



## The Role of Sense of Security in the Sports Tourism Industry Renewal; A Culture-Based Approach

### Hossein Taheri

\*Assistant Professor of  
Physical Education, Amin  
University, Tehran, Iran  
[hoseintaheri1363@chmail.ir](mailto:hoseintaheri1363@chmail.ir)  
(Corresponding author)

### Gholamreza Moradi

Assistant Professor of  
Physical Education, Amin  
University, Tehran, Iran.  
[gms.moradi@gmail.com](mailto:gms.moradi@gmail.com)

### Asghar Aghaei

Associate Professor of  
Logistics, Amin University,  
Tehran, Iran.  
[aghaee\\_1340@yahoo.com](mailto:aghaee_1340@yahoo.com)

Received: 2021/10/30

Accepted: 2021/11/15

DOI:

10.22034/JPCS.2021.211220.1065



### ABSTRACT

The aim of this research was to investigate the sense of security role in the sports tourism industry. This research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in nature. The statistical population includes about 78,000 spectators of the match between Esteghlal and Traktorsazi of Tabriz soccer teams in Azadi Stadium in the first half of the league season (2018-2019); Using Cochran's formula, 384 of them were selected by random sampling. To collect data, two researcher-made questionnaires related to the sense of security and the re-presence of sports tourists were used, the form and content validity of which was confirmed by 12 professors and experts. Furthermore, Cronbach's alpha coefficient for the reliability of these questionnaires was 0.82 and 0.84, respectively. Kolmogorov-Smirnov tests, Pearson correlation, simple, and multiple linear regressions were also used to analyze the data. The results illustrated that sense of security, after, before, and during the match with beta values of 0.382, 0.312, and 0.248, respectively in this sporting event, had the greatest impact on the re-presence of sports tourists ( $p < 0.05$ ).

**Keywords:** sense of security, sports tourism, soccer.

► **Citation (Vancouver):** Taheri H, Moradi Gh, Aghaei A. The Role of Sense of Security in the Sports Tourism Industry Renewal; A Culture-Based Approach. *Quarterly J Police Cultural Studies*. Winter 2022; 8(4):23-30.

► **Citation (APA):** Taheri, H., Moradi, Gh., Aghaei, A. (Autumn 2021). The Role of Sense of Security in the Sports Tourism Industry Renewal; A Culture-Based Approach. *Quarterly Journal of Police Cultural Studies*, 8(4), 23-30.

## نقش احساس امنیت در تجدید صنعت گردشگری ورزشی؛

### رویکردی فرهنگ‌بنیاد

#### چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش احساس امنیت در صنعت گردشگری ورزشی است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری مورد بررسی، شامل حدود ۷۸۰۰۰ تماشاگر مسابقه دو تیم فوتبال استقلال و تراکتورسازی تبریز در ورزشگاه آزادی در نیم فصل اول لیگ (۹۷-۹۸) می‌شود که با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۳۸۴ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از دو پرسشنامه محقق ساخته، مربوط به احساس امنیت و حضور مجدد گردشگران ورزشی بهره برده شد که روایی صوری و محتوایی آن توسط ۱۲ نفر از اساتید و صاحب نظران تأیید شد؛ علاوه بر این، ضریب آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی این پرسشنامه‌ها به ترتیب ۰/۸۲ و ۰/۸۴ به دست آمد. به منظور تحلیل داده‌ها، آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف، همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی ساده و چندگانه مورد استفاده قرار گرفتند. یافته‌ها نشان داد که برقراری امنیت بعد از برگزاری، قبل از برگزاری و درحین برگزاری مسابقه به ترتیب با مقادیر ضریب بتای ۰/۳۸۲، ۰/۳۱۲ و ۰/۲۴۸ در این رویداد ورزشی دارای بیشترین تأثیر بر حضور مجدد گردشگران ورزشی بودند ( $p < ۰/۰۵$ ).

**کلیدواژه‌ها:** احساس امنیت، گردشگری ورزشی، فوتبال.

#### حسین طاهری

\* استادیار تربیت بدنی، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران.  
[hoseintaheri1363@chmail.ir](mailto:hoseintaheri1363@chmail.ir)  
 (نویسنده مسئول)

#### غلامرضا مرادی

استادیار تربیت بدنی، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران.  
[gms.moradi@gmail.com](mailto:gms.moradi@gmail.com)

#### اصغر آقایی

دانشیار آمار، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران.  
[aghaee\\_1340@yahoo.com](mailto:aghaee_1340@yahoo.com)

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۲۳-۳۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۲۴

شناسه دیجیتال (DOI):

10.22034/JPCS.2021.211220.1065

◀ **استناد (ونکوور):** طاهری، ح.، مرادی، غ.، آقایی، ا. نقش احساس امنیت در تجدید صنعت گردشگری ورزشی؛ رویکردی فرهنگ‌بنیاد. فصلنامه مطالعات فرهنگی پلیس. زمستان ۱۴۰۰؛ ۲۳-۳۰.

◀ **استناد (APA):** طاهری، ح.، مرادی، غ.، آقایی، ا. (زمستان ۱۴۰۰). نقش احساس امنیت در تجدید صنعت گردشگری ورزشی؛ رویکردی فرهنگ‌بنیاد. فصلنامه مطالعات فرهنگی پلیس، ۲۳-۳۰، (۴).

گردشگری به دلیل تأثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، به‌ویژه درآمدزایی و تأثیر بر رشد اقتصادی کشورها، به بزرگ‌ترین صنعت در جهان تبدیل شده است و برای اغلب کشورهای جهان، منبع مهمی برای فعالیت‌های تجاری، سیاسی و اشتغال‌زایی محسوب می‌شود. صنعت گردشگری از جمله صنایع پردرآمد و درعین حال سالم و پاک برای اقتصاد هر کشور محسوب می‌شود و تاکنون این صنعت بیش از صد میلیون فرصت شغلی مستقیم ایجاد کرده و مبنای تحولات شگرف اجتماعی-اقتصادی در سراسر جهان قرار گرفته است (تنگ و چن<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹).

رشد صنعت گردشگری در جهان به‌گونه‌ای بوده است که ورودی‌های گردشگری بین‌المللی از تعداد ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به بیش از یک میلیارد و ۱۸۴ میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ رسیده است و سازمان جهانی گردشگری<sup>۲</sup> پیش‌بینی می‌کند که در سال ۲۰۳۰ تعداد گردشگران به یک میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر خواهد رسید. رونق این صنعت بیانگر ثبات سیاسی، اقتصادی، امنیتی، فرهنگی و علمی کشورهای جهان است.

یکی از بخش‌های پراهمیت که قابلیت تبدیل به امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به‌عنوان گردشگری ورزشی یاد می‌شود. این نوع گردشگری عبارت است از: مسافرت به دلایل غیر تجاری و برای مشاهده یا شرکت در فعالیت‌های ورزشی که دور از محل زندگی است (انتظاری زارچ و همکاران، ۱۳۹۳). گردشگری ورزشی بیشترین رشد را در صنعت گردشگری جهانی داشته است (خسروی مهر و همکاران، ۱۳۹۴). گردشگری ورزشی از بزرگ‌ترین بخش‌های گردشگری به‌حساب می‌آید که به‌سرعت در حال رشد است (کنلی و توهی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴).

ورزش و گردشگری اهداف مشترکی دارند، مانند ساختن پل‌های تفاهم میان فرهنگ‌های متفاوت، شیوه زندگی و سنت‌ها، افزایش صلح و دوستی میان ملت‌ها، برانگیختن و تشویق افراد به فعالیت‌های سرگرم‌کننده و شاداب برای رهایی از فشارهای روزمره زندگی. گردشگری و ورزش چه به‌صورت حرفه‌ای و چه به‌صورت غیر حرفه‌ای و تفریحی، مسافرت‌های قابل‌توجهی را به نقاط مختلف جهان دربر می‌گیرد. بنابراین، برای تداوم رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و درآمدزایی باید ورزش و گردشگری همراه با هم حرکت کنند (کیم و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵).

مسابقات ورزشی که با شرکت گروه‌های مختلف ورزشی و از نقاط مختلف کشور برگزار می‌شود، یکی از رویدادهایی است که می‌تواند توجه گردشگران را به خود جلب کند و هر کشور و شهری که برگزارکننده مسابقات ورزشی است، محصولات و خدمات گوناگونی را برای جلب گردشگر ارائه دهد (پریچ و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹). از این‌رو، بسیاری از کشورها با سرمایه‌گذاری فراوان، اثرات و فواید این‌گونه گردشگری را به‌خوبی جذب و از آن به‌عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و افزایش اشتغال و درآمد، توسعه زیرساخت‌ها و افزایش شهرت خود استفاده می‌کنند.

ایمن بودن مقصد سفر را می‌توان یکی از اصلی‌ترین عوامل مؤثر در تعیین مقصد سفر دانست. هیچ گردشگری علاقه‌مند به حضور در شرایط بحرانی یا ناامن مقصد سفر خود نیست. امنیت گردشگران فقط حفظ جان آن‌ها نیست؛ بلکه، عوامل متعددی برای ایجاد احساس امنیت آن‌ها دخیل است. به‌طور کلی، امنیت و گردشگری دو مقوله وابسته به هم هستند که قوت و ضعف هر کدام در ارتباط مستقیم با دیگری است. به این معنی که کاهش امنیت، رکود اقتصاد

4- Kim et al.  
5- Perić et al.

1- Teng, Chen  
2- World Tourism Organization  
3- Kennelly, Toohey

و مشارکت وسیع جامعه محلی است که می‌تواند به‌عنوان نقطه قوت و ضعف در توسعه گردشگری مطرح گردد. با توجه به موارد یادشده، گردشگری ورزشی از حوزه‌های جدید تحقیقی طی ۱۰ سال گذشته است و تا به حال پژوهش‌های چندانی در رابطه با امنیت و احساس امنیت گردشگران ورزشی در کشور ایران انجام نشده و یکی از حیطه‌های نو در انجام پژوهش در ایران است. هدف از مطالعه حاضر، پاسخ به این پرسش است که «آیا احساس امنیت، در تمایل به حضور مجدد گردشگران ورزشی در رشته ورزشی فوتبال نقش دارد؟».

### فرضیه پژوهش

احساس امنیت با تمایل به حضور مجدد گردشگران ورزشی در رشته ورزشی فوتبال رابطه معنادار دارد.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی و از نوع پیمایشی است. این پژوهش از منظر نوع داده‌های جمع‌آوری شده نیز، در طیف پژوهش‌های کمی قرار می‌گیرد. جامعه آماری این پژوهش شامل حدود ۷۸۰۰۰ تماشاگران مسابقه دو تیم فوتبال استقلال و تراکتورسازی تبریز در ورزشگاه آزادی در سری مسابقات نیم‌فصل اول لیگ برتر فوتبال ایران (۹۷-۹۸) است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی برگزیده شدند.

به منظور جمع‌آوری داده‌ها از دو پرسشنامه محقق ساخته، مربوط به احساس امنیت و حضور مجدد گردشگران ورزشی استفاده شد که روایی صوری و محتوایی آن توسط ۱۲ نفر از اساتید و صاحب‌نظران تأیید شده بود. همچنین، در یک مطالعه مقدماتی با تعداد ۳۷ نفر، پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از آزمون ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت و مقدار این ضریب

گردشگری را به همراه خواهد داشت و رونق صنعت گردشگری نیز امنیت گسترده‌ای را به‌ارمغان خواهد آورد. بنابراین، یکی از تسهیلات و راهکارهای جلب گردشگران از سوی دولت مردان علاوه بر تبلیغ جاذبه‌های گردشگری افزایش حس آرامش و امنیت برای گردشگران است. در کشور ما تا به حال این صنعت از زوایایی مختلف مورد بررسی قرار نگرفته و موانع و مشکلات جذب گردشگر به صورت جدی و راه‌گشا شناسایی نشده، بنابراین برنامه‌ریزی مشخصی نیز در این زمینه صورت نگرفته است. در این حوزه مطالعاتی پژوهش‌هایی تا کنون صورت گرفته‌اند. برای نمونه، سبحانی و همکاران (۱۴۰۰) اظهار می‌دارند که مدیران و متصدیان زمینه گردشگری ورزشی می‌توانند با تمرکز بر توسعه عوامل مدیریت منابع انسانی، تدوین برنامه مدیریت امنیت، حفاظت فیزیکی، بهبود زیرساخت‌ها و شرایط میزبانی رویدادها، باعث افزایش امنیت روانی گردشگران ورزشی و برگزاری هرچه بهتر رویدادهای ورزشی شوند. در همین راستا، موسوی و همکاران (۱۴۰۰) می‌نویسند: وجود جاذبه‌های گردشگری ورزشی به‌عنوان شرایط علی، موجب ضرورت یافتن توسعه گردشگری ورزشی پایدار با رویکرد ورزش‌های روستایی و بازی‌های بومی گردیده است که در صورت به‌کارگیری راهبردهای سیاست‌گذاری، مدیریت و برنامه‌ریزی و بازاریابی در بستر مناسبی از زیرساخت‌ها و با توجه به مشارکت دینی و اجتماعی و ملاحظات مالی و حمایتی می‌تواند منجر به ظهور پیامدهای پایدار معیشتی جوامع محلی شود. در همین راستا، طالقانی و غفاری<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) هم موانع این‌گونه گردشگری را در سه دسته موانع فرهنگی، موانع زیرساختی و موانع مربوط به جذب گردشگر تشریح نموده‌اند و بر ارائه راهبردهای هدفمند در زمینه رفع این موانع و توسعه این گونه روبره رشد گردشگری تأکید داشته‌اند. همچنین، کیم و همکاران (۲۰۱۵) تأکید می‌دارند که ادراک میزبان از اثرات اجتماعی منتج از میزبانی رویدادهای گردشگری از عوامل مهم جهت کسب حمایت

### یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری عبارت است از: ۳۵/۴۲ درصد از آزمودنی‌ها دارای سن ۲۶ تا ۳۵ سال و ۳۸/۰۲ درصد دارای مدرک دیپلم و پایین‌تر بودند. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی سایر طبقات آزمودنی‌ها در جدول (۱) ارائه شده است.

به ترتیب برای دو پرسشنامه مربوط به وضعیت احساس امنیت و حضور مجدد گردشگران ورزشی ۰/۸۲ و ۰/۸۴ به دست آمد. برای تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف، همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی ساده و چندگانه بهره برده شد.

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش

درصد فراوانی	فراوانی	وضعیت تحصیلی	درصد فراوانی	فراوانی	رده سنی
۳۸/۰۲	۱۴۶	دیپلم و پایین‌تر	۲۷/۶۰	۱۰۶	تا ۲۵ سال
۳۰/۲۱	۱۱۶	کاردانی	۳۵/۴۲	۱۳۶	۲۶ تا ۳۵ سال
۲۱/۳۵	۸۲	تحصیلات کارشناسی	۲۲/۶۶	۸۷	۳۶ تا ۴۵ سال
۹/۶۴	۳۷	کارشناسی ارشد	۸/۰۷	۳۱	۴۶ تا ۵۵ سال
۰/۷۸	۳	دکتری	۶/۲۵	۲۴	بالای ۵۵ سال
تعداد کل = ۳۸۴					

در این قسمت ابتدا با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون رابطه بین وضعیت احساس امنیت قبل، حین و بعد از مسابقه به عنوان متغیر مستقل با حضور مجدد گردشگران ورزشی به عنوان متغیر وابسته مورد ارزیابی قرار گرفت، با توجه به این‌که رابطه خطی بین این متغیرها مشاهده شد، برای اندازه‌گیری میزان تأثیر هر کدام از ابعاد احساس امنیت بر حضور مجدد گردشگران ورزشی، آزمون رگرسیون خطی ساده مورد استفاده قرار گرفت. نتایج آن در جدول زیر قابل مشاهده است:

برای تعیین آزمون آماری مناسب به منظور تحلیل داده‌ها و وضعیت توزیع داده‌ها از نظر طبیعی بودن از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بهره برده شد. نتایج آزمون یاد شده نشان داد، داده‌های به دست آمده برای هر دو متغیر وضعیت احساس امنیت برگزار مسابقه و همچنین حضور مجدد گردشگران ورزشی دارای توزیع عادی بودند ( $P > 0/05$ )، بنابراین برای تحلیل آن‌ها از آزمون پارامتریک همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی ساده و چندگانه استفاده شد.

جدول ۲- رابطه بین وضعیت احساس امنیت با حضور مجدد گردشگران ورزشی

	وضعیت‌های احساس امنیت			
	احساس امنیت	قبل از مسابقه	حین مسابقه	بعد از مسابقه
ضریب همبستگی پیرسون	۰/۸۲	۰/۷۹	۰/۷۲	۰/۸۶
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

جدول ۳- برازش الگوی رگرسیون

دوربین- واتسون	ضریب تعیین	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۱/۹۳	۰/۶۶۹	۰/۶۷۲	۰/۸۲

برای بررسی تأثیر احساس امنیت بر حضور مجدد گردشگران ورزشی، از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده شد. جدول (۳) برازش الگوی رگرسیونی مربوط را نشان می‌دهد:

واریانس متغیر احساس امنیت است و از طرفی، همان طور که نشان داده شده است، مقدار آماره دوربین-واتسون (۱/۹۳) در فاصله ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، بنابراین فرضیه نبود همبستگی بین خطاها رد نمی شود و می توان از رگرسیون استفاده کرد که در جدول زیر آمده است:

جدول ۴- محاسبه معادله رگرسیون

الگو	ضریب استاندارد		مقدار تی	سطح معناداری
	B	خطای استاندارد		
مقدار ثابت	۴/۱۳۷	۳/۸۶۵	۱۳/۲۱	۰/۰۰۰
احساس امنیت	۲/۱۸۱	۰/۰۴۲	۲۵/۶۸	۰/۰۰۰

حضور مجدد گردشگران ورزشی =  $۴/۱۳۷ +$  احساس امنیت  $\times ۲/۱۸۱$ .

به منظور بررسی تأثیر ابعاد احساس امنیت بر حضور مجدد گردشگران ورزشی از آزمون رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد. جدول (۵)، برازش الگوی رگرسیونی مربوط را نشان می دهد:

جدول ۵- برازش الگوی رگرسیون

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین-واتسون
۰/۷۹۲	۰/۶۲۷	۰/۶۲۴	۱/۶۱۲

واریانس ابعاد متغیر احساس امنیت است و مقدار آماره دوربین-واتسون (۱/۶۱۲) در فاصله ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد؛ بر این اساس، فرضیه نبود همبستگی بین خطاها رد نمی شود و می توان از رگرسیون استفاده کرد:

جدول (۳)، به ترتیب ضریب همبستگی (۰/۸۲)، ضریب تعیین (۰/۶۷)، ضریب تعیین تعدیل شده (۰/۶۶) و مقدار آماره دوربین-واتسون (۱/۹۳) را نشان می دهد، ضریب تعیین تعدیل شده نشان می دهد که ۶۶/۹ درصد از کل واریانس حضور مجدد گردشگران ورزشی ناشی از

با توجه به یافته های جدول (۴)، از آنجایی که سطح معناداری برای مقدار ثابت (۴/۱۳۷) و شیب خط رگرسیونی (۲/۱۸۱) کوچکتر از مقدار ۰/۰۵ است، فرضیه تساوی این مقادیر عددی با صفر رد شده، بنابراین از معادله حذف نمی شوند. معادله رگرسیونی مربوط به این شرح است:

جدول (۵) به ترتیب ضریب همبستگی (۰/۷۹۲)، ضریب تعیین (۰/۶۲۷)، ضریب تعیین تعدیل شده (۰/۶۲۴) و مقدار آماره دوربین-واتسون (۱/۶۱۲) را نشان می دهد، ضریب تعیین تعدیل شده نشان می دهد که ۶۲/۲ درصد از کل واریانس حضور مجدد گردشگران ورزشی ناشی از

جدول ۶- محاسبه معادله رگرسیون

الگو	ضریب غیر استاندارد		ضریب استاندارد شده	T	Sig
	B	Std. Error			
مقدار ثابت	۷/۳۸۷	۴/۲۵۵		۴/۵۳	۰/۰۰۰
احساس امنیت قبل از مسابقه	۳/۲۷	۰/۱۸۹	۰/۳۱۲	۵/۶۲	۰/۰۰۰
احساس امنیت حین مسابقه	۲/۷۱	۰/۲۱۵	۰/۲۴۸	۳/۵۵	۰/۰۰۰
احساس امنیت بعد از مسابقه	۴/۲۸	۰/۱۲۴	۰/۳۸۲	۷/۲۴	۰/۰۰۰

درواقع، همان‌طور که یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری وجود امنیت است، رونق گردشگری در یک منطقه و تردد گردشگران در یک مقصد، موجب به‌وجود آمدن امنیت می‌شود. البته، نباید فراموش کرد که این قضیه همیشه هم صادق نیست، چراکه در برخی مواقع، وجود پدیده گردشگری و رفت‌وآمد گردشگران باعث ناامنی شده است. با وجود این، صنعت گردشگری و مقوله امنیت ارتباط تنگاتنگی با هم دارند. در این مورد هم باید دانست و اعتقاد داشت که ملاک امنیت در گردشگری، احساس امنیت به‌وسیله گردشگران است.

بدون شک، مهم‌ترین بخش یک رویداد ورزشی، حضور تماشاگران در ورزشگاه است. در سرتاسر جهان میلیون‌ها نفر زمان، انرژی و پول خود را برای تماشای ورزش هزینه می‌کنند و برای نشان‌دادن اشتیاق خود به ورزش، گاهی مسافت‌های طولانی تا محل برگزاری مسابقه را طی و بخش زیادی از درآمد خود را صرف اقامت، تهیه بلیت، غذا و هزینه پارکینگ می‌کنند (ساعت‌چیان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۴).

تماشاگرانی که برای دیدن مسابقات ورزشی در ورزشگاه‌ها حضور می‌یابند، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های اصلی ورزش هر کشور محسوب می‌شوند، زیرا علاوه بر جذابیت، هیجان و هویت‌بخشی به ورزش آن کشور، منبع درآمد مهمی به‌شمار می‌آیند. درکل، حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها و حمایت و تشویق آن‌ها از تیم‌های مورد علاقه خود، باعث افزایش سودآوری باشگاه‌ها و خارج‌شدن آن‌ها از وابستگی به دولت خواهد شد.

یکی از نهادهایی که مسئول تأمین نظم و امنیت در جامعه است و همچنین نظم و امنیت مسابقات و رویدادهای ورزشی را برعهده دارد نیروی انتظامی است. با توجه به حضور انبوه اقشار مختلف جامعه در فضاهای ورزشی، برای کنترل نظم و برقراری امنیت آن‌ها و همچنین پیشگیری و مقابله با حوادث ناگوار و پیش‌بینی‌نشده در ورزشگاه‌ها و اماکن ورزشی، برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی، نظارت و کنترل و سایر اقدامات و تمهیدات مدیریتی لازم

براساس جدول (۶)، از آن‌جا که سطح معناداری برای کلیه ضرایب کوچک‌تر از مقدار ۰/۰۵ است، فرضیه تساوی این ضرایب با صفر رد شده و از معادله حذف نمی‌شوند، بنابراین معادله رگرسیونی مربوط به این صورت است:

$$\text{حضور مجدد گردشگران ورزشی} = ۷/۳۸۷ + \text{احساس امنیت قبل از مسابقه} \times ۳/۲۷ + \text{احساس امنیت حین مسابقه} \times ۲/۷۱ + \text{احساس امنیت بعد از مسابقه} \times ۴/۲۸$$

با توجه به مقدار Beta به‌دست‌آمده برای هر کدام از ابعاد متغیر احساس امنیت می‌توان نتیجه گرفت که برقراری امنیت بعد از برگزاری، قبل از برگزاری و حین برگزاری مسابقه به‌ترتیب در این رویداد ورزشی دارای بیشترین تأثیر بر حضور مجدد گردشگران ورزشی هستند.

## بحث و نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین، متنوع‌ترین، فعال‌ترین، پردرآمدترین و اشتغال‌زاترین صنعت در جهان به‌شمار می‌آید و بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها می‌شناسند (غفاری و ترکی هرچگانی، ۱۳۸۸).

گردشگری در میان فعالیت‌های فراغتی از بیشترین تنوع و تحرک از یک‌سو و وسیع‌ترین پهنه مکانی و فضایی ازسوی دیگر برخوردار است. شاید بتوان گفت که گردشگری به‌گونه‌ای تمام فعالیت‌های فراغتی دیگر را نیز با خود همراه دارد و به این سبب برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری از امور حساس، پیچیده و چندوجهی است که توجه ویژه مدیران شهری را می‌طلبد. اصولاً تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن‌گفتن از گردشگری بیهوده خواهد بود. هرگاه در سطح جامعه جهانی بستر مناسبی فراهم باشد، افراد سفر می‌کنند و درپی آن فعالیت‌های مربوط به گردشگری رونق می‌یابند.

اگر گردشگران نسبت به مقصدی احساس ناامنی داشته باشند، هرگز به آن‌جا سفر نمی‌کنند. امنیت و گردشگری، عامل‌های یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند.

### منابع

- بومی و محلی. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۶ (۵۵)، ۲۵۷-۲۹۱.  
<https://doi.org/10.22054/TMS.2021.60102.2533>
6. Kennelly, M., & Toohey, K. (2014). Strategic alliances in sport tourism: National sport organisations and sport tour operators. *Sport management review*, 17(4), 407-418.  
<https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.01.001>
7. Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism management*, 48, 21-32.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.015>
8. Perić, M<sup>9</sup>, Vitezić, V., & Badurina, J. Đ. (2019). Business models for active outdoor sport event tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100561.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100561>
9. Taleghani, G. R., & Ghafary, A. (2014). Providing a management model for the development of sports tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 120, 289-298.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.106>
10. Teng, H. Y., & Chen, C. Y. (2019). Proactive personality and job crafting in the tourism industry: Does job resourcefulness matter?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 110-116.  
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.10.010>
- برای نیروی انتظامی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و لازم است برای تأمین امنیت گردشگران ورزشی قبل از مسابقه، حین مسابقه و بعد از مسابقه اقدامات و برنامه‌ریزی‌های لازم را پیش‌بینی کنند تا گردشگران ورزشی بتوانند در فضای آرم و بدون تنش به تشویق تیم موردعلاقه خود بپردازند و علاقه و رغبت لازم را جهت حضور در مسابقات و رویدادهای ورزشی داشته باشند. فرضیه پژوهش، مبنی بر رابطه معنادار احساس امنیت با تمایل به حضور مجدد گردشگران ورزشی در رشته ورزشی فوتبال درست است، یعنی هر چه امنیت گردشگران ورزشی بیشتر باشد، تمایل به شرکت در مسابقات ورزشی آن‌ها بیشتر است.
- انتظاری زارچ، مصطفی؛ بنار، نوشین و آقایی، معصومه. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر گردشگری ورزشی بر نظم، امنیت و اشتغال استان گیلان. فصلنامه دانش انتظامی گیلان، ۳ (۱۱)، ۱-۱۰.  
[http://journals.police.ir/article\\_15985.html](http://journals.police.ir/article_15985.html)
  - غفاری، سید رامین و ترکی هرچگانی، معصومه. (۱۳۸۸). نقش گردشگری در توسعه اجتماعی-اقتصادی مناطق روستایی استان چهارمحال و بختیاری. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۲ (۲)، ۱۱۳-۱۲۶.  
[http://rvt.agri-peri.ac.ir/article\\_59237.html](http://rvt.agri-peri.ac.ir/article_59237.html)
  - خسروی مهر، حمیده؛ قدیری معصوم، مجتبی و رضوانی، محمدرضا. (۱۳۹۵). ارائه راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: شهرستان مینودشت). پژوهش ورزشی‌های کاربردی در مدیریت، ۳ (۱۹)، ۱۰۵-۱۱۵.  
[https://arsmb.journals.pnu.ac.ir/article\\_3443.html](https://arsmb.journals.pnu.ac.ir/article_3443.html)
  - سبحانی، عباس‌اندام؛ رضا، بحرالعلوم و فرجی، رسول. (۱۴۰۰). تدوین الگوی مدیریت امنیت گردشگری ورزشی ایران با رویکرد نظریه داده بنیاد. مدیریت و توسعه ورزش، ۱۰ (۱)، ۱۳-۲.  
<http://doi.org/10.22124/jsmd.2019.12495.1955>
  - موسوی، رضا؛ امیدي نجف‌آبادی، مریم؛ میردامادی، مهدی و حسینی، سیدجمال. (۱۴۰۰). الگوی توسعه گردشگری ورزشی پایدار با رویکرد ورزش‌های روستایی و بازی‌های