

## Factors Influencing the Development of Entrepreneurial Opportunities in Tourism: A Study of Equestrian Centers

Elahe Gheynaghi<sup>1</sup>, Zynalabedin Fallah<sup>2\*</sup>, Taher Bahlake<sup>3</sup>, Asra Askari<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

<sup>2</sup> Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran,  
Email: zy.fallah@gmail.com

<sup>3</sup> Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

<sup>4</sup> Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

### Article Info

**Article type:**  
Research Full Paper

### Article history:

Received: 25.09.2024

Revised: 08.10.2024

Accepted: 12 .08.2024

### Keywords:

Sports Tourism  
Horse Breeding  
Equestrianism  
Employment Generation

### ABSTRACT

Today, the tourism industry plays a critical role in the economies of countries by diversifying income sources. The economic potential and employment generation of sports tourism, particularly in the context of equestrian centers and horse racing, creates an inclination towards fostering entrepreneurship in Iran. This study aims to investigate the factors affecting the development of entrepreneurial opportunities within equestrian and horse racing complexes in the country. The research is descriptive-survey in nature and employs a mixed-methods approach. The statistical population comprises managers, trainers, and jockeys, from which 260 individuals were selected as a sample through stratified random sampling. A questionnaire served as the primary measurement tool, with its content validity confirmed by expert opinions. Additionally, the values obtained from the Average Variance Extracted (AVE) and Composite Reliability (CR) indicate appropriate convergent validity and reliability of the questionnaire. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) and Partial Least Squares (PLS) through Smart PLS3 software. The results revealed that the macro environment has a significant positive impact on the development of entrepreneurial opportunities in equestrian centers and horse racing. Moreover, the path coefficients and corresponding t-values indicate a positive and significant effect of the micro environment on the development of entrepreneurial opportunities in equestrian complexes in the target provinces. The formulation of a comprehensive equestrian tourism plan, focusing on the entry of the private sector with inter-agency coordination, plays a crucial role in the development of entrepreneurial opportunities within equestrian centers.

**Cite this article:** Gheynaghi, E., Fallah, Z., Bahlake, T., Askari, A. 2024. Factors Influencing the Development of Entrepreneurial Opportunities in Tourism: A Study of Equestrian Centers. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 11 (4), 105-124.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/jead.2024.22820.1855

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

## عوامل مؤثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی گردشگری: مطالعه‌ای در مجموعه‌های سوارکاری

الهه غیناقتی<sup>۱</sup>، زین‌العابدین فلاح<sup>۲\*</sup>، طاهر بهلکه<sup>۳</sup>، اسرا عسگری<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup> گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

<sup>۲</sup> گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران، رایانامه: zy.fallah@gmail.com

<sup>۳</sup> گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

<sup>۴</sup> گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
<b>نوع مقاله:</b> مقاله کامل علمی - پژوهشی	امروزه صنعت گردشگری نقش تعیین‌کننده‌ای در اقتصاد کشورها از طریق تنوع‌بخشی به منابع درآمدی دارد. پتانسیل‌های اقتصادی و اشتغال‌زایی گردشگری ورزشی در قالب مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی، گرایش به زمینه‌سازی کارآفرینی در ایران را فراهم می‌کند. در همین راستا تحقیق حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی گردشگری مجتمع‌های سوارکاری و اسب‌دوانی کشور پرداخته است. تحقیق حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی بوده که با بهره‌گیری از رویکرد آمیخته انجام شد. جامعه آماری آن را مدیران، مربیان و چابکسواران تشکیل دادند که ۲۶۰ نفر از آنها به عنوان حجم نمونه انتخاب و به صورت تصادفی طبقه‌بندی نمونه‌گیری از آنها صورت گرفت. پرسشنامه ابزار اصلی سنجش تحقیق بود که روایی محتوایی آن با استفاده از نظرات متخصصان مورد تأیید قرار گرفت. ضمن این که مقادیر به دست آمده از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و پایایی ترکیبی (CR) نشان از روایی همگرا و پایایی مناسب پرسشنامه بود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و با رویکرد حداقل مربعات جزئی از طریق نرم‌افزار Smart PLS3 استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان داد که محیط کلان بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی اثر مثبت و معنی‌داری دارد. از طرفی مقادیر حاصل از ضریب مسیر و مقدار t به دست آمده حاکی از تأثیر مثبت و معنادار محیط خرد بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی در استان‌های هدف می‌باشد. تدوین طرح جامع گردشگری سوارکاری با تمرکز بر ورود بخش خصوصی با هماهنگی بین دستگاهی نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری دارد.
<b>واژه‌های کلیدی:</b> گردشگری ورزشی پرورش اسب سوارکاری اشتغال‌زایی	تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۰۴ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۸

**استناد:** غیناقتی، الهه؛ فلاح، زین‌العابدین؛ بهلکه، طاهر؛ عسگری، اسرا. (۱۴۰۳). عوامل مؤثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی گردشگری: مطالعه‌ای در مجموعه‌های سوارکاری. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱۱ (۴)، ۱۰۵-۱۲۴.



## مقدمه

صنعت گردشگری یکی از پدیده‌ها و منابع مهم اقتصادی و عاملی در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع انسانی محسوب می‌شود (Chowdhury et al., 2019). امروزه صنعت گردشگری به عنوان یک منبع درآمدی و اشتغال‌زا، نقش کلیدی را در حیات و پویایی کشورهای بازی می‌کند (حیدری و همکاران، ۱۴۰۰). این صنعت به اندازه‌ای در توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را اقتصاد نامرئی می‌نامند (Ramzaninejad et al., 2020). بر این اساس ۱۰/۴ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۱۰ درصد از اشتغال جهانی را تشکیل می‌دهد (Menegaki, 2020). طبق گزارشات شورای گردش و گردشگری جهانی، انتظار بر این است در سال ۲۰۲۷ صنعت گردشگری بیش از ۳۸۰ میلیون شغل را به صورت جهانی به وجود آورد (Travel, 2017).

گردشگری ورزشی به عنوان یک صنعت فرابخشی در گردشگری (Darbellay and Stock, 2012)، سومین صنعت رایج در جهان با دو هدف اشتغال‌زایی و درآمدزایی یکی از منابع بسیار مهم هر جامعه در راستای رسیدن به اهداف توسعه پایدار کشورها می‌باشد (صدائتی و همکاران، ۱۳۹۰). به طوری که در سال‌های اخیر نه تنها در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی، بلکه در سطح فراملی و بین‌المللی نیز مورد توجه قرار گرفته است (Wickramaratne and Kumari, 2016). گسترش مجموعه‌ای از فعالیت‌های متناسب با شرایط منطقه که حضور پیوسته گردشگران را تضمین کند، عنصر کلیدی برای توسعه گردشگری ورزشی و تأثیر اقتصاد پایدار ناشی از آن است (سوادی، ۱۳۹۶). بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران ورزشی در کشورهای توسعه‌یافته در جهت شکوفایی گردشگری ورزشی به دنبال توسعه زیرساخت‌های آن با هدف

بهینه نمودن خدمات گردشگری ورزشی در راستای افزایش ارزش افزوده این فعالیت هستند (چقاجردی و مختاری ملک‌آباد، ۱۳۹۷). در واقع ایجاد اشتغال و تنوع فعالیت‌های اقتصادی، کاهش نرخ بیکاری در جوامع کم درآمد و ارتقای سطح زندگی آن‌ها، بهبود زیرساخت‌ها و امکانات موجود از مهم‌ترین تأثیرات مثبت اقتصادی توسعه گردشگری به ویژه در بخش ورزشی به شمار می‌روند (Rangkuti et al., 2024). عرب‌شاهی کریزی و تقدیسی، (۱۳۹۷). به بیان دیگر تأثیرات اقتصادی رویدادهای ورزشی می‌توانند مستقیم یا غیرمستقیم درآمدزا بوده و اشتغال‌زایی نماید و منجر به ایجاد زیرساخت‌ها در جهت جذب گردشگران گردد (Wickramaratne and Kumari, 2016). به طوری که تأثیرات اقتصادی و مالی صنعت اسب و مجموعه‌های سوارکاری در جذب گردشگری ملی و بین‌المللی از این قاعده مستثنی نبوده و نقش تعیین‌کننده‌ای در کارآفرینی ورزشی دارد (Pérez et al., 2018).

اسب به عنوان نماد فرهنگ و هویت هر منطقه (Hammer et al., 2017)، ارائه‌دهنده خدمات فرهنگی و تفریحی برای انسان در قالب ورزش اسب‌دوانی و مجموعه‌های سوارکاری است (Törn et al., 2009). بسیاری از افراد، اسب‌دوانی را به عنوان یک تفریح ورزشی می‌دانند (Koski et al., 2004). صنعت اسب یکی از صنایع پُررونق اقتصادی است. این صنعت در رشته‌های مختلف با اسب مانند کورس، چوگان، درساژ و...، گردشگران زیادی را در کشورهای اروپایی به ویژه مجارستان جذب نموده است (Gibson, 2003). ایجاد اشتغال در این صنعت به وسیله پرورش و نگهداری اسب و همچنین جذب تماشاگران و گردشگران با توجه به برگزاری رویدادهای مختلف در این زمینه، موجب دستیابی به منافع پولی و تأمین معیشت اقتصادی بخشی از مردم می‌گردد (قره‌باش،

۱۳۹۰). به طوری که ارزش صنعت اسب در کشور آمریکا در سال ۲۰۱۶ بالغ بر ۴۰ میلیارد دلار بوده است (قرلسفلو و همکاران، ۱۴۰۱). این در حالی است که در کشور آلمان با بیش از یک میلیون اسب، تقریباً ۳۰۰ هزار شغل در زمینه‌های مختلف صنعت اسب مانند ورزش، پرورش یا دامداری ایجاد کرده است (Sidali et al., 2013).

پتانسیل‌های اقتصادی و اشتغال‌زایی گردشگری ورزشی در قالب مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی، گرایش به کارآفرینی را در ایران فراهم نموده است (حیدری و همکاران، ۱۴۰۰). این صنعت با توجه به پتانسیل‌های طبیعی و جاذبه‌های سیاحتی و فرهنگی و داشتن آب و هوای متنوع و چهار فصل، صنعتی نوظهور به شمار می‌رود و بهره‌برداری کمتری از این منابع و پتانسیل‌ها در جهت کارآفرینی، اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی در کشور شده است (Darabi et al., 2020). مسابقات اسب‌دوانی در مجموعه‌های سوارکاری یکی از جاذبه‌های قدرتمندی است که در استان‌های تهران، گلستان، یزد، خوزستان و خراسان شمالی به طور منظم برگزار می‌شود که می‌تواند هر ساله انبوهی از گردشگران داخلی و خارجی را به شوق تماشای مسابقات، شرط‌بندی روی اسب‌ها، عکاسی و تجربه سوارکاری به همراه داشته باشد (قرلسفلو و همکاران، ۱۳۹۴؛ زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۰). بنابراین برگزاری مسابقات اسب‌دوانی صرفاً جنبه تفریحی و زیبایی‌شناختی ندارد، بلکه باعث تشویق آن‌ها به درآمدزایی می‌شود (Roult et al., 2017). با این حال، بسیاری از کارآفرینان در این حوزه با محدودیت‌های کارآفرینی مواجه شده‌اند (Hjalager and Johansen, 2013). با وجود حضور گردشگران متعدد در صنعت اسب و سوارکاری و نقش آن در بالا بردن سطح معیشتی، ضعف زیرساخت‌های مناسب در ایران، عدم بهره‌گیری از

پتانسیل‌های داخلی و خارجی در توسعه آن، مشکلات زیادی را به وجود آورده است که شناسایی هر یک از آن‌ها می‌تواند به برنامه‌ریزی استراتژیک و آینده‌نگری صنعت اسب و مجموعه‌های سوارکاری (حسینی‌پوراردکانی و همکاران، ۱۳۹۱) و بهره‌برداری بهینه از فرصت‌ها و قوت‌ها کمک زیادی نماید. از این‌رو بررسی نیازهای انسانی، تأمین و ارتقای کیفی فضاهای مورد نیاز برای فعالیت‌های مختلف گردشگری مجتمع‌های سوارکاری و توسعه آن، مسئله‌ای مهم برای طراحان و برنامه‌ریزان اقتصاد کلان در کشور است. اما متأسفانه به دلیل فقدان شناخت کافی، عدم مدیریت و نبود راهبردهای مدون و مشخص، تاکنون از نقش گردشگری ورزشی به ویژه مجموعه‌های سوارکاری و مسابقات اسب‌دوانی استان‌های هدف در ایجاد زمینه‌های کارآفرینی غفلت شده و فرصت‌های بسیاری در این صنعت در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از دست رفته است.

با توجه به اهمیت روابط بین نقش توسعه گردشگری ورزشی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود مجموعه‌های سوارکاری و برگزاری مسابقات اسب‌دوانی در راستای ایجاد فرصت‌های شغلی و تنوع‌بخشی بر منابع درآمدزا، تحقیق حاضر با هدف عوامل مؤثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی گردشگری ورزشی در مجتمع‌های سوارکاری در استان‌های تهران، گلستان، یزد، خوزستان و خراسان شمالی انجام شده است. بنابراین توجه به جذب گردشگران داخلی و خارجی بر توسعه ورزش اسب‌دوانی و مجموعه‌های سوارکاری و اشتغال‌زایی حاصل از آن برای مردم این مناطق، حفظ و توسعه این ورزش سنتی جهت توانمندسازی معیشتی جوامع منطقه از ضروریات می‌باشد.

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

امروزه گردشگری به یک استراتژی ملی در کشورهای مختلف تبدیل شده است و با استفاده از فرصت‌های جاذبه طبیعی، ساخت مکان‌های مصنوعی زیبا و میزبانی از رویدادهای ورزشی مهم، سعی در جلب توجه بازدیدکنندگان و جذب گردشگران دارد (Zhao, 2020). با رشد قابل توجه گردشگری در ۵۰ سال گذشته، گردشگری ورزشی یکی از مهم‌ترین پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی در قرن ۲۱ بوده است. گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی جهان به عنوان یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی مطرح می‌باشند که تلفیق آن با ورزش، یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت گردشگری ورزشی به وجود آمده است (فلاحی، ۱۳۹۲).

گردشگری ورزشی یکی از شاخه‌های مهم گردشگری است (شهواریان و هاشمی‌قینانی، ۱۳۹۹). رویدادهای ورزشی بخش مهمی از محصولات گردشگری هستند که برای بهینه‌سازی تأثیر اقتصادی و بهبود تصویر مقاصد میزبان و کاهش مؤثر فقر در برخی از جوامع محلی (Lee and Jan, 2019) از طریق ایجاد مشاغل جدید (Manzoor et al., 2019) استفاده می‌شوند. به بیان دیگر، گردشگری ورزشی ضمن بهبود در زیرساخت‌ها، باعث اعتبار بین‌المللی شده و همچنین حضور گردشگران و فرصت‌های شغلی را برای مردم محلی افزایش خواهد داد (Daniels, 2007). از این رو در مقوله گردشگری ورزشی، دستیابی به توسعه و گسترش، بهره‌مندی از منافع مختلف و رسیدن به وضیت مطلوب در عرصه جهانی بدون مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح و مناسب امکان‌پذیر نبوده (بلالی و همکاران، ۱۳۹۱) و مدیریت برنامه‌ریزی و راهبردی و ادراک نگرش و احساس سیاست‌گذاران در پیشبرد و توسعه گردشگری ورزشی و توسعه

خط‌مشی‌های گردشگری اهمیت دارد (Weed, 2006).

یکی از مهم‌ترین رویدادهای ورزشی در جهان که گردشگران زیادی را به خود جذب می‌کند، مسابقات مختلف اسب‌دوانی و مجموعه‌های سوارکاری است که به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از مدل‌های توسعه گردشگری پایدار (Kline et al., 2015)، از استراتژی‌های گردشگری داخلی و خارجی در نظر گرفته می‌شود (Mijatov et al., 2018). ورزش سوارکاری و توسعه آن به شکل حرفه‌ای در منطقه خلیج فارس به‌خصوص در میان کشورهای همسایه، تقریباً به یک دهه اخیر باز می‌گردد. در این میان دُبی با ارتقاء سطح این ورزش به استانداردهای جهانی تبدیل به یکی از قطب‌های اصلی اسب‌سواری در جهان شده است (کارکن و همکاران، ۱۳۹۲). در واقع اسب‌ها می‌توانند بخش جدایی‌ناپذیر گردشگری شهری و روستایی باشند (Danby and Grajfoner, 2017; Buchmann, 2022). جذب گردشگر از طریق مسابقات اسب‌دوانی و مجموعه‌های سوارکاری با توجه به پتانسیل‌های موجود در کشور، نیازمند زیرساخت‌های و اقدامات مدیریتی و سیاست‌گذاری است (Mehrinejad Khotbesara, 2023). به طوری که ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب و تنوع‌بخشی آن از طریق توسعه این سیستم، از استراتژی‌های اساسی گردشگری اقتصادی در مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی است (Buchmann, 2017). به بیان دیگر، گردشگری اسب‌دوانی فرصت مهمی برای صلاحیت و تمایز گردشگری ملی و همچنین تحریک اقتصاد کشورها است (Magalhaes et al., 2015).

با وجود پتانسیل‌های موجود کشور ایران در زمینه مسابقات اسب‌دوانی و مجموعه‌های سوارکاری، موانع مختلفی باعث شده است تا این صنعت به موفقیت چندانی در جذب گردشگر و ایجاد منابع درآمدی و

رضایت گردشگران از خدمات، تسهیلات پیش‌بینی شده، طول و تنوع مسیر گردشگری، نوع تبلیغات و نوع فعالیت‌ها و خدمات قابل ارائه، نقش تعیین‌کننده‌ای در بهبود وضعیت کسب‌وکارهای گردشگری سوارکاری داشته است.

طبق نتایج معادلات ساختاری غفاری و همکاران (۱۴۰۲)، عوامل رانشی شامل فرار از آلودگی و ترافیک، رهایی و گریز از فشارهای زندگی و روانی و کسب آرامش و کاهش استرس، آشنایی با افراد جدید، لذت بردن از جاذبه‌های گوناگون و کسب اطلاعات، تجربه زندگی جدید، اشتراک گذاشتن تجربیات، به دست آوردن شور، نشاط و هیجان، تمرین ورزش، طرفداری یا شرکت در مسابقه، جفت‌یابی اسب، جایگاه مذهبی، افزایش آگاهی از دستورالعمل‌ها و آشنایی با ورزش و همچنین عوامل کششی شامل امنیت مقاصد، پتانسیل‌ها و امکانات موجود در مقصد، آب‌وهوای مناسب، مطلوبیت زیاد خدمات ارائه‌شده، خدمات بهداشتی، مهمان‌نوازی، رویدادهای اسب، زیرساخت‌ها و امکانات سوارکاری، حمایت قانونی از اسب‌سواری، جاذبه‌های گردشگری با اسب، مسابقات سطح بالا اسب‌دوانی، خدمات درمانی ویژه اسب، برگزاری تورهای آموزش حوزه اسب، تجهیزات و خدمات مالی ورزش سوارکاری و معماری مجموعه سوارکاری تأثیر مثبت و معناداری بر گردشگری اسب‌سواری در شهرستان گنبدکاووس در استان گلستان دارد.

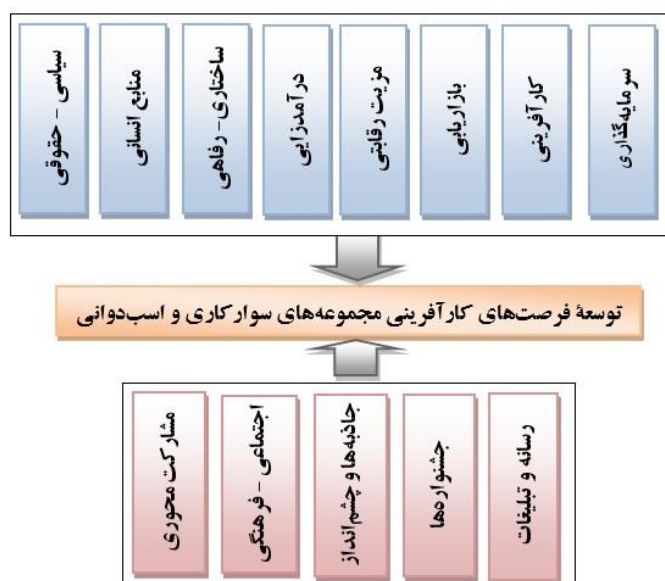
نتایج تحقیقات یانپی و همکاران (۱۳۹۹) که به بررسی اثرات مسابقات اسب‌سواری بر توسعه گردشگری در استان گلستان پرداختند نشان داد که میلنگین رتبه‌ای برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری ورزش اسب‌دوانی، امکانات تفریحی و ورزشی برای حفظ گردشگران، ایجاد فرصت‌های شغلی مختلف، حفظ سنت‌های سنتی و ملی، همکاری

افزایش اشتغال‌زایی دست‌نیابد. به طوری که شناسایی چالش‌های موجود از طریق بررسی نتایج تحقیقات داخلی و خارجی و تحلیل آن‌ها، می‌تواند در توسعه کارآفرینی گردشگری ورزشی به ویژه مجموعه‌های سوارکاری تأثیرگذار باشند. یافته‌های تحقیق Mehrinejad Khotbesara (2023) در ایران نشان داد، برگزاری مسابقات و نمایش سوارکاری از طریق فضای مجازی، افزایش شرط‌بندی در مسابقات سوارکاری، بهبود در ارائه خدمات رفاهی برای گردشگران داخلی در مجموعه سوارکاری، تعامل مجموعه سوارکاری با آژانس‌های مسافرتی در راستای جذب توریست خارجی، تأثیر مثبتی بر توسعه کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی در این حوزه دارد.

نتایج تحقیق Fernández Gallardo and Pavić (2024) در کشور اسپانیا و Hernandez Rojas et al. (2019) در کشور اسلوانی نشان داد که انگیزه‌های گردشگری سوارکاری با کیفیت خدمات مهمان‌نوازی ارتباط مثبت دارد. علاوه بر این، کیفیت خدمات در گردشگری سوارکاری به طور مثبت با رضایت گردشگران سوارکاری مرتبط بوده است. همچنین نتایج نشان داد رضایت گردشگران سوارکار رابطه مثبتی با نیت رفتاری آن‌ها داشته است. از طرفی، کیفیت خدمات اقامتی نقش مهمی در میزان انگیزه گردشگری سوارکاری و رضایت گردشگران از آن داشته است. یافته‌های حاصل از تحقیق Kline et al. (2015) در بررسی ادراک و نگرش سوارکاران به توسعه گردشگری سوارکاری در ایالت ورجینیای آمریکا نشان داد بازاریابی، آموزش، حمایت مسئولین دولتی در بهبود زیرساخت‌ها، از زمینه‌های اصلی در توسعه گردشگری سوارکاری است. Sigurðardóttir (2015) and Helgadóttir (2015) که به بررسی کیفیت و رضایت مشتری در گردشگری سوارکاری در کشور ایسلند پرداختند، به این نتیجه رسیدند که میزان

با توجه به اهمیت گردشگری ورزشی در اقتصاد کشورها، علی‌رغم تحقیقات زیادی که در این زمینه انجام شده است، پژوهش‌های مرتبط با فرصت‌های درآمدزایی و کارآفرینی ویژه مجموعه‌های سوارکاری و اسبدوانی در سطح محدودی صورت پذیرفته است که بررسی نتایج هر یک از آن‌ها نشان‌دهنده تأثیرگذاری عوامل مختلف بر توسعه کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری با رویکرد تنوع‌بخشی به منابع درآمدی جوامع بومی و اشتغال‌زایی آن‌ها است. در سال‌های اخیر با توجه به اهمیت ورزش در صنعت گردشگری جهان و نقش آن در توسعه اقتصادی کلان، و همچنین جایگاه رویدادهای ورزشی سوارکاری و اسبدوانی در توسعه گردشگری، جذب گردشگر و افزایش اشتغال و درآمد مردم مناطق، ضرورت انجام تحقیق حاضر را در شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه فرصت‌های کارآفرینی در مجموعه‌های سوارکاری و اسبدوانی به ویژه در استان‌های پیشرو از جمله تهران، گلستان، خراسان شمالی، خوزستان و یزد، دوچندان نموده است (شکل ۱).

بین ذینفعان گردشگری داخلی و خارجی گردشگری و حفاظت از منابع طبیعی، در جذب گردشگر و توسعه اسبدوانی تأثیر به‌سزایی دارد. لذا برنامه‌ریزی گردشگری در این حوزه می‌تواند به تنوع اقتصادی و رونق فعالیت‌های اقتصادی سازمان‌یافته منجر شود. در همین راستا فزلسفلو و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان بررسی چالش‌های جذب گردشگر ورزشی در جشنواره بازی‌های بومی و سنتی استان گلستان به ویژه مسابقات اسبدوانی، به این نتیجه رسیدند که مکان مسابقه، فاصله و زمان برگزاری مسابقات، مهم‌ترین فاکتورهای حضور گردشگر ورزشی فعال و فاصله، نوع وسیله نقلیه، هزینه و جاذبه‌های شهری از مهم‌ترین فاکتورهای حضور توریسم ورزشی غیرفعال در مسابقات اسبدوانی بود. توجه به انتخاب مناسب مکان رویدادهای ورزشی به لحاظ ارائه و وجود تسهیلات خدماتی و برگزاری فستیوال‌های بومی ورزشی در زمان فراغت ورزشکاران و گردشگران ورزشی از جزو راهکارهای اصلی جذب گردشگر ورزشی در مجموعه‌های سوارکاری پیشنهاد شده است.



شکل ۱- الگوی نظری تحقیق بر اساس توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسبدوانی

## مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر توصیفی از نوع پیمایشی است که با بهره‌گیری از رویکرد آمیخته انجام شد. جمعیت آماری مورد مطالعه را مدیران و معاونین اداره کل ورزش و جوانان، روسا و نایب روسای هیأت‌های سوارکاری، معاونین فرهنگی - ورزشی شهرداری‌ها، مربیان و

چابکسواران، ارکان برگزاری مسابقات اسبدوانی، مدیران و کارکنان گردشگری پنج استان تهران، خراسان شمالی، گلستان، یزد و خوزستان تشکیل دادند که ۲۶۰ نفر از آن‌ها به عنوان تعداد نمونه به شیوه تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند (جدول ۱).

جدول ۱- توزیع تعداد نمونه بر اساس گروه‌های آماری تحقیق

گروه آماری	تعداد نمونه	درصد از کل نمونه
مدیران و معاونین اداره کل ورزش و جوانان	۱۰	۳/۸
روسا و نایب روسای هیأت‌های سوارکاری	۱۰	۳/۸
معاونین فرهنگی - ورزشی شهرداری‌ها	۵	۱/۹
مربیان و چابکسواران	۵۰	۱۹/۲۳
ارکان برگزاری کورس اسبدوانی استان‌های هدف	۱۰۰	۳۸/۴۶
مدیران و کارکنان گردشگری (دفاتر خدمات مسافرتی)	۸۵	۳۲/۶۹
جمع	۲۶۰	۱۰۰

پرسشنامه ساختارمند و محقق‌ساخت به عنوان ابزار اصلی سنجش و ارزیابی در تحقیق حاضر بود. ابتدا با استفاده از رویکرد کیفی نسبت به شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسبدوانی پرداخته شد. به طوری که ضمن بررسی نتایج مطالعات و تحقیقات داخلی و خارجی مرتبط، ۱۹ مصاحبه با خبرگان تخصصی سوارکاری و اسبدوانی در قالب نظریه داده بنیاد انجام شد. برای انتخاب خبرگان جهت انجام مصاحبه از تکنیک گلوله برفی استفاده شد. متوسط زمان مصاحبه‌های صورت گرفته حدود ۴۵ دقیقه بود که کمترین و بیشترین زمان در مصاحبه‌ها ۴۰ و ۷۲ دقیقه بود. پس از جمع‌بندی مصاحبه‌های صورت گرفته، شاخص‌ها جهت تدوین ابزار سنجش تحقیق نهایی گردید.

بخش اول مربوط به ویژگی‌های فردی و شغلی پاسخگویان است که با استفاده از چهار گویه جنسیت،

سن، تحصیلات و سابقه کار در امورمربوط به سوارکاری و اسبدوانی مورد بررسی قرار گرفت. بخش دوم مربوط به عوامل مؤثر بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی است که در قالب ۱۳ بعد مورد بررسی قرار گرفت. در این راستا از پاسخگویان خواسته شد تا میزان تأثیرگذاری هر یک از گویه‌ها را در توسعه کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسبدوانی در استان‌های هدف بیان کنند. به طوری که سنجش بعد ساختاری - رفاهی با ۱۸ گویه، درآمدزایی با ۱۱ گویه، بازاریابی با ۶ گویه، مزیت رقابتی با ۶ گویه، رونق کارآفرینی و اشتغال با ۲۴ گویه، سرمایه‌گذاری با ۹ گویه، حقوقی - سیاسی با ۱۰ گویه، مشارکت‌محوری با ۸ گویه، منابع انسانی با ۴ گویه، اجتماعی - فرهنگی با ۱۸ گویه، رسانه و تبلیغات با ۷ گویه، جاذبه‌ها و چشم‌انداز با ۴ گویه و جشنواره‌ها با ۷ گویه، انجام گرفت. هر یک از گویه‌ها از طریق طیف پنج گزینه‌ای لیکرت شامل خیلی کم (با ارزش عددی ۱)، کم (با



مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین میزان پایایی ابزار سنجش دو معیار ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR)<sup>۲</sup> محاسبه شد که مقدار بیشتر از ۰/۷ برای آن‌ها قابل قبول می‌باشد (جدول ۲).

ارزش عددی (۲)، تا حدودی (با ارزش عددی ۳)، زیاد (با ارزش عددی ۴) و خیلی زیاد (با ارزش عددی ۵) مورد بررسی قرار گرفتند. روایی محتوایی و صوری پرسشنامه از طریق نظرات خبرگان و بر اساس معیار روایی همگرا (AVE)<sup>۱</sup> که حداقل مقدار آن ۰/۵ است،

جدول ۲- مقادیر به دست آمده از محاسبه روایی همگرا، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

متغیر	ابعاد	میانگین واریانس استخراج شده	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
محیط کلان	ساختاری- رفاهی	۰/۷۴۳	۰/۸۸۱	۰/۸۹۲
	درآمدزایی	۰/۷۳۷	۰/۸۷۲	۰/۸۸۹
	بازاریابی	۰/۸۵۱	۰/۸۹۳	۰/۹۲۱
	مزیت رقابتی	۰/۶۹۹	۰/۸۶۴	۰/۸۷۱
	منابع انسانی	۰/۶۸۶	۰/۸۵۶	۰/۸۶۵
	سرمایه‌گذاری	۰/۷۷۸	۰/۸۷۸	۰/۸۹۰
	رونق کارآفرینی و اشتغال	۰/۸۲۹	۰/۸۸۴	۰/۸۹۵
	حقوقی- سیاسی	۰/۷۲۲	۰/۸۶۶	۰/۸۷۲
محیط خرد	جاذبه‌ها و چشم‌انداز	۰/۷۷۹	۰/۸۹۱	۰/۹۱۳
	جشنواره‌ها	۰/۷۵۱	۰/۸۸۷	۰/۸۹۱
	رسانه و تبلیغات	۰/۶۴۳	۰/۸۶۳	۰/۸۷۵
	اجتماعی- فرهنگی	۰/۶۷۱	۰/۸۷۹	۰/۸۸۵
	مشارکت‌محوری	۰/۷۳۳	۰/۸۸۴	۰/۸۸۷

توزیع فراوانی شاخصه‌های فردی و شغلی افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که، ۷۸/۱ درصد از آن‌ها را مردها و ۲۱/۹ درصد را زن‌ها تشکیل داده‌اند. نتایج به دست آمده از پراکندگی سنی پاسخگویان نشان داد ۴۱/۹ درصد با بیشترین درصد فراوانی سن ۴۶ سال و بیشتر از آن داشتند که کمترین و بیشترین سطح سنی در بین آن‌ها ۲۶ و ۶۴ سال بوده است. بر اساس نتایج به دست آمده، ۷۱/۲ درصد از افراد مورد مطالعه دارای سطح تحصیلات دانشگاهی بودند که اغلب آن‌ها تحصیلاتی در حد فوق‌دیپلم- کارشناسی بودند. توزیع فراوانی سابقه کار در امر سوارکاری و اسب‌دوانی حاکی از آن است که ۲۹/۲ درصد از پاسخگویان بیش

محاسبات آهاری در این تحقیق بر اساس نرم‌افزار SPSS<sup>25</sup> در دو بخش توصیفی و استنباطی صورت گرفت. در بخش توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان بر اساس مقادیر فراوانی، درصد فراوانی، مینیمم و ماکزیمم تشریح گردید. در بخش استنباطی نیز به منظور سنجش روابط و تأثیر آن‌ها بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی در مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی، از روش مدل معادلات ساختاری از طریق از نرم‌افزار Smat PLS<sup>3</sup> استفاده گردید.

### نتایج

تحلیل ویژگی‌های فردی و شغلی: همان‌طور که

<sup>2</sup> Composite Reliability

<sup>1</sup> Average Variance Extracted

از ۲۱ سال تجربه کار در این زمینه تخصصی داشتند. (جدول ۳).  
به طوری که کمترین و بیشترین آن ۲ و ۴۵ سال بود

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ویژگی‌های فردی و شغلی

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۲۰۳	۷۸/۱
	زن	۵۷	۲۱/۹
سن (سال)	۳۵-۲۶	۸۶	۳۳/۱
	۴۵-۳۶	۶۵	۲۵
	۴۶≤	۱۰۹	۴۱/۹
تحصیلات	دیپلم-زیردیپلم	۷۵	۲۸/۸
	فوق دیپلم- کارشناسی	۱۴۴	۵۵/۴
	کارشناسی ارشد	۲۵	۹/۶
	دکتری	۱۶	۶/۲
سابقه کار (سال)	≤۵	۴۷	۱۸/۱
	۱۳-۶	۶۵	۲۵
	۲۰-۱۴	۷۲	۲۷/۷
	≥۲۱	۷۶	۲۹/۲

مقادیر  $t$  همه ابعاد بیشتر از  $۱/۹۶$  به دست آمد که نشان‌دهنده برازش مناسب مدل در توسعه فرصت‌های کارآفرینی در مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی در استان‌های هدف است (شکل ۳). به طوری که قوی‌ترین و ضعیف‌ترین روابط در محیط کلان توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری مربوط به مؤلفه‌های ساختاری-رفاهی ( $\beta=۰/۸۷۹$ ،  $\rho=۰/۰۰۰$  و  $t=۳۲/۱۸$ ) و محیط خرد نیز مؤلفه‌های جشنواره‌ها و اجتماعی-فرهنگی به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین ضریب مسیر را در توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی به خود اختصاص دادند (شکل ۲).

ارزیابی مدل معادلات ساختاری تأثیر محیط‌های کلان و خرد بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی: ابتدا برای این که شاخص‌های اندازه‌گیری (متغیرهای مشاهده شده) تا چه اندازه برای سنجش متغیرهای پنهان قابل قبول هستند، بار عاملی محاسبه شده که حداقل مقدار قابل قبول آن  $۰/۵$  می‌باشد. مقادیر به دست آمده از ضرایب بار عاملی در کلیه ابعاد به دلیل بزرگ‌تر بودن از  $۰/۵$ ، نشان از تأیید ضرایب می‌باشد. به منظور ارزیابی بخش ساختاری مدل نیز مقادیر آماره  $t$  نیز مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به نتایج به دست آمده، کلیه مسیر پیش‌بینی شده در مدل مستخرج از نرم‌افزار، نشان‌دهنده اثر مثبت و معنادار بودند (جدول ۴). چرا که

جدول ۴- مقادیر بار عاملی برای متغیرهای آشکار

نتیجه	sig.	مقدار t	بار عاملی	مؤلفه	بعد
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۳۲/۱۸	۰/۸۷۹	ساختاری- رفاهی	محیط کلان
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۳۲/۱۸	۰/۸۶۹	درآمدزایی	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۱۹/۹۱	۰/۸۶۳	بازاریابی	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۲۲/۱۵	۰/۸۵۵	مزیت رقابتی	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۳۱/۶۴	۰/۸۴۹	منابع انسانی	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۲۸/۱۴	۰/۸۷۳	سرمایه‌گذاری	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۲۷/۹۵	۰/۸۵۱	رونق کارآفرینی و اشتغال	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۲۲/۶۸	۰/۸۷۱	حقوقی- سیاسی	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۳۴/۵۰	۰/۸۴۱	جاذبه‌ها و چشم‌انداز	محیط خرد
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۲۷/۱۱	۰/۸۴۳	جشنواره‌ها	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۳۱/۵۱	۰/۸۴۷	رسانه و تبلیغات	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۱۶/۲۲	۰/۸۳۰	اجتماعی- فرهنگی	
در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار	۰/۰۰۰	۱۹/۱۴	۰/۸۳۹	مشارکت‌محوری	

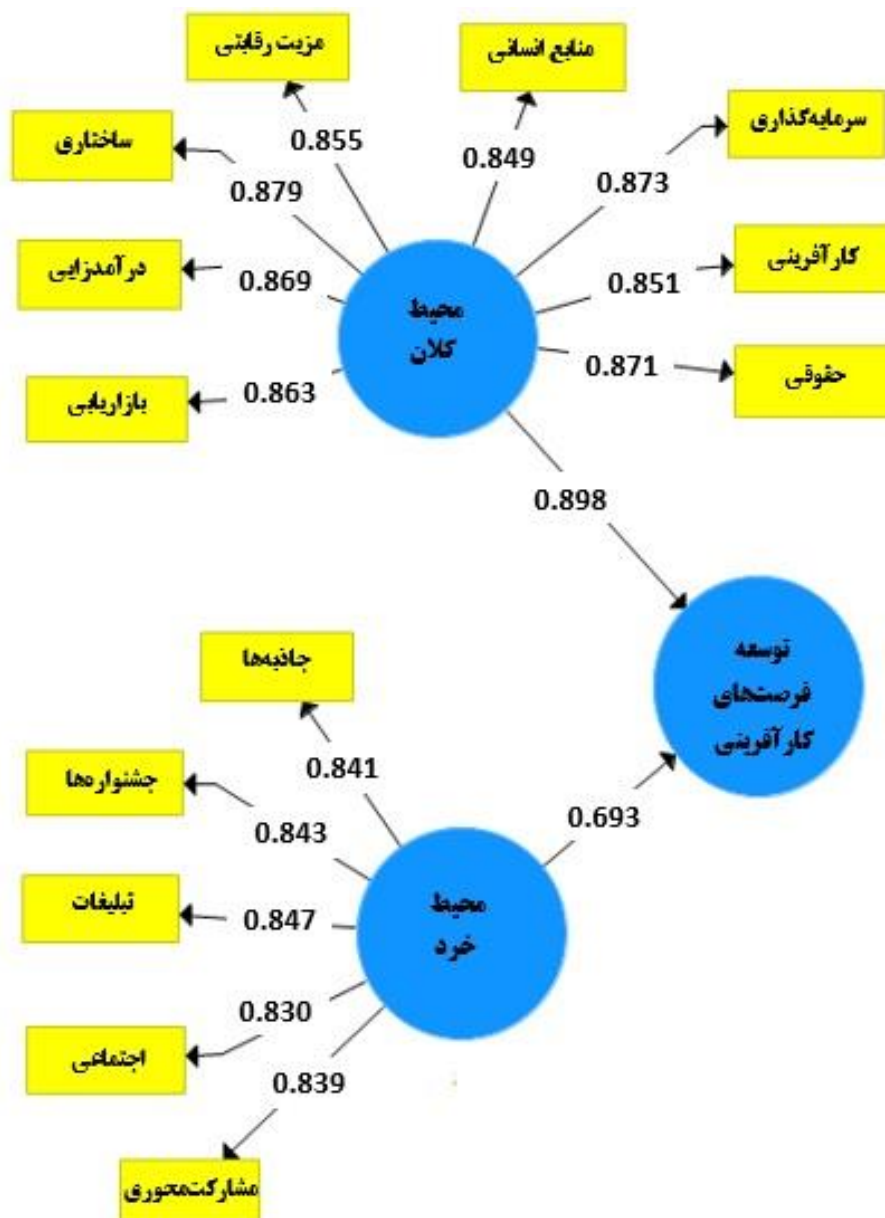
حاکمی از تأثیر مثبت و معنادار محیط خرد بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی در استان‌های هدف می‌باشد. به طوری که میزان اثرگذاری محیط کلان نسبت به ابعاد محیط خرد بر توسعه کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری بیشتر بوده است (جدول ۵).

نتایج به دست آمده نشان داد که محیط کلان بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی اثر مثبت و معنی‌داری دارد. با توجه به مقدار به دست آمده، ابعاد محیط کلان با ضریب مسیر ۰/۸۹۸ بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. از طرفی مقادیر حاصل از ضریب مسیر و مقدار t به دست آمده

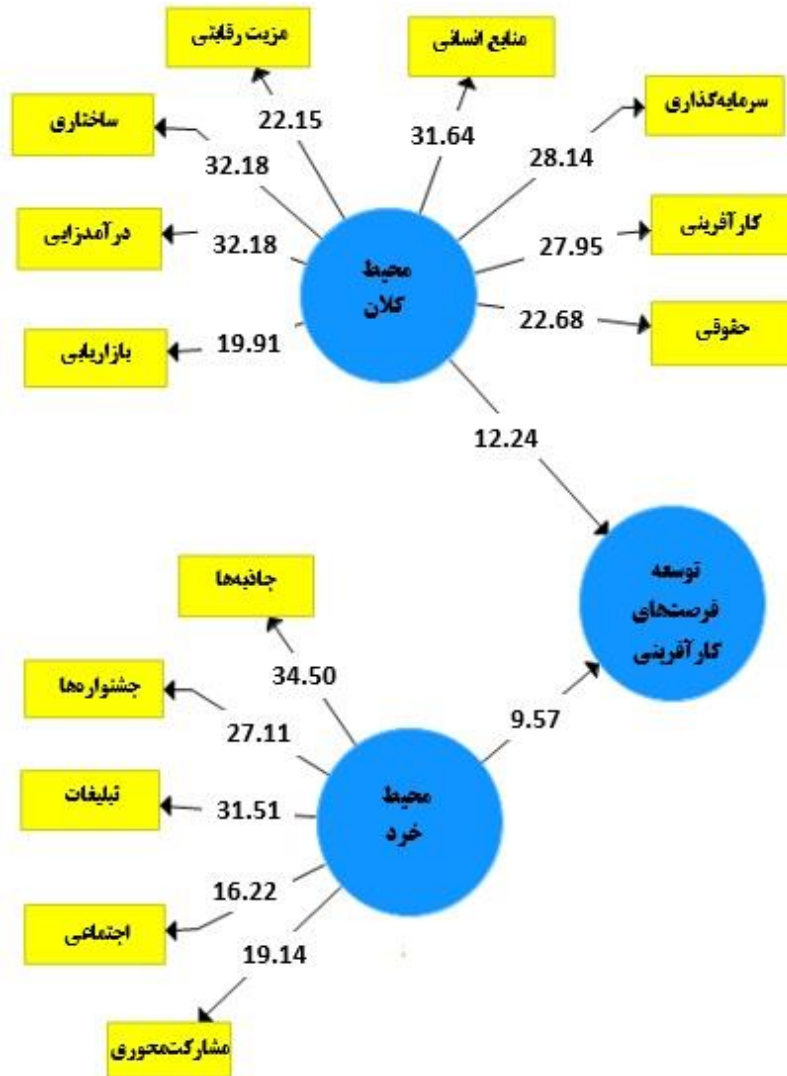
جدول ۵- تحلیل مسیر اثرات محیط‌های کلان و خرد بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی

اثر متغیر	ضریب مسیر	آماره t	sig	نتیجه بررسی
محیط کلان ← توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری	۰/۸۹۸	۱۲/۳۴	P<۰/۰۱	تأیید
محیط خرد ← توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری	۰/۶۹۳	۹/۵۷	P<۰/۰۱	تأیید

|t|>1.96 Significant at P<0.05, |t|>1.96 Significant at P<0.01



شکل ۲- مدل تأثیر محیط‌های کلان و خرد بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی بر اساس ضرایب مسیر



شکل ۳- مدل تأثیر محیط‌های کلان و خرد بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی بر اساس مقدار تی

### بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج پژوهش عوامل ساختاری- رفاهی اثرگذارترین عامل محیط کلان بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی به دست آمد. این یافته با نتایج تحقیقات عباس‌زاد و همکاران (۱۳۹۸) همسو می‌باشد. ارائه خدمات مناسب و تجهیزات در مجموعه‌های سوارکاری، استانداردسازی میدین کورس، استفاده از فناوری پیشرفته در راستای توسعه مجموعه‌های سوارکاری،

توجه به فضای ایمنی و امنیتی تماشاگران، مربیان و چلبک‌سواران، تجهیز امکانات رفاهی، بهداشتی و درمانی، نرخ مناسب خدمات تفریحی، ایجاد اماکن اقامتی توریستی، بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل، طراحی فضاهای شهری با رویکرد گسترش مشارکت شهروندان در مسابقات اسب‌دوانی، طراحی فضای برگزاری مسابقات اسب‌دوانی با معماری جذاب، زمینه‌سازی حضور زنان در میدین اسب‌دوانی، کاهش هزینه‌های اسکان و تغذیه در مدت اقامت

افزایش پیدا خواهد کرد ( Fernández Gallardo and Hernandez Rojas, 2024; Sigurðardóttir and Helgadóttir, 2015). بر این اساس علاوه بر توسعه تسهیلات و فعال کردن سایر صنایع مرتبط از قبیل صنایع دستی و بازارچه‌های سنتی، فرصت‌های اشتغال‌زایی جدیدی را برای جوامع میزبان ایجاد می‌نماید (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۳). استفاده از منابع و ظرفیت‌های محلی ضمن توسعه روش‌های امرار و معاش ساکنان بومی و کاهش وابستگی به منابع ملی، در دراز مدت سبب ایجاد پایداری اقتصادی مقاصد گردشگری ورزشی می‌شود (هنری، ۱۳۹۰). بنابراین با توجه به تأثیرات گردشگری ورزشی در فعال شدن بسیاری از بخش‌های خدماتی جوامع میزبان، ایجاد کمیته‌های تخصصی اشتغال‌زایی و کارآفرینی از طریق گسترش فعالیت‌های اقتصادی در بخش‌های هتل، رستوران، مراکز خرید و حمل و نقل، ضرورت جذب سرمایه‌گذاری داخلی و بین‌المللی را دوچندان می‌نماید.

همان‌طور که نتایج نشان داد، عامل رسانه و تبلیغات از ابعاد محیط خرد بالاترین اثرگذاری را بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی در مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی داشته است. این یافته با نتایج تحقیقات غفاری و همکاران (۱۴۰۲) همسو می‌باشد. Sigurðardóttir and Helgadóttir (2015) در مطالعه‌ای به نقش تعیین‌کننده نوع و میزان تبلیغات بر بهبود وضعیت کسب‌وکارهای گردشگری سوارکاری در کشور ایسلند اشاره داشته‌اند. بنابراین فرآیند برنامه‌ریزی با هدف جذب گردشگران ورزشی باید با راهبردهای تبلیغاتی هماهنگ و مرتبط باشد. امروزه تبلیغات در صنعت گردشگری از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و باید اذعان کرد که این صنعت از مهم‌ترین صنایعی است که تحت تأثیر تحولات فناورانه و انقلاب اطلاعاتی بوده و فرآیند ایجاد

گردشگران، فراهم آوردن زمینه حضور گروهی در قالب خانواده در رویدادهای اسب‌دوانی، از مهم‌ترین دلایل یافته به دست آمده است که نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه کسب‌وکار و تنوع‌بخشی به منابع درآمدی در مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی دارند. از این‌رو ضعف در زیرساخت‌ها و عدم خدمات رفاهی به گردشگران باعث عدم موفقیت درآمدزایی در کسب‌وکارهای موجود گردشگری ورزشی در بخش سوارکاری و اسب‌دوانی می‌شود (Kline et al., 2015). به بیان دیگر، ایجاد زیرساخت‌های مناسب گردشگری، تأمین خواسته‌ها و نیازهای گردشگران و ارائه خدمات مطلوب به آنان، به رونق گردشگری ورزشی و توسعه آن می‌انجامد (غفاری و همکاران، ۱۴۰۲). در همین راستا Bagheri et al. (2018) معتقدند زیرساخت‌های گردشگری می‌توانند منجر به ارائه خدمات برای گردشگران شوند و برخورداری از آن‌ها نقش بسیار مهمی در توسعه گردشگری ایفا می‌کند.

همچنین با توجه به نتایج، یکی دیگر از عوامل کلان تأثیرگذار بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی در مجموعه‌های سوارکاری در استان‌های هدف، سرمایه‌گذاری در این بخش می‌باشد. با توجه به این که ورود گردشگران منبع مهم درآمدی و اشتغال برای جامعه میزبان در مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی محسوب می‌شود، از این‌رو برای دستیابی به آن میزان سرمایه‌گذاری در این زمینه و حمایت‌های تسهیلاتی دولت نقش تعیین‌کننده‌ای دارند (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۳). از طرفی، بسترسازی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی اثرات اقتصادی انکارناپذیر بر رونق اقتصادی توریسم ورزشی دارد (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۱). این امر نشان می‌دهد که با افزایش میزان سرمایه‌گذاری هدفمند در گردشگری سوارکاری و اسب‌دوانی، ضمن تنوع در منابع درآمدی، میزان آن نیز

- ایجاد و توسعه مراکز فروش صنایع دستی، رستوران‌های سنتی و جشنواره‌های فرهنگی در مجموعه‌های سوارکاری و میداین برگزاری رویدادهای اسب‌دوانی در جهت تنوع‌بخشی به منابع درآمدی از طریق عرضه محصولات سنتی تولیدی.

- تشکیل کمیته‌های تخصصی ویژه تورهای گردشگری بر اساس تقویم زهان‌بندی کورس مسابقات اسب‌دوانی همراه با تهیه بسته‌های خدماتی ویژه برای گردشگران با هماهنگی سه سازمان اصلی متولی گردشگری ورزشی ادارات ورزش و جوانان؛ میراث فرهنگی، گردشگری، و صنایع دستی و همچنین آژانس‌های مسافرتی) با تمرکز بر جذب توریسم غیربومی و بین‌المللی.

- حذف موانع ورود کارآفرینان به عرصه گردشگری سوارکاری و تسهیل ورود سرمایه‌گذاران بالقوه به بازار گردشگری ورزشی در جهت سرمایه‌گذاری هدفمند و ایجاد فرصت‌های شغلی خرد و متوسط.

- زمینه‌سازی در سهم‌بری جوامع بومی از منافع مالی ناشی از میزبانی فستیوال‌های سوارکاری و اسب‌دوانی در جهت توسعه همکاری‌ها و ورود بومیان در سرمایه‌گذاری‌های معیشتی و درآمدی.

- طرح‌ریزی ایجاد بازارچه‌ها عرضه محصولات فرهنگی و سنتی در میداین اسب‌دوانی و سوارکاری با حمایت دولت بر اساس سیاست‌گذاری‌های فستیوال‌های ایجاد شده ورزشی.

- شناسایی سرمایه‌گذاران علاقه‌مند به حوزه گردشگری ورزشی سوارکاری و تسهیل ورود بخش خصوصی و به ویژه ساکنان بومی از طریق واگذاری تسهیلات حمایتی و همچنین تصویب قوانین حمایتی - اصلاحی از سوی دولت در جهت

اطلاعات و تبادل آن روزبه‌روز توسعه بیشتری در این صنعت یافته است ( Mehrinejad Khotbesara, 2023; Pavić et al., 2019; Kline et al., 2015). از آنجا که گردشگری یک پدیده اجتماعی است و اساساً هر پدیده اجتماعی، خواه مثبت و مفید یا منفی و مضر برای بروز و ظهور خود در جامعه، نیاز به بستری مناسب و کافی دارد، رسانه‌ها با توجه به توانمندی‌هایی که دارند نقش مهمی را در زمینه‌سازی برای گسترش یا رکود فعالیت‌های توسعه فرصت‌های درآمدزایی و اشتغال‌زایی گردشگری (لطفی و حمیدی، ۱۳۹۴) به ویژه در بخش گردشگری سوارکاری ایفا می‌کنند. به عنوان مثال اینترنت، سیستم پیام کوتاه، بلبوردهای دیجیتال، نمونه‌ای از روش‌های نوین ارتباطات هستند که می‌توانند در عرصه تبلیغات گردشگری از آن‌ها بهره گرفت (ساعی و همکاران، ۱۳۸۹).

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق پیشنهاداتی در راستای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در مجموعه‌های سوارکاری به شرح زیر ارائه می‌شود:

- تدوین طرح جامع گردشگری سوارکاری توسط مدیریت کلان و احساس امنیت بخش خصوصی در اجرای طرح‌های خود، ساخت هتل‌ها و تاسیسات گردشگری و ایجاد دفاتر خدمات مسافرتی و ارائه تورهای ویژه برگزاری رویداد کورس اسب‌دوانی و ارائه اطلاعات به گردشگران جهت سفر به استان‌های هدف و توسعه صنعت توریسم و گردشگری.

- با توجه به زیرساخت‌های ضعیف میداین اسب‌دوانی و ضرورت بازسازی آن‌ها، بهبود تأسیسات و تجهیزات ورزشی در جهت حضور گردشگران، پیشنهاد می‌گردد بخشی از درآمدهای مالی کسب شده، صرف ایجاد، نگهداری و توسعه تأسیسات و اماکن جانبی مسابقات کورس اسب‌دوانی گردد.

- بهره‌برداری پایدار از ظرفیت‌های بالقوه مجموعه‌های سوارکاری و اسب‌دوانی.
- مهیاسازی توسعه روابط بین‌المللی با هدف کسب میزبانی مسابقات کورس اسب‌دوانی و جذب سرمایه‌گذاران خارجی.
- بهره‌گیری از قدرت رسانه‌ها در زمینه برگزاری رویدادهای ورزشی از طریق تهیه فیلم‌های مستند و اسناد تصویری، پخش مسابقات اسب‌دوانی، جشنواره زیباترین و سایر جاذبه‌های طبیعی سوارکاری و اسب‌دوانی و پخش آن در شبکه‌های غیراستانی.

## منابع

- بلالی، م.، معین‌فرد، م.ر.، حامدی‌نیا، م.ر.، و امیراحمدی، م.ق. (۱۳۹۱). بررسی ظرفیت‌های گردشگری ورزشی در استان خراسان رضوی. نشریه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۳ (۹)، ۸۷-۱۰۰.
- چقاجردی، ا.، و مختاری ملک‌آباد، ر. (۱۳۹۷). سطح بندی پانزده مناطق زیرگانه شهر اصفهان از لحاظ ساخت‌ها ورزشی گردشگری با استفاده از مدل HDI. فصلنامه پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت ورزش، ۱۰ (۴)، ۳۰-۲۱.
- حسینی‌پوراردکانی، س.م.، دهقان، م.ج.، نقوی، س.ع.، و فلاح تفتی، ح. (۱۳۹۱). چشم‌انداز و استراتژی توسعه صنعت اسب و سوارکاری استان یزد. نشریه جهان دامپروزی، ۳۶، ۵-۱.
- حیدری، ر.، کشتی‌دار، م.، اسداللهی، ا.، اصفهانی، م.، و گل‌گلی، م. (۱۴۰۰). شناسایی عوامل نهادی مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری با محوریت گردشگری ورزشی ایران. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰ (۳۸)، ۸۷-۱۰۲.
- زیتونلی، ع.م.، هنری، ح.، و فراهانی، ا. (۱۳۹۰). شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان. نشریه پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، ۱ (۱)، ۸۳-۷۱.
- ساعی، ع.، نائیجی، م.، و رضایی، م. (۱۳۸۹). ارتباط بین تبلیغات و جذب گردشگر فرهنگی در ایران (مطالعه موردی گردشگران خارجی فرهنگی اصفهان). نشریه جامعه‌شناسی تاریخی، ۲ (۴)، ۶۹-۹۴.
- سوادی، م. (۱۳۹۶). ترسیم ساختار توسعه گردشگری تفریحی ورزشی مبتنی بر مسیرها و راهکارهای اجرایی (مطالعه موردی جزیره قشم). فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱، ۱۴۳-۱۲۵.
- شجاعی، و.، تجاری، ف.، و دوستی، م. (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی راهبردی توریسم ورزشی استان مازندران. فصلنامه فضای جغرافیایی، ۳۹ (۱۲)، ۱۹۴-۱۷۳.
- شهبازیان، س.، و هاشمی‌قینانی، ف. (۱۳۹۹). چالش‌های مدیریت منابع انسانی در دوران گذار از بحران کرونا و ارائه راهکار در صنعت هتلداری ایران. فصلنامه مدیریت گردشگری، ۱۵، ۲۵۳-۲۱۷.
- صداقتی، پ.، همی‌نژاد، م.، و محرم‌زاده، م. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر توریسم ورزشی استان آذربایجان شرقی با تأکید بر جهت‌گیری صنعتی. دومین همایش ملی تخصصی مدیریت ورزشی، شاهرود.
- عباس‌زاده، م.، شمس‌الدینی، ن.، و پوراسد، ع. (۱۳۹۹). ارزیابی توزیع فضایی زیرساخت‌های اولیه گردشگری با تأکید بر تحرک محور گردشگری- تاریخی در محدوده بافت تاریخی- فرهنگی شهر ارومیه. نشریه گردشگری شهری، ۴ (۶)، ۱۲۸-۱۱۱.
- عربشاهی کریزی، ا.، و تقدیسی، م. (۱۳۹۷). گردشگری شهری و توسعه پایدار شهری: تحلیل و بررسی جایگاه، نقش و پیامدهای توسعه گردشگری شهری. مجله جغرافیا و روابط انسانی، ۱ (۲)، ۴۱۶-۳۹۷.
- غفاری، م.، شفیع‌رودپشتی، م.، چشمی، م.، و فلاحی، ن. (۱۴۰۲). توسعه مدل سنجش عوامل کشش و رانش در گردشگری اسب‌سواری (مورد مطالعه: شهرستان



- condition of tourism infrastructure in Iranian provinces using VIKOR and TOPSIS. *Decision Science Letters*, 7 (1), 87-102.
- Buchmann, A. (2017). Insights into domestic horse tourism: The case study of Lake Macquarie, NSW, Australia. *Current Issues in Tourism*, 20 (3), 261-277.
- Chowdhury, M., Prayag, G., Orchiston, C., and Spector, S. (2019). Postdisaster social capital, adaptive resilience and business performance of tourism organizations in Christchurch, New Zealand. *Journal of Travel Research*, 58 (7), 1209-1226.
- Danby, P., and Grajfoner, D. (2022). Human–equine tourism and nature-based solutions: Exploring psychological well-being through transformational experiences. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46 (3), 607-629.
- Daniels, M. J. (2007). Central place theory and sport tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 34 (2), 332-347.
- Darabi, M., Keshtidar, M., Alizaiy\_Yousef\_Abadi, O., Heydari, R., and Nazari-Torshizi, A. (2020). Scenario planning of the future of sports tourism industry in Mashhad. *Annals of Applied Sport Science*, 8(4), e788.
- Darbellay, F., and Stock, M. (2012). Tourism as complex interdisciplinary research object. *Annals of tourism research*, 39 (1), 441-458.
- Fernández Gallardo, J. A., and Hernandez Rojas, R. (2024). Impact of touristic sustainability on satisfaction with touristic services in a world heritage city. The case of the equestrian show in Córdoba (Spain). *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, DOI 10.1108/JCHMSD-12-2023-0226
- Gibson, H. J. (2003). Sport tourism: An introduction to the special issue. *Journal of Sport Management*, 17 (3), 205-214.
- Hammer, M., Bonow, M., and Petersson, M. (2017). The role of horse keeping in transforming peri-urban landscapes: A case study from metropolitan Stockholm, Sweden. *Norsk Geografisk Tidsskrift* گنبدکاووس). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۲ (۴۶)، ۱۱۹-۱۴۳.
- فلاحی، ا.، حسنی، ا.، و کروبی، م. (۱۳۹۲). بررسی جاذبه‌های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان. *نشریه مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۷، ۱۷۴-۱۵۹.
- قره‌باش، آ. (۱۳۹۰). اهمیت پرورش اسب ترکمه در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان گلستان. همایش منطقه‌ای دانش‌محوری در مدیریت پایدار کشاورزی و منابع طبیعی، گرگان.
- قرلسفلو، ح.ر.، چوری، ع.، و مولادوست، ک. (۱۴۰۱). طراحی الگوی توسعه کسب‌وکارهای صنعت پرورش اسب‌های ورزشی کورس ایران. *دوفصلنامه مدیریت کارآفرینی در ورزش*، ۱ (۱)، ۱۳۵-۱۵۴.
- قرلسفلو، ح.ر.، کلاته سیفری، م.، چورلی، ع.، و قربانزاده، ق. (۱۳۹۴). بررسی چالش‌های جذب توریسم ورزشی در جشنواره بازی‌های بومی و محلی استان گلستان. *نشریه مدیریت ورزشی و رفتارحرکتی*. ۱۱ (۲۳)، ۲۱۸-۲۱۱.
- کارکن، ل.، اسدی، ح.، و زیتونلی، ع. (۱۳۹۲). تأثیر رویداد ورزشی اسب‌دوانی بر توسعه توریسم ورزشی استان گلستان. *نشریه مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱ (۲)، ۱۷-۹.
- لطفی، ح.، و حمیدی، ا. (۱۳۹۴). بررسی نقش تبلیغات و بازاریابی بواسطه رسانه‌ها جهت توسعه پایدار گردشگری ایران. اولین همایش علمی پژوهشی افق‌های نوین در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی ایران، تهران.
- مولادوست، ک.، و مقدسی، ر. (۱۳۹۴). تبیین راه‌های توسعه صنعت اسب کاسپین مسئولیت‌های اساسی دولت، دامپزشکی و بهداشت. ۷۴ (۲۵).
- هنری، ح. (۱۳۹۰). نقش گردشگری ورزشی در اشتغال درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذی‌نفعان. *نشریه پژوهش‌های مدیریت و فیزیولوژی در ورزش*، ۸ (۱)، ۹۵-۱۰۳.
- Bagheri, M., Shojaei, P., and Khorami, M. (2018). A comparative survey of the

- Pavić, L., Blešić, I., Petrović, M. D., Radovanović, M. M., and Prišenk, J. (2019). Can the quality of hospitality services play a role in sustainable equestrian tourism in slovenia? Mediations, effects, and implications. *Sustainability*, 11 (21), 6155.
- Pérez-Pérez, M., Bedia, A. M. S., López-Fernández, M. C., and García-Piqueres, G. (2018). Research opportunities on manufacturing flexibility domain: A review and theory-based research agenda. *Journal of Manufacturing Systems*, 48, 9-20.
- Ramzanejad, R., Boroumand, M. R., and Ahmadi, F. (2020). Content analysis of research articles in sport tourism of Iran. *Annals of Applied Sport Science*, 8 (1), e677.
- Rangkuti, Y. A., Setyawati, H., Hartono, M., and Hidayah, T. (2024). New model of sports tourism with sustainable tourism development to increase tourist arrivals in Central Aceh Regency, Indonesia. *Frontiers in Sports and Active Living*, 6, 1421363.
- Roult, R., Lavigne, M. A., and Auger, D. (2017). The horse racing industry in Canada: Current status and prospects. *Managing Sport and Leisure*, 22 (1), 19-32.
- Sidali, K. L., Eggemann, M., Hartmann, L., Filaretova, O., and Dörr, A. C. (2013). Success factors of equestrian tourism: evidence from Germany. *Gen*, 73.
- Sigurðardóttir, I., and Helgadóttir, G. (2015). Riding high: Quality and customer satisfaction in equestrian tourism in Iceland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15 (1-2), 105-121.
- Törn, A., Tolvanen, A., Norokorpi, Y., Tervo, R., and Siikamäki, P. (2009). Comparing the impacts of hiking, skiing and horse riding on trail and vegetation in different types of forest. *Journal of environmental management*, 90 (3), 1427-1434.
- Travel, W. (2017). *Tourism: Global Economic Impact & Issue 2018*. WTTC: London, UK .
- Norwegian Journal of Geography, 71 (3), 146-158.
- Hjalager, A. M., and Johansen, P. H. (2013). Food tourism in protected areas—sustainability for producers, the environment and tourism?. *Journal of Sustainable Tourism*, 21 (3), 417-433.
- Kline, C. S., Cardenas, D., Viren, P. P., and Swanson, J. R. (2015). Using a community tourism development model to explore equestrian trail tourism potential in Virginia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4 (2), 79-87.
- Koski, S., Tahvanainen, J., and Rissanen, M. (2004). *Antiikin urheilu: Olympian kentiltä Rooman areenolle*. Atena.
- Lee, T. H., and Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.
- Magalhães, N., Barroco, C., and Antunes, J. (2015). Potential of Equestrian tourism in Portugal. In *4th M-sphere International Conference for Multidisciplinarity in Science and Business* (pp. 125-130). Accent.
- Manzoor, F., Wei, L., Asif, M., Haq, M. Z. U., and Rehman, H. U. (2019). The contribution of sustainable tourism to economic growth and employment in Pakistan. *International journal of environmental research and public health*, 16 (19), 3785.
- Mehrinejad Khotbesara, S. (2023). Identifying the practical factors of dealing with the impact of the corona virus on the attraction of sports tourists (Case study: equestrian competitions in Golestan province). *Research in Sport Management and Marketing*, 4 (1), 1-12.
- Menegaki, A. N. (2020). *Hedging Feasibility Perspectives against the COVID19 for the International Tourism Sector*. Preprints, 1-18.
- Mijatov, M., Pantelić, M., Dragin, A., Perić, M., and Marković, S. (2018). Application of sustainable development principles in hotel business. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 68 (1), 101-117.

- Yanpi, T., Fattahi, S., and Heydri, Y. (2020). Effects of Horse Racing on Tourism Development (Case Study: Golestan Province). *Journal of Animal Environment*, 12(3), 457-468.
- Zhao, X. (2020). Leapfrogging development strategy of coastal tourism in underdeveloped cities. *Journal of Coastal Research*, 115 (SI), 72-74.
- Weed, M. (2006). The Influence of Policy Makers' Perceptions on Sport–Tourism Policy Development. *Tourism Review International*, 10 (4), 227-240.
- Wickramaratne, V. C., and Kumari, J. P. (2016). The impact of sports tourism on small scale business development in Sri Lanka: International cricket match. *International Journal of Research*, 33 (10), 33-38.

