

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور

مهری تبریزی یگانه^۱

مینا حکاک زاده^۲

محمد پوررنجبر^۳



[10.22034/ssys.2022.2347.2683](https://doi.org/10.22034/ssys.2022.2347.2683)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۳/۰۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۶/۰۷

چکیده

هدف پژوهش حاضر، آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور است. نوع تحقیق، کاربردی و از نظر ماهیت، تحلیلی-اکتشافی است. جامعه آماری شامل خبرگان در صنعت گردشگری ورزشی کشور که شامل اساتید مدیریت ورزشی که در زمینه گردشگری ورزشی و سرمایه گذاری در ورزش پژوهش هایی انجام داده بودند (حداقل دو پژوهش) و همچنین مدیران شاغل در حوزه گردشگری ورزشی منتخب (نظیر مدیران رویدادهای ورزشی، مدیران تورهای گردشگری ورزشی، مدیران آژانس های گردشگری، مدیران هتل ها و مدیران باشگاه های ورزشی) که دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری بودند. تعداد این افراد، ۳۲ نفر بود. که در نهایت ۳۰ پرسشنامه بازگردانده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها، از روش های ترکیبی پنل خبرگان و اثرات متقاطع میک مک استفاده شد. عوامل مدیریتی-سیستمی، زیرساخت، قانونی، فرهنگی-ارتباطی و کلان سیاسی و اقتصادی از مهم ترین عوامل مدل سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور می باشند که مدل نهایی پژوهش مبتنی بر تأثیر عوامل مدیریتی-سیستمی بر فرهنگی-ارتباطی و نهایتاً قانونی می باشد. نتایج این پژوهش می تواند زمینه برنامه ریزی مناسب جهت جذب سرمایه گذاری و تأمین مالی مناسب در جهت توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور را فراهم آورد.

کلیدواژه ها: آینده پژوهی، تأمین مالی، سرمایه گذاری، گردشگری ورزشی

^۱- دانشجوی دکترا، تربیت بدنی گرایش مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

^۲- استادیار و عضو هیات علمی، گروه تربیت بدنی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران. * (نویسنده مسئول)

Email: minahakazadeh@gmail.com

^۳- دانشیار گروه تربیت بدنی دانشکده پزشکی و مرکز تحقیقات علوم اعصاب دانشگاه علوم پزشکی کرمان، ایران

مقدمه

آینده‌پژوهی هنر شکل دادن به آینده است. آینده‌پژوهی از آن جهت که یک علم کاربردی است، تکنیک‌ها و فنون مختلف را شامل می‌شود. دیده‌بانی، روندیابی، خیال‌نگاری آگاهانه، مدل‌سازی، سناریوسازی، تحلیل تاریخی، تکنیک دلفی و پیش‌بینی را می‌توان بعضی از فنون معروف آینده‌پژوهی خواند که هر یک از این روش‌ها بسته به هدف و با توجه به برهه زمانی خاص به‌کاربرده می‌شوند (فتیحی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۹). تحولات سریع اقتصادی، اجتماعی و فناوری از یک‌سو و ناهمواری‌های فضای رقابت میان نظام‌های سیاسی، قدرت‌های بزرگ و شرکت‌های بین‌المللی از طرف دیگر، پژوهش در مورد آینده را به مبارزه برای بقا تبدیل کرده است. همزمان، یکی از عناصر موفقیت در گردشگری درک و مدیریت تغییرات مؤثر در آینده این صنعت است. باید توجه داشت که آینده‌پژوهی به پیش‌بینی قطعی آینده نمی‌پردازد، بلکه عوامل شکل‌دهنده آن شناسایی، مطالعه و مورد بحث قرار می‌گیرد. سپس چالش‌ها و موضوعات پیش رو شناسایی می‌شوند تا بتوان با ارائه راهکارهای مناسب برای برخورد با آن‌ها برنامه‌ریزی کرد و از بروز چالش‌ها و تحقق آینده نامطلوب جلوگیری کرد. این نوع مطالعه تکنیک‌ها و فنون مختلفی را دربرمی‌گیرد که هر یک از آن‌ها بسته به هدف و با توجه به برهه زمانی خاص (کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت) به‌کاربرده می‌شود. بدیهی است که محصول آینده‌پژوهی، تفاسیر و ایده‌های گوناگون در مورد جهان آینده است (مظلوم زاده و همکاران، ۱۳۸۶: ۷۴).

صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر، رشد چشمگیری را شاهد بوده به‌طوری‌که شمار گردشگران ورودی نسبت به سال ۱۹۵۰ که ۲۵ میلیون بود، در سال ۲۰۱۵ به ۱٫۲ میلیارد رسیده است، براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری^۱، تعداد گردشگران جهان سالانه ۴/۳ درصد رشد دارد و در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر رسید در همین زمان هزینه‌های گردشگران در سرتاسر جهان در هر سال ۶/۷ درصد رشد دارد و به ۲ تریلیون دلار رسید (ملاح، ۲۰۲۱). این رقم رشدی ۴ هزار و ۷۰۰ درصدی را نشان می‌دهد و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰ به ۱٫۸ میلیارد نفر برسد. به‌بیان‌دیگر در سال ۱۹۵۰ حدود ۲۵ میلیون نفر از جمعیت جهان، یعنی از هر هزار نفر یک نفر به سفر بین‌المللی رفتند. صدسال بعد یعنی در سال ۲۰۵۰ بر اساس پیش‌بینی‌ها ۴٫۷ میلیارد نفر، یعنی از هر ۲ نفر، یک نفر، این تجربه را خواهد داشت. طبق پیش‌بینی آینده‌پژوهان گردشگری تا سال ۲۰۳۰، دنیا شاهد ۱٫۹ میلیارد گردشگر ورودی بین‌المللی و هزینه کرد ۲ تریلیون دلار خواهد بود. همچنین در این سال کشور چین بزرگ‌ترین گردشگر پذیر بین‌المللی به شمار می‌رود و آمریکا بیشترین سهم اقتصادی را از هزینه کرد گردشگران بین‌المللی خواهد داشت (حسن پور و شاهی سوئدی، ۱۳۹۶: ۱۲۲). از سویی براساس آمار سازمان جهانی جهانگردی ۴۳ درصد از مشاغل جهان در ارتباط با صنعت گردشگری است و وانگ^۲ و همکاران (۲۰۱۸) معتقداند که با توسعه جوامع، بهره‌وری از منابع گردشگری می‌تواند به نیروی

1 WTO

2 Wang

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور

اصلی برای توسعه اقتصادی تبدیل شود و در این بین توسعه گردشگری ورزشی، نقشی بی مانند و پیشرو دارد. مارکو^۱ و همکاران (۲۰۱۸)، کامیلا^۲ و همکاران (۲۰۱۸)، چان چو^۳ و همکاران (۲۰۱۸) نیز در گزارش یافته های تحقیقات خود بر اهمیت گسترش گردشگری ورزشی بر توسعه ظرفیت های فرهنگی و اجتماعی و شکوفایی اقتصادی تأکید کرده اند.

سرزمین پهناور ایران با طبیعت رنگارنگ و استثنایی خود در برگیرنده سواحل، کوه ها، دریاچه ها، جنگل ها و بیابان های زیبا و منحصر به فرد است که همه و همه کشور ایران را در رتبه پنجم از نظر جذابیت های طبیعی در جهان قرار داده است. همچنین ایران یکی از ده کشور اول جهان از نظر جذابیت های گردشگری نیز هست. که با توجه به سایر قابلیت ها و ظرفیت های انسانی، فرهنگی، ورزشی و غیره می توان از آن به عنوان کشوری مستعد در توسعه صنعت گردشگری ورزشی تفریحی نام برد. جاذبه های طبیعی مربوط به دامنه نوردی و طبیعت گردی، ورزش های ساحلی، آبی و تابستانی، بیابان گردی و کویر نوردی و جاذبه های مربوط به شکار و صید بیشترین اهمیت را در توسعه گردشگری ورزشی ایران دارند. با این حال میزان گردشگری ورزشی در کشور قبل از همه گیری کرونا یک میلیون و پانصد هزار نفر در سال برآورد می شود که با توجه به این که بر اساس برنامه چهارم توسعه کشور ایران، تعداد گردشگران تا پایان سال ۲۰۲۴ باید به رقمی معادل ۲۰ میلیون نفر در سال برسد (سندچشم انداز ۱۴۰۴) بخشی از این میزان گردشگری می بایست در حوزه گردشگری ورزشی صورت پذیرد. گردشگران ورزشی را می توان به دو گروه تماشاگران ورزشی و مشارکت کنندگان ورزشی تقسیم بندی نمود. تماشاگران ورزشی به تماشای رویدادهای ورزشی از قبیل مسابقات المپیک، جام های جهانی و مسابقات بین المللی و جاذبه های ورزشی علاقه مند هستند. مشارکت کنندگان ورزشی، گردشگرانی هستند که به انجام فعالیت های ورزشی توجه دارند. آن ها تمایل دارند از اماکن، تأسیسات، جازه ها و موزه های ورزشی دیدن کنند و در ورزش هایی مشارکت فعال داشته باشند که بیشتر جنبه غیررقابتی دارد و حتی خود مقدمات آن را فراهم می آورند تا فواید ورزش در ابعاد تندرستی، اجتماعی و روانی بهره گیرند (هال^۴، ۲۰۱۲: ۱۶۹).

از سویی بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم سرمایه گذاری و به تبع آن درآمدزایی در ورزش و تأثیر آن بر روی رشد و توسعه اقتصادی، یک مسئله بسیار مهم برای اقتصاد کشورها می باشد. سهم ورزش در اقتصاد ملی رابطه مستقیم با میزان سرمایه گذاری و توسعه کسب و کار در آن دارد که در وضعیت حاضر در کشور ما میزان آن در مقایسه با کشورهای توسعه یافته اندک است. در این راستا نتایج پژوهشی بیانگر این است که در کشورهای ایتالیا، انگلستان، آلمان نسبت اقتصاد ورزش به تولید ناخالص داخلی به ترتیب ۲ درصد، ۱/۷

1 Marko

2 Kamilla

3 Chun-Chu

4. Hall

درصد و ۱/۴ درصد و برای ایران ۳۸ صدم می‌باشد (جلالی فراهانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۵). چرسولیک تومینو و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان ارزیابی و در نظر گرفتن تأثیرات گسترده رویدادهای ورزشی-گردشگری به این نتایج دست یافتند که برای ساماندهی عناصر و ویژگی‌های استراتژیک رویداد و مقصد برای دستیابی به پایداری هشت دسته بسیار با اهمیت هستند که شامل: اجتماعی، فرهنگی، سازمانی، لجستیکی، ارتباطی، اقتصادی، گردشگری و محیط‌زیست. روحانی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان سیاست‌گذاری فرهنگی- اجتماعی در صنعت گردشگری ورزشی به این نتایج دست یافتند که شاخص‌های سیاست‌گذاری در حوزه توسعه گردشگری ورزشی شامل مؤلفه‌های جذابیت مقاصد گردشگری، جذابیت محیطی، تنوع جاذبه و عوامل فرهنگی می‌باشد. امینی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به این نتایج دست یافتند که مؤلفه‌های مربوط به توسعه گردشگری در سه بخش ساختاری، محیطی و مدیریتی قابل‌طبقه‌بندی هستند. همچنین به‌طور ویژه در زمینه گردشگری ورزشی مؤلفه‌ها در سه بخش زیرساختی، مدیریتی و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جای گرفته و در زمینه موانع گردشگری ورزشی، مؤلفه‌ها در چهار بخش مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی- سیاسی و ارتباطی- تبلیغاتی طبقه‌بندی شده‌اند. همچنین فدا و همکاران (۲۰۲۰) و ژانگ و همکاران (۲۰۲۰) اظهار کردند ایجاد جذابیت‌های محیطی باعث افزایش تمایل و ترغیب افراد به گردشگری ورزشی می‌شود. پرویستل‌هایدر^۲ (۲۰۱۸)، پلگرینی و همکاران (۲۰۲۰) و تانگ و همکاران (۲۰۲۰) نیز افزایش زیر ساخت‌ها را موجب توسعه کسب و کارهای مرتبط با گردشگری ورزشی می‌دانند. لذا توسعه زیر ساخت‌های دسترسی و حمل و نقل، کیفیت خدمات استراحتگاه‌ها و مراکز تفریحی- ورزشی و ... می‌تواند به توسعه و بهبود احساسات مثبت در میان گردشگران کمک کند. الحامد و همکاران (۲۰۲۰)، حوز و همکاران (۲۰۲۰) و تانگ و همکاران (۲۰۲۰) کیفیت خدمات و بهبود امکانات را زمینه توسعه گردشگری ورزشی عنوان کردند و سی وانگ^۳ و همکاران (۲۰۱۸) نیز بیان کردند که ظرفیت‌های اینترنت و فضاهای مجازی می‌توانند در زمینه گسترش توریسم ورزشی اثر بخش باشند و کشورها را از فوائد اجتماعی و اقتصادی آن بهره‌مند سازند.

با این حال و با تلاش مسئولین کشور برای کاهش وابستگی به نفت در اقتصاد کشور و ایجاد رونق اقتصادی در بخش‌های مختلف، یکی از جنبه‌های مهم و اثر گذار گردشگری و گردشگری ورزشی است که توسعه این بخش‌ها نیازمند برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و تسهیل فرایند‌های توسعه‌ای است، با این حال هر چه مسئولین تلاش و سرمایه‌گذاری مطلوب‌تری انجام دهد آینده بهتری در انتظار این صنعت خواهد بود و بالعکس آن نیز صادق است، فلذا یکی از راهکارهای نوین در بررسی پیشنهادها و مسیر پیشروی این صنعت،

¹. Chersulich Tomino et.al
2 Provistel, Hider
1. Si Wang

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور

استفاده از آینده پژوهی است. در این راستا از مهم ترین ابزارهای تصمیم گیری و برنامه ریزی که امروزه بشر به خدمت گرفت آینده پژوهی است.

با این حال و با اقتباس از آنچه که مطرح گردید این گونه استنباط می شود که توسعه گردشگری ورزشی پیامدها و دستاوردهای مختلفی را در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و غیره به همراه دارد و کشورهای توسعه یافته از این ظرفیت به دلیل برنامه های راهبردی که طرح ریزی و پیاده سازی کرده اند بیشترین بهره را از این صنعت برده اند. در ایران اما به دلیل مشکلات عدیده ای که در این حوزه وجود دارد، گردشگری ورزشی چندان موفق نبوده است. با علم به اینکه تحولات پیش روی این حوزه روز به روز بیشتر می شود، خواسته ها و نیازهای گردشگران به مرور زمان تغییر پیدا می کند، امکان اینکه بر مبنای توجه به روندهای گذشته آینده درخشانی را برای یک حوزه خاص متصور بود وجود ندارد، الگوهای گردشگری ورزشی نسبت به گذشته دستخوش تغییر شده است و انتظار می رود با ورود فناوری اطلاعات به مراتب این تغییرات بیشتر شود، لازم است جهت ارائه تصویری جامع از توسعه گردشگری ورزشی ایران و شناخت عوامل مؤثر بر آن و در نهایت شناخت عدم قطعیت های پیش روی این حوزه اقدام به برنامه ریزی کرد. این برنامه ریزی که براساس آینده پژوهی صورت می گیرد، باعث می شود اطلاعات مورد نیاز برای سیستم هشدار زودهنگام، روند و تحولاتی که باید مورد توجه قرار گیرد، مهیا گردد. اما این مهم از جانب پژوهشگران حوزه بازاریابی و گردشگری مورد غفلت واقع شده است. بر مبنای آنچه که بیان شد و جهت اینکه خلاء تحقیقاتی در حوزه آینده پژوهی در حوزه گردشگری ورزشی پر شود، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که سناریوهای مطلوب برای سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کدامند؟

روش شناسی

روش تحقیق حاضر، از نوع توصیفی - اکتشافی و ازلحاظ هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل خبرگان در صنعت گردشگری ورزشی کشور که شامل اساتید مدیریت ورزشی که در زمینه گردشگری ورزشی و سرمایه گذاری در ورزش پژوهش هایی انجام داده بودند (حداقل دو پژوهش) و همچنین مدیران شاغل در حوزه گردشگری ورزشی منتخب (نظیر مدیران رویدادهای ورزشی، مدیران تورهای گردشگری ورزشی، مدیران آژانس های گردشگری، مدیران هتل ها و مدیران باشگاه های ورزشی) که دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری بودند. تعداد این افراد، ۳۲ نفر بود. که در نهایت ۳۰ پرسشنامه بازگردانده شد. برای گردآوری اطلاعات از روش مصاحبه و پرسشنامه با خبرگان و از تکنیک تحلیل اثرات متقابل برای تحلیل استفاده شد و پرسشنامه ها تکمیل گردید. در ابتدا، مصاحبه هایی به منظور شناسایی عوامل انجام گردید و متن مصاحبه ها مورد تحلیل قرار گرفت و تا رسیدن به اشباع نظری مصاحبه ها انجام شد (۳۲ نفر) و کدهای باز آن شناسایی گردیدند. در ادامه، کدهای باز در قالب گویه های پرسشنامه پنج گزینه ای لیکرتی (از کاملاً

موافقم ۵ امتیاز تا کاملاً مخالفم ۱ امتیاز) و ۸۱ گویه تنظیم شد و در بین خبرگان توزیع شد. با انجام تحلیل عاملی اکتشافی، ۵ مؤلفه‌ی کلیدی مدیریتی-سیستمی، زیرساخت، قانونی، فرهنگی-ارتباطی و کلان سیاسی و اقتصادی شناسایی شد و تعداد گویه‌ها به ۵۹ گویه کاهش یافت. در ادامه، پرسشنامه تحلیل اثرات متقابل، ۴ ارزشی لیکرت (اصلاً ۰، کم ۱، متوسط ۲، زیاد ۳) که شامل ۵ مؤلفه‌ی کلیدی بود تنظیم گردید و در بین همان خبرگان توزیع شد. پایایی و روایی هر دو بخش مصاحبه (با استفاده از روش لینکلن و گوبا) و پرسشنامه-ها (تحلیل عاملی و روایی صوری و محتوایی) به تأیید رسید. از نرم‌افزار SPSS و Micmac استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱. آزمون بارتلت و کیزر-مایر-الکین

اندازه‌گیری کفایت نمونه‌برداری کیزر-مایر-الکین	۰/۶۷۸
آزمون بارتلت	نخی ۲ تخمینی ۱۰۲۵/۳۶۵
درجه آزادی	۲۵۴
سطح معناداری	۰/۰۰۱

از آنجایی که مقدار شاخص KMO برابر با ۰/۷۸ و سطح معناداری آزمون بارتلت (۰/۰۰۱) می‌باشد، تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار و مدل عاملی مناسب است.

جدول ۲. عوامل نهایی استخراج‌شده

عوامل	بار عاملی	تعداد	شماره گویه‌ها
مدیریتی-سیستمی	۰/۶۴۴	۱۶	۳، ۱۹، ۲۲، ۳۳، ۳۵، ۳۸، ۴۰، ۴۲، ۴۴، ۴۹، ۵۰، ۵۱، ۵۳، ۵۸، ۶۹، ۷۰
زیرساخت	۰/۹۱۳	۱۲	۲۳، ۳۶، ۳۷، ۳۹، ۴۶، ۴۷، ۵۲، ۵۹، ۶۰، ۶۲، ۷۴، ۷۷
قانونی	۰/۶۵۶	۹	۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۸، ۲۷، ۴۵، ۵۶
فرهنگی-ارتباطی	۰/۷۹۹	۵	۴۳، ۵۴، ۵۷، ۷۵، ۸۱
کلان سیاسی و اقتصادی	۰/۸۴۴	۱۷	۱، ۲، ۴، ۵، ۶، ۱۱، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۳۰، ۶۳، ۶۴، ۶۵، ۶۶، ۶۷، ۶۸، ۷۳

پس از مشخص شدن فهرست موارد مؤثر، برای شناسایی و رتبه‌بندی آن‌ها، موارد وارد ماتریس تحلیل تأثیر متقابل گردیدند و میانگین پاسخ‌های جمع‌آوری‌شده برای ورود به نرم‌افزار میک مک به شرح ذیل می‌باشد:

جدول ۳. ماتریس تأثیرات مستقیم

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور

عامل	مدیریتی - سیستمی	زیرساخت	قانونی	فرهنگی - ارتباطی	کلان سیاسی و اقتصادی
مدیریتی-سیستمی	-	۳	۳	۳	۳
زیرساخت	۳	-	۳	۳	۳
قانونی	۳	۲	-	۳	۳
فرهنگی-ارتباطی	۲	۳	۳	-	۳
کلان سیاسی و اقتصادی	۲	۳	۳	۲	-

نتایج میزان تأثیر مستقیم را در ماتریس نشان می‌دهد که ۳=تأثیر زیاد و ۲=تأثیر متوسط می‌باشد.

جدول ۴. ماتریس تأثیرات غیرمستقیم

عامل	مدیریتی - سیستمی	زیرساخت	قانونی	فرهنگی - ارتباطی	کلان سیاسی و اقتصادی
مدیریتی-سیستمی	-	۲	۳	۳	۳
زیرساخت	۳	-	۳	۳	۳
قانونی	۳	۲	-	۳	۳
فرهنگی-ارتباطی	۲	۳	۳	-	۳
کلان سیاسی و اقتصادی	۲	۳	۳	۲	-

نتایج میزان تأثیر مستقیم را در ماتریس نشان می‌دهد که ۳=تأثیر زیاد و ۲=تأثیر متوسط می‌باشد.

برای بررسی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم از ماتریس تأثیرات عوامل در نرم افزار میک مک استفاده شد و امتیاز هر عامل در ستون و ردیف ماتریس نشان داده شده است.

جدول ۵. ماتریس تأثیرات مستقیم عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی

ردیف	شاخص	مجموع ردیف‌ها	مجموع ستون‌ها
۱	مدیریتی-سیستمی	۱۳/۷۴۳۸۷	۱۲/۹۳۷۵
۲	زیرساخت	۱۴/۵۶۹۸۵	۱۳/۴۱۶۶۷
۳	قانونی	۱۲/۶۳۶۴۴	۱۳/۴۴۴۴۴
۴	فرهنگی-ارتباطی	۱۳/۸۲۸۱۹	۱۴/۲
۵	کلان سیاسی و اقتصادی	۱۳/۲۲۰۲۶	۱۴
مجموع		۶۷/۹۹۸۶۱	۶۷/۹۹۸۶۱

جدول ۶. ماتریس تأثیرات غیرمستقیم عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی

ردیف	شاخص	مجموع ردیف‌ها	مجموع ستون‌ها
۱	مدیریتی-سیستمی	۰	۰
۲	زیرساخت	۰	۰
۳	قانونی	۰	۰
۴	فرهنگی-ارتباطی	۰	۰
۵	کلان سیاسی و اقتصادی	۰	۰
مجموع		۶۷/۹۹۸۶۱	۶۷/۹۹۸۶۱

جدول ۷. ماتریس درصد تناسبات و امتیاز تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل به صورت مستقیم و غیرمستقیم

مدیریتی-سیستمی					زیرساخت		قانونی		فرهنگی-ارتباطی		کلان سیاسی و اقتصادی	
رتبه‌بندی تأثیرپذیری مستقیم					۳	۱	۵	۲	۴			
تأثیرپذیری مستقیم					۲۰۲۱	۲۱۴۲	۱۸۵۸	۲۰۳۳	۱۹۴۴			
رتبه‌بندی تأثیرگذاری مستقیم					۵	۴	۳	۱	۲			
تأثیرگذاری مستقیم					۱۹۰۲	۱۹۷۳	۱۹۷۷	۲۰۸۸	۲۰۵۸			
رتبه‌بندی تأثیرپذیری غیرمستقیم					۱	۲	۳	۴	۵			
تأثیرپذیری غیرمستقیم					۰	۰	۰	۰	۰			
رتبه‌بندی تأثیرگذاری غیرمستقیم					۱	۲	۳	۴	۵			
تأثیرگذاری غیرمستقیم					۰	۰	۰	۰	۰			
رتبه‌بندی تأثیرپذیری مستقیم بالقوه					۲	۱	۴	۳	۵			

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور

تأثیرپذیری مستقیم بالقوه	۲۰۲۸	۲۱۷۳	۱۸۸۴	۲۰۲۸	۱۸۸۴
رتبه بندی تأثیرگذاری مستقیم بالقوه	۴	۵	۲	۳	۱
تأثیرگذاری مستقیم بالقوه	۱۸۸۴	۱۸۸۴	۲۰۲۸	۲۰۲۸	۲۱۷۳
رتبه بندی تأثیرپذیری غیرمستقیم بالقوه	۳	۱	۵	۲	۴
تأثیرپذیری غیرمستقیم بالقوه	۲۰۲۰	۲۱۷۸	۱۸۸۳	۲۰۳۲	۱۸۸۴
رتبه بندی نهایی تأثیرگذاری مستقیم بالقوه	۵	۴	۲	۳	۱
تأثیرگذاری نهایی مستقیم بالقوه	۱۸۷۳	۱۸۹۵	۲۰۳۱	۲۰۲۰	۲۱۷۸

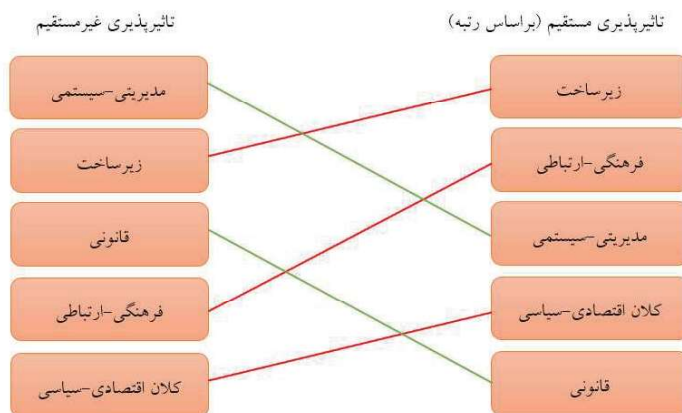
نرم افزار میزان سازگاری ماتریس در دو حالت تأثیرپذیری و تأثیرگذاری را نیز محاسبه می نماید که هرچه درصدها بالاتر باشد نشان دهنده میزان سازگاری بیشتر بین عوامل و منطقی بودن رابطه بین عوامل می باشد. با هر بار تکرار ارتباط بین متغیرها، نرم افزار میک مک شکل جدیدی از سلسله مراتب متغیرها ارائه می دهد. مقایسه بین تعداد تکرار جایگشت های متغیر I و تکرار I-I نشان دهنده پایداری در قالب درصد می باشد. برای نمونه ۱۰۰ درصد به معنی این است که تعداد جایگشت های ضروری برای دسته بندی تکرار متغیر I در تکرار متغیر I-I ضروری می باشد و این به این معنی است که کاربرد آن پایدار می باشد. نتایج می تواند در حدود صد درصد باشد.

جدول ۸. میزان سازگاری تأثیرات مستقیم عوامل مؤثر بر سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی

تکرار	تأثیرپذیری	تأثیرگذاری
۱	٪۶۷	٪۸۹
۲	٪۷۵	٪۱۰۰

نرم افزار عوامل را در دو حالت تأثیرگذار و تأثیرپذیر به صورت مستقیم و غیرمستقیم طبقه بندی و رتبه بندی می نماید که نتیجه آن در دو شکل زیر نشان داده شده است.

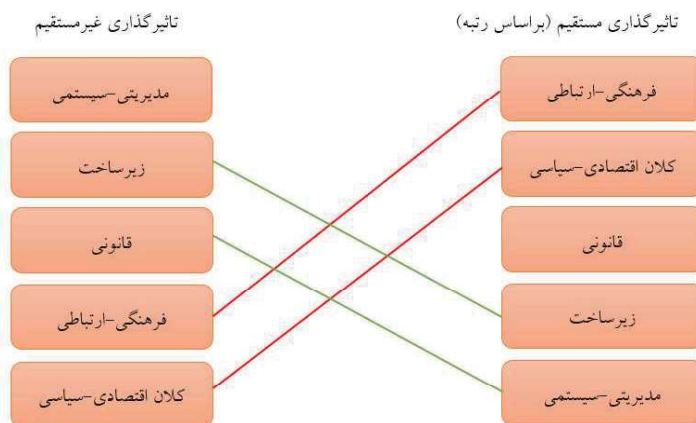
تأثیرپذیری مستقیم (براساس رتبه) تأثیرپذیری غیرمستقیم



شکل ۱. طبقه‌بندی متغیرها بر اساس میزان تأثیرپذیری آنها به صورت مستقیم و غیرمستقیم

همان‌طور که در شکل فوق مشاهده می‌شود، بر اساس رتبه‌بندی میزان تأثیرپذیری عوامل، زیرساخت رتبه اول در تأثیرپذیری مستقیم و رتبه دوم در تأثیرپذیری غیرمستقیم قرار گرفتند.

تأثیرگذاری مستقیم (براساس رتبه) تأثیرگذاری غیرمستقیم



شکل ۲. طبقه‌بندی متغیرها بر اساس میزان تأثیرگذاری آنها به صورت مستقیم و غیرمستقیم

همان‌طور که در شکل فوق مشاهده می‌شود، بر اساس رتبه‌بندی میزان تأثیرگذاری مستقیم، عامل فرهنگی-ارتباطی در رتبه اول و عامل کلان اقتصادی-سیاسی در رتبه دوم قرار گرفت.

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور

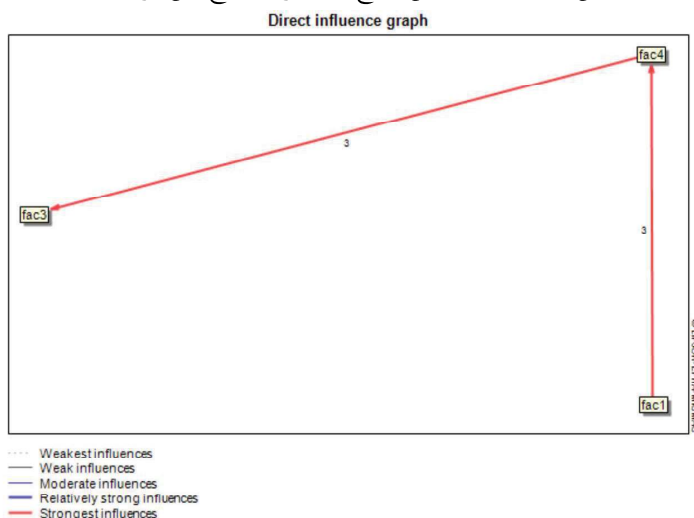
جدول ۹. طبقه بندی گویه ها بر اساس میزان تأثیرپذیری آنها به صورت مستقیم و غیرمستقیم

Rank	Variable	Variable
1	30 - a62	13 - a20
2	13 - a20	23 - a41
3	15 - a23	30 - a62
4	30 - a62	2 - a3
5	23 - a41	15 - a23
6	10 - a15	9 - a13
7	2 - a3	18 - a30
8	4 - a5	29 - a60
9	12 - a18	1 - a1
10	22 - a36	20 - a33
11	9 - a13	6 - a6
12	9 - a13	18 - a29
13	18 - a30	26 - a68
14	19 - a30	11 - a17
15	28 - a58	21 - a34
16	29 - a60	10 - a15
17	1 - a1	12 - a19
18	7 - a10	22 - a36
19	11 - a17	4 - a5
20	21 - a34	25 - a47
21	25 - a47	6 - a6
22	27 - a54	16 - a24
23	5 - a6	7 - a10
24	16 - a24	27 - a54
25	3 - a4	3 - a4
26	14 - a21	14 - a21
27	24 - a45	24 - a45
28	26 - a68	26 - a68
29	6 - a9	6 - a9
30	17 - a29	17 - a29
31	31 - a63	31 - a63
32	32 - a66	32 - a66
33	33 - a67	33 - a67
34	34 - a69	34 - a69
35	35 - a69	35 - a69
36	36 - a70	36 - a70
37	37 - a71	37 - a71
38	38 - a72	38 - a72
39	39 - a73	39 - a73
40	40 - a76	40 - a76
41	41 - a77	41 - a77
42	42 - a78	42 - a78
43	43 - a79	43 - a79
44	44 - a81	44 - a81

جدول ۱۰. طبقه بندی گویه ها بر اساس میزان تأثیرگذاری آنها به صورت مستقیم و غیرمستقیم

Rank	Variable	Variable
1	15 - a23	15 - a23
2	21 - a34	21 - a34
3	13 - a20	30 - a62
4	23 - a41	37 - a71
5	30 - a62	13 - a20
6	37 - a71	23 - a41
7	1 - a1	1 - a1
8	8 - a11	8 - a11
9	20 - a33	20 - a33
10	38 - a72	38 - a72
11	5 - a6	5 - a6
12	7 - a10	44 - a81
13	24 - a45	24 - a45
14	35 - a69	7 - a10
15	36 - a70	35 - a69
16	42 - a78	43 - a79
17	43 - a79	36 - a70
18	44 - a81	42 - a78
19	17 - a28	17 - a28
20	29 - a60	29 - a60
21	3 - a4	31 - a63
22	4 - a5	11 - a17
23	11 - a17	4 - a5
24	25 - a47	25 - a47
25	31 - a63	39 - a73
26	39 - a73	3 - a4
27	10 - a15	10 - a15
28	12 - a18	12 - a18
29	14 - a21	33 - a67
30	16 - a24	14 - a21
31	33 - a67	16 - a24
32	18 - a29	32 - a66
33	26 - a52	26 - a52
34	32 - a66	34 - a68
35	34 - a68	41 - a77
36	41 - a77	18 - a29
37	9 - a13	9 - a13
38	19 - a30	19 - a30
39	22 - a36	22 - a36
40	28 - a58	28 - a58
41	40 - a76	40 - a76
42	2 - a3	6 - a9
43	6 - a9	2 - a3
44	27 - a54	27 - a54

بر اساس تجزیه و تحلیل گویه های هر عامل، نتایج خروجی به شرح ذیل می باشد:



شکل ۳. نمودار تأثیرات مستقیم عوامل (بسیار ضعیف تا بسیار قوی)

با توجه به نمودار، فاکتور اول (عامل مدیریتی-سیستمی) تأثیر مستقیم بسیار قوی بر فاکتور چهارم (عامل فرهنگی-ارتباطی) و فاکتور چهارم تأثیر بسیار قوی بر فاکتور سوم (عامل قانونی) دارد. با مشخص شدن سه عامل کلیدی مؤثر که بر یکدیگر تأثیر مستقیم بسیار قوی دارند که عبارتند از:

۱. عامل مدیریتی-سیستمی

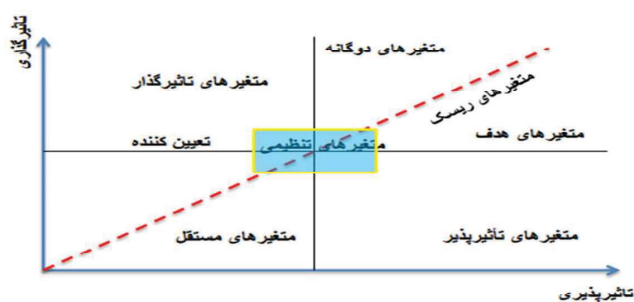
۲. عامل فرهنگی-ارتباطی

۳. عامل قانونی

که از بین ۵ عامل توسط نرم افزار میک مک به عنوان عوامل کلیدی تأثیرگذار بر سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی ایران شناخته شدند.

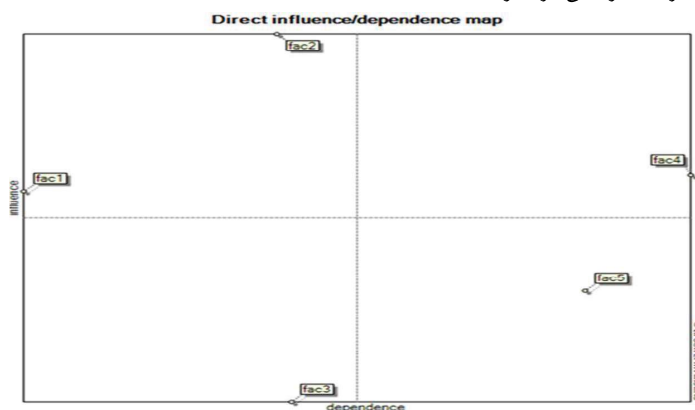
به طور کلی، محل قرار گرفتن متغیرها در خروجی نرم افزار میک مک بر اساس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها به صورت زیر می باشد:

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور



شکل ۴. نمودار کلی وضعیت و موقعیت متغیرهای تنظیمی در میک مک

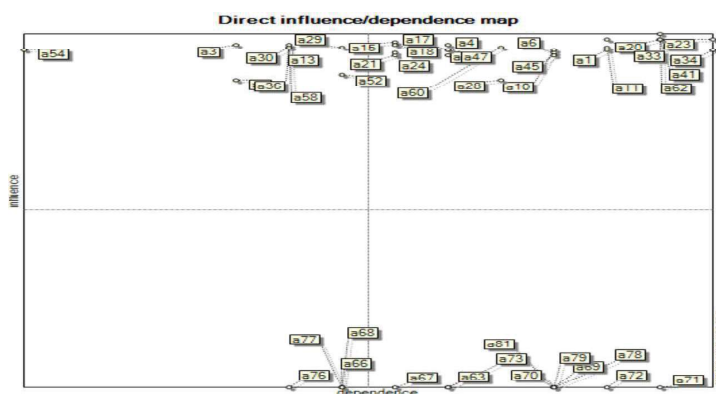
در نرم افزار میک مک با انجام تجزیه و تحلیل متغیرها براساس میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آنها متغیرها به صورت زیر در خروجی قرار گرفته اند:



شکل ۵. نمودار وضعیت عوامل کلیدی در خروجی نرم افزار میک مک

جدول ۱۱. وضعیت هر یک از متغیرها بر اساس تحلیل در نرم افزار میک مک

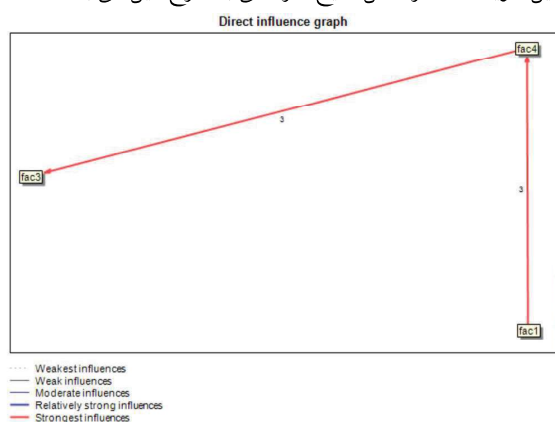
نوع متغیر	متغیر
تأثیرگذار	عامل زیرساخت
دووجهی	عامل مدیریتی-سیستمی
ریسک	-
هدف	عامل فرهنگی-ارتباطی
تأثیرپذیر	عامل کلان اقتصادی و سیاسی
مستقل	عامل قانونی
تنظیمی	-
اهرمی ثانویه	-



شکل ۶. نمودار وضعیت گویه های کلیدی در خروجی نرم افزار میک مک

لازم به ذکر است که پنج سطح بودن تأثیرات در قالب نمودار به نرم افزار میک مک برمی گردد که پدیدآورندگان آن برای تحلیل، مناسب دانسته اند و تغییر در آن در اختیار کاربر نمی باشد. ماتریس های به دست آمده را می توان با نمودار متناظر آن نیز نمایش داد که در آن نمودار جهت تأثیرگذاری هر پیشران بر دیگری توسط پیکان ها و میزان تأثیرگذاری به صورت عددی، در بالای پیکان نمایش داده می شود. در نهایت بر اساس توپولوژی پیشران ها این نرم افزار قادر است، عوامل کلیدی را استخراج و آن ها را رتبه بندی کند (گودت، ۱۹۹۱). نمودار مربوط به سطح تأثیرات مستقیم عوامل از بسیار ضعیف تا بسیار قوی روابط بین متغیرها در خروجی نرم افزار میک مک و نمودارهای گویه ها نیز ارائه می گردد. بنابر نتایج به دست آمده، مدل پیشنهادی نحوه عملکرد بر عامل زیرساخت و عوامل کلان سیاسی و اقتصادی می باشد.

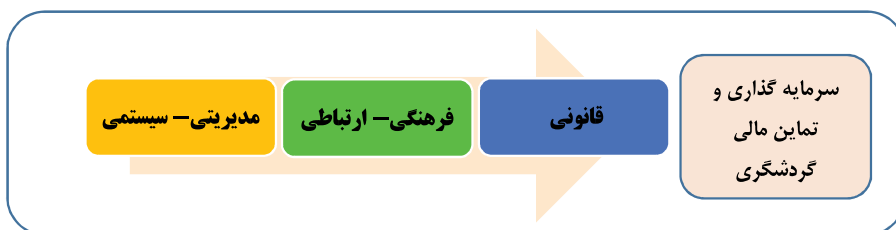
بر اساس تجزیه و تحلیل گویه های هر عامل نتایج خروجی به شرح ذیل می باشد:



شکل ۷. نمودار تأثیرات مستقیم عوامل (بسیار ضعیف تا بسیار قوی)

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور

با توجه به نمودار، فاکتور اول (عامل مدیریتی-سیستمی) تاثیر مستقیم بسیار قوی بر فاکتور چهارم (عامل فرهنگی-ارتباطی) و فاکتور چهارم تاثیر بسیار قوی بر فاکتور سوم (عامل قانونی) دارد. بنابراین مدل سرمایه گذاری و تأمین مالی گردشگری ورزشی در شکل ۸ نشان داده شده است.



شکل ۸. مدل سرمایه گذاری و تأمین مالی گردشگری ورزشی

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر، آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور بود. گویه ها بر روی ۱۲ عامل اصلی بارگذاری شدند که در نهایت این گویه ها با توجه به ادبیات تحقیق به پنج عامل طبقه بندی شدند که این عوامل شامل: عامل مدیریتی-سیستمی، عامل زیرساخت، عامل قانونی، عامل فرهنگی-ارتباطی و عوامل کلان سیاسی و اقتصادی می باشد.

بر اساس نتایج بدست آمده، عامل زیرساخت از جمله ابعاد آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور بود. در این راستا پروبستل هایدرا^۱ (۲۰۱۸)، پلگرینی و همکاران (۲۰۲۰) و تانگ و همکاران (۲۰۲۰) نیز افزایش زیر ساخت ها را موجب توسعه کسب و کار های ورزشی می دانند. لذا توسعه زیر ساخت های دسترسی و حمل و نقل، کیفیت استراحتگاه ها و مراکز تفریحی-ورزشی و ... می تواند به توسعه و بهبود احساسات مثبت در میان گردشگران کمک کند. به نظر می رسد این احساسات می تواند در زمان کوتاهی ارزش ویژه مکان گردشگری را در ذهن گردشگر ارتقا دهد و سبب گردد تا گردشگر نیاز رفتاری مطلوب و مثبتی را از خود بروز دهد که این عوامل باعث افزایش در حضور گردشگران و همچنین حضور مجدد آنها در مناطق گردشگری ورزشی افزایش یابد. از سویی منابع زیرساختی در برگیرنده تمامی ساخت و سازهای زیربنایی و روبنایی یک کشور محسوب می شوند و به طور عمده شامل: سیستم های ارتباطی، سیستم های بهداشتی، حمل و نقل هوایی، زمینی، زیرزمینی، دریایی و اجزای آن، هتل ها اقامت گاه ها، کمپینگ ها، رستوران ها، کارخانه های تهیه غذا و نوشیدنی های سالم، مراکز خرید (بازارهای سنتی و مدرن)، مراکز تفریحی (سالم و نا سالم) و ... می باشند. زیرساخت های گردشگری به مثابه بال

1 Provistel, Hider

های پرنده و صنعت گردشگری خود پرنده است. که در صورت ضعف یا نبود بال ها، هیچ پرنده ای قادر به پرواز نخواهد بود و این صنعت را با مشکل جذب منابع مالی به ویژه از بخش خصوصی مواجه می کند. میلنون و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه ای با عنوان گردشگری ورزشی در تایلند نادو - مشکلات و چشم اندازهای مختلف نشان دادند که مشکلات عبارتند از زبان، امکانات زیرساختی ورزشی کم برای برخی از بازی ها، امکانات کم برای حمایت مالی، دسترسی کم به وسایل و زمین های ورزشی و پشتیبانی کم دولت ایالتی و بخش های عمومی که باعث می شوند فرایند توسعه گردشگری ورزشی با مشکل مواجه شود و این احتمال وجود دارد که این منطقه به خاطر این مشکلات زیرساختی کمتر مورد اقبال گردشگران قرار گیرد. با این حال توجه بیش از پیش به مسائل زیرساختی می تواند زمینه توسعه بیش از پیش گردشگری را فراهم آورد و زمینه سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور فراهم آورد.

بر اساس نتایج بدست آمده عامل مدیریتی-سیستمی از جمله ابعاد آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور بود. عوامل مدیریتی و سیستمی که مواردی چون عدم برنامه ریزی صحیح، هرج و مرج در اجرا، عدم آشنایی با زبان، عدم آشنایی با محل، عدم تخصص مدیران مناطق گردشگری، اطلاع رسانی نامناسب، عدم تبلیغات به روز و در دسترس، عدم شبکه سازی حضور ضعیف دولت در حوزه گردشگری، نداشتن متولی مشخص برای بر توسعه گردشگری ورزشی، قوانین و مقررات دست و پاگیر، اتخاذ تصمیمات متعدد و ناهمسو از سوی سازمان های مختلف، ناهمسو بودن تعطیلات آخر هفته در ایران و سایر کشورها، نبود سند راهبردی گردشگری ورزشی در ایران، تغییر مداوم مدیران مسئول در گردشگری ورزشی ایران، ورود افراد سیاسی در بدنه مدیریتی گردشگری ورزشی، نبود نظام جامع نظارتی برای رسیدگی به تخلفات داشتن نگاه فرهنگی به جای نگاه اقتصادی در گردشگری ورزشی از سوی مدیران و نبود قانون جامع گردشگری می باشد و لذا برنامه ریزی در جهت کاهش و مرتفع نمودن این عوامل می تواند زمینه زمینه سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور فراهم آورد. در این راستا فرازبانی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان بررسی موانع بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی، فقدان برنامه ریزی صحیح و سیستم اطلاع رسانی و روابط عمومی در اولویت اول چالش ها مدیریتی قرار داشت.

بر اساس نتایج بدست آمده عامل قانونی از جمله ابعاد آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور بود. در این راستا در تحقیقات خارجی، هندرسون (۲۰۰۲) و کیم و همکاران (۲۰۰۷) در بررسی تطبیقی صنعت گردشگری میان دو کشور کره شمالی و جنوبی که دارای سرزمین، زبان، فرهنگ و تاریخ مشابهی هستند، معتقدند صنعت پروتق گردشگری کره جنوبی و صنعت کم فروغ گردشگری کره شمالی ناشی از ایدئولوژی سیاسی و در نتیجه برنامه ریزی و سیاست گذاری متفاوت دو کشور است. جونز (۲۰۱۰) همین موضوع را در مقایسه دو کشور لیبی و تونس، پنی وان (۲۰۱۳) در مقایسه دو واحد سیاسی

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور

هنگ کنک و ماکائو تأیید کرده اند. توسان و جنکینز (۱۹۹۸) در ارزیابی برنامه ریزی گردشگری در کشورهای جهان سوم معتقدند که برنامه ریزی در این کشورها بخشی و تقلیدی است؛ در حالی که برنامه ریزی های نوین باید متکی بر شرایط بومی، انعطاف پذیر و جامع باشد. کمبل و بوچان (۲۰۱۴) با مطالعه برنامه ریزی و سیاست گذاری گردشگری در سر یلانکا، بر اهمیت نقش گردشگری در بازساخت، مصالحه ملی و همبستگی اجتماعی پس از جنگ های داخلی در سر یلانکا تأکید کرده اند. درگ و جمال (۲۰۱۵) با نگرشی پساساختارگرایانه، سیاست گذاری و برنامه ریزی در صنعت گردشگری را ناشی از قواعد اجتماعی و برجسته سازی مسئله گردشگری در فضای کلان فکری جامعه می دانند. از سویی و در پژوهش های داخلی، شجاعی و نوری (۱۳۸۶) به بررسی سیاست های دولت بر صنعت گردشگری توجه کرده اند و معتقدند در برنامه های دولت، خلأ الگوی سیاست گذاری و فقدان دیدگاه نظام مند و یکپارچه در حوزه گردشگری وجود دارد. مجیدی (۱۳۸۹) در خصوص سیاست گردشگری خارجی در ایران تحقیق کرده و به دنبال ارائه الگوی مطلوب گردشگری بین المللی برای ایران بوده است. وی با توجه به محدودیت های فرهنگی و بومی ایران، معتقد است که گردشگری فرهنگی الگوی مطلوب گردشگری برای برنامه ریزی توسعه گردشگری در جامعه ایران است. خاکساری (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان برنامه ریزی توسعه گردشگری در ایران؛ ویژگی ها و نقش کشورهای اسلامی معتقد است که، وجود شرایط خاص و منحصربه فرد سیاسی مذهبی ایران، برنامه ریزان توسعه گردشگری را با چالشی ویژه و حساس مواجه کرده است که باید به تمام جنبه های تأثیرگذار اجتماعی فرهنگی و مذهبی سیاسی کشور را برای توسعه گردشگری توجه کنند. سعیدی و همکاران (۱۳۹۱) موانع اساسی سیاست گذاری گردشگری از نظر نخبگان، نبود زیرساخت های فیزیکی و عدم سرمایه گذاری و موانع فرهنگی و فکری می دانند. حیدری چپانه و همکاران (۱۳۹۲) معتقدند که سیاست های گردشگری در ایران به ندرت برخاسته از الگوهای رایج آن بوده و بیشتر تحت تأثیر مؤلفه های سیاسی بوده است. در پژوهشی دیگر، کمالی (۱۳۹۳) به دنبال مرجعیت سیاست های بخش گردشگری در قالب برنامه های پنج سال توسعه (برنامه سوم و چهارم) بوده است. وی معتقد است که مرجعیت سیاست های گردشگری، تعریفی روشن از جایگاه بخش گردشگری در ایران ارائه نمی کند و این مسئله بر فرایند تدوین، اجرا و ارزیابی سیاست ها تأثیر گذاشته و موجب عدم تحقق اهداف توسعه گردشگری شده است. به نظر می رسد روح کلی حاکم بر اساسنامه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مانند مفاد مرتبط با گردشگری در قوانین توسعه پنج ساله کشور، نگرش تقلیل گرایانه به صنعت گردشگری است. در این سازمان، منظور از گردشگری، تا حد زیادی، گونه گردشگری ابناى تاریخی است و این سازمان وظیفه دارد برای توسعه این بخش از گردشگری، اقداماتی انجام دهد. کم توجهی و یا بی توجهی به مسائل مرتبط با اکوتوریسم، گردشگری ساحلی و دریایی، گردشگری سلامت، گردشگری ورزشی، گردشگری فرهنگی اجتماعی و هنری (آداب و رسوم، فستیوال ها، جشنواره ها، آیین ها

و...) بخشی از نگرش تقلیل گرایانه این سازمان که ریشه در قوانین پایه و اسناد فرادستی دارد. مطابق اساسنامه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، این سازمان در اداره، کنترل و سیاست گذاری حوزه گردشگری زیارتی و مذهبی، به عنوان بزرگترین و فعال ترین گونه گردشگری در ایران، به جزء نظارت بر اقامتگاه ها و هتل ها، نقش دیگری ندارد. بر این اساس، به نظر می رسد که تغییر نگرش سیاست گذاران و برنامه ریزان کلان کشور از نگاه تردیدآمیز و تهدیدآمیز بودن حوزه گردشگری به نگاه فرصت آفرین و توسعه ساز در حوزه گردشگری و انعکاس آن در برنامه های فرادستی و پرهیز از نگاه تقلیل گرایانه به گونه های گردشگری (ابنای تاریخی و گردشگری زیارتی)، تدوین برنامه و سرمایه گذاری در حوزه های مختلف گردشگری فرهنگی، روستایی، ساحلی و دریایی، اکوتوریسم، آب درمانی، سلامت، زمستانی و... ضرورت دارد. علاوه بر آن، پرهیز از نگاه تقلیل گرایانه به گردشگری به عنوان مقول های فرهنگی و توجه خاص به ابعاد و مزایای اقتصادی و همچنین فواید سیاسی، اجتماعی و امنیتی آن می تواند رویکردی مناسب و راه گشای برای توسعه صنعت گردشگری ایران باشد. همچنین، طراحی سیاست گذاری جامع و مدیریت یکپارچه گردشگری و پرهیز از موازی کاری نهادی و پرهیز از اعمال سیاست های متناقض در حوزه گردشگری ضرورتی آشکار برای هموارسازی مسیر توسعه صنعت گردشگری در ایران است.

بر اساس نتایج بدست آمده عوامل کلان سیاسی و اقتصادی از جمله ابعاد آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور بود. در این راستا می توان اظهار کرد که در جهت توسعه گردشگری ورزشی ایران می بایستی به موانع سرمایه گذاری، اقتصاد کلان، اقتصاد خرد، تشویقی و حمایتی و هزینه ای توجه جدی نمود. به عبارتی توجه به مسائل مربوط به سرمایه گذاری، اقتصاد کلان، اقتصاد خرد، تشویقی و حمایتی و هزینه ای می تواند زمینه جهت رفع مشکلات اقتصادی در مسیر توسعه گردشگری ورزشی ایران را فراهم نماید. در تحقیقات مختلفی به این مساله اشاره شده است. دودز و بوتلر (۲۰۰۹) مشخص نمودند که عدم توجه به مسائل اقتصادی خود مانع ای در جهت توسعه گردشگری می باشد. با این توجه می توان چنین اعلام داشت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیق دودز و بوتلر (۲۰۰۹) همسو می باشد. به نظر می رسد اهمیت مسائل اقتصادی در خصوص توسعه گردشگری ورزشی در کشور ایران و عدم توجه جدی به رفع موانع موجود در این حوزه سبب گردیده است تا مسائل مختلفی از جمله سرمایه گذاری، اقتصاد کلان، اقتصاد خرد، تشویقی و حمایتی و هزینه ای به عنوان ابعاد مهم و کلیدی در این حوزه مشخص گردد. این مساله نشان می دهد که در جهت رفع موانع اقتصادی گردشگری ورزشی در کشور ایران نگاه تک بعدی و فعالیت های یک جانبه نمی تواند تاثیرات عمیقی داشته باشد. از طرفی دوگرا و گوپتا (۲۰۱۲) اشاره داشتند که عدم توجه به شرایط مالی دولت ها می تواند مانع ای در جهت توسعه گردشگری مشخص گردد. بلایس و همکاران (۲۰۱۸) نیز مشخص نمودند که برخی مشکلات داخلی در کشور یونان روند توسعه

آینده پژوهی سرمایه گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی کشور

گردشگری ورزشی در این کشور را تحت شعاع قرار داده است. با این توجه می توان چنین اعلام داشت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات دوگرا و گوپتا (۲۰۱۲) و بلایس و همکاران (۲۰۱۸) همسو می باشد. در تفسیر این مساله همچنین لازم به ذکر است که اقتصاد کلان به واسطه داشتن نقش اساسی در بسترها و زیرساخت های کلیدی اقتصادی در حوزه گردشگری ورزشی سبب گردیده است تا روندهای کلان و کلیدی در مسیر توسعه مسائل اقتصادی در حوزه گردشگری ورزشی را تسریع دهد. این مساله سبب گردیده است تا موانع مربوط به اقتصاد کلان شامل تحریم، تورم، رکود اقتصادی جهانی، وابستگی درآمدی و اقتصادی به نفت، عدم وابستگی به درآمد غیرنفتی نظیر گردشگری ورزشی، دولتی بودن اقتصاد ایران، عدم شفافیت های مالی و اقتصادی، انحصارطلبی و نداشتن ساختار رقابتی به عنوان موانع کلیدی و تاثیرگذار در حوزه گردشگری ورزشی مشخص گردد.

به طور کلی و بر اساس نتایج بدست آمده پیشنهاد می شود که با توجه به سرمایه بر بودن و زمان بر بودن تقویت و توسعه زیرساخت های صنعت گردشگری ورزشی، در این شرایط دولت می تواند با تسهیل فرآیند جذب سرمایه گذارهای خارجی و مشارکت بخش خصوصی و ایجاد انگیزه سرمایه گذاری در آنها به رونق صنعت گردشگری ورزشی و ایجاد بستر مناسب برای آن کمک نماید. در این وضعیت دولت می تواند با تخصیص بودجه کافی و تخصیص وام های با بهره پایین و دوره بازگشت طولانی به شرکت های فعال در بخش گردشگری ورزشی حمایت خود را از این صنعت افزایش داده و همچنین با تسهیل در قوانین، زمینه را برای ورود سرمایه و دسترسی به جذب سرمایه های بیشتر فراهم نماید. در این شرایط می توان با شفاف سازی فضای سرمایه گذاری بخش خصوصی و ایجاد مشوق ها، ریسک سرمایه گذاری در این صنعت را کاهش داده و به رشد این صنعت کمک نماید. بر اساس نتایج بدست آمده پیشنهاد می شود که تمرکز تصمیم گیران و برنامه ریزان بر روی بهبود هرچه بیشتر زیرساخت های صنعت گردشگری ورزشی باشد تا از فرصت مشارکت های کلان اقتصادی و سیاسی بتوان حداکثر استفاده را انجام داد. همچنین برای بهبود شرایط موجود در زیرساخت و کلان اقتصادی و سیاسی نامناسب، به ورود سرمایه های شرکت های خصوصی امیدوار بود. دولت می تواند با اعطاء تسهیلات و وام های کم بهره به شرکت های داخلی فعال در این صنعت که هم شرایط اقتصادی و سیاسی نامناسب می باشد، شرایط را برای سرمایه گذاری به بدترین وضعیت خود نرساند. بر اساس نتایج بدست آمده پیشنهاد می شود که دولت با تسهیل ورود سرمایه گذاری بخش خصوصی و ساختار قانونی بازار سرمایه و ایجاد مشوق های سرمایه گذاری و مالیاتی، در مسیر خروج صنعت گردشگری ورزشی از وضعیت انحصار تلاش نماید و زمینه را برای حمایت از سرمایه گذاران داخلی و فعال نمودن بخش های تحقیق و توسعه در آنها به حرکت و رشد صنعت گردشگری ورزشی کمک نماید.

علیرغم نتایج به دست آمده این پژوهش با محدودیت‌هایی هم روبه‌رو بوده است. از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به احتمال عدم دسترسی به برخی پژوهش‌های موجود و همسو یا ناهمسو با پژوهش حاضر، عدم دستیابی به گزارش اطلاعات آماری دقیق و مناسب در خصوص گردشگری ورزشی کشور بود.

منابع

- امینی، علیرضا؛ خوش‌سپهر، زهرا؛ و یوسفی، زهرا. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در حوزه کارکردی دولت: مطالعه موردی وزارت ورزش و جوانان. *مجله مطالعات مدیریت دولتی ایران*، دوره ۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۸.
- پورمحمدی، محمدرضا؛ خضرزاده، یحسان؛ احمدی، پولاد؛ و جهان‌بین، رضا. (۱۳۹۴). بررسی میزان انطباق فضاهای عمومی شهری با نیازهای زنان شهر ارومیه. *مجله زن در توسعه و سیاست*، ۱۳(۱)، ۲-۴۰.
- جلالی‌فرامانی، م. (۱۳۹۲). تأثیر عناصر منتخب آمیخته بازاریابی بر ارزش ویژه برند در خدمات ورزشی. *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۲(۲)، ۲۰-۱۱.
- حسن‌پور، م. ح؛ و سوندی، م. ش. (۱۳۹۶). *آینده‌پژوهی گردشگری: ایران و جهان*، دبیرخانه کمیسیون‌های تخصصی اتاق ایران.
- ختایی، محمود. (۱۳۸۷). اندازه‌گیری کارایی برخی از هتل‌های شهر تهران با استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها* (DEA). فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی*، سال هشتم، شماره ۲.
- درویشی، هدایت‌الله؛ شرفی، سیامک؛ و بیرانوندزاده، [نام]. (۱۳۹۹). تحلیل فرصت‌ها و قابلیت‌های آینده گردشگری ورزشی مبتنی بر رویکرد آمایش سرزمین: نمونه پژوهش، استان لرستان. *مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، دوره ۳۱، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۹، صص. ۱-۲۰.
- روحانی، داریوش؛ امینی، آرمن؛ و ازغندی، علیرضا. (۱۳۹۹). سیاست‌گذاری فرهنگی - اجتماعی در صنعت گردشگری ورزشی. *جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، سال سوم، شماره ۳ (پیاپی ۱۱)، پاییز ۱۳۹۹.
- عباسی، س.؛ باقری، ق. ا؛ و عسگری، ر. ا. (۱۳۹۷). تدوین راهبرد توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی در استان چهارمحال و بختیاری. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۴۹، ۱۱۵-۱۳۸.
- فتح‌اللهی، پروانه امید. (۱۳۸۷). عوامل مهم در توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان غربی با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی - ورزشی. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، شماره ۲۰، تابستان ۱۳۸۷، ۴۹-۶۰.
- فتیحی، م.؛ ملکی، م.؛ و مقدم، ح. (۱۳۹۷). آینده‌پژوهی سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در صنعت حمل‌ونقل ریلی ایران (بخش ماشین‌آلات و تجهیزات). *فصلنامه آینده‌پژوهی مدیریت*، ۲۹(۱۱۳)، ۳۳-۱۲۷.
- فیروزجاه، جواد. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی کشور با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- گراوند، علی؛ بهمنی، فاطمه؛ بخشای، حمیده؛ و افشاری، مصطفی. (۱۳۹۲). تبیین و شناسایی عوامل جذب‌کننده و بازدارنده گردشگران ورزشی غیرفعال سفرکننده به استان‌های غرب کشور (ایلام، کرمانشاه، لرستان و همدان). *رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*، ۱۱(۱)، ۴۹-۶۳.
- محمدپور، نسرین؛ و کاشف، سیدمحمد. (۱۳۹۹). عوامل جلب‌کننده و بازدارنده گردشگری ورزشی شهرستان پیرانشهر. *ششمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت‌بدنی ایران*، تهران.
- مظلوم‌زاده، سیدمهدی؛ عطاری، مازیار؛ و خوشنویس، پاسر. (۱۳۸۶). آینده‌پژوهی و آینده‌نگاری و نقشه مفهومی آن در حوزه جوانان. *مطالعات جوانان*، شماره‌های ۱۰ و ۱۱، پاییز و زمستان ۱۳۸۶.
- Amaize, O. (2018). The need for academic programs in tourism, arts and culture, sport and healthcare management in the UAE. *World Journal of Management*, 3(1), 96-108.
- Chersulich Tomino, A., Perić, M., & Wise, N. (2020). Assessing and Considering the Wider Impacts of Sport-Tourism Events: A Research Agenda Review of Sustainability and Strategic Planning Elements. *Sustainability*, 12, 4473.

- Derman, E. (2019). **The Role of Sport Tourism in Destination Management**. Retrieved from ResearchGate.
- Green, C., & Chalip, L. (2018). **Sport Tourism as the Celebration of Subculture**. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 275–291.
- Hall, C. (2012). **Hallmark Tourist Events**. London: Belhaven Press.
- Herbold, V., Thees, H., & Philipp, J. (2020). **The Host Community and Its Role in Sports Tourism: Exploring an Emerging Research Field**. *Sustainability*, 12, 10488. <https://doi.org/10.3390/su122410488>
- Kellet, P., Hede, A., & Chalip, L. (2018). **Social Policy for Sport Events: Leveraging (Relationships with) Teams from Other Nations for Community Benefit**. *European Sport Management Quarterly*, 8(2), 101–121.
- Lin, H.-W., & Lu, H.-F. (2017). **The Evaluation of Event Sport Tourism on Regional Economic Development**. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Economics and Management Engineering*, 11(1), 38–48.
- Mollah, M. R. A., Cuskelly, G., & Hill, B. (2021). **Sport Tourism Collaboration: A Systematic Quantitative Literature Review**. *Journal of Sport & Tourism*, 25(1), 3–25. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1877563>
- Perić, M., Đurkin, J., & Vitezić, V. (2018). **Active Event Sport Tourism Experience: The Role of the Natural Environment, Safety and Security in Event Business Models**. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 13(5), 758–772.
- Swart, K., Tichaawa, T. M., Odounga Othy, J.-D., & Daniels, T. (2018). **Stakeholder Perspectives of Sport Tourism Development in Gabon**.
- Yeh, C.-C., Lin, C.-S., & Huang, C.-H. (2018). **The Total Economic Value of Sport Tourism in Belt and Road Development: An Environmental Perspective**. *Sustainability*, 10, 1191. <https://doi.org/10.3390/su10041191>
- Wang, S., & Tian, H. (2018). **The New Path of Sports Tourism Development from the Perspective of Smart Sports**. *Advances in Physical Sciences*, 6(2), 44–49.
- Fadda, N. (2020). **Entrepreneurial Behaviours and Managerial Approach of Lifestyle Entrepreneurs in Surf Tourism: An Exploratory Study**. *Journal of Sport & Tourism*, 1–25.
- Zhang, S. N., Li, Y. Q., Liu, C. H., & Ruan, W. Q. (2020). **Critical Factors Identification and Prediction of Tourism and Hospitality Students' Entrepreneurial Intention**. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 26, 100234.
- Pellegrini, M. M., Rialti, R., Marzi, G., & Caputo, A. (2020). **Sport Entrepreneurship: A Synthesis of Existing Literature and Future Perspectives**. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1–32.
- Tang, T. W., Zhang, P., Lu, Y., Wang, T. C., & Tsai, C. L. (2020). **The Effect of Tourism Core Competence on Entrepreneurial Orientation and Service Innovation Performance in Tourism Small and Medium Enterprises**. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 89–100.
- Wang, S., & Tian, H. (2018). **The New Path of Sports Tourism Development from the Perspective of Smart Sports**. *Advances in Physical Sciences*, 6(2), 44–49.
- Provostel, H., & Hider, A. (2018). **South–South Medical Tourism and the Quest for Health in Southern Africa**. *Social Science & Medicine*, 124, 313–320.

