

بررسی تاثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی بر گردشگری ورزشی شهرهای میزبان

زهرا نوبخت رضانی *

استادیار تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ایران

چکیده

هدف از تحقیق حاضر، بررسی تاثیر اجتماعی و اقتصادی گردشگری ورزشی بر شهرهای میزبان بود. این تحقیق بر مبنای هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها پیمایشی از نوع مقطعی است. جامعه آماری تحقیق شامل اساتید مدیریت و بازاریابی ورزشی، کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران، کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان استان تهران، ارومیه، سمنان و صاحبان کسب و کار و مدیران هتل‌ها در نظر گرفته شد که از بین آنها ۱۵۱ نفر به روش نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند بعنوان نمونه آماری انتخاب شدند و پرسشنامه در بین آنها توزیع گردید. پرسشنامه این پژوهش به شکل محقق ساخته تهیه شد که روایی آن توسط ۱۰ نفر از اساتید و خبرگان با استفاده از ضریب لاوشه (۰.۶۲) تایید و همچنین با تحلیل عاملی اکتشافی نیز مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. همچنین پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برای تمام عوامل بالاتر از ۰.۷ به دست آمد. برای محاسبه داده‌های توصیفی از نرم افزار *SPSS۲۳*، برای داده‌های استنباطی از نرم افزار *Smart PLS3* و از تحلیل عاملی تاییدی برای سنجش روابط میان متغیرها استفاده شد. نتایج بدست آمده نشان داد عوامل اجتماعی شامل الگوی فرهنگی، روابط اجتماعی، ایمنی و امنیت، آداب و رسوم، استانداردهای زندگی جوامع محلی، عوامل زیست‌محیطی و عوامل اقتصادی شامل سرمایه‌گذاری، قیمت اجناس و اراضی و درآمد، اشتغال و توسعه زیر ساخت می‌باشند. مهمترین عامل اجتماعی، الگوی فرهنگی (۳.۵۵) و کم اهمیت ترین عامل، استانداردهای زندگی جوامع محلی (۳.۳۱) بود. مهمترین عوامل اقتصادی، سرمایه‌گذاری (۳.۵۰) و کم اهمیت ترین عامل، اشتغال (۲.۴۷) تعیین شد. نتیجه اینکه آگاهی از اثرات اقتصادی و اجتماعی جزء عواملی است که اختلال ناخواسته از زندگی جامعه برگزار کننده را کاهش و اثرات مثبت اقتصادی و اجتماعی بر گردشگری ورزشی را به حداکثر می‌رساند و همچنین انگیزه‌ی بیشتری در جوامع داوطلب برای کسب امتیاز میزبانی ایجاد می‌کند.

کلمات کلیدی: گردشگری ورزشی، تاثیرات اجتماعی، تاثیرات اقتصادی، جامعه میزبان..

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۹/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۳۰

*Email: nobakht11@yahoo.com (نویسنده مسئول)

مقدمه

است و توسعه گردشگری ورزشی، برگزاری رویدادهای مهم ورزشی و رشد آن، علاقه تعداد زیادی از کشورها و مقامات را برانگیخته است (سوارت و باب، ۲۰۰۷).

مطالعاتی که در زمینه برگزاری رویدادهای ورزشی و گردشگری برخاسته از آن انجام گرفته، نشان می دهد اکثر نویسندگان آن را به عنوان عاملی برای بهبود کیفیت زندگی ساکنان، بهبود اقتصاد و افزایش غرور و روحیه در جامعه نام میبرند (زیاکس^۶، ۲۰۰۷، کریمی، ۱۳۹۷). بنابراین با توجه به لزوم تقویت و توسعه صنعت گردشگری و دستیابی این صنعت به جایگاه واقعی خود در سطح بین المللی، می بایست بخش های مختلف این صنعت را شناسایی کرد و به بخش های پراهمیت تر توجه ای ویژه ای داشت (قیامی و محرم زاده، ۱۳۸۷). اما در کشور ما فقدان شناخت کافی، عدم مدیریت و نبود استراتژی های مدون و مشخص تاکنون باعث غفلت از این حوزه و از دست رفتن فرصت های منحصر به فرد شده است. لذا باید گفت که افزایش جمعیت کشور در چند دهه اخیر، لزوم توجه به راهکارهای جدید برای ایجاد اشتغال را نمایان می سازد. بهره گیری از توان های گوناگون گردشگری ورزشی کشور در راستای ایجاد درآمد و اشتغال را میتوان یکی از همین راهکارها دانست (نجفی و همکاران، ۱۳۹۸). همچنین باتوجه به فواید گردشگری ورزشی و ایجاد داشتن جامعه ای با نشاط، توجه به اثرات اجتماعی و اقتصادی گردشگری ورزشی اهمیت بسیار زیادی دارد (کیم، لی و لی^۸، ۲۰۱۷).

عوامل اجتماعی - اقتصادی مربوط به رویدادهای ورزشی یکی از دلایلی هستند که تمایل مسئولان شهرهای مختلف را برای برگزاری رقابتهای ورزشی برمی انگیزند. این تاثیرات میتوانند مستقیم یا غیرمستقیم باشند، درآمدزا باشند، منجر

صنعت گردشگری، بزرگترین صنعت خدماتی جهان از نظر در آمد زایی شناخته شده است. رشد این صنعت، همواره آثار زیست محیطی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی زیادی به همراه داشته است. توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه اند، از اهمیت زیادی برخوردار است. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری (WTO^۱) تعداد گردشگران جهان سالیانه ۴/۳ درصد رشد دارد. در همین زمان هزینه های گردشگران در سراسر جهان در هر سال ۶/۷ درصد رشد دارد و به ۲ تریلیون دلار می رسد. بخشی از این مسافرت ها را گردشگری ورزشی تشکیل می دهد. به عبارت دیگر، ورزش یکی از فعالیت های مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش، همراه است (سرلاب و همکاران، ۱۳۹۹). امروزه گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده ای اجتماعی - اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به عنوان پدیده ای چند بعدی، در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه گذاری فراوان، فواید و اثرات این صنعت را بخوبی درک کرده و به عنوان منبعی جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (امری^۲، ۲۰۱۰، واسمت و همکاران^۳، ۲۰۱۹)، افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیر ساخت ها (هینچ و هیگام^۴، ۲۰۰۶)، افزایش شهرت و برند سازی مقصد خود درآورده اند (واندرزی^۵، ۲۰۱۱). انجمن مسابقات المپیک بین المللی و سازمان گردشگری جهانی گزارش داده اند که گرایش به ورزش در سال های اخیر افزایش یافته، سفرهای به قصد مسابقات ورزشی در حال رشد و گسترش

5 Vander Zee
6 Swart & Bob
7 Ziakas
8 Kim, Lee, & Lee

1 World Tourism Organization
2 Emiry
3 Wasmet et al
4 Hinch & Higam

به ایجاد زیرساختها شوند، گردشگران را جذب نمایند، اشتغال زایی نمایند، بر فرهنگ و محیط زیست شهرهای میزبان تاثیر گذار باشند 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 (واندرزی، ۲۰۱۱، استنکوا و همکاران^۱)، (۲۰۱۹).

همچنین برگزاری رویدادهای ورزشی عاملی موفقیت آمیز در بهبود تصویر بین المللی کشور میزبان است. برگزاری موفق یک رویداد ورزشی میتواند اثرات مفیدی بر زیرساختهای فیزیکی مقصد گردشگری، تقویت تصویر مقصد، امنیت و نوسازی شهری و اثرات سیاسی برای کشور میزبان در بر داشته باشد. از طرف دیگر کیفیت تجربه هایی که مسافر یا گردشگر به دست می آورد، در گرو ویژگی های فرهنگی و اجتماعی مقصد یا مکانی است که مورد بازدید قرار میدهد (عبدی ۱۳۹۸).

گردشگری فرصتی است مناسب برای تماس اجتماعی و نتیجه آن بستگی به اجزا ویژه داخل چارچوبش دارد. از آنجا که نتیجه صنعت گردشگری موجب تغییراتی در زندگی روزانه و فرهنگ جامعه میزبان می شود. در واقع اصطلاح اثرات فرهنگی و اجتماعی را به معنی تغییراتی به کار میبرند که در تجربه های روزانه ارزش ها، 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 برنامه ریزی 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 میزبان تاثیر گذاشته و میزبان هم بر بازدیدکنندگان تاثیر میگذارد. تجارب گردشگری ورزشی و گاهی وجود فرهنگ های بسیار متفاوت هم اثرات مثبت بالقوه و هم اثرات منفی فرهنگی اجتماعی دارد (عزیزی، ۱۳۹۳).

مطالعات متعددی تاکنون در رابطه با تاثیرات اقتصادی- اجتماعی گردشگری ورزشی انجام شده است، از جمله محمدی ترکمانی و همکاران (۱۳۹۳) که به بررسی اثرات تور دوچرخه سواری بین المللی آذربایجان از دیدگاه کارشناسان پرداختند. تحلیل عاملی اکتشافی پنج عامل معتبر اقتصادی، اجتماعی روانی، فرهنگی، زیست محیطی و گردشگری را شناسایی کرد، نتایج آزمون فریدمن نشان داد عامل فرهنگی مهم ترین تاثیر و عوامل اجتماعی روانی، اقتصادی، گردشگری و زیست محیطی در رتبه های بعدی قرار دارند. نتایج نشان داد این رویداد ورزشی هنوز نتوانسته است منافع اقتصادی برای جامعه میزبان داشته باشد، بنابراین در این موقعیت اقداماتی نظیر پخش تلویزیونی رقابت ها و تشکیل کمیته های گردشگری و بازاریابی می تواند منجر به کسب منافع اقتصادی از این رویداد ورزشی شود. پروینی و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه ای به بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری جامعه میزبان با تاکید بر بعد اقتصادی پرداختند و نتایج تحقیق نشان داد که سومین جشنواره جهانی سنگ نوردی بیستون بر ابعاد سیاسی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی توسعه صنعت گردشگری استان موثر بوده، اما منافع اقتصادی قابل توجهی برای جامعه میزبان نداشته است. عبدی و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه ای به شناسایی اثرات رویداد ورزشی «کشتی با چوخه» به عنوان بزرگترین و مهم ترین رویداد ورزشی بومی و محلی کشور، پرداختند. نتایج بخش کیفی نشان داد که اثرات رویداد ورزشی کشتی با چوخه شامل شش مضمون اصلی اقتصادی، اجتماعی، تفریحی-گردشگری، زیست محیطی، فرهنگی و سیاسی و ۱۷ مضمون فرعی است. مدیران و مسئولان شهری می-توانند با توجه به اثرات حاصل از این رویداد، زمینه رشد و توسعه جوامع میزبان را فراهم کنند تا شهروندان هم از منافع مادی و معنوی آن بهره مند شوند. در مطالعه دیگری چن^۲ (۲۰۰۸) با تاکید بر اثرات مثبت گردشگری بر جامعه

این تحقیق بر مبنای هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها پیمایشی از نوع مقطعی می‌باشد. همچنین از آنجا که برای گردآوری اطلاعات از روش میدانی استفاده می‌شود، این پژوهش از نوع پیمایشی محسوب می‌شود. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل اساتید مدیریت و بازاریابی ورزشی، کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران، کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان استان تهران (میزبان لیگ ملت های والیبال تیر ۱۳۹۸)، ارومیه (میزبان مسابقات کاراته در شهریور ۱۳۹۸)، سمنان (میزبان مسابقات والیبال قهرمانی نوجوانان و مسابقات بدمینتون دانشجویان دانشگاه های آزاد، ۱۳۹۸) و صاحبان کسب و کار و مدیران هتل ها در این شهرها نظر گرفته شد. مبنای انتخاب استان ها، برگزاری مسابقات ملی و بین المللی در این استان ها در سال انجام تحقیق بوده است. حجم نمونه بصورت غیرتصادفی و هدفمند در نظر گرفته شد. حداقل حجم نمونه آماری به تعداد قابل کفایت بر اساس تعداد ۱۱ متغیر پنهان ۱۱۰ نفر تا ۲۲۰ نفر تعیین شده است، به عبارتی بابت هر متغیر پنهان ۱۰ تا ۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری مشخص شده است. بنابراین پرسشنامه تحقیق بین ۲۲۰ نفر توزیع گردید و در نهایت ۱۶۰ پرسشنامه جمع‌آوری شد که از این تعداد ۱۵۱ پرسشنامه به طور کامل تکمیل شده بود که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. بر این اساس نمونه تحقیق شامل اساتید مدیریت و بازاریابی ورزشی (۱۰ نفر) که در تعیین روایی محتوایی پرسشنامه شرکت داشتند، کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران (۲۰ نفر)، کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان استان تهران، ارومیه و سمنان (۱۰۰ نفر)، صاحبان کسب و کار و مدیران هتل ها (۳۱ نفر) در نظر گرفته شد. جهت جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های مطالعات کتابخانه‌ای با ابزارهای کتب، پایان‌نامه‌های دانشگاهی، مقالات علمی- پژوهشی، مجلات و سایت‌های اینترنتی استفاده شد. ابزار اندازه‌گیری تحقیق پرسشنامه محقق

میزبان، تنوع اقتصادی، شغل و درآمد مالیاتی را از مهمترین اثرات گردشگری می‌دانند. پیچ و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان سلامتی، گردشگری و توسعه مشاغل کوچک در تفرجگاه ساحلی انگلستان، گردشگری را ابزاری برای پیشرفت کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی مطرح می‌کند که می‌تواند به بازارهای گسترده‌تر تبدیل شود و همچنین مزایای بالقوه‌ای را برای نیروی کار گردشگری و جامعه میزبان به همراه دارد. لی و همکاران^۲ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای زیست‌پذیری شهری و توسعه گردشگری در چین را بررسی کرده و عنوان کردند که با تغییر نقش‌های سنتی شهر و رونق گردشگری شهری در چین، تعامل بین گردشگری و زیست‌پذیری محلی برای برنامه‌های توسعه پایدار مناطق شهری مهم است. جینگی و چانگ شینگ^۳ (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای فرصت‌های فرهنگی محلی در توسعه گردشگری منطقه‌ای را بررسی کرده و به این نتیجه رسیدند که گردشگری موجب تغییرات فرهنگی، مادی، رفتاری و معنوی در شهرهای میزبان می‌شود. این نتایج که از طریق نظرسنجی از ساکنان محلی و مصاحبه با سهامداران دولت، پزشکان و مردم محلی بدست آمد، نشان‌دهنده رابطه بین قدرت سیاسی، توسعه گردشگری، فرهنگ خارجی، تحولات و تغییرات فرهنگی محلی است که منجر به ارائه توصیه‌هایی برای حفاظت از فرهنگ محلی و توسعه گردشگری شده است.

با توجه به اهمیت روز افزون گردشگری ورزشی و لزوم بررسی اثرات آن و با در نظر گرفتن اینکه در ایران مطالعات محدودی در این زمینه صورت گرفته است، به نظر می‌رسد انجام تحقیق و ارائه اطلاعات مستند در این زمینه، بسیار مهم و پیش‌نیازی برای برنامه‌ریزی اصولی در گسترش آن است. به همین دلیل هدف پژوهش حاضر پاسخ به این سوال است که تاثیرات اجتماعی و اقتصادی گردشگری ورزشی بر شهرهای میزبان چگونه است؟

روش شناسی تحقیق

توزیع از طریق آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، برای بررسی عوامل اثرگذار اقتصادی و اجتماعی گردشگری در شهرهای میزبان با استفاده از نرم افزار Smart PLS3 از مدلسازی معادلات ساختاری برای سنجش روابط میان متغیرها با گویه‌های آن‌ها استفاده شد.

نتایج

نتایج تحقیق نشان داد از تعداد کل پاسخ دهندگان ۵۰ نفر (۳۳/۱۱٪) افراد پاسخ‌دهنده مرد و ۱۰۱ نفر (۶۶/۸۹٪) آن‌ها زن هستند. اکثر پاسخ‌دهندگان (۴۷/۰۲٪) بین ۳۰ تا ۴۰ سال (۷۱ نفر) و بیش از سه‌چهارم پاسخ‌دهندگان (۸۰ نفر) زیر ۵۰ سال، سن دارند. مرتبه اکثر پاسخ‌دهندگان (۷۱/۵۲٪) کارشناسی ارشد است (۱۰۸ نفر) و تنها (۲/۶۵٪) نمونه‌ی آماری دارای مدرک دکتری هستند (۴ نفر). رشته تحصیلی اکثر پاسخ‌دهندگان (۷۴/۱۷٪) تربیت‌بدنی (۱۱۲ نفر) و یک‌چهارم آن‌ها رشته‌ای به‌غیر از تربیت‌بدنی هستند (۳۹ نفر). سابقه اکثر افراد پاسخ‌دهندگان (۵۰/۹۹٪) کمتر از ۱۰ سال (۷۷ نفر) و کمترین آن‌ها (۵/۹۶٪) بین ۱۶ تا ۲۰ سال است (۹ نفر).

جهت سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از «پایایی شاخص»، «روایی همگرا» و «روایی واگرا» استفاده گردید. پایایی شاخص برای سنجش پایایی درونی، شامل سه معیار «ضرایب بارهای عاملی»، «آلفای کرونباخ» و «پایایی ترکیبی» است. روایی همگرا میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نشان داده که با استفاده از ضرایب AVE سنجیده می‌شود و روایی واگرا نیز میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه با رابطه آن سازه با سایر سازه‌هاست که توسط ماتریس فورنل و لارکر مقادیر آن گزارش می‌شود.

ساخته است که بر اساس مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت تنظیم شد. سؤالات این پرسشنامه در جهت مثبت و به‌صورت گزینه‌های بسیار کم، کم، متوسط، زیاد و بسیار زیاد به ترتیب از ۱ تا ۵ تنظیم شد. بعد از تهیه پرسشنامه، با اخذ معرفی‌نامه از دانشگاه، پرسشنامه با حضور محقق میان نمونه آماری توزیع شد و بعد از جمع‌آوری، پاسخ‌های آن‌ها به سؤالات مبنای نتیجه‌گیری در این مطالعه قرار گرفت. برای تعیین روایی محتوایی این پرسشنامه از شاخص CVR یا ضریب لاوشه استفاده شده است. بدین منظور، پرسشنامه حاضر پس از تایید استاد راهنما به نظر ده نفر از اساتید مدیریت ورزشی رسانده شد. با توجه به تعداد ارزیابان (۱۰ نفر) CVR مورد قبول با توجه به این تعداد ارزیاب، ۰/۶۲ می‌باشد (مطابق با جدول CVR). نتایج بدست آمده نشان داد سؤالات از نظر خبرگان در حد قابل قبولی بوده و اعتبار ابزار مورد تایید قرار گرفت.

همچنین برای بررسی قابلیت اعتماد ابزار سنجش، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. به‌منظور محاسبه پایایی پرسشنامه تحقیق تعداد ۳۰ عدد پرسشنامه اولیه بین تعدادی از افراد جامعه آماری توزیع و جمع‌آوری شد و سپس با استفاده از نرم‌افزار SPSS مقدار آلفای محاسبه شده ۰/۹۵ به‌دست آمد که با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ به‌دست آمده بیشتر از ۰/۷۰ بود، بنابراین به پایا بودن ابزار سنجش پژوهش می‌توان اتکا نمود. در این پژوهش جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها ابتدا با استفاده از آمار توصیفی به بررسی ویژگی‌های جامعه آماری و سپس با استفاده از آمار استنباطی، ابتدا به بررسی نرمال بودن نمونه مورد بررسی پرداخته شد تا استفاده از آزمون‌های پارامتریک و ناپارامتریک مشخص شود. پس از مشخص شدن شکل

جدول ۲. مقادیر بارعاملی، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE برای پرسشنامه تحقیق (اعداد داخل پرانتز بعد از حذف سؤالات با بار عاملی کمتر از ۰/۷ محاسبه شده است)

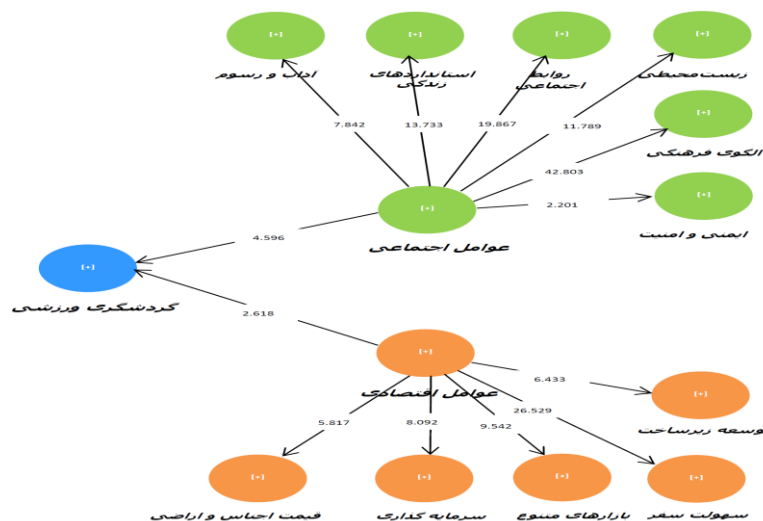
سازه	گویه	بارعاملی	میانگین واریانس (AVE)	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
آداب و رسوم	ADA1	۰.۸۵۶	۰.۷۲۱	۰/۹۱۲	۰/۸۷۰
	ADA2	۰.۷۹۲			

			۰.۸۹۷	ADA3	
			۰.۸۴۷	ADA4	
			۰.۷۹۹	STD1	
۰.۷۸۵	۰.۸۶۱	۰.۶۰۹	۰.۸۲۱	STD 2	استانداردهای زندگی جوامع محلی
			۰.۷۹۷	STD 3	
			۰.۷۰۰	STD 4	
			۰.۸۰۳	REL1	
			۰.۸۴۳	REL2	
۰.۶۸۷	۰.۸۲۸	۰.۶۱۸	۰.۸۱۳	REL3	روابط اجتماعی
			۰.۷۰۶	REL4	
			۰.۸۶۴	ENV1	
			۰.۸۲۰	ENV2	
۰.۶۹۷	۰.۸۶۸	۰.۷۶۷	۰.۷۸۳	ENV3	عوامل زیست محیطی
			۰.۸۸۸	ENV4	
			۰.۷۰۸	CUL1	
			۰.۷۴۴	CUL2	
۰.۷۹۷	۰.۸۶۰	۰.۵۵۲	۰.۷۳۸	CUL3	الگوی فرهنگی
			۰.۷۳۹	CUL4	
			۰.۷۶۴	SAF1	
			۰.۷۹۶	SAF2	
۰.۸۲۵	۰.۸۷۷	۰.۵۸۹	۰.۷۵۹	SAF3	ایمنی و امنیت
			۰.۶۹۴	SAF4	
			۰.۳۵۳	INF1	
۰.۷۲۰	۰.۸۱۹	۰.۴۸۲	۰.۲۷۸	INF2	
(۰.۷۹۸)	(۰.۸۸۱)	(۰.۷۱۱)	۰.۷۲۷	INF3	توسعه زیرساخت
			۰.۷۷۷	INF4	
			۰.۸۸۵	EMP1	
			۰.۸۶۸	EMP2	
۰.۸۲۳	۰.۸۹۴	۰.۷۳۸	۰.۷۸۵	EMP3	سهولت سفر
			۰.۸۲۳	EMP4	
			۰.۹۱۳	INC1	
			۰.۸۲۹	INC2	
۰.۷۸۹	۰.۹۰۴	۰.۸۲۵	۰.۸۸۵	INC3	بازارهای متنوع
			۰.۷۹۶	INC4	
			۰.۹۰۴	INC5	
			۰.۸۲۹	INV1	
۰.۸۳۲	۰.۸۸۲	۰.۶۰۱	۰.۷۳۳	INV 2	سرمایه گذاری
(۰.۸۳۶)	(۰.۸۹۱)	(۰.۶۷۱)	۰.۸۲۰	INV 3	
			۰.۲۵۰	INV۴	

			۰.۸۵۸	<i>PRI1</i>	
			۰.۸۹۶	<i>PRI2</i>	قیمت اجناس و اراضی
			۰.۷۸۳	<i>PRE3</i>	
۰.۸۰۲	۰.۸۸۳	۰.۷۱۷			

واریانس استخراج شده برای تمام متغیرها بالاتر از ۰/۵ است که نشان دهنده روایی همگرایی مناسب متغیرهاست. جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هر متغیر نیز بیشتر از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها است. بنابراین روایی تشخیصی پرسشنامه تحقیق مورد تایید است. با توجه به اینکه مسیرهای روابط بین مؤلفه‌های پژوهش و همچنین مسیر گویه‌ها با هریک از عامل‌های خود بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و معنی‌دار است، این معناداری حاکی از پیش‌بینی صحیح روابط مدل است (نمودار ۱).

همانطور که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است، در رابطه با دو شاخص روابط اجتماعی و عوامل زیست محیطی، اگرچه بار عاملی تمامی سوالات بالاتر از مقدار ۰/۷ است. ولی آلفای کرونباخ محاسبه شده برای این دو متغیر کمتر از مقدار ۰/۷ می‌باشد. با توجه به اختلاف خیلی کم آلفای کرونباخ روابط اجتماعی (۰/۶۸۷) و عوامل زیست محیطی (۰/۶۹۷) با مقدار ۰/۷ و اینکه آلفای کرونباخ تحت تاثیر تعداد کم گویه‌های این دو متغیر قرار گرفته است، سوالی از این دو متغیر حذف نشد. همچنین مقدار متوسط



نمودار ۱. ضریب معناداری (T-values) روابط هریک از عامل‌های اصلی با یکدیگر

یک متغیر اندازه اثر کوچکی دارد که این نتایج به هنگام تفسیر معناداری هر یک از روابط کمک کننده می‌باشد.

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود علاوه بر اندازه اثر هر یک از عامل‌ها با ابعاد خودش که تماماً دارای اندازه اثر بزرگ هستند. نتایج در این زمینه نشان می‌دهد که اثر

جدول ۲. میزان اندازه اثر سازه‌های پژوهش

اندازه اثر	F ²	روابط هریک از عامل‌ها با همدیگر	اندازه اثر	F ²	روابط هریک از عامل‌ها با همدیگر
اثر بزرگ	0.234	عوامل اقتصادی -> توسعه زیرساخت	اثر بزرگ	0.374	عوامل اجتماعی -> آداب و رسوم
اثر بزرگ	0.373	عوامل اقتصادی -> سهولت سفر	اثر کوچک	0.031	عوامل اجتماعی -> استانداردهای زندگی
اثر بزرگ	0.415	عوامل اقتصادی -> بازارهای متنوع	اثر بزرگ	0.554	عوامل اجتماعی -> روابط اجتماعی
اثر بزرگ	0.679	عوامل اقتصادی -> سرمایه گذاری	اثر بزرگ	0.871	عوامل اجتماعی -> عوامل زیست محیطی
اثر بزرگ	0.378	عوامل اقتصادی -> قیمت اجناس و اراضی	اثر بزرگ	6.001	عوامل اجتماعی -> الگوی فرهنگی

			اثر بزرگ	4.842	عوامل اجتماعی - ایمنی و امنیت
اثر بزرگ	1.982	عوامل اقتصادی - برگردشگری ورزشی	اثر بزرگ		عوامل اجتماعی - برگردشگری ورزشی

با توجه به جدول ۳ مشخص می‌شود مدل دارای قدرت پیش‌بینی بسیار قوی است. چرا که قدرت پیش‌بینی اکثر سازه‌ها به غیر از هفت مورد دارای شدت بزرگ‌تر از ۰/۳۵ است. چهار موردی که در جدول به رنگ تیره تر نمایش داده شده است، قدرت پیش‌بینی کنندگی متوسط دارند.

جدول ۳. ضریب شاخص Q2 قدرت پیش‌بینی مدل

SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)	متغیرهای درون‌زا
1,044/000	827/211	0/208	آداب و رسوم
1,740/000	880/783	0/494	استانداردهای زندگی
2,436/000	1,516/133	0/378	روابط اجتماعی
3,828/000	3,037/614	0/206	عوامل زیست‌محیطی
7,656/000	5,993/398	0/217	الگوی فرهنگی
2,784/000	2,537/257	0/381	ایمنی و امنیت
5,568/000	3,695/140	0/336	توسعه زیرساخت
2,436/000	1,382/727	0/432	سهولت سفر
1,392/000	783/230	0/437	بازارهای متنوع
1,740/000	1,431/945	0/177	سرمایه گذاری
3,480/000	3,006/316	0/418	قیمت اجناس و اراضی
1,044/000	500/782	0/520	گردشگری ورزشی

با توجه به آن که معیار نامبرده برابر ۰/۵۶۱ می‌باشد، فلذا بنا بر پژوهش‌های وتزلز و همکاران (۲۰۰۹) برازش کلی مدل در حد «بسیار قوی» مورد تأیید قرار می‌گیرد (جدول ۴).

جدول ۴. مقادیر communalities و R² به منظور محاسبه شاخص برازش کلی مدل (GOF)

Communalities	R ²	متغیرهای درون‌زا
۰/۴۱۶	۰/۵۱۶	آداب و رسوم
۰/۲۸۸	۰/۷۳۲	استانداردهای زندگی
۰/۷۳۵	۰/۶۴۸	روابط اجتماعی
۰/۶۰۷	۰/۴۵۹	عوامل زیست‌محیطی
۰/۴۷۴	۰/۶۸۵	الگوی فرهنگی
۰/۴۶۲	۰/۴۱۰	ایمنی و امنیت
۰/۵۴۶	۰/۶۰۶	توسعه زیرساخت
۰/۶۳۵	۰/۵۲۷	سهولت سفر
۰/۸۵۴	۰/۵۳۶	بازارهای متنوع
۰/۵۸۲	۰/۶۹۵	سرمایه گذاری
۰/۴۱۰	۰/۶۰۲	قیمت اجناس و اراضی
۰/۶۸۴	۰/۳۹۳	گردشگری ورزشی

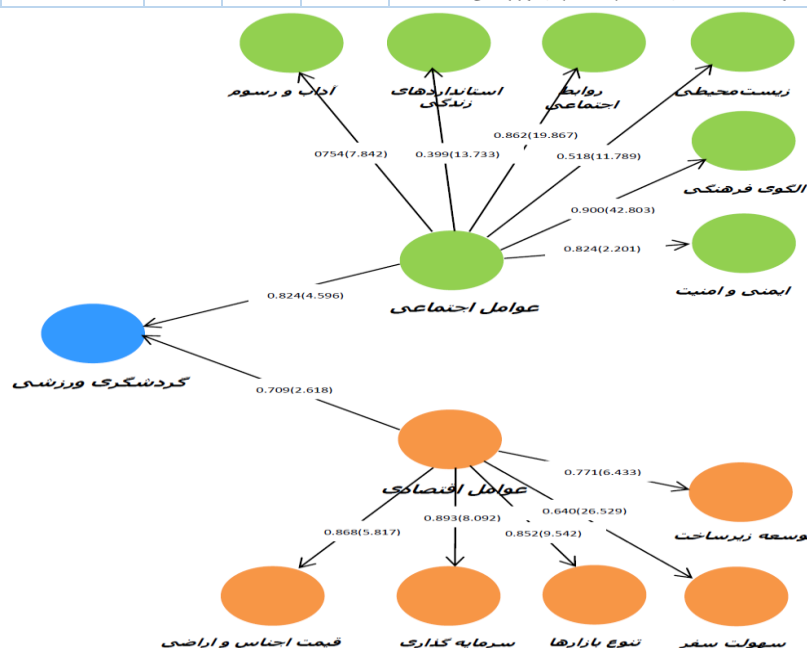
$$GOF = \sqrt{\text{communalities}} \times \bar{R}^2$$

$$GOF = \sqrt{0/557 \times 0/567} = 0/561 \text{ برازش کلی قوی}$$

با توجه به نتایج جدول ۵ تمامی ضرایب معنی داری T از ۱/۹۶ بزرگتر هستند که این امر معنی دار بودن تمامی سؤالات و روابط میان متغیرها را در سطح اطمینان ۹۵٪

جدول ۵. نتایج فرضیه اصلی آزمون مدل نهایی پژوهش

فرضیه	آماره T	ضریب مسیر	سطح معنی داری	نتیجه فرضیه
آداب و رسوم - < گردشگری ورزشی	۷/۸۴۲	۰/۷۵۴	۰/۰۰۱	تأیید
استانداردهای زندگی - < گردشگری ورزشی	۱۳/۷۳۳	۰/۳۹۹	۰/۰۰۱	تأیید
روابط اجتماعی - < گردشگری ورزشی	۱۹/۸۶۷	۰/۸۶۲	۰/۰۰۱	تأیید
عوامل زیست محیطی - < گردشگری ورزشی	۱۱/۷۸۹	۰/۵۱۸	۰/۰۰۱	تأیید
الگوی فرهنگی - < گردشگری ورزشی	۴۲/۸۰۳	۰/۹۰۰	۰/۰۰۱	تأیید
ایمنی و امنیت - < گردشگری ورزشی	۲/۲۰۱	۰/۸۲۴	۰/۰۰۱	تأیید
توسعه زیرساخت - < گردشگری ورزشی	۶/۴۳۳	۰/۷۷۱	۰/۰۰۱	تأیید
سهولت سفر - < گردشگری ورزشی	۲۶/۵۲۹	۰/۶۴۰	۰/۰۰۱	تأیید
بازارهای متنوع - < گردشگری ورزشی	۹/۵۴۲	۰/۸۵۲	۰/۰۰۱	تأیید
سرمایه گذاری - < گردشگری ورزشی	۸/۰۹۲	۰/۸۹۳	۰/۰۰۱	تأیید
قیمت اجناس و اراضی - < گردشگری ورزشی	۵/۸۱۷	۰/۸۶۸	۰/۰۰۱	تأیید
عوامل اجتماعی - < گردشگری ورزشی	۴/۵۹۶	۰/۸۲۴	۰/۰۰۱	تأیید
عوامل اقتصادی - < گردشگری ورزشی	۲/۶۱۸	۰/۷۰۹	۰/۰۰۱	تأیید



نمودار ۲. میزان ضریب اثر و ضریب معناداری (T-values) مدل نهایی پژوهش

(۰/۸۲۴)، آداب و رسوم (۰/۷۵۴)، عوامل زیست محیطی (۰/۵۱۸)، استانداردهای زندگی جوامع محلی (۰/۳۹۹) به طور

در میان عوامل اجتماعی به ترتیب میزان اثر، ابعاد؛ الگوی فرهنگی (۰/۹۰۰)، روابط اجتماعی (۰/۸۶۲)، ایمنی و امنیت

زیرساخت (۰/۷۷۱)، سهولت سفر (۰/۶۴۰)، به‌طور معنی-داری تبیین کننده عوامل اقتصادی موثر بر گردشگری ورزشی شهرهای میزبان بودند.

معنی‌داری تبیین کننده عوامل اجتماعی موثر بر گردشگری ورزشی شهرهای میزبان بودند. در میان ابعاد اقتصادی، به ترتیب میزان اثر، ابعاد سرمایه‌گذاری (۰/۸۹۳)، قیمت اجناس و اراضی (۰/۸۶۸)، بازارهای متنوع (۰/۸۵۲)، توسعه

جدول ۶. ضرایب اثر عوامل اجتماعی و اقتصادی

ضریب مسیر	فرضیه	ضریب مسیر	فرضیه
۰/۸۹۳	سرمایه گذاری -> گردشگری ورزشی	۰/۹۰۰	الگوی فرهنگی -> گردشگری ورزشی
۰/۸۶۸	قیمت اجناس و اراضی -> گردشگری ورزشی	۰/۸۶۲	روابط اجتماعی -> گردشگری ورزشی
۰/۸۵۲	بازارهای متنوع -> گردشگری ورزشی	۰/۸۲۴	ایمنی و امنیت -> گردشگری ورزشی
۰/۷۷۱	توسعه زیرساخت -> گردشگری ورزشی	۰/۷۵۴	آداب و رسوم -> گردشگری ورزشی
۰/۶۴۰	سهولت سفر -> گردشگری ورزشی	۰/۵۱۸	عوامل زیست‌محیطی -> گردشگری ورزشی
		۰/۳۹۹	استانداردهای زندگی -> گردشگری ورزشی
۰/۷۰۹	عوامل اقتصادی -> گردشگری ورزشی	۰/۸۲۴	عوامل اجتماعی -> گردشگری ورزشی

همانطور که از نتایج جدول ۶ قابل مشاهده است، از نگاه پاسخ دهندگان پرسشنامه تحقیق، عوامل اجتماعی نسبت به عوامل اقتصادی بر روی گردشگری ورزشی شهرهای میزبان، اثر بیشتری دارد. بنابراین به منظور توسعه گردشگری ورزشی شهرهای میزبان، از بین عوامل احصا شده، ابتدا باید برای افزایش عوامل پراهمیت اجتماعی گام برداشت.

بحث و نتیجه گیری

منطبق کردن یافته‌های پژوهش با اصول علمی نیازمند هم‌خوانی با نتایج تحقیقات دیگر پژوهشگران است. در حقیقت هدف اصلی هر تحقیق دستیابی به یافته‌هایی است که بتوان از آنها برای ارائه راهکارهای عملی و کاربردی و استفاده از آنها بهره‌گرفت. علاوه بر این، یافته‌های تحقیق می‌تواند راهنما و راهگشای دیگر پژوهشگران در انجام پژوهش‌های مشابه باشد. نتیجه پژوهش حاضر نشان داد از شش عامل آشکار شده در تحلیل عاملی عوامل اجتماعی شامل آداب و رسوم، استانداردهای زندگی جوامع محلی، روابط اجتماعی، عوامل زیست‌محیطی، الگوی فرهنگی،

ایمنی و امنیت، همه موارد بر گردشگری جامعه میزبان اثر گذار است. با توجه به میانگین به دست آمده الگوی فرهنگی دارای تاثیر گذاری بیشتری میباشد. در بازاریابی برای گردشگران ورزشی؛ مهم آن است که چه چیز موجب می‌شود مردم تفریحات را بر پایه ورزش انتخاب کنند. از این رو، برنامه ریزی برای جلب گردشگر به هر رویدادی، باید براساس نیازهای گردشگران صورت گیرد. همچنین فرهنگ، روابط اجتماعی، سبک زندگی، آداب و رسوم، عوامل زیست محیطی، نوع اقلیم و منطقه جغرافیایی بر چگونگی انگیزه‌ها و عوامل سوق دهنده گردشگران ورزشی، تاثیر می‌گذارد (دادخواه و همکاران، ۱۳۹۴). الگوهای فرهنگی مانند جشن‌ها، مراسم، برنامه‌های سنتی و دیگر برنامه‌های جانبی، هنر، موسیقی، معماری و مکان‌های باستانی و سنتی در کشور میزبان، از علل حضور گردشگران در رویدادهای ورزشی در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی می‌باشد (پیچ و همکاران، ۲۰۱۷). همچنین از دیدگاه روان‌شناختی، احساس امنیت در سفر ناشی از

سنتی، سطح درآمد خانواده، طراحی سنتی، هنر و صنایع دستی) تحت تأثیر تعامل گردشگران با جوامع میزبان است براساس این یافته‌ها، این مطالعه توصیه می‌کند تا فعالیت‌های فرهنگی بیشتر، بازاریابی بهتر و استراتژی‌های تبلیغاتی اتخاذ شود تا بازدیدکنندگان و گردشگران بیشتری از منطقه در طول سال بازدید کنند.

توجه به تأثیر عوامل اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری نشان می‌دهد، اگر چه گردشگری یک صنعت است ولی بیشترین تبادلات فرهنگی و اجتماعی در آن انجام می‌گیرد و شاید یکی از اهداف توسعه آن در میان بعضی از کشورها ضمن رشد و توسعه اقتصادی به رخ کشیدن فرهنگشان به دیگر جوامع باشد به خصوص در کشورهایی که جزو ده کشور اول جهان با جاذبه‌های گردشگری هستند که یکی از آنها ایران است. همچنین با توجه به رشد صنعت گردشگری در ایران و نقش مهم امنیت در این صنعت و به خصوص صنعت گردشگری ورزشی و این که کشور ایران همه ساله میزبان برگزاری رویدادهای بین‌المللی ورزشی گوناگون می‌باشد، توجه به برقراری امنیت گردشگران ورزشی و نشان دادن چهره واقعی ایران در زمینه امنیت در حوزه گردشگری ورزشی، بیش از پیش احساس می‌شود.

نتیجه پژوهش نشان می‌دهد از پنج عامل آشکار شده در تحلیل عاملی عوامل اقتصادی شامل سرمایه‌گذاری، قیمت اجناس و اراضی، بازارهای متنوع، توسعه زیرساخت‌ها و سهولت سفر، همه موارد بر جامعه میزبان اثرگذار است. با توجه به میانگین بدست آمده سرمایه‌گذاری دارای تأثیر گذاری بیشتری نسبت به سایر موارد می‌باشد. در تحلیل این نتیجه می‌توان گفت نظام مدیریتی اکثر شهرهای ایران، با مشکلات اجتماعی و کالبدی یعنی عدم وجود سرمایه‌های لازم، بیکاری و فقر، رشد و گسترش شتابان فرایند شهرنشینی، نبود مدیریت مناسب شهری و تخصص کافی روبرو هستند و این مشکلات به طور مستقیم یا غیر مستقیم بر صنعت توریسم و عوامل مرتبط به آن تأثیر گذار است. بوگان^۴ (۲۰۱۹) در بخارست رومانی به دنبال تأثیرات مثبت

تجربه‌های مستقیم و غیر مستقیم افراد از شرایط و اوضاع پیرامونی است. این که یک کشور در حال جنگ، ناآرامی‌های سیاسی و توریسم را تجربه می‌کند، صنعت گردشگری را حتی با وجود جاذبه‌های فرهنگی فراوان و تماشایی مجبور به پرداخت بهایی سنگین می‌کند. حتی کشورهایی که به طور طبیعی از امنیت برخوردار هستند، زمانی که دچار تهدیدات سیاسی می‌شوند، می‌توانند از این موضوع آسیب ببینند (برندان^۱، ۲۰۱۶). ولهو و انتونیو^۲ (۲۰۲۰) نیز در تحقیق خود با عنوان ایمنی و امنیت مقدمه رقابت پذیری گردشگری، بیان می‌کنند بی‌ثباتی و ناامنی، اقتصاد و روابط اجتماعی را در همه سطوح به خطر می‌اندازد. افراد درگیر در فعالیت‌های اقتصادی مانند گردشگری همیشه درک کرده‌اند که امنیت، شرط اساسی برای توسعه است.

سبحانی و همکاران (۱۳۹۷) نیز با بررسی عوامل موثر بر مدیریت امنیت گردشگری ورزشی نشان دادند که عوامل برنامه ریزی استراتژی مدیریت امنیت، مدیریت منابع انسانی، حفاظت فیزیکی، شرایط میزبانی رویداد و زیرساخت‌ها مهم‌ترین عوامل موثر بر مدیریت امنیت گردشگری بودند و با توجه به نتایج پژوهش نتیجه گرفتند که مدیران رویداد جهت ارتقا مدیریت امنیت گردشگران باید به برنامه ریزی استراتژیک مدیریت امنیت و منابع انسانی توجه ویژه‌ای داشته باشند. دادخواه و همکاران (۱۳۹۴) نیز نقش عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری را بررسی کرده و به این نتیجه رسیدند که از منظر گردشگران مولفه‌های زبان، هنر، آداب و رسوم و غذا؛ از منظر مردم عادی مولفه‌های زبان و آداب و رسوم؛ و از منظر مسئولان مولفه‌های زبان، باور، هنر، آداب و رسوم در توسعه گردشگری تأثیر مثبت داشتند. آمالو و همکاران^۳ (۲۰۲۰) در تحقیق خود با عنوان تأثیرات صنعت گردشگری بر فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی بیان کردند که برخی از ارزش‌های فرهنگی اجتماعی مردم (ازدواج‌های سنتی، ساختار

مسئولین برگزاری مسابقات برای گردشگران برنامه ریزی مدون و دقیقی را تنظیم نمایند و در صورت خوشایند بودن سفر، آنها سفیران خوبی جهت تبلیغ آن کشور برای هم میهنان 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 بین المللی نشانگر وجود امنیت پایدار و رفاه اجتماعی است و آثار بسیار سازنده ای در تعامل و مبادلات فرهنگی میان ملت ها دارند. بنابراین انتظار می رود اثرات برگزاری این رویداد ورزشی در درازمدت باعث اقبال عمومی افراد به سمت آن ورزش شود. برگزاری این گونه رویدادها انگیزه بیشتری در شهر میزبان جهت رفع مشکلات زیرساختی و مدیریتی فراهم می آورد و مسئولان را تشویق به پذیرش میزبانی دوره های بعد و برگزاری هر چه بهتر جشنواره میکند چرا که برگزاری هر چه مطلوب تر این مسابقات فرصتی مناسب برای نشان دادن توانمندی برگزارکنندگان و ایجاد زیر ساختهای مناسب در شهر میزبان است (پروینی و همکاران، ۱۳۹۴).

در تحقیق حاضر برازش کلی مدل در حد «بسیار قوی» مورد تأیید قرار گرفت که با تحقیق جاوید و همکاران (۱۳۹۴) همسو است. در تحقیق وی مجموع تمام نمایه ها از سطح قابل قبول عبور کردند، این مسئله نشان دهنده تأیید استفاده از مدل از طریق سنجش برازش است. همچنین حاجی بگلو و مرسل (۱۴۰۰) با ارائه مدل اثرات گردشگری اماکن ورزشی در توسعه شهری پایدار نشان دادند مدل ارائه شده از برازش بالایی برخوردار است. بنابراین گردشگری ورزشی تاثیر مثبت و معناداری بر مولفه های توسعه شهری پایدار (توسعه اقتصادی، توسعه اجتماعی و پایداری زیست محیطی) در اماکن ورزشی شهرستان مهدی شهر داشته است. بهاران و همکاران (۱۳۹۹) نیز در تحقیقی مدلی جهت توسعه گردشگری ورزشی استان لرستان و با تأکید بر عوامل اجتماعی انجام طراحی کردند. براساس نتایج مدل معادلات

گردشگری ورزشی در سیاست جامعه و اقتصاد محلی منطقه مورد مطالعه بود و همچنین به دنبال افزایش آگاهی در مورد اهمیت این نوع گردشگری و امکان توسعه آن در مکان های دارای پتانسیل مشابه بود. نتایج این تحقیق نشان داد که جذب گردشگران ورزشی مزایای ملموس و نامحسوس در ارزش پول محلی و زیرساخت جامعه محلی دارد و همچنین تجربه های فرهنگی جدید را برای میزبان به ارمغان می آورد. تکس و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیق خود دریافتند توریسم ورزشی در توسعه زیرساخت های شهری، اشتغال راه و ساختمان، شناخته شدن شهر، جذب گردشگران تاریخی، فرهنگی، ورزشی به شهر، توسعه صنایع ورزشی اثر داشته و با متغیرهایی چون توسعه پایدار، توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، صلح، مشارکت، محیط زیست، برنامه ریزی شهری اثرات ژرفی را بر وضعیت جوامع شهری به جای می گذارد. زیتونلی و دیگران (۱۳۹۲) با توجه به نتایج تحقیق خود بیان میدارد که بین توسعه گردشگری و افزایش بازارهای متنوع و ایجاد سهولت سفر رابطه معناداری وجود دارد. دینویی^۲ (۲۰۱۲) در بررسی خود بیان کرد؛ به دلیل اینکه برگزاری رویدادهای ورزشی بزرگ از طریق رسانه های جمعی در معرض تبلیغات گسترده ای قرار می گیرد؛ می تواند توجه مردم را برای انجام سرمایه گذاری جلب کند و هم چنین درآمدهایی از حامیان مالی، رادیو و تلویزیون و صدور مجوز حاصل می شود و از طرف دیگر تقاضایی برای سرمایه گذاری می باشد که می خواهند محصولات خود را به مردم جهان معرفی و تبلیغ کنند.

در واقع رویدادهای ورزشی باعث به اشتراک گذاشتن تجربه چه در سطح ورزشکاران و چه در عوامل اجرایی میشود و میتوان از آن به عنوان ابزاری برای توسعه و تبلیغ سنت ها استفاده کرد. این رویدادها میتوانند باعث ایجاد غرور ملی شوند و افزایش مشارکت اجتماعی افراد را در دل یک جامعه افزایش دهند. میزبانی رویدادهای ورزشی باعث میشود شرکت کنندگان در آن رویدادها با فرهنگ، آداب و سنن و رسوم، جاذبه های تاریخی و طبیعی و امکانات آن کشور آشنا شوند و این مهم وقتی اتفاق خواهد افتاد که

1 Taks et al.

2 Denoij

برگزار کننده را کاهش داده و اثرات مثبت اقتصادی و اجتماعی را به حداکثر می‌رساند و همچنین انگیزه‌ی بیشتری در جوامع داوطلب برای کسب امتیاز میزبانی ایجاد می‌کند.

منابع:

- بهاران، پوریا. فروغی پور، حمید. آقایی، نجف (۱۳۹۹). ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی. فصلنامه علوم ورزش، سال دوازدهم، شماره سی و نهم.
- پروینی، نسترن. شعبانی مقدم، کیوان. خزایی، علی اشرف (۱۳۹۴). بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری جامعه میزبان با تأکید بر بعد اقتصادی، مطالعه موردی: سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. -78 دوره دوم، شماره 5، بهار 4931، صص: 3.
- سبحانی، عباس. اندام، رضا. بحر العلوم، حسن. فرجی، رسول (۱۳۹۷). بررسی عوامل موثر بر مدیریت امنیت گردشگری ورزشی. دومین همایش ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت اهواز.
- جاوید، مجید، نقی پور، بهنام، الماسی، حسن. (۱۳۹۴). گردشگری ورزشی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان. مطالعات مدیریت ورزشی. 32-13.
- حاجی بیگ، لو، مسعود. مرسل، باقر (۱۴۰۰). ارائه مدل اثرات گردشگری اماکن ورزشی در توسعه شهری پایدار. فصلنامه علمی-پژوهشی نگرشهای نو در جغرافیای انسانی، سال سیزدهم، شماره سوم.
- سرلاب، رقیه. علیپور نادینلوئی، زهرا. دهقانپوری، حوریه (۱۳۹۹). مطالعه پیشبینانه توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی بر اساس ابعاد گردشگری. فصلنامه علمی پژوهشهای حامیگری، مدیریت و بازاریابی ورزشی. دوره اول. شماره چهارم.
- کریمی، مهدی. کریمی، نجمه (۱۳۹۷). بررسی تأثیرات گردشگری ورزشی در کشورهای میزبان. همایش بین المللی جامعه علمی ایرانیان مقیم چین، بررسی فرایندها و دستاوردهای توسعه در چین.
- قیامی راد، امیر و محرم زاده، مهرداد (۱۳۸۷). بررسی تطبیق عوامل موثر بر توسعه، گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست اندر کاران ورزش ایران و استرالیا، مجله حرکت شماره ۳۵.
- دادخواه، شیرین؛ سیدصادق حسینی و الهام حاج قاسمی اردبیلی، ۱۳۹۴، نقش عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سرعین)، اولین همایش ملی گردشگری پایدار با رویکرد گردشگری ورزشی، سلامت و محیط زیست، اردبیل،

ساختاری مدل اصلی تحقیق از برازش مطلوبی برخوردار بود که بر این اساس مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی از بهینه‌گی و برازش لازم برخوردار بوده است. همچنین کلیه ابعاد مورد بررسی به عنوان متغیرهای قادر به پیش بینی متغیر توسعه گردشگری ورزشی در استان لرستان بودند. از این رو نتیجه گرفته شد که مسئولان مرتبط جهت طراحی مدل توسعه گردشگری باید به کلیه شاخص های عوامل اجتماعی توجه نمایند.

در تحقیق حاضر نیز همه آزمون‌ها نشان دادند که مدل تحقیق قابلیت پایایی و سازگاری لازم را دارد. با جمع بندی مطالب یاد شده میتوان چنین استدلالی را مطرح نمود که میزبانی رویدادهای ورزشی از یک نگاه جامعه شناسانه، با بعد اجتماعی خود تأکید بر فعالیتها و الگوهای سازمانی و گروهی دارد که بر الگوهای مشارکتی متمرکز است و منجر به بسط و اشاعه فرهنگ افتخار اجتماعی در جامعه میگردد. چنین نقشی از این ورزش در جامعه، تأیید کننده نتایج تحقیق حاضر است. امروزه جوامع مختلف از مقوله ورزش اهداف گوناگونی را دنبال می نمایند که مدیران ستادی بر اساس این اهداف از پیش تعیین شده برنامه ریزیهای کلان خود را تدوین و دنبال مینمایند. این امکان وجود ندارد که برنامه ریزی به منظور ارتقاء سطح سلامتی جامعه تدوین شده باشد و انتظار سود اقتصادی داشت. کاملاً بدیهی است که صنعت ورزش در زمان فعلی از درآمدزاترین صنایع دنیا محسوب میشود ولی این صنعت کاملاً در اختیار کشورهایی است که بستر آن را فراهم کرده اند و به مقوله ورزش به عنوان مقوله ای درآمدزا نگریسته اند و کاملاً بر اساس مطالعات علمی با آن برخورد نموده اند. گردشگری ورزشی یک نیروی محرکه قوی جهت ساخت و ساز امکانات ورزشی و غیر ورزشی در جامعه میزبان و همچنین عاملی برای افزایش تخصیص بودجه، افزایش علاقه مندی به ورزش، بهبود کیفیت زندگی مردم، افزایش فعالیت های اقتصادی و ایجاد فرصت های اجتماعی و فرهنگی در جامعه میزبان می باشد و آگاهی از اثرات اقتصادی و اجتماعی گردشگری ورزشی جزء عواملی است که اختلال ناخواسته از زندگی جامعه

Journal of Sport & Tourism.vol. 11, N. 1, pp 31-49.

- Jingyi. Liang, Chung-Shing. Chan (2018). Local cultural vicissitudes in regional tourism development: A case of Zhuhai. *Tourism Management Perspectives* 25 (2018) 80–92.

- Kim, S., Lee, Y. K., & Lee, C. K. (2017). The moderating effect of place attachment on the relationship between festival quality and behavioral intentions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 49-63.

- Page, Stephen J. Hartwell, Heather. Johns, Nick. Fyall, Alan. Ladkin, Hemingway. Ann (2017). Wellness, tourism and small business development in a UK coastal resort: Public engagement in practice. *Tourism Management*, 60, 466e477.

- Stankova, mariya. tsvetkov. tsvetomir.

ivanova. Iyubov (2019) Tourist development between security and terrorism: empirical evidence from Europe and the United States. *Oeconomia Copernicana* volume 10. issue 2. june 2019. DOI: <https://doi.org/10.24136/oc.2019.011>

-Swart, K., & Bob, U (2007). The eluding link: toward developing a national sport tourism strategy in South Africa beyond 2010, *Politikon*.

- Taks, M., Chalip, L., & Green, B. C (2015). Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. *European sport management quarterly*, 15(1), 1-6.

-Van der Zee, Egbert. (2011). Image improvement as a tangible legacy of Hallmark events; the case of the 2010 World Cup in South Africa, *Research Master Human Geography and planning Faculty of Geosciences*.

- Vasmataki, Tal. Vasmataki, Dist. Hingoli. (2019). SPORT-TOURISM DEVELOPMENT IN KOKAN AND WESTERN GHATS: CONSTRAINTS AND POSSIBILITIES. *Physical Education*. Volume-9 | Issue-9 | September - 2019 | PRINT ISSN No. 2249 - 555X | DOI: 10.36106/ijar.

- Velho Gouveia José António. (2020) Safety and Security as Premises for the Competitiveness of Coastal and Maritime Tourism. *IGI Global*. Pages: 19 DOI: 10.4018/978-1-7998-1522-8.ch003.

-Ziakas V. (2007), thesis, "An Event Portfolio in Rural Development: An Ethnographic Investigation of a Community's Use of Sport and Cultural Events" University of Texas, Austin.

موسسه حامیان زیست اندیش محیط

آرمانی، https://www.civilica.com/Paper-CONFTI01-CONFTI01_123.html

- عیدی، شهرام. طالب پور، مهدی. میرزا زاده، زهرا. قربانی، محمد(۱۳۹۸). شناسایی اثرات برگزاری رویداد ورزشی کشتی با چوخه در جوامع میزبان. توسعه محلی(روستایی- شهری) دوره یازدهم، شماره 1، بهار و تابستان 1398، ص 78 - 55.

عزیزی، منیر(۱۳۹۳). مجله ایرانگردی دیار آشنا.

www.diyareashena.com

محمدی ترکمانی، محمد. گودرزی، محمود. جعفری، افسر. جاوید، مجید(۱۳۹۳). بررسی اثرات تور دوچرخه سواری بین المللی آذربایجان بر استان های شمال غرب کشور. پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، سال دهمف شماره بیستم.

نخعی، ا؛ گراوند، ی؛ قومی اوپلی، ع؛ قاسمی وسمه جانی، ا.(۱۳۹۸). انتخاب منطقه نمونه گردشگری در استان خراسان جنوبی با استفاده از تکنیک ANP، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۵.

- Amalu, T., Oko, U., Igwe, I. et al. Tourism industry effects on socio-cultural activities of host communities: evidence from Cross River State, Nigeria. *GeoJournal* (2020). <https://doi.org/10.1007/s10708-020-10151-1>.

- Bogan, Elena (2019) THE PERSPECTIVES OF SPORTS TOURISM DEVELOPMENT IN BUCHAREST, ROMANIA. Quality – Access to Success, 32- Hladkyi O. V., Kurakina A. THE ESSENCE OF TOURISM SERVICES QUALITY MANAGEMENT IN OUTGOING TOUROPERATING. (2020). *UDC 379. 85: 640. 4 (063)*.

- Brendan, C. (2016). *Tourism Culture: Nexus, Characteristics, Context and Sustainability*, *Tourism Management*, Vol. 53, PP. 229–243.

- Chen, N. (2008), "What economic effect do mega-events have on host cities and their surroundings? An investigation into the literature surrounding mega-events and the impacts felt by holders of the tournaments ". *Masters Dissertation in Finance and Investment*, University of Nottingham, UK.

- 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.

- Emiry, P.R. (2010), "bribing to host a major sports event: the local organizing committee perspectives". *The international journal of public sport management*.Vol.15, No.4, 2002pp.316-3558.

- Hinch. T & Higam J (2006)Sport and Tourism Reserch: A Geographic Approach.

Impact of Socio-Economic Factors on Sport Tourism in Host Cities

Abstract

The purpose of this study was to investigate the impact of socio-economic factors on sport tourism in host cities. This research is a cross-sectional survey based on applied purpose and data collection method. Also, since the field method is used for data collection, this research is a survey type. The statistical population of the study consisted of sport management and marketing professors, experts from Tehran Province Cultural Heritage and Tourism Bureau, experts from Tehran Bureau of Sport and Youth Affairs, Orumieh, Semnan and business owners and hotel managers, including 151 persons. The purposive non-random sampling method was used as the statistical sample and the questionnaire was distributed among them randomly. The research questionnaire was developed by a researcher whose validity was confirmed by 10 professors and experts using Laoshche's coefficient (0.62) and also by exploratory factor analysis. Also, the reliability of the questionnaire was obtained by Cronbach's alpha for all factors above 0.7. To analyze the data, descriptive statistics were used to represent demographic information (frequency tables, dispersal and central indices) and inferential statistics were used to respond to the research hypotheses. Kolmogorov-Smirnov test was used to determine normality of data distribution, KMO test to determine data adequacy, exploratory factor analysis to analyze data and identify key factors, then confirmatory factor analysis method was used to estimate significance, factor loadings and The most important indicators were used. SPSS software version 23 was used to calculate descriptive data and Smart PLS3 software was used for inferential data and confirmatory factor analysis was used to measure the relationships between variables. The results showed that social factors include cultural model, social relationships, safety and security, customs, living standards of local communities, environmental and economic factors including investment, price of goods and lands and various markets, ease of travel and infrastructure development. The most important social factor was the cultural pattern (3.55) and the least important factor was the living standards of the local communities (3.31). The most important economic factors were investment (3.50) and the least important factor was ease of travel (2.47).

The result is that awareness of the economic and social impacts is one of the factors that reduce the unwanted disruption to the life of the host community and maximize the positive economic and social impacts on sport tourism and also create a greater incentive for volunteer communities to earn a host score. income have more impact on the host city. Medium and under development and infrastructure factors had less impact than average. In general, sport tourism has both an economic and a societal impact on the host community. The cultural model was the least important one.

Keywords: Sport tourism, social impacts, economic impacts, host community