

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک

۲۹ دی ۱۴۰۱ - تهران

شناخت و درک مدیریت جمعیت در رویدادهای ورزشی

مرتضی فرخیانی

دانشجوی کارشناسی علوم ورزشی دانشگاه شهید رجایی تهران، تهران، ایران.

Morteza.farrokhyani@gmail.com

چکیده

رویدادهای ورزشی به دلیل طیف وسیع گستردگی و ویژگی‌های منحصر به فردی که دارند، محبوبیت زیادی پیدا کرده‌اند. از این رو نیاز به برنامه‌ریزی مؤثر و موفقیت‌آمیزی دارند؛ زیرا تعداد کل جمعیت را افزایش می‌دهند. با این حال، یک رویداد آرام می‌تواند به یک فاجعه تبدیل شود؛ اگر مدیریت موثر جمعیت اجرا نشود و شکست در مدیریت جمعیت، تنها شرکت کنندگان را در معرض خطر و حوادث قرار می‌دهد. بنابراین، یک باور صحیح از مدیریت جمعیت برای ایمنی و لذت مردمی که از رویداد بازدید می‌کنند، بسیار مهم است. در ارتباط با این نگرانی، این مطالعه مقدماتی با هدف درک استراتژی مدیریت جمعیت در رویدادهای ورزشی، به ویژه در رابطه با عواملی که منجر به ازدحام جمعیت در رویدادهای ورزشی، تأثیر جمعیت بر رویدادهای ورزشی و استراتژی‌های مدیریت جمعیت مورد استفاده توسط برگزارکننده رویداد می‌شود، صورت پذیرفت. این مطالعه نشان داد که مدیریت و جاذبه‌ها به عنوان دو عامل اصلی، منجر به ازدحام جمعیت در رویدادهای ورزشی می‌شوند. همانطور که ازدحام جمعیت نیز می‌تواند تأثیرات مثبت و منفی بر رویدادهای ورزشی داشته باشد. علاوه بر این، پیش‌بینی و ارتقای مهارت‌های شغلی در بین برگزارکنندگان رویداد، استراتژی‌هایی است که می‌توان در مدیریت جمعیت اتخاذ کرد. مطالب این مقاله برای استفاده به‌عنوان راهنما برای سایر سازمان‌دهندگان رویداد یا تماشاگران در رویدادهای ورزشی که هدفشان به حداقل رساندن خطر و ازدحام در محل رویداد است، قابل توجه می‌باشد.

واژگان کلیدی: رویدادهای ورزشی، مدیریت، مدیریت جمعیت، ورزش

مقدمه

هر ساله رویدادهای ورزشی زیادی در نقاط مختلف جهان برگزار می‌شوند و رسانه‌ها، سیاست‌مداران، صاحبان صنایع و دیگر ذینفعان ملی و بین‌المللی به دلیل ماهیت جذاب ورزش و علاقمندی مردم به تماشای این رویدادها، به سمت رویدادهای ورزشی گرایش پیدا کرده‌اند (Watanabe et al., 2018). افزایش محبوبیت و مزایای درک شده از حضور در رویدادهای ورزشی، باعث شده است که افراد بیشتری در چنین رویدادهایی شرکت کنند. مزایای رایج رویدادهای ورزشی بهبود آمادگی جسمانی و سلامت ذهنی، ایجاد روابط اجتماعی و پیروزی در مسابقات ورزشی است (Ramchandani et al., 2017). رویدادهای ورزشی نه تنها به منافع شخصی محدود نمی‌شود، بلکه به صنایع غذایی، ساختمان، نجاری، مبلمان، پزشکی، حمل و نقل و صنایع دستی نیز سود می‌رساند (Bjelac and Radovanovic, 2003). از منظر گردشگری، رویدادهای ورزشی در جذب مردم برای بازدید از مقصد نقش بسزایی دارند (Wafi et al., 2017). این رویدادها نه تنها ورزش و سرگرمی خالص به شمار می‌روند، بلکه دارای بسیاری از کارکردها در مسائل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، رسانه، و ارتقاء سطح سلامت روانی مردم رویدادهای ورزشی را نیز دارند (Getz, 2008). رویدادهای ورزشی به عنوان یک عامل محرک در گردشگری و یک استراتژی به منظور جذب گردشگران نیز محسوب می‌شوند که نقش مهمی را در توسعه برنامه‌های بازاریابی در شهرهای میزبان بر عهده دارند (مرادی، الهی و صفاری، ۱۳۹۷). براساس میزان محبوبیت

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک

۲۹ دی ۱۴۰۱ - تهران

رویدادهای ورزشی، تماشاگران، شرکت کنندگان، داوطلبان، ورزشکاران، مربیان، حامیان و گردشگران از نقاط مختلف جهان برای حضور در رویداد خواهند آمد. در منطقه خاورمیانه می توان قطر را مطرح نمود که به دلیل سرمایه گذاری های عظیم در توسعه زیرساخت های ورزشی و میزبانی رقابت های بزرگ بین المللی در چند سال اخیر (به طور میانگین ۲۸ رقابت در سال)، در میان بهترین و محبوب ترین مقصدهای برگزاری رویدادهای ورزشی قرار گرفته است. این رویدادها، قطر را تبدیل به یک برند برگزاری رویداد ورزشی کرده است که توده های گردشگران ورزشی را میزبانی می کند و به موجب این اتفاق سرمایه گذاران بخش تسهیلات گردشگری (مانند هتل داری، رستوران داری، شرکت های اجاره خودرو، و آژانس های مسافرتی) به این کشور سرازیر شده اند (Brannaga and Giulianotti, 2015; Hazime, 2011).

در رویداد گردشگری ورزشی، مدیریت جمعیت یک دغدغه مهم برای برگزارکنندگان رویداد است. تجمع این افراد منجر به ازدحام بیشتر مردم در محل برگزاری مراسم می شود. اکثر تجمعات بزرگ معمولاً به صورت مسالمت آمیز پراکنده می شوند، اما پتانسیل ایجاد بی نظمی، رفتار ضد اجتماعی و همچنین خشونت را دارند (Kingshott, 2014). اگر مدیریت موثر جمعیت اجرا نشود، یک رویداد آرام و منظم می تواند به یک فاجعه تبدیل شود (Martella et al., 2016). شکست در مدیریت جمعیت تنها شرکت کنندگان را در معرض خطر و حوادثی مانند خشونت (Kingshott, 2014)، عجله جمعیت، گرمزدگی، فروپاشی صحنه و ازدحام بیش از حد قرار می دهد (Rahmat et al., 2011). بنابراین، به جای کنترل مردم، یک باور و استراتژی مناسب جهت مدیریت جمعیت در راستای حفظ ایمنی و افزایش لذت مردم از رویداد، بسیار ضروری است. بزرگترین نگرانی در مدیریت جمعیت، حرکت موثر جمعیت (Williams, 2013) و کاهش احتمال وقوع یک حادثه زیانبار است، به طوری که بتواند رفت و آمد را تسهیل کند و لذت مردم را به حداکثر برساند (Berlonghi, 1995).

استادیومها، ورزشگاهها و مکانهای دیگر در سرتاسر جهان هر ساله منجر به هزاران زخمی و مرگ می شوند. از این رو، لازم است اطمینان حاصل شود که هر جنبه ای از رویداد، از جمله محل برگزاری از طریق خود رویداد، باید به خوبی مدیریت شود. به عنوان یک سازمان دهنده رویداد، تلاش برای محافظت از شرکت کنندگان در برابر خطرات غیرقابل پیش بینی، آسیب از سوی افراد دیگر یا حتی خود امکانات، می تواند ضروری باشد. استراتژی های اصلی مدیریت جمعیت شامل زمینه های مهم برنامه ریزی مانند: ایمنی، امنیت، خروجی های اضطراری، ترتیب صندلی ها و تعمیر و نگهداری امکانات است. بنابراین، این تحقیق با هدف شناخت مدیریت جمعیت در رویدادهای ورزشی، به ویژه عواملی که منجر به ازدحام جمعیت در رویدادهای ورزشی، تأثیرات جمعیت نسبت به رویدادهای ورزشی و استراتژی های مدیریت جمعیت که مورد استفاده برگزارکننده رویداد می شود، انجام شد (Kamarudin et al., 2021).

رویدادهای ورزشی در ایران

به طور کلی، رویدادهای ورزشی معمولاً به تنهایی میزبانی می شوند که شامل مناطقی به نام نواحی هواداری هستند. نواحی هواداران در طول رویدادهای ورزشی محبوب هستند، جایی که تماشاگران می توانند یک مسابقه زنده را روی نمایشگرهای تلویزیونی بزرگ تماشا کنند (Gammon, 2020). با این حال، رویدادهای ورزشی نیز به عنوان بخشی از یک رویداد مهم دیگر میزبانی می شوند و اندازه رویدادهای ورزشی می تواند بسته به ماهیت و معیار رویدادها، یک مقیاس بزرگ و کوچک از رویدادها باشد. نکته دیگر درباره مدیریت جمعیت این است که جمعیت برای رویدادهای کوچک، قابل کنترل تر از رویدادهای ورزشی بزرگ است (Yusof et al., 2009). طبق نظر Bjelac و Radovanovic (۲۰۰۳)، رویدادهای ورزشی را می توان بر اساس سه معیار دسته بندی کرد. اولین معیار اهمیت محلی، منطقه ای-منطقه ای، ملی، قاره ای- بین منطقه ای و جهانی است. معیار دوم تعداد مکان هایی است که رویداد در آن برگزار می شود (همه در یک مکان یا در چندین منطقه به



چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک

۲۹ دی ۱۴۰۱ - تهران

طور همزمان). معیار سوم با توجه به ویژگی آنها (ورزشی-تفریحی، ورزشی-گردشگری، رویدادهای ورزشی-رقابتی حرفه ای و رویدادهای ورزشی مرتبط با رویدادهای دیگر) می باشد.

سالانه صدها رویداد ورزشی در خارج از مسابقات ورزشی معمولی برگزار می گردد و به اشتغال بسیاری از افراد و همچنین اقتصاد کمک می کند. رویدادها نقش حیاتی در برنامه ریزی اقتصادی و توسعه گردشگری بسیاری از مناطق و شهرها ایفا می کنند (Agha and Task, 2015; Gratton, Dobson and Shibli, 2000). میزبانی یک رویداد ورزشی بزرگ هنوز به عنوان یک رویداد بسیار مثبت یاد می شود؛ چرا که باعث ایجاد مشاغل جدید، ریختن میلیون ها دلار به خزانه خالی جامعه و تقویت اقتصاد منطقه میزبان می شود (Diedering and Kwiatkowski, 2015). در ایران، توسعه رویدادهای ورزشی به کمک زیرساخت ها و امکانات رویدادهای ورزشی، در سطوح مختلف از جمله جهانی صورت گرفته است و این امر باعث شد تا رویدادهای ورزشی به دلیل قابلیت افزایش بازدیدکنندگان به کشور، به عنوان کاتالیزور جذب توریسم و ارتقا دهنده اقتصاد در نظر گرفته شوند.

بنابراین، بسیاری از رویدادهای ورزشی بین المللی برگزار شد. بخشی از این رویدادهای جهانی شامل مسابقات بین المللی دوچرخه سواری، جام جهانی کشتی آزاد، جام جهانی کشتی فرنگی، مسابقات بین المللی دوومیدانی، مسابقات بین المللی شطرنج، مسابقات آسیایی بسکتبال، مسابقات بین المللی والیبال، مسابقات آسیایی فوتبال، مسابقات آسیایی فوتسال و مسابقات جهانی پرورش اندام است. در سال های اخیر با توجه به پیشرفت های قابل توجه ایران در توسعه زیرساخت ها و مدیریت رویدادهای ورزشی، مسابقات و تورنمنت های بسیار دیگری در سطوح مختلف جهانی، آسیایی و منطقه ای در رشته های مختلف ورزشی برگزار گردیده است که در زمینه های اقتصادی، گردشگری، اجتماعی و فرهنگی کمک ویژه ای به کشور نموده اند. سهم این رویدادهای ورزشی را در جامعه و اقتصاد باید به رسمیت شناخت. با این حال، رویدادهای ورزشی در مقایسه با سایر رویدادها به یکی از بالاترین خطرات تبدیل شده اند (Mapjabil et al., 2015). به غیر از جمعیت، بیشتر رویدادهای ورزشی به دلیل ماهیت خود، با خطرات شدید مرتبط با فعالیت های بدنی مختلف که شامل آسیب های تصادفی یا غیرتصادفی است، همراه خواهند بود. علاوه بر این، امنیت مکان ورزشی یک جزء مهم است که با ریسک بالا و مدیریت جمعیت مرتبط است (Menaker et al., 2021). بنابراین، برگزارکننده باید با دقت یک مکان را برای رویدادهای ورزشی انتخاب کند تا به برگزاری تجمعات بزرگ و به حداقل رساندن خطر از سوی جمعیت، کمک کند.

جمعیت و عوامل محرک آن

هیچ تعریف واحد یا دقیقی از جمعیت وجود ندارد (Challenger et al., 2010). با این حال، Wylid (1957) جمعیت را به عنوان تجمع بزرگی از مردم در فضای ناکافی تعریف می کند که باعث ایجاد حس جمع در جایی می شود که بدون نظم یا نظم سازمان یافته در آنجا جمع می شوند. معیارهای کمی برای بحث در مورد جمعیت مورد استفاده قرار می گیرد. اولین معیار اندازه است که نشان دهنده تجمع قابل توجهی از مردم است. معیار دوم، تراکم است که به افرادی اشاره دارد که در یک مکان خاص با هدفی خاص گرد هم می آیند و باید در یک منطقه مشخص با توزیع تراکم مناسب، با هم قرار گیرند. سومین معیار، جمع است که متذکر می شود که اعضای جمعیت باید هویت اجتماعی، علایق و اهداف مشترک داشته باشند و منسجم عمل کنند. معیار چهارم، تازگی است که با وجود گرد هم آمدن در موقعیت های غیرمعمول و مبهم، افراد باید به شیوه ای منسجم و اجتماعی عمل کنند.

در سال های اخیر، مطالعات رویدادها به ویژه رویدادهای ورزشی به عنوان یک رشته مطالعاتی اهمیت پیدا کرده اند و با تکیه بر رشته های مختلف بنیادی، یک رشته مطالعاتی میان رشته ای را تشکیل می دهند که انواع مختلف رویدادهای ورزشی را

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک

۲۹ دی ۱۴۰۱ - تهران

شناسایی کرده و آنها را بر اساس ویژگی‌های خاصی متمایز می‌کنند (Getz and Page, 2020; Bazzanella et al., 2021). در جلسه برنامه ریزی رویداد، اعتقاد بر این است که مدیریت مناسب جمعیت، یک رویداد ایمن و همچنین یک جلسه موثر مدیریتی را فراهم می‌کند. با این حال، سازمان‌دهنده رویداد همچنین باید عواملی را که باعث می‌شود جمعیت از کنترل‌پذیر بودن به غیرقابل مدیریت بودن تبدیل شود را بخوبی بشناسد. شناخت و درک این عوامل ممکن است به برگزارکننده کمک کند تا قبل از اینکه اتفاق وحشتناکی در رویداد رخ دهد، اقدامات پیشگیری را شناسایی کند. طبق نظر برلونگی (1995)، ۹ دسته از عوامل ممکن است باعث تحریک جمعیت شوند. در جدول ۱ این عوامل فهرست گردیده‌اند.

جدول ۱: عوامل احتمالی تحریک جمعیت

دسته بندی	توضیحات
شرایط عملیاتی	نبود پارکینگ، عدم حضور مجریان، لغو رویداد، اتمام بلیط رویداد
فعالیت های رویداد	جلوه های ویژه (دود، لیزر، آتش بازی)، موسیقی، صداها، بلند، پخش مجدد ویدئو
اعمال و رفتار مجری	حرکات یا اظهار نظرهای جنسی و خشونت آمیز، چالش های نامناسب، دعوت از مجریان
عوامل تماشاگر	عجله برای نشستن، انتظار شبانه، مصرف مشروبات الکلی، تشویق جمعیت، فعالیت های جمعیت (موج، بازی با توپ های باد شده)، پرتاب اشیا
عوامل امنیتی یا پلیسی	استفاده از زور بیش از حد یا نامعقول، بحث یا مشاجره با تماشاگران، تحریک افراد بوسیله رفتار یا عمل، سوء استفاده از قدرت
عوامل اجتماعی	تنش های نژادی، ملی گرایی، رقابت های طولانی مدت، فعالیت های گروهی، شورش
آب و هوا	گرما، رطوبت، باران یا تگرگ، عدم تهویه هوا
بلاای طبیعی	زلزله، گردباد، بهمین، سیل
بلاای انسانی	مواد شیمیایی سمی، خرابی های ساختاری

درک مدیریت جمعیت در رویدادهای ورزشی

مدیریت جمعیت به عنوان تکنیکی برای مدیریت افراد شامل ترتیب نشستن، رفتار جمعیت، معیارهای جمعیتی افراد شرکت کننده، تلاش مشترک بین افراد شرکت کننده و همچنین مدت زمان رویداد است (Martella et al., 2016; Williams, 2011; Rahmat et al., 2013). هدف مدیریت جمعیت نیز یک نگرانی ایمنی است و توجه ویژه ای را می‌طلبد که مستلزم نظارت دقیق، توسط برگزار کننده رویداد است. یک مدیر رویداد باید ابزارهای سخت و نرم مختلف را توسعه دهد تا بتواند از آن‌ها در نظارت و کنترل حرکات و رفتار افراد در میان جمعیت، استفاده کند. در کنترل جمعیت، دو نوع کنترل جمعیت را می‌توان اتخاذ کرد که عبارتند از کنترل نرم جمعیت و کنترل سخت جمعیت. کنترل جمعیت نرم یکی از انواع کنترل جمعیت است که توانایی یا اثربخشی اقدامات هدف را کاهش می‌دهد؛ اما به طور کامل مانع از انجام آن‌ها نمی‌شود. از طرفی، کنترل سخت جمعیت نوعی از کنترل جمعیت است که به طور کامل هدف را از انجام اقدامات خاص مانند توانایی های حرکتی، منع می‌کند (Kamarudin et al., 2021).

مدیریت جمعیت و کنترل جمعیت با یکدیگر ناسازگاری ندارند، بلکه مکمل یکدیگر هستند و با هم در تعامل‌اند. مدیریت جمعیت بیشتر بر استراتژی‌های عملی و برنامه‌ریزی سیستماتیک حرکت و تجمع تمرکز دارد، در حالی که کنترل جمعیت بیشتر بر استراتژی‌های واکنشی، محدودیت و محدودیت عمل تمرکز می‌کند. هم مدیریت جمعیت و هم کنترل جمعیت تحت تأثیر زمان، مکان، اطلاعات و انرژی هستند. مدیریت و کنترل جمعیت به دلیل افزایش گسترده رویدادهای ورزشی یا رویدادهای فضای باز، به مسائل مهمی در صنعت رویداد تبدیل شده‌اند. مدیریت جمعیت را هرگز نمی‌توان در فرآیند برنامه

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک

۲۹ دی ۱۴۰۱ - تهران

ریزی رویداد فراموش کرد (Fruin, 1993). اشتباهات کوچک در برنامه ریزی، بازدهی بزرگ را به ضرر کلی در رویدادهای ورزشی، تبدیل می کند (Mapjabil et al., 2015). یک مطالعه نشان داد که مدیریت جمعیت در رویدادهای گردشگری ورزشی به دلیل ویژگی‌های منحصربه‌فردشان محبوبیت بیشتری پیدا کرده است، و بنابراین، به برنامه‌ریزی موفقیت‌آمیزی نیاز دارند زیرا میانگین تعداد جمعیت را نیز افزایش می‌دهد. مدیریت نادرست جمعیت همچنین می‌تواند به سرعت یک رویداد موفق را به تراژدی تبدیل کند (Martella et al., 2016).

در زمینه مدیریت جمعیت، اگر قوانین ایمنی به وضوح اجرا نشود یا کنترل جمعیت حفظ نشود، گسترش رفتارهای ناسازگار می‌تواند تأثیر شدیدی بر ایمنی جمعیت داشته باشد. به عنوان مثال، اگر واکنش کسانی که جمعیت را کنترل می‌کنند، کند، ضعیف یا بدون واکنش باشد، ممکن است دیگران نیز از این روش پیروی کنند. جریان غیرقابل کنترل جمعیت ممکن است به ازدحام بیش از حد و سایر خطرات مرتبط منجر شود. در مراحل اولیه شرایط اضطراری، رفتار جمعیت می‌تواند تحت تأثیر افرادی قرار گیرد که به نظر متخصص هستند یا می‌دانند چه کاری انجام دهند. اقدام قاطعانه یک فرد یا گروهی از افراد مانند خروج از خروجی نزدیک و یا رد کردن هشدار به عنوان هشدار نادرست، می‌تواند باعث واکنش گسترده‌ای در میان جمعیت شود. اعضای تیم کارکنان نیز ممکن است برای تخلیه یک محل یا منطقه دیگری اختصاص داده شوند (Kamarudin et al., 2021).

در اوایل سال ۱۹۹۵، برلونگی یازده عنصر را در زمانی که سازمان دهنده رویداد قصد اجرای مدیریت جمعیت را دارد، مورد بحث قرار داده است. اندازه جمعیت، ظرفیت جمعیت، معیارهای جمعیت، محل رویداد، روز و ساعت عملیات، برنامه فعالیت های رویداد، شرایط آب و هوایی، ترتیب صندلی ها، الگوهای حرکت جمعیت، تراکم جمعیت در نقاط مختلف، همچنین عملیات های خاصی نظیر حمل و نقل، پارکینگ، فروش بلیط و کنترل پذیرش از عناصر مدیریت جمعیت برلونگی هستند. مدیریت جمعیت باید شامل برنامه ریزی و آماده سازی کامل، ارتباط موثر با کل جمعیت (شنیداری و بصری)، هماهنگی و تلاش مشترک بین تمام مجموعه‌های درگیر، به رهبری پرسنل ماهر و با تجربه در مدیریت جمعیت باشد. همچنین شامل رهبری و راهنمایی برای شروع مدیریت جمعیت، در شرایط اضطراری می‌باشد (Martella et al., 2016).

علاوه بر این، ویلیامز (۲۰۱۳) دو گام مهم را در استراتژی مدیریت جمعیت توصیه کرد. این گام ها شامل جلسات اولیه و اغلب از پیش برنامه ریزی شده با همه ذینفعان، جهت انجام تجزیه و تحلیل ریسک-خطرات مکان های رویداد است. با توجه به انواع رویدادها تجزیه و تحلیل ریسک-خطرات باید از برنامه های منحصر به فرد و اضطراری تشکیل شود. برگزارکننده رویداد که قصد مدیریت جمعیت را دارد نیز باید از تنوع و پیچیدگی افراد، آگاه باشد. هر فردی دارای نگرش‌های متفاوت، ترکیب اجتماعی، نژادی، مذهبی، فرهنگی و ابعاد مختلف روان‌شناختی است (Kingshott, 2014). بنابراین، در هنگام مدیریت جمعیت رویدادهای ورزشی ابعاد مختلفی از زمینه های متفاوت اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اعتقادی و اقتصادی در میان خواهند بود که باید با توجه به ویژگی ها و ساختار آن ها، برنامه ریزی و پیش بینی های لازم را نسبت به مدیریت و کنترل آن ها حتی در شرایط بحرانی، تطبیق و آماده سازی نمود.

عوامل ایجاد کننده ازدحام جمعیت در رویدادهای ورزشی

افراد زمانی که در یک جمع هستند، رفتارها و اقدامات متنوعی را از خود نشان می‌دهند. بسیاری از افراد در شلوغی به گونه‌ای عمل می‌کنند که به تنهایی کار نمی‌کنند، و این ذهنیت اگر توسط کارشناسان مدیریت جمعیت کنترل نشود، می‌تواند منجر به موقعیت‌های خطرناکی شود. بنابراین، شناسایی عواملی که می‌توانند جمعیت را به‌ویژه در رویدادهای ورزشی هدایت و تحت تأثیر قرار دهند، برای جلوگیری از آسیب‌های اساسی ضروری است (Kamarudin et al., 2021).

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک

۲۹ دی ۱۴۰۱ - تهران

1- مدیریت

رویداد ورزشی را می توان به عنوان یک گردهمایی اجتماعی که افراد و فعالیت های زیادی را به مناسبت یک مسابقه گرد هم می آورد، تعریف کرد (Boyer et al., 2007). مدیریت جمعیت نیاز به تجربه و یک کمیته آموزش دیده در مواجهه با ماهیت رویدادهای ورزشی دارد. رویدادهای بزرگ مانند رویدادهای ورزشی، می توانند به جمعیت زیادی کمک کنند. اگر یک برگزارکننده باتجربه این گردهمایی را بدرستی مدیریت نکند، ممکن است حوادثی مانند تصادفات رانندگی و ازدحام رخ دهد. در رویدادهای ورزشی، نحوه برگزاری رویدادها از سوی سازمان نیز جزئی است که می تواند به شلوغی و هرج و مرج، دامن بزند. گاهی اوقات برگزارکننده رویداد از اشتباهات رویدادهای گذشته درس نمی گیرد و باعث می شود در رویدادهای آینده، اشتباه را دوباره تکرار کند. به عنوان یک سازمان دهنده و برگزارکننده رویداد، باید مهارت های خود را در برخورد با مسائل جمعیت، به ویژه در رویدادهای ورزشی که شرکت کنندگان زیادی در آن شرکت می کنند، تقویت کنیم (Kamarudin et al., 2021). بنابراین، ماهیت رویداد، نداشتن تخصص و بی تجربه بودن تیم برگزارکننده رویداد در شاخه مدیریت، می تواند باعث ازدحام جمعیت در رویدادهای ورزشی گردد.

2- جاذبه ها

به طور کلی، رویدادهای بین المللی ورزشی نیاز به ارتقای محیط رویداد تا سطح استاندارد بین المللی، با جاذبه های فراوان دارند تا شور و هیجان تماشاگران را افزایش دهند. با توجه به بیماری همه گیر ویروس کرونا (COVID-19) از سال ۲۰۱۹ که در آن صنعت رویداد تعطیل شد و اکنون شروع به توسعه مجدد کرده است، برای افزایش هیجان و لذت در یک رویداد به جاذبه های بیشتری در رویدادها نیاز است (OECD, 2020). با این حال، جاذبه های ارائه شده در طول رویداد ممکن است باعث ازدحام جمعیت شود. به عنوان مثال، افراد مشهور، اقلام رایگان یا اقلام تخفیف دار برای خرید، تزئینات و چیدمان های فانتزی ممکن است توجه افراد را افزایش داده و باعث ازدحام مردم شود (Kamarudin et al., 2021).

استراتژی های مدیریت جمعیت در رویدادهای ورزشی

با افزایش گستردگی رویداد، خطرات جدیدی ظاهر می شود و احساسات جمعیت می تواند غیرقابل پیش بینی و بسیار خطرناک باشد. برای سازمان دهندگان رویداد بسیار مهم است که مکان ها را برای تنظیم حرکت جمعیت، برنامه ریزی و شبیه سازی تخلیه اضطراری، به درستی تجهیز کنند. به عنوان مثال، اگر یک جمعیت به ویژه خشن باشد، افراد دیگر ممکن است جو و انرژی را تحت فشار قرار دهند و خشونت به زودی همه گیر شود. داستان های زیادی در مورد فشار دادن جمعیت مشتاق و بی صبر، برای نزدیک تر شدن به صحنه و ایجاد یک دلسوزی که منجر به مرگ افراد در شرایط وحشتناک می شود، وجود داشته است. برای جلوگیری از این امر، باید یک استراتژی مدیریت جمعیت شفاف وجود داشته باشد. هنگام تجمع بزرگ مردم، از مدیریت جمعیت برای اطمینان از کنترل، نظم و بدون مشکل بودن تجمع، استفاده می شود (Kamarudin et al., 2021). در ادامه با ۲ مورد از مهمترین استراتژی های مدیریت جمعیت در رویدادهای ورزشی، آشنا خواهید شد.

1- اهمیت پیش بینی

به عنوان یک سازمان دهنده رویداد، شناسایی خطرات احتمالی که می تواند به افراد شرکت کننده یا درگیر در آن رویداد خاص آسیب برساند، بسیار مهم است. برگزارکنندگان رویداد باید قبل از رویداد، فعالیت هایی را جهت آماده سازی انجام داده باشند. این فعالیت ها شامل تجزیه و تحلیل دقیق ریسک های احتمالی، توسعه سناریوهای جامع "چه می شود اگر"، تشکیل جلسه کنترل برای هماهنگی همه پرسنل و فعالیت ها در رویداد، ایجاد استراتژی های مدیریت جمعیت و برنامه های احتمالی، می باشد. بنابراین، پس از تصمیم گیری برای ادامه یک رویداد، با برگزاری منظم جلسات برنامه ریزی رویداد شروع می شود و



چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک

۲۹ دی ۱۴۰۱ - تهران

همه طرف های ذینفع اصلی را دور هم جمع می کند. داشتن جلسات قبلی ضروری است و آنچه بین طرفین مختلف بر سر آن توافق شده است، باید مستند و مکتوب باشد تا از سردرگمی و سوء تفاهم بی مورد جلوگیری شود (Martella et al., 2016).

2- افزایش مهارت های شغلی

تغییر در رفتار جمعیت به این معنی است که اغلب بیش از یک راه برای مقابله با یک خطر خاص وجود دارد. به عنوان مثال، برای اطمینان از پاسخ زودهنگام و مؤثر در تخلیه، جایی که وحشت می تواند یک ویژگی باشد، ممکن است اقداماتی برای بهبود کیفیت و وضوح اطلاعات پخش شده از طریق سیستم آدرس عمومی با نشان دادن آن ها از طریق علائم، انجام شود. چنین اقداماتی نقش کارکنان را در هدایت یا هدایت افراد به خارج از محل برگزاری افزایش می دهد و به کارکنان در حفظ آرامش تا حد امکان کمک می کند (Kamarudin et al., 2021). رویدادهای ورزشی، چالش های سازمانی هستند که با محدودیت های زمانی، پیچیدگی و یک چرخه زندگی از پیش تعیین شده، از ابتدا تا پایان مشخص می شوند (Parent and Ruetsch, 2021). مجموعه های برگزارکننده رویدادهای ورزشی، با ارائه آموزش ها به کارکنان خود از جمله برنامه ریزی رویدادهای کوچک قبل از اینکه آنها قدرت برنامه ریزی رویدادهای بزرگ را داشته باشند، سعی می کنند جزئیات مهم و استراتژی ها را در شرایط مختلف مورد بررسی قرار دهند تا در آینده بتوانند تصمیمات مطمئن و درستی اتخاذ کنند. ریسک یا مدیریت جمعیت فرآیندی است که شامل ارزیابی همه خطرات احتمالی برای رویداد و شرکت کنندگان، کاهش تاکتیکی، پیشگیری، کاهش، توزیع، تخصیص مجدد، قانونی سازی یا استفاده از مدیریت ارتباط برای کاهش ریسک های تعریف شده است (Leopkey and Parent, 2009). هدف نهایی، در واقع جلوگیری از خطر تبدیل شدن جمعیت به یک فاجعه است. برگزارکننده رویداد در هنگام سازماندهی رویداد، مسئولیت های مختلفی را بر عهده دارد. یکی از مهم ترین مسائل، فراهم کردن یک محیط امن برای داوطلبان، شرکت کنندگان، کارکنان و سایر ذینفعان است. این امر شامل حفاظت از منابع تالیسات سازمان و سایر مجموعه های حاضر در رویداد و اجرای منطقی خط مشی ها و رویه های سیستم می باشد (Kamarudin et al., 2021).

بحث و نتیجه گیری

به طور کلی، این مطالعه مقدماتی برای درک بیشتر از استراتژی و نحوه مدیریت جمعیت در رویدادهای ورزشی، به ویژه در مورد عواملی که منجر به ازدحام جمعیت در رویدادهای ورزشی، تأثیر جمعیت بر رویدادهای ورزشی و استراتژی های مدیریت جمعیت که توسط برگزارکننده رویداد استفاده می شود را مورد بررسی قرار داد. این مطالعه نشان داد که مدیریت (مانند ماهیت رویداد، نداشتن تخصص و بی تجربه بودن یک تیم برگزارکننده رویداد) و جاذبه ها (مانند افراد مشهور، اقلام رایگان یا اقلام با تخفیف برای خرید، تزیینات و چیدمان های فانتری) به عنوان دو مورد اصلی، عواملی هستند که باعث ازدحام جمعیت در مسابقات ورزشی شد. ازدحام جمعیت نیز تأثیرات مثبت و منفی بر رویدادهای ورزشی داشت. تأثیرات مثبت عبارتند از تقویت روابط با ذینفعان و اقتصاد و جمعیت به عنوان پشتیبان و عامل موفقیت این رویداد، عمل خواهند کرد. در این میان، تأثیرات منفی نام و اعتبار برگزارکنندگان، بلایای طبیعی، از دست دادن حامیان وفادار و مسائل مالی را خدشه دار می کند (Kamarudin et al., 2021). مهارت های پیش بینی و ارتقای مهارت های شغلی در بین برگزارکنندگان رویداد از جمله راهکارهایی است که می توان در مدیریت جمعیت اتخاذ کرد. به عنوان مثال، پیش بینی را می توان با تمرکز بر پیامدهای مثبت به جای جنبه های احساسی، در کنار پیش بینی مسائل غیرقابل مشاهده مانند آب و هوا، تصادفات، صدمات و غیره اجرا کرد. بر این اساس، افزایش مهارت های شغلی در بین برگزارکنندگان رویداد می تواند با داشتن یک تیم خاص برای رسیدگی به مسائل مرتبط، برنامه های پیش تیم سازی و پاداش های پس از رویداد، تمرین مدیریت رویدادهای کوچک قبل از رویداد بزرگ و حفظ



چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک

۲۹ دی ۱۴۰۱ - تهران

ارتباط با جمعیت انجام شود. این استراتژی‌های مدیریت جمعیت، برای اطمینان از اجرای یکنواخت رویداد مهم هستند و همه کسانی که در رویداد شرکت کردند می‌توانند بدون نگرانی در مورد امنیت خود، لذت ببرند (Kamarudin et al., 2021). مهم‌تر از همه، مطالب این مقاله می‌تواند به‌عنوان راهنمایی برای سایر سازمان‌دهندگان رویداد یا تماشاگران در رویدادهای ورزشی که می‌خواهند خطر و ازدحام در محل برگزاری رویداد را کاهش دهند، مورد استفاده قرار گیرد. مطالعات موردی بیشتری در انواع و اندازه‌های خاص رویدادهای ورزشی می‌تواند برای بررسی دقیق‌تر نحوه برخورد سازمان‌دهندگان با جمعیت‌های رویدادها انجام شود؛ زیرا ممکن است به رویکردهای مختلف مدیریت جمعیت، نیاز داشته باشد (Kamarudin et al., 2021). تحقیقات بیشتری برای درک مدیریت جمعیت با استفاده از جمعیت‌های مختلف، ویژگی‌ها و رفتارهایی که احتمالاً از خود نشان می‌دهند، مورد نیاز است (Challenger et al., 2010). علیرغم ارزش‌های ذکر شده در این مقاله، تحقیقات بیشتر در درک مدیریت جمعیت ضروری است. همانطور که در این مقاله بیان شد، جامعه ممکن است نقش یک جمعیت و نحوه برخورد با آنها را هنگام شرکت و درگیر کردن خود در هر رویداد ورزشی درک کند. در نهایت، همه ذینفعان قادر خواهند بود مدیریت جمعیت را درک کرده و متوجه شوند که به اجرای موثر رویدادهای ورزشی، کمک می‌کند (Kamarudin et al., 2021).

منابع

8

- مرادی، ع.، الهی، ع.ر. و صفاری، م.، ۱۳۹۷، مطالعه تعیین روابط علی‌انگیزه‌ها و رضایت گردشگران رویداد ورزشی: نقش میانجی درگیری ذهنی، مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۳، شماره ۴۵، صص. ۱۲۵-۱۵۹
- Watanabe, Y., Gilbert, C., Aman, M.S. & Zhang, J.J. (2018). **Attracting international spectators to a sport event held in Asia: The case of Formula One Petronas Malaysia Grand Prix**. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 19(2), PP. 194-216.
- Watanabe, Y., Gilbert, C., Aman, M.S. & Zhang, J.J. (2018). **Attracting international spectators to a sport event held in Asia: The case of Formula One Petronas Malaysia Grand Prix**. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 19(2), PP. 194-216.
- Ramchandani, G., Coleman, R. J., & Bingham, J. (2017). **Sport participation behaviours of spectators attending major sports events and event induced attitudinal changes towards sport**. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(2), 121-135.
- Bjelac, Z., & Radovanovic, M. (2003). **Sports events as a form of tourist product**, relating to the volume and character of demand. *Journal of Sport and Tourism*, 8(4), 260-269.
- Wafi, A. A., Chiu, L. K., & Kayat, K. (2017). **Understanding sports event visitors' motivation and satisfaction of small-scale sport event**. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 2(3), 128-178.
- Getz, D. (2008). **Event tourism: Definition, evolution, and research**, *Tourism management*, Vol. 29(3), PP. 403-428.
- Brannagan, P.M. & Giulianotti, R. (2015). **Soft power and soft disempowerment: Qatar, global sport and football's 2022 World Cup finals**, *Leisure studies*, Vol. 34(6), PP. 703-719.
- Hazime, H. (2011). **From city branding to e-brands in developing countries: An approach to Qatar and Abu Dhabi**, *African Journal of Business Management*, Vol. 5(12), PP. 4731-4745.
- Kingshott, B. F. (2014). **Crowd management: understanding attitudes and behaviours**. *Journal of Applied Security Research*, 9(3), 273-289.
- Martella, C., Li, J., Conrado, C., & Vermeeren, A. (2016). **On current crowd management practices and the need for increased situation awareness, prediction, and intervention**. *Safety Science*, 91, 381-393.
- Rahmat, N., Jusoff, K., Ngali, N., Ramli, N., Md Zaini, Z. M., ... & Hamid, M. (2011). **Crowd management strategies and safety performance among sports tourism event venue organizers in Kuala Lumpur and Selangor**. *World Applied Sciences Journal*, 12(12), 47-52.
- Williams, V. B. (2013). **Managing crowds during special events: Creating a safer Delray Beach**.

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک
۲۹ دی ۱۴۰۱ - تهران

- Berlonghi, A. E. (1995). **Understanding and planning for different spectator crowds**. *Safety Science*, 18(4), 239-247.
- Kamarudin L. M., Aziz N. A. R. A., & Ramely A. (2022). **Understanding Crowd Management in Sports Events: A Preliminary Study**. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*. 14(1), 393-410.
- Gammon S. (2020). **Sport events: typologies, people and place**. In *The Routledge Handbook of Events*, Second Edition, Routledge.
- Yusof, A., Omar Fauzee, M., Mohd Shah, P., & Soh, K. (2009). **Exploring small-scale sport event tourism in Malaysia**. *Research Journal of International Studies*, 9, 47-58.
- Agha N., & Taks M. (2015). **A theoretical comparison of the economic impact of large and small events**. *International Journal of Sport Finance*, 10(3), 199-216
- Gratton C., Dobson N., & Shibli S. (2000). **The economic importance of major sports events: a case-study of six events**. *Managing Leisure* 5(1), 17-28.
- Diedering, M., & Kwiatkowski, G. (2015). **Economic impact of events and festivals on host regions: Methods in practice & potential source of bias**. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 22, 247-252.
- Mapjabil, J., Marzuki, M., Kumalah, M. J., Tangavello, L., & Zainal, M. K. (2015). **Sport as a tourism attraction in Malaysia: Potential and prospects**. *Geografia: Malaysian Journal of Society and Space*, 11(12), 23-31.
- Menaker B. E., Sheptak D., Kurland J. and Tekin D. (2021). **Rethinking sport event security: from risk management to a community driven approach**. *Journal of Global Sport Management*.
- Challenger, R., Clegg, C. W., & Robinson, M. (2010). **Understanding crowd behaviours**. *Psychology*, 59.
- Wyld, H. C. (Ed.). (1957). **The universal dictionary of the English language**. London, UK: Waverly.
- Getz, Donald, and Stephen Page. 2020. **Event studies: theory, research and policy for planned events**, 4th Edition. Oxon: Routledge.
- Bazzanella F., Muratore N., Schlemmer P. A. and Happ E. (2021). **How the covid-19 pandemic influenced the approach to risk management in cycling events**. *Journal of Risk and Financial Management*. 14: 296, 1-20.
- Berlonghi, A. E. (1995). **Understanding and planning for different spectator crowds**. *Safety Science*, 18(4), 239-247.
- Fruin, J 1993, **The causes and prevention of crowd disasters**, in Smith, R.A. & Dickie, J.F. (eds), **Engineering for Crowd Safety**, Amsterdam: Elsevier Science Publishers BV.
- Boyer, L., Musso, D., Barreau, G., Boyer Collas, L., & Addadi, A. (2007). **Organising a major sport event**. In J, Camy, & L. Robinson (Eds.), **Managing olympic sport organisations**. Human Kinetics: Champaign, IL, USA, pp. 279-343.
- OECD, Organisation for Economic Co-operation and Development (2020). **Tourism policy responses to the coronavirus (COVID-19)**. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/>
- Parent, Milena M., and Aurélie Ruetsch. 2021. **Managing major sports events: theory and practice**, 2nd Edition. London: Routledge
- Leopkey, B. & Parent M. M. (2009). **Risk management issues in large-scale sporting events: a stakeholder perspective**. *European Sport Management Quarterly*. 9(2).