

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده صنایع و مدیریت

گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی

بررسی اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان (مطالعه ی موردی دانشگاه بیرجند  
میزبان یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور)

دانشجو: فریده تقی پور جهرمی

استاد راهنما:

دکتر رضا اندام

استاد مشاور:

دکتر رحیمه مهدی زاده

پایان نامه ارشد جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

شهریور ۱۳۹۲



دانشگاه صنعتی شاهرود

مدیریت تحصیلات تکمیلی

فرم شماره (۶)

شماره :

تاریخ :

ویرایش:

بسمه تعالی

### فرم صورتجلسه دفاع پایان نامه تحصیلی دوره کارشناسی ارشد

با تأییدات خداوند متعال و با استعانت از حضرت ولی عصر ( عج ) جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد خانم فریده تقی پور جهرمی رشته تربیت بدنی گرایش مدیریت ورزشی تحت عنوان : بررسی اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان (مطالعه ی موردی دانشگاه بیرجند میزبان یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور) که در تاریخ ۹۲/۶/۲۵ با حضور هیأت محترم داوران در دانشگاه صنعتی شاهرود برگزار گردید به شرح زیر است :

قبول ( با درجه : ..... امتیاز ..... )  دفاع مجدد  مردود

۲- بسیار خوب ( ۱۸ - ۱۸/۹۹ )

۱- عالی ( ۱۹ - ۲۰ )

۴- قابل قبول ( ۱۴ - ۱۵/۹۹ )

۳- خوب ( ۱۶ - ۱۷/۹۹ )

۵- نمره کمتر از ۱۴ غیر قابل قبول

امضاء	مرتبه علمی	نام و نام خانوادگی	عضو هیأت داوران
			۱- استاد راهنما
			۲- استاد مشاور
			۳- نماینده شورای تحصیلات تکمیلی
			۴- استاد ممتحن
			۵- استاد ممتحن

با احترام تقدیم به:

پدرم، اول اسادم، که همواره چتر محبتش بر سرم است

بزرگواری که الفبای زندگی را از او آموختم

مادرم، بلندتکیه گاهم، که دامن پر مهرش یگانه پناهم است

مهربانی که عشق ورزیدن را از او آموختم

و تقدیم به

همسر مهربانم، که الگوی صبر، مهربانی و گذشت است و در تمام طول تحصیل همراه و همگام من بوده است؛

به استادان فرزانه و فریخته‌ای که در راه کسب علم و معرفت مرایاری نمودند.

## تقدیر و تشکر:

پس از سپاس این دو منان، بر خود لازم می دانم از تمامی عزیزانی که در مسیر آموزش به اینجانب تلاش نمودند، قدر دانی نمایم.

از محبت های اساتید محترم گروه مدیریت دانشگاه صنعتی شاهرود به ویژه اساتید راهنما و مشاور، آقای دکتر رضا اندام و خانم دکتر رحیمه مهدی زاده که در همه مراحل انجام پایان نامه با ارائه راهنمایی های ارزنده می خود، مرایاری نمودند سپاسگزاری می نمایم.

همچنین از اساتید ناظر ارجمند آقای دکتر حسن بحر العلوم و دکتر علی یونسیان که زحمات مطالعه و داوری پایان نامه را به عهده داشتند تشکر می نمایم.

در پایان نیز از همسر و دوستان عزیز می که در طی این سال ها مشوق و همراهم بودند قدر دانی می کنم.

## چکیده:

ورزش و فعالیت های ورزشی به عنوان یک نیاز برای حفظ سلامتی، شادابی و افزایش نیروی حیات و ارتقاء سلامت روحی و روانی جامعه همواره در تمامی جوامع بشری مورد توجه و دارای اهمیت ویژه ای بوده است. یکی از اشکال فعالیت ورزشی، برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی است که امروزه به دلیل منافع فراوانی که در زمینه های مختلف دارد، برای تمامی کشورها اهمیت فراوانی پیدا کرده است. بسیاری از کشورها یا شهرها، متقاضی برگزاری رویدادهای ورزشی هستند و به این دلیل حداکثر تلاش خود را انجام می دهند تا بتوانند میزبانی آن را بر عهده بگیرند. هدف از انجام این تحقیق بررسی اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان با روش تحلیل عاملی اکتشافی است. روش تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر تمامی دست اندرکاران برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی کشور سراسر کشور (۳۵۳ نفر) تشکیل می دادند که بر اساس روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای تعداد ۱۸۶ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسش نامه محقق ساخته ای بود که روایی صوری و محتوایی آن توسط گروهی از صاحب نظران بررسی و تأیید شد. برای محاسبه پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ استفاده شد ( $\alpha=0/94$ ). برای تجزیه و تحلیل داده ها، از روش تحلیل عاملی با چرخش متعامد استفاده شد. بر اساس تحلیل عاملی، شش عامل توسعه زیرساخت و مدیریت، اقتصادی، سرمایه اجتماعی، توسعه و ارتقاء، همدلی و رفاقت و توسعه فرهنگی به عنوان مؤلفه های مؤثر در برگزاری رویداد ورزشی شناسایی شدند. در مقیاس پنج ارزشی لیکرت، میزان اهمیت عامل ها از دیدگاه آزمودنی ها بررسی شد. بر این اساس "میزبانی زمینه ای برای نوسازی و بهسازی اماکن ورزشی در جامعه میزبان فراهم می آورد" با میانگین و انحراف معیار ( $4/26 \pm 0/65$ ) با اهمیت ترین آیتم و "رویدادها غرور و افتخار را برای جامعه میزبان به ارمغان می آورد" با میانگین و انحراف معیار ( $3/47 \pm 1/02$ ) به عنوان کم اهمیت ترین متغیر انتخاب شد.

نتایج تحقیق نشان می دهد، عامل توسعه زیر ساخت و مدیریت مهمترین اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان است، لذا مدیران برگزارکننده رویدادهای ورزشی با گرفتن حق میزبانی مسابقات می توانند بسیاری از مسائل و مشکلات؛ از جمله کاستی های مربوط به بخش زیر ساختی و مدیریتی حوزه خود را مرتفع نمایند.

**واژگان کلیدی:** توسعه زیر ساخت و مدیریت، تحلیل عاملی، ورزش دانشگاهی

فصل اول: طرح تحقیق

۲	۱-۱. مقدمه .....
۴	۲-۱. بیان مسأله .....
۹	۳-۱. اهمیت و ضرورت تحقیق .....
۱۰	۴-۱. اهداف تحقیق .....
۱۰	۱-۴-۱. هدف کلی .....
۱۰	۲-۴-۱. اهداف ویژه .....
۱۱	۵-۱. فرضیه و سؤالات تحقیق .....
۱۱	۶-۱. محدودیت های تحقیق .....
۱۲	۷-۱. پیش فرض های پژوهش .....
۱۲	۸-۱. تعریف واژه ها و اصطلاحات تحقیق .....

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱۵	۱-۲. مقدمه .....
۱۵	۲-۲. مبانی نظری .....
۱۵	۱-۲-۲. رویداد .....
۱۵	۱-۱-۲-۲. تعریف رویداد .....
۱۷	۲-۱-۲-۲. ویژگی های رویداد .....
۱۹	۳-۱-۲-۲. انواع رویدادها .....
۲۱	۱-۳-۱-۲-۲. رویدادهای خاص (ویژه) .....
۲۲	۲-۳-۱-۲-۲. رویدادهای هال مارک .....

۲۲	..... رویدادهای مگا(بزرگ) ۳-۳-۱-۲-۲
۲۵	..... رویدادهای ورزشی ۲-۲-۲
۲۶	..... تعریف رویدادهای ورزشی ۱-۲-۲-۲
۲۸	..... خصوصیات رویدادهای ورزشی ۲-۲-۲-۲
۲۹	..... انواع رویدادهای ورزشی ۳-۲-۲-۲
۳۳	..... انواع رویدادهای ورزشی از نظر گستردگی ۱-۳-۲-۲-۲
۳۳	..... رویدادهای متحرک که بر اساس ماهیت تماشاگران تعریف می شوند ۱-۱-۳-۲-۲-۲
۳۳	..... رویدادهای ثابت که بر اساس ماهیت تماشاگران تعریف می شوند ۲-۱-۳-۲-۲-۲
۳۴	..... رویدادهایی که بر اساس ماهیت تماشاگران و رقبا تعریف می شوند ۳-۱-۳-۲-۲-۲
۳۴	..... رویدادهایی که بر اساس ماهیت شرکت کنندگان تعریف می شوند ۴-۱-۳-۲-۲-۲
۳۴	..... اهمیت برگزاری رویدادهای ورزشی ۳-۲-۲
۳۶	..... اهمیت فرایند برنامه ریزی در اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی ۴-۲-۲
۳۶	..... چه مواردی باید در برنامه ریزی مد نظر قرار گیرد ۱-۴-۲-۲
۳۷	..... مراحل برنامه ریزی رویدادهای ورزشی ۲-۴-۲-۲
۳۷	..... بهترین زمان اجرای رویداد چه موقعی است ۱-۲-۴-۲-۲
۳۸	..... مکان برگزاری رویداد باید چه ویژگی هایی داشته باشند ۲-۲-۴-۲-۲
۳۸	..... بهترین ایده یا مفهومی که برای اهداف رویداد استفاده می شود چه چیزی هستند ۳-۲-۴-۲-۲
۳۹	..... اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر وضعیت عمومی جامعه ۵-۲-۲
۴۰	..... تأثیرات اقتصادی برگزاری رویدادهای ورزشی ۱-۵-۲-۲
۴۱	..... تأثیرات اجتماعی برگزاری رویدادهای ورزشی ۲-۵-۲-۲
۴۲	..... تأثیرات فرهنگی برگزاری رویدادهای ورزشی ۳-۵-۲-۲
۴۳	..... تأثیرات زیست محیطی برگزاری رویدادهای ورزشی ۴-۵-۲-۲



۴۴	۳-۲. پیشینه تحقیق .....
۴۴	۱-۳-۲. تحقیقات در زمینه اثرات رویدادهای ورزشی .....
۵۷	۲-۳-۲. تحقیقات در زمینه ورزش دانشگاهی .....
۶۰	۴-۲. جمع بندی .....

### فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۶۳	۱-۳. مقدمه .....
۶۳	۲-۳. روش تحقیق .....
۶۴	۳-۳. جامعه و نمونه های تحقیق .....
۶۴	۴-۳. ابزار تحقیق .....
۶۵	۵-۳. روش جمع آوری اطلاعات .....
۶۵	۶-۳. روش تجزیه و تحلیل داده های تحقیق .....
۶۶	۷-۳. تحلیل عاملی، روشی برای تأیید روایی سؤالات پرسشنامه .....

### فصل چهارم: یافته های پژوهش

۶۸	۱-۴. مقدمه .....
۶۸	۲-۴. آمار توصیفی .....
۶۸	۱-۲-۴. توصیف ویژگی های جمعیت شناختی آزمودنی ها .....
۶۹	۳-۴. آمار استنباطی .....
۶۹	۱-۳-۴. آزمون تحلیل عاملی تست بارتلت و KMO پرسشنامه .....
۷۰	۲-۳-۴. شناسایی گویه های پرسشنامه بر اساس تحلیل عاملی .....
۷۳	۳-۳-۴. تحلیل عاملی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان .....
۷۴	۱-۳-۳-۴. عامل توسعه زیرساخت و مدیریت .....
۷۵	۲-۳-۳-۴. عامل توسعه اقتصادی .....

## فهرست مطالب

۷۶	..... عامل توسعه سرمایه اجتماعی
۷۷	..... عامل توسعه و ارتقاء
۷۸	..... عامل همدلی و رفاقت
۷۹	..... عامل توسعه فرهنگی
۷۹	..... گویه های خارج شده از تحلیل عاملی
۸۰	..... میزان اهمیت گویه ها
۸۱	..... پایایی عوامل اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان
۸۲	..... آزمون کالموگروف اسمیرنوف
۸۳	..... اولویت بندی عوامل اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی
۸۴	..... همبستگی عوامل

### فصل پنجم: خلاصه، بحث و نتیجه گیری و پیشنهادات

۸۷	..... ۱-۵. مقدمه
۸۷	..... ۲-۵. خلاصه پژوهش
۹۲	..... ۳-۵. بحث و نتیجه گیری
۹۸	..... ۴-۵. پیشنهادات

### فهرست اشکال و جداول

۲۰	..... شکل (۱-۲)، انواع رویدادها از دیدگاه جاگو و شاو
۲۴	..... جدول (۱-۲)، انواع رویدادها
۳۰	..... جدول (۲-۲)، انواع رویدادهای ورزشی
۶۹	..... جدول (۱-۴)، ویژگی جمعیت شناختی آزمودنی ها
۷۰	..... جدول (۲-۴)، نتایج آزمون تحلیل عاملی تست بارتلت و KMO پرسشنامه ...

## فهرست مطالب

---

- جدول (۳-۴)، تحلیل عاملی مؤلفه های اصلی ..... ۷۱
- جدول (۴-۴)، عامل توسعه زیرساخت و مدیریت به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن ..... ۷۴
- جدول (۵-۴)، عامل توسعه اقتصادی به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن ..... ۷۵
- جدول (۶-۴)، عامل توسعه سرمایه اجتماعی به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن ..... ۷۶
- جدول (۷-۴)، عامل توسعه و ارتقاء به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن ..... ۷۷
- جدول (۸-۴)، عامل همدلی و رفاقت به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن ..... ۷۸
- جدول (۹-۴)، عامل توسعه فرهنگی به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن ..... ۷۹
- جدول (۱۰-۴)، فهرست سؤالات خارج شده از تحلیل عاملی ..... ۸۰
- جدول (۱۱-۴)، فهرست با اهمیت ترین و کم اهمیت ترین اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی ..... ۸۱
- جدول (۱۲-۴)، پایایی عوامل اکتشافی ..... ۸۲
- جدول (۱۳-۴)، نتایج آزمون K-S در ارتباط با نرمال بودن توزیع متغیرهای اصلی تحقیق ..... ۸۲
- جدول (۱۴-۴)، نتایج آزمون فریدمن برای رتبه بندی مؤلفه ها ..... ۸۳
- جدول (۱۵-۴)، نتیجه آزمون فریدمن ..... ۸۴
- جدول (۱۶-۴)، ماتریس ضریب همبستگی اسپیرمن ..... ۸۵



# فصل اول

طرح پژوهش

تحولات صنعتی و ماشینی شدن زندگی انسان ها سبب گردیده است که افراد همواره در تکاپوی کار و تلاش و در مسیر خانه و محل کار ایام خود را بگذارانند و بیشتر اوقات زندگیشان، صرف درگیری جسمی و فکری با مسائل و مشکلات اقتصادی و عوامل و عوارض ناشی از آن سپری شود. تردیدی نیست که انسان ها با داشتن چنین شرایط غیرطبیعی نیازمند اقدامات، برنامه ها و فعالیت هایی هستند که بتواند در حفظ و متعادل ساختن شرایط طبیعی، فیزیکی، روحی و روانی آنها مؤثر بوده و تا حدودی از فشارهای ناشی از سبک های زندگی نوین بکاهد. بسیاری به این عقیده اند؛ ورزش گزینه بسیار مفیدی است که می تواند تا حدودی از آثار و عوارض سوء سبک های نوین زندگی بکاهد. فشارهای روحی و روانی ناشی از کار و تلاش زندگی را کنترل نماید و بر توسعه و حفظ سلامتی و تندرستی افراد تأثیر مثبت بگذارد [۱]. یکی از ابعاد برنامه های ورزشی به غیر از انجام فعالیت های ورزشی که به طور مستقیم مردم انجام می دهند مشارکت در رویدادهای ورزشی است [۲]. مشارکت در رویداد ورزشی به طور مستقیم و غیر مستقیم به عنوان بخش جدایی ناپذیر از ورزش و گردشگری برای ادامه فعالیت ها بسیار حیاتی است [۳]. همچنین فرصت هایی را برای مردم فراهم می آورند که با یکدیگر معاشرت و تفریح نمایند و به توسعه ارتباط دوستی و شبکه های ارتباطی کمک می کند [۴، ۵]. شرکت در این گونه فعالیت های اجتماعی- فرهنگی افزون بر پدید آوردن فرصت حضور در محیط پرنشاط و سالم، زمینه تشویق و ترغیب افراد را به انجام فعالیت های ورزشی فراهم می آورد؛ علاوه بر این حضور در رویدادهای ورزشی همان گونه که ملینک<sup>۱</sup> (۱۹۹۳) در تحقیقات خود به آن اشاره کرد، در بسیاری از موارد به طور فزاینده ای در زمینه فرایند اجتماعی شدن افراد، مهم و با اهمیت است [۶]. برگزاری رویداد ورزشی موقعیتی فراهم می آورد که در آن تعدادی ورزشکار یا گروه های ورزشی به دلایل مختلفی که ممکن است بیشتر از علاقه ی پرداختن به

ورزش باشد؛ به منظور دستیابی به هدف مشخص، در آن شرکت یا در برگزاری آن مشارکت کنند و تعداد زیادی تماشاگر به تماشای آن ها بپردازند [۷]. همچنین باید توجه داشت که در حین برگزاری یک رویداد ورزشی در کنار افراد فعال و غیر فعال، عده ای مانند مربیان، سرپرستان، فیزیوتراپ ها، مسئولان اجرایی، حمایت کنندگان مالی و نمایندگان رسانه های گروهی وظیفه حمایت از ورزشکاران و یا برگزاری رویداد را به عهده دارند. برگزاری رویدادهای ورزشی روند بسیار مشکل و پیچیده ای دارد؛ این روند حتی قبل از پذیرفته شدن به عنوان میزبان برگزاری، شروع می شود. به دلیل اینکه امروزه برای برگزاری رویدادهای ورزشی به ویژه رویدادهای بزرگ ورزشی، شهرها و کشورهای زیادی متقاضی هستند؛ ضروری است که هریک از متقاضیان به صورت منسجم و منطقی و نیز با در نظر گرفتن تمامی جوانب امر، روند نامزدی و در صورت پذیرفته شدن، روند برگزاری را برنامه ریزی، سازماندهی و اجرا کنند تا قادر باشند به اهداف مورد نظر در برگزاری رویداد ورزشی دست پیدا کرده و از بروز مشکلات احتمالی تا حد امکان جلوگیری کنند [۸]. برای برگزاری رویداد ورزشی تأسیسات و امکانات ورزشی ساخته می شود؛ بدین ترتیب نه تنها یک شهر از مواهب بزرگ برخوردار شده، بلکه یک کشور خود را به بهترین وجه معرفی می کند و همچنین انگیزه ای برای رشد و توسعه در همه امور فرهنگی جامعه به وجود می - آید [۹]. رویدادهای بزرگ ورزشی به دلیل آنکه یک پوشش رسانه ای گسترده ای را جذب می کنند و نتایج قابل توجهی برای شهر یا کشور میزبان بر جا می گذارند؛ در سال های اخیر، ارزش و اهمیت بسیاری پیدا کرده اند؛ این ارزش و اهمیت از یک طرف از فواصل کم بین رویدادها و از سوی دیگر رقابت های شدید بین شهرها یا کشورهای متقاضی میزبانی مشاهده می شود [۱۰]. همچنین از زمانی که رویدادهای ورزشی به عنوان یک ابزار انسجام اجتماعی، ملی و سیاست عمومی به رسمیت شناخته شده است، ماهیت رقابتی چنین رویدادهایی پررنگ تر شده است و مسئولان، شایستگی در کسب امتیاز میزبانی برای برگزاری موفق رویداد را جشن می گیرند [۱۱]. تا چندی پیش برگزاری رویدادهای ورزشی برای شهر و کشور برگزارکننده، بار مالی فراوانی داشت و شهر میزبان تنها به دلایل ورزشی آن را برگزار می کرد، اما امروزه شهرهای زیادی در سراسر جهان متقاضی

برگزاری این بازی ها هستند. زیرا از طرفی، برگزاری رویدادهای ورزشی، فرصت ارزشمندی برای کشورهای میزبان و جوامع محلی جهت رشد اقتصاد محلی، بهبود سرگرمی های ورزش محلی، بازشناسی نام تجاری و افزایش اعتماد به نفس جوامع فراهم می آورد و از طرف دیگر، تعداد زیادی بازدیدکنندگان، بازیکنان، تماشاگران و رسانه ها در رویدادهای بزرگ درگیر می شوند و زمینه کسب درآمد از گردشگران و توسعه اجتماعی و فرهنگی، سیاسی، زیست محیطی، گردشگری و ... را فراهم می آورد [۱۲]. امروزه برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی انتظارات زیادی از برگزاری دارند و این انتظارات تنها هنگامی برآورده خواهند شد که همکاری تنگاتنگ و مطلوبی بین دست اندرکاران برگزاری وجود داشته باشد و به تمامی جنبه ها توجه کافی، مبدول شود. از طرفی، برگزاری رویدادهای ورزشی باید با برنامه ریزی صحیح، سازماندهی، رهبری و هدایت مناسب، کنترل و ارزیابی دقیق، تدوین قانون ها و آیین نامه ها مدیریت شوند، از طرف دیگر، کسب منافع اقتصادی نباید برای برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی تنها هدف باشد، بلکه ضروری است به سایر جنبه های دیگر نیز توجه کافی شود. این پژوهش درصدد است تا اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان را مورد بررسی قرار دهد.

## ۱-۲. بیان مسأله

مدیریت رویداد نسبت به رشته های علوم اجتماعی یک رشته جدید است؛ تحقیقات علمی در زمینه مدیریت رویداد از حدود ۱۵ سال پیش آغاز شده است [۱۳]. هنوز پایگاه عظیمی از تحقیقات در این زمینه وجود ندارند [۱۴]. رویدادها بخش مهمی از فرهنگ و جامعه امروزی هستند و سالانه بر تعداد آنها افزوده می شود و این امر برای رویدادهای ورزشی نیز صادق است [۱۵]. رویدادها امکان شرکت افراد را به صورت فعال و غیر فعال فراهم کرده و زمینه همگرایی، کسب تجربه، شور شعف را به وجود می آورند [۱۶]. رویدادها با اهداف مختلفی ایجاد می شوند؛ از یک سو همواره تمایل دارند تا عملکرد فردی و تیمی جامعه را ارتقا دهند، از سوی دیگر یک رشته ورزشی را به گونه ای به نمایش می گذارند که موجبات تشویق عموم افراد برای شرکت در آن فراهم می - آورد [۱۷]. مطالعات نشان می دهد که طیف وسیعی از رویدادها که هر یک نیازهای جوامع محلی را برآورده می -

کنند از نظر اندازه، محتوا و اثرات بسیار متفاوت هستند [۱۸]. محققان اشاره کردند که یکی از انواع رویدادهایی که نتایج قابل توجهی برای شهر، منطقه یا کشور میزبانی که در آن برگزار می شوند، بر جا می گذارند رویدادهای بزرگ ورزشی نام دارند [۱۱]. رویدادهای ورزشی نقش مهمی را در جوامع امروزی بر عهده دارند. اشמיד<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) در کتاب "گرایش به سمت رویداد"<sup>۲</sup> تغییر شکل و نوع ارتباطات، اجتماع و همچنین بازار را ذکر می کند و در ادامه به تغییر و افزایش در اوقات فراغت در جامعه اشاره می کند؛ در این بین رویدادهای ورزشی به عنوان واسطه ای برای ارتقای کیفیت زندگی آحاد جامعه ایفای نقش کرده و می تواند در سطح زندگی مصرف کنندگان ورزشی رویدادها، تأثیرگذار باشد [۱۹]. همه ساله تعداد زیادی از سازمانها، شهرها و کشورها برای میزبانی رویدادهای ورزشی اعلام آمادگی می کنند؛ اگرچه تنها تعداد کمی رویداد وجود دارد، ولی همین تعداد کم می تواند برای میزبان فواید گسترده ای را به دنبال داشته باشد؛ در نتیجه رقابت برای گرفتن حق میزبانی رویداد ورزشی افزایش پیدا کرده است [۲۰]. جونز<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) بعد اقتصادی برگزاری رویدادها را عاملی برای مشتاق نمودن افراد، سازمانها و کشورها جهت گرفتن حق میزبانی مسابقات و رویدادهای ورزشی دانست [۲۱]. برخی محققان علت این حقیقت (در نظر گرفتن بعد اقتصادی رویدادهای ورزشی) را این طور بیان کرده اند که ارزیابی اثرات اقتصادی نسبت به اثرات فرهنگی و اجتماعی ساده تر و ملموس تر می باشد [۳، ۱۸]. برخی دیگر اشاره کردند که نتایج اقتصادی ابزار مفیدی برای برگزارکنندگان و سیاستمداران نسبت به اثرات دیگر می باشد [۲۲]. محققان دیگری معتقدند که برای جلوگیری از جلب توجه به تأثیرات فرهنگی و اجتماعی منفی باید نتایج تأثیر اقتصادی حاصل از رویدادهای ورزشی را بیان نمود [۲۳]. تورکو<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) رقابت شدید بین جوامع برگزارکننده برای کسب امتیاز میزبانی رویدادهای ورزشی را علاوه بر تأثیر اقتصادی رویدادها، تأثیر فیزیکی ناشی از ساخت مکانهای جدید و یا بازسازی آنها معرفی می کند [۲۴]. محققان دیگر افزایش رقابت های بین المللی برای کسب

- 
1. Schmid
  2. Trend zum Event
  3. Jones
  4. Turco



امتیاز میزبانی رویدادهای ورزشی را بیانگر این دانستند که کشورهای میزبان، ارزش رویدادهای ورزشی را به عنوان محرک توسعه اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی ملی و منطقه ای درک کرده اند [۲۵، ۲۶، ۲۷]. برخی محققان معتقدند که منافع اقتصادی به دلیل ایجاد اشتغال جدید و جذب بیشتر سرمایه گذاران و بازدیدکنندگان به شهر یا منطقه برگزار کننده رویداد ورزشی ایجاد می شود [۲۸]. بنا به اظهارات بالگو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) تعداد زیادی از بازدیدکنندگان، بازیکنان، تماشاگران و رسانه ها در رویدادهای بزرگ درگیر می شوند و هم چنین تعداد زیادی گردشگر به جامعه برگزارکننده رویداد می آیند به همین دلیل مسابقات ورزشی اثرات مثبت قابل توجهی بر اقتصاد دارد [۱۲]. این سهم اقتصادی ممکن است در طول مدت برگزاری رویداد افزایش یابد؛ ولی نقش خود را در یک دوره ی کوتاه مدت از دست می دهد؛ به عنوان مثال، صنعت ملی استرالیا از نظر ساخت و ساز، ارتباطات، مسکن و خدمات تفریحی در بازی های المپیک ۲۰۰۰ سیدنی به اوج خود رسید ولی بعد از اتمام بازی ها به سطح قبل از پیشنهاد میزبانی رسید [۲۹]. عده ای دیگر از محققان اشاره کردند اگرچه تعداد گردشگران رویدادهای ورزشی، کسب و کار نامحدودی را برای جوامع محلی ایجاد می کند، هم چنین چندین مشکلات اجتماعی مانند تراکم ترافیک، افزایش جرم و جنایت و اختلافات فرهنگی بین ساکنان محلی و بازدیدکنندگان هم به وجود می آورد [۲۴]. جونز (۲۰۰۱) بیان کرد منافی نیز وجود دارد که اگرچه از لحاظ کمی دارای ارزشی اندک هستند ولی در دراز مدت ارزش برجسته تری خواهند داشت مانند منافی که بر نسل جدید، میراث ورزشی، فرهنگی، اجتماعی، زیست محیطی، گردشگری و توسعه رشته های ورزشی اثرگذار می باشند [۲۱]. مدیریت و اجرای رویدادها منجر به ایجاد انواع متفاوتی از اثرات مستقیم و غیر مستقیم بر محل برگزاری می شود که پیوس<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) این اثرات را به دو میراث مثبت و منفی دسته بندی کرد [۹]. آلن و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) اثرات رویدادها را اثرات اجتماعی و فرهنگی، سیاسی، زیست محیطی

- 
1. Balogu et al
  2. Preuss
  3. Allen et al

وگردشگری و اثرات اقتصادی نامیدند [۱۴]. اسپیلینگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) اثرات بلند مدت اصلی و احتمالی رویداد را در چهار گروه طبقه بندی کرد: آگاهی خلق شده بین المللی، افزایش فعالیت اقتصادی، توسعه امکانات و زیر بناها و افزایش فرصت های اجتماعی و فرهنگی [۳۰]. هال<sup>۲</sup> (۱۹۹۲) و ریتچی<sup>۳</sup> (۱۹۸۴) اثرات رویدادهای ورزشی را شش بعد اقتصادی، گردشگری- تجاری، فیزیکی، فرهنگی- اجتماعی، روانشناسی و سیاسی دانستند [۳۱، ۳۲]. بررسی مطالعات در زمینه اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان نشان می دهد که محققان اثرات رویدادهای ورزشی را چند عامل ذکر کردند و به عامل یا عوامل واحدی نرسیده اند. با توجه به اینکه پرداختن به ورزش و شرکت در رویدادهای بزرگ ورزشی، اثرات مفید فنی، روانی و اجتماعی برای دانشجویان و ثمرات اقتصادی، تبلیغی و تجربی برای برگزارکنندگان و در نهایت فواید زیادی در توسعه تأسیسات و امکانات ورزشی و تأمین و جذب اعتبار مالی بیشتر برای بخش ورزش دانشگاه ها در بر دارد و همچنین با وجود برگزاری هر دو سال یک بار رویدادهای ورزشی در قالب «المپیاد ورزشی دانشجویان» در دانشگاه ها، تحقیقات محدودی روی جنبه های مختلف آن صورت گرفته و اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در هر دوره آمارهای مختصری را تهیه نموده که بیشتر جنبه ی گزارشات اداری داشته اند تا تحلیل های علمی و پژوهش هایی که در ایران روی ورزش دانشگاهی صورت گرفته بیشتر بر کاربرد ورزش در اوقات فراغت و برای فعالیت های تفریحی استوار بوده اند [۳۳]. بنابراین تحقیق حاضر سعی دارد تا با شناسایی اثرات رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان، تعداد متغیرهای تبیین کننده ی این اثرات و هم چنین مهمترین آنها را در یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی کشور که در دانشگاه بیرجند برگزار شد، مشخص نماید.

- 
1. Spilling
  2. Hall
  3. Ritchie

لذا سوالات اصلی محقق این است که:

چه متغیرهایی تبیین کننده عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان هستند؟

چه متغیرهایی مهمترین عوامل اثرات برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی کشور در دانشگاه بیرجند هستند؟

### ۱-۳. اهمیت و ضرورت تحقیق

صنعت رویداد رشد سریعی در طول سه دهه گذشته داشته و به مزایای بالقوه اقتصادی، اجتماعی و بازسازی فیزیکی تبدیل و به رسمیت شناخته شده است [۳۴]. به طور سنتی، رویداد به عنوان بخشی از صنعت مهمان-نوازی، گردشگری، اوقات فراغت، تفریح و سرگرمی بوده است اما در حال حاضر آنها به عنوان صنعت جداگانه در نظر گرفته شده اند [۳۵]. رویدادها فرصتی برای افراد فراهم می آورند که با یکدیگر تعامل داشته و احساس تعلق و انسجام اجتماعی را تقویت نمایند [۳۶]. رویدادها به واسطه بهره مند بودن از عنصر «توسعه و ترویج مقصد توریستی و اثرات بر جامعه میزبان» به یک موضوع قابل توجه تبدیل شده اند [۳۷]. هر ساله صدها رویداد بزرگ در سراسر جهان سازماندهی و اجرا می شوند که آنها بر رسانه ها، اقتصاد محلی و منطقه ای، صنعت گردشگری و جامعه تأثیر می گذارند [۳۸]. میزبانی مسابقات و مشارکت در رویدادهای ورزشی از جمله عواملی هستند که بر جامعه میزبان تأثیراتی از جمله «افزایش بودجه، افزایش علاقه مندی به ورزش، تأثیر مثبت بر تعامل اجتماعی، بهبود کیفیت زندگی مردم و تأثیر مثبت بر بازار کار، سرمایه گذاری در زیرساخت ها و ...» می-گذارد [۳۹]. بسیاری از سازمان ها، شهرها و کشورها متقاضی برگزاری رویدادهای ورزشی هستند و حداکثر تلاش خود را برای گرفتن امتیاز میزبانی انجام می دهند؛ دانشگاه ها یکی از سازمان های دولتی هستند که متقاضی برگزاری مسابقات متمرکز تحت عنوان «المپیاد ورزشی دانشجویان» می باشند و برای کسب امتیاز میزبانی از مدت ها قبل از برگزاری با هم به رقابت می پردازند، با توجه به تحقیقات صورت گرفته، برگزاری

المپیادهای دانشجویی اثرات مفیدی در رشد جسمانی، فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی دانشجویان و اثرات قابل توجه اجتماعی، اقتصادی و ورزشی برای شهر داشته و از طرف دیگر، آگاهی از اثرات رویداد جزء عواملی است که اختلال ناخواسته از زندگی جامعه برگزارکننده را کاهش و اثرات مثبت رویداد ورزشی را به حداکثر می‌رساند. با توجه به نتایج این تحقیق مشخص می‌شود چه عواملی، از اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان به شمار می‌رود، لذا توقع این است که توجه سازمان‌های دولتی و نهادهای برگزارکننده رویدادهای ورزشی به این عوامل بیشتر معطوف گردد تا موجبات گسترش اثرات مثبت رویداد ورزشی و به حداقل رساندن اثرات منفی فراهم و زمینه توسعه برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی در داخل و خارج دانشگاه ایجاد گردد. می‌توان با توصیف و اولویت بندی عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان، مدیران و برنامه ریزان را در برنامه ریزی اصولی برای گسترش رویدادهای ورزشی کمک مؤثر نمود. در نهایت انگیزه و تلاش مطلوب برای کسب امتیاز میزبانی رویدادهای ورزشی هنگامی میسر خواهد بود که سازمان‌ها و نهادهای مسئول برگزاری از اثرات آگاهی داشته باشند. با توجه به مطالعات محدود در خصوص اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان، انجام تحقیقات و ارائه اطلاعات مستند در این زمینه بسیار مهم و پیش‌نیازی به منظور برنامه ریزی اصولی در گسترش آن است که این تحقیق در پاسخ به این نیاز انجام خواهد شد.

#### **۱-۴. اهداف تحقیق**

##### **۱-۴-۱. هدف کلی**

هدف کلی این تحقیق بررسی اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان است.

##### **۱-۴-۲. اهداف ویژه**

۱. تعیین متغیرهای تبیین‌کننده ابعاد اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان

۲. تعیین ابعاد اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان

۳. تعیین اولویت ابعاد اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان

### ۱-۵. فرضیه و سؤالات تحقیق

۱. چه متغیرهایی تبیین کننده عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان هستند؟

۲. عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان کدام است؟

۳. مهمترین عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان کدام است؟

### ۱-۶. محدودیت های تحقیق

۱-۶-۱. محدودیت هایی که در این تحقیق توسط محقق کنترل شده است شامل:

۱. آزمودنی های این پژوهش را دست اندرکاران برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه های سراسر کشور، تشکیل دادند.

۲. دوره ی زمانی این پژوهش در نیمسال دوم ۹۱-۹۰ بوده است.

۱-۶-۲. محدودیت هایی که در این تحقیق توسط محقق قابل کنترل نبود:

۱. عدم کنترل محقق بر جلوگیری از اعمال نظر شخصی آزمودنی ها در پاسخ به سؤالات

۲. عدم ایجاد شرایط یکسان برای تمام آزمودنی ها هنگام تکمیل پرسشنامه

۳. احتمال برداشت متفاوت آزمودنی ها از سؤالات به دلیل عواملی از قبیل عدم توجه و دقت

۴. محدود بودن تحقیقات داخلی در زمینه اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان

۵. عدم پاسخگویی کامل برخی از آزمودنی ها به تمام سؤالات پرسشنامه

## ۱-۷. پیش فرض های پژوهش

۱. آزمودنی ها با علم، آگاهی و صداقت به همه سؤالات پاسخ داده اند.

۲. نمونه های تحقیق در این مطالعه، نمایانگر کل جامعه تحقیق بوده اند.

۳. مجموعه سؤال های تحقیق توانسته است به خوبی اهداف تحقیق را تبیین نماید و این امر توسط نمونه ها قابل درک بوده است.

## ۱-۸. تعریف واژه ها و اصطلاحات تحقیق

۱-۸-۱. **رویداد ورزشی:** مولر و استر<sup>۱</sup> (۲۰۰۵)، روتر و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۲)، رویدادهای ورزشی را موقعیت هایی می دانند که در آن افرادی با حمایت مربیان، سرپرستان، مدیران و دیگر کمک کنندگان، قابلیت های ورزشی خود را به نمایش می گذارند و تماشاگران در محل برگزاری و یا از راه رسانه های تصویری در خانه به تماشای آنها می پردازند [۴۰، ۴۱]. رویدادهای ورزشی، بخش مهمی از صنعت تفریحی هستند و یک مفهوم جاری در تمام رویدادهای ورزشی سرگرم بودن آنهاست [۱۷]. رویدادهای ورزشی ابزاری مناسب و اثربخش برای

---

1. Muller & Stettler

2. Rütte et al

تصویر سازی برند ( نام تجاری) به حساب می آید [۳۱]. بورنر<sup>۱</sup> (۱۹۸۵) رویدادهای ورزشی را موقعیت هایی تعریف کردند که در آن تعدادی ورزشکار یا گروههای ورزشی به دلایل مختلفی که بیشتر از علاقه ی پرداختن به ورزش باشد؛ به منظور دستیابی به هدف مشخص در آن شرکت یا در برگزاری آن مشارکت و تعداد زیادی تماشاگر آن را مشاهده می کنند [۷]. در این پژوهش، یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور مد نظر قرار گرفته است.

**۱-۸-۲. اثرات برگزاری:** دلامر<sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، اثرات برگزاری را آثار و پیامدهایی از رویداد بر کیفیت زندگی ساکنان جامعه برگزار کننده و عکس العمل آنها تعریف کرده است [۳]. هورن و منزرایتر<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) «بخشی از معلومات ناشناخته حاصل از رویدادهای بزرگ ورزشی»<sup>۴</sup> را اثرات برگزاری نامید [۱۱]. همچنین نتایج و پیامدهای طولانی مدت حاصل از برگزاری رویداد به اثرات رویداد اشاره دارد [۴۲].

**۱-۸-۳. جامعه میزبان:** جامعه میزبان اشاره به افراد یا ساکنانی دارد که در نزدیک یا محل برگزار کننده رویداد اقامت دارند و یا اکثر کسانی که رویدادها و اثرات آن را به واسطه نزدیکی آنها با محل برگزاری و میزبانی رویداد بهتر درک می کنند [۴۳]. در این تحقیق، جامعه برگزار کننده یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور، مورد نظر قرار گرفته است.

**۱-۸-۴. المپیاد فرهنگی، ورزشی:** مسابقات متمرکزی هستند که هر دو سال یک مرتبه توسط اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری برای تعداد معینی رشته ورزشی در بخش های دختران و پسران ورزشکار دانشجو برنامه ریزی می شوند و توسط دانشگاه یا دانشگاه های منتخب برگزار می شود [۳۳].

- 
1. Börner
  2. Delamere
  3. Horne & Manzenreiter
  4. part of the known unknowns



# فصل دوم

مبانی نظری و پیشینه پژوهش



## ۲-۱. مقدمه

در این فصل ابتدا به توصیف و تشریح مبانی نظری رویداد، رویدادهای ورزشی و ابعاد مختلف آن پرداخته می‌شود و در ادامه نیز به تحقیقات مرتبط با اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی اشاره می‌گردد.

## ۲-۲. مبانی نظری

### ۲-۲-۱. رویداد

شکل امروزی رویدادها، یکی از پیشرفته‌ترین و هیجان‌انگیزترین اشکال اوقات فراغت، کسب و کار و گردشگری می‌باشند [۱۸]. رویدادها، می‌توانند نیازهای اساسی بشر مانند نیازهای جسمی، روانی و فردی را برآورده نموده و نقش‌های متعددی از جمله میراث فرهنگی، آگاهی‌های فرهنگی، توسعه جامعه و گردشگری را ایفا نمایند. رویدادها، تجربیات متعددی برای مردم فراهم می‌آورند و ممکن است برای مردم محلی و بازدیدکنندگان جذابیت‌هایی از جمله «انگیزه‌های مشترک برای شرکت در یک رویداد، سرگرمی و دل‌تنگی برای میهن، استراحت و تفریح، فرار از کار روزمره، فرصت‌های سرگرمی، تعامل با دیگران، یادگیری، مشاهده و مشارکت و یا به اشتراک گذاشتن یک محیط جشن» فراهم آورند [۴۴].

### ۲-۲-۱-۱. تعریف رویداد

در دایره‌المعارف بریتانیکا، تعاریف مختلفی برای رویداد بیان شده است؛ یک رویداد، چیزی است که اتفاق می‌افتد؛ یک اتفاق افتادن قابل توجه، یک موقیعت یا فعالیت اجتماعی است [۴۵]. اغلب نویسندگان معاصر کوشیده‌اند تعریفی از رویداد ارائه دهند؛ از جمله آن می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

گتز و فریسیبی<sup>۱</sup> (۱۹۸۸) رویداد را نمایش سازمان یافته و فعالیتی آگاهانه که از قبل برای هدف یا اهداف خاصی برنامه‌ریزی و هدایت شده است؛ تعریف کرده‌اند [۳۶].

---

1. Getz & Frisby

گبهاردت و همکاران<sup>۱</sup> (۱۹۹۷) رویداد را اجرا کردن مراسم با تشریفات و قوانین خاص در یک زمان معین به منظور رفع نیازهای تعیین شده، تعریف کردند [۴۶].

گتز<sup>۲</sup> (۱۹۹۷) رویداد را (در ارتباط با برگزاری) گذرا و آنی تعریف می کند و هر رویداد ترکیب منحصر به فردی از زمان، هماهنگی، محیط، مدیریت و منابع انسانی دارا می باشد [۱۸].

وچنوسکی<sup>۳</sup> (۱۹۹۶) رویداد را کانال های خدماتی پیشنهادی که توسط افراد اداره می شوند و در محدوده زمانی و مکانی خاص در اختیار و مورد استفاده متقاضیان قرار می گیرد، تعریف کرد [۴۷].

موسبرگ<sup>۴</sup> (۲۰۰۰) رویداد را یک فعالیت منظم برنامه ریزی شده و خاص در خارج از زندگی روزمره که فقط یکبار برگزار می شوند و دامنه آنها از کوچک به بزرگ با اثرات قوی و ضعیف متغیر است؛ تعریف کرد [۴۵].

شون و پری<sup>۵</sup> (۲۰۰۱) رویداد را مدت زمانی که افراد صرف فعالیت هایی به غیر از فعالیت های روزمره برای گذراندن اوقات فراغت جهت سرگرم شدن، چالش کشیدن تجربه گروهی از مردم، جشن و شادی با اهداف سازمانی یا شخصی می کنند؛ تعریف کرده اند [۴۸].

رویدادها به عنوان فعالیت تجاری اداره می شوند و سازمان هایی برای برگزاری، سازماندهی و ترویج آنها تشکیل یافته اند و این عاملی برای افزایش اهمیت رویدادها شده است [۱۸]. در انواع سازمانها، رویدادهای مختلف بنا به دلایل گوناگونی برگزار می شوند؛ در سازمان های کارآفرینی ممکن است؛ رویدادهایی مانند جشنواره و کنسرت-ها، جهت کسب سود و منفعت بیشتر برگزار شوند؛ سازمان های تجاری، از رویدادها برای افزایش فروش و ترویج محصولات خود استفاده کنند؛ دولت ها، رویدادها را برای تبلیغ و زنده نگه داشتن ایام خاصی مانند هفته سالمندان، هفته میراث و ... برگزار کنند؛ در سازمان های ورزشی، از این رقابت ها برای آزمودن و تست کردن

- 
1. Gebhardt et al
  2. Getz
  3. Wochnowski
  4. Mossberg
  5. Shone & Parry

قابلیت ورزشی اعضای خود استفاده کنند؛ سازمان های گردشگری رویدادها را برای جذب بازدیدکنندگان، افزایش یافتن مدت اقامت آنها و افزایش تقاضای بازدیدکنندگان اجرا کنند و مؤسسات خیریه از رویدادها برای نمایش ویژگی های برتر خود و کسب سود و سرمایه بیشتر استفاده کنند [۴۹]. معمولاً رویدادها با شرکت-کنندگان و تماشاگران همراه با خانواده یا دوستان در مکانهای مختلف برگزار می شوند [۴۵]. منحصر به فرد بودن، محدود بودن زمان رویدادها و برگزار شدن رویدادهای متنوع و متفاوت توانسته اند علاقه و جذابیت زیادی برای مردم ایجاد کنند [۱۸]. برای اطمینان از اینکه، شهر برگزار کننده رویداد برای کسب سود و منفعت خود را به بهترین نحو نمایش دهد از رویدادها به عنوان نقطه آغازین جهت پیشرفت های مختلف شهری استفاده می - شود [۵۰]. رویداد می تواند جهت نمایش برخی موضوعات با جشن همراه باشد و افراد برای مدت زمان محدودی در آن شرکت کنند و احتمال کمتری برای تکرار شدن آن وجود داشته باشد [۱۸]. فضای جشن و شادی در بسیاری از رویدادها زمینه کسب تجربه ی جدید را برای مردم فراهم می آورد و این می تواند یکی از علت های شرکت افراد در رویدادها باشد [۴۸]. رویدادها این قدرت را دارند که تخیلات را به چالش بکشانند و احتمالات را کشف کنند؛ و قرار گرفتن رویدادها در معرض رسانه ها در سراسر جهان می تواند به بحث های سیاسی کمک کند [۱۴]. رویدادها در زمینه ی توسعه گردشگری با ارزش هستند؛ زیرا آنها سرگرمی را به طور چشمگیری افزایش می دهند و باعث جذب بازدید کنندگان به جامعه میزبان می شوند [۵۱].

## ۲-۲-۱-۲. ویژگی های رویداد

- رویدادها مجموعه ای از خدمات را ارائه می دهند؛ بدین معنا که آنها تحت تطابق مکانی و حضورهم زمان متقاضیان صورت می گیرند؛

- ارائه خدمات آن بر عهده ی نیروی انسانی می باشد؛

- دارای محدوده زمانی هستند؛

- به یک منفعت درونی برای شرکت کنندگان و تماشاگران اشاره دارد؛

- در حوزه ی اوقات فراغتی گنجانده می شوند؛

- رویدادها متقاضی محور هستند و همچنین می توانند شخص محور، هدف محور و .... باشند [۴۷].

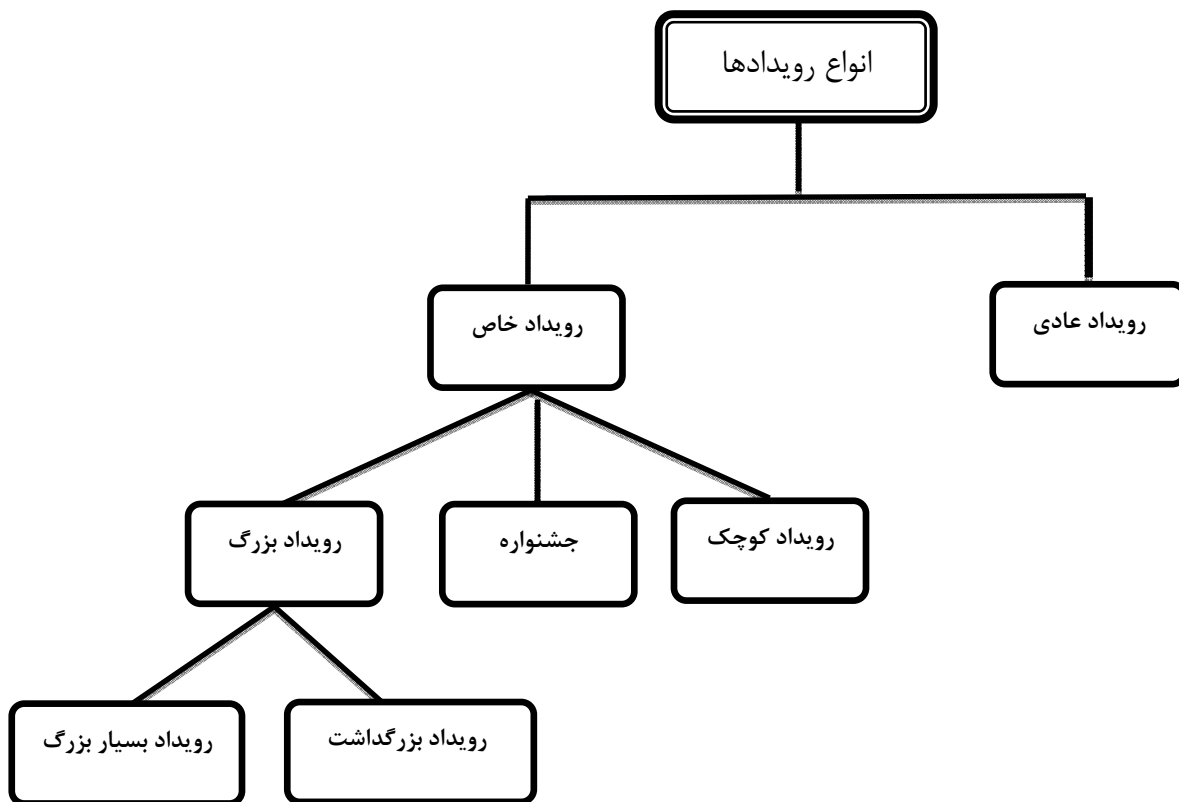
واقعی بودن، به روز بودن، بی واسطه بودن؛ به گونه ای که نیاز به تجربه آموزی، آشنایی با مواهب، علائم یا نشانه های جدید و بالاخره میل به فراموشی امور روزمره زندگی را برطرف کند؛ از دیگر خصوصیات رویدادها می- باشند [۵۲]. عده ای دیگر از صاحب نظران خصوصیات رویدادها را به گونه ای دیگر بیان کرده اند که البته در اصل شبیه نظریات بیان شده در بالا بوده و یا مکمل آنها هستند. بر اساس این نظریات «رویدادها موقعیت خصوصی هستند و به تبع آن وقایعی یکباره یا بسیار کم سابقه؛ با شرکت در یک رویداد، شخص احساس شغف و شادی، تخیل، ابتکار، تجربه و امثال آن را بدست می آورد؛ رویدادها کوتاه مدت و گذرا هستند؛ یکبار یا به ندرت برگزار می شوند؛ آنها تنها زمان بسیار کوتاهی طول می کشند به طور مثال چند دقیقه یا چند ساعت (دوی ۱۰۰ متر در دومیدانی، مسابقه فوتبال، یک کنسرت موسیقی و امثال آنها) یا به ندرت طولانی تر از چند روز (جشنواره های هنری یا ورزشی، بازی های المپیک و غیره)؛ رویدادها به طور کامل قابل تکرار نیستند؛ رویدادها اغلب به صورت مصنوعی برنامه ریزی شده (به استثنای رویدادهای طبیعی) و بستگی به واقعه (حداقل زمان و مکان) دارند؛ رویدادها قابلیت برگزاری را به تنهایی ندارند و آنها نیاز به سازماندهی معین و صرف منابع مادی مشخص دارند؛ رویدادها امکان شرکت افراد را چه به صورت فعال و چه به صورت غیر فعال فراهم کرده و زمینه همگرایی و کسب تجربه و شور و شغف را به وجود می آورند» [۱۶]. رویدادها از نظر اجتماعی شش ویژگی دارند: نتیجه برنامه ریزی وقایع هستند؛ به عنوان یک تجربه منحصر به فرد برنامه ریزی می شوند؛ ادغام عناصر زیبا شناختی و فرهنگی در آن به چشم می خورد؛ نقطه تقاطع همه برنامه ریزی های صورت گرفته می باشند؛ هویت اجتماعی و تعلق در آن به چشم می خورد؛ بر روی یک موضوع خاص تاکید دارد [۴۶]. گتز (۱۹۹۷) منحصر به فرد بودن، برخورداری از یک حالت جشن و شادی، متداول بودن، دارای کیفیت و اعتبار، دارای انعطاف

و حال و هوای صمیمانه و دارای سمبل را به عنوان خصوصیات رویداد معرفی کرده است [۱۸]. برون<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) خصوصیات رویداد را «توجه داشتن به علم ارتباطات؛ فراهم کردن زمینه کسب تجربه و برخورداری از احساس مثبت؛ فعال نگه داشتن شرکت کنندگان؛ تنها یکبار اتفاق می افتد؛ دارای اعتبار و منحصر به فرد بودن؛ جامعه مورد نظر به صورت انتخابی و در آن شدت مشارکت و ارتباطات زیاد» بیان کرده است [۵۳].

## ۲-۲-۱-۳. انواع رویدادها

طبقه بندی رویدادها به دلیل تنوع بسیار زیاد آنها، کار بسیار دشواری است [۱۸]. حوزه ی مدیریت ورزشی بر رویدادهایی دلالت می کند که با برنامه ریزی همراه می باشد و برخی برای مشخص ساختن این تفاوت ها بر این رویدادها به عنوان رویداد خاص<sup>۲</sup> اشاره می کنند [۱۴]. نویسندگان مختلف رویدادها را در بزرگداشتها<sup>۳</sup>، بسیار بزرگ، بزرگ<sup>۴</sup> و کوچک گروه بندی کرده اند. گلدبلات<sup>۵</sup> (۱۹۹۷) و هال (۱۹۹۲) بازی های المپیک را یک بزرگداشت می دانند [۳۱، ۵۴]. در حالی که گنز (۱۹۹۷)، آلن و همکارانش (۲۰۰۸) آن را از رویدادهای بسیار بزرگ قلمداد کرده اند و رویدادهای بزرگداشتی را آن دسته رویدادهایی توصیف می کنند که در یک مکان خاص برگزار می شوند جایی که آن شهر و آن رویداد از یکدیگر جداشدنی نباشد، مانند بازی های قهرمانی جهان تنیس ویمبلدون [۱۸، ۱۴]. گنز (۱۹۹۷) رویدادهای بسیار بزرگ را از طریق اندازه و اهمیتی که برای حوزه ی گردشگری، پوشش رسانه ای، اعتبار و اثر اقتصادی برای میزبان دارد، مشخص می کند [۱۸]. جاگو و شاو<sup>۶</sup> (۱۹۸۸) الگویی را ارائه کردند که به نظر می رسد تمام این واژه ها را در ساختاری مرتب که مقیاس و اندازه ی رویداد را نشان می دهد، خلاصه کرده و ارتباط بین انواع متفاوت رویداد را توضیح می دهد (شکل ۱-۲).

- 
1. Bruhn
  2. special events
  3. Honor
  4. Mega events
  5. Goldblatt
  6. Jago & Shaw



شکل (۱-۲)، انواع رویدادها از دیدگاه جاگو و شاو (۱۹۸۸)

جاگو و شاو (۱۹۸۸) یک رویداد بزرگ را رویدادی خاص تعریف می کنند که از جهت وضعیت و اعتبار در سطح بالایی قرار دارد، جمعیت بزرگی را به سوی خود جذب می کند، مورد توجه گسترده ی رسانه هاست و بر اساس یک سنت برگزار می شود؛ با جشنواره ها و سایر رویدادهای ورزشی همخوانی دارد، برگزاری آن پر هزینه است، سرمایه ها را به سوی منطقه میزبان جذب می کند، خدمات ویژه ی خاص را می طلبد و سوابق و میراثی را از خود بر جای می گذارد [۵۵]. در راستای این تعریف، رویدادهای بزرگ را می توان رویدادهایی دانست که یا یکبار برگزار می شوند یا تکرار می شوند، در ماهیت یک یا چند روزه هستند و اندازه و مقیاس آن می تواند بارها تغییر کند؛ در یک سو از انواع رویدادهای بزرگ بین المللی، بازیهای المپیک زمستانی و تابستانی، جام جهانی فیفا، مسابقات قهرمانی اروپایی یوفا<sup>۱</sup>، سوپر بول<sup>۲</sup>، جام جهانی اتحادیه راگی و بسیاری از مسابقات قهرمانی

1. UEFA European championship

2. Super Bowl

بین المللی رشته های ورزشی مانند دوومیدانی، شنا، جودو، دوچرخه سواری و غیره قرار دارند که در یک دوره- ی زمانی یک بار و به درخواست میزبانان برگزار می شوند و از سوی دیگر رویدادهای تکرار شونده ای مانند چهار رقابت گراند اسلمزدر تنیس، فینال جام انجمن فوتبال و مسابقات اتومبیلرانی فرمول یک گراندپریکس<sup>۱</sup> قرار می- گیرند [۱۷]. شون و پری (۲۰۰۴) رویدادهای خاص را به چهار دسته ی رویدادهای فراغتی، فرهنگی، شخصی و سازمانی طبقه بندی کردند؛ رویدادهای فراغتی می تواند شامل رویدادهای ورزشی، فراغتی، تفریح و سرگرمی و طبقه رویدادهای فرهنگی شامل رویدادهای تشریفاتی یا رویدادهای میراث روحانی(مقدس) و هنری باشند. طبقه رویدادهای شخصی شامل مراسم های تولد، ازدواج و سالگرد و دسته رویدادهای سازمانی شامل رویدادهای تجاری، سیاسی، خیریه، بازاریابی می باشند [۴۸]. نیورمی<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) رویدادها را به سه دسته رویدادهای خاص، هال مارک، مگا (بزرگ) دسته بندی کرد [۵۶].

## ۲-۲-۱-۳-۱. رویدادهای خاص (ویژه)

یک رویداد با استفاده بهینه از فرصت ها جهت گذراندن اوقات فراغت و کسب تجارب فرهنگی، اجتماعی، آموزشی می توان ویژه کرد [۱۸]. یک رویداد به این دلیل، خاص (ویژه) نامگذاری شده است که مدت زمان برگزاری آن ثابت است و با کسب تجربه یکبار دیگر قابل تکرار نیست و با یکبار اجرا کردن به پایان می رسد، حتی اگر رویداد به طور منظم برگزار شود و منحصر به فرد باشد. یک رویداد خاص ممکن است بنا بر اهداف فرهنگی، اجتماعی یا اشتراکی از هر دو برگزار شود؛ چنین رویدادهایی ممکن است هر چیزی را از جشن های ملی تا فرهنگی اجرا کند؛ مانند رویدادهای ورزشی [۴۴].

---

1. Grand prix  
2. Nurmi

## ۲-۲-۱-۳-۲. رویدادهای هال مارک

این رویدادها معانی مختلفی دارد، گتز (۱۹۹۷) رویدادی که در آن فعالیت هایی با مضمون زنده نگه داشتن سنت ها و رسم و رسومات به واسطه ی جنبه تبلیغاتی برای جامعه یا مقصد برگزارکننده، یک مزیت رقابتی فراهم می آورند را رویدادهای هال مارک نامید [۱۸]. ریتچی (۱۹۸۴) رویدادهای بزرگی که عمدتاً یکبار و یا در محدوده زمانی محدود به منظور ارتقای آگاهی در مورد مقصد برگزاری، میزان تقاضا و سود ناشی از مقصد گردشگری در کوتاه مدت و یا طولانی مدت افزایش می دهد؛ به عنوان رویدادهای هال مارک معرفی کرد؛ چنین رویدادهایی برای موفقیت شان به منحصر به فرد بودن و اهمیت داشتن به موقع برای ایجاد علاقه و جلب توجه تکیه کرده- اند [۳۲]. رویدادهای هال مارک، بر گردشگری مقصد برگزار کننده تأثیر می گذارند و هدف از برگزاری آنها، دادن آگاهی، اطلاع و آشنا کردن افراد با مقصد میزبان می باشد؛ مانند برگزاری جشن اکتبر در مونیخ و تور فرانسه [۵۶]. جامعه میزبان با برگزاری چنین رویدادهایی به واسطه شناخته شدن و احساس اعتبار یافتن، ممکن است دچار غرور ملی شوند [۵۷].

## ۲-۲-۱-۳-۳. رویدادهای بزرگ

بزرگترین و بین المللی ترین رویدادها مانند بازی های المپیک، جام جهانی فوتبال، جشنواره های جهانی که می توانند در سراسر جهان برگزار شوند، رویدادهای مگا نامیده می شوند. برای برگزاری این نوع رویدادها نیاز به منابع عظیم انسانی و مالی می باشد و ممکن است بر جوامع برگزار کننده تأثیر فراوان داشته باشند [۱۸]. کلوس<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) ابعاد اصلی رویدادهای بزرگ را سه بعد اقتصادی، سیاسی و فرهنگی می داند و او بیان می کند رویدادهای بزرگ یک قدرت فرهنگی، سیاسی و اقتصادی جهانی را نیز دارند [۵۸]. رابرتز<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) رویدادهای مگا (بزرگ) را به عنوان رویدادهایی می داند که توانایی انتقال پیام های تبلیغاتی را به میلیاردها نفر از طریق رسانه ها داشته باشد و توسعه ارتباطات از راه دور را فراهم آورد و معتقد است؛ آنچه رویداد های خاص را به

---

1. Close

2. Roberts



عنوان رویداد بزرگ معرفی می کند، این است که آنها غیر مداوم، غیرعادی، بین المللی و بسیار بزرگ هستند [۵۹]. اگر رویدادهای بزرگ با موفقیت انجام شوند این توانایی را دارند که یک تصویر و هویت جدیدی را برای شهر طرح ریزی کنند، و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی طولانی مدت، به طور مستقیم و یا غیر مستقیم در شهر میزبان ایجاد کنند [۶۰]. روچه<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) و لاوس<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) رویدادهای مگا (بزرگ) را از دو دیدگاه تعریف کردند: ۱- ویژگی های داخلی، مدت زمان برگزاری و اندازه (تعداد شرکت کنندگان و تماشاگران، تعداد جلسات فردی، سطح پیچیدگی سازمانی)؛ ۲- ویژگی های خارجی که شامل جذابیت رسانه و گردشگری و تأثیراتی که بر شهر میزبان می گذارند [۶۱، ۶۲]. دو ویژگی اصلی رویدادهای بزرگ این است که اولاً آنها برای شهرستان، منطقه یا کشور میزبانی که برگزار می کنند؛ پیامدهای قابل توجهی دارند و ثانیاً برگزاری چنین رویدادهایی، باعث جذب پوشش رسانه ای قابل توجهی در مقصد می شود؛ بنابراین ما می توانیم نتیجه گیری کنیم که رویدادهایی که توجه رسانه های کمتری را جلب می کنند به عنوان یک رویداد بزرگ قلمدار نمی شوند [۱۰].

ویتسون<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) و هورن<sup>۴</sup> (۲۰۰۴) سه عامل که باعث گسترش صنعت رویدادهای بزرگ ورزشی (مگا) در مقیاس جهانی می شوند را بیان کردند: عامل اول، تحولات در فن آوری ارتباطات جمعی، مخاطبان جهانی بی سابقه ای را ایجاد کرده است و هم چنین درآمد کمیته سازماندهی رویدادهای ورزشی مگا از طریق فروش امتیاز پخش تلویزیونی افزایش داده است؛ دلیل دوم، صنعت رویداد ورزش جهانی مگا یک اتحادیه کسب و کار رسانه ورزشی را تشکیل داده که ورزش حرفه ای را به یک وسیله ارتقا محصول تبدیل کرده است. دلیل آخر که باعث گسترش صنعت رویداد ورزشی مگا می شود این است که میزبانی رویدادهای مگا به عنوان فرصت با ارزش تبلیغاتی برای شهر و مناطق تلقی شده و با استراتژیهای مختلف افزایش قابلیت دید، شهرت و اعتبار جامعه میزبان ارتباط دارند [۶۳، ۶۴]. اتوانگر<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) رویدادها را بر اساس فاکتور "میزان تأثیر بر جامعه برگزارکننده و

1. Roche
2. Lowes
3. Whitson
4. Horne
5. Ottevanger

مقیاس اندازه " به سه گروه رویدادهای محلی، هال مارک و مگا (بزرگ) طبقه بندی کرد [۱۰]. رویدادهایی که بر جامعه برگزارکننده تأثیرات کمی بر جا می گذارند و برای برگزاری آنها از قوانین و مقررات جزئی استفاده و یا بر اساس قوانین جامعه صورت می گیرند، رویدادهای محلی می نامند و اکثر رویدادهای ورزشی کوچک که در هر شهر یا شهرستانی برگزار می شوند در این گروه قرار دارند، آنها همچنین از مدت زمان محدود برخوردارند اما بیشتر از رویدادهای خاص (ویژه) برگزار می شوند [۶۵]. همانگونه که مشخص شد رویدادها از نظر مقیاس اندازه و میزان تأثیر در مقصد برگزار کننده متفاوت هستند و هریک از جوامع ممکن است بنا به دلایلی میزبانی رویدادها را بپذیرد، اما یک جنبه و ویژگی از رویدادها که همیشه وجود دارند این است که آنها از مدت زمان محدودی برخوردارند و انواعی از رویدادها یکبار یا به ندرت اتفاق می افتند [۱۰]. در کتاب مدیریت رویدادها و اردوهای ورزشی، رویدادها در سه دسته «رویدادهای بزرگ، رویدادهای متوسط و رویدادهای کوچک» قرار گرفتند که هرکدام از آنها، رویدادهای دیگری نیز در بر می گیرند [۸].

جدول (۲-۱)، انواع رویدادها

رویدادهای کوچک	رویدادهای متوسط		رویدادهای بزرگ		
طبیعی	اجتماعی- سیاسی	اقتصادی	ورزشی	فرهنگی	
فاجعه های طبیعی	رویدادهای سیاسی	اکسپو	المپیادها	کنسرت موسیقی	
نمایشگاه گل	رویدادهای علمی	نمایشگاه ها	تورنمنت ها	جشنواره تئاتر	
خسوف و کسوف	افتتاحیه ها	کنگره ها	مسابقات جهانی و منطقه ای	جشنواره های هنری	
و غیره	جنگ	نمایشگاه فروش	مسابقات ملی	رویدادهای علمی هنری	
	و غیره	نمایش معرفی کالا	ورزش اوقات فراغت	جشنواره های سنتی	
		و غیره	و غیره	و غیره	رژه، کارناوال
					جشنواره های رسانه ای

گتز(۱۹۹۷) انواعی از رویدادها را در سه ستون قرار داد که دو ستون آن متعلق به رویدادهای عمومی (رقابت- های ورزشی، رویدادهای علمی- آموزشی، رویدادهای تفریحی، رویدادهای سیاسی دولتی، جشن های فرهنگی، رویدادهای هنری- سرگرمی) هستند و یک ستون متعلق به رویدادهای خصوصی(جشن ها و سالگردها، رویدادهای اجتماعی، رویدادهای تجاری و کسب و کار) می باشند؛ همچنین بیان کرد یک رویداد می تواند در دو یا چند طبقه قرار گیرند که این امر بستگی به شرایط و هدف برگزاری رویداد دارد. هریک از رویدادها می- توانند جزء رویدادهای خاص باشند اما فقط آنهایی که در ستون رویدادهای عمومی قرار دارند می توانند در دسته رویدادهای هال مارک و مگا، قرار گیرند[۱۸]. آرکودیا و بارکر<sup>۱</sup>(۲۰۰۳) رویداد را به سه گروه اصلی رویداد های کسب و کار، رویداد های فرهنگی و رویداد های ورزشی دسته بندی کردند؛ رویداد های کسب و کار شامل کنفرانس ها و بازار کالا، رویداد های فرهنگی شامل جشنواره ها و نمایشگاه ها و رویداد های ورزشی شامل بازی های المپیک ، جام جهانی فوتبال، مسابقات اتومبیلرانی و بسیاری از رویداد های ورزشی دیگر می- باشند[۶۶].

## ۲-۲-۲. رویدادهای ورزشی

از جمله رویدادهای منحصر به فردی که به دنبال جذب افراد و طیف وسیعی از شرکت کنندگان هستند، رویدادهای ورزشی نام دارند[۶۷]. صنعت رویدادهای ورزشی دربردارنده سه عنصر، مشتریان ورزشی، محصولات ورزشی و تهیه کنندگان محصولات مرتبط ورزشی است[۶۸]. مصرف کنندگان یا مشتریان و تماشاگران رویدادهای ورزشی به دو صورت گروهی و انفرادی قرار می گیرند؛ مصرف کنندگان گروهی شامل حامیان، مدیران و میهمانان می باشند و تماشاگران انفرادی را خریداران بلیط، میهمانان همراه یا همراهان آزاد تشکیل می دهند. استفاده کنندگان از رویدادهای ورزشی را نیز می توان شرکت کنندگان در قالب تیم ها یا رقیبان انفرادی و مربیان همراه، هیأت پزشکی و حتی نمایندگان تیم ها قلمدار کرد؛ مقامات رسمی مانند داوران، قاضیان و کمک داوران نیز در این گروه قرار می گیرند، زیرا آنها در این رویدادها شرکت کرده و از آن استفاده می کنند. یک رویداد نیز خود یک مصرف کننده است زیرا از منافع لازم استفاده می کند. تهیه کنندگان چنین

محصولاتی تنها محدود به تولید کنندگان کالاها و تجهیزات ورزشی نمی شوند. آنها حامیان و سایر سازمان هایی را که تهیه تجهیزات، خدمات و سرمایه ها را برعهده دارند نیز دربر می گیرد [۱۷].

## ۲-۲-۱. تعریف رویدادهای ورزشی

اصطلاح رویدادهای ورزشی از اواخر دهه ۹۰ میلادی رایج شد و به جای اصطلاحاتی که در گذشته کاربرد داشتند؛ همچون برگزاری، مسابقات، رقابت های قهرمانی، مسابقات نمایشی، دیدار، همایش، کنگره و غیره بکار رفت و اندک اندک به صورت یک مد درآمد [۸]. رویدادهای ورزشی در سراسر جهان برای مردان و زنان توانا و ناتوان در تمام سنین برگزار می شود این رقابت ها یک یا چند رویدادی هستند که برخی از آنها به صورت جهانی برگزار می شود و یا خاص یک منطقه یا یک کشور هستند. رویدادهای ورزشی، پدیده هایی سرگرم کننده یا بخشی از تلاش برای ارایه ی یک سرگرمی وسیع تر هستند که برگزاری آنها می تواند بسیار پر هزینه باشد؛ رویدادهای بزرگتر دامنه ای از فعالیت های اوقات فراغت و تفریحی را در بر می گیرد که رشته های ورزشی به عنوان بخشی از آن رویدادها در کنار سایر عناصر هنری، موسیقی و دیگر عناصر پیوسته ی اجتماعی قرار می-گیرند [۱۷]. یک رویداد ورزشی را می توان از این جهت که کاملاً اختصاصی، با برنامه، از قبل آماده شده و از نظر زمانی محدود است، از یک رقابت ورزشی معمولی تمیز داد که در آن تعدادی ورزشکار یا گروههای ورزشی به دلایل مختلفی که بیشتر از علاقه به پرداختن ورزش باشد؛ به منظور دستیابی به هدف مشخص، در آن شرکت یا در برگزاری آن مشارکت می کنند و تعداد زیادی تماشاگر به تماشای آن می پردازند [۷]. رویدادهای بزرگ ورزشی، اشاره به رویدادهایی دارند؛ که به صورت ویژه برگزار شوند؛ رویدادهای فرهنگی و ورزشی را به صورت بین المللی در مقیاس بزرگ به نمایش گذارند؛ به واسطه ی داشتن یک خصوصیات نمایشی گروهی از مردم راجذب کنند؛ اهمیت بین المللی داشته باشند؛ به دلیل بهره مند بودن از ویژگی هایی مانند «مقیاس خیلی بزرگ و سیکل زمانی و اثراتی که برجا می گذارند» یک وضعیت فوق العاده ای در میان رویدادهای دیگر داشته باشند [۵۵]. رویدادهای ورزشی به عنوان مسابقات بزرگ دارای دو ویژگی اصلی هستند؛ آنها اثرات اجتماعی،

اقتصادی قابل توجهی برای شهرستانهای میزبان و یا سازمان ملل دارند؛ ثانیاً آنها رسانه های زیادی را در سراسر جهان جذب می کنند [۱۱]. تمام رویدادهای ورزشی تنها ورزش را در قلب فعالیت ها و رقابت های خود قرار نمی دهند؛ درکنار بازی ها، نمایشگاه ها و همایش های مرتبط با ورزش، کالاهای ورزشی با حضور شخصیت های ورزشی برگزار می شوند [۱۷]. مولر و استر (۲۰۰۵) رویدادهای ورزشی را موقعیت هایی می دانند که در آن افرادی با حمایت مربیان، سرپرستان، مدیران و دیگر کمک کنندگان، قابلیت های ورزشی خود را به نمایش می گذارند و تماشاگران در محل برگزاری و یا از راه رسانه های تصویری در خانه به تماشای آنها می پردازند [۴۰]. رویدادهای ورزشی بواسطه خصوصیات ذاتی مثل منحصربه فرد بودن، عمومی بودن و خاص بودن شرکت کنندگان این امکان را برای بازدیدکنندگان فراهم می کنند که برگزاری رویداد، برای آنها خاطره انگیز باشد [۶۹]. بنا به عقیده اسمیت<sup>۱</sup> (۲۰۰۱)، رویدادهای ورزشی به دلیل قابلیت نمایش رسانه ای، ابزاری مناسب و اثربخش برای تصویر سازی برند (نام تجاری) به حساب می آید [۷۰]. ابعاد رویدادهای ورزشی دارای سه بعد «بازی، کسب و کار و جشنواره» هستند و به منظور برگزاری جشنواره و بازی می بایست کسب و کار انجام گیرد [۷۱]. رویدادهای ورزشی بخشی از استراتژی وسیع تر با هدف افزایش شناخت شهرستان میزبان هستند و به همین دلیل، موفقیت فقط به عنوان یک سود در نظر گرفته نمی شود؛ اغلب جاذبه های رویداد با فرایند تصویر برداری مجدد همراه است و در بسیاری از شهرستانها با استراتژی بازسازی شهری و توسعه گردشگری در ارتباط است [۷۲].

## ۲-۲-۲-۲. خصوصیات رویدادهای ورزشی

رویدادهای ورزشی علاوه بر خصوصیات عمومی رویدادها، خصوصیات دیگری نیز دارند. گتز (۲۰۰۳)، به برخی از این خصوصیات اشاره کرد:

- برگزاری بسیاری از رویدادهای ورزشی پیشنهاد شدنی می باشد و آنها قابلیت جذب بازدیدکننده را دارند.
- رویدادهای خاص می توانند افراد بیشتری را نسبت به بازی هایی که به طور منظم برنامه ریزی شده، جذب کنند.
- جذابیت رویدادهای ورزشی برای همه افراد، باعث شده که اسپانسرهای زیادی از آن حمایت کنند.
- رویدادهای بزرگ ورزشی می توانند امکانات و زیر ساخت های جدید را ایجاد کنند.
- امکانات جدید ساخته شده برای برگزاری رویدادهای ورزشی، ممکن است به اماکن دائمی جهت برگزاری رویدادهای بعدی تبدیل شوند.
- یک پتانسیل بالقوه ای برای کسب امتیاز میزبانی رویدادهای ورزشی در طول سال های مختلف وجود داشته است.
- رویدادهای ورزشی تقاضایی برای همه، بدون در نظر گرفتن سن، جنس و توانایی های فیزیکی است.
- رویدادهای ورزشی به ایجاد برند (نام تجاری) در جامعه میزبان کمک می کند.
- با برگزاری رویدادهای ورزشی در مناطق روستایی، زمینه ای برای در اختیار قرار دادن اطلاعات و آگاهی در مورد مناطق گردشگری به دیگران و کسب سود و منفعت فراهم می شود [۷۳].

رویدادهای ورزشی بدون توجه به گستردگی و بزرگی، دارای وجوه مشترکی هستند که عبارتند از «رویدادهای ورزشی، نیازمند درجه بالایی از طراحی و برنامه ریزی در حیطه مهارت ها هستند؛ برگزاری مطلوب یک رویداد

ورزشی مستلزم صرف انرژی زیاد است؛ برگزاری مطلوب یک رویداد ورزشی فرآیندی پیوسته است که پیش از اتخاذ هر تصمیمی آغاز شده و پس از اجرای آن تصمیم ادامه می یابد؛ برگزاری مطلوب یک رویداد ورزشی فرآیندی از تعیین اهداف یک سازمان و ابداع شیوه های مناسب در جهت رسیدن به آن اهداف است» [۸].

از جمله خصوصیات دیگر رویدادهای ورزشی، برخورداری از هیجان و عدم پیش بینی نتایج آن؛ توجه بسیار زیاد وسایل ارتباط جمعی به آن؛ علاقه فراوان حمایت کنندگان مالی به رویدادهای ورزشی؛ تنوع رویدادهای ورزشی؛ وابستگی هویتی طرفداران به تیم های ورزشی مورد علاقه خود و یا ورزشکاران انفرادی، می توان اشاره نمود [۷۴].

## ۲-۲-۲-۳. انواع رویدادهای ورزشی

تاکنون، تعریف مشخصی در زمینه تقسیم بندی رویدادهای ورزشی که برای همگان قابل قبول باشد؛ ارائه نشده است. اما در هر حال می توان رویدادهای ورزشی را با توجه به خصوصیات آنها تشریح کرد [۸]. در یک بعد زمانی ساختارهای متفاوتی از مسابقات یک روزه تا مسابقات قهرمانی سالانه وجود دارد؛ رویدادها از بعد اجتماعی-اقتصادی، آماتور یا حرفه ای هستند و یا آنهایی که تماشاگر یا شرکت کننده دارند. همچنین طبقه بندی دیگری در بطن رقابت بر اساس توانایی و تلاش افراد شرکت کننده وجود دارد، رقابت های ورزشی برای افراد با تجربه کم و تازه وارد و رقابت هایی که برای افراد نخبه با مهارت های اجرایی بالا سازمان یافته است. یک تقسیم بندی بازرگانی از رویدادهای ورزشی این است که آنها را به دو گروه شرکت کننده یا تماشاگر دسته بندی کنیم؛ برای مثال یک مسابقه بدمینتون ۳۲ نفری مانند مسابقات ملی بریتیش اوپن<sup>۱</sup> را شاید هزاران نفر ببینند؛ اما اگر این رقابت ها در سطح باشگاهی باشد بعید است تعدادی بیش از دوستان، خانواده و سایر بازیکنان از آن دیدن کنند. درآمد حاصل از مسابقات نوع اول به احتمال شامل فروش بلیط به تماشاگران خواهد بود در حالی که در مسابقات نوع دوم، درآمد تنها از دریافت هزینه ثبت نام ورزشکاران در مسابقات است. اما در رویدادهای چند رشته ای

---

1. British open

مانند بازی های مشترک المنافع، بازی های المپیک و بازی های پان امریکن زمینه ای برای گروه بندی مسابقات به صورت شرکت کننده و تماشاگر وجود دارد که بر اساس آن بعد درآمد در تعداد تماشاگران و شرکت کنندگان مدنظر است [۱۷]. در کتاب مدیریت رویدادها و اردوهای ورزشی، انواع رویدادهای ورزشی مانند جدول ۲ مشخص شده است [۸].

جدول (۲-۲)، انواع رویدادهای ورزشی

رویدادهای ورزشی		
لیگ های ورزشی	رویدادهای ورزشی اوقات فراغت	رویدادهای ورزشی مخصوص
لیگ های محلی، منطقه ای، استانی و کشوری لیگ های سراسری - فوتبال - والیبال - بسکتبال - هندبال - کشتی و غیره	جشنواره های ورزشی بازی های جوانان دوهای همگانی راه پیمایی های همگانی جشنواره های ورزشی بومی محلی	بازی های المپیک جام های جهانی، قاره ای مسابقات قهرمانی کشوری تورنمنت های ورزشی مسابقات اتومبیل رانی، موتور- سواری یا دوچرخه سواری چند- مرحله ای مسابقات نمایشی



اغلب محققان عصر حاضر کوشیده اند طبقه بندی از رویدادهای ورزشی ارائه دهند؛ از جمله آن می توان به موارد ذیل اشاره کرد؛ گراتون و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۰)، طبقه بندی رویدادهای ورزشی را چهار گروه «A, B, C, D» معرفی کردند؛ رویدادهای بزرگ ورزشی مانند بازی های المپیک و جام جهانی فیفا را گروه اول، رویدادهای ورزشی پربیننده که به صورت ساده برگزار می شوند مانند سوپر جام یا جام ویلمبدون را گروه دوم، رویدادهای ورزشی نامنظمی که تماشاگران و شرکت کنندگان زیادی دارند مانند مسابقات شنا در سطح بین المللی را گروه سوم و اکثر مسابقات ورزشی که بخشی از تقویم سالانه ورزشی می باشند، مانند مسابقات دانشگاهی فوتبال و بسکتبال در ایالات متحده را جزء گروه "D" دانستند [۷۵].

روتر و همکاران (۲۰۰۲) مقیاس رویدادهای بزرگ ورزشی را چنین بیان کردند:

- تعداد ورزشکاران فعال (بیشتر از ۱۰۰۰۰ نفر)
- تعداد دست اندرکاران، سرپرستان و کارکنان (بیشتر از ۱۰۰۰ نفر)
- تعداد تماشاگران (بیشتر از ۲۰۰۰۰ نفر)
- بودجه رویداد (در حدود ۶۲۰۰۰۰ یورو)
- فعالیتهای رسانه ای و پوشش خبری (پخش مستقیم)

این معیارها برای کشور سوئیس توسعه داده شده و برای کشورهای دیگر ممکن است تغییراتی در آن ایجاد شود. با توجه به اینکه رویدادهای ورزشی بی شماری سالانه برگزار می شود اما تعداد آنها بی نهایتی که بتوان عنوان رویداد بزرگ را به آن داد؛ کم هستند [۴۱]. هورچ و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) در کتاب رویدادهای ورزشی، دسته بندی رویدادهای بزرگ ورزشی را با توجه به خصوصیات بیرونی آنها تشریح کردند که عبارتند از:

با توجه به مدت و تعداد برگزاری، در اینجا می توان انواع مختلفی را مشخص کرد؛ "یکباره" به این معنا که هر ۴۰ یا ۵۰ سال یکبار در همان کشور برگزار می شود، به عنوان مثال: بازی های المپیک؛ "گاه گاهی" به این

---

1. Gratton et al  
2. Horch et al

معنا که هر ۵ یا ۱۰ سال یکبار در مناطق مختلف یک کشور برگزار می شود، به عنوان مثال: مسابقات قهرمانی جهان یا مسابقات قهرمانی قاره ای در یک رشته ورزشی؛ "به طور مرتب" به این معنا که هر سال یکبار در مکان مشخصی و به مناسبتی برگزار می شود، به عنوان مثال: مسابقات جام جهانی اسکی، تورنمنت های تنیس، مسابقات دو میدانی جایزه بزرگ، مسابقات قهرمانی کشور در یک رشته خاص و غیره.

- با توجه به بزرگی رویداد ورزشی، برای تشریح بزرگی رویدادهای ورزشی می توان شاخص های مختلفی به شرح زیر در نظر گرفت؛ تعداد ورزشکارانی که در رویداد ورزشی شرکت دارند؛ تعداد همراهان، مربیان، کمک-کنندگان و مسئولان؛ تعداد تماشاگران؛ منابع مالی که برای برگزاری هزینه می شود.

- توجه رسانه، پخش مستقیم، پخش صحنه هایی از رویداد [۷۶].

گتز (۱۹۹۷) معیارهای بیشتر رویدادهای ورزشی را چنین معرفی می کند؛ داخل سالنی در مقابل روباز، زمینی در مقابل آبی، منظم در مقابل تنها یکبار، عمومی در مقابل خصوصی، ورزش حرفه ای در مقابل ورزش آماتوری، رویدادهایی که بخاطر درخواستهای رسمی در مقابل رویدادهایی که طبق تقویم ورزشی و یا به درخواست شخصی برگزار می شود، رویدادهای ورزشی عموماً دارای ماهیت خدماتی و برانگیزاننده احساسات تماشاگران هستند و بدین خاطر توجه رسانه ها را به خود جلب می کند [۱۸]. هورن و زمن<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) رویدادهای بزرگ ورزشی را با خصوصیات قابل سنجشی به شرح زیر طبقه بندی کرده اند؛ تعداد تماشاگران- شرکت کنندگان (کمتر از ۱۵۰۰۰، ۱۵۰۰۰ تا ۴۰۰۰۰، ۴۰۰۰۰ یا بیشتر)، دفعات برگزاری (یکبار یا دائمی)، مدت زمان برگزاری (یک روزه، چند روزه)، ساختار محل برگزاری (منطقه کم جمعیت: کمتر از ۱۵۰ نفر در هر کیلومتر مربع، منطقه پر جمعیت: حداقل ۱۵۰ نفر در هر کیلومتر مربع و شهرهای بزرگ: بیش از ۱۰۰۰۰۰ نفر جمعیت) [۷۷].

---

1. Horn & zemann

## ۲-۲-۳-۱. انواع رویدادهای ورزشی از نظر گستردگی

### ۲-۲-۳-۱-۱. رویدادهای متحرک<sup>۱</sup> که بر اساس ماهیت تماشاگران تعریف می شوند

سودمندترین رویدادهایی که همراه با رقابت زیاد، دارای تماشاگران بین المللی و به صورت غیر سازمان یافته برگزار می شوند. این رویدادها شامل مسابقات قهرمانی و جهانی اروپا در ورزشهای خاص (مثل دوومیدانی)، مسابقات جام جهانی و قهرمانی فوتبال اروپا (که معمولاً پایه و اساس آن ها امکانات حاضر و پیشرفته می باشد) و بازی های المپیک و مشترک المنافع که نیاز به توسعه امکانات و زیرساخت ها می باشد و همچنین رویدادهایی که به عنوان کاتالیزورهایی برای بازسازی شهری عمل می کنند، و نیاز به استخدام و آموزش تعداد زیادی از داوطلبان، جذب پوشش رسانه ای در سراسر جهان، جذب بخش بزرگی از تماشاگران غیر محلی که به توسعه طولانی مدت صنعت گردشگری کمک می کند.

### ۲-۲-۳-۲. رویدادهای ثابت<sup>۲</sup> که بر اساس ماهیت تماشاگران تعریف می شوند

رویدادهایی که جهت برگزاری آن مناقصه ای صورت نمی گیرد و بخشی از چرخه داخلی سالانه رویداد را تماشاگران زیادی تشکیل می دهد و معمولاً یک مکان ثابتی دارند، به عنوان نمونه در انگلستان این شامل فینال جام حذفی، مسابقات راگبی شش کشوری، ویمبلدون و مسابقات تست کریکت می باشد، به دلیل اینکه این رویدادها منظم و ثابت هستند پیش بینی تعداد تماشاگران نسبتاً آسان، همراه با پوشش رسانه ای و تماشاگران غیر محلی زیاد و چنین رویدادهایی محیط نسبتاً پایدار و قابل پیش بینی دارند که اثرات غیر اقتصادی در آن قابل شناسایی می باشند.

---

1. mobile events  
2. fixed events

## **۲-۲-۳-۱-۳. رویدادهایی که بر اساس ماهیت تماشاگران و رقبا تعریف می شوند**

مانند مسابقات جهانی و قهرمانی اروپا و رویدادهایی که محبوبیت کمتری دارند(به عنوان مثال: ژیمناستیک، بدمینتون) و اهمیت این رویدادها آن است که در اکثر شهرها یا کشورها یک تصویری از ورزش شهر میزبان را نشان می دهند و چنین رویدادهایی اثرات اقتصادی نامشخص، تعداد تماشاگران و علاقه رسانه ها و قضاوت در مورد نظارت و ارزیابی استراتژی رویداد، خاص می باشد.

## **۲-۲-۳-۱-۴. رویدادهایی که بر اساس ماهیت شرکت کنندگان تعریف می شوند**

چنین رویدادهایی اثرات اقتصادی محدود و پوشش رسانه ای کمی دارند، رویدادهایی هستند که تحت سلطه و کنترل شرکت کنندگان( با خانواده، دوستان و مربیان) مانند مسابقات قهرمانی ملی، منطقه ای در هر ورزشی می باشند، اگرچه هزینه های کمی صرف می شود، اثرات اقتصادی محدود، علاقه کم رسانه ها (به خصوص در خارج از منطقه محلی) و تعداد محدودی از تماشاگران غیر محلی دارند و بعید به نظر می رسد که چنین رویدادهایی امکانات انجام نظارت و ارزیابی از رویدادها را داشته باشد اگرچه برخی اثرات ایجاد شده ممکن است سودآور باشند [۷۸].

## **۲-۲-۳. اهمیت برگزاری رویدادهای ورزشی**

در سطح تاریخی، رویدادهای بزرگ بین المللی، خصوصیات مردم یک کشور یا ملت برگزارکننده را در قالب داستانی به نمایش می گذارد؛ که آنها نشان دهنده ی موارد کلیدی هستند که در کشور می توان ساخت و تصاویری از خود برای شناخت و ارتباط با دیگر کشورهای را ارائه نمود و زمینه آشنا شدن با سنت ملی مردم جهان نه تنها توسط شهروندان کشور میزبان بلکه توسط مردم کشورهای دیگر را فراهم می آورد [۱۱، ۷۹]. بسیاری از کشورهای در سراسر جهان از نظر فرهنگی، اجتماعی، هنجارها، ارزش ها و علایق تفاوتی دارند، در

عین حال تنوع فرهنگی تا حد زیادی با ارزش است و در بسیاری از موارد باعث درگیری و خشونت بین جوامع می شود، برای از بین بردن اثرات منفی تنوع فرهنگی و بهبود روابط بین گروهی در جوامع، سازمان های دولتی و غیر دولتی از ورزش و رویدادهای ورزشی به عنوان ابزار ترویج آشتی و صلح استفاده می کنند [۸]. از رویدادهای ورزشی ممکن است به عنوان وسیله ای جهت آشنا شدن بازدیدکنندگان با منطقه میزبان و بازدید بیشتر و مکرر گردشگران به آن منطقه استفاده شوند [۵۱]. داویس و براون<sup>۱</sup> (۲۰۰۰)، بیان می کنند؛ برگزاری رویدادهای ورزشی فرصتی برای افراد فراهم می کند که از تجربه های عادی به سمت کسب تجربه های فرهنگی، اجتماعی و فراغتی حرکت کنند [۸۱]. افراد از برگزاری رویدادها می توانند به عنوان یک فرصت جهت نشان دادن امکانات محیط میزبان، پیشرفت سازمان دهندگان، برگزارکنندگان و تبلیغات اسپانسرها (حامیان مالی) استفاده کنند [۸۲]. شواهدی وجود دارد که فعالیت های ورزشی می تواند به افراد جدید در بدست آوردن احساس امنیت و اعتماد به نفس هنگامی که به جوامع متفاوت سیاسی نزدیک می شوند، کمک کند [۸۳]. ماتسون و باده<sup>۲</sup> (۲۰۰۶)، بیان کردند که برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی می تواند فرصتی برای کشور یا شهرستان میزبان فراهم آورد که در معرض توجه بین المللی قرار گیرد و مانند رویدادهای سیاسی که قدرت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را به نمایش می گذارند، کشور میزبان نیز به عنوان یکی از چهره های بزرگ در صحنه بین المللی قرار گیرد [۸۴].

گتزر (۱۹۹۷)، در کتاب مدیریت و توریسم رویداد، بیان کرد از برگزاری رویدادها، می توان برای به حداکثر رساندن نتایج اقتصادی، گردشگری و اجتماعی استفاده کرد و هم چنین آنها می تواند به یک ابزار استراتژی در حوزه های سیاسی، بازسازی اقتصادی، تجدید حیات جامعه و یا ورزش و توسعه صنعت گردشگری تبدیل شوند [۱۸].

---

1. Davies & Brown  
2. Matheson & Baade

## ۲-۲-۴. اهمیت فرایند برنامه ریزی در اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی

اثرات برپایی رویدادهای ورزشی در محیط های پیرامونی و وسیع تر می تواند مثبت یا منفی باشد؛ برگزارکنندگان، سازمان ها و ارگان های مختلف انتظار دارند که رویداد هرچه بهتر و مطلوب تر برگزار شود؛ بنابراین جهت بهره مندی از تأثیرات مثبت و جلوگیری از تأثیرات منفی، برگزاری رویدادهای ورزشی باید با برنامه ریزی صحیحی مدیریت و سازماندهی شوند [۸]. پرویز نامغ (۱۳۸۶)، در کتاب مبانی مدیریت دولتی، چندین اهمیت برنامه ریزی را ذکر کرده اند؛ از جمله آن می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- برنامه ریزی تعیین جهت می کند، یعنی نشان می دهد که چه کارهایی و چگونه باید انجام شود؛
- برنامه ریزی چارچوبی وحدت بخش به دست می دهد، یعنی واحدهای مختلف سازمان در تحقق هدف ها مشارکت می کنند. بنابراین، از هرج و مرج و تک روی ها جلوگیری می شود؛
- برنامه ریزی فرصت ها و خطرها را مشخص می کند، یعنی برنامه ریزی نمی تواند خطرهای ناشی از تصمیم گیری را به طور کامل از بین ببرد، اما می تواند به تشخیص فرصت ها و خطرهای بالقوه کمک کند و زیان های ناشی از آنها را به کمترین حد ممکن برساند؛
- برنامه ریزی مانع هدر رفتن منابع سازمان می شود؛
- برنامه ریزی معیاری برای عملکرد عرضه می کند، یعنی یک برنامه مفید، آنچه را که باید انجام شود، معین می کند [۸۵].

## ۲-۲-۴-۱. چه مواردی باید در برنامه ریزی مد نظر قرار گیرد:

- مشخص کردن مخاطبان برنامه یا گستره عمل آن؛

- شناسایی نیازها و علائق شرکت کنندگان؛

- تعیین فلسفه و اهداف برنامه ریزی مورد نظر؛

- تبدیل هدف ها به طرح ها یا پروژه های عملیاتی و اجرایی؛

- پیش بینی منابع برای اجرای برنامه های عملیاتی شامل منابع مالی، انسانی، کالبدی و زمان.

## **۲-۲-۴-۲. مراحل برنامه ریزی رویدادهای ورزشی**

- تعیین اهداف و مقاصد
- تعیین سیاست ها
- انجام یک مطالعه امکان سنج
- تصمیم گیری برای اجرا
- شناسایی نیروی انسانی
- شناسایی منابع
- شناسایی خصوصیات رویداد
- شناسایی ساختار
- تهیه و تدوین ساختار ارتباطی
- تهیه و تدوین برنامه زمانی
- ایجاد سیستم های نظارتی و کنترل
- برنامه ریزی برای تدارکات، اجرا و ارزیابی.

## **۲-۲-۴-۱. بهترین زمان اجرای رویداد چه موقعی است:**

انتخاب زمان صحیح برای برگزاری یک رویداد ورزشی می تواند حیاتی باشد که به وسیله عوامل بسیاری تعیین می شود. علاوه بر شرایط جوی مناسب، تقویم های ورزشی محلی، ملی و بین المللی نیز عامل مهمی در تعیین

و مشخص کردن زمان مناسب هستند [۸]. برای تعیین بهترین زمان (روز و سال) رویداد اولاً باید مشخص شود که رویداد در مکان های سر پوشیده برگزار شود یا در فضاهای روباز، ثانیاً در نظر گرفتن مخاطبان و بازار هدف رویداد. به عنوان مثال رویدادهای خانوادگی ممکن است در تعطیلات آخر هفته یا تعطیلات مدرسه برگزار شوند، در حالی که رویدادهای سالمندان بهتر است در ایام هفته برگزار شوند، مهم این است که در زمان برگزاری رویدادهای رقابتی بزرگ مانند انتخابات و جام جهانی فوتبال رویدادهای دیگری در مناطق محلی برگزار نشود [۸۶].

باید توجه داشت که جذابیت رویدادهای ورزشی، استقبال تماشاگران از رویداد و حمایت رسانه ها از برگزاری رویداد مانند حلقه های زنجیر به هم مرتبط هستند. هر اندازه زمان برگزاری رویداد مناسب تر باشد، استقبال تماشاگران بیشتر خواهد بود و هر اندازه تماشاگر بیشتری وجود داشته باشد، تمایل رسانه ها برای پوشش رویداد بیشتر می شود. پوشش رسانه ای رویداد نیز به نوبه خود تمایل شرکت های اقتصادی برای حمایت مالی از برگزاری رویداد را افزایش می دهد. زیرا آنها می توانند برای کالاها یا محصولات خود بازاریابی کنند [۸].

## **۲-۲-۴-۲-۲. مکان برگزاری رویداد باید چه ویژگی هایی داشته باشند:**

محل برگزاری نباید فقط با نیازهای رویداد تطبیق داشته باشد بلکه باید یک ویژگی و جو منحصر به فردی را دارا باشد و همچنین مسائل کلیدی دیگری مانند امکانات محل برگزاری از جمله در دسترس بودن، پارکینگ، حمل و نقل و همچنین هزینه آن مکان باید در نظر گرفته شود [۱۴].

## **۲-۲-۴-۲-۳. بهترین ایده یا مفهومی که برای اهداف رویداد استفاده می شود چه چیزی**

**هستند:**

یکی از راه های مشخص کردن ایده یا مفهوم برای رویداد، «جلسه گروهی طوفان مغزی» نام دارد. روشی که از یک تخته سفید و کاغذ غیر رسمی برای ثبت ایده ها استفاده می شود، و افراد تشویق می شوند هر چیزی که



برای اولین بار به ذهن خود می آورند را بیان کنند؛ ایده های زیادی توسط افراد حاضر بیان می شود، زمانی که این مرحله تمام شد؛ لیست دوم مربوط به اولویت بندی ایده ها از نظر کیفیت و جذابیت است. برخی ایده ها ممکن است که با هم ترکیب شوند. از طریق این فرایند، شما یک لیست کوتاهی از این گروه که شامل یک ایده یا ترکیبی از ایده هاست و به بهترین وجه در خدمت رویداد می باشند را ایجاد می کنید که می تواند به منظور ایجاد مفهوم رویداد آن لیست توسعه یابد و یا تصحیح شود [۵۴].

## ۲-۲-۵. اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر وضعیت عمومی جامعه

مالفاس و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۳)، رویدادهای ورزشی را براساس میزان تأثیرگذاری، پیچیدگی در سازمان و نحوه ی نمایش آنها تعریف کردند [۲۹]. تصمیم برای برگزاری یک رویداد ورزشی، برای سازمان برگزارکننده، فدراسیون ورزشی، باشگاه یا بخش خصوصی به عنوان برگزارکننده و نیز شهر محل برگزاری، همواره یک تصمیم مشکل و بحث انگیز است. منابع مالی زیادی که باید صرف برگزاری رویداد ورزشی شود، در مقایسه با صرف آن در سایر زمینه ها، این بحث را به وجود می آورد که تأثیرات رویدادهای ورزشی در زمینه های مختلف بررسی شوند [۸]. تأثیر رویدادهای بزرگ در سه مرحله مشخص می شود: قبل از رویداد (از سالی که با پیشنهاد برگزاری رویداد موافقت می شود)، سالی که رویداد برگزار می شود و سال بعد از رویداد. این سه مرحله به طور طبیعی بین ۱۰-۱۲ سال طول می کشد [۸۷]. اثرات رویدادهای ورزشی در شهر یا منطقه میزبان می تواند بسیار زیاد و جند برابر باشند و بخش زیادی از مطالعات مربوطه از این ایده پشتیبانی می کنند که چنین رویدادی می توانند در درجه ی اول نتایج مثبت تولید کنند [۲۹]. آلن و همکاران (۲۰۰۸) در کتاب مدیریت رویداد خاص و جشنواره ها، اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی را چهار عامل «زیست محیطی، اقتصادی و توریسم، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی» معرفی کردند [۱۴].

---

1. Malfas et al

## ۲-۲-۵-۱. تأثیرات اقتصادی برگزاری رویدادهای ورزشی

بررسی و پیش بینی تأثیرات اقتصادی، عامل کلیدی در تصمیم گیری برای میزبانی رویدادهای ورزشی است [۱۷]. زمانی که بخواهیم سرمایه گذاری های انجام شده برای برگزاری رویدادهای ورزشی را توجیه کنیم؛ بررسی اثرات اقتصادی رویدادهای ورزشی، از اهمیتی حیاتی برخوردار است. اگر این اثرات منفی شود می تواند سابقه ای اثر گذار و پرهزینه بر پرداخت کنندگان محلی مالیات داشته باشد؛ اما اگر این اثر مثبت شود می تواند درآمد مهمی را برای برخورداری از پشتیبانی بودجه های شهرداری با خود به همراه داشته باشد [۸]. اولین مطالعه تأثیر اقتصادی میزبانی بازی های المپیک، مربوط به بازی المپیک ۱۹۸۴ در لس آنجلس می باشد [۸۸]. یک بررسی از اثرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، فیزیکی و سیاسی بازی های المپیک نشان داده شده است که منافع اقتصادی، عامل اصلی و انگیزه اولیه کشور میزبان برای برگزاری بازی های المپیک بوده است [۲۹]. هاوارد و کرامپتون<sup>۱</sup> (۲۰۰۴)، تأثیر اقتصادی را تغییر خالص در اقتصاد جامعه میزبان که از صرف هزینه های مصرفی در جهت رفع کمبود خدمات و امکانات لازم برای برگزاری رویداد حاصل می شود، تعریف کرده اند [۸۹]. لیبر و آلتن<sup>۲</sup> (۱۹۸۳) بیان کردند؛ این هزینه های مصرفی هم تأثیر مستقیم و هم غیر مستقیم بر اقتصاد جامعه میزبان دارند، اثرات مستقیم از هزینه هایی که بازدیدکنندگان، شرکت کنندگان در هتل، رستوران و مغازه های جزیی فروشی و امکانات تفریحی صرف می کنند؛ بدست می آید [۳۵]. تأثیر اقتصادی بر اساس نظریه اضافه شدن یک دلار از بیرون به اقتصاد محلی و در نظر گرفتن آن به عنوان یک سود برای منطقه میزبان، می باشد [۹۰]. بر اساس اظهارات بلاک و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۴)، تأثیر اقتصادی رویدادهای ورزشی بر اساس سرمایه گذاری های انجام شده در جهت برگزاری رویداد و همچنین منافع تولید شده تخمین زده می شود، به عنوان مثال، منافع تولید شده بر اساس ورود توریسم به جامعه میزبان، سرمایه گذاری های ایجاد شده در محل برگزاری رویداد و زیر

- 
1. Howard & Crompton
  2. Leiber & Alton
  3. Blake et al

ساخت های مربوطه، اثرات برجامانده پس از اتمام رویداد و ... [۹۱]. تعدادی از محققان بیان کردند که درآمد اقتصادی رویدادهای بزرگ ورزشی از طریق امکانات موجود شهر میزبان ایجاد می شود؛ زیرا با برگزاری رویدادها میزان آگاهی از شهرستان یا منطقه میزبان را به عنوان یک مقصد گردشگری و هم چنین اطلاعاتی در مورد ایجاد سرمایه گذاری و فعالیت های بازرگانی در منطقه میزبان فراهم می شود که آن می تواند سرمایه گذاران و بازدیدکننده بیشتری را جذب، ایجاد اشتغال و کمک به رشد اقتصادی شهر کنند [۹۲، ۹۳].

## ۲-۲-۵-۲. تأثیرات اجتماعی برگزاری رویدادهای ورزشی

موفقیت در برگزاری رویدادهای ورزشی مهم، نباید تنها بر حسب واژه های اقتصادی و ملموس سنجیده شود؛ بلکه باید اهمیت اجتماعی و فرهنگی آن نیز مد نظر قرار گیرد [۳۱]. بنا به اظهارات پریوس (۲۰۰۳)، تأثیر مثبت برگزاری رویدادهای ورزشی برای یک شهر و در نتیجه یک کشور، تنها به مسابقات ورزشی و شناخت مکان ها و تجهیزات ورزشی، محدود نخواهد شد. افزایش تعداد شهرهای متقاضی برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی از قبیل بازی های المپیک و جام جهانی فوتبال، همچنین رقابت شدیدی که برای به دست آوردن امتیاز میزبانی آنها وجود دارد، بهترین گواه است که برگزاری این بازی ها تأثیرات عمیقی در دیگر امور اجتماعی بر جای می گذارد [۹۴].

محققان تعاریف گسترده ای از تأثیرات اجتماعی را بیان کرده اند که از جمله آن می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

هال (۱۹۹۲) تأثیرات اجتماعی را به عنوان تغییر شیوه ی سفر و گردشگری در سیستم ارزش فردی و جمعی، الگوهای رفتاری، ساختارهای اجتماعی، سبک زندگی و کیفیت زندگی تعریف کرد [۳۱].

ماتیسون و وال<sup>۱</sup> (۱۹۸۲) تأثیرات اجتماعی را به عنوان تغییرات کیفیت زندگی افراد در مقصد توریستی تعریف کردند [۹۵].

اولسن و مروین<sup>۲</sup> (۱۹۹۷) اثرات اجتماعی را به عنوان تغییر در ساختار و عملکرد الگوی نظم اجتماعی که در ارتباط با محیط زیست، تکنولوژی یا نوآوری اجتماعی رخ می دهد، تعریف کردند [۹۶].

شارپلی<sup>۳</sup> (۱۹۹۹)، تیو<sup>۴</sup> (۱۹۹۴)، برنت و کارتنی<sup>۵</sup> (۱۹۹۹)، اثرات اجتماعی را به عنوان عواقب کوتاه مدت که تغییرات فوری و قابل توجه در کیفیت زندگی جوامع میزبان و سازگاری آنها با صنعت گردشگری ایجاد می کند؛ تعریف کردند [۹۷، ۹۸، ۹۹].

هال (۱۹۹۲)، به اشتراک گذاشتن تجربه، تقویت، توسعه و تبلیغ سنت ها، معرفی چالش ها و ایده های دیگران، ایجاد غرور ملی، تقویت هویت بومی، افزایش مشارکت اجتماعی را به عنوان «تأثیرات اجتماعی مثبت» ذکر کرد [۳۱]. از جمله تأثیرات اجتماعی دیگر، می توان به توسعه سرمایه اجتماعی حاصل از افزایش اعتماد، روابط متقابل و همکاری که به منظور برگزاری رویدادهای ورزشی ایجاد می شود و زمینه تقویت تعامل، وحدت و هماهنگی را فراهم می آورد، اشاره نمود [۱۰۰].

## ۲-۲-۵-۳. تأثیرات فرهنگی برگزاری رویدادهای ورزشی

رویدادهای ورزشی از یک ساختار پیچیده فرهنگی و پتانسیلی برای انتقال دادن مزایای فرهنگی به مناطق میزبان برخوردارند [۳۲]. دایان و کتس<sup>۶</sup> (۱۹۹۲) بیان کردند رسانه ها که رویدادهای بزرگ ورزشی را پوشش می دهند نقش قابل توجهی در ساخت و ساز هویت ملی و برجستگی قابل توجهی در فرآیند نمایش و نقش برداری

- 
1. Mathieson & Wall
  2. Olsen & Mervin
  3. Sharpley
  4. Teo
  5. Brunt & Courtney
  6. Dayan & Katz

فرهنگ و آداب و رسوم جامعه میزبان دارند [۱۰۱]. با توجه به اینکه سنت ها و فرهنگ های محلی به ندرت بیش از یکبار برای شهروندان آن کشور نمایش داده می شوند؛ برگزاری رویدادهای، پتانسیل زنده کردن سنت ها و آیین ها را در کشور میزبان دارند [۶۱]. در مقایسه با اثرات اجتماعی، اثرات فرهنگی اثرات نمایشی هستند که ماهیت درازمدتی براساس تغییرات ایجاد شده در روابط اجتماعی جامعه میزبان، هنجارها و استانداردها دارند، این ایده حاکی از آن است که نتایج فرهنگی ممکن است بلافاصله قابل مشاهده نباشند و بعدها توسط ساکنان محلی تجربه شوند [۱۰۲]. مک آلون<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) معتقد است هر چیزی که تکرار می شود در عمل تازه می شود، مراسم ها یا سایر نمایش ها با تازه نشدن در خطر فراموشی قرار می گیرند، یکی از راههای دستیابی به چنین موفقیتی در توسعه فرهنگی، مجسم ساختن فرهنگ محلی موجود در رویدادها می باشد؛ هم چنین او معتقد است که تمام منابع ملموس مانند ساخت ورزشگاه ها، ایجاد زیر بناهای حمل و نقل و امکانات گردشگری و منابع ناملموس مانند ورزش های تاریخ ساز، مراسم ها، نیمرخ های ملی و توسعه سیاسی همه پایتختی فرهنگی را می سازند [۱۰۳].

یکی از اثرات فرهنگی که در زمان برگزاری رویدادها می توان ملاحظه کرد، کمک داوطلبانه به برگزاری رویدادهای ورزشی است که تا مدت ها بعد از پایان رویداد برای اشخاص داوطلب و جامعه اثرات مثبت به جا می گذارد. روحیه ی تعاون، همکاری و همگرایی بین اقشار مختلف برای برگزاری مناسب و با شکوه یک رویداد ورزشی به گونه ای است که سبب غرور و افتخار مردم یک شهر یا کشور محل برگزاری می شود [۸].

## ۲-۲-۵-۴. تأثیرات زیست محیطی برگزاری رویدادهای ورزشی

برنامه ریزی، سازماندهی و اجرای رویداد باید به گونه ای باشد که توسعه اقتصادی و اجتماعی بعد از برگزاری رویداد تداوم داشته باشد و نیز تا آنجا که امکان دارد به محیط زیست و منابع طبیعی که میراث نسل های آینده

است، آسیب وارد نشود [۱۰۴]. اقداماتی باید جهت حفظ و بهبود شرایط زیست محیطی در برگزاری رویدادها صورت گیرد؛ از جمله آن می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- بهبود شرایط زیست محیطی به صورت پایدار به دلیل ساخت و توسعه زیرساخت های مورد نیاز برای برگزاری رویداد؛
- حفظ یا بهبود قانون ها و مقررات. توجه به محیط زیست و نمای ظاهر شهر و اطراف محل برگزاری؛
- جلوگیری از دست اندازی و آسیب رسانی به محیط زیست حفاظت شده به صورت یک امر پایدار؛
- جلوگیری از کاهش فضاهای آزاد و سبز به صورت امری پایدار؛
- محدود سازی مصرف انرژی موردنیاز برای برگزاری رویداد؛
- محدود سازی آلودگی صوتی که شاید در حین برگزاری رویداد به وجود آید؛
- محدود سازی مواد آلاینده هوا در اثر بهبود زیرساخت ها؛
- محدود سازی تولید زباله که شاید در حین برگزاری رویداد به وجود آید [۸].

## ۲-۳. پیشینه تحقیق

### ۲-۳-۱. تحقیقات در زمینه اثرات رویدادهای ورزشی

تحقیقات در خصوص اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان نتایج متفاوتی را نشان داده اند؛ پیروس (۲۰۰۷) در پژوهش خود میراث برگزاری رویدادهای ورزشی را به دو گروه میراث مثبت و منفی دسته بندی کرد و ایجاد امکانات جدید، احیای سنت های شهر برگزارکننده، شهرت بین المللی، بهبود رفاه عمومی، تجدید روحیه جامعه، تولید ایده ها و ارزش های فرهنگی، ایجاد یادگاری محبوب و عامه پسند، بدست آوردن تجربه را به عنوان میراث مثبت، معرفی کرد [۹]. اسپیلینگ (۲۰۰۰) اثرات بلند مدت اصلی و احتمالی رویداد را در چهار گروه فهرست کرد؛ آگاهی خلق شده بین المللی، افزایش فعالیت اقتصادی، توسعه امکانات و زیر بناها و افزایش فرصت های اجتماعی و فرهنگی [۳۰]. آلن و همکاران (۲۰۰۸) در کتاب مدیریت رویداد خاص و جشنواره

ها، اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی را چهار عامل «زیست محیطی، اقتصادی و توریسم، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی» دانستند؛ ارتقا مقصد و افزایش بازدید کننده توریستی، کسب درآمد از مالیات ها، افزایش فرصت های کسب و کار، فعالیت های تجاری و کسب درآمد با ورود گردشگران در جامعه برگزارکننده را "عامل اقتصادی" ذکر کردند و به اشتراک گذاشتن تجربه، زنده نگه داشتن آداب و رسوم و سنت ها، افزایش اعتبار و غرور جامعه برگزارکننده، افزایش مشارکت اجتماعی، معرفی و به چالش کشیدن ایده ها، توسعه دیدگاه فرهنگی را جزء "عامل اجتماعی، فرهنگی" دسته بندی کردند [۱۴]. گاسر، لوینسن<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) و ساگدن<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) در پژوهش خود، اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی را شش عامل اقتصادی- گردشگری، فیزیکی، فرهنگی اجتماعی، روانی، سیاسی و زیست محیطی ذکر کردند و معتقدند از برگزاری رویدادهای ورزشی می توان به منظور کمک به ایجاد شبکه های ارتباطی، تقویت سنت های فرهنگی، کسب مهارت ها و به طور کلی در توانمندسازی جوامع استفاده کرد [۱۰۵، ۱۰۶]. بسلر<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) در تحقیقی که در کشور اتریش انجام داد، تأثیرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر محل برگزاری را پنج عامل «تأثیر اقتصادی، تأثیر بر فرد و اجتماع، تأثیر سیاسی، تأثیر بر زیر ساخت ها و تأثیرات زیست محیطی» معرفی کرد، از جمله تأثیراتی که زیرمجموعه این عوامل را تشکیل می دادند؛ تأثیرات مثبت بر بازار کار، افزایش بودجه، افزایش وجهه و شهرت، افزایش کسب مالیات، به فراموشی سپردن مشکلات، سرمایه گذاری در زیرساخت ها، تأثیرات اقتصادی ناشی از افزایش گردشگری، تأثیرات مثبت بر بازار تبلیغات و رسانه ها، تشکیل گروههای اجتماعی، افزایش جرایم، اختلافات طبقاتی، افزایش حس مفید بودن و مقبولیت اجتماعی، افزایش علاقه مندی به ورزش، تأثیر مثبت بر تعامل اجتماعی، افزایش شهرت افراد سیاسی و احزاب، بهبود کیفیت زندگی مردم، افزایش تولید زباله و تدابیری برای بازیافت و دفع، تأثیرات ترافیکی، تغییراتی که در اثر ساخت و ساز در طبیعت به وجود می آید [۳۹].

هال (۱۹۹۲) در تحقیق خود، اثرات رویدادهای ورزشی را شش بعد اقتصادی، گردشگری- تجاری، فیزیکی، فرهنگی- اجتماعی، روانشناسی و سیاسی دانست؛ از جمله

- 
1. Gasser & Levinsen
  2. Sugden
  3. Bassler

اثراتی که آنها جزء این شش بعد دانستند؛ شامل «تولید سرمایه بیش از حد، افزایش تقاضا برای کالا و خدمات در جامعه میزبان، ایجاد شغل، ساخت و ساز امکانات و زیر ساخت های جدید، بازسازی و زیبا سازی مناطق پایین شهر، افزایش منافع محلی، افزایش فرصت ها برای تبادل بین فرهنگی، توسعه کار داوطلبانه انجام دادن، بهبود شبکه های اجتماعی محلی، هیجان، نمایش، غرور و اعتماد به نفس به وسیله توجه بین المللی، افزایش شغل و حرفه افراد سیاسی خاص، اثرات نمایش ویتروینی، بزرگنمایی مشخصات منطقه ای، توسعه فصل توریستی و تکرار تقاضا» [۳۱]. ریتچی (۱۹۸۴) در بررسی تأثیر رویدادهای هال مارک پنج فاکتور شناسایی کرد که شامل «توسعه اقتصادی، فیزیکی، اجتماعی-فرهنگی، روانی، سیاسی» بودند و همچنین ایجاد غرور ملی و تقویت سنت ها و ارزش های شرکت بزرگ ورزشی و هنری یا دیگر فعالیت های مربوط به رویداد، سازگاری با الگوهای اجتماعی جدید یا اشکال فرهنگی و افزایش فعالیت های گروهی و بین گروهی را به عنوان اثرات اجتماعی مثبت رویدادها دانست [۳۲]. باودین و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) در کتاب مدیریت رویداد، اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی را ۴ فاکتور شناسایی کردند؛ فاکتور اجتماعی-فرهنگی، فاکتور فیزیکی-زیستی، فاکتور سیاسی، فاکتور گردشگری و اقتصاد. آنها فاکتور اجتماعی، فرهنگی را «استفاده از تجربه های کسب شده به واسطه ی میزبانی، احیای سنت ها، افزایش غرور جامعه میزبان، افزایش اعتبار گروههای اجتماعی، افزایش مشارکت اجتماعی، معرفی ایده های جدید و چالش برانگیز، گسترش دیدگاههای فرهنگی»؛ فاکتور فیزیکی را «نمایش محیط زیست، افزایش آگاهی زیست محیطی، بهبود حمل و نقل و ارتباطات، تحول و نوسازی شهری»؛ فاکتور سیاسی را «افزایش اعتبار بین المللی، توسعه سرمایه گذاری در جامعه میزبان، انسجام اجتماعی، توسعه مهارت های اداری»؛ فاکتور گردشگری و اقتصادی را «ارتقا مقصد و افزایش بازدیدکننده توریستی، افزایش درآمد ناشی از ورود گردشگران، افزایش مالیات درآمد، ایجاد شغل»؛ عنوان کردند [۸۰]. لاوس (۲۰۰۴) اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی را اثرات پوشش رسانه ای بر محل رویداد و برخی تأثیراتی که معمولاً در شرایط اجتماعی

---

1. Bowdin et al



نامشخص هستند، معرفی کرد [۶۲]. هسکین<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) در بررسی رویدادهای ورزشی مهم و توانایی آنها برای فایده رساندن به باشگاههای ورزشی محلی، عامل مشارکت ورزشی و اقتصادی را به عنوان تأثیر مسابقات تنیس حرفه ای اوکلند، شناسایی کرد [۱۰۷]. دویر و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۰)، در ارزیابی و پیش بینی اثرات رویدادهای خاص، دو عامل اقتصادی و اجتماعی شناسایی کردند، عامل اجتماعی، اثراتی مانند پیشرفت جامعه، افزایش غرور جامعه برگزارکننده رویداد، توسعه امکانات رویداد را شامل می شد؛ عامل اقتصادی را اثراتی مانند، مزایای تبلیغاتی بلند مدت، توسعه ناشی از ساخت اماکن جدید، توسعه کسب و کار اضافی، افزایش ارزش دارایی های جامعه میزبان را در بر می گرفت [۱۰۸].

اوبرین<sup>۳</sup> (۲۰۰۶)، در تأثیر بازی های المپیک ۲۰۰۰ سیدنی در کسب و کار باشگاه استرالیا، بیان کرد؛ فرصت هایی برای کسب و کار بیشتر و تسهیل تجارت بین المللی از طریق میزبانی چنین رویدادی فراهم شده است و همچنین یافته های آن نشان داد که مشارکت در رویدادهای ورزشی فرصت هایی را برای افراد فراهم می آورد که با یکدیگر معاشرت و تفریح کنند و به توسعه ارتباط دوستی و شبکه های ارتباطی کمک می کند [۵].

اللهیاری و پورمند<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) در پژوهش خود با عنوان "تأثیر رویداد تیراندازی با کمان در توسعه گردشگری" با پژوهش کتابخانه ای و مصاحبه با همه سازمان هایی توریستی که مسئول مدیریت ورزش بودند، به این نتیجه رسیدند که تیراندازی با کمان تأثیر مستقیم بر روی جامعه و فرهنگ، اقتصاد، محیط زیست، سیاست و توسعه گردشگری دارد و بنابه عقیده آنها اگر رویداد ورزشی به درستی برنامه ریزی شود، برای جوامع مزایایی به غیر از مزایای اقتصادی و اجتماعی به همراه دارد؛ مردم احساس ارزش می کنند و باعث تقویت ارتباطات و تولید سرمایه فرهنگی می شود؛ اگرچه از رویداد های ورزشی دولتی، همیشه منافع اقتصادی حاصل نمی شود اما آنها مقصد را به ورزشکاران و رسانه ها معرفی می کنند [۱۰۹]. نتلوکو و اسوارت<sup>۵</sup> (۲۰۰۸) در بررسی خود با

- 
1. Hoskyn
  2. Dwyer et al
  3. O'Brien
  4. Allahyari & Pourmand
  5. Ntloko & Swart

عنوان "اثرات رویداد گردشگری ورزشی در جامعه میزبان" با استفاده از پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده مستقیم از ۲۰۰ نفر از ساکنان، دو نفر از مسئولان برگزارکننده و یک مؤسس در بخش تحقیقات به این نتیجه رسیدند که رویدادها ارزش سرگرمی، منافع اقتصادی به ویژه در کسب و کارهای محلی، تقویت غرور جامعه و به عنوان نمایش منطقه ای، اهمیت دارند؛ از طرف دیگر تجزیه و تحلیل آنها، ارتباط قوی بین مدیریت و تأثیر رویدادها به عنوان یک اقدام برای به حداکثر رساندن اثرات مثبت و به حداقل رساندن اثرات منفی رویدادها اشاره داشت و بنا به اظهارات آنها، برگزاری منظم رویدادهای ورزشی باعث می شوند جامعه میزبان از افزایش امکانات، بهبود خدمات حمل و نقل و ارتباطات، صرف هزینه هایی توسط بازدیدکنندگان، ایجاد اشتغال موقت و پایدار، نوسازی فیزیکی و اجتماعی سود ببرند [۱۱۰]. اسلابرت و توماس<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) در بررسی خود با عنوان "برداشت ساکنان شهر میزبان و غیر میزبان از جام جهانی فوتبال ۲۰۱۰" با یک نظرسنجی از ساکنان میزبان و غیر میزبان، آنها به این نتیجه رسیدند که ساکنان جامعه میزبان از مزایای بیشتری نسبت به ساکنان غیر میزبان بهره مند شدند و در نهایت ۵ فاکتور به نام های خدمات اجتماعی، مشکلات اجتماعی، نامعلوم، اقتصاد جامعه، زندگی اجتماعی را شناسایی کردند و همچنین نتایج آنها نشان داد، اگرچه در هر دو شهرستان اثرات گردشگری رویداد جام جهانی فوتبال مثبت بود ولی در شهر میزبان افراد بیشتری در رویداد شرکت کردند و تجربه ی بیشتری نیز کسب کردند [۱۱۱]. بر اساس گزارش براون و مسی<sup>۲</sup> (۲۰۰۱) درباره تأثیرات عمده رویدادهای ورزشی، منافی که نصیب شهر و شهروندان از میزبانی رویدادهای ورزشی می شود را شناخت شهر میزبان، افزایش گردشگری، منافع اقتصادی (شغل، کسب و کار)، امکانات و تسهیلات المپیک، شهرت زیاد شهر میزبان، غرور شهروندان در شهرستان میزبان، فرصتی برای دیدار با افراد دیگر، ایجاد فضای آرام و هیجانی در شهر میزبان دانستند [۱۱۲]. یائو<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) با بررسی میزبانی بازی های المپیک بر روی تصویر ملی، یافته های آن نشان داد که بازی های المپیک صدها میلیون نفر تماشاگر را به خود جذب می کند و مزایایی برای کشور میزبان از جمله، ثروتمند

- 
1. Slabbert & Thomas
  2. Brown & Massey
  3. Yao

شدن از نظر فرهنگی، فراهم کردن فرصت های شغلی برای مردم، جذب درآمد از گردشگری، روابط دوستانه برقرار کردن با جامعه جهانی دارد [۱۱۳]. هیلر<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) در مطالعه ی خود مزایای برگزاری رویدادهای ورزشی بزرگ را اثرات مثبت براشتغال، اثرات اقتصادی که توسط گردشگران، بازدیدکنندگان و تماشاگران در جامعه میزبان ایجاد می شود و اثرات نمایش ویتروینی جامعه برگزارکننده نامید [۱۱۴]. زیاکس<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) در بررسی سهم و تأثیر رویداد در توسعه روستایی، یافته های آن نشان داد که در جوامع روستایی، اثرات اقتصادی و اجتماعی با استفاده از برنامه ریزی استراتژیک ایجاد می شود [۱۰۰]. چالکلی، اسکس<sup>۳</sup> (۱۹۹۹) و راگ<sup>۴</sup> (۲۰۰۳) مزایای میزبانی رویدادهای ورزشی را سه عامل توسعه اقتصادی، تحول شهری، نمایش جهانی ذکر کردند و قابل رؤیت ترین میراث به جا مانده از یک رویداد بزرگ را ایجاد امکانات جدید و بازسازی فضاهای عمومی دانستند که این مکان ها می توانند به امکانات ورزشی بسیار تخصصی تبدیل شوند و یک مزیت اجتماعی برای استفاده افراد جامعه میزبان می باشند و همچنین این محققان اشاره کردند که عامل افزایش درآمد اقتصادی ناشی از برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی، فراهم سازی زمینه افزایش آگاهی در مورد فعالیت های بازرگانی و سرمایه گذاری شهرستان یا منطقه میزبان به بازدیدکنندگان می باشد که می تواند باعث جذب سرمایه گذاران و بازدیدکننده بیشتر به شهر، ایجاد اشتغال و به رشد اقتصادی کمک کند [۹۳، ۱۱۵]. بارنی و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۲) میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ را تقاضایی برای بخش های بسیاری از جامعه، فرصتی برای تبلیغ محصولات خود به مخاطبان جهانی، فرصت کسب و کار در صادرات و سرمایه گذاری جدید، فروش دانش مدیریت رویداد، تقویت صنعت گردشگری کشورهای میزبان، تقویت روحیه شهروندان و غرور و عاملی انگیزاننده برای مشارکت شرکت ها و پشتیبانی های عمومی دانستند [۱۱۶]. پریوس (۲۰۰۰) مطالعه ای انجام داد که در آن به بررسی مفهوم و اندازه گیری میراث رویداد ورزشی پرداخته بود، یافته های آن نشان داد که میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی

- 
1. Hiller
  2. Ziakas
  3. Chalkley & Essex
  4. Rogge
  5. Barney et al

باعث قرارگرفتن این کشور بر روی نقشه، نمایش منطقه ای، ترویج سیستم سیاسی، ایجاد شرکای تجاری جدید، جذب سرمایه گذاری، تقویت گردشگری، ایجاد اشتغال و فرصت های کسب و کار، نوسازی شهری و ایجاد زیرساخت های ورزشی می شود [۱۱۷]. والو و همکاران<sup>۱</sup> (۱۹۹۶) در مطالعه خود با بررسی منافع اقتصادی رویدادهای محلی از شرکت کنندگان و مسئولان برگزار کننده رویدادهای ورزشی محلی، به این نتیجه رسیدند که استفاده از داوطلبان و امکانات موجود دو عامل مهم در به حداکثر رساندن مزایای اجتماعی، فیزیکی و اقتصادی حاصل از میزبانی رویدادها در مقیاس کوچک می باشد [۱۱۸]. جلالی فراهانی و علی دوست قهفرخی در کتاب مدیریت رویدادها و اردوهای ورزشی، از جمله اثرات رویدادهای ورزشی را کمک داوطلبانه به برگزاری رویدادهای ورزشی که تا مدت ها بعد از پایان رویداد برای اشخاص داوطلب و جامعه اثرات مثبت به جا می گذارد؛ اشاره کردند [۸].

نتایج تحقیق بهیونین<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) در بررسی اثرات اقتصادی ورزش جوانان، با یک مطالعه تجربی از مناطق، ایالات و شهرستانهای ایالات متحده، نشان داد که اثرات اقتصادی مثبتی از میزبانی مسابقات بیسبال و سافتبال در جامعه میزبان ایجاد شده است در حالی که برای دستیابی به تأثیرات قابل توجه اقتصادی به وجود تعداد زیادی از تماشاگران در جامعه میزبان لازم می باشد [۱۱۹]. بوهلمن و هردن<sup>۳</sup> (۲۰۰۵)، در پژوهشی تأثیرات میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی را در اقتصاد آفریقای جنوبی با استفاده از روش مدل سازی بررسی کردند؛ یافته های آنها ایجاد بیش از ۱۰ میلیارد ریال با هزاران شغل و ایجاد ساخت و ساز جدید سالن ها و ارتقا زیر ساخت های موجود را نشان داد [۸۸]. کریستنسن و برکیودستد<sup>۴</sup> (۲۰۱۱)، در بررسی اثرات اقتصادی رویدادهای بزرگ ورزشی با یک مطالعه موردی از ۲۰-۳۰ کشور بیان کرد که کشور میزبان در طولانی مدت از اثرات اقتصادی منفی رنج می برد، این به دلیل تفاوت بهره وری از سرمایه گذاری خصوصی و دولتی می باشد و سرمایه گذاری خصوصی

- 
1. Walo et al
  2. Behunin
  3. Bohlmann & Heerden
  4. Kristiansen & Brødsted

بهره وری بالاتری نسبت به دولتی ایجاد می کند، سرمایه گذاری مربوط به جام جهانی از پایین ترین بهره وری برخوردار بود و تعدادی از سرمایه گذاران خصوصی از این رویداد خارج شدند و منجر به اثرات اقتصادی منفی شد [۱۲۰]. هامفریس و پروکواس<sup>۱</sup> (۲۰۰۵)، در ارزیابی تأثیر رویدادهای ورزشی در تحول اقتصادی، رویداد یورو ۲۰۱۰ در لهستان و اوکراین بررسی کردند و نتیجه گرفتند که هرچند این رویداد، تعداد زیادی از تماشاگران و بینندگان تلویزیون را جذب می کند اما یک تجزیه ساده از سود هزینه ها نشان داد که هزینه میزبانی رویدادها از اثرات مستقیمی که مربوط به افزایش هزینه های گردشگران تجاوز خواهد کرد و آن مزایای مثبت مربوط به سود حاصل از عواملی مانند بهبود زیرساخت های حمل و نقل می باشد و رویدادهای ورزشی ممکن است در تحول اقتصاد منطقه از طریق توسعه وسایل نقلیه مؤثر نباشند و بیان کردند که شک و تردیدهایی وجود دارد که میزبانی رویدادهای ورزشی بتواند یک اثرات اقتصادی قابل توجهی داشته باشد و همچنین اثراتی مانند احساس بین المللی، احساس خوب ملی و انگیزه سیاسی از نتایج تحقیقات آن ها، بدست آمد [۱۲۱]. دانیل و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) در بررسی اثرات درآمد ناشی از برگزاری رویداد ورزشی گردشگری، یافته های آنها نشان داد، که با میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی، شغل و فرصت های کسب و کار بیشتری ایجاد می شود که این اثر مثبت در رشد درآمد شخصی دارای اهمیت حیاتی می باشد [۲۸]. بالگو و همکاران (۲۰۱۰) با بررسی شش رویداد مهم ورزشی در طول یک دوره ده ساله در لاس وگاس (شهری در غرب ایالات متحده)، نتایج آنها نشان داد که طول مدت اقامت گردشگران یک عامل قابل توجهی برای افزایش تأثیرات اقتصادی رویدادهای ورزشی می باشد و همچنین آنها برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی را یک فرصت ارزشمندی برای کشورهای میزبان و جوامع محلی جهت تحریک اقتصاد محلی، بهبود سرگرمی های ورزش محلی، بازشناسی نام تجاری و افزایش اعتماد به نفس جوامع معرفی کردند و معتقدند که تعداد زیادی بازدیدکنندگان، بازیکنان، تماشاگران و رسانه ها در رویدادهای بزرگ درگیر می شوند و هم چنین تعداد زیادی گردشگر از خارج شهر می آیند به همین دلیل مسابقات ورزشی اثرات مثبت قابل توجهی بر اقتصاد دارد و مهمترین فواید رویدادهای ورزشی بزرگ، هزینه های مستقیم و غیر

---

1. Humphreys & Prokopowicz

2. Daniel et al

مستقیم بازدیدکنندگان که شامل هزینه هایی که صرف اقامت، غذا و نوشیدنی، خرید و تفریحات و هم چنین افزایش اشتغال و درآمد جدید یا ایجاد زیرساخت های جدید و توسعه آینده جامعه میزبان می باشد [۱۲].

اونیکس و بالن<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) با اندازه گیری سرمایه اجتماعی در پنج جوامع استرالیا از طریق توزیع پرسشنامه ۶۸ سؤالی، به این نتیجه رسیدند که اثرات اجتماعی رویدادها و جشنواره های جامعه (ایمنی، اعتماد و احساس سودمندی فردی و جمعی) به عنوان بخشی از مفهوم سرمایه اجتماعی می باشد [۱۲۲]. براون و مسی (۲۰۰۱) در گزارش خود، توسعه مهارت های شخصی، گردهم آمدن افراد و گروه های مختلف ورزشی به سوی یک هدف مشترک، که در غیر این صورت به ندرت تعامل داشتند، افزایش تعامل اجتماعی، مشارکت تمامی گروههای سنی، درگیر شدن خانواده ها، درگیر شدن غیرمنظم شرکت کنندگان در ورزش، مشارکت افراد جامعه، افزایش امتیاز ورزش های کوچک، غرور مدنی و هویت منطقه ای را به عنوان اثرات مثبت اجتماعی رویدادها معرفی کردند [۱۱۲]. هال (۱۹۹۷) و گتز (۱۹۹۷) معتقدند؛ تمام رویدادها اثرات اجتماعی و فرهنگی مستقیمی بر شرکت کنندگان و جامعه میزبان بر جا می گذارند و این اثرات به سادگی می توانند؛ تجربه های سرگرمی بدست آمده توسط رویداد ورزشی را به اشتراک بگذارند؛ رویدادها همچنین می توانند باعث تقویت غرور در کشور و جامعه برگزارکننده شوند [۳۱، ۱۸] هورچ و همکاران (۲۰۰۴) تأثیرات اجتماعی برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی برای مردم محلی را افزایش همبستگی ملی، ایجاد روحیه تعاون (نقش داوطلبان)، ایجاد غرور ملی، رویکرد بیشتر به سوی ورزش بیان کردند [۷۶]. فردلین و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) در تحقیق خود با عنوان "توسعه یک مقیاس کلی برای اندازه گیری اثرات اجتماعی رویدادها" اثرات اجتماعی رویدادها را بهسازی امکانات موجود برای جوامع که استفاده می کنند و ارتقا تصویر مقصد دانستند و همچنین معتقدند که جشنواره ها مخصوصاً رویدادها می توانند بر دوستی، امنیت و سلامتی، استقامت و خلاقیت جامعه اثر بگذارند [۱۲۳]. هوپر<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) معتقد است؛ افزایش مشارکت ورزشی ناشی از برگزاری رویداد ورزشی می تواند احساس خوب بودن را از طریق سرگرمی و لذت بردن

---

1. Onyx & Bullen  
2. Fredline et al  
3. Hooper

از رویدادهای ورزشی افزایش دهد که منجر به رضایت شخصی و موفقیت می شود و تعامل و انسجام اجتماعی را برای کسانی که از احساس اجتماعی محروم هستند؛ تشویق می کند و همچنین این محقق در پژوهش خود اشاره کرد که برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی می توانند فرصت هایی را برای ایجاد ساخت و ساز امکانات ورزشی جدید و همچنین بهبود محیط فیزیکی شهرستان میزبان ایجاد کنند [۱۲۴]. وایت<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) در مقاله ای با عنوان "اثرات اجتماعی المپیک سیدنی" نظریه تبادل اجتماعی را به تصویر کشیده و تغییرات شور و شوق بین سال های ۱۹۸۸ و ۲۰۰۰ نسبت به بازی های المپیک سیدنی در میان ساکنان شهر میزبان بررسی کرده است، نتایج نشان داده است که اکثراً از سال ۱۹۸۸ به بازی های المپیک سیدنی واکنش نشان دادند و در سپتامبر ۲۰۰۰ به شادی و سرخوشی رسیدند و این افزایش شور و نشاط را در میان کسانی که در حومه غربی شهر، کسانی که وابسته به کودکان و کسانی که سابقه غیر انگلیسی داشتند با یک نظر سنجی از ۲۴ ماه قبل و در طول بازی ها بدست آورد [۱۲۵]. نیچلسون و هوی<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) برگزاری رویدادهای ورزشی را عاملی برای افزایش ظرفیت های فردی و گروهی، بهبود اثربخشی، ایجاد سرمایه اجتماعی در جایی که فقر وجود دارد، ترویج عدالت اجتماعی و اقتصادی معرفی کردند [۱۲۶]. اهمان و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) با یک بررسی کیفی میزان ادراک ساکنان مونیخ از اثرات اجتماعی جام جهانی فوتبال ۲۰۰۶ را ارزیابی کردند. تعداد ۱۳۲ نفر از ساکنان مونیخ، نمونه های تحقیق ایشان را تشکیل دادند. یافته ها نشان داد، اثرات مثبت مانند بازسازی شهری و افزایش احساس امنیت در رفتارهای تماشاچیان و فضای عمومی اطراف رویداد، توسط ساکنان مونیخ به عنوان اثرات اجتماعی شناسایی شدند و تأثیرات منفی مانند افزایش جرم و جنایت، فحشا و جابجایی ساکنان محلی کمتر بوده است و علاوه بر این نتایج آنها بیانگر این است که درک چنین عواملی به عوامل اجتماعی، دموگرافیکی مانند سن، جنس و طول مدت اقامت در شهر بستگی ندارد [۱۰۲]. هال (۱۹۹۲) در پژوهش خود، به اشتراک گذاشتن تجربه، تقویت، توسعه و تبلیغ سنت ها، معرفی چالش ها و ایده های دیگران، ایجاد غرور ملی، تقویت هویت بومی، افزایش

---

1. wait

2. Nicholson & Hoye

3. Ohmann et al

مشارکت اجتماعی را به عنوان «تأثیرات اجتماعی مثبت» ذکر کرد [۱۸]. گرین و چالیپ<sup>۱</sup> (۱۹۹۸)، اوپرین (۲۰۰۶) و اسچولنکرف<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) مشارکت در رویدادهای ورزشی را عاملی برای معاشرت و تفریح افراد، توسعه شبکه های ارتباطی و دوستی دانستند و اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی را بهبود سنت های فرهنگی، نگرش ها و ارزش ها، توسعه اجتماعی، بهبود روحیه جامعه و کسب افتخار، ذکر کردند [۱۲۷، ۵، ۴]. زیاکس (۲۰۰۷) در پایانامه خود، بیان کردند؛ برگزاری رویدادها در نتیجه شبکه های اجتماعی که به لحاظ اعتماد، روابط متقابل و همکاری در جامعه ایجاد می شود باعث ترویج و تعامل اجتماعی، افزایش سرمایه اجتماعی، تقویت وحدت و هماهنگی می شود که آن می تواند به عنوان یک سرمایه اجتماعی باشد و همچنین ترکیب رویداد های فرهنگی و ورزشی باعث تسهیل ارتباط و همکاری شبکه های اجتماعی می شود و معتقدند که اتحاد و روابط درون سازمانی از طریق برگزاری رویداد ها تقویت می شود بنابراین سرمایه اجتماعی از طریق برگزاری رویداد ها ایجاد و افزایش می یابد که این می تواند تأثیر مثبت بر توسعه اقتصادی داشته باشد [۱۰۰]. ایکسیو و پگ<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) انگیزه شرکت کنندگان را برای حضور در بازی های دانشگاه استرالیا مورد بررسی قرار دادند. این عوامل تحت عناوین اجتماعی شدن، ارتباط برقرار کردن با دوستان، رقابت کردن با ورزشکاران دیگر، داشتن تعطیلات دور از محیط خانه نامیده شدند [۶۸].

دایان و کتز (۱۹۹۲) در تحقیق خود عنوان کردند؛ رسانه ها که رویدادهای ورزشی بزرگ را پوشش می دهند نقش قابل توجهی در ساخت و ساز هویت ملی و برجستگی قابل توجهی در فرآیند نمایش و نقش برداری فرهنگ و آداب و رسوم جامعه میزبان دارند [۱۰۱]. همچنین هورن (۲۰۰۷) در پژوهش خود اشاره کرد؛ برگزاری رویدادها امکان نمایش ورزش را به وسیله رسانه ها فراهم می آورند که یک بازتاب و تأیید هویت ملی و همچنین نمایش تصویر کلیشه ای از کشورهای دیگر می باشد که به واسطه ی میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ یک تصویر

- 
1. Green & Chalip
  2. Schulenkorf
  3. Xu & Pegg



قدرتمند از جامعه میزبان در داخل و خارج کشور را ایجاد می‌شود [۱۲۸]. مدیا<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) در بررسی خود بیان کرد؛ به دلیل اینکه برگزاری رویدادهای ورزشی بزرگ از طریق رسانه‌های جمعی در معرض گسترده‌ای قرار می‌گیرد؛ می‌تواند توجه مردم را برای انجام سرمایه‌گذاری جلب می‌کند و هم‌چنین درآمدهای از حامیان مالی، رادیو و تلویزیون و صدور مجوز حاصل می‌شود و از طرف دیگر تقاضایی برای سرمایه‌گذارانی می‌باشند که می‌خواهند محصولات خود را به مردم جهان معرفی و تبلیغ کنند [۱۲۹]. مورفت<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) معتقد است که میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ می‌تواند یک احساس از اهداف، وحدت و غرور ملی را ایجاد کند و این بهبود انسجام اجتماعی ممکن است یک هویت ملی قوی‌تری را ایجاد کند [۱۳۰]. اسکس و چالکلی (۱۹۹۸) اهمیت میزبانی رویدادهای ورزشی را تقویت سنت‌ها و ارزش‌های منطقه‌ای، افزایش غرور جامعه میزبان، تغییر و بهبود روحیه آنها و افزایش مشارکت ورزشی دانستند [۹۲]. دلس و سودرمان<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) مزیت رویدادهای بزرگ ورزشی را دسترسی فوری را به بازار جهانی بینندگان کشور میزبان دانستند که این می‌تواند فرهنگ جامعه خود را به همه ملت‌ها معرفی کنند [۱۳۱]. ماتسون و بادی (۲۰۰۶) میزبانی رویدادهای بزرگ را شانس برای قرارگرفتن کشور یا شهرستان میزبان در معرض توجه بین‌المللی می‌دانند و بیان می‌کنند، برگزاری رویدادهای ورزشی مانند رویدادهای سیاسی که قدرت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را به نمایش می‌گذارند، کشور میزبان نیز به عنوان یکی از چهره‌های بزرگ در صحنه بین‌المللی قرار می‌گیرد؛ از طرفی، میزبانی رویدادهای ورزشی را یک نیروی محرکه قوی جهت تحول ساخت و ساز در شهرستان میزبان از طریق ارتقا زیرساخت‌های گسترده، ساخت و ساز امکانات ورزشی جدید، ساخت جاده‌های جدید و توسعه شبکه حمل و نقل عمومی دانستند که این تحولات ساکنان را با بهبود فضاهای روباز، تغییر نگاه مردم به شهر میزبان، افزایش کیفیت امکانات فراغتی و مسکن روبرو می‌سازد؛ دانستند و از طرف دیگر بیان کردند که شک و تردیدهایی وجود دارد که میزبانی رویدادهای ورزشی بتواند یک اثرات اقتصادی قابل توجهی داشته باشد [۸۴]. روچه (۲۰۰۶) در تحقیق خود بیان

- 
1. Media
  2. Morphed
  3. Dolles & Soderman

کرد؛ با توجه به اینکه سنت ها و فرهنگ های محلی به ندرت بیش از یکبار برای شهروندان آن کشور نمایش داده می شوند؛ برگزاری رویدادها پتانسیل زنده کردن سنت ها و آیین ها را در کشور میزبان دارند [۶۱].

منزنرایتر<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) با بررسی کیفی از برندگان و بازندگان جام جهانی ۲۰۰۲ در ژاپن، به این نتیجه رسید که برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی به امکانات خاصی نیاز دارند و آنها یک عامل تحریکی برای شهرهای میزبان هستند که امکانات ورزشی و زیرساخت های عمومی خود را بهبود بخشند [۱۳۲]. تورکو و همکاران (۲۰۰۲) در کتاب توریسم ورزشی، اشاره کردند که شهرستانها به دنبال گرفتن امتیاز میزبانی هستند به این دلیل که تأثیر اقتصادی رویدادهای بزرگ ورزشی، سرمایه گذاران متعدد را جذب می کند و حتی برای برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی مکانهای جدیدی ساخته یا بازسازی می شوند [۲۴]. مالس و فالکنر<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) در پژوهش خود علت تحت تأثیر قرار گرفتن اقتصاد جامعه میزبان به واسطه برگزاری رویدادهای ورزشی را سرمایه گذاری هایی که دولت برای ساخت اماکن ورزشی جدید انجام می دهد و این امکانات در جامعه میزبان باقی می ماند و به عنوان جایگاهی برای فعالیت های آینده می باشند؛ دانستند [۶۰]. اسمیت و فاکس<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) در پژوهش خود بیان کردند؛ رویدادهای بزرگ باعث بازسازی فیزیکی شهرستانها می شود به دلیل سرمایه گذاری هایی که در بازسازی اقتصادی و اجتماعی صورت می گیرد [۱۳۳]. کاسمیت<sup>۴</sup> (۲۰۰۳) در بررسی خود از جمله منافع طولانی مدت میزبانی بازی های المپیک تابستانی را ساخته شدن امکانات جدید و زیرساخت ها، احیای شهرمیزبان، افزایش شهرت بین المللی جامعه میزبان، افزایش گردشگری، بهبود رفاه عمومی، ایجاد اشتغال اضافی و افزایش سرمایه گذاری داخلی در جامعه برگزارکننده رویداد ورزشی دانستند [۱۳۴].

هاریس و آلن<sup>۵</sup> (۲۰۰۲) در بررسی خود بیان کردند کسب و کارهایی برای ارائه دهندگان کالا و خدمات و همچنین شغل های مستقیمی که به واسطه ی برگزاری رویدادها ایجاد می شود، نسبتاً کم می باشند و بسیاری از

- 
1. Manzenreiter
  2. Mules & Faulkner
  3. Smith & Fox
  4. Kasimati
  5. Harris & Allen

کارگران ممکن است در جامعه داوطلب شوند یا ممکن است وظایف توسط باشگاه های محلی انجام شوند، با این حال، رویدادها فرصت های حیاتی برای کسب مهارت ها و تجربه ی ارزشمند را فراهم می کنند که برای افراد جوان می تواند مفید باشد [۱۳۵].

سوتیریادیو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) با مطالعه توسعه ورزش در استرالیا بیان کردند که کارکنان سازمان های ورزش ملی بر این باورند که رویدادها و مسابقات برای توسعه ورزشکاران نخبه، برای ترویج ورزش و افزایش ویژگی و خصوصیات آن مهم هستند [۱۳۶]. هورچ و همکاران (۲۰۰۴)، فردلین و همکاران (۲۰۰۳) معتقدند که در زمان برگزاری رویدادهای ورزشی، توجه مردم به ورزش و اثرات مثبت آن افزایش فراوان یافته است [۷۶، ۱۲۳]. ریتچی (۱۹۸۴) اهمیت برگزاری رویدادهای ورزشی را افزایش علاقه و مشارکت در فعالیت های ورزشی ذکر کرد [۳۲].

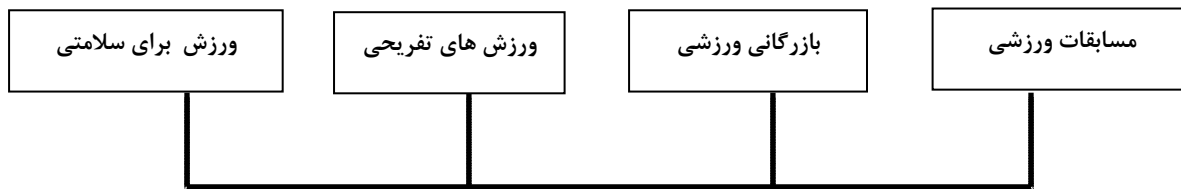
## ۲-۳-۲. تحقیقات در زمینه ورزش دانشگاهی

رشد و توسعه ورزش دانشگاهی، با درجات مختلف، در اکثر کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته است زیرا پلی بین ورزش آموزشگاهی و ورزش قهرمان را تشکیل می دهد. سربون<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) تحقیق خود را روی عوامل توسعه ورزش دانشگاهی انجام داده و الگویی برای آن به شرح زیر ارائه داده است:

### ۱- رویکردهای بین رشته ای



### ۲- اهداف تلفیقی



1. Sotiriadou et al  
2. Sriboon

## - ایجاد مشاغل جدید

الف- ارتباطات در ورزش (خبرنگاری ورزشی، گزارشگری ورزشی، تفسیرگری ورزشی)

ب- توریسم ورزشی (مدیر زمینهای گلف، مدیر صخره نوردی، مدیر مجتمع های تفریحی - سلامتی)

ج- ورزش های تفریحی (سازمان های ورزشی، نمایندگی های ورزشی، نمایندگی های تفریحی)

د- مدیریت ورزشی (بازاریابی ورزشی، حقوق دانان ورزشی، مدیریت خطر، مدیران تأسیسات ورزشی)

ه- مسابقات ورزشی (مدیران تیم ها، مربیان، ورزشکاران، پزشکان ورزشی) [۱۳۷].

رابت<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) به افزایش چشمگیر دانشجو در کشورهای جهان اشاره می کند و می نویسد این افزایش تعداد دانشجو، ورزش دانشگاهی را نه تنها از جهت وسایل و امکانات، بلکه از نظر کیفیت و مرغوبیت با اشکال مواجه ساخته است. دلیل عمده دیگر که از رشد و توسعه ورزش در دانشگاه ها در ۲۵ سال اخیر جلوگیری می کند، پیدایش و وسعت تکنولوژی جدید کامپیوتر و در نتیجه آن، افزایش چشمگیر ساعاتی است که به مدت زمان نشستن و کم تحرکی جسمانی دانشجویان افزوده شده است. از دیگر عوامل بازدارنده ورزش دانشگاهی، گرایش قهرمانان نخبه این مراکز به سمت ورزش حرفه ای و تغییر نگرش از ورزش پایه و همگانی ارزان قیمت به مسائل مادی و اقتصادی است. در پایان مقاله، نویسنده توصیه می کند به منظور حفظ آمادگیهای بدنی دانشجویان، ورزشهای عادی و برنامه ای دانشگاهی تقویت شود و اجرای ورزش به عنوان بخشی از برنامه های اصلی دانشگاه ها برای دانشجویان معمولی، ورزشکاران متوسط و قهرمانان مورد توجه قرار گیرد [۱۳۸]. فرانک<sup>۲</sup> (۲۰۰۱) محقق دیگری از چین اعتقاد دارد که ورزش دانشگاهی، نیاز به یک تحول همه جانبه در قرن بیست و یکم دارد. به نظر این پژوهشگر، هدف ورزش در دانشگاه، کتابهای آموزشی مورد استفاده، روشهای آموزش و نقش مربی و معلم

---

1. Robert  
2. Frank

باید در رابطه با تغییرات و نیازهای قرن جدید، دچار تحول گردد [۱۳۹]. از دیدگاه محققین، دو نوع فلسفه برای ورزش در دانشگاه ها وجود دارد. یکی بردن مسابقات و نام آور شدن که شباهت به ماهیت ورزشهای ملی دارد. فلسفه دیگر، کاهش تنش روانی از طریق پرداختن به فعالیتهای بدنی و احساس لذت و تفریح از طریق آن است که حد متوسط آن برای دانشجویان مفید می باشد [۱۴۰]. بر اساس نتیجه پژوهش، فرماندو<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) از نظر دانشجویان ورزش جزء مهم زندگی است و مکمل سایر امور زندگی اجتماعی و فرهنگی این جامعه به حساب می آید [۱۴۱]. آموسا و موکامیتی<sup>۲</sup> در سال ۱۹۹۷ به ورزش دانشگاهی در هزاره سوم در آفریقا می پرداختند. آنها بر اساس یافته های خود بیان کردند؛ ورزش دانشگاهی به دلیل اثرات مفید در رشد جسمانی، فرهنگی و اجتماعی دانشجویان در بین آنها مهم تلقی می شود و علاوه بر آن، با تغییر و تحول جامعه، محتوای آموزشی و روشها در ورزش و تربیت بدنی دانشگاه ها دگرگون شده است [۱۴۲]. پتر و اسپرل<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) مشکلات مالی ورزش های دانشگاهی و نحوه ی جستجوی منابع مالی جدید از طریق متقاعد ساختن سازمانها ورزش های دانشگاهی مؤسسات غیر انتفاعی، اقتصادی و صنایع برای اختصاص بودجه ای برای ورزش های دانشگاهی پرداخته اند. در همین رابطه روش های متنوعی از جمع آوری کمک های مالی مردمی را مطرح کرده اند تا با کاهش مستمر بودجه ورزش دانشگاه مقابله گردد [۱۴۳]. ریچارد<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) ورزش های دانشگاهی را از دیدگاه جامعه شناسی و زبان شناسی اجتماعی که در هویت ملی نقش دارند مورد توجه قرار داده است و نقش واسطه ای ورزش های دانشگاهی را در زبان و جامعه، از طریق ادبیات ویژه ورزش، بیان کرده است و آن را یکی از عوامل مؤثر در روابط اجتماعی فرهنگ های مختلف دانسته است [۱۴۴]. محققین برای ورزش های درون و بین دانشگاهی اثرات زیادی در مطالعات خود یافته اند. به عنوان مثال، هسین یانگ<sup>۵</sup> (۲۰۰۱) اثر ورزش های دانشگاهی را بر اجتماعی شدن ورزشکار در بین یک گروه ۱۱۰ مرد و ۵۱ زن دانشجویان، به ویژه در دانشجویان زن، مورد تأیید قرار داده

- 
1. Fernando
  2. Amusa & Mokamiti
  3. Peter & Sperl
  4. Richard
  5. Hsien yang

است [۱۴۵]. در پژوهش دیگر توسط دجوردجیج<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) نشان داده شده است که دانشجویان زن و مرد دانشگاهی، نگرش بسیار مثبت نسبت به ورزش دانشگاهی دارند و اهمیت آن را به خوبی درک می کنند [۱۴۶]. از سوی دیگر، پتر<sup>۲</sup> (۱۹۹۷) روی اثراتی که شرکت در مسابقات دانشگاهی بر روی پاره ای از ویژگیهای اخلاقی دانشجویان در مدت چهار سال اقامت در دانشگاه می گذارد روی ۶۳۱ قهرمان دانشگاهی تحقیق کرد؛ یافته های آن نشان داد، ویژگیهای اخلاقی تحت بررسی در بین ورزشکاران عادی درون دانشگاهی از ورزشکاران قهرمان مسابقات بین دانشگاه وضعیت بهتری دارند. ضمناً شرکت چهار ساله در مسابقات قهرمانی دانشگاه ها موجب می گردد تا ورزشکاران از روحیه جوانمردانه و بازی جوانمردانه دور و به روحیه ورزشکاران حرفه ای نزدیکتر شوند [۱۴۷].

## ۲-۴. جمع بندی

هرساله انواع زیادی از رویدادهای ورزشی در جوامع مختلف برگزار می شود و هریک از جوامع بنا به انگیزه ای، حداکثر تلاش خود را انجام می دهند تا امتیاز میزبانی را کسب کنند؛ کسب امتیاز میزبانی می تواند منافع گوناگونی در زمینه های مختلف برای جوامع برگزار کننده داشته باشد. با توجه به تحقیقات انجام شده، میزبانی رویدادهای 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 باشند و آگاهی از اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی جزء عواملی است که اختلال ناخواسته از زندگی جامعه برگزار کننده را کاهش و اثرات مثبت رویداد ورزشی را به حداکثر می رساند و همچنین انگیزه ی بیشتری در جوامع داوطلب برای کسب امتیاز میزبانی ایجاد می کند.

---

1. Djordjije  
2. Peter

با توجه به اهمیت اثرات برگزاری انواع رویدادهای ورزشی، تحقیقات محدودی در زمینه اثرات برگزاری المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان انجام شده و اکثر تحقیقات به تأثیرات برگزاری رویدادهای ورزشی بین المللی پرداخته اند، لذا پژوهش حاضر درصدد است تا به بررسی اثرات برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور بپردازد.



فصل سوم

روش شناسی پژوهش



### ۳-۱. مقدمه

هدف کلی از این تحقیق بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان می باشد. در این بخش، روش تحقیق، جامعه و نمونه های تحقیق، ابزار تحقیق، روش جمع آوری اطلاعات و روش تجزیه و تحلیل داده ها بررسی شده است.

### ۳-۲. روش تحقیق

روش پژوهش توصیفی و طرح آن از نوع همبستگی است. تحقیق حاضر در دو بخش کیفی و کمی انجام گرفته است. هدف کلی آن بررسی اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان می باشد. محقق در بخش کیفی این تحقیق ضمن بررسی کتب دانشگاهی و نیز مقالات متعدد علمی و مصاحبه با اساتید مدیریت ورزشی، صاحب نظران و مسئولان برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور، به تهیه فهرستی از مهمترین متغیرهای مطرح در ارتباط با مسائل اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان که به لحاظ مستندات علمی معتبر و از نظر تعداد بیشترین تکرار و تأکید را در مقالات داشته، پرداخته است. در بخش کمی نیز روش مطالعه از نوع پیمایشی می باشد به طوری که پس از جمع آوری اطلاعات از روش های آمار توصیفی (فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد) برای بررسی ویژگی های جمعیت شناختی و همچنین رتبه بندی و میزان اهمیت متغیرها (گویه ها) استفاده شد. برای بررسی ابعاد و عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی و روایی ساختاری ابزار تحقیق از روش تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد استفاده گردید.

### ۳-۳. جامعه و نمونه های تحقیق

در این تحقیق جامعه ی آماری را تمامی دست اندرکاران(دانشجویان و کارکنان دانشگاه بیرجند) برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی کشور سراسر کشور(۳۵۳نفر) تشکیل می دادند. تعداد نمونه ها در تحلیل عاملی حداقل ۲ برابر و حداکثر ۱۰ برابر تعداد متغیرهای اکتشافی است [۱۴۸]. در این تحقیق برای تحلیل اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان تعداد ۱۸۶ نفر از دانشجویان و کارمندان دانشگاه بیرجند به روش تصادفی طبقه ای به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.

### ۳-۴. ابزار تحقیق

ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته ای بود که متغیرهای آن از طریق بررسی کتب دانشگاهی معتبر، مقالات علمی چاپ شده در مجلات معتبر مدیریت و مدیریت ورزشی و مصاحبه با اساتید مدیریت ورزشی، صاحبانظران و مسئولان برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور، بدست آمد. از مجموع ۲۸۰ متغیر بدست آمده برای اندازه گیری اثرات برگزاری تعداد ۶۱ متغیر که به لحاظ تعداد بیشترین تکرار و تأکید را در مقالات و مصاحبه ها داشته اند به عنوان سؤالات پرسشنامه اثرات برگزاری رویداد ورزشی مشخص شدند. پس از استخراج این متغیرها، ۱۰ نفر از متخصصان صاحب نظر و اساتید مدیریت ورزشی روایی صوری و محتوایی ابزار را تأیید کردند. پایایی پرسشنامه اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان در یک مطالعه راهنما توسط یک گروه ۳۰ نفری از کارمندان و دانشجویان دانشگاه بیرجند با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت از کاملاً مخالفم «۱» تا کاملاً موافقم «۵» مورد بررسی قرار گرفت و میزان آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۴ محاسبه شد. در نهایت پرسشنامه به دو بخش مشخصات فردی(سن، جنسیت، وضعیت تأهل، میزان

تحصیلات و ... ) و بخش اصلی سؤالات پرسشنامه (اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان) بین نمونه های تحقیق توزیع شد.

### **۳-۵. روش جمع آوری اطلاعات**

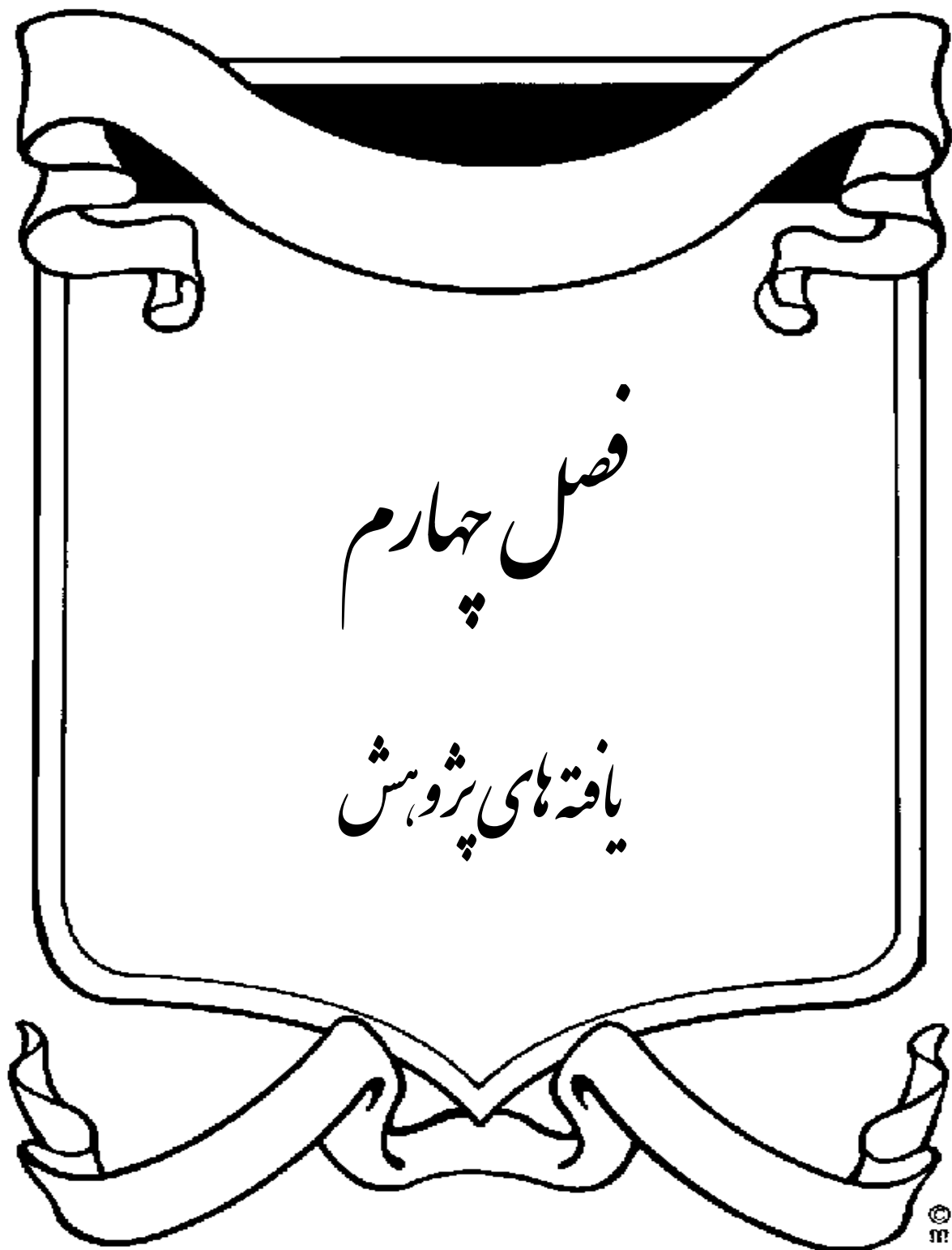
پس از جمع آوری اطلاعات کتابخانه ای و بررسی پیشینه تحقیق و مصاحبه با افراد صاحب نظر پرسشنامه اثرات رویداد ورزشی تنظیم شد. سپس با مراجعه به مدیریت تربیت بدنی و فوق برنامه دانشگاه بیرجند، آخرین آمار مربوط به تعداد دانشجویان و کارکنان دانشگاه که مسئول برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور بودند؛ تعداد ۳۵۳ نفر گزارش شد که تعداد ۱۸۶ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. تحویل پرسشنامه به آزمودنی ها توسط محقق به صورت حضوری انجام پذیرفت. از ۲۰۰ پرسشنامه پخش شده، تعداد ۱۸۶ پرسشنامه بازگردانده شد. پس از جمع آوری پرسشنامه ها اطلاعات از طریق روش های آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

### **۳-۶. روش تجزیه و تحلیل داده های تحقیق**

از روشهای آماری توصیفی(فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد) برای ارزیابی ویژگیهای جمعیت شناختی و همچنین تعیین میزان اهمیت متغیرها استفاده شد. همچنین از نرم افزار SPSS نسخه ۱۹ برای تحلیل عامل اکتشافی به منظور استخراج عامل ها و بدست آوردن بارهای عاملی و آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد.

### ۳-۷. تحلیل عاملی، روشی برای تأیید روایی سؤالات پرسشنامه

تحلیل عاملی یک فن آماری است و هنگامی که یک حوزه، بسیار پیچیده باشد؛ این روش با مشخص کردن متغیرهای مهم، حوزه ی مورد نظر را خلاصه می کند. اساساً عامل، بعد یا سازه ای است که روابط بین مجموعه ای از متغیرها را به صورت خلاصه مطرح می کند. به عبارت دیگر، عامل سازه ای است که عملاً از روی بارهای عاملی اش تعریف می شود. همچنین همبستگی یک متغیر با یک عامل را بار عاملی می گویند. یکی از کاربردهای تحلیل عاملی، در تهیه و ساخت آزمون های روانشناسی است. برای اطمینان از اینکه هر آزمون تنها یک متغیر را اندازه می گیرد، با این فرض که طراحی سؤالات آن به درستی انجام شده است، از روش تحلیل عاملی استفاده می شود. در این روش ملاک پذیرش متغیرها برای حضور در پرسشنامه، کسب حداقل ۰/۳ (معیار مبنا) برای بار عاملی هر سؤال، می باشد. هدف از تحلیل عاملی اکتشافی، بررسی یک حوزه برای کشف ابعاد یا سازه های اصلی آن حوزه است. از لحاظ عملیاتی، هر سؤال آزمون باید به طور معنی داری روی یک عامل و نه عامل های دیگر بار شود؛ بنابراین تحلیل عاملی اکتشافی برای اثبات این ساختار، ایده آل است [۱۴۸]. در تحقیق حاضر بار عاملی هر سؤال ۰/۳۵ تعیین شد؛ بنابراین از ۶۱ سؤال پرسشنامه اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان، تعداد ۵۳ سؤال به لحاظ داشتن بار عاملی مبنا در شش عامل طبقه بندی شدند. نتایج مربوط به تحلیل عاملی به طور تکمیلی در فصل چهارم توضیح داده می شود.



## ۴-۱. مقدمه

توصیف و تجزیه داده‌ها یکی از مراحل مهم در هر فرایند پژوهش است. در این فصل به تحلیل داده‌های خام پژوهش و استخراج نتایج منتج از تجزیه و تحلیل اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان پرداخته می‌شود. این فصل دارای دو بخش است. در بخش اول آمار توصیفی به وسیله جداول بیان می‌شود و در بخش دوم نیز به آمار استنباطی مربوط به اثرات برگزاری رویداد ورزشی پرداخته می‌شود.

## ۴-۲. آمار توصیفی

در این بخش به ارائه گزارش توصیفی از نمونه‌های تحقیق پرداخته می‌شود.

## ۴-۲-۱. توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌ها

با توجه به سؤالات مربوط به ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌ها، از ۱۸۶ نفر آزمودنی که در این تحقیق حضور داشتند، ۳۲/۸٪ مرد و ۶۷/۲٪ زن بودند. دامنه سنی پاسخ‌دهندگان از ۲۰ تا ۵۷ سال متغیر بوده و آنها دارای میانگین سنی ۳۰ سال و انحراف معیار ۹/۲۰ بودند. بالاترین نسبت پاسخ‌دهندگان در گروه سنی ۲۰ تا ۲۹ سال (۵۴/۳٪) قرار داشتند. نتایج تحقیق نشان داد که بیشتر آزمودنی‌ها متأهل (۶۳/۴٪) بودند و اکثر آنها (۵۸٪) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی بودند. جدول ۴-۱، خلاصه‌ای از وضعیت جمعیت شناختی آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد.

جدول (۴-۱)، ویژگی جمعیت شناختی آزمودنی ها

درصد	تعداد	ویژگی های جمعیت شناختی
		گروه سنی (سال)
۵۴/۳	۱۰۱	۲۰-۲۹
۲۶/۳	۴۹	۳۰-۳۹
۱۵/۱	۲۸	۴۰-۴۹
۴/۳	۸	۵۰ به بالا
		جنسیت
۶۷/۲	۱۲۵	زن
۳۲/۸	۶۱	مرد
		وضعیت تأهل
۳۶/۶	۶۸	مجرد
۶۳/۴	۱۱۸	متأهل
		میزان تحصیلات
۱۱/۸	۲۲	دیپلم
۸/۶	۱۶	فوق دیپلم
۵۸/۱	۱۰۸	کارشناسی
۱۸/۳	۳۴	کارشناسی ارشد
۳/۲	۶	دکتری
۱۰۰	۱۸۶	جمع

#### ۴-۳. آمار استنباطی

در این بخش به نتایج بدست آمده از تحلیل عاملی، آزمون فریدمن، کالموگروف اسمیرنوف و ضریب همبستگی اشاره می گردد.

#### ۴-۳-۱. آزمون تحلیل عاملی تست بارتلت و KMO پرسشنامه

قبل از اجرای تجزیه و تحلیل عاملی، محقق از آزمون KMO برای کفایت نمونه گیری و درک اینکه آیا تعداد گویه ها برای پیش بینی هر مؤلفه کافی است، استفاده کرد. همچنین از آزمون کرویت بارتلت نیز برای تعیین

اینکه آیا گویه ها ارتباط معناداری برای فراهم کردن یک مبنای معقول برای تجزیه و تحلیل عامل دارد، استفاده شد. بر اساس گزارش لیچ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۵)، KMO باید بیشتر از (۰/۷۰) و تست بارتلت نیز باید کمتر از (۰/۰۵) باشد [۱۴۹]. لذا ضمن رعایت پیش فرض های آزمون، نتایج بدست آمده تأییدی بر استفاده آزمون تحلیل عاملی اکتشافی بود، جدول ۴-۲، نتایج تست بارتلت و KMO نشان می دهد.

#### جدول (۴-۲)، نتایج آزمون تست بارتلت و KMO

ردیف	آزمون	آماره	نتایج
۱	KMO		۰/۸۳
۲	بارتلت	خی دو	۴۹۴۱/۴۱
		درجه آزادی	۱۸۳۰
		سطح معنی داری	۰/۰۰۱

جدول ۴-۲، نشان دهنده آن است که حجم نمونه ها جهت تحلیل متناسب بوده (KMO = ۰/۸۳) و آزمون کرویت بارتلت به لحاظ آماری معنی دار می باشد ( $P \leq ۰/۰۵$ ) که نشان دهنده ی همبستگی بین متغیرها است.

#### ۴-۳-۲. شناسایی گویه های پرسشنامه بر اساس تحلیل عاملی

در تحقیق حاضر، ملاک پذیری متغیرها برای حضور در پرسشنامه، کسب حداقل ۰/۳۵ برای بار عاملی هر سؤال بوده است. بر اساس یافته های این تحقیق از ۶۱ متغیر اندازه گیری شده، ۵۳ مورد که دارای بارعاملی مساوی یا بیشتر از ۰/۳۵ بوده اند به عنوان سؤالات نهایی در پرسشنامه اثرات برگزاری رویداد ورزشی قرار گرفته اند (جدول ۴-۳).

1. Leech et al



جدول (۴-۳)، تحلیل عاملی مؤلفه های اصلی

بار عاملی	حیطه ها و زیر حیطه ها
	<p><b>عامل ۱: توسعه زیرساخت و مدیریت</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ میزبانی فرصتی را برای بهبود وضعیت ظاهر دانشگاه ایجاد می کند. ۰/۷۰</li> <li>▪ زمینه ای برای نوسازی و بهسازی اماکن ورزشی در جامعه میزبان فراهم می آورد. ۰/۶۳</li> <li>▪ برگزاری اینگونه رویدادها فرصتی برای پیشرفتهای مدیریتی ایجاد می کند. ۰/۵۲</li> <li>▪ میزبان شدن زمینه ای را برای شناخت دانشگاه و معرفی امکانات آن به دیگران فراهم می آورد. ۰/۴۹</li> <li>▪ انگیزه ی تلاش بیشتر افراد دانشگاه را برای برگزاری رویدادهای بزرگ تقویت می کند. ۰/۴۷</li> <li>▪ میزبانی باعث افزایش سطح علمی و اجرایی افراد دانشگاه می شود. ۰/۴۶</li> <li>▪ برگزاری رویداد ورزشی باعث ایجاد میراث فیزیکی (ساخت سالن و فضاهای ورزشی، سلف سرویس و ..... ) در جامعه میزبان می شود. ۰/۴۵</li> <li>▪ به دانشگاه این امکان را می دهد که ظرفیت امکانات خود را به حداکثر برساند. ۰/۳۶</li> </ul>
	<p><b>عامل ۲: توسعه اقتصادی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش درآمدهای جامعه میزبان از طریق تبلیغات و حامیان مالی می شود. ۰/۶۸</li> <li>▪ باعث اختصاص کمکهای بلاعوض توسط نهادهای دولتی به جامعه میزبان می شود. ۰/۶۷</li> <li>▪ میزبانی وسیله ای جهت تأمین جذب اعتبار مالی بیشتر برای ورزش دانشگاه می باشد. ۰/۶۴</li> <li>▪ به واسطه ی میزبانی اشتغال و درآمدهای جدید در جامعه میزبان ایجاد می شود. ۰/۵۵</li> <li>▪ میزبانی انگیزه ی بیشتری در مسئولین دانشگاه برای ایجاد امکانات جدید فراهم می آورد. ۰/۵۴</li> <li>▪ زمینه ای را برای افزایش تقاضای کالا و خدمات توسط بازدیدکنندگان در جامعه میزبان ایجاد می کند. ۰/۴۳</li> <li>▪ دانشگاه می تواند از این فرصت به عنوان ابزاری موثر برای بازاریابی استفاده کند. ۰/۴۱</li> <li>▪ زمینه را برای به حداقل رساندن کمبود امکانات جامعه میزبان فراهم می آورد. ۰/۴۰</li> <li>▪ فرصت مناسبی برای هنرمندان بومی در شهر میزبان و دانشگاه فراهم می کند. ۰/۳۸</li> <li>▪ فرصتی را برای شناخت نقاط ضعف و قوت افراد دانشگاه فراهم می آورد. ۰/۳۵</li> </ul>
	<p><b>عامل ۳: توسعه سرمایه اجتماعی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش شور و نشاط در بین دانشجویان می شود. ۰/۶۸</li> <li>▪ میزبانی باعث ارتقاء دوستی ها و ارتباطات افراد دانشگاه با سایر دانشگاهیان می شود. ۰/۶۱</li> <li>▪ برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش انسجام اجتماعی در بین دانشجویان می شود. ۰/۵۹</li> <li>▪ برگزاری اینگونه رویدادها زمینه ای را برای مشارکت اجتماعی افراد جامعه میزبان فراهم می آورد. ۰/۵۶</li> <li>▪ برگزاری المپیاد باعث افزایش کارداوطلبانه در جامعه میزبان می شود. ۰/۵۰</li> <li>▪ میزبانی زمینه ای را برای پیدا کردن دوستان جدید فراهم می آورد. ۰/۳۶</li> <li>▪ برگزاری المپیاد زمینه ای را برای ملاقات افراد دانشگاه با دوستان خود فراهم می آورد. ۰/۳۵</li> </ul>

#### عامل ۴: توسعه و ارتقاء

- ۰/۶۵ ▪ برگزاری المپیاد ورزشی زمینه را برای آموزش و توسعه مهارت‌های جدید فراهم می‌کند.
- ۰/۶۴ ▪ برگزاری اینگونه رویدادها باعث تقویت مبانی دینی، اعتقادی، فرهنگی و اجتماعی می‌شود.
- ۰/۵۹ ▪ برگزاری المپیاد باعث کسب اعتبار افراد دانشگاه میزبان می‌شود.
- ۰/۵۱ ▪ جامعه میزبان با برگزاری المپیاد ورزشی باعث جذب دانشجویان بیشتر (تحصیلات تکمیلی) برای ادامه تحصیل می‌شود.
- ۰/۵۰ ▪ با برگزاری المپیاد زمینه‌هایی برای ارتقاء سطح کیفی ورزش قهرمانی دانشجویان جامعه میزبان فراهم می‌شود.
- ۰/۴۶ ▪ برگزاری المپیاد ورزشی باعث اشاعه فرهنگ ورزش در بین دانشجویان می‌شود.
- ۰/۴۴ ▪ زمینه‌ای را برای شهرت و مطرح شدن دانشگاه فراهم می‌آورد.
- ۰/۴۳ ▪ میزبانی باعث ارتقاء چهره دانشگاه در جامعه می‌شود.
- ۰/۴۲ ▪ زمینه‌ای را برای آشنا شدن جامعه میزبان با فرهنگ و آداب و رسوم‌های مختلف فراهم می‌آورد.
- ۰/۴۱ ▪ برگزاری اینگونه رویدادها زمینه‌ای را برای ایجاد تبادل نظر در بین اقشار مختلف فراهم می‌آورد.
- ۰/۴۱ ▪ برگزاری اینگونه رویدادها موجب افزایش انگیزه برای توسعه سطح سلامت جسمی، روحی، نشاط و شادابی افراد دانشگاه می‌شود.
- ۰/۳۵ ▪ برگزاری المپیاد ورزشی باعث توجه بیشتر دانشگاه میزبان به ورزش به عنوان امر فرهنگی می‌شود.

#### عامل ۵: همدلی و رفاقت

- ۰/۷۲ ▪ میزبانی شرایطی را برای ایجاد جو صمیمی و اجتماعی بین اعضای هیأت علمی، کارمندان و دانشجویان دانشگاه فراهم می‌کند.
- ۰/۵۸ ▪ میزبانی تقسیم کار اجتماعی افراد دانشگاه را تقویت می‌کند.
- ۰/۵۴ ▪ برگزاری المپیاد فرصتی را برای جداسدن افراد از مشغولیت ذهنی و فکری روزمره فراهم می‌کند.
- ۰/۴۷ ▪ برگزاری اینگونه رویدادها اتحاد و یکپارچگی را بین افراد جامعه میزبان ایجاد می‌کند.
- ۰/۴۴ ▪ به واسطه‌ی میزبانی، انگیزه‌ی قوی در افراد دانشگاه برای موفقیت در کارهای مهم ایجاد می‌شود.
- ۰/۴۳ ▪ میزبان شدن زمینه‌ای برای پرورش تعهد و مسئولیت‌پذیری افراد دانشگاه فراهم می‌کند.
- ۰/۳۷ ▪ میزبان شدن یک حس هویت، تعلق و وابستگی اجتماعی را برای افراد دانشگاه فراهم می‌آورد.
- ۰/۳۵ ▪ میزبانی زمینه‌ای را برای کار تیمی، جمع‌گرایی و برقراری رفاقت در بین افراد دانشگاه ایجاد می‌کند.

#### عامل ۶: توسعه فرهنگی

- ۰/۶۳ ▪ برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش پوشش رسانه‌ای جامعه میزبان می‌شود.
- ۰/۶۱ ▪ میزبانی المپیاد ورزشی باعث جذب گردشگر در جامعه میزبان می‌شود.
- ۰/۵۵ ▪ برگزاری المپیاد ورزشی باعث انتقال میراث فرهنگی شهر و جامعه میزبان به دیگر دانشگاهها می‌شود.
- ۰/۵۲ ▪ برگزاری المپیاد ورزشی باعث حفاظت و ساماندهی میراث فرهنگی شهر و دانشگاه میزبان می‌شود.
- ۰/۴۶ ▪ دانشگاه با برگزاری المپیاد ورزشی تصویری مثبت از خود به نمایش می‌گذارد.
- ۰/۴۴ ▪ برگزاری اینگونه رویدادها غرور و افتخار را برای جامعه میزبان به ارمغان می‌آورد.
- ۰/۴۰ ▪ دانشگاه می‌تواند با برگزاری المپیاد منزلت اجتماعی و فرهنگی خود را ارتقاء دهد.
- ۰/۳۸ ▪ زمینه‌ای را برای استفاده‌ی بازدیدکنندگان از امکانات جامعه میزبان در آینده فراهم می‌آورد.

### ۳-۳-۴. تحلیل عاملی اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان

از تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد برای شناسایی ساختار داخلی ابزار استفاده شد. بررسی نتایج زیر حیطه ها (اثرات برگزاری رویداد ورزشی) نشان داد که ۵۳ مورد از ۶۱ سؤال تحقیق در خصوص عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی به لحاظ داشتن بارعاملی مساوی یا بیشتر از ۰/۳۵ (معیار مینا) توانستند در ۶ حیطه دسته بندی شوند. این عوامل تحت عناوینی «توسعه زیرساخت و مدیریت، توسعه اقتصادی، توسعه سرمایه اجتماعی، توسعه و ارتقاء، همدلی و رفاقت و توسعه فرهنگی» نامگذاری شدند و تعیین نام برای این عوامل بر اساس مفاد آیتم های توصیف کننده ی هریک از عامل ها پایه ریزی شد. بار عاملی این زیر حیطه ها از ۰/۳۵ تا ۰/۷۲ متغیر بود (جدول ۴-۴ تا ۴-۹).

تعداد عامل های به دست آمده در این پژوهش از ترکیب معیارهای ذیل تعیین گردید: الف) شناخت اولیه تعداد عامل ها بر اساس مرور مقالات، ب) انتخاب عامل ها براساس مقادیر ویژه<sup>۱</sup> بیشتر از ۱، ج) بررسی بصری بر اساس آزمون اسکری<sup>۲</sup> (نقطه پرش برای پرخش عامل ها جایی است که شیب خط تغییر می کند)، د) قابلیت درک عامل های اقتباس شده . عوامل اکتشافی در اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان و متغیرهای تبیین کننده هر عامل در ادامه به طور کامل بررسی شده است.

- 
1. Eigen values
  2. Scree test

### ۴-۳-۳-۱. عامل توسعه زیرساخت و مدیریت

اولین عامل شناخته شده در تحلیل عاملی، عامل توسعه زیرساخت و مدیریت است که متغیرهای آن به همراه بار عاملی هر متغیر در جدول ۴-۴ آمده است.

جدول (۴-۴)، عامل توسعه زیرساخت و مدیریت به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن

بار عاملی	محتوای متغیر	شماره متغیر در پرسشنامه
۰/۷۰	میزبانی فرصتی را برای بهبود وضعیت ظاهر دانشگاه ایجاد می کند.	۴۱
۰/۶۳	زمینه ای برای نوسازی و بهسازی اماکن ورزشی در جامعه میزبان فراهم می آورد.	۳۰
۰/۵۲	برگزاری اینگونه رویدادها فرصتی برای پیشرفتهای مدیریتی ایجاد می کند.	۳۹
۰/۴۹	میزبان شدن زمینه ای را برای شناخت دانشگاه و معرفی امکانات آن به دیگران فراهم می آورد.	۴۳
۰/۴۷	انگیزه ی تلاش بیشتر افراد دانشگاه را برای برگزاری رویدادهای بزرگ تقویت می کند.	۴۲
۰/۴۶	میزبانی باعث افزایش سطح علمی و اجرایی افراد دانشگاه می شود.	۴۰
۰/۴۵	برگزاری رویداد ورزشی باعث ایجاد میراث فیزیکی (ساخت سالن و فضاهای ورزشی، سلف - سرویس و ..... ) در جامعه میزبان می شود.	۱۹
۰/۳۶	به دانشگاه این امکان را می دهد که ظرفیت امکانات خود را به حداکثر برساند.	۱

## ۴-۳-۲. عامل توسعه اقتصادی

جدول ۴-۵، عامل توسعه اقتصادی و متغیرهای تبیین کننده آن را به ترتیب نشان می دهند که به عنوان یک عامل مستقل آشکار شده است.

جدول (۴-۵)، عامل توسعه اقتصادی به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن

بار عاملی	محتوای متغیر	شماره متغیر در پرسشنامه
۰/۶۸	برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش درآمدهای جامعه میزبان از طریق تبلیغات و حامیان مالی می شود.	۴۶
۰/۶۷	باعث اختصاص کمکهای بلاعوض توسط نهادهای دولتی به جامعه میزبان می شود.	۵۶
۰/۶۴	میزبانی وسیله ای جهت تامین جذب اعتبار مالی بیشتر برای ورزش دانشگاه می باشد.	۵۳
۰/۵۵	به واسطه ی میزبانی اشتغال و درآمدهای جدید در جامعه میزبان ایجاد می شود.	۴۶
۰/۵۴	میزبانی انگیزه ی بیشتری در مسئولین دانشگاه برای ایجاد امکانات جدید فراهم می آورد.	۵۱
۰/۴۳	زمینه ای را برای افزایش تقاضای کالا و خدمات توسط بازدیدکنندگان در جامعه میزبان ایجاد می کند.	۲۱
۰/۴۱	دانشگاه می تواند از این فرصت به عنوان ابزاری مؤثر برای بازاریابی استفاده کند.	۱۳
۰/۴۰	زمینه را برای به حداقل رساندن کمبود امکانات جامعه میزبان فراهم می آورد .	۵۴
۰/۳۸	فرصت مناسبی برای هنرمندان بومی در شهر میزبان و دانشگاه فراهم می کند.	۴۴
۰/۳۵	فرصتی را برای شناخت نقاط ضعف و قوت افراد دانشگاه فراهم می آورد.	۴۷

### ۴-۳-۳-۳. عامل توسعه سرمایه اجتماعی

توسعه سرمایه اجتماعی، سومین عامل شناخته شده در اثرات برگزاری رویداد ورزشی می باشد. متغیرهای تبیین کننده ی این عامل به ترتیب در جدول ۴-۶ آماده است.

جدول (۴-۶)، عامل توسعه سرمایه اجتماعی به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن

شماره متغیر در پرسشنامه	محتوای متغیر	بار عاملی
۹	برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش شور و نشاط در بین دانشگاهیان می شود.	۰/۶۸
۱۰	میزبانی باعث ارتقاء دوستی ها و ارتباطات افراد دانشگاه با سایر دانشگاهیان می شود.	۰/۶۱
۳	برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش انسجام اجتماعی در بین دانشگاهیان می شود.	۰/۵۹
۱۲	برگزاری اینگونه رویدادها زمینه ای را برای مشارکت اجتماعی افراد جامعه میزبان فراهم می آورد.	۰/۵۶
۱۱	برگزاری المپیاد باعث افزایش کارداوطلبانه در جامعه میزبان می شود	۰/۵۰
۳۴	میزبانی زمینه ای را برای پیدا کردن دوستان جدید فراهم می آورد.	۰/۳۶
۲	برگزاری المپیاد زمینه ای را برای ملاقات افراد دانشگاه با دوستان خود فراهم می آورد.	۰/۳۵

### ۴-۳-۳-۴. عامل توسعه و ارتقاء

عامل توسعه و ارتقاء یکی دیگر از عوامل شناخته شده توسط تحلیل عاملی است که متغیرهای تبیین کننده ی آن و بار عاملی هر سؤال به ترتیب در جدول ۴-۷ آمده است.

جدول (۴-۷)، عامل توسعه و ارتقاء به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن

شماره متغیر در پرسشنامه	محتوای متغیر	بار عاملی
۶۰	برگزاری المپιάد ورزشی زمینه را برای آموزش و توسعه مهارتهای جدید فراهم می کند.	۰/۶۵
۶۱	برگزاری اینگونه رویدادها باعث تقویت مبانی دینی، اعتقادی، فرهنگی و اجتماعی می شود.	۰/۶۴
۵۸	برگزاری المپιάد باعث کسب اعتبار افراد دانشگاه میزبان می شود.	۰/۵۹
۲۹	جامعه میزبان با برگزاری المپιάد ورزشی باعث جذب دانشجویان بیشتر (تحصیلات تکمیلی) برای ادامه تحصیل می شود.	۰/۵۱
۴۹	با برگزاری المپιάد زمینه هایی برای ارتقاء سطح کیفی ورزش قهرمانی دانشجویان جامعه میزبان فراهم می شود.	۰/۵۰
۵۲	برگزاری المپιάد ورزشی باعث اشاعه فرهنگ ورزش در بین دانشگاهیان می شود.	۰/۴۶
۵۹	زمینه ای را برای شهرت و مطرح شدن دانشگاه فراهم می آورد.	۰/۴۴
۵۵	میزبانی باعث ارتقاء چهره دانشگاه در جامعه می شود.	۰/۴۳
۵	زمینه ای را برای آشنا شدن جامعه میزبان با فرهنگ و آداب و رسوم های مختلف فراهم می آورد.	۰/۴۲
۲۷	برگزاری اینگونه رویدادها زمینه ای را برای ایجاد تبادل نظر در بین اقشار مختلف فراهم می آورد.	۰/۴۱
۴۸	برگزاری اینگونه رویدادها موجب افزایش انگیزه برای توسعه سطح سلامت جسمی، روحی، نشاط و شادابی افراد دانشگاه می شود.	۰/۴۱
۶	برگزاری المپιάد ورزشی باعث توجه بیشتر دانشگاه میزبان به ورزش به عنوان امر فرهنگی می شود.	۰/۳۵

### ۴-۳-۳-۵ عامل همدلی و رفاقت

عامل همدلی و رفاقت نیز یکی از شش عامل تبیین شده اثرات رویداد ورزشی بر جامعه میزبان است. متغیرهای مشخص کننده ی این عامل به همراه بار عاملی هر متغیر به ترتیب در جدول ۴-۸ آمده است.

جدول (۴-۸)، عامل همدلی و رفاقت به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن

بار عاملی	محتوای متغیر	شماره متغیر در پرسشنامه
۰/۷۲	میزبانی شرایطی را برای ایجاد جو صمیمی و اجتماعی بین اعضای هیأت علمی، کارمندان و دانشجویان دانشگاه فراهم می کند.	۳۳
۰/۵۸	میزبانی تقسیم کار اجتماعی افراد دانشگاه را تقویت می کند.	۳۶
۰/۵۴	برگزاری المپیاد فرصتی را برای جداسدن افراد از مشغولیت ذهنی و فکری روزمره فراهم می کند.	۳۵
۰/۴۷	برگزاری اینگونه رویدادها اتحاد و یکپارچگی را بین افراد جامعه میزبان ایجاد می کند.	۳۸
۰/۴۴	به واسطه ی میزبانی، انگیزه ی قوی در افراد دانشگاه برای موفقیت در کارهای مهم ایجاد می شود.	۳۷
۰/۴۳	میزبان شدن زمینه ای برای پرورش تعهد و مسئولیت پذیری افراد دانشگاه فراهم می کند.	۲۵
۰/۳۷	میزبان شدن یک حس هویت، تعلق و وابستگی اجتماعی را برای افراد دانشگاه فراهم می آورد.	۲۴
۰/۳۵	میزبانی زمینه ای را برای کار تیمی، جمع گرایی و برقراری رفاقت در بین افراد دانشگاه ایجاد می کند.	۳۱



#### ۴-۳-۳-۶. عامل توسعه فرهنگی

عامل توسعه فرهنگی، ششمین عامل اکتشافی در اثرات برگزاری رویداد ورزشی می باشد که متغیرهای تبیین کننده ی آن و بار عاملی هر سؤال به ترتیب در جدول ۴-۹ آمده است.

جدول (۴-۹)، عامل توسعه فرهنگی به همراه متغیرهای سازنده و بارهای عاملی متناظر آن

شماره متغیر در پرسشنامه	محتوای متغیر	بار عاملی
۱۸	برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش پوشش رسانه ای جامعه میزبان می شود	۰/۶۳
۲۰	میزبانی المپiad ورزشی باعث جذب گردشگر در جامعه میزبان می شود.	۰/۶۱
۱۵	برگزاری المپiad ورزشی باعث انتقال میراث فرهنگی شهر و جامعه میزبان به دیگر دانشگاهها می شود.	۰/۵۵
۲۸	برگزاری المپiad ورزشی باعث حفاظت و ساماندهی میراث فرهنگی شهر و دانشگاه میزبان می شود.	۰/۵۲
۴۵	دانشگاه با برگزاری المپiad ورزشی تصویری مثبت از خود به نمایش می گذارد.	۰/۴۶
۲۳	برگزاری اینگونه رویدادها غرور و افتخار را برای جامعه میزبان به ارمغان می آورد.	۰/۴۴
۱۷	دانشگاه می تواند با برگزاری المپiad منزلت اجتماعی و فرهنگی خود را ارتقاء دهد.	۰/۴۰
۲۶	زمینه ای را برای استفاده بازدیدکنندگان از امکانات جامعه میزبان در آینده فراهم می آورد.	۰/۳۸

#### ۴-۳-۴. کویه های خارج شده از تحلیل عاملی

در این پژوهش هشت سؤال به دلیل عدم ارتباط با مفهوم نظری عامل ایجاد شده در تحلیل عاملی و همچنین داشتن ارتباط ضعیف (کمتر از ۰/۳۵) با عامل اکتشافی از تحلیل عاملی خارج شدند. بنابراین از ۶۱ سؤال بخش اصلی پرسشنامه، ۵۳ سؤال مورد تأیید قرار گرفت.

جدول (۴-۱۰)، فهرست سؤالات خارج شده از تحلیل عاملی

شماره متغیر در پرسشنامه	محتوای متغیر	بار عاملی
۱۶	میزبانی زمینه هایی برای معرفی و به چالش کشیدن ایده های جدید فراهم می آورد.	۰/۳۹
۷	برگزاری این گونه رویدادها باعث افزایش تعامل بین افراد دانشگاه میزبان با شرکت کنندگان (گردشگر ورزشی) می شود.	۰/۳۸
۵۴	میزبان شدن در اینگونه رویدادها باعث ارتقاء دانشگاه در سطوح مختلف می شود.	۰/۳۸
۱۴	به شهر میزبان این امکان را می دهد که صنعت گردشگری خود را برای رویدادهای بزرگ تقویت کند.	۰/۳۶
۸	فرصتهای سرگرمی برای افراد دانشگاه میزبان از طریق برگزاری المپیاد فراهم می آورد.	۰/۳۶
۲۲	برگزاری اینگونه رویدادها باعث ایجاد صدمه به محیط زیست دانشگاه میزبان می شود.	۰/۳۶
۳۲	برگزاری اینگونه رویدادها باعث کاهش انحرافات اجتماعی می شود.	۰/۳۳
۴	برگزاری المپیاد ورزشی باعث تقویت اعتماد به نفس در بین دانشجویان می شود.	۰/۳۰

#### ۴-۳-۵. میزان اهمیت گویه ها

جدول (۴-۱۱) با اهمیت ترین و کم اهمیت ترین گویه های اثرات برگزاری رویداد ورزشی را نشان می دهد. پراکندگی نمره ها بین ۱ (کاملاً مخالف) تا ۵ (کاملاً موافق) قرار داشتند. همانطور که در جدول (۴-۱۱) نشان داده شده است، بیشترین میانگین ها در درون نمونه های مورد بررسی مربوط به گویه های میزبانی زمینه ای برای نوسازی و بهسازی اماکن ورزشی در جامعه میزبان فراهم می آورد (۴/۲۶)، میزبانی فرصتی را برای بهبود وضعیت ظاهر دانشگاه ایجاد می کند (۴/۲۳)، میزبان شدن زمینه ای را برای شناخت دانشگاه و معرفی امکانات آن به دیگران فراهم می آورد (۴/۲۲)، انگیزه ی تلاش بیشتر در افراد دانشگاه برای برگزاری رویدادهای بزرگ تقویت می کند (۴/۲۰) می باشند. همچنین کمترین میانگین ها نیز مربوط به گویه های برگزاری اینگونه رویدادها غرور و افتخار را برای جامعه میزبان به ارمغان می آورد (۳/۴۷)، برگزاری المپیاد فرصتی را برای

جداشدن افراد از مشغولیت ذهنی و فکری روزمره فراهم می کند (۳/۵۳)، به واسطه ی میزبانی اشتغال و درآمدهای جدید در جامعه میزبان ایجاد می شود (۳/۵۶)، جامعه میزبان با برگزاری المپیاد ورزشی باعث جذب دانشجویان بیشتر (تحصیلات تکمیلی) برای ادامه تحصیل می شود (۳/۶۰) می باشند.

جدول (۴-۱۱)، فهرست با اهمیت ترین و کم اهمیت ترین اثرات برگزاری رویداد ورزشی

میزان اهمیت	متغیرها (زیر حیطه ها)	تعداد	میانگین	انحراف معیار
بیشترین اهمیت	میزبانی زمینه ای برای نوسازی و بهسازی اماکن ورزشی در جامعه میزبان فراهم می -آورد.	۱۸۶	۴/۲۶	۰/۶۵
	میزبانی فرصتی را برای بهبود وضعیت ظاهر دانشگاه ایجاد می کند.	۱۸۶	۴/۲۳	۰/۷۰
	میزبان شدن زمینه ای را برای شناخت دانشگاه و معرفی امکانات آن به دیگران فراهم می آورد.	۱۸۶	۴/۲۲	۰/۶۲
	انگیزه ی تلاش بیشتر در افراد دانشگاه برای برگزاری رویدادهای بزرگ تقویت می کند.	۱۸۶	۴/۲۰	۰/۷۲
کمترین اهمیت	برگزاری اینگونه رویدادها غرور و افتخار را برای جامعه میزبان به ارمغان می آورد.	۱۸۶	۳/۴۷	۱/۰۲
	برگزاری المپیاد فرصتی را برای جداشدن افراد از مشغولیت ذهنی و فکری روزمره فراهم می کند.	۱۸۶	۳/۵۳	۱/۰۱
	به واسطه ی میزبانی اشتغال و درآمدهای جدید در جامعه میزبان ایجاد می شود.	۱۸۶	۳/۵۶	۰/۸۷
	جامعه میزبان با برگزاری المپیاد ورزشی باعث جذب دانشجویان بیشتر (تحصیلات تکمیلی) برای ادامه تحصیل می شود.	۱۸۶	۳/۶۰	۰/۹۳

### ۴-۳-۶. پایایی عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان

از ضریب آلفای کرونباخ برای پایایی یا ثبات درونی ابزار تحقیق استفاده شد که میزان آن ۰/۹۴ بود. همچنین، ضرایب آلفا برای هر عامل نیز به طور جداگانه مورد محاسبه قرار گرفت. پایایی هر یک از عوامل از ۰/۷۳ تا ۰/۸۵ متغیر بود که وجود یک ارتباط متوسط تا نسبتاً بالا را در بین آیتم های هر عامل نشان می داد. از نقطه نظر تحلیلی، ضریب آلفای هر یک از عوامل در جدول ۴-۱۲، نشان داده شده است.

جدول (۴-۱۲)، پایایی عوامل اکتشافی

ردیف	عوامل	تعداد سؤالات	پایایی (ضریب آلفای کرونباخ)
۱	توسعه و ارتقاء	۱۲	۰/۸۵
۲	توسعه اقتصادی	۱۰	۰/۸۱
۳	همدلی و رفاقت	۸	۰/۷۹
۴	توسعه سرمایه اجتماعی	۷	۰/۷۸
۵	توسعه زیرساخت و مدیریت	۸	۰/۷۷
۶	توسعه فرهنگی	۸	۰/۷۳

#### ۴-۳-۷. آزمون کالموگروف اسمیرنوف

پیش از محاسبه ضریب همبستگی بین مؤلفه ها، وضعیت توزیع داده ها به وسیله آزمون کالموگروف اسمیرنوف (K-S) مورد بررسی قرار گرفت جدول (۴-۱۳).

جدول (۴-۱۳)، نتایج آزمون K-S در ارتباط با نرمال بودن توزیع متغیرهای اصلی تحقیق

نتایج	مؤلفه ها	توسعه زیرساخت و مدیریت	توسعه اقتصادی	توسعه سرمایه اجتماعی	توسعه و ارتقاء	همدلی و رفاقت	توسعه فرهنگی
K-S	۱/۵۷	۱/۰۴۹	۱/۵۸	۰/۹۱۵	۱/۶۶	۱/۵۸۸	
سطح معنی داری	۰/۰۱۴	۰/۰۰۱	۰/۰۱۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۸	۰/۰۱۳	
نتیجه گیری	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال	غیرنرمال

با توجه به اینکه شرط نرمال بودن توزیع داده ها در این آزمون آن است که  $p > 0.05$  باشد، پس غیر طبیعی بودن توزیع در تمام مؤلفه های تحقیق مورد تأیید قرار گرفت.

### ۴-۳-۸. اولویت بندی عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی

بیشترین میانگین بدست آمده از مؤلفه های اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان که هرکدام از میانگین گویه های مربوطه بدست آمده به ترتیب از بالاترین ارزش عبارتند از:

توسعه زیرساخت و مدیریت (۴/۱۷)، توسعه سرمایه اجتماعی (۴/۰۶)، توسعه و ارتقا (۳/۹۶)، همدلی و رفاقت (۳/۹۵)، توسعه فرهنگی (۳/۹۱) و توسعه اقتصادی (۳/۸۸). جدول (۴-۱۴).

نتایج آزمون فریدمن نیز نشان داد که تفاوت میان میانگین های مشاهده شده در ۶ مؤلفه مزبور معنادار بوده و می توان به ترتیب بیشترین میانگین آن ها را اولویت بندی کرد، جدول (۴-۱۵).

جدول (۴-۱۴)، نتایج آزمون فریدمن برای رتبه بندی مؤلفه ها

ردیف	مؤلفه ها	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه
۱	توسعه زیرساخت و مدیریت	۴/۱۷	۰/۴۲	۴/۴۴
۲	توسعه سرمایه اجتماعی	۴/۰۶	۰/۴۸	۳/۹۲
۳	توسعه و ارتقاء	۳/۹۶	۰/۴۶	۳/۳۷
۴	همدلی و رفاقت	۳/۹۵	۰/۴۹	۳/۳۱
۵	توسعه فرهنگی	۳/۹۱	۰/۴۷	۳/۰۸
۶	توسعه اقتصادی	۳/۸۸	۰/۵۰	۲/۸۷

جدول (۴-۱۵)، نتیجه آزمون فریدمن

۱۸۶	تعداد نمونه
۸۸/۳۲۷	خی دو
۵	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معناداری

#### ۴-۳-۹. همبستگی عوامل

برای محاسبه همبستگی بین مؤلفه ها با توجه به عدم نرمال بودن داده ها از همبستگی اسپیرمن استفاده شد که نتایج آن را در جدول (۴-۱۶) مشاهده می کنید. همان طور که در جدول نشان داده شده است بین تمامی عوامل همبستگی مثبت و معناداری ( $p < 0/01$ ) وجود دارد.

جدول (۴-۱۶)، ماتریس ضریب همبستگی اسپیرمن

توسعه زیرساخت و مدیریت	توسعه زیرساخت و مدیریت					
توسعه اقتصادی	۰/۵۰۳**	توسعه اقتصادی				
توسعه سرمایه اجتماعی	۰/۵۰۳**	۰/۴۲۲**	توسعه سرمایه اجتماعی			
توسعه و ارتقاء	۰/۴۷۹**	۰/۵۸۷**	۰/۵۴۹**	توسعه و ارتقاء		
همدلی و رفاقت	۰/۵۷۴**	۰/۴۷۵**	۰/۵۰۲**	۰/۵۶۵**	همدلی و رفاقت	
توسعه فرهنگی	۰/۴۸۲**	۰/۵۰۴**	۰/۴۷۴**	۰/۵۸۹**	۰/۵۰۰**	توسعه فرهنگی

\*\* همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.



فصل پنجم

بحث و نتیجه گیری



## ۵-۱. مقدمه

در این فصل ابتدا خلاصه ای از طرح پژوهش، مبانی نظری، پیشینه پژوهش، روش و نتایج پژوهش ارائه می گردد، سپس یافته های تحقیق با توجه به اهداف و نتایج تحقیقات انجام شده در این حیطه مورد بحث و بررسی قرار می گیرد. در انتها نیز بر اساس نتایج برخاسته از تحقیق پیشنهاداتی ارائه و همچنین راهکارهایی جهت ادامه اینگونه تحقیقات توسط محققان دیگر نیز ارائه می شود.

## ۵-۲. خلاصه پژوهش

تمامی انسان ها در طول زندگی خود و به منظور بهره برداری هرچه بهتر از ساعات و اوقات زندگی نیازمند تدبیر و تدبیر در تنظیم ساعات شبانه روز و برنامه ریزی اوقات زیستی خود هستند تا ضمن استفاده ی بهینه از تمام لحظات ارزشمند زندگی، شرایطی را مهیا سازند تا ایامی نیز به صورت وقت آزاد، به منظور پرداختن به تفریحات و سرگرمی ها در نظر گرفته شوند. چرا که در این اوقات است که خستگی ها و ملامت های جسمانی و روانی ناشی از کار و تلاش روزمره ی زندگی از بین رفته و انسان توان و انرژی تازه ای جهت ادامه ی فعالیت های خود بدست می آورد [۱]. یکی از روش هایی که افراد می توانند برای گذراندن وقت آزاد خود و کسب تجارب آموزشی و فراغتی استفاده کنند، شرکت در برگزاری رویدادها می باشد [۱۸].

رویدادها با اهداف مختلفی ایجاد می شوند؛ از یک سو همواره تمایل دارند تا عملکرد فردی و تیمی جامعه را ارتقا دهند، از سوی دیگر یک رشته ورزشی را به گونه ای به نمایش می گذارند که موجبات تشویق عموم افراد برای شرکت در آن فراهم می آورد [۱۷]. مطالعات نشان می دهد که طیف وسیعی از رویدادها که هر یک نیازهای جوامع محلی را برآورده می کنند از نظر اندازه، محتوا و اثرات بسیار متفاوت هستند [۱۸]. از جمله رویدادهایی که از جهت وضعیت و اعتبار در سطح بالایی قرار دارد؛ جمعیت بزرگی را به سوی خود جذب می کند؛ مورد توجه گسترده ی رسانه های ارتباط جمعی است؛ برگزاری آن پر هزینه است؛ باعث سرمایه گذاری در جامعه

میزبان می شود، خدمات ویژه‌ای را طلب می کند و سوابق و میراثی را از خود بر جای می گذارد رویدادهای بزرگ نام دارند [۵۵].

رویدادهای ورزشی رویدادهای بزرگی هستند که نقش مهمی را در جوامع امروزی بر عهده دارند. اشمید (۲۰۰۶) در کتاب "گرایش به سمت رویداد" تغییر شکل و نوع ارتباطات، اجتماع و همچنین بازار را ذکر می کند و در ادامه به تغییر و افزایش در اوقات فراغت در جامعه اشاره می کند؛ در این بین رویدادهای ورزشی به عنوان واسطه ای برای ارتقای کیفیت زندگی آحاد جامعه ایفای نقش کرده و می تواند در سطح زندگی مصرف کنندگان ورزشی رویدادها، تأثیرگذار باشد [۱۹]. برگزاری رویداد ورزشی موقعیتی فراهم می آورد که در آن تعدادی ورزشکار یا گروه های ورزشی به دلایل مختلفی که ممکن است بیشتر از علاقه ی صرف به پرداختن ورزش باشد؛ به منظور دستیابی به هدف مشخص، در آن شرکت یا در برگزاری آن مشارکت کنند و تعداد زیادی تماشاگر به تماشای آن ها بپردازند [۷]. تا چندی پیش برگزاری رویدادهای ورزشی برای شهر و کشور برگزارکننده، بار مالی فراوانی داشت و شهر میزبان تنها به دلایل ورزشی آن را برگزار می کرد، اما امروزه شهرهای زیادی در سراسر جهان متقاضی برگزاری این بازی ها هستند. زیرا از طرفی، برگزاری رویدادهای ورزشی، فرصت ارزشمندی برای کشورهای میزبان و جوامع محلی جهت رشد اقتصاد محلی، بهبود سرگرمی های ورزش محلی، بازشناسی نام تجاری و افزایش اعتماد به نفس جوامع فراهم می آورد و از طرف دیگر، تعداد زیادی بازدیدکنندگان، بازیکنان، تماشاگران و رسانه ها در رویدادهای بزرگ درگیر می شوند و زمینه کسب درآمد از گردشگران و توسعه اجتماعی و فرهنگی، سیاسی، زیست محیطی، گردشگری و ... را فراهم می آورد [۱۲].

مدیریت رویداد نسبت به رشته های علوم اجتماعی یک رشته جدید است؛ تحقیقات علمی در زمینه مدیریت رویداد از حدود ۱۵ سال پیش آغاز شده است [۱۳]. هنوز پایگاه عظیمی از تحقیقات در این زمینه وجود ندارند [۱۴]. مدیریت و اجرای رویدادها منجر به ایجاد انواع متفاوتی از اثرات مستقیم و غیر مستقیم بر محل برگزاری می شود که پریوس (۲۰۰۷) این اثرات را به دو میراث مثبت و منفی دسته بندی کرد. آلن و همکاران

(۲۰۰۸) اثرات رویدادها را اثرات اجتماعی و فرهنگی، سیاسی، زیست محیطی و گردشگری و اثرات اقتصادی نامیدند. اسپیلینگ (۲۰۰۰) اثرات بلند مدت اصلی و احتمالی رویداد را در چهار گروه طبقه بندی کرد: آگاهی خلق شده بین المللی، افزایش فعالیت اقتصادی، توسعه امکانات و زیر بناها و افزایش فرصت های اجتماعی و فرهنگی. هال (۱۹۹۲) و ریتچی (۱۹۸۴) اثرات رویدادهای ورزشی را شش بعد اقتصادی، گردشگری- تجاری، فیزیکی، فرهنگی- اجتماعی، روانشناسی و سیاسی دانستند [۹، ۱۴، ۳۰، ۳۱، ۳۲]. بررسی مطالعات در زمینه اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان نشان می دهد که محققان اثرات رویداد ورزشی را چند عامل ذکر کردند و به عامل یا عوامل واحدی نرسیده اند. با توجه به اینکه پرداختن به ورزش و شرکت در رویدادهای بزرگ ورزشی، اثرات مفید فنی، روانی و اجتماعی برای دانشجویان و ثمرات اقتصادی، تبلیغی و تجربی برای برگزارکنندگان و در نهایت فواید زیادی در توسعه تأسیسات و امکانات ورزشی و تأمین و جذب اعتبار مالی بیشتر برای بخش ورزش دانشگاه ها در بر دارد و همچنین با وجود برگزاری هر دو سال یک بار رویدادهای ورزشی در قالب «المپیاد ورزشی دانشجویان» در دانشگاه ها، تحقیقات محدودی روی جنبه های مختلف آن صورت گرفته و اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در هر دوره آمارهای مختصری را تهیه نموده که بیشتر جنبه ی گزارشات اداری داشته اند تا تحلیل های علمی و پژوهش هایی که در ایران روی ورزش دانشگاهی صورت گرفته بیشتر بر کاربرد ورزش در اوقات فراغت و برای فعالیت های تفریحی استوار بوده اند [۳۳].

با عنایت به مطالب فوق، این پژوهش با هدف شناسایی اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان انجام شد. روش تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی و مقایسه ای بود. جامعه آماری پژوهش را تمامی دست اندرکاران (دانشجویان و کارکنان دانشگاه بیرجند) برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی کشور (۳۵۳ نفر) تشکیل می دادند. تعداد نمونه های تحقیق در روش تحلیل عاملی بر اساس تعداد متغیرهای اکتشافی (حداقل دو برابر و حداکثر ۱۰ برابر متغیرها) تعیین شد [۱۴۸]. از اینرو

تعداد ۱۸۶ دانشجو و کارمند به روش تصادفی طبقه ای به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. روایی پرسشنامه توسط نظر سنجی از اساتید و متخصصان این رشته و همچنین تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت که ضریب آلفای ۰/۹۴ بدست آمد. برای دست یابی به عامل های اصلی پرسشنامه از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق در بخش آمار توصیفی از آماره هایی چون میانگین، انحراف استاندارد، فراوانی، درصد فراوانی و جداول استفاده شد. همچنین برای بررسی وضعیت توزیع داده ها، همبستگی بین مؤلفه ها و اولویت بندی عوامل اثرات برگزاری رویداد ورزشی به ترتیب از آزمون کالموگروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون فریدمن استفاده شد؛ نتایج نشان می دهد، از لحاظ سنی ۵۴/۳ درصد از آزمودنی ها در محدوده سنی ۲۰-۲۹ سال، ۲۶/۳ درصد در محدوده سنی ۳۰-۳۹ سال، ۱۵/۱ درصد در محدوده سنی ۴۰-۴۹ سال و ۴/۳ درصد نیز محدوده سنی ۵۰ به بالا را به خود اختصاص داده بودند.

از لحاظ جنسیت، ۶۷/۲ درصد از دست اندرکاران برگزاری پژوهش را زنان و ۳۲/۸ درصد از دست اندرکاران برگزاری، مردان بوده اند.

از لحاظ وضعیت تأهل ۶۳/۴ پاسخ دهندگان تحقیق رامتأهل و ۳۶/۶ درصد آن را پاسخ دهندگان مجرد به خود اختصاص داده بودند.

از لحاظ میزان تحصیلات، ۵۸/۱ درصد از آزمودنی های تحقیق دارای مدرک کارشناسی، ۱۸/۳ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد، ۱۱/۸ درصد دارای مدرک دیپلم، ۸/۶ درصد دارای مدرک فوق دیپلم و ۳/۲ درصد دارای مدرک دکتری بوده اند.

بالاترین و پایین ترین میانگین های بدست آمده گویه های اثرات برگزاری رویداد ورزشی در درون نمونه های مورد بررسی مربوط به گویه های میزبانی زمینه ای برای نوسازی و بهسازی اماکن ورزشی در جامعه میزبان فراهم می آورد (۴/۲۶)، میزبانی فرصتی را برای بهبود وضعیت ظاهر دانشگاه ایجاد می کند (۴/۲۳)، میزبان شدن زمینه ای را برای شناخت دانشگاه و معرفی امکانات آن به دیگران فراهم می آورد (۴/۲۲)، انگیزه ی تلاش بیشتر در افراد دانشگاه برای برگزاری رویدادهای بزرگ تقویت می کند (۴/۲۰) می باشند. همچنین کمترین میانگین ها نیز مربوط به گویه های برگزاری اینگونه رویدادها غرور و افتخار را برای جامعه میزبان به ارمغان می آورد (۳/۴۷)، برگزاری المپیاد فرصتی را برای جداسدن افراد از مشغولیت ذهنی و فکری روزمره فراهم می کند (۳/۵۳)، به واسطه ی میزبانی اشتغال و درآمدهای جدید در جامعه میزبان ایجاد می شود (۳/۵۶)، جامعه میزبان با برگزاری المپیاد ورزشی باعث جذب دانشجویان بیشتر (تحصیلات تکمیلی) برای ادامه تحصیل می شود (۳/۶۰) می باشند.

برای دست یابی به عامل های اصلی پرسشنامه و تعیین روایی از تحلیل عاملی اکتشافی با دوران متعامد (چرخش واریماکس) استفاده شد. با انجام تحلیل عاملی اکتشافی و دوران متعامد (چرخش واریماکس) ۶ عامل بدست آمد. این عوامل تحت عناوینی «توسعه زیرساخت و مدیریت، توسعه اقتصادی، توسعه سرمایه اجتماعی، توسعه و ارتقاء، همدلی و رفاقت و توسعه فرهنگی» نامگذاری شدند و تعیین نام برای این عوامل بر اساس مفاد آیتم های توصیف کننده ی هریک از عامل ها پایه ریزی شد. یافته ها نشان داد که از ۶۱ سؤال پرسشنامه اثرات برگزاری رویداد ورزشی، ۵۳ سؤال به لحاظ داشتن بار عاملی مساوی یا بیشتر از ۰/۳۵ توانستند در ۶ گروه طبقه بندی شوند.

پس از محاسبه پایایی یا ثبات درونی ابزار تحقیق (۰/۹۴)، ضریب آلفا برای هر فاکتور نیز به طور جداگانه مورد محاسبه قرار گرفت. پایایی عوامل از ۰/۷۳ تا ۰/۸۵ متغیر بود که این مسئله وجود یک ارتباط نسبتاً بالا را در بین آیتم های هر عامل نشان می داد. حذف هیچ یک از آیتم ها (سوالات) اعتبار این عامل ها را افزایش نمی داد.

با توجه به اینکه نتایج آزمون کالموگروف اسمیرنوف نشان می دهد که توزیع در تمام مؤلفه های پژوهش نرمال نمی باشد ( $P > 0/05$ ) و با توجه به اینکه پارامترهای تحقیق کمی است، می بایست از آزمون های ناپارامتریک استفاده نمود. لذا از آزمون اسپیرمن برای سنجش همبستگی بین متغیرها استفاده شد که بنا به نتایج آن بین تمامی عوامل همبستگی مثبت و معناداری ( $P < 0/01$ ) وجود داشت.

در ادامه نتایج آزمون فریدمن نشان داد که تفاوت میان میانگین های مشاهده شده در ۶ مؤلفه مزبور معنادار است. ارزش بیشترین میانگین به دست آمده از مؤلفه های اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان به ترتیب از بالاترین ارزش عبارتند از: توسعه زیرساخت و مدیریت (۴/۱۷)، توسعه سرمایه اجتماعی (۴/۰۶)، توسعه و ارتقاء (۳/۹۶)، همدلی و رفاقت (۳/۹۵)، توسعه فرهنگی (۳/۹۱) و توسعه اقتصادی (۳/۸۸).

### ۵-۳. بحث و نتیجه گیری

منطبق کردن یافته های پژوهش با اصول علمی نیازمند هم خوانی با نتایج تحقیقات دیگر پژوهشگران است. در این قسمت تحلیل یافته ها با توجه به ادبیات پژوهش که با مؤلفه های این پژوهش ارتباط دارند، توضیح داده می شوند و در نهایت نتیجه گیری انجام گرفته و پیشنهادها ارائه می شوند.

بررسی تحقیق حاضر نشان داد که از ۶۱ عامل آشکار شده در تحلیل عاملی، ۵۳ مورد به دلیل داشتن بار عاملی مساوی یا بیشتر از ۰/۳۵ مورد پذیرش قرار گرفت. این ۵۳ مورد در شش گروه، تحت عناوین «توسعه زیرساخت و مدیریت، توسعه اقتصادی، توسعه سرمایه اجتماعی، توسعه و ارتقاء، همدلی و رفاقت و توسعه فرهنگی» نامگذاری شدند. یافته های تحقیق نشان داد که عامل توسعه زیر ساخت و مدیریت مهمترین اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان محسوب می شود و «میزبانی فرصتی را برای بهبود وضعیت ظاهر دانشگاه ایجاد می کند» با بار عاملی ۰/۷۰ و «زمینه ای برای نوسازی و بهسازی اماکن ورزشی در جامعه میزبان فراهم می آورد» با بار عاملی ۰/۶۳ و «برگزاری اینگونه رویدادها فرصتی برای پیشرفتهای مدیریتی ایجاد می کند» با

بارعاملی ۰/۵۲ از مهمترین گویه های اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان محسوب گردیده و بیشترین اهمیت را در این پژوهش به خود اختصاص داده است. این عامل به جامعه میزبان در به حداکثر رساندن امکانات ورزشی، عمومی خود و بدست آوردن تجربه توسط مسئولان برگزار کننده رویداد ورزشی کمک شایانی می نماید. این عامل با نتایج مطالعات برخی محققان «پریوس(۲۰۰۷)، اسپیلینگ(۲۰۰۰)، گاسر و لوینسن(۲۰۰۴)، ساگدن(۲۰۰۶)، بسلر(۲۰۰۷)، هال(۱۹۹۲)، ریتچی(۱۹۸۴)، دویر و همکاران(۲۰۰۰)، بارنی و همکاران(۲۰۰۲)، بوهمن و هردن(۲۰۰۵)، بالگو و همکاران(۲۰۱۰)، هوپر(۲۰۰۱)، کاسمیت(۲۰۰۳)، اسمیت و فاکس(۲۰۰۷)، ماتسون و باده(۲۰۰۶)، منزرایتر(۲۰۰۸)، تورکو و همکاران(۲۰۰۲)، مالس و فالکنر(۱۹۹۶)، پریوس (۲۰۰۰)» که در شناسایی اثرات به عامل بازسازی زیرساخت و بهبود امکانات اشاره داشته اند، همخوانی دارد [ ۹، ۳۰، ۱۰۶، ۱۰۵، ۳۹، ۳۱، ۳۲، ۱۰۸، ۱۱۶، ۸۸، ۱۲، ۱۲۴، ۱۳۴، ۱۳۳، ۱۳۲، ۸۴، ۲۴، ۶۰، ۱۱۷]. همچنین هاریس و آلن(۲۰۰۲)، پریوس (۲۰۰۷)، آلن و همکاران(۲۰۰۸)، باودین و همکاران (۲۰۰۱) بیان نمودند که رویدادها فرصت های حیاتی برای کسب مهارت ها و تجربه ی ارزشمند را فراهم می کنند که برای افراد جوان می تواند مفید باشد [ ۸۲، ۱۴، ۹، ۱۳۵].

نتایج تحقیق حاضر تأیید کننده مطالعات گنز (۱۹۹۷) است، ایشان به برپایی امکانات جدید ورزشی در نتیجه برگزاری یک رویداد اشاره دارد، این مسئله می تواند هویت فرهنگی شهر میزبان را ارتقا بخشد، جلب مشارکت و پیوستگی اجتماعی را توسعه دهد و موتور محرکه ای برای اقتصادی محلی باشد [۱۸]. چالکی و اسکس(۱۹۹۹) در پژوهش خود قابل رؤیت ترین میراث به جا مانده از یک رویداد بزرگ را ایجاد امکانات جدید و بازسازی فضاهای عمومی دانستند که این مکان ها می توانند به امکانات ورزشی بسیار تخصصی تبدیل شوند و یک مزیت اجتماعی برای استفاده افراد جامعه میزبان می باشند [۱۱۵].

با توجه به این یافته ها، مؤلفه توسعه زیر ساخت و مدیریت ذکر شده در این پژوهش مهمترین اثرات برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور بر دانشگاه برگزارکننده را به خود

اختصاص داده است، لذا میزبانی چنین رویداد ورزشی فرصت مناسبی بود تا از یک طرف افراد تجاری در زمینه برگزاری المپیادها کسب کنند و سطح علمی و اجرایی خود را افزایش دهند و از سوی دیگر مسئولان از امکانات دانشگاه خود آگاه شوند و اقدامات و تدابیری برای رفع کمبودها و مشکلات احتمالی اتخاذ نمایند.

عامل دوم که در این تحقیق کمترین اهمیت را در میان اثرات برگزاری رویداد ورزشی داشت **عامل توسعه اقتصادی** نامگذاری شد و «برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش درآمدهای جامعه میزبان از طریق تبلیغات و حامیان مالی می شود» با بار عاملی ۰/۶۸ و «باعث اختصاص کمکه‌های بلاعوض توسط نهادهای دولتی به جامعه میزبان می شود» با بار عاملی ۰/۶۷ و «میزبانی وسیله ای جهت تامین جذب اعتبار مالی بیشتر برای ورزش دانشگاه می باشد» با بار عاملی ۰/۶۴ از مهمترین گویه های اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان محسوب گردیده است. هاوارد و کرامپتون (۲۰۰۴)، تأثیر اقتصادی را تغییر خالص در اقتصاد جامعه میزبان که از صرف هزینه های مصرفی در جهت رفع کمبود خدمات و امکانات لازم برای برگزاری رویداد حاصل می شود، تعریف کرده اند [۸۹]. این یافته ها با عامل های اقتصادی مطرح شده از قبیل : فراهم کردن فرصت های شغلی و جذب درآمد حاصل از گردشگران در پژوهش آلن و همکاران (۲۰۰۸) ، هال (۱۹۹۲)، باودین و همکاران (۲۰۰۱) ، اوبرین (۲۰۰۶)، براون و مسی (۲۰۰۱)، یائو (۲۰۱۰)، هیلر (۱۹۹۸)، پریوس (۲۰۰۰)، بوهمن و هردن (۲۰۰۵)، دانیل و همکاران (۲۰۰۲) همخوانی دارد [۱۴، ۳۱، ۸۲، ۵، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۱۴، ۱۱۷، ۸۸، ۲۸]. معمولاً کم اهمیت دانستن توسعه اقتصادی از سوی دست اندرکاران برگزاری یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی کشور دور از انتظار نیست. نتایج تحقیق حاضر تأیید کننده مطالعات هامفریس و پروکوپاویز (۲۰۰۷)، ماتسون و باده (۲۰۰۶) می باشد که بیان کردند شک و تردیدهایی وجود دارد که میزبانی رویدادهای ورزشی بتواند یک اثرات اقتصادی قابل توجهی داشته باشد [۱۲۱، ۸۴].

نتایج این تحقیق اگرچه نشان می دهد، آزمودنی ها عامل توسعه اقتصادی را کم اهمیت دانسته اند؛ اما جوامع میزبان باید متوجه این نکته مهم باشند که میزبانی رویداد ورزشی فرصتی برای دانشگاه میزبان بود تا از امکانات



و تجهیزات نهادهای دولتی و غیر دولتی در جهت رفع کمبودهای خود استفاده نمایند که این مزیت، هزینه ساخت و ساز اماکن ورزشی جدید را کاهش داد؛ اما به طور مستقیم در بهبود وضعیت اقتصادی دانشگاه میزبان تأثیری نداشت.

سومین عامل شناسایی شده در این پژوهش **توسعه سرمایه اجتماعی** نامیده شد و «برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش شور و نشاط در بین دانشگاهیان می شود» با بار عاملی ۰/۶۸، «میزبانی باعث ارتقاء دوستی ها و ارتباطات افراد دانشگاه با سایر دانشگاهیان می شود» با بر عاملی ۰/۶۱، «برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش انسجام اجتماعی در بین دانشگاهیان می شود» با بارعاملی ۰/۵۹، مهمترین گویه های اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان را به خود اختصاص داده است. این عامل با نتایج تحقیقات بیشماری از جمله آلن و همکاران (۲۰۰۸)، گاسر و لوینسن (۲۰۰۴)، ساگدن (۲۰۰۶)، بسلر (۲۰۰۷)، هال (۱۹۹۲)، باودین و همکاران (۲۰۰۱)، هسکین (۲۰۱۱)، اوبرین (۲۰۰۶)، اللهیاری و پورمند (۲۰۱۱)، براون و مسی (۲۰۰۱)، هوپر (۲۰۰۱)، فردلین و همکاران (۲۰۰۳)، نیچلسون و هوی (۲۰۰۸)، گرین و چالیپ (۱۹۹۸)، اوبرین (۲۰۰۶) و اسچولنکارف (۲۰۱۰)، زیاکس (۲۰۰۷)، ایکسیو و پگ (۲۰۰۷)، اسکس و چالکلی (۱۹۹۸) همخوانی دارد [۱۴، ۱۰۵، ۱۰۶، ۳۹، ۳۱، ۸۲، ۱۰۷، ۵، ۱۰۹، ۱۱۲، ۱۲۴، ۱۲۳، ۱۲۶، ۱۲۷، ۵، ۴، ۱۰۰، ۶۷، ۹۲]. هم چنین حسین یانگ (۲۰۰۱) در پژوهش خود اثر اجتماعی شدن ورزشکاران به ویژه دانشجویان زن را به عنوان یکی از اثرات ورزش دانشگاهی مورد تأیید قرار داده است [۱۴۵].

همکاری همه جانبه عوامل اجرایی و دانشجویان در زمان برگزاری رویدادهای فرهنگی ورزشی فرصت آشنایی و تقویت هرچه بیشتر کار داوطلبانه در دانشگاه میزبان را فراهم آورد که می تواند تا مدت ها بعد از پایان رویداد برای اشخاص داوطلب و جامعه اثرات مثبت برجا گذارد. این نتایج با مطالعات والو و همکاران (۱۹۹۶) که یکی از عوامل به حداکثر رساندن مزایای اجتماعی، فیزیکی و اقتصادی میزبانی رویدادهای ورزشی را استفاده از داوطلبان دانستند، همخوانی دارد [۱۱۸].

عامل چهارم **توسعه و ارتقا** نامگذاری شد. «برگزاری المپیاد ورزشی زمینه را برای آموزش و توسعه مهارت‌های جدید فراهم می‌کند» با بار عاملی ۰/۶۵، «برگزاری اینگونه رویدادها باعث تقویت مبانی دینی، اعتقادی، فرهنگی و اجتماعی می‌شود» با بار عاملی ۰/۶۴ و «برگزاری المپیاد باعث کسب اعتبار افراد دانشگاه میزبان می‌شود» با بار عاملی ۰/۵۹ از مهمترین گویه‌های اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان محسوب گردیده است. این عامل با عوامل پیشرفت و ارتقای آینده جوامع میزبان مطرح شده از قبیل: توسعه مهارت‌های جدید و ارتقا رشته‌های ورزشی، تولید ایده‌ها و ارزش‌های فرهنگی در پژوهش‌های پریوس (۲۰۰۷)، آلن و همکاران (۲۰۰۸)، گاسر، لوینسن (۲۰۰۴)، ساگدن (۲۰۰۶)، باودین و همکاران (۲۰۰۱)، هورچ و همکاران (۲۰۰۴)، هال (۱۹۹۲)، سوتیریادیو و همکاران (۲۰۰۸)، ریتچی (۱۹۸۴) همخوانی دارد [۹، ۱۴، ۱۰۵، ۱۰۶، ۸۲، ۷۶، ۳۱، ۱۳۶، ۳۲].

برگزاری چنین رویدادی به شرکت‌کننده‌های مهمان و میزبان در جهت آشنا شدن با امکانات دانشگاه و مهارت‌های جدید ورزشی کمک شایانی کرد که از طرفی زمینه توسعه و ارتقا را در جوامع میزبان و از طرف دیگر فرصتی برای مسئولان دانشگاهی فراهم آورد که توجه بیشتر به ورزش دانشگاهی نمایند. همچنین انتظار می‌رود اثرات برگزاری این رویداد ورزشی در درازمدت باعث اقبال عمومی افراد دانشگاه (دانشجو، هیأت علمی و کارمند) به سمت ورزش علی‌الخصوص ورزش همگانی شود.

پنجمین عامل شناسایی شده در این پژوهش **همدلی و رفاقت** نامیده شد و «میزبانی شرایطی را برای ایجاد جو صمیمی و اجتماعی بین اعضای هیأت علمی، کارمندان و دانشجویان دانشگاه فراهم می‌کند» با بار عاملی ۰/۷۲ و «میزبانی تقسیم کار اجتماعی افراد دانشگاه را تقویت می‌کند» با بار عاملی ۰/۵۸ و «برگزاری المپیاد فرصتی را برای جدا شدن افراد از مشغولیت ذهنی و فکری روزمره فراهم می‌کند» با بار عاملی ۰/۵۴ از مهمترین گویه‌های اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان به شمار می‌روند. این عامل با نتایج مطالعات برخی محققان از جمله تحقیقات بسلر (۲۰۰۷)، براون و مسی (۲۰۰۱)، یائو (۲۰۱۰)، فردلین و همکاران (۲۰۰۳)،

گرین و چالیپ (۱۹۹۸)، اوبرین (۲۰۰۶) و اسچولنکارف (۲۰۱۰) که به عامل همدلی و رفاقت و به فراموشی سپردن مشکلات اشاره داشته اند، همخوانی دارد [۳۹، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۲۳، ۱۲۷، ۵، ۴].

میزبانی رویداد ورزشی فضای صمیمانه و دوستانه‌ای با انجام کار گروهی بین کارکنان و دانشجویان دانشگاه میزبان فراهم آورد که در صورت برگزار نشدن چنین رویدادی، به واسطه مشغله‌های کاری کمتر فرصت باهم بودن را تجربه می کردند.

آخرین عاملی که در این تحقیق مورد شناسایی قرار گرفت عامل توسعه فرهنگی نامگذاری شد. «برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش پوشش رسانه ای جامعه میزبان می شود» با بار عاملی ۰/۶۳ و «میزبانی المپیاد ورزشی باعث جذب گردشگر در جامعه میزبان می شود» با بار عاملی ۰/۶۱ و «برگزاری المپیاد ورزشی باعث انتقال میراث فرهنگی شهر و جامعه میزبان به دیگر دانشگاهها می شود» با بار عاملی ۰/۵۵ مهمترین گویه های اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان را به خود اختصاص دادند. این عامل با نتایج تحقیقات دلس و سودرمان (۲۰۰۸) که مزیت رویدادهای ورزشی را دسترسی فوری به بازار جهانی می داند و باعث ایجاد تصویری روشن از فرهنگ جامعه میزبان به دیگر جوامع می گردد [۱۲۹]. و هم چنین تحقیقات پریوس (۲۰۰۷)، آلن و همکاران (۲۰۰۸)، گاسر، لوینسن (۲۰۰۴)، ساگدن (۲۰۰۶)، هال (۱۹۹۲)، ریتچی (۱۹۸۴)، یائو (۲۰۱۰)، گتز (۱۹۹۷)، هورچ و همکاران (۲۰۰۴)، گرین و چالیپ (۱۹۹۸)، اوبرین (۲۰۰۶)، اسچولنکارف (۲۰۱۰)، دایان و کتس (۱۹۹۲)، هورن (۲۰۰۷)، مدیا (۲۰۱۲)، مورفت (۱۹۹۶)، اسکس و چالکلی (۱۹۹۸)، ماتسون و باده (۲۰۰۶)، روچه (۲۰۰۶) که به عامل آشنا شدن با آداب و رسوم و جذب گردشگر اشاره کردند، متناسب بود [۹، ۱۴، ۱۰۵، ۱۰۶، ۳۱، ۳۲، ۱۱۳، ۱۸، ۷۶، ۱۲۷، ۵، ۴، ۱۰۱، ۱۲۸، ۱۲۹، ۱۳۰، ۹۲، ۸۴، ۶۱]. همچنین ریچارد (۲۰۰۷) در پژوهش خود ورزش دانشگاهی را یکی از عوامل مؤثر در روابط اجتماعی فرهنگ های مختلف دانسته است [۱۴۴].

برگزاری رویداد ورزشی فرصتی بود که مسئولان دانشگاه با برگزاری برنامه های فرهنگی در قالب بازدیدهایی از آثار تاریخی، میراث فرهنگی، بازارچه های محلی و نمایشگاههای صنایع دستی توانستند افراد مختلف را با فرهنگ و آداب و رسومات جامعه خود آشناییت دهند و از این طریق زمینه جذب آنها را در سالهای آتی فراهم آورند.

## ۴-۵. پیشنهادها

در این بخش بر اساس یافته های تحقیق پیشنهادهای کاربردی برای مسئولان سازمان های ورزشی، علی الخصوص مسئولان دانشگاه ها و مدیران تربیت بدنی ارائه می شود. همچنین برای بررسی بیشتر اثرات رویداد ورزشی بر جامعه میزبان مواردی برای تحقیقات آتی به محققان پیشنهاد می گردد.

### ۴-۵-۱. پیشنهادهای کاربردی

- ✓ متغیرها(سؤالات) اکتشافی در تحقیق حاضر می توانند به عنوان شاخص برای ارزیابی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی در سالهای آینده مورد استفاده قرار گیرند. پیشنهاد می شود مسئولان دانشگاه میزبان برای آگاهی از اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی از این شاخص ها استفاده نمایند.
- ✓ مسئولان دانشگاه ها می توانند از نتایج این مطالعه به عنوان عوامل انگیزشی جهت حداکثر تلاش برای رفع نواقص و کمبودهای خود در کسب امتیاز میزبانی رویدادهای ورزشی در سالهای آتی استفاده نمایند.
- ✓ با مشخص شدن توسعه زیر ساخت و مدیریت به عنوان با اهمیت ترین عامل در اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان، پیشنهاد می شود مسئولان دانشگاه میزبان یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور از این فرصت برای کسب امتیاز میزبانی رویدادهای بزرگتر استفاده نمایند و همچنین دانشگاه های دیگر جهت کسب امتیاز میزبانی مقداری از

بودجه تخصیصی خود را صرف توسعه امکانات دانشگاه نمایند و هم چنین با برگزاری کارگاههای آموزشی و مسابقات دانشگاهی می توانند سطح علمی و اجرایی کارکنان خود را افزایش دهند.

✓ از آنجایی که در متغیرهای تبیین کننده توسعه اقتصادی، افزایش درآمدهای جامعه میزبان از طریق تبلیغات و حامیان مالی به عنوان متغیرهای زیر حیطه این عامل شناسایی شد، از این رو پیشنهاد می گردد مسئولان دانشگاه میزبان حداکثر تبلیغات خود را جهت جذب اسپانسرها از طریق رسانه ها، روزنامه ها و آگهی ها انجام دهند.

✓ با توجه به نقش داوطلبان به عنوان یکی از اثرات توسعه سرمایه اجتماعی در این تحقیق، پیشنهاد می شود دانشگاه ها با برگزاری کلاسها و کارگاههای نهضت داوطلبی دانشجویان را با ماهیت کار داوطلبی آشنا کنند و همچنین بر اساس توانایی هایشان در فعالیتها و مسابقات ورزشی از آنها استفاده نمایند تا از این طریق زمینه مشارکت و همکاری ورزشی آنها را افزایش دهند.

✓ نتایج این تحقیق می تواند به دانشگاه برگزار کننده یازدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور، سازمان های داوطلب میزبانی رویدادها، وزارت علوم و تحقیقات و فناوری، برنامه ریزان و سازمان دهندگان رویدادها کمک نماید.

✓ از آنجایی که یکی از متغیرهای عامل توسعه و ارتقا، توجه بیشتر مسئولان دانشگاه به ورزش از طریق برگزاری رویداد ورزشی می باشد؛ پیشنهاد می شود مدیریت تربیت بدنی دانشگاه ها برای جلب بیشتر مسئولان به ورزش، مسابقاتی در سطح کارمندی برگزار و آنها را در فعالیت های مختلف ورزشی درگیر نمایند و گزارش هایی مبنی بر نوع فعالیت ورزشی، تعداد افراد شرکت کننده و برگزاری مسابقات تهیه نمایند.

✓ با توجه به اینکه یکی از اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی، توسعه فرهنگی می باشد که می تواند زمینه جذب گردشگر در جامعه میزبان را در سالهای آتی فراهم کند؛ پیشنهاد می شود مسئولان دانشگاه میزبان در زمان برگزاری رویدادهای ورزشی، برنامه های فرهنگی در قالب بازدیدهایی از آثار تاریخی،

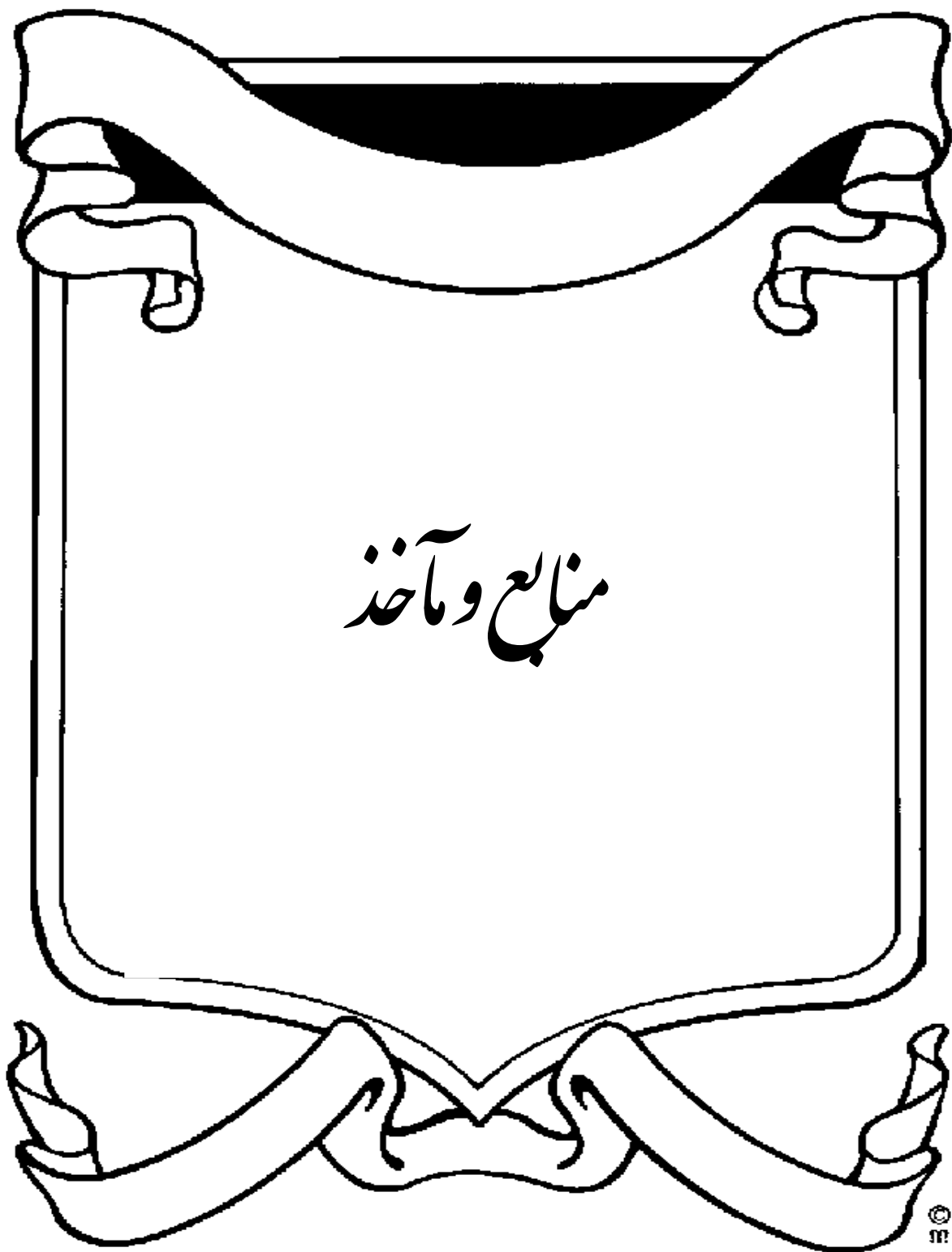
میراث فرهنگی، نمایشگاههای صنایع دستی و بازارچه های محلی برگزار نمایند تا افراد مختلف با آثار، فرهنگ و سنت های جامعه میزبان آشنا شوند و زمینه بازدید مجدد آنها را در سالهای آینده فراهم نماید.

✓ مسئولان دانشگاه ها جهت ایجاد همدلی و رفاقت بیشتر در بین کارمندان و دانشجویان خود جهت برگزاری بهتر رویدادهای ورزشی می توانند نشست هایی با همکاران و تبادل نظر با آن ها در جهت تقسیم وظایف و مسئولیت انجام دهند تا هر کس با توجه به توانایی های خود، کاری را بر عهده گیرد و از این طریق زمینه شور و نشاط، رفاقت و همدلی در بین مسئولان برگزاری را ایجاد نماید.

## ۵-۴-۲. پیشنهادهای پژوهشی

- ✓ بررسی اثرات برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی بر جامعه میزبان و مقایسه آن با نتایج حاصل
- ✓ بررسی اثرات برگزاری المپیادهای فرهنگی ورزشی دانش آموزی سراسر کشور بر جامعه میزبان و مقایسه آن با نتایج حاصل
- ✓ بررسی اثرات برگزاری المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان پسر بر جامعه میزبان و مقایسه آن با نتایج حاصل
- ✓ بررسی انگیزه های جوامع میزبان برای برگزاری رویداد ورزشی
- ✓ بررسی اثرات برگزاری رویدادهای غیر ورزشی بر جامعه میزبان
- ✓ بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی در سطح دانشگاهی و مقایسه آن با نتایج حاصل
- ✓ بررسی اثرات شرکت در رویدادهای ورزشی برای دانشجویان دختر و پسر
- ✓ بررسی انگیزه های دانشگاه های شرکت کننده در جامعه برگزار کننده رویداد ورزشی
- ✓ انجام تحقیقی مشابه در سایر مناطق کشور و یا به عنوان یک طرح ملی در سراسر کشور و مقایسه آن با نتایج حاصل





منابع وآخذ



- ۱) کاشف م.م، (۱۳۹۰) "مدیریت اوقات فراغت و تفریحات سالم" چاپ اول، انتشارات مبتکران، تهران، صص ۱-۲۵.
- ۲) حسنقلی پور ط، استیری م، یزدانی ح و حسینی ف، (۱۳۸۸) "بررسی عوامل تأثیر گذار بر گرایش دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تهران به رویدادهای ورزشی" نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۳، صص ۹۷-۱۱۷.
- 3) Delamere T.A. (2001) "Development of a scale to measure resident's attitudes toward the impacts of community festivals" *Event Management*, 7, 25-38.
- 4) Schulenkorf N. (2010) "the roles and responsibilities of a change agent in sport event development projects" *Sport Management Review*, 13, 2, 118-128.
- 5) O'Brien D. (2006) "Event business leveraging: the Sydney 2000 Olympic Games" *Annals of Tourism Research*, 33, 1, 240-261.
- ۶) محمد کاظمی ر، (۱۳۸۶)، رساله دکتری: "توصیف عناصر آمیخته بازاریابی صنعت فوتبال ایران و مقایسه آن با کره جنوبی و ژاپن و ارائه الگو"، دانشگاه تربیت معلم تهران.
- 7) Börner J. (1985), "*Sportstätten-Haftungsrecht Eine systematische Darstellung*, Duncker & Humblot", Berlin, pp.552.
- ۸) جلالی فراهانی م؛ علی دوست قهفرخی ا، (۱۳۹۰) "مدیریت رویدادها و اردوهای ورزشی" انتشارات دانشگاه تهران، صفحه ۵۸-۵.
- 9) Preuss H. (2007) "The conceptualization and measurement of mega sport event legacies" *Journal of Sport & Tourism*, 12, 3, PP 207.
- 10) Ottevanger H.J. (2007), thesis, "Sport Tourism: Factors of influence on sport event visit motivation", Bournemouth University, Germany
- 11) Horne J., Manzenreiter W. (2006) "Underestimated costs and overestimated benefits? Comparing the outcomes of sports mega-events in Canada and Japan" *Sociological Review*, 54, 2, 71-89.
- 12) Balogu S., Brown C & Busser A. (2010) "Sport tourists in a gaming destination: Predicting gaming and non-gaming expenditures" *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 2, 59-68.

- 13) Damm S., (2010), Thesis, "Best Practices in Event Management", Unite New Zealand.
- 14) Allen J., O'Toole W., Harris R. & McDonnell I. (2008) " *Festival & Special Event Management*", John Wiley & Sons Australia, Ltd, Australia.
- 15) Lee Y. (2003) "Conference on sport and tourism", *Journal of Sport Tourism*, 2, 75-93.
- 16) Kruger A. (2004) " *Kommerziele Sportanbieter*", In Kruger, A., Dreyer, A. Sport management, Munchen.
- ۱۷) مسترمن گ، (۱۳۸۷) " مدیریت راهبردی رویدادهای ورزشی با رویکرد بین المللی " ترجمه سید محمدحسین رضوی، محسن بلوریان، محمدرضا برومند، نشر شمال پایدار، آمل.
- 18) Getz D. (1997) " *Event management and event tourism*". Cognizant Communication Corporation, New York
- 19) Schmid U. (2006) " *Event Management im Spitzen-Wettkampf sport*", Verlag Dr. Kovac, Hamburg.
- 20) Emery P. R. (2002) "Bidding to host a major sports event – The local organizing committee perspective" *The International Journal of Public Sector Management*, 4, 316-335.
- 21) Jones c. (2001) "Mega-events and host region impacts- determining the true worth of the 1999 Rugby World cup" *International Journal of tourism*, 3, 3, 241-251.
- 22) Lee C & Taylor T. (2005) "Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup" *Tourism Management*, 26, 595–603.
- 23) Deccio C & Baloglu S. (2002) "No host community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts" *Journal of Travel Research*, 41, 1, 46–56.
- 24) Turco D. M. Riley R & Swart K. (2002) " *Sport Tourism Morgantown*" WV: Fitness Information Technology, Inc.
- 25) Cull N.J. (2008) " *The Public Diplomacy of the Modern Olympic Games and China's Soft Power Strategy*" In M.E. Price and D. Dayan
- 26) Black D.R. & Westhuizen J.V.D. (2004) "The allure of global games for semi-peripheral polities and spaces: a research agenda". *Third World Quarterly*, 25, 7, 1195-1214.
- 27) Allison L. & Monnington T. (2002) "Sport Prestige an International Relations" *Government and Opposition*, 27, 1, 106-134.
- 28) Daniel M. J., Henry M. S & Noonan W. C. (2002) "Estimating income effects of a sport tourism event" *Annals of Tourism Research*, 1, 180-199.

- 29) Malfas M., Theodoraki E & Houlihan B. (2004) "Impacts of the Olympic Games as Mega events" *Journal of the Institute of Civil Engineer*, 3, 209-220.
- 30) Spilling O. (2000) "*beyond intermezzo? On the long-term Indus-trial impacts of mega-event-the case of Lillehammer 1994*", Cognizant Communication Corporation, New York.
- 31) Hall C.M. (1992) "*Hallmark Tourist Events – Impacts, Management and Planning*" Bellhaven Press, London.
- 32) Ritchie J. (1984) "Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues" *Journal of Travel Research*, 1, 2-11.
- ۳۳) امیرتاش ع.م (۱۳۸۶) "مقایسه توصیفی المپیادهای ورزشی دانشجویی پنجم، ششم و هشتم و ارائه راهکار برای ارتقاء کیفی المپیادهای ورزشی دانشجویان کشور" پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، گزارش طرح پژوهشی
- 34) Behunin C., (2010), thesis, "Economic Impact of Youth Sports: Hosting Baseball and Softball Tournaments in a Mid-South Community", Arkansas State University.
- 35) Leiber S. R & Alton D. J. (1983) "*Visitor expenditures and the economic impact of public recreation facilities in Illinois*". In Leiber, S .R & Fesenmeier D. R. Recreation planning and management, Venture Publishing, State College
- 36) Getz D & Frisby W. (1988) "Evaluating Management Effectiveness in Community Run Festivals" *Journal of Travel Research*, 1, 22–27.
- 37) Fredline E & Faulkner B. (2002b) "Variations in residents' reactions to major motorsport events: why residents perceive the impacts of event differently". *Event Management*, 7, 2, 115-126.
- 38) Harris M., (2003), thesis "An Assessment of Environmental Management within the Event Industry and Formulation of a Generic Framework Environmental Management System for Large Events", School of Environmental Sciences, University of East Anglia, University Plain.
- 39) Bassler, R. (2007) "*Eine Analyse der touristischen EffeKte des Beachvolleyballevnts in st.Polten*" studie im Auftrag der Niederösterreich – Werbung GmbH, Krems.
- 40) Mülle H., Stettler J. (1999) "*Ökonomische Bedeutung sportlicher Grossveranstaltungen*" Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) Universität Bern.

- 41) Rütter H., Stettler J., Armstutz M., Birrer D., Breiter M., Laesser C., et al. (2002) “Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen in der Schweiz” .
- 42) Volrath A. (2005) “*Eternity Games in D. Adair, B. Coe, and N Gouth. Beyond the Torch-Olympics and Australian Culture*” Melbourne, Australian Society for Sports History.
- 43) Burker M., Page S.J & Meyer D. (2002) “evaluates the impact of the 2000 America’s Cup on Auckland” New Zealand, *Event Management*, 7, 79-72.
- 44) Douglas N., Douglas G & Derrett R.( 2001) “*Special interest groups: context and Cases*” , John Wiley & Sons, Brisbane, Qld.
- 45) Mossberg L. (2000) “*Evaluation of Events: Scandinavian Experiences*”, the United States of America, Cognizant Communication Corporation.
- Getz D & Frisby W. (1988) “Evaluating Management Effectiveness in Community Run Festivals” *Journal of Travel Research*, 1, 22–27.
- 46) Gebhardt W., Hitzler R. & Pfadenhauer M. (2000) “*Events – Soziologie des Außergewöhnlichen*”, Leske und Budrich, Opladen.
- 47) Wochnowski H. (1996) “*Veranstaltungsmarketing. Grundlagen und Gestaltungsempfehlungen zur Vermarktung von Veranstaltungen*”, Peter Lang, Frankfurt am Main.
- 48) Shone A & Parry B. (2004) “*Successful Event Management: Practical Handbook*” ,Second edition, Thomson Learning, UK.
- 49) Cunningham M & Taylor S. (1995) “Event Marketing: State of the Industry and Research Agenda” *Journal of Festival Marketing and Event Tourism*, 2, 123–137.
- 50) Kearns G and Philo C (1999) “Selling Places: the city as cultural capital, past and present” *Urban Studies*, 30, 1993, 48-935
- 51) Janiskee R. L & Drews P. L. (1998) “*Rural festivals and community reimaging*”. John Wiley & Sons Ltd, England.
- 52) Zils O. (2006) “*Auftritt mit Trittbrett, in: HorizontMagazin*”, 4, PP 64
- 53) Bruhn M. (2005). “*Kommunikationspolitik*” Verlag Franz Vahlen, München
- 54) Goldblatt. J. (1997) “*Special Events: Best Practices in Modern Event Management*”, JOHN Wiley & Sons, New York
- 55) Jago L & Shaw R. (1998). “Special events: a conceptual and differential framework”. *Festival Management and Event tourism*, 2, 21- 32.

- 56) Nurmi V., (2008), thesis, “Urheilun suurtaapahtumat sponsoroinnin kohteena”, University of Jyväskylä
- 57) McDonnell I., Allen J & O’Toole W. (1999) “*Festival and Special Event Management. Milton*” John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- 58) Close P. (2010) “Olympiads as Mega-events and the Pace of Globalization: Beijing 2008 inContext” *The International Journal of the History of Sport*, 27, 16, 2976-3007.
- 59) Roberts K. (2004) “*The leisure industries*” Palgrave Macmillan, New York
- 60) Mules T & Faulkner B. (1996) “An economic perspective on major events” *Tourism Economics*, 12, 2, 107–117.
- 61) Roche M. (2000) “*Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*” Routledge, London.
- 62) Lowes M. (2004) “Neoliberal Power Politics and the Controversial Siting of the Australian Grand Prix Motorsport Event in an Urban Park” *Society and Leisure*, 27, 1, 69-88.
63. Whitson D. (2004) “Bringing the World to Canada: the periphery of the centre” *Third World Quarterly*, 25, 7, 1215-1232.
64. Horne J. (2004) “Accounting for mega-events” *International Review for the Sociology of Sport*, 39, 2, 187-203.
- 65) Wann D., Melnick M., Russell G & Pease D. (2001) “*Sport fans: The psychology and social impact of spectators*” Routledge, New York
- 66) Arcodia C & Barker T. (2003) “The Employability Prospects of Graduates in Event Management: Using Data from Job Advertisements” *Paper presented at the Riding the Wave of Tourism and Hospitality Research*, 1-16
- 67) Xu R., Pegg Sh. (2007) “Exploring the Motivations for Participantenga in the Australlan University Games” *International Journal of Event Management Research*, 2, 3, 39-46.
68. Shank M. (2002). “*Sports Marketing: A Strategic Perspective*”, Prentice Hall, NJ
- 69) Schulze G. (2003). “*Vier Faktoren für wirkungsvolle Events*”, Ökonomische Dimensionen von Sportevents, Afra-Verlag, Butzbach-Griedel.
- 70) Smith A. (2001). “*Sporting a new image? Sport-based regeneration strategies as a means of enhancing the image of the city tourist destination*”, Routledge, London
- 71) Hirose I. (2003) “*Ex Post Evaluation of 2002 FIFA World Cup Korea-Japan*” *Research Institute of Economy*” Trade & Industry, IAA RIETI, Japan

- 72) Bianchini F & Schengel H. (1991) "*Re-imagining the city*", Routledge, London.
- 73) Getz D. (2003) "*Sport event tourism: Planning, Development and Marketing*", Cognizant Communication Cooperation, Elmsford.
- 74) Dahlhaus H. (2010) "*Image-Fit zwischen Sportevent und Destination am Beispiel der Deutschen Meisterschaften im Kanu-RENNSPORT IN Munchen. Unveroffentlichte Diplomarbeit*" Deutsche Sporthochschule Koln, Koln
- 75) Gratton C., Dobson N & Shibli S. (2000) "The economic importance of major sports events: A case study of six events" *Managing Leisure*, 5, 17-28.
- 76) Horch H. D., Heydel J., Sierau A. (2004) "*Event im Sport – Marketing, Management*" Finanzierung, Köln.
- 77) Horn M & Zemann C. (2002) "*Erfassung und Bewertung sozioökonomischer Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen*" FIT-Forschungsinstitut für Tourismus, Dresden
- 78) Coalter F., Taylor J. (2008) "Large Scale Sports Events: Event Impact Framework" Report to UK Sport, Department of Sports Studies, University of Stirling, University of Stirling, STIRLING.
- 79) Rivenburgh N., Giffani A. (2000) "News Agencies, National Images, and Global Media Events" *J&MC Quarterly*, 77, 1, 8-21.
- 80) Kidd B. (2008) "A new social movement: sport for development and peace" *Sport in Society*, 11, 4, 370-380.
- 81) Davies J & Brown L. (2000) "*Tourism: Food, Wine and Festivals – a delectable mix*" Australian Centre for Event Management, Sydney.
- 82) Bowdin G., McDonnell I., Allen J and O'Toole W. (2001) "*Events management*" Butterworth-Heinemann, Oxford.
- 83) Schulenkorf N & Edwards D. (2012) "Maximizing Positive Social Impacts: Strategies for Sustaining and Leveraging the Benefits of Intercommunity Sport Events in Divided Societies" *Journal of Sport Management*, 26, 379-390
- 84) Matheson V and Baade R. (2006) "Can New Orleans Play its way past Katrina? The Role of Professional Sports in the Redevelopment of New Orleans" *International journal of sport management and marketing*, 2, 5, 541-554.

- 86) Weirsmas E.A. (1996) *“Creative Event Development: A Guide to Strategic Success in the World of Special Events”* Indianapolis.
- 87) Lenskyj H. J. (2002) *“The best Olympics ever? Social impacts of Sydney 2000”* State University of New York Press, Albany.
- 88) Bohlmann H. R. and Heerden J.H. (2005) *“The Impact of Hosting a Major Sport Event on the South African Economy” University of Pretoria Department of Economics Working Paper Series*, 1-13.
- 89) Howard, D. & Crompton, J. (2004). *“Financing Sport”* Fitness Information Technology, Sport Management Library
- 90) Crompton J. L. (1995) *“Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication” Journal of Sport Management*, 1, 9, 14-35.
- 91) Blake A., Gillham J., Sinclair T. (2006) *“CGE tourism analysis and policy modeling”* International Handbook on the Economics of Tourism Cheltenham, PP. 301–315.
- 92) ESSEX S. and CHALKLEY B. (1998) *“Olympic Games—catalyst of urban change” Leisure Studies*, 17, 3, 187–206.
- 93) Rogge J. (2003), *“Olympic Impact: Vancouver 2010 and the Industrial Real Estate Market”* Avison Young, Vancouver, 1-11.
- 94) Preuss H. (2003) *“The economics of Olympic Games: winners and losers”*, Sage Publications, London.
- 95) Mathieson A & Wall G. (1982) *“Tourism: Economic, Physical and Social Impacts”* Longman, London.
- 96) Olsen M and Mervin D. (1977) *“Towards a Methodology for Conducting Social Impacts Assessments Using Quality of Life Indicators”* Methodology of Social Impact Assessment. Pennsylvania, Hutchinson & Ross, Dowden.
- 97) Sharpley R. (1999) *“Tourism, Tourists and Society”* Elm Publications, Huntingdon.
- 98) Teo P. (1994) *“Assessing Socio-Cultural Impacts: The Case of Singapore” Tourism Management*, 15, 2, 126-136.
- 99) Brunt P & Courtney P. (1999) *“Host Perceptions of Sociocultural Impacts” Annals of Tourism Research*, 26, 3, 493-545.
- 100) 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

- 101) Dayan D., Katz E. (1992) “*Media Events: The Live Broadcasting of History*” Harvard University Press, Cambridge.
- 102) Ohmann S., Jones I., Wilkes K. (2006) “THE PERCEIVED SOCIAL IMPACTS OF THE 2006 FOOTBALL WORLD CUP ON MUNICH RESIDENTS” *Journal of Sport & Tourism*, 2, 11, 129-152.
- 103) MacAloon j. (2003) “*Cultural Legacy: The Olympic Games as World Cultural Property*” The Legacy of the Olympic Games 1984-2000, IOC, Lausanne.
- 104) Wilts C. H. (2005) “Sport events und Nachhaltigkeit. Die Olympischen Spiele als Vorreiter der Nachhaltigkeit” Wuppertal Inst.fur Klima, Umwelt, *GmbH im Wissenschaftszentrum Nordrhein Westfalen*, Energie, PP 1-9.
- 105) Gasser P.K & Levinsen A. (2004) “Breaking postwar ice: open fun football schools in Bosnia and Herzegovina” *Sport in Society*, 7, 3, 457–472.
- 106) Sugden J. (2006) “Teaching and playing sport for conflict resolution and co-existence in Israel” *International Review for the Sociology of Sport*, 41, 2, 221–240.
- 107) Hoskyn H., (2011), thesis “Major Sports Events and Their Ability to Benefit Local Sports Clubs: A Case Study of the Auckland Professional Tennis Tournaments”, Auckland University of Technology.
- 108) Dwyer L., Mellor R., Mistilis N & Mules T(2000) “*A framework for evaluating and forecasting the impacts of special events*” Australian Centre for Event Management, Sydney, PP 31-45.
- 109) allahyai sh., pourmand S.S., (2011), Thesis “The Impact of Archery Events on Tourism Development: The Case of Iran”, Business Administration, Lulea University of Technology, Department of Business, Administration, Technology and Social Sciences.
- 110) Ntloko N.T & Swart K. (2008) “Sport Tourism Event Impacts on the Host Community: A Case Study of Red Bull Big Wave Africa” *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 2, 79-93
- 111) Slabbert E & Thomas P.( 2011) “ Host City and Non- host City Resident Perceptions of the 2010 Soccer World Cup” *International Conference on Tourism & Management Studies*, 2, 1127-1133.
- 112) Brown D.A., Massey J. (2001) “*Literature Review: The Impact of Major Sporting Events.*” UK Sport, London, 1-41.



- 113) Yao j., (2010), theses, “The effect of hosting the Olympics on national image: An analysis of US newspaper coverage of host countries with reputation problems”, Iowa State University.
- 114) Hiller H. H. (1998) “Assessing the impact of mega-events: a linkage model” *Current Issues in Tourism*, 1 ,1, 47–57.
- 115) Chalkiey B. and Essex S. (1999) “Urban Development Trough Hosting International Events: a History of the Olympic Games” *Planning Perspectives*, 14, 4, 369-394.
- 116) Barney R.K., Wenn S.R. & Martyn S.G. (2002) “Selling the Five Rings: The International Olympic Committee and the Rise of Olympic Commercialism” *The International Journal of Olympic Studies*, 5, 173-176.
- 117) Preuss H. (2000) “ *Economics of the Olympics Games—Hosting the games 1972–2000*” Walla Walla Press in conjunction with the Centre for Olympic Studies, Sydney.
- 118) Walo M., Bull A & Breen H. (1996) “Achieving economic benefits at local events: A case study of a local sports event” *Festival Management and Event Tourism*, 4, 95–106.
- 119) Behunin C., (2010). Thesis, “Economic Impact of Youth Sports: Hosting Baseball and Softball Tournaments in a Mid-South Community”, Arkansas State University
- 120) Kristiansen R.R., Brødsted M.R. (2011), thesis, “The Economic Impact of Major Sporting Events”, Aarhus School of Business and Social Science Aarhus University.
- 121) Humphreys B.R., Prokopowicz S. (2005) “Assessing the impact of sports mega-events in transition economies: EURO 2012 in Poland and Ukraine” *Int. J. Sport Management and Marketing*, 25, 5, 1-14.
- 122) Onyx J & Bullen P. (2000) “Measuring social capital in five communities” *Journal of Applied Behavioral Science*, 1, 23-42.
- 123) Fredline L., Jago L & Deery M. (2003) “The Development of a Generic Scale to Measure the Social Impacts of Events” *Event Management*, 8, 23-37.
- 124) Hooper I. (2001) “The value of sport in urban regeneration” *Sport and the City: the Role of Sport in Economic and Social Generation*, Routledge, London
- 125) Waitt G. (2003) “Social impacts of the Sydney Olympics” *Annals of Tourism Research*, 1, 194–215.
- 126) Nicholson M & Hoye R. (2008) “*Sport and social capital*” Butterworth-Heinemann, Oxford.pp.128

- 127) Green B & Chalip L. (1998) "Sport tourism as the celebration of subculture" *Annals of Tourism Research*, 25, 2,275-291.
- 128) Horne J. (2007) "The Four Known of Sports Mega-Events" *Leisure Studies*, 26, 1, 81-96.
- 129) Media N (2012) "TV viewership of the Super Bowl in the United States from 1990 to 2013 (in millions)" Retrieved from, <http://www.statista.com/statistics/216526/super-bowl-us-tvviewership>.
- 130) Morphed J. (1996) "The real thing" *Town and Country Planning*, 65, 11, 312-314.
- 131) Dolles H & Soderman S. (2008) "Mega-Sporting Events in Asia Impacts on Society, Business and Management: An Introduction" *Asian Business and Management*, 2, 147-162.
- 132) Manzenreiter W. (2008) "The benefits of hosting: Japanese experiences from the 2002 football World Cup" *Asian Business & Management*, 7, 201-224.
- 133) Smith A., Fox T. (2007) "From Event-led to Event-themed Regeneration-The 2002 Commonwealth Games Legacy Programmed" *Urban Studies*, 5, 1125-1143.
- 134) Kasimati E. (2003) "Economic aspects and the Summer Olympics: a review of related research", *International Journal of Tourism Research*, 5, 433-444.
- 135) Harris R. and Allen J. (2002) "*Regional Event Management Handbook*" Australian Centre for Event Management, University of Technology, Sydney
- 136) Sotiriadou K., Shilbury D & Quick S. (2008) "The attraction, retention transition, and nurturing process of sport development: Some Australian evidence" *Journal of Sport Management*, 22, 247-272.
- 137) sriboon N. (2007)" Sport Academic Development" *CESU Conference Proceedings*, pp. 384-351
- 138) Robert F (2001), Fisú/Cesu Conference Proceedings, Beijing, china, p.116.
- 139) Frank F.H.X (2001), Fisú/Cesu Conference Proceedings, Beijing, China. P. 133
- 140) Thomas B (1997) "Fisú Conference Proceedings" Catania, p.47.
- 141) Fernando K.P.R (1997) "Fisú Conference Proceedings", Catania. 23-24.
- 142) Amusa & Mokamiti (1997) "Fisú. Conference Proceedings", Catania, P. 96.
- 143) Peter, L and Sperl N., (2007) " Fundraising- Finding Support for University Sport" Universidad Bangkok, Proceedings FISU Conference, p.311.
- 144) Richard A (2007) "The Language Pf Sport and Socialization", Fisú Conference Proceeding, CANATA, p.130.

145) Hsien yang ch., (2001) "FISU/CESU Conference Proceedings", Beijing, p.87.

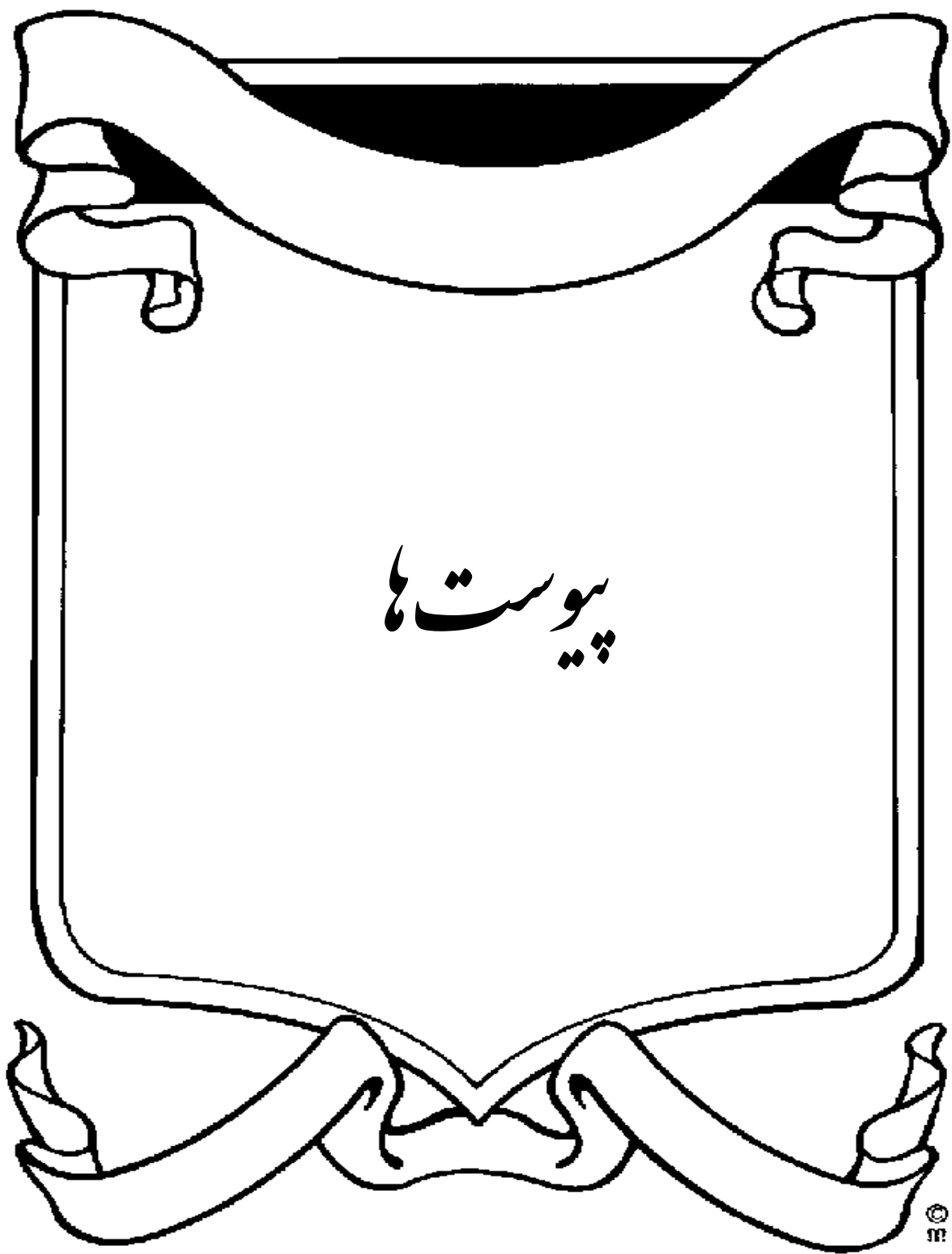
146) Djordjije R., (2001) "FISU/CESU Conference Proceeding", Beijing, P.88.

147) peter p., (1997), "FISU Conference Proceeding", Catania, P.71.

۱۴۸) کلاین پ (۱۳۸۰) " راهنمای آسان تحلیل عاملی " ترجمه سید جلال صدرالسادات و اصغر مینایی،

انتشارات سمت، تهران

149) Leech N., Barrett K., Morgan, G. A. (2005) "SPSS for intermediate statistics: Use and interpretation".London: Lawrence Erlbum Associates.



پیوسته

پاسخ دهنده گرامی

با سلام و احترام، همانگونه که استحضار دارید امروزه دانشگاههای سراسر کشور در تلاش ورقابت سازنده با یکدیگر برای کسب امتیاز میزبانی المپیادهای ورزشی هستند و با بدست آوردن این امتیاز اثرات و نتایج فراوانی نصیب جامعه برگزارکننده می شود. پرسش نامه ای که پیش روی شماست، برای جمع آوری داده های مربوط به پایان نامه کارشناسی ارشد اینجانب با عنوان «بررسی اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان» می باشد؛ لذا خواهشمند است ضمن مطالعه دقیق این پرسش نامه نسبت به تکمیل آن اقدام نمایید.

با تقدیم شایسته ترین احترامات

فریده تقی پور جهرمی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه صنعتی شاهرود

پرسشنامه ویژگی های جمعیت شناختی

۱ - سن.....(سال)

۲ - جنسیت: الف) زن  ب) مرد

۳ - وضعیت تأهل: الف) مجرد  ب) متاهل

۴ - میزان تحصیلات: الف) دیپلم  ب) کاردانی  ج) کارشناسی  د) کارشناسی ارشد  ه) دکتری

پرسشنامه اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر جامعه میزبان

لطفاً نظر خود را در مورد هریک از عبارات های اثرات برگزاری یازدهمین المپιάد فرهنگی ورزشی دانشجویان دختر دانشگاههای سراسر کشور بر جامعه میزبان با علامت × مشخص فرمایید.

ردیف	میزبانی المپιάد رزشی .....	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم
۱	به دانشگاه این امکان را می دهد که ظرفیت امکانات خود را به حداکثر برساند.					
۲	برگزاری المپیاد زمینه ای را برای ملاقات افراد دانشگاه با دوستان خود فراهم می آورد.					
۳	برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش انسجام اجتماعی در بین دانشگاهیان می شود.					
۴	برگزاری المپیاد ورزشی باعث تقویت اعتماد به نفس در بین دانشگاهیان می شود.					
۵	زمینه ای را برای آشنا شدن جامعه میزبان با فرهنگ و آداب و رسوم های مختلف فراهم می آورد.					
۶	برگزاری المپیاد ورزشی باعث توجه بیشتر دانشگاه میزبان به ورزش به عنوان امر فرهنگی می شود.					
۷	برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش تعامل بین افراد دانشگاه میزبان با شرکت کنندگان (گردشگر ورزشی) می شود.					
۸	فرصتهای سرگرمی برای افراد دانشگاه میزبان از طریق برگزاری المپیاد فراهم می شود.					
۹	برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش شور و نشاط در بین دانشگاهیان می شود.					
۱۰	میزبانی باعث ارتقاء دوستی ها و ارتباطات افراد دانشگاه با سایر دانشگاهیان می شود.					
۱۱	برگزاری المپیاد باعث افزایش کارداوطلبانه در جامعه میزبان می شود					
۱۲	برگزاری اینگونه رویدادها زمینه ای را برای مشارکت اجتماعی افراد جامعه میزبان فراهم می آورد.					
۱۳	دانشگاه می تواند از این فرصت به عنوان ابزاری مؤثر برای بازاریابی استفاده کند.					
۱۴	به شهر میزبان این امکان را می دهد که صنعت گردشگری خود را برای رویدادهای بزرگ تقویت کند.					
۱۵	برگزاری المپیاد ورزشی باعث انتقال میراث فرهنگی شهر و جامعه میزبان به دیگر دانشگاهها می شود.					
۱۶	میزبانی زمینه هایی برای معرفی و به چالش کشیدن ایده های جدید، فراهم می کند.					
۱۷	دانشگاه می تواند با برگزاری المپیاد منزلت اجتماعی و فرهنگی خود را ارتقاء دهد					
۱۸	برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش پوشش رسانه ای جامعه میزبان می شود.					
۱۹	برگزاری رویدادهای ورزشی باعث ایجاد میراث فیزیکی (ساخت سالن و فضاهای ورزشی، سلف - سرویس و ..... ) در جامعه میزبان می شود.					

کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم	میزبانی المپیاد ورزشی .....	ع.ع
					میزبانی المپیاد ورزشی باعث جذب گردشگر در جامعه میزبان می شود	۲۰
					زمینه ای را برای افزایش تقاضای کالا و خدمات توسط بازدیدکنندگان در جامعه میزبان ایجاد می کند.	۲۱
					برگزاری اینگونه رویدادها باعث ایجاد صدمه به محیط زیست دانشگاه میزبان می شود.	۲۲
					برگزاری اینگونه رویدادها غرور و افتخار را برای جامعه میزبان به ارمغان می آورد.	۲۳
					میزبان شدن یک حس هویت، تعلق و وابستگی اجتماعی را برای افراد دانشگاه فراهم می آورد.	۲۴
					میزبان شدن زمینه ای برای پرورش تعهد و مسئولیت پذیری افراد دانشگاه فراهم می کند.	۲۵
					زمینه ای را برای استفاده بازدیدکنندگان از امکانات جامعه میزبان در آینده فراهم می آورد.	۲۶
					برگزاری اینگونه رویدادها زمینه ای را برای ایجاد تبادل نظر در بین اقشار مختلف فراهم می آورد.	۲۷
					برگزاری المپیاد ورزشی باعث حفاظت و ساماندهی میراث فرهنگی شهر و دانشگاه میزبان می شود.	۲۸
					جامعه میزبان با برگزاری المپیاد ورزشی باعث جذب دانشجویان بیشتر (تحصیلات تکمیلی) برای ادامه تحصیل می شود.	۲۹
					زمینه ای برای نوسازی و بهسازی اماکن ورزشی در جامعه میزبان فراهم می آورد.	۳۰
					میزبانی زمینه ای را برای کار تیمی، جمع گرایی و برقراری رفاقت در بین افراد دانشگاه ایجاد می کند.	۳۱
					برگزاری اینگونه رویدادها باعث کاهش انحرافات اجتماعی می شود.	۳۲
					میزبانی شرایطی را برای ایجاد جو صمیمی و اجتماعی بین اعضای هیأت علمی، کارمندان و دانشجویان دانشگاه فراهم می کند.	۳۳
					میزبانی زمینه ای را برای پیدا کردن دوستان جدید فراهم می آورد.	۳۴
					برگزاری المپیاد فرصتی را برای جدا شدن افراد از مشغولیت ذهنی و فکری روزمره فراهم می کند.	۳۵
					میزبانی تقسیم کار اجتماعی افراد دانشگاه را تقویت می کند.	۳۶
					به واسطه ی میزبانی، انگیزه ی قوی در افراد دانشگاه برای موفقیت در کارهای مهم ایجاد می شود.	۳۷
					برگزاری اینگونه رویدادها اتحاد و یکپارچگی را بین افراد جامعه میزبان ایجاد می کند.	۳۸
					برگزاری اینگونه رویدادها فرصتی برای پیشرفتهای مدیریتی ایجاد می کند.	۳۹
					میزبانی باعث افزایش سطح علمی و اجرایی افراد دانشگاه می شود.	۴۰
					میزبانی فرصتی را برای بهبود وضعیت ظاهر دانشگاه ایجاد می کند.	۴۱
					انگیزه ی تلاش بیشتر افراد دانشگاه را برای برگزاری رویدادهای بزرگ تقویت می کند.	۴۲

کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم	میزبانی المپیاد ورزشی .....	ردیف
					میزبان شدن زمینه ای را برای شناخت دانشگاه و معرفی امکانات آن به دیگران فراهم می آورد.	۴۳
					فرصت مناسبی برای هنرمندان بومی در شهر میزبان و دانشگاه فراهم می کند.	۴۴
					دانشگاه با برگزاری المپیاد ورزشی تصویری مثبت از خود به نمایش می گذارد.	۴۵
					برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش درآمدهای جامعه میزبان از طریق تبلیغات و حامیان مالی می شود.	۴۶
					فرصتی را برای شناخت نقاط ضعف و قوت افراد دانشگاه فراهم می آورد.	۴۷
					برگزاری اینگونه رویدادها موجب افزایش انگیزه برای توسعه سطح سلامت جسمی، روحی، نشاط و شادابی افراد دانشگاه می شود.	۴۸
					با برگزاری المپیاد زمینه هایی برای ارتقاء سطح کیفی ورزش قهرمانی دانشجویان جامعه میزبان فراهم می شود.	۴۹
					به واسطه ی میزبانی اشتغال و درآمدهای جدید در جامعه میزبان ایجاد می شود.	۵۰
					میزبانی انگیزه ی بیشتری در مسئولین دانشگاه برای ایجاد امکانات جدید فراهم می آورد.	۵۱
					برگزاری المپیاد ورزشی باعث اشاعه فرهنگ ورزش در بین دانشجویان می شود.	۵۲
					میزبانی وسیله ای جهت تامین جذب اعتبار مالی بیشتر برای ورزش دانشگاه می باشد.	۵۳
					زمینه را برای به حداقل رساندن کمبود امکانات جامعه میزبان فراهم می آورد .	۵۴
					میزبانی باعث ارتقاء چهره دانشگاه در جامعه می شود.	۵۵
					باعث اختصاص کمکهای بلاعوض توسط نهادهای دولتی به جامعه میزبان می شود.	۵۶
					میزبان شدن در اینگونه رویدادها باعث ارتقاء دانشگاه در سطوح مختلف می شود.	۵۷
					برگزاری المپیاد باعث کسب اعتبار افراد دانشگاه میزبان می شود.	۵۸
					زمینه ای را برای شهرت و مطرح شدن دانشگاه فراهم می آورد.	۵۹
					برگزاری المپیاد ورزشی زمینه را برای آموزش و توسعه مهارت های جدید فراهم می کند.	۶۰
					برگزاری اینگونه رویدادها باعث تقویت مبانی دینی، اعتقادی، فرهنگی و اجتماعی می شود.	۶۱
					سایر موارد (لطفاً نام ببرید) .....	۶۲
					سایر موارد (لطفاً نام ببرید) .....	۶۳





مرکز نشر دانشگاه  
بسمه تعالی  
شماره: ۱۲۷۱  
تاریخ: ۹۲/۳/۴  
کد مقاله: smms-۱۲۷۱

**نشریه پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی**  
فرم اعلام نتیجه (۳)

مضویر ممتزم: ۱. دکتر رضا آندام ۲. فریده تقی پور جهرمی  
۱. استادیار دانشگاه صنعتی شاهرود ۲. دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه شاهرود

سلام علیکم

احتراماً با توجه به اعلام نظر داوران در خصوص مقاله پژوهشی /مروری جنابعالی و همکاران با عنوان  
" بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر جامعه میزبان ... " رأی نهایی اعلام می گردد.

مقاله جهت چاپ در نشریه پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی پذیرفته شده است و انشاء... در شماره های  
آتی نشریه منتشر می گردد. لذا خواهشمند است کپی فرم تعهد زیر را پس از تکمیل و امضاء به دفتر نشریه علمی - پژوهشی  
پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی عودت دهید.

❖ شایان ذکر است این نشریه بر اساس گواهی کتابخانه ای منطقه ای علوم و تکنولوژی به شماره ۳۷۴۶۰ مورخ  
۹۰/۱۰/۲۸ در مرکز استنادی علوم جهان اسلام ( ISC ) نمایه سازی گردیده است. همچنین این نشریه  
در در پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی به آدرس [www.sid.ir](http://www.sid.ir) و بانک اطلاعات نشریات کشور به  
آدرس [www.magiran.com](http://www.magiran.com) نمایه شده است.

غلامرضا شعبانی بهار  
سردبیر نشریه

مدیر مسئول محترم نشریه پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی

با سلام

احتراماً با توجه به نامه شماره ..... مورخ ..... مبنی بر پذیرش مقاله  
"....."  
برای چاپ در نشریه پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی ، اینجانب متعهد می شوم مقاله مذکور، تاکنون برای  
چاپ در نشریات دیگر ، قرار داده نشده است.

نام و نام خانوادگی :

امضاء:

تاریخ:

آدرس : همدان ، چهارراه پژوهش ، دانشگاه بوعلی سینا، مرکز نشر دانشگاه ، دفتر نشریه پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم  
حرکتی. تلفن : ۰۸۱۱ - ۸۲۹۱۱۲۹ فکس: ۰۸۱۱ - ۸۲۹۰۹۴۱

## **Abstrac**

Sport and exercise as a requirement for Preservation health, happiness and increased life force and promotion of mental health in all human societies have always had a Noteworthy and particular importance. A form of exercise, competitions and sporting events nowadays because of the Many Interest in different groundwork's, it has found abundance significance for all countries. Many countries or cities, holding sport events are the applicant and because they are doing their utmost able to assume its host. The purpose of the research was to investigate the impacts of holding sport events on host community by exploratory factor analysis. The method of this research was descriptive –correlation and the statistical populations consist of organizers of 11<sup>th</sup> sport- Cultural Olympiad of University girl students in Iran. 186 people were selected as statistical sample by Stratified random sampling. Researcher- made questionnaire was used to collect data which its content and face validity was checked and confirmed by expert university panel. Cronbach's Alpha coefficient was used to test the reliability of the questionnaire ( $\alpha=0.94$ ). Factor analysis, with a varimax rotation was used to analyze the data. Fifty three variables were selected and classified into six categories: infrastructure development and management, economic, social capital, development and promotion, empathy and camaraderie and cultural development. A five -point Likert scale was used to determine the significance of the variables. The result showed that the most important impact was "Hosted Background for renovation and improvement of sports facilities in the host society provides" ( $4.26 \pm 0.65$ , mean  $\pm$  SD) and the least important impact was "Events brings pride to the hosted community" ( $3.47 \pm 1.02$ , mean  $\pm$  SD). The results show, infrastructure development and management factor is the most important impact of holding sport events on host community. Therefor sport events holding managers can solve many of problems such as defects regarding to infrastructure and management section of their region by accepting the hosting of the athletic competitions.

**Keywords:** Infrastructure development and management, Factor Analysis, University sport



Shahrood University of Technology  
Faculty Industrial and Management

**Investigating the impacts of holding sport events on host community**  
**(Case study: University of Birjand as the host of 11<sup>th</sup> sport –cultural Olympiad of**  
**University girl students in Iran )**

**Faride Taghipour Jahromy**

**Supervisor: Reza Andam (ph.D)**

**Date: Septamber 2013**