۴/۲۳	۰/۷۶	۰/۰۵	۱	۰/۰۵
T <sub>9</sub> کیفیت پایین خدمات حمل و نقل (هوایی، ریلی، زمینی و دریایی)	۳/۶۳	۱/۰۵	۰/۰۴	۲	۰/۰۷
T <sub>10</sub> کیفیت پایین خدمات تجاری گردشگری ورزشی	۳/۷۲	۱/۱۴	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
T <sub>11</sub> عدم حمایت جدی دولت از توسعه گردشگری ورزشی	۴/۱۲	۱/۱۲	۰/۰۶	۱	۰/۰۶
T <sub>12</sub> برگزاری کم مسابقات و تورنمنت‌های بین‌المللی ورزشی	۳/۷۶	۱/۰۸	۰/۰۵	۱	۰/۰۵
مجموع					۲/۲۵

فرصت‌ها

تهدیدها

## راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی

بر اساس امتیاز وزنی ماتریس عوامل درونی و ماتریس عوامل بیرونی، محل تلاقی این دو بر روی نمودار مدل سوات مشخص

می‌گردد که نقطه به دست آمده در محدوده ضعف‌ها و تهدیدها قرار دارد. بنابراین استراتژی‌های مناسب برای توسعه گردشگری ورزشی استان ایلام استراتژی‌های تدافعی می‌باشند.

عوامل بیرون‌زا	فرصت‌ها	۴	قوت‌ها		
	WO استراتژی‌های محافظ‌کارانه	۳	SO استراتژی‌های تهاجمی		
عوامل درون‌زا	۱	۱/۵	۲	۳	۴
	WT استراتژی‌های تدافعی	۱/۵	۲	ST استراتژی‌های رقابتی	
					۱

## نمودار ۱. تعیین موقعیت راهبردهای مناسب در توسعه گردشگری ورزشی استان ایلام

بی‌شک بهره‌گیری بهینه و مستمر از اثرات و فواید روبه رشد گردشگری ورزشی و توسعه آن مستلزم مطالعه و برنامه‌ریزی دقیق و هدفمند می‌باشد.

برنامه‌ریزی راهبردی به گونه‌ای است که از تعیین چشم‌انداز و مأموریت سازمانی شروع می‌شود با انجام تجزیه و تحلیل‌های محیط خارجی و داخلی (برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی و قوت‌ها و ضعف‌های داخلی) اهدافی برای سازمان در نظر می‌گیرند و بر این اساس راهبردهایی را انتخاب می‌کنند، آنگاه راهبردهای انتخاب شده را برای تحقق اهداف به اجرا در می‌آورند (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۰).

در این تحقیق عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در قالب عوامل درونی مشتمل بر ۱۲ قوت و ۱۲ ضعف و عوامل بیرونی دربرگیرنده ۱۱ فرصت و ۱۲ تهدید ارزیابی شدند که از مهم‌ترین نقاط قوت در زمینه می‌توان جذابیت و هیجان موجود در رویدادهای ورزشی، پایین بودن هزینه حضور در رویدادهای ورزشی، پایین بودن هزینه خدمات بهداشتی درمانی و دسترسی آسان به آن‌ها، سطح ایمنی فعالیت‌های ورزشی، وجود سرگرمی‌ها و تفریحات موجود در استان اشاره کرد. که این یافته‌ها با نتایج تحقیق اندام و همکاران (۱۳۹۳)، محرم‌زاده و همکاران (۱۳۹۲)، لی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) همخوانی دارد، مهم‌ترین نقاط قوت در تحقیق اندام و همکاران (۱۳۹۳) فعالیت‌های تفریحی موجود، از دیدگاه محرم‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) جاذبه‌های طبیعی و چشم‌اندازها و از دیدگاه لی و همکاران (۲۰۱۱) وجود آرامش و امنیت گردشگران است.

همان‌طور که در جدول (۱ و ۲) و شکل ۱ ملاحظه می‌شود. نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی کم‌تر از ۲/۵ می‌باشد که این به معنای برتری ضعف‌ها بر قوت‌هاست؛ همچنین نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی کم‌تر از ۲/۵ می‌باشد که این به معنای برتری تهدیدها بر فرصت‌هاست. و سپس با نشان دادن این نمرات در ماتریس SWOT در شکل ۱ مشخص شد که وضعیت راهبردی گردشگری ورزشی استان ایلام در موقعیت WT قرار دارد و برای توسعه باید از استراتژی‌های تدافعی استفاده نماید. بنابر این با توجه به یافته‌های تحقیق در ذیل استراتژی‌های توسعه گردشگری ورزشی در استان ایلام ارائه شده است و با توجه به این که راهبردهای تدافعی راهبردهای بهینه شناخته شدند تمرکز بیش‌تر بر روی این راهبردها صورت گرفته است.

## بحث

گردشگری ورزشی یکی از شاخه‌ها و مؤلفه‌های رو به رشد روبه رشد گردشگری است؛ که در آن مسابقات و رویدادهای ورزشی تعداد زیادی از گردشگران را به خود جلب می‌کند؛ بطوری که گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی در جهان تبدیل شده است. بسیاری از کشورها با سرمایه‌گذاری فراوان بر روی این صنعت اثرات و فواید این گونه گردشگری را بخوبی درک نموده و از آن به عنوان منبع مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش اشتغال و درآمد، توسعه زیرساخت‌ها و افزایش وجه و برندسازی محصول خود استفاده می‌کنند (محرم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲).



به گردشگری ورزشی اشاره کرد؛ که این یافته‌ها با نتایج تحقیق حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۳) و ابراهیمی و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی و با نتایج تحقیق مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) ناهمخوانی دارد. مهم‌ترین نقاط تهدید در تحقیق حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۳) عدم وجود برنامه جامع و هماهنگ و در تحقیق ابراهیمی و همکاران (۱۳۸۹) عدم وجود برنامه منظم برای تبلیغات رسانه‌ها است. دلیل ناهمخوانی تحقیق حاضر با تحقیق مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) به این علت می‌باشد؛ که در تحقیق مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) عدم وجود حامیان مالی ورزشی مهم‌ترین نقاط تهدید به حساب می‌آید، در حالی که در تحقیق حاضر عدم وجود اسپانسرهای مالی یکی از مهم‌ترین نقاط ضعف تحقیق حاضر می‌باشد.

در تحقیق حاضر نیز این رویکرد در نظر گرفته شده، به این صورت که ابتدا اقدام به تدوین چشم‌انداز و مأموریت گردشگری ورزشی استان شد و بعد از تجزیه و تحلیل محیط داخلی و خارجی، اهداف بلندمدت و راهبردها در نهایت بر اساس نمودار مدل سوات ترسیم و جایگاه نقطه تلاقی مشخص گردید. از آنجا که این نقطه در محدوده ضعف‌ها و تهدیدها (WT) قرار گرفت. یافته‌های این تحقیق نشان داد؛ که اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام و اداره میراث فرهنگی و گردشگری در زمینه گردشگری ورزشی در موقعیت (WT) قرار دارد. سازمان‌هایی که استراتژی WT را به اجرا در می‌آورند، حالت تدافعی به خود می‌گیرند و هدف کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است (الوانی، ۱۳۹۰). سازمانی که دارای نقاط داخلی است و با تهدیدات بسیار زیادی در محیط خارج روبرو می‌شود در موضعی مخاطره‌آمیز قرار خواهد گرفت در واقع چنین سازمانی برای بقا خود مبارزه کرد و استراتژی‌های تدافعی (از قبیل کاهش یا واگذاری یا تغییر) را پیش خواهد گرفت (رابینز، ۱۳۹۳). با توجه به این که گردشگری ورزشی استان ایلام در موقعیت WT قرار دارد لذا اغلب راهبردهای انتخابی از منطقه WT است. استراتژی‌های توسعه گردشگری ورزشی استان ایلام بیش‌تر استراتژی‌های تدافعی است.

به طور کلی یافته‌های این تحقیق، نتایج تحقیقات مختلف در زمینه تأثیرگذاری عوامل مختلف بر گردشگری ورزشی نظیر خسروی مهر و همکاران (۱۳۹۵) و اندام و همکاران (۱۳۹۳) در مورد جذابیت و هیجان موجود در رویدادهای ورزشی، سطح ایمنی فعالیت‌های ورزشی، امنیت بالای گردشگران، عدم وجود اسپانسرهای مالی، خدمات بهداشتی درمانی و دسترسی آسان به آن‌ها، وجود چشم‌اندازها و مکان‌های دیدنی موجود را تأیید

از مهم‌ترین ضعف‌های موجود می‌توان به تنوع کم رویدادهای ورزشی، کمبود متخصصان و نیروی انسانی آموزش دیده، کمبود سیستم‌های اطلاع‌رسانی، حضور کم اسپانسرهای مالی اشاره کرد؛ که این یافته‌ها با نتایج تحقیق اندام و همکاران (۱۳۹۳)، مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) و ابراهیمی و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی و با نتایج تحقیق حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۳) و شجاعی و همکاران (۱۳۹۰) ناهمخوانی دارد. مهم‌ترین نقاط ضعف در تحقیق اندام و همکاران (۱۳۹۳) فقدان زیر ساخت‌های موجود، از دیدگاه مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) عدم وجود افراد متخصص در پست‌های مختلف و از دیدگاه ابراهیمی و همکاران (۱۳۸۹) عدم تبلیغ رویدادها است؛ همچنین از دیدگاه حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۳) عدم وجود برنامه‌ای جامع و هماهنگ برای توسعه گردشگری ورزشی مهم‌ترین نقطه ضعف بوده است؛ دلیل این ناهمخوانی احتمالاً به دلیل تفاوت در نوع نمونه آماری باشد، زیرا پرسشنامه‌ی تحقیق حاضر را کارشناسان و مدیران اداره ورزش و جوانان و کارشناسان گردشگری استان ایلام تکمیل نموده‌اند؛ در حالی که پرسشنامه تحقیق ذکر شده را خود گردشگران تکمیل نموده‌اند. از دیدگاه شجاعی و همکاران (۱۳۹۰) عدم برگزاری مسابقات و تورنمنت‌های بین‌المللی ورزشی با کیفیت مطلوب در استان به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف شناخته شد؛ که دلیل ناهمخوانی احتمالاً به دلیل نوع سؤالات پرسشنامه می‌باشد؛ که در پرسشنامه تحقیق حاضر جزء مؤلفه‌های دیگر می‌باشد.

از مهم‌ترین فرصت‌های موجود می‌توان به امکان حضور گردشگران و ورزشکاران خارجی، آب و هوای مناسب و پاک در جذب بیش‌تر گردشگران ورزشی، امنیت بالای گردشگران، وجود دریاچه و دریا برای امکان اجرای ورزش‌های مهیج اشاره کرد. که این یافته‌ها با نتایج تحقیق خسروی مهر و همکاران (۱۳۹۵) همخوانی و با نتایج تحقیق کنلی و توهی (۲۰۱۴) ناهمخوانی دارد. مهم‌ترین نقاط فرصت از دیدگاه خسروی مهر و همکاران (۱۳۹۵) امکان حضور گردشگران و ورزشکاران خارجی و از دیدگاه کنلی و توهی (۲۰۱۴) امکان برگزاری رویدادهای ملی و بین‌المللی مهم‌ترین نقاط فرصت‌های گردشگری موجود می‌باشد. دلیل این ناهمخوانی با تحقیق حاضر به این علت می‌باشد، که کشور استرالیا دارای امکانات مناسب و موقعیت استراتژیک بهتری برای برگزاری تورهای گردشگری و برگزاری رویدادهای بین‌المللی ورزشی بخاطر منابع مالی خوب برخوردار است.

از مهم‌ترین تهدیدهای موجود نیز می‌توان به کیفیت پایین خدمات آژانس‌های گردشگری، کیفیت پایین خدمات آموزشی در حوزه ورزش، سرمایه‌گذاری کم بخش خصوصی در توسعه زیر ساخت‌های ورزشی، پایین بودن سطح آگاهی عمومی مردم نسبت

اصفهان و همکاران (۱۳۸۸) و حمیدی و همکاران (۱۳۸۹) را به لحاظ تلاقی عوامل درونی و مناسب بودن استراتژی‌های محافظه‌کارانه WO تأیید نمی‌کند و استراتژی‌های تدافعی را به عنوان بهترین گزینه معرفی می‌نماید.

### نتیجه‌گیری

برای رسیدن به چشم‌انداز تدوین شده و اهداف پیش‌بینی شده توسعه و بهبود گردشگری ورزشی استان ایلام، بکارگیری راهبردهای تدوین شده در این تحقیق و کاهش ضعف‌های درونی سازمان‌های متولی گردشگری ورزشی امری ضروری و لازم است. جاذبه‌های توریستی در جلب گردشگران اثر مثبتی دارد و با توجه به این که در کشور ایران، به ویژه استان ایلام جاذبه‌های توریستی ورزشی و غیر ورزشی بسیار است، با کمک این جاذبه‌ها و معرفی آن به افراد خارج از استان می‌توان تعداد بیش‌تری گردشگر ورزشی وارد استان کرد.

می‌نماید؛ اما یافته‌های تحقیق چو<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) در مورد این که ورزش‌هایی که ریشه یک منطقه یا ایالت هستند، توانایی بیش‌تری در جذب گردشگری ورزشی دارند، را رد می‌کند، زیرا در استان ایلام علی‌رغم این که ورزش وزنه‌برداری، ورزش بومی منطقه می‌باشد، نتوانسته زمینه‌ساز توسعه گردشگری شده و جذب گردشگر گردد؛ در حالی که در مقابل ورزش‌های پرهیجان و پرطرفدار مانند فوتبال توانسته‌اند، گردشگران بسیاری را به خود جذب نماید؛ از این رو فقدان عدم تنوع رویدادهای ورزشی در منطقه مورد مطالعه یک ضعف تلقی می‌شود؛ ضمناً یافته‌های این تحقیق، نتایج تحقیق کیم و همکاران (۲۰۱۵) را در مورد اهمیت و نقش تأثیرگذار ادراک جامعه میزبان و مشارکت آنان در توسعه گردشگری ورزشی را تأیید کرده و از آن در منطقه مورد مطالعه به عنوان یک نقطه قوت یاد می‌کند (کیم و همکاران، ۲۰۱۵). همچنین یافته‌های تحقیق شجاعی و همکاران (۱۳۹۰) و مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) را به لحاظ اولویت نقاط قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها و یافته‌های تحقیقات

### Reference

- ابراهیمی، عبدالحمید. قادری، اسماعیل. قائد رحمتی، صفر. اکبری، رضا. (۱۳۸۹). "بررسی تأثیر تبلیغات بر جذب گردشگران نمونه: گردشگران بین‌المللی شهر اصفهان." فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۱۷، صص ۱۳۹ - ۱۵۶.
- اصفهان، نوشین. گودرزی، محمود. اسدی، حسن. سجادی، نصراله. اسمیت، استفین. (۱۳۸۸). "تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه جهانگردی ورزشی داخلی ایران." مدیریت ورزشی، شماره ۱، صص ۱۵۹ - ۱۷۵.
- قیامی‌راد، امیر. محرم زاده، مهرداد. حسین پور، باقر. (۱۳۸۷). "رابطه دیدگاه مدیران ورزشی و مدیران گردشگری کشور و عوامل گردشگری ورزشی در ایران." المپیک، شماره ۲، صص ۵۱ - ۶۲.
- ادبی فیروزجاه، جواد. کوزه‌چیان، هاشم. احسانی، محمد. (۱۳۸۸). "بررسی مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی ورزشی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی کشور از دیدگاه کارشناسان ورزشی و گردشگری." مدیریت ورزشی، شماره ۱، صص ۶۷ - ۸۱.
- همتی‌نژاد، علی. شهریاری سجه‌رودی، بهمن. ملک اخلاق، اسماعیل. (۱۳۹۴). "اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری ورزشی در توسعه‌ی توریسم ورزشی استان‌های شمالی ایران." دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، شماره ۱، صص ۱۹ - ۳۳. زیتونلی، عبدالحمید. زیتونلی، سخیده. (۱۳۹۱). "شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ورزشی استان گلستان." فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی، شماره ۲، صص ۸۸ - ۱۰۶.
- حمیدی، مهرداد. رضوی، سید محمد حسین. امیرنژاد، سعید. شفیع زاده، شهرام. فضلی درزی، اعظم. (۱۳۸۹). "تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور ایران." تحقیقاتنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، شماره ۱۲، صص ۵۱ - ۶۸.
- رابینز، استیفن پی، دیوید ای، دی سنزو. (۱۳۹۳). "مبانی مدیریت"، ترجمه سید محمد اعرابی و محمد علی حمیدرفیعی. چاپ سیزدهم. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- لوانی، سید مهدی. (۱۳۹۰). "مدیریت عمومی". نشر نی، چاپ هفدهم.
- زیتونلی، عبدالحمید. زیتونلی، سخیده. (۱۳۹۱). "شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری ورزشی استان گلستان." فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی، شماره ۲، صص ۸۸ - ۱۰۶.
- پناهی، حسین. آدمی، معصومه. (۱۳۹۵). "قابلیت سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی." تحقیق‌های کاربردی در مدیریت ورزشی شماره ۴، صص ۵۵ - ۶۴.
- مهدی‌زاده، عباس. طالب پور، مهدی. فتحی، مهرداد. (۱۳۹۲). "بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت، شماره ۴، صص ۲۳ - ۳۶.

شجاعی، وحید. تجاری، فرشاد. سلیمانی تپه سری، بهاره. دوستی، مرتضی. (۱۳۹۰)، "برنامه‌ریزی راهبردی توریسم ورزشی". استان مازندران، فصلنامه علمی- پژوهشی فضای جغرافیایی، شماره ۳۹، صص ۱۷۳-۱۹۴.

محرم‌زاده، مهرداد. سید عامری، میرحسن. صیادی، محمد امین. محمدی، میترا. (۱۳۹۲)، "ارزیابی مهم‌ترین شاخص‌های مؤثر در توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی". دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، شماره ۲، صص ۳۱-۴۵.

حسین‌پور، حامد. فهیم دوین، حسن. ادیال یاف مقدم، ریحانه. (۱۳۹۳)، "بررسی موانع گرایش گردشگران ورزشی کشتی با چوخه به جاذبه‌های طبیعی ورزشی و گردشگری شهرستان اسفراین". مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۲۳، صص ۶۷-۷۸.

خسروی مهر، حمیده. قدیری معصوم، مجتبی. رضوانی، محمدرضا. (۱۳۹۵)، "ارائه راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی: مطالعه موردی شهرستان مینودشت". تحقیق‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، شماره ۳، صص ۱۰۵-۱۱۵.

Shaw, G. and Williams M. A. (2004). *Tourism and Tourism Space*, London. SAGE Publications. 2004 (30):pp, 55-70.

Cho, Kwang-Min. (2004). *International Journal of Applied sports sciences*, 13: 53- 62.

Emery, P. (2010). past, present, future major sport event management practice: the practitioner perspective. *Sport management review*. *Sport Management Review*. 13: 158 – 170.

Van der Zee, E. (2011). Image improvement as a tangible legacy of Hallmark events; the case of the 2010 World Cup in South Africa. *Research Master Human Geography and planning Faculty of Geosciences*, 1-23.

Icoz, O. Gunlu, E. Oter, Z. (2010). Sport tourism destinations as brand and factors affecting destination choices of soccer teams. *5th International congress on business, economic and Management*, 1-12.

Kennelly, M. Toohey, K. (2014). Strategic alliances in sport tourism: National sport organisations and sport tour operators. *Sport Management Review*, 407-18.

Kim, W. Jun, H. Walker M. Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*. 48: 12-32.

Aandam, R. Montazeri, A. Feizi, S. ((2014). Examining the dimensions of service quality in sport tourism]. *Journal of Sports Management Studies*, 26:15 -36.

Lei Shi, Shu Cole, H. Charles Chancellor. (2011). Understand leisure travel motivation of travelers with acquired mobility in pairment]. *Tourism Management*, 1-4.

Cho, Kwang-Min. (2004). Developing Taekwondo as a tourist commodity]. *International Journal of Applied sports sciences*, 13: 53- 62.

Kim, W. Jun, H. Walker M. Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*. 48: 12-32.

**ارجاع:** کریمی حامد، امره محمد، حسنوند ایمان، سیف‌پور کاظم، تدوین راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی استان ایلام، *مجله علوم حرکتی و رفتاری*، دوره ۳، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۹، صفحات ۳۶۱-۳۷۱.