

---

## نقش گردشگری ورزشی در توسعه اجتماعی - زیست محیطی شهری از دیدگاه مدیران و کارشناسان تربیت بدنی استان اصفهان

---

### بهرام صالح نیا،<sup>۱</sup> زهرا کیوانی<sup>۲</sup>

#### چکیده

گردشگری ورزشی در توسعه اجتماعی - زیست محیطی شهری در صورت وجود امکانات، نقش دارد و با توجه به وجود پتانسیل های مختلف می تواند موجبات توسعه مناطق و سایر منافع اجتماعی، زیست محیطی را فراهم آورد. هدف از این تحقیق بررسی نقش گردشگری ورزشی در توسعه ی اجتماعی - زیست محیطی شهری از دیدگاه مدیران و کارشناسان تربیت بدنی استان اصفهان است. جامعه آماری این تحقیق را ۲۰۰ نفر مدیران آژانس های مسافرتی و کارشناسان تربیت بدنی و گردشگری استان اصفهان تشکیل داد که براساس آمار اداره کل گردشگری و تربیت بدنی در سال ۱۳۸۹ بود و نمونه تحقیق بر اساس جدول گرجسی و مورگان ۱۳۲ نفر تعیین شد. ابزار اندازه گیری متغیرها پرسشنامه محقق ساخته بود، که اعتبار آن براساس ضریب کندال ۸۹٪ محاسبه شد. روش تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی بود و داده های این تحقیق در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی بررسی شد. روش تحقیق با استفاده از تحلیل واریانس چندمتغیره مانوا، t تک متغیره، t هتلینگ، t همبسته، بررسی شد. یافته های تحقیق نشان داد که گردشگری ورزشی در توسعه اجتماعی با میانگین (۴/۴۰ و ۳/۴۲) و t تک متغیره (۲۰/۴۷) و در توسعه زیست محیطی با میانگین (۳/۷۸ و ۲/۷۸) و t تک متغیره (۷/۰۶) نقش داشت و در سطح ۵ درصد بیش از سطح متوسط نقش داشت.

**کلید واژه ها:** گردشگری ورزشی، توسعه اجتماعی، توسعه زیست محیطی، مدیران، کارشناسان

تاریخ پذیرش: ۹۵/۵/۸

تاریخ دریافت: ۹۴/۴/۱۹

- 
۱. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، گروه تربیت بدنی تهران، ایران
  ۲. دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران

## مقدمه

گردشگری ورزشی صنعتی است که از ترکیب دو صنعت گردشگری و صنعت ورزش پدید آمده است و به مانند بسیاری از صنایع بزرگ دنیا مثل حمل و نقل، توریسم، اتومبیل سازی و غیره در حال تبدیل شدن به صنعتی مجزا و مهم است و عللی هم چون افزایش درآمد، کاهش ساعات روزهای کاری، افزایش تعطیلات، بی تحرکی، بالا رفتن استاندارد های زندگی، رشد و توسعه ارتباطات، رشد تکنولوژی، توسعه راه ها و حمل و نقل و تغییر نیازهای مردم از دلایل مشترکی است که انسان امروزی را به سمت گردشگری و ورزش سوق داده است. گردشگری به دلیل توانایی اثرگذاری عمیقی نیز در ابعاد مختلف اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی داشته است به موضوع بسیار راهبردی مبدل شده است. (قیاسی راد، ۱۳۷۸) برگزاری رویدادهای ورزشی به طور گسترده‌ای در رشد و پیشرفت محل برگزاری این رویدادها مؤثر واقع می شود و می تواند منافع مختلفی که موجبات بهبود ارتباطات بین المللی، گسترش فرهنگ پرداختن به ورزش و تفریحات سالم، بهبود سلامت جامعه (جسمی و روانی) و سایر منافع زیست محیطی، اجتماعی را برای مناطق فراهم آورد و این به طور گسترده‌ای در رشد و پیشرفت محل برگزاری این رویدادها مؤثر واقع می شود و از دیگر دست آوردهای توریسم ورزشی می توان به بهبود کیفیت زندگی مردم، ایجاد زمینه های توسعه در بخش های مختلف کشورها، تعاملات فرهنگی، افزایش سطح آگاهی توده ها، برقراری صلح و تحکیم روابط بین الملل اشاره کرد، صنعت گردشگری ورزشی، بحثی استراتژی است که قادر به جذب ده ها میلیون نفر تماشاگر به سوی رقابت های المپیک جام جهانی است و درآمدهای بسیار بالایی را نصیب کشورهای میزبان می کند، به گونه ای که این عامل به رقابتی وسیع و جدی میان کشورهای مختلف مبدل شده است و برگزاری رویدادهای ورزشی به طور گسترده ای در رشد و پیشرفت محل برگزاری این رویدادها مؤثر واقع می شود و این یکی از مؤثرترین و با ارزش ترین روش ها برای توسعه کشورهای است (محرم زاده، ۱۳۸۴).

به نظر می رسد رابطه متقابلی بین توسعه ی اجتماعی- زیست محیطی و سهم گردشگری ورزشی وجود داشته باشد، برگزاری رویدادهای ورزشی مستلزم برنامه ریزی های دقیق و هزینه های زیادی است که بایستی قبل از تقاضای میزبانی، بازدهی آن ها، از طریق روش های پژوهشی نظام مند با دقت مشخص گردد. این رویدادها اکثراً بازدهی بالایی داشته است، مثلاً از دیدگاه گردشگری تأسیسات ساخته شده برای برگزاری رویدادهای ورزشی بین المللی چهره شهر

را زیبا می‌کند.

لذا این تحقیق حاضر درصدد آن بود که با توجه به پتانسیل های توسعه اجتماعی - زیست محیطی استان اصفهان جهت برگزاری و میزبانی مسابقات در سطح ملی و فراملی و ارائه خدمات گردشگری به موضوع توسعه فرهنگی، زیست محیطی به صورت خاص پرداخته شود و نقش گردشگری ورزشی در این رابطه با توجه به سابقه تاریخی آن و جهانی بودن، بیش از پیش روشن شود. و با توجه به وجود این پتانسیل ها نسبت به ارائه الگوی فضایی توریستی شهر و سازماندهی های لازم اقدام و برای تأمین امکانات و خدمات شهری، مانند: هتل ها، اقامتگاه ها، وسایل دسترسی و حمل و نقل، افزایش جذابیت های فرهنگی - اجتماعی، عرضه خدمات توریستی و قوانین تشویقی و حمایتی برنامه ای جامع تدوین نمود تا علاوه بر گردشگران منطقه ای، بتوان از گردشگران ملی و بین المللی بهره برد و از آن در جهت توسعه اجتماعی، زیست محیطی، تغییر در بخش های مختلف شهرها از جمله؛ شبکه خیابان ها، بافت مسکونی و سایر بخش ها، ساخت امکانات و تأسیسات ورزشی استاندارد و مطلوب در مناطق، افزایش درآمد و اشتغال)، بهبود ارتباطات بین المللی، گسترش فرهنگ پرداختن به ورزش و تفریحات سالم، بهبود سلامت جامعه (جسمی و روانی) و سایر منافع اجتماعی - فرهنگی دیگر و توسعه مناطق سود برد و استان اصفهان به دلیل داشتن ظرفیت های فراوان، مانند آثار تاریخی و سرآمد بودن در بیشتر رشته های ورزشی می تواند از رهگذر این امر بهره های فراوان از لحاظ توسعه زیست محیطی، اجتماعی - فرهنگی برد. لذا تحقیق حاضر درصدد آن است که، با توجه به پتانسیل های توسعه شهری و ورزشی استان اصفهان جهت برگزاری و میزبانی مسابقات در سطح ملی و فراملی و ارائه خدمات گردشگری به موضوع توسعه (زیست محیطی، اجتماعی - فرهنگی) به صورت خاص پرداخته شود و نقش گردشگری ورزشی در این رابطه با توجه به سابقه تاریخی آن و جهانی بودن، بیش از پیش روشن شود و عوامل مؤثر بر جذب گردشگری ورزشی را با توجه به شرایط خاص فرهنگی، اجتماعی شناسایی کنیم و همچنین با توجه به سابقه تاریخی و فرهنگی استان اصفهان می توانیم با شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری و با توجه به توسعه اجتماعی - فرهنگی، زیست - محیطی شهری گام مهمی در جهت جذب گردشگران ورزشی و توسعه صنعت توریسم و گردشگری ورزشی و دسترسی به سایر جنبه ها و اهداف توریسم ورزشی از لحاظ بازسازی اقتصادی و اجتماعی، اشتغال و درآمدزایی در منطقه، تغییر و توسعه در سیستم حمل و نقل، سرمایه گذاری جدید برای زیر ساخت ها و حمایت از

محیط زیست، بهبودی و تغییراتی در وضعیت معابر شهری و سیمای شهری و معرفی منطقه به سایرین در سطح کشور داشته باشیم و سرمایه گذاری های کلانی را در جهت بهره برداری های فرهنگی و اجتماعی زیست محیطی در این راستا انجام دهیم. البته باید تدابیر و برنامه ریزیهای خاصی صورت گیرد تا جامعه به توسعه پایدار برسد.

### بیان مسئله

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از دست آوردهای جدید جامعه بشری است و دست اندر کاران و مسئولان بخش ورزش و گردشگری برای رسیدن به اهداف (اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی) سازمانی متوسل به گردشگری ورزشی شده اند. ورزش به عنوان پدیده ای که با رقابت و فعالیت سر و کار دارد و گردشگری به عنوان تجربه ای شاد و سرگرم کننده دو سیستم ویژه ای هستند که رابطه تنگاتنگی با یکدیگر دارند (افصح حسینی، ۱۳۸۵). از جمله دستاوردهای توریسم ورزشی می توان به بهبود کیفیت زندگی مردم، ایجاد زمینه های توسعه در بخش های مختلف کشورها، تعاملات فرهنگی\_ اجتماعی، افزایش سطح آگاهی توده ها، برقراری صلح و تحکیم روابط بین الملل اشاره کرد. کشورهای مختلف دنیا به گردشگری به عنوان یک صنعت درآمدزا و توسعه آفرین ارج نهاده و در توزیع و گسترش آن تلاش فراوان نموده اند (الوانی دهدشتی، ۱۳۷۲). عللی هم چون افزایش درآمد، کاهش ساعات روزهای کاری، افزایش تعطیلات، بی تحرکی، بالا رفتن استانداردهای زندگی، رشد و توسعه ارتباطات، رشد تکنولوژی، توسعه راه ها و حمل و نقل و تغییر نیازهای مردم از دلایل مشترکی است که انسان امروزی را به سمت گردشگری و ورزش سوق داده است (کورتزمن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵) و رشد فزاینده و غیر منتظره ای را برای این دو صنعت در قرن حاضر به وجود آورده است (مراسلی، ۱۳۷۴). در حال حاضر یکی از دغدغه های بازاریابان و سازمان دهندگان رویدادهای ورزشی، بالا بردن میزان استقبال بازدیدکنندگان و تماشاگران از رویدادهای ورزشی است و رویدادهای ورزشی می توانند بر گسترش بازارهای آینده توریسم تأثیرگذار باشند. در نقاطی که ورزش و فعالیت های تفریحی بخشی از فرهنگ منطقه است، می توان تعدادی از توریست های بین المللی را جهت بهره بردن از مزایای آن به خود جلب کرد (هنرور و غفوری، ۱۳۸۲). علل و عوامل مختلفی وجود دارد که بر قصد و میل گردشگران برای حضور در یک رویداد بین المللی ورزشی و انتخاب

<sup>1</sup>-Kurtzman

آن تأثیرگذار هستند. هر کشور و هر رویداد ورزشی محصولات و خدمات گوناگونی را برای جلب گردشگر ارائه می‌کند و هر گردشگر این امکان را دارد که از میان مقصدها و رویدادهای مختلف یکی را انتخاب کند. بعضی مطالعات نشان داده‌است که جذابیت رویداد ورزشی، محدودیت‌های امنیتی و سلامتی و محدودیت‌های مالی بر تمایل یا عدم تمایل شرکت‌کنندگان بالقوه و حضور آن‌ها اثری تعیین‌کننده دارد (کیم و چالپ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). لذا مشکل بازاریابان رویدادهای ورزشی، شناسایی روش‌هایی که با سرمایه‌گذاری بر روی آن‌ها بتوانند میزان جذابیت رویداد را افزایش دهند (مستلزم شناسایی عوامل جلب‌کننده) و هم‌چنین میزان محدودیت‌های موجود بر سر حضور گردشگران را کاهش دهند (مستلزم شناسایی عوامل بازدارنده) و سرانجام بتوانند علاقه به رویداد را به مسافرت و حضور در آن تبدیل کنند (مستلزم شناسایی عوامل سوق‌دهنده). با توجه به ناشناخته بودن عوامل مؤثر در جذب گردشگران به ایران، به دلیل نبود مطالعات ویژه در این زمینه، یکی از مشکلات پیش رو در برنامه‌ریزی و بازاریابی برای جلب گردشگر به طور اعم و گردشگر ورزشی به طور اخص، شناسایی عوامل مؤثر بر حضور آن‌هاست. این مشکل باعث می‌شود علی‌رغم هزینه‌های هنگفتی که از سوی وزارت ورزش و امور جوانان، کمیته ملی المپیک فدراسیون‌ها و دیگر نهادهای مرتبط برای برگزاری رویدادهای بین‌المللی ورزشی انجام می‌شود، نتوانیم از فواید زیاد توسعه گردشگری حاصل از این رویدادها استفاده کنیم (بraz<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲). برگزاری مسابقات در سطوح مختلف، می‌تواند دست‌آوردهای مهمی را برای جامعه و به ویژه کلان‌شهرها به همراه داشته باشد و یکی از شهرهای مهم کشور در زمینه گردشگری، شهر اصفهان است که به‌عنوان یکی از کانون‌های مهم گردشگری کشور، در خاورمیانه مطرح و از شهرت جهانی برخوردار است. به طوری که با ویژگی‌های منحصر به فردی چون مناظر و چشم‌اندازهای دیدنی، میدان، کاخ‌های تاریخی، مساجد تاریخی و هنری، استادیوم‌های ورزشی، پل‌ها و بازارها از آن به‌عنوان نصف جهان نام می‌برند. از این رو به نظر می‌رسد رابطه‌ی متقابلی بین توسعه فرهنگی - اجتماعی، زیست محیطی و سهم گردشگری ورزشی وجود داشته‌باشد، البته باید به این امر توجه کرد که جهت کاهش و پیشگیری از تأثیرات منفی توریسم و گردشگر ورزشی و رسیدن به توسعه پایدار، نسبت به ارائه الگوی فضایی توریستی شهر و سازمان دهی‌های لازم اقدام و برای تأمین امکانات و خدمات شهری، مانند: هتل‌ها، اقامتگاه‌ها، وسایل

---

<sup>۱</sup>- Kim & Chalip

<sup>۲</sup>-Braz

دسترسی و حمل و نقل، افزایش جذابیت‌های فرهنگی و هنری و ورزشی، عرضه‌ی خدمات توریستی و قوانین تشویقی و حمایتی برنامه‌ای جامع تدوین نمود تا علاوه بر گردشگران منطقه‌ای، بتوان از گردشگران ملی و بین‌المللی بهره برد و از آن در جهت توسعه شهری (بازسازی اجتماعی، تغییر در بخش‌های مختلف شهرها از جمله؛ شبکه خیابان‌ها، بافت مسکونی و سایر بخش‌ها، ساخت امکانات و تأسیسات ورزشی استاندارد و مطلوب در مناطق، افزایش درآمد و اشتغال) و به طور کلی رونق شهر و منطقه سود برد. استان اصفهان به دلیل داشتن ظرفیت‌های فراوان، مانند آثار تاریخی و سرآمد بودن در بیشتر رشته‌های ورزشی می‌تواند از رهگذر این امر بهره‌های فراوان از لحاظ توسعه اجتماعی-فرهنگی ببرد. لذا تحقیق حاضر درصدد آن است که، با توجه به پتانسیل‌های توسعه‌ی شهری و ورزشی استان اصفهان جهت برگزاری و میزبانی مسابقات در سطح ملی و فراملی و ارائه خدمات گردشگری به موضوع نقش گردشگری ورزشی در رابطه با توسعه فرهنگی - اجتماعی، زیست محیطی توجه به سابقه تاریخی آن و جهانی بودن، بیش از پیش روشن شود.

### مبانی نظری

معین فر (۱۳۸۷) طی تحقیقی تحت عنوان بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در ایران و ارائه الگوی توسعه آن به نتایج زیر دست‌یافت، تحقیقات انجام شده در رابطه با توسعه گردشگری خصوصاً در خارج از کشور نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر تحقیقات فراوانی در خصوص گردشگری ورزشی از دیدگاه‌های مختلف و خصوصاً جهت شناخت استراتژی‌های توسعه انجام گرفته که می‌توان به اهمیت توسعه این حوزه در کشورهای مختلف پی برد و هم‌چنین در یک جمع بندی کلی می‌توان به عوامل مهمی که در این پژوهش‌ها برای رشد و توسعه صنعت گردشگری ورزشی در کشورهای مختلف مورد توجه قرار گرفته پی برد، که در آن‌ها بر ضرورت مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح، تعیین اهداف و استراتژی بازاریابی، انجام تحقیقات و پژوهش‌های منسجم و بنیادی، توسعه زیرساخت‌ها، شناخت پتانسیل‌ها و توسعه آن‌ها، بررسی انگیزش‌ها و آموزش تأکید گردیده است.

حاجی زاده و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه فضایی مناطق شهری پرداخته‌اند، نتایج آن نشان می‌دهد، امروزه گردشگری به واقعیت مهم اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است و دارای پیامدها و جنبه‌های بسیار است از جمله تأثیرات فضایی که

تغییر در بخش‌های مختلف شهرها از جمله شبکه خیابان‌ها، بافت مسکونی و سایر بخش‌های تشکیل شهر را در بر می‌گیرد و به طور کلی گردشگری می‌تواند با ایجاد تغییر در مؤلفه‌های مختلفی مانند اقتصادی، جمعیت و فرهنگ و خصوصیات دیگر اجتماعی، در تغییرات فضایی شهرها مؤثر باشد.

همافر وهنری (۱۳۸۸) طی تحقیقی تحت عنوان نقش گردشگری ورزشی در اشتغال و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذی نفعان، نتایج زیر به دست آمد، گردشگری ورزشی یکی از سریعترین بخش‌های رشد در صنعت توریسم و نسبتاً جدید است که بر روی برنامه‌ریزی مقصد در کشورهای در حال توسعه و عاملی در بازسازی اقتصادی و اجتماعی هر دو بخش جوامع شهری و روستایی شناسایی شده است که توجه فزاینده‌ای در سال‌های اخیر به آن، به‌عنوان یک بازار رشد داخلی شده است و صنعت توریسم ورزشی در ایجاد اشتغال و درآمدزایی منطقه میزبان در صورت توسعه صنعت توریسم ورزشی و ایجاد زیرساخت‌های مناسب تأثیر دارد.

گراوند (۱۳۸۸) طی تحقیقی تحت عنوان بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان لرستان با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی نتایج زیر به دست آمد، مهمترین اقدامات برای توسعه گردشگری ورزشی استان عبارتند از:

- تغییر نگرش مردم و مسؤولین.
- ایجاد هماهنگی بین دستگاه‌های مسؤول در توسعه گردشگری ورزشی کشور.
- ساخت امکانات و تأسیسات ورزشی استاندارد و مطلوب در مناطق.
- بلالی و همکاران (۱۳۸۹) طی تحقیقی تحت عنوان بررسی دیدگاه مدیران و کارشناسان در مورد توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان خراسان رضوی به نتایج زیر دست‌یافتند، با توجه به فواید اقتصادی و اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و زیست محیطی گردشگری ورزشی و لزوم بهره‌مندی از منافع مختلف جذب گردشگری ورزشی لزوم برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری ورزشی توسط سیاستگذاران و برنامه‌ریزان استان احساس می‌شود. هم‌چنین در مورد اثرات توسعه‌ی گردشگری ورزشی مهمترین آن‌ها عبارتند از:
- ایجاد سرور و شادمانی در جامعه.
- گرایش بیشتر مردم به ورزش و ارتقای سطح سلامت جامعه.
- گسترش تبادلات و تعاملات مثبت فرهنگی بین فرهنگ‌های مختلف.

عباسی و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیق خود با عنوان بررسی عنصر محصول از عناصر آمیخته بازاریابی در صنعت گردشگری ورزشی ایران به نتایج زیر دست یافتند، گردشگری ورزشی در هر کشوری چه توسعه یافته و چه در حال توسعه، شامل منافع اقتصادی و اجتماعی بسیاری است و از این رو برنامه ریزی برای توسعه و گسترش آن از اهمیت فراوانی برخوردار است و با توجه به فواید اقتصادی و اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و محیطی گردشگری ورزشی و با درک اهمیت داشتن جامعه‌ای سالم و با نشاط توسط مدیران و برنامه ریزان و همچنین تمایل مردم به داشتن تعطیلات و تفریحات فعال و پویا، لزوم توجه به مقوله آمیخته‌های بازاریابی گردشگری ورزشی و توسعه آن در کشور اجتناب ناپذیر می‌نماید.

گروز و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) در تحقیق خود با اشاره به این که شرکت کوکاکولا موفق‌ترین شرکت در فرآیند جهانی شدن و پذیرش محصولات خود در دنیا بوده است و با توجه به این که توسعه‌ی این شرکت به عنوان الگویی برای سایر محصولات در دنیا بوده است، شرکت در توسعه گردشگری ورزشی و مدیریت آن تأکید دارند و خاطر نشان کرده‌اند که تلاش این شرکت برای ورود به بازارهای خارجی یک فرآیند تکاملی بوده است که شامل استراتژی‌های: ایجاد یک جنگ رقابتی، عنصر برجسته و عالی بودن در بازار، انحصاری ماندن کالا و مشارکت فرهنگی و اجتماعی بوده است. این محققین هم‌چنین بر استفاده از روش نفوذ پذیری فرهنگی در ارائه محصول برای به دست آوردن مقبولیت در کشورهای مختلف و هم‌چنین انعطاف پذیری و تغییر برای ایجاد تطابق و تلفیق در فرهنگ‌های مختلف، تأکید نموده‌اند.

یوان (۲۰۰۳) با بیان این که گردشگر و ورزش دو عنصر حیاتی در اقتصاد جهانی هستند بر اثرات برجسته و مثبت اجتماعی و فرهنگی آن نیز اشاره نموده است و بیان می‌کند که شکی نیست که هردوی ورزش و گردشگری می‌توانند اثرات مفید فراوانی را برای جوامع مختلف ایجاد نمایند. یوان این اثرات را به صورت زیر خلاصه نموده است:

اثرات اقتصادی. اشتغال زایی. سرمایه گذاری جدید برای زیرساخت‌ها. افزایش آگاهی‌های فرهنگی. حمایت از محیط زیست. کمک به تفاهم و صلح جهانی.

وی هم‌چنین بیان می‌کند که امروز تمایل زیادی به حرکت به سمت داشتن تعطیلات فعال تر وجود دارد و گردشگری و ورزش می‌توانند این امکان را برای آن‌ها فراهم نمایند. ورزش‌های مختلف شرکت کنندگان مختلفی را جذب می‌کنند و باعث توسعه‌ی توانمندی‌ها می‌گردد. برای توسعه‌ی فعالیت‌ها و ورزش‌ها در مقصدهای میزبان نیازمند به طراحی محصولات



ویژه، بازاریابی و ایجاد راهبردهای توسعه برای جذب سازمان‌های تجاری و مشتریان هستیم و برای انجام این امور داشتن اهداف ویژه و ساختار مدیریتی مناسب ضروری است. نکته‌ی مهم دیگری که وی از دیدگاه مدیریتی به آن اشاره می‌کند نیاز به آمار و داشتن اطلاعات در مورد فعالیت‌های گردشگری ورزشی است. اطلاعاتی از قبیل منافع گردشگران ورزشی، حجم فعالیت‌ها، میزان پولی که هر گردشگر خرج می‌کند، اطلاعات مقصدها، ورزش‌هایی که بیشترین تقاضا را دارند که این اطلاعات برای طراحی محصول، اجرای برنامه‌های توسعه و تصمیم‌گیری‌ها مفید هستند. وی همچنین معتقد است که رسانه‌ها می‌توانند نقش مهم و کلیدی را در توسعه این حوزه داشته باشند و هم‌چنین به اهمیت مدیریت و ساخت تأسیسات و اماکن ورزشی، استفاده چند منظوره و توجه به شکل و اندازه‌ی آن‌ها تأکید نموده‌است.

دری و جاگو (۲۰۰۴) با اشاره به این که علاقه مندی به موضوع گردشگری ورزشی در دو بخش آکادمیک و حکومتی افزایش یافته‌است، ارائه‌ی یک مدل پیامدهای مثبت و منفی گردشگری ورزشی را مورد بحث قرار داده‌اند و در نهایت این پیامدها را به سه سطح فردی، اجتماعی و ملی تقسیم کرده‌اند:

در سطح فردی پیامدهای مثبت عبارتند از؛ توسعه و پیشرفت مهارت‌ها، بالا بردن سطوح آمادگی جسمانی و فرصت برای انجام فعالیت‌های اجتماعی و پیامدهای منفی شامل؛ هزینه‌های مالی و زمانی و آسیب‌های احتمالی می‌باشد. در سطح اجتماعی؛ منافع اقتصادی و اجتماعی، افزایش رفاه و بهزیستی و هم‌چنین افزایش تفاخر و غرور در جامعه از پیامدهای مثبت و شلوغی و ترافیک و افزایش زباله‌ها از پیامدهای منفی، در این سطح می‌باشد. نهایتاً در سطح ملی؛ افزایش فرصت‌های کسب و کار و توسعه‌ی اقتصاد ملی و درآمدها از پیامدهای گردشگری محسوب می‌گردد.

یاماگوشی (۲۰۰۵) طی یک تحقیق پیمایشی پرسشنامه‌ای بر گردشگران ورزشی که در رویدادهای خارجی پیاده روی شرکت کرده‌اند، عوامل جذب‌کننده‌ی مؤثر بر شرکت آن‌ها را به صورت زیر بیان می‌کند:

۱- فرهنگ خاص محلی ۲- مکان‌های دیدنی ۳- طبیعت زیبا ۴- جذابیت‌های مسیر پیاده روی ۵- ویژگی‌های رویداد ۶- هزینه‌ها ۷- جذابیت شهر میزبان.

دری و جاگو (۲۰۰۵) در تحقیق خود تحت عنوان «مدیریت گردشگری ورزشی» در پی کشف موضوعات وابسته به مدیریت گردشگری ورزشی بودند. این تحقیق توصیفی بیشتر بر

گردشگری ورزشی رویدادها و مدیریت آنها تمرکز دارد و مشکل اصلی مدیریت گردشگری ورزشی را در اکثر کشورها جدا بودن و مدیریت مجزای دو حوزه گردشگری و ورزش می‌دانند. اهمیت برنامه‌ریزی راهبردی و مدیریت، به میزان زیادی در بخش صنعت و دانشگاه مورد تأکید قرار گرفته‌است. هم‌چنین هماهنگی بین برنامه‌ریزی و اجرای آن به‌عنوان یک عامل مهم ذکر شده‌است، در این تحقیق با اشاره به المپیک سیدنی خاطر نشان کرده‌است که برای ایجاد هماهنگی و مدیریت بهتر و حداکثر رساندن منافع حاصل از میزبانی این رویداد در دو بخش گردشگری و ورزش استرالیا به یک وزارتخانه فدرال تبدیل گردیده و پس از آن، یک استراتژی گردشگری ورزشی ملی توسط این وزارت ارائه شده که عناصر کلیدی آن به قرار زیر می‌باشد:

هماهنگی صنعتی

آموزش و تعلیم

قوانین دولتی

زیرساخت‌ها

ارزیابی منفع اقتصادی

پژوهش

تایسون و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) در تحقیق خود تحت عنوان «رویدادهای ورزشی بزرگ به‌عنوان تسهیل‌کننده‌ای برای توسعه گردشگری»، اثرات جام جهانی کریکت را بر کشورها و گردشگری آنها مورد بحث قرار می‌دهند. این تحقیق بین‌المللی به صورت مصاحبه فردی از یک گروه ۸۲ نفری شامل مدیران جام جهانی کریکت، مدیران آژانس‌های گردشگری و متخصصان گردشگری و مدیران شرکت‌های تجاری و مؤسسات رقابتی انجام شد و اثرات توسعه گردشگری ناشی از رویداد جام جهانی کریکت به صورت زیر خلاصه شده‌است:

۱- توجه به فرصت‌های بالقوه گردشگری ورزشی گروهی و توسعه مؤسساتی مربوطه.

- توسعه صنعت، کشاورزی و تغذیه.

- توسعه رویدادهای ورزشی ویژه و فستیوال‌ها.

- توسعه ورزش‌های محلی.

- توسعه رستوران‌ها.

- توسعه حمل و نقل.

- توسعه هتل‌ها و اقامت گاه‌ها.

کیم و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) اثرات جام جهانی فوتبال ۲۰۰۲ را بر کره جنوبی مورد بررسی قرار دارند. آن‌ها این اثرات را به وسیله یک پرسشنامه که قبل و بعد از این رویداد بین ۸۱۹ نفر از ساکنین توزیع گردید، بررسی کردند و اختلاف نظرات بین این دو دوره زمانی را مورد مقایسه قرار داده و سنجیدند برای تجزیه و تحلیل اختلافات نظرات در قبل و بعد از این رویداد از تحلیل واریانس چند طرفه و هم چنین یک طرفه استفاده شده و ثابت گردید که از دیدگاه پاسخ دهندگان اثرات مثبت و منفی این رویداد به قرار زیر است:

اثرات مثبت: تبادلات مثبت فرهنگی

منافع اقتصادی

توسعه منابع ملی و فرهنگی

اثرات منفی: ازدحام، ترافیک و آلودگی

افزایش قیمت‌ها

مشکلات اجتماعی

هزینه‌های ساخت و ساز

نهایتاً عنوان شده است که هر چند منافع اقتصادی از برگزاری این رویداد رضایت مند نبوده، منافع تبادلات مثبت فرهنگی و منافع ملی و توسعه فرهنگی آن رضایت مند بوده است و به طور کلی جام جهانی ۲۰۰۲ یک رویداد موفقیت آمیز و مفید برای کشور کره جنوبی ارزیابی شده است.

تحقیقات انجام شده در رابطه با توسعه گردشگری خصوصاً در خارج از کشور نشان می‌دهد که در سالهای اخیر تحقیقاتی که در خصوص گردشگری ورزشی از دیدگاه‌های مختلف و خصوصاً جهت شناخت استراتژی‌های توسعه انجام گرفته است می‌توان به اهمیت توسعه این حوزه در کشورهای مختلف پی برد. و هم چنین در یک جمع بندی کلی می‌توان به عوامل مهمی که در این پژوهشها برای رشد و توسعه صنعت گردشگری ورزشی در کشورهای مختلف مورد توجه قرار گرفته پی برد که در آنها بر ضرورت مدیریت و برنامه ریزی صحیح تعیین اهداف و استراتژی بازاریابی، انجام تحقیقات و پژوهش‌های منسجم و بنیادی، توسعه زیرساخت‌ها، شناخت پتانسیل‌ها و توسعه آن‌ها، بررسی انگیزش‌ها و آموزش تأکید گردیده است.

<sup>1</sup> -Kim & et al

## روش شناسی پژوهش

به منظور توصیف و بررسی نقش بین توسعه صنعت گردشگری ورزشی در توسعه اجتماعی، زیست محیطی از دیدگاه مدیران آژانسهای مسافرتی و کارشناسان تربیت بدنی از روش تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی استفاده شد و داده های تحقیق به صورت میدانی و با استفاده از پرسشنامه جمع آوری شد. در این تحقیق با استفاده از روش تحلیل واریانس چند متغیره مانوا، t تک متغیره، t هتلینگ، t همبسته و با توجه به اهداف تحقیق، نقش توسعه صنعت گردشگری ورزشی در توسعه مؤلفه های فرهنگی اجتماعی و زیست محیطی توصیف و رابطه بین این متغیرها بررسی شد.

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مدیران دفاتر مسافرتی و کارشناسان تربیت بدنی اداره کل تربیت بدنی و شهرستان ها، اداره کل جهانگردی، سازمان آموزش و پرورش، اداره تربیت بدنی دانشگاه اصفهان، دانشگاه صنعتی و علوم پزشکی، کارشناسان گردشگری اداره کل جهانگردی و میراث فرهنگی استان اصفهان می باشد، که جامعه تحقیق ۲۰۰ نفر در سال ۱۳۸۹ براساس آمار اداره کل گردشگری و میراث فرهنگی و تربیت بدنی استان اصفهان بود و نمونه تحقیق بر اساس روش کای گرجسی و مورگان ۱۳۲ نفر تعیین شد.

روش نمونه گیری: ابزاراندازه گیری این پژوهش، پرسش نامه محقق ساخته می باشد. این پرسش نامه در دو بعد: نقش گردشگری ورزشی در توسعه زیست محیطی، فرهنگی اجتماعی، درست شده است. که هریک ازسؤالات در یک پیوستار ۵ نمره ای بر اساس طیف پاسخگویی لیکرت توسط نمونه ی تحقیق پاسخ داده شده است.

روش تجزیه و تحلیل: جهت سنجش روایی ابزاراندازه گیری این پژوهش از روایی محتوا و صوری استفاده شد. بدین منظور، پرسش نامه به همراه فرم اظهار نظر بین پانزده نفر از متخصصین مدیریت ورزشی و توریسم توزیع شد و از اساتید خواسته شد که شکل ظاهری و میزان هماهنگی و محتوای هریک ازسؤالات را از نظر نگارش، انشاء و مطابقت با اهداف پژوهش، در یک طیف ۵ گزینه ای مشخص کنند و پس از جمع آوری پرسش نامه ها و اعمال اصلاحات پیشنهادی، هماهنگی درونی آن براساس ضریب کندال ۰/۸۹ درصد برآورد گردید.

## یافته‌ها

نتایج تحقیق نشان داد، گردشگری ورزشی در توسعه زیست محیطی با میانگین (۳/۷۸) و  $t$  تک متغیره (۷/۰۶) نقش مستقیم در سطح معنی داری  $p \leq 0/05$  دارد و گردشگری ورزشی در توسعه فرهنگی اجتماعی با میانگین (۳/۴۲ و ۴/۴۰) و  $t$  تک متغیره (۲۰/۴۷) نقش مستقیم در سطح معناداری  $p < 0/05$  دارد. بنابراین گردشگری ورزشی در توسعه فرهنگی اجتماعی، زیست محیطی بیش از سطح متوسط نقش دارد و براساس نتایج جدول توزیع میانگین و انحراف معیار سؤال‌های مربوط به نقش گردشگری ورزشی در توسعه فرهنگی اجتماعی، بیشترین میانگین نمره پاسخ‌ها مربوط به "گردشگری ورزشی می‌تواند تجربه‌ی ارزشمندی برای شناخت فرهنگ جامعه میزبان باشد" با میانگین ۴/۳۹ و کمترین میانگین مربوط به "گردشگری ورزشی باعث توسعه امنیت شهری است" با میانگین ۳/۵۰ بوده است. و براساس نتایج جدول توزیع میانگین و انحراف معیار سؤال‌های مربوط به نقش گردشگری ورزشی در توسعه زیست محیطی بیشترین میانگین نمره پاسخها مربوط به "گردشگری ورزشی باعث توسعه سیستم حمل و نقل شهری می‌شود" با میانگین ۴/۰۶ و کمترین میانگین مربوط به "گردشگری ورزشی باعث افزایش میزان فاضلاب شهری می‌شود" با میانگین ۲/۶۲ بوده است.

سوال اول: تاچه اندازه گردشگری ورزشی در بعد فرهنگی اجتماعی نقش دارد؟

جدول ۱: مقایسه میانگین نمره نقش گردشگری ورزشی در توسعه فرهنگی اجتماعی با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	$t$
فرهنگی اجتماعی	۳/۹۱	/۴۹۴	/۰۴۴	۲۰/۴۷

براساس یافته‌های جدول (۱)  $t$  مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگتر می‌باشد بنابراین گردشگری ورزشی در توسعه فرهنگی اجتماعی بیش از سطح متوسط نقش دارد.

سوال دوم: تاچه اندازه گردشگری ورزشی در توسعه زیست محیطی نقش دارد؟

جدول ۲: مقایسه میانگین نمره نقش گردشگری ورزشی در توسعه زیست محیطی با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t
زیست محیطی	۳/۳۷	/۵۸۸	/۰۵۳	۷/۰۶

براساس یافته های جدول ۲ t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد بزرگتر می باشد بنابراین گردشگری ورزشی در زیست محیطی بیش از سطح متوسط نقش دارد.

نتایج تحقیق نشان داد: گردشگری ورزشی موجب اثرگذاری بر بخش های مختلف زندگی امروزی در سطح خرد و کلان شده است و هم در سطح معناداری  $p \leq 0.05$  در توسعه فرهنگی اجتماعی، زیست محیطی بیش از سطح متوسط نقش دارد.

### بحث و نتیجه گیری

بر اساس نتایج به دست آمده می توان استنباط نمود که گردشگری ورزشی در توسعه فرهنگی اجتماعی، زیست محیطی، نقش مؤثری دارد. چرا که گردشگری ورزشی در توسعه زیست محیطی (توسعه پارک ها و مناطق، توسعه و ساخت پارکینگ ها، توسعه کمی و کیفی جاده ها، توسعه سیستم حمل و نقل (هوایی، زمینی) شهری، ترمیم ساختمان های تاریخی، ترمیم منابع طبیعی) و در توسعه فرهنگی اجتماعی (کاهش بزهکاری در سطح جامعه، رعایت حقوق شهروند، توسعه امنیت شهری، ایجاد گرایش مثبت فرهنگی و شناخت فرهنگ جامعه میزبان، برگزاری نمایشگاه های ورزشی، فرهنگی، هنری در منطقه) نقش مستقیم دارد و نقش گردشگری ورزشی در سطح خطای ۵ درصد در توسعه فرهنگی اجتماعی، زیست محیطی بزرگتر است و نتایج این تحقیق با پژوهش های معین فر (۱۳۸۷)، هنری و همافر (۱۳۸۸)، گراوند (۱۳۸۸)، حاجی زاده (۱۳۸۸)، بلالی و همکاران (۱۳۸۹)، عباسی و همکاران (۱۳۸۹)، مطابقت داشت. بنابراین از آن جایی که یکی از شهرهای مهم در کشور در زمینه گردشگری، شهر اصفهان است که به عنوان یکی از کانون های مهم گردشگری کشور، در خاورمیانه مطرح و از شهرت جهانی برخوردار است و با توجه به ظرفیت هایی (مثل تنوع اقلیمی و آب و هوایی، امکان استفاده از رودخانه و سد، مرسوم بودن بعضی از ورزش های پرتعداد و داشتن ورزش

های سنتی و بومی و محلی) لازم است از این فرصت جهت توسعه گردشگری ورزشی و توسعه منطقه بهره برد. چرا که برگزاری مسابقات ورزشی باعث ایجاد تغییرات اساسی در زیرساختها، سیستم حمل و نقل، تأسیسات و بهبود در وضعیت معابر شهری و سیمای شهری و توسعه امنیت شهری، ایجاد گرایش مثبت فرهنگی و شناخت فرهنگ جامعه میزبان، برگزاری نمایشگاه های ورزشی، فرهنگی، هنری در منطقه می شود و علیرغم این که تأسیسات گسترده و فضا و امکانات و سرمایه های زیادی را می طلبد، بازده اقتصادی و اشتغال زایی و شهرت را برای منطقه به همراه می آورد و منطقه را در مسیر توسعه از نظر فیزیکی، زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی قرار می دهد. نتایج این تحقیق موجب شکل گیری یک چهارچوب و راهکار اولیه برای توسعه گردشگری و توسعه زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی و رابطه بین آنها و افزایش حضور گردشگران و تماشاگران در رویدادهای ورزشی بین المللی به میزبانی اصفهان می شود. به علاوه این پژوهش در پیشبرد و تکمیل مطالعات، یافته ها و تحقیقات صورت گرفته در زمینه رابطه گردشگری ورزشی و توسعه شهری نقش ارزنده ای خواهد داشت، هم چنین از بعد آموزشی و درسی به عنوان موادی برای تدریس بازاریابی و مدیریت گردشگری حائز اهمیت است. یافته های پژوهش حاضر کمک خواهد کرد که برنامه ریزان و سازمان دهندگان مسابقات و رویداد- های ورزشی بین المللی عوامل مؤثر بر جلب تماشاگران و گردشگران را شناخته و برای افزایش تعداد آنها تلاش کنند. به علاوه از نتایج این تحقیق در صنعت گردشگری و آژانس های گردشگری که کار برنامه ریزی و مدیریت فعالیت های گردشگری را به عهده دارند، می توان استفاده کرد. از طرف دیگر شناسایی این عوامل می تواند باعث همکاری سازمان های مؤثر در این امر نظیر سازمان تربیت بدنی، سازمان گردشگری و جهانگردی، شهرداری ها و استانداری ها، کمیته ملی المپیک، فدراسیونهای ورزشی و وزارت امور خارجه در جهت توسعه گردشگری ورزشی گردد.

## The role of sport tourism in socio-environmental development of the city of Isfahan physical education administrators and experts

Bahrame Salehniy, Zahra Keyvani

### Abstract

Sport tourism in socio-environmental development of the city in the presence of facilities involved And according to different potentials can cause the development of regions and other social benefits, provide environmental The objective of this study was to investigate the role of sport tourism in socio-environmental development of the city of administrators and physical education experts of Isfahan. The population of this study consisted of 200 managers and experts in physical education and tourism travel agency established in Isfahan According to the Department of Tourism and Physical Education in 1389 and a sample of 132 was set by tables and Morgan Grjsy The tool measuring variables questionnaire was designed, validated Kendall coefficient was 89%. The research method was descriptive and survey data for this study was descriptive and inferential statistics Manoa research methods using multivariate analysis of variance, t-test, t Hotelling, t-test was used. The results showed that sport tourism in social development with a mean (40/4 and 42/3) and t-test (47/20) and environmentally-friendly development with a mean (78/3 and 78/2) and t-test (06 / 7) role and was involved at the level of 5% over the average level.

**Keywords:** sport tourism, social development, environmental development, managers, experts

---

1 Faculty member, Islamic Azad University Branch, Department of Physical Education  
Tehran, Iran

2. PhD student Islamic Azad University, Science and Research, Tehran, Iran.



## منابع

## فارسی

- الوانی م، دهدشتی ز (۱۳۷۲). **اصول و مبانی جهانگردی**. تهران: انتشارات معاونت اقتصادی و برنامه ریزی مستضعفان و جانبازان
- افصح حسینی، ف. (۱۳۸۵). **ورزش، شهر، توریسم**. ارائه شده به صورت سخنرانی در اولین همایش ملی شهرو ورزش. تهران.
- بلالی م، معین فر م، حامدنی، م. (۱۳۸۹). **بررسی دیدگاه مدیران و کارشناسان در مورد توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان خراسان رضوی**. ارائه شده به صورت پوستر در همایش ملی مدیریت تربیت بدنی. قایم شهر، دانشگاه آزاد قایم شهر، ۲۱ دی ماه، ص ۸۷.
- حاجی زاده ع و همکاران. (۱۳۸۸) **تاثیرات گردشگری تجاری بر توسعه فضایی مناطق شهری**. پژوهش های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۰، زمستان . ص ۱۰۹ - ۹۱.
- عباسی ا، معین فر م و خیبری، م. (۱۳۸۹). **بررسی عنصر محصول از عناصر آمیخته بازاریابی در صنعت گردشگری ورزشی ایران**. ارائه شده به صورت پوستر در همایش ملی مدیریت تربیت بدنی . قایم شهر، دانشگاه آزاد قایم شهر، ۲۱ دی ماه، ص ۱۳۷.
- قیاسی‌راد، ا و همکاران (۱۳۸۷). **رابطه‌ی دیدگاه مدیران ورزشی و مدیران ورزشی کشور و عوامل گردشگری ورزشی در ایران**. فصلنامه المپیک شماره شانزدهم.
- محرم زاده، م. (۱۳۸۴). **بررسی شیوه های بازاریابی ورزشی دانشگاهی**. فرصت‌های مطالعاتی، گروه تربیت بدنی دانشگاه ارومیه، محل اجرا، دانشگاه های حاج تپه و قاضی ترکیه.
- مراسلی، ع. (۱۳۷۴). **تخمین توابع عرضه و تقاضای توریسم خارجی در ایران**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- معین فر، م. (۱۳۸۷). **وضعیت گردشگری ورزشی در ایران و ارائه الگوی توسعه آن**، رساله‌ی دکتری، دانشگاه تربیت معلم تهران.
- هنرور، ا. (۱۳۸۳). **عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست اندرکاران**

ورزشی و مدیران گردشگری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران.

- هنرور ا، و غفوری، ف. (۱۳۸۲). اثرات اقتصادی ورزش در چند کشور منتخب. ارائه شده به صورت در چهارمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی. دانشگاه تهران، ۲۸ - ۳۰ بهمن ۱۳۸۲.
- همافر، ف و هنری، ح. (۱۳۸۸). نقش گردشگری ورزشی در اشتغال زایی و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذی نفعان، سومین کنگره ملی مدیریت ورزشی. شهرکرد. صفحه ۷۴ و ۷۵.
- گراوند، ن. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان لرستان با تأکید بر جاذبه های طبیعی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.

#### انگلیسی

- Braz J I.( 2002) Sport for all moves people around the global: New perspective for tourism *Journal of Asiana Sport for All*, 1: 47 – 52.
- Kim N L, Chalip L.( 2003) .Why travel to the FIFA word cup? Effects of motives, background, interest and constraints” *tourism management*,1:3-14
- Kim N L, Chalip L.( 2003) “Why travel to the FIFA word cup? Effects of motives, background, interest and constraints” *tourism management*, pp۳-14
- Kim H j, Gursoy D, Lee S B.( 200)The impact of the 2002 world cup on South Korea: Comparisons of pre-and post - games. *Tourism management*, 27:86-96.
- Kurtzman, J. Zauhar, J.( 2005). Sport Tourism Consumer Motivation. *Journal of Sport Tourism* 101,21 – 23.
- Kurtzman J, Zauhar J.( 2005).The Emerging Profession - Sport Tourism Management. *Journal of Sport Tourism* 101 ,3 - 14.

- Deery, M., Jago L. (2004). Sport tourism or event tourism: Are they one and the same? *Journal of sport tourism*,93: 235 – 245.
- Deery M, Jago L.( 2005). The management of sport tourism. *Sport in Society*,8: 378 – 389.
- Deery M, Jago L. (2006) .The management of sport tourism in Heather Gibson ED, sport tourism : concepts and theories, Routhedye Taylor & Francis Group
- Tyson, B., Carolyn, H., David, T., Leslie, Ann. J., Michelle, T. (2005). West indies world cup cricket .Hallmark events as catalysts for community tourism development. *Journal Of sport tourism*,104:323-334
- Yamaguchi Y. (2005). Sport tourism, Sport volunteer and sport for all'. *journal of Asian for all*, 1:29-39
- Groves D, Obnour W, Lengfelder J. 2003.Colas and globalization: Models for sport and event management. *Journal of Sport Tourism*, 92: 127 – 140.
- Youn T L.( 2003).Conference on sport and tourism. *Journal of sport tourism*, 82:75 – 93.