

اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)^۱

مجید جاوید^۲

قدرت الله باقری راغب^۳

علی مقدم زاده^۴

حسن اسدی^۵

حسن الماسی^۶

 10.22034/SSYS.2022.1143.1785

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۱۸

توسعه گردشگری در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری است و بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روبنایی نمی‌توان انتظار توسعه گردشگری را داشت. هدف از پژوهش حاضر، اکتشاف یک سازه نظری و ارائه الگوی جامع در زمینه عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی استان اردبیل است. پژوهش حاضر کاربردی بود که با توجه به جدید بودن حوزه پژوهش و نبود مطالعه‌ای جامع درباره سرمایه‌گذاری مقاصد گردشگری ورزشی، با رویکردی کیفی انجام شد. جامعه آماری این تحقیق را متخصصان مدیریت ورزشی، گردشگری و اقتصاد، مدیران اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری و ورزش و جوانان، مدیران استانداری، شهرداری، نمایندگان ادوار

۱- این رساله با حمایت مالی - علمی مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی وزارت ورزش و جوانان انجام شده است.

۲- دکترای مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mali: Javid.majid2020@gmail.com

۳- دانشیار، مدیریت ورزشی، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، ایران

۴- استادیار، روش‌ها و برنامه‌های آموزشی، دانشکده روانشناسی، دانشگاه تهران، ایران

۵- استاد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، ایران

۶- دانشیار، پژوهشکده گردشگری، وزارت میراث فرهنگی و گردشگری، ایران

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

مجلس و مدیران آژانس‌های گردشگری در استان اردبیل تشکیل می‌دادند. برای انتخاب نمونه‌های تحقیق از نمونه‌گیری گلوله برفی، افراد سیاسی مهم، موارد بحرانی و نمونه‌گیری ملاکی و نظری بهره گرفته شد. برای جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه‌های کیفی استفاده گردید که پس از انجام ۲۱ مصاحبه، کدها به حد اشباع نظری رسیدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت نظام‌مند و با استفاده از روش تحلیل تماتیک در محیط نرم‌افزار Nvivo 12 Plus صورت گرفت. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، در نهایت ۴۸ کد شناسایی گردید که با توجه به اهمیت در ۴ طبقه اصلی دسته‌بندی شدند. نتایج این پژوهش راهکارهای مناسبی در اختیار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان استان قرار می‌دهد و با اجرای آن‌ها می‌توان سرعت توسعه اقتصادی مقاصد گردشگری استان اردبیل را افزایش داد.

واژگان کلیدی: مقاصد گردشگری، توسعه اقتصادی، اقتصاد منطقه‌ای، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و مشوق‌های سرمایه‌گذاری.



مقدمه

دغدغه وضعیت نابسامان توسعه نیافتگی در سال‌های گذشته به یکی از مهم‌ترین اهداف و آرمان‌های جامعه در حوزه‌های سیاسی و اقتصادی تبدیل شده است. یکی از سناریوهای برون رفت از این وضعیت که توان جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی و به پیروی از آن، توسعه را در پی دارد، گردشگری است (جاوید، ۱۳۹۸: ۸). در سال‌های اخیر، بسیاری از کشورها از گردشگری به عنوان ابزاری برای درآمدزایی، ایجاد اشتغال، ترویج تنوع اقتصادی و افزایش عملکرد بخش خدمات (راوین تراکوماران و همکاران^۱، ۲۰۱۹: ۲۴۹)، مقابله با زندگی ماشینی قرن ۲۱ (باقری و همکاران، ۲۰۱۸: ۴۱۷)، تقویت ارز کشور (ال‌حلاق و همکاران^۲، ۲۰۱۹: ۱)، منبع برای رشد و توسعه اقتصادی (نونکو و همکاران^۳، ۲۰۱۹: ۴۰۴)، مقابله با معضلاتی همچون میزان بیکاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی (شربت، ۱۳۹۴: ۲)، بهبود سطح معیارهای زندگی (ما و همکاران؛ ۲۰۱۹: ۲) استفاده می‌کنند. با توجه به اهمیت و نقش گردشگری در توسعه، امروزه اغلب کشورها به ویژه کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت برخوردارند، از آن در برنامه‌های توسعه ملی و منطقه‌ای خود بهره می‌برند و از این طریق فرآیند توسعه ملی خود را سرعت می‌بخشند (شاه‌آبادی و سیاح، ۱۳۹۲: ۲۶). یکی از مهم‌ترین حوزه‌های گردشگری که در شرایط مختلف می‌تواند به عنوان یک منبع عظیم درآمد و به تبع آن توسعه را در پی داشته باشد، گردشگری ورزشی است که دو حوزه جداگانه، اما بسیار با اهمیت توسعه اجتماعی- اقتصادی را به هم متصل می‌کند؛ یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی در جهان (گردشگری) و دیگری یکی از تاثیرگذارترین فعالیت در سطح جهان (رویدادها و فعالیت‌های ورزشی). این نوع از گردشگری به طور خاص مشارکت و توجه بین‌المللی را به خود جلب کرده و به دلیل سازماندهی رویدادهای بزرگ به عنوان راهبرد برای ایجاد برند تجاری با ورزش به عنوان یک کانال دیپلماسی عمومی مورد توجه قرار گرفته است (اووینها و همکاران^۴، ۲۰۱۸: ۱۸۱).

گردشگری در مقاصد گردشگری اتفاق می‌افتد. در نتیجه یک مقصد به عنوان واحد پایه‌ای در تحلیل به حساب می‌آید (شاپووال و همکاران^۵، ۲۰۱۸: ۳۱۲). مقاصد گردشگری به مکانی اشاره دارد که گردشگران تمایل دارند زمان خود را در خارج از خانه در آن سپری کنند. این واحد جغرافیایی می‌تواند یک مرکز مستقل مانند تفرجگاه ساحلی یا یک پست اسکی، یک روستا یا یک شهر، یک منطقه یا یک کشور باشد (جاوید، ۱۳۹۸: ۸۶). شناسایی عوامل موثر بر توسعه مولفه‌های مقاصد گردشگری اهمیت فراوانی در رشد و توسعه این صنعت ایفا می‌کند. یکی از مهم‌ترین عوامل در سیاست‌گذاری و توسعه مقاصد گردشگری، جذب سرمایه‌گذار برای پیشبرد برنامه‌های این صنعت است.

اغلب کشورهای در حال توسعه برای رونق‌دهی به اوضاع اقتصادی، ایجاد اشتغال و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار با مشکل کمبود منابع سرمایه‌گذاری روبه‌رو هستند. کمبود سرمایه در مباحث اقتصادی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه نیافتگی مطرح شده است؛ به گونه‌ای که

1. Ravinthirakumaran et al.
2. Al-Hallaq et al.
3. Nunkoo et al.
4. Uvinha et al.
5. Shapoval et al.

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

بسیاری از متفکران دلیل توسعه‌نیافتگی بسیاری از کشورها را کمبود درآمد و پس‌انداز و در نتیجه سرمایه‌گذاری ناکافی می‌دانند. سرمایه‌گذاری به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی، لازمه نیل به توسعه اقتصادی و اجتماعی است. افزایش سرمایه‌گذاری منجر به افزایش تولید، افزایش ارزش افزوده، افزایش درآمد، افزایش رفاه، افزایش اشتغال، کاهش نرخ بیکاری و کاهش فقر می‌شود (دودانگی، ۱۳۹۵: ۱۳۱). از این رو، سیاست‌های اقتصادی در سطح منطقه‌ای معمولاً تلاش می‌کنند تا با بهبود و ارتقای جذابیت نسبی مناطق، زمینه را برای سرمایه‌گذاری فراهم نمایند (مک‌کین، ۱۳۹۴: ۴۷۸).

تقریباً بیشتر اقتصاددانان، بی‌توجه به مکتب و دیدگاه فکری خود، بر تمرکز و تشکیل سرمایه به مثابه مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده رشد و توسعه اقتصادی تأکید زیادی داشته‌اند (دودانگی، ۱۳۹۵: ۱۳۲). در این راستا آدام اسمیت در کتاب «سرمایه ملل» معتقد است: «با افزایش بی‌عدالتی و فساد، سرمایه‌های در گردش از فعالیت باز مانده و به صورت گنجینه نمود می‌یابد که این امر نشانه اضمحلال اقتصاد و ضعف مدیریت بوده و اقتصاد کشور را دچار بحران می‌کند» (عینالی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۵). «پروژه هزاره سازمان ملل متحد» تأکید می‌کند که برای رهایی از دام فقر و دستیابی به اهداف توسعه، کشورها نیازمند یک راهبرد فشار حداکثری در سرمایه‌گذاری هستند. این گزارش استدلال می‌کند برای آنکه همه کشورها بتوانند به اهداف توسعه هزاره برسند، باید اولویت‌های سرمایه‌گذاری را شناسایی کنند (ترکمانی، فوطروس^۱، ۲۰۱۹: ۵۸). گردشگری به علت خاصیت بازدهی زود هنگام آن، بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری است (محنت فر، ۱۳۹۵: ۸۰). سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری نقش کلیدی در توسعه و گسترش بخش‌های مختلف آن ایفا می‌کند (فاوزل و همکاران^۲، ۲۰۱۷: ۱۰۴۳) و به نوعی از نیازهای اساسی این صنعت به شمار می‌رود، زیرا توسعه این صنعت مستلزم ساخت استراحتگاه‌ها، هتل‌ها، متل‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید، اماکن تفریحی، مهمانخانه‌ها و تجهیزات می‌باشد (راوین تراکوماران و همکاران، ۲۰۱۹: ۲۴۹). سرمایه‌گذاری نه تنها برای حفظ و گسترش ظرفیت مقاصد گردشگری ضروری است، بلکه امکان افزایش کیفیت و رقابت‌پذیری و بهره‌وری بیشتر را نیز فراهم می‌کند و پایداری آن در آینده از نظر تعداد بازدیدکننده و سودآوری طولانی مدت و رشد و نوآوری در بخش‌های مختلف آن را تضمین می‌کند (ندیوو، مانیرا^۳، ۲۰۱۸: ۴۰۰).

سرمایه‌گذاری به عوامل مختلفی بستگی دارد. به عقیده نظریه‌پردازان کلاسیک عامل اصلی سرمایه‌گذاری‌ها، انگیزه سودجویی است و هر چه نرخ سود بالاتر باشد، میزان تمرکز سرمایه و در نتیجه سود بیشتر خواهد بود (دودانگی، ۱۳۹۵: ۱۳۲). براساس دیدگاه سهیلی و همکاران (۱۳۹۷) میزان درآمد، نرخ بهره، امنیت، فضای کسب و کار مناسب، حضور دولت و نهادهای عمومی غیردولتی در اقتصاد و حاکمیت مهم‌ترین عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری هستند (سهیلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۶). سانتوس^۴ (۲۰۱۷) عوامل مقررات بازار کار، مالیات، کارایی و فساد اداری، سیستم حقوقی و حمایت از حق مالکیت معنوی، مقررات مربوط به محصولات و پذیرش سرمایه‌گذاران خارجی را در جذب سرمایه‌گذاران تاثیرگذار می‌داند (سانتوس، ۲۰۱۷: ۱۴). فاوزل و همکاران (۲۰۱۷) نیز ثبات سیاسی، سطح توسعه اقتصادی، محیط تجاری، خصوصی‌سازی صنعت، مالیات،

1. Torkamani & Fotros
2. Fauzel et al.
3. Ndivo & Manyara
4. Santos

انگیزه‌های سرمایه‌گذاری، قابلیت دسترسی و کیفیت زیرساخت‌ها، راهبردها و ویژگی‌های خاص شرکت در میان شرکت‌های دیگر را از عوامل اثرگذار در سرمایه‌گذاری بیان کرده‌اند (فاوزل و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۰۴۳).

با توجه به اهمیت سرمایه‌گذاری و بالا بودن نرخ بیکاری در ایران، دولت و قانون‌گذاران، طرح‌ها و قوانین زیادی را با هدف حمایت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به تصویب رسانده‌اند. در این راستا در برنامه چهارم توسعه، قانون‌گذار دولت را به تهیه و تصویب ضوابط حمایتی اداری و بانکی برای مؤسسات بخش غیردولتی و جذب سرمایه‌گذاران گردشگری مکلف کرده بود. همچنین در این ارتباط، دولت باید زمینه‌های لازم برای توسعه زیرساخت‌های ارتباطی، اقامتی و پذیرایی توسط سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی را فراهم نماید. در برنامه ششم توسعه نیز قانون‌گذار گردشگری را جزو موضوعات محوری برنامه توسعه برشمرده و دولت را مکلف کرده که علاوه بر اختصاص بودجه سالانه به طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با آن، سازکارهایی را به منظور جذب سرمایه‌گذار به اجرا درآورد. علاوه بر آن، طبق ماده ۴ آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۳۲ اصلاحی قانون مالیات‌های مستقیم موضوع ماده ۳۱ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور، درآمدهای خدماتی هتل‌ها و مراکز اقامتی گردشگری اشخاص حقوقی غیردولتی از ابتدای سال ۱۳۹۵ به مدت ۵ تا ۱۳ سال بسته به نوع منطقه از مالیات معاف می‌شوند. در این ارتباط در بند (ب) ماده ۲۲، وزارت امور اقتصادی و دارایی موظف است با هدف تضمین امنیت سرمایه‌گذاری و کاهش ریسک اجتماعی در محیط کسب و کار، با همکاری برخی از سازمان‌های دیگر، الزامات ارتقای امنیت فضای کسب و کار را تهیه و به تصویب شورای عالی امنیت ملی برساند.

استان اردبیل از جمله مقاصد گردشگری و گردشگری ورزشی در ایران است که به دلیل موقعیت کوهستانی و آب و هوای مساعد، پتانسیل و ظرفیت‌های زیادی در گردشگری ورزشی و بخصوص در گردشگری ورزش‌های زمستانی و ماجراجویانه دارد و با توسعه زیرساخت‌های مربوط به فعالیت‌های این صنعت، می‌توان آن را به عنوان یکی از اهرم‌های توسعه اقتصادی استان قلمداد کرد. اما تبدیل این پتانسیل‌ها و مواهب طبیعی به ظرفیت‌های بالفعل گردشگری ورزشی و توسعه هرچه بیشتر این نوع گردشگری بدون حمایت مالی و هرگونه سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی به دلیل حساس و پرهزینه بودن این مناطق امکان‌پذیر نمی‌باشد. سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی می‌تواند بخش‌هایی نظیر هتل‌ها و مراکز اقامتی و بهداشتی و درمانی، تورهای ماجراجویی، گردشگری زمستانی و پیست‌های اسکی، موزه‌ها و پارک‌ها موضوعی ورزشی، نوسازی فرودگاه‌ها و جاده‌ها و... را شامل شود و نتیجه افزایش سرمایه‌گذاری رشد و توسعه اقتصادی است که در صورت بهبود توزیع درآمد می‌تواند منجر به افزایش رفاه اقتصادی آحاد جامعه شود. بررسی تحقیقات و پژوهش‌های انجام شده و همین‌طور اظهار نظر متخصصان و گردشگران نشان می‌دهد که استان اردبیل با وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مناسب در زمینه گردشگری ورزشی همواره با مشکلاتی در زمینه زیرساخت‌های ارتباطی، اقامتی، ورزشی و... روبه‌روست و کلید حل بیشتر این مشکلات نیز در سرمایه‌گذاری مناسب نهفته است. با نگاه به پتانسیل‌های استان و وضعیت سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در سال‌های اخیر در این زمینه مشخص می‌شود که همخوانی زیادی بین این دو عامل وجود ندارد. به عبارت دیگر، مدیریت مقاصد و سازمان‌های متولی گردشگری و گردشگری ورزشی استان هنوز نتوانسته‌اند در جذب سرمایه‌گذار موفق عمل نمایند. علاوه بر آن، با نگاه به تحقیقات انجام شده مشخص می‌شود که علی‌رغم اهمیت سرمایه‌گذاری و همبستگی قوی بین سرمایه‌گذاری

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

مرتبط با گردشگری و توسعه اقتصادی مناطق، تنها چند مطالعه به موازات این موضوع مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بنابراین تحقیق حاضر با در نظر گرفتن جمیع جهات فوق به دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی استان می‌باشد.

روش شناسی پژوهش

باتوجه به اینکه هدف از انجام این پژوهش و نتایج آن رفع نیازها و حل مشکلات خاص جامعه است، بنابراین پژوهش حاضر از لحاظ جهت‌گیری پژوهشی در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار دارد. همچنین با توجه به اینکه این پژوهش در حوزه‌ای جدید بوده و پیش از این مطالعه‌ای جامع که نمای کلی از سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی را در برگیرد، صورت نگرفته است، این پژوهش با رویکردی کیفی به دنبال پاسخگویی به مسئله است. این تحقیق مبتنی بر روش سیستماتیک داده‌بنیاد است. الگوهای متعددی برای انجام پژوهش با روش داده بنیاد ارائه شده است، اما همه این الگوها علی‌رغم تفاوت‌های ظریف با یکدیگر در جنبه‌های اساسی اشتراک دارند: گردآوری و تحلیل همزمان داده‌ها، استفاده از روش نمونه‌گیری نظری، حساسیت نظری در گردآوری و تحلیل داده‌ها، استفاده از یک فرایند کدگذاری منظم و در عین حال منعطف، تطبیق پیوسته مشاهدات و برداشت‌ها در کل فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها و ترسیم روابط منطقی و سازگار بین عناصر استخراج شده. با توجه به موضوع و اهداف تحقیق، روش تجزیه و تحلیل، روش تحلیل مضمون می‌باشد. روش تحلیل مضمون یا تم ضمن اینکه خود یک روش مستقل تحلیلی است، می‌تواند در روش‌های تحلیلی دیگر نیز به کار رود. این نوع تحلیل در درجه اول به دنبال الگویابی است؛ زمانی که گویی از داده‌ها به دست آید باید حمایت تمی یا موضوعی از آن صورت گیرد. به عبارتی، تم‌ها از داده‌ها سرچشمه می‌گیرند (رضایی و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۸۶). کدگذاری داده‌ها در تحلیل مضمون مشابه نظریه داده بنیاد می‌باشد، اما تحلیل مضمون به اصول نظریه داده بنیاد که مستلزم تحلیل جهت رسیدن به نظریه است، پایبند نیست. به عقیده براون و کلارک (۲۰۰۶) در تحلیل مضمون، در صورتی که پژوهشگر نخواهد به نظریه کامل برسد، نیازی ندارد به اصول نظریه داده بنیاد پایبند باشد.

در بررسی و تعریف جامعه پژوهش، دو دسته هدف کلی دنبال شد: ۱. چه کسی می‌تواند اطلاعات وسیع و مناسبی در مورد عنوان مطالعه در اختیار ما قرار دهد؟ ۲. آیا زیر گروه‌های متفاوتی وجود دارند که بتوانند چشم‌اندازهای متفاوتی درباره موضوع پژوهش ارائه دهند؟ با در نظر گرفتن این سوالات، در این مطالعه محقق به دنبال اشخاصی بود که در عین برخورداری از اطلاعات زیادی درباره موضوع پژوهش، شناختی نیز از ویژگی‌های و پتانسیل استان و جو حاکم در ادارات و سازمان‌های آن داشته باشند. بنابراین جامعه آماری این تحقیق شامل متخصصان مدیریت ورزشی، گردشگری و اقتصاد، مدیران اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری، مدیران اداره کل ورزش و جوانان، مدیران استانداری، شهرداری، نمایندگان ادوار مجلس و مدیران آژانس‌های گردشگری در استان اردبیل بودند. برای نمونه‌گیری از چند روش نمونه‌گیری نظری^۱ استفاده شد. با توجه به اینکه عقیده اساسی پشت سر راهبردهای نمونه‌گیری، اهداف و سوال‌های پژوهشی مرتبط با آنها بودند، بنابراین با توجه به اهداف و سوالات پژوهش و با در نظر گرفتن راهبردهای نمونه‌گیری از ترکیب

1. Theoretical Sampling

چند نوع نمونه‌گیری مانند گلوله برفی^۱، افراد سیاسی مهم^۲، موارد بحرانی^۳، نمونه‌گیری ملاکی^۴ و نظری بهره گرفته شد. با در نظر داشتن معیار اشباع نظری، ۲۱ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند و به هر یک از مصاحبه‌شوندگان یک کد اختصاص داده شد.

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده گردید. در روش کتابخانه‌ای جهت بررسی ادبیات نظری و بررسی پیشینه تحقیقات گذشته از کتاب‌ها و مقالات، سایت‌ها و پورتال‌های اطلاعاتی اینترنتی استفاده شد. در روش میدانی نیز محقق برای پاسخ به سوالات خود مستقیماً با نمونه‌های تحقیق مراجعه و با استفاده از مصاحبه اطلاعات مورد نیاز را جمع‌آوری کرد. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات از ابزار مصاحبه باز و بدون ساختار استفاده شد. در مصاحبه‌ها از صاحب‌نظران خواسته شد به صورت کلی درباره موضوع تحقیق و مهم‌ترین عوامل و راهکارهای جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی استان نظرانشان را ارائه نمایند. بیشتر مصاحبه‌ها در دفتر کار افراد ترتیب داده شد. محقق پیش از اجرای هر مصاحبه با تماس تلفنی یا ارسال ایمیل که حاوی اطلاعات و شرح مختصری از موضوع بود، پیش‌آگاهی را برای مصاحبه‌شوندگان فراهم می‌آورد. به منظور ثبت داده‌ها، برخی مصاحبه‌ها- در مواردی که مصاحبه‌شوندگان اجازه دادند- به شکل صوتی ضبط شد و برخی دیگر توسط پژوهشگر یادداشت برداری گردید. در برخی موارد نیز متخصصان مطالب مربوط به تحقیق را یادداشت برداری کردند و در اختیار محقق قرار دادند. پس از انجام هر مصاحبه، داده‌های گردآوری شده مرتب و در قالب فایل Excel وارد نرم‌افزار Nvivo 12 Plus گردید و برای انجام تحلیل کدگذاری شد. داده‌های جمع‌آوری شده در این قسمت با استفاده از تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفتند. فرایند شناسایی کدها به صورت رفت و برگشتی بود؛ به این معنا که ابتدا با بررسی ادبیات موضوع، مفاهیم اولیه و کلی پیرامون سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی استخراج شد. سپس با انجام مصاحبه‌ها و مطرح شدن مفاهیم جدید و جزئی‌تر، مجدداً به ادبیات مراجعه شد تا معادل بحث‌های مطرح شده در مصاحبه‌ها، در ادبیات نیز جست‌وجو گردد. برای دستیابی به روایی و پایایی این تحقیق علاوه بر استفاده از روش‌های تایید روایی کیفی مانند مقبولیت^۵، همسانی^۶، تعیین^۷ و انتقال‌پذیری، یافته‌های حاصل در اختیار سه تن از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و با ارزیابی توسط آن‌ها تایید شد.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، بعد از پیاده‌سازی مصاحبه‌های انجام شده، تعداد ۲۴۸ کدگذاری صورت گرفت (مجموع تعداد گره‌ها یا مراجع^۸) که به تفصیل تعداد منبع، تعداد کدها و میزان ارجاع داده شده به هریک از کدها در جدول ۱ ارائه گردیده است:

1. snowball or chain sampling
2. Politically important cases sampling
3. Critical case sampling
4. Criterion sampling
5. Credibility
6. Dependability
7. Confirmability
8. References

● اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)

جدول ۱. تعداد کدها و ارجاعات به دست آمده حاصل از مصاحبه‌ها

ردیف	منبع (source)	تعداد کدها (Code)	تعداد ارجاع (reference)
۱	U01	۱۱	۲۴
۲	U02	۷	۸
۳	U03	۶	۹
۴	U04	۶	۶
۵	U05	۷	۱۰
۶	U06	۶	۷
۷	U07	۸	۱۰
۸	U08	۸	۹
۹	U09	۸	۸
۱۰	U10	۵	۸
۱۱	U11	۶	۸
۱۲	U12	۹	۱۰
۱۳	U13	۱۶	۲۱
۱۴	U14	۶	۷
۱۵	U15	۹	۱۴
۱۶	U16	۱۸	۳۱
۱۷	U17	۶	۱۰
۱۸	U18	۸	۱۱
۱۹	U19	۱۰	۱۵
۲۰	U20	۶	۷
۲۱	U21	۱۰	۱۵
مجموع	۲۱ متخصص	۱۷۶	۲۴۸

بعد از انجام کدگذاری و فرایند رفت و برگشت از ادبیات به مصاحبه و از مصاحبه به ادبیات، در نهایت ۴۸ کد منحصر به فرد درباره عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار شناسایی گردید. گفتنی است که در متن مصاحبه‌ها برخی از کدهای شناسایی شده دارای چندین فراوانی بودند که در نرم‌افزار در قالب مراجع نشان داده شده‌اند. همچنین با توجه به جدول ۲ و تقسیم‌بندی کدهای به دست آمده، به جهت اهمیت و فراوانی این طبقات مشتمل بر ۴ طبقه یا مضمون اصلی است. جدول کدهای اولیه استخراجی از مصاحبه‌ها و طبقه‌های استخراج شده از مفاهیم به همراه کدهای ثانویه آنها در جدول ۲ نشان داده شده است:

جدول ۲. عامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی

طبقه اصلی	کدهای نهایی	فراوانی کد	تعداد رفرنس
بازاریابی	اقتصاد مبتنی بر رقابت آزاد	۱	۲
	ثبات سیاسی جهت سرمایه‌گذاری	۳	۶
توسعه اقتصادی	ثبات شاخص‌های اقتصادی	۱	۱
	حمایت دولت از سرمایه‌گذاری	۳	۴
سازماندهی	سرمایه‌گذاری دولت و حاکمیت	۳	۴
	وجود محیط و فضای امن سیاسی، اجتماعی و خالی از تشنج و اضطراب	۱	۱

۹	۸	اختصاص وام با بهره پایین به سرمایه‌گذاران
۱	۱	اعطای تسهیلات تضمین شده به سرمایه‌گذاران
۲	۱	افزایش فرجه و زمان استراحت برای وام
۲	۲	تخفیف در صدور مجوزها
۱	۱	تصویب قوانین جهت بهبود فضای کسب و کار
۱۶	۱۱	تصویب قوانین حمایتی از سرمایه‌گذاران
۲	۱	تفویض اختیار برخی مجوزها به اداره کل استان و اداره شهرستان‌ها
۷	۶	رفع موانع و حذف و اصلاح قوانین دست و پاگیر در زمینه سرمایه‌گذاری
۸	۴	سطح بندی مقاصد و اختصاص وام با بهره پایین به مناطق توسعه نیافته
۶	۵	کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و تضمین اصل سرمایه
۶	۴	معافیت‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاران و فعالان گردشگری ورزشی
۱	۱	واگذاری رایگان یا ارزان قیمت زمین به سرمایه‌گذار
۲	۲	وجود قوانین و سیاست گذاری مناسب برای جذب سرمایه‌گذار
۲	۱	ارزشیابی عملکرد مدیران و مسئولین بر اساس جذب سرمایه‌گذار
۴	۲	اطلاع رسانی در درباره زمینه‌های سرمایه‌گذاری و مشوق‌های آنها
۶	۶	انجام کارهای سرمایه‌گذاری به شکل دولت الکترونیک با حداکثر شفافیت
۵	۵	ایجاد پنجره واحد سرمایه‌گذاری
۲	۲	ایجاد کارگروه متشکل از تمامی سازمان‌های ذیربط برای حل مشکلات سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی
۴	۴	ایجاد محیط رقابتی شفاف برای سرمایه‌گذاران
۲	۲	برگزاری همه ساله رویدادها براساس تقویم رسمی
۴	۱	بسته سرمایه‌گذاری جذاب
۳	۲	تاسیس مرکز خدمات سرمایه‌گذاری گردشگری
۱	۱	تدوین سند راهبردی سرمایه‌گذاری گردشگری
۱۰	۵	تسهیل صدور پروانه ساخت و بهره برداری
۲	۲	تغییر نگاه مدیران به سرمایه‌گذاری
۶	۵	جذب سرمایه‌گذار بومی یا افرادی که دارای اصالت منطقه هستند
۸	۵	جذب سرمایه‌گذاران از کشورهای همسایه
۲	۲	جذب سرمایه‌گذاران بین المللی و سرمایه‌گذاران ایرانی مقیم خارج از کشور
۵	۴	جذب سرمایه‌گذارانی که به مقصد عشق و علاقه دارند
۵	۴	دعوت و قدردانی از سرمایه‌گذاران در مراسم‌های مختلف
۷	۳	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۲	۱	فراخوان جذب سرمایه‌گذار
۱۰	۸	فراهم کردن زمینه و حمایت و پشتیبانی از سرمایه‌گذار
۶	۶	قرار دادن مقاصد در معرض دید رسانه‌ها جهت جذب سرمایه‌گذار
۵	۴	کاهش بروکراسی اداری
۱	۱	معرفی افراد متخصص و ایده‌های آنها به سرمایه‌گذاران
۲	۲	واگذاری ۰ تا ۱۰۰ کار به خود سرمایه‌گذار

۵	۱	بررسی و شناسایی علایق و انگیزه‌های سرمایه‌گذاران
۲۰	۱۲	تامین امنیت و اطمینان خاطر به سرمایه‌گذار
۴	۴	دعوت از سرمایه‌گذارها توسط شخصیت‌های معروف استان
۱	۱	لزوم توجه به کسب کار سابق ساکنان محلی و همراستا کردن کسب و کار ساکنان بومی و سرمایه‌گذاری
۵	۲	مشارکت دادن مردم در سرمایه‌گذاری‌ها

بحث و نتیجه‌گیری

جذب سرمایه، یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های هر کشوری برای رونق بخشیدن به چرخه‌های اقتصادی مختلف محسوب می‌شود. مقاصد گردشگری برای توسعه زیرساخت‌های خود نیازمند سرمایه‌گذار هستند، اما برای جذب سرمایه‌گذار عوامل مختلفی تاثیرگذار است که در صورت عدم رعایت این عوامل سرمایه‌گذاری اتفاق نمی‌افتد. هدف از پژوهش حاضر تعیین شاخص‌ها و ارائه الگوی جامع در زمینه سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی استان اردبیل بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها، ۴۸ کد منحصر به فرد در زمینه سرمایه‌گذاری شناسایی کرد که با توجه به اهمیت و فراوانی در ۴ طبقه اصلی دسته‌بندی شدند: عوامل نهادی و سیاسی، عوامل قانونی و سیاست‌گذاری، عوامل مدیریتی و سازمانی و عوامل فرهنگی و اجتماعی.

یکی از عوامل مؤثر در جذب سرمایه‌گذار به مقاصد گردشگری ورزشی، عوامل نهادی و سیاسی بود. این عامل متغیرهایی را شامل می‌شد که در سطح کلان و حاکمیت کشور بر سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری تاثیر می‌گذارند. عواملی مانند ثبات سیاسی و اقتصادی کشور، اقتصاد مبتنی بر رقابت آزاد و سرمایه‌گذاری خود دولت و حاکمیت از مهم‌ترین متغیرهای این عامل بودند. در واقع در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، نقش حاکمیت و بخش دولتی در توسعه صنعت گردشگری بسیار مهم است. در این کشورها، دولت‌ها علاوه بر تدوین سیاست‌ها و چارچوب‌های قانونی گردشگری و توسعه طرح‌های ملی گردشگری، به صورت فعال در زمینه سرمایه‌گذاری و مدیریت گردشگری مشارکت دارند. ناواز^۱ و حسن (۲۰۱۶) سرمایه‌گذاری‌های دولتی در گردشگری را برای توسعه بخش گردشگری ضروری و سودمند دانسته‌اند که می‌تواند نتایج اقتصادی زیادی در قالب بهبود درآمدهای ارزی، افزایش درآمد ملی و رشد و توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و بهبود تراز پرداخت‌ها به همراه داشته باشد (ناواز و حسن، ۲۰۱۶: ۵۸۳). اما به عقیده برخی از صاحب‌نظران، دخالت دولت در سرمایه‌گذاری گردشگری همیشه مفید نیست، زیرا مداخله دولت در این زمینه منجر به بزرگتر شدن اندازه دولت و کاهش کارایی و تضعیف سیاست‌های اقتصادی دولت می‌شود (مشیری، ۱۳۸۹: ۱۴۱). در این راستا محنت‌فر (۱۳۹۵) یکی از مهم‌ترین آثار منفی مداخله گسترده دولت در اقتصاد را کاهش سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و تضعیف سرمایه‌گذاری خارجی برشمرده است (محنت فر، ۱۳۹۵: ۸۵). اقتصاددانان کلاسیک و متخصصان توسعه نیز به مشارکت حداقلی دولت در فعالیت‌های سرمایه‌گذاری تاکید دارند (ناواز و حسن، ۲۰۱۶: ۵۸۳)، زیرا اگر دولت و حاکمیت، در تولید کالا و خدماتی با بخش خصوصی رقابت کند، به دلیل عدم توان رقابت

بخش خصوصی با دولت و نهادهای دولتی به مرور از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی کاسته می‌شود. بنابراین دولت نباید در سرمایه‌گذاری گردشگری رقیب بخش خصوصی شود و سرمایه‌گذاری دولت باید محدود به حمایت و پشتیبانی از بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اساسی گردشگری مانند راه‌های ارتباطی، فرودگاه‌ها و غیره که یک رابطه مکمل با سرمایه‌گذاری خصوصی می‌باشد، صورت گیرد. نتیجه این‌گونه سرمایه‌گذاری به طور کلی افزایش بازدهی و بهره‌وری سرمایه‌گذاری خصوصی است و آنها را به سرمایه‌گذاری بیشتر تشویق می‌کند. پیرو سرمایه‌گذاری دولت، وایاس^۱ (۲۰۱۹) نیز معتقد است دولت علاوه بر تدوین چارچوبی برای جذب سرمایه‌گذاری، باید برای ارتقای فعالیت‌های گردشگری روی زیرساخت‌ها، توسعه مهارت‌ها، توسعه فناوری و بازاریابی سرمایه‌گذاری نماید (وایاس، ۲۰۱۹: ۶۴). «اتحادیه بین‌المللی سازمان‌های گردشگری»^۲ (IUTO)، پنج حوزه را به عنوان نقش‌های بخش دولتی در سرمایه‌گذاری معرفی کرده است: هماهنگی، برنامه‌ریزی، قانونگذاری و مقررات، کارآفرین و تحریک‌کننده (ندیوو، مانیارا، ۲۰۱۸: ۴۰۱). در قوانین ایران نیز به توسعه زیرساخت‌های گردشگری توسط دولت تاکید شده است. در این راستا کلیه وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و موسسات و شرکت‌های دولتی مکلف اند پس از تاسیس مراکز گردشگری، خدمات خود را تا ورودی منطقه با شرایط و نرخ‌های مصوب به سرمایه‌گذاران و بهره‌برداران ارائه نمایند.

یکی دیگر از یافته‌های تحقیق که در سطح کلان می‌تواند بر سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی تاثیرگذار باشد، ثبات سیاسی و اقتصادی بود. هرچه عدم ثبات سیاسی بیشتر باشد، گردشگران احساس ناامنی بیشتری خواهند داشت و این امر باعث تاثیر منفی روی تقاضا برای گردشگری شده و تعداد گردشگران را کاهش می‌دهد و به تبع آن سرمایه‌گذاران نیز رغبتی برای سرمایه‌گذاری نخواهند داشت. بی‌ثباتی سیاسی از جمله عواملی است که بیشتر طرف عرضه را در اقتصاد گردشگری تحت تاثیر قرار می‌دهد و از این جهت مانع توسعه اقتصاد گردشگری می‌شود. بی‌ثباتی سیاسی موجب می‌شود جهت‌گیری‌های کلان اقتصادی در یک کشور مشخص نباشد و سرمایه‌گذاران در این اوضاع دچار سردرگمی شوند و اقدام به سرمایه‌گذاری نکنند. متخصصی درباره اهمیت ثبات سیاسی در سرمایه‌گذاری گردشگری اظهار داشت: «مهم‌ترین راهکار توسعه مقاصد گردشگری و تنها راه خروج از بحران عدم توسعه یافتگی، جذب سرمایه‌گذار خارجی است. جذب سرمایه‌گذار خارجی نیز در شرایط عدم ثبات سیاسی و اقتصادی اتفاق نخواهد افتاد. بنابراین در سیاست باید به یک ثبات سیاسی برسیم. این ثبات سیاسی باعث خواهد شد که ما سرمایه‌گذار خارجی جذب کنیم» (UIO). به عقیده برخی از محققان، دولت‌ها نقش اساسی در تسهیل یک محیط مناسب برای سرمایه‌گذاری گردشگری ایفا می‌کنند. نندیوو و مانیارا (۲۰۱۸) اظهار می‌دارند: «فقط دولت‌ها هستند که قدرت تأمین ثبات سیاسی، امنیت و چارچوب قانونی و مالی مورد نیاز گردشگری را برعهده دارند» (ندیوو، مانیارا، ۲۰۱۸: ۴۰۶). بنابراین هرچند ایران کشوری است که در مقایسه با برخی دیگر از اقتصادهای منطقه، دارای ثبات نسبی سیاسی است، اما همواره توسط رسانه‌های قدرتهای جهانی به عنوان یک کشور بی‌ثبات و ناامن نمایش داده می‌شود. بنابراین دولت و حاکمیت برای تغییر نگرش این دید منفی نسبت به کشور، نقش و اهمیت زیادی دارند.

1. Vyas

2. The International Union of Tourism Organizations (IUTO)

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

یکی دیگر از عوامل مؤثر در سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی، اقتصاد مبتنی بر رقابت آزاد یا باز بودن اقتصاد بود. سیاست باز بودن اقتصاد به عنوان موتور رشد مطرح است که در آن افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند باعث رشد و توسعه کشورهای در حال توسعه شود، زیرا هرچه اقتصاد کشوری با اقتصاد سایر کشورها ارتباط بیشتری داشته باشد ضمن افزایش مبادلات اقتصادی، از کسب فناوری و خلاقیت سایر کشورها بهره‌مند می‌گردد و با افزایش بازدهی موجبات افزایش انگیزه و عامل تحرک برای سرمایه‌گذاری فراهم می‌آید (رحمانی و معتمدی، ۱۳۹۷: ۱۱۸).

نقش دولت در این زمینه بسیار مهم و اساسی است و دولت باید با اصلاح ساختار مناسب در این بخش، زمینه‌های جذب سرمایه‌گذاری را مهیا نماید. در این راستا فرزین و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای درجه باز بودن اقتصاد را از جمله عوامل مؤثر بر میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بیان کرده‌اند (فرزین و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۳). بنابراین با توجه مطالب یاد شده، می‌توان نتیجه گرفت که برای جذب سرمایه‌گذاران بیشتر باید در جهت ارتقای سیاست گشودگی، سیاست - اقتصادی با کشورهای بازار هدف گردشگری ورزشی از طریق تسهیل و لغو روادید و ... گام برداریم.

در این تحقیق چند متغیر شناسایی شده مربوط به نحوه اعطای تسهیلات و الگوی مناسب وام دهی به سرمایه‌گذاران بود. سطح‌بندی مقاصد و اختصاص وام با بهره پایین به سرمایه‌گذاران مناطق توسعه نیافته، افزایش فرجه و زمان استراحت برای وام و اعطای تسهیلات تضمین شده به سرمایه‌گذاران از عواملی بودند که تاکید زیادی روی آنها شده بود. یکی دیگر از عوامل مهم شناسایی شده، معافیت‌های مالیاتی، برای سرمایه‌گذاران و فعالان گردشگری ورزشی بود. مشوق‌های سرمایه‌گذاری و معافیت مالیاتی، در صنعت گردشگری ایران در قانون نیز مورد توجه قرار گرفته است. بر اساس تبصره ۳ ماده ۱۳۲ قانون مالیات‌های مستقیم، تمام تاسیسات گردشگری دارای پروانه بهره‌برداری هر سال از پرداخت ۵۰ درصد از مالیات مشمول معاف هستند. همچنین؛ هتل‌ها، که هم اکنون ساخته می‌شوند، از ۵ تا ۱۳ سال معافیت دائم برخوردار خواهند بود که این سقف زمانی بسته به مناطقی است که این هتل‌ها در آنجا ساخته می‌شوند. نتایج این قسمت از تحقیق با یافته کریمی و زاهدی (۲۰۱۱) که یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه صنعت گردشگری را اعطای تسهیلات و کمک‌های مالی دولت به سرمایه‌گذاران دانسته‌اند، همسو می‌باشد (کریمی و زاهدی، ۲۰۱۱: ۱۵۱).

یکی دیگر از عوامل مؤثر در سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی، تسریع فرآیند سرمایه‌گذاری بود. در این تحقیق مصاحبه شونده‌گان عواملی مانند تاسیس مرکز خدمات سرمایه‌گذاری گردشگری، انجام کارهای سرمایه‌گذاری به شکل دولت الکترونیک با حداکثر شفافیت، تفویض اختیار برخی مجوزها به اداره کل استان و اداره شهرستان‌ها و تسهیل صدور پروانه ساخت و بهره‌برداری را جزو عواملی برشمردند که می‌توانند فرآیند سرمایه‌گذاری را تسریع نمایند. تفویض اختیار برخی مجوزها به اداره کل استان و اداره شهرستان‌ها و برقراری وضعیت مناسبی که در آن شرکت‌های داخلی بتوانند به صورت مستقیم وارد مذاکره با سرمایه‌گذاران خارجی شوند، با تسریع فرآیند سرمایه‌گذاری، جذب سرمایه‌گذاری بیشتری را در پی خواهد داشت. در این راستا معیادی و سعیدی (۱۳۹۰) پیشنهاد می‌کنند برای رفع مشکلات سرمایه‌گذاران خارجی و جذب بیشتر سرمایه‌گذاران باید اقداماتی از جمله: ساده‌سازی کلیه مراحل شروع کسب و کار، الکترونیکی کردن امور، انجام اصلاحات قانونی و رفع دیوان سالاری اداری در فرآیند ثبت شرکت‌ها، راه‌اندازی دفاتر خدمات الکترونیکی، اصلاح قانون کار، کاهش هزینه‌های مربوط به ثبت اموال، شفافیت معاملات، اصلاح نظام پرداخت مالیات، تخفیف در پرداخت مالیات، اصلاح قوانین گمرکی، کاهش زمان و

فرایند بررسی دعاوی حقوقی، تجدید نظر در قوانین ورشکستگی و ... صورت پذیرد (سعیدی و میعاد، ۱۳۹۰: ۱۹۴).

تعدادی از عوامل موثر بر سرمایه‌گذاری در گردشگری در ارتباط مستقیم با قوانین و مقررات سرمایه‌گذاری بود. رفع موانع و حذف و اصلاح قوانین دست و پاگیر در زمینه سرمایه‌گذاری، تصویب قوانین حمایتی از سرمایه‌گذار و اقدامات مربوط به کاهش ریسک سرمایه‌گذاری از جمله این عوامل بودند. نتایج تحقیق مورالس و همکاران (۲۰۱۱) در زمینه وجود قوانین و سیاست‌گذاری مناسب برای جذب سرمایه‌گذار نشان می‌دهد که تدوین و اجرای سیاست‌های صحیح، همراه با مقررات، توسعه مشارکت بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران را در پی خواهد داشت (ریوس مورالس، ۲۰۱۱: ۲۷۹). یکی دیگر از عوامل مهم در این زمینه، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و تضمین اصل سرمایه بود. وقتی سرمایه‌گذاران به دریافت بازده سرمایه‌گذاری خود مطمئن نباشند، سرمایه‌گذاری نخواهند کرد. سرمایه‌گذار احتیاج به امنیت دارد و باید برای وی این اطمینان ایجاد شود که سرمایه‌اش از بین نخواهد رفت. در این زمینه در شروع کار باید با توجه به شواهد و قرائن و آمارها موجود سرمایه‌گذاران را از دریافت سود کافی مطلع کرد و به گونه‌ای به آنها تضمین داده شود که هزینه‌های آنها طی یک دوره مشخص جبران خواهد شد.

یکی دیگر از عوامل شناسایی شده، عوامل مدیریتی و سازمانی بود و مواردی را شامل می‌شد که در ارتباط مستقیم با سازمان‌های متول، گردشگری ورزشی و مدیریت مستقیم مقاصد گردشگری ورزشی بود. با توجه به نتایج پژوهش، مدیریت مقاصد و سازمان‌های متول، گردشگری ورزشی، برای جذب سرمایه‌گذار، وظایف، مانند برنامه‌ریزی و تدوین سند سرمایه‌گذاری، اطلاع رسانی و جذب سرمایه‌گذار، کاهش بروکراسی و تسریع در صدور مجوز، انجام کار با حداکثر شفافیت برای جلب اعتماد و افزایش مشارکت حداکثری و در نهایت تشویق و قدردانی از سرمایه‌گذار را برعهده دارند. جذب سرمایه‌گذار در فرآیند توسعه مقاصد گردشگری، یکی از مهم‌ترین وظایف مدیریت مقاصد می‌باشد. این عامل آنقدر مهم است که براساس دیدگاه برخی از صاحب‌نظران در صورت موفقیت در جذب سرمایه‌گذار توسعه مقصد تقریباً قطعی خواهد بود. بنابر نظر متخصصان، مدیریت مقاصد برای جذب سرمایه‌گذار باید بیشتر به دنبال سرمایه‌گذارانی باشد که دارای اصالت بومی منطقه و علاقه‌مند به مقصد باشند. تعداد زیاد سرمایه‌گذاران داخلی، در گردشگری ترکیه نیز خود شاهد این مدعا است. مطالعه صنعت گردشگری ترکیه نشان می‌دهد حدود ۷۰ درصد از سرمایه‌گذاری بخش گردشگری ایران، کشور توسط بخش خصوصی داخلی انجام می‌شده و سرمایه‌گذاران خارجی تنها ۱۵ درصد از سرمایه لازم این بخش را تامین کرده و بقیه آن از سوی دولت تامین گردیده است. در ایران با توجه به تصویر ارائه شده از کشور در رسانه‌های خارجی، طی سه دهه گذشته، انتظار هجوم سرمایه‌گذاران خارجی، به صنعت گردشگری ایران و اردبیل، در کوتاه‌مدت، تصوری منطقی، به نظر نمی‌رسد و لازم است اتکای سرمایه‌گذاری در این بخش حداقل در کوتاه‌مدت بر سرمایه‌گذاران داخلی باشد. هرچند در شرایط کنونی بهترین و عقلانی‌ترین راه، جذب سرمایه‌گذار داخلی و بومی است، اما مقاصد گردشگری برای موفقیت و توسعه پایدار خود باید بتوانند سرمایه‌گذاران بین‌المللی بخصوص سرمایه‌گذاران کشورهای همسایه را جذب نمایند. سرمایه‌گذاری خارجی مهم‌ترین منبع پویایی در صنعت گردشگری است. در فرآیند جهانی شدن، سرمایه‌گذاران به دنبال کسب سود بیشتر و مکانی امن برای سرمایه‌گذاری هستند. با اشباع سرمایه‌گذاری در کشورهای پیشرفته صنعتی، نرخ بازده سرمایه‌گذاری در این کشورها رو به نزول رفته و سرمایه‌گذاران در صدد بهره‌جویی از

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

فرصت‌های با بازده بیشتر هستند. چنانچه امنیت سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای در حال گذار تضمین و بستر قانونی لازم فراهم شود، سرمایه‌گذاران بین‌المللی میل و رغبت بیشتری برای حضور در این گونه بازارها خواهند داشت. همچنین با توجه به اینکه در شرایط کنونی که وضعیت پس‌انداز داخلی به گونه‌ای است که تکاپوی سرمایه مورد نیاز را نمی‌دهد، جذب سرمایه‌های خارجی می‌تواند اثر مؤثری بر تأمین مالی داشته باشد. علاوه بر این، همکاری و جذب سرمایه‌گذاران خارجی این امکان را به کشورهای میزبان می‌دهد تا در شبکه‌های بین‌المللی گردشگری ادغام شوند که خود در نهایت منجر به افزایش جریان گردشگران و ایجاد درآمد بیشتر از طریق فعالیت‌های مرتبط با گردشگری می‌گردد (فاوزل و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۰۴۳). شو و همکاران (۲۰۱۹) در مورد اهمیت شرکت‌های خارجی اظهار داشتند که شرکت‌های خارجی ممکن است در مقایسه با شرکت‌های داخلی ویژگی‌های کاملاً متفاوتی داشته و معمولاً دارای سطح فناوری بالاتر، دارایی ملموس و ناملموس بیشتر، مهارت‌های مدیریتی بهتر، انعطاف‌پذیری و قدرت چانه زنی بالاتری باشند (شو و همکاران، ۲۰۱۹: ۱). از طرفی جذب سرمایه‌گذاران و صاحبان برندهای معتبر در زمینه گردشگری برای تصویر بین‌المللی یک مقصد نیز بسیار مهم است و می‌تواند در توسعه شرکت‌های محلی برای دستیابی به استانداردهای جهانی از طریق انتقال دانش و رقابت سالم نقش مهمی ایفا نماید.

یکی دیگر از عوامل مؤثر در جذب سرمایه‌گذار به مقاصد گردشگری ورزشی، کاهش بروکراسی اداری بود. در واقع بروکراسی زیاد و طولانی مدت بودن فرآیند راه‌اندازی کسب و کار، یکی از بزرگترین موانع و چالش‌های پیش روی سرمایه‌گذاری می‌باشد که باعث دلسردی سرمایه‌گذار و انصراف او از ادامه کار می‌شود. بنابراین مدیریت سازمان‌های متولی باید همراه با تلاش برای جذب سرمایه‌گذار، فرآیند ارائه مجوز را تسریع نمایند و در کمترین زمان ممکن به انجام برسانند. متخصصان کدهای U10 و U12 در اظهار نظری مشابه، سخت‌گیری در فرآیند صدور مجوز و زمان‌بر بودن شروع کسب و کار را از موانع مهم سرمایه‌گذاری در مقاصد بیان نموده و برای کاهش بروکراسی پیچیده اداری، پنجره واحد سرمایه‌گذاری را پیشنهاد کرده بودند؛ به این معنی که مرکزی تخصصی برای سرمایه‌گذاری ایجاد شود تا سرمایه‌گذار درخواست خود را در این مرکز مطرح کند و مرکز کلیه فرآیندهای لازم برای کسب مجوز و هماهنگی با سایر سازمان‌های متولی را تا مرحله شروع کسب و کار پیش ببرد. استفاده از فناوری‌های نوین در کاهش مراتب بروکراتیک و کاهش روندهای اداری و پورتابل شدن امور مربوطه از موارد دیگری است که جهت تسریع در فرآیند سرمایه‌گذاری می‌تواند اثرگذار باشد.

آخرین دسته از عوامل مؤثر در سرمایه‌گذاری مقاصد گردشگری ورزشی، عوامل فرهنگی و اجتماعی بود. در بین عوامل فرهنگی و اجتماعی، مهم‌ترین عاملی که تأکید زیادی روی آن شده بود، تأمین امنیت و اطمینان خاطر به سرمایه‌گذار بود. منظور از امنیت در این بخش امنیت جانی و مالی سرمایه‌گذاران می‌باشد. امنیت از یک جهت بخش عرضه اقتصاد گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و میزان سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری نظیر هتلداری، حمل و نقل هوایی و ... را متأثر می‌سازد و از طرف دیگر، بر میزان تقاضای ورود گردشگران به کشور اثر می‌گذارد. امنیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاران و سرمایه‌گذاری‌های آنان از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر اقتصاد گردشگری می‌باشد. عدم وجود امنیت اقتصادی در هر کشوری مانع از شکل‌گیری سرمایه‌گذاری

می شود و این امر رکود در صنعت گردشگری را به دنبال خواهد داشت. در واقع سرمایه‌گذاری در هر کشوری مستلزم فراهم بودن محیط نهادی مناسب در آن کشور است. پیرو این موضوع متخصصی اظهار داشت: «سرمایه‌گذار خارجی امنیت را نگاه می‌کند آن هم نه شاخص‌های داخلی، بلکه شاخص‌های بین‌المللی موجود را. رتبه‌بندی شاخص‌های امنیت توسط برخی نهادهای بین‌المللی ارائه می‌شود. به عنوان مثال، «مؤسسه لگاتوم» هر ساله به رتبه‌بندی مؤلفه‌های رفاهی ۱۴۲ کشور جهان می‌پردازد که یکی از این مؤلفه‌ها، امنیت و ایمنی است. ایران با در نظر گرفتن شاخص‌های ۱۰ گانه امنیت ملی و ایمنی شخصی، در رده ۱۲۵ جهان قرار دارد. آیا وقتی سرمایه‌گذار رتبه امنیت ما را در جهان می‌بیند به سرمایه‌گذاری در ایران فکر می‌کند؟» (U15). طبق گفته قبادی و همکاران (۱۳۹۸) صاحبان سرمایه، سرمایه‌های خود را در کشوری به کار خواهند انداخت که علائم و نشانه‌های امنیت اقتصادی به خوبی در آن قابل مشاهده باشد (قبادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۴). آنتوناکاکیس و همکاران (۲۰۱۷) نیز اظهار داشتند که سرمایه‌گذاران گردشگری زمانی بیشتر سرمایه‌گذاری می‌کنند که پیش‌بینی چشم‌انداز صنعت، حداقل عدم قطعیت یا ریسک را نشان دهد. آنها همچنین رویدادهایی مانند تروریسم و ناآرامی سیاسی را از عوامل دانستند که می‌تواند به شدت سرمایه‌گذاری در گردشگری را تحت تاثیر قرار دهد (آنتوناکاکیس و همکاران^۱، ۲۰۱۷: ۱۶۶). علاوه بر آن، حساسیت‌های سیاسی، تنش‌ها یا حتی حوادثی مانند انتخابات باعث ایجاد نوسانات یا عدم قطعیت‌های در صحنه‌های سیاسی می‌شود و می‌تواند تاثیر قابل توجهی در ورود گردشگران، مدت اقامت و دیگر شاخص‌های توسعه گردشگری داشته باشد و به تبع آن سرمایه‌گذاری در این صنعت را تحت تاثیر قرار دهد (لانور و گواید^۲، ۲۰۱۹: ۴۰۵). در این راستا بالکیلار^۳ و همکاران (۲۰۱۸) اظهار می‌دارند که ریسک سیاسی تعیین‌کننده اصلی تصمیمات سرمایه‌گذاری است (آکادیری و همکاران^۴، ۲۰۲۰: ۲۷۳).

نتایج این مطالعه و بسیاری از مطالعات دیگر به وضوح نشان می‌دهند که جذب سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری و گردشگری ورزشی فرآیند پیچیده‌ای است که به عوامل زیادی وابسته است. در این پژوهش عوامل زیادی شناسایی شدند و با در نظر گرفتن این موارد بهتر می‌توانیم عواملی را که بر سرمایه‌گذاری‌های آتی تاثیر می‌گذارند، درک کنیم. این مطالعه پایه‌ای برای تحقیقات بیشتر ایجاد کرده و نشان می‌دهد که بررسی عمیق‌تر عوامل موثر در جذب سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ممکن و مورد نیاز است. سرانجام، این تحقیق به لزوم تحقیقات بیشتر در مورد راهکارهای جذب و حفظ سرمایه‌گذاران در گردشگری ورزشی اشاره می‌کند. مطالعه عوامل موثر بر سرمایه‌گذاری و اصول مدیریت پرتوان می‌تواند باعث مدیریت بهتر و افزایش سرمایه‌گذاری‌ها شود. به علاوه انتظار می‌رود مدیران و مسئولان با مطالعه عوامل موثر بر سرمایه‌گذاری تا آنجایی که ممکن است موانع و چالش‌های موجود در این زمینه را برطرف کنند و با جذب بیشتر سرمایه‌گذاران به مقاصد گردشگری ورزشی استان اردبیل زمینه توسعه اقتصادی این منطقه را فراهم آورند.

1. Antonakakis.
2. Lanouar & Goaid
3. Balcilar
4. Akadiri

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

منابع

- جاوید، م. (۱۳۹۸). «طراحی الگوی توسعه اقتصاد منطقه‌ای مقاصد گردشگری ورزشی با رویکرد سیستمی (مطالعه موردی: استان اردبیل)». رساله دکتری رشته مدیریت ورزشی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه تهران.
- دودانگی، م. (۱۳۹۵). «عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در ایران». فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی. ۶(۲۳)، صص ۱۴۷-۱۳۱.
- رحمانی، ت. و معتمدی، س. (۱۳۹۷). «تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر تشکیل سرمایه، بهره‌وری نیروی کار و رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه». فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی. ۸(۳۰)، صص ۱۱۷-۱۳۲.
- سعیدی، ع. و میعاد، ز. (۱۳۹۰). «بررسی موانع عمده سرمایه‌گذاری خارجی در ایران از دیدگاه سرمایه‌گذاران خارجی». پژوهشنامه اقتصادی، ۱۱(۲) (پیاپی ۴۱)، صص ۱۸۱-۲۰۰.
- سهیلی، ک.؛ فتاحی، ش. و محمدی، س. (۱۳۹۷). «بررسی نقش و اثرات سرمایه‌گذاری خصوصی و عمومی بر اشتغال در استان‌های ایران: با رویکرد گشتاورهای تعمیم‌یافته». پژوهشنامه اقتصاد کلان. ۱۲(۲۴)، صص ۱۲۱-۱۴۸.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل و سیاح، علی. (۱۳۹۲). «تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری: رویکرد پانل دیتا مقایسه تطبیقی کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. ۷(۲)، صص ۲۵-۴۳.
- شربتی، ا. (۱۳۹۴). «تحلیلی بر نقش گردشگری در توسعه اقتصادی مناطق مرزی (مورد مطالعه: استان گلستان)». پژوهش‌نامه مطالعات مرزی. ۳(۸)، صص ۱-۱۷.
- عینالی، د. ج.؛ رومیانی، ا. و صانعی، س. (۱۳۹۵). «سرمایه‌گذاری بخش خصوصی راهبردی برای مبارزه با فقر روستایی (مورد شناسی: دهستان صائین قلعه، شهرستان ابهر)». فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای. ۷(۲۳)، صص ۱۱۳-۱۲۶.
- قبادی، س.؛ مظفری شمسی، ه. و فرامرزی، ف. (۱۳۹۸). «تحلیل اثرات عوامل نهادی بر سرمایه‌گذاری در کشورهای منتخب عضو اوپک». پژوهشنامه اقتصاد کلان. ۱۴(۲۷)، صص ۱۳-۳۹.
- محنت فر، ی. (۱۳۹۵). «تأثیر درآمدهای گردشگری بر جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (مطالعه موردی: ۲۳ کشور جهان)». گردشگری و توسعه. ۵(۳)، صص ۷۹-۹۷.
- مشیری، س. (۱۳۸۹). «خصوصی‌سازی و رشد اقتصادی: یک مطالعه بین‌کشوری». تحقیقات اقتصادی. ۴۵(۱)، صص ۱۴۱-۱۵۸.
- مک‌کین، ف. (۱۳۹۴). اقتصاد نوین شهری و منطقه‌ای. رئیسی دهکردی. چاپ اول، تهران: انتشارات نور علم

- Akadiri, S. Saint, Eluwole, K. K., Akadiri, A. C., & Avci, T. (2020). "Does causality between geopolitical risk, tourism and economic growth matter? Evidence from Turkey". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 273-277.
- Al-Hallaq, S. S., Athamneh, A. B., & Suleiman, H. M. (2019). "The

impact of foreign direct investment on the growth of the tourism sector in Jordan (1980–2016) ". Journal of Public Affairs, 29(5), 1–9.

- Bagheri, A., Moharrer, M., Bagheri, M., & Nekooee Zadeh, M. (2018). **"Ranking the cities with potential of tourism investment in Fars province using numerical taxonomy"**. Decision Science Letters, 7(4), 417–426.
- Farzin, M. R., Ashrafi, Y., & Fahimifar, F. (2012). **"FDI and Economic Growth: Combination of System Dynamic and Econometrics Approaches TT"**. Quarterly Journal of Economic Research and Policies, 20(61), 29–62.
- Fauzel, S., Seetanah, B., & Sannasee, R. V. (2017). **"Analysing the impact of tourism foreign direct investment on economic growth: Evidence from a small island developing state"**. Tourism Economics, 23(5), 1042–1055.
- Karimi, F., & Zahedi Keyvan, M. (2011). **"Determination of Economical Investment Index for Optimum Allocation of Credits to Iran's Tourism Industry"**. Under Uncertain Conditions TT. IJNAA, 19(59), 151–174.
- Lanouar, C., & Goaid, M. (2019). **"Tourism, terrorism and political violence in Tunisia: Evidence from Markov-switching models"**. Tourism Management, 70, 404–418.
- Ma, X., Wang, Y., Song, H., & Liu, H. (2019). **"Time-varying mechanisms between foreign direct investment and tourism development under the new normal in China"**. Tourism Economics, 2699, 1–20.
- Nawaz, M. A., & Hassan, S. (2016). **"Investment and Tourism: Insights from the Literature"**. International Journal of Economics Perspectives, 10(4), 581–590.
- Ndivo, R. M., & Manyara, G. (2018). **"Appraising the role of public sector in Kenya's competitiveness as a tourism investment destination: Hotel investors' perspectives"**. Tourism and Hospitality Research, 18(3), 400–407.
- Nunkoo, R., Seetanah, B., Jaffur, Z. R. K., Moraghen, P. G. W., & Sannasee, R. V. (2019). **"Tourism and Economic Growth: A Meta-regression Analysis"**. Journal of Travel Research, 59(3), 404–423.
- Ravinthirakumaran, K., Selvanathan, E. A., Selvanathan, S., & Singh, T. (2019). **"Tourism and Foreign Direct Investment Inflows in Sri Lanka"**. South Asia Economic Journal, 20(2), 248–273.
- Rezaei, B., Abbaspour, A., Niknami, M., Rahimian, H., & Delavar, A. (2013). **"Design and Modeling of Related Factors in Academic Entrepreneurship"**. Scientific Journal Management System, 7(3 (22), 179–202.
- Rios-Morales, R., Gamberger, D., Jenkins, I., & Smuc, T. (2011). **"Modelling investment in the tourism industry using the World Bank's good governance indicators"**. Journal of Modelling in Management, 6(3), 279–296.
- Santos, C. da S. (2017). **"Territorial marketing: attracting FDI for the tourism sector in the west region of Portugal"**. Doctoral dissertation, ISCTE Business school, Instituto Universitario de lisbon (p. 14).
- Shapoval, V., Wang, M. C., Hara, T., & Shioya, H. (2018). **"Data**

● اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)

mining in tourism data analysis: inbound visitors to Japan".
Journal of Travel Research, 57(3), 310–323.

- Torkamani, E., & Fotros, M. H. (2019). **"The Policy of Increasing Public Investment in Iran: A DSGE Approach"**. Quarterly Journal of Economic Growth and Development Research, 9(36), 57–76.
- Uvinha, R. R., Chan, C.-S., Man, C. K., & Marafa, L. M. (2018). **"Sport tourism: a comparative analysis of residents from Brazil and Hong Kong"**. Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo, 12(1), 180–206.
- Vyas, C. (2019). **"Evaluating state tourism websites using Search Engine Optimization tools"**. Tourism Management, 73(1), 64–70.
- Xu, C., Jones, C., & Munday, M. (2019). **"Tourism inward investment and regional economic development effects: perspectives from tourism satellite accounts"**. Regional Studies, 53(12), 1–12.

