



The Impact of Entrepreneurial Orientation and Community Participation on Sustainable Tourism Development through Sporting Events in Kerman City

Saeid Dehyadegari^{✉1} | Sahar Taherinia² | Mehdi Kazemi³ | Zahra Pourjupari⁴

1. Department of Management, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.
(Corresponding Author). E-mail: dehyadegari@uk.ac.ir
2. Department of Management, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.
E-mail: sahar-taherinia@yahoo.com
3. Department of Management, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.
E-mail: mehdykazemi@uk.ac.ir
4. Department of Management, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.
E-mail: z.pourjupari1999@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 23 Mar 2025

Received in revised form:
03 Jun 2025

Accepted: 03 Jun 2025

Available online: 03 Jun 2025

Keywords:

Sustainable Tourism Development, Tourism Events, Sports Tourism, Entrepreneurial Attitude.

In recent years, sustainable tourism, particularly through the organization of sports events, has emerged as a viable solution for the economic and social advancement of cities. This study aims to investigate the impact of entrepreneurial orientation and community participation on sustainable tourism development through sporting events in Kerman city. Methodologically, This research is applied in terms of purpose and is categorized as descriptive correlational research. The statistical population consists of individuals, business owners, and managers actively engaged in the tourism industry within Kerman city. Data collection was conducted using a standardized questionnaire, the validity of which was assessed and confirmed through both face and content validity. Reliability was established using Cronbach's alpha coefficient. A total of 320 participants were selected through cluster sampling to complete the questionnaire. Data analysis was carried out in two phases: descriptive statistics, which included frequency and percentage frequency metrics, and inferential statistics, employing structural equation modeling techniques, utilizing SPSS₂₆ and Smart PLS₃ software. The findings indicate that entrepreneurial orientation and community participation have a positive and significant influence on tourism destinations. Furthermore, these destinations positively affect individuals' attitudes and contribute to the development of sustainable tourism through sports events. Ultimately, individuals' attitudes also demonstrate a positive and significant effect on the advancement of sustainable tourism via sports events. This research offers valuable practical recommendations for policymakers in tourism and decision-makers in sports events, aimed at fostering sustainable tourism development through such events.

Education and Management of Entrepreneurship, 2025, Vol. 4, No. 1, pp 29-47

Cite this article: Dehyadegari, S., Taherinia, S., Kazemi, M., & Pourjupari, Z. (2025). The Impact of Entrepreneurial Orientation and Community Participation on Sustainable Tourism Development through Sporting Events in Kerman City. *Education and Management of Entrepreneurship*, 4(1), 29-47. doi: 10.22126/eme.2025.11959.1160 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.11959.1160>

Publisher: Razi University

Extended Abstract**Introduction**

In recent years, sustainable tourism has been proposed as a formidable mechanism for fostering economic and social growth within urban areas. This concept encompasses a balanced development approach within tourism activities, prioritizing environmental, economic, and socio-cultural aspects to ensure long-term sustainability. Effective sustainable tourism not only meets the demands of contemporary visitors and locations but also preserves the integrity of cultural heritage, ecological systems, and biodiversity. In parallel, sports tourism has emerged as a dynamic sector, characterized by events that attract a diverse range of enthusiasts, including athletes, residents, and tourists alike. A sports event refers to a distinctly defined occurrence within a particular sport, characterized by its specific discipline, venue, duration, and scheduled date. Large-scale sports tourism events such as the Super Bowl, Rugby World Cup, and Olympic Games attract a wide array of participants from both domestic and international markets. These events catalyze entrepreneurial ventures, stimulating investment interest among local entrepreneurs while generating substantial demand for a variety of goods and services. The resultant economic impact can drive sustainable development within host cities, yielding benefits across multiple sectors. The city of Kerman has a rich history of hosting various sports competitions and events, showcasing its inherent potential to attract tourists. This study aims to explore the relationship between entrepreneurial orientation and community participation in fostering sustainable tourism development through sporting events in Kerman.

Research Method

The present research is applied in terms of purpose and quantitative in terms of methodology. It is characterized as both descriptive and correlational, utilizing a survey approach for the systematic collection of data. The target population includes business owners and managers involved in sports tourism and event management within Kerman city, encompassing sectors such as hospitality (hotels), food services (restaurants and coffee shops), entertainment (centers), and transportation. According to the Krejcie and Morgan sampling table, 320 participants were recruited through cluster sampling. The study employed a standardized questionnaire comprising 4 demographic questions and 34 items addressing various research variables. The origins of these questions and variables are detailed in Tables 1 and 2. To assess the validity of the instrument, both content and construct validity were evaluated, specifically through methods for convergent and divergent validity. Reliability analysis was performed using Cronbach's alpha coefficient alongside composite reliability (CR) metrics. Data were subsequently analyzed using descriptive and inferential statistical techniques, facilitated by SPSS version 26 and Smart PLS version 3 software.

Results and Discussion

The research findings indicate that the engagement and entrepreneurial mindset of community members exert a positive and statistically significant influence on the viability of tourism destinations. Furthermore, this influence extends to shaping individual attitudes, which in turn fosters the advancement of sustainable tourism practices. Notably, individual attitudes are shown to facilitate the promotion of sustainable tourism, particularly through the medium of sports events. This study offers valuable insights for tourism policymakers and decision-makers in the realm of sports events, aiming to enhance sustainable tourism development initiatives.

Conclusion and Recommendations

To enhance sustainable tourism in Kerman city through sports events, it is essential to develop multifaceted programs that actively engage both residents and tourists. Incorporating exhibitions that spotlight local businesses and showcase Kerman's handicrafts and traditional products alongside sports competitions creates an opportunity for tourists to immerse themselves in the local culture and industry. Empowering community involvement in the planning and execution of these events through the establishment of volunteer committees and local councils not only fosters social participation but also cultivates a sense of ownership and accountability regarding the impacts of sports tourism among residents. Concurrently, the development of online feedback mechanisms allows for transparent communication, enabling community members to share their insights and

suggestions for enhancing sports tourism events, thereby amplifying their voices in decision-making. Establishing regular consultative meetings among officials, residents, and stakeholders in the sports tourism domain fosters a platform for open dialogue concerning challenges and opportunities, facilitating the improvement of programs with a sustained focus on sustainability. Moreover, leveraging digital platforms to disseminate clear information regarding the benefits of tourism and avenues for public involvement not only attracts a broader audience but also nurtures a positive perception of such events among local citizens.

تأثیر گرایش به کارآفرینی و مشارکت جامعه بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی در شهر کرمان

سعید ده یادگاری^۱ | سحر طاهری نیا^۲ | مهدی کاظمی^۳ | زهرا پورجوپاری^۴

۱. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. (نویسنده مسئول). رایانامه: dehyadegari@uk.ac.ir
۲. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. رایانامه: sahar-taherinia@yahoo.com
۳. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. رایانامه: mehdykazemi@uk.ac.ir
۴. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. رایانامه: z.pourjupari1999@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

در سال‌های اخیر، گردشگری پایدار به‌ویژه با برگزاری رویدادهای ورزشی، به‌عنوان یکی از راه‌کارهای مؤثر در رشد اقتصادی و اجتماعی شهرها مطرح شده است. در این راستا هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی و مشارکت جامعه بر توسعه گردشگری پایدار از راه رویدادهای ورزشی در شهر کرمان بود. جستار پیش رو از نظر هدف کاربردی و بر اساس روش در زمره پژوهش‌های توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری نوشتار حاضر، شامل همه افراد و صاحبان کسب‌وکار و مدیران فعال در صنایع گردشگری شهر کرمان بوده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه استاندارد بود. روایی پرسش‌نامه با استفاده از روایی محتوایی و روایی سازه‌ای و پایایی پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی و مورد تأیید قرار گرفت. ۳۲۰ نفر از افراد با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب و به سؤال‌های پرسش‌نامه پاسخ دادند. داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی (شامل آماره‌های فراوانی و درصد فراوانی) و آمار استنباطی (شامل تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری) و با به‌کارگیری نرم‌افزارهای SPSS²⁶ و Smart PLS³ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها نشان داد که مشارکت و گرایش به کارآفرینی افراد جامعه بر مقصد گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد. مقصد گردشگری بر نگرش افراد و همچنین بر توسعه گردشگری پایدار از راه رویدادهای ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد. در نهایت نگرش افراد بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران امر گردشگری و تصمیم‌گیرندگان رویدادهای ورزشی به‌منظور توسعه گردشگری پایدار به‌وسیله رویدادهای ورزشی پیشنهادهای کاربردی مفیدی را ارائه نماید.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۳/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۱۳

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۴/۰۳/۱۳

کلیدواژه‌ها:

توسعه گردشگری پایدار، رویدادهای گردشگری، گردشگری ورزشی، نگرش کارآفرینی.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۴، شماره ۱، سال ۱۴۰۴، صفحات ۴۷-۲۹

استناد: ده‌یادگاری، سعید؛ طاهری‌نیا، سحر؛ کاظمی، مهدی؛ پورجوپاری، زهرا (۱۴۰۴). تأثیر گرایش به کارآفرینی و مشارکت جامعه بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی در شهر کرمان. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۴(۱)، ۲۹-۴۷. doi: 10.22126/eme.2025.11959.1160



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.11959.1160>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

گردشگری به یک روش زندگی برای عموم مردم تبدیل شده است و تعداد افرادی که در فعالیتهای گردشگری شرکت می‌کنند در حال افزایش است (وانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۱). در بسیاری از کشورها بخش گردشگری به‌عنوان منبعی مهم به‌منظور جذب سرمایه‌گذاری و تأمین ارز خارجی و همچنین کمک به کاهش کسری تراز پرداخت و حل مشکل بیکاری تبدیل شده است (پیرا و همکاران^۲، ۲۰۲۲) در سال‌های اخیر، تأکید زیادی بر تأثیر فعالیتهای گردشگری در سطح محلی، هم از منظر توسعه مقصد و هم از نظر نگرش ساکنان نسبت به یک گردشگری رویدادمحور شده است. در گذشته، بیشتر پژوهش‌ها بر تأثیر مالی یک رویداد یا گردشگری به‌عنوان یک کل متمرکز بودند و به این نتیجه رسیدند که گردشگری ابزار توسعه کلیدی برای یک مقصد، در همه زمینه‌ها است (ده‌یادگاری و همکاران، ۱۴۰۱؛ امیری، ۱۴۰۳).

گردشگری از راه رویدادهای ورزشی نوعی از انواع گردشگری است که در آن گردشگری از طریق رویدادهای ورزش صورت می‌گیرد که یک بخش رو به رشد است که توانسته تعداد زیادی از علاقه‌مندان، ورزشکاران، ساکنان و گردشگران را به خود جلب کند. رویداد ورزشی به تعیین خاصی از نوع ورزش، مکان، مدت‌زمان و تاریخ اجرای تعیین شده گفته می‌شود (مورفولاکي و همکاران^۳، ۲۰۲۳). گردشگری رویدادهای ورزشی در مقیاس بزرگ (برای مثال، سوپر بول، راگی جام جهانی، بازی‌های المپیک و...) طیف وسیعی از شرکت‌کنندگان اعم از داخلی و بین‌المللی را به خود جلب می‌کند (کیم و همکاران^۴، ۲۰۱۵). یک رویداد ورزشی می‌تواند به چند برابر شدن فعالیتهای تجاری منجر شود و فرصتهای رشد و کارآفرینی را ایجاد می‌کند و علاقه کارآفرینان محلی را به سرمایه‌گذاری‌های بالقوه افزایش می‌دهد.

در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که نگرش و رفتار ساکنان یک منطقه می‌تواند با رویداد ورزشی شکل بگیرد و آن‌ها را برای مشارکت در زنجیره کارآفرینی برانگیزد (کاوایه^۵، ۲۰۲۱)؛ بنابراین مشارکت جامعه باید دغدغه اصلی در توسعه گردشگری ورزشی باشد؛ زیرا پایداری گردشگری را می‌توان از طریق مشارکت جامعه به دست آورد (نوگرا و همکاران^۶، ۲۰۲۲). با این حال، فراتر از مزایای اقتصادی، گردشگری رویدادهای ورزشی تأثیرات فرهنگی و محیطی قابل توجهی بر کیفیت زندگی ساکنان یک مقصد دارد. تفاوت‌های فرهنگی بین مقاصد نیز منجر به تفاوت قابل توجهی در پذیرش رویدادهای گردشگری، نگرش ساکنان نسبت به آن‌ها، مشارکت آن‌ها در انجام و اجرای یک رویداد می‌گردد (جوروسکی و براون^۷، ۲۰۰۱). در سطح اجتماعی و فرهنگی، فعالیت گردشگری، فرهنگ، سنت و هویت‌های محلی را تغییر می‌دهد و در سطح اقتصادی، اثرات منفی نیز مانند افزایش هزینه‌های زندگی و املاک دارد. بزرگی و اثرگذاری این تأثیرات منفی را می‌توان از طریق ایجاد یک برنامه توسعه پایدار و مدیریت فعالیتهای گردشگری کاهش داد (صالحی کوجور و کیالاشاکی^۸، ۲۰۲۳).

مفهوم توسعه پایدار در سطح گردشگری باعث کاهش اثرات منفی فعالیتهای گردشگری بر محیط زیست، جامعه و اقتصاد برای دستیابی به پایداری اکولوژیکی و اقتصادی بادوام می‌شود. گردشگری پایدار را به‌صورت مفهومی

1. Wang et al.
2. Pereira et al.
3. Morfoulaki et al.
4. Kim et al.
5. Kavya
6. Nugraha et al.
7. Jurowski & Brown
8. Salahi Kojour & Kialashaki

به‌عنوان «توسعه فعالیت‌های گردشگری با تعادل مناسب بین این ابعاد محیطی، اقتصادی و جنبه‌های اجتماعی- فرهنگی برای تضمین پایداری بلندمدت آن» تعریف کرده‌اند. گردشگری پایدار باید نیازهای گردشگران و مقاصد کنونی را برآورده کند و در عین حال فرصت‌هایی را برای توسعه بیشتر در آینده و همچنین حفظ یکپارچگی میراث، یکپارچگی اکولوژیکی، تنوع زیستی و سیستم حمایت از حیات فراهم کند (پن و همکاران^۱، ۲۰۱۸). شهر کرمان در چندین دوره میزبان مسابقات و رویدادهای ورزشی بوده است و دارای استعداد و پتانسیل در جهت جذب گردشگر بوده و قادر به توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی می‌باشد بنابراین هدف از این مطالعه بررسی عواملی است که بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی شهر کرمان تأثیر گذارند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در ادامه به بررسی متغیرهای اصلی پژوهش و به مراتب تبیین فرضیه‌های پژوهش پرداخته شده است.

نگرش افراد

نگرش یک مفهوم روانشناختی است که به ارزیابی فرد از اشیاء و مکان‌ها و... اشاره دارد و این ارزیابی می‌تواند مثبت یا منفی (مطلوب یا نامطلوب) باشد (پسفر و آ^۲، ۲۰۲۰). نگرش یک احساس مثبت یا منفی درک‌شده به‌وسیله کاربران تعریف شده است. به‌عنوان مثال هنگامی که فرد ارزیابی مثبتی از یک فناوری دارد و آن را دوست دارد از آن استفاده خواهد کرد (وانگ و همکاران^۳، ۲۰۱۹). اگر احساس منفی نسبت به آن داشته باشد و آن را دوست نداشته باشد از آن استفاده نخواهد کرد. نگرش‌ها معیارهای شخصی خوب یا بد، درست یا غلط فردی هستند که رفتار مثبت یا منفی را تبیین می‌کند و احساسات و آگاهی فرد را از مفاهیم یا موضوعات خاص منعکس می‌کند (پرتامی و اسکااتماجا^۴، ۲۰۲۱). نگرش افراد هم از مشارکت جامعه تأثیر می‌پذیرد و هم بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی تأثیر می‌گذارد. بررسی نگرش افراد، پذیرش و رفتار ساکنان یک مقصد نسبت به یک رویداد ورزشی مهم است. هر چه نگرش ساکنان آن نسبت به رویداد ورزشی مثبت‌تر باشد در نتیجه، تأثیر رویدادهای ورزشی بر یک مقصد می‌تواند یک عامل تعیین‌کننده قوی باشد (چوی و سیرکایا^۵، ۲۰۰۶).

تأثیرگذاری بر مقصد

همیشه تأثیر گردشگری بر یک مقصد موضوع مهمی بوده است. به‌طور خاص، پژوهش متعددی تأثیرات مثبت و منفی گردشگری بر یک مقصد را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی دسته‌بندی کرده‌اند (عزمی و پرنداور، ۱۴۰۱).

تأثیر اقتصادی: گردشگری می‌تواند برای افراد درآمد و فرصت‌های شغلی را فراهم کند و به تولید ناخالص داخلی یک کشور کمک کند؛ افزون بر این می‌تواند منجر به بهبود زیرساخت‌های عمومی شود. با این حال، رشد صنعت گردشگری محلی همیشه منجر به بهبود نمی‌شود و تأثیرات منفی نیز مانند افزایش نابرابری درآمد در میان افراد و گروه‌ها، به‌ویژه آن‌هایی که صرفاً به کشاورزی وابسته هستند و افزایش قیمت املاک و مستغلات را به همراه دارد (اکبرپور، ۱۴۰۲).

تأثیر اجتماعی: از یک‌سو، گردشگری دارای مزایای اجتماعی و فرهنگی بسیاری است، از جمله حفظ فرهنگ و

1. Pan et al.
2. Passafaro
3. Wang et al.
4. Pertami & Sukaatmadj
5. Choi & Sirakaya

میراث محلی، تقویت جوامع، احیای سنت‌ها و هنرها و همچنین حفاظت از میراث، افزون بر این، زمانی که مردم محلی با گردشگران تعامل دارند، منجر به مبادله فرهنگ جهانی و بهترین شیوه‌های مشترک بین‌المللی می‌گردد. از سوی دیگر، گردشگری می‌تواند تغییرات زیانباری را در رفتار همچون تغییر الگوها، سبک زندگی نامناسب برای ساکنین محلی و ایجاد نگرانی‌هایی از جمله فحشا شود (مورفولاکی و همکاران، ۲۰۲۳).

تأثیر محیطی: کمبود آب و منابع طبیعی، ترافیک سنگین، آلودگی محیط زیست و ازدحام بیش از حد، توسعه بیش از حد برای تأمین تسهیلات توریستی می‌تواند روال زندگی روزمره ساکنان را مختل کند و باعث کمبود مسکن شود و از طرفی دیگر ازدحام جمعیت منجر به ایجاد احساس ناامنی و ناراحتی برای مردم محلی شود و گاهی اوقات ساکنین محلی تصمیم به نقل مکان به جای دیگری بگیرند (پن و همکاران، ۲۰۱۸). تأثیرگذاری بر مقصد هم از تمایل به کارآفرینی و مشارکت جامعه تأثیر می‌پذیرد و هم بر نگرش افراد و توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی تأثیر می‌گذارد. مشارکت جامعه و رفتار ساکنان یک مقصد نسبت به یک رویداد ورزشی توسط تعدادی از عوامل تعیین می‌شود. بنابراین، بررسی نگرش‌ها، پذیرش و رفتار ساکنان یک مقصد نسبت به یک رویداد ورزشی مهم است (هربولد و همکاران^۱، ۲۰۲۳).

تمایل به کارآفرینی

واژه کارآفرین منشأ فرانسوی دارد و به معنای فردی است که ریسک آغاز کاری را می‌پذیرد و در آن پیشگام است. کارآفرینی را می‌توان در زمینه‌های متعدد یافت و نمی‌توان آن را یک مفهوم منفرد در نظر گرفت (آنتونس و همکاران^۲، ۲۰۲۳). کارآفرینی از دیرباز به‌عنوان ستون فقرات توسعه اجتماعی در نظر گرفته شده است (نادری و همکاران، ۱۴۰۳) و اثرات قابل توجهی بر رشد اقتصادی، توسعه اجتماعی، نوآوری و رقابت در کسب‌وکارها را دارد (آلیدان و همکاران^۳، ۲۰۲۲). یافته‌های پژوهش بایرن و همکاران^۴ (۲۰۲۰) نشان داد که تمایل (گرایش) به کارآفرینی بر مقصد گردشگری تأثیر دارد و همچنین بر اساس مطالعات فدا^۵ (۲۰۱۸)؛ پودل و همکاران^۶ (۲۰۱۹)؛ میرزایوا و همکاران^۷ (۲۰۲۰) و استریمیکایی^۸ (۲۰۲۱) تمایل به کارآفرینی بر نگرش افراد نیز تأثیر می‌گذارد. به‌طور کلی، ادبیات تمایل کارآفرینی، در بسیاری از موارد بر عواملی تمرکز دارد که به‌طور مثبت یا منفی بر یک تلاش تجاری جدید و همچنین شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد.

فرضیه ۱: گرایش به کارآفرینی بر تأثیرگذاری بر مقصد تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۲: گرایش به کارآفرینی بر نگرش افراد تأثیر مثبت و معناداری دارد.

مشارکت جامعه

مفهوم مشارکت جامعه برگرفته از اندیشه‌های غربی در باره مشارکت شهروندان است و بر فرآیند گفت‌وگو و تعامل میان گروه‌های مختلف ذی‌نفع، از جمله افراد جامعه محلی، تأکید دارد. در زمینه گردشگری، جوهره مشارکت اجتماعی به بازتوزیع عادلانه حقوق و منافع اقتصادی ناشی از توسعه گردشگری میان تمامی ذی‌نفعان مربوط

1. Herboldet al.
2. Antunes et al.
3. Aliedan et al.
4. Byrne et al.
5. Fadda
6. Poudel et al.
7. Mirzayeva et al.
8. Streimikiene et al.

می‌شود (ایکسیو و همکاران^۱، ۲۰۱۹؛ پرابهاکان و رامچاندران^۲، ۲۰۱۴). مشارکت جمعی در توسعه گردشگری نه تنها برای ارتقای اقتصادی و توسعه اجتماعی جوامع محلی بسیار مهم است بلکه سبب پاسخ‌گویی بهتر به نیازهای گردشگران می‌شود (وانگ و همکاران^۳، ۲۰۲۱؛ هول و همکاران^۴، ۲۰۱۹).

بر اساس مطالعات تسکوروبولاس و همکاران^۵ (۲۰۲۲) مشارکت جامعه، بر متغیر تأثیرگذاری بر مقصد تأثیر دارد. همچنین یافته‌های مطالعات مختلف از قبیل بویت و همکاران^۶ (۲۰۲۴) و چنگ و همکاران^۷ (۲۰۱۹) به این اشاره دارند که مشارکت جامعه بر نگرش افراد تأثیر می‌گذارد. مشارکت جامعه میزبان در بخش گردشگری فرصت‌هایی را برای آن‌ها در جهت بهبود رفاه اقتصادی و کیفیت زندگی از طریق فرصت‌های افزایش یافته به واسطه توسعه فعالیت‌های گردشگری مانند حمل و نقل، اقامت، صنایع دستی و... فراهم می‌آورد؛ بنابراین اگر مردم میزبان، منافع مالی و غیر مالی از ناحیه صنعت گردشگری را دریافت کنند به احتمال زیاد در طرح‌ها و برنامه‌های این حوزه مشارکت خواهند کرد (ابراهیم‌پور و همکاران، ۱۳۹۶).

فرضیه ۳: مشارکت جامعه بر تأثیرگذاری بر مقصد تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۴: مشارکت جامعه بر نگرش افراد تأثیر مثبت و معناداری دارد.

توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی

گردشگری پایدار به نوعی از سفر گفته می‌شود که در آن گردشگران سعی در کاهش اثرات منفی سفر بر محیط زیست، جامعه و اقتصاد و یا افزایش اثرات مثبت سفر بر آن‌ها دارند. این شیوه سفر، گردشگری مسئولانه است که منجر به گردشگری پایدار می‌شود. گردشگری پایدار شامل حفاظت از منابعی است که برای فعالیت‌های گردشگری سرمایه‌گذاری می‌شود (بلچور و لینان^۸، ۲۰۱۷). رویداد ورزشی یک فعالیت ورزشی است که نیاز به مهارت یا توانایی فیزیکی دارد. رویدادهای ورزشی معمولاً ماهیتی رقابتی دارند و توسط مجموعه‌ای از قوانین که یک نهاد آن را وضع کرده در سطوح مختلف برگزار می‌شوند (بلز و بیندر^۹، ۲۰۱۷). در نهایت توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی به عنوان متغیر وابسته از مقصد گردشگری و نگرش افراد تأثیر می‌پذیرد. توسعه گردشگری پایدار به دنبال گسترش این صنعت و جذب گردشگران با استفاده از منابع موجود است به نحوی که بتواند ضمن پاسخ‌گویی به نیازهای اقتصادی و فرهنگی، ضوابط قانونی جامعه، انتظارات گردشگران، وحدت و هویت فرهنگی، سلامت محیط زیست و تعادل اقتصادی مقصد را به طور متوازن و پیوسته در حد بهینه تأمین کند (قهرمانی، ۱۳۹۱).

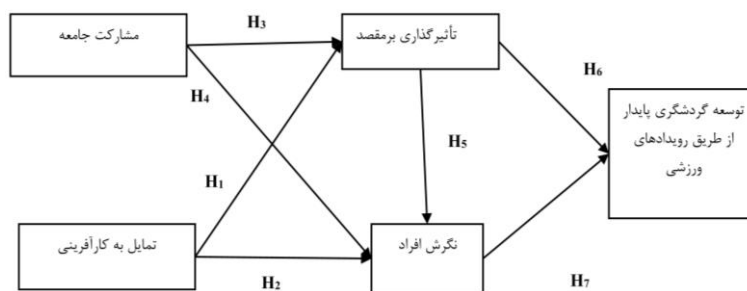
فرضیه ۵: تأثیرگذاری بر مقصد بر نگرش افراد تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۶: تأثیرگذاری بر مقصد بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۷: نگرش افراد بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

با در نظر گرفتن پیشینه و مبانی نظری چهارچوب مفهومی پژوهش به شرح شکل ۱ توسعه یافته است:

1. Xu et al.
2. Prabhakaran & Ramachandran
3. Wang et al.
4. Hulu et al.
5. Tsekouropoulos
6. Cheng et al.
7. Boit et al.
8. Belchior & Liñán
9. Belz & Binde



شکل ۱. چهارچوب مفهومی پژوهش

روش‌شناسی

پژوهش حاضر با رویکرد کمی به داده‌ها، از نظر هدف کاربردی و روش نیز توصیفی-همبستگی بوده و از استراتژی پیمایش استفاده نموده است. جامعه آماری تحقیق متشکل از افراد و صاحبان کسب‌وکار و مدیرانی است که به نحوی مشاغل آن‌ها به امور گردشگری ورزشی و برگزاری رویدادهای ورزشی در شهر کرمان مرتبط بوده است که می‌توان از جمله هتل‌ها، رستوران‌ها، مراکز تفریحی، حمل و نقل، کافی‌شاپ‌ها اشاره کرد. حجم نمونه بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای ۳۲۰ نفر لحاظ گردید. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه استاندارد متغیرها و متشکل از ۴ سؤال جمعیت‌شناسی و ۳۴ گویه مربوط به متغیرها بود. منابع سؤالات و متغیرها در جدول ۱ و ۲ ارائه شده است. روایی پرسش‌نامه از طریق روایی محتوایی و سازه (روایی همگرا و روایی واگرا) مورد بررسی قرار گرفت. پایایی پرسش‌نامه نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) محاسبه و تأیید شد. نتایج مربوط به بررسی روایی و پایایی نیز در جدول ۲ ارائه شده است. در نهایت تحلیل داده‌های پژوهش از طریق آمار توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS26, Smart PLS3 انجام شد.

شرکت‌کنندگان و مشخصات جمعیتی

در این بخش ویژگی‌های نمونه با توجه به متغیرهای جمعیت‌شناختی مورد بررسی قرار گرفته است. متغیرهای جمعیت‌شناختی تحقیق حاضر شامل جنسیت، سن و سطح تحصیلات و فعالیت در صنعت گردشگری بوده که گزارش آنها در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. داده‌های جمعیت‌شناختی

متغیر	آیتم‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۲۰۰	۶۲/۵
	مرد	۱۲۰	۳۷/۵
سن	۱۸ تا ۲۵ سال	۳۵	۱۰/۹
	۲۶ تا ۳۵ سال	۷۰	۲۱/۹
	۳۶ تا ۵۰ سال	۱۴۱	۴۴/۱
	بالتر از ۵۰ سال	۷۴	۲۳/۱
تحصیلات	دیپلم	۲۵	۷/۸
	کارشناسی	۲۱۱	۶۵/۹
	کارشناسی ارشد	۷۹	۲۴/۷
	دکتری	۵	۱/۶
فعالیت در صنعت گردشگری	هتل‌داری	۳۴	۱۰/۶
	مراکز تفریحی	۴۲	۱۳/۱
	حمل و نقل	۳۱	۹/۷
	رستوران	۱۱۸	۳۶/۹
	سایر صنایع گردشگری	۹۵	۲۹/۷
	جمع		۳۲۰

یافته‌ها

در این پژوهش روایی محتوایی به‌وسیله تعدادی از اساتید و متخصصان حوزه پژوهش بررسی شد و روایی سازه نیز که شامل روایی همگرا و واگرا است، با نرم‌افزار Smart PLS مورد آزمون قرار گرفته‌اند. بار عاملی، روایی همگرا و نتایج پایایی در جدول ۲ نشان داده شده است. بر اساس جدول ۲، تمام بارهای عاملی بالای ۰/۵ است و قابل قبول هستند (فورنل و لارکر، ۱۹۸۱). مقادیر آلفای کرونباخ، میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و پایایی ترکیبی (CR) نیز قابل قبول‌اند، زیرا مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمام سازه‌های پژوهش بیشتر از ۰/۷ بود. به منظور سنجش روایی همگرا از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد. نتایج ارائه شده در جدول ۲ نشان داد که AVE برای تمام سازه‌های پژوهش بیشتر از ۰/۵۰ بود؛ بنابراین، تمام سازه‌های مدل مورد بررسی از روایی همگرای مناسبی برخوردار بودند.

جدول ۲. بار عاملی، روایی همگرا و نتایج پایایی

منبع	ضریب آلفای کرونباخ	CR	AVE	بار عاملی	متغیرها
	۰/۷۱۷	۰/۸۲۲	۰/۵۳۸		تمایل به کارآفرینی
(تسکورپولاس و همکاران، ۲۰۲۲)				۰/۶۵۵	توسعه گردشگری ورزشی در کرمان باعث جذب سرمایه‌گذاری‌ها و درآمد بیشتری برای شهر می‌شود.
				۰/۷۹۹	استانداردهای زندگی و سطح رفاه به‌واسطه رشد گردشگری ورزشی افزایش می‌یابد.
				۰/۶۸۰	توسعه گردشگری ورزشی باعث توسعه خدمات شهری و بهبود خدمات رفاهی و پذیرایی می‌شود.
				۰/۷۸۹	گردشگری برای افراد غیر بومی بیشتر از مردم محلی شغل ایجاد می‌کند.
	۰/۷۳۶	۰/۸۳۵	۰/۵۱۴		مشارکت جامعه
(کیم و همکاران، ۲۰۲۱)				۰/۶۳۰	در کل اثرات مثبت توسعه گردشگری ورزشی در شهر کرمان بیشتر از اثرات منفی آن است.
				۰/۷۰۷	گردشگری ورزشی انگیزه حفظ منابع طبیعی را فراهم می‌کند
				۰/۷۵۶	به‌واسطه توسعه گردشگری ورزشی استاندارد جاده‌ها و سایر امکانات عمومی ارتقاء پیدا می‌کند.
			۰/۷۶۷	ساخت هتل‌ها و سایر امکانات گردشگری باعث تخریب محیط طبیعی در منطقه شده است.	
	۰/۷۳۳	۰/۸۴۹	۰/۶۵۵		تأثیرگذاری بر مقصد
(تسکورپولاس و همکاران، ۲۰۲۲)				۰/۷۶۹	در کل اثرات مثبت توسعه گردشگری ورزشی بر محیط منطقه بیشتر از اثرات منفی آن است.
				۰/۸۲۳	دیدن گردشگران از نقاط مختلف کشور و دنیا تجربه ارزشمندی است.
				۰/۸۳۳	گردشگری ورزشی دسترسی به امکانات تفریحی برای ساکنان شهر کرمان را بهبود می‌بخشد.
				۰/۷۹۱	گردشگری ورزشی بر فرهنگ، سنت‌ها و آداب و رسوم کرمان اثرگذار است.
				۰/۷۱۸	با توسعه گردشگری ورزشی، بازسازی بناهای تاریخی شهر کرمان تسریع خواهد شد.
			۰/۷۸۳	توسعه گردشگری ورزشی باعث رشد مشکلات امنیتی و جرم و جنایت در شهر کرمان می‌شود.	

ادامه جدول ۲. بار عاملی، روایی همگرا و نتایج پایایی

منبع	ضریب آلفای کرونباخ	CR	AVE	بار عاملی	متغیرها
(تسکورپولاس و همکاران، ۲۰۲۲)				۰/۸۳۰	به‌طور کلی تأثیر توسعه گردشگری ورزشی بر فرهنگ جامعه کرمان مثبت‌تر از اثرات منفی آن است.
				۰/۸۰۸	من اغلب با گردشگران در تماس هستم.
				۰/۸۳۶	در کل من موافق توسعه رویدادهای ورزشی در شهر کرمان هستم.
				۰/۶۴۴	من علاقه‌مند به حضور در کمیته‌ها و شغل‌های مرتبط با حمایت از رویدادهای ورزشی در شهر کرمان هستم.
				۰/۶۶۵	من در طول یک رویداد ورزشی بعضی از کارها را به‌طور داوطلبانه انجام می‌دهم.
				۰/۷۰۶	من مشارکت فعالی در سازمان‌دهی رویدادهای ورزشی شهر کرمان ندارم اما از آن حمایت می‌کنم.
				۰/۷۲۹	من رویدادهای ورزشی شهر کرمان را دنبال می‌کنم.
۰/۷۸۹	من از فعالیت‌های مرتبط با گردشگری که به حفظ محیط زیست کمک می‌کند حمایت می‌کنم.				
	۰/۸۰۴	۰/۸۶۰	۰/۵۰۸	نگرش افراد	
(تسکورپولاس و همکاران، ۲۰۲۲)				۰/۶۸۶	من از تحقیقات برای حفظ محیط و مراقبت از طبیعت حمایت می‌کنم.
				۰/۶۲۹	ساکنان محلی باید در برنامه‌ریزی گردشگری مشارکت داده شوند.
				۰/۶۵۰	من علاقه‌مند به مشارکت در تصمیمات برای توسعه گردشگری با رویکرد حفظ محیط زیست و منابع جامعه هستم.
				۰/۷۸۳	من در کسب‌وکارم، افراد تحت مدیریت خود را به تفکر و رفتار به یک شیوه نوآورانه تشویق می‌کنم.
				۰/۸۳۰	من در کسب‌وکار خود تمایل دارم شیوه‌های غیر معمول و جدیدی را برای انجام کارها و حل مسائل امتحان کنم.
۰/۶۷۴	کسب‌وکار من در مقایسه با رقبا در منطقه به شکل فعال‌تری نسبت به پذیرش فناوری‌ها و شیوه‌های جدید انجام کارها واکنش نشان می‌دهد.				
	۰/۸۵۰	۰/۸۸۹	۰/۵۷۵	توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی	
(تسکورپولاس و همکاران، ۲۰۲۲)				۰/۶۷۳	کسب‌وکار من معمولاً جزو نخستین کسب‌وکارهایی در منطقه است که محصولات جدید را به مشتریان معرفی می‌کند.
				۰/۵۸۵	توسعه گردشگری در ارتقاء سطح استانداردهای زندگی در شهر کرمان مؤثر بوده است.
				۰/۸۴۴	با توجه به رشد گردشگری و حضور بیشتر گردشگران در شهر کرمان امکانات تفریحی ایجاد شده است.
				۰/۸۵۳	تعداد دفعات روبرویی من با گردشگران خارجی و دیدار با آن‌ها در زندگی روزانه زیاد است.
				۰/۸۳۱	به نظرم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در توسعه گردشگری در شهر کرمان ضروری و تأثیرگذار است.
۰/۷۲۷	به‌دست آوردن تجربیات جدید به هنگام روبرویی با یک گردشگر برایم اهمیت دارد				

روایی واگرا دومین معیار سنجش روایی مدل اندازه‌گیری در روش PLS است. روایی واگرا میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش را نشان می‌دهد. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان جذر AVE برای هر

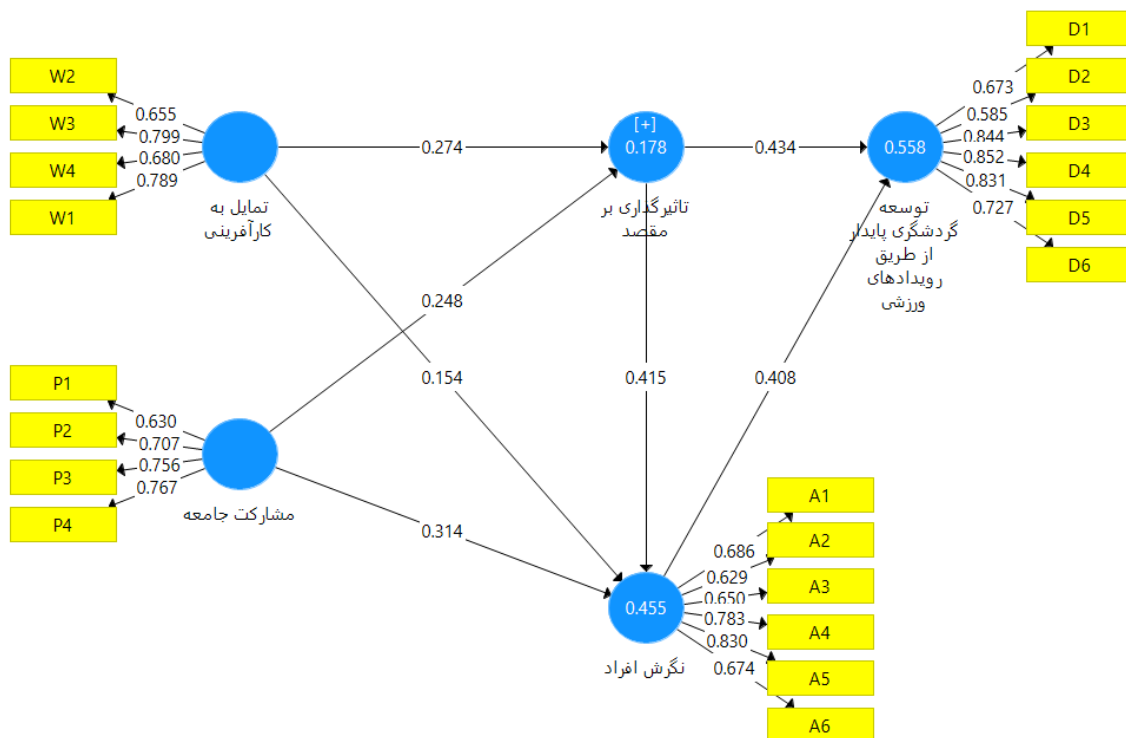
سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد. بر اساس نتایج ارائه شده در جدول (۳) مشاهده شد که به‌طور کلی جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هر یک از سازه‌ها بزرگ‌تر از همبستگی بین سازه‌ها بود. این نتیجه حاکی از آن است که نشانگرهای انتخابی برای هر سازه، درصد بالایی از واریانس مشترک آن سازه نسبت به سایر سازه‌ها در مدل اندازه‌گیری را به اشتراک می‌گذارند.

جدول ۳. روایی واگرا

نگرش افراد	مشارکت جامعه	توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی	تمایل به کارآفرینی	تأثیرگذاری بر مقصد	تأثیرگذاری بر مقصد
			۰/۷۳۳	۰/۸۰۹	تأثیرگذاری بر مقصد
		۰/۷۵۸	۰/۵۵۶	۰/۳۵۰	تمایل به کارآفرینی
	۰/۷۱۷	۰/۳۸۲	۰/۳۰۳	۰/۶۶۸	توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی
			۰/۳۹۴	-۰/۳۳۱	مشارکت جامعه
۰/۷۱۳	۰/۴۹۸	۰/۶۵۷		-۰/۵۷۳	نگرش افراد

آزمون مدل و فرضیه‌های پژوهش

پس از بررسی و تأیید مدل اندازه‌گیری، مدل آزمون پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. شکل ۲ ضرایب مسیری مدل آزمون را نشان می‌دهد.



شکل ۲. مدل آزمون شده با ضرایب مسیری استاندارد

برای بررسی فرضیه‌های پژوهش نیاز به محاسبه مدل در حالت ضرایب معناداری (t) است؛ بدین صورت که اگر ضرایب معناداری از قدر مطلق ۱/۹۶ بیشتر باشد فرضیه‌های پژوهش با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرند. نتایج آزمون مدل در حالت ضرایب معناداری نشان داد که این شرط محقق شده و در نتیجه فرضیه‌های تحقیق مورد تأیید قرار گرفته‌اند. جدول ۴ نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها و ضرایب معناداری را نشان می‌دهد.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه‌ها

نتیجه	t_value	β	مسیر متغیر مستقل ← متغیر وابسته
تأیید	۴/۱۸۴	۰/۲۷۴	تمایل به کارآفرینی ← تأثیرگذاری بر مقصد
تأیید	۲/۸۲۱	۰/۱۵۴	تمایل به کارآفرینی ← نگرش افراد
تأیید	۴/۰۴۶	۰/۲۴۸	مشارکت جامعه ← تأثیرگذاری بر مقصد
تأیید	۵/۹۳۶	۰/۳۱۴	مشارکت جامعه ← نگرش افراد
تأیید	۸/۲۹۹	۰/۴۱۵	تأثیرگذاری بر مقصد ← نگرش افراد
تأیید	۸/۴۳۲	۰/۴۳۴	تأثیرگذاری بر مقصد ← توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی
تأیید	۸/۲۶۸	۰/۴۰۸	نگرش افراد ← توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری ورزشی بخش مهمی از صنعت گردشگری است و به اشکال و نام‌های مختلفی وجود دارد. برگزاری رویدادهای برنامه‌ریزی شده ورزشی می‌تواند زمینه‌های سفر به مقصد را ایجاد کند. چنین رویدادهایی معمولاً شرکت‌کنندگان فعال (رقبا و مقامات) و منفعل (تماشاگران) را جمع می‌کنند. محبوبیت رویدادهای ورزشی را می‌توان به این واقعیت نسبت داد که بسته به مدت‌زمان آن‌ها، مزایای قابل توجهی برای جوامع میزبان در سطح استان، شهرستان، شهر یا شهرداری ایجاد می‌کنند که بارزترین تأثیر رویدادهای ورزشی بر اقتصاد و گردشگری است (پریک، ۲۰۱۸).

پس از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داده شد که تمایل به کارآفرینی بر تأثیرگذاری بر مقصد با سه بعد اقتصادی، اجتماعی و محیط زیست تأثیر مثبت و معناداری دارد. یافته‌های این بخش از پژوهش با مطالعات (میرزایو و همکاران، ۲۰۲۰) هم‌راستا است. یافته‌های این فرضیه نشان می‌دهد که هرچقدر تمایل به کارآفرینی در بین فعالان صنعت گردشگری ورزشی افزایش پیدا کند اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی بالاتری بر شهر کرمان خواهد داشت. در نتیجه با بهبود زیرساخت‌ها و آموزش و معرفی فرصت‌های گردشگری ورزشی به‌گونه‌ای که افراد تمایل بالاتری به کارآفرینی در این حوزه پیدا نمایند می‌توان امیدوار بود که شهر کرمان از لحاظ اقتصاد، مسائل فرهنگی و اجتماعی و همچنین محیط زیستی وضعیت بهتری را شاهد باشد. همچنین تمایل به کارآفرینی بر نگرش افراد تأثیر مثبت و معناداری دارد. یافته‌های این بخش از پژوهش با مطالعات (دوبی، ۲۰۲۴) هم‌راستا است. یافته‌های این فرضیه نشان می‌دهد که هرچه تمایل افراد به کارآفرینی افزایش پیدا کند نگرش افراد به گردشگری ورزشی بهبود خواهد پیدا کرد و از آنجا که نگرش افراد یکی از مهم‌ترین فاکتورها در شکل‌گیری رفتار به حساب می‌آید بنابراین پیشنهاد می‌شود به ترویج فرهنگ کارآفرینی و موفقیت‌های کارآفرینان، برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی برای تقویت مهارت‌های کارآفرینی، ارائه حمایت‌ها و مشوق‌های مالی برای سرمایه‌گذاران در جهت شناسایی فرصت‌های اقتصادی و کاهش ریسک‌پذیری اقدام شود.

از طرفی دیگر مشارکت جامعه بر تأثیرگذاری بر مقصد تأثیر مثبت و معناداری دارد. مطالعات (کیم و همکاران، ۲۰۲۱) تأییدکننده نتایج این بخش از پژوهش است. یافته‌های این فرضیه نشان می‌دهد که مشارکت جامعه می‌تواند اثر مثبت و معناداری بر اقتصاد، مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی داشته باشد. مشارکت جامعه با احساس تعلق و مسئولیت‌پذیری در میان شهروندان صورت می‌گیرد که در این راستا پیشنهاد می‌شود فعالیت‌های روابط عمومی، تبلیغات و برگزاری کمپین‌ها بر رویدادها صورت گیرد. مشارکت جامعه بر نگرش افراد نیز تأثیر مثبت و

معناداری دارد. پژوهش (کیم و همکاران، ۲۰۲۱) تأییدکننده نتایج این بخش از پژوهش است. یافته‌های این فرضیه نشان می‌دهد که با بالا رفتن سطح مشارکت جامعه در زمینه برگزاری رویدادهای ورزشی نگرش افراد به گردشگری ورزشی بهبود پیدا می‌کند.

گردشگرانی که از خدمات با کیفیت و مهمان‌نوازی جامعه بهره‌مند می‌شوند، احتمالاً نگرش مثبت‌تری نسبت به مقصد و تجربه‌ای منحصر به فرد خواهند داشت. تأثیرگذاری بر مقصد بر نگرش افراد تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج این بخش از پژوهش با مطالعات (چوی و سیراکای، ۲۰۰۶) هم‌راستا است. یافته‌های این فرضیه نشان می‌دهد که بهبود شرایط اقتصادی از طریق ایجاد امکانات و خدمات با کیفیت (مانند فراهم نمودن محل‌های اقامتی و امکانات رفاهی مناسب، رستوران‌های خوب و زیرساخت‌های حمل و نقل کارآمد)، اجتماعی همچون تعاملات مثبت بین گردشگران و جامعه محلی و داشتن احساس امنیت، زیست‌محیطی مانند زیبایی طبیعی و پاکیزگی شهر کرمان به تقویت نگرش مثبت آن‌ها کمک می‌کند. تأثیرگذاری بر مقصد بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج این بخش از پژوهش با مطالعات (وارادانا و همکاران^۱، ۲۰۱۹) هم‌راستا است. یافته‌های این فرضیه نشان می‌دهد که اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی گردشگری از طریق رویدادهای ورزشی می‌تواند منجر به توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی شود. در نهایت نگرش افراد بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج این بخش از پژوهش با مطالعات (پیترز و همکاران^۲، ۲۰۱۸) هم‌راستا است. یافته‌های این فرضیه نشان می‌دهد که بهبود نگرش افراد نسبت به گردشگری از طریق رویدادهای ورزشی می‌تواند به توسعه گردشگری پایدار این طریق کمک کند. نگرش گردشگران نسبت به یک مقصد می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند تجربه سفر، کیفیت خدمات، جذابیت‌های طبیعی و فرهنگی و نحوه برگزاری رویدادهای ورزشی شکل بگیرد. برگزاری موفقیت‌آمیز و ساماندهی رویدادهای ورزشی می‌تواند به ایجاد نگرش مثبت در گردشگران کمک کند.

پیشنهاد‌های کاربردی

به‌منظور تقویت گردشگری پایدار در شهر کرمان از طریق رویدادهای ورزشی، می‌توان برنامه‌هایی چندوجهی را طراحی کرد که مشارکت همه‌جانبه ساکنان و گردشگران را مد نظر قرار دهد. در حاشیه مسابقات ورزشی، برگزاری نمایشگاه‌ها و رویدادهای معرفی کسب‌وکارهای محلی افزون بر معرفی صنایع دستی و محصولات سنتی کرمان، فضایی برای آشنایی گردشگران با فرهنگ و صنعت بومی فراهم می‌کند. دعوت از شهروندان برای نقش‌آفرینی در برنامه‌ریزی و اجرای این رویدادها از طریق ایجاد کمیته‌های داوطلبانه و تشکیل شوراهای محلی نه‌تنها مشارکت اجتماعی را تقویت می‌کند، بلکه حس تعلق و مسئولیت‌پذیری نسبت به اثرات گردشگری ورزشی را در بین اهالی افزایش می‌دهد.

به‌موازات این فعالیت‌ها، ایجاد سامانه‌های آنلاین برای دریافت بازخورد و ایده‌های جامعه در باره رویدادهای ورزشی گردشگری، امکان شفاف‌سازی و ارتقای کیفیت خدمات را فراهم می‌آورد و باعث می‌شود صدای ساکنان کرمان در تصمیم‌گیری‌ها شنیده شود. برگزاری نشست‌های مشورتی منظم بین مسئولین، ساکنین و ذی‌نفعان گردشگری ورزشی، زمینه گفت‌وگوی مستقیم در باره چالش‌ها و فرصت‌ها را فراهم می‌کند و کمک می‌کند تا برنامه‌ها با رویکرد پایداری بهبود یابند. استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای اطلاع‌رسانی شفاف در خصوص مزایای گردشگری و نحوه مشارکت مردم، افزون بر جذب مخاطبان بیشتر، نگرش مثبت نسبت به رویدادها را در میان

شهروندان تقویت می‌کند. به‌منظور ارتقای تجربه همه‌جانبه گردشگران و تسهیل تردد آن‌ها، بهبود زیرساخت‌های شهری همچون حمل و نقل عمومی مناسب، فضاهای پارکینگ و نصب تابلوهای اطلاع‌رسانی چندزبانه ضروری است. افزایش امنیت عمومی در مناطق پرتردد گردشگران از طریق همکاری نیروی انتظامی و نیروهای داوطلب محلی موجب می‌شود بازدیدکنندگان با آرامش خیال بیشتری در کرمان حضور یابند. افزون بر این، طراحی کمپین‌های آگاهی‌بخش در سطح شهر و رسانه‌های محلی با محوریت منافع گردشگری ورزشی و نحوه تعامل مسئولان مردم در شکل‌دهی نگرش مثبت و تشویق به رفتارهای مسئولانه نقش بسزایی دارد. در نهایت، ایجاد باشگاه‌های هواداری یا انجمن‌های محلی مرتبط با رویدادهای ورزشی، بستری برای پیوستگی اجتماعی و تبادل تجربه بین ساکنان و گردشگران فراهم می‌آورد و به شکوفایی گردشگری پایدار در کرمان کمک می‌کند.

منابع

- ابراهیم‌پور، حبیب؛ بابایی، یاور؛ سخندان، الناز (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه موردی: شهر سرعین). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۶(۲۲)، ۱۴۳-۱۱۸. doi: 10.22080/jtpd.2017.1712
- اکبرپور، محمد (۱۴۰۲). مدل‌سازی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان هاشترود). *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۲(۳)، ۱۸-۱. doi: 10.22126/eme.2023.9582.1047
- امیری، صبا (۱۴۰۳). طراحی مدل اولویت‌بندی عوامل موفقیت برندهای کارآفرینانه کرمانشاهی؛ کاربری رویکرد آمیخته. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۳(۳)، ۲۵-۴۸. doi: 10.22126/eme.2024.11146.1114
- ده‌یادگاری، سعید؛ نوربخش، فاطمه؛ خاطبی، آیدا (۱۴۰۱). عوامل مؤثر بر قصد دیدار گردشگران از جاذبه‌های گردشگری استان کرمان با تأکید بر تبلیغات الکترونیکی. *گردشگری و توسعه*، ۱۱(۳)، ۱۱۹-۱۳۲. doi: 10.22034/jtd.2021.283976.2336
- عزیمی، آئیژ؛ پرن‌آور، آرزو (۱۴۰۱). امکان‌سنجی احداث مجتمع گردشگری با تأکید بر توسعه کارآفرینی در حوضه سد شیان شهرستان اسلام‌آباد غرب. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۱۱(۱)، ۳۵-۵۲. doi: 10.22126/eme.2023.2433
- قهرمانی، مریم (۱۳۹۱). توسعه گردشگری پایدار روستایی و جایگاه بافت‌های باارزش روستا (مطالعه موردی: روستای سیمین شهر همدان). *جغرافیایی فضای گردشگری*، ۱۱(۲)، ۶۵-۸۰.
- نادری، نادر؛ رضایی، بیژن؛ خسروی، احسان؛ کرمان، فرانک (۱۴۰۳). واکاوی پدیده عدم استقبال مددجویان کمیته امداد استان کرمانشاه از طرح‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی؛ کاربری نظریه بنیانی. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۳(۴)، ۹۱-۱۱۴. doi: 10.22126/eme.2025.11821.1148

References

- Akbarpour, M. (2023). Modeling Factors Affecting the Development of Entrepreneurship in Rural Areas (Case Study: Villages of Hashtroud City). *Education and Management of Entrepreneurship*, 2(3), 18-1 (in Persian). doi: 10.22126/eme.2023.9582.1047.
- Aliedan, M. M., Elshaer, I. A., Alyahya, M. A., & Sobaih, A. E. E. (2022). Influences of university education support on entrepreneurship orientation and entrepreneurship intention: application of theory of planned behavior. *Sustainability*, 14(20), 13097. doi: 10.3390/su142013097.
- Amiri, Saba. (2023). Designing a model for prioritizing success factors of Kermanshahi entrepreneurial brands; Application of a mixed approach. *Entrepreneurship Education and Management*, 3(3), 25-48 (in Persian). doi: 10.22126/eme.2024.11146.1114.
- Antunes, M., Dias, Á., Gonçalves, F., Sousa, B., & Pereira, L. (2023). Measuring sustainable tourism lifestyle entrepreneurship orientation to improve tourist experience. *Sustainability*, 15(2), 1201. doi.org/10.3390/su15021201.
- Azmi, Aij, & Parand Avar, Arezo. (2022). Feasibility study of establishing a tourism complex with emphasis on entrepreneurship development in the Shian Dam basin of West Islamabad

- County. *Entrepreneurship Education and Management*, 1(1), 35-52 (in Persian). doi: 10.22126/eme.2023.2433.
- Belchior, R. F., & Liñán, F. (2017). Individual and cultural values as psychosocial cognitive antecedents and moderators of entrepreneurial intentions. *In The Emergence of Entrepreneurial Behaviour* (pp. 66-86). Edward Elgar Publishing. doi: 10.4337/9781786434432.00009.
- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2017). Sustainable entrepreneurship: A convergent process model. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 1-17.
- Boit, S., Tubey, R., & Kibe, J. (2024). Community Participation and Residents' Attitudes towards Tourism Development in Rimoi National Reserve, Kenya. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 7(2), 1-19. doi: 10.53819/81018102t4274.
- Byrne, Z. S., Weston, J. W., & Cave, K. (2020). Development of a scale for measuring students' attitudes towards learning professional (ie, soft) skills. *Research in Science Education*, 50(4), 1417-1433. doi: 10.1007/s11165-018-9738-3.
- Cheng, T. M., Wu, H. C., Wang, J. T. M., & Wu, M. R. (2019). Community Participation as a mediating factor on residents' attitudes towards sustainable tourism development and their personal environmentally responsible behavior. *Current issues in tourism*, 22(14), 1764-1782.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism management*, 27(6), 1274-1289.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism management*, 27(6), 1274-1289.
- Dehyadegari Saeid, Nourbakhsh Fatemeh, Khatebi Aida. (2023). Factors affecting tourists' intention to visit tourist attractions in Kerman province with emphasis on electronic advertising. *Tourism and Development*, 11(3), 119-132 (in Persian). doi: 10.22034/jtd.2021.283976.2336.
- Dubey, P. (2024). The effect of entrepreneurial characteristics on attitude and intention: an empirical study among technical undergraduates. *Journal of Business and Socio-economic Development*, 4(3), 272-289. doi: 10.22034/jtd.2021.283976.2336.
- EbrahimPour, H., Babaei, Y., & Sokhandan, E. (2017). Examining the Role of Social Capital on the Participation of Host Communities in the Sustainable Tourism Development with the Mediator Role of Tourism Effects (Case Study: Sareyn). *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(22), 118-143 (in Persian). doi: 10.22080/jtpd.2017.1712.
- Fadda, N. (2018). The effects of entrepreneurial orientation dimensions on performance in the tourism sector. *New England Journal of Entrepreneurship*, 21(1), 22-44.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Ghahraman, M. (2012). Sustainable rural tourism development and the position of valuable rural textures (case study: Simin village, Hamadan city). *Geography of Tourism Space*, 1(2), 65-80 (in Persian).
- Herbold, V., Thees, H., & Philipp, J. (2020). The host community and its role in sports tourism—exploring an emerging research field. *Sustainability*, 12(24), 10488.
- Hulu, M., Baiquni, M., Fandeli, C., & Wirasanti, N. (2019). Community Participation on Tourism Development in Parangtritis Tourism Area, Bantul Regency. *E-Journal of Tourism*, 6(2), 225-234.
- Jurowski, C., & Brown, D. O. (2001). A comparison of the views of involved versus noninvolved citizens on quality of life and tourism development issues. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 25(4), 355-370.
- Kavya, M. (2021). *A Reflection on the Importance of Entrepreneurship in Tourism Development*. Recent Adv. VARIED FIELDS, 170.
- Kim, S., Kang, Y., Park, J. H., & Kang, S. E. (2021). the Impact of Residents' Participation on Their Support for Tourism Development at a Community Level Destination. *Sustainability*, 13(9), 4789.
- 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, 21-32.
- Mirzayeva, G., Turkay, O., Akbulaev, N., & Ahmadov, F. (2020). The impact of mega-events on urban sustainable development. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(3), 1653.
- Morfoulaki, M., Myrovali, G., Kotoula, K. M., Karagiorgos, T., & Alexandris, K. (2023). Sport tourism as driving force for destinations' sustainability. *Sustainability*, 15(3), 2445. doi: 10.3390/su15032445.
- Naderi, N., Rezaee, B., Karamian, F., & Khosravi, E. (2025). Exploring the Phenomenon of Non-Participation of Beneficiaries of the Imam Khomeini Relief Foundation in Kermanshah Province in Entrepreneurship and Employment Generation Projects: Application of Grounded Theory. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3(4), 91-114 (in Persian). doi: 10.22126/eme.2025.11821.1148
- Nugraha, U., Yuliawan, E., & Mardian, R. (2022). Determinants of community participation in the development of sports tourism in the area of Sipin Lake Jambi City. *Journal Sport Area*, 7(1), 33-46.
- Pan, S. Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S. L., & Chiang, P. C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of the total environment*, 635, 452-469. doi: 10.1016/j.scitotenv.2018.04.134.
- Passafaro, P. (2020). Attitudes and tourists' sustainable behavior: An overview of the literature and discussion of some theoretical and methodological issues. *Journal of travel research*, 59(4), 579-601.
- Pereira, V., Gupta, J. J., & Hussain, S. (2022). Impact of travel motivation on tourist's attitude toward destination: Evidence of mediating effect of destination image. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(5), 946-971.
- Perić, M. (2018). Estimating the perceived socio-economic impacts of hosting large-scale sport tourism events. *Social Sciences*, 7(10), 176.
- Pertami, N., & Sukaatmadja, P. (2021). The role of user's attitude mediating the effect of perceived ease of use and social influence towards the continuance usage intention of TikTok. *SSRG Int. J. Econ. Manag. Stud*, 8, 98-104.
- Peters, M., Chan, C.-S., & Legerer, A. (2018). Local Perception of Impact-Attitudes-Actions towards Tourism Development in the Urlaubsregion Murtal in Austria. *Sustainability*, 10(7), 2360. <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/7/2360>
- Poudel, K. P., Carter, R., & Lonial, S. (2019). The impact of entrepreneurial orientation, technological capability, and consumer attitude on firm performance: A multi-theory perspective. *Journal of Small Business Management*, 57, 268-295.
- Prabhakaran, S., Nair, V., & Ramachandran, S. (2014). Community participation in rural tourism: Towards a conceptual framework. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 290-295.
- Salahi Kojour, A., & Kialashaki, H. (2023). Innovative development of sustainable tourism and entrepreneurship through sports events. *Applied Research in Sport Management*, 12(1), 25-37.
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271.
- Tsekouropoulos, G., Gkouna, O., Theocharis, D., & Gounas, A. (2022). Innovative sustainable tourism development and entrepreneurship through sports events. *Sustainability*, 14(8), 4379.
- Wang, B., Li, J., Sun, A., Wang, Y., & Wu, D. (2019). Residents' green purchasing intentions in a developing-country context: Integrating PLS-SEM and MGA methods. *Sustainability*, 12(1), 30.
- Wang, M., Jiang, J., Xu, S., & Guo, Y. (2021). Community participation and residents' support for tourism development in ancient villages: The mediating role of perceptions of conflicts in the tourism community. *Sustainability*, 13(5), 2455.
- Wardana, I. M., Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., & Astawa, I. P. (2019). Cultural tourism and ecotourism empowerment in the sustainable tourism development and destination competitiveness enhancement. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(4),

753-762.

Xu, H., Jiang, F., Wall, G., & Wang, Y. (2019). The evolving path of community participation in tourism in China. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(8), 1239-1258. doi: 10.1080/09669582.2019.1612904.

