

کارآفرینی با گردشگری ورزشی راهکاری پایدار در توسعه اقتصادی

سعید جهانتیغ^{۱*}، فرشته گلستانه^۲

۱. هیات علمی گروه علوم پایه دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

ایمیل: srf42012@yahoo.com

۲. هیات علمی گروه علوم پایه دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

ایمیل: golestaneh@cmu.ac.ir

چکیده

کارآفرینی در بخش گردشگری ورزشی برای توسعه اقتصاد پایدار بخصوص تولید، اشتغال، مساعد کردن محیط کسب و کار، دستیابی به هدفهای ماندگار اقتصاد ملی نقش انکارناپذیری دارد. در پژوهش حاضر سعی شده است توسعه اقتصادی پایدار با کارآفرینی در حوزه گردشگری ورزشی مورد بررسی قرار گیرد. روش تحقیق کتابخانه‌ای (اسنادی) و میدانی بوده. داده‌های میدانی از طریق پیمایش میدانی و داده‌های آماری از طریق مطالعه اسناد و مدارک سازمان‌ها و منابع کتابخانه‌ها جمع‌آوری شده است. جامعه آماری ۱۱۸ نفر، مشتمل بر مدیران و کارشناسان ورزشی، گردشگری و اقتصادی می‌باشند، گردشگری ورزشی شاخه‌ای از گردشگری است که از دو بخش گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی جهان و ورزش به‌عنوان یکی از صنایع بزرگ و بااهمیت در دنیای کنونی شکل گرفته و افراد بسیاری در سرتاسر جهان در آن اشتغال دارند توجه بیشتر به گردشگری ورزشی، ورزش‌های ملی. ایجاد پایگاه‌های اطلاعات گردشگری ورزشی، استفاده بهینه از محیط طبیعی و خدادادی کشور و پر کردن اوقات فراغت از اهداف تحقیق است. همچنین این تحقیق نشان داد معرفی و تبلیغات توانمندی‌های کشور موجب پیدایش اقتصادی پایدار در حوزه گردشگری ورزشی در سطح ملی و بین‌المللی می‌گردد.

کلیدواژه: کارآفرینی، اقتصاد، پایدار، گردشگری ورزشی.

مجله مطالعات نوین در

اقتصاد، مدیریت و

حسابداری

دوره: ۲

شماره: ۲

تابستان ۱۳۹۹

صفحه: ۵۷-۶۹

**Journal of New Studies
in Economics,
Management and
Accounting**

Vol: 2

No.: 2

Summer-2020

Page: 57-69

* ایمیل نویسنده مسئول: srf42012@yahoo.com

مقدمه

بر اساس اطلاعات موجود درآمد کشورهای پیشرفته جهان از محل توریسم ورزشی سالانه چیزی بیش از ۲۰ میلیارد دلار است اما ایران با وجود جاذبه‌های بی‌نظیر گردشگری و طبیعی و داشتن آثار تاریخی چندین هزارساله، تاکنون بهره‌چندانی از این حوزه نبرده است. تلاش کشورها برای تصاحب میزبانی این مسابقات البته بی‌اجر نمی‌ماند و منافع بی‌شماری را در حوزه‌های مختلف نصیب آنان می‌کند به‌گونه‌ای که پس از جام جهانی ۲۰۰۶ آلمان، گفته می‌شود حدود ۱۱ میلیارد دلار، درآمد از این میزبانی نصیب ژرمن‌ها شده و در کنار ۱۱ شغلی که در این بخش فعال بوده، ۴ شغل جدید نیز ایجاد شده است. این مثال به‌تنهایی نشانگر این است که نباید از تأثیر برگزاری مسابقات این‌چنینی در رونق و پیشرفت این حوزه در صنعت گردشگری به‌راحتی گذشت. در کنار تأثیرات گردشگری ورزشی بر صنعت گردشگری نکته دیگری که در این میان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، تأثیر ورزش و گردشگری بر اقتصاد کشورهاست. برگزاری تورنمنت‌های ورزشی در سطح بالای بین‌المللی آوردن تحولات عظیم اقتصادی، ورزشی، فرهنگی و اجتماعی برای کشور میزبان به ارمغان می‌آورد و این موضوع به حدی برای دولتمردان کشورهای توسعه‌یافته و مترقی دارای اهمیت است که برای به دست آوردن میزبانی رقابت‌های بین‌المللی نظیر المپیک، جام جهانی و... به انواع راه‌ها و روش‌ها متوسل می‌شوند. با برگزاری مسابقات مختلف در دنیا علاقه‌مندانی برای شرکت در این مسابقات به کشور میزبان سفر می‌کنند که این خود موفقیتی اقتصادی برای آن کشور شمرده می‌شود البته مزایای دیگری نیز وجود دارد و اینکه در این رویداد گردشگران با فرهنگ و قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری کشور میزبان آشنا شده و این موضوع باعث تبادل فرهنگی میان کشورهای مختلف می‌شود.

رشد اقتصادی یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های هر کشور و ملتی به شمار می‌آید، عوامل مختلفی بر رشد اقتصادی اثرگذار است یکی از مهم‌ترین عوامل گسترش کارآفرینی است که امروزه بسیاری از کشورها آن را در اولویت اهداف خود قرار داده‌اند (رستم زاده و یادگار، ۱۳۹۷). گردشگری در دهه‌های اخیر یکی از سریع‌ترین فعالیت‌های اقتصادی رو به رشد در دنیا به حساب می‌آید، کشورهای مختلف دنیا به گردشگری به‌عنوان یک صنعت درآمدزا و توسعه‌آفرین ارج نهاده و در ترویج و گسترش آن تلاش فراوان نموده‌اند (الوانی، ۱۳۷۲؛ اسلام، ۱۳۸۲؛ ملک خلق، ۱۳۸۲). امروزه ورزش یکی از متداول‌ترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است و

از تلفیق گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین صنعت جهان و ورزش به عنوان بزرگ‌ترین پدیده اجتماعی دنیا و یکی از صنایع بزرگ و بااهمیت در دنیای کنونی، شگفت‌انگیزترین صنعت خدماتی مدرن به نام صنعت گردشگری ورزشی به وجود آمده است (بلالی، ۱۳۸۹). امروزه توسعه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات، بسیاری از جنبه‌های زندگی انسانی را تحت تأثیر قرار داده (Kordnaeij et al, 2011) و شرایط محیطی و قواعد بازی و رقابت پیچیده و مبهم شده است، از این رو تداوم حیات و بقای سازمان‌ها به نوآوری، ابداع و خلق محصولات و فرایندهای جدید بستگی دارد. (Covin & Slevin, 1996) کارآفرینی در هر جامعه سه نقش را ایفا می‌کند: (۱) موتور توسعه‌ی اقتصادی بوده و رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشورها را تقویت می‌کند؛ (۲) میزان بهره‌وری جوامع را افزایش می‌دهد (۳) فناوری، محصولات و خدمات جدید را خلق می‌کند. (Schiller & Crewson, 1997) یکی از راهکارهای موفق برای توسعه‌ی کارآفرینی، به‌ویژه کارآفرینی نوآورانه دانش‌بنیان، شناسایی و اجرای راهکارهای ساختاری است؛ به عبارت دیگر مسئله‌ی این تحقیق راهکارهای توسعه‌ی کارآفرینی در ایران می‌باشد؟ این راهکارها به‌طور عمده مربوط به اصلاح قوانین و مقررات مالی، بانکی، فرایندهای قانونی دریافت تسهیلات و مجوزهای کسب‌وکار، قانون کار و تجارت و نظایر این‌ها بوده و هدف اصلی این تحقیق شناسایی موفق‌ترین آن‌ها در کشورهای توسعه‌یافته و اولویت‌بندی به‌کارگیری آن‌ها در ایران با توجه به شرایط بومی است. از این رو در این مقاله ابتدا به بررسی تجربه‌ی برخی از کشورها مانند ترکیه، اندونزی، مجارستان، چین و ژاپن پرداخته شده و در ادامه راهکارهای ساختاری مبتنی بر نظرات کارشناسان، خبرگان کارآفرینی و کارآفرینان خیره شناسایی، طبقه‌بندی و اولویت‌بندی می‌شود. کارآفرینی فرایندی است که فرصت‌ها، منابع و کارآفرینان را به هم مرتبط کرده (Wang et al, 2011, p.35) کارآفرینی نیروی برهم زنده‌ی اقتصاد است که رویدادها و نتایج بلندمدت را شکل داده و برای اینکه موقعیت‌های مناسبی خلق (Fu, 2001, p7; Awasthi) کند، موقعیت‌های اقتصادی و اجتماعی را تغییر می‌دهد راهکارهایی مانند بهبود نقش دولت در توسعه‌ی کارآفرینی، ایجاد ارتباط اثربخش در سازمان‌های صنعتی، طراحی نظام مالی و بودجه‌بندی اثربخش و بازنگری در قانون کار از جمله راهکارهای ساختاری دیگری می‌باشد که در پژوهش‌های انجام‌شده در ایران به آن اشاره شده است (۱۳۷۹، مقیمی و همکاران).

ادبیات و پیشینه تحقیق

تعاریف نظری

گردشگر:

تمام افرادی که موطن خود را به قصد مکانی دیگر ترک و کمتر از یک سال، در آنجا اقامت نموده و برای هزینه اقامت خود هیچ‌گونه درآمندی در مکان مورد بازدید نداشته باشند، گردشگر شناخته می‌شوند (رضوانی، ۱۳۸۶).

گردشگری:

ترک موقت محل دائمی زندگی است به قصد دیدار از مکانی دیگر بدون اشتغال به کار یا کسب درآمد از هر نوع و به هر طریق مشروط به آنکه اقامت در محل جدید از یک شبانه‌روز درگذرد (جانستون و ریتال، ۱۹۹۸).

گردشگری ورزشی:

هر نوع مسافرتی که به منظور فعالیت‌های ورزشی باشد گردشگری ورزشی نامیده می‌شود این‌گونه مسافرت ممکن است به صورت انفرادی و یا گروهی صورت گیرد بسیاری از کشورها با تأمین مجموعه‌های مجهز و ایجاد تسهیلات در امر ورزش جهانگردان را اغلب از طریق گردشگری ورزشی جذب می‌نمایند. گردشگری مبتنی بر ورزش بخشی نو از گردشگری شناخته می‌شود که مشتمل بر مشارکت در فعالیت ورزشی است و شرکت‌کنندگان در گردشگری ورزشی ممکن است خود ورزشکار باشند، اعضای اداری همراه تیم باشند و یا تماشاچیان که برای دیدن یک مسابقه ورزشی به مقصدی سفر می‌کنند (زندى مهر و همکاران، ۱۳۸۶).

سفری است که به دلایل غیرتجاری به صورت رسمی یا غیررسمی و بر پایه تفریح یا تماشای ورزش تشویق ورزشکاران حضور در رویدادهای ورزشی به صورت کوتاه‌مدت یا تعریف‌شده در داخل یا خارج کشور صورت می‌گیرد (مجتبوی و بهمن پور، ۱۳۸۷).

افراد یا گروه‌های که به صورت فعال یا غیرفعال در حین مسافرت یا اقامت در مکانی غیر از مکان زندگی خود به ورزش‌های تفریحی یا رقابتی یا مشاهده آن‌ها می‌پردازد (نوگووا و همکاران، ۱۹۹۶).

صنعت گردشگری:

صنعت گردشگری آینده‌ای از فعالیت‌های خدماتی مختلفی است که در جهت خدمات‌رسانی به گردشگران انجام می‌پذیرد لذا شامل تمامی روابطی است که تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و دولت‌ها و جوامع میزبان در فرآیند جذب و پذیرایی از گردشگران می‌باشد (موحد ۱۳۸۶).

کارشناسان:

جمع کارشناس و کارشناس به معنی کسی است که در کاری مهارت دارد متخصص اهل خیره (عمید، ۱۳۶۹).

کارآفرینی:

کارآفرینی را فرایند خلق چیز جدید و باارزش با اختصاص زمان و تلاش لازم، در نظر گرفتن خطرهای مالی، روانی و اجتماعی و رسیدن به رضایت فردی و مالی و استقلال می‌دانند (هیستریچ و پیترز، ۱۳۸۵)

کسب‌وکارهایی ورزشی

کسب‌وکارهایی هستند که برای تأمین امکانات و لوازم ورزشی و یا ارائه خدمات‌های ورزشی ایجاد شده‌اند. تهیه‌ی وسایل و لوازم ورزشی، دستمزد نیروی انسانی شاغل در امور ورزش، هزینه‌های نگهداری و تعمیر لوازم ورزشی، تأسیس باشگاه‌های ورزشی مختلف ایجاد می‌کند که بخشی از منابع مالی هر جامعه‌ای به این موارد اختصاص یابد (سخداری، ۱۳۸۸).

رشد و رواج روزافزون مسافرت‌های تفریحی مرتبط با ورزش و رواج شیوه زندگی فعال موجب شده است که مردم حتی در مسافرت، به ورزش علاقه‌مند شوند از این رو شهرهای مختلف جهان در به دست آوردن حق میزبانی بازی‌های المپیک و مسابقات قهرمانی جهان در رشته‌های ورزشی مختلف رقابت می‌کنند (هنرور، ۱۳۸۴). در کشورهای صنعتی، گردشگری به‌عنوان یک مجموعه بین ۴ تا ۶ درصد تولید ناخالص داخلی می‌باشد و بخشی از این مسافرت‌ها را گردشگری ورزشی تشکیل می‌دهد و گردشگری ورزشی بین یک تا دو درصد تولید ناخالص را شامل می‌شود، اگرچه اندازه‌گیری تأثیر ورزش و گردشگری در تولید ناخالص داخلی در کل جهان مشکل است، باوجود این، نرخ رشد صنعت گردشگری ورزشی حدود ده درصد در سال برآورد می‌شود (هادسون، ۲۰۰۳). در جهان امروزی گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت به پدیده اقتصادی - اجتماعی در

سطح جهانی تبدیل شده است، این صنعت سفید به عنوان پدیده‌ای چندبعدی مطرح است (پاول امری، ۲۰۱۰). شهرها و مناطقی از سراسر دنیا که پذیرای تماشاگران مسابقات و رویدادهای ورزشی می‌باشند، در این رشد ۱۰ درصدی سهیم‌اند. در بعضی از کشورها ورزش به تنهایی بیش از ۲۵ درصد کل درآمد گردشگری را شامل می‌شود و به دلیل نقش مهمی که از لحاظ اقتصادی و سیاسی ایفا می‌کند به موضوع بسیار راهبردی مبدل شده است (هنرور، ۱۳۸۴). صنعت جدید گردشگری ورزشی قادر به جذب ده‌ها میلیون تماشاگر شده و توانایی اثرگذاری عمیقی از ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دارد (پارسایان و اعرابی، ۱۳۸۲). به‌طور مثال کشور استرالیا در المپیک سیدنی ۲۰۰۰، رقمی معادل ۴ بیلیون دلار درآمد داشته که ۱/۴ بیلیون دلار هزینه کرده که پیش‌بینی می‌شود در ۱۰ سال آینده ۵/۷ بیلیون کسب کند که آن را صرف اصلاح سیستم هواپیمایی، تجهیز سیستم حمل‌ونقل، احداث و توسعه مراکز اقامتی و پذیرایی خواهد کرد که علت اصلی آن حضور گردشگران ورزشی و ایجاد فرصت‌های شغلی است (کیم و چایی، ۲۰۰۳).

نظریه‌های جدید در زمینه گردشگری نشان می‌دهد جذابیت‌های گردشگری بر پایه ورزش، در مقایسه با دیگر جذابیت‌های فرهنگی، مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری دارد از طرفی، کشور ایران با توجه به بررسی‌های صورت گرفته توسط جنینگز (۱۹۹۸) یکی از ۱۰ کشور اول جهان از نظر جذابیت‌های بالقوه گردشگری است. ایران سرزمینی چهارفصل و با تمدنی چند هزارساله است که به لحاظ ویژگی‌های منحصر به فردش، در ردیف ۱۰ کشور اول جهان به لحاظ توان بالقوه گردشگری قرار دارد (طیعی، ۱۳۸۷). کشور ایران به دلیل داشتن ظرفیت زیاد می‌تواند از این رهگذر بهره‌های فراوان برد. جذابیت‌های گردشگری بر پایه ورزش، در مقایسه با دیگر جذابیت‌های فرهنگی، مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری دارد (هینچ و هیگام، ۲۰۰۵).

بنا بر برآورد سازمان جهانی گردشگری، درآمد صنعت جهانگردی در طول سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۴، از ۴۴۱ میلیون به بیش از ۷۶۳ میلیون افزایش یافته است. تنها ۴۳/۹ میلیون جهانگرد خارجی در سال ۲۰۰۵ از آمریکا دیدن کردند تعداد گردشگران در سال ۱۹۵۰ در حدود ۲۵ میلیون نفر و در سال ۲۰۰۰ در حدود ۷۰۰ میلیون نفر و بر طبق برآوردهای صورت گرفته بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ میلادی صنعت گردشگری با بیش از ۱/۵ میلیارد گردشگر جز نخستین صنایع درآمدزای جهان خواهد بود. تعداد گردشگران در سراسر

جهان به حدود ۱/۶ میلیارد نفر در سال ۲۰۲۰ افزایش خواهد یافت و گردشگران بیش از ۲ تریلیون دلار هزینه خواهند نمود که رقم عمده آن به کشورهای توسعه یافته تعلق خواهد داشت (الوانی، ۱۳۷۳).

امروزه جهانگردی پیکره اصلی اقتصاد برخی از کشورها را تشکیل می‌دهد و مولد اقتصادی و اشتغال‌زایی است. صنعت گردشگری نقش ویژه‌ای در اقتصاد جهانی به عهده دارد تا جایی که بر اساس پیش‌بینی سازمان جهانگردی تا سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۳٪ از مشاغل جهان مربوط به صنعت گردشگری بوده است. علاوه بر آن، این صنعت عامل مؤثری در تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی تمدن‌ها، برقراری و تحکیم انس و الفت بین ملت‌هاست (پارسائیان، اعرابی ۱۳۸۲).

یکی از این بخش‌های مهم و پراهمیت که قابلیت تبدیل به امر فرا بخشی در صنعت گردشگری را دارد ورزش است که از آن به‌عنوان گردشگری ورزشی نام‌برده می‌شود (محرم زاده - ۱۳۸۹). گردشگری ورزشی یک پدیده اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است که مخلوطی از دو موضوع جذاب ورزش و گردشگری است (مرادی، ۱۳۸۵). بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها می‌دانند. در دنیای امروزی، گردشگری ورزشی منبعی سرشار از سود و درآمد است و هر کشوری که بتواند شرایط استفاده از این منبع را فراهم کند از مزایای آن بهره‌مند خواهد شد (هادوی و همکاران، ۱۳۸۳). تجارت ورزش و گردشگری، صنعتی ترکیبی است و آن‌قدر سودآوری دارد که تمام کشورها، مناطق، دفاتر مسافرتی، سازمان‌های متولی ورزش و خود رشته‌های ورزشی نیز از آن سود می‌برند. به‌طوری‌که بابت هرروز برگزاری رقابت‌ها گاهی تا حدود ۴۰۰ میلیون دلار سود عاید کشور میزبان می‌شود (هنرور، ۱۳۸۳). آمارها بیانگر این است که بسیاری از کشورهایی که شرایط مناسبی در خصوص گردشگری ورزشی دارند، بخش عظیمی از اقتصاد خود را از طریق اقتصاد گردشگری ورزشی اداره می‌کنند (کانگ مین، ۲۰۰۴).

گردشگری ورزشی رویدادهایی است که جمعیت زیادی را جمع می‌کنند رویدادهای ورزشی معروف جهان مانند مسابقات فوتبال ملی و بین‌المللی، جام جهانی، جام اروپا و یا بازی‌های المپیک را که تماشاگران فوق‌العاده‌ای دارند، علاقه‌مندان به ورزش در طیف گسترده‌ای از ورزش‌ها مانند گلف، کوهنوردی، اسکی، پیاده‌روی و قایقرانی، لذت بردن از تحرک و استفاده از فرصت‌های شغلی خود برای فعالیت‌های دوستدار سلامت، شرکت می‌کنند. صنعت گردشگری ورزشی در سطح جهانی به‌سرعت در حال رشد است و درآمد

سالپانه ۶۸.۷ میلیارد دلار است. ورزش در صنعت گردشگری در مقیاس جهانی، برای ایجاد یک صنعت گردشگری پایدار در ارتباط با ورزش است. کشور چین در سی سال گذشته رشد اقتصادی چشمگیری داشته و سرمایه فراوانی را به ارمغان آورده است. همچنین ورزش و سلامتی اهمیت بسزایی در زمینه سلامت و اقتصاد پیدا کرده و پیشرفت چشمگیری را در اقتصاد چین به همراه آورده است (کریمی، ۱۳۹۷).

روش‌شناسی تحقیق

در این تحقیق از روش‌های پیمایشی و روش توصیفی - تحلیلی استفاده می‌شود. در ابتدا محقق با توجه به اطلاعات موجود به بررسی جاذبه‌ها، امکانات و خدمات مربوط به توریسم ورزشی پرداخته و اثرات آن را بررسی و سپس با طراحی یک پرسشنامه دقیق و توزیع آن بین کارشناسان، مسئولان و گردشگران، وضعیت توریسم ورزشی در منطقه مورد مطالعه را بررسی و در نهایت عوامل مؤثر بر کارآفرینی گردشگری ورزشی را جهت دستیابی به راه‌حل و بستر مناسب توسعه اقتصادی، مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

متغیرهای مورد استفاده در این تحقیق شامل، جاذبه‌های گردشگری ورزشی، امکانات و زیرساخت‌های موجود، وضعیت اقتصادی و امنیتی و موضوع توسعه پایدار انسانی خواهد بود که در قالب مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی، محیطی (اکولوژیک) و امنیتی تجزیه و تحلیل خواهد شد. محقق با بررسی و اندازه‌گیری متغیرهای دخیل سعی در ارائه پیشنهادات و راهکارهای مناسب جهت توسعه اقتصادی پایدار با کارآفرینی در حوزه گردشگری ورزشی در منطقه مورد مطالعه خواهد نمود. یکی از معضلات و مشکلات پژوهش‌های کنونی کشور این است که در بسیاری از موارد عدم پیاده‌سازی مفاهیم و تئوری‌های مدیریت، امکان استخراج اطلاعات بر اساس داده‌های واقعی و تجربه‌شده امکان‌پذیر نیست. (زندحسامی و همکاران، ۱۳۸۹) در این پژوهش برای درک و تبیین بهتر موضوع از داده‌های نظیر داده‌های حاصل از مصاحبه، مشاهده، پرسشنامه استفاده شده است. در این پژوهش ابتدا در هر قسمت ویژگی‌های مورد نظر استخراج و سپس گروه مخاطب بر اساس امکان دسترسی و پاسخگویی انتخاب شدند. در زیر به برخی از شاخص‌های افراد اشاره شده است:

اساتید دانشگاه و صاحب‌نظرانی که در حوزه اقتصاد گردشگری پایان‌نامه، مقاله یا طرح پژوهشی را هدایت نموده باشند. مشاوران و خبرگان صنعت گردشگری که در این حوزه تجربه عملی داشته‌اند.

نمودار مراحل روش انجام تحقیق



متغیرهای اساسی در جذب گردشگر ورزشی

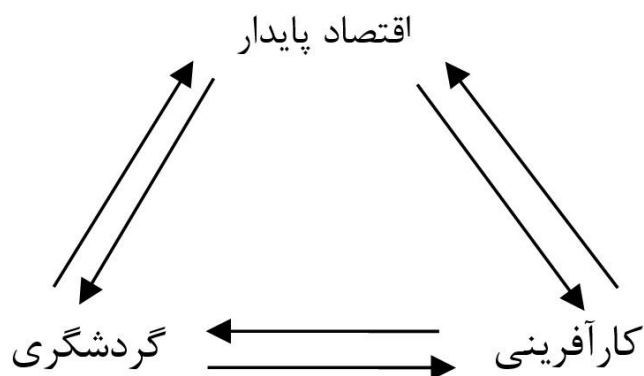
۱- اماکن متناسب ورزشی ۲- امکانات هنری و فرهنگی ۳- امنیت و آرامش ۴- اطلاعات و تبلیغات گردشگری ۵- مکان و موقعیت ۶- تسهیلات مناسب ۷- اماکن تجاری ۸- حمل‌ونقل ۹- ویژگی‌های اجتماعی ۱۰- آداب‌ورسوم ۱۱- بهداشت ۱۲- امکانات سرگرمی ۱۳- عوامل زیست‌محیطی ۱۴- توپوگرافی ۱۵- نیروی انسانی ماهر و کارآمد ۱۶- قوانین و مقررات ۱۷- سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی

محرک‌های کارآفرینی در گردشگری ورزشی

۱- زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری ۲- قابلیت دسترسی ۳- تنوع زیست‌محیطی ۴- مراکز گردشگری مشابه ۵- بازارهای سنتی و بومی ۶- امکانات لازم اسکان و پذیرایی

مهم ترین منافع گردشگری ورزشی

۱- توسعه کسب و کار ۲- ارتباطات اثربخش ۳- مدیریت صحیح و پایدار سرمایه ۴- ایجاد شغل مستقیم و غیرمستقیم ۵- توسعه اقتصادی ملی و بین‌المللی ۶- جذب سرمایه‌گذاری ۷- ایجاد فرصت‌های جدید ورزشی ۸- حفظ و تقویت هنر و ورزش‌های بومی محلی ۹- صادرات نامرئی ۱۰- افزایش کیفیت زندگی ۱۱- طراوت و شادابی جامعه ۱۲- بهبود خدمات اجتماعی و توسعه زیرساخت‌ها ۱۳- حفاظت و نگهداری محیط‌زیست



شکل شماره ۱: تأثیر متقابل گردشگری، کارآفرینی و اقتصاد

جدول ۱: درآمد گردشگری بین‌المللی (بیلیون دلار آمریکا)

نرخ رشد	۲۰۰۶	۲۰۰۰	۱۹۹۰	
%۱۷۷	۷۳۳	۴۷۴	۲۶۴	جهان
%۱۳۱	۵۱۱	۳۵۲	۲۲۱	درآمد کشورهای توسعه یافته
%۴۱۶	۲۲۲	۱۲۲	۴۳	درآمد کشورهای در حال توسعه

منبع: (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۸)

نتیجه گیری

گردشگری ورزشی می‌تواند صنعتی ماندگار و برای تمام فصول باشد. باعث رشد درآمد اشتغال‌زایی مناسبی را فراهم نماید. بر اساس یافته‌های تحقیق همان طوری که مشاهده می‌شود و نتایج به دست آمده، حمایت دولت‌های محلی و مرکزی از سرمایه‌گذاران، افزایش کیفی خدمات و محصولات ورزشی مرتبط، تبلیغات گسترده، استفاده از توانمندی‌های بالقوه، کمبود شدید نیروی متخصص و باتجربه، ایجاد

زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، آمایش سرزمینی، شناسایی نقاط و مناطق مستعد، ارتقای مدیریت صحیح در حوزه گردشگری ورزشی و معرفی توان بالای اقتصادی در حوزه کارآفرینی ورزشی صادرات نامرئی، توزیع متناسب و با عدالت مسابقات ورزشی در شهرها و استان‌ها که قابلیت برگزاری دارند، از مهم‌ترین راهکاری توسعه اقتصادی پایدار با کارآفرینی در گردشگری ورزشی می‌باشد.

پیشنهادات

- ۱- شناسایی ورزش‌های تفریحی و ایجاد بستر لازم برای گسترش صنعت گردشگری با تکیه بر ورزش‌های بومی محلی
- ۲- تشکیل شورای عالی برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری ورزشی
- ۳- استفاده از تجارب و سیاست‌های موفق ملی و بین‌المللی در حوزه گردشگری ورزشی
- ۴- تدوین قوانین و مقررات حمایتی از کارآفرینان ورزشی
- ۵- تربیت کارشناسان و تأسیس دانشکده‌های اختصاصی با توجه به توانمندی مناطق
- ۶- حمایت از ایده‌های خلاق و نو تا هنگامی که محصول یا خدمات تبدیل به پدیده گردد.
- ۷- بهره‌برداری بهینه از منابع خدادادی (سواحل، جنگل‌ها، دریا و...) در گردشگری ورزشی.
- ۸- ارتقای هماهنگی بین سازمان‌ها گردشگری، ورزشی، اقتصادی و کارآفرینی
- ۹- استفاده از ظرفیت بالای مناطق آزاد.

منابع

- الوانی، محمد، دهدشتی، زاهد، (۱۳۷۳). اصول و مبانی جهانگردی. تهران: انتشارات معاونت اقتصادی بنیاد مستضعفان
- پارسائیان محرم زاده، قیامی راد ا، (۱۳۸۷). گردشگری ورزشی در ایران، تبریز: انتشارات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تبریز.
- محرم زاده، قیامی راد ا، (۱۳۸۷). گردشگری ورزشی در ایران، تبریز: انتشارات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تبریز.
- مرادی، سیمین (۱۳۸۵). ورزش، شهر و توریسم. اولین همایش ملی شهر و ورزش.
- هنرور، افشار، مشرف جوادی بهمن، غفوری فرزاد، (۱۳۸۴). محدودیت های گردشگران در سفر به رویدادهای ورزشی بین المللی برگزار شونده در کشور. پنجمین کنگره بین المللی علمی- ورزشی بسوی آینده، دانشگاه تهران، ۳۰ و ۳۱ شهریور (۱۳۸۴).
- هنر و افشار، ۱۳۸۵، نقش گردشگری ورزشی در توسعه ورزش.
- هیستریچ و پیترز، (۱۳۸۵)، کارآفرینی، ترجمه ی علیرضا فیض بخش و حمیدرضاتقی یاری، تهران: مؤسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
- سید کورش مجتبوی، هومن بهمن پور، ۱۳۸۷، توریسم ورزشی انتشارات کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران.
- رستم زاده، پرویز و یادگار، زینب، ۱۳۹۷، بررسی اثر آستانه ای کیفیت نهادی بر رابطه کارآفرینی و رشد اقتصادی، همایش تولید ملی و اشتغال پایدار، چالش ها و راهکارها، بروجرد.
- زند حسامی، ۱۳۸۹، تحلیل جایگاه گردشگری شهری در توسعه ی کارآفرینی.
- سخدری، کمال، (۱۳۸۸)، دانشنامه کارآفرین ی، چاپ اول، تهران: بنیاد دانشنامه نگاری ایران و مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- کریمی، مهدی، کریمی، نجمه (۱۳۹۷)، بررسی تأثیرات گردشگری ورزشی در کشورهای میزبان، همایش جامعه علمی ایرانیان مقیم چین، بررسی فرایندها و دستاوردهای توسعه در چین، مجمع دانشجویان ایرانی مقیم پکن، دوره دوم.
- مالکی نژاد، ح. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر کیفیت خدمات خرید بر خط بر رضایت و وفاداری مشتری (مورد مطالعه: مجموعه بازرگانی مقدسی پور)، کنفرانس مدیریت بازرگانی نوین کسب و کار و بازاریابی با رویکرد رونق تولید ملی، قزوین.

- Hudsons,S,Sport and adventur tourist,the Haworth Press,2003.
- Hinach T, Highman J.2005. Sport, tourism & authenticity. European Sport Management Quarterly, 3: 243-256.
- Awasthi, D. (2011). “Approaches to Entrepreneurship Development: The Indian Experience”, Journal of Global Entrepreneurship Research, vol.1, No.2, pp107-123.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1996). “A Conceptual Model of entrepreneurship as form behavior”, Entrepreneurship: Theory and Practice, vol.1, No.16, pp. 7-25.
- Kordnaeij, A., Zali, M. R., Abdi Bavandpouri, R. k., & Abdi Bavandpouri, R.y. (2011). “Origins of Entrepreneurial Opportunities in e-Banking”, Journal of Global Entrepreneurship Research, vol.1, No.1, PP 21-34.
- Schiller, B., & Crewson, P. (1997). “entrepreneurial origins: A Longitudinal inquiry”, journal of Economic Inquiry, vol.35, No.3, PP. 23-31.
- Wang, W., Lu, W., & Kent Millington, J. (2011). “Determinants of Entrepreneurial Intention among College Students in China and US”, Journal of Global Entrepreneurship Research, vol.1, No.1, PP. 35-44.