

تحلیل میزبانی رویداد های ورزشی در استان یزد

با استفاده از مدل سوات (swot)

مهدی قنبری^۱، سیدامین دهقان^۲، پرنیان نیکنام^۳

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور مرکز بین الملل قشم ایران

^۲ کارشناسی تربیت بدنی دانشگاه جامع علمی کاربردی یزد ایران

^۳ کارشناسی دبیری تربیت بدنی دانشگاه فرهنگیان شیراز

mehdighanbari20@gmail.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر تحلیل وضعیت میزبانی رویدادهای ورزشی در استان یزد با استفاده از مدل سوات می باشد. روش پژوهش توصیفی- پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل روسا و نواب رئیس های هیئت های ورزشی استان و مدیران اجرایی ورزش، اساتید مدیریت ورزشی و مربیان ورزشکاران نخبه دارای سابقه مشارکت در برگزاری رویداد ورزشی در استان یزد می باشد (جمعاً ۱۸۰ نفر). روش نمونه گیری در این تحقیق، تمام شمار و نمونه برابر با جامعه می باشد و در نهایت ۱۵۰ نفر به پرسشنامه ها پاسخ دادند. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته سوات بود که روایی آن از طریق نظرات ۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و پایایی آن نیز با استفاده از آلفای کرونباخ (۰/۸۴) تایید گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد و ...) و آمار استنباطی (آزمون رتبه ای فریدمن) استفاده گردید. همچنین برای تعیین موقعیت راهبردی وضعیت میزبانی رویداد ورزشی در یزد از ماتریس های ارزیابی عوامل داخلی (IFE^۱)، ارزیابی عوامل خارجی (EFE^۲) و ماتریس داخلی و خارجی (IE^۳) استفاده گردید. یافته های پژوهش نشان داد که میزبانی رویدادهای ورزشی در استان یزد دارای ۱۶ قوت، ۹ ضعف، ۱۰ فرصت و ۸ تهدید می باشد وضعیت میزبانی رویدادهای ورزشی در استان یزد در منطقه راهبردی WO قرار دارد. نتیجه گیری می شود که دست اندرکاران در حوزه میزبانی رویدادهای ورزشی استان یزد باید از فرصت های خارجی پیش روی خود برای از بین بردن ضعف های داخلی استفاده نمایند.

واژگان کلیدی

میزبانی رویدادهای ورزشی، سوات، موقعیت راهبردی.

^۱ Internal Factor Evaluation

^۲ External Factor Evaluation

^۳ Internal and External

مقدمه

رویدادهای ورزشی رویدادهای بزرگی هستند که المپیادها، تورنمنت ها، مسابقات جهانی و منطقه ای، مسابقات ملی ورزش های تفریحی را شامل می شوند (جلالی فراهانی، علی دوست قهفرخی، ۱۳۹۰). تمام رویدادهای ورزشی تنها ورزش را در قالب فعالیت ها و رقابت های خود قرار نمی دهند، بلکه در کنار بازی های نمایشگاه ها و همایش هایی مرتبط با ورزش و کالاهای ورزشی با حضور شخصیت های ورزشی برگزار می- گردد (رضوی و همکاران، ۱۳۸۷). از ویژگی های اصلی رویدادهای بزرگ ورزشی توانایی آنها برای جذب مخاطبان در سراسر جهان و تأثیر بالقوه بر میزبان است. به عنوان یک نتیجه، کشور میزبان می تواند تصویر فرهنگ و سازمان اجتماعی خود را علاوه بر قدرت سیاسی و اقتصادی خود ارائه دهد. یک رقابت معمولی چنین ویژگی را تضمین نمی کند (سابویا و نوگورا، ۲۰۱۴). همه ساله تعداد زیادی از سازمانها، شهرها، و کشورها برای میزبانی رویدادهای ورزشی اعلام آمادگی میکنند: اگر چه تنها تعداد کمی رویداد وجود دارد، ولی همین تعداد کم می تواند برای میزبان فواید گسترده ای به دنبال داشته باشد. در نتیجه، رقابت برای گرفتن حق میزبانی رویداد ورزشی افزایش پیدا کرده است (امری، ۲۰۰۲). بالگو همکاران (۲۰۱۰) بیان کردند رویدادهای بزرگ ورزشی مانند بازیهای المپیک، فرصت ارزشمندی برای کشورهای میزبان و جوامع محلی جهت رشد اقتصاد، بهبود سرگرمی های ورزشی، بازشناسی نام تجاری و افزایش اعتماد به نفس جوامع فراهم می آورد. آنها معتقد بودند تعداد زیادی بازدید کننده، بازیکن، تماشاگر و رسانه در این گونه رویدادها در گیر می شوند، همچنین تعداد زیادی گردشگر برای تماشا و مشارکت در رویدادهای بزرگ حضور می یابند، به همین دلیل مسابقات ورزشی اثرات قابل توجهی دارد. اغلب مقالات منتشر شده در مورد المپیک ها بر روی فواید طولانی مدت مثل زیرساخت ها و تسهیلات جدید، احیاء شهرها، افزایش اعتبار بین المللی، افزایش گردشگری، بهبود رفاه عمومی، افزایش استخدام، فرصت های شغلی بومی و جابجایی مناسب که به واسطه رویداد ورزشی ایجاد می شود، تأکید دارند و این گواهی است بر این که چرا در سال های اخیر تمایل کشورها در استقرار یا میزبانی مسابقات که در آینده برگزار می شود، رشد کرده است، به دلیل اینکه آنها درک کردند که انجام چنین خواسته ای به جذب گردشگران و تولید در آمد کمک می کند (هنری، ۱۳۸۹). یک پیشنهاد میزبانی موفق نشان دهنده یک دهه تلاش بین المللی است، که از دوره مناقصه، از مرحله آماده سازی تا مرحله بندی نهایی به طول می انجامد. این یک فرصت منحصر به فرد برای شهر میزبان به منظور بالا بردن مشخصاتش، به دست آوردن اعتبار و افزایش وضعیتش است. سؤال از بازیهای ۱۹۸۸ برای بهبود تصویر خود و نشان دادن پیشرفت اقتصادی به مخاطبان بین المللی استفاده کرد. در حالی که آتلانتا آرزوی تبدیل شدن به پایتخت جدید جنوب را داشت و هدف ریودوژانیرو تولد دوباره به عنوان گوهر تاج آمریکای جنوبی، همانطور که در کتاب پیشنهاد المپیک خود بیان کرده است، بود (سابویا و نوگورا، ۲۰۱۴). موقعیت جهانی هجوم سرمایه گذاری جهانی را افزایش می دهد و می تواند روحیه مدنی و غرور جامعه را افزایش دهد. مبالغی که در اقتصاد محلی، منطقه ای و ملی از بخش های دولتی و خصوصی تزریق می شوند، تأثیر اقتصادی و اثر چند برابر قابل توجه دارند (ویگور، ۲۰۰۴، بورتون، ۲۰۰۳). میزبانی رویدادهای مهم ورزشی به طور گسترده ای برای ارائه طیف وسیعی از نتایج اقتصادی، جسمانی، اجتماعی ورزشی به جوامع محلی در نظر گرفته شده که فراتر از مدت زمان رویداد به خودی خود پایدار است. با این حال، بسیاری از پژوهش ها در رابطه با اثرات، نتایج و میراث رویداد در رویدادهای مگا مانند بازی های المپیک با جام جهانی فوتبال و ابعاد اقتصادی میراث متمرکز است (پرس، ۲۰۰۷). توجه به رویدادهای کوچک و متوسط و میراث غیر پولی گسترده تر، انسجام اجتماعی، غرور مدنی یا تقویت ارزش های اجتماعی از طریق یک مفهوم مانند جامعه محدود است. شاخص تاریخی استفاده شده توسط سازمان دهندگان و تأمین کنندگان مالی رویداد برای اندازه گیری موفقیت، مانند تأثیر اقتصادی در یک شهر و با سطح و ارزش قرار گرفتن در معرض رسانه، که یک محل یا برند از یک رویداد دریافت کرده است، برای توجیه سیاسی و مالی سرمایه گذاری های دولتی و خصوصی در رویدادهای مهم ملموس و لازم هستند (چالپ، ۲۰۰۶). بسیاری از پژوهش هایی که تا کنون انجام گرفته اند بر آثار اقتصادی و گردشگری رویدادهای بزرگ، که ارتباط نزدیکی با هم دارند، متمرکز شده است. مشخص نیست که چگونه و یا اینکه آیا رویدادهای سبک و کوچک و متوسط واقعا بر رفاه کلی مردمی که در جامعه میزبان زندگی می کنند، به ویژه از دیدگاه غیر مالی مانند زندگی اجتماعی، بازسازی شهری، مشارکت ورزشی، حفاظت از محیط زیست، یا زیرساخت تأثیر می گذارند، در حالی که هیچ تعریف جهانی از انواع مختلف رویدادها وجود ندارد، رویدادهای ورزشی عموماً در اندازه، مقیاس و دامنه کوچکتر از رویدادهای مگای خود (به عنوان مثال، بازی های المپیک، جام جهانی، جام یورو، و بازی های مشترک المنافع) هستند. با این حال، مانند

رویدادهای مگا، آنها یکی، ناپیوسته، و خارق العاده هستند. این مورد خاص طیف وسیعی از چشم اندازها و آثار ناشی از انواع رویدادهای ورزشی، از جمله تماشاگران و شرکت کنندگان رویدادها، رویدادهای تک ورزشی و رویدادهای چند ورزشی، و رویدادهای یک روزه و رویدادهای چند روزه را پوشش می دهد. این رویدادها ممکن است ساکنان با تماشاگران محلی را جذب کنند و ممکن است در انواع مختلف شهرها و جوامع اطراف جهان میزبانی شوند. (ماریجکه تکزا و همکاران، ۲۰۱۵).

ادبیات پژوهش

امروزه ورزش در سلامت عمومی افراد، گذران اوقات فراغت سالم، با نشاط و لذت بخش، آموزش و پرورش به ویژه در نسل نوجوان و جوان، ایجاد روابط اجتماعی سالم در جامعه و پیشگیری از بسیاری مفاسد اجتماعی و انحرافات اخلاقی نقش مثبت خود را متجلی ساخته است (شمسی و همکاران، ۱۳۹۴). ورزش و تعلیم و تربیت در پی آن است که با فراهم آوردن زمینه های لازم و ایجاد محیط و فرصت مناسب، کلیه افراد را در موقعیت های تفریحی و رقابتی سالم قرار دهد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۰). رویدادهای ورزشی بخش مهمی از فرهنگ و جامعه امروزی هستند و سالانه بر تعداد آنها افزوده می شود. رویدادها می توانند نیازهای اساسی بشر مانند نیازهای جسمی، روانی و فردی را برآورده نمایند. ویژگی های اصلی رویدادهای بزرگ ورزشی توانایی آن برای جذب مخاطبان در سراسر جهان و تأثیر بالقوه آن بر میزبان است. به عنوان یک نتیجه، کشور میزبان می تواند تصویر فرهنگ و سازمان اجتماعی خود را علاوه بر قدرت سیاسی و اقتصادی خود ارائه دهد. یک رقابت معمولی چنین ویژگی را تضمین نمی کند و یک پیشنهاد میزبانی موفق نشان دهنده یک دهه تلاش بین المللی است (سابویا و نوگورو، ۲۰۱۴).

در مورد دسته بندی رویدادها به ویژه رویدادهای ورزشی و جشن ها مطالب زیادی نوشته شده است. عناوینی از قبیل ابر رویدادها^۱، رویدادهای نشاندار^۲، رویداد بزرگ ورزشی^۳، رویدادهای ورزشی با اندازه بزرگ^۴ و رویدادهای خاص^۵ معمولاً برای رویدادهای ورزشی به کار برده می شوند. بیشتر محققان در این حوزه، استناد اولیه خود را به تعریف ریتچیز از رویدادهای نشاندار به عنوان رویدادهایی که در یک زمان فقط یک بار رخ می دهند، دارای ماهیت موقتی هستند و اهمیت آنها به دلیل ایجاد آگاهی، جذابیت، سرگرمی و سایر منافع برای منطقه میزبان میباشد، میدهند. همچنین، این رویداد به عنوان رویدادی که خارج از الگوی زندگی روزمره باشد، شناخته می شود. رویدادهای بزرگ و رویدادهای عمومی و همچنین از رویدادهای ویژه در یک زمان، به رویدادهای سالانه تغییر عنوان دادند. این تغییرات همچنین شامل ترکیب های متفاوتی از اندازه، منطقه جغرافیایی، عواید اقتصادی، زمان برگزاری و هویت مکان برگزاری را شامل شده است.

برگزاری رویدادهای ورزشی به طور مستقیم بر کیفیت زندگی مردم در جوامع میزبان اثر می گذارد، رویدادهای ورزشی موقتی هستند و می توانند انواع اثرات کوتاه مدت با بلند مدت، مثبت یا منفی، که منجر به نتایج مثبت یا منفی می شود، را موجب شوند، که اگر این نتایج پایدار باشد، میراث، نامیده می شود. اثرات ممکن است از برنامه ریزی استراتژیک بدست بیایند، اما بیشتر برنامه ریزی استراتژیک اندکی ناکافی برای نتایج رویداد وجود دارد (چالپ، ۲۰۱۴). مزایای میزبانی رویدادهای مهم ورزشی به طور فزاینده به موضوعی بحث برانگیز در ادبیات مدیریت رویدادهای ورزشی تبدیل شده است و بیشتر ادبیات به اثرات واقعی، به ویژه اثرات اقتصادی تمرکز دارند (گراتون و همکاران، ۲۰۰۵). در حقیقت، با توجه به این دیدگاه بازدید کننده ها سفرهای متعددی می کنند و مبالغ قابل توجهی در طول اقامت خود صرف می کنند. با این حال، کاملاً برعکس اثرات اقتصادی، اثرات اجتماعی و فرهنگی کمتر ملموس هستند (چالپ و کستا، ۲۰۰۵). یک با دو استدلال معتقدند که منفعت اجتماعی ممکن است در دراز مدت نسبت به منافع اقتصادی کوتاه مدتی که یک شهر می تواند بدست بیاورد بیشتر باشد (کیم والکر، ۲۰۱۲)، اهمیت مزایای روانی در زمینه های گردشگری و مدیریت رویداد به رسمیت شناخته شده است و منطقی است که انتظار می رود که میزبانی موفقیت آمیز بازی های المپیک باید قادر به تولید سرمایه عاطفی زیادی از جمله غرور بشود و می تواند با احساس انجام شود (کاراداکیس و کاپلانندو، ۲۰۱۲). بیشتر مقالات منتشر شده در مورد المپیک ها بر روی فواید

¹ . Mega Event

² . Hallmark Event

³ . Major Sporting Event

⁴ . Large Scale Sporting Event

⁵ . Special Event

طولانی مدت مثل زیرساخت ها و تسهیلات جدید، احیاء شهرها، افزایش اعتبار بین‌المللی، افزایش گردشگری، بهبود رفاه عمومی، افزایش استخدام، فرصتهای شغلی بومی و جابجایی مناسب که به واسطه رویداد ورزشی ایجاد می شود، تأکید دارند(هنری، ۱۳۸۹). تجربه نشان داده که هر شهر میزبانی بازی های ملی و بین‌المللی را پذیرفته، به علت برنامه ریزی تولید ناخالص داخلی آن افزایش یافته و باعث افزایش توریست و میزان رشد اشتغال زایی و شناساندن شهر و منطقه به کل جهان شده است (موسوی گیلانی و همکاران، ۱۳۹۱). امروزه سازمان ها از برنامه ریزی راهبردی بیشتر استفاده می کنند. برنامه ریزی راهبردی سبب کنترل بیشتر سازمان، بهبود عملکرد مالی و استفاده مؤثر از منابع، ایجاد چارچوبی معتبر برای تصمیم گیری، کسب بازخورد و ارزیابی میزان پیشرفت سازمان، وحدت و یکپارچگی سازمان با ایجاد دیدگاه مشترک و توسعه کار گروهی می شود(بوید، ۲۰۰۵). برنامه ریزی راهبردی به سازمان ها در پیش بینی تغییرات محیطی در پاسخ مؤثر به آنها کمک می کند (کارگر، ۱۳۹۳). مبنای برنامه ریزی راهبردی مدل سوات است، سوات در لغت به معنی، قوت و ضعف و فرصت و تهدید می باشد و مفهوم آن به عنوان یک ابزار استراتژیک توسعه یافته برای یادگیری مورد استفاده قرار گرفت و توسط کریستنسن، اندروز و گوش در سال ۱۹۶۵ به عنوان یک نتیجه ای از تلاش های گذشته به عنوان یک مطالعه موردی در مدرسه بازرگانی هاروارد مورد استفاده قرار گرفت (چرماک و کاسانا، ۲۰۰۷). تجزیه و تحلیل سوات به طور گسترده ای در حمایت از تصمیم گیری استراتژیک برای مدیریت کسب و کار اعمال می شود، اما به تازگی برای مدیریت زیست محیطی نیز مورد استفاده قرار گرفته است (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۳). با این حال استفاده از سوات دارای چندین محدودیت می باشد، در نتیجه تجزیه و تحلیل سوات ممکن است یک لیست مبهم با یک ارزیابی کیفی ناقص عوامل داخلی و خارجی ارائه دهد (کورتیلا و همکاران، ۲۰۰۰). فرآیند تدوین استراتژی از دو بخش "بررسی استراتژی" و "انتخاب استراتژی" تشکیل شده است و بدین معنی است که چگونه می توان از میان انواع استراتژیها، استراتژی مطلوب را انتخاب کرد و ابزارهای مناسب برای شناخت و ارزیابی استراتژی کدامند؟ (فیضی، ۱۳۸۹). فرایند تدوین استراتژی در واقع فرایند تهیه برنامه های بلند مدت برای مدیریت کارامدی است که فرصت ها، موقعیت ها، تقاضاها، تهدیدها و تنگناهای محیطی را در چهارچوب نقاط قوت و ضعف سازمان مد نظر قرار می دهد و این فرایند شامل تدوین این موارد است: ماموریت سازمان، تعیین هدف های قابل حصول، اجرای استراتژی و تعیین رویه ها (ویلین و هانگر، ۱۹۹۰). برای تدوین برنامه راهبردی، از چارچوبی با عنوان چارچوب جامع تدوین راهبردی استفاده می شود. این چارچوب دارای چهار مرحله اصلی است: مرحله ماموریت سازمان، مرحله ورودی: در این مرحله اطلاعات اصلی موردنیاز برای تدوین راهبردها مشخص می شود. این مرحله شامل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)^۱، ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)^۲ است، مرحله تطبیق با مقایسه: در این مرحله، با توجه به اطلاعات حاصل از مراحل قبل، با در نظر داشتن ماموریت سازمان، عوامل اصلی داخلی (قوتها و ضعفهای کلیدی) و عوامل اصلی خارجی فرصتها و تهدیدهای راهبردی) با هم تطبیق داده می شوند. مرحله تصمیم گیری: در مرحله آخر، با استفاده از ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی (QSPM)^۳، گزینه های مختلف راهبردهای شناسایی شده در مرحله قبل (مرحله تطبیق)، به شیوه عینی و بدون اعمال نظر شخصی مورد ارزیابی و قضاوت قرار می گیرند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۲). از فواید میزبانی رویدادهای ورزشی می توان به ایجاد شور و نشاط در جامعه، فعال تر شدن بخش گردشگری و مزیت های اقتصادی آن برای استان اشاره کرد. بنابراین، به منظور برنامه ریزی برای گرفتن میزبانی رویدادهای کوچک ورزشی شناخت محیط داخلی و خارجی برای تدوین استراتژی مناسب رویداد، امری لازم و ضروری است. و از آن جایی که تحلیل سوات سازمان درخواست دهنده میزبانی، مسئولین اجرایی ورزش را قادر می سازد، محیط داخلی و خارجی خود را بهتر بشناسند و برنامه استراتژیک مؤثرتری را برای گرفتن حق میزبانی رویداد تدوین کنند، بر این اساس، هدف پژوهش حاضر تحلیل وضعیت میزبانی رویدادهای ورزشی در استان یزد با استفاده از مدل سوات می باشد.

¹. Internal Factor Evaluation (IFE) matrix

². External Factor Evaluation (EFE) matrix

³. Quantitative strategic Planning Matrix (QSPM)

روش پژوهش، محاسبات و فرمول ها

این پژوهش، بر حسب روش گردآوری اطلاعات، از نوع توصیفی - پیمایشی است و از لحاظ هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار دارد و از نظر اجرا، به شکل میدانی انجام شد. برای تحلیل نظرات و تجربیات جمع آوری شده از تحلیل استقرایی استفاده شد. تحلیل استقرایی داده‌های غیررقمی به معنای کار با داده‌ها، سازماندهی و تقسیم داده‌ها برای مدیریت آنها، ترکیب داده‌ها، جستجوی الگو، کشف و شناسایی عوامل مهم و موجود و درنهایت تحلیل نظرات و اطلاعات جمع آوری شده با استفاده از تحلیل استقرایی است با توجه به هدف پژوهش، جامعه آماری شامل کلیه مدیران اجرایی ورزش استان یزد، روسا و نواب رئیس های هیات های ورزشی استان، اساتید مدیریت ورزشی، مربیان ورزشکاران نخبه شهر یزد که سابقه حضور با مشارکت در برگزاری یک رویداد ورزشی را داشتند، بود. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، هدفمند بود، و تمامی روسا و نایب روسای هیئت‌ها، کارکنان اداره ورزش و جوانان و اساتید مدیریت ورزشی، ورزشکاران و مربیان نخبه شهر یزد که سابقه حضور یا مشارکت در برگزاری یک رویداد ورزشی را داشتند، به مثابه نمونه انتخاب شدند. از تعداد ۱۸۰ پرسشنامه توزیع شده، ۱۵۰ پرسشنامه صحیح مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت، برخی نمونه‌ها به دلایل شخصی وجود مشغله‌های شغلی و یا عدم تمایل به همکاری در کارهای پژوهشی حاضر به همکاری نشدند. از دیگر محدودیت‌های پژوهش، جهت‌گیری بعضی از افراد در پاسخ به سؤالات به خاطر تمایلات شخصی بود. پرسشنامه محقق ساخته ای بود که سؤالات آن بر اساس مطالعه مبانی پژوهش و از طریق مصاحبه نیمه هدایت شده با اساتید مدیریت ورزشی و کارشناسان و مدیران ورزشی استان در قالب ۴۳ گویه و در چهار بعد نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای میزبانی یزد تهیه و تدوین شد. روایی صوری پرسشنامه از طریق نظرات ۱۰ نفر از اساتید و متخصصین مدیریت ورزشی استان و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ (۰/۸۴) مورد تایید قرار گرفت. از آمار توصیفی، آزمون مقایسه میانگین‌ها و آمار استنباطی، آزمون رتبه‌ای فریدمن به منظور تعیین اولویت قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها استفاده شد. درنهایت، داده‌های کمی و کیفی گرد آوری شده مطابق با معیارهای درخواست میزبانی و برگزاری موفق رویدادهای بزرگ ورزشی مورد استنتاج و استنباط منطقی استقرایی قرار گرفت. در این پژوهش داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در بخش آمار توصیفی از میانگین، انحراف استاندارد، جداول و ... و در بخش آمار استنباطی، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف جهت تشخیص توزیع نرمال داده‌ها، از آزمون آلفای کرونباخ جهت تعیین پایایی پرسشنامه و همچنین از آزمون فریدمن جهت تعیین رتبه بندی هر یک از نقاط استفاده شد، نرم افزار مورد استفاده در این پژوهش SPSS22 بود.

یافته ها

در این بخش آزمونهای آماری مورد بررسی قرار می‌گیرند. از آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمون رتبه‌ای فریدمن) به منظور تعیین اولویت قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها استفاده شد.

جدول ۱. نتایج آزمون تجزیه و تحلیل فریدمن در هر یک از فهرست های سوات

ابعاد	مجذور کای	درجات آزادی	سطح معناداری	میانگین رتبه ای	نتیجه آزمون
فهرست قوت‌ها	۳۲۱/۵۶	۱۵	۰/۰۰۱	۲/۵۵	وجود تفاوت معنادار بین گویه‌ها
فهرست ضعف‌ها	۷۲/۶۸	۸	۰/۰۰۱	۱/۷۹	وجود تفاوت معنادار بین گویه‌ها
فهرست فرصت‌ها	۸۲/۷۸	۹	۰/۰۰۱	۲/۹۷	وجود تفاوت معنادار بین گویه‌ها
فهرست تهدیدها	۱۴۳/۳۶	۳	۰/۰۰۱	۲/۶۹	وجود تفاوت معنادار بین گویه‌ها

جدول یک نتایج آزمون فریدمن را نشان می‌دهد که در این بخش این سؤالات مطرح شد که آیا از نظر آماری بین گویه‌های هر یک از فهرست‌ها تفاوت معناداری وجود داشته است. همچنین به منظور رتبه بندی هر یک از گویه‌ها بر اساس میزان اهمیت آنها مقدار رتبه میانگین مربوطه در نظر گرفته شد.

نتایج رتبه بندی نقاط قوت میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در شهر یزد

طبق داده های جدول یک، رتبه بندی نقاط قوت میزبانی شهر یزد معنی دار است. رتبه بندی نقاط قوت میزبانی استان یزد در جدول دو ارائه شده است.

جدول ۲. نتایج رتبه بندی نقاط قوت میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در استان یزد

رتبه	گویه ها	میانگین رتبه
۱	وجود جاذبه‌های گردشگری	۱۱/۴۱
۲	وجود ورزشکاران با شهرت جهانی	۱۱/۳۲
۳	وجود امنیت قابل قبول	۹/۸۸
۴	وجود نیروی انسانی داوطلب و تحصیل کرده	۹/۶۸
۵	وجود موقعیت آب و هوایی و جغرافیایی مناسب	۹/۵۲
۶	حمایت قوی مردم و گروه های اجتماعی	۸/۹۵
۷	وجود داوران قوی و شایسته قضاوت	۸/۷۲
۸	وجود هتل‌ها و مراکز اسکان مناسب	۸/۷۲
۹	دسترسی مناسب به هتل‌ها و مراکز اسکان	۸/۵۰
۱۰	وجود امکانات رسانه ای و ارتباطی مناسب	۸/۱۷
۱۱	دارا بودن سابقه و تجربه برگزاری مسابقات بین‌المللی	۷/۶۰
۱۲	حمایت سیاسی قوی	۷/۳۰
۱۳	وجود افراد اثرگذار و بانفوذ در فدراسیون های بین‌المللی ورزشی	۷/۸
۱۴	وجود سالن ها و مراکز آبی استاندارد	۶/۷۴
۱۵	وجود زیرساخت های جاده ای و ریلی و هوایی مناسب	۵۹/۵۹
۱۶	وجود اقتصاد قوی	۵/۸۱

جدول دو یافته های مربوط به بررسی نقاط قوت میزبانی رویدادهای بین‌المللی ورزشی در استان یزد از دیدگاه مدیران ورزشی و اساتید برجسته دانشگاهی و مربیان و ورزشکاران نخبه با سابقه حضور و مشارکت در برگزاری رویدادهای ورزشی است و نشان می دهد که وجود جاذبه‌های گردشگری (آثار باستانی، مراکز تفریحی مناسب برای بازدید گردشگران در استان یزد، بیشترین وجود اقتصاد قوی، کمترین امتیاز را داشتند.

نتایج رتبه بندی ضعف‌های میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در شهر یزد

طبق داده های جدول یک، رتبه بندی ضعف‌های میزبانی شهر یزد معنی دار است. رتبه بندی ضعف‌های میزبانی استان یزد در جدول سه ارائه شده است.

جدول ۳. نتایج رتبه بندی ضعف‌های میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در استان یزد

رتبه	گویه ها	میانگین رتبه
۱	وجود مشکلات و کاستی در زیر ساخت های ورزشی	۵/۷۸
۲	وجود مشکلات در پذیرفتن حامیان مالی	۵/۴۶
۳	عدم ثبات اقتصادی	۵/۴۴
۴	ضعف در سامانه حمل و نقل	۵/۱۱
۵	حمایت نامناسب مدیران غیر ورزشی	۵/۹
۶	ترکیب ضعیف تیم ارائه دهنده درخواست میزبانی	۵/۰۰
۷	وجود ضعف و نارسایی در رسانه‌های اثرگذار	۴/۹۳
۸	بی تجربگی مدیران ورزشی	۴/۱۲
۹	ضعف در هتل‌ها و مراکز اسکان	۴/۰۶

جدول سه یافته های مربوط به بررسی نقاط ضعف میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در استان یزد از دیدگاه مدیران ورزشی و اساتید برجسته دانشگاهی و مربیان ورزشکاران نخبه با سابقه حضور و با مشارکت در برگزاری رویدادهای ورزشی است و نشان می دهد که وجود مشکلات و کاستی در زیرساخت های ورزشی (سالن و استادیوم) متناسب با یک رویداد بین‌المللی در استان یزد بیشترین و ضعف در هتل‌ها و مراکز اسکان متناسب با یک رویداد بین‌المللی در استان یزد کمترین امتیاز را داشتند.

نتایج رتبه بندی فرصت‌های مربوط به میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در شهر یزد

طبق داده های جدول یک، رتبه بندی فرصت‌های میزبانی شهر یزد معنی دار است. رتبه بندی فرصت‌های میزبانی استان یزد در جدول چهار ارائه شده است.

جدول ۴. نتایج رتبه بندی فرصت‌های میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در استان یزد

رتبه	گویه ها	میانگین رتبه
۱	ایجاد فرصت و زمینه کسب میزبانی رویدادهای بزرگتر	۶/۰۶
۲	ایجاد احساس غرور و نشاط و افزایش وحدت اجتماعی	۶/۰۵
۳	تقویت وجهه ملی و بین‌المللی شهر	۶/۰۱
۴	به جا ماندن زیرساخت های ورزشی و غیر ورزشی	۵/۹۹
۵	تعامل و تبادل فرهنگی با سایر کشورها	۵/۶۲
۶	توسعه ورزش و ایجاد زمینه برای رشد شخصی	۵/۴۷
۷	بهبود تجارت و کسب و کار	۵/۴۳
۸	تأثیر بر سلامت روان و کاهش بزهکاری	۵/۲۸
۹	رشد سرمایه گذاری و کسب منافع اقتصادی	۴/۸۳
10	بهبود کیفیت زندگی مردم	۴/۲۷

جدول چهار یافته مربوط به بررسی فرصت‌های میزبانی رویدادهای ورزشی استان یزد از دیدگاه مدیران ورزشی و اساتید برجسته دانشگاهی و مربیان ورزشکاران نخبه با سابقه حضور و یا مشارکت در برگزاری رویدادهای ورزشی است و نشان می دهد که ایجاد فرصت و زمینه کسب مجدد میزبانی رویدادهای بزرگ تر، بیشترین و بهبود کیفیت زندگی مردم در کنار برگزاری یک رویداد بین‌المللی در استان یزد کمترین امتیاز را داشتند.

نتایج رتبه بندی تهدیدهای مرتبط با میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در شهر یزد

طبق داده های جدول یک، رتبه بندی تهدیدهای میزبانی شهر یزد معنی دار است. رتبه بندی تهدیدهای میزبانی استان یزد در جدول پنج ارائه شده است.

جدول ۵. نتایج رتبه بندی تهدیدهای میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در استان یزد

رتبه	گویه ها	میانگین رتبه
۱	از دست دادن میزبانی به دلیل ممنوعیت حضور زنان	۶/۰۲
۲	مشکلات شهری	۵/۲۷
۳	دلبستگی بیش از حد به منافع میزبانی	۴/۴۵
۴	افزایش تورم	۸/۳۵
۵	پیشرفت شهرهای همجوار	۴/۲۸
۶	اثرات منفی زیست محیطی	۴/۲۳
۷	افزایش خطر حمله سایبری	۳/۸۲
۸	در خطر قرار گرفتن امنیت شهرها ومنطقه	۳/۵۹

جدول پنج یافته های مربوط به تهدیدهای میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی در استان یزد از دیدگاه مدیران ورزشی و اساتید برجسته دانشگاهی و مربیان ورزشکاران نخبه با سابقه حضور و یا مشارکت در برگزاری رویدادهای ورزشی است و نشان می دهد که از دست دادن فرصت میزبانی به دلیل ممنوعیت زنان از حضور یافتن در ورزشگاهها بیشترین و در خطر قرار گرفتن امنیت شهرها و منطقه در اثر کسب میزبانی و برگزاری رویداد در استان کمترین امتیاز را داشتند.

بحث و نتیجه گیری

رویدادهای ورزشی بخش مهمی از فرهنگ و جامعه امروزی هستند و سالانه بر تعداد آنها افزوده می شود. رویدادها می توانند نیازهای اساسی بشر مانند نیازهای جسمی، روانی و فردی را برآورده نموده و نقش های متعددی از جمله میراث فرهنگی، آگاهی های فرهنگی، توسعه جامعه و گردشگری را ایفا نمایند. رویدادها برای مردم فرصتی فراهم می آورند که با یکدیگر تعامل داشته باشند و احساس تعلق و انسجام اجتماعی را تقویت می نمایند (سابویا و نوگورا، ۲۰۱۴). بنابراین بحثی که اینجا مطرح می شود میزبانی رویداد ورزشی و نحوه برگزاری و انجام یک سری مسابقات به بهترین صورت ممکن در یک مکان ورزشی می باشد. هدف از انجام این تحقیق بررسی وضعیت میزبانی رویدادهای ورزشی در استان یزد با استفاده از تحلیل SWOT بود، یافته اول تحقیق نقاط قوت میزبانی رویدادهای ورزشی در استان یزد را نشان می دهد و ۱۶ نقطه قوت را شناسایی کرد. مهمترین نقطه قوت شناسایی شده در این تحقیق وجود جاذبه های گردشگری در استان یزد می باشد. این یافته با تحقیق سراقی و همکاران (۱۳۸۷) و کارکن و همکاران (۱۳۹۲) همخوان می باشد. سراقی و همکاران در تحقیقی با عنوان نقش جاذبه های اکو توریستی در توسعه گردشگری نهادند با تأکید بر مدل SWOT، کوهستانی بودن نهادند وجود ارتفاعات و قلل و دارا بودن دره های متعدد و سر سبز پوشیده از جاذبه های گردشگری را به عنوان نقطه قوت اکولوژیکی معرفی کردند. کراکن و همکاران در تحقیقی با عنوان تأثیر رویداد ورزشی اسبدوانی بر توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان به این نتیجه رسیدند که بین توانمندی برگزاری رویداد ورزشی و توسعه گردشگری و جذب گردشگر در استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد. برای تفسیر این یافته ابتدا باید توجه کرد، که از مزایای مهم برگزاری رویدادهای ورزشی و به تبع آن رونق توریست ورزشی در شهرها به ویژه شهرهای کوهستانی که اغلب آنها در یک انزوای محیطی، فرهنگی و اقتصادی قرار دارند، توسعه منطقه ای می باشد. محیط طبیعی و غنی و سرشار از مواهب طبیعی این مناطق، باعث گسترش و توسعه انواع گردشگری به ویژه گردشگری ورزشی می گردد، پیاده روی، کوهپیمایی، کوهنوردی، صخره نوردی (توریست کوهستان)، اسکی روی. برف، اسکی روی آب (دریاچه ها)، اسکی روی یخ، دوچرخه سواری در هوای آزاد و کوهستان، شنا، شکار، قایقرانی، اسب سواری، ماهیگیری، چوگان، تیراندازی و انواع ورزشهای محلی، از ورزشهایی است که گردشگران می توانند در اینگونه محیط ها انجام دهند، که البته اینگونه گردشگری ورزشی نیازمند یک نظام فیزیکی که جنبه فضایی داشته و سازماندهی و مدیریت از نیازهای

آن است، می‌باشد (موسوی گیلانی و همکاران، ۱۳۹۱). با توجه با این توضیح کوتاه می توان گفت یکی از ویژگی های بین استان یزد جاذبه‌های گردشگری متعددی است که این استان در دل خود جای داده است. برگزاری مسابقات ملی و بین‌المللی متعدد در استان یزد این امکان را برای شرکت کنندگان فعال و غیر فعال ورزشی در این رویداد ها فراهم می کند تا علاوه بر شرکت در مسابقه به عنوان تماشاگر ورزشکار این امکان را داشته باشند تا از موقعیت کویری و زیبای استان و بناهای تاریخی استان بازدید نموده و نهایت استفاده را ببرند. بنابراین به مسئولین ورزش استان یزد توصیه می شود برای به دست آوردن میزبانی رویدادهای ورزشی مختلف در استان یزد بر روی جاذبه‌های گردشگری این استان به عنوان یک نقطه قوت مانور داده شود.

یافته بعدی تحقیق به شناسایی و نقطه ضعف برای میزبانی رویدادهای ورزشی استان یزد پرداخت و مهم ترین نقطه ضعف را وجود مشکلات و کاستی در زیر ساخت های ورزشی وجود مشکلات در پذیرفتن حامیان مالی شناسایی کردند. این یافته با تحقیقات خسروی زاده و همکاران (۱۳۸۸) و اندام و همکاران (۱۳۹۲) همسو می‌باشد. خسروی زاده و همکاران (۱۳۸۸) در شناسایی قوتها، ضعفها، فرصتها و تهدیدهای کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش‌های فراروی آن وابستگی شدید مالی به دولت و ضعف در جذب حامیان مالی را به عنوان نقطه ضعف معرفی کردند. اندام و همکاران (۱۳۹۲) در بررسی اثرات رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان توسعه زیرساخت و مدیریت اقتصادی را به عنوان مولفه ی اثرگذار بر برگزاری رویداد ورزشی شناسایی کردند. در تفسیر این یافته می توان گفت متاسفانه در استان یزد جذب اسپانسر ورزشی همواره یک چالش جدی برای ورزش این استان بوده است و کمبود امکانات مالی وجود ضعف در جذب حامیان مالی باعث ضربه زدن به ورزش استان و همچنین زیرساخت های ورزشی استان شده است. بنابراین پیشنهاد می شود مدیران ورزشی استان با برگزاری جلسات متعدد با خیرین استان و همکاری فی مابین با ادارات و ارگان های مختلف و .. در صدد حل این مشکل بر آیند.

یافته بعدی تحقیق ۱۰ فرصت را برای یزد جهت میزبانی رویدادهای ورزشی شناسایی کرد. و مهمترین فرصت میزبانی رویدادهای ورزشی در یزد ایجاد فرصت و زمینه کسب میزبانی رویدادهای بزرگتر و ایجاد احساس غرور و نشاط و افزایش وحدت اجتماعی بود. این یافته با تحقیقات حسینی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می‌باشد. آنان در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که گویه های اثرات اجتماعی، به ترتیب موجب افزایش گرایش اهالی منطقه به تماشای مسابقات، افزایش گرایش اهالی منطقه به ورزش، افزایش شادابی و نشاط در اهالی منطقه و افزایش همکاری های جمعی ورزشی شده اند. در تفسیر این یافته می توان گفت میزبانی رویداد ورزشی در استان یزد این امکان را فراهم می کند که مسئولین ورزش کشور این اعتماد را به یزد داشته باشند که میزبانی رویدادهای بزرگتری را به یزد واگذار کنند و این مسئله باعث کسب وجهه برای استان و مردم استان خواهد شد و به نوعی احساس غرور و نشاط را در سطح استان به همراه خواهد آورد.

یافته بعدی تحقیق ۸ تهدید را برای یزد جهت برگزاری رویدادهای ورزشی شناسایی کرد که مهمترین تهدید از دست دادن میزبانی به دلیل ممنوعیت حضور زنان بود. در تفسیر این یافته می توان گفت این مشکل مربوط به کل کشور ایران می‌باشد. همانطور که کشور ایران در سال ۱۳۹۳ پیشنهاد میزبانی مسابقات فوتبال جام ملت های آسیا ۲۰۱۹ را از دست داد. یکی از علت های این اتفاق عدم حضور زنان در استادیوم های ورزشی بود. با وجود اینکه بر اساس قانون اساسی ما و قوانین موجود هیچ محدودیتی با حفظ ضوابط اخلاقی لازم برای حضور هیچ کسی در محافل و مجامع عمومی و مکان هایی که مردم به هر مناسبتی گرد هم می آیند وجود ندارد و زنان و مردان باید به یک نگاه در این زمینه دیده شوند و هیچ فرقی از این نظر که در یک محیط اجتماعی هنجار شکنی نباید اتفاق بیفتد، بین زن و مرد وجود ندارد.

تفسیر موقعیت راهبردی میزبانی رویدادهای ورزشی در استان یزد

پس از تعیین نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (۲/۳۷) و نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (۲/۸۶) با توجه به ماتریس داخلی و خارجی (IE) موقعیت راهبردی میزبانی رویدادهای ورزشی در استان یزد در منطقه راهبردی محافظه کارانه (WO) می‌باشد. این یافته با تحقیقات جمشیدی و همکاران (۲۰۱۲) و علی‌آبادی و همکاران (۲۰۱۲) همخوان می‌باشد. علی‌آبادی و همکاران (۲۰۱۲)، در تحلیل SWOT ادارات ورزش و جوانان کشور ایران موقعیت راهبردی را در منطقه WO شناسایی کردند. جمشیدی و همکاران (۲۰۱۲)، در فرمول‌بندی استراتژی فدراسیون ایران موقعیت راهبردی را در منطقه WO شناسایی کردند. منطقه راهبردی WO با استراتژی محافظه‌کارانه موقعیتی در بین چهار منطقه راهبردی می‌باشد که سازمان در آن با فرصت‌های خارجی و ضعف‌های داخلی مواجه می‌باشد و در این شرایط باید از فرصت‌های خارجی برای از بین بردن ضعف‌های داخلی استفاده نماید. بنابراین با توجه به قرارگیری موقعیت راهبردی میزبانی رویداد ورزشی در استان یزد در منطقه WO، به مسئولین ورزش استان پیشنهاد می‌گردد از فرصت‌های پیش روی جهت از بین بردن ضعف‌های داخلی در زمینه میزبانی رویداد ورزشی استفاده نمایند. در نهایت پیشنهادهای زیر برای تقویت میزبانی رویدادهای ورزشی در یزد ارائه می‌گردد:

تلاش مسئولان ورزش استان جهت جذب حامی مالی برای برگزاری رویدادهای ورزشی به میزبانی یزد.

حمایت همه‌جانبه مدیران ورزش استان از میزبانی رویداد ورزشی در یزد.

برگزاری رویدادهای ورزشی بانوان به میزبانی یزد.

تلاش هر چه بیشتر رسانه‌های مختلف در جهت پوشش مناسب رویدادها و همچنین موقعیت یزد برای میزبانی رویدادهای ورزشی.

ترمیم و بازسازی اماکن مختلف مانند هتل‌ها و مراکز اسکان ورزشگاه‌ها و ... موردنیاز برای برگزاری رویدادهای ورزشی در یزد.

استفاده از رویدادهای ورزشی برگزار شده به میزبانی یزد برای افزایش غرور و نشاط وحدت اجتماعی.

استفاده از برگزاری رویدادهای ورزشی در یزد جهت کاهش بزهکاری و سلامت روان.

منابع و مآخذ

۱. اندام، رضا؛ مهدی زاده، رحیمه؛ تقی پورچهرمی، فریده (۱۳۹۲). بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان. نشریه پژوهش‌های معاصر در تربیت‌بدنی، شماره ۶، صص: ۷۳-۸۵.
۲. جلالی فراهانی، مجید؛ علی دوست قهفرخی، ابراهیم (۱۳۹۰). مدیریت رویدادها و اردوهای ورزشی، انتشارات دانشگاه تهران.
۳. حسینی، گلاله؛ حمیدی، مهرزاد؛ تجاری، فرهاد (۱۳۹۰). تدوین برنامه راهبردی ورزش دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی. مجله مدیریت ورزشی. شماره ۱۵، صص: ۳۳-۱۵.
۴. حسینی، شاهو؛ حمیدی، مهرزاد؛ قربانیان رجبی، آسیه؛ سجادی، سید نصرالله (۱۳۹۲). شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای استعدادیابی در ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش‌های فراروی آن. مدیریت ورزشی، شماره ۱۷، صص: ۲۹-۵۴.
۵. خسروی زاده، اسفندیار؛ حمیدی، مهرزاد؛ یدالهی، جهانگیر؛ خبیری، محمد (۱۳۸۸). شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش‌های فراروی آن. مدیریت ورزشی، ۱، صص: ۱۹-۳۵.

۶. رجائی، محمدعلی (۱۳۸۵). بررسی قابلیت‌ها و پتانسیل‌های توریسم ورزشی ایران و تأثیر آن بر توسعه شهرها. همایش ملی شهر ورزش، تهران.
۷. رضوی، محمدحسین؛ بلوریان، محسن؛ برومند، محمدرضا (۱۳۸۷). مدیریت راهبردی رویدادهای ورزشی با رویکرد بین‌المللی، آمل، نشر شمال پایدار.
۸. سراقی، عیسی؛ ملکی، حسین؛ ابوالفتحی، داریوش (۱۳۸۷). نقش جاذبه‌های اکو توریستی در توسعه گردشگری نهبوند با تأکید بر مدل سوات نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، شماره ۱.
۹. شمس، عبدالحمید؛ حسینی، محمد سلطان؛ روحانی، میثم (۱۳۹۴). تبیین نقش عوامل جامعه‌پذیری در توسعه مشارکت ورزشی جوانان (مطالعه موردی: شهر اصفهان). مطالعات مبنای مدیریت در ورزش، شماره ۲۸، صص: ۷۱-۸۸.
۱۰. فیضی، داود (۱۳۸۹). مدیریت استراتژیک: کلیدهای موفقیت در بازار رقابتی، چاپ اول، سمنان، انتشارات دانشگاه سمنان.
۱۱. کارکن، لیلیا؛ زیتونلی، عبدالحمید؛ اسدی، حسن (۱۳۹۲). تأثیر رویدادهای ورزشی اسب‌دوانی بر توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان گلستان. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، شماره ۲، صص: ۹-۱۷.
۱۲. کارگر، حسین (۱۳۹۳). تدوین برنامه راهبردی دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه خوارزمی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، صص: ۲۰-۱۵۰.
۱۳. موسوی گیلانی، سید رضا؛ اسدی، حسن؛ سجادی، سید نصراله (۱۳۹۱). بخش‌بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی و ارائه مدل بازار هدف. مدیریت ورزشی، شماره ۱۲، صص: ۵۹-۳۷.
۱۴. هنری، حبیب (۱۳۸۹). نقش گردشگری ورزشی در اشتغال و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذینفعان، پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، شماره ۱، صص: ۹۵-۱۰۳.

15. AliAbadi, S., Sajadi, S.N., & Hamidi, M (2012). SWOT Analysis of Strategic Position of Sport and Youth Ministry's Public Relations Department in Iran: A Case Study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(8): 409-418
16. Balogu, S., Brown, C., & Busser, A., 2010. "Sport tourists in a gaming destination: Predicting gaming and non-gaming expenditures". *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 2, 59-68.
17. Boyd, P (2005). *Forging future success: a strategic planning guide for fiji's national sport federations*. Fiji association of sports and national Olympic committee.
18. Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109-127.
19. Chalip, L (2014). From legacy to leverage. In J. Grix (Ed.), *Leveraging legacies from sports megaevents: Concepts and cases*. New York, NY: Palgrave acMillan. 1-12.
20. Chalip, L., & Costa, C (2005). Sport event tourism and the destination brand: Towards a general theory. *Sport in Society*, 8: 218-237.
21. Chermack, T. J., & Kasshanna, B. K (2007). The use and misuse of SWOT analysis and implications for HRD professionals. *Human Resource Development International*, 10: 383-399.
22. Getz, D., & Frisby, W (1988). Evaluating Management Effectiveness in Community Run Festival. *Journal of Travel Research*, 1: 22-27.
23. Getz, D., 1997. "Event Management & Event tourism". Cognizant Communication Corporation, New York.
24. Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R (2005). Sport and economic regeneration in cities. *Urban Studies*, 42, 985-999.
25. Jamshidi, A., Sajadi, N., & Hmidi, M. (2012). Strategies Formulation of Cycling Federation in Iran. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(5) : 165-173.
26. Karadakis, K., & Kaplanidou, K. (2012). Legacy perceptions among host and non-host Olympic Game as residents; a longitudinal study of the 2010 Vancouver Olympic Games. *European Sport Management Quarterly*, 12: 243-264.
27. Kim, W., & Walker, M (2012). Measuring the social impacts associated with Super Bowl XLIII: Preliminary development of psychic income scale. *Sport Management Review*, 15: 91-108.

28. Kurttila, M., Pesonen, M., Kangas, J., & Kajanus, M (2000). Utilizing the analytic hierarchy process (AHP) in SWOT analysis d a hybrid method and its application to a forest-certification case. For. Policy Econ. 1: 41-52.
29. Martins, G., Brito, A.G., Nogueira, R., Ure~na, M., Fern_andez, D., Luque, F.J., & Alc_acer, C (2013). Water resources management in southern Europe: clues for a research and innovation based regional hypercluster. J. Environ. Manag. 119: 76-84.
30. Preuss, H. (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. Journal of Sport and Tourism, 12 (3/4): 207-227.
31. Wheelen, T., & Hunger, J (1990). Strategic Mgt., New York: Addison-Wesly Pub.Co: 14-20.

