

مدیریت ورزشی _ تابستان ۱۳۹۶
دوره ۹، شماره ۲، ص: ۲۱۳ - ۲۰۱
تاریخ دریافت: ۹۴ / ۰۳ / ۲۸
تاریخ پذیرش: ۹۵ / ۰۲ / ۲۰

نقش سومین جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون در توسعه گردشگری استان کرمانشاه

نسترن پروینی^۱ - کیوان شعبانی مقدم^{۲*} - علی اشرف خزایی^۳
۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران ۲. استادیار مدیریت
ورزشی دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی نقش سومین جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون در توسعه گردشگری استان کرمانشاه بود. پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است و به‌صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق برگزارکنندگان سومین دوره جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون تشکیل بودند و نمونه آماری برابر با جامعه در نظر گرفته شد. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که روایی محتوایی آن را استادان و کارشناسان خبره مدیریت ورزشی تأیید کردند و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹ به‌دست آمد. برای توصیف و بررسی داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمون T تک‌نمونه‌ای) بهره گرفته شد. نتایج نشان داد که نقش سومین جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون بر بعد سیاسی توسعه گردشگری با داشتن میانگینی برابر ۴/۲۷، بعد اجتماعی-فرهنگی با میانگین ۴/۰ و زیست‌محیطی با میانگین ۳/۴۷ معنادار بوده، اما در خصوص بعد اقتصادی با میانگین ۳/۰۶ معنادار نبوده است.

واژه‌های کلیدی

بیستون، توسعه گردشگری، سنگ‌نوردی، گردشگری، گردشگری ورزشی.

مقدمه

پیشرفت سریع صنعت در سال‌های اخیر، توسعه و بهبود وسایل ارتباطی و تسهیلاتی که از جهات مختلف برای مسافرت در اکناف جهان فراهم آمد، موجب شده است هر روز بر تعداد جهانگردان افزوده شود. زندگی ماشینی و تراکم جمعیت در شهرها، بیش از پیش مردم را به مسافرت راغب کرده است. هر کس به فراخور وضع مالی، اجتماعی، ذوق و سلیقه خود سعی می‌کند برای استفاده از اوقات فراغت و تعطیلات که جزء ضروریات زندگی شده است، مسافرتی ترتیب دهد و به سیر و سیاحت بپردازد. همه کشورهای سعی می‌کنند با وسایل مختلف، مناظر طبیعی، تاریخی، ورزشی، استراحتگاه، دریا، آفتاب، ییلاق، هنر، فرهنگ و سایر خصوصیات، خود را به طرق مختلف به مردم جهان بشناسانند. آنها جشن‌ها، کنفرانس‌ها، سمینارها، مسابقه‌های ورزشی و هنری، اردوگاه‌ها، نمایشگاه‌ها و ... را ترتیب می‌دهند تا با جذب مسافران و جهانگردان موجبات نزدیکی هرچه بیشتر ملت‌ها را با یکدیگر فراهم کنند و علاوه بر ارتقای سطح فرهنگ و اطلاعات مردم، از جنبه اقتصادی آن نیز منتفع شوند.

گردشگری پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع مختلف انسانی وجود داشته، اما با ورود به عصر مدرن به صورت یک صنعت درآمده است. کشف سرزمین‌های جدید، تبادل آداب و رسوم و فرهنگ، توسعه علوم و توسعه تجارت، تنها بخشی از فواید گردشگری است. سازمان جهانی جهانگردی، گردشگری را مجموعه کارهایی می‌داند که یک فرد در سفر و در مکانی خارج از زندگی خود انجام می‌دهد و بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش و فعالیت‌های از این دست است (۱). ورزش به عنوان پدیده‌ای که با رقابت و فعالیت سروکار دارد و گردشگری به عنوان تجربه‌ای شاد و سرگرم‌کننده، دو سیستم ویژه‌ای هستند که رابطه تنگاتنگی با یکدیگر دارند. با توجه به اهمیت و اعتبار این دو مقوله (گردشگری و ورزش)، دست‌اندرکاران و مسئولان بخش ورزش و گردشگری برای رسیدن به اهداف (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) خود به گردشگری ورزشی متوسل شده‌اند، بنابراین برای تصاحب میزبانی رقابت‌های ورزشی در تلاش‌اند (۲)، به طوری که امروزه برخی کشورها با توجه به قابلیت‌های موجود و استعدادها در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی کرده‌اند، همانند کشورهای اتریش و سوئیس که به لحاظ شرایط اقلیمی مناسب، میزبان ورزش‌های مانند اسکی، هاکی و کوهنوردی، کشور کره در ورزش‌های رزمی به خصوص تکواندو و کشور ژاپن با برگزاری مسابقات اسکی توانسته‌اند تعداد کثیری از جهانگردان ورزشی را به منطقه خود جلب کنند و از این طریق هر ساله درآمد بسیاری را نصیب کشور خود سازند (۱۲). همچنین ترکیه با تدوین راهبردهای معین توانسته در

سال ۲۰۰۷ با برگزاری اردوهای مقدماتی ورزشی ۱۲۰۰ تیم ورزشی را به خود جلب کرده و مبلغی برابر با ۶ میلیون دلار از این طریق کسب کند (۱۸).

تمام این امور نشان از اهمیت توسعه گردشگری ورزشی و جذب گردشگران به این واسطه دارد، چراکه رونق اقتصادی، اشاعه فرهنگ و اشتغال‌زایی را به همراه خواهد داشت. براساس نتایج تحقیقات مسابقات ورزشی چه بزرگ و چه کوچک می‌تواند شرکت‌کنندگان، تماشاگران و گردشگران را به خود جلب کند و هزاران و حتی میلیون‌ها دلار درآمد برای اقتصاد محلی فراهم کند. مسابقات المپیک و جام جهانی فوتبال خود نمونه گویای این رویدادهای مهم ورزشی‌اند (۱۰). نظریه‌های جدید در زمینه گردشگری نشان می‌دهد جذابیت‌های گردشگری بر پایه ورزش در مقایسه با دیگر جذابیت‌های فرهنگی، مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری دارد (۱۳).

در رویدادهایی چون بازی‌های المپیک بیش از ده هزار ورزشکار از بیش از ۲۰۰ کشور جهان و در ۳۰۰ رویداد ورزشی به رقابت می‌پردازند و حدود ۷ میلیون بلیت به فروش می‌رسد تا افراد از نزدیک به تماشای بازی‌ها بنشینند، از این‌رو همواره از رویدادهای ورزشی بزرگ برای بهبود شمایل و وجهه کشور میزبان استفاده شده است. معروف‌ترین مثال، بازی‌های المپیک ۱۹۳۶ برلین است که در خدمت ناسیونالیسم هیتلری قرار داشت. از دیدگاه سیاسی، رویدادهای ورزشی مردم را به یکدیگر نزدیک می‌کنند و موجب افزایش همبستگی می‌شوند، ولی ممکن است ناراضی‌تی و تظاهرات را نیز در پی داشته باشند. از دیدگاه اقتصادی، رویدادهای بزرگ ورزشی می‌توانند سبب توسعه اقتصادی شوند. تأثیرات اقتصادی مثبت میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ مانند المپیک‌ها نیز به‌خوبی به اثبات رسیده است، ولی این تأثیرات تنها محدود به این نیستند و در ابعاد سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نیز کاملاً مشهودند (۱۵). از دیدگاه توسعه شهری و زیست‌محیطی، رویدادهای ورزشی بزرگ سبب تغییر زیرساخت‌ها و محیط‌زیست شهر میزبان می‌شوند. رویدادهای بزرگ، فرصتی را فراهم می‌کنند که زیرساخت‌های عمده‌ای چون فرودگاه‌ها، حمل‌ونقل، امنیت و بخش تأمین انرژی در شهر میزبان توسعه یابد. برای مثال، در بازی‌های المپیک رم در ۱۹۶۰، سیستم حمل‌ونقل عمومی تازه و نیز، سیستم تأمین آب جدیدی برای شهر ایجاد شد. در بازی‌های المپیک توکیو ۱۹۶۴، ۲۲ بزرگراه جدید ساخته شد و سیستم آب و فاضلاب شهر به‌طور کامل نوسازی شد و میزبانی بازی‌های المپیک ۲۰۱۲ لندن سبب بازسازی و بهبود چهره استانفورد (از محله‌های فقیر لندن) شد (۲۰).

ایران به دلیل دارا بودن تنوع اقلیمی و زیستی، وضعیت توپوگرافی بی نظیر، وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، توانمندی‌های فراوانی را برای جذب گردشگر و به‌خصوص گردشگری ورزشی داراست. استان کرمانشاه به‌عنوان یکی از قطب‌های گردشگری کشور با طبیعت زیبا و جاذبه‌های فراوان در غرب کشور و در دامنه رشته‌کوه‌های زاگرس از توپوگرافی متنوعی برخوردار است که با شناخت پتانسیل‌های محیطی و برنامه‌ریزی آنها می‌توان گام‌های اساسی برای ارتقای انواع گردشگری از جمله گردشگری ورزشی در استان برداشت. کرمانشاه منطقه‌ای است با پیشینه تاریخی بسیار طولانی، موقعیت جغرافیایی و راهبردی، وجود سراب‌ها، نهرها و رودخانه‌های پرآب، منابع طبیعی فراوان، چشم‌اندازهای زیبا و در نهایت؛ تقدس، شکوه و عظمت دیواره بیستون سبب شد تا از روزگاران کهن، مجموعه تاریخی ارزشمندی در آن پدید آید (۷). دیواره بیستون همچنین با مهیا ساختن شرایط ورزش‌هایی چون کوهنوردی و سنگ‌نوردی بسیار مورد توجه است. با توجه به اینکه این دیواره سه دوره میزبان جشنواره جهانی سنگ‌نوردی که به‌صورت دوسالانه برگزار می‌شود، بوده است، پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش سومین دوره این جشنواره در توسعه گردشگری کرمانشاه انجام گرفت.

سنگ‌نوردی نوعی ورزش و تفریح در فضای باز است که در آن فرد با استفاده از طناب و ابزار مخصوص، به بالا رفتن از صخره‌های طبیعی یا دیواره‌های سالنی می‌پردازد (۵). سنگ‌نوردی ورزشی است به قدمت کوهنوردی. صعود کوه‌ها به‌ویژه کوه‌های آلپ در اروپا (جایی که این رشته پایه‌گذاری شد) همواره نیازمند بالا رفتن از صخره‌ها و سنگ‌ها بوده است. با این حال سنگ‌نوردی به‌عنوان یک ورزش مجزا، تنها در سال‌های آغازین قرن بیستم مورد توجه قرار گرفت. آلمانی‌ها و انگلیسی‌ها به دلیل ارتفاع کم کوه‌های آلپ در کشورهاشان، اولین کسانی بودند که مشخصاً به سنگ‌نوردی پرداختند و در آمریکا نیز از سال ۱۹۲۰ به بعد آغاز شد. در آن سال‌ها برای بسیاری افراد، سنگ‌نوردی در مقایسه با ابهت و شکوه انکارناپذیر ایستادن بر قله‌های بلند، بسیار کم‌اهمیت بود و بسیاری از کوهنوردان تنها برای ارتقای مهارت‌هایشان در کوهنوردی به این کار می‌پرداختند. تنها پس از دهه ۵۰ بود که سنگ‌نوردی توانست در آمریکا به‌عنوان یک ورزش جایگاه خود را پیدا کند (۳).

در زمینه شناسایی تأثیرات رویدادهای ورزشی بر جوامع میزبان در داخل و خارج از کشور تحقیقاتی انجام گرفته است که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: محمدی ترکمانی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی اثرات تور دوچرخه‌سواری بین‌المللی آذربایجان بر استان‌های شمال غرب کشور» به این نتیجه رسیدند که عامل فرهنگی مهم‌ترین تأثیر تور آذربایجان است و عوامل اجتماعی روانی،

اقتصادی، گردشگری و زیست‌محیطی در رتبه‌های بعدی قرار دارند (۶). کارکن و همکاران (۱۳۹۲) نیز در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر رویداد ورزشی اسب‌دوانی بر توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان» دریافتند که بین توانمندی برگزاری رویداد ورزشی اسب‌دوانی و جذب گردشگر، افزایش اشتغال، افزایش درآمد، افزایش امکانات تفریحی- ورزشی و توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد (۴). آچو^۱ (۲۰۱۲) در تحقیقی به شناسایی ادراکات مهاجران ساکن شهر کیپ‌تاون از تأثیرات مسابقات جام جهانی ۲۰۱۰ فوتبال پرداخت. نتایج نشان داد بیشتر پاسخ‌دهندگان که مهاجرانی از سراسر آفریقا در آفریقای جنوبی بودند، اعتقاد دارند این رویداد مزایای مثبت اقتصادی برای آفریقای جنوبی و حتی کل آفریقا در پی خواهد داشت. همچنین پاسخ‌دهندگان در خصوص مواردی مانند افزایش جرم و جنایت، افزایش قیمت کالاها و خدمات اظهار نگرانی کرده بودند (۸). هوانگ^۲ و همکاران (۲۰۱۲) برای شناسایی تأثیرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی رویدادهای ورزشی بزرگ از دیدگاه ساکنان به مطالعه موردی بازی‌های جهانی ۲۰۰۹ کائوسیونگ در تایوان پرداختند، پژوهش مورد نظر در بین ساکنان ۱۸ تا ۶۵ ساله ساکن در منطقه کائوسیونگ انجام گرفت. نتایج نشان داد از دیدگاه ساکنان عامل اقتصادی مانند افزایش ورود گردشگران خارجی، توسعه مشاغل و ورود ارز در رتبه اول، عامل اجتماعی فرهنگی مثل تبادل فرهنگی در رتبه دوم و عامل زیست‌محیطی در آخر قرار داشت (۱۶). کیم^۳ و همکاران (۲۰۰۶) بیان داشتند یکی از تأثیرات مثبت جام جهانی ۲۰۰۲ بر کره جنوبی، تبادلات مثبت فرهنگی و توسعه فرهنگی است (۱۹).

در کشور ما هرچند به دلایل مختلف امکان برگزاری رویدادهای بزرگی مثل بازی‌های المپیک، مسابقات جام جهانی فوتبال و مسابقات قهرمانی قاره‌ای وجود ندارد، در مقیاس‌های کوچک‌تر رویدادهای ورزشی مهمی مثل مسابقات بین‌المللی دهه فجر، مسابقات قهرمانی والیبالی آسیا، مسابقات قهرمانی والیبالی جوانان آسیا، تورهای دوچرخه‌سواری بین‌المللی، جشنواره سنگ‌نوردی بیستون و... برگزار می‌شود که با استقبال خوب شرکت‌کنندگان خارجی نیز همراهند. در سال‌های اخیر نیز مقوله گردشگری ورزشی با تأکید بر دیواره بیستون در استان کرمانشاه سبب شده نگاه ویژه‌ای به این رویداد بین‌المللی در سطح استان شکل بگیرد. از طرفی توجه به اهمیت رویدادهای ورزشی در توسعه گردشگری، جذب گردشگر و افزایش اشتغال و درآمد مردم منطقه، محققان را بر آن داشت به بررسی نقش جشنواره جهانی

-
1. Achu
 2. Huang
 3. Kim

سنگ‌نوردی بیستون در توسعه گردشگری کرمانشاه بپردازند تا به این ترتیب گامی در جهت شناسایی و شناساندن توانمندی‌های استان به‌منظور توسعه گردشگری برداشته باشند، چراکه یکی از حیطه‌هایی که می‌توان با استفاده از آن به گسترش گردشگری در کشور کمک کرد، شناسایی، گسترش و توسعه رویدادهای ورزشی شاخص در هر منطقه است که به‌طور بالقوه می‌تواند سبب جلب تعداد کثیری گردشگر داخلی و خارجی و بهره‌مندی از آثار اقتصادی آن شود.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است و به‌صورت میدانی انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق برگزارکنندگان سومین دوره جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون (در سطح اداره کل ورزش و جوانان کرمانشاه، شهرداری و فرمانداری شهرستان هرسین، شهرداری بخش بیستون، اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کرمانشاه و هیأت کوهنوردی کرمانشاه) به تعداد ۸۶ نفر بودند که به‌منظور دستیابی به نتایج معتبر و دقیق، نمونه برابر جامعه در نظر گرفته شد ($N=11$) و نمونه‌گیری کل‌شمار بود؛ به‌عبارتی غیرتصادفی هدفمند انتخاب شد. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که با بررسی کتاب‌های دانشگاهی، پایان‌نامه‌ها، مقالات متعدد علمی و نظرخواهی از استادان مدیریت ورزشی، صاحب‌نظران و کارشناسان گردشگری ورزشی طراحی شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرهای چند تن از متخصصان و خبرگان استفاده شد و پس از انجام اصلاحات لازم، روایی پرسشنامه تأیید شد. به‌منظور تعیین پایایی پرسشنامه نیز مطالعه‌ای مقدماتی روی نمونه ۳۰ نفری انجام گرفت و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، پایایی بررسی شد (آلفای کرونباخ = $0/89$). پرسشنامه نهایی در دو بخش تنظیم شد، بخش اول با ۶ سؤال در زمینه اطلاعات فردی (سن، جنس، مدرک تحصیلی، محل و مدت سکونت و ...) و بخش دوم با ۱۶ سؤال در قالب مقیاس ۵ رتبه‌ای لیکرت در زمینه میزان تأثیر جشنواره بر ابعاد توسعه گردشگری جهت بررسی اهداف پژوهش. پس از توزیع پرسشنامه بین همه افراد نمونه، ۸۳ پرسشنامه به محققان عودت داده شد که از این تعداد ۷۴ پرسشنامه قابل بررسی و پژوهش بود و در تحلیل‌های آماری به‌کار رفت. برای توصیف و بررسی داده‌های پژوهش از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، فراوانی و درصد فراوانی، نمودار و جدول فراوانی و درصد فراوانی) و آمار استنباطی (آزمون T تک-نمونه‌ای) بهره گرفته شد. محاسبات آماری توسط نرم‌افزار SPSS ver.21 انجام گرفت.

نتایج و یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که در جدول ۱ آورده شده، از میان پرسشنامه‌های عودت‌شده، ۷۴ پرسشنامه پذیرفته شد که مربوط به ۵۲ آزمودنی مرد و ۲۲ آزمودنی زن بودند.

جدول ۱. یافته‌های توصیفی تحقیق

| ویژگی‌های جمعیت‌شناختی | مقیاس | فراوانی | درصد |
|------------------------|----------------|---------|------|
| جنسیت | مرد | ۵۲ | ۷۰/۳ |
| | زن | ۲۲ | ۲۹/۷ |
| سطح تحصیلات | دیپلم | ۱۰ | ۱۳/۵ |
| | فوق‌دیپلم | ۱۱ | ۱۴/۹ |
| | لیسانس | ۳۳ | ۴۴/۶ |
| | فوق‌لیسانس | ۱۹ | ۲۵/۷ |
| | دکتری | ۱ | ۱/۴ |
| توزیع سنی | ۲۰-۲۵ سال | ۳ | ۴/۱ |
| | ۲۶-۳۵ سال | ۲۱ | ۲۸/۴ |
| | ۳۶-۴۵ سال | ۲۴ | ۳۲/۴ |
| | ۴۵ سال به بالا | ۲۶ | ۳۵/۱ |

۹۱ درصد از افراد نمونه ساکن شهر کرمانشاه، ۴/۱ درصد ساکن شهرستان هرسین و ۴/۱ درصد نیز ساکن سایر شهرهای استان کرمانشاه بودند که میانگین مدت سکونت آنها در محل سکونتشان ۲۸ سال بود. همچنین میانگین سابقه ورزشی آزمودنی‌ها ۱۸ سال بود و در نهایت، ۲۴ نفر از افراد مورد مطالعه در برگزاری یک دوره از جشنواره (دور سوم) مشارکت داشته‌اند و ۲۱ نفر در دو دوره و ۲۹ نفر در برگزاری هر سه دوره جشنواره مشارکت داشته‌اند.

در خصوص تأثیر جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون بر بعد اقتصادی توسعه گردشگری، نتایج تحلیل آماری در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲. نتایج آزمون T تک‌نمونه‌ای، بررسی تأثیر جشنواره سنگ‌نوردی بر بعد اقتصادی توسعه گردشگری

| گویه مورد بررسی | میانگین | انحراف معیار | T | سطح معناداری |
|--------------------------------------|---------|--------------|-------|--------------|
| افزایش ایجاد شغل | ۲/۱۸ | ۱/۰۴ | -۶/۶۹ | ۰/۰۰۱ |
| افزایش قیمت اجناس | ۲/۴۸ | ۱/۱۹ | -۳/۶۹ | ۰/۰۰۱ |
| افزایش گردشگران ورزشی | ۳/۸۲ | ۰/۹۷ | ۷/۳۰ | ۰/۰۰۱ |
| جذب اسپانسر برای جشنواره | ۲/۸۵ | ۱/۱۱ | -۱/۱۴ | ۰/۲۵۷ |
| جذب منابع مالی از تیم‌های شرکت‌کننده | ۳/۹۸ | ۰/۹۴ | ۸/۹۹ | ۰/۰۰۱ |
| جمع کل | ۳/۰۶ | ۰/۶۱ | ۰/۹۴ | ۰/۳۴۶ |

(P ≤ ۰/۰۵)

در خصوص تأثیر جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون بر بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری، نتایج تحلیل آماری در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون T تک‌نمونه‌ای، بررسی تأثیر جشنواره سنگ‌نوردی بر بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری

| گویه مورد بررسی | میانگین | انحراف معیار | T | سطح معناداری |
|--|---------|--------------|-------|--------------|
| ارزش‌های اجتماعی | ۳/۹۰ | ۱/۰۸ | ۷/۱۶ | ۰/۰۰۱ |
| افزایش اعتبار اجتماعی- فرهنگی شهر میزبان | ۴/۱۳ | ۰/۹۹ | ۹/۷۸ | ۰/۰۰۱ |
| تبادلات اجتماعی- فرهنگی | ۴/۱۰ | ۰/۸۸ | ۱۰/۷۷ | ۰/۰۰۱ |
| تغییر سبک زندگی اجتماعی جامعه میزبان | ۳/۴۴ | ۰/۹۹ | ۳/۸۵ | ۰/۰۰۱ |
| فرهنگ گردشگری | ۳/۹۱ | ۰/۹۳ | ۸/۴۷ | ۰/۰۰۱ |
| ارسال پیام دوستی به کشورهای دیگر | ۴/۱۴ | ۰/۹۰ | ۱۰/۹۵ | ۰/۰۰۱ |
| تبادل مسائل فنی و تکنیکی | ۴/۳۵ | ۰/۸۶ | ۱۳/۴۰ | ۰/۰۰۱ |
| جمع کل | ۴/۰۰ | ۰/۷۲ | ۱۱/۸۳ | ۰/۰۰۱ |

(P ≤ ۰/۰۵)

در خصوص تأثیر جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون بر بعد زیست‌محیطی توسعه گردشگری، نتایج تحلیل آماری در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴. نتایج آزمون T تک‌نمونه‌ای، بررسی تأثیر جشنواره سنگ‌نوردی بر بعد زیست‌محیطی توسعه گردشگری

| گویه مورد بررسی | میانگین | انحراف معیار | T | سطح معناداری |
|--|---------|--------------|------|--------------|
| کاهش آلودگی محیط زیست | ۳/۱۴ | ۱/۱۸ | ۱/۰۷ | ۰/۲۸۶ |
| میزان هماهنگی جشنواره با محیط - زیست و حفظ آن | ۳/۶۷ | ۱/۱۹ | ۴/۸۶ | ۰/۰۰۱ |
| تأثیر جشنواره بر حفاظت از محیط زیست در مقایسه با سایر رویدادها | ۳/۵۹ | ۱/۱۳ | ۴/۵۱ | ۰/۰۰۱ |
| جمع کل | ۳/۴۷ | ۱/۰۲ | ۳/۹۵ | ۰/۰۰۱ |

($P \leq 0.05$)

در خصوص تأثیر جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون بر بعد سیاسی توسعه گردشگری، نتایج تحلیل آماری در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵. نتایج آزمون T تک‌نمونه‌ای، بررسی تأثیر جشنواره سنگ‌نوردی بر بعد سیاسی توسعه گردشگری

| گویه مورد بررسی | میانگین | انحراف معیار | T | سطح معناداری |
|--|---------|--------------|-------|--------------|
| بهبود روابط سیاسی کشورمان با سایر کشورها | ۴/۲۷ | ۰/۸۸ | ۱۲/۴۱ | ۰/۰۰۱ |
| جمع کل | ۴/۲۷ | ۰/۸۸ | ۱۲/۴۱ | ۰/۰۰۱ |

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های جدول ۲ نشان می‌دهد که سومین جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون، بر جنبه اقتصادی توسعه صنعت گردشگری استان کرمانشاه اثربخش نبوده است که با نتایج تحقیقات برخی محققان که میزبانی را عاملی برای فراهم کردن فرصت‌های شغلی و جذب درآمد حاصل از گردشگر می‌دانستند، از جمله بالگو و همکاران^۱ (۲۰۱۰)، یائو^۲ (۲۰۱۰) و ایچز و همکاران (۲۰۱۰)، مطابقت ندارد (۲۴، ۱۸، ۹). ولی با نتایج پژوهش‌های هامفریس و پروکوپوویز^۳ (۲۰۰۷)، و دی‌نوچ^۴ (۲۰۱۳) که بیان داشتند با وجود

1. alogu, Brown, Busser
2. Yao
3. Humphreys and Prokopowicz
4. De Nooij

تأکید زیاد بر تأثیر مثبت رویدادهای ورزشی از جمله تأثیر شایان توجه برگزاری رویدادها بر ایجاد شغل، نشان داده شده است که بیشتر این شغل‌ها ماهیت موقتی دارند و مربوط به فاز برگزاری رویداد هستند و پس از آن، خودبه‌خود از بین می‌روند، تنها مشاغلی که در مرحله پس از رویداد ادامه یابند (به‌ویژه در بخش ساخت‌وساز، گردشگری و اوقات فراغت)، می‌توانند تأثیرات اقتصادی چشمگیری به بار آورند، مطابقت دارد (۱۱،۱۷). اما این جشنواره هنوز نتوانسته است منافع اقتصادی چشمگیری برای جامعه میزبان داشته باشد، که در این موقعیت اقدام‌هایی مانند پخش تلویزیونی رقابت‌ها و تشکیل کمیته‌های گردشگری و بازاریابی می‌تواند به کسب منافع اقتصادی در این رویداد ورزشی منجر شود. یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد که جشنواره سنگ‌نوردی بر جنبه اجتماعی- فرهنگی توسعه صنعت گردشگری استان کرمانشاه اثربخش بوده است. متغیرهای تشکیل‌دهنده این عامل به فرصت‌های ایجادشده برای برقراری ارتباط با دیگران، یافتن دوستان و افزایش شور و نشاط هنگام برگزاری رویداد ورزشی اشاره دارد و فرصت پیشرفت برای آینده جامعه میزبان از طریق توسعه مهارت‌های جدید و تولید ایده‌ها و ارزش‌های فرهنگی فراهم می‌آورد و به افزایش منزلت اجتماعی و فرهنگی جامعه میزبان از طریق نمایش منطقه‌ای، پوشش رسانه‌ای و جذب گردشگر اشاره دارد که برای جامعه میزبان غرور و افتخار را به ارمغان می‌آورد. نتایج این بعد با نتایج مطالعات بالگو و همکاران (۲۰۱۰)، هورچ^۱ و همکاران (۲۰۰۴)، اسلابرت و توماس^۲ (۲۰۱۱) و زیاکس^۳ (۲۰۱۰) که اظهار داشتند بهبود روحیه جامعه و کسب افتخار، بهبود سنت‌های فرهنگی، نگرش‌ها، باورها و ارزش‌ها و کسب تجربه و مهارت جدید در نتیجه برگزاری رویداد در جامعه میزبان حاصل می‌شود، همسوست (۲۵،۲۲،۱۴،۹). یافته‌های جدول ۴ بیانگر اثربخش بودن جشنواره سنگ‌نوردی بیستون بر بعد زیست‌محیطی توسعه صنعت گردشگری استان است. در ارزیابی تأثیرات زیست‌محیطی رویدادهای مختلف ورزشی نوع ورزش مورد نظر و امکانات مورد نیاز برای رقابت‌ها تعیین‌کننده است. البته این جشنواره ورزشی نمی‌تواند موجب آلودگی محیط زیست شود. با توجه به اینکه ورزش سنگ‌نوردی از ورزش‌های پاک محسوب می‌شود، این یافته دور از انتظار نیست. این نتایج با یافته‌های یانگ^۴ و همکاران (۲۰۱۰) و هوانگ و همکاران (۲۰۱۲) که به بررسی اثر زیست‌محیطی رویدادهای ورزشی پرداختند و به مؤثر بودن رویدادها در حفاظت از محیط‌زیست دست

-
- 1 . Horch, Heydel , Sierau
 - 2 . Slabbert and Thomas
 - 3 . Ziakas
 - 4 . Yang

یافتند (۱۶،۳۳)، مطابقت دارد. اما با تحقیق پورمند (۲۰۱۱) که با بررسی تأثیر مسابقات تیراندازی با کمان بر توسعه گردشگری به این نتیجه رسید که این مسابقات نتوانسته است بر بعد زیست‌محیطی توسعه گردشگری تأثیر معناداری داشته باشد (۲۱)، مطابقت ندارد که علت این عدم تطابق را می‌توان به نوع رشته ورزشی مورد مطالعه، تعداد گردشگران و تعداد روزهای برگزاری رویداد مربوط نسبت داد. یافته‌های جدول ۵ نشان می‌دهد که جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون بر جنبه سیاسی توسعه صنعت گردشگری استان کرمانشاه اثربخش بوده است. این نتیجه با نتایج مطالعات پورمند (۲۰۱۱) و اسلاپرت (۲۰۱۱) که بیان داشتند گردشگری ورزشی امیدبخش‌ترین صنعت برای کشورهای در حال توسعه، متضمن گسترش صلح، امنیت و آرامش در جهان، بهترین راه بهبود روابط بین‌المللی در سطح جهانی است، همسوست (۲۲،۲۱). برگزاری مسابقات ورزشی در رده‌های مختلف به‌خوبی نشان می‌دهد که می‌توان به‌جای توسل به خشونت از راهی سرشار از شادی، نشاط و دوستی به تفاهم و تعامل میان ملت‌ها دست یافت و افق جدیدی را پیش روی افراد جامعه در بستر شهرها گشود. ورزش و جهانگردی سازمان‌یافته، فعالیت‌هایی هستند که می‌توانند اقشار گوناگون ملل را در نقاط مختلف شهری گرد هم آورند و با از بین بردن مرزهای سیاسی، روابط محکمی بین آنها ایجاد کنند. ایجاد نگرش مثبت بین ملت‌ها و دمیدن روح نشاط در جوانان، ایجاد سرگرمی‌های مختلف برای کاهش فشار زندگی روزمره در بین مردم از وجوه مشترک ورزش و گردشگری در شهرهاست. به‌طور کلی سومین جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون به شرکت‌کننده‌های میهمان و میزبان در زمینه آشنا شدن با امکانات و مهارت‌های جدید ورزشی کمک شایانی کرده و همچنین فرصتی برای مسئولان ورزشی استان فراهم آورده است که توجه بیشتری به این رشته ورزشی کنند. بنابراین انتظار می‌رود تأثیرات برگزاری این رویداد ورزشی در درازمدت موجب اقبال عمومی افراد به سمت این ورزش شود. برگزاری این گونه رویدادها انگیزه بیشتری در شهر میزبان به‌منظور رفع مشکلات زیرساختی و مدیریتی فراهم می‌آورد و مسئولان را به پذیرش میزبانی دوره‌های بعد و برگزاری هرچه بهتر جشنواره تشویق می‌کند، چراکه برگزاری هرچه مطلوب‌تر این مسابقات فرصتی مناسب برای نشان دادن توانمندی برگزارکنندگان و ایجاد زیرساخت‌های مناسب در استان کرمانشاه است.

منابع و مأخذ

۱. افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی؛ مهدویان، فاطمه (۱۳۹۰). «اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستای شهرستان نیر»، جغرافیا و توسعه، ص ۳۸-۲۳.
۲. افصح حسینی، فاطمه السادات (۱۳۸۵). ورزش، شهر، توریسم، ارائه‌شده به‌صورت سخنرانی در اولین همایش ملی شهر و ورزش، ص ۵-۴.
۳. جودکی، صبا (۱۳۹۱). پایگاه اطلاعات سنگ‌نوردی ایرانیان. www.iranclimbing.com
۴. کارکن، لیلا؛ زیتونلی، عبدالحمید؛ اسدی، حسن (۱۳۹۲). «تأثیر رویداد ورزشی اسب‌دوانی بر توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان»، رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، دوره ۱، ش ۲، ص ۱۷-۹.
۵. مجدآرا، علی (۱۳۸۹). «دنیای کوهنوردی». چ اول. انتشارات آوای ظهور، ص ۷۸-۷۰.
۶. محمدی ترکمانی، احسان؛ گودرزی، محمود؛ جعفری، افسر؛ جاوید، مجید (۱۳۹۲). «بررسی اثرات تور دوچرخه‌سواری بین‌المللی آذربایجان بر استان‌های شمال‌غرب کشور»، پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، سال دهم، ش ۲۰، ص ۵۴-۴۵.
۷. ملکی، امجد (۱۳۹۲). «بررسی عوامل و شرایط درونی تخریب کتیبه بیستون کرمانشاه با استفاده از دستگاه رادار»، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال بیست‌وچهارم، پیاپی ۴۹، ش ۱، ص ۱۴۰-۱۲۹.
8. Achu, F. N. (2012). "Resident African immigrants' perceptions of the 2010 FIFA World Cup™ and its associated African legacy: a case study of Cape Town". Master's thesis of tourism technology, Cape Peninsula University of Technology.
9. Balogu, S; Brown, C. & Busser, A. (2010). "Sport tourists in a gaming destination: Predicting gaming and non-gaming expenditures". UNLV Gaming Research & Review Journal, 2, 59-68.
10. Chalip, L; Green, B.C. & Hill, B. (2003). "Effects of sport event media on destination image and intention to visit". Journal of Sport Management, 17, PP:214-234.
11. De Nooij, M., Van den Berg, M. (2013). "The bidding paradox: why rational politicians still want to bid for mega sports events, Tjalling C". Koopmans Research Institute, Utrecht School of Economics.
12. Gibson, H. (Ed). (2006). "Sport tourism": Concepts and theories. Oxon: Routledge. 19(2), 118-134.
13. Higam, J., & Hinch. T. (2006). "Sport and Tourism Reserch: A Geographic Approach". Journal of Sport & Tourism. vol.11 , N. 1 , pp 31-49.
14. Horch, H. D. Heyd; J. & Sierau, A. (2004). "Event im Sport - Marketing, Management, Finanzierung, Köln". Journal of Travel Research, 3, 14-23.

15. Horne; W. (2000). "Municipal Economic Development Via Hallmark Events". *Journal of Tourism Studies*, 1, 30–36.
16. Huang, H. C., Lai, Y. H., Chen, L. S., & Chang, C. M. (2012). "Influence of international mega sport event towards cognition of economic, social-cultural and environmental impact for residents: A case study of the 2009 Kaohsiung world games". 1st International Conference on Energy and Environmental Protection, ICEEP 2012: Vol. 524-527(pp.3392- 3397). Hohhot.
17. Humphreys, H., & Prokopowicz, S. (2007). "Assessing the impact of sports mega-event in transition economies: Euro 2012 in Poland and Ukraine". *International Journal of Sport Management and Marketing*, 5, 496-509.
18. Icoz, O., Gunlu, E., & Oter, Z. (2010). "Sport tourism destinations as brand and factors affecting destination choices of soccer teams". 5th International congress on Business, economic and Management Vol. 30, No. 1 , pp. 78 – 111.
19. Kim, H. J., Gursoy, D., & Lee, S. B. (2006). "The impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of pre- and post-games". *Tourism Management*, 27(1), 86-96. doi: 10.1016/j.tourman.2004.07.010.
20. Matheson, V. (2006). "Economic Impact Analysis", in W. Andreff and S. Szymanski (eds.) *Handbook on the Economics of Sport*, Cheltenham". Edward Elgar. 111-120.
21. Pourmand, S. S. (2011). "The Impact of Archery Events on Tourism Development". Luleå University of Technology Master Thesis.
22. Slabbert; E. & Thomas; P. (2011). "Host City and Non- host City Resident Perceptions of the 2010 Soccer World Cup". *International Conference on Tourism & Management Studies*, 2, 1127-1133.
23. Yang, J., Zeng, X., & Gu, Y. (2010). Local residents' perceptions of the impact of 2010 EXPO. *Journal of Convention and Event Tourism*, 11(3), 161-175. doi: 10.1080/15470148.2010.502030.
24. Yao; j. (2010). "The effect of hosting the Olympics on national image: An analysis of US newspaper coverage of host countries with reputation problems". Graduate Theses and Dissertations , Iowa State University.
25. Ziakas; V. (2010). "Understanding an event portfolio: The uncovering of interrelationships, synergies, and leveraging opportunities". *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2, 144–164.