

طراحی الگوی کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی با رویکرد ساختاری تفسیری

محمد مهدی گرزین* - پرویز سعیدی** - سید محمد رضا حسینی*** - زین العابدین فلاح****

دانشجوی دکتری گروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. - دانشیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. - دانشیار گروه اقتصاد، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. - دانشیار گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.

چکیده

هدف: پژوهش حاضر به دنبال طراحی الگوی کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی با رویکرد ساختاری - تفسیری در شمال کشور بوده است. روش شناسی: از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش اجرا توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی است. برای این منظور در گام اول عناصر تشکیل دهنده الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی از ادبیات نظری (به روش مرور نظامند) شناسایی شد. خروجی این مرحله شناسایی ۸۸ عامل فرعی در قالب ۷ عامل اصلی با روش دلفی بود. در گام بعدی به منظور برقراری ارتباط و توالی بین عوامل و ارائه مدل ساختاری شان از روش مدل سازی ساختاری تفسیری با نرم افزار اکسل بهره گرفته شد. یافته ها: نتایج تحقیق بیانگر آن است که عوامل (فرهنگی، اجتماعی و بازاریابی) در سطح یک و عوامل (اقتصادی، ساختار ورزش، مدیریتی و اجرایی، فرصتهای کارآفرینانه) در سطح دو قرار دارند. نتیجه گیری: در نهایت می توان گفت زیربنای الگوی کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی، عوامل (اقتصادی، ساختار ورزش، مدیریتی و اجرایی، فرصتهای کارآفرینانه) می باشند.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، گردشگری ورزشی - تفریحی، ساختاری تفسیری.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۲۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۱۵

*Email: mmg1354.10.1@gmail.com

**Email: dr.parvizsaedi@yahoo.com (نویسنده مسئول)

***Email: m_hosseini@aliabadiu.ac.ir

****Email: fallah1350@yahoo.com

مقدمه

دهر جهان امروز ورزش از یک سرگرمی صرف به صنعتی پر رونق تبدیل شده و حجم بالایی از سرمایه گذاری ها را در خود جای داده است (سوشیلا و همکاران، ۲۰۱۵، ۴۶۸). ورزش و تفریحات سالم به عنوان یک صنعت پر درآمد، به طور مستقیم و غیرمستقیم در توسعه کشورهای دنیا نقش دارند. در حال حاضر این صنعت در کشورهای توسعه یافته، یک صنعت مهم و عامل اثرگذار در رشد اقتصادی این کشورهاست. این صنعت شامل چندین بخش از جمله، گردشگری می شود (کشاورز^۲ و همکاران، ۱۳۹۴، ۴۹). امروزه صنعت گردشگری چند قدم بیشتر تا فتح رتبه نخستین محور تجاری جهانی فاصله ندارد و چنان گسترده و فراگیر در حوزه تبادلات اقتصادی کشورهای جهان ظاهر شده است که تقریباً هیچ کجای دنیا حتی نقاطی که از حداقل ظرفیت جذب گردشگر برخوردارند تلاش در جذب گردشگر را به عنوان یکی از منابع درآمد در برآوردهای اقتصادی شان از نظر دور نمی دارند و از جهتی دیگر وجود زیرساخت ها از اولین اولویت ها محسوب می شود که سرمایه گذاری در این بخش نقش حیاتی و محوری دارد (مونیکا^۳ و همکاران، ۲۰۱۶، ۹۷۵). به همین علت لازم است تا شرایطی فراهم شود تا سرمایه گذاران با اطلاعات کامل و دانش کافی در مورد مسائل و عوامل آن، اقدام به سرمایه گذاری نمایند و بتوانند ثروت خود را در این وادی به حداکثر برسانند (خطاط نژاد، ۱۳۹۵). رشد صنعت گردشگری از یک سو می تواند با گسترش انواع خدمات، ایجاد فرصت های شغلی و توسعه زیرساخت ها به جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی کمک نماید. از سوی دیگر سرمایه گذاری داخلی و خارجی نیز می تواند نقش مهمی در توسعه اقتصادی

و بخصوص بخش گردشگری ایفا کند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۸، ۱۳۲). یکی از شناخته شده ترین راهبردهای توسعه اقتصادی، گردشگری و فرصت های مربوط به آن در زمینه کارآفرینی است. کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کارهای ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و عرضه خدمات ورزشی و توسعه کسب و کارهای ورزشی به توسعه ورزش کمک می کند (هنری و مندعلی زاده، ۱۳۹۲، ۵۷). گردشگری ورزشی - تفریحی صنعتی نسبتاً جدید و یکی از سریع ترین بخش های رشد در صنعت گردشگری است که بر روی برنامه ریزی مقصد در کشورهای در حال توسعه تمرکز دارد و به عنوان یک عامل در بازسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع شهری و روستایی شناسایی شده است. به نظر می رسد گردشگری ورزشی - تفریحی به عنوان محملی برای بهبود کیفیت زندگی ساکنین با جذب گردشگران و مشارکت در بهبود اقتصاد جوامع محلی باشد (هنری، ۹۸، ۱۳۹۰). آمارها بیانگر این است که بسیاری از کشورهایی که شرایط مناسبی در خصوص گردشگری ورزشی - تفریحی دارند، بخش عظیمی از اقتصاد خود را از طریق اقتصاد گردشگری ورزشی - تفریحی اداره می کنند (بیات و همکاران، ۱۳۹۲، ۷۶). بر اساس اطلاعات موجود درآمد کشورهای پیشرفته جهان از محل گردشگری ورزشی - تفریحی سالانه چیزی بیش از ۲۰ میلیارد دلار است اما ایران با وجود جاذبه های بی نظیر گردشگری و طبیعی و داشتن آثار تاریخی چندین هزار ساله تاکنون بهره چندانی از این حوزه نبرده است. با توجه به این که اقتصاد کشور ایران اتکا شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام دارد و متغیرهای کلان اقتصادی با دنباله روی از

قیمت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدید می شود، و با توجه به جوان بودن جمعیت کشور و بالا بودن نرخ بیکاری، توسعه صنعت گردشگری ورزشی در کشور ایران از اهمیت بالایی برخوردار می باشد. گردشگری ورزشی یکی از شاخه های صنعت گردشگری است که با وجود سرمایه گذاری های کلانی که در سایر کشورهای دنیا روی آن انجام شده در ایران همچنان به عنوان صنعتی نوپا محسوب می شود. این حوزه از صنعت گردشگری که از سال ۸۴ با مصوبه وزارت ورزش و جوانان کار خود را در کشور آغاز کرد همچنان نتوانسته به جایگاه واقعی خود دست یابد. به عقیده کارشناسان این بخش با وجود شکل گیری انجمن گردشگری ورزشی که یک دهه از قدمت آن در کشور می گذرد عملاً فعالیتی در این خصوص انجام نشده و تا سال ۹۰ تنها نامی از گردشگری ورزشی و انجمن وجود داشت اما از سال ۹۰ فعالیت های این حوزه رشد بیشتری یافت و حتی در سال های اخیر با ورود سرمایه گذاران بخش خصوصی به این صنعت جایگاه آن در ساختار گردشگری کشور بهبود یافته و در حال حاضر هم فضا برای ورود سرمایه گذاران فراهم است. سرمایه گذاری در گردشگری ورزشی بسیار اقتصادی است و پتانسیل های بسیار مناسبی به لحاظ شرایط آب و هوایی در کشور وجود دارد. سرزمین ایران با پتانسیل های طبیعی و جاذبه های سیاحتی و فرهنگی بسیار و دارا بودن آب و هوای به اصطلاح چهار فصل می تواند به عنوان کشوری توانمند در آماده سازی شرایطی مطلوب برای علاقه مندان به مسافرت های خارجی، قطبی مهم در صنعت گردشگری به معنای عام و گردشگری ورزشی - تفریحی در معنای خاص آن تلقی شود، که در این راستا استان های شمالی به عنوان یکی از زیباترین نقاط حاشیه جنوبی دریای خزر با قله های رفیع سلسله جبال البرز و چشمه سارها و رودهای پر جوش و خروش و جلگه های سرسبز و حاصل خیز

که تنوع در خور اعتنایی از آثار و بناهای تاریخی و باستانی قبل و بعد از اسلام را در خود جای داده اند و با دارا بودن منابع طبیعی زیاد، می توانند به عنوان یک ظرفیت بالا و چشم انداز روشنی از صنعت گردشگری این مرز و بوم را ترسیم نمایند و در اوج قله توجه به آن قرار گیرد و با داشتن پتانسیل های موجود، توانایی های لازم و موقعیتی استراتژیک می تواند نقشی مهم و اساسی در جذب انواع گردشگر، بویژه گردشگر ورزشی - تفریحی داشته باشد ولی به دلیل کمبود سرمایه گذاری های داخلی و خارجی در زمینه گردشگری ورزشی - تفریحی، نتوانسته اند جایگاه واقعی خود را در زمینه گردشگری و علی الخصوص گردشگری ورزشی - تفریحی پیدا کنند لذا با توجه به رشد سریع گردشگری ورزشی در ابعاد مختلف، وجود جوانان و علاقه مندان به ورزش و گردشگری ورزشی در شمال کشور، نقش گردشگری ورزشی در ایجاد اشتغال دائم، فصلی و درآمدهای ارزی که از این راه بدست می آید، تأثیر منابع طبیعی بر رشد و توسعه گردشگری ورزشی و اینکه بر حسب موقعیت جغرافیایی مناطق مختلف هر کدام از جاذبه های طبیعی اولویت متفاوتی دارند، ضرورت انجام تحقیق در زمینه گردشگری ورزشی کاملاً آشکار می گردد بنابراین سوال اصلی تحقیق عبارت است از: الگوی کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی با رویکرد ساختاری تفسیری در شمال کشور چگونه است؟

پیشینه تحقیق

آگاهی از مسائل کارآفرینی و اشتغال در گردشگری ورزشی - تفریحی و ارائه راه حل و برنامه برای توسعه آن نیازمند مطالعات نظاممند و تخصصی است. کارآفرینی در گردشگری ورزشی - تفریحی یک حوزه مطالعاتی جدید محسوب می شود و کم و بیش تحقیقات به بررسی این زمینه پرداخته اند.

عوامل موثر در جذب گردشگران ورزشی فعال به گردشگری ساحلی دریای خزر نشان دادند جذابیت جاذبه های طبیعی مهم ترین عوامل جذب کننده درونی و اطلاع رسانی، رسانه ها و تبلیغات مهم ترین عوامل جذب کننده بیرونی گردشگران به گردشگری ساحلی محسوب می شود. همچنین عوامل جذب کننده بیرونی مهم تر از عوامل جذب کننده درونی عنوان شدند. قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸) در تعیین الگوی عوامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری ورزش های سنتی نشان دادند عامل فستیوال های ورزشی سنتی - طبیعی، عامل زیر ساخت ها، و عامل مدیریت و خط مشی دارای بیش ترین بار عاملی بودند. امینی و همکاران (۱۳۹۸) در شناسایی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در حوزه کارکردی دولت نشان دادند در زمینه گردشگری مؤلفه های مربوط به گردشگری در سه بخش ساختاری، محیطی و مدیریتی قابل طبقه بندی هستند. همچنین به طور ویژه در زمینه گردشگری ورزشی مؤلفه ها در سه بخش زیرساختی، مدیریتی و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جای گرفته و در زمینه موانع گردشگری ورزشی، مؤلفه ها در چهار بخش مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی - سیاسی و ارتباطی - تبلیغاتی طبقه بندی شده اند. گل زاده و میرآبادی (۱۳۹۸) در تحلیلی بر وضعیت گردشگری ورزشی و عوامل موثر بر توسعه آن با تاکید بر بازی های بومی و محلی نشان دادند متغیرهای سرمایه گذاری و تامین منابع مالی، زیرساخت ها و تاسیسات مختلف گردشگری و عوامل محیطی را به عنوان اثرگذارترین و مهم ترین عواملی که می توانند موجب رونق و توسعه گردشگری بازی های بومی و محلی شهرستان تبریز شوند را مشخص می سازند. کلهری و ورمزیار (۱۳۹۷) در اولویت بندی مولفه های کارآفرینی در حوزه گردشگری ورزشی شهر همدان نشان دادند مولفه های کارآفرینی ورزشی بر اساس دیدگاه

عاشوری و همکاران (۱۳۹۹) در بررسی فرصت های کارآفرینانه گردشگری ورزشی بر اساس اقلیم جغرافیایی ایران نشان دادند در کنار عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ... در ظهور و انتخاب فرصت ها تنوع اقلیم و ظرفیت های جغرافیایی تاثیرگذار می باشد. کریمی و همکاران (۱۳۹۹) در طراحی مدل توسعه گردشگری ماجراجویانه ورزشی بر اساس نظریه داده بنیاد، نشان دادند ضرورت ها و چالش ها شامل اجتماعی و فرهنگی، اشتغال مبتنی بر کارآفرینی، مدیریت هیجان، مدیریت ارتباطات و زیرساخت ها بودند. موانع شامل اداری - مدیریتی، امکانات و تجهیزات، فردی، مالی و اقتصادی، امنیتی، رو ساخت ها و اطلاع رسانی بودند. بسترها شامل قوانین و آیین نامه، فرهنگی و اطلاعاتی، آکادمیک و نیروی انسانی متخصص بودند. راهکارها شامل مدیریت ایمنی، آموزش و فرهنگ سازی، مدیریت اماکن و رویداد و مدیریت کیفیت و نوآوری بودند. محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸) در بررسی راهکار های توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در استان اردبیل، نشان دادند عوامل سیاسی و قانونی، اطلاع رسانی و تبلیغاتی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی، مدیریتی، امنیتی و ایمنی، فرهنگی و اجتماعی جزو راهکار های اصلی بشمار می روند. محمد کاظمی و همکاران (۱۳۹۸) در تبیین فرصت های کارآفرینانه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: شهرستان دزفول) نشان دادند فرصت های گردشگری ورزشی شهرستان دزفول به ترتیب اولویت در گروه های زیر قرار می گیرند: فرصت های گروه اقامت، فرصت های گروه تفریح و ماجراجویی، فرصت های گروه جاذبه های گردشگری، فرصت های گروه رویدادهای خاص و همایش ها، فرصت های گروه غذا و نوشیدنی، فرصت های گروه خدمات گردشگری، فرصت های گروه حمل و نقل و فرصت های گروه ورزش های آبی. عابدی سماکوش و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی

گردشگران به ترتیب اهمیت، ورزش در فضاهای طبیعی، ورزش های آبی، ورزش های نوپا، ورزش های ماجراجویانه و در آخر ورزش های رقابتی رتبه بندی شدند. توکلی انگوت و آقایی (۱۳۹۷) در شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی نشان دادند به ترتیب اولویت توانمندی های گردشگری ورزشی، جاذبه های گردشگری ورزشی، توسعه گردشگری ورزشی و تاثیر آن بر اشتغال و وضعیت برنامه ها و امکانات گردشگری و ورزشی به ترتیب بیشترین تاثیر را بر توسعه گردشگری دارند. دستوم و سوادی (۱۳۹۶) در طراحی چارچوب توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری ورزشی نشان دادند چارچوب شناسایی شده شامل مشوق های محیطی و نهادی، ساختار و مدیریت توسعه، نگرش، رفتار و فرهنگ کارآفرینانه، تأمین منابع توسعه، نظام نوآوری، زمینه ها و فرصت ها و پیامدهای توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی بود. فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) در اولویت بندی سهم عوامل توسعه صنعت گردشگری ورزشی در اشتغال زایی از دیدگاه کارشناسان و محققان نشان دادند از دیدگاه محققان عامل های اسکان و حمل و نقل و از دیدگاه کارشناسان عوامل اقتصاد و رویدادهای ورزشی نقش مهمتری در ایجاد فرصت های شغلی دارند. خطاط نژاد (۱۳۹۵) در شناسایی و اولویت بندی فرصت های سرمایه گذاری و کارآفرینی در حوزه گردشگری ورزشی استان تهران نشان داد اقامت مهمترین فرصت کارآفرینانه در زمینه گردشگری ورزشی است. رحیمی و همکاران (۱۳۹۵) در ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین المللی ورزشی ایران نشان دادند ساخت و تجهیز مراکز و پایگاه های ویژه گردشگری ورزشی در مناطق مختلف آب و هوایی کشور و تلاش در زمینه تصویب قوانین برای تشویق و حمایت از سرمایه گذاران داخلی و خارجی در بخش گردشگری ورزشی ضروری به نظر می رسد. کیانی

سلمی و یگانه دستگردی (۱۳۹۵) در شناسایی عوامل موثر و اولویت بندی فعالیت های گردشگری ورزشی نشان دادند عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی، تسهیلات اقامتی- رفاهی و پس از آن امنیت، بیشترین تاثیر را دارا هستند و در اولویت بندی ۶ گروه فعالیت های گردشگری ورزشی، ورزش های کوهستانی، در بالاترین رتبه قرار دارند و پس از آن ورزش های مبتنی بر طبیعت و زمین خشک و ورزش های آبی و تابستانی قرار ورزش ها. محمدی و نظری (۱۳۹۴) در نقش گردشگری ورزشی بر توسعه کارآفرینی شهر اصفهان نشان دادند بین گردشگری ورزشی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد همچنین در بین ابعاد کارآفرینی کشف فرصت و وجود فرصت و در گردشگری ورزشی درآمد بیشترین درجه اهمیت را داشتند. درودی و حسنی (۱۳۹۴) در بررسی عوامل موثر در گسترش گردشگری ورزشی نشان دادند زیر ساخت گردشگری، زیر ساخت ورزشی، رویداد ورزشی و توجه مسوولان از عوامل موثر در گسترش گردشگری ورزشی در استان زنجان می باشند. معین فرد و همکاران (۱۳۹۳) در تعیین راهبرد های توسعه گردشگری ورزشی تفریحی در ایران نشان دادند این راهبردها عبارتند از: توسعه استراتژی برگزاری رویدادهای ورزشی ملی و بین المللی در مناطق دارای ظرفیت گردشگری ورزشی تفریحی، ایجاد سایت های مخصوص گردشگری ورزشی تفریحی در مناطق مختلف کشور، تدوین سایت های اینترنتی جهت تبلیغ و بازاریابی جاذبه های ورزشی تفریحی، تدوین نظامی جهت جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی در گردشگری ورزشی تفریحی، تدوین و اجرای نظامی جامع جهت آنالیز و ارزیابی مداوم فواید مختلف گردشگری ورزشی تفریحی برای کشور، معرفی صنعت گردشگری ورزشی تفریحی به جامعه با انجام تبلیغات و بازاریابی در این زمینه، ایجاد نظامی جهت معرفی جاذبه های گردشگری ورزشی

ساحلی مازندران است. مدیریت، امکانات و تاسیسات و زیرساخت‌ها در اولویت‌های بعدی توسعه و جذب گردشگر ورزش‌های آبی قرار دارد. کستر^۱ و همکاران (۲۰۱۶) در بررسی و اولویت بندی جاذبه های گردشگری ورزشی کشور هندوستان نشان دادند جاذبه های طبیعی - ورزشی در رتبه اول، جاذبه های غیرورزشی (تاریخی و میراث فرهنگی) در رتبه دوم و جاذبه های ورزشی در رتبه سوم اهمیت برای توسعه گردشگری ورزشی و جذب گردشگر قرار دارند. میهالیک^۲ (۲۰۱۵) در طراحی چارچوب توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری ورزشی کشور استرالیا نشان داد چارچوب شناسایی شده شامل مشوق های محیطی و نهادی، ساختار و مدیریت توسعه، نگرش، رفتار و فرهنگ کارآفرینانه، تامین منابع توسعه، نظام نوآوری، زمینه ها و فرصت ها و پیامدهای توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی کشور استرالیا بود. راگهو^۳ (۲۰۱۵) در بررسی عوامل موثر بر گردشگری ورزشی در هند نشان داد عواملی مانند رویدادها، امکانات گردشگری، عوامل فرهنگی و اجتماعی و جغرافیایی که بر گردشگری ورزشی تأثیر دارد.

تفریحی در حاشیه رویدادهای ورزشی، پرورش نیروهای متخصص مدیریتی در بخش‌ها، نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری ورزشی و تدوین نظام جامع خصوصی‌سازی گردشگری ورزشی با توجه به سیاست‌های اصل ۴۴. نوبخت و همکاران (۱۳۹۳) در بررسی عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل و ارائه راهکارهای اجرایی، نشان دادند عوامل مرتبط با سرگرمی‌ها و فعالیت های تفریحی، عوامل مربوط به تربیت بدنی، خدمات ورزشی، عوامل گردشگری، عوامل مرتبط با امکانات و زیر ساخت‌ها، عوامل مرتبط با منابع طبیعی، عوامل مرتبط با خدمات اطلاع رسانی و ارتباطات، تاسیسات رفاهی و عوامل مرتبط با خدمات حمل و نقل عواملی هستند که به ترتیب در توسعه گردشگری ورزشی استان موثرند. غایب زاده و همکاران (۱۳۹۲) در شناسایی عوامل موثر بر توسعه و گسترش گردشگری ورزشی در بین زنان نشان دادند عوامل ناشی از تسهیلات امنیتی، عوامل مربوط به تسهیلات اقامتی، عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی، عوامل مربوط به تسهیلات حمل و نقل، عوامل مربوط به رویدادهای ورزشی زنان، عوامل اقتصادی، عوامل مربوط به اشتغال زنان در حوزه گردشگری ورزشی، عوامل مربوط به خدمات اطلاع رسانی و ارتباطات و عوامل انگیزشی، عواملی هستند که به ترتیب بر توسعه و گسترش گردشگری ورزشی در بین زنان موثر هستند. غفوری و همکاران (۱۳۹۲) در بررسی عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران نشان دادند تبلیغات و بازاریابی مهم‌ترین عامل در توسعه و جذب گردشگر ورزش‌های آبی در شهرهای

جدول ۱. عوامل موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی بر اساس ادبیات تحقیق

عامل اصلی	عامل فرعی	منبع
اقتصادی	معافیت های مالیاتی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	عاشوری و همکاران(۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)
	معافیت های گمرکی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	گل زاده و میرآبادی(۱۳۹۸)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۶)
	واگذاری تسهیلات دولتی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	رحیمی و همکاران(۱۳۹۵)، محمدی و نظری(۱۳۹۴)
	میزان نقدینگی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	معین فرد و همکاران(۱۳۹۳) ، غایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)
	ایجاد رقابت های سرمایه گذاری در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	محمدی و نظری(۱۳۹۴)، معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)
	حمایت مالی دولت در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	فراهانی و همکاران (۱۳۹۶)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۵)
	به روز شدن سیستم اقتصادی حاکم بر ورزش در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	محرم زاده و ایمان زاده(۱۳۹۸)، گل زاده و میرآبادی (۱۳۹۸)
	تسهیل نحوه نقل و انتقالات سرمایه و سود حاصل از آن در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	عاشوری و همکاران(۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸) ، گل زاده و میرآبادی(۱۳۹۸)
	کاهش ریسک سرمایه گذاری در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) ، رحیمی و همکاران (۱۳۹۵) ، محمدی و نظری(۱۳۹۴)
	تشویق و تسهیل فعالیت شرکت های فراملیتی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	معین فرد و همکاران(۱۳۹۳) ، غایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)
	تلاش در جهت کاهش نقش دولت در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	رحیمی و همکاران(۱۳۹۵)، محمدی و نظری(۱۳۹۴)
	تلاش در جهت رفع تحریم اقتصادی علیه ایران	معین فرد و همکاران(۱۳۹۳)، غایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)
	روند آزادسازی و خصوصی سازی اقتصادی از سوی دولت	محمدی و نظری(۱۳۹۴)، معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)
	نوسانات بازارهای موازی	فراهانی و همکاران (۱۳۹۶)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۵)
	تاثیر تغییرات نرخ بانکی	محرم زاده و ایمان زاده(۱۳۹۸)، گل زاده و میرآبادی (۱۳۹۸)
	تغییرات نرخ تورم	عاشوری و همکاران(۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، گل زاده و میرآبادی(۱۳۹۸)
وجود فرصت های درآمدی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) ، رحیمی و همکاران (۱۳۹۵) ، محمدی و نظری(۱۳۹۴)	
اجازه تشکیل شعبه ها از بنگاه های بزرگ تجاری	معین فرد و همکاران(۱۳۹۳) ، غایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)	
دسترسی به بازار بورس	محمدی و نظری(۱۳۹۴)، معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)	

مشخص بودن مخاطرات احتمالی	فراهانی و همکاران (۱۳۹۶)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۵)
ایجاد ساختار رقابتی در اقتصاد ورزش بین بخش خصوصی و دولتی و نیز بین سرمایه گذاران مختلف	محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، گل زاده و میرآبادی (۱۳۹۸)
سرمایه گذاری در صنایع مولد برای توسعه و تکمیل ادوات، تجهیزات و امکانات گردشگری تفریحی- ورزشی	عاشوری و همکاران (۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، گل زاده و میرآبادی (۱۳۹۸)
تقویت عملکرد و تشویق بیشتر بخش خصوصی در عرضه فعالیتهای گردشگری تفریحی- ورزشی	فراهانی و همکاران (۱۳۹۶)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۵)، محمدی و نظری (۱۳۹۴)
استفاده از مشوق های اقتصادی لازم برای ترغیب بخش خصوصی به مشارکت در ایجاد و توسعه ورزش های آبی	محمدی و نظری (۱۳۹۴)، معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)
همکاری بانک ها و موسسات مالی جهت تامین اعتبار ایجاد و توسعه ورزش های آبی	گل زاده و میرآبادی (۱۳۹۸)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۶)
عوامل جغرافیایی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	میپهالیک (۲۰۱۵)، راگهو (۲۰۱۵)
نیروی انسانی کارآمد در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	نوبخت و همکاران (۱۳۹۳)، غفوری و همکاران (۱۳۹۲)
زیرساخت های فیزیکی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	عاشوری و همکاران (۱۳۹۹)، کریمی و همکاران (۱۳۹۹)
دسترسی به بازارهای مختلف در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	گل زاده و میرآبادی (۱۳۹۸)، توکلی انگوت و آقایی (۱۳۹۷)
توسعه ورزش های تفریحی در کشور	درودی و حسنی (۱۳۹۴)، معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)
وجود مدیران متخصص در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	غفوری و همکاران (۱۳۹۲)، کستر و همکاران (۲۰۱۶)
وضعیت سهامداران اصلی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	عاشوری و همکاران (۱۳۹۹)، کریمی و همکاران (۱۳۹۹)
وجود شبکه های ارتباطی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	امینی و همکاران (۱۳۹۸)، گل زاده و میرآبادی (۱۳۹۸)، توکلی انگوت و آقایی (۱۳۹۷)
مدیریت فعال و پویا در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)، نوبخت و همکاران (۱۳۹۳)
توسعه راه های ارتباطی مناسب به منظور سهولت جابجایی گردشگران ورزشی	قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸)، امینی و همکاران (۱۳۹۸)
احیاء و نوسازی اماکن ورزشی قدیمی، و تأکید بر مقاوم سازی آن متناسب با فناوری روز علم ورزش	رحیمی و همکاران (۱۳۹۵)، درودی و حسنی (۱۳۹۴)، معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)
گسترش اماکن تفریحی- ورزشی متناسب با فرهنگ بومی، محلی جهت جذب گردشگران ورزشی	نوبخت و همکاران (۱۳۹۳)، غفوری و همکاران (۱۳۹۲)، کستر و همکاران (۲۰۱۶)
تمایل به ورزش های تجاری	عاشوری و همکاران (۱۳۹۹)، کریمی و همکاران (۱۳۹۹)
تورش های بازار	محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، امینی و همکاران (۱۳۹۸)
نقش شرکت های چند ملیتی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	دستوم و سوادی (۱۳۹۶)، غایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)
میزان استقبال مردم	راگهو (۲۰۱۵)

نقش رسانه های اجتماعی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	غایب زاده و همکاران(۱۳۹۲)، میهالیک (۲۰۱۵)	
میزان محبوبیت ورزش بین مردم	عاشوری و همکاران(۱۳۹۹)، کریمی و همکاران(۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده(۱۳۹۸)	
دولتی بودن ورزش	امینی و همکاران(۱۳۹۸)، دستوم و سوادى(۱۳۹۶)	
نقش مطبوعات و نشریات در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	کریمی و همکاران(۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)	۱۳۹۹
دیدگاه های مردم	امینی و همکاران(۱۳۹۸)	
اخبار غیر رسمی در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	غایب زاده و همکاران(۱۳۹۲)	
امنیت اجتماعی	راگهو (۲۰۱۵)	
افزایش رفاه اجتماعی	کریمی و همکاران(۱۳۹۹)	
بالا بودن توان ریسک پذیری و نگرش ها و هنجارهای ذهنی مدیر ورزشی یا سرمایه گذار	عاشوری و همکاران(۱۳۹۹)، کریمی و همکاران(۱۳۹۹)	۱۳۹۹
آموزش نحوه جذب حامیان مالی و سرمایه گذاران به مدیران ورزشی	محرم زاده و ایمان زاده(۱۳۹۸)، قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸)	۱۳۹۸
عدم فقدان مهارت های مدیریتی و نبود ثبات مدیریت در ورزش کشور	امینی و همکاران(۱۳۹۸)، دستوم و سوادى(۱۳۹۶)	
ایجاد ساز و کار مناسب برای جذب سرمایه گذاری در حوزه گردشگری تفریحی- ورزشی	غفوری و همکاران(۱۳۹۲)، میهالیک (۲۰۱۵)	
ایجاد سیستم اطلاعاتی جامع در گردشگری ورزشی	محرم زاده و ایمان زاده(۱۳۹۸)، قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸)، امینی و همکاران(۱۳۹۸)	
تدوین و اجرای برنامه جامع ورزش کشور	کریمی و همکاران(۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، قزلسفلو و رضوی(۱۳۹۸)	
تدوین استراتژی برون سپاری فعالیت های صنعت گردشگری تفریحی- ورزشی	دستوم و سوادى(۱۳۹۶)، غفوری و همکاران(۱۳۹۲)	
برنامه ریزی مناسب برای ایجاد تعامل بیشتر بین خرده نظام های گردشگری تفریحی- ورزشی (از قبیل هتل داری، آژانس داری، اقامتگاه ها و...)	محرم زاده و ایمان زاده(۱۳۹۸)، قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸)	
فراهم آوردن بسترهای لازم جهت ایجاد عزم ملی به منظور توسعه صنعت گردشگری تفریحی- ورزشی	عاشوری و همکاران(۱۳۹۹)، کریمی و همکاران(۱۳۹۹)	
تفویض برخی اختیارات تصمیم گیری به سازمان میراث فرهنگی و گردشگری	امینی و همکاران(۱۳۹۸)، دستوم و سوادى(۱۳۹۶)، غفوری و همکاران(۱۳۹۲)، میهالیک (۲۰۱۵)	
اتخاذ سیاست های متکی بر هدف گذاری جذب گردشگر ورزشی در برنامه های توسعه و سند چشم انداز	کریمی و همکاران(۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)	
تلاش در جهت رفع تنش سیاسی داخلی و خارجی	قزلسفلو و رضوی(۱۳۹۸)، امینی و همکاران(۱۳۹۸)	

امینی و همکاران (۱۳۹۸)، دستوم و سوادی (۱۳۹۶)، غفوری و همکاران (۱۳۹۲)	تضمین امنیت سرمایه گذاری
عاشوری و همکاران (۱۳۹۹)، کریمی و همکاران (۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)	ارتباط مطلوب سیاسی با دیگر کشورها
محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸)، امینی و همکاران (۱۳۹۸)	حمایت های حقوقی از سرمایه گذاران داخلی و خارجی مربوط به گردشگری تفریحی - ورزشی در کشور
کریمی و همکاران (۱۳۹۹)، محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸)	اتخاذ سیاست های لازم جهت جذب و حفظ کارآفرینان در صنعت گردشگری تفریحی - ورزشی
دستوم و سوادی (۱۳۹۶)، غفوری و همکاران (۱۳۹۲)	تدوین و تصویب قوانین و مقررات گردشگری تفریحی - ورزشی
قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸)، امینی و همکاران (۱۳۹۸)	سیاست گذاری در جهت افزایش پذیرش میزبانی رویدادهای علمی و ورزشی در کشور
محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)	ایجاد تصویر و افزایش آگاهی در بازار هدف
عابدی سماکوش و همکاران (۱۳۹۸)	ایجاد نظام مدیریت بازاریابی ورزشی در ورزش حرفه ای و تقویت آن
امینی و همکاران (۱۳۹۸)	انحصار عرضه محصولات شرکت سرمایه گذار یا حامی در رویدادهای ورزش های حرفه ای
معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)	وجود رقبای مختلف در بازار
غفوری و همکاران (۱۳۹۲)	کیفیت مسابقات ورزشی در حوزه ورزش حرفه ای
محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، عابدی سماکوش و همکاران (۱۳۹۸)	انعقاد قرارداد بین استعدادهای ورزشی و سرمایه گذاران
امینی و همکاران (۱۳۹۸)، معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)	تعداد تماشاگران ورزشی
غفوری و همکاران (۱۳۹۲)	حمایت بیشتر دولت از بخش های مرتبط با گردشگری تفریحی - ورزشی در تحقیقات بازاریابی
امینی و همکاران (۱۳۹۸)، معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)	شناسایی و درک انگیزه های گردشگران ورزشی، به منظور تأمین نیازهای آنان
محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، عابدی سماکوش و همکاران (۱۳۹۸)	برنامه ریزی برای معرفی جاذبه های فرهنگی، طبیعی، ورزشی و... در سطوح ملی و بین المللی
امینی و همکاران (۱۳۹۸)	کاهش هزینه های سفر و اقامت برای گردشگران ورزشی
معین فرد و همکاران (۱۳۹۳)	ایجاد دفتر تبلیغاتی توسط ادارات ذیربط گردشگری ورزشی جهت اطلاع رسانی به گردشگران ورزشی
غفوری و همکاران (۱۳۹۲)	گسترش بازاریابی الکترونیکی در حوزه گردشگری تفریحی - ورزشی
محرم زاده و ایمان زاده (۱۳۹۸)، عابدی سماکوش و همکاران (۱۳۹۸)	ارائه خدمات گردشگری ورزشی مطابق با استانداردها

محمد کاظمی و همکاران (۱۳۹۸)، قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸)	اقامت
کلهری و ورمزیار (۱۳۹۷)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۶)	تفریح و ماجراجویی
کستر و همکاران (۲۰۱۶)	جاذبه های گردشگری
راگهو (۲۰۱۵)	رویدادهای خاص و همایش ها
نوبخت و همکاران (۱۳۹۳)، غایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)	غذا و نوشیدنی
قزلسفلو و رضوی (۱۳۹۸)، کلهری و ورمزیار (۱۳۹۷)	خدمات گردشگری
محمد کاظمی و همکاران (۱۳۹۸)	حمل و نقل
غایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)، کستر و همکاران (۲۰۱۶)	ورزش های آبی

روش شناسی

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش اجرا توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی است. تیم مشارکت کننده تحقیق ۳۰ نفر از خبرگان نظری و تجربی می باشند که به روش هدفمند و تکنیک گلوله برفی انتخاب شده اند و محقق به دنبال طراحی الگوی کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی با رویکرد ساختاری - تفسیری در شمال کشور بوده است. برای این منظور در گام اول عناصر تشکیل دهنده الگوی کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی از ادبیات نظری (به روش مرور نظاممند) شناسایی شد. خروجی این مرحله شناسایی ۸۸ عامل فرعی در قالب ۷ عامل اصلی با روش دلفی بود. در گام بعدی به منظور برقراری ارتباط و توالی بین عوامل و ارائه مدل ساختاری شان از روش مدل سازی ساختاری تفسیری با نرم افزار اکسل بهره گرفته شد که در این روش بر اساس نظرات خبرگان و تجزیه و تحلیل های صورت گرفته، الگوی کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی احصا گردید.

روش الگوسازی ساختاری تفسیری که به عنوان یکی از روش های تصمیم گیری گروهی و جایگزینی برای روشهای آماری چون تحلیل معادلات ساختاری یا تحلیل مسیر می باشد، یک فرایند یادگیری تعاملی است که در آن مجموعه ای از عناصر مختلف و به هم مرتبط در یک مدل نظام مند جامع ساختاردهی می شوند (Warfield, 1974). این روش شناسی به ایجاد و جهت دادن به، روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم کمک می نماید (Faisal & et al, 2006) و با بهره گیری از اصول ریاضی و بر پایه نظر متخصصان، امکان شناسایی و تبیین روابط پیچیده بین عناصر را فراهم می آورد، الگوهای ذهنی ناپیوسته و غیر شفاف را به الگوهای عینی و هدفمند بدل می سازد و با دسته بندی این عناصر در چند سطح به تحلیل ارتباط آن ها می پردازد. یکی از اصلی ترین منطوق های این روش آن می باشد که همواره عناصری که در یک سیستم اثرگذاری بیشتری بر سایر عناصر دارند، از اهمیت بالاتری برخوردارند. مدلی که با استفاده از این متدولوژی به دست می آید، ساختاری از یک مسئله یا موضوع پیچیده، یک سیستم یا حوزه مطالعاتی را

نشان می دهد که الگویی به دقت طراحی شده می باشد (Faisal & et al,2006).

جدول ۲. مشخصات خبرگان

ردیف	نام و نام خانوادگی	تحصیلات	سمت
۱	زین العابدین فلاح	دکتری	عضو هیات علمی
۲	فریده حق شناس کاشانی	دکتری	عضو هیات علمی
۳	محمودرضا مستقیمی	دکتری	عضو هیات علمی
۴	روح اله سمیعی	دکتری	عضو هیات علمی
۵	سامره شجاعی	دکتری	عضو هیات علمی
۶	پرویز سعیدی	دکتری	عضو هیات علمی
۷	فریدون آزما	دکتری	عضو هیات علمی
۸	بهزاد شهرابی	دکتری	عضو هیات علمی
۹	محمودرضا چراغعلی	دکتری	عضو هیات علمی
۱۰	حمید رضایی	دکتری	عضو هیات علمی
۱۱	محمدرضا یوسفی	دکتری	عضو هیات علمی
۱۲	الهه معصومی	دانشجوی دکتری	عضو هیات علمی
۱۳	ناصر بای	دکتری	عضو هیات علمی
۱۴	مهدی نعیمی نظام آباد	دکتری	عضو هیات علمی
۱۵	عبدالحمید ابراهیمی	دکتری	عضو هیات علمی
۱۶	سید محمد رضا حسینی	دکتری	عضو هیات علمی
۱۷	اکرم اصفهانی نیا	دکتری	عضو هیات علمی
۱۸	مسعود حلاج پور	کارشناسی ارشد	مدیر کل
۱۹	احمد تجری	کارشناسی ارشد	مدیر کل
۲۰	سیف الله فرزانه	کارشناسی ارشد	مدیر کل
۲۱	حسن رنگرز	دکتری	مدیر کل
۲۲	سعید قربانی	دکتری	عضو هیات علمی

۲۳	امیررضا یوسفی	دکتری	عضو هیات علمی
۲۴	ابراهیم عباسی	دکتری	عضو هیات علمی
۲۵	محسن موسی خانی	دکتری	عضو هیات علمی
۲۶	مریم بخشی	دانشجوی دکتری	مدیر کل
۲۷	رضا رضایی شیرازی	دکتری	عضو هیات علمی
۲۸	هرمز مهرانی	دکتری	عضو هیات علمی
۲۹	حسین دیده خانی	دکتری	عضو هیات علمی
۳۰	قاسم برزمینی	کارشناسی ارشد	مدیر کل

یافته ها

متغیرها را نمایش می دهد. در این مرحله متغیرهای مساله به صورت دو به دو و زوجی با هم مقایسه شدند و پاسخ دهندگان با استفاده از نمادهای V, A, O, X به تعیین روابط بین متغیرها پرداختند. بعد از نظر خواهی از خبرگان و کارشناسان ماتریس خودتعاملی ساختاری طبق جدول (۳) بدست آمد.

تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری

براساس نتایج گام قبلی، گام بعدی شناسایی الگوی روابط علی میان آنها است. جهت انعکاس روابط درونی میان معیارهای اصلی از دیدگاه خبرگان استفاده شده است در این تکنیک متخصصان قادرند با تسلط بیشتری به بیان نظرات خود در رابطه با اثرات (جهت و شدت اثرات) میان عوامل بپردازند. ماتریس هم رابطه علی و معلولی بین عوامل را نشان می دهد و هم اثرپذیری و اثرگذاری

جدول ۳. علائم مورد استفاده در طراحی مدل ساختاری - تفسیری

O	X	A	V
عدم وجود رابطه	رابطه دوسویه	متغیر Z بر I تاثیر دارد	متغیر I بر Z تاثیر دارد

جدول ۴. ماتریس خودتعاملی ساختاری عوامل اصلی موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی

ردیف	عوامل اصلی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱	اقتصادی	۱	V	V	V	X	X	X
۲	ساختار ورزش	۱	۱	V	V	A	V	O
۳	فرهنگی	۱	۱	۱	X	A	V	O
۴	اجتماعی	۱	۱	۱	۱	O	A	A
۵	مدیریتی و اجرایی	۱	۱	۱	۱	۱	X	V
۶	بازاریابی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	V
۷	فرصت های کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

که ورودی (i,j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری A باشد در ورودی (i,j) در ماتریس اولیه صفر و در ورودی (j,i) یک قرار داده می شود، در صورتی که ورودی (i,j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری X باشد در ورودی (i,j) در ماتریس اولیه یک و در ورودی (j,i) یک قرار داده می شود و در صورتی که ورودی (i,j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری O باشد در ورودی (i,j) در ماتریس اولیه صفر و در ورودی (j,i) صفر قرار داده می شود. ماتریس دسترسی اولیه طبق توضیحات فوق برای ماتریس خودتعاملی ساختاری مرحله قبل به صورت جدول (۵) می باشد.

تشکیل ماتریس دسترسی اولیه

در این مرحله، ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل می شود. از این طریق، ماتریس دسترسی اولیه بدست می آید. از طریق تبدیل نمادهای V, A, O, X به صفر و یک برای هر متغیر ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل شده که به اصطلاح ماتریس دسترسی اولیه خوانده می شود. قوانین تبدیل این نمادها به شرح زیر است: در صورتی که ورودی (i,j) محل تلاقی سطر i و ستون j در ماتریس خودتعاملی ساختاری V باشد در ورودی (i,j) در ماتریس اولیه یک و در ورودی (j,i) صفر قرار داده می شود، در صورتی

جدول ۵. ماتریس دسترسی اولیه عوامل اصلی موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی

ردیف	عوامل اصلی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱	اقتصادی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲	ساختار ورزش	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰
۳	فرهنگی	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰
۴	اجتماعی	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰
۵	مدیریتی و اجرایی	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱
۶	بازاریابی	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱
۷	فرصت های کارآفرینانه	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱

تشکیل ماتریس دسترسی نهایی

پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه با دخیل نمودن انتقال پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می شود. برای اطمینان باید روابط ثانویه کنترل شود. انتقال پذیری به معنای آن است که اگر متغیر A بر B تاثیر داشته باشد و B بر C تاثیر داشته باشد در این صورت باید A نیز بر C تاثیر داشته باشد. یعنی اگر بر اساس روابط ثانویه باید اثرات مستقیم لحاظ شده

باشد اما در عمل این اتفاق نیفتاده باشد باید جدول تصحیح شود و رابطه ثانویه را نیز نشان داد. در این ماتریس، قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نیز نشان داده می شود. قدرت نفوذ یک متغیر از جمع تعداد متغیرهای متأثر از آن و خود متغیر بدست می آید. میزان وابستگی یک متغیر نیز از جمع متغیرهایی که از آنها تاثیر می پذیرد و خود متغیر بدست می آید. ماتریس دسترسی نهایی به صورت جدول (۶) بدست می آید.

جدول ۶. ماتریس دسترسی نهایی عوامل اصلی موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی

ردیف	عوامل اصلی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	میزان نفوذ
۱	اقتصادی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۲	ساختار ورزش	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۳	فرهنگی	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۶
۴	اجتماعی	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۳
۵	مدیریتی و اجرایی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۶	بازاریابی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۷	فرصت های کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
	میزان وابستگی	۶	۵	۷	۷	۶	۷	۶	

تعیین روابط و سطح بندی عوامل موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی

ریاضی جدول مربوط حذف می شود و عملیات مربوط به تعیین اجزای سطح بعدی مانند روش تعیین اجزای بالاترین سطح انجام می شود. این عملیات تا آنجا تکرار می شود که اجزای تشکیل دهنده کلیه سطوح سیستم مشخص شوند. همان طور که در جدول (۷) مشخص شده است، عوامل فرهنگی، اجتماعی و بازاریابی در سطح اول قرار می گیرند. هنگامی که در اولین تکرار عناصر بالاترین سطح مشخص شد، باید این عوامل را از سایر عوامل جدا و حذف شود، این عمل تا زمانی که سطح تمامی عوامل مشخص شوند تکرار می شود.

برای تعیین روابط و سطح بندی معیارها باید مجموعه خروجی ها و مجموعه ورودی ها برای هر معیار از ماتریس دریافتی استخراج شود. مجموعه خروجی ها شامل خود معیار و معیارهایی است که از آن تاثیر می پذیرد. مجموعه ورودی ها شامل خود معیار و معیارهایی است که بر آن تاثیر می گذارند. پس از تعیین مجموعه های ورودی و خروجی، اشتراک این مجموعه ها برای هر یک از مولفه ها تعیین می شود. از این طریق، مجموعه مشترک برای هر مولفه به دست می آید. شاخص هایی که مجموعه خروجی و مشترک آن ها کاملاً مشابه باشند، در بالاترین سطح از سلسله مراتب مدل ساختاری تفسیری قرار می گیرند. به منظور یافتن اجزای تشکیل دهنده سطح بعدی سیستم، اجزای بالاترین سطح آن در محاسبات

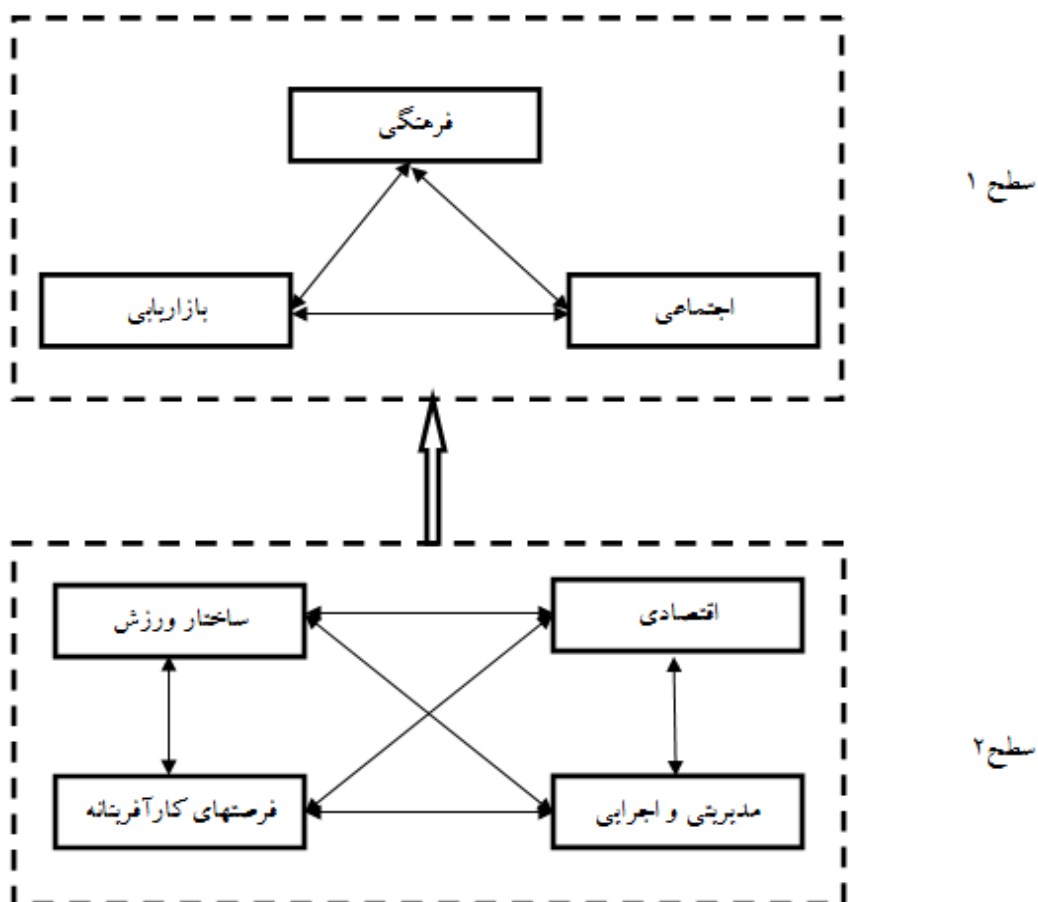
جدول ۷. تعیین سطوح در سلسله مراتب مدلسازی ساختاری تفسیری عوامل اصلی موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی

عامل	سطرها	ستون ها	اشتراک	سطح
	مجموعه خروجی (اثرگذاری)	مجموعه ورودی (اثرپذیری)		
۱	۷-۵-۲-۱	۷-۵-۲-۱	۷-۵-۲-۱	۲
۲	۷-۵-۲-۱	۷-۵-۲-۱	۷-۵-۲-۱	۲
۳	۷-۶-۵-۴-۳-۱	۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	۷-۶-۵-۴-۳-۱	۱
۴	۶-۴-۳	۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	۶-۴-۳	۱
۵	۷-۵-۲-۱	۷-۵-۲-۱	۷-۵-۲-۱	۲
۶	۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	۱
۷	۷-۵-۲-۱	۷-۵-۲-۱	۷-۵-۲-۱	۲

ترسیم مدل ساختاری تفسیری عوامل موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی

تحت تاثیر سایر عوامل می باشند. عوامل سطوح پایین تر از تاثیرگذاری بیشتری برخوردارند.

مدل نهایی بدست آمده در این تحقیق از دو سطح تشکیل شده است. عواملی که در سطوح بالاتر هستند از تاثیرگذاری کمتری برخوردارند و بیشتر

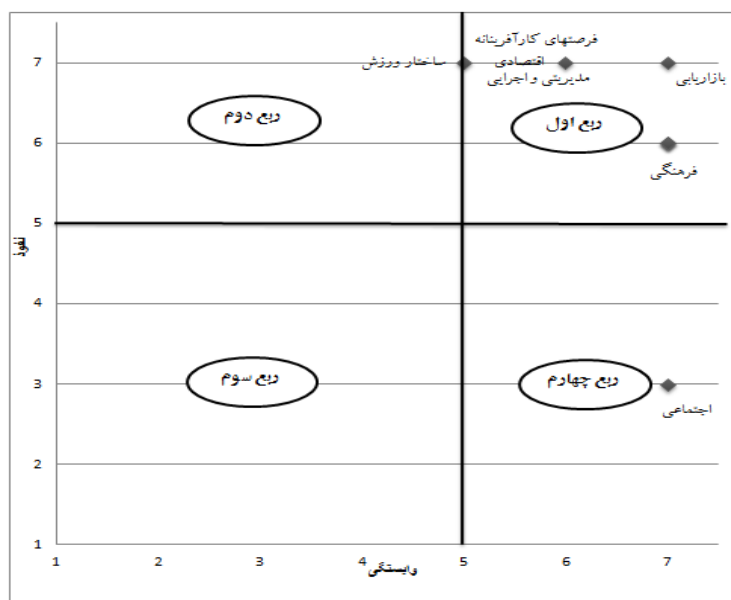


نمودار ۱. الگوی کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی با رویکرد ساختاری تفسیری

تجزیه و تحلیل نفوذ- وابستگی عوامل موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی

جدول ۸. جدول میزان نفوذ- وابستگی عوامل اصلی موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی

ردیف	عوامل اصلی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	میزان نفوذ
۱	اقتصادی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۲	ساختار ورزش	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۳	فرهنگی	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۶
۴	اجتماعی	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۳
۵	مدیریتی و اجرایی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۶	بازاریابی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
۷	فرصت های کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷
									میزان وابستگی
									۶



نمودار ۲. تحلیل نفوذ- وابستگی عوامل اصلی موثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی - تفریحی

گردشگر، یک فعالیت اقتصادی سودآور بوده و امروزه سومین صنعت پردرآمد جهان محسوب می‌شود. از دیدگاه اقتصادی اصلی‌ترین کارکرد صنعت جهانگردی کسب درآمدهای ارزی، توزیع مجدد درآمدها، ایجاد زمینه اشتغال، سرمایه‌گذاری و ایجاد ارزش افزوده همچنین فروش کالاها و خدمات مورد نیاز گردشگرها است. بر اساس آمارهای موجود، جهانگردی ۱۰ درصد از درآمدها و شغل‌های دنیا را به وجود آورده است. از سوی دیگر در دنیای امروز چه در کشورهای توسعه‌یافته و چه در کشورهای در حال رشد، بزرگترین امتیاز برای هر صنعت، سازمان، فرد، داشتن تفکر و خلاقیت برای کارآفرینی است. تفکر کارآفرینی موجب اشتغالزایی و در نهایت رفع بیکاری و کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی می‌شود. تفکر کارآفرینی کلید رشد و توسعه اقتصادی هر کشور شناخته شده است. در سال‌های گذشته دولت‌های کشورهای مختلف به طور جدی به تشویق تفکر کارآفرینی پرداخته‌اند؛ چرا که ارتقای کشور و رشد ملت در گرو کار، اشتغال و بهره‌وری نهفته است. کارآفرینی چیزی فراتر از ایجاد یک کسب و کار است. هرچند ایجاد کسب و کار یکی از واقعیت‌های مهم کارآفرینی شمرده می‌شود، تصویر کاملی از کارآفرینی نیست. خصوصیات همچون، جستجوی فرصت‌ها، ریسک‌پذیری و اصرار بر تحقق ایده‌ها، از جمله نشانه‌ها و ویژگی‌های کارآفرینان است. همچنین کارآفرینی، نشانه تلاش و موفقیت در کسب و کار است. کارآفرینان پیشگامان موفق در کسب و کارهای امروزی‌اند. درک فرصت‌ها، نوآوری و توانایی موفقیت آنها استاندارد است که امروزه، بنگاه‌های اقتصادی مستقل را با آن می‌سنجند و این استاندارد در تمام جهان پذیرفته شده است. موتور محرک اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته کارآفرینان آن کشورها هستند، آنان با نوآوری و خلاقیت خود حرکت کمی و کیفی یک اقتصاد را شتاب می‌بخشند.

در تجزیه تحلیل نفوذ- وابستگی متغیرها برحسب قدرت نفوذ و وابستگی به چهار دسته تقسیم شدند.

در ربع اول، متغیرهای متصل (پیوندی) هستند که دارای قدرت نفوذ زیاد و وابستگی زیاد می‌باشند. این متغیرها غیر ایستا هستند، زیرا هر نوع تغییر در آنها، کل سیستم را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در نهایت، بازخورد سیستم نیز می‌تواند این متغیرها را دوباره تغییر دهد. در تحقیق حاضر عوامل بازاریابی، فرهنگی، اقتصادی، مدیریتی و اجرایی در ربع اول قرار می‌گیرد لذا جزء متغیرهای متصل (پیوندی) بشمار می‌رود.

در ربع دوم، متغیرهای مستقل هستند که دارای قدرت نفوذ قوی ولی وابستگی ضعیف می‌باشند. این دسته مانند سنگ بنای ساختاری سیستم عمل می‌کنند و برای شروع یک تغییر و تحول اساسی در عملکرد سیستم، باید در وهله اول روی آنها تأکید کرد. در تحقیق حاضر ساختار ورزش در ربع دوم قرار می‌گیرد لذا جزء متغیرهای مستقل بشمار می‌رود.

در ربع سوم، متغیرهای خودمختار هستند که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف می‌باشند. این متغیرها نسبتاً غیر متصل به سیستم هستند و دارای ارتباطات کم و ضعیف با سیستم می‌باشند. متغیری در ربع سوم قرار نگرفته است لذا متغیر خودمختار وجود ندارد.

در ربع چهارم، متغیرهای وابسته سیستم قرار دارند که دارای قدرت نفوذ کم، ولی دارای وابستگی شدید می‌باشند. این مؤلفه‌ها که بالاترین قدرت وابستگی و کمترین قدرت نفوذ را در سیستم برخوردارند. در تحقیق حاضر عوامل اجتماعی در ربع چهارم قرار می‌گیرند لذا جزء متغیرهای وابسته بشمار می‌روند.

بحث

صنعت گردشگری علاوه بر این که یک امر روحی، روانی و فرهنگی به شمار می‌رود؛ بلکه متناسب با سیستم‌های مختلف و وجود یا ایجاد عوامل جذب

داده‌اند و به آن به عنوان جایگزینی برای درآمدهایشان نگاه می‌کنند. برای ایران که در فکر خروج از مشکل اتکای بیش از حد به درآمدهای نفتی و مشکل اشتغال است، صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از گزینه‌های مناسب مطرح باشد. البته در سال‌های اخیر تلاش‌ها و فعالیت‌های خوبی در این زمینه صورت گرفته است که در قیاس با رشد فزاینده گردشگری در جهان این فعالیت‌ها به هیچ عنوان کافی به نظر نمی‌رسد. در عین حال با وجود اثرات مثبت آن بر توسعه اقتصادی، متأسفانه مطالعات اندکی در این زمینه در ایران صورت گرفته است. رویدادهای ورزشی بسیار مورد توجه گردشگران در سراسر دنیا قرار دارد. با برگزاری رویدادها گردشگران با فرهنگ، قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری کشور میزبان آشنا می‌شوند و این موضوع باعث تبادل فرهنگی میان کشورهای مختلف می‌شود. مطالعات انجام گرفته در ۳۲ سال اخیر نشان می‌دهد که میزبانی رویدادهای ورزشی صرفه اقتصادی زیادی بر جامعه میزبان دارد. یافته‌های مشابه در تمامی مطالعاتی که در زمینه برگزاری رویدادهای ورزشی انجام گرفته، این است که منافع اقتصادی حاصل از برگزاری رویدادها بیشتر از هزینه‌های آن است. محققان دلیل اصلی آن را در درجه اول گردشگران می‌دانند و عنوان می‌کنند که برگزاری یک رویداد ورزشی باعث می‌شود که افراد زیادی در یک محدوده زمانی برای تماشا و مشارکت در ورزش به جامعه میزبان بروند و این امر باعث کسب درآمد برای هتل‌ها، رستوران‌ها و همچنین ایجاد کسب و کار جدید و رونق خرده‌فروشی می‌شود. البته، در تحقیقات اخیر که سازمان گردشگری انگلستان انجام داده است برگزاری المپیک ۲۰۱۲ میلادی ۳,۳ میلیارد دلار در آمد در شهر لندن برای کشور انگلستان حاصل کرده است. از سوی دیگر تحقیقات دیگری نشان داده است که میزبانی برزیل برای جام جهانی ۲۰۱۴ و بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ باعث می‌شود که اقتصاد این کشور پنج

کارآفرینی نیروی اصلی توسعه‌ی اقتصادی به حساب می‌آید که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به وجود می‌آورد. گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی می‌تواند رهیافتی برای توسعه کارآفرینی باشد. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی یکی از بهترین روش‌های مطرح در زمینه تأمین مالی پروژه‌های سرمایه‌گذاری است. از آنجا که نتایج تأیید کننده اثر مثبت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی است، به کارگیری این نوع سرمایه‌گذاری به جز تأمین مالی، اهداف دیگری چون ارتقاء فن‌آوری، توسعه مهارت و مدیریت برای ارتقای توان کیفی نیروی کار داخلی، کارآفرینی، توسعه بازارهای صادراتی، افزایش استاندارد تولیدات داخلی، و حرکت به سوی اقتصاد بازار را نیز دنبال می‌کند. در این راستا وظیفه دولت کمک به ظهور و پویایی صنایع و کارآفرینان برای جلب مشارکت شرکای خارجی به عنوان سرمایه‌گذار یا عرضه‌کننده فن‌آوری است. با توجه به اینکه دسترسی به سرمایه یکی از مشکلات عمده برای شروع کسب و کارهای جدید در کشورهای درحال توسعه (درآمد متوسط) است. بنابراین هرگونه سیاست تأمین مالی برای تشویق خلاقیت و نوآوری و اختراع، ابزار لازم را برای ارتقاء کارآفرینی در این کشورها فراهم می‌سازد. همچنین سیاست‌هایی در جهت تشویق آزادسازی‌ها به ویژه آزادسازی سرمایه و فراهم نمودن زیرساخت‌های مناسب برای آزادسازی اقتصادی بین جوامع پیشرفته و درحال توسعه می‌تواند نقش مهمی در رشد کارآفرینی ایفا کند. بر اساس مطالعاتی که در زمینه برگزاری رویدادهای ورزشی و گردشگری برخاسته از آن انجام گرفته است از رویدادهای ورزشی و گردشگری به عنوان عاملی برای بالابردن کیفیت زندگی ساکنان، بهبود اقتصاد و افزایش غرور و روحیه در جامعه نام برده شده است. در سال‌های اخیر و به خصوص در شرایط نامطلوب اقتصاد جهانی، کشورها به این صنعت بیش از پیش اهمیت

و بازاریابی برای جذب توریست ورزشی را کند و پرهزینه می‌کند. از طرفی کماکان محدودیت هایی از جهت جذب تماشاگران و استفاده از تمام امکانات قابل استفاده وجود دارد. علاوه بر این عدم وجود یک مدیریت یکپارچه و یک برنامه توسعه‌ای می‌تواند مزید بر علت باشد.

در ادامه پیشنهاداتی ارائه می‌گردد:

- رشد ریسک پذیری و سرمایه گذاری در صنعت گردشگری تفریحی- ورزشی از طریق سازو کارهای کاهش دهنده عدم اطمینان در محیط بازار گردشگری تفریحی- ورزشی.

- توسعه منابع و سرمایه مالی در صنعت گردشگری تفریحی- ورزشی از طریق تشکیل صندوق مستقل سرمایه گذاری.

- افزایش معافیت های مالیاتی، چرا که این کار علاوه بر کاهش هزینه های مالیاتی بنگاه های اقتصادی می تواند منجر به ایجاد پروژه های گردشگری تفریحی- ورزشی شود که دارای منافع عمومی باشد و در واقع به یک بازی برد برد تبدیل خواهد شد.

- مدیران به گونه ای برنامه ریزی کنند تا رویدادهای گردشگری تفریحی- ورزشی را با توجه به تنوع آب و هوایی در کشور در مناطق مختلف و زمان مناسب برگزار کنند.

- بازنگاری و بازطراحی فرایندهای کارآفرینی در صنعت گردشگری تفریحی- ورزشی از طریق اصلاح ساختار و برنامه.

- توسعه سرمایه فیزیکی و امکانات در صنعت گردشگری تفریحی- ورزشی از طریق افزایش مشارکت و سرمایه گذاری بخش خصوصی.

- توجه به عامل فرهنگ به عنوان عاملی قوی در جذب گردشگران تفریحی- ورزشی و شناساندن ویژگی های فرهنگی و باستانی کشور به گردشگران ورزشی.

- فعالیت های رسانه های اجتماعی در گردشگری تفریحی- ورزشی باید متناسب با نوع گردشگران و فرهنگ، انگیزه، سلیقه و علایق آنان باشد و به همین

پله صعود کند. بررسی اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی در جامعه میزبان، اطلاع رسانی و آگاه سازی ساکنان منطقه و مسئولان درباره این اثرات، می‌تواند هم موجب برنامه ریزی بهتر و دقیق تر از طرف مسئولان شود و هم حمایت های جامعه میزبان را در پی داشته باشد که این امر نیز به نوبه خود باعث افزایش گردشگر ورزشی در جامعه میزبان و توسعه اقتصادی جامعه میزبان را موجب شود. کارآفرینی مجموعه ای از فعالیت های مرتبط با معرفی محصولات و خدمات به بازار است؛ می‌تواند شامل ایجاد سازمان های جدیدی نیز باشد که به محیط اجتماعی اقتصادی وابسته هستند. کارآفرینی در ورزش، ایجاد و حفظ ثبات سرمایه گذاری تجاری را با تمرکز بر اهمیت فعالیت های تجاری بهبود می‌بخشد. این حوزه از کارآفرینی با بهره گیری از جهانی شدن و سبک زندگی کارآفرینانه، ترغیب به سرمایه گذاری های تجاری جدید می‌کند و می‌تواند برای گسترش سرمایه گذاری های تجاری، در مسیری فراتر از منابع موجود حرکت کند. در رویدادهایی که گردشگران خارجی از آن دیدن می‌کنند، شرایط اندکی متفاوت است. این گردشگران اقامت بیشتری خواهند داشت و در عین حال ممکن است انگیزه های دیگری که معمولاً در سفرهای توریستی دنبال می‌شود را نیز در نظر داشته باشند. از این رو است که می‌توان آنها را به گونه ای هدایت کرد که به مشتریان وفادارتری تبدیل شوند و در برنامه های آتی و به سبب انگیزه های دیگر از شهر مقصد دیدن کنند. اما نکته اینجا است که چرا کشور ما نمی‌تواند در خصوص گردشگری ورزشی توسعه مناسبی داشته باشد و از فرصت های موجود استفاده کند؟ به نظر می‌رسد مشکل اصلی، عدم سرمایه گذاری مناسب است. اگر باز هم ورزش پرتعداد فوتبال را در نظر بگیریم، نباید توقع داشته باشیم که با وجود تنها چهار ورزشگاه استاندارد، میزبانی مسابقات بزرگی به ایران واگذار شود. عدم دریافت میزبانی مسابقات بزرگ مانع از شناخت ایران به عنوان یک برند در مقاصد ورزشی شده است و فرآیند اجرایی

تفسیری

کارکردی دولت (مورد مطالعه: وزارت ورزش و جوانان) .
مطالعات مدیریت دولتی ایران، ۲(۴): ۹۰-۶۹.

بیات ، حسین ، سیدعامری ، میرحسن ، حسین پور ، اسکندر و فتحی کجل ، فاروق.(۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی ملی از دیدگاه دست اندرکاران ورزشی. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۵(۲): ۸۲-۷۳.

توکلی انگوت، سخاوت و آقایی، نجف.(۱۳۹۷). شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی (نمونه موردی، استان آذربایجان شرقی). اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین.

خطاط نژاد، حدیث.(۱۳۹۵). شناسایی و اولویت بندی فرصت های سرمایه گذاری و کارآفرینی در حوزه گردشگری ورزشی استان تهران. همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه، سلامت، پیشگیری و قهرمانی.

درودی، هما و حسنی، حمید.(۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر در گسترش گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: گردشگران شرکت کننده در رویدادهای ورزشی در استان زنجان). مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۴(۳۰): ۲۴-۱

دستوم، صلاح و سواد، مهدی.(۱۳۹۶). طراحی چارچوب توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری ورزشی. جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)، ۷(۲): ۲۸۵-۲۶۹.

رحیمی، محمد و همکاران.(۱۳۹۵). ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین المللی ورزشی ایران در رشته والیبال. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۴(۱۳): ۴۷-۳۵.

عابدی سماکوش ، محبوبه، فرزانه ، فرزانه، دوستی، مرتضی.(۱۳۹۸). بررسی عوامل مؤثر در جذب گردشگران ورزشی فعال به گردشگری ساحلی دریای خزر. علوم و فنون دریایی، ۱۸(۳): ۷۴-۶۱

عاشوری، تقی و همکاران.(۱۳۹۹). فرصت های کارآفرینانه گردشگری ورزشی براساس اقلیم جغرافیایی ایران. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۱(۶۴).

غایب زاده، شهروز و همکاران.(۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه و گسترش گردشگری ورزشی در بین زنان. اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار.

دلیل نیازمند راهبرد معین و مدیریت مناسب و نیروهای حرفه ای است.

- لازم است رسانه ها به ویژه روزنامه ها، رادیو و تلویزیون نقشی فعال در زمینه معرفی جاذبه های متنوع گردشگری تفریحی- ورزشی را ایفا کنند.

- در راستای افزایش امنیت اجتماعی، ایجاد پلیس ویژه گردشگران برای حفظ امنیت گردشگران می باشد که سبب جذب گردشگران و بالتبع آن افزایش سرمایه گذاری در گردشگری تفریحی- ورزشی می شود.

- تدوین استراتژی های توسعه کارآفرینی گردشگری تفریحی- ورزشی از طریق مراکز مسئول کارآفرینی و نظارت بر اجرا.

- تأمین پشتوانه علمی و فناوری توسعه گردشگری تفریحی- ورزشی از طریق برگزاری سمینارهای تخصصی با موضوع گردشگری تفریحی- ورزشی با همکاری دانشگاه و صنعت.

- ایجاد ساختار مدیریتی هماهنگ میان آژانس های گردشگری و نیز همکاری و هماهنگی میان مؤسسات ورزشی و آژانس های گردشگری.

- همکاری و هماهنگی میان مدیریت بازاریابی رویداد و مدیریت بازاریابی گردشگری شهر یا کشور میزبان.

- ارتقای خدمات رفاهی و توسعه زیرساخت ها از طریق تقویت استراتژی توسعه منابع کارآفرینی گردشگری تفریحی- ورزشی با رویکرد تنوع.

- ایجاد امکانات اقامتی و سهولت تهیه آن در مکان برگزاری رویدادهای گردشگری تفریحی- ورزشی.

- بهبود کیفیت رویدادها و همایش ها و همچنین برنامه ریزی مناسب برای برگزاری همایش های جذاب و نو.

منابع

امینی ، علیرضا، خوش سپهر ، زهرا و یوسفی ، زیبا.(۱۳۹۸). شناسایی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در حوزه

- غفوری، فرزاد، هنرور، افشار و نعمت‌پور، رفیعه. (۱۳۹۲). عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران. مدیریت و توسعه ورزش، ۲(۳): ۱۹-۳۰.
- فراهانی، ابوالفضل، اسلامی، صدیقه و پورسلطان زرنندی، حسین. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی سهم عوامل توسعه صنعت گردشگری ورزشی در اشتغالزایی از دیدگاه کارشناسان و محققان. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۲(۱۳): ۱۰۷-۱۱۳.
- قزلسفلو، حمیدرضا و رضوی، سید محمدحسین. (۱۳۹۸). تعیین الگوی عوامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری ورزش‌های سنتی (مطالعه موردی: جشنواره کبیدی سرخنگلاته، اسب ترکمن و کشتی سنتی آلیش و گورش). مطالعات مدیریت ورزشی، ۱(۱): ۱-۱۱.
- کاظمی، رضامحمد، پوریز، مهناز، درویش زاده، بتول. (۱۳۹۸). تبیین فرصتهای کارآفرینانهی گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: شهرستان دزفول). پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۸(۳): ۱۴۶-۱۲۹.
- کریمی، جواد، سلطانیان، لیلا و بجانی، ابوالفضل. (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه گردشگری ماجراجویانه ورزشی براساس نظریه داده‌بنیاد. مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۲(۶۰): ۸۲-۶۱.
- کشاورز، لقمان، فراهانی، ابوالفضل، موسوی چهارمی، یگانه و فرازینی، فاتح. (۱۳۹۴). عوامل تاثیر گذار بر رفتار بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای و ارائه الگو. مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۲(۴): ۴۵-۵۶.
- کله‌ری، پیمان و ورم‌زیار، هادی. (۱۳۹۷). اولویت بندی مولفه‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری ورزشی شهر همدان. چهارمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران. کیانی سلمی، صدیقه و یگانه، پریسا. (۱۳۹۵). شناسایی عوامل موثر و اولویت بندی فعالیت‌های گردشگری ورزشی با استفاده از فنون تصمیم‌گیری چند معیاره (نمونه موردی: استان چهارمحال و بختیاری). گردشگری و توسعه، ۵(۲): ۱۱۴-۱۰۴.
- گل زاده، ملیحه و میرآبادی، مصطفی. (۱۳۹۸). تحلیلی بر وضعیت گردشگری ورزشی و عوامل موثر بر توسعه آن با تاکید بر بازی‌های بومی و محلی (نمونه موردی: شهرستان تبریز). جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۳(۶۷): ۳۰۷-۲۸۷.
- محرم زاده، مهرداد و ایمان زاده، مسعود. (۱۳۹۸). بررسی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در استان اردبیل. مدیریت و توسعه ورزش، ۸(۴): ۱۷-۲.
- محمدی، مهرنوش و نظری، رسول. (۱۳۹۴). ارائه مدل نقش گردشگری ورزشی بر توسعه کارآفرینی شهر اصفهان. همایش بین‌المللی یافته‌های نوین پژوهشی در علوم ورزشی.
- محمد کاظمی، رضا، پوریز، مهناز و درویش زاده، بتول. (۱۳۹۸). تبیین فرصتهای کارآفرینانهی گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: شهرستان دزفول). پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۸(۳): ۱۴۶-۱۲۹.
- معین فرد، محمد رضا، شوشی نسب، پروین و کاظم نژاد، انوشیروان. (۱۳۹۳). راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی تفریحی در ایران. مجله مدیریت و توسعه ورزش، ۳(۲): ۱۷-۱.
- هنری، حبیب و مندعلی زاده، زینب. (۱۳۹۲). چارچوب تبیین و تدوین بیانیه مأموریت کارآفرینی در ورزش کشور از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۲(۱): ۶۱-۴۹.
- هنری، حبیب. (۱۳۹۰). نقش گردشگری ورزشی در اشتغال و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذی‌نفعان. پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ۸(۱): ۱۰۳-۹۵.
- نوبخت، فرزاد و همکاران. (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل و ارائه راهکارهای اجرائی. علوم ورزش، ۶(۱۳): ۱۲۳-۱۰۳.
- Faisal, M. Banwet, D.K. and Shankar, R. (2006). Supply chain risk mitigation: modelling the enablers, Business Process Management, 12(4), 535-552.
- Kester, J. and Croce, V. (2016), Study and Prioritization of Sport Tourism Attractions in Indi?, in Blanke, J. and Chiesa, T. (Eds), The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011, World Economic Forum, Geneva, pp. 35-43.
- Mihalic, T. (2015), Designing the framework for entrepreneurship development in the sport tourism industry, in Tisdell, C. (Ed.), Handbook of Tourism Economics:

تفسیری

- Sushila Devi Rajaratnam, Vikneswaran Nair, Saeed Pahlevan Sharif, Uma Thevi Munikrishnan, (2015) Prioritizing the contribution of sport tourism development factors to job creation from the viewpoint of experts and researchers, Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 7(5):463-477.
- Warfield, J. W. (1974). Developing interconnected matrices in structural modelling, IEEE transcript on systems, Man and Cybernetics, 4(1), 51-81.
- Sushila Devi Rajaratnam, Vikneswaran Nair, Saeed Pahlevan Sharif, Uma Thevi Munikrishnan, (2015) Prioritizing the contribution of sport tourism development factors to job creation from the viewpoint of experts and researchers, Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 7(5):463-477.
- Monika Dhochak, Anil Kumar Sharma, (2016) Identification and prioritization of factors affecting venture capitalists' investment decision-making process: An analytical hierarchal process (AHP) approach, Journal of Small Business and Enterprise Development, 23(4):964-983.
- Raghu,A.(2015). A Critical Research on factors affecting sports tourism in India, IJARIE,1(5):1026-1031.

Designing a Model of Entrepreneurship Sports -Recreation Tourism With Interpretive Structural Approach

Abstract

Objective: The present study sought to design a model of entrepreneurship, sports tourism, recreation with a structural-interpretive approach in the north of the country.

Methodology: In terms of applied purpose and in terms of implementation method is descriptive-survey and correlational. For this purpose, in the first step, the constituent elements of the model of "development, entrepreneurship, sports tourism"-recreation from the theoretical literature (by systematic review method) were identified. The output of this step was to identify 88 sub-factors in the form of 7 main factors by Delphi method. In the next step, in order to establish the relationship and sequence between the factors and present their structural model, the method of interpretive structural modeling with Excel software was used.

Findings: The results indicate that the factors (cultural, social and marketing) are at level one and the factors (economic, sports structure, management and executive, entrepreneurial opportunities) are at level two.

Conclusion: Finally, it can be said that the basis of the entrepreneurial model of sports-recreational tourism are factors (economic, sports structure, management and executive, entrepreneurial opportunities).

Keywords: Entrepreneurship, Sports-Recreational Tourism, Interpretive Structure.