

مدیریت ورزشی - تابستان ۱۳۹۳  
دوره ۶، شماره ۲، ص: ۲۱۵ - ۲۳۰  
تاریخ دریافت: ۱۹/۱۰/۸۹  
تاریخ پذیرش: ۱۳/۰۹/۹۰

## نقش مقاصد در توسعه صنعت گردشگری ورزشی در یک دوره پنج ساله در امارت ابوظبی

۱. ابوالفضل فراهانی - ۲. نوشین اصفهانی<sup>۱</sup> - ۳. محسن زارعی - ۴. حسین خالقی آرانی

۱. استاد، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، ۲. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران، ۳. کارشناس ارشد، گروه تربیت بدنی، آموزش و پرورش، شهرستان آران و بیدگل، ایران، ۴. کارشناس ارشد، گروه تربیت بدنی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

### چکیده

هدف کلی از این پژوهش بررسی وضعیت گردشگری و گردشگری ورزشی امارت ابوظبی است که ظرفیت‌های گردشگری ورزشی، رشته‌های ورزشی فعال و ظرفیت و وضعیت اقامتگاه‌های مربوط به آن را در امارت ابوظبی بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۸ مورد توجه قرار داده است. در این پژوهش جامعه آماری با نمونه آماری یکسان و متشکل از چهار نفر از مسئولان، کارشناسان و مدیران گردشگری، مدیران هتل‌ها، باشگاه‌های ورزشی و آژانس‌های مسافرتی است. یافته‌های تحقیق توصیفی است و برای تجزیه و تحلیل آماری از آزمون آماری مربع کای ( $\chi^2$ ) استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد: ۱. رابطه معناداری بین سال‌های مورد ارزیابی با عواملی مانند ملیت گردشگران، محل اقامت انتخابی آنها (هتل یا هتل آپارتمان) و درجه هتل انتخابی محل اقامت وجود دارد؛ ۲. بررسی وضعیت و ظرفیت هتل‌ها و هتل آپارتمان‌ها نشان داد که طی این سال‌ها به تعداد گردشگران افزوده شده و بیشتر از هتل‌های پنج‌ستاره برای اقامت استفاده شده است؛ ۳. بررسی ظرفیت‌های گردشگری ورزشی به وضوح نشان داد که امارت ابوظبی دارای ۹۴ هتل و هتل آپارتمان با امکانات رفاهی و ورزشی و تفریحی است و ظرفیت پذیرایی از حدود دو میلیون گردشگر در سال را دارد. امارت ابوظبی طی این دوره در وضعیت گردشگری و عوامل مرتبط با آن رشد شایان توجهی داشته است؛ ۴. وضعیت رشته‌های ورزشی فعال نشان می‌دهد که امکان استفاده از بسیاری ورزش‌های متنوع میدانی، آبی، بیابانی، ساحلی و غیره در امارت ابوظبی در قالب بازی‌ها و ورزش‌های تفریحی، مسابقات و رویدادهای منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی وجود دارد و گردشگران می‌توانند هم به‌عنوان شرکت‌کننده و هم تماشاگر از آن بهره ببرند. از این رو الگوی سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی در گردشگری ورزشی در امارت ابوظبی، حداقل برای شهرهای ساحلی جنوب و شمال ایران می‌تواند مورد توجه بیشتر مسئولان قرار گیرد.

### واژه‌های کلیدی

امارت ابوظبی، رشته‌های ورزشی، ظرفیت و وضعیت گردشگری، گردشگری ورزشی، محل اقامت.

### مقدمه

بی‌شک، امروزه صنعت گردشگری<sup>۱</sup> یا توریسم به صنعت پررونقی برای کشورهایی که جاذبه‌های سیاحتی دارند، تبدیل شده است و به گواه آمار سازمان جهانی جهانگردی، سالانه بیش از ۶۰۰ میلیون نفر از نقاط دیدنی کشورهای مختلف بازدید می‌کنند. براساس آمار در سه دهه اخیر صنعت جهانگردی در سطح جهانی رشد چشمگیری داشته است، به گونه‌ای که در سال ۲۰۰۴ تعداد گردشگران از مرز ۸۰۰ میلیون نفر گذشت و درآمد ناشی از آن به حدود ۸۰۰ میلیارد دلار رسید (۱). امروزه پیوند میان جهانگردی و ورزش نوع جدیدی از جهانگردی را ایجاد کرده است که جنبه‌های مختلف و متنوعی را در بر می‌گیرد؛ گستره وسیعی که از فعالیت‌های هیجانی<sup>۲</sup> شروع می‌شود و فعالیت‌های تمدد اعصاب<sup>۳</sup> را در بر می‌گیرد. چراکه به همان اندازه که سلیقه‌ها و تمایلات متفاوتی برای افراد متصور است، دامنه فعالیت‌های جهانگردی ورزشی نیز گسترده است. بدین لحاظ تجمیع سه شاخه از فعالیت‌های انسانی (جهانگردی، ورزش و سلامت) ساختار جدید و جامعی را برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی انسان به وجود آورده است (۱،۲).

فانک و براون<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) بیان کردند که در سراسر دنیا یکی از عواملی که موجب رشد سریع و رونق بازار گردشگری می‌شود، توریسم ورزشی است و برگزاری مسابقات ورزشی در رونق بازار گردشگری نقش مهمی دارد (۵). از نظر سولبرگ و پروس<sup>۵</sup> (۲۰۰۷)، میزبانی رویدادهای ورزشی مهم، موجب توسعه زیرساخت‌ها، ایجاد تجهیزات جدید، پیشرفت منطقه میزبان و جذب گردشگران بیشتر می‌شود (۱۱).

وید<sup>۶</sup> (۲۰۰۶) در تحقیق خود از دیدگاه جغرافیایی، موقعیت، مکان و محیط مناسب را از توانمندی‌ها و پایه‌های اصلی توسعه گردشگری ورزشی می‌داند (۱۲).

در مطالعه کیم و پاتریک<sup>۷</sup> (۲۰۰۵)، شرکت در مسابقه یا رویداد ورزشی بین‌المللی و تجربه محیط مناسب و جدید از انگیزه‌های مهم و هدایت گردشگران برای تصمیم به سفر بیان شده است (۱۰). کسین<sup>۸</sup> (۲۰۰۵) در مقاله

1. Adventure Tourism
2. Emotional activities
3. Relaxatopm
4. Fank & Bruun
5. Solberg . H. & Preuss. H
6. Weed . M
7. Kim S.S. & Petrick J.F
8. Kesenne. S

خود تأثیر میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ بر گردشگری را تحلیل می‌کند و به تأثیر اقتصادی طولانی‌مدت توجهی ویژه دارد. دلیل اغلب شهرهای درخواست‌دهنده برای پذیرش میزبانی رویدادهای ورزشی، این است که میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ درآمد منطقه‌ای کوتاه یا بلندمدت چشمگیری دارد (۹). تایلور (۲۰۰۰) و مولز و همکاران (۲۰۰۳) طی تحقیقات خود بیان کردند که در جهان کنونی گردشگری ورزشی در میان انواع گردشگری بیشترین و سریع‌ترین رشد را در بازار داراست (۷). کزاک<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) در تحقیقی به مقایسه انگیزه‌های گردشگران پرداخت و امکانات اقامتی، آب‌وهوا، سطح قیمت‌ها، محل جغرافیایی مقصد و دسترسی به دریا و ساحل را از مهم‌ترین دلایل گردشگران انگلیسی و آلمانی برای رفتن به مالت و ترکیه عنوان کرد (۲).

کشورهای همسایه ایران از جمله امارات با آگاهی از این واقعیت در سال‌های اخیر برنامه‌های گسترده‌ای را برای افزایش ظرفیت و توسعه وضعیت کمی و کیفی گردشگری به‌ویژه گردشگری ورزشی در نظر گرفته‌اند. در این راستا شهر ابوظبی به‌عنوان پایتخت امارات متحده عربی با تأسیس سازمان گردشگری در سال ۲۰۰۴ برنامه‌ای مدون و فراگیر در توسعه انواع گردشگری و با نگاهی ویژه به گردشگری ورزشی شروع به سرمایه‌گذاری کرد، به طوری که در کمتر از پنج سال به یکی از شهرهای پیشرو در صنعت گردشگری جهان تبدیل شده است. سؤالی که برای محقق مطرح شده شامل موارد زیر است:

۱. وضعیت و ظرفیت هتل‌ها و هتل آپارتمان‌ها در ابوظبی طی سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ چگونه بوده است؟

۲. ظرفیت‌های گردشگری ورزشی امارت ابوظبی طی سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ چگونه بوده است؟

۳. وضعیت رشته‌های ورزشی فعال در امارت ابوظبی طی سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ چگونه بوده است؟

از نظر محقق اهمیت این موضوع از آنجا ناشی می‌شود که آب‌وهوا و وضعیت اقلیمی امارات، وضعیت شرایط سواحل جنوبی ایران در منطقه خلیج فارس است، از این رو شناخت وضعیت گردشگری ابوظبی می‌تواند الگوی مناسبی برای توسعه صنعت گردشگری در این منطقه و حتی سواحل شمالی ایران باشد.

روش پژوهش و ابزار گردآوری داده‌ها

روش تحقیق با توجه به ماهیت موضوع و بدون داشتن فرضیه، از نوع توصیفی و پس‌رویدادی است. ابزار گردآوری اطلاعات شامل مطالعه کتابخانه‌ای، استفاده از بانک اطلاعاتی و سایت‌های اینترنتی، ایمیل، مصاحبه و مشاهده محقق است.

### جامعه و نمونه آماری

در این تحقیق جامعه و نمونه آماری یکسان است. جامعه آماری تحقیق متشکل از مسئولان و کارشناسان سازمان گردشگری ابوظبی، مدیران هتلها، اماکن و مؤسسات ورزشی و باشگاههای فعال در بخش گردشگری ورزشی (در مجموع ۴۰ نفر) بود.

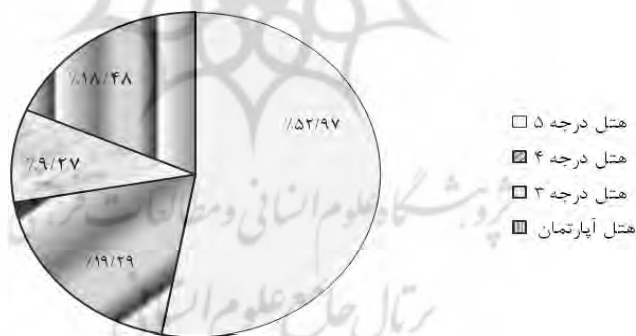
### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در پژوهش حاضر، برای توصیف یافته‌های تحقیق و ترسیم نمودارها از نرم‌افزار excel و برای تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها و تعیین رابطه بین عوامل مختلف، از آزمون آماری مربع کای و نرم‌افزار spss. 15 استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های زیر از تجزیه و تحلیل آماری حاصل شد:

آیا بین درجه هتل انتخابی توسط گردشگران و سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۴ رابطه معناداری وجود دارد؟



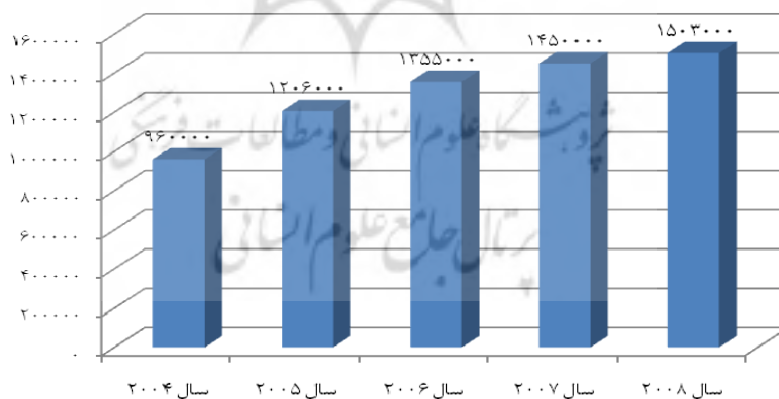
شکل ۱. توزیع گردشگران بر اساس درجه هتل و آمار کل گردشگران

جدول ۱ و شکل‌های ۱، ۲ و ۳ نشان می‌دهند که هر ساله بر آمار کلی گردشگران افزوده شده که بیشترین آن مربوط به سال ۲۰۰۸ است. همچنین جدول بالا و شکل ۲ نشان می‌دهند که گردشگران از هتل‌های

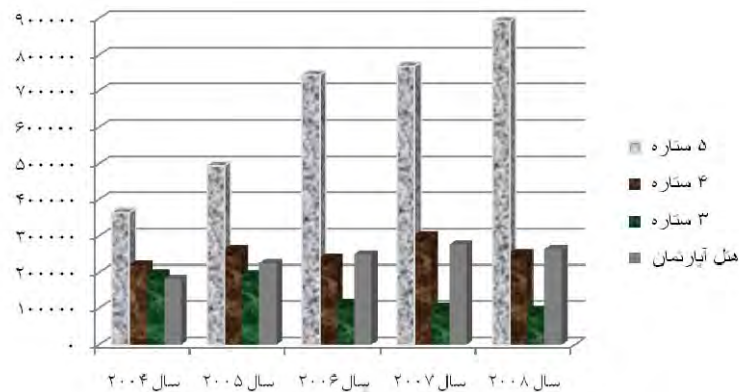
پنج ستاره بیشتر از سایر هتل‌ها استفاده کرده‌اند و این بهره‌مندی در سال‌های مختلف روندی افزایشی داشته است، در حالی که استفاده گردشگران از هتل‌های سه ستاره روندی کاهشی داشته است. استفاده از هتل آپارتمان‌ها تا سال ۲۰۰۷ روندی افزایشی داشته و اقامت در هتل‌های چهار ستاره در این سال‌ها نوسانات مختلفی داشته است. همچنین بخش استنباطی جدول نشان می‌دهد که در کل بین سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۴ و درجه هتل انتخابی توسط گردشگران رابطه معناداری در سطح ۰/۰۱ با قدرت (V کرامر=۰/۰۹۴) وجود دارد.

جدول ۱. توزیع گردشگران براساس درجه هتل و آمار کل گردشگران

سال	درجه هتل	پنج ستاره	چهار ستاره	سه ستاره	هتل آپارتمان	آمار کل گردشگران	خی دو	V کرامر	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه
۲۰۰۴		۳۶۵۰۰۰	۲۲۰۰۰۰	۱۹۸۰۰۰	۱۸۲۰۰۰	۹۶۰۰۰۰					
۲۰۰۵		۴۹۴۰۰۰	۲۶۳۰۰۰	۱۹۵۰۰۰	۲۲۴۰۰۰	۱۲۰۶۰۰۰					
۲۰۰۶		۷۴۴۰۰۰	۲۳۹۰۰۰	۱۱۵۰۰۰	۲۴۸۰۰۰	۱۳۵۵۰۰۰	۶/۱۴۶۱۹۴	۰/۰۹۴	۹	۰/۰۰۰۱	وجود رابطه معنی دار
۲۰۰۷		۷۶۸۰۰۰	۳۰۲۰۰۰	۱۰۴۰۰۰	۲۷۶۰۰۰	۱۴۵۰۰۰۰					
۲۰۰۸		۸۹۲۰۰۰	۲۵۲۰۰۰	۹۵۰۰۰	۲۶۳۰۰۰	۱۵۰۳۰۰۰					



شکل ۲. تعداد گردشگران منطقه ابوظبی در سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸



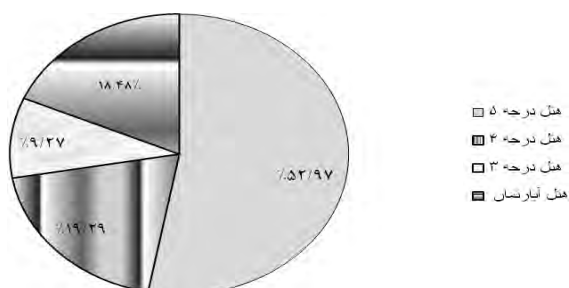
شکل ۳. توزیع گردشگران منطقه ابوظبی براساس درجه هتل در سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸

آیا بین مهمانان با ملیت‌های مختلف و سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ رابطه معناداری وجود دارد؟

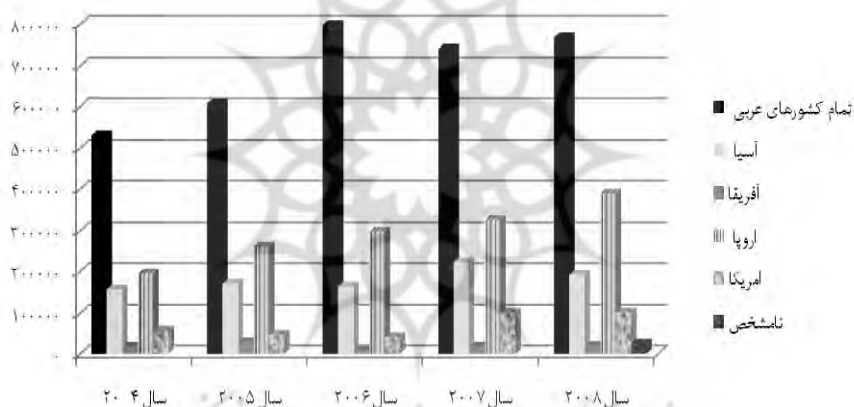
جدول ۲ و شکل ۴، نشان می‌دهند که بیشترین گردشگران منطقه ابوظبی از کشورهای عربی بوده و اوج آن در سال ۲۰۰۶ بوده است و گردشگران اروپایی و آسیایی در اولویت بعدی قرار دارند. کمترین گردشگران منطقه ابوظبی آفریقایی‌ها بوده‌اند. اگرچه تعداد گردشگران آمریکایی در دو سال اخیر رشد چشمگیری داشته، گردشگران اروپایی روند افزایشی اندکی نشان می‌دهند و آمار آسیایی‌ها تغییرات محسوسی در این سال‌ها نداشته است. همچنین بخش استنباطی جدول نشان می‌دهد که در کل بین مهمانان با ملیت‌های مختلف و سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ رابطه معناداری در سطح  $0/01$  با قدرت  $V$  کرامر=  $0/096$  وجود دارد.

جدول ۲. توزیع گردشگران براساس ملیت و منطقه جغرافیایی

نتیجه	سطح معناداری	درجه آزادی	V کرامر	نسبت $\chi^2$	قاره آمریکا				تمام کشورهای عربی	مناطق سال
					اروپا	آفریقا	آسیا	آسیا		
وجود رابطه معنی دار	0/001	18	0/096	7/183315	58000	195000	18000	156000	532000	2004
					47000	261000	29000	170000	608000	2005
					41000	298000	9000	163000	798000	2006
					101000	226000	18000	223000	741000	2007
					102000	289000	20000	192000	768000	2008



شکل ۴. درصد توزیع گردشگران براساس درجه هتل



شکل ۵. توزیع گردشگران منطقه ابوظبی براساس ملیت و منطقه جغرافیایی در سال های ۲۰۰۴-۲۰۰۸

آیا بین مهمانان با ملیت های مختلف و محل اقامت آنان (هتل یا هتل آپارتمان) رابطه معناداری وجود دارد؟ جدول ۳ نشان می دهد که بیشتر گردشگران اروپایی (۹۴/۲ درصد) هتل ها را اقامتگاه خود انتخاب کرده اند و بیشترین گردشگران استفاده کننده از هتل آپارتمان ها (۲۱/۹ درصد) از کشورهای عربی (عرب زبان) بوده اند. از نظر آمار استنباطی نیز رابطه معناداری در سطح ۰/۰۱ بین ملیت گردشگران و انتخاب محل اقامتشان وجود دارد که قدرت این رابطه براساس عامل V کرامر برابر ۰/۲۱ است.

جدول ۳. توزیع گردشگران براساس ملیت و محل اقامت

نتیجه	سطح معناداری	درجه آزادی	V کرامر	p	کل	هتل آپارتمان		هتل		مکان ملیت‌ها
						درصد گردشگران	فراوانی گردشگران	درصد گردشگران	فراوانی گردشگران	
وجود رابطه معنادار	۰/۰۰۱	۶	۰/۲۱	۳۳۰۵۶	۳۱۹۳۴۹۷	۲۱/۹	۶۹۷۸۰۲	۷۸/۱	۲۴۹۵۶۹۵	کشورهای عربی
					۷۴۵۷۹۷	۲۱/۲	۱۵۸۳۵۹	۷۸/۸	۵۸۷۴۳۸	آسیا
					۶۸۳۹۷	۱۸/۶	۱۲۶۹۳	۸۱/۴	۵۵۷۰۴	استرالیا
					۷۶۹۰۳	۱۲/۲	۹۳۸۱	۸۷/۸	۶۷۵۲۲	آفریقا
					۱۱۸۴۸۳۶	۵/۸	۶۸۸۰۸	۹۴/۲	۱۱۱۶۰۲۸	اروپا
					۲۹۶۱۲۸	۱۸/۳	۵۴۱۱۸	۸۱/۷	۲۴۲۰۱۰	آمریکا

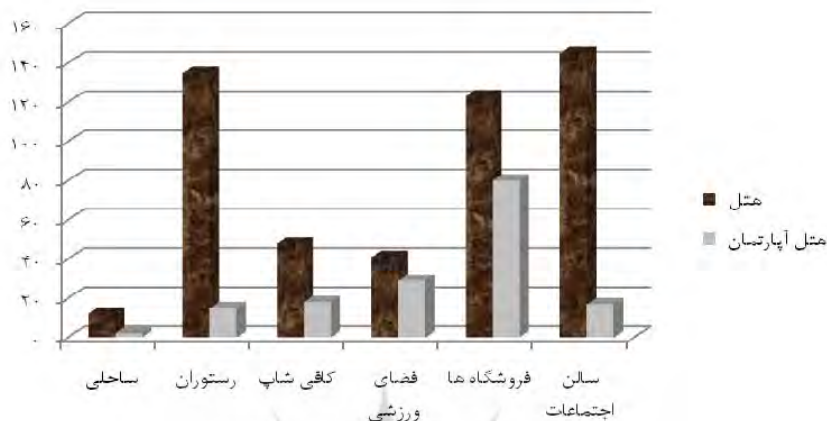
امکانات هتل‌ها و هتل آپارتمان‌های ابوظبی برای پذیرایی از گردشگران چگونه است؟

جدول ۴ و شکل ۶، به‌وضوح ظرفیت بالای منطقه ابوظبی را با ۹۴ هتل و هتل آپارتمان و امکانات و تسهیلات ورزشی و رفاهی برای پذیرایی از تقریباً دو میلیون گردشگر در سال را نشان می‌دهند که گردشگران می‌توانند از جاذبه‌های آن بهره‌مند شده و از تمام تسهیلات رفاهی، خدماتی، تفریحی و ورزشی به حد کافی برخوردار شوند.

جدول ۴. امکانات هتل‌ها و هتل آپارتمان‌های ابوظبی

ظرفیت سالانه پذیرش گردشگر (۲۰۰۸)	سالن اجتماعات	فروشگاه	فضای ورزشی	کافی شاپ	رستوران	امکانات (فراوانی)		محل اقامت
						ساحلی (امکانات ورزش‌های آبی)	تعداد	
۱۵۵۰۰۰	۱۴۵	۱۲۳	۴۱	۴۸	۱۳۵	۱۲	۴۸	هتل
۳۲۹۰۰۰	۱۷	۸۰	۲۹	۱۸	۱۵	۲	۴۶	هتل آپارتمان
۱۸۷۹۰۰۰	۱۶۲	۲۰۳	۷۰	۶۶	۱۵۰	۱۴	۹۴	کل





شکل ۶. وضعیت و ظرفیت هتل‌ها و هتل آپارتمان‌های ابوظبی و امکانات خدماتی، رفاهی و ورزشی آنها در سال ۲۰۰۸

عوامل مرتبط با گردشگری ابوظبی و تغییرات آنها طی سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ چگونه بوده است؟ جدول ۵، نشان می‌دهد که در تمام موارد مانند تعداد گردشگران، تعداد اتاق هتل‌ها، تعداد مشاغل ایجادشده مستقیم و غیرمستقیم از گردشگری، متوسط طول اقامت، متوسط درآمد تفریحات ورزشی و غذا و درآمد کل گردشگری ابوظبی از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۸ افزایش محسوسی داشته است.

جدول ۵. وضعیت گردشگری و عوامل مرتبط با آن

عوامل	سال ۲۰۰۴	سال ۲۰۰۸	مقدار تغییرات
تعداد گردشگران ورودی	۹۶۰/۰۰۰	۱/۵۰۰/۰۰۰	۱/۵۶
تعداد اتاق‌های هتل‌ها	۶/۴۰۰	۱۶/۸۰۰	۲/۷
متوسط طول اقامت (روز)	۲/۶۰	۳/۱۱	۱/۱۹
تعداد مشاغل ایجادشده مستقیم و غیرمستقیم از گردشگری ابوظبی	۹۵/۰۰۰	۲۱۰/۰۰۰	۲/۲۱
متوسط درآمد بخش تفریحات ورزشی و غذا در روز (درهم)	۳۷۰	۸۴۷	۲/۲۸
درآمد کل گردشگری ابوظبی (میلیارد درهم)	۳/۵۵	۳/۹	۱/۰۹



جدول ۷، نشان می‌دهد که رابطه معناداری در سطح ۰/۰۱ بین نوع اقامتگاه و موقعیت ساحلی آن وجود دارد. براساس عامل V کرامر قدرت این رابطه ۰/۲۹۰ نشان داده شده است.

#### آیا بین نوع اقامتگاه و فضای ورزشی رابطه‌ای وجود دارد؟

جدول ۸، نشان می‌دهد که با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که رابطه معناداری بین نوع اقامتگاه و داشتن فضای ورزشی وجود دارد که قدرت این رابطه براساس عامل V کرامر ۰/۴۲۶ نشان داده شده است.

جدول ۸. رابطه بین اقامتگاه و فضای ورزشی

نتیجه	در چه سطح معناداری	V کرامر	خی دو	کل	بیش از یک فضای ورزشی	یک فضای ورزشی	فاقد فضای ورزشی	
رابطه معنادار				۴۸	۳	۳۵	۱۰	هتل
در سطح ۰/۰۱	۰/۰۰۱	۰/۴۲۶	۱۷/۰۷					
				۴۶	۴	۱۴	۲۶	هتل آپارتمان

#### وضعیت رشته‌های ورزشی فعال در ابوظبی طی سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸

جدول ۹، نشان می‌دهد که امکان استفاده از بسیاری ورزش‌های متنوع میدانی، آبی، بیابانی، ساحلی و غیره در امارت ابوظبی در قالب بازی‌ها و ورزش‌های تفریحی، مسابقات منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی وجود دارد و گردشگران می‌توانند هم در این ورزش‌های تفریحی شرکت جویند و هم تماشاگر این رقابت‌های مهیج و بین‌المللی باشند.

جدول ۹. وضعیت انواع رشته‌های ورزشی فعال در منطقه ابوظبی

ردیف	ورزش‌های بیابانی	ورزش‌های آبی	ورزش‌های راکتی	ورزش‌های میدانی رقابتی	ورزش‌های ساحلی	ورزش‌های هوایی	سایر ورزش‌ها
۱	شترسواری	قایق‌های پارویی چندنفره	اسکواش	اسب‌دوانی	فوتبال ساحلی	نمایش با هواپیمای کوچک (زدبال)	بدنسازی با دستگاه های جیم
۲	اسب سواری	قایق‌های یک‌نفره	بدمینتون	پرش با اسب	والیبال ساحلی	نمایش‌های هوایی العین	ماراتن
۳	پرواز شاهین	اسکی روی آب	تنیس خاکی	حرکات نمایشی با اسب	هندبال ساحلی	کایت سواری	نیمه‌ماراتن

۴	دو صحرانوردی	چتر اسکی روی آب	تنیس چمن	شترسواری	پیاده روی ساحلی	بالن سواری	سه گانه
۵	اتومبیلرانی (رالی)	غواصی	تنیس تارتان	حرکات نمایشی با شتر	حمام آفتاب	پاراگلایدر	شنا داخل استخر
۶	ماسه نوردی (سفاری) با اتومبیل ۴×۴	شنای استقامتی	پینگ پنگ	چوگان	چتر بازی	سونا	
۷	موتورسواری	جت اسکی	کریکت			ماساژ	
۸	ماشین های با چرخ های عاج بلند	قایق موتورجت (فرمول یک)	راگبی			دو چرخه سواری	
۹	بالن سواری	قایق های بادبانی	گلف چمن			پیاده روی	
۱۰	گلف ماسه ای	هاور کراس	هاکی روی یخ			بسکتبال خیابانی	
۱۱	اسکی روی ماسه - شن	موج سواری	پاتیناژ			رقص باله	
۱۲	ماسه نوردی	شنا در چشمه های آب گرم و معدنی	اسنوکر			تای چی	
۱۳	کوهنوردی		فوتبال			رقص جاز	
۱۴	صخره نوردی		اتومبیلرانی (فرمول یک)			ایروبیک	
۱۵						شطرنج	

### بحث و نتیجه گیری

بررسی وضعیت و ظرفیت هتل ها و هتل آپارتمان ها در ابوظبی طی سال های ۲۰۰۸-۲۰۰۴ نشان داد که هر ساله بر آمار کلی گردشگران افزوده شده که بیشترین آن مربوط به سال ۲۰۰۸ است و نیز گردشگران از هتل های پنج ستاره بیشتر از سایر هتل ها استفاده کرده اند، این در حالی است که استفاده از هتل های سه ستاره رو به کاهش نهاده است. همچنین در کل بین سال های ۲۰۰۸-۲۰۰۴ و درجه هتل انتخابی توسط گردشگران رابطه معناداری در سطح ۰/۰۱ و با قدرت  $V$  کرامر = ۰/۰۹۴ یافت شد. شاید یکی از دلایل انتخاب هتل های پنج ستاره توسط گردشگران متمول اروپایی و آمریکایی این است که می خواهند ضمن اقامت در این گونه هتل ها، از تفریحات

ورزشی و امکانات رفاهی (دریا و ساحل و تفریحات ورزشی مربوطه) نیز استفاده کنند.

همچنین بین مهمانان با ملیت‌های مختلف و سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۴ رابطه معناداری در سطح ۰/۰۱ مشاهده شد. بیشترین گردشگران امارت ابوظبی از کشورهای عربی بوده و اوج آن در سال ۲۰۰۶ بوده و اولویت‌های بعدی از آن گردشگران اروپایی و آمریکایی است و کمترین گردشگران مربوط به قاره آفریقا بودند. با این حال تعداد گردشگران در دو سال اخیر رشد چشمگیری داشته است. شاید یکی از دلایل بیشتر بودن تعداد گردشگران کشورهای عرب‌زبان به دلیل تشابهات فرهنگی و مذهبی ابوظبی به‌عنوان یک منطقه عربی اسلامی باشد، به‌طوری که ابوظبی را شهر مساجد هم می‌دانند و اینکه عرب‌ها به‌طور معمول همراه با خانواده سفر می‌کنند. براساس شکل ۳، بیش از ۸۰ درصد گردشگران منطقه ابوظبی مهمانان هتل‌های مختلف بودند و کمتر از ۲۰ درصد در هتل آپارتمان‌ها اقامت داشته‌اند. البته مهمانان اصلی هتل آپارتمان‌ها (جدول ۳) گردشگران عرب‌زبان مسلمان هستند که شاید به دلیل مسافرت‌های خانوادگی و صرفه‌جویی در هزینه‌ها و تمکن مالی کمتر آنها باشد.

بررسی ظرفیت‌های گردشگری ورزشی ابوظبی طی سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۴ به‌وضوح ظرفیت بالای امارت ابوظبی با ۹۴ هتل و هتل آپارتمان و امکانات و تسهیلات ورزشی و رفاهی برای پذیرایی از حدود دو میلیون گردشگر در سال را نشان می‌دهد و گردشگران می‌توانند از جاذبه‌های آن بهره‌مند شده و از تمام تسهیلات رفاهی، خدماتی، تفریحی و ورزشی به مقدار کافی برخوردار شوند. شاید علت این موفقیت در رسیدن به ظرفیت زیاد پذیرش گردشگر برای یک شهر در طول سال، هدف‌گذاری و سیاست‌های صحیح و منطقی از طرف مسئولان سازمان گردشگری و به‌دنبال آن مدیریت اجرایی برگرفته از تجارب کارشناسان و محققان موفق دیگر کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری باشد. این نکته حائز اهمیت است که محقق از نزدیک با مدیران اجرایی سازمان گردشگری مصاحبه کرده و جویا شده است که آنها در کشورهای خود انتخاب شده و برای کار به ابوظبی دعوت شده‌اند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات کزاک (۲۰۰۲) و لیو (۲۰۰۱)، که بر جغرافیای ورزشی و جغرافیایی گردشگری تأکید دارند، مطابقت دارد (۷،۲). همچنین میزبانی مسابقات و رویدادهای ورزشی بین‌المللی و جشنواره‌ها و فستیوال‌های هنری، فرهنگی و علمی و برگزاری نمایشگاه‌های متعدد با موضوعات مختلف در طول سال، می‌تواند یکی از عوامل مهم جذب گردشگران باشد، به‌طوری که در تقویم سالانه ابوظبی تقریباً در طول هفته، حداقل یک رویداد مهم را می‌توان مشاهده کرد که از طریق رسانه‌ها، مجلات و سایت‌های اینترنتی به اطلاع گردشگران می‌رسد. از طرفی ظرفیت زیاد و کیفیت مطلوب شرکت‌های هواپیمایی امارت ابوظبی از جمله شرکت اتحاد و خلیج با پروازهای بدون

توقف به شهرهای مهم جهان و استفاده از هواپیمای مدرن و مجهز به تسهیلات رفاهی در طول سفر، تردد گسترده گردشگران را به این امارت تسهیل کرده است.

یافته‌ها نشان داد که در تمام شاخص‌های گردشگری مانند تعداد گردشگران، تعداد اتاق‌ها، تعداد مشاغل ایجادشده مستقیم و غیرمستقیم از گردشگری، متوسط طول اقامت، متوسط درآمد تفریحات ورزشی و غذا و درآمد کل گردشگری ابوظبی از سال ۲۰۰۴ تا سال ۲۰۰۸ افزایش محسوسی داشته است. همچنین بررسی‌ها نشان داد که تقریباً متوسط درآمد اتاق در یک روز با متوسط درآمد غذا و تفریحات ورزشی در یک روز برابری می‌کند. شاید علت این موضوع امکانات، تسهیلات رفاهی و ورزشی، تفریحات سالم، کلوپ‌های شبانه و رستوران‌های مجلل با سرو انواع غذاهای مطلوب ذائقه‌های مختلف گردشگران باشد و این موضوع مهمی است که مسئولان گردشگری ابوظبی را ترغیب کرده که هتل‌ها و اقامتگاه‌ها را در کنار سواحل و جزایر اطراف ابوظبی احداث کنند تا پاسخگوی نیازهای گردشگران باشند و امکان دسترسی آسان به ساحل و ورزش‌های آبی برای آنها فراهم باشد و در کنار آن رستوران‌ها و غذاخوری‌ها را احداث می‌کنند تا گردشگران مجبور به جابه‌جایی از نقطه‌ای به نقطه دیگر شهر نباشند. از این رو این ترکیب همزمان موجب درآمد تقریباً مساوی هتل و تفریحات ورزشی و غذاخوردن در یک روز می‌شود.

یافته‌ها نشان داد که رابطه معناداری در سطح ۰/۰۱ بین نوع اقامتگاه و موقعیت ساحلی آن وجود دارد. همچنین بین نوع اقامتگاه و داشتن فضای ورزشی رابطه معناداری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات هال و پیچ (۱۹۹۹)، لیو (۲۰۰۱) در مورد توانمندی‌های محیط، چو (۲۰۰۱) در مورد ورزش‌های سنتی، یاماگوشی (۲۰۰۲) در مورد طبیعت زیبا و مکان‌های دیدنی (۱۳)، کزاک (۲۰۰۰) در مورد آب‌وهوا، محل جغرافیایی مقصد (۲)، بول (۲۰۰۵)، وید (۲۰۰۶)، هینچ و هیگام (۲۰۰۶) که همگی بر محیط فیزیکی توانمند، منابع و موقعیت برای توسعه گردشگری تأکید دارند، همخوانی دارد. به‌طور کلی براساس یافته‌ها، گردشگران ورزشی و به‌ویژه علاقه‌مندان به ورزش‌های آبی، مهم‌ترین عامل برای انتخاب نوع اقامتگاه را ساحلی بودن آن و سپس برخورداری هتل از امکانات ورزشی به‌ویژه ورزش‌های آبی می‌دانند که در ابوظبی شاهد ساخت این هتل‌ها هستیم و هر روزه به تعداد آنها افزوده می‌شود (۱۲).

بررسی وضعیت رشته‌های فعال در ابوظبی طی سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ نشان داد که امکان استفاده از بسیاری ورزش‌های متنوع میدانی، آبی، بیابانی، ساحلی و غیره در امارت ابوظبی در قالب بازی‌ها و ورزش‌های

تفریحی، مسابقات منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی وجود دارد و گردشگران می‌توانند هم در این ورزش‌های تفریحی شرکت جویند و هم از تماشاگران این رقابت‌های مهیج و بین‌المللی باشند. با نگاه اجمالی به تقسیم‌بندی رویدادها و رشته‌های ورزشی فعال در ابوظبی به‌وضوح در می‌یابیم که علاوه بر رشته‌های ورزشی متناسب با شرایط اقلیمی و آب‌وهوایی مانند ورزش‌های آبی، ساحلی، بیابانی، ماجراجویانه و ورزش‌های بومی سنتی که خاص امارت ابوظبی است، امکانات برگزاری و تماشای سایر ورزش‌های رایج دنیای مدرن امروزی هم در شهر وجود دارد و بیشتر گردشگران ورزشی با هر نوع سلیقه می‌توانند هم به فعالیت در آن رشته بپردازند و هم تماشاگر مسابقات و رویدادهای ورزشی براساس تقویم سالیانه ابوظبی باشند.

به‌طور کلی موفقیت امارت ابوظبی در تبدیل شدن به قطب گردشگری ورزشی و افزایش ظرفیت گردشگری و توانمندی در جذب گردشگران و کسب درآمدهای هنگفت ارزی، مبنی بر استفاده صحیح و مدیریت‌شده از منابع طبیعی و محیط جغرافیایی امارت ابوظبی و فراهم آوردن تسهیلات و خدمات کیفی و کمی گردشگری برای جذب گردشگران بین‌المللی بوده است.

### منابع و مآخذ

۱. پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی مهدی، (۱۳۸۵). "گردشگری (ماهیت و مفاهیم)". انتشارات سمت، چاپ اول، ص ۵-۸.
۲. هنرور، افشار، (۱۳۸۴). "عوامل مؤثر بر گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش و مدیران گردشگری". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته تربیت بدنی، دانشگاه تربیت معلم، ص ۱۱.
3. Bull C. (2005). "Sport tourism Destination resource analysis". In J.E.S.igham(Ed). Sport tourism.(p:27) .
4. Chalip L.& Costa C.(2006). "Builing sport event tourism into the destination brand: Foundations for a general theory". In H. Gibson (Ed) sport tourism: Concepts and theories London: Routledge. pp:86-105 .

5. Daniel C. Funk & Tennill J. Bruun (2007). **“The role of socio psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: A cross cultural perspective”**. *tourism management*. Elsevier Vol, 28 pp: 806-819.
6. Higham J.E.S. (2006). **“port tourism as an attraction for managing seasonality”**. In H. Gibson (Ed) *Sport tourism: Concepts and theories*. Oxon: Routledge. *Journal of Sport & Tourism* 47. pp: 106-130
7. Higham. J & Hinch . T (2006) *Sport and Tourism Reserch: A Geographic Approach*. *Journal of Sport & Tourism* pp: 31-49.
8. Hinch T.D & Higham J. (2005). **“Sport tourism and authenticity”**. *European Sport Management Quarterly* 5(3); pp: 243-256.
9. Kesenne S. (2005). **“Do we need an economic impact study or a cost-benefit analysis of a sport event?”** *European Sport Management Quarterly* 5; pp: 133-142. 234.
10. Kim S. S. & petrick J. f. (2005). **“Residents perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city”**. *Tourism Management* 26; pp: 25-38.
11. Solberg.H.& Preuss.H (2007). **“Major sport events and long-term tourism impacts”**. *Journal of sport Management* 21 pp: 213-234.
12. weed M. (2005). **“Sport tourism theory and method\_ Concepts issues and Epistemologis”**. *European Sport Management Quarterly* 3; pp: 229-242.
13. Yamaguchi Y. (2002). **“Sport tourism sport volunteer and sport for all”**. *Journal of Asian sport for All* . 1 pp: 29-36.