



امنیت و جایگاه آن در صنعت جهانگردی ورزشی

دکتر نوشین اصفهانی^{۱*}

تاریخ دریافت: ۹۰/۷/۱۳ تاریخ تصویب: ۹۰/۱۱/۲۴

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، تعیین نقش و جایگاه عامل امنیت در بین مجموعه عوامل مؤثر بر توسعه جهانگردی ورزشی بر حسب وضعیت موجود و مطلوب می باشد. جامعه آماری پژوهش در بر گیرنده ۶۲ متخصص ورزشی متشکل از اساتید و دانشجویان دکتری تربیت بدنی با گرایش مدیریت و برنامه ریزی می باشد. ابزار پژوهش، پرسشنامه ای محقق ساخته است که پس از تأیید روایی و پایایی ($\alpha=0/83$) توزیع گردید. در این پژوهش، پس از توصیف داده ها از آزمون فریدمن^۲ برای رتبه بندی عوامل و آزمون ویل کاکسون^۳ برای تعیین اختلاف میانگین رتبه های عوامل استفاده شده است. از بین دوازده عامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی، عامل امنیت در وضعیت موجود رتبه دوم را به خود اختصاص داد. این در حالی است که برای توسعه جهانگردی ورزشی و نیل به وضعیت مطلوب طبق یافته های پژوهش عامل امنیت رتبه نخست را به خود اختصاص می دهد. پس از امنیت، عامل رویدادهای ورزشی قابل توجه است که در وضعیت موجود رتبه اول و در وضعیت مطلوب رتبه پنجم را به خود اختصاص می دهد. رتبه بندی کلیه عوامل در مقاله ارائه گردیده است.

واژگان کلیدی: جهانگردی، ورزش، جهانگردی ورزشی، امنیت

^۱. این مقاله با حمایت مالی دانشگاه الزهراء(س) انجام شده است.

^۲. Freidman Test

^۳. Wilcoxon Test

مقدمه

از اوایل دهه ۱۹۴۰، مسافرت به عنوان یک ضرورت زندگی از انحصار اشراف خارج شد و به عنوان یک تجارت سود آور سوداگران را به خود مجذوب نمود. بیشترین برنامه ریزی جهانگردی در آن زمان ساخت هتل‌های جدید، تأمین امکانات سیاحتی ساماندهی تبلیغاتی برای جذب جهانگرد بود. بنابراین، در برنامه ریزی تنها انتخاب مکان مناسب برای ساخت هتل و محوطه سازی و طراحی استانداردهای مهندسی مورد توجه بود. این گونه برنامه ریزی در دوران قبل از جنگ جهانی دوم، برای تأسیس تفریحگاه‌های کوچک و محل‌های اقامتی موقت کاربرد داشت. بعد از جنگ جهانی دوم، جهانگردی و توریسم رشد سریع یافت و این مسأله باعث شد جهانگردی در مناطق توسعه نیافته صدمات و خسارات اجتماعی و محیطی بیار آورد (۱).

اصطلاح توریست از قرن نوزدهم معمول شد. نخستین تعریف از جهانگردی در سطح بین‌المللی در سال ۱۹۳۷ میلادی در کمیسیون اقتصادی جامعه ملل مورد توجه قرار گرفت. در این تعریف، جهانگردی به سفرهایی اطلاق می‌شود که از این سه ویژگی برخوردار باشد: موقتی باشد، اختیاری باشد و انجام آن منتج به دریافت مزد نباشد.

سازمان جهانی جهانگردی^۱ انتظار دارد که تعداد جهانگردان تا سال ۲۰۱۰ میلادی حدود یک میلیارد و با رشدی حدود ۴/۳٪ تا سال ۲۰۲۰، ۱/۶ میلیارد نفر افزایش یابند. سیمون^۲ بیان می‌دارد که درآمد حاصل از جهانگردی در سال ۲۰۱۰ حدود هزار میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۰ حدود دو هزار میلیارد دلار پیش بینی می‌شود که یکی از سطوحی که سریع‌ترین رشد را در بحث جهانگردی به خود اختصاص می‌دهد، جهانگردی ورزشی است (۱۱). جهانگردی ورزشی یک تجارت مولتی میلیارد دلاری است و یکی از سریع‌ترین سطوح رشد را با ۴.۵ تریلیون دلار صنعت جهانگردی و گردشگری جهانی است (۱۴). جهانگردی و توریسم به سرعت به صنعتی قدرتمند و تجارتي پر سود تبدیل می‌شود و در آستانه فتح رفیع‌ترین قله در سال‌های آینده است. این توسعه به صورت انبوه که در سال‌های دهه ۶۰ و ۷۰ بوده، نخواهد بود بلکه از اشکال نوینی از فعالیت‌های جهانگردی توسعه خواهد یافت (۵). یکی از راه‌های جلب جهانگرد ورزشی برپایی رویدادهای ورزشی بزرگ می‌باشد. در این رابطه، سولبرگ و پروس^۳ (۲۰۰۷) معتقدند که میزبانی رویدادهای ورزشی مهم باعث تغییرات مثبت بلند مدت در تقاضای گردشگری می‌شود (۱۲).

از آنجایی که اقتصاد کشور ایران، اتکای شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام دارد و متغیرهای کلان اقتصادی با دنباله روی از قیمت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می‌شود، و با توجه به جوان بودن کشور و بالا بودن نرخ بیکاری، توسعه صنعت جهانگردی در کشورمان از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. ایران با پتانسیل‌های طبیعی و جاذبه‌های سیاحتی و فرهنگی بسیار و داشتن آب و هوای به اصطلاح چهار فصل به عنوان کشوری توانمند در آماده سازی شرایطی مطلوب برای علاقه‌مندان به مسافرت‌های داخلی و خارجی، می‌تواند قطب مهمی در صنعت جهانگردی به معنای عام، و جهانگردی ورزشی در معنای خاص به حساب آید. اما متأسفانه این صنعت توانسته است منبع قابل اعتمادی برای درآمد زایی به شمار آید. قابل ذکر است که سهم ایران از کل گردشگران ورودی بین‌المللی در سال ۱۹۹۹، تنها در حدود یک میلیون و ۲۳۰ هزار نفر بوده است (۱).

1. World Tourism Organization

2. Simon Hudson

3. Solberg & Preuss

موفقیت و رشد پایدار گردشگری در گرو عملکرد مناسب چرخه گردشگری و عناصر و عوامل متعددی است که روی هم رفته سامانه گردشگری را تشکیل می‌دهند. این مؤلفه‌ها هر یک در سامانه مذکور اهمیت خاصی داشته و با سایر مؤلفه‌ها ارتباط تنگاتنگی دارند. یکی از مهم‌ترین این عوامل که رونق و توسعه گردشگری در گرو آن است، «امنیت گردشگران و مقصدهای گردشگری» است. با توجه به توجه روز افزون به صنعت گردشگری در ایران و نقش مهم امنیت در این صنعت و به خصوص صنعت گردشگری ورزشی، و این که کشور ایران همه ساله میزبان برگزاری رویدادهای بین‌المللی ورزشی گوناگون می‌باشد، لزوم توجه به برقراری امنیت گردشگران ورزشی و نشان دادن چهره واقعی ایران در زمینه امنیت در حوزه گردشگری ورزشی، بیش از پیش احساس شده است. تحقیق حاضر نیز با این رویکرد و با هدف جایگاه امنیت در صنعت گردشگری ورزشی ایران صورت گرفت.

امنیت و جهانگردی

امروزه، امنیت را می‌توان به عنوان مهم‌ترین و اساسی‌ترین اصل در تدوین راهبرد توسعه‌ای جهانگردی در جهان مطرح نمود. متغیرهایی مانند امنیت، همواره شاخص‌ترین پارامتر در جلب جهانگردان داخلی و خارجی محسوب می‌شود. به همین دلیل، کارشناسان بر این باورند که بازرنگی جهانگردی و امنیت ملی بسیار ضروری است و جهانگردی با مؤلفه‌هایی مانند امنیت، صنعت حمل و نقل، هتل‌ها و جاذبه‌ها ارتباطی بسیار نزدیک دارد و ناامنی در هر یک ممکن است امنیت جهانگردی را به مخاطره اندازد. از دیدگاه روان‌شناختی، احساس امنیت پیکره‌ای چند بعدی را می‌سازد و از عوامل متعددی ناشی می‌شود و در ارتباط با شرایط اجتماعی و افراد مختلف به گونه‌های متفاوت ظهور یافته و سنجش و اندازه‌گیری آن نیز به شیوه‌های گوناگونی صورت می‌گیرد. این احساس ناشی از تجربه‌های مستقیم و غیر مستقیم افراد از شرایط و اوضاع پیرامونی است (خسروی، ۱۳۸۹).

حضرت علی (ع) در خصوص امنیت گردشگران خصوصاً گردشگران خارجی می‌فرمایند: تا هنگامی که یک جهانگرد بیگانه در کشور اسلامی به سر می‌برد، دولت مسلمان موظف به تأمین آسایش و رفاه اوست. اگر وی دچار حادثه گردد و دارایی خود را از دست دهد، دولت اسلامی موظف به تأمین معیشت و خسارت اوست (۴). از این سخن گهربار می‌توان به اهمیت امنیت در گردشگری و حقوق گردشگران پی برد.

با رکود و کاهش مسافرت به دنبال جنگ خلیج فارس و پس از آن حوادث ۱۱ سپتامبر، متخصصان بازاریابی و دولت‌ها تلاش زیادی کردند تا دوباره امنیت را به مقاصد گردشگری باز گردانند. این که یک کشور در حال جنگ، ناآرامی‌های سیاسی، تروریسم یا ارتکاب جرائم سنگین را تجربه می‌کند، صنعت گردشگری را حتی با وجود جاذبه‌های فرهنگی فراوان و تماشایی مجبور به پرداخت بهایی سنگین می‌کند. حتی کشورهایی که به طور طبیعی از امنیت برخوردار هستند، زمانی که دچار تهدیدات سیاسی می‌شوند، می‌توانند از این موضوع آسیب ببینند (سونمز، ۱۹۹۸). کشور لبنان به عنوان یکی از زیباترین کشورهای خاورمیانه یک مقصد دیدنی برای گردشگران اروپایی محسوب می‌شود و توانست در سال ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ به ترتیب ۱/۲۷۸۰۰۰ و ۱/۱۴۰۰۰۰ نفر گردشگر خارجی را جذب کند، اما با وقوع جنگ ۳۳ روزه با اسرائیل صنعت گردشگری این کشور دچار رکود و آسیب جدی شد. به طوری که تعداد گردشگران ورودی به این کشور در سال ۲۰۰۶ با کاهش ۸/۶

درصدی به ۱/۰۶۴۰۰۰ نفر رسید. متولیان گردشگری این کشور پس از جنگ گزارش دادند که هتل‌های این کشور خالی از مسافر شده و بسیاری از تأسیسات و امکانات گردشگری بر اثر اصابت گلوله و بمب به شدت تخریب شدند. برخی کشورها با به کارگیری اقدامات مناسب توانستند در فرودگاه‌ها، هواپیماها و مقاصد گردشگری آرامش و امنیت نسبی که در طول چند سال گذشته از بین رفته بود، باز گردانند و گردشگران را به بازدید مجدد ترغیب نمایند. جهانگردی را می‌توان به زیر شاخه‌های متعددی تقسیم نمود. از زیر مجموعه‌های جهانگردی می‌توان به گردشگری ورزشی، گردشگری درمانی، گردشگری فرهنگی، گردشگری اجتماعی، گردشگری ورزشی، گردشگری مذهبی و زیارتی، گردشگری بازرگانی و تجاری و گردشگری سیاسی اشاره نمود.

یکی از انواع گردشگری که بسیار مورد علاقه و استفاده مردم دنیا واقع شده، توریسم ورزشی است. پیوند میان گردشگری و ورزش نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد نموده که ساختار جدید و جامعی برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی انسان‌ها گردیده است. جهانگردی ورزشی طبق تعریف گیسون و همکارانش^۱ (۱۹۹۸) عبارت است از مسافرت از محل اقامت به مکان مورد نظر جهت شرکت در یک فعالیت ورزشی رقابتی، فعالیت ورزشی فراغتی، تماشای فعالیت‌های ورزشی و یا بازدید از جاذبه‌های ورزشی مانند پارک‌های آبی (۸). هینچ و هیگام^۲ (۲۰۰۶) نیز بیان می‌دارند ورزش یکی از فعالیت‌های مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت با انواع مختلف ورزش همراه است (۱۰). گرین و چالپ^۳ (۲۰۰۳) گردشگری ورزشی را به مانند بسیاری از صنایع دنیا مثل حمل و نقل، اتومبیل‌سازی، توریسم و غیره، در حال تبدیل شدن به صنعتی مجزا و مهم دانسته‌اند؛ به طوری که بررسی آنها نشان می‌دهد که از سال ۱۹۶۷ تا ۱۹۸۹ تمایل گردشگران برای شرکت در ورزش ۱۳۰۰ درصد رشد داشته است (۶). به اعتقاد دنیل و همکاران^۴ (۲۰۰۷)، گردشگران ورزشی، بازدیدکنندگانی هستند که حداقل ۲۴ ساعت خارج از محل سکونت خود با هدف شرکت در یک رویداد ورزشی (رویدادهای ورزشی؛ جاذبه‌های ورزشی؛ ورزش درمانی و ورزش‌های تفریحی) مسافرت می‌کنند (۶). مردم ژاپن به رویدادهای ورزش همگانی مثل اسکی صحرانوردی و پیاده روی می‌پردازند. آنها متوجه شدند که سلامتی و تندرستی و عشق به ورزش از عوامل برانگیزاننده گردشگران ورزشی محسوب می‌شود. معادله امنیت- گردشگری معادله دوسویه است و در یک پیوستار دو خواهد داشت و یک کشور با سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری می‌تواند بانی حذف برخی از مهم‌ترین انگیزش‌های مجرمانه باشد و به این ترتیب، به تضمین نسبی امنیت منجر گردد (خسروی، ۱۳۸۹).

در صنعت جهانگردی ورزشی، ورزشکاران و دوستداران ورزش در کنار امنیت به دنبال فعالیت‌های متنوع ورزشی در جهان می‌باشند. امروزه، امنیت به عنوان مهم‌ترین و اساسی‌ترین اصل در تدوین راهبرد توسعه‌ای جهانگردی ورزشی در جهان مطرح است که برای تحقق آن، نقش نیروی انتظامی بسیار پر رنگ می‌نماید. ابعاد گسترده صنعت جهانگردی ورزشی همچون کلاف در هم تنیده‌ای است که ارتباط تنگاتنگی در سطوح ملی و منطقه‌ای دارد و هر گونه ناامنی و خشونت، آسیب جدی و جبران ناپذیری به آن وارد می‌کند.

جهانگردی ورزشی دانشی چند رشته‌ای است که اگر بدون تجزیه و تحلیل امنیتی و سیاسی دقیق، توسعه و تکامل یابد، بی شک کامل نخواهد بود. متغیرهایی مانند امنیت، همواره شاخص‌ترین پارامتر در جلب جهانگردان ورزشی داخلی و خارجی

1. Gibson et all

2. Hinch & Higham

3. Green & Chalip

4. Daniel C. Funk & Tennille J. Bruun

محسوب می‌شود. به همین دلیل، کارشناسان بر این باورند که بازنگری جهانگردی ورزشی و امنیت ملی بسیار ضروری است و جهانگردی ورزشی با مؤلفه‌هایی مانند امنیت، صنعت حمل و نقل، هتل‌ها، جاذبه‌ها و تجهیزات و امکانات ورزشی ارتباطی بسیار نزدیک است و ناامنی در هر یک ممکن است امنیت جهانگردی ورزشی را به مخاطره اندازد. در آن سوی پدیده جهانگردی ورزشی، جامعه‌ای به بزرگی کشور میزبان قرار دارد. بنابراین، نخستین نهاد درگیر با مقوله جهانگردی ورزشی، دولت است. در بیشتر کشورها، دولت با بررسی وضع کلی کشور به تنظیم و اعمال سیاست‌های محدود کننده یا جهت دهنده می‌پردازد. قانون‌های نوشته یا نانوشته موجود در هر کشور که با عنوان امنیت جهانگردی ورزشی مطرح است، حفاظت از جهانگرد ورزشی از شر دزدان و تبهکاران را کافی نمی‌داند، بلکه تلفات جاده‌ای، سقوط هواپیما، بروکراسی در صدور روادید، برخورد منصفانه شهروندان و پلیس، حمل و نقل، بهداشت محیط، تنوع غذایی و مواردی دیگر نیز عواملی می‌باشند که به بازگشت دوباره جهانگردان ورزشی کمک می‌کند و چه بسا کادر ورزشی برای برپایی اردوهای ورزشی یا رقابت‌های ورزشی دوباره به آن شهر یا کشور عزیمت کنند و یا ورزشکاران ترجیح دهند به اتفاق خانواده از کشور یا شهر میزبان به عنوان جهانگرد و گردشگر در زمانی دیگر دیدن کنند.

شایان ذکر است توسعه عامل امنیت موجب افزایش سطح سرمایه گذاری خارجی نیز می‌شود و در رشد دیگر مؤلفه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی مؤثر است. با اشغال عراق و ناامنی در منطقه خلیج فارس و خاورمیانه، برگزاری مسابقات بزرگ ورزشی در این منطقه متوقف شد و صنعت جهانگردی در این منطقه با رکود شدیدی رو به رو شد. برخی کشورها اقدام‌های مناسب توانستند در فرودگاه‌ها، هواپیماها و مقاصد گردشگری آرامش و امنیت نسبی را بازگردانند و گردشگران ورزشی را به سمت کشور خود ترغیب کنند؛ به طوری که برای برگزاری مسابقات اتومبیل رانی فرمول یک بحرین، ۲۰۰۰ نیروی امنیتی ویژه، مسؤلیت برگزاری این مسابقات را به عهده گرفتند تا جهانگردان خارجی احساس ناامنی نکنند و موجب شد مسابقات به نحو شایسته‌ای برگزار شود. با این که کشور کوچک بحرین با وسعت بسیار کم و آب و هوایی نامناسب هیچ جاذبه جهانگردی ندارد، سود سرشاری از برگزاری مسابقات اتومبیل رانی به دست آورد.

گیسون^۱ (۲۰۰۶) بیان می‌دارد که یکی دیگر از تجربیات تلخ که صدمات جبران ناپذیری به صنعت جهانگردی ورزشی وارد کرده است، حادثه ۱۱ سپتامبر بود که به تأثیرات آن بر کاهش شدید جهانگردی می‌توان اشاره کرد (۹). متأثر از آن شرکت هواپیمایی سویس ایر اعلام ورشکستگی کرد و خطوط هوایی دیگر نیز بیشتر پروازهایشان را لغو کردند و تا حد ورشکستگی پیش رفتند. دولت آفریقای جنوبی خود را متعهد کرد تا تعداد نیروی پلیس خود را به ۱۷۹۰۰۰ نفر در سال ۲۰۰۹ برساند. حتی به منظور کسب تجربه پلیس آفریقای جنوبی به عنوان نیروی امنیتی کمکی به بازی‌های المپیک و جام جهانی فوتبال فرستاده شدند (ISS). به منظور برقراری امنیت بیشتر در مسابقات جام جهانی ۲۰۱۰ آفریقای جنوبی، اقداماتی مانند استفاده از دوربین‌های امنیتی پیشرفته، مراکز فرماندهی ملی و محلی، ارتباطات رادیویی، بالگردها، و به کارگیری ۳۱۰۰ افسر پلیس، انجام خواهد شد (تیچاوا^۲، ۲۰۰۹).

کلاوس دی آلبا کوئر و جرومی مک الروی^۳ (۲۰۰۵)، عنوان می‌کنند که احتمال قربانی شدن گردشگران توسط جرائم بیشتر از حملات تروریستی می‌باشد و دغدغه‌های اصلی در مورد امنیت گردشگران در زمینه وقوع جرائم و به ویژه جرائم خشونت آمیز می‌باشند. بمب گذاری ۷ جولای ۲۰۰۵ در مترو لندن و ۱۱ جولای در مومبای هند، شیوع بیماری جنون گاوی

1. Gibson

2. Tichaawa

3. Klaus de Albuquerque & Jerome McElroy

در سال ۲۰۰۰ و ۲۰۰۱ در انگلستان و شیوع بیماری سارس، در نوامبر ۲۰۰۲ در شهر Foshna در استان Guangdong کشور چین، تأثیر چشمگیری در کاهش تعداد جهانگردان بر جای گذاشت. سارس بیماری مسری است که قابلیت انتشار در مسیرهای پروازی بین المللی را دارد. بر اساس آمار و اطلاعات سازمان بهداشت جهانی، ۸۱۰۰ نفر به آن مبتلا شدند که ۹۱۶ نفر فوت کردند. هر چند تعداد تلفات این بیماری به نسبت کم بود، اما تأثیر عمده‌ای روی مسافرت و جهانگردی به جای گذاشت. به طوری که صنعت جهانگردی که دومین منبع درآمد ارزی کشور مالزی بعد از صنایع است به شدت از بیماری سارس آسیب دید. تیچاوا^۱ (۲۰۰۹)، در تحقیقی با عنوان ادراک بازدیدکنندگان از جرم و تأثیر آن در بازی‌های جام جهانی ۲۰۱۰ آفریقای جنوبی عنوان کرد که ۴۹ درصد از جهانگردان قبل از دیدار از آفریقای جنوبی در مورد امنیت عمومی ابراز نگرانی کرده‌اند، ۳۳ درصد از این گردشگران نظر "بی طرف" در این مورد داشتند و ۱۸ درصد از این گردشگران قبل از دیدار از آفریقای جنوبی عنوان کردند که نگرانی در مورد مسأله امنیت در آفریقای جنوبی ندارند.

روش پژوهش

این تحقیق، پژوهشی توصیفی از نوع همبستگی است. هدف از این نوع تحقیقات توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات یک موقعیت و موضوع خاص می‌باشد. این نوع تحقیق مناسب‌ترین تحقیق برای مسائل اجتماعی و روزمره انسان‌هاست چرا که از طریق اطلاعات و مدارک بدست آمده سعی می‌شود شیوه‌هایی جهت اجرای بهینه بدست آید. نمونه آماری این تحقیق شامل ۶۲ نفر از متخصصین و خبرگان فارغ التحصیل و یا دانشجویان مقطع دکتری رشته تربیت بدنی با گرایش مدیریت و برنامه ریزی بوده است.

ابزار پژوهش و روش‌های آماری

در اجرای این تحقیق، برای گردآوری اطلاعات از مطالعه کتابخانه‌ای و تحلیل مطالعات انجام شده و پرسشنامه محقق ساخته (که پایایی آن با آلفا کرونباخ محاسبه و عدد ۰/۸۳ بدست آمد) در دو بخش وضعیت موجود و مطلوب، استفاده شده است.

نتایج و یافته‌های پژوهش

در این بخش، مجموعه اطلاعات حاصل از نمونه آماری که در این پژوهش شرکت داشته‌اند، در جدول شماره ۱ ارائه شده است. این اطلاعات شامل سن، سابقه کار، سابقه مدیریت ورزشی و سابقه عضویت در تیم‌های ورزشی می‌باشد. میانگین سن پاسخ دهندگان ۳۹/۱۲ سال و میانگین سابقه کار آنها ۱۳/۴۸ سال می‌باشد.

¹. Tichaawa Tembi Maloney

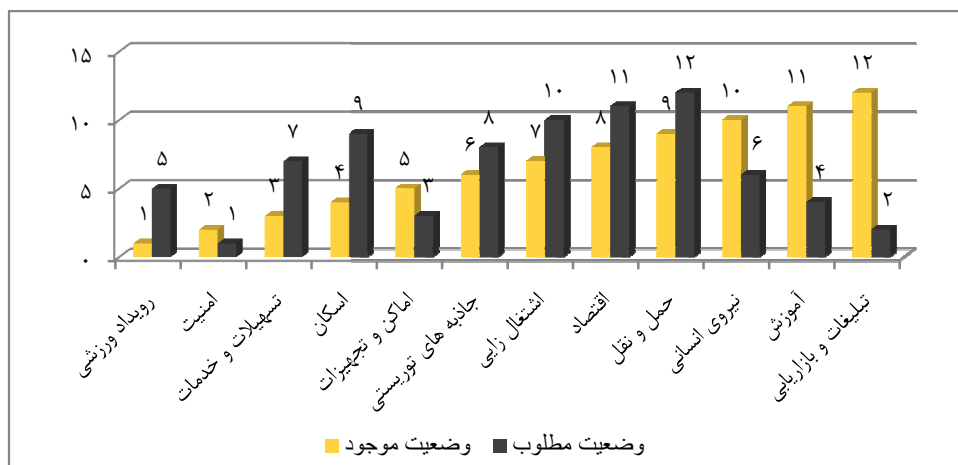
جدول شماره ۱. اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان				
انحراف معیار	حداقل	حداکثر	میانگین	
۸/۷۸	۲۶	۶۲	۳۹/۱۲	سن
۷/۳۴	۱	۳۰	۱۳/۴۸	سابقه کار
۸/۱۲	۰	۲۷	۷/۹۸	سابقه مدیریت ورزشی
۴/۵۰	۰	۱۴	۸/۵۶	سابقه عضویت در تیم‌های ورزشی

با توجه به یافته‌های این پژوهش، عوامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی با استفاده از آزمون فریدمن، الویت بندی شده و رتبه بندی گردید. مقایسه رتبه بندی محورهای اثر گذار بر جهانگردی ورزشی در وضعیت موجود و مطلوب در جدول شماره ۲ و نمودار شماره ۱ ارائه می‌گردد.

جدول ۲. مقایسه رتبه بندی عوامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی بر حسب وضعیت موجود و مطلوب

جهانگردی ورزشی وضعیت موجود	محورها	جهانگردی ورزشی وضعیت مطلوب
۱	رویدادهای ورزشی	۵
۲	امنیت	۱
۳	تسهیلات و خدمات	۷
۴	اسکان	۶
۵	اماکن و تجهیزات	۳
۶	جاذبه های توریستی	۸
۷	اشتغال زایی	۹
۸	اقتصاد	۱۰
۹	حمل و نقل	۱۲
۱۰	نیروی انسانی	۱۱
۱۱	آموزش	۴
۱۲	تبلیغات و بازار یابی	۲



نمودار ۱. مقایسه رتبه بندی عوامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی بر حسب وضعیت موجود و مطلوب

طبق جدول شماره ۲ و نمودار شماره ۱ عامل رویدادهای ورزشی در وضعیت موجود رتبه اول و در وضعیت مطلوب در رتبه پنجم قرار گرفته است. امنیت تقریباً در هر دو بخش از یک اهمیت برخوردار است. در وضعیت موجود، رتبه دوم و در وضعیت مطلوب، رتبه اول به خود اختصاص داده است. حمل و نقل نیز در هر دو بخش تقریباً کمترین اهمیت را داراست و در وضعیت موجود، رتبه نهم و در وضعیت مطلوب رتبه دوازدهم می باشد. در تبلیغات و بازاریابی، بیشترین اختلاف دیده شده است، بطوری که در وضعیت موجود در رتبه دوازدهم و در وضعیت مطلوب، در رتبه دوم قرار دارد.

نظر به این که در این پژوهش داده ها به صورت رتبه ای می باشد، لذا برای تحلیل اختلاف میان رتبه ها از آزمون های ناپارامتریک استفاده شده است. از سویی، چون نمونه ها وابسته هستند و هر یک از نمونه ها به ارائه اطلاعات در هر دو وضعیت موجود و مطلوب در جهانگردی ورزشی پرداخته است، لذا از آزمون ویل کاکسون برای بررسی اختلاف میانگین رتبه های عوامل مختلف استفاده شده است. نتیجه این مقایسه، در جدول تحلیلی شماره ۳ ارائه می گردد.

جدول شماره ۳. جدول تحلیلی مقایسه وضعیت موجود و مطلوب جهانگردی ورزشی

وضعیت موجود و مطلوب جهانگردی ورزشی				
وضعیت مطلوب جهانگردی ورزشی			وضعیت موجود جهانگردی ورزشی	
انحراف معیار	میانگین		انحراف معیار	میانگین
۰/۸۴۳	۲/۹۳	$P < ۰/۰۵$	۰/۵۷۹	۳/۴۷
با احتمال خطای کمتر از ۵٪ تفاوت معنی داری میان رتبه عوامل در وضعیت موجود جهانگردی ورزشی با وضعیت مطلوب جهانگردی ورزشی وجود دارد.				

بحث و نتیجه‌گیری

در طول رقابت‌های مختلف ورزشی در کشورهای مختلف، همواره امنیت به عنوان یکی از اساسی‌ترین دغدغه‌های مسؤولین برگزاری رقابت‌ها بوده است. در المپیک ۲۰۰۸ که در پکن برگزار شد، یکی از ۶ جنبه مهم مورد توجه مسؤولان برگزاری این المپیک، بحث امنیت جهانگردان ورزشی بود و از فنون و روش‌های متعددی جهت برقراری امنیت در طول برگزاری این رقابت‌ها صورت گرفت. بنابراین، یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری ورزشی در کشور امنیت است. بر اساس نتایج این پژوهش، عامل امنیت در وضعیت مطلوب جهانگردی ورزشی رتبه نخست و در وضعیت موجود جهانگردی ورزشی داخلی رتبه دوم را کسب نمود. این که یک کشور در حال جنگ، ناآرامی‌های سیاسی، تروریسم یا ارتکاب جرائم سنگین را تجربه می‌کند، صنعت گردشگری را حتی با وجود جاذبه‌های فرهنگی فراوان و تماشایی مجبور به پرداخت بهایی سنگین می‌کند. حتی کشورهایی که به طور طبیعی از امنیت برخوردار هستند، زمانی که دچار تهدیدات سیاسی می‌شوند می‌توانند از این موضوع آسیب ببینند. در این رابطه می‌توان بر حادثه ۱۱ سپتامبر و اثرات انکارناپذیر آن بر کاهش شدید جهانگردی اشاره نمود. متأثر از این حادثه، شرکت هواپیمایی سویس ایر اعلام ورشکستگی نمود (۹). همچنین، با اشغال عراق و ناامنی در منطقه خلیج فارس و خاورمیانه، برگزاری مسابقات بزرگ ورزشی در این منطقه متوقف گردید و صنعت جهانگردی در این منطقه با رکود شدیدی روبرو شد. برای برگزاری مسابقات اتومبیل‌رانی فرمول یک بحرین، ۲۰۰۰ نیروی امنیتی ویژه، مسؤولیت برگزاری مسابقات را به عهده گرفتند تا جهانگردان خارجی احساس ناامنی نکنند و مسابقات به نحو شایسته‌ای برگزار گردید. با این که کشور کوچک بحرین با وسعت بسیار کم و آب و هوایی نامناسب هیچ جاذبه گردشگری ندارد، سود سرشاری از برگزاری مسابقات اتومبیل‌رانی به دست می‌آورد (۳).

بر اساس برنامه چهارم توسعه، کشور ایران باید تا پایان سال ۱۳۸۸ سالانه میزبان حداقل ۵ میلیون گردشگر باشد، رقمی که باید تا پایان سال ۱۴۱۰ به رقمی معادل ۲۰ میلیون نفر در سال برسد و در این میان نمی‌توان از سهم و جایگاه ورزش و برگزاری تورنمنت‌های ورزشی به سادگی گذشت. تأکید بر ورزش‌های بومی می‌تواند یکی از مزیت‌های ایران برای توسعه جهانگردی ورزشی خود محسوب شود چنانچه امروزه تلاش مسؤولان و برنامه‌ریزان ورزشی دنیا نیز بر تخصصی‌تر کردن رشته‌ها و بومی‌سازی آنهاست. ایران نیز به دلیل داشتن ورزش‌های مختلف بومی و سابقه متمادی در این ورزش‌ها می‌تواند با معرفی این ورزش‌ها برای ورود به المپیک زمینه توسعه جهانگردی ورزشی خود را فراهم آورد. هر چه ضریب امنیتی در یک محل از میزان بالاتری برخوردار باشد، جهانگردان ورزشی بیشتری تمایل به سفر به آن مکان را دارند. دزدی، سرقت مسلحانه، تجاوز، قتل، دزدی هنری و آدم‌ربایی از بنیادی‌ترین مفاهیمی هستند که به امنیت یک جهانگرد مربوط می‌شود. نباید این نکته را فراموش کرد که جهانگردان ورزشی و غیر ورزشی زمانی که به کشورشان باز می‌گردند، سفیران و مبلغانی برای کشور ما محسوب می‌شوند. بنابراین، با توجه به نفعی که توریسم برای کشور به دنبال دارد باید با فرهنگسازي، امنیت جهانگرد را افزایش داد. بدین منظور می‌توان با ایجاد تشکیلاتی به‌عنوان امنیت توریست در کشور، ضریب امنیت جهانگردان را افزایش دهد.

۱. شورای عالی ایرانگردی و جهانگردی (دیماه ۱۳۸۱)، برنامه ملی گردشگری، ساختار نظارت بر اجرای استراتژی‌های برنامه توسعه.
۲. خسروی، عزت‌الله (۱۳۸۸)، امنیت، مهم‌ترین مؤلفه در جذب توریست، ویژه نامه اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، صص ۷۳-۷۸.
۳. قادری، زاهد، www.articles.ir/article604.aspx
۴. نصیریان، جلال، الگوهای رفتاری در کشورهای باستانی ایران، نشریه گردشگری، شماره ۲۰، ص ۲۲.
۵. ضرغام، حمید (۱۳۷۵) مدل برنامه ریزی استراتژیک ایران، پایان نامه دکتری، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ص ۳۰.
6. Chalip, L., Green, B.C., & Hill, B. (2003). Effects of sport event media on destination image and intention to visit. *Journal of Sport Management*, 17, 214-234.
7. Daniel C. Funk & Tennille J. Bruun (2007) The role of socio psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: A cross-cultural perspective. *Tourism management*. Elsevier, 28,806-819.
8. Gibson, H., Attle, S., & Yiannakis, A. (1998). Segmenting the sport tourist market: A lifespan perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 4, 52-64.
9. Gibson, H. (Ed.) (2006). *Sport tourism: Concepts and theories*. Oxon: Rout ledge
10. Higam. J & Hinch. T (2006) Sport and Tourism Research: A Geographic Approach. *Journal of Sport & Tourism*, pp.31-49.
11. Simon Hudson, PhD, 2003, *Sport and Adventure Tourism*.
12. Solberg.H. & Preuss. H (2007)Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of sport Management*, 21,213-234.
13. Sport Business Assosiated, *The Business of Sport Tourism*, http://www.sportbusinessassociates.com/sports_reports/business_sports_tourism.htm