

استراتژی های توسعه گردشگری ورزشی در استان کرمانشاه

بهروز بادکوبه^۱، ساجده واعظ زاده^۲، بی تا حامد^۳، سیامک آزادی^۴

^۱ عضو هیئت علمی سازمان جهاد دانشگاهی کرمانشاه (ACECR)

^۲ عضو هیئت علمی سازمان جهاد دانشگاهی کرمانشاه (ACECR)

^۳ عضو هیئت علمی سازمان جهاد دانشگاهی کرمانشاه (ACECR)

^۴ عضو هیئت علمی سازمان جهاد دانشگاهی کرمانشاه (ACECR)

چکیده

یکی از مؤلفه های مهم دستیابی به توسعه پایدار ارتقاء جایگاه گردشگری به ویژه گردشگری ورزشی در میان سایر حوزه های اقتصادی است. اما در این راستا اتخاذ رویکردی جامع نگر و راهبردی بسیار اهمیت دارد. کرمانشاه به دلیل برخورداری از پتانسیل های طبیعی لازم، از جمله غنی ترین استان های کشور در زمینه جذب گردشگران ورزشی است. در این مقاله با استفاده از ماتریس عوامل داخلی و خارجی و فرصت ها و تهدیدها، نقاط ضعف و قوت استان در زمینه توسعه گردشگری ورزشی ارزیابی و تعیین گردیده و به کمک مدل SWOT استراتژی های مربوطه تعیین شدند. همچنین به منظور اولویت بندی راهبردها از روش تصمیم گیری سلسله مراتبی AHP استفاده شد. بر اساس نتایج پژوهش، استراتژی های اولویت دار توسعه گردشگری ورزشی در استان عبارتند از: «جذب مشارکت بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در توسعه زیر ساخت های ورزشی»، «تبلیغات اثربخش جهت معرفی پتانسیل های موجود با تأکید بر قابلیت های خاص در حوزه بین المللی (دیواره جهانی بیستون) و جذب توریسم ورزشی (ملی- بین المللی)» و «تعامل چندجانبه سازمان های میراث فرهنگی، تربیت بدنی، شهرداری و ... در حوزه توریسم ورزشی». پیشنهاد مقاله برای توسعه گردشگری ورزشی در استان، تعامل میان سازمان های مؤثر بر امر توسعه گردشگری در حوزه ورزشی با توجه به تنوع عملکردی فراوان در این حوزه است.

واژه های کلیدی

گردشگری ورزشی، ظرفیت های گردشگری، استان کرمانشاه، مدل SWOT، روش AHP.

مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از سه صنعت برتر جهان به علت سودآوری بالا و در برنداشتن آلودگی های زیست محیطی بسیار مورد توجه کشورهاست. امروزه صنعت گردشگری یکی از باارزش ترین راه های به دست آوردن درآمد با کمترین هزینه و آلودگی نسبت به دیگر بخش های درآمد ملی است [۱]. رونق دادن به این بخش از چند دیدگاه باارزش است. نخست به این دلیل که سرچشمه ای باارزش برای بالا بردن درآمد ملی است. دوم، کشورها از این راه می توانند

فرهنگ خود را به جهانیان بشناسانند و سوم، با ساماندهی برنامه ریزی ها در صنعت گردشگری خود به خود از درصد بیکاری کاسته می شود [۲].

گردشگری ورزشی در میان انواع حوزه های گردشگری، جایگاه ویژه ای دارد. ورزش در عصر کنونی یکی از صنایع مهم دنیا محسوب می شود و یکی از متداولترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است. ایده ورزش به عنوان جذابیت گردشگری، موضوع جدیدی نیست، اما پایه های تئوریک جذابیت های ورزشی اخیراً مورد توجه قرار گرفته است. ورزش همچون دیگر عوامل جلب کننده، یکی از جذابیت های گردشگری است، با این تفاوت که جلب کننده ای منحصر به فرد است. ورزش این توانایی را دارد که گردشگران زیادی را به خود جلب کند. بنابراین رویدادهایی که دربردارنده ورزش هستند، خود نوعی جذابیت به شمار می آیند و به عنوان یک عامل جلب کننده گردشگری به شهر یا کشور مقصد عمل می کنند.

گردشگری به طور کلی و گردشگری ورزشی به طور خاص در ایران مغفول واقع شده است. کشور ایران با دارا بودن جاذبه های طبیعی و تنوع اقلیمی و فرهنگی و همچنین تعدد ورزش ها و بازی های سنتی، محلی و بومی که به تعداد ۲۵۰۶ (در ۲۴ استان کشور) گزارش شده است، در میان کشورهای جهان از موقعیت ممتازی برخوردار است. بر اساس اطلاعات سازمان جهانی گردشگری، در حالی که ایران رتبه دهم جاذبه های باستانی و تاریخی و رتبه پنجم جاذبه های طبیعی را در جهان دارا است، اما از نظر تعداد ورودی گردشگران و درآمد به دست آمده از این صنعت در رده هفتم قرار دارد [۳]. استان کرمانشاه در سطح ملی دارای چنین وضعیتی است. این استان علی رغم دارا بودن ظرفیت های فراوان، از نظر توجه به صنعت گردشگری مورد بی مهری واقع شده است. در حالی که کرمانشاه پس از فارس از نظر توان های گردشگری در جایگاه دوم کشور قرار دارد، اما در جذب گردشگر و جهانگرد در رتبه نهم پس از استان های خراسان رضوی، تهران، گیلان، قم، مازندران، گلستان، فارس و اصفهان قرار دارد. کرمانشاه به دلیل دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، مذهبی و همچنین برخورداری از پتانسیل های طبیعی لازم، از جمله غنی ترین استان های کشور است که توان جذب گردشگران ورزشی بسیاری را دارد.