

شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت عملکرد خدمات گردشگری ورزشی

رضا شهبازی^۱، محمدرسول خدادادی^{۲*}، یعقوب بدری آذرین^۳، رحیم حیدری چپانه^۴

۱، ۲، ۳) دانشگاه تبریز، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، تبریز، ایران.

۴) دانشگاه تبریز، دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، گروه برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، تبریز، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۰۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۹

چکیده

هدف از تحقیق حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر نقش مدیریت عملکرد در زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی بود. روش تحقیق حاضر، کاربردی از نوع تحقیقات کیفی با روش تحلیل تماتیک است. جامعه آماری تحقیق شامل، اساتید مدیریت ورزشی، اساتید گردشگری و گردشگری ورزشی، مدیران آژانس‌های گردشگری، مدیران خبره وزارت ورزش و جوانان و پژوهشگران دکتری مدیریت ورزشی و گردشگری بودند و نمونه آماری از بین اعضای جامعه با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند. ابزار تحقیق مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۲۰ نفر از متخصصان تحقیق که تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت، روایی تحقیق توسط متخصصان مربوطه مورد تأیید قرار گرفت و پایایی تحقیق با استفاده از روش توافق درون موضوعی ۸۳ درصد به دست آمد. نتایج تحقیق نشان داد؛ عوامل مؤثر بر مدیریت عملکرد خدمات گردشگری ورزشی در قالب ۵۸ تا نکات کلیدی، ۱۲ تا کد اولیه، ۵ تا مفهوم و ۲ تا مقوله متمرکز تبدیل شدند؛ بر این اساس، توانمندی عملکرد و چابکی عملکرد به‌عنوان دو عامل کلیدی در بهبود عملکرد خدمات گردشگری ورزشی، تأثیر بسزایی در افزایش کیفیت خدمات و رضایت گردشگران دارند و باعث بهبود کارایی، پاسخگویی سریع به تغییرات و نیازهای بازار، ارائه خدمات به موقع و با کیفیت می‌شوند، این امر موجب تقویت رقابت‌پذیری سازمان‌های گردشگری ورزشی و ایجاد تجربه‌ای مثبت برای گردشگران ورزشی خواهد گردید.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری ورزشی، مدیریت عملکرد، عملکرد خدمات، تحلیل تماتیک.

صنعت گردشگری به عنوان یکی از ارکان اساسی در رشد اقتصادی و اجتماعی کشورهای مختلف به شمار می آید و در کاهش نرخ بیکاری، توسعه کسب و کارهای محلی، شکوفایی اقتصادی و بهبود شرایط رفاهی جامعه تأثیر بسیاری دارد (حیدری چیانه و احمدیان، ۱۳۹۸). این صنعت با تحریک سرمایه گذاریها، امکان توسعه زیرساخت های پیشرفته و مدرن را فراهم می آورد که برای گردشگران و جامعه محلی به طور همزمان مفید است (علیدوست قهفرخی و همکاران، ۱۴۰۳)؛ از سوی دیگر، افزایش کیفیت خدمات اقامتی و تفریحی، تجربه بازدیدکنندگان را بهبود می بخشد و جذابیت مقصدهای گردشگری را تقویت می کند (لی^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). علاوه بر این، گردشگری به عنوان پلی برای ارتباط میان فرهنگها و کشورها، زمینه های فراوانی برای تبادل فرهنگی و افزایش آگاهی های اجتماعی فراهم می آورد (جیانگو^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). با تقویت تعاملات بین المللی، این صنعت می تواند هویت ملی را تقویت کرده، میراث فرهنگی را حفظ و تصویر بین المللی کشورها را بهبود بخشد (شهبازی و همکاران، ۲۰۲۵). همچنین، گردشگری می تواند به توسعه پایدار مناطق مختلف کمک کند؛ زیرا این صنعت با تمرکز بر حفظ محیط زیست و فرهنگ های محلی، به منافع جامعه محلی توجه دارد و در تلاش است تا تعادلی میان نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی ایجاد کند (هینج و ایجی^۳، ۲۰۱۷). گردشگری پایدار می تواند منجر به ایجاد فرصت های شغلی مناسب، بهبود زیرساخت های محلی و کاهش اثرات منفی زیست محیطی شود. همچنین، با توانمندسازی جوامع محلی و ایجاد درآمدهای پایدار، این صنعت می تواند به کاهش فقر، جلوگیری از مهاجرت های بی رویه و بهبود کیفیت زندگی کمک کند (گروچمانا^۴ و همکاران، ۲۰۲۲).

در دنیای امروز، سازمانها در بخش های دولتی و غیردولتی با محیطی پویا و رقابتی روبه رو هستند که بخشی از این پویایی ناشی از تحولات و نوآوری های فناوری اطلاعات و ارتباطات است (اوریر و گل^۵، ۲۰۱۰). این پیشرفت ها به ایجاد تغییرات اساسی در بازارهای جهانی و رقابت فزاینده منجر شده و سازمانها را وادار به بازنگری در اولویت های کسب و کار و بازمهندسی فرآیندها و مدل های موجود، مانند تمرکز بر الگوهای جدید کسب و کار در زنجیره تأمین خدمات کرده است که این امر در گردشگری می تواند با ارتقای کیفیت خدمات و هماهنگی بیشتر میان بخش های مختلف صنعت، به تحقق اهداف پایداری در این حوزه کمک کند (وانگ^۶، ۲۰۲۰). توسعه فناوری های نوین، قابلیت هایی مانند افزایش انعطاف پذیری، بهبود هماهنگی و دقت در زنجیره تأمین خدمات را تسهیل کرده و به

1. Li

2. Giango

3. Hinch & Eiji

4. Gruchmanna

5. Aurier & Goala

6. Wang

شرکت‌های خدماتی انگیزه می‌دهد که به استانداردهای بالاتر دست یابند و با استفاده از الگوهای نوآورانه مبتنی بر فناوری، به بازمهندسی فرآیندهای خود پردازند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۷). خدمات به‌عنوان فعالیت‌های اقتصادی شناخته می‌شوند که دارای ارزش‌های زمانی، مکانی و روانی هستند و نقش برجسته‌ای در رشد اقتصادی ایفا می‌کنند (جلیل و همکاران، ۱۴۰۰). سهم عمده خدمات در اقتصادهای پیشرفته جهان نشان می‌دهد که بسیاری از مشاغل و صنایع در این کشورها مبتنی بر زنجیره تأمین خدمات بوده و با افزایش سطح کارایی و بهبود فرآیندها، زنجیره تأمین خدمات می‌تواند به رشد و توسعه پایدار اقتصادی کمک کند (اگیلسون^۱، ۲۰۱۸). شناخت تفاوت‌های اساسی بین کالا و خدمات برای مدیریت مؤثر زنجیره تأمین خدمات اهمیت زیادی دارد، یکی از تفاوت‌های اصلی، غیرقابل لمس بودن خدمات است (سونگ^۲، ۲۰۱۱). برخلاف کالاهای فیزیکی، خدمات گردشگری ورزشی نمی‌توانند به‌طور فیزیکی لمس شوند؛ بنابراین، مدیریت این خدمات به‌ویژه در فرآیندهای تأمین و ارائه نیازمند توجه خاص به ابعاد ناملموس آن‌ها است (کردپیتکا^۳، ۲۰۲۲). این ویژگی به‌ویژه در زنجیره تأمین خدمات گردشگری به این معناست که این خدمات باید به‌طور آنی و در زمان واقعی به مصرف‌کننده ارائه شوند، در حالی که کالاها می‌توانند ذخیره شده و در زمان نیاز عرضه شوند (گروچمانا و همکاران، ۲۰۲۲). ناهمگونی یا عدم تجانس خدمات ورزشی نیز از دیگر ویژگی‌های آن است؛ زیرا خدمات ارائه‌شده مستقیم به کیفیت تعاملات بین ارائه‌دهندگان و مشتریان وابسته است (هینج و ایچی، ۲۰۱۷). تفکیک ناپذیری خدمات ورزشی که به معنی همزمانی ارائه و مصرف است، این ویژگی‌ها نیازمند هماهنگی و مدیریت دقیق در تمامی مراحل زنجیره تأمین است تا تجربه مطلوب برای مشتریان فراهم گردد (چو^۴ و همکاران، ۲۰۱۲). همچنین، غیرتملیکی بودن خدمات نیز از دیگر تفاوت‌هاست؛ به‌طوری‌که برخلاف کالاهای فیزیکی، خدمات ورزشی پس از ارائه به مصرف‌کننده، به مالکیت او در نمی‌آید و این امر تأثیر زیادی بر نحوه مدیریت زنجیره و توزیع این خدمات دارد (سجادی، ۱۳۹۲).

با وجود اینکه در سطح جهانی، خدمات در مقایسه با تولید نادیده گرفته شده است، مفهوم "مدیریت زنجیره تأمین" مدتاً در بخش‌های تولیدی مورد استفاده قرار می‌گیرد و با وجود رشد سریع خدمات در دهه‌های اخیر، کم‌تر از این دانش در حوزه‌های خدمات استفاده شده است (شپکر^۵ و همکاران، ۲۰۱۴). مدیریت زنجیره تأمین خدمات ابزار مهمی برای پیش‌بینی، برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل فرآیندهای زنجیره تأمین است (سونگ، ۲۰۱۱). مدیریت زنجیره تأمین خدمات، فرآیند مدیریت اطلاعات، منابع، کارکنان و دارایی‌های خدماتی از تأمین‌کنندگان اولیه تا مشتریان نهایی

1. Egilsson

2. Song

3. Kerdpitaka

4. Cho

5. Schepker

6. Service Supply Chain Management

است، مدیریت صحیح زنجیره تأمین می‌تواند دسترسی به اطلاعات حیاتی مورد نیاز برای برنامه‌ریزی عملیات سازمان را در هر مکان و زمانی فراهم آورد (پلنگ و تپپایونگ^۱، ۲۰۱۹). در حوزه گردشگری، این مدیریت می‌تواند تجربه گردشگران را با هماهنگ‌سازی و بهبود همکاری میان تأمین‌کنندگان خدمات، هتل‌ها، خطوط هوایی، آژانس‌های مسافرتی و دیگر نهادهای مرتبط، ارتقا دهد (دهقان خاوری و درخش، ۱۴۰۰) همچنین، با نظارت بر عملکرد هر یک از بخش‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌های مرتبط، مدیران گردشگری قادر خواهند بود تا به‌طور مؤثری مشکلات موجود را شناسایی و راهکارهای بهبود را اجرا کنند (زواری و همکاران، ۱۴۰۱)؛ در این راستا، استفاده از فناوری‌های نوین مانند سیستم‌های مدیریت اطلاعات گردشگری و هوش مصنوعی می‌تواند به مدیران کمک کند تا از داده‌ها به‌طور بهینه استفاده کنند. برای مثال، پیش‌بینی تقاضا برای اقامت، حمل‌ونقل یا خدمات ویژه به گردشگران می‌تواند به تأمین منابع مورد نیاز به‌موقع و کاهش مشکلات مرتبط با کمبود خدمات یا امکانات کمک کند (کردپیتک، ۲۰۲۲).

در حال حاضر، گردشگری به یکی از ارکان مهم تجارت بین‌المللی تبدیل شده و به‌عنوان منبعی اصلی در تولید درآمد، ایجاد شغل، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها در کشورهای مختلف نقش ایفا می‌کند (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۸). گردشگری ورزشی شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌هاست که در خلال سفر یک گردشگر به مقصدهای خاص انجام می‌شود و این فعالیت‌ها شامل برنامه‌ریزی سفر، حمل‌ونقل، اقامت، بازگشت به منزل و حتی ثبت خاطرات از تجربه سفر می‌باشد (علوی و همکاران، ۱۳۹۹). این نوع گردشگری نه تنها به گردشگران فرصت می‌دهد که در رویدادهای ورزشی شرکت کنند یا آن‌ها را تماشا کنند، بلکه به‌طور هم‌زمان زمینه‌ساز تجربه‌های فرهنگی و تفریحی متنوعی نیز می‌گردد (جیانگو و همکاران، ۲۰۲۲). برای مثال، گردشگران می‌توانند در حین سفر به فعالیت‌های ورزشی خود، از جاذبه‌های گردشگری مرتبط با ورزش همچون موزه‌های ورزشی، بازدید از مکان‌های تاریخی مرتبط با ورزش‌ها یا شرکت در تورهای آشنایی با ورزش‌های محلی و جهانی بهره‌مند شوند (لی و همکاران، ۲۰۲۲). مدیریت عملکرد گردشگری ورزشی در این زمینه نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، هماهنگی مؤثر و نظارت مستمر بر تمامی بخش‌ها و خدمات مختلف است، از آنجا که گردشگری ورزشی به‌طور مستقیم با تجربه گردشگران درگیر است، هرگونه نقص در خدمات می‌تواند تأثیر منفی بر میزان رضایت و تجربه کلی آن‌ها داشته باشد (فو^۲، ۲۰۲۳)؛ بنابراین، مدیران گردشگری ورزشی باید قادر به هماهنگی دقیق بین تأمین‌کنندگان خدمات مختلف مانند هتل‌ها، خطوط هوایی، شرکت‌های حمل‌ونقل، آژانس‌های مسافرتی و برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی باشند (علوی و همکاران، ۱۳۹۹)؛ به این ترتیب، این مدیریت به‌طور مؤثر بر جنبه‌های مختلف سفر، از جمله رزرو بلیت، خدمات اقامتی، حمل‌ونقل و حتی برنامه‌ریزی فعالیت‌های تفریحی تأثیرگذار است (خدادادی و همکاران، ۱۴۰۳). علاوه بر این، تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها و نظارت مستمر بر عملکرد ارائه‌دهندگان خدمات از جمله پارامترهای اساسی در مدیریت گردشگری

¹. Palang & Tippayawong

². Fu

ورزشی به شمار می‌آید (آیهان^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). در این زمینه می‌توان به چند مورد از پیشینه تحقیق اشاره کرد: فو (۲۰۲۳)، در تحقیقی با عنوان "سیستم نظارت و مدیریت سلامت در سکوی گردشگری ورزشی" به این نتیجه دست یافتند، یکی از ویژگی‌های مهم در مدیریت گردشگری ورزشی، توجه به ویژگی‌های خاص هر رویداد ورزشی است. به عنوان مثال، رویدادهای ورزشی بزرگ جهانی همچون المپیک، جام جهانی فوتبال یا مسابقات جهانی تنیس نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت پیچیده‌تری هستند که شامل پیش‌بینی جمعیت زیاد، مدیریت بحران، تأمین امنیت و ارائه خدمات به موقع به تمامی شرکت‌کنندگان و تماشاگران می‌شود؛ این رویدادها می‌توانند فرصتی بی‌نظیر برای افزایش درآمدهای گردشگری، تقویت زیرساخت‌ها و ارتقای تصویر بین‌المللی مقصدها فراهم کنند. جیانگو و همکاران (۲۰۲۲)، در تحقیقی با عنوان "حمایت محلی از توسعه گردشگری ورزشی" به این نتیجه دست یافتند، گردشگری ورزشی نه تنها موجب توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی می‌شود بلکه به ایجاد فرصت‌های پایدار برای جوامع محلی و توسعه زیرساخت‌های گردشگری نیز کمک می‌کند. با مدیریت مؤثر عملکرد گردشگری ورزشی، می‌توان این صنعت را به ابزاری برای ترویج ورزش، بهبود کیفیت زندگی در جوامع محلی و ارتقای شناخت بین‌المللی تبدیل کرد. لی (۲۰۲۲)، در تحقیقی با عنوان "ترویج توسعه پایدار گردشگری ورزشی" به این نتیجه دست یافتند، با استفاده از داده‌های گردشگران، مدیران می‌توانند نیازهای خاص گردشگران ورزشی را شناسایی کرده و خدماتی متناسب با آن‌ها فراهم کنند. به عنوان مثال، پیش‌بینی تقاضا برای بلیت مسابقات، هماهنگی برای دسترسی آسان به ورزشگاه‌ها، تأمین تجهیزات و امکانات لازم برای تمرینات ورزشی و ارائه برنامه‌های تفریحی و فرهنگی مرتبط با رویداد ورزشی می‌تواند به بهبود تجربه گردشگران کمک کند.

در صنعت گردشگری ورزشی، تأمین‌کنندگان از بخش‌های مختلف با ویژگی‌ها و نیازهای خاص خود به عرضه محصولات و خدمات می‌پردازند که این امر می‌تواند باعث ایجاد چالش‌هایی در یکپارچگی و هماهنگی خدمات شود (آیهان و همکاران، ۲۰۲۰)؛ در واقع، یک زنجیره تأمین بهینه و هماهنگ، قادر است نه تنها کیفیت خدمات را افزایش دهد، بلکه به ایجاد فرصت‌های جدید کسب‌وکار و جذب گردشگران بیشتر نیز کمک کند (جیانگو و همکاران، ۲۰۲۲). پایداری زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی بستگی زیادی به توانایی در پیش‌بینی نیازهای مشتریان و شرایط بازار دارد. در این زمینه، استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی پیشرفته می‌تواند به سازمان‌ها در شناسایی تغییرات بازار و مدیریت منابع به صورت بهینه کمک کند (لی و همکاران، ۲۰۲۲)؛ بنابراین، برای حفظ کیفیت خدمات، وجود یک زنجیره تأمین پویا و کارا در صنعت خدمات گردشگری ورزشی می‌تواند نقش مهمی در تسریع پاسخگویی به نیازهای گردشگران ایفا کند (آیهان و همکاران، ۲۰۲۰). در این راستا، زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی باید

^۱. Ayhan

قادر باشد به سرعت به تغییرات محیطی و شرایط رقابتی واکنش نشان دهد و تغییرات لازم را در فرآیندها و استراتژی‌های خود ایجاد کند. به عبارت دیگر، عملکرد زنجیره تأمین باید در اولویت قرار گیرد تا بتواند به سرعت خود را با تغییرات بازار و انتظارات گردشگران همسو سازد؛ بنابراین، مدیریت عملکرد مؤثر زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا ضمن حفظ کیفیت خدمات، هزینه‌ها را کاهش داده و تجربه مطلوب‌تری را برای گردشگران فراهم سازند. به‌ویژه در شرایط کنونی که تقاضا و ترجیحات گردشگران به سرعت تغییر می‌کند، بهینه‌سازی و توسعه استراتژی‌های مدیریت عملکرد در زنجیره تأمین، یک عامل کلیدی در جلب رضایت مشتریان و ایجاد مزیت رقابتی در صنعت گردشگری ورزشی به‌شمار می‌آید. با توجه به اهمیت تحقیق پیش‌رو، محقق قصد دارد، به شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت عملکرد خدمات گردشگری ورزشی بپردازد.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق حاضر، کاربردی از نوع تحقیقات کیفی با روش تحلیل تماتیک است. جامعه آماری تحقیق شامل، اساتید مدیریت ورزشی، اساتید گردشگری و گردشگری ورزشی، مدیران آژانس‌های گردشگری، مدیران خبره وزارت ورزش و جوانان و پژوهشگران دکتری مدیریت ورزشی و گردشگری بودند و نمونه آماری از بین اعضای جامعه با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند. ابزار تحقیق مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۲۰ نفر از متخصصان تحقیق که تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت، مصاحبه‌ها به صورت نیمه ساختاریافته با نمونه‌های آماری با هماهنگی و زمان‌بندی قبلی انجام شد. پس از پایان هر مصاحبه، مصاحبه‌ها به‌طور کامل روی کاغذ پیاده‌سازی و کدگذاری اولیه داده‌ها برای استخراج مفاهیم اولیه انجام شد. در تحقیق حاضر با ۲۰ نفر مصاحبه انجام شد که از مصاحبه دوازدهم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده گردید و از مصاحبه هیفدهم به بعد داده‌ها کاملاً تکراری و به اشباع نظری رسید اما برای اطمینان تا مصاحبه‌ها تا نفر بیستم ادامه یافت. روایی تحقیق توسط متخصصان مربوطه مورد بررسی و تأیید قرار گرفت و پایایی تحقیق با استفاده از روش توافق درون موضوعی (پایایی بازآزمون) از میان مصاحبه‌های انجام گرفته چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شده و هر کدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص دوباره کدگذاری شدند؛ سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه و از طریق میزان توافقات و عدم توافقات موجود در دو مرحله کدگذاری، شاخص ثبات برای آن تحقیق محاسبه گردید. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه هستند با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص شدند؛ سپس محقق به همراه همکار تحقیق، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود. با استفاده از فرمول زیر محاسبه شده است:

$$\text{درصد توافقات} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 100}{\text{تعداد کل کدها}}$$

جدول ۱. میزان درصد پایایی از طریق روش کدگذاری مجدد

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	درصد توافق درون موضوعی
۱	۳	۳۳	۱۴	۷	٪۸۵
۲	۵	۲۵	۱۰	۴	٪۸۰
۳	۸	۳۸	۱۶	۸	٪۸۴
	کل	۹۶	۴۰	۱۹	٪۸۳

همان طور که در جدول شماره (۱) نشان می‌دهد، تعداد کل کدهای ثبت شده توسط هر دو نفر (محقق و فرد همکاری کننده) برابر با ۹۶، تعداد کل توافقات بین این کدها ۴۰ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها ۱۹ هست؛ بر این اساس پایایی بین دو کدگذار با استفاده از فرمول ذکر شده ۸۳ درصد است؛ بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل تماتیک استفاده شد. در این تحقیق از دو مرحله استفاده گردید. مرحله نخست شامل روش کدگذاری باز، برای مفهوم‌سازی داده‌ها، شکل‌دهی مقوله‌ها و ویژگی‌های آن‌ها و در مرحله بعد، فرایند کدگذاری محوری برای فرایند تبدیل مفاهیم به مؤلفه‌ها انجام گرفت.

یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۲) یافته‌های توصیفی در خصوص ویژگی‌های جمعیت شناختی تحقیق حاضر را نشان می‌دهد:

جدول ۲. فراوانی پاسخ‌دهندگان بر مشارکت نمونه آماری تحقیق

رتبه علمی	فراوانی	درصد فراوانی
اساتید مدیریت ورزشی	۶	۳۰
اساتید گردشگری و گردشگری ورزشی	۵	۲۵
مدیران آژانس‌های گردشگری	۳	۱۵
مدیران خبره وزارت ورزش و جوانان	۲	۱۰
پژوهشگران دکتری مدیریت ورزشی و گردشگری	۴	۲۰
جمع	۲۰	۱۰۰

جدول شماره (۳) دو نمونه از مصاحبه‌های تحقیق همراه با کدگذاری اولیه تحلیل تماتیک را نشان می‌دهد:

جدول ۳. کدگذاری اولیه تحلیل تماتیک به همراه مصاحبه

متن مصاحبه	کدگذاری اولیه
مصاحبه اول:	
مدیریت زنجیره تأمین خدمات در گردشگری ورزشی نقش بسیار مهمی دارد، می‌تواند با	چابکی عملکرد
اشتراک‌گذاری اطلاعات به چابکی عملکرد و کیفیت ارائه خدمات در این حوزه کمک کند.	کیفیت ارائه خدمات
گردشگری ورزشی به عنوان یکی از بخش‌های مهم صنعت گردشگری، شامل مجموعه‌ای از	اشتراک‌گذاری اطلاعات
فعالیت‌هایی است که افراد برای شرکت در رویدادها و فعالیت‌های ورزشی به مکان‌های مختلف	ارائه تجهیزات و تسهیلات ورزشی مورد نیاز
سفر می‌کنند. مدیریت زنجیره تأمین گردشگری وظیفه ارائه تجهیزات و تسهیلات ورزشی مورد	نیاز
نیاز برای مسابقات و فعالیت‌های ورزشی در مکان‌های گردشگری را بر عهده دارد، این شامل	برنامه‌ریزی و اجرای اقدامات مشترک
فراهم‌سازی زیرساخت‌های ورزشی، شفاف‌سازی فرایندهای ارائه خدمات، نظارت بر	تعیین شاخص‌های عملکرد
واحدهای اجرایی، تعیین شاخص‌های عملکرد، برنامه‌ریزی و اجرای اقدامات مشترک می‌باشد.	شفاف‌سازی فرایندهای ارائه خدمات
مدیریت زنجیره تأمین در گردشگری ورزشی شامل فراهم کردن خدمات مربوط به تفریح و	نظارت بر واحدهای اجرایی
سرگرمی برای تماشاگران و اعضای تیم‌های ورزشی می‌شود. اولین و مهم‌ترین پیامدهای	فراهم‌سازی زیرساخت‌های ورزشی
مدیریت زنجیره تأمین، بهبود کیفیت خدمات به گردشگران ورزشی می‌باشد، با هماهنگی و	کاهش هزینه‌ها و افزایش سودآوری
بهبود فرآیندها در طول زنجیره تأمین، ارائه‌دهندگان خدمات قادر خواهند بود تا خدمات با	حضور مجدد گردشگران در رویدادها و
کیفیت تری را ارائه دهند، بهبود کیفیت خدمات و ارتباط موثر با گردشگران می‌تواند به افزایش	فعالیت‌های ورزشی
رضایت آن‌ها از تجربه خود در گردشگری ورزشی منجر شود. گردشگران راضی احتمال	تجربه مثبت و بی‌نقص گردشگران در طول
بیش تری دارند که به صورت دائمی با برند و خدمات مرتبط با آن ارتباط برقرار کنند. همچنین	اقامت و استفاده از خدمات ورزشی
آموزش و توسعه نیروی انسانی، موجب ارتقاء توانایی‌ها و مهارت‌های کارکنان برای بهبود	افزایش توان رقابتی ارائه‌دهندگان خدمات
کیفیت ارائه خدمات در پاسخگویی به نیازهای گردشگران ورزشی می‌شود؛ بر این اساس	گردشگری
مدیریت زنجیره تأمین موثر می‌تواند به افزایش توان رقابتی ارائه‌دهندگان خدمات در بازار	آموزش و توسعه نیروی انسانی

ارتقاء توانایی‌ها و مهارت‌های کارکنان سازمان‌های گردشگری	- گردشگری ورزشی کمک کند، با بهبود کیفیت، کاهش هزینه‌ها و افزایش سودآوری سازمان‌ها می‌تواند رقابتی‌تر عمل کرده و گردشگران جدیدی را به بازار گردشگری جذب کند.
مصاحبه دوم:	
پیش‌بینی دقیق تقاضاهای گردشگران ورزشی برای مدیریت و بهینه‌سازی بهتر فرایندها	- مدیریت زنجیره تأمین خدمات، به مجموعه فعالیت‌ها و روش‌هایی اشاره دارد که برای مدیریت و بهینه‌سازی فرایند تأمین خدمات در یک سازمان استفاده می‌شود. در عمل، زنجیره تأمین خدمات شامل تمام مراحل و فعالیت‌های لازم برای تأمین و ارائه خدمات به گردشگران می‌باشد. گردشگران از نظر کیفیت خدمات حساس هستند و به دنبال دریافت خدمات با کیفیت بالا هستند. استقرار یک شبکه قوی از تأمین‌کنندگان با کیفیت می‌تواند به بهبود عملکرد زنجیره تأمین کمک کند، این شبکه باید از تأمین‌کنندگان قابل اعتماد و با کیفیت تشکیل شود. سازمان‌ها باید منابع و مواد مورد نیاز برای ارائه خدمات را تأمین کنند، همچنین سازمان‌ها باید با تأمین‌کنندگان خدمات مرتبط همکاری نموده و روابط قوی با آن‌ها برقرار کنند تا تأمین مواد و خدمات بهینه انجام شود. با استفاده از روش‌های مدیریت زنجیره تأمین خدمات، سازمان‌ها قادر خواهند بود فرآیندهای خدمات خود را بهبود ببخشند، هماهنگی بیشتری بین اعضای زنجیره تأمین خدمات برقرار کنند و عملکرد کلی خود را بهبود ببخشند. به طور کلی مدیریت زنجیره تأمین بیش‌ترین تاثیر را بر کیفیت خدمات و ایجاد رقابت‌پذیری برتر در جلب رضایت گردشگران ورزشی دارد. دریافت بازخورد از گردشگران و ارزیابی عملکرد به منظور بهبود مستمر و پاسخگویی به تقاضاهای جدید نیز انجام می‌شود؛ بنابراین، در مدیریت زنجیره تأمین خدمات، تقاضای گردشگران نقش بسیار مهمی در فرآیندها و ارائه خدمات به آن‌ها دارد. سازمان‌ها باید توانایی شناخت و پاسخگویی به تقاضای گردشگران را داشته باشند تا بتوانند رضایت آن‌ها را بهبود ببخشند و رقابت‌پذیری خود را افزایش دهند. استفاده از فناوری و سیستم‌های اطلاعاتی بهبود قابل توجهی در مدیریت زنجیره تأمین خدمات در گردشگری ورزشی به همراه دارد. از اتوماسیون فرآیندها و سیستم‌های مدیریت موجودی تا پیگیری دقیق و به‌روز وضعیت سفارشات، فناوری می‌تواند به بهبود کارایی و دقت در زنجیره تأمین کمک کند. به طور کلی هدف اصلی مدیریت زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی توانمندی عملکرد و بهره‌وری در ارائه خدمات به گردشگران است، این بهبودها موجب کاهش زمان ارائه خدمات، بهبود کیفیت و افزایش رضایت گردشگران می‌شود.
ایجاد ارتباطات مؤثر و پایدار با گردشگران ورزشی	
برقراری روابط قوی با گردشگران ورزشی برقراری همکاری و هماهنگی	
تسهیل جریان اطلاعات و ارتباطات آموزش و توسعه مهارت‌های مدیران و کارکنان مرتبط با زنجیره تأمین	
افزایش توان رقابتی ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری	
جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل بازخوردهای گردشگران ورزشی	
ارزیابی و بهبود مستمر کیفیت خدمات پیش‌بینی و برنامه‌ریزی دقیق رویدادهای گردشگری	
توانایی شناخت بهتر نیازها و ارائه خدمات بهینه به گردشگران ورزشی	
استفاده از فناوری و سیستم‌های اطلاعاتی	
کاهش زمان‌های انتظار ارائه خدمات به گردشگران ورزشی در جهت افزایش کسب رضایت آن‌ها	
توانمندی عملکرد	
بهره‌وری در ارائه خدمات	

بعد ارائه مصاحبه‌های صورت گرفته از متخصصین کدبندی اطلاعات مستخرج از مصاحبه‌ها به دست آمد. جدول شماره (۴) نتایج اطلاعات مربوط به عوامل مؤثر بر مدیریت عملکرد خدمات گردشگری ورزشی را نشان می‌دهد:

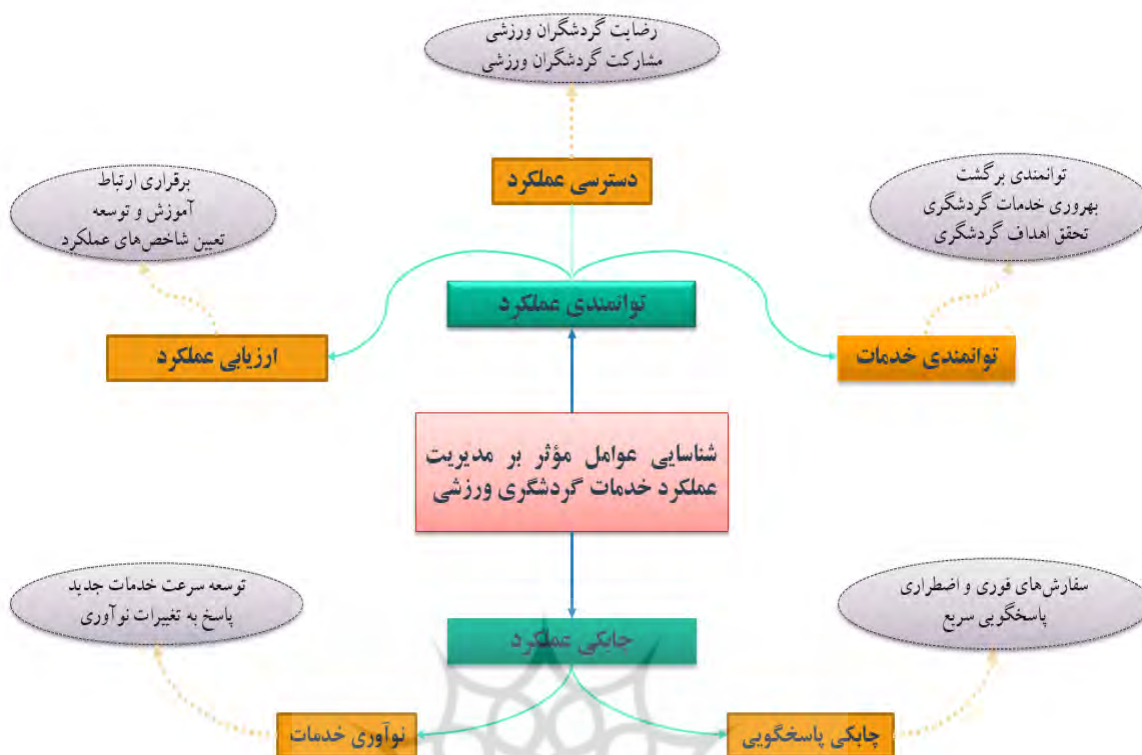
جدول ۴. مضامین مربوط به چارچوب مدل مؤثر بر مدیریت عملکرد خدمات گردشگری ورزشی

مقوله	مفهوم	کد اولیه	نکات کلیدی	فراوانی کدها
چابکی پاسخگویی	سفرش‌های فوری و اضطراری		توانمندی و آمادگی بخش عرضه برای پاسخگویی به درخواست‌ها، نیازهای فوری و اضطراری گردشگران ورزشی	۵
			توانمندی بخش عرضه در ارائه خدمات متنوع، با کیفیت و مطابق با نیازهای خاص گردشگران ورزشی	۴
			توانمندی سفارشی‌سازی خدمات جهت پاسخگویی سریع به گردشگران ورزشی	۵
			افزایش توان رقابتی ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری ورزشی	۳
			اطمینان از ارائه خدمات به موقع و مطابق با نیازهای گردشگران ورزشی	۷
			پیش‌بینی و برنامه‌ریزی دقیق رویدادهای ورزشی برای ارائه خدمات به گردشگران ورزشی	۶
			پیش‌بینی دقیق تقاضاهای گردشگران ورزشی در مدیریت و بهینه‌سازی بهرت فرایندهای گردشگری	۲
			ارائه تجهیزات تخصصی و فضاها برای ورزشی مناسب به گردشگران ورزشی	۳
			ارائه خدمات متنوع و قابل انعطاف برای پاسخ به نیازهای مختلف گردشگران ورزشی	۵
			توانایی و آمادگی در پیش‌بینی و پاسخگویی سریع و مؤثر به عدم قطعیت‌ها و تغییرات پیش‌بینی نشده در تقاضای گردشگری ورزشی	۳
چابکی عملکرد			کاهش زمان‌های انتظار ارائه خدمات به گردشگران ورزشی در جهت افزایش کسب رضایت آن‌ها	۴
			توانمندی در تسریع فرآیند توسعه و ارائه خدمات جدید به گردشگران ورزشی	۷
			استفاده از فناوری و سیستم‌های اطلاعاتی در ارائه خدمات بهتر به گردشگران ورزشی	۸
			ایجاد وضوح و شفافیت در تمامی مراحل ارائه خدمات به گردشگران، از ثبت نام تا استفاده از خدمات ورزشی	۲
			بهره‌گیری از تکنیک‌های الگوبرداری موفق در صنعت گردشگری ورزشی به منظور بهبود فرآیندها و خدمات ارائه شده	۴
			پیش‌بینی و تحلیل دقیق تغییرات و تحولات بازار گردشگری ورزشی به منظور شناسایی زمان‌های مناسب برای معرفی خدمات جدید به گردشگران ورزشی	۵
			تنوع و نوآوری در ارائه خدمات به گردشگران ورزشی	۶
			بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن مانند سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری، سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمان، ردیابی و اتوماسیون فرآیندهای خدمات گردشگری ورزشی	۴
			پیش‌بینی صحیح زمان‌های ارائه خدمات به گردشگران بر اساس تجزیه و تحلیل نیازها، تقاضاها و روند بازار گردشگری ورزشی	۳

۵	تجربه مثبت و بی نقص گردشگران در طول اقامت و استفاده از خدمات ورزشی		
۲	توانمندی در شناسایی سریع علل بروز نقص در فرآیند ارائه خدمات گردشگری ورزشی و اعمال اقدامات اصلاحی برای رفع آن نقص‌ها	توانمندی برگشت	
۷	حضور مجدد گردشگران در رویدادها و فعالیت‌های ورزشی		
۸	میزان تمایل گردشگران برای استفاده مجدد از خدمات گردشگری ورزشی		
۵	ارائه تخفیف‌ها یا بسته‌های ویژه به مناسبت تعطیلات، رویدادهای ورزشی یا فصول خاص در سال		
۶	تضمین ایمنی و سلامت گردشگران در حین انجام فعالیت‌های ورزشی		
۵	جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل بازخوردهای گردشگران و اجرای تغییرات مبتنی بر نظرات آنان		
۴	ارزیابی و شناسایی نقاط ضعف و شکنندگی در حلقه‌های مختلف زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی	بهروری خدمات	
۷	کاهش هزینه‌ها و افزایش سودآوری سازمان‌های ارائه دهنده خدمات گردشگری و گردشگری ورزشی	گردشگری	توانمندی
۶	ارائه تجربیات منحصر به فرد با ایجاد ارزش افزوده در ارائه خدمات گردشگری ورزشی		خدمات
۳	ارزیابی میزان پیشرفت و تحقق اهداف از پیش تعیین شده در بازه‌های زمانی معین برای ارائه خدمات گردشگری ورزشی		
۴	سیستم‌های مناسب جمع‌آوری تغییرات ایجاد شده ناشی از عملکرد خدمات گردشگری ورزشی		
۵	فراهم کردن و نگهداری زیرساخت‌های مناسب برای ارائه خدمات ورزشی، شامل ورزشگاه‌ها، فضاهای تمرینی، امکانات بهداشتی و سایر امکانات ضروری به گردشگران ورزشی	تحقق اهداف گردشگری	
۳	توانایی انطباق با تغییرات سریع و نیازهای جدید بازار گردشگری، از جمله تغییرات در رفتار گردشگران ورزشی		
۷	تضمین ارائه خدمات با بالاترین استانداردها به گردشگران ورزشی از طریق بهبود مستمر ارزیابی و بهبود مستمر کیفیت خدمات		
۶	نظارت مستمر بر عملیات واحدهای مختلف ارائه‌دهنده سازمان‌های خدمات گردشگری ورزشی		
۵	سطح تعامل و رفتار مثبت کارکنان و راهنمایان سازمان گردشگری با گردشگران ورزشی		توانمندی
۷	مدیریت بهینه فرایند توزیع خدمات و تحویل به‌موقع آن‌ها به گردشگران ورزشی	رضایت گردشگران	عملکرد
۴	بررسی و مقایسه نسبت شکایات گردشگران با میزان کلی رضایت آن‌ها از کیفیت خدمات ورزشی ارائه شده	ورزشی	دسترسی
۶	شناخت بهتر نیازها و ارائه خدمات بهینه به گردشگران ورزشی		عملکردی
۷	تشویق خانواده‌ها و دوستان به استفاده از خدمات گردشگری ورزشی		

۳	تبدیل شکایات و بازخوردهای منفی به فرصتی برای بهبود و ارائه پیشنهادها کاربردی نسبت به خدمات گردشگری ورزشی	
۲	ارزیابی میزان مشارکت واقعی گردشگران ورزشی در خدمات ارائه شده نسبت به پیش‌بینی‌های انجام گرفته	
۳	سطح مشارکت گردشگران و ذینفعان در فرایندهای توسعه، بهبود و نگهداری تجهیزات و امکانات مربوط به خدمات گردشگری ورزشی	مشارکت گردشگران
۵	بررسی و اندازه‌گیری میزان تعهد و مشارکت طولانی‌مدت گردشگران در استفاده از خدمات گردشگری ورزشی	ورزشی
۷	میزان پیشی گرفتن تقاضا از عرضه خدمات گردشگری ورزشی	
۳	میزان مشارکت و تعامل خودجوش و داوطلبانه گردشگران در فرآیندهای مختلف خدمات گردشگری ورزشی	
۸	ایجاد ارتباطات مؤثر و پایدار با گردشگران ورزشی برای درک بهتر نیازها و ارائه خدمات مطابق با خواسته‌های آنها	
۴	تقویت ارتباطات داخلی سازمان‌ها و تیم‌ها برای ارتقاء هماهنگی، کاهش خطاها و افزایش بهره‌وری در ارائه خدمات گردشگری ورزشی	برقراری ارتباط
۳	ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای تبادل سریع و بی‌وقفه اطلاعات میان تمامی ذینفعان زنجیره تأمین گردشگری ورزشی	
۴	اشتراک‌گذاری اطلاعات میان اعضای زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی، از جمله تأمین‌کنندگان، اپراتورها و گردشگران ورزشی	
۵	آموزش و توسعه مهارت‌های مدیران و کارکنان مرتبط با زنجیره تأمین خدمات گردشگری	آموزش و توسعه
۴	ارتقاء توانایی‌ها و مهارت‌های کارکنان سازمان‌های گردشگری	
۶	مشخص کردن معیارهای عملکردی برای ارزیابی، اندازه‌گیری کیفیت و اثربخشی خدمات گردشگری ورزشی	ارزیابی عملکرد
۴	تقویت همکاری میان تمامی اجزای زنجیره تأمین، شامل سازمان‌های دولتی، تأمین‌کنندگان، اپراتورها و مراکز گردشگری، برای افزایش هماهنگی و کارایی در ارائه خدمات	
۸	وجود برنامه‌ریزی و طرح‌های جامع و کارآمد برای تمامی فرآیندهای ارائه خدمات گردشگری ورزشی	تعیین شاخص‌های عملکرد
۷	تدوین برنامه‌ها و استراتژی‌های مشترک بین تمامی ارکان زنجیره تأمین برای بهبود روند ارائه خدمات و هماهنگی بهتر در رویدادهای ورزشی	
۶	ارزیابی و اندازه‌گیری منظم عملکرد زنجیره تأمین از طریق ابزارهای دقیق و نظارت مستمر، برای شناسایی نقاط قوت و ضعف در فرایندها	
۵	بهینه‌سازی استفاده از منابع انسانی، مالی و فیزیکی در زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی، برای کاهش هزینه‌ها و بهبود عملکرد کلی	

نتایج نهایی تحقیق نشان داد؛ عوامل مؤثر بر مدیریت عملکرد خدمات گردشگری ورزشی در قالب ۵۸ تا نکات کلیدی، ۱۲ تا کد اولیه، ۵ تا مفهوم و ۲ تا مقوله متمرکز تبدیل شدند که این مضامین سازمان دهنده شامل عوامل چابکی عملکرد و توانمندی عملکرد هستند. شکل شماره (۱) شبکه تحلیل تماتیک تحقیق حاضر را نشان می‌دهد:



شکل ۱. شبکه تحلیل تماتیک

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری ورزشی با جذب گردشگران به مناطق مختلف برای شرکت در رویدادهای ورزشی، فرصتی برای ارتقاء کیفیت زندگی و بهبود زیرساخت‌ها ایجاد می‌کند؛ از این رو، اهمیت مدیریت صحیح عملکرد خدمات گردشگری ورزشی در جهت ارتقاء کیفیت خدمات و تجربه گردشگران، به‌ویژه در شرایط رقابتی امروز، امری ضروری است. مدیریت عملکرد خدمات گردشگری ورزشی با تمرکز بر بهبود مستمر فرآیندهای خدمات‌رسانی و ارائه تجربیات مثبت به گردشگران، می‌تواند نه تنها رضایت گردشگران را جلب کند، بلکه به ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی و اجتماعی کمک کند؛ این فرآیند شامل نظارت مستمر بر کیفیت خدمات، بهینه‌سازی زیرساخت‌ها، ارتقاء مهارت‌های کارکنان و استفاده از تکنولوژی‌های نوین است؛ از سوی دیگر، با مدیریت کارآمد خدمات گردشگری ورزشی، می‌توان با ایجاد پیوندهای قوی میان فرهنگ‌ها و تقویت تعاملات اجتماعی، به توسعه پایدار دست یافت. این امر نه تنها به جذب گردشگران بیشتر منجر می‌شود بلکه تأثیرات مثبتی بر رشد اقتصادی، ایجاد مشاغل جدید و ارتقای سطح استانداردهای خدمات ورزشی دارد.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد، عوامل چابکی عملکرد نقش مؤثری در زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی دارند و نتایج نشان می‌دهند که چابکی پاسخگویی و نوآوری خدمات، دو عامل کلیدی برای بهبود عملکرد خدمات

گردشگران ورزشی می‌باشند. یافته‌ها نشان دادند که چابکی پاسخگویی، به‌ویژه در مواجهه با سفارش‌های فوری و اضطراری، نقش بسیار مهمی در رضایت گردشگران ورزشی ایفا می‌کند. توانمندی و آمادگی بخش عرضه برای پاسخگویی سریع به نیازهای گردشگران، به‌ویژه در شرایط خاص و اضطراری، منجر به ارتقاء تجربه مشتریان و تقویت وفاداری آن‌ها می‌شود. در این زمینه مصاحبه شونده (P4) می‌فرماید، پاسخگویی سریع و توانایی سفارشی‌سازی خدمات، این امکان را فراهم می‌آورد که گردشگران ورزشی در هر لحظه نیازهای خاص خود را برآورده کنند. به‌عنوان مثال، ارائه خدمات متنوع و قابل انعطاف، از جمله تجهیزات تخصصی و فضاهای ورزشی مناسب، موجب کاهش زمان‌های انتظار و افزایش رضایت گردشگران می‌شود؛ این امر به نوبه خود به افزایش توان رقابتی و بهبود فرآیندهای گردشگری ورزشی کمک می‌کند. نتایج تحقیق گروچمانا و همکاران (۲۰۲۲) نتایج این بخش از یافته‌های تحقیق را تأیید می‌کنند؛ پیش‌بینی دقیق تقاضا و برنامه‌ریزی مؤثر برای رویدادهای ورزشی به منظور ارائه خدمات به موقع، تأثیر زیادی بر بهینه‌سازی فرآیندهای گردشگری و بهره‌وری در زنجیره تأمین دارد. همچنین یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که نوآوری در خدمات، یکی از محرک‌های اصلی موفقیت در زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی است. توسعه سرعت خدمات جدید و توانمندی در تسریع فرآیندهای ارائه خدمات به گردشگران ورزشی، با بهره‌گیری از فناوری و سیستم‌های اطلاعاتی، باعث تسهیل و بهبود تجربه مشتریان می‌شود. ایجاد وضوح و شفافیت در مراحل مختلف ارائه خدمات، از ثبت نام تا استفاده از خدمات ورزشی، به گردشگران این اطمینان را می‌دهد که خدمات به‌طور منظم و با کیفیت بالا ارائه می‌شود. نتایج تحقیق کردپیتک (۲۰۲۲) نتایج این بخش از یافته‌های تحقیق را تأیید می‌کنند؛ نتایج این بخش از تحقیق و تحقیق کردپیتک (۲۰۲۲) نشان داد، توانایی پاسخ به تغییرات بازار و پیش‌بینی تحولات در صنعت گردشگری ورزشی به‌ویژه در زمان‌هایی که نیاز به معرفی خدمات جدید است، باعث می‌شود که ارائه‌دهندگان خدمات بتوانند خدمات خود را با تحولات بازار هماهنگ کنند. استفاده از تکنولوژی‌های مدرن مانند سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری و برنامه‌ریزی منابع سازمان، به گردشگران ورزشی این امکان را می‌دهد که تجربه‌ای به‌روز و نوآورانه داشته باشند. این ویژگی‌ها نه تنها موجب ارتقاء کیفیت خدمات می‌شود، بلکه باعث جذب گردشگران جدید و حفظ مشتریان وفادار نیز می‌شود. به‌طور کلی می‌توان بیان کرد، چابکی پاسخگویی و نوآوری خدمات در زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی، عوامل حیاتی برای بهبود عملکرد و افزایش رضایت گردشگران ورزشی هستند. بخش‌های مختلف زنجیره تأمین باید توانمندی‌های خود را در زمینه پاسخگویی به درخواست‌های فوری، ارائه خدمات سریع و متنوع، و نوآوری در خدمات با بهره‌گیری از فناوری‌های روز افزایش دهند؛ این عوامل به افزایش رقابت‌پذیری، بهینه‌سازی فرآیندها و در نهایت، ارتقاء تجربه گردشگران ورزشی کمک می‌کنند. برای موفقیت در این صنعت، ارائه‌دهندگان خدمات باید به‌طور مستمر نسبت به تغییرات بازار واکنش نشان دهند و استراتژی‌های خود را با تحولات نیازهای مشتریان تطبیق دهند.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد، عوامل توانمندی عملکرد نقش مؤثری در زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی دارند و عوامل توانمندی خدمات، دسترسی عملکردی و ارزیابی عملکرد نقش حیاتی در بهبود عملکرد زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی ایفا کرده و موجب افزایش رضایت گردشگران و ارتقاء رقابت‌پذیری در این صنعت شود. یافته‌های تحقیق نشان دادند که توانمندی در ارائه خدمات برگشت و بهبود، به‌ویژه در مواجهه با مشکلات و نقص‌های احتمالی در فرآیندهای خدماتی، به افزایش رضایت گردشگران و جلب اعتماد آن‌ها کمک می‌کند. در این زمینه

مصاحبه شونده (P5) می‌فرماید، شناسایی سریع علل بروز مشکلات و اعمال اقدامات اصلاحی مؤثر، به گردشگران این اطمینان را می‌دهد که در صورت بروز هرگونه مشکل، خدمات به‌سرعت اصلاح شده و تجربه آن‌ها تحت تأثیر قرار نمی‌گیرد؛ از سوی دیگر، بهره‌وری خدمات با جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل بازخوردهای گردشگران و بهبود مستمر خدمات، موجب ارتقاء کیفیت و کاهش هزینه‌ها می‌شود؛ از این رو، به‌کارگیری روش‌های مؤثر برای ارزیابی و بهبود مستمر کیفیت خدمات، بخش مهمی از توانمندی در زنجیره تأمین گردشگری ورزشی است. یافته‌های تحقیق نشان داد، تعامل مؤثر و مثبت با گردشگران ورزشی، به‌ویژه از طریق ارتقاء رفتار مثبت کارکنان سازمان‌های گردشگری، می‌تواند دسترسی عملکردی گردشگران را بهبود بخشد و سطح رضایت آن‌ها را افزایش دهد. در این زمینه مصاحبه شونده (P7) می‌فرماید، مدیریت بهینه فرآیند توزیع خدمات و تحویل به‌موقع آن‌ها، کلید اصلی برای حفظ رضایت و وفاداری مشتریان است؛ علاوه بر این، مشارکت گردشگران ورزشی در فرآیندهای مختلف خدمات، چه در توسعه، نگهداری یا بهبود خدمات، می‌تواند به ارتقاء کیفیت و ابتکارات نوآورانه کمک کند. یافته‌های تحقیق نشان داد، ارتباطات مؤثر و پایدار با گردشگران ورزشی و تقویت ارتباطات داخلی در سازمان‌ها به‌عنوان عواملی کلیدی در ارزیابی عملکرد خدمات گردشگری ورزشی باشد. ارتباط مستمر و اشتراک‌گذاری اطلاعات میان تمامی اعضای زنجیره تأمین می‌تواند از بروز مشکلات و اختلالات در فرآیندهای خدمات جلوگیری کند. در این زمینه مصاحبه شونده (P3) می‌فرماید، آموزش و توسعه مهارت‌های مدیران و کارکنان مرتبط با زنجیره تأمین، به‌ویژه در زمینه ارزیابی و نظارت بر کیفیت خدمات، می‌تواند نقش به‌سزایی در بهبود عملکرد و کارایی کلی سازمان‌های گردشگری داشته باشد. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که توانمندی‌های مختلف در زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی از جمله توانمندی خدمات، دسترسی عملکردی و ارزیابی عملکرد، به‌طور مستقیم بر کیفیت خدمات و رضایت گردشگران اثر می‌گذارند. بهبود مستمر فرآیندها، تقویت ارتباطات داخلی و خارجی، بهره‌گیری از بازخوردهای گردشگران و مشارکت فعال آن‌ها در ارائه خدمات، از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند عملکرد کلی زنجیره تأمین را ارتقاء دهند. سازمان‌های گردشگری ورزشی باید بر اساس این عوامل توانمندی، استراتژی‌هایی را برای بهبود مستمر کیفیت خدمات و افزایش رقابت‌پذیری خود در بازار تدوین کنند. همچنین، ارزیابی مداوم عملکرد و بهبود مستمر خدمات باید به‌عنوان اولویت اصلی در فرآیندهای داخلی سازمان‌های گردشگری ورزشی قرار گیرد.

در صنعت گردشگری ورزشی، توانمندی عملکرد و چابکی عملکرد به‌عنوان دو عامل کلیدی در بهبود کیفیت خدمات و جلب رضایت گردشگران ورزشی مطرح هستند؛ توانمندی عملکرد به سازمان‌های گردشگری ورزشی این امکان را می‌دهد که از منابع خود به‌طور بهینه استفاده کرده و با کیفیت بالا خدمات خود را به گردشگران ارائه دهند. این توانمندی شامل مواردی همچون بهره‌وری در فرآیندها، بهبود مستمر خدمات و شناسایی و اصلاح نقص‌ها در سریع‌ترین زمان ممکن است. از سوی دیگر، چابکی عملکرد به سازمان‌ها کمک می‌کند که به‌سرعت به تغییرات نیازها و شرایط بازار واکنش نشان دهند، فرآیندهای خود را تطبیق دهند و نوآوری‌های لازم را در ارائه خدمات جدید به گردشگران ورزشی اعمال کنند. ترکیب این دو عامل در زنجیره تأمین خدمات گردشگری ورزشی، به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا نه تنها خدمات با کیفیت بالا ارائه دهند، بلکه قادر به واکنش سریع به درخواست‌ها و نیازهای فوری

گردشگران باشند. برای مثال، توانمندی در ارائه خدمات با کیفیت می‌تواند گردشگران را راضی نگه دارد، در حالی که چابکی باعث می‌شود که این خدمات به‌طور سریع و به‌موقع به آن‌ها تحویل داده شوند. در این راستا، سازمان‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از توانمندی در بهبود زیرساخت‌ها و نوآوری در خدمات، به‌طور مؤثری به تغییرات بازار و نیازهای گردشگران پاسخ دهند. به‌عنوان مثال، ارائه خدمات منحصر به فرد یا بسته‌های ویژه به گردشگران ورزشی، با استفاده از اطلاعات به‌روز و سیستم‌های مدیریت پیشرفته، می‌تواند منجر به افزایش رضایت گردشگران و تداوم حضور آنان در رویدادهای ورزشی شود.

با توجه به نتایج تحقیق می‌توان، پیشنهادهای کاربردی برای تحقیق حاضر به کار برد:

- ایجاد سامانه‌های هوشمند و ربات‌های برای پاسخگویی سریع به درخواست‌ها و سفارشات فوری گردشگران ورزشی می‌تواند به‌طور ۲۴ ساعته و در هر زمان پاسخ‌گویی گردشگران به درخواست‌های ساده و تکراری را انجام دهند.
- بهبود و بهینه‌سازی فرآیندهای پذیرش و تحویل خدمات، به‌ویژه در مکان‌های شلوغ و رویدادهای ورزشی بزرگ، به‌طوری که گردشگران مجبور به صرف زمان زیاد برای دریافت خدمات نشوند.
- بهره‌گیری از فناوری‌هایی مانند واقعیت مجازی و واقعیت افزود برای بهبود تجربه گردشگران ورزشی در هنگام استفاده از خدمات مختلف می‌تواند به‌ویژه در آموزش‌های ورزشی یا شبیه‌سازی شرایط مسابقات به‌کار گرفته شوند.
- همکاری با استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناوری برای شناسایی و به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید مانند سیستم‌های مدیریت پیشرفته یا اپلیکیشن‌های موبایلی که فرآیندها را ساده و تجربه مشتری را بهبود می‌دهند.
- ایجاد سیستم‌های بازخورد آنلاین یا آفلاین برای دریافت نظرات و شکایات گردشگران و تحلیل آن‌ها برای اعمال تغییرات و بهبود مستمر خدمات می‌تواند به افزایش کیفیت خدمات گردشگری ورزشی کمک شایانی کند.
- استفاده از سیستم‌های مدیریت منابع برای کاهش هزینه‌ها و بهینه‌سازی فرآیندهای عملیاتی می‌تواند به شناسایی و حذف فعالیت‌های غیرضروری کمک کنند تا هزینه‌ها کاهش یابد و سودآوری افزایش یابد.
- مدیریت بهینه فرایندهای توزیع خدمات و تحویل به‌موقع آن‌ها به گردشگران ورزشی از طریق استفاده از سیستم‌های مدیریت سفارشات و خدمات آنلاین گردشگران کمک می‌کند تا به‌راحتی و بدون تأخیر از خدمات مورد نیاز خود بهره‌مند شوند.
- تعیین و به‌کارگیری شاخص‌های عملکردی مناسب برای ارزیابی کیفیت خدمات و پیشرفت اهداف باید به‌طور مستمر ارزیابی شوند و بر اساس آن‌ها تصمیمات اصلاحی اتخاذ شود.

منابع

- حیدری چیانه، رحیم؛ احمدیان، مهدی. (۱۳۹۸). "تحلیل روابط ساختاری تصویر مقصد، وفاداری و رضایت گردشگران در کلان‌شهر تبریز". فصلنامه گردشگری شهری، ۶ (۴)، ۱۷۴-۱۵۷.

- خدادادی، محمدرسول؛ بدری آذرین، یعقوب؛ وطن ماشی الجبر، مهند. (۱۴۰۳). "تحلیل عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری ورزشی در عراق". جغرافیا و روابط انسانی. doi: 10.22034/gahr.2024.477941.2266
- دهقان خاوری، سعید؛ درخش، سعیده. (۱۴۰۰). "تحلیل ساختار عوامل مؤثر در مدیریت زنجیره تأمین صنعت هتل‌داری با استفاده از رویکرد نگاشت شناختی فازی". مدیریت زنجیره تأمین، ۲۳ (۳۰)، ۳۷-۵۴.
- زواری، زینب؛ مزروعی نصرآبادی، اسماعیل؛ صادقی آرانی، زهرا. (۱۴۰۱). "ارائه مدل همکاری در زنجیره تأمین گردشگری پزشکی". فرهنگ و ارتقای سلامت، ۶ (۲)، ۳۶۴-۳۶۰.
- سجادی، سید نصراله. (۱۳۹۲). "مدیریت بازاریابی ورزشی با تأکید بر آمیخته بازاریابی". انتشارات پیشگامان توسعه، چاپ اول، تهران، ایران.
- سجادی، سید نصراله. (۱۳۹۲). "مدیریت بازاریابی ورزشی با تأکید بر آمیخته بازاریابی". انتشارات پیشگامان توسعه، چاپ اول، تهران، ایران.
- شهبازی، رضا؛ جلالی فراهانی، مجید؛ خبیری، محمد. (۱۳۹۸). "بررسی و رتبه‌بندی نقش رسانه‌های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی شهر تبریز". مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۷ (۲۵)، ۷۷-۸۴.
- علوی، سلمان؛ کروی، مهدی؛ ذبیحی، اسماعیل؛ علوی، سید حسین. (۱۳۹۹). "کوید ۱۹ و گردشگری ورزشی: شناسایی پیامدها و ارائه راهکار". فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵ (۱۹)، ۱-۳۲.
- علیدوست قهفرخی، ابراهیم؛ خدادادی، محمدرسول؛ شهبازی، رضا. (۱۴۰۳). "شناسایی عوامل مؤثر بر بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران". جغرافیا و روابط انسانی. doi: 10.22034/gahr.2024.485690.2297
- eeeee e ll 0*00000 ffffff ff fff ff nnnmmnsssss
relationship commitmen nn eereeee rennnnmpp mii neennnce nnd deeepppmen""
Journal of the Academy of marketing science, 38 (3), 303-325.
- nnnnnnn Tuu T kkkkkkk T 000000LLnnd uee subbbh aniiii ii rurll
mmmmmmmmeeeee TTTTTTTTTTTTT Management, 75-88.
- Cho, D. W., Lee, Y.H., Ahn, S.H., M 2222222 frmnerrr krrrrmeasuring
eee perrrrmnce ... eereeee uupp chann oo mpueer & ndurrll Engineering, 62,
801-818.
- Elll nnnn B 88888888Supp iii n Mnneemen rr accæ nn Professional Football
Clubs: A European ee rppceeee eeeee eence EurAAA tt rrr Wttt iii eer
Edinburgh.
- T 3333333EEETTT MTTTT MNNEEME STTTEM NN
PLATFORM SPORTS TOURISM BASED ON CELL PHONES AND INTERNET
TTTTSSSS SSSSSSSSSill eira De Medicina Do Esporte, 29, 1-5.
- Giango, M.K., Hintapan, R., Suson, M., Batican, I., Quiño, L., Capuyan, L., Anoos,
J.M., Batoon, J., Aro, J.L., Maturan, F., Yamagishi, K., Gonzales, G., Burdeos, A.,
Ocampo, L. (2022). LLocSSSprrSSSSSrTTTilirmmDevelopment: An Integration

