



جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۳۹۸، دوره ۱، شماره ۴

## امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی قایقرانی کانوپولو

### در رودخانه صوفی چای مراغه

براتعلی خاکپور<sup>۱</sup>، مرضیه امینی<sup>۲</sup>، الهه عباسی<sup>۳</sup>، مهدی خداداد<sup>۴</sup>

۱- عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه فردوسی مشهد

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه فردوسی مشهد

۴- کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه گلستان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۲/۰۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۸/۱۸

#### چکیده

یکی از مشکلات موجود در امر توسعه ورزش‌های آبی مثل قایقرانی در شهر مراغه، عدم برنامه‌ریزی برای آن و تاسیسات جانبی آن، و از سوی قرار گیری این تاسیسات در مکان‌های نامناسب می‌باشد. چراکه منابع و پهنه‌های آبی در منطقه به واسطه خشکسالی‌های اخیر با کمبود رو به رو می‌باشد، استفاده بهینه از این محدودیتها نیازمند برنامه‌ریزی دقیق می‌باشد. لذا پژوهش حاضر، درصدد امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزش‌های رودخانه‌ای (قایقرانی کانوپولو) در شهر مراغه بر اساس تحلیل *SWOT* می‌باشد. نوع پژوهش توصیفی- تحلیلی بوده که به روش پیمایشی انجام گردید. جامعه آماری تحقیق شامل ۵۰ نفر از متخصصین گردشگری و مدیریت ورزشی شهرستان و استان آذربایجان شرقی بودند که همه افراد به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان داد از دیدگاه افراد مورد مطالعه، در بین عوامل داخلی، جذابیت فرهنگی و باستانی و توریستی شهرستان مراغه با توجه به قدمت دیرینه این شهر با امتیاز وزنی ۰,۳۷، به‌عنوان مهم‌ترین نقاط قوت و نبود هتل و رستوران مطلوب و کافی برای جذب گردشگران با امتیاز وزنی ۰,۳۷، به‌عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف در توسعه گردشگری ورزشی شهر مراغه شناخته شد. در بین عوامل خارجی، همجواری با قطب بزرگ جمعیتی در منطقه مانند تبریز و... با امتیاز وزنی ۰,۴۵، به‌عنوان مهم‌ترین فرصت پیش‌روی توسعه گردشگری و نبود تسهیلات لازم برای بخش خصوصی و نبود انسجام و هماهنگی میان سازمان‌های مختلف با امتیاز وزنی ۰,۴۵، به‌عنوان مهم‌ترین تهدیدهای توسعه گردشگری ورزشی شهر مراغه مورد ارزیابی قرار گرفتند. در انتهای مقاله راهکارهایی برای توسعه گردشگری ورزشی مطرح شده است.

واژه‌گان کلیدی: امکان‌سنجی، توریسم ورزشی، قایقرانی کانوپولو، شهر مراغه، مدل استراتژیک *SWOT*.

## مقدمه و طرح مسأله

گردشگری پدیده‌های است که می‌تواند به موفقیت اقتصادی یک شهر و یا حتی در پویایی اجتماعی آن نقش داشته باشد، به طوری که در سالهای اخیر روند روبه رشد و ارتقاء صنعت گردشگری فعال در بسیاری از شهرهای دنیا وجود دارد (Badita, ۲۰۱۳: ۳۴). در سراسر جهان، گردشگری شهری بدون شک یکی از مهم‌ترین اشکال گردشگری به حساب می‌آید (Rogerson, 2011: 316). گردشگری شامل انواع مختلفی از جمله: گردشگری تفریحی، درمانی، مذهبی، بازاری، همایشی، الکترونیک، بوم‌گردی، و گردشگری ورزشی است (وارثی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳۶). در این یکی از بخش‌های مهم و پراهمیت که قابلیت تبدیل به امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به عنوان گردشگری ورزشی نام برده می‌شود (قیامی‌راد و همکاران، ۱۳۸۷). گردشگری ورزشی در دهه‌های اخیر شکلی جدید از گردشگری محسوب می‌شود، به طوری که گردشگری و ورزش به هم وابسته و مکمل همدیگر شده‌اند (Mester et al, 2008). پیوند میان گردشگری و ورزش نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده که ساختاری جدید و جامع برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی انسان‌ها ایجاد کرده است (Chalip L, Costa, 2006). گیبسون (۱۹۹۸)، گردشگری ورزشی را چنین تعریف می‌کند: «مسافرت از محل اقامت به مکان مورد نظر به منظور شرکت در فعالیتی ورزشی-رقابتی، فعالیت ورزشی برای پرکردن اوقات فراغت، دیدن فعالیت‌های ورزشی یا شرکت در جذابیت‌های ورزشی» (Gibson et al, 2003). توریسم-ورزشی شاخه جدیدی از اکوتوریسم است که بسیار مورد علاقه و استفاده مردم دنیا واقع شده و به حرکت‌های مختلف ورزشی به صورت فعال و یا غیرفعال می‌گویند (رمضانی و فروغی، ۱۳۸۸: ۸۷). که با بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی به فعالیت‌های ورزشی نظیر اسکی، شنا، کوهنوردی، دامنه‌نوردی و ... می‌پردازند. گردشگری ورزشی بین ۵ تا ۱۰ درصد از تمام سفرها را به خود اختصاص می‌دهد و به عنوان یکی از سریع‌ترین بخش‌های جهانگردی شناخته شده است (اصفهانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۶۰).

در همین راستا کشورهای مختلف به دلیل درآمدزایی بالای این نوع توریسم با توجه به پتانسیل‌های موجود و استعدادها در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی نموده‌اند، همانند کشورهای اتریش و سوئیس که به لحاظ شرایط اقلیمی مناسب، میزبان ورزش‌های نظیر اسکی، هاکی و کوهنوردی، کشور کره در ورزش‌های رزمی خصوصاً تکواندو و کشور ژاپن با برگزاری مسابقات اسکی توانسته‌اند. تعداد کثیری از جهانگردان ورزشی را به منطقه خود جلب و از این طریق هر ساله درآمد بسیاری را نصیب کشور خود کنند (گیبسون، ۲۰۰۶). کشور ایران به دلیل دارا بودن تنوع اقلیمی و زیستی، وضعیت توپوگرافیکی بی‌نظیر، وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، توانمندی‌های فراوانی را برای جذب گردشگر و خصوصاً گردشگری ورزشی را داراست. شهر مراغه یکی از شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی می‌باشد که از دیدگاه گردشگری ورزشی به ویژه قایقرانی پتانسیل‌های بالایی را در بر می‌گیرد. وجود رودخانه‌های پرآب در این شهرستان که عموماً از کوهستان‌سهند سرچشمه می‌گیرد، زمینه را برای توسعه ورزش‌های مفرح از جمله قایقرانی فراهم کرده است. رودخانه مردق و صوفی‌چای مهم‌ترین و پرآب‌ترین

<sup>1</sup> Ecotourism

<sup>2</sup> Sport Tourism

<sup>3</sup> Gibson



رودخانه شهرستان مراغه می‌باشد. با این وجود مکانات و زمینه‌های لازم در زمینه ورزش قایقرانی در این شهرستان حاکی از وجود زیرساخت‌های لازم برای برگزاری مسابقات بین‌المللی و آسیایی است. در سال‌های اخیر امکانات بسیار مناسبی برای ورزش‌های آبی از جمله قایقرانی کانوپولو به همت اداره ورزش و جوانان و شهرداری مراغه در این شهرستان ایجاد شده است. توجه ویژه به ایجاد امکانات و بسترسازی در عرصه‌های ورزشی، در شکوفایی استعدادها و ترویج سلامت همگانی با گرایش مناسب به سوی ورزش موثر است. تیم‌های ملی بزرگسالان، جوانان و بانوان کانوپولو در چند سال اخیر در سطح آسیا موفق به کسب مقام‌های اول شده و این امر نشان از وجود استعدادهای فراوان این رشته دارد. بنابراین توانمندی‌های زیادی که در سایر نقاط مراغه برای توسعه قایقرانی وجود دارد، همچنین جهت حفظ کسب مقام‌ها و توسعه این توانمندی و پایداری آنها، ضرورت دارد که نقاط ضعف و قوت و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهایی که برای توسعه قایقرانی شهرستان مراغه وجود دارد، بررسی گشته و در نتیجه راهبردها و راهکارهایی که می‌توانند در جهت توسعه قایقرانی شهرستان کارگشا باشند، ارائه و بررسی گردد. در این پژوهش از طریق برنامه‌ریزی راهبردی به این مهم مبادرت ورزیده می‌شود.

## مبانی نظری

### ماهیت و مفهوم توریسم ورزشی

ایده ورزش به‌عنوان یک جذابیت گردشگری چیز جدیدی نیست؛ اما پایه‌های تئوری جذابیت‌های ورزشی اخیراً مورد توجه قرار گرفته است. یک پیمایش در زمینه گردشگری در کشور انگلیس نشان داد که ۲۶ درصد از پاسخ‌دهندگان، ورزش را به‌عنوان هدف اصلی مسافرتشان بیان کردند (Yamaguchi, 2006). گردشگری ورزشی یعنی؛ مسافرت به دلایل غیرتجاری برای مشاهده یا شرکت در فعالیت‌های ورزشی که دور از محل زندگی باشد (Higham & Hinch, 2003). توریسم ورزشی شامل تمامی مسافرت‌های مرتبط با فعالیت‌های ورزشی که با دلایل تجاری و غیر تجاری، بصورت اتفاقی یا سازمان‌یافته و از خانه یا محل کار صورت می‌گیرد، می‌شود. نکته قابل توجه اینکه بایستی بین توریسم ورزشی و ورزش توریستی تمایز قابل شد. در توریسم ورزشی هدف اولیه مسافرت ورزشی است در حالی که در ورزش توریستی انگیزه اولیه توریسم و انگیزه ثانویه ورزش است (Dubais and Rousset, 2006: 34). از توریسم ورزشی نیز دسته‌بندی‌های مختلفی به عمل آمده است. از دیدگاه گیبسون (۲۰۰۵)، گردشگری ورزشی سه نوع است و سه رفتار عمده را در برمی‌گیرد: ۱) شرکت کردن (گردشگری- ورزشی فعال). ۲) تماشا کردن (گردشگری ورزشی رویداد یا غیرفعال). ۳) بازدید کردن از جذابیت‌های مشهور مربوط به ورزش مثل: بازدید از شخصیت‌های ورزشی، موزه‌های ورزشی، ورزشگاه‌های مهم و غیره (گردشگری خاطرات ورزشی). دیکنوپ (۱۹۹۰)، توریسم ورزشی را شامل سه دسته می‌داند:

۱. رفتن به تعطیلات صرفاً ورزشی، نظیر مسافرت به خاطر اسکی؛

<sup>4</sup> Sport tourism

<sup>5</sup> Tourism sport

<sup>6</sup> Gibson

۲. بهره بردن از امکانات ورزش موجود در مقصد، اگر چه هدف اولیه سفر ورزشی نمی باشد؛
۳. تعطیلات ورزشی خصوصی که در آن توریست‌ها به فعالیت‌های ورزشی غیر سازمان یافته نظیر والیبال ساحلی در کنار دریا می پردازند (Gidson, 1998: 470).

هال<sup>۷</sup> (۱۹۹۲)، نوع رفتار مرتبط با توریسم ورزشی را از هم تمیز می دهد:

۱. سفر از خانه به قصد دیدن مسابقات ورزشی (بازدید از رویدادهای ورزشی)؛
۲. سفر از خانه به قصد مشارکت در ورزش. به هر حال او توریسم ورزشی را نوعی رفتار غیر تجاری یا گذران اوقات فراغت می داند (Ibid, 48).

### اثرات توریسم ورزشی در توسعه اجتماعی، اقتصادی و کالبدی شهرها

گردشگری و ورزش امروزه به عنوان یکی از پایه های اساسی در نظریات جامعه شناسی شهری و برنامه ریزی شهری مطرح است (سعیدنیا، ۱۳۸۲: ۷۵). این صنعت در دهه های گذشته سهم عمده ای از موفقیت اقتصادی شهرها و پویایی اجتماعی آنها را سبب شده است و به همین دلیل، بسیاری از شهرها در جهان به سمت ترقی و بهبود وضعیت این صنعت گام برداشته اند (Auruskeviciene et al, 2010). چراکه این صنعت پرارزش علاوه بر بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می تواند باعث افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیرساخت ها برای شهرها به همراه داشته باشد (Higham & Hinch, 2006). نقطه تلاقی پدیده ورزش و پدیده توریسم، شهرها و نواحی پیرامونی آنها هستند. در ادبیات تخصصی مربوط به توریسم، توسعه شهرنشینی را یکی از عوامل مؤثر در پیدایش و تحول گردشگری به شمار آورده اند. ارتباط میان شهر و شهرنشینی و توریسم یک واقعیت تاریخی است که در طی یک فرآیند هم به عنوان گردشگر فرست و هم گردشگرپذیر محسوب می شود. شهرهای گردشگری ورزشی امروزه به علت موقعیت مناسب آنها در میان چشم اندازهای طبیعی و متنوع و وجود تأسیسات و تجهیزات بالا، حمل و نقل مناسب به عنوان مقصد اولیه گردشگران محسوب می شود (فرید، ۱۳۸۴: ۱۱۴). اهمیت جاذبه های ورزشی چنان فراگیر و همه گیر شده که قسمت مهمی از صنعت توریسم به توریسم ورزشی تعبیر می شود و علیرغم اینکه تأسیسات گسترده و فضا و امکانات و سرمایه های زیادی که می طلبد، بازده اقتصادی، اشتغال زایی و شهرت فراوانی برای میزبان و شهرها عاید می نماید. مسئله قابل توجه در توریسم ورزشی سیر و سیاحت هایی است که برای تماشای مسابقات ورزشی به طور دسته جمعی صورت می گیرد. که مکان و فضای مورد بازدید خود به یک جاذبه گردشگری تبدیل می شود. به ویژه اینکه ورزش و مسابقات ورزشی به صورت کلی و ورزش و مسابقات محلی به صورت خاصی در هر شهر و منطقه متفاوت و متعدد است و با توجه به شرایط طبیعی، اقلیمی، فرهنگی شکل می گیرد و گردشگران را به خود جذب می نماید (قره نژاد، ۱۳۷۴: ۵۴). گراتون و هنری<sup>۸</sup> (۲۰۰۱)، از ایجاد تأسیسات ورزشی به عنوان یکی از عوامل بهبود چهره شهر نزد گردشگران نام می برند. با این وجود تنها ورزش نیست که به عنوان عامل گرایش دهنده است؛ بلکه عواملی مثل آب و هوا، فرهنگ و آثار

<sup>7</sup> Hall

<sup>8</sup> Grattan & Henry



باستانی، وضعیت اسکان و اقامت، حمل و نقل، قیمت‌ها، مناظر و چشم اندازها، نوع تفریحات، میزان آزادی و غیره نیز در این زمینه اهمیت دارد (Kim & Chalip, 2003).

### پیشینه تحقیق

برامول (۱۹۹۷)، در مقاله خود به « بررسی برنامه‌ریزی راهبردی در شهر شفیلد انگلستان»، که میزبان بازیهای جهانی دانشجویان در سال ۱۹۹۱ بود، پرداخت. او این چنین استدلال کرد: رویدادهای ورزشی بزرگ که فرصت میزبانی آن برای یک بار فراهم می‌شود، در صنعت گردشگری کشور میزبان تأثیر چندانی ندارد؛ مگر اینکه طی یک راهبرد دراز مدت به آن توجه شود. برامول عنوان کرد تاسیسات ساخته شده برای برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی چهره شهر را زیبا می‌کند. به طوری که ۷۳/۶ درصد از بازدیدکنندگان از آن رویداد موافق یا کاملاً موافق با این مطلب بودند که تاسیسات ورزشی جدید التاسیس شهر شفیلد برای این رویداد شهر را به مکانی جذاب‌تر برای بازدید تبدیل کرده است. جکسون و همکاران (۱۹۹۹)، به شناسایی نقاط قوت و ضعف گردشگری ورزشی در جهت برنامه‌ریزی و توسعه آن بسیار مهم دانسته است. چو (۲۰۰۱)، در مطالعه‌ای به «بررسی اثر توسعه ورزش تکواندو بر گردشگری پرداخت». فانگ و برون (۲۰۰۶)، در بررسی انگیزه‌های گردشگران ورزشی که برای یک مسابقه بزرگ دو ماراتن به استرالیا مسافرت کرده بودند، دریافتند که میزان پرداختن به ورزش و علاقه‌مند بودن به نوعی خاص از رویدادهای ورزشی سازماندهی شده می‌تواند گردشگر بالقوه را برای مسافرت به مقصد برگزار کننده آن رویداد برانگیزد؛ بنابراین تلاش‌های بازاریابی باید در جهت هدف‌گذاری بازاریابی باشد که بیشترین میزان پرداختن به ورزش و شرکت در رویداد را دارند. یاماگوشی (۲۰۰۵)، در پژوهشی به بررسی دلایل، انگیزه‌ها، و محدودیت‌های مسافرت‌کنندگان در قالب گردشگران ورزشی پرداخت. وی نتیجه گرفت که در هر مطالعه مربوط به برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری باید دلایل، فرصت‌ها و موانع در مورد گردشگران ورزشی شناسایی شوند. جان شانک (۲۰۰۹)، پژوهشی با عنوان تبیین مدل میزان رضایت‌مندی از ادراک کیفیت خدمات بر گردشگران ورزشی را انجام داد. در مدل ارائه شده به این نتیجه رسید که دسترسی نسبت به دیگر عوامل تأثیر کمتری در رضایت‌مندی گردشگران ورزشی از کیفیت خدمات ارائه شده دارند (مهدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

عسگری (۱۳۸۵)، در تحقیق خود با عنوان بررسی نقش توانمندی‌های استان تهران در توریسم ورزشی کشور بیان می‌کند که موقعیت جغرافیایی طبیعی استان تهران به گونه‌ای است که امکان توسعه انواع توریسم ورزشی اعم از بیابان‌گردی، کوهنوردی، ورزش‌های کوهستانی-آبی، اسکی و غیره در آن وجود دارد. معتمدیان (۱۳۸۸)، در پایان‌نامه خود به امکان‌سنجی توسعه گردشگری قایقرانی (رفتینگ) در رودخانه سیروان پرداخته و از یافته‌های تحقیق اینگونه نتیجه به دست آمد که، در یازده کیلومتر اول که ما بین روستای پالنگان تا روستای دیوزناو می‌باشد به علت نبود جاده امکان برگزاری قایقرانی وجود نداشت

9 Bramwell  
10 Jackson et al  
11 Cho  
12 Yamaguchi  
13 Shonk

و ۳۲ کیلو متر باقی مانده امکان قایقرانی با قایق‌های کانو و کایاک (یک نفره، دو نفره) شش و هشت نفره رفتینگ در درجات مختلف (۱ تا ۴) وجود داشت. ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۰)، به مکان‌گزینی بهینه فضایی - مکانی گردشگری ورزشی با تاکید بر استفاده از تابش خورشید رو در کوه‌های پرآو- بیستون کرمانشاه مورد مطالعه قرار داده و به این نتیجه رسیدند که عامل جهت شیب برای فصول مختلف در تابستان همه جهت‌های شیب به جز جهتی که تابش را دریافت می‌کند مناسب برای کوهنوردی است و مساحت پهنه مناسب برای کوهنوردی به بیش از ۹۰ درصد مساحت محدوده می‌رسد. شجاعی و همکاران (۱۳۹۱)، در مقاله‌ای با عنوان «برنامه‌ریزی راهبردی توریسم ورزشی استان مازندران با مدل *SWOT*»، انجام دادند. نتایج نشان داد که، شرایط مساعد آب و هوایی و سیستم حمل و نقل به ترتیب به‌عنوان با اهمیت‌ترین و کم اهمیت‌ترین نقطه قوت و عدم‌برگزاری مسابقات و تورنمنت‌های بین‌المللی ورزشی با کیفیت مطلوب در استان و امنیت گردشگران ورزشی به‌عنوان با اهمیت‌ترین و کم اهمیت‌ترین نقطه ضعف محسوب می‌شوند. غفوری و همکاران (۱۳۹۲)، به بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران پرداخته و نتایج نشان داد تبلیغات و بازاریابی، مهم‌ترین عامل در توسعه و جذب گردشگر ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران است. مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)، به بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل *SWOT*، پرداخته و به این نتیجه رسیدند که کیفیت اسکان در هتل‌ها مهم‌ترین نقطه قوت، عدم وجود افراد متخصص در پست‌های مختلف مهم‌ترین نقطه ضعف، وجود دادوستد و بازار وسیع در مشهد مهم‌ترین فرصت و عدم وجود حامیان مالی ورزشی مهم‌ترین تهدید در زمینه گردشگری ورزشی در شهر مشهد می‌باشد. تنهایی و مستحفظیان (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای با عنوان اولویت‌بندی مناطق شهر اصفهان جهت احداث اماکن ورزش‌های آبی با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی با توجه به معیارهای پراکنش جمعیت، کاربری اراضی، میزان دسترسی و توزیع عادلانه می‌باشد.

#### محدوده مورد مطالعه

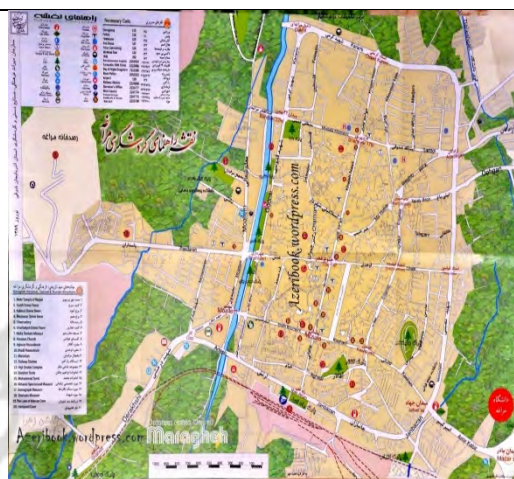
شهر مراغه از قدیم‌ترین شهرهای ایران و آذربایجان است. این شهر در شمال غربی ایران در ۳۷ درجه و ۲۳ دقیقه عرض شمالی و در ۴۶ درجه و ۱۶ دقیقه طول شرقی و بر دامنه‌های جنوبی سهند واقع گردیده است. محدوده آن از غرب به دریاچه ارومیه و از شرق به دشت هشترود و از جنوب به جلگه میان‌دوآب منتهی می‌شود. آب و هوای آن معتدل و در فصول مختلف سال بین ۲۰ درجه سانتی‌گراد زیر صفر تا ۳۵ درجه سانتی‌گراد بالای صفر متغیر بوده و میزان متوسط بارندگی در آن ۳۰۰ میلی‌متر در سال است. فاصله آن از تبریز حدود ۱۳۰ کیلومتر و از طریق راه آهن تا تهران ۶۰۷ کیلومتر می‌باشد. ارتباط هوایی نیز در سال‌های اخیر ما بین مراغه و تهران برقرار است.



شکل ۱- نقشه موقعیت شهرستان مراغه و استان آذربایجان شرقی



عکس ۲- رودخانه صوفی چای در مراغه



عکس ۱- مسیر قایقرانی در شهر مراغه



عکس ۴- مسابقات کانایپولوی در رودخانه صوفی چای شهر مراغه



عکس ۳- مسیر مسابقات کانایپولوی رودخانه صوفی چای

## روش انجام تحقیق

برنامه‌ریزی راهبردی روشی سیستماتیک است که فرآیند مدیریت راهبردی را پشتیبانی و تأیید می‌کند (برایسون، ۱۳۸۱). برنامه‌ریزی راهبردی از چهار عنصر اساسی شامل بررسی محیطی، تدوین راهبردها، اجرای راهبردها و کنترل و ارزیابی تشکیل

شده است (Hussey, 2001). مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی متعدد است اما تقریباً همگی آن‌ها از مدل تحلیلی *SWOT* (حروف اول چهار کلمه انگلیسی: شاخص‌های شرایط درونی (S) نقاط قوت، (W) نقاط ضعف، (O) نقاط فرصت و (T) تهدید است) الهام می‌گیرند (Mintzberg, 1998). تکنیک *SWOT*، یک ابزار حمایتی برای تصمیم‌گیری است که عموماً برای تحلیل سیستماتیک محیط داخلی و محیط خارجی سازمان یا شهر استفاده می‌شود. با تعریف نقاط قوت و نقاط ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها سازمان یا شهر می‌تواند استراتژی‌هایی را برای تقویت نقاط قوت و برطرف کردن نقاط ضعف و همچنین استفاده از فرصت‌ها برای مقابله با تهدیدات اتخاذ کند (Yusksel et al, 2007: 365). این تحلیل دارای دو مؤلفه‌ای اصلی به شرح زیر است:

- الف) شاخص‌های شرایط درونی (*IFAS*) که توسط نقاط قوت و ضعف در وضعیت موجود توصیف می‌شوند.  
 ب) شاخص‌های بیرونی (*EFAS*) که از طریق تهدید موجود و فرصت‌های ناشناخته توصیف می‌شوند.

جدول ۱- ماتریس *SWOT* و نحوه تعیین استراتژی‌ها

نقاط قوت S	نقاط ضعف W	ماتریس Swot
استراتژی	استراتژی	فرصت‌ها O
← SO	← WO	
استراتژی	استراتژی	تهدیدها T
← ST	← WT	

منبع: (Horn, 2001).

### یافته‌های تحقیق

#### ارزیابی نتایج مدل *SWOT*

پس از بررسی‌ها و پیمایش صورت گرفته با روش دلفی، نظرات کارشناسان امر تربیت بدنی و گردشگری در مورد نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های گردشگری ورزشی و قایقرانی در آب‌های خروشان منطقه مراغه، ضریب (میزان اهمیت این عوامل در شرایط کنونی گردشگری ورزشی و قایقرانی در آب‌ها در سطح منطقه و فراتر از شهرستان) و رتبه (میزان اهمیت این عوامل در شرایط آتی گردشگری ورزشی و قایقرانی در آب‌های شهر مراغه) آنها جمع‌آوری شده و در نهایت مجموع امتیاز نهایی آنها محاسبه شد. در نهایت ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (جدول ۲) و عوامل خارجی (جدول ۳) استخراج گردید.

<sup>1</sup> Strengths 4  
<sup>1</sup> Weakness 5  
<sup>1</sup> Opportunity 6  
<sup>1</sup> Threats 7



جدول ۲: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی حاکم بر گردشگری ورزشی (ورزش‌های آبی با تاکید بر کاناپولو) در منطقه مراغه (IFAS)<sup>۱</sup>

نام عوامل	عنوان	وزن	امتیاز عامل	امتیاز نهایی
S1	وجود چشمه‌های مختلف آبی جهت درمان انواع بیماری‌ها	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
S2	خدمات رفاهی- تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مناسب	۰,۰۴۵	۳	۰,۱۳
S3	پتانسیل برگزاری مسابقات و تورنمنت‌های ملی و بین‌المللی	۰,۰۴۵	۳	۰,۱۳
S4	زیباسازی ورودی شهرها و فضاهای اطراف رودخانه	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
S5	فراهم بودن نیروهای داوطلب و انسانی	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
S6	جذابیت فرهنگی و باستانی و توریستی شهرستان مراغه با توجه به قدمت دیرینه این شهر	۰,۰۷۵	۵	۰,۳۷
S7	سیستم ارتباطی و حمل و نقل مناسب	۰,۰۴۵	۳	۰,۱۳
S8	ظرفیت تماشاگر اماکن ورزشی به منظور برگزاری رویدادهای کشوری	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
w1	نبود هتل و رستوران مطلوب و کافی برای جذب گردشگران	۰,۰۷۵	۵	۰,۳۷
w2	عدم رغبت بخش خصوصی به جهت سرمایه‌گذاری در این بخش	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
w3	ضعف کمک رسانه‌های جمعی و مطبوعات به توسعه این صنعت	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
w4	نبود پایگاه‌های تحقیقاتی مجهز جهت برنامه ریزی استراتژیک	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
w5	نبود اسپانسر مالی و حمایت‌های لازم از حیث مدیریت ورزشی در شهرستان مراغه	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
w6	عدم برگزاری تورهای ورزشی مختلف و با کیفیت	۰,۰۴۵	۳	۰,۱۳
w7	نبود اعتبار و بودجه اختصاصی برای این رشته	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
w8	عدم تبلیغ توریسم ورزشی در وبلاگ‌ها و وب سایت‌ها، پوسترها، بیلبوردها، بروشورها، کاتالوگ‌ها و نشریه‌ها	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
w9	عدم آشنایی کافی جامعه بومی با قایقرانی	۰,۰۶۰	۴	۰,۲۴
جمع		۱	۶۶	۳,۹

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۷

با توجه به جدول شماره ۲، از نظر متخصصین گردشگری و مدیریت ورزشی، جذابیت فرهنگی و باستانی و توریستی شهرستان مراغه با توجه به قدمت دیرینه این شهر با امتیاز وزنی ۰,۳۷، به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت پیش روی توسعه گردشگری ورزشی در شهر مراغه شناخته شد. وجود چشمه‌های مختلف آبی جهت درمان انواع بیماری‌ها، زیباسازی ورودی شهرها و فضاهای اطراف رودخانه و غیره به ترتیب با امتیاز وزنی ۰,۲۴، یکسان در اولویت دوم و در نهایت سیستم ارتباطی و حمل و نقل مناسب با امتیاز وزنی ۰,۱۳، در اولویت بعدی قرار دارد. نبود هتل و رستوران مطلوب و کافی برای جذب گردشگران با امتیاز وزنی ۰,۳۷، به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف در توسعه گردشگری شهر مراغه شناخته شد. نبود پایگاه‌های تحقیقاتی مجهز جهت برنامه‌ریزی استراتژیک، عدم رغبت بخش خصوصی به جهت سرمایه‌گذاری در این بخش و ... هر دو با امتیاز وزنی ۰,۲۴ در

<sup>1</sup> Internal factor analysis summary

اولویت دوم و در نهایت اینکه عدم برگزاری تورهای ورزشی مختلف و با کیفیت با امتیاز وزنی ۰,۱۳ در اولویت آخر قرار دارند.

جدول ۳: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی حاکم بر گردشگری ورزشی (ورزش‌های آبی با تاکید بر کاناپولو) منطقه مراغه (EFAS)<sup>۱</sup>

نام عوامل	عامل	وزن	امتیاز	امتیاز نهایی
O1	وجود زمینه برگزاری جشنواره‌های مختلف و مسابقات مهم در سطح استانی و ملی و بین‌المللی	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
O2	پایین بودن هزینه‌های خدمات و نیروی انسانی	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
O3	گسترش انواع فعالیت‌های ورزشی با توجه به داشتن آب و هوای پاک و مطبوع	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
O4	همجواری با قطب بزرگ جمعیتی در منطقه مانند تبریز و...	۰,۰۹۰	۵	۰,۴۵
O5	همجواری با ارتفاعات سهند و سد دوش، علویان و... جهت فعالیتهای مختلف ورزشی مانند کوهنوردی، اسکی، قایقرانی و...	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
T1	نبود تسهیلات لازم برای بخش خصوصی	۰,۰۹۰	۵	۰,۴۵
T2	نبود انسجام و هماهنگی میان سازمان‌های مختلف	۰,۰۹۰	۵	۰,۴۵
T3	عدم احساس اعتماد در مسئولین نسبت به توسعه و بهره‌وری از این صنعت	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
T4	محدود بودن فصول تمرین قایقرانی با توجه به شرایط اقلیمی منطقه	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
T5	ناشناخته بودن پتانسیل‌ها و استعدادهای منطقه برای علاقه‌مندان این رشته در سراسر کشور	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
T6	نبود اعمال نظارت موثر بر روند توسعه توریسم ورزشی	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
T7	کمبود امکانات و تاسیسات لازم جهت ارائه سرویس و خدمات شایسته به گردشگران و قایقرانان	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
T9	نبود سیاست‌های کلان و استراتژیک در کشور و استان	۰,۰۷۲	۴	۰,۲۹
	جمع	۱	۵۵	۴,۲۵

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۷

با توجه به جدول شماره ۳، از نظر متخصصین گردشگری و مدیریت ورزشی، همجواری با قطب بزرگ جمعیتی در منطقه مانند تبریز و... با امتیاز وزنی ۰,۴۵، به عنوان مهم‌ترین فرصت پیش‌روی توسعه گردشگری ورزشی در شهر مراغه شناخته شد. وجود زمینه برگزاری جشنواره‌های مختلف و مسابقات مهم در سطح استانی و ملی و بین‌المللی، پایین بودن هزینه‌های خدمات و نیروی انسانی، گسترش انواع فعالیت‌های ورزشی با توجه به داشتن آب و هوای پاک و مطبوع و همجواری با ارتفاعات سهند و سد دوش، علویان و... جهت فعالیتهای مختلف ورزشی مانند کوهنوردی، اسکی، قایقرانی و... به ترتیب با امتیاز وزنی ۰,۲۹، یکسان در اولویت بعدی قرار دارد. نبود تسهیلات لازم برای بخش خصوصی و نبود انسجام و هماهنگی میان سازمان‌های مختلف با امتیاز وزنی ۰,۴۵، به عنوان مهم‌ترین تهدیدهای توسعه گردشگری ورزشی شهر مراغه شناخته شد. عدم احساس اعتماد در مسئولین نسبت به توسعه و بهره‌وری از این صنعت، محدود بودن فصول تمرین قایقرانی با توجه به شرایط اقلیمی منطقه، ناشناخته بودن پتانسیل‌ها و استعدادهای منطقه برای علاقه‌مندان این رشته در سراسر کشور، نبود اعمال نظارت موثر

<sup>1</sup> . External factor analysis summary



بر روند توسعه توریسم ورزشی، کمبود امکانات و تاسیسات لازم جهت ارائه سرویس و خدمات شایسته به گردشگران و قایقرانان و نبود سیاست‌های کلان و استراتژیک در کشور و استان با امتیاز وزنی ۰,۲۹ در اولویت بعدی به عنوان تهدیدهای توسعه گردشگری ورزشی شهر مراغه می‌باشد.

جدول ۴- الویت بندی نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدهای توسعه توریسم ورزشی شهر مراغه براساس مدل SWOT

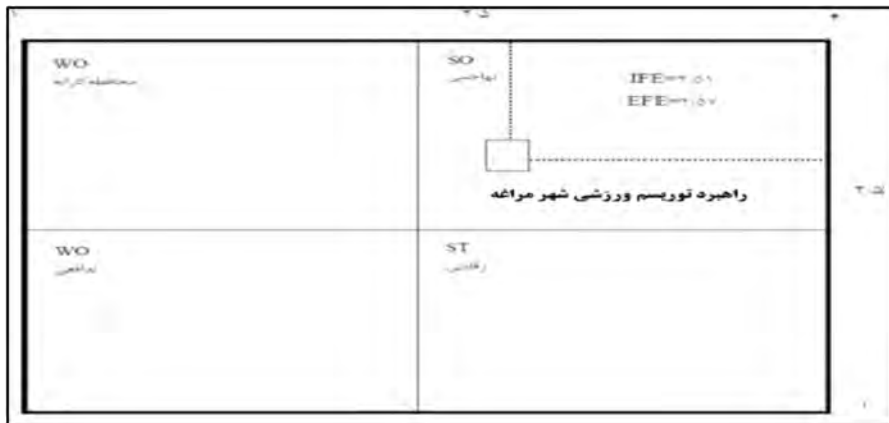
الویت بندی عوامل درونی			
الویت	الویت بندی نقاط ضعف	الویت	الویت بندی نقاط قوت
۱	نبود هتل و رستوران مطلوب و کافی برای جذب گردشگران	۱	جاذبیت فرهنگی و باستانی و توریستی شهرستان مراغه با توجه به قدمت دیرینه این شهر
۲	نبود پایگاه‌های تحقیقاتی مجهز جهت برنامه‌ریزی استراتژیک	۲	وجود چشمه‌های مختلف آبی جهت درمان انواع بیماری‌ها
۳	عدم رغبت بخش خصوصی به جهت سرمایه‌گذاری در این بخش	۳	زیباسازی ورودی شهرها و فضاهای اطراف رودخانه
۴	نبود اسپانسر مالی و حمایت‌های لازم از حیث مدیریت ورزشی در شهرستان مراغه	۴	فراهم بودن نیروهای داوطلب و انسانی
۵	عدم تبلیغ توریسم ورزشی در وبلاگ‌ها و وب سایت‌ها، پوسترها- بیلبوردها- بروشورها - کاتالوگ‌ها و نشریه‌ها	۵	خدمات رفاهی- تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مناسب
۶	عدم آشنایی کافی جامعه بومی با قایقرانی	۶	پتانسیل برگزاری مسابقات و تورنمنت‌های ملی و بین المللی
۷	عدم برگزاری تورهای ورزشی مختلف و با کیفیت	۷	سیستم ارتباطی و حمل و نقل مناسب
الویت بندی عوامل بیرونی			
الویت	الویت بندی تهدیدها	الویت	الویت بندی فرصتها
۱	نبود تسهیلات لازم برای بخش خصوصی	۱	همجواری با قطب‌بزرگ جمعیتی در منطقه مانند تبریز
۲	نبود انسجام و هماهنگی میان سازمان‌های مختلف	۲	وجود زمینه برگزاری جشنواره‌های مختلف و مسابقات مهم در سطح استانی و ملی و بین‌المللی
۳	عدم احساس اعتماد در مسئولین نسبت به توسعه و بهره‌وری از این صنعت	۳	پایین بودن هزینه‌های خدمات و نیروی انسانی
۴	محدود بودن فصول تمرین قایقرانی با توجه به شرایط اقلیمی منطقه	۴	گسترش انواع فعالیت‌های ورزشی با توجه به داشتن آب و هوای پاک و مطبوع
۵	ناشناخته بودن پتانسیل‌ها و استعدادهای منطقه برای علاقه-مدان این رشته در سراسر کشور	۵	همجواری با ارتفاعات سهندو سد دوش، علویان و... جهت فعالیتهای مختلف ورزشی مانند کوهنوردی، اسکی، قایقرانی و....
۶	نبود اعمال نظارت موثر بر روند توسعه توریسم ورزشی		
۷	کمبود امکانات و تاسیسات لازم جهت ارائه سرویس و خدمات شایسته به گردشگران و قایقرانان		
۸	نبود سیاست‌های کلان و استراتژیک در کشور و استان		

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۷

جدول ۵- ارائه راهبردهایی برای توسعه گردشگری شهر مراغه

<p>تهديد‌ها:</p> <p>T1 T2 T3 T4 T5 T6 T7</p>	<p>فرصت‌ها:</p> <p>O1 O2 O3 O4 O5 O6 O7</p>	<p>تحليل SWOT</p> 
<p>راهبردهای تنوع (ST)</p> <p>۱- استاندارد سازی شبکه‌های ارتباطی از جمله محور ارتباطی مراغه - هشتگرد و بهبود کیفیت حمل و نقل درون شهری و زیرساخت‌های آن</p> <p>۲- استفاده از فناوری‌های نوین در فعالیت های بازاریابی گردشگری و اطلاع رسانی و معرفی آنها</p> <p>۳- تدوین برنامه‌های آموزشی برای کاهش مشکلات زیست‌محیطی فعالیت‌های گردشگری</p> <p>۴- حذف یا تعدیل کاربری‌های ناسازگار با کاربری‌های گردشگری در مناطق گردشگرپذیری شهر</p>	<p>راهبردهای تهاجمی (SO)</p> <p>۱- ایجاد تسهیلات برای بخش‌های خصوصی در جهت سرمایه گذاری در زمینه‌های گردشگری</p> <p>۲- معرفی ویژگی‌های طبیعی و آب و هوایی مراغه به منظور جذب گردشگر و آثار تاریخی- فرهنگی شهر</p> <p>۳- بهره‌مندی از نیروی کیفی انسانی برای توسعه و شکوفایی گردشگری ورزشی</p> <p>۴- استفاده از پتانسیل های منطقه برای برگزاری انواع مسابقات و جشنواره ها در سطح منطقه و ملی</p>	<p>نقاط قوت:</p> <p>S1 S2 S3 S4 S6 S7 S8 S9 S10</p>
<p>راهبردهای تدافعی (WT)</p> <p>۱- تأسیس نشریه یا روزنامه مخصوص گردشگری برای معرفی جاذبه‌های طبیعی ورزشی شهر</p> <p>۲- استفاده بهینه از پتانسیل چشمه های آبی برای برگزاری مسابقات ورزشی در سطح منطقه، ملی و بین المللی با توجه به محدود بودن فصول ورزش های آبی</p> <p>۳- حمایت از بخش خصوصی فعال، که در فضاهای گردشگری به گردشگران خدمات ارائه می‌دهند.</p> <p>۴- ایجاد هماهنگی بین عناصر تأثیرگذار در سیستم برنامه‌ریزی گردشگری شهر و توجه به مدیریت یکپارچه در برنامه‌ریزی گردشگری این شهر.</p>	<p>راهبردهای بازنگری (WO)</p> <p>۱- تهیه طرح جامع گردشگری ورزشی برای شهرستان مراغه و به تبع آن برنامه- ریزی برای جذب و توسعه گردشگری پایدار</p> <p>۲- تدوین چشم انداز حمایت رسانه ها و بخش خصوصی از انواع توریسم ورزشی</p> <p>۳- اختصاص دادن بودجه و حمایت مالی برای تبلیغات و مسابقات گردشگری ورزشی در شهر مراغه</p> <p>۴- اختصاص بودجه کافی برای برگزاری انواع تورهای ورزشی و جشنواره ها برای آگاهی مردم از گردشگری ورزشی</p> <p>۵- ترغیب بخش خصوصی و سرمایه گذاران برای توسعه و بهبود زیرساخت ها و پایگاه های تحقیقاتی با توجه به پتانسیل های خوب منطقه</p>	<p>نقاط ضعف:</p> <p>W1 W2 W3 W4 W5 W6 W7 W8</p>

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۷



نمودار ۱- راهبرد توریسم و ورزشی شهر مراغه



نمودار ۲- ماتریس اولویت‌های برنامه‌ریزی توریسم و ورزشی

با توجه به نمودار ۲- دستگاه برنامه‌ریزی توریسم و ورزشی در شهرها می‌بایستی از اولویت‌های مطرح‌شده در حوزه شهری شناختی دقیق داشته باشد. این اولویت‌ها شامل نیازهای شهری (نظیر زیر ساخت‌های مورد نظر مانند بزرگراه‌ها، جاده‌ها، هتل‌ها، رستوران‌ها و ...)، احتیاجات اجتماعی و سیاسی (مهم‌ترین مساله در این زمینه برقرار امنیت سیاسی و اجتماعی در سطح منطقه است)، احتیاجات مالی و مدیریتی (تامین منابع مالی از طریق حامیان یا همان اسپانسرهای قدرتمند)، نیازهای ورزشی (عمدتاً امکانات ورزشی بویژه ورزشگاه‌های مدرن و استاندارد) و نیازهای توریستی (فراهم آوردن جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تقویت و زیباسازی جاذبه‌های تاریخی و همچنین تبلیغ و شناسایی چنین جاذبه‌های در سطح بین‌المللی) می‌شود.

کلینک ورت معتقد است که ورزش در توانمندسازی گروه‌های آسیب پذیر و بهبود ظرفیت اجتماعی برای پذیرش ابتکارها و نوآوری‌ها مؤثر می‌باشد. انسجام اجتماعی، حسن‌تعلق به سایر شهروندان و احساس تعلق به جامعه محلی را افزایش می‌دهد و تاثیرات بسیار مثبتی را در اقدامات گروهی برای بهبود محیط‌زیست شهری فراهم می‌آورد (Killing worth, ۲۰۰۴). و فرصتی را برای تعاملات اجتماعی مثبت شهروندان، یادگیری مهارت‌های اجتماعی، تنظیم اهداف جمعی فراهم می‌آورد (Coakley. J, 2001).

### نتیجه گیری

امروزه گردشگری به‌ویژه گردشگری شهری به‌عنوان یکی از پایه‌های اقتصاد، سهم عمده‌ای در توسعه و پیشرفت منطقه دارد. شهرستان مراغه جزء ده شهر دارای بافت تاریخی منسجم در کشور است و از کهن‌ترین خاستگاه‌های شهرنشینی و مدنیت در کشور محسوب می‌شود که میراث تاریخی- فرهنگی و طبیعی بسیار غنی و گسترده آن، پتانسیل بالایی برای غنای فرهنگی و گسترش گردشگری شهری دارد. شهرستان مراغه دارای جاذبه‌های طبیعی منحصر به فردی است بررسی‌های جغرافیای طبیعی و نیز امکان‌سنجی هر کدام از جاذبه‌های بوم‌شناختی قابل سرمایه‌گذاری در این منطقه، بیانگر این است که در گردشگری یک منبع اقتصادی کم‌نظیر، خاص، و البته رها شده به حال خود است. از طرفی یکی از مشکلات موجود در امر توسعه ورزش‌های آبی مثل قایقرانی در شهر مراغه، عدم برنامه‌ریزی برای آن و تاسیسات جانبی آن، و از سوی قرارگیری این تاسیسات در مکان‌های نامناسب می‌باشد. چراکه منابع و پهنه‌های آبی در منطقه به‌واسطه خشکسالی‌های اخیر با کمبود رو به رو می‌باشد، استفاده بهینه از این محدودیتها نیازمند برنامه‌ریزی دقیق می‌باشد. از طرفی با توجه به شاخصه‌های گردشگری در این شهرستان که با ازدیاد جمعیت جوان و گروه‌های فعال رو به رو می‌باشد؛ لزوم برنامه‌ریزی جهت تفریح و ورزش این گروه از جوانان بیش از پیش ضرورت داشته و این مسئله ضرورت توجه به گردشگری ورزشی را آشکار می‌کند. لذا با توجه به راهبرد های تعیین شده و نیز پژوهش‌ها و مشاهده‌های عینی نگارندگان در خصوص فضاهای گردشگری شهر مراغه، راهکارهای ذیل به منظور توسعه گردشگری این شهر پیشنهاد شده است:

- تهیه طرح جامع مطالعات گردشگری ورزشی شهرستان و شهر شامل تهیه خطوط اصلی برنامه‌ریزی، تدوین سیاست‌ها
- مسیریابی و مکان‌یابی مناسب برای انجام ورزش‌های سازگار با طبیعت و تهیه بانک اطلاعاتی جامع و دقیق در مورد مسائل مربوط توریسم ورزشی شهرستان مراغه
- ایجاد و گسترش و توسعه زیربناها و زیرساخت‌ها مانند تجهیزات و تاسیسات ورزشی جاده‌ها، هتل‌ها
- ارائه تسهیلات به بخش خصوصی برای جذب مشارکت و هدایت سرمایه بخش خصوصی در بخش گردشگری مراغه



- ایجاد مجموعه‌های ورزشی-فرهنگی و هنری در محورها و قطب‌های توریستی همراه با ایجاد سالن‌های ورزشی هماهنگ با قابلیت‌های ورزشی و فرهنگی شهر مراغه
- تربیت راهنمایان مطلع و دوره دیده توریست ورزشی به ویژه در مناطق اکوتوریسم
- ایجاد امکانات و تأسیسات گسترده ورزش زمستانه و تابستانه، زنانه و مردانه و ترتیب مسابقات ورزشی محلی و ملی و بین‌المللی در شهرهای واقع در حوزه‌های توریستی
- ارزیابی وسعت بازار این صنعت در دو بخش تابستانی و زمستانی
- ایجاد نمایشگاه توریسم ورزشی و صنایع دستی در بازی‌های ورزشی
- گسترش تبلیغات در جهت معرفی جاذبه‌های شهرستان مراغه به ویژه جاذبه‌های توریست ورزشی

## منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی، رحیمی، دانا و زهرایی، اکبر (۱۳۹۰)، گردشگری ورزشی و مکان‌گزینی بهینه فضایی- مکانی آن با تاکید بر استفاده از تابش خورشید مطالعه موردی کوه‌های پرآو- بیستون کرمانشاه، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال دوم، شماره هفتم، زمستان، صص ۱۱۱-۱۲۶.
۲. اصفهانی، نوشین، گودرزی، محمود، اسدی، حسن، سجادی، سیدنصراله و استیفن، اسمیت (۱۳۸۸)، تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه جهانگردی ورزشی داخلی ایران، مدیریت ورزشی، شماره ۱، صص ۱۷۵-۱۵۹.
۳. تنهایی، امید و مستحفظیان، مینا (۱۳۹۵)، اولویت‌بندی مناطق شهر اصفهان جهت احداث اماکن ورزش‌های آبی با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS)، اولین همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه سلامت، پیشگیری و قهرمانی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین.
۴. رضایی، بهمن، فروغی، پریسا (۱۳۸۸)، شناخت پتانسیل اقلیمی توریسم ورزشی در نوار ساحلی انزلی، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی گروه جغرافیا، سال اول، شماره دو، صص ۸۷-۹۱.
۵. سعیدنیا، احمد (۱۳۸۲)، کتاب سبز راهنمای شهرداری‌ها: فضاها و فرهنگ ورزشی و تفریحی، سازمان شهرداری‌های کشور، تهران.
۶. شجاعی، وحید، تجاری، فرشاد، سلیمانی تپه‌سری، بهاره و دوستی، مرتضی (۱۳۹۱)، برنامه‌ریزی راهبردی توریسم ورزشی استان مازندران، مجله فضای جغرافیایی، دوره ۱۲، شماره ۳۹، صص ۱۹۴-۱۷۳.
۷. عسگری، رسول (۱۳۸۵)، بررسی نقش توانمندی‌های استان تهران در توریسم ورزشی کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه علوم و تحقیقات، تهران.
۸. غفوری، فرزاد، هنرور، افشار و نعمت‌پور، رقیه (۱۳۹۲)، عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، پاییز و زمستان، شماره ۲، صص ۱۹-۳۰.
۹. فرید، یدالله (۱۳۸۴)، شهرهای جهان، ترجمه پیر بلک دور افوره، دانشگاه آزاد اسلامی.
۱۰. قره‌نژاد، حسن (۱۳۷۴)، اقتصاد و سیاست‌گذاری توریست، انتشارات مانی، اصفهان، صص ۵۳.
۱۱. قیامی‌راد، امیر، محرم‌زاده، مهرداد، حسین‌پور، باقر (۱۳۸۷)، رابطه دیدگاه مدیران ورزشی و مدیران گردشگری کشور و عوامل گردشگری در ایران، فصلنامه المپیک، سال شانزدهم، شماره ۲.

۱۲. معتمدیان، آزاد (۱۳۸۸)، امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزش قایقرانی رفتینگ در رودخانه سیروان، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
۱۳. مهدی‌زاده، عباس، طالب‌پور، مهدی و فتحی، مهرداد (۱۳۹۳)، بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل *SWOT*، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال دوم، شماره ۴، صص ۲۳-۳۶.
۱۴. وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود، پریزادی، طاهر، (۱۳۸۹)، امکان‌سنجی پتانسیل‌های گردشگری در شهر سقز با استفاده از مدل *SWOT*، مطالعات مدیریت شهری، سال دوم، شماره سوم،

15. Auruskeviciene, V., Pundziene, A., Skudiene, V., Gripsrud, G., Nes, E.B., Olsson, U.H. (2010), *Change of attitudes and Country image after hosting major sport events*, *Engineering Economics*, 21: 53-59.
16. Badita, Amalia. (2013), *Assessment Of Tourism Supply, Demand and Market Trends in Craiova City, Romania*, *Journal Of Tourism*, Issue 14.
17. Bramwell, B. (1997), *Strategic planning before and after a mega- event*. *Tourism Management*, pp. 167-176.
18. Chalip L, Costa C, (2006). *Building sport event tourism into the destination brand : Foundation for a general theory in H. Gibson (Ed), sport tourism: Concept and Theories*. 86-۱۰۵.
19. Cho, Kwang-Min. (2001), *Developing Taekwondo as a tourist commodity IJASS*, 13 (2), 53-۶۲.
20. Coakley, J. (2001), *sport in society*, MacGraw Hill, Boston.
21. D. Dubois, S. Roussel. (۲۰۰۶), *universite de Montpellier 1, LAMETA*,
22. Funk, Daniel C. & Tennille J. Bruun. (2006), *The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: A cross-cultural perspective*, *Tourism Management*, Article in Press.
23. Gibson H. J; Willming C and Holdnak, A. (2003), *Small- scale event sport tourism: fans as tourists*. *Tourism Management*. 24. 181-190.
24. Gibson, H. (Ed.). (2006), *Sport tourism: Concepts and theories*. Oxon: Routledge.
25. Hall, C. (1992), *Hallmark Tourist Events*. Belhaven press, London.
26. Heather J. Gibson. (1998), *Sport Tourism: "A Critical Analysis of Research"*. *Sport Management*.
27. Hinch, T. & J. Higham. (2005), *Sport, tourism and authenticity*, *European Sport Management Quarterly*, 3, pp. 243-256.
28. Hinch, T; Higham, J. (2003), *Sport tourism development*. Channel View Publication. UK.
29. Horn-Haacke, L. (2001), *Usig SOWT for project Team Planig Sessions*, PN.3.
30. Hussey, D., (2001), *Strategy and planning*, Wiley, New York, 296 pp.
31. Killingworth. R. (2004), *Community design and transportation policies*, *.51 The Physician and sports medicine*, V. 29, no2.
32. Kim Nam- Su; Laurence Chalip. (2003), *Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives background, interest, and constraints*, *Tourism Management*, Article in Press.



33. Mester I, Badulescu A, Bac O, Bac D. (2008), *Qualitative and quantitative analysis of the sport tourism from the perspective of Romanian young adults*. retrieved April 5, 2009, from [http://mpra.ub.uni-muenchen.de/7641/1/MPRA-paper NO - 7641](http://mpra.ub.uni-muenchen.de/7641/1/MPRA-paper%20NO%20-%207641). [http://mpra.ub.uni-muenchen.de/7641/1/MPRA-paper NO - 7641](http://mpra.ub.uni-muenchen.de/7641/1/MPRA-paper%20NO%20-%207641).
34. Mintzberg, H., Ahlstrand, B. and Lampel, J. (1998), *Strategy safari: a guided tour through the wilds of strategic management*, New York, Free Press. 416 pp.
35. Rogerson, Christian M. (2011), *Urban Tourism and Regional Tourists: Shopping in Johannesburg, South Africa*, *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, Vol. 102, No. 3, pp. 316–33.
36. Yamaguchi, Y. (2006), *Sport tourism, sport volunteer and sport for all*. *Journal of Asian Sport for All*, Vol. 1, pp. 29-36. [www.asia-sport-for-all.com](http://www.asia-sport-for-all.com) ۲۳، ۲۲۱-۲۳۲.
37. Yusksel, I and diviner, M.D. (2007), *Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis –a Case study for textile firm*, *Information sciences*, No177, Elsevier.

