

تحلیل نقش توانمندیهای شهرستان های استان اصفهان در توسعه گردشگری ورزشی

ایمان چقاجردی^۱، رضا مختاری ملک آبادی^۲، لعلیا جلیلیان^۳

^۱ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، گروه جغرافیا، واحد نجف آباد دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، اصفهان

^۲ دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه پیام نور تهران

^۳ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه پیام نور تهران

نویسنده مسئول: ichaghajardi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۵/۲۸ / تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۷/۴

چکیده

گردشگری ورزشی بخشی از گردشگری به شمار می آید که از تلفیق ورزش و گردشگری به وجود آمده است و با سرعت بالایی در حال رشد و تبدیل شدن به صنعتی بزرگ و مستقل است. هدف از این پژوهش تحلیل نقش توانمندیهای شهرستان های استان اصفهان در توسعه گردشگری ورزشی می باشد. روش پژوهش براساس هدف کاربردی و بر اساس ماهیت توصیفی - تحلیلی است. جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه و آمار نامه استان اصفهان و جهت تحلیل داده ها از نرم افزار EXPERT CHOICE استفاده شده است. جهت رتبه بندی از مدل رتبه بندی منطقه ای ویکور (VIKOR) و برای وزن دهی آن از مدل AHP استفاده گردیده است. و از مدل ارزیابی SWOT برای تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در بخش گردشگری ورزشی استفاده شده است. نتایج حاصله از این پژوهش نشان داد شهرستان های اردستان، نایین، گلپایگاندر سه سطح اول و شهرستان های مبارکه، اصفهان و فریدن در سه سطح آخراز نظر شاخص های گردشگری ورزشی قرار دارند و موقعیت جغرافیایی مناسب استان مهمترین نقطه قوت، کمبود زیر ساخت های ورزشی مهمترین نقاط ضعف، رونق اشتغال در بخش های مختلف مهمترین فرصت و از بین رفتن تدریجی منابع طبیعی مهمترین تهدید در زمینه گردشگری ورزشی استان باشند با توجه به نتایج به دست آمده از جدول عوامل داخلی و خارجی گردشگری ورزشی استان اصفهان استراتژی های SO (تهاجمی) دارای بیشترین وزن می باشد. بنابراین استان اصفهان دارای توانمندی برای توسعه گردشگری ورزشی می باشد.

کلیدواژه: گردشگری، گردشگری ورزشی، استان اصفهان، مدل SWOT و VIKOR و AHP

مقدمه

۲۰۰۹ که تعداد گردشگران ورودی ۸۸۲ میلیون نفر بوده است نشان دهنده نرخ رشد ۴/۶ درصد نسبت به سال گذشته است (سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۱۲). صنعت نوین گردشگری ورزشی یکی از اقتصادی ترین فعالیت ها در فرایند رشد ملی کشورها به ویژه از جهت اشتغال و درآمدزایی و رونق مناطق مختلف تلقی می شود. رابطه ی متقابل ورزش و گردشگری در دنیای امروز خیلی به هم نزدیک شده است. ورزش و برگزاری رویدادهای ورزشی به رشد گردشگری کمک می کند و متقابلاً ورزش هم یکی از فعالیت های مهم گردشگران بوده و لذا گردشگری هم باعث رشد ورزش میشود. در این میان اثرات مختلف گردشگری ورزشی، به ویژه اثرات ارزشمند اقتصادی آن برای جوامع موضوع مورد علاقه ی محققان بسیاری در جهان بوده است و نتایج حاصل از تحقیقات آنها، نقش مؤثری در ایجاد انگیزه در دولت

امروزه صنعت گردشگری به عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی های بارز و منحصر به فرد بخش مهمی از فعالیت های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است (صیاح کرمانی، ۱۳۷۹: ۵۸). براساس آمار نامه سازمان جهانی گردشگری، بزرگ ترین سازمان در صنعت گردشگری جهانی اکنون بخش صنعت گردشگری، به طور مستقیم یا غیر مستقیم بیش از ۲۰۰ میلیون فرصت شغلی تمام وقت، پاره وقت و فصلی بوجود آورده است. براساس گزارش سالیانه، ۲۰۱۳ این سازمان در سال ۲۰۱۲ بالغ بر ۱ میلیارد نفر گردشگر در سراسر دنیا از کشوری به کشور دیگر سفر کرده اند که یک رکورد بی نظیر بر جای گذاشته است. در سال ۲۰۱۱ این آمار ۱۳۸ میلیون نفر را نشان می دهد که این آمار در مقایسه با سال ۲۰۱۰ که تعداد گردشگران ۹۴۰ میلیون نفر و سال

مبانی نظری

طرح مجموعه فعالیت های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یکسب و حداکثر یکسال در آنجا اقامت میکنند و هدف از مسافرت آنان گذراندن اوقات فراغت و بغیر از اشتغال و کسب و کار میباشد (احمدی، ۱۳۹۱: ۸). در مسابقاتی که اتحادیه بین المللی گردشگری برای به دست آوردن یک تعریف جامع از گردشگری گذاشته بود، تعریف زیر از میان تعاریف به دست آمده برگزیده شده، برطبق این تعریف، گردشگری عبارت از مجموعه تغییرات مکانی انسانها و فعالیت هایی است که از آن منتج میشوند. این تغییرات خود ناشی از به واقعیت پیوستن خواسته ایی است که انسان را به جابجایی وادار میکند و بالقوه در هر شخصی باشد تضعف متفاوت وجود دارند (رضوانی، ۱۳۸۵: ۱۵). گردشگری ورزشی شامل هرگونه سفر از محل اقامت جهت شرکت در یک فعالیت ورزشی تفریحی یا رقابتی، مشاهده ورزشی در سطوح آماتور یا حرفه های و یا بازدید و مشاهده یک جاذبه ورزشی می باشد (پروز، ۲۰۰۷: ۵). سفری تفریحی که در آن افراد برای مشارکت و تماشای فعالیت های بدنی و جاذبه های مرتبط با فعالیت های بدنی، به طور موقتی از اجتماع محدوده زندگی خود دور می شوند و سفری که به دلایل غیر شغلی برای مشارکت یا مشاهده فعالیت های ورزشی به محلی دور از محدوده زندگی روزمره انجام می گیرد (ویلیامز و اسپریر، ۱۹۹۰)

قلمرو مکانی تحقیق

استان اصفهان با مساحتی حدود ۱۰۷۰۰۰ کیلومتر مربع بین ۳۰ درجه و ۴۵ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۳۰ دقیقه عرض شمالی و ۴۹ درجه و ۳۶ دقیقه تا ۵۵ درجه و ۳۰ دقیقه طول شرقی قرار دارد این استان در بخش مرکزی فلات ایران قرار گرفته و از شمال به استان مرکزی و استان سمنان، از جنوب به استان فارس، از شرق به استان های یزد و خراسان و از مغرب به استان های لرستان و چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد محدود می شود. در مغرب این استان رشته کوه های زاگرس با جهت شمال غربی - جنوب شرقی و در قسمت های شرقی و شمالی استان به جز ارتفاعات کرکس سرزمین های پست و هموار کویری قرار دارند (شفقی، ۱۳۸۶: ۲۱) بر اساس آخرین تقسیمات کشوری در سال ۱۳۹۲ استان اصفهان دارای ۲۴ شهرستان، ۵۰ بخش، ۱۰۷ شهر و ۱۲۷ دهستان می باشد (دفتر آمار و اطلاعات و GIS، ۱۳۹۲) که در نقشه شماره ۱ موقعیت

مردان و سیاست گذاران برای تلاش در توسعه گردشگری ورزشی داشته است. (گیسون و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۷۰-۱۶۰) در مقاله ای به بررسی رویداد گردشگری ورزشی در شش رویداد در زمان ۱۸ ماه، در مورد متغیر اقتصادی پرداختند و به این نتایج رسیدند که حضور تماشاگران در محل برگزاری، باعث رفاه مالی افرادو ایجاد شغل و تزریق پول در آن جامعه می شود. (کنلی و توهی، ۲۰۱۴: ۲۶۷-۲۵۵) در مقاله ای به بررسی اتحاد استراتژیک در گردشگری ورزشی در مورد سازمان ورزش ملی و اپراتورها تور ورزشی پرداختند و به این نتایج رسیدند که سازمان ورزش می تواند نقش مهمی در به حداکثر رساندن گردشگری از رویدادهای مهم بازی و همچنین نشان می دهد که در مقیاس کوچکتر، 'پایین به بالا' اتحاد متقابل بخش می تواند به حداکثر رساندن گردشگری از رویدادهای مهم ورزشی کمک می کند. (موسوی، ۱۳۹۳: ۱) در پایان نامه خود با عنوان نقش ابعاد مختلف کیفیت خدمات گردشگری در رضایت و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی با استفاده از پرسشنامه شانک پرداخت و این نتایج رسید که که عوامل مختلفی بر رضایتمندی و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی مؤثرند که بایستی برای همه ی آن ها برنامه ریزی نمود. (شهریاری و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۰-۵۵) در مقاله ای به شناسایی اتحاد های استراتژیک در توسعه گردشگری ورزشی استان های شمالی ایران پرداختند و به این نتایج رسیدند که تشکیل اتحاد های استراتژیک در توسعه گردشگری ورزشی، به ویژه در مناطقی که از نظر جاذبه های طبیعی گردشگری قوی هستند، مهم بوده و لزوم توجه ویژه به این امر را نشان می دهد. (عبداله زاده و همکاران ۱۳۹۴: ۲۸۳-۲۶۷) در مقاله ای به بررسی رضایتمندی گردشگران ورزشی از زیرساخت های اقامتی (هتل ها) در شهر تبریز پرداختند و به این نتایج رسیدند که گردشگران ورزشی از زیرساخت های اقامتی هتل های شهر تبریز رضایت نسبی داشته اند. (چقاجردی و مختاری، ۱۳۹۵: ۱۷۲-۱۶۱) در مقاله ای به سطح بندی شهرستان های استان اصفهان از لحاظ زیر ساخت های گردشگری ورزشی با استفاده از مدل HDI پرداختند و به این نتایج رسیدند که تمامی شهرستان های استان اصفهان دارای سطح توسعه یافتگی محروم می باشند شهرستان های استان اصفهان با دارا بودن منابع و جاذبه های متعدد طبیعی و انسانی می تواند باعث توسعه گردشگری ورزشی شود اما باتوجه به مشکلاتی همچون کمبود زیرساخت های ورزشی و عدم مدیریت مناسب نتوانسته به طور مناسب توسعه یابد این مسائل باعث گردید تا محققان به بررسی این موضوع بپردازند.

⁴ Preuss

⁵ Williams & Schreyer

² Gibson et al

³ Kennelly and Toohey

شهرستان های استان اصفهان نشان داده شده است.

محاسبه ضریب سازگاری

$$CR = \frac{Ci}{Ri}$$

همچنین در این تکنیک مقدار ضریب سازگاری باید کمتر از ۰/۱ باشد و در غیر این صورت نشان دهنده عدم دقت و عدم کارشناسی صحیح در دادن وزن معیارها می باشد (ساتی، ۱۹۸۰: ۱۴). در این پژوهش برای الویت بندی شهرستان های استان اصفهان از نظر گردشگری ورزشی ۱۴ شاخص انتخاب و از دو مرحله اول جهت وزن دهی استفاده گردیده است. بدین منظور هر کدام از شاخص ها در مدل تحلیل سلسله مراتبی AHP مورد ارزیابی و مقایسه دو دویی قرار گرفته و هر کدام از شاخص ها وزنی را به خود اختصاص داده اند. نتایج وزن دهی شاخص های انتخاب شده در جدول ۱ آورده شده است. پس از ایجاد ماتریس مقایسه دو به دو بی، وزن نهایی معیارها (که جمع جبری آنها برابر یک است)، محاسبه گردید. برای تعیین درجه دقت و صحت وزن دهی از شاخص ضریب سازگاری (Ci) استفاده گردید. که این شاخص باید ۰/۱ یا کمتر از آن باشد تا وزن دهی صحیح بوده در غیر این صورت وزن های نسبی داده شده به معیارها بایستی تغییر یابند که با توجه به روش فوق، وزن دهی برای هر یک از معیارها انجام شده و نتایج آن در جدول ۲ درج گردیده است. شاخص سازگاری بدست آمده برای وزن دهی به معیارهای شانزده گانه نیز معادل معیار ۰/۰۴ بوده است که این نشان دهنده دقت و صحت وزن دهی به معیارها بوده است.

الویت بندی جاذبه ها بر اساس تکنیک VIKOR

الگوهای تصمیم گیری چند معیاره از جمله الگوهای تصمیم گیری است که در دو دهه اخیر از استقبال بالایی برخوردار بوده است. این راهکارها و الگوها، کاربرد بسیار گسترده ای در تصمیم گیری های پیچیده (هنگامی که معیارهای متعدد و گاه متضاد وجود دارند) پیدا نموده اند. قدرت بسیار بالای این راهکارها در کاهش پیچیدگی تصمیم گیری، استفاده همزمان از معیارهای کیفی و کمی و اعطای چهارچوب ساختارمند به مسائل تصمیم گیری و نهایتاً کاربرد آسان آنها باعث شده است تا به عنوان ابزار دست تصمیم گیران خطه های مختلف مورد استفاده قرار گیرد (مهرجودی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۹). شیوه های تصمیم گیری چند شاخصه گوناگون است و هر کدام ویژگی ها و شرایط کاربرد خاص خود را دارد. یکی از مهم ترین شیوه هایی که مورد استفاده قرار گرفته است روش VIKOR می باشد. ویکور یک روش MADM توافقی است که توسط آپریکوویک توسعه یافت (امیری و فراهانی، ۱۳۹۲: ۱۵).

الف. محاسبه مقادیر نرمال شده

روش پژوهش

روش پژوهش براساس هدف کاربردی و بر اساس ماهیت توصیفی-تحلیلی است. در راستای شناخت قابلیت های موجود شهرستان های واقع در استان اصفهان از آمار ثانویه موجود در آمارنامه ها و ... استفاده شده و در مواردی از پرسشنامه و آمار اولیه نیز استفاده خواهد شد. جهت رتبه بندی شهرستانها و تعیین اختلاف سطوح توسعه در زمینه گردشگری ورزشی از مدل های رتبه بندی منطقه ای مانند ویکور (Vikor) برای وزن دهی آن از مدل AHP استفاده خواهد شد. لازم به ذکر است در جهت شناخت نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهای موجود از مدل برنامه ریزی استراتژیک SWOT بهره خواهیم برد.

یافته ها

بحث وزن دهی معیارها بر اساس تکنیک AHP

فرایند تحلیل سلسله مراتبی یکی از کارآمدترین تکنیک های تصمیم گیری چند منظوره برای وضعیت های پیچیده که سنجه های چندگانه و متضاد دارند، ابزار تصمیم گیری نرمش پذیر و در عین حال قوی به شمار می رود که اولین بار توسط توماس ال ساعتی در ۱۹۸۰ مطرح شد (قدسی پور، ۱۳۸۵: ۱۸). این مدل بر اساس مقایسه های زوجی بنا نهاده شده و امکان بررسی سناریوهای مختلف را به مدیران می دهد (تیموری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۶۲). به طور کلی این روش شامل سه گام کلی می باشد که به شرح زیر بیان می شوند؛ مرحله اول: که شامل آماده سازی داده ها و تشکیل ماتریس دوتایی که این کار با در نظر گرفتن مقیاس ۹ کمی ال ساعتی که بر اساس اهمیت معیارها از ۱ تا ۹ وزن می گیرند. مرحله دوم: محاسبه وزن نهایی معیارها که برای این کار اعداد هر کدام از ستون ها و ردیف ها در هم ضرب می شوند و سپس حاصل ضرب وزن ها را به توان N ام و در نهایت برای محاسبه وزن نهایی معیارها وزن های نرمال نشده هر ردیف را به مجموع کل وزن های نرمال نشده تقسیم می شود. که مجموع کل وزن های نهایی باید برابر با ۱ باشد (زبردست، ۱۳۸۰: ۳۶). مرحله سوم: به دست آوردن نسبت توافق که خود دارای چهار مرحله است: محاسبه AW: که برای تعیین مقدار بردار باید هر کدام از وزن ها به مقدار وزن معیار ضرب شوند.

محاسبه بردار توافق

$$L = \frac{1}{N} \left[\sum_{I=1}^N \left(\frac{AW}{WI} \right) \right]$$

محاسبه شاخص سازگاری

$$Ci = \frac{L-n}{n-1}$$

فرض می کنیم m گزینه و n معیار داریم. گزینه های مختلف i بعنوان x_i مشخص شده اند. برای گزینه x_j رتبه جنبه زام بعنوان x_{ij} مشخص شده است و برای سایر گزینه ها نیز همین طور. x_{ij} ارزش و مقدار معیار زام است. برای فرایند نرمال سازی مقادیر، جایی که x_{ij} ارزش اصلی گزینه i آم و بعد زام است:

رابطه (۱)

$$f_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^n x_{ij}^2}}, i=1,2,\dots,m; j=1,2,\dots,n$$

ب. تعیین راه حل ایده آل مثبت و منفی

بهترین و بدترین هریک از مقادیر در هر معیار را شناسایی می کنیم و به ترتیب f_j^* و f_j^- می نامیم.

رابطه (۲)

$$f_j^+ = \{(\max f_{ij} | i \in J) \text{ or } (\min f_{ij} | j \in J) | i=1,2,\dots,m\} = \{f_1^+, f_2^+, \dots, f_j^+, \dots, f_n^+\}$$

رابطه (۳)

$$f_j^- = \{(\min f_{ij} | i \in J) \text{ or } (\max f_{ij} | j \in J) | i=1,2,\dots,m\} = \{f_1^-, f_2^-, \dots, f_j^-, \dots, f_n^-\}$$

ج. تعیین وزن معیارها

اوزان معیارها باید برای بیان اهمیت روابط آن ها محاسبه شده باشد. که در این پژوهش از روش تحلیل سلسله مراتبی AHP استفاده گردیده است.

د. محاسبه فاصله گزینه ها از راه حل ایده آل

این مرحله محاسبه فاصله هر گزینه از راه حل ایده آل و سپس حاصل جمع آن ها برای ارزش نهایی بر اساس روابط ذیل است:

رابطه (۴)

$$S_i = \sum_{j=1}^n w_j (f_j^* - f_{ij}) / (f_j^* - f_j^-)$$

رابطه (۵)

$$R_i = \text{Max} [w_j (f_j^* - f_{ij}) / (f_j^* - f_j^-)]$$

جایی که S_i بیانگر نسبت فاصله گزینه آام از راه حل ایده آل مثبت (بهترین ترکیب) و R_i بیانگر نسبت فاصله گزینه آام از راه حل ایده آل منفی (بدترین ترکیب) می باشد. برترین رتبه بر اساس ارزش S_i و بدترین رتبه بر اساس ارزش R_i به دست می آید.

و. محاسبه مقدار ویکور Q_i

این مقدار برای هریک از آن ها بصورت زیر تعریف می شود:

رابطه (۶)

$$Q_i = v \left[\frac{S_i - S^*}{S^- - S^*} \right] + (1-v) \left[\frac{R_i - R^*}{R^- - R^*} \right]$$

عبارت دیگر موافقت اکثریت برای نسبت آام.

مخالفت با نسبت گزینه آام است. بنابراین هنگامی که مقدار v بزرگتر از 0.5 باشد شاخص Q_i منجر به اکثریت موافق می شود. و هنگامی که مقدار آن کمتر از 0.5 می شود شاخص Q_i بیانگر نگرش منفی اکثریت است.

ه. رتبه بندی گزینه ها بر اساس مقادیر Q_i

در این مرحله بر اساس مقادیر Q_i محاسبه شده در گام قبل، گزینه ها را رتبه بندی کرده و تصمیم گیری می نماییم. لازم به ذکر است گزینه ای که کمترین وزن به آن اختصاص داده شده است به عنوان بهترین گزینه شناخته می شود.

تشکیل ماتریس تصمیم گیری

پس از جمع آوری داده ها از طریق مطالعه میدانی، اسنادی و کتابخانه ای، ماتریس داده های خام هر یک از معیارها در محدوده مورد مطالعه تعریف شد. ماتریس تصمیم گیری متشکل از گزینه ها (ستون ها) و معیارها (سطرها) است. گزینه های ما ۲۴ شهرستان استان اصفهان و معیارهای ما ۱۴ معیاری هستند که در قسمت تحلیل سلسله مراتبی به آن ها اشاره گردید. نتایج داده های خام شاخص بندی به ازای هر ۱۰۰۰ نفر برای هریک از گزینه ها در جدول (۳) آورده شده است.

نرمال سازی ماتریس تصمیم گیری

پس از تشکیل ماتریس تصمیم گیری نرمال سازی این ماتریس از طریق رابطه (۱) انجام می گیرد. نتایج نرمال سازی داده های خام در جدول (۴) آورده شده است.

تشکیل ماتریس وزین

در این مرحله ماتریس نرمالیزه شده حاصل از رابطه (۱) در وزن هر یک از شاخص ها که از طریق روش تحلیل سلسله مراتبی AHP به دست آمده ضرب می گردد. ماتریس وزین در جداول (۵) آورده شده است.

تعیین راه حل ایدئال مثبت و منفی

در این مرحله بالاترین ارزش f_j^* و پایین ترین ارزش f_j^- توابع معیار را از ماتریس وزین شده استخراج می کنیم. برای مثال در معیار سالن چند منظوره بالاترین ارزش متعلق به شهرستان دهقان با آماره 0.08 بوده است. (جدول ۶).

محاسبه فاصله گزینه‌ها از راه حل ایده آل

در این مرحله فاصله هر گزینه از راه حل ایده آل مثبت محاسبه شده و سپس تجمیع آن‌ها بر اساس رابطه‌های (۴ و ۵) محاسبه می‌گردد. به عبارت دیگر در این مرحله پس از محاسبه ماتریس نرمالیزه شده و ماتریس وزن و استخراج بالاترین و پایین‌ترین ارزش برای هر معیار به منظور محاسبه شاخص ویکور که بر اساس آن رتبه‌بندی گزینه‌ها صورت می‌گیرد؛ ارزش S_j (شاخص مطلوبیت) و R_j (شاخص نارضایتی) محاسبه می‌گردد. لازم به ذکر است شاخص مطلوبیت از جمع معیارها در جدول فاصله‌ها از گزینه راه حل ایده آل برای هر گزینه و شاخص نارضایتی از بالاترین (MAX) عدد موجود در معیارهای یک گزینه به دست می‌آید. فاصله گزینه‌ها از راه حل ایده آل در جدول (۷) و شاخص مطلوبیت و نارضایتی برای هر دو جامعه آماری در جدول (۸) آورده شده است.

محاسبه شاخص ویکور و رتبه بندی

در این مرحله شاخص ویکور که همان امتیاز نهایی هر گزینه است بر اساس رابطه (۶) محاسبه می‌شود. مقدار Q بیانگر رتبه نهایی هر گزینه از مجموع ۱۴ معیار مورد مطالعه است. این مقدار بین عدد صفر تا یک تعیین می‌گردد و هر چه عدد گزینه‌ها به صفر نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده الویت بهتر (رتبه‌های بالا) و هر چه به عدد یک نزدیک‌تر باشد نشانگر الویت پایین (رتبه‌های پایین) است. همانطور که در جدول (۹) مشاهده می‌گردد شهرستان اردستان در رتبه اول از الویت بندی گردشگری ورزشی، نایین در رتبه دوم، گلپایگان در رتبه سوم، خوانسار در رتبه چهارم، تیران و کران در رتبه پنجم قرار داشته اند. شهرستان های مبارکه، اصفهان و فریدن به ترتیب در رتبه های آخر از الویت بندی قرار گرفته اند.

مدل SWOT

تحلیل نقاط قوت ضعف فرصت ها و تهدیدها ابزار کاربردی گسترده ی تحلیل محیط داخلی و خارجی به منظور کسب موفقیت در پشتیبانی و ارائه روشی سیستماتیک برای موفقیت های تصمیم گیری راهبردی به شمار می آید. (راچ ۲۰۰۷: ۴۱۴) تاریخچه این روش به پروژه ای مربوط می شود که در خلال سال های ۱۹۷۰-۱۹۶۰ به رهبری آلبرت هامفری در دانشگاه استنفورد در حال انجام بود روش سوات تفکری است سیستماتیک برای تشخیص جامع و کامل از عوامل موثر مربوط به یک محصول جدید تکنولوژی مدیریت ویا برنامه ریزی است (گنکاس و همکاران ۲۰۰۴: ۸۹) این مدل فرآیند ایجاد یک برنامه ی دراز مدت برای هدایت سازمان به سوی یک هدف است. این فرآیند بررسی میکند سازمان در حال حاضر در کجا قرار دارد، فرصتها و تهدیدهای موجود را ارزیابی میکند (شرسستا و

همکاران ۲۰۰۴: ۱۸۶)، اینکه چه سرنوشتی مطلوب تراست و چگونه میتوان به آنجا رسید را تعیین میکند فرآیند الگوی سوات میتواند، مرحله ی اولیه از یک تحلیل با هدف نهایی ارائه و اتخاذ خط مشی های لازم برای تناسب میان عوامل داخلی و خارجی باشد در واقع میتوان آنرا یک مدیریت راهبردی قلمداد کرد که به مفهوم بررسی محیطی (هم محیط داخلی و هم محیط خارجی)، تدوین راهبرد (برنامه ریزی دراز مدت یا راهبردی)، اجرای راهبرد، ارزیابی و همچنین عوامل درونی و بیرونی، نه تنها باید به شناسایی و یژگی یا شایستگی های بارز مجموعه، توانایی ویژه، منابع تحت اختیار و روش اصلی استفاده از آنها کمک کند، بلکه باید در بهره برداری از آنها نیز راه گشا باشد (تقوایی و کیومرثی، ۱۳۹۱: ۲۴). گام اول الگوی سوات، تهیه ی فهرستی از فرصتها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف است این فهرست عوامل، برای گردشگری ورزشی استان اصفهان تهیه شد. در گام دوم، از طریق پرسشنامه در قالب میزان اهمیت و ضریب نهایی هر یک از عوامل با توجه به امتیاز پرسشنامه و رتبه ی اختصاصی محاسبه شد تعداد حجم نمونه ۴۹ نفر از متخصصان گردشگری و ورزش استان اصفهان بوده که از این تعداد ۲۰ نفر زن و ۲۹ نفر مرد می باشد.

ارزیابی عوامل دورنی و بیرونی

در این بخش با استفاده از الگوی تحلیل سوات، عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر گردشگری ورزشی استان اصفهان بررسی قرار گرفت. پس از تعیین عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصتها و تهدیدها)، آنها را با شناسه ی خود در جدول مخصوص وارد کرده و در گام بعدی به ضریب اهمیت هریک از این عوامل در گردشگری ورزشی استان اصفهان پرداخته شد. به این معنا که این عوامل تعیین شده به چه میزان در فرآیند و مسیر آینده ی گردشگری استان اهمیت داشته و اتخاذ کننده ی چه نوع راهبردی برای توسعه ی گردشگری ورزشی است (جدول شماره ۱۰) جدول شماره ی ۱۰ نشان میدهند که استان اصفهان از دیدگاه گردشگری ورزشی، دارای تعداد نقاط قوت و فرصت بیشتری است. در یک ارزیابی کلی باید گفت با توجه به امتیاز بالاتر عوامل بیرونی نسبت به عوامل داخلی (جدول شماره ۱۱)، گردشگری ورزشی استان اصفهان هم اکنون از فرصتها و تهدیدها بیشتر از نقاط ضعف و قوت تأثیر میپذیرد. خود این مسئله ناشی از شرایط گردشگری ورزشی استان اصفهان در بخش نقاط فرصت است، به این معنا که استان اصفهان داشتن جاذبه های طبیعی ورزشی بیان شده، علاوه بر نگاه دست اندرکاران و جامعه ی بومی، مورد توجه مناطق همجوار و گردشگران ورودی قرار گرفته است. بنابراین گردشگری ورزشی استان اصفهان هم اکنون در وضعیتی قرار دارد که باید ضمن خروج

از انزوای داخلی خود، در کنار بهره گیری از فرصتها، آماده ی مقابله با تهدیدهای ناشی از آن هم باشد.

تحلیل نقاط قوت، ضعف، تهدید، فرصتها با مدل SWOT

در مدل سوات طبق جدول شماره ۴-۱۲ بعد از به دست آوردن امتیاز به هر کدام از گزینه ها رتبه اختصاص داده می شود. تعیین رتبه برای مشخص کردن اثر بخشی راهبردهای کنونی در نشان دادن واکنش نسبت به عوامل میباشد. رتبه ها از ۴ تا ۱ می باشد. رتبه ۴ نشان از واکنش خیلی سریع است و به سمت عدد ۱ از شدت واکنش و اثربخشی کاسته می شود. بعد از تعیین رتبه وزن مشخص می شود. وزن از حاصل ضرب رتبه در امتیاز به دست می آید حال مدل سوات برای گردشگری ورزشی استان اصفهان محاسبه می شود. در زیر نمودار استراتژی گردشگری ورزشی استان اصفهان براساس مجموع وزن نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت ترسیم شده است تا راهبرد نهایی گردشگری ورزشی استان اصفهان تعیین گردد.

$$\text{نقاط قوت (S)} = 2/771 \quad \text{نقاط ضعف (W)} = 0/3074$$

$$\text{فرصت ها (O)} = 2/9614 \quad \text{تهدیدها (T)} = 0/345$$

استخراج استراتژی های SO

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول عوامل داخلی و خارجی گردشگری ورزشی استان اصفهان استراتژی های (SO) (تهاجمی) دارای بیشترین وزن می باشد. این استراتژی ها به منظور حداکثر نمودن نقاط قوت ها برای حداکثر نمودن فرصت ها می باشد بنابراین استان اصفهان دارای توانمندی برای توسعه گردشگری ورزشی می باشد.

ارائه راهبرد ها و راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی استان

اصفهان

الف) راهبردهای SO

در این راهبردها که برنقاط قوت درونی و فرصتهای بیرونی استوار است، راهکارهای زیر جهت بهره برداری از فرصتها و نقاط قوت به منظور توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان ارائه میشود:

- بهره گیری از موقعیت جغرافیایی مناسب استان در برگزاری مسابقات کشوری و بین المللی
- ساخت ورزشگاه های جدید در شهرستان هایی که دارای آب و هوای جاذبه های طبیعی مناسب می باشند
- برگزاری دوره های آموزشی ورزش های طبیعی (غارنوردی، کویر نوردی و ورزش های آبی) در شهرستان هایی که دارای جاذبه های طبیعی می باشند
- استفاده از وسایل ارتباط جمعی برای معرفی شهرستان دارای پتانسیل بالای ورزشی

ب) راهبردهای تنوع ST

در راهبردهای تنوع بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، راهکارهای زیر به منظور تأمین برخی از نیازمندی های گردشگری ورزشی استان اصفهان برای رفع تهدیدها ارائه میشود:

- استفاده بهینه و با برنامه از منابع طبیعی برای جلوگیری از نابودی تدریجی آن ها
- افزودن مترو و افزایش وسایل حمل و نقل عمومی برای جلوگیری از افزایش ترافیک و ایجاد آلودگی
- تصویب قوانینی برای جلوگیری از افزایش قیمت بلیط اماکن ورزشی و ورزشی برای افراد بومی آن شهرستان
- ممنوع کردن استفاده بیش از حد اماکن ورزشی

ج) راهبردهای بازنگری WO:

در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره گیری از فرصتهای بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فراروی گردشگری ورزشی استان اصفهان میباشد. به این منظور راهکارهای زیر ارائه میشود.

- ایجاد شرایط و اتخاذ مواضع اصولی جهت جلب و جذب سرمایه های خارجی
- استفاده بهینه از ارتباط با دیگر شهرستان ها برای تربیت متخصصان گردشگری ورزشی
- تقویت و توسعه تورهای الکترونیکی یا مجازی برای آشنایی با مردم دیگر شهرها و کشورها برای آشنایی بیشتر شهرستان های استان اصفهان
- دادن وام های بلاعوض برای ساخت ورزشگاههای جدید به شرکت های خصوصی برای افزایش درآمد شرکت های خصوصی
- ایجاد، توسعه و تجهیز مراکز اقامتی در شهرستان هایی که دارای کمبود مراکز اقامتی بوده به منظور افزایش سطح درآمد مردم و رونق اشتغال برگزاری مسابقات ورزشی توسط ارگان های مختلف برای بالارفتن سطح گردشگری ورزشی استان

د) راهبردهای WT:

در این راهبرد ضمن تأکید بر رفع آسیب پذیری منطقه مورد مطالعه راهکارهای زیر ارائه می شود

- زمینه سازی و تشویق مردم به مشارکت در توسعه زیرساخت های ورزشی به منظور جذب گردشگر و کسب درآمد
- تشویق سرمایه گذاران بخش خصوصی برای همراهی دولت در ساماندهی صنعت گردشگری ورزشی استان اصفهان

- همکاری مستمر و نزدیک مسؤولین و ساکنین محلی در رفع مشکلات و صداقت در گفتار و عمل آنان از ضروریات است.
- اقدام به اطلاع رسانی به ساکنین منطقه در خصوص عواید و مزایای توسعه گردشگری
- ملزم نمودن سازمان های مربوط برای حفاظت از محیط زیست
- استفاده درست و با قاعده از زیرساخت های ورزشی برای جلوگیری از استهلاک آن ها
- ایجاد ارتباط بین سازمان های مختلف برای آموزش مردم برای مقابله با تهاجم فرهنگی

جدول ۱: تعیین ضرایب اهمیت معیارهای منتخب برای الویت بندی گردشگری ورزشی اصفهان

شاخص	سالن چند منظوره	زورخانه	چمن تفریحی	چمن مسابقاتی	پیست دو میدانی	زمین روباز خاکی	زمین روباز آسفالتی	زمین تنیس	مانژ سواری	سالن رزمی	استخر سرپوشیده	استخر روباز	پیست اسکیت	پیست اسکی
سالن چند منظوره	۷		۷	۲	۳	۷	۳	۳	۵	۲	۳	۷	۵	
زورخانه		۷	۲	۱/۷	۱/۵	۲	۱/۵	۱/۵	۱/۳	۱/۷	۱/۵	۲	۱/۳	
چمن تفریحی				۱/۷	۱/۵	۲	۱/۵	۱/۵	۱/۳	۱/۷	۱/۵	۲	۱/۳	
چمن مسابقاتی					۳	۷	۳	۳	۵	۲	۳	۷	۵	
پیست دو میدانی						۵	۲	۲	۳	۱/۳	۲	۳	۳	
زمین روباز خاکی							۱/۵	۱/۵	۱/۳	۱/۷	۱/۷	۱/۲	۱/۳	
زمین روباز آسفالتی								۲	۳	۱/۳	۲	۱/۵	۳	
زمین تنیس								۳	۳	۱/۳	۲	۳	۳	
مانژ سواری									۲	۱/۳	۳	۲	۲	
سالن رزمی										۱/۵	۳	۷	۵	
استخر سرپوشیده											۳	۵	۳	
استخر روباز													۱/۳	
پیست اسکیت													۱/۲	
پیست اسکی														

جدول ۲: وزن نسبی معیارهای منتخب جهت الویت بندی شهرستان های اصفهان

وزن	معیار	وزن	معیار
۰/۰۷۵	زمین تنیس	۰/۱۸۷	سالن چند منظوره
۰/۰۳۹	مانژ سواری	۰/۰۱۹	زورخانه
۰/۱۵۳	سالن رزمی	۰/۰۱۷	چمن تفریحی
۰/۰۶۸	استخر سرپوشیده	۰/۱۶۹	چمن مسابقاتی
۰/۰۱۴	استخر روباز	۰/۰۸۳	پیست دو میدانی
۰/۰۳۲	پیست اسکیت	۰/۰۱۶	زمین روباز خاکی

جدول (۳): ماتریس داده ها (ماتریس تصمیم گیری)

معیارها	شهرستان	سالن چند منظوره	زورخانه	چمن تفریحی	چمن مسابقاتی	پیست دو میدانی	زمین رویاز خاکی	زمین رویاز آسفالتی	زمین تنیس	مانژ سوارکاری	سالن رزمی	استخر سرپوشیده	استخر رویاز	پیست اسکیت	پیست اسکی
آران و بیدگل	۱/۸۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۳۵	۰/۰۰	۰/۶۹	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۳۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
اردستان	۵/۴۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۱/۵۴	۰/۰۰	۲/۳۲	۱/۵۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۷۷	۰/۷۷	۰/۰۰	۰/۰۰	
اصفهان	۰/۷۹	۰/۲۷	۰/۲۳	۰/۰۵	۰/۳۳	۰/۰۳	۰/۰۹	۰/۰۳	۰/۰۳	۰/۴۰	۰/۰۸	۰/۰۲	۰/۰۲	۰/۰۰	
برخوار	۱/۹۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۳۲	۰/۰۰	۱/۲۷	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۹۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
بویین و	۲/۹۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۹۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
تیران و کران	۳/۳۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۴۸	۰/۴۸	۰/۰۰	۰/۹۵	۰/۴۸	۰/۰۰	۰/۴۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
چادگان	۴/۲۲	۰/۰۰	۰/۰۶	۰/۰۰	۳/۱۷	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
خمینی شهر	۰/۳۲	۰/۱۱	۰/۵۵	۰/۱۱	۰/۱۱	۰/۰۰	۰/۸۷	۰/۱۱	۰/۰۰	۰/۶۶	۰/۱۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
خوانسار	۰/۹۴	۰/۹۸	۰/۰۰	۰/۹۸	۱/۹۶	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۹۸	۰/۰۰	۰/۹۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
خورویبایانک	۵/۵۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۱/۸۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۱/۸۴	۰/۰۰	۱/۸۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
دهاقان	۷/۵۴	۰/۰۰	۰/۹۴	۰/۰۰	۱/۸۹	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
سمیرم	۴/۹۸	۰/۰۰	۰/۵۵	۰/۰۰	۰/۵۵	۰/۰۰	۱/۱۱	۰/۵۵	۰/۰۰	۱/۱۱	۰/۵۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
شاهین شهر	۱/۰۳	۰/۰۰	۰/۳۴	۰/۳۴	۰/۳۴	۰/۰۰	۰/۳۴	۰/۳۴	۰/۰۰	۰/۳۷	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
شهرضا	۲/۴۷	۰/۲۲	۰/۰۰	۰/۲۲	۰/۲۲	۰/۰۰	۰/۲۲	۰/۲۲	۰/۰۰	۰/۹۰	۰/۲۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
فریدن	۲/۶۳	۰/۰۰	۰/۴۴	۰/۴۴	۰/۴۴	۰/۰۰	۰/۴۴	۰/۴۴	۰/۰۰	۰/۷۸	۰/۴۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
فریدون شهر	۳/۷۵	۰/۰۰	۱/۸۷	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۱/۸۷	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۹۴	
فلاورجان	۰/۸۴	۰/۰۰	۰/۷۰	۰/۱۴	۰/۱۴	۰/۰۰	۰/۲۸	۰/۱۴	۰/۰۰	۰/۸۴	۰/۱۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
کاشان	۰/۹۴	۰/۱۰	۰/۰۰	۰/۲۱	۰/۴۲	۰/۱۰	۰/۰۰	۰/۴۲	۰/۱۰	۰/۵۲	۰/۱۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
گلپایگان	۱/۸۷	۰/۳۵	۰/۳۵	۰/۳۵	۰/۳۵	۰/۰۰	۱/۰۶	۰/۳۵	۰/۰۰	۲/۱۳	۰/۳۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
لنجان	۰/۶۷	۰/۰۰	۰/۲۸	۰/۰۰	۰/۲۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۲۸	۰/۰۰	۰/۷۹	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
مبارکه	۲/۸۹	۰/۲۴	۱/۲۰	۰/۲۴	۰/۲۴	۰/۰۰	۱/۶۹	۰/۲۴	۰/۰۰	۰/۸۳	۰/۲۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
نایین	۶/۵۹	۱/۶۵	۰/۸۲	۰/۰۰	۱/۶۵	۰/۰۰	۱/۶۵	۱/۶۵	۰/۰۰	۱/۶۵	۰/۸۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
نجف آباد	۱/۰۳	۰/۰۰	۰/۲۳	۰/۱۱	۰/۱۱	۰/۰۰	۰/۸۰	۰/۱۱	۰/۰۰	۰/۴۶	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
نطنز	۵/۰۴	۰/۰۰	۰/۷۲	۰/۷۲	۰/۷۲	۰/۰۰	۱/۴۴	۰/۷۲	۰/۰۰	۲/۱۶	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	

جدول (۴): ماتریس نرمال شده داده ها

معیارها شهرستان	سالن چند منظوره	زورخانه	چمن تفریحی	چمن مسابقاتی	پیست دو میدانی	زمین روبرو خاکی	زمین روبرو آسفالتی	زمین تنیس	مانژ سواری	سالن رزمی	استخر سبز پوشیده	استخر روبرو	پیست اسکیت	پیست اسکی
آران و بیدگل	/۹۹	۰/۰۰	/۰۰	/۱۲	/۰۰	/۴۸	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۱۲	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
اردستان	/۱۹	۰/۰۰	/۰۰	/۳۸	/۰۰	/۳۶	/۳۸	/۰۰	/۰۰	/۶۰	/۶۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
اصفهان	/۶۲	۰/۰۷	/۰۵	/۰۰	/۰۰	/۱۰	/۰۱	/۰۰	/۰۰	/۱۶	/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	
برخور	/۶۱	۰/۰۰	/۱۰	/۰۰	/۰۰	/۱۰	/۶۱	/۰۰	/۰۰	/۹۰	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
بویین و میوندشت	/۵۶	۰/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۹۵	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
تیران و کران	/۰۶	۰/۰۰	/۰۰	/۲۳	/۰۰	/۲۳	/۹۰	/۰۰	/۰۰	/۲۳	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
چادگان	/۸۱	۰/۰۰	/۱۱	/۰۰	/۰۰	/۰۲	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
خمینی شهر	/۷۵	۰/۰۱	/۳۰	/۰۱	/۰۰	/۰۱	/۶۰	/۰۰	/۰۰	/۴۴	/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	
خوانسار	/۶۴	۰/۹۶	/۰۰	/۹۶	/۰۰	/۸۴	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۹۶	/۹۶	۰/۰۰	۰/۰۰	
خورویبابانک	/۴۸	۰/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۳۹	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۳۹	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
دهاقان	/۵۶	۰/۰۰	/۸۹	/۰۰	/۰۰	/۵۵	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
سمیرم	/۷۶	۰/۰۰	/۳۱	/۰۰	/۰۰	/۳۱	/۲۲	/۰۰	/۰۰	/۲۲	/۳۱	۰/۰۰	۰/۰۰	
شاهین شهر و میمه	/۰۶	۰/۰۰	/۱۲	/۱۲	/۰۰	/۱۲	/۴۷	/۰۰	/۰۰	/۸۹	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
شهرضا	/۰۸	۰/۰۵	/۰۰	/۰۵	/۰۰	/۰۵	/۴۵	/۰۰	/۰۰	/۸۰	/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۰	
فریدن	/۹۳	۰/۰۰	/۱۹	/۱۹	/۰۰	/۱۹	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۷۷	/۱۹	۰/۰۰	۰/۰۰	
فریدون شهر	/۰۵	۰/۰۰	/۵۱	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۵۱	/۸۸	۰/۰۰	۰/۸۸	
فلاورجان	/۷۰	۰/۰۰	/۴۸	/۰۲	/۰۰	/۰۲	/۰۸	/۰۰	/۰۰	/۷۰	/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	
کاشان	/۸۹	۰/۰۱	/۰۰	/۰۴	/۰۱	/۱۸	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۲۸	/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	
گلپایگان	/۱۴	۰/۱۳	/۱۳	۰۱۳	/۰۰	/۱۳	/۱۳	/۰۰	/۰۰	/۵۲	/۱۳	۰/۰۰	۰/۰۰	
لنجان	/۱۵	۰/۰۰	/۳۲	/۰۸	/۰۰	/۰۰	/۱۸	/۰۰	/۰۰	/۵۰	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
مبارکه	/۳۵	۰/۰۶	/۴۵	/۰۶	/۰۰	/۹۳	/۸۴	/۲۳	/۰۰	/۷۱	/۰۶	۰/۰۰	۰/۰۰	
نابین	/۴۱	۰/۷۱	/۶۸	/۰۰	/۰۰	/۷۱	/۰۰	/۰۰	/۰۰	/۷۱	/۶۸	۰/۰۰	۰/۰۰	
نجف آباد	/۰۶	۰/۰۰	/۰۵	/۰۱	/۰۰	/۰۱	/۶۴	/۰۰	/۰۰	/۲۱	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
نطنز	/۴۰	۰/۰۰	/۵۲	/۵۲	/۰۰	/۵۲	/۰۷	/۰۰	/۰۰	/۶۷	/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	

جدول (۵): ماتریس وزین شده

معیارها شهرستان	سالن چند منظوره	زورخانه	چمن تهرینی	چمن مسابقاتی	پیست دو میدانی	زمین رولاز خاکی	زمین رولاز آسفالتی	زمین تنیس	مانتر سوار کاری	سالن رزمی	استخر سرپوشیده	استخر رولاز	پیست اسکیت	پیست اسکی
آران و بیدگل	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
اردستان	۰/۰۶	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۱۲	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	
اصفهان	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۴	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	
برخوار	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
بویین و میوندشت	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
تیران و کران	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
چادگان	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
خمینی شهر	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
خوانسار	۰/۰۳	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۷	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
خورویبانک	۰/۰۶	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
دهاقان	۰/۰۸	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
سمیرم	۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	
شاهین شهر و میمه	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
شهرضا	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	
فریدن	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	
فریدون شهر	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۴	
فلاورجان	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
کاشان	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
گلپایگان	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۶	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	
لنجان	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
مبارکه	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۴	۰/۰۷	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	
نابین	۰/۰۷	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۴	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	
نجف آباد	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	
نطنز	۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۶	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	

جدول (۶): ماتریس راه حل ایده ال مثبت و منفی

آماره		شاخص	آماره		شاخص
f_j^-	f_j^*		f_j^-	f_j^*	
۰/۰۰	۰/۰۷	زمین تنیس	۰/۰۱	۰/۰۸	سالن چند منظوره
۰/۰۰	۰/۰۴	مانژ سواری	۰/۰۰	۰/۰۲	زورخانه
۰/۰۰	۰/۰۶	سالن رزمی	۰/۰۰	۰/۰۱	چمن تمرینی
۰/۰۰	۰/۰۳	استخر سرپوشیده	۰/۰۰	۰/۱۲	چمن مسابقاتی
۰/۰۰	۰/۰۱	استخر روباز	۰/۰۰	۰/۰۸	پیست دو میدانی
۰/۰۰	۰/۰۳	پیست اسکیت	۰/۰۰	۰/۰۱	زمین روباز خاکی
۰/۰۰	۰/۰۴	پیست اسکی	۰/۰۰	۰/۰۴	زمین روباز آسفالتی

جدول (۷): محاسبه فواصل گزینه‌ها از راه حل ایده ال

معیارها شهرستان	سالن چند منظوره	زورخانه	چمن تمرینی	چمن مسابقاتی	پیست دو میدانی	زمین روباز خاکی	زمین روباز آسفالتی	زمین تنیس	مانژ سواری	سالن رزمی	استخر سرپوشیده	استخر روباز	پیست اسکیت	پیست اسکی
آران و بیدگل	۱۱۶	۰/۰۲	۱/۰۲	۱۱۳	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۱۳	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
اردستان	۱۰۶	۰/۰۲	۱/۰۲	۱۰۰	۱/۰۸	۱/۰۰	۱/۰۱	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۱۰	۱/۰۱	۰/۰۱	۰/۰۴	
اصفهان	۱۱۹	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۶	۱/۰۶	۱/۰۱	۱/۰۹	۱/۰۷	۱/۰۰	۱/۱۳	۱/۰۶	۰/۰۰	۰/۰۴	
برخوار	۱۱۶	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۷	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۲	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۹	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
بویین و میوندشت	۱۱۳	۰/۰۲	۱/۰۲	۱۱۷	۱/۰۸	۱/۰۲	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۸	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
تیران و کران	۱۱۲	۰/۰۲	۱/۰۲	۱۱۲	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۴	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۱۲	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
چادگان	۱۰۹	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۷	۱/۰۸	۱/۰۰	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۱۵	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
خمینی شهر	۱۱۷	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۶	۱/۰۸	۱/۰۲	۱/۰۵	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۱۱	۱/۰۶	۰/۰۱	۰/۰۴	
خوانسار	۱۱۳	۰/۰۱	۱/۰۲	۱۰۶	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۸	۱/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۴	
خوروبیابانک	۱۰۶	۰/۰۲	۱/۰۲	۱۱۷	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۲	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
دهاقان	۱۰۰	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۷	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۱۵	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
سمیرم	۱۰۷	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۷	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۳	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۷	۱/۰۳	۰/۰۱	۰/۰۴	
شاهین شهر و میمه	۱۱۸	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۳	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۵	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۶	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
شهرضا	۱۱۴	۰/۰۲	۱/۰۲	۱۱۴	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۶	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۹	۱/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۴	
فریدن	۱۱۴	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۲	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۹	۱/۰۴	۰/۰۱	۰/۰۴	
فریدون شهر	۱۱۱	۰/۰۲	۱/۰۰	۱۱۷	۱/۰۸	۱/۰۲	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۲	۱/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۴	
فلاورجان	۱۱۹	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۵	۱/۰۸	۱/۰۲	۱/۰۸	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۹	۱/۰۶	۰/۰۱	۰/۰۴	
کاشان	۱۱۸	۰/۰۲	۱/۰۲	۱۱۵	۱/۰۰	۱/۰۱	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۱۲	۱/۰۶	۰/۰۱	۰/۰۴	
گلپایگان	۱۱۶	۰/۰۱	۱/۰۱	۱۱۳	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۳	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۰	۱/۰۴	۰/۰۱	۰/۰۴	
لنجان	۱۱۳	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۴	۱/۰۸	۱/۰۲	۱/۰۷	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۱۰	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
مبارکه	۱۱۳	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۴	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۰	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۲	۱/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۴	
نابین	۱۰۳	۰/۰۰	۱/۰۰	۱۱۷	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۱	۱/۰۱	۰/۰۱	۰/۰۴	
نجف آباد	۱۱۸	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۱۶	۱/۰۸	۱/۰۲	۱/۰۵	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۱۲	۱/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۴	
نطنز	۱۰۷	۰/۰۲	۱/۰۱	۱۰۹	۱/۰۸	۱/۰۱	۱/۰۱	۱/۰۸	۱/۰۴	۱/۰۰	۱/۰۷	۰/۰۰	۰/۰۴	

جدول (۸): محاسبه شاخص مطلوبیت و نارضایتی

آماره		گزینه	آماره		گزینه
R_j	S_j		R_j	S_j	
۰/۱۸۰۳۳	۰/۷۳۴۹۷۱	شاهین شهرو میمه	۰/۱۶۰۹۷۶	۰/۹۰۸۱۰۶	آران و بیدگل
۰/۱۴۴۴۶	۰/۷۲۸۵۷	شهرضا	۰/۰۹۸۳۳۵	۰/۴۱۸۰۲۷	اردستان
۰/۱۳۵۹۴۵	۰/۷۲۱۰۶۶	فریدن	۰/۱۸۷	۰/۸۰۰۸۷	اصفهان
۰/۱۶۹	۰/۶۲۲۲۶۵	فریدون شهر	۰/۱۶۹	۰/۷۴۷۳۱۱	برخوار
۰/۱۸۵۴۷۴	۰/۸۱۱۴۵۵	فلاورجان	۰/۱۶۹	۰/۷۹۰۷۹۳	بویین و میوندشت
۰/۱۸۲۷۳۳	۰/۷۵۹۹۸۸	کاشان	۰/۱۱۹۳۴۷	۰/۷۰۸۸۱۲	تیران و کران
۰/۱۵۹۷۸۳	۰/۶۱۰۵۴۸	گلپایگان	۰/۱۶۹	۰/۷۹۸۳۸۸	چادگان
۰/۱۳۸۱۸۲	۰/۷۵۸	لنجان	۰/۱۷۲۲۵۲	۰/۷۸۸۷۶۴	خمینی شهر
۰/۱۴۲۶۳۵	۰/۴۹۵۷۴۳	مبارکه	۰/۱۲۷۴۸۱	۰/۵۹۳۶۵۶	خوانسار
۰/۱۶۹	۰/۵۴۹۷۱۸	نایین	۰/۱۶۹	۰/۶۴۸۲۹۷	خوروبابانک
۰/۱۸۰۴۰۱	۰/۸۲۱۲۰۹	نجف آباد	۰/۱۶۹	۰/۷۱۳۹۲۳	دهاقان
۰/۰۹۰۱۶۵	۰/۴۸۰۶۴۷	نطنز	۰/۱۶۹	۰/۶۱۸۱۷۳	سمیرم

جدول (۹): مقدار Q محاسبه شده

آماره		گزینه	آماره		گزینه
رتبه	مقدار Q		رتبه	مقدار Q	
۷	۰/۵۴۵۲۵۴	شاهین شهرو	۲۱	۰/۸۶۵۶۲۷	آران و بیدگل
۱۲	۰/۶۱۴۴۳۲	شهرضا	۱	۰/۰۴۲۱۹	اردستان
۲۴	۰/۸۹۴۹۱۴	فریدن	۲۳	۰/۸۹۰۵۹۳	اصفهان
۲۰	۰/۸۲۶۸۴۹	فریدون شهر	۱۶	۰/۷۴۳۰۰۹	برخوار
۹	۰/۵۵۵۸۸۸	فلاورجان	۱۷	۰/۷۸۷۳۷۱	بویین و میوندشت
۱۰	۰/۵۹۴۷۸۹	کاشان	۵	۰/۴۴۷۳۵۴	تیران و کران
۳	۰/۳۵۰۲۱۷	گلپایگان	۱۸	۰/۷۹۵۱۱۹	چادگان
۶	۰/۵۴۱۴۱۶	لنجان	۱۹	۰/۸۰۲۰۹۵	خمینی شهر
۲۲	۰/۸۷۷۲۷۱	مبارکه	۴	۰/۳۷۱۸۶۳	خوانسار
۲	۰/۰۶۳۸۸۸	نایین	۱۴	۰/۶۴۱۹۹	خوروبابانک
۸	۰/۵۴۵۵۵۴	نجف آباد	۱۵	۰/۷۰۸۹۴۵	دهاقان
۱۳	۰/۶۱۵۴۷۲	نطنز	۱۱	۰/۶۱۱۲۵۶	سمیرم

جدول (۱۰) ماتریس SWOT گردشگری ورزشی استان اصفهان

نقاط قوت (S)	فرصت ها (O)
S1- موقعیت جغرافیایی مناسب استان	O1- رونق اشتغال در بخش های مختلف
S2- جاذبه های طبیعی ورزشی استان	O2- ارتباط نزدیک با استان های همسایه
S3- پتانسیل بالای استان اصفهان از لحاظ استعداد های ورزشی به خصوص شهرستان های اصفهان کاشان و سمیرم	O3- تبدیل گردشگری به قطب اول اقتصادی استان در طول زمان
S4- آب و هوای ۴ فصل استان	O4- اتحاد و شکل گیری هویت و عرق شهری
S5- مناسب بودن هزینه اسکان و تغذیه در مدت اقامت گردشگران	O5- جلب سرمایه های خارج از استان از طریق توسعه گردشگری
S6- برگزاری مسابقات در رشته های مختلف در سطح ملی	O6- افزایش سطح در آمد مردم
S7- وضعیت و جایگاه مطلوب ورزش استان از لحاظ موقعیت قهرمانی در سطح کشور	O7- توسعه بازار های اقتصادی از طریق پویایی این صنعت
S8- سیستم حمل و نقل (زمینی و هوایی) مناسب در شهرستان های مرکزی استان	O8- برگزاری مسابقات آسیایی و جهانی
S9- بالا بودن سطح بهداشت و امکانات درمانی تخصصی شهرستان های مرکزی استان مانند شهر اصفهان	O9- مبادلات فرهنگی با مردم شهرها و کشورهای دیگر
S10- دیدگاه مثبت نسبت به گردشگران خارجی در استان	O10- قابلیت تبدیل شدن به پایتخت ورزشی کشور
S11- برگزاری مسابقات جام رمضان توسط ارگان های دولتی	O11- پتانسیل ایجاد مراکز آموزشی و پژوهشی (آکادمی هندبال و...) در سطح کشور و منطقه
S12- علاقه و دیدگاه مثبت مردم به ورزش	O12- ساخت کمپینگ های ورزشی برای برگزاری اردو های تیم های داخلی و خارجی در شهرستان های شرق استان
S13- پتانسیل بالای استان در رشته های مختلف ورزشی	O13- بالا رفتن شناخت مردم نسبت به گردشگری ورزشی
نقاط ضعف (W)	تهدیدها (T)
W1- کمبود زیر ساخت های ورزشی و قدیمی بودن آن ها در اکثر شهرستان های استان	T1- از بین رفتن تدریجی منابع طبیعی شهرستان دارای منابع طبیعی مانند سمیرم
W2- عدم همکاری و هماهنگی لازم بین سازمان ها و نهادهای مختلف	T2- استهلاک سریع تر زیر ساخت های ورزشی
W3- عدم وجود متخصصان گردشگری ورزشی	T3- تهاجم تبلیغات فرهنگی به استان
W4- عدم وجود بودجه و منابع مالی کافی در خدمت گردشگری	T4- افزایش ترافیک و آلودگی هوا در مرکز استان
W5- کمبود زیر ساختهای اقامتی مناسب مانند هتل های چند ستاره در تمامی شهرستان های استان به غیر از اصفهان	T5- بالا رفتن بی امنی و افزایش جرم
W6- عدم حمایت بخش های دولتی از خصوصی	T6- نبود انسجام و هماهنگی میان سازمان های مختلف
W7- مشکلات مدیریتی در گردشگری ورزشی استان	T7- کاهش ظرفیت تحمل پذیرش
W8- کمبود زیر ساخت های ارتباطی	T8- بالا رفتن سطح قیمت بلیط های زیر ساخت های ورزشی
W9- عدم انعکاس مناسب رویدادهای ورزشی منطقه در رسانه ها	T9- دخالت بی رویه و بی دلیل دولت در صنعت گردشگری
W10- عدم آگاهی مردم و مسئولین از مزایای گردشگری ورزشی	T10- دیدگاه منفی مردم بومی محله به گردشگران با افزایش آن ها
W11- عدم رغبت بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این بخش	
W12- کمبود سالن های ورزشی بانوان در تمامی شهرستان های استان	
W13- عدم مساعدت رسانه های جمعی و مطبوعات در جهت معرفی توانمندیهای استان	

جدول (۱۱) عوامل داخلی و خارجی گردشگری ورزشی استان اصفهان

وزن	رتبه	امتیاز	O,T	وزن	رتبه	امتیاز	S,W
۰/۴	۴	۰/۱	O1	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	S1
۰/۳۵۵۵	۳/۹۵	۰/۰۹	O2	۰/۳۱۲	۳/۹	۰/۰۸	S2
۰/۳۱۲	۳/۹	۰/۰۸	O3	۰/۲۲۸	۳/۸	۰/۰۶	S3
۰/۲۲۵	۳/۷۵	۰/۰۶	O4	۰/۲۶۹۵	۳/۸۵	۰/۰۷	S4
۰/۲۶۹۵	۳/۸۵	۰/۰۷	O5	۰/۲۵۲	۳/۶	۰/۰۷	S5
۰/۲۲۸	۳/۸	۰/۰۶	O6	۰/۲۰۴	۳/۴	۰/۰۶	S6
۰/۱۷۷۵	۳/۵۵	۰/۰۵	O7	۰/۱۶۷۵	۳/۳۵	۰/۰۵	S7
۰/۲۲۴۴	۳/۷۴	۰/۰۶	O8	۰/۲۱	۳/۵	۰/۰۶	S8
۰/۱۷۲۵	۳/۴۵	۰/۰۵	O9	۰/۲۰۷	۳/۴۵	۰/۰۶	S9
۰/۱۳۴	۳/۳۵	۰/۰۴	O10	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S10
۰/۱۷	۳/۴	۰/۰۵	O11	۰/۱۶	۳/۲	۰/۰۵	S11
۰/۱۲۸	۳/۲	۰/۰۴	O12	۰/۱۶۵	۳/۳	۰/۰۵	S12
۰/۱۶۵	۳/۳	۰/۰۵	O13	۰/۱۱۶	۲/۹	۰/۰۴	S13
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	T1	۰/۰۶	۲	۰/۰۳	W1
۰/۰۵۷	۱/۹	۰/۰۳	T2	۰/۰۳۵	۱/۷۵	۰/۰۲	W2
۰/۰۳۷	۱/۸۵	۰/۰۲	T3	۰/۰۳۲	۱/۶	۰/۰۲	W3
۰/۰۳۲	۱/۶	۰/۰۲	T4	۰/۰۲۸	۱/۴	۰/۰۲	W4
۰/۰۳۴	۱/۷	۰/۰۲	T5	۰/۰۳	۱/۵	۰/۰۲	W5
۰/۰۳۵	۱/۷۵	۰/۰۲	T6	۰/۰۱۱	۱/۱	۰/۰۱	W6
۰/۰۱۲	۱/۲	۰/۰۱	T7	۰/۰۲۴۶	۱/۲۳	۰/۰۲	W7
۰/۰۲۲	۱/۱	۰/۰۲	T8	۰/۰۱	۱	۰/۰۱	W8
۰/۰۲۶	۱/۳	۰/۰۲	T9	۰/۰۱	۱/۱	۰/۰۱	W9
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	T10	۰/۰۱۰۶	۱/۰۶	۰/۰۱	W10
				۰/۰۲۲۴	۱/۱۲	۰/۰۲	W11
				۰/۰۱۰۴	۱/۰۴	۰/۰۱	W12
					۱/۱۴	۰/۰۱	W13
	۳/۳۰۹۴	۱		۳/۰۷۸۴		۱	مجموع

نتیجه گیری

ورزشی و ارتقای زیرساخت‌های لازم در استان پر دارند و گسترش این صنعت را با مدیریت بخشی و منطقه‌ای آن، آغاز نمایند. لازمه این کار آشنایی بیشتر مدیران و مسئولان، شهرستان‌ها با این مقوله و درک اهمیت جذب گردشگران ورزشی و اهمیت میزبانی رویدادهای مختلف ورزشی در توسعه همه جانبه مناطق خود می‌باشد. در این راستا با توجه به این که استان اصفهان قابلیت‌ها و پتانسیل‌های مختلف گردشگری ورزشی را به صورت طبیعی و مصنوعی داراست، مدیران و برنامه‌ریزان بخش گردشگری و ورزش استان و همچنین پژوهشگران و محققان بایستی اهتمام لازم را در جهت شکل‌گیری و توسعه این صنعت با برنامه‌ریزی و ایجاد استراتژی‌های مناسب از خود نشان دهند.

راهکارها و پیشنهادات

با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش می‌توان پیشنهادهای را برای رونق گردشگری ورزشی ارائه داد. در این بخش، سعی شده است تا با مطالعه منابع مختلف موجود و بهره‌گیری از نظرات کارشناسان و مدیران سازمان‌های گردشگری و ورزشی استان، راهکارهای کوتاه مدت و بلند مدت توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان تهیه و تدوین گردد. لازم به ذکر است که این مطالب بر اساس نظرانی است که توسط متخصصان و مدیران در دو حوزه گردشگری و ورزش در استان گردآوری شده است.

- مرمت و نوسازی اماکن ورزشی قدیمی
- تشکیل شوراهای گردشگری ورزشی شهرستانی
- استفاده از افراد متخصص در زمینه گردشگری ورزشی
- توجه بیشتر به مناطقی که زیر ساخت‌های گردشگری ورزشی پایین تری دارند
- ارتقای کیفیت زیرساخت‌های موجود برای افزایش رضایت گردشگران و جذب بیشتر گردشگر
- وجود یک تشکل گردشگری ورزشی بین‌المللی با همکاری کشورهای موفق در زمینه گردشگری ورزشی
- برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری ورزشی در بخش برگزاری رویدادها و مسابقات
- اعمال مدیریت صحیح برای استفاده از تاسیسات و اماکن ورزشی
- تاسیس مرکز اطلاعات و آمار جامع گردشگری و گردشگران ورزشی استان
- گنجاندن برنامه‌های گردشگری ورزشی در تفاهم‌نامه‌های با سایر استان‌ها و کشورها
- بهبود امکانات درمانی و بیمارستانی
- تجهیز و آماده‌سازی جاذبه‌های طبیعی گردشگری ورزشی از قبیل سواحل رودخانه‌ها، کوه‌ها و غیره

از آنجا که گردشگری ورزشی فعالیتی است که پیامدهای اقتصادی سیاسی اجتماعی و فرهنگی در تحولات مناطق به همراه دارد و در سال‌های اخیر نه تنها در سطوح فراملی بلکه در سطوح ملی منطقه ای و محلی مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از مدیران در کشورهای توسعه یافته برای شکوفایی و توسعه گردشگری ورزشی در صدد توسعه بیشتر نواحی تحت نظارت خود و افزایش زیرساخت‌های گردشگری ورزشی و بهینه کردن خدمات گردشگری ورزشی در جهت افزایش ارزش افزوده این فعالیت هستند. بیشتر استان‌های ایران از نظر گردشگری از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بیشماری برخوردار است و در صورت شناخت این قابلیت‌ها و استفاده در مسیر صحیح می‌تواند در زمینه جذب گردشگر داخلی و خارجی موثر واقع شود. استان اصفهان نیز با داشتن جاذبه‌های طبیعی و گردشگری و چشم اندازهای زیبا موقعیت ممتازی برای پیشبرد اهداف گردشگری محسوب می‌شود. نتایج حاصله از این پژوهش نشان داد که در مدل ویکور شهرستانهای اردستان، نایین، گلپایگان، خوانسار، تیران و کروان، لنجان، شاهین شهر و میمه، نجف آباد، فلاورجان، کاشان، سمیرم، شهرضا، نطنز، خورویبابانک، دهقان، برخوار، بویین و میاندشت، چادگان، خمینی شهر، فریدون شهر، آران و بیدگل، مبارکه، اصفهان و فریدن به ترتیب در رتبه‌های اول تا آخر قرار دارند و در مدل SWOT از دیدگاه افراد مورد مطالعه موقعیت جغرافیایی مناسب و جاذبه‌های طبیعی ورزشی استان مهم‌ترین نقاط قوت، کمبود زیر ساخت‌های ورزشی و قدیمی بودن آن‌ها در اکثر شهرستان‌های استان و عدم همکاری و هماهنگی لازم بین سازمان‌ها و نهادهای مختلف مهم‌ترین نقاط ضعف، رونق اشتغال در بخش‌های مختلف و ارتباط نزدیک با استان‌های همسایه مهم‌ترین فرصت‌ها و از بین رفتن تدریجی منابع طبیعی و استان استحلاک سریع تر زیر ساخت‌های ورزشی مهم‌ترین تهدیدها در زمینه گردشگری ورزشی استان اصفهان می‌باشند با توجه به نتایج به دست آمده از جدول عوامل داخلی و خارجی گردشگری ورزشی استان اصفهان استراتژی‌های SO (تهاجمی) دارای بیشترین وزن می‌باشد. بنابراین استان اصفهان دارای توانمندی برای توسعه گردشگری ورزشی می‌باشد در نهایت به نظر می‌رسد با توجه به اهمیت موضوع گردشگری ورزشی و ضرورت بهره‌گیری از منافع مختلف فردی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ثابت شده در تحقیقات مختلف، وقت آن رسیده است تا مدیران و مسئولان برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در امور گردشگری و ورزش استان اصفهان بیش از پیش به این حوزه توجه و اهتمام نمایند و با همکاری سازمان‌ها، ادارات و دستگاه‌های ذیربط و تاثیر گذاری همچون استانداری، شهرداری‌ها، سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی گردشگری، ادارات تربیت بدنی و منابع طبیعی در مناطق مختلف، به شناخت و توسعه جاذبه‌های تفریحی و

چقاجردی، ایمان، مختاری ملک آبادی، رضا، ۱۳۹۵، سطح بندی شهرستان های استان اصفهان از لحاظ زیر ساخت های گردشگری ورزشی با استفاده از مدل HDI، فصلنامه نگرش های نو در جغرافیای انسانی، سال ۸، شماره ۴، صص ۱۷۲-۱۶۱

رضوانی، علی اصغر، ۱۳۸۹، جغرافیا در صنعت توریسم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور

زیر دست، امیر ۱۳۷۲، ارزشیابی چند معیاره در طرح زیری کالبدی، نشریه آبادی، شماره ۱۱

شفقی، سیروس، ۱۳۸۱، جغرافیای اصفهان، چاپ اول، انتشارات دانشگاه اصفهان

شهریاری سجهرودی، همتی نژاد، مهر علی، ملک اخلاق، اسماعیل ۱۳۹۴، شناسایی اتحاد های استراتژیک در توسعه گردشگری ورزشی استان های شمالی ایران، مجله مطالعات مدیریت ورزشی، سال هفتم، شماره ۳۰ صص ۷۰-۵۵

صباغ کرمانی، مجید، امیریان، سعید ۱۳۸۹، بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از تحلیل داده و ستاد. مجله پژوهشی بازرگانی، دوره، چهارم شماره ۱۶، ص ۵۸

عبداله زاده، غلام حسین، قیامی راد، امیر، محمدی، قادر ۱۳۹۴، بررسی رضایتمندی گردشگران ورزشی از زیرساخت های اقامتی (هتل ها) در شهر تبریز، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال پانزدهم شماره ۵۲، صص ۲۸۳-

قدسی پور، سید حسن ۱۳۸۵، فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP، تهران، انتشارات دانشگاه صنعتی کبیر

معاونت برنامه ریزی و اشتغال-دفتر آمار و اطلاعات و GIS، ۱۳۹۲

موسوی، سید جعفر ۱۳۹۳، نقش ابعاد مختلف کیفیت خدمات گردشگری در رضایت و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بیرجند

مهرجردی، محمد، حسین، میرغفوری، سید حبیب الله، شاکری، فاطمه بایایی مبییدی، حمید ۱۳۹۱، ارائه ارتقای عملکرد در بخش دولتی با رویکرد AN و BSC فازی و VICOR (مطالعه موردی در اداره تعاون کل استان یزد)، فصلنامه بهبود مدیریت، سال ششم، شماره ۱، صص ۱۲۷-۱۰۵

- شناخت و بهره گیری از ورزش های بومی و محلی و جشن های ورزشی برای جلب گردشگران ورزشی

- شناخت و بهره گیری از ظرفیت های جغرافیایی و آب و هوایی به تفکیک شهرستان ها و مناطق

- ایجاد زمینه برای پذیرش گردشگر ورزشی از سوی جامعه و برخورد مناسب و استقبال شایسته از آنان

- ایجاد زمینه جهت حضور بانوان گردشگر ورزشی در ورزشگاه ها و فرهنگ سازی در مورد آن

- توجه به علایق و نیازهای گردشگران ورزشی داخلی و خارجی و تلاش در جهت برآوردن آنها

- وجود ارتباط و هم فکری با نهادهای گردشگری ورزشی استان های پیشرو

- راهنمایی و تشویق آژانس های گردشگری در جهت ایجاد بسته های گردشگری ورزشی مناسب برای گردشگران ورزشی

- انجام تبلیغات بسیار وسیع و ساخت بروشورهای رنگی برای گردشگران ورزشی

- چاپ بروشور، پوستر و کتابچه ها برای معرفی جاذبه های گردشگری و ورزشی به گردشگران ورزشی

- ساخت هتل هایی مناسب در نزدیکی اماکن ورزشی و جاذبه های طبیعی شهرستان های استان اصفهان

- ساخت اماکن ورزشی جدید با معماری تکنولوژی عصر نوین

- افزایش زیرساخت های ارتباطی بین شهرستان هایی که دارای جاذبه های طبیعی ورزشی می باشند

- حمایت مسئولان سیاسی و مدیران دولتی و قانونگذاران کشور از گردشگری ورزشی استان اصفهان

- توسعه کمی و کیفی اماکن و تاسیسات ورزشی چند منظوره با رعایت استانداردها

منابع

احمدی، فرشته ۱۳۹۱، مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، مجموعه مقالات اولین اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت

آمارنامه استان اصفهان ۱۳۹۴

امیری، مقصود، دارستانی، فرهنگی، احمد ۱۳۹۲، تصمیم گیری با معیارهای چندگانه، انتشارات دانشگاهی کبان، چاپ اول

تقوایی، مسعود، کیومرثی، حسین، ۱۳۹۱ کاربرد تکنیک ها و مدل ها در برنامه ریزی و مدیریت توریسم، چاپ اول، انتشارات مودنی

تیموری راضیه، روستایی شهریور، اکبری زمانی اصغر، احدنژاد، محسن ۱۳۸۹، ارزیابی تناسب فضایی - مکانی پارک های شهری با استفاده از GIS (مطالعه موردی: پارک های محله ای منطقه ۲ تبریز) مجله فضایی اهر سال ۱۰ شماره ۳۰

Gibson, H., Kaplanidou, K., Kang, 2012, Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. Sport Management Review Volume 15, issue 2, pp 160-170

Kaganus, M., Kangas, J., Kurttila, M. 2004, The Use of Value Focused Thinking and the A*WOT Hybrid Method in Tourism Management» Tourism Management, vol. 25 (4), 499

Kennelly, M., Toohey 2014, Strategic alliances in sport tourism: National sport organizations and sport tour operators, Sport Management Review, pp: 255-267

Preuss, 2007 Profiling Profiling major sport event visitors: the 2002 commonwealth games. Journal of sport tourism.; 12(1): 5-23

Rauch, P. 2007, SWOT analyses and SWOT strategy formulation for forest owner cooperations in Austria, Eur. J. Forest Res., 126(3), 413-420

Saaty, T. L. 1980, The Analytical Hierarchy Process, McGraw Hill, New York. P: 12, 72

Shrestha, R., Alavalapati, K., Janki, R.R., Kalmbacher, R. 2004, Exploring The Potential for Silvopasture Adoption in

South-central Florida: An Application of SWOT-AHP
Method Agricultural Systems, 81(1), 185-199
Williams D.R; Schreyer R 1990, The effect of the experience
use history on the multidimensional structure of motivations
to participate in leisure activities“ Journal of Leisure
Research 22, pp. 36-54.
www.unwto.org2013
WWW.sportesfahan.ir2014

Analysis capabilities city of Isfahan role in the development of sports tourism

Absract

Sport Tourism is part of tourism to youth that there is a combination of sport and tourism and growing at a rapid rate and becoming major industrial and independent. The aim of this study was to analyze the role of tourism in developing countries is the ability of the province. Methods based on applied research and the descriptive nature – analysis. A questionnaire to collect information and data and to extract data from a province's Expert choice software. The ranking of the rankings regional VIKOR (Vikor) and will be used for weighting the AHP model. Samples from the 49-member tourism experts and SWOT assessment model to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats have been used in sports Tourism. The results of this study showed that Ardestān cities, Nain, Golpayegan in the first three levels of the holy city, Esfahan and Frieden in terms of sport tourism are three levels. And a convenient geographic position in the strength, lack of sports infrastructure weaknesses, opportunities and boost employment in various sectors of the progressive destruction of natural resources are the main threat in the field of sport tourism Province. And according to the results of the internal and external factors Isfahan sport tourism strategies so (invasive) has the highest weight. The province has the capability to develop sports tourism.

Keywords: tourism ,sport tourism, Isfahan, AHP and VIKOR and SWOT model