

گردشگری ورزشی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان

مجید جاوید^۱، حسن الماسی^۲، بهنام نقی پور^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه تهران*

۲. مدیر گروه پژوهش راهبردی پژوهشکده گردشگری

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۸/۰۸

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۵/۰۵

چکیده

امروزه صنعت گردشگری به لحاظ درآمدزایی و تأثیر در رشد اقتصادی کشورها به یکی از مهمترین صنایع در جهان تبدیل شده است. هدف این پژوهش، بررسی نگرش مدیران و کارشناسان ورزش و گردشگری درباره اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی بر جامعه میزبان بود. جامعه آماری این پژوهش را مدیران و کارشناسان در دو حوزه ورزش و گردشگری تشکیل داده بودند. ابزار پژوهش، پرسشنامه‌ی استاندارد هریتز و روس (۲۰۱۰) بود که پس از تأیید روایی و پایایی ($\alpha: 83$) توزیع گردید. داده های ۲۰۳ پرسشنامه برگشتی توسط نرم افزارهای اس.پی.اس.اس و آموس نسخه ۲۱ و با استفاده از آزمون بارتلت، شاخص KMO، تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج یافته های شاخص KMO و آزمون بارتلت مناسب بودن داده های جمع آوری شده را جهت انجام تحلیل عاملی اکتشافی تایید می کرد. بر اساس نتایج بدست آمده از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی، دو عامل تحت عنوان "اثرات مثبت" و "اثرات منفی" استخراج شد. همچنین در بررسی مهم ترین عامل ها، با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی، شاخص «افزایش سطح اشتغال و درآمد» با بار عاملی ۰/۸۶ در مولفه ی اثرات مثبت و شاخص «ایجاد اشتغال کاذب در زمان رویداد گردشگری و بیکاری پس از آن به دلیل فصلی بودن گردشگری ورزشی» با بار عاملی ۰/۸۶ در مولفه ی اثرات منفی، مهم ترین اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی در جامعه میزبان بودند.

واژگان کلیدی: گردشگری ورزشی، رویداد های ورزشی، اثرات اقتصادی

مقدمه

گردشگری به دلیل تأثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بویژه درآمدزایی و تأثیر در رشد اقتصادی کشورها، به بزرگترین صنعت در جهان تبدیل شده و برای اغلب کشورها، گردشگری منبع مهمی برای فعالیت های تجاری، کسب درآمد، اشتغال زایی و مبادلات خارجی محسوب می شود (ابراهیم پور، سیدنقوی، یعقوبی، ۱۳۸۹؛ ۷۳). آمار و ارقام های بین المللی نشان می دهد که صنعت گردشگری همواره روند رو به رشدی را طی می کند، طبق آمار های سازمان جهانی گردشگری^۱، در سال ۲۰۱۰ تعداد گردشگران بین المللی به ۹۴۰ میلیون نفر و درآمد حاصل از این صنعت بالغ بر ۹۱۹ میلیارد دلار آمریکا رسیده (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۱) از این رو امروزه بسیاری از کشورها درآمد اصلی خود را از این صنعت بدست می آورند (نیشیو^۲، ۲۰۱۳؛ ۹۳۷). فعالیت گردشگری به عنوان یکی از مهمترین و پویاترین فعالیت ها در جهان مطرح است. به طوری که یکی از اقتصادی ترین فعالیت ها در چرخه ملی کشورها، به خصوص از جهت اشتغال و ارزآوری و رونق مناطق مختلف به حساب می آید (اسدی، پورنقی، اصفهانی، زیتونلی، ۱۳۸۹؛ ۴۸). از این رو توسعه گردشگری در مکان های مختلف زمینه های ایجاد اشتغال دائم، فصلی و نیمه وقت را برای نیروی انسانی با تخصص و آموزش متوسط فراهم می آورد و از نرخ بیکاری می کاهد. همچنین علاوه بر اشتغال های مستقیم در گردشگری زمینه اشتغال در فعالیت های دیگر در ارتباط با گردشگری همچون کارهای ساختمانی، تعمیرات، کرایه دادن اتومبیل، دست فروشی و نظیر اینها برای افراد بومی فراهم می گردد (زیتونلی، ۱۳۸۶؛ ۳). در عین حال، با پیشرفت جوامع و ماشینی شدن زندگی در سال های اخیر، ورزش به عنوان فعالیتی پویا، نقش و جایگاه بارزی در زندگی مردم داشته و به یک پدیده اجتماعی تبدیل شده است. ورزش با تولید میلیارد ها دلار از طریق بلیط فروشی، حمایت مالی و حق پخش تلویزیونی، به یک پدیده اقتصادی مهم در جهان تبدیل گشته است. تلفیقی از "گردشگری" به عنوان بزرگ ترین صنعت جهان و "ورزش" به عنوان یکی از صنایع بزرگ و بااهمیت در دنیای کنونی یکی از شگفت انگیزترین صنایع خدماتی مدرن را به نام صنعت "گردشگری ورزشی" به وجود آورده است (جاوید، اسدی، گودرزی، محمدی ترکمانی، ۱۳۹۱؛ ۴۴) بررسی ها نشان داده که این صنعت در سال های اخیر بیشترین رشد را در صنعت

1. The World Tourism Organization (UNWTO)
2. Nishio

گردشگری داشته است (هریتز و رس^۱، ۲۰۱۰؛ ۱۲۰ و تاو و وال^۲، ۲۰۰۹؛ ۹۱). در بررسی مطالعاتی که در زمینه برگزاری رویداد های ورزشی و گردشگری برخواسته از آن انجام گرفته، اکثر نویسندگان اغلب آن را به عنوان عاملی برای بالا بردن کیفیت زندگی ساکنان، بهبود اقتصاد و افزایش غرور و روحیه در جامعه نام می برند (زیاکس^۳، ۲۰۱۰؛ ۱۴۸ و ویلتري، میلر، هریز^۴، ۲۰۰۹؛ ۱۲۲) موسین^۵ (۲۰۰۵)؛ کیم و پاتریک^۶ (۲۰۰۵) طی تحقیقی بیان کردند برگزاری رویداد های ورزشی را عاملی برای جذب شرکت کنندگان فعال، تماشاگران، گردشگران و افزایش شرکت و توجه رسانه ها و بازتاب مثبتی برای ساکنان آن منطقه می دانند (کیم و پاتریک، ۲۰۰۵؛ ۳۵ و موسین، ۲۰۰۵؛ ۷۳۰). در مطالعه ای دیگر روز و اسپیکل^۷ (۲۰۱۱) توریست ها را یک مهم ترین منبع درآمد و اشتغال برای ساکنان محلی می دانند. اکثر مطالعاتی که در مورد رویداد های ورزشی انجام گرفته عمدتاً به فواید دائمی و بلند مدت مثل توسعه تسهیلات و زیر بنا ها، بازسازی شهرها، اعتبار بین المللی، بهبود رفاه عمومی، رشد گردشگری و اشتغال زایی تاکید داشتند (رز و اسپیکل، ۲۰۱۱؛ ۹۲) از این رو امروزه بسیاری از شهرها از میزبانی رویداد های ورزشی استفاده می کنند و گردشگران زیادی را تحریک می کنند (گراتون، دابسون و شبلی^۸، ۲۰۱۲؛ ۳۶). مرور ادبیات تحقیق، خصوصاً تحقیقات انجام شده در خارج از کشور نشان می دهد که در سال های اخیر تحقیقات فراوانی در خصوص گردشگری ورزشی از دیدگاه های مختلف و خصوصاً جهت شناخت استراتژی های توسعه و اثرات آن، انجام گرفته که می توان به اهمیت توسعه این حوزه در کشورهای مختلف پی برد.

در سال های اخیر و به خصوص در شرایط نامطلوب اقتصاد جهانی، کشورها به این صنعت بیش از پیش اهمیت داده و به آن به عنوان جایگزینی برای درآمدهایشان نگاه می کنند. برای ایران که در فکر خروج از مشکل اتکالی بیش از حد به درآمد های نفتی و مشکل اشتغال می باشد، صنعت گردشگری می تواند به عنوان یکی از گزینه های مناسب مطرح باشد. البته در سال های اخیر تلاش ها و فعالیت های خوبی در این زمینه صورت گرفته که در قیاس با رشد فزاینده گردشگری در جهان این فعالیت ها به هیچ عنوان کافی بنظر نمی رسد. در عین حال با وجود

-
1. Hritz & Ross
 2. Tao & Wall
 3. Ziakas
 4. Veltri, Miller, & Harris
 5. Mohsin
 6. Kim & Petrick
 7. Rose & Spiegel, 2011
 8. Gratton, Dobson, & Shibli

اثرات مثبت آن بر توسعه اقتصادی، متاسفانه مطالعات اندکی در این زمینه در ایران صورت گرفته است.

رویدادهای ورزشی بسیار مورد توجه گردشگران در سراسر دنیا قرار دارد، با برگزاری مسابقات مختلف در دنیا علاقمندانی برای شرکت در این مسابقات به کشور میزبان سفر می‌کنند که این خود موفقیتی اقتصادی برای آن کشور شمرده می‌شود همچنین با برگزاری رویدادها گردشگران با فرهنگ و قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری کشور میزبان آشنا شده و این موضوع باعث تبادل فرهنگی میان کشورهای مختلف می‌شود. مطالعات انجام گرفته در ۳۰ سال اخیر نشان می‌دهد که میزبانی رویداد های ورزشی صرفه اقتصادی زیادی بر جامعه میزبان دارد (والتری و همکاران، ۲۰۰۹؛ ۱۲۳ و گیبسون، کاپلانیدو و کانگ^۱، ۲۰۱۱؛ ۱۶۳). یافته‌های مشابه در تمامی مطالعاتی که در زمینه برگزاری رویداد های ورزشی انجام گرفته، این است که منافع اقتصادی حاصل از برگزاری رویدادها بیشتر از هزینه های آن است، و محققان دلیل اصلی آن را در درجه اول گردشگران می‌دانند و عنوان می‌کنند که برگزاری یک رویداد ورزشی باعث می‌شود که افراد زیادی در یک محدوده زمانی برای تماشا و مشارکت در ورزش به جامعه میزبان رفته و این امر باعث کسب درآمد برای هتل‌ها، رستوران‌ها و همچنین ایجاد کسب و کار جدید و رونق خرده‌فروشی می‌شود (اُبراین و چالپ^۲، ۲۰۰۵؛ ۳۱۸). در تحقیقات اخیر که سازمان گردشگری انگلستان انجام داده است برگزاری المپیک ۲۰۱۲ میلادی ۳٫۳ میلیارد دلار در آمد در شهر لندن برای کشور انگلستان حاصل می‌کند. از سوی دیگر تحقیقات دیگری نشان داده که میزبانی برزیل برای جام جهانی ۲۰۱۴ و بازی های المپیک ۲۰۱۶ باعث می‌شود که اقتصاد این کشور ۵ پله صعود کند. امروزه این عوامل باعث شده که رقابتی بسیار سنگین برای به دست آوردن میزبانی بازیهای بین المللی ورزشی از جمله جام جهانی و المپیک بین کشورها ایجاد شود (عزتی، ۱۳۹۰؛ ۳). رویدادهای ورزشی در هر سطحی می‌تواند شرکت کنندگان، تماشاگران و توریست‌ها را به خود جلب کند و این امر می‌تواند فواید اقتصادی زیادی بر جامعه میزبان داشته باشد. (فونک و براون^۳، ۲۰۰۷؛ ۸۱۶) کسین^۴ (۲۰۰۵) در پژوهشی تاثیر میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ برگردشگری را مورد بررسی قرار داده و توجهی ویژه ای به تأثیر اقتصادی طولانی مدت دارد و اعلام می‌دارد که اغلب شهر های درخواست دهنده برای پذیرش میزبانی رویدادهای ورزشی، به این دلیل این کار را می‌کنند که میزبانی رویدادهای ورزشی

1. Gibson, Kaplanidou, & Kang

3. O'Brien & Chalip

4. Funk & Bruun

5. kesin

بزرگ درآمد منطقه ای کوتاه یا بلند مدت قابل توجهی را به وجود می آورد (حیدری، ۱۳۹۰؛ ۵۷). زیاکاس و کاستا^۱ (۲۰۱۱) در مطالعه خود هدف اصلی رویداد های بزرگ ورزشی را بیشتر اقتصادی و توسعه گردشگری بیان کردند و عنوان می کنند که هدف اصلی رویداد های کوچک بیشتر به دلیل کمبود امکانات شهری و برای پرکردن اوقات فراغت ساکنان برگزار می شود. همچنین اعلام می دارند که در جوامع محلی به خاطر سطح پایین درآمدها این رویدادها به صورت رایگان به عموم سرگرمی هایی را فراهم می آورد که این هم برای ساکنان محلی مقرون به صرفه بوده و هم فضایی برای تعامل بیشتر ساکنان با یکدیگر را فراهم می سازد. در عین حال نقش عمده دیگر این رویدادها به وجود آوردن حس اجتماعی به خاطر صرف زمان زیاد با همسایگان برای آشنایی بیشتر است (زیاکاس و کاستا، ۲۰۱۱؛ ۱۵۱). در پژوهشی گیبسون و همکاران (۲۰۱۱) به بررسی اثرات رویدادهای ورزشی کوچک در توسعه پایدار پرداختند، نتایج این پژوهش نشان می دهد که برگزاری یک رویداد های ورزشی کوچک می تواند با توسعه زیر ساخت های فرهنگی و افزایش سرمایه گذاری افراد در این بخش به توسعه پایدار گردشگری کمک کنند (گیبسون و همکاران، ۲۰۱۱؛ ۱۶۸). اشتغال زایی، ایجاد درآمد برای ساکنان محلی، کاهش فقر، افزایش سرمایه گذاری و توسعه زیر بنایی اقتصادی، از جمله مهمترین آثار اقتصادی دیگر برگزاری رویداد های ورزشی است.

در سال های اخیر، گردشگری ورزشی به عنوان ابزاری برای رشد پایدار اقتصادی به طور گسترده مورد توجه قرار گرفته است (لیم و پاترسون^۲، ۲۰۰۸؛ ۱۱۶) و بدلیل علاقه مندان بسیار و بازتاب فراوان اقتصادی در جهت بالا بردن مشاغل محلی و افزایش رفاه اقتصادی به مثابه راهبرد رشد و توسعه اقتصادی در دستور کار برنامه های توسعه منطقه ای در نقاط مختلف جهان قرار گرفته است (بیگنه، سانچز و سانچز^۳، ۲۰۰۱؛ ۶۰۸). خصوصاً در مناطقی که امکان توسعه دیگر بخش های اقتصادی با محدودیت اساسی رو به رو است حتی با پذیرش واقعیت فصلی و کوتاه مدت بودن دوره آن در بعضی مناطق جهان بیش از نیمی از درآمد سالیانه جوامع محلی از این طریق تامین می شود (وئوقی، دادور خانی، مطیعی لنگرودی، راهنمایی، ۱۳۹۰؛ ۳) در واقع صنعت گردشگری با تولید کالایی به نام «گردش» یک مفهوم اقتصادی است که با ابعاد و مؤلفه های خاص شش گانه خود یعنی: جاذبه ها، حمل و نقل، اقامت و هتلداری، پذیرایی و رستوران، سوغات و صنایع دستی و خدمات اختصاصی گردشگری، آن

1. Ziakas & Costa

2. Ziakas & Costa

3. Lim & Patterson

4. Bigne, Sanchez, & Sanche

بخش از فعالیت ها را دربرمی گیرد که بطور مستقیم در مسیر ایجاد و گسترش فرایند عام تری به عنوان پدیده گردشگری قرار گرفته است. در رویکردی اقتصادی از نظر تولید درآمد، صنعت گردشگری در ردیف صنایع بزرگ چون نفت و خودرو قرار گرفته است و از نظر اجتماعی علاوه بر درآمذزایی کارکردهایی چون عدالت گستری، فقرزدایی، اشتغال آفرینی و پایداری را در پی دارد (ابراهیم بای سلامی، ۱۳۸۹؛ ۶)

اهمیت گردشگری ورزشی به حدی است که کمیته بین المللی المپیک^۱ (ICO) و سازمان جهانی جهانگردی، کنفرانس های بین المللی را برای تجزیه و تحلیل مسایل مربوط به گردشگری ورزشی در خلال بازی های المپیک برگزار و در جهت اخذ تفاهم نامه مشترک بین دو سازمان تلاش می کنند. حتی در بعضی از کشورهای جهان فعالیت های مربوط به گردشگری و ورزش در قالب یک وزارتخانه ویژه به نام «Sport Tourism» امور مربوطه را برنامه ریزی و اجرا می کند. (خدابنده، ۱۳۹۰؛ ۱) مطالعات متعددی تاکنون در رابطه با اهمیت اقتصادی گردشگری ورزشی انجام شده است، از جمله مهمترین این مطالعات، می توان به مقاله شورای جهانی سفر و گردشگری^۲ (۲۰۱۲) اشاره کرد، در این مطالعه شورای جهانی سفر و گردشگری با تاکید بر تاثیرات اقتصادی فراوانی گردشگری، افزایش تولید ناخالص داخلی^۳، اشتغال و جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی بر جامعه میزبان را از مهمترین اثرات اقتصادی گردشگری عنوان می کند (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۲؛ ۲). در مطالعه دیگری اندریک و همکاران^۴ (۲۰۰۵) با تاکید بر اثرات مثبت گردشگری بر جامعه میزبان، تنوع اقتصادی، شغل و درآمد مالیاتی را از مهمترین اثرات گردشگری می دانند (اندریک، والننتین، ناف و ووت، ۲۰۰۵؛ ۵). بریدا و همکاران^۶ (۲۰۱۱) در بررسی خود عنوان می کنند که گردشگری با جذب سرمایه گذاران دولتی و خصوصی عاملی برای اشتغال و درآمد بوده که این امر منجر به افزایش استاندارد های زندگی و قدرت خرید مردم می شود (بریدا، اوستی و فچیولی، ۲۰۱۱؛ ۳۸۱).

با توجه به اهمیت روز افزون گردشگری ورزشی و لزوم بررسی اثرات آن و با در نظر گرفتن اینکه در ایران مطالعات اندکی در این زمینه صورت گرفته است، به همین دلیل در پژوهش حاضر قصد داریم با بررسی تاثیرات اقتصادی گردشگری ورزشی بر جوامع میزبان از دیدگاه

1. International Olympic Committee
 2. World Travel and Tourism Council
 3. Gross Domestic Product
 4. Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt
 5. Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt
 6. Brida, Osti, & Faccioli

مدیران و کارشناسان ورزش و گردشگری به این سوال پاسخ دهیم: که گردشگری ورزشی چه اثراتی بر اقتصاد شهر میزبان دارد؟

روش شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش توصیفی بوده و به شکل میدانی انجام شده است. محققین بدنبال مطالعه و بررسی تاثیرات اقتصادی گردشگری ورزشی را از دیدگاه مدیران و کارشناسان ورزش و گردشگری در جامعه مورد مطالعه بررسی کند. جامعه آماری این تحقیق را مدیران و متخصصان حوزه ورزش و گردشگری در سطح ملی تشکیل می‌دادند علی‌رغم این که آمار دقیقی از جامعه آماری وجود نداشت، با در نظر گرفتن حداکثر ۶۰۰ مدیر و متخصصان در هر دو حوزه، نمونه آماری این پژوهش به صورت تصادفی و با استفاده از فرمول کوکران و با $0/05$ احتمال خطا ۲۳۴ نفر انتخاب شدند که ۱۱۷ نفر در حوزه ورزش که شامل روسا، نواب رئیس، و دبیران فدراسیون های ورزشی، کارشناسان آکادمی و کمیته ملی المپیک و پارالمپیک و کارشناسان وزارت ورزش و ۱۱۷ نفر در حوزه گردشگری که شامل مدیران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری می شد تعیین گردید. در مجموع تعداد ۳۱ پرسشنامه به دلیل انصراف پاسخ دهندگان حین اجرا و ناقص بودن پرسشنامه ها کنار گذاشته شدند و تعداد ۲۰۳ پرسشنامه برگشتی قابل قبول ارزیابی و در تجزیه و تحلیل استفاده شدند.

این تحقیق در دو بخش به جمع آوری اطلاعات اقدام شد، اول در زمینه اطلاعات نظری و پیشینه تحقیق که با استفاده از منابع کتابخانه ای، اینترنت، مقالات و پایان نامه ها در بخش اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی انجام شد و در بخش دیگر، از پرسشنامه برای جمع آوری اطلاعات استفاده شد.

پرسشنامه استفاده شده برای این پژوهش، پرسشنامه استاندارد هریتز و رس (۲۰۱۰) بود^۱ که بعد از ترجمه و ایجاد تغییرات جزعی برای بومی سازی جهت تعیین روایی پرسشنامه مذکور از نظر اساتید و صاحب نظران استفاده شد و اصلاحات مورد نظر صورت پذیرفت. برای برآورد پایایی پرسشنامه تحقیق، پرسشنامه در طی یک مطالعه مقدماتی، بین ۳۰ نفر از آزمودنی توزیع و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت و میزان آن $0/83$ گزارش داده شد. برای تجزیه تحلیل داده های تحقیق ابتدا از آمار توصیفی برای تعیین میانگین، انحراف معیار، فراوانی و درصدها استفاده شد. در بخش آمار استنباطی به منظور تشخیص مناسب بودن

۱ - طی مکاتبه و تعامل علمی با دکتر هریتز از دانشگاه کارولینای شمالی (University of North Carolina) پرسشنامه دریافت گردید.

داده‌های جمع آوری شده جهت انجام تحلیل عاملی اکتشافی از آزمون بارتلت و شاخص^۱ KMO استفاده شد. پس از شناسایی عوامل اصلی با تحلیل عاملی اکتشافی^۲ (EFA)، از روش تحلیل عاملی تأییدی^۳ (CFA) به منظور برآورد اهمیت، بار عاملی عناصر، تعیین مهم ترین شاخص ها و تهیه مدل استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار اس.پ.اس.اس^۴ و آموس^۵ نسخه ۲۱ انجام گرفت.

نتایج

یافته های توصیفی

در این قسمت از آمار توصیفی برای بررسی اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان استفاده می شود. همانطور که ملاحظه می گردد، در جدول ۱ خلاصه ای از یافته های توصیفی آورده شده است.

جدول ۱- اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

درصد	فراوانی	اطلاعات جمعیت شناختی
۶۳	۱۲۸	مرد
۳۷	۷۵	زن
۳	۷	دیپلم
۵۷	۱۱۶	کارشناسی
۴۰	۶۰	کارشناسی ارشد و دکتری
۳۲	۶۴	کمتر از ۱۰ سال
۵۰	۱۰۲	۱۰ تا ۲۰ سال
۱۸	۳۷	بیشتر از ۲۰ سال
۴۸	۹۸	سازمان های مرتبط با ورزش
۵۲	۱۰۵	محل اشتغال سازمان های مرتبط با گردشگری

بررسی عوامل جمعیت شناختی افراد شرکت کننده نشان می داد که از مجموع ۲۰۳ نفر آزمودنی ۱۲۸ نفر (۶۳٪) مرد و ۷۵ نفر (۳۷٪) زن می باشند. ۵۰ درصد پاسخ دهندگان بین ۱۰ تا ۲۰ سال سابقه کار داشتند. نتایج بررسی وضعیت تحصیلات شرکت کنندگان نشان داد، فقط

1. Bartlett's test
 2. Exploratory factor analysis
 3. Confirmatory factor analysis
 4. SPSS
 5. Amos

۷ نفر (۳٪) دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۱۱۶ نفر (۵۷٪) کارشناسی و ۶۰ نفر (۴۰٪) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و دکتری بودند. همچنین با توجه به جدول ۱، ۹۸ نفر (۴۸٪) در سازمان های مرتبط با ورزش، ۱۰۵ نفر (۵۲٪) در سازمان های مرتبط با گردشگری به فعالیت مشغول بودند.

یافته های استنباطی

در این قسمت ابتدا به دلیل اینکه پرسشنامه اصلی با ایجاد تغییراتی برای این پژوهش استفاده شد، برای برآورد دوباره مولفه های اصلی از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. سپس مدل استفاده شده مورد سنجش قرار خواهد گرفت و در نهایت به بررسی مهم ترین عامل ها با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی پرداخته می شود.

شاخص KMO برای داده های جمع آوری شده برابر با ۰/۷۸ بدست آمد که برای تحلیل عاملی میزان مناسبی می باشد، همچنین معنی داری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۹۹ درصد حاکی از همبستگی متغیر های مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی بود با توجه به مناسب بودن داده ها به منظور استخراج و دسته بندی عوامل، از تحلیل عاملی اکتشافی با روش چرخش واریماکس استفاده گردید. با توجه به جدول ۲ مشخص می شود که یکی از عامل ها به علت پایین بودن تعداد متغیر ها از ۳ عدد از حذف گردد و تعداد ۱۱ متغیر باقی مانده تحت دو عامل " اثرات مثبت " و " اثرات منفی " دسته بندی گردید.

جدول ۲- نتیجه تحلیل عاملی اکتشافی با روش چرخش واریمکس

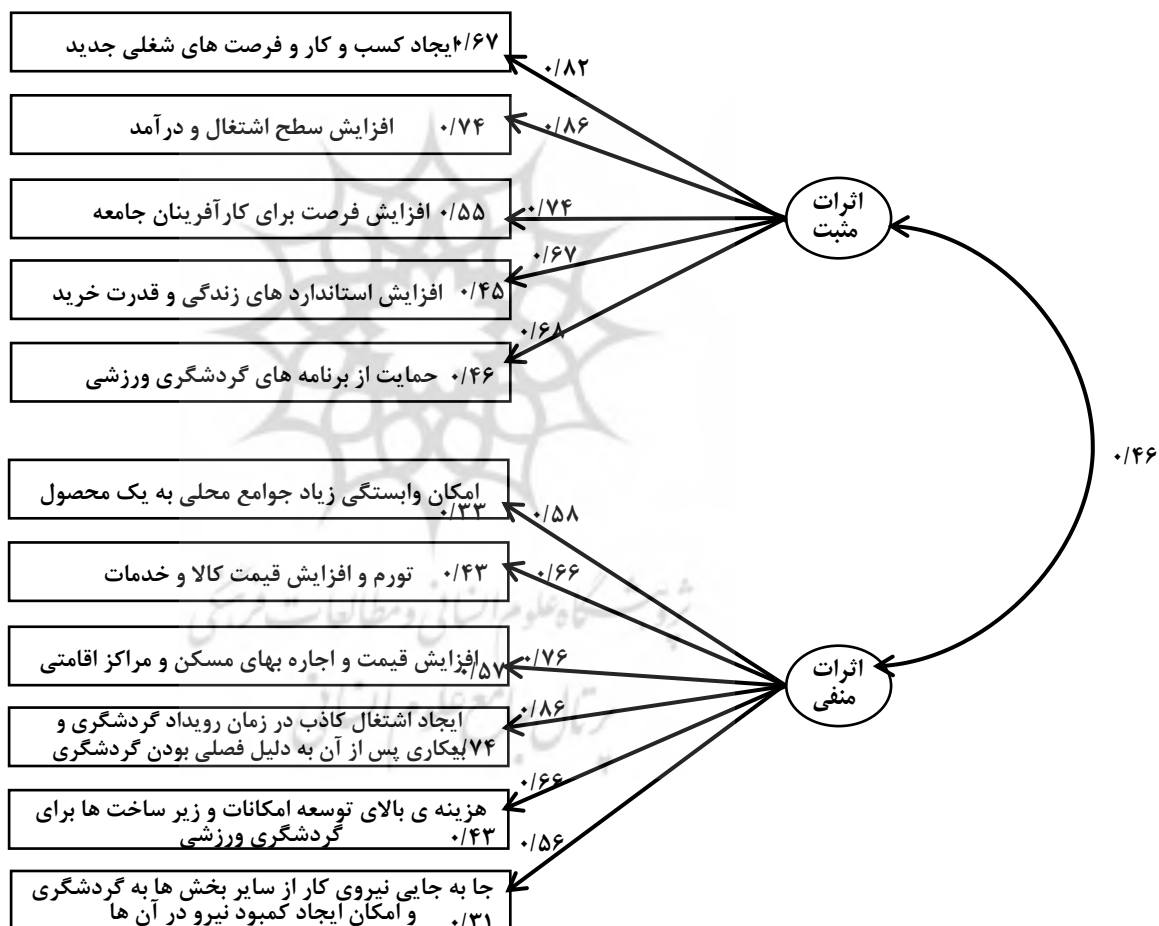
گویه ها	اثرات مثبت	اثرات منفی	نام عامل
سوال ۷	۰/۸۰۴		
سوال ۱۱	۰/۷۹۳		
سوال ۱۲	۰/۷۸۷		
سوال ۸	۰/۷۵۱		
سوال ۱۳	۰/۷۳۰		
سوال ۳		۰/۸۴۷	
سوال ۴		۰/۸۲۱	
سوال ۵		۰/۷۳۳	
سوال ۶		۰/۶۹۸	
سوال ۲		۰/۶۱۱	
سوال ۱		۰/۵۸۷	
سوال ۱۰		۰/۸۵۱	
سوال ۹		۰/۸۲۷	

بعد از گروه بندی متغیر ها با تحلیل عاملی اکتشافی، برای تعیین مهم ترین عوامل از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. برای این کار ابتدا پایایی مدل سنجش با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی در نرم افزار آموس^۱ مورد آزمون قرار گرفت. آزمون های متعددی برای ارزیابی اینکه مدل تا چه حد روابط بین متغیر های قابل اندازه گیری را توصیف می نماید، به کار می روند. عمدتاً پیشنهاد می شود که از شاخص های مختلف برازش استفاده شود. مدل های رایج CFI, RMSEA, X2(df), GFI به عنوان معیار تشخیص مورد استفاده قرار گرفت (جدول ۳). در رابطه با شاخص CFI مقادیر بزرگتر از ۰/۹۰ قابل قبول و نشانه برازندگی مدل است که در سطح ۰/۹۵ بود شاخص GFI که مقادیر نسبی واریانس ها و کوواریانس ها را به گونه مشترک از طریق مدل ارزیابی می کند و دامنه تغییرات آن بین صفر و یک می باشد در سطح ۰/۹۵ قابل قبول بود. آزمون کای دو برابر ۸ بود که قابل قبول است. شاخص مطلق برازش دیگر RMSEA است که ساده بودن مدل را تعدیل می کند، برازش کامل مقادیر صفر را برای این شاخص نتیجه می دهد اما در عمل مقدار کمتر از ۰/۰۸ مناسب تلقی می شود که در این مطالعه در سطح ۰/۰۷۱ بوده و نشان دهنده قابل قبول بودن آن است. (جدول ۳). در مجموع سنجش برازش استفاده از مدل را تایید کرد. در مجموع تمام نمایه ها از سطح قابل قبول عبور کردند، این مسئله نشان دهنده تایید استفاده از مدل از طریق سنجش برازش است. همه آزمون ها نشان دادند

که مدل سنجش قابلیت پایایی و سازگاری لازم را دارد. در این مرحله بعد وارد کردن داده ها، آزمون برازش یا درست نمایی داده ها به مدل فرضی ساختارها انجام شد.

جدول ۳- برازش نمایه ها جهت سنجش و مدل ساختاری

شاخص مدل	X2(df)	GFI	CFI	RMSEA
مدل سنجش	۸	۰٫۹۲	۰٫۹۵	۰٫۰۷۱



شکل ۱- بارهای عاملی و خطاهای اندازه گیری متغیر های اثرات اقتصادی

با توجه به جدول ۴ و شکل ۱ نتایج حاصل از تحلیل عاملی تاییدی نشان می دهد که گردشگری ورزشی با " افزایش سطح اشتغال و درآمد" با بار عاملی ۰/۸۶ و " ایجاد کسب و کار و فرصت های شغلی جدید" با بارعاملی ۰/۸۲ در بین متغیر های مثبت اقتصادی مهم ترین اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی بر جامعه بوده اند. همچنین در بین متغیر های منفی اثرات اقتصادی، " ایجاد اشتغال کاذب در زمان رویداد گردشگری و بیکاری پس از آن به علت فصلی بودن گردشگری ورزشی" با عاملی ۰/۸۶ دارای بیشترین بار عاملی و هزینه بالای توسعه امکانات برای گردشگری با بار عاملی ۰/۵۵ دارای کمترین اهمیت در بین متغیر های منفی اقتصادی گردشگری ورزشی بر جامعه میزبان بود.

جدول ۴- میانگین، انحراف معیار و بارعاملی متغیرها

متغیرهای اقتصادی	میانگین	انحراف معیار	خطای اندازه گیری	بار عاملی
اثرات مثبت:	ایجاد کسب و کار و فرصت های شغلی جدید	۴/۱۲	۰/۸۴۴	۰/۸۲
	افزایش سطح اشتغال و درآمد	۴/۳۳	۰/۸۳۵	۰/۸۶
	افزایش فرصت برای کارآفرینان جامعه	۴/۰۵	۰/۹۴۳	۰/۷۴
	افزایش استاندارد های زندگی و قدرت خرید مردم	۴/۰۳	۰/۸۹۵	۰/۶۷
	حمایت از برنامه های گردشگری ورزشی	۴/۳۹	۰/۷۰۵	۰/۶۸
اثرات منفی:	امکان وابستگی زیاد جوامع محلی به یک محصول خاص	۴/۲۴	۰/۶۴۰	۰/۵۸
	تورم و افزایش قیمت کالا و خدمات	۴/۲۴	۰/۶۹۲	۰/۶۶
	افزایش قیمت و اجاره بهای مسکن و مراکز اقامتی	۳/۹۰	۰/۸۵۸	۰/۷۶
	ایجاد اشتغال کاذب در زمان رویداد گردشگری و بیکاری پس از آن به دلیل فصلی بودن گردشگری ورزشی	۴/۰۲	۰/۷۸۳	۰/۸۶
	هزینه ی بالای توسعه امکانات و زیر ساخت ها برای گردشگری ورزشی	۴/۳۶	۰/۶۲۵	۰/۶۶
	جابه جایی نیروی کار از سایر بخش ها به گردشگری و امکان ایجاد کمبود نیرو در آن ها	۴/۰۹	۰/۷۴۶	۰/۵۶

بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی بر اقتصاد شهر های میزبان از دیدگاه صاحب نظران ورزش و گردشگری در سطح ملی بود. بسیاری از مطالعات به اهمیت آثار اقتصادی گردشگری و لزوم بررسی آن اشاره کرده اند از جمله این مطالعات می توان به مطالعه هندرسون^۱ (۲۰۰۷) اشاره کرد که در توسعه گردشگری، تاثیرات اقتصادی را ستون اصلی برای توسعه این صنعت و عاملی برای رفاه مالی جامعه میزبان می داند (هندرسون، ۲۰۰۷؛ ۲۳۷) پژوهشگران دیگری از جمله هریتز و رس (۲۰۱۰)، گیبسون و همکاران (۲۰۱۱) و ولتری و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعاتشان به اهمیت آثار اقتصادی گردشگری پرداخته اند. یافته های این مقاله نیز نشان از اثرات مثبت و منفی اقتصادی گردشگری ورزشی در جامعه میزبان حکایت دارد.

در بررسی اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی در این مقاله با توجه به نتایج بدست آمده از تحلیل عاملی اکتشافی در شکل ۳ مشخص می شود که گردشگری ورزشی علاوه بر اثرات مثبت اقتصادی دارای اثرات منفی نیز می باشد.

این یافته با توجه به یافته های هریتز و رس (۲۰۱۰) و گالدینی^۲ (۲۰۰۷) همخوانی دارد. هریتز و رس (۲۰۰۲)، در پژوهشی تحت عنوان تأثیرات مشاهده شده گردشگری ورزشی در جامعه میزبان که در ایندیاناپولیس^۳ در این زمینه انجام دادند و به اثرات مثبت و منفی گردشگری ورزشی بر جامعه میزبان تاکید کردند و همچنین، گالدینی (۲۰۰۷) نیز در یافته خود عنوان کرده؛ گردشگری علاوه بر آثار مثبت اقتصادی، به نوبه خود آثار منفی اقتصادی را نیز در پی دارد، که از جمله می توان به افزایش تقاضا قیمت زمین و مسکن، اجاره بها و شاخص قیمت کالاها اشاره کرد (گالدینی، ۲۰۰۷؛ ۱۰۸).

امروزه اهمیت گردشگری ورزشی و تاثیرات اقتصادی آن بر جوامع بر کسی پوشیده نیست. با توجه به شکل ۴ و یافته های این پژوهش "افزایش سطح اشتغال و درآمد" با بار عاملی (۰,۸۶) از دیدگاه صاحب نظران ورزش و گردشگری مهم ترین تاثیر مثبت گردشگری ورزشی بر جامعه میزبان می باشد. بدیهی است که حضور جمعیت گردشگر مقتضای ارائه خدمات برای آنها را فراهم می کند، از این رو افزایش سطح اشتغال و کاهش بیکاری به علت وابستگی مستقیم بسیاری از مشاغل به گردشگری، که به واسطه ارائه خدمات برای آنها است موجه جلوه می کند. این یافته با توجه به یافته های هندرسون (۲۰۰۷) و گیبسون (۲۰۱۱) که در یافته

1. Henderson
2. Galdini
3. Indianapolis

های خود عنوان کردند که با برگزاری رویدادهای ورزشی، گردشگران ورزشی فعال و غیر فعال جذب این رویدادها می‌شوند که این امر باعث ایجاد شغل و صرفه اقتصادی برای جامعه میزبان می‌باشد (هندرسون، ۲۰۰۷؛ ۲۳۶ و گیبسون و همکاران، ۲۰۱۱؛ ۱۶۸)، همچنین با توجه به یافته‌های ویلتری و همکاران (۲۰۰۹)، که عنوان کردند؛ هزینه‌های شرکت کنندگان در هتل‌ها، رستوران‌ها و دیگر کالاها و خدمات به صورت مستقیم بر اقتصاد جامعه میزبان تاثیر می‌گذارد، همخوانی دارد (ویلتری و همکاران، ۲۰۰۹؛ ۱۲۶). "ایجاد کسب و کار و فرصت‌های شغلی جدید" با بارعاملی (۰٫۸۲) دومین متغیر مهم از دیدگاه صاحب‌نظران بود. با توجه به این یافته، پاسخ دهندگان اظهار داشتند که با حضور گردشگران ورزشی در یک منطقه، فرصت‌های شغلی زیادی از جمله، خرده‌فروشی، ساخت و ساز و حمل و نقل را برای ساکنان محلی ایجاد کند. این نتیجه با نتایج تحقیقات هریتز و رس (۲۰۱۰) و ابراین و چالیپ (۲۰۰۸) که در یافته‌های خود عنوان کرده بودند که برگزاری رویداد ورزشی باعث می‌شود که افراد زیادی در یک محدوده زمانی برای تماشا و مشارکت در ورزش به جامعه میزبان مسافرت کنند و این امر باعث رونق گرفتن و کسب در آمد برای هتل‌ها، رستوران‌ها و همچنین ایجاد کسب و کار جدید و رونق خرده‌فروشی بشود، همخوانی دارد.

با توجه به جدول ۴ "افزایش و ایجاد فرصت برای کارآفرینان" سومین متغیر مهم در بین متغیرهای مثبت اقتصادی مورد بررسی بود. طبیعی است که کارآفرینان از هر زمینه و فرصتی بخصوص پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های موجود در گردشگری ورزشی را از دست نمی‌دهند و از آنجایی که گردشگری یک صنعت با درآمد بالا است، کارآفرینان برای ظرفیت‌های موجود در آن برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام می‌دهند. "حمایت از برنامه‌های گردشگری ورزشی" با بارعاملی (۰٫۶۸)، یکی دیگر از متغیرهای مثبت اقتصادی گردشگری ورزشی بر جامعه میزبان بود. این متغیر در میان عامل مثبت اقتصادی یکی از متغیرهای کم‌اهمیت از دیدگاه صاحب‌نظران بود، شاید دلیل اهمیت کم این متغیر را بتوان به دلیل، کمبود اطلاع‌رسانی و تبلیغات درباره تاثیرات گردشگری ورزشی و اطلاع کم مردم از مزیت‌های آن و کاهش مشارکت جوی مردم دانست. می‌توان با اطلاع‌رسانی صحیح درباره مزیت‌های آن به مردم، از حمایت همگانی ساکنان محلی و تماشاگران در برگزاری رویداد به صورت شکل داوطلب به‌رمند شد. "افزایش استانداردهای زندگی و قدرت خرید مردم" کمترین تاثیر مثبت اقتصادی گردشگری ورزشی از دیدگاه صاحب‌نظران ورزش و گردشگری بود. این یافته با توجه یافته‌های هریتز و رس (۲۰۱۰)، فوری و اسپروونک^۱ (۲۰۱۱) و بریدا و همکاران (۲۰۱۱) که برگزاری

رویدادهای ورزشی و گردشگری ورزشی را عاملی برای بهبود ساخت و ساز شهری، بهبود استاندارد های سیستم حمل و نقل، افزایش فضای سبز و ارتباط آن با زندگی بهتر دانسته، غیر همسو می باشد (فوری و سپرونک^۱، ۲۰۱۱؛ ۹۴). در این رابطه گالدینی (۲۰۰۷) نیز گردشگری را عاملی برای بهبود زیرساختهای حمل و نقل، آب و برق و فرصت های کسب و کار جدید و تنوع درآمدی و متنوع سازی اقتصاد محلی دانسته و عنوان می کند گردشگری باعث بهبود منافع شهروندان و بالا رفتن درجه رفاه و آسایش آنان شده و مشاغل جدید درآمدهای مالیاتی را در پی دارند. (گالدینی، ۲۰۰۷؛ ۱۰۹).

در بین مولفه اثرات منفی اقتصادی " اشتغال کاذب در زمان رویداد گردشگری و بیکاری پس از آن به علت فصلی بودن گردشگری ورزشی " با بار عاملی (۰,۸۶)، بیشترین تاثیر منفی گردشگری ورزشی از دید پاسخ دهندگان بود. این امر می تواند موجب بروز مشکلات در جوامع گردد. از جمله می توان به سر خوردگی ناشی از بیکاری ناشی از پایان رویداد اشاره کرد. پیشنهاد می شود با برنامه ریزی صحیح از پتانسیل های موجود در این صنعت در سایر فصل ها نیز با برگزاری جشنواره های مختلف ورزش های بومی محلی و رویداد های ورزشی مثل ورزش های زمستانی و رالی های کویر نوردی و... در زمان ها و مکان های مختلف بهره برده و باعث اشتغال پایدارتری در این صنعت شد. "افزایش قیمت و اجاره بهای مسکن و مراکز اقامتی" با بارعاملی (۰,۷۶) دومین عامل تاثیرگذار منفی اقتصادی حاصل از گردشگری ورزشی بود. این یافته بر اساس یافته گالدینی (۲۰۰۷) که یافته خود گردشگری را عاملی دانسته که به واسطه آن با افزایش و تقاضای قیمت زمین و مسکن، اجاره بها و شاخص های قیمت کالا ها و خدمات افزایش می یابد، همخوانی دارد (گالدینی، ۲۰۰۷؛ ۱۰۹). "تورم و افزایش قیمت کالا و خدمات" سومین اثر منفی گردشگری ورزشی از دیدگاه پاسخ دهندگان بود. این نتیجه با توجه به نوشته معصومی (۱۳۸۵) در کتاب خود که عنوان کرده تورم و افزایش هزینه های زندگی و ازدحام بیش از حد فعالیت های گردشگری در یک منطقه ممکن است منجر به نابودی یا زوال سایر فعالیت های اقتصادی گردد و یک عدم تعادل اقتصادی ایجاد شود همخوانی دارد. پیشنهاد می شود برای جلوگیری از تورم و افزایش قیمت در مناطقی که گردشگری ورزشی در آن رواج دارد، با کنترل و نظارت بر قیمت ها مانع ایجاد تورم در آن منطقه شد. یک دیگر از اثرات منفی گردشگری از دیدگاه صاحب نظران "هزینه بالای توسعه امکانات و زیر ساخت ها برای گردشگری ورزشی" بود. در یک بررسی کلی، هزینه توسعه امکانات برای ورزش و یا گردشگری ورزشی بالا است به عنوان مثال هزینه احداث تله کابین و تله اسکی جهت ورزش های زمستانی بسیار زیاد

است، اما در مقایسه با درآمد بلند مدت آن شاید هزینه ی زیادی نباشد. "امکان وابستگی زیاد جامعه به یک محصول خاص" و "جا به جایی نیروی کار از سایر بخش ها به گردشگری و امکان ایجاد کمبود نیرو در آن ها" از اثرات منفی اقتصادی دیگر گردشگری ورزشی بر جامعه میزبان بودند که کم ترین اثر را از دیدگاه پاسخ دهندگان بر جوامع میزبان داشتند.

در مجموع با توجه به ادبیات و یافته های تحقیق می توان نتیجه گرفت که جدایی آثار مثبت گردشگری ورزشی به ویژه در بعد اقتصادی به گونه ای است که بسیاری از کشور های جهان خصوصا کشور های در حال توسعه را به خود جلب نموده است. نتایج مطالعات انجام شده در این زمینه نشان می دهد که رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی یک رابطه علی و دو طرفه است و بین این دو متغیر یک تعادل بلند مدت است. آثار اقتصادی گردشگری مقدم بر سایر ابعاد است. رشد گردشگری کمک عمده ای به افزایش فعالیت های اقتصادی متنوع در بسیاری از کشورها بوده است. بخش گردشگری با تغییرات و روند های اقتصاد جهانی سازگار بوده و تابع مد و سلیقه مصرف کنندگان است. گردشگری فرصت های اشتغال را افزایش می دهد، به خصوص در جامعه ای مثل ایران که اقتصاد تک محصولی دارد و وابسته به فعالیت های نفتی هستند تنوع شغلی ایجاد شده به وسیله فعالیت های گردشگری بسیار اثر گذار می باشد. رشد گردشگری علاوه بر اینکه فرصت های سرمایه گذاری عمده ای ایجاد می کند، باعث توسعه و بهبود زیر ساخت های اقتصادی نیز می شود. گردشگری اغلب باعث بهبود زیر ساخت های حمل و نقل، آب و برق و فرصت های کسب و کار های جدید و تنوع درآمدی و متنوع سازی اقتصاد محلی می شود. گردشگری باعث بهبود منافع شهروندان و بالا رفتن درجه رفاه و آسایش آنان می شود. گردشگری به نوبه خود آثار منفی را نیز در پی دارد، به طوری که در اثر افزایش و تقاضای قیمت زمین و مسکن، اجاره بها و شاخص های قیمت کالا ها نیز افزایش می یابد. بنابراین می توان گفت گردشگری عامل مهمی در مسیر توسعه اقتصادی است که مزیت های فراوانی برای یک مکان دارد که از جمله این مزیت ها کسب درآمد ارزی، افزایش تولید ناخالص ملی برای کشور، ایجاد اشتغال، به علت وابستگی مستقیم بسیاری از صنایع به گردشگران ایجاد فرصت برای کار آفرینان جامعه افزایش ارزش املاک برای مالکان اراضی و املاک واقع در مناطق محروم در رابطه با اثرات منفی می توان به امکان وابستگی زیاد جوامع محلی به یک فعالیت خاص، کوتاه مدت و کم اهمیت بودن برخی از مشاغل حاصل از گردشگری، افزایش تقاضای زیر ساخت های اقتصادی و تحمل بار اضافی بر سیستم حمل و نقل تورم و افزایش هزینه های زندگی، ازدحام بیش از حد فعالیت های گردشگری در یک

منطقه ممکن است منجر به نابودی یا زوال سایر فعالیت های اقتصادی گردد و یک عدم تعادل اقتصادی ایجاد شود.

امروزه صنعت گردشگری ورزشی به عنوان ابزاری برای رشد و توسعه پایدار اقتصادی به طور گسترده مورد توجه قرار گرفته است و بدلیل علاقه مندان بسیار و بازتاب فراوان اقتصادی در جهت بالا بردن مشاغل محلی و افزایش رفاه اقتصادی به مثابه راهبرد رشد و توسعه اقتصادی در دستور کار برنامه های توسعه منطقه ای در نقاط مختلف جهان قرار گرفته است. خصوصا در مناطقی که امکان توسعه دیگر بخش های اقتصادی با محدودیت اساسی رو به رو است حتی با پذیرش واقعیت فصلی و کوتاه مدت بودن دوره آن در بعضی مناطق جهان بیش از نیمی از در آمد سالیانه جوامع محلی از این طریق تامین می شود، از این رو بیشتر کشورها در تلاش هستند تا با برگزاری رویدادهای مهم ورزشی و جذب گردشگران سهم وسیعی از این فعالیت اقتصادی را از آن منطقه و کشور خود سازند. تاکنون مطالعات متعددی درباره اثرات برگزاری رویداد های ورزشی و اثرات گردشگری ورزشی انجام شده است. اما اکثر این مطالعات به صورت کلی به بررسی اثرات مختلف گردشگری ورزشی پرداخته اند. در این مقاله، برخلاف مطالعات پیشین تلاش شده بود تا به صورت جزئی تر و دقیق تر به بررسی اثرات اقتصادی گردشگری، اعم از اثرات مثبت یا منفی حاصل از آن پرداخته شود.

بر اساس نظریه تبادل اجتماعی، افراد و جامعه میزبان تنها در صورتی از یک برنامه یا کسب و کار حمایت خواهند کرد که درباره آن اطلاع داشته و به سود یا منفی از آن برسند. از این رو اطلاع از عقاید ساکنان و صاحبان کسب و کار های مرتبط درباره گردشگری ورزشی برای توسعه این صنعت ضروری بوده و بی توجهی به عقاید ساکنان آن منطقه می تواند عواقب اقتصادی نامطلوبی به دنبال داشته باشد. از جمله این عواقب، تاخیر در توسعه گردشگری به علت اعتراضات مردمی، عدم حمایت از مسئولان توسعه گردشگری، عدم تمایل به کار در این صنعت، نبود میل و علاقه به گردشگری و عدم هزینه کرد گردشگران در جامعه میزبان است. به همین دلیل برای توسعه پایدار گردشگری ورزشی نیازمند مشارکت و حمایت مردم و مسئولین خواهیم بود. پیرو این موضوع، بررسی اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی در جامعه میزبان، اصلاح رسانی و آگاه سازی ساکنان منطقه و مسئولین درباره این اثرات، می تواند هم موجب برنامه ریزی بهتر و دقیق تر از طرف مسئولین شده و هم حمایت های جامعه میزبان را در پی داشته باشد که این امر نیز به نوبه خود باعث افزایش گردشگر ورزشی در جامعه میزبان شده و توسعه اقتصادی جامعه میزبان را موجب شود.

منابع

1. Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C., & Vogt, C.A. (2005). Residents perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
2. Assadi, H. Pournaghi, A. Esfahani, N. Zeytunly, H. (2010), Study of various dimions of security in iran's sport tourism, *Quarterly tourism Studies*, Volume, 6. Number 13. Page 47 - 64
3. Bigne, J.E., Sanchez, M.I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
4. Brida, J.G., Osti, L., & Faccioli, M. (2011). Residents' perception and attitudes towards tourism impacts: A case study of the small rural community of Folgaria (Trentino° Italy). *Benchmarking: An International Journal*, 18(3), 359-385.
5. Ebrahim bay salami, Gh. (2011), *Introduction to Tourism Research in Iran*, Iranian Tourism Scientific Association, No. 1- February 2011 Page. 6
6. Ebrahimpour, H. Seyed Naghavi, M.A. Yaghubi, N. (2011), A Survey of factors influencing on the tourists satisfacation and loyalty in Ardabil provence (the case of sarein tourist city), *Quarterly tourism Studies*, Volume, 6. Number 14. Page 69 - 92
7. Ezzati, E. (2012), sport tourism, 600 billion \$ global profitability. *Jame Jam newspaper*, Tuesday 21 July, No. 15, pp. 3
8. Fourie, J., & Spronk, K. (2011). South African mega-sport events and their impact on tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 16(1), 75-97.
9. Funk, D.C., & Bruun, T.J. (2007). The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: A cross-cultural perspective. *Tourism Management*, 28(3), 806-819.
10. Galdini, R. (2007). Tourism and the city: Opportunity for regeneration. *Tourismos: an international multidisciplinary journal of tourism*, 2(2), 95-111.
11. Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160-170.
12. Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S. (2012). Chapter 3-The role of major sports events in the economic regeneration of cities: Lessons from six World or European Championships. *Routledge Online Studies on the Olympic and Paralympic Games*, 1(45), 35-45.
13. Heidary, A. (2011), *Guidelines for Sport tourism development in Zanjan-Iran: The experts and customers `viewpoints*. Master Dissertation in Physical Education and Sport Science. University of Tehran, pp. 75
14. Henderson, J.C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. *International Journal of Hospitality Management*, 26(1), 228-239.
15. Hritz, N., & Ross, C. (2010). The perceived impacts of sport tourism: an urban host community perspective. *Journal of Sport Management*, 24(2), 119-138.
16. Javid, M. Assadi, H. Goodarzi, M. Mohamadi Torkamani, A. (2013), The Role of the Internet and New Medias in Sport Tourism Marketing, *Applied Research pf Sport Management and Biology*, Volume 1, Issue 3, Page 43-49
17. Khodabandeh, R. (2012), Sport Tourism multimillion-dollar business, hotel

weekly magazine, No. 4, Page 1.

18. Kim, S.S., & Petrick, J.F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25-38.
19. Lim, C.C., & Patterson, I. (2008). Sport tourism on the islands: The impact of an international mega golf event. *Journal of Sport & Tourism*, 13(2), 115-133.
20. Mohsin, A. (2005). Tourist attitudes and destination marketing: the case of Australia's Northern Territory and Malaysia. *Tourism Management*, 26(5), 723-732.
21. Nishio, T. (2013). The impact of sports events on inbound tourism in New Zealand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(8), 934-946.
22. O'Brien, D., & Chalip, L. (2007). 19 Sport Events and Strategic Leveraging: Pushing Towards the Triple Bottom Line. *Tourism management: Analysis, behaviour, and strategy*, 318.
23. Rose, A.K., & Spiegel, M.M. (2011). The Olympic Effect*. *The Economic Journal*, 121(553), 652-677.
24. Tao, T.C.H., & Wall, G. (2009). Tourism as a sustainable livelihood strategy. *Tourism Management*, 30(1), 90-98.
25. Veltri, FR, Miller, J., & Harris, A. (2009). Club sport national tournament: economic impact of a small event on a mid-size community. *Recreational Sports Journal*, 33(2), 119-128.
26. Vosoughi, L. Dadvar khani, F. Motiee Langaroodi, S.H. Rahnamai, M.T (2011), Winter tourism and examining important factors in tourist satisfaction case study: Shemshak and Darband resorts as tow winter destination, *Quarterly tourism Studies*, Volume, 7. Number 15. Page 1 - 27
27. World Tourism Organization (UNWTO). (2011). UNWTO facts and figures. <http://www.unwto.org/facts/menu.html>, 14 October 2011
28. World Travel and Tourism Council. (2012). *Travel & Tourism Economic Impact 2010: Oman*. Retrieved March 20, 2012, from <http://www.wttc.org/>. 1-27
29. Zeitonli, A. (2008), *Recognition of Sport Tourism Capacities Golestan Province*, Master Dissertation in Physical Education, Payame Noor University, pp.3
30. 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(2), 144-164.
31. Ziakas, V., & Costa, C.A. (2011). The Use of an Event Portfolio in Regional Community and Tourism Development: Creating Synergy between Sport and Cultural Events. *Journal of Sport & Tourism*, 16(2), 149-175