

بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری جامعه میزبان با تاکید بر بعد اقتصادی،

مطالعه موردی: سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون

نسترن پروینی^{۱*}، کیوان شهبانی مقدم^۲، علی اشرف خزایی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه رازی کرمانشاه ۲- استادیار دانشگاه رازی کرمانشاه ۳- استادیار دانشگاه رازی کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۹/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۲۱

The impacts of sport events on Tourism development in Host community with an emphasis on the economic dimension, Case study: The third world rock climbing festival of Bisotun on tourism development in Kermanshah province

Nastaran Parvini^{1*}, Keyvan Shabani moghadam², Ali Ashraf khazaei³

1- M. A. Student in Sport Management, Razi University 2- Assistant Professor, Razi University

3- Assistant Professor, Razi University

Received: (2014/11/24) Accepted: (2015/02/10)

Abstract

The aim of this research was to investigate the role of the third world rock climbing festival of Bisotun on tourism development in Kermanshah province. This study is descriptive analytical that has been done as field research. The statistical population was all officials of the third world rock climbing festival of Bisotun and sample considered the population (N=74). The instrument was a researcher-made questionnaire which its validity proved by university students and experts and its reliability calculated by chronbach alpha as 0.89. Inferential analysis (one sample T test) was used for analysis. The results showed that the third world rock climbing festival of Bisotun had significant impact on political, sociocultural and environmental dimensions of tourism development by the mean equal to 4.27, 4 and 3.47 respectively. But this impact wasn't significant for economic impact by the mean of 3.06. Although the festival was effective on political, sociocultural and environmental dimensions of tourism development in Kermanshah province, but it hadn't a remarkable economic profit for the host society.

Keywords

tourism; rock climbing; Bisotun; tourism development

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی نقش سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون بر توسعه گردشگری استان کرمانشاه بود. پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی - تحلیلی است که به صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق را برگزارکنندگان سومین دوره جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون تشکیل می دادند و نمونه آماری برابر با جامعه در نظر گرفته شد (N=74). ابزار اندازه گیری، پرسشنامه محقق ساخته ای بود که پس از تایید روایی توسط چند تن از متخصصان و خبرگان مدیریت ورزشی و کارشناسان گردشگری، پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ 0/89 بدست آمد. برای تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که تاثیر سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون بر بعد سیاسی توسعه گردشگری با داشتن میانگینی برابر 4/27، بعد اجتماعی - فرهنگی با میانگین 4/0 و زیست محیطی با میانگین 3/47 معنادار بوده، اما در خصوص بعد اقتصادی با میانگین 3/06 معنادار نبوده است. با اینکه جشنواره بر ابعاد سیاسی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی توسعه صنعت گردشگری استان موثر بوده، اما منافع اقتصادی قابل توجهی برای جامعه میزبان نداشته است.

واژه های کلیدی

گردشگری، سنگنوردی، بیستون، توسعه گردشگری

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 گردیده 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 داده و به سیر و سیاحت بپردازد. همه کشورها سعی می‌کنند با وسایل مختلف، مناظر طبیعی، تاریخی، ورزشی، استراحت‌گاه، دریا، آفتاب، بیلاقی، 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 هر چه بیشتر ملت‌ها را با یکدیگر فراهم نموده و علاوه بر ارتقاء سطح فرهنگ و اطلاعات مردم از جنبه اقتصادی آن نیز منتفع گردند.

گردشگری پدیده‌ای است که از دیر باز در جوامع مختلف انسانی وجود داشته اما با ورود به عصر مدرن به صورت یک صنعت درآمدی 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 قبیل است (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۴). گردشگری را می‌توان به دسته‌های مختلفی چون جهانگردی ورزشی، فرهنگی، سیاسی، تجاری، تفریحی و علمی تقسیم نمود (اصفهانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۳). سایمون^۱ (۲۰۰۳) بیان می‌دارد که درآمد حاصل از گردشگری در سال ۲۰۱۰ حدود هزار میلیارد دلار بوده و در سال ۲۰۲۰ حدود دو هزار میلیارد دلار پیش بینی می‌شود که یکی از سطوحی که سریع‌ترین رشد را در بحث گردشگری به خود اختصاص می‌دهد، گردشگری ورزشی است. از طرفی در هیچ برهه‌ای از تاریخ، ورزش به اندازه امروز با اقتصاد و فرهنگ کشورها پیوند نخورده و به عنوان یک کالای حیاتی مورد توجه عمومی قرار نگرفته است (عبدلی، ۱۳۸۸: ۴۹). ورزش به عنوان پدیده‌ای که با رقابت و

فعالیت سر و کار دارد و گردشگری به عنوان تجربه‌ای شاد و سرگرم‌کننده، دو سیستم ویژه‌ای هستند که رابطه‌ی تنگاتنگی با یکدیگر دارند. با توجه به اهمیت و اعتبار این دو مقوله (گردشگری و ورزش)، دست اندرکاران و مسئولین بخش ورزش و گردشگری برای رسیدن به اهداف (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) خود متوسل به گردشگری ورزشی شده‌اند و لذا برای تصاحب میزبانی رقابت‌های ورزشی در تلاش‌اند (افصح حسینی، ۱۳۸۵: ۱۰۷). به طوری که امروزه برخی از کشورها با توجه به پتانسیل‌های موجود و استعدادها در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی نموده‌اند، همانند کشورهای اتریش و سوئیس که به لحاظ شرایط اقلیمی مناسب، میزبان ورزش‌های نظیر اسکی، هاکی و کوهنوردی، کشور کره در ورزش‌های رزمی خصوصاً تکواندو و کشور ژاپن با برگزاری مسابقات اسکی توانسته‌اند تعداد کثیری از جهانگردان ورزشی را به منطقه خود جلب و از این طریق هر ساله درآمد بسیاری را نصیب کشور خود کنند (گیسون^۲ ۲۰۰۶). همچنین کشور ترکیه با تدوین استراتژی‌های 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 نماید (ایچز^۳ و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۲۶).

افریقای جنوبی و چین با برگزاری مسابقات المپیک هزاران گردشگر را جذب کرده است. برزیل با برگزاری جشن‌های ورزشی و فستیوال‌ها هزاران گردشگر را جذب می‌کند و همچنین تا سال ۲۰۱۴ قصد در جذب گردشگر ورزشی دارد. 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. امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است و برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند (علی‌آبادی و حسامی به نقل از لطفی، ۱۳۸۴: ۲).

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 این رو همواره از رویدادهای ورزشی بزرگ برای بهبود شمایل و وجهه کشور میزبان استفاده شده است. معروف‌ترین مثال، بازی‌های المپیک

3. Icoz

1. Simon
2. Gibson

گویای این رویدادهای مهم ورزشی هستند (چالپ^۳ و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۱). 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 (هینچ و هیگام^۴، ۲۰۰۶: ۶).

اثرات گردشگری چیست؟

صنعت گردشگری فراتر از مرزهای سیاسی است و نفوذ آن در درجه اول در حوزه‌های اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی فرهنگی به چشم می‌خورد.

۱. اثرات اقتصادی گردشگری و گردشگری ورزشی

صنعت گردشگری، دارای آثار اقتصادی گسترده‌ای است. ایجاد اشتغال و دستیابی به درآمد ارزی پایدار و مناسب (مکیان و نادری بنی، ۲۰۰۳: ۵)، افزایش اشتغال و تنوع فعالیت‌های اقتصادی، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد، ارتقای سطح زندگی مردم، بهبود زیرساخت‌ها و امکانات موجود (زاهدی، ۲۰۰۶) از مهم‌ترین تأثیرات مثبت اقتصادی توسعه گردشگری به شمار می‌روند. عوامل اقتصادی مربوط به رویدادهای ورزشی یکی از دلایلی هستند که تمایل مسئولان شهرهای مختلف را برای برگزاری رقابت‌های ورزشی برمی‌انگیزند. تأثیرات اقتصادی می‌توانند مستقیم یا غیرمستقیم باشند، درآمدزا باشند، منجر به ایجاد زیرساخت‌ها شوند، گردشگران را جذب نمایند، اشتغال‌زایی نمایند و یا به طور غیر مستقیم سبب افزایش درآمد مالیاتی دولت شوند و بهبود وضعیت شهر و کشور را در آینده به دنبال داشته باشند. با این حال اشتباهات زیادی در ارزیابی‌های پیش از میزبانی رویدادهای ورزشی رخ داده است (کرامپتون، ۱۹۹۵: ۴). بسیاری از مطالعات مربوط به تأثیر رویدادهای ورزشی موارد زیادی را نادیده می‌گیرند که یکی از رایج‌ترین آن‌ها هزینه‌های مربوط به فرایند پیشنهاد میزبانی می‌باشد (گیسون، ۱۹۹۸: ۳). نادیده گرفتن بسیاری از هزینه‌های دیگر در خلال رویداد یا بلافاصله بعد از آن سبب شده تا هماهنگی زیادی بین مطالعاتی که پیش از رویداد انجام می‌گیرد و آنچه در واقع روی می‌دهد وجود نداشته باشد (ماتسون، ۲۰۰۶: ۳). در سال‌های اخیر بحث‌هایی در خصوص تأثیرات منفی احتمالی رویدادهای بزرگ ورزشی در حال وقوع است. بیش‌تر این بحث‌ها بر روی توسعه زیرساخت‌ها، اماکن و تجهیزات ورزشی تمرکز می‌کنند که پس از پایان رویداد برجای می‌ماند. این موضوع تا بدان‌جا اهمیت دارد که IOC ایبان داشت که لازم است میزبان‌های آتی رویدادهای ورزشی، هزینه‌های

۱۹۳۶ برلین است که در خدمت ناسیونالیسم هیتلری قرار داشت. از دیدگاه سیاسی، رویدادهای ورزشی مردم را به یکدیگر نزدیک کرده و موجب افزایش همبستگی می‌شوند، ولی ممکن است نارضایتی و تظاهرات را نیز بدنبال داشته باشند. از دیدگاه اقتصادی، رویدادهای بزرگ ورزشی می‌توانند سبب توسعه اقتصادی شوند. تأثیرات اقتصادی مثبت میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ از قبیل 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 (هورن^۱ و همکاران، ۲۰۰۰: ۵). از دیدگاه توسعه شهری و زیست‌محیطی، رویدادهای ورزشی بزرگ سبب تغییر زیرساخت‌ها و محیط‌زیست شهر میزبان می‌شوند. رویدادهای بزرگ، فرصتی را فراهم می‌نمایند که زیرساخت‌های عمده‌ای چون فرودگاه‌ها، حمل و نقل، امنیت و بخش تأمین انرژی در شهر میزبان توسعه یابد. برای مثال، در بازی‌های المپیک رم در ۱۹۶۰، سیستم حمل و نقل 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 بطور کامل نوسازی گردید و میزبانی بازی‌های المپیک ۲۰۱۲ لندن سبب بازسازی و بهبود چهره استانفورد (از محله‌های فقیر لندن) شد (ماتسون^۲، ۲۰۰۶). در دهه‌های اخیر، شهرهای میزبان تلاش چشمگیری را به‌منظور شکستن رکورد تعداد تماشاگران، ساخت اماکن بزرگ و مجلل و گرهمایی‌های بزرگ و عظیم انجام داده‌اند. با توجه به جمله لولا داسیلوا رئیس جمهور سابق برزیل که اظهار داشت: «میزبانی رویدادهای بزرگی مانند بازی‌های المپیک، نشانه‌ای از حضور در میان کشورهای تراز اول جهان است»، تلاش‌های زیادی در بین کشورهای غیرصنعتی نیز برای میزبانی رویدادهای بزرگ جهانی صورت می‌گیرد. با این حال، اگرچه همواره از منافع و نتایج سودمند میزبانی این رویدادها گفته شده، ولی آنها ممکن است آثار منفی عمیقی نیز برجای گذارند. برای مثال، بازی‌های المپیک ۱۹۷۶ مونترال کانادا موجب بدهی مالی عظیمی برای این شهر شد و هیچگونه دستاورد مطلوبی برای این شهر بدنبال نداشت، حال آنکه المپیک ۱۹۹۲ بارسلونا نقطه جهش توسعه این شهر بود که تاکنون ادامه یافته است. تحقیقات نشان داده است مسابقات ورزشی چه بزرگ و چه کوچک می‌تواند شرکت-کنندگان، تماشاگران و گردشگران را به خود جلب کند و توانسته است هزاران و حتی میلیون‌ها دلار درآمد برای اقتصاد محلی فراهم کند. مسابقات المپیک و جام جهانی فوتبال خود نمونه

3. Chalip
4. Hinch & Higam

1. Horne
2. Matheson

میزبان تاثیر گذاشته و میزبان هم تا حدی بر بازدیدکنندگان تاثیر می‌گذارد. تجارب گردشگری ورزشی و گاهی وجود فرهنگ‌های بسیار متفاوت هم اثرات مثبت بالقوه و هم اثرات منفی فرهنگی اجتماعی دارد (عزیزی، ۱۳۹۳).

۳. اثرات زیست‌محیطی گردشگری و گردشگری ورزشی به طور کلی اثرات زیست محیطی به تغییر فیزیکی، شیمیایی، بیولوژیکی، اجتماعی و اقتصادی محیط زیست بر اثر یک یا چند فعالیت اطلاق می‌گردد و شناسایی اثرات زیست محیطی بخش عمده و اصلی را در روند مطالعات زیست‌محیطی تشکیل می‌دهد. طرح‌ها و پروژه‌های گردشگری در مراحل آماده‌سازی، اجرا و بهره‌برداری دربرگیرنده فعالیت‌های متعددی است که محیط-زیست را تحت تاثیر قرار می‌دهد. انواع آلودگی‌های زیست محیطی مانند تخریب اراضی زراعی و باغی، انباشت زباله و افزایش ساخت و ساز بی‌رویه، آلودگی آب، ایجاد آلودگی صوتی، دست‌اندازی به حریم منابع طبیعی نظیر جنگل، کوه و دریا در منطقه مورد مطالعه از جمله اصلی‌ترین پیامدهای منفی گردشگری بوده است. ورزش نیز مانند بسیاری فعالیت‌های دیگر ممکن است آثار مفید یا زیانبخشی برای محیط زیست داشته باشد. عملکرد مدیران ورزشی، تیم‌ها و سازندگان تجهیزات و وسایل ورزشی ممکن است پیامدهایی داشته باشد که تاثیر آن بر محیط‌زیست قابل بررسی است، اگرچه سازمان‌های ورزشی معمولاً بعنوان سازمان‌های آلوده کننده محیط زیست قلمداد نمی‌شوند. تصمیم به فعالیت ورزشی در وهله اول تاثیر چندانی بر محیط زیست ندارد، ولی هنگامی که تعداد انبوهی از ورزشکاران به تمرین، رقابت، سفر برای شرکت در مسابقات یا تأمین و خرید تجهیزات ورزشی می‌پردازند، تاثیر آن ملموس‌تر خواهد بود و ممکن است پیامدهای زیادی از قبیل تولید دی‌اکسیدکربن، تولید زباله، آلودگی هوا و... را بدنبال داشته باشد (دی‌نویج^۱ و همکاران، ۲۰۱۲: ۷).

۴. اثرات سیاسی گردشگری و گردشگری ورزشی مسافران طی سفر یا در مقصد با افراد و اقوام گوناگون آشنا می‌شوند و این آشنایی علاوه بر این که موجب تغییر نگرش در مورد آن قوم و ملت می‌گردد، شالوده و اساس دوستی بین مسافران و افراد محلی را پایه‌ریزی می‌کند و منجر به همبستگی‌های قومی می‌شود.

گردشگر خارجی بهترین سفیر حسن نیت مردم کشورش در کشور و سرزمین دیگر است و به همین علت امروزه دول مختلف جهان سعی در تقویت گردشگری در مقیاس محلی، ملی و بین‌المللی دارند، در واقع گردشگری بهترین راه گفتگوی تمدن‌ها، شناخت

مربوط به ساخت‌وساز را کاهش دهند. افزون بر این در جلسه IOC در سال ۱۹۹۹، اعضای IOC خود را ملزم ساختند تا به ارتقای توسعه پایدار از طریق ورزش اقدام کنند. IOC خواستار این است که میزبان‌های آبی، درس‌هایی را از تجارب میزبان‌های قبلی بیاموزند.

۲. اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری و گردشگری ورزشی کیفیت تجربه‌هایی که مسافر یا گردشگر به دست می‌آورد، در گرو ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی مقصد یا مکانی است که مورد بازدید قرار می‌دهد. از آنجا که معمولاً ره‌آوردهای صنعت گردشگری بسیار پیچیده و به یکدیگر وابسته است بنابراین اغلب هر یک از این اثرات در بیش از یک طبقه یا گروه قرار می‌گیرد به هنگام تفکیک اثرات فرهنگی و اجتماعی این صنعت نیز با چنین مسأله‌ای روبرو هستیم.

- مقصود از اثرات اجتماعی، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان گردشگر رخ می‌دهد و این تغییر بیشتر به سبب تماس مستقیم اهالی و ساکنان آن دیار و گردشگران صورت می‌گیرد.
- مقصود از اثرات فرهنگی تغییراتی است که در هنر و آداب و رسوم و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات بلند مدت هستند و در نتیجه باعث رشد و توسعه صنعت گردشگری می‌شوند.

پیرامون اثرات گردشگری نباید انتظار داشت که ورود گردشگر همیشه دارای تأثیرات مثبت است. زمانی می‌توان انتظار اثرات مثبت فرهنگی و اجتماعی داشت که این تماس باید داوطلبانه باشد نه اتفاقی؛ برای مدت زمانی مستمر و ثابت باشد و مهمتر این که بین انسان‌های هم‌مطراز از لحاظ سطح اجتماعی برقرار گردد و نه خارج از آن. ذکر این نکته ضروری است که گردشگری صرفاً فرصتی است مناسب برای تماس اجتماعی و نتیجه آن بستگی به اجزا ویژه داخل چارچوبش دارد. از آنجا که نتیجه یا ره‌آورد صنعت گردشگری موجب تغییراتی در زندگی روزانه و فرهنگ جامعه میزبان می‌شود اصطلاح اثرات فرهنگی و اجتماعی را به معنی تغییراتی به کار می‌برند که در تجربه‌های روزانه ارزش‌ها، شیوه زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می‌دهد. گردشگری به خودی خود موجب بروز تعرض بین میهمان و میزبان نخواهد شد. از طریق برنامه‌ریزی و دادن اطلاعات و اعمال مدیریت عالی، می‌توان گردشگری را به صورت یک نیروی بالقوه مثبت در آورد؛ و در سایه آن در حفظ فرهنگ و تجدید حیات آن کوشید.

در فرایند گردشگری ورزشی نیز حضور گردشگران بر جامعه

پتانسیل‌های محیطی و برنامه‌ریزی آن‌ها می‌تواند گام‌های اساسی را برای ارتقای انواع گردشگری از جمله گردشگری ورزشی در استان برداشت. کرمانشاه منطقه‌ای است با پیشینه تاریخی بسیار طولانی، موقعیت جغرافیایی و استراتژیک، وجود سراب‌ها، نهرها و رودخانه‌های پر آب، 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 (ملکی، ۱۳۹۲:۳). 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 به صورت دوسالانه برگزار می‌شود، بوده است؛ پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر سومین دوره این جشنواره بر توسعه گردشگری کرمانشاه انجام شد.

سنگ‌نوردی (Rock Climbing) نوعی ورزش و تفریح فضای باز است که در آن فرد با استفاده از طناب و ابزار مخصوص، به بالا رفتن از صخره‌های طبیعی یا دیواره‌های سالی می‌پردازد (مجدآرا، ۱۳۸۹:۲۳). سنگ‌نوردی ورزشی است به قدمت کوهنوردی. صعود کوه‌ها به ویژه کوه‌های آلپ در اروپا (جایی که این رشته پایه‌گذاری شد) همواره نیازمند بالا رفتن از صخره‌ها و سنگ‌ها بوده است. با این حال سنگ‌نوردی به عنوان یک ورزش مجزا، تنها در سال‌های آغازین قرن بیستم مورد توجه قرار گرفت. آلمانی‌ها و انگلیسی‌ها به دلیل ارتفاع کم کوه‌های آلپ در کشورهايشان، 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 غیرقابل انکار ایستادن بر قله‌های بلند، بسیار کم اهمیت 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 به عنوان یک ورزش جایگاه خود را پیدا کند (جودکی، ۱۳۹۱).

در سال‌های اخیر مقوله گردشگری ورزشی با تاکید 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 تاثیر جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون بر توسعه گردشگری کرمانشاه بپردازند تا به این ترتیب گامی در جهت شناسایی و شناساندن توانمندی‌های استان در جهت توسعه

متقابل ملت‌ها و پی بردن به کم و کیف جریان‌های سیاسی در کشورهای گوناگون است. گردشگری عاملی مثبت در روابط میان جوامع تلقی می‌شود و به همین جهت امروزه رهبران کشورها بر اعمال «سیاست مرزهای باز» تاکید دارند. نشان داده شده که ورزش در سطوح بین‌الملل، نیروی مثبتی برای تغییرات سیاسی از طریق دیپلماسی ورزش می‌باشد. دیپلماسی پینگ پنگ بین چین و ایالات متحده در دهه ۱۹۷۰ و مسابقات بین‌المللی کریکت بین پاکستان و هند که در آن‌ها رقابت‌های سیاسی غیررسمی بین رهبران سیاسی منجر به بهبود فضای عمومی سیاسی شد (دست‌کم به طور موقت) نشان‌دهنده فرصت‌هایی است که ورزش می‌تواند برای بهبود روابط بین‌الملل ایجاد کند. شناخت کشورهای تازه استقلال یافته یا کشورهای کوچک در سطح جهان از طریق موفقیت‌های ورزشی می‌تواند نیروی پیش‌برنده مهمی برای به اثبات رساندن این کشورها از روش‌های صلح‌آمیز باشد. هر چند ذکر این نکته ضروری است که ورزش به طور کلی نباید ابزاری برای سوء استفاده برخی کشورها باشد، مثال‌هایی از سوء استفاده سیاسی دولت‌ها از مدیریت ورزش از طریق تحریم رویدادهای ورزشی (در خلال جنگ سرد) سبب شده سوالاتی در خصوص نقش مثبت ورزش در روابط بین‌الملل ایجاد شود. در میان مثال‌های منفی، بازی اصطلاحاً جنگ فوتبال (Football War) بین السالوادور و هندوراس در ۱۹۶۲ و بازی پربرخورد و خونین تیم‌های واترپلو شوروی و مجارستان در المپیک ۱۹۵۶ ملبورن شاخص‌ترین موارد در این زمینه هستند. مشکلات دیگری از قبیل نژادپرستی، تبعیض، دوپینگ و استثمار بازیکنان جوان نمونه‌هایی هستند که نقش مثبت ورزش را به چالش می‌کشند در سطح کلان، ورزش همواره به عنوان وسیله‌ای جهت برقراری صلح در جوامع مختلف مد نظر بوده و تاکید سازمان ملل متحد در به‌کارگیری برنامه ورزش برای صلح نیز ناظر به همین قضیه است. یونسکو نیز برنامه رویارویی دوستانه بین‌المللی: «ورزش برای فرهنگ صلح» را سازمان‌دهی کرد که بر اساس آن جوانان سراسر جهان را برای آموزش صلح از طریق فعالیت‌های ورزشی گرد هم آورد (زیمبالیست، ۲۰۱۰:۴).

از طرفی کشور ایران به دلیل دارا بودن تنوع اقلیمی و زیستی، وضعیت توپوگرافیکی بی‌نظیر، وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، توانمندی‌های فراوانی را برای جذب گردشگر و خصوصاً گردشگری ورزشی داراست. استان کرمانشاه نیز به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری کشور با طبیعت زیبا و جاذبه‌های فراوان در غرب کشور و در دامنه رشته کوه‌های زاگرس از توپوگرافی متنوعی برخوردار است که با شناخت

جهت بررسی اهداف پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. پس از توزیع پرسشنامه بین همه افراد نمونه، تعداد ۸۳ پرسشنامه به محققین عودت داده شد که از این تعداد ۷۴ پرسشنامه قابل بررسی و پژوهش بود و در تحلیل‌های آماری به کار رفت. برای توصیف و بررسی داده‌های این پژوهش از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، فراوانی و درصد فراوانی، نمودار وجدول فراوانی و درصد فراوانی) و آمار استنباطی (آزمون T تک‌نمونه‌ای) بهره گرفته شد. محاسبات آماری توسط نرم افزار SPSS ver.21 انجام گردید.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی این پژوهش نشان می‌دهد که کل نمونه این پژوهش ۷۴ نفر است و از این تعداد ۷۰/۳ درصد مرد و ۲۹/۷ درصد زن هستند. سن ۴/۱ درصد (۳ نفر) آزمودنی‌ها بین ۲۵-۲۰ سال، ۲۸/۴ درصد (۲۱ نفر) بین ۲۶-۳۵ سال، ۳۲/۴ درصد (۲۴ نفر) بین ۳۶-۴۵ سال و ۳۵/۱ درصد (۲۶ نفر) بین ۴۶-۶۵ سال بودند. سطح تحصیلات ۱۳/۵ درصد آزمودنی‌ها دیپلم، ۱۴/۹ درصد فوق دیپلم، ۴۴/۶ درصد لیسانس، ۲۵/۷ درصد فوق لیسانس و ۱/۴ درصد دکترا بود. ۹۱/۸ درصد (۶۸ نفر) آزمودنی‌ها ساکن شهرستان کرمانشاه، ۴/۱ درصد (۳ نفر) ساکن شهر هرسین و ۲/۷ درصد (۲ نفر) ساکن شهرستان اسلام آبادغرب بودند؛ و میانگین مدت سکونت آن‌ها در محل سکونت‌شان ۲۸ سال بود. میانگین سابقه ورزشی آزمودنی‌ها، ۱۸ سال بود و در نهایت ۳۲/۴ درصد (۲۴ نفر) در یک دوره و ۲۸/۴ درصد (۲۱ نفر) در دو دوره و ۳۹/۲ درصد (۲۹ نفر) در هر سه دوره جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون مشارکت داشتند.

گردشگری برداشته باشند. چون یکی از حیطه‌هایی که می‌توان با استفاده از آن به گسترش گردشگری در کشور کمک نمود، شناسایی، گسترش و توسعه رویدادهای ورزشی شاخص در هر منطقه است که به طور بالقوه می‌تواند سبب جلب تعداد کثیری گردشگر داخلی و خارجی و بهره‌مندی از اثرات اقتصادی آن گردد.

روشن‌سناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است و به صورت میدانی انجام شده 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 هیئت کوهنوردی کرمانشاه) به تعداد ۸۶ نفر بودند که به منظور دستیابی به نتایج معتبر و دقیق، نمونه برابر جامعه در نظر گرفته شد ($N=n$) و نمونه‌گیری کل‌شمار بود و به عبارتی غیرتصادفی هدفمند انتخاب گردید.

ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که نظرخواهی از اساتید مدیریت ورزشی، صاحب نظران و کارشناسان گردشگری ورزشی طراحی شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرات چند تن از متخصصان و خبرگان استفاده شد و پس از انجام اصلاحات لازم، روایی پرسشنامه تایید گردید. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه نیز مطالعه‌ای مقدماتی روی نمونه ۳۰ نفری انجام و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، پایایی مورد بررسی قرار گرفت ($\text{Cronbach's Alpha}=0.89$). پرسشنامه نهایی در دو بخش تنظیم گردید، بخش اول با ۶ سوال مربوط به اطلاعات فردی (سن، جنس، مدرک تحصیلی، محل و مدت سکونت و ...) و بخش دوم با ۱۶ سوال در قالب مقیاس ۵ رتبه‌ای لیکرت مربوط به میزان تاثیر جشنواره بر ابعاد توسعه گردشگری

جدول ۱. نتایج آزمون T تک نمونه‌ای، بررسی تاثیر جشنواره سنگنوردی بر ابعاد توسعه گردشگری با سطح متوسط ۳ ($m=3$)

ابعاد توسعه گردشگری	تعداد	سطح متوسط	میانگین	انحراف معیار	T	درجه آزادی	سطح معناداری ($P \leq 0/05$)
اقتصادی	۷۴	۳	۳/۰۶۷	۰/۶۱	۰/۹۴۹	۷۳	۰/۳۴۶
اجتماعی- فرهنگی	۷۴	۳	۴/۰۰۱۹	۰/۷۲۸۲۴	۱۱/۸۳۵	۷۳	۰/۰۰۰
زیست‌محیطی	۷۴	۳	۳/۴۷۳۰	۱/۰۲۹۲۶	۳/۹۵۳	۷۳	۰/۰۰۰
سیاسی	۷۴	۳	۴/۲۷۰۳	۰/۸۸۰۴۹	۱۲/۴۱۰	۷۳	۰/۰۰۰

بحث و نتیجه گیری

موفقیت توسعه گردشگری مستلزم شناسایی توانمندی‌ها، جاذبه‌ها و مزیت‌های رقابتی و استفاده بهینه از این توانمندی‌ها و جاذبه‌ها است. جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی و ورزشی به عنوان سه عنصر مهم و موتور توسعه پایدار گردشگری شناخته شده‌اند و تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و جاذبه‌های طبیعی ورزشی هر منطقه اولین گام مهم در توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری ورزشی محسوب می‌شود (زیتونلی، ۱۳۹۰: ۹). گردشگری امکان استفاده بهینه از جاذبه‌های طبیعی را برای جذب گردشگران فراهم می‌آورد. برای این منظور اهمیت دادن و سرمایه‌گذاری در جاذبه‌هایی که از نظر کارشناسان اهمیت بیشتری در جذب گردشگران دارند ضروری است.

با توجه به یافته‌های جدول (۱) و اطلاعات حاصله از تحلیل استنباطی آزمون T، سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون بر سه بعد اجتماعی- فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری در سطح معناداری $P < 0/05$ تاثیر معنادار داشته است در حالی که بر بعد اقتصادی در سطح معناداری $P > 0/05$ تاثیر معناداری نداشته است.

از مجموع یافته‌های این تحقیق، می‌توان نتیجه گرفت از دیدگاه پاسخ‌دهندگان بعد سیاسی توسعه گردشگری با داشتن میانگینی برابر $4/27$ با اهمیت‌ترین عامل در میان اثرات برگزاری این جشنواره می‌باشد و ابعاد اجتماعی- فرهنگی با میانگین $4/0$ و زیست‌محیطی با میانگین $3/47$ در رده‌های بعدی قرار دارند و اما جشنواره بر بعد اقتصادی موثر نبوده است. میزبانی رویدادهای بین‌المللی ورزشی باعث می‌شود شرکت‌کنندگان در آن رویدادها با فرهنگ، آداب و سنن و رسوم، جاذبه‌های تاریخی و طبیعی و امکانات آن کشور آشنا شوند و این مهم وقتی اتفاق خواهد افتاد که مسئولین برگزاری مسابقات برای گردشگران برنامه‌ریزی مدون و دقیقی را تنظیم نمایند و در صورت خوشایند بودن سفر برای آن‌ها سفیران خوبی جهت تبلیغ آن کشور برای هم‌میهنان خود خواهند بود و این باعث خواهد شد که سایر افراد آن منطقه نیز به کشور میزبان در مدت زمان دیگر سفر کنند. برگزاری مسابقات ورزشی در سطح بین‌المللی نشانگر وجود امنیت پایدار و رفاه اجتماعی است و آثار بسیار سازنده‌ای در تعامل و مبادلات فرهنگی میان ملت‌ها دارند و بسیاری از تیم‌های شرکت‌کننده در این رویداد نیز که قبل از ورود به ایران نگاه دیگری به کشور ما داشتند نگرش مثبتی به ایران پیدا کردند. این جشنواره ورزشی به شرکت‌کننده‌های میهمان و میزبان در جهت آشناسدن با امکانات و مهارت‌های جدید ورزشی کمک شایانی کرده است و همچنین فرصتی برای مسئولان ورزشی استان فراهم آورد که

داده‌های جدول ۱ در مورد تاثیر جشنواره سنگنوردی بر بعد اقتصادی توسعه گردشگری نشان می‌دهد که آماره آزمون با $T = 0/949$ و $P = 3/067$ میانگین دارای $P > 0/05$ می‌باشد که نشان‌دهنده موثر نبودن این جشنواره بر بعد اقتصادی توسعه گردشگری است؛ بنابراین فرضیه صفر که حاکی از این بود که سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون بر بعد اقتصادی توسعه گردشگری تاثیر ندارد، تایید می‌شود و با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه اول تحقیق از نظر آزمون‌ها مورد قبول واقع نمی‌شود.

داده‌های جدول ۱ در مورد تاثیر جشنواره سنگنوردی بر بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری نشان می‌دهد که آماره آزمون با $T = 11/835$ و $P < 0/05$ دارای میانگین $(4/019)$ بزرگتر از سطح متوسط (۳) بوده و نشان‌دهنده موثر بودن این جشنواره بر بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری است؛ بنابراین فرضیه صفر که حاکی از این بود که سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون بر بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری تاثیر ندارد، رد می‌شود و با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه دوم تحقیق از نظر آزمون‌ها مورد قبول واقع می‌شود.

داده‌های جدول ۱ در مورد تاثیر جشنواره سنگنوردی بر بعد زیست‌محیطی توسعه گردشگری نشان می‌دهد که آماره آزمون با $T = 3/953$ و $P < 0/05$ دارای میانگین $(3/473)$ بزرگتر از سطح متوسط (۳) بوده و نشان‌دهنده موثر بودن این جشنواره بر بعد زیست‌محیطی توسعه گردشگری است؛ بنابراین فرضیه صفر که حاکی از این بود که سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون بر بعد زیست‌محیطی توسعه گردشگری تاثیر ندارد، رد می‌شود و با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه سوم تحقیق از نظر آزمون‌ها مورد قبول واقع می‌شود.

داده‌های جدول ۱ در مورد تاثیر جشنواره سنگنوردی بر بعد سیاسی توسعه گردشگری نشان می‌دهد که آماره آزمون با $T = 12/410$ و $P < 0/05$ دارای میانگین $(4/2703)$ بزرگتر از سطح متوسط (۳) بوده و نشان‌دهنده موثر بودن این جشنواره بر بعد سیاسی توسعه گردشگری است؛ بنابراین فرضیه صفر که حاکی از این بود که سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون بر بعد سیاسی توسعه گردشگری تاثیر ندارد، رد می‌شود و با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه چهارم تحقیق از نظر آزمون‌ها مورد قبول واقع می‌شود. تمامی یافته‌های بالا حاکی از این حقیقت هستند که جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون از قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه استان کرمانشاه برای توسعه گردشگری این استان است.

شهر برتر جهان و سبقت گرفتن از رقیبان آسیایی خود یعنی توکیو، سنگاپور و هنگ کنگ بود. به علاوه مزایای دیگری نظیر اعتمادبنفس، غرور ملی و پویایی نیز ذکر شده‌اند، در نتیجه برگزاری رویدادهای بزرگ برای منطقه شخصیت و هویت می‌آورد. برای چینی‌ها، بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ از نظر ورزشی اهمیت کمی داشت و بیشتر از آن به عنوان صحنه‌ای برای نمایش رشد اقتصادی و سیاسی چین استفاده شد. در واقع مسئول برگزاری این بازی‌ها اعلام کرد که المپیک فرصتی برای چین است تا نشان دهد که چقدر آزاد، دموکراتیک، متمدن، دوستانه و منظم است. به هر حال میراث رویدادهای ورزشی، چه فرهنگی، چه اجتماعی، محیطی، سیاسی، اقتصادی یا ورزشی باشد، یکی از بزرگترین جذابیت‌های آن محسوب می‌شود، در عین حال به نظر می‌رسد که پیش‌بینی مزایا تقریباً همیشه اشتباه است (هورن، ۲۰۰۴: ۶). از المپیک مونترال در ۱۹۷۶ به بعد، یک دغدغه عمومی و آکادمیک در ملاحظات مربوط به مسابقات ورزشی سطح بالا به وجود آمده است و آن هم خلأ و شکافی است که بین پیش‌بینی و تأثیر واقعی میزبانی در اقتصاد، فرهنگ و جامعه وجود دارد. درحالی‌که توافق کلی آکادمیک در خصوص تأثیرات رویدادهای بزرگ ورزشی این است که هم نتایج مثبت و هم منفی وجود دارد.

توجه بیشتری به این رشته ورزشی نمایند؛ بنابراین انتظار می‌رود اثرات برگزاری این رویداد ورزشی در درازمدت باعث اقبال عمومی افراد به سمت این ورزش شود. برگزاری این گونه رویدادها انگیزه بیشتری در شهر میزبان جهت رفع مشکلات زیرساختی و مدیریتی فراهم می‌آورد و مسئولان را تشویق به پذیرش میزبانی دوره‌های بعد و برگزاری هر چه بهتر جشنواره می‌کند چرا که برگزاری هر چه مطلوب‌تر این مسابقات فرصتی مناسب برای نشان دادن توانمندی برگزارکنندگان و ایجاد زیر ساخت‌های مناسب در استان کرمانشاه است؛ اما با نگاهی به بعد اقتصادی می‌توان گفت این رویداد ورزشی هنوز نتوانسته است منافع اقتصادی قابل توجهی برای جامعه میزبان داشته باشد که در این موقعیت اقداماتی نظیر پخش تلویزیونی رقابت‌ها و تشکیل کمیته‌های گردشگری و بازاریابی می‌تواند منجر به کسب منافع اقتصادی در این رویداد ورزشی شود. با اینکه مزایای اقتصادی برای میزبانی همه رویدادهای ورزشی مورد تردید است، دلایل ناملموسی وجود دارد که نشان می‌دهد چرا کشورها با وجود مشکلات خواهان میزبانی این رویدادها هستند. یکی از دلایل به مزیت مربوط به موقعیت ادراک شده شهر مربوط است که باعث می‌شود آن شهر بتواند در سلسله مراتب شهرهای جهان صعود کند. این امر با توجه به فرایند جهانی شدن می‌تواند به صنعت گردشگری آن منطقه کمک کند. مشخص است که یکی از اهداف پکن برای میزبانی المپیک ۲۰۰۸، قرار گرفتن در ۱۰

منابع

- اصفهان، نوشین. گودرزی، محسن. اسدی، حسن. سجادی، نصراله... اسمیت، استیفن (۱۳۸۸). «تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی داخلی ایران». مدیریت ورزشی، شماره ۱. ص ۱۷۵-۱۵۹.
- افتخاری، عبدالرضا. پورطاهری، مهدی. مهدویان، فاطمه (۱۳۹۰). «اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستای شهرستان نیر». جغرافیا و توسعه، ص ۳۸-۲۳.
- افصح حسینی، فاطمه السادات (۱۳۸۵). «ورزش، شهر، توریسم». ارائه شده بصورت سخنرانی در اولین همایش ملی شهر و ورزش. ۱۱۰-۱۰۶.
- جودکی، صبا (۱۳۹۱). پایگاه اطلاعات سنگنوردی ایران. www.iranclimbing.com
- زیتونلی، عبدالحمید (۱۳۹۰). «شناسایی توانمندی های گردشگری ورزشی استان گلستان». نشریه پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، سال اول، شماره ۱، صص: ۸۳-۷۱.
- عبدلی، بهرام (۱۳۸۴). مبانی روانی اجتماعی در تربیت بدنی. تهران. انتشارات بامداد کتاب. ۵۰-۴۹.
- عزیزی، منیر (۱۳۹۳). مجله ایرانگردی دیار آشنا. www.diyareashena.com
- علی آبادی، سمیرا؛ حسامی، شیما (۱۳۹۳). «امکان‌سنجی پیوند عملگری اکوتوریسم و توریسم ورزشی در ایران (مطالعه موردی: کردستان)». نشریه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال سوم، شماره ۳ (۱۱ پیاپی)، صص: ۵۰-۴۳.
- مجدارآ، علی. (۱۳۸۹). دنیای کوهنوردی. چاپ اول. انتشارات آوای ظهور.
- ملکی، امجد. (۱۳۹۲). «بررسی عوامل و شرایط درونی تخریب کتیبه بیستون کرمانشاه با استفاده از دستگاه رادار». جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۴، پیاپی ۴۹، شماره ۱. ص ۱۴۰-۱۲۹.

- 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.
- Crompton, J. L. (1995) "Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication", *Journal of Sport Management*, 9, 1, 14–35.
- De Nooij, M. de, M.R. van den Berg, C.C. Koopmans (2012) "Bread or Games? a Social Cost-Benefit Analysis of the World cup bid of the Netherlands and the Winning Russian bid". *Journal of Sports Economics*. Forthcoming.1,23-34.
- Gibson, H. J. (1998). "Sport tourism: a critical analysis of research". *Sport Management Review* 1:1. Pages 45-76.
- Gibson, H. (Ed.) (2006). Sport tourism: Concepts and theories. Oxon: Routledge.
- Higam. J & Hinch. T. (2006). "Sport and Tourism Reserch: A Geographic Approach". *Journal of Sport & Tourism*.vol.11, No. 1, pp: 31-49.
- Horne, J., & Manzenreiter, W., (2004). "Accounting for mega-events: forecast and actual impacts of the 2002 Football World Cup Finals on the host countries Japan". *International Review for the Sociology of Sport*, 2, 187–203.
- Horne, W., (2000). "Municipal economic development via hallmark events". *Journal of Tourism Studies*, 1, 30–36
- 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.No.123-129.
- Makyan, S.N. and Naderi Beni, M., (2003). Foreign Tourism in the Yazd Township, *journal of Economic Research*, Number 92.47-60.
- Matheson, V. (2006a). 'Economic Impact Analysis', in W. Andreff and S. Szymanski (eds.) *Handbook on the Economics of Sport*, Cheltenham: Edward Elgar.111-120.
- Zahedi, Sh.S., (2006). *Ecotourism Principles (with Emphasis on the Environment)*, Tehran, Allameh Tabatai University.
- Zimbalist, A. (2010). "Is It Worth It? Hosting the Olympic Games and other mega sporting events is an honor many countries aspire to—but why? ". *Finance & Development*, 12(3): 8-11.