

نشریه علمی

پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی

«مقاله پژوهشی»

توسعه نوآورانه گردشگری پایدار و کارآفرینی از طریق رویدادهای ورزشی

عظیم صلاحی کجور^{۱*}، هدایت کیا لاشکی^۲

چکیده

هدف از تحقیق حاضر توسعه نوآورانه گردشگری پایدار و کارآفرینی از طریق رویدادهای ورزشی می‌باشد. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است و به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری کلیه ساکنان استان مازندران بودند و از روش نمونه‌گیری تصادفی هدفمند و با توجه به جدول مورگان و جامعه بزرگ، نمونه نهایی ۳۸۴ نفر انتخاب شد. برای حصول اطمینان از برگشت پاسخ‌نامه‌ها ۴۱۰ پرسشنامه توزیع گردید و ۳۹۷ پرسشنامه برگشت داده شد که نرخ بازگشت ۹۷ درصد بود. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه معتبر بود و روایی صوری و محتوایی آن‌ها توسط ۵ تن از متخصصین مدیریت ورزشی به تأیید رسید. همه مقیاس‌ها سطوح بالایی از قابلیت اطمینان (آلفای کرونباخ بالای ۰/۷۰) را داشتند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف، همبستگی پیرسون و رگرسیون به کمک نرم‌افزار SPSS استفاده گردید. یافته‌های تحقیق نشان داد که پذیرش توسعه گردشگری پایدار از طریق ورزش را می‌توان با متغیرهای متعددی مانند تأثیر اقتصادی ($b=۰/۴۳۴$)، نگرش ساکنان نسبت به رویدادهای ورزشی ($b=۰/۲۸۷$) و تمایل شهروندان به کارآفرینی ($b=۰/۱۱۳$) پیش‌بینی کرد. بنابراین رویدادهای ورزشی بسیاری از جنبه‌های یک مقصد گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین تمایل شهروندان به کارآفرینی با رویدادهای ورزشی مرتبط است.

واژه‌های کلیدی

توسعه پایدار گردشگری، نوآوری، رویدادهای ورزشی، کارآفرینی.

^۱ استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، موسسه غیر انتفاعی - غیر دولتی، مارلیک نوشهر، نوشهر، ایران.
^۲ مدرس، گروه مدیریت، موسسه غیر انتفاعی - غیردولتی، مارلیک نوشهر، نوشهر، ایران.

نویسنده مسئول:

عظیم صلاحی کجور

رایانامه: azim.salahi@yahoo.com

استناد به این مقاله:

صلاحی کجور، عظیم و کیا لاشکی، هدایت (۱۴۰۱). توسعه نوآورانه گردشگری پایدار و کارآفرینی از طریق رویدادهای ورزشی. فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۱۲(۱)، ۲۵-۳۷.

می‌دهد، که تأثیر آن را در سطح محلی و اجتماعی بزرگ می‌کند (عبدی و همکاران، ۱۳۹۹).

تلاش‌های همه‌ذی‌نفعان برای توسعه محصول گردشگری، جهت‌گیری روشنی نسبت به توسعه پایدار دارد (شیبانی‌نیا و همکاران ۱۴۰۰).

تأثیر گردشگری بر یک مقصد، موضوع بحث مهمی در طول دهه‌های اخیر بوده است که از جنبه‌های مختلف به موضوع تحقیق نزدیک شده است. به‌طور کلی، چندین تحقیق تأثیر زیاد گردشگری بر یک مقصد را نشان داده‌اند، چه مثبت باشد (اقتصادی و فرهنگی) و چه منفی (مصرف منابع، جرم و جنایت، آلودگی زیست‌محیطی) (دبیر و همکاران،^۷ ۲۰۰۵؛ کیم و همکاران،^۸ ۲۰۱۵) انتقاد از تأثیر گردشگری در سطح محلی معمولاً براساس نتایج قابل‌مشاهده و تغییراتی است که به مقصد می‌آورد. مطالعات موجود در مورد تأثیر گردشگری بر سه دسته اصلی تمرکز دارد: تأثیرات اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی (وور و همکاران،^۹ ۲۰۲۲). تأثیر مثبت گردشگری در هر سه دسته قابل‌مشاهده است. در سطح اقتصادی، مشاغل جدیدی ایجاد می‌کند و به توسعه مقصد کمک می‌کند (صداقت، ۱۴۰۰)؛ در سطح اجتماعی، فرصت‌هایی برای احیای فعالیت‌های فرهنگی سنتی و آداب و رسوم محلی ارائه می‌دهد (بارتیس و مادلابینگا،^{۱۰} ۲۰۲۰)؛ درحالی‌که در سطح زیست‌محیطی، وجود منابع تولیدشده توسط فعالیت گردشگری به حفظ و احیای جاذبه‌های گردشگری یک مقصد کمک می‌کند (کیم و همکاران،^{۱۱} ۲۰۱۵).

در مقابل، توجه و بحث زیادی به اثرات منفی گردشگری هم در سطح محلی و هم در سطح جهانی، با تأکید خاص بر محیط‌زیست شده است. یک مثال معمول، گردشگری انبوه و ارتباط آن با آلودگی مناطق، اثرات بر محیط‌زیست طبیعی، و وجود اثرات زیست‌محیطی گردشگری است (مرتضایی و کلاته، ۱۳۹۹). در سطح اجتماعی و فرهنگی، فعالیت گردشگری فرهنگ‌ها، هویت و سنت‌های محلی را تغییر می‌دهد (سیابوللا،^{۱۲} ۲۰۱۶). در سطح اقتصادی، اثرات منفی نیز وجود دارد، مانند افزایش قیمت املاک و مستغلات و زندگی (وور و

مقدمه

در سال‌های اخیر، تأکید زیادی بر تأثیر فعالیت‌های گردشگری در سطح محلی، هم از دیدگاه توسعه مقصد و هم از دیدگاه ساکنان نسبت به یک رویداد گردشگری محور شده است. در گذشته، اکثر تحقیقات بر روی تأثیر مالی یک رویداد یا گردشگری به‌عنوان یک کل تمرکز می‌کردند، با این نتیجه‌گیری که گردشگری یک ابزار توسعه کلیدی برای یک مقصد، در تمام سطوح است (واسکوز ویسنته و همکاران،^۱ ۲۰۲۱). یک رویداد ورزشی با تعیین خاص نوع ورزش، مکان، مدت و تاریخ عملکرد مشخص می‌شود. در زمینه گردشگری، گردشگری ورزشی یک بخش همیشه در حال رشد است (هیچ و هولت،^۲ ۲۰۱۷). به‌طور کلی، رویدادهای ورزشی علاقه ورزشکاران، ساکنان و گردشگران را به خود جلب می‌کنند. پس از آن، چنین رویدادهایی فرصت توسعه گردشگری در سطح محلی، فرصت‌های چندگانه برای توسعه در سطح کسب‌وکار و مزایای اقتصادی برای جامعه به‌عنوان یک کل را فراهم می‌کنند (کاراتا و همکاران،^۳ ۲۰۱۶). مزایای برگزاری یک رویداد ورزشی برای جامعه محلی می‌تواند بسیار زیاد باشد. رویدادهای کوچک امکان توسعه روابط بین بازدیدکنندگان و ساکنان را در رأس تأثیر اقتصادی، مشاغل جدید، و ارزش افزوده برای محصول گردشگری فراهم می‌کند (پیریس و همکاران،^۴ ۲۰۱۹). با این حال، فراتر از مزایای اقتصادی واضح گردشگری، تأثیرات فرهنگی و زیست‌محیطی قابل‌توجهی بر کیفیت زندگی ساکنان یک مقصد وجود دارد (مورسان و همکاران،^۵ ۲۰۲۱). تفاوت‌های فرهنگی بین مقاصد نیز منجر به تفاوت‌های قابل‌توجهی در پذیرش رویدادهای گردشگری، نگرش ساکنان نسبت به آن‌ها، مشارکت آن‌ها در رفتار و اجرای یک رویداد می‌شود (چیکیودن و همکاران،^۶ ۲۰۲۱). درنهایت، مزایایی که یک رویداد ورزشی ممکن است برای یک منطقه داشته باشد می‌تواند هم تأثیر مثبت و هم تأثیر منفی بر رفتار و نگرش ساکنان داشته باشد، که بعد دیگری به یک رویداد ورزشی

8. Kim et al

9. Waver et al

1 . Bartis & Madlwabinga 0

1 . Kim et al 1

1 . Siyabulela 2

1. Vázquez Vicente

2. Hinch & Holt

3. Quaranta et al

4. Reríc et al

5. Mtesan et al

6. Ciciudean et al

7. Dwyer et al

آن‌ها در توسعه محلی، محدود است (مرادی و رضانی، ۱۳۹۸) در نتیجه، توسعه گردشگری در سطح منطقه‌ای محلی معمولاً بر اساس تلاش‌ها و برنامه‌ریزی سازمان‌یافته نیست، بلکه بر اساس اقدامات فردی است که در برخی موارد، مشکلات اضافی ایجاد می‌کند تا اینکه منجر به توسعه پایدار مقصد شود (کلابی، ۱۴۰۱). علاوه بر این، کاربرد برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری در مناطق مربوطه تحت تأثیر ماهیت به سرعت در حال تغییر محیط گردشگری قرار دارد (کروبی و همکاران، ۱۴۰۰) بنابراین، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری منطقه‌ای باید تمام این تغییرات را در نظر بگیرد.

اشاره به فعالیت گردشگری در ترکیب با توسعه محلی معمولاً در سیاست عمومی حذف شده است. بنابراین، ترکیب گردشگری و توسعه محلی معمولاً نتیجه استراتژی است نه هدف اصلی و پیگیری آن. همچنین، عدم برنامه‌ریزی هدفمند گردشگری در سطح محلی منجر به دشواری اندازه‌گیری کارایی برنامه و همچنین مشکلات مدیریتی می‌شود، چرا که هیچ‌کس به وضوح مسئول اجرا و کنترل هر طرح توسعه‌ای نیست (خوش الحان و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین، برنامه‌ریزی گردشگری در سطح محلی و منطقه‌ای یک موضوع تحقیقاتی با دامنه قابل توجه برای توسعه است، با مطالعه حاضر که تأثیر گردشگری در سطح محلی را با مرتبط کردن آن با پذیرش پایداری که از طریق رویدادهای ورزشی می‌آید، پوشش می‌دهد. علاوه بر این، توسعه پایدار به‌طور جدایی‌ناپذیری با مشارکت جامعه محلی در ارتباط است و اهمیت ویژه‌ای برای تعیین نگرش‌ها و رفتار ساکنان دارد (شن و همکاران، ۲۰۱۷). گردشگری به‌عنوان شکلی از توسعه اغلب با بهبود استانداردهای زندگی ساکنان یک جامعه با تمرکز بر یک مدل توسعه جامعه، یا با مینا قراردادن موفقیت آن بر مشارکت جامعه به‌عنوان یک کل در هر اقدام جمعی مرتبط است (ولگر و همکاران، ۲۰۱۷). لذا، رضایت و اعتماد جامعه محلی در تصمیم‌گیری اهمیت زیادی دارد و در ترکیب با توسعه محلی و همچنین استفاده پایدار از منابع موجود، تمرکز هرگونه طرح توسعه گردشگری است. در مقابل، موانع سازمانی می‌توانند در مواردی ایجاد شوند که نیازهای کوتاه‌مدت

همکاران، ۲۰۲۲). طبق گفته سیابوللا (۲۰۱۶)، بزرگی و اثرگذاری این تأثیرات منفی را می‌توان از طریق ایجاد یک برنامه توسعه پایدار و مدیریت فعالیت‌های گردشگری کاهش داد. و نیز یک مثال معمول از تغییر مقصد به‌عنوان تأثیر فعالیت گردشگری، با فقدان همزمان برنامه‌ریزی و اقدامات پیشگیرانه برای مدیریت جریان‌های گردشگری و توسعه است (برتوچی و همکاران، ۲۰۲۰).

توسعه پایدار یک مفهوم پویا و به‌طور مداوم در حال تحول است و به برآوردن نیازهای نسل فعلی بدون به خطر انداختن آینده نسل بعدی اشاره دارد (تومیسلاو، ۲۰۱۸). در سطح گردشگری، توسعه پایدار پایه و اساس توسعه محصول گردشگری را با تأکید ویژه بر جامعه محلی و مدیریت محیط طبیعی شکل می‌دهد (اسلامی و همکاران، ۱۴۰۰). در این مفهوم، گردشگری پایدار را می‌توان به‌عنوان شکلی از گردشگری که با کیفیت زندگی ساکنان و کیفیت تجربه بازدیدکنندگان در ارتباط است، توصیف کرد (اوبرادویک و همکاران، ۲۰۲۱). فعالیت گردشگری به‌طور قابل توجهی بر مقصد از نظر اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی تأثیر می‌گذارد. با در نظر گرفتن اینکه توسعه پایدار در حال حاضر حالت غالب توسعه در سراسر جهان است، ارتباط آن با گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (پن و همکاران، ۲۰۱۸). تغییر تکنولوژیکی، اقتصادی و اجتماعی، بدون در نظر گرفتن این بخش، مداوم است و بنابراین، توسعه پایدار گردشگری باید با این تغییرات هماهنگ شود (هیگینز دسولنز، ۲۰۱۸). این یک واقعیت است که نوآوری به‌عنوان یک مفهوم به رقابت‌پذیری هر نوع کسب و کاری مرتبط است، و بنابراین، توسعه گردشگری پایدار و کارآفرینی باید هرگونه کاربرد نوآورانه جدید را به‌گونه‌ای ادغام کنند که سبب اطمینان از توسعه پایدار شود [۲۷]. با این وجود، هر اقدامی در حمایت از توسعه پایدار گردشگری باید یک فرایند مداوم باشد (پن و همکاران، ۲۰۱۸). برنامه‌ریزی گردشگری و تحقیق بر روی آن اغلب به موارد شهرهای بزرگ یا مقاصد گردشگری انبوه اشاره دارد، در حالی که تحقیقات مرتبط در سطح محلی و منطقه‌ای، علی‌رغم اهمیت

6. Higgins-Desbiolles
7. Shen et al
8. Vlger et al

1. Waver et al
2. Brocchi et al
3. Tomislav
4. Obradović et al
5. Pan et al

احتمالا به دلیل این واقعیت که نوآوری‌های رادیکال (که بیشتر قابل توجه هستند) غیرمعمول هستند. به علاوه، فرایندها و نوآوری‌های سازمانی بسیار شایع‌تر از محصول هستند. نوآوری را می‌توان به عنوان یک عمل نوآورانه در نظر گرفت (نوردلی،^۸ ۲۰۱۷). کامسون و مونفورت میر^۹ (۲۰۱۲) استدلال می‌کنند که دلایل خاصی برای نرخ پایین نوآوری در صنعت گردشگری وجود دارد. یک توضیح اولیه ممکن است مربوط به طرف تقاضا باشد، که در آن گردشگران انبوه محصولات ساده و مشابهی مصرف می‌کنند، که ممکن است گرایش کسب‌وکار به سمت نوآوری را تضعیف کند. مسئله دیگر مربوط به اندازه شرکت‌های گردشگری است، که عمدتاً شرکت‌های کوچک و متوسط هستند، که هزینه و ریسک سرمایه‌گذاری بالقوه در نوآوری را افزایش می‌دهد (تکسیرا و فریرا،^{۱۰} ۲۰۱۸). در نتیجه، گرایش به نوآوری رابطه مثبتی با اندازه کسب و کار دارد. اندازه کسب‌وکار نیز بر نوع نوآوری تاثیر می‌گذارد، و اغلب به دستیابی به کالاها و خدمات به منظور افزایش بهره‌وری محدود می‌شود (نوردلی، ۲۰۱۸). علاوه بر این، یک مسئله مهم ناشی از ویژگی‌های منابع انسانی به کار رفته در شرکت‌های گردشگری است. مدیران و کارمندان اغلب دارای سطح پایین تحصیلات و آموزش هستند، یا دارای درجه‌ای در زمینه‌های مرتبط با گردشگری نیستند (برامول و لان،^{۱۱} ۲۰۱۲). این امر می‌تواند منجر به کمبود ظرفیت و مهارت برای ایجاد و استفاده از دانش برای نوآوری گردشگری شود. در گردشگری (و به طور کلی در خدمات)، نوآوری‌ها بسیار مشهود و نسبتاً ساده هستند، زیرا شامل تکنولوژی پیشرفته نیستند (کومار،^{۱۲} ۲۰۲۰). در نهایت، بسیاری از شرکت‌های گردشگری در شبکه‌ها، مشارکت‌ها یا اتحادها شرکت نمی‌کنند و سطح پایین همکاری را ارائه می‌دهند. این رفتار مانع از انتقال دانش و یادگیری جمعی می‌شود، که شرایط لازم برای توسعه نوآوری هستند (گانتنج،^{۱۳} ۲۰۱۵). هنگامی که سازمان‌های گردشگری با ساختارهای مشارکتی مانند شبکه‌های محلی درگیر می‌شوند، کارایی و عملکرد در نوآوری افزایش می‌یابد (کارلیس و همکاران،^{۱۴} ۲۰۱۲).

و بلندمدت جامعه محلی در نظر گرفته نشوند. در این زمینه، توسعه پایدار با تغییرات اجتماعی مستمر در ارتباط است و در بسیاری از موارد منجر به ایجاد مدل‌های جدید و جایگزین توسعه گردشگری می‌شود. نوآوری و توسعه محصولات یا خدمات جدید ارائه شده، عناصر بسیار مهمی برای تمایز و رقابت یک مقصد گردشگری هستند (تئودوروز و همکاران،^{۱۵} ۲۰۱۵).

برمول و لین^{۱۶} (۲۰۱۲)، بیان داشتند که نوآوری به کاربرد فرایندها و روش‌های جدید سازمان و برنامه‌ریزی، و همچنین ارائه خدمات جدید یا روش‌های ارائه این خدمات به یک مقصد اشاره دارد. مطالعات حاکی از عدم نوآوری در صنعت گردشگری و یا وجود نرخ پایین، به ویژه در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی است که در آن فناوری و رویکرد نوآورانه امری رایج است (گانتنج،^{۱۷} ۲۰۱۵). واقعیت این است که هم ارزش افزوده و هم توسعه پایدار می‌تواند ناشی از استفاده از شیوه‌های نوآورانه باشد. به طور خاص، در صنعت گردشگری، فرایندهای ایجاد برنامه‌های نوآورانه یک عمل پیچیده است. به طور مشابه، تحقیق در مورد نوآوری گردشگری به طور کلی، هم به صورت نظری و هم به صورت تجربی، ناقص باقی می‌ماند. در مقاصد گردشگری، نوآوری‌های اجتماعی و پایدار نیز به ساختارهای جدید برنامه‌ریزی، مدیریت و سازمان، منابع محلی نامحدود، منافع جمعی جامعه محلی، و شیوه‌های متمایل به توسعه پایدار نیاز دارند. برای رسیدن به این هدف، سازمان‌های مدیریت گردشگری و توسعه باید در فرایندهایی مشارکت کنند که در آن از جامعه خواسته می‌شود تا نقش فعالی در برنامه‌ریزی آینده مقصد ایفا کند و همچنین اقدامات لازم برای اطمینان از اینکه ساکنان و کسب‌وکارها از گردشگری بهره می‌برند را اجرا کنند. بنابراین، استراتژی‌های توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری باید به دنبال نوآوری در مدیریت روابط بین مقاصد گردشگری منطقه‌ای و دست اندرکاران محلی باشند (تسکروپولوس و همکاران،^{۱۸} ۲۰۲۲).

برخی از پژوهشگران بر این باورند که، در سطح جهانی، صنعت گردشگری فاقد نوآوری است (گنزالس سرانو و همکاران،^{۱۹} ۲۰۲۰).

8. Teixeira & Ferreira

9. Bramwell & Lane

1. Kumar 0

1. Gittentag 1

1. Carlisle et al 2

1. Teodorescu et al

2. Bramwell and Lane

3. Gittentag

4. Tekouropoulos et al

5. González-Serrano et al

6. Nrdli

7. Camison and Monfort-Mir

ورزشی که آن را به عنوان قطب جذب گردشگران قرار می‌دهد، انجام شده است.

در تعدادی از مطالعات، توسعه پایدار با تحقق یک رویداد ورزشی مرتبط شده است که نیازهای جامعه محلی و حفاظت از منابع موجود را در نظر می‌گیرد (لو، ۲۰۲۱). علاوه بر این، از طریق رویدادهای ورزشی، انسجام اجتماعی و غرور شهروندان افزایش می‌یابد که نشان‌دهنده تأثیر چندبعدی یک رویداد ورزشی در کل جامعه است (کیم و همکاران، ۲۰۱۵). ارتقای کلی تصویر یک مقصد می‌تواند در درازمدت با تحقق یک رویداد ورزشی مرتبط باشد و با مشارکت فعال شهروندان افزایش یابد (واندیراد و انتو، ۲۰۱۹؛ مالچورویز موسکو و پوزتا، ۲۰۱۸). واقعیت این است که گردشگری ورزشی در حال حاضر محیط‌زیست را در مرکز یک رویداد ورزشی قرار می‌دهد، و حفاظت از آن و ردپای اکولوژیکی عوامل مهم‌تری نسبت به مزایای اقتصادی کوتاه‌مدت هستند (هال، ۲۰۱۹). در نتیجه، تأثیر چندبعدی یک رویداد ورزشی بر شکل مقصد، در همان زمان، نگرش ساکنان و رفتار آن‌ها، به‌طور خاص، نگرش به زمینه/ گرایش ذهنی اشاره دارد که فرد ممکن است نسبت به یک رویداد داشته باشد. علاوه بر این، رفتار به روشی اشاره دارد که فرد یا عمل می‌کند (رفتار فعال) و یا منفعل باقی می‌ماند (رفتار منفعل) درحالی‌که یک رویداد در حال وقوع است.

باتوجه به موارد بیان شده، فرضیه‌های زیر ایجاد شدند.

فرضیه ۱: نگرش ساکنان نسبت به رویدادهای ورزشی بر مقصد آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

فرضیه ۲: نگرش ساکنان نسبت به رویدادهای ورزشی بر رفتار آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

موفقیت و کارایی سیستم کارآفرینی می‌تواند سطح محلی به دستیابی در رشد اقتصادی بدون توجه به صنعت منجر شود. سطح کیفیت سیستم کارآفرینی، و همچنین پیچیدگی آن، روابطی را که در سطح کسب‌وکار توسعه می‌یابند و همچنین عملکرد یک تلاش کارآفرینی را تعیین می‌کند (کریمی، ۱۴۰۰). همچنین، همه دست‌اندرکاران در یک سیستم کارآفرینی مشارکت می‌کنند و با عوامل خارجی، و همچنین با دولت محلی و اقتصاد تعامل دارند

گردشگری ورزشی با حرکت افراد یا گروه‌ها به منظور شرکت در یک رویداد ورزشی مشخص می‌شود. (چلمر و همکاران، ۲۰۲۰). رویدادهای ورزشی را می‌توان یا به عنوان رویدادهای ورزشی بزرگ طبقه‌بندی کرد (به عنوان مثال بازی‌های المپیک)؛ یا رسانه‌ای که شامل رویدادها در سطح منطقه‌ای و ملی باشد؛ و در نهایت، کوچک، که به رقابت‌های ورزشی محلی کوچک اشاره دارد. در گذشته، چندین تلاش تحقیقاتی با تجزیه و تحلیل تأثیر آن‌ها بر جامعه محلی در طول، قبل و بعد از رویداد بر مدیریت رویدادهای ورزشی عمده متمرکز بوده است. موفقیت یک رویداد ورزشی تا حد زیادی به همکاری و هم‌زیستی فعالان گردشگری، جامعه محلی، و سازمان‌دهندگان رویداد ورزشی بستگی دارد (لو، ۲۰۲۱). در سطح محلی، یک سازمان ورزشی کوچک می‌تواند با ترویج توسعه پایدار، مزایای مساوی یا بیشتری را برای جامعه محلی به ارمغان آورد (کومار، ۲۰۲۰).

از نظر هال^۳ (۲۰۱۲)، سازماندهی رویدادها شامل آماده‌سازی، اجرا، تجزیه و تحلیل و ارزیابی، با در نظر گرفتن تمام عواملی است که می‌تواند بر رویداد تأثیر بگذارد. به‌طور خاص، مدیریت رویدادهای ورزشی شامل جنبه‌هایی مانند برنامه‌ریزی، اجرای اقدامات منتخب و کنترل اثربخشی آن‌ها با هدف ارائه فعالیت‌های ورزشی به شرکت‌کنندگان و جامعه محلی است. حمایت از جامعه محلی و همه ذی‌نفعان یک عامل مهم در موفقیت مدیریت و سازماندهی رویدادهای ورزشی است. عواملی مانند امکانات، محل اقامت، آب و هوا، دسترسی به مقصد، تصویر مقصد و ارتقای آن نیز عوامل موفقیت هستند (وچکو و گاجیک، ۲۰۱۴).

مشارکت ساکنان و تأثیر آن‌ها در اجرای طرح توسعه گردشگری حیاتی است. مشارکت و رفتار ساکنان یک مقصد نسبت به یک رویداد ورزشی با تعدادی از عوامل تعیین می‌شود (هربولد و همکاران، ۲۰۲۰). بنابراین، بررسی نگرش‌ها، پذیرش و رفتار ساکنان یک مقصد نسبت به یک رویداد ورزشی یک عامل مهم موفقیت است. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف بررسی نگرش و رفتار ساکنان نسبت به یک رویداد

7. Wndirad & Ewnetu
8. Mchrowicz-Moško & Poczta
9. Hill

1. Shlemmer et al
2. Lu
3. Hall
4. Vjko & Gajic
5. Hrbold et al
6. Kim et al

را ایجاد می‌کند و علاقه کارآفرینان محلی به سرمایه‌گذاری‌های بالقوه را افزایش می‌دهد (هی و همکاران، ۲۰۲۰). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که رفتار ساکنان یک منطقه را می‌توان با رویداد ورزشی شکل داد و به آن‌ها انگیزه داد تا در زنجیره کارآفرینی شرکت کنند.

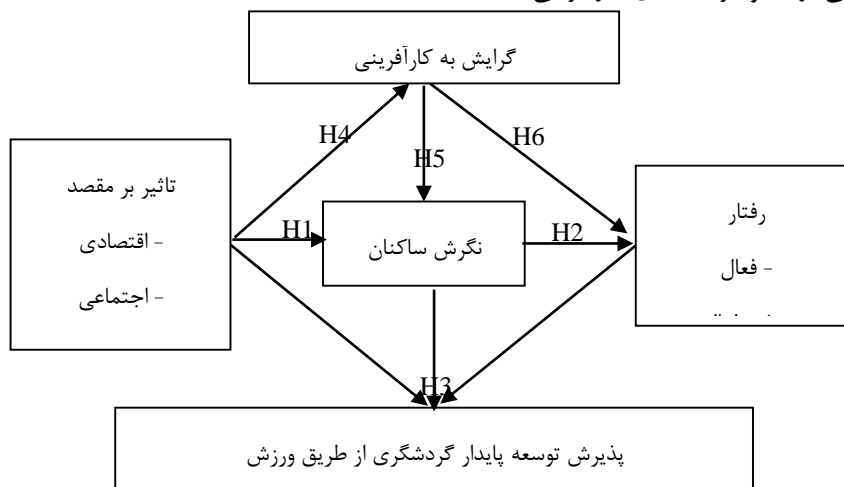
لذا باتوجه به موارد بیان‌شده، فرضیه‌های زیر ایجاد شدند.
فرضیه ۳: عواملی وجود دارند که می‌توانند پذیرش توسعه پایدار را از طریق استفاده از رویدادهای ورزشی پیش‌بینی کنند.
فرضیه ۴: رویدادهای ورزشی بر مقصد و تمایل ساکنان به کارآفرینی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه ۵: گرایش ساکنان به کارآفرینی بر نگرش ساکنان نسبت به رویدادهای ورزشی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه ۶: گرایش ساکنان به کارآفرینی بر رفتار آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

(مایر و همکاران،^۱ ۲۰۲۱) یک عنصر مهم در ارتباط با تحقیق حاضر، تأثیر اعمال‌شده بر سیستم کارآفرینی یک مقصد توسط یک رویداد، مانند رویدادهای ورزشی است. تأثیر یک رویداد ورزشی بر توسعه یک مقصد، در برخی موارد، یافت شده است که بر نگرش ساکنان نسبت به آن، مشارکت و رفتار فعال یا غیرفعال آن‌ها، و همچنین توسعه احتمالی برنامه‌های کسب‌وکار از جانب آن‌ها تأثیر می‌گذارد (ریچی و همکاران،^۲ ۲۰۲۰).

به‌طور کلی، ادبیات کارآفرینی، در بسیاری از موارد، بر عواملی تمرکز می‌کند که تلاش کسب‌وکار جدید را، چه مثبت و چه منفی، و همچنین شکل‌گیری رفتار کارآفرینی در سطح محلی تحت تأثیر قرار می‌دهد (نگهداری، ۱۳۹۸). با این وجود، طبق نظر هی و همکاران^۳ (۲۰۲۰) و میرزایو و همکاران^۴ (۲۰۲۰)، یک رویداد ورزشی می‌تواند منجر به افزایش فعالیت‌های تجاری شود و بنابراین نگرش ساکنان یک منطقه نسبت به خود رویداد را شکل دهد. به‌طور خاص، یک رویداد بزرگ مانند یک رویداد ورزشی، رشد و فرصت‌های کارآفرینی



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

استفاده از آزمون عمومی گرایش به کارآفرینی اندازه‌گیری شد که شامل ۵۴ آیت است که پنج بعد شخصیتی (نیاز به موفقیت، استقلال، انگیزه و عزم، ریسک‌پذیری و خلاقیت) را ارزیابی می‌کنند. پذیرش توسعه گردشگری پایدار از طریق ورزش با مقیاس نگرش گردشگری پایدار سنجیده شد که شامل ۳۸ گویه می‌باشد. برای پاسخ به سؤالات از مقیاس لیکرت ۵ گزینه‌ای استفاده شده است. همه مقیاس‌ها

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی است و به شکل میدانی انجام شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه معتبر، چوی و سیراکایا^۵ (۲۰۰۵ و ۲۰۰۶) و پیترز و همکاران^۶ (۲۰۱۸) بود. تأثیر بر مقصد از طریق سه بعد ارزیابی شد: تأثیر اقتصادی (۶ گویه)، تأثیر محیطی (۶ گویه)، و تأثیر اجتماعی (۸ گویه). گرایش به کارآفرینی با

4. Mirzayeva et al
5. Choi and Sirakaya
6. and Peters, Chan, and Legerer [

1. Mir et al
2. Ritchie et al
3. He et al

به کمک نرم افزار SPSS استفاده گردید. درخصوص ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان، بیشترین درصد پاسخ‌دهندگان از لحاظ جنسیت، ۶۰/۹٪ مرد، و در مورد سن ۳۴/۴٪ در بازه سنی ۲۶ تا ۴۰ سال بودند و از لحاظ تحصیلات، ۳۶/۵٪ دارای مدرک تحصیلی لیسانس بودند.

یافته‌های پژوهش

براساس جدول ۱، مقدار سطح معنی‌داری متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ شده است که نشان از پذیرش فرضیه صفر می‌باشد یعنی متغیرهای موردنظر از توزیع نرمال پیروی می‌کند، لذا می‌توان از آزمون پارامتریک استفاده کرد.

سطوح بالایی از قابلیت اطمینان (آلفای کرونباخ بالای ۰/۷۰) را داشتند (تأثیر بر مقصد (۰/۸۱۶)، گرایش به کارآفرینی (۰/۸۶۷) و پذیرش توسعه گردشگری پایدار (۰/۸۲۳)). روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها نیز توسط ۵ تن از خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. داده‌ها در طول دو رویداد ورزشی مهم کشتی و والیبال در شمال کشور (استان مازندران) جمع‌آوری شدند.

در تحقیق حاضر، جمعیت هدف ساکنان استان مازندران بودند، که از روش نمونه‌گیری تصادفی هدفمند و باتوجه به جدول مورگان و جامعه بزرگ، نمونه‌هایی این تحقیق ۳۸۴ نفر انتخاب شد ولی برای حصول اطمینان از برگشت پاسخنامه‌ها تعداد ۴۱۰ پرسشنامه توزیع گردید و تعداد ۳۹۷ پرسشنامه برگشت داده شد که نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها ۹۷ درصد بود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف، همبستگی پیرسون و رگرسیون

جدول ۱. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیرهای تحقیق

متغیرها	سطح معنی‌داری	Z کولموگروف اسمیرنوف	نتیجه آزمون
تأثیر بر مقصد	۰,۱۴۰	۱,۱۵۴	نرمال
گرایش به کارآفرینی	۰,۰۸۱	۱,۵۰۸	نرمال
پذیرش توسعه گردشگری پایدار	۰,۰۹۸	۱,۲۲۸	نرمال

($p < 0/01$, $t = 0/400$) و اثرات زیست‌محیطی ($p < 0/01$, $t = 0/437$) داشت. در نتیجه، هرچه تأثیر رویدادهای ورزشی بر یک مقصد بیشتر باشد، نگرش ساکنان آن نسبت به این نوع رویدادها مثبت‌تر خواهد بود.

براساس جدول ۲، تأثیر رویدادهای ورزشی بر مقصد، رابطه مثبتی را با نگرش ساکنان نسبت به نوع خاصی از رویداد نشان می‌دهد. به‌طور کلی، تأثیر اقتصادی همبستگی قوی‌تری با نگرش شهروندان ($p < 0/01$, $t = 0/668$) و پس از آن تأثیر اجتماعی

جدول ۲. نگرش ساکنان نسبت به رویدادهای ورزشی و تأثیر آن‌ها بر مقصد

نگرش	تأثیر اجتماعی	تأثیر اقتصادی	اثرات زیست‌محیطی
نگرش	۰/۴۳۷**	۰/۶۶۸**	۰/۴۰۰**

** در سطح ۰/۹۹ معنی‌دار شد.

بنابراین نگرش مثبت یا منفی شهروندان نسبت به مقصد با سطوح بالاتر یا پایین‌تر رفتار فعال و منفعل در ارتباط است.

جدول ۳ نشان می‌دهد که نگرش ساکنان نسبت به رویدادهای ورزشی به شدت با رفتار آن‌ها در ارتباط است: هم رفتار منفعل ($p < 0/01$, $t = 0/571$) و هم رفتار فعال ($p < 0/01$, $t = 0/684$)

جدول ۳. نگرش و رفتار ساکنان نسبت به رویدادهای ورزشی

نگرش	رفتار فعال	رفتار منفعل
نگرش	۰/۶۸۴**	۰/۵۷۱**

** در سطح ۰/۹۹ معنی‌دار شد.

برای پیش‌بینی پذیرش توسعه گردشگری پایدار از طریق ورزش از تحلیل رگرسیون استفاده شده است. مدل ایجادشده، $(R^2=0/799)$ ، ۷۹٫۹٪ از واریانس را پیش‌بینی می‌کند و به R^2 تعدیل‌شده نزدیک است (جدول ۴).

جدول ۴. خلاصه مدل پیش‌بینی

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف خطا
۱	۰/۸۹۴	۰/۷۹۹	۰/۷۹۵	۰/۴۳۸

به‌طور کلی، پذیرش توسعه پایدار گردشگری از طریق ورزش را می‌توان با چندین متغیر پیش‌بینی کرد و به‌ترتیب اهمیت آن‌ها عبارت‌اند از: تأثیر اقتصادی $(b=0/434)$ ، نگرش ساکنان نسبت به رویدادهای ورزشی $(b=0/287)$ ، فعالیت $(b=0/245)$ ، و رفتار منفعل $(b=0/164)$ ، تأثیر محیطی رویدادهای ورزشی $(b=0/144)$ ، گرایش شهروندان به کارآفرینی $(b=0/113)$ ، و درنهایت تأثیر اجتماعی

می‌باشد. بنابراین زمانی می‌توان به پذیرش بالاتر توسعه پایدار گردشگری از طریق ورزش دست یافت که سطوح بالاتری از اثرات اقتصادی مثبت، نگرش مثبت نسبت به رویدادهای ورزشی، سطوح بالاتری از رفتارهای فعال و منفعل، سطوح بالایی از اثرات زیست‌محیطی، و تمایل شهروندان به کارآفرینی و همچنین سطوح بالایی از اثرات اجتماعی وجود داشته باشد.

جدول ۵. ضرایب رگرسیون برای پیش‌بینی پذیرش توسعه پایدار گردشگری از طریق ورزش

مدل	مجموع مربعات B	ضریب غیر استاندارد		t	Sig.
		ضریب استاندارد شده Beta	Std. Error		
مقدار ثابت	-۰/۶۹۰		۰/۱۱۵	-۶/۰۲۲	۰/۰۰۰۱
نگرش	۰/۳۹۰	-۰/۲۸۷	۰/۰۲۵	۱۱/۴۸۲	۰/۰۰۰۱
تأثیر اقتصادی	۰/۳۹۶	-۰/۳۴۳	۰/۰۲۴	۱۲/۳۷۰	۰/۰۰۰۱
تأثیر اجتماعی	۰/۱۰۵	-۰/۱۱۰	۰/۰۲۴	۴/۴۷۳	۰/۰۰۰۱
اثرات زیست‌محیطی	۰/۱۱۷	-۰/۱۴۴	۰/۰۱۸	۶/۵۹۲	۰/۰۰۰۱
رفتار منفعل	۰/۲۰۲	-۰/۱۶۴	۰/۰۲۹	۶/۹۲۶	۰/۰۰۰۱
رفتار فعال	۰/۲۲۸	-۰/۲۴۵	۰/۰۲۵	۹/۱۵۶	۰/۰۰۰۱
تمایل به کارآفرینی	۰/۰۹۸	-۰/۱۱۳	۰/۰۱۹	۵/۱۷۵	۰/۰۰۰۱

علاوه بر این، تأثیر رویدادهای ورزشی بر مقصد به‌طور قابل توجهی با تمایل شهروندان به کارآفرینی مرتبط بود $(t=0/519)$ ، $(p<0/01)$ (جدول ۶). در نتیجه، هرچه تأثیر رویدادهای ورزشی بر مقصد بیشتر باشد، تمایل شهروندان به کارآفرینی مرتبط با رویدادهای ورزشی بیشتر خواهد بود.

جدول ۶. تأثیر رویدادهای ورزشی بر مقصد و تمایل شهروندان به کارآفرینی

تأثیر بر مقصد	تمایل به کارآفرینی
۰/۵۱۹**	

**در سطح ۰/۹۹ معنی‌دار شد.

شهروندان به کارآفرینی بیشتر باشد، نگرش آن‌ها نسبت به رویدادهای ورزشی و همچنین رفتار فعال و منفعل آن‌ها مثبت‌تر خواهد بود.

درنهایت، مشخص شد که گرایش شهروندان به کارآفرینی با نگرش آن‌ها نسبت به رویدادهای ورزشی $(t=0/702)$ ، $(p<0/01)$ و همچنین رفتارهای فعال $(t=0/630)$ ، $(p<0/01)$ و منفعل $(t=0/434)$ ، $(p<0/01)$ ارتباط دارد (جدول ۷). بنابراین، هر چه تمایل

جدول ۷. گرایش شهروندان به کارآفرینی، نگرش و رفتار آن‌ها نسبت به رویدادهای ورزشی

نگرش	رفتار فعال	رفتار منفعل
------	------------	-------------

۰/۴۳۴**

۰/۶۳۰**

۰/۷۰۳**

گرایش به

کارآفرینی

**در سطح ۰/۹۹ معنی دار شد

بحث و نتیجه گیری

اثرات گردشگری به طور گسترده‌ای در طول سال‌ها، هم در ادبیات مربوطه و هم در اسناد رسمی دولت مورد بحث قرار گرفته است. اگرچه این اثرات به ندرت به صورت جداگانه رخ می‌دهند، اما براساس تغییراتی که ایجاد می‌کنند، به دسته‌های مختلفی تقسیم شده‌اند. این تغییرات می‌توانند اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی باشند. اهمیت و مزایای برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری به طور گسترده‌ای توسط سازمان‌ها، دولت‌ها و دانشگاهیان در سراسر جهان شناخته شده است (سیابوللا؛ ۲۰۱۶). با توجه به نظر هینک و رامشاو^۲ (۲۰۱۴)، برنامه‌ریزی گردشگری فرایندی است که هدف آن پیش‌بینی، تنظیم و نظارت بر تغییر، کمک به پایداری گسترده‌تر مقصد، در نتیجه افزایش تجربه گردشگری از مقصد یا مکان، و همچنین کمک مهم برنامه‌ریزی در توسعه پایدار گردشگری در یک مقصد است.

رویدادهای گردشگری ورزشی گردشگرانی را جذب می‌کند که درصد زیادی از آن‌ها تماشای هستند (هینک و رامشاو، ۲۰۱۴)، رویداد ورزشی شامل سازمان، بازاریابی، اجرا و ارزیابی هرگونه فعالیت مرتبط با ورزش، از نظر به هاینچ و هولت^۳ (۲۰۱۷) است. به گفته سبان و سرا^۴ (۲۰۱۴) رویدادهای ورزشی، رویدادهایی هستند که با فعالیت‌های ورزشی خلاقانه و پیچیده، فعالیت‌های تفریحی یا سرگرمی مشخص می‌شوند و براساس یک برنامه زمانی از پیش تعیین شده خاص رخ می‌دهند. مکان یا منطقه‌ای که این رویدادها در آن رخ می‌دهند، هنگامی که گردشگری در کنار بازاریابی این رویدادهای ورزشی یکپارچه می‌شود، تأثیرات اجتماعی و اقتصادی را دریافت می‌کنند (سوفی و همکاران، ۲۰۱۴). گردشگری ورزشی به طور کلی به توسعه ورزش و گردشگری کمک می‌کند و موقعیت مالی منحصر به فردی را از نظر مدیریت و چشم‌انداز بازاریابی اشغال می‌کند. سیابوللا^۵ (۲۰۱۶) بیان می‌کند که سازمان‌دهندگان رویدادهای گردشگری ورزشی باید نیازهای بین‌المللی را به منظور مدیریت موفق رویدادها برآورده کنند. گردشگری ورزشی عموماً به معنای استفاده از تمام انواع ورزش‌ها

برای گسترش گردشگری به منظور خدمت به منافع و رفاه عمومی ورزش و جامعه است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که رویدادهای ورزشی تأثیر بیشتری بر ارتقای حوزه خاص با توجه به منافع مالی و اجتماعی دارند. بنابراین، تأثیر رویدادهای ورزشی متعدد است و بسیاری از جنبه‌های یک مقصد گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از طریق نام برند آن‌ها به عنوان یک مقصد، که می‌تواند به طور بالقوه جذابیت مقصد در سطح گردشگری، و همچنین جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی زندگی شهروندان را تحت تأثیر قرار دهد. علاوه بر این، مشخص شد که هرچه تأثیر رویدادهای ورزشی بر یک مقصد بیشتر باشد، نگرش ساکنان آن نسبت به نوع رویداد مثبت‌تر است (فرضیه ۱ تأیید شد) و نگرش مثبت یا منفی شهروندان نسبت به مقصد با سطوح بالاتر یا پایین‌تر رفتار فعال و منفعل همراه است (فرضیه ۲ تأیید شد). در نتیجه، تأثیر رویدادهای ورزشی بر یک مقصد می‌تواند یک عامل تعیین‌کننده قوی برای نگرش و رفتار شهروندان باشد. به عبارت دیگر، تأثیر مثبتی که یک رویداد ورزشی در یک مقصد دارد، با نگرش شهروندان نسبت به رویداد مرتبط است و رفتار فعال آن‌ها را شکل می‌دهد. بنابراین، شهروندان تمایل به درک ارزش یک رویداد ورزشی برای منطقه خود دارند و تلاش می‌کنند تا از آن حمایت کنند. این یافته‌ها توسط مطالعات قبلی مانند یافته‌های چوی و سیراکایا^۶ (۲۰۰۵ و ۲۰۰۶) و پیترز و همکاران^۷ (۲۰۱۸) همسو می‌باشد.

به طور کلی، این مطالعات رابطه مثبتی را بین نگرش ساکنان و رفتار حمایتی نشان می‌دهند و همچنین نشان می‌دهند که چگونه تأثیر رویداد بر یک مقصد بر نگرش ساکنان نیز تأثیر می‌گذارد. با این حال، این همبستگی‌ها ممکن است توسط مقصد تغییر کنند. علاوه بر این، مشخص شد که پذیرش بالاتر توسعه گردشگری پایدار از طریق ورزش زمانی حاصل می‌شود که سطوح بالاتری از تأثیر مثبت اقتصادی، نگرش مثبت نسبت به رویدادهای ورزشی، سطوح بالاتری از رفتار فعال و منفعل، سطوح بالایی از تأثیر زیست‌محیطی و تمایل شهروندان به کارآفرینی، و همچنین سطوح

5. Siyabulela

6. Choi and Sirakaya

7. Peters et al

1. Siyabulela

2. Hinch and Ramshaw

3. Hinch and Holt

4. Csobán and Serra

همکاران^۱ (۲۰۲۰) و میرزایوا و همکاران^۲ (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. علاوه بر این، نتایج ارتباط متقابل بین متغیرها و همچنین اثرات چندگانه توسعه گردشگری پایدار بر یک مکان خاص گردشگری را نشان می‌دهد.

مطالعه حاضر تنها بر روی یک منطقه متمرکز است که می‌تواند به‌عنوان یک نقطه ضعیف توصیف شود، زیرا نتایج را نمی‌توان با دیگر مناطق یا کشورها مقایسه کرد. با این حال، این می‌تواند فرصتی برای تحقیقات آینده برای توسعه به دیگر مقاصد برای ارائه فرصت و برای مقایسه باشد. این امر می‌تواند منجر به گنجاندن سایر متغیرها مانند تأثیر فرهنگ به‌عنوان یک میانجی شود. پس از آن، یک رویکرد تحقیق طراحی مختلط که جنبه‌های کیفی را به شکل مصاحبه با سیاست‌گذاران و ساکنان اضافه می‌کند، می‌تواند داده‌ها را در مورد موضوع تحقیق فراهم کند. همچنین می‌تواند اجازه بررسی تفاوت‌های رفتاری بین گروه‌های مختلف را بدهد. در نهایت، یک رویکرد طولی می‌تواند اتخاذ شود تا بررسی شود که چگونه یک رویداد ورزشی رفتار شهروندان در یک مقصد گردشگری را تغییر می‌دهد و چگونه می‌تواند به توسعه گردشگری پایدار یک منطقه سود برساند.

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از کلیه افرادی که در انجام تحقیق، محققین را همراهی نموده‌اند، تشکر و قدردانی نمایند.

References

- Abdi, S., Talebpour, M., Mirzazadeh, Z., & Ghorbani, M. (2020). The Analysis of the Perceived Effects of Chokheh Wrestling Sport Event from the Viewpoints of Spectators. *New Trends in Sport Management*, 8(30), 89-107.
- Bartis, H., & Madlwabinga, Z. (2020). Residents' perceptions of the socio-cultural impacts of tourism: A case study of the Tokyo sexwale community in Jeffrey's Bay, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(3), 232-245.
- Bertocchi, D., Camatti, N., Giove, S., & van der Borg, J. (2020). Venice and overtourism: Simulating sustainable development scenarios through a tourism carrying capacity model. *Sustainability*, 12(2), 512.

بالایی از تأثیر اجتماعی وجود داشته باشد (فرضیه ۳، تأیید شد). بنابراین، توسعه گردشگری پایدار از طریق ورزش و پذیرش آن می‌تواند تحت تأثیر چندین متغیر قرار گیرد و می‌توان نتیجه گرفت که هرچه تأثیر آشکارتر و مثبت‌تری داشته باشد، پذیرش توسعه گردشگری پایدار از طریق ورزش بیشتر است. در نتیجه ساکنان منطقه تمایل دارند تا توسعه گردشگری پایدار را با منافع عملی برای جامعه و منطقه به‌طور کلی مرتبط سازند. این یافته‌ها، تا حد معینی، با یافته‌های پیتروزو همکاران (۲۰۱۸) همسو می‌باشد که اشاره می‌کنند، اثرات اقتصادی، زیست‌محیطی، و اجتماعی بر روی یک مقصد، بر نگرش ساکنان نسبت به توسعه گردشگری تأثیر می‌گذارد. با این حال، آن‌ها تأثیر اجتماعی را به‌عنوان قوی‌ترین عامل در نگرش محلی یافتند؛ این در حالی است که پژوهش حاضر از این امر حمایت نمی‌کند، چرا که تأثیر اقتصادی عامل تعیین‌کننده قوی‌تری در پذیرش توسعه پایدار گردشگری است. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تأثیر رویدادهای ورزشی بر مقصد با گرایش ساکنان به کارآفرینی مرتبط با رویدادهای ورزشی مرتبط است (فرضیه ۴، تأیید شده است)، و این گرایش خاص بر رفتار ساکنان و نگرش آن‌ها نسبت به رویدادهای ورزشی تأثیر می‌گذارد (فرضیه ۵ و ۶ تأیید شده است). بنابراین، هرچه تأثیر یک رویداد ورزشی بر یک منطقه بیشتر باشد، تعامل کارآفرینی ساکنان و همین‌طور این نوع تعامل، منجر به نگرش مثبت و رفتار فعال از طریق مشارکت و مشارکت می‌شود، این نتایج با یافته‌های هی و

- Bramwell, B., & Lane, B. (2012). Towards innovation in sustainable tourism research? *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 1-7.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2012). Towards innovation in sustainable tourism research? *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 1-7.
- Camisón, C., & Monfort-Mir, V. M. (2012). Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. *Tourism management*, 33(4), 776-789.
- Carlisle, S., Kunc, M., Jones, E., & Tiffin, S. (2013). Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. *Tourism management*, 35, 59-69.

- Chiciudean, D. I., Harun, R., Muresan, I. C., Arion, F. H., & Chiciudean, G. O. (2021). Rural Community-Perceived Benefits of a Music Festival. *Societies*, 11(2), 59.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism management*, 27(6), 1274-1289.
- Choi, H. S. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of travel research*, 43(4), 380-394.
- Colabi, A. (2022). Presenting a Model of Sustainable Tourism Ecosystem with Meta Synthesis Approach. *Tourism Management Studies*, 17(57), 179-206.
- Csobán, K. V., & Serra, G. (2014). The role of small-scale sports events in developing sustainable sport tourism—a case study of fencing. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 8(4), 17-22.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2005). Estimating the impacts of special events on an economy. *Journal of travel research*, 43(4), 351-359.
- Eslami, S., Mehrnavaz nasiraii, A., Ghorbani, L. (2021). The Role of Sports Tourism on the Development of Entrepreneurship in the Hormozgan Province (Focus on Seashores and Water Sports). *Applied Research in Sport Management*, 10(2), 89-100.
- González-Serrano, M. H., Añó Sanz, V., & González-García, R. J. (2020). Sustainable sport entrepreneurship and innovation: A bibliometric analysis of this emerging field of research. *Sustainability*, 12(12), 5209.
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.
- Hall, C. M. (2012). Sustainable mega-events: Beyond the myth of balanced approaches to mega-event sustainability. *Event Management*, 16(2), 119-131.
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060.
- He, B., Zhu, L., Cai, X., Li, J. J., & Zhu, H. (2020). Examining the impacts of mega-events on urban development using coupling analysis: A case study of the Boao Forum for Asia. *Sustainability*, 12(2), 730.
- 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.
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism management perspectives*, 25, 157-160.
- Hinch, T., & Holt, N. L. (2017). Sustaining places and participatory sport tourism events. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(8), 1084-1099.
- Hinch, T., & Ramshaw, G. (2014). Heritage sport tourism in Canada. *Tourism Geographies*, 16(2), 237-251.
- Karimi, A., Mollaei, M., Mohammadian, B., Zargaran Khouzani, F. (2021). The Impact of Business Failure Experience and Learning from Failure on New Venture Performance of Entrepreneur - Case Study of Qom Province. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14(2), 281-299.
- Karoubi, M., Yavari Gohar, F., Mahmoudzadeh, S., Mohammadian Mahmoudjigh, N. (2021). Analyzing Tourism Nation Branding and Tourism Brand Management of Iran in the Large-Scale and Basic Policies of Islamic Republic of Iran. *Tourism Management Studies*, 16(56), 45-82.
- Khoshalhan, V., Hoseinzade dalir, K., Nazmfar, H. (2020). Strategies for the development of Tabriz sustainable tourism industry based on regional components. *Geography (Regional Planning)*, 10(4), 47-60.
- 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.
- Kumar, S. (2020). Technology and innovation: Changing concept of rural tourism—A systematic review. *Open Geosciences*, 12(1), 737-752.
- Lu, H. F. (2021). Hallmark Sporting Events as a Vehicle for Promoting the Sustainable Development of Regional Tourism: Strategic Perspectives from Stakeholders. *Sustainability*, 13(6), 3460.
- Mair, J., Chien, P. M., Kelly, S. J., & Derrington, S. (2021). Social impacts of mega-events: a systematic narrative review and research agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-22.
- Malchrowicz-Moško, E., & Poczta, J. (2018). A small-scale event and a big impact—is this relationship possible in the world of sport? The meaning of heritage sporting events for

- sustainable development of tourism—experiences from Poland. *Sustainability*, 10(11), 4289.
- Mirzayeva, G., Turkay, O., Akbulaev, N., & Ahmadov, F. (2020). The impact of mega-events on urban sustainable development. *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.
- Moradi, A., Ramezani, B. (2020). Environmental Impact Assessment of Tourism Development Plans in Anzali Free Zone. *Journal of Geography and Environmental Studies*, 8(32), 55-66.
- Mortezaei, L., Kalate seifari, M. (2020). Sports tourism development with an emphasis on hidden areas. *Applied Research in Sport Management*, 8(4), 75-86.
- Muresan, I. C., Harun, R., Arion, F. H., Fatah, A. O., & Dumitras, D. E. (2021). Exploring Residents' Perceptions of the Socio-Cultural Benefits of Tourism Development in the Mountain Area. *Societies*, 11(3), 83.
- Negahdari, F., Ghahraman Tabrizi, K., Sharifian, I., Biabani, H. (2019). Identification and Ranking of the Dimensions of the Sports Entrepreneurial Ecosystem in Iran. *Sport Management Studies*, 11(57), 79-104.
- Nordli, A. J. (2017). Measuring innovation in tourism with Community Innovation Survey: a first step towards a more valid innovation instrument. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(4), 423-440.
- Nordli, A. J. (2018). Information use and working methods as drivers of innovation in tourism companies. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(2), 199-213.
- Obradović, S., Stojanović, V., Kovačić, S., Jovanovic, T., Pantelić, M., & Vujičić, M. (2021). Assessment of residents' attitudes toward sustainable tourism development—A case study of Bačko Podunavlje Biosphere Reserve, Serbia. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35, 100384.
- 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.
- Perić, M., Dragičević, D., & Škorić, S. (2019). Determinants of active sport event tourists' expenditure—the case of mountain bikers and trail runners. *Journal of Sport & Tourism*, 23(1), 19-39.
- 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.
- Quaranta, G., Citro, E., & Salvia, R. (2016). Economic and social sustainable synergies to promote innovations in rural tourism and local development. *Sustainability*, 8(7), 668.
- Ritchie, B. W., Chien, P. M., & Shipway, R. (2020). A Leg (acy) to stand on? A non-host resident perspective of the London 2012 Olympic legacies. *Tourism management*, 77, 104031.
- Saufi, A., O'Brien, D., & Wilkins, H. (2014). Inhibitors to host community participation in sustainable tourism development in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 801-820.
- Schlemmer, P., Barth, M., & Schnitzer, M. (2020). Research notes sport tourism versus event tourism: Considerations on a necessary distinction and integration. In *Journal of Convention & Event Tourism*, 21(2), 91-99.
- Sedaghat, M. (2021). A Comprehensive Model for Sustainable Tourism Development of Islamic Republic of Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(36), 288-316.
- Sheibaninia, K., Abdollahi, S., Mohammadzade, M. (2021). An overview on tourism and its effects; a step towards sustainable development. *Human & Environment*, 19(3), 199-211.
- Shen, H., Luo, J., & Zhao, A. (2017). The sustainable tourism development in Hong Kong: An analysis of Hong Kong residents' attitude towards mainland Chinese tourist. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(1), 45-68.
- Siyabulela, N. (2016). Using sport tourism events as a catalyst for tourism development in the Eastern Cape Province, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(3), 1-12.
- Teixeira, S. J., & Ferreira, J. J. D. M. (2018). A bibliometric study of regional competitiveness and tourism innovation. *International Journal of Tourism Policy*, 8(3), 214-243.
- Teodorescu, N., Stăncioiu, A. F., Răvar, A. S., & Botoș, A. (2015). Creativity and innovation—Sources of competitive advantage in the value chain of tourism enterprises. *Theoretical & Applied Economics*, 22(1).
- Tomislav, K. (2018). The concept of sustainable development: From its beginning to the contemporary issues. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 21(1), 67-94.
- Tsekouropoulos, G., Gkouna, O., Theocharis, D., & Gounas, A. (2022). Innovative Sustainable