

## تبیین فرصت‌های کارآفرینانه‌ی گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: شهرستان دزفول)

دکتر رضا محمد کاظمی<sup>۱\*</sup>، مهناز پوریز<sup>۲</sup>، بتول درویش زاده<sup>۳</sup>

۱. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. دانشجوی دکترا کارآفرینی پردیس کیش دانشگاه تهران

۳. کارشناس ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: (۹۸/۰۱/۲۱) تاریخ پذیرش: (۹۸/۰۹/۲۷)

### Declaration of Entrepreneurial Opportunities in Sport Tourism (case study: Dezful city)

R. Mohammadkazemi<sup>1\*</sup>, M. Pouriz<sup>2</sup>, B. Darwishzadeh<sup>3</sup>

1. Associate professor in University of Tehran.

2. Ph.D.Student of Entrepreneurship, University of Tehran.

3. M.A in Entrepreneurship, University of Tehran.

Received: (2019 April 10)

Accepted: (2019 December 18)

#### Abstract

The aim of this research is identification of entrepreneurial opportunities in sport tourism of Dezful city. In this matter, we used Morrison model to scanning of trends in this industry. After identifying opportunities, we calculate the importance of each opportunity by using Ulwick's standard questionnaire. These opportunities were categorized in different groups which are presented as below: Accommodation, adventure sports, event management, Food, transportation & Marian sport. In each groups, we identified some subtitles too. Finally and according to our findings, we offered some suggestions for future researches in order to planning better in sport tourism in regard to Dezful city.

#### Keywords

Entrepreneurial Opportunities, Prioritization of Opportunities, Mixed method research, Sport Tourism

#### چکیده

هدف تحقیق حاضر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه‌ی گردشگری ورزشی شهرستان دزفول است. تحقیق حاضر از منظر هدف کاربردی می‌باشد. و از منظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها از نوع آمیخته می‌باشد و از طرح تحقیق آمیخته بهم تنیده در این پژوهش استفاده شد. جهت دستیابی به این هدف در ابتدا با استفاده از رویکرد مدل موریسون (شناسایی وضعیت موجود و روندهای در حال ظهور در صنعت مربوطه و ابعاد محیطی مرتبط) فرصت‌های گردشگری ورزشی در شهرستان دزفول شناسایی گردیده، سپس با تنظیم و ارائه پرسشنامه مبتنی بر الگوی اولویک، اهمیت هر یک از فرصت‌ها و رضایت موجود از سطح عرضه آنان در جامعه‌ای از خبرگان، کارشناسان و متولیان کسب و کارهای حوزه‌ی گردشگری ارزش‌دهی شده و اولویت هر کدام از فرصت‌ها بر اساس آزمون تحلیل واریانس فریدمن محاسبه شد. نتایج تحقیق نشان‌دهنده‌ی آن بودند که فرصت‌های گردشگری ورزشی شهرستان دزفول به ترتیب اولویت در گروه‌های زیر قرار می‌گیرند: فرصت‌های گروه اقامت، فرصت‌های گروه تفریح و ماجراجویی، فرصت‌های گروه جاذبه‌های گردشگری، فرصت‌های گروه رویدادهای خاص و همایش‌ها، فرصت‌های گروه غذا و نوشیدنی، فرصت‌های گروه خدمات گردشگری، فرصت‌های گروه حمل و نقل و فرصت‌های گروه ورزش‌های آبی. در هر گروه ذکر شده نیز فرصت‌هایی شناسایی شده و اولویت‌بندی گردیدند.

#### کلید واژه‌ها

اولویت‌بندی فرصت‌ها، رویکرد آمیخته، فرصت‌های کارآفرینانه، گردشگری ورزشی

\*Corresponding Author: Dr. Reza Mohammadkazemi  
E-mail: R\_mkazemi@ut.ac.ir

\* نویسنده مسئول: دکتر رضا محمد کاظمی

## مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین و متنوع‌ترین صنایع در دنیا به حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش صنعتی و توسعه‌ی ساختار زیر بنایی می‌دانند (Fourie & Santana, Gallego, 2011) به ویژه در کشورهای در حال توسعه، یعنی در جاهایی که شکل‌های دیگر توسعه اقتصادی مثل تولید یا استخراج منابع طبیعی، از نظر اقتصادی به صرفه نیست یا نقش مهمی در صحنه تجارت و بازرگانی ندارد به توسعه صنعت گردشگری توجه زیادی می‌شود. گردشگری عنصر مهم دنیای مدرن است. کشورهایی که بیشتر به توسعه اقتصادی خود می‌اندیشند به صنعت گردشگری و فراغت به عنوان یک ضرورت مهم می‌نگرند. به همین دلیل گردشگری در اغلب کشورها به ویژه ممالک غربی گسترش و پیشرفت فوق العاده‌ای یافته است (Trends, 2006).

گردشگری ورزشی پتانسیل قابل توجهی برای ایجاد درآمد دارد (Singh, Dash, & Vashko, 2016) و با نگاهی کوتاه به آمارها و روندهای رشد ارائه شده از سوی سازمان جهانی جهانگردی در می‌بایم که این صنعت چه آثار مهمی بر اقتصاد جهانی گذاشته است و این خود بیانگر اهمیت و گسترده بودن نقش آن در کشورها می‌باشد (Heetae Cho, 2019). گردشگری عنصر مهم دنیای مدرن است. امروزه کشورهایی که بیشتر به توسعه اقتصادی خود می‌اندیشند به صنعت گردشگری و فراغت به عنوان یک ضرورت مهم می‌نگرند. به همین دلیل گردشگری در اغلب کشورها به ویژه ممالک غربی گسترش و پیشرفت فوق العاده‌ای یافته است (Tourism WTO, Hilight, 2006).

بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی با فعالیت‌های گردشگران مرتبط هستند که از جمله مهمترین آنها می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد: خطوط حمل و نقل عمومی، خطوط هوایی، شرکت های اجاره خودرو، خطوط مسافرت دریایی، مسافرت با قطار و وسایل نقلیه موتوری، به این موارد هتل‌ها، مراکز گردهمایی و همایش و دیگر مکان‌های اسکان عمومی نیز اضافه می‌شوند. موارد دیگر عبارتند از: بنگاه‌های اقتصادی که مسافرت‌ها را تربیت داده و انجام آنها را تسریع می‌نمایند از قبیل سازمان‌های مسافرتی و آژانس‌های گردشگری و مکان‌های جذب گردشگران از قبیل پارک‌های ملی و پارک‌های موضوعی که امکانات تفریحی و سرگرمی را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌آورند.

بسیاری از بنگاه‌های دیگر نیز در فعالیت‌های مربوط به گردشگری سهیم هستند که رستوران‌ها یکی از موارد آن می‌باشند (لاندربرگ، دنالد، ۱۹۸۹). بررسی‌ها نشان می‌دهد سهم کشورهای اروپایی از بازار جهانی جهانگردی در سال ۲۰۰۷، ۵۳/۶ درصد، کشورهای امریکایی ۱۵/۸ درصد، آسیا و اقیانوسیه ۲۰/۴ درصد، خاور میانه ۵/۳ درصد و کشورهای آفریقایی ۴/۹ درصد بوده است در این میان کشور ایران با داشتن قدمت تاریخی چندین هزار ساله و با وجود داشتن جاذبه‌های بی شمار فرهنگی و طبیعی گردشگری که به لحاظ منابع جذب گردشگر در رده ۱۰ کشور برتر دنیا قرار گرفته، (گزارش سازمان ایرانگردی و جهانگردی، سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، ۱۳۷۸)

بدون تردید بسیاری از کشورهای جهان در رقابتی نزدیک به دنبال کسب منافع و مزایای هر چه بیشتر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در کشورهای متبوع و بالا بردن سطح اشتغال ناشی از بهینه سازی این صنعت هستند. یقیناً بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در صنعت گردشگری، مانند هر فعالیت دیگری مستلزم اتخاذ سیاست‌های اصولی و طرح برنامه‌هایی مبتنی بر تحقیقات و مدیریت علمی می‌باشد. یکی از اساسی‌ترین فعالیت‌های دولت‌ها طراحی و تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های کلان است (هال، جنکینز، ۲۰۰۹) سیاست‌ها و برنامه‌های کشور به جهانگردی به عنوان ابزاری مؤثر در ادامه روند توسعه سیاسی، فرهنگی و اقتصادی توجه خاصی مبذول می‌شود. بنابر عقیده کاسترز<sup>۳</sup> (۱۹۸۴) گردشگری دانشی چند رشته‌ای است که اگر بدون انجام تجزیه و تحلیل‌های سیاسی دقیق، برنامه‌های مدون و دقیق توسعه و تکامل یابد، قطعاً کامل نخواهد بود. ادوارد اینسکیپ<sup>۴</sup> (۱۹۹۱) صاحب نظر برنامه‌ریزی گردشگری در کتاب برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، برنامه‌ریزی جهانگردی را همواره پویا و پایدار می‌داند و حکومت‌ها را در جهت شناسایی آثار و آینده گردشگری می‌بیند تا بدین وسیله نقش خود را در این فرآیندها افزایش دهند. به دلیل چند وجهی بودن و میان رشته‌ای بودن گردشگری، از دیدگاه‌های مختلفی اعم از اقتصادی، جامعه شناختی، جغرافیایی و مدیریتی می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. شاید به همین دلیل است که تا کنون تعاریف متعددی از گردشگری با توجه به دیدگاه رشته‌های مختلف صورت گرفته است.

گردشگری مجموعه مسافرت‌هایی را در بر می‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا اینکه به منظور شرکت در مراسم خاص انجام می‌گیرد و غیبت شخص گردشگر از محل سکونت دائم خود در طی این مسافرت

3 Kosters  
4 Inskip, Edward

1 Lundberg, Donald. E  
2 Hall, Jenkins

ورزش این توانایی را دارد که گردشگران زیادی را به خود جلب کند. بنابراین رویدادهایی که در بردارنده ورزش هستند، خود نوعی جذابیت به شمار می‌آیند و عنوان یک عامل جلب کننده گردشگری به شهر یا کشور مقصد عمل می‌کنند (موسوی گیلانی و همکاران، ۱۳۹۰). امروزه ورزش و گردشگری به فعالیت‌های اقتصادی مهمی در دنیای پیشرفته و در حال توسعه تبدیل گشته و توجه فزاینده‌ای در سال‌های اخیر به آن به عنوان بازار رشد داخلی شده است. به براساس پیش بینی سازمان جهانی گردشگری تا سال ۲۰۲۰ بیش از ۴۳ درصد از مشاغل جهان مربوط به صنعت گردشگری می‌باشد (Jianwei Qian, 2019)؛ که به طور مثال می‌توان به سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۵ اشاره کرد که صنعت گردشگری ورزشی در نتیجه فعالیت‌های اقتصادی مسابقات پیشرفته حدود ۱/۳٪ رشد ناخالص داخلی را در سال افزایش و ۱/۹٪ از بیکاری در سال را کاهش داد. گردشگری ورزشی صنعتی نسبتاً جدید و یکی از سریعترین بخش‌های رشد در صنعت گردشگری است که بر روی برنامه ریزی مقصد در کشورهای در حال توسعه تمرکز دارد و به عنوان یک عامل در بازسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع شهری و روستایی شناسایی شده است. به نظر می‌رسد گردشگری ورزشی به عنوان محملی برای بهبود کیفیت زندگی ساکنین با جذب گردشگران و مشارکت در بهبود اقتصاد جوامع محلی باشد (هنری، ۱۳۸۹). ایران با وجود داشتن موقعیت جغرافیایی و شرایط آب و هوایی خاص خود و جاذبه‌های گردشگری تاریخی که منبع انرژی‌زا و قدرت دهنده به سیستم گردشگری است، از حیث قابلیت‌های لازم به منظور برگزاری فعالیت‌های مختلف ورزشی در سطح بسیار مطلوبی قرار دارد. براساس نظر سازمان جهانی گردشگری، ایران با توجه به جاذبه‌های تاریخی باستانی و همچنین منابع طبیعی به ترتیب رتبه دهم و پنجم را داراست (موسوی گیلانی و همکاران، ۱۳۹۰). شرایط و وضعیت اقتصادی و اجتماعی کنونی کشور به گونه‌ای است که ایجاب می‌نماید با بازنگری در امکانات و توانمندی‌های موجود چاره‌ای برای مقابله و مواجهه با معضلاتی همچون وابستگی به نفت، رشد نیروی کار و افزایش نگران کننده بیکاری بیابیم. توانمندی‌های بالقوه کشور در صنعت گردشگری از جمله عرصه‌هایی است که در صورت بالفعل شدن می‌تواند در رفع بسیاری از معضلات و مشکلات ذکر شده مؤثر و کارساز باشد.

گردشگری به عنوان یک صنعت قوی شناخته شده است که در تغییر شرایط اقتصادی سراسر دنیا تأثیر چشمگیری دارد.

موقتی و گذرا می‌باشد. بدیهی است کسانی که اقدام به مسافرت‌های شغلی منظمی بین محل کار و زندگی خود می‌کنند مشمول این تعریف نمی‌شوند. از دیدگاه بازاریابی و بازاریابان، گردشگری به مجموعه فعالیتی گفته می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. این فرآیند از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود. همچنین فعالیت‌هایی را که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و میهمان رانیز در بر می‌گیرد. بطور کلی می‌توان هر گونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک سیاحتگر اتفاق می‌افتد را گردشگری تلقی کرد (لامسدان، ۱۹۹۷). سازمان جهانی جهانگردی تعریف ذیل را در مورد جهانگردی ارائه کرده است: "جهانگردی یا گردشگری مجموعه کارهایی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط محصول خود انجام می‌دهد، این مسافرت بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن تفریح، تجارت یا فعالیت‌های دیگر است" (W.T.O, 1997). در میان فرصت‌های کسب و کار، نقش گردشگری مبتنی بر فعالیت‌های ورزشی، موضوعی است که در ادبیات پژوهش داخلی بسیار مورد غفلت قرار گرفته است. این در حالی است که سولبرگ و پروس<sup>۶</sup> (۲۰۰۸)، معتقدند که میزبانی رویدادهای ورزشی مهم موجب تغییرات مثبت بلندمدت در تقاضای جهانگردی می‌شود رویدادهای بزرگ ورزشی مستلزم سرمایه‌گذاری پرهزینه در تجهیزات ورزشی و زیر بناهای غیر ورزشی شهر است. این سرمایه‌گذاریها می‌بایست متناسب با طرح بلند مدت شهر مبنی بر وضعیت اقتصادی این رویداد باشد. دلیل اغلب شهرهای درخواست کننده میزبانی، رویدادهای ورزشی این است که درآمد منطقه‌ای کوتاه یا بلندمدت قابل توجهی را به وجود می‌آورد (سولبرگ و پروس ۲۰۰۸). اصفهانی، گودرزی و اسدی بیان نموده‌اند که در جهانگردی خارجی به ترتیب محورهای امنیت، اماکن و تجهیزات ورزشی و رویدادهای ورزشی از درجه اهمیت بیشتری برخوردار بودند و در جهانگردی داخلی ورزشی محورهای تسهیلات و خدمات، امنیت و اسکان بیشترین درجه اهمیت را بخود اختصاص می‌دهد. همچنین تفاوت معنی داری بین رتبه‌های عوامل موثر بر جهانگردی ورزشی داخلی و خارجی مشاهده شده است. بنابراین نقش ورزش و فعالیت‌های ورزشی در جذب گردشگر و ارتقاء فعالیت‌های کسب و کار ناشی از آن به وضوح مشخص می‌گردد ( اصفهانی، گودرزی و اسدی ۲۰۰۹).

نشان می‌دهد که امکان استفاده از بسیاری ورزش‌های متنوع میدانی، آبی، بیابانی، ساحلی و غیره در امارت ابوظبی در قالب بازی‌ها و ورزش‌های تفریحی، مسابقات و رویدادهای منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی وجود دارد و گردشگران می‌توانند هم به‌عنوان شرکت‌کننده و هم تماشاگر از آن بهره ببرند. از این‌رو الگوی سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی در گردشگری ورزشی در امارت ابوظبی، حداقل برای شهرهای ساحلی جنوب و شمال ایران می‌تواند مورد توجه بیشتر مسئولان قرار گیرد.

محمودی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با مدلسازی معادلات ساختاری تأثیر محدودیت‌ها بر میزان رضایت‌مندی با نقش میانجی انگیزه‌های گردشگران ورزشی را بررسی کرده‌اند. یافته‌های آنان بیان‌کننده این است که با کاهش و رفع محدودیت‌ها هم بر میزان انگیزه‌ها و هم بر میزان رضایت‌مندی گردشگران ورزشی برای حضور در پیست‌های اسکی افزوده می‌شود.

موسوی گیلانی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای به بخش‌بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی و ارائه مدل بازار هدف پرداخته‌اند و چهار عامل شامل جاذبه‌های مرتبط با کوهستان و برف، جاذبه‌های مرتبط با ورزش‌های آبی و ساحلی، مسابقات و رویدادهای ورزشی و جاذبه‌های مرتبط با بیابانگردی و کویرنوردی به‌عنوان مدل بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی شناسایی کرده‌اند. عباسی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزش زمستانی استان چهارمحال و بختیاری و تدوین راهبردهای مطلوب و همچنین، اولویت‌بندی این راهبردها پرداخته‌اند. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که از میان راهبردهای تدوین‌شده، «فراهم کردن زمینه‌های جذب سرمایه‌گذاری برای ورزش‌های زمستانی»، «معرفی چهارمحال و بختیاری به‌عنوان قطب گردشگری ورزشی زمستانی» و «ایجاد مراکز گردشگری تابستانی برای جذب گردشگر در تمام فصول سال»، از مهم‌ترین راهبردها برای توسعه سرمایه‌گذاری گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری هستند.

جابری و همکارانش (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای به کشف روابط بین متغیرهای کیفیت ادراک شده، رضایت و تمایل به بازدید مجدد با استفاده از روش مدلیابی معادلات ساختاری (SEM) پرداختند. بر اساس یافته‌های آنان ادراک گردشگران از کیفیت مقصد گردشگری ورزشی، رضایت آنان را تحت تأثیر قرار داد؛ همچنین این امر به طور مثبتی بر سطح تمایل گردشگران به

گردشگری ورزشی در دهه‌های اخیر شکل جدیدی از گردشگری محسوب می‌شود به طوری‌که گردشگری و ورزش به هم وابسته و مکمل همدیگرند. پیوند میان گردشگری و ورزش نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده که ساختار جدید و جامعی برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی انسان به وجود آورده است. گیبسون<sup>۷</sup> (۱۹۹۸) گردشگری ورزشی را مسافرت از محل اقامت به مکان مورد نظر به منظور شرکت در یک فعالیت ورزشی رقابتی، فعالیت ورزشی به منظور پر کردن اوقات فراغت، دیدن فعالیت‌های ورزشی یا شرکت در جذابیت‌های ورزشی تعریف می‌کند. گردشگری ورزشی، تجارتي چند بلیون دلاری است که سریع‌ترین رشد را با ۴/۵ تریلیون دلار در صنعت گردشگری در سطح دنیا دارد و به دلیل نقش مهمی که از لحاظ اقتصادی و سیاسی ایفا می‌کند، به موضوع بسیار راهبردی مبدل شده است. در ۲۵ اکتبر ۱۹۹۹ توافقنامه همکاری بین کمیته ملی المپیک و سازمان توریسم امضا شد که این حاکی از ارتباط نزدیک این دو در سطح بزرگتر، این دو به عنوان نیروی محرکه جامعه جهانی در ابتدای قرن ۲۱ می‌باشد. ورزش و گردشگری دو نیروی قوی برای جذب مردم هستند و ابزار بسیار مناسبی در فرآیند جهانی شدن هستند (Biddiscombe, 2004; Kim, Jun, Walker, & Drane, 2015; Lorgnier & Su, 2016). ورزش و خصوصاً بازیهای المپیک مولدی از وقایع هستند که در حال حاضر از درخشش بالایی در رسانه‌های گروهی برخوردار هستند و پیوستگی اشتیاق مردم را در مکان‌ها و بخش‌های مختلف نشان می‌دهند. همکاری که بین IOC و WTO (کمیته ملی المپیک) شروع شده این نتایج را منعکس می‌کند که در آن ورزش یکی از مفیدترین و ارزشمندترین راهها برای پر کردن اوقات فراغت و همچنین از حافظان فیزیکی بدن و ایجاد آرامش است، به همین خاطر ورزش در حال حاضر از انگیزه‌های اصلی سفرهای توریستی چه در داخل و چه در خارج است.

حسینی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با استفاده از مدل AHP و همپوشانی وزن‌های به‌دست آمده از این روش، مکان‌های مناسب مراکز ورزشی ارزیابی و تعیین را تعیین کرده‌اند. نتایج نهایی به دست آمده از پژوهش آنها نشان می‌دهد غالب اماکن ورزشی موجود در محدوده، از لحاظ مکانی دارای وضعیت نامناسب و متوسط و در برخی موارد اندک، دارای وضعیت مناسب و بسیار مناسب‌اند. فراهانی و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی وضعیت گردشگری و گردشگری ورزشی امارت ابوظبی پرداخته‌اند. بر اساس یافته‌های آنها وضعیت رشته‌های ورزشی فعال

فرصت‌های کارآفرینانه موجود در زمینه گردشگری ورزشی را در شهرستان دزفول مورد شناسایی و اولویت بندی قرار دهد. بنابراین سوال اصلی ایت پژوهش بدین صورت بیان می شود که فرصت‌های کارآفرینی در زمینه‌های گردشگری ورزشی در شهرستان دزفول کدامند و اولویت نسبی آنان چگونه است؟.

### روش شناسی

تحقیق حاضر از منظر هدف کاربردی می‌باشد. و از منظر شیوه جمع اوری داده ها از نوع آمیخته می باشد و از طرح تحقیق آمیخته بهم تنیده در این پژوهش استفاده شد.

در این نوع طرح آمیخته، به هر دو مجموعه داده‌های کمی و کیفی وزن (اهمیت) مساوی داده می شود. لذا در ابتدا با استفاده از روش کیفی و با رویکرد مدل موریسون) شناسایی وضعیت موجود و روندهای در حال ظهور در صنعت مربوطه و ابعاد محیطی مرتبط ( فرصت های گردشگری ورزشی در شهرستان دزفول شناسایی گردیده، سپس در بخش کمی با تنظیم و ارائه پرسشنامه مبتنی بر الگوی اولویک، اهمیت هر یک از فرصت‌ها و رضایت موجود از سطح عرضه آنان در جامعه مورد نظر مورد ارزش دهی شده و اولویت هر کدام از فرصت ها بر اساس آزمون تحلیل واریانس فریدمن محاسبه خواهد شد.

در تحقیق حاضر به طور مشخص از دو مدل به جهت شناسایی و اولویت بندی فرصت های گردشگری ورزشی در شهرستان دزفول استفاده می گردد. الگوی تشخیص فرصت موریسون (به کمک آن فرصت های گردشگری ورزشی شهرستان دزفول شناسایی می گردند) و مدل الویک (با استفاده از آن، فرصت های کشف شده امتیازدهی و اولویت بندی می گردند). رویکرد شناسایی فرصت‌ها بر اساس الگوی موریسون<sup>۱۱</sup> (۱۹۸۴) می باشد. که شامل ۱. شناسایی وضعیت موجود و روندهای در حال ظهور در صنعت مربوطه و ابعاد محیطی مرتبط<sup>۱۲</sup> . ۲. تحلیل معنای روندهای اقتصادی وضعیت شناسایی شده و روندهای موثر<sup>۱۰</sup> . ۳. پیش بینی بازار آینده صنعت آینده<sup>۱۱</sup> . ۴. ارزیابی مقدار و زمان شکل‌گیری نیاز و تقاضا و پتانسیل سودآوری<sup>۱۲</sup> است. این مدل در تحقیقات مشابهی همچون محمدکاظمی، یداللهی و جوادی (۲۰۱۲)، ممیز و همکاران (۱۳۸۹)، محمدکاظمی، راسخ و اسماعیلی (۱۳۹۶) مورد استفاده قرار گرفته است.

آنتونی اولویک<sup>۱۳</sup> پس از بررسیهای گسترده در زمینه دلایل

بازدید مجدد از آن مقصد تاثیر گذاشته است. یافته های این پژوهش منجر به درک بهتری از مکانیسم های رفتاری گردیده که می تواند مبنایی قابل قبول برای حفظ و افزایش بازدید گردشگران ورزشی از یک مقصد ورزشی را ترسیم نماید.

حسین پور و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی ضمن توصیف جاذبه‌های گردشگری شهرستان اسفراین به بررسی موانع گرایش گردشگران ورزشی به جاذبه‌های طبیعی گردشگری این شهرستان پرداخته اند. با توجه به یافته‌های پژوهش، عدم وجود برنامه‌ای جامع و هماهنگ برای توسعه‌ی گردشگری ورزشی شهرستان، عدم تخصیص منابع مالی مناسب و کافی برای برنامه‌های گردشگری ورزشی، عدم حمایت مسئولین گردشگری استان، کمبود نیروی متخصص گردشگری و عدم وجود یک مرکز واحد تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی مهم‌ترین موانع از دیدگاه کارشناسان ورزشی و گردشگری تشخیص داده شد

شهرستان دزفول به عنوان یکی از شهرستانهای استان خوزستان با برخورداری از پتانسیل‌های بالقوه طبیعی، تاریخی، فرهنگی و روستایی از نقاط مستعد استان برای برنامه‌ریزی بر پایه مطالعات گردشگری می‌باشد. با توجه به وجود فرصت‌های متعدد گردشگری در شهرستان دزفول و تنوع آنها بخصوص در زمینه ورزش‌های آبی چنانچه توجه لازم به آنها مبذول شده و استفاده‌ی بهینه از آنها به عمل آید می‌تواند تاثیر بسزایی در رشد و توسعه‌ی منطقه در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی داشته باشد. وجود جاذبه‌هایی همچون آبشار شوی در رشته کوه‌های زاگرس و نزدیکی به کوه سالن در و تنوع زیست محیطی بسیار زیبای این منطقه، دلیلی بر این مدعاست. علاوه بر این رودخانه دز که از مرکز این شهر می گذرد یکی از شریان‌های مهم سیستم رودخانه کارون بزرگ در استان خوزستان است. شهرت این رودخانه به آب زلال و تمیز آن است که در گرمای سوزان دزفول جاذبه‌ای منحصر به فرد برای گردشگری ایرانیان است. استفاده از این پتانسیلها و شناسایی سیاست‌های مناسب برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی و میزبانی مسابقات ورزشی موجبات گسترش گردشگری ورزشی در این شهرستان را فراهم می‌آورد. بنابراین با توجه به این که تاکنون مطالعات چندانی در کشور، موضوع فرصت‌های کسب‌وکار گردشگری ورزشی را بررسی نموده‌اند و از سوی دیگر نظر به موقعیت‌های ایده‌آل برای گردشگری ورزشی در شهرستان دزفول، پژوهشگر در این مطالعه بر آنست تا

11 Forecasting

12 Assessing

13 Anthony Ulwic

8 Morrison

9 Scanning

10 Monitoring

مدیران برگزار کننده کنفرانس‌ها، اماکن پذیرایی (غذا) فعالان زمینه گردشگری و مؤسسات حمل و نقل. این افراد دارای حداقل پنج سال سابقه کار در این زمینه می باشند.

تعیین حجم نمونه آماری در بخش کیفی مطالعه حاضر بر اساس روش گلوله برفی و رسیدن داده‌های حاصل از مصاحبه به حد اشباع می‌باشد (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱). در این مطالعه، نمونه‌گیری تا زمان رسیدن داده‌ها به اشباع نظری ادامه یافته است. اشباع نظری زمانی حاصل می شود که هر چه به مصاحبه‌های آخر نزدیک‌تر می‌شود اطلاعات جدید اضافی مرتبط با موضوع کمتر به چشم می‌خورد (دلاور، ۱۳۸۹). در بخش کمی از فرمول نمونه‌گیری از جامعه نامحدود استفاده شد. با توجه به سطح اطمینان ۹۵٪ و فرض توزیع نرمال، میزان  $t$  برابر با ۱٫۹۶ و با توجه به مشخص نبودن واریانس جامعه،  $p$  برابر با ۰٫۵ و به تبع آن  $q$  نیز برابر با ۰٫۵ (سرمد و همکاران، ۱۳۸۷). میزان اشتباه مجاز ( $d$ ) برابر با ۰٫۱ در نظر گرفته شده است و نمونه ۹۶ نفر در نظر گرفته شد.

$$n = \frac{Z^2 p(q)}{d^2} = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5(0.5)}{0.1^2}$$

در بخش کیفی، داده‌ها با استفاده از روش مصاحبه که پروتکل آن بر اساس ادبیات تحقیق ساخته شده است، گردآوری گردیده‌اند. گردآوری داده‌ها در بخش کمی با استفاده از ابزار پرسشنامه که بر اساس نتایج مرور ادبیات تحقیق و کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه‌های بخش کیفی ساخته می‌شود، گردآوری گردیده‌اند. روایی صوری و محتوایی پروتکل مصاحبه مورد پشتیبانی خبرگان قرار گرفت. جهت تعیین پایایی پروتکل مصاحبه از روش پایایی بین دو کدگذار استفاده شده است. (دلاور، ۱۳۸۹). درصد توافق درون موضوعی یا به عبارت دیگر نرخ سازگاری درونی برای این ابزار برابر با ۷۰٫۹۶ درصد می‌باشد. این رقم از نظر موس<sup>۱۴</sup> و همکاران (۱۹۹۸)، نزد عموم پژوهشگران به عنوان نرخ بسیار مناسبی برای پایایی ابزار می‌باشد.

روایی پرسشنامه بر اساس قضاوت خبرگان برای تعیین روایی مورد استفاده قرار گردید. هفت نفر از خبرگان دانشگاهی، کفایت ابزار سنجش از نظر روایی محتوا و صوری را مورد تایید قرار دادند. به منظور تعیین پایایی آزمون از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. ضریب آلفای کرونباخ هم برای کل پرسشنامه و هم برای تک تک سازه‌های تحقیق (۸ گروه فرصت) بالاتر از ۰٫۶ بوده و این عدد بر اساس نظر موس و همکاران (۱۹۹۸) به عنوان تایید پایایی آنان می باشد. تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها با رویکرد کد

ناکامی تلاش‌های بسیاری از شرکتها در شناسایی موفقیت آمیز فرصت، علیرغم ارتباطات بسیار با مشتریان و استفاده از انواع شیوه‌های تشخیص فرصت، اقدام به ابداع فرمولی کرد که در نشریه وال استریت ژورنال به نام الگوریتم فرصت چاپ شد و در این پژوهش آن را به نام "مدل شناسایی فرصت اولویک" می‌خوانیم. او پی برد که مشتریان در بسیاری اوقات نمی‌دانند دقیقاً چه محصولی می‌خواهند، اما می‌دانند محصول مورد نظرشان چه ویژگی‌هایی را باید داشته باشد. با این حال ویژگی‌های مورد نظر آنها نیز ممکن است بسیار گسترده و غیر قابل برآورده کردن باشد. بنابراین انتخاب بهترین زمینه‌های فرصت در میان فهرست طولانی ویژگی‌های دلخواه مشتریان امر بسیار مهمی است زیرا تلاش برای تأمین نیازهای نه چندان مهم می‌تواند منابع را به هدر دهد. او یک فرمول ریاضی موسوم به "محاسبه فرصت" را ارائه داد که با استفاده از آن می‌توان بهترین زمینه‌های فرصت را شناسایی کرد. به باور او فرمول {اهمیت + (اهمیت - رضایت) = ارزش فرصت} می‌تواند به نتیجه دقیقی منجر شود. شرکتها از مشتریان خود می‌خواهند که در یک مقیاس ۱ تا ۱۰ اهمیت ویژگی مطلوب خود را اولویت داده و مشخص کنند که ویژگی مورد نظرشان تا چه میزان تأمین شده است. این رتبه بندی در فرمول قرار داده میشود و سپس "اهمیت فرصت" حاصل می‌شود. گفتنی است که در فرمول {اهمیت + (اهمیت - رضایت) = ارزش فرصت}، ارقام داخل پرانتز نمی‌توانند منفی باشند.

با توجه به ماهیت آمیخته تحقیق حاضر، جامعه آماری، در دو گروه مختلف تعیین می‌گردد. این دو گروه شامل بخش کیفی (مصاحبه‌ها) و بخش کمی (پرسشنامه) می‌باشد. در بخش کیفی این مطالعه، جامعه آماری مشتمل بر خبرگان صنعت توریسم استان خوزستان و اساتید دانشگاه می‌باشند. خبرگان دارای حداقل پنج سال سابقه مدیریت بوده و دارای تحصیلات دانشگاهی مرتبط در رابطه با گردشگری و یا در زمینه ورزش بودند. خبرگان در زمینه گردشگری شامل کارشناسان و مدیران مرتبط با حوزه کسب‌وکار گردشگری و ارائه دهندگان خدمات در بخش گردشگری در دو بخش دولتی و خصوصی که دارای حداقل مدرک لیسانس در رشته‌های مرتبط با گردشگری و ورزش می‌باشند. خبرگان دانشگاهی شامل اساتید دانشگاه با تخصص‌هایی در زمینه جغرافیا و گردشگری و هم در زمینه تربیت بدنی با گرایش مدیریت و برنامه‌ریزی بوده‌اند. در بخش کمی، جامعه تحقیق مشتمل بر مدیران هتل‌ها و اماکن اقامتی، مدیران استخرها و مراکز تفریحی، مدیران جاذبه‌های گردشگری،

است. قبل از اولویت بندی فرصت‌های هر گروه و اولویت بندی گروه‌ها نسبت به یکدیگر، از آزمون فریدمن استفاده شد. انجام این آزمون به فهم تفاوت و یا تشابه اولویت‌های گروهها نسبت به همدیگر و یا اولویت فرصت‌های هر گروه نسبت به یکدیگر کمک خواهد کرد. در جدول ۳ نتایج آزمون فریدمن گزارش شده است. همان گونه که مشخص است در تمامی گروه‌ها نتیجه‌ی آزمون فریدمن معنی دار شد و در نتیجه اولویت نسبی هر کدام از فرصت‌ها نسبت به همدیگر و هر کدام از گروهها نسبت به همدیگر یکسان نیست. به همین جهت با توجه به میانگین هر گروه و هر فرصت، اولویت بندی آن‌ها انجام گردید. جدول ۴، نتایج اولویت بندی فرصت‌ها نسبت به یکدیگر و اولویت بندی گروهها نسبت به همدیگر را نشان می‌دهد.

درک وجود ارتباط بین فرصت‌های کارآفرینانه از این جهت اهمیت دارد که کارآفرین می‌تواند آثار تغییرات در یک حوزه از فرصت‌ها را بر حوزه مورد فعالیت خود و یا حوزه‌ای که قصد انجام فعالیت در آن حوزه را دارد بررسی نماید. جهت دستیابی به چنین شاخص‌هایی از بررسی رابطه همبستگی بین گروه‌های ۸ گانه فرصت استفاده گردیده است. نتایج آزمون همبستگی پیرسون برای ارزیابی این ارتباطات در جدول ۵ ارائه گردیده است. همان طور که مشاهده می‌شود علاوه بر وجود روابط مثبت و معنی‌دار قوی بین گروه‌های فرصت کارآفرینانه، به طور مشخص بین ورزش‌های آبی و سایر زمینه‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری ارتباط معنادار و مثبت وجود دارد این ارتباطات به شکل زیر می‌باشند:

- بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه اقامت، همبستگی مثبت ( $r = 0.448$ ) در سطح اطمینان ۹۹٪ وجود دارد.
- بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه تفریح و ماجراجویی، همبستگی مثبت ( $r = 0.399$ ) در سطح اطمینان ۹۹٪ وجود دارد.
- بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه جاذبه‌های گردشگری، همبستگی مثبت ( $r = 0.438$ ) در سطح اطمینان ۹۹٪ وجود دارد.
- بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه غذا و نوشیدنی، همبستگی مثبت ( $r = 0.223$ ) در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود دارد.
- بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه خدمات گردشگری،

گذاری باز و محوری انجام یافته است. همچنین برای تحلیل داده‌های جمعیت شناختی حاصل از پرسشنامه در این مطالعه، از فراوانی‌ها و شاخص‌های گرایش به مرکز و پراکندگی استفاده نموده‌ایم. جهت اولویت‌بندی متغیرها در هر یک از سازه‌های تحقیق، تحلیل واریانس فریدمن به کار گرفته شده و در نهایت برای بررسی روابط علی مدل تحقیق، از روش همبستگی پیرسون استفاده شده است. کدگذاری باز و محوری داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها (بخش کیفی) با استفاده از نرم افزار ATLAS.ti انجام یافته است. برای تحلیل داده‌های جمعیت شناختی و اولویت‌بندی امتیازات هر یک از متغیرهای تحقیق و تحلیل آمار توصیفی، و همچنین روابط همبستگی از نرم افزارهای SPSS نسخه ۲۰ استفاده شده است.

### یافته‌ها

در این بخش، ابتدا داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها کدگذاری گردیده و پس از آن ویژگی‌های جمعیت شناختی اعضای نمونه در بخش کمی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در ادامه شاخص‌های توصیفی تحقیق ارائه می‌گردند. ارزیابی‌های مربوط به توزیع متغیرها از نظر نرمال یا غیر نرمال بودن انجام یافته و پس از آن رویکرد تحلیل مناسب برای آن‌ها انتخاب می‌گردد. همچنین از آزمون تحلیل واریانس فریدمن برای اولویت‌بندی متغیرها استفاده می‌گردد.

در ابتدا نتایج مصاحبه‌ها بر اساس داده‌های کلامی به صورت باز کدگذاری گردیده و متغیر شناسایی شده با مولفه متناظر در ادبیات تطبیق داده می‌شود. در صورتی که این متغیر در ادبیات تحقیق موجود نباشد، به عنوان نوآوری حاصل از مصاحبه شناسایی می‌گردد. در نهایت به هر یک از مفاهیم شناسایی شده، کد ویژه اختصاص داده می‌شود. خلاصه نتایج کدگذاری باز داده‌های مصاحبه برای ۱۰ عضو شرکت کننده در این بخش، در جدول ۱ ارائه شده است. پس از کدگذاری باز داده‌های تحقیق، کدهای پراکنده در قالب گروه‌های مشخص و سازمان یافته طبقه‌بندی می‌گردند. در این بخش کدها نمادهای جدید گرفته و فراوانی هر کدام از آن‌ها در بین مصاحبه شوندگان مشخص می‌گردد. جدول ۲ کدگذاری محوری برای این داده‌های مقدماتی را نشان می‌دهد.

اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه بر اساس نظر آزمودنی‌ها بررسی می‌گردد. جهت تعیین اولویت نسبی این فرصت‌ها، آزمون فریدمن به کار گرفته شده است. از سوی دیگر، جهت ایجاد تجانس در بین فرصت‌ها، اولویت‌بندی آنان بر اساس نتایج کدگذاری محوری و در گروه‌های متجانس انجام گرفته

همبستگی مثبت ( $r = 0.315$ ) در سطح اطمینان ۹۹٪ وجود دارد. مثبت ( $r = 0.308$ ) در سطح اطمینان ۹۹٪ وجود دارد.

- بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه حمل‌ونقل، همبستگی

جدول ۱. خلاصه کدهای باز استخراج شده از مصاحبه‌ها

عنوان فرصت	کد مقدماتی	فراوانی	عنوان فرصت	کد مقدماتی	فراوانی
مکان خواب و صبحانه	I1	۹	برگزاری نمایشگاه گل و گیاه	I31	۲
متل	I2	۸	راه اندازی آکواریوم زیست جانداران خلیج فارس	I32	۲
هتل آپارتمان	I3	۸	بهسازی و توسعه باغ وحش	I33	۱
اطلاعات هتل‌ها و مراکز اقامتی	I4	۱۰	راه اندازی پارک آبی	I34	۸
مهمانسرا	I5	۸	راه اندازی پارک تفریح و سرگرمی	I35	۶
زمین کمپینگ	I6	۱	کنسرت موسیقی محلی	I36	۱
کاروانسرای سنتی	I7	۳	ایجاد و اداره باغ پرندگان	I37	۲
اجاره چادر	I8	۱	میزبانی مسابقات ورزشی	I38	۱
کابین‌های متحرک (کاروان)	I9	۱	برگزاری همایش‌های علمی در زمینه گردشگری ورزشی	I39	۲
پانسیون	I10	۱	برگزاری نمایشگاه‌های تجاری	I40	۴
مهد کودک	I11	۱	برگزاری همایش‌های تاریخی	I41	۱
برگزاری تور کوهنوردی	I12	۶	خدمات سازماندهی همایش‌ها	I42	۱
پرش بانجی	I13	۷	برگزاری نمایشگاه هنر و صنایع اقوام	I43	۳
سقوط آزاد	I14	۲	ایجاد رستوران‌های سنتی	I44	۸
پاراگلایدر	I15	۲	راه اندازی رستوران‌های مدرن	I45	۱۰
صخره نوردی	I16	۱	ایجاد رستوران‌های بین راهی	I46	۱۰
راپل و پل دو طنابه	I17	۱	سیستم غذای آماده برای تحویل در مکان اقامت	I47	۲
تور جنگل	I18	۴	فست فود	I48	۶
تور شکار	I19	۳	قهوه خانه	I49	۸
اسب سواری	I20	۱	فروش یخ	I50	۱
راهنمایی تورهای تفریحی	I21	۶	رستوران غذاهای محلی خوزستان و دزفول	I51	۸
تور هواپیمایی سبک تفریحی	I22	۱	برگزاری دوره‌های آموزشی میزبانی رویدادهای ورزشی	I52	۲
زمین گلف	I23	۱	بیمه‌های گردشگری	I53	۱
زمین تنیس	I24	۱	بانک و خدمات مالی	I54	۱
برگزاری تور دوچرخه سواری	I25	۱	خدمات ارزی	I55	۳
برگزاری تور بازدید از پل‌های تاریخی و سایر آثار تاریخی	I26	۱	خدمات بازاریابی برای شرکت‌های تورگردانی	I56	۱
برگزاری تور بازدید از تپه‌های باستانی	I27	۱	خدمات پژوهشی برای شرکت‌ها در زمینه گردشگری ورزشی	I57	۱



فرآوانی	کد مقدماتی	عنوان فرصت	فرآوانی	کد مقدماتی	عنوان فرصت
۷	I58	خرده فروشی و سوپرمارکت	۹	I28	تور تماشای حیات وحش
۱	I59	اجاره و فروش تجهیزات و لوازم ورزشی به گردشگر	۱	I29	تور بازدید از موزه دزفول
۴	I60	سالن ورزشی	۴	I30	برگزاری نمایشگاه‌های هنرهای محلی
۱۰	I72	جت اسکی	۱۰	I61	حمل و نقل هوایی
۴	I73	ماهگیری با قلاب	۶	I62	خدمات اتوبوسرانی
۲	I74	پاراسایلینگ (چتربازی با قایق موتوری)	۵	I63	سرویس تاکسی
۸	I75	شنا (استخر)	۵	I64	خدمات اجاره وسایط نقلیه موتوری و غیر موتوری
۱۰	I76	شنا در آب‌های آزاد	۳	I65	حمل و نقل آبی
۳	I77	شیرجه	۱	I66	خدمات حمل و نقل VIP
۹	I78	مسابقات قایق سواری	۴	I67	قطار
۲	I79	مسابقات کانوپولو	۹	I68	قایق سواری در رودخانه
۱	I80	عکاسی زیر آب	۶	I69	موج سواری با کایت (کایت بوردینگ)
۱	I81	باستان شناسی زیر آب	۸	I70	غواصی
۱۰	I82	میزبانی مسابقات ورزش‌های آبی ملی و بین‌المللی	۱۰	I71	اسکی روی آب

جدول ۲. کدگذاری محوری فرصت‌های شناسایی شده

فرآوانی	کد فرصت	عنوان فرصت	گروه
۹	ACC1	مکان خواب و صبحانه	اقامت
۸	ACC2	متل	
۸	ACC3	هتل آپارتمان	
۱۰	ACC4	اطلاعات هتل‌ها و مراکز اقامتی	
۸	ACC5	مهمانسرا	
۱	ACC6	زمین کمپینگ	
۳	ACC7	کاروانسرای سنتی	
۱	ACC8	اجاره چادر	
۱	ACC9	کابین‌های متحرک (کاروان)	
۱	ACC10	پانسیون	
۱	ACC11	مهد کودک	
۶	ADV1	برگزاری تور کوهنوردی	تفریح و ماجراجویی
۷	ADV2	پرش بانجی	
۲	ADV3	سقوط آزاد	
۲	ADV4	پاراگلایدر	
۱	ADV5	صخره نوردی	
۱	ADV6	راپل و پل دو طنابه	
۴	ADV7	تور جنگل	
۳	ADV8	تور شکار	

فرآوانی	کد فرصت	عنوان فرصت	گروه
۱	ADV9	اسب سواری	
۶	ADV10	راهنمایی تورهای تفریحی	
۱	ADV11	تور هواپیمایی سبک تفریحی	
۱	ADV12	زمین گلف	
۱	ADV13	زمین تنیس	
۱	ADV14	برگزاری تور دوچرخه سواری	
۱	ATT1	برگزاری تور بازدید از پل‌های تاریخی و سایر آثار تاریخی	
۱	ATT2	برگزاری تور بازدید از تپه‌های باستانی	
۹	ATT3	تور تماشای حیات وحش	
۱	ATT4	تور بازدید از موزه دزفول	
۴	ATT5	برگزاری نمایشگاه‌های هنرهای محلی	
۲	ATT6	برگزاری نمایشگاه گل و گیاه	
۲	ATT7	راه اندازی آکواریوم زیست جانداران خلیج فارس	
۱	ATT8	بهسازی و توسعه باغ وحش	
۸	ATT9	راه اندازی پارک آبی	
۶	ATT10	راه اندازی پارک تفریح و سرگرمی	
۱	ATT11	کنسرت موسیقی محلی	
۲	ATT12	ایجاد و اداره باغ پرندگان	
۱	EVT2	میزبانی مسابقات ورزشی	رویدادهای خاص و کنفرانس‌ها
۲	EVT3	برگزاری همایش‌های علمی در زمینه گردشگری ورزشی	
۴	EVT4	برگزاری نمایشگاه‌های تجاری	
۱	EVT5	برگزاری همایش‌های تاریخی	
۱	EVT6	خدمات سازماندهی همایش‌ها	
۳	EVT7	برگزاری نمایشگاه هنر و صنایع اقوام	
۸	FOOD1	ایجاد رستوران‌های سنتی	
۱۰	FOOD2	راه اندازی رستوران‌های مدرن	
۱۰	FOOD3	ایجاد رستوران‌های بین راهی	
۲	FOOD4	سیستم غذای آماده برای تحویل در مکان اقامت	
۶	FOOD5	فست فود	
۸	FOOD6	قهوه خانه	
۱	FOOD7	فروش یخ	
۸	FOOD8	رستوران غذاهای محلی خوزستان و دزفول	
۲	SVC1	برگزاری دوره‌های آموزشی میزبانی رویدادهای ورزشی	خدمات گردشگری
۱	SVC2	بیمه‌های گردشگری	
۱	SVC3	بانک و خدمات مالی	
۳	SVC4	خدمات ارزی	
۱	SVC5	خدمات بازاریابی برای شرکت‌های تورگردانی	
۱	SVC6	خدمات پژوهشی برای شرکت‌ها در زمینه گردشگری ورزشی	
۷	SVC7	خرده فروشی و سوپرمارکت	
۱	SVC8	اجاره و فروش تجهیزات و لوازم ورزشی به گردشگر	
۴	SVC9	سالن ورزشی	
۱۰	TRNS1	حمل و نقل هوایی	حمل و نقل

گروه	عنوان فرصت	کد فرصت	فراوانی
	خدمات اتوبوسرانی	TRNS2	۶
	سرویس تاکسی	TRNS3	۵
	اجاره وسایل نقلیه موتوری و غیرموتوری	TRNS4	۵
	حمل و نقل آبی	TRNS5	۳
	خدمات حمل و نقل VIP	TRNS6	۱
	قطار	TRNS7	۴
ورزش‌های آبی	قایق سواری در رودخانه	WAT1	۹
	موج سواری با کایت(کایت بوردینگ)	WAT2	۶
	غواصی	WAT3	۸
	اسکی روی آب	WAT4	۱۰
	جت اسکی	WAT5	۱۰
	ماهگیری با قلاب	WAT6	۴
	پاراسیلینگ(چتربازی با قایق موتوری)	WAT7	۲
	شنا(استخر)	WAT8	۸
	شنا در آب‌های آزاد	WAT9	۱۰
	شیرجه	WAT10	۳
	مسابقات قایق سواری	WAT11	۹
	مسابقات کانوپولو	WAT12	۲
	عکاسی زیر آب	WAT13	۱
	باستان شناسی زیر آب	WAT14	۱
	میزبانی مسابقات ورزش‌های آبی ملی و بین‌المللی	WAT15	۱۰

جدول ۳. نتایج آزمون فریدمن برای بررسی تفاوت در اولویت‌ها

نتایج آزمون فریدمن برای گروه	فراوانی	کای مربع	درجه آزادی	سطح معنی داری
اقامت	۹۶	۲۸۷,۷	۱۰	۰,۰۰۱
تفریح و ماجراجویی	۹۶	۱۰۵,۷۲۱	۱۳	۰,۰۰۱
جاذبه‌های گردشگری	۹۶	۱۵۰,۵۶۴	۱۱	۰,۰۰۱
همایش و رویدادهای خاص	۹۶	۱۵۰,۷۶۴	۱۱	۰,۰۰۱
غذا و نوشیدنی	۹۶	۱۹۵,۰۰۵	۷	۰,۰۰۱
خدمات گردشگری	۹۶	۱۵۹,۳۶۳	۸	۰,۰۰۱
حمل و نقل	۹۶	۱۰۹,۶۲۲	۶	۰,۰۰۱
ورزش‌های آبی	۹۶	۶۸,۵۵۰	۱۴	۰,۰۰۱
کل گروه‌ها	۹۶	۴۷۷,۹۶۹	۷	۰,۰۰۱

جدول ۴. نتایج اولویت بندی فرصت ها نسبت به یکدیگر و اولویت بندی گروهها نسبت به همدیگر

رتبه‌ی میانگین در گروه مورد نظر	عنوان فرصت در گروه مورد نظر	اولویت‌بندی فرصت‌ها در این گروه	رتبه میانگین بین هشت گروه	عنوان گروه فرصت	اولویت بندی کلی در بین هشت گروه فرصت‌های گردشگری ورزشی
۷,۵۷	مکان خواب و صبحانه	۱	6.88	اقامت	۱
۷,۵۳	مهمانسرا	۲			
۷,۲۶	متل	۳			
۶,۶۶	کاروانسرای سنتی	۴			
۶,۵۳	پانسیون	۵			
۶,۰۲	اطلاعات هتل‌ها و مراکز اقامتی	۶			
۵,۹۳	هتل آپارتمان	۷			
۵,۸۱	زمین کمپینگ	۸			
۵,۵۱	اجاره چادر	۹			
۵,۲۹	کابین‌های متحرک (کاروان)	۱۰			
۱,۹۰	مهد کودک	۱۱	۶,۷۰	تفریح و ماجراجویی	۲
۹,۵۸	برگزاری تور کوهنوردی	۱			
۸,۷۹	پرش بانجی	۲			
۸,۷۸	سقوط آزاد	۳			
۷,۹۸	پاراگلایدر	۴			
۷,۷۰	تور هواپیمایی سبک تفریحی	۵			
۷,۴۲	برگزاری تور دوچرخه سواری	۶			
۷,۳۱	زمین تنیس	۷			
۷,۲۸	صخره نوردی	۸			
۷,۰۵	تور شکار	۹			
۷,۰۵	تور جنگل	۱۰			
۶,۹۰	راپل و پل دو طنابه	۱۱			
۶,۴۹	اسب سواری	۱۲			
۶,۳۹	راهنمایی تورهای تفریحی	۱۳			
۶,۲۹	زمین گلف	۱۴			
۸,۰۳	راه اندازی آکواریوم زیست جانداران خلیج فارس	۱	۵,۸۴	جاذبه های گردشگری	۳
۷,۸۳	راه اندازی پارک آبی	۲			
۷,۶۰	راه اندازی پارک تفریح و سرگرمی	۳			
۷,۲۳	ایجاد و اداره باغ پرندگان	۴			
۷,۰۳	برگزاری نمایشگاه گل و گیاه	۵			
۶,۹۳	تور تماشای حیات وحش	۶			
۶,۴۱	برگزاری تور بازدید از پل‌های تاریخی و سایر آثار تاریخی	۷			
۵,۸۴	برگزاری تور بازدید از تپه‌های باستانی	۸			
۵,۷۷	کنسرت موسیقی محلی	۹			
۵,۵۷	بهسازی و توسعه باغ وحش	۱۰			
۴,۹۵	برگزاری نمایشگاه‌های هنرهای محلی	۱۱			
۴,۸۱	برگزاری تور بازدید از موزه ی دزفول	۱۲			

رتبه‌ی میانگین در گروه مورد نظر	عنوان فرصت در گروه مورد نظر	اولویت‌بندی فرصت‌ها در این گروه	رتبه میانگین بین هشت گروه	عنوان گروه فرصت	اولویت‌بندی کلی در بین هشت گروه فرصت‌های گردشگری ورزشی
۶,۰۰	ایجاد رستوران‌های سنتی	۱	۵,۸۳	غذا و نوشیدنی	۴
۵,۳۸	راه اندازی رستوران‌های مدرن	۲			
۴,۷۲	ایجاد رستوران‌های بین راهی	۳			
۴,۵۷	سیستم غذای آماده برای تحویل در مکان اقامت	۴			
۴,۵۵	رستوران غذاهای محلی خوزستان و دزفول	۵			
۴,۴۵	فست فود	۶			
۴,۲۴	قهوه خانه	۷			
۲,۰۸	فروش یخ	۸			
۶,۲۸	خرده فروشی و سوپرمارکت	۱	۳,۴۱	خدمات گردشگری	۵
۶,۱	بانک و خدمات مالی	۲			
۶,۰۹	سالن ورزشی	۳			
۵,۰۵	برگزاری دوره‌های آموزشی میزبانی رویدادهای ورزشی	۴			
۵,۰۵	بیمه‌های گردشگری	۵			
۴,۸۹	اجاره و فروش تجهیزات و لوازم ورزشی به گردشگر	۶			
۴,۵۷	خدمات ارزی	۷			
۴,۳۷	خدمات بازاریابی برای شرکت‌های تورگردانی	۸			
۲,۶	خدمات پژوهشی برای شرکت‌ها در زمینه گردشگری ورزشی	۹			
۹,۳۲	اسکی روی آب	۱	۳,۲۶	ورزشهای آبی	۶
۹,۱۳	جت اسکی	۲			
۸,۸۶	قایق سواری در رودخانه	۳			
۸,۷۲	شنا در آب‌های آزاد	۴			
۸,۴۳	مسابقات قایق سواری	۵			
۸,۳۳	میزبانی مسابقات ورزش‌های آبی ملی و بین‌المللی	۶			
۸,۳۰	غواصی	۷			
۸,۱۷	پاراسیلینگ (چتربازی با قایق موتوری)	۸			
۸,۰۶	ماهگیری با قلاب	۹			
۸,۰۱	شنا (استخر)	۱۰			
۷,۵۳	شیرجه	۱۱			
۷,۰۳	مسابقات کانوپولو	۱۲			
۶,۹۰	موج سواری با کایت (کایت بوردینگ)	۱۳			
۶,۶۴	عکاسی زیر آب	۱۴			
۶,۵۹	باستان‌شناسی زیر آب	۱۵			

رتبه‌ی میانگین در گروه مورد نظر	عنوان فرصت در گروه مورد نظر	اولویت‌بندی فرصت‌ها در این گروه	رتبه میانگین بین هشت گروه	عنوان گروه فرصت	اولویت بندی کلی در بین هشت گروه فرصت‌های گردشگری ورزشی
۳,۸۴	میزبانی مسابقات ورزشی	۱	۲,۰۴	رویدادهای خاص و همایش‌ها	۷
۳,۷۰	برگزاری نمایشگاه‌های تجاری	۲			
۳,۶۱	برگزاری نمایشگاه هنر و صنایع اقوام	۳			
۳,۵۹	خدمات سازماندهی همایش‌ها	۴			
۳,۱۴	برگزاری همایش‌های علمی در زمینه گردشگری ورزشی	۵			
۳,۱۱	برگزاری همایش‌های تاریخی	۶			
۳,۷۰	برگزاری نمایشگاه‌های تجاری	۲			
۴,۷۷	حمل و نقل هوایی	۱	۲,۰۴	حمل و نقل	۸
۴,۷۱	قطار	۲			
۴,۳۵	خدمات اتوبوسرانی	۳			
۴,۲۷	اجاره وسایل نقلیه موتوری و غیرموتوری	۴			
۴,۱۷	سرویس تاکسی	۵			
۲,۹۳	حمل و نقل آبی	۶			
۲,۸۰	خدمات حمل و نقل VIP	۷			

جدول ۵. روابط همبستگی بین گروه‌های اصلی فرصت‌ها

حمل و نقل	خدمات گردشگری	غذا و نوشیدنی	رویدادهای خاص و همایش‌ها	جاذبه‌های گردشگری	تفریح و ماجراجویی	اقامت	
						.253*	تفریح و ماجراجویی
					.285**	.618**	جاذبه‌های گردشگری
				.112	-.097	-.014	رویدادهای خاص و همایش‌ها
			-.033	.484**	.309**	.377**	غذا و نوشیدنی
		.064	.164	.212*	-.076	.249*	خدمات گردشگری
	.113	.138	.175	.611**	.402**	.333**	حمل و نقل
.308**	.315**	.223*	-.043	.438**	.399**	.448**	ورزش‌های آبی

\*: معنی دار در سطح اطمینان ۹۵ درصد، \*\*: معنی دار در سطح اطمینان ۹۹ درصد

### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج کدگذاری باز مصاحبه‌های ۱۰ گانه تحقیق حاضر، مشخص نمود که ۸۲ فرصت کارآفرینی در صنعت توریسم شهرستان دزفول وجود دارد. این فرصت‌ها با رویکرد کدگذاری محوری طبقه‌بندی شده و مورد سازماندهی قرار گرفتند. اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در هر یک از گروه‌های فرصت گردشگری مشخص نمود که در بین فرصت‌های

کارآفرینانه در حوزه اقامت، راه اندازی مراکز "مکان خواب و صبحانه" دارای بالاترین اولویت و راه اندازی مهد کودک، پایینترین اولویت را دارا می‌باشد. اصفهانی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی به تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت جهانگردی ورزشی ایران می‌پردازند. یافته‌ها حاکی از آن است که محورهای تسهیلات و خدمات، امنیت و اسکان به ترتیب بیشترین درجه اهمیت را در توسعه جهانگردی

و شادی عمومی و نیز تاثیرگذاری بر فعالیت‌های اقتصادی همواره در سراسر دنیا یکی از فرصت‌های مهم در حوزه گردشگری ورزشی تلقی می‌گردد. تلاش برای اخذ میزبانی مسابقات مهم ورزشی نمونه بارز این نوع دیدگاه است که این موضوع به طور محسوسی در نظرسنجی خود را نشان داده است.

رتبه میانگین فرصت‌ها همچنین نشان می‌دهد که در بین فرصت‌های کارآفرینانه در گروه غذا و نوشیدنی، ایجاد رستوران‌های سنتی دارای بالاترین اولویت و فروش یخ کمترین اولویت را دارد. چنان که در ادبیات پژوهش نیز مشاهده گردید، لاندبرگ<sup>۱۶</sup> (۱۹۸۹)، نیز به این فرصت‌ها توجه نموده است. رستوران‌های سنتی به دلیل ایجاد فضایی صمیمانه‌تر و بی‌تکلف احتمالاً در بین خانواده‌ها دارای جذبه بیشتر بوده و به نظر می‌رسد به دلیل فرهنگ سنتی حاکم بر شهر دزفول تمایل عمومی برای ایجاد این نوع رستوران‌ها را در بین پرسش‌شوندگان افزایش یافته است.

نتایج مشخص نمود که در بین فرصت‌های کارآفرینانه در گروه خدمات گردشگری، ایجاد و اداره خرده‌فروشی و سوپرمارکت دارای بالاترین اولویت و انجام خدمات پژوهشی برای شرکت‌ها در زمینه گردشگری ورزشی، پایین‌ترین اولویت را دارد این مورد از فرصت‌ها در ادبیات پژوهش مورد بحث نگریده بود و به عنوان یکی از نوآوری‌های یافته شده از بخش کیفی مطالعه حاضر می‌باشد. با توجه به بافت عمومی گردشگران که بخش عمده‌ای از آن‌ها از سایر مناطق استان جذب می‌شوند تمایل به ایجاد خرده‌فروشی و سوپرمارکت افزایش یافته است. عدم نیاز به تخصص و نیز نیاز به سرمایه‌گذاری نسبتاً کم و احتمال بازگشت سرمایه در مدت کوتاه می‌تواند از جمله دلایل این گرایش محسوب گردد.

ارزیابی اولویت فرصت‌های گروه حمل‌ونقل مشخص نمود که در این گروه، حمل‌ونقل هوایی دارای بالاترین اولویت و خدمات حمل‌ونقل VIP، کمترین اولویت را نشان می‌دهد استقبال عمومی مردم به استفاده از حمل‌ونقل هوایی و پر بودن ظرفیت پروازها در اکثر اوقات سال را با توجه به سرعت و راحتی این نوع حمل‌ونقل را می‌توان از دلایل عمده توجه پرسش‌شوندگان دانست و با توجه به نیاز به افزایش ظرفیت و توسعه امکانات در این زمینه فرصت و پتانسیل خوبی برای توسعه وجود دارد.

در نهایت نتایج نشان می‌دهد که در گروه ورزش‌های آبی، اسکی روی آب دارای بالاترین اولویت و باستان‌شناسی زیر آب

داخلی ورزشی به خود اختصاص داد و محورهای آموزش، اقتصاد و جاذبه‌های توریستی بیشترین ارتباط را با سایر عوامل نشان دادند لذا یافته‌های این پژوهش با مفاهیم و نتایج ارائه شده توسط محمد کاظمی و همکاران (۱۳۹۰) و اصفهانی و همکاران (۱۳۸۸) سازگاری دارد که احتمالاً ناشی از تجانس بومی محیط‌های مورد بررسی در این پژوهش‌ها دارد.

این نتایج با واقعیت‌های میدانی نیز تطابق دارد، چون از لحاظ مراکز اقامتی مناسب، نیاز شدیدی در منطقه احساس می‌شود. به نظر می‌رسد این موضوع از موانع عمده در زمینه توسعه گردشگری منطقه محسوب می‌شود. بهترین هتل دزفول (هتل جهانگردی) دارای ظرفیتی محدود است. و البته مدیران و مسئولین محلی اخیراً تلاش ویژه‌ای برای جذب سرمایه‌گذار در این زمینه را شروع کرده‌اند.

همچنین در بین فرصت‌های کارآفرینانه در گروه تفریح و ماجراجویی، برگزاری تور کوهنوردی دارای بالاترین اولویت و زمین‌گلف کمترین اولویت را دارد وجود کوه‌هایی با طبیعت زیبا و امکان صعود نه‌چندان سخت (عدم نیاز به آموزش‌های حرفه‌ای) و فاصله‌ی نسبتاً نزدیک آن‌ها به شهر و همچنین تلفیق این نوع کوهنوردی با طبیعت‌گردی و نیز شرایط مناسب برای انجام این ورزش به صورت جمعی و حتی خانوادگی را می‌توان از دلایل محبوب بودن این ورزش در نظرسنجی برشمارد و البته به نظر می‌رسد ورزش گلف به دلیل عدم آشنایی مردم با این نوع ورزش و نیز احتمالاً گران بودن از دلایل عدم رغبت پرسش‌شوندگان بوده است. نتایج نشان می‌دهد که در بین فرصت‌های کارآفرینانه در گروه جاذبه‌های گردشگری، راه‌اندازی آکواریوم زیست‌جانداران خلیج فارس دارای بالاترین اولویت و تور بازدید از موزه دزفول، دارای پایینترین اولویت می‌باشد. توجه ویژه خانواده‌ها به کودکان و نوجوانان و علاقه آنها به آشنایی با محیط جانداران دریایی و تنوع و جذابیت آکواریوم‌های دریایی را شاید بتوان از دلایل عمده توجه پرسش‌شوندگان به این موضوع برشمرد عدم وجود آکواریوم مشابه در منطقه و حتی شهرهای اطراف و احتمال جذب بازدیدکننده بیشتر نیز می‌تواند در دیدگاه پاسخ‌گویان تاثیرگذار باشد. بر اساس رتبه میانگین فرصت‌ها می‌توان بیان نمود که در بین فرصت‌های گروه رویدادهای خاص و همایش‌ها، میزبانی مسابقات ورزشی دارای بالاترین اولویت و برگزاری همایش‌های تاریخی دارای کمترین اولویت می‌باشد. (سولبرگ و پروس<sup>۱۵</sup> (۲۰۰۸) نیز این گروه از فرصت‌ها را مورد اشاره قرار داده است. میزبانی مسابقات ورزشی به دلیل ایجاد شور

کوهنوردی، اسکی روی آب و قایقرانی (توان‌های توریسم ورزشی منطقه بیجار و مریوان) گامی مؤثر در جهت جذب گردشگران به این مناطق برداشته شود. با توجه به این که در این مطالعه، در بین ورزش‌های آبی، ورزش اسکی روی آب دارای بالاترین اولویت شناسایی گردیده است، پیشنهاد می‌گردد که در شهرستان دزفول با تاسیس باشگاه‌های آموزش و برگزاری این ورزش، امکان بهره‌برداری از این فرصت فراهم آید. هم‌چنین با تاسیس مراکز فروش و تعمیرات اسکی در شهرستان دزفول، امکان توسعه این ورزش بیشتر فراهم آمده و فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر آن توسعه یابد. از طرفی با برگزاری مسابقات قایق سواری در رودخانه، زمینه بهره‌برداری بیشتر از این فرصت مقدور گردد. از طرفی با فروش تجهیزات و اطلاع‌رسانی از جاذبه‌های کوهنوردی و صخره‌نوردی در این منطقه، امکان ایجاد ارزش از این پتانسیل منطقه ممکن گردد. با دعوت از تیم‌های شنای داخلی و خارجی و برگزاری مسابقات شنا در رودخانه، جذابیت‌های منطقه به ورزشکاران و گردشگران علاقمند به این زمینه شناسانده شده و فرصت مذکور امکان ارزش‌آفرینی پیدا کند. میزبانی مسابقات ورزشی ملی و بین‌المللی، توسط تصمیم‌گیرندگان شهر دزفول در دستور کار قرار گرفته و از آن طریق امکان بهره‌برداری از این فرصت ممکن گردد.

پیشنهاد می‌شود با فروش تجهیزات و اطلاع‌رسانی از جاذبه‌های غواصی در این منطقه، امکان ایجاد ارزش از این پتانسیل منطقه ممکن گردد و به معرفی رشته پاراسایکلینگ (چتربازی با قایق موتوری) و ایجاد امکان استفاده از آن در منطقه، بهره‌برداری از این فرصت ممکن گردد. شایسته است تا با برگزاری تورهای ماهیگیری با قلاب، علاوه بر ایجاد نشاط و سرگرمی برای اوقات فراغت افراد، فرصت موجود در این زمینه شکوفا گردد و با ایجاد مراکز اجاره و فروش تجهیزات و لوازم ورزشی به گردشگران تسهیلات لازم جهت رفاه بیشتر گردشگران فراهم آید و با احداث و بهسازی استخرهای شنا، علاوه بر ترویج این ورزش، بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در این زمینه مقدور گردد. با برگزاری مسابقات شیرجه، این منطقه به عنوان قطب ورزش مذکور معرفی گردیده و زمینه ساز جذب گردشگران بیشتر گردد. همچنین برگزاری مسابقات کانوپولو به عنوان زمینه‌ای جدید از ورزش‌های آبی به این منطقه توصیه می‌گردد.

نهایتاً توصیه می‌شود با فراهم آوردن تسهیلات و امکانات رفاهی برای افرادی که قصد عکاسی زیر آب دارند، گردشگرانی که قصد

پایبندترین اولویت را دارد. لاندبرگ<sup>۱۷</sup> (۱۹۸۹) و یوئل<sup>۱۸</sup> (۱۹۹۸) نیز بر اهمیت این گروه از فرصت‌ها تأکید نموده‌اند. وجود آب‌های آرام، همراه با طبیعتی زیبا در محدوده‌ای گسترده در طول رودخانه و دریاچه شهیون به‌همراه زیبایی و هیجان ورزش اسکی روی آب بخصوص برای نسل جوان احتمالاً از دلایل توجه بیشتر به این ورزش می‌باشد.

علاوه بر اولویت‌بندی فرصت‌ها در گروه‌های ۷ گانه مورد بررسی، خود این گروه‌ها نیز اولویت‌بندی گردیدند که نتایج این اولویت‌بندی نشان می‌دهد که فرصت‌های گروه اقامت دارای بالاترین اولویت و فرصت‌های کارآفرینانه گروه حمل‌ونقل پایین‌ترین اولویت را دارند.

تحلیل روابط بین گروه‌های ۸ گانه فرصت نشان می‌دهد که بین اغلب این گروه‌ها همبستگی وجود دارد. اما آنچه که بیشتر در این مطالعه مورد تأکید بوده است، ارتباط بین فرصت‌های گردشگری در زمینه ورزش‌های آبی و سایر زمینه‌های گردشگری است. بررسی این روابط مشخص نمود که بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه اقامت، همبستگی مثبت وجود دارد. همچنین همبستگی مثبت بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه تفریح و ماجراجویی، همبستگی مثبت نیز مشخص گردید. نتایج آزمون همبستگی مشخص نمود که بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه جاذبه‌های گردشگری نیز همبستگی مثبت وجود دارد. در کنار این روابط، مشخص گردید که بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه غذا و نوشیدنی، همبستگی مثبت وجود دارد. همچنین بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه خدمات گردشگری، همبستگی مثبت وجود داشته و در مورد بین گروه فرصت‌های کارآفرینانه در ورزش‌های آبی و فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه حمل‌ونقل نیز چنین همبستگی شناسایی گردید.

یافته‌های این پژوهش با نتایج علی‌آبادی و حسامی (۱۳۹۳) که در تحقیقی به امکان سنجی پیوند عملکردی اکوتوریسم و توریسم ورزشی در استان کردستان پرداخته‌اند همخوانی دارد. آنها بر اساس یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌کنند با سرمایه‌گذاری در ساخت اماکن ورزشی با تجهیزات کامل ایمنی به ویژه تجهیز اماکن و تاسیسات و برگزاری مسابقات کشوری و بین‌المللی در رشته‌های اسکی، کوهپیمایی و



نوسازی و بهسازی منازل سنتی قدیمی در این منطقه، به عنوان اقامتگاه و یا رستوران سنتی از این پتانسیل منطقه استفاده گردد.

انجام چنین فعالیت‌هایی دارند به منطقه جذب کردند. نظر به سابقه تاریخی شهرستان دزفول، پیشنهاد می‌گردد که تسهیلات لازم برای باستان شناسی زیر آب در منطقه فراهم گردد. با

## REFERENCES

- Abbasi, Salim, Bagheri, GhodratAllah, Asgari, Ruhallah. (2018). Formulation of winter sport tourism development strategy in Chaharmahal Bakhtiari province. *Sport Management Studies*, 10 (49), 115-138 (in Persian).
- Ali Abadi, Samira, Hesami, Shima. (2014). Feasibility Study of Ecotourism and Sport Tourism Functional Linkage in Iran (Case Study: Kurdistan Province). *Applied Research in Sport Management*, 3 (11), 43-50 (in Persian).
- Annual Report of Tourism and Tourism Organization, Country Management and Planning Organization (1997-1998), (in Persian).
- Biddiscombe, R. (2004). *The Business of Sport Tourism*. SportBusiness Group.
- Delaware, Ali (2010), *Qualitative Methodology, Strategy*, Volume 19, Number 54, 329-307 (in Persian).
- Esfahani, Nooshin., Goodarzi, Mahmood., Asadi, Hassan., Sajjadi Nasrallah, and Smith, Stephen (2009). Analysis of Factors Affecting the Development of Sport Tourism in Iran, *Journal of Sport Management*, Volume 1, Number 1, 159-155, (in Persian).
- Farahani, Abolfazl, Esfahani, Noushin, Zarei, Mohsen, Khalegi Arani, Hossein Khalegi Arani. (2014). The role of intentions in the development of the sports tourism industry over a five-year period in Abu Dhabi. *Journal of Sport Management*, 6 (2), 215-230 (in Persian).
- Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32(6), 1364–1370.
- Heetae Cho, Dongoh Joo, Christina G. Chi, (2019), Examining nostalgia in sport tourism: The case of US college football fans, *Tourism Management Perspectives*, Volume 29, Pages 97-104, ISSN 2211-9736.
- Highlights, T. (2007). *Facts and Figures*, 2007 Edition.
- Hosseini, Seyed Sirvan, Kashaf, Seyed Mohammad Kashaf, Seyed Ameri, Mir Hassan (2013). Locating sports sites using Geographic Information System (GIS); Case Study of Saqez City, *Journal of Scientific Research Applied Research in Sport Management*, 2 (5), 25-34 (in Persian).
- Hosseinpour, Hamed, Fahim Devin, Hassan, Adial Baf Moghaddam, Reyhaneh (2014). Investigating the Barriers of Sport Tourist Boat Tourists to Natural Sports and Tourism Attractions in Esfarayen, *Sport Management Studies*, 6 (23), 67-78 (in Persian).
- Jaberi, Akbar, Khazaei Poul, Javad, Asadi, Hassan (2018). Impact of perceived quality of sport tourism destinations on satisfaction and willingness to visit again, *Journal of Sport Management*, 10 (1), 17-32 (in Persian).
- Jamali, Behruz. Mohammadkazemi, Reza. Yadollahi farsi, Jahangir. Mobini, Ali (2018). "Theories of opportunity creation and effective entrepreneurial actions in opportunity creation context". *Journal of Decision Science Letters*. Vol. 7, No 1. pp: 443 -454.
- Jianwei Qian, Rob Law, Xinjian Li, (2019), Education research in tourism: A longitudinal study of 77 articles between 2008 and 2017, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, Volume 24, Pages 120-129, ISSN 1473-8376,
- Lorgnier, N., & Su, C. (2016). Considering coopetition strategies in sport tourism networks : a look at the nonprofit nautical sports clubs on the northern coast of France M10, 4742(February).
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: SCALE development and validation. *Tourism Management*, 48(2015), 21–32.
- Lundberg, Donald E. *The hotel and restaurant business*. No. Ed. 5. Van Nostrand Reinhold, 1989.
- Mahmoudi, Ahmad, Honari, Habib, Younesi, Jalil, Habibi Rad, Atefeh. (2018). Modeling Structural Equations The Impact of Constraints on Sport Tourist Satisfaction: The Mediating Role of Sport Tourist Motivations. *Journal of Sport Management*, 10 (2), 294-273 (in Persian).
- Mamiz, Ayatollah, Roshandel Arbatani, Taher, Abbasi Mehdi (2011), Identifying Entrepreneurial Opportunities in the Field of Tourism (Case Study: Jolfa), Master's Degree in

- Entrepreneurship, University of Tehran (in Persian).
- Mandali Zadeh, Zainab, Honary, Habib. (1390). Investigating the Factors Affecting Entrepreneurship in Sport as an Interdisciplinary Area. *Journal of Interdisciplinary Studies in Humanities*, 2 (2). 113-136 (in Persian).
  - Mohammadkazemi, Reza. (2015). Sports Marketing and Social Media; Handbook of Research on Integrating Social Media into Strategic Marketing, Publisher: IGI Global; PP 340-370 (2015).
  - Mohammadkazemi, Reza. Rasekh, N. Esmaili, F. (2017). "Assessment of Entrepreneurial Attitude among Managers of Women's Sports Clubs in Tehran". *Journal of Sport Management Studies*. Vol 9 .No 41. P.P 112-127.
  - MohammadKazemi, Reza, Jahangir Yadollahi Farsi, and fahimeh javadi. "RECOGNIZING BUSINESS OPPORTUNITIES IN SPORTS TOURISM IN IRAN (TEHRAN PROVINCE)." *Faculty of Business Economics and Entrepreneurship-International review* 0, no. 3-4 (2012): 49.
  - Morrison, J. L. (1984). *Futures Research and the Strategic Planning Process: Implications for Higher Education*. ASHE-ERIC Higher Education Research Report No. 9, 1984. Association for the Study of Higher Education, One Dupont Circle, Suite 630, Department PR-9, Washington, DC 20036.
  - Mousavi Gilani, Seyed Reza, Asadi, Hassan, Sajjadi, Seyed Nasrollah. (2011). Segmentation of Iranian Tourism Market for Foreign Tourists and Presentation of Target Market Model, *Journal of Sport Management*, No. 12, Spring 2013, 37-37 (in Persian).
  - Moss, S., Prosser, H., Costello, H., Simpson, N., Patel, P., Rowe, S., & Hatton, C. (1998). Reliability and validity of the PAS-ADD Checklist for detecting psychiatric disorders in adults with intellectual disability. *Journal of Intellectual Disability Research*, 42(2), 173-183.
  - Ranjbar, Hadi; Haghdoost, Ali Akbar; Salsali, Mahvash; Khoshdel, Alireza; Mohammad Ali, Soleimani; Bahrami, Nasim (2012). Sampling in Qualitative Research: A Guide to Getting Started, *Journal of Army Medical Sciences University of Medical Sciences*, Year 10, No. 3, pages 238 to 250 (in Persian).
  - Sarmad, Zohreh, Bazargan, Abbas, Hejazi, Elaheh (2008), *Research Methodology in Behavioral Sciences*, Tehran, Agha Publishing (in Persian).
  - Singh, S., Dash, T. R., & Vashko, I. (2016). Tourism, ecotourism and sport tourism: the framework for certification. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(2), 236-255.
  - Solberg, H. A., & Preuss, H. (2007). Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of sport Management*, 21(2), 213.
  - Trends, Tourism Market. (2006). *World Overview & Tourism Topics*, 2006. Edition, ISBN-13, 978-992.
  - Ulwick, A. W. (2000). *U.S. Patent No. 6,115,691*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
  - Ulwick, A. W. (2005). *What customers want: using outcome-driven innovation to create breakthrough products and services* (Vol. 71408673). New York: McGraw-Hill.
  - Youell, R. (1998). *Tourism: an introduction*. Addison Wesley Longman Ltd.