



مدل کیفی توسعه گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه در استان خوزستان

مهدی زنده بودی^۱

سیده ناهید شتاب بوشهری^۲

امین خطیبی^۳

doi: 10.22034/SSYS.2022.481

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۱/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۲/۱۸

پژوهش حاضر با هدف دستیابی به الگویی نظری در زمینه توسعه گردشگری ماجراجویانه در استان خوزستان اجرا شد. این تحقیق از لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و با توجه به ماهیت، تحقیقی کیفی بود که برای جمع‌آوری اطلاعات از مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه استفاده شد. جامعه آماری تحقیق شامل اساتید رشته مدیریت ورزشی و اعضای هیئت علمی، مدیران سازمان‌های ورزشی مرتبط و صاحب‌نظران حوزه صنعت گردشگری ورزشی بودند که نمونه‌گیری از جامعه به روش هدفمند ارجاعی زنجیره‌ای یا گلوله برفی انجام شد و در نهایت تا دستیابی به اشباع نظری، تعداد ۱۶ مصاحبه مستقیم انجام شد. سپس داده‌های حاصل از مصاحبه به روش تئوری‌سازی داده‌بنیاد (روش سیستماتیک استراوس و کوربین و مدل پارادایمی) کدگذاری و تجزیه و تحلیل شدند.

نتایج حاصله از تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها طی فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی و شناخت مولفه‌های مؤثر بیانگر این نکته است که توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان مستلزم توجه به عوامل مختلف در سه سطح زمینه‌ای (مکانیزم‌های محیطی)، سازمانی (مکانیزم‌های مدیریتی) و مکانیزم‌های رفتاری می‌باشد.

واژگان کلیدی: صنعت گردشگری، ورزش‌های ماجراجویانه، توسعه گردشگری، استان خوزستان و گرانددتئوری

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، اهواز، اهواز، اهواز، اهواز

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، اهواز، اهواز، اهواز، اهواز (نویسنده مسئول)

امروزه، ورزش یکی از صنایع مهم و یکی از جذابیت‌های گردشگری است که در قیاس با سایر جاذبه‌ها، ظرفیت منحصر به فردی دارد که می‌تواند گردشگران زیادی را به خود جلب کند (تارلاو^۱، ۲۰۱۷). از سوی دیگر، رشد پدیده شهرنشینی موجب جدایی انسان از طبیعت و محیط‌های بکر شده و به ناچار انسان برای گذران اوقات فراغت با رفتن به محیط طبیعی بدنبال فرصتی برای تجدید قواست. همچنین افرادی در جامعه به فعالیت مخاطره‌آمیز و هیجانی تمایل نشان می‌دهند که در قالب سفر به طبیعت می‌توانند این میل خود را ارضا نمایند. از این رو، شکل کاملاً متفاوتی از گردشگری به نام «گردشگری ماجراجویانه» پدید آمده است. فعالیت ماجراجویانه، خستگی و فقدان هیجان در زندگی را جبران می‌کند و با اینکه تا حدی همراه با ترس و خطر واقعی است، پیامدی شاد و ایمن دارد. این فعالیت‌ها گاهی در آب- در قعر اقیانوس یا در امواج خروشان رودها- گاهی به صورت فعالیت هوایی- با پرش از ارتفاع- و گاهی در خشکی- پیمایش قله مرتفع کوه‌ها، بیابان‌ها یا محیط سرسبز دامنه کوه و جنگل- انجام می‌شود (واجادینوویچ و همکاران^۲، ۲۰۱۳). فعالیت ماجراجویانه آبی^۳ ورزش‌هایی مانند غواصی، موج‌سواری، اسکی روی آب، کایاک‌سواری^۴، جت اسکی، فعالیت هوایی یا هوانوردی^۵ ورزش‌هایی مانند بالن‌سواری، اسکای دایوینگ^۶، پرواز با هواپیمای سبک، پارا گلایدینگ^۷، پاراسیلینگ^۸ و فعالیت زمینی^۹ ورزش‌هایی چون: اسکی سرعت در شیب تند، هلی اسکی^{۱۰}، صخره‌نوردی، پیاده‌روی طولانی و سقوط از ارتفاع و... را در برمی‌گیرد (قدیری معصوم و وثوقی، ۱۳۸۴). بر اساس این تنوع، کریستودوالیدس^{۱۱} (۲۰۱۲) بیان می‌کند که دیگر ورزش‌های رقابتی بخش جذاب فعالیت ورزشی نیستند، بلکه ورزش‌های تفریحی، آمادگی جسمانی افراطی و ماجراجویانه گسترش یافته و به شکل جدید ورزش بدل شده‌اند (مجیدی، ۱۳۹۶). امروزه هر قدر جاذبه‌های گردشگری متنوع و جذاب‌تر باشند، گردشگر بیشتری را به خود جلب خواهند کرد (هندرسون^{۱۲}، ۲۰۱۱) و به واسطه همین جذابیت، اکنون گردشگری ماجراجویانه در دنیا از بخش‌های پیشروی گردشگری است و ورزشکاران ماجراجو به طور چشمگیری در سراسر جهان از محل زندگی خود سفر کرده و در پی مسیرهای ناشناخته‌اند (غفوری، ۱۳۹۷). ایران نیز با داشتن تقریباً همه نوع شرایط اقلیمی و طبیعی، ظرفیت مناسب تبدیل شدن به قطب گردشگری ماجراجویانه را دارد، اما این مهم نیاز به برنامه‌ریزی و توسعه دارد (یاسمی، ۱۳۹۳). علیرغم وضعیت مناسب کشور از لحاظ جاذبه‌های

1. Peter E. Tarlow
2. Vujadinovic et al.
3. Marine or Water based
4. Kayaking
5. Air- based or Aviation - related
6. Sky Diving
7. Para gliding
8. para sailing
9. Land based
10. Heli Skiing
11. Christodoulides
12. Henderson, J.

مختلف، سهم ایران از درآمد گردشگری ناچیز و نشان دهنده توجه کم به توسعه گردشگری است (نژادایرانی و همکاران، ۱۳۹۰). در حالی که به اعتقاد کرونوفسکی و ماریونسکی (۲۰۱۲) گردشگری برای کشورهای در حال توسعه به ویژه کشورهای تک محصولی به طور بالقوه می تواند در توسعه اقتصادی، تأمین ارز و حل مشکلات نقش پررنگی ایفا کند (آقاجانی و روانستان، ۱۳۹۵) و هر جا که بیکاری شدید و منابع محدودی برای اشتغال وجود دارد، صنعت گردشگری می تواند مناسب ترین راه حل باشد. در عصر پسامدرنیسم، کشورهای در حال توسعه دیگر نگرش حراج مالی را برای به دست آوردن ارز دنبال نمی کنند و اگر نتوانند کالای صنعتی با کیفیتی صادر و سهم بالایی از تولید جهانی کسب کنند، راه حل آنها گسترش گردشگری است. اکنون صنعت ورزش ماجراجویانه، حوزه جالبی برای پژوهش است و سود آن برای ذینفعان بسیار شامل مشتریان، حامیان و سرمایه گذاران، ضرورت درک بیشتر این بخش را برجسته تر می سازد (کلت و راسل^۲، ۲۰۰۹). استان خوزستان به لحاظ برخورداری از ظرفیت های طبیعی مختلف، کوهستان، دشت، بیابان، رودخانه، دریاچه های متعدد پشت سد و دسترسی به خلیج فارس و نوار ساحلی، مستعد توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه است. شرایط بالقوه این استان برای توسعه ورزش های ماجراجویانه مختلف و از طرفی عدم وجود برنامه خاص توسعه این شاخه از گردشگری و فقدان مطالعه کافی در این زمینه، این ضرورت را ایجاب می کند که با توجه به پتانسیل موجود، همه عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ماجراجویانه استان مورد تحلیل قرار گیرد و با توجه به نتایج آن برای توسعه گردشگری ماجراجویانه، الگویی مناسب ارائه نماید.

ادبیات موجود، پیدایش ورزش ماجراجویانه را به تغییر نسل و دگرگونی در فناوری و جامعه ربط می دهد. توسعه تجهیزات به واسطه رشد فناوری و ایجاد شرایط برای تمرین در موقعیت امن تر باعث افزایش محبوبیت و ایجاد گونه های جدید فعالیت ماجراجویی شده است (نیمو و همکاران^۳، ۲۰۰۷). در مقالات مختلف گردشگری ماجراجویانه به دو بخش نرم و سخت تقسیم شده که ماجراجویی نرم دارای ریسک کمتر و هر فرد با سطح قابل قبولی از تناسب اندام قادر به انجام آن است و ماجراجویی سخت نیازمند تجربه و مهارت قبلی، سطح مشخصی از توان و میل به مواجهه با ریسک و شرایط غیر منتظره است (غفوری، ۱۳۹۷). عوامل مختلفی مربوط به مدیریت، محیط، تجهیزات، مشتری و حوادث پیش بینی نشده در بروز ریسک در فعالیت ماجراجویانه مؤثر است (بنت لی و همکاران^۴، ۲۰۰۷). در کشور ما نیز استانداردهایی برای الزامات مدیریت ایمنی و آگاهی بخشی به شرکت کنندگان گردشگری ماجراجویانه تدوین شده که شامل استاندارد ایزو ۲۱۱۰۱ در رابطه با نحوه مدیریت ایمنی دستگاه زیربند گردشگری ماجراجویانه؛ استاندارد شماره ۱۷۲۷۳ در خصوص حداقل صلاحیت های راهنمایان و استاندارد شماره ۱۹۰۳۰ که حداقل اطلاعات ایمنی را به شرکت کننده، پیش، هنگام و پس از فعالیت ماجراجویانه ارائه می دهد (استاندارد ملی ایران، گردشگری ماجراجویانه، ۱۳۹۳). در بین تحقیقات پیشین، غفوری (۱۳۹۷) تبلیغات و ارائه خدمات با کیفیت به گردشگران ماجراجویانه،

1. Korunovski, S., Marinovski, N.

2. Kellett, P. & Russell, R.

3. Nimmo, L. et al.

4. Tim A. Bentley et al.

جذب سرمایه‌گذار، تقویت زیرساخت، یکدلی جمعی بین سیاست‌گذاران، فعالان گردشگری و افراد بومی و غیربومی و برنامه‌ریزی صحیح را از عوامل جذب گردشگر ماجراجویانه به کشور می‌داند. آزادی (۱۳۹۶) با تأکید بر نقش بازاریابی حسی، مؤلفه‌های تبلیغاتی مؤثر بر جذب مخاطب ورزش ماجراجویانه را به ترتیب مفهوم تجربه زنده ورزش ماجراجویانه، ایجاد تمایز با نمایش لذت و هیجان ورزش ماجراجویانه، استفاده از شبیه‌ساز و ابزارهای واقعیت مجازی، ایجاد شبکه اختصاصی، کلیپ و بازی ماجراجویانه، بازاریابی توصیه‌ای، تبلیغ در شبکه مجازی و رسانه دانسته است. گنجی‌ایمچه (۱۳۹۶) نیز کمبود امکانات و زیرساخت‌ها را مانع مهم تبدیل شهرستان‌های اردبیل به قطب گردشگری ماجراجویانه می‌داند. در تحلیل فرصت‌های گردشگری ماجراجویانه منطقه گرن‌دکچ^۱ در آلبرتا^۲ کانادا (۲۰۰۱) نیز راهبردهایی شامل توسعه تولید، مدیریت منابع، مشارکت اجتماعی و توسعه بازار گردشگری ماجراجویانه آمده است (مجیدی و محرم‌زاده، ۱۳۹۵). صفاری و شریفی‌فر (۱۳۹۴) توجه به عناصر آمیخته بازاریابی و تبلیغات را در جذب مشتری این نوع گردشگری مؤثر دانسته‌اند و بر ارتقای کیفیت خدمات متناسب با استاندارد جهانی تأکید کردند. مطالعه کاظمی (۱۳۹۴) بین ایجاد تجهیزات و امکانات، خدمات گردشگری و توسعه ورزش ماجراجویانه بانجی جامپینگ در منطقه توچال رابطه معناداری را نشان داد. یاسمی (۱۳۹۳) نیز به کمبود مسابقات ورزشی ماجراجویانه، نبود حامیان و بیمه و تأمین امنیت، لزوم مشارکت و رقابت سالم بین ارگان‌های اثرگذار، رفع موانع سرمایه‌گذاری، حمل و نقل، جامعه محلی آموزش دیده، ساخت مسیر سایت‌های گردشگری و مدیریت درست زیرساخت‌ها و حفظ محیط زیست اشاره دارد. خاکساری و دهقانی (۱۳۹۳) نیز برنامه‌ریزی مناسب و استفاده از فرصت‌ها را در رونق گردشگری ماجراجویانه کوپرنوردی مؤثر دانسته‌اند و معین‌فرد و همکاران (۱۳۹۳) بر تعامل آگاهانه و سازنده میان سازمان‌های مختلف ذینفع در توسعه گردشگری ورزشی تأکید نموده‌اند. آنان کاربرد اینترنت را به عنوان یکی از مهمترین تغییرات فناورانه برای توسعه گردشگری ورزشی مؤثر دانسته و بیان کرده‌اند این فناوری در تمام زنجیره توزیع خدمات گردشگری ورزشی تغییر شگرفی ایجاد کرده است. به نقل از آنان در راستای پرورش متخصصان گردشگری ورزشی، آمایز^۳ (۲۰۱۱) در تحقیق خود به اهمیت برنامه‌ریزی و پرورش نیروهای متخصص جهت مدیریت سازمان‌های مرتبط با گردشگری اشاره می‌کند. سوارت و باب^۴ (۲۰۰۷) نیز یکی از موضوعات کلیدی توسعه گردشگری ورزشی را آموزش، تعلیم و توسعه مهارت‌ها دانسته‌اند و کارلیس^۵ (۲۰۰۶) نیز توسعه آینده گردشگری ورزشی کانادا را به طور ویژه وابسته به پرورش متخصصان تحصیلکرده و جوان قلمداد کرده است. انجمن تجاری سفرهای ماجراجویانه (ATDI، ۲۰۱۱) بر اساس شاخص‌هایی شامل سیاست‌گذاری دولت و هماهنگی بخش خصوصی و عمومی، ایمنی و شفافیت بالا و هشدارهای سفری پایین سلامت، خدمات بهداشتی، کارآفرینی و شاخص آزادی اقتصاد، کار و تجارت، آزادی

1. Grande Cache
 2. Alberta
 3. Amaize
 4. Swart, K. & Bob, U.
 5. Karlis, G.

سرمایه‌گذاری، آزادی کاری و مالیاتی، بشردوستی، زیرساخت سخت‌گردشگری ماجراجویانه اعم از جاده، فرودگاه، امکانات سکونت و زیرساخت نرم مانند نقشه مسیرها، بستر فرهنگی، برنامه آموزشی، غرفه‌های سازگار با محیط زیست و تصویر یک کشور در صنعت ماجراجویی، کشورهای جهان را در دو دسته توسعه یافته و در حال توسعه رده‌بندی کرد. براساس این شاخص‌ها، ایران از بین ۱۶۳ کشور در حال توسعه رتبه ۸۶ را کسب کرد. هرچند کشورها از لحاظ منابع ماجراجویی اغلب هم سطح بودند، اما نتایج نشان می‌داد سیاست‌گذاری و زیرساخت‌ها به ویژه بین ایران و بقیه متفاوت است. بنابراین تبلیغات، تسهیلات و سیاست‌ها سهم عمده‌ای در جذب گردشگر دارند. غفوری و همکاران (۱۳۹۲) نیز مهمترین عامل توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران را تبلیغات و بازاریابی و بعد از آن عامل مدیریت دانستند و تحقیق صالح‌آبادی (۱۳۹۲) بین امکانات و خدمات گردشگری و توسعه ورزش پاراگلايدر روابطی معنادار را نشان داد. مطالعه رهنمایی و همکاران (۱۳۹۲) نیز توسعه گردشگری ماجراجویانه در محدوده غار آویشو را وابسته به توسعه مناسب مسیر دسترسی، ایجاد اقامتگاه، استقرار راهنما، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری و رفع محدودیت جهت جذب گردشگر بین‌المللی می‌داند. قدیری معصوم و وثوقی (۱۳۸۴) نیز راهکارهایی چون: شناسایی سایت‌های مناسب، ایجاد زیرساخت لازم با رویکرد توسعه پایدار، ایجاد فدراسیون گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه، سرمایه‌گذاری و برگزاری مسابقات بین‌المللی را پیشنهاد داده‌اند. در گزارشی دیگر، انجمن تجاری سفرهای ماجراجویانه در سال ۲۰۱۸ عواملی مانند ایجاد تصویر و بازاریابی مقصد، کارآفرینی، ایمنی، منابع فرهنگی، زیرساخت‌ها، منابع طبیعی، بهداشت، آموزش، سیاست‌های توسعه پایدار و زیست‌محیطی و منابع و استعداد فعالیت‌های ماجراجویانه را به عنوان شاخص‌های توسعه گردشگری ماجراجویانه تعیین کرد. براساس مطالعه گیدی^۱ (۲۰۱۷)، گردشگری ماجراجویانه یکی از مهمترین عوامل توسعه اقتصاد محلی شهرهای کوچک در آفریقای جنوبی شده و برای توسعه پایدار لازم است به راهبردهای بازاریابی و مدیریت گردشگری ماجراجویانه توجه شود. همچنین آلوز و همکاران^۲ (۲۰۱۷) اشاره می‌کنند که سود اقتصادی و اجتماعی حاصله از پهنه هر هکتار از مقاصد گردشگری ساحلی جنوب غرب اسپانیا در یک فصل بیشتر از متوسط سالانه هزینه صرف شده در کل پروژه‌های مدیریت ساحلی است. مطالعه ژان هامرتون^۳ (۲۰۱۷)، نشان می‌دهد راهبردهای مدیریتی برای حفاظت پایدار محیطی و توسعه صنعت غواصی اسکوبا در پارک‌های دریایی اسپانیا مفید است و در صنعت گردشگری دریایی، مدیریت زیست‌محیطی سایت‌ها ضروری است. کارنیرو و همکاران^۴ (۲۰۱۶) نیز طیف وسیعی از شیوه‌های مدیریت توسعه پایدار و استفاده از توانمندی بومی و محصولات تجدیدپذیر را برای مدیران گردشگری بیان کردند و تحقیق گیدی و وب^۵ (۲۰۱۶) حاکی از اثر فزاینده محیط طبیعی بر رفتار و انگیزه گردشگران ماجراجویانه است و وضعیت محیطی در جذب و بازگشت مجدد آنان به مقصدی خاص

1. Giddy, J. K.

2. Alves et al.

3. Zan Hammerton

4. Maria João Carneiro et al.

5. Giddy, J. K. & Webb, N. L.

نقشی مهم دارد. همچنین بررسی انگیزه گردشگران ماجراجو توسط ساتو و همکاران^۱ (۲۰۱۶) نشان داد افراد حرفه‌ای بیشتر به قصد هیجان و افراد وابسته به خانواده، به قصد تفریح به گردشگری ماجراجویانه می‌پرداختند. از این رو، بازاریابان گردشگری ماجراجویانه باید بدانند کلید بازاریابی موفق، هم به رضایت افراد با انگیزه تفریحی و هم به ارائه همزمان تجربیاتی فوق‌العاده برای افراد با انگیزه هیجانی وابسته است. نیراجان^۲ (۲۰۱۶) نیز چالش‌های توسعه گردشگری ماجراجویانه و اهمیت راهبرد مناسب بازاریابی را در نپال ارزیابی کرد و بر توسعه زیرساخت‌ها، ایمنی و مدیریت ریسک تأکید نمود. مطالعه راکنز و همکاران^۳ (۲۰۱۵) به نقش راهنمایی در ارزش‌گذاری به مشتری و تجربه مثبت در فعالیت‌های ماجراجویی دوچرخه کوهستان و اسکی بازی اشاره کرده و مبین اهمیت دانش راهنمایان در مورد فعالیت، منطقه و مدیریت ایمنی است که تجاربی سرگرم‌کننده را با حداقل خطر برای شرکت‌کنندگان فراهم می‌کند. باکلی و همکاران^۴ (۲۰۱۴) نیز در طراحی مدل توسعه گردشگری ماجراجویانه با تأکید بر ورزش قایقرانی آب‌های خروشان به تأثیر مؤلفه‌های رضایت مشتری، تفاوت‌های فرهنگی و تکالیف ایمنی، تأکید کردند. همچنین مطالعه مای‌تینن و پاجاری^۵ (۲۰۱۴) بر کارآفرینی و توسعه شرکت گردشگری ماجراجویانه تأکید دارد و نیاز به یک کارآفرین که سرمایه و شجاعت داشته باشد تا قیمت‌های مناسب در این صنعت فراهم کند را از چالش‌های صنعت گردشگری ماجراجویانه دانسته است. بررسی تحقیقات گذشته نشان می‌دهد هرکدام بر جزئی از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری به طور عام و گردشگری ماجراجویانه به طور خاص اشاره داشته‌اند. از این رو، با نگاه به بستر جغرافیایی و ظرفیت‌های طبیعی مرتبط با فعالیت‌های ورزشی ماجراجویانه در استان خوزستان، این تحقیق در صدد پاسخگویی به این پرسش است: چه عوامل و مؤلفه‌های مؤثری را می‌توان در قالب الگویی جامع‌نگر، برای توسعه گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه استان خوزستان مورد توجه قرار داد؟

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش کاربردی با رویکردی کیفی صورت گرفت و برای جمع‌آوری اطلاعات از مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه استفاده شد. داده‌های حاصل از مصاحبه به روش گراند تئوری (روش سیستماتیک استراوس و کوربین) کدگذاری و تجزیه و تحلیل شدند. پرداختن به جنبه‌های نهفته یک پدیده در حوزه علوم انسانی، اجتماعی و رفتاری، نیازمند کاربرد روشی کیفی در پژوهش است. تئوری‌سازی داده-بنیاد به طور استقرایی یک سلسله رویه سیستماتیک را به کار می‌برد تا الگویی نظری درباره پدیده مورد مطالعه ایجاد کند (استراوس و کوربین^۶، ۲۰۰۸). با توجه به کیفی بودن مطالعه، از روش نمونه‌گیری هدفدار ارجاعی زنجیره‌ای یا گلوله برفی و مصاحبه مستقیم با اساتید مدیریت ورزشی، مدیران و خبرگان حوزه گردشگری ورزشی استفاده شد. معیار توقف نمونه‌برداری، رسیدن به اشباع نظری بود که در نهایت با تعداد ۱۶ مصاحبه، نمونه‌گیری متوقف

1. S. Sato, et al.
2. Nirajan, B.
3. Rokenes, A. et al.
4. Buckley, R. et al.
5. Miettinen, K. & Pajari, M.
6. Strauss, A. & Corbin, J.

شد. برای تعیین موثق بودن داده‌ها از دو روش بازکدگذاری (پایایی بازآزمون) توسط پژوهشگر دیگر و روش بازبینی مصاحبه‌شوندگان استفاده شد. در روش بازکدگذاری، سه مصاحبه در اختیار محقق دیگری قرار گرفت و از این طریق میزان توافق کدگذاری، درجه ثبات و توافق مطلوب حاصل شد. همچنین برای تأییدپذیری از روش بازبینی مصاحبه‌شوندگان استفاده شد. کدگذاری‌ها در اختیار سه نفر مصاحبه‌شونده قرار گرفت و نظرات آنان اعمال و در نهایت مدل کلی تحقیق تأیید شد. در این پژوهش از مصاحبه ۱۰ به بعد تعداد کدهای جدید بتدریج کاهش یافت؛ به طوری که از مصاحبه ۱۳ به بعد کد متفاوتی یافت نشد. برای اطمینان از جامعیت و اعتبار پژوهش، فرایند گردآوری داده‌ها تا ۱۶ مصاحبه ادامه یافت. سپس داده‌ها کدگذاری و تحلیل و از نتیجه گروه‌بندی کدها، مؤلفه‌ها و ابعاد شناسایی و طبقه‌بندی شدند.

یافته‌های پژوهش

نمونه‌ای از کدگذاری داده‌های خام حاصل از مصاحبه‌ها و استخراج مفاهیم و مقولات در جدول ۱ نشان داده شده است"

جدول ۱: نمونه‌ای از کدگذاری باز و واقعی

کد مصاحبه	داده‌های خام (برچسب زنی اولیه)	(مفاهیم مستخرج)	(مقولات مستخرج)
AR13	باید برای توسعه هر یک از رشته‌های ورزشی ماجراجویانه که استعداد توسعه آن در استان خوزستان وجود دارد، برنامه درازمدت تهیه شود.	توسعه راهبردی رشته‌ها	برنامه‌ریزی راهبردی
CR4	مسئولان باید به توسعه گردشگری ماجراجویانه در استان نگاه مثبت و اهداف درازمدتی داشته باشند.	تفکر راهبردی در مدیران	
BR8	باید باشگاه‌های ورزشی تخصصی در رشته‌های ورزشی ماجراجویانه در استان افزایش یابد.	تأسیس باشگاه‌های تخصصی	توسعه سازمانی
AR22	هیئت ورزشی مختص ورزش‌های ماجراجویانه باید در استان وجود داشته باشد و انجمن تخصصی هر رشته زیر نظر این هیئت فعالیت کنند.	تأسیس هیئت ورزشی	
ER3	مسابقات و جشنواره‌های داخلی و بین‌المللی در رشته‌های ورزشی ماجراجویانه در استان برگزار شود.	توسعه رویدادها	
BR11	برای معرفی رشته‌های ورزشی ماجراجویانه مستعد در استان تبلیغ و اطلاع‌رسانی شود.	تبلیغات	بازاریابی راهبردی
AR27	سازمان‌های ذیربط باید برنامه مناسبی جهت بازاریابی اینگونه رشته‌ها در استان داشته باشند.	عملیات بازاریابی	
FR3	شناخت علایق و انگیزه‌های مختلف متقاضیان این فعالیت‌ها می‌تواند جهت ارائه خدمات بهتر گردشگری ماجراجویانه مفید باشند.	نیازسنجی مشتریان	
DR5	برای بازاریابی و جذب مشتری بهتر باید امکانات و تورهای ارزان قیمتی فراهم کرد.	ارائه خدمات ارزان	
GR3	برای جذب مشتری بهتر تلاش‌ها بر جاذبه‌های خاص و منحصرنفرد گردشگری ماجراجویانه استان متمرکز شود.	توسعه تصویر و برند	

از آنجا که فرایند تحقیق کیفی ماهیتی غیر خطی دارد، با انجام مکرر فرایند کدگذاری‌ها و به صورت نمونه کدگذاری ارائه شده در جدول ۱ مفاهیم، مقوله‌های فرعی و اصلی مدل مشخص شدند. نتایج تجزیه و تحلیل کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها که با روش تئوری‌سازی داده بنیاد انجام شده، در سه مقوله یا طبقه اصلی تعریف شد که با عنوان مکانیزم‌ها یا عوامل مدیریتی، عوامل محیطی یا زمینه‌ای و عوامل رفتاری یا محتوایی در جداول ۲، ۳ و ۴ بیان شده‌اند:

جدول ۲: مؤلفه‌های مدیریتی توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان

ابعاد (طبقات اصلی)	مؤلفه‌ها (مقولات)	مفهوم (کدهای مفهومی)	داده (کدهای ثانویه)
	برنامه‌ریزی راهبردی	توسعه راهبردی رشته‌ها	تدوین برنامه‌های درازمدت در زمینه توسعه هر یک از ورزش‌های ماجراجویانه
		تفکر راهبردی در مدیران	ارتقای نگاه راهبردی مدیران و مسئولان نسبت به توسعه گردشگری ماجراجویانه
توسعه سازمانی	توسعه	تأسیس باشگاه‌های تخصصی	راه اندازی باشگاه‌های ورزشی تخصصی در رشته‌های ورزشی ماجراجویانه
		تأسیس هیئت ورزشی	ایجاد هیئت‌های ورزشی و فعالسازی انجمن‌های تخصصی ورزش‌های ماجراجویانه
		توسعه رویدادها	برگزاری مسابقات و جشنواره‌های داخلی و بین‌المللی ورزش‌های ماجراجویانه
		تبلیغات	انتخاب برنامه‌های تبلیغاتی و ترویجی در زمینه فعالیت‌های ورزشی ماجراجویانه
بازاریابی راهبردی	بازاریابی	عملیات بازاریابی	انتخاب سیاست‌ها و انجام فعالیت‌های بازاریابی مناسب در زمینه گردشگری ماجراجویانه
		نیازسنجی مشتریان	شناخت نیازهای انگیزشی شرکت‌کنندگان و مشتریان گردشگری ماجراجویانه
		خدمات ارزان	ارزان بودن امکانات و تجهیزات و تدارک توره‌های ارزان ورزش‌های ماجراجویانه
		توسعه برند	توسعه تصویر و برند گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان
مشارکت بین‌سازمانی	مشارکت	هماهنگی بین سازمانی	لزوم همکاری و هماهنگی بین سازمان‌های مرتبط با حوزه گردشگری ماجراجویانه
		تصمیم‌گیری مشارکتی	مشارکت همه ذینفعان در برنامه‌ریزی‌ها و اتخاذ تصمیم
		تعامل با نهادهای امنیتی	بهرگیری از توانمندی نهادهای امنیتی در ایجاد امنیت
نظارت و کنترل	نظارت و کنترل	مشارکت افراد محلی	استفاده از افراد محلی در ارائه خدمات مختلف در حوزه گردشگری ماجراجویانه
		نظارت مستمر	کنترل و نظارت مداوم کارشناسان حوزه گردشگری ماجراجویانه بر ارائه خدمات
کارآفرینی	کارآفرینی	نظارت بر بازار	نظارت بر قیمت نسبی کالا و خدمات مرتبط با فعالیت‌های ورزشی ماجراجویانه
		حمایت از تولید	حمایت از تولیدکنندگان داخلی تجهیزات و وسایل ورزش‌های ماجراجویانه
		طرح‌های خلاقانه	حمایت از طرح‌های خلاقانه در زمینه گردشگری ماجراجویانه
مدیریت سرمایه‌گذاری	مدیریت سرمایه‌گذاری	حمایت بخش خصوصی	حمایت از بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری ماجراجویانه
		سرمایه‌گذاری خارجی	بهره‌گیری و حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی در زمینه گردشگری ماجراجویانه
مدیریت ریسک	مدیریت ریسک	تسهیل سرمایه‌گذاری	مقررات و قوانین تسهیل‌کننده در جهت حمایت از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
		پیشگیری از حوادث	سیاست‌های پیشگیری از حادثه و برقراری امنیت محیطی منطقه گردشگری ماجراجویانه
		مدیریت بحران	مدیریت مناسب در مواقع بحرانی و خطر و شرایط دشوار

بر اساس جدول ۲، با روش گراند تئوری تعداد ۸ مؤلفه به عنوان عوامل مدیریتی مؤثر بر توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان شناسایی شد. این مؤلفه‌ها شامل برنامه‌ریزی راهبردی، توسعه سازمانی، بازاریابی راهبردی، مشارکت بین‌سازمانی، نظارت و کنترل، کارآفرینی، مدیریت سرمایه‌گذاری و مدیریت ریسک در حوزه گردشگری ماجراجویانه هستند.

جدول ۳: مؤلفه‌های محیطی (زمینه‌ای) در توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان

ابعاد (طبقات اصلی)	مؤلفه‌ها (مقولات)	مفهوم (کدهای مفهومی)	داده (کدهای ثانویه)
مکانهای محیطی	توسعه زیرساخت عمومی	توسعه شبکه حمل و نقل	گسترش حمل و نقل و راه ارتباطی مناسب در مناطق گردشگری ماجراجویانه
		خدمات زیربنایی	شبکه آب، برق، تلفن و خدمات پایه در مناطق گردشگری ماجراجویانه
	توسعه زیرساخت اختصاصی	مکان‌گزینی مناسب	انتخاب مکان مناسب به منظور طراحی سایت‌های گردشگری ماجراجویانه
		تجهیز سایت‌های فعالیت	تجهیز و به‌روزرسانی سایت‌های موجود گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه
	ایمنی و امنیت	استانداردسازی	فراهم نمودن امکانات و تجهیزات استاندارد و ایمن
		دسترسی ایمن	ایمنی جاده‌ها و مسیرهای دسترسی مناسب به مناطق گردشگری ماجراجویانه
		ایمنی در آموزش	کاربرد شبیه‌ساز و ابزارهای واقعیت مجازی در آموزش ورزش‌های ماجراجویانه
	خدمات مسافرتی	افزایش آژانس گردشگری	افزایش تدارک‌دهندگان و آژانس‌های مسافرتی در زمینه گردشگری ماجراجویانه
		تسهیل در صدور روادید	اتخاذ تسهیلات مناسب در زمینه صدور روادید و گذرنامه گردشگران خارجی
	خدمات رفاهی	وجود مراکز تهیه غذا	امکانات رفاهی مانند رستوران، کافی‌شاپ، اغذیه‌فروشی... در منطقه گردشگری
		سرویس‌های بهداشتی	استقرار امکانات بهداشتی از قبیل دستشویی، حمام... در منطقه گردشگری
		مراکز خرید	وجود فروشگاه خرید عمومی و خرید تجهیزات تخصصی ورزش‌های ماجراجویانه
	خدمات بهداشت و درمان	ملاحظات پزشکی	خدمات پزشکی، معاینات، واکسیناسیون و داروهای پیشگیری‌کننده به مشتریان
		مراکز بهداشتی	استقرار مراکز بهداشتی و درمانی در مناطق انجام ورزش‌های ماجراجویانه
		خدمات بیمه	ارائه خدمات مناسب بیمه‌ای به شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های ماجراجویانه
	خدمات راهنمایی	دفترچه‌های راهنما	تهیه گشت‌نامه‌ها و بروشورهای اطلاع‌رسانی برای مشتریان
		راهنمایان محلی	بهره‌گیری از افراد مطلع محلی برای ارائه خدمات راهنمایی به مشتریان
		راهنمایان حرفه‌ای	بهره‌گیری از راهنمایان آگاه و خدمات راهنمایی حرفه‌ای به مشتریان
	امدادسانی	خدمات امداد و نجات	استقرار مراکز امدادسانی و کمک‌های اولیه
		خدمات اورژانس	استقرار مراکز اورژانس و کمک‌های اضطراری در مناطق گردشگری ماجراجویانه
خدمات اسکان	تسهیلات اسکان موقتی	وجود کمپ‌ها و مراکز اسکان صحرایی در منطقه گردشگری ماجراجویانه	
	تسهیلات اسکان ثابت	وجود هتل‌ها، خوابگاه‌ها و مراکز اقامتی مجهز در منطقه گردشگری ماجراجویانه	
فناوری	فناوری نو	کاربرد فناوری‌های نو در گردشگری ماجراجویانه و تجهیزات ورزش ماجراجویانه	
	نوآوری در رشته‌ها	نوآوری و فرصت‌سازی در رشته‌های ورزشی ماجراجویانه	
ملاحظات زیست محیطی	بهره‌برداری اصولی	محدودیت تعداد بازدیدکننده در مناطق حفاظت‌شده برای کاهش ردپای انسان	
	حفظ اقلیم بکر منطقه	ملاحظات حفاظت از تنوع اقلیمی و جغرافیایی منطقه گردشگری ماجراجویانه	
	طبیعت پاک	ممنوعیت روشن کردن آتش، استفاده از مواد آلوده‌کننده و مخرب محیط زیست	
	ارتقای چشم‌انداز طبیعی	توجه به زیبا سازی محیطی مناطق گردشگری ماجراجویانه	
ملاحظات هواشناسی	کاربرد انرژی پاک	کاربرد منابع انرژی طبیعی و تجدیدپذیر در سایت‌های گردشگری ماجراجویانه	
	توجه به تغییرات فصلی	بررسی وضعیت و تغییرات آب و هوایی منطقه در فصول مختلف سال	
	اطلاعات هواشناسی	دریافت مستمر گزارش هواشناسی درباره متغیرهای هواشناسی در طول شبانه روز	

طبق جدول ۳، با استفاده از روش تنوری سازی داده- بنیاد، تعداد ۱۲ مؤلفه به عنوان عوامل محیطی موثر بر توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان مشخص شد. این مؤلفه‌ها شامل توسعه زیرساخت عمومی، توسعه زیرساخت اختصاصی، ایمنی و امنیت، توسعه خدمات مسافرتی، رفاهی، بهداشت و درمان، راهنمایی، امداد رسانی و اسکان، توسعه فناوری، ملاحظات زیست محیطی و ملاحظات هواشناسی است.

جدول ۴: مؤلفه‌های محتوایی در توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان

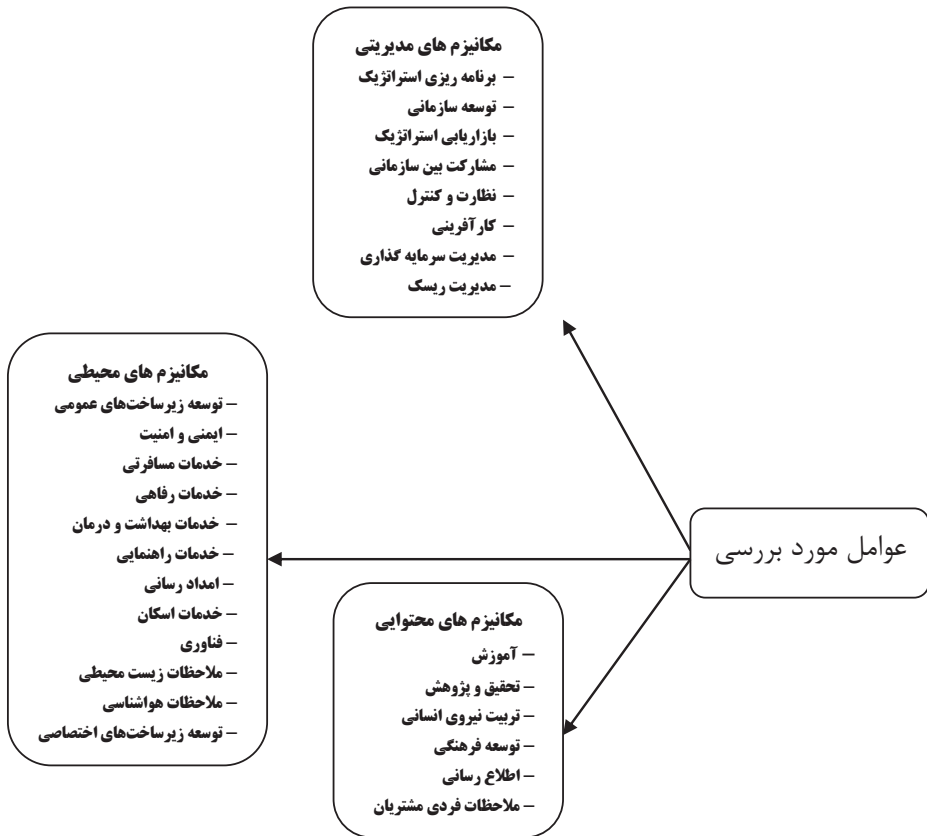
ابعاد (طبقات اصلی)	مؤلفه‌ها (مقولات)	مفهوم (کدهای مفهومی)	داده (کدهای ثانویه)
مکانیزم‌های رفتاری (محتوایی)	آموزش	آموزش مستمر پرسنل	اجرای برنامه‌های آموزشی ویژه کارکنان و مجریان گردشگری ماجراجویانه
		آموزش افراد محلی	آموزش افراد محلی در زمینه ارائه خدمات در حوزه گردشگری ماجراجویانه
		آموزش مشتریان	ایجاد مراکز آموزشی مناسب شرکت کنندگان مبتدی در فعالیت ورزشی ماجراجویانه
	تحقیق و پژوهش	انجام طرح پژوهشی	حمایت از طرح‌های پژوهشی در حوزه گردشگری ماجراجویانه
		مراکز R&D	ایجاد مراکز تحقیقاتی در زمینه ارتقای مستمر حوزه گردشگری ماجراجویانه
		انتشارات تخصصی	چاپ کتب و نشریات تخصصی محلی در رابطه با معرفی گردشگری ماجراجویانه
	تربیت نیروی انسانی	تربیت مربی	برگزاری دوره‌های تخصصی ویژه مربیگری ورزش‌های ماجراجویانه
		تربیت مدیران	اجرای دوره‌های تخصصی ویژه مدیران باشگاه‌ها و آژانس‌های گردشگری ماجراجویانه
		تربیت پرسنل	برگزاری دوره تخصصی تربیت پرسنل حوزه گردشگری ماجراجویانه
	توسعه فرهنگی	سازگاری فرهنگی	تعدیل و سازگاری با تعصبات مذهبی و فرهنگی
		بسترسازی فرهنگی	آگاهی بخشی نسبت به ماهیت فرهنگی ورزش‌های ماجراجویانه در مناطق فعالیت
		ارتقاء فرهنگ گردشگرپذیری	ارتقای ظرفیت فرهنگی پذیرش گردشگر ورزش‌های ماجراجویانه
	اطلاع رسانی	سایت‌های اینترنتی	راه اندازی سایت اطلاع‌رسانی و اینترنتی جهت معرفی رشته‌های ورزشی ماجراجویانه
		رسانه	بهره‌گیری از توانمندی رسانه‌ای در معرفی و گسترش گردشگری ماجراجویانه
		مرکز اطلاع رسانی	استقرار مرکز اطلاع‌رسانی مناسب در مناطق گردشگری ماجراجویانه
		آگاهی از آداب محلی	شناساندن مناسب آداب و رسوم مناطق گردشگری ماجراجویانه
	ملاحظات فردی مشتریان	توجه به افراد خاص	مناسب‌سازی امکانات و فضا جهت استفاده افراد با نیازهای خاص
		توجه به تفاوت‌های فردی	ارائه اطلاعات در خصوص تناسب فعالیت‌های ماجراجویانه برای افراد خاص از لحاظ جنسیت، سن، توانایی جسمانی و روانی

با توجه به جدول ۴ و با تکیه بر روش گراند تئوری، تعداد ۶ مؤلفه به عنوان عوامل یا مکانیزم رفتاری مؤثر در توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان شناسایی شد. این عوامل شامل توسعه آموزش، تحقیق و پژوهش، تربیت نیروی انسانی، توسعه فرهنگی و اطلاع‌رسانی و توجه به ملاحظات فردی مشتریان در حوزه گردشگری ماجراجویانه است.

از آنجا که در مدیریت، هر پدیده را می‌توان برحسب سه دسته عوامل ساختاری و یا مدیریتی^۱، زمینه‌ای یا

محیطی^۱ و محتوایی^۲ تجزیه و تحلیل کرد، در این مطالعه نیز به عنوان چارچوبی پایه، از الگوی سه شاخگی (3c) جهت تحلیل و گروه‌بندی مؤلفه‌ها و ابعاد توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان استفاده شد. براساس این الگو ارتباط بین عوامل محتوایی، ساختاری و یا سازمانی و زمینه‌ای یا محیطی بگونه‌ای است که هیچ پدیده یا رویداد سازمانی نمی‌تواند خارج از تعامل این سه شاخه صورت گیرد (میرزایی اهرنجانی و امیری، ۱۳۷۷).

۲۰۳

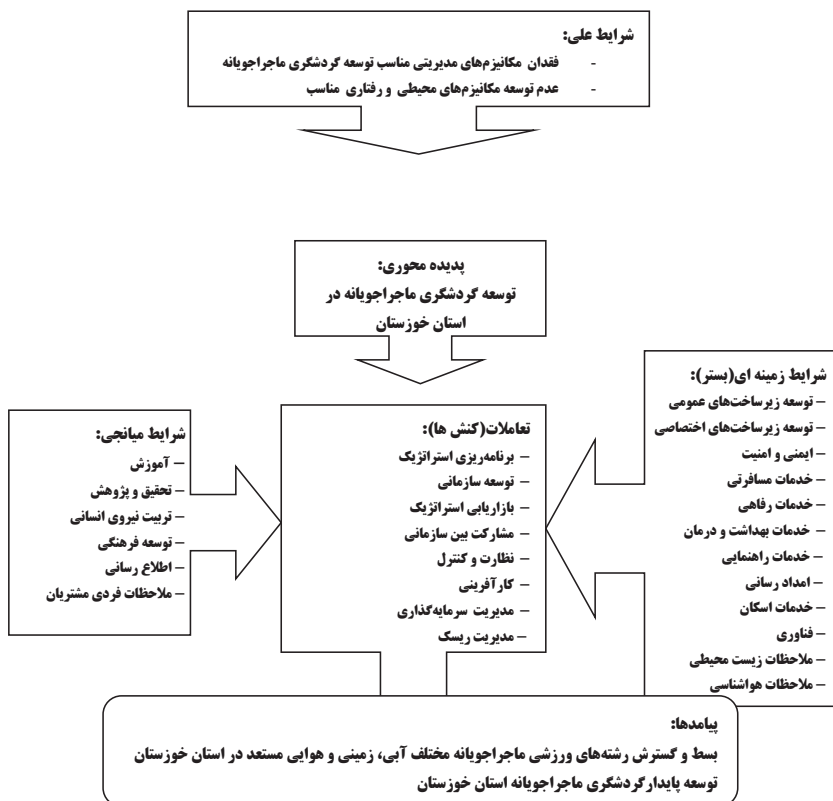


شکل ۱: چارچوب مدل سه شاخگی (3c) توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان

در نظریه‌سازی داده-بنیاد، هدف از مرحله کدگذاری محوری، تعیین رابطه بین مقوله‌ها و طبقات ایجاد شده در مرحله کدگذاری باز است. این عمل بر اساس مدل پارادایم صورت می‌گیرد و کمک می‌کند تا فرایند نظریه‌پردازی به سادگی انجام شود. در کدگذاری محوری، با شناسایی پدیده محوری، شرایط علی تشریح و

1. Context
2. Content

تعاملات (راهبردها) مشخص می‌شوند. همچنین شرایط میانجی و بستر شناسایی و نتایج تعاملات برای این پدیده معین می‌شود (کندل، ۱۹۹۹). شکل ۲ بیانگر مدل پارادایم و کدگذاری محوری این پژوهش است:



شکل ۲: کدگذاری محوری و مدل پارادایمی (الگوی نظری پژوهش)

بحث و نتیجه‌گیری

در بررسی ابعاد پارادایم کدگذاری، دیده می‌شود که توسعه گردشگری ماجراجویانه در استان خوزستان به عنوان مقوله محوری در نظر گرفته شده است؛ از آن منظر که ردپای آن به نحوی در بخش‌های مختلف وجود دارد و با نقشی محوری، دیگر مؤلفه‌ها را حول خود جمع می‌کند. براساس مدل پارادایم، شرایط علی مجموعه‌ای از شرایط است که بر مقوله محوری اثرگذارند که در این پژوهش، فقدان مکانیزم‌های مدیریتی، بستر محیطی و رفتاری مناسب، به عنوان عوامل علی بر عدم تحقق پدیده محوری و توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در استان خوزستان مؤثرند. کنش‌ها نیز اقدامات هدف‌مندی هستند که راه‌حلی را برای تحقق پدیده مورد نظر فراهم می‌سازند و منجر به پیامدها می‌شوند. براساس یافته‌ها، مکانیزم‌های مدیریتی شامل مؤلفه‌هایی چون: تدوین برنامه راهبردی، توسعه سازمانی، برنامه جامع بازاریابی، مشارکت بین سازمانی،

نظارت و کنترل، مدیریت کارآفرینی و سرمایه‌گذاری و مدیریت ریسک، به عنوان کنش‌های موثری به شمار می‌آیند که منتج به پیامدها در جهت توسعه گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه خواهند شد. این اقدامات نیز خود تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر یا میانجی است که مجموعه‌ای از متغیرهای واسط و تسهیل‌گرند که در این پژوهش مؤلفه‌هایی چون: توسعه آموزش و پژوهش، تربیت نیروی انسانی، بسترسازی فرهنگی، آگاهی بخشی عمومی و ملاحظه فردی مشتریان به عنوان عوامل میانجی تعریف شده‌اند. بستر و شرایط زمینه‌ای حاکم، عوامل خاص مؤثر بر راهبرد یا کنش‌ها هستند که در این پژوهش عواملی مانند توسعه زیرساخت عمومی و اختصاصی، توسعه ایمنی و خدمات مسافرتی، رفاهی و بهداشتی، خدمات راهنمایی، امداد رسانی و اسکان، توسعه فناوری و ملاحظات زیست‌محیطی و هواشناسی به عنوان مکانیزم‌های محیطی، اثربخشی راهبردهای مدیریتی را متأثر می‌سازند. براساس مدل پارادایم، پیامدها، نتایجی‌اند که در نهایت به دنبال راهبردها و کنش‌ها حاصل می‌شوند که بسط و گسترش رشته‌های ورزشی ماجراجویانه مستعد در استان خوزستان و توسعه پایدار گردشگری ماجراجویانه، از جمله نتایجی است که تحقق آن مورد انتظار است.

۲۰۵

براساس گراندد تئوری، عوامل مدیریتی موثر بر توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان شامل برنامه‌ریزی راهبردی، توسعه سازمانی، بازاریابی راهبردی، مشارکت بین‌سازمانی، نظارت، کارآفرینی، مدیریت سرمایه‌گذاری و مدیریت ریسک است. تدوین برنامه راهبردی، لزوم برنامه درازمدت توسعه هر یک از رشته‌های ورزشی ماجراجویی و نیز بهبود تفکر راهبردی در مدیران را می‌طلبد؛ چنان‌که خاکساری و دهقانی (۱۳۹۳) و ژان هامرتون (۲۰۱۷) نیز بر برنامه‌ریزی جامع و راهبردهای مدیریتی تأکید داشته و غفوری و همکاران (۱۳۹۲) عامل مدیریت را مهمترین عامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی دانسته‌اند. توسعه سازمانی بر تأسیس باشگاه‌ها، هیئت، انجمن‌ها و برگزاری مسابقات و رویدادهای داخلی و بین‌المللی ورزش‌های ماجراجویانه اشاره دارد؛ به طوری که قدیری و وثوقی (۱۳۸۴) نیز به راه‌اندازی فدراسیون و برگزاری مسابقات بین‌المللی ماجراجویانه و یاسمی (۱۳۹۳) به کمبود مسابقات ورزشی ماجراجویانه اشاره داشته‌اند. بازاریابی راهبردی نیز در بردارنده سلسله اقداماتی چون: اتخاذ برنامه تبلیغی و عملیات بازاریابی مناسب، شناخت نیاز انگیزشی مشتریان، امکانات و تورهای ارزان قیمت و توسعه برند گردشگری ماجراجویانه استان است. صفاری و شریفی‌فر (۱۳۹۴) و غفوری (۱۳۹۷) نیز بر عناصر آمیخته بازاریابی، تبلیغات و ارائه خدمات با کیفیت و آزادی (۱۳۹۶) بر اهمیت نقش بازاریابی حسی تأکید کرده‌اند. مطالعات آلوز و همکاران (۲۰۱۷)، نیراجان (۲۰۱۶) و گیدی (۲۰۱۷) نیز راهبردهای مناسب بازاریابی را از شروط توسعه پایدار گردشگری ماجراجویانه دانسته‌اند و گزارش ATDI در سال ۲۰۱۸ هم تصویر و بازاریابی مقصد را به عنوان شاخص توسعه گردشگری ماجراجویانه بیان می‌کند. در مطالعه حاضر، مشارکت بین‌سازمانی مبین تقویت هماهنگی بین سازمان‌ها و مشارکت همه ذینفعان، تعامل با نهادهای امنیتی و بهره‌جستن از افراد محلی در ارائه خدمات گردشگری ماجراجویانه است. معین‌فرد و همکاران (۱۳۹۳) و یاسمی (۱۳۹۳) نیز مشارکت عمومی و تعامل سازنده بین بخش‌های ذینفع را لازم دانسته و در مطالعه منطقه گرن‌دکچ کانادا مشارکت اجتماعی به عنوان یک راهبرد توسعه گردشگری ماجراجویانه آمده و غفوری (۱۳۹۷) یکدلی جمعی را در جذب گردشگر ماجراجویانه

موثر قلمداد کرده است. در مطالعه حاضر، نظارت و کنترل نیز مستلزم ارزیابی مستمر و نظارت بر بازار و قیمت کالا و خدمات است. کارآفرینی حمایت از تولید و نوآوری را می‌طلبد و مدیریت سرمایه‌گذاری مستلزم حمایت و تسهیل سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری ماجراجویانه است. از این منظر، مطالعه مای‌تینن و پاجاری (۲۰۱۴)، ضمن تأکید بر کارآفرینی به لزوم قیمت‌گذاری مناسب در این صنعت اشاره دارد. تحقیق منطقه‌گردنکچ کانادا، بر راهبرد توسعه تولید و گزارش ATDI در سال ۲۰۱۱ بر کارآفرینی تأکید دارند. قدیری و وثوقی (۱۳۸۴)، غفوری (۱۳۹۷) و یاسمی (۱۳۹۳) نیز به جذب سرمایه‌گذار و کلت و راسل (۲۰۰۹) به نقش حامی مالی در صنعت ورزش ماجراجویانه اشاره کرده‌اند. در تحقیق حاضر، مدیریت ریسک بر پیشگیری از حوادث، امنیت و مدیریت بحران متمرکز است. در این راستا بنت‌لی و همکاران (۲۰۰۷) نیز بر توجه به عوامل مدیریت محیط، تجهیزات و حوادث پیش‌بینی نشده و نیراجان (۲۰۱۶) بر ایمنی و مدیریت ریسک تأکید کرده و تدوین استانداردهای ایزو ۲۱۱۰؛ استاندارد ۱۷۲۷۳ و استاندارد ۱۹۰۳۰ همه‌مبیین لزوم توجه به مدیریت ایمنی گردشگری ماجراجویانه در کشور ماست. از این رو، سهم مؤلفه‌های مدیریتی در توسعه گردشگری ماجراجویانه آن چنان که در تحقیقات گذشته آمده و همان گونه که در الگوی پارادایم مطالعه حاضر در قالب مؤلفه‌هایی چون: برنامه‌ریزی راهبردی، توسعه‌سازمانی، بازاریابی، مشارکت، نظارت، کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و مدیریت ریسک تعریف شده‌اند، بیانگر اهمیت مکانیزم‌های مدیریتی و جایگاه ارتباطی آن با سایر مؤلفه‌ها در سوق دادن و هدایت تمامی فعالیت‌ها به سمت پیامدهای مطلوب در توسعه گردشگری ماجراجویانه است.

در مطالعه حاضر، عوامل محیطی موثر بر توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان شامل توسعه زیرساخت عمومی و اختصاصی، ایمنی و امنیت، خدمات مسافرتی، رفاهی، بهداشت و درمان، خدمات راهنمایی، امداد رسانی، اسکان، توسعه فناوری، ملاحظات زیست محیطی و هواشناسی است. توسعه زیرساخت عمومی در بردارنده گسترش حمل و نقل، راه و خدمات زیربنایی است و توسعه زیرساخت اختصاصی بر مکان‌گزینی مناسب و تجهیز سایت‌های گردشگری ماجراجویانه تأکید دارد. همراستا با این نتایج، گنجی‌ایمچه (۱۳۹۶) کمبود امکانات و زیرساخت را مانع ایجاد قطب گردشگری ماجراجویانه دانسته و نیراجان (۲۰۱۶) نیز بر توسعه زیرساخت‌ها تأکید کرده و گزارش ATDI در سال ۲۰۱۱، جاده، فرودگاه، سکونت‌گاه و مسیر پیاده‌روی را از زیرساخت‌های سخت لازمه گردشگری ماجراجویانه می‌داند. قدیری معصوم و وثوقی (۱۳۸۴) به مکان‌گزینی مناسب سایت‌ها و ایجاد زیرساخت با رویکرد توسعه پایدار و کاظمی (۱۳۹۴) و صالح‌آبادی (۱۳۹۲) به رابطه معنادار بین امکانات و خدمات گردشگری و توسعه ورزش ماجراجویانه اشاره می‌کنند. در این پژوهش، ملاحظات ایمنی و به‌طورکلی ضرورت امکانات و تجهیزات استاندارد، ایمنی مسیرها و کاربرد شبیه‌سازها در آموزش مشتریان مبتدی را گوشزد می‌شود. گزارش ATDI در سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۸ نیز ایمنی و شفافیت بالا و هشدارهای سفری پایین سلامت را به عنوان شاخص توسعه گردشگری ماجراجویانه مطرح می‌کنند و نیمو و همکاران (۲۰۰۷) شرایط امن تمرین را عامل افزایش محبوبیت ورزش ماجراجویانه می‌دانند. توسعه خدمات مسافرتی نیز مستلزم افزایش آژانس‌ها و تسهیلات در صدور روایط

است و توسعه خدمات رفاهی، وجود رستوران، امکانات بهداشتی، فروشگاه خرید عمومی و خرید تجهیزات تخصصی ورزش ماجراجویانه را در منطقه می‌طلبد. همچنین معاینات و واکسیناسیون، تأمین دارو و استقرار مراکز درمانی، خدمات بیمه همه در حیطه توسعه بهداشت و درمان قرار دارند. گزارش ATDI سال ۲۰۱۸ نیز بر شاخص سلامتی و بهداشت و مطالعه یاسمی (۱۳۹۳) بر خدمات بیمه در توسعه پایدار گردشگری ماجراجویانه اشاره دارد. خدمات راهنمایی نیز مستلزم تهیه گشت‌نامه، بروشور اطلاع‌رسانی، افراد مطلع محلی و راهنمایان حرفه‌ای است. در این راستا راکنز و همکاران (۲۰۱۵)، دانش راهنمایان و مهارت‌های سازمانی آنان را مهم دانسته‌اند و به عقیده راهنمایی و همکاران (۱۳۹۲) حضور راهنما لازمه توسعه گردشگری ماجراجویانه است. توسعه خدمات امداد رسانی هم نیازمند استقرار مراکز امداد و نجات، اورژانس و هلال احمر و ارائه کمک‌های اضطراری در مناطق گردشگری ماجراجویانه و توسعه خدمات اسکان نیز مستلزم ایجاد هردو کمپ و مراکز اسکان صحرائی و هتل‌ها و مراکز اقامتی مجهز در منطقه است؛ چنان‌که در شاخص‌های توسعه در گزارش ATDI در سال ۲۰۱۱ نیز بر این بخش تأکید شده است. بنا به یافته‌های تحقیق حاضر، توسعه فناوری با کاربرد فناوری‌های نو در تجهیزات و همچنین ایجاد نوآوری در انواع رشته‌های ورزشی ماجراجویانه محقق خواهد شد. همخوان با این نتایج، معین فرد و همکاران (۱۳۹۳) به اهمیت فناوری مهم اینترنت در توسعه گردشگری ورزشی اشاره می‌کنند. همچنین اتخاذ محدودیت تعداد بازدیدکننده در مناطق حفاظت شده، حفظ تنوع اقلیمی و جغرافیای منطقه، ممنوعیت روشن کردن آتش و استفاده از مواد مخرب محیط زیست، توجه به چشم‌انداز محیطی و کاربرد منابع انرژی تجدیدپذیر، همگی فعالیت‌هایی هستند که در راستای ملاحظات زیست محیطی باید مورد توجه قرار گیرند. هم‌راستا با این یافته‌ها، یاسمی (۱۳۹۳)، کارنیر و همکاران (۲۰۱۶) و ژان هامرتون (۲۰۱۷) نیز بر حفظ محیط زیست و مدیریت پایدار تأکید دارند. از این رو، آنچه از تحقیق حاضر و پژوهش‌های گذشته برمی‌آید، تحقق پیامدهای مطلوب در توسعه گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه در استان خوزستان نیازمند توجه به ارتباط این مقوله محوری با عوامل زمینه‌ای و بستری مؤثر است. بنابراین توجه به توسعه زیرساخت عمومی و اختصاصی، ایمنی و امنیت، خدمات مسافرتی، رفاهی و بهداشت، خدمات راهنمایی، امداد، اسکان، فناوری و ملاحظات زیست محیطی و هواشناسی از الزامات این مهم است. عوامل دیگر مؤثر بر توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان شامل توسعه آموزش، پژوهش، تربیت نیروی انسانی، توسعه فرهنگی، اطلاع‌رسانی و توجه به تفاوت فردی مشتریان هستند. توسعه آموزش با آموزش مجریان و نیز افراد محلی و همچنین ایجاد مراکز آموزش مناسب شرکت‌کنندگان مبتدی در فعالیت ماجراجویانه امکان‌پذیر است و توسعه پژوهش در گروه‌های حمایت از طرح‌های پژوهشی، ایجاد مراکز R&D و چاپ کتب و نشریات تخصصی در حوزه گردشگری ماجراجویانه است و تربیت نیروی انسانی مستلزم برگزاری دوره‌های مربیگری، دوره‌های تخصصی ویژه پرسنل و مدیران باشگاه‌ها و آژانس‌های گردشگری ماجراجویانه است. در این راستا تحقیقات کارلیس (۲۰۰۶)، سوارت و باب (۲۰۰۷) و مایز (۲۰۱۱) نیز بر اهمیت آموزش و تربیت متخصصان در توسعه گردشگری ورزشی تأکید دارند. براساس یافته‌های تحقیق، سازگاری با تعصبات مذهبی و فرهنگی، آگاهی از ماهیت فرهنگی ورزش ماجراجویانه و ارتقای فرهنگ گردشگری همگی

شاخص‌های توسعه فرهنگی و ملزومات اصلاح رفتاری در حوزه گردشگری ماجراجویانه خواهند بود. باکلی و همکاران (۲۰۱۴) در طراحی مدل توسعه گردشگری ماجراجویانه به در نظر گرفتن تفاوت‌های فرهنگی اشاره کرده‌اند و گزارش ATDI در سال ۲۰۱۱ بر توسعه بستر فرهنگی تأکید دارد. توسعه اطلاع‌رسانی نیز مستلزم راه‌اندازی سایت اینترنتی، بهره‌گیری از رسانه، مرکز اطلاع‌رسانی مناسب و آگاهی از آداب و رسوم محلی است. در این راستا معین فرد و همکاران (۱۳۹۳) به بهره‌گیری از اینترنت و ارائه اطلاعات اشاره کرده‌اند. توجه به نیاز و گرایش رفتاری مشتری نیز از ملزومات توسعه گردشگری ماجراجویانه است که در این راستا باید به تناسب امکانات با علائق خاص و ارائه اطلاعات در زمینه تناسب فعالیت ماجراجویی با افراد متفاوت از لحاظ جنس، سن و توانایی جسمی و روانی توجه کرد؛ چنان‌که گیدی و وب (۲۰۱۶) و باکلی و همکاران (۲۰۱۴) نیز بر اهمیت شناخت تفاوت‌های انگیزشی و مؤلفه رضایت مشتری تأکید کرده و ساتو و همکاران (۲۰۱۶) توجه به نیازهای فردی را کلید بازاریابی موفق گردشگری ماجراجویانه دانسته‌اند. بنابراین تحلیل این یافته‌ها و نتایج تحقیق حاضر بیانگر این است که عدم توجه به نقش مداخله‌گر مؤلفه‌های رفتاری و توسعه این عوامل، بر تحقق پیامدهای مطلوب در توسعه گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه استان خوزستان اثری بازدارنده دارد و از سویی اهتمام بر توسعه آموزش، پژوهش، منابع انسانی، فرهنگ، آگاهی‌بخشی و توجه به روحیات مشتری، شرایط رفتاری مطلوبی را فراهم می‌سازد که شتاب‌دهنده فرایند توسعه گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه در استان خوزستان خواهند بود.

در نتیجه‌گیری نهایی باید گفت که کاربرد روش گراند تئوری در ترسیم الگوی کیفی توسعه گردشگری ورزش‌های ماجراجویانه استان خوزستان و بهره‌گیری توأمان از مدل سه شاخگی به منظور تضمین بررسی جامع و شمولیت همه عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری ماجراجویانه، توانست ضمن شناسایی و موشکافی همه مؤلفه‌ها، ابعاد سه‌گانه مدیریتی، محیطی و رفتاری مؤثر بر توسعه گردشگری ماجراجویانه استان خوزستان و همه عوامل مرتبط را به وضوح برای مدیران و مسئولان برنامه‌ریز و اجرایی در حوزه گردشگری استان خوزستان مشخص نماید تا بتوانند با بهره‌برداری از این نتایج در مسیر توسعه این شاخه از گردشگری ورزشی در استان خوزستان گام‌های موثرتری بردارند.

منابع

- آزادی، رویا. (۱۳۹۶). «شناسایی مؤلفه‌های تبلیغاتی مؤثر بر جذب مخاطبان ورزش‌های ماجراجویانه بر مبنای بازاریابی حسی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی، گرایش مدیریت بازاریابی ورزشی، دانشگاه کردستان.
- آقاجانی، حسنعلی؛ روانستان، کاظم و یحیی تبار، فاطمه. (۱۳۹۵). «سنجش و اولویت‌بندی ظرفیت انواع حوزه‌های گردشگری (شاهدتجربی: استان‌های مازندران، گیلان و گلستان)». مطالعات هتلداری و میزبانی. صص ۱۳۵-۱۵۴.
- خاکساری، علی و دهقانی، معصومه. (۱۳۹۳). «ظرفیت گردشگری ماجراجویانه در کویرهای ایران با استفاده از تکنیک (SWOT)». فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. سال ۹، ش ۲۷، صص ۱-۲۲.
- رهنمایی، محمدتقی؛ رمضان‌گورابی، بهمن و رضوی ضیابری، سحرالسادات. (۱۳۹۲). «معرفی و شناخت قابلیت‌های محیطی گردشگری غار آویشو ماسال گیلان». فصلنامه اطلاعات جغرافیایی (سپهر). دوره ۲۲، ش ۸۵، صص ۹۷-۱۰۹.
- سازمان ملی استاندارد ایران. (۱۳۹۳). «گردشگری ماجراجویانه؛ ارائه اطلاعات به شرکت‌کنندگان». کمیسیون فنی تدوین استاندارد، استاندارد ملی ایران ۱۹۰۳۰، چاپ اول.
- صادقی‌پور، سیما و جانی، حلیمه. (۱۳۹۴). «بررسی راهکارهای توسعه گردشگری ماجراجویانه در شهرستان رودبار با تأکید بر غار». دانشگاه آزاد اسلامی رشت. سامانه بانک اطلاعات پایان‌نامه‌ها.
- صالح‌آبادی، مونس. (۱۳۹۲). «بررسی نقش ورزش‌های ماجراجویانه در جذب توریست در استان تهران: (مطالعه موردی: ورزش پاراگلایدر)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه جغرافیا، گرایش برنامه‌ریزی توریسم.
- صفاری، الهام و شریفی‌فر، فریده. (۱۳۹۴). «اولویت‌بندی شاخص‌های تأثیرگذار بر بازاریابی گردشگری ماجراجویانه در رفتینگ، مدل آمیخته‌لپی». نهمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی. ۱۹ و ۲۰ اسفند ۹۴، تهران.
- غفوری، فرزاد؛ هنرور، افشار و نعمت‌پور، رفیعه. (۱۳۹۲). «عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران». دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. ش ۲ (پیاپی ۳)، صص ۱۹-۳۰.
- غفوری، محمد مهدی. (۱۳۹۷). «گردشگری ماجراجویانه، ظرفیت‌ها و حساسیت‌های عملیاتی». www.safar.me/tourism-adventure
- قدیری معصوم، مجتبی و وثوقی، لیلا. (۱۳۸۴). «گردشگری ماجراجویانه». فصلنامه مطالعات جهانگردی. ش ۸، صص ۴۱-۵۸.
- کاظمی، سیده‌الهام. (۱۳۹۴). «بررسی نقش گردشگری در جذب گردشگر با تأکید بر ورزش‌های ماجراجویانه بانجی جامپینگ (مطالعه موردی: استان تهران-توجال)». نخستین کنفرانس بین‌المللی گردشگری، جغرافیا و باستان‌شناسی. تهران، مرکز همایش‌های توسعه ایران. www.civilica.com/Paper-ITUR01
- گنجی‌ایمجه، محسن. (۱۳۹۶). «امکان‌سنجی ایجاد قطب گردشگری ماجراجویانه در استان اردبیل». پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی، گرایش مدیریت راهبردی در سازمان‌های ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- مجیدی، چالاک و محرم‌زاده، مهرداد. (۱۳۹۵). «راهبرد توسعه ورزش‌های ماجراجویانه در شهر سنندج با استفاده از تحلیل (SWOT)». دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۶، ش ۱۲ (پیاپی ۲۸)،

صص ۲۷-۴۴.

- مجیدی، چالاک. (۱۳۹۶). «مدل مشارکت در فعالیت‌های ورزشی ماجراجویانه». رساله دکترا، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه خوارزمی.
- معین‌فرد، محمدرضا؛ شوشی‌نسب، پروین و کاظم‌نژاد، انوشیروان. (۱۳۹۳). «راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی تفریحی در ایران». دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. ش ۲ (پیاپی ۵)، صص ۱۷-۱.
- نژادایرانی، فرهاد؛ علوی‌متین، یعقوب و اشرف‌پور، عظیمه. (۱۳۹۰). «بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان آذربایجان شرقی و ارائه راهکارهای مناسب». فصلنامه علمی- پژوهشی علوم اجتماعی. سال ۷، ش ۲۸.
- یاسمی، شاهین. (۱۳۹۳). «پرواز هیجان در گردشگری ماجراجویانه». مجله شهروند. سال ۲، ش ۳۷۳.
- Alves, B., Ballester, R., Rigall-I-Torrent, R., Ferreira, Ó., Benavente, J. (2017). “**How feasible is coastal management? A social benefit analysis of a coastal destination in SW Spain**”. *Tourism Management*. Vol. 60, June 2017, 188-200.
- ATDI. (2011). **Adventure Tourism Development Index (ATDI) 2011 report**. The George Washington University. Washington Dc. https://cdn.adventuretravel.biz/wp-content/uploads/2012/11/atdi_2011_report.pdf.
- ATDI. (2018). **Adventure Tourism Development Index (ATDI) 2018 report**. The George Washington University. Washington Dc.
- Bentley, Tim A; Page, Stephen J. (2007). “**A decade of injury monitoring in the New Zealand adventure tourism sector: A summary risk analysis**”. *Tourism Management*, Vol 29, Issue 5, October 2008, pp 857-869.
- Buckley, R. (2007). “**Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness**”. *Tourism Management* 28, pp.1428-1433.
- Buckley Ralf., Mc Donald Kristen., Lian Duan., Lin Sun., Lan Xue Chen. (2014). “**Chinese model for mass adventure tourism**”. *Tourism Management*, 44 (2014) 5-13.
- Giddy, J. K., & Webb, N. L., (2016). “**The influence of the environment on adventure tourism: from motivations to experiences**”. *Current Issues in Tourism*, 21 Oct 2016.
- Giddy, J. K. (2017). “**A profile of commercial adventure tourism participants in South Africa**”. *Anatolia, An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17 Aug 2017.
- Henderson, J. (2011). “**Tourism development and politics in the Philippines, Tourismos: An International Multi-disciplinary**”. *Journal of Tourism*, 6(2):159-173.
- 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.
- Kendall, J. (1999). “**Axial Coding and Grounded Theory**”. *Western Journal of Nursing Research*. Vol. 21, No 6, pp. 743-757.

- Maria, João Carneiro, Zélia, Breda. Catarina, Cordeiro. (2016). **“Sports tourism development and destination sustainability: the case of the coastal area of the Aveiro region, Portugal”**. Journal of Sport & Tourism. Vol 20, 15 Aug 2016 - Issue 3-4; 305-334.
- Miettinen, K. and Pajari, M. (2014). **“Adventure tourism in Vaasa region: Demand for a new business”**. Vaasan ammattikorkeakoulu. University of applied sciences. Business Economics and tourism 2014.
- 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.
- Nirajan, B. (2016). **“Marketing of Adventure Tourism Destination in Nepal”**. Tampere University of Applied Sciences, Bachelor’s Thesis, November 2016, Degree Program in Tourism.
- Peter Tarlow, E. (2017). **Sports as a Tourism Attraction**. Sports Travel Security. Chapter 3. 51–75.
- Rokenes, A., Schumann, S., & Rose, J. (2015). **“The Art of Guiding in Nature-Based Adventure Tourism – How Guides Can Create Client Value and Positive Experiences on Mountain Bike and Backcountry Ski Tours”**. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 15:sup1, 62-82.
- S. Sato., H. Kim., Ra. J. Buning., M. Harad. (2016). **“Adventure tourism motivation and destination loyalty: A comparison of decision and non-decision makers”**. Journal of Destination Marketing & Management(2016), <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.12.003>.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2008). **Basics of qualitative research**. Translated by Mohammadi, Biok, Tehran: Human Science & Cultural Studies Center Publication (in Persian).
- Vujadinovic, S., Sabic, D., Joksimovic, M., Golic, R., Gajic, M., Zivkovik, L., Milincic, M. (2013). **“Possibility for mountain-based adventure tourism: the case of Serbia. Bulletin of Geography”**. Socio-economic Series, (19). 99–111.
- Wang, Po-Yu & Wang, Sheng-Hsiung. (2017). **“Motivations of adventure recreation pioneers – a study of Taiwanese white-water kayaking pioneers”**. Annals of Leisure, Research, DOI: 10.1080/11745398.2017.1338142.
- Zan, Hammerton. (2017). **“Determining the variables that influence SCUBA diving impacts in eastern Australian marine parks”**. Ocean & Coastal Management. Vol 142, 209-217.