راهبرد توسعهٔ ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج با استفاده از تحلیل SWOT

چالاک مجیدی *، مهرداد محرم زاده**

* کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

** استاد دانشگاه محقق اردبیلی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۹/۲۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۲/۲۴

چکیده

در سال‌های اخیر، با گسترش فن‌آوری و تغییر سبک زندگی در جوامع مختلف، ورزش‌های ماجراجویانه به‌منزلهٔ حوزه‌ای جدید از فعالیت‌های ورزشی با سرعت زیادی در حال رشد است و در جوامع مختلف علاقه‌مندان خود را جذب کرده است. اهمیت اوقات فراغت و به‌تبع آن، گردشگری ورزشی باعث می‌شود تا این مسئله خود را حوزه‌ای مهم برای تحقیق و پژوهش علمی نشان دهد. هدف از این پژوهش، تعیین راهبردهای توسعهٔ ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج است. روش این پژوهش توصیفی و از نوع مطالعات موردی و از لحاظ هدف کاربردی است. نمونهٔ آماری با توجه به حجم جامعه تمام شمار (n=N=۳۹) در نظر گرفته شد. برای تحلیل موقعیت راهبردی از تحلیل SWOT برای برررسی عوامل محیطی داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) استفاده شد. جهت جمع‌آوری اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و مرور ادبیات و پیشینهٔ تحقیق، مصاحبه و پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته استفاده شد. با توجه به نمرهٔ نهایی ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی (۲,۶۹۸) و ارزیابی عوامل خارجی(۲,۵۵۴)، مشخص شد که جایگاه ورزش‌های ماجراجویانهٔ شهر سنندج در منطقهٔ SO (تهاجمی) قرار دارد. ازاین‌رو، به‌جهت قرارگیری در این ناحیه پیشنهاد می‌شود تمرکز راهبردهای توسعه بر راهبردهای تهاجمی باشد.

کلید واژه‌ها: راهبرد، ورزش‌های ماجراجویانه، سنندج، اوقات فراغت، SWOT.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

مقدمه

از تعاریف متعددی که درباب ورزش همگانی ارائه شده است، می‌توان به یک تعریف کلی دست یافت: ورزش همگانی، ورزش برای همه در هر سنی، جنسی، نژادی با کمترین هزینه و با هدف سلامتی و بهبود زندگی همهٔ انسان‌ها است. درواقع، فعالیت بدنی انرژی‌های ذخیره‌شدهٔ افراد را به قدرت تبدیل می‌کند و در حد ممکن انگیزه‌هایی در مردم برای ورزش‌کردن به‌وجود می‌آورد تا اوقات فراغت فعال داشته باشند (۱).

اهمیت روزافزون اوقات فراغت و تفریحات سالم و به تبع آن گردشگری ورزشی و نقش انکارناپذیر این پدیده‌ها در اقتصاد، فرهنگ و دیگر مسائل جامعه باعث می‌شود تا این مسئله خود را حوزه‌ای مهم برای تحقیق و پژوهش علمی نشان دهد. صنعت ورزش‌های ماجراجویانه در سال‌های اخیر رشد زیادی در سراسر جهان داشته است و ازاین‌رو، انقلاب صنعت ورزش‌های ماجراجویانه حوزهٔ جالب توجهی برای تحقیق و پژوهش است. طبیعت سودمند این صنعت، که براساس شمار بسیار مشارکت‌کنندگان (شرکت کنندگان و حامیان و سرمایه‌گذاران) استوار است، ضرورت درک بیشتر ماهیت این بخش را به‌دنبال دارد (۲).

ورزش‌های ماجراجویانه[1] بخش نسبتاً جدیدی از ورزش همگانی محسوب می‌شود که شاید تعریف ویتن[2] (۲۰۰۳) بهترین تشریح از آنها باشد که تاریخ ویژه، هویت و الگوی تکامل آنها را در خود دارد. از نظر او تعریف ویژگی‌های اصلی این ورزش‌ها شامل موارد ذیل است:

- از لحاظ تاریخی پدیده‌ای جدید هستند؛
- بر مشارکت اجتماعات محلی تأکید دارند؛
- این ورزش‌ها براساس استفاده از وسائل یا تمرینات جدید هستند؛
- التزام زمان و پول و سبک زندگی از جمله هویت اجتماعی مورد بحث است (استام و لامپرچت، ۱۹۹۷؛ میدُل[3] و بروير،[4] ۱۹۹۵)؛
- ایدئولوژی مشارکت آنها عبارت است از "زندگی در لحظه"؛
- شرکت‌کنندگان عموماً از طبقهٔ متوسط هستند؛
- گرایش اغلب مشارکت‌کنندگان فردی است (استقلال)؛
- مشارکت‌کنندگان غیر پرخاشگر اما پذیرای مولفه‌های خطرجویی هستند؛
- مشارکت‌کنندگان در فضای بیرون فعالیت می‌کنند که حد و مرزی ندارد(۳).

مشارکت در ورزش‌های ماجراجویانه نیز به‌منزلهٔ حوزه‌ای نسبتاً جدید از ورزش در سال‌های اخیر در سراسر جهان به‌طور درخور توجهی در حال افزایش است(۴). کشور ما نیز به‌واسطهٔ ماهیت سریع انتقال اطلاعات در دنیای امروز از این قاعده مستثنا نیست و افزایش روزافزون مشارکت در این رشته‌ها را می‌توان مشاهده کرد.

شهر سنندج نیز، در جایگاه یکی از شهرهای فعال در زمینهٔ ورزش، درحال تجربهٔ این افزایش مشارکت است. در برخی رشته‌ها مانند دوچرخه کوهستان،[5] قایقرانی آب‌های خروشان،[6] سفر با کوله‌پشتی[7] و کمپینگ، صخره‌نوردی و... از دیرباز فعالیت وجود داشته و برخی از این رشته‌ها نیز مثل پارکور،[8] دوچرخه تریال،[9] دوچرخه دانهیل،[10] دوچرخهBMX، پاراگلایدرسواری،[11] موتورکراس و... نیز به‌تازگی از جانب علاقه‌مندان پیگیری می‌شود و روز به روز بر علاقه‌مندان و فعالان آنها افزوده می‌شود(۵).

این ورزش‌ها تا اندازه‌ای با علوم نو و فن‌آوری ممکن شده است و به بشر اجازه داده است تا کارهای فرابشری انجام دهد و به مبارزه با قوانین طبیعت بپردازد. همچنین، پارادوکس طعنه‌آمیز موجود در زندگی صنعتی این است که خود فن‌آوری (مثل دوچرخه) برای فرار از زندگی صنعتی امکانات و تجهیزات را برای افراد فراهم می‌آورد(۶). دو گرایش مهم در ورزش نشان‌دهندهٔ تغییر سطوح افق آیندهٔ

1. Adventure sports
2. Wheaton
3. Midol
4. Broyer
5. Cross Country Cycling
6. White water canoeing
7. Backpaking
8. Parkour
9. Trial
10. Downhill
11. Paragliding

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

ورزش[1] است. تمایل سبز، که ورزش‌ها را از محیط ویژهٔ ورزشی به سمت فضای باز برمی‌گرداند (مثل اسکی، دویدن) و جنبش خنثی‌سازی،[2] برای امتناع از رقابت (یوگا، طبیعت‌گردی) پدیدار شدند (۷). مشارکت اعضای این انقلاب در این‌گونه فعالیت‌ها جهت تجربهٔ خویشتن، جست‌وجوی لذت از فعالیت جسمانی، دوست‌یابی، لذت از هوای تازه و فرار از کار بوده است(۸).

تاملینسون[3] و همکاران (۲۰۰۵) بیان کردند که به‌نظر می‌رسد شرکت‌کنندگان افراد بالای ۱۹ سال، مجرد بدون فرزند و از طبقهٔ اجتماعی–اقتصادی بالاتر هستند. در کل، از بررسی ادبیات موجود می‌توان گفت شرکت‌کنندگان ورزش‌های ماجراجویانه مردان جوان نسل Y[4] هستند(۹). البته به دلیل فرهنگ این ورزش‌ها، که رسمی و نهادی نیستند، ارائهٔ آمار دقیق شرکت‌کنندگان آن سخت است، اما از طریق میزان فروش تجهیزات می‌توان محبوبیت آن را نشان داد که مثلاً در امریکا فروش تجهیزات این رشته‌ها از بیس‌بال، که ورزش سنتی و محبوبی به حساب می‌آید، پیشی گرفته است(۱۰). این وضعیت در بریتانیا هم صادق است (۱۱، ۱۲، ۱۳). مرور ادبیات موجود نشان می‌دهد که ظهور این ورزش‌ها را می‌توان به تغییر نسل و انقلاب فن‌آوری و جامعه منسوب کرد. توسعهٔ تجهیزات و محصولات جدید که به‌واسطهٔ فن‌آوری ایجاد شده و تمرین در موقعیت‌های امن‌تر را ممکن کرده است افزایش محبوبیت ورزش‌های ماجراجویانه و ایجاد گونه‌های جدید فعالیت را به دنبال داشته است (۱۵). با وجود علاقهٔ روبه‌رشد موجود در این حوزه، مشاهده می‌شود که ادبیات تحقیق محدودی وجود دارد(۴). در داخل کشور تحقیقاتی درخصوص شناخت و برنامه‌ریزی در حوزهٔ ورزش‌های ماجراجویانه اما در حوزه گردشگری، قدیری و وثوقی(۱۳۸۴) در نتایج خود در خصوص توسعهٔ گردشگری ماجراجویانه راهکارهایی از قبیل شناسایی و مکان‌گزینی سایت‌های مناسب، ایجاد زیرساخت‌های لازم با رویکرد توسعهٔ پایدار، ایجاد فدراسیون گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه، دعوت به سرمایه‌گذاری و فراهم‌کردن زمینه‌های لازم برای برگزاری مسابقات بین‌المللی در این حوزه را پیشنهاد کردند (۱۶). در تحلیل فرصت‌های گردشگری ماجراجویانه منطقهٔ گرندکچ[5] برای توسعهٔ اقتصادی آلبرتا[6](کانادا) در سال ۲۰۰۱، راهبردهایی کاربردی شناسایی شد که بر توسعهٔ تولید، مدیریت منابع، درگیرکردن اجتماع و توسعهٔ بازار تمرکز داشت و درنهایت این منطقه را مقصدی مناسب جهت گردشگری ماجراجویانه معرفی کرد و به تشریح مؤلفه‌های آن پرداخت (۱۷). کارل‌آی‌کارتر (۲۰۰۴) به بررسی خطرهای فعالیت‌های ماجراجویانه پرداخت و اظهار کرد موفق‌ترین گردانندگان گردشگری ماجراجویانه آنهایی هستند که از سطح خطر حقیقی خود بکاهند، درحالی‌که به شیوه‌ای اثربخش هیجان اصلاح‌شده را ارائه دهند؛ چراکه مشارکت‌کنندگان به‌دنبال ترس و هیجان به این فعالیت‌ها می‌آیند (۱۸). در زمینهٔ فعالیت‌های ماجراجویانه در فضاهای باز آموزشی، در دو تحلیل گسترده، مدارکی از اثر برنامه‌های ماجراجویانه، فضای باز برای افراد جوان گزارش شده است(۱۹و۲۰). در این مطالعات شواهدی حاکی از تأثیر مثبت این‌گونه فعالیت‌ها و برنامه‌ها بر نگرش و باورها و خودآگاهی مشارکت‌کنندگان به‌دست آمد (۲۱). چانگ و هوانگ[7] (۲۰۱۲) در مطالعهٔ انگیزش فعالیت مشتریان پاراگلایدر تفریحی، به بررسی همبستگی بین مؤلفه‌های مختلف انگیزشی و رفتاری در مشارکت‌کنندگان پرداختند. نتایج نشان‌دهندهٔ این امر بود که مشارکت مداوم در فعالیت مربوط به تعامل اجتماعی، ماهیت گرایش، ماجراجویی و چالش، سلامت جسمانی و رهایی از فشار روانی است (۲۲). برویک[8] (۲۰۱۰) با اشاره به سنت قدیمی در حوزهٔ فعالیت‌های ماجراجویانه و اینکه این ورزش‌ها ایده‌های کلیدی جوامع مدرن را نمایش می‌دهند بیان کرد که انتظار می‌رود در آینده این ورزش‌ها به رشد خود ادامه دهند و تقسیم‌بندی‌های بیشتری به خود بگیرند و اینکه نظریه‌های بسیاری با قدرت از وجود ورزش‌های ماجراجویانه در آینده خبر می‌دهند(۲۳). ظهور هر پدیدهٔ نو در جامعه و تغییراتی که می‌تواند در ساختار اجتماعی و فرهنگی ایجاد کند، نیازمند توجه و بررسی است؛ چراکه درصورت مواجههٔ بدون برنامه با یک پدیده، ممکن است کنترل آن پدیده با مشکل مواجه شود و جامعه نتواند از مزایای آن استفادهٔ لازم را ببرد یا مشکلات و آسیب‌های آن باعث ایجاد اختلال شود(۵). توجه به این مسئله که به‌دلیل ماهیت آزادی و فقدان ساختار و قانون در حوزهٔ فعالیت‌های ماجراجویانه و نبود سرپرست مشخص در این حوزهٔ امکان ایجاد مشکلات و مسائلی ناخواسته و ناخوشایند وجود دارد ضروری است، اما در جامعهٔ

1
2. Neutralization Movment
3. Tomlinson
۴. نسل وای که با نام نسل هزاره نیز شناخته می‌شود. محدوده تولد این نسل را می توان متعلق به سالهای ۱۹۷۸ تا ۱۹۹۵ دانست(۱۴).
5. Grande Cache
6. Alberta
7. Hsiao-Ming Chang and Yu-Ting Huang
8. Breivik

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

مدرن امروزی و گرایش بسیار شدید مردم به ماشینی‌شدن و به‌موجب کاهش فعالیت بدنی افراد و تهدید سلامت جسمانی و به‌تبع آن روحی–روانی جامعه، ظهور پدیده‌ای جدید و البته جذاب جهت احیای فعالیت بدنی جامعه و آشتی‌دادن جامعه با دنیای ورزش و تفریحات سالم می‌تواند فرصتی بسیار مناسب باشد. البته استفاده از این فرصت‌ها و ممانعت از بروز تهدیدهای موجود در این حوزه نیازمند داشتن برنامه است (۵). در جدول ۱، بخشی از مزایای این فعالیت‌ها ارائه شده است.

جدول ۱. مزایای ماجراجویی در فضای باز (۲۴)

بعد	مزایا
شخصی	• تجارب جدید: تلنگری در زندگی شرکت کنندگان و سپس افزایش جرئت تجربهٔ چیزهای نو • تجارب با خطر بالا: مواجهه با خطر درک‌شده ممکن است به فرد توان مقابله با ترس‌های خود را بدهد، رسیدن به اعتماد به نفس، ارتقای توانایی ازعهده انجام امور برآمدن • فرار: کسب رهایی از پیچیدگی‌ها و تنش‌های زندگی نوین • موفقیت: به فرد اجازه داده می‌شود تا حس شخصی سطح بالای موفقیت در اجرا را به‌دست آورد • دانش: یادگیری بیشتر افراد درباره خود و محیط • آمادگی جسمانی: فعالیت جسمانی به سوزاندن کالری کمک می‌کند و استقامت، قدرت و انعطاف‌پذیری را افزایش می‌دهد
اقتصادی	• حداقل سرمایه‌گذاری مالی: با هزینه‌ای معقول فعالیت‌هایی شاد و لذت‌بخش را فراهم می‌آورد
روانی اجتماعی	• اجتماعی شدن: فرصتی برای ملاقات افرادی با سلائق مشابه را فراهم می‌آورد • وحدت: همبستگی و انجام امور با هم را به دور از مزاحمت‌های زندگی روزمره ارتقا می‌دهد • همکاری و اعتماد: روابط بهتر از طریق همکاری، قدردانی، دلسوزی و احترام را ارتقا می‌بخشد • طبیعت و فضای باز: قدردانی از زیبایی شناختی و نگرانی برای طبیعت و مکان‌های رو به نابودی را ارتقا می‌دهد.

با توجه به اهمیت گردشگری، که یکی از مهم‌ترین بخش‌های فعالیت‌های ماجراجویانه است و رشد روزافزون گردشگری ماجراجویانه در سال‌های اخیر(۲۵)، همچنین موقعیت جغرافیایی سنندج و پتانسیل بسیار آن برای برخی از این فعالیت‌ها (خصوصاً ورزش‌های وابسته به کوه و رودخانه)(۵) و نبود مطالعات کافی در این حوزه، لازم است برای تعیین مسیری مشخص برای فعالیت و بررسی استراتژی منسجم جهت بهره‌گیری از مزایای موجود در این حوزه و جلوگیری از آسیب‌های احتمالی، موقعیت موجود مورد مطالعه و بررسی شود و با توجه به نتایج مطالعات برای برنامه‌ریزی اقدام شود.

مسئلهٔ اصلی محقق در این مطالعه شناخت هرچه بیشتر ورزش‌های ماجراجویانه و همچنین قوت‌ها و ضعف‌های محیط درونی و فرصت‌ها و تهدیدهای محیط بیرونی این حوزه در سنندج، جهت بررسی راهبرد توسعه برای این ورزش‌ها است.

روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر توصیفی از نوع مطالعات موردی و از لحاظ هدف کاربردی است. جامعهٔ آماری پژوهش، با توجه به ماهیت مطالعات راهبردی، مسئولان و صاحب‌نظران ورزش سنندج هستند. تعداد کل جامعهٔ آماری تحقیق حاضر ۳۹ نفر بودند که با توجه به ماهیت پژوهش و حجم محدود جامعهٔ آماری، نمونه به‌صورت تمام‌شمار انتخاب شد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول ۲. تعداد نمونه بر اساس سمت سازمانی

سمت	هیئت علمی رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی	کارشناس اداره کل ورزش و جوانان	کارشناس تربیت بدنی آموزش و پرورش	کارشناس ورزش سازمان امور پارک‌ها	کارشناس تربیت بدنی شهرداری	کارشناس ورزش سازمان گردشگری
تعداد	۱۴	۱۶	۵	۱	۱	۲

جهت تهیهٔ پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته با مطالعات کتابخانه‌ای در منابع موجود، مشاهدهٔ میدانی فعالیت‌ها، بررسی فیلم‌های مستند موجود در این حوزه، مصاحبه و نظرسنجی از فعالان رشته‌های ماجراجویانهٔ فعال در سنندج و صاحب‌نظران ورزش و استادان دانشگاه، فهرستی از قوت‌ها و ضعف‌های محیط داخلی و فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارجی این حوزه در سنندج به‌دست آمد. پس‌از تهیه این فهرست با مشاورهٔ پنج نفر از استادان مدیریت ورزشی، پرسش‌نامه در چند مرحله اصلاح و بازبینی شد روایی آن به تأیید استادان رسید. سؤالات به‌صورت طیف پنج ارزشی جهت اندازه‌گیری دیدگاه افراد در خصوص میزان تأثیر هرکدام از عوامل در توسعه ورزش‌های ماجراجوانه به‌صورت چهل سؤال شامل قوت‌ها (۱۰سوال)، ضعف‌ها (۹سوال)، فرصت‌ها (۸سوال) و تهدیدها (۱۳سوال) ارائه شد. در این تحقیق از آمار توصیفی جهت ارائهٔ داده‌های جمع‌آوری‌شده به‌صورت فراوانی، درصد و محاسبهٔ پراکندگی‌های مرکزی استفاده شده است. با استفاده از آزمون فریدمن، عوامل به‌دست آمده از دیدگاه نمونهٔ آماری اولویت‌بندی شد و پس‌از آن، با استفاده از ماتریس‌های عوامل داخلی و عوامل خارجی به بررسی تحلیل SWOT و راهبردهای لازم جهت برنامه‌ریزی پرداخته شد. همچنین، جهت انجام محاسبات از نرم‌افزار Microsoft Excel 2010 و برای ارائهٔ اطلاعات آمار توصیفی و آزمون فریدمن نیز از نرم‌افزار SPSS 18 استفاده شد.

یافته‌ها

این بخش به ارائهٔ یافته‌های حاصل از پژوهش می‌پردازد. در ابتدا، به رتبه‌بندی عوامل چهارگانه (قوت، ضعف، فرصت و تهدید) مورد بررسی در تحلیل SWOT و سپس به تحلیل SWOT پرداخته خواهد شد.

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، در رتبه‌بندی نقاط قوت تعیین‌شدهٔ ورزش‌های ماجراجویانهٔ شهر سنندج، مشخص شد که بالاترین رتبه را، تنوع آب‌وهوایی مناسب برای انجام رشته‌های مختلف ماجراجویانه در طول چهار فصل، و کمترین رتبه را تجربی بودن بیشتر این رشته‌ها و آموزش آسان، دارا بود.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول ۳. قوت‌های ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج به‌ترتیب میانگین رتبه‌ها

	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه
تنوع آب و هوایی مناسب برای انجام رشته‌های مختلف ماجراجویانه در طول چهار فصل	۴,۲۴	۰,۸۳	۷,۳۴
وجود علاقه، انگیزه و روحیه بالا در افراد فعال این رشته‌ها	۴,۰۵	۰,۷۰۵	۶,۵۸
وجود منابع طبیعی متنوع و جغرافیای مناسب برای رشته‌های مختلف ماجراجویانه	۳,۹۷	۰,۹۲۸	۶,۴۳
پتانسیل جذب گردشگری ماجراجویانه	۳,۸۶	۱,۰۰۴	۵,۹۷
ماهیت انعطاف‌پذیری، خلاقیت و فرصت سازی در رشته‌های ماجراجویانه	۳,۸۴	۰,۹۲۸	۵,۶۶
وجود علاقه‌مندی به ورزش‌های ماجراجویانه در سنین مختلف	۳,۷۳	۰,۹۳۲	۵,۴۷
تغییر نگرش مثبت مردم به ورزش و فعالیت بدنی در اوقات فراغت	۳,۵۷	۰,۹۲۹	۵,۱۵
فرهنگ پذیری منطقه در قبال حضور پدیده‌های نو	۳,۴۳	۱,۰۶۸	۴,۸
فرهنگ پذیرش مناسب از گردشگران این حوزه در منطقه	۳,۴۶	۰,۹۳۱	۴,۶۹
تجربی بودن بیشتر این رشته ها و آموزش آسان	۲,۸۹	۰,۸۷۵	۲,۹۱

در رتبه‌بندی نقاط ضعف تعیین‌شدهٔ ورزش‌های ماجراجویانهٔ شهر سنندج، مشخص شد که بالاترین رتبه را نامناسب بودن ساختار شهری برای برخی رشته‌های درون‌شهری و کمترین رتبه را میزان وجود امکانات اقامتی، رفاهی و بهداشتی مناسب را در اختیار دارد.

جدول ۴. ضعف‌های ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج به ترتیب میانگین رتبه‌ها

	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه
نامناسب بودن ساختار شهری برای برخی رشته‌های درون شهری	۳,۱۶	۱,۱۶۷	۵,۹۲
تمایل بیشتر به تماشای فعالیت‌های ماجراجویانه نسبت به شرکت در فعالیت در میان مردم	۳,۱۴	۱,۰۵۳	۵,۸۵
وجود احتمال بروز صدمات و آسیب‌ها در این رشته‌ها	۳,۱۴	۱,۳۷۸	۵,۶۶
میزان امنیت منطقه با توجه به مرزی بودن آن	۱,۰۳	۱,۰۱۳	۵,۴۲
نگرش نامناسب و عدم آگاهی کافی مردم نسبت به ماهیت فرهنگی رشته‌های ماجراجویانه	۲,۸۴	۰,۸۶۶	۵,۰۸
وجود نگرش تجملاتی و غیر قابل دسترس بودن امکانات این رشته‌ها در بین مردم	۲,۷۴	۱,۰۱۱	۵,۰۱
وجود امکانات، اماکن و تجهیزات استاندارد و ایمن برای ایجاد ورزش‌های ماجراجویانه	۲,۴۶	۱,۳۸۶	۴,۱۸
طریقه دسترسی به اماکن مربوط به فعالیت‌های ماجراجویانه در خارج از شهر	۲,۲۷	۰,۹۰۲	۳,۹۵
میزان وجود امکانات اقامتی، رفاهی و بهداشتی مناسب	۲,۲۷	۰,۸۷۱	۳,۹۳

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

در رتبه‌بندی فرصت‌های تعیین‌شدهٔ موجود برای توسعهٔ ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج، مشخص شد که بالاترین رتبه را وجود فارغ‌التحصیلان متخصص در رشته‌هایی مانند تربیت‌بدنی، گردشگری و... ، جهت فعالیت در این حوزه و کمترین رتبه را تغییر سازمان تربیت‌بدنی به وزارت ورزش و جوانان به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۵. فرصت‌های ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج به ترتیب میانگین رتبه‌ها

ردیف		میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه
۱.	وجود فارغ التحصیلان متخصص در رشته‌هایی مانند تربیت بدنی، گردشگری و .....، جهت فعالیت در این حوزه	۳,۵۴	۱,۰۹۵	۵,۲۷
۲.	همخوانی روحیه جوانان بومی با ماهیت این حوزه (جستجوگری و ماجراجویی)	۳,۶۲	۰,۷۲۱	۵,۱۱
۳.	پتانسیل گردشگری ماجراجویانه به علت همجواری با کشورهای عراق و ترکیه	۳,۵۱	۰,۷۳۱	۴,۸۵
۴.	امکان آشنایی و یادگیری آسان از طریق اینترنت و سایر رسانه‌های آموزشی در این رشته‌ها	۳,۴۱	۱,۰۹۲	۴,۸۵
۵.	تغییر انگیزه مسافرت از آرامش به ماجراجویی، لذت و فهم فرهنگ در میان مردم	۳,۳۲	۰,۸۵۲	۴,۴۵
۶.	وجود دانشگاه ها و اساتید متخصص جهت علمی تر شدن فعالیت‌های این حوزه	۳,۱۶	۱,۳۶۵	۴,۳۴
۷.	تاثیر حمایت بخش خصوصی از توسعه ورزش‌های ماجراجویانه	۲,۹۲	۱,۵۳۴	۳,۹۹
۸.	تغییر سازمان تربیت بدنی به وزارت ورزش و جوانان	۲,۶۸	۱,۲۲۶	۳,۱۵

در رتبه‌بندی تهدیدهای تعیین‌شدهٔ موجود برای توسعهٔ ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج، مشخص شد که بالاترین رتبه را به‌رسمیت شناختن این رشته‌ها در سازمان‌های مرتبط به دلیل عدم شناخت، و کمترین رتبه را توان تولیدکنندگان داخلی در تولید تجهیزات مربوط به فعالیت‌های ماجراجویانه دارند.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول ۶. تهدیدهای ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج به ترتیب میانگین رتبه ها

ردیف		میانگین	انحراف استاندارد	میانگین رتبه
۱.	به رسمیت شناخته شدن این رشته‌ها در سازمان‌های مرتبط به دلیل عدم شناخت	۲,۴۱	۰,۸۳۲	۸,۵۴
۲.	تفاوت سلائق و دیدگاه های بین مدیران و افراد فعال در این رشته‌ها	۲,۴۶	۱,۰۷	۸,۱۶
۳.	مناسب بودن وضعیت سیستم حمل و نقل در منطقه جهت دسترسی به اماکن مربوطه	۲,۲۴	۰,۸۶۳	۷,۷
۴.	استعدادیابی پتانسیل شهر سنندج در ایجاد و یا توسعه ورزش‌های ماجراجویانه	۲,۳۸	۱,۱۸۷	۷,۵۴
۵.	میزان نگرش و توجه مناسب به اهمیت اوقات فراغت مبتنی بر ورزش در میان سیاسیّون و مسئولین	۲,۱۱	۰,۸۷۵	۷,۳۶
۶.	ناهماهنگی سازمان‌های مربوطه در ایجاد، گسترش و برنامه‌ریزی در فعالیت‌های ماجراجویانه	۲,۲۷	۱,۳۰۵	۷,۱۱
۷.	میزان شناخت مناسب از قابلیت‌های سودآور سرمایه‌گذاری در این حوزه	۲,۰۵	۰,۹۱۱	۶,۸۵
۸.	وضعیت منطقه از نظر سرمایه‌گذاری و حضور سرمایه گذار	۲	۰,۹۱۳	۶,۸
۹.	وضعیت و ایمنی جاده های منطقه جهت دسترسی به اماکن مربوطه	۱,۹۷	۰,۷۶۳	۶,۵۱
۱۰	ایجاد زیرساخت‌های مناسب در رشته‌های پایه و فرهنگ سازی در حوزه ورزش	۱,۹۲	۰,۸۶۲	۶,۲۶
۱۱	میزان پشتیبانی و امداد و نجات در نقاطی که امکان فعالیت در این رشته‌ها وجود دارد	۱,۹۲	۰,۷۹۵	۶,۱۸
۱۲	پیچیدگی فرآیند و قوانین سرمایه‌گذاری، و حمایت از بخش خصوصی	۱,۹۲	۱,۰۳۸	۶,۰۸
۱۳	توان تولید کنندگان داخلی در تولید تجهیزات مربوط به فعالیت‌های ماجراجویانه	۱,۸۱	۰,۸۷۷	۵,۹۱

پس‌از مشخص‌شدن قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها برای تعیین جایگاه راهبردی توسعهٔ ورزش‌های ماجراجویانهٔ سنندج، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (جدول ۷) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (جدول ۸) تشکیل شد. برای تشکیل این ماتریس‌ها، با استفاده از پاسخ‌های شرکت‌کنندگان درخصوص ارزش‌گذاری (پنج ارزشی) عوامل، با استفاده از فرمول $T(X_5\times5)+(X_4\times4)+(X_3\times3)+(X_2\times2)+(X_1\times1)=Y$ که در آن X تعداد انتخاب‌های گزینه‌های ۱ تا ۵ برای ارزش‌گذاری عوامل است، برای هر عامل ارزشی عددی (Y) به دست آمد؛ سپس، با تقسیم بر مجموع این اعداد، ضریب هر عامل به‌دست آمد(۵). عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) پس‌از بحث و تبادل نظر با مشارکت‌کنندگان در این پژوهش و نیز درنظرگرفتن شکاف بین وضع موجود و مطلوب در ماتریس قرار داده شد و با توجه به میزان اهمیت هر عامل از لحاظ میزان تأثیر بر توسعهٔ ورزش‌های ماجراجویانه در سنندج رتبه‌گذاری شد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول ۷. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ورزش‌های ماجراجویانه شهر سنندج

عوامل داخلی	ضریب	رتبه	نمره
قوت‌ها			
وجود منابع طبیعی متنوع و جغرافیای مناسب برای رشته‌های مختلف ماجراجویانه	۰,۶۵	۴	۰,۲۶
تجربی بودن بیشتر این رشته‌ها و آموزش آسان	۰,۰۴۷	۳	۰,۱۴۱
فرهنگ پذیری منطقه در قبال حضور پدیده‌های نو	۰,۵۶	۳	۰,۱۶۸
تغییر نگرش مثبت مردم به ورزش و فعالیت بدنی در اوقات فراغت	۰,۰۵۸	۴	۰,۲۳۲
پتانسیل جذب گردشگری ماجراجویانه	۰,۰۶۳	۴	۰,۲۵۲
فرهنگ پذیرش مناسب از گردشگران این حوزه در منطقه	۰,۰۵۶	۳	۰,۱۶۸
وجود علاقه مندی به ورزش‌های ماجراجویانه در سنین مختلف	۰,۰۶۱	۴	۰,۲۴۴
ماهیت انعطاف پذیری، خلاقیت و فرصت سازی در رشته‌های ماجراجویانه	۰,۰۵۰	۴	۰,۲
وجود علاقه، انگیزه و روحیه بالا در افراد فعال این رشته‌ها	۰,۰۶۶	۳	۰,۱۹۸
تنوع آب و هوایی مناسب برای انجام رشته‌های مختلف ماجراجویانه در طول چهار فصل	۰,۰۶۹	۴	۰,۲۷۶
ضعف‌ها			
وجود نگرش تجملاتی و غیر قابل دسترس بودن امکانات این رشته‌ها در بین مردم	۰,۰۴۵	۱	۰,۰۴۵
وجود امکانات، اماکن و تجهیزات استاندارد و ایمن برای ایجاد ورزش‌های ماجراجویانه	۰,۰۴۰	۱	۰,۴۰
میزان امنیت منطقه با توجه به مرزی بودن آن	۰,۰۴۹	۲	۰,۰۹۸
میزان وجود امکانات اقامتی، رفاهی و بهداشتی مناسب	۰,۰۳۷	۱	۰,۰۳۷
وجود احتمال بروز صدمات و آسیب‌ها در این رشته‌ها	۰,۰۵۱	۲	۰,۱۰۲
طریقه دسترسی به اماکن مربوط به فعالیت‌های ماجراجویانه در خارج از شهر	۰,۰۳۷	۱	۰,۰۳۷
تمایل بیشتر به تماشای فعالیت‌های ماجراجویانه نسبت به شرکت در فعالیت در میان مردم	۰,۰۵۱	۲	۰,۱۰۲
نگرش نامناسب و عدم آگاهی کافی مردم نسبت به ماهیت فرهنگی رشته‌های ماجراجویانه	۰,۰۴۶	۱	۰,۰۴۶
نامناسب بودن ساختار شهری برای برخی رشته‌های درون شهری	۰,۰۵۲	۱	۰,۰۵۲
جمع	**۱**		**۲,۶۹۸**

حصول نمرهٔ نهایی ۲,۶۹۸ برای ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ورزش‌های ماجراجویان، شهر سنندج نشان‌دهندهٔ غلبهٔ قوت‌ها بر ضعف‌های موجود در محیط داخلی آن است.

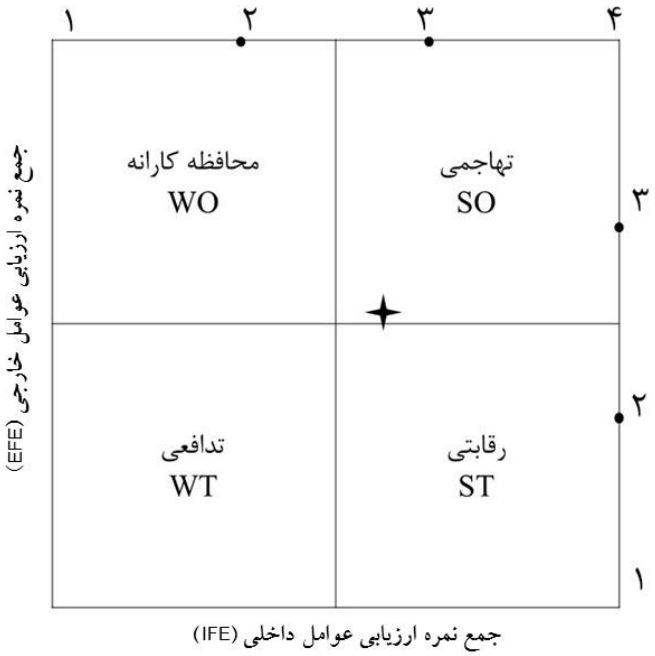
[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول(۸) ماتریس ارزیابی عوامل خارجی ورزش‌های ماجراجویانه شهر سنندج

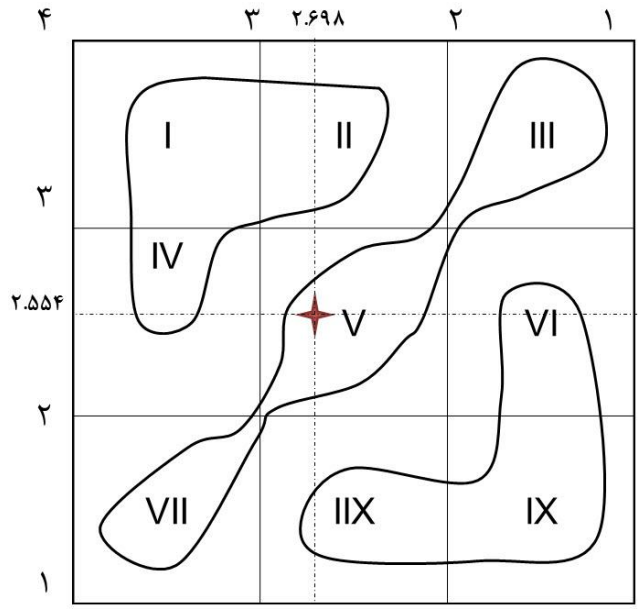
عوامل خارجی	ضریب	رتبه	نمره
فرصت‌ها			
تغییر سازمان تربیت بدنی به وزارت ورزش و جوانان	۰,۰۵۷	۳	۰,۱۵۳
پتانسیل گردشگری ماجراجویانه به علت همجواری با کشورهای عراق و ترکیه	۰,۰۶۷	۴	۰,۲۶۸
تاثیر حمایت بخش خصوصی از توسعه ورزش‌های ماجراجویانه	۰,۰۵۶	۳	۰,۱۶۸
وجود دانشگاه‌ها و اساتید متخصص جهت علمی‌تر شدن فعالیت‌های این حوزه	۰,۰۴۶	۴	۰,۱۸۴
وجود فارغ‌التحصیلان متخصص در رشته‌هایی مانند تربیت بدنی، گردشگری و .....، جهت فعالیت در این حوزه	۰,۰۶۸	۳	۰,۲۰۴
امکان آشنایی و یادگیری آسان از طریق اینترنت و سایر رسانه های آموزشی در این رشته‌ها	۰,۰۶۵	۴	۰,۲۶
تغییر انگیزه مسافرت از آرامش به ماجراجویی، لذت و فهم فرهنگ در میان مردم	۰,۰۷۱	۴	۰,۲۸۴
همخوانی روحیه جوانان بومی با ماهیت این حوزه (جستجوگری و ماجراجویی)	۰,۰۶۹	۴	۰,۲۷۶
تهدیدها			
مناسب بودن وضعیت سیستم حمل و نقل در منطقه جهت دسترسی به اماکن مربوطه	۰,۰۴۳	۱	۰,۰۴۳
وضعیت منطقه از نظر سرمایه‌گذاری و حضور سرمایه‌گذار	۰,۰۳۸	۱	۰,۰۳۸
وضعیت و ایمنی جاده‌های منطقه جهت دسترسی به اماکن مربوطه	۰,۰۳۸	۲	۰,۰۷۶
میزان شناخت مناسب از قابلیتهای سودآور سرمایه‌گذاری در این حوزه	۰,۰۳۹	۲	۰,۰۷۸
تفاوت سلائق و دیدگاه‌های بین مدیران و افراد فعال در این رشته‌ها	۰,۰۴۵	۱	۰,۰۴۵
میزان پشتیبانی و امداد و نجات در نقاطی که امکان فعالیت در این رشته‌ها وجود دارد	۰,۰۳۷	۱	۰,۰۳۷
استعدادیابی پتانسیل شهر سنندج در ایجاد و یا توسعه ورزشهای ماجراجویانه	۰,۰۴۵	۲	۰,۰۹
توان تولیدکنندگان داخلی در تولید تجهیزات مربوط به فعالیت‌های ماجراجویانه	۰,۰۳۵	۱	۰,۰۳۵
ناهماهنگی سازمانهای مربوطه در ایجاد، گسترش و برنامه‌ریزی در فعالیت‌های ماجراجویانه	۰,۰۴۳	۲	۰,۰۸۶
پیچیدگی فرآیند و قوانین سرمایه‌گذاری، و حمایت از بخش خصوصی	۰,۰۳۷	۲	۰,۰۷۴
به رسمیت شناخته شدن این رشته‌ها در سازمانهای مرتبط به دلیل عدم شناخت	۰,۰۴۶	۲	۰,۰۹۲
میزان نگرش و توجه مناسب به اهمیت اوقات فراغت مبتنی بر ورزش در میان سیاسیّون و مسئولین	۰,۰۲۶	۱	۰,۰۲۶
ایجاد زیرساخت‌های مناسب در رشته‌های پایه و فرهنگ سازی در حوزه ورزش	۰,۰۳۷	۱	۰,۰۳۷
جمع	**۱**		**۲,۵۵۴**

حصول نمرهٔ نهایی ۲,۵۵۴ برای ماتریس ارزیابی عوامل خارجی ورزش‌های ماجراجویانهٔ شهر سنندج، غلبهٔ فرصت‌ها را بر تهدیدهای موجود در محیط خارجی آن نشان می‌دهد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]



شکل ۱. ماتریس چهارخانه‌ای ارزیابی عوامل داخلی و خارجی



شکل ۲. ماتریس ۹ خانه‌ای ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

از وضعیت قرارگیری نمره‌های به‌دست‌آمده از این مطالعه در ماتریس‌های ۹ خانه‌ای و ۴ خانه‌ای، می‌توان نتیجه گرفت که راهبرد توسعه بایستی راهبرد نگهداری یا ثبات، با تکیه بر راهبردهای SO حاصل از ماتریس تحلیل SWOT باشد.

برای ساختن ماتریس تحلیل SWOT باید مراحل زیر را طی کرد:

- تهیهٔ فهرست اولویت‌دار قوت‌ها و ضعف‌های ماتریس ارزیابی عوامل داخلی؛
- تهیهٔ فهرست اولویت‌دار فرصت‌ها و تهدیدهای ماتریس ارزیابی عوامل خارجی؛
- مقایسهٔ قوت‌ها و فرصت‌های موجود و ارائهٔ راهبردهای SO متناسب با آنها؛

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- مقایسهٔ ضعف‌ها و فرصت‌های موجود و ارائهٔ راهبردهای WO متناسب با آنها؛
- مقایسهٔ قوت‌ها و تهدیدهای موجود و ارائهٔ راهبردهای ST متناسب با آنها؛
- مقایسهٔ ضعف‌ها و تهدیدهای موجود و ارائهٔ راهبردهای WT متناسب با آنها.

در راهبردهای SO (تهاجمی) با استفاده از نقاط قوت داخلی تلاش بر این است تا از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری شود. همه مدیران ترجیح می‌دهند سازمانشان در چنین موقعیتی قرار گیرد تا بتوانند با استفاده از نقاط قوت داخلی، از رویدادها و روندهای خارجی بهره‌برداری کنند. همچنین، هدف راهبردهای WO ازبین‌بردن نقاط ضعف با بهره‌گیری از فرصت‌ها است. هدف راهبردهای ST احتراز از تهدیدها با استفاده از قوت‌ها و هدف راهبردهای WO کاهش نقاط ضعف و پرهیز از تهدیدها است (۲۶).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول ۹. ماتریس تحلیل SWOT

عوامل داخلی / عوامل خارجی	نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
فرصت‌ها (O)	**راهبردهای SO** S6،S5وO2: افزایش تعامل با عراق و ترکیه در زمینه گردشگری و فعالیت در زمینه جذب گردشگر S2،S9،S4،O6: اطلاع‌رسانی و آموزش از طریق رسانه (ماهیت/ تکنیک ها/ نکات ایمنی) S7،S3،O7،O5،O4،O8: مطالعه و برنامه‌ریزی ویژه از طریق شناخت بیشتر خصوصیات و علائق جامعه برای جذب مشارکت بیشتر اقشار مختلف O1: تعیین مسئولی مشخص برای سرپرستی مطالعات، فعالیت‌ها و اجرای برنامه ها S10،S8،S1،O5،O3: اجازه دادن به ابراز نوآوری‌ها و حمایت از طرح‌های خلاقانه و تسهیل مسیر حضور سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش‌های ماجراجویانه	**راهبردهای WO** W9،W2،W4،O5،O3:تسهیل حضور بخش خصوصی در حوزه تولیدات و احداث و اصلاح اماکن O6،W1،W7،W8: فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی و ایجاد انگیزه جهت مشارکت از طریق رسانه‌ها W5،W2،O4،O1: اهمیت دادن به مطالعه و تحلیل علمی ساختارها و روندها W3،O1: افزایش تعاملات با نهادهای امنیتی جهت اطمینان از امنیت منطقه
تهدیدها (T)	**راهبردهای ST** S8،S1،S5،T2،T4،T10: بررسی و مطالعه فرصت های موجود و ایجاد زمینه مناسب برای جذب سرمایه گذار خارجی T7،S10،S1: شناسایی و استعدادیابی محل‌های مناسب فعالیت‌های ماجراجویانه S6،S5،S3،T13،T6،T3،T1: ایجاد و اصلاح زیر ساختهای‌عمرانی، ورزش و گردشگری و مشاوره با فعالین این حوزه T12،T11،S7،S9،S4: افزایش آگاهی مسئولین از ماهیت و مزایای این حوزه و سطح علاقه و میل به مشارکت در اینگونه از فعالیت‌ها	**راهبردهای WT** T12،T11،T9،W8،W7،W1:بررسی‌علمی فعالیت های ماجراجویانه و اطلاع‌رسانی مناسب جهت آگاهی مردم برای مشارکت و مسئولین برای تصمیم گیری و اقدام T8،T6،T3،W5،W3،W2: افزایش شناخت و توان ایجاد امنیت بالاتر برای افراد فعال در این حوزه T12،T5،W8،W9: تغییر و بهبود نگرش نسبت به سبک زندگی و فعالیت‌هایی که بایستی برای داشتن یک جامعه فعال انجام شود T10،۱T،W4،W6: تسهیلو هم‌راستا نمودن فعالیت های سازمانهای مختلف به جهت تامین الزامات توسعه فعالیت‌های ماجراجویانه

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که در جدول ۹ می‌توان مشاهده کرد، راهبردهای چهار موقعیت SO، WO، ST و WT با توجه به مقایسه عوامل چهارگانهٔ قوت، ضعف، فرصت و تهدید به‌طور ترکیبی انتخاب و ارائه شده است. ازآنجاکه نتیجهٔ تحلیل SWOT نشان‌دهندهٔ تمرکز بر راهبردهایSO است در اینجا به بحث درباب این راهبردها می‌پردازیم:

۱) **افزایش تعامل با عراق و ترکیه در زمینهٔ گردشگری و فعالیت در حوزهٔ جذب گردشگر**

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

در خصوص این راهبرد باید توجه کرد که محققان ادعا کردند که گردشگری ماجراجویانه به بخشی کانونی برای بیشتر فعالیت‌های اقتصادی ماجراجویانه تبدیل شده است (۲۷و۲۸). همچنین، یافته‌های پژوهش موسوی و همکاران (۱۳۹۱) نشان داد که از میان بخش‌های محبوب گردشگران ورزشی خارجی، جاذبه‌های مرتبط با طبیعت‌گردی و دامنه‌نوردی دومین اولویت انتخاب شد که نشان‌دهندهٔ میزان علاقه‌مندی آنها به بازار گردشگری ورزشی ایران از جمله چشم‌اندازها، مناظر زیبای طبیعت مانند دریاچه‌ها، بیشه‌زارها، جنگل‌ها، و نواحی کوهستانی و ییلاقی، مکان‌های سرسبز و امکانات بالقوهٔ ورزشی مانند راهپیمایی، دو آرام، دوچرخه‌سواری در پیست‌ها و پارک‌های جنگلی، دوچرخه‌سواری و موتورسواری کوهستان، سوارکاری و طبیعت‌گردی در دامنه‌های طبیعی است (۲۹). بسیاری از فعالیت‌های ماجراجویانه به‌علت سادگی و کوتاه‌بودن دورهٔ آموزشی ذاتاً پرطرفدارند. فعالان حوزهٔ گردشگری، اعم از سازمان‌های دولتی یا خصوصی، می‌توانند با استفاده از فرصت‌های موجود در منطقه و استعدادیابی این فرصت‌ها و بالفعل کردن این پتانسیل، انواع فعالیت‌های ماجراجویانه را برای گردشگران فراهم کنند. تنوع ورزش‌های ماجراجویانه در بازار گردشگری ماجراجویانه بسیار گسترده و همواره روبه‌رشد است. تصور خطر و انتظار آن در فعالیت افراد مختلف برابر نیست و این تصورات آنها لزوماً با میزان خطر واقعی موجود در فعالیت تناسب ندارد. برگزارکنندگان فعالیت‌های ماجراجویانه با مشتریان و مخاطبان خود بایستی کاملاً صداقت داشته باشند و به آنها میزان واقعی خطرها را اطلاع دهند. که قطعاً مسئله‌ای حیاتی برای دوام حضور افراد است(۵). به هر میزان رضایت گردشگر و توقعات و انتظارات گردشگران تأمین شود، به همان میزان جذب گردشگر گسترش خواهد یافت (۳۰). تدابیری تحت عنوان مدیریت خطر برخی ویژگی‌ها را برای گردشگری استاندارد ماجراجویانه در نظر گرفته است که تمامی جنبه‌های تفریحی ماجراجویانه و سالم را در خود دارد؛ از جمله ایجاد تدابیر لازم برای سلامتی و ایمنی افراد، مدیریت صحیح فرهنگی و محیط زیست، مهارت‌ها و شیوه‌های تجارت، تسهیلات و امکانات مطلوب و باکیفیت، آموزش کافی کارکنان، ارائهٔ خدمات مناسب، و وجود مرکز درمانی با امکانات لازم درکنار فعالیت‌های ماجراجویانه(۳۱). ازاین‌رو، برای موفقیت در برنامه‌های توسعه‌ای در این زمینه پیشنهاد می‌شود مواردی ازقبیل پژوهش و شناسایی عوامل جذب گردشگر، توسعهٔ برنامه‌های تبلیغاتی، تسهیل روادید برای گردشگران خارجی و بهبود امکانات اقامتی در کانون توجه قرار گیرد.

۲) اطلاع‌رسانی و آموزش از طریق رسانه

در سال‌های اخیر، نقش اقتصادی حوزهٔ فعالیت‌های ماجراجویانه در تبلیغات رسانه‌ای بسیار مشهود و البته موفق بوده است. با توجه به نقش این حوزه از ورزش در تبلیغات و افزایش جذب مخاطب در برنامه‌های مختلف تهیه‌شده در رسانه و ایجاد موقعیت بهتر برای جذب مخاطب، که سود و منافع آن عاید رسانه می‌شود، برای تداوم تعامل رسانه نیز، به‌خصوص در کشور ما، که نهاد خدمت‌رسانی اجتماعی و در فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی است، رسانه بایستی نقش خود را در کمک به شناخت مناسب و واقعی این ورزش‌ها و افراد فعال در آنها ایفا کند. علاقه‌مندان و فعالان ورزش‌های ماجراجویانه در شبکه‌های اجتماعی مجازی و رسانه‌های اینترنتی حضور گسترده‌ای دارند. علاوه‌براین، با توجه به گسترش روزافزون دسترسی اینترنت و خصوصاً شبکه‌های اجتماعی موجود در این رسانه و ماهیت بسیار جذاب فعالیت‌های ماجراجویانه، می‌توان برای اطلاع‌رسانی، فرهنگ‌سازی، آموزش و هرگونه ارتباط دیگر با مخاطب از طریق رسانه با سرعت بالا به اهداف این حوزه دست یافت. با اشراف به این قضیه و گستردگی روزافزون استفاده از این رسانه و دیگر رسانه‌ها، می‌توان با مطالعه و برنامه‌ریزی از این فرصت به‌خوبی استفاده کرد (۵). ازجمله فعالیت‌هایی که می‌توان ازطریق رسانه‌های مختلف جهت گسترش و توسعهٔ فعالیت‌های ماجراجویانه انجام داد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ایجاد آگاهی درخصوص ماهیت، مزایا و فرصت‌های موجود در این فعالیت‌ها؛
- اطلاع‌رسانی درخصوص نکات ایمنی و راهکارهای پیشگیری از آسیب؛
- آموزش تکنیک‌ها و روش‌های افزایش مهارت؛
- اطلاع‌رسانی دربارهٔ اماکن و فضاهای مناسب موجود جهت فعالیت؛
- نمایش فعالیت‌های موجود جهت جذب علاقه‌مندان بیشتر؛

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- شناخت روحیات، علائق و نیازهای علاقه‌مندان و فعالان این فعالیت‌ها؛
- تبلیغات حامیان مالی و تولیدکنندگان.

۳) مطالعه و برنامه‌ریزی ویژه ازطریق شناخت بیشتر ویژگی‌ها و علائق جامعه برای جذب مشارکت بیشتر اقشار گوناگون

شناخت هرچه بیشتر ویژگی‌ها و مؤلفه‌های مؤثر و متأثر از فعالیت‌های ماجراجویانه به ما اجازهٔ تصمیم‌گیری صحیح و بهتر را می‌دهد. گیدنی[1] (۲۰۰۴) در مطالعهٔ خود دربارهٔ چتربازان زن ادعا کرد این‌گونه فعالیت‌های ورزشی مناسب زنان نیست. گیلچریست[2] (۲۰۰۴) نیز یافته‌های مشابهی را ارائه داد. همچنین، نتیجهٔ مطالعهٔ شمس علیزاده و همکاران (۱۳۸۹) نشان‌دهندهٔ بالاتربودن کیفیت زندگی مردان نسبت به زنان بوده است. از دلایل اصلی این مسئله پایین‌بودن سطح مشارکت در فعالیت‌های ورزشی بیان‌شده است. در شهر سنندج پایین‌بودن سطح مشارکت در ورزش‌های ماجراجویانه نیز با توجه اطلاعاتی که در دسترس محقق بود قابل مشاهده است. شناخت علمی از علایق و نیازهای فعالان ورزش‌های ماجراجویانه و همچنین روندها و ماهیت و چگونگی انجام فعالیت‌ها به سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان اجازه می‌دهد بتوانند با برنامه‌ای مدون در مسیری مطمئن در این حوزه حضور داشته باشند و فعالیت کنند.

۴) تعیین مسئولی مشخص برای سرپرستی مطالعات، فعالیت‌ها و اجرای برنامه‌ها

در فدراسیون ورزش‌های همگانی کشور انجمن‌هایی مانند ورزش‌های تفریحی، مهارت‌های فردی و نمایشی، ورزش‌های طبیعی و گردشگری ورزشی وجود دارند و به‌صورت محدود فعالیت می‌کنند که می‌تواند عامل مناسبی برای توسعهٔ این فعالیت‌ها باشد. اما به نظر می‌رسد به دلیل عدم انسجام فعالیت‌های ماجراجویانه، ماهیت رسمیت‌گریزی این فعالیت‌ها و البته ناآگاهی از وجود چنین کمیته‌هایی، به موجب اطلاع‌رسانی محدود، از این پتانسیل استفاده مناسب نشده است. برای بالفعل‌سازی این فرصت و توسعه فعالیت‌های ماجراجویانه بهتر است مسئولان جهت شناسایی و تدوین نیازهای این حوزه ارتباط تعاملی سازنده دو سویه با ورزشکاران فعال داشته باشند. همانند ورزش‌های مرسوم، این ورزش‌ها نیز وابسته و نیازمند به تجهیزات و امکانات هستند. یافته‌های پژوهش کلت و راسل (۲۰۰۹) نشان داد که رابطه‌ای بسیار قوی بین توسعهٔ تجهیزات و ورزش‌های ماجراجویانه وجود دارد. نوآوری مداوم در تجهیزات، در توسعهٔ ورزش‌های ماجراجویانه بسیار تعیین‌کننده است. این عامل ارتباط منحصربه‌فردی بین حامیان مالی و بازار به وجود می‌آورد که در ورزش‌های معمول وجود ندارد. البته همان‌گونه که قبلاً نیز درخصوص ماهیت رسمیت‌گریزی این حوزه از فعالیت‌ها بحث شد، پیشنهاد می‌شود به‌جای متمرکزسازی، این فعالیت‌ها به‌صورتی تعاملی و حمایتی در قسمت‌های مختلف ازطرف سازمان‌های مربوط به هرکدام از بخش‌ها صورت گیرد.

۵) اجازه‌دادن به ابراز نوآوری‌ها و حمایت از طرح‌های خلاقانه و تسهیل سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش‌های ماجراجویانه

دریافت حمایت و سرمایه‌گذاری مستمر ازطرف سازمان‌های ورزشی نیازمند حصول اطمینان از احتمال مشارکت است. این مسئله خود نیازمند دو عامل مهم است: تجهیزات و برنامه‌ریزی برای مشارکت سازمان‌یافته (کارول،[3] ۱۹۹۵؛ کشمن، ۱۹۹۵؛ بلومفیلد،[4] ۱۹۷۳؛ دیل،[5] ۱۹۸۵)(۲). شناخت بازار فروش تجهیزات این فعالیت‌ها برای تولیدکنندگان بسیار مهم است، برای مثال، همان‌طور که بیل و ویلسون (۲۰۰۴) اشاره می‌کنند، میزان فروش تجهیزات نشان داد که در امریکا فروش تجهیزات این رشته‌ها از بیس‌بال، که ورزش سنتی و محبوبی به‌حساب می‌آید، پیشی گرفته است. این موقعیت در بریتانیا هم صادق است(۱۲،۱۱و۱۳). با توجه به این میزان علاقه‌مندی به استفاده از تجهیزات و پوشاک ورزش‌های ماجراجویانه، می‌توان با مطالعات دقیق‌تر از فرصت‌های اقتصادی آن به‌خوبی بهره گرفت. البته، نکتهٔ حیاتی، حمایت از سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان برای حضور و توسعه فعالیت‌ها است. ماهیت خلاقانه و تغییر و تنوع بسیار زیاد این ورزش‌ها، انجام همواره تحقیقات میدانی و تجربی، و فعالیت‌های بازاریابی را می‌طلبد. براساس اصول بازاریابی در این حوزه همانند دیگر حوزه‌ها، در تعامل با حامیان مالی بایستی انطباق فلسفهٔ ورزش‌های ماجراجویانه و ماهیت حامی مالی مورد نظر قرار گیرد. بازار کنونی ورزش‌های ماجراجویانه فعالیت‌هایی را جذب می‌کند که نشان‌دهنده و انعکاس‌دهندهٔ خصوصیاتی چون آزادی، خطر و

1. Gidney
2. Gilchrist
3. Carroll
4. Bloomfield
5. Dyle

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

فردیت باشند. ازاین‌رو، بهتر است آن دسته از حامیان مالی با این حوزه همکاری داشته باشند که ماهیت محصول آنها نشان‌دهندهٔ چنین خصوصیاتی است یا اینکه محیط یا مؤلفه‌های سازگاری بین آنها وجود دارد. درصورت توجه و تسهیل بروز خلاقیت در زمینهٔ تولید تجهیزات نیز می‌توان، علاوه‌بر مزایای اقتصادی، افزایش ایمنی فعالیت‌ها، با ایجاد و گسترش فعالیت‌هایی جدید به مشارکت گروه‌های بیشتری از جامعه در این فعالیت‌ها دست یافت. همان‌گونه که برویک (۲۰۱۰) بیان می‌کند، این ورزش‌ها ایده‌های کلیدی جوامع مدرن را نمایش می‌دهند. انتظار می‌رود که در آینده به رشد خود ادامه دهند و تقسیم‌بندی‌های بیشتری به خود بگیرند و اینکه نظریه‌های بسیاری با قدرت از وجود ورزش‌های ماجراجویانه در آینده خبر می‌دهند. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که رشد تقاضای فعالیت‌های ماجراجویانه، مادامی که مردم به‌دنبال تازگی و تهییج احساسات باشند، اتفاق خواهد افتاد (۲۸، ۳۵ و۳۶). فن‌آوری به‌طور فزاینده‌ای کمی‌سازی ورزش‌ها را دقیق ساخته، ارتباطات جمعی را بهبود داده و ورزش‌های بی‌شماری خلق کرده است. همان‌طور که گاتمن[1] (۲۰۰۰) توضیح می‌دهد: «در خلال قرن بیستم ورزش‌های نوین افزایش تغییراتی بدون تغییر ساختاری در مسیر را تجربه کرده‌اند». گرایش روبه‌رشدی به سمت فعالیت‌هایی با محوریت ماجراجویی در رفتار تعطیلات مردم وجود دارد که مردم به‌دنبال تجربهٔ تفریحات شدیدتری هستند(۵۴).

تاملینسون و همکاران (۲۰۰۵) این مفهوم را ارائه می‌دهند که حوزهٔ فعالیت‌های ماجراجویانه بایستی پلی بین حوزه‌های ورزش، سبک زندگی و گردشگری باشد(۱۵). با توجه به این موضوع، رشد روزافزون علاقه به مشارکت در این حوزه و پتانسیل بالای گردشگری در منطقه، می‌توان بیان کرد که در تعیین خط‌مشی‌ها ازطرف سازمان‌های ذی‌ربط درخصوص برخورد با این مسئله، بایستی با مطالعه و بررسی دقیق به این حوزه توجه شود. ازآنجاکه فعالیت‌های ماجراجویانه مانند دیگر فعالیت‌های انسانی را نمی‌توان به‌صورت منفرد مورد بررسی قرار داد، مطالعات بیشتری باید جهت بررسی و شناخت مؤلفه‌ها و مشخصه‌های مختلف این حوزه صورت گیرد. با وجود اینکه منشأ بسیاری از فعالیت‌های ماجراجویانه کشورهای غربی‌اند با بررسی ماهیت این ورزش‌ها می‌توان به این مسئله پی‌برد که ماهیت بسیاری از این رشته‌ها در تقابل با نظام فکری سرمایه‌داری است. در تأیید این مسئله می‌توان به اظهارات بیل و کارگو اشاره کرد. بَیل (۱۹۹۴) بیان می‌کند که چنین فعالیت‌هایی چالشی را برای "مدل ورزش غربی" فراهم می‌کند(۹). کارگو[2] (۲۰۰۳) نیز اظهار می‌کند که ستیزه،[3] که لایهٔ تحتانی رقابت در ورزش مدرن است، اشتقاقی از فرهنگ سرمایه‌داری[4] بریتانیا در خلال انقلاب صنعتی است. تأثیرات جهانی انگلستان در طول قرون ۱۸ و ۱۹ باعث گسترش نظام اقتصادی و همچنین سبک زندگی آن شد که شامل روش‌شناسی ورزش نیز می‌شود. انگلیسی‌ها در تأکید بر پیروزی یا شکست بالاتر از جنبه‌های ورزش اولین بودند، و این ایدئولوژی ورزشی را با ورزش‌های خود صادر کردند (۳۹). ازاین‌رو، به‌نظر می‌رسد با توجه به ایدئولوژی ایرانی– اسلامی، که همواره درمقابل نظام سرمایه‌داری غربی بوده است، توجه بیشتر به ماهیت و شیوهٔ فعالیت‌های ورزشی به‌منزلهٔ بخشی از سبک زندگی مردم بسیار مهم است. با توجه به اینکه ورزش‌های ماجراجویانه را به حوزهٔ ورزش همگانی می‌توان نسبت داد، مسئولان امور ورزش‌های همگانی در نهادهای مختلف جامعه علی‌الخصوص وزارت ورزش و جوانان بایستی توجه خود را بر حوزهٔ فعالیت‌های ماجراجویانه مبذول کنند و در شناخت مناسب‌تر آن بکوشند. البته لازم است بیان شود که به‌جهت حفظ ماهیت سرشار از خلاقیت و نوآوری فعالیت‌های ماجراجویانه، بهتر است تلاشی جهت رسمی‌کردن این رشته‌ها، ساختارمندسازی و قالبی‌ساختن این فعالیت‌ها صورت نگیرد؛ چراکه ممکن است علاوه‌بر ازبین‌بردن ماهیت اصلی فعالیت، کاهش مشارکت را نیز به همراه داشته باشد. از این رو پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها، نهادها، اشخاص حقیقی و حقوقی و هرکسی که در این حوزه درصدد انجام امور حمایتی جهت توسعه و پیشرفت این فعالیت‌ها است، به‌طور حمایتی و صرفاً با ایجاد بستر و امکانات این کار را انجام دهد و از الزام به رسمی‌سازی این قبیل فعالیت‌ها، که برخلاف ماهیت ورزش‌های ماجراجویانه است، بپرهیزد.

1. Gattman
2. Cargo
3. Contend
4. Capitalist

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

منابع

۱. جوادی پور، محمد. سمیع‌نیا، مونا، ۱۳۹۲، ورزش همگانی در ایران و تدوین چشم‌انداز، استراتژی و برنامه‌های آینده. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، شماره ۴، صص ۳۰-۲۱.

2. Kellett, P. & Russell, R., 2009, A comparison between mainstream and action sports industries in Australia: A case study of the skateboarding cluster, Sport Management Review, 12, pp.66–78.
3. Wheaton, B. 2003, Keeping it real. Subcultural media and the discourses of authenticity in alternative sport, International Sociology of Sport, v.34, no.2,157-171.
4. Hudson, S 2003, Sport and Adventure Tourism, The Haworth Hospitality Press Inc, 1st ed, New York, pp.2-13.

۵. مجیدی، چالاک، ۱۳۹۲، بررسی موانع و راهکارهای توسعه ورزش‌های ماجراجویانه در سنندج با استفاده از تحلیل SWOT، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه.

6. Alosi, M, 2007, The Evolution of the Social Functions of Sports & the Advent of Extreme Sports, Master's Professional Project.
7. Bale, J., 1989. Sports geography. London: E. &F.N. Spon.
8. Simon, R.L., 1985. Sports and social values. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
9. Tomlinson, A., Ravenscroft, N., Wheaton, B., Gilchrist, P., 2005, Lifestyle sports and national sport policy: an agenda for research, Sport England, London.
10. Beal, B., & Wilson, C., 2004, 'Chicks dig scars': Commercialization and the transformations of skate boarders' identities. In B. Wheaton (Ed.), Understanding lifestyle sports: consumption, identity and difference, London: Routledge.
11. Walters, J., 2002, Cornwall's artificial reef to cash in on surf boom, The Observer, 3rd. November, p.8.
12. Tyler, A., 2003, Bed and board for beach babes, The Observer, 20 April, pp.6-7.
13. Asthana, A., 2003, Girls just want to have fun too, The Observer, 14 September, p. 20.
14. The National Oceanographic and Atmospheric Association Office of Diversity 2006, Tips to improve the interaction among the generations: Traditionalists, boomers, X'ers and nexters. Retrieved April 15, 2008, from http://honolulu.hawaii.edu/intranet/committees/FacDevCom/guidebk/teachtip/intergencomm.htm.
15. Nimmo, L. Stewart, J. McNamara, J. & Leaversuch, P., 2007, Research into Status of Challenge/Extreme Sport and Activities in Western Australia, Royal Life Saving Society (WA Branch), Perth, Western Australia.

۱۶. قدیری معصوم، مجتبی و وثوقی، لیلا،۱۳۸۴، گردشگری ماجراجویانه، فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۸، صص.۴۱-۵۸.

17. Kalahari Management Inc., New World Expeditions, Pam Wight and Associates, 2001, "Tourism Opportunity Analysis Adventure/Extreme Adventure Tourism in the Grande Cache Region", Alberta Economic Development.
18. Cater, C.I., 2006, Playing with risk? participant perceptions of risk and management implications in adventure tourism, Tourism Management 27, pp.317–325.
19. Carson, D., & Gillis, H.L., 1994, A meta-analysis of outdoor adventure programming with adolescents. JEE, 17(1), pp.40-47.
20. Hattie, J., Marsh, H. W., Neill, J. T., & Richards, G. E., 1997, Adventure education and outward bound: out-of-class experiences that make a lasting difference, Review of Educational Research, 67(1), pp.43-87.
21. Dickson, T.J., Gray, T, and Mann, K, 2008, Australian Outdoor Adventure Activity Benefits Catalogue, for the Outdoor Council of Australia, Centre for Tourism Research, University of Canberra.
22. Chang, H.M., & Huang, Y.T., 2012, Paragliding Adventure Recreation Consumers' Activity Motivation, Enduring Involvement and Their Involved Behavior, The Journal of International Management Studies, Vol.7, No.2, pp.61–74.
23. Breivik, G., 2010, Treds in adventure sports in a post-modern society, Sport in society, 13, pp.260-273.
24. Darst, P. W., & Armstrong, G. P., 1980, Outdoor adventure activities for school and recreation programs, Prospect Heights, IL: Waveland.
25. Buckley, R., 2007, Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness, Tourism Management 28, pp.1428–1433.

۲۶. اعرابی، م و همکاران: ۱۳۹۱، دستنامهٔ برنامه‌ریزی استراتژیک. چاپ ششم، دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران.

27. Ewert, A., & Jamieson, L., 2003, Current Status and Future Directions in the Advneture Tourism Industry. In J. Wilks & S. Page (Eds.), "Managing Tourist Health and Safety in the New Millennium", *Amsterdam: Pergamon*.
28. Buckley, R., 2006, Adventure Tourism. Wallingford: CABI.

۲۹. موسوی گیلانی، سید رضا؛ اسدی، حسن؛ گودرزی، محمود و سجادی، نصرالله، ۱۳۹۱، بخشبندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی بر اساس ملیت و جاذبه های طبیعی-ورزشی و ارائهٔ مدل بازار هدف، مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۴، صص ۱۰۷-۱۲۴.

۳۰. هزارجریبی، جعفر و نجفی، ملک محمد، ۱۳۹۱، بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر توسعه گردشگری در ایران (با رویکرد جذب گردشگران خارجی)، جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال۲۳، شماره ۳، صص ۱۳۳-۱۴۶.

31. Anderson,M., 2000, Quality standard in tourism. Wellington: Tourist Industry Associatoin of New Zeland.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]

32. Gidney, T., 2004, Understanding female skydivers: A phenomenological qualitative study based on early life experiences. Doctoral Thesis, University of Chicago. Chicago: The Chicago School of Professional Psychology.
33. Gilchrist, P., 2007, Motherhood, ambition and risk: Mediating the sporting hero/ine in conservative Britain, Media Culture Society, 29(3), pp.395-414.
۳۴. شمس‌علی‌زاده، نرگس؛ محسن‌پور، بهزاد؛ قادری، ابراهیم؛ رضاعی، فرزین، و دلاوری، علیرضا، ۱۳۸۹، کیفیت زندگی در جمعیت ۱۵ تا ۶۴ ساله استان کردستان، اصول بهداشتی روانی، سال دوازدهم(۱)، صص. ۵۶-۴۸.
35. Muller, T., & Cleaver, M., 2000, Targeting the CANZUS baby boomer explorer and adventurer segments, Journal of Vacation Marketing, 6(2), 154-169.
36. Williams, P., & Soutar, G., 2005, Close to the 'Edge': Critical Issues for Adventure Tourism Operators, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(3), pp.247-261.
37. Guttman, A., 2000, The development of modern sports. In J. Coakley & E. Dunning (Eds.), Handbook of Sports Studies. pp. 248-259. London: Sage Publications.
38. Tshipala, N.N, Coetzee, W.J.L., 2012, A Sustainable Adventure Tourism Development Framework for Thathevondo, Journal Tourism Hospitality,v.1, n.4.
39. Crego, R. 2003. Sports and games of the 18th and 19th centuries. Westport, CT: Greenwood Press.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-10-30]