

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱-مقدمه	۲
۱-۲-بیان مساله	۴
۱-۳-اهمیت و ضرورت تحقیق	۶
۱-۴-اهداف تحقیق	۷
۱-۴-۱-هدف کلی	۷
۱-۴-۲-اهداف ویژه	۷
۱-۵-سوالات تحقیق	۸
۱-۶-پیش فرض تحقیق	۸
۱-۷-قلمرو یا محدوده ی تحقیق	۸
۱-۷-۱-قلمرو موضوعی تحقیق	۸
۱-۷-۲-قلمرو مکانی	۸
۱-۷-۳-قلمرو زمانی	۸
۱-۸-محدودیت های تحقیق	۸
۱-۹-تعریف واژه ها و اصطلاحات مفهومی و عملیاتی	۹
۱-۹-۱-تعاریف نظری	۹
۱-۹-۲-تعاریف عملیاتی	۱۰

فصل دوم : مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۱-۲-مقدمه	۱۲
۲-۲-مبانی نظری	۱۲
۲-۲-۱-تعاریف گردشگری	۱۲
۲-۲-۲-تعریف ورزش	۱۴
۲-۲-۳-گردشگری ورزشی	۱۵
۲-۳-۱-دیدگاه گامون و رابینسون در مورد گردشگری ورزشی	۱۶

۲-۲-۳-۲-۲-چارچوب جاذبه لیپر(۱۹۹۰).....	۱۶
۲-۲-۳-۳-۲-دیدگاه هال درباره گردشگری ورزشی.....	۱۹
۲-۲-۳-۴-گردشگری ورزشی از دیدگاه کورتزمان و زاهار (۱۹۹۹).....	۲۰
۲-۲-۳-۵-گردشگری ورزشی از دیدگاه فالکنر و گنز (۱۹۹۸).....	۲۴
۲-۲-۳-۶-گردشگری ورزشی از دیدگاه دی ناپو استاندیون(۱۹۹۸).....	۲۵
۲-۲-۳-۷-گردشگری ورزشی از دیدگاه گیسون (۱۹۹۸).....	۲۶
۲-۲-۳-۸-دیدگاه پیتز در مورد گردشگری ورزشی (۱۹۹۹).....	۲۸
۲-۲-۳-۹-ابعاد گردشگری ورزشی از دیدگاه هینچ و هیگام(۲۰۰۳):.....	۲۸
۲-۳-گردشگری ورزشی ماجراجویانه از دیدگاه هادسن(۲۰۰۳).....	۳۱
۲-۴-تاریخچه تشکیل گردشگری ورزشی در ایران.....	۳۲
۲-۵-نگاهی به جاذبه های طبیعی ورزشی موجود در کشور ایران.....	۳۴
۲-۵-۱-ورزش های ساحلی و آبی.....	۳۴
۲-۵-۲-طبیعت درمانی.....	۳۵
۲-۵-۳-بیابان گردی.....	۳۶
۲-۵-۴-ورزش های زمستانی.....	۳۷
۲-۵-۵-شکار، صید، ماهیگیری.....	۳۸
۲-۵-۶-تپه نوردی.....	۳۹
۲-۵-۷-کوهنوردی و غارنوردی.....	۴۰
۲-۶-نگاهی به جاذبه های طبیعی گردشگری استان کرمان.....	۴۳
۲-۶-۱-جاذبه های گردشگری استان کرمان.....	۴۳
۲-۷-تعاریف مدیریت استراتژیک.....	۴۶
۲-۷-۱-تعریف مدیریت استراتژیک.....	۴۶
۲-۷-۲-الگوی اصلی مدیریت استراتژیک.....	۴۶
۲-۷-۳-بررسی محیطی.....	۴۷
۲-۷-۳-۱-متغیرهای قابل بررسی در محیط بیرونی.....	۴۷

۲-۳-۷-۲-متغیرهای قابل بررسی در محیط داخلی	۴۷
۲-۷-۴-تدوین استراتژی	۴۸
۲-۷-۵-استراتژی	۴۸
۲-۷-۶-اجرای استراتژی	۴۹
۲-۷-۷-تجزیه و تحلیل موقعیت (SWOT)	۴۹
۲-۷-۷-۱-تشکیل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (ملکی، ۱۳۸۳)	۴۹
۲-۷-۷-۲-تشکیل ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (ملکی، ۱۳۸۳)	۴۹
۲-۷-۷-۳-تشکیل ماتریس سوات (تدوین استراتژی سوات)(شجاعی، ۱۳۹۱)	۵۰
۲-۸-۸-مروری بر تحقیقات انجام شده:	۵۵
۲-۸-۱-تحقیقات انجام شده در داخل کشور	۵۵
۲-۸-۲-تحقیقات انجام شده در خارج از کشور	۶۱
۲-۸-۳-جمع بندی تحقیقات	۶۲
فصل سوم: روش شناسی تحقیق	
۳-۱-مقدمه	۶۵
۳-۲-روش تحقیق	۶۵
۳-۳-جامعه و نمونه آماری	۶۵
۳-۴-نمونه آماری و روش نمونه گیری	۶۵
۳-۵-ابزار جمع آوری اطلاعات	۶۵
۳-۶-روش و ابزار تجزیه و تحلیل داده ها	۶۶
فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها	
۴-۱-مقدمه	۶۸
۴-۲-یافته های پژوهش	۶۸
۴-۲-۱-یافته های بخش توصیفی	۶۸
۴-۲-۲-توصیف حوزه فعالیت در گردشگری ورزشی	۶۹
۴-۲-۳-سابقه فعالیت در حوزه گردشگری	۷۰

۴-۲-۴- میزان تحصیلات.....	۷۱
۴-۳- یافته های استنباطی.....	۷۲
۴-۳-۱- شناسایی قوتها، ضعفها، فرصتها و تهدیدها.....	۷۲
۴-۳-۲- تعیین جایگاه استراتژیک.....	۷۶
فصل پنجم: بحث، بررسی و نتیجه گیری	
۵-۱- مقدمه.....	۸۲
۵-۲- خلاصه تحقیق.....	۸۲
۵-۳- یافته های تحقیق.....	۸۳
۵-۴- بحث و بررسی.....	۸۴
۵-۴- پیشنهادها.....	۸۶
۵-۴-۱- پیشنهادهای برخاسته از تحقیق.....	۸۶
۵-۴-۲- پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده.....	۸۶
منابع.....	۸۷
پیوست ها.....	۹۱
پیوست ۱: پرسشنامه تحقیق.....	۹۲

فهرست جدول ها

صفحه	عنوان
۴۱.....	جدول ۱-۲- امکان سنجی جاذبه های اکوگردشگری ایران، پیش بینی برای سال ۱۳۸۳.....
۵۲.....	جدول ۲-۲- ماتریس تهدید ها، فرصت ها، نقاط ضعف و نقاط قوت (سوات).....
۵۵.....	جدول ۳-۲- ماتریس داخلی و خارجی.....
۶۸.....	جدول ۱-۴- توصیف وضعیت جنسیت پاسخ دهندگان.....
۶۹.....	جدول ۲-۴- توصیف حوزه فعالیت پاسخ دهندگان.....
۷۰.....	جدول ۳-۴- توصیف سابقه فعالیت در حوزه گردشگری.....
۷۱.....	جدول ۴-۴- توصیف میزان تحصیلات پاسخ دهندگان.....
۷۲.....	جدول ۵-۴- قوت های شناسایی شده برگرفته از مصاحبه.....
۷۳.....	جدول ۶-۴- ضعف های شناسایی شده برگرفته از مصاحبه.....
۷۴.....	جدول ۷-۴- فرصت های شناسایی شده برگرفته از مصاحبه.....
۷۵.....	جدول ۸-۴- تهدید های شناسایی شده برگرفته از مصاحبه.....
۷۶.....	جدول ۹-۴- وزن و رتبه بندی عوامل داخلی.....
۷۷.....	جدول ۱۰-۴- وزن و رتبه بندی عوامل خارجی.....
۷۹.....	جدول ۱۱-۴- ماتریس نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدید.....

فهرست جدول ها

عنوان	صفحه
شکل ۱-۲- حوزه مرتبط با گردشگری ورزشی از دیدگاه (هال، ۱۹۹۲).....	۱۹.....
شکل ۲-۲- گردشگری ورزشی از دیدگاه دی ناپ و استاندیون (۱۹۹۸).....	۲۶.....
شکل ۳-۲- جاذبه های طبیعی- ورزشی.....	۴۲.....
شکل ۴-۲- نمودار عناصر اساسی فرایند مدیریت استراتژیک.....	۴۶.....
شکل ۵-۲- نمودار استراتژی های ۴ گانه براساس تحلیل SWOT (منبع پیرس و رایبسون، ۱۳۸۰).....	۵۰.....
شکل ۱-۴- توصیف وضعیت جنسیت پاسخ دهندگان.....	۶۸.....
شکل ۲-۴- توصیف حوزه فعالیت پاسخ دهندگان.....	۶۹.....
شکل ۳-۴- توصیف سابقه فعالیت در حوزه گردشگری.....	۷۰.....
شکل ۴-۴- توصیف میزان تحصیلات پاسخ دهندگان.....	۷۱.....
شکل ۵-۴- قوت های شناسایی شده برگرفته از مصاحبه.....	۷۳.....
شکل ۶-۴- ضعف های شناسایی شده برگرفته از مصاحبه.....	۷۴.....
شکل ۷-۴- فرصت های شناسایی شده برگرفته از مصاحبه.....	۷۵.....
شکل ۸-۴- تهدید های شناسایی شده برگرفته از مصاحبه.....	۷۵.....
شکل ۹-۴- تعیین موقعیت استراتژیک.....	۷۸.....

چکیده

این پژوهش با هدف تدوین استراتژی گردشگری ورزشی کرمان از منظر خبرگان عالی گردشگری ورزشی انجام گرفت، روش انجام پژوهش به صورت آمیخته بود که در بعد اول از شیوه پدیدارشناختی و در بعد دوم از رویکرد تدوین استراتژی استفاده شد. جامعه آماری بخش کیفی و کمی پژوهش را خبرگان گردشگری ورزشی ایران به تعداد ۱۰ نفر تشکیل می‌داد که نمونه حاضر با توجه به اشباع نظری و شیوه نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده بودند. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از فرم مصاحبه نظام‌مند استفاده شده که این فرم پیش از ساخت با مطالعه دقیق کتابخانه‌ای ایجاد شده و دارای سوالات کلی پیرامون حوزه گردشگری و وضعیت کلی منطقه و دارای دو گونه سوالات کیفی و کمی که روایی صوری و محتوایی آن پیش از پرسش از خبرگان مناسب ارزیابی شده بود. تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه در بخش اول به صورت کدگذاری قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها انجام شده و سپس با توجه به میزان فراوانی و ضرایب ذکر شده خبرگان جایگاه استراتژیک تعیین و استراتژی‌های مرتبط تدوین شد. یافته‌ها حاکی از آن است که استراتژی رشد و ساخت باید در محور توسعه گردشگری ورزشی کرمان قرار گیرد و براساس استراتژی مذکور برگزاری رویدادهای ورزشی جذاب گردشگر ورزشی، تهیه و تدوین برنامه تبلیغات گردشگری ورزشی، تدوین گروه کار و توسعه از طریق گردشگری ورزش ایجاد گردد، براساس نتایج فوق و شاخص‌ها احتمالاً می‌توان بر جاذبه استراتژیک گردشگری ورزشی کرمان افزود.

واژگان کلیدی:

مدیریت استراتژیک، گردشگری، خبرگان، کرمان

فصل اول:
کلیات تحقیق

صنعت گردشگری از دیرباز مورد توجه بشر بوده و امروزه نقش ویژه ای در اقتصاد جهانی به عهده دارد. علاوه بر آن، این صنعت عامل مؤثری در تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی تمدن‌ها، برقراری و تحکیم انس و الفت بین ملت‌هاست (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۸۲). افتخاری و همکاران گردشگری را مجموعه کارهای می‌دانند که یک فرد در سفر و در مکانی خارج از زندگی خود انجام می‌دهد و بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش و فعالیت‌هایی از این قبیل است (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰). گردشگری شامل انواع مختلفی از جمله: گردشگری تفریحی، درمانی، مذهبی، بازاری، همایشی، الکترونیکی، بوم‌گردی و گردشگری ورزشی است (مختاری ملک آبادی و چقاگردی، ۱۳۹۴). در انواع مختلف گردشگری، اکوتوریسم و جذب گردشگرانی که به منظور دیدن مناظر طبیعی به منطقه ای مسافرت کنند، با کمترین سرمایه گذاری نسبت به سایر انواع گردشگری میسر می‌گردد (عبدالشاه و همکاران، ۱۳۹۴). این شکل از فعالیت گردشگری های فراغتی انسان را عمدتاً در طبیعت امکان پذیر می‌سازد و مبتنی بر مسافرت های هدفمند توأم با برداشت های فرهنگی و معنوی، دیدار از جاذبه های طبیعی و مطالعه آنها و بهره گیری و لذت جویی از پدیده های متنوع طبیعت است (پروینی و همکاران، ۱۳۹۴). اکوتوریسم دامنه وسیعی از فعالیت های گردشگری وابسته به طبیعت را شامل می‌شود و گردشگری ورزشی شاخه جدیدی از اکوتوریسم است که بسیار مورد علاقه و استفاده مردم دنیا واقع شده و به حرکت های مختلف ورزشی به صورت فعال و یا غیرفعال می‌گویند، که با بهره گیری از جاذبه های طبیعی به فعالیت های ورزشی نظیر اسکی، شنا، کوهنوردی، دامنه نوردی و ... می‌پردازند (مختار و مصطفایی، ۱۳۹۰).

گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. افزون بر این بسیاری از برنامه ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند (رکن الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۴). گسترده شدن پدیده گردشگری به تخصصی شدن هرچه بیشتر آن انجامیده، به طوری که امروزه با ابعاد گوناگون آن همچون جهانگردی تفریحی و ورزشی، پزشکی، علمی و مذهبی و فرهنگی و روبرو هستیم و در هر کدام از این بخش‌ها، تعداد زیادی از مردم به گونه ای کاملاً تخصصی در حال فعالیت هستند (گی چاک وای، ۱۳۸۲). گردشگری فعالیتی گسترده و فرابخشی است که به اشکال گوناگون در سطوح منطقه ای، ملی و بین المللی صورت می‌گیرد که با توجه به لزوم تقویت و توسعه صنعت گردشگری برای دستیابی به اعتبار و جایگاه واقعی خود در سطح بین المللی، بایستی بخشهای مختلف این صنعت را شناسایی کرد و به بخشهای پر اهمیت تر توجه ویژه ای مبذول داشت، یکی از این بخشهای مهم، گردشگری ورزشی است (

محرم زاده و قیامی، ۱۳۷۸). از سوی دیگر امروزه ورزش نیز یکی از صنایع مهم در دنیا و یکی از متداول ترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است. ایده ورزش به عنوان گردشگری، موضوع جدیدی نیست اما پایه های تئوریک جذابیت های ورزشی اخیراً مورد توجه قرار گرفته است. ورزش این توانایی را دارد که گردشگران زیادی را به خود جلب کند، بنابراین رویدادهایی که دربرگیرنده ورزش هستند، خود نوعی جذابیت به شمار می آیند و به عنوان یک عامل جلب کننده گردشگری محسوب می شوند (رنجبران، بهرام، زاهدی، محمد ۱۳۸۷). گیبسون^۱ (۱۹۹۸) گردشگری ورزشی را مسافرت از محل اقامت به مکان موردنظر به منظور شرکت در یک فعالیت رقابتی، فعالیت ورزشی به منظور پرکردن اوقات فراغت، دیدن فعالیتهای ورزشی یا شرکت در جذابیتهای ورزشی تعریف میکند.

مدیریت استراتژیک مجموعه تصمیمها و فعالیتهای مدیریتی است که عملکرد آتی یک شرکت را تعیین میکند. به تعبیری دیگر، عبارت است از بررسی محیطی (محیط داخلی، محیط خارجی)، تدوین استراتژی (برنامه ریزی استراتژیک)، اجرای استراتژیک، ارزیابی و کنترل (هانگر جی^۲، ۱۳۷۱).

قاعدتاً مدیریت استراتژیک در صورتی اثربخشی خود را نشان میدهد که هر یک از اجزاء مدیریت استراتژیک اعم از بررسی محیطی، تدوین استراتژی، اجرای استراتژی و کنترل و ارزیابی، به نحو کامل و جامع انجام شود (هانگر جی، ۱۳۷۱).

SWOT ابزاری کارآمد برای شناسایی شرایط محیطی و توانایی های درونی سازمان است، ماهیت قوت و ضعف به درون سازمان مربوط میشود و فرصت و تهدید معمولاً محیطی است، قوت های سازمان همان منابع و توانایی هایی است که در اختیار دارد و میتواند به منظور ایجاد یک مزیت رقابتی استفاده کند، ضعف ها نبودن بعضی از توانایی های کلیدی در سازمان است، فرصت ها شناسایی دقیق محیط خارجی است که میتواند فرصت هایی را برای مدیران در جهت رشد و توسعه سازمان باشد و تهدیدها تغییر در متغیرهای خارجی و محیطی که میتواند برای سازمان مشکل ساز باشند، است (پارسایان و اعرابی، ۱۳۹۵).

براساس نتایج تحقیق اصفهانی و همکاران (۲۰۰۹) در گردشگری داخلی، مواردی مانند خدمات، امنیت و همکاری در گردشگری خارجی، مفاهیمی مثل امنیت اماکن و تجهیزات ورزشی و رویدادهای ورزشی به عنوان عوامل اثرگذار در گردشگری ورزشی شناخته شده اند. جکسون^۳ و همکاران (۱۹۹۹) هم شناسایی نقاط قوت و ضعف گردشگری ورزشی جهت برنامه ریزی و توسعه آن در شهر یا کشور مقصد را بسیار مهم ارزیابی کرده اند.

¹ Gibson

² Hanger

³ Jackson

شهر کرمان با توجه به موقعیت خاص جغرافیایی و دارا بودن جاذبه های طبیعی گردشگری از جایگاه ویژه ای از نظر پتانسیل های بالقوه و بالفعل گردشگری ورزشی برخوردار است. بنابراین شناسایی جنبه های مختلف صنعت گردشگری ورزشی از جمله نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها در این شهر بسیار مهم است. لذا محقق درصدد است در این تحقیق به بررسی وضعیت گردشگری ورزشی شهر کرمان براساس تحلیل SWOT بپردازد.

۱-۲- بیان مساله

امروزه پدیده گردشگری، به لحاظ درآمدزایی فراوان آن، بسیاری از کشورهای جهان را بر آن داشته است که سرمایه گذاری زیادی را به این بخش اختصاص دهند (وونیونگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). تعداد گردشگران جهان سالیانه ۴/۳ درصد رشد دارد و در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر می رسد. در همین زمان هزینه های گردشگران در سرتاسر جهان در هر سال ۶/۷ درصد رشد دارد و به ۲ تریلیون دلار می رسد (لیدیا^۲ و فردریک^۳، ۲۰۱۷). گردشگری ورزشی بین ۵ تا ۱۰ درصد از تمام سفرها را به خود اختصاص می دهد و به عنوان یکی از سریعترین بخش های جهانگردی شناخته شده است و به علت درآمد زایی بالا، رقابت بسیار شدیدی را بین کشورها به وجود آورده است و کشورهای مختلف با توجه به نوع توریسم منطقه و فراهم کردن امکانات بهتر، به دنبال جذب این نوع از گردشگری هستند (آخوندی و همکاران، ۱۳۹۴)؛ به طوری که امروزه برخی از کشورها با توجه به پتانسیل های موجود و استعدادها در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی نموده اند، همانند کشورهای اتریش و سوئیس که به لحاظ شرایط اقلیمی مناسب، میزبان ورزش های نظیر اسکی، هاکی و کوهنوردی، کشور کره در ورزش های رزمی خصوصا تکواندو و کشور ژاپن با برگزاری مسابقات اسکی توانسته اند تعداد کثیری از جهانگردان ورزشی را به منطقه خود جلب و از این طریق هر ساله درآمد بسیاری را نصیب کشور خود کنند (گیسون^۴، ۲۰۱۶).

عدم توجه به گردشگری ورزشی در عصر جهانی شدن علاوه بر این که باعث کاهش درآمد و عدم توسعه یافتگی مناطق می گردد در بعد ورزشی باعث عدم تعامل سازنده بین جوامع ورزشی و غیر ورزشی، کاهش رقابت پذیری تیم های ورزشی و نتیجتا عقب ماندگی ورزشی و از دست دادن توانایی های بالقوه ورزشی می گردد (هیترو^۵ و همکاران، ۲۰۱۲). حمیدی و همکاران با انجام تحلیل قوتها، ضعفها، تهدیدات و فرصتهای گردشگری

¹ Wonyoung

² Lidia

³ Frederic

⁴ Gibson

⁵ Heather