



فصلنامه علمی پژوهش و برنامه‌ریزی شهری

سال ۱۱، شماره پیاپی ۴۳، زمستان ۱۳۹۹

شاپا چاپی: ۵۲۲۹-۲۲۲۸ - شاپا الکترونیکی: ۳۸۴۵-۲۴۷۶

<http://jupm.miau.ac.ir>

تحلیلی بر عوامل موثر توسعه کارآفرینی در محیط‌های شهری با تاکید بر گردشگری تفریحی ورزشی (نمونه موردی: جزیره قشم)

مهدی سوادى؛ استادیار گروه مدیریت ورزشی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

پذیرش: ۱۳۹۹/۱/۲۰

صص ۲۰۸-۱۹۳

دریافت: ۱۳۹۸/۴/۲۳

چکیده

گردشگری تفریحی ورزشی از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند. امروزه گردشگری تفریحی ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده اجتماعی اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است و کارآفرینی از طریق ایجاد کسب و کار ورزشی و ارائه خدمات گردشگری تفریحی ورزشی به توسعه کلان شهرها کمک می‌کند. لذا پژوهش حاضر به بررسی گسترش و توسعه کارآفرینی با تاکید بر گردشگری تفریحی ورزشی در بستر مدیریت شهری قشم می‌پردازد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و توسعه‌ای، از لحاظ روش انجام تحقیق، توصیفی-تحلیلی بوده است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شد و برای سنجش روایی پرسشنامه، از روایی صوری و محتوا استفاده شده است. حجم نمونه پژوهش تعداد ۱۰۸ نفر تعیین شد که پرسشنامه به صورت تصادفی بین نمونه آماری توزیع شد. جهت تعیین اعتبار و روایی پرسشنامه در این تحقیق از روش اعتبار محتوا استفاده شده است. همچنین پایایی ابزار اندازه‌گیری برابر با ۰/۹۳ آلفای کرونباخ بدست آمد. نتایج تحقیق نشان داد که از ۱۰ شاخص سیاسی و دولتی و ۱۰ شاخص زیست محیطی و کالبدی کارآفرینی در توسعه گردشگری ورزشی تعداد ۶ شاخص سطح معناداری، را به خود اختصاص داده‌اند و از سوی دیگر از ۱۰ شاخص های اقتصادی و اجتماعی ۳ شاخص سطح معناداری، و از ۶ شاخص فرهنگی و بومی کارآفرینی در توسعه گردشگری ورزشی ۱ شاخص سطح معناداری، را به خود اختصاص داده‌اند.

واژگان کلیدی: توسعه، کارآفرینی، گردشگری تفریحی ورزشی.

مقدمه:

کارآفرینی فرآیند ایجاد و دستیابی به فرصت‌ها و دنبال کردن آن‌ها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. رقابت‌پذیری ابزاری برای رسیدن به رشد اقتصادی مطلوب و توسعه پایدار در کشورهاست، و اگر کارآفرینان در محیط مناسبی قرار گیرند، به بهبود عملکرد رقابتی آنان منجر می‌شود (Baghersad et al; 2019: 525). مطالعات نشان می‌دهد اقدامات کارآفرینانه در محیط شهری می‌تواند در بهبود عملکرد شهری مؤثر باشد بنابراین همواره مورد توجه مدیران شهری بوده است. صنعت گردشگری از جمله نیروهای شکل‌دهنده جهان امروز ماست و اغلب از آن به منزله کلید رشد اقتصادی کشورها یاد می‌شود (Hassanholipoor et al; 2017: 261). یکی از جنبه‌های اصلی کارآفرینی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای گسترش گردشگری تفریحی ورزشی در فضاهای شهری است. ترانگ (۲۰۱۸) در پژوهشی نشان می‌دهد صنعت گردشگری رابطه مستقیمی با مؤلفه‌های اقتصاد کلان دارد و می‌تواند بر سیاست‌های توسعه ای اقتصاد کلان کشور تأثیر گذارد (Agharkakoli et al; 2019: 79). در واقع گردشگری می‌تواند محرک بسیار سودمندی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی سیاسی و فرهنگی به شمار رود. گردشگری پایدار امروزه در سراسر جهان وجود دارد و در حال حاضر تحت تأثیر انگیزه‌های متفاوتی از نهادهای منطقه ای، ملی و بین‌المللی مسافرت‌ها در حال توسعه قرار دارد. افزایش فرایندهای کارآفرینی در گردشگری و رویدادها در محیط‌های شهری، در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است. توسعه و رشد کارآفرینی توسط مجموعه‌ی بیشتری از متغیرها تحت تأثیر قرار می‌گیرد. فراهم کردن حمایت دولتی و خدمات حمایتی کسب و کار از جمله عوامل مهم اثرگذار بر کارآفرینی است. ویتوتاس و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با استفاده از تحلیل ساختاری نشان دادند که عوامل کلان زیست محیطی یعنی عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژیکی در توسعه گردشگری به عنوان یک صنعت سودآور نقش مهمی دارند. صنعت گردشگری به عنوان یکی از پیش‌نیازها برای تحقق اهداف اقتصادی و اجتماعی مطلوب و پایدار مطرح است (Moosavi et al; 2016: 63).

توسعه صنعت گردشگری در سالیان گذشته به دلایل مختلفی از جمله افزایش تعداد و تنوع در تولیدات و خدمات، رویدادها و مسابقات ملی و بین‌المللی، تعاملات و ارتباطات مجازی و غیر مجازی، تبلیغات و بازاریابی حرفه‌ای مورد توجه قرار گرفته است (Savadi et al; 2016: 203). صنعت گردشگری تفریحی ورزشی در محیط‌های شهری دارای جاذبه‌ها و توانمندی‌های زیادی جهت نوآوری و کارآفرینی است توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی به دلیل شرایط ویژه خود نیازمند وجود یک ساختار محتوایی و اجرایی مطلوب جهت برقراری شرایط، هدایت و حمایت از کارآفرینان است. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد فعالیت‌های ورزشی و فرهنگی بیشترین پیوند را با صنعت گردشگری دارند و توسعه این بخشها سبب توسعه صنعت گردشگری می‌شود (Evandaic et al; 2018: 69). بررسی‌های سازمان جهانی گردشگری، نشان می‌دهد که در مراحل اولیه توسعه گردشگری، دولت‌ها نقش اساسی در توسعه آن داشته و این روند معمولاً در همه کشورهای جهان مصداق پیدا می‌کند؛ دلیل این امر را نیز می‌توان در عدم ریسک‌پذیری بخش خصوصی در مراحل اولیه سرمایه‌گذاری گردشگری جستجو کرد (Heidarichiane et al; 2013: 15). بر همین اساس کارآفرینی و اشتغال در حوزه گردشگری ورزشی بالقوه به عنوان یکی از راه‌حلهای راهبردی جهت کاهش بیکاری و افزایش اشتغال به ویژه در ورزش کشور محسوب می‌شود (Dastoom & Savadi; 2017: 272). شناخت عوامل مؤثر که منجر به استقبال از یک برنامه گردشگری می‌شود، بیش از پیش در نظر سازمان‌های رقابتی به عنوان یکی از عوامل کلیدی موفقیت تلقی می‌گردد. لذا در این پژوهش محقق سعی دارد به بررسی نقش عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در محیط‌های شهری با تأکید بر گردشگری تفریحی ورزشی بپردازد. فرضیات آرایه شده در پژوهش حاضر به شرح زیر می‌باشد.

≠ به نظر می‌رسد بین شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی رابطه معناداری وجود دارد.

≠ به نظر می‌رسد بین شاخص‌های سیاسی و دولتی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی رابطه معناداری وجود دارد.

≠ به نظر می‌رسد بین شاخص‌های زیست محیطی و کالبدی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی رابطه معناداری وجود دارد.

≠ به نظر می‌رسد بین شاخص‌های فرهنگی و بومی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی رابطه معناداری وجود دارد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش:

رویکرد کارآفرینه و توسعه کسب و کار در صنعت گردشگری به اندازه دیگر صنایع از اهمیت بالایی برخوردار است و منجر به توسعه جوامع می‌شود (Ahmadpoor dariani et al; 2019: 483). کارآفرینی نقش اجتناب‌ناپذیری در بهبود بهره‌وری و رشد اقتصادی ایفا کرده و در واقع مترادف با موفقیت فردی، سازمانی و ملی است. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که چالش‌های بیرونی کارآفرینان در مرحله بهره‌داری، مشمول مردم و نهادهای رسمی است. البته ضعف کارکردی نهادها و مشارکت مردم در ارتباط متقابل تبلور یافته، و به بازتاب

کاهش بهره‌برداری کارآفرینان منجر می‌شود (Moghimiesfandabadi & Moeeni; 2019: 583). مبانی نظری پژوهش کارآفرینی را فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها کارآفرینی را فرایند معرفی رقباتی مستقل کوچک و بزرگ به شرکت‌های فعلی می‌داند و کارآفرین را فردی معرفی می‌کند که رقابت را بالا می‌برد و شرکت‌های موجود را به مبارزه می‌طلبد. گزارش‌های پژوهشی نشان می‌دهند که در یک صنعت با گرایش کارآفرینانه، اتخاذ استراتژیهای اثرسازانه تجربه‌گرایی و انعطاف‌پذیری بطور مثبت و استراتژی پیش‌تعهد به‌طور منفی، بر یادگیری استراتژیک اثر می‌گذارند (Taghvaei & Hejazei; 2018: 303). در خصوص توسعه کارآفرینی از طریق گردشگری تفریحی ورزشی در محیط‌های شهری، محققان بر این باورند که رویدادهای بزرگ ورزشی در مقیاس وسیع باعث افزایش بودجه عمومی در جهت ساخت تجهیزات، امکانات و زیرساخت‌های شهر گردیده و استراتژی‌های توسعه را در درازمدت بهبود می‌بخشد و در کوتاه مدت نیز باعث افزایش سودآوری شرکت‌ها می‌گردد (Karimi et al; 2013: 113). به نظر می‌رسد مقاصد گردشگری به مانند دیگر محصولات مصرفی، به برند به عنوان هویت یگانه‌ای برای ایجاد تمایز بین خود و سایر رقبا، نیازمند هستند (Shahmari & Farhoodi; 2020: 80). منافع صنعت گردشگری در سطح منطقه‌ای از طریق ایجاد درآمد ارزی باعث رشد اقتصادی و در سطح محلی از طریق ایجاد شغل، توزیع متناسب درآمد و توسعه متعادل منطقه‌ای باعث بهبود زندگی افراد منطقه می‌شود. بنابراین، تلفیق دو مقوله گردشگری و کارآفرینی به دلیل تاثیر متقابل بر یکدیگر و هم‌افزایی در توسعه اقتصادی-اجتماعی موضوع مهمی برای بررسی و تامل به شمار می‌رود (Balali et al; 2012: 90). کشف و به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینی از اصول مهم زنجیره تأمین کارآفرینانه است (Meftahi et al; 2019: 423). یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهد در توسعه از طریق گردشگری تفریحی ورزشی منجر به ارتقای فرصت‌ها و پیامدهای کارآفرینی می‌شود (Dastoom & Savadi; 2017: 271). مطالعات نشان می‌دهد اتخاذ سیاست‌هایی که در عمل، قابلیت اجرایی نداشته و آموزش‌های ناکارآمد و عدم توسعه فناوریها با نیازهای افراد جامعه، تاثیر معناداری بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور ندارد (Mandalizade et al; 2015: 423). کارآفرینی و گردشگری ورزشی در محیط‌های شهری اهداف مشترکی دارند که شامل ساختن پل‌های تفاهم میان فرهنگ‌های متفاوت، شیوه زندگی و سنت‌ها، افزایش صلح و دوستی میان ملت‌ها، برانگیختن و تشویق افراد به فعالیت‌های سرگرم‌کننده و شاداب برای رهایی از فشارهای روزمره زندگی هستند (Savadi et al; 2016: 203). بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغالزایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها می‌دانند. فرآیند کارآفرینی در گردشگری تفریحی ورزشی فرصت‌های جدید برای اشتغال در زمینه را ایجاد می‌کند، که با توجه به ابعاد گسترده آن می‌توان در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد و مرتبط با بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح نمود. برای توسعه کارآفرینی در بخش ورزش باید عوامل زمینه‌ای و ساختاری مؤثر در توسعه ورزش شناسایی شود و بر اساس هدف‌هایی که در ابعاد گوناگون کارآفرینی ورزشی وجود دارد، و برای ایجاد ساختارها و زمینه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی برنامه ریزی کرد (Mohamadkazemi et al; 2014: 114). بنابراین کارآفرینی در ورزش را می‌توان فرایند استفاده از فرصت‌های موجود در ورزش دانست. به سبب اشتغال جوانان در این صنعت، کشورهایی که با مشکلات ناشی از بیکاری دست و پنجه نرم می‌کنند از گردشگری به عنوان ابزاری برای برطرف کردن این مشکلات بهره می‌برند (Nazari et al; 2017: 218). ایجاد شغل‌های جدید، نوآوری در محصولات و خدمات ورزشی و تبدیل کمبودها به فرصت‌هایی برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید، مسائلی است که در کارآفرینی ورزشی میتوان به آنها پرداخت. سیاست‌های اقتصادی اجتماعی، خط مشی‌ها، فناوری، دولت، فرهنگ و جهانی سازی، همه به منظور شکل دادن محیطی که ورزش در آن عمل می‌کند، با هم ترکیب می‌شوند (Tajnamini; 2015: 189).

روش تحقیق:

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش توصیفی و از نوع همبستگی و جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی و از طریق پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش مدیران باشگاه‌های ورزشی، مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی، اعضای هیأت علمی و دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی و مدیریت کارآفرینی می‌باشد. حجم نمونه پژوهش به تعداد ۱۰۸ نفر تعیین شد که پرسشنامه به صورت تصادفی بین نمونه آماری توزیع شد. جهت تعیین اعتبار و روایی پرسش‌نامه در این تحقیق از روش اعتبار محتوا استفاده شده است پایایی ابزار اندازه‌گیری برابر با ۰/۹۳ بدست آمده بود. از کل حجم نمونه مورد مطالعه، ۱۴/۶ درصد در گروه سنی زیر ۲۵ سال، ۴۹/۳ درصد در گروه سنی بین ۲۵-۵۰ سال، ۳۵/۷ درصد در گروه سنی بالاتر از ۵۰ سال قرار دارند. وضعیت جنسیت و تاهل نمونه‌ها از کل

حجم نمونه که مورد پرسش قرار گرفته اند ۱۱/۹ درصد زن، و ۸۸/۱ درصد مرد جامعه آماری را تشکیل می دهد. همچنین از این تعداد ۶۶/۷ درصد آن‌ها متأهل، و ۳۳/۳ درصد آن‌ها مجرد بوده اند. نتایج تحقیق نشان می دهد که وضعیت تحصیلات در بین نمونه ها بدین صورت است که بیشترین سطح تحصیلات تا لیسانس با ۴۹،۵ درصد و کمترین دکتری با ۵،۲ درصد می باشد. از حجم نمونه مورد مطالعه، سابقه کاری ۹/۵ درصد در گروه کمتر از ۵ سال، ۳۱ درصد در گروه ۵ تا ۱۰ سال، ۲۸/۵ درصد در گروه ۱۰ تا ۱۵ سال و ۳۱ درصد در گروه بیش از ۱۵ سال، قرار دارند.

محدوده مورد مطالعه در این تحقیق شهرستان قشم است. جمعیت این شهرستان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴۸۹۹۳ نفر بوده است که از گذشته های دور فعالیت ها تجاری و گمرکی در آن صورت گرفته است. جزیره قشم با مساحت ۱۴۳۰ کیلومتر مربع در فاصله ۳۷ کیلومتری جنوب بندرعباس و در دهانه تنگه هرمز قرار گرفته است. این جزیره به عنوان بزرگترین جزیره خلیج فارس به موازات ساحل ایران قرار گرفته است. در منابع مختلف طول آن را از قشم تا باسعیدو به خط مستقیم بین ۱۰۰ تا ۱۳۰ کیلومتر تخمین زده اند. عرض این جزیره بطور متوسط ۱۱ کیلومتر می توان محسوب کرد. قشم با داشتن مرز آبی و به دلیل دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ویژه، از جمله غنی ترین نقاط کشور است که توان جذب گردشگران بسیاری را دارند و با توجه به دارا بودن جاذبه های طبیعی گردشگری از جمله سواحل، جاذبه های طبیعی و وجود مراکز آب درمانی می تواند تاثیر به سزایی در توسعه گردشگری تفریحی ورزشی داشته باشد.

یافته های تحقیق:

در این پژوهش، برای آزمون نرمال بودن متغیرها، از دو شاخص چولگی و کشیدگی استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر ارائه گردیده است.

جدول ۱. بررسی نرمال بودن داده ها

متغیر مستقل	ابعاد و گویه ها	چولگی	کشیدگی
گردشگری ورزشی	شاخص های اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی	۰/۶۷۴	-۰/۵۸۵
	شاخص های سیاسی و دولتی کارآفرینی	۰/۱۶۲	-۱/۴۷۲
	شاخص های محیطی و کالبدی کارآفرینی	۰/۲۷۱	-۰/۸۰۳
	شاخص های فرهنگی و بومی کارآفرینی	۰/۱۷۰	-۰/۷۲۲

ماخذ، مطالعات میدانی ۱۳۹۷

فرضیه اول تحقیق:

بین شاخص های اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی رابطه معناداری وجود دارد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۲- یافته های توصیفی شاخص های اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در توسعه گردشگری ورزشی

میانگین شاخص ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	■ آماره	
						شاخص ها	آماره
۲,۸۴۱	۹	۲۰	۲۸	۲۳	۱۵	فراوانی	۱) پرداخت تسهیلات بانکی در زمینه کارآفرینی در گردشگری ورزشی
	۹۰,۵	۲۱,۱	۲۹,۵	۲۴,۲	۱۵,۸	درصد	
۳	۱۹	۳۱	۱۳	۱۹	۱۳	فراوانی	۲) جذب حامیان مالی دولتی و خصوصی برای اجرای طرح های کارآفرینی در گردشگری ورزشی
	۲۰	۲۳,۶	۱۳,۷	۲۰	۱۳,۷	درصد	
۲,۶۸۴	۲۸	۴	۴۳	۶	۱۴	فراوانی	۳) ایجاد زمینه های کارآفرینی کسب و کار الکترونیکی (تجارت الکترونیکی) در گردشگری ورزشی
	۲۹,۵	۴,۲	۴۵,۳	۶,۳	۱۴,۷	درصد	
۲,۷۷۸	۷	۱۸	۲۹	۲۶	۱۵	فراوانی	۴) افزایش بازاریابی و جهت یابی در گردشگری ورزشی با تاکید بر جنبه های کارآفرینی
	۸,۴	۱۸,۹	۳۰,۵	۲۶,۳	۱۵,۸	درصد	
۲,۸۹۴	۱۲	۱۵	۳۱	۲۵	۱۲	فراوانی	۵) افزایش حمایت کنندگان و سرمایه گذاران از کارآفرینان گردشگری ورزشی از سوی جوامع تجاری
	۱۲,۶	۱۵,۸	۳۲,۶	۲۶,۳	۱۲,۶	درصد	
۲,۳۰۵	۳۲	۲۱	۳۰	۴	۸	فراوانی	۶) نقش رسانه ای در توسعه نگرش کارآفرینی ورزشی و معرفی کارآفرینان ورزشی
	۳۳,۷	۲۳,۲	۳۰,۵	۴,۲	۸,۴	درصد	
۳,۰۹۴	۲۸	۱۵	۲۶	۱۰	۱۶	فراوانی	۷) افزایش تحصیلات کارکنان و بکارگیری نیروهای تحصیل کرده تربیت بدنی و علوم ورزشی در زمینه های کارآفرینی
	۲۹,۵	۱۵,۸	۲۷,۴	۱۰,۵	۱۶,۸	درصد	
۲,۲۳۱	۳۷	۲۷	۱۰	۱۴	۷	فراوانی	۸) تدوین برنامه ریزی جامع در زمینه کارآفرینی گردشگری ورزشی
	۳۸,۹	۲۸,۴	۱۰,۵	۱۴,۷	۷,۴	درصد	
۳,۰۱۰	۱۴	۲۲	۲۹	۱۱	۱۹	فراوانی	۹) برگزاری همایش های ملی و منطقه ای در زمینه کارآفرینی گردشگری ورزشی
	۱۴,۷	۲۳,۲	۳۰,۵	۱۱,۶	۲۰	درصد	
۲,۲۹۴	۳۲	۲۸	۱۷	۱۱	۷	فراوانی	۱۰) تهیه و انتشار مواد آموزشی (نشریه، کتاب و...) در زمینه گردشگری ورزش کشور
	۳۳,۷	۲۹,۵	۱۷,۹	۱۱,۶	۷,۴	درصد	

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷

آماره های توصیفی نشان می دهد در بین شاخص های مورد بررسی میانگین افزایش تحصیلات کارکنان و بکارگیری نیروهای تحصیل کرده تربیت بدنی و علوم ورزشی در زمینه های کارآفرینی با مقدار ۳,۰۹۴ بیشترین میانگین آماری و شاخص تدوین برنامه ریزی جامع در زمینه کارآفرینی گردشگری ورزشی با مقدار ۲,۲۳۱ کمترین مقدار را دارا می باشد. برای مشخص کردن جایگاه شاخص ها در فرضیه اول از روش آماری رگرسیون چند متغیره استفاده گردید. همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته برابر با ۰/۷۳۷ است. ضریب تعیین تعدیل شده مدل تقریباً ۰/۵۴۴ بدست آمده است.

جدول ۳- همبستگی بین متغیرها در فرضیه اول

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	آماره دوربین وانسون
۰/۷۳۷	۰/۵۴۴	۰/۴۹۰	۰/۹۸۸۹۱	۱/۷۸۰

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷

در جدول زیر معنی دار بودن رگرسیون بوسیله آزمون F محاسبه شده است. با توجه به آماره F و احتمال مربوط به آن که ۰/۰۰۱ می باشد. جدول زیر نشانگر نتایج حاصل از این تحلیل می باشد.

جدول ۴. آزمون (F آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون در فرضیه اول

شرح	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	احتمال sig
رگرسیون	۹۷/۹۵۸	۱۰	۹/۷۹۶		
باقی مانده ها	۸۲/۱۴۸	۸۵	۰/۹۷۸	۱۰/۰۱۷	۰/۰۰۱
کل	۱۸۰/۱۰۵	۹۵	-		

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷.

با توجه به نتایج آزمون می توان گفت در شاخص های اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در توسعه گردشگری تفریحی ورزشی از قبیل؛ افزایش بازاریابی و جهت یابی در گردشگری ورزشی با تاکید بر جنبه های کارآفرینی، افزایش حمایت کنندگان و سرمایه گذاران از کارآفرینان گردشگری ورزشی و افزایش تحصیلات کارکنان و بکارگیری نیروهای تحصیل کرده علوم ورزشی در زمینه های کارآفرینی در توسعه گردشگری ورزشی ضروری به نظر می رسد. همچنین با توجه به نتایج آزمون می توان گفت در دیگر شاخص های مورد مطالعه عدم معناداری، وجود دارد.

بررسی فرضیه دوم: بین شاخص های سیاسی و دولتی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی رابطه معناداری وجود دارد. شاخص های سیاسی و دولتی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی در ۱۰ شاخص تقسیم بندی شده است. آمارهای توصیفی نشان میدهد که در آماره خیلی کم شاخص تدوین برنامه راهبردی و ارائه خط مشی کارآفرینی در سند چشم انداز ورزشی و گردشگری کشور بیشترین مقدار این گروه را به خود اختصاص داده است. در آماره کم (مقدار ۲ بر اساس طیف رتبه ای لیکرت) شاخص آسان شدن امور اداری مربوط به راه اندازی کسب و کارهای ورزشی با مقدار درصد (۲۳،۲) بیشترین این گروه است. در آماره متوسط (مقدار ۳ بر اساس طیف رتبه ای لیکرت) شاخص بکارگیری سیستم پاداش و تشویق بر اساس عملکرد برای کارآفرینان گردشگری ورزشی با مقدار درصد (۳۴،۷) بیشترین این گروه است. در آماره زیاد (مقدار ۴ بر اساس طیف رتبه ای لیکرت) شاخص فرایندها و الزامات اداری و کارآمدی نظام اجرایی ورزش کشور با مقدار درصد (۳۷،۹) بیشترین را در بر گرفته است و در نهایت در آماره خیلی زیاد (مقدار ۵ بر اساس طیف رتبه ای لیکرت) شاخص فرایندها و الزامات اداری و کارآمدی نظام اجرایی ورزش کشور با مقدار (۳۱،۶) درصد بیشترین را به خود اختصاص داده است. در بین ۱۰ شاخص مورد بررسی میانگین شاخص تدوین برنامه راهبردی و ارائه خط مشی کارآفرینی در سند چشم انداز ورزشی و گردشگری کشور با مقدار ۳،۲۵۲ بیشترین میانگین آماری و شاخص آسان شدن امور اداری مربوط به راه اندازی کسب و کارهای ورزشی با مقدار ۲،۷۶ کمترین مقدار را دارا می باشد.

جدول ۵- یافته های توصیفی شاخص های سیاسی و دولتی کارآفرینی در گردشگری تفریحی ورزشی

میانگین شاخص ها	آماره					شاخص ها	≠
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد		
۲،۹۶۸	۱۴	۲۱	۲۶	۱۶	۱۸	فراوانی	(۱) کاهش مالیات بر امور مرتبط با امر کارآفرینی در گردشگری ورزشی
	۱۴،۷	۲۲،۱	۲۷،۴	۱۶،۸	۱۸،۹	درصد	
۲،۸۱۵	۱۹	۳	۳۹	۹	۲۵	فراوانی	(۲) بکارگیری سیستم پاداش و تشویق بر اساس عملکرد برای کارآفرینان گردشگری ورزشی
	۲۰	۳،۲	۴۱،۱	۹،۵	۲۶،۳	درصد	
۲،۷۱۵	۶	۱۹	۲۹	۲۴	۱۷	فراوانی	(۳) انطباق شغل و مهارت در ساختار سازمان تربیت بدنی و ورزش کشور
	۶،۳	۲۰	۳۰،۵	۲۵،۳	۱۷،۹	درصد	
۳،۲۵۲	۲۵	۹	۳۲	۲۷	۳	فراوانی	(۴) تدوین برنامه راهبردی و ارائه خط مشی کارآفرینی در سند چشم انداز ورزشی و گردشگری کشور
	۲۶،۳	۹،۵	۳۳،۷	۲۸،۴	۳،۲	درصد	
۲،۳۶۸	۶	۷	۳۱	۲۳	۲۸	فراوانی	(۵) وجود دفتر کارآفرینی و اشتغال در وزارت ورزش و جوانان
	۶،۳	۷،۴	۳۲،۶	۲۴،۲	۲۹،۵	درصد	
۲،۹۰۵	۲۴	۱۳	۱۷	۱۲	۲۹	فراوانی	(۶) ارتباط سازمان ورزش و جوانان با سایر مراکز کارآفرینی در جامعه
	۲۵،۳	۱۳،۷	۱۷،۹	۱۲،۶	۳۰،۵	درصد	
۲،۲۶۳	۷	۱۶	۸	۲۸	۳۶	فراوانی	(۷) فرایندها و الزامات اداری و کارآمدی نظام اجرایی ورزش کشور
	۷،۴	۱۶،۸	۸،۴	۲۹،۵	۳۷،۹	درصد	

۲,۹۴۷	۱۵	۱۸	۲۸	۱۵	۱۹	فراوانی	۸) تاسیس مراکز مشاوره و خدمات کارآفرینی در زمینه کارآفرینی گردشگری ورزشی در استان‌ها
	۱۵,۸	۱۸,۹	۲۹,۵	۱۵,۸	۲۰	درصد	
۲,۳۳۶	۷	۱۲	۲۰	۲۳	۳۳	فراوانی	۹) سیاست های دولت قوانین دولتی حاکم در زمینه ی کسب و کارهای ورزشی
	۷,۴	۱۲,۶	۲۱,۱	۲۴,۲	۳۴,۷	درصد	
۲,۰۳۱	۱۸	۲۰	۴	۳۲	۲۱	فراوانی	۱۰) آسان شدن امور اداری مربوط به راه اندازی کسب و کارهای ورزشی (یکپارچه کردن، هماهنگی و ...)
	۱۸,۹	۲۱,۱	۴,۲	۳۳,۷	۲۲,۱	درصد	

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷.

برای مشخص کردن جایگاه شاخص های سیاسی و دولتی کارآفرینی در گردشگری تفریحی ورزشی در فرضیه دوم از روش آماری رگرسیون چند متغیره استفاده گردید. همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته برابر با ۰/۹۳۹ است. ضریب تعیین تعدیل شده مدل تقریباً ۰/۸۶۸ بدست آمده است. در جدول زیر معنی دار بودن رگرسیون بوسیله آزمون F محاسبه شده است

جدول ۶- همبستگی بین متغیرها در فرضیه اول

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	آماره دوربین واتسون
۰/۹۳۹	۰/۸۸۱	۰/۸۶۸	۰/۴۳۷۶۶	۱/۸۰۸

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷.

با توجه به آماره F و احتمال مربوط به آن که ۰/۰۰۱ می باشد می توان نتیجه گرفت معادله رگرسیون معنی داری تا سطح ۹۹ درصد را نشان می دهد جدول زیر نشانگر نتایج حاصل از این تحلیل می باشد.

جدول ۷- آزمون (F آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون در فرضیه دوم

شرح	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	احتمال sig
رگرسیون	۱۲۰/۳۵۰	۱۰	۱۳/۳۷۲		
باقی مانده ها	۱۶/۲۸۲	۸۵	۰/۱۹۲	۶۹/۸۱۱	۰/۰۰۱
کل	۱۳۶/۶۳۲	۹۵	-		

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷.

متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. با توجه به نتایج آزمون می توان گفت در شاخص های سیاسی و دولتی کارآفرینی در گردشگری ورزشی از قبیل؛ کاهش مالیات بر امور مرتبط با امر کارآفرینی در گردشگری ورزشی، انطباق شغل و مهارت در ساختار سازمان تربیت بدنی و ورزش کشور، وجود دفتر کارآفرینی و اشتغال در وزارت ورزش و جوانان و تاسیس مراکز مشاوره و خدمات کارآفرینی در زمینه کارآفرینی گردشگری ورزشی در استان‌ها سطح معناداری، ۹۹ و ۹۵ درصد وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون می توان گفت در شاخص های از قبیل؛ بکارگیری سیستم پاداش و تشویق بر اساس عملکرد برای کارآفرینان گردشگری ورزشی، تدوین برنامه راهبردی و ارائه خط مشی کارآفرینی در سند چشم انداز ورزشی و گردشگری کشور، ارتباط سازمان ورزش و جوانان با سایر مراکز کارآفرینی در جامعه، فرایندها و الزامات اداری و کارآمدی نظام اجرایی ورزش کشور، سیاست های دولت قوانین دولتی حاکم در زمینه ی کسب و کارهای ورزشی، آسان شدن امور اداری مربوط به راه اندازی کسب و کارهای ورزشی عدم معناداری، وجود دارد.

فرضیه سوم: بین شاخص های زیست محیطی و کالبدی کارآفرینی و توسعه گردشگری تفریحی ورزشی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۸- یافته‌های توصیفی شاخص‌های محیطی و کالبدی کارآفرینی در گردشگری تفریحی ورزشی

میانگین شاخص‌ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	■ آماره	
						شاخص‌ها	≠
۲,۷۵۶	۱۴	۲۱	۲۶	۱۶	۱۸	فراوانی	توسعه‌ی زیرساخت‌های عمرانی گردشگری ورزشی و بهره‌گیری از آنها توسط کارآفرینان
	۱۴,۷	۲۲,۱	۲۷,۴	۱۶,۸	۱۸,۹	درصد	
۲,۶۹۸	۱۹	۳	۳۹	۹	۲۵	فراوانی	واگذاری زمین به متقاضیان راه‌اندازی کسب و کارهای گردشگری ورزشی در قالب طرح‌های کارآفرینی
	۲۰	۳,۲	۴۱,۱	۹,۵	۲۶,۳	درصد	
۲,۸۹۵	۶	۱۹	۲۹	۲۴	۱۷	فراوانی	استفاده از جاذبه‌های توریسمی و گردشگری در ورزش و اجرای طرح‌های کارآفرینی در محل آنها
	۶,۳	۲۰	۳۰,۵	۲۵,۳	۱۷,۹	درصد	
۳,۳۵۰	۲۴	۹	۳۲	۲۷	۳	فراوانی	کیفیت خدمات ارتباطی (جاده‌ها، معابر و ...) در جهت توسعه کارآفرینی گردشگری ورزشی
	۲۵,۳	۹,۵	۳۳,۷	۲۸,۴	۳,۲	درصد	
۲,۴۵۲	۶	۳۱	۷	۲۳	۲۸	فراوانی	کیفیت تاسیسات و تجهیزات رفاهی گردشگری ورزشی در جهت توسعه کارآفرینی
	۶,۳	۳۲,۶	۷,۴	۲۴,۵	۲۹,۵	درصد	
۲,۹۶۸	۲۴	۱۳	۱۷	۱۲	۲۹	فراوانی	افزایش کیفیت زیرساخت‌های گردشگری: ارتباطات، حمل و نقل، ...
	۲۵,۳	۱۳,۷	۱۷,۹	۱۲,۶	۳۰,۵	درصد	
۲,۵۶۹	۷	۱۶	۸	۲۸	۳۶	فراوانی	زیرساخت‌های مناسب فیزیکی برای فعالیت کارآفرینانه گردشگری ورزشی
	۷,۴	۱۶,۸	۸,۴	۲۹,۵	۳۷,۹	درصد	
۲,۷۹۸	۱۵	۱۸	۲۸	۱۵	۱۹	فراوانی	زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری گردشگری ورزشی جهت طرح‌های کارآفرینی
	۱۵,۸	۱۸,۹	۲۹,۵	۱۵,۸	۲۰	درصد	
۲,۲۳۶	۷	۱۲	۲۰	۲۳	۳۳	فراوانی	کیفیت محیطی در جهت انجام گردشگری ورزشی
	۷,۴	۱۲,۶	۲۱,۱	۲۴,۲	۳۴,۷	درصد	
۳,۳۶۲	۱۹	۲۲	۶	۳۰	۹	فراوانی	بهره‌گیری از پتانسیل‌های تنوع زیستی و بهداشت محیطی جاذبه‌های گردشگری برای امر ورزش و فعالیت‌های کارآفرینی
	۲۱,۱	۲۷,۴	۱۰,۵	۳۱,۶	۹,۵	درصد	

منبع: یافته‌های تحقیق ۱۳۹۷

شاخص‌های محیطی و کالبدی کارآفرینی در گردشگری تفریحی ورزشی در ۱۰ شاخص تقسیم بندی شده است. آمارهای توصیفی نشان می‌دهد در بین ۱۰ شاخص مورد بررسی میانگین کیفیت خدمات ارتباطی در جهت توسعه کارآفرینی گردشگری ورزشی با مقدار ۳,۲۵۶ بیشترین میانگین آماری و شاخص زیرساخت‌های مناسب فیزیکی برای فعالیت کارآفرینانه گردشگری ورزشی با مقدار ۲,۲۶۳ کمترین مقدار را دارا می‌باشد.

برای مشخص کردن جایگاه شاخص‌های محیطی و کالبدی کارآفرینی در گردشگری تفریحی ورزشی در فرضیه سوم از روش آماری رگرسیون چند متغیره استفاده گردید. همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته برابر با ۰/۷۳۹ است. ضریب تعیین مدل تقریباً ۰/۵۴ بدست آمده و چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که در این آزمون برابر ۴۹ درصد می‌باشد.

جدول ۹- همبستگی بین متغیرها در فرضیه سوم

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	آماره دوربین واتسون
۰/۷۳۹	۰/۵۴۶	۰/۴۹۲	۰/۹۸۷۶۷	۱/۹۲۸

منبع: یافته‌های تحقیق ۱۳۹۷.

در جدول زیر معنی دار بودن رگرسیون بوسیله آزمون F محاسبه شده است. با توجه به آماره F و احتمال مربوط به آن که ۰/۰۰۱ می‌باشد می‌توان نتیجه گرفت معادله رگرسیون معنی‌داری تا سطح ۹۹ درصد را نشان می‌دهد. جدول زیر نشانگر نتایج حاصل از این تحلیل می‌باشد.

جدول ۱۰- آزمون (F آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون در فرضیه سوم

شرح	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	احتمال sig
رگرسیون	۹۸,۳۱۴	۱۰	۹,۸۳۱		
باقی مانده ها	۸۱,۷۹۱	۸۵	۰,۹۷۴	۱۰,۰۹۷	۰/۰۰۰
کل	۱۸۰,۱۰۵	۹۵	۰		

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷.

متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. ضریب تعیین تعدیل شده مدل بیان کننده میزان مربوط بودن متغیرهای مستقل با متغیر وابسته می باشد. با توجه به نتایج آزمون می توان گفت در شاخص های محیطی و کالبدی کارآفرینی در گردشگری ورزشی از قبیل؛ توسعه زیرساختهای عمرانی گردشگری ورزشی و بهره گیری از آنها توسط کارآفرینان، زیرساختهای مناسب فیزیکی برای فعالیت کارآفرینانه گردشگری ورزشی بهره گیری از پتانسیل های تنوع زیستی و بهداشت محیطی جاذبه های گردشگری برای امر ورزش و فعالیت های کارآفرینی، استفاده از جاذبه های توریسمی و گردشگری در ورزش و اجرای طرح های کارآفرینی در محل آنها، افزایش کیفیت زیرساخت های گردشگری؛ ارتباطات، حمل و نقل، ... و زیرساخت های سخت افزاری و نرم افزاری گردشگری ورزشی جهت طرح های کارآفرینی به دلیل اینکه سطح خطای آلفای مولفه ها، ۵ و ۱ درصد می باشد تا سطح معناداری یا مناسب بودن، ۹۵ و ۹۹ درصد وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون می توان گفت در شاخص های؛ واگذاری زمین به متقاضیان راه اندازی کسب و کارهای گردشگری ورزشی در قالب طرح های کارآفرینی، کیفیت خدمات ارتباط در جهت توسعه کارآفرینی گردشگری ورزشی، کیفیت تاسیسات و تجهیزات رفاهی گردشگری ورزشی در جهت توسعه کارآفرینی و کیفیت محیطی در جهت انجام گردشگری ورزشی عدم معناداری، وجود دارد.

بررسی فرضیه چهارم: بین شاخص های فرهنگی و بومی کارآفرینی و توسعه گردشگری تفریحی ورزشی رابطه معناداری وجود دارد. شاخص های فرهنگی و بومی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی در ۶ شاخص تقسیم بندی شده است.

جدول ۱۱- یافته های توصیفی شاخص های فرهنگی و بومی کارآفرینی در توسعه گردشگری ورزشی

شاخص ها	■ آماره		زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین شاخص ها
	خیلی زیاد	زیاد					
فرهنگ سازی در زمینه کارآفرینی در گردشگری ورزشی	۲۳	۸	۴۰	۳	۲۱	۲,۹۰۵	
	۲۴,۲	۸,۴	۴۲,۱	۳,۲	۲۲,۱		
بهره گیری از هنجارها و باورهای بومی در گردشگری ورزشی جهت طرح های کارآفرینی	۱۴	۱۹	۲۰	۳۶	۶	۳,۰۱۰	
	۱۴,۷	۲۰	۲۱,۱	۳۷,۹	۶,۳		
استفاده از دانش بومی و محلی در توسعه کافرینی در گردشگری ورزشی	۷	۲۱	۲۷	۱۸	۲۲	۳,۲۸۴	
	۷,۴	۲۲,۱	۲۸,۴	۱۸,۹	۲۳,۲		
استفاده از ظرفیت ها و تحولات فرهنگی و مشارکت اجتماعی مرد بومی و محلی در توسعه کافرینی در گردشگری ورزشی	۲۷	۳۳	۳۰	۳	۱۲	۲,۴۷۳	
	۲۸,۴	۳۴,۲	۳۱,۶	۳,۲	۱۲,۶		
بهره گیری خلاقیت و ایده پروری در افراد بومی در توسعه کافرینی در گردشگری ورزشی	۱۹	۲۳	۱۶	۲۵	۱۲	۲,۸۷۳	
	۲۰	۲۴,۲	۱۶,۸	۲۶,۳	۱۲,۶		
استفاده از منابع و سرمایه انسانی بومی و محلی در توسعه کافرینی در گردشگری ورزشی	۳۴	۲۹	۱۳	۱۲	۷	۲,۲۵۲	
	۳۵,۸	۳۰,۵	۱۳,۷	۱۲,۶	۷,۴		

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷.

آمارهای توصیفی نشان میدهد در بین ۶ شاخص مورد بررسی میانگین استفاده از دانش بومی و محلی در توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی با مقدار ۳,۲۸۴ بیشترین میانگین آماری و استفاده از منابع و سرمایه انسانی بومی و محلی در توسعه کافرینی در گردشگری ورزشی با مقدار ۲,۲۵۲ کمترین مقدار را دارا می باشد.

برای مشخص کردن شاخص های فرهنگی و بومی کارآفرینی در توسعه گردشگری ورزشی از روش آماری رگرسیون چند متغیره استفاده گردید. ضریب همبستگی بین متغیرهای تحقیق برابر با ۰/۶۷۹ است.

جدول ۱۲- همبستگی بین متغیرها در فرضیه چهارم

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	آماره دوربین واتسون
۰/۶۷۹	۰/۴۶۱	۰/۴۲۵	۱/۰۴۹۸۷	۲/۳۴۴

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷.

در جدول زیر معنی دار بودن رگرسیون بوسیله آزمون F محاسبه شده است. با توجه به آماره F و احتمال مربوط به آن که ۰/۰۸۴ می باشد می توان نتیجه گرفت معادله رگرسیون معنی داری تا سطح ۹۵ درصد را نشان می دهد جدول زیر نشانگر نتایج حاصل از این تحلیل می باشد.

جدول ۱۳- آزمون (F آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون در فرضیه چهارم

شرح	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	احتمال sig
رگرسیون	۵/۲۰۲	۶	۰/۸۶۷		
باقی مانده ها	۳۰۹/۳۸۷	۵۵	۰/۴۴۸	۱/۹۳۷	۰/۰۸۴
کل	۴۴/۵۸۹	۹۴	-		

منبع: یافته های تحقیق ۱۳۹۷.

با توجه به نتایج آزمون می توان گفت در شاخص های؛ فرهنگ سازی در زمینه ی کارآفرینی در گردشگری ورزشی، بهره گیری از هنجارها و باورهای بومی در گردشگری ورزشی جهت طرح های کارآفرینی، استفاده از دانش بومی و محلی در توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی، استفاده از ظرفیت ها و تحولات فرهنگی و مشارکت اجتماعی مرد بومی و محلی در توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی و استفاده از منابع و سرمایه انسانی بومی و محلی در توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی عدم معناداری، وجود دارد.

نتیجه گیری:

در سال های اخیر، گردشگری به عنوان یک منبع درآمد در تجارت جهانی و عامل مهمی در تنظیم تراز پرداختها و هم چنین ارزآوری و تقویت پول ملی مطرح بوده است (Morovat et al; 2018:278). توسعه گردشگری می تواند منجر به رشد اقتصادی و اشتغالزایی در مقصدها شود. با ورود گردشگران، تقاضای نهایی برای محصولات افزایش یافته و بخشهای گردشگری برای پاسخ به این تقاضا و بخشهای غیرگردشگری برای پاسخ به تقاضای واسطه ای تولید خود را افزایش میدهند. بدین ترتیب رشد اقتصادی حاصل شده و تقاضا برای نیروی کار نیز افزایش می یابد (Farzin et al; 2019: 41). پژوهش حاضر به بررسی گسترش و توسعه کارآفرینی با تاکید بر گردشگری تفریحی ورزشی در بستر مدیریت شهری می پردازد. تجزیه و تحلیل داده ها در فرضیه اول نشان می دهد بین شاخص های اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی و توسعه گردشگری تفریحی ورزشی رابطه معناداری وجود دارد. راتن و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که پذیرش راهبردهای مدیریت گردشگری و تفریحی بستگی به عوامل موقعیتی از جمله عوامل اجتماعی، منابع، تجهیزات و امکانات دارد؛ که همسو با نتایج پژوهش حاضر می باشد. فوریس (۲۰۱۴) نیز تقویت سرمایه اجتماعی را به منظور رونق صنعت گردشگری ضروری تلقی می نماید (Abassi et al; 2019: 98). برای توسعه کارآفرینی در بخش گردشگری تفریحی ورزشی باید عوامل زمینه ای و ساختاری مؤثر در توسعه ورزش شناسایی شود و بر اساس هدفهایی که در ابعاد گوناگون کارآفرینی ورزشی وجود دارد، برای ایجاد ساختارها و زمینه های مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی برنامه ریزی نمود (Mohamadkazemi et al; 2014: 112). همچنین نتایج پژوهش ها نشان می دهد سازمانی که دارای عوامل پیش برنده کارآفرینی سازمانی باشد، دارای خروجی های کارآفرینی سازمانی می شود و خروجی های کارآفرینی سازمانی به بهبود عملکرد سازمان مزبور می انجامد (Mohamadi & Nazari; 2016). ایجاد شغل های جدید، نوآوری در محصولات و خدمات گردشگری در محیط های شهری و تبدیل کمبودها به فرصتهایی برای اشتغال یا ایجاد بازار کار جدید، مسائلی است که در کارآفرینی می توان به آنها پرداخت. سیاستهای اقتصادی اجتماعی، خط مشی ها، فناوری، دولت، فرهنگ و جهانی سازی، همه به

منظور شکل دادن محیطی که ورزش در آن عمل می کند، با هم ترکیب می شوند (Tajnamin; 2015: 190). اثر اقتصادی ناشی از رویدادهای گردشگری تفریحی ورزشی می تواند به عنوان شبکه ای از تغییر در اقتصاد تعریف شده باشد. این تغییر به دلیل فعالیتی است که عملکرد، توسعه و استفاده از تسهیلات ورزشی و خدمات را در برمی گیرد که به منظور ایجاد درآمد عمومی، فرصتهای اشتغال و درآمد مالیاتی است. بنابراین میزبانی رویدادهای گردشگری ورزشی با ایجاد ثروت، اشتغال و ایجاد فرصتهایی برای بازارهای جهانی به طور اقتصادی می تواند به یک کشور سود برساند.

نتایج پژوهش نشان داد بین شاخص های سیاسی و دولتی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی رابطه معناداری وجود دارد. کارآفرینی، توجه رو به افزایشی را از طرف سیاستمداران و دولتها به دست آورده است زیرا برای کشورها ایجاد ثروت و اشتغال می کند و به عنوان مالکی برای توسعه و رشد اقتصادی دیده شده است. فراهم کردن حمایت دولتی و خدمات حمایتی کسب و کار از جمله عوامل مهم اثرگذار بر کارآفرینی که میتواند توسعه صنعت گردشگری تفریحی ورزشی در کلان شهرها در سالیان گذشته به دلایل مختلفی از جمله افزایش تعداد و تنوع در تولیدات و خدمات، رویدادها و مسابقات ملی و بین المللی، تعاملات و ارتباطات مجازی و غیر مجازی، تبلیغات و بازاریابی حرفه ای مورد توجه قرار گرفته است (Savadi et al; 2016: 204). بنابراین توسعه و رشد کارآفرینی توسط مجموعه بیشماری از متغیرها تحت تأثیر قرار میگیرد. در واقع سیاست عمومی بر برنامه های زیربنایی مهم مانند فراهم کردن حمایت دولتی و خدمات حمایتی کسب و کار تمرکز می کند از جمله عوامل مهم در ایجاد کارآفرینی که میتواند این فرایند را توسعه دهد زیرساختهای اجتماعی، تحقیق و توسعه، کیفیت نیروی انسانی، کیفیت مدیریت می باشد. از طرفی نتایج برخی پژوهش ها نشان می دهد عواملی مانند سیاستگذاری های توسعه و برنامه های آموزشی برای کارآفرینی در سطح جامعه و توسعه فناوریها در ایران، تأثیری در توسعه کارآفرینی ورزشی ندارند. به نظر میرسد اتخاذ سیاستهایی که در عمل، قابلیت اجرایی نداشته و آموزش های ناکارآمد و عدم توسعه فناوری ها با نیازهای افراد جامعه، تأثیر معناداری بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور ندارد (Mandalizade et al; 2015: 423).

نتایج پژوهش نشان می دهد بین شاخص های زیست محیطی و کالبدی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی رابطه معناداری وجود دارد. در حوزه گردشگری بایستی در نظر داشت چنانچه مقصدی دارای قابلیت های زیست محیطی و زیبایی طبیعی نیز باشد، فقدان امکانات اقامتی و کیفیت زیرساختها میتواند مانعی برای توسعه موفق گردشگری باشد. توسعه اکوتوریسم به عنوان یکی از پر جاذبه ترین انواع گردشگری علاوه بر پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، آثار محیط زیستی قابل توجهی نیز می تواند فراهم نماید (Naseh & taghavi; 2019: 28). فعالیت های گردشگری کارآفرینانه در مقیاس وسیع باعث افزایش ساخت تجهیزات، امکانات و زیرساخت های شهر گردیده و استراتژی های توسعه را در درازمدت بهبود می بخشد و در کوتاه مدت نیز باعث افزایش سودآوری شرکت ها می گردد. مطالعات پژوهشی حوزه کارآفرینی نشان می دهد توسعه فضای کسب و کار گردشگری از قدرت تبیین بالایی جهت توسعه پایدار برخوردار است (Kaviani et al; 2018: 254). بین شاخص های فرهنگی و بومی کارآفرینی و توسعه گردشگری ورزشی رابطه معناداری وجود دارد. استفاده از چهارچوب کارآفرینی اجتماعی در گردشگری و فعالیتهای تغییر جامعه برای ایجاد نتایج موفق، بیشتر شده است؛ فعالیت های گردشگری به عنوان یک صنعت جهانی، آثار مختلفی بر روند توسعه محلی و فرهنگ جامعه داد. همچنین یافته های پژوهشی نشان می دهد شاخص های ظرفیت های گردشگری فرهنگی و رضایتمندی گردشگران، عامل بسیار مهمی در افزایش رونق گردشگری است. بنابراین ورزش و کارآفرینی وسیله هایی برای ایجاد راه حل های نو برای مشکلات فرهنگی و اجتماعی امروز هستند که میتوانند تغییر اجتماعی کلی را تسهیل کنند (Mohamadkazemi & omidi; 2011: 71). بنابراین گردشگری تفریحی ورزشی در نتیجه جهانی شدن نه تنها پدیده ای اقتصادی است بلکه پدیده ای فرهنگی نیز محسوب می شود.

Reference:

1. Aq Arkakoli, Anam Mohammad, Yahya Zadeh Far, Mahmoud, Gandum Fashan, Diana, Ismaili Khan Bebin, Nahid. (1398). Study of effective factors on domestic tourism demand in Golestan province. *Tourism Planning and Development*, 8 (30), 177-196
2. Ahmadpour Dariani, Mahmoud; Mohammad Kazemi, Reza; Khademi, Mehdi; Rezaei, Reza (1398). Identifying and analyzing the driving factors promoting the attractiveness of the destination for the development of medical tourism businesses. *Journal of Entrepreneurship Development*, 12 (4) 481-500.
3. Arbabian, Shirin; Zamani, Zahra; Rahimi, Masoumeh (2014) Investigating the effect of tourism on entrepreneurship development. *Tourism planning and development*. Volume 3, Number 10, pp. 116-106.

4. Baqersad, Wajih; Davari, Ali; Azizi, Mohammad (1398). *Entrepreneurship ecosystem and competitiveness in selected industries. Journal of Entrepreneurship Development* (4) 12, 521-540.
5. Tajzadeh Namin, Abolfazl; Khazaei Pool, Morteza (1394); *The Impact of Customer Orientation and Entrepreneurship on Innovation and Business Performance in Tourism (Case Study: Travel and Tourism Services Offices in Mazandaran Province). Tourism Planning and Development, Volume 1, Number 13, pp. 187-205.*
6. Taqvae, Somayeh; Hejazi, Seyed Reza (1397). *The effect of entrepreneurial orientation on strategic learning: Explaining the role of impact-making strategy. Journal of Entrepreneurship Development, 301-320, 11 (2).*
7. Heidari Chianeh, Rahim, Rezatabeh Azgami, Seyedeh Khadijeh, Soltani, Nasser, Motamedi Mehr, Akbar. (1392). *An Analysis of Tourism Policy in Iran. Tourism Planning and Development, 2 (5), 11-32.*
8. Dastum, Salah; Savadi, Mehdi (1396); *Designing a Framework for Entrepreneurship Development in the Sports Tourism Industry, Journal of Geography and Regional Planning, Seventh Year, No. 2, Spring 2017, pp. 269-285.*
9. Dehdashti Shahrokh, Zohreh; Fayazi, Morteza (1396); *Marketing Management in Tourism Industry, Mahkameh Publications, Tehran.*
10. Savadi, Mehdi; Hemmatinejad, Mehr Ali; Gholizadeh, Mohammad Hassan; Goharrostami, Hamidreza (2015); *Evaluation of effective factors in tourism development with emphasis on public sports, Quarterly Journal of Geography and Regional Planning, Winter 2016, pp. 201-210.*
11. Shahmari Golestan, Asgar; Farhodi, Arash (1399). *Identification and prioritization of brand equity components in tourism destinations (Case study: Khalkhal city). Journal of Urban Research and Planning, 77-90, 11 (40).*
12. Kaviani, Aboutaleb; Rahmani, Bijan; Razavian, Mohammad Taghi; Alipour Nakhi, Abbas (1397). *Assessing the role and impact of tourism entrepreneurship business environment development in order to achieve sustainable rural development (Case study: South Astarabad rural district in Gorgan). Journal of New Attitudes in Human Geography, 251-275.10 (2).*
13. Abbasi, Taqi; Dizaj rasool (1398). *Fuzzy analysis of factors affecting foreign tourist attraction at the macro level. Tourism Planning and Development 95-110, 8 (30).*
14. Farzin, Mohammad Reza, Abbaspour, Niloufar, Ashrafi, Yekta, Zargham Borujeni, Hamid. (1398). *The effects of incoming tourism development on production and employment of economic sectors: A structural path analysis approach. Tourism and Development, 38-58, 8 (4).*
15. Karimi, Tarane; Honvar, Afshar; Ashraf Ganjavi, Farideh (2013); *The Relationship between Sports Tourism and the Development of Selected Urban Dimensions in Tehran, Sports Management and Development, No. 2, consecutive, 110-36.*
16. Naseh, Negin; Taqwa, Labat (1398); *Investigating the indicators of sustainable tourism in achieving economic, social, cultural and environmental values: providing a solution for the destructive effects. Man and the Environment 25-39, 17 (3).*
17. Morowat, Habib; Salem, Ali Asghar; Khadem Nematollahi, Mahboubeh (1397), *Identifying Factors Affecting Foreign Tourism Demand, Quarterly Journal of Economic Research, Volume 18, Number 69, 306-275.*
18. Mohammadi, Mehrnoosh; Rasool, Nazari (2015); *Presenting the role model of sports tourism on entrepreneurship development in Isfahan, International Conference on New Research Findings in Sports Sciences, Tehran, Nikan Institute of Higher Education.*
19. Mohammad Kazemi, Reza; Zafarian, Reza; Khodayari, Abbas and Javadinia, Mehran (1393). *Identify entrepreneurial business opportunities in the sports industry with an information technology approach. Entrepreneurship Development, Volume 7, Number 1, Spring 2014, pp. 110-131.*
20. Mohammad Kazemi, Reza; Hosseini Nia, Gholam Hossein; Ramazan Zarandi, Saeed (2013); *The effect of entrepreneurial attitude on the performance of sports managers (Case study:*

- Wrestling Federation of the Islamic Republic of Iran). *Entrepreneurship Development*, Volume 6, Number 1, Spring 1330, pp. 31-60.
21. Mohammad Kazemi, Reza; Omidi, Yavar (1390); *Exercise: Event in each and every exercise, two in each exercise and the first in (1), 2 in (18), 1 and in 1390.* pp. 69-86.
 22. Moftahi, Hadi, Vafaei, Farhad, Namamian, Farshid, Vise, Seyed Mehdi. (1398). *Designing a window of opportunity for entrepreneurship opportunities in the supply chain using the meta-combination method.* *Journal of Entrepreneurship Development*.421-440, 12 (3.)
 23. Moghimi Esfandabadi, Hossein; Moeini, Seyed Reza (1398). *Sociological analysis of the external challenges of creating social value of social entrepreneurial leaders with Bourdieu's habitual approach.* *Journal of Entrepreneurship Development*581-600. 12 (4.)
 24. Mandalizadeh, Zeinab; Ehsani, Mohammad; Koozehchian, Hashem; Henry Habib (1394). *Investigating the Environmental Factors Affecting Entrepreneurship Development in Sports,* *Sports Management Studies*, No. 92. June and July 4921 ., Pp. 422-441.
 25. Mousavi, Mir Najaf; Safar Alizadeh, Ismail; Abdollahzadeh, Mehdi (2016), *Coastal Tourism*, Tehran, Arad Ketab Publications.
 26. Nazari, Mohsen; Esfidani, Mohammad Rahim; Tabatabai, Seyed Mehdi (2017) *Evaluation of effective factors on attracting international tourists using the model of attraction,* *Economic Research*, Volume 52, Number 1, Spring 1996, 215-243.
 27. Victor TC, Middleton; Allen, Fayal; Michael, Morgan (2017); *Marketing in Travel and Tourism*, translated by Hassan Gholipour, Tahmourth; Bagheri, Fatemeh; Nikokar, Gholam Hossein, Mahkameh Publications, Tehran
 28. Ball, Stephan. "The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism".*Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network* 1, no. 1 (2015): 1-14.
 29. Ivandic, Neven & Sutalo, Ivan (2018). "The Contribution of Tourism to the Croatian Economy: An IO Approach". *Ekonomski Pregled*, Vol. 69, No.1.
 30. Kennelly, M & Toohey K .(2014), *Strategic alliances in sport tourism: National sport organisations and sport tour operators,* *Sport Management Review*, pp1-12.
 31. Nova, Jana (2015). *Developing the entrepreneurial competencies of sport management students.**Procedia - Social and Behavioral Sciences* 174 (2015) 3916 – 3924.
 32. Kim, W., Jun, H., Walker M., Drane D ,(2015) *Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation,* *Tourism Management* 48, pp12-32.
 33. Ratten, Vanessa: (2012). *Sport entrepreneurship: challenges and directions for future research.* *Int. J. Entrepreneurial Venturing*, Vol. 4, No. 1, 2012, 65-76.
 34. Vander Zee, Egbert (2011). *Image improvement as a tangible legacy of Hallmark events; the case of the 2010 World Cup in South Africa,* *Research Master Human Geography and planning Faculty of Geosciences.*
 35. Van Truong, Nguyen & Shimizu, Tesuo (2018). "Input-Output Table for Transportation and Tourism Analysis: Construction and Applications", *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol.12.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

Research Paper

An analysis of the effective factors of entrepreneurship development in urban environments with emphasis on recreational sports tourism in gheshm

Mehdi Savadi¹: Assistant Professor and Faculty Member, gheshm branch, Islamic Azad University, gheshm, Iran

Received: 2019/7/14

pp: 207- 208

Accepted:2010/4/8

Abstract

Recreational tourism is a sport consisting of sports and sports, and it is very popular. Today, recreational sports tourism has become more than an industry, a socio-economic phenomenon in the world, and it can be seen as a "metropolis" of all kinds of sports and recreational tourism. Therefore, the present study examines the development of entrepreneurship with emphasis on recreational sports tourism in the context of urban management. The present research has been descriptive-analytical in terms of applied and developmental purpose, in terms of research method. In order to collect information, a questionnaire was used and to assess the validity of the questionnaire, face validity and content were used. The sample size of the study was 108 people and the questionnaire was randomly distributed among the statistical sample. In order to determine the validity and reliability of the questionnaire in this research, the content validity method has been used. Also, the reliability of the measuring instrument was equal to 93 / Cronbach's alpha. The results showed that out of 10 political and governmental indicators and 10 environmental and physical indicators of entrepreneurship in the development of sports tourism, 6 indicators have a significant level, and on the other hand, out of 10 economic and social indicators, 3 indicators have a significant level. , And out of 6 cultural and indigenous indicators of entrepreneurship in the development of sports tourism, 1 index has a significant level.

Keywords; Development, entrepreneurship, recreational tourism, sports.

Extended abstract**Introduction:**

Entrepreneurship is the process of creating and achieving opportunities and pursuing them regardless of the resources that are currently available. Competitiveness is a tool for achieving optimal economic growth and sustainable development in countries, and if entrepreneurs are in the right environment, it will improve their competitive performance (Baghersad et al; 2019: 525). Studies show that entrepreneurial actions in urban environments can be effective in improving urban performance, so it has always been considered by city managers. The tourism industry is one of the forces shaping our world today and it is often referred to as the key to economic growth of countries (Hassangholipoor et al; 2017: 261). One of the main aspects of entrepreneurship is identifying and exploiting opportunities to expand recreational and sports tourism in urban spaces. Trang (2018) in a study shows that the tourism industry has a direct relationship with macroeconomic components and can influence the macroeconomic development policies of the country (Agharkakoli et al; 2019: 79). In fact, tourism can be a very useful stimulus for economic, social, political and cultural development. Sustainable tourism exists today all over the world and is currently under the influence of different motivations from developing regional, national and international travel institutions. Increasing entrepreneurial processes in tourism and events in urban environments are creating diversity. New job opportunities. Entrepreneurship development and growth are affected by a myriad of variables. Providing government support and business support services are among the important factors

¹. Corresponding author, email: savadi.mehdi@gmail.com, Tell: +989125207506

affecting entrepreneurship. Vitotas et al. (2015) in a study using structural analysis showed that macro-environmental factors, namely economic, social, cultural and technological factors play an important role in the development of tourism as a profitable industry. The tourism industry is considered as one of the prerequisites for achieving desirable and sustainable economic and social goals (Moosavi et al; 2016: 63). In this research, the researcher tries to investigate the role of factors affecting the development of entrepreneurship in urban environments with emphasis on recreational sports tourism.

Methodology:

The present research has been done in terms of applied purpose, in terms of descriptive method and in terms of correlation and data collection in the field and through a questionnaire. The statistical population of this study is the managers of sports clubs, staff managers of the Physical Education Organization, faculty members and PhD students in sports management and entrepreneurship management. The sample size of the study was 108 people and the questionnaire was randomly distributed among the statistical sample. To determine the validity and reliability of the questionnaire in this study, the content validity method was used. The reliability of the measurement tool was equal to / 93. Of the total sample size, 14.6% are in the age group under 25 years, 49.3% in the age group between 25-50 years, 35.7% in the age group over 50 years. Gender and marital status of the sample of the total sample surveyed constitute 11.9% female and 88.1% male statistical population

Discussion:

Discovering and exploiting entrepreneurial opportunities is one of the important principles of the entrepreneurial supply chain (Meftahi et al; 2019: 423). Research findings show that development through recreational sports tourism leads to the promotion of entrepreneurial opportunities and consequences (Dastoom & Savadi; 2017: 271). Studies show that the adoption of policies that are not feasible in practice and inefficient training and lack of technology development with the needs of society, does not have a significant impact on the development of entrepreneurship in sports (Mandalizade et al; 2015: 423). Entrepreneurship and sports tourism in urban environments have common goals, which include building bridges of understanding between different cultures, lifestyles and traditions, increasing peace and friendship between nations, and motivating and encouraging people to engage in fun and exciting activities to relieve stress. Are everyday life (Savadi et al; 2016: 203). Therefore, entrepreneurship in sports can be considered as a process of taking advantage of opportunities in sports. Due to youth employment in this industry, countries struggling with unemployment problems use tourism as a tool to address these problems (Nazari et al; 2017: 218). Creating new jobs, innovating in sports products and services, and turning deficiencies into employment opportunities or creating new job markets are issues that can be addressed in sports entrepreneurship. Socio-economic policies, policies, technology, government, culture and globalization all combine to shape the environment in which sport operates (Tajnamini; 2015: 189).

Conclusion:

Socio-economic policies, policies, technology, government, culture and globalization all combine to shape the environment in which sport operates (Tajnamini; 2015: 190). The economic impact of recreational and sporting tourism events can be defined as a network of change in the economy. This change is due to the activity that includes the operation, development and use of sports facilities and services in order to generate public income, employment opportunities and tax revenue. The results showed that there is a significant relationship between political and government indicators of entrepreneurship and the development of sports tourism. Entrepreneurship has received increasing attention from politicians and governments because it creates wealth and employment for countries and is seen as the owner of economic development and growth. Providing government support and business support services are important factors influencing entrepreneurship that can. The development of the recreational and sports tourism industry in metropolitan areas in recent years has been considered for various reasons, including increasing the number and variety of products and services, national and international events and competitions, virtual and non-virtual interactions and communications, advertising and professional marketing.