

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فصلنامه علمی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

● شماره: ۵۸ ● زمستان ۱۴۰۱

● شاپای الکترونیکی: ۲۸۲۱-۱۲۸۶

● شاپای چاپی: ۲۸۲۱-۱۲۷۸

● صاحب امتیاز: وزارت ورزش و جوانان

● مدیر مسئول: رضا نیک بخش

● سردبیر: سید نصراله سجادی

● مدیر داخلی و ویراستار: زهرا کمالیان

● صفحه آرا: مهدیه منصوری

مرکز مطالعات و پژوهشی های راهبردی

● بزرگراه آفریقا، خیابان سایه، پلاک ۴ ، ساختمان شماره ۲ وزارت ورزش و جوانان

● تلفن: ۲۲۶۶۲۳۶۹ ، دورنگار: ۲۲۶۶۲۳۶۰

● رایانامه: strategic.studies@msy.gov.ir

● سامانه ارسال مقاله: <http://faslname.msy.gov.ir>

● اقتباس و درج مطالب با ذکر ماخذ آزاد است

۳/۱۸/۸۰۳۳

۱۳۹۳/۱/۲۵

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان دارای اعتبار علمی- پژوهشی از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است و در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه می شود.

هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا)

سید عبدالحمید احمدی

دانشیار تربیت بدنی (فیزیولوژی ورزشی) جهاد دانشگاهی

محمد جوادی پور

دانشیار برنامه ریزی درسی گروه روش ها و برنامه های آموزشی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران

سید نصراله سجادی

استاد تربیت بدنی (مدیریت و برنامه ریزی) گروه مدیریت ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران

غلامرضا شعبانی بهار

استاد تربیت بدنی (مدیریت و برنامه ریزی) گروه مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی

رسول صادقی

دانشیار جامعه شناسی گروه جمعیت شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

فرزاد غفوری

دانشیار تربیت بدنی (مدیریت و برنامه ریزی) گروه مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی

کوروش فتحی واجارگاه

استاد برنامه ریزی درسی گروه آموزش عالی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید بهشتی

رضا قراخانلو

استاد تربیت بدنی (فیزیولوژی ورزشی) گروه تربیت بدنی دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس

شهلا کاظمی پور

دانشیار جامعه شناسی گروه جمعیت شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

عباسعلی گائینی

استاد تربیت بدنی (فیزیولوژی ورزشی) گروه فیزیولوژی ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران

مشاوران علمی و همکاران این شماره:

امیر حسین واعظی، حسن کلاشلو، مهدی شکرانی، سید محمد حسین رضوی، علی زارعی، رضا صابونچی، شهرام علم، اکبر آفرینش خاکی، مجید سلیمانی، محمد پورکیانی، مجید خورش، محمد رسول خدادادی، علی همتی عقیف، سید مصطفی طیبی ثانی، محمد علی نودهی، شهرام نظری، باقر مرسل، سیاوش خداپرست سرشکه، نصراله محمدی، رسول طریقی، مجید نامور، اکبر فرید فتحی، مجید جاوید، احمد محمودی، امین راجی، مجید کیانی، جواد یوسفیان، علی اصغر اسماعیل زاده، علی روحانی، فریبا محمدیان، فهیمه مومنی فر، فاطمه فاضلی دینان، افسانه روحانی، آزاده ناصریان، فهیمه میرزائی، الهام فستقری، شهلا کاظمی پور، فهیمه نظری و آذر رشتیانی.

اهداف فصلنامه:

۱. ارتقای دانش علمی و بررسی نقادانه سیاست ها و برنامه های موجود
۲. کمک به سیاست گذاری و برنامه ریزی در حوزه ورزش و جوانان
۳. بررسی مسائل و چالش های فراوری جوانان و ورزش کشور با ارائه راهکار های نوین و مفید در این زمینه ها
۴. انعکاس جدیدترین یافته های جوان پژوهی و ورزشی در داخل و خارج کشور

شرایط چاپ مقالات:

۱. مقالات ارسالی نباید برای هیچ نشریه داخلی یا خارجی ارسال یا در آن ها چاپ شده باشد.
۲. مقالات ارسالی، به هیچ وجه مسترد نخواهد شد و پس از طی مراحل ارزیابی و تأیید علمی داوران به چاپ خواهد رسید.
۳. در رد یا پذیرش مقالات و ویرایش مطالب و تغییر عناوین، آزاد است.
۴. مسئولیت مطالب، با نویسندگان است.

راهنمای تنظیم مقالات

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

۱. مقاله های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت اند از گزارش های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته ها، بحث و تفسیر، نتیجه گیری و منابع باشند.

۲. حجم مقاله ها باید بین ۱۵ تا ۲۰ صفحه (A4 هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word 2007 به پایین با فونت 14 Blotus تایپ شده باشد.

۳. ساختار مقاله ها باید شامل اجزای زیر باشد:

- صفحه عنوان: ضروری است که عنوان کامل مقاله در کوتاه ترین و زیباترین شکل، نام کامل نویسندگان، بالاترین مدرک، مقطع و رشته تحصیلی، دانشگاه یا سازمان متبوع و رتبه علمی یا پست سازمانی هر یک از نویسندگان (به فارسی و انگلیسی)، نشانی پستی، تلفن ثابت، تلفن همراه، نمابر و نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول درج شود.

- چکیده فارسی و انگلیسی: لازم است که چکیده ای سازمان یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسی و انگلیسی در بر گیرنده بخش های هدف، روش، یافته ها و نتیجه گیری به صورت فشرده و منعکس کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه ای که مقاله بر مبنای آن نمایه سازی شود) ارائه گردد.

- مقدمه: شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه ای از تعاریف، اصول، تئوری ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی، چارچوب نظری، فرضیه ها یا پرسش ها، نتایج، بحث و منابع به صورت کامل ارائه گردد.

- روش: شامل تبیین روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه گیری و ابزار های پژوهش است.

- یافته ها: یافته های حاصل از روش های آماری می تواند به صورت متن، جدول (شماره و عنوان در بالای آن) و نمودار (شماره و عنوان در زیر آن) ارائه شود - تعداد جدول ها و نمودارها نباید بیشتر از ۶ عدد باشد.

- بحث و نتیجه گیری: ضمن مقایسه یافته های حاصل از این تحقیق با تحقیقات قبلی از منظر شباهت ها و تفاوت ها، به درستی یا نادرستی فرضیه ها و هدف تحقیق اشاره گردد. ۱- منابع: تمامی مقاله ها باید دارای منابع مستند، صحیح و مرتبط باشند و از آنجا که بررسی صحت و سقم تمامی منابع برای اعضای هیئت تحریریه و داوران ممکن نیست، مسئولیت این امر بر عهده نویسنده مسئول می باشد.

همچنین، لازم است که منابع مورد استفاده، جدید و از سال ۲۰۰۵ به بعد باشند.

۴. ارجاعات به منابع فارسی و انگلیسی باید به شیوه درون متنی (APA) در داخل پرانتز و به شیوه زیر باشد: (نام خانوادگی مولف، سال انتشار منبع: شماره صفحه یا صفحات) - چنانچه از نویسنده ای در یک سال، بیش از یک اثر منتشر شده باشد، با ذکر حروف الفبا پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.

۵. معادل غیر فارسی واژه های تخصصی، اسامی افراد یا مکان ها، کوتاه نوشت ها و سر واژه ها، در پاورقی هر صفحه با شماره گذاری مستقل ذکر شود.

۶. هر گونه توضیح اضافی ضروری به ترتیب شماره، در پی نوشت انتهای مقاله، پیش از فهرست منابع بیاید.
۷. فهرست منابع (فارسی یا غیر فارسی) در انتهای مقاله به ترتیب الفبایی نام خانوادگی مولف به شکل زیر تنظیم شود:
- الف. کتاب: نام خانوادگی مولف، نام. (سال انتشار). عنوان کتاب. نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). محل انتشار: ناشر
- ب. مقاله: نام خانوادگی مؤلف، نام. (سال انتشار). «عنوان مقاله». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). نام مجله. سال یا دوره، شماره.
- ج. مجموعه مقالات: نام خانوادگی مولف، نام. (سال انتشار). «عنوان مقاله». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). در (In) نام و نام خانوادگی ویراستار مجموعه. عنوان مجموعه. محل انتشار: ناشر.
- د. رساله تحصیلی: نام خانوادگی مولف، نام. (سال تدوین). «عنوان مقاله». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). در (In) مقطع تحصیلی، دانشکده و دانشگاه محل تحصیل.
- ه. پایگاه اینترنتی: نام خانوادگی مولف، نام. (آخرین زمان به روز نمودن سایت). «عنوان مقاله». نشانی پایگاه اینترنتی (تاریخ مراجعه به پایگاه)

مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی

فهرست

کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی علوم ورزشی ایران
مهدی محمودی یکتا، غلامرضا شعبانی بهار، حبیب هنری، جواد شهلائی، فرزاد غفوری ۹

شناسایی موانع توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران
امین‌رضا بخش‌چناری، محمود گودرزی، سید نصرالله سجادی، مجید جلالی فراهانی ۲۳

شناسایی و اولویت بندی مولفه های توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی
علی یحیی نژاد، طاهر بهلکه، زین‌العابدین فلاح، محمدعلی نودهی ۲۷

تدوین مرام‌نامه اخلاق داوری ورزشی در ایران با رویکرد پدیدارشناسی
احمدیه صادقی کلانی، شیرین زردشتیان، شهاب بهرامی، مسعود صادقی ۶۷

تدوین علل تاثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران
اسلام کریمی، فریده شریفی فر، رضا نیک بخش ۸۳

شناسایی عوامل موثر در موفقیت بسکتبال ایران با رویکرد داده بنیاد
الهام جیحون، نصراله محمدی، مرتضی دوستی، سعید امیرنژاد ۱۰۹

طراحی مدل مدیریت خطر اماکن ورزشی کشور
محمد صادق فرجی، علی محمد صفائی، محسن باقریان فرح آبادی، سید صلاح الدین نقشبندی ۱۲۹

الگوی ساختاری توسعه انجمن های ورزش های رزمی در ایران
حمیدرضا حصارکی، مهدی کهندل، عباس خدایاری، سید نعمت خلیفه ۱۲۵

تدوین الگوی ساختاری تفسیری بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی
سامان ایزدمهر، سارا کشکر، رضا صابونچی ۱۶۱

تدوین برنامه راهبردی گردشگری ماجراجویانه استان کردستان با استفاده از مدل SOAR
صدیق محمودی، مظفر یکتایار، مهرداد محرم زاده ۱۸۵

فرا تحلیل عوامل موثر بر کنترل فساد در سازمان های ورزشی ایران
محیوب ذکی، محمد نصیری ۲۰۱

ارزیابی عملکرد پایدار اماکن مجموعه ورزشی آزادی تهران با رویکرد HSE
مریم وفاخواه، مهدی سلیمی، مینا مستحفظیان، رضا شجیع ۲۲۳

ارزیابی تاثیر چابکی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی بر توانمندسازی سازمانی ادارات ورزش و جوانان
ساناز سروری، علی فهیمی نژاد ۲۲۷

اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)
مجید جاوید، قدرت الله باقری راغب، علی مقدم زاده، حسن اسدی، حسن الماسی ۲۵۵

شناسایی نقش باشگاه در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران
بهزاد پورفرهنگ، محمد خبیری، سید نصرالله سجادی، مجید جلالی فراهانی ۲۷۳

طراحی مدل توسعه اقتصادی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران
مظاهر ذوالفقاری، زهرا نوبخت رمضانی، مهدی نادری نسب ۲۹۳

طراحی مدل توسعه کسب‌وکارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی
مجیدکریمی، نیما ماجدی، لیلا صفاری، حسین کلهر ۳۱۳

بررسی پیامدهای شیوع ویروس کرونا بر کسب‌وکارهای ورزشی استان گلستان
محمد علی نودهی، مجتبی احمدی ۳۳۱

تحلیل روابط ابعاد و شاخص های بازاریابی تحت وب: باشگاه های فوتبال ایران و اسپانیا
سمیه حسینی، قاسم رحیمی سرشبادرانی، رسول نظری ۳۳۷

تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف کنندگان کالاها و ورزشی ایرانی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی
یعقوب بذری آذرین، فاطمه عبدوی، ماهرخ دهقانی، ایوب بهتاج ۳۶۷

شناسایی عوامل موثر بر استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های بدنسازی ایران
علیرضا پاشایی خامنه، فرشاد امامی، سید عماد حسینی، اکرم خواجه پور ۳۸۹

جوانان و طبقه: در مسئله معنا و انتساب
سید محسن بنی‌جمالی، سهیلا صادقی فسایی ۴۰۷

جنسیت و ارزشها: انواع و اولویتهای

سید علیرضا افشانی، منیره السادات حسینی نسب ۴۲۵

عوامل فردگرایانه موثر بر گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان شهر کاشان

محمد سلیمان نژاد، محسن نیازی، طاهره سلیمان نژاد ۴۴۳

عواطف زیسته جوانان در پاندمی کووید-۱۹: یک مطالعه پدیدارشناختی در سیستان و بلوچستان
الهام شیردل، مریم محمدی، فاطمه حامی کارگر ۴۶۳

کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی علوم ورزشی ایران

مهدی محمودی یکتا^۱

غلامرضا شعبانی بهار^۲

حبیب هنری^۳

جواد شهلایی^۴

فرزاد غفوری^۵

 10.22034/SSYS.2022.1418.1979

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۰۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۵/۲۱

هدف پژوهش حاضر، کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور بود. روش پژوهش، کیفی و از نوع گرند تئوری بود. گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختارمند انجام پذیرفت. جامعه آماری پژوهش را کلیه صاحب‌نظران سه حوزه علمی، اجرایی و ورزشی شامل کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی (کارآفرینان برتر ورزشی)، اعضای هیئت علمی نخبه و صاحب‌نظر دانشکده‌های تربیت‌بدنی و علوم ورزشی و روسا و مدیران سازمان‌های ورزشی (وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون‌ها و کمیته ملی المپیک) تشکیل می‌دادند. نمونه‌های تحقیق به روش نمونه‌گیری هدفمند و به صورت گلوله‌برفی انتخاب

۱- استادیار، گروه علوم ورزشی، دانشگاه ایوان کی، سمنان، ایران

۲- استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Shabani1345@gmail.com

۳- استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۴- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۵- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

● کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی علوم ورزشی ایران

شدند و مصاحبه با صاحب‌نظران تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت (۱۹ مصاحبه). یافته‌های مربوط به عوامل زمینه‌ای بیانگر چهار مقوله فرعی زیرساخت‌ها، سازمان‌های مرتبط، فرهنگ کارآفرینی و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی آموزش عالی برای اشتغال‌زایی بود که در دو مفهوم کلی عوامل سازمانی و ساختاری و فرهنگ و تفکر کارآفرینی دسته‌بندی شدند.

یافته‌های عوامل مداخله‌گر نیز در دو مفهوم کلی عوامل کلان قانونی، سیاسی و اقتصادی و تمرکز بر توسعه راهبردهای کارآفرینی و مهارت‌آموزی دانشجویان شامل پنج مقوله فرعی تولید قانون، تسهیلات حمایتی، عوامل سیاسی و اقتصادی، بسط و توسعه دانش کارآفرینی و مهندسی ساختار طبقه‌بندی شدند.

به طور کلی، شناخت این عوامل می‌تواند دانشگاه‌ها، اساتید و نظام آموزشی علوم ورزشی را در جهت توسعه کارآفرینی ورزشی از طریق به روز شدن سیستم آموزشی و سرفصل دروس در دانشگاه‌ها و به کارگیری روش‌های نوین در تدریس و توجه و نظارت کافی به واحد کارورزی و کارآفرینی یاری رساند و کاهش نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان رشته علوم ورزشی را در پی داشته باشد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، عوامل مداخله‌گر، عوامل زمینه‌ای، نظام آموزشی و سرفصل دروس.

مقدمه

از اهداف اصلی تأسیس دانشگاه ها، مسئله اشتغال^۱، کارآفرینی^۲ و تربیت نیروی متخصص بوده و صنعتی شدن سریع جوامع، تحصیلات عالی را به دریچه ای برای ورود به مشاغل بهتر، درآمدهای بالاتر و منزلت اجتماعی برتر تبدیل کرده است. اگرچه امروزه شاید مدرک دانشگاهی، ارزش گذشته را ندارد، اما هنوز از لحاظ مالی و اشتغال و منزلت اجتماعی اهمیت شایانی دارد. بدیهی است کسانی که از تحصیلات بالاتری برخوردارند، نسبت به کسانی که تحصیلات پایین تری دارند، درآمد سالانه بالاتری به دست می آورند که این امر، از طریق هدف گذاری درست دست یافتنی است (سابار^۳، ۱۹۹۴: ۳۳). البته امروزه در جوامع مختلف به خصوص در ایران، دانشگاه ها نتوانسته اند آن گونه که باید افراد را با توجه به نیازهای جامعه و مسئله اشتغال تربیت کنند؛ چنان که بیکاری از مهم ترین مشکلات دانش آموختگان دانشگاهی به ویژه در رشته های علوم انسانی است، زیرا رشته های علوم انسانی تا حد زیادی وابسته به استخدام های دولتی اند و مهارت ها و آموزش های دانشجویان این رشته ها، کمتر اجازه می دهد در بخش های خصوصی و غیردولتی مشغول به کار شوند. براساس آمارهای موجود، نیمی از دانشجویان کشور در رشته های علوم انسانی مشغول به تحصیل هستند. این امر بیان کننده وضعیت دشوار در زمینه اشتغال یابی برای دانشجویان علوم انسانی است (ظاهری عبدوند و صفری، ۱۳۹۸: ۷۴). از جمله رشته های علوم انسانی که دانش آموختگان آن در زمینه اشتغال با مشکلات فراوانی مواجهه هستند، رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی است. نگرانی در زمینه اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی یکی از مسائلی است که موجب شده محققان به مباحث مربوط به کارآفرینی توجه بیشتری داشته باشند (شکرکن و همکاران، ۱۳۸۱: ۴۵). با توجه به اینکه به نظر می رسد یکی از مهمترین ماموریت های جدید دانشگاه ها، ایجاد و توسعه کارآفرینی در میان دانش آموختگان دانشگاهی است (مردانشاهی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۳)، تحقق این امر مستلزم مطالعه دقیق جنبه های گوناگون کارآفرینی و همچنین شناسایی و توجه به عوامل موثر بر آن است. اصطلاح کارآفرین در معنا و مفهوم فعلی را اولین بار ژوزف شومپیتر به کار برد. او بر این باور بود که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر افراد جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری کنند و با این کار روش ها و راه حل های جدید جایگزین راهکارهای ناکارآمد و کهن قبلی شود (تخریب خلاق) (مجتوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۳). کارآفرینی به عنوان پدیده ای نوین در اقتصاد، نقش موثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها ایفا می کند (ناهید، ۱۳۸۸: ۵۶). لذا توسعه کارآفرینی و حمایت از کارآفرینان مهمترین راهکار خروج از بحران اقتصادی است که پیش بینی می شود دامن گیر کشور عزیزمان گردد (مجتوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۳). حجازی و همکاران (۱۳۹۴) بیان داشتند که با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی کشورمان مبنی بر جوان بودن جمعیت، موضوع اشتغال و کارآفرینی و توسعه آموزش کارآفرینی از اهمیت دوچندانی برخوردار شده است و حتی این موضوع در سیاست های کلان، سند چشم انداز بیست ساله نظام، برنامه های پنج ساله توسعه، نقشه جامع علمی کشور و سایر اسناد فرادستی مورد توجه و تاکید می باشد. در هر کشوری کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارند و

1. Employment
2. Entrepreneur
3. Sabar

● کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی علوم ورزشی ایران

باید تلاش شود که توانایی‌های آنها بالفعل شود و مهم تراز همه، ساختارهای موجود اجازه دهند که کارآفرینان ابراز وجود کنند (فردوسی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۰). از نظر هیسریچ و همکاران^۱ (۲۰۰۲) نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها به حدی کلیدی است که از آن به عنوان «موتور توسعه اقتصادی» نام برده می‌شود و تمام کشورها تلاش می‌کنند تا کارآفرینی را در کشورشان توسعه دهند. رشد صنعت ورزش در پنجاه سال گذشته، به صورت ناگهانی اتفاق نیفتاده و به عوامل مختلفی نسبت داده شده است که مواردی چون: افزایش تعداد و تنوع مجله‌های ورزشی و تجاری، افزایش و گسترش کالاها و خدمات مرتبط با ورزش برای بخش‌های مختلف بازار، افزایش حامیان و سرمایه‌گذاری ورزشی از سوی جوامع تجاری، افزایش میزان قراردادهای، افزایش در فناوری کالاها و خدمات مرتبط با ورزش و آموزش را در برمی‌گیرد (سانتیومیر^۲، ۲۰۰۲: ۱۴). ورزش از عوامل بسیار مهم و اساسی تأمین سلامت و نشاط جامعه و افزایش بهره‌وری ملی است؛ به طوری که توجه به فعالیت‌های ورزشی در جوامع پیشرفته نقش بسزایی در رونق اقتصادی دارد (سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۴). ورزش در ایران نیز روند رو به توسعه‌ای دارد؛ به طوری که این تحول فزاینده، زمینه‌های مناسبی را برای فعالیت‌های کارآفرینانه در کنار ورزش میسر می‌سازد (فرید، ۱۳۸۸: ۶۷).

ورزش در کشور ما در حال تحول و رو به توسعه است که این امر می‌تواند زمینه‌های سرمایه‌گذاری مناسبی را برای فعالیت‌های کارآفرینانه ایجاد کند (فروغی پور، ۱۳۸۴: ۶۴). از یک سو، در تولید محصولات و خدمات ورزشی - از جمله باشگاه‌داری - اشتغال ایجاد می‌کند و از سوی دیگر، بر تولید ناخالص ملی می‌افزاید. از این منظر توسعه ورزش ملی بخش مهمی از توسعه اقتصادی - اجتماعی ملی است و موجب رونق اقتصادی و شکوفایی اجتماعی می‌شود (یداله‌ای فارسی و همکاران، ۱۳۹۰). حجم وسیع تبادل‌های مالی در صنعت ورزش، تغییر شیوه زندگی و وقت‌های فراغت مردم، رویدادهای رو به گسترش ملی، منطقه‌ای، قاره‌ای، جهانی، ورزش حرفه‌ای و قهرمانی و غیره همه فرصت‌های بی‌شماری را در اختیار کارآفرینان ورزشی قرار می‌دهند (هیخمان و همکاران، ۲۰۰۵: ۳۴).

روند تاریخی توسعه اقتصادی و صنعتی کشورهای پیشرفته نشان می‌دهد که پویایی نظام آموزشی^۳ و پیوند عمیق بین علم و فناوری با بازار کار، یکی از عوامل مهم ترقی، شکوفایی و توسعه اقتصادی و فرهنگی آنها بوده است. در واقع، توسعه هر کشور در گرو استفاده بهینه از همه امکانات به ویژه نیروی انسانی است که یکی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین سرمایه‌های آن کشور محسوب می‌شود و بی‌شک در این میان، نقش نیروی انسانی متخصص بیش از دیگران است (فراهانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۵). دانشگاه‌ها باید با چالش‌های جدیدی مواجه شوند تا به انتظارات روبه‌رشد کارآفرینی پاسخ دهند؛ چالش‌هایی که از طریق تعامل بین آموزش، پژوهش و کارآفرینی انجام می‌گیرد (لاهی‌کاین و همکاران^۴، ۲۰۱۹: ۶۴).

اگر دانشگاه‌ها مانند دانشگاه کارآفرین به عامل نوآوری تبدیل نشوند، توسعه ملی، منطقه‌ای و نیز رقابت بین‌المللی را مختل می‌کنند (آرنات، ۲۰۱۰). امروزه کارآفرینی به شکل چشمگیری در دانشگاه‌های نسل سوم به عنوان «دانشگاه‌های کارآفرین» توسعه پیدا کرده و در کشورهای بسیاری به موضوع مهمی تبدیل شده است (قینا و گوستومو، ۲۰۱۷). هرچه دانشجویان مرتبط با کارآفرینی در

1. Histrich
2. Santiomir
3. The education system
4. Lahikanin

دانشگاه‌ها بیشتر باشند، فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها افزایش می‌یابد (چوبین و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۵). دانشگاه‌های نسل سوم، عموماً مبتنی بر کارآفرینی و نظام یافته در تعامل با محیط پیرامون هستند که به عنوان محور و مأموریت کانونی نظام دانشگاهی، قلمداد می‌شوند (ماسکارنهاس و همکاران، ۲۰۱۷). ژاپن، جزو اولین کشورهایی است که در اواخر دهه ۵۰ میلادی آموزش کارآفرینی و ترویج فرهنگ آن را از سطح دبیرستان آغاز کرد و در مدت کوتاهی آموزش کارآفرینی در این کشور به سطح دانشگاه‌ها هم کشیده شد (کارتون، ۲۰۰۰: ۹۰).

بدون شک، نظام آموزش عالی در هر کشوری یکی از اساسی‌ترین و برجسته‌ترین نهادهای جامعه در جهت رشد و توسعه است. مهمترین رسالت این نهاد، تربیت نیروی متخصص مورد نیاز جامعه، ترویج و ابقای دانش، گسترش تحقیق و فراهم ساختن زمینه مساعد برای توسعه است. بنابراین رسیدن به اهداف آموزشی مناسب در دوره‌های آموزشی مستلزم برنامه‌ریزی صحیح و فراهم نمودن وسایلو امکانات آموزشی می‌باشد (فرجی و صادقی، ۱۳۹: ۱۵۳-۲۱۳). از آنجا که دانشجویان به عنوان محور اصلی نظام تعلیم و تربیت در هر کشوری محسوب می‌شوند و پس از طی دوره تحصیل، وارد بازار کار شده و به عنوان نیروی انسانی کارشناس و کاردان به خدمت مشغول می‌شوند، تعلیم و تربیت صحیح و مناسب آنان، امری بسیار حساس به شمار می‌رود که این مهم در دانشگاه‌ها صورت می‌گیرد (بیلی، ۲۰۰۶: ۵۱-۷۵). باتوجه به نوآوری‌ها و تغییرات شگرفی که در عرصه‌های گوناگون در حال وقوع است، رسالت مستندسازی یافته‌ها و نشر و ترویج آنها در قالب برنامه‌های درسی سازمان یافته و مدون به عهده دانشگاه‌ها می‌باشد. متأسفانه برغم اهمیت برنامه‌های درسی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، میزان توجه به آنها کافی نبوده و حتی تلاش و همت کافی برای بررسی، ارزشیابی، اصلاح و تغییر آنها در دستورکار این موسسات و دانشگاه‌ها قرار نگرفته است (شیخ و همکاران، ۱۳۸۳: ۴۳-۷۸). امروزه نیروی انسانی، نقش مهمی در توسعه جوامع دارد و برای داشتن نیروی انسانی متخصص نیز به برنامه‌ریزی درست در زمینه نظام آموزشی و به ویژه سرفصل‌ها نیاز است. برنامه‌ریزی آموزشی، به مفهوم نقشه کشیدن برای آینده، فرایندی است که طی آن، زمینه‌های لازم برای تربیت نیروی انسانی ماهر مورد نیاز جامعه فراهم می‌شود (ظاهری عبدوند و صفری، ۱۳۹۸: ۶۰-۶۷).

به طور کلی و بدون تردید برنامه‌های درسی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی می‌تواند در توفیق یا شکست این موسسات نقش کلیدی و تعیین‌کننده داشته باشد. به عبارت ساده‌تر، برنامه‌های درسی آینه تمام‌نمای میزان پیشرفت و انعکاسی از پاسخ‌گو بودن دانشگاه‌ها به نیازهای در حال تغییر جامعه می‌باشند و نباید از نظر مسئولان و دست‌اندرکاران وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و مجریان در دانشگاه‌ها دور بماند (امینیان رضوی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۹-۵۰). می‌توان گفت تعیین اهداف درست در برنامه‌های آموزشی و سرفصل‌های دانشگاهی، تأثیر مهمی در توانمند کردن نیروی انسانی و اشتغال دارد. البته این اهداف و برنامه‌ریزی باید به گونه‌ای باشد که با توجه به نیازهای جامعه بتوان آن‌ها را تغییر داد و از موضوعات مهم در برنامه‌ریزی درسی، اهمیت دادن به تجدید نظر در برنامه‌های درسی و هماهنگ ساختن محتوا با وضعیت در حال تغییر جامعه است (سابار، ۱۹۹۴: ۵۴). امروزه آموزش کارآفرینی به عنوان جزء لاینفک پیدایش دانشگاه‌های کارآفرین، مهم‌ترین نقش را در مأموریت این نوع دانشگاه‌ها یعنی تربیت نیروهای انسانی کارآفرین برای ارتباط با صنعت ایفا می‌کند و در همین راستا محتوا و شکل نظام آموزشی در ارتباط با

کارآفرینی باید به گونه ای باشد که فرد با توجه به پیچیدگی‌ها و دگرگونی‌های دنیای امروزی خلاقیت، نوآوری و اعتماد به نفس خود را برای عملکرد هر چه بهتر در تقابل با چالش‌ها افزایش دهد (ملکی پور و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۲).

لذا در باب اهمیت موضوع پژوهش، بیان این نکته کفایت خواهد کرد که افزایش فارغ التحصیلان دانشگاهی و تقاضای ورود آنها به بازار کسب و کار مسئله ای است که به سادگی نمی توان از آن گذشت. در این بین بیکار ماندن فارغ التحصیلان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی بعد از فراغت از تحصیل و تلاش فراوان برای جذب پیکره دولت شدن (استخدام مشاغل دولتی) از طرف ایشان نشان از توانمندی پایین دانشجویان در حوزه تخصصی خود، ناکارآمدی نظام آموزشی در تربیت نیروهای توانمند و عدم گسترش فرهنگ و تفکر کارآفرینی می باشد. بر این اساس، یکی از اقدامات راهبردی به منظور برون رفت از این مشکل، تمرکز بر دانشگاه‌ها و ایجاد تغییر و تحول سازنده در نظام آموزشی آنها به سمت کارآفرین شدن و تربیت دانشجویان دارای مهارت لازم در رشته خود برای ایجاد کسب و کار می باشد. با تحقق این امر ما شاهد این خواهیم بود که دیگر استخدام شدن در ارگان‌های دولتی جزو دغدغه، آمال و آرزوهای دانشجویان نبوده و ایشان با توانمندی و کسب مهارت‌های لازم در طول دوران تحصیل و به کارگیری خلاقیت و نوآوری در زمینه تولید، اشتغال و راه اندازی کسب و کار مرتبط با رشته تحصیلیشان، غول بزرگ بیکاری را پشت سر می گذارند. این پژوهش بر آن است تا با اتکا بر آموزه‌های برگرفته از آرا و پیشینه پژوهش و با استفاده از نظرات خبرگان، اساتید، صاحب‌نظران و مدیران حوزه ورزش و کارآفرینی کشور عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور را شناسایی نماید. لذا هدف اصلی پژوهش حاضر کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی علوم ورزشی ایران بود و محقق به دنبال پاسخ این سوال بود:

عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی علوم ورزشی ایران کدام اند؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، کیفی و از نوع نظریه زمینه‌یابی^۱ (گرنند تئوری) بود. منظور از پژوهش کیفی^۲، هر نوع پژوهشی است که یافته‌هایش با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری با هر گونه کمی شدن به دست آمده باشد (استراس و کوربین، ۱۹۹۰). به بیان دیگر، داده‌ها در پژوهش کیفی به صورت واژه و نه به صورت ارقام به توصیف واقعیت‌ها می‌پردازند. این نوع داده‌ها برای توصیف و تشریح شرایط یک پدیده (موضوع و مقولات پژوهش) به کار می‌رود. همچنین، به کمک داده‌های کیفی می‌توان درباره مقولات مورد بررسی و عمق ساختار آنها به تدوین فرضیه پرداخت و سرانجام نظریه‌پردازی کرد (دلاور، علی، ۱۳۸۴: ۳۹-۵۴). بدین صورت که ابتدا از طریق مطالعات اسنادی (مطالعه مقالات، کتب، اسناد، جراید و ...) فهرستی از عوامل مؤثر با موضوع پژوهش شناسایی شد. فهرست مقدماتی به عنوان سئوالات مصاحبه و ابزار اولیه گردآوری داده‌ها مد نظر قرار گرفت. سپس راهنمای مصاحبه تدوین و پژوهشگر قبل از انجام مصاحبه با هریک از صاحب‌نظران آگاه، راهنمای مصاحبه را برای آنان ارسال کرد. در مرحله بعد، مصاحبه‌های کیفی عمیق و نیمه ساختارمند با صاحب‌نظران از موضوع

1. Grounded Theory
2. Qualitative Research
3. Stras & Corbin

پژوهش، به عمل آمد. مصاحبه با صاحب نظران آگاه، حالتی ویژه از مصاحبه است که بر روی دسته‌ای خاص از مصاحبه شوندگان متمرکز می‌شود. فرض بر این است که صاحب نظران از دانش بیشتری برخوردارند و بر اساس تخصص و تجاربی که در زمینه‌های مرتبط با پژوهش دارند، با آنها مصاحبه می‌شود. بیان این نکته ضروری است که به منظور ثبت اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها، علاوه بر نکته‌برداری، از دستگاه ویژه ضبط صدا^۱ نیز استفاده گردید. مدت زمان مصاحبه‌ها متفاوت و مکان مصاحبه در مکان مورد توافق مصاحبه شونده و پژوهشگر بود. مراحل پردازش یافته‌ها در پنج مرحله اساسی ولی نه لزوماً پی در پی عبارت اند از: انتخاب شرکت کنندگان، جمع آوری داده‌ها، منظم سازی یافته‌ها، تجربه و تحلیل یافته‌ها و ارائه راهبردهای اجرایی (پینتی و پارکور^۲، ۲۰۰۹: ۳۴). سپس با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند مصاحبه‌های کیفی انجام شد. این پژوهش پس از انجام ۱۹ مصاحبه با ۱۷ نفر - با دو تن از نمونه‌ها ۲ بار مصاحبه شد - محقق به اشباع نظری رسید که مصاحبه شوندگان شامل ۳ نفر از اساتید حوزه کارآفرینی، ۲ نفر از کارآفرینان برتر ورزشی، ۷ نفر از اعضای هیئت علمی دانشکده های تربیت بدنی، ۲ نفر از روسای فدراسیون ها، ۲ نفر از مدیران وزارت ورزش و جوانان و ۱ نفر از مدیران کمیته ملی المپیک بودند. انجام مصاحبه‌ها تا حد کفایت یا اشباع نظری^۳ ادامه یافت. اشباع نظری مرحله‌ای است که در آن داده‌های جدیدی در ارتباط با مقوله پدید نیاید و روابط بین مقوله‌ها برقرار و تأیید شده است (استراس و کوربین، ۱۹۹۰).

از آنجا که نظریه‌هایی که در عرصه علوم انسانی و رفتاری ارائه می‌شوند در طول زمان قابل اصلاح و تعدیل هستند، پژوهشگران کیفی به جای واژه اعتبار و روایی، از واژه‌های «مقبولیت»^۴، «انتقال‌پذیری»^۵ و «تأییدپذیری»^۶ استفاده می‌کنند. روش‌هایی برای افزایش مقبولیت پژوهش کیفی پیشنهاد شده است که عبارت اند از: منابع داده متعدد، تحلیل گران متعدد و روش‌های متعدد. در این پژوهش سعی گردید تمامی این موارد رعایت شود. انتقال‌پذیری نتایج پژوهش، نشانگر تعمیم‌پذیری نتایج حاصل شده به سایر گروه‌ها و محیط‌های مشابه می‌باشد. هرچند که این امر خارج از توانایی پژوهشگر کیفی است، اما می‌توان با استخراج و ارائه حداکثری داده‌ها (تا جایی که ممکن باشد)، تاحدودی این بخش از روایی پژوهش را نیز تأمین کرد. در این پژوهش با مرور متعدد مصاحبه‌ها و استخراج حداکثری و غیرتکراری مطالب، سعی بر اجرای این توصیه شد. تأییدپذیری نتایج پژوهش کیفی هنگامی تحقق پیدا می‌کند که سایر پژوهشگران بتوانند به روشنی، مسیر پژوهش و اقدامات انجام شده توسط پژوهشگر را دنبال کنند. یک راه برای تحقق این امر آن است که پژوهشگر دقیقاً تمام روند پژوهش و مسیر تصمیمات خود طی پژوهش را در گزارش بیان نماید. در این پژوهش نیز سعی بر آن بود.

در این پژوهش از روش کیفی نظریه داده بنیاد (گرنند تئوری) استفاده شد. گالدینک (۲۰۰۲) بیان کرده اکثر مطالعات الگوی کدگذاری پارادایمی را برای تحلیل داده‌های حاصل از روش داده بنیان

1. voice recording
2. Pinti & Parkor
3. Theoretical saturation
4. Credibility
5. Transferability
6. Dependability

● کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی علوم ورزشی ایران

معرفی می‌کنند که در قالب یک فرایند کدگذاری سیستماتیک^۱ شامل سه مرحله باز^۲، محوری^۳ و گزینشی^۴، منجر به ایجاد این الگو می‌شود. در طی کدگذاری باز، متن مصاحبه‌های پیاده شده با استفاده از کدهای زنده علامت‌گذاری و ایده‌های تکراری شناخته شد. مفاهیم شامل کلمه‌ها و عبارت‌هایی بود که در حوزه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی از نظر نمونه‌های پژوهش منعکس می‌شد. کدگذاری و بررسی مفاهیم تکرار شده تا رسیدن به اشباع - وقتی هیچ موضوع جدیدی نمی‌توان در داده‌های خام یافت - ادامه پیدا کرد. در مرحله بعد کدگذاری محوری این مفاهیم در قالب مقوله‌های کلی، شرایط علی، راهبردها زمینه و پیامدها طبقه‌بندی شدند و به صورت نظری در قالب مدل پارادایمی به هم مرتبط شدند. در کدگذاری انتخابی، نظریه بیانی از فرایند پژوهش، نحوه یکپارچه‌سازی مقوله‌ها و پالایش آنها ارائه می‌دهد (استراس و کوربین، ۱۹۹۰).

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش عوامل زمینه‌ای توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور با استفاده از تحلیل همزمان و نیز فرایند کدگذاری، حین و پس از انجام مصاحبه‌ها شناسایی گردید که نتایج کدگذاری‌های باز، محوری و گزینشی به تفکیک در جدول ۱ ارائه شده است:

جدول ۱. کدگذاری گزینشی، محوری و باز عوامل زمینه‌ای توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت

بدنی و علوم ورزشی کشور			
ایجاد و ویژگی‌ها (گویه‌ها)	مقوله‌های فرعی (مؤلفه‌ها)	مقوله‌های کلی (مفاهیم)	مدل زمینه‌ای
فراهم نبودن زیرساخت‌های لازم کارآفرینی در جامعه توسط سازمان‌های زیربسط (سخت‌گیری در اعطای مجوزها، تخصیص مکان، واردات تجهیزات مورد نیاز، امور مالیاتی و...)	۱. زیرساخت‌ها	عوامل سازمانی و ساختاری	
نبود امکانات و تجهیزات ورزشی مناسب در دانشگاه‌ها			
ایراد در پرداخت تسهیلات بانکی (بروکراسی اداری و سخت‌گیری‌های زیاد در امر ضامن)			
فقدان تامین منابع لازم برای کسب و کارهای ورزشی جهت تثبیت در بازار (فقدان سرمایه‌گذاری بخش دولتی و شرکت‌های خصوصی در این حوزه)			
عدم رشد و توسعه شرکت‌های نوپا (استارت آپ‌ها) در زمینه ورزش	۲. سازمان‌های مرتبط	عوامل زمینه‌ای	
عدم مدیریت صحیح منابع مالی و توزیع آن به صورت مناسب			
غیر تخصصی بودن بیشتر نیروها در سازمان‌های ورزشی (وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌ها و...)			
اهداف منفعت طلبانه نفعات در شورای برنامه ریزی دروس وزارت علوم			

1. Coding systematic
2. Open coding
3. Axial coding
4. Selective coding

غیرتخصصی بودن نفرات در شورای برنامه ریزی
 دروس وزارت علوم
 نقص در قوانین موجود در حوزه ورزش (تدوین
 قوانین نامناسب در بحث کارآفرینی)
 اعطای مدرک مربیگری به افراد فاقد تحصیلات تربیت
 بدنی و علوم ورزشی توسط فدراسیون ها
 کم رنگ بودن نقش رسانه ها و شبکه های اجتماعی
 فعال در بخش صنعت ورزش
 ضعف نظام نظارتی و ارزیابی وزارت علوم، تحقیقات و
 فناوری بر عملکرد اساتید
 مشخص نبودن خواسته ها و نیازهای سازمان های
 ورزشی از دانشگاه ها
 عدم شفافیت نظام استخدامی کشور در ارتباط با ویژگی
 های مورد نیاز احراز مشاغل
 عدم توسعه قابلیت ها و توانمندی های فردی
 دانشجویان از طرف خانواده و دانشگاه
 عدم توجه و احترام به خلاقیت دانشجویان
 ریسک پذیر نبودن دانشجویان
 نداشتن فرهنگ تحمل شکست در دانشجویان
 کپی برداری از الگوی توسعه کارآفرینی کشورهای
 دیگر به صورت کورکورانه
 عدم وجود سیاست های کارآفرینانه در رفتار
 کارآفرینان (استفاده نکردن از فرصت ها، عدم تحلیل
 محیط بازار، فقدان تعامل اثربخش با سازمان های
 زیربسط)
 فقدان ارتباط و تعامل اثربخش بین دانشجویان با محیط
 ورزش و سازمان های ورزشی
 نظارت پایین بر فعالیت های تحقیقاتی و پایان نامه های
 مقاطع تحصیلات تکمیلی
 مشخص نبودن ذینفعان و ارزش های رشته تربیت بدنی
 و علوم ورزشی
 شناخت کم دانشجویان از فضای کسب و کار و
 کارآفرینی در طول دوران تحصیل
 عدم شناسایی خدمات حرفه ای، تفریحی، آموزشی و
 گردشگری در حوزه ورزش از طرف دانشگاه برای
 دانشجویان
 عدم شناسایی استعدادهای کارآفرینانه در طول دوران
 تحصیل توسط دانشگاه ها
 پذیرش دانشجویان غیر مرتبط در مقاطع تحصیلات
 تکمیلی

۳. فرهنگ کارآفرینی

فرهنگ و تفکر کارآفرینی

۴. سیاستگذاری و برنامه ریزی آموزش عالی برای اشتغالزایی

در جدول ۲، یافته های کیفی عوامل مداخله گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور با استفاده از کدگذاری های باز، محوری و گزینشی به تفکیک ارائه شده است:

● کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی علوم ورزشی ایران

جدول ۲. کدگذاری گزینشی، محوری و باز عوامل مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور

ایجاد و ویژگی‌ها (گویه‌ها)	مقوله‌های فرعی (مؤلفه‌ها)	مقوله‌های کلی (مفاهیم)	مدل زمینه‌ای
فقدان حمایت نهادهای تصمیم‌گیرنده و قانون‌گذار از قوانین موجود در حوزه ورزش وجود چالش‌های حقوقی و قانون‌گذاری ناصحیح در حوزه کارآفرینی ورزشی توسط مجلس تعرفه‌های سنگین در حوزه خدمات و محصولات ورزشی عدم الزام سازمان‌های ورزشی در به‌کارگیری فارغ‌التحصیلان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی فقدان ارتباط و تعامل مستمر و اثربخش سازمان‌های ورزشی با دانشگاه	۱. تولید قانون		
تصویب و ایجاد سازمان نظام تخصصی ورزش کشور توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در سطح جامعه مشکلات بانکی و نقل و انتقالات مالی نبود صندوق حمایت از کارآفرینان ورزشی نبود شهرک‌های صنعتی ورزشی در کشور فقدان ساختارهای انعطاف‌پذیر در بخش کارآفرینی ورزشی نقش کم‌رنگ دولتمردان و دستگاه‌های اجرایی در حمایت و رونق کارآفرینی و کسب و کارهای ورزشی نبود توجه به عوامل جمعیتی شناختی هر منطقه در بحث کارآفرینی اثر منفی تحریم‌های اقتصادی در کارآفرینی و کسب و کارهای ورزشی کیفیت پایین محصولات جهت صادرات و برنامه ریزی در بخش تولید لوازم و تجهیزات ورزشی عدم سهولت در ورود به کسب و کارهای ورزشی از طرف بخش‌های دولتی فقدان خصوصی‌سازی و حضور کم‌رنگ بخش خصوصی در کنار بخش دولتی در این حوزه ارتباط و تعامل پایین دانشجویان با فناوری اطلاعات و IT در طول دوران تحصیل انجام محدود تحقیقات و مطالعات بین رشته‌ای (حقوق، تورسیم، جامعه‌شناسی، روانشناسی و ...) نداشتن دید همه‌جانبه به مقوله کارآفرینی (اکوسیستم کارآفرینی) در دانشگاه‌ها عدم توجه به شناسایی فرصت‌های کسب و کار ورزشی در دانشگاه‌ها و استفاده مفید از آنها نقش اولیه، اساتید و مربیان در تغییر شیوه زندگی و ایجاد تفکر کارآفرینی در دانشجویان نبود محیط رقابتی در حوزه کارآفرینی ورزشی	۲. تسهیلات حمایتی	عوامل کلان قانونی، سیاسی و اقتصادی	
	۳. عوامل سیاسی و اقتصادی		عوامل مداخله‌گر
	۴. بسط و توسعه دانش کارآفرینی	تمرکز بر توسعه راهبردهای کارآفرینی و مهارت‌آموزی دانشجویان	
	۵. مهندسی ساختار		

فقدان فرهنگ سازی در حوزه ورزش و افزایش تمایل جامعه به

این بخش

سوق ندادن دانشجویان به سمت تمرکز بر روی فعالیت های

بالقوه با بیشترین سود آوری

جامعه یادگیرنده (دانشگاه و دانشجویان یادگیرنده)

نداشتن تفکر راهبردی در حوزه کارآفرینی

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی پژوهش، کاوش عوامل زمینه‌ای (نزدیک) و عوامل مداخله‌گر (دور) توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور بود. از این‌رو، یافته‌های پژوهش با استفاده از کدگذاری‌های باز، محوری و گزینشی شناسایی، خلاصه و تحلیل شدند. در عوامل زمینه‌ای، نشان‌ها در ۴ مقوله فرعی، ۲ مفهوم کلی و ۲۸ گویه شناسایی و دسته‌بندی شدند. با توجه به نتایج پژوهش، یکی از شرایط زمینه‌ای توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور عوامل سازمانی و ساختاری است که شامل زیرساخت‌ها و سازمان‌های مرتبط در این حوزه می‌باشد. نتایج پژوهش در بخش زیرساخت‌ها نشان داد که فراهم نبودن زیرساخت‌های لازم کارآفرینی در جامعه توسط سازمان‌های ذیربط (سخت‌گیری در اعطای مجوزها، تخصیص مکان، واردات تجهیزات مورد نیاز، امور مالیاتی و...)، نبود امکانات و تجهیزات ورزشی مناسب در دانشگاه‌ها، ایراد در پرداخت تسهیلات بانکی (بروکراسی اداری و سخت‌گیری‌های زیاد در امر ضامن)، فقدان تامین منابع لازم برای کسب و کارهای ورزشی جهت تثبیت در بازار (فقدان سرمایه گذاری بخش دولتی و شرکت‌های خصوصی در این حوزه)، عدم رشد و توسعه شرکت‌های نوپا (استارت آپ‌ها) در زمینه ورزش و عدم مدیریت صحیح منابع مالی و توزیع آن به صورت مناسب از جمله عوامل زمینه‌ای موثر در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی بودند. نیک رفتار و فرید (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای پیرامون عوامل درون سازمانی موثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه تهران نتیجه گرفتند که کارآفرینان با مشکلات و موانع تجاری، فیزیکی و مالی رو به رو می‌باشند. در این راستا پیشنهاد می‌شود دانشگاه خود را از بروکراسی و شرکت‌های سازمانی نجات دهد و به تیم چندرشته‌ای و کارآفرینی تبدیل کند، چرا که این سازمان‌ها تمایلی به ساختار کارآفرینی ندارند (گیوررو و همکاران، ۲۰۱۵: ۳۹). مطالعه تطبیقی کشورها حاکی از آن است که پشتوانه موفقیت بسیاری از کشورها در موضوع توسعه کارآفرینی، علاوه بر حمایت‌های گسترده دولتی، توسعه زیرساخت‌های نوآوری و تجاری سازی، توسعه انرژی‌های پاک و ... است (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۰). بر اساس دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، تجهیزات و امکانات ضعیف دانشگاه‌ها در حوزه ورزش و تربیت بدنی همچون استخر و زمین فوتبال و فراهم نبودن زیرساخت‌های لازم از سوی سازمان‌های مربوطه در جامعه از جمله مواردی هستند که در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی اثرگذار می‌باشند. کریم زاده (۱۳۹۸) در تحقیق خود موانع ساختاری را به عنوان یکی از موانع پیش روی کارآفرینی زنان شهرستان سراوان بیان نمود. نتایج مطالعه سازمان بین‌المللی کار در زمینه شناسایی مانع‌های توسعه کارآفرینی در سال ۲۰۰۶ نشان می‌دهد که یکی از مهم‌ترین موانع راه‌اندازی کسب و کار توسط جوانان، دسترسی به منابع مالی برای راه‌اندازی کسب و کار می‌باشد (زالی و رضوی، ۱۳۸۷: ۷۶). توسعه زیرساخت‌هایی مانند ارتباطات، حمل و نقل، خدمات‌های بیمه‌ای و بانکی و .. از جمله عواملی هستند که به بهبود فضای کسب و کار کمک می‌کنند. برنامه‌های

دولت در زمینه بهبود فضای کسب و کار می‌تواند بستری را برای توسعه کسب و کارهای ورزشی ایجاد کند (یدالهی فارسی و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین می‌توان اذعان نمود که کاهش بروکراسی اداری در راه اندازی کسب و کارهای ورزشی، تامین و مدیریت منابع مالی لازم و شکل‌گیری شرکت‌های نو پا (استارت آپ‌ها) در حوزه ورزش در تغییر نظام آموزشی به سمت کارآفرین شدن موثر می‌باشند.

از دیگر نتایج می‌توان به تاثیر سازمان‌های مرتبط از طریق غیر تخصصی بودن بیشتر نیروها در سازمان‌های ورزشی (وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌ها و...)، اهداف منفعت‌طلبانه نفعات در شورای برنامه ریزی دروس وزارت علوم، غیرتخصصی بودن نفعات در شورای برنامه ریزی دروس وزارت علوم، نقص در قوانین موجود در حوزه ورزش (تدوین قوانین نامناسب در بحث کارآفرینی)، اعطای مدرک مربیگری به افراد فاقد تحصیلات تربیت بدنی و علوم ورزشی توسط فدراسیون‌ها، کم‌رنگ بودن نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی فعال در بخش صنعت ورزش، ضعف نظام نظارتی و ارزیابی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بر عملکرد اساتید، مشخص نبودن خواسته‌ها و نیازهای سازمان‌های ورزشی از دانشگاه‌ها و عدم شفافیت نظام استخدامی کشور در زمینه ویژگی‌های مورد نیاز احراز مشاغل اشاره نمود. این یافته‌ها با پژوهش‌های زالی و رضوی (۱۳۸۷) و یدالهی فارسی و همکاران (۱۳۸۹) هم‌راستا می‌باشد. فردوسی و همکاران (۱۳۹۸) بنا بر نتایج تحقیق خود با عنوان «طراحی الگوی کارآفرینی سازمانی» پیشنهاد دادند که قوانین و مقررات خشک و دست و پاگیر کاهش یابد، دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های سازمانی در سازمان‌های ورزشی انعطاف کافی داشته باشد و ساختار سازمانی، بیشتر به سمت ارگانیک سوق داده شود. ظاهری عبدوند و صفری (۱۳۹۸) بیان نمودند که نداشتن واحد درسی متناسب با اهداف شغلی بیان شده در سرفصل‌ها از جمله مشکلات و آسیب‌های موجود در جایگاه آموزش کارآفرینی و اشتغال رشته ادبیات فارسی می‌باشند. بر اساس یافته‌های به دست آمده از پژوهش، یکی دیگر از مفاهیم کلی موثر در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور فرهنگ و تفکر کارآفرینی می‌باشد که شامل فرهنگ کارآفرینی و سیاست‌گذاری و برنامه ریزی آموزش عالی برای اشتغال‌زایی است. فرهنگ کارآفرینی به عنوان یکی از عوامل زمینه‌ساز توسعه کارآفرینی نظام آموزشی به شمار می‌آید. در بحث فرهنگ کارآفرینی می‌توان به این موارد اشاره کرد: عدم توسعه قابلیت‌ها و توانمندی‌های فردی دانشجویان از طرف خانواده و دانشگاه، عدم توجه و احترام به خلاقیت دانشجویان، ریسک‌پذیر نبودن آنها، نداشتن فرهنگ تحمل شکست، کپی برداری از الگوی توسعه کارآفرینی کشورهای دیگر به صورت کورکورانه و عدم وجود سیاست‌های کارآفرینانه در رفتار کارآفرینان (استفاده نکردن از فرصت‌ها، عدم تحلیل محیط بازار، فقدان تعامل اثربخش با سازمان‌های زیربسط). این یافته‌ها با نتایج زالی و رضوی (۱۳۸۷) و مقیمی (۱۳۸۲) که اشاره داشتند نگرش فرهنگی و اجتماعی به کارآفرینی و فرهنگ و محیط خطر ناپذیر جزو مهمترین موانع در راه‌اندازی کسب و کار و کارآفرینی می‌باشد، همخوانی داشت. امینی و همکاران (۱۳۹۳) بیان داشتند که یکی از موانع کارآفرینی، عدم علاقه دانشجویان به شرکت در ریسک‌های جدید کارآفرینی است. موانع فردی، موانعی مربوط به ویژگی‌های درونی فرد هستند که از این میان می‌توان به بی‌اعتقادی به موثر بودن و مفید بودن خویشتن، بی‌تفاوتی به محیط پیرامون، ناتوانی در ارائه راه حل‌های سازنده و مفید، موافقت بی‌قید و شرط با افکار و عقاید دیگران، بدبینی و منفی‌نگری، تحمل کم در برابر مشکلات، نداشتن اعتماد به نفس، نداشتن اهداف و بینش روشن و احساس ناتوانی در گسترش استعدادها اشاره کرد (آرمند و سلطانی، ۱۳۸۴). این در حالی است که کارآفرینان نیاز زیادی

به موفقیت احساس می کنند و نبود این نیاز برای افراد به طور غیر مستقیم یک مانع اولیه محسوب می شود (روویچ، ۲۰۰۴).

سیاست گذاری و برنامه ریزی آموزش عالی برای اشتغالزایی از جمله دیگر عواملی بود که در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور بر اساس یافته های پژوهش نقش موثر داشت که در این حوزه می توان به فقدان ارتباط و تعامل اثربخش بین دانشجویان با محیط ورزش و سازمان های ورزشی، نظارت پایین بر فعالیت های تحقیقاتی و پایان نامه های مقاطع تحصیلات تکمیلی، مشخص نبودن دینفعان و ارزش های رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، شناخت کم دانشجویان از فضای کسب و کار و کارآفرینی در طول دوران تحصیل، عدم شناسایی خدمات حرفه ای، تفریحی، آموزشی و گردشگری در حوزه ورزش از طرف دانشگاه برای دانشجویان، عدم شناسایی استعداد های کارآفرینانه در طول دوران تحصیل توسط دانشگاه ها و پذیرش دانشجویان غیر مرتبط در مقاطع تحصیلات تکمیلی اشاره نمود. این نتایج با یافته های امینی و همکاران (۱۳۹۳) همراستا بود که اشاره داشتند دانشگاه ها باید طرح های شبه تجاری را که ظرفیت کاربری دارند در محیط دانشگاهی اجرایی نمایند از قبیل کیوسک های فروش اجناس و کتاب در محیط دانشگاه یا حتی اجرای کسب و کار اینترنتی و خدمات کوچک و اولیه کامپیوتری، برگزاری کلاس های آموزشی رشته های مختلف ورزشی برای دانشجویان سایر رشته ها توسط دانشجویان تربیت بدنی، استفاده از دانشجویان تربیت بدنی برای برگزاری رویدادها و مسابقات ورزشی و فعالیت های فوق برنامه. همچنین استریدام و آدامز (۲۰۰۹) بیان نمودند که چرخه یا سیستم دانشگاه ها باید در جهت برقراری ارتباط قوی بین دانشگاه ها و سازمان های ذیربط (وزارت کار، بانک ها، تعاونی ها، مراکز تولیدی و رفاهی و ...) با هدف افزایش هرچه بیشتر فرصت های بروز کارآفرینی دانشجو محور باز طراحی شود. ملکی پور و همکاران (۱۳۹۸) اظهار داشتند که دانشجو باید به عنوان فردی فعال و پویا در نظر گرفته شود که ضمن تحریک نیازها، علائق و فرایندهای درونی او همچون: تفکر خلاقانه و نقادانه، ارتباط مؤثر، نوآوری، اعتماد به نفس، تصمیم گیری و روش های حل مسئله، تعامل و تجربه اش با محیط اطراف نیز مورد تأکید قرار گیرد. شاه ولی و یوسفی نژاد (۱۳۷۹) اعتقاد داشتند برخی از ریشه های احتمالی مشکلات آموزش عالی دانشگاهی، ارتباط محدود بین دانشگاه و دنیای خارج، بی توجهی آموزشگران به یادگیری مهارت های جدید در آموزش زمینه های نوین علوم و محدود شدن قابلیت های یادگیری به واحدهای درسی دانشگاه می باشد. گایدانوا (۲۰۰۳) بیان نمود که دانشگاه ها در توسعه فعالانه تجارت و شغل های دانشجو محور با مشکل رو به رو هستند. در مقابل ادعای حمایت از کارآفرینی بسیاری از دانشگاه ها، این طور به نظر می رسد که دانشجویان آموزش هایی را برای کارمند شدن می بینند تا کارآفرین شدن. در نتیجه، فرصت ارزشمندی برای آزمایش یک سرمایه گذاری و کسب و کار کوچک و به دست آوردن تجربه دست اول برای درک مفهوم کارآفرینی، در حال از دست رفتن است (ماساد و توکر، ۲۰۰۹). دیو پی (۲۰۰۹) اعتقاد داشت به عنوان یک نتیجه از سیستم آموزش و پرورش ضعیف، دانشگاه های امروز در حال ثبت نام دانشجویان فاقد شایستگی هستند و صرفاً یکسری شرایط مالی برای پذیرش در نظر گرفته می شود. می توان گفت که نظارت پایین بر پایان نامه ها و پژوهش های مقاطع تحصیلات تکمیلی، نبود

استعدادیابی اصولی و هدفمند از طرف دانشگاه‌ها مواردی هستند که در صورت اصلاح، نقش موثر در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور دارند.

یکی دیگر از اهداف این پژوهش، شناسایی عوامل مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور بود که یافته‌های کیفی - پس از کدگذاری‌های باز، محوری و گزینشی - در ۵ مقوله فرعی، ۲ مفهوم کلی و ۲۷ گویه شناسایی و طبقه‌بندی شدند. یافته‌ها نشان داد که مفهوم کلی عوامل کلان قانونی، سیاسی و اقتصادی شامل ۳ مقوله فرعی تولید قانون، تسهیلات حمایتی و عوامل سیاسی و اقتصادی می‌باشد. در حوزه مسائل قانونی می‌توان بیان نمود که فقدان حمایت نهادهای تصمیم‌گیرنده و قانون‌گذار از قوانین موجود در حوزه ورزش، وجود چالش‌های حقوقی و قانون‌گذاری ناصحیح در حوزه کارآفرینی ورزشی توسط مجلس، تعرفه‌های سنگین در حوزه خدمات و محصولات ورزشی، عدم الزام سازمان‌های ورزشی در به کارگیری فارغ‌التحصیلان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، فقدان ارتباط و تعامل مستمر و اثربخش سازمان‌های ورزشی با دانشگاه و تصویب و ایجاد سازمان نظام تخصصی ورزش کشور به عنوان عوامل مداخله‌گر در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی شناسایی شدند. این نتایج با یافته‌های زالی و رضوی (۱۳۸۷) و کریم زاده (۱۳۹۸) همخوانی دارد. می‌توان گفت که اصلاح قوانین و مقررات موجود در ساختار ورزش کشور از جمله: کاهش تعرفه‌های سنگین خدمات و محصولات ورزشی، ایجاد سازمان‌های تخصصی در حوزه ورزش (نظام تخصصی ورزش)، کاهش چالش‌های قانونی در حوزه کارآفرینی ورزشی و تصویب قانون منع به کارگیری نیروهای غیر متخصص و فاقد مدرک تربیت بدنی در سازمان‌های ورزشی به عنوان عوامل اثرگذار در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور به شمار می‌آیند. در همین راستا یدالهی فارسی و همکاران (۱۳۹۰) اشاره نمودند که پیچیدگی زیاد در راه اندازی کسب و کار، بیش‌ترین اثرگذاری (منفی) در حوزه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان بالقوه را دارد. امینی و همکاران (۱۳۹۳) اذعان داشتند که برداشتن موانع اداری و تسهیل قوانین و مقررات دست و پا گیر برای تشویق کارآفرینی مثمر ثمر خواهد بود. پژوهش بهار توجان در سال ۲۰۱۴ نشان داد یکی از مهمترین موانع کارآفرینی زنان در هند عبارت است از: موانع مالی و محدودیت‌های قانونی و اداری (بهار توجان، ۲۰۱۴). در همین راستا مصاحبه شونده‌گان نیز اشاره داشتند که نقص قوانین در حوزه ورزش و عدم حمایت قانونی مجلس و دیگر نهادهای قانون‌گذار از ورزش کشور اثر منفی بر کارآفرینی ورزشی دارد. یکی دیگر از نمونه‌ها بیان نمود که جذب نیروهای غیر متخصص و بدون مدرک تربیت بدنی و علوم ورزشی در سازمان‌های ورزشی موجب دلسردی دانشجویان و ناکارآمد نشان دادن نظام آموزشی ما می‌شود. به عنوان مثال، وزارت ورزش و جوانان ۸۲۵ نیرو دارد که بسیاری از آنها غیر ورزشی و غیر متخصص می‌باشند. همچنین از یافته‌های به دست آمده از پژوهش، تسهیلات حمایتی که شامل توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در سطح جامعه، مشکلات بانکی و نقل و انتقالات مالی، نبود صندوق حمایت از کارآفرینان ورزشی، نبود شهرک‌های صنعتی ورزشی در کشور و فقدان ساختارهای انعطاف پذیر در بخش کارآفرینی ورزشی می‌باشد، از جمله عوامل مداخله‌گر در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور به حساب می‌آیند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات امینی و همکاران (۱۳۹۳)، زالی و رضوی (۱۳۸۷) و یدالهی فارسی و همکاران (۱۳۹۰) که دسترسی محدود کارآفرینان به منابع مالی، کمبودهای موجود در زمینه خدمت‌های حمایتی توسعه کسب و کارهای

ورزشی، دسترسی نداشتن به اطلاعات مورد نیاز در این حوزه و تلاش کم رسانه های گروهی برای ترویج فرهنگ کارآفرینی را از جمله موانع و مشکلات توسعه کارآفرینی ورزشی می دانستند، همراستا می باشد. مقیمی (۱۳۷۹) در تحقیق خود بیان می دارد که افزایش رفتار مدیریتی محافظه کارانه، نظام های پاداش نامناسب، کوتاه مدت نگری و قید و بندهای مربوط به سیاست های پرسنلی و عدم حمایت مناسب از کارآفرینان از مهم ترین موانع کارآفرینی در کشور می باشد. یونیدو (۲۰۰۷) اشاره دارد که موانع تسهیلاتی و نداشتن فرصت بروز کارآفرینی از مهمترین مشکلات و سدهای پیش روی کارآفرینان ورزشی است. برومند و همکاران (۱۳۹۲) اظهار داشتند که از جمله دلایل نارضایتی دانش آموختگان و کارایی نامطلوب ایشان در حوزه کسب و کار، کمبود بودجه و امکانات کافی، شناخت ناکافی مردم و جامعه از توانایی های این رشته، درآمد کم، توجه ناکافی مسئولان در روزآمد کردن دانسته های آن ها و حمایت نکردن از کارشناسان است. عوامل سیاسی و اقتصادی از جمله دیگر عوامل مداخله گری بود که در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور بر اساس یافته های پژوهش نقش موثر داشت که در این حوزه می توان به نقش کمرنگ دولتمردان و دستگاه های اجرایی در حمایت و رونق کارآفرینی و کسب و کارهای ورزشی، فقدان توجه به عوامل جمعیتی شناختی هر منطقه در بحث کارآفرینی، اثر منفی تحریم های اقتصادی در کارآفرینی و کسب و کارهای ورزشی، کیفیت پایین محصولات جهت صادرات و برنامه ریزی در بخش تولید لوازم و تجهیزات ورزشی، عدم سهولت در ورود به کسب و کارهای ورزشی از طرف بخش های دولتی و فقدان خصوصی سازی و حضور کمرنگ بخش خصوصی در کنار بخش دولتی در این حوزه اشاره نمود. این یافته ها با نتایج امینی و همکاران (۱۳۹۳) که اعتقاد داشتند قوانین حمایتی مناسب و کافی برای پشتیبانی از دانشجویان کار آفرین وجود ندارد و دستیابی به منابع مالی برای سرمایه گذاری بسیار مشکل است و حمایت مالی از طرف دولت برای شرکت های جدید و در حال رشد وجود ندارد همراستا می باشد. مصاحبه شوندگان نیز در گفتگوهای خود اظهار داشتند که عوامل سیاسی داخلی و خارجی از جمله جناح ها و تحریم های اقتصادی تاثیر مستقیم بر کارآفرینی ورزشی دارند. از نظر آنان، عدم توجه به فاکتورها و عوامل جمعیت شناختی و حضور بسیار کمرنگ بخش خصوصی در ورزش از دیگر عوامل رکود در کسب و کارهای ورزشی می باشد. یکی دیگر از نمونه ها، کیفیت بسیار پایین محصولات ورزشی ایرانی و وجود مشکلات متعدد در بحث خدمات ورزشی را بسیار مهم می دانست. فلاح شهیدی (۱۳۸۶) در تحقیق خود بیان داشت که باید تلاش گردد تا زمینه های تحصیل سرمایه جهت فعال سازی ایده ها برای نیروی کار فراهم گردد که در این زمینه هم دولت و هم بخش خصوصی می توانند نقش مهم و ارزشمندی را در جهت ورود جوانان به بازار کار ایفا نمایند. برومند و همکاران (۱۳۹۲) اعتقاد داشتند که برنامه ریزان و تصمیم سازان در هیئت دولت لازم است تا ضمن بازنگری سیاست های اشتغال زایی در کشور جلوی هدر رفتن سرمایه های ملی و بروز مشکلات اجتماعی ناشی از بیکاری قشر تحصیل کرده را بگیرند. عسگریان و جعفری (۱۳۸۶) و کیانمرز و همکاران (۱۳۸۶) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که مبادلات بین المللی ایران نسبت به کشورهای پیشرفته به طور معناداری کمتر می باشد. مهم ترین دلایل آن کوچک بودن اندازه بازار کالاهای ورزشی و هزینه های ورزشی خانوار، عدم مرغوبیت کالاهای ورزشی، فقدان تبلیغات و بازاریابی مناسب، تحریم های اقتصادی و افزایش قیمت تمام شده کالاها و نابرابری ارز کشور نسبت به سایر کشورها بیان شد. همچنین غلامی (۱۳۸۷) از

جمله موانع اصلی کارآفرینی در ورزش را میزان سرمایه‌گذاری زیربنایی دولت در ورزش، توجه به کیفیت محصولات، خدمات و زیرساخت‌های کسب و کار اعلام کرد. کلت و راسل^۱ (۲۰۰۹) صنعت ورزش در استرالیا را روبه رشد گزارش کردند و از عوامل مهم توسعه ورزش استرالیا را فقدان ساختار رسمی و کنترل زیاد در ورزش، وجود کارآفرینان و سرمایه‌گذاری زیاد و وجود تسهیلات و برنامه ریزی برای توسعه ورزش برشمردند که منجر به سرمایه‌گذاری زیاد در بخش ورزش و رشد کارآفرینی در سطح ایده آل در استرالیا شده است. مندعلی زاده و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود مهمترین تهدیدها در حوزه کارآفرینی ورزشی را دخالت جریان‌های سیاسی در ورزش کشور و فاصله ورزش از دانشگاه بیان نمودند. می‌توان گفت که با حضور هرچه بیشتر و پررنگ تر بخش خصوصی در کنار بخش دولتی در حوزه ورزش و سهولت بیشتر در ورود به کسب و کارهای ورزشی از طرف بخش‌های دولتی، ما شاهد رونق و توسعه کارآفرینی ورزشی باشیم. همچنین باید این نکته را نیز مد نظر قرار داد که در بحث کارآفرینی ورزشی در هر منطقه با توجه به موقعیت فرهنگی، جغرافیایی، سیاسی و اقتصادی آن منطقه نسخه صادر نمود.

از دیگر نتایج پژوهش مفهوم کلی تمرکز بر توسعه راهبردهای کارآفرینی و مهارت‌آموزی دانشجویان می‌باشد که شامل ۲ مقوله فرعی بسط و توسعه دانش کارآفرینی و مهندسی ساختار در این حوزه بود که می‌توان به عامل بسط و توسعه دانش کارآفرینی از طریق ارتباط و تعامل پایین دانشجویان با فناوری اطلاعات و IT در طول دوران تحصیل، انجام محدود تحقیقات و مطالعات بین رشته‌ای (حقوق، تورسم، جامعه‌شناسی، روانشناسی و ...)، نداشتن دید همه جانبه به مقوله کارآفرینی (اکوسیستم کارآفرینی) در دانشگاه‌ها و عدم توجه به شناسایی فرصت‌های کسب و کار ورزشی در دانشگاه‌ها و استفاده مفید از آنها اشاره نمود. در راستای این بخش از یافته‌های پژوهش مصاحبه‌شوندگان نیز اعتقاد داشتند که آشنا سازی دانشجویان با مقوله IT و فناوری اطلاعات در دانشگاه‌ها و افزایش دروس در این حوزه از عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی ورزشی می‌باشد. یکی دیگر از نمونه‌های پژوهش بیان داشت که استفاده و ورود به حوزه بین رشته‌ای در تربیت بدنی همچون تحقیقات و مطالعات حقوق ورزشی، گردشگری ورزشی، جامعه‌شناسی ورزشی، مهندسی ورزشی، روانشناسی ورزشی و ... باعث پدید آمدن فرصت‌های پنهان کارآفرینی در حوزه ورزش برای دانشجویان می‌شود. این یافته‌ها با نتایج پژوهش مندعلی زاده و همکاران (۱۳۹۱) و کارلیز (۲۰۰۶) که اشاره داشتند فقدان بهره‌گیری از نتایج تحقیقات و طرح‌های علمی پژوهشی ورزشی از نقاط ضعف کارآفرینی در ورزش می‌باشد، همراستا می‌باشد. رضائی نژاد و همکاران (۱۳۹۷) بیان داشتند که اکوسیستم کارآفرینی، رویکرد جدیدی برای بررسی نظام مند و جامع توسعه کارآفرینی در حوزه‌های مختلف مانند ورزش می‌باشد. بوسما و همکاران^۲ (۲۰۰۸) اعتقاد داشتند که توسعه بخش صنعت و کارآفرینی، با افزایش تحقیق و توسعه و شدت دانش مرتبط است. این توسعه، رویکردی را برای توسعه نوآوری و ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه جستجو می‌کند. فرهمند مهر و همکاران (۱۳۹۸) به این نکته اشاره داشتند که با توجه به اینکه تا کنون هیچ گونه نگاه سیستمی در حوزه کارآفرینی در ورزش در کشور وجود نداشته است، باید با فراهم آوردن اکوسیستم کارآفرینی مناسب برای کارآفرینان بالقوه که بدون هیچ پیش زمینه‌ای عزم به شروع کسب و کار در ورزش را

1. Colt & Rasel
2. Bosma

دارند تمامی موارد مورد نیاز برای شروع و ماندگاری کسب و کار را پیش‌بینی و ایجاد نمود. همچنین بارون^۱ (۲۰۰۸) در تحقیق خود اظهار داشت که فرصت‌های کسب و کار ورزشی، یکی از مفاهیم برجسته برای تحلیل گران بازار ورزش است و کارآفرینی در واقع تعقیب فرصت‌هاست. در همین مقوله می‌توان اظهار داشت که توانمندسازی دانشجویان از طریق فناوری اطلاعات و فضای مجازی به منظور استفاده از این بخش در راه اندازی کسب و کارهای خود نقش بسزایی در توسعه کارآفرینی ورزشی ایفا می‌نماید. همچنین دانشگاه‌ها باید خود را مکلف به شناسایی و تبیین فرصت‌های کارآفرینی برای دانشجویان نمایند که یکی از اقدامات لازم جهت تحقق این امر انجام مطالعات و تحقیقات بین رشته‌ای در حوزه تربیت بدنی و علوم ورزشی می‌باشد. تمرکز بر مهندسی ساختار از جمله دیگر عواملی بود که در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی کشور بر اساس یافته‌های پژوهش نقش موثر داشت که در این حوزه می‌توان به نقش اولیا، اساتید و مربیان در تغییر شیوه زندگی و ایجاد تفکر کارآفرینی در دانشجویان، نبود محیط رقابتی در حوزه کارآفرینی ورزشی، فقدان فرهنگ سازی در حوزه ورزش و افزایش تمایل جامعه به این بخش، سوق ندادن دانشجویان به سمت تمرکز بر روی فعالیت‌های بالقوه با بیشترین سودآوری، جامعه یادگیرنده (دانشگاه و دانشجویان یادگیرنده) و نداشتن تفکر راهبردی در حوزه کارآفرینی اشاره نمود. این یافته‌ها با نتایج تحقیق مندعلی زاده و همکاران (۱۳۹۱) که فقدان برنامه راهبردی کارآفرینی در ورزش کشور را یکی از ضعف‌های موجود در این حوزه می‌دانستند، همراستا می‌باشد. همچنین نتایج به دست آمده از تحقیق کوراتکو و آدرستچ^۲ (۲۰۰۹) که اشاره داشتند استفاده راهبردی از کارآفرینی، به طور فزاینده‌ای برای ایجاد ارزش، مزیت رقابتی و ثروت اهمیت دارد و در سطح ملی منجر به ایجاد چارچوب رسمی می‌شود که باعث ابتکار عمل کارآفرینی توسط افراد یا سازمان با رویکرد توجه به اهداف ملی می‌شود، یافته‌های این پژوهش را تایید می‌نماید. ملکی پور و همکاران (۱۳۹۸) اعتقاد داشتند که در فرایند آموزش کارآفرینی یادگیرنده باید به عنوان فردی فعال و پویا در نظر گرفته شود و فرایند یادگیری در آموزش کارآفرینی فرایندی خطی و یکسان نیست، بلکه یادگیری در آموزش کارآفرینی فرآورده رشد است که به واسطه آن یادگیرندگان خود را باور می‌کنند و به ایجاد معنی و مفهوم می‌پردازند و این نتیجه تعامل آن‌ها با محیط اطراف است. فراهانی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیق خود بیان داشتند که دانشگاه‌ها، اساتید و اولیا با تشویق دانشجویان به پذیرش کارهای داوطلبانه ورزشی و با حمایت از طرح‌های دانشجویی در مورد اشتغال می‌توانند در ایجاد کارآفرینی ورزشی و کارآفرین نمودن دانشجویان مؤثر باشند. به طور کلی، نتایج و یافته‌های حاصل از این پژوهش کیفی نشان داد که عوامل سازمانی و ساختاری و فرهنگ تفکر کارآفرینی از جمله مواردی بودند که با مد نظر قرار دادن آنها می‌توان به بهبود و توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی امیدوار بود. در این بین باید زیرساخت‌های لازم از سوی دولت و سازمان‌های مربوطه مهیا گردد تا شاهد رشد و توسعه شرکت‌های نوپا (استارت آپ‌های ورزشی) باشیم. همچنین گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه به ویژه بین دانشجویان با محوریت توجه به خلاقیت و نوآوری ایشان، بالا بردن قدرت ریسک‌پذیری در آنها و تحمل شکست می‌تواند تاثیر بسیار بالایی در گسترش کارآفرینی ورزشی داشته باشد. در این راستا برنامه ریزی و سیاست‌گذاری‌های آموزش عالی برای اشتغال دانشجویان و کاهش چالش‌های قانونی و حقوقی

1. Baron

2. Koratco & Adrestch

در راه اندازی کسب و کارهای ورزشی و وجود تسهیلات حمایتی در این حوزه همگی در ورود سریعتر و آسان‌تر دانشجویان به محیط کارآفرینی ورزشی کمک می‌نمایند. در این بین توجه به تحریم‌های اقتصادی در ورزش و تمرکز بر گسترش دانش کارآفرینی و ایجاد محیط رقابتی سالم نیز در توسعه کارآفرینی نظام آموزشی تربیت بدنی اثرگذار می‌باشند.

پیشنهادهای

براساس یافته‌های پژوهش و با توجه به اولویت‌ها و محدودیت‌های موجود، برای دستیابی به توسعه کارآفرینی ورزشی پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. افزایش سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی دولت در ورزش و اصلاح میزان اعتبارهای مورد نیاز کارآفرینان ورزشی توسط بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی؛
۲. توسعه زیرساخت‌هایی مانند ارتباطات، حمل و نقل و خدمات‌های بیمه‌ای و بانکی؛
۳. ایجاد نظام کنترلی مناسب برای واردات به منظور حفظ انگیزه در کارآفرینان؛
۴. حمایت از بخش خصوصی و سوق دادن پژوهش‌های دانشگاهی به سمت اجرای ایده‌های جدید؛
۵. مأموریت‌گرا شدن دانشگاه‌ها در حوزه ورزش و تهیه و تدوین پایان‌نامه‌های کاربردی؛
۶. تقویت انجمن‌های ورزشی در دانشگاه‌ها و قرار دادن پیش شرط اخذ سه کارت مربیگری برای هر دانشجو به منظور فارغ‌التحصیلی؛
۷. بهره‌گیری از پارک‌های علم و فناوری در حوزه کارآفرینی ورزشی و امتیازبندی دانشگاه‌ها از این بعد؛
۸. برگزاری رویدادهای کارآفرینی ورزشی در دانشگاه‌ها و معرفی فرصت‌های موجود در این حوزه و حضور قهرمانان و ورزشکاران حرفه‌ای و چهره‌های برتر کارآفرین ورزشی در محیط دانشگاه.

همچنین به دیگر محققان پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی موارد زیر را در اولویت پژوهشی خود قرار دهند:

- معرفی استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای ورزشی به روز دنیا؛
- تحلیل و بررسی تناسب میان سرفصل دروس رشته علوم ورزشی با بازار کار در این حوزه؛
- مطالعه تطبیقی در مورد نحوه ارائه و تدریس واحد کارورزی در دانشکده‌های تربیت بدنی دیگر کشورها.

منابع

- آرمند، پیمان و سلطانی، شهره. (۱۳۸۴). «توسعه کارآفرینی زنان روستایی (چالش ها و فرصت ها)». مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی. رودهن.
- امینیان، رضوی؛ شب خیز، توراندخت؛ جعفری حجین، فاطمه و بلند آذین، افسر. (۱۳۹۰). پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت ورزشی. شماره ۷.
- امینی، مرجان؛ جمشیدی، رحیم و حیدری نژاد، صدیقه. (۱۳۹۳). «اولویت بندی موانع کارآفرینی از نظر دانشجویان تربیت بدنی با استفاده از روش TOPSIS». پژوهش در ورزش دانشگاهی. شماره ۶.
- برومند، محمدرضا؛ افضل درزی، اعظم و عظیمی دلارستانی، عادل. (۱۳۹۲). «مطالعه دیدگاه دانشجویان و دانش آموختگان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی نسبت به آینده شغلی». پژوهش در ورزش دانشگاهی. شماره ۵.
- چوبین، بهرام؛ مشرف جوادی، مینا و صفری، علی. (۱۳۹۵). «ارزیابی و رتبه بندی معیارهای توسعه کارآفرینی دانشگاه کارآفرین» (مورد مطالعه: دانشگاه های استان اصفهان). ۹ (۴)، صص ۶۹۱-۷۱۰.
- حجازی، ا. و همکاران. (۱۳۹۴). «شناسایی عوامل تاثیرگذار بر برنامه های توسعه آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران». فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزش. ۶ (۱)، صص ۱-۲۱.
- دلاور، علی. (۱۳۸۴). روش تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی. تهران: نشر ویرایش
- رمضانی نژاد، رحیم؛ برومند، محمدرضا و احمدی، فاطمه. (۱۳۹۷). «اکوسیستم کارآفرینی: رویکردی جدید برای توسعه کارآفرینی در ورزش». پژوهش های معاصر در مدیریت ورزش. سال ۸، شماره ۱۶.
- زالی، محمدرضا و رضوی، سیدمصطفی. (۱۳۸۷). «پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران». تهران: دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی.
- شاه ولی، منصور و یوسفی نژاد، سعید. (۱۳۷۹). «رویکردهای ترویج، آموزش و تحقیقات در قرن بیست و یکم». چاپ اول، تهران: انتشارات مؤسسه توسعه روستایی
- شکرکن برومند نسب، م. و نجاریان، و. (۱۳۸۱). «بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز». فصلنامه علوم تربیتی و روانشناسی، ۱۲ (۳)، صص ۴۲-۵۴.
- شیخ، محمود؛ باقرزاده، فضل الله و حمایت طلب، رسول. (۱۳۸۳). «بررسی و تحلیل ضرورت گرایشی شدن آموزش رشته تربیت بدنی در سطح دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی کشور». طرح پژوهشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
- ظاهری عبدوند، ابراهیم و صفری، جهانگیر. (۱۳۹۸). «جایگاه آموزش کارآفرینی در سرفصل های رشته زبان و ادبیات فارسی با تاکید بر رویکرد رفتاری». پژوهش و کتب دانشگاهی. شماره ۴۴.

● کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر توسعه کارآفرینی نظام آموزشی علوم ورزشی ایران

- ضیاد، بابک، رضوانی، مهران، مبارکی، محمدحسن، تاج‌پور، مهدی. (۱۳۹۸). «الگوی بین‌المللی سازی دانشگاه با رویکرد کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشگاه های برتر ایران)». مجله توسعه کارآفرینی. دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۳۰۱-۳۲۰.
- عسگریان، فریبا؛ فرجی دانا، احمد؛ گودرزی، محمود و جعفری، افشار. (۱۳۸۴). «بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰». نشریه حرکت. شماره، صص ۲۵-۴۳.
- غلامی، ناصر. (۱۳۸۷). «بررسی موانع کارآفرینی در ورزش کشور». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- فراهانی، ابوالفضل و همکاران. (۱۳۸۸). «نقش سرفصل و محتوای دروس تربیت بدنی در کارآفرینی دانش‌آموختگان این رشته». مجله مدیریت ورزشی. شماره ۱.
- فرجی، رضا و صادقی، رضا. (۱۳۹۳). «بررسی میزان کارایی دروس عملی مقطع کارشناسی رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی در مرتفع کردن نیازهای این درس از دیدگاه دبیران تربیت بدنی». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۳، شماره ۱.
- فردوسی، محمدحسن؛ فراهانی، ابوالفضل و کشاورز، لقمان. (۱۳۹۸). «طراحی الگوی کارآفرینی سازمانی مبتنی بر رابطه ساختار و استراتژی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران». پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۶۱-۷۵.
- فروغی پور، حمید. (۱۳۸۴). «زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راه کار». رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات.
- فرهنگ‌مهر، عباس؛ شریفی فر، فریده و نیک بخش، رضا. (۱۳۹۸). «طراحی و تبیین چارچوب اکوسیستم کارآفرینی در ورزش». فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. دوره ۸، شماره ۱.
- فرید، داریوش. (۱۳۸۸). «شناسایی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی ورزشکاران و غیرورزشکار زن و مرد (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه یزد)». مجله مدیریت ورزشی. سال ۲، شماره ۳.
- کریم زاده، مجید. (۱۳۹۸). «بررسی موانع کارآفرینی زنان بلوچ شهرستان سراوان». مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان. سال ۱۷، شماره ۲.
- کیانمرز، یحیی؛ محرم زاده، مهرزاد؛ کیانمرز، وحیده و مرندی، رضا. (۱۳۸۶). «بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال‌های ۸۰ تا ۸۴». مجموعه مقالات ششمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی. جزیره کیش.
- مجتبی، سیدارشاد؛ حسن زاده، امیر و حجاریان، مرضیه. (۱۳۹۸). «بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه ارومیه)». مجله نخبگان علوم مهندسی. جلد ۴، شماره ۲۰.
- مردانشاهی، م؛ تاجیک اسماعیلی و عفو مبارکی، م. (۱۳۹۳). «بررسی استعداد کارآفرینی در دانشجویان ورودی و خروجی دانشگاه های دولتی (مورد مطالعه: دانشگاه های دولتی مازندران)». فصلنامه توسعه کارآفرینی. ۷(۴)، صص ۷۷۱-۷۷۵.

- مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۲). «سازمان های غیردولتی کارآفرین». مجله فرهنگ مدیریت. شماره ۳.
- مقیمی، سید محمد. (۱۳۷۹). «بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راهکارهای اساسی». جلد ۲، گروه پژوهشی مدیریت جهاد دانشگاهی، واحد تهران، گزارش نهایی پروژه.
- ملکی پور، احمد؛ میرجلیلی، سیدمحمدعلی و مقیمی فیروزآباد، معصومه. (۱۳۹۸). «تبیین سازگاری و مسیر گذر چارچوب مطلوب عناصر برنامه درسی اسکایرو». پژوهش در برنامه ریزی درسی. سال ۱۶، شماره ۳۵، صص ۲۰-۳۹.
- مندعلی زاده، زینب؛ هنری، حبیب و شهلاهی، جواد. (۱۳۹۱). «تعیین موقعیت راهبردی و وضعیت موجود و مطلوب کارآفرینی در ورزش کشور». دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۲، شماره ۳.
- وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. (۱۳۹۰). «نقشه توسعه کارآفرینی کشور، معاونت سرمایه انسانی و توسعه اشتغال». قابل دسترسی در سایت: [Karaj. Alborz. pnu.ac.ir/ Portal /File ShowFile.aspx? ID=dfc67068](http://Karaj.Alborz.pnu.ac.ir/Portal/FileShowFile.aspx?ID=dfc67068)
- ناهید، مریم. (۱۳۸۸). «چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه». بررسی های بازرگانی. شماره ۳۴.
- نیک رفتار، ط و فرید، ح. (۱۳۹۴). «عامل های درون سازمانی موثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران». نشریه کارآفرینی در کشاورزی. ۲(۲)، صص ۱۴۵-۱۳۲.
- یداللهی فارسی، جهانگیر؛ غلامی، ناصر؛ حمیدی، مهرزاد و کنعانی، علی. (۱۳۹۰). «مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش کشور». فصلنامه توسعه کارآفرینی. سال ۳، شماره ۱۲.

- Arnaut, D. (2010). "Towards an Entrepreneurial University". IJMS, 3(1). 136-152.
- Bailey R. (2006). "Physical Education and Sport in Schools: A Review of Benefits and Outcomes". Journal of School Health, Vol. 76, No. 8.
- Baron, R. (2008). "The role of affect in the entrepreneurial process". Academy of Management Review, 33 328-340.
- Bosma, N., Acs.Z.J., Autio, E., Coduras.A., and Levie, J. (2008). "Global Entrepreneurship Monitor". Executive Report. GEM National Teams 2008 Publication. Babson College and London Business School.
- Du, P. (2009). "The place and role of Universities of Technology in South Africa". Bloemfontein. Durban University of Technology (on behalf of South African Technology Network). Gaidzanwa. Gender and Canon Formation: Women and Men and Literary Art in Africa. Mans.2003; Accra, Ghana.

- Ghina, A., Simatupang, T. M., & Gustomo, A. (2017). **“A Systematic Framework for Entrepreneurship Education within a University Context”**. International Education Studies, 7(12): pp. 1-19.
- Guerrero, M., Urbano, D., & Salamzadeh, A. (2015). **“Entrepreneurial transformation in the Middle East: experiences from Tehran Universities”**. Technics Technologies Education Management, 10(4), 533-537.
- Hichman, Thomas M., Lawrence, Katherine E. & Ward, James. C. (2002). **“A Social Identities Perspective on the Effects of Corporate Sport Sponsorship on Employees”**. Sport Marketing Quarterly, vol 14, no. 3, pp. 148-157.
- Hisrich, Robert D. and Peters, Michael P. (2002). **Entrepreneurship**. Tuta Mc Graw- Hill Publishing Company, Fifth Edition, pp. 217-219.
- Karlis, G. (2006). **“The future of leisure, recreation and sport in Canada: a SWOT for small sized enterprises”**. The Sport Journal, Vol. 9, pg: 123-133.
- Karttunen, S. (2000). **“The entrepreneurship in elderly care. The small business advancement national center”**. Finland. University of Oulu press.
- Kellet, P., and Russel, R. (2009). **“A comparison between mainstream and action sport industries in Australia: a case study of the skateboarding cluster”**. Sport Management Review, Vol. 12, PP: 66-78.
- Kuratko, D.F., and Audrestsch, D.B. (2009). **“Strategic entrepreneurship: exploring different perspectives of an emerging concept”**. The Business Journals: [www.entrepreneur.com/tradejournals/article/192851028.html]. (28 mar 2009).
- Lahikainen, K., Kolhinen, J., Ruskovaara, E., & Pihkala, T. (2019). **“Challenges to the development of an entrepreneurial university ecosystem: The case of a Finnish university campus”**. Industry and Higher Education, 33(2), 96-107.
- Mascarenhas, C., Marques, C. S., Galvão, A. R., & Santos, G. (2017). **“Entrepreneurial university: towards a better understanding of past trends and future directions”**. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 11(03), 316-338.
- Massad V. J., Tucker J. M. (2009). **“Using student managed businesses to integrate the business curriculum”**. Journal of Instructional Pedagogies, 1: 17-29.
- Physical Education Organization of the Islamic Republic of Iran. **Detailed study of financial resources development** (In Persian)]. First edition. Annale Green na 2005. 1-138
- Pitney, W., & Parker, J. (2009). **Qualitative research in physical activity and the health professions**. Human Kinetics, P: 34.

- Ruwitch, J. (2004). **“HAQ interview: Singapore’s Deputy Prime Minister Lee Hsien Loong”**. Harvard Asia Quarterly. Available at: www.fas.harvard.edu/asiactr/haq/200001/0001a005.htm.
- Sabar, N. (1994). **“Curriculum Development at School Level”**. In *Torsten Husen and Thomas N.Postlethwaite (Eds.)*. The International Encyclopedia of Education, 2nd ed., New York: Pergamoon, pp. 1267-1272.
- Santomier, J. (2002). **“Sport business entrepreneurship”**. New England Journal of Entrepreneurship, 5: 5-6.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). **Basics of qualitative research: Ground theory procedures and techniques**. New bury Park, CA: Sage.
- Strydom R., Adams M. (2009). **“Evaluating the learning experience of undergraduate entrepreneurship students exposed to unconventional teaching approach: a South African case study”**. Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management, 2(1): 50-67.
- UNDP. (2007). **The legal empowerment of the Poor: Informal business**. Cape Town, United Nations Development Programme.

شناسایی موانع توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران

امین رضا بخشی چناری^۱

محمود گودرزی^۲

سید نصرالله سجادی^۳

مجید جلالی فراهانی^۴



10.22034/SSYS.2022.963.1655

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۶/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۰۴

هدف از این پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی موانع توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران بود. فرآیند پژوهش شامل دو مرحله بود: مرحله اول پژوهش شامل تحقیق کیفی از نوع پدیدارشناسی - با استفاده از ابزار مصاحبه با اساتید دانشگاه و نخبگان و مطالعه مقالات، کتب، اسناد و مدارک؛ مرحله دوم پژوهش شامل تحقیق کمی از نوع توصیفی - تحلیلی - با استفاده از دو مرحله روش دلفی و AHP. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل کلیه مدیران و متخصصان صاحب‌نظر در موضوع دیپلماسی ورزشی بود و از آنجا که در روش‌های کیفی، تعداد نمونه‌ها از قبل تعیین نمی‌شود، در نتیجه تا جایی که نسبت به موضوع تحقیق اشباع نظری حاصل شد، مصاحبه ادامه یافت. در این مرحله از دو روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی استفاده شد.

۱- دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Aminchenari@gmail.com

۲- استاد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳- استاد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۴- دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

در بخش کمی و در بخش دلفی نیز جامعه آماری پژوهش شامل ۲۰ نفر از اساتید نخبه دانشگاهی متخصص در حوزه مدیریت ورزشی، علوم سیاسی و مدیریت راهبردی بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب شدند. در بخش AHP نیز جامعه آماری تلفیقی از نخبگان در بخش مصاحبه و اساتید دانشگاهی آگاه به موضوع در بخش دلفی بود که به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب شدند. روایی ابزار در بخش کمی مورد تایید ۵ نفر از متخصصان و اساتید خبره بود و در بخش کیفی نیز نتایج به‌دست آمده از مصاحبه در اختیار مصاحبه‌شونده‌ها قرار گرفت تا درباره صحت آن‌ها اظهارنظر کنند. پایایی در بخش کیفی نیز از طریق توافق درون موضوعی کدهای استخراجی مورد تایید قرار گرفت.

نتایج پژوهش نشان داد که بی‌توجهی وزارت ورزش و جوانان و وزارت امور خارجه به مسائل بین‌المللی ورزشی، موانع ایدئولوژیکی و تعارضات برخی ارزش‌های جمهوری اسلامی با قواعد و هنجارهای حاکم بر ورزش جهان و نبود سیاست‌گذاری و برنامه‌های فاقد رویکرد دیپلماسی ورزشی، به‌ترتیب از مهم‌ترین موانع پیش‌روی توسعه دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. پیشنهاد می‌شود که دستگاه دیپلماسی و دستگاه ورزش به‌عنوان متولیان اصلی این حوزه به تنظیم آیین‌نامه‌ای که روابط بین‌المللی ورزشی را تعریف و پشتیبانی کند، مبادرت ورزند.

واژگان کلیدی: دیپلماسی ورزشی، سیاست خارجی و موانع توسعه.

مقدمه

امروزه افکار عمومی یکی از ارکان مهم در تصمیم‌گیری کشورها در حوزه‌های گوناگون محسوب می‌شود و کشورها نمی‌توانند همچون گذشته تنها بر تبادلات بین دولتی در قالب دیپلماسی سنتی تکیه کنند. به عبارت دیگر، در دیپلماسی عمومی مخاطب برنامه‌ها را مردم، نخبگان سیاسی، فرهنگی و در مجموع جمعیتی غیر از مسئولان تشکیل می‌دهند و در این زمینه از ابزارهای مختلفی مانند تبلیغات رسانه‌های جمعی و تأثیرگذاری فرهنگی از طریق دانشگاه‌ها و... استفاده می‌شود. در واقع دولت‌ها سعی دارند با استفاده از دیپلماسی عمومی افکار عمومی را با خود همراه کنند تا برای رسیدن به اهداف سیاست خارجی خود با مشکلات کمتری مواجه شوند (شریعتی فیض‌آبادی و گودرزی، ۱۳۹۴). اگرچه ورزش - دیپلماسی در سال‌های اخیر به عنوان زیرشاخه دیپلماسی عمومی توجهات زیادی را به خود جلب کرده است، تاریخچه این موضوع به قرن نهم پیش از میلاد باز می‌گردد؛ طی اولین جشنواره بازی‌های المپیک باستان یک «آتش‌بس المپیک»^۱ توسط پادشاهان آن زمان امضا شد. آنها توافق کردند تا تمام رفتارهای خشن و دشمنانه را طی زمان برگزاری بازی به حالت تعلیق درآورند تا موجبات خشنودی تماشاگران و ورزشکاران این بازی را فراهم کنند. قرن‌ها پس از آن، امروزه ادبیات دیپلماتیک ورزشی توانسته مرزها را کمرنگ و راه‌های بیشتری را برای گفت‌وگو باز کند تا از این طریق افراد مختلف در کنار یکدیگر جمع شوند (دوستی، ۱۳۹۱). ظهور مفهوم دیپلماسی ورزشی در عرصه مناسبات بین‌المللی این پرسش را مطرح کرده است که دیپلماسی ورزش چیست و چه نقشی در روابط خارجی کشورها و اعمال قدرت آن‌ها ایفا می‌کند. امروزه متخصصان علوم ورزشی، علوم سیاسی و روابط بین‌الملل به این نتیجه رسیده‌اند که بدون تردید یکی از حوزه‌های موضوعی مهم در زمینه ورزش و نقش آن در روابط بین‌الملل، دیپلماسی ورزشی است. دیپلماسی ورزشی را می‌توان در یک تقسیم‌بندی کلی‌تر، یعنی دیپلماسی عمومی و فرهنگی قرار داد که در دو دهه اخیر رواج بیشتری یافته است (مورای و پیگمن، ۲۰۱۴). در عصر جهانی شدن، تأثیر عناصر فرهنگی بر روابط بین دولت‌ها بسیار افزایش یافته تا جایی که مبادلات فرهنگی در مقیاس جهانی با سهولت بیشتری انجام می‌شود و موانع چندانی پیش‌روی آن وجود ندارد. بنابراین دیپلماسی عمومی و فرهنگی به طور اعم و دیپلماسی ورزشی به طور اخص توجهات بیشتری را به سمت خود جلب کرده است (زرگر، ۱۳۹۴). به‌طور کلی، می‌توان گفت ارتباط بین دیپلماسی و ورزش متقابل است؛ هم دیپلماسی در مدیریت ورزشی، برگزاری مسابقات جهانی، کسب میزبانی، شرکت در مسابقات و... تأثیرگذار است و هم ورزش در پیشبرد دیپلماسی کشورهای مختلف از طریق ورزش، با شرکت کردن یا نکردن کشورها در مسابقات ورزشی (مانند تحریم المپیک) یا مسابقه دادن یا اجتناب از رقابت با ورزشکاران کشورهای دیگر برخی خواسته‌های سیاسی خود را به نمایش درمی‌آورند (لورمور، ۲۰۱۲).

در زمینه دیپلماسی ورزشی تاکنون پژوهش‌های متنوعی در داخل و خارج کشور انجام شده است. بخشی‌چناری و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «شناسایی عوامل موثر بر توسعه دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران» به این نتیجه رسیدند که وزارت ورزش و جوانان با همکاری وزارت امور خارجه به برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و تعیین هدف در حوزه دیپلماسی ورزشی، تعاملات آکادمیک با سازمان‌های ذی‌ربط و افزایش فعالیت‌های دانشگاه‌ها به توسعه

1. Olympic Truth
2. Murray & Pigman

فعالیت‌های دیپلماسی در حوزه ورزش پیردازند (بخشی‌چناری و همکاران، ۱۳۹۸). بخشی‌چناری و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی دیگر با عنوان «ارائه راهکارهایی برای توانمندسازی و ارتقای دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران» به این نتیجه دست یافتند که بازبینی و بازنگری آیین‌نامه‌های اجرایی نهادهای ورزشی (وزارت ورزش، کمیته ملی المپیک و...)، برگزاری جلسات هماهنگی بین وزارت ورزش و وزارت خارجه به عنوان متولیان اصلی دیپلماسی ورزشی، آموزش مدیران سیاسی - ورزشی کشور با اصول اولیه تعاملات بین‌المللی در سطح جهانی، تدوین و اجرای یک برنامه جامع و علمی در جهت گسترش و ارتقای دیپلماسی ورزشی، از جمله راهکارهای مهم در توانمندسازی و تقویت دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران است (بخشی‌چناری و همکاران، ۱۳۹۸). راسخ و جوادی‌پور (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «نقش ورزش و توسعه ورزشی در پیش‌برد سیاست‌های فرهنگی - اجتماعی و روابط خارجی جمهوری اسلامی ایران»، چالش‌ها و ضعف‌های مختلف شامل نبود خط‌مشی‌های روشن و شفاف، فقدان آگاهی و دانش لازم در این زمینه و عدم شناخت از ظرفیت‌های بالقوه دیپلماسی فرهنگی ورزشی را بیان نمودند و پیشنهادات و اقداماتی را در زمینه رفع موانع برای تحقق اهداف دیپلماسی ورزشی ارائه کردند (راسخ و جوادی‌پور، ۱۳۹۶). مین و چوی^۱ (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان «نقش بیش از اندازه دیپلماسی ورزشی در همکاری‌های دوجانبه بین دو کره» به این نتیجه رسیدند که استفاده از ورزش به عنوان ابزاری دیپلماتیک بین کشورهای کره‌شمالی و کره‌جنوبی در حال گسترش است و دیپلماسی ورزشی بیشتر به عاملی برای توسعه همکاری‌های سیاسی شبیه بوده است که باعث برطرف شدن موانع سیاسی به این دو کشور شده است. فولرتون و همکاران^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تبدیل شدن دیپلماسی ورزشی به خروجی‌های دیپلماتیک» با ارائه یک مدل دیپلماسی ورزشی به این نتیجه دست یافتند که اگر منابع دیپلماسی ورزشی هدفمند، خلاقانه و صحیح انتخاب شوند و این منابع متناسب با راهبردهای سیاسی هر کشور (ایالت) باشد، خروجی‌های آن می‌تواند هم‌راستای خروجی‌های دیپلماتیک مدنظر اهداف سیاسی هر کشور باشد (فولرتون و همکاران، ۲۰۱۸). دسن اجینو و همکاران^۳ (۲۰۱۵)، در تحقیق خود به بررسی اقدام تور صلح باشگاه بارسلونا در سال ۲۰۱۳ در اسرائیل و فلسطین پرداختند. در این تحقیق علاوه بر پرداختن به ماهیت اقدام باشگاه بارسلونا در حوزه دیپلماسی ورزشی، به این نتیجه رسیدند که در این طرح مشکلات سیاسی به علت جغرافیای سیاسی خاورمیانه پیش آمده اند و می‌توان آنها را موانع و محدودیت‌های دیپلماسی ورزشی قلمداد کرد (دسن اجینو و همکاران، ۲۰۱۵).

مروور تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که با وجود استفاده صحیح کشورهای مختلف از دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی خود، متأسفانه در کشور ما موانع متعددی وجود دارد که مانع به‌کارگیری این دیپلماسی قدرتمند در دستگاه‌های ذی‌ربط می‌شود. بسیاری از صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه دیپلماسی ورزشی در داخل کشور که سالیان متمادی در پست‌های مختلف مدیریتی حضور پررنگ داشته‌اند معتقدند که افرادی که در راس فدراسیون‌ها و سایر نهادهای ورزشی کشور حضور دارند، بعضاً آگاهی لازم را در مورد روابط بین‌المللی ندارند و همین امر باعث می‌شود تصمیماتی در وزارت ورزش، کمیته ملی المپیک و یا فدراسیون‌ها گرفته شود که با مسائل بین‌المللی مغایرت دارد. همچنین

1. Min & Choi

2. Fullerton et al.

3. De San Eugenio et al.

ایراداتی که در اساسنامه برخی فدراسیون‌های ورزشی مانند فوتبال، کشتی، قایقرانی و... وجود داشت و منجر به تعلیق یا خطر تعلیق این فدراسیون‌ها شده بود، بیش از آن که باعث شود این نهادهای ورزشی به عنوان ابزاری برای توسعه تعاملات جمهوری اسلامی ایران ایفای نقش کنند، به ابزاری برای منزوی شدن تبدیل شده بودند (بخشی‌چناری، ۱۳۹۷). با توجه به مطالب یاد شده و با توجه به اینکه جمهوری اسلامی ایران به عنوان کشوری تاثیرگذار در توسعه تعاملات منطقه‌ای و بین‌المللی و همچنین به لحاظ حکومتی به عنوان یگانه حکومت مردم‌سالاری دینی در جهان، از حیث استقلال سیاسی می‌درخشد و این موضوع که حکایت از عدم تعهد واقعی به قدرت‌های بیگانه دارد، موقعیت ایران را در منطقه و جهان حائز اهمیت روزافزون نموده است (شریعتی فیض‌آبادی، ۱۳۹۴). بی‌شک، ایران در تاریخ دیپلماسی طولانی خود با مشکلات زیادی رو به رو بوده است. در دوره پس از انقلاب به‌ویژه در سال‌های نخست پیروزی انقلاب اسلامی، سیاست خارجی ایران به تحریک، آشوبگری، خرابکاری، گروگان‌گیری و تروریسم از طرف غرب متهم می‌شد.

در سال‌های بعد از پیروزی انقلاب نیز تحریم‌های یک جانبه و خصمانه آمریکا و اسرائیل و تنظیم لایحه‌ای برای تشدید تحریم‌های اقتصادی علیه ملت ایران، اهمیت دیپلماسی را بیش از پیش آشکار می‌کند (پوستین‌چی و محسنی‌فرد، ۱۳۹۲). حال با توجه به مطالب فوق و با توجه به نقش پُررنگ و بی‌بدیل دیپلماسی ورزشی، از یک سو و نقش کلیدی کشورمان در منطقه و جهان، از سوی دیگر جمهوری اسلامی ایران می‌تواند از ورزش به عنوان ابزاری به نسبت کم هزینه‌تر و در عین حال جذاب‌تر در تحقق اهداف و منافع سیاسی خود استفاده نماید. لذا با توجه به کمبود پژوهش‌های مرتبط در این زمینه در داخل کشور، پژوهش حاضر سعی دارد به شناسایی و اولویت‌بندی موانع پیش‌روی توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی کشورمان در عرصه بین‌المللی بپردازد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های میدانی بود. با توجه به موضوع پژوهش، روش تحقیق آمیخته یا ترکیبی^۱ و از نوع اکتشافی متوالی^۲ است که در آن ابتدا از روش کیفی و سپس از روش کمی استفاده می‌شود. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران و متخصصان صاحب‌نظر و آگاه در زمینه موضوع دیپلماسی ورزشی - دارای کتب و مقالات متعدد در این حوزه - مدیران سیاسی که در عرصه ورزش فعالیت داشتند و نخبگانی که مسئولیت اجرایی در ورزش داشتند، تشکیل می‌دادند. نمونه آماری تحقیق شامل ۱۲ نفر از اساتید دانشگاهی، ۶ نفر در رشته مدیریت ورزشی (سابقه ریاست در چند فدراسیون داشته‌اند)، ۴ نفر از اساتید رشته علوم سیاسی و روابط بین‌الملل و ۲ نفر در رشته مدیریت راهبردی بودند. از مجموع ۴ نفر از مدیران عالی سیاسی - ورزشی، ۲ نفر از مدیران عالی رتبه وزارت ورزش و جوانان در سطح وزیر و معاون ورزش قهرمانی دولت یازدهم، ۱ نفر سفیر سابق جمهوری اسلامی ایران و از مدیران ارشد وزارت امور خارجه در دولت هفتم و ۱ نفر نماینده سابق مجلس و عضو کمیسیون سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی بودند. از آنجا که در روش‌های کیفی، تعداد نمونه‌ها از قبل تعیین نمی‌شود، در نتیجه مصاحبه‌ها تا جایی که نسبت به موضوع تحقیق اشباع نظری حاصل شد، ادامه یافت. در مرحله مصاحبه از دو روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی استفاده شد.

1. Mixed Method
2. Sequential Exploratory

بر همین اساس، با ۱۶ نفر از افراد متخصص، تعداد ۲۲ مصاحبه - برخی از افراد بیش از یک بار مورد مصاحبه قرار گرفتند - انجام شد. جامعه آماری در بخش کمی نیز بدین صورت بود که با درخواست از طریق ایمیل از ۴۰ استاد دانشگاهی که در حوزه مدیریت ورزشی، مدیریت راهبردی و علوم سیاسی تخصص داشتند، خواسته شد تا در گروه دلفی پژوهش مشارکت داشته باشند که از این تعداد، ۲۰ استاد دانشگاه که بعضی از آن‌ها سمت‌های عالی اجرایی در ورزش داشتند در گروه دلفی در دو مرحله مشارکت کردند. روش نمونه‌گیری در بخش دلفی غیراحتمالی بود. در نهایت در بخش AHP نیز جامعه آماری تلفیقی از خبرگان و متخصصان در بخش مصاحبه و اساتید دانشگاهی آگاه به موضوع در بخش دلفی بودند که به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب شدند. از ۳۶ پرسشنامه ارسالی، تعداد ۳۵ پرسشنامه AHP تکمیل و بازگردانده شد. به‌طور کلی این پژوهش طی یک فرآیند چهار مرحله‌ای به شرح زیر صورت گرفت:

مرحله اول: از طریق رجوع به اطلاعات موجود در پایگاه‌های اینترنتی، کتب، مجلات و نشریات مختلف به بررسی وضعیت موجود دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران و مروری بر مبانی نظری و پیشینه موضوع پرداخته شد.

مرحله دوم: با انجام مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته و مفهومی - هدف از این نوع مصاحبه، توضیح و تشریح مفهومی یک پدیده یا موضوع است و مصاحبه‌گر قصد دارد ساختار مفهومی مفاهیم را در رابطه با یک پدیده تشریح نماید - با کلیه مدیران و متخصصان صاحب‌نظر و آگاه در زمینه موضوع دیپلماسی ورزشی به همراه خبرگان دانشگاهی، متغیرهای اصلی پژوهش شناسایی شد.

مرحله سوم: در زمینه بررسی ماهیت موضوع و ادبیات تحقیق، به نظر رسید که راه اساسی دست‌یابی به نتیجه صحیح و کاربردی، استفاده از نظرات کارشناسان و متخصصان در این زمینه است. در این راستا مدل دلفی به عنوان مدلی که می‌توانست با جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل نظرات کارشناسان، متغیرهای پژوهش را غربالگری کند مورد توجه و انتخاب پژوهشگران قرار گرفت. بنابراین به علت همپوشانی متغیرها با یکدیگر و برای تفکیک آنها و حذف متغیرهای غیرضروری - به طوری که هیچ متغیری ناخواسته حذف نشود - از روش دلفی قبل از به‌کارگیری روش AHP استفاده گردید.

مرحله چهارم: بعد از انجام روش دلفی در دو دور و غربال شدن متغیرهای فرعی مرتبط با متغیرهای اصلی، برای وزن‌دهی و اولویت‌بندی موانع پیش‌روی توسعه دیپلماسی ورزشی از روش AHP استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

توصیف تحلیلی نمونه پژوهش شامل ۱۶ نفر از اساتید دانشگاه رشته‌های مرتبط و همچنین مدیران عالی‌رتبه سیاسی - ورزشی کشور در جدول زیر به تفکیک آمده است:

جدول ۱. توصیف نمونه‌های پژوهش

صاحب‌نظران	سمت	تعداد	توضیحات
اساتید دانشگاه		۱۲	رشته‌های: مدیریت ورزشی، علوم سیاسی، روابط بین‌الملل و مدیریت راهبردی
مدیران سیاسی - ورزشی		۴	در سطح: وزیر و معاون وزیر دولت یازدهم، سفیر بازنشسته دولت هفتم، و عضو کمیسیون سیاست خارجی مجلس

با پایان یافتن مصاحبه‌ها با اساتید و نخبگان دانشگاهی، مدیران عالی‌رتبه ورزش کشور، سفیران و مدیران سیاسی سابق جمهوری اسلامی ایران، تعداد ۱۲ متغیر شناسایی شد:

جدول ۲. نتایج حاصل از مصاحبه‌ها در بخش شناسایی موانع توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران

متغیرهای اصلی	تعداد متغیرها	متغیرهای فرعی مرتبط
شناسایی موانع توسعه دیپلماسی ورزشی	۱۲	۱. بی‌تفاوتی و بی‌توجهی وزارت ورزش و وزارت خارجه نسبت به مسائل بین‌المللی ورزشی ۲. ایرادهای اساسی در اساننامه فدراسیون‌ها و چرخه معیوب مدیریتی در سطح کلان ورزش ۳. تغییرات گسترده مدیریتی و جابجایی‌های ناشی از آن که در عرصه بین‌المللی اثرات منفی می‌گذارد ۴. موانع ایدئولوژیکی و تعارضات برخی ارزش‌های ج.ا.ا با قواعد و هنجارهای حاکم بر ورزش جهان ۵. تربیت نکردن نیروی انسانی متخصص در حوزه روابط بین‌الملل و ورزش ۶. عدم ثبات و برنامه‌ریزی بلندمدت در مدیریت سیاسی و مدیریت ورزشی کشور ۷. عدم آگاهی و شناخت لازم افراد در راس بعضی از فدراسیون‌ها و سایر نهادهای ورزشی در مورد روابط مهم بین‌المللی ۸. تصمیم‌گیری‌های سیاسی مغایر با مسائل بین‌المللی ورزشی در وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون‌ها و وزارت امور خارجه ۹. نقص عمده در زبان ورزش بین‌المللی و عدم توانایی در انتقال ادبیات بین‌المللی ۱۰. نبود سیاست‌گذاری و برنامه‌های فاقد رویکرد دیپلماسی ورزشی برای ورود موفق به صحنه‌های بین‌المللی ورزشی ۱۱. تعدد مراجع تصمیم‌گیرنده در امور بین‌المللی ورزش ۱۲. منفعل بودن دستگاه دیپلماسی در حوزه ورزش

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، با پایان مصاحبه‌ها، تعداد ۱۲ متغیر حول اهداف پژوهش شناسایی شد. بعد از پایان دور اول روش دلفی، تعداد متغیرهای شناسایی شده مرحله مصاحبه از ۱۲ متغیر به ۱۰ متغیر کاهش یافت. در این مرحله، متغیرهایی که ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان به آن‌ها جواب مثبت (بلی) دادند، در چرخه تحقیق باقی ماندند و متغیرهایی که کمتر از این مقدار پاسخ دریافت کردند، از چرخه حذف شدند. گفتنی است که در ذیل هر بخش از پرسشنامه‌های دلفی، پاسخ‌دهندگان در گروه دلفی می‌توانستند متغیرهای جدیدی که به نظر آن‌ها از قلم افتاده بود و می‌توانست در آن بخش وارد شود را پیشنهاد دهند که در این قسمت متغیر جدیدی شناسایی نشد. در نهایت بعد از پایان دور دوم روش دلفی و غربالگری نهایی، تعداد متغیرها همان ۱۰ متغیر باقی ماند. در ادامه به تفکیک نتایج نهایی حاصل از دور اول و دور دوم روش دلفی پرداخته شده است:

جدول ۳. نتایج نهایی حاصل از دور اول و دور دوم روش دلفی (تعداد پاسخ مثبت نخبگان)

موانع توسعه دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران	پاسخ مثبت
بی‌تفاوتی و بی‌توجهی وزارت ورزش و وزارت خارجه نسبت به مسائل بین‌المللی ورزشی از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟	۹۰ درصد

● شناسایی موانع توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران

۹۰ درصد	ایرادهای اساسی در اساسنامه فدراسیون‌ها و چرخه معیوب مدیریتی در سطح کلان ورزش از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۷۰ درصد	تغییرات گسترده مدیریتی و جایجایی‌های ناشی از آن در عرصه بین‌المللی و اثرات منفی ناشی از آن از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۹۰ درصد	موانع ایدئولوژیکی و تعارضات برخی ارزش‌های ج.ا.ا با قواعد و هنجارهای حاکم بر ورزش جهان از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۸۰ درصد	تربیت نکردن نیروی انسانی متخصص در حوزه روابط بین‌الملل و ورزش از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۴۵ درصد	عدم ثبات و برنامه‌ریزی بلندمدت در مدیریت سیاسی و مدیریت ورزشی کشور از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۸۰ درصد	عدم آگاهی و شناخت لازم افراد در راس بعضی از فدراسیون‌ها و سایر نهادهای ورزشی در مورد روابط مهم بین‌المللی از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۸۰ درصد	تصمیم‌گیری‌های سیاسی مغایر با مسائل بین‌المللی ورزشی در وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون‌ها و وزارت امور خارجه از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۷۰ درصد	نقص عمده در زبان ورزش بین‌المللی و عدم توانایی در انتقال ادبیات بین‌المللی از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۹۰ درصد	نبود سیاست‌گذاری و برنامه‌های فاقد رویکرد دیپلماسی ورزشی برای ورود موفق به صحنه‌های بین‌المللی ورزشی از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۷۰ درصد	تعدد مراجع تصمیم‌گیرنده در امور بین‌المللی ورزش از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟
۵۰ درصد	منفعل بودن دستگاه دیپلماسی در حوزه ورزش از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی ج.ا.ا می‌باشد؟

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، متغیرهای «عدم ثبات و برنامه‌ریزی بلندمدت در مدیریت سیاسی و مدیریت ورزشی کشور» و «منفعل بودن دستگاه دیپلماسی در حوزه ورزش» به دلیل اینکه پاسخ‌دهندگان به آن‌ها کمتر از ۶۰ درصد پاسخ مثبت دادند، در این مرحله حذف شدند. با توجه به اهداف پژوهش، ۱۰ متغیر باقیمانده پس از پایان دو دور دلفی به روش AHP اولویت‌بندی شدند. اما قبل از آن خبرگان مقایسه‌هایی را بین متغیرهای شناسایی شده انجام دادند و امتیاز آن‌ها را نسبت به یکدیگر تعیین می‌کنند. این مقایسه‌ها بر اساس جدول ۹ کمیتی انجام می‌شود. ارجحیت یک گزینه یا عامل نسبت به خودش مساوی با یک است. لذا اصل معکوس بودن یک عامل نسبت به دیگری و ارجحیت یک برای یک عامل یا گزینه نسبت به خودش، دو خاصیت اصلی ماتریس مقایسه‌ای دو به دویی در فرآیند AHP هستند. این ماتریس در جدول ۴ نشان داده شده است:

جدول ۴. ماتریس زوجی متغیرهای شناسایی شده

متغیرهای شناسایی شده	بی تفاوتی وزارت	ایراد در اساسنامه	تغییرات مدیریتی	موانع ایدئولوژیکی	عدم آگاهی و شناخت	تصمیم گیری سیاسی	نقص زبان	نبود سیاستگذاری	تعدد مراجع	عدم نیروی متخصص
بی تفاوتی وزارت	۱	۲/۵	۰/۳۳	۰/۴	۰/۵	۶/۲۵	۷/۶۹	۹/۰۸	۸/۳۳	۲
ایراد در اساسنامه	۰/۴	۱	۷/۱۴	۰/۲۸	۰/۳۳	۵/۵۵	۸/۳۳	۷/۶۹	۰/۱۴	۰/۶۶
تغییرات مدیریتی	۳	۰/۱۴	۱	۷/۹۳	۱/۱	۰/۸۶	۴/۴۷	۸/۴۸	۳	۰/۴
موانع ایدئولوژیکی	۲/۵	۳/۵۷	۰/۱۲	۱	۲	۰/۱۸	۰/۱۱	۰/۱۴	۰/۱۲	۵
عدم آگاهی و شناخت	۲	۳	۰/۸۸	۰/۵	۱	۹/۰۹	۰/۱۱	۰/۲۵	۴	۰/۵
تصمیم گیری سیاسی	۰/۱۶	۰/۱۸	۱/۱۶	۵/۵۵	۰/۱۱	۱	۰/۲۳	۴	۲/۵	۰/۱۵
نقص زبان	۰/۱۳	۰/۱۲	۰/۲۳	۹/۰۹	۹/۰۹	۴/۴۷	۱	۰/۱۶	۵	۳
نبود سیاست گذاری	۰/۱۱	۰/۱۳	۰/۱۱	۷/۱۴	۴	۰/۲۵	۶	۱	۳/۵۷	۰/۵۷
تعدد مراجع	۰/۱۲	۷/۱۴	۰/۳۳	۸/۳۳	۰/۲۵	۰/۴	۰/۲	۰/۲۸	۱	۰/۴
عدم نیروی متخصص	۰/۵	۱/۵	۲/۵	۰/۲	۲	۶/۶۶	۰/۳۳	۱/۷۵	۲/۵	۱

پس از مشخص شدن ماتریس زوجی و مقایسه دوتایی متغیرهای شناسایی شده، اولویت بندی متغیرها بر اساس وزن نسبی محاسبه شد. برای محاسبه وزن نسبی از روش های مختلفی استفاده می شود. از میان این روش ها، بیشتر از روش بردار ویژه استفاده شده است، اما در صورتی که ابعاد ماتریس ها زیاد باشند محاسبه مقادیر و بردارهای ویژه طولانی و وقت گیر خواهد بود. به همین دلیل، پروفیسور ساعتی به ارائه چهار روش تقریبی زیر می پردازد: مجموع سطری، مجموع ستونی، میانگین حسابی و میانگین هندسی. در این پژوهش از روش میانگین هندسی استفاده شده است. در این روش برای محاسبه وزن نسبی گزینه، ابتدا میانگین هندسی سطرهای ماتریس معیار را به دست می آوریم و سپس آن ها را نرمال می نماییم. در ادامه وزن نسبی متغیرهای شناسایی شده براساس میانگین هندسی در جدول ۵ نشان داده شده است:

جدول ۵: نتایج نهایی فرآیند تحلیل سلسله مراتبی AHP در بخش اولویت بندی موانع توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران

متغیر اصلی	متغیرهای فرعی مرتبط	وزن نسبی (براساس میانگین هندسی)	رتبه
	بی تفاوتی وزارت ورزش و وزارت خارجه نسبت به مسائل بین المللی ورزشی	۰/۳۷۹	۱
	موانع ایدئولوژیکی و تعارضات برخی ارزش های ج.ا.ا با هنجارهای حاکم بر ورزش جهان	۰/۳۴۳	۲

۳	۰/۳۱۱	نبود سیاستگذاری و برنامه‌های فاقد رویکرد دیپلماسی ورزشی برای ورود موفق به صحنه‌های بین‌المللی ورزشی مسلط نبودن و نقص عمده در زبان ورزش	اولویت‌بندی و وزن‌دهی موانع توسعه دیپلماسی ورزشی
۴	۰/۲۷۳	بین‌المللی و عدم توانایی در انتقال ادبیات بین‌المللی	
۵	۰/۲۳	تربیت نکردن نیروی انسانی متخصص در حوزه روابط بین‌الملل و ورزش	
۶	۰/۲۱۹	تعدد مراجع تصمیم‌گیرنده در امور بین‌المللی ورزش	
۷	۰/۲۰۲	ایرادهای اساسی در اساسنامه فدراسیون‌ها و چرخه معیوب مدیریتی در سطح کلان ورزش	
۸	۰/۱۷۲	عدم آگاهی افراد در راس فدراسیون‌ها در مورد روابط مهم بین‌المللی	
۹	۰/۱۵۶	تغییرات گسترده مدیریتی و جابجایی‌های ناشی از آن که در عرصه بین‌المللی اثرات منفی می‌گذارد	
۱۰	۰/۱۳۳	تصمیم‌گیری‌های سیاسی مغایر با مسائل بین‌المللی ورزشی در وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون‌ها و وزارت امور خارجه و...	

همان‌طور که در جدول فوق نشان داده شده است، متغیر «بی‌تفاوتی و بی‌توجهی بین وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌های ورزشی با وزارت امور خارجه و سایر دستگاه‌های مرتبط نسبت به مسائل بین‌المللی ورزشی» با وزن نسبی ۰/۳۷۹، مهم‌ترین مانع توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران و متغیر «تصمیم‌گیری‌های سیاسی مغایر با مسائل بین‌المللی ورزشی» با وزن نسبی ۰/۱۳۳، کم‌اهمیت‌ترین مانع از موانع توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی کشورمان می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

در دنیای امروز عواملی که برآیند آن‌ها در مجموع قدرت یک کشور را تشکیل می‌دهد، با گذشته تفاوت بسیاری کرده است. باید گفت که اکنون، پیش از پیش بر نقش عوامل غیرمادی تشکیل دهنده قدرت تاکید می‌شود و قدرت، خصلتی نرم‌افزاری پیدا کرده است. بر همین اساس، دیپلماسی به معنای عام و دیپلماسی ورزشی به‌طور خاص از جایگاه مهمی در سیاست خارجی کشورها برخوردار شده است. در کشور ما نیز علیرغم وجود بسترهای مناسب برای عملکرد مطلوب دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران، عوامل بسیاری وجود دارند که این روند را با چالش مواجه ساخته‌اند که از مهم‌ترین موانع داخلی می‌توان به عدم شفافیت در نحوه اجرا و عملکرد دیپلماسی ورزشی در چارچوب سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران و ابهام قوانین در این حوزه اشاره کرد. دیپلماسی ورزشی به لحاظ قانونگذاری و نظارت، نقش و جایگاه مشخصی در دستگاه‌های رسمی کشور ندارد - در حالی که بخشی از سیاست خارجی است - و کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی مسائل آن

را پیگیری می‌کند که البته به دلیل نوع نگاه این کمیسیون به مسائل فرهنگی و تمرکز بیشتر بر روابط فرهنگی، اقدامات آن چندان در راستای مسائل ورزشی نبوده است. در اصل در حوزه دیپلماسی ورزشی، تعدد مراکز تصمیم‌گیرنده و ناهماهنگی میان این مراکز، بی‌تفاوتی دستگاه ورزش و دستگاه دیپلماسی نسبت به مسائل مهم این حوزه در کنار نبود نیروی انسانی متخصص و عدم ثبات مدیریت و... عملاً مانع اتخاذ تصمیمات و سیاست‌گذاری‌های صحیح و برنامه‌ریزی‌های موثر است. در کنار موانع داخلی، موانع بیرونی نیز وجود دارند که شاید بتوان مهم‌ترین آن را نحوه عملکرد رقبا در حوزه فرهنگی و به‌طور ویژه در حوزه دیپلماسی ورزشی دانست - هر چند که در پژوهش حاضر، بیشتر موانع داخلی مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. به‌طور کلی می‌توان گفت که نتایج این قسمت از پژوهش با یافته‌های مطالعات راسخ و جوادپور (۱۳۹۶) و ارغوانی و اسمعیلی (۱۳۹۷) که به چالش‌ها و موانع دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران در خاورمیانه پرداخته بودند و همچنین نتایج پژوهش کوبیرسکی^۱ (۲۰۱۷) که به دیپلماسی ورزشی در کشور نروژ پرداخته بود و اذعان داشت که یک دیپلماسی ورزشی قدرتمند می‌تواند با برداشتن موانع پیش‌رو نقش‌آفرین‌کننده در برند ملی و معرفی هویت ملی این کشور در جهان داشته باشد، همخوانی داشت. بنابراین در تفسیر این قسمت از نتایج پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که به‌منظور مفهوم‌شناسی و جایگاه دیپلماسی ورزشی در نهادهای ذی‌ربط باید ابتدا به تعریف مفهوم دیپلماسی به معنای عام (دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی) و سپس دیپلماسی ورزشی به عنوان یکی از اجزای مهم سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران پرداخت. همچنین با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان اذعان داشت که علیرغم وجود موانع و مشکلات در عرصه دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران، نمی‌توان منکر فرصت‌ها و بسترهای فرهنگی مناسب در روابط ایران و کشورهای منطقه بود؛ به طوری که با اتخاذ سیاست‌های مناسب‌تر و رفع موانع داخلی در حوزه دیپلماسی ورزشی، هم می‌توان از فرصت‌های موجود بهره برد و هم به کاستن از اثرات چالش‌ها و موانع داخلی امید داشت. به نظر می‌رسد در شرایط کنونی، افزایش شناخت و آگاهی مدیران نسبت به مسائل بین‌المللی ورزش و تعیین مرجع مشخص تصمیم‌گیری در کنار توجه و علاقه‌مندی متولیان به رشته‌های ورزشی و جایگاه ورزش در کشورمان، دستگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران می‌تواند دست‌اندرکاران حوزه سیاست و ورزش را ترغیب نماید تا با تشکیل شورای سیاست‌گذاری به طرح‌ریزی برنامه‌ای خاص و راهبردی با رویکرد دیپلماسی ورزشی در دستگاه وزارت خارجه اقدام نمایند. همچنین با برطرف کردن نقص زبان بین‌المللی (انگلیسی) برای برقراری ارتباط با جهان، هم از بی‌توجهی و منفعل بودن دیپلماسی ورزشی جلوگیری می‌شود و هم از آن به عنوان ابزاری برای توسعه تعاملات دیپلماتیک استفاده می‌گردد. دیگر یافته‌های تحقیق نشان داد که ایرادهای اساسی در اساسنامه فدراسیون‌ها، تصمیم‌گیری‌های سیاسی مغایر با مسائل بین‌المللی ورزشی، تعدد مراجع تصمیم‌گیرنده در امور بین‌المللی ورزش و نبود سیاست‌گذاری مشخص در این حوزه، از دیگر موانع توسعه دیپلماسی ورزشی است که این قسمت از نتایج نیز با یافته‌های مطالعه دسن اجنیو و همکاران (۲۰۱۵)، بخشی‌چناری (۱۳۹۷) که در تحقیقی با عنوان «نقش دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران» علاوه بر پرداختن به نقش موثر این دیپلماسی در سیاست خارجی کشورمان، از نبود برنامه‌هایی با رویکرد دیپلماسی ورزشی در وزارت خارجه و وزارت ورزش به عنوان مانع و چالشی مهم در توسعه این دیپلماسی یاد می‌کند و نتایج پیمان‌فر (۱۳۹۵) که در تحقیقی با عنوان «راهبردها و

پیامدهای توسعه دیپلماسی ورزشی در جمهوری اسلامی ایران»، ضمن شناسایی راهبردها و پیامدها، سه مانع راهبردی زیر را در توسعه دیپلماسی ورزشی کشورمان معرفی می‌کند، همخوان بود:

- ۱- ذهنی: مانند برخی ترس‌های بی‌مورد در زمینه دیپلماسی ورزشی، مغایرت داشتن برخی ارزش‌های جمهوری اسلامی ایران با ارزش‌های بین‌المللی و شکاف‌های قومی-مذهبی میان ایران و همسایگان؛
- ۲- رفتاری: مانند رویکرد انزواگرایانه، ضعف در شایسته‌سالاری و عدم ثبات مدیریت در سطح عالی ورزش کشور و موازی بودن مراجع تصمیم‌گیرنده در امور بین‌المللی ورزش؛
- ۳- ساختاری: مانند ساختار ورزشی محبوس دولتی و مالکیت سیاست بر ورزش (متاثر از ملاحظات سیاسی).

در تفسیر این قسمت از نتایج می‌توان اذعان داشت که در کنار به‌کارگیری مجاری و راه‌های دیپلماسی رسمی، باید به اهمیت بسیار زیاد دیپلماسی فرهنگی نیز توجه نمود و با برنامه‌ریزی حساب شده در حوزه‌های آموزشی، هنری، فرهنگی و ورزشی به ترویج ارزش‌های مطلوب کشور و در نهایت تامین منافع کشور اقدام کرد. به عبارت دیگر، تنها با ابزارهایی از جنس فرهنگ می‌توان در عمق باورها و اعتقادات ملت‌ها رسوخ کرد و ائتلاف‌ها و اتحادیهایی پایدار را در نظام بین‌الملل بنیان نهاد. بنابراین با توجه به این دیدگاه، می‌توان گفت به‌کارگیری دیپلماسی ورزشی را نه تنها برای دستیابی به اهداف ورزشی و یا اهداف فرهنگی، بلکه برای نیل به اهدافی با ماهیت سیاسی، امنیتی و حتی نظامی نیز می‌توان تجویز کرد. لذا پیشنهاد می‌شود متولیان امر نسبت به منطبق بودن قوانین داخلی کشور و فدراسیون‌های جهانی مربوطه اقدام کنند تا از طریق فعالیت‌های بین‌المللی این نهادهای ورزشی گامی بلند در پیشبرد اهداف منطقه‌ای و جهانی جمهوری اسلامی ایران برداشته شود.

به نظر بسیاری از متخصصان حوزه بین‌المللی ورزش جایگاه دیپلماسی ورزشی در دستگاه دیپلماسی کشور و سایر نهادهای ذی‌ربط به طور کامل شناخته نشده و از پتانسیل آن استفاده نگردیده است. بنابراین با تعامل و همکاری دو طرفه بین وزارت ورزش و جوانان با وزارت امور خارجه و همچنین تشکیل جلسات آموزشی و پژوهشی برای مدیران ارشد این حوزه-مانند روسای کمیته‌های امور بین‌المللی فدراسیون‌ها و...- می‌توان از پتانسیل وزارتخانه‌های ذی‌ربط و حتی سفارتخانه‌ها- به‌ویژه سفارتخانه‌هایی که در کشورهای محل سازمان‌های بین‌المللی ورزشی قرار دارند- در حوزه دیپلماسی ورزشی برای رسیدن به اهداف بین‌المللی استفاده کرد و به‌عنوان راهکاری برای برون‌رفت از بن‌بست‌ها و بحران‌های سیاسی و شرایط حساس دیپلماتیک جهان امروز از آن بهره جست.

در نهایت پیشنهاد می‌شود که دستگاه دیپلماسی و دستگاه ورزش به‌عنوان متولیان اصلی این حوزه به تنظیم آیین‌نامه‌ای که روابط بین‌المللی ورزشی را تعریف و پشتیبانی می‌کند، مبادرت ورزند. ارائه خط‌مشی شفاف و روشن از نحوه اجرای دیپلماسی ورزشی در کنار تزریق دانش و آگاهی به مدیران نهادهای ذی‌ربط برای ابهام‌زدایی در قوانین این دیپلماسی ضروری به‌نظر می‌رسد.

همچنین تجربه کشورهای موفق نشان داده که برای جلوگیری از موازی‌کاری‌ها، تشکیل یک ستاد مرکزی-متشکل از متخصصان علوم سیاسی، روابط بین‌الملل و علوم ورزشی، مدیریت راهبردی و...- در قالب ساختار وزارت خارجه که عهده‌دار سیاست‌گذاری، تنظیم دستورالعمل‌ها و هدایت برنامه‌های دیپلماسی ورزشی باشد، امری اجتناب‌ناپذیر است.

منابع

- ارغوانی پیرسلامی، فریبرز و اسمعیلی، محدثه. (۱۳۹۷). «چالش‌ها و موانع دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران در منطقه خاورمیانه». مجلس و راهبرد. سال ۲۶، شماره ۹۷، صص ۷۱-۱۰۵.
- الهی، علیرضا؛ حمیدی، مهرزاد و پیمان‌فر، محمدحسن. (۱۳۹۱). «رتبه‌بندی موانع پیاده‌سازی موثر راهبردها در نظام ورزش کشور بر اساس فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)». پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۳ (۶)، صص ۷۸-۹۵.
- بخشی‌چناری، امین‌رضا. (۱۳۹۷). «نقش دیپلماسی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
- بخشی‌چناری، امین‌رضا؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، سیدنصرالله و جلالی‌فراهانی، مجید. (۱۳۹۸). «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران». مدیریت و توسعه ورزش. دانشگاه گیلان. DOI: 10.22124/jsmd.2019.12744.1983.
- بخشی‌چناری، امین‌رضا؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، سیدنصرالله. جلالی‌فراهانی، مجید. (۱۳۹۸). «ارائه راهکارهایی برای توانمندسازی و ارتقای دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران». نشریه مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. ۶ (۲۳)، صص ۱۵-۲۲.
- پوستین‌چی، زهره و محسنی‌فرد، فرزانه. (۱۳۹۲). «تحریم‌های اقتصادی به منزله ابزار دیپلماسی اجبار در سیاست بین‌الملل». فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل. ۶ (۲۲)، صص ۱۳۷-۱۷۱.
- پیمان‌فر، محمدحسن. (۱۳۹۵). «تدوین الگوی راهبردی توسعه دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه خوارزمی.
- دوستی، مرتضی. (۱۳۹۱). «تبیین و تحلیل علل و پیامدهای ورود سیاسیون به ورزش ایران». رساله دکتری، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
- راسخ، نازنین و جوادی‌پور، محمد. (۱۳۹۶). «نقش ورزش و توسعه دیپلماسی ورزشی در پیشبرد سیاست‌های فرهنگی-اجتماعی و روابط خارجی جمهوری اسلامی ایران». نشریه مدیریت ورزشی. ۴ (۹)، صص ۵۹۹-۸۰۴.
- شریعتی فیض‌آبادی، مهدی و گودرزی، محمود. (۱۳۹۴). «جایگاه دیپلماسی ورزشی در روابط بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران؛ رویکرد کیفی مبتنی بر تحلیل محتوا». فصلنامه علمی - پژوهشی دانش سیاسی. ۲ (۱۱)، صص ۹۵-۱۲۷.
- شریعتی فیض‌آبادی، مهدی. (۱۳۹۴). «طراحی و مدل‌سازی مولفه‌های شکل‌دهنده دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل». رساله دکتری، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
- زرگر، افشین. (۱۳۹۴). «ورزش و رابطه بین‌الملل: جنبه‌های مفهومی تئوریک». فصلنامه تخصصی علوم سیاسی. ۱۱ (۳۱)، صص ۷-۴۸.
- Anastasovski, I. Stojanoska, T. Qazimi, A. (2013). "Sport as substitute for diplomatic activities". PESH, 2(1): 79-82.

- Cha, V. (2013). **"The Asian games and diplomacy in Asia: Korea-China- Russia"**. International journal of the History or sport, 30(10): 1176- 1187.
- De San Eugenio, J. Ginesta, X. Xifra, J. (2015). **"Peace, sport diplomacy and corporate social responsibility: a case study of football club Barcelona peace tour 2013"**. Soccer & society, DOI: 10.1080/14660970. 1-14.
- Fullerton, J. Abdi, K. Talebpour, M. Ranjhesh, M. Nooghabi, H. (2018). **"Converting sports diplomacy to diplomatic outcomes: introducing a sport diplomacy model; Article resue guideline"**. International area studies review, 21(4): 365-381.
- Kobireski, M.M. (2017). **"Sport diplomacy of Norway"**. International studies. Interdisciplinary and cultural journal, 20 (1), 131-146.
- Levermore, R. Beacom, A. (2012). **"Reassessing sport for development: moving beyond mapping the territory"**. International journal of sport policy and politics, 4(13): 125-137.
- Marlene A. Dixon., Arden J. Anderson, Robert E. Baker, Pamela Hudson Baker, Craig Esherick. (2019). **"Management in sport for development: examining the structure and processes of a sport diplomacy initiative"**. International Journal of Sport Management and Marketing (IJSMM), 19 (4): 268-292.
- Murray, S., Pigman, G. A. (2014). **"Mapping the relationship between international sport and diplomacy"**. Sport in Society, 17(9):1098-1118.
- Min, D., Choi, Y. (2019). **"Sport cooperation in divided Korea: an overstated role of sport diplomacy in South Korea"**. Sport in Society, 22(8): 1382-1395
- Pigman, G.A. (2014). **"International sport and diplomacy public dimension governments, sporting federation and the global audience"**. Diplomacy & statecraft, 5(21): 94-114.

شناسایی و اولویت بندی مولفه های توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی

علی یحیی نژاد^۱

طاہر بھلکھ^۲

زین العابدین فلاح^۳

محمد علی نودھی^۴

 10.22034/SSYS.2022.1497.2033

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۵/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۷/۲۲

هدف از تحقیق حاضر، شناسایی و اولویت بندی مولفه های توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی بود که به روش آمیخته- در بخش کیفی، روش دلفی کلاسیک تعدیل شده و در بخش کمی، توصیفی- تحلیلی- انجام شد. جامعه آماری در بخش کیفی شامل مدیران سطوح عالی ورزش کشور بود که از بین آن ها نمونه تحقیق به شیوه هدفمند و در دسترس به تعداد ۳۰ نفر انتخاب شدند. جامعه آماری در بخش کمی شامل مدیران وزارت ورزش و کمیته ملی المپیک، مدیران کل ورزش و جوانان استان ها، مدیران فدراسیون های ورزشی، روسای هیئت های ورزشی استان ها و مدیران ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها به تعداد ۲۰۷۹ نفر بود که نمونه ها به شیوه نمونه گیری تصادفی- طبقه ای به تعداد ۳۱۴ نفر انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها در بخش کیفی، مصاحبه و در بخش کمی، پرسشنامه پژوهشگر ساخته بود. روایی پرسش نامه با نظر ۸ نفر از اساتید مدیریت ورزشی

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان،

ایران

۲- استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: T.bahlake.gorgan@gmail.com

۳- دانشیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

۴- استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

تأیید شد. پایایی پرسش نامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/83$) به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی به کمک نرم افزار اس.پی.اس.اس. نسخه ۲۰ انجام شد و نیز تحلیل عامل تأییدی به کمک نرم افزار لیزرل نسخه ۸/۵ انجام گرفت. بر اساس نتایج پژوهش، پنج مؤلفه برای توسعه اثربخشی مدیران ورزش شناسایی شد که به ترتیب اولویت عبارت بودند از: توسعه مهارت های فردی (۰/۹۲۷)، توسعه حمایت های محیطی (۰/۸۶۴)، توسعه رفتار سازمانی (۰/۸۶۱)، توسعه علمی (۰/۷۲۵) و توسعه ویژگی های شخصیتی (۰/۶۸۲). با توجه به یافته های پژوهش، تقویت مهارت های شناسایی شده در مدیران سازمان های ورزشی می تواند میزان اثربخشی آنان را افزایش دهد.

واژگان کلیدی: اثربخشی، مدیران ورزشی، ویژگی های فردی، عوامل برون فردی و دلفی کلاسیک تعدیل شده.

مقدمه

جوامع امروزی را «دنیای سازمانی» می‌نامند، زیرا در این جوامع، انسان‌ها هرجایی که زندگی می‌کنند و هر کاری که انجام می‌دهند با سازمان‌های گوناگون در ارتباط هستند و سازمان‌ها، بخشی از زندگی روزمره همه مردم را تشکیل می‌دهند (نیلسون^۱، ۲۰۱۷). در دوران کنونی، سازمان‌ها در معرض تغییرات سریع قرار گرفته‌اند. تغییرات سریع محیطی، حیات بسیاری از سازمان‌ها را تهدید می‌کند و اقتصاد جهانی با فشارهای اقتصادی منطقه‌ای به جلو رانده می‌شود. رسانه‌های جدید، فناوری اطلاعات، فرهنگ‌های جهانی مصرف‌کننده، ظهور استانداردهای جهانی و امکان سهیم شدن در هزینه‌ها، تغییرات تأثیرگذار محیطی هستند که در سازمان‌های امروزی وجود دارند (چن^۲، ۲۰۱۳). به روز نبودن سازمان‌ها، بهره نگرفتن آنها از فناوری‌های نو، مهارت‌های جدید و شیوه‌های نوین مدیریتی، رفته رفته سبب عقب افتادگی، انزوا و از بین رفتن آنها خواهد شد (ابطحی نیا و راستگو، ۱۳۹۷). دوره کنونی حیات بشری با تحول و دگرگونی‌های شگفت‌انگیزی همراه است و سازمان‌ها با رقابت شدید در سطح جهانی، تغییرات سریع باورنکردنی، تقاضای جدید برای کیفیت و خدمات و محدودیت منابع رو به رو هستند و همه این‌ها موضوع توانمندسازی مدیران را در کانون توجه قرار داده است؛ چراکه سازمان‌ها با داشتن مدیران توانمند، متعهد، ماهر و با انگیزه بهتر خواهند توانست خود را با تغییرات وفق دهند و رقابت کنند. از دغدغه‌های مهم سازمان‌های موفق جهان، استخدام و به‌کارگیری مدیران و سرمایه انسانی فرهیخته و خردورزی است که شایستگی‌های لازم را داشته و قادر به ایجاد تحول در سازمان‌های مربوطه باشند (جلالی و همکاران، ۱۳۹۶).

امروزه، در بحث مدیریت منابع انسانی تأکید بر استفاده از مدیرانی است که از توانمندی‌های لازم برای اثربخشی در سازمان، یعنی تمام مؤلفه‌های بهبود عملکرد منابع انسانی مانند جذب، عملکرد، پاداش، توسعه، برنامه‌ریزی مسیرهای شغلی و جانشین پروری برخوردار باشند (اسدی و همکاران، ۱۳۹۴). لازمه توانمندی و اثربخشی، مهارت‌ها، علوم و ویژگی‌های شخصیتی هستند که برای موفقیت در اجرای یک شغل ضروری به شمار می‌آیند (امی^۳، ۲۰۰۵). بالا بودن اطلاعات، دانش و مهارت شغلی مدیران (ساجدی و امیدواری، ۱۳۸۶) و توانایی ایفای نقش‌های مدیریتی ازجمله عوامل مؤثر برای مدیریت موفق است (سلیمی و همکاران، ۱۳۹۷). موفقیت سازمان‌های بزرگ مرهون صلاحیت و شایستگی مدیران آنها برای ایجاد اثربخشی است و هرچه سازمان از نظر مدیریت نیرومندتر باشد، به همان اندازه توفیق بیشتری در نیل به اهداف خواهد داشت. مدیران سازمان‌های ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیستند، زیرا امروزه صنعت ورزش برای همه حکومت‌ها اهمیتی دوچندان یافته و به یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهانی تبدیل شده است؛ چراکه با استفاده از ورزش اهداف گوناگونی در مسیر بهبود اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، رفاهی و سلامتی دنبال می‌شود (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷) و در صورت وجود مدیریت و ساختاری صحیح در سازمان‌های ورزشی می‌توان به این اهداف دست پیدا کرد و اثرات ژرفی را بر وضعیت جوامع معاصر بر جای نهاد (فائدی و همکاران، ۱۳۹۵). دولت‌ها نیز برای پیشبرد اهداف خود در زمینه ورزش، سازمان‌های مختلفی را به وجود می‌آورند و در روند برنامه‌ریزی، نظارت و پیشرفت تجارب ورزش و اوقات

1. Nilsson
2. Chen
3. Amy

فراغت، به گزینش مدیران توانمند و اثربخش برای اداره سازمان های ورزشی خود توجه خاصی دارند و برای آن سرمایه گذاری می کنند (گابریل و آلینا،^۱ ۲۰۱۴ و رای،^۲ ۲۰۱۵). تجربه نشان داده است که برخی اوقات به دلیل عدم صلاحیت و توانمندی مدیران در اداره سازمان ها و رویدادهای ورزشی خسارت های فراوانی به دولت ها وارد شده است؛ برای نمونه، مشکلات ایجاد شده در فرایند بلیت فروشی در مسابقات جام جهانی ۲۰۰۶ و المپیک ۲۰۰۸ و نیز مدیریت نامناسب جمعیت، مدیریت نامناسب در امور مالی، نیروهای انسانی و غیره در اداره سازمان ها و رویدادهای مختلف ورزشی را می توان اشاره کرد. به همین دلیل یکی از زمینه های مطالعاتی که ضرورت آن در حوزه مدیریت ورزشی احساس می شود، اثربخشی مدیران است، چراکه استفاده از روش های علمی برای گزینش مدیران در موفقیت سازمان های ورزشی نقش برجسته ای دارد (گابریل و آلینا، ۲۰۱۴).

به عقیده بیرکان و جنکلر^۳ (۲۰۱۵) مطالعات مربوط به اثربخشی مدیران یکی از با اهمیت ترین زمینه های تحقیقی و مهم ترین راه تشخیص صلاحیت های شغلی یک حرفه است و هدف اصلی آن شناسایی دانش و مهارت های مورد نیاز اجرای یک شغل است. در همین راستا، الوی^۴ و همکاران (۲۰۱۹) فقدان نظام های سازمانی مناسب از جمله برنامه ریزی و پاداش دهی، فریدی و همکاران (۱۳۹۸) عدم حمایت از برنامه های مدیران و ایجاد انگیزه در آنان را از جمله موانع برای مدیریت برشمردند و ارائه پاداش و پشتیبانی از مدیران پرتلاش و خلاق را برای بهبود اثربخشی مدیران توصیه کردند. لورینکوا^۵ و همکاران (۲۰۱۹)، استاچوا^۶ و همکاران (۲۰۱۸) و انور و بودی^۷ (۲۰۱۸) نیز حمایت از ایده های خلاقانه مدیران و قدردانی از آنان را عامل مهمی در ایجاد انگیزش و توسعه توانمندی مدیران قلمداد و بیان می کنند که حمایت و ایجاد انگیزه در مدیران می تواند به اثربخشی بیشتر مدیریت آنان و تأثیرگذاری بر کارکنان و در نتیجه بهره وری بالاتر سازمان کمک نماید. سیسلیکاوسکی و بروسوکاس^۸ (۲۰۱۷) حمایت مسئولان از مدیران رویدادها، ساختار سازمانی مناسب و در اختیار داشتن امکانات مناسب را از جمله عوامل تعیین کننده برای مدیریت اثربخش در برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی برشمردند. اوزارالی^۹ (۲۰۱۵) توانایی مدیران برای تسهیل ایده پردازی و خلاقیت و بیرکان و جنکلر (۲۰۱۵) حمایت از ایده ها، طرح های نوآورانه و خلاقانه مدیران را بر بهبود اثربخشی مدیران در سازمان مؤثر دانستند و آیباغی اصفهانی و همکاران (۱۳۹۷) نیز عملکرد نوآورانه مدیران را ناشی از انگیزش، توانایی و مهارت آنان قلمداد کردند. نیک آیین و همکاران (۱۳۹۳) و افشاری و همکاران (۱۳۸۹) داشتن توانایی ادارک و تحلیل مسائل را از جمله

1. Gabriel and Alina
2. Rai
3. Bircan & Gençler
4. Al-Alawi et al.
5. Lorincová et al.
6. Stachova et al.
7. Anwar and Budi
8. Cieřlikowski and Brusokas
9. Ozaralli

عوامل اساسی مورد نیاز برای موفقیت مدیران برشمردند. چن^۱ (۲۰۱۳) داشتن قابلیت‌های کامپیوتری- مانند استفاده از نرم‌افزارهای واژه‌پرداز، صفحه گستر و ارتباط از طریق اینترنت- را در موفقیت مدیران ورزش مهم قلمداد کردند. اسدی و همکاران (۱۳۹۴) داشتن مهارت کار با کامپیوتر و توانایی کار با فناوری‌های جدید را از جمله عوامل مهم برای موفقیت مدیران ورزشی بیان کردند. واتانوفاس و تاینگام^۲ (۲۰۰۷) ویژگی‌هایی از قبیل انعطاف‌پذیری و ثبات قدم از جمله عوامل مؤثر در اثربخشی مدیران دانستند. کاسماز و سرینکان^۳ (۲۰۱۴) تسلط به زبان خارجی بین‌المللی و روابط عمومی بالا، آگاروال^۴ (۲۰۱۳) داشتن مهارت‌های ارتباطی و روابط عمومی مناسب، اسدی و همکاران (۱۳۹۴) و بارسلونا و روس^۵ (۲۰۰۴) نیز شیوه‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی و روش‌های تجارتي را از مهم‌ترین عوامل برای اثربخش بودن تلاش‌های مدیران ورزشی نام بردند.

از جمله مشکلات عدیده‌ای که جامعه امروزی ورزش کشور با آن روبه‌روست، وجود مدیرانی است که از شایستگی و صلاحیت کافی برای رشد و توسعه سازمان مربوطه و در نتیجه توسعه ورزش در سطح ملی و بین‌المللی برخوردار نمی‌باشند. در واقع، چنین مدیریت نامناسبی خسارت‌های زیادی را برای ورزش کشور به همراه داشته است که برای نمونه می‌توان به عدم توانایی برای کسب کرسی‌های بین‌المللی مؤثر در مجامع ورزشی آسیایی و جهانی، تضییع حق ورزشکاران و تیم‌های ورزشی، انعقاد قراردادهای غیرشفاف و نامناسب با ورزشکاران و مربیان خارجی، پرداخت جرمه و غرامت‌های سنگین بابت شکایت از باشگاه‌ها و فدراسیون‌های ورزشی در دادگاه‌های بین‌المللی ورزشی، عدم توانایی در اخذ میزبانی رویدادهای معتبر بین‌المللی، عدم توسعه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مطابق با استانداردهای جهانی و غیره اشاره کرد (نودهی و همکاران، ۲۰۱۷). با وجود مشکلات فراوانی که در سطح کلان ورزش در کشور وجود دارد، اما باز هم غالب گزینش‌ها در سطح مدیریت کلان ورزش سلیقه‌ای بوده و مدیران مختلفی از طیف‌های گوناگون بدون دارا بودن ویژگی‌های نه‌چندان متمایز خاصی بر صندلی مدیریت سازمان‌ها و باشگاه‌های مختلف تکیه زده‌اند و پس از چندی جای خود را به فرد بعدی داده‌اند. لذا از یک‌سو، محدودیت در زمان و منابع موجود و از سوی دیگر، نیاز کشور به توسعه مدیریت در سطح ورزش کشور- ضرورت ایجاد سازوکاری که بتواند سکان اداره امور را در اختیار افراد شایسته قرار دهد- بیش از پیش احساس می‌شود. این مسئله از این نظر دارای اهمیت است که وجود مدیران لایق و توانمند می‌تواند علاوه بر توسعه همه‌جانبه ورزش کشور، از هدر رفت منابع و سرمایه‌های ملی جلوگیری نماید. با توجه به اهمیت موضوع برای انتخاب مدیران واجد صلاحیت برای مدیریت سازمان‌های ورزشی که همواره یکی از دغدغه‌های جامعه دانشگاهی و ورزشی در سطح کشور بوده است و همچنین ضرورت موجود در این زمینه، محقق بر آن شد تا پژوهشی علمی و با استفاده از ظرفیت خبرگان و صاحب‌نظران حوزه

1. Chen
2. Vathanophas & Thai-ngam
3. Kaçmaz, & Serinkan
4. Aggarwal
5. Barcelona & Ross

مدیریت ورزش کشور انجام دهد. امید است که استفاده از نتایج چنین تحقیقاتی بتواند به توسعه کمی و کیفی ورزش در سطح ملی و بین المللی کمک نماید. بر همین اساس، هدف از انجام تحقیق حاضر، شناسایی و اولویت بندی مولفه های توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی بود.

روش شناسایی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات آمیخته اکتشافی^۱ و ازجمله تحقیقات کاربردی بود که به شیوه گردآوری داده ها به صورت میدانی انجام شد. در بخش کیفی، نمونه گیری به شیوه هدفمند و در دسترس بود. در این مرحله، از روش دلفی کلاسیک تعدیل شده^۲ - که در واقع همان روش دلفی کلاسیک است که روش انجام آن با توجه به نیاز محقق اندکی تعدیل شده - برای شناسایی مؤلفه های توسعه اثربخشی مدیران ورزشی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش در این بخش شامل افراد خبره و آگاه در زمینه موضوع تحقیق بود که بر اساس تخصص در زمینه علمی و اجرایی مدیریت ورزشی از بین اساتید دانشگاه با مدرک دکتری مدیریت ورزش، مدیران عالی وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، اداره کل ورزش و جوانان استان ها و نیز روسای فدراسیون های ورزشی بود که نمونه های تحقیق به صورت هدفمند از میان آنها انتخاب شدند. در مرحله اول دلفی، ۳۰ نفر، در مرحله دوم، ۲۰ نفر و در مرحله سوم، ۱۵ نفر برای شناسایی مؤلفه های توسعه اثربخشی مدیران به عنوان افراد خبره و مطلع همکاری کردند. برای گردآوری داده های پژوهش در بخش کیفی از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. در بخش کیفی پژوهش، ابتدا متن مصاحبه های انجام شده یادداشت و به دقت بررسی شد و نیز به روش تحلیل محتوای کیفی، نکات کلیدی بیان شده توسط افراد نمونه پژوهش دوباره یادداشت برداری و تلخیص شدند. سپس، نکات به دست آمده از مصاحبه ها دسته بندی و دوباره به افراد بازگردانده شدند و از آنان خواسته شد نظر خود را برای بار دوم اعلام کنند. در نهایت، برای سومین مرتبه، مطالب استخراج شده از نقطه نظرهای افراد نمونه در قالب توسعه اثربخشی مدیران به افراد نمونه بازگردانده شدند تا نظرهای نهایی خود را اعلام کنند. در پایان مراحل دلفی، با استفاده از نظرهای گروه دلفی و شاخص های تعیین شده برای توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی، پرسش نامه پژوهشگر ساخته طراحی و برای جمع آوری داده ها در بخش کمی پژوهش استفاده شد.

پژوهش حاضر در بخش کمی از نوع تحقیقات توصیفی - تحلیلی بود. ابزار جمع آوری داده ها در بخش کمی تحقیق پرسشنامه محقق ساخته و افراد جامعه شامل معاونان و مدیران ستادی وزارت ورزش و جوانان (۱۴ نفر)، معاونان و مدیران کمیته ملی المپیک (۵ نفر)، مدیران کل ورزش و جوانان استان ها (۳۱ نفر)، روسای فدراسیون های ورزشی (۵۰ نفر)، روسای هیئت های ورزشی استان ها (۱۵۵۰ نفر) و روسای ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها (۴۲۹ نفر) و در مجموع ۲۰۷۹ نفر بود. روش نمونه گیری به صورت تصادفی - طبقه ای بود که با توجه به فرمول تعیین حجم نمونه کوکران، تعداد ۳۲۵ نفر به عنوان نمونه تحقیق در نظر گرفته شدند که از این بین تعداد ۳۱۴ پرسش نامه قابل استفاده برای تحلیل های آماری عودت داده شد. پرسشنامه مورد استفاده در تحقیق حاضر بر اساس مصاحبه های انجام شده با افراد خبره و متخصص در بخش کیفی طراحی شد و شامل ۳۸ گویه در قالب پنج مولفه مختلف بود که مولفه های آن عبارت بودند از: (۱) توسعه مهارت های فردی؛ (۲)

توسعه رفتار سازمانی؛ ۳) توسعه علمی - پژوهشی؛ ۴) توسعه ویژگی‌های شخصیتی؛ ۵) حمایت‌های محیطی.

برای بررسی روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه از نظرات ۸ نفر از افراد متخصص و خبره شامل اساتید دانشگاهی دارای مدرک دکتری مدیریت ورزشی استفاده شد و پس از انجام اصلاحات مدنظر ایشان، در نهایت روایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. به‌منظور بررسی روایی سازه پرسش‌نامه از روش تحلیل عامل تأییدی استفاده و تأیید شد. همچنین برای بررسی پایایی پرسش‌نامه ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه بین افراد نمونه توزیع شد و ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه $\alpha = 0/83$ به دست آمد که نشان داد پرسش‌نامه از پایایی مناسبی برخوردار است.

با توجه به اینکه پژوهش حاضر از نوع تحقیقات ترکیبی (آمیخته) بود، به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از تحقیق در مرحله کیفی از روش تحلیل کیفی محتوا استفاده شد که در آن متن مصاحبه‌های انجام‌شده بررسی و کدگذاری گردید؛ بدین صورت که ابتدا متن مصاحبه‌های انجام‌شده با افراد خبره و متخصص پیاده‌سازی شد و به‌دقت مورد بررسی قرار گرفت. سپس به روش تحلیل محتوای کیفی، نکات کلیدی بیان‌شده توسط افراد نمونه پژوهش یادداشت‌برداری و تلخیص گردید. نکات به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها دسته‌بندی و دوباره به افراد بازگردانده شدند و از آنان خواسته شد نظر خود را برای بار دوم اعلام کنند. درنهایت، برای سومین مرتبه، مطالب استخراج‌شده از نقطه‌نظرهای افراد نمونه در قالب موانع مشارکت ورزشی به افراد نمونه بازگردانده شدند تا نظرهای نهایی خود را اعلام کنند. در پایان مراحل دلفی، با استفاده از نظرهای گروه دلفی و مؤلفه‌های تعیین‌شده برای توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی، پرسش‌نامه پژوهشگر ساخته طراحی و برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کمی پژوهش استفاده شد. از طرفی، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده در بخش کمی تحقیق، از آمار توصیفی و استنباطی (تحلیل عامل اکتشافی) استفاده گردید. همه تجزیه و تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس. نسخه ۲۰ و لیزرل نسخه ۲۸/۵ انجام شد.

یافته‌های پژوهش

نحوه توزیع نمونه‌های تحقیق در جدول ۱ نشان داده شده است:

جدول ۱. توزیع فراوانی نمونه‌های پژوهش

بخش کیفی پژوهش			بخش کمی پژوهش		
مصاحبه‌شوندگان	تعداد	درصد	پاسخ‌دهندگان	تعداد	درصد
اساتید دانشگاه	۱۰	۳۳/۳۳٪	مدیران وزارت ورزش	۸	۲۵/۵۵٪
مدیران وزارت ورزش	۵	۱۷/۶۷٪	مدیران کمیته ملی المپیک	۳	۹/۹۵٪
مدیران کمیته ملی المپیک	۲	۶/۶۶٪	روسای فدراسیون	۲۲	۷۰/۰۱٪
روسای فدراسیون	۸	۲۶/۶۷٪	مدیران کل ورزش و جوانان استان‌ها	۱۲	۳۸/۸۲٪
مدیران کل ورزش و جوانان استان‌ها	۵	۱۶/۶۷٪	روسای ادارات ورزش شهرستان‌ها	۷۴	۳۳/۵۶٪
مجموع	۳۰	۱۰۰٪	روسای هیئت‌های ورزشی استان‌ها	۱۹۵	۶۲/۱۱٪
			مجموع	۳۱۴	۱۰۰٪

نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌های بخش کیفی تحقیق در جدول ۲ نشان داده شده است:

جدول ۲. مؤلفه اصلی، مؤلفه های فرعی و مقوله های مستخرج از کل مصاحبه ها

مؤلفه اصلی	مؤلفه فرعی	مقوله ها
توسعه ویژگی های شخصیتی	توسعه	مستولیت پذیری و پاسخگو بودن، برخورداری از روحیه خطرپذیری، داشتن انگیزه کافی برای انجام وظایف، داشتن اعتماد به نفس بالا، برخورداری از اخلاقیات در انجام امور، برخورداری از بهره هوشی بالا، قاطعیت داشتن در انجام امور، داشتن تواضع و فروتنی در داخل و خارج از سازمان، برون گرایی.
	توسعه حمایت های محیطی	ایجاد امنیت شغلی برای مدیران، ایجاد انگیزه در مدیران از طریق مشوق های مادی و معنوی، شناخت و قدردانی از زحمات، ابتکارات و ابداعات مدیران در سازمان، حفظ روحیه مدیران و توسعه مهارت های تعلق و همبستگی، حمایت اجتماعی سیاسی از مدیران، برگزاری دوره های توانمندسازی برای مدیران
توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی	توسعه رفتار سازمانی	قابلیت انعطاف و انطباق با شرایط محیطی، تعهد و تعصب نسبت به سازمان و اهداف آن، اهمیت دادن به ایمنی و سلامت کارکنان در محیط کار، ایجاد موقعیت های شغلی مناسب جهت ارتقای شغلی کارکنان، کاهش فشار و تنش های موجود در محیط کار، به کارگیری نظرات و ایده های کارکنان در تصمیم گیری ها، توزیع مناسب امکانات رفاهی در سازمان، ارتقای کارکنان بر اساس شایستگی های آنان، ایجاد تناسب حقوق و دستمزد و پاداش دریافتی با میزان کار کارکنان، ایجاد شفافیت در فرایندهای مختلف سازمان
توسعه علمی پژوهشی	توسعه علمی	ارتقای سطح تحصیلات دانشگاهی، شرکت در دوره های دانش افزایی تخصصی مرتبط با شغل، شرکت در دوره های ارتقای مهارت های زبان انگلیسی، شرکت در کارگاه های توسعه روابط عمومی، توسعه فعالیت های پژوهشی مرتبط با شغل
	توسعه مهارت های فردی	آشنایی با فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، مهارت چانه زنی و مذاکره، داشتن اطلاعات فنی و تخصصی در ارتباط با پست های مختلف سازمانی، تلاش در جهت یادگیری مستمر، برون گرایی و داشتن تعامل اجتماعی مناسب با دیگران، داشتن مهارت لازم برای مدیریت تعارضات در سازمان، داشتن مهارت مدیریت اقتصادی

۵۴

جدول ۳. آزمون کایزر می یر اولکین و بارتلت برای بررسی کفایت نمونه گیری

آزمون کایزر می یر اولکین	آزمون بارتلت		
	مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
۰/۸۲۶	۱۲۷۳/۲۶۱	۸۲۷	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج جدول ۳ و سطح معنی داری به دست آمده مشخص شد که نمونه گیری از کفایت برخوردار بوده است.

جدول ۴. کل واریانس تبیین شده مؤلفه های توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی

عامل ها	مقدار ویژه		مجموع مجذور بارهای عاملی (بعد از چرخش)		
	جمع	نسبت از واریانس (به درصد)	درصد تجمعی	جمع	درصد تجمعی
۱	۹/۲۴۷	۲۱/۴۴۳	۲۱/۴۴۳	۶/۸۳۶	۱۵/۶۲۰
۲	۵/۰۹۷	۱۱/۸۲۰	۳۳/۲۶۳	۶/۲۸۹	۱۴/۵۸۵
۳	۴/۰۶۸	۹/۴۳۵	۴۲/۶۹۸	۵/۶۸۶	۱۳/۶۸۷
۴	۳/۴۴۴	۷/۹۸۸	۵۰/۶۸۶	۵/۳۶۱	۱۲/۴۳۴
۵	۳/۱۰۴	۷/۲۳۵	۵۷/۹۲۱	۴/۸۳۵	۱۱/۲۱۳
					۱/۵۳۹ ۶۷

۶	۲/۸۲۴	۶/۸۷۴	۶۴/۷۹۵
۷	۲/۵۸۶	۵/۹۹۷	۷۰/۷۹۲
۸	۱/۶۴۱	۴/۶۲۳	۷۵/۴۱۵
۹	۰/۹۲۴	۳/۸۹۶	۷۹/۳۱۱
۱۰	۰/۸۰۱	۲/۵۱۲	۸۱/۸۲۳
۱۱	۰/۶۱۴	۲/۱۰۹	۸۳/۹۳۲
۱۲	۰/۶۰۳	۱/۲۳۷	۸۵/۲۶۹
۱۳	۰/۵۴۸	۰/۹۶۱	۸۶/۲۰۳
۱۴	۰/۴۸۹	۰/۹۰۲	۸۷/۱۳۲
۱۵	۰/۴۱۲	۰/۸۷۴	۸۸/۰۰۶
۱۶	۰/۳۶۳	۰/۸۱۹	۸۸/۸۲۵
۱۷	۰/۳۲۷	۰/۸۰۴	۸۹/۶۲۹
۱۸	۰/۳۰۳	۰/۷۲۸	۹۰/۳۵۷
۱۹	۰/۲۸۶	۰/۷۰۸	۹۱/۰۶۵
۲۰	۰/۲۵۴	۰/۶۳۹	۹۱/۷۰۴
۲۱	۰/۲۲۷	۰/۶۱۴	۹۲/۳۱۸
۲۲	۰/۲۱۶	۰/۵۳۴	۹۲/۸۵۲
۲۳	۰/۲۰۷	۰/۵۲۰	۹۳/۳۷۲
۲۴	۰/۱۹۶	۰/۴۸۶	۹۳/۸۵۸
۲۵	۰/۱۸۳	۰/۴۷۹	۹۴/۳۳۷
۲۶	۰/۱۷۱	۰/۴۶۹	۹۴/۸۰۶
۲۷	۰/۱۶۹	۰/۴۶۴	۹۵/۲۷۰
۲۸	۰/۱۶۱	۰/۴۵۴	۹۵/۷۲۴
۲۹	۰/۱۵۵	۰/۴۴۶	۹۶/۱۷۰
۳۰	۰/۱۴۹	۰/۴۳۲	۹۶/۶۰۲
۳۱	۰/۱۴۲	۰/۴۲۷	۹۷/۰۲۹
۳۲	۰/۱۳۸	۰/۴۲۰	۹۷/۴۴۹
۳۳	۰/۱۳۲	۰/۴۱۲	۹۷/۸۶۱
۳۴	۰/۱۲۸	۰/۴۰۱	۹۸/۲۶۲
۳۵	۰/۱۲۲	۰/۳۸۲	۹۸/۶۴۴
۳۶	۰/۱۱۹	۰/۳۷۱	۹۹/۰۱۵
۳۷	۰/۱۱۳	۰/۳۶۲	۹۹/۳۷۷
۳۸	۰/۱۰۹	۰/۳۲۶	۹۹/۷۰۳
۳۹	۰/۱۰۳	۰/۲۹۷	۱۰۰/۰۰

جدول کل واریانس تبیین شده نشان می‌دهد که این سؤال‌ها پنج عامل را تشکیل می‌دهند و این عامل‌ها در حدود ۶۷/۵۳۹ درصد از واریانس را تبیین و پوشش می‌کنند که در واقع، گویای روایی مناسب سؤال‌هاست. در ادامه، ماتریس چرخش یافته عاملی آورده می‌شود. این ماتریس همبستگی گویه (سؤال‌ها یا متغیرها) و عامل را مشخص می‌کند که براساس میزان همبستگی این ارتباط روشن خواهد شد. در این ماتریس، بارهای عاملی (نمرات عاملی) هریک از متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۵ هستند. و زیر چتر عامل مورد نظر قرار می‌گیرند که هر چقدر مقدار این ضریب بیشتر باشد، عامل مربوط نقش بیشتری در کل تغییرات (واریانس) متغیر مورد نظر دارد. جدول ۵ نشان می‌دهد که چه سؤال‌هایی با چه بارهای عاملی به این عامل‌ها مرتبط هستند:

جدول ۵. ماتریس چرخش یافته عاملی

مولفه ها					
گویه ها	۱	۲	۳	۴	۵
سوال ۱	۰/۲۰۷	۰/۷۹۸	۱۴۶	۰/۰۷۴	۰/۱۳۲
سوال ۲	۰/۱۷۷	۰/۸۶۹	۰/۱۶۱	۰/۱۴۵	۰/۱۲۷
سوال ۳	۰/۱۰۸	۰/۸۱۲	۰/۱۶۳	۰/۱۱۳	۰/۰۱۷
سوال ۴	۰/۰۲۴	۰/۹۱۴	۱۲۸	۰/۰۰۷	۰/۰۴۶
سوال ۵	۰/۳۱۴	۰/۸۶۱	۰/۱۰۹	۰/۲۳۳	۰/۰۸۸
سوال ۶	۰/۰۳۹	۰/۸۵۵	-۰/۰۷۴	۰/۱۲۶	۰/۱۷۳
سوال ۷	۰/۰۷۷	۰/۹۰۱	۰/۰۳۷	۰/۰۰۹	۰/۱۰۵
سوال ۸	-۰/۰۵۱	۰/۰۹۶	۰/۰۱۴	۰/۸۸۲	-۰/۰۳۹
سوال ۹	۰/۰۵۱	۰/۰۴۷	-۰/۰۶۶	۰/۸۷۵	۰/۱۱۹
سوال ۱۰	-۰/۰۳۹	۰/۰۹۴	۰/۰۵۳	۰/۸۳۸	۰/۰۱۰
سوال ۱۱	۰/۰۴۳	۰/۱۵۶	-۰/۰۲۰	۰/۸۳۶	۰/۱۲۷
سوال ۱۲	۰/۰۲۶	۰/۱۵۱	۰/۰۶۸	۰/۸۲۳	۰/۰۸۱
سوال ۱۳	۰/۱۰۸	۰/۲۶۱	۰/۷۷۹	۰/۰۲۲	۰/۱۱۶
سوال ۱۴	۰/۰۱۷	۰/۰۷۰	۰/۹۱۳	۰/۱۳۳	۰/۰۶۳
سوال ۱۵	۰/۰۲۰	-۰/۰۶۸	۰/۸۵۹	۰/۰۱۳	۰/۰۴۶
سوال ۱۶	۰/۰۲۱	۰/۰۷۴	۰/۷۳۵	۰/۰۵۷	۰/۰۲۹
سوال ۱۷	-۰/۰۲۲	۰/۱۰۰	۰/۸۹۰	۰/۱۳۷	۰/۰۸۷
سوال ۱۸	۰/۰۲۴	۰/۱۲۱	۰/۸۷۰	۰/۰۹۹	۰/۰۸۶
سوال ۱۹	-۰/۰۴۶	۰/۱۱۸	۰/۸۵۴	۰/۰۲۶	۰/۱۰۶
سوال ۲۰	۰/۱۳۵	-۰/۰۲۱	۰/۹۲۱	-۰/۰۰۴	۰/۰۳۲
سوال ۲۱	۰/۰۴۰	۰/۱۰۱	۰/۹۱۲	۰/۰۳۸	۰/۰۶۳
سوال ۲۲	۰/۰۴۵	۰/۱۳۱	۰/۰۸۳	۰/۰۸۸	۰/۸۲۹
سوال ۲۳	۰/۰۶۶	۰/۰۷۵	۰/۲۲۷	۰/۰۵۲	۰/۸۲۹
سوال ۲۴	-۰/۰۱۱	۰/۱۱۹	۰/۰۱۶	۰/۰۴۲	۰/۸۷۳
سوال ۲۵	۰/۰۸۸	۰/۰۳۵	۰/۰۰۹	-۰/۰۰۶	۰/۹۰۵
سوال ۲۶	-۰/۰۷۵	۰/۰۷۶	۰/۱۱۵	۰/۸۲۰	۰/۸۴۳
سوال ۲۷	۰/۰۰۹	۰/۱۲۸	-۰/۰۲۸	۰/۰۱۸	۰/۸۸۸
سوال ۲۸	-۰/۰۷۰	۰/۰۱۳	۰/۱۳۰	۰/۱۱۴	۰/۷۸۶
سوال ۲۹	-۰/۰۵۸	۰/۱۸۲	۰/۰۹۸	۰/۱۰۶	۰/۷۶۱
سوال ۳۰	۰/۰۱۲	-۰/۰۴۴	-۰/۰۳۲	۰/۷۳۵	۰/۰۰
سوال ۳۱	۰/۰۷۶	۰/۰۹۲	۰/۰۴۱	۰/۸۰۱	-۰/۰۲۸
سوال ۳۲	۰/۰۳۰	۰/۱۶۲	۰/۰۸۷	۰/۸۲۱	۰/۱۱۶
سوال ۳۳	-۰/۰۱۲	۰/۱۷۸	۰/۱۱۳	۰/۷۵۴	۰/۰۵۳
سوال ۳۴	-۰/۰۰۹	۰/۱۴۸	۰/۱۵۱	۰/۷۹۸	۰/۰۵۳
سوال ۳۵	۰/۰۷۷	۰/۰۲۱	۰/۱۴۴	۰/۷۹۷	۰/۰۷۵
سوال ۳۶	-۰/۰۵۶	۰/۱۶۰	-۰/۰۰۴	۰/۷۸۹	-۰/۰۱۱
سوال ۳۷	۰/۰۹۶	-۰/۰۱۰	۰/۱۲۱	۰/۸۹۰	۰/۰۷۶
سوال ۳۸	۰/۰۵۸	-۰/۰۰۹	۰/۱۱۸	۰/۹۰۵	۰/۰۵۹
سوال ۳۹	۰/۱۴۱	-۰/۰۲۶	-۰/۰۲۱	۰/۸۵۲	۰/۰۱۸

جدول ۶. ماتریس عوامل و بارهای عاملی مؤلفه‌های توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی

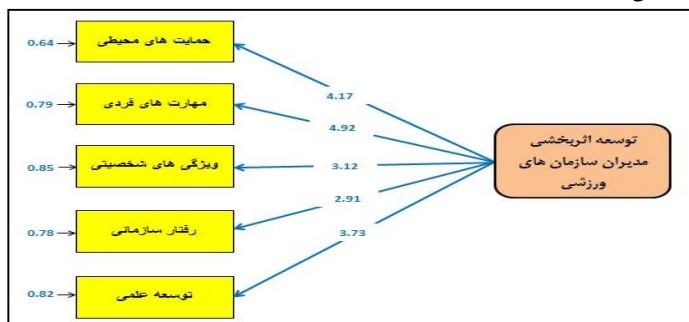
ردیف	شاخص‌ها	بار عاملی
۱	توسعه مهارت‌های فردی	۰/۹۲۷
۲	توسعه حمایت‌های محیطی	۰/۸۶۴
۳	توسعه رفتار سازمانی	۰/۸۰۱
۴	توسعه علمی	۰/۷۲۵
۵	توسعه ویژگی‌های شخصیتی	۰/۶۸۲

در جدول ۷، یافته‌های پژوهش برای روایی سازه و تأیید عامل‌های پرسش‌نامه نشان داده شده‌اند.

جدول ۷. بررسی شاخص‌های نیکویی برازش

ردیف	شاخص	نماد	مقدار	نتیجه
۱	ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب ^۱	RMSEA	۰/۰۸۸	تایید
۲	شاخص نیکویی برازش ^۲	GFI	۰/۹۰	تایید
۳	شاخص برازش هنجار شده ^۳	NFI	۰/۹۲	تایید
۴	شاخص برازش مقایسه‌ای ^۴	CFI	۰/۹۴	تایید
۵	شاخص تعدیل شده نیکویی برازش ^۵	AGFI	۰/۹۱	تایید
۶	برازش مجذور خی	X ² /df	۱/۸۷	تایید

با توجه به نتایج جدول ۷ شاخص‌های برازش نشان دادند که عامل‌های در نظر گرفته شده دارای اعتبار سازه بسیار مناسبی هستند.



شکل ۱. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مولفه‌های توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام تحقیق حاضر، شناسایی و اولویت بندی مولفه‌های توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران بود. با توجه به یافته‌های تحقیق مشخص شد که پنج مؤلفه مختلف در توسعه اثربخشی مدیران مؤثر هستند: توسعه مهارت‌های فردی، توسعه رفتار سازمانی، توسعه علمی-پژوهشی، توسعه ویژگی‌های شخصیتی و حمایت‌های محیطی.

1. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
2. Goodness of Fit Index (GFI)
3. Normed Fit Index (NFI)
4. Comparative Fit Index (CFI)
5. Adjusted goodness of fit index (AGFI)

بر اساس یافته های تحقیق، ویژگی های شخصیتی یکی از مؤلفه های توسعه اثربخشی مدیران ورزشی بود که در این زمینه می توان به ویژگی هایی از قبیل مسئولیت پذیری و پاسخگو بودن، برخورداری از روحیه خطرپذیری، داشتن انگیزه کافی برای انجام وظایف، داشتن اعتمادبه نفس بالا، برخورداری از خلاقیت در انجام امور، برخورداری از بهره هوشی بالا، قاطعیت داشتن در انجام امور، داشتن تواضع و فروتنی در داخل و خارج از سازمان، برخورداری از مهارت های تحلیلی و ادراکی، برون گرایی و گشودگی اشاره کرد. این یافته تحقیق در زمینه تأثیر ویژگی های شخصیتی بر توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی با نتایج پژوهش سلیمی و همکاران (۱۳۹۷) در مورد داشتن خلاقیت و اعتمادبه نفس بالا، اسدی و همکاران (۱۳۹۴) در خصوص برخورداری مدیران از روحیه ریسک پذیری، نیک آیین و همکاران (۱۳۹۳) در مورد اهمیت داشتن مهارت ادراکی و تحلیلی برای مدیران، افشاری و همکاران (۱۳۸۹) در خصوص توانایی مدیران برای تحلیل و ادراک مسائل، اوزارالی (۲۰۱۵) در مورد توانایی مدیر برای تسهیل ایده پردازی و خلاقیت، لورینکاوا (۲۰۱۹)، استاچوا و همکاران (۲۰۱۸) و انوار و بودی (۲۰۱۸) در خصوص عامل اهمیت انگیزش مدیران و واتانوفاس و تاینگام (۲۰۰۷) در مورد نقش تعیین کننده عامل انعطاف پذیری و ثبات قدم مدیران در انجام اثربخش وظایف خود همخوانی دارد. داشتن حس مسئولیت پذیری و پاسخگو بودن یکی از عوامل زیرمجموعه مؤلفه ویژگی های شخصیتی بود که بر توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی تأثیرگذار است. امروزه، سازمان ها به صورت فزاینده ای خود را درگیر مسئله ای می بینند که آن را مسئولیت پذیری می نامند؛ مسئولیت پذیری و باورهای اخلاقی از عوامل تأثیرگذار در ارتقای کیفیت خدمات سازمان ها هستند و می توانند نقش اساسی در رعایت حقوق دریافت کنندگان محصولات و خدمات سازمان ها داشته باشند. ترجیح منافع فردی به منافع جمعی ناشی از ضعف فرهنگ مسئولیت پذیری است. مسئولیت پذیری نقش به سزایی در پیشرفت و موفقیت افراد ایفا می کند. به بیان دیگر، مسئولیت پذیری باعث ایجاد تعهد می شود و تعهد، موفقیت ایجاد می کند. به طور کلی انسان ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آن ها را شکل می دهد. ممکن است همین افراد وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار می گیرند عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بعد فردی سر بزند که این ویژگی های انسانی بر روی میزان کارایی و اثربخشی سازمان تأثیر بگذارد. از طرفی مسئولیت پذیر بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان گردد. مدیر باید از نظر اخلاقی جوی سالم برای کارکنان در سازمان به وجود آورد و زمینه های فرهنگی مناسبی در سازمان ایجاد نماید تا کارکنان بتوانند با تمام توان و بهره وری هرچه بیشتر کار کنند. از دیگر ویژگی های شخصیتی لازم برای مدیران سازمان های ورزشی، برخورداری از روحیه ریسک پذیری، خلاقیت و نوآوری در انجام امور است. امروزه، تقویت خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه شمرده می شود. خلاقیت و نوآوری مفاهیمی هستند که با ریسک پذیری همراه است. به تعبیری دیگر، افراد خلاق و نوآور با خطرپذیری فرصت ها را به دستاوردها تبدیل می کنند. شناسایی و مدیریت ریسک یکی از رویکردهای

جدید مدیریتی است که برای تقویت و ارتقای اثربخشی سازمان‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. اجرای سیاست‌های مدیریت ریسک در سازمان موجب هدایت منابع و امکانات به سوی هدف شده و از این طریق اثربخشی فعالیت‌های خلاق و نوآور را افزایش می‌دهد و ایده خلاق را در جهت خلق ارزش سوق می‌دهد. یافته‌های تحقیق نشان داد که یکی دیگر از ویژگی‌های مدیران اثربخش، داشتن اعتمادبه‌نفس بالاست. صلاحیت و شایستگی برای موفقیت شغلی در محیط کار بسیار ضروری است که بدون اعتمادبه‌نفس محقق نمی‌شود. می‌توان گفت اعتمادبه‌نفس و صلاحیت، دو عامل اساسی در موفقیت شغلی محسوب می‌شوند که متأسفانه بیشتر رهبران، مدیران و کارکنان اعتمادبه‌نفس کافی را ندارند. همچنین، یافته‌های تحقیق نشان داد که مدیران اثربخش از مهارت‌های تحلیلی و ادراکی برخوردارند. این دسته از مهارت‌ها توانایی درک و تشخیص کارکردهای گوناگون سازمان و آگاهی از روابط و شناخت اجزا و عناصر مهم در موقعیت‌های مختلف را برای مدیران به دنبال دارد. به عبارت دیگر، توانایی درک و تشخیص اینکه کارکردهای گوناگون سازمان به یکدیگر وابسته بوده و تغییر در هر یک از بخش‌ها، بخش‌های دیگر را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. آگاهی از این روابط و شناخت اجزا و عناصر مهم در موقعیت‌های مختلف، مدیر را قادر می‌سازد که به طریقی تصمیم‌گیری یا اقدام کند که موجبات اثربخشی سازمان را فراهم نماید.

بر اساس یافته‌های پژوهش، توسعه حمایت‌های محیطی ازجمله مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی بود که در این رابطه می‌توان به عواملی از قبیل ایجاد امنیت شغلی برای مدیران، ایجاد انگیزه در مدیران از طریق مشوق‌های مادی و معنوی، شناخت و قدردانی از زحمات، ابتکارات و ابداعات مدیران در سازمان، حفظ روحیه مدیران و توسعه مهارت‌های تعلق و همبستگی، ایجاد زمینه‌های مناسب برای ابداع، نوآوری و خلاقیت در مدیران، حمایت اجتماعی سیاسی از مدیران، برگزاری دوره‌های توانمندسازی برای مدیران اشاره کرد. یافته‌های تحقیق حاضر در زمینه لزوم وجود حمایت‌های محیطی برای توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی با نتایج تحقیق ال‌وی و همکاران (۲۰۱۹) در مورد اهمیت حمایت از مدیران و ایجاد انگیزه در آنان برای مدیریت اثربخش، سیلیکاوسکس و بروسوکاس (۲۰۱۷) در زمینه نقش حمایت‌های سیاسی و اجتماعی از مدیران در موفقیت برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی، ساجدی و امیدواری (۱۳۸۶) در مورد اهمیت قدردانی از مدیران مبتکر و صاحب ایده، فریدی و همکاران (۱۳۹۸) در زمینه لزوم ارائه پاداش و پشتیبانی از مدیران پرتلاش و خلاق و بیرکان و جنکلی (۲۰۱۵) در مورد حمایت از ایده‌ها و طرح‌های نوآورانه و خلاقانه مدیران همخوانی دارد. در مدیران است. احساس امنیت شغلی، پدیده‌ای ذهنی است؛ یعنی احساس و ادراک فرد است که امنیت یا فقدان امنیت شغلی را برای او رقم می‌زند. امنیت شغلی از مسائلی است که ذهن مدیران را مشغول می‌کند و بخشی از انرژی افراد و سازمان صرف آن می‌شود. در صورتی که مدیران از این بابت به سطح مطلوبی از آسودگی خاطر برسند، با فراغ بال، انرژی خود را در اختیار سازمان قرار می‌دهند و سازمان نیز کمتر دچار تنش‌های انسانی می‌گردد و در نتیجه عملکرد مدیران در سازمان می‌تواند اثربخشی بیشتری را به همراه داشته باشد. همچنین، شناخت و قدردانی از زحمات، ابتکارات و ابداعات مدیران در سازمان

و ارائه مشوق های مادی و معنوی می تواند به حفظ روحیه مدیران و توسعه مهارت های تعلق و همبستگی در آنان منجر شود. این امر به نوبه خود موجب ایجاد انگیزه کافی در مدیران سازمان برای انجام مسئولیت ها و وظایف آنان خواهد شد و می تواند میزان اثربخشی مدیران را بالا ببرد. از دیگر مواردی که می تواند در قالب حمایت های محیطی به توسعه اثربخشی مدیران سازمان بینجامد، ایجاد زمینه های مناسب برای ابداع، نوآوری و خلاقیت در مدیران است تا بتوانند با طرح ایده های نو و جدید و بهره گیری از هوش و خلاقیت خود سازمان را در دستیابی به اهداف کمک نمایند. لذا مسئولان رده های بالاتر باید ضمن حمایت های اجتماعی و سیاسی خود، ضمن ایجاد انگیزه و روحیه، زمینه ایده پردازی و بروز رفتارهای نوآورانه و خلاقانه را در مدیران سازمان ها ایجاد نمایند.

نتایج به دست آمده از تحقیق نشان داد که توسعه مهارت های فردی از جمله مهم ترین مؤلفه های توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی بود که در این زمینه می توان به عواملی از قبیل آشنایی با فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، مهارت چانه زنی و مذاکره، داشتن اطلاعات فنی و تخصصی در ارتباط با پست های مختلف سازمانی، تلاش در جهت یادگیری مستمر، برونگرایی و داشتن تعامل اجتماعی مناسب با دیگران، داشتن مهارت لازم برای مدیریت تعارضات در سازمان، داشتن مهارت مدیریت اقتضایی اشاره کرد. یافته های تحقیق حاضر در زمینه لزوم برخورداری مدیران سازمان های ورزشی از مهارت های فردی برای توسعه اثربخشی، با نتایج پژوهش افشاری و همکاران (۱۳۸۹) در مورد اهمیت داشتن مهارت های فنی برای مدیران، سلیمی و همکاران (۱۳۹۷) در خصوص توانایی ایفای نقش های مدیریتی و مدیریت تعارض در سازمان، اسدی و همکاران (۱۳۹۴) در مورد داشتن مهارت های کامپیوتری، ساجدی و امیدواری (۱۳۸۶) در خصوص داشتن اطلاعات، دانش و مهارت شغلی، چن (۲۰۱۳) در مورد توانایی استفاده از نرم افزارهای واژه پرداز، صفحه گستر و ارتباط از طریق اینترنت همخوانی دارد. برونگرایی و داشتن تعامل اجتماعی مناسب با دیگران و نیز مهارت فن بیان و انجام مذاکره از جمله مهارت های فردی است که می تواند به توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی کمک نماید. بدون تردید، توانایی انجام مذاکره و نیز داشتن تعامل اجتماعی مناسب با دیگران می تواند موجب برقراری ارتباط مفید و مؤثر مدیر سازمان با سایر ارگان ها و سازمان ها شود و نتایج مطلوبی را برای سازمان به همراه داشته باشد. همچنین، مدیران موفق باید از فن بیان و سخنوری مناسب برخوردار باشند و بتوانند سخنرانی مفید و اثربخشی در جمع انجام دهند تا بتوانند اهداف و مأموریت های سازمان خود را به نحو مطلوبی برای دیگران تبیین نمایند. آشنایی با فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی از دیگر مشخصه های مدیران اثربخش است. فناوری اطلاعات و ارتباطات الگوهای عصر صنعتی را در همه ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی به هم ریخته و شیوه ها و روش های متفاوت و رویکردهای جدیدی را برای بشر فراهم کرده است. توسعه متقابل فناوری و اطلاعات روز به روز بر حجم دانش و فناوری در اختیار انسان می افزاید و به تدریج تمام زندگی وی را در بر می گیرد. مدیران با استفاده از فناوری های جدید قادرند که وظایفشان را ساده تر انجام دهند و روش کار خود را متحول سازند. صرفه جویی در هزینه، اجتناب از خطاهای انسانی، بهبود بخشیدن کارایی و اثربخشی سازمانی از جمله امتیازهای استفاده از فناوری های جدید در سازمان ها می باشد. بر طبق یافته های تحقیق، مدیران اثربخش افرادی هستند

که مهارت لازم برای مدیریت تعارضات در سازمان را دارا باشند. تعارض در سازمان امری اجتناب‌ناپذیر است و به دلیل اهداف و عقاید متفاوت به وجود می‌آید که باید آن را هدایت کرد و به حداقل رساند. توانایی مدیریت تعارض بی‌تردید از مهم‌ترین مهارت‌هایی است که مدیران در سازمان تحت مدیریت خود به آن نیاز دارند. در مدیریت تعارض، مدیر باید بتواند در شرایط وجود تعارض و تضاد، سازمان را به بهترین شکل اداره کند و بین اعضا تعادل ایجاد نماید. مدیریت تعارض به دلیل اهمیت، مهم‌تر از مهارت‌های تصمیم‌گیری، رهبری و ارتباط است و مدیران سازمان‌ها می‌توانند اثربخشی کلی خود را با مدیریت تعارضات موجود در سازمان بهبود بخشند. همچنین، یافته‌های تحقیق نشان داد که مدیران اثربخش مدیرانی هستند که از اطلاعات فنی و تخصصی در زمینه پست‌های مختلف سازمانی برخوردار باشند. البته، بررسی مبانی نظری تحقیق بیانگر این است که مدیران رده‌های سرپرستی و عملیاتی به مهارت‌های فنی زیادی نیاز دارند و در مقابل مدیران سطوح بالای سازمان که وظایف تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هدف‌گذاری و تعیین خط‌مشی‌های سازمان را دارند، مهارت‌های ادراکی برای آنان در اولویت است.

بر اساس یافته‌های پژوهش، توسعه رفتار سازمانی از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی بود که در این زمینه می‌توان به مواردی از قبیل قابلیت انعطاف و انطباق با شرایط محیطی، داشتن وفاداری، تعهد و تعصب نسبت به سازمان و اهداف آن، اهمیت دادن به ایمنی و سلامت کارکنان در محیط کار، ایجاد موقعیت‌های شغلی مناسب جهت ارتقای شغلی کارکنان، کاهش فشار و تنش‌های موجود در محیط کار، به‌کارگیری نظرات و ایده‌های کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها، مشارکت دادن کارکنان در فرایندهای نظارت و کنترل، توزیع مناسب امکانات رفاهی در سازمان، ارتقای کارکنان بر اساس شایستگی‌های آنان، ایجاد تناسب حقوق و دستمزد و پاداش دریافتی با میزان کار کارکنان و ایجاد شفافیت در فرایندهای مختلف سازمان اشاره کرد. یافته‌های تحقیق حاضر در زمینه تأثیر مؤلفه بهبود رفتار سازمانی بر توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی با نتایج تحقیقات افشاری و همکاران (۱۳۸۹) در مورد لزوم برخورداری مدیران سازمان از مهارت‌های انسانی، طباطبایی (۱۳۹۰) در خصوص داشتن انعطاف‌پذیری در کار، لورینکاوا (۲۰۱۳) در مورد توانایی مدیر برای ایجاد همدلی در سازمان و آگاروال (۲۰۱۳) در خصوص توانایی مدیر برای برقرار ارتباط مؤثر با دیگران همخوانی دارد. دنیای امروز به دلیل سرعت رشد و پیشرفت شگفت‌انگیز فناوری با تغییرات سریع در محیط همراه است و مدیران موفق کسانی خواهند بود که بتوانند شیوه‌های مدیریت منعطف و قابل انطباق با شرایط محیطی و عملکرد مناسبی داشته باشند. از طرفی، کسب رضایت کارکنان در سازمان به‌منظور همراه کردن آنان با اهداف و مأموریت‌های سازمان از جمله اقداماتی است که مدیران باید به آن توجه ویژه داشته باشند، زیرا این امر موجب ایجاد انگیزه لازم در افراد می‌شود و در نتیجه ارتقای سطح عملکرد مدیریت در سازمان را در پی خواهد داشت.

بر اساس یافته‌های پژوهش، توسعه علمی از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی بود که در این زمینه می‌توان به مواردی از قبیل ارتقای سطح تحصیلات دانشگاهی، شرکت در دوره‌های دانش‌افزایی تخصصی مرتبط با شغل، شرکت در دوره‌های ارتقای مهارت‌های زبان انگلیسی، شرکت در کارگاه‌های توسعه روابط عمومی و توسعه فعالیت‌های

پژوهشی مرتبط با شغل اشاره کرد. یافته های تحقیق حاضر در زمینه تأثیر توسعه علمی بر توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی با یافته های تحقیقات اسدی و همکاران (۱۳۹۴) در مورد توانایی مکالمه به زبان انگلیسی و نیز برخورداری از روابط عمومی مناسب، سلیمی و همکاران (۱۳۹۷) در خصوص اهمیت برخورداری مدیران از دانش و تخصص های لازم مرتبط با شغل و کاسماز و سرینکان (۲۰۱۴) در مورد اهمیت تسلط مدیران برای توسعه فعالیت های سازمانی در سطح بین المللی و جهانی همخوانی دارد. عصر حاضر، دوره تحولات و تغییرات شگرف در فناوری هاست؛ عصری که ساختار فکری آن آکنده از عمق بخشیدن به اطلاعات و توجه به مشارکت نیروی انسانی خلاق و دانش گرا به جای نیروی انسانی عملکردی است. از این رو، مدیریت هوشیار بر آن است تا هرچه بیشتر و بهتر در جهت استفاده از دانش و در سایه پژوهش های علمی برای رویارویی و مقابله با عوامل عدم اطمینان، حفظ موقعیت و گسترش عرصه رقابتی خود برآید. بدیهی است که ارتقای سطح تحصیلات دانشگاهی در رشته های مرتبط با حوزه حرفه ای و شغلی می تواند تأثیر بسزایی در روش مدیریت افراد داشته باشد؛ بدین گونه که آشنایی مدیران با نظریه ها، مبانی نظری و یافته های علمی و پژوهشی حوزه مدیریت ورزشی، دید آنان را پیرامون شیوه عملکرد مؤثر در سازمان های ورزشی وسعت می بخشد. دانش و تجربه مدیریت ورزشی از ملزومات اصلی تصدی پست های مدیریتی در سازمان های ورزشی است. بدون شک توجه مسئولان ارشد بر لزوم دارا بودن دانش و تجربه مدیریت ورزشی برای تصدی این پست بر اثربخشی و کارایی مدیران می افزاید و موجب شناخت دقیق تر آنان نسبت به وظایف و کارهای محوله می شود. از طرفی آشنایی و تسلط به زبان انگلیسی به عنوان زبان بین المللی جهت برقراری ارتباط با سایر کشورها و سازمان های بین المللی یکی دیگر از راهکارهای دستیابی به مدیریت موفق در سازمان های امروزی می باشد، زیرا بسیاری از مدیران هنگام حضور در مجامع بین المللی به دلیل عدم توانایی در مکالمه به زبان انگلیسی فرصت های برقراری روابط مطلوب با نمایندگان سایر کشورها را از دست می دهند.

در پایان می توان گفت که سازمان ها به منظور جذب افراد مناسب برای تصدی پست های مدیریتی و یا توانمندسازی مدیران موجود و تبدیل آن ها به مدیرانی اثربخش باید به قابلیت های اثربخشی مدیریت که مدیران اثربخش را از مدیران غیر اثربخش تفکیک می نماید، توجه نمایند. در همین راستا و با توجه به یافته های تحقیق حاضر می توان این گونه اذعان داشت که به منظور توسعه اثربخشی مدیران سازمان های ورزشی باید مؤلفه های مختلف تأثیرگذار را مورد توجه قرار داد. برخی از این مؤلفه ها به خود شخص برمی گردد که بتواند قابلیت ها و توانایی های خود را جهت ارتقای شخصی خود بهبود ببخشد و برخی نیز بر عهده مسئولان و دست اندرکاران در رده های بالاتر و تصمیم گیرنده می باشد که بتوانند با حمایت های خود انگیزه لازم را در مدیران سازمان های ورزشی ایجاد کنند تا بتوانند با خلاقیت خود و بهره گیری از امکانات مختلف موجبات رشد و ترقی سازمان را فراهم کنند. بدون تردید، توجه به این امر می تواند به بهبود و پیشرفت در عملکرد کارکنان، افزایش انعطاف پذیری و مهارت کارکنان، ارائه خدمات بهتر به مشتری و بهبود کیفیت نیروی کار در سازمان منجر شود. بر این اساس، با توجه به یافته های تحقیق در زمینه مولفه ویژگی های شخصیتی، پیشنهاد می شود که مدیرانی برای سازمان های ورزشی منصوب شوند که از ویژگی های شخصیتی مناسب برای مدیریت اثربخش شامل مسئولیت پذیری و پاسخگو بودن، روحیه خطرپذیری، داشتن اعتماد به نفس بالا،

قاطعیت داشتن در انجام امور، داشتن تواضع و فروتنی در داخل و خارج از سازمان و غیره برخوردار باشند. همچنین، در مورد مولفه توسعه حمایت‌های محیطی پیشنهاد می‌شود که حمایت‌های محیطی لازم از قبیل ایجاد امنیت شغلی، ارائه مشوق‌های مادی و معنوی، قدردانی از زحمات به منظور حفظ روحیه مدیران و توسعه مهارت‌های تعلق و همبستگی انجام شود تا میزان اثربخشی مدیران سازمان‌های ورزشی افزایش یابد. در زمینه مولفه مهارت‌های فردی پیشنهاد می‌شود مدیران به ارتقای سطح مهارت‌های فردی خود از قبیل توانایی کار با فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، مهارت چانه‌زنی و مذاکره، برونگرایی و داشتن تعامل اجتماعی مناسب با دیگران و غیره توجه جدی داشته باشند. براساس یافته‌های مربوط به مولفه توسعه رفتار سازمانی به مدیران پیشنهاد می‌شود که تعهد بیشتری نسبت به سازمان و اهداف آن داشته باشند، ایمنی و سلامت کارکنان در محیط کار را مورد توجه قرار دهند، از نظرات و ایده‌های کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها استفاده کنند و نسبت به توزیع مناسب امکانات رفاهی، ارتقای کارکنان بر اساس شایستگی‌ها و ایجاد تناسب حقوق و دستمزد اهتمام بورزند. در نهایت، با توجه به یافته‌های تحقیق در زمینه مولفه توسعه علمی پیشنهاد می‌شود که مدیران سازمان‌های ورزشی نسبت به ارتقای تحصیلات دانشگاهی، شرکت در دوره‌های دانش‌افزایی پیرامون روابط عمومی و مهارت‌های تخصصی مرتبط با شغل شرکت نمایند. همچنین، به ارتقای مهارت‌های زبان انگلیسی به عنوان یک زبان بین‌المللی برای برقراری ارتباط موثر با سایر افراد و سازمان‌های بین‌المللی اهتمام ورزند. علیرغم یافته‌های تحقیق حاضر باید خاطر نشان ساخت که یکی از مسائل مهم در جهت ارتقای جایگاه ورزش کشور در سطوح قاره‌ای، جهانی و المپیک، کسب کرسی‌ها و مسئولیت‌های اثربخش در مجامع بین‌المللی توسط مدیران سازمان‌های ورزشی کشور است که به نظر می‌رسد هنوز در این زمینه موفقیت‌های چندانی نداشته‌ایم. لذا پیشنهاد می‌شود که این موضوع توسط سایر محققان و پژوهشگران در قالب یک طرح پژوهشی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- آبیانی اصفهانی، سعید؛ حسنی، علی اکبر و حسینی نیا، سیدرضا. (۱۳۹۷). «مدیریت منابع انسانی سبز؛ الگویی برای پایداری در سازمان های ورزشی (مورد مطالعه: اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان شمالی)». مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۵(۲)، صص ۳۰۹-۳۲۸.
- ابطحی نیا، عاطفه و راستگو، سمانه. (۱۳۹۷). «تبیین نقش هوش سازمانی بر اثربخشی سازمانی با بررسی نقش میانجی یادگیری سازمانی (کارکنان ادارات ورزش و جوانان خراسان جنوبی)». مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۶(۱)، صص ۱۲۵-۱۴۲.
- اسدی، نوید؛ سجادی، نصرالله؛ گودرزی، محمود و مرادی، آرام. (۱۳۹۴). «تبیین شایستگی های مدیران رویدادهای ورزشی». مدیریت ورزشی. دوره ۷، شماره ۲، صص ۱۵۹-۱۷۴.
- افشاری، مصطفی؛ هنری، حبیب و غفوری، فرزاد. (۱۳۸۹). «بررسی مهارت های سه گانه مدیریتی (ادراکی، انسانی، فنی) مدیران ادارات تربیت بدنی دانشگاه های سراسر کشور». نشریه مدیریت ورزشی. ۲(۵)، صص ۱۰۵-۲۲۹.
- جلالی، رامین؛ الوانی، سید مهدی؛ حسن پور، اکبر و محب زادگان، یوسف. (۱۳۹۶). «شناسایی و مدل سازی عوامل مؤثر بر توانمندسازی مدیران دریایی». فصلنامه آموزش علوم دریایی. شماره ۸، صص ۱۴-۲۹.
- ساجدی، فضل الله و امیدواری، اعظم. (۱۳۸۶). «کارکنان توانمند و سازمان های امروزی». نشریه تدبیر. ۱۶، صص ۱۶۲-۱۸۱.
- سلیمی، مهدی؛ علوی، سید فرشید و سلیمانی، محبوبه. (۱۳۹۷). «ارائه معیارهای گزینش مدیران عالی سازمان های ورزشی». نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۶(۱)، صص ۳۵-۴۹.
- فریدی، مهدی؛ مقیم، مهدی؛ وفایه، یویا، یرویز و علیزاده، یدالله. (۱۳۹۸). «بررسی تاثیر عوامل انگیزشی، بر کارآیی، کارکنان صفی پلیس راهور فاتب». فصلنامه علمی مطالعات مدیریت ترافیک. ۵۱، صص ۱۷۳-۱۹۳.
- قائدی، علی؛ غفوری، فرزاد و کارگر، غلامعلی. (۱۳۹۵). «بررسی نقش ورزش قهرمانی بر شاخص های توسعه اجتماعی». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۱۵، صص ۳۵-۴۷.
- Aggarwal, R. (2013). "Selection of IT personnel through hybrid multi attribute AHPFLP approach". International Journal of Soft Computing and Engineering, 2(6), 11-17.
- Al-Alawi, A. I., Abdulmohsen, M., & Al-Malki, F. M. (2019). "Investigating the Barriers to Change Management in Public Sector Educational Institutions". International Journal of Educational Management, 33(1), 112-148.
- Amy, R. H. (2005). "Competencies development for entry level public parks and recreation professionals". Journal of Park and Recreation Administration, 23(3), 45-62.
- Anwar, P. M., & Budi, I. (2018). "The influence of job satisfaction and motivation on the employee performance at PT. Era Media

Informasi". International Conference on Design, Engineering and Computer Sciences, Jakarta, Indonesia. doi:10.1088/1757-899X/453/1/012064

- Barcelona, B., & Ross, C.M. (2004). **"An analysis of the perceived competencies of recreational sport administrators"**. Journal of Park and Recreation Administration, 22(54), 25-42.
- Bircan, I., & Gençler, F. (2015). **"Analysis of Innovation-Based Human Resources for Sustainable Development"**. Social and Behavioral Sciences, 195, 1348-1354.
- Chen, Y., Chai, (2013). **"Important computer competencies for sport management professionals"**. International Journal of applied sports sciences, 19(1), 66-85.
- Cieřlikowski, K., & Brusokas, A. (2017). **"Determinants of effective management in the sport with the use of large sport arenas in selected cities"**. European Journal of Service Management, 21(1), 5-10.
- Emery, P. (2009). **"Past, present, future major sport event management practice: The practitioner perspective"**. Sport Management Review, 13(2), 158-170.
- Faulkner, A., & Gabe, J. (2017). **"Where biomedicalisation and magic meet: Therapeutic innovations of elite sports injury in British professional football and cycling"**. Social Science & Medicine, 178, 136-143.
- Gabriel, C. G., & Alina, C. I. (2014). **"Research on the management of sports organizations"**. Social and Behavioral Sciences, 140, 667-670.
- Kaçmaza, R., & Serinkan, c. (2014). **"Human resource management practices in international sebat educational schools"**. Social and Behavioral Sciences. 116. 4809-4813.
- Lorincová S Štarchoň P Weherová D Hitka M & Linoldová M (2019). **"Employee Motivation as a Tool to Achieve Sustainability of Business Processes"**. Sustainability, 11(13), 3509-3704.
- Nikaein, S., Taabodi, M., & Vare, M. (2016). **"The Relation between Managers' Skills and Human Resources Performance Assessment in Different Management Levels"**. Journal of New Approaches in Educational Administration, 7(26), 76-94. (Persian).
- Nilsson, A. (2017). **"Making norms to tackle global challenges: The role of Intergovernmental Organisations"**. Research Policy, 46(1), 171-181.
- Noudahi, M., Dousti, M., Razavi, S. M. H., & Kalateh Seifari, M. (2017). **"Human Resource Development Indicators for the Iranian Judo Federation"**. Aassjournal, 5 (3), 95-102.
- Ozaralli, N. (2015), **"Linking empowering leader to creativity: the moderating role of psychological (felt) empowerment"**. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 181, 366-376.
- Rai, S. (2015). **"Organizational justice and employee mental health's moderating roles in organizational identification"**. South Asian Journal of Global Business Research, 4(1), 68- 84.

- Rezaei, S., & Salehi Pour, M. (2019). **“Analysis of Effective Factors in Development of Iran Sport Industry using Grounded Theory Approach”**. Human Resource Management in Sport, 6 (1), 89-107. (Persian)
- Soepardi, A., & Thollander, P. (2018). **“Analysis of relationships among organizational barriers to energy efficiency improvement: A case study in Indonesia’s steel industry”**. Sustainability, 10, 216-229.
- Stachova, K., Stacho, Z., Blstakova, J., Hlatká, M., & Kapustina, L.M. (2018). **“Motivation of employees for creativity as a form of support to manage innovation processes in transportation-logistics companies”**. Nase More, 65, 180–186.
- Vathanophas, V., & Thai-ngam, J. (2007). **“Competency requirements for effective job performance in the Thai Public Sector”**. Contemporary Management Research, 3(1), 45-70.

تدوین مرام‌نامه اخلاق داوری ورزشی در ایران با رویکرد پدیدارشناسی

احدیه صادقی کلانی^۱

شیرین زردشتیان^۲

شهاب بهرامی^۳

مسعود صادقی^۴

 10.22034/SSYS.2022.800

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۹/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۰۷

هدف از انجام پژوهش حاضر، تدوین مرام‌نامه اخلاق داوری ورزشی در ایران با رویکرد پدیدارشناسی بود. روش پژوهش، کیفی از نوع پدیدارشناسی بود. به همین منظور از بین خبرگان و مطلعان حوزه اخلاق داوری در ورزش، ۱۵ نفر به شیوه نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند و با آن‌ها مصاحبه نیمه ساختاریافته و عمیق گردید. تحلیل مضمون‌ها با استفاده از نرم‌افزار Max QDA نسخه Pro انجام شد. ۸ مضمون و ۶۱ زیرمضمون در این زمینه استخراج شد که قانون‌مداری، احترام، رفتار، ارتباط، فساد، عدالت، فرهنگی - اجتماعی و خانوادگی از جمله مضمون‌های استخراجی در این پژوهش بودند.

بنابراین به صورت کلی و به عنوان یک پیشنهاد به مدیران و متولیان ورزش و داوری ورزشی کشور توصیه می‌شود از اصول مرام‌نامه پژوهش حاضر در جهت بهبود و رشد اصول اخلاقی در بین داوران استفاده نمایند و این امر از طریق آموزش امکان‌پذیر خواهد بود.

واژگان کلیدی: اخلاق، فساد، احترام، قانون‌مداری و ورزش.

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۲- استادیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Zardoshtian2014@gmail.com

۳- استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۴- استادیار فلسفه، دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه، کرمانشاه، ایران

مقدمه

اخلاق به مطالعه احکام اخلاقی مبتنی بر ارزش‌ها، اعتقادات و نگرش‌هایی که یک فرد یا گروه از آن برخوردار است، اشاره دارد (سینکلر^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). نظام‌نامه اخلاقی، بیانیه رسمی از ارزش‌های جامعه درباره نظام اخلاقی و مسائل اجتماعی است که آنچه را جامعه از آن حمایت می‌کند، به مردم انتقال می‌دهد. نظام‌نامه یا منشور اخلاقی منتج از کدهای رفتاری نیز بیانیه‌ای حاوی خط‌مشی‌ها، اصول و مقرراتی است که رفتارها را هدایت می‌کند. بیشتر سازمان‌های حرفه‌ای بر این باورند که متخصصان باید از اصول و استانداردهای سازمان و جامعه و اثرات آن بر کارشان آگاه باشند و عواقب انحراف از این ضوابط را نیز بدانند. نظام‌نامه‌های اخلاقی بر اساس اصول و رهنمودهای اخلاق حرفه‌ای شکل گرفته‌اند و در واقع ارزش‌های شغلی یک حرفه را نشان می‌دهند. اخلاق و قوانین حرفه‌ای به منظور ایجاد رفتاری بی‌طرفانه، شایسته و همراه با مسئولیت‌پذیری در متخصصان به وجود می‌آید تا هنگام تصمیم‌گیری، اخلاقی مناسب داشته باشند (کارند^۲ و همکاران، ۲۰۰۰).

۶۸

یکی از ابزارهای سازمانی برای تحقق اخلاق حرفه‌ای که اکنون در بسیاری از کشورهای دنیا مرسوم شده است، تدوین، آموزش، اعمال و نظارت بر پیروی از کدها و استانداردهای رفتاری است. مدیرانی که از دغدغه‌های اخلاقی برخوردار بوده‌اند، همت خود را صرف تهیه فهرستی از بایدها و نبایدهای رفتاری کرده‌اند. رعایت این بایدها و نبایدها ضامن ارزشمند و فضیلت‌آمیز بودن رفتار صاحبان حرفه و شاغلان، در آن کسب و کار است. این بایدها و نبایدها، الگوی رفتار ارتباطی افراد سازمان را با یکدیگر و نیز با مشتری، ارباب رجوع و سایر افراد ذینفع (در موقعیت‌های مختلف) ترسیم می‌کند. فهرست الزامات و تعهدات اخلاقی که به صورت بایدها و نبایدها تدوین می‌شود، اغلب کدهای رفتاری و یا نظام‌نامه‌های اخلاقی^۳ نامیده می‌شوند (قراملکی، ۱۳۹۷).

اخلاق ورزشی، از موضوعات اخلاق کاربردی است که به مسائل اخلاقی مرتبط با فعالیت‌های ورزشی می‌پردازد. هدایت رفتار یک فرد، گروه یا تیم ورزشی بر اساس ارزش‌ها و هنجارها، علاوه بر سالم‌سازی فضاهای ورزشی، نتایج مطلوب‌تر ورزشی را به دنبال دارد و توسعه آن ضامن توسعه سلامت و نشاط جامعه خواهد بود (تاج‌بخش، ۱۳۹۳). همچنین، تمام آنچه در اخلاق عمومی وجود دارد و متناسب و قابل پیاده شدن هستند، در مبادین ورزشی باید مورد عمل قرار گیرند. به علاوه، نظام‌نامه اخلاقی بر اساس اصول و رهنمودهای اخلاقی شکل گرفته است و در واقع ارزش‌های شغلی یک حرفه را نشان می‌دهد (بهرام‌وش و نیک‌آیین، ۱۳۹۵). اخلاق و قوانین حرفه‌ای به منظور ایجاد رفتاری بی‌طرفانه، شایسته و همراه با مسئولیت‌پذیری در افراد به وجود آید تا هنگام تصمیم‌گیری اخلاقی چارچوبی برای آن باشد (شعبانی‌بهار، ۱۳۹۴).

بی‌اخلاقی ورزشی، زمانی روی می‌دهد که یک حرکت نامناسب یا غیراخلاقی از یک ورزشکار، مربی، داور و یا تماشاچی در زمین بازی سر می‌زند که اغلب خود فرد از نادرست بودن رفتار خود بی‌اطلاع است و این رفتار غلط ناشی از ناآگاهی او می‌باشد. به طور کلی، مسائل اخلاقی در حوزه ورزش (گرفتن رشوه، شکستن قوانین، نژاد پرستی، تقلب و ...) (سمپل^۴ و همکاران، ۲۰۱۹)،

1. Sinclair
2. Karande
3. Ethical Cods
4. Sampol

کاووسانو^۱، (۲۰۱۹)، مسائل زشت محیطی می‌باشند. در واقع، ورزش، محیطی بسیار جذاب و همراه با چالش‌های فراوان در حوزه های مختلف از جمله اخلاق و مسائل اخلاقی است (زمانیان یزدی و همکاران، ۱۳۹۷).

باید در نظر داشت باورهای ارزشی مربیان، ورزشکاران، تماشاگران و سایر عوامل مرتبط با ورزش، چگونگی تصمیم‌گیری آنان در شرایط دشوار اخلاقی، کمک شایانی در جهت بهبود رفتارهای آنان در تمام عرصه‌های ورزشی و اجتماعی است. همچنین با بهبود رفتارهای آنان به عنوان بخشی از جامعه ورزشی، شاهد توسعه ورزش در راستای تربیت افرادی با اصول و ارزش‌های فردی مطلوب خواهیم بود که همین امر، رشد و توسعه جامعه را در برخواهد داشت (کاووسانو، ۲۰۱۹). یکی از ابزارهایی که به توسعه رفتارهای اخلاقی در ورزش کمک می‌کند، نظام‌نامه‌ها یا مرام‌نامه‌های اخلاق در ورزش می‌باشد.

عدم وجود مدل‌ها و اصول مدون اخلاقی و ارزشی موجب می‌شود تا هر فردی در سازمان بر اساس احساس وجدانی خود دست به عملی بزند که شاید از دیدگاه فردی او بهترین باشد، اما از نظر جامعه و سازمان و مصالح کلی نظام چندان خوشایند و مطلوب نباشد. همچنین عرفانی و پاساجو (۱۳۹۶) در پژوهش خود بیان نمودند که یکی از راه‌های بهبود و توسعه اخلاق جوانمردی در بین ورزشکاران، تدوین مرام‌نامه اخلاقی است.

در پژوهش‌های بسیاری چه در داخل و چه در خارج از کشور به مسئله اخلاق در ورزش اشاره شده است. همچنین، نظام‌نامه‌هایی نیز بدین منظور تدوین شده است؛ از جمله: خسروی‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) که به تدوین منشور اخلاقی مربیان هیئت‌های ورزشی پرداختند و دریافتند که ۸ عامل توکل به خدا، ورزش جوانمردانه، میهن دوستی، صداقت، قانون‌پذیری و سلامت کار، انسجام و همدلی، امانت‌داری، شجاعت، شفافیت مالی و روابط سالم به عنوان عامل‌های منشور اخلاقی مربیان شناسایی و تأیید شدند. همچنین مرادیان فارسانی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود دریافتند که احترام، قانون‌مداری، صداقت، کرامت انسانی، رتبه‌بندی یا کسوت، عدالت و انصاف، نگرش حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری و منش پهلوانی به عنوان مؤلفه‌های نظام‌نامه اخلاقی کشتی‌گیران می‌باشند. باران چشمه و آفرینش خاکی (۱۳۹۴) به تدوین نظام نامه اخلاقی تیم‌های ورزشی نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران پرداختند. کلیه اصول در ۹ عامل قانون‌مداری و احترام، شجاعت و دوری از ترس، صداقت، مسئولیت‌پذیری، کرامت انسانی، جوانمردی، توکل، منافع گروهی، همبستگی و اعتماد به نفس خلاصه شدند. تقی‌زاده (۱۳۹۳) نیز در پژوهشی به تدوین نظام نامه اخلاقی ورزش زورخانه‌ای در استان خراسان جنوبی پرداخت و نشان داد که عوامل قانون‌مداری، احترام، رتبه‌بندی، آداب زورخانه‌ای، صداقت و امانت‌داری، عدالت و شجاعت، فرهنگی و اجتماعی، کرامت انسانی، جوانمردی و پهلوانی و آموزش به عنوان عوامل تأثیرگذار، توان پیش‌بینی مفهوم اخلاقی در ورزش زورخانه‌ای را دارند. همچنین در پژوهشی که توسط نشاطی (۱۳۹۳) با عنوان «طراحی و تدوین نظام‌نامه اخلاقی شناگران استان یزد» انجام شد، ۷ مؤلفه اصلی شناسایی شدند: قانون‌مداری-احترام، دوپینگ-شجاعت-نفرت از ترس، واقع‌نگری، صداقت، عدالت، برادری، برابری، مسئولیت‌پذیری، دلسوزی، امانت‌داری، رازداری، کرامت انسانی، جوانمردی، پاکدامنی، صبر و شکیبایی، اصل بیطرفی، سخاوت، قناعت، توکل، عشق به میهن و منافع گروهی. بزرگ‌زاد مقیم (۱۳۹۳) در پژوهشی به تدوین نظام‌نامه اخلاقی در رشته بدمینتون پرداخت. نتایج تحقیق وی نشان داد که عوامل قانون‌مداری،

احترام، دوپینگ، شجاعت، نفرت از ترس، واقع‌نگردی، صداقت، عدالت، برادری و برابری، مسئولیت‌پذیری، دلسوزی، امانت‌داری، رازداری، کرامت انسانی، جوانمردی، پاکدامنی، صبر و شکیبایی، اصل بی‌طرفی و سخاوت و قناعت، توکل، عشق به میهین، منافع گروهی و همبستگی به عنوان عوامل تاثیرگذار توان‌پیش‌بینی مفهوم اخلاقی در ورزش بدمیتون را دارند. پورسلطان‌زندی و همکاران (۱۳۹۱) می‌زد پژوهشی با عنوان «طراحی و تدوین نظام‌نامه اخلاقی اعضای هیئت علمی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی ایران» به این نتیجه رسیدند که برمبنای تحلیل عاملی اکتشافی ۳۲ مولفه در شش عامل فعالیت‌های گروهی، صداقت‌گفتاری و رفتاری، وظیفه‌شناسی، رفتار حرفه‌ای، تعهد علمی و پژوهشی و مسئولیت مالی توان‌پیش‌بینی وضعیت اخلاقی اعضای هیئت علمی را دارند. با این همه، تا کنون پژوهشی که به بررسی و تدوین نظام‌نامه اخلاقی در بین داوران پردازد، انجام نشده است - فقط زیارت و آتاکوگو^۱ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل فشار اجتماعی بر روی داوران فوتبال در ترکیه» دریافتند مهم‌ترین عواملی که منجر به استرس و در نهایت بروز رفتارهای غیراخلاقی در داوران می‌شود شامل رسانه‌های ملی، مدیران، مربیان، هواداران، بازیکنان فوتبال و ایمنی می‌باشد.

داوران از دیگر افرادی هستند که در کنار بازیکنان، مربیان و مدیران ورزشی، مشغول به فعالیت در ورزش می‌باشند. حرفه داوری در تمام رشته‌های ورزشی همیشه با اضطراب و استرس همراه بوده است. اغلب به نظر می‌رسد طرفداران داوری خیلی کم باشند. تقریباً همیشه تعبیر و تفسیر مربیان و بازیکنان از عملکرد داوری منفی بوده است. بازیکنان و مربیان برنده به ندرت به کیفیت مطلوب داوری اشاره می‌کنند، اما بازیکنان و مربیان که بازی را باخته‌اند حداقل بخشی از باخت خود را به ضعف داوری نسبت می‌دهند. بنابراین، در دنیای ورزش، داور اگر عملکرد خوبی نداشته باشد، تمامی انتقادات به سوی او خواهد بود. در حالی که حتی بهترین عملکرد خود را نیز در بازی نشان دهد، باز هم به او توجهی نمی‌شود (پیزی و استانگر^۲، ۲۰۱۹). داوران در رشته‌های ورزشی سه نقش متفاوت دارند: ۱. به عنوان میانجی، درگیر بحث و گفتگوها می‌شوند و درصدد حل تنش به وجود آمده بین دو فرد یا دو گروه برمی‌آیند که اغلب تمایلات ناسازگارانه‌ای با هم دارند؛ ۲. به عنوان قاضی که به کارگیری قوانین و اتخاذ تصمیماتی را به دنبال دارد؛ ۳. به عنوان مدیر، مسئولیت را به عهده می‌گیرد و تمامی عوامل درگیر در بازی را مدیریت می‌کند (وینبرگ و ریچاردسون، ۱۳۹۱). تهدید به حمله و نزاع از طرف بازیکنان، مربیان و تماشاچیان اغلب برای داوران وجود دارد. در ورزش‌های تماسی، امکان خشونت بدنی با داور طبیعی است. توانایی تصمیم‌گیری سریع طی یک نگاه در موقعیت‌های آنی، برای داوران حرفه‌ای لازم است. داوران این تصمیم‌گیری‌ها را در مسابقات، در شرایطی اتخاذ می‌کنند که باید عوامل مزاحم و حواس‌پرتی‌های کلامی و بصری هزاران تماشاچی را نادیده گیرند - مشاجرات و اعتراضات دوربین‌های تلویزیونی را نیز باید به این مشکلات اضافه کرد. همه این مطالب نشان از آن دارد که داوری، شغلی پر استرس و چالش‌برانگیز است. بنابراین داوران باید قادر به تحمل این چنین استرس‌های باشند تا رفتارهای غیراخلاقی در آن‌ها نمایان نگردد (زیارت و آتاکوگو، ۲۰۱۷). از سوی دیگر، برخی از شواهد نشان‌دهنده تردید در رفتار اخلاقی داوران حرفه‌ای است به عبارت دیگر، ممکن است آنها نیز برای بهرمندی از منافع، موفقیت یا

دستیابی به موقعیت‌های بهتر مالی و حرفه‌ای، قوانین را نقض و زمینه را برای شکست یک تیم فراهم نمایند(شاهی آوینی و همکاران، ۱۳۹۶).

مفاد و موضوعات منشور اخلاقی و نظام‌نامه اخلاقی در ورزش بسیار گسترده است و با توجه به اهمیت آن، هر سازمان و باشگاه ورزشی باید یک منشور اخلاقی بر اساس بیانیه مأموریت و رسالت خود تنظیم نماید تا همه افراد شاغل در آن سازمان ملزم به رعایت آنها باشند. محقق در این پژوهش به دنبال آن است که نظام‌نامه(مramنامه) اخلاق داوری در ورزش کشور را تدوین کند و با مقبولیت حداکثری آن، امکان ضمانت اجرایی آن را دو چندان نماید.

روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه به روش کیفی با رویکرد پدیدارشناسی انجام شد. پدیده مramنامه اخلاق داوری ورزشی در ایران هنوز به درستی تبیین نشده است. متون و تحقیقات زیادی هم در این زمینه وجود ندارد و متون موجود هم بیشتر در چارچوب بررسی‌های کمی و منحصر به سازه ارزیابی به صورت کلی بوده است. از این‌رو، پژوهشگران حاضر رویکرد فوق را برای مramنامه اخلاق داوری ورزشی در ایران انتخاب کرده‌اند. گفتنی است که در راستای جنبش پدیدارشناسی بر اساس دیدگاه‌های فلسفی، روش‌شناسی‌های مختلفی برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها مطرح شد. در پژوهش حاضر از روش پدیدارشناسی توصیفی شامل سه مرحله درک مستقیم، تجزیه و تحلیل و توصیف استفاده گردید. در مرحله درک مستقیم، محقق کاملاً در پدیده مورد نظر غوطه ور می‌شود. در این فرآیند، محقق ضمن اجتناب از هر گونه نقد، بررسی و اظهارنظر شخصی، پدیده مورد نظر را آن‌گونه می‌شناسد که مشارکت‌کنندگان توصیف می‌کنند. در مرحله تجزیه و تحلیل، محقق به دنبال تشخیص جوهره پدیده مورد نظر و تم‌های اصلی و مشترک است. در مرحله توصیف که مرحله آخر و مکمل مراحل قبلی است، اجزای اصلی و شاخص پدیده‌ها به هم مرتبط شده و تم‌ها و جوهره‌های موجود در پدیده‌ها گروه‌بندی می‌شوند(هالووی و ویلر، ۲۰۰۲). در این پژوهش درک عمیق تجربیات مسئولان و مطلعان مramنامه اخلاق داوری ورزشی در ایران، با راه‌یافتن به توصیفات بیان شده از تجربیات آن‌ها در متن و زمینه ویژه خودشان امکان‌پذیر بوده است.

در این پژوهش با توجه به هدف مطالعه، شرکت‌کنندگان بر اساس نمونه‌گیری گلوله‌برفی از بین خبرگان امر اخلاق ورزشی و داوری در کشور انتخاب شدند. تعداد ۸ نفر از اساتیدی که طی سال‌های گذشته (۱۳۹۸-۱۳۸۰) در زمینه اخلاق در ورزش کتاب نوشته یا ترجمه نموده یا مقاله‌ای در نشریات داخلی و یا خارجی چاپ نموده بودند، اساتیدی که در همایش‌های اخلاق در ورزش، عضو پنل داوری بوده‌اند یا درس اخلاق در ورزش را در دانشگاه‌ها تدریس کرده‌اند در کنار ۷ نفر از داوران عضو کمیته داوری فدراسیون فوتبال، والیبال، هندبال، بسکتبال، کاراته و کشتی به عنوان نمونه انتخاب شدند.

معیارهای زیر برای انتخاب شرکت‌کنندگان در تحقیق شناسایی شدند(فلینت^۲، ۱۹۹۸):

۱. کلیدی بودن: آیا افراد شناسایی شده برای مشارکت در تحقیق، دانش و تخصص بالایی در حوزه اخلاق در ورزش دارند؟ افراد منتخب اولیه و نیز افرادی که توسط سایرین معرفی می‌شدند از لحاظ دانش نظری در حوزه اخلاق در ورزش و برخورداری از اطلاعات کافی بررسی شدند و

1. Holloway & Wheeler
2. Flint

خبره‌ترین افراد مورد مصاحبه قرار گرفتند. سعی شد از هر دو گروه اساتید دانشگاهی و داوران ورزشی (هم داوران رشته‌های تیمی و هم داوران رشته‌های انفرادی) به عنوان نمونه انتخاب و مصاحبه گردد.

۲. شناسایی شده توسط سایرین: آیا افرادی که برای مصاحبه انتخاب شده‌اند، در زمینه اخلاق و ورزش مطرح هستند؟ در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها با مشورت اساتید محترم نمونه‌های بخش کیفی پژوهش در قسمت دانشگاهی و اجرایی مورد استفاده قرار گرفت. در ابتدای انجام مصاحبه، با مطالعه قبلی و با شناخت کافی، تعداد دو استاد دانشگاه و دو داور (یکی ورزش انفرادی و دیگری ورزش گروهی) به عنوان نمونه انتخاب شدند و از آن‌ها خواسته شد که نقرات بعدی را برای مصاحبه انتخاب نمایند. بعد از معرفی نقرات بعدی، مطالعه‌ای کامل‌تر در زمینه سوابق علمی و عملی آن‌ها به عمل آمد و در صورت داشتن شرایط مقدماتی، با آن‌ها مصاحبه شد. بنابراین نمونه‌های پژوهش، زنجیره‌وار و به مانند گلوله برف، انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفتند.

۳. فهم نظری موضوع: آیا این افراد فهم مطلوبی از برخی ابعاد نظریه در حال تکوین دارند؟ این تحقیق، مصاحبه‌های انجام‌شده با افراد به فراخور میزان تخصص آن‌ها- در بعد علمی (اساتید) یا بعد عملی آن (داوران)- صورت گرفت.

۴. تنوع: آیا افراد منتخب، در مشاغل و سطوح سازمانی متنوعی در حال فعالیت هستند؟ در این تحقیق از افراد با دانش و تجارب مختلف استفاده شده است که در بین آن‌ها افراد با دانش (اساتید دانشگاهی) و تجربه (داوران) مورد استفاده قرار گرفته است.

۵. موافقت با مشارکت: آیا افراد منتخب، انگیزه مناسبی برای مشارکت در تحقیق داشتند؟ پیش از هر مصاحبه با توضیحاتی که در مورد طرح تحقیق داده می‌شد، از افراد برای شرکت در مصاحبه موافقت شفاهی کسب گردید.

فرایند گزینش نمونه‌ها ادامه پیدا کرد تا هنگامی که در جریان کسب اطلاعات، هیچ داده جدیدی پدیدار نشد. به عبارت دیگر، داده‌ها در ۱۴ مصاحبه به اشباع رسید و ادامه مصاحبه تنها برای اطمینان از درستی یافته‌ها انجام شد. در این پژوهش ۱۶ مصاحبه با ۱۵ نفر از مطلعان و خبرگان انجام پذیرفته است (با یک نفر از نمونه‌های پژوهش، دو بار مصاحبه شد).

به منظور جمع‌آوری اطلاعات، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و عمیق استفاده شد. مصاحبه با یک سؤال وسیع و کلی درباره مرام‌نامه اخلاق داوری ورزشی در ایران شروع شد و سپس سؤال‌های اکتشافی برای تشویق شرکت‌کنندگان و دستیابی به اطلاعات عمیق‌تر مطرح گردید. در ادامه، سؤال اصلی مصاحبه و برخی از سؤالات فرعی (به دلیل آنکه در پاره‌ای از موارد، مصاحبه‌کننده مجبور به پرسیدن سؤالات بیشتری شد) مصاحبه آورده شده است.

مدت مصاحبه‌ها بین ۵-۳۵ دقیقه طی یک جلسه بود و از شرکت‌کنندگان خواسته شد تا زمان و مکان مصاحبه را به دلخواه خود تعیین کنند. مصاحبه‌ها تا دستیابی به داده‌های عمیق ادامه یافت. با اجازه مشارکت‌کنندگان، مصاحبه‌ها روی نوار ضبط و بلافاصله بعد از اتمام مصاحبه، پس از گوش دادن چندین باره، متن آنها پیاده و تحلیل شد. ابتدا اطلاعات مکتوب مربوط به مصاحبه‌ها چندین مرتبه خوانده تا محتوای کلی آن درک گردد- این کار همراه با گوش دادن به بخش‌هایی از اطلاعات ضبط شده انجام شد (مروری بر تمام اطلاعات). در مرحله بعد، عبارات، جملات یا بندهایی که مربوط به سؤال‌های پرسیده شده در مصاحبه‌ها بودند، جدا شد و در فایل‌های جداگانه‌ای نگهداری گردید. این کار به این دلیل انجام شد که اطلاعاتی که درصد اهمیت کمتری دارند، از دست نروند، زیرا ممکن بود در مراحل بعدی اهمیت آن‌ها مشخص شود (بیرون کشیدن جملات مهم). پس از آن

برای هر جمله مهم، یک توصیف کوتاه از معنی پنهان در آن نوشته شد. این فرایند توسط سه نفر به صورت جداگانه و با هم انجام گردید و سپس معانی بیرون کشیده از جملات با هم ترکیب شدند تا یک معنی مشترک حاصل گردد (ایجاد معانی فرموله شده). در مرحله بعد، عبارات و جملات کوتاهی از معانی فرموله شده توسط هر یک از نفراتی که مرحله چهارم را انجام داده بودند، به طور جداگانه در دسته‌ها ایجاد و پس از آن به بحث گذاشته شد. تکرار مضامین، یکی از شاخص‌های اعتبار است. برای تعیین اعتبار داده‌ها در این مرحله، یک نفر از افراد ذی‌صلاح مضامین به دست آمده را با اطلاعات تطبیق داد (قرار دادن معانی فرموله شده در داخل دسته‌ها و شکل دادن مضامین (تم‌ها) در درون دسته‌های مختلف). پس از آن مفاهیم کلیدی اطلاعات که با اتفاق نظر پژوهشگران انتخاب شده بودند، به صورت خلاصه‌ای روایت‌وار نوشته شدند. هدف از توصیف روایتی، بیان یافته‌ها در قالب جملات بدون ابهام و به صورت خلاصه است. این خلاصه توسط پژوهشگر نوشته شد و سپس استاد راهنما و یک نفر دیگر از دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی به اتفاق پژوهشگر آن‌ها را تصحیح کردند (ایجاد یک توصیف روایتی مختصر).

در ادامه کار به منظور تأیید روایی و دقت تحقیق، معتبر بودن، اطمینان‌پذیری و قابلیت تأیید داده‌ها بررسی شد. برای تضمین معتبر بودن، یافته‌های این مطالعه به شرکت‌کنندگان ارائه شد و آن‌ها نظرات خود را درباره هماهنگی یافته‌ها با تجربیات خود به محققان ابراز کردند (بازگشت به منظور تعیین اعتبار). همچنین تعمق مشارکتی پیرامون مضمون‌های پدیدار شده توسط گروه تحقیق در مراحل مختلف مطالعه انجام شد. پژوهشگر به همراه اساتید راهنما و مشاور، با حفظ مستندات در تمام مراحل پژوهش قابلیت تأیید این پژوهش را تضمین کردند. علاقمندی پژوهشگران به پدیده مورد مطالعه، تماس درازمدت با داده‌ها و همچنین تلاش برای کسب نظرات دیگران در این زمینه از دیگر عوامل تضمین‌کننده قابلیت تأیید بودند. به منظور تجزیه و تحلیل و استخراج کدهای پژوهش، از نرم‌افزار Max QDA نسخه Pro استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش از پژوهش، اطلاعات جمع‌آوری شده از اجرای مصاحبه‌ها تجزیه و تحلیل شدند. ابتدا داده‌های توصیفی مصاحبه‌شوندگان و در جدولی مضمون‌ها و زیرمضمون‌ها ارائه گردیدند و در بخش بعد، هر کدام از مضمون‌ها به صورت مبسوط توصیف شدند. در این پژوهش ۱۵ نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند که ۱۳/۳ درصد از آن‌ها زن و بقیه مرد بودند. ۳۳/۳ درصد دارای تحصیلات کارشناسی، ۱۳/۳ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۵۳/۴ درصد دارای تحصیلات دکتری بودند. ۴۶/۶ درصد از جامعه داوری و ۵۳/۴ درصد از جامعه دانشگاهی در این پژوهش مشارکت داشتند. میزان سابقه بیشتر نمونه‌های پژوهش بیش از ۲۰ سال بود (۶۶/۷ درصد). از آنالیز مصاحبه‌ها، ۸ مضمون و ۶۱ زیرمضمون استخراج شده است. در جدول ۱، زیرمضمون‌ها و مضمون‌های اصلی و تعداد تکرار آن‌ها ارائه شده است:

جدول ۱. استخراج مضمون‌ها و زیرمضمون‌های استخراج شده به همراه شواهد گفتاری و فراوانی		
زیرمضمون‌ها	تکرار	مضمون اصلی (تکرار)
به موقع در زمان مسابقه برای داوری حاضر شود.	۳	قانون‌مداری
از اجرای قوانین نترسد	۴	(۳۳)
به پیامدهای اجرای قوانین فکر نکند.	۵	
فقط مجری قوانین باشد.	۳	

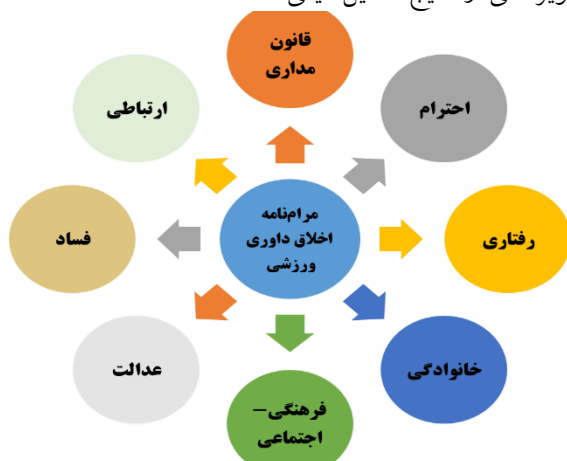
	۴	بازیکنان را به آرامش و رعایت قوانین راهنمایی کند.
	۶	بازیکنان را به رعایت قوانین، تشویق کند.
	۸	بازیکنانی که قوانین را رعایت کرده‌اند، تشویق کند.
احترام (۱۷)	۴	به مربیان هر دو تیم احترام بگذارد.
	۵	به تماشاگران احترام گذاشته و از تحریک آن‌ها اجتناب نماید.
	۸	به حقوق فردی و انسانی بازیکنان احترام بگذارد.
رفتاری (۹۷)	۷	آرامش داشته باشند.
	۶	احساسات خود را کنترل کنند.
	۲	با جدیت با بازیکنان برخورد نماید.
	۵	به رشد اخلاقی سایر داورها، کمک کند.
	۴	خویش‌تن‌دار بوده و توانایی حفظ آرامش و کنترل رفتارهای خود را داشته باشد.
	۸	از تمسخر بازیکنان در حین بازی، خودداری نماید.
	۵	از به کار بردن الفاظ ناشایست اجتناب نماید
	۶	بازیکنان را تهدید نکند.
	۷	بازیکنان را تحقیر نکند.
	۹	هیچانات خود که ناشی از برد یا باخت مسابقه است را کنترل کند.
	۵	با مهربانی و خوشرویی با بازیکنان برخورد نماید.
	۶	بر سر بازیکنان فریاد نزند.
	۵	برای علاقمندان به داوری، الگوسازی اخلاقی نماید.
	۷	از عصبانی شدن بازیکنان جلوگیری نماید.
	۸	پوشش مناسب (وضعیت ظاهری) داشته باشد.
	۷	اشتباهات خود را بپذیرند.
ارتباطی (۲۰)	۵	ارتباط مناسبی با ورزشکاران و مربیان تیم‌های تحت داوری، برقرار نماید.
	۴	به حرف‌های بازیکنان خوب گوش دهد.
	۲	در برخورد با بازیکنان از انعطاف‌پذیری لازم برخوردار باشد.
	۳	با بازیکنان صحبت کند و آن‌ها را درک کند
	۶	با بازیکنان، مربیان و سرپرستان، با برقراری ارتباطات، همدردی نماید
فساد (۲۲)	۱۰	از گرفتن رشوه دوری نماید.
	۸	تبانی ننماید.
	۴	در صورت آگاهی از تبانی بازیکنان، گزارش دهد.
عدالت (۲۳)	۷	متناسب با شرایط سنی بازیکنان داوری نماید.
	۵	بین تیم‌های تحت داوری خود، تبعیض قائل نشود. (قومی، نژادی، اجتماعی و خانوادگی و ...)
	۶	با بازیکنان به طور مساوی برخورد نماید.
	۵	تنبیهات با جرم مرتکب شده تناسب داشته باشد.
فرهنگی - اجتماعی (۹۸)	۷	تفاوت‌های فرهنگی بازیکنان را در زمین مسابقه در نظر بگیرد.
	۸	از لحاظ رفتاری در جامعه، الگو باشد.
	۹	طوری رفتار کند تا در جامعه مورد احترام باشد.
	۶	نجابت در گفتار، رفتار و معاشرت‌های اجتماعی داشته باشد.
	۵	امانتدار مردم باشد.
	۷	فرهنگ و سنت‌های اجتماعی و اسلامی را رعایت نماید.
	۶	از مقبولیت اجتماعی بین مردم برخوردار باشد.
	۳	در رفتارهای اجتماعی عزت نفس داشته باشد.

۷	در برخورد با مسائل و مشکلات اجتماعی خویشتن دار باشد.
۸	نظم و انضباط اجتماعی را رعایت نماید.
۷	در برخوردهای اجتماعی ثبات رأی (در گفتار و رفتار) داشته باشد.
۵	در محیط‌های شغلی و اجتماعی با همکاران ارتباطات مثبت و مناسب برقرار نماید.
۷	در برخورد با دیگران ادب و احترام را رعایت نماید.
۶	در برخورد با مسائل مختلف اجتماعی، قضاوت صحیح و منطقی داشته باشد.
۳	با رسانه‌ها، اخلاق مناسب داشته باشد.
۴	در فضای مجازی، اخلاق را رعایت نماید.
۵	از لحاظ رفتاری در محیط خانوادگی خود الگو باشد.
۸	به همسر، فرزندان و خویشاوندان خود احترام بگذارد.
۷	ایثار و از خودگذشتگی در قبال خانواده خود داشته باشد.
۴	به همسر و فرزندان خود وفادار باشد.
۲	در قبال وظایف خود نسبت به خانواده وظیفه‌شناس باشد.
۳	وقت کافی برای در کنار خانواده بودن، در نظر بگیرد.
۲	موضوعات و مسائل دآوری را به محیط خانواده منتقل نکند.

خانوادگی
(۳۱)

۷۵

در شکل زیر تصویر کلی از نتایج تحلیل کیفی داده‌ها نشان داده شده است:



شکل ۱. مدل نهایی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، تدوین مرام‌نامه اخلاق داوری ورزشی در ایران با رویکرد پدیدارشناسی می‌باشد. ۸ مضمون و ۶۱ زیرمضمون در این زمینه استخراج شد که قانون‌مداری، احترام، رفتاری، ارتباطی، فساد، عدالت، فرهنگی - اجتماعی و خانوادگی از جمله مضمون‌های استخراجی در این پژوهش بودند.

قانون‌مداری یکی از عوامل نظام‌نامه اخلاق داوری در ورزش کشور بود. داوران در رشته‌های مختلف ورزشی، ملزم به رعایت قوانین مربوط به رشته خود می‌باشند. با وجود این، بسیاری از

داوران از دانش کافی مربوط به وظایف قانونی خود برخوردار نیستند. میرصفیان و محمدی‌نژاد (۱۳۹۷) در پژوهش خود بیان نمودند که داوران رشته‌های ورزشی پربرخورد، دانش مناسبی در زمینه مسائل قانونی مرتبط با حرفه داوری ندارند. همچنین عملکرد آنها در زمینه اجرای وظایف قانونی مرتبط با حرفه داوری در محیط رقابت مناسب ارزیابی نشده است. این نتایج با یافته میرصفیان (۱۳۹۶) که در پژوهش خود دریافت آگاهی داوران از برخی حیطه‌های وظایف قانونی داوری کافی است، اما دانش آنها از نتایج عدم اجرای وظایف مربوطه، عناصر لازم جهت تحمیل مسئولیت مدنی، معیار یک داور متعارف و چگونگی ورود به دعوی قضایی مناسب نمی‌باشد، تفاوت دارد. بنابراین به صورت کلی نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های خسروی‌زاده و همکاران (۱۳۹۸)، میرصفیان و محمدی‌نژاد (۱۳۹۷) و میرصفیان (۱۳۹۶) که در پژوهش‌های خود به بررسی مسائل قانونی و حقوقی داوری در رشته‌های مختلف ورزشی و اهمیت این مسائل در داوری پرداخته بودند، همخوان و همراستا می‌باشد. همچنین با پژوهش‌های باران چشمه و آفرینش خاکی (۱۳۹۴)، تقی‌زاده (۱۳۹۳) و مرادیان فارسانی و همکاران (۱۳۹۸) که به قانون‌مداری به عنوان یکی از ارکان نظام‌نامه اخلاقی در ورزش اشاره دارند، همخوان و همراستا می‌باشد. از سوی دیگر، علی‌عسگری و نیازی (۱۳۹۲) در پژوهش خود بیان نمودند که اخلاق در پیشگیری از قانون‌گریزی نقش مهمی دارد. حلییان و همکاران (۱۳۹۳) به شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای اخلاقی در ورزش حرفه‌ای پرداخته‌اند. آنها در این پژوهش معیارهای اخلاقی را به معیارهای تربیتی، روانشناختی، قانونی، اقتصادی و فرهنگی اجتماعی اخلاق در ورزش حرفه‌ای ایران تقسیم‌بندی نموده‌اند. ایشان مؤلفه‌هایی مانند توهین نکردن به حریف در میدان مسابقه، قانون‌مداری به جای رابطه‌مداری، آموزش ارزش‌های اخلاقی از اولین روزهای شروع به ورزش، عدم پرداخت رشوه و زدوبندهای مالی و پرهیز از خودخواهی و غرور بیش از حد را از معیارهای اخلاقی در ورزش حرفه‌ای بیان کرده‌اند. بنابراین با توجه به نتایج پژوهش در این قسمت به متولیان امر داوری در رشته‌های مختلف ورزشی توصیه می‌شود که با اتخاذ قوانینی، سعی در رعایت قوانین داوری نمایند.

از نتایج دیگر پژوهش حاضر، رعایت احترام به عنوان یکی از ارکان نظام‌نامه اخلاق داوری در ورزش بود. عیدی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود به عامل احترام به عنوان یکی از ارکان پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای مربیان ورزشی تأکید نمودند. رزاقی و همکاران (۱۳۹۳) به تعیین اعتبار و روایی نسخه فارسی پرسشنامه منش پهلوانی پرداختند. نتایج نشان داد که این مقیاس دارای پنج عامل احترام به روابط اجتماعی، احترام به قوانین و مسئولان، تعهد به ورزشی که به آن پرداخته می‌شود، احترام و توجه به حریف و عدم رویکرد منفی در جهت عملکرد ورزشی بود. بنابراین نتایج پژوهش حاضر در این قسمت با نتایج پژوهش‌های عیدی و همکاران (۱۳۹۵)، باران چشمه و آفرینش خاکی (۱۳۹۴)، تقی‌زاده (۱۳۹۳)، رزاقی و همکاران (۱۳۹۳)، نشاطی (۱۳۹۳)، بزرگ‌زاد مقیم (۱۳۹۳) و مرادیان فارسانی و همکاران (۱۳۹۸) همخوان و همراستا می‌باشد. از این‌رو، به متولیان امر داوری در ورزش توصیه می‌شود که داوران را ملزم به رعایت احترام به تمامی افراد حاضر در میدان مسابقه نمایند و با ارزیابی‌های مدون و مداوم داوران، افراد شایسته را مورد تشویق قرار دهند.

رعایت عوامل رفتاری در قبال دیگران (هواداران، ورزشکاران، مربیان، خانواده ورزشکاران و ...) از سوی داوران منجر به رشد اخلاق در محیط‌های ورزشی می‌گردد؛ عواملی مثل کنترل احساسات، عدم پرخاشگری و توهین به ورزشکاران، پرهیز از تهدید، تحقیر و تمسخر ورزشکاران، عدم تحریک ورزشکاران و سایرین، رعایت پوشش و ظاهر مناسب و بنابراین به داوران ورزشی کشور توصیه می‌شود که در برخورد با افراد در محیط‌های ورزشی، از عوامل رفتاری شایسته بهره‌گیری نمایند.

مهارت های ارتباطی، مهارت هایی هستند که در تعاملات بین فردی و فرایند ارتباطات نقش دارند؛ مهمترین این مهارت ها شامل مهارت های کلامی، گوش دادن و بازخورد مؤثر است (یوکل^۱، ۲۰۰۸). با تجهیز داوران به مهارت های ارتباطی می توان از بروز بسیاری از ناهنجاری های اخلاقی و رفتاری هم از جانب داور و هم از سوی ورزشکاران، تماشاچیان و مربیان، جلوگیری نمود. نظری و صالحی (۱۳۹۶) در پژوهش خود بیان نمودند که داوران در صورتی که از مهارت های ارتباطی مناسبی برخوردار باشند، کارایی آن ها افزایش می یابد. از سوی دیگر، داورانی و ناعمی (۱۳۹۷) در پژوهش خود دریافتند که مهارت های ارتباطی بر اخلاق حرفه ای تأثیرگذار اند. بنابراین نتایج پژوهش حاضر در این قسمت با نتایج پژوهش های خسروی زاده و همکاران (۱۳۹۸)، نظری و صالحی (۱۳۹۶) و داورانی و ناعمی (۱۳۹۷) همخوان و همراستا می باشد. از این رو، به مدیران ورزش کشور و متولیان امر داوری در ورزش کشور توصیه می شود که سعی در بهبود مهارت های ارتباطی داوران نمایند و یا داورانی را برای قضاوت در مسابقات انتخاب نمایند که از مهارت های ارتباطی مناسبی برخوردار باشند. همچنین در فرایند شرکت در دوره های داوری، سرفصلی را به آموزش فنون مهارت های ارتباطی در داوری اختصاص دهند.

فساد، حیطه بعدی مربوط به اخلاق در داوری است. شفيعی و افروزه (۱۳۹۷) در پژوهش خود بیان نمودند که داوران می توانند با اعمال تبانی برای برد در مسابقات منجر به فساد در ورزش گردند. در واقع، فساد در ورزش همیشه جزو مباحث برجسته در محافل علمی و ورزشی بوده است. پژوهش های زیادی در زمینه چرایی این پدیده انجام شده است، اما ورزش کشور کماکان شاهد بروز این پدیده در صحنه های رقابت های ورزشی می باشد. در سال های اخیر، به دلیل مشکلاتی که فساد در ورزش به وجود آورده، سعی در استفاده از ابزارهای کمکی شده است؛ از جمله استفاده از کمک داور ویدیویی^۲؛ اما این ابزار که در باشگاه های فوتبال سایر کشورها از آن استفاده می شود، بسیار گران و هزینه بر می باشد - رقمی بیش از ۳۰۰ هزار دلار برای هر ورزشگاه - ولی می تواند به عنوان یکی از راه های جلوگیری از فساد در ورزش مد نظر قرار گیرد. راه دیگری که به متولیان ورزش کشور توصیه می شود، برخورد قاطع با داوران خاطی است که البته وضع قوانین بازدارنده، نتایج مثبت بیشتری نسبت به برخورد قاطع دارد.

عدالت عامل بعدی شناسایی شده در زمینه مرامنامه اخلاق داوری است. رعایت عدالت در قضاوت های ورزشی از سوی داوران منجر به ایجاد جو آرامش و به دور از تنش در زمین و خارج از زمین مسابقه می گردد. درواقع رعایت عدالت برای داور - همچون قاضی - از قواعد قضاوت است (منصورى فیاض، ۱۳۹۱). نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش های نشاطی (۱۳۹۳)، بزرگزاد مقیم (۱۳۹۳) و مرادیان فارسانی و همکاران (۱۳۹۸) همخوان و همراستا می باشد. بنابراین به متولیان امر داوری در ورزش توصیه می شود که شرایط ایجاد عدالت در داوری را مهیا نمایند. البته لازمه مشاهده عدالت از سوی داوری، اعمال عدالت برای داوران است. تفاوت در پرداخت حق الزحمه داوران در رشته های مختلف و متفاوت با سایر کشورها منجر به سرخوردگی داوران می گردد و بی عدالتی در امر قضاوت را در پی دارد. بنابراین مدیران مربوطه باید زمینه های مالی و اجتماعی مناسبی را برای داوران مهیا نمایند.

عوامل فرهنگی - اجتماعی نیز از دیگر عوامل شناسایی شده در مرام‌نامه اخلاق داوری است. عوامل فرهنگی و اجتماعی بسیاری هستند که می‌توانند نشان‌دهنده اخلاق داور چه در محیط ورزش و چه خارج از محیط ورزش باشند. درک تفاوت‌های فرهنگی افراد (در زمین مسابقه) یکی از این موارد است. تفاوت‌های فرهنگی افراد منجر به واکنش متفاوت در مواجهه با یک عمل مشابه می‌گردد. داور با شناخت این تفاوت‌ها می‌تواند عکس‌العمل مناسبی از خود نشان دهد. رعایت هنجارهای اجتماعی در جامعه و در فضای مجازی، یکی دیگر از این مسائل است. نتایج پژوهش در این قسمت با نتایج پژوهش حلییان و همکاران (۱۳۹۳) همخوان و همراستا می‌باشد. بنابراین به متولیان امر داوری در ورزش توصیه می‌شود که رعایت عوامل فرهنگی - اجتماعی را به داوران خود گوشزد نمایند.

در نهایت عامل خانوادگی از جمله عوامل مؤثر در مرام‌نامه اخلاق داوری است. در صورتی که داوران، در محیط خانوادگی خود الگو باشند، می‌توانند نقش پررنگی در جامعه و شغل خود داشته باشند. بنابراین توصیه می‌شود که داوران، شرایط خانوادگی خود را کنترل نمایند تا بتوانند در محیط مسابقه اخلاق خوبی از خود به نمایش بگذارند.

بنابراین همان گونه که صفری جعفرلو و قربانی (۱۳۹۷) در پژوهش خود دریافتند می‌توان ارزش‌های اخلاقی را از طریق راهبردهای آموزشی، پژوهشی، ورزشی، اطلاع‌رسانی و مدیریتی توسعه داد. با توسعه رفتارهای اخلاقی از سوی دست‌اندرکاران ورزش به خصوص داوران می‌توان شاهد بهبود عملکرد کل سیستم ورزشی کشور بود (پیزی و استانگر^۱، ۲۰۱۹). همچنین رفتارهای اخلاقی منجر به انسجام بیشتر جامعه می‌گردد (گراپنسپرگر و تیساک^۲، ۲۰۱۸ و برمجو^۳ و همکاران، ۲۰۱۸).

یکی از بحث‌انگیزترین گروه‌ها در جهان ورزش، داوران هستند. امروز در جهان ورزش، به دلیل آنکه مقادیر زیادی پول در بسیاری از مسابقات شرط‌بندی می‌شود، ارزش‌های اخلاقی و پایبندی به آن برای داوران بسیار مهم قلمداد می‌شود. شاید بهترین تعبیر و تعریفی که از یک داور بتوان کرد این باشد: «داوران باید عدالت را تعریف و تقسیم کنند». آیا داوری که در این جمله جای بگیرد، روندی اخلاقی را نیز در داوری خود دنبال می‌کند؟ جواب تا حدودی مثبت است. داوران باید برای داشتن یک داوری صحیح و اخلاقی، اول آموزش و تعلیم کافی را در زمینه حرفه خود دیده باشند. برای همگام‌شدن با پیشرفت علم، داوری نیز باید به‌روز باشد. بنابراین شرکت داوران در کلاس‌های آموزشی جهت بالابردن سطح علم و آگاهی آنان در کنار داشتن تجربه و اعتمادبه‌نفس ضروری است. علاوه بر ماهیت نشاط‌آمیز ورزش و بار کنترل هیجانات مربیان، ورزشکاران و تماشاگران که داوران باید به آن توجه کنند، کمبود سطح علم و آگاهی و نداشتن اعتمادبه‌نفس در نگاه داوری، بر تنش‌ها بودن داوری یک مسابقه می‌افزاید. نکته دیگری که گاهی باعث ناداوری‌هایی در دنیای ورزش می‌شود، بحث مالی است. در بین کل جامعه ورزشی به جز تماشاگران که برای دیدن یک مسابقه حاضر به دادن پول هستند، داوران کمترین درآمد را دارند. بنابراین سازمان‌های ورزشی جامعه باید ضمن تأمین مالی داوران و توجه به تلاش مهم و تأثیرگذار این گروه از جامعه عظیم ورزشی، به تربیت و ارزشیابی داوران اهتمام ورزند. توجه به این امر باعث می‌شود پایبندی اخلاقی داوران، تحت‌الشعاع مسائل مالی قرار نگیرد. در اینجا به طبقه‌بندی استانداردهای اخلاقی داوران ورزشی نیز اشاره می‌شود:

1. Pizzi & Stanger
2. Graupensperger Tisak
3. Bermejo

- ۱- بی طرفی: داوران باید بی طرفانه و بدون تعصب و ابهام داوری کنند.
 - ۲- عدم وابستگی: داوران باید از هر آنچه آنها را از واقعیت، درستی و حقیقت دور می کند، اجتناب نمایند؛ مانند وابستگی به یک تیم، هدیه یا پول گرفتن، در استخدام یک تیم خاص بودن و
 - ۳- ادب و تواضع: داوران باید در نهایت تواضع و ادب، رفتارهای مطلوب اخلاقی با بازیکنان، مربیان، داوران دیگر، رسانه های گروهی و ... در پیش گیرند.
 - ۴- ارتقای دانش فنی: داوران باید درصدد پیشرفت خود از طریق آموزش، مطالعه، افزایش تجربه و ... باشند.
 - ۵- شرکت نکردن در فعالیت های ناجوانمردانه ورزشی: داوران نباید در قضاوت های خود عامل اقتصادی، نژاد، جنس، رنگ، سن، ناتوانی جسمی و ملیت و قومیت را در نظر بگیرند و منصفانه و جوانمردانه داوری کنند. به نظر می رسد برای داشتن یک داوری مناسب، اخلاقی و صحیح، پیروی از روند یاد شده ضروری است.
- در مجموع، به مدیران و متولیان ورزش و داوری ورزشی کشور پیروی از اصول مرام نامه حاضر در جهت بهبود و رشد عوامل اخلاقی در محیط های ورزشی توصیه می شود.

منابع

- ادیب حاج‌باقری، محسن؛ پرویزی، سرور و صلصالی، مهوش. (۱۳۹۴). روش‌های تحقیق کیفی. تهران: بشری
- باران چشمه، مهر علی و آفرینش خاکی، اکبر. (۱۳۹۴). «طراحی و تدوین نظام نامه اخلاقی تیم‌های ورزشی نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران». نشریه آموزش در علوم انتظامی. ۲، صص ۳۵-۵۲.
- بزرگ‌زاد مقیم، حسن. (۱۳۹۳). «طراحی و تدوین نظام نامه اخلاقی در رشته بدمیتون». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تفت، دانشکده علوم انسانی و تربیت بدنی.
- تاج‌بخش، علی. (۱۳۹۳). «مدل ارتقای سطح اخلاق ورزشی با رویکرد اخلاق اسلامی». پژوهش‌نامه اخلاق. ۷(۲۵)، صص ۴۵-۶۸.
- تقی‌زاده، علی. (۱۳۹۳). «طراحی و تدوین نظام نامه اخلاقی ورزش زورخانه ای استان خراسان جنوبی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی علوم ورزشی.
- حلبیان، سیمین؛ گودرزی، محمود و علیدوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۳). «شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای اخلاقی در ورزش حرفه ای ایران». پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. ۲(۲)، صص ۶۹-۸۷.
- خسروی‌زاده، اسفندیار؛ خلجی، حسن و مندعلی‌زاده، زینب. (۱۳۹۸). «تدوین منشور اخلاقی مربیان هیئت‌های ورزشی استان مرکزی». نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۶(۲)، صص ۳۷۴-۳۵۷.
- داورزنی، مریم و ناعمی، علی محمد. (۱۳۹۲). «تاثیر آموزش مهارت‌های ارتباطی با رویکرد دینی بر اخلاق حرفه ای و اهمال کاری شغلی کارکنان علوم پزشکی سبزوار». دانشگاه علوم پزشکی سبزوار. ۲۵(۲)، صص ۱۴۳-۱۵۰.
- رزاقی، محمدابراهیم؛ مهابی، قاسم و هنری، حبیب. (۱۳۹۳). «تعیین اعتبار و روایی نسخه فارسی پرسشنامه منش ورزشی». روانشناسی ورزشی. ۹، صص ۸۱-۹۲.
- شاهی‌آوینی، محبوبه؛ پورسلطانی، حسین و شجاع، رضا. (۱۳۹۶). «مقایسه نظام نامه اخلاقی بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی مربیان اروپیک». اولین همایش ملی انجمن علمی مدیریت ورزشی.
- شعبانی‌بهار، غلامرضا. (۱۳۹۴). اصول و مبانی تربیت‌بدنی و ورزش. همدان: انتشارات دانشگاه بوعلی سینا
- شفیع، شهرام و افروزه، حکیمه. (۱۳۹۷). «شناسایی و تبیین مؤلفه‌های مؤثر در بروز فساد در فوتبال ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. ۴۷، صص ۳۹-۶۶.
- صفری جعفرلو، حمیدرضا و قربانی، محمدحسین. (۱۳۹۷). «تحلیل کیفی اشاعه ارزش‌های اخلاقی ورزش در بین دانشجویان: مطالعه ای بر خاسته از داده‌ها». مدیریت ورزشی. ۹(۴)، صص ۶۳۵-۶۴۹.
- عرفانی، نصراله و پاساجو، علی. (۱۳۹۶). «راهکارهای توسعه اخلاق جوانمردی در بین ورزشکاران بخش قهرمانی استان همدان». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. ۷(۱۴)، صص ۱۷-۲۷.

- علی عسگری، ابراهیم و نیازی، قدرت‌الله. (۱۳۹۲). «نقش اخلاق در پیشگیری از قانون‌گریزی». اخلاق زیستی. ۹، صص ۱۲۲-۱۴۳.
- عیدی، حسین؛ شعبانی مقدم، کیوان و امیری، جهان. (۱۳۹۵). «هنجاریابی پرسشنامه‌ی اخلاق حرفه‌ای مربیان ورزشی». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۵(۱)، صص ۱۱-۲۱.
- فرامرز قراملکی، احد. (۱۳۹۷). اخلاق حرفه‌ای. چاپ ۱۲، انتشارات نشر مجنون
- مرادیان فارسانی، فرزین؛ ازمشا، طاهره؛ مهدی پور، عبدالرحمن و مرعشیان، سید حسین. (۱۳۹۸). «تدوین نظام‌نامه اخلاقی ورزشکاران فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۸(۱)، صص ۵۷-۶۸.
- منصوری فیاض، فاطمه. (۱۳۹۱). «داوری و مسئولیت داوران در مسابقات ورزشی از دیدگاه فقه و حقوق اسلام». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده الهیات و معارف اسلامی.
- میرصفیان، حمیدرضا. (۱۳۹۶). «سنجش دانش داوران فوتبال از مسائل حقوقی مرتبط با حرفه داوری». مطالعات مدیریت ورزشی. ۴۴، صص ۳۷-۵۰.
- میرصفیان، حمیدرضا و محمدی‌نژاد، آزاده. (۱۳۹۷). «بررسی نگرش، دانش و عملکرد داوران رشته‌های ورزشی پربرخورد در ارتباط با مسائل قانونی مرتبط با حرفه داوری». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۶(۲۲)، صص ۳۷-۵۲.
- نشاطی، حمیده. (۱۳۹۳). «طراحی و تدوین نظام‌نامه اخلاقی شناگران استان یزد». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تفت.
- نظری، رسول و صالحی، احمد. (۱۳۹۶). «ارائه مدل معادلات ساختاری تأثیر مهارت‌های ارتباطی بر مهارت‌های داوری و کارآمدی داوران لیگ برتر فوتبال ایران». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۵(۱۶)، صص ۴۹-۶۰.
- وینبرگ، ربرت آل و ریچاردسون، پگی آ. (۱۳۹۱). روان‌شناسی داوری. سیروس چوبینه. چاپ اول، تهران: انتشارات حتمی
- Bermejo, J. M., Borrás, P. A., Haces Soutullo, M. V., Ponseti, F. J. (2018). "IS FAIR PLAY LOSING VALUE IN GRASSROOTS SPORT?" Journal of Sport Psychology, Vol 27, PsyTool Supplement Suppl 3, pp. 1-5.
- Graupensperger, S. A., Tisak, M. S. (2018). "Moral Behavior in the Locker Room Predicts Perceptions of Task Cohesion in Youth Ice Hockey Player". J Hum Kinet. 65: 273-280.
- Gredin, N. V., Broadbent, D. P., Williams, A. M., & Bishop, D. T. (2019). "Judgement utility modulates the use of explicit contextual priors and visual information during anticipation". Psychology of Sport and Exercise, 101578. doi:10.1016/j.psychsport.2019.101578.
- Holloway, I., Wheeler, S. (2002). Qualitative research for nurses. 2nd edit. Oxford. Blachwell Science
- Kavussanu. M. (2019). "Understanding athletes' transgresses behavior: Progress and prospects". Psvchology of Sport and Exercise. doi:10.1016/i.nsvchsnort.2019.01.009.
- Pizzi. G.. & Stanger. N. (2019). "Consequences of teammate moral behavior: Linking team moral norms with cohesion and collective

- efficacy**". International Journal of Sport and Exercise Psychology, 1–17.
- Ring, C., Kavussanu, M., Mazanov, J., (2018). **"Self-other judgments of doping likelihood and anticipated guilt in hypothetical situations"**. Psychology of Sport & Exercise, doi:<https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2018.11.006>.
 - Sampol, P. P., Díaz, J. B., Borràs, P. A., Verdaguer, F. J. (2019). **"Effects of an educational intervention regarding fair play on sports team coaches"**. Journal of Human Sport and Exercise, 15(2): 1-13.
 - Sinclair, J., Papps, E., & Marshall, E. (2016). **"Nursing students' experiences of ethical issues in clinical practice: A New Zealand study"**. Nurse Education in Practice, 17, (1).
 - Stoeber, J., & Yang, H. (2016). **"Moral perfectionism and moral values, virtues, and judgments: Further investigations"**. Personality and Individual Differences, 88, 6–11.
 - Yukl, G. (2008). **"How leaders influence organizational effectiveness"**. The Leadership Quarterly, 19, pp: 708–722.
 - Zelyurt, M. K., Ataöocuğu, M. S. (2017). **"Original Article Social pressure factors aimed at football referees in Turkey: a study on the 2 nd league, 3 rd league and amateur league referees"**. Journal of Physical Education and Sport. 12(3): 107-116.

تدوین علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران

اسلام کریمی^۱
فریده شریفی فر^۲
رضا نیک بخش^۳

 10.22034/SSYS.2022.1708.2206

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۲۵

تحقیق حاضر درصدد تدوین علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران بوده است. از این منظر، داده های پژوهش با استفاده از رهیافت تحقیق کیفی و از نوع مطالعه دلفی، با تشکیل پنل ۱۳ نفره دلفی از خبرگان و صاحب نظران حوزه ورزش فوتبال در دو سطح دانشگاهی و اجرایی که با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند یا قضاوتی انتخاب شده بودند، از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته یا نیمه استاندارد (در راند اول دلفی) و پرسشنامه بسته (در راندهای دوم تا چهارم دلفی) گردآوری گردید. داده های تحقیق با استفاده از تحلیل مضمون و از نوع شبکه مضامین در راند اول دلفی و نیز ضریب هماهنگی کندال (W) برای دستیابی به اتفاق نظر و اجماع

۱- دکترای مدیریت منابع انسانی، دانشگاه تربیت مدرس و دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: F_sharififar@hotmail.com

۳- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

نهایی خبرگان نسبت به ترتیب اهمیت علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در راندهای بعدی مورد تحلیل قرار گرفته است. برای اعتبار سنجی یافته‌های کیفی از روش ارزیابی اعتبار به شیوه ارتباطی و نیز روش ممیزی و برای پایایی سنجی ابزار از روش قابلیت تکرارپذیری و نیز قابلیت انتقال یا تعمیم‌پذیری استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش در چهار راند دلفی نشان داده است که علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران متشکل از علل ساختاری (کلان) با ۱۰ متغیر و با اولویت متغیر برخورداری از ساختار اقتصادی مطلوب در فوتبال، سازمانی (میان) با ۹ متغیر و با اولویت متغیر درآمدزایی از طریق بازاریابی و جذب حامیان مالی و کنشی (خرد) با ۱ متغیر (استقلال و آزادی عمل مربیان و متخصصان فوتبال) بوده است.

واژگان کلیدی: مدیریت راهبردی، فدراسیون فوتبال، علل ساختاری، علل سازمانی و علل کنشی.

مقدمه

ورزش پدیده‌ای است با ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به ترتیبی که بخش قابل توجهی از جمعیت جهان را درگیر خود کرده است. امروزه ورزش در سرتاسر جهان روند رو به رشدی دارد و کشور ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست. گرایش رو به رشد مردم به ورزش باعث شده است تا ورزش روند درآمدزایی درخور ملاحظه‌ای را تجربه کند و سهم بسزایی در اقتصاد کشورها داشته باشد (محسنی فر، دوستی و تابش، ۱۳۹۹: ۱۸). در میان فعالیت‌های مختلف ورزشی، فوتبال یکی از پرطرفدارترین و محبوب‌ترین ورزش‌ها در پهنه بین‌الملل قلمداد می‌گردد؛ تا آنجا که بسیاری از کشورهای پنج‌قاره آن را در ردیف ورزش ملی خود قرار داده‌اند. لبریز بودن ورزشگاه‌ها از تماشاگران در دیدارهای داخلی، منطقه‌ای و قاره‌ای و برخورداری از بینندگان چند صد میلیونی پخش تلویزیونی، فوتبال را به عنوان مردمی‌ترین ورزش جهان معرفی نموده است (ناصح، اکبر یزدی و الهی، ۱۳۹۹: ۲). ورزش فوتبال با داشتن بیش از ۲۰۹ عضو در فدراسیون بین‌المللی فوتبال، ۲۰۷ هزار فوتبالیست حرفه‌ای، ۲۲۵ میلیون بازیکن غیرحرفه‌ای و ۳/۴ میلیارد طرفدار، یکی از رایج‌ترین ورزش‌ها در جهان محسوب می‌شود (رفیعی، امانی شلمزاری و علم، ۱۳۹۷: ۳۸). در کشور ما نیز فوتبال و فوتسال رایج‌ترین و پرطرفدارترین ورزش‌ها هستند و در مقایسه با تمامی ورزش‌ها بیشترین تعداد ورزشکار و طرفدار را دارند. عنوان بیشتر مجلات ورزشی داخل کشور به ورزش فوتبال اختصاص دارد. طبق برآوردها، هر روز ۹۰ درصد از عنوان روزنامه‌های ورزشی مختص رشته فوتبال است (همان، ص ۳۸).

علاوه بر آن، امروزه با افزایش ارتباطات و حضور فناوری‌های جدید، ما شاهد تغییرات وسیعی در کلیه فعالیت‌ها در دنیا هستیم. فوتبال هم مانند دیگر فعالیت‌ها از این قاعده مستثنی نبوده و تغییرات فراوانی را در جهت پیشرفت و حرفه‌ای شدن پشت سر گذاشته است تا به صنعتی شدن برسد. استفان مورو (۱۹۹۹) در کتاب خود به نام «تجارت جدید فوتبال» موارد زیادی را به عنوان تغییرات وسیع فوتبال در دهه گذشته نام برده که صنعتی و تجاری شدن ورزش فوتبال را در پی داشته‌اند: حضور باشگاه‌ها در بازار بورس سهام، حضور تلویزیون‌های ماهواره‌ای برای ضبط و پخش فوتبال، ظهور نوع جدید باشگاه‌داری در رشته فوتبال، افزایش درآمدهای حاصل از فروش محصولات باشگاه‌های حرفه‌ای، جهانی شدن بازار نقل و انتقالات بازیکنان فوتبال، پیدایش آژانس‌های فروش بلیط برای پیش فروش بلیط مسابقات فوتبال، افزایش قیمت بلیط‌های ورودی باشگاه‌های فوتبال، اعطای پاداش کلان به بازیکنان و رفت و آمد در دادگاه‌ها برای حفظ حقوق بازیکن و باشگاه (نقل از نقدی، کاغذیان و افشارپی، ۱۳۹۲: ۲۲ و ۲۳). همچنین خرید و فروش وسایل و کالاها با آرم باشگاه‌های حرفه‌ای، معامله‌های چند صد میلیون دلاری برای تبلیغات اطراف زمین و کسب درآمدهای کلان از محل حق پخش تلویزیونی مسابقات همگی نقش به‌سزایی در توسعه صنعت فوتبال ایفا نموده‌اند (دوستی، ۱۳۹۵: ۲۲۱).

با توجه به محبوبیت ورزش فوتبال، علاقه‌مندان بسیاری در سراسر جهان رویدادهای مهم این ورزش جذاب را دنبال می‌کنند که این مسئله فرصت‌های فرهنگی-اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بسیاری را در اختیار کشورها و افراد مختلف قرار می‌دهد. لذا می‌توان کارکردهای متعددی را برای صنعت فوتبال بر شمرد:

۱- کارکرد های فرهنگی و اجتماعی صنعت فوتبال: شامل الف- نقش فوتبال در تقویت هویت ملی (منظمی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۹۸ و فاضلی، ۱۳۹۱: ۱۶۰)؛ ب- نقش فوتبال در تسهیل فرایند جامعه پذیری (باقری و قدیری، ۱۳۹۶: ۱۱۵)؛ ج- نقش فوتبال در گذران اوقات فراغت (باقری و قدیری، ۱۳۹۶: ۱۱۵)؛ د- ورزش به مثابه ابزار کنترل اجتماعی (زرگر، ۱۳۹۴: ۳۵).

۲- کارکرد های سیاسی صنعت فوتبال: شامل الف- گسترش ارتباطات و دستیابی به صلح جهانی (لورمور و بودر، ۱۳۹۱: ۱۰۴ و زرگر، ۱۳۹۴: ۲۷)؛ ب- فرایند ملت سازی از طریق فوتبال (فاضلی، ۱۳۹۱: ۱۶۰ و ۱۶۱)؛ ج- کسب افتخار و پرستیژ در عرصه بین المللی (زرگر، ۱۳۹۴: ۱۰).

۳- کارکرد اقتصادی صنعت فوتبال: شامل الف- درآمد روز مسابقه؛ ب- حق پخش رسانه ای؛ ج- تجارت از طریق ورزشگاه، اعطای امتیاز نام و مارک باشگاه برای فعالیت های اقتصادی، فروشگاه ها، خرید و فروش بازیکن و حامیان مالی (نقدی، کاغذیان و افشارپی، ۱۳۹۲: ۲۷-۲۳).

تحول ماهیت فوتبال به لحاظ اقتصادی سبب شده تا منافع و مصالح بسیاری جهت سرمایه گذاری برانگیخته شود. در نتیجه دامنه گسترده ای از منابع انسانی، مادی، مالی و... به سوی فوتبال روی آورده اند. یکی از این منابع، سرمایه گذاری های بخش خصوصی داخلی و خارجی در حوزه ورزش فوتبال است. این امر در بیشتر کشورهای توسعه یافته اروپایی نظیر آلمان، اسپانیا، انگلستان و... و نیز آسیایی نظیر ژاپن و کره جنوبی مورد اقبال و توجه جدی قرار گرفته است. این در حالی است که مروری بر سوابق تجربی داخلی پیرامون آسیب شناسی ورزش فوتبال در کشور نشان می دهد که فوتبال ایران در زمینه های مختلف ساختاری، سازمانی و کنشی با موانع و چالش های جدی رو به رو می باشد:

الف- ساختاری: از جمله آسیب ها و موانع و چالش های ساختاری حاکم بر ورزش فوتبال کشور را می توان موارد ذیل برشمرد: حضور مردان سیاسی و مداخله نظام مدیریت دولتی در حوزه مدیریت فوتبال و ضعف استقلال در تصمیم گیری مدیران فدراسیون فوتبال ایران (رضایی صوفی و همکاران، ۱۳۹۴)؛ موانع و چالش های خصوصی سازی و دولتی بودن باشگاه ها و وابستگی شدید مالی به دولت (دلدار و همکاران، ۱۳۹۵ و ترابی و همکاران، ۱۳۹۴)؛ نبود نظارت و کنترل مستمر بر فعالیت فدراسیون و نیز عدم شفافیت صورت های مالی (ترابی و همکاران، ۱۳۹۴)؛ وجود موانع و چالش های اقتصادی حاکم بر کشور (صفری و احمدی راد، ۱۳۹۷)؛ وجود مشکلات قانونی و حقوقی حاکم بر فوتبال کشور (دلدار و همکاران، ۱۳۹۵، عسگریان و آزادیان، ۱۳۹۱ و صفری و احمدی راد، ۱۳۹۷)؛ وجود مشکلات و چالش ها فرهنگی (دلدار و همکاران، ۱۳۹۵ و صفری و احمدی راد، ۱۳۹۷)؛ نداشتن برنامه راهبردی و نیز عدم برنامه ریزی بلند مدت (عیدی پور و همکاران، ۱۳۹۴).

ب- سازمانی: از جمله آسیب ها، موانع و چالش های سازمانی حاکم بر ورزش فوتبال کشور را می توان موارد ذیل برشمرد: ضعف مدیریتی و نابسامانی نظام باشگاه داری حرفه ای (صفری و احمدی راد، ۱۳۹۷ و عیدی پور و همکاران، ۱۳۹۴)؛ نداشتن روش های اصولی استعدادیابی (عیدی پور و همکاران، ۱۳۹۴)؛ نامناسب بودن باشگاه های ورزشی و کیفیت نامطلوب فضاهای ورزشی باشگاه های کشور (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۶)؛ ضعف بازاریابی، کمبود سرمایه گذاران و حامیان مالی در رشته فوتبال و فقدان بسترهای جذب حامیان مالی بین المللی (عسگریان و آزادیان، ۱۳۹۱)؛ وجود موانع مختلف در جذب حامیان مالی (عیدی پور و همکاران، ۱۳۹۴)؛ فقدان اهمیت به

جنبه‌های تکنیکی در باشگاه‌ها (عسگریان و آزادیان، ۱۳۹۱)؛ استفاده محدود از مدیران خلاق و با تخصص‌های تجاری و مالی در فوتبال (ترابی و همکاران، ۱۳۹۴)؛ فقدان توجه و اهمیت به منطق هزینه-فایده در باشگاه‌های فوتبال کشور (عیدی پور و همکاران، ۱۳۹۴)؛ امتناع صدا و سیما از پرداخت حق پخش تلویزیونی (ترابی و همکاران، ۱۳۹۴)؛ وجود موانع و چالش‌های رسانه‌ای (عسگریان و آزادیان، ۱۳۹۱) و بهره‌گیری اندک از نیروی انسانی متخصص از سوی باشگاه‌های فوتبال (عیدی پور و همکاران، ۱۳۹۴).

ج- کنشی: از جمله آسیب‌ها و موانع و چالش‌های کنشی حاکم بر ورزش فوتبال کشور را می‌توان موارد ذیل برشمرد: کمبود مربیان و متخصصان در فوتبال کشور (عیدی پور و همکاران، ۱۳۹۴)؛ عدم آگاهی مدیران باشگاه‌ها از روش‌های نوین تأمین مالی در سطوح مختلف (ترابی و همکاران، ۱۳۹۴) و تغییر سبک زندگی مردم به سمت عدم فعالیت بدنی و زندگی ماشینی (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۶).

وجود این آسیب‌ها و مشکلات در سطوح مختلف فوتبال کشور در حالی مطرح است که در طرح چشم‌انداز توسعه فوتبال آسیا، «کنفدراسیون فوتبال آسیا»^۱ (۲۰۰۴) به منظور توسعه و پیشرفت فوتبال، اهداف مختلفی مانند توجه به امور استعدادیابی و فوتبال پایه، بهبود رهبری، آموزش و تربیت پرسنل از جمله داوران، مربیان و سایر کارشناسان، بازاریابی، امور پزشکی ورزشی، رسانه‌ها، ورزش زنان، فوتسال و هواداران را پیشنهاد کرده است (نقل از شفیعی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۲۱). علاوه بر آن، کنفدراسیون فوتبال آسیا (۲۰۱۹) در سال‌های اخیر با طراحی برنامه‌های جدید با جدیت به دنبال توسعه فوتبال و تبدیل کنفدراسیون به یک سازمان پویا و آینده‌نگر است؛ سازمانی که کاملاً بر کمک به اعضای خود، متمرکز شده تا پیشرفت‌های جدیدی در دهه‌های آینده در آسیا رقم بخورد (به نقل از گوهری، ۱۳۹۹: ۱۰۴).

از سوی دیگر، تلاطم محیطی در سال‌های اخیر، سازمان‌ها را مجبور به واکنش‌های متعدد و سریع نموده است. امروزه مدیریت به عنوان یک واقعیت غیرقابل انکار برای حفظ و ارتقای توان خود جهت رقابت و ادامه حیات باید همواره تغییرات محیطی را مدنظر داشته باشند و خود را با آن تطبیق دهد (جاویدی کرمانی نژاد و امینی، ۱۳۹۵: ۱۳۴). در این میان، فرآیند مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی یک نگرش و تجزیه و تحلیلی از سازمان و محیط مربوط به آن را ارائه می‌کند، شرایط فعلی سازمان را توضیح می‌دهد و عوامل کلیدی مؤثر بر موفقیت آن را شناسایی می‌نماید. هر سازمان نیازمند به یک نقشه‌ای است که از طریق آن بتواند جایی را که می‌خواهد به آنجا برود مشخص کند و نشان دهد که چگونه باید به آنجا برسد (کاشف، سیدعامری، احمدی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۸).

هدف اصلی برنامه‌ریزی راهبردی، تعیین ماهیت یا منشور سازمان و هدایت مسیر آن می‌باشد؛ به گونه‌ای که بتوان از این طریق به تغییرات سریع محیطی نیز پاسخ موثر و فعال داد. برنامه‌ریزی راهبردی، شناسایی رسالت و وظایف اصلی هر سازمان و اتخاذ تدابیر راهبردی برای اجرای اهداف را در بر می‌گیرد (رضایی صوفی، شعبانی و خداپرست، ۱۳۹۴: ۲۲۷ و ۲۲۸). به تعبیر فرد. آر. دیوید^۲ (۱۹۹۹) برنامه‌ریزی راهبردی را ابزار مدیریتی توانمندی تعریف می‌کند که برای کمک به

1. Asian Football Confederation (AFC)
2. David

سازمان ها طراحی می شود تا آنها به صورت رقابتی خود را با تغییرات پیش بینی شده محیط تطبیق دهند. از نقطه نظر سونگ بوم و پاتریک^۱ (۲۰۱۱) برنامه ریزی راهبردی یعنی اینکه در کجا هستید، به کجا می خواهید بروید، چگونه و با چه وسیله ای می خواهید بروید، چه وقت می خواهید به مقصد برسید، چه کسی وسیله را هدایت می کند و چه مقدار برای این سفر هزینه خواهید نمود (نقل از فره و کلهر، ۱۳۹۴: ۱۱۹). لذا با این تعارف، به تعبیر دیوید (۱۹۹۹) مدیریت راهبردی عبارت است از: هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیمات وظیفه ای چندگانه که سازمان را قادر می سازد به اهداف بلند مدت خود دست یابد. هوی و همکاران^۲ (۲۰۱۵) معتقدند که فرایند مدیریت راهبردی از تحلیل راهبرد (داخلی و خارجی) آغاز می گردد. با استفاده از مأموریت، چشم انداز و اهداف هدایت می شود. سپس راهبرد توسعه می یابد، پیاده سازی می شود و در نهایت مورد ارزیابی قرار می گیرد (نقل از وحدانی، حمیدی، خبیری و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۸).

علاوه بر آن، بررسی عملکرد سازمان های ورزشی نشان می دهد که آن سازمان هایی که برای انجام مأموریت و دستیابی به اهداف خود از مدیریتی قوی و مبتنی بر برنامه ریزی راهبردی استفاده کرده اند، توانسته اند در فعالیت های مختلف از جمله ورزش قهرمانی و تأمین منابع مورد نیاز به موفقیت های چشم گیری دست یابند (فره و کلهر، ۱۳۹۴: ۱۱۸). در این زمینه اوگرینیو و همکاران^۳ (۲۰۱۷) در پژوهش خود بیان داشته اند که اگر مدیران ورزشی خواهان ایجاد مزیت رقابتی در محیط کسب و کار پیچیده ورزش و کسب سود اقتصادی بالا می باشند، ناگزیرند که به واسطه تجزیه و تحلیل عوامل مختلف (درونی و بیرونی) به یک برنامه ریزی راهبردی برای بخش ورزش دست پیدا کنند و آن را عملیاتی و ارزیابی نمایند. اندرس و هاوون^۴ (۲۰۱۵) در پژوهش خود نشان داده اند که بسیاری از تغییرات در فوتبال حرفه ای بین المللی طی ۱۰-۱۵ سال گذشته تأثیر قابل توجهی در موفقیت برخی باشگاه ها داشته است؛ از جمله این تغییرات می توان به درآمد، تراز نقل و انتقالات و موفقیت های مالی و ورزشی اشاره کرد. همچنین فرکینز و شیلپوری^۵ (۲۰۱۰) در تحقیق خود نقش برنامه ریزی راهبردی و بلند مدت در سازمان های ورزشی ملی را همانند پل موفقیت به اهداف می دانند و بر آن عقیده اند که بدون داشتن چشم انداز، اهداف و برنامه های بلند مدت سازمان های ورزشی نباید متوقع هیچگونه موفقیتی در سطوح مختلف محلی، ملی و منطقه ای بود. علاوه بر آن، کارتاکاولیس و همکاران^۶ (۲۰۱۳) نیز در پژوهش خود نشان داده اند که باشگاه های فوتبال نیاز به مدیریت منابع راهبردی دارند که به صورت روشمند برنامه ریزی، اجرا و ارزیابی شوند. در نهایت آنی تیجانددل^۷ (۲۰۱۶) در پژوهش خود دریافت که سازمان های ورزشی از طریق ایده های خلاقانه و جدید سازگار، تجدید و توسعه می یابند. به عبارت دیگر، از طریق راهبرد، مدیریت راهبردی و نوآوری ورزش مدرن شکل می گیرد و بهبود می یابد. لذا نوآوری در ورزش و مدیریت راهبردی نوآوری های ورزشی برای بهبود عملکرد ورزشی بسیار مهم و حیاتی است.

1. Sang-bum & Patrik
2. Hoye et al.
3. Avgerinou et al.
4. Andras & Havran
5. Ferkins & Shelbourne
6. Kartakoullis et al.
7. Tjonndal., A

بنابراین، برنامه راهبردی به سازمان های ورزشی کمک می کند تا موقعیت رقابتی خود را بهتر بفهمند و از اولویت های ورزشکاران، تماشاگران، سایر اعضا و نیز وضعیت مالی خود آگاهی یابند. این برنامه چشم انداز و گام هایی که یک سازمان نیاز دارد تا به اهداف خود دست پیدا کند را تعیین می کند. لذا می توان اذعان نمود با چنین اندیشه ای سازمان های مزبور علاوه بر داشتن برنامه راهبردی و چشم انداز شفاف، به دنبال حضوری موفق در عرصه های ملی و بین المللی نیز هستند و امیدوارند با اجرای این راهبردها به اهداف تعیین شده، با حداقل انرژی و منابع دست یابند. استفاده از برنامه ریزی راهبردی در سازمان های ورزشی منجر به انجام اثر بخش تر و کارآمدتر مسئولیت ها، توسعه اصول و آرمان، رشد اصولی تر ورزش حرفه ای، قهرمانی و همچنین کسب جایگاه بهتر در عرصه های ملی و بین المللی می گردد (تابش، الهی و اکبری یزدی، ۱۳۹۵: ۲۳۰). با توجه به مطالب فوق، داشتن مدیریت و برنامه راهبردی جهت بهبودی در زمینه های مختلف ورزش فوتبال کشور ضروری به نظر می رسد. از این منظر پژوهش حاضر بر آن است تا با استفاده از رهیافت پژوهش کیفی از نوع مطالعه دلفی به تدوین علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران مبادرت بورزد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ ماهیت تحقیق در زمره تحقیقات اکتشافی، به لحاظ راهبرد تحقیق دارای راهبرد استقرایی، به لحاظ ماهیت داده در زمره رهیافت تحقیق کیفی و از نوع مطالعه دلفی قلمداد می گردد. از این منظر، در این تحقیق به منظور کشف و شناسایی علل و متغیرهای تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران، ابتدا یک پل ۱۳ نفر دلفی متشکل از خبرگان و صاحب نظران حوزه ورزش فوتبال شامل اساتید دانشگاهی، مدیران، مربیان، بازیکنان و خبرنگاران ورزشی که با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند یا قضاوتی انتخاب شده بودند؛ تشکیل گردید. به منظور گردآوری اطلاعات تحقیق، در راند اول دلفی از مصاحبه ای نیمه ساختار یافته (نیمه استاندارد) و در راندهای بعدی (راندهای دوم تا چهارم) از پرسشنامه بسته مأخوذ از مضامین به دست آمده راند اول دلفی استفاده شد.

برای تحلیل داده ها از تحلیل مضمون (تم) به واسطه انجام فرایند کدگذاری نظری در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی به منظور کشف مضامین یا علل و متغیرهای تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در فاز اول دلفی و نیز ضریب همابستگی کندال (W^1) برای دست یابی به اجماع نهایی خبرگان نسبت به ترتیب اهمیت علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در راندهای بعدی استفاده شده است. جدول ۱، چگونگی تفسیر مقادیر گوناگون ضریب همابستگی کندال (W) را نشان می دهد:

جدول ۱. تفسیر مقادیر گوناگون ضریب همابستگی کندال

مقدار W	تفسیر (اتفاق نظر)	اطمینان نسبت به ترتیب عوامل
۰/۱	اتفاق نظر بسیار ضعیف	وجود ندارد
۰/۳	اتفاق نظر ضعیف	کم
۰/۵	اتفاق نظر متوسط	متوسط
۰/۷	اتفاق نظر قوی	زیاد
۰/۹	اتفاق نظر بسیار قوی	بسیار زیاد

علاوه بر آن، جهت اعتبارسنجی (قابلیت اطمینان و باور پذیری) یافته های مطالعه دلفی از دو روش الف- ارزیابی اعتبار به شیوه ارتباطی (رجوع به مصاحبه شوندگان)؛ ب- روش ممیزی (رجوع به اساتید و صاحب نظران حوزه مدیریت ورزشی) استفاده شد. همچنین جهت پایایی سنجی مطالعه دلفی از دو روش قابلیت تکرارپذیری (به واسطه ضریب پایایی و توافق درونی بین دو کدگذار- محقق با محقق همکار- در فرایند کدگذاری و رفع ناهماهنگی های به وجود آمده) و قابلیت انتقال یا تعمیم پذیری (از طریق انجام روش نمونه گیری هدفمند به صورت منظم و جامع از سطوح مختلف نخبگانی حوزه ورزش فوتبال در پتل دلفی) استفاده گردید (فلیک^۱؛ ۲۰۰۶: ۴۱۵، ساروخانی، ۱۳۹۳: ۲۸۹ و استراوس و کوربین^۲؛ ۲۰۱۸: ۲۸۳ و ۲۸۴). جدول ۲، مشخصات مصاحبه شوندگان در مطالعه دلفی را نشان می دهد:

جدول ۲. مشخصات مصاحبه شوندگان در مطالعه دلفی

ردیف	جنس	تحصیلات	سن	شغل	رشته تحصیلی
۱	مرد	دکتری	۶۲	سرمربی	مدیریت و برنامه ریزی ورزشی
۲	مرد	لیسانس	۴۷	سرمربی	تربیت بدنی و علوم ورزشی
۳	مرد	لیسانس	۳۶	مربی	تربیت بدنی و علوم ورزشی
۴	مرد	لیسانس	۵۵	داور بازنشسته	کارشناس مخابرات و داور درجه یک فوتبال
۵	مرد	دکتری	۴۷	داور بازنشسته	مدیریت تربیت بدنی و علوم ورزشی و داور درجه یک فوتبال
۶	مرد	لیسانس	۴۳	خبرنگار ورزشی فوتبال	علوم ارتباطات اجتماعی
۷	مرد	فوق لیسانس	۴۵	خبرنگار ورزشی فوتبال	روزنامه نگاری
۸	مرد	دیپلم	۶۳	پیشکسوت فوتبال	علوم انسانی
۹	مرد	دیپلم	۶۵	پیشکسوت فوتبال	علوم انسانی
۱۰	مرد	دکتری	۴۴	استادیار دانشگاه	مدیریت و برنامه ریزی ورزشی
۱۱	مرد	دکتری	۵۵	دانشیار دانشگاه	مدیریت و برنامه ریزی ورزشی
۱۲	مرد	دکتری	۵۲	رئیس گروه سازمان	مدیریت و برنامه ریزی ورزشی
۱۳	مرد	لیسانس	۲۸	تربیت بدنی بایکن فوتبال	تربیت بدنی و علوم ورزشی
جمع		۱۳ نفر			

یافته های پژوهش

- یافته های راند اول دلفی: کشف علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران

در راند اول دلفی، براساس مروری که بر سوابق تجربی و نیز نظری مرتبط با موضوع تحقیق شده است، مصاحبه نیمه ساختار یافته (نیمه استاندارد) شامل سئوالات باز، ساخت گذاری شده و نیز مواجه ای تهیه و تنظیم شد. آنگاه سئوالات مصاحبه در اختیار پتل ۱۳ نفره خبرگان حوزه ورزش فوتبال قرار گرفت. پس از تکمیل، داده های حاصل از مصاحبه نیمه ساختار یافته استخراج و در

1. Felik

2. Astrauss and Karbin

قالب گزاره های خبری نگاشته شد. سپس فرایند کدگذاری نظری برای دست یابی به علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در ذیل تحلیل مضمون و از نوع شبکه مضامین انجام شد. برای دستیابی به شبکه مضامین باید مراحل زیر انجام می گرفت:

الف- کشف مضامین اصلی و یا مفاهیم پایه ای (همان شناسه ها و نکات کلیدی متن)؛ ب- کشف مضمون های سازمان یافته (مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضمون های پایه)؛ ج- کشف مضمون های فراگیر (مضامین عالی در برگیرنده اصول حاکم بر متن به عنوان یک کل) (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۷۰-۱۵۹). بنابراین، علل تأثیرگذار شناسایی شده بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در راند اول دلفی به شرح زیر می باشند:

الف- علل ساختاری (کلان) شامل متغیرهای ذیل می باشد: ۱- عدم استقلال و وابستگی فدراسیون فوتبال و باشگاه ها به دولت؛ ۲- سوء استفاده سیاسی از صنعت فوتبال؛ ۳- توجه به خصوصی سازی در صنعت فوتبال؛ ۴- شفافیت و مکانیسم های نظارتی در فوتبال؛ ۵- وجود فساد و مافیای فوتبال؛ ۶- شرایط تحریمی حاکم بر صنعت فوتبال؛ ۷- برخورداری از ساختار سازمانی حرفه ای استاندارد در فوتبال؛ ۸- نداشتن سند چشم انداز و برنامه مدون از سوی فدراسیون و باشگاه ها؛ ۹- توجه به کمیته آموزش در ساختار فدراسیون؛ ۱۰- توجه به فرهنگ سازی در فوتبال؛ ۱۱- برخورداری از ساختار اقتصادی مطلوب در فوتبال؛ ۱۲- توجه به مسائل حقوقی و قانونی در صنعت فوتبال.

ب- علل سازمانی (میان) شامل متغیرهای ذیل می باشد: ۱- عدم برخورداری از امکانات سخت افزاری از سوی باشگاه ها؛ ۲- توجه به اعمال مدیریت دانش در صنعت فوتبال؛ ۳- توجه به مدیریت مشارکتی در فوتبال؛ ۴- برخورداری از مدیران فوتبالی در ورزش فوتبال؛ ۵- توجه به استعدادیابی و آموزش فوتبال پایه؛ ۶- توجه به نخبه گرایی و شایسته سالاری در فوتبال؛ ۷- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با رسانه ها؛ ۸- برخورداری از رسانه های مستقل و حرفه ای در ورزش فوتبال؛ ۹- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با مردم؛ ۱۰- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با دانشگاه ها؛ ۱۱- درآمدزایی از طریق بازاریابی و جذب حامیان مالی.

ج- علل کنشی (خرد) شامل متغیرهای ذیل می باشد: ۱- نبود نیروهای متخصص و حرفه ای در فوتبال؛ ۲- استقلال و آزادی عمل مربیان و متخصصان فوتبال.

- یافته های راند دوم دلفی: مشخص نمودن اتفاق نظر خبرگان نسبت به ترتیب اهمیت علل

تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران

در راند دوم دلفی به منظور مشخص نمودن اتفاق نظر خبرگان نسبت به ترتیب اهمیت علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران، پرسشنامه ساخت یافته ای از علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) و متغیرهای آنها براساس طیف لیکرت ۵ درجه ای از ۱ (کاملاً مخالف) تا ۵ (کاملاً موافق) تنظیم و برای ارزیابی در اختیار اعضای پنل قرار گرفت تا نظرات خود را نسبت به متغیرهای علل سه گانه ساختاری، سازمانی و کنشی برحسب میزان تأثیرگذاری آنها ارائه نمایند. داده های استخراج شده براساس ضریب همابستگی کندال (W) در راستای دست یابی به اتفاق نظر و اطمینان نسبت به ترتیب اهمیت علل، مورد تحلیل قرار گرفته است. جدول ۳، نظر خبرگان درباره میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در راند دوم دلفی را براساس ضریب همابستگی کندال (W) نشان می دهد:

جدول ۳. نظر خبرگان درباره میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در راند دوم دلفی براساس ضریب هماهنگی کندال (W)

علل	متغیر	تعداد کل	حداقل (کمینه)	حداکثر (بیشینه)	میانگین رتبه	رتبه	بیشترین فراوانی اجماع	میزان توافق (W) (مقدار)	تفسیر (اتفاق نظر)
الف - ساختاری (کلان)	۱- عدم استقلال و وابستگی فدراسیون فوتبال و باشگاه ها به دولت	۱۳	۴	۵	۱۰/۱۹	۱	۱۲	۰/۹۲	بسیار قوی
	۲- سوء استفاده سیاسی از صنعت فوتبال	۱۳	۱	۴	۲/۷۷	۱۲	۴	۰/۳۰	ضعیف
	۳- توجه به خصوصی سازی در صنعت فوتبال	۱۳	۳	۵	۸/۲۷	۳	۷	۰/۵۳	متوسط
	۴- شفافیت و مکانیسم های نظارتی در فوتبال	۱۳	۳	۵	۸/۰۴	۵	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط
	۵- وجود فساد و مافیای در فوتبال	۱۳	۱	۵	۳/۰۴	۱۱	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط
	۶- شرایط تحریمی حاکم بر صنعت فوتبال	۱۳	۲	۵	۴/۱۹	۱۰	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط
	۷- برخورداری از ساختار سازمانی حرفه ای	۱۳	۳	۵	۸/۱۵	۴	۷	۰/۵۳	متوسط
	۸- نداشتن سند چشم انداز و برنامه مدون از سوی فدراسیون و باشگاه ها	۱۳	۱	۴	۴/۶۲	۹	۸	۰/۶۱	متوسط
	۹- توجه به کمیته آموزش در ساختار فدراسیون	۱۳	۳	۵	۶/۸۸	۷	۹	۰/۷۰	قوی
	۱۰- توجه به فرهنگ سازی در فوتبال	۱۳	۳	۵	۴/۶۹	۸	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط
	۱۱- برخورداری از ساختار اقتصادی مطلوب در فوتبال	۱۳	۴	۵	۹/۶۹	۲	۱۱	۰/۸۴	قوی

۱۳	۴	۵	۷/۴۶	۶	۹	۰/۷۰	قوی	۱۲- توجه به مسائل حقوقی و قانونی در صنعت فوتبال مقدار و سطح معناداری ضریب همبستگی کندال (W)
Kendall's W: 0/573 Sig: 0.000								۱- عدم برخورداری از امکانات سخت افزاری از سوی باشگاه ها
۱۳	۳	۵	۶/۱۲	۶	۸	۰/۶۱	متوسط	۲- توجه به اعمال مدیریت دانش در صنعت فوتبال
۱۳	۱	۵	۲/۵۸	۱۱	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط	۳- توجه به مدیریت مشارکتی در فوتبال
۱۳	۳	۵	۵/۳۵	۱۰	۵	۰/۳۹	ضعیف	۴- برخورداری از مدیران فوتبالی در ورزش فوتبال
۱۳	۳	۵	۶/۳۱	۴	۷	۰/۵۳	متوسط	۵- توجه به استعدادیابی و آموزش فوتبال پایه
۱۳	۴	۵	۸/۱۵	۲	۱۰	۰/۷۷	قوی	۶- توجه به نخه گرایی و شایسته سالاری در فوتبال
۱۳	۳	۵	۶/۲۳	۵	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط	۷- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با رسانه ها
۱۳	۳	۵	۶/۴۶	۳	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط	۸- برخورداری از رسانه های مستقل و حرفه ای در ورزش فوتبال
۱۳	۳	۵	۵/۴۶	۸	۷	۰/۵۳	متوسط	۹- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با مردم
۱۳	۳	۵	۵/۰۸	۹	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط	۱۰- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با دانشگاه ها
۱۳	۴	۵	۸/۶۲	۱	۱۱	۰/۸۴	قوی	۱۱- درآمدزایی از طریق

ب-
سازمانی (میانه)

Kendall's W: 0/272 Sig: 0.000							
ضعیف	۰/۳۰	۴	۲	۱/۳۱	۵	۲	۱۳
متوسط	۰/۵۳	۷	۱	۱/۶۹	۵	۳	۱۳
Kendall's W: 0/275 Sig: 0.059							
Kendall's W: 0/404 Sig: 0.000							

همان گونه که یافته های جدول ۳ نیز نشان می دهد، در راند دوم دلفی بین خبرگان حوزه ورزش فوتبال در زمینه ترتیب اهمیت میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در سطح خطای ۰/۰۱ اتفاق نظر وجود دارد ($P < 0/01$). علاوه بر آن، بیشترین اتفاق نظر خبرگان نسبت به ترتیب اهمیت میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران پیرامون متغیرهای ساختاری با مقدار ۰/۵۷۳ مشاهده شده است. همچنین مقایسه میزان توافق (ضریب توافق) خبرگان نسبت به متغیرهای علل سه گانه ساختاری، سازمانی و کنشی موثر بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران نشان می دهد که خبرگان ورزش فوتبال بیشترین اتفاق نظر را از علل ساختاری به ترتیب نسبت به متغیرهای عدم استقلال و وابستگی فدراسیون فوتبال و باشگاه ها به دولت، برخورداری از ساختار اقتصادی مطلوب در فوتبال، توجه به مسائل حقوقی و قانونی در صنعت فوتبال و توجه به کمیته آموزش در ساختار فدراسیون داشتند. همچنین خبرگان ورزش فوتبال بیشترین اتفاق نظر را از علل سازمانی به ترتیب نسبت به متغیرهای درآمدزایی از طریق بازاریابی و جذب حامیان مالی و توجه به نخبه گرایی و شایسته سالاری در فوتبال نشان داده اند. در نهایت از علل کنشی خبرگان ورزش فوتبال بیشترین اتفاق نظر را نسبت به متغیر استقلال و آزادی عمل مربیان و متخصصان فوتبال بیان داشتند.

- یافته های راند سوم دلفی: بازبینی و تجدید نظر خبرگان نسبت به ترتیب اهمیت علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی

پس از اتمام راند دوم دلفی، تحلیل راند دوم به همراه پرسشنامه مرحله دوم دلفی به منظور اجرای راند سوم، مجدداً برای ارزیابی، تجدید و اعمال نظر به منظور حذف علل کم تأثیر در اختیار اعضای پنل دلفی یعنی خبرگان حوزه ورزش فوتبال قرار گرفت. جدول ۴، نظر خبرگان را درباره میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در راند سوم دلفی براساس ضریب هماهنگی کندال (W) نشان می دهد:

جدول ۴. نظر خبرگان درباره میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در راند سوم دلفی براساس ضریب هماهنگی کندال (W)

متغیر	علل	تعداد کل	حداکثر (پیشینه)	حداقل (کمینه)	میانگین رتبه	رتبه	بیشترین فراوانی اجماع	میزان توافق (w) مقدار	تفسیر (اتفاق نظر)	نتیجه
۱- عدم استقلال و وابستگی فدراسیون فوتبال و باشگاه‌ها به دولت	الف- ساختاری (کلان)	۱۳	۵	۴	۱۰/۱۹	۲	۱۲	۰/۹۲	بسیار قوی	دارای اهمیت
۲- سوء استفاده سیاسی از صنعت فوتبال		۱۳	۳	۱	۱/۸۵	۱۲	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط	حذف می‌شود
۳- توجه به خصوصی سازی در صنعت فوتبال		۱۳	۵	۴	۸/۳۵	۴	۷	۰/۵۳	متوسط	دارای اهمیت
۴- شفافیت و مکانیسم‌های نظارتی در فوتبال		۱۳	۵	۴	۷/۶۲	۶	۹	۰/۷۰	قوی	دارای اهمیت
۵- وجود فساد و مافیا در فوتبال		۱۳	۳	۱	۱/۹۶	۱۱	۶	۰/۴۷	نسبتاً متوسط	حذف می‌شود
۶- شرایط تحریمی حاکم بر صنعت فوتبال		۱۳	۴	۲	۳/۸۱	۱۰	۷	۰/۵۳	متوسط	دارای اهمیت
۷- برخورداری از ساختار سازمانی حرفه ای استاندارد در فوتبال		۱۳	۵	۳	۸/۸۱	۳	۸	۰/۶۱	متوسط	دارای اهمیت

نداشتن سند چشم‌انداز و برنامه مدون از سوی فدراسیون و باشگاه‌ها	۱۳	۴	۱	۴/۵۸	۹	۷	۰/۵۳	متوسط	دارای اهمیت

همان گونه که یافته های جدول ۴ نیز نشان می دهد در راند سوم دلفی بین خبرگان حوزه ورزش فوتبال در زمینه ترتیب اهمیت میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در سطح خطای ۰/۰۱ اتفاق نظر وجود دارد ($P < 0/01$). علاوه بر آن، بیشترین اتفاق نظر خبرگان نسبت به ترتیب اهمیت میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در مورد متغیرهای ساختاری با مقدار ۰/۷۴۷ مشاهده شده است. همچنین مقایسه میزان توافق (ضریب توافق) متغیرهای علل سه گانه ساختاری، سازمانی و کنشی موثر بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران، نشان می دهد که خبرگان ورزش فوتبال بیشترین اتفاق نظر را از علل ساختاری به ترتیب نسبت به متغیرهای برخورداری از ساختار اقتصادی مطلوب در فوتبال، عدم استقلال و وابستگی فدراسیون فوتبال و باشگاه ها به دولت، توجه به کمیته آموزش در ساختار فدراسیون و شفافیت و مکانیسم های نظارتی در فوتبال داشتند. علاوه بر آن، خبرگان ورزش فوتبال بیشترین اتفاق نظر را از علل سازمانی به ترتیب نسبت به متغیر درآمدزایی از طریق بازاریابی و جذب حامیان مالی نشان داده اند. در نهایت از علل کنشی خبرگان ورزش فوتبال بیشترین اتفاق نظر را نسبت به متغیر استقلال و آزادی عمل مربیان و متخصصان فوتبال بیان داشتند.

همچنین در این مرحله، متغیرهای سوء استفاده سیاسی از صنعت فوتبال و وجود فساد و مافیای در فوتبال از علل ساختاری، متغیرهای برخورداری از مدیران فوتبالی در ورزش فوتبال و برخورداری از رسانه های مستقل و حرفه ای در ورزش فوتبال از علل سازمانی و در نهایت متغیر نبود نیروهای متخصص و حرفه ای در فوتبال از علل کنشی به دلیل آنکه میزان توافق (ضریب توافق) پایین تر از ۰/۵۰ را از نقطه نظر خبرگان حوزه ورزش فوتبال نشان دادند، حذف شدند.

یافته های راند چهارم دلفی: توافق نهایی خبرگان نسبت به ترتیب اهمیت علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران و اطمینان نسبت به ترتیب عوامل
پس از اتمام راند سوم دلفی و حذف علل کم تأثیر (متغیرهای زیر متوسط^۱)، تحلیل راند سوم به همراه پرسشنامه مرحله سوم دلفی (با متغیرهای دارای میزان اجماع یا ضریب توافق متوسط، قوی و بسیار قوی) به منظور اجرای راند چهارم، مجددا در اختیار اعضای پنل دلفی یعنی خبرگان حوزه ورزش فوتبال قرار گرفت. جدول ۵، توافق نهایی خبرگان را درباره میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در راند چهارم دلفی براساس ضریب هماهنگی کندال (W) نشان می دهد:

۱- متغیرهایی که پایین تر از ضریب توافق ۰/۵۰ بودند، حذف شدند.

جدول ۵. توافق نهایی خبرگان درباره میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در راند چهارم دلفی براساس ضریب هماهنگی کندال (W)

علل	متغیر	تعداد کل	حداقل (کمینه)	حداکثر (بیشینه)	میانگین رتبه	رتبه	بیشترین فراوانی اجماع	میزان توافق (W)	تفسیر (اتفاق نظر)	اطمینان نسبت به ترتیب عوامل
الف - ساختاری (کلان)	۱- عدم استقلال و وابستگی فدراسیون فوتبال و باشگاه ها به دولت	۱۳	۴	۵	۸/۱۹	۲	12	۰/۹۲	بسیار قوی	بسیار زیاد
	۲- توجه به خصوصی سازی در صنعت فوتبال	۱۳	۴	۵	۶/۰۸	۴	8	۰/۶۱	متوسط	متوسط
	۳- شفافیت و مکانیسم های نظارتی در فوتبال	۱۳	۴	۵	۵/۵۸	۶	9	۰/۷۰	قوی	زیاد
	۴- شرایط تحریمی حاکم بر صنعت فوتبال	۱۳	۲	۴	۲/۰۸	۱۰	8	۰/۶۱	متوسط	متوسط
	۵- برخورداری از ساختار سازمانی حرفه ای استاندارد در فوتبال	۱۳	۴	۵	۷/۳۵	۳	9	۰/۷۰	قوی	زیاد
	۶- نداشتن سند چشم انداز و برنامه مدون از سوی	۱۳	۲	۴	۳/۳۱	۸	8	۰/۶۱	متوسط	متوسط

								فدراسیون و باشگاه ها
زیاد	قوی	۰/۷۰	9	۵	۵/۶۵	۵	۴	۷- توجه به کمیته آموزش در ساختار فدراسیون
								۱۳
زیاد	قوی	۰/۷۰	9	۹	۲/۹۶	۵	۳	۱۳
								۸- توجه به فرهنگ سازی در فوتبال
بسیار زیاد	بسیار قوی	۱۰۰/۰	13	۱	۸/۴۶	۵	۵	۱۳
								۹-
								برخورداری از ساختار اقتصادی مطلوب در فوتبال
متوسط	متوسط	۰/۶۱	8	۷	۵/۳۵	۵	۳	۱۳
								۱۰- توجه به مسائل حقوقی و قانونی در صنعت فوتبال مقدار و سطح معناداری ضریب همابستگی کندال (W)
Kendall's W: 0/618 Sig: 0.000								۱- عدم برخورداری از امکانات سخت افزاری
متوسط	متوسط	۰/۶۱	8	۵	۴/۹۲	۵	۳	۱۳
								از سوی باشگاه ها
متوسط	متوسط	۰/۶۱	8	۳	۵/۳۸	۵	۳	۱۳
								۲- توجه به اعمال مدیریت دانش در صنعت فوتبال
متوسط	متوسط	۰/۵۳	7	۹	۱/۹۶	۴	۲	۱۳
								۳- توجه به مدیریت مشارکتی در فوتبال

۴- توجه به استعدادیابی و آموزش فوتبال پایه	۱۳	۳	۵	۵/۰۸	۴	۹	۰/۷۰	قوی	زیاد
۵- توجه به نخیه گرایی و شایسته سالاری در فوتبال	۱۳	۴	۵	۵/۶۵	۲	۹	۰/۷۰	قوی	زیاد
۶- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با رسانه ها	۱۳	۳	۵	۴/۸۵	۶	۷	۰/۵۳	متوسط	متوسط
۷- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با مردم	۱۳	۳	۵	۴/۶۲	۷	۸	۰/۶۱	متوسط	متوسط
۸- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با دانشگاه ها	۱۳	۳	۵	۴/۳۵	۸	۸	۰/۶۱	متوسط	متوسط
۹- درآمدزایی از طریق بازاریابی و جذب حامیان مالی مقدار و سطح معناداری ضریب همابستگی کندال (W)	۱۳	۵	۵	۸/۱۹	۱	۱۳	۱۰۰/۰	بسیار قوی	بسیار زیاد
ج- کنشی (خرد) - استقلال و آزادی عمل مربیان و متخصصان فوتبال مقدار و سطح	۱۳	۴	۵	-	-	۸	۰/۶۱	متوسط	متوسط

Kendall's W: 0/448 Sig: 0.000

معناداری	
ضریب	
هماهنگی	
کندال (W)	
کل	مقدار و سطح
معناداری	
ضریب	Kendall's W: 0/520 Sig: 0.000
هماهنگی	
کندال (W)	

همان گونه که یافته های جدول ۵ نیز نشان می دهد در راند چهارم دلفی بین خبرگان حوزه ورزش فوتبال در زمینه ترتیب اهمیت میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در سطح خطای ۰/۰۱ اتفاق نظر وجود دارد ($P < 0/01$). علاوه بر آن، بیشترین اتفاق نظر خبرگان نسبت به ترتیب اهمیت میزان تأثیرگذاری متغیرهای علل سه گانه (ساختاری، سازمانی و کنشی) بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در مورد متغیرهای ساختاری با مقدار ۰/۶۱۸ مشاهده شده است.

همچنین مقایسه میزان توافق (ضریب توافق) متغیرهای علل سه گانه ساختاری، سازمانی و کنشی موثر بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران نشان می دهد که خبرگان ورزش فوتبال بیشترین اتفاق نظر را از علل ساختاری به ترتیب نسبت به متغیرهای برخورداری از ساختار اقتصادی مطلوب در فوتبال، عدم استقلال و وابستگی فدراسیون فوتبال و باشگاه ها به دولت، برخورداری از ساختار سازمانی حرفه ای استاندارد در فوتبال، توجه به فرهنگ سازی در فوتبال، توجه به کمیته آموزش در ساختار فدراسیون و شفافیت و مکانیسم های نظارتی در فوتبال داشتند. علاوه بر آن، خبرگان ورزش فوتبال بیشترین اتفاق نظر را از علل سازمانی به ترتیب نسبت به متغیر درآمدزایی از طریق بازاریابی و جذب حامیان مالی، توجه به استعدادیابی و آموزش فوتبال پایه و توجه به نخبه گرایی و شایسته سالاری در فوتبال نشان داده اند. در نهایت از علل کنشی خبرگان ورزش فوتبال بیشترین اتفاق نظر را نسبت به متغیر استقلال و آزادی عمل مربیان و متخصصان فوتبال بیان داشتند (که در راند آخر یک مورد بیشتر نمانده بود). بنابراین پس از اتمام راند چهارم دلفی و با حذف متغیرهای سوء استفاده سیاسی از صنعت فوتبال و وجود فساد و مافیای در فوتبال از علل ساختاری، متغیرهای برخورداری از مدیران فوتبالی در ورزش فوتبال و برخورداری از رسانه های مستقل و حرفه ای در ورزش فوتبال از علل سازمانی و در نهایت متغیر نبود نیروهای متخصص و حرفه ای در فوتبال از عامل کنشی در راند سوم به دلیل آنکه میزان توافق (ضریب توافق) زیر ۰/۵۰ را از نقطه نظر خبرگان حوزه ورزش فوتبال نشان داده اند، حذف شد. علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران براساس مطالعه دلفی به شرح جدول ۶ می باشند:

جدول ۶. علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران براساس مطالعه دلفی

علل	متغیر
الف- ساختاری (کلان)	۱- عدم استقلال و وابستگی فدراسیون فوتبال و باشگاه ها به دولت
	۲- توجه به خصوصی سازی در صنعت فوتبال
	۳- شفافیت و مکانیسم های نظارتی در فوتبال
	۴- شرایط تحریمی حاکم بر صنعت فوتبال
	۵- برخورداری از ساختار سازمانی حرفه ای استاندارد در فوتبال
	۶- نداشتن سند چشم انداز و برنامه مدون از سوی فدراسیون و باشگاه ها
	۷- توجه به کمیته آموزش در ساختار فدراسیون
	۸- توجه به فرهنگ سازی در فوتبال
ب- سازمانی (میان)	۹- برخورداری از ساختار اقتصادی مطلوب در فوتبال
	۱۰- توجه به مسائل حقوقی و قانونی در صنعت فوتبال
	۱- عدم برخورداری از امکانات سخت افزاری از سوی باشگاه ها
	۲- توجه به اعمال مدیریت دانش در صنعت فوتبال
	۳- توجه به مدیریت مشارکتی در فوتبال
	۴- توجه به استعدادیابی و آموزش فوتبال پایه
	۵- توجه به نخبه گرایی و شایسته سالاری در فوتبال
	۶- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با رسانه ها
ج- کنشی (خرد)	۷- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با مردم
	۸- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با دانشگاه ها
	۹- درآمدزایی از طریق بازاریابی و جذب حامیان مالی
	۱۰- استقلال و آزادی عمل مربیان و متخصصان فوتبال

بحث و نتیجه گیری

تحقیق حاضر با رهیافت پژوهشی کیفی و از نوع مطالعه دلفی درصدد تدوین علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران با رجوع به خبرگان و صاحب نظران حوزه ورزش فوتبال در چهار راند دلفی بوده است. از این منظر، نتایج مطالعه دلفی در تحقیق حاضر نشان داده است که علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در سه سطح ساختاری (کلان)، سازمانی (میان) و خرد (کنشی) قرار دارند. بدین ترتیب که علل ساختاری (کلان) شامل متغیرهای ۱- عدم استقلال و وابستگی فدراسیون فوتبال و باشگاه ها به دولت؛ ۲- توجه به خصوصی سازی در صنعت فوتبال؛ ۳- شفافیت و مکانیسم های نظارتی در فوتبال؛ ۷- شرایط تحریمی حاکم بر صنعت فوتبال؛ ۵- برخورداری از ساختار سازمانی حرفه ای استاندارد در فوتبال؛ ۶- نداشتن سند چشم انداز و برنامه مدون از سوی فدراسیون و باشگاه ها؛ ۷- توجه به کمیته آموزش در ساختار فدراسیون؛ ۸- توجه به فرهنگ سازی در فوتبال؛ ۹- برخورداری از ساختار اقتصادی مطلوب در فوتبال؛ ۱۰- توجه به مسائل حقوقی و قانونی در صنعت فوتبال بوده است.

بنابراین می توان گفت که در سطح ساختاری، متغیرهایی همچون: استقلال و عدم وابستگی فوتبال کشور به بخش دولتی در سایه توجه به خصوصی سازی در راستای اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی، بازنگری و بهینه سازی ساختار سازمانی فدراسیون و باشگاه ها براساس استانداردهای مورد پذیرش فدراسیون بین المللی فوتبال (فیفا)^۱، مرتفع شدن شرایط تحریمی حاکم بر صنعت فوتبال، تدوین، اجرا و ارزیابی راهبردها و برنامه های عملیاتی بلند مدت، میان مدت و کوتاه مدت و در نهایت شفافیت سازی و در نظر گرفتن مکانیسم های نظارتی در حوزه ورزش فوتبال می توانند به رشد و توسعه کمی و کیفی صنعت فوتبال کشور کمک نماید.

نتایج پژوهش حاضر در مورد علل ساختاری به جز متغیرهای توجه به کمیته آموزش در ساختار فدراسیون، شرایط تحریمی حاکم بر صنعت فوتبال کشور و برخورداری از ساختار سازمانی حرفه ای استاندارد در فوتبال با نتایج پژوهش های رضایی صوفی و همکاران (۱۳۹۴) از حیث حضور مردان سیاسی و ضعف استقلال در تصمیم گیری مدیران فدراسیون فوتبال ایران؛ دلدار و همکاران (۱۳۹۵) و ترابی و همکاران (۱۳۹۴) از حیث وجود موانع و چالش های خصوصی سازی در ورزش فوتبال، دولتی بودن باشگاه ها و وابستگی شدید مالی به دولت؛ ترابی و همکاران (۱۳۹۴) از حیث نبود نظارت و کنترل مستمر از فعالیت فدراسیون و نیز عدم شفافیت صورت های مالی؛ عیدی پور و همکاران (۱۳۹۴) از حیث نداشتن برنامه راهبردی و نیز عدم برنامه ریزی بلند مدت؛ صفری و احمدی راد (۱۳۹۷) از حیث موانع و چالش های اقتصادی و فرهنگی و عسگریان و آزادیان (۱۳۹۱) و صفری و احمدی راد (۱۳۹۷) از حیث وجود مشکلات قانونی و حقوقی حاکم بر فوتبال کشور قرابت و همخوانی دارد.

همچنین علل سازمانی (میانه) شامل متغیرهای: ۱- عدم برخورداری از امکانات سخت افزاری از سوی باشگاه ها؛ ۲- توجه به اعمال مدیریت دانش در صنعت فوتبال؛ ۳- توجه به مدیریت مشارکتی در فوتبال؛ ۴- توجه به استعدادیابی و آموزش فوتبال پایه؛ ۵- توجه به نخبه گرایی و شایسته سالاری در فوتبال؛ ۶- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با رسانه ها؛ ۷- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با مردم؛ ۸- داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با دانشگاه ها؛ ۹- درآمدزایی از طریق بازاریابی و جذب حامیان مالی بوده است.

بنابراین می توان گفت که در سطح سازمانی، از یک سو باید با تأکید بر نخبه گرایی و شایسته سالاری نسبت به جذب مدیران، کارشناسان، داوران، مربیان به واسطه اعمال مدیریت دانش و تعامل هم افزا با نهادهای اجتماعی خاصه نهاد آموزش در حوزه های مختلف ورزش فوتبال مبادرت ورزند- بگونه ای که آنها بتوانند با قابلیت هایی که دارند، رافع موانع و چالش های پیش روی حوزه ورزش فوتبال در زمینه های مختلف باشند- از سوی دیگر، با به کارگیری اصول صحیح بازاریابی، بازاریابان ورزشی و شناسایی بسترهای لازم برای جذب منابع و حامیان مالی و منابع لازم را برای توسعه کمی و کیفی صنعت فوتبال کشور فراهم نمایند.

نتایج پژوهش حاضر در زمینه علل سازمانی به جز متغیرهای توجه به اعمال مدیریت دانش در صنعت فوتبال، توجه به مدیریت مشارکتی در فوتبال، داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با مردم و داشتن تعامل و هم افزایی فدراسیون فوتبال با دانشگاه ها با نتایج پژوهش های شفيعی و همکاران (۱۳۹۶) از حیث نامناسب بودن باشگاه های ورزشی و کیفیت نامطلوب فضاهای ورزشی باشگاه های کشور؛ عیدی پور و همکاران (۱۳۹۴) از حیث نداشتن روش های اصولی استعدادیابی

و نیز بهره گیری اندک از نیروی انسانی متخصص از سوی باشگاه های فوتبال؛ عسگریان و آزادیان (۱۳۹۱) از حیث وجود موانع و چالش های رسانه ای؛ عیدی پور و همکاران (۱۳۹۴) و عسگریان و آزادیان (۱۳۹۱) از حیث ضعف بازاریابی، وجود موانع مختلف در جذب حامیان مالی، کمبود سرمایه گذاران حامیان مالی در رشته فوتبال و فقدان بسترهای جذب حامیان مالی بین المللی و ترابی و همکاران (۱۳۹۴) از حیث استفاده محدود از مدیران خلاق و با تخصص های تجاری و مالی در فوتبال قربت و همخوانی دارد.

در نهایت علل کنشی (خرد) از متغیر استقلال و آزادی عمل مربیان و متخصصان فوتبال تشکیل شده است. بنابراین می توان گفت که در سطح کنشی، استقلال و آزادی عمل مربیان و متخصصان فوتبال از جمله متغیرهای مهم تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران قلمداد می گردد؛ ولی با توجه به علل ساختاری و سازمانی همچون حضور دولتمردان و مردان سیاسی در فوتبال کشور، وابستگی مالی به بخش دولتی، ضعف مدیریتی و فاصله داشتن با نظام باشگاه داری حرفه ای، عدم توجه به اعمال مدیریت دانش در صنعت فوتبال، مربیان و متخصصان فوتبال نیز از استقلال و آزادی عمل لازم در انجام فعالیت اثربخش در حوزه ورزش فوتبال برخوردار نمی باشند. نتایج پژوهش حاضر در زمینه علل کنشی با پژوهش آنی تیجانددل (۲۰۱۶) از حیث نقش و حائز اهمیت بودن ایده های خلاقانه و جدید سازمان های ورزشی قربت و همخوانی دارد.

پیشنهادهای

با توجه به نتایج پژوهش مطالعه دلفی، به منظور توسعه کمی و کیفی ورزش فوتبال در کشور پیشنهادهای زیر ارائه می گردد:

۱- با توجه به اینکه یکی از مهمترین عوامل موفقیت سازمان ها در دنیای امروزی، افزایش انطباق پذیری با تغییرات محیطی می باشد- امری که در «سند چشم انداز توسعه ورزش فوتبال» فدراسیون بین المللی فوتبال و کنفدراسیون فوتبال آسیا نیز بر آن صحنه گذاشته شده است- لذا لازم است که فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران نسبت به تدوین سند راهبردی ورزش فوتبال کشور و پیاده سازی راهبردها و برنامه های عملیاتی ذیل آن متناسب با استانداردهای فدراسیون بین المللی فوتبال و کنفدراسیون فوتبال آسیا مبادرت نماید. این امر به فدراسیون فوتبال کمک خواهد کرد تا در جهت بهبودی ساختارهای سازمانی، اقتصادی و کالبدی فدراسیون و باشگاه های فوتبال کشور اقدامات موثرتری را در پیش گیرد.

۲- با توجه به اینکه از علل ساختاری تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال، وابستگی فدراسیون و باشگاه ها به دولت و ارتزاق از منابع دولتی است که این امر بسیاری از مسائل و مشکلات را در این حوزه ورزشی به دنبال آورده - از جمله: حضور مدیران دولتی و غیر ورزشی در بدنه تصمیم سازی و تصمیم گیری فدراسیون و باشگاه ها که موانع و محدودیت هایی را در رشد و توسعه این حوزه ورزشی به وجود آورده- باید در راستای تحقق بخشی کامل و جامع اصل ۴۴ قانون اساسی نسبت به خصوصی سازی این صنعت ورزشی اقدامات عملی صورت گیرد. اجرای خصوصی سازی به واسطه برداشته شدن موانع و محدودیت های دولتی، به رشد و توسعه کمی و کیفی صنعت فوتبال کشور کمک خواهد نمود.

۳- به منظور جلوگیری از هرگونه سوء استفاده و بداخلاقی در ورزش فوتبال لازم است که جهت ایجاد مکانیسم های نظارتی در دو بخش عمومی و دولتی در ورزش فوتبال اقدامات جدی صورت بگیرد. این امر از یک سو به شفافیت و اعتماد بخشی نسبت به این صنعت جهت ورود

سرمایه گذاری های بخش خصوصی کمک می کند و از سوی دیگر، مانع از رشد رفتارهای غیراخلاقی احتمالی (فساد، مافیا و دلالی گری) در حوزه ورزش فوتبال می شود.

۴- با توجه به اینکه فدراسیون فوتبال و نیز باشگاه ها در مقاطع مختلف زمانی به واسطه فقر دانش در حوزه حقوقی و نیز عدم آگاهی از قانون و تفسیر غلط آن، زیان های مختلفی اعم از اقتصادی و اجتماعی را در سطوح باشگاهی و ملی متحمل شده، لازم است که فدراسیون و باشگاه های ورزش فوتبال کشور نسبت به ترمیم و تقویت سواد حقوقی کارشناسان در ورزش فوتبال خاصه در قراردادهای اهتمام جدی داشته باشند و در جهت جذب و به کارگیری افراد آگاه به مسائل حقوقی خاصه در حوزه ورزش فوتبال کوشا باشند.

۵- با توجه به اینکه تولید و خلق، به کارگیری و توزیع و تسهیم دانش در فدراسیون و نیز باشگاه ها سهم بسزایی را در رشد و تعالی فوتبال کشور دارد، لازم است که فدراسیون و باشگاه های فوتبال کشور در راستای اعمال مدیریت دانش جهت نخبه گرایی و شایسته سالاری در ورزش فوتبال، از یک سو و نیز داشتن تعامل هم افزا با نهادهای آموزشی و پژوهشی خاصه دانشگاه ها، از سوی دیگر اهتمام جدی داشته باشند. این امر به تقویت و ارتقای سطح علمی کمیته های آموزش و نیز توانمندسازی سرمایه های انسانی در سطوح مختلف ورزش فوتبال اعم از فدراسیون و باشگاه های ورزش فوتبال کمک خواهد نمود.

۶- با توجه به اینکه در اختیار داشتن منابع و سرمایه مالی هم به فدراسیون و هم به باشگاه ها در راستای تقویت و کیفیت بخشی سایر سرمایه های همچون سرمایه های فیزیکی (کالبدی)، انسانی و فرهنگی کمک قابل توجهی خواهد نمود، لازم است که نسب به طراحی و پیاده سازی ساختار اقتصادی مناسب در ورزش فوتبال در راستای درآمدزایی و جذب منابع مالی به واسطه به کارگیری اصول صحیح بازاریابی و نیز بازاریابان ورزشی اقدامات اساسی صورت گیرد. بی شک، توجه به اصل خصوصی سازی و ورود بخش خصوصی به ورزش فوتبال کشور به توسعه کیفی آن کمک خواهد نمود، چراکه در فوتبال دولتی امکان باشگاه داری حرفه ای همراه با درآمدزایی وجود ندارد.

۷- نگاهی به ورزش فوتبال کشورهای تراز اول فوتبال همچون آلمان، انگلستان، برزیل، اسپانیا نشان می دهد که آنها در راستای موفقیت و اثربخشی بیشتر در سطوح باشگاهی و ملی مبادرت به سرمایه گذاری های کلان در فوتبال پایه خود نموده اند. لذا لازم است توجه به استعدادیابی و فوتبال پایه در سطح کشور متناسب با سازوکارهای حرفه ای و استاندارد پی گیری و دنبال شود.

منابع

- استراوس، انسلم و کربین، جولیت. (۱۳۹۷). مبانی پژوهش کیفی (فنون و مراحل تولید نظریه زمینه ای). ابراهیم افشار. چاپ هفتم، تهران: نشر نی
- الهی، علیرضا؛ رسولی، سیدمهدی و ساعت چیان، وحید. (۱۳۹۱). «تحلیل وضعیت تعادل رقابتی لیگ حرفه ای فوتبال ایران». دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۲، شماره ۴، صص ۱۳۵-۱۴۹.
- باقری، مجتبی و قدیری، بهرام. (۱۳۹۶). «بررسی اثرات فرهنگی و اجتماعی ورزش در ایران با تأکید بر ورزش فوتبال». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال ۹، شماره ۲، صص ۱۱۸-۱۰۳.
- ترابی، تقی؛ قربانی، مهسا؛ باقری، میثم و طریقی، سمانه. (۱۳۹۴). «روش های نوین تأمین مالی باشگاه های فوتبال در کشورهای توسعه یافته و بررسی تطبیقی آن با کشورهای در حال توسعه (مورد مطالعه: باشگاه های حرفه ای فوتبال لیگ برتر ایران و انگلستان)». فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری. سال ۴، شماره ۱۳، صص ۲۱۷-۲۳۱.
- جاویدی کرمانی نژاد، مهری و امینی، محمدتقی. (۱۳۹۵). پژوهش های مدیریت راهبردی. سال ۲۱، شماره ۶۳، صص ۱۳۳-۱۵۳.
- دلدار، ابراهیم؛ شهپر توفیق، آریتا و باقری، قدرت الله. (۱۳۹۵). «موانع خصوصی سازی باشگاه های حرفه ای فوتبال ایران». فصلنامه مدیریت ورزشی. شماره ۳۵، صص ۹۷-۱۱۸.
- دوستی، مرتضی. (۱۳۹۵). «شناسایی و رتبه بندی موانع و عوامل توسعه باشگاه های فوتبال منتخب استان مازندران». پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۱۲، شماره ۲۳، صص ۲۱۹-۲۳۶.
- دهقان منشادی، منصور؛ سعیدیان خوراسگانی، نرگس و نظری، رسول. (۱۳۹۵). «طراحی اعتبارسنجی مدل معادلات ساختاری سازمان یاد دهنده برای دانشگاه ها». فصلنامه علمی پژوهشی آموزش علوم دریایی. شماره ۵، صص ۴۰-۵۰.
- دیوید، فرد آر. (۱۳۹۷). مدیریت راهبردی. علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. چاپ ۳۶، تهران: نشر دفتر پژوهش های فرهنگی
- رضایی صوفی، مرتضی؛ شعبانی، عباس و خداپرست، سیاوش. (۱۳۹۴). «مطالعه راهبرد های مدیریت ورزش کشور به روش سوات». مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۳۰، صص ۲۲۵-۲۴۰.
- رفیعی، صالح؛ امانی شلمزاری، صادق و علم، زهرا. (۱۳۹۷). «مرور نظام مند مطالعات حوزه فیزیولوژی ورزش در فوتبال: چالش ها و فرصت ها». فصلنامه فیزیولوژی ورزشی. شماره ۳۸، صص ۳۷-۶۰.
- زرگر، افشین. (۱۳۹۴). «ورزش و روابط بین الملل: جنبه های مفهومی و تئوریک». فصلنامه تخصصی علوم سیاسی. سال ۱۱، شماره ۳۱، صص ۷-۴۸.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۹۳). روش های تحقیق در علوم اجتماعی: اصول و مبانی. جلد اول، چاپ ۱۸، تهران: موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی

● تدوین علل تأثیرگذار بر مدیریت راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران

- شفيعی، شهرام؛ رستمی، هشام؛ ممشلو، حسین و ده پناه، سمانه. (۱۳۹۶). «تحلیل راهبردی فوتبال استان گلستان و ارائه راهبرد های مناسب». فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. سال ۶، شماره ۲، پیاپی ۱۱، صص ۱۱۹-۱۴۰.
- صفری، امید و احمدی راد، میثم. (۱۳۹۷). «مطالعه موانع سرمایه گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش استان فارس». فصلنامه علوم ورزش. سال ۱۰، شماره ۳۰، صص ۲۰-۱۱.
- عابدی جعفری، حسن و همکاران. (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روش ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده های کیفی». اندیشه مدیریت راهبردی، سال ۵، شماره ۲، شماره پیاپی ۱۰، صص ۱۵۱-۱۹۸.
- عسگریان، فریبا و آزاد بیان، مهدی. (۱۳۹۱). «موانع جذب حامیان مالی در فوتبال حرفه ای ایران». پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. شماره ۴، صص ۵۹-۶۹.
- عیدی پور، کامران؛ خزایی، علی اشرف؛ آرین، الهام و غلامی ترکسلویه. (۱۳۹۴). «چالش ها و موانع توسعه و پیشرفت ورزش فوتبال در استان های غرب کشور». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۲، شماره ۵، صص ۵۱-۵۸.
- فاضلی، حبیب الله. (۱۳۹۱). «ورزش و سیاست هویت». پژوهشنامه علوم سیاسی. سال ۷، شماره ۲، صص ۱۵۱-۱۷۴.
- فره، محمدعلی و کلهر، رستم. (۱۳۹۴). «تدوین برنامه استراتژی فدراسیون اسکی جمهوری اسلامی ایران به روش تحلیلی سئوات». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۴، شماره ۲، صص ۱۱۷-۱۲۷.
- فلیک، اووه. (۲۰۰۶). درآمدی بر تحقیق کیفی. هادی جلیلی. چاپ ۸، تهران: نشر نی
- کاشف، سیدمحمد؛ سیدعامری، میرحسن؛ احمدی، مالک و معرفت، داریوش. (۱۳۹۷).
- «بررسی مدل راهبردی توسعه ورزش قهرمانی استان آشرقی با استفاده از روش SWOT و BSC». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۶، شماره ۴، صص ۲۷-۳۷.
- گوهری، ظهرا؛ حمیدی، مهرزاد و امیرحسینی، سیداحسان. (۱۳۹۹). «طراحی و تدوین راهبرد های توسعه فوتبال کشور». فصلنامه مجلس و راهبرد. سال ۲۷، شماره ۱۰۴، صص ۲۹۱-۳۲۱.
- لورمور، روگر و بودر، ادرین. (۱۳۹۱). ورزش و روابط بین الملل. سید نصرالله سجادی و اکبرحیدری. تهران: نشرعلوم ورزشی
- محسنی فر، علی؛ دوستی، مرتضی و تابش، سعید. (۱۳۹۹). «برآورد ارزش اقتصادی باشگاه فوتبال نساجی برای استان مازندران». فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. سال ۹، شماره ۲، صص ۱۷-۳۵.
- منظمی، امیرحسین؛ نظریان مادوانی، عباس و تقی پور گبوی، بهنام. (۱۳۹۸). «طراحی مدل معادالت ساختاری هویت منطقه ای و هویت ملی در هواداران تیم های ملی والیبال ایران». فصلنامه مدیریت ورزشی. دوره ۱۱، شماره ۳، صص ۵۹۷-۶۰۹.
- وحدانی، محسن؛ حمیدی، مهرزاد؛ خیبری، محمد و علیدوستی قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۶).
- «تدوین نقشه راهبرد تربیت بدنی و فعالیت های ورزشی وزارت آموزش و پرورش». فصلنامه پژوهش در ورزش تربیتی. شماره ۱۲، صص ۱۷-۳۶.

- نادری نسب، مهدی؛ احسانى، محمد؛ خبیری، محمد؛ امیری، مجتبی و قره خانی، حسن. (۱۳۹۰). «بررسی وضعیت موجود فوتبال جمهوری اسلامی ایران و تعیین موقعیت راهبردی فوتبال کشور». مدیریت ورزشی. شماره ۹، صص ۵-۲۷.
- ناصح، میثم؛ اکبر یزدی، حسین و الهی، علیرضا. (۱۳۹۹). «موانع ارتباط بلندمدت بین باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران با شرکت‌ها و سازمان‌های حامی». فصلنامه علمی پژوهش‌های حامی‌گری، مدیریت و بازاریابی ورزشی. دوره ۱، شماره ۳، صص ۱-۲۵.
- نقدی، یزدان؛ کاغذیان، سهیلا و افشارپی، امیر. (۱۳۹۲). «تحلیل عوامل اقتصادی موثر بر درآمد باشگاه‌های فوتبال (باشگاه‌های منتخب جهان)». دوفصلنامه علمی - تخصصی اقتصاد توسعه و برنامه ریزی. سال ۲، شماره ۱، صص ۲۱-۴۳.

- Andras, K., Havran, Z. (2015). "New business strategies of football clubs". Abstract Journal, 9 (1-2): 67-74.
- Aygerinou, V., Skoula, E., Papaioannou, A. & Kriemadis, T. (2017). "Strategic Planning in the Sport Sector". International Journal of Sport Management, 7(1): 35-52.
- Ferkins, Le. Shelbourne, Da. (2010). "Developing Board Strategic Capability in Sport Organizations: The National-Regional Governing Relationship". Sport Management Review, 13: 235- 254.
- Kartakoullis, N.L., Vrontis, D., Thrassou, A. and Kriemadis, T. (2013). "Strategic resource planning for football clubs". International Journal of Business and Entrepreneurship Development, 7(1): 1-20.
- Tjonndal, A. (2016). "Sport, Innovation and Strategic Management: A Systematic Literature Review". Brazilian Business Review (BBR), Spécial Issues, 13(3): 38-56.

شناسایی عوامل موثر در موفقیت بسکتبال ایران با رویکرد داده بنیاد

الهام جیحون^۱

نصراله محمدی^۲

مرتضی دوستی^۳

سعید امیرنژاد^۴

 10.22034/SSYS.2022.1363.1941

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۰۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۳۱

کسب موفقیت و عملکرد مطلوب ورزشکاران در مسابقات ورزشی از موضوعاتی است که بیشترین توجه سازمان های متولی ورزش در کشورهای مختلف را به خود معطوف نموده است. هدف از انجام این پژوهش، شناسایی عوامل موثر در موفقیت بسکتبال ایران با رویکرد داده بنیاد بود. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نوع تحقیقات کیفی با روش گراندد تئوری (تئوری داده بنیاد) بود. جامعه آماری پژوهش متشکل از خبرگانی است که در زمینه مدیریت ورزشی تخصص علمی، اجرایی و یا هر دو را دارند. در پژوهش حاضر نظرات ۱۵ نفر از افراد خبره طی مصاحبه نیمه ساختار یافته به روش هدفمند تا رسیدن به حد اشباع نظری جمع آوری گردید. پایایی مصاحبه ها نیز با استقاده از روش مطالعه توافق درون موضوعی ۰/۷۸ به دست آمد. برای تحلیل داده ها، از روش مقایسه مداوم طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد.

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد آیت اله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، مازندران، ایران

۲- استادیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: N_msport@yahoo.com

۳- دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۴- استادیار، دانشگاه هنر، تهران، ایران

مطابق یافته ها، ۲۰۵ کد در مرحله کد گذاری باز و ۱۱ محور در کدگذاری محوری به دست آمد و در نهایت مدل عوامل موثر بر موفقیت بسکتبال ایران با هشت عامل استعدادیابی، مدیریت، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، آموزش، تجهیزات و سخت افزار و ورزشکار ارائه گردید. بنابراین حمایت از تیم های پایه، تعریف فرآیند خاص برای شناسایی استعداد های درخشان، رعایت عدالت در توزیع امکانات، تشکیل اتاق فکری برای حمایت از قهرمانان ورزشی و برنامه محوری برای درآمدزایی پیشنهاد می شود.

واژگان کلیدی: استعدادیابی، بسکتبال، مدیریت، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی.

مقدمه

با افزایش چشمگیر نقش ورزش در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی کشورها، پیشرفت در زمینه ورزشی به یکی از اولویت های راهبردی برنامه ریزان در کشورهای مختلف دنیا تبدیل شده است. از این رو، بسیاری از کشورها در تلاش اند با برنامه ریزی، ورزشکارانی را آماده و روانه مسابقات کنند که موفقیت آن ها را در رویدادهای بزرگ تضمین کنند (علی دوست قهفرخی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۳۲).

در بین رشته های ورزشی مختلف، بسکتبال یکی از ورزش های مهم، زیبا و پرتعداد در سطح جهان است که در المپیک نیز جایگاه ویژه ای دارد (هادیان، برومند، امیرنژاد و نجفی، ۱۳۹۶: ۱۸۲). از عمر این ورزش مهیج در ایران حدود ۸۸ سال می گذرد. بسکتبال در ایران در سال های ۱۳۱۰ به بعد به طور غیررسمی فعالیتش را در بعضی مدارس آغاز کرد و در سال ۱۳۱۴ به طور رسمی به وسیله فریدون شریف زاده معرفی شد و خیلی سریع در کلیه استان های کشور از طریق مدارس اشاعه پیدا کرد. یکی از چالش های مهم در ورزش بسکتبال، شناسایی عوامل موثر در اکتساب و حفظ موفقیت ورزشکاران این رشته است. موفقیت ورزشی، فرایند یادگیری فعالی است که در اثر تمرین هدفمند و بهبود مهارت های ضروری برای رسیدن به سطح بالای عملکرد ورزشی و پیروزی به دست می آید (رمضانی نژاد، ۱۳۸۵: ۱۷۶). یکی از راه های درک بهتر مفهوم موفقیت ورزشی، بررسی عناصر و مؤلفه هایی است که برای موفقیت ورزشی در نظر گرفته شده است. منظور از مؤلفه، رفتاری است که مصداق عینی موفقیت ورزشی محسوب می شود. مقیاس منسجمی که بتواند مفهوم چندبعدی موفقیت ورزشکاران را بسنجد، طراحی نشده است. بیشتر سنجش های مرتبط، یا به صورت چک لیست مخصوص مربیان و داوران بوده و یا به صورت آزمون های مرتبط به انگیزه ورزشی تدوین شده است (استارکز و اریکسون^۱، ۲۰۰۳: ۱۵۱). یکی از ابعاد ورزش که می تواند انگیزه های مناسبی برای ورزش کردن در افراد جامعه به ویژه جوانان ایجاد کند، ورزش قهرمانی است. پیروزی های بین المللی به ویژه موفقیت در رقابت های المپیک در عرصه ورزش، به طور فزاینده ای موجب رشد و توسعه در بسیاری از کشورها شده است. این برتری و موفقیت ورزشکاران نخبه در عرصه بین المللی هویت و شخصیت ویژه ای به آن کشور می دهد. بر همین اساس دولت ها تمایل بیشتری دارند با سرمایه گذاری مالی زیاد، موفقیت ورزشکاران نخبه خود را در عرصه بین المللی فراهم کنند که این مسئله به بسط و توسعه سازمان ها و سیستم های مرتبط با پرورش و توسعه ورزشکاران نخبه در بعد ورزش قهرمانی منجر شده است (دی بوسچر^۲، ۲۰۰۹: ۱۹۲). بدون وجود میل برای موفقیت، دیگر عوامل از جمله توانایی ها و روان شناختی تأثیر زیادی روی موفقیت افراد ندارند (سینگ و ساینی^۳، ۲۰۱۳: ۷۳). یکی از چالش های درک رفتار ماهرانه در ورزشکاران، تشخیص مؤلفه ها و ابعادی است که در اکتساب و حفظ موفقیت ورزشی مؤثرند. بررسی پژوهش های مربوط به موفقیت ورزشی نشان می دهد عوامل زیادی در پیشرفت ورزشی ورزشکاران نقش دارند. محققان این عوامل را شامل تمرین، آموزش، توانایی درونی، سن، مهارت های روانشناختی، تعهد و لذت بردن از ورزش می دانند. مطالعات دیگر

1. Starkes & Ericsson
2. De Bosscher et al.
3. Singh & Saini

نشان داده اند که تفاوت اساسی ورزشکاران نخبه با ورزشکاران دیگر، در میزان مهارت های روانشناختی آنان است. براساس این مطالعات، ورزشکاران موفق از طریق اعتماد به نفس بیشتر، خودکنترلی، تمرکز بهتر، نگرش مثبت، برنامه های رقابتی و آمادگی روانی مشخص می شوند (نایدفر و سگال^۱، ۲۰۰۱: ۱۵۶). برخی از پژوهشگران نیز عوامل ژنتیکی را مسئول عملکرد ورزشی ورزشکاران نخبه در ورزش های خاص می دانند (یانگ، مک آرتور و گالبن^۲، ۲۰۰۳: ۶۲۹). قربانی مورینه، خداداد کاشی و نظریان (۱۳۹۸) معتقدند میزان اعتبار تیم ها، سرمایه گذاری در تیم های پایه و وجود هوادار بیشتر در ورزشگاه، اثری مثبت و معنادار بر موفقیت آن ها داشته، اما میزان حمایت مالی، شهر محل استقرار تیم ها، تحصیلات کادر فنی و برخورداری از مربی خارجی بر موفقیت تیم ها اثری معنادار نداشته است. در همین راستا موسوی راد (۱۳۹۸) طی تحقیقات خود عواملی چون: انگیزه های مالی برای ورزشکاران، توجه به ورزش بانوان، استفاده از مربیان توانمند، ارزیابی صحیح، اردوهای منظم، توجه به رشته های پرمدال، مدیریت استعدادیابی، توجه به آموزش ورزشکاران، توجه به آموزش مربیان و عوامل مدیریتی را به عنوان عوامل موفقیت ایران در بازی های المپیک شناسایی کرده است. همچنین کشاورز، بهمن زاده و کشاورز (۱۳۹۸) بیان کرده اند برای موفقیت کاروان ورزشی ایران در بازی های آسیایی ۲۰۲۲ عوامل مدیریتی و علمی، برنامه ریزی، سازماندهی، مالی و انگیزشی، استعدادیابی و آموزشی، رقیب شناسی، تدارکات، تجهیزات و امکانات و فنی در رفتار مدیران ورزش کشور تأثیرگذار هستند. نادریان (۱۳۹۶) نیز در تحقیقات خود دریافت که یکی از راه های موفقیت باشگاه ها و تیم های ورزشی، توانایی و میزان سرمایه گذاری در شناسایی، پرورش و استفاده بهینه از بازیکنان جوان برای جانشینی بازیکنان فعلی است. بعلاوه خداداد کاشی و کریمیا (۱۳۹۵) مطالعه ای با عنوان «بررسی تأثیر عامل های اقتصادی و اجتماعی بر موفقیت ورزشی کشورها در بازی های المپیک (۲۰۱۲-۱۹۹۶)» انجام دادند. نتایج دلالت بر آن داشت که شاخص توسعه انسانی، تعداد شرکت کنندگان، تراز تجاری، درآمد سرانه و عملکرد ورزشی دوره قبل احتمال موفقیت ورزشی کشورها در بازی های المپیک را افزایش می دهد. شعبانی بهار، عرفانی، گودرزی و منصف (۱۳۹۳) نیز شاخص های مؤثر بر موفقیت ورزشی تیم های ایران در رویدادهای بین المللی را دو عامل بیرونی حمایت مالی و محیط قهرمانی از طریق ساختار و سیاست گذاری در نظر گرفته اند.

همچنین ضمیری کامل، سلیمانی و ایزدی مهر (۱۳۹۳) طی پژوهشی دریافتند که از بین عوامل تجهیزات و امکانات «توسعه تعداد اماکن تخصصی»، از بین عوامل مالی «نظام تقسیم عادلانه منابع مالی»، از عوامل انسانی «دانش و فداکاری مربیان» و از بین عوامل روانی- انگیزشی «تأثیر پاداش بر موفقیت ورزشکاران» بالاترین تأثیر را در موفقیت ورزشکاران استان همدان در راهیابی به تیم های ملی دارند. واعظ موسوی و موسوی (۱۳۹۳) براساس نظریه های مرتبط با موفقیت ورزشی و یافته های پژوهشی نشان دادند که عوامل بسیاری مانند انگیزش پیشرفت بالا، جهت گیری هدف مهارت مدار، انگیزختگی مطلوب و تمرینات هدفمند از طریق مهارت های شناختی- ادراکی مانند پیش بینی و تصمیم گیری باعث ارتقای موفقیت ورزشی می شود. در تحقیقات انجام شده در خارج از

1. Nideffer & Segal
2. Yang, McArthur & Gullbin

کشور ایشاک^۱ (۲۰۲۰) بیان می‌کند که عوامل سیاسی و اقتصادی بر موفقیت ورزشی تاثیر دارد. استورم و یاکوبسن^۲ (۲۰۲۰) نیز نشان دادند که افتخارات ملی و میزبانی مسابقات ورزشی می‌تواند بر موفقیت ورزشی تاثیر دارد. به علاوه، مامکویست و همستروم^۳ (۲۰۱۹) معتقدند که سلامت مالی موجب موفقیت ورزشی می‌شود. والتی، سلز و مورو^۴ (۲۰۱۹) عواملی مانند منابع انسانی، توسعه اقتصادی و استعدادیابی را بر موفقیت ورزشی بین المللی تاثیرگذار دانسته‌اند. داوولینگ و دیگران^۵ (۲۰۱۸) معتقدند سیاست‌های ورزشی بر موفقیت ورزشکاران تاثیر دارد. دی بوسچر، شبیلی و وبر^۶ (۲۰۱۸) نیز بیان می‌کنند که سیاست‌های تخصیص منابع مالی در کشورها بر موفقیت ورزشی ورزشکاران تاثیر دارد. در همین راستا راموس^۷ (۲۰۱۷) معتقد است سیاستگذاری بیشترین تاثیر را بر موفقیت ورزشی بین المللی فیلیپین از دیدگاه ورزشکاران دارد. پروورز، ستیریادو و دی بوسچر^۸ (۲۰۱۵) مطالعه‌ای با هدف بررسی سیاست‌ها و عوامل خاص ورزشی که بر موفقیت بین المللی تاثیر می‌گذارد انجام دادند. مهمترین مشارکت این مقاله به ظهور دو موضوع زمینه‌ای، یعنی فرهنگ و محیط تجاری مربوط می‌شود که به تبیین زمینه‌ای که تنیس در آن فعالیت می‌کند، کمک می‌کند. گاملستر^۹ (۲۰۱۳) نقش سرمربیان را در عملکرد تیم‌های ورزشی ویژه می‌داند و معتقد است موفقیت تیم‌های ورزشی، حاصل از رهبری موفقیت آمیز و مؤثر سرمربیان آنهاست. کاشین، فرد و ویلیامز^{۱۰} (۲۰۱۲) معتقدند که عملکرد خوب و بیشتر موفقیت‌های ورزشی ناشی از دانش فنی، رفتارها و عملکرد یک مربی خبره است. شبیلی^{۱۱} (۲۰۱۲) عوامل اجتماعی و سیاسی مؤثر بر موفقیت ورزشی در کشورهای کوچک را مورد بررسی قرار داد و دریافت که ورزشکاران نخبه فرصت‌های رقابت محدودی دارند. کودکان قبرس با پیشینه اقتصادی اجتماعی پایین تر شانس بالاتری برای ورزشکاران سطح بالا داشتند. دختران جوان به سختی امکان دسترسی به ورزش رقابتی را داشتند. بر اساس تجزیه و تحلیل اسناد می‌توان اظهار داشت که نه تنها اقلیت‌های کشور و تعداد کمی از جمعیت، بلکه سنت و فرهنگ ورزشی و همچنین سیاست‌های سازگار ورزش نیز به ورزشکاران نخبه قبرس کمک می‌کند. بلاک^{۱۲} (۲۰۱۱) معتقد است که مربیان محور اصلی و رکن مهم تیم‌های ورزشی هستند و در اختیار داشتن مربیان قوی با دانش روز دنیا، راه رسیدن به موفقیت را هموارتر می‌نمایند- از این منظر استخدام مربیان خارجی به عنوان سریعترین راه دستیابی به افراد متخصص و کارآمد و نهایتاً موفقیت تلقی می‌شود. بوهلک و رابینسون^{۱۳} (۲۰۰۹) بیان کرده‌اند ساختار استعدادیابی، حمایت علمی از ورزش، سیستم آموزشی و حمایت مالی بر موفقیت بین المللی ورزشکاران تاثیر

1. Ishak
2. Storm & Jakobsen
3. Malmqvist & Hammarström
4. Valenti, Scelles & Morrow
5. Dowling et al.
6. De Bosscher, Shibli & Weber
7. Ramos
8. Brouwerse, Sotiriadou & De Bosscher
9. Gammelsater
10. Cushion, Ford & Williams
11. Shippi et al.
12. Black et al.
13. Bohlek & Rabinson

دارد. بررسی تحقیقات گذشته نشان می دهد در هر یک از پژوهش های موجود پیرامون موفقیت ورزشی، یک نظریه یا یک بعد از موفقیت بررسی شده یا تنها عوامل خاصی از جمله عوامل اجتماعی و فرهنگی، سیاست های مالی، نقش مربیان و... به صورت جداگانه بررسی گردیده است و به مسیرهای موفقیت در تمامی سطوح پرداخته نشده است. ضمن اینکه متأسفانه، عوامل موثر در موفقیت بسکتبال ایران مورد بررسی قرار نگرفته است و خلاء علمی در این زمینه وجود دارد. به همین دلیل انجام چنین تحقیقی ضرورت دارد. ضمن اینکه بسکتبال ایران اکنون بیش از هر زمان دیگری با توجه به رشد و موفقیت های کسب شده و با در نظر گرفتن جایگاهی که باید در تمام رده های سنی در آسیا و جهان به دست آورد، نیازمند توجه بیش از پیش به امر آموزش و یاددهی آکادمیک و علمی به مربیان و بسکتبال آموزان پایه با بر خور داری از امکانات و فناوری مدرن و تدابیر مدیریتی سازمان یافته می باشد. لذا امروزه رسیدن به موفقیت و کسب مدال در میادین بین المللی بیشتر مستلزم کسب دانش است. در ارتباط با موفقیت ورزشی مطالعاتی انجام شده است که چرا بعضی از کشورها در عرصه بین المللی موفق هستند و بعضی دیگر به موفقیت دست پیدا نمی کنند، اما به دلیل تفاوت های گوناگون جوامع، توسعه یک مدل جامع که در آن همه عوامل اثرگذار بر موفقیت ورزشی را بتوان لحاظ نمود امکان پذیر نیست. این در حالی است که بررسی های محقق نیز نشان داده است مدلی بومی که بتواند چراغ راهی برای فعالان این رشته ورزشی در ایران باشد نیز یافت نشد. این امر موجب ایجاد خلاء علمی در رشته بسکتبال شده است. به همین منظور بررسی و تحلیل مسیرهای موفقیت و بومی سازی این مسیرها می تواند بر پیشرفت بسکتبال ایران نقش به سزایی داشته باشد. و اگر توجه به این زمینه نشود باعث عدم موفقیت و عقب ماندگی در این ورزش می گردد. لذا هدف از انجام این تحقیق، ارائه مدل مسیر های موفقیت بسکتبال ایران با رویکرد گراند تئوری می باشد. نتایج تحقیق می تواند برای مدیران، مربیان، برنامه ریزان و تصمیم گیران و تمامی افرادی که در مسیر موفقیت بسکتبال ایران در حال فعالیت هستند، مفید واقع گردد. پس تحقیق حاضر در نظر دارد به این سوال پاسخ دهد:

عوامل موثر بر موفقیت بسکتبال ایران کدام اند؟

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر ماهیت پژوهش، اکتشافی - کاربردی؛ نحوه و روش پژوهش، کیفی؛ رویکرد پژوهش، استقرایی؛ پارادایم حاکم بر پژوهش، تفسیری؛ روش تجزیه و تحلیل داده ها تئوری داده بنیاد به شیوه استراس و کوربین و منبع گردآوری داده ها شامل مصاحبه می باشد. جامعه آماری متشکل از خبرگانی است که در زمینه مدیریت ورزشی تخصص علمی، اجرایی و یا هر دو را دارند (مدیران سطح ستادی فدراسیون بسکتبال و متخصصان مدیریت ورزشی کشور). برای انجام مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته، مدیران سطح فوقانی فدراسیون بسکتبال و متخصصان مدیریت ورزشی کشور به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند و به بیان آرا و دیدگاه های خود درباره سؤالات مصاحبه پرداختند. نمونه گیری تا زمان اشباع داده ها ادامه یافت. در نتیجه تعداد ۱۵ نفر در بخش کیفی به منظور انجام مصاحبه در این پژوهش مشارکت نمودند.

جدول ۱. وضعیت تخصص مصاحبه شوندگان

تخصص	فراوانی	درصد فراوانی
اساتید مدیریت ورزشی	۴	۲۶/۶

مدیران	۹	۶۰
مربیان و کارشناسان	۲	۱۳/۴
جمع	۱۵	۱۰۰

به منظور بررسی پایایی مصاحبه، از روش توافق درون موضوعی دو کدگذار استفاده گردید. به همین منظور از یک دانشجو مقطع دکتری مدیریت ورزشی درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش در بخش کدگذاری مشارکت نماید. سه مصاحبه انتخاب شد و نتایج حاصل از کدگذاری دو نفر در جدول گزارش شد. درصد پایایی درون موضوعی نیز از فرمول زیر محاسبه گردید:

$$\text{تعداد توافقات} \times 100 = \frac{\text{درصد توافق درون موضوعی}}{\text{کل تعداد کدها}}$$

جدول ۲. پایایی داده ها

عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	عدم توافقات	پایایی باز آزمون
مصاحبه اول	۱۳	۵	۸	۰/۷۶
مصاحبه دوم	۲۰	۷	۱۳	۰/۷۰
مصاحبه سوم	۱۸	۸	۱۰	۰/۸۸
جمع	۵۱	۲۰	۳۱	۰/۷۸

به منظور تجزیه و تحلیل مصاحبه های انجام شده از روش گرنند تئوری استفاده شد. این روش دارای سه مرحله می باشد. مرحله اول کدگذاری باز انجام می شود. کدگذاری باز، فرآیند تحلیل است که از طریق آن، مفاهیم شناسایی شده و ویژگی ها و ابعاد آن ها در داده ها کشف می شوند (لی، ۲۰۰۱). در این مرحله نظریه پرداز داده بنیاد، مقوله های اولیه اطلاعات در خصوص پدیده در حال مطالعه را به وسیله بخش بندی اطلاعات شکل می دهد. (کرسول، ۲۰۰۵). به عبارت دیگر، به استخراج داده ها از مصاحبه های انجام شده در مرحله کدگذاری باز بعد از پیاده سازی مصاحبه ها به متن، کدگذاری باز به صورت کدگذاری مفاهیم کلیدی انجام و با تجزیه و تحلیل متن مصاحبه های موجود، کدهای باز اولیه ایجاد می شود. در این تحقیق از ۱۵ مصاحبه انجام شده، ۲۰۵ کد باز اولیه به دست آمد که پس از خلاصه سازی کدهای مشابه، تعداد آنها به ۹۷ کد کاهش یافت.

جدول ۳. کدهای باز نهایی مسیرهای موفقیت بسکتبال ایران

• رفاه اقتصادی	• جنسیت	• همایش ها و کلینیک های آموزشی	• تحقیقات علمی
• نظام سیاسی	• مدرس های تربیت شده	• استفاده از مدیران حرفه ای	• حفظ و نگهداری ورزشکار
• میزان شهر نشینی	• یک شکل شدن نظام آموزشی	• چشم انداز ۱۰ ساله	• رشد ورزشکاران
• منابع انسانی	• پرورش مربیان	• حمایت مالی	• استعدادیابان متخصص

1. Lee
2. Creswell

● منابع مالی	● عوامل مدیریتی	● بازاریابی رسانه ها
● سازماندهی	● ارتباط بین کمیته ملی المپیک، وزارت ورزش و فدراسیون	● سیاستگذاری ورزش بسکتبال
● شبکه سازی اطلاعات	● سیاستگذاری دولت	● درآمدزایی
● فعال بودن باشگاه ها	● عوامل اجتماعی و فرهنگی	● جذب اسپانسر
● جذب حداکثری والدین	● ورزش مدارس پایه	● قراردادهای مالی
● نیاز سنتجی از والدین	● برنامه ریزی و اهداف بلند مدت	● بازاریابی صدا و سیما
● توجه به سطوح پایه	● مدیریت استعداد	● برگزاری مسابقات داخلی و خارجی
● برگزاری جشنواره ها	● زیرساخت ها	● دیدگاه های مردم به بسکتبال
● عوامل اقتصادی	● ساختارهای سازمانی	● روابط بین سازمان ها
● حامیان مالی	● کسب مدال	● استفاده از مدیران نخبه
● تشویق برای حضور تماشاگران	● اخلاق مداری	● استفاده از منابع انسانی متخصص
● برنامه اقتصادی ورزش بسکتبال	● تجهیزات و امکانات	● گسترش آکادمی ها
● آموزش مربیان	● مربیان تخصصی	● توجه به ورزش مدارس
● لیگ برتر	● نظام آموزشی مدارس	● کمیته ملی المپیک
● حضور مربیان خارجی در لیگ	● یکسان سازی سطوح مدیریتی	● سبک آموزش
● استفاده از بازیکنان خارجی	● سیاستگذاری فدراسیون	● شیوه نامه برگزاری مسابقات
● مسابقات تدارکاتی	● میزان مسابقات ملی و بین المللی	● فرهنگی
● روابط عمومی	● عوامل محیطی	● لیگ های پایه
● نگاه ویژه به بسکتبال کشور توسط دولت	● فضاهای ورزشی سالن ها	● رسانه ها
● پوشش رسانه ای	● امکانات تخصصی بسکتبال	● تبلیغات

● درآمد زایی	● جهت گیری سیاسی	● جذب تماشاگران
● جذب منابع انسانی	● فرهنگسازی از طریق رسانه	● علاقمندسازی خانواده‌ها به ورزش بسکتبال
● بازاریابی	● ورزش بسکتبال ۳ به ۳	● کسب مدال
● ایجاد انگیزه و علاقه به ورزش همگانی بسکتبال	● روابط سازمانی	● اندازه جمعیت
● استفاده از رسانه های	● سالن های ورزشی	● تسهیلات و امکانات حمایتی
● سبک زندگی مردم	● استفاده از مدرس های خارجی	● میزان توسعه شهری

در مرحله دوم، کدگذاری محوری انجام شد. کدگذاری محوری، فرآیند ربط دهی مقوله ها و پیوند دادن مقوله ها در سطح ویژگی ها و ابعاد است. این کدگذاری به این دلیل محوری نامیده می شود که کدگذاری حول محور یک مقوله تحقق می یابد (لی، ۲۰۰۱). در این مرحله مقوله ها، ویژگی ها و ابعاد حاصل از کدگذاری باز تدوین می شوند و سر جای خود قرار می گیرد تا دانش فزاینده ای در مورد روابط ایجاد گردد (لی، ۲۰۰۱). به عبارت دیگر، کدگذاری محوری موجب ایجاد مقوله ها و زیر مقوله ها می گردد. در این مرحله تمامی کدهای باز نهایی دوباره بازبینی و با ادبیات تحقیق مقایسه گردید.

جدول ۴. مقوله محوری و کدهای باز نهایی

مقوله های محوری	کدهای باز نهایی
۱. استعدادیابی	۱. توجه به سطوح پایه ۲. برگزاری جشنواره ها ۳. استعدادیابان متخصص ۴. تسهیلات و امکانات حمایتی ۵. سرویس ها و خدمات حمایتی
۲. آموزش	۱. استفاده از مدرسان خارجی ۲. پرورش مربیان در تمام سطوح ۳. پرورش مدیران حرفه ای ۴. یک شکل شدن نظام آموزشی ۵. تحقیقات علمی ۶. همایش ها و کلینیک های آموزشی ۷. مربیان تخصصی ۸. سبک آموزش
۳. برگزاری مسابقات	۱. لیگ های پایه ۲. لیگ برتر ۳. حضور مربیان خارجی در لیگ ۴. شیوه نامه برگزاری مسابقات ۵. مسابقات تدارکاتی ۶. میزان مسابقات ملی و بین المللی

مقوله های محوری	کدهای باز نهایی
۴. مدیریت	۱. یکسان سازی سطوح مدیریتی ۲. روابط بین سازمان ها ۳. مدیران نخبه ۴. برنامه ریزی راهبردی
۵. تجهیزات و سخت افزار	۱. زیرساخت ها ۲. تجهیزات و امکانات ۱. جذب حداکثری مخاطبان
۶. فرهنگ سازی	۲. پوشش رسانه ای ۳. ایجاد انگیزه
۷. سیاسی	۱. نگاه ویژه دولت ۲. جهت گیری سیاسی
۸. اقتصادی	۱. حامیان مالی ۲. خصوصی شدن ۳. بازاریابی ۴. ثروت کشور
۹. روابط عمومی	۱. گسترش ورزش بسکتبال ۲. فضاهای مجازی
۱۰. ورزشکار	۱. ویژگی های ژنتیک ۲. والدین
۱۱. موقعیت اجتماعی و فرهنگی محل زندگی	۱. رفاه اقتصادی ۲. اندازه جمعیت ۳. توسعه شهری
	۵. جذب منابع انسانی ۶. شبکه سازی اطلاعات ۷. سازماندهی ۸. ساختار سازمانی ۳. فضاهای ورزشی سالن ها ۱۲. امکانات تخصصی بسکتبال ۴. دیدگاه مردم ۵. علاقمندسازی خانواده ها ۶. ورزش بسکتبال ۳ به ۳ ۳. اخلاق مداری ۴. کسب مدال ۵. جذب تماشاگران ۶. درآمذایی ۷. جذب اسپانسر ۳. ارتباط با رسانه ها ۳. انگیزه ۴. سبک زندگی

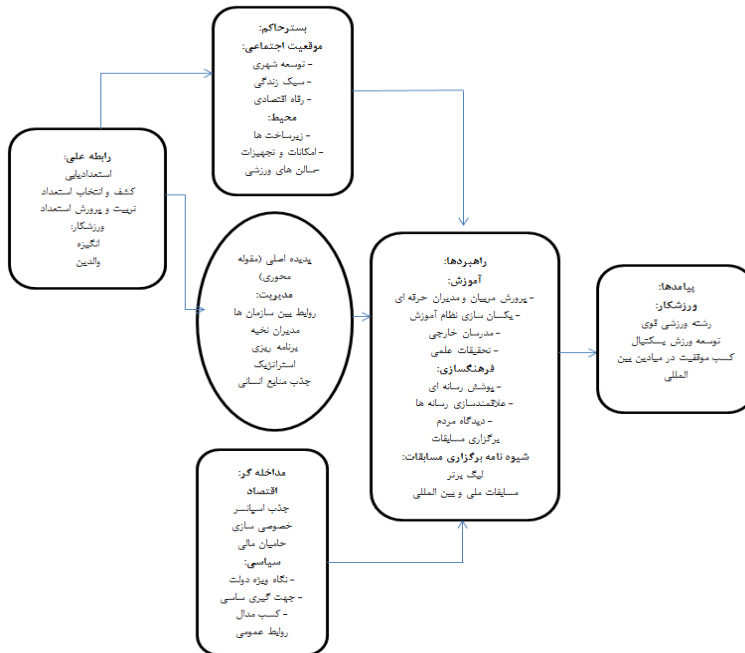
مرحله سوم استفاده از کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی عبارت است از: فرایند انتخاب دسته بندی اصلی، مرتبط کردن نظام مند آن با دیگر دسته بندی ها، تأیید اعتبار این روابط و تکمیل دسته بندی هایی که نیاز به اصلاح و توسعه بیشتری دارند. کدگذاری انتخابی بر اساس نتایج کدگذاری باز و کدگذاری محوری، مرحله اصلی نظریه پردازی است؛ به این ترتیب که مقوله محوری را به شکل نظام مند به دیگر مقوله ها ربط می دهد و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه می کند و مقوله هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند، اصلاح می نماید. در تحقیق حاضر نتایج به دست آمده به شکل مدل ارائه می شود. این نظریه سازوکارهایی را عرضه می کند که از طریق آنها جامعه هدف تحقیق (فدراسیون بسکتبال، باشگاه های بسکتبال و) نیازهای کسب موفقیت را شناسایی و با توجه به مولفه های به دست آمده در جهت کسب موفقیت می توانند گام بردارند.

جدول ۵. محورهای نهایی

عوامل اجتماعی و فرهنگی	استعدادیابی
تجهیزات و سخت افزار	مدیریت
آموزش	اقتصادی
ورزشکار	سیاسی

119



موفقیت ورزشی بسکتبال ایران			
ورزشکار	ولدین	زنتیک	
سیاسی	اخلاق مداری	حمایت دولت	
اجتماعی و فرهنگی	رفاه اقتصادی	جمعیت	
اقتصادی	حامیان مالی	ثروت کشور	
آموزش	پرورش مربیان	تحقیقات علمی	
استعدادیابی	ورزش مدارس	سطوح پایه	
مدیریت	ساختار سازمانی	نسبکه سازی اطلاعات	

شکل ۲. مدل فرایندی موفقیت بسکتبال ایران

بحث و نتیجه گیری

همراه با افزایش توجه به ورزش قهرمانی، علوم ورزشی نیز به کمک ورزشکاران آمده است تا راه های بهبود عملکرد و ربودن گوی سبقت از دیگران را برای آنها هموار کند. به این ترتیب شناخت عوامل مؤثر در به موفقیت رسیدن تیم های حرفه ای حائز اهمیت است و استفاده از شیوه ها و راهبردهای علمی جدید را بیش از پیش ضروری می سازد. به همین منظور هدف از انجام این تحقیق، طراحی مدل مسیر های موفقیت بسکتبال ایران با رویکرد گراند تئوری بود که نتایج پژوهش پارادایم های موفقیت ورزشی را در محورهای نهایی زیر دسته بندی می کند.

استعدادیابی شامل توجه به سطوح پایه، برگزاری جشنواره ها، استعدادیابان متخصص، تسهیلات و امکانات حمایتی، سرویس ها و خدمات حمایتی، ورزش مدارس پایه، پایگاه های استعدادیابی، مدیریت استعداد، ساختار و فرایند انتخاب افراد مستعد، اثر مهمی بر موفقیت ورزشی دارد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات موسوی راد (۱۳۹۸) و نادریان (۱۳۹۶) همخوان می باشد. همچنین در همین زمینه والتی و دیگران (۲۰۱۹) و بوهلک و روبینسون (۲۰۰۹) بیان کردند که ساختارهای استعدادیابی می تواند بر موفقیت بین المللی ورزشکاران تاثیر بگذارد. استعدادیابی، سرمایه گذاری درازمدت محسوب می شود و با خطر اتلاف منابع بسیاری روبه رو است. شاید ورزشکاران پس از چند سال به خارج از کشور مهاجرت کنند، در صورتی که سرمایه گذاری و تمرکز منابع روی تعدادی از ورزشکاران نخبه، شانس موفقیت کوتاه مدت را به دنبال دارد. در شوروی و آلمان شرقی از یک سیستم متمرکز دولتی برای کشف و انتخاب استعداد استفاده می شد و در کوبا، حاکمیت دولتی با توجه به ممنوعیت ورزش حرفه ای، انواع بورس و پاداش و خدمات دولتی برای ورزشکاران نخبه در نظر گرفته می شود. پیشنهاد می شود فدراسیون بسکتبال از برنامه های منسجمی برای استعدادیابی از قبیل توجه به سطوح پایه و ورزش مدارس، ایجاد پایگاه های استعدادیابی، ایجاد ساختار و فرایند انتخاب افراد مستعد، استفاده از شبکه های اختصاصی منطقه ای مشابه پایگاه های قهرمانی سابق در ایران با دوره های آموزشی برای نظارت بر پتانسیل های کشور استفاده کند.

مدیریت شامل یکسان سازی سطوح مدیریتی، روابط بین سازمان ها، مدیران نخبه، برنامه ریزی راهبردی، جذب منابع انسانی، شبکه سازی اطلاعات، سازماندهی و ساختار سازمانی اثر مهمی بر موفقیت ورزشی دارد. موسوی راد (۱۳۹۸)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸) و گاملستر (۲۰۱۳) نیز در نتایج تحقیقات خود بیان کرده اند که عوامل مدیریتی بر موفقیت ورزشکاران تاثیر دارد و با یافته های این تحقیق همسویی دارد. نقش مدیریت موضوعات مرتبط با سازمان های ورزشی در رسیدن ورزشکاران به موفقیت بسیار مهم است. گرین و اکلین (۲۰۰۱) در تحقیق کیفی و اکتشافی با مصاحبه نظام مند با ورزشکاران المپیک نشان دادند که متغیرهای عمده ای مانند سرویس ها و خدمات حمایتی، تسهیلات و امکانات حمایتی، مربی کیفی و سطح بالا و ارتباط مثبت مربی - ورزشکار رابطه بالایی با عملکرد موفق ورزشکاران دارند. بخش مدیریت منابع انسانی (ورزشکاران، کلیدی ترین نیروی انسانی راهبردی در ورزش)، علاوه بر موضوعات سازمانی باید موضوعات مرتبط با ورزشکاران و عملکرد آنان را بررسی کند. گلد و گرین لیف و همچنین چانگ و دیگران (۲۰۰۲) نیز متغیرهای اثرگذار بر عملکرد ورزشکاران المپیک را بررسی کردند و نشان دادند که مهم ترین عوامل سازمانی اثرگذار بر پیشرفت ورزشکاران، انسجام قوی تیمی، روابط اجتماعی عمومی، تردد و حمل و نقل و مشکلات دهکده المپیک بودند. لذا با توجه نتایج می توان گفت که مدیران با اشراف بر وظایف

مدیریتی، تدوین برنامه‌های مختلف، ایجاد ارتباط با مسئولان بالا دستی و پایین دستی ملی و بین المللی، جذب منابع انسانی متخصص، شبکه سازی اطلاعات از طریق ایجاد بانک اطلاعاتی و ایجاد ساختاری نظامند و برنامه‌ریزی راهبردی می‌توانند در موفقیت بسکتبال ایران تأثیر مثبتی داشته باشند. نتایج نشان داد که عوامل اقتصادی اثر مهمی بر موفقیت ورزشی دارد. در تحقیق حاضر عوامل اقتصادی شامل نگاه ویژه دولت، جهت گیری سیاسی، اخلاق مداری، کسب مدال، حامیان مالی، خصوصی شدن، بازاریابی، ثروت کشور، جذب تماشاگران، درآمدزایی و جذب حامی مالی بود. این یافته با نتایج تحقیقات قربانی مورینه و دیگران (۱۳۹۸)، خدادادی کاشی و کریم نیا (۱۳۹۵) و مامکویست و همستروم (۲۰۱۹) همسو بود- مورآو (۲۰۰۸) و هافمن، لی و راماسامی (۲۰۰۲) این رابطه را معکوس می‌دانند و معتقدند اقتصاد کشور بر نتایج و عملکرد ورزشی تأثیر می‌گذارد (به نقل از مورآو، ۲۰۱۰: ۱۶). ایشاک (۲۰۲۰) بیان می‌کند که عوامل اقتصادی بر موفقیت ورزشی تأثیر دارد. استورم و یاکوبسن (۲۰۲۰) نشان دادند که افتخارات ملی و میزبانی مسابقات ورزشی می‌تواند بر موفقیت ورزشی تأثیر بگذارد. مامکویست و همستروم (۲۰۱۹) معتقدند که سلامت مالی موجب موفقیت ورزشی می‌شود. ورزش در ایران همیشه به عنوان یکی از مباحث فرعی در اقتصاد مورد توجه قرار گرفته است، در حالی که در کشورهای توسعه یافته به عنوان یک رکن مهم اقتصادی به آن نگاه می‌شود. در کشورهای پیشرفته، بخش قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی از طریق رونق اقتصادی ورزش به دست می‌آید، اما در ایران کمتر از ۱ درصد از تولید ناخالص داخلی از طریق اقتصاد ورزش تأمین می‌شود. از این رو می‌توان گفت که اقتصاد در موفقیت یا عدم موفقیت ورزشی نقش مهمی را ایفا می‌کند به ویژه در ایران که بودجه ورزش قهرمانی وابسته به دولت می‌باشد. عوامل سیاسی شامل نگاه ویژه دولت، جهت گیری سیاسی، اخلاق مداری و کسب مدال می‌تواند اثر قابل توجهی بر موفقیت ورزشی داشته باشد. همسو با نتایج این تحقیق، دی بوسچر و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که سیاست های تخصیص منابع مالی در کشورها بر موفقیت ورزشی ورزشکاران تأثیر دارد. راموس (۲۰۱۷) معتقد است سیاست‌گذاری بیشترین تأثیر را بر موفقیت ورزشی بین المللی فیلپین از دیدگاه ورزشکاران دارد. بروورز و همکاران (۲۰۱۵) مطالعه ای با هدف بررسی سیاست ها و عوامل خاص ورزشی که بر موفقیت بین المللی تأثیر می‌گذارد، انجام دادند. سوتیریا و دیگران (۲۰۰۹) با بررسی ۷۴ نسخه گزارش سالانه ۳۵ سازمان ورزش ملی استرالیا در سال‌های ۲۰۰۲-۱۹۹۹ نشان دادند که دو عامل اصلی اثرگذار سطح کلان، عوامل سیاسی و اقتصادی هستند. مداخله و تمرکز دولت در ورزش نخبه فقط به دلیل پرستیژ بین‌المللی و رقابت ایدئولوژیک نیست، چون فواید سیاسی ورزش نخبه ممکن است از منافع ورزشی و اقتصادی آن بیشتر باشد. البته تلاش دولت‌ها برای میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ برای رشد اقتصادی در حوزه توریسم و تربیت شهروندی نسل جدید شهری سودمند است. دولتمردان از تأثیر ورزش برای رسیدن به اهداف سیاسی خود استفاده می‌کنند و ورزش را به عنوان ابزاری برای دستیابی به اهداف غیر ورزشی در جامعه به کار می‌گیرند.

عوامل اجتماعی و فرهنگی شامل جذب حداکثری مخاطبان، پوشش رسانه ای، ایجاد انگیزه، دیدگاه مردم، علاقمندسازی خانواده ها، ورزش بسکتبال ۳ به ۳، رفاه اقتصادی، اندازه جمعیت، توسعه شهری و سبک زندگی، اثر مهمی بر موفقیت ورزشی دارد. در تایید این مطلب درک پدیده اجتماعی ورزش بدون درک روشن از فرهنگ، میسر نیست. از دیدگاه جامعه شناسان، فرهنگ ورزش در بین اقشار و احاد مختلف جامعه در اصل نوعی خرده فرهنگ محسوب می‌گردد که کلیه باورها،

ارزش‌ها، هنجارها، عادات و رفتارهای اجتماعی انسان در مورد ورزش را در بر می‌گیرد و به طور کلی با فرهنگ جامعه در تعامل و ارتباط متقابل می‌باشد و می‌تواند بر موفقیت ورزشی تاثیر داشته باشد.

عوامل تجهیزات و سخت افزار شامل زیرساخت ها، تجهیزات و امکانات، فضاهای ورزشی سالن ها و امکانات تخصصی بسکتبال، اثر مهمی بر موفقیت ورزشی دارد. خدادای کاشی و کریم نیا (۱۳۹۵) نیز عوامل محیطی را بر موفقیت ورزشی کشورها در بازی های المپیک (۲۰۱۲-۱۹۹۶) موثر می‌دانند. ضمیری کامل و دیگران (۱۳۹۳) در مطالعات خود بیان می‌کنند که عوامل تجهیزات، امکانات و اماکن ورزشی بر موفقیت ورزشی تاثیر گذار است. بر کسی پوشیده نیست که یکی دیگر از پایه های اصلی موفقیت ورزشی را عوامل محیطی تشکیل می‌دهد. در واقع، برای پیشرفت در هر امری، ابتدا باید زیرساخت های آن فراهم آید که یکی از اصلی ترین این زیرساخت ها، امکانات و تجهیزات است. در مورد بسکتبال باید بیان داشت که امکانات و تجهیزاتی نظیر سالن های مجهز، تجهیزات شخصی و تمرینی، وسایل آموزشی و کمک آموزشی و ... برای گسترش نیاز است. گرین و هلیهان (۲۰۰۸) در پژوهشی دریافته‌اند که چهار بعد گسترش ورزش نخبگان به نحو بارز و چشمگیری در تعیین ماهیت و کفایت هر گونه سیستم ورزش نخبگان ایفای نقش می‌نمایند: توسعه تسهیلات یا ملزومات ورزش نخبگان، ظهور و پیدایش ورزشکاران تمام وقت، رشد و توسعه مربیگری، علوم ورزشی و پزشکی ورزش و فرصت های رقابت برای ورزشکاران در سطح برتر یا در حد نخبه. ویکر و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی تأثیر زیرساخت های ورزشی را بر مشارکت افراد براساس مختصات جغرافیایی بررسی کردند. آنها در تحقیق خود به تأثیر مثبت تعداد بالای مکان های ورزشی در مشارکت نوجوانان در ورزش پی بردند. نتایج نشان داد که به طور کل بیشترین مشارکت زمانی اتفاق می‌افتد که مکان ورزشی نزدیک محل زندگی باشد. لذا با برطرف نمودن موانع مالی بسکتبال، به نظر می‌رسد که این عوامل مربوط به اماکن و تجهیزات نیز به خودی خود ارتقا خواهند یافت. با وجود این ضروری است که اقدامات مناسبی به منظور بهبود این عامل با استفاده از راهکارهایی همچون: مدیریت صحیح فضاهای ورزشی در اختیار فدراسیون ها و هیات ها، به روز نمودن باشگاه های ورزشی در اختیار فدراسیون و هیات ها، مدیریت صحیح سالن‌های ورزشی در اختیار فدراسیون و هیات ها، توجه به درآمدزایی از امکانات و فضاهای در اختیار فدراسیون و هیات ها و استفاده چند منظوره از فضاهای ورزشی (مسابقه، تمرین و استعدادیابی) انجام پذیرد.

عوامل آموزشی هم اثر مهمی بر موفقیت ورزشی دارد. همرستا با نتایج این پژوهش، بوهلک و رابینسون (۲۰۰۹) بیان کرده‌اند که حمایت علمی از ورزش و سیستم آموزشی بر موفقیت بین المللی ورزشکاران تاثیر دارد. کشاورز و همکاران (۱۳۹۸) و موسوی راد (۱۳۹۸) توجه به آموزش ورزشکاران را بر موفقیت ورزشکاران موثر ارزیابی کرده‌اند. متأسفانه تجارب ارزشمند مدیران و سازمان‌های ورزشی مانند برگزاری رویدادها، وضعیت ورزشکاران، مربیان و غیره در ایران مستندسازی نمی‌شود و سیستم آموزش و ارتقا نیز گسترش لازم را پیدا نکرده است. استفاده از مدرسان خارجی، پرورش مربیان در تمام سطوح، پرورش مدیران حرفه ای، یک شکل شدن نظام آموزشی، تحقیقات علمی، همایش ها و کلینیک های آموزشی، مربیان تخصصی، سبک آموزش می‌تواند خلاء آموزشی حاکم بر فضای ورزشی را تا حدودی بهبود ببخشد.

ورزشکار می‌تواند بر موفقیت ورزشی اثر گذار باشد. برخی از پژوهشگران نیز عوامل ژنتیکی را مسئول عملکرد ورزشی ورزشکاران نخبه در ورزش های خاص می‌دانند (یانگ، مک آرتور و

گالبین، ۲۰۰۳). ورزشکاران نخبه را می‌توان «رویکرد با حرکت از سطح پایین به بالا» نامید. دولت‌هایی که منابع را به‌طور مستقیم به سطوح بالا و حرفه‌ای ورزش اختصاص می‌دهند، تأثیر از بالا به پایین مورد انتظار آن‌هاست با این پیش‌فرض که عملکرد موفق ورزشکاران نخبه، مردم را به مشارکت در فعالیت‌های بدنی و افزایش مشارکت همگانی تشویق می‌کند. مطالعات زیادی در این باره نشان داده است که عواملی مانند ویژگی‌های وراثتی، نژاد و قوم، محیط اطراف ورزشکاران مانند مربی، دوستان والدین، خصوصیات روان‌شناختی و شخصیتی، مدل‌های نقش، وضعیت تمرین و رقابت، تسهیلات ورزشی و مشاوره‌های تخصصی در رشد ورزشکار بسیار مؤثرند. بلک و ویز (۲۰۱۱) معتقدند که بسیاری از تعیین‌کننده‌های توسعه ورزشکاران نخبه فراتر از کنترل فوری سیاستمداران، دولت و سازمان‌هاست. بوسچر و دیگران (۲۰۱۵) معتقدند که نخبه شدن در ورزش به ۱۰ سال زمان و ۱۰ هزار ساعت تمرین نیاز دارد و هزینه آن برای هر نفر ۳۷ میلیون دلار برای کسب هر مدال طلاست. بنابراین سه عامل ویژگی‌های ژنتیک، والدین و انگیزه می‌توانند بر موفقیت ورزشکاران اثرگذار باشند.

۱۲۳

به تازگی نوعی افزایش هوشیاری درباره ارزش موفقیت ورزش قهرمانی در میان کشورها و دولت‌ها رخ داده است. کسب مقام در میادین ورزشی در کانون توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته و می‌تواند شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی یک جامعه را تحت تأثیر قرار دهد، این در حالی است که بسیاری از کشورها تلاش می‌کنند با راهبردهای مناسب، ورزشکارانی با آمادگی بالا را روانه مسابقات کنند که موفقیت آن‌ها را در میادین بین‌المللی بزرگ تضمین کنند. یکی از عوامل مهم در ورزش کشور، ورزش قهرمانی است. برای رسیدن به موفقیت در رویدادهای جهانی و المپیک باید ورزش قهرمانی را توسعه داد. ورزش و برنامه ریزی برای رشد و تقویت فعالیت‌های ورزشی در کشور ما بیشتر شامل ورزش‌های قهرمانی می‌شود. با توجه به تأثیر استعدادیابی بر مسیرهای موفقیت بسکتبال ایران، ایجاد بانک اطلاعاتی پژوهشگران استعدادیابی ورزش بر اساس اهداف و سیاست‌های تعیین شده، برگزاری دوره‌های تخصصی استعدادیابی برای کارشناسان پایگاه‌ها، انجام تحقیقات و پژوهش‌های مورد نیاز در استعدادیابی و به‌روز کردن روش‌های استعدادیابی در کشور در راستای سیاست‌ها و اهداف توسعه ورزش قهرمانی پیشنهاد می‌شود. با توجه به تأثیر عوامل اقتصادی همکاری با فدراسیون‌های ورزشی در جهت جذب حامیان مالی فراملی و تهیه و تدوین و بازنگری دستورالعمل‌های اجرایی پایگاه‌های قهرمانی در راستای سیاست‌ها و اهداف رسیدن به موفقیت پیشنهاد می‌شود. همچنین در بخش سیاسی استفاده از اخلاق مداری و جهت‌گیری سیاسی همراستا با اندازه جمعیت و توسعه شهری پیشنهاد می‌گردد. در مورد ورزشکاران این رشته نیز باید به مواردی از قبیل ویژگی‌های ژنتیکی و انگیزه در رسیدن به موفقیت توجه بیشتری گردد تا افرادی وارد این رشته شوند که مستعد رسیدن به موفقیت باشند. به منظور بهبود عوامل اجتماعی و فرهنگی توجه به سبک زندگی و رفاه اقتصادی خانواده‌ها پیشنهاد می‌گردد. گسترش روابط بین سازمان‌ها، استفاده از مدیران نخبه، برنامه ریزی راهبردی و جذب منابع انسانی متخصص به منظور ارتقای سطح مدیریت پیشنهاد می‌شود. آموزش یکی دیگر از عوامل موثر بر مسیرهای موفقیت بسکتبال ایران است که استفاده از مدرسان خارجی و پرورش مربیان در تمامی سطوح پیشنهاد می‌شود. در نهایت نظارت بر اماکن و تأسیسات ورزشی و اداری فدراسیون‌ها و توزیع عادلانه اماکن مورد نیاز به آن‌ها در جهت بهبود شرایط محیطی به منظور کسب موفقیت پیشنهاد می‌شود.

یکی از محدودیت‌های پژوهش‌های کیفی، امکان تفاسیر مختلف از پدیده مورد بررسی است و بی شک، تفسیر صورت گرفته از پدیده مورد مطالعه در این پژوهش، تنها یکی از تفاسیر ممکن و پذیرفتنی در مورد آن است که تحقیق حاضر نیز از این قاعده مستثنی نمی باشد. همچنین دسترسی به خبرگان پژوهش و حضور در محل کار آنها برای انجام مصاحبه، یکی دیگر از محدودیت‌های پژوهش بود.

در پایان پیشنهاد می شود پژوهشگران روش‌های دیگر کیفی را بررسی و معرفی کنند و با توجه به چالش‌های مربوط به روش تحقیق کیفی که در بخش محدودیت ها اشاره شد، راه حل هایی نوآورانه در این شیوه ارائه دهند.

منابع

- خدادادی کاشی، فرهاد و کریم نیا، الهام. (۱۳۹۵). «بررسی تاثیر عامل های اقتصادی و اجتماعی بر موفقیت ورزشی کشورها در بازی های المپیک (۲۰۱۲-۱۹۹۶)». فصلنامه تحقیقات مدلسازی اقتصادی. ۲۵، صص ۴۴-۶۷.
- رمضان نژاد، رحیم. (۱۳۸۵). آشنایی با تاریخ ورزش. چاپ دوم، گیلان: انتشارات دانشگاه گیلان
- شعبانی بهار، غلامرضا؛ عرفانی، نصرالله؛ گودرزی، محمود و منصف، علی. (۱۳۹۳). «کاربرد مدل تحلیل مسیر در تبیین شاخص های مؤثر بر موفقیت ورزشی تیم های ایران در رویدادهای بین المللی». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۳(۳)، صص ۱۱۷-۱۳۱.
- ضمیری کامل، علی؛ سلیمانی، مجید و ایزدی مهر، اعظم. (۱۳۹۳). «اولویت بندی عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشکاران استان همدان در راه یابی به تیم های ملی». پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی. ۴(۸)، صص ۱۱۲-۱۰۳.
- ظهرابی، فاطمه؛ صابونچی، رضا و رهام، مهدیه. (۱۳۹۱). «نقش رسانه ها در جهاد اقتصادی ورزش قهرمانی». مدیریت و رفتار سازمانی در ورزش. ۱(۱)، صص ۱۳-۱۹.
- علی دوست قهفرخی، ابراهیم؛ سجادی، سید نصرالله؛ محمودی، احمد و ساعتچیان، وحید. (۱۳۹۳). «بررسی اولویت ها و راهکارهای پیشرفت ورزش قهرمانی جودوی کشور». مدیریت ورزشی. ۶(۲)، ۲۳۱-۲۴۶.
- قربانی مورینه، لیلی و خداداد کاشی، فرهاد. (۱۳۹۸). «ارزیابی عوامل اقتصادی مؤثر در موفقیت ورزشی تیم های لیگ برتر فوتبال ایران». مجله علوم حرکتی و رفتاری. ۲(۲)، صص ۱۵۰-۱۶۰.
- موسوی راد، سیده طاهره. (۱۳۹۸). «شناسایی عوامل موفقیت ایران در بازی های المپیک». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۸(۲)، صص ۵۳-۶۲.
- واعظ موسوی، سید محمدکاظم و موسوی، سیده افروز. (۱۳۹۳). «عوامل مؤثر در موفقیت ورزشی مبتنی بر نظریه ها و مدل های مرتبط». مطالعات روانشناسی ورزشی. ۳(۱۰)، صص ۲۵-۵۰.
- هادیان، همتا؛ برومند، محمدرضا؛ امیرنژاد، سعید و نجفی، مسعود. (۱۳۹۶). «برنامه راهبردی آکادمی های فدراسیون بسکتبال ایران». پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۱۳(۲۶)، صص ۱۷۱-۱۹۴.
- Black, S. J. Weiss, M. R. (2011). "The relationship among perceived Coaching Behaviors Perceptions of Ability and Motivation in Competitive age – group swimmer". Journal of Sport & Exercise Psychology, 14(3), 94-77.
- Bohlek N. Robinson L. (2009). "Bench marking of elite sport systems". Management Decision. 47(1), 67 – 84.
- Brouwers, J., Sotiriadou, P., & De Bosscher, V. (2015). "Sport-specific policies and factors that influence international success: The case of tennis". Sport Management Review, 18(3), 343-358.
- Creswell, J. W. (2005). "Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative qeasrch". (2nd edition).

- Cushion C. Ford P R. Williams A. M. (2012). **“Coach behavior and practice structures in youth soccer”**. Journal of Sports Sciences, 30(15). 1631- 1641.
- De Bosscher. V.. De Knop. P.. Van Bottenburg. M.. Shibli. S.. & Bingham. J. (2009). **“Explaining international sporting success: An international comparison of elite sport systems and policies in six countries”**. Sport management review. 12(3). 113-136.
- De Bosscher. V.. Shibli. S.. & Weber. A. C. (2019). **“Is prioritisation of funding in elite sport effective? An analysis of the investment strategies in 16 countries”**. European Sport Management Quarterly. 19(2). 221-243.
- De Bosscher. V.. Shibli. S.. Westerbeek. H.. & Van Bottenburg. M. (2015). **“Successful elite sport policies: an international comparison of the sports policy factors leading to international sporting success (SPLISS 2.0) in 15 nations”**. Meyer & Meyer Sport.
- Gammelsater H. (2013). **“Leader succession and effectiveness in team sport”**. Sport Business and Management: An International Journal. 3(4). 285-296.
- Green. M.. & Collins. S. (2008). **“Policy, politics and path dependency: Sport development in Australia and Finland”**. Sport management review, 11(3), 225-251.
- Green, M., & Oakley, B. (2001). **“Elite sport development systems and playing to win: uniformity and diversity in international approaches”**. Leisure studies, 20(4), 247-267.
- Ishak, M. M. (2020). **“The sports, politics and economics of the hosting of mega sports events in Malaysia: exploring the Commonwealth Games of 1998 and the F1 Grand Prix”**. Journal of international studies, 1, 121-131.
- Lee, F., (2001). **“Li Furong tan ruhe nuli chengwei yi ming youxiu jiaolianyuan [Li Furong's speech on how to become an outstanding coach] ”**, Zhongguo tiyu bao [China Sports Daily], 12(4), 2 [Li Furong is a Vice Minister of Sport in China]
- Malmqvist, A., & Hammarström, M. (2019). **“Is financial health a determinant of sport success?”**
- Ramos, R. (2017). **“Critical factors influencing international sporting success of the Philippines: the athletes' perspective”**. Asia Pacific Journal of Sport and Social Science, 6(2), 143-159.
- Ramos, R. (2017). **“Critical factors influencing international sporting success of the Philippines: the athletes' perspective”**. Asia Pacific Journal of Sport and Social Science, 6(2), 143-159.
- Shippi, P. (2012). **“Social and political factors affecting sporting success in small countries: The case of Cyprus”**. Biomedical Human Kinetics, 4, 38-44.
- Singh, D., Saini, S (2013). **“Sports achievement motivation among wrestlers and judokas – a comparative study”**. International Journal of Behavioral Social and Movement Sciences, 2 (1), 70 – 75.

- Storm, R. K., & Jakobsen, T. G. (2020). **“National pride, sporting success and event hosting: an analysis of intangible effects related to major athletic tournaments”**. International Journal of Sport Policy and Politics, 12(1), 163-178.
- Valenti, M., Scelles, N., & Morrow, S. (2019). **“Elite sport policies and international sporting success: a panel data analysis of European women’s national football team performance”**. European Sport Management Quarterly, 1-21.
- Wicker, P., Hallmann, K., & Breuer, C. (2013). **“Analyzing the impact of sport infrastructure on sport participation using geo-coded data: Evidence from multi-level models”**. Sport management review, 16(1), 54-67.
- Wicker, P., Hallmann, K., & Breuer, C. (2013). **“Analyzing the impact of sport infrastructure on sport participation using geo-coded data: Evidence from multi-level models”**. Sport management review, 16(1), 54-67.
 - Yang, N., Mac Arthur, D. G., Gulbin, J. P., Hahn, A. G., Beggs, A. H., Easteal, S., & North, K. (2003). **“ACTN3 genotype is associated with human elite athletic performance”**. Am J Hum Genet, 73 (3): 627- 31.

طراحی مدل مدیریت خطر اماکن ورزشی کشور

محمد صادق فرجی^۱

علی محمد صفانیا^۲

محسن باقریان فرح آبادی^۳

سید صلاح الدین نقشبندی^۴



10.22034/SSYS.2022.1907.2359

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۴/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۲۱

مدیریت خطر، امری ضروری در حفظ ایمنی اماکن ورزشی و فراهم آوردن محیطی مناسب برای ورزش است. با توجه به اهمیت فعالیت ورزشکاران در محیطی ایمن، پیاده سازی مدل مدیریت خطر در اماکن ورزشی باید در اولویت قرار گیرد. از این رو، هدف از انجام این تحقیق طراحی مدل مدیریت خطر در اماکن ورزشی کشور است. این تحقیق با رویکرد آمیخته (کیفی و کمی) انجام گرفت. به منظور شناسایی عوامل ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و مقالات مرتبط، زوایای اصلی مشخص شد. سپس با ۱۰ نفر از متخصصان و اساتید در زمینه ورزش و توسعه و تجهیز اماکن ورزشی و مدیران، مصاحبه های عمیق نیمه ساختاریافته صورت گرفت. عوامل به دست آمده در ۴ مقوله و ۸ مفهوم و ۹۱ نشان طبقه بندی شدند. سپس اولویت بندی عوامل با استفاده از تکنیک ANP صورت گرفت. همبستگی میان متغیرها، تأیید شد و در نهایت مدل مدیریت خطر در اماکن ورزشی

۱- دانشجوی دکتری، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- استاد، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: A.m.safania@gmail.com

۳- استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴- استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

ارائه گردید.

یافته‌های پژوهش نشان داد که اجرای مدل مدیریت خطر اماکن ورزشی کشور، مهم و ضروری است و پیشنهاد می‌شود که مسئولان و مدیران به منظور اجرای برنامه مدیریت خطر از مدل ارائه شده بهره گیرند تا محیطی ایمن برای فعالیت ورزشکاران فراهم شود.

واژگان کلیدی: مدیریت خطر، اماکن ورزشی و ورزش ایمن.

مقدمه

اهمیت روز افزون ورزش در جهان ایجاب می کند که الزامات ورزش به صورت اساسی مورد بررسی قرار گیرند. افزایش مشارکت ورزشکاران در فعالیت های ورزشی، یکی از اصلی ترین اهداف سازمان های ورزشی به حساب می آید. با توجه به نظام مند شدن فعالیت های ورزشی، امروزه بیشتر فعالیت ها در اماکن ورزشی، صورت می پذیرند. تغییر شکل ساختار ورزش ها موجب گسترش اماکن ورزشی و استفاده بیشتر از این اماکن شده است (روف^۱، ۲۰۱۸). اصولی بودن ساختار اماکن ورزشی، نقش مهمی در حفظ سلامت ورزشکاران و توسعه ورزش دارد (کومار^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). ورزش اغلب با رویکردی مرتبط با سلامتی، شناخته می شود. از این رو، ایمنی فضایی که ورزشکاران در آن به فعالیت می پردازند، بسیار مهم است. سازمان های ورزشی باید از مشارکت برای سلامتی استفاده کنند تا پایداری سازمانی ورزش را ارتقا دهند. اهداف ایمنی و بهداشتی، نقش اساسی در تغییر شکل سیستم ها و راهبرد های ورزش برای رسیدن به فعالیت ورزشکاران در محیطی مناسب دارند (مایکل و همکاران^۳، ۲۰۱۹).

به منظور فراهم آوردن محیطی ایمن، استفاده مفید از مدیریت خطر می تواند تا حد زیادی از بروز مشکلات جدی در اماکن ورزشی جلوگیری کند. مدیریت خطر، کاربرد نظام مند سیاست های مدیریتی، رویه ها و فرآیندهای مربوط به فعالیت های تحلیل، ارزیابی و کنترل خطر می باشد (فریگو^۴، ۲۰۱۴). اماکن ورزشی با داشتن برنامه ای مدون می توانند بسیاری از خطرات احتمالی را پیش بینی، شناسایی و کنترل کنند و از بروز آسیب های جدی به ورزشکاران و اماکن ورزشی جلوگیری به عمل آورند (کلارسون^۵، ۲۰۱۶). یک اصل مهم برای مدیران اماکن ورزشی، توجه به خطرات احتمالی و حتی داشتن نگاهی بدبینانه راجع به خطرات است. ایمنی فعالیت ورزشکاران می تواند به دلیل سهل انگاری کارکنان، تجهیزات ایمنی ناکافی یا پروتکل های نامشخص، با مشکل مواجه گردد. بنابراین مهم است که خطرات احتمالی، شناسایی شوند و اطمینان حاصل شود که اماکن ورزشی توانایی مقابله با شرایط پیش بینی نشده را دارا هستند. کارمندان باید آموزش کافی در زمینه ایمنی را کسب کرده باشند و فضای ورزشی برای مراجعه کنندگان و کارمندان، فضایی امن باشد. امنیت باید اولویت اول در مدیریت اماکن ورزشی باشد. در واقع بسیاری از آسیب هایی که در ورزش و برنامه های تفریحی رخ می دهد، با کمی برنامه ریزی و آموزش مناسب قابل پیشگیری است. وضوح برنامه خطر از عوامل بسیار ضروری به حساب می آید (رمپون^۶، ۲۰۱۹).

سعیدی مجد و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود عواملی نظیر کنترل محیطی، کنترل ورودی ها، بررسی صلاحیت و اعتبارنامه افراد، سیستم های حفاظت فیزیکی، مدیریت ریسک، مدیریت امور اضطراری، ارتباطات، پرسنل امنیتی، آموزش (الگوسازی و شبیه سازی)، محافظت در برابر مواد سمی، ساختار مکان ورزشی و اقدامات فرهنگی را ارائه دادند و بیان کردند تمامی این عوامل در امنیت و مدیریت خطر اماکن ورزشی تأثیرگذار هستند.

1. Ruth
2. Kumar
3. Michael
4. Frigo
5. Clarrson
6. Rampone

جهانگیر و همکاران (۱۳۹۸) بیان کردند که شناسایی خطر و علل وقوع و پیامدهای هر یک باعث پیشنهاد راهکارهایی می شود که بر کنترل و تاثیرگذاری بر علل وقوع خطرات تمرکز دارد تا امکان مدیریت آن‌ها به صورت ریشه‌ای تر و عمیق‌تر فراهم شود. کتبی و همکاران (۱۳۹۶) معتقدند که اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه‌های استان یزد نیازمند آن است که مسئولان با نگاهی تخصصی و مدیریت دانش ایمنی نسبت به استاندارد کردن و ایمنی اماکن ورزشی بپردازند.

موسوی راد، رحیمی و پور سوق (۱۳۹۶) طی تحقیقی دریافته‌اند که ایمنی اماکن ورزشی این شهر از استانداردهای مناسبی پیروی نمی کند و پیشنهاد کردند که در ساخت و طراحی اماکن ورزشی از نظرات متخصصان تربیت بدنی استفاده گردد تا سطح ایمنی اماکن ورزشی افزایش پیدا کند.

نعمتی و نعمتی زاده (۱۳۹۴) در تحقیق خود دریافته‌اند که شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور به دلیل نداشتن ساز و کاری نظام مند به منظور مدیریت رویدادهای خطر، دچار مشکلاتی در تصمیمات راهبردی بوده است. از این رو، برای تسهیل در فرآیند مدیریت خطر سازمان لازم است یک سیستم پشتیبان که بتواند تصمیم گیری در کلیه مراحل فرآیند مدیریت خطر سازمان را پشتیبانی کند، توسعه داده شود.

برینیلسن^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق خود بیان کردند که اجرای رویدادهای آزمایشی در اماکن ورزشی میزان بروز خطر را کاهش می دهند، زیرا به ذینفعان مربوطه اجازه می دهند تجربه عملی داشته باشند. علاوه بر کاهش خطر، دانش جمعی را تقویت می کنند و تیم سازی و آمادگی عملیاتی را تقویت می نمایند. این مطالعه نشان می دهد داشتن برنامه آزمایشی میزان بروز خطر را کاهش می دهد. یافته ها نشان می دهد که سازمان دهندگان برای کاهش خطر در رویدادهای آزمایشی، از یک حلقه بازخورد دانش، تأمین مالی و مشارکت استفاده می کنند.

بادولسکو^۲ (۲۰۲۰) در تحقیق خود بیان می کند مدیریت خطر در استخرهایی که ورزش واترپلو را انجام می دهند به منظور جلوگیری از بروز حوادث بسیار حیاتی است.

پارک و چائو^۳ (۲۰۲۰) در تحقیق خود نتیجه گرفتند که روند متوالی شناسایی خطر، برآورد خطر، ارزیابی خطر و بهبود خطر اساس هر مدل مدیریت خطر را تشکیل می دهد. برقراری ارتباط مداوم با ذینفعان، نظارت و بررسی، اجرا و اسناد برنامه مدیریت خطر را بسیار مهم و اساسی شمردند. ویگناک^۴ و همکاران (۲۰۱۹) معتقدند برای پیشگیری از صدمات ورزشی باید به دانش دقیق درباره شرایط صدمات وارده و عوامل خطر توجه گردد. به نظر می رسد که یادگیری از حوادث می تواند مفید واقع شود. مدیریت خطر می تواند به طور مستقیم از بروز صدمات و غرق شدن افراد در استخرها و اماکن ورزشی جلوگیری کند.

کیماسی^۵ و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیق خود بیان می کنند که در ساخت اماکن ورزشی باید به موارد ایمنی توجه بیشتری شود. یکی از وظایف مهم مدیران و مدیران اماکن ورزشی فراهم آوردن

1. Brynildsen
2. Badulescu
3. Park & Chau
4. Vignac
5. Kimasi

مکانی امن برای ورزشکاران است. رعایت استانداردهای ایمنی در ساخت سالن ورزشی و نگهداری مناسب از اماکن ورزشی، بسیار مهم است.

رو^۱ و همکاران (۲۰۱۷) نیز بیان کردند که ایجاد برنامه مدیریت خطر برای افراد در ورزش بسیار حیاتی است. پیشگیری از آسیب در ورزش، در مقابل کاهش خطر آسیب، با توجه به عدم توانایی در ارزیابی تعاملات عوامل خطر، غیرممکن است. با توجه به این عدم قطعیت، مدیران باید راهبرد های مدیریت خطر را طراحی، ارائه و بر آن ها نظارت کنند تا اطمینان حاصل شود که در طول پیگیری ها، میزان صدمات کاهش یابد.

درصد زیادی از آسیب های وارده به ورزشکاران، در اماکن ورزشی و با استفاده از تجهیزات معیوب رخ می دهد و یکی از مهم ترین مواردی که باعث وقوع آسیب در بین ورزشکاران می گردد رعایت نکردن اصول ایمنی، بهداشت و مدیریت خطر در اماکن ورزشی است. بسیاری از افراد به علت ترس از آسیب دیدن در اماکن ورزشی از مشارکت در فعالیت های ورزشی اجتناب می کنند. اماکن و فضاهای ورزشی، بستر اجرای فعالیت های ورزشی می باشند و مدیریت صحیح و اصولی آن ها به طور مستقیم بر کمیت و کیفیت برنامه ها و رویدادهای ورزشی تأثیرگذار است. بررسی سنوات گذشته مؤید این است که با عدم استفاده از افراد متخصص و صاحب صلاحیت در طراحی و ساخت اماکن ورزشی و نظارت بر نگهداری اماکن ورزشی، ضرر و زیان و خسارت های جبران ناپذیری به صنعت ورزش کشور وارد شده است. مدیریت خطر، گزینه ای مناسب در ایمن سازی اماکن ورزشی برای خروج از این بحران به حساب می آید. استانداردهای بین المللی بیانگر اهمیت فراوان مدیریت خطر و ایمنی اماکن ورزشی هستند و به تکرار بیان می شود: «ابتدا ایمنی بعد ورزش»، ولی هم اکنون در اماکن ورزشی رعایت مدیریت خطر چندان به چشم نمی خورد. گزارشات متنوعی در طول سال های اخیر پیرامون حوادث ناگوار در ورزشگاه های ورزشی و خسارات جانی و مالی متنوع، موجود می باشد که مسئله اصلی در آنها فقدان وجود ساز و کار اجرایی مبتنی بر شیوه، طرح و یا مدلی موفق در رویایی با خطر و همچنین مدیریت ایمنی اماکن ورزشی کشور است. لذا سؤال تحقیق این است:

چه مدلی برای مدیریت خطر اماکن ورزشی کشور می توان طراحی کرد؟

روش شناسی پژوهش

با توجه به ابعاد و نوع تحقیق، روش شناسی تحقیق با رویکرد آمیخته (کیفی و کمی) انجام شد که تحقیق کیفی از نوع اکتشافی بود و به روش تئوری داده بنیاد صورت گرفت. راهبرد روش تحقیق کمی از نوع همبستگی بود. ابتدا مطالعات کتابخانه ای پیرامون مدیریت خطر اماکن ورزشی صورت پذیرفت. به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت خطر اماکن ورزشی کشور، با ۱۰ نفر از افراد متخصص در حوزه علوم ورزشی، مدیران اماکن ورزشی و مدیران شرکت توسعه اماکن ورزشی، مصاحبه شد. انتخاب مشارکت کنندگان به روش هدفمند انجام شد. افراد متخصص بر اساس سابقه فعالیت در اماکن ورزشی و ورزش انتخاب شدند و تعداد مصاحبه ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد. از نفر هفتم، عوامل تکراری ظهور یافت و برای اطمینان بیشتر مصاحبه تا نفر دهم ادامه پیدا کرد. متن مصاحبه ها با استفاده از نرم افزار MAXQDA10 مورد بررسی قرار گرفت. همزمان با برگزاری مصاحبه ها، کدگذاری باز مصاحبه های پیشین انجام پذیرفت. برای

اطمینان از روایی و پایایی، یافته‌ها بر اساس رویکرد روش کیفی، از نظر قابلیت اعتبار، انتقال پذیری، تأیید پذیری و اطمینان پذیری توسط ۱۰ نفر از اساتید علوم ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. سپس اولویت‌بندی عوامل با استفاده از تکنیک ANP، در نرم افزار سوپردیسیژنز^۱ صورت پذیرفت. به منظور سنجش همبستگی میان متغیرها بر اساس نظر محقق و تأیید خبرگان، ۸ عامل یافت شده در مفهوم، با آزمون کبسر و بارتلت، مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این بخش با استفاده از نرم افزار SPSS 18، داده‌ها بررسی شدند. در نهایت مدل مدیریت خطر اماکن ورزشی کشور ارائه گردید.

یافته های پژوهش

ویژگی جمعیت شناختی خبرگانی که در انجام این تحقیق مشارکت داشته اند در جدول ۱ ارائه گردید:

جدول ۱. ویژگی های جمعیت شناختی خبرگان

ویژگی های جمعیت شناختی خبرگان	
۳ نفر از اساتید برجسته علوم ورزشی (۳۰ درصد)	
حوزه فعالیت خبرگان	۴ نفر از طراحان توسعه اماکن ورزشی (۴۰ درصد)
۳ نفر از مدیران اماکن ورزشی (۳۰ درصد)	
میانگین سنی خبرگان	۴۳ ± ۵ سال
سابقه فعالیت خبرگان	۱۷/۹ ± ۴ سال

پس از مصاحبه با خبرگان، کدگذاری همزمان با اجرای مصاحبه ها صورت گرفت و متن مصاحبه‌ها با استفاده از نرم افزار MAXQDA 10 تجزیه و تحلیل شدند. بر اساس خروجی نرم‌افزار، ۹۱ کد استخراج شده است. کدهای استخراج شده و تکرار آن‌ها به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۲. کدهای استخراج شده به همراه تکرار

تکرار	کدهای استخراج شده	تکرار	کدهای استخراج شده
۶	کنترل هزینه ها	۲	قراردادن پاداش برای اجرای برنامه
۲	پرهزینه بودن برنامه مدیریت خطر	۳	تخصیص بودجه کافی
۲	حمایت بخش خصوصی	۵	بیمه درمانی
۳	ایجاد اعتماد از ایمن بودن محیط	۳	حمایت بخش دولتی
۴	حضور تیم پزشکی	۴	مدیریت رفتار پرسنل
۴	عدم ارزیابی تجهیزات	۲	برنامه ی بلند مدت و کوتاه مدت
۵	کنترل خطر	۶	شناسایی خطرات
۲	برنامه نگهداری	۷	تناسب برنامه با نوع فعالیت

۳	برنامه بررسی تجهیزات	۴	وقوع اتفاقات ناگوار در اماکن ورزشی
۶	اولویت یافتن مدیریت خطر	۳	اجباری شدن اجرای برنامه
۲	ایمنی دیواره ها	۴	ایمنی دستشویی ها
۲	ایمنی سقف	۳	ایمنی کفپوش ها
۳	عدم وجود دانش کافی	۳	آگاهی از روند مدیریت خطر
۸	حضور ناظر	۳	ثبت گزارش خطر
۸	آموزش صحیح به کارکنان	۴	توانمندسازی مدیران در اجرای برنامه
۳	انجام اقدامات اصلاحی	۲	درگیر ساختن کارکنان در اجرای برنامه
۲	عدم توجه به برنامه مدیریت خطر	۲	درگیر ساختن کارکنان در اجرای برنامه
۲	نهادینه سازی مدیریت خطر	۱	تبدیل مدیریت خطر به باور گروهی
۷	ایجاد انگیزه در اجرای برنامه	۹	استخدام افراد متخصص
۴	نگرش نسبت به مدیریت خطر	۱	وقت گیر بودن فرآیند مدیریت خطر
۶	بی دلیل انگاشتن برنامه مدیریت خطر	۲	مقاومت کارکنان در برابر اجرای برنامه
۴	عدم پایداری به اجرا برنامه	۱	دست و پاگیر بودن مدیریت خطر
۵	باور به اجرای مدیریت خطر	۳	هماهنگ نبودن افراد در اجرای برنامه
۲	عدم توانایی در اجرای برنامه	۳	یکپارچگی ذهنی افراد در اجرای برنامه
۶	کنترل مصدومیت ها	۷	ثبت دقیق اطلاعات صحیح
۳	شهرت ورزش	۶	تعهد در اجرای برنامه
۲	پذیرش مدیریت خطر	۲	ایمنی تجهیزات آتشنشانی
۴	تجهیزات کنترلی	۳	دسترسی به مراکز درمانی
۲	ایمنی درب	۴	ایمنی پنجره ها
۱۰	اصولی نبودن سازه	۳	توجه به معلولین
۶	همراستایی با استانداردهای بین المللی	۴	توجه به زیرساخت ها
۳	طراحی اعلان های محیطی	۱	مهیا کردن شرایط مناسب برای تمامی گروه های
			سنی
۵	ایمنی پارکینگ ها	۶	آسیب تجهیزات
۳	محل نگهداری تجهیزات	۲	تهویه مناسب
۲	وسعت اماکن ورزشی	۲	اختلاف سطح در محیط ورزشی
۴	نوپردازی نامناسب	۵	ضد عفونی و تمیزی محیط
۳	کاهش دادخواهی ها با اجرای برنامه	۶	وجود برنامه مدیریت خطر
۳	زمانبندی مدیریت صحیح در مدیریت خطر	۲	مقابله با بلایای طبیعی
۲	ایمنی رختکن ها	۲	ایمنی تأسیسات برقی و الکترونیک
۹	ایمنی محیطی	۴	قدیمی بودن اماکن ورزشی
۵	نمادین بودن برنامه مدیریت خطر	۵	روشن بودن هدف برنامه
۴	طراحی برنامه یکپارچه مدیریت خطر	۳	مقابله با حملات تروریستی
۶	برنامه ارزیابی خطر	۳	برنامه زمانی
۵	عدم پیاده سازی برنامه	۷	طراحی مدل جامع و کاربردی
۷	پیش بینی خطرات	۴	اجرای صحیح برنامه مدیریت خطر
		۳	بهبود خطر

پس از استخراج کدها، داده ها در چهار مقوله و هشت مفهوم، دسته بندی و طبقه بندی شدند.

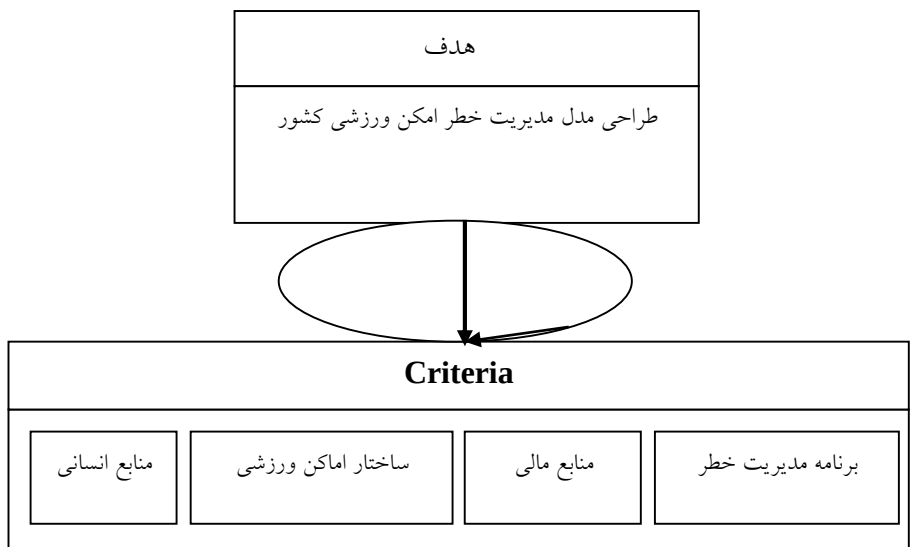
جدول ۳. دسته بندی و طبقه بندی داده ها

نشان	مفهوم	مقوله	فرد (p)
ایمنی تجهیزات آتش نشانی، تجهیزات کنترلی، دسترسی به مراکز درمانی، همراستایی با استانداردهای بین المللی، توجه به زیرساخت ها، مهیا کردن شرایط مناسب برای تمامی گروه های سنی، طراحی اعلان های محیطی، آسیب تجهیزات ایمنی پارکینگ ها، تهویه مناسب، محل نگهداری تجهیزات، اختلاف سطح در محیط ورزشی، وسعت اماکن ورزشی، ضدغفونی کردن و تمیزی محیط، نوپردازی نامناسب، ایمنی تأسیسات برقی و الکترونیک، ایمنی رختکن ها، ایمنی دستشویی ها، ایمنی دیواره ها، ایمنی کفپوش ها، ایمنی سقف، ایمنی پنجره ها، ایمنی درب، توجه به معلولین، اصولی نبودن سازه، قدیمی بودن اماکن ورزشی، ایمنی محیطی	الزامات و تجهیزات	ساختار اماکن ورزشی	P1,P2,P3,P4, P5, P6, P7,P8,P9,P10
روشن بودن هدف برنامه، نمادین بودن برنامه مدیریت خطر، برنامه ی بلند مدت و کوتاه مدت، برنامه نگهداری، برنامه بررسی تجهیزات، تناسب برنامه با نوع فعالیت، عدم ارزیابی تجهیزات، وقوع اتفاقات ناگوار در اماکن ورزشی، ثبت دقیق اطلاعات صحیح، کنترل مصدومیت ها، مقابله با حملات تروریستی، طراحی برنامه یکپارچه مدیریت خطر، برنامه زمانی، برنامه ارزیابی خطر، طراحی مدل جامع، عدم پیاده سازی برنامه، وجود برنامه مدیریت خطر	برنامه های مدیریت خطر	برنامه مدیریت خطر	P1,P2,P3,P4, P6, P7,P9
کاهش دادخواهی ها با اجرای برنامه، مقابله با بلایای طبیعی، زمانبندی مدیریت صحیح در مدیریت خطر، اجرای صحیح برنامه مدیریت خطر، پیش بینی خطرات، شناسایی خطرات، کنترل خطر، بهبود خطر ایجاد اعتماد از ایمن بودن محیط، مدیریت رفتار پرسنل، حضور تیم پزشکی، اجباری شدن اجرای برنامه، اولویت یافتن مدیریت خطر، آگاهی از روند مدیریت خطر، عدم وجود دانش کافی، ثبت گزارش خطر، حضور ناظر، توانمندسازی مدیران در اجرای برنامه، آموزش صحیح به کارکنان، انجام اقدامات اصلاحی، درگیر ساختن کارکنان در اجرای برنامه، توجه به برنامه مدیریت خطر، تبدیل مدیریت خطر به باور گروهی، نهادینه سازی مدیریت خطر، استخدام افراد متخصص، ایجاد انگیزه در اجرای برنامه	اقدامات مدیریت خطر	وظایف مدیران نیروی انسانی	P1,P3,P4,P7, P8, P9,P10,P4,P5,P6

فرد (p)	مقوله	مفهوم	نشان
P1, P4, P5, P7, P9, P6	منابع مالی	مدیریت مالی	وقت گیر بودن فرایند مدیریت خطر، نگرش نسبت به مدیریت خطر، مقاومت کارکنان در برابر اجرای برنامه، بی دلیل انگاشتن برنامه مدیریت خطر، دست و پاگیر بودن مدیریت خطر، عدم پایبندی به اجرا برنامه، هماهنگ نبودن افراد در اجرای برنامه، باور به اجرای مدیریت خطر، یکپارچگی ذهنی افراد در اجرای برنامه، توانایی در اجرای برنامه، تعهد در اجرای برنامه، شهرت ورزش، پذیرش مدیریت خطر قرارداد پاداش برای اجرای برنامه، تخصیص بودجه کافی، بیمه درمانی، کنترل هزینه ها، پرهزینه بودن برنامه مدیریت خطر
			نگرش و رفتار افراد
منابع مالی	حامیان مالی	حمایت بخش خصوصی حمایت بخش دولتی	

۱۳۷

به منظور اولویت بندی عوامل از تکنیک ANP استفاده شد. بر اساس خروجی نرم افزار سوپردسیژنز^۱، اولویت بندی عوامل بر اساس ۴ مقوله اصلی صورت پذیرفت. ابتدا مدل اولیه روابط میان متغیرها طراحی شد. سپس پرسشنامه مقایسات زوجی طراحی گردید و در اختیار خبرگان قرار گرفت. سپس، یافته ها در نرم افزار تجزیه و تحلیل شد.



شکل ۱. مدل اولیه روابط میان عوامل

جدول ۴. اولویت بندی عوامل اصلی در طراحی مدل مدیریت خطر

نمره خام	نمره نرمال	نمره ایده آل	اولویت	نام
۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۳۳۹		برنامه مدیریت خطر
۰/۳۸۶	۰/۳۸۶	۱/۰۰۰		ساختار اماکن ورزشی
۰/۳۰۳	۰/۳۰۳	۰/۷۸۴		منابع انسانی
۰/۱۷۸	۰/۱۷۸	۰/۴۶۲		منابع مالی

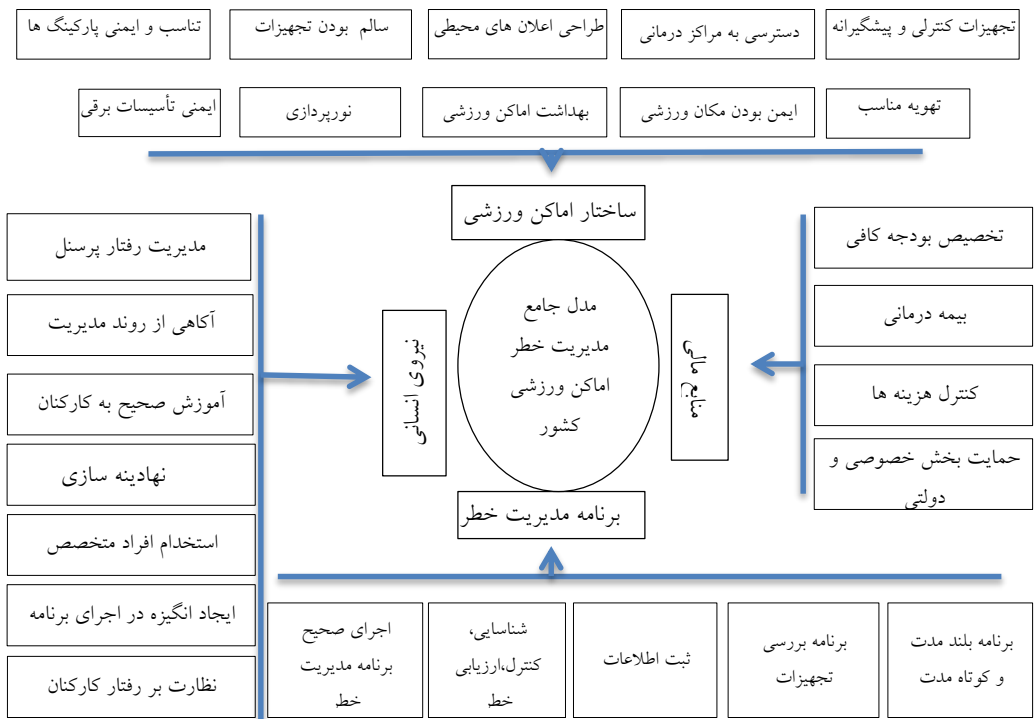
ساختار اماکن ورزشی با وزن ۰/۳۸۶ در اولویت اول قرار گرفت. سپس منابع انسانی با وزن ۰/۳۰۳، منابع مالی با وزن ۰/۱۷۸ و برنامه های مدیریت خطر با وزن ۰/۱۳۱ به ترتیب اولویت یافتند. نرخ ناسازگاری در این تحقیق ۰/۴۳ به دست آمد که چون کمتر از ۰/۱ است، قابل قبول می باشد. به منظور سنجش همبستگی میان متغیرها بر اساس نظر محقق و تأیید خبرگان ۸ عامل یافت شده در مفهوم مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به این منظور پرسشنامه محقق ساخته با ۸ سوال، طراحی گردید و به ازای هر سوال ۱۰ نمونه انتخاب گردید. نمونه در این بخش شامل مدیران شرکت توسعه، بهره برداران اماکن ورزشی، مدیران کل اماکن ورزشی کشور بود که پس از به دست آوردن فهرست اماکن ورزشی از شرکت توسعه و تجهیز و وزارت ورزش و جوانان انتخاب شدند. حجم نمونه برای اطمینان بیشتر ۱۰۱ مورد ارزیابی شد. در این بخش با استفاده از نرم افزار SPSS 18، داده ها مورد بررسی قرار گرفت.

بررسی ماتریس همبستگی نشان می دهد که مقادیر قابل ملاحظه ای از همبستگی بیشتر از ۰/۳۳ می باشد. از این رو، این ماتریس برای عامل یابی مناسب است. همچنین آزمون کرویت بارتل معنادار است و اندازه کفایت نمونه گیری، کیسر - مایر - اولکین بیشتر از ۰/۵ است. خروجی نرم افزار نشان می دهد که متغیرها در تحقیق از همبستگی مناسبی برخوردارند.

جدول ۵. آزمون کیسر و بارتل

شاخص KMO	آزمون بارتل
۰/۵۱۳	آماره کای دو
	درجه آزادی
	سطح معناداری
	۱۲۲/۱۸۸
	۲۸
	۰/۰۰۰

به منظور ترسیم مدل مدیریت خطر با استفاده از یافته های تحقیق، مدل ترسیم شده با تأیید روایی و پایایی توسط ۱۰ نفر از اساتید علوم ورزشی به شکل زیر ارائه شد. این مدل شامل چهار بخش اصلی می شود که به ترتیب عبارت اند از: ساختار اماکن ورزشی، نیروی انسانی، منابع مالی و برنامه مدیریت خطر. هر یک از عوامل دارای زیر معیارهایی هستند که با نظر خبرگان و محقق و بر اساس اهمیت آن ها در مدل اعمال شده اند.



شکل ۲. مدل مدیریت خطر اماکن ورزشی کشور

بحث و نتیجه گیری

با توجه به گسترش صنعت ورزش در جهان و محبوبیت ورزش، توجه به حفظ سلامت ورزشکاران و افراد فعال در حوزه ورزش، ضروری است. از این رو، حفظ ایمنی در اماکن ورزشی و اجرای برنامه های مدیریت خطر در اماکن ورزشی افزایش پیدا می کند. هدف از انجام این تحقیق، طراحی مدل مدیریت خطر در اماکن ورزشی کشور است. با اجرای مصاحبه های بازپاسخ و نیمه ساختاریافته عمیق، به شناسایی عوامل پرداخته شد و پس از کدگذاری، ۹۱ عامل شناسایی گردید. این عوامل در ۴ دسته منابع مالی، نیروی انسانی، ساختار اماکن ورزشی و برنامه های مدیریت خطر تقسیم بندی شدند. سپس اولویت بندی عوامل صورت پذیرفت که از میان عوامل یافت شده ساختار اماکن ورزشی با وزن ۰/۳۸۶ بیشترین اولویت را کسب کرده است. سپس همبستگی میان متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. طبق خروجی، آزمون کروییت بارتلت معنادار است و اندازه کفایت نمونه گیری، کیسر- مایر- اولکین بیشتر از ۰/۵ و قابل قبول است. بر اساس مدل ارائه شده در تحقیق، مهم ترین زیرمعیارها بر اساس نظر خبرگان و محقق بیان شده اند.

ساختار اماکن ورزشی، اولین عاملی است که با بهبود وضعیت سازه و توجه به نمادهای ایمنی داخلی، می تواند در بهبود ایمنی اماکن ورزشی اثرگذار باشد. عواملی از قبیل ایمن بودن محیط، رعایت بهداشت محیطی، نورپردازی، تجهیزات کنترلی و پیشگیرانه، نزدیک بودن اماکن ورزشی به

مراکز درمانی، سالم بودن تجهیزات، ایمنی تأسیسات برقی، تهویه مناسب و طراحی اعلانات محیطی در ایمن شدن اماکن ورزشی دخیل هستند. نعمتی و نعمتی‌زاده (۱۳۹۴) و رو (۲۰۱۷) همراستا با نتایج این تحقیق بیان کردند که اماکن ورزشی کشور به دلیل نداشتن سازوکاری نظام‌مند به منظور مدیریت رویدادهای خطر، دچار مشکلاتی در ارائه خدمات ایمن به جامعه ورزشی بوده‌اند. از این رو، برای تسهیل در فرآیند مدیریت خطر سازمان، باید یک سیستم پشتیبان که بتواند تصمیم‌گیری در کلیه مراحل فرآیند مدیریت خطر سازمان را پشتیبانی کند، توسعه داده شود. هنگامی که مدیریت خطر در اماکن ورزشی اجرایی می‌گردد، مدیران و کارکنان و کاربران، شرایطی را در اختیار دارند تا بهتر با خطرات مواجه شوند و واکنش بهتری نشان دهند. ساختار اماکن ورزشی در مدیریت خطر از دیدگاه خبرگان، نقش بسیار مهم و کلیدی را ایفا می‌کند. در سال‌های اخیر مشاهده شده است که افراد، علاقه بیشتری به فعالیت در اماکن ورزشی نشان می‌دهند و این امر ضرورت استاندارد بودن اماکن ورزشی را نشان می‌دهد. در حالی که مطالعات نشان می‌دهند که در ایران بیشتر اماکن ورزشی از استانداردهای معمول پیروی نمی‌کنند و اصولی طراحی نشده‌اند. همچنین بسیاری از اماکن ورزشی دارای فرسودگی هستند و احتمال بروز خطر را افزایش می‌دهند. محیط اماکن ورزشی باید دارای الزاماتی باشد که فعالیت در اماکن ورزشی را ایمن سازد. علاوه بر ساختار درونی اماکن ورزشی، ساختار بیرونی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. فردی که دارای معلولیت است و در اماکن ورزشی حضور پیدا می‌کند باید به راحتی امکان ورود از درب‌های ورودی، رفتن به پارکینگ و فضاهای اماکن ورزشی را داشته باشد و محیط درونی و بیرونی طوری طراحی شود که تمامی افراد با ویژگی‌های خاص، توانایی استفاده از آن را داشته باشند. احمدیان و همکاران (۱۳۹۵) نیز همراستا با این تحقیق بیان می‌کنند که مطالعه قوانین و مقررات رشته‌های ورزشی گوناگون و شرایط ایمنی استاندارد زمین‌های ورزشی از نظر ابعاد، وسایل و تجهیزات و سایر عوامل فیزیکی مانند نور، حرارت، چرخش هوا و هماهنگی خدمات فنی و مهندسی برای منطبق ساختن فعالیت‌های آن‌ها با استانداردهای ورزشی در احداث اماکن ورزشی بسیار اهمیت دارد. موسوی و همکاران (۱۳۹۶)، ترکسلویه و همکاران (۱۳۹۳)، رضائی و مادوانی (۱۳۹۳) و کیماسی (۲۰۱۹) نیز همراستا با یافته‌های تحقیق حاضر بیان می‌کنند که ایمنی اماکن ورزشی از استانداردهای مناسب پیروی نمی‌کند و در ساخت و طراحی اماکن ورزشی باید از نظرات متخصصان تربیت بدنی استفاده گردد تا سطح ایمنی اماکن ورزشی افزایش یابد. در تحقیق حاضر بیان می‌شود که اصولی بودن سازه‌های اماکن ورزشی و طراحی آن‌ها توسط متخصصان در اجرای برنامه‌های مدیریت خطر بسیار ضروری است. در این تحقیق به این موضوع اشاره شد که ایمنی اماکن ورزشی، محدود به محیط داخلی اماکن نمی‌شود. در همین راستا، هاشم (۲۰۱۱) نیز به این موضوع اشاره کرده است که اهمیت ایمنی و طراحی محیط بیرونی اماکن ورزشی به اندازه محیط درون، مهم است. به طور کلی، مدل بصری ارائه شده در این تحقیق نشان می‌دهد که عوامل یافت شده، یک به یک با هم در ارتباط هستند و برای طراحی مدل مدیریت خطر باید مورد استفاده قرار گیرند. در اماکن ورزشی فراهم آوردن ایمنی و اجرای مدیریت خطر، امری است که عمل به آن می‌تواند برای پیش‌برد اصولی ورزش بسیار کارآمد باشد. نیروی انسانی، در اجرای مدل مدیریت خطر در اماکن ورزشی بسیار مهم است و در اولویت دوم قرار می‌گیرد. رفتار پرسنل، آگاهی از روند مدیریت خطر، ایجاد انگیزه در افراد، نهادینه‌سازی مدیریت خطر توسط مدیر در اماکن ورزشی و استخدام و نظارت بر کار افراد بسیار

ضروری است. پارک و چائو (۲۰۲۰)، فالکو^۱ (۲۰۱۶) و رجمان^۲ (۲۰۱۴) نیز همراستا با تحقیق حاضر، معتقدند که روند متوالی شناسایی خطر، برآورد خطر، ارزیابی خطر و بهبود خطر، اساس هر مدل مدیریت خطر را تشکیل می‌دهند. از این رو، برقراری ارتباط مداوم با ذینفعان، نظارت و بررسی و اجرای برنامه مدیریت خطر بسیار مهم و اساسی قلمداد شده و راهبردهایی مانند اجتناب از خطر، مقابله با خطر، انتقال ریسک، جبران خطر و برنامه ریزی برای آن ارائه شده است. منابع مالی که اولویت سوم را در تحقیق کسب کرده است، در اجرایی سازی برنامه های مدیریت خطر و مقابله با اتفاقات ناگهانی نقش مهمی را ایفا می‌کند. برنامه‌های مدیریت خطر برای پیش‌برد مدیریت خطر در اماکن ورزشی ضروری هستند و در این تحقیق در جایگاه چهارم قرار گرفته‌اند. صالح نیا و میزانی (۱۳۹۳) و بلوکات و همکاران (۱۳۹۱) همراستا با تحقیق حاضر بیان کردند که مدیران موظف‌اند دانش کافی را درباره مدیریت خطر و روش‌ها و برنامه‌های آن کسب نمایند و به منظور مدیریت، شناسایی و کاهش وقایع بالقوه و فراهم کردن محیطی ایمن‌تر برای شرکت کنندگان و سایر افراد حاضر، آن‌ها را در اماکن ورزشی به کار گیرند. در تحقیق حاضر نیز آگاهی از روند مدیریت خطر، داشتن دانش کافی پیرامون مدیریت خطر و ثبت دقیق گزارشات می‌تواند به اجرای صحیح این برنامه در شناسایی، کنترل و بهبود خطرات کمک کند. بسیاری از مدیران اماکن ورزشی و کارکنان آن‌ها اجرای برنامه‌های مدیریت خطر را امری وقت گیر می‌دانند و معتقدند هنگامی که با مشکل و خطری مواجه شدیم، فکری برای متوقف کردن آن می‌کنیم. در صورتی که اگر پیش از بروز مشکل، خطرات شناسایی و کنترل گردند، هم از بروز صدمات جلوگیری می‌شود و هم هزینه‌های ناشی از آن کاهش می‌یابند. جهانگیر و همکاران (۱۳۹۸) و کتبی و همکاران (۱۳۹۶) همراستا با یافته‌های این تحقیق نتیجه گرفتند که شناسایی خطر و علل وقوع و پیامدهای هر یک باعث پیدایش راهکارهایی می‌شود که بر کنترل، تاثیرگذاری و علل وقوع خطرات تمرکز دارد تا امکان مدیریت آن‌ها به صورت ریشه‌ای‌تر و عمیق‌تر فراهم شود. همچنین کتبی و همکاران در بررسی اماکن ورزشی دانشگاهی بیان کردند که اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه‌های استان یزد نیازمند آن است که مسئولان با نگاهی تخصصی و مدیریت دانش ایمنی، نسبت به استاندارد کردن و ایمنی اماکن ورزشی بپردازند. هنگامی که فوائد استفاده از برنامه و هدف آن مشخص نباشد، افراد و کارکنان اجرای آن را بیوده می‌پندارند. هنگامی که پذیرش و تعهد به اجرای مدیریت خطر در اماکن ورزشی پیش آید، کارکنان و مدیران با دید وسیع‌تری به پیاده سازی برنامه‌ها در اماکن ورزشی می‌پردازند. بسیاری از اماکن ورزشی از برنامه های مدیریت خطر استفاده می‌کنند، ولی اغلب بهره بردن از برنامه، به صورت نمادین انجام می‌گیرد و جدی گرفته نمی‌شود. باید به این مهم توجه گردد که مدیریت خطر دارای ابعاد و برنامه های گسترده ای است که در این تحقیق به شناسایی آن‌ها پرداخته و بیان شد که با برنامه‌های ارزیابی هفتگی، ماهانه و سالانه می‌توان از بروز صدمات جلوگیری کرد و دادخواهی‌ها را تا حد زیادی کاهش داد.

با توجه به محبوبیت ورزش، توجه به مدیریت خطر و ایمنی اماکن ورزشی، امری ضروری است. هر ساله ورزشکاران بی‌شماری به دلیل عدم رعایت نکات ایمنی در اماکن ورزشی با آسیب‌های جبران ناپذیری مواجه می‌شوند و حتی گاهی مجبور به متوقف کردن فعالیت ورزشی خود می‌شوند. از این رو، در این تحقیق با ارائه مدل مدیریت خطر می‌توان در ایمن ساختن اماکن ورزشی قدمی

بزرگ برداشت. در این تحقیق، به دلیل محدودیت‌های کرونایی امکان بررسی موارد یافت شده به صورت مستقیم در اماکن ورزشی وجود نداشت. هریک از عوامل یافت شده در اجرای مدل مدیریت خطر مهم و کاربردی هستند و توجه به آن‌ها ضروری است. مدل مدیریت خطر و اجرای آن به اماکن ورزشی کمک می‌کند تا از بروز خطرات پیش‌بینی نشده تا حدی جلوگیری به عمل آورند و لزوم اجرای مدل در اماکن ورزشی باید به وضوح روشن گردد.

پیشنهاد می‌شود در گام اول به منظور اجرایی سازی مدل مدیریت خطر با توجه به اولویت بندی ارائه شده ساختار اماکن ورزشی مورد بازبینی و اصلاح قرار گیرد و سپس آموزش و آگاه سازی مدیران، مربیان و کارکنان صورت گیرد. عامل بودجه برای اجرای برنامه مدیریت خطر نیز باید در دست اقدام قرار گیرد. برنامه‌های مدیریت خطر می‌توانند در شناسایی، کنترل، و بهبود شرایط بسیار کارا باشند. در این مرحله مدیران و ذینفعان باید مدل ارائه شده را در اماکن ورزشی به کار گیرند و مدیریت خطر را به عنوان اولویت اول قرار دهند. به محققان پیشنهاد می‌گردد ساختار اماکن ورزشی را در بخش‌های مختلف مورد بررسی قرار دهند، منابع مالی و راهکارهای بهبود ورود منابع مالی در مدیریت خطر اماکن ورزشی را بررسی کنند، برنامه‌های مدیریت خطر را در اماکن ورزشی مورد بررسی قرار دهند و منابع انسانی و نقش آن‌ها را در مدیریت خطر بررسی کنند.

منابع

- سعیدی مجد، نغمه؛ عبدالملکی، حسین و خدایاری، عباس. (۱۳۹۹). «تعیین روایی، پایایی و ساختار عاملی پرسشنامه امنیت اماکن ورزشی». فصلنامه علوم ورزشی. ۱۳(۳۸)، صص ۱۳۱-۱۴۹.
- احمدیان، علی. (۱۳۹۵). «ایمنی و سلامت در اماکن ورزشی و تفریحی». نخستین همایش ملی توسعه سلامت، ایمنی و محیط زیست در حوزه اماکن تفریحی، ورزشی، مذهبی و فرهنگی شهر با رویکرد حفاظت از شهروند و شهر تهران. <https://civilica.com/doc/584790>.
- بلوکات، مونا؛ سجادی، سید نصرالله؛ حمیدی، مهرزاد و میزانی، مهران. (۱۳۹۱). «بررسی وضعیت ایمنی در فضاهای سرپوشیده آموزش و پرورش شهر تهران از دیدگاه مدیران و مربیان». پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت ورزشی. شماره ۳.
- ترکسلویه، سجاده؛ مهدی پور، عبدالرحمان و ازمشا، طاهره. (۱۳۹۳). «ارزیابی وضعیت ایمنی و بهداشت سالن های چند منظوره ورزشی و ارتباط آن با وقوع آسیب های ورزشی». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۲.
- جهانگیر، مصطفی؛ خوراکیان، علیرضا؛ مرتضوی سیدسعید و الهی، سیداحسان. (۱۳۹۸). «الگوی مدیریت خطر طرح تحول نظام سلامت: یک مطالعه کیفی». پایش. ۱۸(۴)، صص ۳۳۵-۳۴۴.
- رمضانی، علیرضا و نظریان مادوانی، عباس. (۱۳۹۱). «ارتباط میان ایمنی و کارایی اماکن ورزشی از دیدگاه دانشجویان با میزان شیوع آسیب های ورزشی». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۱.
- صالح نیا، بهرام و میزانی، مهران. (۱۳۹۳). «بررسی وضعیت مدیریت خطر در سالن های سرپوشیده منطقه هشت دانشگاه آزاد اسلامی». فصل نامه علمی پژوهشی. تحقیقات مدیریت ورزشی. سال ۵.
- کتبی، فرشته؛ رضوی، محمد حسین؛ اکبرزاده، حسین و نقی زاده، حسن. (۱۳۹۶). «ارزیابی ایمنی و کارایی اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه های استان یزد از دیدگاه دانشجویان». پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت ورزشی. شماره ۳.
- موسوی راد، طاهره؛ رحیمی، یوسف و خواجه پورسوق، پروانه. (۱۳۹۶). «ارزیابی وضعیت ایمنی اماکن ورزشی شهر یاسوج». فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی. شماره ۷، صص ۱۷۹-۲۰۱.
- نعمتی، نرگس و نعمتی زاده، سینا. (۱۳۹۴). «توسعه سیستم پشتیبان تصمیم مدیریت خطر سازمان در شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور». فصلنامه آینده پژوهی مدیریت. شماره ۱۰۳.
- Hashim, Ali, M, W, wan Ismail, W. (2011). "Spectators safety awareness in outdoor stadium facilities". Procardia engineering. 10.1016/j.proeng.2011.11.143 .
- Rejman, M, Wiesner, W. (2014). "Risk Management in Swimming Education". University School of Physical Education, 8, 157-167.
- Ruth Jeanes, Ramón Spaaij, Dawn Penney & O'Connor, Justen. (2019). "Managing informal sport participation: tensions and

- opportunities**". International Journal of Sport Policy and Politics, 11:1, 79-95, DOI: 10.1080/19406940.2018.1479285
- Kumar, Argyro Elisavet Manoli, Ian R. Hodgkinson, Downward, Paul. (2018). **"Sport participation: From policy, through facilities, to users' health, well-being, and social capital"**. Sport Management Review, Volume 21, Issue 5.
 - K. Kimasi, V. Shojaei, M. R. Boroumand. (2019). **"Comparing Safety Conditions at Gymnasias: A Case Study on Qazvin Province in Comparison with Iranian National Standard"**. J. Hum. Ins. 3(2): 34-36, DOI: 10.22034/jhi.2019.80903.
 - Michael B. Edwards, Katie, Rowe. (2019). **"Managing sport for health: An introduction to the special issue"**. Sport Management Review. Volume 22, Issue 1. Pages 1-4.
 - Frigo, Mark L, Anderson, Richard, J. (2014). **"Risk management frameworks: adapt, Don't Adopt"**. Strategic Finance, pp49-53.
 - Clarson. (2016). **Risk management resource for recreation & sport organisations.**
 - Rampone, K. (2019). **"Are you prepared?"** Athletic Business magazine for professionals in the athletic, fitness and recreation industry.
 - Brynildsen, Kristin Behrens; Parent, Milena, M. (2021). **"Test Events As Risk Management Tools in the Context of the Olympic Movement's Agenda 2020"**. Event Management, Volume 25, Number 2, pp. 115-133
 - Badulescu, M. (2020). **"Water Polo"**. In: Krutsch W., Mayr H., Musahl V., Della Villa F., Tscholl P., Jones H. (eds) *Injury and Health Risk Management in Sports*. Springer, Berlin, Heidelberg https://doi.org/10.1007/978-3-662-60752-7_99.
 - Park, Chanmin. Cunfang, Chua. (2020). **"Risk Assessment Management for Sport Activity in Singapore"**. Research in Dance and Physical Education, Vol. 4, No. 1, 27-43.
 - Vignac, Elie; Lebihain, Pascal; and Soulé, Bastien. (2019). **"Learning from Incidents to Reduce the Risk of Drowning in Swimming Pools: Implementation of Experience-Based Feedback Regarding Near-Misses in Four Public Facilities in France"**. International Journal of Aquatic Research and Education, Vol. 12: No. 1, Article 7.
 - Roe, M., Malone, S., Blake, C. et al. (2017). **"A six stage operational framework for individualizing injury risk management in sport"**. Inj. Epidermal. 4, 26 <https://doi.org/10.1186/s40621-017-0123-x>

الگوی ساختاری توسعه انجمن های ورزش های رزمی در ایران

حمیدرضا حصارکی^۱

مهدی کهندل^۲

عباس خدایاری^۳

سید نعمت خلیفه^۴



10.22034/SSYS.2022.876.1596

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۴/۲۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۷/۱۳

تحقیق حاضر با هدف کلی تدوین مدل توسعه انجمن های ورزش های رزمی در ایران انجام گرفت. پژوهش حاضر از نظر داده کمی و کیفی، از نظر هدف کاربردی، از نظر روش توصیف - همبستگی، از لحاظ راهبرد آمیخته متوالی اکتشافی (کیفی - کمی)، از لحاظ جمع آوری داده میدانی و به لحاظ مقطع زمانی حال نگر می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارشناسان ورزش های رزمی و ورزشکاران حرفه ای رشته های رزمی بود ($N=500$). نمونه آماری در بخش کیفی ۱۸ نفر از متخصصان ورزش های رزمی بودند. حجم نمونه به روش اشباع اطلاعاتی تعیین شد که بعد از ۱۴ مصاحبه اطلاعات به اشباع رسید، اما برای اطمینان، مصاحبه ها تا مصاحبه ۱۸ام ادامه پیدا کرد. روش نمونه گیری در این بخش، گلوله برفی و هدفمند بود. در بخش کمی نیز بر اساس جدول مورگان حجم نمونه حداقل ۲۱۷ نفر برآورد شد و نمونه گیری در این بخش به روش تصادفی طبقه ای انجام گرفت. ابزار اندازه گیری متغیرهای پژوهش شامل پرسشنامه محقق ساخته عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش های رزمی در ایران بود که حاصل بخش کیفی تحقیق بوده و پس از تایید روایی و پایایی، در قالب طیف لیکرت تنظیم شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده از دو

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Kohandel@yahoo.com

۳- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

۴- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

بخش آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردید. در بخش آمار توصیفی با استفاده از جداول و نمودارهای آماری از شاخص های فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد، حداقل و حداکثر استفاده شد و در بخش آمار استنباطی از آزمون آماری تحلیل عاملی اکتشافی (جهت تعیین و تدوین عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش های رزمی در ایران)، آزمون تی تک نمونه ای، آزمون رتبه بندی فریدمن و در نهایت تحلیل معادلات ساختاری به کمک نرم افزارهای SPSS و AMOS نسخه ۲۳ استفاده شد.

نتایج پژوهش حکایت از آن دارد که ۱۳ عامل شامل مدیریتی، عوامل ساختاری، عوامل اقتصادی و بازاریابی، نیروی انسانی، توسعه اماکن ورزشی، استعدادیابی و ورزش پایه، توسعه قهرمانی، تجهیزات و فناوری، عوامل حقوقی، توسعه همگانی، توسعه سیاسی، تبلیغات و رسانه و دانش افزایی بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران موثرند و همگی از نقش معناداری در توسعه انجمن های ورزش رزمی در کشور برخوردار می باشند. توجه به شاخص های شناسایی شده می تواند راهگشای موفقیت انجمن ورزش های رزمی کشور به ویژه اجرای بهینه راهبرد های تدوین شده آن انجمن و هیئت های تابعه باشد.

واژگان کلیدی: الگوی توسعه، ورزش های رزمی و انجمن ورزش های رزمی.

مقدمه

با افزایش چشمگیر نقش ورزش در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی کشورهای پیشرفته، برنامه ریزی برای توسعه ورزش به یکی از اولویت های راهبردی برنامه ریزان در کشورهای مختلف دنیا تبدیل شده است. یکی از ابعاد ورزش که می تواند انگیزه های مناسبی برای ورزش کردن در افراد جامعه به ویژه جوانان ایجاد کند، ورزش قهرمانی است. پیمودن مسیر صحیح حرکت در راستای توسعه ورزش قهرمانی می تواند منجر به ارائه راهکارهایی برای پیشرفت آن ورزش و همچنین شناسایی مشکلات و ضعف های پیش روی آن ورزش شود (دوستی و همکاران، ۱۳۹۷). امروزه، سازمان های ورزشی از جمله انجمن های ورزشی، همانند سازمان های غیرورزشی در معرض تغییر و تحولات محیطی و جهانی قرار دارند. به همین دلیل سازمان ها ناگزیرند به طور دائم بر رویدادهای داخلی و خارجی نظارت کنند تا بتوانند در زمان مناسب و برحسب ضرورت خود را با تغییرات وفق دهند. در دنیای کنونی که با سرعتی سرسام آور در حال تغییر است، دیگر نمی توان از تصمیم گیری های یکباره و مبتنی بر قضاوت های شهودی و تجربی استفاده کرد. امروزه سازمان هایی موفق خواهند بود که بتوانند از علم و مدیریت راهبردی استفاده کنند (عیدی پور و همکاران، ۱۳۹۵). توسعه ورزش یک کمک همه جانبه به مردم برای شروع یک ورزش، ماندن در ورزش انتخابی خود و موقعیت در آن است. توسعه ورزش توسط کالینز^۱ به عنوان یک فرصت تأثیرگذار، سیستم ها و ساختارها و فرآیندهایی تعریف شده است که افراد جامعه را در تمام سطوح با گروه های خاص یا منطقه ای قادر می سازد در ورزش، تفریح و سرگرمی شرکت کنند و عملکردشان را به هر سطحی که مد نظر آن ها می باشد، پیشرفت دهند (سوتیریادو^۲، ۲۰۱۵). در عصر حاضر ورزش و بازی های المپیک به عنوان رقابتی که بیش از نیمی از مردم جهان از طریق گیرنده های خود آن را تماشا می کنند، در همه کشورهای جهان ارزش بالایی دارد. کشورها در عرصه المپیک به دنبال قدرت نمایی و نشان دادن توانایی خود در بخش ورزش هستند. البته کشورهایی می توانند در این عرصه در جایگاه بالاتری قرار بگیرند که در ورزش های پایه از جمله دو میدانی سرمایه گذاری کنند (عسگری، ۲۰۱۲). فدراسیون های ورزشی، به عنوان بازوهای اجرایی تشکیلات ورزش کشورها، با اهداف تعمیم و گسترش ورزش همگانی و قهرمانی، متولی رشته های ورزشی مربوط به خود هستند که در این راستا، وظیفه سیاست گذاری و تعیین خط مشی آن رشته ورزشی را برعهده دارند. کسب عناوین مختلف در رویدادهای ورزشی بزرگ و بین المللی که در کانون توجه بسیاری از کشورها قرار دارد، می تواند شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را تحت تأثیر قرار دهد. از این رو، بسیاری از کشورها در تلاش اند تا با برنامه ریزی اصولی، ورزشکارانی را آماده و روانه مسابقات کنند که موفقیت آن ها را در رویدادهای بزرگ تضمین نمایند (دبوش و همکاران، ۲۰۰۹).

برنامه ریزی، اساس توسعه هر سیستمی محسوب می شود و مقوله ورزش نیز از این موضوع مستثنی نیست. آنچه که در سیستم ورزش مشخص است، علاقه شدید به موفقیت و تمایل محققان و سیاستگذاران برای بررسی و تشریح موفقیت ها، به خصوص در رویدادهایی مانند بازی های المپیک و بازی های آسیایی است. با توجه به این نکته، مطالعات فراوانی از پایان قرن بیستم در مورد سیاست های کشورهای مختلف پیرامون ورزش به انجام رسیده است. با توجه به اینکه تشریح

1. Collins
2. Sotiriadou
3. De Bosscher

موفقیت ورزشی و یافتن دلایل موفقیت خود پیش نیاز و زمینه ساز موفقیت های آتی است، اهمیت نگاه به این مسئله کاملاً ملموس است (سجادی و همکاران، ۱۳۹۰). با این حال، رقابت در ورزش ها در حال افزایش است و بیشتر کشورها در تلاش اند که با پیش گرفتن یک برنامه راهبردی، ورزشکارانی در سطح جهانی پرورش دهند تا در رویدادهای بزرگ موفق باشند (سجادی، ۱۳۸۶: ۲۲). یکی از خصوصیات مهم این نوع برنامه ریزی، گستردگی منابع درگیر در آن است. پیاده سازی یک راهبرد مستلزم به کارگیری بخش عمده ای از منابع بالفعل و بالقوه سازمان می باشد و هر قدر راهبرد قوی تر و موثرتری طراحی شده باشد، این گستردگی بیشتر و ملموس تر است (سجادی، ۱۳۹۲: ۸). فورتینا و همکاران^۱ (۲۰۱۷) بیان داشته اند که هنر رزمی کره ای تکواندو یک ورزش محبوب است که با سرعت بالا، تنش شدید و مبارزه با تماس کامل شناخته می شود. با این همه، عوامل مختلفی بر توسعه رشته های ورزشی می تواند موثر باشند و محقق بر آن شد تا در این تحقیق به شناسایی عوامل موثر بر توسعه رشته ورزشی تکواندو در ایران بپردازد.

پژوهش های زیادی پیرامون رشته تکواندو صوت گرفته است. برای مثال، تقی پور و طهرانی (۱۳۸۶) در یک بررسی به این نتیجه رسیدند که آمادگی روانی تکواندوکاران عضو تیم ملی زنان کشور برای حضور در اردوها و رقابت ها، استفاده از مربی بدن ساز برای ورزشکاران تیم ملی، حضور بیشتر در رقابت های برون مرزی، استفاده از مربی خارجی و ارتقای سطح دانش علمی و فنی مربیان، از جمله مهمترین عوامل پیشرفت این رشته ورزشی محسوب می شود. رزاقی و حامی (۱۳۹۵) در تحقیقی دیگر با عنوان «تدوین برنامه راهبردی فدراسیون تکواندو جمهوری اسلامی ایران» به این نتیجه رسیدند که مهم ترین مشکلات موجود در زمینه زیرساخت ها، نیروی انسانی تمام وقت، اعتبارات و هزینه های سنگین در بخش تیم های ملی و مسابقات است. این بررسی نشان داد که عوامل پشتیبانی، عمده ترین مسئله در فدراسیون تکواندو می باشد، لیکن از نظر کلی پتانسیل قابل قبولی در فدراسیون تکواندو موجود است. همچنین به نظر می رسد در صورتی که بتوان با حمایت و پشتیبانی وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک بسته های حمایتی مناسب تری فراهم نمود و فدراسیون نیز با تلاشی مستمر نسبت به ارتقای وضعیت موجود اقدام نماید، می تواند به رشدی پایدار دست یافته و همچنان یکی از مدال آوران پر افتخار در کنار سایر فدراسیون های ملی کشور باقی بماند. رو و همکاران^۲ (۲۰۱۸) در مقاله ای با عنوان «آموزش تکواندو و بهبود خلق و خوی کودکان و نوجوانان خانواده های چند فرهنگی در کره جنوبی» نشان دادند که مشارکت منظم در ورزش تکواندو می تواند در بهبود متوازن در متغیرهای آمادگی پایه موثر باشد و تأثیر مثبتی بر خلق و توسعه اجتماعی بر جای بگذارد.

ماتر و پائولوسکی^۳ (۲۰۱۴) پژوهشی را با عنوان «نقش مدل ها در ورزش ها؛ آیا موفقیت در ورزش های حرفه ای می تواند افزایش تقاضا برای مشارکت ورزشی آماتور را داشته باشد؟» به انجام رساندند. در این پژوهش عوامل موثر بر تقاضا برای مشارکت ورزشی به طور گسترده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که موفقیت های گذشته در هردو گروه مرد و زن از تیم های ملی فوتبال آلمان، به میزان کمی باعث افزایش تقاضا برای فوتبال آماتور شده است. به هر حال، موفقیت کنونی تیم های ملی به طور قابل ملاحظه ای تقاضا برای فراوانی مشارکت ورزشی بازیکنان را افزایش

1. Fortina

2. Row et al.

3. Mutter & Pawlowski

می‌دهد. در دسترس بودن و ارتباط الگوهای نقشی همچنین همانندی به الگوهای نقشی، تعیین کننده اصلی اثر انگیزشی آن‌ها هستند.

هر ساله منابع بسیاری صرف قهرمان پروری رزمی کاران ایران می‌شود که عدم توجه به عوامل محدود کننده عملکرد ورزشی باعث اتلاف منابع مالی و انسانی می‌گردد. در این بین، شناسایی و پرداختن به جنبه‌ها و مکانیسم‌هایی که مسئول ایجاد چنین ناکامی‌هایی می‌باشند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. یکی از برجسته ترین ویژگی کشورهای توسعه یافته، توجه به دانش مدیریت به عنوان یکی از ضروریات بلامنازع پیشرفت، توسعه و رشد اقتصادی و اجتماعی است. آنچه به عنوان اصلی ترین کارکرد مدیریت (در سطوح مختلف) هر کشور مورد بحث است، همانا برنامه ریزی و تلاش برای نیل به هدف های پیش بینی شده در آن می باشد. رخدادهای چند دهه گذشته همراه با نیازهای جدید حادث در این سال ها از آنچنان خصوصیتی برخوردارند که با تکیه صرف بر برنامه‌های متداول و غیر منعطف نمی توان با این رخدادهای و نیازها مقابله و همگامی کرد. در ایران طی سال های گذشته تلاش‌هایی صورت گرفته تا با رویکرد علمی به ورزش، راه را برای موفقیت ورزشکاران ایرانی در میادین بین‌المللی هموارتر سازند. ازجمله این تلاش‌ها می‌توان به تدوین «نظام جامع تربیت‌بدنی و ورزش» در سال ۱۳۸۲ و «نظام جامع ورزش قهرمانی» در سال ۱۳۸۸ اشاره کرد. با این حال بدون وجود برنامه های راهبردی متناسب با برنامه های توسعه ملی، برنامه های ملی نیز به سرانجامی نخواهند رسید. از طرفی علاقه و شرکت در هنرهای رزمی سنتی مانند کاراته، تکواندو، کونگ فو، ووشو، جودو، جو جیتسو و همچنین ورزش های رزمی جدیدتر ازجمله: کیک بوکسینگ، موی تای، ساواته و سامبو در سال های گذشته به میزان زیادی افزایش یافته است. همگام باتوسعه ورزش های همگانی در ایران، رشته های رزمی در ابعاد قهرمانی و حرفه ای چه آنهایی که شناخته شده بودند و چه آنهایی که ناشناخته و یا کمتر شناخته شده بودند نیز در سال های اخیر رشد و پیشرفت چشمگیری در کشور داشتند و اکنون بیشتر از هر زمانی این رشته های رزمی مورد اقبال عمومی قرار گرفته اند. بنابراین ضروری است عوامل موثر بر توسعه این رشته های ورزشی شناسایی و مدل توسعه مناسبی برای آن تعریف گردد. لذا در تحقیق پیش رو تلاش شده که این عوامل شناسایی و مدل توسعه انجمن های ورزش رزمی در کشور تدوین شود.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر داده کمی و کیفی، از نظر هدف کاربردی، از نظر روش توصیفی - همبستگی، از لحاظ راهبرد آمیخته متوالی اکتشافی (کیفی - کمی)، از لحاظ شیوه جمع آوری داده میدانی و به لحاظ مقطع زمانی حال نگر می باشد. جامعه آماری این تحقیق در بخش کیفی شامل تمام متخصصان ورزش های رزمی، مدیران فدراسیون های مرتبط (فدراسیون رزمی و فدراسیون انجمن های ورزشی) و ورزشکاران خبره ورزش های رزمی بود و در بخش کمی جامعه آماری را تمامی کارشناسان ورزش های رزمی و ورزشکاران حرفه ای رشته های رزمی تشکیک می دادند که با توجه به آمار فدراسیون انجمن های ورزشی تعداد آن ها حدود ۵۰۰ نفر بود (۱۰۰ کارشناس و ۴۰۰ ورزشکار حرفه ای). نمونه آماری در بخش کیفی ۱۸ نفر از متخصصان ورزش های رزمی، مدیران فدراسیون های مرتبط (فدراسیون رزمی، فدراسیون انجمن های ورزشی) و ورزشکاران خبره ورزش های رزمی بود. حجم نمونه به روش اشباع اطلاعاتی تعیین شد که بعد از ۱۴ مصاحبه اطلاعات به اشباع رسید - اما برای اطمینان، مصاحبه ها تا مصاحبه ۱۸ام ادامه پیدا کرد. روش نمونه گیری در

این بخش گلوله برفی و هدفمند بود. در بخش کمی نیز بر اساس جدول مورگان حجم نمونه حداقل ۲۱۷ نفر برآورد شد و نمونه گیری در این بخش به روش تصادفی طبقه ای صورت گرفت. ابزار اندازه گیری متغیرهای پژوهش شامل دو پرسشنامه اطلاعات دموگرافیک (جنسیت، سن، آخرین مدرک تحصیلی، سابقه شغلی و نوع مسئولیت در این تحقیق) و پرسشنامه محقق ساخته عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش های رزمی در ایران بود که حاصل بخش کیفی تحقیق بود و در قالب طیف لیکرت تنظیم شد. روایی صوری پرسشنامه توسط متخصصان مربوطه در بخش کیفی تحقیق مورد تأیید قرار گرفت و روایی محتوایی آن نیز با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی به تأیید رسید. روایی سازه پرسشنامه نیز با روش تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. همچنین پایایی پرسشنامه در یک مطالعه مقدماتی بر روی ۳۰ نفر از جامعه مورد مطالعه و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ در تمامی مولفه ها بیش از ۰/۷۰ محاسبه گردید که نشان از پایایی مناسب پرسشنامه دارد. پس از تأیید روایی و پایایی پرسشنامه، اقدام به توزیع و جمع آوری پرسشنامه ها گردید و در نهایت پرسشنامه های جمع آوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده، از دو بخش آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردید. در بخش آمار توصیفی با استفاده از جداول و نمودارهای آماری از شاخص های فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد و حداقل و حداکثر استفاده شد و در بخش آمار استنباطی از آزمون آماری تحلیل عاملی اکتشافی (جهت تعیین و تدوین عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش های رزمی در ایران)، آزمون تی تک نمونه ای، آزمون رتبه بندی فریدمن و در نهایت تحلیل معادلات ساختاری به کمک نرم افزارهای SPSS و AMOS نسخه ۲۳ استفاده شد.

یافته های پژوهش

از تحلیل عاملی اکتشافی برای تعیین و شناسایی عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش های رزمی در ایران استفاده گردید. به همین دلیل پیش از انجام تحلیل عاملی، به منظور اطمینان از کافی بودن تعداد نمونه از معیار کایرز-می-یر-اولکین^۱ (KMO) و برای تعیین همبستگی بین متغیرها (گویه ها) از آزمون بارتلت^۲ بهره گیری شد.

جدول ۱. نتایج آزمون بارتلت و KMO

مقدار	مقدار کایرز - می یر و اولکین (کفایت حجم نمونه)
۰/۸۹۱	مقدار کای اسکوار (χ^2)
۱۲۱۰۵/۲۵۹	درجه آزادی
۳۰۱۵	سطح معناداری
۰/۰۱	آزمون کرویت بارتلت

با توجه به یافته های جدول ۱ مقدار KMO به دست آمده ۰/۸۹۱ می باشد. این مقدار بیانگر این موضوع است که تعداد نمونه های تحقیق به منظور تحلیل عاملی کفایت می کند و انجام تحلیل عاملی برای داده های مورد نظر امکان پذیر است و می توان داده ها را به یک سری عامل های پنهان تقلیل داد. همچنین نتایج آزمون بارتلت ($\chi^2=12105/259$, Sig=0/01) نشان می دهند که بین

1. Kaiser- Meyer-Oklin measure of sampling adequacy (KMO)
2. Bartlett' Test of Sphericity

گویه‌ها همبستگی بالایی وجود دارد. از این رو، ادامه و استفاده از سایر مراحل تحلیل عاملی جایز است.

جدول ۲. مقادیر ویژه و واریانس عامل‌های تحقیق

اجزا	مجموع مجذورات بارهای عاملی استخراج شده			مقادیر ویژه اولیه		
	درصد واریانس	درصد	کل	درصد واریانس	درصد	کل
۱.	۱۹/۶۱۷	۱۹/۶۱۷	۱۹/۶۱۷	۱۹/۶۱۷	۱۹/۶۱۷	۱/۶۱۷ ۹
۲.	۳۱/۳۹۳	۱۱/۷۷۶	۱۱/۷۷۶	۳۱/۳۹۳	۱۱/۷۷۶	۱/۷۷۶ ۱
۳.	۴۰/۰۰۹	۸/۶۱۶	۸/۶۱۶	۴۰/۰۰۹	۸/۶۱۶	۸/۶۱۶
۴.	۴۸/۴۷۵	۸/۴۶۶	۸/۴۶۶	۴۸/۴۷۵	۸/۴۶۶	۸/۴۶۶
۵.	۵۴/۱۴۰	۵/۶۵۵	۵/۶۵۵	۵۴/۱۴۰	۵/۶۵۵	۵/۶۵۵
۶.	۵۷/۶۰۴	۳/۴۶۴	۳/۴۶۴	۵۷/۶۰۴	۳/۴۶۴	۳/۴۶۴
۷.	۵۹/۶۶۱	۲/۰۵۷	۲/۰۵۷	۵۹/۶۶۱	۲/۰۵۷	۲/۰۵۷
۸.	۶۱/۵۵۴	۱/۸۹۴	۱/۸۹۴	۶۱/۵۵۴	۱/۸۹۴	۱/۸۹۴
۹.	۶۳/۳۷۸	۱/۸۲۳	۱/۸۲۳	۶۳/۳۷۸	۱/۸۲۳	۱/۸۲۳
۱۰.	۶۵/۰۸۰	۱/۷۰۳	۱/۷۰۳	۶۵/۰۸۰	۱/۷۰۳	۱/۷۰۳
۱۱.	۶۶/۵۸۲	۱/۵۰۲	۱/۵۰۲	۶۶/۵۸۲	۱/۵۰۲	۱/۵۰۲
۱۲.	۶۸/۰۳۹	۱/۴۵۷	۱/۴۵۷	۶۸/۰۳۹	۱/۴۵۷	۱/۴۵۷
۱۳.	۶۹/۴۱۶	۱/۳۷۷	۱/۳۷۷	۶۹/۴۱۶	۱/۳۷۷	۱/۳۷۷
...	...	...	...	...	...	...
6 7	4.77 8E- 17	4.778E- 17	۱۰۰/۰۰۰	...	...	...

در جدول ۲ مقادیر ارزش ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی تبیین شده از مجموعه داده‌ها توسط هر عامل گزارش شده است. بر اساس معیار کیزر، تنها عامل‌هایی از این جدول ۳ انتخاب می‌شوند که مقدار ویژه آنها بالاتر از یک باشد و سایر عامل‌ها با مقادیر کمتر از یک نیز از مجموع عامل‌ها حذف می‌شوند و در نظر گرفته نخواهند شد. بنابراین با توجه به نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که ۶۷ گویه در تحقیق حاضر قابل تقلیل به ۱۳ عامل هستند و می‌توان از ترکیب این ۶۷ گویه، ساختار جدیدی بر اساس عامل‌ها با ترکیب جدید طراحی و بر اساس آن داده‌ها را تحلیل کرد. تمامی ۱۳ عامل شناسایی شده با مقادیر ویژه بالاتر از یک توانسته‌اند در مجموع ۶۹/۴۱۶ درصد از واریانس ۶۷ گویه مربوط به عوامل موثر بر توسعه انجمن‌های ورزش‌های رزمی در ایران را تبیین کنند.

بر مبنای یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی و استخراج ۱۳ عامل در پرسشنامه مورد بررسی، سوالات متناظر با عامل‌های مستخرج بدین شرح می‌باشد:

۱. مدیریتی
۲. عوامل ساختاری
۳. عوامل اقتصادی و بازاریابی

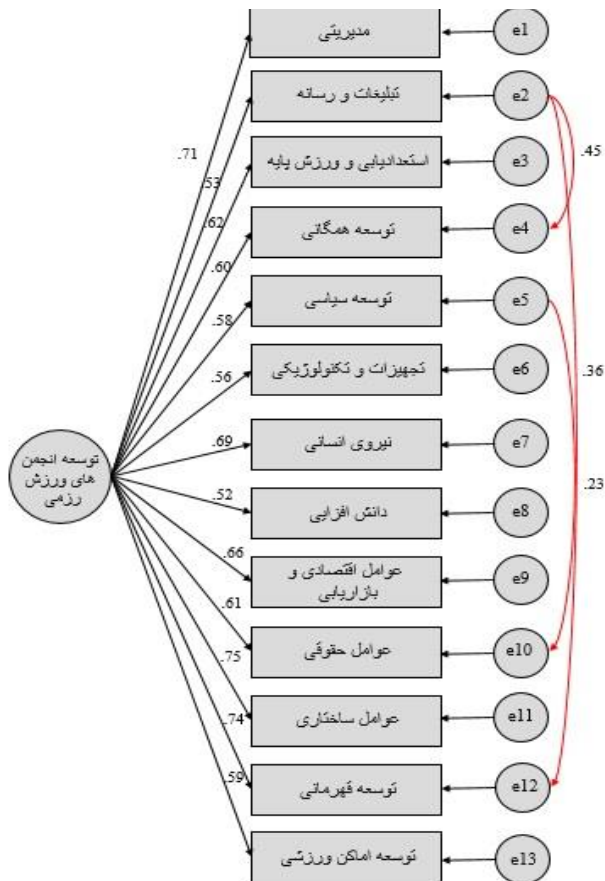
۴. نیروی انسانی
۵. توسعه اماکن ورزشی
۶. استعدادیابی و ورزش پایه
۷. توسعه قهرمانی
۸. تجهیزات و فناوری
۹. عوامل حقوقی
۱۰. توسعه همگانی
۱۱. توسعه سیاسی
۱۲. تبلیغات و رسانه
۱۳. دانش افزایی

بر اساس عوامل ۱۳ گانه شناسایی شده موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران، مدل عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران طراحی خواهد شد.

جدول ۳. مسیرهای مدل عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران

مسیرهای مدل عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	ضرایب رگرسیونی استاندارد	مقدار T	P value
مدیریتی ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۷۰۸	۱	۰/۰۰۱
تبلیغات و رسانه ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۵۳۲	۷/۱۸	۰/۰۰۱
استعدادیابی و ورزش پایه ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۶۱۸	۸/۹۸۲	۰/۰۰۱
توسعه همگانی ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۶۰۴	۸/۷۳۵	۰/۰۰۱
توسعه سیاسی ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۵۸۱	۷/۷۸۱	۰/۰۰۱
تجهیزات و فناوری ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۵۶۲	۷/۵۱۸	۰/۰۰۱
نیروی انسانی ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۶۹۳	۹/۳۶۱	۰/۰۰۱
دانش افزایی ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۵۲۲	۷/۱۶۹	۰/۰۰۱
عوامل اقتصادی و بازاریابی ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۶۶۳	۹/۱۰۸	۰/۰۰۱
عوامل حقوقی ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران	۰/۶۰۸	۸/۸۱۱	۰/۰۰۱

۰/۰۰۱	۱۰/۲۷۳	۰/۷۴۶	عوامل ساختاری ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران
۰/۰۰۱	۱۰/۰۸۲	۰/۷۳۷	توسعه قهرمانی ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران
۰/۰۰۱	۷/۸۰۹	۰/۵۹۱	توسعه اماکن ورزشی ---> توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران



شکل ۱. مدل عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران

همان گونه که جدول ۳ و شکل ۱ نشان می دهد، نتایج حاکی از این است که همه عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران شناسایی شده از مقدار T و بار عاملی قابل قبولی و مثبتی برخوردارند و عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران محسوب می شوند. در ادامه (جدول ۵) شاخص های نیکویی برازش مدل ارائه شده است که براساس آنها می توان گفت آیا مدل

از برازش قابل قبولی برخوردار می باشد یا خیر. با توجه به نتایج، بالاترین بار عاملی مربوط به عوامل حقوقی، عوامل ساختاری و عوامل مدیریتی بود.

جدول ۴. شاخص های برازش مدل عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران

شاخص های برازش	مقادیر شاخص ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو)	۵۸۷/۱۲	-
درجه آزادی	۲۱۱	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	۲/۷۸	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۹۱	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۳۱	مطلوب
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	۰/۹۲۲	مطلوب
شاخص برازش افزایشی (IFI)	۰/۹۱۶	مطلوب

۱۵۴

براساس نتایج جدول ۴، شاخص های برازش مدل از مقدار قابل قبول و مطلوب برخوردارند و مدل تحقیق تأیید می شود. مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) با مقدار ۰/۰۹۱ و CFI با مقدار ۰/۹۳۱ هستند.

همچنین با توجه به نتایج، الگوی عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران بر اساس شکل ۲ به دست می آید. با توجه به این شکل، اولویت های مورد توجه برای توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران مشخص است. عوامل ساختاری و استعدادیابی به همراه تبلیغات و رسانه اولویت های مورد توجه در این شکل می باشند.



شکل ۲. مدل عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران

بحث و نتیجه گیری

این تحقیق با هدف تدوین الگوی ساختاری توسعه انجمن های ورزش های رزمی در ایران انجام شد. نتایج نشان داد که عوامل مدیریتی یکی از عوامل موثر در توسعه انجمن های ورزشی های رزمی می باشد. نتیجه به دست آمده با نتیجه تحقیقات طهرانی (۱۳۸۶)، رزاقی و حامی (۱۳۹۵)، پورعبدالحسین و همکاران (۱۳۹۷)، پورسلطانی زرنندی و همکاران (۱۳۹۶)، سوتریادو و همکاران (۲۰۰۹)، ساتیرادو و شیلپوری (۲۰۰۹) و گیلبرتسون (۲۰۰۰) همسو بود. این محققان نیز در تحقیقات خود دریافتند که برای توسعه ورزش های مختلف از جمله ورزش های رزمی مانند تکواندو، مولفه های مختلف عوامل مدیریتی تاثیر بسزایی دارند. در بررسی و تحلیل مسائل مختلف و موضوعات گوناگون اجتماعی از اصل مدیریت نمی توان غافل شد و آن را نادیده گرفت. غفلت و نادیده گرفتن این موضوع به معنی غافل شدن از ریشه مسائل و علت العلل مشکلات است. با گذشت زمان و به ویژه در جوامع پیچیده امروزی، اهمیت اصل مدیریت آشکارتر شده و در تحلیل و کنکاش مسائل مختلف اجتماعی، بیش از پیش خود را به رخ می کشاند. از همین روست که با پیدایش و رشد علوم جدید- که از دوران پس از انقلاب صنعتی آغاز شد و رو به افزایش گذاشت- علمی که بیشتر توجه خود را روی مسائل انسانی و اجتماعی متمرکز کرده بودند- علمی مثل جامعه شناسی، روانشناسی و تعلیم و تربیت و اقتصاد و... - علم مدیریت نیز برای خود به عنوان یک شاخه مستقل علمی مطرح گردید و دانشمندان نامی و نظریه های مختلفی در این باره پیدا شدند که بعضی از این نظریه ها حتی در حد یک مکتب گستره جهانی، مورد توجه مخاطبان قرار گرفتند. بر این اساس پیشنهاد می شود که جهت توسعه انجمن های ورزش های رزمی از راهکارهای مدیریتی همچون برنامه ریزی کوتاه مدت و بلند مدت، برقراری سیستم های مختلف مدیریتی مانند سیستم مدیریت دانش و سیستم مدیریت اطلاعات، شناسایی نقاط قوت و ضعف انجمن ها و تدوین برنامه های مناسب و ... استفاده شود. همچنین بر اساس نتایج، عوامل تبلیغاتی و رسانه یکی دیگر از عوامل موثر در توسعه انجمن های ورزشی های رزمی می باشد. نتیجه به دست آمده با نتیجه تحقیقات پورعبدالحسین و همکاران (۱۳۹۷)، مروات و وسیم (۲۰۱۴) و ساتیرادو و شیلپوری (۲۰۰۹) همسو بود. عوامل رسانه و تبلیغات به عنوان یکی دیگر از عوامل موثر بر توسعه ورزش در تحقیقات نام برده نیز شناسایی شده بود. با شروع قرن بیست و یکم، سازمان های ورزشی با تشدید رقابت های جهانی، شکاف شدید درآمدی، سهل انگاری در خصوص تأسیسات و زیربنای، رکود اقتصادی و فقدان مهارت های کافی و نیروی انسانی لازم با مشکلات و مسائل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی فراوانی دست و پنجه نرم می کنند. همه این ها را می توان چالش های پیش روی سازمان های ورزشی نامید. اما در عین حال می توان از آن ها به عنوان فرصت نیز یاد نمود. رقابت های جهانی در ورزش به معنی بازار بزرگتری برای ارائه کالا و خدمات ورزشی است. جامعه بشری اکنون بیش از هر زمان دیگری با کمبود منابع و نیازهای متنوع مواجه است و تلاش می کند تا با استفاده از منابع محدود موجود، پاسخگوی بخشی از نیازهای نامحدود خود باشد. اگر اقتصاد همانا بررسی چگونگی رفع نیازهای نامحدود با استفاده از منابع محدود باشد، مدیریت مجموعه ای از مهارت ها و داشته ها برای استفاده بهینه از منابع موجود خواهد بود و بازاریابی هم تشخیص نیاز و رفع آن از طریق تبادل منابع است. بازاریابی از این عقیده مشتق شده که مشتری بسیار مهم است و شرکت باید نیازها و خواسته های مشتری را ارضا کند. لذا بر اساس نتیجه به دست آمده پیشنهاد می شود با افزایش

تبلیغات رشته های انجمن های رزمی در رسانه ها، دیدگاه مردم به رشته های انجمن های رزمی بهبود یابد و در نهایت زمینه توسعه انجمن های ورزش رسمی در کشور فراهم شود.

همچنین بر اساس نتایج تحقیق، استعدادیابی و توجه به ورزش پایه یکی دیگر از عوامل موثر در توسعه انجمن های ورزشی های رزمی می باشد. نتیجه به دست آمده با نتیجه تحقیقات پورعبدالحمید و همکاران (۱۳۹۷)، بروس و همکاران (۲۰۱۵)، سوتریادو و همکاران (۲۰۰۹) و ساتیرادو و شیلپوری (۲۰۰۹) همسو بود. در این تحقیقات نیز لزوم استعدادیابی به عنوان یکی از عوامل موثر بر توسعه ورزش شناسایی شده است. معنای عینی استعدادیابی، شناسایی استعداد ورزشی و انتخاب افرادی است که در مقایسه با سایرین، توانایی زیادی برای یک ورزش خاص دارند. استعدادیابی و پرورش استعداد یک بخش مهم در بیشتر برنامه های ورزشی است. از آنجا که استعدادها تا حدودی اختصاصی هستند، فردی ممکن است برای فعالیت خاصی مستعد و برای فعالیت دیگر کم استعداد باشد. استعدادیابی ورزشی به عنوان یکی از مهمترین موضوعاتی است که در ورزش بسیار مطرح گردیده است. اگر در گذشته سنت ها، آرمان ها، فشار والدین، تشخیص معلم و تجهیزات ورزشی در دسترس در هدایت افراد به سمت ورزشی خاص ایفای نقش می کرد، اکنون به نظر می رسد، علاوه بر موارد یاد شده، توجه به افزایش دانش در شناخت ابعاد مختلفی وجودی انسان ها همچون استعدادیابی ورزشی در کشف و هدایت ورزشکاران به سطوح قهرمانی از اهمیت بسزایی برخوردار می باشد. موفقیت ورزشکاران در سطوح مختلف و موفقیت مدیریت فدراسیون ها بستگی به انتخاب به موقع و پرورش صحیح منابع انسانی دارد. شناخت بهتر و دقیق تر استعدادها و تعیین ملاک های لازم برای این شناخت به منظور پرهیز از روند آزمایش و خطا در گزینش ورزشکاران که حاصلی جز هدر دادن منابع انسانی، وقت و انرژی را در بر ندارد، ضرورت پیدا می کند. امروزه استفاده از استعدادهای بالقوه و اجرای تمرین های مستمر، مناسب و منطبق بر اصول علمی، رمز موفقیت در میدانی ورزشی می باشد. توجه ویژه به ورزش پایه و دستیابی به اطلاعات دقیق و جامع در مورد ورزشکاران و شناسایی به موقع استعدادهای ورزشی و پرورش آنها، امکان موفقیت در صحنه های ورزشی را افزایش می دهد. از طرفی تحولی که امروزه در ورزش نوین از نظر فیزیکی، فیزیولوژیکی و روانی رخ داده است، اهمیت اطلاعات عینی به خصوص در مورد شناسایی استعدادهای ورزشی افراد را دو چندان نموده است. به همین دلیل از جمله وظایف مربیان، علاوه بر آگاهی از علوم ورزشی، داشتن توانایی های لازم در انتخاب ورزشکاران مستعد برای رشته مورد نظر است. فرایند شناسایی ورزشکاران مستعد برای شرکت در برنامه های سازمان یافته از مهم ترین مسائل در ورزش های معاصر است. قهرمانان ورزشی ویژگی های منحصر به فردی دارند که به کمک آن ها می توانند بر دیگران برتری یابند. استعدادیابی معمولاً به دو روش سیستماتیک و غیر سیستماتیک انجام می شود. در روش سیستماتیک، نهادی خصوصی یا استانی (شهرستانی)، با روش های سیستماتیک و سازماندهی شده به کشف افراد مستعد می پردازد. کشف افراد از طریق انجام آزمون و شیوه های رقابتی صورت می گیرد. زیربنای روش سیستماتیک، ورزش همگانی است. در این روش، ساختارهای ورزش برای فرد ورزشکاری که در مسیر طبیعی پیشرفت ورزشی، مستعد شناخته می شود، وضعیت پرورش را فراهم می آورند. روش فوق، یک روش سنتی برای کشف افراد مستعد در بسیاری از کشورهاست. در روش غیرسیستماتیک، از طریق مشاهده میدانی در مسابقات به عنوان یک فرد مستعد و دارای توانایی مورد نیاز ورزش در سطح بالا شناخته می شود. از این رو، ساختارها و تشکیلات ورزشی برای کمک به رشد افراد مستعد سهم چندانی ندارند. این روش در

بسیاری از کشورهای در حال توسعه و عقب افتاده در جریان است. به هر حال، می توان با توجه بیشتر به ورزش پایه و مدیریت استعدادیابی علاوه بر صرفه جویی در هزینه های ورزشی، احتمال موفقیت ورزشکاران در آینده را دو چندان کرد. در این رابطه نیز مولفه های مختلفی دخیل اند که در اولویت اول این مولفه ها می توان به «توجه به استعدادیابی و مدیریت استعداد در ورزش های رزمی» اشاره داشت. در واقع ضروری به نظر می رسد که در بدنه انجمن ورزش های رزمی و هیئت های فعال آن در استان ها و شهرستان ها، بخشی به عنوان بخش استعدادیابی به صورت فعال در تمرینات و مسابقات مختلف ورزشکاران حضور یابد و با استفاده از ساز و کارهای علمی و به روز دنیا، اقدام به شناسایی، جذب و پرورش استعدادهای بالقوه مردم این مرز و بوم در رشته های رزمی نماید و آنان را برای رقابت های بین المللی و معتبر این رشته های ورزشی آماده سازد. در نهایت پیشنهاد می شود با مدیریت استعداد و فرایند استعدادیابی به صورت اصولی و علمی و توجه به عوامل موثر بر توسعه ورزش های رزمی در مدارس، بستر مناسبی برای توسعه ورزش های رزمی در کشور فراهم آید.

همچنین نتایج تحقیق بیانگر این بود که عوامل ساختاری در توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران نقش معنی داری دارد. نتیجه به دست آمده با نتیجه تحقیقات پورعبدالحسین و همکاران (۱۳۹۷)، پورسلطانی زرنندی و همکاران (۱۳۹۶)، سوتریادو و همکاران (۲۰۰۹)، ساتیرادو و شیلپوری (۲۰۰۹) و گیلبرتسون (۲۰۰۰) همسو بود. در تحقیقات نام برده نیز از عوامل ساختاری به عنوان یکی از عوامل موثر بر توسعه ورزش ها یاد شده است. به طور کلی، یکی از موانع پیش روی توسعه سازمان های ورزشی در کشور را عوامل ساختاری تشکیل می دهند که باید با مرتفع ساختن آن ها، زمینه توسعه سازمان های ورزشی فراهم آید. به نظر می رسد که برنامه های تدوین شده برای بسیاری از فدراسیون های کشور با ساختار آن فدراسیون ها تطابق ندارد و هماهنگی لازم بین مدیران میانی و اجرایی نیز نامناسب است. به عنوان مثال، در برخی از برنامه های راهبردی تدوین شده برای فدراسیون ها، منابع تامین بودجه از محل خارج از اعتبارات دولت تعیین شده و این در حالی است که در آن فدراسیون اصلاً واحدی به نام «مدیریت بازاریابی» وجود ندارد که این عمل را انجام دهد و یا اینکه بخشی از درآمدهای آنان از راه بلیط فروشی مسابقات باید تامین گردد- در حالی که تیم های تحت نظر فدراسیون خود از اماکن ورزشی دولتی و یا استیجاری استفاده می کنند که این موضوع علاوه بر آنکه نمی تواند برای فدراسیون کسب درآمد نماید، بلکه هزینه های هنگفتی را نیز بر دوش فدراسیون ها تحمیل می نماید. اما شاید مهم تر از موارد یاد شده بتوان ساختار ناکارآمد و ابهام در تقسیم وظایف جهت اجرای برنامه را یکی از دلایل اصلی عدم اجرای موفق برنامه های راهبردی فدراسیون ها دانست. زمانی که در تقسیم وظایف کارکنان یک سازمان ابهاماتی وجود داشته باشد، بدون شک کارکنان نمی توانند به نحوی شایسته به ایفای نقش بپردازند و در اجرای صحیح برنامه ها با مشکل رو به رو می شوند. با تمام این تفاسیر، پیشنهاد می شود برای رفع موارد یاد شده، با ایجاد استقلال در ساختار و تصمیم گیری های مدیریتی انجمن های رزمی، حذف فدراسیون ها از مکاتبات انجمن های رزمی با وزارت ورزش و جوانان، به رسمیت شناختن انجمن های رزمی به عنوان بالاترین مرجع رشته های رزمی، ارتقا و بهبود ساختاری انجمن های رزمی، منفک شدن ساختار انجمن های رزمی از دولت و ساختار دولتی، استقلال انجمن های رزمی از فدراسیون ها و ایجاد سازمان های غیردولتی و غیرانتفاعی برای گسترش انجمن های رزمی، موانع ساختاری پیش روی

توسعه انجمن ورزش های رزمی کشور رفع گردد و زمینه توسعه ورزش های رزمی در کشور فراهم آید.

همچنین با توجه به نتیجه مدل معادلات ساختاری، همه عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران شناسایی شده در این تحقیق از مقدار T و بار عاملی قابل قبولی و مثبتی برخوردارند و عوامل موثر بر توسعه انجمن های ورزش رزمی در ایران محسوب می شوند. همچنین، شاخص های مختلف برازش مدل از مقدار قابل قبول و مطلوب برخوردار بودند و مدل تحقیق تأیید شد. در یک جمع بندی کلی می توان بیان داشت که در عصر حاضر، ورزش به پدیده ای پیچیده و چند بعدی تبدیل شده است که توسعه آن مستلزم توجه به تمام آن ابعاد است. شناخت مسائل و مشکلات انجمن ورزش های رزمی کشور نیازمند نگاهی علمی و تجربی می باشد و در این مسیر، استفاده از تجارب جهانی راه میانبری است که می تواند هزینه دستیابی به توسعه را کاهش دهد. بدون شک، رشد و توسعه ورزش های رزمی در کشور، از یک سو و افت و تنزل آن از سوی دیگر، ریشه در عوامل متعددی دارد که تعیین سهم هریک از آنان مشکل خواهد بود. آنچه که مسلم است هیچ موفقیت یا شکستی را نمی توان به یک علت خاص منتسب دانست. پس جای هیچ گونه تردیدی نیست که مطالعه علمی و شناسایی مشکلات موجود در این حوزه از یک سو و تلاش برای مرتفع ساختن این مشکلات توسط مسئولان از سوی دیگر در ارتقای هرچه بیشتر آن موفقیت آمیز خواهد بود. حال آنکه، باید توجه داشت که جامعه تحقیق را متخصصان ورزش های رزمی، مدیران فدراسیون های مرتبط (فدراسیون رزمی، فدراسیون انجمن های ورزشی) و ورزشکاران خبره ورزش های رزمی کشور و به ویژه اجرای بهینه راهبرد های تدوین شده آن انجمن و هیئت های تابعه باشد. بنابراین به نظر می رسد توجه به نظرات این متخصصان، می تواند یکی از بهترین داده های مورد نیاز جهت تصمیم گیری مدیران در زمینه اجرای راهبرد های انجمن ورزش های رزمی کشور باشد. از طرف دیگر، مدلسازی معادلات ساختاری نیز موید این موضوع است که عوامل شناسایی شده می توانند در توسعه انجمن ورزش های رزمی کشور موثر باشند و لذا با استفاده از نتایج این تحقیق می توان به ارتقای هرچه بیشتر ورزش های رزمی در کشور امیدوار بود. بنابراین پیشنهاد می شود مدیران انجمن های ورزش رزمی کشور جهت توسعه رشته های تحت نظر خود از این مدل به عنوان راهنمایی کاربردی و مفید استفاده نمایند.

منابع

- سجادی، سید نصراله. (۱۳۸۶). مدیریت سازمان های ورزشی. تهران: انتشارات سمت
- سجادی، سید نصراله؛ صفری، حمیدرضا؛ ساعتچیان، وحید و رسولی، سیدمهدی. (۱۳۹۲). «اولویت بندی عوامل موثر بر موفقیت کاروان ورزشی ایران در بازی های آسیایی ۲۰۱۰ گوانجو». پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال ۳، شماره ۵، دانشگاه همدان.
- سجادی، سید نصراله؛ محمودی، احمد؛ ساعتچیان، وحید و حاجی آخوندی زاده، مسعود. (۱۳۹۰). «بررسی اولویت ها و راه کارهای پیشرفت ورزش قهرمانی جودوی کشور از دیدگاه صاحب نظران». دومین همایش ملی مدیریت ورزشی. دانشگاه صنعتی شاهرود.
- Asgari, Bahman. (2012). "Basic exercises for elementary students". Development of physical education, No. 1, pp. 60-62. (Persian)
- De Bosscher, V., De Knop, P., Van Bottenburg, M., Shibli, S., Bingham, J. (2009). "Explaining international sporting success: An international comparison of elite sport systems and policies in six countries". Sport Management Review, 12(3), 113-136.
- Doosti, M., Darvishi, A., Bagherian, B. (2017). "Economic barriers to coastal development. Case study: Central part of Mazandaran province". Journal of Marine Science Education, No. 7, 17-30. (Persian)
- Eydiipour, K., Ashrafxhazaei, A., Arian, E., Gholami, S. (2015). "Challenges and barriers to the development of soccer sports in the western provinces of the country". Organizational Behavior Management Studies in Sport, 2015, Vol. 2, No. 5, 58-51. (Persian).
- Kim, H. B., Johnson, J. A., Lee, E. J., Ha, P. (2016). "An Investigation into the History of the Taekwondo Uniform since the Korean Peninsula's Liberation from Japan". The International Journal of the History of Sport, Volume 33 Issue 9: Martial Arts and Traditional Sports in Asia: History, Culture and Politics, pp: 963-977.
- Mutter, F., & Pawlowski, T. (2014). "Role models in sports-Can success in professional sports increase the demand for amateur sport participation?". Sport Management Review, 17.3., 324-336.
- Sotiriadou, P. (2012). "Sport development planning: The Sunny Golf Club". Sport Management Review, Journal homepage: www.Elsevier.com /locate/s m.

تدوین الگوی ساختاری تفسیری بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی

سامان ایزدمهر^۱

سارا کشکر^۲

رضا صابونچی^۳



10.22034/SSYS.2022.1981.2404

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۴/۲۲

پژوهش حاضر با هدف کلی طراحی الگوی بازنشستگی نیروی انسانی با تاکید بر شایستگی منابع انسانی و ویژگی‌های فردی در ورزش انجام گرفت. روش تحقیق، آمیخته با استفاده از شیوه‌های کیفی و کمی بود که در سال ۱۴۰۰ انجام شد. در بخش کیفی، از روش مصاحبه اسمی و در بخش کمی، از روش ساختاری تفسیری استفاده گردید. جامعه آماری پژوهش شامل خبرگان ورزش و منابع انسانی بود. شرط خبرگی در این تحقیق، داشتن مدرک تحصیلی حداقل کارشناسی ارشد و حداقل ۱۰ سال سابقه کاری در حوزه ورزش بود. نمونه‌های تحقیق به روش هدفمند انتخاب شدند و مصاحبه‌ها تا اشباع نظری ادامه یافت. بعد از ۱۴ مصاحبه اطلاعات به اشباع رسید، اما برای اطمینان تا ۱۸ مصاحبه ادامه یافت. پس از اتمام مصاحبه‌ها، کدگذاری به روش سه مرحله‌ای چارمز انجام و کدهای باز، محوری و انتخابی مشخص شدند- دلیل انتخاب روش چارمز، آزادی عمل بیشتر محقق در این روش برای انتخاب و شناسایی مقوله‌ها بود. ۳۸۱ کد از محتوای ۱۸ مصاحبه به دست آمد که بعد از حذف کدهای تکراری، ۸۲ کد باز منحصر به فرد برای الگوی بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی باقی ماند. برای اطمینان از نتایج کدگذاری، کدهای باز جهت تایید به نمونه‌ها ارسال شد.

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

۲- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Sarakeshkar@yahoo.com

۳- دانشیار، مدیریت ورزشی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

● تدوین الگوی ساختاری تفسیری بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی

نتایج تحلیل داده‌های پژوهش نشان داد که ۸ مقوله اصلی شامل توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی، برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشستگی نیروی انسانی، ارزیابی مستمر کارکنان، شناسایی نیروهای کارآمد و بهبود دوره‌های کارورزی، بهبود محیط شغلی کارکنان و افزایش کیفیت کاری، اصلاح ساختار و کاهش نیروهای مازاد بر اساس شاخص‌های شفاف و منطقی، شایسته‌سالاری و جانشین پروری و مدیریت دانش به عنوان عوامل بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی وجود دارند که بر اساس آن‌ها الگوی کمی و کیفی بازنشستگی بهینه نیروی انسانی در ورزش کشور طراحی شد. این الگو می‌تواند راهنمای مناسبی برای مدیران منابع انسانی سازمان‌های ورزشی کشور در راستای بهبود شرایط سازمان در مواجهه با پدیده بازنشستگی کارکنان مجرب و نیز جذب کارکنان شایسته و توانمند جدید باشد.

واژگان کلیدی: نیروی انسانی، بازنشستگی، سازمان‌های ورزشی و مدیریت دانش.

مقدمه

امروزه منابع انسانی، با ارزش‌ترین سرمایه هر سازمانی محسوب می‌گردد (گریبر، ۲۰۲۱). سرمایه انسانی سهم عمده‌ای در توسعه جوامع داشته و مهم‌ترین زیرساخت هر سازمان است که با به‌کارگیری صحیح آنان و دیگر اجزای سازمان می‌توان اهداف سازمانی را تحقق بخشید (اندرجیو^۱، ۲۰۲۰). منابع انسانی که در اقتصاد جهانی به‌عنوان سرمایه کلیدی و بنیان راهبردی در هر سازمانی ایفای نقش می‌نماید، توجه بسیاری از محققان را در دنیای کنونی به خود جلب نموده است (پاک و همکاران، ۲۰۲۰). در قرن اخیر، به دلیل پیشرفت‌های اجتماعی، اقتصادی، بهداشتی و درمانی از میزان مرگ و میر کاسته و به طول عمر افراد افزوده شده و میزان امید به زندگی، بهبود یافته است. در نتیجه، شمار سالمندان و بازنشستگان در کشورهای مختلف جهان افزایش یافته و سهم درخور توجهی را در ترکیب جمعیتی کشورهای مختلف پیدا کرده است (افشارفر و عباس‌پور، ۱۳۹۷). انتقال در زندگی، اجتناب‌ناپذیر و حتی پیش‌بینی‌ناپذیر است. تغییرات حرفه‌ای، مرگ عزیزان، تولد، مهاجرت و ازدواج نمونه‌هایی از رویدادهای انتقالی‌اند. هر انتقال با توجه به ادراک فرد از موقعیت می‌تواند به بحران، آرامش یا ترکیبی از هر دو تبدیل شود. بازنشستگی از انواع ویژه انتقال است (الوی و همکاران، ۲۰۱۶). هر کارمند در کارراه شغلی خود، دوره‌ای به نام «بازنشستگی» را تجربه می‌کند این دوره، مرحله‌ای اجتناب‌ناپذیر از زندگی اوست که در طی آن باید از جریان اصلی کار و فعالیت اجتماعی خود جدا شود (دلری و همکاران، ۲۰۱۷) و شغلی را که در طول زندگی کاری با آن عجین بوده، ترک کند و به خدمت خود پایان دهد (پاک و همکاران، ۲۰۲۰) این پدیده، دارای پیامدهای مختلف جسمی، روحی و روانی برای افراد است. در طی فرآیند بازنشستگی، فرد باید نقش جدیدی را در زندگی بپذیرد و مقتضیات جدیدی را برای خود، خانواده، سازمان و جامعه تجربه کند. از آنجا که بازنشستگی، تغییرات مهمی را در سبک زندگی افراد ایجاد می‌کند، بازنشستگی تنها یک مفهوم مرتبط با شغل و کارراه کارمندان نیست، بلکه مفهومی است که همزمان، دارای معنای ضمنی و روانی متعددی می‌باشد (بیجانی و رحمتی، ۱۳۹۹). بریلون (۲۰۱۵) معتقد بود این واقعیه یکی از مهم‌ترین عوامل اجتماعی است که می‌تواند سبک زندگی، میزان درآمد و تعاملات اجتماعی افراد را تغییر دهد و سلامت جسمی و روانی، خودپنداره و میزان رضایت از زندگی آنها را متأثر سازد. بعضی افراد، بازنشستگی را به معنای اتمام تاریخ مصرف آنها و از بین رفتن شأن و منزلت اجتماعی می‌دانند (موتران و همکاران^۳، ۲۰۱۹: ۲۵۱)، در حالی که از دید بعضی دیگر، بازنشستگی شروع جدید دوره‌ای معنادار از زندگی است که در آن، تعهدات کاری حذف شده و افراد قادرند فعالیت‌های غیرکاریشان را اولویت‌بندی کنند (دیوید و کارت‌رایت^۴، ۲۰۲۰).

پژوهشگران مختلفی بر اساس سوال‌های پژوهشی و پیشینه خود، تعاریف متفاوتی از بازنشستگی ارائه کرده‌اند، اما به طور کل از دیدگاه روانشناختی، بازنشستگی مرحله‌ای طبیعی از رشد انسان است که در ادامه مراحل رشدی قرار دارد و به عنوان مرحله‌ای نهایی رشد در نظر گرفته می‌شود که با دیگر مراحل زندگی تفاوت بسیاری دارد. ادامه رشد در این دوره منوط به بازننگری در شیوه زندگی و استمرار نقش‌های پیشین و معنابخشی به زندگی است (تقی‌نژاد و عرشی، ۲۰۱۶).

1. Greer
2. Andrijew
3. Mutran et al.
4. Davis & Cartwright

لسلیت بنت و بیهر و لپیستو (۲۰۱۶) بازنشستگی را زمانی ایده آل برای خودشکوفایی و رهایی از کار برای انجام فعالیت های آزادانه‌تر می‌دانند و از این مرحله زندگی با عنوان «عصر سوم» یاد می‌کنند. از دیدگاه او، همه افراد در سن یکسانی بازنشسته می‌شوند، غافل از اینکه مشکلات اقتصادی بعضی افراد را برای ادامه شغل و خروج تدریجی از نیروی کار تحت فشار قرار می‌دهد. در فرهنگ معین، بازنشستگی به برکناری از خدمت در سن پیری و یا کسی که در پیری یا پس از مدتی طولانی و یا علل دیگر از کار برکنار شده و از حقوق بازنشستگی استفاده می‌کند، تعریف شده است. سازمان بازنشستگی کشوری، بازنشستگی را حالتی می‌داند که کارمند رسمی دولت با داشتن شرایط معین سنی و دارا شدن سنوات معین از خدمت طبق قانون و به موجب حکم مقام صلاحیت دار احراز می‌کند و ضمن خاتمه یافتن حالت اشتغال وی مادام العمر مستحق دریافت حقوق بازنشستگی می‌گردد (کاملی و همکاران، ۱۳۹۷). بازنشستگی انواعی دارد: ۱- بازنشستگی اجباری؛ ۲- بازنشستگی اختیاری؛ ۳- بازنشستگی تدریجی؛ ۴- بازنشستگی توافقی؛ ۵- بازنشستگی قهری؛ ۶- بازنشستگی پیش از مؤعد (همان).

بازنشستگی، سرنوشت محتومی است که در برهه‌ای از حیات شغلی هر کارمند پدیدار خواهد شد (فورتونو و گیلبرت^۱، ۲۰۱۱). ضمن آن که فرآیندی است که مستلزم پذیرش تغییرات، مقتضیات و نقش‌های جدیدی است و دارای معانی ضمنی و روانی برای افراد می‌باشد (آسونیر و اونی، ۲۰۱۸). بعضی‌ها بازنشستگی را به عنوان نقش بی‌نقشی توصیف کرده‌اند. در جامعه‌ای که اساس آن بر کار به عنوان یک ارزش اخلاقی نهاده شده است، حرکت از یک نقش فعال مولد مشخص در یک روز به نقش بی‌نقش در روز دیگر این باور را برمی‌انگیزاند که بازنشستگی منجر به بیماری روحی و جسمی و بعضی وقت‌ها مرگ زودرس می‌شود. برای بسیاری کار یعنی زندگی و بیکاری، مرگ در عین زنده بودن است (سلطانی، ۱۳۹۶). جامعه‌شناسان مشخص کرده‌اند یک فرد رویداد بازنشستگی را طی چند مرحله تجربه می‌کند. اولین مرحله، مرحله بسیار دور بازنشستگی است. در بعضی نقاط آگاهی از نزدیک شدن زمان بازنشستگی تا حدی اثر امیدبخش در آماده شدن فرد برای دو عامل اساسی در بازنشستگی موفق یعنی تأمین مالی و مهارت‌های تفریحی دارد. این آگاهی باید در مرحله بسیار دور بازنشستگی حاصل شود. مرحله دوم، درست قبل از رویداد بازنشستگی رخ می‌دهد و حکایت از حتمی‌الوقوع بودن بازنشستگی دارد. مرحله سوم، مرحله «ماه غسل» نامیده شده است. فرد احساس می‌کند در فضای جدیدی از آزادی غوطه می‌خورد و دلخوش به اموری می‌شود که امکانات مالی او اجازه می‌دهد مانند مسافرت و دید و بازدید و ...، اما همه از مرحله سوم عبور نمی‌کنند. مرحله چهارم، مرحله «وانهادگی» نامیده می‌شود. میل شدید به سفرهای پی در پی و بازدیدهای خسته‌کننده احتمالاً تجربه سختی در این مرحله خواهند داشت. مرحله پنجم، مرحله «بازیابی» نامیده می‌شود. فرد سعی می‌کند روالی را در زندگی خود پیش گیرد که بتواند آن را برای سالیانی ادامه دهد. لازمه این مرحله شناخت فرصت‌های تازه و انجام انتخاب‌های واقع‌گرایانه در پرتو علایق و مهارت‌های خود است. مرحله ششم، موسوم به مرحله «پایداری یا تثبیت چرخه بازنشستگی» است. بازنشسته فلسفه و الگویی از تصمیم‌گیری ایجاد کرده که نتیجه آن یک زندگی توأم با سرگرمی منطقی، قابل پیش‌بینی و ارضاکنده است. او یک فرد بالغ و خودکفا است که نقش بی‌نقش را به یک وضعیت مورد احترام، مسئول و معنادار در جامعه تبدیل کرده است. اگر زندگی ادامه یابد، فرد می‌تواند وارد مرحله پایانی شود؛ جایی که بازنشسته دیگر خودکفا نیست،

کاهش پشتیبانی مالی یا تقلیل قوای جسمانی، مرحله پایانی بازنشستگی را رقم می‌زند (صدر و غلامی، ۱۳۹۵: ۴۸). تجربه بازنشستگی از یک سو، از بهزیستی افرادی که از محیط‌های استرس‌زای شغلی و مشاغل سخت‌گیرانه خارج می‌شوند، حمایت می‌کند و از سوی دیگر، ممکن است موجب کاهش بهزیستی افراد به دلیل از دست دادن روابط اجتماعی شود و همچنین اثراتی بر سلامتی افراد به جای گذارد. اما شواهد مبتنی بر اثرات سازگاران یا ناسازگاران بازنشستگی برای سلامتی مبنی بر نتایج یافته‌ها مبهم است (یوسف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). به طور کلی، بازنشستگی تغییراتی را در زندگی افراد به وجود می‌آورد که برای بیشتر آنها مشکلاتی را به همراه دارد. این مشکلات عبارت‌اند از: مشکلات اقتصادی، مشکلات سلامتی (از کارافتادگی)، افزایش اوقات فراغت، روابط زناشویی و خانوادگی (همان). پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد عوامل مختلفی نظیر نقصان سلامتی، تکافوی مزایا و حقوق بازنشستگی، نارضایتی شغلی و ادراک فرد از اینکه دیگر قادر نیست تا مقتضیات شغل را پاسخ بگوید، در تصمیم‌های بازنشستگی افراد مؤثر است (اندرجیو، ۲۰۲۰). کشورهای در حال توسعه برای جلوگیری از چنین معضلاتی، تدابیر خاصی در نظر گرفته‌اند. در کشورهای توسعه یافته طرح‌های بازنشستگی توانسته است زندگی بازنشستگان را در سطحی قابل قبول قرار دهد. در کانادا به علت گستردگی و تنوع طرح‌های متعدد بازنشستگی سالمندان بالای ۶۵ سال و بیشتر شاهد افزایش درآمد واقعی خود در ۲۰ سال اخیر بوده‌اند. در شانگهای، افراد بازنشسته تشکلهایی را به وجود آورده‌اند و در انواع مختلف کارهای اجتماعی شرکت می‌کنند. در آنجا بیش از ۳۰۰۰ کلاس، ۴۱ مدرسه و ۴ دانشگاه برای این افراد در نظر گرفته شده است. سیاست کشور چین این است که این افراد مشارکتی فعال در اجتماع داشته باشند تا بتوانند خواسته‌های روحی و معنوی خود را تأمین کنند (یوسف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). در اوایل سال‌های ۱۹۷۰ در فرانسه، ضرورت تأمین مالی بازنشستگان در رأس کارهای دولت قرار گرفت. در پاریس برای افراد بازنشسته‌ای که حداقل حقوق را دریافت می‌کنند، درآمدی معمولی در نظر گرفته شده است که توانسته تا ۵۰ درصد به درآمد این افراد اضافه کند. در ژاپن هزینه بازنشستگی بیشتر بر دوش بخش خصوصی است. بازنشستگی در این کشور حتی شامل زنان خانه‌داری که تا قبل از خانه‌داری به صورت نیمه وقت شاغل بوده و یا اصلاً شاغل نبوده‌اند نیز می‌شود. در ژاپن سن بازنشستگی تا ۶۰ سالگی برای کارمندان افزایش یافته و از هر ژاپنی بالای ۶۵ سال ۱۰ نفر به کار خود ادامه می‌دهند (همان).

همچنین بازنشستگی در صورتی که بر اساس مدل خاصی انجام نگیرد و پیش‌بینی‌های لازم توسط سازمان برای آینده و جانشین‌پروری انجام نشود، می‌تواند اثرات نامناسب زیادی بر سازمان‌ها بگذارد. بسیاری از سازمان‌ها بدون توجه به مدیریت دانش و مولفه‌های آن پس از بازنشسته کردن نیروهای کارآمد دچار مشکلات جدی می‌شوند (بجانی و همکاران، ۱۳۹۹). ادبیات و پیشینه تحقیقات انجام گرفته در زمینه بازنشستگی تقریباً وسیع و گسترده می‌باشند و در داخل کشور پژوهش‌های متعددی پیرامون بازنشستگی انجام شده است. به عنوان مثال، بجانی و رحمتی (۱۳۹۹) الگویی برای آماده‌سازی کارکنان در شرف بازنشستگی ارائه دادند که این الگو شامل دو بعد فردی و سازمانی است. بعد فردی شامل مؤلفه‌های نگرانی و امید و بعد سازمانی شامل مؤلفه انتظارات و نیازهاست. همچنین رجبی و آهی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی

توانمندسازی بازنشستگان ناجا: با تاکید بر عوامل اقتصادی» ابعاد مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی بازنشستگان ناجا را به ترتیب شامل تکریم و ارائه خدمات به بازنشستگان، پرداخت های جبرانی برای حفظ استانداردهای زندگی قابل قبول، استفاده از تخصص، مهارت و تجربیات بازنشستگان و تناسب طرح های بازنشستگی موجود سازمان با شرایط بازنشستگان یافتند. کاملی و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند که اولویت عوامل سازمانی مؤثر بر درخواست بازنشستگی پیش از موعد کارکنان ناجا متفاوت و به ترتیب زیر است: تعهد سازمانی، رضایت شغلی، عدالت سازمانی و فشار شغلی. صانعی و اسماعیلی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت بازنشستگان ناجا و شناسایی مسائل و مشکلات آن‌ها و ارائه راهکارهای علمی» راه حل هایی مناسب جهت رفع این مشکلات ارائه کردند. نتایج این پژوهش نشان داد که مشکلات بازنشستگان شامل مشکلات اقتصادی، روحی و روانی، جسمی و پزشکی، اجتماعی و ارتباطی و ذهنی و خودساخته می باشد که بالاترین اولویت مربوط به مشکلات روحی و روانی و مشکلات اقتصادی است. همچنین دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۱) دریافتند پدیده بازنشستگی دارای دو درون مایه فرعی «رهایی» و «طردشدگی» است و پیامدهایی نظیر افزایش مشکلات اقتصادی، کاهش منزلت اجتماعی، نقصان سلامتی و ازکارافتادگی و افزایش اوقات فراغت را به همراه دارد. تجاری و مشکل گشا (۱۳۹۰) در بررسی روند انتقال ورزشکاران از ورزش قهرمانی به بازنشستگی دریافتند ورزشکارانی که برای بازنشستگی خود برنامه‌ریزی کرده بودند و در دوره انتقال بیشتر مورد حمایت مربیان خود قرار گرفته بودند، پس از بازنشستگی با مشکلات کمتری مواجه شدند و همچنین متغیرهای مشکلات مالی و مشکلات مربوط به مربی و کاهش شأن اجتماعی افرادی که دارای بازنشستگی برنامه‌ریزی شده بودند، به‌طور معنی داری کمتر بود که با پژوهش صالحی (۱۳۹۶) در تجزیه و تحلیل تجربیات دوران کناره‌گیری ورزشکاران بازنشسته ایرانی همسو بود. او دریافت ورزشکارانی که به‌طور کامل به اهداف ورزشی خود دست یافته‌اند، مشکلات کمتری را تجربه کرده و از زندگی رضایت بیشتری داشته‌اند. همچنین، آن دسته از ورزشکارانی که داوطلبانه و به‌تدریج بازنشسته شده‌اند، دوران گذار کم‌دردسرتری داشته‌اند. در پژوهشی دیگر صالحی، زندی‌مشهدی، ذوالکثاف و میناسیان (۱۳۹۵) در بررسی فهرست دلایل تصمیم به بازنشستگی ورزشکاران نخبه ایرانی دریافتند که فرایند تصمیم گیری افراد برای کناره‌گیری از ورزش قهرمانی پیچیده و چندوجهی است

تحقیقاتی نیز در خارج کشور در مورد بازنشستگی انجام شده است. برای مثال، آسونیبر و انیه^۱ (۲۰۲۰) دریافتند که بازنشستگی می تواند عاملی برای افسردگی باشد. همچنین پدیده بازنشستگی دارای ابعاد و پیامدهای مختلف فردی و اجتماعی است و رسیدن به این دوره به عنوان بخشی از زندگی انسان، در صورتی که با تدبیر اصول و برنامه های متناسب با شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه همراه نباشد، زمینه ای برای نگرانی و اضطراب بازنشستگان خواهد بود و در روابط آنان با خود و اطرافیانشان آثار منفی بر جای می گذارد. همچنین پرلین^۲ (۲۰۱۹) به این نتیجه رسید که بازنشستگی های غیرمنتظره، تغییرات منفی و بحران های بیشتری برای افراد به همراه دارد. رینولد^۳ (۲۰۱۸) نیز در مطالعه دیگری روی فوتبالیست های بازنشسته اعلام کرد بازنشستگی غیرمنتظره با اعتماد به نفس ضعیف در ارتباط است. علاوه بر این، افراد با برنامه هنگام حرکت در فرایند بازنشستگی، فرایند انتقال خود را بهتر از افراد بی‌برنامه کنترل می‌کنند، زیرا برنامه‌ریزی برای

1. Asonibare & Oniye

2. Perlín

3. Reynolds

بازنشستگی باعث می شود فرد احساس کنترل بیشتری بر بازنشستگی داشته باشد. در مطالعه‌ای دیگر فیلن بوم (۲۰۱۹) نشان داد که هر قدر وابستگی و علاقه فرد به شغلش بیشتر باشد و از رضایت شغلی بیشتری برخوردار باشد، جدا شدن از شغل و بازنشستگی از آن برایش دشوارتر و اغلب منجر به بروز بیماری‌های روانی در فرد می‌شود.

سازمان مسئولیت و نقش بزرگی در مورد دوره بازنشستگی دارد؛ در صورت بی توجهی به این موضوع عملاً به ارزشمندترین و اساسی ترین رکن سازمان یعنی نیروی انسانی آسیب های جدی و جبران ناپذیری وارد خواهد شد. با توجه به ساختار جوان کشور ایران که در چند دهه آینده، بخش عظیمی از جمعیتش به سن بازنشستگی می‌رسد و با علم به اینکه بازنشستگی، سرنوشت محتومی است که در برهه ای از حیات شغلی هر کارمند پدیدار خواهد شد، متأسفانه درباره آن کمتر از سایر موضوعات منابع انسانی سخن به میان آمده و تاکنون در مورد بازنشستگی در سازمان‌های ورزشی مدلی ارائه نشده است. لذا تدوین الگویی برای دوره بازنشستگی کارکنان بخش ورزش در ایران ضروری به نظر می‌رسد. از آنجا که برای بسیاری از افراد، بازنشستگی از کار، توأم با مسائل مالی و فردی و حتی مشکلات سلامتی و اجتماعی است، مدیران باید مشکلات و عوامل ایجاد آن را در برنامه‌ریزی‌های خود مد نظر قرار دهند. این پژوهش به بررسی جنبه‌هایی از بازنشستگی می‌پردازد که ماهیت پدیده بازنشستگی را بیشتر نمایان سازد تا راهنمای برنامه ریزان مدیران منابع انسانی قرار گیرد. فعالیت در سازمان‌های ورزشی با توجه به ماهیت ورزش و کار در آن، تفاوت‌های شایانی با سایر حوزه‌ها دارد. در سازمان‌های ورزشی تفاوت چندانی بین حوزه برنامه‌ریزی و اجرا وجود ندارد و داشتن تجربه ورزشی بسیار مهم و اثرگذار می‌باشد. لذا در این پژوهش محقق به دنبال پاسخگویی به این سوال است:

الگوی بازنشستگی ورزش ایران چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر آمیخته با استفاده از شیوه‌های کیفی و کمی بود که در سال ۱۴۰۰ انجام شد. در بخش کیفی، از روش مصاحبه اسمی و در بخش کمی، از روش ساختاری تفسیری استفاده شد. جامعه آماری شامل خبرگان ورزش و منابع انسانی بودند. شرط خبرگی در این تحقیق داشتن مدرک تحصیلی حداقل کارشناسی ارشد و حداقل ۱۰ سال سابقه کاری در حوزه ورزش بود. نمونه‌های تحقیق به روش هدفمند انتخاب شدند و مصاحبه‌ها تا اشباع نظری ادامه یافت. بعد از ۱۴ مصاحبه اطلاعات به اشباع رسید، اما برای اطمینان تا ۱۸ مصاحبه ادامه یافت. پس از اتمام مصاحبه‌ها، کدگذاری به روش سه مرحله‌ای چارمز انجام و کدهای باز، محوری و انتخابی مشخص شدند. دلیل انتخاب روش چارمز، آزادی عمل بیشتر محقق در این روش برای انتخاب و شناسایی مقوله‌ها بود. ۳۸۱ کد از تعداد ۱۸ مصاحبه احصا شد که بعد از حذف کدهای تکراری، ۸۲ کد باز منحصر به فرد برای الگوی بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی باقی ماندند. برای اطمینان از نتایج کدگذاری، کدهای باز جهت تایید به نمونه‌ها ارسال شد. در نهایت ۸ کد انتخابی یا مولفه موثر بر الگوی بازنشستگی در سازمان‌های ورزشی شناسایی شد. پس از شناسایی مولفه‌های اصلی، از تحلیل ساختاری تفسیری برای تدوین الگو استفاده گردید. برای این منظور، داده‌ها با استفاده از نرم افزار میک مک تحلیل شد.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های تحقیق را نشان می‌دهد:

جدول ۱. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تخصص	سمت	مدرک تحصیلی	جنسیت	سابقه خدمت	سن
۱	علوم ورزشی	معاون وزیر ورزش و جوانان	دکتر	مرد	۲۷	۵۷
۲	علوم ورزشی	معاون وزیر ورزش و جوانان	دکتر	زن	۲۴	۵۳
۳	مدیریت ورزشی	مدیر کل وزارتی	دکتر	مرد	۲۸	۵۱
۴	مدیریت ورزشی	مدیر کل وزارتی	کارشناسی ارشد	مرد	۱۶	۴۷
۵	مدیریت و رفتار سازمانی	مدیر کل وزارتی	کارشناسی ارشد	زن	۲۱	۵۶
۶	مدیریت ورزشی	مدیر کل استانی	دکتر	مرد	۱۵	۵۲
۷	اقتصاد	مدیر کل استانی	کارشناسی ارشد	مرد	۲۹	۵۵
۸	مدیریت ورزشی	مدیر کل استانی	دکتر	مرد	۱۱	۴۲
۹	مدیریت ورزشی	هیات علمی دانشگاه	دکتر	زن	۱۵	۴۶
۱۰	مدیریت ورزشی	هیات علمی دانشگاه	دکتر	زن	۱۸	۵۲
۱۱	مدیریت ورزشی	هیات علمی دانشگاه	دکتر	مرد	۱۴	۴۸
۱۲	مدیریت ورزشی	هیات علمی دانشگاه	دکتر	مرد	۲۲	۴۹
۱۳	مدیریت ورزشی	هیات علمی دانشگاه	دکتر	مرد	۲۷	۵۸
۱۴	مدیریت ورزشی	رییس فدراسیون	دکتر	مرد	۲۶	۵۵
۱۵	مدیریت ورزشی	رییس فدراسیون	دکتر	مرد	۱۲	۴۵
۱۶	منابع انسانی	دبیر فدراسیون	کارشناسی ارشد	مرد	۱۶	۴۱
۱۷	علوم ورزشی	دبیر فدراسیون	دکتر	زن	۹	۳۸
۱۸	علوم ورزشی	نایب رییس فدراسیون	کارشناسی ارشد	زن	۱۲	۴۰

۱۶۸

در مرحله اول، کد گذاری باز به روش چارمز و از طریق جزء به جزء کردن اطلاعات به شکل‌بندی مقوله‌های اطلاعات درباره بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی پرداخته شد و بر اساس داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌ها، مشاهده‌ها و یادداشت‌های روزانه (حاصل از عملیات میدانی) مقوله‌ها احصا گردیدند. کدهای باز اولیه در جدول ۲ نشان داده شده است. ۳۸۱ کد از تعداد ۱۸ مصاحبه احصا شد که بعد از حذف کدهای تکراری، ۸۲ کد باز منحصر به فرد برای الگوی بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی باقی می‌مانند.

جدول ۲. کد گذاری باز (به همراه منبع و کد مفهوم)

ردیف	کد باز	نشانگر نمونه
۱	استفاده از مدرسان توانمند برای آموزش کارکنان	P2, P3, P12, P6

۲	نیازسنجی سالانه دوره‌های آموزشی کارکنان	P2, P6, P11
۳	افزایش مشارکت دفا تر و معاونت های وزارت ورزش و جوانان در نیازسنجی دوره های آموزشی	P12, P8, P9 P14
۴	استفاده از کارکنان در شرف بازنشستگی برای آموزش سایر کارکنان	P10, P11, P8, P9, P13
۵	استفاده از الگوهای شناخته شده و به روز آموزش کارکنان	P5, P8, P11, P1, P6
۶	استفاده از بازنشستگان برای تدریس دوره‌های آموزشی	P5, P8, P11, P15
۷	ارزیابی مستمر دوره‌های آموزشی	P8, P12, P2, P8
۸	برون سپاری دوره‌های آموزشی کارکنان	P6
۹	افزایش دوره های آموزشی تخصصی نسبت به دوره های عمومی	P11, P3, P2
۱۰	افزایش نسبت دوره های آموزشی حضوری نسبت به دوره های غیرحضوری	P12, P13, P16
۱۱	افزایش ساعات موظفی دوره های آموزشی برای نیروهای تازه کار	P1, P6
۱۲	افزایش تعداد دوره‌های آموزشی سالانه	P4
۱۳	جذب نیروهای انسانی توانمند به جای افراد بازنشسته	P3, P7, P11
۱۴	جذب نیروی انسانی فقط از مجرای آزمون های استخدامی	P12, P6, P9
۱۵	بازنگری شاخص های جذب و نیروی انسانی در سازمان های ورزشی	P2, P5, P7
۱۶	توزیع مناسب نیروی انسانی	P4, P5, P6, P8, P12
۱۷	تناسب تعداد نیروی انسانی با تعداد جامعه هدف به تفکیک ادارات شهرستانی و ادارات کل ورزش	P1, P3, P9
۱۸	توجه به آمایش نیروی انسانی هنگام استخدام	P11, P12
۱۹	جلوگیری تمرکز نیروهای توانمند در وزارتخانه و ادارات کل	P2, P3, P12
۲۰	شناسایی نیروهای بازنشسته حداقل ۵ سال قبل از بازنشستگی	P13
۲۱	استفاده از توانمندی نیروهای بازنشسته تا روز آخر خدمت	P12
۲۲	ایجاد پراکندگی مناسب نیروهای باتجربه در همه سطوح و بخش های ورزش	P1, P6, P9, P10
۲۳	بازتعریف شاخص های ارزیابی کارکنان	P4, P7, P10
۲۴	استفاده از شاخص های ارزیابی با توجه به مهارت های روز	P3, P7
۲۵	ارزیابی کارکنان بر اساس نتایج و خروجی	P8, P10, P11, P12
۲۶	همسویی شاخص های ارزیابی نیروی انسانی با اهداف سازمان ورزشی	P2, P5
۲۷	استفاده از کارکنان برای شناسایی شاخص های ارزیابی	P4, P5, P6, P8
۲۸	استفاده از الگوهای ارزیابی مناسب در سازمان های ورزشی	P1, P3, P15, P14
۲۹	تمرکز بر ارزیابی های گروهی به جای ارزیابی های فردی	, P11, P12
۳۰	تمرکز بر ارزیابی کیفی به جای ارزیابی کمی	P2, P3, P12
۳۱	استفاده از کانون های ارزیابی به جای خودارزیابی کارکنان	P1, P2
۳۲	ارایه بازخورد مفید و مستمر بر اساس ارزیابی ها	P4, P9, P11

P5, P6, P8	استفاده از الگوهای ارزیابی ۳۶۰ درجه	۳۳
P4, P8, P9 P10	وزن دهی مناسب شاخص‌ها با توجه به اولویت‌ها	۳۴
P6, P7, P8, P9, P10	استفاده از الگوهای ارزیابی برای توانمندی نیروی انسانی	۳۵
P5, P8, P11, P5, P8, P11, P8, P12	تفاوت مزایای شغلی برای کارکنان توانمند با سایر نیروهای سازمانی	۳۶
P6, P7, P10	ارتقای کارکنان بر اساس توانمندی و شاخص	۳۷
P9, P10, P11	اهمیت دادن به مقوله تجربه در سازمان	۳۸
P13, P11, P2	افزایش و حفظ انگیزه نیروهای انسانی توانمند	۳۹
P1, P6,	تلاش برای شناسایی نیروهای سازمانی توانمند	۴۰
P9, P7, P12	برقراری دوره‌های کارورزی برای کارکنان جدید	۴۱
P3, P7, P11 P12, P6	برگزاری دوره‌های منظم انتقال تجربه	۴۲
P2, P5, P7	استفاده از نیروهای نزدیک به بازنشستگی برای کارورزی نیروهای جوان	۴۳
P4, P5, P6, P8, P12	برگزاری جلسات کارورزی با حضور نیروهای جوان و باتجربه	۴۴
P1, P3, P9 P11, P12	ایجاد محیط آرام برای کارکنان	۴۵
P2, P3, P12 P13	توجه به جنبه‌های زیباشناختی فضاهای در اختیار کارکنان	۴۶
P12	توجه به جنبه‌های ارگونومیکی محیط کار به خصوص در کارمندان نزدیک به بازنشستگی	۴۷
P1, P6, P9, P10	فراهم کردن محیط کاری کم استرس برای کارکنان نزدیک به بازنشستگی	۴۸
P4, P7, P10 P3, P7	جلوگیری از ایجاد رقابت بین کارکنان باتجربه و کم تجربه	۴۹
P8, P10, P11, P12	جلوگیری از ایجاد تنش بین نیروهای باتجربه و کم تجربه	۵۰
P2, P5	اصلاح ساختار با توجه به پیشرفت‌های فناورانه	۵۱
P4, P5, P6, P8	توجه به ساختار فدراسیون‌های ورزشی و ممانعت از ازدحام نیروی انسانی در فدراسیون‌های ورزشی	۵۲
P1, P6, P9, P10	تثبیت ساختاری بر اساس یک برنامه حداقل ۲۰ ساله	۵۳
P4, P7, P10 P3, P7	حذف فرآیندهای موازی و تکراری	۵۴
P8, P10, P11, P12	بازنگری در وظایف مشاغل موجود در سازمان	۵۵
P2, P5	کارسنجی مجدد در وزارت ورزش و جوانان و سایر سازمان‌های ورزشی	۵۶
P4, P5, P6, P8	تلاش برای کاهش ساعت کاری کارکنان با استفاده از فناوری	۵۷
P1, P3, P11, P12	پیاده سازی دولت الکترونیک و کاهش کارهای دستی	۵۸
P2, P3, P12	برتری ضوابط بر روابط در هنگام ارتقای شغلی	۵۹
P1, P2	دوری از قوم گرایی در انتصاب کارکنان	۶۰
P4, P9, P11	مقابله با سقف شیشه‌ای و عوامل منجر به آن	۶۱
P5, P6, P8 P4, P8, P9 P10	حمایت از مدیران و کارکنان زن شایسته در سازمان‌های ورزشی	۶۲
P6, P7, P8, P9, P10	دوری از جنسیت گرایی در انتصاب کارکنان	۶۳
P5, P8, P11,	توجه به نیروهای جانشین قبل از بازنشستگی نیروهای قدیمی	۶۴
	جانشین پروری با مشارکت نیروهای با تجربه	۶۵
	توجه به آمایش شغلی در هنگام جانشین پروری	۶۶
	استفاده از بازنشستگان برای	۶۷

۶۸	آشنا کردن کارکنان جوان به فناوری های سازمان	P5, P8, P11,
۶۹	ایجاد زیرساخت های ذخیره دانش در سازمان های ورزشی	P8, P12
۷۰	آموزش نحوه استفاده از ابزار و فناوری ها به نیروهای جوان	P6, P7
۷۱	مستندسازی نحوه کار با ابزار و فناوری های سازمان	P9, P10, P11
۷۲	ایجاد فرآیندهای بهبود و بروز خلاقیت در بین کارکنان	P13, P11, P2
۷۳	رصد کردن نیروهای انسانی با توجه با تاکید مدیریت دانش	P1, P6,
۷۴	ایجاد فرآیندهای استخراج و مستندسازی دانش سازمانی	P9, P7, P12
۷۵	حمایت از ایده ها و دانش های جدید و قدیمی در سازمان های ورزشی	P13, P7
۷۶	ایجاد گروه های کاری با حضور کارمندان جوان و کارمندان نزدیک بازنشستگی	P14, P10, P1, P12
۷۷	دسترسی مدیران به تمامی اطلاعات زیرمجموعه	P3, P5, P2
۷۸	تسهیم دانش در سازمان به صورت عمودی و افقی	P11, P5, P6, P8
۷۹	ارتباط مستمر نیروهای جوان و باتجربه	P10, P3,
۸۰	تسهیم دانش در سازمان بر اساس سطوح سازمانی	P11, P2
۸۱	شناسایی نقاط کور تسهیم دانش در سازمان	P2, P3, P12, P6
۸۲	ایجاد پایگاه های اطلاعاتی در دسترس	P1, P2, P9, P13

پس از کد گذاری باز در جدول ۲، کد گذاری محوری و انتخابی نیز در جدول ۳ ارائه گردیده است.

جدول ۳. کد گذاری باز، محوری و انتخابی

انتخابی	کد محوری	کد باز
		استفاده از مدرسان توانمند برای آموزش کارکنان
		نیازسنجی سالانه دوره های آموزشی کارکنان
		افزایش مشارکت دفاتر و معاونت های وزارت ورزش و جوانان در نیازسنجی دوره های آموزشی
	کیفیت دوره های آموزش نیروی انسانی	استفاده از کارکنان در شرف بازنشستگی برای آموزش سایر کارکنان
		استفاده از الگوهای شناخته شده و به روز آموزش کارکنان
توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی		استفاده از بازنشستگان برای تدریس دوره های آموزشی
		ارزیابی مستمر دوره های آموزشی
		برون سپاری دوره های آموزشی کارکنان
		افزایش دوره های آموزشی تخصصی نسبت به دوره های عمومی
		افزایش نسبت دوره های آموزشی حضوری نسبت به دوره های غیر حضوری
	کمیت دوره های آموزش نیروی انسانی	افزایش ساعات موظفی دوره های آموزشی برای نیروهای تازه کار
		افزایش تعداد دوره های آموزشی سالانه

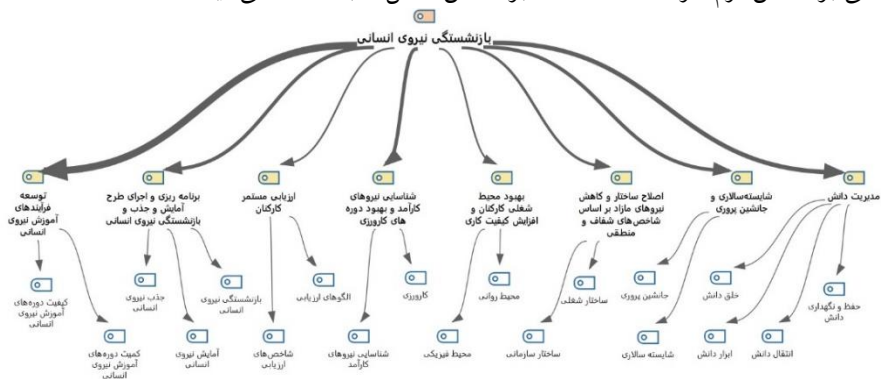
		جذب نیروهای انسانی توانمند به جای افراد بازنشسته
	جذب نیروی انسانی	جذب نیروی انسانی فقط از مجرای آزمون‌های استخدامی
		بازنگری شاخص‌های جذب و نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی
		توزیع مناسب نیروی انسانی
برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشستگی نیروی انسانی	آمایش نیروی انسانی	تناسب تعداد نیروی انسانی با تعداد جامعه هدف به تفکیک ادارات شهرستانی و ادارات کل ورزش
		توجه به آمایش نیروی انسانی هنگام استخدام
		جلوگیری تمرکز نیروهای توانمند در وزارتخانه و ادارات کل
		شناسایی نیروهای بازنشسته حداقل ۵ سال قبل از بازنشستگی
	بازنشستگی نیروی انسانی	استفاده از توانمندی نیروهای بازنشسته تا روز آخر خدمت
		ایجاد پراکندگی مناسب نیروهای باتجربه در همه سطوح و بخش‌های ورزش
		بازتعریف شاخص‌های ارزیابی کارکنان
		استفاده از شاخص‌های ارزیابی با توجه به مهارت‌های روز
	شاخص‌های ارزیابی	ارزیابی کارکنان بر اساس نتایج و خروجی همسویی شاخص‌های ارزیابی نیروی انسانی با اهداف سازمان ورزشی
		استفاده از کارکنان برای شناسایی شاخص‌های ارزیابی
		استفاده از الگوهای ارزیابی مناسب در سازمان‌های ورزشی
ارزیابی مستمر کارکنان		تمرکز بر ارزیابی‌های گروهی به جای ارزیابی‌های فردی
		تمرکز بر ارزیابی کیفی به جای ارزیابی کمی
	الگوهای ارزیابی	استفاده از کانون‌های ارزیابی به جای خودارزیابی کارکنان
		ارایه بازخورد مفید و مستمر بر اساس ارزیابی‌ها
		استفاده از الگوهای ارزیابی ۳۶۰ درجه
		وزن دهی مناسب شاخص‌ها با توجه به اولویت‌ها
		استفاده از الگوهای ارزیابی برای توانمندی نیروی انسانی
شناسایی نیروهای کارآمد و بهبود دوره‌های کارورزی	شناسایی نیروهای کارآمد	تفاوت مزایای شغلی برای کارکنان توانمند با سایر نیروهای سازمانی
		ارتقای کارکنان بر اساس توانمندی و شاخص اهمیت دادن به مقوله تجربه در سازمان
		افزایش و حفظ انگیزه نیروهای انسانی توانمند

کارورزی	تلاش برای شناسایی نیروهای سازمانی توانمند برقراری دوره های کارورزی برای کارکنان جدید برگزاری دوره های منظم انتقال تجربه استفاده از نیروهای نزدیک به بازنشستگی برای کارورزی نیروهای جوان برگزاری جلسات کارورزی با حضور نیروهای جوان و باتجربه
محیط فیزیکی	ایجاد محیط آرام برای کارکنان توجه به جنبه های زیباشناختی فضاها در اختیار کارکنان توجه به جنبه های ارگونومیک محیط کار به خصوص در کارمندان نزدیک به بازنشستگی فراهم کردن محیط کاری کم استرس برای کارکنان نزدیک به بازنشستگی جلوگیری از ایجاد رقابت بین کارکنان باتجربه و کم تجربه جلوگیری از ایجاد تنش بین نیروهای باتجربه و کم تجربه
محیط روانی	اصلاح ساختار با توجه به پیشرفت های فناورانه توجه به ساختار سازمان های ورزشی و ممانعت از ازدحام نیروی انسانی در سازمان های ورزشی تثبیت ساختاری بر اساس یک برنامه حداقل ۲۰ ساله حذف فرآیندهای موازی و تکراری بازنگری در وظایف مشاغل موجود در سازمان کارسنجی مجدد در وزارت ورزش و جوانان و سایر سازمان های ورزشی تلاش برای کاهش ساعت کاری کارکنان با استفاده از فناوری
ساختار سازمانی	پیاده سازی دولت الکترونیک و کاهش کارهای دستی برتری ضوابط بر روابط در هنگام ارتقای شغلی دوری از قوم گرایی در انتصاب کارکنان مقابله با سقف شیشه ای و عوامل منجر به آن حمایت از مدیران و کارکنان زن شایسته در سازمان های ورزشی
ساختار شغلی	دوری از جنسیت گرایی در انتصاب کارکنان توجه به نیروهای جانشین قبل از بازنشستگی نیروهای قدیمی جانشین پروری با مشارکت نیروهای باتجربه توجه به آمایش شغلی در هنگام جانشین پروری استفاده از بازنشستگان برای آموزش نیروهای جدیدتر آشنا کردن کارکنان جوان به فناوری های سازمان
شایسته سالاری	جانشین پروری
شایسته سالاری و جانشین پروری	ابزار دانش
مدیریت دانش	مدیریت دانش

تدوین الگوی ساختاری تفسیری بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی



با توجه به جدول ۳، طرح شماییک کدگذاری بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی بر اساس نرم افزا MAXQDA بر اساس شکل ۱ به دست می آید:



شکل ۱. طرح شماییک الگوی بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی

پس از شناسایی عوامل کلیدی الگوی بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان های ورزشی، جهت ترسیم مدل ساختاری- تفسیری مرحله‌ای به شرح زیر انجام شد:

ابتدا جهت تشکیل ماتریس تعامل ساختاری یک ماتریس نه در نه شامل شاخص‌ها تشکیل و در اختیار اعضای شورای راهبری قرار داده شد. اعضا بر اساس اصول زیر ماتریس‌ها را تکمیل نمودند. به ازای هر «j و i» ارتباط میان این دو متغیر در چهارچوب بررسی زیر است:

- V: هدف سطر i برای رسیدن به هدف ستون j کمک می کند.
 - A: هدف ستون j برای رسیدن به هدف سطر i کمک می کند.
 - X: اهداف ستون j و سطر i برای رسیدن به همدیگر کمک خواهند کرد.
 - O: اهداف ستون j و سطر i بدون ارتباط هستند.
- نتیجه ماتریس خودتعاملی^۱ در جدول ۴ و ۵ مشخص است:

جدول ۴. ماتریس خودتعاملی (SSIM)

ردیف	عوامل موثر بر بازنشستگی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱	توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی	V	A	V	V	X	V	V	A
۲	برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشستگی نیروی انسانی	A	A	A	A	A	A	A	A
۳	ارزیابی مستمر کارکنان	V	V	V	V	V	V	V	X
۴	شناسایی نیروهای کارآمد و بهبود دوره های کارورزی	V	A	V	O	V	X	A	A
۵	بهبود محیط شغلی کارکنان و افزایش کیفیت کاری	A	A	A	A	A	A	A	A
۶	اصلاح ساختار و کاهش نیروهای مازاد بر اساس شاخص های شفاف و منطقی	A	A	A	A	A	A	A	A
۷	شایسته سالاری و جانشین پروری	A	A	A	A	A	A	A	A
۸	مدیریت دانش	A	A	A	A	A	A	A	A

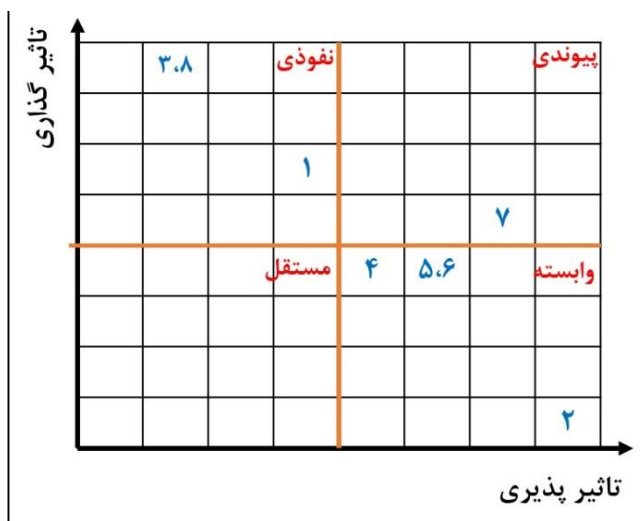
در ادامه برای دستیابی به ماتریس در دسترس پذیری اولیه باید نمادهای یادشده در جدول ۵ به صفر و یک تبدیل شوند. بدین منظور چنانچه i, j در ماتریس SSIM به صورت V باشد، بنابراین در ماتریس دستیابی (i, j) تبدیل به یک و (j, i) تبدیل به صفر می شود. چنانچه (i, j) در ماتریس SSIM به صورت A باشد در ماتریس دستیابی (i, j) تبدیل به صفر و (j, i) تبدیل به یک می شود. چنانچه (j, i) به صورت X وارد شود بنابراین (j, i) در ماتریس دستیابی به یک و i, j نیز تبدیل به یک می شود. چنانچه (j, i) به صورت O وارد شود، بنابراین j, i و i, j صفر می شود. پس از تهیه ماتریس دسترس پذیری اولیه، بایستی سازگاری درونی آن برقرار می شد. به عنوان نمونه، اگر هدف ۱ منجر به تغییر هدف ۲ شود و هدف ۲ منجر به تغییر هدف ۳ شود، باید هدف ۱ منجر به تغییر هدف ۳ نیز بشود. در اینجا موارد سازگار شده به صورت $(*)$ مشخص شده است: (جدول ۵)

جدول ۵. ماتریس خودتعاملی اهداف استراتژیک (SSIM)

ردیف	عوامل موثر بر بازنشستگی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	قدرت نفوذ
۱	توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۶

۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۲	برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشستگی نیروی انسانی	۲
۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	ارزیابی مستمر کارکنان	۳
۴	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۴	شناسایی نیروهای کارآمد و بهبود دوره های کارورزی	۴
۴	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۵	بهبود محیط شغلی کارکنان و افزایش کیفیت کاری	۵
۴	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۶	اصلاح ساختار و کاهش نیروهای مازاد بر اساس شاخص‌های شفاف و منطقی	۶
۵	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۷	شایسته‌سالاری و جانشین پروری	۷
۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۸	مدیریت دانش	۸
۲	۰	۰	۰	۰	۵	۲	۱	۴	میزان وابستگی	

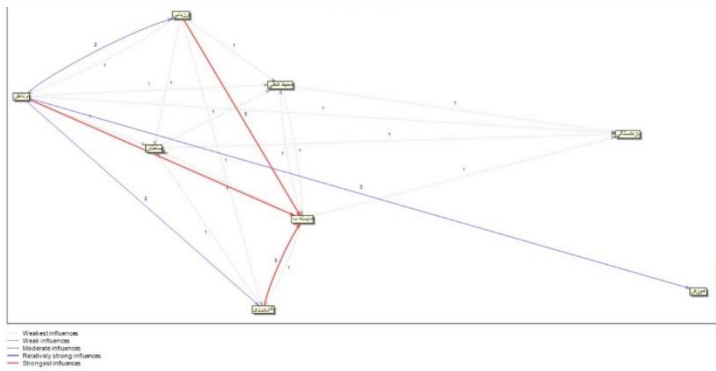
در جدول ۵ قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر یک از اهداف محاسبه شده است. به عنوان نمونه، قدرت نفوذ «توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی» ۶ است؛ به این معنا که بر ۶ عامل تأثیر می‌گذارد و میزان وابستگی آن ۴ است یعنی ۴ عامل بر توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی تأثیر می‌گذارند. این اعداد در طبقه‌بندی اهداف استفاده می‌شوند، اما قبل از آن باید تحلیل میک مک انجام گردد (شکل ۲).



شکل ۲. نتیجه تحلیل میک مک

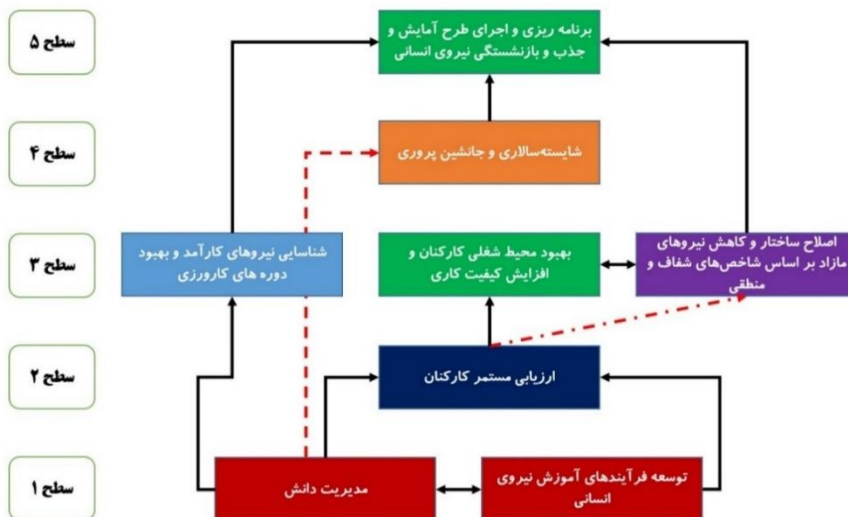
شکل ۲ نتیجه میزان وابستگی و قدرت نفوذ را برای هر یک از راهبردها (اهداف) نشان می‌دهد. بر این اساس راهبرد ۳ و ۸ در منطقه نفوذی، عوامل ۲ و ۴ و ۵ و ۶ در منطقه وابسته و عامل ۷ در منطقه پیوندی هستند. عوامل خودمختار شامل عواملی هستند که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف و متوسط هستند. عوامل وابسته دارای قدرت نفوذ کم، ولی وابستگی نسبتاً بالا می‌باشند. این عوامل معمولاً متغیرهای نتیجه یا هدف هستند. عوامل پیوندی دارای قدرت هدایت زیاد و وابستگی

زیاد می‌باشند و عوامل نفوذی نیز عواملی هستند که دارای قدرت نفوذ زیاد، ولی وابستگی کم می‌باشند (مالون، ۲۰۱۴).



شکل ۳. الگوی ساختاری تفسیری بازنشستگی

با توجه به پیچیده بودن الگوی مستخرجی تو سط نرم افزار میک‌مک، الگوی ساده شده به شرح شکل ۴ نشان داده می‌شود:



شکل ۴. الگوی ساده شده بازنشستگی بهینه نیروی انسانی در ورزش

بحث و نتیجه گیری

امروزه منابع انسانی، با ارزش‌ترین سرمایه هر سازمانی محسوب می‌گردد و موثرترین راهبرد کسب مزیت رقابتی در شرایط فعلی، شناسایی و توانمند کردن شایستگی‌های منابع انسانی

سازمان‌هاست. منابع انسانی نقش اثرگذاری در فرآیند تعالی سازمان‌ها دارند. به سبب تغییرات شتابان محیطی که دائما چالش‌هایی را فرا روی سازمان‌ها قرار می‌دهد، برای اینکه آنها بتوانند همواره در صحنه رقابت باقی بمانند و تغییرات را به مثابه فرصت تلقی کنند، نیاز به شایستگی‌های نهادینه شده دارند که به واسطه آنها بتوانند در فرآیندهای کسب و کار تحول آفرین باشند. از طرف دیگر، با توجه به تغییر و تحولات اخیر در سازمان‌ها و استفاده از نیروی جوان و شایسته در سازمان می‌توان گفت با ورود به هزاره جدید، بازنشستگی به یک مسئله عمده جمعیت شناختی و اجتماعی تبدیل شده است. بازنشستگی به عنوان یک پدیده اجتماعی، واقعیت مهمی است که ناگزیر در زندگی شغلی انسان رخ می‌دهد. این پدیده دارای ابعاد و تبعات مختلف فردی، اجتماعی و اقتصادی است و به منزله پایان کار و به تعبیری آزاد شدن از فشارهای ناشی از مسئولیت‌ها و مشقت‌های کاری بعد از یک دوره طاقت فرسا تلقی می‌شود. برای سازمان‌های ورزشی نیز همانند سایر سازمان‌ها، مقوله بازنشستگی کارکنان از اهمیت بسزایی برخوردار است، چرا که با بازنشسته شدن کارکنان مجرب و خبره، لازم است که نیروهای جوان‌تر به ایفای نقش بپردازند و چنانچه این نیروها به خوبی پرورش نیافته باشند، چه بسا که سازمان ورزشی از دست یابی به اهداف خود باز بماند. با این اوصاف، بررسی دلایل و مشکلات بازنشستگی در سازمان‌های ورزشی می‌تواند در برنامه‌ریزی برای کمک به سازمان‌های ورزشی نقش بسزایی داشته باشد. همچنین بر اساس تبصره یک «ماده قانون ممنوعیت به کارگیری بازنشسته‌ها»، وزارت ورزش و رؤسای فدراسیون‌ها نیز شامل تغییراتی خواهند شد. از این رو بررسی دلایل، مسائل و مشکلات بازنشستگی در سازمان‌های ورزشی از اهمیت شایان توجهی برخوردار است. حال با توجه به اهمیت موضوع و نظر به عدم وجود تحقیقی در این زمینه، محقق بر آن شد تا در پژوهشی به شناسایی عوامل بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی و طراحی الگوی ارتباطی این عوامل بپردازد.

نتایج کدگذاری داده‌ها به منظور شناسایی عوامل بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی نشان داد که ۸ مقوله اصلی شامل توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی، برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشستگی نیروی انسانی، ارزیابی مستمر کارکنان، شناسایی نیروهای کارآمد و بهبود دوره‌های کارورزی، بهبود محیط شغلی کارکنان و افزایش کیفیت کاری، اصلاح ساختار و کاهش نیروهای مازاد بر اساس شاخص‌های شفاف و منطقی، شایسته‌سالاری و جانشین پروری و مدیریت دانش به عنوان عوامل بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی وجود دارند و بر اساس آن‌ها الگوی کیفی بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی طراحی شد. نتایج این تحقیق با یافته‌های حسنی و همکاران (۱۳۹۹)، صانعی آرانی و همکاران (۱۳۹۷)، فرید و ترابی احمدآبادی (۱۳۹۳)، افجه و خانزاده اصل (۱۳۹۳) و جیتتا و همکاران^۱ (۱۳۹۱) همسو بود. درواقع نتیجه به دست آمده نشان داد که در صورت رعایت اصول و قواعدی خاص که در این تحقیق با عنوان عوامل بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی مطرح شده است، می‌توان امیدوار بود که پدیده بازنشستگی (نیروهای انسانی) علاوه بر آنکه به زندگی پس از فراغت از کار بازنشسته‌ها لطمه‌ای وارد نمی‌سازد، بلکه شرایطی را مهیا می‌کند که نیروهای جوان‌تر به خوبی آموزش دیده و بتوانند از کارایی و اثربخشی مناسبی برای جانشینی نیروهای بازنشسته برخوردار شوند.

یکی از عوامل بازنشتگی نیروی انسانی در سازمان های ورزشی را عامل توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی تشکیل می دهد که خود از دو مولفه کیفیت دوره های آموزش نیروی انسانی و کمیت دوره های آموزش نیروی انسانی تشکیل شده است. این عامل بیان می دارد که چنانچه دوره های آموزشی نیروی انسانی در سازمان های ورزشی از کمیت و کیفیت مناسبی برخوردار باشند، بازنشتگی کارکنان مجرب آن سازمان ها لطمه ای به سازمان و کارایی آن وارد نمی سازد. لذا ضرورت دارد که به منظور ارتقای کیفیت دوره های آموزش نیروی انسانی، فعالیت ها و برنامه هایی مانند استفاده از مدرسان توانمند برای آموزش کارکنان، نیازسنجی سالانه دوره های آموزشی کارکنان، افزایش مشارکت دفا تر و معاونت های وزارت ورزش و جوانان در نیازسنجی دوره های آموزشی، استفاده از کارکنان در شرف بازنشتگی برای آموزش سایر کارکنان، استفاده از الگوهای شناخته شده و به روز آموزش کارکنان، استفاده از بازنشتگان برای تدریس دوره های آموزشی، ارزیابی مستمر دوره های آموزشی و برون سپاری دوره های آموزشی کارکنان پیش بینی گردد، چرا که این موارد می توانند کیفیت دوره های آموزشی را غنی تر و نیروهای انسانی جوان را به منظور جانشینی نیروهای در شرف بازنشتگی آماده تر- به اصطلاح «پخته تر»- سازد. علاوه بر کیفیت این دوره ها، کمیت آن ها نیز باید مد نظر قرار بگیرد و با روش هایی همچون افزایش دوره های آموزشی تخصصی نسبت به دوره های عمومی، افزایش نسبت دوره های آموزشی حضوری نسبت به دوره های غیرحضوری، افزایش ساعات موظفی دوره های آموزشی برای نیروهای تازه کار و افزایش تعداد دوره های آموزشی سالانه، زمینه های بهبود و ارتقای کمیت دوره های آموزشی نیروی انسانی نیز فراهم گردد.

با توجه به یافته های تحقیق، دیگر عامل موثر بر بازنشتگی بهینه نیروی انسانی در ورزش را عامل برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشتگی نیروی انسانی تشکیل می دهد که در این زمینه لازم است شاخص هایی همچون جذب نیروی انسانی، آمایش نیروی انسانی و بازنشتگی نیروی انسانی مورد توجه قرار بگیرند. درواقع، چنانچه در سازمان های ورزشی کشور برنامه ریزی مناسبی برای منابع انسانی به ویژه در جذب کارکنان صورت پذیرد و نیز به موضوع آمایش نیروی انسانی توجه شود، هم زمینه بازنشتگی مناسب نیروها فراهم می شود و هم اینکه به هنگام بازنشته شدن نیروهای مجرب در این سازمان ها، سازمان از نظر نیروی انسانی و شایستگی های لازم برای مشاغل مختلف دچار بحران نخواهد شد. لذا ضرورت دارد که اولاً، در جذب نیروی انسانی به جای افراد بازنشته، افراد توانمند و ماهر جذب شوند و جذب نیروی انسانی فقط از مجرای آزمون های استخدامی باشد، چرا که از این طریق می توان از توانمند و شایسته بودن نیروهای جذب شده اطمینان حاصل کرد. همچنین بازنگری شاخص های جذب نیروی انسانی در سازمان ورزشی می تواند شرایطی فراهم آورد که واقعا افراد شایسته ای جذب سازمان شوند که شایستگی و مهارت های لازم را برای سازمان دارا باشند. اهمیت بازنگری شاخص های جذب نیروی انسانی از آن جهت است که تغییرات محیطی سازمان به ویژه تغییرات فناوری به حدی سریع و گسترده است که همواره سازمان نیازمند مهارت های جدید است و لذا می توان با این بازنگری، شاخص های به روز و مورد نیاز سازمان را شناسایی و بر اساس آن اقدام به استخدام نیروهای توانمند و شایسته نمود. علاوه بر جذب نیروی انسانی، لازم است که مسئولان و مدیران منابع انسانی و وزارت ورزش و جوانان به موضوع آمایش نیروی انسانی نیز توجه ویژه ای داشته باشند، چرا که در سایه طرح آمایش نیروی انسانی است که می توان از توزیع مناسب نیروی انسانی، تناسب تعداد

نیروی انسانی با تعداد جامعه هدف به تفکیک ادارات شهرستانی و ادارات کل ورزش و جوانان و نیز جلوگیری از تمرکز نیروهای توانمند در وزارتخانه و ادارات کل اطمینان حاصل نمود. بنابراین همواره مدیریت منابع انسانی وزارت ورزش و جوانان باید این موضوع را مد نظر قرار دهد تا افراد توانمند در هر یک از ادارات تابعه این وزارت موجود بوده، دستیابی به اهداف سازمانی را ممکن سازند. در نهایت، مدیریت منابع انسانی وزارت ورزش و جوانان باید با شناسایی نیروهای بازنشسته حداقل ۵ سال قبل از بازنشستگی، استفاده از توانمندی نیروهای بازنشسته تا روز آخر خدمت و ایجاد پراکندگی مناسب نیروهای باتجربه در همه سطوح و بخش‌های ورزش شرایط مناسبی را برای بازنشستگی نیروی انسانی خود و نیز مجموعه سازمان فراهم نماید. این شاخص اطلاعات مفیدی در اختیار مدیریت منابع انسانی قرار می‌دهد تا به منظور جذب نیروهای جدید، برنامه ریزی مناسبی صورت پذیرد و بدین طریق هیچ یک از ادارات شهرستانی با کمبود احتمالی نیروی انسانی مواجه نشوند. حال با توجه به عامل برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشستگی نیروی انسانی و شاخص‌های آن و توضیحات اراه شده، پیشنهاد می‌شود که مدیریت منابع انسانی سازمان به کمک راهکارهایی مانند شناسایی نیروهای بازنشسته حداقل ۵ سال قبل از بازنشستگی و توزیع مناسب آن‌ها در سطوح و ادارات مختلف، اجرای طرح آمایش نیروی انسانی در جذب نیروهای جدید، بازنگری شاخص‌های جذب نیروی انسانی و جذب نیروهای مورد نیاز بر اساس آن به ویژه با استفاده از آزمون استخدامی، بهترین شرایط ممکن برای بازنشستگی نیروهای انسانی خود و همچنین نیروهای مورد نیاز سازمان را فراهم نماید.

در بخش دیگری از تحقیق، نتیجه ماتریس خودتعاملی نشان داد که عوامل توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی، ارزیابی مستمر کارکنان و مدیریت دانش در منطقه نفوذی، عوامل برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشستگی نیروی انسانی، شناسایی نیروهای کارآمد و بهبود دوره‌های کارورزی، بهبود محیط شغلی کارکنان و افزایش کیفیت کاری و اصلاح ساختار و کاهش نیروهای مازاد بر اساس شاخص‌های شفاف و منطقی در منطقه وابسته و عامل شایسته‌سالاری و جانشین پروری در منطقه پیوندی قرار دارند و بر اساس آن‌ها الگوی ساختاری - تفسیری بازنشستگی نیروی انسانی در سازمان‌های ورزشی طراحی شد. همچنین، طراحی الگوی ساده شده بازنشستگی بهینه نیروی انسانی در ورزش نیز نشان داد که این الگو دارای پنج سطح می‌باشد. گفتنی است که منطقه نفوذی اشاره به آن دارد که عوامل قرار گرفته در این منطقه یعنی عوامل توسعه فرآیندهای آموزش نیروی انسانی، ارزیابی مستمر کارکنان و مدیریت دانش عواملی هستند که دارای قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کم می‌باشند. در واقع، این عوامل تاثیر بسیار زیادی بر سایر عوامل داشته و خود تاثیرپذیری اندکی از آن‌ها دارند و به همین دلیل است که سه عامل یاد شده در مدل ساختاری - تفسیری در سطوح پایین تر مدل یعنی سطح اول و دوم مدل قرار می‌گیرند و به نوعی مانند متغیرهای مستقل عمل می‌کنند که بر متغیرهای وابسته تاثیرگذار هستند. همچنین، عوامل برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشستگی نیروی انسانی، شناسایی نیروهای کارآمد و بهبود دوره‌های کارورزی، بهبود محیط شغلی کارکنان و افزایش کیفیت کاری و اصلاح ساختار و کاهش نیروهای مازاد بر اساس شاخص‌های شفاف و منطقی که در منطقه وابسته قرار گرفته اند نشان می‌دهند که این عوامل دارای قدرت نفوذ کمی بوده و وابستگی نسبتاً بالایی به سایر عوامل دارند. در واقع، این عوامل متأثر از عوامل نفوذی هستند و می‌توان گفت که در صورت نبود عوامل نفوذی، احتمالاً این عوامل هم به وقوع نخواهند پیوست. لذا معمولاً عوامل وابسته در تحلیل میک مک در سطوح بالایی مدل‌های ساختاری - تفسیری قرار می‌گیرند و با نگاهی به مدل ساختاری تفسیری بازنشستگی بهینه

نیروی انسانی در ورزش کشور نیز مشاهده می شود که این عوامل وابسته یعنی عوامل برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش و جذب و بازنشتگی نیروی انسانی، شناسایی نیروهای کارآمد و بهبود دوره های کارورزی، بهبود محیط شغلی کارکنان و افزایش کیفیت کاری و اصلاح ساختار و کاهش نیروهای مازاد بر اساس شاخص های شفاف و منطقی در سطوح سوم و پنجم قرار گرفته اند. در نهایت، عامل شایسته سالاری و جانشین پروری در منطقه پیوندی قرار گرفته است که نشان می دهد این عامل قدرت هدایت زیادی دارد و خود نیز از وابستگی زیادی به عوامل نفوذی برخوردار است. به همین دلیل، در سطح چهارم مدل ساختاری تفسیری قرار گرفته است و نشان می دهد که به شدت متأثر از عوامل توسعه فرایندهای آموزش نیروی انسانی، مدیریت دانش و ارزیابی مستمر کارکنان می باشد و نتیجه آن برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش، جذب و بازنشتگی بهینه نیروی انسانی خواهد بود. در واقع می توان گفت که توسعه فرایندهای آموزش نیروی انسانی، مدیریت دانش و ارزیابی مستمر کارکنان در سازمان های ورزشی می تواند سبب شایسته پروری و جانشین پروری در سازمان شود و در نهایت برنامه ریزی و اجرای طرح آمایش، جذب و بازنشتگی بهینه نیروی انسانی در این سازمان ها را در پی خواهد داشت. با این اوصاف، پیشنهاد می شود که مدیریت منابع انسانی سازمان های ورزشی در وزن دهی و اولویت بندی عوامل شناسایی شده به منظور بازنشتگی بهینه نیروی انسانی در این سازمان ها، به منطقه قرارگیری عوامل و نیز سطوح مدل ساختاری تفسیری توجه نمایند و نسبت به سایر عوامل، تمرکز بیشتری بر عوامل نفوذی (سطوح اول و دوم مدل) داشته باشند.

منابع

- افشارفر، فیروز و عباس‌پور، عباس. (۱۳۹۷). «تأثیر ابعاد شایستگی‌های منابع انسانی بر عملکرد سازمانی شرکت‌های دانش بنیان». مجله مدیریت فردا. ۵۴، صص ۱۹-۳۴.
- افجه، سید علی اکبر و خانزاده اصل، لیلا. (۱۳۹۳). «بررسی طرح تعدیل نیروی انسانی در وزارت امور اقتصادی و دارایی و تأثیر آن بر بهره‌وری نیروی انسانی». خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت. شماره ۱، (پیاپی ۱)، صص ۲۹-۵۲.
- اسلامی نسب، علی. (۱۳۹۳). روان‌شناسی اعتماد به نفس. تهران: انتشارات رشد
- بجانی، حسین و رحمتی، داریوش. (۱۳۹۹). «ارائه الگوی آماده سازی کارکنان در شرف بازنشستگی ناجا». فصلنامه مدیریت منابع در نیروی انتظامی. (۴)، صص ۹۰-۱۵۹.
- تجاری، فرشاد و مشگل‌گشا، الهام. (۱۳۹۰). «روند انتقال ورزشکاران از ورزش قهرمانی به بازنشستگی: مدل مفهومی چارتر و اسپلزبرگ». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۱۹، صص ۶۳-۸۰.
- دانایی فرد، حسین؛ خائف‌الهی، احمدعلی و خداشناس، لیلاسادات. (۱۳۹۱). «فهم جوهره تجربه بازنشستگی کارکنان در بخش دولتی: پژوهشی پدیدارشناسانه». اندیشه مدیریت راهبردی، سال ۶، شماره ۲، شماره پیاپی ۱۲، صص ۱۵۳-۱۷۶.
- رجبی فرجاد، حاجیه و آهی، پرویز. (۱۳۹۸). «طراحی الگوی توانمندسازی بازنشستگان ناجا (با تأکید بر عوامل اقتصادی)». دوره ۱۰، شماره ۵۷. قابل بازیابی از: http://phr.jrl.police.ir/article_93426.html
- حسنی، مهدی؛ امیر حسینی، سید احسان و نوذری، ولی. (۱۳۹۹). «طراحی و تدوین استراتژی توسعه مدیریت منابع انسانی تربیت بدنی ناجا با استفاده از دو مدل BSC و Swot». معاونت نیروی انسانی ناجا. شماره ۵۹.
- سلطانی، ایرج. (۱۳۹۶). «راهکارهای غنی سازی فرایند روانی اجتماعی بازنشستگی». نشریه مدیریت دولتی، ۵(۱۱)، صص ۱۹-۱۱.
- صالحی، حمید. (۱۳۹۶). «تجربیات دوران کناره‌گیری ورزشکاران بازنشستگی ایرانی». مطالعات مدیریت ورزشی. ۳۸، صص ۳۸۹-۴۱۰.
- فرید، داریوش و ترابی احمدآبادی، علیرضا. (۱۳۹۳). «ارائه مدل تخصیص نیروی انسانی در سازمان ها با رویکرد کاهش هزینه های سازمانی توسط برنامه ریزی آرمانی GOAL PROGRAMMING (مطالعه موردی: سازمان امور اقتصاد و دارایی شهرستان اردکان)». دومین کنفرانس ملی پویایی مدیریت، توسعه اقتصادی و مدیریت مالی. شیراز.
- صالحی، حمید؛ زندی‌مشهدی، نسرين؛ ذوالاکتاف، وحید و میناسیان، وازگن. (۱۳۹۵). «تحلیل عاملی فهرست دلایل تصمیم به بازنشستگی ورزشکاران نخبه ایرانی». پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۶(۱۲)، صص ۱-۱۵.

- صانعی آرانی، محسن؛ میر سپاسی، ناصر؛ دانشفرد، کرم اله و پيله وری، نازنین. (۱۳۹۷). «ارائه الگوی تعدیل منابع انسانی با رویکرد مبتنی بر ساخت آینده شغلی کارکنان در شهرداری های استان اصفهان». آینده پژوهی مدیریت. ۲۹ (شماره ۳ (پیاپی ۱۱۴)، صص ۱۶۱-۱۷۷.
- صانعی، مهدی و اسماعیلی، احمد رضا. (۱۳۹۲) «بررسی وضعیت بازنشستگان ناجا و شناسایی مسائل و مشکلات آن ها و ارائه راهکارهای علمی». فصلنامه منابع انسانی ناجا. شماره ۱۹، دوره ۱. قابل بازیابی از:
http://phr.jrl.police.ir/article_12416.html
- صدر، فروغ و غلامی، عبدالخالق. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل مؤثر بر بازنشستگی پیش از موعد کارکنان کمیته امداد استان کهگیلویه و بویراحمد». مجله تحقیقات جدید در علوم انسانی. شماره ۲، صص ۳۷-۵۱. قابل بازیابی از:
<https://www.noormags.ir/view/en/articlepage/1164811>
- کاملی، محمدجواد؛ شریعتی، مسعود و باقری، کمال. (۱۳۹۷). «عوامل سازمانی مؤثر بر درخواست بازنشستگی پیش از موعد کارکنان ناجا». نشریه علمی-ترویجی. سال ۱۳، شماره ۵۳.
- یوسفزاده، ایمان؛ اسحقق گرجی، معصومه زمان و شعار هریس، الهام. (۱۳۹۸). خدمات اجتماعی و بازنشستگی: مطالعه موردی: کشورهای موفق. انتشارات روزنه (به سفارش موسسه راهبردهای بازنشستگی صبا)

- Andrijiw, A. M. (2020). "Identity regulation in the North American field of men's professional ice hockey: An examination of organizational control and preparation for athletic career retirement". Sport Management Review, 23(5), 898-912.
- Andre Michael, Andrijiw. (2020). "Identity regulation in the North American field of men's professional ice hockey: An examination of organizational control and preparation for athletic career retirement". Sport Management Review, Volume 23, Issue 5, Pages 898-912, ISSN 1441-3523, <https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.04.002>
- Allui, A, Sahni, J. (2016). "Strategic Human Resource Management in Higher Education Institutions: Empirical Evidence from Saudi". Procedia - Social and Behavioral Sciences, 235, 361-371.
- Asonibare, J. B. & Oniye, A. (2018). "Retirement and Retirement Counseling: Issues and Challenges". African Journal of Education and Developmental Studies, Vol. 5, No. 2, P1.
- Asonibare, J.B. & Oniye, A. (2020). "Retirement and Retirement Counseling: Issues and Challenges". African Journal of Education and Developmental studies, Vol. 5, No.2, pp 1-17. Available at:
https://iranjournals.nlai.ir/article_251520_cbd.
- Brilon, S. (2015). "Job assignment with multivariate skills and the Peter Principle". Labour Economics, 32, 112-121

- Delery. J, Dorothea, r. (2017). **“Strategic human resource management, human capital and competitive advantage: is the field going in circles?”** Human Resource Management Journal, 121-134.
- Davis, E. & Cartwright, S. (2020). **“Psychological and Psychosocial Predictors of Attitudes to Working Past Normal Retirement Age”**. Employee Relations, Vol. 33, No. 3, Pp. 249-268.
- Fortunato, V and Gilbert, Reconstructing Lives, K. (2011). **The problem of retirement from elite sport**. Commong Ground Publishing Pty Ltd, Australia: 88.
- Fillenbaum, G. G. (2019). **“On the Relation Between Attitude to Work and Attitude to Retirement”**. Journal of Gerontology, Vol. 26, No. 7, Pp. 244-248.
- Greer, C. R. (2021). **Strategic human resource management**. Pearson Custom Publishing.
- Jeanette A Davy, Angelo J Kinicki, Christine Scheck, L. (1991). **“Developing and testing a model of survivor responses to layoffs”**. Journal of Vocational Behavior, Volume 38, Issue 3, 1991, Pages 302-317,
- Mutran, E. J., Reitzes, D. C. & Fernandez, M. E. (2019). **“Factors that Influence Attitudes toward Retirement”**. Research on Aging, Vol. 19, No. 4, Pp. 251-273.
- Perlin, L. I. (2019). **“Life strains and distress in maturity. Speech at the 7th annual conference for helpers of adults”**. University of Maryland.
- Pak, K., Kooij, D., De Lange, A. H., Meyers, M. C., & van Veldhoven, M. (2020). **“Unravelling the process between career shock and career (un) sustainability: exploring the role of perceived human resource management”**. Career Development International.
- Reynolds, M. (2018). **“The effects of sports retirement on the job satisfaction of the former football player”**. In S. Greendorfer & A. Yainnakis (Eds.), *Sociology of Sport: Divers perspectives* (pp. 127-135). West point, NY: Leisure press.

تدوین برنامه راهبردی گردشگری ماجراجویانه استان کردستان با استفاده از مدل SOAR

صدیق محمودی^۱

مظفر یکتایار^۲

مهرداد محرم زاده^۳

 10.22034/SSYS.2022.1148.1787

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۲۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۲۱

هدف این پژوهش، تدوین برنامه راهبردی گردشگری ماجراجویانه در استان کردستان با استفاده از مدل SOAR است. روش تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف کاربردی بود که به شکل میدانی اجرا شد. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۱ نفر از اساتید دانشگاه در حوزه های گردشگری و ورزش، ۹ نفر از مدیران هیئت های ورزشی استان، ۷ نفر از مدیران سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان کردستان و ۸ نفر از ورزشکاران دارای تجربه در زمینه گردشگری بود. نتایج نشان داد که در گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان کردستان، ۸ نقطه قوت که بالاترین امتیاز آن مربوط به پتانسیل های طبیعی استان و تنوع آب و هوایی؛ ۱۲ فرصت که بالاترین امتیاز آن مربوط به برگزاری دوره های مربیگری؛ ۸ فرصت مطلوب و آرمانی که بالاترین امتیاز آن مربوط به ساخت تفرجگاه و اقامتگاه ها در مکان های مناسب و ۷ نتیجه که بالاترین امتیاز آن مربوط به حفاظت از محیط زیست است، وجود دارد. بدین ترتیب، ترویج گردشگری ورزشی به ویژه گردشگری ورزشی ماجراجویانه می تواند به

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه سنندج، سنندج، ایران

۲- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه سنندج، سنندج، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Myektayar@gmail.com

۳- استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

● تدوین برنامه راهبردی گردشگری ماجراجویانه استان کردستان با استفاده از مدل SOAR

عنوان یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری و جذب گردشگر مورد توجه مدیران قرار گیرد و برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران کشوری و محلی می‌توانند با فراهم سازی زیرساخت های لازم، بستری مناسب جهت توسعه گردشگری ماجراجویانه ورزشی در استان کردستان را فراهم کنند.

واژگان کلیدی: گردشگری ورزشی، گردشگری ماجراجویانه و مدل SOAR.

مقدمه

گردشگری فرآیندی است که در جریان مسافرت اتفاق می افتد و شامل کسب اطلاعات، برنامه ریزی و تدارک در مبدا سفر، انجام سفر به مقصد و اقامت در آن، خرید کردن، تعامل میزبان و میهمان، قرار گرفته است؛ چنان که بسیاری از آنها در رقابت شدید برای جذب گردشگران ورزشی بازگشت به مبدا سفر و مرور خاطرات سفر با خود و دیگران می شود. در این فرآیند، مجموعه ای از کنش ها و فعالیت ها بین گردشگران، ارائه دهندگان خدمات و محصولات گردشگری، سیاست گذاران و میزبانان روی می دهد (شارپلی^۱، ۱۳۹۱). گردشگری ورزشی از ترکیب دو صنعت بزرگ و پردرآمد جهان تشکیل شده و چند سالی است که مورد توجه بسیاری از کشورها هستند (جاتمیکو^۲، ۲۰۱۵). پژوهش های متعددی از جمله تحقیق کیم و همکاران (۲۰۱۵)، روشه^۳ و همکاران (۲۰۱۳)، هالمان^۴ و همکاران (۲۰۱۲) حاکی از آن است که گردشگری ورزشی می تواند باعث توسعه اقتصادی، ایجاد درآمد و اشتغال شود و باید در این زمینه به توسعه پایدار گردشگری ورزشی توجه کرد. گردشگری ماجراجویانه نیز به عنوان یکی از جنبه های گردشگری ورزشی از جذابیت های خاص خود برخوردار است و طرفداران جدی دارد. فعالیت های ماجراجویانه برای کودکان و جوانان می تواند از جنبه های مختلف آموزنده باشد. همچنین، درگیر کردن جوانان در تمرینات سستی تربیت بدنی یا ورزش با توپ می تواند یک کار چالش برانگیز باشد به خصوص هنگامی که آنها در فعالیت های اوقات فراغت خود تازگی، سرگرمی یا هیجان را نسبت به هر چیز دیگری ترجیح می دهند (احسانی و همکاران، ۱۳۸۹). محبوبیت مسابقات و فعالیت های ماجراجویانه که ترکیبی از ورزش های ماجراجویی در یک فضای رقابتی به عنوان بخشی از مشارکت اوقات فراغت ماجراجویانه افزایش یافته است. شرکت کنندگان با انگیزه افزایش توان جسمانی، حضور در طبیعت، تجربه هیجان و کسب لذت شرکت می نمایند. همچنین عوامل اجتماعی نظیر مشارکت تیمی برای شرکت کنندگان مهم هستند (کاتر^۵ و همکاران، ۲۰۱۸).

مرور و بررسی تحقیقات پیرامون گردشگری ورزش کشور نشان می دهد که در تحقیقات محدودی از روش SOAR استفاده شده است که بیشتر آنها در حوزه های دیگری غیر از گردشگری ماجراجویانه ورزشی بوده اند. در این راستا نتایج مطالعه کریمی و همکاران (۱۳۹۸) نشان داد که ضرورت ها و چالش ها گردشگری ماجراجویانه ورزشی شامل عوامل اجتماعی و فرهنگی، اشتغال مبتنی بر کارآفرینی، مدیریت هیجان، مدیریت ارتباطات و زیر ساخت ها؛ موانع شامل اداری مدیریتی، امکانات و تجهیزات، فردی، مالی و اقتصادی، امنیتی، رو ساخت ها و اطلاع رسانی؛ بسترها شامل قوانین و آیین نامه، فرهنگی و اطلاعاتی، آکادمیک و نیروی انسانی متخصص؛ راه کارها شامل مدیریت ایمنی، آموزش و فرهنگ سازی، مدیریت اماکن و رویداد و مدیریت کیفیت و نوآوری و اثرات شامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بودند. عباسی و همکاران (۱۳۹۶) نیز در مطالعه ای به بررسی و اولویت بندی راهکارهای جذب توریسم ماجراجویانه در راستای

1. Sharply
2. Jatmiko
3. Roche
4. Hallman
5. Cater

توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان پرداختند. نتایج نشان داد که از میان عوامل مورد بررسی به ترتیب تبلیغات و اطلاع رسانی، عوامل محیطی، زیرساخت ها، امکانات اقامتی رفاهی و عوامل فرهنگی - اجتماعی و عوامل فنی و ایمنی، مهمترین عوامل تاثیرگذار در جذب توریسم ماجراجویانه در راستای توسعه گردشگری ورزشی بوده اند.

نتیجه مطالعه گومز و راو^۱ (۲۰۱۹) نیز نشان داد که فقدان فرصت و ترس از مهمترین دلایل عدم تلاش در ورزش های ماجراجویانه است و در بین مصرف کنندگانی که ورزش های ماجراجویی را انجام می دهند، ۴۹ درصد از این تجربه بسیار راضی بودند. دمیروویچ و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که سه گروه از گردشگران ورزشی بالقوه فعال وجود دارد و می توان از آن گروه ها به عنوان چارچوبی برای نشان دادن عوامل انگیزش اجتماعی - روانی برای گردشگران ورزشی فعال و چگونگی استفاده از آنها استفاده کرد. همچنین جیانگ^۲ و همکاران (۲۰۱۸) هشت برنامه اقدامات متقابل و پیشنهادی برای توسعه گردشگری ورزشی در فضای باز را پیشنهاد کردند. هانگنبرگ و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که ورزشکاران ورزش های ماجراجویی، هنگامی که فاقد تجربه گذشته با یک رویداد باشند، بیشتر بر اطلاعاتی که از گروه های همسالان اجتماعی خود می گیرند تاکید می کنند. با این حال، وقتی شرکت کنندگان با تجربه تر شدند، بیشتر به حافظه خود اعتماد دارند.

پذیرش فعالیت های ماجراجویانه بین افراد و در مراحل زندگی متفاوت است. لذا باید بتوانیم مسیرها را با گذشت زمان، در زمینه های اجتماعی، جسمی و روحی برای مشارکت فردی در فعالیت های ماجراجویانه به عنوان رویکردی «تفریحی» تحلیل کنیم (باکلی^۳، ۲۰۱۸). صنعت گردشگری ایجاد کننده درآمد قابل توجهی برای کشورهاست و نقش مهمی در تراز مالی کشورها دارد. در حال حاضر اقامت گردشگران یکی از بزرگترین منابع درآمدی است، اما برآوردهای فعلی حاکی از آن است که تا سال ۲۰۲۲ هزینه های جاری آن (نگهداری، اجرایی و مدیریت) افزایش بی رویه ای خواهد داشت؛ به طوری که مقدار آن بیش از سود گردشگری خواهد بود. لذا یکی از موثرترین راه حل های عملی برای رفع این مشکل توسعه فعالیت های جدید و در قالب فعالیت های ماجراجویی پیش بینی شده است (کروگر^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). علاوه بر این، بسیاری از جوانان از فرصت هایی که برای ورزش یا تفریح در طبیعت وجود دارد، آگاهی ندارند و اغلب ترجیح می دهند به جای اینکه در دنیای واقعی خارج از محل سکونت مشغول فعالیت و تحرک باشند، وقت خود را در خانه و چسبیده به صفحه نمایش و دنیای مجازی بگذرانند. آموزش و یادگیری از طریق فعالیت های ماجراجویی به عنوان یک رویکرد شرکت کننده محور متشکل از فعالیت های گروهی است که در صورت پردازش و تفکیک می تواند به فرصتی مشترک برای رشد درون فردی و کسب مهارت های بین فردی منجر شود (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۱). به طور خاص، ارتقای برنامه و شیوه های رهبری در جوانان می تواند به رشد و توسعه مثبت آنان منجر شود که شامل ارتقای رشد و توسعه مثبت جوانان، ایمنی جسمی و عاطفی، فعالیت های طراحی شده، توالی فعالیت های تجویز شده، تجربیات

1. Gomez & Rao
2. Jiang
3. Buckley
4. Kruger

یادگیری جدید، فعالیت های گروهی، پیامدهای واقعی و فوری و تبادل نظر برای انتقال یادگیری است (نیومن^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین نتایج تحقیقات نشان می دهد که مشارکت در برنامه آموزشی از طریق فعالیت های ماجراجویانه در محیط گردشگری شهری باعث گسترش و بهبود توان جسمی، فنی، آموزشی و مشارکت افراد می شود (باداو و باداو^۲، ۲۰۱۸).

تحقیقات اخیر نیز حاکی از آن است که ورزش های پرماجرا که در طبیعت انجام می شوند به دلیل ماهیت خود مزایای ویژه ای را نیز دارند. طراحی ورزش های ماجراجویانه در طبیعت نیازمند مداخلات بهداشتی و بهزیستی است تا بتواند سودمندی لازم را هم برای افراد و هم برای محیط زیست به همراه داشته باشد (هوج مک کنزی و بریمر^۳، ۲۰۱۸). مهم ترین اصل حاکم بر جهانگردی ماجراجویی، این است که این نوع گردشگری در مکان های طبیعی و در فضای باز صورت می گیرد. با وجود این، تا کنون به اندازه کافی تاثیر محیط بر رفتار مصرف کنندگان گردشگری ماجراجویی مورد توجه قرار نگرفته است (بوزاکوت و میسا^۴، ۲۰۱۸).

به علاوه، محرومیت استان کردستان و درصد بالای بیکاری جوانان این ناحیه، وجود جاذبه های طبیعی گردشگری آن و نیز تاکید سند چشم انداز توسعه ۱۴۰۴ در جهت عدم وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای نفتی ایجاب می کند تا با استفاده از تمامی امکانات و قابلیت ها در جهت رفع محرومیت، ایجاد اشتغال و کسب درآمد از این راه اقدام شود. بدین منظور گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی فرابخشی با حوزه های مختلف نظیر گردشگری، اقتصاد، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل است و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده است که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن ناحیه گردیده است. لذا با توجه به اینکه استان کردستان دارای جاذبه های طبیعی و تاریخی بسیاری است و به دلیل برخورداری از طبیعت بکر، مقصد مناسبی برای بوم گردی و طبیعت گردی به شمار می رود. توسعه بوم گردی روستاهای استان و توسعه گردشگری مناطق روستایی می تواند به رونق اقتصاد آنان کمک کند (مجیدی و محرم زاده، ۱۳۹۵). همچنین می توان با به کار گماردن جوانان کردستانی به عنوان راهنمایان گردشگری محلی و بومی، برای مردم بومی و روستایی این استان اشتغالزایی کرد. کارشناسان معتقدند که استان کردستان دارای مناظر زیبای طبیعی است که با توسعه طبیعت گردی در این استان و جذب گردشگران به ویژه گردشگران خارجی از کشورهای همسایه، به اقتصاد کشور نیز می تواند کمک کند. همچنین با توجه به حدود ۲۰۰ کیلومتر مرز مشترک کردستان با کشور عراق می توان در زمینه جذب گردشگر خارجی و ارزآوری هم فعالیت داشت. در بیشتر تحقیقات مرتبط با عوامل موثر بر حضور گردشگران توجه خاصی به عوامل جذب کننده و بازدارنده شده است و بسیاری از تحقیقات نشان داده اند که بازدارنده ها و موانع موجود بر سر راه گردشگران، نظیر ادراک گردشگران از محدودیت ها، بر تمایل آنها به مسافرت و حضور آنها در یک رویداد تاثیرگذار است. همچنین نتایج تحقیق ها دال بر آن است که اساس جهانگردی ماجراجویی بر «هیجان» است که محیط به طور فزاینده ای آن را تحت تاثیر قرار می دهد. ارزیابی ها نشان می دهد که محیط نه تنها نقش مهمی در جذب گردشگران ماجراجویی به

1. Newman
2. Badau & Badau
3. Houge Mackenzie & Brymer
4. Buzzacott & Mease

سمت مقصد های خاص بازی می کند، بلکه به دنبال تعامل با طبیعت نیز هستند (گیدی و وب^۱، ۲۰۱۸). استان کردستان با دارا بودن منابع و جاذبه های متعدد طبیعی از قبیل مناطق کوهستانی، رودهای خروشان، مناطق جنگلی، غارهای متعدد، آبشارهای بلند، دشت های پهناور و دریاچه ها و ... می تواند یکی از استان های اثر گذار در زمینه گردشگری ورزشی ماجراجویانه باشد. همچنین بررسی مطالعات نشان از آن دارد که گردشگری ورزشی در ایران از پتانسیل توسعه و جذب گردشگر ورزشی برخوردار است. با این حال، صنعت گردشگری در استان کردستان از سوی سیاست گذاران و مردم مورد توجه و حمایت جدی قرار نگرفته است. بنابراین شناخت و برنامه ریزی و توجه به قابلیت های توریسم آن می تواند باعث جذب طبیعت گردان و ارتقای سطح اقتصادی اجتماعات محلی با ایجاد اشتغال و درآمد مناسب شود و به توزیع متعادل درآمد در این استان کمک نماید (معین فرد و همکاران، ۱۳۹۳). با توجه به دلایل گفته شده در مبانی و پیشینه پژوهش پیرامون اهمیت گردشگری ورزشی، ضرورت بررسی آن به عنوان یک بخش مهم در توسعه فعالیت های گردشگری و ماجراجویانه و اهمیت دانستن نقاط قوت و ضعف وضعیت گردشگری استان، پژوهشگر در این تحقیق بر آن شد تا به تدوین برنامه راهبردی گردشگری ماجراجویانه استان کردستان با استفاده از مدل SOAR بپردازد. امید است اطلاعات این پژوهش بتواند برای برنامه ریزان محلی و ملی به عنوان سند راهنمای آنان جهت توسعه فعالیت گردشگری ماجراجویانه مفید باشد.

روش شناسی پژوهش

هدف از این پژوهش، تحلیل گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان کردستان با استفاده از مدل SOAR بود. روش تحقیق توصیفی- تحلیلی و از نظر هدف کاربردی بود که به شکل کتابخانه‌ای، میدانی و مصاحبه انجام شد. جامعه آماری شامل ۱۱ نفر از اساتید دانشگاه در دو حوزه گردشگری و ورزش؛ ۹ نفر از مدیران هیئت های ورزشی استان شامل کوهنوردی، دوچرخه سواری، قایقرانی، پاراگلایدر، موتوسواری و اتومبیلرانی، همگانی، نجات غریق و غواصی که به نوعی مرتبط با فعالیت در محیط باز و ماجراجویی بودند؛ ۷ نفر از مدیران میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کردستان و ۸ نفر از ورزشکاران دارای تجربه در زمینه گردشگری ماجراجویانه با تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر بودند و جامعه اطلاعاتی شامل منابع علمی، اسنادی و کتابخانه‌ای بود. نمونه گیری در بخش اساتید به تعداد قابل کفایت و با روش گلوله برفی تا رسیدن به اشباع نظری انجام شد. در این بخش ابتدا پرسشنامه ای بدون ساختار (باز پاسخ) ارسال گردید که به عنوان مرحله زایش ایده ها عمل نماید و هدف آن آشکارسازی کلیه موضوعات مرتبط با عنوان مورد مطالعه بود. در مرحله دوم پرسشنامه شماره دوم تهیه شد. این پرسشنامه ساختارمند بود و بر اساس طیف لیکرت تهیه شد و در اختیار جامعه خبرگان قرار گرفت. پرسشنامه سوم بعد از بررسی و به دست آمدن راهبردهای مورد استفاده تهیه گردید و از خبرگان خواسته شد تا نمره جذابیت هر گویه را در هر راهبرد مشخص نمایند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تجزیه و تحلیل SOAR استفاده شد. فرآیند کار در مدل SOAR شامل مراحل آغاز و برداشت قدم اول، شناخت و بررسی نقاط مثبت، تصور فرصت ها و نوآوری و اجراست که این مراحل در فرآیند تحلیل وضعیت گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان کردستان به کار گرفته شد. پس از تجزیه

و تحلیل پرسشنامه، اطلاعات به دست آمده برای مراحل بعدی یعنی به دست آوردن ماتریس‌های IFE، EFE، IE و QSPM مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

در جدول ۱ و ۲ نقاط قوت، نتایج، ضعف و آینده مطلوب و آرمانی گردشگری ماجراجویانه استان کردستان نشان داده شده است:

جدول ۱. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی گردشگری ورزشی در فعالیت ماجراجویانه استان

عوامل داخلی			
رتبه	ضریب	میانگین	نقاط قوت
۱	۰/۰۷۲	۴/۷۵۰	S1: تنوع آب و هوایی
۵	۰/۰۶۳	۴/۱۶۷	S2: فرهنگ‌پذیری منطقه و مردم محلی در قبال حضور پدیده‌های نو
۱	۰/۰۷۲	۴/۷۵۰	S3: دارا بودن پتانسیل طبیعی مانند؛ کوهستان، دشت
۳	۰/۰۶۷	۴/۴۱۷	S4: وجود قشر جوان و علاقه‌مند به فعالیت در این زمینه
۵	۰/۰۶۳	۴/۱۶۷	S5: تجربی بودن این رشته و آموزش آسان آن
۴	۰/۰۶۴	۴/۲۵۰	S6: محتوای جدید و متفاوت گردشگری ورزشی
۲	۰/۰۶۹	۴/۵۸۳	S7: امنیت اجتماعی جهت برگزاری رقابت و تورهای ورزشی
۵	۰/۰۶۳	۴/۱۶۷	S8: مهیا بودن مسیرهای گردشگری ورزشی مناسب
رتبه	ضریب	میانگین	نتایج
۳	۰/۰۶۸	۴/۵۰۰	R1: کاهش نرخ بیکاری
۱	۰/۰۷۰	۴/۶۶۷	R2: حفاظت از محیط زیست
۲	۰/۰۶۹	۴/۵۸۳	R3: افزایش درآمد برای مناطق بومی
۵	۰/۰۶۵	۴/۳۳۳	R4: تخلیه انرژی‌های انباشته درونی و ایجاد روحیه نشاط و بالندگی عمومی
۴	۰/۰۶۷	۴/۴۱۷	R5: ایجاد زمینه گسترش روابط با ملل دیگر
۵	۰/۰۶۵	۴/۳۳۳	R6: افزایش امید به زندگی و مبارزه با بیماری‌های شایع از قبیل بیماری‌های روانی و افسردگی
۶	۰/۰۶۴	۴/۲۵۰	R7: افزایش حس رقابت و برتری جویی و تقویت حس جسارت و سلحشوری در بین جوانان
۱		۶۶/۳۳۳	مجموع

تحلیل SOAR بر اساس دیدگاه کارشناسان و مسئولان نشان داد که در بخش نقاط قوت گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان کردستان، تنوع آب و هوایی استان و دارا بودن پتانسیل طبیعی مانند کوهستان و دشت، رودهای خروشان، با میانگین ۴/۷۵۰ و مجموع امتیاز ۵۷، بیشترین رتبه و اولویت را در نقاط قوت گردشگری ورزشی فعالیت‌های ماجراجویانه استان کردستان داشتند.

جدول ۲. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی گردشگری ورزشی در فعالیت ماجراجویانه استان

عوامل خارجی			
رتبه	ضریب	میانگین	فرصت
۳	۰/۰۵۲	۴/۲۵۰	O1: وجود فارغ التحصیلان متخصص در رشته‌های تربیت بدنی و گردشگری
۳	۰/۰۵۲	۴/۲۵۰	O2: وجود مناطق بکر و دست نخورده در این استان

۳	۰/۰۵۲	۴/۲۵۰	O3: ایجاد مشاغل جدید و مورد نیاز
۸	۰/۰۴۴	۳/۵۸۳	O4: تغییر انگیزه مسافرت از آرامش به ماجراجویی
۵	۰/۰۴۹	۴/۰۰۰	O5: همخوانی روحیه جوانان بومی با ماهیت این حوزه
۹	۰/۰۳۸	۳/۱۶۷	O6: وجود صنایع مادر در استان و حمایت آنان در تولید زیرساخت های گردشگری ماجراجویانه
۱۰	۰/۰۳۷	۳/۰۸۳	O7: وجود سرمایه گذاران مشتاق در استان
۷	۰/۰۴۶	۳/۷۵۰	O8: بهبود زیر ساخت هتل و تاسیسات شهری و روستایی
۱	۰/۰۵۶	۴/۵۸۳	O9: برگزاری دوره های مربیگری
۲	۰/۰۵۳	۴/۳۳۳	O10: قرار گرفتن کردستان از لحاظ جغرافیایی در مرز کشور
۶	۰/۰۴۷	۳/۸۳۳	O11: وجود داد و ستد و بازار وسیع در استان
۴	۰/۰۵۱	۴/۱۶۷	O12: ارتباط نزدیک با شهرها و کشورهای همسایه
رتبه	ضریب	میانگین	آینده مطلوب و آرمانی
۳	۰/۰۵۴	۴/۴۱۷	A1: یکی از مقاصد مهم برای تیم های ورزشی جهت برپایی اردوها در این استان
۳	۰/۰۵۴	۴/۴۱۷	A2: اشتغال افراد جویای کار در استان
۵	۰/۰۴۹	۴/۰۰۰	A3: افزایش انگیزه سرمایه گذاران جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی
۴	۰/۰۵۲	۴/۲۵۰	A4: ایجاد زیرساخت و تجهیزات مناسب
۴	۰/۰۵۲	۴/۲۵۰	A5: افزایش جذب گردشگران داخلی و خارجی
۲	۰/۰۵۵	۴/۵۰۰	A6: افزایش مدت اقامت گردشگران خارجی در این استان
۱	۰/۰۵۸	۴/۷۵۰	A7: ساخت تفرجگاه و اقامتگاه ها در مکان های مناسب
۲	۰/۰۵۵	۴/۵۰۰	A8: باعث ایجاد انگیزه در بین جوانان و مردم محلی و در نتیجه حفظ آثار طبیعی این مناطق
۱		۸۲/۳۳۳	مجموع

تحلیل SOAR بر اساس دیدگاه کارشناسان و مسئولان نشان داد که برگزاری دوره های مربیگری، با میانگین ۴/۵۸۳ و مجموع امتیاز ۵۵، بیشترین رتبه و اولویت را در فرصت ها، گردشگری ورزشی فعالیت های ماجراجویانه استان کردستان دارا بود. در بخش گردشگری ماجراجویانه استان کردستان، «ساخت تفرجگاه و اقامتگاه ها در مکان های مناسب» با میانگین ۴/۷۵۰ و مجموع امتیاز ۵۷، بیشترین رتبه و اولویت را در نقاط آینده مطلوب و آرمانی گردشگری ورزشی فعالیت های ماجراجویانه استان کردستان داشت. هم چنین، «حفاظت از محیط زیست» با میانگین ۴/۶۶۷ و مجموع امتیاز ۵۶، بیشترین رتبه و اولویت را در بخش نتایج گردشگری ورزشی فعالیت های ماجراجویانه استان کردستان داشتند.

برای تدوین برنامه راهبردی، به ماتریس عوامل داخلی و خارجی تاثیر گذار نیاز است. ماتریس داخلی و خارجی مطابق نمودار ۱ از دو محور تشکیل شده که در یکی میانگین نهایی حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و دیگری میانگین نهایی حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی قرار می گیرد. این ماتریس از سه منطقه رشد و ساخت، حفظ و نگهداری و برداشت و کاهش تشکیل شده است:

میانگین نهایی ماتریس عوامل داخلی (IFE)

بازار هدف فشارهای ماتریس عوامل	ضعیف		متوسط		قوی	
	۰ تا ۱/۹۹	۲ تا ۳/۹۹	۴/۴۲	۴ تا ۵	۴ تا ۵	۵ تا ۶
حفظ و نگهداری	رشد و ساخت	رشد و ساخت	رشد و ساخت	رشد و ساخت	رشد و ساخت	رشد و ساخت
برداشت و کاهش	حفظ و نگهداری	حفظ و نگهداری	رشد و ساخت	رشد و ساخت	رشد و ساخت	رشد و ساخت
برداشت و کاهش	برداشت و کاهش	برداشت و کاهش	حفظ و نگهداری	حفظ و نگهداری	حفظ و نگهداری	حفظ و نگهداری

نمودار ۱. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی (EI)

همان طور که در نمودار ۱ نشان داده شده است، موقعیت گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان با مختصات ۴/۴۲۲ عوامل داخلی و ۴/۱۱۷ عوامل خارجی قرار می گیرد. در نتیجه راهبرد استخراجی، راهبرد رشد و ساخت می باشد.

جذابیت نسبی راهبردهای انتخاب شده (راهبرد رشد و ساخت) برای ارائه یک چارچوب تحلیلی توسعه گردشگری اهمیت زیادی دارد.

جدول ۳. ماتریس QSPM

عوامل اصلی تعیین کننده موفقیت		ضریب		توسعه محصول		توسعه بازار		نفوذ در بازار	
فرصت	ضریب	رتبه	نمره	رتبه	نمره	رتبه	نمره	رتبه	نمره
01: وجود فارغ التحصیلان متخصص در رشته های تربیت بدنی و گردشگری	۰/۰۵۲	۳	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۵۶	۴	۰/۲۰۸
02: وجود مناطق بکر و دست نخورده در این استان	۰/۰۵۲	۴	۰/۲۰۸	۴	۰/۲۰۸	۳	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۵۶
03: ایجاد مشاغل جدید و مورد نیاز	۰/۰۵۲	۲	۰/۱۰۴	۳	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۵۶
04: تغییر انگیزه مسافرت از آرامش به ماجراجویی	۰/۰۴۴	۴	۰/۱۷۶	۴	۰/۱۷۶	۴	۰/۱۷۶	۳	۰/۱۳۲
05: همخوانی روحیه جوانان بومی با ماهیت این حوزه	۰/۰۴۹	۳	۰/۱۴۷	۳	۰/۱۴۷	۳	۰/۱۴۷	۲	۰/۰۹۸
06: وجود صنایع مادر در استان و حمایت آنان در تولید زیرساخت های گردشگری ماجراجویانه	۰/۰۳۸	۱	۰/۰۳۸	۱	۰/۰۳۸	۲	۰/۰۷۶	۲	۰/۰۷۶
07: وجود سرمایه گذاران مشتاق در استان	۰/۰۳۷	۲	۰/۰۷۴	۲	۰/۰۷۴	۲	۰/۰۷۴	۳	۰/۱۱۱
08: بهبود زیر ساخت هتل و تاسیسات شهری و روستایی	۰/۰۴۶	۳	۰/۱۳۸	۳	۰/۱۳۸	۳	۰/۱۳۸	۲	۰/۰۹۲
09: برگزاری دوره های مربیگری	۰/۰۵۶	۲	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۱۲	۳	۰/۱۶۸

010: قرار گرفتن کردستان از لحاظ جغرافیایی در مرز کشور	0/053	1	0/053	4	0/212	1	0/053
011: وجود داد و ستد و بازار وسیع در استان	0/047	4	0/188	3	0/141	3	0/141
012: ارتباط نزدیک با شهرها و کشورهای همسایه	0/051	-	-	4	0/204	-	-
آینده مطلوب و آرمانی	ضریب	رتبه	نمره	رتبه	نمره	رتبه	نمره
A1: یکی از مقاصد مهم برای تیم های ورزشی جهت برپایی اردوها در این استان	0/054	3	0/162	3	0/162	2	0/108
A2: اشتغال افراد جویای کار در استان	0/054	2	0/108	3	0/162	3	0/162
A3: افزایش انگیزه سرمایه گذاران جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی	0/049	3	0/147	3	0/147	3	0/147
A4: ایجاد زیرساخت و تجهیزات مناسب	0/052	3	0/156	3	0/156	2	0/104
A5: افزایش جذب گردشگران داخلی و خارجی	0/052	3	0/156	4	0/208	3	0/156
A6: افزایش مدت اقامت گردشگران خارجی در این استان	0/055	3	0/165	4	0/22	4	0/22
A7: ساخت تفرجگاه و اقامتگاه ها در مکان های مناسب	0/058	4	0/232	3	0/174	2	0/116
A8: باعث ایجاد انگیزه در بین جوانان و مردم محلی و در نتیجه حفظ آثار طبیعی این مناطق	0/055	2	0/11	2	0/11	-	-
فوت	ضریب	رتبه	نمره	رتبه	نمره	رتبه	نمره
S1: تنوع آب و هوایی و چهار فصل بودن استان	0/072	3	0/216	4	0/288	2	0/144
S2: فرهنگ پذیری منطقه و مردم محلی در قبال حضور پدیده های نو	0/063	1	0/063	3	0/189	3	0/189
S3: دارا بودن پتانسیل طبیعی مانند کوهستان، دشت	0/072	3	0/216	4	0/288	3	0/216
S4: وجود قشر جوان و علاقه مند به فعالیت در این زمینه	0/067	2	0/134	3	0/201	4	0/268
S5: تجربی بودن این رشته و آموزش آسان آن	0/063	2	0/126	-	-	3	0/189
S6: محتوای جدید و متفاوت گردشگری ورزشی	0/064	4	0/256	3	0/192	3	0/192
S7: امنیت اجتماعی جهت برگزاری رقابت و تورهای ورزشی	0/069	3	0/207	2	0/138	2	0/138
S8: مهیا بودن مسیرهای گردشگری ورزشی مناسب	0/063	3	0/189	3	0/189	3	0/189
نتایج	ضریب	رتبه	نمره	رتبه	نمره	رتبه	نمره
R1: کاهش نرخ بیکاری	0/068	2	0/136	2	0/136	3	0/204

۰/۲۱	۳	۰/۲۱	۳	۰/۱۴	۲	۰/۰۷۰	R2: حفاظت از محیط زیست
۰/۲۰۷	۳	۰/۲۰۷	۳	۰/۱۳۸	۲	۰/۰۶۹	R3: افزایش درآمد برای مناطق بومی
-	-	۰/۱۳	۲	۰/۰۶۵	۱	۰/۰۶۵	R4: تخلیه انرژی های انباشته درونی و ایجاد روحیه نشاط و بالندگی عمومی
۰/۱۳۴	۲	۰/۲۶۸	۴	۰/۲۶۸	۴	۰/۰۶۷	R5: ایجاد زمینه گسترش روابط با ملل دیگر
۰/۰۶۵	۱	-	-	۰/۰۶۵	۱	۰/۰۶۵	R6: افزایش امید به زندگی و مبارزه با بیماریهای شایع از قبیل بیماری های روانی و افسردگی
-	-	۰/۰۶۴	۱	-	-	۰/۰۶۴	R7: افزایش حس رقابت و برتری جویی و تقویت حس جسارت و سلحشوری در بین جوانان
۴/۷۴۹	۸۳	۵/۵۸۷	۹۸	۴/۸۴۹	۸۵		مجموع

در مرحله آخر به منظور انتخاب بهترین و مناسب ترین راهبرد توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در محدوده مورد مطالعه، به مقایسه امتیازهای به دست آمده از هر کدام راهبردها پرداخته شده است. جهت تعیین مناسب ترین راهبرد، امتیازهایی که از راهبردها به دست آمده با یکدیگر مقایسه گردیده است:

جدول ۴. اولویت بندی راهبردها

راهبرد	توسعه محصول	توسعه بازار	نفوذ در بازار
امتیاز	۴/۸۴۹	۵/۵۸۷	۵/۷۴۹
اولویت	۲	۱	۳

همان طور که در جدول ۴ نشان داده شده است، ابتدا راهبرد توسعه بازار با امتیاز ۵/۵۸۷، سپس توسعه محصول با امتیاز ۴/۸۴۹ و در آخر نفوذ در بازار با امتیاز ۴/۷۴۹ قرار دارد.

بحث و نتیجه گیری

بر اساس اطلاعات به دست آمده از نظرات کارشناسان و مسئولان، بالاترین امتیاز نقاط قوت گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان کردستان، مربوط به تنوع آب و هوایی استان و همچنین دارا بودن پتانسیل طبیعی با میانگین ۴/۷۵۰ و پایین ترین امتیاز مربوط به فرهنگ پذیری منطقه و مردم محلی در قبال حضور پدیده های نو، تجربی بودن این رشته و آموزش آسان آن و مهیا بودن مسیرهای گردشگری ورزشی مناسب با میانگین ۴/۱۶۷ بودند. از این رو، استان کردستان برای توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه با توجه به آب و هوا، مناطق کوهستانی با ارتفاع بیش از ۳۰۰ متر از سطح دریا و جنگل های بلوط صعب العبور استان و وجود جاذبه های گردشگری متنوع روستایی از جمله رود خروشان سیروان و جاذبه های گردشگری شهری دریاچه آب شیرین زریوار می تواند زمینه را برای گردشگری ماجراجویانه فراهم کند. مدیران هم به نوبه خود باید برنامه هایی را برای آموزش این رشته و مسیرهای گردشگری ماجراجویانه ورزشی استان در نظر بگیرند.

در بررسی فرصت‌های گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان، برگزاری دوره‌های مربیگری با میانگین ۴/۵۸۳ در رتبه اول و وجود سرمایه‌گذاران مشتاق در استان با میانگین ۳/۰۸۳ در رتبه آخر قرار دارد. مدیران گردشگری استان می‌توانند با تکیه بر دوره‌های مربیگری و برگزاری متنوع و با کیفیت آن زمینه آوردن افراد زیادی را به این استان فراهم کنند که این مورد به خودی خود یکی از فرصت‌های مهم توسعه گردشگری استان به شمار می‌آید و مدیران جهت توسعه گردشگری ماجراجویانه باید به آن توجه کنند. پژوهش حاضر از نظر بررسی نقاط قوت و فرصت‌ها با پژوهش‌های گومز و راو (۲۰۱۹)، چقاجردی (۱۳۹۳)، گودرزی و همکاران (۱۳۹۳) و رهبری و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی داشت با این تفاوت که پژوهش‌های قبلی به‌طور کلی گردشگری ورزشی را بررسی کرده‌اند و پژوهش حاضر یکی از زیر مجموعه‌های گردشگری ورزشی، یعنی گردشگری ماجراجویانه استان کردستان، را بررسی کرده است.

در بررسی آینده مطلوب و آرمانی گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان، ساخت تفرجگاه و اقامتگاه‌ها در مکان‌های مناسب با میانگین ۴/۷۵۰ در رتبه اول و افزایش انگیزه سرمایه‌گذاران جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورزشی با میانگین ۴ در رتبه آخر قرار دارد. هویت مکان و حفظ آن مسئله‌ای است که وقتی برای راه‌اندازی یک اقامتگاه گردشگری اقدام می‌شود، باید بیش از هر چیز به آن توجه گردد، چرا که در نظر گرفتن محیط اجتماعی و طبیعی اطراف آن و برنامه ریزی برای آن مسئله‌ای است که اگر به خوبی انجام شود می‌توان قدمی محکم‌تر در جهت توسعه پایدار گردشگری منطقه و همچنین موفقیت بی‌چون و چرای اقامتگاه گردشگری برداشت.

در بررسی نتایج گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان، حفاظت از محیط زیست با میانگین ۴/۶۶۷ در رتبه اول و افزایش حس رقابت و برتری جویی و تقویت حس جسارت و سلحشوری در بین جوانان با میانگین ۴/۲۵ در رتبه آخر قرار دارد. بی‌تردید، وجود گردشگران برای محیط زیست مناطق گردشگری ضررها و زیان‌هایی همچون: تخریب اراضی زراعی و باغی، تخریب چشم‌انداز روستاها، انباشت زباله و افزایش ساخت و ساز بی‌رویه، آلودگی آب، رکود فعالیت‌های گردشگری و دامداری، تخریب پوشش گیاهی و نابودی و آزار گونه‌های جانوری و دست‌اندازی به حریم منابع طبیعی نظیر رودخانه‌ها را به همراه دارد. به همین دلیل به مدیران مناطق گردشگری پیشنهاد می‌شود که تمهیدات و زمینه لازم را برای حفاظت از محیط زیست داشته باشند، چون بدون برنامه ریزی ممکن است نتایج زیان‌بار زیادی برای آن مناطق اتفاق بیفتند. پژوهش حاضر از نظر بررسی نقاط آینده مطلوب و آرمانی و نتایج با پژوهش‌های کریمی و همکاران (۱۳۹۸)، عبدی‌نیان (۱۳۹۷)، چقاجردی و همکاران (۱۳۹۵) و مجیدی و محرم‌زاده (۱۳۹۵) هم‌سو بود.

همچنین بر اساس ماتریس IE موقعیت گردشگری ورزشی ماجراجویانه استان با مختصات ۴/۴۲۲ عوامل داخلی و ۴/۱۱۷ عوامل خارجی برای رسیدن به توسعه این نوع گردشگری در استان، راهبرد رشد و ساخت است و بر اساس ماتریس QSPM، راهبردها اولویت‌بندی شد که بر این اساس رتبه اول برای راهبرد توسعه بازار با امتیاز ۵/۵۸۷، سپس توسعه محصول با امتیاز ۴/۸۴۹ و در آخر نفوذ در بازار با امتیاز ۴/۷۴۹ قرار دارد. در همین راستا در بعد داخلی برای اینکه بتوان فعالیت‌های مختلف گردشگری ورزشی ماجراجویانه را اجرا نمود، ابتدا باید زیر ساخت‌های خود (احداث مراکز اقامتی، فرودگاه و ...) را ایجاد، تقویت و توسعه داد. سپس در بخش ورزش، مشخص شدن مکان برگزاری مکان برگزاری فعالیت ورزشی - ماجراجویانه، پیدا کردن افراد با استعداد در این زمینه، شناسایی ورزش‌های ماجراجویانه شاخص و منحصر به فرد، مشخص شدن بازگشت

سود برگزاری چنین فعالیتهایی و در بعد خارجی تبلیغات گسترده و جهانی، فراهم آوردن شرایط و گرفتن میزبانی ورزش هایی چون رالی ماشین، موتور، دوچرخه، قایقرانی در آب های خروشان، کایت و پاراگلایدر، صخره نوردی و ... باید اجرا شود. البته باید توجه داشت تمامی این مراحل با توجه به رعایت اصول گردشگری پایدار باشد و بدون ایجاد برنامه ریزی و راهبرد اصولی امکان پذیر نمی باشد.

در مجموع، این پژوهش گام را از پژوهش های قبلی خود فراتر گذاشته و به بررسی آینده مطلوب و آرمانی و نتایج حاصل از توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه کردستان پرداخته است. مدل استفاده شده در این پژوهش مدل SOAR است که می توان آن را هم به عنوان نقطه قوت (جدید بودن مدل، به دست آمدن آینده مطلوب و آرمانی و نتایج گردشگری ورزشی استان و ..) و هم ضعف پژوهش (نداشتن منابع قابل مقایسه از نظر ارزیابی مدل) در نظر گرفت. علاوه بر این با توجه به اینکه بستر گردشگری طبیعی ورزشی و ماجراجویانه در روستاها و مناطق کوهستانی، مناطق بکر طبیعی و کمتر توسعه یافته استان کردستان فراهم است و نیز اشتغال زایی و توزیع عادلانه ثروت از دغدغه های مدیران ارشد کشور محسوب می گردد، ترویج گردشگری ورزشی به ویژه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در روستاها می تواند به عنوان یکی از عوامل توسعه گردشگری و جذب گردشگر مورد توجه مدیران استان قرار بگیرد. ضروری است برنامه ریزان و دست اندرکاران کشوری و محلی با فراهم آوردن زیرساخت های لازم، بستری مناسب جهت توسعه گردشگری طبیعی ورزشی و ماجراجویانه در استان کردستان فراهم کنند.

منابع

- احسانی، محمد؛ هنرور، افشار؛ رکن الدین افتخاری، عبدالرضا؛ هنری، حبیب و جردن، فیونا. (۱۳۸۹). «تعیین عوامل مهم در کیفیت بسته‌های گردشگری ورزشی در کشور». نشریه مدیریت ورزشی. ۴(۲)، صص ۵-۲۶.
- چقاجردی، ایمان؛ عباسی، علیرضا و عبدالله پور، داود. (۱۳۹۳). «بررسی نقش توانمندی های رودخانه ها در توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان با استفاده از مدل SWOT». همایش ملی آب، انسان و زمین، اصفهان. شرکت توسعه سازان گردشگری اصفهان، صص ۱-۱۷.
- رهبری، سمیه؛ گودرزی، ابوالفضل و استکی، مصطفی. (۱۳۹۳). «عوامل مؤثر بر گردشگری ورزشی استان اصفهان». اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم اندازها. مشهد، پژوهشگاه گردشگری جهاد دانشگاهی، صص ۱-۱۳.
- زیتونلی، عبدالحمید؛ هنری، حبیب و فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۱). «شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان». پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی، ۱(۱)، صص ۷۱-۸۳.
- شارپلی، ریچارد و تلفر، دیوید. (۱۳۹۱). برنامه ریزی و توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه. ضرغام بروجنی. چاپ اول، تهران: مهکامه
- عباسی، سارا؛ رجبیان، بیژن و اشراقی، حسام. (۱۳۹۶). «بررسی و اولویت بندی راهکارهای جذب توریسم ماجراجویانه در راستای توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان». دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در تربیت بدنی، علوم ورزشی و قهرمانی. تهران، دانشگاه صالحان، صص ۱-۱۵.
- عبدی نیان، فهیمه. (۱۳۹۷). «تحلیل وضعیت گردشگری ورزشی با تاکید بر فعالیت ماجراجویانه استان اصفهان با استفاده از مدل SOAR». سومین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک. همدان، دبیرخانه دائمی همایش، صص ۱-۱۱.
- کریمی، جواد؛ سلطانیان، لیلا و بجانی، ابوالفضل. (۱۳۹۸). «طراحی مدل توسعه گردشگری ماجراجویانه ورزشی؛ نظریه داده بنیاد». مطالعات مدیریت ورزشی.
- گودرزی، ابوالفضل؛ رهبری، سمیه و عباسی، الهه. (۱۳۹۳). «بررسی توانمندی ها و زیرساخت‌های گردشگری ورزشی استان اصفهان از دیدگاه مدیران و کارشناسان ورزشی و گردشگری». کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱، تهران، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا، صص ۱۲-۲۳.
- مجیدی، چالاک و محرم زاده، مهرداد. (۱۳۹۵). «راهبرد توسعه ورزش های ماجراجویانه در شهر سنندج با استفاده از تحلیل SWOT». دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۶(۱۲)، صص ۲۷-۴۴.
- محرم زاده، مهرداد و ایمان زاده، مسعود. (۱۳۹۸). «بررسی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در استان اردبیل». مدیریت و توسعه ورزش. ۸(۴)، صص ۲-۱۷.

- معین فرد، محمد رضا؛ شوشی نسب، پروین و کاظم نژاد، انوشیروان. (۱۳۹۳). «راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی تفریحی در ایران». فصلنامه مدیریت توسعه ورزش. ۲، صص ۱-۱۷.
- Badau, D., & Badau, A. (2018). **"The motric, educational, recreational and satisfaction impact of adventure education activities in the urban tourism environment"**. Sustainability, 10(6): 1-13; doi:10.3390/su10062106
 - Buckley, R. C. (2018). **"Analysing adventure: a leisure lifepsychhle"**. Annals of Leisure Research, 21(5): 533-538. doi.org/10.1080/11745398.2017.1361333.
 - Buzzacott, P., & Mease, A. (2018). **"Pediatric and adolescent injury in aquatic adventure sports"**. Research in sports medicine, 26: 20-37.
 - Cater, C., Funk, D., & Low, T. (2018). **"Adventure racing and active lifestyles"**. Annals of leisure research, 21(5), 605-61
 - Demirović, D., Petrović, M., Freinkina, I., & Dovgalyuk, I. (2019). **"An examination of motives for engagement in active sports tourism"**. In 4th International Conference on Innovations in Sports, Tourism and Instructional Science (ICISTIS 2019). Atlantis Press.
 - Giddy, J. K., & Webb, N. L. (2018). **"The influence of the environment on adventure tourism: from motivations to experiences"**. Current issues in tourism, 21(18): 2124-2138.
 - Gomez A T., & Rao A. (2019). **"Adventure and Extreme Sports"**. Medical Clinics, Volume 100, Issue 2, 371-391.
 - Hallman, K. Feiller, S. Breue, C. H. (2012). **"Sport motivation as driver for segmenting sport tourists in coastal regions"**. Tourism Review, 67(2): 4-12.
 - Houge Mackenzie, S., & Brymer, E. (2018). **"Conceptualizing adventurous nature sport: A positive psychology perspective"**. Annals of Leisure Research, 1-13.
 - Hungenberg, E., Ouyang, L., & Gray, D. (2019). **"Measuring the Information Search Behaviors of Adventure Sport Tourists"**. Event Management, 23(1):75-91.
 - Jatmiko, S. (2015). **"Sport tourism development in Indonesia"**. Sports Sciences, 3: 257- 276
 - Jiang,J. , Zhang ,J. , Zhang ,H & Yan ,B .(2018). **"Natural soundscapes and tourist loyalty to nature-based tourism destinations: the mediating effect of tourist satisfaction"**. Journal of Travel & Tourism Marketing, Volume 35, Issue 2. 218-230. doi.org/10.1080/10548408.2017.1351415
 - Kim, W. Jun, H. Walker, M. Drane, D. (2015). **"Evaluating the perceived social impacts of hosting large- scale sport tourism events: scale development and validation"**. Tourism, Management.48: 21-32
 - Kruger, M., Van der Merwe, P., Bosch, Z. J., & Saayman, M. (2018). **"Adventure activity preferences in South African national parks"**. South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation, 40(1): 1-23.
 - Newman, T. J., Kim, M., Tucker, A. R., & Alvarez, M. A. G. (2018). **"Learning through the adventure of youth sport"**. Physical Education and Sport Pedagogy, 23(3), 280-293.
 - Roche, S. Speake, D. Joseph, M. (2013). **"A model of aborting event tourism as Economic development"**. Sport Business and Management, 319(2): 147-157.

فرا تحلیل عوامل موثر بر کنترل فساد در سازمان های ورزشی ایران

محبوب ذکی^۱

محمد نصیری^۲

 10.22034/SSYS.2022.1780.2264

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۰۱

تحقیق حاضر با هدف فرا تحلیل عوامل کنترل کننده فساد در سازمان های ورزشی کشور انجام شد. روش تحقیق از نوع توصیفی و فرا تحلیل بود. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۷ پژوهش داخلی انجام شده در زمینه عوامل کنترل کننده فساد در سازمان های ورزشی کشور در بازه زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۹ بود. از بین جامعه آماری، ۸ تحقیق که ملاک های ورود به فرا تحلیل را دارا بودند از طریق روش سرشماری به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. تعداد ۳۹ عامل از تحقیقات نمونه تحقیق استخراج و در شش طبقه عمده اقتصادی، سازمانی، فرهنگی، قوانین و مقررات، فردی و سایر عوامل دسته بندی و در فرایند فرا تحلیل وارد شدند. جهت محاسبه اندازه اثر از شاخص g هجز استفاده شد. با توجه به وجود ناهمگونی در فرا تحلیل، نتایج مدل اثرات تصادفی مدنظر قرار گرفت. میانگین اندازه اثر ترکیبی در مدل اثرات تصادفی برای عوامل موثر در ایجاد فساد در ورزش برابر ۰/۸۰۷ شد که اندازه اثر در سطح ۰/۰۰۱ معنادار بوده و طبق طبقه بندی کوهن اندازه اثر بزرگ محسوب می شوند. نتایج روش دوال و تویدی نیز نشان داد خطای سوگیری انتشار وجود ندارد. در نهایت نتایج فرا تحلیل برای گروه های فرعی نشان داد که به ترتیب عوامل اقتصادی، سایر عوامل (برون سپاری و تعهد) و عوامل سازمانی بیشترین تاثیر را بر ایجاد فساد در سازمان های ورزشی داشته اند و با افزایش حقوق و مزایای سالیانه متناسب با تورم جامعه و استخدام کارکنان شایسته و متعهد با ضوابط استخدامی شفاف و روشن می توان فساد اداری را تا حد زیادی کنترل کرد. **واژگان کلیدی:** فساد، کنترل فساد، سازمان های ورزشی و مطالعه فرا تحلیل.

۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد خوی، دانشگاه آزاد اسلامی، خوی، ایران

۲- استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد خوی، دانشگاه آزاد اسلامی، خوی، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Nasiri@iaukhoy.ac.ir

مقدمه

فساد^۱ یکی از پدیده های جهانی است که از دیرباز با پیدایش شکل های اولیه حکومت وجود داشته است و عاملی مهم در ایجاد آسیب و ضرر به سیاست ها و منافع عمومی تلقی می شود (عظیمی، عطافر، شائمی بزرگی، ۱۳۹۰: ۶۲). در سال های اخیر، پدیده ای به نام «فساد» به طور عمده توجه جهانیان را به خود جلب کرده است. در کشورهای کوچک و بزرگ، توسعه یافته یا در حال توسعه، دولت های متعددی بوده اند که به خاطر اتهام به فساد شکست خورده اند و مدیران زیادی برکنار شده اند (تنزی^۲، ۱۹۹۸: ۵۶۱). به طور کلی، فساد به فرهنگ کشورها ارتباط ندارد و کشوری با شرایط فرهنگی بالا هم می تواند درگیر فساد شود (لی و گوون^۳، ۲۰۱۳: ۲۸۹). به اعتقاد بیشتر متفکران، فساد یک بیماری انکارناپذیر در همه حکومت هاست و مختص یک قاره، منطقه یا گروه قومی خاص نیست. فساد در رژیم های سیاسی دموکراتیک و دیکتاتوری، اقتصادهای سوسیالیستی، سرمایه داری و فئودال یافت می شود و اقدامات فساد آمیز مربوط به زمان حال نیست، بلکه تاریخ آن به قدمت جهان است. از این رو، قدمت فساد به اندازه قدمت مفهوم دولت است. در واقع هر جا که قدرت و ثروت متمرکز می شود و هر جا دولتی وجود دارد، فساد نیز وجود دارد (حیدری، محمدی و نجفی، ۱۳۹۴: ۱۱). اما واقعیت امر این است که امروزه این پدیده در مقایسه بین دو دسته کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، در بین کشورهای دسته دوم بیشتر و شایع تر است و بیشتر مطالعات و بررسی هایی که راجع به فساد صورت گرفته به نحوی به این کشورها مربوط می شود. این کشورها اغلب از ساخت سیاسی شدیداً متمرکز عشیره ای و غیردموکراتیک برخوردارند. دولت های آسان گیر، تمرکز شدید و بسیار ناکارآمد قدرت سیاسی، سوءاستفاده مقامات دولتی از قدرت سیاسی، سوء مدیریت، سیاسی بودن تخصیص منابع، نظام سیاس - اقتصادی مبتنی بر افراد، اقتصادهای به شدت تنظیم شده توسط بوروکرات ها، اطلاعات ناقص، عدم تقارن شدید اطلاعات، قوانین ضعیف و ناکارآمد، عقب ماندگی و ناکارآمدی فناوری نظارت و نظام انگیزشی مخدوش، واقعیت اساسی بسیاری از کشورهای در حال توسعه است که همگی از نشانگرهای فساد هستند (خداداد حسینی و فرهادی نژاد، ۱۳۸۰: ۳۹).

پدیده فساد اداری، در دنیای امروز و به ویژه در کشورهای در حال توسعه به عنوان یکی از مهم ترین موانع پیشرفت جامعه، مطرح شده است. این پدیده صدمات جبران ناپذیری را بر سرعت حرکت چرخ توسعه جامعه ایجاد کرده و مسیر توسعه و پیشرفت را مسدود و محدود می سازد (زاهدی، محمدنبی و شهبازی، ۱۳۸۸: ۳۵). امروزه نیز با شکل گیری انواع سازمان ها و ادارات جهت ارضای نیاز افراد شاهد نابهنجاری های سازمانی و در اصطلاح «فساد اداری» به مثابه شکل جدیدی از انحرافات اجتماعی در قالب های مختلف هستیم (حسن دوست فرخانی و یزدان پناه، ۱۳۹۳: ۳۶). فساد اداری، به عنوان یکی از عمومی ترین اشکال فساد، پدیده ای است که مرزهای زمان و مکان را درنوردیده و با این ویژگی نه به زمان خاصی تعلق دارد و نه به جامعه خاصی مربوط است. در واقع، فساد اداری پدیده ای همزاد دولت است. از زمانی که فعالیت های بشر سازمان یافت و شکل منسجمی به خود گرفت، فساد اداری نیز مانند جزء جدایی ناپذیر از متن سازمان ظهور کرده است. بنابراین، می توان فساد را فرزند ناخواسته سازمان تلقی کرد که در نتیجه تعاملات گوناگون در درون سازمان

1. Corruption
2. Tanzi
3. Lee & Guven

و نیز به مناسبت تعامل میان سازمان و محیط آن به وجود آمده است (طالقانی، طباطبائی و غفاری، ۱۳۹۳: ۲۳۷).

طبق تعریف بیان شده در فرهنگ وبستر، فساد پاداش نامشروعی است که برای ورود فرد (کارگزار دولتی) به تخلف از وظیفه محوله پرداخت می شود (افضلی، ۱۳۹۰: ۲۳۶). فساد اداری به عنوان یکی از انواع یاد شده فساد، به معنای هرگونه انحراف از شیوه های صحیح و قانونی انجام وظایف و استفاده نامشروع از موقعیت شغلی است (عباس زادگان، ۱۳۸۳: ۲۴) که در سراسر جهان، دامی آشکار در برابر اقتدار نظام اداری محسوب می شود. فساد در نظام اداری اغلب کشورها موجب آسیب رسانی جدی به توسعه شده و در کشورهای در حال توسعه، اهمیت کنترل آن کاملاً برای سیاستمداران و مردم آن کشورها واضح و آشکار است (کورر^۱، ۲۰۰۲: ۱۶۵). فساد اداری که یکی از شکل های انحراف اجتماعی است و از لحاظ تقسیم بندی انحرافات ذیل انحرافات سازمانی یقه سفیدان قرار می گیرد، در مجموع به رفتاری اطلاق می گردد که در آن فرد برای تحقق منافع خصوصی خود و دستیابی به رفاه بیشتر یا موقعیت بهتر، خارج از چارچوب رسمی وظایف یک نقش دولتی عمل می کند. فساد اداری تنها محدود به یک کشور و نظام خاص اجتماعی نیست و در تمام نظام ها و تمام دوره های زمانی قابل رویت بوده است (یزدان پناه، حسن دوست فرخانی، بوستانی و رضایی، ۱۳۹۲: ۳۴). فساد در ورزش هم موضوع تازه ای نیست. اولین موارد ثبت شده فساد در ورزش به اولین دوره های المپیک می رسد. همچنین در این دوران، مواردی از فساد در مدیریت ورزش و در میان برگزار کنندگان مسابقات ورزشی به ثبت رسیده است (مینینگ^۲، ۲۰۰۵: ۱۸۸). با شکل گیری سازمان های ورزشی کوچک و بزرگ در طی سال های اخیر و اهمیتی که این سازمان ها و منابع آنها در سیاست های ورزشی دارند، فساد اداری در ورزش به عنوان یکی از شاخه های مهم فساد در ورزش، مانعی بزرگ سد راه کارایی و اثربخشی این سازمان ها می باشد و این خود دلیلی است که مدیران و تصمیم گیرندگان این سازمان ها را بر آن می دارد تا با این معضل مبارزه کنند (مینینگ، ۲۰۰۵: ۱۸۹). فساد اداری در ورزش، رفتاری است که توسط مدیران، داوران، مسئولان و یا کارکنان سازمان های ورزشی به صورت آگاهانه بروز داده می شود و طی آن این افراد، وظایف مختص خود را به گونه ای اجرا می کنند که کاملاً یا تا اندازه ای با اهداف و ارزش های اخلاقی باشگاه، سازمان، انجمن و یا رشته ورزشی مغایرت دارد (وایت و آلن^۳، ۲۰۰۳: ۳۲).

تحقیقات متعددی در زمینه علل بروز فساد و کنترل آن در سازمان های ورزشی در داخل کشور انجام گرفته است. بعضی از محققان، عوامل اقتصادی را عامل اصلی بروز فساد بیان می کنند (صفری جعفرلو، گودرزی، سجادی، قربانی و دارابی، ۱۳۸۷: ۸۸؛ گودرزی، قربانی، پور سلطانی و صفری، ۱۳۹۰: ۴۸؛ رزم آرا، یکتایار و نظرویی، ۱۳۹۴: ۹ و قربانی، محمدی و زارعیان، ۱۳۹۸: ۱۳۱) و برخی دیگر عوامل سازمانی را به عنوان عامل اصلی بروز و گسترش فساد در سازمان های ورزشی بیان می کنند (زارع، حیدری نژاد و شتاب بوشهری، ۱۳۹۵: ۵۱؛ شفیع، همتی نژاد و پرواز، ۱۳۹۷: ۱۱۸ و رزاقی، رضائی نژاد و مهرابی، ۱۳۹۳: ۴۸). نجفی کلوری، گودرزی، فراهانی و اسماعیلی بیدهندی (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «عوامل مؤثر بر بروز فساد در فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران» نشان دادند که عوامل فرهنگی بیشترین نقش را در بروز فساد اداری و

1. Kurer
2. Maennig
3. Waite & Allen

خصوصی سازی به عنوان مهم ترین ابزار کنترل فساد اداری می باشد. منصوری، رضایی، سجادی و محمدی (۱۳۹۶) نیز در پژوهشی با عنوان «شناسایی و اولویت بندی شاخص های فساد مالی در سازمان های ورزشی کشور» عدم شفاف سازی و ضعف قوانین و مقررات را به عنوان دو شاخص مهم فساد مالی بیان کردند. شفیعی و افروزه (۱۳۹۷) در پژوهش خود نشان دادند که متغیرهای مدیریتی- اداری و آموزشی- تربیتی بیشترین تأثیر را در بروز فساد در فوتبال دارند و بالاترین شکل فساد از دیدگاه بازیکنان، مربیان، داوران، کادر فنی و مدیریتی و اصحاب رسانه را تبانی و از دیدگاه اعضای آکادمی فوتبال تحصیل مال از طریق نامشروع تشکیل می دهند. زارع، انصاری و فلاح کاظمی (۱۳۹۵) نیز در تحقیق خود با عنوان «تأثیر سلامت اجتماعی بر کنترل فساد اداری در اداره کل ورزش و جوانان استان فارس» نشان دادند که کارکنان با سلامت اجتماعی بالا کمتر در معرض فساد اداری هستند و ترفیع سلامت اجتماعی کارکنان می تواند به عنوان موثرترین راه کنترل فساد اداری مورد نظر قرار بگیرد. دهقان بنادکی، خبیری، حسینی، عبداللهی و قنبری (۱۳۹۸) نیز در تحقیق خود نشان دادند که بین روابط سیاسی و فساد اداری با برونسپاری اماکن ورزشی شهرداری تهران رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین محمودی، هنری، یونسی و شهلانی باقری (۱۳۹۷) نشان دادند که شکاف قوانین، انگیزه مالی، کارکرد نامناسب رسانه ها، تضعیف مجامع تصمیم گیری، ضعف قوانین نقل و انتقالات، فقدان معیارهای رفتاری و شفاف نبودن فرایندها به عنوان عوامل زمینه ای و تداخل وظایف، عدم اراده فساد ستیزی و عدم هماهنگی به عنوان عوامل مداخله گر، بیشترین تأثیر را در بروز فساد اداری در صنعت فوتبال ایران دارند. قربانی و همکاران (۱۳۹۸) نیز نشان دادند که عوامل موثر در بروز فساد

و با مرور زمانی فسادهای انجام شده و به ثبت رسیده در ورزش اظهار می کند که روند رو به ورزشی ایران شامل عوامل سیاسی، ساختاری، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی می باشد. همچنین راهکارهای مقابله ای با فساد ورزشی شامل راهکارهای قانونی، توسعه فناوری اطلاعات، توسعه دانش و آگاهی و توسعه مسئولیت اجتماعی می باشند. زارع، حیدری نژاد و شیرالی (۱۳۹۵) نشان دادند که رسانه های جمعی بیشترین نقش را در کنترل فساد با ارتقای شفافیت فعالیت انجام می دهند و این شفافیت موجب افزایش مشارکت شهروندان و اطمینان از حقوق شان در نحوه اداره سازمان های ورزشی می گردد. همچنین نجفی کلوری، حامی، شجاعی و باقریان فرح آبادی (۱۳۹۹) در تحقیق خود با عنوان «شناسایی و تحلیل عوامل موثر بر فساد مالی در صنعت ورزش ایران» به این نتیجه رسیدند که عوامل مدیریتی، حقوقی و ماهیتی به عنوان مقولات شرایط علی و عملکرد سیاسیون، دولت و حاکمیت و ساختار به منزله شرایط بستر و مقوله های رانت، دلالی، لابیگری، رسانه و عوامل انگیزشی به منزله شرایط مداخله گر می باشد.

مینیک (۲۰۰۵) در تحقیقی انواع فسادهای انجام شده در ورزش (در سازمان، تیم ها، داوران و ...) را بررسی کرده است رشد در فساد سازمان های ورزشی به ویژه در سال های اخیر، در میان مدیران و کارکنان سازمان ها و فدراسیون های ورزشی را می توان مشاهده نمود. وی روش های کنترل فساد در ورزش را به سه دسته کاهش انحصار در ورزش، کاهش حاشیه امنیت و قدرت پنهان کاری و افزایش پاسخ گویی تقسیم می کند. مینیک (۲۰۰۵) مهم ترین روش های کنترل فساد را در سازمان های ورزشی مانند کمیته بین المللی المپیک و فدراسیون های بین المللی ورزشی وضع قوانینی با تعریف های روشن از رفتارهای خلاف قانون، افزایش کنترل ها و ایجاد ساز و کارهای مشوق مالی برای ورزشکاران و مسئولان ورزشی معرفی کرد.

در زمینه فساد اداری تحقیقی توسط میسون، تیولت و میسینر^۱ (۲۰۰۶) در کمیته بین المللی المپیک به عنوان یک سازمان ورزشی بزرگ انجام شد و نشان داد هنگامی که فساد مالی و اداری در میان اعضای این سازمان مشخص می شود و رسانه ها همگی توجه خود را بر این مطلب متمرکز می کنند، حامیان مالی نگران می شوند که مبادا بدنامی کمیته بین المللی المپیک دامن آنها را نیز بگیرد و این امر در کاهش حمایت آنها از جنبش المپیک بسیار مؤثر است و در نتیجه، زیان هایی برای کمیته بین المللی المپیک و جنبش المپیک در پی دارد. نتایج این تحقیق بیان می کند که اصلاح کمیت و کیفیت قوانین و مقررات کمیته بین المللی المپیک برای پیشگیری از وقوع فساد در بین اعضای این نهاد بین المللی باید انجام شود. هاوانگ^۲ (۲۰۱۶) در تحقیق خود اظهار داشت که بروز فساد اداری در سازمان های ورزشی به صورت عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل گروهی می باشد. بروکس، عالیم و باتن^۳ (۲۰۱۳) در تحقیق خود اعلام نمودند که فساد در ورزش در سراسر دنیا وجود دارد. آنها همچنین اعلام نمودند فساد اداری در رشته های مختلف از جمله فوتبال، کریکت، اسب سواری و ... بیشتر دیده می شود. فساد در عرصه ورزش و سازمان های ورزشی، پیامدهای ناخوشایند مشروحه زیر را به همراه دارد: ۱- فساد می تواند سلطه سرمایه داری در ورزش را افزایش دهد؛ ۲- رواج فساد در ورزش و سازمان های ورزشی باعث می شود فلسفه ورزش که همانا رقابت سالم و جوانمردانه برای پیروزی و موفقیت است، نقض گردد؛ ۳- فساد، شایسته سالاری را در ورزش از بین می برد که این امر به نوبه خود از انگیزه ورزشکاران تازه کار و کارکنان سازمان های ورزشی می کاهد؛ ۴- فساد، شهرت و آوازه سازمان ها و رشته های ورزشی و افراد درگیر در ورزش را خدشه دار می کند که این امر می تواند برای ورزش بسیار گران تمام شود؛ ۵- از دست رفتن حمایت حامیان مالی و مقامات شهری را در پی دارد (مینینگ، ۲۰۰۵ و مک کلوی و مورمان^۴، ۲۰۰۷).

بنابراین با شناخت عوامل مؤثر بر بروز فساد در سازمان های ورزشی و کنترل آنها، می توان در جهت شناخت و مقابله با این عوامل بهتر عمل کرد. در این تحقیق به فراتحلیلی با بررسی و تحلیل چندین مقاله که درباره بروز فساد در سازمان های ورزشی و کنترل آن نوشته شده است، با هدف شناخت هر چه بیشتر و بهتر این عوامل پرداخته می شود. در فراتحلیل، ابتدا اطلاعات از منابع اولیه استخراج می شود. سپس با استفاده از روش های آماری با یکدیگر ترکیب می گردد و بالاخره یک کل جدید به دست می آید. در روش های فراتحلیل، پژوهشگر، ویژگی ها و داده های پژوهش های قبلی را به شکل کمی ثبت می کند و بعد با ترکیب نتایج تحقیقات قبلی، به یک نتیجه کلی می رسد (هومن، ۱۳۹۲: ۳۸). مشکل دیگر این است که نتایج برخی از پژوهش های انجام شده در زمینه بروز فساد در سازمان های ورزشی، کاملاً همسو نیستند. به این دلیل، بررسی آن ها و مقایسه نتایج با یکدیگر به دلایلی کاری دشوار و محال می باشد. تفاوت در روش های تحقیق گوناگون و ابزارهای اندازه گیری متفاوت موجب می شوند که پژوهشگر نتواند یافته ها را به درستی مقایسه کند و در این حالت پژوهشگر ممکن است نیاز داشته باشد که فرایند بازنگری تصحیح شود، چرا که مطالعه تحقیقات قبلی به شکل کیفی دارای اشکال هایی است. برای نمونه باید گفت که این روش ها ذهنی هستند و

1. Mason, Thibault & Misener

2. Hwang

3. Brooks, Aleem & Button

4. McKelvey & Moorman

پژوهشگر به بررسی پژوهش های قبلی با توجه به ملاک های ذهنی خود می پردازد؛ دوم این که پژوهشگر در انتخاب نوع ویژگی ها و نکات دچار مشکل می گردد. لذا به یک روش منظم همچون روش فراتحلیل نیاز است تا با استفاده از نتایج پژوهش های قبلی انجام شده، آن ها را مورد تفسیر و ارزش یابی قرار دهد و یک نتیجه کلی به دست آید. (هومن، ۱۳۹۲: ۳۹). به علاوه، با توجه به آمارهای موجود و گاه نتایج غیرهمسو در تحقیقات و مطالعات قبلی و از همه مهم تر نبود فراتحلیل هایی در زمینه بررسی دلایل و عوامل موثر بر بروز فساد در سازمان های ورزشی کشور و کنترل آن، اهمیت و ضرورت تحقیق در این زمینه آشکارتر می شود.

روش شناسی پژوهش

جامعه آماری تحقیق شامل همه تحقیقات (پایان نامه ها، طرح های پژوهشی و مقالات) انجام شده در زمینه بروز فساد اداری در سازمان های ورزشی از سال ۱۳۸۵ تا سال ۱۳۹۹ بود. برای تعیین تحقیقات چاپ شده، کلیه بانک های اطلاعات علمی ایران شامل ایران داک، سایت جهاد دانشگاهی، پرتال علوم انسانی، سایت مگ ایران و کتابخانه ملی بررسی و از طریق سایت گوگل به جستجوی آزاد اقدام شد. کلیدواژه های جستجو در پایگاه های اطلاعاتی اینترنتی شامل اصطلاحات "فساد اداری در سازمان های ورزشی" و "کنترل فساد در سازمان های ورزشی" بود. نتیجه جست و جو شامل ۷۸ پژوهش بود. در انتخاب حجم نمونه نهایی سعی شد از تحقیقاتی که دارای اعتبار کافی هستند، استفاده شود. پس از شناسایی پژوهش ها، مرحله غربالگری انجام شد و پژوهش هایی که شرایط ورود به فراتحلیل را نداشتند، کنار گذاشته شدند. در این مرحله، نخست همه پژوهش های تکراری و غیرمرتبط حذف گردیدند. منظور از تحقیقات تکراری پژوهش هایی بود که با یک عنوان و به وسیله همان محققان در سایت های مختلف آمده بودند و یا اینکه یک تحقیق مشابه هم به صورت پایان نامه و هم به صورت مقاله بود که در این صورت به جهت اعتبار بیشتر مقاله ها، داده های این نوع سند علمی در فراتحلیل قرار داده شد. منظور از تحقیقات غیر مرتبط هم آن دسته از پژوهش هایی بود که معیارهای لازم از نظر روش شناسی (برای مثال، فرضیه سازی، روش تحقیق مناسب، حجم نمونه، روش نمونه گیری، ابزار اندازه گیری، روایی و پایایی ابزار اندازه گیری، روش تحلیل آماری و صحیح بودن محاسبات آماری) را برای ورود به فرایند فراتحلیل نداشتند. همچنین، سه ملاک اصلی زیر نیز جهت وارد کردن پژوهش ها به فراتحلیل مدنظر قرار گرفت: ۱- پژوهش ها در مورد کنترل فساد اداری در سازمان های ورزشی ایران باشد؛ ۲- پژوهش ها و فرضیه های آزمون شده از طریق روش آزمایشی یا شبه آزمایشی، نیمه تجربی و توصیفی انجام شده باشند؛ ۳- اطلاعات لازم برای محاسبه اندازه اثر در هر پژوهشی موجود باشد.

پس از حذف تحقیقات تکراری و غیر مرتبط تعداد تحقیقات به ۱۷ مورد کاهش یافت. در نهایت ۹ مورد از این تحقیقات هم علیرغم اینکه تحقیقات جامع و مرتبط با موضوع تحقیق بودند، به دلیل نبود شاخص های آماری لازم جهت محاسبه اندازه اثر کنار گذاشته شدند و حجم نمونه نهایی تحقیق به ۸ تحقیق کاهش یافت. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده به صورت جداگانه از نرم افزارهای فراتحلیل CMA2^۱ و SPSS استفاده شد. از نرم افزار فراتحلیل جهت محاسبه اندازه اثر و ترکیب احتمالات و از نرم افزار SPSS جهت به دست آوردن فراوانی و مقایسه میانگین های به دست آمده از اندازه اثر گروه های بیان شده در فرضیه ها و سؤالات پژوهش استفاده شد.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

در این بخش نخست ویژگی های نمونه تحقیق که شامل تحقیقات انجام شده در زمینه کنترل فساد در سازمان های ورزشی ایران می باشد، ارائه گردید. به دلیل زیاد بودن مشخصات تحقیقات قبلی، موارد لازم در قالب دو جدول نشان داده شد. بعد از مطالعه دقیق ۸ تحقیق مورد نظر برای این پژوهش فراتحلیل، مشخصات کتاب شناختی تحقیقات شامل کد تحقیق، عنوان و نام محققان، نوع منبع و سال چاپ تحقیق در قالب جدول ۱ ارائه گردید:

جدول ۱. مشخصات کتاب شناختی تحقیقات وارد شده در فراتحلیل

کد تحقیق	"عنوان تحقیق"، نام محقق / محققان	سال چاپ
۱	تعیین عوامل موثر بر بروز و گسترش فساد اداری و روش های کنترل آن در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه کارشناسان (حمیدرضا صفری جعفرلو، محمود گودرزی، نصراله سجادی، محمد حسین قربانی، حجت اله دارابی) مطالعه عوامل موثر بر وقوع و رشد فساد اداری و ادراک شده و روش های کنترل آن در سازمان های ورزشی ایران (محمود گودرزی، محمد حسین قربانی، حسین پور سلطانی، حمیدرضا صفری)	۱۳۸۷
۲	عوامل موثر بر بروز فساد در سازمان های ورزشی ایران، مطالعه موردی فساد اداری در فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران (مقصود نجفی کلوری، محمود گودرزی، ابوالفضل فراهانی، حسن اسماعیلی بیدهندی)	۱۳۹۱
۳	فساد اداری در سازمان های ورزشی: عوامل موثر بر پیدایش، گسترش و راه های کنترل آن، مورد مطالعه: ادارات ورزش و جوانان استان کردستان (طاها رزم آرا، مظفر یکتایار، حامد نظرویی)	۱۳۹۴
۴	اعتباریابی و رواسازی پرسشنامه عوامل موثر بر بروز فساد اداری و روشهای کنترل آن در سازمان های ورزشی (علیرضا زارع، صدیقه حیدری نژاد، سیده ناهید شتاب بوشهری)	۱۳۹۴
۵	عوامل موثر بر بروز فساد اداری و روشهای کنترل آن در وزارت ورزش و جوانان (علیرضا زارع، صدیقه حیدری نژاد، سیده ناهید شتاب بوشهری)	۱۳۹۵
۶	تأثیر رسانه های جمعی بر کنترل فساد در ورزش فوتبال (علیرضا زارع، صدیقه حیدری نژاد، رضوان شیرالی)	۱۳۹۵
۷	تأثیر سلامت اجتماعی بر کنترل فساد اداری در اداره کل ورزش و جوانان استان فارس (علیرضا زارع، زهرا انصاری، مریم فلاح کاظمی)	۱۳۹۵

همان گونه که از داده های جدول فوق مشخص است در کل تعداد ۸ پژوهش، حائز ملاک های درون گنجی فراتحلیل بودند و بازه زمانی تحقیقات از سال ۱۳۸۷ الی ۱۳۹۵ بود که بیشترین تعداد نمونه به سال ۱۳۹۵ با سه مورد تعلق داشت.

در جدول ۲ مشخصات روش شناختی و آماری پژوهش ها ارائه شده است:

جدول ۲. مشخصات روش شناختی و آماری پژوهش ها

کد تحقیق	روش تحقیق	جامعه آماری	روش نمونه گیری	ابزار	روش آماری	حجم نمونه
۱	توصیفی-پیمایشی	کلیه کارشناسان سازمان تربیت بدنی	تصادفی	پرسشنامه	دوجمله ای و فریدمن	۱۶۵
۲	توصیفی-پیمایشی	کلیه کارکنان سازمان تربیت بدنی	نامشخص	پرسشنامه	دوجمله ای و کروسکال والیس	۵۲۱
۳	توصیفی-پیمایشی	تمام کارکنان فدراسیون فوتبال	سرشماری	پرسشنامه	دوجمله ای و فریدمن	۱۳۱
۴	توصیفی-پیمایشی	ادارات ورزش و جوانان استان کردستان	نامشخص	پرسشنامه	دوجمله ای و فریدمن	۱۰۴
۵	توصیفی-تحلیلی	کارمندان وزارت ورزش و جوانان	تصادفی- ساده	پرسشنامه	تحلیل عاملی	۲۶۹
۶	توصیفی-پیمایشی	کارمندان وزارت ورزش و جوانان	تصادفی ساده	پرسشنامه	فریدمن	۲۶۹
۷	توصیفی-پیمایشی	کلیه بازیکنان فوتبال	تصادفی ساده	پرسشنامه	مدلسازی	۲۰۳
۸	توصیفی-پیمایشی	کارکنان اداره ورزش و جوانان استان فارس	سرشماری	پرسشنامه	مدل سازی	۱۱۵

در جدول ۳ مشخصات مربوط به حجم نمونه انتخاب شده در تحقیقات وارد شده به فراتحلیل ارائه گردیده است:

جدول ۳. مشخصات توصیفی مربوط به حجم نمونه های تحقیقات

تعداد تحقیق	میانگین حجم نمونه	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	جمع
۸	۲۲۲	۱۳۶	۱۰۴	۵۲۱	۱۷۷۷

در کل، ۱۷۷۷ به عنوان نمونه تحقیق در این هشت تحقیق شرکت داشته اند. میانگین حجم نمونه هم برابر ۲۲۲ نفر بوده است. حداقل حجم نمونه برابر ۱۰۴ نفر و حداکثر حجم نمونه هم برابر ۵۲۱ نفر بوده است.

یافته‌های استنباطی

با استفاده از روش فراتحلیل می‌توان نتیجه همه تحقیقات انجام شده را به یک شاخص استاندارد تبدیل کرد. معمولاً دو شاخص پرکاربرد اندازه اثر شامل شاخص r (رابطه) و شاخص D کوهن (تفاوت) است (قربانی زاده و حسن نانگیر، ۱۳۹۳: ۳۴). با توجه به نوع تحقیق حاضر از شاخص g هجز که اصلاح شده d کوهن می‌باشد، استفاده شده است. در جدول ۴، اندازه اثر کلی عوامل موثر بر کنترل فساد برای همه پژوهش‌ها بیان شده است:

جدول ۴. اندازه اثر و معناداری عوامل موثر در تحقیقات

ردیف	کد تحقیق	کد فرضیه	نوع متغیر مستقل	اندازه اثر g	مقدار P
۱	۱	۱	اثر کلی	۰/۰۴	۰/۷۹۹
۲	۲	۱	جلوگیری از فساد استخدامی	۱/۰۰۸۵	۰/۰۰۰۱
۳	۲	۲	تدوین قوانین کارآمد	۰/۹۰۸۶	۰/۰۰۰۱
۴	۲	۳	برقراری سیستم های کنترل مالی کارآمد	۱/۰۴۸۴	۰/۰۰۰۱
۵	۲	۴	افزایش حقوق کارکنان	۱/۲۰۸۲	۰/۰۰۰۱
۶	۲	۵	سیاست زدایی از نظام اداری	۰/۷۳۸۹	۰/۰۰۰۱
۷	۲	۶	خصوصی سازی	۰/۴۳۹۳	۰/۰۰۰۱
۸	۲	۷	تشدید مجازات	۰/۳۷۹۴	۰/۰۰۰۱
۹	۲	۸	ایجاد نهادهای مستقل برای مبارزه با فساد	۰/۶۳۹۰	۰/۰۰۰۱
۱۰	۲	۹	آشنایی با قوانین	۰/۷۳۸۹	۰/۰۰۰۱
۱۱	۲	۱۰	عوامل معشیتی	۰/۶۳۴۵	۰/۰۰۰۱
۱۲	۲	۱۱	راهکار مدیریتی	۰/۵۲۸۴	۰/۰۰۰۱
۱۳	۲	۱۲	آموزش کارکنان در رابطه با فساد اداری	۰/۴۸۹۲	۰/۰۰۰۱
۱۴	۳	۱	راهکار اقتصادی	۰/۷۵۴۴	۰/۰۰۰۱
۱۵	۳	۲	راهکار مدیریتی	۰/۰۳۰	۰/۷۵۴
۱۶	۳	۳	راهکار فرهنگی	۰/۸۷۳۵	۰/۰۰۰۱
۱۷	۳	۴	راهکار سیاسی	۰/۸۹۳۴	۰/۰۰۰۱
۱۸		۲	راهکار معشیتی	۰/۷۲۵۱	۰/۰۰۰۱
۱۹	۴	۱	عوامل اثربخشی قوانین	۰/۶۲۸۲	۰/۰۰۰۱
۲۰	۴	۲	عوامل معشیتی	۰/۱۷۹۵	۰/۰۰۰۵
۲۱	۴	۳	عوامل فرهنگی	۰/۸۶۷۵	۰/۰۰۰۱
۲۲	۴	۴	عوامل مدیریتی	۱/۵۷۵۵	۰/۰۰۰۱
۲۳	۵	۱	رسانه جمعی	۱/۷۷۲۰	۰/۰۰۰۱

۰/۰۰۰۱	۳/۴۰۳۰	فرهنگ سازی	۲	۵	۲۴
۰/۰۰۰۱	۲/۷۶۲۰	آموزشی	۳	۵	۲۵
۰/۰۰۰۱	۲/۱۲۲۰	اطلاع رسانی	۴	۵	۲۶
۰/۰۰۰۱	۲/۲۰۵۳	مشارکت اجتماعی	۵	۵	۲۷
۰/۰۰۰۱	۲/۴۶۲۹	عوامل اقتصادی	۱	۶	۲۸
۰/۰۰۰۱	۱/۳۶۸۳	عوامل فرهنگی	۲	۶	۲۹
۰/۰۰۰۱	۰/۶۹۵۰	اثر کلی	۳	۶	۳۰
۰/۰۰۰۱	۲/۱۰۳۴	سلامت اجتماعی	۱	۷	۳۱
۰/۰۰۰۱	۱/۹۲۵۷	شکوفایی اجتماعی	۲	۷	۳۲
۰/۰۰۰۱	۱/۳۵۶۹	همبستگی اجتماعی	۳	۷	۳۳
۰/۰۰۰۱	۱/۶۲۰۱	مشارکت اجتماعی	۴	۷	۳۴
۰/۰۰۰۱	۲/۰۱۴۴	پذیرش اجتماعی	۵	۷	۳۵
۰/۰۰۰۲	۰/۳۸۵۹	عوامل اثربخشی قوانین	۱	۸	۳۶
۰/۰۲۲	۰/۲۷۶۲	عوامل معیشتی	۲	۸	۳۷
۰/۰۲۲	۰/۲۸۱۹	عوامل فرهنگی	۳	۸	۳۸
۰/۰۲۲	۰/۳۴۱۶	عوامل مدیریتی	۴	۸	۳۹

همان گونه که از اطلاعات مندرج در جدول فوق مشاهده می شود اندازه اثر دو عامل اول و پانزدهم ($p=0/754$, $p=0/799$) دارای سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ بوده و به همین دلیل اندازه اثر آنها معنی دار نیست، اما بقیه عوامل در سطح ۰/۰۵ معنادار هستند.

جدول ۵. اندازه اثر ترکیبی، فاصله اطمینان و معناداری تحقیقات وارد شده به فراتحلیل

نوع مدل	تعداد مطالعات	برآورد نقطه ای	خطای معیار	واریانس	فاصله اطمینان ۹۵٪	آزمون فرضیه صفر
					حد پایین	مقدار Z
ثابت	۳۴	۰/۵۴۲	۰/۰۱۳	۰/۰۰۰	۰/۵۱۶	۴۱/۵۹
تصادفی	۳۴	۰/۸۰۷	۰/۱۱۵	۰/۰۱۳	۰/۵۸۱	۷/۰۰۹

بر اساس نتیجه تحلیل که در جدول ۵ گزارش شده است، اندازه اثر کلی تحت مدل ثابت با شاخص g هجز برابر ۰/۵۴۲ و تحت مدل اثرات تصادفی برابر ۰/۸۰۷ است. مقدار Z متناظر با هر دو مدل به ترتیب برابر ۴۱/۵۹ و ۷/۰۰۹ که هر دو مقدار در سطح ۰/۰۰۱ معنادار هستند. برای تفسیر مقادیر اندازه اثر معمولاً از طبقه بندی ارائه شده به وسیله کوهن استفاده می شود. چون شاخص g هجز نیز اصلاح شده شاخص D کوهن است، لذا برای تفسیر آن از مقدار D کوهن استفاده می کنیم. با به نتیجه به دست آمده برای شاخص D در تحقیق حاضر در مدل اثرات تصادفی (۰/۸۰۷) و ثابت (۰/۵۴۲) به ترتیب شاهد اندازه اثر بزرگ و متوسط در مطالعات هستیم. بنابراین می توان نتیجه گرفت که به طور کلی عوامل مورد بررسی محققان به طور معناداری بر کنترل ایجاد فساد در ورزش موثر بوده اند و میزان تاثیر بر اساس طبقه بندی کوهن در مدل اثرات ثابت متوسط، اما در مدل اثرات تصادفی در حد بزرگ ارزیابی می شود.

پس از محاسبه میانگین اندازه اثر، یک بخش مهم در فراتحلیل بررسی ناهمگنی^۱ در اندازه های اثر است. یکی از روش های بررسی وجود ناهمگنی در داده ها، بررسی نتایج آزمون کوکران و مجذور I است. در جدول زیر نتایج آزمون Q و مقدار مجذور I جهت بررسی ناهمگنی تحقیقات وارد شده به فراتحلیل ارائه شده است:

جدول ۶. نتایج آزمون Q جهت بررسی ناهمگنی

مقدار Q	درجه آزادی (Q)	سطح معناداری	مجذور I
۲۴۰۶/۶۱۹	۳۳	۰/۰۰۰۱	۹۸/۶۲

مقدار شاخص Q کوکران برابر ۲۴۰۶/۶۱۹ بوده و در سطح ۰/۰۰۰۱ معنادار است. این نتیجه نشان می دهد که تحقیقات وارد شده به فراتحلیل همگون نیستند و فرض همگونی بین تحقیقات رد می شود. در این حالت محققان پیشنهاد می کنند اندازه اثر مدل تصادفی مدنظر قرار گرفته و گزارش شود (نوغانی دخت بهمنی و میرمحمدتبار، ۱۳۹۶: ۸۴). با توجه به این که تعداد فرضیه های استخراج شده از ۸ مطالعه اصلی ۳۴ مورد است، بنابراین ناهمگن بودن نتایج طبیعی است. از سوی دیگر تعدد عوامل مطالعه شده موثر در کنترل فساد در ورزش نیز از دلایل دیگر این ناهمگنی است. در جدول ۷، میزان اندازه اثر متغیرهای مستقل دسته بندی شده بر کنترل فساد در سازمان های ورزشی با روش اثرات تصادفی گزارش شده است:

جدول ۷. اندازه اثر انواع متغیرهای مستقل به تفکیک نوع عامل یا متغیر مستقل

کد عامل	نوع عامل یا متغیر	تعداد	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	مقدار z	مقدار P
۱	اقتصادی	۸	۱/۵۱۰	۱/۰۷۵	۱/۹۴۵	۶/۸۰۷	۰/۰۰۱
۲	فردی	۶	۰/۱۹۰	۰/۵۷۸	۰/۹۵۷	۰/۱۸۵	۰/۶۲۸
۳	فرهنگی	۵	۰/۳۲۹	۰/۲۷۹	۰/۹۳۷	۱/۰۶۱	۰/۲۸۹
۴	قوانین و مقررات	۵	۰/۲۶۱	۰/۳۱۹	۰/۸۴۰	۰/۸۸۲	۰/۳۷۸
۵	سایر	۶	۱/۳۳۴	۰/۳۱۷	۲/۳۵۰	۲/۵۷۲	۰/۰۱۰
۶	سازمانی	۹	۱/۰۶۱	۰/۵۹۴	۱/۵۲۸	۴/۴۵۱	۰/۰۰۱

همان گونه که نتایج جدول ۷ نشان می دهد عوامل اقتصادی، سایر عوامل و عوامل سازمانی با اندازه اثر ۱/۵۱، ۱/۳۳۴ و ۱/۰۶۱ به ترتیب بیشترین اندازه اثر را در بین انواع متغیرهای موثر در کنترل فساد در ورزش را به خود اختصاص داده اند. بنابراین می توان گفت که طبق نتایج فراتحلیل حاضر موثرترین متغیر ایجاد کننده در این زمینه عامل اقتصادی است. عوامل ویژگی های فردی، فرهنگی و قوانین و مقررات نیز کمترین اندازه اثر را در بین انواع متغیرهای موثر دارند و اندازه اثر آنها معنادار نیست.

همچنین برای بررسی مسئله سوگیری انتشار از روش N ایمن از خطای کلاسیک روزنتال^۲ استفاده شد. آزمون N ایمن از خطای روزنتال، تعداد مطالعات گم شده (با میانگین اثر برابر با صفر) یعنی تعداد مطالعات موید فرضیه صفر را که باید به تحلیل اضافه شود تا از لحاظ آماری یک اندازه

1. heterogeneity
2. Rosenthal's Fail-safe N test

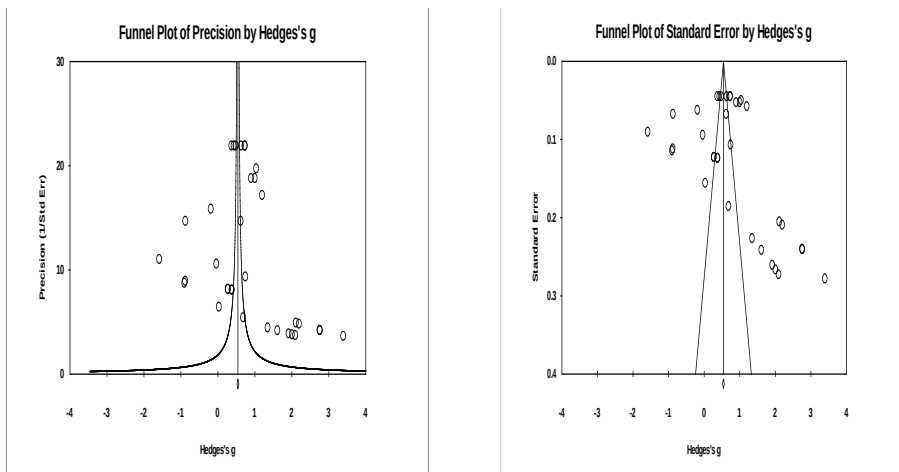
اثر کلی غیر معنادار به دست آید و نتیجه را تغییر دهد، نشان می دهد (قربانی زاده و حسن نانگیر، ۲۰۱۴: ۵۴). نتیجه حاصل از این روش در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۸. نتایج آزمون N ایمن از خطای کلاسیک روزنتال

مقدار	شاخص
۳۸/۶۹	مقدار Z برای مطالعات مشاهده شده
۰/۰۰۰۱	مقدار p برای مطالعات مشاهده شده
۰/۰۵	آلفا
۲	دامنه
۱/۹۶	مقدار Z برای آلفا
۳۴	تعداد مطالعات مشاهده شده
۳۲۱۸	تعداد مطالعات گم شده ای که مقدار P را به آلفا می رساند

۲۱۲

نتایج آزمون N ایمن از خطا نشان می دهد که باید تعداد ۳۲۱۸ مطالعه گم شده وجود داشته باشد که سطح آلفا از ۰/۰۵ تجاوز کند، چون این عدد خیلی بزرگتر از تعداد مطالعات مشاهده شده (۸ پژوهش با ۳۴ عامل مستقل) است. لذا نشان دهنده دقت و نبود خطای انتشار است. همچنین یکی از روش های بررسی خطای انتشار بررسی (شکل سمت راست) و دقت نتایج (شکل سمت چپ) از طریق نمودار فانل یا قیفی^۱ است. در شکل ۱ نمودار قیفی شکل مطالعات ارائه شده است:



شکل ۱. نمودار قیفی مطالعات وارد شده در فراتحلیل

تقارن نسبی در دو شکل نمودار قیفی شکل نشان دهنده نبود خطای انتشار است. در هر دو نمودار مطالعات دارای حجم نمونه بزرگتر در بالای نمودار و اطراف اندازه اثر ترکیبی قرار می گیرند و مطالعات با حجم اندازه کوچکتر در پایین نمودار قرار می گیرند. همان گونه که مشاهده می شود اغلب مطالعات به دلیل داشتن حجم نمونه بیشتر و به طبع آن مقدار خطای معیار کمتر، در قسمت

بالای نمودار قرار گرفته اند و مسئله سوگیری انتشار رد می شود. با توجه به احتمال وجود تورش انتشار، از روش اکتشاف حساسیت چینش و تکمیل^۱ که توسط دو ال و توییدی^۲ ابداع شده استفاده گردید. نتایج این روش نشان داد که تحت مدل اثرات تصادفی در قسمت چپ و راست نمودار کیفی مطالعه ای مورد غفلت قرار نگرفته است. با توجه به خروجی نرم افزار اندازه اثر مشاهده شده و محاسبه شده برای هر دو قسمت برابر ۰/۸۰ است.

بحث و نتیجه گیری

تحقیق حاضر با هدف فراتحلیل عوامل کنترل کننده فساد در سازمان های ورزشی کشور انجام شد. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که به طور کلی عوامل مورد بررسی محققان به طور معناداری بر کنترل فساد در سازمان های ورزشی موثر بوده اند و اندازه اثر محاسبه شده با استفاده از مدل اثرات تصادفی، ۰/۸۰۷ است که میزان تاثیر بر اساس طبقه بندی کوهن در حد بزرگ ارزیابی می شود.

همچنین نتایج پژوهش نشان داد که عامل اقتصادی با اندازه اثر ۱/۵۱ بیشترین اندازه اثر را در بین انواع متغیرهای موثر در کنترل فساد در سازمان های ورزشی به خود اختصاص داده است. بنابراین می توان گفت که طبق نتایج فراتحلیل حاضر، موثرترین متغیر ایجاد کننده فساد در سازمان های ورزشی عامل اقتصادی است. فساد مالی نقض قوانین موجود برای تأمین منافع و سود شخصی است. از فساد مالی اغلب به عنوان یک بیماری شدید نام برده می شود- بیماری نظیر سرطان و یا ایدز که به طور بی رحمانه از یک سازمان به سازمان دیگر و از یک نهاد به نهاد دیگر سرایت می کند، به طوری که تمام نهادهای موجود را تحلیل می برد تا منجر به فروپاشی سیستم سیاسی حاکم شود. رواج فساد مالی به درستی به عنوان یکی از مهم ترین موانع در راه پیشرفت های موفقیت آمیز اقتصادی- به عنوان مثال، در کشورهای آسیایی و آفریقایی- برشمرده شده است. سطح بالای فساد مالی می تواند موجب ناکارآمدی سیاست های دولتی شود. تحقیقات موجود نشان می دهد که فساد موجب کاهش سرمایه گذاری و در نتیجه کاهش رشد اقتصادی خواهد شد. فساد مالی می تواند فعالیت های سرمایه گذاری و اقتصادی را از شکل مولد آن به سوی رانت ها و فعالیت های زیرزمینی سوق دهد و موجب به وجود آمدن سازمان های وحشتناکی مانند مافیا شود. فساد گسترده و فراگیر، یکی از نشانه های ضعف حاکمیت است و عملکرد ضعیف حاکمیت می تواند روند رشد و توسعه اقتصادی را رو به تحلیل برد (محنت فر و شفیعی، ۱۳۸۲). صورت های مختلفی از فساد اقتصادی وجود دارد که ممکن است آشکارا و یا به طور مخفیانه باشد. ممکن است فساد اقتصادی با هدف کسب منافع شخصی و یا از روی کینه صورت بگیرد. در هر صورت مشتری و مصرف کننده هزینه فساد اقتصادی را می پردازد. فساد، رقابت را فرو می نشاند و بازار آزاد را واژگون می سازد. فساد اقتصادی صورت های مختلفی دارد، از آن جمله می توان به رشوه، کلاهبرداری، اختلاس و رانت اشاره نمود (رحیمیان، ۱۳۹۳). شیوع فساد مالی در کشور می تواند عوارض و پیامدهای اقتصادی بسیاری را به همراه داشته باشد: ۱- آثار منفی فساد مالی بر تخصیص صحیح منابع مالی؛ ۲- آثار منفی فساد مالی بر توزیع صحیح درآمدها؛ ۳- آثار منفی فساد مالی بر کارایی اقتصادی؛ ۴- آثار منفی فساد مالی بر رشد اقتصادی؛ ۵- تخصیص نادرست منابع کمیاب؛ ۶- پایمال شدن حقوق افراد؛ ۷- معاف شدن از مجازات (منصوری، حسینی قمی و مصلحتی، ۱۳۹۷). بیشتر تحقیقات انجام گرفته از

قبیل پژوهش های فرخ سرشت (۱۳۸۳)، خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) و رفیع پور (۱۳۸۶) بر اهمیت عوامل اقتصادی در وقوع فساد اداری در سازمان های دولتی کشور اشاره کرده اند. خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) مهمترین دلایل پیدایش فساد اداری و مالی را موارد آتی بیان می کنند: ۱- اختلاف فاحش میان سطح زندگی کارمندان دولت و سایر شهروندان؛ ۲- روابط خویشاوندی (خویشاوند سالاری)؛ ۳- وسعت دامنه دخالت های دولت در تصدی امور؛ ۴- افراط در وضع قوانین؛ ۵- عدم حساسیت جامعه به معیار های اخلاقی؛ ۶- افزایش شهر نشینی؛ ۷- تامل و تساهل نسبت به فساد. درهر، کوسوگیانیس و مک کوریستون^۱ (۲۰۰۷) نیز بر اهمیت عوامل اقتصادی در وقوع و رشد فساد در سازمان های دولتی تأکید دارند. تحقیقات متعددی در زمینه ارتباط بین وضعیت معیشتی و اقتصادی کارکنان سازمان های ورزشی و احتمال بروز فساد انجام گرفته است که بین وضعیت اقتصادی کارکنان و احتمال بروز فساد، رابطه معنی داری یافتند. هر چه وضعیت اقتصادی کارکنان سازمان های ورزشی نامطلوب تر باشد، احتمال بروز فساد اداری در آنها افزایش می یابد (صفری جعفرلو و همکاران، ۱۳۸۷؛ گودرزی و همکاران، ۱۳۹۰؛ رزم آرا و همکاران، ۱۳۹۴ و قربانی و همکاران، ۱۳۹۸). کواه^۲ (۲۰۰۱) در مقاله خود عدم تناسب میان رشد تورم و افزایش حقوق را از مهم ترین علل افزایش سطح فساد در سازمان ها می داند. در تبیین یافته های تحقیق می توان گفت که وضعیت اقتصادی کارکنان سازمان های ورزشی باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد، چرا که کارکنان در صورتی می توانند وقت و نیروی خود را صرف خدمت به سازمان کنند که سازمان هم در مقابل نیازهای آنان را در ارتباط با هزینه های زندگی تأمین کند و عدم تأمین هزینه های زندگی کارکنان، آنها را در معرض فساد اقتصادی قرار می دهد. پیشنهاد می شود که مدیران سازمان های ورزشی رسیدگی به مشکلات اقتصادی کارکنان را جزو اولویت های کاری خود قرار دهند، چرا که حل مشکلات اقتصادی کارکنان باعث افزایش روحیه آنان می شود و این امر نیز افزایش بهره وری کارکنان در سازمان را در پی خواهد داشت- این مورد با افزایش حقوق و مزایای سالیانه متناسب با تورم جامعه رفع خواهد شد.

همچنین سایر عوامل با اندازه اثر ۱/۳۳۴ دومین عامل اثرگذار بر کنترل فساد در پژوهش حاضر بود. برون سپاری و تعهد سازمانی کارکنان جزو این عوامل می باشد. برون سپاری، قراردادی است که میان یک سازمان (الف) و یک شرکت (ب) بسته می شود تا بخشی از وظیفه، عملیات، کار یا فرآیندی که قرار است توسط کارکنان سازمان (الف) انجام شود، در مدت زمان مشخصی توسط آن شرکت (ب) انجام شود. این فرآیندهای برون سپاری که قرار است توسط گروه دیگری انجام شوند می توانند درون سازمان (الف) یا بیرون از آن انجام شوند. یکی از اصلی ترین دلایل برون سپاری، کمبود در منابع ضروری است؛ از جمله: کمبود کارمندانی که دانش کافی برای انجام کار دارند (برای مثال، مهندسان) و کمبود نیروی کاری که تجربه کافی برای انجام کار را داشته باشد. بعضی کارهای جانبی همیشه برون سپاری می شوند. این کار باعث می شود مدیران بتوانند تمرکز بیشتری روی کارهای اصلی داشته باشند- به جای اینکه منابع زیادی صرف کارهایی بکنند که اگرچه برای کسب و کار ضرورت دارد، اما به هسته اصلی کسب و کار مربوط نمی شود. به عنوان مثال، بیمارستان بزرگی که عملیات امنیتی اش را به شرکتی که در امور امنیتی تخصص دارد برون سپاری می کند (مهرگان، سلامی و خواجه، ۲۰۱۱). برون سپاری می تواند مزایای زیر را به دنبال داشته باشد: ۱.

1. Dreher, Kotsogiannis & McCorriston
2. Quah

تمرکز بر فعالیت‌های اصلی؛ ۲. صرفه جویی در هزینه‌ها؛ ۳. کاهش هزینه‌های بالاسری؛ ۴. کنترل عملیاتی؛ ۵. انعطاف‌پذیری نیروی کار؛ ۶. دوام و مدیریت خطر؛ ۷. پرورش کارمندان داخلی.

در مقابل برون سپاری معایبی را نیز به همراه دارد: ۱. از دست دادن کنترل مدیریتی؛ ۲. هزینه‌های پنهان؛ ۳. خطری برای امنیت و اسرار شرکت؛ ۴. مشکلات کیفیت؛ ۵. کار شما به توان مالی یک شرکت دیگر گره می‌خورد؛ ۶. ذهنیت بد و اثرات منفی (دهقان بنادکی و همکاران، ۱۳۹۸). کارکنانی که به صورت برون سپاری با سازمان‌های دیگر از جمله سازمان‌های ورزشی کار می‌کنند می‌توانند باعث بروز فساد اداری شود. همچنین تعهد سازمانی نیز جزو عوامل این گروه می‌باشد. تعهد سازمانی عبارت است از: پیوند روانی بین فرد و سازمان که در این میان فرد به ارزش‌های سازمان احترام می‌گذارد و نسبت به سازمان خود وفادار است. تعهد سازمانی دارای سه مرحله است: پذیرفتن، همانند شدن و درونی کردن. معمولی‌ترین شیوه برخورد با تعهد سازمانی آن است که تعهد سازمانی را نوعی وابستگی عاطفی به سازمان در نظر می‌گیرند. بر اساس این شیوه، فردی که به شدت متعهد است، هویت خود را از سازمان می‌گیرد، در سازمان مشارکت دارد و با آن در می‌آمیزد و از عضویت در آن لذت می‌برد (حقیقت منفرد، اوسط حضرتی و میرزازاده، ۱۳۸۹). پورتر و همکارانش تعهد سازمانی را پذیرش ارزش‌های سازمان و درگیر شدن در سازمان تعریف می‌کنند و معیارهای اندازه‌گیری آن را شامل انگیزه، تمایل برای ادامه کار، پذیرش ارزش‌های سازمان می‌دانند (حمیدی و بخشنده، ۱۳۹۴). از آنجا که تعهد سازمانی تعیین می‌کند که چه مدت کارمندان در سازمان باقی می‌مانند، کارمندان متعهد دارایی‌های هر سازمان محسوب می‌شوند. برخی از مزایای تعهد سازمانی به شرح زیر است:

۱- بهره‌وری بالای کارمندان: کارمندان متعهد بهره‌وری بالایی دارند. آنها به سازمان، اهداف، چشم‌انداز، مأموریت و تیم رهبری اعتقاد دارند. این کارمندان نه تنها سطح بالایی از بهره‌وری را نشان می‌دهند، بلکه اطمینان حاصل می‌کنند که همکاران و اعضای تیم آنها نیز همین حس را دارند.

۲- غیبت را کاهش می‌دهد: یک کارمند متعهد و با انگیزه کمتر نسبت به تعهدات خود در سازمان بی‌تفاوت خواهد بود و از زیر وظایف محول شده شانه خالی نخواهد کرد. کارمندان متعهد مشتاقانه منتظر رفتن به محل کار خود، تکمیل کارها، کمک به پروژه‌ها و کمک به اهداف سازمانی هستند.

۳- کارمندان درجه یک: از آنجا که کارمندان فداکار به شدت در سازمان سرمایه‌گذاری می‌شوند و موفقیت آنها نیز خوب است، آنها در همکاری و کار در تیم عالی عمل می‌کنند. آنها به طور قابل توجهی در افزایش بهره‌وری تیم موثر خواهند بود.

۴- طرفداران قوی: کارمندان فداکار و متعهد به سازمان خود اعتقاد دارند و از این رو مدافعان موثر و مثبتی از کارفرمایان خود هستند. آنها معتقدان و طرفداران قوی محصولات، خدمات و سیاست‌های کارفرمای خود خواهند بود (اصغری زاده، عرب، نیک تبار، ۱۳۹۶). وجود کارکنان با تعهد پایین منجر به بروز فساد اقتصادی در سازمان‌ها خواهد شد. بیشتر کارکنانی که به صورت قراردادی و پیمانی در سازمان‌ها مشغول به کار هستند، به لحاظ نداشتن امنیت شغلی و تعهد سازمانی پایین مستعد فساد اداری در سازمان هستند. استخدام قراردادی و پیمانی کارکنان معایب متعددی را به همراه دارد؛ از جمله: ۱- نداشتن امنیت شغلی؛ ۲- حقوق کم در مقایسه با کارمندان رسمی؛ ۳- نداشتن خدمات بیمه بازنشستگی؛ ۴- مرخصی مشخص

در قرارداد؛ ۵- مدت زمان مشخص همکاری (نجفی و لطفی، ۱۳۹۷). پیشنهاد می شود برای جلوگیری از فساد در سازمان ها از جمله سازمان های ورزشی، استخدام کارکنان متعهد و رسمی با ضوابط استخدامی شفاف و روشن در برنامه کارگزینی سازمان ها قرار بگیرد. همچنین عامل سازمانی با اندازه اثر ۱/۰۶۱ سومین عامل تاثیرگذار بر کنترل فساد در سازمان های ورزشی محسوب می شود. مواردی از قبیل سازوکارهای کنترل مناسب، نظام پاداش کارآمد، وجود شبکه های غیررسمی، کلی و مبهم بودن قوانین، عدم تدوین آیین نامه های اجرایی مندرج در قانون در موعد مقرر، مبهم بودن وضعیت شرکت ها و موسسات دولتی و نیمه دولتی، عدم ضمانت اجرایی برای مبارزه با فساد، عدم هماهنگی لازم در اداره مبارزه با فساد در انجام اصلاحات، عدم رعایت شایسته سالاری در انتصاب مدیران، تمرکز اداری و گسترده گی حیطه نظارت و دخالت دولت و ضعف در نظارت بر عملکرد دولت توسط قوای دیگر و نهادهای مدنی و مشخص نبودن استانداردهای و روش های ارائه خدمات دولتی به مردم از دلایلی هستند که می توانند سازمان تربیت بدنی، فدراسیون های ورزشی و سایر سازمان های ورزشی را در معرض خطر فساد اداری قرار دهند (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۰). در مطالعه عوامل سازمانی به نظر می رسد که در وهله اول موضوع نظام پرداخت در سازمان ها از اهمیت به سزایی برخوردار باشد و تبعیض در پرداخت حقوق، توزیع فرصت های شغلی و ارتقای بین کارکنان، تشویق و تنبیه به کمترین مقدار برسد. نتایج به دست آمده با مطالعات شفيعی و همکاران (۱۳۹۶)، زارع و همکاران (۱۳۹۵)، رزاقی و همکاران (۱۳۹۳)، نجفی کلوری و همکاران (۱۳۹۱)، گودرزی و همکاران (۱۳۹۰) و صفری جعفرلو و همکاران (۱۳۸۷) همخوانی دارد. همچنین نحوه نظارت در سازمان های دولتی، از نظر فراهم کردن بستر کنترل و نظارت دقیق، مستمر و بهنگام باید بازبینی شود، چرا که ضعف در این زمینه ها، با توجه به فعال نبودن سیستم نظارت عمومی (مردم، نهادهای مدنی و رسانه ها) و متناسب نبودن شدت مجازات متخلفان با جرائم انجام شده و به موقع نبودن مجازات و قاطع نبودن در اجرای آن، زمینه عقلایی را برای ارتکاب فساد اداری مالی فراهم می کند (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۰).

یکی دیگر از مهمترین عوامل سازمانی موثر در بروز فساد اداری که ریشه در بی اعتمادی شهروندان به مدیریت برخی مدیران دارد، عدم توجه به شایسته سالاری است، چراکه فقدان آن در عرصه های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، قضایی، ناکامی صاحبان منصب را در دراز مدت در پیشبرد فعالیت ها به دنبال دارد و معانی استحقاق و شایستگی کاملاً زیر سوال می رود. از طرفی نیروی انسانی اساسی ترین عامل نظام اداری محسوب می شود و در صورتی که به شایستگی اش بها داده نشود، به خود باوری نمی رسد و سازمان های دولتی و خصوصی را بی عدالت و مبتنی بر رابطه سالاری قلمداد می کند- موضوعی که در حال حاضر در بسیاری از پست های مدیریتی ولو پست ها و منصب های کشوری و بالا مقام وجود دارد و رابطه جای خود را به ضابطه داده است و نظام اداری با ناکارآمدی افرادی که نه تخصص کافی را دارند نه تجربه و نه تحصیل و هوش لازم، با بدنه ای ضعیف و سست و تنها بر پایه روابط خویشاوندی و دوستانه پیش می رود (نقی پورفر، حبیبی بدرآبادی و آرمجو، ۱۳۹۲). افراد در سیستم شایسته سالار، بر اساس معیارهای متغیری از شایستگی مورد داوری قرار می گیرند. این معیارها می توانند زمینه های گسترده ای، از هوش گرفته تا پایبندی به اخلاق، از استعداد عمومی تا دانش در زمینه خاص را در بر بگیرند. حاکمیت شایسته سالاری در سیستم های اداری، باعث دگرگونی و تغییرات زیادی می شود، بر ارتقای سرمایه انسانی و توسعه کشورها می افزاید و آثار و پیامدهایی از قبیل تأمین عدالت اجتماعی، افزایش انگیزش، پویایی، خلاقیت و نوآوری و تحرک مدیران، افزایش بهره وری سازمان و توسعه سرمایه انسانی را

به همراه دارد (حاجی زاده، قاسمی و مالمیر، ۱۳۹۵). پیشنهاد می شود در سازمان های ورزشی کشور از رابطه سالاری و ورود افراد ناآگاه و نامتخصص به بدنه مدیریتی کشور جلوگیری شود و انتصاب کارکنان بر اساس شایسته سالاری و مهارت آنان صورت بگیرد.

همچنین نتایج تحقیق حاکی از آن است که عوامل فردی، فرهنگی، قوانین و مقررات در این تحقیق فراتحلیل معنی دار نبودند و هر چند این عوامل بر کنترل فساد تاثیر کمی دارند، ولی در قیاس با عوامل اقتصادی، سایر عوامل (برون سپاری و تعهد) و عوامل سازمانی اهمیت کمتری دارند. نتایج تحقیقات متعدد در سازمان های ورزشی حاکی از آن است که عوامل فردی بر کنترل فساد در سازمان های ورزشی تاثیر ندارند که از آن میان می توان به نتایج تحقیقات صفری جعفرلو و همکاران (۱۳۸۷)، خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) و هوانگ (۱۹۹۶) اشاره کرد. وجود روحیه و خصوصیات ورزشی و کار تیمی در کارکنان سازمان تربیت بدنی، عاملی است که آن را از دیگر سازمان ها مجزا می کند و به نظر می رسد این خود دلیلی است که بر خلاف تحقیقاتی که در سازمان های غیر ورزشی انجام گرفته است، عوامل فردی را در کنترل فساد اداری مؤثر نمی داند. همچنین نتایج حاصل از پژوهش هوانگ (۱۹۹۶) ویژگی های فرهنگی را در کنترل فساد تأثیر گذار نمی داند، ولی وجود بوروکراسی بی کیفیت و غیر ایده آل در سازمان ها از جمله سازمان های ورزشی کشور می تواند نقش عوامل فرهنگی را در سازمان افزایش دهد و آن سازمان را برای وقوع فساد مستعدتر نماید (تانزی، ۱۹۹۸). همچنین صفری جعفرلو و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که درجه خویشاوندسالاری، عدم پابندی کارکنان به رعایت موازین شرعی و قانون گریزی در فرهنگ جامعه از عواملی هستند که به صورت بالقوه می توانند زمینه های فساد را در بین کارکنان فراهم آورند. همچنان که رفیع پور (۱۳۸۶) بین سه متغیر اجتماعی (۱- تغییر ارزش ها ۲- فردگرایی ۳- عدم پابندی مذهبی) و بروز فساد در ایران رابطه معناداری به دست آورد. همچنین تحقیقات انجام شده توسط هوانگ (۱۹۹۶)، مینینگ (۲۰۰۵)، میسون و همکاران (۲۰۰۶)، تانزی (۱۹۹۸) و خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) بر نقش قوانین و مقررات در بروز فساد اداری تأکید دارند. عواملی مانند ضعف کیفی، بالا بودن کمیت و پیچیدگی قوانین و مقررات سازمان و همچنین ناآشنا بودن ارباب رجوع با این قوانین، شرح شغل ها و وظایف کارمندان سازمان های ورزشی از عوامل مهم افزایش احتمال فساد اداری در سازمان می باشند. گفتنی است که کمیت و کیفیت قوانین و مقررات در بسیاری از مطالعات از جمله میسون و همکاران (۲۰۰۶) و مینینگ (۲۰۰۵) که در سازمان های ورزشی انجام شده، مهم ترین عامل فساد در این سازمان ها بیان شده است. باید توجه داشت که عدم معناداری عوامل فرهنگی و قوانین و مقررات بر بروز فساد در پژوهش حاضر، شاید به علت تعداد کم حجم آماری در مطالعات وارد شده به فرایند فراتحلیل باشد و می توان این موضوع را چنین تفسیر کرد که قدرت تاثیرگذاری این متغیر ها بر کنترل فساد در مقایسه با عوامل دیگر کمتر است. با توجه به نتایج تحقیق حاضر، با افزایش حقوق و مزایای سالیانه متناسب با تورم جامعه و استخدام کارکنان شایسته و متعهد با ضوابط استخدامی شفاف و روشن می توان قسمت اعظم فساد اداری را کنترل کرد.

منابع

- اصغری زاده، عزت الله؛ عرب، علیرضا و نیک تبار، مسعود. (۱۳۹۶). «شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی و تأثیر آن بر بهره‌وری تولید در شرکت ارس خودرو دیزل سهامی خاص». مدیریت بهره‌وری. دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۴۹-۷۲.
- افضل‌ی، عبدالرحمن. (۱۳۹۰). «فساد اداری و تأثیر آن بر توسعه: علل، پیامدها و راهکارهای برون رفت». مجله حقوقی بین‌المللی. مرکز امور بین‌المللی ریاست جمهوری، سال ۲۶، شماره ۴۹.
- حاجی زاده، فرهاد؛ قاسمی، حمیدرضا و مالمیر، آمنه. (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر شایسته‌سالاری بر انگیزش مدیران و کارایی شرکت بهره‌برداری راه آهن شهری تهران و حومه (مترو)». کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک.
- حسن دوست فرخانی، هادی و یزدان پناه، لیلی. (۱۳۹۳). «بررسی گرایش دانشجویان به فساد اداری و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن (مطالعه دانشجویان دانشگاه شهیدباهنر کرمان)». مسائل اجتماعی ایران. سال ۵، شماره ۱، صص ۳۳-۵۴.
- حقیقت منفرد، جلال؛ اوسط حضرتی، علی و میرزازاده، حجت. (۱۳۸۹). «تأثیر تعهد سازمانی بر عملکرد کارکنان». فصلنامه مدیریت کسب و کار. شماره ۶، سال ۲، صص ۸۷-۱۱۲.
- حمیدی، آیدا و بخشنده، قاسم. (۱۳۹۴). «رتبه‌بندی تأثیر مولفه‌های تعهد سازمانی بر سلامت سازمانی». مطالعات منابع انسانی. دوره ۵، شماره ۲، صص ۱۰۵-۱۲۲.
- حیدری، حنیفه؛ محمدی، مجید و نجفی، فریبا. (۱۳۹۴). «عوامل مؤثر بر فساد اداری با تأکید بر ایران». کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی، روانشناسی و علوم اجتماعی. تهران. مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما.
- خداداد حسینی، سید حمید و فرهادی نژاد، محسن. (۱۳۸۰). «بررسی فساد اداری و روش‌های کنترل آن». مدرس ۵ (۱)، صص ۳۸-۵۳.
- دهقان بنادکی، سیدامین؛ خیبری، محمد؛ حسینی، میرابراهیم؛ عبداللهی، سید مجید و قنبری، مهدی. (۱۳۹۸). «رابطه روابط سیاسی و فساد اداری با برون‌سپاری اماکن ورزشی شهرداری تهران». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۶، شماره ۱، صص ۶۵-۷۴.
- رحیمیان، نرگس. (۱۳۹۳). «بررسی فساد اقتصادی و راه‌های مبارزه با آن». مجله اقتصادی. شماره ۹۱۰، صص ۱۰۳-۱۱۶.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۸۶). سرطان اجتماعی، فساد. تهران: شرکت سهامی انتشار
- رزاقی، محمدابراهیم؛ رضایی نژاد، رحیم و مهرابی، قاسم. (۱۳۹۳). «بررسی ابعاد مؤثر فساد اداری در فوتبال». رویکردهایی نوین در مدیریت ورزشی. جلد ۲، شماره ۷، صص ۴۱-۵۲.
- رزم آرا، طاهای؛ یکتایار، مظفر و نظروییسی، حامد. (۱۳۹۴). «فساد اداری در سازمان‌های ورزشی: عوامل مؤثر بر پیدایش، گسترش و راه‌های کنترل آن (مورد مطالعه: ادارات ورزش و جوانان استان کردستان)». اولین همایش ملی علوم کاربردی ورزش و تندرستی. دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.

- زاهدی، شمس السادات؛ محمدنبی، سینا و شهبازی، مهدی. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر کاهش فساد اداری (مطالعه موردی: شهرداری تهران)». مدیریت فرهنگ سازمانی. سال ۷، شماره ۲۰، صص ۵۵-۲۹.
- طالقانی، غلامرضا؛ طباطبائی، زهرا و غفاری، علی. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل فردی و سازمانی مؤثر بر فساد اداری در شعب بانک سپه استان قم». مدیریت فرهنگ سازمانی. دوره ۲۱، شماره ۲، صص ۲۳۵-۲۵۳.
- زارع، علیرضا؛ حیدری نژاد، صدیقه و شتاب بوشهری، سیده ناهید. (۱۳۹۵). «عوامل مؤثر بر بروز فساد اداری و روشهای کنترل آن در وزارت ورزش و جوانان». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۳، شماره ۱۲، صص ۴۵-۵۵.
- زارع، علیرضا؛ انصاری، زهرا و فلاح کاظمی، مریم. (۱۳۹۵). «تأثیر سلامت اجتماعی بر کنترل فساد اداری در اداره کل ورزش و جوانان استان فارس». فصلنامه علمی پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر. سال ۱۰، شماره ۱، صص ۲۴۳-۲۶۰.
- زارع، علیرضا؛ حیدری نژاد، صدیقه و شیرالی، رضوان. (۱۳۹۵). «تأثیر رسانه های جمعی بر کنترل فساد در ورزش فوتبال». مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. سال ۳، شماره پیاپی ۳، صص ۱۳-۲۶.
- شفیع، شهرام و افروزه، حکیمه. (۱۳۹۷). «شناسایی و تبیین مؤلفه های مؤثر در بروز فساد در فوتبال ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۱۰، شماره ۴۷، صص ۳۹-۶۶.
- شفیع، شهرام؛ همتی نژاد، مهرعلی و پرواز، یوسف. (۱۳۹۷). «تبیین اثر عوامل سازمانی و مدیریتی بر بروز فساد اداری مالی در سازمان های ورزشی (مطالعه موردی استان گیلان)». مدیریت و توسعه ورزش. دوره ۷، شماره ۱، صص ۱۱۰-۱۲۴.
- صفری جعفرلو، حمیدرضا؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، نصراله؛ قربانی، محمد حسین و دارابی، حجت اله. (۱۳۸۷). «تعیین عوامل مؤثر بر بروز و گسترش فساد اداری و روش های کنترل آن در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه کارشناسان». پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۲۵، صص ۸۱-۹۴.
- عباس زادگان، سید محمد. (۱۳۸۳). فساد اداری. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی
- عظیمی، حسین؛ عطافر، علی و شائمی بزرگی، علی. (۱۳۹۰). «بررسی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم عوامل مدیریتی و سازمانی بر فساد اداری مالی (مطالعه موردی: سازمان های دولتی مراکز استان های اصفهان و زنجان)». مدیریت فرهنگ سازمانی. دوره ۹، شماره ۲، صص ۶۱-۸۲.
- فرخ سرشت، بهزاد. (۱۳۸۳). «بررسی عوامل مؤثر در بروز فساد اداری به منظور ارائه الگویی جهت کاهش نقش آن در جلوگیری از توسعه جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه علمی پژوهشی دانش مدیریت. ۶۰، صص ۶۵-۸۴.
- قربانی، محمدحسین؛ محمدی، احسان و زارعیان، حسین. (۱۳۹۸). «تدوین الگوی مدیریت فساد در ورزش ایران». رویکردهایی نوین در مدیریت ورزشی. جلد ۷، شماره ۲۶، صص ۱۲۱-۱۳۸.

- قربانی زاده، وجه الله و حسن نانگیر، سید طه. (۱۳۹۳). راهنمای کاربردی فراتحلیل با نرم افزار CMA 2. تهران: انتشارات جامعه شناسان
- گودرزی، محمود؛ قربانی، محمد حسین؛ پور سلطانی، حسین و صفری، حمیدرضا. (۱۳۹۰). «مطالعه عوامل مؤثر بر وقوع و رشد فساد اداری و ادراک شده و روش های کنترل آن در سازمان های ورزشی ایران». پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۰، صص ۳۹-۵۶.
- محمودی، احمد؛ هنری، حبیب؛ یونسی، جلیل و شهلایی باقری، جواد. (۱۳۹۷). «کاوش عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر بروز فساد در صنعت فوتبال ایران». مدیریت ورزشی. دوره ۱۰، شماره ۴، صص ۶۶۱-۶۸۵.
- محنت فر، یوسف و شفیعی، شهریار. (۱۳۸۲). «فساد اقتصادی و چگونگی مبارزه آن». مجله اقتصادی. شماره ۲۷ و ۲۸، صص ۳۲-۴۵.
- منصوری، حسین؛ رضایی، زهره؛ سجادی، سید نصرالله و محمدی، مرتضی. (۱۳۹۸). «شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های فساد مالی در سازمان های ورزشی کشور با رویکرد تحلیل سلسله مراتبی». مدیریت و توسعه ورزش. دوره ۸، شماره ۳، صص ۵۸-۷۰.
- منصوری، فردین؛ حسینی قمی، مژگان و مصلحتی، حسین. (۱۳۹۷). «زمینه های اجتماعی فساد اقتصادی و اداری (مطالعه درباره شهرداری های مناطق و بانک ها در شهر تهران)». مسائل اجتماعی ایران. سال ۹، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۲۳.
- مهرگان، محمدرضا؛ سلامی، هادی و خواجه، مصطفی. (۱۳۹۰). «ارائه یک مدل تصمیم گیری چندشاخصه جهت برون سپاری فرایندهای کسب و کار با استفاده از تکنیک فرایند تحلیل شبکه ای». مدیریت توسعه و تحول. شماره ۶، صص ۱۷-۳۰.
- نجفی کلوری، مقصود؛ گودرزی، محمود؛ فراهانی، ابوالفضل و اسماعیلی بیدهندی، حسن. (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر بروز فساد در سازمان های ورزشی (مطالعه موردی فساد اداری در فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران)». مدیریت ورزشی. دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۱۰۹-۱۲۲.
- نجفی کلوری، مقصود؛ حامی، محمد؛ شجاعی، وحید و باقریان فرح آبادی، محسن. (۱۳۹۹). «شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر فساد مالی در صنعت ورزش ایران (رویکرد کیفی)». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۹، شماره ۱، صص ۱۱۹-۱۳۴.
- نجفی، مهدی و لطفی، فروزان. (۱۳۹۷). «آسیب شناسی امنیت شغلی و استخدامی در نظام حقوقی ایران». فصلنامه علمی حقوقی قانون یار. دوره ۲، شماره ۸، صص ۹-۲۹.
- نقی پورفر، ولی اله؛ حبیبی بدرآبادی، معصومه و آزمونجو، هانیه. (۱۳۹۲). «تبیین الگوی شایسته سалاری اسلامی جهت رفع چالش های شایسته سалاری در سازمان های دولتی ایران». چشم انداز مدیریت دولتی. دوره ۴، شماره ۴، صص ۱۵-۳۹.
- نوغانی دوخت بهمنی، محسن و میر محمد تبار، سیداحمد. (۱۳۹۶). فراتحلیل مبانی و کاربردها. مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد
- یزدان پناه، لیلا؛ حسن دوست فرخانی، هادی؛ بوستانی، داریوش و رضایی، امید. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه نگرش به فساد اداری و دینداری (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان)». جامعه شناسی مطالعات جوانان. دوره ۴، شماره ۱۱، صص ۱۳۷-۱۶۰.

- هومن، حیدرعلی. (۱۳۹۲). راهنمای عملی فراتحلیل در پژوهش علمی. تهران: انتشارات سمت

- Brooks, Graham; Aleem, Azeem; Button, Mark. (2013). **"Fraud, Corruption and Sport"**. Palgrave Macmillan UK, p. 59-70.
- Dreher A., Kotsogiannis C., McCorriston, S. (2007). **"Corruption around the world: Evidence from a structural model"**. Journal of Comparative Economics, 35: 443-466
- Kurer, O. (2002). **"Corruption: An alternative approach to its definition and measurement"**. Political study, Vol. 53, PP: 164-170.
- Hwang, G. (2016). **"Understanding Sport Corruption: An Examination of People's Perceptions toward Corruptions"**. Int Jour of Psychology, 6(4):250-7.
- Lee, W.S. Guven, C. (2013). **"Engaging in corruption: The influence of cultural values and contagion effects at the micro level"**. Journal of Economic Psychology, 39, 287-300.
- Maennig, W. (2005). **"Corruption in International Sports and Sport Management: Forms, Tendencies, Extent and Countermeasures"**. European Sport Management Quarterly, 5(2): 187- 205.
- Mason, D. S. Thibault, B. Misener, L. (2006). **"An Agency Theory Perspective on Corruption in Sport: The Case of the International Olympic Committee"**. Journal of Sport Management, NO 20, PP: 52-73.
- McKelvey, S. Moorman, A. (2007). **"Bush-Whacked: A Legal Analysis of the Unauthorized Use of Sport Organizations Intellectual Property in Political Campaign Advertising"**. Journal of Sport Management, NO 21, PP: 79-82.
- Quah, J. S. T. (2001). **"Combat corruption in Singapore: What can be learned?"** Journal of Contingency and Crisis of Management, 9(1).
- Tanzi, V. (1998). **"Corruption around the world: Causes, consequences, scope, and cures"**. IMF Staff Papers, 45: 559-564.
- Waite, D. Allen, D. (2003). **"Corruption and Abuse of Power in Educational Administration"**. The Urban Review, 35(4): 281-296.

ارزیابی عملکرد پایدار اماکن مجموعه ورزشی آزادی تهران با رویکرد HSE

مریم وفاخواه^۱
 مهدی سلیمی^۲
 مینا مستحفظیان^۳
 رضا شجیع^۴

 10.22034/SSYS.2022.1689.2188

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۲۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

شواهد و قرائن موجود در ایران نشان می‌دهد مدیریت تأسیسات و اماکن ورزشی با معیارها و استانداردهای جهانی فاصله دارد. در این بین سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست (HSE) یکی از کاملترین و مؤثرترین سیستم‌های مدیریتی است که می‌تواند به مرتفع ساختن این چالش کمک کند. براین مبنا، تحقیق حاضر به ارزیابی عملکرد پایدار اماکن مجموعه ورزشی آزادی تهران با رویکرد HSE پرداخته است. این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است و به صورت میدانی-کتابخانه‌ای اجرا شده است. محدوده زمانی این تحقیق سال ۱۳۹۹ و محدوده مکانی آن اماکن ورزشی مجموعه ورزشی آزادی تهران می‌باشد که به دو دسته اماکن تحت مدیریت مجموعه و اماکن تحت مدیریت فدراسیون‌های ورزشی طبقه‌بندی می‌شود. در این تحقیق برای ارزیابی عملکرد پایدار اماکن یاد شده از رویکرد تحلیل پوششی داده‌ها استفاده گردید.

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

۲- استادیار، مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۳- استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Mmostahfezian@yahoo.com

۴- استادیار، دانشگاه پیام نور، ایران

● ارزیابی عملکرد پایدار اماکن مجموعه ورزشی آزادی تهران با رویکرد HSE

یافته‌های پژوهش حکایت از آن دارد که میزان کارایی نسبی DMU1 (اماکن تحت مدیریت مجموعه) برابر با ۰/۴۴ و میزان کارایی نسبی DMU2 (اماکن تحت نظارت فدارسیون‌های ورزشی) برابر با ۱/۰ می‌باشد که نشان می‌دهد واحد تصمیم‌گیری DMU2 نسبت به واحد تصمیم‌گیری DMU1 کارایی نسبی بهتری دارد- شاید به این دلیل که دایره نظارت اماکن تحت اختیار فدارسیون‌های ورزشی بیشتر است و بودجه خود را به طور مستقیم از شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور دریافت می‌کنند.

واژگان کلیدی: اماکن ورزشی، بهره‌وری، تحلیل پوششی داده‌ها، کارایی نسبی و مدیریت نظام‌مند.

مقدمه

امروزه یکی از نگرانی‌های اساسی مدیران اماکن ورزشی، تأمین سلامت و ایمنی تماشاگران و شرکت‌کنندگان در رویدادهای ورزشی یا فعالیت‌های آموزشی و تفریحی است (مارس‌دین-هیسکوت و لانگدون^۱، ۲۰۱۸: ۱۱۰). از این‌رو، در طی سال‌های گذشته سازمان‌های ورزشی خارجی، لیگ‌های ورزشی و سایر نهادهای ورزشی وابسته به آن در سطوح ملی و بین‌المللی برنامه‌های بی‌شماری را در زمینه‌های نامبرده جهت پیاده‌سازی بهتر مدیریت مکان با هدف حفظ سلامت و ایمنی ورزشکاران و به دست آوردن مزایای مالی اجرا کرده‌اند (سارتوری بالدوین و مک‌کلوخ^۲، ۲۰۱۸: ۳۹۱).

در ایران اما شواهد و قرائن موجود نشان می‌دهد مدیریت تأسیسات و اماکن ورزشی با معیارها و استانداردهای جهانی فاصله دارد و نه تنها از نظر کمی، بلکه از نظر کیفی برای دستیابی به استانداردهای معمول و مرسوم بین‌المللی راه درازی در پیش دارد (مظفری، ۱۳۸۸: ۴۴). جوانمردی و باقری (۱۳۹۲: ۱۲۵) در این باره اظهار داشتند که نبود سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط در ورزش ایران منجر به چنین پدیده‌ای شده است. به علاوه، این خلاء باعث ایجاد موانع و تجهیزات غیراستاندارد و خطرناک، فضای ناکافی و نامناسب و عدم رعایت استانداردها شده است و بنابر گزارش‌ها، همه عوامل یاد شده باعث افزایش سقوط، صدمات ورزشی، تلفات و سایر خسارات جبران‌ناپذیر شده‌اند. در بررسی دیگر درمحمدی، فام و زارعی (۱۳۹۵: ۹) نشان دادند که عدم رعایت استانداردهای بهداشتی و درمانی در مراکز ورزشی ایران سبب شیوع و بروز بیماری‌های واگیردار پوستی و تنفسی شده است. اگرچه این آمار ثابت نشده است، اما در بسیاری از گزارش‌های دانشگاهی مورد اشاره قرار گرفته است. درمحمدی و همکاران (۱۳۹۵: ۱۱) همچنین بیان داشتند که به تازگی سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست^۳ در برخی از مناطق تفریحی و مذهبی در ایران اجرا شده، اما آن طور که باید و شاید به آن توجه نشده است. این در حالی است که اگر این سیستم در اماکن ورزشی پیاده‌سازی شود، می‌تواند در توسعه قهرمانی و ورزش‌های همگانی و به حداقل رساندن حوادث انسانی و زیست محیطی کمک شایانی کند (کوکو، گرین و کانز^۴، ۲۰۱۴: ۴۹۵).

سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست یکی از کاملترین و مؤثرترین سیستم‌های مدیریتی است که می‌توان در محیط دلایل احتمالی آسیب را شناسایی و ارزیابی و پس از تشخیص آسیب مورد نظر جهت اطمینان از بهداشت، ایمنی و محیط ورزش آن‌ها را حذف یا کنترل نمود (کلی و همکاران^۵، ۲۰۱۴: ۶۱؛ گیلیانوتی و نومراتو^۶، ۲۰۱۸: ۲۰۸). این سیستم همچنین می‌تواند هزینه‌ها و خطرات را کاهش و ایمنی، سلامتی و فرصت‌ها را افزایش دهد. علاوه بر این، یک بازرسی یکپارچه و مطمئن را فراهم می‌کند و زمانی که این سه موضوع بهداشت، ایمنی و محیط زیست تحت مدیریت یکپارچه جمع شوند، اثرات هم‌افزایی قابل توجهی خواهند داشت و تأثیرات آن

1. Marsden-Heathcote & Langdon
2. Sartore-Baldwin & McCullough
3. Health, Safety and Environment Management (HSE)
4. Kokko, Green & Kannas
5. Kelly et al.
6. Giulianotti & Numerato

نسبت به گذشته به مراتب بیشتر خواهد بود (کومار و همکاران^۱، ۲۰۱۸: ۵۴۹). به علاوه، سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست دارای نقشه راه و یک دوره تکاملی سه مرحله‌ای است که با گذر از مراحل آن، از بروز حوادث و تعداد خطرهای ایمنی، بهداشتی و محیطی موجود کاسته می‌شود (آخادیم، گیدادو و پینتینگ^۲، ۲۰۱۸: ۲۲). با توجه به ارزش بالای این سیستم در مدیریت اماکن طی سال‌های گذشته، تحقیقات بی شماری پیرامون آن انجام شده است؛ از جمله تحقیق پاک‌جو و همکاران (۱۳۹۵: ۱۰) که با بررسی اثربخشی برنامه‌های مدیریت ایمنی، بهداشت و محیط زیست و ارتباط آن با رضایت شغلی نشان داد که بین نمره کلی برنامه‌های مدیریت HSE و نمره کلی رضایت شغلی و تمامی ابعاد آن قبل و بعد از مداخله رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در زمینه رتبه‌بندی شاخص‌های مدیریت HSE^۳، شاخص برنامه‌های کنترلی بهداشت حرفه‌ای دارای بیشترین نمره بود. حجب‌پور و اسدی (۱۳۹۶: ۷۱) با تحلیل وضعیت بهداشتی - زیست محیطی اماکن ورزشی و رابطه آن با میزان مشارکت در فعالیت بدنی شهروندان استان‌های خراسان کشف کردند که میزان آگاهی مدیران، مربیان و کاربران در سطح مطلوبی قرار دارد. همچنین مشخص گردید که بین وضعیت بهداشتی و زیست محیطی اماکن ورزشی به ترتیب با میزان مشارکت شهروندان ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. همچنین ذکایی و همکاران (۱۳۹۸: ۱۲۵) در تحقیقی با محوریت ارائه و اعتباربخشی یک مدل کاربردی جهت ارزیابی کمی عملکرد HSE شهرداری‌ها با رویکرد تأثیر مؤلفه‌های سیستم مدیریت شهری به این نتیجه رسیدند که محورهای عملکردی فرآیند محور HSE نسبت به محورهای نتیجه محور HSE ارزش وزنی بالاتری را به خود اختصاص می‌دهند. کانگ، ژانگ و ژاو^۴ (۲۰۱۶: ۹۲) در مطالعه‌ای با عنوان «بهبود ارزیابی عملکرد سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست با ترکیب نقشه‌های شناختی فازی و تجزیه و تحلیل درجه نسبی» نشان دادند که اجرای ارزیابی عملکرد HSE-MS طیف گسترده‌ای از برنامه‌ها را شامل می‌شود؛ از عوامل مختلف انسانی گرفته تا تنظیم کار، مذاکره، سازماندهی و طراحی سیستم در سطح کلان و در سطح خرد. در تحقیقی دیگر لی^۵ (۲۰۱۸: ۴۷) با بررسی تأثیر مدیریت ایمنی و فعالیت‌های پایدار بر عملکرد پایدار نشان داد که سیستم‌های برنامه‌ریزی و کنترل بر فعالیت‌های مشارکت و نظارت در فرآیندهای مدیریت زنجیره تأمین تأثیر می‌گذارد و به نوبه خود بر عملکرد پایدار اثر دارد. علاوه بر این، بویوکوزکان و کاربولوت^۶ (۲۰۱۸: ۲۵۳) در تحقیقی با عنوان «ارزیابی عملکرد پایداری: بررسی ادبیات» نشان دادند که مدل‌های ارزیابی عملکرد پایداری باید متعادل‌تر باشند، معیارهای مناسب و مناسبات آنها باید به خوبی تعریف شده و ذهنیت معیارهای کیفی ذاتی برای شاخص‌های پایداری در نظر گرفته شود. برای پرداختن به این ذهنیت، می‌توان از تکنیک‌های تصمیم‌گیری گروهی و سایر روش‌های تحلیلی که می‌تواند با عدم اطمینان، شاخص‌های تضاد و ارزیابی‌های زبانی دست و پنجه نرم کند در آثار بعدی استفاده کرد. از طرفی مامشلی و همکاران^۷ (۲۰۲۰: ۲۸۶) در تحقیقی با عنوان «تهیه الگوی یکپارچه بهداشت، ایمنی و مدیریت محیط زیست در امکانات ورزشی در ایران»

1. Kumar et al.
2. Alkhadim, Gidado & Painting
3. Health, Safety, Environment
4. Kang Zhang & Gao
5. Lee
6. Büyüközkan & Karabulut
7. Mamashli

نشان دادند که سه بعد اصلی، یعنی استقرار فناوری‌های مرتبط (پیشینه‌های مدرن)، استقرار سیستم مدیریت (اجزای اصلی) و بهبود فرهنگ مدیریت و ابعاد فرعی آن‌ها را بر سیستم بهداشت، ایمنی و مدیریت زیست محیطی از امکانات ورزشی تأثیر دارد. سرانجام در تحقیق سارخلی و همکاران (۲۰۲۰: ۱۸) که با هدف ارزیابی وضعیت فعلی سیستم ملی مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست برای ادغام، هماهنگی و استاندارد سازی حفاظت از محیط زیست انجام شد، مشخص گردید که هماهنگی مفاهیم، مثال‌ها و روش‌های مقابله با HSE، استاندارد سازی و هماهنگی سیستم‌های HSE در همه سطوح کشور، یافتن امکان انتقال تجربه علمی و فنی موسسات خارجی و مؤسسات داخلی و همچنین تسهیل مشارکت حداکثری آن‌ها در توسعه پایدار بسیار مهم است.

مرور تحقیقات انجام شده نشان داد سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست روشی مؤثر برای از بین بردن اقدامات منسوخ شده و کمک به مدیران در اتخاذ اقدامات اصلاحی مناسب است. همچنین سیستم مدیریت نامبرده در از بین بردن یا کاهش خطرات، ناهنجاری‌ها، ریسک‌ها، تصادفات و عواقب جانبی آن نقش کاملاً غیرقابل انکاری دارد و در نهایت اینکه یکی از حساس‌ترین و مهم‌ترین عوامل در دستیابی به اهداف یک سازمان از نظر بهداشت، ایمنی و محیط زیست کیفیت و اثربخشی سیستم‌های ایمنی، بهداشت و مدیریت محیط زیست است. علیرغم این در حوزه ورزش و اماکن ورزشی به این مقوله کمتر توجه شده است و اطلاعات چندانی پیرامون این مهم در اماکن ورزشی و چگونگی وضعیت آن در اختیار نیست. از طرفی به نظر می‌رسد اماکن ورزشی دارای معیارهای فنی و بهداشتی پایین، ضمن افزایش مشکلات بهداشتی جامعه، سلامتی و ایمنی افراد استفاده کننده از آن را نیز با خطر همراه می‌کنند. بر این مبنا اکثر قریب به اتفاق سازمان‌ها امروزه سیاست مسئولیت اجتماعی‌شان را بر این اصل که آسیب رساندن به محیط زیست را به حداقل مقدار ممکن برسانند، بنا کرده‌اند و در این بین سازمان‌های ورزشی و اماکن ورزشی متبوع آن نیز از این قاعده مستثنی نیستند. براین اساس لازم است یک سیستم مدیریتی یکپارچه پیرامون مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست در این اماکن طرح‌ریزی گردد، اما به دلیل وجود تحقیقات مرتبط در این زمینه این مهم تا به امروز محقق نگردیده است. از طرفی پیش‌تر ارزیابی از عملکرد پایدار اماکن ورزشی مبتنی بر رویکرد مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست به عمل نیامده است و چون ایجاد یک سیستم نظام‌مند HSE تنها راه رسیدن به سطح مطلوب اهداف عملکردی اماکن ورزشی است و اجرای آنها مستلزم شناخت اجزای شاخص‌های این مفهوم است، لذا پژوهش حاضر درصدد است عملکرد پایدار اماکن ورزشی که در این تحقیق مجموعه ورزشی آزادی تهران به دلیل گستردگی، قدمت و ازدیاد استفاده از ظرفیت آن انتخاب شده است، ارزیابی نماید. گفتنی است که مجموعه ورزشی آزادی تهران (پیش از انقلاب با نام آریامهر) بزرگترین مجموعه ورزشی ایران است که در غرب شهر تهران قرار دارد و با مدیریت «شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور» (متعلق به وزارت ورزش و جوانان) اداره می‌شود. مساحت تقریبی این مجموعه ۴۶۰ هکتار است که از این میان، ۴۰۰/۰۰۰ مترمربع به فضای ساختمان‌ها اختصاص داده شده است. ۱۴۵ هکتار از مجموعه را جنگل تشکیل داده، ۴۵ هکتار به چمن تزیینی و ۸ هکتار نیز به زمین‌های چمن ورزشی اختصاص یافته است. به طور کلی انتظار می‌رود با انجام این تحقیق عوامل آسیب‌زای اماکن ورزشی شناسایی، ارزیابی و کنترل شود، سطح سلامت، ایمنی و محیط زیست امکانات ورزشی ارتقا پیدا کند و همچنین کارایی نسبی عملکرد پایدار اماکن ورزشی مجموعه ورزشی تحت مالکیت فدارسیون‌ها و خود مجموعه ارزیابی دقیق شود.

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی بود که به صورت میدانی-کتابخانه‌ای به اجرا در آمد. محدوده زمانی این تحقیق سال ۱۳۹۹ و محدوده مکانی آن، اماکن ورزشی مجموعه ورزشی آزادی تهران می‌باشد که به دو دسته اماکن تحت مدیریت مجموعه (ورزشگاه ۱۰۰ هزار نفری و سالن ۱۲ هزار نفری) و اماکن تحت مدیریت فدراسیون‌های ورزشی (سالن بسکتبال، سالن تیراندازی، استخر قهرمانی، پیست دوچرخه سواری، پیست اتومبیلرانی، پیست اسکیت، پیست کارتینگ، دریاچه مصنوعی، زمین تنیس، سالن بسکتبال و سالن کشتی) طبقه‌بندی می‌شود. در این تحقیق برای ارزیابی عملکرد پایدار اماکن مذکور از رویکرد تحلیل پوششی داده‌ها استفاده شد. اساس روش تحلیل پوششی داده‌ها، شناسایی شاخص‌های ورودی و خروجی واحدهای تصمیم‌ساز (در این تحقیق اماکن تحت مدیریت خود مجموعه و اماکن تحت مدیریت فدراسیون‌های ورزشی) است. در این تحقیق پس از مطالعه منابع داخل و خارج کشور در زمینه ارزیابی عملکرد پایدار اماکن ورزشی با رویکرد HSE، از خبرگان و کارشناسان مدیریت اماکن ورزشی (۵ نفر) نظرخواهی شد؛ به این صورت که مطابق تحقیقات انجام شده در زمینه مربوطه، شاخص‌ها شناسایی گردید و از خبرگان کلیدی پیرامون اینکه این شاخص‌ها در تبیین عملکرد پایدار اماکن ورزشی نقش دارند یا نه نظرخواهی و پس از نظرخواهی از آن‌ها و اعمال نظرات نهایی آن‌ها شاخص‌های مقتضی احصا گردید. متناسب با شرایط اماکن مجموعه ورزشی آزادی، متغیرهای تحقیق در دو بخش ورودی‌ها (۴ شاخص) و خروجی‌ها (۱۰ شاخص) مشخص شدند. در واقع، مبنای انتخاب این ورودی‌ها و خروجی‌ها، شاخص‌های تأثیرگذار بر عملکرد پایدار اماکن ورزشی با توجه به تحلیل و بررسی محققان و دریافت نظرهای خبرگان حوزه مدیریت اماکن ورزشی بود. سرانجام به منظور توصیف و تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پژوهش و تعیین ارزیابی و بهره‌وری اماکن مذکور از مدل ریاضی تحلیل پوششی داده‌ها روش BCC با کمک نرم‌افزار EMS^۱ استفاده شد. در این مدل کارایی هر DMU یک مسئله برنامه‌ریزی کسری می‌باشد؛ یعنی کارایی هر DMU، ماکزیمم نسبت خروجی توزین شده به ورودی توزین شده تحت یکسری محدودیت است. با فرض اینکه X_{ij} و Y_{rj} به ترتیب ورودی‌ها و خروجی‌ها با محدودیت بزرگتر یا مساوی صفر باشند و $u_r (r = 1, \dots, s)$ و $v_i (i = 1, \dots, m)$ به ترتیب وزن‌های متناظر با ورودی‌ها و خروجی‌ها باشد و همچنین هر واحد تصمیم‌گیرنده نیز حداقل یک مؤلفه ورودی مثبت و یک مؤلفه خروجی مثبت داشته باشد، رابطه زیر را خواهیم داشت:

$$e_j = \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rj}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ij}}$$

$$s.t. : \sum_{r=1}^s u_r y_{rj} \leq \sum_{i=1}^m v_i x_{ij} \quad \forall j = 1, \dots, n$$

$$u_r \geq 0, r = 1, \dots, s$$

$$v_i \geq 0, i = 1, \dots, m$$

در تحلیل پوششی داده‌ها برای هر واحد تحت بررسی یک نمره کارایی محاسبه می‌شود که عددی در بازه صفر و یک است و بدین صورت واحدهای تحت بررسی را به دو گروه «واحدهای کارا» و «واحدهای غیرکارا» تقسیم می‌کند. واحدی که نمره آن یک شود $(e_k \leq 1)$ ، کارا و واحدی که نمره آن کمتر از یک شود $(e_k < 1)$ ، ناکاراست.

یافته‌های پژوهش

مبتنی بر اطلاعات گردآوری شده دو واحد تصمیم‌گیری وجود دارد. این واحدها شامل اماکن ورزشی تحت مدیریت خود مجموعه ورزشی آزادی و اماکن ورزشی تحت مدیریت فدراسیون‌های ورزشی است. گفتنی است واحدها در قالب DMU1 و DMU2 نام‌گذاری شدند.

جدول ۱. واحدهای تصمیم‌گیری (DMUs)

نام واحد	توصیحات
DMU1	اماکن ورزشی تحت مدیریت خود مجموعه ورزشی آزادی
DMU2	اماکن ورزشی تحت مدیریت فدراسیون‌های ورزشی

در ادامه ورودی‌ها و خروجی‌های سیستم (I/O) در قالب جدول ۲ ارائه شده است. مطابق با شاخص‌های هر گروه، ۴ شاخص ورودی سیستم، ۳ شاخص خروجی (بهداشتی)، ۳ شاخص خروجی (ایمنی) و ۴ شاخص خروجی زیست محیطی می‌باشد:

جدول ۲. شاخص‌های ورودی و خروجی

گروه	شاخص	علامت
ورودی HSE	تعداد افراد با تجربه و متخصص در زمینه ایمنی، بهداشت و محیط زیست	I/O1
	میزان بودجه‌ای سالیانه برای اجرای مدیریت نظام‌مند ایمنی، بهداشت و محیط زیست	I/O2
	میزان بودجه منظور شده برای مدیریت نظام‌مند ایمنی، بهداشت و محیط زیست	I/O3
	تعداد دستورالعمل‌های مرتبط با مدیریت نظام‌مند ایمنی، بهداشت و محیط زیست	I/O4
خروجی (بهداشتی) H	تعداد بازرسی از مکان‌های ورزشی پیرو مسائل بهداشتی در طول سال	I/O5
	تعداد افراد مریض شده به علت عدم توجه به دستورالعمل‌های بهداشتی	I/O6
	تعداد معاینات پزشکی به عمل آمده از کارکنان در طول سال	I/O7
	تعداد سوانح پیش آمده برای ورزشکاران در حین ورزش در طول سال	I/O8
خروجی (ایمنی) S	تعداد حوادث آتش‌سوزی یا درصدد خطر آتش‌سوزی	I/O9
	تعداد حوادث ناشی از شرایط نا ایمن	I/O10
	مقدار سرانه فضای سبز مکان	I/O11
	میزان تولید زباله نسبت به سال قبل	I/O12
خروجی (زیست محیطی) E	تعداد برنامه‌های افزایش سطح آگاهی‌های زیست محیطی کارکنان در طول سال	I/O13
	میزان تأمین انرژی از منابع انرژی تجدیدپذیر	I/O14

در ادامه آماره داده‌های هریک از ورودی‌ها و خروجی‌ها در قالب شاخص‌های میانگین، مجموع، واریانس، انحراف معیار، بیشینه و کمینه با ترکیب اطلاعات واحدهای تصمیم‌گیری ارائه شده است:

جدول ۳. آمار داده‌ها

نام	میانگین	جمع	واریانس	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
I/O1	۱۰	۲۰	۰	۰	۱۰	۱۰
I/O2	۷	۱۴	۹	۳	۱۰	۴
I/O3	۶	۱۲	۱۶	۴	۱۰	۲
I/O4	۵/۵	۱۱	۲۰/۲۵	۴/۵	۱۰	۱
I/O5	۵/۵	۱۱	۲۰/۲۵	۴/۵	۱۰	۱
I/O6	۲۶	۵۲	۶۷۶	۲۵	۵۲	۰
I/O7	۸	۱۶	۴۹	۷	۱۵	۱
I/O8	۲۵	۵۰	۲۵	۵	۳۰	۲۰
I/O9	۵/۵	۱۱	۲۰/۲۵	۴/۵	۱۰	۱
I/O10	۷۵/۵	۱۱۵	۵۰۶/۲۵	۲۲/۵	۸۰	۳۵
I/O11	۸/۵	۱۷	۴۲/۲۵	۶/۵	۱۵	۲
I/O12	۱۱	۲۲	۸۱	۹	۲۰	۲
I/O13	۳	۶	۴	۲	۵	۱
I/O14	۲/۵	۵	۶/۲۵	۲/۵	۵	۰

پس از مشخص شدن آماره داده‌ها، میزان بهره‌وری واحدهای تصمیم‌گیری مبتنی بر شاخص‌های HSE مطابق با فرمول زیر و اطلاعات حاصل از ورودی‌ها و خروجی‌ها مجازی که نتایج آن در جدول ۴ آمده است، محاسبه شد.

$$Productivity = \frac{Virtual\ output}{Virtual\ input} = \frac{Y_K}{X_K} = r_k$$

جدول ۴. ترکیب ورودی‌ها و خروجی‌های DMUS

نام واحد	Virtual input	Virtual output
DMU1	۷۱	۳۰۵
DMU2	۳۷	۳۵۸

مطابق با ترکیب اطلاعات حاصل از شاخص‌های ورودی و خروجی، میزان بهره‌وری برای DMU1 برابر با ۴/۳۰ و میزان بهره‌وری برای DMU2 برابر با ۹/۶۸ می‌باشد. براین اساس مشخص می‌گردد که میزان بهره‌وری DMU2 که نمایانگر اماکن تحت اختیار فدراسیون‌های ورزشی است به طور تقریبی دو برابر بیشتر از DMU1 می‌باشد.

$$Productivity_{DMU1} = \frac{305}{71} = 4.30$$

$$Productivity_{DMU2} = \frac{358}{37} = 9.68$$

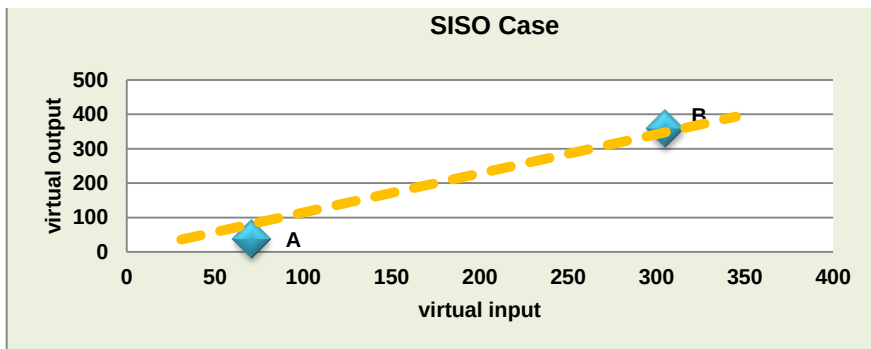
پس از تعیین میزان بهره‌وری هریک از DMUها، میزان کارایی نسبی آن‌ها مشخص می‌گردد. مطابق نتایج حاصل شده میزان کارایی نسبی DMU1 برابر با ۰/۴۴ و میزان کارایی نسبی DMU2 برابر با ۱/۰ می‌باشد که نشان می‌دهد که واحد تصمیم‌گیری DMU2 نسبت به واحد تصمیم‌گیری DMU1 کارایی نسبی بهتری دارد.

$$Efficiency_{DMU1} = 0.44$$

$$Efficiency_{DMU2} = 1.00$$

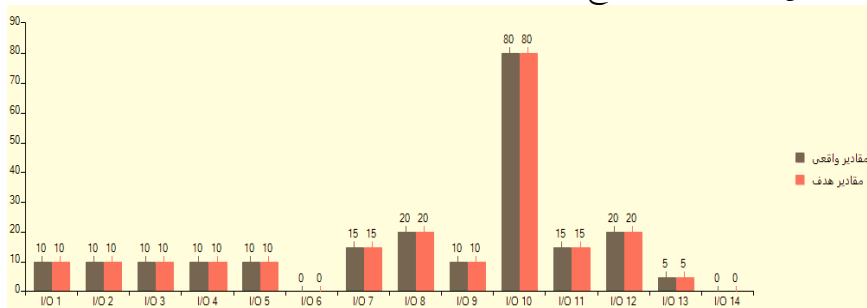
سرانجام با اقتباس از این نتایج، نمودار نتایج میزان کارایی نسبی هر از یک DMUها ارائه شد. مطابق با نتایج این نمودار، میزان کارایی نسبی DMU2 در ارتباط با رعایت شاخص‌های HSE بهتر است. گفتنی است هرگاه DMUها در نمودار نتایج بالاتر از خط مبدا قرار گیرند، نشانه این است که کارایی نسبی آن‌ها وضعیت مطلوبی دارد.

۲۳۱

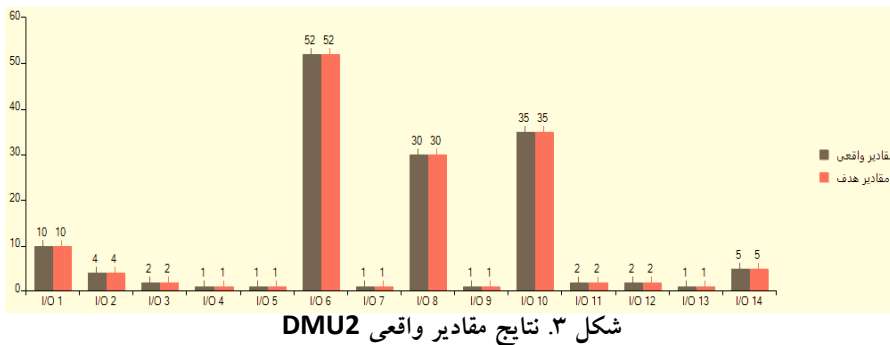


شکل ۱. نتایج میزان کارایی نسبی هر یک از DMUها

در ادامه شکل ۲ و ۳، نمودار نتایج میزان مقادیر هدف را برای DMU به تفکیک نشان داده است:



شکل ۲. نتایج مقادیر واقعی DMU1



بحث و نتیجه‌گیری

شواهد و قرائن موجود در ایران نشان می‌دهد مدیریت تأسیسات و اماکن ورزشی با معیارها و استانداردهای جهانی فاصله دارد و نه تنها از نظر کمی، بلکه از نظر کیفی برای دستیابی به استانداردهای معمول و مرسوم بین‌المللی راه درازی در پیش دارد. در این بین سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست (HSE) یکی از کاملترین و مؤثرترین سیستم‌های مدیریتی است که می‌توان در محیط دلایل احتمالی آسیب را شناسایی و ارزیابی و پس از تشخیص آسیب مورد نظر جهت اطمینان از بهداشت، ایمنی و محیط آن‌ها را حذف یا کنترل نمود. براین مبنا، تحقیق حاضر به بررسی ارزیابی عملکرد پایدار اماکن مجموعه ورزشی آزادی تهران با رویکرد HSE پرداخته است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان که میزان رعایت دستورالعمل‌های مربوط به HSE در اماکن مجموعه ورزشی آزادی تهران تا حدودی زیادی کارایی نسبی لازم را دارد. این در حالی است که میزان کارایی نسبی اماکن تحت نظارت فدارسیون‌های ورزشی به نسبت میزان کارایی نسبی اماکن تحت نظارت خود مجموعه ورزشی آزادی تهران بیشتر بود. این یافته به طور تقریبی با نتایج مطالعه حجی‌پور و اسدی (۱۳۹۶: ۷۱) مبنی بر اینکه میزان آگاهی مدیران، مربیان و کاربران در سطح مطلوبی قرار دارد، تاحدودی همخوانی دارد. هرچند که در مطالعه مذکور میزان اطلاعات گردآوری شده مبتنی بر نظرسنجی از دینفعان بود، اما در مطالعه حاضر از اطلاعات میدانی استفاده گردید. همچنین این یافته با نتایج مطالعه جوانمردی و باقری (۱۳۹۲: ۱۱۳) که با مقایسه وضعیت ایمنی و بهداشتی اماکن سرپوشیده ورزشی اداره کل تربیت‌بدنی و سازمان آموزش و پرورش استان همدان نشان داد وضعیت ایمنی و بهداشتی اماکن ورزشی سرپوشیده مربوطه از نظر همه مؤلفه‌های تحت بررسی در مقایسه با استانداردها به طور معناداری در سطح پایینی قرار دارند، ناهمخوان است. یکی از دلایل ناهمخوانی می‌تواند ماهیت متفاوت شاخص‌های بررسی شده و دیگری روشی باشد که در تعیین وضعیت ایمنی و بهداشت اماکن سرپوشیده ورزشی به کار رفته است؛ به طوری که در مطالعه جوانمردی و باقری (۱۳۹۲: ۱۱۳) از شاخص‌های خرد و برای تعیین وضعیت آن‌ها از شاخص تعیین وضعیت استفاده شد، این در حالی بود که در تحقیق حاضر ضمن بررسی شاخص‌های کلان HSE از رویکرد تحلیل پوششی داده‌ها برای کارایی نسبی و میزان بهره‌وری استفاده گردید.

کومار و همکاران (۲۰۱۸: ۵۵۱) مدیریت نظام‌مند HSE را به عنوان راهبردی برای به حداقل رساندن اثرات نامطلوب اماکن بر محیط و افزایش اثرات مطلوب آنها با تأمین ایمنی همه جانبه،

تجهیزات و تاسیسات، به صفر رساندن حوادث و آسیب‌ها از طریق حذف شرایط ناایمن و ارتقای سلامت افراد، ایمنی و محیط زیست در کلیه سطوح و حفاظت از محیط زیست به عنوان سرمایه بشریت تعریف کرده‌اند و با اقتباس از نتایج حاصل شده این گونه استنباط می‌شود که اماکن تحت مالکیت فدراسیون‌های ورزشی میزان کارایی نسبی HSE شان به نسبت اماکن تحت مالکیت خود مجموعه ورزشی بیشتر است. شاید به این دلیل که در اماکن تحت اختیار مجموعه ورزشی آزاد یک بودجه مصوب وجود دارد و ورودی‌ها و خروجی‌های آن به تناسب اماکن زیادی که در اختیار دارد، محاسبه می‌شود. در مقابل اما فدراسیون‌های ورزشی بخش زیادی از بودجه خود را از شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور دریافت می‌کنند و به تناسب آن هر فدراسیون موظف است از مکانی که در اختیار او گذاشته شده است به نحو احسن نگهداری کند. در چنین حالتی میزان بهره‌وری مکان تحت مالکیت فدراسیون مربوطه به دلیل اینکه میزان نظارت آن بیشتر است و همچنین اینکه به طور مستقیم مسائل مربوط به ایمنی، بهداشت و محیط زیست را رصد می‌کند، بیشتر جلوه می‌کند. هرچند که میزان کارایی نسبی اماکن تحت مالکیت خود مجموعه ورزشی آزادی نیز تفاوت چندانی زیادی با وضعیت مطلوب ندارد. از طرفی، به نظر می‌رسد رعایت قوانین و استانداردهای مربوط به نظام HSE نزد اماکن تحت مدیریت فدراسیون‌های ورزشی علت چنین معلولی بوده باشد. در تبیین دیگر می‌توان اشاره داشت که توجه ویژه فدراسیون‌های ورزشی به این سیستم حاکی از اهمیت آن در طرح‌ریزی و توسعه خدمات و فرایندها با در نظر گرفتن ملاحظات بهداشتی، ایمنی و محیط زیستی آن‌هاست. با این حال استقرار سیستم مدیریت ایمنی، بهداشت و محیط زیست در فدراسیون‌های ورزشی همواره براساس یک سری خطوط راهنما انجام گرفته و معمولاً از ساختار مشابهی برخوردار هستند. شاید این همسانی ساختار در ارتباط با پدیده نامبرده ریشه در این داشته باشد که بخشی از تأمین مالی مدیریت نظام‌مند HSE توسط شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور که به نوعی تمام فدراسیون‌های ورزشی را نیز پوشش می‌دهد، انجام می‌شود.

از آنجا که مدیریت نظام‌مند HSE در ارتقای جنبه‌های ایمنی، بهداشت و محیط زیست اماکن ورزشی نقش تعیین‌کننده دارد و مادامی که این سه موضوع تحت مدیریت یکپارچه جمع شوند، میزان بهره‌وری اماکن را به احتمال زیاد افزایش می‌دهند، پیشنهاد می‌شود الگوی یکپارچه بهداشت، ایمنی و مدیریت محیط زیست در اماکن ورزشی در ابعاد فناوری‌های مرتبط، استقرار سیستم مدیریت و بهبود فرهنگ مدیریت HSE طراحی و پیاده‌سازی شود. گفتنی است برنامه‌ریزی و راهبرد علمی صحیح برای توسعه مدل یکپارچه (HSE)، به ویژه در مکان‌های ورزشی می‌تواند به عنوان بالاترین قدرت مدیران اماکن ورزشی شناخته شود. لذا با به کارگیری دوره‌های آموزشی جهت ارتقای این پدیده می‌توان این مهم را نزد مدیران ارتقا داد. همچنین به نظر می‌رسد ایجاد محیط ایمن برای کارکنان اماکن ورزشی ضمن افزایش بازدهی و نشاط در محیط کار، سبب کاهش هزینه‌های انسانی و آسیب‌ها و خسارات نیز می‌شود. اگر برنامه ایمنی، بهداشت و محیط زیست در اولویت قرار گیرد، اماکن ورزشی می‌توانند به طور موثرتری با کارکنان ارتباط برقرار کنند. از طرفی، ترکیب یکپارچه بهداشت، ایمنی و محیط زیست (HSE) از عوامل ساختاری همگون و اثر بخش به شمار می‌رود و انسان را در ارتباط سنجیده با دیگران و محیط پیرامونی قرار می‌دهد. چیدمان خردمندانه این سه موضوع، بازتاب فرهنگی و روانشناختی سازنده‌ای نیز در میان افراد جامعه داشته و انگیزه بسیار مناسبی را برای ایجاد رفتار متناسب و در خور حیات طیبه فراهم می‌نماید و تعاملات اجتماعی را در سطح بالایی ارتقا می‌بخشد. سه موضوع بهداشت، ایمنی و محیط زیست از یک مقوله‌اند که اثرات

متقابل بر هم دارند. هدف غایی هر یک از این سه موضوع حفظ سلامت و زندگی انسان است. از آنجا که انسان هم جزئی از محیط زیست است، هر عاملی که تهدید کننده سلامت انسان است در نهایت تهدیدی برای محیط زیست به شمار می آید. یکی از ضرورت های ترکیب این سه موضوع، جلوگیری از کارهای موازی و کاهش هزینه های مربوط می باشد، چرا که نظام مدیریت سیستم نامبرده یک رویکرد منظم به کاهش مخاطرات و به حداکثر رساندن فرصت ها را ارائه می دهد. در نظر گرفتن توام این سه موضوع، یعنی به کارگیری نیروی کار سالم در یک فضای سالم و با تجهیزات و دستگاه های ایمن و در نتیجه تولید محصولی با کیفیت بیشتر از ویژگی های این نظام است. ضمن اینکه این سه مقوله اثرات هم افزایی بر یکدیگر دارند، اثر آنها در بهره وری کار به مراتب بیشتر و گسترده تر می گردد.

سرانجام باید اشاره داشت که در تعمیم نتایج این تحقیق لازم است جانب احتیاط رعایت شود، چرا که در این تحقیق محدودیت های وجود داشت که نادیده گرفتن آن ها نتایج تحقیق را گمراه می کند. نخستین محدودیت این بود که مطابق با گزارش مدیریت اماکن مجموعه ورزشی آزادی تهران، فهرست تفکیک شده ای پیرامون شاخص های HSE برای هر مکان ورزشی وجود ندارد؛ دوم اینکه مطابق با گزارش فدارسیون های مربوطه، کارکرد HSE اماکن ورزشی در اختیار فدراسیون های ورزشی از جانب شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور تعیین و ارزیابی می شود. از طرفی، شاخص های ورودی و خروجی جهت ارزیابی عملکرد با رویکرد تحلیل پوششی داده ها مبتنی بر مطالعه منابع داخل و خارج کشور و همچنین بررسی نظرهای خبرگان و کارشناسان مدیریت اماکن ورزشی داخل کشور احصا شد که نمی توان سازگاری آن را با استانداردهای جهانی ارزیابی کرد. براین مبنا به پژوهشگران آتی پیشنهاد می شود ضمن توجه به این محدودیت ها و مرتفع ساختن آن در آینده، الگویی را جهت ارتقای اثربخشی برنامه های مدیریت نظام مند HSE در اماکن ورزشی ایران با تأکید بر استانداردهای جهانی طراحی کنند و در صورت امکان با استفاده از مطالعه تطبیقی تفاوت و شباهت های این برنامه را با برنامه های کشورهای توسعه یافته مقایسه نمایند.

منابع

- پاک‌جو، ا؛ میرزا ابراهیم طهرانی، م. و ملماسی، س. (۱۳۹۵). «بررسی اثربخشی برنامه‌های مدیریت ایمنی، بهداشت و محیط زیست (HSE) و ارتباط آن با رضایت شغلی (مورد مطالعه: یکی از واحدهای تولید روغن نباتی غرب تهران)». مجله مهندسی بهداشت حرفه‌ای. دوره ۳، شماره ۳، صص: ۱۰-۲۱.
- جوانمردی، ب. و باقری، ه. (۱۳۹۲). «مقایسه وضعیت ایمنی و بهداشتی اماکن سرپوشیده ورزشی اداره کل تربیت بدنی و سازمان آموزش و پرورش استان همدان با استانداردها». دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. شماره ۵، صص ۱۱۳-۱۲۵.
- حجبی‌پور، ع. و اسدی، ح. (۱۳۹۶). «تحلیل وضعیت بهداشتی-زیست محیطی اماکن ورزشی و رابطه آن با میزان مشارکت در فعالیت بدنی شهروندان استان‌های خراسان». مدیریت ورزشی. دوره ۹، شماره ۱، صص ۷۱-۸۳.
- درمحمدی، ع.، فام، ا. م. و زارعی، ا. (۱۳۹۵). «ارائه یک الگوی کاربردی برای ارزیابی عملکرد HSE پیمانکاران ساخت و ساز». دومهنامه سلامت کار ایران. دوره ۱۳، شماره ۶، صص ۹-۲۲.
- ذکایی، م.؛ فلاحتی، م.؛ اسدی، ه.؛ رفیعی، م.؛ نجفی، م. و بیابانی، ا. (۱۳۹۸). «ارائه و اعتباربخشی یک مدل کاربردی جهت ارزیابی کمی عملکرد HSE شهرداری‌ها با رویکرد تأثیر مؤلفه‌های سیستم مدیریت شهری». فصلنامه بهداشت و ایمنی کار. شماره ۲، صص ۱۴۵-۱۵۶.
- مظفری، ا. ا. (۱۳۸۸). طراحی و مدیریت تأسیسات و اماکن ورزشی. چاپ اول، تهران: پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی
- Alkhadim, M., Gidado, K., & Painting, N. (2018). "Perceived Crowd Safety in Large Space Buildings: The Confirmatory Factor Analysis of Perceived Risk Variables". Journal of Engineering, Project, and Production Management, 8(1), 22.
- Büyüközkan, G., & Karabulut, Y. (2018). "Sustainability performance evaluation: Literature review and future directions". Journal of environmental management, 217, 253-267.
- Ghalayini, A. M., Noble, J. S., & Crowe, T. J. (2014). "An integrated dynamic performance measurement system for improving manufacturing competitiveness". International Journal of production economics, 48(3), 207-225.
- Kang, J., Zhang, J., & Gao, J. (2016). "Improving performance evaluation of health, safety and environment management system by combining fuzzy cognitive maps and relative degree analysis". Safety science, 87, 92-100.
- Kelly, B., King, L., Bauman, A. E., Baur, L. A., Macniven, R., Chapman, K., & Smith, B. J. (2014). "Identifying important and feasible policies and actions for health at community sports clubs: A consensus-generating approach". Journal of Science and Medicine in Sport, 17(1), 61-66.
- Kokko, S., Green, L. W., & Kannas, L. (2014). "A review of settings-based health promotion with applications to sports clubs". Health promotion international, 29(3), 494-509.

- Kumar, H., Manoli, A. E., Hodgkinson, I. R., & Downward, P. (2018). **“Sport participation: From policy, through facilities, to users’ health, well-being, and social capital”**. Sport management review, 21(5), 549-562.
- Lee, D. (2018). **“The Effect of safety management and sustainable activities on sustainable performance: Focusing on suppliers”**. Sustainability, 10(12), 47-96.
- Mamashli, J., Doosti, M., Tabesh, S., Farzan, F., & Abdavi, F. (2020). **“Provision of an Integrated Health, Safety, and Environment Management Model in Sports Facilities in Iran”**. Archives of Hygiene Sciences, 8(4), 286-298.
- Marsden-Heathcote, J., & Langdon, J. (2018). **Community sport event management**. London: Routledge
- Sarkheil, H., Tahery, B., Rayegani, B., Ramezani, J., Goshtasb, H., & Jahani, A. (2020). **“Evaluating the current status of the national health, safety, and environment management system for integration, harmonization, and standardization of environmental protection”**. Health Risk Analysis, (1), 18-24.
- Sartore-Baldwin, M. L., & McCullough, B. (2018). **“Equity-based sustainability and ecocentric management: Creating more ecologically just sport organization practices”**. Sport Management Review, 21(4), 391-402.

ارزیابی تاثیر چابکی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی بر توانمندسازی سازمانی ادارات ورزشی و جوانان

ساناز سروری^۱

علی فهیمی نژاد^۲



10.22034/SSYS.2022.1503.2039

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۵/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۷/۲۲

هدف از پژوهش حاضر، بررسی توانمندسازی سازمان ادارات ورزش و جوانان استان خراسان رضوی از طریق چابکی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی با رویکرد معادلات ساختاری است. روش تحقیق پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی پیمایشی بود. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان خراسان رضوی تشکیل می‌دادند که باتوجه به تعداد محدود جامعه آماری، نمونه آماری این پژوهش به صورت کل شمار (۲۰۰ نفر) انتخاب شدند - ۵۷ نفر زن و ۱۴۳ نفر مرد. در این تحقیق برای آزمون معناداری بارعاملی سوالات پرسشنامه و درک ساختار موجود میان متغیرها از تحلیل عاملی تاییدی و محاسبه KMO برای تشخیص مناسب بودن داده‌ها و تایید اجرای تحلیل عاملی و از نرم افزار اسمارت پی ال اس برای تحلیل داده‌ها استفاده شد.

یافته‌ها نشان داد که چابکی سازمانی اثر معنی‌داری بر توانمندسازی سازمان (۰/۳۸ = بارعاملی، $t\text{-value} = -۷/۹۱$) دارد و توانمندسازی روانشناختی اثر معنی‌داری بر توانمندسازی سازمانی (۰/۵۲ = بارعاملی، $t\text{-value} = ۱۰/۶۳$) دارد. بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که با توجه به اثر قابل توجه چابک سازی در تعالی سازمان، مدیران عالی سازمان می‌توانند راهبرد چابکی سازمانی را با استانداردهای تعالی و توانمندی سازمان همسو و هماهنگ سازند و از طریق مشارکت دهی بیشتر کارکنان این فرآیند را تسهیل نمایند.

واژگان کلیدی: توانمندسازی روانشناختی، چابکی سازمان، ورزش و جوانان.

۱- دانشجوی دکتری، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران

۲- استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران (نویسنده

مسئول)

مقدمه

«بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت» (۲۰۰۹) بیان کرده است که امروزه بسیاری از سازمان‌ها به دنبال ارزیابی میزان موفقیت خود در اجرای برنامه‌ها در مقاطع زمانی مختلف اند تا بتوانند عملکرد خود را با سازمان‌های دیگر به ویژه با بهترین آن‌ها مقایسه کنند (قنبری، اردلان، نصیری و کریمی، ۱۳۹۴). در دنیای رقابتی امروز که تغییر یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های آن می‌باشد، ضرورت دارد سازمان‌ها برای حفظ و بقای حیات خود به دنبال ایجاد و توسعه توانمندی‌هایی باشند که بتوانند به تولید انواع گوناگونی از محصولات و ارائه خدمات متنوع با توجه به نیازها و انتظارات در حال تغییر مشتریان در کوتاه‌ترین زمان و با کمترین هزینه، بهبود و کیفیت و ایجاد نوآوری در محصولات و خدمات بپردازند. در واقع می‌توان گفت فقط سازمان‌هایی می‌توانند به حیات خود در بازارهای رقابتی ادامه دهند که بتوانند به چنین توانمندی‌هایی دست یابند. یکی از این توانمندی‌ها مربوط به تغییر و تحولات محیطی، چابکی سازمانی است. چابکی را توانایی یک سازمان برای تطبیق با تغییر و استفاده از فرصت‌هایی که به دنبال وقوع تحول نمایان می‌گردند، می‌دانند. به زعم شریفی و ژانگ (۱۹۹۹) توانایی هر سازمان در احساس، ادراک و پیش بینی تغییرات موجود در محیط کسب و کار را «چابکی» گویند. چنین سازمانی باید بتواند تغییرات محیطی را تشخیص دهد و به آن‌ها به عنوان عوامل رشد و شکوفایی بنگرد (حیدری و همکاران، ۱۳۹۲). لذا به نظر می‌رسد مهم‌ترین عامل در هر سازمان برای رویارویی با این تغییرات، نیروی انسانی است و بی شک موفقیت و پیشرفت هر سازمان نیز به نیروی انسانی بستگی دارد. داشتن نیروی انسانی توانمند و کارآمد که بنیاد ثروت ملی و دارایی‌های حیاتی سازمان به حساب می‌آیند، منافع بسیار زیادی برای سازمان‌ها به دنبال خواهد داشت. کارکنان از معیارهای مهم تعالی سازمانی‌اند و به توانمندسازی‌شان در مدل اروپایی ای اف کیو ام^۱ بیش از پیش توجه شده است (قنبری و همکاران، ۱۳۹۴). شایستگی عبارت است از: احساس کارمند از اینکه قابلیت و تبحر لازم را برای انجام موفقیت آمیز کار خود را داراست. بنابراین شایستگی یک باور شخصی است که فرد احساس می‌کند می‌تواند وظایف محول شده را به طور موفقیت آمیز انجام دهد. اعتماد به این معنی است که کارمند مطمئن باشد با وی منصفانه و یکسان و از هر منظری بی‌طرفانه رفتار خواهد شد. احساس خودمختاری عبارت است از: احساس کارمند از این که در اجرا و نظام بخشیدن به فعالیت‌های مربوط به شغل خود از آزادی لازم برخوردار است. احساس معنی - داری به تناسب بین الزامات شغل، باورها، ارزش‌ها و رفتارهای فرد برمی‌گردد. یکی از عواملی که نقش اساسی در برتری سازمان‌ها دارد، توانمندسازی روانی کارکنان است که طی سال‌های گذشته، توجه تعداد زیادی از بزرگان مدیریت را به خود جلب کرده است، زیرا با توجه به محیط رقابتی و پیچیده کنونی، سازمان‌ها محکوم به داشتن نیروی انسانی توانمند از بعد روانی هستند، چرا که نیروی ضعیف، کم‌توان و بی تفاوت مانعی برای رسیدن به اهداف و آرزوهای بزرگ است (بورقانی، آبدارزاده، فتوت و پورحسینی، ۱۳۹۵). هم‌چنین، بنابر مطالب گفته شده و وجود رقابتی که امروزه بین سازمان‌های ورزشی و غیر ورزشی به وجود آمده است، سازمان‌ها نیازمند داشتن نیروی انسانی توانمند و سرعتی در انجام امور و برطرف کردن مشکلات و مسائل ضروری به وجود آمده در سازمان هستند. یکی از این توانمندی‌ها مربوط به تغییر و تحولات محیطی، چابکی سازمانی است (استاندر و روتمن^۲، ۲۰۱۰). توانمندسازی، کارکنان سازمان‌ها را توانمند می‌سازد و باعث ارتقای

عملکرد آنان می‌شود. توانمندسازی کارکنان، امری حیاتی برای بالا بردن بازدهی و بهره‌وری سازمان است (شمسی فر و همکاران، ۱۳۹۹). از سوی دیگر، سرعت شاید مهم‌ترین ثروت در هزاره سوم و عصر جدید موسوم به «عصر اطلاعات» باشد. برای کاستن زمان پاسخگویی و بهبود انعطاف‌پذیری باید شکل کاملاً جدیدی از سازمان‌ها به وجود آیند که برای این منظور اصطلاح «چابکی سازمانی»^۱ برای اولین بار به کار گرفته شد (نیک‌پور و برکم، ۱۳۹۰). چابکی سازمانی، سیستمی با توانمندی‌ها و شایستگی‌هایی است که باعث بقا و پیشرفت بنگاه در یک محیط رقابتی (ویژگی اساسی محیط رقابتی عدم اطمینان است) می‌شود (دریس و همکاران، ۲۰۱۲).

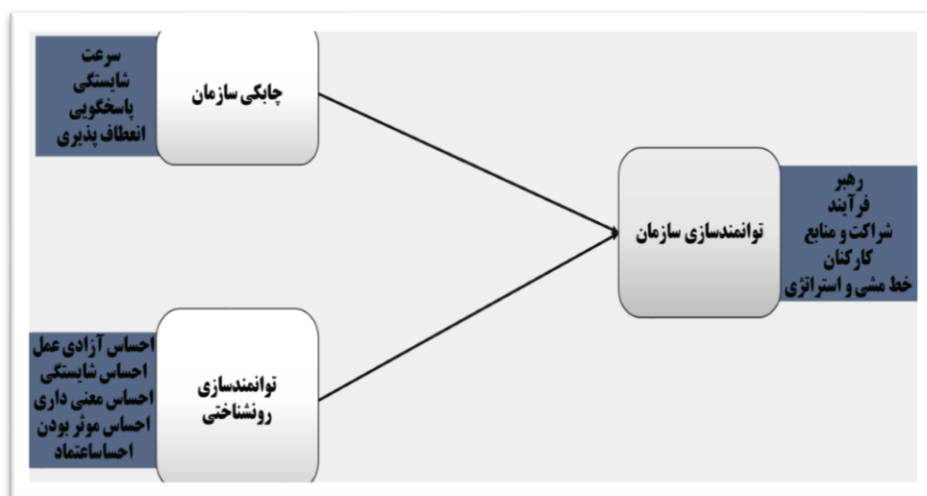
چابکی، نوعی قابلیت پویاست که سازمان‌ها را در پیکربندی مجدد، جمع‌آوری و یکپارچه‌سازی منابع، اطلاعات، فرآیندها و فناوری قادر می‌سازد. این توانایی سازمان‌ها را قادر به ایجاد هم‌افزایی و افزایش مزیت رقابتی می‌کند که سبب افزایش عملکرد سازمانی می‌گردد. در سازمان چابک که با تغییرات محیطی مداوم روبروست، توانایی نیروی انسانی نقش مهمی را ایفا می‌کند؛ توانمندسازی منابع انسانی می‌تواند زمینه لازم را برای پرورش کارکنان توانمند فراهم سازد. پس اجرای برنامه‌های توانمندسازی می‌تواند به بهبود ارتقای چابکی سازمانی یاری رساند (کلانتری و عبدالملکی، ۱۳۹۹). چابکی را توانایی یک سازمان برای تطبیق با تغییر و استفاده از فرصت‌هایی که به دنبال وقوع تحول نمایان می‌گردند، می‌دانند. درواقع سازمان چابک به سازمانی گفته می‌شود که دارای ویژگی‌هایی ازجمله نوآوری، انعطاف‌پذیری و آمادگی واکنش به تغییرات محیطی و نسبت به مشکلات و کاستی‌ها بسیار مقاوم و پایدار باشد که این امر با داشتن نیروی انسانی چابک محقق می‌شود. هم‌چنین سازمان‌های چابک می‌توانند نیاز به تغییرات منابع درونی و بیرونی را حس کنند و این تغییرات را پیوسته اعمال و عملکرد سازمان را در سطح بالاتر از سطح متوسط نگه‌دارند. در همین راستا به نظر می‌رسد مهم‌ترین عامل در هر سازمان برای رویارویی با این تغییرات، نیروی انسانی توانمند است و بی‌شک موفقیت، پیشرفت و توانمندسازی هر سازمان نیز به نیروی انسانی بستگی دارد. داشتن نیروی انسانی توانمند و کارآمد، منافع بسیار زیادی برای سازمان‌ها به دنبال خواهد داشت. به همین دلیل داشتن نیروی انسانی توانمند یکی از ضروریات برای هر سازمانی محسوب می‌شود (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱).

در سال‌های اخیر، با توجه به اهمیت نیروی انسانی در سازمان و توانایی آنان در کمک به تعالی و توانمندسازی سازمان و پیشرفت سازمان‌ها در تقابل با سازمان‌های دیگر و بهبود وضع موجود خود، مطالعات بسیاری در این زمینه انجام شده است. بیشتر مطالعات رابطه تعالی سازمان را با متغیرهای بسیاری سنجیده‌اند که در تحقیقات جمشیدیان (۱۳۹۷)، صفدریان و پورکیانی (۱۳۹۶)، شیروانی و همکاران (۱۳۹۶)، ربیعی و همکاران (۱۳۹۵)، خدایار و ناستی (۱۳۹۵)، علی‌آبادی و همکاران (۱۳۹۵)، فیاضی (۱۳۹۵)، قاسمی (۱۳۹۵)، نیک‌کار (۱۳۹۵) و عزیزی اصل و همکاران (۱۳۹۴)، قنبری و همکاران (۱۳۹۴) و کرمی و همکاران (۱۳۹۴)، اسماعیلی و همکاران (۲۰۱۷)، دولت شاه و همکاران (۲۰۱۷) و اصغری و همکاران (۲۰۱۸) مشاهده می‌گردد. در سازمان‌های ورزشی ایران هم‌چون دیگر سازمان‌ها و نهادهای دولتی به‌منظور افزایش و بهبود عملکرد و بهره‌وری سازمانی، مدیران باید شرایطی را در محیط کار و سازمان فراهم آورند که بتوانند با چابک کردن سازمانی و توانمندساختن روانشناختی کارکنان، زمینه توانمندسازی کارکنان سازمان را ایجاد کنند.

1. Organizational agility
2. Dries

● ارزیابی تاثیر چابکی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی بر توانمندسازی سازمانی ادارات ورزش و جوانان

همچنین سازمان باید دارای یک نظام ارتباط منطقی و کارآمد نیز باشد که از طریق آن همه کارکنان بر اساس شایستگی و عملکرد خود بتوانند نردبان ترقی شغلی را طی کنند. با توجه به این که ادارات ورزش و جوانان استان خراسان رضوی معرف تربیت بدنی و ورزش استان است و عملکرد آن در کلیه ابعاد تأثیرگذار است، عملکرد خوب این ادارات پیش نیاز نیل به جامعه‌ای سالم و توسعه یافته است و برعکس عملکرد ضعیف آن موجب زمینه سازی برای بروز انواع نارسایی های اجتماعی و فرهنگی می شود. نظر به اینکه وزارت ورزش و جوانان عمده ترین نهاد متولی امر ورزش و تفریحات جوانان و نیز از جمله مهمترین نهادها در امر تربیت جوانان و ورزشکاران می باشد، همواره باید در راه توانمندسازی کارکنان و تعالی سازمانی گام بردارد و در زمره سازمان های متعالی در پیشاپیش محیط رقابتی حرکت کند (مرسل و همکاران، ۱۳۹۸). در سازمان های ورزشی ایران هم چون دیگر سازمان ها و نهادهای دولتی به منظور افزایش و بهبود عملکرد و بهره وری سازمانی، مدیران باید شرایطی را در محیط کار و سازمان فراهم آورند که کارکنان توانمندسازی لازم را احساس کنند، چرا که این توانمندسازی نقش مهمی را در چابکی سازمانی و تعالی سازمانی ایفا می کند و این راهبردها در ایجاد و بقای گروه موثر خواهد بود. از این رو، در این پژوهش به بررسی توانمندسازی ادارات ورزش و جوانان استان خراسان رضوی از طریق چابکی سازمانی و توانمندسازی روان شناختی پرداخته شده است. بدین منظور، مدل مفهومی پژوهش بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش در قالب شکل ۱ آورده شده است:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش از نظر نوع توصیفی همبستگی، از نظر راهبرد فرایندی، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش جمع آوری داده ها میدانی بود. این مطالعه به جهت شرایط و پیش فرض های مربوط به متغیرهای پژوهش و روابط بین آنها بر روی کارکنان ادارات ورزش و جوانان انجام گرفته است. جامعه آماری شامل کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان خراسان رضوی بود. نمونه آماری با

توجه به تعداد محدود جامعه آماری به صورت کل شمار (۲۰۰ نفر) انتخاب گردید و ۲۰۰ پرسشنامه بین آزمودنی ها توزیع شد که از این تعداد، ۱۹۶ پرسشنامه پاسخ داده شده و ۴ پرسشنامه بدون پاسخ برگشت داده شد.

ابزارهای پژوهش، مطالعه کتابخانه‌ای و پرسشنامه استاندارد بود. پرسشنامه دارای مقیاس ۵ ارزشی لیکرت بود. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه ۶۴ سؤالی بر اساس طیف پنج ارزشی لیکرتی استفاده شد. برای اطمینان از اینکه پرسشنامه های طراحی شده خصیصه های موردنظر یعنی توانمندسازی روانشناختی، چابکی سازمانی و تعالی سازمانی را اندازه گیری می کند به تحلیل روایی آن پرداخته شد. برای تعیین روایی تحقیق، از روایی ظاهری استفاده گردید. بدین منظور پرسشنامه های موردنظر بین صاحب نظران دانشگاهی و متخصصان مدیریت ورزشی توزیع و پس از جمع آوری نظرات آنان، اصلاحات لازم در پرسشنامه ها به عمل آمد. هم چنین سوالات عمومی شامل اطلاعات دموگرافیک پاسخ دهندگان با ۶ سوال بود: جنس، سن، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات، سابقه کار و سابقه ورزشی. در این پژوهش از روش آلفای کرونباخ که در بیشتر پژوهش ها مبنای سنجش پایایی قرار می گیرد، استفاده شد- آلفای کرونباخ معمولاً شاخص کاملاً مناسبی برای سنجش قابلیت اعتماد ابزار اندازه گیری و هماهنگی درونی میان عناصر آن است. جمع آوری داده ها با روش میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه استاندارد اسپریتزر^۱ (۱۹۹۵) برای بررسی توانمندسازی روانشناختی از پرسشنامه استاندارد شریفی و ژانگ^۲ (۲۰۰۱) برای سنجش چابکی سازمانی و برای بررسی تعالی سازمانی از پرسشنامه محقق ساخته (برگرفته از مدل تعالی سازمانی EFQM) استفاده شده است. پایایی پرسشنامه توانمندسازی روان شناختی توسط یزدان خواه (۱۳۸۹) از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ محاسبه گردید و پایایی پرسشنامه چابکی سازمانی نیز به وسیله نیک پور و سلاجقه (۱۳۹۱) با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷ محاسبه شد. هم چنین پایایی پرسشنامه تعالی سازمانی نیز در این تحقیق با استفاده از ضریب آلفا کرونباخ ۰/۹۳ محاسبه شد.

یافته های پژوهش

در جدول ۱ مشخصات فردی نمونه آماری آورده شده است:

جدول ۱. مشخصات فردی نمونه آماری

متغیر	مؤلفه	تعداد	درصد	متغیر	مؤلفه	تعداد	درصد
سن (سال)	زیر ۳۰	۱۴	۷	وضعیت تاهل	زیر ۵	۱۰	۵
	۳۰ تا ۳۹	۹۶	۴۸/۲		۵ تا ۱۰	۳۵	۱۷/۵
	۴۰ تا ۴۹	۸۱	۴۰/۲		۱۱ تا ۱۵	۸۲	۴۱
	بیشتر از ۵۰	۹	۴/۵		بیشتر از ۱۶	۷۲	۳۶
جنسیت	مجرد	۲۲	۰/۱۱	میزان تحصیلات	بی پاسخ	۱	۰/۵
	متاهل	۱۷۱	۸۵/۵		دیپلم	۸	۴
	بی پاسخ	۷	۳/۵		کاردانی	۱۶	۷/۵
	مرد	۱۴۳	۷۱/۵		کارشناسی	۹۸	۴۸/۵
	زن	۵۷	۲۸/۵		کارشناسی ارشد	۷۶	۳۸
					دکتری	۲	۱

1. Spreitzer

2. Zhang

یافته‌های پژوهش شامل دو بخش کلی روایی سنجی برازش مدل و تحلیل روابط بین متغیرها بود. بررسی برازش مدل بیرونی (مدل پابی PLS) در دو مرحله صورت پذیرفت: در مرحله اول، مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی) از طریق تحلیل‌های روایی و پایایی و تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد و در مرحله دوم، مدل ساختاری (مدل درونی) با برآورد مسیر بین متغیرها بررسی گردید. بارهای عاملی متغیرها در جدول ۲ و شکل ۱ قابل مشاهده است.

جدول ۲. نتایج ارزیابی روایی ابزار اندازه‌گیری براساس بارهای عاملی

چابکی سازمانی			توانمندسازی روان‌شناختی			توانمندسازی سازمان		
ابعاد	بار عاملی	گوینه	ابعاد	بار عاملی	گوینه	ابعاد	بار عاملی	گوینه
توانمندسازی سازمان	۰/۸۳	۱	۰/۸۷	۱	۰/۸۷	۰/۸۳	۱	۰/۸۳
	۰/۸۳	۲	۰/۸۷	۲	۰/۸۷	۰/۸۳	۲	۰/۸۳
	۰/۸۳	۳	۰/۸۵	۳	۰/۸۱	۰/۸۳	۳	۰/۸۳
	۰/۸۲	۴				۰/۸۲	۴	۰/۸۲
توانمندسازی روان‌شناختی	۰/۸۳	۱	۰/۸۵	۱		۰/۸۳	۱	۰/۸۳
	۰/۸۵	۲	۰/۸۸	۲	۰/۷۹	۰/۸۵	۲	۰/۸۵
	۰/۸۲	۳	۰/۸۳	۳		۰/۸۲	۳	۰/۸۲
	۰/۸۳	۴				۰/۸۳	۴	۰/۸۳
چابکی سازمانی	۰/۶۹	۱	۰/۸۴	۱		۰/۸۲	۱	۰/۸۲
	۰/۷۷	۲	۰/۸۸	۲	۰/۷۵	۰/۸۳	۲	۰/۸۳
	۰/۷۴	۳	۰/۸۳	۳		۰/۸۴	۳	۰/۸۴
	۰/۷۰	۴				۰/۷۰	۴	۰/۷۰
توانمندسازی روان‌شناختی	۰/۶۸	۱	۰/۷۴	۱		۰/۸۹	۱	۰/۸۹
	۰/۸۲	۲	۰/۸۶	۲	۰/۸۲	۰/۸۲	۲	۰/۸۲
	۰/۸۳	۳	۰/۸۹	۳		۰/۸۳	۳	۰/۸۳
	۰/۵۲	۴				۰/۵۲	۴	۰/۵۲
چابکی سازمانی	۰/۵۷	۱	۰/۸۳	۱		۰/۵۷	۱	۰/۵۷
	۰/۶۱	۲	۰/۸۴	۲	۰/۸۰	۰/۸۶	۲	۰/۸۶
	۰/۵۰	۳	۰/۷۸	۳		۰/۵۰	۳	۰/۵۰
	۰/۷۳	۴				۰/۷۳	۴	۰/۷۳

در مدل تحقیق حاضر، همان‌گونه که در جدول ۲ مشخص است، تمام اعداد ضرایب بارهای عاملی پرسش‌ها از ۰/۴ بیشتر بود؛ یعنی واریانس شاخص‌ها با سازه مربوطه‌اش در حد قابل قبول بود که نشان‌دهنده مناسب بودن این معیار است. برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری از سه نوع روایی استفاده شد: روایی محتوا، روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا. روایی محتوا با نظر سنجی خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) استفاده شد. در جدول ۳ و ۴ نتایج پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا به‌طور کامل آورده شده است:

۲۴۳

بر اساس جدول ۳ تمام مقادیر AVE درسازه مربوط به خود بالاتر از ۰/۵ و پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ می باشند که بیانگر برازش مناسب مدل می باشد.

[illegible]

روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبولی است که میزان روایی همگرا برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه های دیگر (مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه ها) در مدل باشد. در نرم افزار پی ال اس بررسی این امر به وسیله جدول ۴ حاصل می شود که خانه های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه ها و جذر مقادیر (AVE بر روی قطر اصلی) مربوط به هر سازه است. این مدل در صورتی روایی و اگرایی قابل قبولی دارد که مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در تحقیق حاضر که اعداد مندرج در قطر اصلی ماتریس هستند، از مقدار همبستگی بین آن ها که در خانه های زیرین و چپ قطر اصلی ماتریس ترتیب داده شده اند بیشتر باشد. از این رو می توان اظهار داشت که در تحقیق حاضر، سازه ها (متغیرهای مکنون) در مدل تعامل بیشتری با شاخص های خود دارد تا با سازه های دیگر؛ به بیان بهتر، روایی و اگرایی مدل در حد مناسبی است. مدل درونی بیانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است. با استفاده از مدل درونی می توان فرضیه های پژوهش را بررسی کرد. در جدول های ۵، ۶ و ۷ و شکل ۲ نتایج برازش مدل درونی مشاهده می شود.

جدول ۵. برازش مدل درونی (مقادیر معناداری)

توانمندسازهای سازمان	
چابکی سازمان	۷/۹۱
توانمندسازی روان شناختی	۱۰/۶۳

بر اساس جدول ۵ قدر مطلق روابط، بالای ۱/۹۶ معنادار می باشند.

جدول ۶. مقادیر معیارهای برازش مدل ساختاری

متغیرها	Q ²	R Square (R ²)	متغیرها	Q ²	R Square (R ²)
چابکی سازمان	۰/۳۷	-	موثر بودن	۰/۵۵	۰/۶۱
سرعت	۰/۳۵	۰/۵۵	اعتماد	۰/۳۸	۰/۴۸
شایستگی	۰/۴۱	۰/۴۹	توانمندسازی	۰/۵۲	۰/۶۵
پاسخگویی	۰/۴۲	۰/۷۳	رهبر	۰/۴۳	۰/۸۰
انعطاف پذیری	۰/۳۳	۰/۵۹	فرآیند	۰/۳۸	۰/۷۱
روان شناختی	۰/۴۷	-	شراکت ها	۰/۳۶	۰/۶۹
معنی داری	۰/۳۷	۰/۷۴	کارکنان	۰/۴۱	۰/۴۲
شایستگی	۰/۳۹	۰/۷۵	خط مشی	۰/۴۵	۰/۶۱
آزادی عمل	۰/۴۹	۰/۶۳			

با توجه به جدول ۶، میزان ضریب تعیین بیشتر متغیرهای تحقیق بسیار بالاتر از ۰/۳۳ هستند که این نشان از تاثیر یک متغیر برون از بر یک متغیر درون را دارد- میزان ضریب تعیین صفر تا یک متغیر است و نشان دهنده برازش مدل ساختاری در سه سطح ضعیف تا ۰/۱۹، متوسط تا ۰/۳۳ و قوی تا ۰/۶۷ می باشد. همچنین مدل دارای قدرت پیش بینی قوی است؛ چرا که قدرت پیش بینی تمامی سازه ها دارای شدت نزدیک یا بزرگ تر از ۰/۳۵ است- در صورتی که مقدار قدرت پیش بینی در مورد یک سازه درون را سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵، ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش بینی ضعیف، متوسط و قوی در قبال شاخص های آن سازه دارد.

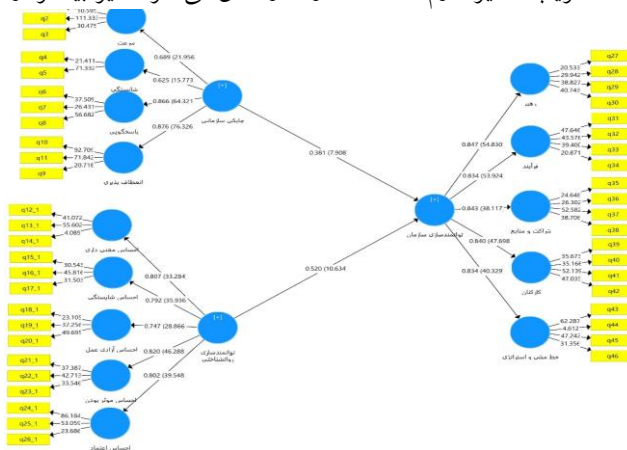
جدول ۷. برازش کلی مدل

متغیر	چابکی سازمان	سرعت	شایستگی	پاسخگویی	انعطاف پذیری	روان شناختی	معنی داری	شایستگی	آزادی عمل
مقادیر اشتراکی	۰/۴۹	۰/۵۸	۰/۵۲	۰/۵۵	۰/۴۹	۰/۶۳	۰/۶۹	۰/۵۷	۰/۶۱
خی دو	-	۰/۵۵	۰/۴۹	۰/۷۳	۰/۵۹	-	۰/۷۴	۰/۷۵	۰/۶۳
متغیر	موثر بودن	اعتماد	توانمند سازی	رهبر	فرآیند	شرکت	کارکنان	خط مشی	
مقادیر اشتراکی	۰/۶۰	۰/۵۱	۰/۴۶	۰/۴۸	۰/۵۸	۰/۷۰	۰/۶۳	۰/۶۰	
خی دو	۰/۶۱	۰/۴۸	۰/۶۵	۰/۸۰	۰/۷۱	۰/۶۹	۰/۴۲	۰/۶۱	

در نهایت با استفاده از جدول ۷ و فرمول ۱ برازش کلی مدل آورده شده است. سه مقدار ۰/۳۶، ۰/۲۵ و ۰/۰۱ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این معیار معرفی شده است. بنابراین با توجه به مقدار به دست آمده از فرمول ۱ (۰/۶۰) برازش کلی مدل در سطح قوی برآورد شد:

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2} = \sqrt{0/57 \times 0/63} = 0/60 \quad \text{فرمول ۱:}$$

برای معناداری بودن ضریب مسیر لازم است مقدار قدرمطلق تی هر مسیر بیشتر از (۱/۹۶) باشد.



شکل ۲. مدل آزمون شده پژوهش (بارهای عاملی و ضرایب معنی داری)

در جدول ۸، نتایج ضرایب مسیر و سطح معناداری مدل پژوهش ارائه شده است:

جدول ۸. نتایج ضرایب مسیر و سطح معناداری مدل پژوهش

نتیجه	معناداری (آماره تی)	ضریب مسیر	مسیر
پذیرش	۷/۹۱	۰/۳۸	چابکی سازمانی بر توانمندسازی سازمان
پذیرش	۱۰/۶۳	۰/۵۲	توانمندسازی روانشناختی بر توانمندسازی سازمان

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۸، چابکی سازمان به میزان ۳۸ درصد بر توانمندسازی سازمان اثر مستقیم و معنی‌داری دارد ($t\text{-value} = ۷/۹۱$ ، بار عاملی، $۰/۳۸$)، توانمندسازی روانشناختی نیز ۵۲ درصد بر توانمندسازی سازمان اثر معنی‌داری دارد ($t\text{-value} = ۱۰/۶۳$ ، بار عاملی، $۰/۵۲$) که نشان دهنده تاثیر قوی‌تر آن به نسبت چابکی سازمان بر توانمندسازی سازمان است.

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش، بررسی توانمندسازی ادارات ورزش و جوانان استان خراسان رضوی از طریق چابکی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی با رویکرد معادلات ساختاری بود. در سازمان‌های ورزشی ایران همچون دیگر سازمان‌ها و نهادهای دولتی به‌منظور افزایش و بهبود عملکرد و بهره‌وری سازمانی، مدیران باید شرایطی - نظیر مشارکت کارکنان در امور سازمان، ارتباط متقابل و مستمر با اعضای خود و تشویق و قدردانی - را در محیط کار و سازمان فراهم آورند که کارکنان توانمندسازی لازم را احساس کنند، چرا که این توانمندسازی نقش مهمی را در چابکی سازمانی ایفا می‌کند و این راهبردها در ایجاد و بقای سازمان ورزشی مؤثر خواهد بود. کلیات نتایج این پژوهش توسط مطالعات قبلی از جمله: مطالعه علی‌آبادی و همکاران (۱۳۹۵)، قاسمی (۱۳۹۵)، نیک‌کار (۱۳۹۵)، عزیزی اصل و همکاران (۱۳۹۴)، قنبری و همکاران (۱۳۹۴) و کرمی و همکاران (۱۳۹۴) مورد تأیید و حمایت قرار گرفت.

بر اساس جدول ۲ و شکل ۲ مشخص می‌شود که در زمینه چابکی سازمانی هر چهار مؤلفه انعطاف‌پذیری (۰/۷۶)، سرعت (۰/۶۹)، پاسخ‌گویی (۰/۶۴) و شایستگی (۰/۶۲) به ترتیب دارای نقش معناداری در تبیین چابکی سازمان بودند.

در زمینه توانمندسازی روانشناختی هر پنج مؤلفه احساس مؤثر بودن (۰/۸۲)، احساس معنی‌داری (۰/۸۱)، احساس اعتماد (۰/۸۰)، احساس شایستگی (۰/۷۹) و احساس آزادی عمل (۰/۷۵) به ترتیب بیشترین نقش را به‌صورت معنی‌دار در تبیین توانمندسازی روانشناختی کارکنان داشتند. توانمندسازی روانشناختی یعنی ایجاد یک حس درونی در افراد که بتوانند به‌طور مستقل، در فرایند کاری خود تصمیم‌گیری کنند. در این دیدگاه، نگرش و طرزتلقی افراد از وظایف کاری و نقش آنها در سازمان، مدنظر است.

توانمندسازی روانشناختی، به معنای ایجاد شرایط لازم برای ارتقای انگیزه افراد در انجام وظایف، از طریق پرورش احساس شایستگی یا کاهش احساس ناتوانی در آنان و در واقع نوعی انگیزش درونی شغلی است (مرسل و همکاران، ۱۳۹۷). بنابراین با توجه به این که در این پژوهش احساس مؤثر بودن بیشترین تاثیر را داشته است، کارکنان سازمان می‌توانند به میزان بیشتری بر راهبردها، خط مشی‌ها و رویه‌های سازمان‌های ورزشی اثرگذار باشند. وجود کارکنان متخصص و شایسته در سازمان باعث پیشرفت و تعالی آن در همه زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی می‌شود. از این‌رو، احساس اعتماد که از طرف مدیران نسبت به کارکنان به‌دست می‌آید، باعث می‌شود افراد با احساس آزادی و اختیار بیشتری در تصمیم‌گیری‌ها و مسائل مهم سازمان‌های ورزشی و ادارات ورزش و جوانان سهیم باشند. بعضی محققان معناداری را احساس هدف یا اتصال شخص به اهداف شغلی می‌دانند و در اصل فرصتی برای افراد است تا احساس کنند که اهداف شغلی مهم و با ارزشی را دنبال می‌نمایند (موحد و عباسی، ۱۳۹۸). به همین دلیل به احتمال زیاد در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان خراسان رضوی اهداف و ارزشی که برای رفتار کارکنان قائل می‌شدند با معیارها و آرمان‌های آن سازمان‌ها منطبق نبوده و به همین دلیل زیاد مورد توجه قرار نگرفته است. در زمینه

احساس آزادی عمل که کم ارزش ترین بعد در این پژوهش بوده، می توان گفت به دلیل نبود آزادی و ندادن اختیار زیاد به کارکنان، احساس آزادی عمل کمتر مورد توجه مدیران ادارات ورزش و جوانان قرار گرفته است. لذا مدیران باید با ایجاد آزادی عمل به کارکنان به آن ها نشان دهند که در راستای نیل به اهداف سازمان، سازمان به آن ها به عنوان اعضای کلیدی گوش می کند و از نقطه نظر آن ها استقبال می نماید. مدیران باید با دید بی طرفانه باعث ایجاد اعتماد در بین کارکنان شوند و از این طریق در کارکنانشان شادکامی و اعتماد به نفس ایجاد نمایند. چنین کارکنانی در وضعیت بسیار خوبی از لحاظ توانمندی روانشناسی قرار خواهند داشت و به تبع آن در صورت بروز هرگونه تغییرات در سازمان، این افراد در مقابله با تغییر مقاومت نخواهند کرد.

در نهایت در زمینه توانمندسازی سازمان نیز مشخص شد هر پنج مؤلفه رهبر (۰/۸۵)، شراکت ها و منابع (۰/۸۴)، کارکنان (۰/۸۴)، خطمشی و راهبرد (۰/۸۳) و فرآیند (۰/۸۳) به ترتیب بیشترین نقش را در تبیین معنی داری متغیر توانمندسازی سازمانی ادارات کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی داشتند. با توجه به میزان اثرگذاری تقریباً یکسان همه ابعاد توانمندسازی سازمان، پرداختن به زمینه های بهبود و تلاش بیشتر در جهت مرتفع ساختن آن ها می تواند سبب ارتقای توانمندی ادارات ورزش و جوانان و سازمان های ورزشی گردد. بنابراین مدیران باید سعی در بهبود هر یک از معیارها در ادارات ورزش و جوانان و سازمان های ورزشی زیربط داشته باشند، زیرا جهت نیل به موفقیت و اجرایی نمودن طرح ها پس از برنامه ریزی و اجرای آن ها، بررسی و بازبینی مجدد، کلید اصلی برای موفقیت خواهد بود. به دلیل این که این مدل وضعیت عملکرد سیستم توانمندسازی کلی سازمان را مشخص می سازد، این امکان را به سازمان های ورزشی می دهد که با درک وضعیت، برای رسیدن به وضعیت بهتر و بهبود مستمر برنامه ریزی نمایند.

براساس یافته های تحقیق، چابکی سازمانی بر توانمندسازی سازمان اثر مستقیم و معنی داری داشت ($t=0.38$ ، بار عاملی، $t\text{-value}=7.91$). در سازمان هایی که با تغییرات محیطی روبه رو هستند، توانایی و انعطاف پذیری، سرعت و پاسخ گویی نیروی انسانی نقش مهمی ایفا می کند. در این رابطه، اقداماتی مانند تأکید بر فعالیت های گروهی و فرهنگ مشارکت، تفویض اختیار به کارکنان، تأکید بر آموزش به عنوان ابزار مهم توان افزایی، تربیت و آموزش کارکنان در زمینه مهارت های گوناگون انجام می گیرد. بنابراین مدیرانی که به منابع انسانی و نظرات کارکنان توجه بیشتری نمایند و از مدیریت مشارکتی در انجام امور استفاده نمایند، با هزینه کمتر و سریع تر زمینه حرکت سازمان ها را در جهت توانمندسازی و چابکی فراهم خواهند ساخت (حیدری و همکاران، ۱۳۹۳). مدیران ادارات ورزش و جوانان باید با دادن اختیار به کارکنان و فراهم کردن امکانات مورد نیاز زمینه پاسخ گویی و سرعت عمل در کارها را ایجاد کنند و بر فرآیند امور و تخصیص منابع برای انجام تغییرات ضروری توجه نمایند (استاندر و رومان، ۲۰۱۰). در واقع، مدیران سازمان های چابک توانایی تأثیر بر ماهیت تغییرات را دارند و با ایجاد دستورالعمل، توجه همگان را در جهت تکمیل و تکامل هدف اصلی سازمان جلب می نمایند. علاوه براین، با همکاری بین ادارات ورزش و جوانان، جامعه و سایر سازمان ها امکان پاسخ گویی سریع به تقاضاهای متنوع افزایش می یابد، در حالی که امکان موفقیت برای سازمان بدون استفاده از قابلیت های سایر سازمان ها توانمند کاهش خواهد یافت. به عبارت دیگر، تقاضا برای ارائه خدمات متنوع و جدید در سازمان از طریق شبکه همکاری متقابل و با

تشریک مساعی کارکنان سایر سازمان‌ها برآورده می‌شود (هانایشا و تاهیر^۱، ۲۰۱۶). نتایج حاصل از تحلیل آماری نشان داد که بعد شایستگی و پاسخ‌گویی به کارکنان به ترتیب بیشترین تاثیر را در توانمندسازی سازمان داشته‌اند. بنابراین مدیران ادارات ورزش و جوانان می‌توانند با تقدیر بیشتر از کارکنان شایسته سازمان و داشتن برخورد مناسب و پاسخ‌گویی به‌جا و خوب به کارکنان در هر زمینه‌ای، باعث توانمندسازی سازمان و موفقیت بیشتر سازمان شوند. این یافته‌ها با پژوهش نصیری صفدریان و همکاران (۱۳۹۶)، ولیک‌بنی و نویدی (۱۳۹۵) و مشبکی اصفهانی و همکاران (۱۳۹۲) همسو است.

یافته‌های تحقیق نشان داد که توانمندسازی روان‌شناختی اثر معنی‌داری بر توانمندسازی سازمان دارد ($t\text{-value} = ۱۰/۶۳$ ، بار عاملی، $۰/۵۲$). هر چه افراد سازمانی از سطح توانمندی روان‌شناختی بالاتری برخوردار باشند، دستیابی به توانمندسازی سازمانی شتاب خواهد گرفت؛ توانمندسازی یعنی طرز نگرش افراد درباره نقش خود در سازمان. هر کاری که روی باورهای افراد تأثیر مثبت داشته باشد و خودکارآمدی کارکنان را تقویت کند، توانمندسازی را به دنبال خواهد داشت (شمسی فر و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین مدیران عالی سازمان باید توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان را یکی از راهبردهای اساسی به منظور توانمندی سازمانی تلقی نمایند و برای رسیدن به سطوح بالاتر توانمندی روان‌شناختی کارکنان برنامه‌ریزی کنند (میلان و ینگ چانگ^۲، ۲۰۱۵). در توانمندسازی روان‌شناختی، مولفه‌های احساس شایستگی ($۰/۸۶$)، احساس معنادار بودن ($۰/۸۲$)، احساس آزادی عمل ($۰/۸۱$)، احساس موثر بودن ($۰/۸۳$) و احساس اعتماد ($۰/۸۰$) به ترتیب اثر معناداری در تبیین توانمندسازی روان‌شناختی داشتند. مدیران برای دستیابی به توانمندسازی سازمان، لازم است اختیارات کارکنان را در جهت ایجاد بستری برای آزادی عمل آنان به عنوان یکی دیگر از ابعاد توانمندسازی افزایش دهند. افزایش مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی و افزایش حس مسئولیت‌پذیری کارکنان از طریق سیستم پرداخت پاداش منصفانه، موجب تسهیل دستیابی به توانمندسازی سازمانی خواهد شد (صفایی شکیب و همکاران ۲۰۱۶). احساس موثر بودن فرد می‌تواند بر نتایج راهبردی، اداری و عملیاتی شغل اثر بگذارد. این بُعد به درجه‌ای اشاره دارد که رفتار فرد در اجرای اهداف شغلی متفاوت دیده شود؛ بدین معنی که نتایج مورد انتظار در محیط شغلی به دست آمده است (مهاجری و مجردی، ۲۰۱۷). افراد توانمند احساس می‌کنند که با آنان منصفانه رفتار خواهد شد. به بیان دیگر، این اعتماد به معنای داشتن احساس امنیت شغلی است. همان‌طور که نتایج حاکی از توجه بیشتر مدیران به دو بُعد شایستگی و موثر بودن است، همین دو بُعد (شایستگی و موثر بودن) ضرایب تاثیر قوی بر توانمندی سازی سازمانی نسبت به ابعاد آزادی عمل و معنی‌داری دارند. بنابراین، باتوجه به حساسیت موضوع و برای افزایش ضرایب دو بُعد آزادی عمل و معنی‌داری، پیشنهاد می‌شود به کارکنان، به ویژه در بدو ورود به سازمان ارزشمندی اهداف شغلی و سازمانی از طریق دوره‌های آموزشی ویژه تفهیم شود. بیان نتایج و آثار فعالیت‌های کارکنان سازمان در پیشبرد اهداف سازمان و بیان تاثیر اجتماعی فعالیت‌ها می‌تواند در افزایش احساس معنی‌داری موثر باشد (جمشیدیان، ۱۳۹۷). علاوه بر آن، انتظار است مدیران برای دستیابی به تعالی سازمان، اختیارات کارکنان را در جهت ایجاد بستری برای آزادی عمل آنان افزایش دهند. افزایش مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی و افزایش حس مسئولیت‌پذیری کارکنان از طریق

1. Hanaysha&Tahi
2. Meilan&Ying chang

سیستم پرداخت پاداش منصفانه، پاسخگو بودن کارکنان در برابر مسئولیت و تشویق مسئولیت‌مداری آنان از طریق سیستم پاداش منصفانه موجب تسهیل دستیابی به تعالی خواهد شد (صفایی و همکاران، ۱۳۹۴). به لحاظ اهمیت دو موضوع توانمندسازی روانشناختی کارکنان و توانمندسازهای سازمانی، در تحقیقات امکان‌سنجی باید پیاده‌سازی همزمان برنامه‌های توانمندسازی کارکنان و توانمندسازهای سازمانی در سازمان‌های ورزشی دولتی و خصوصی را مورد نظر قرار داد. یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش‌های اسماعیلی و همکاران (۲۰۱۷)، مدلی^۱ و همکاران (۲۰۱۷) و قربانی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) همسو است.

مدیران ادارات ورزش و جوانان و سازمان‌های ورزشی باید تلاش کنند تا زمینه توسعه مستمر دانش و قابلیت‌های کارکنان را فراهم آورند و با مشارکت کارکنان در امور سازمان، ارتباط متقابل و مستمر با اعضای خود و تشویق و قدردانی از آن‌ها، ترغیب و حمایت از کار تیمی در میان آن‌ها، مدیریت مؤثر تغییرات و تعامل فعالانه با ذینفعان بیرونی سازمان، پایه‌ریزی راهبردهای سازمان و ارائه خدمات بر اساس نیازها و انتظارات مشتریان و ذینفعان و شناخت گروه‌های گوناگون مشتریان سازمان و تلاش در جهت تأمین نیازها و انتظارات آن‌ها، قابلیت‌ها و توانایی‌هایی را در سازمان ایجاد نمایند تا سازمان از قدرت لازم برای پاسخ‌گویی به تغییرات برخوردار گردد. به عبارتی دیگر، با تأکید بر موارد مذکور قابلیت‌های مورد نیاز جهت چابکی در سازمان‌ها را فراهم نمایند (قربانی‌زاده و آقاوردی، ۱۳۹۲). براین اساس، هر چه سطح توانمندی این وزارتخانه به لحاظ ساختاری و روانشناختی افراد سازمان بیشتر باشد، این سازمان متعالی‌تر خواهد شد. به نظر می‌رسد کارکنان در صورت واگذاری کنترل بخشی از کار خود، سخت‌تر کار کرده، اشتیاق بیشتری نشان خواهند داد و تعهد بیشتری نیز خواهند داشت. در توانمندسازی روانشناختی کارکنان یکی از ابزار ضروری مدیریتی است که می‌تواند در جهت هدایت منابع انسانی به منظور افزایش بهره‌وری مورد استفاده قرار داد. بنابراین، به‌کارگیری شیوه‌های مدیریتی کارآمد و مبتنی بر توانمندسازی کارکنان وزارت ورزش و جوانان، برای تعالی و رشد این وزارتخانه پیشنهاد می‌گردد. کارکنانی که از نظر روانی و ساختاری توانمند شده باشند، رفتارهای فراتر از نقش بیشتری در راستای اهداف سازمانی از خود بروز می‌دهند. بر این اساس، به مدیران وزارت ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود علاوه بر این که از نظر ساختاری جو توانمندسازی را در سازمان به وجود آورند، زمینه ادراک این جو را از طریق توانمندسازی روانشناختی در سازمان فراهم کنند تا به توانمندی هرچه بیشتر کارکنان کمک نمایند. برای حصول به این مهم باید مقامات عالی این وزارتخانه با تقبل هزینه خطرپذیری، خلاقیت را در کارکنان تشویق نمایند تا با توسعه و ترویج رفتارهای نوآورانه، زمینه‌های تحول و تعالی سازمانی این وزارتخانه، فراهم گردد (مرسل و همکاران، ۱۳۹۷). در همین راستا، با توجه به اثرگذاری غیرمستقیم بیشتر چابکی سازمانی بر توانمندسازهای سازمانی به مدیران ادارات ورزش و جوانان و سازمان‌های ورزشی پیشنهاد می‌شود که توجه بیشتر و دقیق‌تری را به توانمندسازی روانشناختی کارکنان بخش‌های مختلف سازمان داشته باشند. در واقع هر چه سطح توانمندی ادارات ورزش و جوانان به لحاظ روان‌شناختی افراد سازمان بیشتر باشد، این سازمان توانمندتر خواهد شد. لذا، توانمندسازی روان‌شناختی، یکی از ابزارهای قدرتمند مدیریت منابع انسانی و توانمندسازی سازمانی است؛ به‌گونه‌ای که توانمندسازی موجب درگیر شدن، انگیزش و رضایت کارکنان و تشویق آنان به

باقیمانده، تعهد و وفاداری نسبت به سازمان و در نهایت حرکت سازمان به سمت توانمندی و سرآمدی می‌شود (قنبری و همکاران، ۱۳۹۴).

با توجه به اثر قابل توجه چابک سازی و توانمندسازی روانشناختی کارکنان در توانمندسازهای سازمان پیشنهاد می‌شود مدیریت عالی سازمان راهبرد چابکی سازمانی را با استانداردهای تعالی و توانمندی سازمان همسو و هماهنگ سازند و از طریق مشارکت‌دهی بیشتر کارکنان این فرایند را بیشتر تسهیل نمایند؛ به عنوان مثال، استفاده از سیستم‌های الکترونیکی نقش زیادی هم در چابک سازی سازمان و هم مشارکت‌دهی کارکنان دارد که در نتیجه سبب ارتقای توانمندسازهای سازمان می‌شود. هم‌چنین بازنگری در شرح شغل‌ها و تقسیم کار، چارچوب مدیریت استعداد و آموزش نیروی انسانی و استفاده از شبکه اجتماعی هوشمند درون سازمانی، از دیگر راهکارهایی است که از طریق چابک سازی سازمان و توانمندسازی کارکنان سبب پیاده سازی استانداردهای تعالی سازمانی در این ادارات می‌شود.

منابع

- احمدی، علیرضا؛ صابونچی، رضا؛ سبحانی، یزدان و حاتمی، سعید. (۱۳۹۱). «رابطه چابکی سازمانی و سازمان یادگیرنده در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه تحقیقات علوم ورزشی. ۲(۸)، صص ۶۵-۷۷.
- بزاز جزایری، سید احمد. (۱۳۸۵). «مدیریت پر مبنای توانمندسازی منابع انسانی». ماهنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی. ۱۸۱(۲۷۰)، صص ۴۷-۵۱.
- بورقانی فراهانی، سهیلا؛ آبدارزاده، پدram؛ فتوت، بنفشه و پورحسینی، صدف. (۱۳۹۵). «نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی و کیفیت زندگی کاری در تاثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی». فصلنامه علوم مدیریت ایران. سال ۱۱، شماره ۴۱، صص ۱۱۷-۱۳۶.
- جعفرزاده، رحیم. (۱۳۸۶). «الگوی انتقالی در ارزیابی اثربخش آموزش کارکنان». مجله تدبیر. ۸۶(۳)، صص ۵۲-۵۹.
- جمشیدیان، محمدمبین. (۱۳۹۷). «تاثیر توانمندسازی کارکنان، کار تیمی و آموزش کارکنان بر رضایت شغلی کادر پرستار بیمارستان امام خمینی (ره) شهر اراک». مجله نخبگان علوم و مهندسی. ۱۳(۱۰)، صص ۳۵-۴۴.
- حیدری، مرضیه؛ سیادت، سید علی؛ هویدا، رضا و شاهین، آرش. (۱۳۹۳). «رابطه توانمند سازهای تعالی سازمانی و قابلیت‌های چابکی سازمانی در دانشگاه‌های دولتی شهر اصفهان». فصلنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ۵(۱)، ص ۱۷.
- خدایار ایلی و ناستی زایی، ناصر. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه توانمندسازی روان‌شناختی با تعهد سازمانی در پرسنل پرستاری». ماهنامه طلوع بهداشت. سال ۸.
- داوری، علی و رضازاده، آرش. (۱۳۹۲). جدول سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS. سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
- ربیعی مندجین، محمدرضا و قدس آقچه کند، زهرا. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان و بهبود سطح ارتقای عملکرد آنها در شهرداری منطقه ۱۸». مجله مدیریت شهری. ۴۴، صص ۵۴۹-۵۶۱.
- رضایی کلانتری، مرضیه و رضایی عبدالملکی، مرضیه. (۱۳۹۹). «نقش چابکی سازمانی در توانمندسازی کارکنان». پنجمین کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم تربیتی، مدیریت و روان شناسی.
- شمسی فر، مریم؛ ویسکرمی، حسنعلی؛ صادقی، مسعود و غضنفری، فیروز. (۱۳۹۹). «طراحی مدل ساختاری روابط سبک های رهبری ادراک شده، خودکارآمدی و توانمندسازی ساختاری با توانمندسازی روانشناختی دبیران». فصلنامه پژوهش کاربردی روان شناختی. (۲) ۱۱، صص ۲۷۲-۲۵۵.
- شیروانی، زهره؛ کرمی، حمید و قاسمی دستگردی، الهام. (۱۳۹۶). «بررسی تاثیر چابک سازی سازمانی بر توانمند سازی کارکنان». دهمین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت. رشت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.
- صفایی، علی؛ عبدالملکی، بابک؛ حسین زاده، علی اکبر و موسیوند، مریم. (۱۳۹۴). «اثر رهبری https://www.civilica.com/Paper-ICOEM04-ICOEM04_131.html

تحول‌گرا بر تعالی سازمانی با نقش واسطه‌ای توانمندسازی ساختاری و روانشناختی کارکنان». فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی (ویژه نامه). ۴ (۵)، صص ۱-۲۶.

- صفدریان، علی؛ پورکیانی، مسعود. (۱۳۹۶). «تبیین روابط بین توانمندی و چابکی سازمانی و ارائه یک الگو ر راستای سیاست های کلی نظام اداری». فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی. ۹ (۳)، صص ۱۴۷-۱۷۸.
- صفدریان، علی؛ پورکیانی، مسعود؛ امیری، افلاطون؛ قزل ایاغ، محمد و محمدی، محمد. (۱۳۹۶). «شناسایی مؤلفه‌های توانمندسازی فردی و چابکی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان و بررسی روابط بین آن‌ها». مجله تحقیقات نظام سلامت. ۱۳ (۲)، صص ۲۰۴-۲۱۰.
- عزیزی اصل، شمس الله؛ مرزوقی، رحمت الله و جهانی، جعفر. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین توانمندسازی روان شناختی منابع انسانی و چابکی سازمانی در دانشگاه شیراز». فصلنامه پژوهش های رهبری و مدیریت آموزشی. ۱ (۴)، صص ۱۰۷-۱۲۷.
- علی آبادی، وحید؛ خیاطی، مهرناز و موحدی، رضا. (۱۳۹۵). «تاثیر مولفه‌های توانمندسازی روان شناختی بر اشتغال پذیری دانشجویان کشاورزی بوعلی سینا». فصلنامه پژوهش مدیریت آموزشی کشاورزی. شماره ۳۷، صص ۲۱-۳۱.
- فیاضی، شیما. (۱۳۹۵). «نقش چابکی سازمانی بر عملکرد بازاریابی ادارات ورزشی مشهد». پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد.
- قاسمی، محسن. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه توانمندسازی روان شناختی با چابکی سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان خراسان جنوبی». پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد.
- قربانی زاده، وجیه الله و آقوردی، بابک. (۱۳۹۲). «نقش توانمندسازی روان شناختی کارکنان در تعالی سازمانی». پژوهش های مدیریت منابع انسانی. ۱ (۱۳)، صص ۸۷-۱۰۶.
- قنبری، سیروسی؛ اردلان، محمدرضا؛ نصیری، فخرالسادات و کریمی، ایمان. (۱۳۹۴). «تبیین نقش میانجی توانمندسازی روان شناختی کارکنان در رابطه میان مدیریت اثربخشی و تعالی سازمانی». مدیریت فرهنگ سازمانی. ۳۱ (۲)، صص ۴۸۵-۵۱۲.
- کرمی، محسن؛ کاظمی، سارا و الهیاری بلداجی، عباسی. (۱۳۹۴). «بررسی تعالی سازمانی و رابطه آن با اثربخشی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان استان کرمانشاه». اولین همایش ملی دستاوردهای نوین تربیت بدنی. صص ۶۶-۷۱.
- مشبکی اصفهانی، اصغر؛ وحدتی، حجت و موسوی نژاد، سیدهادی. (۱۳۹۲). «ارتقای رضایت شغلی کارکنان با استفاده از هوش هیجانی و چابکی سازمانی». فصلنامه مدیریت سازمان های دولتی. سال ۱، شماره ۴، صص ۵۰-۶۰.
- محمدی، محمد. (۱۳۸۰). «توانمندسازی نیروی انسانی». فصلنامه مطالعات مدیریت. ۳۱ (۳)، صص ۱۲-۲۵.
- مرسل، باقر؛ فهیمی نژاد، علی؛ سیاوشی، محمد و عامریان، حسین. (۱۳۹۷). «پیش بینی تعالی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان از طریق توانمندسازی ساختاری و روانشناختی کارکنان». فصلنامه علوم حرکتی و رفتاری. دوره ۲، شماره ۱، صص ۲-۱۳.

- موحد، احمد و عباسی، زهره. (۱۳۹۸). «نقش ابعاد توانمندسازی روانشناختی در پیش بینی بهزیستی روانشناختی کارکنان شبکه بهداشت و درمان». فصلنامه مدیریت بهداشت و درمان. دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۵۳-۶۵.
- نصیری، فخرالسادات و نویدی، پرویز. (۱۳۹۵). «رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و چابکی سازمانی: نقش میانجی توانمندسازی شناختی». فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری. ۱۱(۲)، صص ۶۱-۶۹.
- نیک پور، امین و سلاجقه، سنجر. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه چابکی سازمانی و رضایت شغلی کارکنان سازمان‌های دولتی شهر کرمان». پژوهش‌های مدیریت. شماره ۷، صص ۱۶۹-۱۸۴.
- نیک‌کار، مهناز. (۱۳۹۵). «تاثیر توانمندسازی روان شناختی کارکنان بر میزان مقاومت در برابر تغییر در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان خراسان رضوی». پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد.

- Asghari P, Salehi M, Niaz Azari K. (2018). "Modeling Competency Management for Organizational Agility at Islamic Azad University of Tehran". Iranian journal of educational sociology, 1(9): 79-90.
- Ashforth, B. E. (1989). "The experience of powerlessness in organizations". Human Decision Processes, 43, 207-243.
- Dolatshah, Z.D., MajidianFard, M. B., Lataifian, A., Farahani, R., & Sahebi, M. (2017). "Examining the Relationship between Empowerment and Organizational Agility and Organizational Entrepreneurship in Education Ministry Employees of Lorestan Province". 189- 203.
- Dries, N., Vantilborgh, T & Pepermans, R. (2012). "The role of learning agility and career variety in the identification and development of high potential employees". Personnel Review, 41 3, 340 -358.
- Esmaeili, M. R., AkbariPasham, F., & Solgi, Z. (2017). "The Effect of Organizational Agility on Employees' Empowerment Characteristics Regarding the Role of Forgetting and Organizational Silence (Case Study: Shafa Hospital Personnel of Khorramabad)". Rāhburdhā-yi Mudīriyyat dar Nizām-i Salāmat, 2(3), 224-233.
- Hanaysha, Jalal, & Tahir, Putri Rozita. (2016). "Examining the effects of employee empowerment, Team work and employee training on job satisfaction". Social and behavioral sciences, pp. 272-282.
- Meilan, X, & Ying chang, W. (2015). "The mediating role of psychological empowerment between transformational leadership and employee work attitudes". Social and behavioral sciences, 184-191.
- Mohajeri Amiri. S. H., Mojradi, G.R., Badsar, M. (2017). "Investigating the Role of Social and Psychological Factors on the Empowerment of Rural Women Headed by the Household of the Relief Committee (Case Study: Abbas Abad Town)". Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, 2(47), 1: 211-225
- Muduli, A. (2017). "Workforce agility: Examining the role of organizational practices and psychological empowerment". Global

- Business and Organizational Excellence, 36(5), 46-56.
- Safaee Shakib, A., Abdolmaleki, B., Hoseinzadeh, S.A., Musivand, M. (2016). **"Effect of transformational leadership on organizational excellence of Payame Noor University with mediating role of staff structural and psychological empowerment"**. Organizational Behavior Studies, 4(16): 1-24.
- Sharifi, H, & Zhang, Z. (1999). **"A Methodology for achieving agility in manufacturing organizations"**. International journal of Production Economics, 62 (13), pp 7-22.
- Spreitzer G. M. (2007). **"Psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement, and validation"**. Academy of Management Journal, 38(5), 1442-1465.
- Stander, M, Rothman, S. (2010). **"Psychological empowerment Jo security and employee engagement"**. SA journal of industrial psychology, 36, 54-63.
- Underwood, j. (2000). **"Changes in higher education: preparing for the future"**. Journal of academic leadership, 2, 10-35.
- Villegas, B. S. (2015). **"Factors influencing administrator's empowerment and financial management effectiveness"**. Social and behavioral sciences, 176, 466-475.

اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)^۱

مجید جاوید^۲

قدرت الله باقری راغب^۳

علی مقدم زاده^۴

حسن اسدی^۵

حسن الماسی^۶

 10.22034/SSYS.2022.1143.1785

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۱۸

توسعه گردشگری در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری است و بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روبنایی نمی‌توان انتظار توسعه گردشگری را داشت. هدف از پژوهش حاضر، اکتشاف یک سازه نظری و ارائه الگوی جامع در زمینه عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی استان اردبیل است. پژوهش حاضر کاربردی بود که با توجه به جدید بودن حوزه پژوهش و نبود مطالعه‌ای جامع درباره سرمایه‌گذاری مقاصد گردشگری ورزشی، با رویکردی کیفی انجام شد. جامعه آماری این تحقیق را متخصصان مدیریت ورزشی، گردشگری و اقتصاد، مدیران اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری و ورزش و جوانان، مدیران استانداری، شهرداری، نمایندگان ادوار

۱- این رساله با حمایت مالی - علمی مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی وزارت ورزش و جوانان انجام شده است.

۲- دکترای مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mali: Javid.majid2020@gmail.com

۳- دانشیار، مدیریت ورزشی، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، ایران

۴- استادیار، روش‌ها و برنامه‌های آموزشی، دانشکده روانشناسی، دانشگاه تهران، ایران

۵- استاد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، ایران

۶- دانشیار، پژوهشکده گردشگری، وزارت میراث فرهنگی و گردشگری، ایران

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

مجلس و مدیران آژانس‌های گردشگری در استان اردبیل تشکیل می‌دادند. برای انتخاب نمونه‌های تحقیق از نمونه‌گیری گلوله برفی، افراد سیاسی مهم، موارد بحرانی و نمونه‌گیری ملاکی و نظری بهره گرفته شد. برای جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه‌های کیفی استفاده گردید که پس از انجام ۲۱ مصاحبه، کدها به حد اشباع نظری رسیدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت نظام‌مند و با استفاده از روش تحلیل تماتیک در محیط نرم‌افزار Nvivo 12 Plus صورت گرفت. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، در نهایت ۴۸ کد شناسایی گردید که با توجه به اهمیت در ۴ طبقه اصلی دسته‌بندی شدند. نتایج این پژوهش راهکارهای مناسبی در اختیار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان استان قرار می‌دهد و با اجرای آن‌ها می‌توان سرعت توسعه اقتصادی مقاصد گردشگری استان اردبیل را افزایش داد.

واژگان کلیدی: مقاصد گردشگری، توسعه اقتصادی، اقتصاد منطقه‌ای، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و مشوق‌های سرمایه‌گذاری.

مقدمه

دغدغه وضعیت نابسامان توسعه نیافتگی در سال‌های گذشته به یکی از مهم‌ترین اهداف و آرمان‌های جامعه در حوزه‌های سیاسی و اقتصادی تبدیل شده است. یکی از سناریوهای برون رفت از این وضعیت که توان جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی و به پیروی از آن، توسعه را در پی دارد، گردشگری است (جاوید، ۱۳۹۸: ۸). در سال‌های اخیر، بسیاری از کشورها از گردشگری به عنوان ابزاری برای درآمدزایی، ایجاد اشتغال، ترویج تنوع اقتصادی و افزایش عملکرد بخش خدمات (راوین تراکوماران و همکاران^۱، ۲۰۱۹: ۲۴۹)، مقابله با زندگی ماشینی قرن ۲۱ (باقری و همکاران، ۲۰۱۸: ۴۱۷)، تقویت ارز کشور (ال‌حلاق و همکاران^۲، ۲۰۱۹: ۱)، منبع برای رشد و توسعه اقتصادی (نونکو و همکاران^۳، ۲۰۱۹: ۴۰۴). مقابله با معضلاتی همچون میزان بیکاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی (شربت، ۱۳۹۴: ۲)، بهبود سطح معیارهای زندگی (ما و همکاران، ۲۰۱۹: ۲) استفاده می‌کنند. با توجه به اهمیت و نقش گردشگری در توسعه، امروزه اغلب کشورها به ویژه کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت برخوردارند، از آن در برنامه‌های توسعه ملی و منطقه‌ای خود بهره می‌برند و از این طریق فرآیند توسعه ملی خود را سرعت می‌بخشند (شاه‌آبادی و سیاح، ۱۳۹۲: ۲۶). یکی از مهم‌ترین حوزه‌های گردشگری که در شرایط مختلف می‌تواند به عنوان یک منبع عظیم درآمد و به تبع آن توسعه را در پی داشته باشد، گردشگری ورزشی است که دو حوزه جداگانه، اما بسیار با اهمیت توسعه اجتماعی- اقتصادی را به هم متصل می‌کند؛ یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی در جهان (گردشگری) و دیگری یکی از تاثیرگذارترین فعالیت در سطح جهان (رویدادها و فعالیت‌های ورزشی). این نوع از گردشگری به طور خاص مشارکت و توجه بین‌المللی را به خود جلب کرده و به دلیل سازماندهی رویدادهای بزرگ به عنوان راهبرد برای ایجاد برند تجاری با ورزش به عنوان یک کانال دیپلماسی عمومی مورد توجه قرار گرفته است (اووینها و همکاران^۴، ۲۰۱۸: ۱۸۱).

گردشگری در مقاصد گردشگری اتفاق می‌افتد. در نتیجه یک مقصد به عنوان واحد پایه‌ای در تحلیل به حساب می‌آید (شاپووال و همکاران^۵، ۲۰۱۸: ۳۱۲). مقاصد گردشگری به مکانی اشاره دارد که گردشگران تمایل دارند زمان خود را در خارج از خانه در آن سپری کنند. این واحد جغرافیایی می‌تواند یک مرکز مستقل مانند تفرجگاه ساحلی یا یک پیست اسکی، یک روستا یا یک شهر، یک منطقه یا یک کشور باشد (جاوید، ۱۳۹۸: ۸۶). شناسایی عوامل موثر بر توسعه مولفه‌های مقاصد گردشگری اهمیت فراوانی در رشد و توسعه این صنعت ایفا می‌کند. یکی از مهم‌ترین عوامل در سیاست‌گذاری و توسعه مقاصد گردشگری، جذب سرمایه‌گذار برای پیشبرد برنامه‌های این صنعت است.

اغلب کشورهای در حال توسعه برای رونق‌دهی به اوضاع اقتصادی، ایجاد اشتغال و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار با مشکل کمبود منابع سرمایه‌گذاری روبه‌رو هستند. کمبود سرمایه در مباحث اقتصادی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه نیافتگی مطرح شده است؛ به گونه‌ای که

1. Ravinthirakumaran et al.
2. Al-Hallaq et al.
3. Nunkoo et al.
4. Uvinha et al.
5. Shapoval et al.

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

بسیاری از متفکران دلیل توسعه‌نیافتگی بسیاری از کشورها را کمبود درآمد و پس‌انداز و در نتیجه سرمایه‌گذاری ناکافی می‌دانند. سرمایه‌گذاری به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی، لازمه نیل به توسعه اقتصادی و اجتماعی است. افزایش سرمایه‌گذاری منجر به افزایش تولید، افزایش ارزش افزوده، افزایش درآمد، افزایش رفاه، افزایش اشتغال، کاهش نرخ بیکاری و کاهش فقر می‌شود (دودانگی، ۱۳۹۵: ۱۳۱). از این رو، سیاست‌های اقتصادی در سطح منطقه‌ای معمولاً تلاش می‌کند تا با بهبود و ارتقای جذابیت نسبی مناطق، زمینه را برای سرمایه‌گذاری فراهم نمایند (مک‌کین، ۱۳۹۴: ۴۷۸).

تقریباً بیشتر اقتصاددانان، بی‌توجه به مکتب و دیدگاه فکری خود، بر تمرکز و تشکیل سرمایه به مثابه مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده رشد و توسعه اقتصادی تأکید زیادی داشته‌اند (دودانگی، ۱۳۹۵: ۱۳۲). در این راستا آدام اسمیت در کتاب «سرمایه ملل» معتقد است: «با افزایش بی‌عدالتی و فساد، سرمایه‌های در گردش از فعالیت باز مانده و به صورت گنجینه نمود می‌یابد که این امر نشانه اضمحلال اقتصاد و ضعف مدیریت بوده و اقتصاد کشور را دچار بحران می‌کند» (عینالی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۵). «پروژه هزاره سازمان ملل متحد» تأکید می‌کند که برای رهایی از دام فقر و دستیابی به اهداف توسعه، کشورها نیازمند یک راهبرد فشار حداکثری در سرمایه‌گذاری هستند. این گزارش استدلال می‌کند برای آنکه همه کشورها بتوانند به اهداف توسعه هزاره برسند، باید اولویت‌های سرمایه‌گذاری را شناسایی کنند (ترکمانی، فوطروس^۱، ۲۰۱۹: ۵۸). گردشگری به علت خاصیت بازدهی زود هنگام آن، بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری است (محنت فر، ۱۳۹۵: ۸۰). سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری نقش کلیدی در توسعه و گسترش بخش‌های مختلف آن ایفا می‌کند (فاوزل و همکاران^۲، ۲۰۱۷: ۱۰۴۳) و به نوعی از نیازهای اساسی این صنعت به شمار می‌رود، زیرا توسعه این صنعت مستلزم ساخت استراحتگاه‌ها، هتل‌ها، متل‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید، اماکن تفریحی، مهمانخانه‌ها و تجهیزات می‌باشد (راوین تراکوماران و همکاران، ۲۰۱۹: ۲۴۹). سرمایه‌گذاری نه تنها برای حفظ و گسترش ظرفیت مقاصد گردشگری ضروری است، بلکه امکان افزایش کیفیت و رقابت‌پذیری و بهره‌وری بیشتر را نیز فراهم می‌کند و پایداری آن در آینده از نظر تعداد بازدیدکننده و سودآوری طولانی مدت و رشد و نوآوری در بخش‌های مختلف آن را تضمین می‌کند (ندیو، مانیارا^۳، ۲۰۱۸: ۴۰۰).

سرمایه‌گذاری به عوامل مختلفی بستگی دارد. به عقیده نظریه‌پردازان کلاسیک عامل اصلی سرمایه‌گذاری‌ها، انگیزه سودجویی است و هر چه نرخ سود بالاتر باشد، میزان تمرکز سرمایه و در نتیجه سود بیشتر خواهد بود (دودانگی، ۱۳۹۵: ۱۳۲). براساس دیدگاه سهیلی و همکاران (۱۳۹۷) میزان درآمد، نرخ بهره، امنیت، فضای کسب و کار مناسب، حضور دولت و نهادهای عمومی غیردولتی در اقتصاد و حاکمیت مهم‌ترین عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری هستند (سهیلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۶). سانتوس^۴ (۲۰۱۷) عوامل مقررات بازار کار، مالیات، کارایی و فساد اداری، سیستم حقوقی و حمایت از حق مالکیت معنوی، مقررات مربوط به محصولات و پذیرش سرمایه‌گذاران خارجی را در جذب سرمایه‌گذاران تأثیرگذار می‌داند (سانتوس، ۲۰۱۷: ۱۴). فاوزل و همکاران (۲۰۱۷) نیز ثبات سیاسی، سطح توسعه اقتصادی، محیط تجاری، خصوصی‌سازی صنعت، مالیات،

1. Torkamani & Fotros
2. Fauzel et al.
3. Ndivo & Manyara
4. Santos

انگیزه‌های سرمایه‌گذاری، قابلیت دسترسی و کیفیت زیرساخت‌ها، راهبردها و ویژگی‌های خاص شرکت در میان شرکت‌های دیگر را از عوامل اثرگذار در سرمایه‌گذاری بیان کرده‌اند (فاوزل و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۰۴۳).

با توجه به اهمیت سرمایه‌گذاری و بالا بودن نرخ بیکاری در ایران، دولت و قانون‌گذاران، طرح‌ها و قوانین زیادی را با هدف حمایت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به تصویب رسانده‌اند. در این راستا در برنامه چهارم توسعه، قانون‌گذار دولت را به تهیه و تصویب ضوابط حمایتی اداری و بانکی برای مؤسسات بخش غیردولتی و جذب سرمایه‌گذاران گردشگری مکلف کرده بود. همچنین در این ارتباط، دولت باید زمینه‌های لازم برای توسعه زیرساخت‌های ارتباطی، اقامتی و پذیرایی توسط سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی را فراهم نماید. در برنامه ششم توسعه نیز قانون‌گذار گردشگری را جزو موضوعات محوری برنامه توسعه برشمرده و دولت را مکلف کرده که علاوه بر اختصاص بودجه سالانه به طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با آن، سازکارهایی را به منظور جذب سرمایه‌گذار به اجرا درآورد. علاوه بر آن، طبق ماده ۴ آیین نامه اجرایی ماده ۱۳۲ اصلاحی قانون مالیات‌های مستقیم موضوع ماده ۳۱ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور، درآمدهای خدماتی هتل‌ها و مراکز اقامتی گردشگری اشخاص حقوقی غیردولتی از ابتدای سال ۱۳۹۵ به مدت ۵ تا ۱۳ سال بسته به نوع منطقه از مالیات معاف می‌شوند. در این ارتباط در بند (ب) ماده ۲۲، وزارت امور اقتصادی و دارایی موظف است با هدف تضمین امنیت سرمایه‌گذاری و کاهش ریسک اجتماعی در محیط کسب و کار، با همکاری برخی از سازمان‌های دیگر، الزامات ارتقای امنیت فضای کسب و کار را تهیه و به تصویب شورای عالی امنیت ملی برساند.

استان اردبیل از جمله مقاصد گردشگری و گردشگری ورزشی در ایران است که به دلیل موقعیت کوهستانی و آب و هوای مساعد، پتانسیل و ظرفیت‌های زیادی در گردشگری ورزشی و بخصوص در گردشگری ورزش‌های زمستانی و ماجراجویانه دارد و با توسعه زیرساخت‌های مربوط به فعالیت‌های این صنعت، می‌توان آن را به عنوان یکی از اهرم‌های توسعه اقتصادی استان قلمداد کرد. اما تبدیل این پتانسیل‌ها و مواهب طبیعی به ظرفیت‌های بالفعل گردشگری ورزشی و توسعه هرچه بیشتر این نوع گردشگری بدون حمایت مالی و هرگونه سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی به دلیل حساس و پرهزینه بودن این مناطق امکان‌پذیر نمی‌باشد. سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی می‌تواند بخش‌هایی نظیر هتل‌ها و مراکز اقامتی و بهداشتی و درمانی، تورهای ماجراجویی، گردشگری زمستانی و پیست‌های اسکی، موزه‌ها و پارک‌ها موضوعی ورزشی، نوسازی فرودگاه‌ها و جاده‌ها و... را شامل شود و نتیجه افزایش سرمایه‌گذاری رشد و توسعه اقتصادی است که در صورت بهبود توزیع درآمد می‌تواند منجر به افزایش رفاه اقتصادی آحاد جامعه شود. بررسی تحقیقات و پژوهش‌های انجام شده و همین‌طور اظهارنظر متخصصان و گردشگران نشان می‌دهد که استان اردبیل با وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مناسب در زمینه گردشگری ورزشی همواره با مشکلاتی در زمینه زیرساخت‌های ارتباطی، اقامتی، ورزشی و... روبه‌روست و کلید حل بیشتر این مشکلات نیز در سرمایه‌گذاری مناسب نهفته است. با نگاه به پتانسیل‌های استان و وضعیت سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در سال‌های اخیر در این زمینه مشخص می‌شود که همخوانی زیادی بین این دو عامل وجود ندارد. به عبارت دیگر، مدیریت مقاصد و سازمان‌های متولی گردشگری و گردشگری ورزشی استان هنوز نتوانسته‌اند در جذب سرمایه‌گذار موفق عمل نمایند. علاوه بر آن، با نگاه به تحقیقات انجام شده مشخص می‌شود که علی‌رغم اهمیت سرمایه‌گذاری و همبستگی قوی بین سرمایه‌گذاری

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

مرتبط با گردشگری و توسعه اقتصادی مناطق، تنها چند مطالعه به موازات این موضوع مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بنابراین تحقیق حاضر با در نظر گرفتن جمیع جهات فوق به دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی استان می‌باشد.

روش شناسی پژوهش

باتوجه به اینکه هدف از انجام این پژوهش و نتایج آن رفع نیازها و حل مشکلات خاص جامعه است، بنابراین پژوهش حاضر از لحاظ جهت‌گیری پژوهشی در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار دارد. همچنین با توجه به اینکه این پژوهش در حوزه‌ای جدید بوده و پیش از این مطالعه‌ای جامع که نمایی کلی از سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی را در برگیرد، صورت نگرفته است، این پژوهش با رویکردی کیفی به دنبال پاسخگویی به مسئله است. این تحقیق مبتنی بر روش سیستماتیک داده‌بنیاد است. الگوهای متعددی برای انجام پژوهش با روش داده بنیاد ارائه شده است، اما همه این الگوها علی‌رغم تفاوت‌های ظریف با یکدیگر در جنبه‌های اساسی اشتراک دارند: گردآوری و تحلیل همزمان داده‌ها، استفاده از روش نمونه‌گیری نظری، حساسیت نظری در گردآوری و تحلیل داده‌ها، استفاده از یک فرایند کدگذاری منظم و در عین حال منعطف، تطبیق پیوسته مشاهدات و برداشت‌ها در کل فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها و ترسیم روابط منطقی و سازگار بین عناصر استخراج شده. با توجه به موضوع و اهداف تحقیق، روش تجزیه و تحلیل، روش تحلیل مضمون می‌باشد. روش تحلیل مضمون یا تم ضمن اینکه خود یک روش مستقل تحلیلی است، می‌تواند در روش‌های تحلیلی دیگر نیز به کار رود. این نوع تحلیل در درجه اول به دنبال الگویابی است؛ زمانی که الگویی از داده‌ها به دست آید باید حمایت تمی یا موضوعی از آن صورت گیرد. به عبارتی، تم‌ها از داده‌ها سرچشمه می‌گیرند (رضایی و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۸۶). کدگذاری داده‌ها در تحلیل مضمون مشابه نظریه داده بنیاد می‌باشد، اما تحلیل مضمون به اصول نظریه داده بنیاد که مستلزم تحلیل جهت رسیدن به نظریه است، پایبند نیست. به عقیده براون و کلارک (۲۰۰۶) در تحلیل مضمون، در صورتی که پژوهشگر نخواهد به نظریه کامل برسد، نیازی ندارد به اصول نظریه داده بنیاد پایبند باشد.

در بررسی و تعریف جامعه پژوهش، دو دسته هدف کلی دنبال شد: ۱. چه کسی می‌تواند اطلاعات وسیع و مناسبی در مورد عنوان مطالعه در اختیار ما قرار دهد؟ ۲. آیا زیر گروه‌های متفاوتی وجود دارند که بتوانند چشم‌اندازهای متفاوتی درباره موضوع پژوهش ارائه دهند؟ با در نظر گرفتن این سوالات، در این مطالعه محقق به دنبال اشخاصی بود که در عین برخورداری از اطلاعات زیادی درباره موضوع پژوهش، شناختی نیز از ویژگی‌های و پتانسیل استان و جو حاکم در ادارات و سازمان‌های آن داشته باشند. بنابراین جامعه آماری این تحقیق شامل متخصصان مدیریت ورزشی، گردشگری و اقتصاد، مدیران اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری، مدیران اداره کل ورزش و جوانان، مدیران استانداری، شهرداری، نمایندگان ادوار مجلس و مدیران آژانس‌های گردشگری در استان اردبیل بودند. برای نمونه‌گیری از چند روش نمونه‌گیری نظری^۱ استفاده شد. با توجه به اینکه عقیده اساسی پشت سر راهبردهای نمونه‌گیری، اهداف و سوال‌های پژوهشی مرتبط با آنها بودند، بنابراین با توجه به اهداف و سوالات پژوهش و با در نظر گرفتن راهبردهای نمونه‌گیری از ترکیب

چند نوع نمونه‌گیری مانند گلوله برفی^۱، افراد سیاسی مهم^۲، موارد بحرانی^۳، نمونه‌گیری ملاکی^۴ و نظری بهره گرفته شد. با در نظر داشتن معیار اشباع نظری، ۲۱ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند و به هر یک از مصاحبه‌شوندگان یک کد اختصاص داده شد.

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده گردید. در روش کتابخانه‌ای جهت بررسی ادبیات نظری و بررسی پیشینه تحقیقات گذشته از کتاب‌ها و مقالات، سایت‌ها و پورتال‌های اطلاعاتی اینترنتی استفاده شد. در روش میدانی نیز محقق برای پاسخ به سوالات خود مستقیماً با نمونه‌های تحقیق مراجعه و با استفاده از مصاحبه اطلاعات مورد نیاز را جمع‌آوری کرد. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات از ابزار مصاحبه باز و بدون ساختار استفاده شد. در مصاحبه‌ها از صاحب‌نظران خواسته شد به صورت کلی درباره موضوع تحقیق و مهم‌ترین عوامل و راهکارهای جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی استان نظرانشان را ارائه نمایند. بیشتر مصاحبه‌ها در دفتر کار افراد ترتیب داده شد. محقق پیش از اجرای هر مصاحبه با تماس تلفنی یا ارسال ایمیل که حاوی اطلاعات و شرح مختصری از موضوع بود، پیش‌آگاهی را برای مصاحبه‌شوندگان فراهم می‌آورد. به منظور ثبت داده‌ها، برخی مصاحبه‌ها- در مواردی که مصاحبه‌شوندگان اجازه دادند- به شکل صوتی ضبط شد و برخی دیگر توسط پژوهشگر یادداشت برداری گردید. در برخی موارد نیز متخصصان مطالب مربوط به تحقیق را یادداشت برداری کردند و در اختیار محقق قرار دادند. پس از انجام هر مصاحبه، داده‌های گردآوری شده مرتب و در قالب فایل Excel وارد نرم‌افزار Nvivo 12 Plus گردید و برای انجام تحلیل کدگذاری شد. داده‌های جمع‌آوری شده در این قسمت با استفاده از تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفتند. فرایند شناسایی کدها به صورت رفت و برگشتی بود؛ به این معنا که ابتدا با بررسی ادبیات موضوع، مفاهیم اولیه و کلی پیرامون سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی استخراج شد. سپس با انجام مصاحبه‌ها و مطرح شدن مفاهیم جدید و جزئی‌تر، مجدداً به ادبیات مراجعه شد تا معادل بحث‌های مطرح شده در مصاحبه‌ها، در ادبیات نیز جست‌وجو گردد. برای دستیابی به روایی و پایایی این تحقیق علاوه بر استفاده از روش‌های تایید روایی کیفی مانند مقبولیت^۵، همسانی^۶، تعیین^۷ و انتقال‌پذیری، یافته‌های حاصل در اختیار سه تن از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و با ارزیابی توسط آن‌ها تایید شد.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، بعد از پیاده‌سازی مصاحبه‌های انجام شده، تعداد ۲۴۸ کدگذاری صورت گرفت (مجموع تعداد گره‌ها یا مراجع^۸) که به تفصیل تعداد منبع، تعداد کدها و میزان ارجاع داده شده به هریک از کدها در جدول ۱ ارائه گردیده است:

1. snowball or chain sampling
2. Politically important cases sampling
3. Critical case sampling
4. Criterion sampling
5. Credibility
6. Dependability
7. Confirmability
8. References

● اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)

جدول ۱. تعداد کدها و ارجاعات به دست آمده حاصل از مصاحبه‌ها

ردیف	منبع (source)	تعداد کدها (Code)	تعداد ارجاع (reference)
۱	U01	۱۱	۲۴
۲	U02	۷	۸
۳	U03	۶	۹
۴	U04	۶	۶
۵	U05	۷	۱۰
۶	U06	۶	۷
۷	U07	۸	۱۰
۸	U08	۸	۹
۹	U09	۸	۸
۱۰	U10	۵	۸
۱۱	U11	۶	۸
۱۲	U12	۹	۱۰
۱۳	U13	۱۶	۲۱
۱۴	U14	۶	۷
۱۵	U15	۹	۱۴
۱۶	U16	۱۸	۳۱
۱۷	U17	۶	۱۰
۱۸	U18	۸	۱۱
۱۹	U19	۱۰	۱۵
۲۰	U20	۶	۷
۲۱	U21	۱۰	۱۵
مجموع	۲۱ متخصص	۱۷۶	۲۴۸

۲۶۲

بعد از انجام کدگذاری و فرایند رفت و برگشت از ادبیات به مصاحبه و از مصاحبه به ادبیات، در نهایت ۴۸ کد منحصر به فرد درباره عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار شناسایی گردید. گفتنی است که در متن مصاحبه‌ها برخی از کدهای شناسایی شده دارای چندین فراوانی بودند که در نرم‌افزار در قالب مراجع نشان داده شده‌اند. همچنین با توجه به جدول ۲ و تقسیم‌بندی کدهای به دست آمده، به جهت اهمیت و فراوانی این طبقات مشتمل بر ۴ طبقه یا مضمون اصلی است. جدول کدهای اولیه استخراجی از مصاحبه‌ها و طبقه‌های استخراج شده از مفاهیم به همراه کدهای ثانویه آنها در جدول ۲ نشان داده شده است:

جدول ۲. عامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی

طبقه اصلی	کدهای نهایی	فراوانی کد	تعداد رفرنس
۱	اقتصاد مبتنی بر رقابت آزاد	۱	۲
۲	ثبات سیاسی جهت سرمایه‌گذاری	۳	۶
۳	ثبات شاخص‌های اقتصادی	۱	۱
۴	حمایت دولت از سرمایه‌گذاری	۳	۴
۵	سرمایه‌گذاری دولت و حاکمیت	۳	۴
۶	وجود محیط و فضای امن سیاسی، اجتماعی و خالی از تشنج و اضطراب	۱	۱

۹	۸	اختصاص وام با بهره پایین به سرمایه‌گذاران	
۱	۱	اعطای تسهیلات تضمین شده به سرمایه‌گذاران	
۲	۱	افزایش فرجه و زمان استراحت برای وام	
۲	۲	تخفیف در صدور مجوزها	
۱	۱	تصویب قوانین جهت بهبود فضای کسب و کار	
۱۶	۱۱	تصویب قوانین حمایتی از سرمایه‌گذاران	
۲	۱	تفویض اختیار برخی مجوزها به اداره کل استان و اداره شهرستان‌ها	
۷	۶	رفع موانع و حذف و اصلاح قوانین دست و پاگیر در زمینه سرمایه‌گذاری	
۸	۴	سطح بندی مقاصد و اختصاص وام با بهره پایین به مناطق توسعه نیافته	
۶	۵	کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و تضمین اصل سرمایه	
۶	۴	معافیت‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاران و فعالان گردشگری ورزشی	
۱	۱	واگذاری رایگان یا ارزان قیمت زمین به سرمایه‌گذار	
۲	۲	وجود قوانین و سیاست گذاری مناسب برای جذب سرمایه‌گذار	
۲	۱	ارزشیابی عملکرد مدیران و مسئولین بر اساس جذب سرمایه‌گذار	
۴	۲	اطلاع رسانی در درباره زمینه‌های سرمایه‌گذاری و مشوق‌های آنها	
۶	۶	انجام کارهای سرمایه‌گذاری به شکل دولت الکترونیک با حداکثر شفافیت	
۵	۵	ایجاد پنجره واحد سرمایه‌گذاری	
۲	۲	ایجاد کارگروه متشکل از تمامی سازمان‌های ذیربط برای حل مشکلات سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی	
۴	۴	ایجاد محیط رقابتی شفاف برای سرمایه‌گذاران	
۲	۲	برگزاری همه ساله رویدادها براساس تقویم رسمی	
۴	۱	بسته سرمایه‌گذاری جذاب	
۳	۲	تاسیس مرکز خدمات سرمایه‌گذاری گردشگری	
۱	۱	تدوین سند راهبردی سرمایه‌گذاری گردشگری	
۱۰	۵	تسهیل صدور پروانه ساخت و بهره برداری	
۲	۲	تغییر نگاه مدیران به سرمایه‌گذاری	
۶	۵	جذب سرمایه‌گذار بومی یا افرادی که دارای اصالت منطقه هستند	
۸	۵	جذب سرمایه‌گذاران از کشورهای همسایه	
۲	۲	جذب سرمایه‌گذاران بین المللی و سرمایه‌گذاران ایرانی مقیم خارج از کشور	
۵	۴	جذب سرمایه‌گذارانی که به مقصد عشق و علاقه دارند	
۵	۴	دعوت و قدردانی از سرمایه‌گذاران در مراسم‌های مختلف	
۷	۳	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	
۲	۱	فراخوان جذب سرمایه‌گذار	
۱۰	۸	فراهم کردن زمینه و حمایت و پشتیبانی از سرمایه‌گذار	
۶	۶	قرار دادن مقاصد در معرض دید رسانه‌ها جهت جذب سرمایه‌گذار	
۵	۴	کاهش بروکراسی اداری	
۱	۱	معرفی افراد متخصص و ایده‌های آنها به سرمایه‌گذاران	
۲	۲	واگذاری ۰ تا ۱۰۰ کار به خود سرمایه‌گذار	

۵	۱	بررسی و شناسایی علایق و انگیزه‌های سرمایه‌گذاران
۲۰	۱۲	تامین امنیت و اطمینان خاطر به سرمایه‌گذار
۴	۴	دعوت از سرمایه‌گذارها توسط شخصیت‌های معروف استان
۱	۱	لزوم توجه به کسب کار سابق ساکنان محلی و همراهی کردن
۵	۲	کسب و کار ساکنان بومی و سرمایه‌گذاری مشارکت دادن مردم در سرمایه‌گذاری‌ها

بحث و نتیجه‌گیری

جذب سرمایه، یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های هر کشوری برای رونق بخشیدن به چرخه‌های اقتصادی مختلف محسوب می‌شود. مقاصد گردشگری برای توسعه زیرساخت‌های خود نیازمند سرمایه‌گذار هستند، اما برای جذب سرمایه‌گذار عوامل مختلفی تاثیرگذار است که در صورت عدم رعایت این عوامل سرمایه‌گذاری اتفاق نمی‌افتد. هدف از پژوهش حاضر تعیین شاخص‌ها و ارائه الگوی جامع در زمینه سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی استان اردبیل بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها، ۴۸ کد منحصر به فرد در زمینه سرمایه‌گذاری شناسایی کرد که با توجه به اهمیت و فراوانی در ۴ طبقه اصلی دسته‌بندی شدند: عوامل نهادی و سیاسی، عوامل قانونی و سیاست‌گذاری، عوامل مدیریتی و سازمانی و عوامل فرهنگی و اجتماعی.

یکی از عوامل مؤثر در جذب سرمایه‌گذار به مقاصد گردشگری ورزشی، عوامل نهادی و سیاسی بود. این عامل متغیرهایی را شامل می‌شد که در سطح کلان و حاکمیت کشور بر سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری تاثیر می‌گذارند. عواملی مانند ثبات سیاسی و اقتصادی کشور، اقتصاد مبتنی بر رقابت آزاد و سرمایه‌گذاری خود دولت و حاکمیت از مهم‌ترین متغیرهای این عامل بودند. در واقع در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، نقش حاکمیت و بخش دولتی در توسعه صنعت گردشگری بسیار مهم است. در این کشورها، دولت‌ها علاوه بر تدوین سیاست‌ها و چارچوب‌های قانونی گردشگری و توسعه طرح‌های ملی گردشگری، به صورت فعال در زمینه سرمایه‌گذاری و مدیریت گردشگری مشارکت دارند. ناواز^۱ و حسن (۲۰۱۶) سرمایه‌گذاری‌های دولتی در گردشگری را برای توسعه بخش گردشگری ضروری و سودمند دانسته‌اند که می‌تواند نتایج اقتصادی زیادی در قالب بهبود درآمدهای ارزی، افزایش درآمد ملی و رشد و توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و بهبود تراز پرداخت‌ها به همراه داشته باشد (ناواز و حسن، ۲۰۱۶: ۵۸۳). اما به عقیده برخی از صاحب‌نظران، دخالت دولت در سرمایه‌گذاری گردشگری همیشه مفید نیست، زیرا مداخله دولت در این زمینه منجر به بزرگتر شدن اندازه دولت و کاهش کارایی و تضعیف سیاست‌های اقتصادی دولت می‌شود (مشیری، ۱۳۸۹: ۱۴۱). در این راستا محنت‌فر (۱۳۹۵) یکی از مهم‌ترین آثار منفی مداخله گسترده دولت در اقتصاد را کاهش سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و تضعیف سرمایه‌گذاری خارجی برشمرده است (محنت‌فر، ۱۳۹۵: ۸۵). اقتصاددانان کلاسیک و متخصصان توسعه نیز به مشارکت حداقلی دولت در فعالیت‌های سرمایه‌گذاری تاکید دارند (ناواز و حسن، ۲۰۱۶: ۵۸۳)، زیرا اگر دولت و حاکمیت، در تولید کالا و خدماتی با بخش خصوصی رقابت کند، به دلیل عدم توان رقابت

بخش خصوصی با دولت و نهادهای دولتی به مرور از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی کاسته می‌شود. بنابراین دولت نباید در سرمایه‌گذاری گردشگری رقیب بخش خصوصی شود و سرمایه‌گذاری دولت باید محدود به حمایت و پشتیبانی از بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اساسی گردشگری مانند راه‌های ارتباطی، فرودگاه‌ها و غیره که یک رابطه مکمل با سرمایه‌گذاری خصوصی می‌باشد، صورت گیرد. نتیجه این‌گونه سرمایه‌گذاری به طور کلی افزایش بازدهی و بهره‌وری سرمایه‌گذاری خصوصی است و آنها را به سرمایه‌گذاری بیشتر تشویق می‌کند. پیرو سرمایه‌گذاری دولت، وایاس^۱ (۲۰۱۹) نیز معتقد است دولت علاوه بر تدوین چارچوبی برای جذب سرمایه‌گذاری، باید برای ارتقای فعالیت‌های گردشگری روی زیرساخت‌ها، توسعه مهارت‌ها، توسعه فناوری و بازاریابی سرمایه‌گذاری نماید (وایاس، ۲۰۱۹: ۶۴). «اتحادیه بین‌المللی سازمان‌های گردشگری»^۲ (IUTO)، پنج حوزه را به عنوان نقش‌های بخش دولتی در سرمایه‌گذاری معرفی کرده است: هماهنگی، برنامه‌ریزی، قانونگذاری و مقررات، کارآفرین و تحریک‌کننده (ندیو، مانیارا، ۲۰۱۸: ۴۰۱). در قوانین ایران نیز به توسعه زیرساخت‌های گردشگری توسط دولت تاکید شده است. در این راستا کلیه وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و موسسات و شرکت‌های دولتی مکلف اند پس از تاسیس مراکز گردشگری، خدمات خود را تا ورودی منطقه با شرایط و نرخ‌های مصوب به سرمایه‌گذاران و بهره‌برداران ارائه نمایند.

یکی دیگر از یافته‌های تحقیق که در سطح کلان می‌تواند بر سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی تاثیرگذار باشد، ثبات سیاسی و اقتصادی بود. هرچه عدم ثبات سیاسی بیشتر باشد، گردشگران احساس ناامنی بیشتری خواهند داشت و این امر باعث تاثیر منفی روی تقاضا برای گردشگری شده و تعداد گردشگران را کاهش می‌دهد و به تبع آن سرمایه‌گذاران نیز رغبتی برای سرمایه‌گذاری نخواهند داشت. بی‌ثباتی سیاسی از جمله عواملی است که بیشتر طرف عرضه را در اقتصاد گردشگری تحت تاثیر قرار می‌دهد و از این جهت مانع توسعه اقتصاد گردشگری می‌شود. بی‌ثباتی سیاسی موجب می‌شود جهت‌گیری‌های کلان اقتصادی در یک کشور مشخص نباشد و سرمایه‌گذاران در این اوضاع دچار سردرگمی شوند و اقدام به سرمایه‌گذاری نکنند. متخصصی درباره اهمیت ثبات سیاسی در سرمایه‌گذاری گردشگری اظهار داشت: «مهم‌ترین راهکار توسعه مقاصد گردشگری و تنها راه خروج از بحران عدم توسعه یافتگی، جذب سرمایه‌گذار خارجی است. جذب سرمایه‌گذار خارجی نیز در شرایط عدم ثبات سیاسی و اقتصادی اتفاق نخواهد افتاد. بنابراین در سیاست باید به یک ثبات سیاسی برسیم. این ثبات سیاسی باعث خواهد شد که ما سرمایه‌گذار خارجی جذب کنیم» (U10). به عقیده برخی از محققان، دولت‌ها نقش اساسی در تسهیل یک محیط مناسب برای سرمایه‌گذاری گردشگری ایفا می‌کنند. نندیو و مانیارا (۲۰۱۸) اظهار می‌دارند: «فقط دولت‌ها هستند که قدرت تأمین ثبات سیاسی، امنیت و چارچوب قانونی و مالی مورد نیاز گردشگری را برعهده دارند» (ندیو، مانیارا، ۲۰۱۸: ۴۰۶). بنابراین هرچند ایران کشوری است که در مقایسه با برخی دیگر از اقتصادهای منطقه، دارای ثبات نسبی سیاسی است، اما همواره توسط رسانه‌های قدرتهای جهانی به عنوان یک کشور بی‌ثبات و ناامن نمایش داده می‌شود. بنابراین دولت و حاکمیت برای تغییر نگرش این دید منفی نسبت به کشور، نقش و اهمیت زیادی دارند.

1. Vyas

2. The International Union of Tourism Organizations (IUTO)

● اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)

یکی دیگر از عوامل مؤثر در سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی، اقتصاد مبتنی بر رقابت آزاد یا باز بودن اقتصاد بود. سیاست باز بودن اقتصاد به عنوان موتور رشد مطرح است که در آن افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند باعث رشد و توسعه کشورهای در حال توسعه شود، زیرا هرچه اقتصاد کشوری با اقتصاد سایر کشورها ارتباط بیشتری داشته باشد ضمن افزایش مبادلات اقتصادی، از کسب فناوری و خلاقیت سایر کشورها بهره‌مند می‌گردد و با افزایش بازدهی موجبات افزایش انگیزه و عامل تحرک برای سرمایه‌گذاری فراهم می‌آید (رحمانی و معتمدی، ۱۳۹۷: ۱۱۸). نقش دولت در این زمینه بسیار مهم و اساسی است و دولت باید با اصلاح ساختار مناسب در این بخش، زمینه‌های جذب سرمایه‌گذاری را مهیا نماید. در این راستا فرزین و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای درجه باز بودن اقتصاد را از جمله عوامل مؤثر بر میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بیان کرده‌اند (فرزین و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۳). بنابراین با توجه مطالب یاد شده، می‌توان نتیجه گرفت که برای جذب سرمایه‌گذاران بیشتر باید در جهت ارتقای سیاست گشودگی، سیاست - اقتصادی با کشورهای بازار هدف گردشگری ورزشی از طریق تسهیل و لغو روادید و ... گام برداریم.

در این تحقیق چند متغیر شناسایی شده مربوط به نحوه اعطای تسهیلات و الگوی مناسب وام دهی به سرمایه‌گذاران بود. سطح‌بندی مقاصد و اختصاص وام با بهره پایین به سرمایه‌گذاران مناطق توسعه نیافته، افزایش فرجه و زمان استراحت برای وام و اعطای تسهیلات تضمین شده به سرمایه‌گذاران از عواملی بودند که تاکید زیادی روی آنها شده بود. یکی دیگر از عوامل مهم شناسایی شده، معافیت‌های مالیاتی، برای سرمایه‌گذاران و فعالان گردشگری ورزشی بود. مشوق‌های سرمایه‌گذاری و معافیت مالیاتی، در صنعت گردشگری ایران در قانون نیز مورد توجه قرار گرفته است. بر اساس تبصره ۳ ماده ۱۳۲ قانون مالیات‌های مستقیم، تمامه، تأسیسات گردشگری دارای پروانه بهره‌برداری هر سال از پرداخت ۵۰ درصد از مالیات مشمول معاف هستند. همچنین، هتل‌ها، که هم اکنون ساخته می‌شوند، از ۵ تا ۱۳ سال معافیت دائم برخوردار خواهند بود که این سقف زمانی بسته به مناطقی است که این هتل‌ها در آنجا ساخته می‌شوند. نتایج این قسمت از تحقیق با یافته کریمی و زاهدی (۲۰۱۱) که یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه صنعت گردشگری را اعطای تسهیلات و کمک‌های مالی دولت به سرمایه‌گذاران دانسته‌اند، همسو می‌باشد (کریمی و زاهدی، ۲۰۱۱: ۱۵۱). یکی دیگر از عوامل مؤثر در سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری ورزشی، تسریع فرآیند سرمایه‌گذاری بود. در این تحقیق مصاحبه شوندگان عواملی مانند تأسیس مرکز خدمات سرمایه‌گذاری گردشگری، انجام کارهای سرمایه‌گذاری به شکل دولت الکترونیک با حداکثر شفافیت، تفویض اختیار برخی مجوزها به اداره کل استان و اداره شهرستان‌ها و تسهیل صدور پروانه ساخت و بهره‌برداری را جزو عواملی برشمردند که می‌توانند فرآیند سرمایه‌گذاری را تسریع نمایند. تفویض اختیار برخی مجوزها به اداره کل استان و اداره شهرستان‌ها و برقراری وضعیت مناسبی که در آن شرکت‌های داخلی بتوانند به‌صورت مستقیم وارد مذاکره با سرمایه‌گذاران خارجی شوند، با تسریع فرآیند سرمایه‌گذاری، جذب سرمایه‌گذاری بیشتری را در پی خواهد داشت. در این راستا معیادی و سعیدی (۱۳۹۰) پیشنهاد می‌کنند برای رفع مشکلات سرمایه‌گذاران خارجی و جذب بیشتر سرمایه‌گذاران باید اقداماتی از جمله: ساده‌سازی کلیه مراحل شروع کسب و کار، الکترونیکی کردن امور، انجام اصلاحات قانونی و رفع دیوان سالاری اداری در فرایند ثبت شرکت‌ها، راه‌اندازی دفاتر خدمات الکترونیکی، اصلاح قانون کار، کاهش هزینه‌های مربوط به ثبت اموال، شفافیت معاملات، اصلاح نظام پرداخت مالیات، تخفیف در پرداخت مالیات، اصلاح قوانین گمرکی، کاهش زمان و

فرایند بررسی دعاوی حقوقی، تجدید نظر در قوانین ورشکستگی و ... صورت پذیرد (سعیدی و میعادی، ۱۳۹۰: ۱۹۴).

تعدادی از عوامل موثر بر سرمایه‌گذاری در گردشگری در ارتباط مستقیم با قوانین و مقررات سرمایه‌گذاری بود. رفع موانع و حذف و اصلاح قوانین دست و پاگیر در زمینه سرمایه‌گذاری، تصویب قوانین حمایتی از سرمایه‌گذار و اقدامات مربوط به کاهش ریسک سرمایه‌گذاری از جمله این عوامل بودند. نتایج تحقیق مورالس و همکاران (۲۰۱۱) در زمینه وجود قوانین و سیاست‌گذاری مناسب برای جذب سرمایه‌گذار نشان می‌دهد که تدوین و اجرای سیاست‌های صحیح، همراه با مقررات، توسعه مشارکت بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران را در پی خواهد داشت (ریوس مورالس، ۲۰۱۱: ۲۷۹). یکی دیگر از عوامل مهم در این زمینه، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و تضمین اصل سرمایه بود. وقتی سرمایه‌گذاران به دریافت بازده سرمایه‌گذاری خود مطمئن نباشند، سرمایه‌گذاری نخواهند کرد. سرمایه‌گذار احتیاج به امنیت دارد و باید برای وی این اطمینان ایجاد شود که سرمایه‌اش از بین نخواهد رفت. در این زمینه در شروع کار باید با توجه به شواهد و قرائن و آمارها موجود سرمایه‌گذاران را از دریافت سود کافی مطلع کرد و به گونه‌ای به آنها تضمین داده شود که هزینه‌های آنها طی یک دوره مشخص جبران خواهد شد.

یکی دیگر از عوامل شناسایی شده، عوامل مدیریتی و سازمانی بود و مواردی را شامل می‌شد که در ارتباط مستقیم با سازمان‌های متول، گردشگری ورزشی و مدیریت مستقیم مقاصد گردشگری ورزشی بود. با توجه به نتایج پژوهش، مدیریت مقاصد و سازمان‌های متول، گردشگری ورزشی، برای جذب سرمایه‌گذار، وظایفی مانند برنامه‌ریزی و تدوین سند سرمایه‌گذاری، اطلاع رسانی و جذب سرمایه‌گذار، کاهش بروکراسی و تسریع در صدور مجوز، انجام کار با حداکثر شفافیت برای جلب اعتماد و افزایش مشارکت حداکثری و در نهایت تشویق و قدردانی از سرمایه‌گذار را برعهده دارند. جذب سرمایه‌گذار در فرآیند توسعه مقاصد گردشگری، یکی از مهم‌ترین وظایف مدیریت مقاصد می‌باشد. این عامل آنقدر مهم است که براساس دیدگاه برخی از صاحب‌نظران در صورت موفقیت در جذب سرمایه‌گذار توسعه مقصد تقریباً قطعی خواهد بود. بنابر نظر متخصصان، مدیریت مقاصد برای جذب سرمایه‌گذار باید بیشتر به دنبال سرمایه‌گذارانی باشد که دارای اصالت بومی منطقه و علاقه‌مند به مقصد باشند. تعداد زیاد سرمایه‌گذاران داخلی، در گردشگری ترکیه نیز خود شاهد این مدعاست. مطالعه صنعت گردشگری ترکیه نشان می‌دهد حدود ۷۰ درصد از سرمایه‌گذاری بخش گردشگری ایران، کشور توسط بخش خصوصی داخلی انجام می‌شده و سرمایه‌گذاران خارجی تنها ۱۵ درصد از سرمایه لازم این بخش را تأمین کرده و بقیه آن از سوی دولت تأمین گردیده است. در ایران با توجه به تصویر ارائه شده از کشور در رسانه‌های خارجی، طی سه دهه گذشته، انتظار هجوم سرمایه‌گذاران خارجی، به صنعت گردشگری ایران و اردبیل، در کوتاه‌مدت، تصویری منطقی به نظر نمی‌رسد و لازم است اتکای سرمایه‌گذاری در این بخش حداقل در کوتاه‌مدت بر سرمایه‌گذاران داخلی باشد. هرچند در شرایط کنونی بهترین و عقلانی‌ترین راه، جذب سرمایه‌گذار داخلی و بومی است، اما مقاصد گردشگری برای موفقیت و توسعه پایدار خود باید بتوانند سرمایه‌گذاران بین‌المللی بخصوص سرمایه‌گذاران کشورهای همسایه را جذب نمایند. سرمایه‌گذاری خارجی مهم‌ترین منبع پویایی در صنعت گردشگری است. در فرآیند جهانی شدن، سرمایه‌گذاران به دنبال کسب سود بیشتر و مکانی امن برای سرمایه‌گذاری هستند. با اشباع سرمایه‌گذاری در کشورهای پیشرفته صنعتی، نرخ بازده سرمایه‌گذاری در این کشورها رو به نزول رفته و سرمایه‌گذاران در صدد بهره‌جویی از

● **اکتشاف کیفی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان اردبیل)**

فرصت‌های با بازده بیشتر هستند. چنانچه امنیت سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای در حال گذار تضمین و بستر قانونی لازم فراهم شود، سرمایه‌گذاران بین‌المللی میل و رغبت بیشتری برای حضور در این گونه بازارها خواهند داشت. همچنین با توجه به اینکه در شرایط کنونی که وضعیت پس‌انداز داخلی به گونه‌ای است که تکاپوی سرمایه مورد نیاز را نمی‌دهد، جذب سرمایه‌های خارجی می‌تواند اثر مؤثری بر تأمین مالی داشته باشد. علاوه بر این، همکاری و جذب سرمایه‌گذاران خارجی این امکان را به کشورهای میزبان می‌دهد تا در شبکه‌های بین‌المللی گردشگری ادغام شوند که خود در نهایت منجر به افزایش جریان گردشگران و ایجاد درآمد بیشتر از طریق فعالیت‌های مرتبط با گردشگری می‌گردد (فاووزل و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۰۴۳). شو و همکاران (۲۰۱۹) در مورد اهمیت شرکت‌های خارجی اظهار داشتند که شرکت‌های خارجی ممکن است در مقایسه با شرکت‌های داخلی ویژگی‌های کاملاً متفاوتی داشته و معمولاً دارای سطح فناوری بالاتر، دارایی ملموس و ناملموس بیشتر، مهارت‌های مدیریتی بهتر، انعطاف‌پذیری و قدرت چانه زنی بالاتری باشند (شو و همکاران، ۲۰۱۹: ۱). از طرفی جذب سرمایه‌گذاران و صاحبان برندهای معتبر در زمینه گردشگری برای تصویر بین‌المللی یک مقصد نیز بسیار مهم است و می‌تواند در توسعه شرکت‌های محلی برای دستیابی به استانداردهای جهانی از طریق انتقال دانش و رقابت سالم نقش مهمی ایفا نماید.

یکی دیگر از عوامل مؤثر در جذب سرمایه‌گذار به مقاصد گردشگری ورزشی، کاهش بروکراسی اداری بود. در واقع بروکراسی زیاد و طولانی مدت بودن فرآیند راه‌اندازی کسب و کار، یکی از بزرگترین موانع و چالش‌های پیش روی سرمایه‌گذاری می‌باشد که باعث دلسردی سرمایه‌گذار و انصراف او از ادامه کار می‌شود. بنابراین مدیریت سازمان‌های متولی باید همراه با تلاش برای جذب سرمایه‌گذار، فرآیند ارائه مجوز را تسریع نمایند و در کمترین زمان ممکن به انجام برسانند. متخصصان کدهای U10 و U12 در اظهار نظری مشابه، سخت‌گیری در فرآیند صدور مجوز و زمان‌بر بودن شروع کسب و کار را از موانع مهم سرمایه‌گذاری در مقاصد بیان نموده و برای کاهش بروکراسی پیچیده اداری، پنجره واحد سرمایه‌گذاری را پیشنهاد کرده بودند؛ به این معنی که مرکزی تخصصی برای سرمایه‌گذاری ایجاد شود تا سرمایه‌گذار درخواست خود را در این مرکز مطرح کند و مرکز کلیه فرآیندهای لازم برای کسب مجوز و هماهنگی با سایر سازمان‌های متولی را تا مرحله شروع کسب و کار پیش ببرد. استفاده از فناوری‌های نوین در کاهش مراتب بروکراتیک و کاهش روندهای اداری و پورتابل شدن امور مربوطه از موارد دیگری است که جهت تسریع در فرآیند سرمایه‌گذاری می‌تواند اثرگذار باشد.

آخرین دسته از عوامل مؤثر در سرمایه‌گذاری مقاصد گردشگری ورزشی، عوامل فرهنگی و اجتماعی بود. در بین عوامل فرهنگی و اجتماعی، مهم‌ترین عاملی که تأکید زیادی روی آن شده بود، تأمین امنیت و اطمینان خاطر به سرمایه‌گذار بود. منظور از امنیت در این بخش امنیت جانی و مالی سرمایه‌گذاران می‌باشد. امنیت از یک جهت بخش عرضه اقتصاد گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و میزان سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری نظیر هتلداری، حمل و نقل هوایی و ... را متأثر می‌سازد و از طرف دیگر، بر میزان تقاضای ورود گردشگران به کشور اثر می‌گذارد. امنیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاران و سرمایه‌گذاری‌های آنان از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر اقتصاد گردشگری می‌باشد. عدم وجود امنیت اقتصادی در هر کشوری مانع از شکل‌گیری سرمایه‌گذاری

می شود و این امر رکود در صنعت گردشگری را به دنبال خواهد داشت. در واقع سرمایه گذاری در هر کشوری مستلزم فراهم بودن محیط نهادی مناسب در آن کشور است. پیر و این موضوع متخصصی اظهار داشت: «سرمایه گذار خارجی امنیت را نگاه می کند آن هم نه شاخص های داخلی، بلکه شاخص های بین المللی موجود را. رتبه بندی شاخص های امنیت توسط برخی نهادهای بین المللی ارائه می شود. به عنوان مثال، «مؤسسه لگاتوم» هر ساله به رتبه بندی مؤلفه های رفاهی ۱۴۲ کشور جهان می پردازد که یکی از این مؤلفه ها، امنیت و ایمنی است. ایران با در نظر گرفتن شاخص های ۱۰ گانه امنیت ملی و ایمنی شخصی، در رده ۱۲۵ جهان قرار دارد. آیا وقتی سرمایه گذار رتبه امنیت ما را در جهان می بیند به سرمایه گذاری در ایران فکر می کند؟» (U15). طبق گفته قبادی و همکاران (۱۳۹۸) صاحبان سرمایه، سرمایه های خود را در کشوری به کار خواهند انداخت که علائم و نشانه های امنیت اقتصادی به خوبی در آن قابل مشاهده باشد (قبادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۴). آنتوناکاکیس و همکاران (۲۰۱۷) نیز اظهار داشتند که سرمایه گذاران گردشگری زمانی بیشتر سرمایه گذاری می کنند که پیش بینی چشم انداز صنعت، حداقل عدم قطعیت یا ریسک را نشان دهد. آنها همچنین رویدادهایی مانند تروریسم و ناآرامی سیاسی را از عوامل دانستند که می تواند به شدت سرمایه گذاری در گردشگری را تحت تاثیر قرار دهد (آنتوناکاکیس و همکاران^۱، ۲۰۱۷: ۱۶۶). علاوه بر آن، حساسیت های سیاسی، تنش ها یا حتی حوادثی مانند انتخابات باعث ایجاد نوسانات یا عدم قطعیت های در صحنه های سیاسی می شود و می تواند تاثیر قابل توجهی در ورود گردشگران، مدت اقامت و دیگر شاخص های توسعه گردشگری داشته باشد و به تبع آن سرمایه گذاری در این صنعت را تحت تاثیر قرار دهد (لانور و گوائید^۲، ۲۰۱۹: ۴۰۵). در این راستا بالکیلار^۳ و همکاران (۲۰۱۸) اظهار می دارند که ریسک سیاسی تعیین کننده اصلی تصمیمات سرمایه گذاری است (آکادیری و همکاران^۴، ۲۰۲۰: ۲۷۳).

نتایج این مطالعه و بسیاری از مطالعات دیگر به وضوح نشان می دهند که جذب سرمایه گذاری در صنعت گردشگری و گردشگری ورزشی فرآیند پیچیده ای است که به عوامل زیادی وابسته است. در این پژوهش عوامل زیادی شناسایی شدند و با در نظر گرفتن این موارد بهتر می توانیم عواملی را که بر سرمایه گذاری های آتی تاثیر می گذارند، درک کنیم. این مطالعه پایه ای برای تحقیقات بیشتر ایجاد کرده و نشان می دهد که بررسی عمیق تر عوامل موثر در جذب سرمایه گذاری در مقاصد گردشگری ممکن و مورد نیاز است. سرانجام، این تحقیق به لزوم تحقیقات بیشتر در مورد راهکارهای جذب و حفظ سرمایه گذاران در گردشگری ورزشی اشاره می کند. مطالعه عوامل موثر بر سرمایه گذاری و اصول مدیریت پرتوان می تواند باعث مدیریت بهتر و افزایش سرمایه گذاری ها شود. به علاوه انتظار می رود مدیران و مسئولان با مطالعه عوامل موثر بر سرمایه گذاری تا آنجایی که ممکن است موانع و چالش های موجود در این زمینه را برطرف کنند و با جذب بیشتر سرمایه گذاران به مقاصد گردشگری ورزشی استان اردبیل زمینه توسعه اقتصادی این منطقه را فراهم آورند.

1. Antonakakis.
2. Lanouar & Goaid
3. Balçilar
4. Akadiri

منابع

- جاوید، م. (۱۳۹۸). «طراحی الگوی توسعه اقتصاد منطقه‌ای مقاصد گردشگری ورزشی با رویکرد سیستمی (مطالعه موردی: استان اردبیل)». رساله دکتری رشته مدیریت ورزشی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه تهران.
- دودانگی، م. (۱۳۹۵). «عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در ایران». فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی. ۶(۲۳)، صص ۱۴۷-۱۳۱.
- رحمانی، ت. و معتمدی، س. (۱۳۹۷). «تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر تشکیل سرمایه، بهره‌وری نیروی کار و رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه». فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی. ۸(۳۰)، صص ۱۱۷-۱۳۲.
- سعیدی، ع. و میعاد، ز. (۱۳۹۰). «بررسی موانع عمده سرمایه‌گذاری خارجی در ایران از دیدگاه سرمایه‌گذاران خارجی». پژوهشنامه اقتصادی، ۱۱(۲) (پیاپی ۴۱)، صص ۱۸۱-۲۰۰.
- سهیلی، ک.؛ فتاحی، ش. و محمدی، س. (۱۳۹۷). «بررسی نقش و اثرات سرمایه‌گذاری خصوصی و عمومی بر اشتغال در استان‌های ایران: با رویکرد گشتاورهای تعمیم‌یافته». پژوهشنامه اقتصاد کلان. ۱۲(۲۴)، صص ۱۲۱-۱۴۸.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل و سیاح، علی. (۱۳۹۲). «تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری: رویکرد پانل دیتا مقایسه تطبیقی کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. ۷(۲)، صص ۲۵-۴۳.
- شریتی، ا. (۱۳۹۴). «تحلیلی بر نقش گردشگری در توسعه اقتصادی مناطق مرزی (مورد مطالعه: استان گلستان)». پژوهش‌نامه مطالعات مرزی. ۳(۸)، صص ۱-۱۷.
- عینالی، د. ج.؛ رومیانی، ا. و صانعی، س. (۱۳۹۵). «سرمایه‌گذاری بخش خصوصی راهبردی برای مبارزه با فقر روستایی (مورد شناسی: دهستان صائین‌قلعه، شهرستان ابهر)». فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای. ۷(۲۳)، صص ۱۱۳-۱۲۶.
- قبادی، س.؛ مظفری شمسی، ه. و فرامرزی، ف. (۱۳۹۸). «تحلیل اثرات عوامل نهادی بر سرمایه‌گذاری در کشورهای منتخب عضو اوپک». پژوهشنامه اقتصاد کلان. ۱۴(۲۷)، صص ۱۳-۳۹.
- محنت‌فر، ی. (۱۳۹۵). «تأثیر درآمدهای گردشگری بر جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (مطالعه موردی: ۲۳ کشور جهان)». گردشگری و توسعه. ۵(۳)، صص ۷۹-۹۷.
- مشیری، س. (۱۳۸۹). «خصوصی‌سازی و رشد اقتصادی: یک مطالعه بین‌کشوری». تحقیقات اقتصادی. ۱(۴۵)، صص ۱۴۱-۱۵۸.
- مک‌کین، ف. (۱۳۹۴). اقتصاد نوین شهری و منطقه‌ای. رئیس‌دهکردی. چاپ اول، تهران: انتشارات نور علم

- Akadiri, S. Saint, Eluwole, K. K., Akadiri, A. C., & Avci, T. (2020). "Does causality between geopolitical risk, tourism and economic growth matter? Evidence from Turkey". Journal of Hospitality and Tourism Management, 43, 273-277.
- Al-Hallaq, S. S., Athamneh, A. B., & Suleiman, H. M. (2019). "The

impact of foreign direct investment on the growth of the tourism sector in Jordan (1980–2016) ”. Journal of Public Affairs, 29(5), 1–9.

- Bagheri, A., Moharrer, M., Bagheri, M., & Nekooee Zadeh, M. (2018). **“Ranking the cities with potential of tourism investment in Fars province using numerical taxonomy”**. Decision Science Letters, 7(4), 417–426.
- Farzin, M. R., Ashrafi, Y., & Fahimifar, F. (2012). **“FDI and Economic Growth: Combination of System Dynamic and Econometrics Approaches TT”**. Quarterly Journal of Economic Research and Policies, 20(61), 29–62.
- Fauzel, S., Seetanah, B., & Sannassee, R. V. (2017). **“Analysing the impact of tourism foreign direct investment on economic growth: Evidence from a small island developing state”**. Tourism Economics, 23(5), 1042–1055.
- Karimi, F., & Zahedi Keyvan, M. (2011). **“Determination of Economical Investment Index for Optimum Allocation of Credits to Iran’s Tourism Industry”**. Under Uncertain Conditions TT. IJNAA, 19(59), 151–174.
- Lanouar, C., & Goaid, M. (2019). **“Tourism, terrorism and political violence in Tunisia: Evidence from Markov-switching models”**. Tourism Management, 70, 404–418.
- Ma, X., Wang, Y., Song, H., & Liu, H. (2019). **“Time-varying mechanisms between foreign direct investment and tourism development under the new normal in China”**. Tourism Economics, 2699, 1–20.
- Nawaz, M. A., & Hassan, S. (2016). **“Investment and Tourism: Insights from the Literature”**. International Journal of Economics Perspectives, 10(4), 581–590.
- Ndivo, R. M., & Manyara, G. (2018). **“Appraising the role of public sector in Kenya’s competitiveness as a tourism investment destination: Hotel investors’ perspectives”**. Tourism and Hospitality Research, 18(3), 400–407.
- Nunkoo, R., Seetanah, B., Jaffur, Z. R. K., Moraghen, P. G. W., & Sannassee, R. V. (2019). **“Tourism and Economic Growth: A Meta-regression Analysis”**. Journal of Travel Research, 59(3), 404–423.
- Ravinthirakumaran, K., Selvanathan, E. A., Selvanathan, S., & Singh, T. (2019). **“Tourism and Foreign Direct Investment Inflows in Sri Lanka”**. South Asia Economic Journal, 20(2), 248–273.
- Rezaei, B., Abbaspour, A., Niknami, M., Rahimian, H., & Delavar, A. (2013). **“Design and Modeling of Related Factors in Academic Entrepreneurship”**. Scientific Journal Management System, 7(3 (22), 179–202.
- Rios-Morales, R., Gamberger, D., Jenkins, I., & Smuc, T. (2011). **“Modelling investment in the tourism industry using the World Bank’s good governance indicators”**. Journal of Modelling in Management, 6(3), 279–296.
- Santos, C. da S. (2017). **“Territorial marketing: attracting FDI for the tourism sector in the west region of Portugal”**. Doctoral dissertation, ISCTE Business school, Instituto Universitario de lisbon (p. 14).
- Shapoval, V., Wang, M. C., Hara, T., & Shioya, H. (2018). **“Data**

mining in tourism data analysis: inbound visitors to Japan". Journal of Travel Research, 57(3), 310–323.

- Torkamani, E., & Fotros, M. H. (2019). **"The Policy of Increasing Public Investment in Iran: A DSGE Approach"**. Quarterly Journal of Economic Growth and Development Research, 9(36), 57–76.
- Uvinha, R. R., Chan, C.-S., Man, C. K., & Marafa, L. M. (2018). **"Sport tourism: a comparative analysis of residents from Brazil and Hong Kong"**. Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo, 12(1), 180–206.
- Vyas, C. (2019). **"Evaluating state tourism websites using Search Engine Optimization tools"**. Tourism Management, 73(1), 64–70.
- Xu, C., Jones, C., & Munday, M. (2019). **"Tourism inward investment and regional economic development effects: perspectives from tourism satellite accounts"**. Regional Studies, 53(12), 1–12.

شناسایی نقش باشگاه در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران

بهزاد پورفرهمند^۱

محمد خبیری^۲

سید نصرالله سجادی^۳

مجید جلالی فراهانی^۴

 10.22034/SSYS.2022.732.1615

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۵/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۱۲

هدف از انجام پژوهش حاضر، شناسایی نقش باشگاه در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران بود که به شیوه کیفی در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ انجام پذیرفت. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مدیران باشگاه‌های حاضر در لیگ برتر فوتبال ایران و روسای هیئت‌های فوتبال استان‌های حاضر در لیگ برتر در فصول شانزدهم و هفدهم لیگ برتر فوتبال ایران و همچنین اساتید دانشگاهی (رشته‌های تربیت بدنی و علوم اجتماعی) بود که با توجه به رویکرد کیفی پژوهش با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند، تعداد ۲۳ نفر به عنوان نمونه آماری جهت شرکت در جلسات مصاحبه انتخاب شدند. پس از انجام ۲۵ مصاحبه عمیق، پژوهش به مرحله اشباع نظری رسید. جهت شناسایی نقش باشگاه در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان فوتبال ایران از شیوه تجزیه و تحلیل مضمون استفاده شد.

۱- دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: B.poorfarahmand@ut.ac.ir

۲- دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳- استاد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۴- دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

نتایج نشان داد که پنج مضمون فرایندها، منابع سازمان، جهت‌گیری سازمانی، فعالیت‌ها و برنامه‌ها و ساختار سازمانی به عنوان مضامین فرعی و زیرمجموعه مقوله اصلی عوامل سازمانی در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران نقش دارند. همچنین عامل مدیریت و رهبری به عنوان دیگر مقوله اصلی در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی شامل سه مضمون فرعی مهارت‌ها، مدیریت منابع انسانی و کیفیت وظایف می‌باشد.

با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که باشگاه به مثابه سازمان و مدیر و مربی به عنوان رهبران و گردانندگان اصلی این سازمان در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان موثرند و با توجه به نقش مخرب رفتارهای انحرافی در عملکرد فردی و به تبع آن افت عملکرد تیمی، ضروری است نسبت به این دو عامل دقت نظر بیشتری شود تا ضمن شناسایی این رفتارها نسبت به راهبردهای پیشگیری و مقابله با آنها تصمیم‌گیری گردد. پیامدهای حاصله می‌تواند در حفظ موقعیت اجتماعی و جو اخلاقی تیم و در نتیجه آن توسعه باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای و برگزاری منظم و کیفی لیگ‌های ورزشی موثر واقع شود.

واژگان کلیدی: رفتار انحرافی، باشگاه فوتبال، دوپینگ، تبانی و تقلب.

مقدمه

ورزش و فعالیت بدنی امروزه به عنوان جزء لاینفک زندگی در اجتماعات بشری به شمار می‌آید. ورزش به عنوان پدیده‌ای با قدمت بسیار زیاد که در دوران باستان از آن به عنوان وسیله‌ای برای تربیت روح و جسم و پرورش انسان‌ها یاد می‌شد دیری نپایید که در کنار نقش تربیتی خود تبدیل به یک پدیده رایج اجتماعی گشته و ارتباط تنگاتنگی با سایر اجزای تمدن بشری نظیر اقتصاد، سیاست، جامعه و... برقرار نموده است. کارل دیلم^۱ در بحث پیرامون اهمیت و جایگاه ورزش، این پدیده (ورزش) را بخشی از فرهنگ جامعه معرفی می‌نماید و جدایی ورزش از فرهنگ جامعه را غیرممکن می‌پندارد (ژاک دو فرانس^۲، نیک گهر، ۱۳۸۵: ۲۲). ورزش به عنوان پدیده‌ای اجتماعی از قدمتی برابر با پیدایش خود انسان برخوردار است و دارای ارزش‌ها و هنجارها، قواعد و قوانین و آداب رسوم خاص خود می‌باشد. ورزش به شکل رسمی و غیررسمی آن بدون قواعد و قوانین، وجود عینی ندارد و در هر جامعه‌ای متأثر از ساختار اجتماعی حاکم بر همان جامعه و بیانگر ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر آن جامعه بوده و شکل می‌گیرد؛ چنان که درک کامل از جامعه و فرهنگ معاصر بدون شناخت جایگاه کنونی ورزش غیرممکن است (نادریان جهرمی، ۱۳۸۹). ورزش علاوه بر آن که به عنوان فعالیتی سودمند تلقی می‌شود، از دیرباز به مثابه پدیده‌ای چندبعدی با کارکردهای مختلف به شمار می‌آید. هنگامی که در مورد کارکرد یک پدیده صحبت می‌شود، منظور ذات آن نیست، بلکه به استفاده از آن پدیده در وضعیت‌های مختلف اشاره می‌شود (شجاع، ۱۳۹۲). صاحب‌نظران مختلف کارکردهای متفاوتی را برای ورزش برشمرده‌اند که ازجمله این کارکردها می‌توان به غنی‌سازی اوقات فراغت، پرورش شخصیت، مهارکننده تدریجی رفتارهای پرخطرانه و تنظیم خشونت، انتقال ارزش‌ها، کاهش آسیب‌های اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی و... اشاره نمود که به‌طور کلی از آن‌ها با عنوان «کارکردهای اجتماعی ورزش» یاد می‌شود. همچنین ورزش در دوران معاصر نیز از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است تا آنجا که در قاموس جامعه‌شناسی از آن به عنوان بارزترین نمودهای زندگی اجتماعی- فرهنگی یاد شده و آن را در عقلانی شدن زندگی اجتماعی و توسعه جوامع مدرن مؤثر می‌دانند (نوابخش و جوانمرد، ۱۳۹۲). بر اساس دیدگاه مول و همکاران (۲۰۰۵) ورزش به چهار بخش همگانی، پرورشی، قهرمانی و حرفه‌ای تقسیم شده است. علیرغم اثرات متقابل ورزش و جامعه بر یکدیگر و همچنین با وجود تقسیم‌بندی صورت پذیرفته، ذکر این نکته حائز اهمیت است که رشد ورزش از گذشته تاکنون با عدالت توزیعی آن همراه نبوده است؛ به‌گونه‌ای که همه بخش‌های ورزش و همه رشته‌های ورزشی دارای اقبال یکسان و برابری نبوده و در این میان ورزش حرفه‌ای بیشتر از سایر بخش‌ها (همگانی، پرورشی و قهرمانی) به‌واسطه وجود عامل اقتصادی و پیوند ناعادلانه‌ای که رسانه با آن برقرار نموده (اسدی دستجردی و کشاورز، ۱۳۹۲: ۵۳) بیشتر مورد توجه و استقبال جامعه بوده است. همچنین، رشته ورزشی فوتبال بیشتر از سایرین رشد یافته و با استقبال بیشتری مواجه شده است (نادریان جهرمی، ۱۳۸۹).

این گسترش همه‌جانبه ورزش طی سالیان اخیر از یک‌سو، میدان عمل متصدیان ورزش را وسعت بخشیده و از سوی دیگر، به دلیل پیوند ورزش و جامعه، مشکلات عمده‌ای را در باب مسائل اجتماعی به وجود آورده است (شجاع، ۱۳۹۲ الف). یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی روز در

ورزش، بروز رفتار انحرافی^۱ توسط افراد شاغل در حوزه ورزش به‌ویژه ورزشکاران است. رفتارهای انحرافی مجموعه‌ای از رفتارهای عمدی است که هنجارهای اجتماعی، قواعد و قوانین سازمانی را نقض می‌نماید و سلامت سازمان، افراد حاضر در آن و یا هردو را به خطر می‌اندازد (مولکی و همکاران^۲، ۲۰۰۶ و کریستین و الیس^۳ ۲۰۱۴ و یلدیز و الپکان^۴، ۲۰۱۵). به زعم نادى و حاذقى (۱۳۹۰) جو اخلاقی سازمان بر میزان بروز انحرافات رفتاری موثر می باشد. لذا می توان برآورد نمود که رفتارهایی که در محیط کار، انحرافی محسوب می‌شوند، به همان میزان هم غیراخلاقی هستند. در واقع، تمایز حقیقی بین رفتار اخلاقی با رفتارهای انحرافی در آن است که رفتارهای اخلاقی، رفتارهایی مبتنی بر قاعده صحیح یا غلط و بر مبنای قواعدی نظیر عدالت، قانون یا دیگر رهنمودهای ارزشی و اخلاقی هستند، ولی رفتار انحرافی بر رفتارهایی که تخطی از هنجارهای سازمان به شمار می آیند، متمرکز می‌باشند. از نمونه‌های بارز رفتارهای انحرافی در حوزه ورزش به‌طور عام و همچنین در میان ورزشکاران می‌توان به مواردی نظیر پرخاشگری، تبانی، دوپینگ، تقلب، رشوه و جعل اسناد دولتی و... اشاره نمود که همه‌ساله تبعات جبران‌ناپذیری را در صنعت ورزش و به‌ویژه برای باشگاه‌های ورزشی به‌عنوان گردانندگان اصلی ورزش به دنبال داشته و خسارت‌های جبران‌ناپذیری را برای آن‌ها ایجاد می‌نماید و منجر به هدر رفت منابع مادی و غیرمادی هنگفتی می‌شود. در همین راستا دانلوپ و لی^۵ (۲۰۱۴) اذعان نموده‌اند که رفتار انحرافی ارتباط مستقیمی با عملکرد دارد و خدشه دار شدن وجهه، اعتبار و آبروی سازمانی و حتی ملی را در برخواهد داشت. این در حالی است که مدیران ورزشی با پیشگیری از بروز این قبیل انحرافات با هدف ارتقای عملکرد ورزشکاران و به تبع آن تیم خود می‌توانند با شناخت عوامل موثر بر بروز آنها نسبت به کنترل آنها امیدوار باشند و از بروز خسارت‌های مادی و معنوی به تیم خود جلوگیری به عمل آورند. علی‌رغم اینکه به زعم نایر^۶ (۲۰۱۱) رفتار انحرافی همیشه بد نیست و به عنوان سوپاپ اطمینان سازمان عمل و عملکرد نادرست سازمان را گوشزد می‌نماید تا به عنوان هشدار سازمان را از ادامه راه ناصحیح منصرف نماید، ولی لیدزکی و همکاران^۷ (۲۰۰۶) بیان می‌نمایند که رفتارهای انحرافی در ۳۰ درصد از شکست‌های سازمانی، به عنوان عامل اصلی تلقی می‌شوند. در اینجا می‌توان مفروض داشت که با توجه به جایگاه اجتماعی و اقتصادی بالاتر رشته ورزشی فوتبال نسبت به سایر رشته‌های ورزشی، این رشته بیش از سایرین مستعد بروز انحرافات می‌باشد. در تایید این موضوع، عطار زاده بیان می‌کند که در فوتبال شاهد انحرافات و حاشیه‌های اخلاقی بیشتری نسبت به سایر رشته‌های ورزشی هستیم و دلایل این انحرافات را قابل کنترل نبودن، پربیننده، پرطرفدار و شیرین بودن آن می‌داند (خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، ۱۳۹۰). آمار و ارقام منتشره در زمینه انحرافات در ورزش هم موید این مطلب است و ورزش فوتبال را در رتبه نخست پیدایش رفتارهای انحرافی در حوزه ورزش نشان می‌دهند.

در عصر حاضر ورزش فوتبال چه در حوزه ورزشکاران و چه در حوزه طرفداران و تماشاچیان آنچنان در زندگی جوامع بشری جای باز کرده است که حتی رویدادهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جهان را هم تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و به همین دلیل است که ورزشکاران و قهرمانان این رشته

1. Deviant Behavior
2. Mulki et al.
3. Christian Js, Ellis
4. Yildiz & Alp;an
5. Dunlop and Lee
6. Nair
7. Litzky

ورزشی دارای نقش الگویی برای جامعه می‌باشند (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۳). همان‌گونه که مسلم است جامعه به ارزش‌ها می‌نگرد و بسیار دقیق پدیده‌ها را را زیر ذره‌بین قرار می‌دهد. لذا باید دید که رفتارهای ورزشکاران که در برخی موارد به عنوان الگوهای اجتماعی ایفای نقش می‌نمایند تا چه میزان مطابق با ارزش‌ها و هنجارهای مورد پذیرش و مقبول جامعه بوده و هست؟

نادریان جهرمی (۱۳۸۹) بر این باور است در صورتی که ورزشکار به عنوان یک عضو از نظام اجتماعی نشان دهد که مسئولیت‌های اجتماعی را می‌پذیرد، از دیگران کمتر بهره برداری می‌کند و در حل معضلات اجتماعی کوشا و در ارتباط با دیگران موفق است، بدون شک جامعه برای او و رفتارهایش ارزش قائل می‌باشد. لکن بر خلاف آنچه در گذشته شاهد بودیم، متأسفانه امروزه ارزش‌های اخلاقی در میادین ورزشی از جانب ورزشکاران به طور کامل رعایت نمی‌شود. در گذشته نه چندان دور ورزشکاران و پهلوانان دارای منزلت و مرتبه اجتماعی والا تری نسبت به امروزه بودند و بیش از ورزشکاران امروزی نسبت به رعایت اصول و عقاید اخلاقی پایبندی نشان می‌دادند. این در حالی است که تبعات بروز این رفتارها در ورزش معاصر به واسطه پوشش بیشتر رسانه‌ای بسیار گسترده‌تر از گذشته می‌باشد و تمایل افکار عمومی جهان به کسب اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادهای ورزشی و انعکاس گسترده وقایع ورزشی از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی عاملی در راستای گسترش و واکنش فوری به رفتارهای ورزشکاران می‌باشد (محمدی عزیز آبادی و التیامی نیا، ۱۳۹۴). به همین دلیل رفتارهای ورزشکاران به ویژه ورزشکاران رشته فوتبال همانند هنرپیشگان بازتاب گسترده‌تری در اذهان عمومی دارد و بیشتر از سایر افراد جامعه مورد نقد و تامل واقع می‌شود. با نگاهی به تعریف مفهوم رفتار انحرافی می‌توان این نکته را دریافت که قوانین و ارزش‌های حاکم بر جامعه و گروه به عنوان سنگ محک ارزیابی رفتار محسوب می‌شوند. بنابراین رفتار و عملی که ممکن است در یک موقعیت خاص قابل قبول باشد، در زمان و مکان دیگر ناروا قلمداد و نکوهیده شود (بروس کوئن، توسلی، ۱۳۹۶: ۱۷۱). لذا ذکر این نکته حائز اهمیت است که اولین گام جهت بررسی و شناسایی رفتارهای انحرافی در ورزش فوتبال، شناخت کافی و اساسی از محیط درونی و بیرونی این رشته ورزشی است تا بتوان نسبت به علل ظهور این قبیل رفتارها آگاهی پیدا نمود. مطالعات مربوط به رفتارهای انحرافی نشان می‌دهد عوامل متعددی در شکل‌گیری رفتارهای ورزشکاران دخیل می‌باشند که از جمله می‌توان به نقش عوامل اقتصادی، سازمانی، سیاسی، فرهنگی و اخلاقی، فنی، اجتماعی، قوانین و مقررات ورزشی و عوامل درونی (نقوی و همکاران، ۱۳۹۶)، عوامل سازمانی (سلمانی و رادمند، ۱۳۸۸) رسانه و تبلیغات (بحیرایی و همکاران، ۲۰۱۴ و گودرزی و همکاران، ۱۳۹۴) اشاره نمود. در این میان، یکی از عوامل اثرگذار بر پیدایش این قبیل رفتارها که در بیشتر تحقیقات این حوزه به عنوان عاملی اثرگذار قلمداد شده است، عوامل سازمانی بوده است. نتایج تحقیق پورمختاری و کریمی (۱۳۹۶) مبین این نکته است که بین ادراک از رهبری موثق با رفتارهای انحرافی کارکنان ستادی آموزش و پرورش شهر اصفهان رابطه وجود دارد و پونو و تناکون (۲۰۰۰) بیان می‌نمایند که نقش‌های اجرایی و مدیریتی مدیران و رهبران در سازمان‌ها، چارچوب و فضایی اخلاقی برای سایرین شاغل در سازمان ایجاد می‌نماید (به نقل از ابزری و فغانی، ۱۳۹۲).

با توجه به تعریف رایج (۱۳۹۰) که سازمان را عبارت از همکاری گروهی متشکل از دو یا چند نفر با ساختار منظم و از پیش تعیین شده برای نیل به اهداف گروهی با یکدیگر می‌داند، قطعاً می‌توان باشگاه‌های ورزشی را به مثابه یک سازمان قلمداد نمود؛ زیرا درون هر باشگاه افراد مختلفی با تخصص‌های متفاوت گرد هم جمع شده و مشغول تحقق اهداف مشخص و از پیش تعیین شده

● شناسایی نقش باشگاه در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران

می‌باشند. بنابراین این سوال پیش می‌آید که باشگاه‌های ورزشی چه نقشی در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان فوتبال ایران دارند؟

در پاسخ به این سوال، پورافکاری و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود به بررسی نقش سازمان‌های ورزشی در شکل‌دهی رفتار افراد پرداخته‌اند و نشان دادند که شیوه مناسب انگیزش افراد در سازمان موجب توانمندسازی و ارتقای بهره‌وری منابع انسانی در سازمان‌های ورزشی است، در حالی که فارسی (۱۳۹۴) نقش سازمان را بر اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌های ورزشی مهم قلمداد نموده است. همچنین یافته‌های تحقیق حاتمی و همکاران (۱۳۹۷) در تایید نقش باشگاه در رفتار هواداران فوتبال، مسئولیت اجتماعی باشگاه را به عنوان متغیر میانجی بین اخلاق حرفه‌ای مدیران و رفتار شهروندی هواداران معرفی نموده‌اند. اوی و همکاران^۱ (۲۰۱۴) نیز در مطالعه خود پیرامون مربیان ورزشی دریافتند که حمایت سازمانی درک شده از طریق تاثیرگذاری بر انگیزه درونی مربیان ورزشی، سبب افزایش تعهد عاطفی آن‌ها می‌شود و در نتیجه بازیکنان و مربیان کمتر مرتکب رفتارهای تخریبی می‌گردند. لکن اوکونور و همکاران^۲ (۲۰۱۷) معتقدند دلایل بروز رفتارهای انحرافی در گروه به شدت تحت تاثیر عوامل فردی است و این چنین رفتارهایی در افراد متفاوت با دلایل متفاوتی قابلیت بروز خواهند داشت. بر همین اساس، پژوهش حاضر با هدف شناسایی نقش باشگاه به عنوان سازمان به کارگیرنده بازیکنان لیگ برتر فوتبال در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی آنها انجام پذیرفته است.

روش شناسی پژوهش

این تحقیق از انواع تحقیقات کاربردی می‌باشد که به روش میدانی انجام پذیرفت. به جهت بهره جستن از شیوه کیفی در انجام تحقیق و به منظور اجرای آن، در مرحله اول روش مطالعات اسنادی با هدف شناسایی مبانی نظری و مصادیق بارز این قبیل رفتارها در جامعه ورزش کشور به ویژه فوتبال در سالیان اخیر به اجرا در آمد و منجر به ایجاد شناختی عمیق نسبت به پژوهش‌های مرتبط با رفتار انحرافی و عوامل موثر بر شکل‌دهی این قبیل رفتارها گردید. اطلاعات حاصله منجر به ارتقای دانش عملی پژوهشگران و نیز تدوین راهنمای مصاحبه‌ها برای مرحله بعدی شد. در مرحله دوم با استفاده از تکنیک مصاحبه‌های عمیق کیفی، نسبت به شناسایی و واکاوی نقش باشگاه‌های ورزشی در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران اقدام گردید. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه مدیران باشگاه‌های حاضر (۱۸ نفر)، روسای هیئت‌های فوتبال استان‌های حاضر در لیگ برتر (۷ نفر) در فصول شانزدهم و هفدهم لیگ برتر فوتبال ایران (سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷) و همچنین اساتید دانشگاهی (رشته‌های تربیت بدنی و علوم اجتماعی) بودند که با توجه به رویکرد کیفی و ماهیت پژوهش جهت انتخاب نمونه آماری در ابتدای تحقیق از بین افراد حاضر در جامعه آماری با توجه به دو معیار تناسب سوالات تحقیق با تجارب آنها و دارا بودن ویژگی‌های یک فرد مطلع در موضوع مورد مطالعه فهرستی تهیه شد و در ادامه نمونه‌های تحقیق با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند (تصادفی و در برخی موارد گلوله برفی) انتخاب و با تنظیم قرار ملاقات با این افراد نسبت به انجام مصاحبه اقدام گردید. در برخی موارد با توجه به معرفی صاحب‌نظران دیگر توسط مصاحبه‌شوندگان اولیه، اطلاعات از سایر نمونه‌های آماری نیز کسب شدند. در مجموع از تعداد ۲۳ نفر نمونه انتخاب شده و پس از انجام ۲۵ جلسه مصاحبه، روند

1. Ooi

2. O'Connor et al.

اجرایی تحقیق به مرحله کفایت داده ها رسید. با توجه به اینکه شناسایی ایده های اولیه و عمیق برای توسعه الگوهای معنایی از مقاصد اصلی انجام این تحقیق بود، لذا جهت تحلیل و شناسایی نقش باشگاه بر شکل گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان روش تجزیه و تحلیل مضمون به شیوه استقرایی به کار گرفته شد. این روش شباهت بسیاری با انجام تحقیق با استفاده از روش داده بنیاد (گردند ثوری) دارد و مضامین شناسایی شده ارتباط محکمی با داده ها دارا می باشند (کلارک و براون^۱، ۲۰۰۶). یافته های حاصل از انجام مصاحبه های عمیق کیفی با رویکرد تحلیل مضمون استقرایی شش مرحله ای کلارک و براون^۲ (۲۰۰۶) دسته بندی و کدگذاری شدند. این تحلیل شامل یک رفت و برگشت مستمر بین مجموعه داده ها و مجموعه کدگذاری ها بود و منجر به استخراج فهرستی از عوامل باشگاهی موثر بر شکل گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران شد.

یافته های پژوهش

همان گونه که پیش از این گفته شد، تعداد ۲۳ نفر به عنوان نمونه آماری جهت شرکت در جلسات مصاحبه این تحقیق انتخاب شدند که از این تعداد ۲۱ نفر دارای جنسیت مرد و ۲ نفر زن بودند. سطح تحصیلات ۱۸ نفر کارشناسی و ۷ نفر کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. همچنین ۶ نفر از نمونه های آماری دارای سمت رئیس باشگاه و ۵ نفر از روسای هیئت های استانی فوتبال بودند که مفاهیم و مضامین مستخرج از مصاحبه با این افراد به همراه گزاره های حاصله از ۴ نفر از متخصصان امر که همگی از افراد خبره و مطلع در زمینه فوتبال و علوم اجتماعی بودند، به ایجاد یافته های تحقیق حاضر منجر شدند. ویژگی های جمعیت شناختی نمونه های آماری تحقیق و تعداد مصاحبه های انجام گرفته به طور اجمالی در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱. مشخصات نمونه های آماری تحقیق

متغیر	گروه	تعداد افراد مصاحبه شده	تعداد مصاحبه ها
جنسیت	مرد	۲۱	۲۲
	زن	۲	۳
سطح تحصیلات	کارشناسی	۱۸	۲۰
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۷	۷
	رئیس باشگاه	۶	۷
سمت	رئیس هیئت	۵	۵
	کارشناسان	۹	۹
	سایر متخصصان	۳	۴
	کل	۲۳	۲۵

مطابق با هدف اصلی تحقیق و با انجام مصاحبه های عمیق کیفی با متخصصان و خبرگان این حوزه نسبت به شناسایی نقش باشگاه در شکل گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران اقدام شد. مفاهیم مستخرج شامل ۲۴ مفهوم بودند که در ۸ مضمون (تم) فرعی دسته بندی

1. Clark & Braun

2. همان

● شناسایی نقش باشگاه در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران

شده‌اند و به طور کلی نشان می‌دهند دو مقوله اصلی عوامل سازمانی و مدیریت و رهبری در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان دارای نقش اصلی می‌باشند. همچنین مشخص گردید که پنج مضمون «فرایندها»، «منابع سازمان»، «جهت‌گیری سازمانی»، «فعالیت‌ها و برنامه‌ها» و «ساختار سازمانی» به عنوان مضامین (تم‌های) فرعی و زیرمجموعه عوامل سازمانی در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان فوتبال ایران دخیل هستند. به علاوه، مقوله «مدیریت و رهبری باشگاه» به عنوان دیگر مقوله اصلی شناسایی شده در باشگاه در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی شامل سه مضمون (تم) فرعی «مهارت‌ها»، «مدیریت منابع انسانی» و «کیفیت وظایف» می‌باشد.

عوامل سازمانی

همان گونه که پیش‌تر اشاره شد، عوامل سازمانی به عنوان اولین مقوله اصلی در این تحقیق شناسایی شده است و دارای پنج مضمون فرعی فرایندها، منابع سازمان، جهت‌گیری سازمانی، فعالیت‌ها و برنامه‌ها و ساختار سازمانی می‌باشد.

فرایندهای سازمانی به همبستگی سازمانی، انسجام تیمی و حمایت سازمانی اشاره دارند و منابع سازمانی شامل دو مفهوم جایگزین منابع مالی و منابع غیرمادی است. همچنین اهداف، قوانین و مقررات و رویکرد سازمانی به عنوان مفاهیم جایگزین تم فرعی جهت‌گیری سازمانی و مفاهیم مسئولیت‌های اجتماعی و توسعه فرهنگی به عنوان عناصر تشکیل دهنده فعالیت‌ها و برنامه‌های سازمان در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران بودند. علاوه بر آن رسمیت، تمرکز و پیچیدگی مفاهیم جایگزین ساختار سازمانی در شکل‌گیری این قبیل رفتارها شناسایی شدند.

عوامل رهبری و مدیریت

چنان که در ادامه و در جدول ۲ ارائه شده است، قابلیت‌های فردی مدیر و مربی باشگاه به عنوان رهبر و گرداننده اصلی سازمان با چهار مفهوم جانشین ویژگی‌های شخصیتی، مهارت ادراکی، فنی و ارتباطی و چهار مفهوم جایگزین نظارت مستمر، تنبیه و تشویق، آموزش مستمر و حمایت مالی تحت لوای مضمون فرعی مدیریت منابع انسانی در شکل‌گیری رفتارهای بازیکنان دارای نقش قلمداد شده است. این در حالی است که کیفیت وظایف محوله از سوی مدیران و رهبران تیم و در سه مرحله تدوین، اجرا و ارزیابی نیز دارای نقش در پیدایش این رفتارها بوده‌اند. جدول ۲ نمایی کلی از مقولات اصلی، مضامین (تم‌های) فرعی و مفاهیم جایگزین و هم‌معنا در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران را به تصویر کشیده است که در ادامه در مورد هریک از آنها بحث و نتیجه‌گیری خواهد شد.

جدول ۲. شناسایی مفاهیم و تم‌های فرعی

مقوله اصلی	مضامین (تم‌های) فرعی	مفاهیم جایگزین	مفاهیم هم معنا
عوامل سازمانی	فرایندهای سازمان	همبستگی سازمانی	- عدم وجود همگرایی بین بازیکنان - روابط کاری نامناسب - عدم احساس تعلق به گروه
		انسجام تیمی	- بی نظمی و عدم انضباط اداری - جو غیررسمی سازمان
		حمایت سازمانی	- عدم حمایت در برابر شکست‌های تیمی - عملکردگرایی در برابر نتیجه‌گرایی - عدم پایبندی به قراردادهای بازیکن

- توسعه یک جانبه بازیکن		
- ابهام و عدم شفافیت در قراردادهای مالی		
- عدم رعایت عدالت در تخصیص منابع		
- تبعیض در قراردادهای بازیکنان	منابع مالی	
- عقد قراردادهای کلان مالی		منابع سازمان
- وجود دلال‌ها در ورزش		
- عدم استفاده بهینه از فرصت‌ها		
- واگرایی منابع فردی و سازمانی	منابع غیرمادی	
- تدوین غیزمشارکتی اهداف		
- اهداف غیر قابل دسترس	اهداف	
- عدم تبعیت منافع فردی از سازمانی		
- عدم وجود نظام هماهنگ تشویق و تنبیه	قوانین و مقررات	جهت‌گیری سازمان
- مشکلات ساختاری اساسنامه		
- تاکید بیش از حد بر نتیجه		
- تلقی ورزش به مثابه یک شغل	رویکرد سازمانی	
- عدم برنامه ریزی بر مبنای مدیریت مشارکتی		
- عدم مشارکت باشگاه در حل مسائل و مشکلات	مسئولیت‌های اجتماعی	
- جامعه		
- فقدان فعالیت‌های فرهنگی در برنامه‌های		
- باشگاه	توسعه فرهنگی	فعالیت‌ها و برنامه‌ها
- عدم وجود برنامه‌های معنوی در برنامه‌های		
- باشگاه		
- عدم تناسب بین ساختار موجود و ساختار		
- ترجیح داده شده	رسمیت	
- استقلال بیش از حد بازیکنان		
- تمرکز قدرت و اختیار در یک نقطه		
- کم‌رنگ شدن مرزهای سازمانی	تمرکز	ساختار سازمانی
- روابط مبتنی بر عدم اعتماد		
- سازمان مکانیکی در برابر سازمان طبیعی		
- افزایش فاصله مابین سطوح سازمان	پیچیدگی	
- ابهام در نقش		
- رفتارهای غیر اخلاقی مدیر و مربی	ویژگی‌های شخصیتی	
- سوابق اخلاقی مدیر و مربی		
- عدم درک صحیح از شرایط حاکم		
- دوری و افتراق از بازیکنان	مهارت ادراکی	
- عدم شناخت صحیح موقعیت بازیکن		
- سوء سابقه ورزشی مدیران	مهارت فنی	قابلیت‌های فردی
- حضور سیاست‌یون در ورزش		
- ارتباط کلامی نادرست با بازیکنان	مهارت ارتباطی	رهبری و مدیریت
- عدم شناخت نیازهای بازیکن و عدم پاسخگویی به موقع		
- فقدان سیستم ارزیابی		
- عدم رعایت اصول اخلاقی و سلیقه‌گرایی	نظارت مستمر	مدیریت منابع انسانی
- شناخت ناکافی از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی		

- عدم وجود وحدت رویه در تقابل با رفتارها	
- عدم برخورد قاطعانه با رفتارهای خلاف هنجار	
تنبيه و تشويق	- تشويق و تنبيه نادرست
- عدم تناسب تنبيه و تشويق با رفتار	
- ارزش های اجتماعی نهادینه شده	
- اولویت بندی نظام ارزشی جامعه	
- عدم شناخت تفاوت‌های فرهنگی، مذهبی	
آموزش مستمر	بازیکنان
- عدم توافق بر سر مصادیق رفتار انحرافی	
- بی اطلاعی از عواقب رفتارهای انحرافی	
- عدم تبیین چشم انداز و رسالت سازمانی	
- کمبود پشتوانه مالی و اقتصادی باشگاه برای	
حمایت مالی	دستیابی به اهداف
- عدم جذب حامیان	
- نپذیرفتن وظیفه (مالکیت روانشناختی)	
- ابهام	
تدوین وظایف	- سپردن وظایف خارج از توانایی بازیکن
- بی عدالتی ادراک شده از وظیفه	
کیفیت وظایف	- ناهمسویی فرهنگی، مذهبی، اخلاقی و اجتماعی
- نامشخص بودن نحوه اجرا	
اجرا وظایف	- نامشخص بودن خط فرماندهی
- فقدان اطمینان از تحقق اهداف	
ارزیابی از وظایف	- کمبود خود ارزیابی در بین بازیکنان

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این پژوهش، شناسایی نقش باشگاه در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران بود. مقوله‌های اصلی مورد کاوش در این پژوهش مولفه‌های سازمان و مدیریت و رهبری بودند. همان‌گونه که سلمانی و رادمند (۱۳۸۸) پیرامون نقش سازمان در بروز رفتارهای انحرافی اشاره نموده‌اند، مشخص گردید که عوامل سازمانی در باشگاه‌های ورزشی با پنج مضمون فرعی فرایندها، منابع سازمان، جهت‌گیری سازمانی، فعالیت‌ها و برنامه‌ها و ساختار سازمانی در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران موثر می‌باشند.

فرایندهای موثر در شکل‌گیری این قبیل رفتارها شامل همبستگی سازمانی، روابط کاری مناسب و حس تعلق به گروه می‌باشد که نشان می‌دهد در صورتی که بین بازیکنان تیم و همچنین بین بازیکنان و کادر اجرایی (مدیر باشگاه، مربیان و...) از منظر روابط کاری همبستگی و انسجام وجود داشته باشد، این ویژگی مثبت می‌تواند در کنترل رفتارهای بازیکنان موثر واقع گردد. مارک اندر و همکاران (۲۰۱۱) نیز در پژوهشی به بررسی عوامل روانشناختی موثر بر کیفیت روابط و رفتار اجتماعی ورزشکاران و مربیان ورزشی پرداخته و اشاره نموده‌اند که میزان نزدیکی که ورزشکاران با مربیان احساس می‌کنند، میزان تعهد ورزشکاران نسبت به مربیان و کیفیت رابطه ورزشکاران با مربیان از عوامل اصلی شکل‌دهی رفتار ورزشکاران می‌باشد. با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر، اثر حمایت سازمانی ادراک شده در ایجاد رفتارهای مناسب بازیکنان موثر است و می‌تواند منجر به ارتقای انگیزه، افزایش کارایی و در نهایت افزایش بهره‌وری باشگاه گردد. همان‌گونه که محمود روشن ضمیر (۱۳۹۶) حمایت سازمانی را عاملی جهت پیشگیری از پدیدار شدن انحرافات رفتاری می‌داند،

حمایت سازمان از ورزشکار که شامل حمایت مادی و عاطفی می‌باشد می‌تواند با حمایت وی پس از شکست تیم، تعهد به قراردادهای و توسعه همه جانبه بازیکنان جامه عمل پوشیده و منجر به ارتقای عملکرد سازمان گردد. سالاری (۱۳۹۵) نیز در تایید ارتباط حمایت سازمان و شکل‌گیری رفتار نشان داد وقتی سازمان و مدیران آن از کارکنان در جنبه‌های مختلف حمایت می‌کنند، در کارکنان خود زمینه جبران این حمایت را فراهم می‌نمایند، به عبارتی، کارکنان تمایل دارند نسبت به گذشته در قبال این حمایت، متعهدتر عمل نمایند و یا رفتاری اختیاری و بدون اجبار در انجام بهتر وظایف خود ابراز نمایند.

با توجه به وجود قراردادهای مالی در سطوح حرفه‌ای ورزش، می‌توان اذعان داشت که قراردادهای مالی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل انگیزشی و رضایت بازیکنان محسوب می‌گردد و مطابق با تحقیق تایتل و همکاران (۲۰۱۶) افزایش در میزان رضایت از زندگی، کاهش رفتارهای انحرافی را به دنبال دارد. لذا منابع سازمان که شامل منابع مالی و غیر مادی می‌باشند می‌تواند به عنوان عاملی انگیزشی در جهت کنترل رفتارهای بازیکنان در لیگ نقش بازی نماید. پورفرهمند و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند که وابستگی اقتصادی بیشتر بازیکن به حرفه خود با کاهش رفتارهای ناهنجار مرتبط می‌باشد، زیرا آنها از عواقب ارتکاب رفتارهای انحرافی در باشگاه آگاهی دارند و در صورت بروز این قبیل رفتارها، با مخاطراتی برای ادامه فعالیت خود مواجه خواهند شد. لذا در صورتی که باشگاه‌ها با بهره‌گیری از منابع مادی خود در راستای تحقق اهداف خود پیش‌قدم شده و نسبت به حفظ و افزایش رضایت بازیکنان خود اقدام نمایند، می‌توانند نقش بسزایی را در کنترل و پیشگیری از ایجاد رفتارها داشته باشند.

در ادامه تبیین نقش عوامل سازمانی در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی، عامل جهت‌گیری سازمانی به عنوان عاملی اثرگذار بر رفتارهای بازیکنان تشخیص داده شده است. در این مضمون، اهداف، قوانین و مقررات و رویکرد سازمانی دارای نقش نشان داده شدند. لذا با توجه به اهمیت اهداف در حیات سازمان‌ها و نقش قوانین و مقررات در دستیابی به این اهداف در صورتی که باشگاه‌ها در تنظیم اهداف و قوانین و مقررات با واقع‌گرایی و به تبعیت از منافع سازمان و ملاحظه حقوق بازیکنان نسبت به تدوین اهداف و قوانین اقدام نمایند، می‌توانند نسبت به حفظ اخلاقیات در باشگاه بیشتر امیدوار بوده و کمتر با پدیده انحرافات رفتاری مواجه گردند. وارف^۱ (۲۰۱۶) میزان دموکراسی، شفافیت‌های مالیاتی و قوانین دقیق را در ایجاد فساد و انحراف در ورزش موثر می‌داند و یافته‌های تحقیق هادیزاده مقدم و همکاران (۱۳۹۳) نشان می‌دهد وجود سیاست‌ها و قوانین تنبیهی شدید و برخورد جدی با افراد متخلف می‌تواند مانع جدی در ایجاد رفتارهای خلاف هنجار باشد. همچنین نتایج تحقیق حاضر نشان داد، حاکمیت دیدگاه‌هایی با رویکرد نتیجه‌گرایی، تاکید بیش از حد بر رقابت بدون توجه به الزامات اخلاقی، بهره‌برداری از ورزش تنها به عنوان یک صنعت، دور شدن بازیکنان شاخص و قهرمانان از اخلاق و معنویت را به دنبال داشته و منجر به شکل‌گیری نوع جدیدی از ورزشکاران بی‌توجه به اخلاق شده است. ابرزی و فغانی (۱۳۹۲) نیز اشاره می‌نمایند که استمرار این وضعیت، ناهنجاری‌هایی چون: نقص مقررات بازی، بی‌حرمتی به بازیکن حریف، اعتراضات بی‌ادبانه به داور، خشونت در هنگام باخت و بردگرایی به هر قیمت را در بر خواهد داشت.

نتایج تحقیق علپوردی نیا و علیمردانی (۱۳۹۶) نشان می‌دهد فعالیت‌های روزمره، اثر متقابل دوستان در ارتباطات و فعالیت‌های روزانه ساختار نیافته بر میزان انحرافات موثر هستند. بر همین

اساس نتایج پژوهش حاضر نیز خاطرنشان می‌سازند که باشگاه‌های ورزشی به وسیله اغنای برنامه‌های فوق برنامه باشگاه می‌توانند ضمن مدیریت اوقات فراغت بازیکنان خود، در راستای پیشگیری از شکل‌گیری رفتارهای انحرافی با افزودن فعالیت‌های فرهنگی و معنوی به برنامه‌های باشگاه و ایجاد امکان مشارکت اعضا در رویدادهای داوطلبانه اجتماعی گام موثری را بردارند.

آخرین مضمون فرعی از نقش عوامل سازمان بر شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران مدعی است که ساختار سازمانی در شکل‌گیری رفتارها بدون نقش نیست و میزان رسمیت، تمرکز و پیچیدگی ساختار سازمان در این راه نقش دارد. در تشریح این یافته می‌توان اذعان داشت که تناسب بین ساختار سازمانی موجود و ساختار مطلوب بازیکنان از منظر میزان توزیع قدرت و اختیار، در حفظ روابط مبتنی بر اعتماد میان مربی-مدیر و بازیکن موثر است. میتلند و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی که در سازمان‌های ورزشی انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که یکی از عوامل موثر در اثربخشی این سازمان‌ها، وجود فرهنگ قوی مبتنی بر انسجام و اعتماد بین کارکنان است. لذا این دستاورد می‌تواند منجر به کمرنگ شدن مرزهای سازمانی و تمرکز زدایی شود و بازیکنان بدون داشتن ابهام در نقش، خود را در تصمیم‌گیری‌های سازمانی و تغییرات بیشتر دخیل بدانند و آزادی عمل بیشتری داشته باشند. موغلی و همکاران (۱۳۹۴) نشان دادند که هرچقدر مشارکت در تصمیم‌گیری‌های سازمان بیشتر باشد، کیفیت عملکرد شغلی کارکنان بهبود می‌یابد. آنچه مسلم است فقط در صورت ایجاد چنین شرایطی است که بازیکنان احساس راحتی و در نتیجه رضایت خاطر بیشتری را تجربه می‌کنند و آزادانه می‌توانند با به اشتراک گذاشتن مسائل و مشکلات خود با مربیان و مدیران باشگاه نسبت به رفع آنها اقدام نمایند و در غیر این صورت برای راهی از وضعیت موجود ممکن است به مسیرهای خلاف هنجارها متوسل شوند و کمتر خویشتنداری نشان دهند. پاملا و هلن^۱ (۲۰۱۸) اشاره نمودند افراد در صورتی که نتوانند از راه حل منطقی بر مشکلات فائق آیند، احتمال اینکه مرتکب راه‌های انحرافی شوند و هدف خود را بواسطه این راه‌ها محقق نمایند، بیشتر می‌باشد. محمود روشن ضمیر (۱۳۹۶) نیز رضایت شغلی را به عنوان عاملی در جهت کنترل رفتارهای انحرافی معرفی می‌نماید.

با تاکید مضاعف بر اهمیت عوامل سازمان، بدون شک نمی‌توان نقش مدیریت را نادیده انگاشت. مدیران به عنوان متولیان اصلی سازمان نقش اساسی در تحقق اهداف سازمان دارند بنابراین می‌توان گفت که سازمان و مدیریت لازم و ملزوم یکدیگر هستند و اعمال مدیریت اثربخش و کارا ضامن موفقیت سازمان در رسیدن به اهداف و راهبردهای خود است. لذا در ادامه بحث و نتیجه‌گیری پیرامون یافته‌های پژوهش حاضر به تبیین عامل مدیریت و رهبری به عنوان دیگر عامل اصلی موثر بر شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران پرداخته خواهد شد.

اولین مضمون فرعی موثر بر شکل‌گیری رفتارهای بازیکنان با عنوان «قابلیت‌های فردی» مشتمل بر ویژگی‌های شخصیتی، مهارت ادراکی، مهارت فنی و مهارت ارتباطی مدیران و مربیان باشگاه‌ها می‌باشد. بر اساس یافته‌های حاصله و با توجه به نقش الگویی مربیان و مدیران، در صورت مشاهده رفتارهای خلاف هنجارهای اجتماعی و گروه از جانب این افراد، بروز رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران بیشتر محتمل می‌باشد. هیل (۲۰۱۰) مقامات فاسد درک شده توسط بازیکن را دلیل تصمیم به تبانی در لیگ‌های حرفه‌ای فوتبال دنیا قلمداد می‌نماید. لذا سازمان مکلف است تا ضمن به کارگیری مدیران و مربیان اخلاق مدار به عنوان یک الگو و ایجاد جوی اخلاقی برای

سازمان، رعایت ضوابط و الزامات اخلاقی از جانب بازیکنان را از این طریق یادآور گردد. نظری و محمودی (۱۳۹۷) با تحلیل مسیر رابطه بین رهبری اخلاقی با رفتارهای انحرافی و رفتارهای مدنی سازمانی در سازمان های ورزشی نشان دادند وجود رهبران اخلاق گرا در سازمان باعث کاهش رفتارهای انحرافی و افزایش رفتارهای مدنی سازمانی می شود و موجبات بهبود عملکرد کارکنان در سازمان را فراهم می کند. درک شرایط موجود و تشریک مساعی با بازیکنان، از دیگر قابلیت های ارزنده مدیر و مربی باشگاه است که یاری دهنده بازیکن در رعایت و توسعه اخلاقیات و حفظ خویشتن داری در برابر مشکلات می باشد. اوی و همکاران^۱ (۲۰۱۴) در مطالعه خود دریافتند حمایت سازمانی درک شده از طریق تاثیرگذاری بر انگیزه، سبب افزایش تعهد عاطفی می شود و در نتیجه بازیکنان و مربیان ورزشی کمتر مرتکب رفتارهای تخریبی می گردند. علاوه براین، ادراک از حمایت سرپرست نیز می تواند نقش مهمی در حمایت سازمانی ادراک شده توسط بازیکنان داشته باشد، زیرا از نگاه آنها، سرپرستان به عنوان کارگزاران و نمایندگان سازمان محسوب می شوند. این در حالی است که نتایج حاکی از تفاوت در میزان تعامل بازیکنان با مدیران دارای سابقه ورزشی در مقایسه با مدیران فاقد سابقه ورزشی - قهرمانی و همچنین مهره های سیاسی حاضر در ورزش است و سوابق ورزشی و مهارت فنی مدیران نقش بسزایی در کیفیت روابط بین فردی و کاهش احتمال بروز رفتارهای غیراخلاقی خواهد داشت. تاراله و همکاران^۲ (۲۰۱۷) در پژوهش خود نحوه ارتباط مربیان با ورزشکاران و میزان دانش و تخصص فنی مربیان را به عنوان عوامل تعیین کننده نوع رفتار ورزشکاران حرفه ای نشان می دهند. لذا توصیه می شود تا مدیران و مربیان با توسعه مهارت های ارتباطی نظیر مهارت های کلامی، شنیداری و بازخورد نسبت به رفع موانع ارتباطی و افزایش تعامل با بازیکنان و کنترل سازمان خود در راستای شکل دهی به رفتارهای آنها بهره جویند.

چوی^۳ (۲۰۰۷) بیان می نماید که امروزه موفقیت ورزشکاران تنها وابسته به وضعیت آنها در داخل میدان مسابقه نیست. بر این اساس و با توجه به اینکه مدیریت، فرایند به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در دستیابی به اهداف سازمانی و بر اساس نظام ارزشی مورد قبول می باشد و نیز از آنجا که هدف اصلی ایجاد و مدیریت باشگاه ورزشی ارتقای عملکرد تیمی است، این فرایند (مدیریت منابع انسانی) می تواند با کنترل رفتار بازیکنان، باشگاه را در نیل به اهداف خود یاری رساند. لذا شایسته است تا مدیران و مربیان باشگاه های فوتبال در گام اول مدیریت با نظارت دقیق و مستمر منابع انسانی موجود به پایش و کنترل رفتارهای آنها اقدام نمایند و به دور از اعمال سلیقه و رعایت انصاف و عدالت نسبت به تخطی بازیکنان از هنجارهای گروهی و اجتماعی آگاه و هوشیار باشند و با تقویت رفتارهای مثبت و اعطای تشویقات و گاه تنبیهات در این مسیر گام بردارند. هنن^۴ (۲۰۱۵) برای کاهش فساد در فدراسیون های ورزشی، تمرکز بر راه هایی برای جلوگیری از تخلف در آینده، تشویق اعمال مثبت رفتاری، مجازات فساد و نظارت حداکثری را پیشنهاد نموده است. در نتیجه لازم است تا مدیران و مربیان ورزشی ضمن شناخت مناسب ارزش ها و هنجارها، با نیازهای بازیکنان آشنایی کامل داشته باشند - این نیازها می تواند به عنوان ابزار و وسیله ای در اعمال تنبیه و یا تشویق محسوب شود. هادیزاده مقدم و همکاران (۱۳۹۳) نشان دادند متغیر ترس از تنبیه شدن

1. Ooi et al.
2. Tarale et al.
3. Choi
4. Henne

در رابطه بین تمایلات رفتاری و رفتار واقعی، نقش تعدیل گر دارد. به عبارت دیگر، چنانچه فردی تمایل به رفتار نابهنجار داشته باشد، اما ترس از تنبیه شدن توسط سازمان در او زیاد باشد، احتمالاً رفتار نابهنجار بروز نخواهد داد. همچنین ترس از تنبیه و تبعات دوپینگ در تحقیق کبیری و همکاران (۲۰۱۸) به عنوان عاملی کنترل کننده در مصرف مواد نیروزا معرفی شده است. با این همه لازم است این گونه تشویقات/تنبیها از جانب بازیکنان عادلانه و منصفانه تلقی گردد، زیرا عدم ادراک عدالت از آنها خود منجر به ایجاد رفتار انحرافی می شود و در تحقیق پورفرهمند (۱۳۹۷) به عنوان یکی از عوامل بروز رفتار انحرافی در بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران معرفی گردیده است. در این راستا لازم است تا مربیان و مدیران با آشناسازی بازیکنان خود با پیامدهای رفتاری و تشریح چشم انداز و رسالت سازمانی، آنها را در کنترل اثربخش رفتاری یاری نمایند و فقط در صورت تحقق چنین شرایطی می‌توان انتظار رعایت اخلاق را از جانب آنها داشت. علاوه بر آن، نتایج نشان می‌دهد حمایت مالی از بازیکن می‌تواند مسیرهای قانونی دستیابی به اهداف را برای آنها هموار سازد و برطرف نمودن نیازها و جلب انتظارات آنها منجر به خویشترداری و رعایت اخلاقیات در قبال دسترسی به اهداف شود و این مهم با تعهد به وعده‌ها و قراردادهای مالی و جذب حامیان میسر و مقدور است.

عامل وظیفه در کنار سایر عوامل (ساختار، کارکنان و فناوری) تشکیل دهنده یکی از نظریه‌های رفتارشناسی سازمانی با عنوان «مدل الماس (لوزی)» لویت است. لویت (۱۹۶۵) با ارائه این مدل اشاره می‌نماید که کیفیت وظایف اعمال شده در کنار سه عامل دیگر به صورت هم‌افزا در دگرگونی‌های سازمانی نقش دارند. یافته‌های به دست آمده از آخرین مقوله فرعی موثر بر شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران دلالت بر این موضوع دارد که نه تنها عوامل بیرونی و درونی مذکور، بلکه کیفیت وظایف تعیین شده از جانب مدیر و یا مربی باشگاه نیز می‌تواند در بروز انحرافات رفتاری موثر باشد. در تایید این گزاره، برونر و همکاران^۱ (۲۰۱۵) نشان دادند نوع وظایفی که ورزشکاران در تیم‌های ورزشی دارند، نقش تعیین کننده‌ای در نوع رفتار آنها نسبت به هم تیمی‌ها و رقیبانشان دارد. این وظایف در سه مرحله تدوین، اجرا و ارزیابی بر شکل‌گیری رفتارها موثر واقع شده و در صورتی که به صورت شفاف و مشخص برای بازیکن تبیین شود و از جانب آنها مورد پذیرش واقع شود می‌تواند در کاهش انحرافات رفتاری مفید باشد؛ در حالی که در صورت وجود مغایرت بین وظایف محوله با توانایی‌ها، فرهنگ، مذهب و اخلاقیات بازیکن، شانس پذیرش توسط آنها بسیار کم بوده و در صورت اصرار بر انجام آنها از سوی مسئولان باشگاه، بازیکن برای انجام این وظایف ممکن است متوسل به راه‌های خلاف هنجارهای اجتماعی شود و در نتیجه رسوایی‌ها و مضراتی را برای تیم به دنبال خواهد داشت. همچنین این وظایف باید به گونه‌ای اجرا و مورد ارزیابی واقع گردد تا بازیکنان آنها را عادلانه و منصفانه قلمداد نمایند. عدالت ادراکی عاملی بود که در تحقیق سلمانی و رادمند (۱۳۸۸) و محمود روشن ضمیر، (۱۳۹۶) در روند ظهور رفتارهای انحرافی مهم قلمداد شده است. بنابراین لازم است تا مدیران و مربیان ورزشی در تدوین وظایف دقت لازم و کافی را داشته و آگاه باشند که در صورتی که این وظایف مطابقت کامل با قابلیت‌های جسمانی- روانی، عاطفی و اجتماعی آنها داشته باشد و در عین حال چالش برانگیز و شفاف و مشخص نیز باشند بیشتر از جانب بازیکنان مورد پذیرش قرار می‌گیرند و بیشتر منجر به حصول موفقیت خواهند شد.

نکته حائز اهمیت در انجام پژوهش حاضر که با هدف شناسایی نقش باشگاه در شکل‌گیری رفتارهای انحرافی بازیکنان و سایر پژوهش‌های مشابه انجام می‌گردد این بود که محقق را با محدودیت‌هایی روبه‌رو می‌نمود، زیرا با توجه به حساسیت موضوع و نقش مصادیق رفتارهای انحرافی در اعتبار و وجهه تیم و باشگاه، سوالات مورد استفاده از حساسیت بالایی برخوردار بودند و در برخی از موارد مشاهده می‌شد که مصاحبه‌شوندگان از پاسخ دادن به این قبیل سوالات طفره رفته و حتی وجود این رفتارها در باشگاه خود و جامعه فوتبال را کتمان می‌نمودند که این مورد، انجام مصاحبه‌های با ظرافت و دقت بالایی را از جانب محققان طلب می‌نمود. در هر حال، نتایج این تحقیق نشان داد که باشگاه به‌مثابه سازمان و مدیر و مربی به‌عنوان رهبران و گردانندگان اصلی این سازمان در شکل‌گیری رفتارهای بازیکنان مؤثر هستند و با توجه به نقش مخرب رفتارهای انحرافی در عملکرد فردی و به‌تبع آن افت عملکرد تیمی لازم و ضروری است دقت نظر بیشتری نسبت به این دو عامل می‌ذول شود تا ضمن شناسایی این رفتارها نسبت به راهبردهای پیشگیری و مقابله با آن‌ها تصمیم‌گیری گردد و پیامدهای حاصله از آن‌ها بتواند در حفظ موقعیت اجتماعی و جو اخلاقی گروه و در نتیجه آن توسعه باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای و برگزاری منظم و کیفی لیگ‌های ورزشی مؤثر واقع شود.

منابع

- ابازری، مهدی و فغانی، فاطمه. (۱۳۹۲). «کاربرد رویکرد AHP و topsis جهت اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بروز فساد اداری و راهکارهای مقابله با آن». مجله تحقیق در عملیات و کاربردهای آن. دوره ۱۰، صص ۴۳-۵۷.
- اسدی دستجردی، حسن و کشاورز، لقمان. (۱۳۹۲). پیوند ورزش و رسانه. تهران: انتشارات حتمی
- بروس، کوهن و توسلی، غلامعباس. (۱۳۹۶). تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)
- پور افکاری، نصر الله و قنبری، عسگر. (۱۳۹۱). «سازوکار توانمندسازی نیروی انسانی در مدیریت سازمان های ورزشی». مطالعات توسعه اجتماعی ایران. دوره ۴ (۳)، صص ۲۵-۳۸.
- پورفرهمنند، بهزاد. (۱۳۹۷). «ارائه مدل عوامل مؤثر در بروز رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران». رساله دکتری. تهران. دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- پورفرهمنند، بهزاد؛ خیبری، محمد؛ سجادی، سیدنصرالله و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۷). «تحلیل کیفی نقش عوامل جمعیت شناختی مؤثر بر بروز رفتارهای انحرافی بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. در نوبت چاپ.
- پورمختاری، الهام و کریمی، فریبا. (۱۳۹۵). «رابطه ادراک از رهبری موثق با رفتارهای انحرافی کارکنان ستادی آموزش و پرورش شهر اصفهان». نوآوری های مدیریت آموزشی. سال ۱۲، دوره ۱، ۴۵، صص ۵۵-۶۸.
- حاتمی، سعید؛ آقایی، نجف؛ پورسلطانی زرنندی، حسین و اکبری یزدی، حسین. (۱۳۹۷). «نقش میانجی مسئولیت اجتماعی در رابطه اخلاق حرفه ای مدیران با رفتار شهروندی هواداران باشگاه های فوتبال». فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۵ (۱)، صص ۸۹-۹۸.
- خبرگزاری دانشجویان ایران. (۱۳۹۰). کد خبر ۹۰۰۸-۱۱۳۰۳.
- رابینز، استیفن پی؛ دی سنزو، دیوید ای؛ اعرابی، سیدمحمد؛ حمید رفیعی، محمدعلی و اسراری ارشاد، بهروز. (۱۳۹۰). مبانی مدیریت. تهران: دفتر نشر پژوهش های فرهنگی
- دو فرانس، ژاک. (۱۳۸۵). جامعه شناسی ورزش. عبدالحسین نیک گهر. تهران: انتشارات توتیا
- سالاری، احمد. (۱۳۹۵). «حمایت سازمانی ادراک شده و پیامدهای آن». سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد. تربت حیدریه، دانشگاه تربیت حیدریه.
- سلمانی، داود و رادمند، محبوبه. (۱۳۸۸). «بررسی نقش عوامل سازمانی در بروز رفتارهای کاری انحرافی». نشریه مدیریت دولتی. دوره ۱. شماره ۳، صص ۵۱-۶۸.
- شجاع، رضا. (۱۳۹۲). الف. جامعه شناسی فوتبال، رویکردها و نظریه‌های نوین. تهران: انتشارات نقد افکار
- شجاع، رضا. (۱۳۹۲). ب. «طراحی الگوی تصمیم گیری اخلاقی بازیکنان حرفه ای فوتبال ایران». رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.

- علیرودی‌نیا، اکبر و علیمردانی، مونا. (۱۳۹۶). «کاربست تجربی نظریه فعالیت های روزمره در بررسی رفتارهای انحرافی دانشجویان». نشریه جامعه شناسی کاربردی دانشگاه اصفهان. دوره ۲۸، شماره ۳، شماره پیاپی ۶۷، صص ۱-۲۴.
- فارسی، سمیه. (۱۳۹۴). «شناسایی و دسته بندی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه ای و سازمان های ورزشی از دیدگاه مدیران و کارشناسان و متخصصان حوزه ورزش». اولین همایش ملی دستاوردهای نوین تربیت بدنی و ورزش. چابهار، دانشگاه بین المللی چابهار.
- گودرزی، محمود؛ اسلامی، ایوب و علی دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۴). «شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ ورزش همگانی از طریق سیمای جمهوری اسلامی ایران». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۴(۱۵)، صص ۱۱-۲۷.
- محمدی عزیز آبادی، مهدی و التیامی نیا، رضا. (۱۳۹۴). «نقش تبعی و تسریع کننده ورزش در فراهم کردن شرایط صلح در بین دولت ها». فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات سیاسی بین المللی. دوره ۷(۲۲)، صص ۱۴۹-۱۷۹.
- محمود روشن ضمیر، سمیرا. (۱۳۹۶). «شناسایی و اولویت بندی عوامل سازمانی مؤثر بر رفتارهای انحرافی». پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت منابع انسانی، پردیس فارابی قم.
- محمودی، ساغر و نظری، رسول. (۱۳۹۷). «رابطه رهبری اخلاقی با رفتارهای انحرافی و رفتارهای مدنی سازمانی در سازمان های ورزشی شهر اصفهان». مجله مدیریت ورزشی. پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران. در نوبت چاپ.
- موغلی، علیرضا؛ کشاورزی، محمد و پارسایی، ایمان. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه تصمیم گیری مشارکتی با عملکرد شغلی». اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی. ساری، شرکت علمی پژوهشی و مشاوره ای آینده ساز. دانشگاه پیام نور نکا.
- نادى، محمدعلی و حاذقی، فاطمه. (۱۳۹۰). «الگویابی معادله ساختاری روابط بین جواخلاق، رضایت شغلی و تعهد سازمانی با نیت ترک خدمت در بین کارکنان». نشریه مدیریت اطلاعات سلامت، ۸(۵)، صص ۶۹۹-۷۰۸.
- نادریان جهرمی، مسعود. (۱۳۸۹). مبانی جامعه شناسی در ورزش. تهران: بامداد کتاب
- نقوی، محبوبه؛ حسینی، سید عماد؛ رضائی نژاد، رحیم و کشکر، سارا. (۱۳۹۶). «شناسایی حوزه ها و عوامل مؤثر بر شکل دهی رفتارهای اجتماعی ورزشکاران حرفه ای ایران». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۴(۴)، صص ۲۱-۳۰.
- نوابخش، مهرداد و جوانمرد، کمال. (۱۳۹۲). «بررسی جامعه شناختی کارکرد ورزش بر انسجام اجتماعی در ایران دهه هشتاد (مورد مطالعه کرمان)». فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شوشتر، شماره ۲۲، صص ۱-۳۶.
- هادی زاده مقدم، اکرم؛ رضائیان، علی؛ طبرسا، غلامعلی و رامین مهر، حمید. (۱۳۹۳). «ارائه مدل مدیریت رفتارهای کاری ناپهناجر براساس نظریه رفتار برنامه ریزی شده». فصلنامه مدیریت سازمان های دولتی. سال ۲، شماره ۷، صص ۶۵-۸۸.
- یوسفی، بهرام؛ امیری، سحر و احمدی، بهشت. (۱۳۹۳). «اثر ابعاد تصویر برند ورزشکار بر همانندسازی با ورزشکار». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۲، شماره ۶، صص ۹-۲۲.

- Baheiraei, A., Hamzehgardashi, Z., Mohammadi, M.R., Mohammadi, E., Vedadhir, A. (2014). **"Expert Approaches to Promote Adolescent Physical Activity in Iran: Development of the Promoting Strategies Using the Nominal Group Technique Meeting"**. Journal of Physical Activity & Health,
- Bruner, Mark. W., Boardley, Ian, D; Côté, Jean. (2015). **"Social identity and prosocial and antisocial behavior in youth sport"**. Journal of Psychology of Sport and Exercise, 15:56-64.
- Choi, R. (2007). **"Who Is the Celebrity in Advertising? Understanding Dimensions of Celebrity Images"**. The Journal of Popular Culture, 40(2): 304-324.
- Clark, V& Braun, V. (2006). **"Using thematic analysis in psychology"**. Qualitative Research in Psychology, 3 (2), 77-101.
- Christian Js, Ellis, P.j. (2014). **"The Crucial Role of Turnover Intentions in Transforming Moral Disengagement into Deviant Behavior at Work"**. Journal of Business Ethics, 119. pp 193–208.
- Declan, Hill. (2010). **"A critical mass of corruption: why some football leagues have more match-fixing than others"**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 11 Issue: 3, pp.38-52, <https://doi.org/10.1108/IJSMS-11-03-2010-B005>
- Dunlop, P. D., and Lee, K. (2014). **"Workplace Deviance, Organizational Citizenship Behavior, and Business Unit Performance: The Bad Apples Do Spoil the Whole Barrel."** Journal of organizational Behavior, 2014, 25, 67–80.
- Henne, K. (2015). **"Reforming global sport: Hybridity and the challenges of pursuing transparency"**. Zaw & Policy. 37(4). pp 324-49.
- Kabiri, Saeed. John K. Cochran, Rachel Severson, Syede Massomeh Shadmanfaat, Mohammad Mahdi Rahmati & Mahmoud Sharepour. (2018). **"Social and Personal Controls and Performance Enhancing Drug Use: Toward an Explanation of Doping Activity among Professional Athletes in Rasht"**. Iran, Deviant Behavior, DOI: 10.1080/01639625.2018.1486057
- Leavit. (1965). **"Applied organizational change in Industry: Structural, Technological and Humanistic Approaches"**. In Handbook of organizations.
- Litzky BE, Eddlestone KA, Kidder D. L. (2006). **"The Good, the Bad, and the Misguided: How Managers Inadvertently Encourage Deviant Behaviors"**. Academy of Management Perspectives, pp 91-103.
- Maitland, A., Hills, L.A., & Rhind, D. J. (2015). **"Organizational culture in sport –A systematic review"**. Sport Management Review, 18(4), 501-516.
- Marc-André, K., Lafrenière, S, J., Robert, J, .Vallerand, N. (2017). **"Passion for coaching and the quality of the coachathlete relationship: The mediating role of coaching behaviors"**. Psychology of Sport and Exercise, 12:144- 152.
- Mulki, Jp, Jaramilo F, Locander W.b. (2006). **"Emotional exhaustion and organizational deviance: can the right job and a leader's style make a difference"**. Journal of Business Research, 59. pp 1222-1230.
- Nair N, Bhatnagar D. (2011). **"Understanding Workplace Deviant Behavior in Nonprofit Organizations toward an Integrative Conceptual Framework"**. NONPROFIT MANAGEMENT & LEADERSHIP, 21. (3). pp 289-309.

- O'Connor, P. J., Stone, S., Walker, B. R., & Jackson, C. J. (2017). **“Deviant behavior in constrained environments: Sensation-Seeking predicts workplace deviance in shallow learners”**. *Personality and Individual Differences*, 108, 20-25.
- Ooi, C. L., Yusof, A. Geok, S. K. & Omar, Z. (2014). **“Effects of Distributive Justice, Perceived Organisational Support and Intrinsic Motivation on Malaysian Volunteer Coaches’ Affective Commitment”**. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19, 153-160.
- Pamela B. Helen Mh. (2018). **“Perceived Powerlessness as a Mediator between Life Stressors and Deviant Behaviors”**. *Deviant Behavior*. DOI: 10.1080/01639625.2018.1461744
- Robinson SL, Bennett R. J. (1995). **“A typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study”**. *Academy of Management Journal*, 38(2): 555-572.
- Tarale, M., Natasha, B., John, N. (2017). **“Stand. Sit, or Play: Examining the Relationship between Athlete Activism and Athlete Brand Image Using CRT”**. North American Society for Sport Management Conference.
- Tittle, C, R.Ward, D, A & Grsmick, H, G. (2016). **“Gender, age and crime/ deviance: a challenge to self control theory”**. *Journal of research in crime and delinquency*. 40 (4). Pp 426-453.
- Warf, B. (2016). **“Geographically uneven landscapes of Asian corruption”**. *Asian Geographer*, 33(1), 57-76.
- Yıldız, B. & Alpkan, L. (2015). **“A Theoretical Model on the Proposed Predictors of Destructive Deviant Workplace Behaviors and the Mediator Role of Alienation”**. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 210: 330-338.

طراحی مدل توسعه اقتصادی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران

مظاهر ذوالفقاری^۱

زهره نوبخت رمضانی^۲

مهدی نادری نسب^۳



10.22034/SSYS.2022.857.1586

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۶/۲۴

امروزه فوتبال با پشت سر گذاشتن تغییرات فراوان، از حالت یک ورزش ساده به یک تجارت مبدل شده و خود را در کنار سایر صنایع و حرفه‌های موجود مطرح نموده است. هدف از پژوهش حاضر، طراحی مدل توسعه اقتصادی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران بود. روش پژوهش از نظر نوع، همبستگی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری تحقیق شامل ۴۶ نفر از مدیران عامل و اعضای هیئت رئیسه باشگاه‌ها و ۲۳۷ نفر از کارشناسان اقتصادی فوتبال و ۹۲ نفر از اساتید دانشگاه بود که در مجموع ۳۷۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در تحقیق شرکت نمودند. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن توسط ۱۶ نفر از صاحب‌نظران تایید شد. همچنین، پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی برازش مدل از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار PLS3 و SPSS24 استفاده شد. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که ارتقای ساختاری، تأمین مالی و منابع باشگاه، رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، سیستم مدیریت استعداد، سیستم مدیریت مالی و عملکرد ورزشی، بازار نقل و انتقالات و مدیریت راهبردی باشگاه دارای اثر معنادار بر متغیرها هستند، اما ساختار و مالکیت باشگاه، سیستم بازاریابی و مدیریت ذینفعان اثر معناداری بر متغیرهای پژوهش ندارند. بر اساس این

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

۲- استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Nobakht11@yahoo.com

۳- استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

● طراحی مدل توسعه اقتصادی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران

یافته‌ها می‌توان بر تقویت و تمرکز بیشتر روی عوامل تاثیرگذار جهت توسعه اقتصادی و بهبود وضعیت مالی باشگاه‌ها به ویژه برای باشگاه‌های فوتبال غیرخصوصی که منبع درآمد مستقیمی ندارند، تاکید کرد.

واژگان کلیدی: درآمدزایی، صنعت فوتبال، مدیریت مالی و توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای.

مقدمه

در حال حاضر در کشورهای توسعه یافته، موضوع ورزش و تفریحات سالم به عنوان یک صنعت بسیار مهم، عاملی مؤثر در رشد و توسعه اقتصاد ملی کشورها به شمار می رود. این صنعت ریشه‌های خود را به سرعت در تمام مناطق جهان گسترش داده است؛ به طوری که میلیاردها نفر به گونه‌ای از آن بهره مند می گردند. در حال حاضر ورزش چه از بعد عملی و چه از بعد نظری در تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف نقش اساسی دارد (خراسانی طرقي، ۱۳۹۲). صنعت ورزش با در اختیار داشتن عامل محرکی همچون مسابقات بزرگ ورزشی، امکان به کارگیری از فرصت های تبلیغاتی و رسانه ها را فراهم آورده که این موضوع خود موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل میان صنعت، تجارت و ورزش گردیده و به عنوان یک پل راهبردی در خدمت توسعه ورزش و رونق اقتصادی آن قرار گرفته است (الهی، ۱۳۸۵). هر کشوری برای رسیدن به رشد و توسعه اقتصادی، راه های متعددی را دنبال می کند. اقتصاد ایران برای در امان ماندن از اقتصاد تک محصولی به شدت نیازمند توسعه در کانال های متنوع مالی و اقتصادی است. صنعت ورزش، یکی از صنایع نوین است که طی دهه های اخیر تاثیر خیره کننده ای را در اقتصاد کشورهایی که دارای اقتصاد و فرهنگ متمایز از همدیگر بوده اند را داشته و برای فعالان اقتصادی و دولتمردان بسیار بحث بر انگیز بوده است (قهرمانیان، ۱۳۹۴). همچنین ورزش در ایران همیشه به عنوان یکی از مباحث فرعی در اقتصاد مورد توجه قرار گرفته است، در حالی که در کشورهای توسعه یافته به عنوان یک رکن مهم اقتصادی به آن نگاه می شود. کشورهای پیشرفته، بخش قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی خود را از طریق رونق اقتصادی ورزش به دست می آورند، اما در ایران کمتر از ۱ درصد از تولید ناخالص داخلی از طریق اقتصاد ورزش تأمین می شود (عسکریان، ۱۳۹۰: ۴۲).

گرایش رو به رشد مردم به ورزش و نیاز به مصرف کالاها و خدمات ورزشی باعث شده است تا صنعت ورزش روند درآمدزایی در خور ملاحظه ای را تجربه کند و سهم بسزایی در اقتصاد کشورها داشته باشد (رمضانی، ۱۳۸۷). تأثیر کلان اقتصادی ورزش نظیر سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی (GDP)^۱ و تولید ناخالص ملی (GNP)^۲ یا سهم آن در ایجاد اشتغال، کشورها را بر آن داشته تا هر ساله به صورت دقیق و منظم تأثیرات ورزش را بر اقتصاد کشور خود ارزیابی کنند. از آن جمله می توان به کشورهایی چون: اسکاتلند، انگلستان، ایالات متحده آمریکا، کانادا و هنگکنگ اشاره کرد که سهم صنعت ورزش از کل تولید ناخالص داخلی آن ها حدود ۱/۵ درصد بوده است (نانا، ۲۰۰۶).

در سالیان اخیر ورزش فوتبال به یک صنعت پول ساز مبدل شده که با توجه به جذابیت بالای آن برای مردم همواره در راس توجه رسانه های مختلف صوتی و تصویری، شرکت های تجاری و صاحبان دیگر صنایع قرار گرفته است. باشگاه ها مهمترین بخش صنعت فوتبال محسوب می شوند که ادامه حیات این صنعت وابستگی بسیاری به پابرجا ماندن باشگاه ها دارد. باشگاه های فوتبال زمانی قادر خواهند بود به حیات خود ادامه دهند که بتوانند هزینه های خود را تأمین کنند و درآمدزا باشند. در هر صنعتی، درآمد یکی از مهمترین ارکان آن تلقی می گردد. صنعت فوتبال با افزایش امکانات ارتباطی مانند ماهواره، اینترنت، موبایل و رادیو، ورود حامیان مالی، تخصصی شدن

1. Gross Domestic Production
2. Gross National Production

فعالیت‌های ورزشی و جذابیت‌های فراوان آن برای مردم، فضای مناسبی را جهت فعالیت‌های اقتصادی فراهم نموده است. صنعت فوتبال طی دهه‌های اخیر تغییرات فراوانی کرده است و باشگاه‌های آن مانند یک بنگاه اقتصادی قدرتمند به دنبال منابع و روش‌های مختلف جهت کسب درآمد می‌باشند (سزیمانسکی^۱، ۲۰۱۰). علاقه و حضور بی‌شمار مردم در مسابقات فوتبال باعث ورود بازاریاب‌های صنایع و بنگاه‌های اقتصادی دیگر برای تبلیغ و فروش بیشتر محصولات خود شده است. در این میان، هزینه‌های اداره یک باشگاه فوتبال به دلیل دستمزدهای سنگین بازیکنان و مربیان، هزینه اسکان، رفت و برگشت تیم از مسابقات باعث شده تا مدیران باشگاه‌ها تلاش فراوانی برای جبران هزینه‌ها و رسیدن به نقطه سر به سری انجام دهند (کندی^۲، ۲۰۱۴).

فوتبال به یک صنعت بسیار پیشرفته تبدیل شده است و دارای مؤسساتی است که نه تنها سازمان‌های ورزشی، بلکه نمایندگی شرکت‌های بزرگی را نیز با درآمد حاصل از حمایت مالی، هزینه‌های نقل و انتقالات، بازاریابی، پخش، پیراهن و حقوق تلویزیون در اختیار دیگران قرار می‌دهد (لیما و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین باشگاه‌های ثروتمند عامل نقل و انتقال بازیکنان با مبالغ زیاد می‌شوند که خود عاملی است برای انگیزه بیشتر باشگاه‌های کوچکتر جهت پرورش بازیکنان قوی‌تر تا با انتقال به تیم‌های بزرگ از درآمدزایی و توسعه اقتصادی باشگاه بهره‌مند شوند (پاولوویک و همکاران، ۲۰۱۴).

باشگاه‌داری در ایران همواره با چالش‌های زیاد و پیچیده‌ای رو به رو بوده که مهم‌ترین آن‌ها، چالش‌های اقتصادی و تأمین مالی بوده است. بررسی نتایج تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهد که مهم‌ترین موانع تأمین مالی باشگاه‌های ورزشی شامل تحقق نیافتن حق پخش تلویزیونی، پرداخت نکردن حق تبلیغات دور زمین مسابقه، رعایت نکردن حق مالکیت، درآمد پایین بلیت‌فروشی، درآمد کم از محل حامیان مالی، دریافت نکردن حق عضویت، درآمد ناچیز از محل نقل و انتقال بازیکن، شفاف نبودن وضعیت مالی، هزینه نامتناسب با درآمد در زمینه حقوق و مزایای بازیکنان و مربیان (عدم حاکمیت منطق هزینه-فایده)، درآمد کم باشگاه‌ها از محل تبلیغات و بازرگانی و تراز مالی منفی باشگاه‌های فوتبال بوده است. در کشورهای توسعه‌یافته، باشگاه‌های ورزشی در انواع ورزش‌ها به صورت یک بنگاه اقتصادی عمل می‌کنند و حداکثر کردن سود مبتنی بر جذب بیشتر و بهتر طرفداران و حامیان مالی را هدف فعالیت اقتصادی-فرهنگی خود قرار داده‌اند و همین امر منجر به تخصیص بهینه منابع در اقتصاد ورزش شده است، اما رقابت در این صنعت و بالطبع ساختار بازار متفاوت می‌باشد، زیرا رقابت دو باشگاه فوتبال با رقابت سایر سازمان‌ها تفاوت دارد (الهی، ۱۳۸۷). «اتحادیه انجمن‌های فوتبال اروپا»، به دو موضوع نگران کننده در رقابت فوتبال حرفه‌ای می‌پردازد: مسئله اول این است که برخی باشگاه‌ها بیش از اندازه هزینه می‌کنند و مسئله دیگر آن که قادر به تأمین مالی کسری خود نیستند. (کوپر و سزیمانسکی^۳، ۲۰۰۹) لذا عدم موفقیت یک باشگاه فوتبال نه تنها هزینه‌ای سنگین برای مالکان تحمیل می‌کند، بلکه خسارات مالی را به طلبکاران نیز وارد می‌آورد (حمیل و والترس^۴، ۲۰۱۰).

1. Szymanski
2. Kennedy
3. Kuper & Szymanski
4. Hamil & Walters

یکی از عواملی که باعث درآمدزایی باشگاه‌ها در لیگ‌های خود می‌شود، پیروزی در مسابقات است. این عامل با حضور تماشاچی بیشتر و جذب اسپانسرهای مالی رابطه مستقیمی دارد، زیرا تماشاچیان پیروزی تیم خود را پیروزی شخص خود می‌دانند و از آن خرسند می‌شوند. لذا تیم‌هایی که در مسابقات رتبه‌های بالایی کسب می‌کنند، به جز جذب جوایز مالی مسابقات از تماشاچیان بیشتر و حامیان مالی قوی‌تری برخوردار خواهند شد (نالباندیس و همکاران^۱، ۲۰۱۸).

همچنین در نتایج پژوهش ترتولیان و همکاران^۲ (۲۰۱۹) نشان داده شد که بین تعداد ورزشکاران در فهرست تیم ملی و موقعیت باشگاه در جدول ارتباطی وجود ندارد، اما بین سرمایه‌گذاری در باشگاه فوتبال و طبقه بندی در لیگ ارتباط وجود دارد و تیم‌هایی که سرمایه‌گذاری زیادی در باشگاه انجام داده‌اند، دارای رتبه‌های بالاتری در جدول لیگ نیز بوده‌اند.

امروزه یکی از مظاهر و فرایندهای اصلی توسعه اقتصادی باشگاه‌های ورزشی، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش است. تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری بخش خصوصی یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی آن‌ها بوده است (رهبر و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۱۱). سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش کشور و اجرای راهکارهای پیش‌بینی‌شده روند مطلوبی در تربیت بدنی و ورزش کشور نداشته است (احسانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۲۰). از این رو، باشگاه‌های ورزشی برای بقا و توسعه خود راه‌هایی را برای کسب درآمد انتخاب و مشخص می‌کنند. البته این راه‌ها معمولاً از قبل مشخص شده‌اند و قوانینی نیز وجود دارند تا این راه‌ها در چارچوب این قوانین پیش بروند (طرح جامع ورزش کشور، ۱۳۸۲)، اما آنچه مشهود است این است که در کشورهای در حال توسعه سهم دولت در تأمین مالی ورزشی به خصوص در باشگاه‌های ورزشی از سایر گزینه‌های تأمین مالی بیشتر است. بدیهی است سازمان‌های ورزشی از جمله باشگاه‌های ورزشی زمانی که در مسیر رشد و توسعه قرار می‌گیرند، روز به روز نیازشان به پول برای دستیابی به اهداف و پیشبرد امور بیشتر خواهد شد و اگر صرفاً متکی به منابع دولتی باشند، قادر نخواهند بود به نحو شایسته‌ای سیاست‌های خود را دنبال کنند. - چراکه با توجه به رکود اقتصادی در دنیا به ویژه در کشورهای در حال توسعه، سهم ورزش به خصوص ورزش باشگاهی در بودجه‌های دولتی کاهش یافته است. در ایران نیز با توجه به دولتی بودن اقتصاد و افزایش تحریم‌های اقتصادی و کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی، بودجه ورزش کاهش چشمگیری داشته و مسئولان ورزشی خواستار خودکفایی اقتصادی باشگاه‌های ورزشی هستند. لذا مدیران ورزشی باید با تدبیر و برنامه‌ریزی بتوانند بودجه مورد نیاز خود را از منابع بالقوه کسب و به تدریج وابستگی خود را به دولت کم کنند. در ایران متأسفانه باشگاه‌های ورزشی متکی به درآمدهای دولتی هستند و همین امر به توسعه اقتصادی باشگاه‌های ورزشی آسیب جدی وارد کرده است. تخصیص منابع مالی به صورت وجوه تخصیص یافته یا بودجه مصوب به‌عنوان مهم‌ترین منبع تأمین مالی در حوزه ورزش کشور ایران همواره مورد توجه بوده است و این دام ساختاری و در عین حال مزمن همواره ذهن و تصمیم‌برنامه‌ریزان و مجریان حوزه ورزش کشور را از طراحی روش‌های بدیع و نو در حوزه تأمین مالی ورزش منحرف ساخته است. همچنین به نظر می‌رسد با توجه به این مسئله که باشگاه‌های ورزشی در ایران ماهیت خصوصی خود را ندارند و به شکل دولتی اداره می‌شوند، باید چالش‌هایی را که در زمینه خودکفایی

1. Pawlowski & Coates and Nalbantis

2. Tertuliano, Lima, Oliveira, Santana

تأمین مالی با آن مواجه‌اند، شناسایی شوند. با توجه به این‌که هر سازمان ورزشی برای پیشبرد برنامه‌ها و پروژه‌های خود نیاز به حمایت مالی دارد، این حمایت‌ها موجب می‌شود تا سازمان ورزشی به آرمان‌هایش نائل گردد. بخش مهم این منابع از محل منابع دولتی تأمین می‌گردد. درآمدهای دیگری نیز از سوی سازمان‌های بین‌المللی و درآمدهای بازاریابی، حق عضویت‌ها و اعانات، قابل حصول است. امروزه بسیاری از سازمان‌های ورزشی برای تأمین منابع مالی موردنیاز خود به‌سوی شرکت‌هایی می‌روند که علاقه‌مند هستند به صورت داوطلبانه و برای تبلیغ نام شرکت خودشان به ورزش کمک کنند (حسینی، ۱۳۹۲: ۲۴).

ترابی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی روش‌های مختلف تأمین مالی (درآمدهای روز مسابقه، ورودی‌ها، فروش فصلی و عضویت‌ها)، درآمدهای حاصل از پخش رسانه (تلویزیون و رادیو از رقابت‌های محلی و بین‌المللی) درآمدهای تجاری (حمایت مالی و درآمدهای بازرگانی) و موانع و گرفتاری‌های مالی در باشگاه‌های ورزشی پرداخته‌اند؛ به طوری که نتایج نشان داد که دولتی بودن باشگاه‌ها، عدم شفافیت صورت‌های مالی، امتناع صدا و سیما از پرداخت حق پخش آگهی، عدم آگاهی مدیران باشگاه‌ها از روش‌های نوین تأمین مالی، استفاده محدود از مدیران خلاق و با تخصص‌های تجاری و مالی در سطوح مختلف از جمله موانع مهم تأمین مالی در باشگاه‌ها فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران می‌باشد. همچنین لزوم تجدید نظر در شیوه‌های بازاریابی و تأمین منابع مالی توسط رسانه‌های گروهی و اصلاحات قانون حق پخش تلویزیونی ضروری به نظر می‌رسد. نتایج تحقیقات دیمّا^۱ (۲۰۱۵) با عنوان «مدل کسب و کار مسابقات باشگاهی فوتبال اروپا» نیز نشان داد که بودجه یوفا زیر مختصات مالی سه بردار (رسانه‌ها - تجاری - درآمد روز مسابقه) می‌باشد. همچنین نائورایت و رامفورد^۲ (۲۰۱۰) در پژوهشی نشان دادند تغییر سازمان‌دهی و گرایش باشگاه‌ها به فعالیت‌های مجازی موجب جذب سرمایه‌گذاران خارجی و بین‌المللی به خصوص سرمایه‌گذاران آمریکایی شده است. ساماگایو و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین عملکرد مالی، عملکرد ورزشی و بازار سهام در بین باشگاه‌های فوتبال انگلستان از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۷ پرداختند و نتیجه گرفتند که همبستگی قوی بین ساختارهای مالی و ورزشی وجود دارد. به‌علاوه مدیران به دنبال دستیابی به سطح حداقلی از سود و حداکثر سازی عملکرد ورزشی خود هستند. با وجود این یافته‌های بین‌المللی، مدیریت باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال کشور نیازمند یک الگوی بومی و متناسب با ساختار داخلی است که این پژوهش بر روی آن متمرکز است. همچنین مطالعات مختلفی به بررسی و تعیین عوامل موثر بر خصوصی سازی (مدیریت نامطلوب، استفاده نکردن از نیروی متخصص و فقدان انگیزه کافی در بخش خصوصی) پرداختند (زارع و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۷۵) و موانع و چالش‌های سیاسی حقوقی، اجتماعی فرهنگی، اقتصادی و چالش‌های فناورانه (پاداش و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۷)، نبود ضمانت مالی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، نبود قانون و آیین‌نامه‌های خاص برای ایجاد باشگاه‌های جدید، نبود برنامه‌های حمایتی از بخش خصوصی، نبود تسهیلات بانکی، تعدد مراکز تصمیم‌گیری و نبود تعامل لازم بین سازمان‌های مرتبط (قره‌خانی، ۱۳۸۹) را از جمله چالش‌ها و موانع ورود بخش خصوصی در باشگاه‌داری ورزش کشور برشمردند. همچنین الهی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای نشان داد که مهم‌ترین موانع موجود در توسعه درآمدزایی حاصل از حمایت مالی تنها ریشه در ساختار اقتصادی کشور، برخی مشکلات حقوقی و

1. Dima

2. Nauright & Ramfjord

قانونی، مالکیت دولتی باشگاه‌ها، ساختار و نیروی انسانی صنعت فوتبال، مدیریت بازاریابی، برنامه‌ریزی مسابقات فوتبال، امکانات و تسهیلات صنعت فوتبال دارند. مطالعات مختلفی با نتایج متفاوتی در زمینه توسعه اقتصادی ورزش قهرمانی و باشگاه‌داری صورت گرفته‌اند. رودریگز پومدا و همکاران^۱ (۲۰۱۷) نشان دادند که قدرت اقتصادی و استفاده شفاف، مؤثر و مناسب از ارزش‌ها و اصول منجر به موفقیت ورزشی خواهد شد. همچنین امدور و همکاران^۲ (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای به ارزیابی تأثیرات اقتصادی رویدادهای ورزشی کوچک با استفاده از ماتریس حسابداری اجتماعی: یک برنامه کاربردی برای لیگ فوتبال اسپانیا پرداختند و نشان دادند که هزینه‌های خالص در زمینه رویدادهای ورزشی کوچک، به اقتصاد میزبان سود می‌رساند و تولید محصولات و خدمات مستقیماً تولید فعالیت‌های تأمین‌کننده را افزایش می‌دهد.

مرور مطالعات مختلف نشان دهنده این است که به رغم توجه اروپا از دهه پنجاه میلادی به مطالعه فوتبال به عنوان یک صنعت تجاری سودآور، این جذاب‌ترین بخش اقتصاد ورزش در ایران، آن‌چنان مورد توجه قرار نگرفته است. با این‌که بیش از ۱۶ سال از شروع لیگ برتر فوتبال ایران به عنوان یک لیگ حرفه‌ای می‌گذرد، اما چرخه اقتصادی باشگاه‌های لیگ برتر ایران برخلاف سایر کشورهای مطرح در فوتبال به‌کندی حرکت می‌کند (نقشبندی و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۵). همگام با افزایش تمایلات نسبت به این رشته ورزشی تحولات اساسی در آن به وجود آمده تا جایی که فوتبال حرفه‌ای سال‌های اخیر قابل مقایسه با دوران گذشته نیست. داد و ستدهای چند ده میلیون دلاری برای نقل و انتقال بازیکنان، وجود حامیان مالی با سرمایه‌های بسیار کلان، خرید و فروش وسایل و کالاهای ورزشی و غیرورزشی با آرم باشگاه‌های حرفه‌ای، معامله‌های چند صد میلیون دلاری برای تبلیغات اطراف زمین، کسب درآمدهای کلان از محل حق پخش تلویزیونی مسابقات، قرار گرفتن باشگاه‌ها در فهرست بازار بورس و بسیاری از موارد دیگر نقش مهمی در توسعه درآمدزایی فوتبال در بسیاری از کشورها ایفا نموده است؛ اما وابستگی باشگاه‌های فوتبال در ایران به بودجه دولت از آن‌ها مجموعه‌هایی هزینه‌بر ساخته که از نظر اقتصادی حتی با وجود کمک‌های دولتی توان ارائه یک ترازنامه مالی مثبت در پایان یک سال ورزشی را ندارند. با توجه به این‌که باشگاه‌های فعال در لیگ حرفه‌ای ایران تاکنون نتوانسته‌اند از ظرفیت‌های موجود در درآمدزایی از شیوه‌های معقول و غیردولتی بهره ببرند تا با دستیابی به آن از کمک‌های دولتی بی‌نیاز شوند و به استقلال مالی برسند، هدف از تحقیق حاضر پاسخگویی به این سوال است:

مدل توسعه اقتصادی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر نوع همبستگی و از نظر هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری شامل ۴۶ نفر از مدیران عامل و اعضای هیئت رئیسه باشگاه‌ها و ۲۳۷ نفر از کارشناسان و پیشکسوتان اقتصادی فوتبال و ۹۲ نفر از اساتید دانشگاه بودند که با توجه به در دسترس بودن و همچنین بعضی افراد بر اساس تجربه در زمینه اقتصادی انتخاب شدند و در مجموع ۳۷۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده گزینش و تحقیق به شکل میدانی انجام گرفت. با توجه به محدود بودن جامعه آماری، از نمونه‌گیری تمام شمار استفاده گردید که نمونه و جامعه با یکدیگر منطبق بودند. در تحقیق حاضر

1. Rodriguez-Pomeda et al.

2. Amador et al.

از پرسشنامه محقق ساخته بر گرفته از مطالعات کتابخانه ای و اسناد و مدارک استفاده گردید که شامل ۲ بخش می‌باشد: در بخش اول ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آزمودنی‌ها مورد سنجش قرار گرفته است و بخش دوم پرسشنامه شامل متغیر رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور (سؤالات ۱ تا ۵)، سرمایه اجتماعی و برند باشگاه (سؤالات ۶ تا ۹)، ساختار و مالکیت باشگاه (سؤالات ۱۰ تا ۱۳)، قوانین و نظام باشگاه‌داری (سؤالات ۱۴ تا ۱۷)، بازار نقل و انتقالات (سؤالات ۱۸ تا ۲۱)، شرایط رقابتی لیگ‌ها (سؤالات ۲۲ تا ۲۵)، مدیریت راهبردی باشگاه (سؤالات ۲۶ تا ۳۰)، مدیریت ذینفعان (سؤالات ۳۱ تا ۳۴)، سیستم بازاریابی (سؤالات ۳۵ تا ۳۸)، سیستم مدیریت مالی (سؤالات ۳۹ تا ۴۲)، عملکرد ورزشی باشگاه (سؤالات ۴۳ تا ۴۶)، سیستم مدیریت استعداد (سؤالات ۴۷ تا ۵۰)، تأمین مالی و منابع باشگاه (سؤالات ۵۱ تا ۵۵)، ارتقای ساختاری و سیستمی باشگاه (سؤالات ۵۶ تا ۵۹)، ارتقای عملکردی و کارکردی باشگاه (سؤالات ۶۰ تا ۶۳) و توسعه اقتصادی پایدار باشگاه (سؤالات ۶۴ تا ۶۹) می‌باشد. در این پژوهش روایی محتوایی و صوری پرسشنامه توسط صاحب‌نظران (مدیران و کارشناسان باشگاه‌های ورزشی) (۱۶ نفر) تایید شد. همچنین پایایی آن نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ (۰/۹۶۸) محاسبه گردید. از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS3 جهت برازش مدل ساختاری و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS25 استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به تحلیل داده‌ها به بررسی طراحی مدل توسعه اقتصادی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال پرداخته شده است. در ابتدا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه تحقیق گزارش گردید (جدول ۱):

جدول ۱. میانگین و انحراف معیار بین متغیرهای پژوهش

متغیر	فراوانی N	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۶۴/۵۳
	زن	۳۵/۴۷
میزان تحصیلات	کاردانی	۱۰/۹۳
	کارشناسی	۴۸/۸۰
شغل	کارشناسی ارشد	۲۵/۰۶
	دکتری	۱۵/۲۰
	مدیران باشگاه‌های ورزشی	۱۲/۲۶
	کارشناسان باشگاه‌های ورزشی	۶۳/۲۱
	استاد و محقق	۲۴/۵۳
	مجموع	۱۰۰
میانگین	۲۷۵	
انحراف معیار		۱/۷۳
سن	۴۸/۲۷	

با توجه به جدول ۱، ۶۴/۵۳ درصد آزمودنی‌ها را مردان و ۳۵/۴۷ درصد آنان را زنان تشکیل داده‌اند. ۱۰/۹۳ درصد آزمودنی‌های تحقیق در مقطع کاردانی، ۴۸/۸۰ درصد در مقطع کارشناسی، ۲۵/۰۶ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۱۲/۲۶ درصد در مقطع دکتری مشغول به تحصیل بودند. همچنین بیشترین فراوانی شغل افراد شرکت‌کننده در تحقیق حاضر با ۶۳/۲۱ درصد را کارشناسان باشگاه‌های ورزشی و کمترین فراوانی مربوط به اساتید و محققین شرکت‌کننده در تحقیق با ۲۴/۵۳

درصد بود. در بخش دیگر یافته‌های توصیفی پژوهش، تمرکز میانگین و همچنین انحراف معیار برای متغیرهای پرسشنامه‌های پژوهش مورد بررسی آورده شده است (جدول ۲):

جدول ۲. میانگین و انحراف معیار بین متغیرهای پژوهش

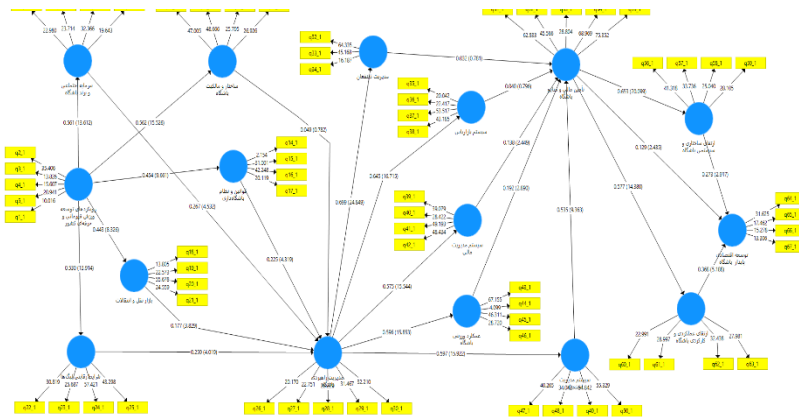
متغیرهای پژوهش	میانگین (Mean)	انحراف استاندارد (S.D)	متغیرهای پژوهش	میانگین (Mean)	انحراف استاندارد (S.D)
ارتقای ساختاری و سیستمی باشگاه	۴/۱۳	۱/۰۱	سیستم بازاریابی	۴/۱۳	۱/۴۶
ارتقای عملکردی و کارکردی باشگاه	۴/۰۱	۱/۲۴	سیستم مدیریت استعداد	۴/۲۶	۱/۱۹
بازار نقل و انتقالات	۴/۳۲	۱/۵۲	سیستم مدیریت مالی	۴/۶۱	۱/۳۴
تأمین مالی و منابع باشگاه	۴/۲۷	۱/۲۸	شرایط رقابتی لیگ‌ها	۴/۵۹	۱/۵۴
توسعه اقتصادی پایدار باشگاه	۴/۱۰	۱/۸۸	عملکرد ورزشی باشگاه	۴/۲۴	۱/۱۲
رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور	۴/۲۹	۱/۳۷	قوانین و نظام باشگاه‌داری	۴/۲۸	۱/۳۹
ساختار و مالکیت باشگاه	۳/۸۹	۱/۶۴	مدیریت ذینفعان	۳/۸۳	۱/۲۲
سرمایه اجتماعی و برند باشگاه	۴/۱۶	۱/۵۸	مدیریت راهبردی باشگاه	۴/۳۵	۱/۳۵

با توجه به جدول ۱، ملاحظه می‌شود که متغیر سیستم مدیریت مالی دارای بیشترین میانگین (۴/۶۱) و متغیر مدیریت ذینفعان دارای کمترین میانگین (۳/۸۳) می‌باشد. سپس از ضریب شاخص R^2 و فرمول GOF جهت مناسب بودن برازش مدل ساختاری استفاده شد است (جدول ۲ و فرمول ۱).

جدول ۳. ضرایب شاخص R Square متغیرهای درون‌زای مدل

متغیرهای درون‌زا	R	communalities	پایایی ترکیبی	متغیرهای درون‌زا	R	communalities	پایایی ترکیبی
ارتقای ساختاری و سیستمی باشگاه	۰/۴۲۷	۰/۶۶۲	۰/۸۶۸	سیستم بازاریابی	۰/۴۱۵	۰/۵۹۴	۰/۸۵۱
ارتقای عملکردی و کارکردی باشگاه	۰/۳۳۳	۰/۶۰۲	۰/۸۵۸	سیستم مدیریت استعداد	۰/۳۵۷	۰/۶۷۰	۰/۸۸۹
بازار نقل و انتقالات	۰/۱۹۶	۰/۵۴۹	۰/۸۲۸	سیستم مدیریت مالی	۰/۳۳۱	۰/۶۷۷	۰/۸۹۳
تأمین مالی و منابع باشگاه	۰/۷۱۷	۰/۷۲۶	۰/۹۳۰	شرایط رقابتی لیگ‌ها	۰/۲۸۱	۰/۶۵۵	۰/۸۸۲

همان‌طور که نتایج شکل ۱ نشان می‌دهد بار عاملی بیشتر گویه‌ها به جز دو گویه (گویه شماره ۳۱ و ۶۸) پرسشنامه از ۰/۴ بیشتر بود. پس از انجام تحلیل عاملی تأییدی برای یافتن پاسخ فرضیات پژوهش، تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادله ساختاری انجام گرفت. در قالب مدل معادلات ساختاری، فرضیات پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند و مسیر مدل ساختاری ارزیابی شد. هر مسیر متناظر با یکی از فرضیات مدل است. آزمون هر فرضیه از طریق بررسی علامت، اندازه و معناداری آماری ضریب مسیر (بتا) بین هر متغیر مکنون با متغیر وابسته است. شکل ۲ و جدول ۴، نتایج مربوط به مدل‌سازی معادله ساختاری را نشان می‌دهند:



شکل ۲. میزان آماره معناداری T value مدل پژوهش

جدول ۴. مقادیر ضریب مسیر مستقیم و آماره t مرتبط با متغیرهای پژوهش (آزمون فرضیه‌های پژوهش)

نتیجه فرضیه	سطح معنی داری	آماره T	ضریب	فرضیه
تایید	۰/۰۰۱	۲/۹۱۷	۰/۲۷۳	ارتقای ساختاری و سیستمی باشگاه -> توسعه اقتصادی پایدار باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۵/۱۸۸	۰/۳۶۸	ارتقای عملکردی و کارکردی باشگاه -> توسعه اقتصادی پایدار باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۳/۳۲۹	۰/۱۷۷	بازار نقل و انتقالات -> مدیریت راهبردی باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۲۰/۰۹۹	۰/۶۵۳	تأمین مالی و منابع باشگاه -> ارتقای ساختاری و سیستمی باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۱۴/۳۸۰	۰/۵۷۷	تأمین مالی و منابع باشگاه -> ارتقای عملکردی و کارکردی باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۲/۴۳۵	۰/۱۲۹	تأمین مالی و منابع باشگاه -> توسعه اقتصادی پایدار باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۸/۳۲۶	۰/۴۴۳	رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور -> بازار نقل و انتقالات

تایید	۰/۰۰۱	۱۵/۵۲۶	۰/۵۶۲	رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور - < ساختار و مالکیت باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۱۳/۶۱۲	۰/۵۶۱	رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور - < سرمایه اجتماعی و برند باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۱۳/۹۱۴	۰/۵۳۰	رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور - < شرایط رقابتی لیگ‌ها
تایید	۰/۰۰۱	۹/۶۶۱	۰/۴۵۴	رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور - < قوانین و نظام باشگاه‌داری
رد	۰/۰۰۱	۰/۷۸۲	۰/۰۴۹	ساختار و مالکیت باشگاه -> مدیریت راهبردی باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۴/۵۳۲	۰/۲۶۷	سرمایه اجتماعی و برند باشگاه -> مدیریت راهبردی باشگاه
رد	۰/۰۵۵	۰/۷۹۶	۰/۰۴۰	سیستم بازاریابی -> تأمین مالی و منابع باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۹/۳۶۳	۰/۵۳۵	سیستم مدیریت استعداد -> تأمین مالی و منابع باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۲/۴۴۹	۰/۱۳۸	سیستم مدیریت مالی -> تأمین مالی و منابع باشگاه
رد	۰/۰۶۹	۰/۸۶۴	۰/۲۵۹	شرایط رقابتی لیگ‌ها -> مدیریت راهبردی باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۲/۸۹۰	۰/۱۹۲	عملکرد ورزشی باشگاه -> تأمین مالی و منابع باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۴/۳۱۹	۰/۲۲۵	قوانین و نظام باشگاه‌داری -> مدیریت راهبردی باشگاه
رد	۰/۰۵۴	۰/۷۸۱	۰/۰۳۲	مدیریت ذینفعان -> تأمین مالی و منابع باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۱۶/۷۱۵	۰/۶۴۵	مدیریت راهبردی باشگاه -> سیستم بازاریابی
تایید	۰/۰۰۱	۱۵/۹۲۲	۰/۵۷۹	مدیریت راهبردی باشگاه -> سیستم مدیریت استعداد
تایید	۰/۰۰۱	۱۵/۵۴۴	۰/۵۷۵	مدیریت راهبردی باشگاه -> سیستم مدیریت مالی
تایید	۰/۰۰۱	۱۵/۸۵۳	۰/۵۹۶	مدیریت راهبردی باشگاه -> عملکرد ورزشی باشگاه
تایید	۰/۰۰۱	۲۴/۸۴۹	۰/۶۹۹	مدیریت راهبردی باشگاه -> مدیریت ذینفعان

با توجه به نتایج جدول ۳، به‌جز چهار فرضیه که مورد تایید قرار نگرفت ($P > 0.05$) تمامی ضرایب معنی‌داری t از $1/96$ بزرگ‌تر بودند که این امر معنی‌دار بودن تمامی سؤالات و روابط میان متغیرها را در سطح اطمینان 95% تایید می‌سازد. بنابراین سایر فرضیات پژوهش مورد قبول واقع گردید. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که ارتقای ساختاری، تأمین مالی و منابع باشگاه، رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، سیستم مدیریت استعداد، سیستم مدیریت مالی و عملکرد ورزشی، بازار نقل و انتقالات و مدیریت راهبردی باشگاه دارای اثر معنادار بر متغیرها هستند، اما ساختار و مالکیت باشگاه، سیستم بازاریابی و مدیریت ذینفعان اثر معناداری بر متغیرهای پژوهش ندارند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، طراحی و تبیین مدل توسعه اقتصادی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران بود. مولفه‌های شناسایی شده در مرحله پیمایش کیفی و پس از تنظیم در قالب پرسشنامه شامل ۱۶ بُعد ارتقای ساختاری و سیستمی باشگاه، ارتقای عملکردی و کارکردی باشگاه، بازار نقل و انتقالات، تأمین مالی و منابع باشگاه، توسعه اقتصادی پایدار باشگاه، رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور، ساختار و مالکیت باشگاه، سرمایه اجتماعی و برند باشگاه، سیستم بازاریابی، سیستم مدیریت استعداد، سیستم مدیریت مالی، شرایط رقابتی لیگ‌ها، عملکرد ورزشی باشگاه، قوانین و

نظام باشگاه‌داری، مدیریت ذینفعان و مدیریت راهبردی باشگاه بود. این چارچوب‌بندی از لحاظ سطحی، فرایندی و کارکردی چارچوب‌بندی جامع‌تری نسبت به مطالعات پیشین می‌باشد. نتایج پژوهش پلوملی و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند که بر اساس دوره زمانی اکثر عملکرد کلی باشگاه‌ها با استفاده از ترکیبی از شاخص‌های مالی و ورزشی اندازه‌گیری می‌شود که با نتایج پژوهش حاضر که تأمین مالی و منابع باشگاه را از عوامل تأثیرگذار می‌دانند همسوست. الهی و همکاران (۱۳۸۷) مهم‌ترین موانع درآمدزایی باشگاه‌ها را برخی مشکلات حقوقی و قانونی، مالکیت دولتی باشگاه‌ها، ساختار و نیروی انسانی صنعت فوتبال، مدیریت بازاریابی، برنامه‌ریزی مسابقات فوتبال و امکانات و تسهیلات صنعت فوتبال می‌دانند که با نتایج پژوهش حاضر که ساختار و مالکیت باشگاه و بازاریابی را در توسعه اقتصادی تأثیرگذار نمی‌داند، همخوانی دارد.

یونگ کو (۲۰۰۷) وجود ساختار رقابتی در اقتصاد کشورها را به عنوان یک عامل محرک برای توسعه حمایت مالی از ورزش می‌داند که با پژوهش حاضر همسویی دارد، زیرا در نتایج به این امر اشاره می‌کند که با توسعه ورزش قهرمانی و حرفه ای می‌توان به منابع مالی و توسعه اقتصادی دست یافت.

ساماگیو و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای نشان دادند که بین ساختارهای پنهان مالی و ورزشی رابطه قوی وجود دارد و مدیران ورزشی به دنبال دستیابی به حداقل سود و به حداکثر رساندن عملکرد ورزشی هستند. تأمین مالی و منابع باشگاه نیز اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر ارتقای ساختاری و سیستمی، عملکردی و کارکردی دارند. لازمه انجام عمده فعالیت‌ها و فرایندهای باشگاه، منابع مالی است از این رو، باید منابع مالی بیشتر و بهتر تأمین شود. از طرف دیگر ساختار باشگاه و مدیریت عملکرد آن می‌توانند تا حد قابل توجهی سیستم عملکرد تجاری- ورزشی- اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهند. با توجه به اینکه توسعه اقتصادی باشگاه در درازمدت عمدتاً از مولفه‌های مربوط به موفقیت تیم و بازاریابی تأثیر می‌پذیرد، نتایج این پژوهش با پژوهش حاضر که نشان داد ارتقای ساختاری و سیستم مدیریت مالی و عملکرد ورزشی تأثیر مستقیم بر عملکرد باشگاه دارد و در توسعه اقتصادی نقش مهمی ایفا می‌کند، همسوست.

کشاک (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای با عنوان «اثر اطلاعات اقتصادی بر نگرش حامیان مالی ورزشی» نشان داد که وجود اطلاعات شفاف و کامل اقتصادی در مورد یک ورزش خاص، یکی از مهم‌ترین ابزارهای تصمیم‌گیری شرکت‌ها برای ورود به حمایت مالی از ورزش است و با پژوهش حاضر که سیستم مدیریت مالی را در توسعه اقتصادی تأثیرگذار می‌داند، همخوانی دارد.

ساماگیو و همکاران (۲۰۰۹) در بررسی رابطه بین عملکرد مالی، عملکرد ورزشی و بازار سهام در فوتبال انگلستان نتیجه گرفتند که همبستگی قوی بین ساختارهای مالی و ورزشی وجود دارد که با پژوهش حاضر که نشان داد مدیریت مالی و عملکرد ورزشی دارای اثر معنی دار بر توسعه اقتصادی باشگاه است، همسو می‌باشد.

سلکس و آندروف (۲۰۱۷) نشان دادند که بین نظر مخاطبان، تصویر، شهرت و فروش با حمایت مالی در باشگاه‌های ورزشی رابطه قابل توجهی دارد که با نتایج پژوهش حاضر که مدیریت بازاریابی را در توسعه اقتصادی بی‌اثر نشان داد، ناهمسو است.

رضایی صوفی و شعبانی (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای نشان دادند که در کشور ما نقش رسانه‌های جمعی در تأمین منابع مالی، شیوه بازاریابی و رشد صنعت ورزش در رتبه‌های میانی قرار دارد که

لزوم تجدید نظر در شیوه‌های بازاریابی و تأمین منابع مالی توسط رسانه‌های گروهی و اصلاحات قانون حق پخش تلویزیونی ضروری به نظر می‌رسد که با نتایج پژوهش حاضر که سیستم بازاریابی را در توسعه اقتصادی بدون اثر می‌داند، همسو است. در سایر نتایج همسو نیز نقدی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند که این درآمد حق پخش رسانه است که بیشترین تأثیر را بر درآمد باشگاه‌های فوتبال دارد.

دیما (۲۰۱۵) نشان داد که بودجه یوفا زیر مختصات مالی سازه‌های ورزشی، سه بردار (رسانه‌ها - تجاری - درآمد روز مسابقه) می‌باشد.

از بین رابطه‌های تعریف شده سه رابطه ساختار و مالکیت باشگاه بر مدیریت راهبردی باشگاه به همراه اثر دو متغیر سیستم بازاریابی و مدیریت ذینفعان بر تأمین مالی و منابع باشگاه معنی‌دار نبود. اینکه پاسخ‌دهندگان این پژوهش رابطه این سه رابطه را قابل توجه ندیده‌اند احتمالاً به دلیل مشکلات ساختاری باشگاه‌های کشور و بی توجهی با روابط خرده سیستم‌های نظام باشگاه‌داری با هم است. بررسی آخرین برنامه نظام باشگاه‌داری وزارت ورزش و همچنین ساختار فعلی باشگاه‌های ورزشی کشور نشان می‌دهد که مالکیت دولتی، نیمه دولتی یا خصوصی تأثیر چشم‌گیری بر مدیریت باشگاه‌ها نداشته است. از طرفی عمده باشگاه‌ها هنوز درآمد قابل توجهی از فعالیت‌های بازاریابی هواداری ندارند.

همچنین پژوهش نادریان (۱۳۹۶) که پرورش بازیکنان با استعداد برای جانشینی بازیکنان تیم بزرگسالان و هزینه‌های به دست آمده از نقل و انتقال این بازیکنان باعث کسب درآمد و تثبیت ساختارهای مالی باشگاه می‌گردد که با نتایج پژوهش حاضر که نشان داد سیستم مدیریت استعداد می‌تواند تأثیر مستقیم بر مدل توسعه اقتصادی باشگاه‌ها داشته باشد، همسو است.

تحلیل روابط بین عوامل ترسیم شده در مدل نشان داد که رویکردهای توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای کشور دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر بازار نقل و انتقالات، ساختار و مالکیت باشگاه، سرمایه اجتماعی و برند باشگاه، شرایط رقابتی لیگ‌ها و قوانین و نظام باشگاه‌داری بودند و این متغیرها نیز اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر مدیریت راهبردی باشگاه دارند. به دلیل آنکه عمده باشگاه‌های کشور در واقع نیمه دولتی هستند، سیاست‌های ورزش قهرمانی کشور به صورت مستقیم در تحولات باشگاه‌ها اثر گذار است. عملکرد مناسب باشگاه در درازمدت نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی اثربخش است. برنامه‌ریزی راهبردی در سایه توجه به سیستم درونی باشگاه و محیط پویا و رقابتی بیرونی است که می‌تواند به نتایج مورد انتظار بینجامد. از بین عناصر محیطی، بازار نقل و انتقالات در بازیکنان ورودی و خروجی باشگاه تأثیر بسیار زیادی دارد. همچنین قوانین باشگاه‌داری و تغییرات آن‌ها، باشگاه‌ها را محدود به یک چارچوب عملکرد نسبتاً مشخص می‌کند. از طرفی عمده ظرفیت‌های باشگاه‌ها برای توسعه مبتنی بر تعداد هواداران و وجهه اجتماعی باشگاه است.

سیستم مدیریت استعداد، سیستم مدیریت مالی و عملکرد ورزشی باشگاه دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر تأمین مالی و منابع باشگاه می‌باشند. بسیاری از باشگاه‌های حرفه‌ای در جهان عمده درآمد خود را از طریق فروش بازیکن، سرمایه‌گذاری‌های مناسب و کسب موفقیت ورزشی به دست می‌آورند. در همین راستا سیستم کارآمد مدیریت استعداد منجر به بازیکن‌سازی بیشتر، سیستم مدیریت مالی منجر به مدیریت بهتر هزینه‌ها و درآمدها و موفقیت ورزشی منجر به دریافت پاداش و یافتن حامی مالی می‌شود. از این رو، ارتقای این سه متغیر تا حد زیادی بر تأمین منابع مالی اثرگذار هستند.

مدیریت راهبردی باشگاه دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر سیستم بازاریابی، سیستم مدیریت استعداد، سیستم مدیریت مالی، مدیریت ذینفعان و عملکرد ورزشی باشگاه هستند. عملکرد مناسب و پایدار بسیاری از باشگاه‌ها در ایران و جهان در واقع حاصل مدیریت راهبردی صحیح است. بسیاری از باشگاه‌ها عملکرد نوسانی دارند؛ به طوری که برخی در بازیکن پروری موفق اند، اما در مسابقات عملکرد رضایت بخش ندارند. یا از لحاظ کسب موفقیت در سطح مناسبی هستند، اما از منظر هواداری و درآمدزایی رضایت بخش عمل نمی‌کنند. دلیل اصلی این امر در مدیریت راهبردی نهفته است.

در نهایت باید گفت که سیستم باشگاه‌داری بسیار پیچیده است. مدل‌های ارائه شده کمک می‌کند تا با ساده سازی کل سیستم باشگاه‌داری به درک بهتری از تمامیت سیستم دست یابیم. سیستم مالی و اقتصادی باشگاه‌داری ورزشی در قالب مدل ارائه شده می‌تواند تحلیل، تبیین و تفسیر شوند. این مدل شاید نتواند روابط اجزای درونی و بیرونی سیستم اقتصاد باشگاه‌داری را به‌طور کامل توضیح دهد، اما درک مکانیسم‌های اساسی آن را آسان‌تر می‌کند.

به طور کلی بنابر مدل ارائه شده می‌توان گفت که اقتصاد باشگاه‌داری یک رویکرد سیستمی فرایندنگر است که باید ارتباط بین ابعاد این سیستم در باشگاه‌ها بررسی شود تا قوت‌ها و قابلیت‌های موجود هم افزا گردند و ضعف‌ها و چالش‌ها مرتفع شوند. مدل ارائه شده نشان می‌دهد که توسعه اقتصادی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال از طریق بازنگری و اصلاح سیاست‌های اجرایی ورزش قهرمانی به ویژه قوانین نظام باشگاه‌داری، بازار نقل و انتقالات و ساختار رقابت لیگ زمینه‌سازی و بسترسازی می‌شود و با پیاده‌سازی سیستم مدیریت راهبردی خرده سیستم‌های مدیریت استعداد، ذینفعان، بازاریابی، مالی و اجرایی باشگاه هم ارتقا می‌یابند و هم افزا تر می‌شوند. سپس این موج تغییر سبب ارتقای عملکرد تجاری، ورزشی و اجتماعی باشگاه می‌گردد و با افزایش سرمایه مالی و اثربخشی مدیریت مالی باشگاه زمینه پایداری سازی اقتصادی باشگاه در شرایط مختلف فراهم می‌شود.

در پایان براساس مدل طراحی و تبیین شده در این پژوهش، پیشنهادهای زیر جهت ارتقای سیستم اقتصاد باشگاه‌داری مطرح می‌شود:

در نظام باشگاه‌داری کشور بازنگری شود تا بتوان ارتباط بین عوامل و زیرسیستم‌ها مانند بازاریابی، مدیریت هواداران، مدیریت استعداد و ... را تقویت کرد.

موانع حقوقی بازاریابی و درآمدزایی باشگاه‌ها به ویژه از منظر حقوق تجارت و مالکیت فکری معنوی پیگیری و مرتفع شود.

به باشگاه‌ها بر حسب عملکرد مدیریتی وام کمکی برای خصوصی سازی اعطا شود. سامانه اطلاعات هواداران برای باشگاه‌ها راه اندازی شود.

بر اساس نتایج به دست آمده، پیشنهادهایی هم در حین اجرای پژوهش مدنظر قرار گرفت:

۱. تصویب قوانینی بر مبنای شفافیت مالی و الزام جذب حامیان مالی جهت حضور تیم در لیگ برتر؛
۲. حضور مدیران با تفکر اقتصاد محور با رویکرد صرفه جویی و کسب درآمد جهت راهگشایی رونق اقتصادی در ورزش؛

۳. ایجاد زیرساخت های مناسب جهت ایجاد باشگاه های پایه قوی و استفاده از بازیکنان رده پایه در تیم اصلی و عدم وابستگی به بازیکنان خارجی و جلوگیری از برون رفت ارز کشور؛

۴. استفاده از افراد تحصیل کرده و با دانش در امور مدیریتی باشگاه‌ها جهت ساخت شرکت‌ها و ایجاد برندهای مرتبط با باشگاه جهت درآمدزایی مستقیم برای باشگاه؛
 ۵. نظارت دولت و وزارت ورزش و جوانان بر چهار عرصه پرورشی، همگانی، قهرمانی و حرفه‌ای جهت توسعه ورزش و اقتصاد ورزشی.
- همچنین این پژوهش با محدودیت‌هایی همچون محدودیت فرهنگی - همانند میزان شفافیت و صداقت در پاسخگویی جامعه آماری انسانی و اطلاعاتی - و فقدان دانش و اطلاعات مناسب و به روز در زمینه پژوهش حاضر رو به رو بود.

منابع

- احسانی، محمد؛ ابودردا، زینب و اقبالی، مسعود. (۱۳۸۷). «بررسی علل عدم حمایت اسپانسرها از ورزش حرفه‌ای بانوان شهر اصفهان». نشریه علوم حرکتی و ورزش. ۱۲(۳)، صص ۱۱۱-۱۲۰.
- نادریان، مسعود. (۱۳۹۶). «به کارگیری مدل میدان نیرو در برنامه ریزی باشگاه‌ها برای برنامه ریزی جانشین پروری بازیکنان فوتبال». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. صص ۴۲-۲۳.
- پاداش، دنیا؛ سلطان حسینی، محمد؛ خبیری، محمد و فتحی، سعید. (۱۳۹۱). «تعیین و اولویت‌بندی عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی با روش AHP». مطالعات مدیریت ورزشی. ۴(۱۵)، صص ۴۷-۶۲.
- ترابی، تقی؛ قربانی، مهسا؛ باقری، میثم و طریقی، سمانه. (۱۳۹۴). «روش‌های نوین تأمین مالی باشگاه‌های فوتبال در کشورهای توسعه‌یافته و بررسی تطبیقی آن با کشورهای در حال توسعه (مورد خاص: باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران و انگلستان)». فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری. ۴(۱۳)، صص ۲۱۷-۲۳۲.
- حسینی، سید امیر. (۱۳۹۲). «بازاریابی در ورزش بانوان و چالش‌ها». پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۳۰، صص ۲۰-۲۴.
- رضایی صوفی، مرتضی و شعبانی، عباس. (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر تأمین می باشد در ورزش». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. ۱(۳)، صص ۴۳-۴۹.
- رمضان، رضا. (۱۳۸۷). «اقتصاد و سرمایه‌گذاری در ورزش (مطالعه موردی: فوتبال)». سازمان تربیت‌بدنی. ۲(۴)، صص ۷-۱۴.
- رهبر، فرهاد. (۱۳۸۶). «موانع سرمایه‌گذاری و تأثیر آن بر رشد اقتصادی». مجله تحقیقات اقتصادی. ۸۱، صص ۱۱۱-۱۳۸.
- زارع، امین؛ بابائیان احمدی، علی؛ مرادی، غلامرضا و حسینی، سید عبدالرسول. (۱۳۹۳). «شناسایی و رتبه‌بندی چالش‌های موجود در روند خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال کشور بر اساس مدل PEST». مدیریت ورزشی. ۶(۴)، صص ۵۷۵-۵۹۳.
- سازمان تربیت‌بدنی. (۱۳۸۲). طرح جامع ورزش کشور. مطالعات تفصیلی توسعه منابع مالی.
- عسکریان، فریبا. (۱۳۹۰). «بررسی اقتصادی سرمایه‌گذاری‌های ورزشی ایران در سال ۱۳۸۶». مدیریت و توسعه ورزش. ۱، صص ۴۲-۵۳.
- قره خانی، حسن. (۱۳۸۹). «بررسی چالش‌ها و موانع توسعه خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال ایران». رساله دکتری تربیت‌بدنی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- نقدی، یزدان؛ کاغذیان، سهیلا و افشارپی، امیر. (۱۳۹۲). «تحلیل عوامل اقتصادی مؤثر بر درآمد باشگاه‌های فوتبال (باشگاه‌های منتخب جهان)». اقتصاد توسعه و برنامه‌ریزی. ۲(۱)، صص ۲۱-۴۳.

- نقشبندی، صلاح‌الدین؛ یوسفی، بهرام و صادقی بروجردی، سعید. (۱۳۹۱). «مقایسه تعادل رقابتی لیگ برتر فوتبال ایران با پنج لیگ فوتبال حرفه‌ای اروپا در فصل ۲۰۰۹-۲۰۱۰ میلادی». مطالعات مدیریت ورزشی. ۴(۱۳)، صص ۶۵-۷۸.
- الهی، علیرضا. (۱۳۸۷). «موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری تربیت‌بدنی، دانشکده تربیت‌بدنی دانشگاه تهران.
- الهی، علیرضا؛ سجادی، نصرالله؛ خبیری، محمد و ابریشمی، حمید. (۱۳۸۸). «موانع موجود در توسعه جذب درآمد حاصل از حمایت مالی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران». مدیریت ورزشی. ۱۱(۱)، صص ۱۸۹-۲۰۲.
- خراسانی طرقي، حامد. (۱۳۹۲). «عوامل تعیین کننده قصد خرید برندهای تقلبی لوکس: تدوین راهبرد سازمان دولتی بر مبنای شناسایی موضوعات راهبردی». کنفرانس ملی مدیریت و حسابداری. تهران.
- الهی، علیرضا؛ گودرزی، محمود و خبیری، محمد. (۱۳۸۵). «بررسی عملکرد سازمان لیگ حرفه‌ای فوتبال جمهوری اسلامی ایران و مقایسه آن با سازمان لیگ حرفه‌ای فوتبال ژاپن». نشریه علمی پژوهشی حرکت. شماره ۲۷، صص ۱۴-۲۲.
- قهرمانیان، امیررضا. (۱۳۹۴). «بررسی ابعاد اقتصاد ورزش». کنگره بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه کسب و کار.

- Amador, L. Campoy-Muñoz, P. Cardenete M. A. & Delgado M. C. (2016). **“Economic impact assessment of small-scale sporting events using Social Accounting Matrices: an application to the Spanish Football League”**. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, DOI: 10.1080/19407963.2016.1 (2)69-81.
- Nana, G. Sandreson, K. & Goodehid, M. (2006). **“Economic impact of sport”**. Business and Economic Research LFd (BERL), New Zealand. 35. 201-211.
- Dima. T. (2015). **“The Business Model of Euronean Football Club Competitions”**. Procedia Economics and Finance, 23, 1245–1252
- Keshock, S. Christopher.M. (2006). **“The effect of economic impact information on the attitudes of potential sports sponsors operating in mid-size and small college communities”**. Unpublished doctoral degree dissertation, department of sport Management, Recreation Management and Phsical Education. Florida State Universitv. 2(12). 20-27.
- Plumlev. D.. Wilson. R.. & Ramchandani. G. (2017). **“Towards a model for measuring holistic performance of professional Football clubs”**. Soccer & Societv. 18(1). 16–29.
- Rodriguez-Pomeda. J.. Casani. F.. & Alonso-Almeida. M. Del M. (2017). **“Emotions’ management within the Real Madrid football club business model”**. Soccer and Society, 18(4), 431–444.

- Samagaio, A., Couto, E., & Caiado, J. (2009). **Sporting, financial and stock market performance in English football: an empirical analysis of structural relationships**. 1 (3). 16-28.
- Scelles N and Andreff W (2017) **“Economic model of a professional football club in France”**. In: Chanavat N. Deshordes M. Loranier N (Ed.). *Routledge handbook of football marketing*. Routledge International Handbooks, Abingdon: Routledge, 60-72.
- Leeds, A., Pete, A., and Victor A. (2018). **Matheson. The economics of sports**. Routledge
- Kennedy, petter. (2014). **Fan culture in European Football**. New York NY10017. Routledge
- Szymanski, S. (2010). **“Football Economics and Policy”**. Sport publishing of German, 27(3), 110-124.
- Hamil, S. & Walters, G. (2010). **“Financial performance in English professional football: `An inconvenient truth”**. Soccer & Society, Vol. 11, No. 4, pp. 354-372.
- Kuper, S. & Szymanski, S. (2009). **“Why England Lose & Other Curious Football Phenomena Explained. London”**. Harper Sport, 21(2), 11-17.
- Pawlowski, T., Nalbantis, G., and Coates, D. (2018). **“Perceived game uncertainty, suspense and the demand for sport”**. Economic Inquiry, 56(1), 173-192.
- Tertuliano, I. W., Lima, E. M. R., Oliveira, V., Santana, B. A., Pavlović, V., & Machado, A. A. (2019). **“Sport management in Emerging Economy: Squad size, Expenses and Results–Case of the Brazilian Football League Management”**. Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies, 17(2).342-256.
- Lima. E. M. R., Oliveira. V., Pavlovic. V., Fischer. C. N., Machado. A. A., & Tertuliano. I. W. (2018). **“The Influence of Expenditures in Football Industry Results: Case Study of the Brazilian Football League Management”**. Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies, 23 (1). 1–12.
- Pavlovic, V., Milacic, S., Ljumovic, I. (2014). **“Controversies about the Accounting Treatment of Transfer Fee in the Football Industry Management”**. Journal for Theory and Practice of Management, 19(70). 17–24.

طراحی مدل توسعه کسب و کارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی

مجید کریمی^۱

نیما ماجدی^۲

لیلا صفاری^۳

حسین کلهر^۴

 10.22034/SSYS.2022.1783.2267

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۳۱

هدف از پژوهش حاضر، طراحی مدل توسعه کسب و کارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی مبنی بر نظریه داده بنیاد بود. روش تحقیق از نوع کیفی با رویکرد تحلیل سیستماتیک می باشد. جامعه آماری شامل دو بخش جامعه انسانی (مدیران ورزشی: باشگاه ها، هیئت ها، فدراسیون ها و ...، مربیان و ورزشکاران فعال در عرصه خدمات ورزشی و اساتید مدیریت ورزشی و بازاریابی ورزشی) و جامعه اطلاعاتی بود. نمونه آماری به تعداد قابل کفایت بر مبنای اشباع نظری به صورت غیر احتمالی هدفمند و تکنیک گلوله برفی انتخاب گردید (۱۶ نفر و ۲۶ سند). روایی ابزار با استفاده از روش های روایی سنجی کیفی مطلوب ارزیابی شد (روایی محتوایی و ضریب کاپا به میزان ۰/۸۰۱). برای تحلیل داده ها از رویکرد سیستماتیک طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده گردید. در نهایت ۱۸ مقوله اصلی (آموزشی، نوآوری، مشارکت در فضای مجازی، شبکه ذینفعان، تولید محتوا، آگاهی مردم از خدمات ورزش مجازی، توسعه کسب و کار مجازی خدمات ورزشی، بودجه، نظام مالیاتی، اقتصادی، اطلاعاتی، بازارگرایی، خدمات پس از فروش، نوآوری و خلاقیت، نگرشی،

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

۲. استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
(نویسنده مسئول)

E-mail: Nima.majedi@gmail.com

۳. استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

۴. استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

● طراحی مدل توسعه کسب‌وکارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی

فرهنگی، تجاری‌سازی و برندسازی) و ۲۳ مفهوم استخراج شد. در مجموع، می‌توان گفت که مقوله توسعه کسب‌وکار مجازی ورزشی در ارائه خدمات ورزشی از اهمیت بسزایی برخوردار است و دارای جنبه‌های مختلفی می‌باشد. همچنین با استفاده از این مدل می‌توان انتظار توسعه کسب‌وکار مجازی ورزشی در خدمات ورزشی را داشت.

واژگان کلیدی: کسب‌وکار مجازی، ورزش و خدمات ورزشی.

مقدمه

در سال‌های اخیر، زندگی انسان‌ها تحت تاثیر ارتباطات نوین قرار گرفته است؛ چنان که توسعه استفاده فضای مجازی موجب استقبال کسب و کارها از شبکه‌های اجتماعی شده است. ظهور فضای سایبری و امکاناتی که فناوری اطلاعاتی به همراه آورده است، امیدها، آرزوها، فرصت‌ها و چالش‌هایی را برای صاحبان کسب و کارها به همراه داشته است (جعفرزاده، حسین‌زاده شهری، راه چمنی و ساعی ارسی، ۱۳۹۸). از طرف دیگر، برای کسب‌وکارهای ورزشی به‌ویژه در بخش خدمات ورزشی مهم است که خودشان را به دلایلی مانند پاسخ آسان‌تر به چالش‌های جهانی شدن و ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار جدید و کسب مزیت ارتباطات با رویدادهای ورزشی بزرگ، ورزشکاران و نمایندگان ورزشی دولت‌ها به‌عنوان بخشی از صنعت گسترده ورزشی در نظر بگیرند (آمینودین^۱ و پاریا^۲، ۲۰۰۸). همچنین امروزه، تعداد کسب‌وکارهایی که با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در سرتاسر جهان با یکدیگر مرتبط‌اند، هر روز بیشتر و بیشتر می‌شود (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۵)؛ به‌طوری که در دهه‌های اخیر با رواج اینترنت، کسب‌وکارهای الکترونیکی به‌عنوان ابزاری برای سازمان‌دهی مدل کسب‌وکار شناخته می‌شوند. شرکت‌های بسیاری برای تغییر مدل‌های کسب‌وکار سنتی خود به مدل کسب‌وکار الکترونیکی برای کسب توان رقابتی بیشتر در دنیای پر تغییر و پر از پیچیدگی فعلی تلاش می‌کنند (محمدیان و همکاران، ۱۳۹۴). در نتیجه، مدل‌های مختلفی در جهت رونق بخشی کسب‌وکارهای مجازی ورزشی وجود دارد که بخش خدمات ورزشی از این قضیه مستثنی نیست. از این‌رو می‌توان گفت که مدل کسب‌وکار عبارت است از: کلیاتی در مورد انتخاب مشتریان، انجام وظایف و برون‌سپاری، ترکیب منابع، رفتن به بازار و ایجاد مطلوبیت برای مشتریان. در تعریفی دیگر، مدل کسب‌وکار منطق سیستم کسب‌وکار در ایجاد ارزش است که پشت سر فرآیندهای واقعی شرکت قرار می‌گیرد. همچنین مدل کسب‌وکار را شبکه‌ای از شرکت‌ها که هدف آنان ایجاد ارزش از طریق استقرار فرصت‌های فناوری است می‌دانند که به دلیل تفاوت آن‌ها در موارد فنی، کاربر، سازمان و نیازمندی‌های مالی باید با یکدیگر تطبیق و موازنه پیدا کنند (استروالد^۳، ۲۰۰۴). مدل کسب‌وکار با ایجاد درک مشترک از منطق کسب‌وکار، امکان تجزیه و تحلیل منطق کسب‌وکار، بهبود مدیریت کسب‌وکار، ایجاد چشم‌انداز روشن و ایجاد حق امتیاز انحصاری کار موجب می‌شود که شرکت‌ها با طرح‌ها و ایده‌های جدید خود، زمینه ورود به بازار کسب‌وکار جدید و در نتیجه امکان حفظ و ارتقای موقعیت شرکتشان در بازارهای داخلی و جهانی را فراهم نمایند (زعفریان و همکاران، ۱۳۹۰).

کسب‌وکار به معنای فعالیت‌هایی است که تولید، خرید کالا و خدمات با هدف فروش آن‌ها به‌منظور کسب سود را در بر می‌گیرد. با پیدایش کامپیوتر، اینترنت و توسعه جوامع در پی سهولت ارتباطات شاهد نوع جدیدی از کسب‌وکار هستیم که در فضای مجازی در حال هر چه گسترده‌تر شدن می‌باشد (اخوان، ۱۳۹۶) و به آن «کسب‌وکار اینترنتی (مجازی)» گفته می‌شود (اخوان، ۱۳۹۶). فضای مجازی، از ده‌ها هزار کامپیوتر به هم پیوسته، سرویس دهنده‌ها، شبکه‌های ارتباطی، سوییچ‌ها و کابل‌های فیبر نوری تشکیل شده است که امکان ایجاد ارتباطات را در یک سامانه جامع فراهم می‌آورد.

1. Amedoneen
2. Parla
3. Osterwalder

در عصر حاضر، اینترنت یکی از مهم‌ترین مجاری ارتباط بین صاحبان حرفه‌ها و کسب‌وکارها و بسیاری دیگر از افراد و نهادها به شمار می‌رود. این پدیده شیوه رایج کسب‌وکار سازمان‌ها را تغییر داده است. تعداد کسب‌وکارهایی که برای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در سرتاسر جهان با یکدیگر به برقراری ارتباط می‌پردازند، هر روز بیشتر و بیشتر می‌شود و به تبع آن فعالیت‌های کسب‌وکار در محیط اینترنت در حال افزایش است (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۵). در ایران هم مانند دیگر کشورها استفاده از رسانه‌های اجتماعی با گسترش روزافزون مواجه شده و تعداد کاربران این رسانه‌ها به‌طور دائم در حال افزایش است. افزون بر تعداد بالای کاربر فعال ایرانی در رسانه‌های اجتماعی، طبق آمار، ایرانی‌ها بیش از چهار برابر متوسط جهانی برای رسانه‌های اجتماعی وقت می‌گذارند و از آن‌ها استفاده می‌کنند (اقتصاد آنلاین، ۱۳۹۶).

از طرفی گسترش کسب‌وکارهای الکترونیکی در سایه اقتصاد دیجیتالی، انتخاب مدل کسب‌وکار الکترونیک را به یک ضرورت راهبردی تبدیل کرده است. بنابراین آگاهی از مجموعه عوامل مؤثری که این انتخاب را تحت تأثیر قرار می‌دهند، برای مدیران و محققان از اهمیت بالایی برخوردار است (محمدیان و همکاران، ۱۳۹۴). امروزه، صاحب‌نظران ورزش را یکی از زمینه‌های مساعد برای رسیدن به تغییرات اقتصادی اجتماعی مطلوب و باثبات می‌دانند (بال^۱، ۲۰۰۵). ورزش همچنین مهمی در تولید و اشتغال به شمار می‌آید (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۵). با توجه به مطالب بیان شده انتظار می‌رود کسب‌وکارهای ورزشی نیز وارد محیط کسب‌وکار الکترونیکی شوند و با شناسایی فرصت‌های نوآورانه و کسب مزیت رقابتی از این فرصت‌ها، بقای سازمانی خود را تضمین کنند و سبب ایجاد سود و ارزش برای جامعه شوند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

اسمیت^۲ (۲۰۱۱) بیان می‌کند که دسترسی سازمان‌های ورزشی به بازارهای هدف از طریق اینترنت بسیار مطلوب‌تر خواهد بود و همین امر، حرکت سازمان‌ها به‌سوی حضور آنلاین در بازارها را توجیه می‌کند. به‌ویژه اینکه خصوصیات جمعیت شناختی کاربران اینترنت مشابه هواداران ورزشی است (رحیمی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین افزایش فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، تنوع نیازها و مناسب نبودن وضعیت کسب‌وکارهای امروزی باعث شده که خیلی از علاقه‌مندان این حوزه توان ورود به این بخش را نداشته باشند و حتی صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی به دلایلی متعدد از قبیل تورم و رکود اقتصادی، داوطلبانه از محیط رقابتی خارج می‌شوند. با این حال افرادی نیز هستند که استواری خود را با کسب موفقیت در محیط امروزی به نمایش می‌گذارند (نوبخت و همکاران، ۱۳۹۴). در این میان، دنیای کسب‌وکار الکترونیک برای بسیاری از تازه‌واردان بسیار گیج‌کننده است و بسیاری با پارادوکسی مواجه هستند که تردید برای باقی ماندن در این گونه کسب‌وکار را ایجاد می‌نماید. سازمان‌ها نیز با طیف وسیعی از مدل‌ها و عوامل کسب‌وکار رو به رو هستند که انتخاب نهایی را برای آنها دشوار می‌کند (اریک^۳، ۲۰۰۵). در ادبیات مدل‌های کسب‌وکار نیز به‌طور مکرر تأکید می‌شود که شرکت‌های موفق نیازمند مدل کسب‌وکار انعطاف‌پذیر و مؤثر می‌باشند، ولی عواملی که برای موفقیت یا انعطاف‌پذیری و مؤثر بودن مدل‌های کسب‌وکار ضرورت دارد شرح داده نشده

1. Ball
2. Smith
3. Eric

است و همین چالشی برای مدل‌های کسب و کار محسوب می‌شود. از این رو، تجزیه و تحلیل تعاریف و رویکردهای موجود می‌تواند در رفع چالش مدل کسب و کار مؤثر مفید باشد (ویترز^۱، ۲۰۱۶). امروز توسعه فضای مجازی بر حوزه‌های مختلف کسب و کار و زندگی بشر امروزی اثر داشته و باعث تحول سریع و تسهیل امور با ایجاد بسترهای یکپارچه شده است. مطابق پژوهش‌ها، در آمریکا بیش از ۸۰ درصد مشاغل از طریق فضای مجازی اعلام می‌شوند و کارفرمایان نیروهای مورد نیاز خود را از این طریق استخدام می‌کنند. از این رو، دارا بودن روابط شغلی مناسب در شبکه‌های مجازی و اجتماعی عامل بسیار مهمی در یافتن شغل مناسب است. به علاوه، اطلاعات مرتبط با سرمایه‌گذاری نیز به صورت گسترده در فضای مجازی ارائه می‌شود. در نتیجه موفقیت سرمایه‌گذاری تا حدود زیادی به آگاهی و دانش افراد از نحوه حضور در شبکه‌های مجازی وابسته است. جهان امروز در معرض دگرگونی و تغییر و تحولات فزاینده‌ای قرار دارد به خصوص حرکت به سمت و سوی "دهکده واحد جهانی" و در هم ریختن نظام‌ها و سازمان‌های ملی موجود (اخوان، ۱۳۹۶). در عین حال بروز و ظهور چالش‌ها و بحران‌های جدید در عرصه‌های سیاست، فرهنگ، اقتصاد، امنیت و... در جهان ایجاب می‌کند که این تحولات و جریان‌ها به دقت مورد مطالعه قرار گیرد و مهم‌تر اینکه عوامل و اسباب مؤثر در خیزش، تسریع و یا سمت و سو دادن این حوادث و تغییرات نیز باید ارزیابی و مورد شناخت قرار گیرد. رسانه‌های ارتباط جمعی و به ویژه فضای مجازی، در عصر حاضر نقش عمده و مهمی را در عرصه تغییر و تحولات اجتماعی بر عهده دارند و این وسایل منشأ بسیاری از تحولات معاصر، راهنما و کنترل‌کننده جریان‌ها و تحولات در جهان محسوب می‌شوند. یکی از بهترین ویژگی‌های بازاریابی فضای مجازی برای کسب و کارهای امروزی، این است که مانع چندانی برای ورود و استفاده از امکانات آن‌ها وجود ندارد. در دوره‌های گذشته صاحبان کسب و کار باید هزاران دلار خرج تبلیغات می‌کردند تا به مشتری مورد نظرشان برسند، ولی امروزه می‌توانید تنها با پرداخت هفته‌ای کمتر از ۵ دلار مستقیماً به مخاطب نزدیک شوید.

برای تبیین مسئله پژوهش به مرور مطالعات قبلی پرداخته شد. اخوان (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای با بررسی تاثیر فضای مجازی در بهبود و توسعه حوزه کسب و کار نشان داد که یکی از مزایای استفاده از فضای مجازی برای کسب و کارها، کاهش هزینه‌های بازاریابی می‌باشد. دهدشتی شاهرخ و بهیار (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای با عنوان «پیش‌زمینه‌ها و پیامدهای مشارکت مصرف‌کنندگان در جوامع مجازی» نشان دادند که پیش‌زمینه‌های فردی و اجتماعی، خدمات ارائه شده توسط وب‌سایت، تمایل، نگرش و نیت ما در مشارکت تأثیر بسزایی دارند. همچنین نیت ما برای مشارکت در جوامع مجازی تأثیر منفی بر ارتباطات با خانواده و دوستان، همچنین استفاده کمتر از سایر رسانه‌ها دارد، اما اطلاعات مصرف‌کنندگان را افزایش می‌دهد. همچنین جعفرزاده و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با هدف بررسی و ارائه مدل چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی در شبکه‌های اجتماعی نشان دادند که چالش‌ها شامل چالش‌های سیاسی، مدیریت امنیتی و چالش‌های بازار می‌باشند. رسولی، نصرالهی و مسیح (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر گسترش کسب و کار خانگی در تلگرام و اینستاگرام» دریافتند که مجموعه عوامل اقتصادی، سیاسی، مدیریتی و زیرساخت ارتباطی، نظارت‌های دولتی، حمایت دولت و افزایش ساختار فناوری ارتباطی، مالیات و هزینه مبادله کالا و نوع شبکه مجازی در رشد و گسترش کسب و کار خانگی مؤثر می‌باشد. اسچورد و کروز^۲ (۲۰۲۱)

1. Witrz

2. Schroeder & Kruse

در پژوهشی با بررسی آینده ورزش مجازی، آموزش، پرورش و همکاری نشان دادند که آموزش مجازی ایالات متحده که با استفاده از سیستم عامل های مختلف جلسات مجازی انجام می شود، نه تنها امکان ادامه آموزش تعلیمی را فراهم می کند، بلکه می تواند جلسات آموزشی "عملی" را با بازخورد فوری و مستقیم مربی که برای کسب صلاحیت لازم است، دوباره ایجاد کند. همچنین آموزش های ورزشی در ایالات متحده می تواند مناطق دور افتاده را گسترش دهد و همکاری بین متخصصان دور از هم را افزایش دهد- همه اینها بدون هزینه سفر و مدت زمان طولانی تر از کار است.

با توجه به مرور مطالعات انجام شده می توان گفت که عواملی مانند سیستم تجارت الکترونیک (رحیمی زاده، ۲۰۱۶) و اکوسیستم کارآفرینی ورزشی (فرهمند مهر، ۲۰۱۷) در رونق صنعت ورزش نقش درخور توجهی دارند، اما به صورت کلی، تاکنون در پژوهش ها ابعاد و مراحل گوناگون توسعه کسب و کارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی بررسی نشده است؛ این در حالی است که کسب اطلاعات جامع از این نوع کسب و کار در صنعت خدمات ورزش، به بررسی و تحلیل نیاز دارد. اینکه در حوزه کسب و کار مجازی ورزشی چه بازیگرانی نقش دارند و عوامل مؤثر در این رونق این بخش ها از بازار کدام اند، مقدمه ای برای ترسیم یک چارچوب تحلیل جامع است. پس هدف پژوهش حاضر پاسخگویی به این سؤال است: مدل توسعه کسب و کارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر کیفی و جامعه تحقیق شامل کلیه مدیران ورزشی (باشگاه ها، هیئت ها، فدراسیون ها و ...)، مربیان و ورزشکاران فعال در عرصه خدمات ورزشی، فروشندگان و شرکت های تجاری ورزشی در بخش کسب و کار مجازی و اساتید مدیریت ورزشی و بازاریابی ورزشی بود. از روش نمونه گیری غیر احتمالی هدفمند نظری (بازرگان، ۱۳۸۷) و تکنیک گلوله برفی برای انتخاب اعضای شرکت کننده در تحقیق استفاده شد. نمونه تحقیق ۱۶ نفر از مدیران باشگاه ها، هیئت ها، فدراسیون ها و ...، مربیان و ورزشکاران فعال در عرصه خدمات ورزشی بودند. از مصاحبه عمیق و باز به مدت ۴۰ تا ۶۵ دقیقه با خبرگان برای گردآوری داده ها استفاده شد که تا حد اشباع نظری^۱ ادامه یافت. این حالت در مصاحبه پانزدهم صورت گرفت و محقق برای اطمینان یک مصاحبه دیگر نیز انجام داد. محتوای هر مصاحبه، نوشته شد و بعد از کدگذاری اولیه، مفاهیم اولیه استخراج گردیدند. پس از اتمام مصاحبه ها اقدام به مطالعه عمیق تر مبانی نظری و تحقیقات پیشین شد تا از ترکیب مفاهیم گذشته، تجربیات پژوهشگر و نظرات صاحب نظران به مراحل بعدی تحلیل داده ها و در نهایت شناسایی مؤلفه های ثانویه و تم های اصلی اقدام شود. در نظریه داده بنیاد سه رویکرد سیستماتیک، نوحاسته و سازنده گرا وجود دارد (اسکات و همکاران، ۲۰۰۶) که در این پژوهش، به علت وضوح مراحل و شیوه های کدگذاری از رویکرد سیستماتیک و از سه شیوه کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شد. در نهایت مصاحبه شوندگان به این سؤالات پاسخ دادند که عوامل زمینه ای، علی، پدیده محوری، عوامل مداخله گر، راهبردها و پیامدهای توسعه کسب و کارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی کدام اند؟

یافته های پژوهش

نتایج ویژگی های جمعیت شناختی و تحلیل داده ها با استفاده از سه روش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی در جدول ۱ و ۲ خلاصه شده است:

جدول ۱. توصیف نمونه آماری پژوهش

متغیر	فراوانی N	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۱۶
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۷
	دکتری	۹
	مدیران ورزشی (باشگاه ها، هیئت ها و فدراسیون ها)	۷
شغل	مربیان و ورزشکاران فعال در عرصه خدمات ورزشی	۳
	اساتید مدیریت ورزشی	۶
	۱ تا ۱۰ سال	۳
سابقه	۱۱ تا ۲۰ سال	۹
	بالاتر از ۲۰ سال	۴
سن	میانگین	۴۴/۲۸
	انحراف معیار	۷/۰۱

جدول ۲. کدهای ثانویه و مفاهیم

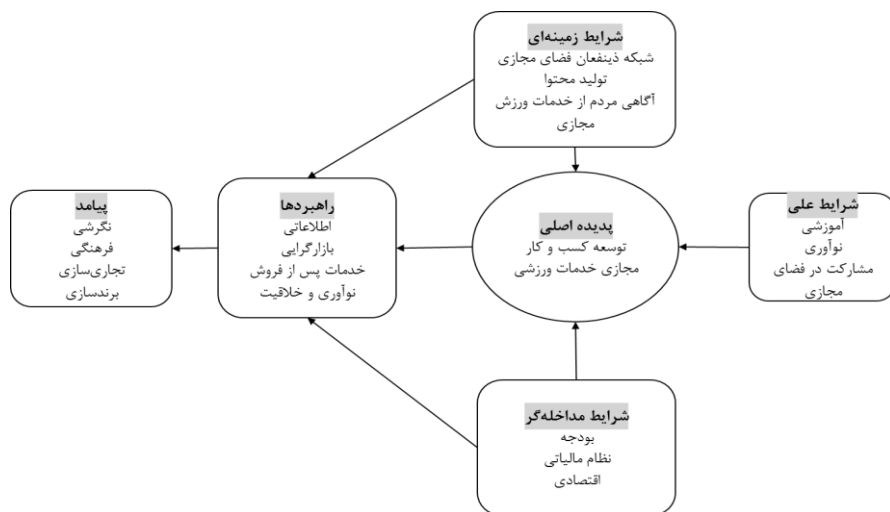
کد اولیه	مفاهیم	مقولات	سازه اصلی
آموزش و ترویج نتایج علمی مربوط به خدمات ورزشی در میان رسانه های مجازی، استفاده از دستاوردهای پژوهشگران در جهت توسعه کسب و کار ورزشی، برگزاری دوره های آموزش مجازی در زمینه خدمات ورزشی، آموزش ورزش های مختلف و اصول علمی تمرین در رسانه های مجازی، استفاده از سخنان بزرگان در زمینه سلامتی و ورزش و هشدار در مورد اثرات بی تحرکی در رسانه های مجازی.	بهبود دانش	آموزشی	شرایط علی
	نوآوری در خدمات		
	نوآوری در فرایند		
تغییرات مستمر در فرایند ارائه خدمات ورزشی، جستجوی و تحقیق در روش های جدید ارائه خدمات ورزشی برای سازمان های ارائه کننده خدمات ورزشی، پیشسازی مستمر در ارائه روش ها و فرایندهای نوین خدماتی ورزشی، رقابت با رویه ها و فرایندهای جدید ارائه شده توسط سازمان های رقیب و ارائه رویه و فرایندهای بهتر نسبت به رقیب.	نوآوری در فرایند	نوآوری	شرایط علی

نوآوری در مدیریت	تحقیق و استفاده از سیستم‌های نوین مدیریتی (مانند سیستم‌های جذب و استخدام) برای اداره بهتر کسب‌وکار مجازی ورزشی، استفاده از سیستم‌های نوین ارزیابی جهت اداره بهتر کسب‌وکار مجازی ورزشی، پیشتازی در ارائه سیستم‌های نوین مدیریتی در کسب‌وکار مجازی ورزشی.	
	به‌خوبی و آسانی فعالیت در رسانه‌های مجازی را انجام می‌دهم، در مدیریت زمان فعالیت در رسانه‌های مجازی به‌خوبی مهارت پیدا کرده‌ام، شیوه دسترسی مناسب به محتوای و ابزارهای مربوط به رسانه‌های مجازی را بکار می‌گیرم، همواره در حال ارتقای دانش و مهارت کار با رسانه‌های مجازی هستم.	
مهارت و دانش	مشارکت در فضای مجازی	فعالیت در رسانه‌های مجازی بخش مهمی از زندگی من است، برای من فعالیت در رسانه‌های مجازی به معنای واقعی رسیدن به زندگی اجتماعی است، از رسانه‌های مجازی لذت می‌برم و زمان حضور در آن‌ها برای من هیجان‌انگیز است، من دوستان زیادی به‌واسطه مشارکت در رسانه‌های مجازی پیدا کرده‌ام.
		امکانات و خدمات رسانه‌ای برای من به‌خوبی قابل دسترس است، هزینه‌های مالی امکانات و خدمات رسانه‌ای موجود برای من به‌خوبی قابل تأمین است، از کیفیت امکانات و خدمات رسانه‌ای رضایت دارم، از وضعیت امنیت امکانات و خدمات رسانه‌ای رضایت دارم.
توسعه کسب‌وکار مجازی	مالی	استفاده از حامیان مالی سازمان‌ها و نهادهای ورزشی و غیرورزشی، درآمدزایی و بازاریابی برای توسعه کسب‌وکار خدمات ورزشی، رضایت مشتریان و بازگشت سرمایه.
		استفاده از وسایل و تجهیزات نوین، به‌کارگیری تجهیزات تخصصی و استاندارد رشته‌های مختلف ورزشی، کیفیت مهندسی و ایمنی زیرساخت فضاهای ورزشی، قابلیت دسترسی به امکانات و فضاهای ورزشی، تناسب توزیع امکانات و فضاهای ورزشی بر اساس جمعیت ورزشی، معماری و زیبایی‌شناختی امکانات و فضاهای ورزشی.
پدیده محوری	زیرساخت و امکانات	توجه به هزینه و زمان برای توسعه کسب‌وکار مجازی، هزینه و زمان طراحی جامع وب‌سایت، هزینه‌های پشتیبانی و طراحی فنی وب‌سایت.
		عدم توجه به حقوق مالکیت فکر و معنوی، ضرورت مراجعه به سازمان امور مالیاتی برای تشکیل پرونده، فقدان دستورالعمل خاصی برای کسب‌وکارهای اینترنتی از طرف سازمان امور مالیاتی.
شرایط مداخله- گر	نظام مالیاتی	نوسانات شدید نرخ ارز، وجود تحریم‌ها، تغییر و اصلاح مداوم قیمت در فروش اینترنتی، عدم شناخت بدنه دولت از کسب‌وکار مجازی.
		نوسانات مالی

ادامه جدول ۲. کدهای ثانویه و مفاهیم

کد اولیه	مفاهیم	مقولات	سازه اصلی
میزان مشارکت عمومی در فضای مجازی، میزان نقش و حضور مردم در فضای مجازی، میزان نقش و حضور مسئولان در فضای مجازی، وجود جمعیت جوان و فعال در کشور، جلب کاربران از طریق در نظر گرفتن منافع آنها، اهمیت دادن به حضور مردم، تعامل با فعالان فضای مجازی، سازوکار گفتگو و همکاری بین فعالان، ترسیم شبکه دینفعان و حضور مردم در فضای مجازی	مشارکت دینفعان	شبکه دینفعان فضای مجازی	
وجود بخش‌ها و المان‌های موجود در وب‌سایت، ارائه خدمات نوین به مشتریان، راحتی دسترسی به امکانات وب‌سایت.	برنامه	تولید محتوا	شرایط زمینه‌ای
آشنایی با کلیپ‌های ورزشی با مضمون توسعه کسب‌وکار در رسانه‌های مجازی، افزایش آگاهی مردم از فوائد ورزش از طریق ارائه اطلاعات به‌روز در رسانه‌های مجازی، ارائه و معرفی ورزش‌های کم‌خطر در شبکه‌های مجازی، معرفی ورزش‌های کم‌هزینه در رسانه‌های مجازی، ارائه مطالب آموزنده ورزشی مرتبط با کسب‌وکار ورزشی، استفاده از متخصصان تربیت‌بدنی در رسانه‌های مجازی.	دانشی	آگاهی مردم از خدمات ورزش مجازی	
استفاده از یک سیستم ارتباطات یکپارچه بازاریابی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دادن اطلاعات به مشتریان (تبلیغ در شبکه‌های مجازی)، شرکت در نمایشگاه‌ها و همایش‌ها، برگزاری رویدادها و حامیگری (حامی شدن در فضای فیزیکی برای شناخته‌تر شدن در بازار هدف)	تبلیغات	اطلاعاتی	
استفاده از سیستم تعامل مشتریان با یکدیگر جهت فروش خدمات به روش C2C، پاسخگویی آنلاین به مشتریان در حداقل زمان، امکان جت آنلاین بین مشتریان و استفاده از تبلیغات دهان‌به‌دهان.	مشتری‌گرایی	بازار گرایی	راهبردها
پیگیری کلیه درخواست‌ها و انتقادات مشتریان و ثبت و ضبط درخواست آن‌ها، دسته‌بندی مشتریان و ارائه خدمات متناسب با آن‌ها، تجزیه و تحلیل اقدامات رقبا در جهت حفظ مزیت رقابتی.	مشتری-مداری	خدمات پس از فروش	
ایجاد و ارائه بسته‌های خدماتی (تنوع خدمات) بر اساس فصل‌های سال، ارائه خدمات منحصر به فرد که امکان دسترسی به آن از طریق رقبا امکان‌پذیر نیست، ارائه خدمات با درجه‌بندی کیفیتی	تنوع خدمات	نوآوری و خلاقیت	
ترویج اشتغال‌زایی، ترویج زندگی شاد و مشارکتی در ورزش، افزایش سهم ورزش در سبد خانوار، الگوسازی رفتاری برای ورزشکاران در رسانه‌های مجازی	تغییر مثبت گرایش به ورزش	نگرشی	
الگوسازی ورزشکاران حرفه‌ای در جهت مشارکت بیشتر خانواده‌ها در ورزش پایه، ترویج حضور خانواده‌ها در برنامه‌های ورزشی مرتبط با ورزش پایه (در زمینه فرزندان)، برجسته نمودن ارزش‌های اخلاقی برای افراد، پخش انیمیشن آموزشی ورزش پایه و پرورشی در شبکه‌های مجازی.	نهادینه‌سازی ورزش	فرهنگی	
رونق اقتصادی کسب‌وکار مجازی در شرایط خاص (وجود اپیدمی کرونا)، ایجاد اشتغال برای مدرسین ورزشی به صورت مجازی، پرداخت مالیات و کسب درآمد دولتی.	اقتصادی	تجاری‌سازی	پیامدها
مطرح شدن کسب‌وکار خدماتی به‌عنوان یک برند، کسب رتبه بالا در موتورهای جستجو، امکان موفقیت در فروش انواع خدمات ورزشی، رضایت مشتریان، وفاداری مشتریان	مطرح شدن	برندسازی	

بعد از کدگذاری و طبقه‌بندی داده‌ها، مدل نهایی تحقیق بر اساس مدل پیشنهاد شده استراوس و کوربین (۲۰۰۸) طراحی و تدوین شد. شکل ۱، مدل مفهومی برخاسته از نظریه داده‌بنیاد برای توسعه کسب و کارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی را نشان می‌دهد:



شکل ۱. مدل داده‌بنیاد پژوهش، بر اساس رویکرد سیستماتیک استراوس و کوربین (۲۰۰۸)

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، طراحی مدل توسعه کسب و کارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد بود. در پژوهش حاضر یک چارچوب علمی مبتنی بر داده‌های کیفی شناسایی و تبیین شد. بنابراین مؤلفه‌های حاصل از پیمایش در قالب ۶ بخش اصلی شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، پدیده اصلی، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها- بر اساس نظریه داده‌بنیاد- در ۱۸ مقوله اصلی شامل آموزشی، نوآوری، مشارکت در فضای مجازی، شبکه ذینفعان، تولید محتوا، آگاهی مردم از خدمات ورزش مجازی، توسعه کسب و کار مجازی خدمات ورزشی، بودجه، نظام مالیاتی، اقتصادی، اطلاعاتی، بازارگرایی، خدمات پس از فروش، نوآوری و خلاقیت، نگرشی، فرهنگی، تجاری‌سازی و برندسازی در جهت کسب و کارهای مجازی در حوزه خدمات ورزشی طبقه‌بندی شد.

در راستای شرایط علی مسائل مطرح شده از سوی مصاحبه‌شوندگان در سه بخش آموزشی (بهبود دانش)، نوآوری (در خدمات، فرایند و مدیریت) و مشارکت در فضای مجازی دسته‌بندی شد که هرکدام از این عوامل نیز شامل زیرمجموعه‌هایی بود که در ادامه به آن پرداخته می‌شود. در این زمینه مصاحبه‌شوندگان اعتقاد داشتند که برای توسعه کسب و کار مجازی خدمات ورزشی و ارتقای آن باید بدنه حاکم ورزشی از طریق بهبود دانش و نوآوری در خدمات، فرایند و مدیریت اقدام کند؛ به‌طوری که به اعتقاد افراد شرکت‌کننده در پژوهش با استفاده از آموزش و ترویج نتایج علمی مربوط به خدمات ورزشی در میان رسانه‌های مجازی، استفاده از دستاوردهای پژوهشگران در جهت توسعه

کسب‌وکار ورزشی، برگزاری دوره‌های آموزش مجازی در زمینه خدمات ورزشی، آموزش ورزش‌های مختلف و اصول علمی تمرین در رسانه‌های مجازی، استفاده از سخنان بزرگان در زمینه سلامتی و ورزش و هشدار در مورد اثرات بی‌حرکی در رسانه‌های مجازی می‌تواند در جهت ارتقا و بهبود دانش ذینفعان کسب‌وکار ورزشی قدم برداشت. همچنین جهت رونق کسب‌وکار ورزشی باید از طریق نوآوری در ارائه خدمات گام برداشت؛ چنان‌که ارائه برنامه‌های ورزشی نوین و یا خدمات جدید به اعضای تازه‌وارد یا گروه‌های جدید (دلشب و همکاران، ۲۰۲۰) و فرایندهای جدید سازمانی را می‌توان نام برد (ویمیر و همکاران، ۲۰۱۶). بنابراین عنصر کلیدی در تعریف مفهوم نوآوری مبتنی بر دانش، خلق دانش جدید است. در آینده نزدیک، فقط و فقط سازمان‌هایی که دانش جدید خلق نمایند و آن را به صورت مؤثر و با بازدهی مناسب مورد استفاده قرار دهند، در ایجاد مزیت رقابتی موفق خواهند بود. از این‌رو، مدیران کسب‌وکار مجازی می‌توانند از طریق تغییرات مستمر در فرایند ارائه خدمات ورزشی، جستجو و تحقیق در روش‌های جدید ارائه خدمات ورزشی برای سازمان‌های ارائه‌کننده خدمات ورزشی، پیشتازی مستمر در ارائه روش‌ها و فرایندهای نوین خدماتی ورزشی، رقابت با رویه‌ها و فرایندهای جدید ارائه‌شده توسط سازمان‌های رقیب و ارائه رویه و فرایندهای بهتر نسبت به رقبای اقدام کنند و باعث توسعه کسب‌وکار مجازی ورزشی شوند.

شرایط زمینه‌ای یا بسترهای لازم جهت توسعه کسب‌وکار مجازی در خدمات ورزشی از دیدگاه افراد شرکت‌کننده در تحقیق شامل شبکه ذینفعان (مشارکت ذینفعان)، تولید محتوا (برنامه) و آگاهی مردم از خدمات ورزش مجازی (دانشی) می‌باشد. درواقع شرایط زمینه‌ای عبارت است از: سلسله شرایط خاصی که در آن فرایندها و تعاملات برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده محوری صورت می‌گیرد (کوربین و استراوس، ۲۰۰۸). درواقع، پاسخ‌دهندگان به این سؤال جواب می‌دادند که چه بسترهای سازمانی و اجتماعی وجود دارد که کسب‌وکار مجازی ورزشی می‌تواند بر روی آن استوار شود؟ از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، میزان مشارکت عمومی در فضای مجازی، میزان نقش و حضور مردم در فضای مجازی، میزان نقش و حضور مسئولان در فضای مجازی، وجود جمعیت جوان و فعال در کشور، جلب کاربران از طریق در نظر گرفتن منافع آن‌ها، اهمیت دادن به حضور مردم، تعامل با فعالان فضای مجازی، سازوکار گفتگو و همکاری بین فعالان، ترسیم شبکه ذینفعان و حضور مردم در فضای مجازی می‌تواند باعث شکوفایی و توسعه کسب‌وکار مجازی در خدمات ورزشی شود. به دلیل کاهش اعتماد به رسانه‌های رسمی و افزایش گرایش به رسانه‌های مجازی در تبیین این یافته‌ها می‌توان گفت که امروزه رسانه‌های مجازی نقش بسیار مؤثری در جامعه ایفا می‌کنند، اما بیشتر این رسانه‌های مجازی به مرور زمان فیلتر و از دسترسی مستقیم مردم خارج می‌شوند. بنابراین، دسترسی مناسب به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی یکی از دغدغه‌های مهم است (قاسمی و کشاورز، ۱۳۹۶). برا و همکاران (۲۰۱۶) در بررسی اثر شبکه‌های اجتماعی در فعالیت جسمانی نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز فرصت‌هایی را نصیب جامعه کرده است تا بتواند فرهنگ‌های مثبت را به آرامی به جامعه القا کند که فعالیت بدنی نیز می‌تواند از این قابلیت شبکه‌های اجتماعی بهره‌مند شود. بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر مهارت و دانش، هدف و دستاورد فعالیت، امکانات و خدمات فعالیت و قصد و تمایل به فعالیت به ترتیب بیشترین میزان اثر و معناداری را در تبیین مشارکت در فضای مجازی داشتند. شواهد مختلف بیانگر این است که تحولات دو دهه اخیر در زندگی شهروندی و اجتماعی سبب شده است تعاملات مستقیم بین طبقات اجتماعی و اقشار مختلف

کاهش یابد. این مسئله خود سبب کاهش شناخت متقابل بین این گروه‌های مرجع جمعیتی در جامعه می‌شود. با توجه با اینکه مشارکت ورزشی، مشارکت رسانه‌ای و سرمایه اجتماعی به عنصر ارتباط پیوند خورده‌اند، سازگاری‌پذیری افراد نقش مهمی در شروع، حفظ و توسعه روابط اجتماعی دارد. سانتوس و همکاران (۲۰۱۶) نیز نشان داده‌اند که حضور در گروه‌های ورزشی و تماس‌های مجازی با افراد ورزشکار یکی از انگیزه‌های حضور افراد در برنامه‌های ورزشی پارک‌ها بوده است. بنابراین می‌توان گفت که از طریق روابط اجتماعی در رسانه‌های ورزشی مجازی و مشارکت در فضای مجازی می‌توان میزان فعالیت و پیگیری در زمینه ورزش را افزایش داد.

شرایط مداخله‌گر به مثابه بستری عمل می‌کند که باعث تخفیف یا تشدید پدیده‌ها می‌شود (کوربین و استراوس، ۲۰۰۸). این عوامل شامل بودجه (هزینه)، نظام مالیاتی (حقوقی و قانونی) و اقتصادی (نوسانات مالی) می‌باشد. از دید متخصصان وجود مسائل مالی همچون هزینه و بودجه برای توسعه کسب‌وکار، نظام مالیاتی کشور و نوسانات اقتصادی می‌تواند در روند توسعه کسب‌وکار مجازی ورزشی اختلال ایجاد کند. از این‌رو، افراد شرکت‌کننده در تحقیق اذعان نمودند که در جهت توسعه کسب‌وکار مجازی می‌توان عواملی همچون توجه به هزینه و زمان طراحی جامع وب‌سایت، هزینه‌های پشتیبانی و طراحی فنی وب‌سایت، توجه به حقوق مالکیت فکر و معنوی، ضرورت مراجعه به سازمان امور مالیاتی برای تشکیل پرونده، طراحی دستورالعمل خاصی برای کسب‌وکارهای اینترنتی از طرف سازمان امور مالیاتی و همچنین کاهش نوسانات شدید نرخ ارز و تحریم‌ها، تغییر و اصلاح مداوم قیمت در فروش اینترنتی را اصلاح نمود و این موانع را برطرف کرد. عظیمی‌دلار (۱۳۹۶) فراهم آوردن شرایط زمینه‌ای را در رونق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مرتبط با ورزش لازم می‌داند که در نهایت سبب ایجاد مزیت‌های رقابتی در کسب‌وکارها می‌گردد. در همین راستا، دولت‌ها می‌توانند با اجرای نقش حیاتی خود در رویکرد تنظیمی، هنجاری و شناختی به‌عنوان یک تسهیل‌کننده عمل کنند و شرایط محیطی را برای صاحبان کسب‌وکارها آماده نمایند. نوبخت (۱۳۹۳) حمایت دولت در بعد کلان مثل رویکردهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و در بعد خرد مثل مالیات، یارانه‌های شرکتی، تسهیلات ارزان قیمت و سیاست‌های تقویتی کسب‌وکار را در موفقیت کسب‌وکارها قابل توجه می‌داند. از طرفی، به دلیل لوکس بودن بحث ورزش از منظر اقتصادی در داخل کشور، حمایت دولت در کسب‌وکارهای ورزشی حائز اهمیت است. بنابراین انتظار می‌رود که کسب‌وکارهای ورزشی ضمن تدوین طرح کسب‌وکار، آموزش‌هایی را در زمینه دسترسی به سرمایه و اطلاعات، بازاریابی، فناوری‌های جدید، مهارت‌های کارآفرینی و توسعه شبکه کسب‌وکار فراگیرند و از حمایت‌های دولتی و قانونی غافل نشوند.

پدیده اصلی در پژوهش حاضر، توسعه کسب‌وکار مجازی خدمات ورزشی بود که در دو بعد مالی و زیرساخت و امکانات طبقه‌بندی شدند. افراد شرکت‌کننده در تحقیق معتقد بودند که در جهت توسعه کسب‌وکار مجازی در خدمات ورزشی می‌توان از طریق استفاده از حامیان مالی سازمان‌ها و نهادهای ورزشی و غیرورزشی، درآمدزایی و بازاریابی برای توسعه کسب‌وکار خدمات ورزشی، رضایت مشتریان و بازگشت سرمایه، استفاده از وسایل و تجهیزات نوین، به‌کارگیری تجهیزات تخصصی و استاندارد رشته‌های مختلف ورزشی، کیفیت مهندسی و ایمنی زیرساخت فضاهای ورزشی، قابلیت دسترسی به امکانات و فضاهای ورزشی، تناسب توزیع امکانات و فضاهای ورزشی بر اساس جمعیت ورزشی، معماری و زیبایی‌شناختی امکانات و فضاهای ورزشی. اقدام نمود. از این‌رو، برای ارتقای توان رقابتی کسب‌وکار مجازی ورزشی، ایجاد زیرساخت‌های نوین (منابع

فیزیکی و مادی) ضروری است. (وحدانی، محرمزاده و طلایی، ۱۳۹۴) از طرفی در جهت بهبود عملکرد کسب‌وکار مجازی ورزشی و کسب مزیت رقابتی باید خدمات و امکاناتی با کیفیت و استانداردهای جهانی ارائه شود. در نهایت باید گفت که بهبود هر یک از عوامل رقابتی نامبرده می‌تواند به افزایش مزیت‌های رقابتی کسب‌وکار ورزشی در مقابل دیگر روش‌های گذران اوقات فراغت و تفریحات شود. هر کدام از این عوامل به تناسب میزان اهمیت و ضعف و قوتی که نسبت به کسب‌وکار مجازی رقیب دارند، نیازمند سرمایه‌گذاری، برنامه‌ریزی، مدیریت و توجه لازم است. از سوی دیگر، باید توجه داشت که به سبب افزایش پیچیدگی‌های محیطی و شدت رقابت، مزیت رقابتی یا به راحتی توسط رقبای تقلید می‌شود یا از نظر مشتریان به زودی رنگ می‌بازد. بنابراین باید به فکر مزیت‌های جدیدتری برای توسعه کسب‌وکار مجازی ورزشی در حوزه خدمات ورزشی نیز بود تا از این طریق بتوان ارزش ویژه برند کسب‌وکار مجازی ورزشی را حفظ نمود.

راهبردهای ارائه شده برای کنترل، اداره و برخورد با هر پدیده، تحت شرایط مشاهده شده خاصی هستند (کوربین و استراوس، ۲۰۰۸). کدهای استخراج شده از مصاحبه تحت ۴ مقوله عمده اطلاعاتی، بازارگرایی، خدمات پس از فروش و نوآوری و خلاقیت کدبندی شدند. در این بخش افراد به این سؤال جواب می‌دادند که چه روش‌هایی را می‌توان برای استقرار و توسعه کسب‌وکار مجازی در خدمات ورزشی به کار بست؟ مقوله اطلاعاتی بیان می‌کند که استفاده از یک سیستم ارتباطات یکپارچه بازاریابی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دادن اطلاعات به مشتریان (تبلیغ در شبکه‌های مجازی)، شرکت در نمایشگاه‌ها و همایش‌ها، برگزاری رویدادها و حامی‌گری (حامی شدن در فضای فیزیکی برای شناخته‌تر شدن در بازار هدف) باعث رونق کسب‌وکاری مجازی ورزشی و ارتقای خدمات ورزشی می‌شوند. در تبیین این یافته می‌توان به مطالعات قبلی رجوع نمود؛ به‌طوری که نتایج تحقیقات مختلف حاکی از این است که نوآوری در کسب‌وکار ورزشی، فرصتی برای رشد آن است و بخش بزرگی از درآمدهای باشگاه‌های بزرگ ورزشی از نوآوری‌هایی چون حق بیمه صندلی‌های جدید و سوئیت‌های لوکس به دست می‌آید (هیگینز و مارتین^۱، ۱۹۶۶؛ لاجوتز^۲ و مکدونالد، استون و کلارک، ۲۰۰۱). همچنین در مطالعه یوشیدا و ناکازاوا (۲۰۱۶) دو بعد موقعیت، نوآوری محیط زیبایی‌شناسی عامل غالب در افزایش رضایت مصرف‌کننده، نگرش به برند و ایجاد مزیت رقابتی در باشگاه‌های ورزشی بود. از نظر یوشیدا و ناکازاوا (۲۰۱۶) نوآوری عامل اصلی در افزایش رضایت مشتری ورزشکاران است و می‌تواند پذیرش مصرف‌کنندگان از خدمات جدید را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین یوشیدا و گوردون^۳ (۲۰۱۲) نشان دادند که نوآوری، به‌طور خاص نقش مهمی در افزایش رضایت‌مندی مشتری و نگرش برند در رویدادهای ورزشی دارد. از طرفی با توجه به رشد و توسعه تجهیزات، فناوری و اطلاعات، میزان علم و آگاهی مصرف‌کنندگان ورزشی در مورد خدمات ارائه شده در رویدادهای افزایش یافته است، بنابراین دیگر نمی‌توان به‌راحتی در مقابل مشتریان قرار گرفت. نوآوری و ایده‌پردازی در باشگاه‌های خدماتی ورزشی، تنها راه افزایش مزیت رقابتی و دیده شدن در شرایط کنونی بازارهای رقابتی است. کسب‌وکار مجازی ورزشی باید به‌درستی سلاقی مشتریان خود را شناسایی کنند، مطابق با علایق آن‌ها خدمات ورزشی ارائه کنند و از همه مهم‌تر، به شیوه‌ای خلاقانه در تبلیغات ظاهر شوند.

1. Higgins & Martin
2. Lachowetz, McDonald, Sutton & Clark
3. Yoshida, & Gordon

در نهایت افراد شرکت‌کننده در تحقیق پیامدهای راهبردهای توسعه کسب‌وکار مجازی در حوزه خدمات ورزشی را در چهار عامل نگرشی (تغییر مثبت گرایش به ورزش)، فرهنگی (نهادینه‌سازی ورزش)، تجاری‌سازی (اقتصادی) و برندسازی (مطرح شدن) تقسیم‌بندی نمودند. از نظر مشارکت‌کنندگان در مصاحبه، کسب‌وکار ورزشی باید از طریق ترویج اشتغال‌زایی، ترویج زندگی شاد و مشارکتی در ورزش، افزایش سهم ورزش در سبد خانوار و الگوسازی رفتاری برای ورزشکاران در رسانه‌های مجازی در جهت تغییر نگرش مشارکت‌کنندگان ورزشی و گرایش بیشتر به ورزش اقدام نمایند. بنابراین می‌توان گفت که ورزش نیز به‌عنوان یک مقوله فرهنگی می‌تواند توسط رسانه‌ها فرهنگ‌سازی شود (نقش فرهنگ و تغییر گرایش و نگرش مثبت به کسب‌وکار مجازی ورزش در خدمات ورزشی). از یافته‌های مطالعات قبلی جهت تبیین بیشتر این یافته‌ها می‌توان استفاده کرد؛ به‌طوری که قره و همکاران (۱۳۹۵) و احسانی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیق خود نقش آموزش را به عنوان اولویت شناسایی کرده بودند، اما در تحقیقات هنری و همکاران (۱۳۹۱) و مرادی و همکاران (۲۰۱۲) نقش اطلاع‌رسانی و در مطالعه عیدی و همکاران (۱۳۹۳) نقش فرهنگ‌سازی در اولویت اول قرار داشت. این تفاوت احتمالاً به دلیل تفاوت در جامعه مطالعاتی و همچنین متغیر وابسته می‌باشد. اتقیا (۱۳۸۶) به عدم آموزش مناسب در حوزه ورزش همگانی اشاره می‌کند و دادن آموزش و آگاهی لازم را از طریق رسانه مقدم بر سایر فعالیت‌های می‌داند. همچنین از دیگر پیامدهای توسعه کسب کار مجازی در خدمات ورزشی را می‌توان رونق اقتصادی کسب‌وکار مجازی در شرایط خاص (وجود اپیدمی کرونا)، ایجاد اشتغال برای مدرسین ورزشی به صورت مجازی، پرداخت مالیات و کسب درآمد دولتی، مطرح شدن کسب‌وکار خدماتی به‌عنوان یک برند، کسب رتبه بالا در موتورهای جستجو، امکان موفقیت در فروش انواع خدمات ورزشی، رضایت مشتریان و وفاداری آنان دانست.

با توجه به ابعاد شناسایی شده در شرایط علی توسعه کسب‌وکار مجازی ورزشی پیشنهاد می‌شود که در جهت بهبود کسب‌وکار ورزشی، فرهنگ‌سازمانی غنی ایجاد و الگوهای جدید در جهت تشویق به نوآوری در خدمات، فرایندها و مدیریت و ایجاد شرایط مشارکت در فضای مجازی مهیا گردد. در عوامل زمینه‌ای نیز پیشنهاد می‌شود که از طریق فراهم کردن مشارکت ذینفعان برای افزایش میزان مشارکت عمومی و حضور در فضای می‌توان در جهت توسعه کسب‌وکارهای ورزشی مجازی در حوزه خدمات ورزشی گام برداشت.

با توجه به ابعاد شناسایی شده در شرایط مداخله‌گر، پیشنهاد می‌شود که در سیستم مالیاتی کشور تغییرات لازم اعمال شود و با تدوین یک سیستم حقوقی و قانونی در جهت رونق این کسب‌وکار گام بردارند. همچنین حذف قوانین دست و پاگیر، کاهش دخالت مدیران در تمامی تصمیمات گرفته شده از سوی کارکنان و کاهش کنترل کارکنان در نظر گرفته شود.

برای توسعه کسب‌وکار مجازی ورزشی پیشنهاد می‌شود که مواردی همچون حذف وظایف موازی، توزیع متوازن قدرت، تقویت بخش خصوصی، تبیین شرح وظایف و ارتباطات روشن برای تمام نهادها و برقراری هماهنگی بین آن‌ها رعایت گردد.

در بخش راهبردها پیشنهاد می‌شود که با پیگیری کلیه درخواست‌ها و انتقادات مشتریان و ثبت و ضبط درخواست آن‌ها، همچنین دسته‌بندی مشتریان و ارائه خدمات متناسب به آن‌ها و تجزیه و تحلیل اقدامات رقبا در جهت حفظ مزیت رقابتی بکوشند.

در نهایت به متولیان کسب و کار مجازی ورزشی در حوزه خدمات ورزشی پیشنهاد می‌شود که با یک تقسیم کار بین‌سازمانی از موازی‌کاری جلوگیری نمایند تا از این طریق کسب و کار مجازی ورزشی در دنیایی پویا، پیچیده و سریع به سمت یک سیستم یکپارچه، انعطاف‌پذیر، کارآفرین و خلاق تغییر ماهیت دهند.

محدودیت‌های متعددی در مطالعه حاضر وجود داشت؛ چنان که فقط ابعادی که در بخش خدمات ورزشی مورد نیاز است، به عنوان متغیرهایی در جهت توسعه کسب و کار مجازی در نظر گرفته شد. از این رو، مطالعات آینده می‌توانند با بررسی سایر متغیرها مانند دیگر عوامل محیطی در زمینه مزیت رقابتی و نوآوری، مدل حاضر را گسترش دهند. همچنین ما خواستیم که افراد شرکت‌کننده در تحقیق اختیار تصمیم‌گیری داشته باشند که ممکن است پاسخ‌های آن‌ها منعکس‌کننده نظر باشگاه ورزشی شان نباشد. بنابراین ممکن است اعمال یافته‌های ما به سایر سازمان‌های ورزشی - به طور مثال، کمیته ملی المپیک و باشگاه‌های ورزشی - دشوار باشد. از این رو، مطالعات آینده با بررسی و مطالعه عمیق می‌توانند اطلاعات غنی‌تری را ارائه دهند.

منابع

- اتقیا، ناهید. (۱۳۸۶). «نیازسنجی از زنان ایرانی در زمینه ورزش همگانی». طرح پژوهشی پژوهشکده تربیت‌بدنی.
 - احسانی، محمد؛ امیری، مجتبی؛ کوزه‌چیان، هاشم و صفاری، مرجان. (۱۳۹۰). «کارکردهای رسانه در توسعه ورزش‌های تفریحی از نظر خبرگان». همایش ملی تفریحات ورزشی. سازمان ورزش شهرداری تهران.
 - جعفرزاده، محمدرضا؛ حسین‌زاده شهری، معصومه؛ راه‌چمنی، احمد و ساعی ارسبی، ایرج. (۱۳۹۸) «ارائه مدل چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران». نشریه علمی راهبردهای بازرگانی. ۲۶(۱۴)، صص ۲۰۱-۲۱۲.
 - دهدشتی شاهرخ، زهره و بهیار، پدram. (۱۳۹۶). «پیش‌زمینه‌ها و پیامدهای مشارکت مصرف‌کنندگان در جوامع مجازی». مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند. ۶(۲۱)، صص ۳۳-۶۴.
- ۳۲۸
- Doi: 10.22054/ims.2018.8511
- رحمان‌زاده، سید علی. (۱۳۸۸). «کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در عصر جهانی شدن». مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی. ۱۱(۱)، صص ۴۹-۷۸.
 - رحیمی‌زاده، میثم؛ سجادی، سید نصراله؛ گودرزی، محمود و جلالی‌فراهانی، مجید. (۱۳۹۷). «ارائه یک مدل سه‌بعدی از چالش‌های توسعه تجارت الکترونیک در صنعت ورزش کشور». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۶(۲۰)، صص ۹-۲۰.
 - رسولی، محمدرضا؛ نصرالهی، اکبر و بهراد، مسیح. (۱۳۹۸). «چالش‌های گسترش کسب و کار خانگی در فضای مجازی». مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی. ۸(۳)، صص ۹-۲۶.
 - رضوی، سید محمد حسین و نوبختی، سکینه. (۱۳۹۱). تجاری‌سازی ورزش. چاپ اول، نشر شمال پایدار
 - زعفریان، رضا؛ نیرومند، پوراندخت و رنجبر، محبوبه. (۱۳۹۰). «الگوهای طراحی مدل کسب‌وکار». کار و جامعه. ۱۳۵، صص ۴-۱۰.
 - شریفیان، اسماعیل. (۱۳۸۷). «طراحی الگوی فرایندی انگیزه کارآفرینی دانشجویان تربیت‌بدنی». رساله دوره دکتری، تربیت‌بدنی و علوم ورزشی. دانشگاه تربیت مدرس.
 - عظیم‌زاده، سید مرتضی؛ احسانی، محمد؛ کردناهیچ، اسداله و کوزه‌چیان، هاشم. (۱۳۹۱). «تبیین مدل مفهومی برای ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ورزشی». مطالعات مدیریت ورزشی. ۲۲، صص ۱۸۹-۲۰۸.
 - عیدی، حسین؛ آزادی، رسول و خسروی، جواد. (۱۳۹۳). «مقایسه دیدگاه اساتید، کارشناسان رسانه و مشارکت‌کنندگان ورزش همگانی در مورد کارکردهای رسانه‌های جمعی در توسعه و ترویج ورزش همگانی». فصلنامه علمی - ترویجی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. ۲(۵)، صص ۴۲-۵۰.
 - قاسمی، حمیدو کشاورز، لقمان. (۱۳۹۶). ورزش و رسانه با رویکردی کاربردی؛ علم و ورزش. چاپ اول، تهران

- قره، محمدعلی؛ صفاری، مرجان و نیری، شهرزاد. (۱۳۹۵). «بازپردازی کارکردهای رسانه ملی جهت توسعه ورزش های تفریحی: ارائه راهبردها و راهکارها». پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۶(۱۱)، صص ۶۳-۷۶.
- قندالی، عباس؛ داودی، ایمان؛ کاشکی، محمدرضا و قادری، میلاد. (۱۳۹۵). «مدل های کسب و کار و نوآوری در فناوری». دومین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع و مدیریت. تهران.
- <https://civilica.com/doc/504665>
- محمدکاظمی، رضا؛ زعفریان، رضا؛ خدایاری، عباس و جوادی نیا، سیدمهران. (۱۳۹۵). «شناسایی فرصت های کسب و کار (کارآفرینانه)، در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات». توسعه کارآفرینی. ۷(۱)، صص ۹۵-۱۱۲.
- محمدیان، محمود؛ روحانی، امیررضا؛ هاشمزی، علی و کریمیان، مجتبی. (۱۳۹۴). «عوامل مؤثر در انتخاب مدل های کسب و کار الکترونیکی کوچک و متوسط در ایران». فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات. ۳(۱۲)، صص ۹۷-۱۲۲.
- نوبخت، فرزاد؛ احسانی، محمد؛ کوزه چیان، هاشم و امیری، مجتبی. (۱۳۹۴). «عوامل زمینه ای مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای متوسط و کوچک در ورزش». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۴(۲۸)، صص ۱-۱۸.
- هنری، حبیب؛ احمدی، سیدعبدالحمید و مرادی، مهدی. (۱۳۹۱). «بررسی نقش چهارگانه رسانه های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی». مطالعات مدیریت ورزشی. ۴۵، صص ۱۴۵-۱۵۸.
- وحدانی، محسن؛ محرم زاده، مهرداد و طلایی، رضا. (۱۳۹۴). «تحلیل عوامل مؤثر در میزبانی رویداد های بزرگ ورزشی شهر ارومیه بر اساس مدل مزیت رقابتی پورتر». مدیریت ورزشی. ۷(۵)، صص ۷۶۵-۷۷۸.

- Aminuddin, Y., Pariah, M. (2008). "Globalization, and Malaysian Sports Industry". Journal of Intentional Studies, 8, 112-116.
- Ball, S. (2005). "The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism". Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network, 1(1), 1-14.
- Berra, D. P., Zhang, J. J., Pease, D. G., & Gaa, J. P. (2016). "Dimensions of spectator identification associated with women's professional basketball game attendance". International Journal of Sport Management, 4(1), 59-91.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). **Basics of qualitative research**. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Delshab, Vahid. Winand, Mathieu. Sadeghi Boroujerdi, Saeed, Hoeber, Larena & Mahmoudian, Abed. (2020). "The impact of knowledge management on performance in nonprofit sports clubs: the mediating role of attitude toward innovation, open innovation, and innovativeness". European Sport Management Quarterly, 1-22. DOI: 10.1080/16184742.2020.1768572
- Dolles, H. Soderman, S. (2011). "Sport as Business, (International, Professional and Commercial Aspects), Printed and Bound in Great Britain by CPI Antony Rowe". Chippenham and Eastbourne.

- Higgins, S. H., & Martin, J. H. (1996). **“Managing sport innovations: A diffusion theory perspective”**. Sport Marketing Quarterly, 5(1), 43–48.
- Lachowetz, T., McDonald, M., Sutton, W., & Clark, J. (2001). **“The National Basketball Association: Application of customer lifetime value”**. Sport Marketing Quarterly, 10(2), 181–184.
- Osterwalder, A. (2004). **“The business model ontology a proposition in a design science approach”**. Doctoral dissertation. Université de Lausanne, Faculté des hautes études commerciales.
- Santos, P., Breuer, C., & Pawlowski, T. (2016). **“Promoting sport for all to agespecific target groups: The impact of sport infrastructure”**. European Sport Management Quarterly, 9(2), 103–118.
- Schroeder, A. N., & Kruse, R. C. (2021). **“The Future of Virtual Sports Ultrasound Education and Collaboration”**. Current Sports Medicine Reports, 20(1), 57–61.
- Wemmer, F., Emrich, E., & Koenigstorfer, J. (2016). **“The impact of coopetition-based open innovation on performance in nonprofit sports clubs”**. European Sport Management Quarterly, 16(3), 341–363. <https://doi.org/10.1080/16184742.2016.1164735>
- Wirtz, B. W., Pistoia, A., Ullrich, S., & Göttel, V. (2016). **“Business models: Origin, development and future research perspectives”**. Long range planning, 49(1), 36–54.
- Yoshida, M., & Gordon, B. (2012). **“Who is more influenced by customer equity drivers? A moderator analysis in a professional soccer context”**. Sport Management Review, 15(4), 389–403.
- Yoshida, M., Nakazava, J. D. (2016). **“Sport event innovativeness: Conceptualization, measurement, and its impact on consumer behavior”**. Sport Management Review, 16(1), 68–84.

بررسی پیامدهای شیوع ویروس کرونا بر کسب و کارهای ورزشی استان گلستان

محمد علی نوده‌ی^۱

مجتبی احمدی^۲

 10.22034/SSYS.2022.1877.2331

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۵/۰۳

هدف از پژوهش حاضر، بررسی پیامدهای شیوع ویروس کرونا بر کسب و کارهای ورزشی استان گلستان بود. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی بود. در بخش اول (کیفی) برای انجام مصاحبه میدانی، جامعه کیفی پژوهش شامل اساتید آگاه مدیریت ورزشی، مدیران با تجربه فعال در صنعت ورزش بود که به روش نمونه گیری قضاوتی انتخاب گردیدند- ۱۵ مصاحبه با ۱۵ نفر و تا حد اشباع نظری ادامه یافت. نمونه های آماری بخش کمی شامل ۲۵۰ نفر از مدیران فروشگاه های ورزشی، صاحبان کمپ های گردشگری ورزشی و مدیران باشگاه های ورزشی با روش نمونه گیری هدفمند بود.

نتایج پژوهش نشان داد که ازجمله پیامدهای شیوع کرونا بر گردشگری ورزشی استان گلستان شامل تعطیلی کمپ‌های گردشگری ورزشی، بیکاری نیروها، تبدیل خدمات گردشگری ورزشی به نیازهای ثانویه و حضور نیروهای انسانی گردشگری ورزشی در بخش‌ها و صنایع دیگر بود. همچنین پیامدهای شیوع کرونا بر مجموعه‌های ورزشی استان گلستان شامل تعطیلی مجموعه‌های ورزشی و بیکاری نیروهای حاضر و پیامدهای شیوع کرونا بر تولیدی‌ها و فروشگاه‌های اقلام ورزشی استان گلستان شامل تعطیلی تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی، تبدیل کالاهای ورزشی به نیازهای ثانویه، مشکلات مالی تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی بود. با این حال، توسعه حمایت‌های بیمه‌ای و ارائه خدمات از طریق صندوق‌های حمایتی دولت در زمان شیوع کرونا برای کسب و کارهای ورزشی لازم به نظر می‌رسد.

واژگان کلیدی: کرونا، ورزش، اقتصادی، مدیریتی و کسب و کارهای ورزشی.

۱- استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Mnodehi2006@yahoo.com

۲- استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران

مقدمه

شیوع کووید-۱۹، در دسامبر ۲۰۱۹ از شهر ووهان در استان هوبای چین آغاز شد و با گذشت زمان، این ویروس در سرتاسر جهان پخش شد. اگرچه مرکز شیوع این بیماری در ابتدا چین بود، ولی هم‌اکنون موارد ابتلای بسیاری در کشورهای دیگر گزارش شده است و درحالی‌که بعضی کشورها قادرند به‌طور مؤثرتری موارد مبتلایه این بیماری را درمان کنند، ولی هنوز مشخص نیست موارد جدید تا کی و کجا ظهور پیدا خواهند کرد (جاکوبسن^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به خطر کووید-۱۹ برای سلامت عمومی در جهان، سازمان بهداشت جهانی (WHO) وضعیت اضطراری بهداشت عمومی را برای نشان دادن نگرانی بین‌المللی برای هماهنگی پاسخ‌های بین‌المللی به این بیماری اعلام کرد و متعاقب آن کووید-۱۹ به‌عنوان یک بیماری همه‌گیر جهانی معرفی شد (ایوانس^۲ و همکاران، ۲۰۲۰).

در دنیایی که به‌شدت پیوسته و دارای ارتباطات قوی بین کشورهاست، اثرات طغیان بیماری فراتر از مرگ‌ومیر (کسانی که می‌میرند) و ناخوشی (کسانی که در یک دوره زمانی قادر به کار کردن نیستند) ظاهر می‌شود، زیرا با کندشدن فعالیت‌های اقتصادی به علت اختلال در تولید، کارکرد زنجیره تأمین عرضه جهانی نیز مختل خواهد شد (کرایف^۳، ۲۰۲۰). شرکت‌ها در سراسر جهان، صرف‌نظر از اندازه، تجربه انقباض در تولید را آغاز کرده‌اند. محدود شدن حمل و نقل به‌خصوص در بین کشورها باعث کندتر شدن فعالیت‌های اقتصاد جهانی شده است. مهم‌تر از همه، ترس در بین مصرف‌کنندگان و بنگاه‌ها منجر به تغییر الگوهای مصرف متداول و ناهنجاری‌های بازار گردیده است. بازارهای جهانی مالی نیز در پاسخ به این تغییرات واکنش نشان داده‌اند و شاخص‌های سهام جهانی افت کرده است (نیکولا و همکاران، ۲۰۲۰). بر اساس بررسی‌های اقتصادی که تاکنون و در زمان اپیدمی صورت گرفته است، شیوع ویروس کرونا بخش‌های اقتصادی از جمله: زیر مجموعه گردشگری، ورزش، بازرگانی خارجی، بازار سرمایه، بازار ارز، بازار مسکن، کسب و کارهای خرد، کسب و کارهای عمومی، قیمت کالاها و تولید ناخالص داخلی را تحت تأثیر قرار داده است (لن و همکاران، ۲۰۲۰؛ اندرسون و همکاران، ۲۰۲۰، بایرز^۴ و همکاران، ۲۰۲۱ و پارنل^۵ و همکاران، ۲۰۲۱).

صنعت ورزش یکی از صنایع مهم در عرصه بین‌المللی است که امروزه کمک‌های فراوانی به اقتصاد جوامع گوناگون کرده است. رشد ورزش در تمامی عرصه‌ها و گسترش آن در تمامی گروه‌ها سبب شده است تا صنعت ورزش به‌عنوان یکی از صنایع مهم در جهان شناخته شود. گستردگی ورزش باعث شده است تا امروز شاهد شکل‌گیری صنعت ورزش به‌صورت وسیع باشیم (میر^۶ و همکاران، ۲۰۱۸). در جوامع بسیاری از صنعت ورزش به‌عنوان یکی از راهکارهای توسعه اقتصادی یاد می‌شود. به عبارتی، صنعت ورزش در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته نقش مهمی در مسائل مالی و اقتصادی دارد (کیم و همکاران، ۲۰۲۰)؛ به‌طوری‌که تنها در کشوری مثل آمریکا، سالانه حدود ۲۵۰ میلیارد دلار درآمد خالص نصیب صاحبان این صنعت می‌شود و این موضوع سبب شده است

1. Jakobsson
2. Evans
3. Cruyff
4. Byers
5. Parnell
6. Meier

صنعت ورزش به عنوان ششمین صنعت سودآور شناخته شود (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۷). با این حال شواهد حاکی از آن است که این صنعت در کل جهان به صورت کم و بیش دچار آسیب جدی شده است. یافته‌های ساتو^۱ (۲۰۲۰) نشان داد که با متوقف شدن مسابقات ورزشی، جامعه ورزش با بحرانی جبران‌ناپذیر مواجه شده است. پارنل^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق خود با عنوان «کرونا و ورزش» به بررسی تأثیرات کرونا در ورزش و مسابقات ورزشی پرداختند و بیان کردند که مدیران در حال حاضر آمادگی لازم برای مواجهه با چنین بحرانی را ندارند. نتایج این تحقیق نشان داد که کرونا باعث شده است عملکرد کلی سازمان‌های ورزشی با تغییرات بنیادین مواجه گردد. حمای و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق خود بیان کردند که کرونا شکل کلی ورزش را دچار تغییر کرده است و با شکل‌گیری قرنطینه خانگی، خانه محیط اصلی برای انجام فعالیت ورزشی می‌باشد که یکی از آثار کرونا به حساب می‌آید و شعار «فعال ماندن در خانه» را برای تحقیق خود برگزیده است. کرونا جامعه ورزش را با بحران مالی نیز مواجه کرده است و این بحران مالی شامل بیکاری چندین ماهه مربیان، مدیران و کارکنان بخش‌های فرعی اماکن ورزشی و مسابقات شده و بحران این ضرر مالی بزرگ از دیگر معضلات پاندمی کروناست. در این راستا دریوس^۳ و همکاران (۲۰۲۱)، چادهاری^۴ و همکاران (۲۰۲۱)، هامراشمیت^۵ و همکاران (۲۰۲۱)، سینگلتن^۶ و همکاران (۲۰۲۱)، بیدریک^۷ و همکاران (۲۰۲۱)، بایرز^۸ و همکاران (۲۰۲۱)، پارنل^۹ و همکاران (۲۰۲۱) و وانگ^{۱۰} و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش‌های گوناگون و کشورهای مختلف اظهار کردند که صنعت ورزش در این کشورها آسیب‌های جدی و سخت متحمل شده و حتی برخی به زیان‌ده بودن این صنعت در این دوره همه‌گیری کرونا اشاره کردند. با این‌همه در نظر بسیاری از افراد، کرونا یک بیماری با تأثیر وسیع و کوتاه‌مدت بر روی کسب‌وکارهاست، اما هنگامی که مسئله‌ای در جهان چنین وسعت همه‌گیری دارد، نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که تأثیر آن پس از مدتی از بین برود، بلکه باید خود را برای تأثیر پایدار در جنبه‌های مختلف صنعت ورزش آماده نماییم. شاید بتوان این تغییرها را به‌نوعی یک جهش ژنتیکی در بازارها و کسب‌وکارها یا «قدرت تخریب خلاقانه در اقتصاد» نامید که می‌تواند بقا یا نابودی کسب‌وکارها را مشخص کند (سهیلی و همکاران، ۱۳۹۹). تأثیر این بحران از اثرگذاری بر روی مشتریان آغاز می‌شود. سپس شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در نهایت وضعیت رقابت در صنعت را تغییر می‌بخشد. تغییر رفتار مصرف‌کنندگان در این شرایط می‌تواند پایدار باشد و محصولات و کانال‌های توزیع را تحت تأثیر قرار دهد (قزلسفلو و همکاران، ۱۴۰۰). از طرف دیگر، شرکت‌ها برای جلوگیری از ضرر و زیان‌های بی‌شمار در این بحران، نیازمند راه‌حل‌های خلاقانه‌ای برای رفع چالش‌ها در زمینه‌های مختلف سرمایه‌انسانی، مدیریت زنجیره تأمین، فروش و

1. Csato
2. Parnell
3. Drewes
4. Chowdhury
5. Hammerschmidt
6. Singleton
7. Beiderbeck
8. Byers
9. Parnell
10. Wang

بازاریابی، فناوری‌ها، فرآیندهای کاری مورد استفاده و سایر بخش‌ها هستند که در بسیاری از موارد می‌تواند به‌عنوان دانش در درون سازمان ذخیره شود و شایستگی‌های خاصی را برای آن ایجاد نماید. این تغییرها در بازار خدمات شرکت‌ها و نیز در درون آن‌ها جهت مقابله با تهدیدها باعث نوآوری‌هایی می‌شود که بازار رقابتی صنایع مختلف را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد و خود باعث ایجاد تحول‌های عظیم و پایدار دیگری می‌گردد (صفانیا و همکاران، ۱۳۹۹)؛ تحول‌هایی که نه تنها می‌توانند دامنه اثرگذاری وسیعی داشته باشند، بلکه اثر آن‌ها به مراتب فراتر از بازه زمانی این بحران باقی خواهد ماند. بنابراین، ضروری است که همه رهبران کسب‌وکارها با نگاه و برنامه‌ریزی برای بحران فعلی، آینده پس از بحران را نیز در نظر بگیرند، زیرا پس از گذر از این شرایط، بازگشت به روال عادی کسب‌وکار برای بسیاری از آن‌ها دیگر یک گزینه نخواهد بود و شرایط جدیدی در محیط رقابتی حاکم خواهد گردید. از طرفی، با توجه به ضرر و زیان‌های ناشی از شیوع ویروس کرونا در کسب‌وکارهای ورزشی، در صورتی که در مورد جبران زیان‌های اقتصادی فوراً چاره‌اندیشی نگردد و راهکاری به‌طور عملی در پیش گرفته نشود، آسیب‌های وارده تصاعدی خواهد شد و بسیاری از فعالان کسب‌وکارهای ورزش با چالش زیادی روبه‌رو خواهند شد که حتی ممکن است از چرخه اقتصادی حذف شوند (جابری و همکاران، ۱۳۹۹). حیدری و همکاران (۱۳۹۹) آثار مستقیم و غیر مستقیمی از همه‌گیری کرونا بر صنعت ورزش شناسایی و به چالش‌های جدیدی اشاره کرده‌اند که شامل تعطیلی و نیمه تعطیلی کسب و کارهای ورزشی و تغییر شغل بسیاری از نیروهای کارآمد صنعت ورزش است. صفانیا و همکاران (۱۳۹۹) نیز به افزایش اوقات فراغت و ورزش در خانه اشاره کردند که می‌تواند مورد توجه سازمان‌ها و شرکت‌های فعال در صنعت ورزش قرار گیرد. براخاص و همکاران (۱۳۹۹) نیز بیان کردند که تنها راه برون رفت از بحران شدید اقتصادی در صنعت ورزش، خلاقیت و نوآوری می‌باشد. قهفرخی و همکاران (۱۴۰۰) نیز دریافتند که مدیریت آمیخته بازاریابی، مدیریت فرایندها، مدیریت منابع سازمانی و مدیریت اقدامات راهبردی باعث افزایش تاب‌آوری کسب و کارهای ورزشی در رکود اقتصادی ناشی از ویروس کرونا می‌شود.

بدین ترتیب، در ابتدا بررسی پیامدهای ناشی از شیوع ویروس کرونا بر صنعت ورزش می‌تواند به درک مناسب و همه‌جانبه از این همه‌گیری بر صنعت ورزش منجر شود و زمینه را برای برنامه‌ریزی مناسب و راهکارهای برون‌رفت از شرایط موجود و بهبود شرایط صنعت ورزش هموار سازد. از سوی دیگر، استان گلستان از جمله مناطق گردشگری ورزشی به شمار می‌رود که این کسب‌وکار و فعالیت نیز تحت تأثیر همه‌گیری کرونا قرار گرفته و نیازمند شناخت ابعاد و راهبرد برون‌رفت می‌باشد. لذا هدف از پژوهش حاضر، بررسی پیامدهای شیوع ویروس کرونا بر کسب‌وکارهای ورزشی استان گلستان می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی و بر اساس رویکرد پژوهش، آمیخته بود. در مرحله اول، برای ساخت الگو از روش کیفی تحلیل محتوا و برای آزمون الگو از روش کمی توصیفی-تحلیلی از نوع همبستگی مبتنی بر الگوی معادلات ساختاری استفاده گردید. روش تحقیق آمیخته از نوع اکتشافی متوالی بود؛ یعنی ابتدا کیفی و سپس کمی بود. ابزار مورد استفاده در این پژوهش بعد از انجام مصاحبه و رسیدن به اشباع نظری تدوین شد که شامل ۵۹ گویه در قالب ۶ مؤلفه اصلی (تعطیلی کسب‌وکار ورزشی، بیکاری نیروهای حاضر در کسب‌وکار ورزشی، بیکاری در مشاغل وابسته به کسب‌وکار ورزشی، تبدیل خدمات کسب‌وکار

ورزشی به نیازهای ثانویه، مشکلات مالی کسب و کار ورزشی و حضور نیروهای انسانی کسب و کار ورزشی در بخش‌ها و صنایع دیگر) به صورت پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی زیاد، ۵ امتیاز تا خیلی کم، ۱ امتیاز) تدوین شد. در بخش اول (کیفی) برای انجام مصاحبه میدانی، جامعه آماری پژوهش را اساتید برجسته حوزه مدیریت ورزشی متخصص در حوزه صنعت ورزش (۸ نفر از اساتیدی که در حوزه صنعت ورزش کتاب و مقاله‌ای چاپ نموده بودند) و همچنین برخی مدیران اجرایی ورزش استان گلستان (۷ نفر از رؤسا و معاونین اداره کل ورزش و جوانان استان گلستان) تشکیل می‌دادند که نمونه‌های تحقیق در دو فاز اولیه و ثانویه به ترتیب به صورت هدفمند و گلوله برفی برای مصاحبه‌های کیفی در موضوع پژوهش انتخاب گردیدند- ۱۵ مصاحبه با ۱۵ نفر که تا حد اشباع نظری ادامه یافت؛ بدین صورت که در ابتدا به صورت هدفمند ۳ نمونه انتخاب شدند و سپس از آن‌ها برای انتخاب نمونه‌های بعدی کمک گرفته شد. در بخش دوم (کمی) بعد از گردآوری اطلاعات حاصل از پژوهش کیفی، اقدام به ساخت پرسشنامه شد و این پرسشنامه در بین کلیه مدیران مجموعه‌های ورزشی استان گلستان و مدیران فروشگاه‌های ورزشی سطح استان گلستان توزیع گردید. ۶۹ مجموعه ورزشی در شهر گرگان و ۳۵ مجموعه ورزشی دیگر در شهرستان‌های استان گلستان وجود دارد که تعداد مدیران (با توجه به دو نوبت بودن سال‌ها برای خانم‌ها و آقایان)، ۱۶۹ نفر می‌باشد. از این تعداد، ۱۲۸ پرسشنامه به صورت صحیح عودت داده شد. ۷۱ فروشگاه و تولیدی ورزشی نیز در سطح استان گلستان وجود داد که از این تعداد، ۴۸ پرسشنامه به صورت صحیح بازگشت. ۱۰ کمپ گردشگری ورزشی در استان گلستان وجود دارد که از این تعداد، ۷ مدیر کمپ، به پرسشنامه پژوهش پاسخ دادند. در مجموع، ۱۸۳ پرسشنامه، مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت.

در این پژوهش از دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید. در بخش آمار توصیفی از جداول و نمودارهای توصیفی برای بیان ویژگی‌های جمعیت شناختی و توصیفی پژوهش بهره‌گیری شد. از شاخص‌های کشیدگی و چولگی به منظور بررسی توزیع داده‌ها (طبیعی و یا غیرطبیعی بودن) و برای بررسی و پاسخ به سؤالات پژوهش در ابتدا از نرم‌افزار Max QDA نسخه Pro و در ادامه به منظور رسم و تدوین مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری از نرم‌افزارهای اس‌پی‌اس نسخه ۲۴ و پی‌ال‌اس نسخه ۲/۰ استفاده شد.

پایایی و روایی در پی‌ال‌اس در دو بخش سنجیده شد: الف) بخش مربوط به مدل‌های اندازه‌گیری؛ ب) بخش مربوط به مدل ساختاری. پایایی مدل اندازه‌گیری به وسیله ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. بارعاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۴ شود مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن سازه قابل قبول است. همچنین در مورد روایی محتوایی نیز با استفاده از فرم‌های روایی سنجی CVI و CVR روایی مورد تأیید قرار گرفت. مقدار CVR با توجه به تعداد اساتید (۷ نفر)، ۰/۸۰ و مقدار CVI بیشتر از ۰/۸۰ به دست آمد. بنابراین روایی محتوایی ابزار ما مورد تأیید قرار گرفت (لاوشه^۱، ۱۹۷۵). روایی واگرا و همگرا که مربوط به معادلات ساختاری است، مورد سنجش قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

نتایج توصیفی تحقیق نشان داد که نمونه‌های بخش کیفی تحقیق شامل ۶۴/۲۸ درصد مرد و ۳۵/۷۲ درصد زن بودند. ۵۳/۳ درصد از نمونه‌ها در بخش دانشگاهی و ۴۶/۷ درصد در بخش سازمانی مشغول به کار بودند. در گام اول کدگذاری‌ها، هر یک از مقوله‌های اصلی مربوط به ارائه مدل پیامدهای شیوع ویروس کرونا بر کسب‌وکارهای ورزشی استان گلستان، استخراج شد که در قالب پاسخگویی به سؤال اصلی پژوهش انجام شد: پیامدهای شیوع ویروس کرونا بر کسب‌وکارهای ورزشی استان گلستان کدام است؟

بعد از اینکه کدها به کدهای اولیه بر اساس رویدادها و واقعیات، برحسب زده شد، کدهای اولیه شکل گرفتند. سپس سه نفر از خبرگان، کدهای اولیه را بررسی و بر اساس کدگذاری‌های خودروی اسناد، مورد تغییر و تعدیل قرار دادند. بنابراین در بخش کیفیت‌سنجی کدهای اولیه از روش تثلیث یا مثلث‌سازی بهره گرفته شده است. سپس بر اساس نظریه کوربین و استراوس^۱ (۲۰۰۸) ارتباط بین کدهای اولیه بررسی و دسته‌هایی به نام «مقوله» ایجاد شد.

کدگذاری محوری در طی فرآیند کدگذاری باز آغاز شد. فرآیند کدگذاری باز یک مقوله را به زیرمقوله‌ها پیوند می‌دهد و این کار از طریق عبارت‌هایی که روابط بین آن‌ها را تشریح می‌کند، انجام می‌شود و شامل جستجوی سرنخ‌هایی در داده‌هاست که نشان می‌دهند مقوله‌های اساسی چگونه باهم در ارتباط‌اند (گلیسر و استراوس^۲، ۲۰۰۸: ۲۲۰). کدگذاری محوری مقوله‌ها را به زیر مقوله‌های نمایان شده در مصاحبه‌ها مرتبط می‌سازد. تحلیل تطبیقی مستمر در تعیین ویژگی‌های یک مقوله و ابعاد ویژگی به کار می‌رود. از تحلیل تطبیقی مستمر نتایج اولیه کدگذاری باز، ۶ کد محوری در سه بخش گردشگری ورزشی، مجموعه‌های ورزشی و تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی نمایان شد.

جدول ۱. پیامدهای شیوع کرونا بر گردشگری ورزشی استان گلستان

ردیف	مقوله‌ها	ویژگی‌های استخراج شده از گزاره‌های کلامی (مفاهیم)
۱.	تعطیلی کمپ‌های گردشگری ورزشی	به دلیل مسائل بهداشتی
۲.	بیکاری نیروهای حاضر در کمپ‌های گردشگری ورزشی	به دلیل مشکلات مالی
۳.	بیکاری در مشاغل وابسته به گردشگری ورزشی	به دلیل عدم استقبال مردم
۴.	تبدیل خدمات گردشگری ورزشی به نیازهای ثانویه	لیدر
۵.	مشکلات مالی کمپ‌های گردشگری ورزشی	تدارکات
۶.	حضور نیروهای انسانی گردشگری ورزشی در بخش‌ها و صنایع دیگر	راننده‌ها
۷.		حمل و نقل
۸.		تغذیه
۹.		هتلداری
۱۰.		به دلیل مشکلات مالی اقشار مختلف جامعه
۱۱.		به دلیل تغییر سبک زندگی فعال به غیرفعال
۱۲.		درآمد کم
۱۳.		عدم توانایی در پرداخت اجاره‌بها
۱۴.		عدم توانایی در پرداخت حقوق نیروها
۱۵.		به دلیل مشکلات در امرار معاش
۱۶.		به دلیل بی‌انگیزگی
۱۷.		به دلیل ناامیدی از بهبود وضع موجود

جدول ۲. پیامدهای شیوع کرونا بر مجموعه‌های ورزشی استان گلستان

ردیف	مقوله‌ها	ویژگی‌های استخراج شده از گزاره‌های کلامی (مفاهیم)
۱.		به دلیل مسائل بهداشتی
۲.	تعطیلی مجموعه‌های ورزشی	به دلیل مشکلات مالی مردم
۳.		به دلیل عدم استقبال مردم
۴.		مربیان
۵.		کارکنان
۶.	بیکاری نیروهای حاضر در مجموعه‌های ورزشی	خدمه‌ها
۷.		مدیران
۸.		ناجیان
۹.		حمل و نقل
۱۰.		تغذیه
۱۱.	بیکاری در مشاغل وابسته به مجموعه‌های ورزشی	تولیدکننده‌های ورزشی
۱۲.		نیروهای فنی (تعمیرات)
۱۳.		ساخت و ساز اماکن ورزشی
۱۴.	تبدیل خدمات مجموعه‌های ورزشی به نیازهای ثانویه	به دلیل مشکلات مالی اقشار مختلف جامعه
۱۵.		به دلیل تغییر سبک زندگی فعال به غیرفعال
۱۶.		درآمد کم
۱۷.	مشکلات مالی مجموعه‌های ورزشی	عدم توانایی در پرداخت اجاره‌بها
۱۸.		عدم توانایی در پرداخت مالیات
۱۹.		به دلیل مشکلات در امرار معاش
۲۰.	حضور نیروهای انسانی مجموعه‌های ورزشی در بخش‌ها و صنایع دیگر	به دلیل بی‌انگیزگی
۲۱.		به دلیل ناامیدی از بهبود وضع موجود

جدول ۳. پیامدهای شیوع کرونا بر تولیدی‌ها و فروشگاه‌های اقلام ورزشی استان گلستان

ردیف	مقوله‌ها	ویژگی‌های استخراج شده از گزاره‌های کلامی (مفاهیم)
۱.		به دلیل مسائل بهداشتی
۲.	تعطیلی تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی	به دلیل مشکلات مالی مردم
۳.		به دلیل عدم استقبال مردم
۴.	بیکاری نیروهای حاضر در تولیدی‌ها و فروشگاه‌ها	فروشنده‌ها
۵.		مدیران تولیدی‌ها
۶.		کارگران تولیدی‌ها
۷.		حمل و نقل
۸.	بیکاری در مشاغل وابسته به تولیدی‌ها و فروشگاه‌ها	تأمین‌کنندگان مواد اولیه
۹.		واردکنندگان اقلام ورزشی
۱۰.		نیروهای فنی (تعمیرات)
۱۱.		به دلیل مشکلات مالی اقشار مختلف جامعه
۱۲.	تبدیل کالاهای ورزشی به نیازهای ثانویه	به دلیل تغییر سبک زندگی فعال به غیرفعال
۱۳.		به دلیل قیمت بالای محصولات ورزشی
۱۴.		درآمد کم
۱۵.	مشکلات مالی تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی	عدم توانایی در پرداخت اجاره‌بها
۱۶.		عدم توانایی در پرداخت مالیات

۱۷.	عدم توانایی در پرداخت حقوق کارگران
۱۸.	ورشکستگی تولیدی‌ها
۱۹.	به دلیل مشکلات در امرامعاش
۲۰.	حضور نیروهای انسانی تولیدی‌ها و فروشگاه‌های
۲۱.	ورزشی در بخش‌ها و صنایع دیگر
	به دلیل ناامیدی از بهبود وضع موجود

بنابراین نتایج حاصل از ۱۵ مصاحبه انجام‌شده، از طریق تحلیل محتوا و کدگذاری باز و محوری نشان داد که پیامدهای شیوع کرونا بر کسب‌وکارهای ورزشی استان گلستان در سه بخش گردشگری ورزشی، مجموعه‌های ورزشی و فروشگاه‌ها و تولیدی‌های ورزشی شامل تعطیلی، بیکاری نیروهای حاضر، بیکاری در مشاغل وابسته، تبدیل کالاهای ورزشی به نیازهای ثانویه، مشکلات مالی و حضور نیروهای انسانی ورزشی در بخش‌ها و صنایع دیگر می‌باشد. در ادامه از طریق نرم‌افزار اس‌پی‌اس به تحلیل ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌های پژوهش و سپس به تحلیل نتایج حاصل از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار پی‌ال‌اس به سؤال‌های ایجادشده پژوهش پاسخ داده شد.

جدول ۴. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش در بخش کمی

متغیرها	فراوانی	درصد
جنسیت		
مرد	۱۴۵	۷۹/۲
زن	۳۸	۲۰/۸
سن		
کمتر از ۲۸ سال	۵۷	۳۱/۱
۲۹ الی ۳۸ سال	۶۲	۳۳/۹
۳۹ الی ۴۸ سال	۴۱	۲۲/۴
بالا تر از ۴۸ سال	۲۳	۱۲/۶

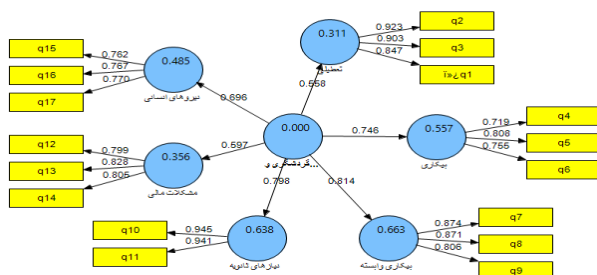
بنابراگفته هیر^۱ و همکاران (۲۰۱۲) برای تعیین نرمالیتة داده‌ها از چولگی و کشیدگی استفاده شد. نتایج نشان داد که چولگی بین ۳ و ۳- و کشیدگی بین ۵ و ۵- قرار دارد، ولی تعداد نمونه‌های پژوهش کمتر از ۲۰۰ نفر می‌باشد. همچنین جارویس^۲ و همکاران (۲۰۰۳) در پژوهش خود بیان نموده‌اند که بهتر است برای پژوهش‌های اکتشافی و کیفی، اول از pls برای بررسی سؤال‌های پژوهش استفاده شود، چراکه هنوز مدل پژوهش در مرحله بلوغ قرار ندارد. در صورتی‌که مدل پژوهش با نرم‌افزارهای واریانس محور (PLS) تأیید شد، در پژوهش‌های بعدی از نرم‌افزارهای کواریانس محور استفاده شود. در این پژوهش نیز هرچند مدل پژوهش را مبانی نظری تأیید می‌نمایند، ولی به دلیل آنکه مدل جدیدی می‌باشد و هنوز به بلوغ نرسیده است، از نرم‌افزارهای واریانس محور پی ال اس استفاده گردید.

برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد و پایایی مدل از سه طریق بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و پایایی اشتراکی صورت پذیرفت (هیر و همکاران، ۲۰۱۲). نتایج مربوط به شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری در جدول ۵ گزارش شده است:

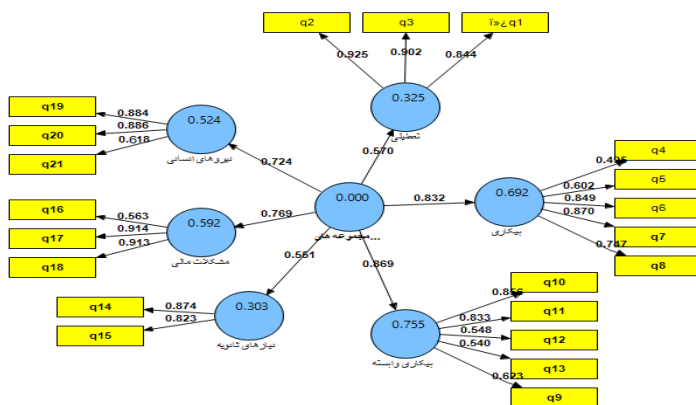
جدول ۵. برازش مدل اندازه‌گیری

نتیجه	آزمون‌ها	معیارها
بیشتر از ۰/۵ و تأیید شد	ضرایب بارهای عاملی	پایایی
بیشتر از ۰/۷ و تأیید شد	آلفای کرونباخ	
بیشتر از ۰/۷ و تأیید شد	پایایی ترکیبی	
بیشتر از ۰/۴ و تأیید شد	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	روایی همگرا
تأیید شد	روش اول (سوالات مربوط به هر متغیر نسبت به خود آن متغیر همبستگی بیشتری دارند تا نسبت به متغیرهای دیگر)	روایی واگرا
تأیید شد	روش دوم (معیار مهم دیگری که با روایی واگرا مشخص می‌گردد، میزان رابطه یک متغیر با سوالاتش در مقایسه رابطه آن متغیر با سایر متغیرهاست)	

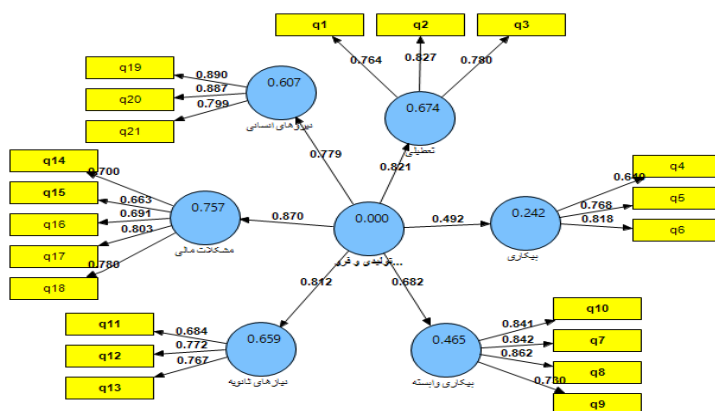
بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش رسید. بخش مدل ساختاری برخلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به سوالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها متغیرهای پنهان همراه با روابط میان آن‌ها بررسی می‌گردد.



شکل ۱. مدل اندازه‌گیری پیامدهای شیوع کرونا بر گردشگری ورزشی در حالت معناداری



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری پیامدهای شیوع کرونا بر مجموعه‌های ورزشی در حالت معناداری



شکل ۳: مدل اندازه‌گیری پیامدهای شیوع کرونا بر تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی در حالت معناداری

۳۴۰

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، ضرایب معنی‌داری t یا همان مقادیر t -values می‌باشد. در صورتی که مقدار این اعداد از ۰/۹۵ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین متغیرها و در نتیجه تایید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۱/۹۶ دارد. البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین متغیرها را نمی‌توان با آن سنجید. تمامی روابط موجود در سه مدل پژوهش، مقادیری معنی‌دار گردید.

جدول ۶. برازش مدل ساختاری

مؤلفه‌ها	R ²		Q ²		GOF	
	مقادیر	نتیجه	مقادیر	نتیجه	مقادیر	نتیجه
برداشتگری ورزشی	۰/۳۱۱	متوسط	۰/۲۲۴	متوسط	۰/۴۵۸	قوی
	۰/۵۵۷	قوی	۰/۳۱۵	متوسط	۰/۵۱۰	قوی
	۰/۶۶۳	قوی	۰/۴۲۶	قوی	۰/۵۳۶	قوی
	۰/۶۳۸	قوی	۰/۳۱۰	متوسط	۰/۷۱۰	قوی
	۰/۳۵۶	قوی	۰/۱۹۸	متوسط	۰/۴۵۵	قوی
	۰/۴۸۵	قوی	۰/۲۸۸	متوسط	۰/۵۹۸	قوی
مجموعه‌های ورزشی	۰/۳۲۵	قوی	۰/۲۶۴	متوسط	۰/۵۱۰	قوی
	۰/۶۹۲	قوی	۰/۴۲۲	قوی	۰/۵۹۹	قوی
	۰/۷۵۵	قوی	۰/۵۱۳	قوی	۰/۶۴۲	قوی
	۰/۳۰۳	متوسط	۰/۲۵۷	متوسط	۰/۳۱۲	متوسط
	۰/۵۹۲	قوی	۰/۵۱۳	قوی	۰/۶۱۲	قوی
	۰/۵۲۴	قوی	۰/۳۱۲	متوسط	۰/۶۳۵	قوی
تولیدی‌ها و خدمات	۰/۶۷۴	قوی	۰/۲۹۹	متوسط	۰/۵۴۸	قوی
	۰/۲۴۲	متوسط	۰/۳۱۵	متوسط	۰/۳۴۶	متوسط
	۰/۴۶۵	قوی	۰/۳۰۰	متوسط	۰/۵۵۶	قوی

تبدیل خدمات به نیاز ثانویه	۰/۶۵۹	قوی	۰/۲۰۹	متوسط	۰/۶۰۳	قوی
مشکلات مالی	۰/۷۵۷	قوی	۰/۵۷۶	قوی	۰/۷۱۱	قوی
حضور نیروها در صنایع دیگر	۰/۶۰۷	قوی	۰/۵۴۵	قوی	۰/۴۶۸	قوی

مقدار R^2 برای متغیرهای برونزا یا مستقل برابر صفر است. در این قسمت، مقدار R^2 برای بیشتر متغیرها، بیشتر از ۰/۳۲ می باشد. مقدار Q^2 برای بیشتر متغیرهای درونزای مدل بیشتر از ۰/۱۵ می باشد که این نشان می دهد که متغیرهای برونزا (مستقل) در پیش بینی متغیر وابسته، متوسط هستند و بار دیگر برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش را تا حدودی تایید می نماید.

برازش مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه گیری و ساختاری می شود و با تایید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می شود. با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است، در بیشتر متغیرها، مقدار بیشتر از ۰/۳۶ به دست آمد که نشان از برازش کلی قوی مدل دارد.

بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی پیامدهای شیوع ویروس کرونا بر کسب و کارهای ورزشی استان گلستان بود. نتایج پژوهش نشان داد که پیامدهای شیوع کرونا بر گردشگری ورزشی استان گلستان شامل تعطیلی کمپهای گردشگری ورزشی، بیکاری نیروهای حاضر در کمپهای گردشگری ورزشی، بیکاری در مشاغل وابسته به گردشگری ورزشی، تبدیل خدمات گردشگری ورزشی به نیازهای ثانویه، مشکلات مالی کمپهای گردشگری ورزشی و حضور نیروهای انسانی گردشگری ورزشی در بخش ها و صنایع دیگر بود. در این راستا می توان گفت که صنعت گردشگری از جمله مهم ترین ابعاد صنعت ورزش به شمار می آید و تعداد زیادی از نیروی انسانی فعال در صنعت ورزش در این حوزه فعال هستند. با این حال با شیوع کرونا، کسب و کارهای این حوزه با چالش ها و معضلات فراوانی رو به رو شدند و تا مرز تعطیلی پیش رفتند. زیر ساخت های ضعیف و عدم سرمایه گذاری در بخش بهداشتی ممکن است باعث افزایش مشکلات شده باشد. با این حال سایر پژوهشگران از نقاط مختلف جهان همچون راناسینگ (۲۰۲۱)، ماهارانی و همکاران (۲۰۲۱) و اندیچو و همکاران (۲۰۲۱) نیز گردشگری ورزشی را از جمله صنایعی برشمردند که بیشترین آسیب را از همه گیری کرونا به خود اختصاص دادند. در این شرایط، در کشور ما هیچگونه حمایتی از این رشته شغلی نشد و خلأ قوانین و راهکارهای حمایتی در این حوزه به چشم می خورد.

همچنین پیامدهای شیوع کرونا بر مجموعه های ورزشی استان گلستان شامل تعطیلی مجموعه های ورزشی، بیکاری نیروهای حاضر در مجموعه های ورزشی، بیکاری در مشاغل وابسته به مجموعه های ورزشی، تبدیل خدمات مجموعه های ورزشی به نیازهای ثانویه، مشکلات مالی مجموعه های ورزشی و حضور نیروهای انسانی مجموعه های ورزشی در بخش ها و صنایع دیگر بود.

شیوع کرونا تأثیر بسزایی بر روی برنامه ورزشی و حتی بر روی بزرگترین رویدادهای ورزشی همچون المپیک داشته و دارای بار مالی قابل توجهی بوده است. از سوی دیگر، کاهش شدید افراد حاضر در اماکن ورزشی، کم تحرکی ناشی از در خانه ماندن یا قرنطینه و استرس بیمار شدن از عوامل جدی تعطیلی مجموعه های ورزشی می باشد. با این حال افزایش برنامه های فرهنگی در رسانه های

اجتماعی برای ترغیب افراد به فعالیت بدنی و ایمن لازم بعد از همه‌گیری این بیماری لازم به نظر می‌رسد. در این راستا حمای و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق خود بیان کردند که کرونا شکل کلی ورزش را دچار تغییر کرده است و با شکل‌گیری قرنطینه خانگی، خانه محیط اصلی برای انجام فعالیت ورزشی می‌باشد- این یکی از آثار کروناست و به همین دلیل شعار «فعال ماندن در خانه» را برای تحقیق خود برگزیدند. تیمپکا و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان «ورزش در زمین ویروس کرونا: مسائل بحرانی هنگام خروج از قرنطینه» به انجام رساندند. این پژوهشگران اظهار کردند که ورزش و فعالیت بدنی از جمله ابعاد سبک زندگی سالم است و بعد از کاهش همه‌گیری کرونا می‌تواند مورد توجه و استقبال قرار گیرد، اما عدم رعایت بهداشت و عدم توجه به فاصله فردی و حضور در اماکن شلوغ و آلوده می‌تواند زمینه ابتلا را فراهم نماید. البته با انجام آموزش‌های مناسب و ایجاد اماکن ورزشی ایمن و بهداشتی و کاهش شیب ابتلا، می‌توان ورزشکاران و عموم مردم را به شکل محدود و کنترل‌شده به اماکن ورزشی دعوت کرد و باعث شروع کسب‌وکارهای این حوزه شد. کرویف (۲۰۲۰) هم بیان می‌کند که با توجه به هر نقطه‌ای از جهان که ورزش را مورد بررسی قرار دهیم، تأثیر بحران ویروس کرونا متغیر است. برخی از باشگاه‌ها و اماکن ورزشی اقدام به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی کرده‌اند و کلاس‌های آموزشی خود را به‌صورت آنلاین برگزار می‌نمایند که راهبرد مناسبی به نظر می‌آید، اما پارنل و همکاران (۲۰۲۰) که در تحقیق خود با عنوان «کرونا و ورزش» به بررسی تأثیرات کرونا در ورزش و مسابقات ورزشی پرداختند، بیان کردند که مدیران در حال حاضر آمادگی لازم برای مواجهه با چنین بحرانی را ندارند. نتایج این تحقیق نشان داد که کرونا باعث شده است عملکرد کلی سازمان‌های ورزشی با تغییرات بنیادین مواجه گردد. همچنین ارزیابی خطر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مطرح‌شده است که با ارزیابی خطر و مدیریت صحیح آن می‌توان برای مواجهه با بحران‌هایی مشابه، عملکرد بهتری داشت. نیوبولد (۲۰۲۰) با نگاهی متفاوت به این امر، بیان می‌کند حتی با استفاده از دورکاری و بسته شدن اماکن ورزشی و تعطیلی نسبی صنعت ورزش هم می‌توان درآمد حاصله را افزایش داد و از شرایط سکون مالی خارج شد. جنبه‌های منفی دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد، در بخش ورزش حرفه‌ای و مختص ورزشکاران حرفه‌ای است که با سردرگمی و ابهامی دوچندان مواجه هستند. از این رو، در مطالعات برت و احمد (۲۰۲۰) پیشنهاد شد که سازمان‌های ورزشی، شبکه‌ای گسترده برای برقراری ارتباط و کمک به آن‌ها برگزینند و آن‌ها را از شرایط فعلی خارج نمایند.

نتایج همچنین نشان داد که پیامدهای شیوع کرونا بر تولیدی‌ها و فروشگاه‌های اقلام ورزشی استان گلستان شامل تعطیلی تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی، بیکاری نیروهای حاضر در تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی، بیکاری در مشاغل وابسته به تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی، تبدیل کالاهای ورزشی به نیازهای ثانویه، مشکلات مالی تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی و حضور نیروهای انسانی تولیدی‌ها و فروشگاه‌های ورزشی در بخش‌ها و صنایع دیگر بود.

همچون سایر ابعاد، شیوع ویروس کرونا صنایع مختلف اغلب کشورها را تحت تأثیر قرارداد که کسب‌وکارهای ورزشی نیز تحت تأثیر قرار گرفت، اما اغلب کشورها با ارائه بسته‌های حمایتی و پوشش بیمه‌ای سعی در کاهش تبعات و جلوگیری از بین رفتن مشاغل کردند- اما این دو عامل در کشور ما موفقیت مطلوبی نداشت. اغلب مشاغل اذ دست‌رفته در حوزه ورزش در اثر شیوع کرونا نه دارای بیمه هستند که تخفیف در حق بیمه کارفرما سبب نجات آن‌ها شود و نه به تسهیلات و کمک‌های مالی دولت دسترسی دارند. از این رو، می‌توان گفت که برنامه کمک ۵ هزار میلیارد تومانی

به صندوق بیمه بیکاری از محل صندوق توسعه ملی نمی‌تواند باعث بهبود وضعیت تعداد زیادی از این مشاغل شود. همچنین بر اساس قانون بیمه بیکاری، صاحبان حرف و مشاغل آزاد و بیمه‌شدگان اختیاری نیز قادر به استفاده از برنامه حمایتی فوق نیستند. از سوی دیگر، دولت نیز به دلیل کاهش درآمدهای مالیاتی و تحریم‌های اقتصادی توانایی کمک مطلوب به صنایع را ندارد. با این حال توسعه پوشش‌های بیمه‌ای و برنامه‌ریزی برای تغییر شیوه‌های تولید و عرضه محصولات و حرکت به سوی بازاریابی و فروش غیرحضوری می‌تواند به مشاغل تولیدی کمک کند.

در شرایط کنونی بسیاری از بخش‌ها در صنعت ورزش به‌عنوان بخش‌های ورشکسته ارزیابی می‌گردند. از این رو، وظیفه سازمان‌های ورزشی، دولت و نهادهای داوطلبانه است که ابتدا به شناسایی این بخش‌ها بپردازند و سپس با مدیریت صحیح، از تهدید پیش‌آمده برای صنعت ورزش، فرصت خلق کنند. سازمان‌های ورزشی وظیفه دارند با شناسایی دقیق صدمات به وجود آمده، برگزاری جلساتی مؤثر پیرامون اصلی‌ترین مسائل، هم‌فکری و طرح راهبردهای کاربردی و خلاقانه، صنعت ورزش را از بحران خارج کنند. با توجه به این مسئله که در هر نقطه از جهان میزان بحران متغیر می‌باشد، بهتر است راهبردهای اعمال‌شده نیز بومی‌سازی شوند. با طرح آیین‌نامه‌های جدید و مطالعات بیش‌تر درباره این ویروس می‌توان برای مواجهه با بحران‌های بعدی آمادگی بیشتری به دست آورد. اگر چه نحوه فعالیت سازمان‌های ورزشی در شرایط پسا کرونا بسیار متفاوت خواهد بود.

منابع

- براخاص، حسین؛ برومند، محمد رضا؛ دستوم، صلاح و بزرگ پور، بینش. (۱۳۹۹). «مدیریت کسب و کار در دوره بحران: عوامل، چالش ها و راهبردها (مطالعه صنعت ورزش در شرایط رکود ناشی از ویروس کرونا)». مطالعات مدیریت ورزشی. ۲۲(۴)، صص ۸۶-۱۰۱.
- جابری، اکبر و مظلومی سونینی، فرزانه. (۱۳۹۹). «شناسایی فرصت های ناشی از پاندمی کوئید-۱۹ در حوزه ورزش: یک تحلیل تماتیک». مطالعات مدیریت ورزشی. ۲۲(۴)، صص ۱۲۱-۱۳۶.
- حیدری، رضا؛ اسداللهی، احسان و علیزایی یوسف آبادی، عمر. (۱۳۹۹). «شناسایی آثار شیوع ویروس کرونا بر صنعت ورزش». نشریه مدیریت ورزشی. ۱۲(۴)، صص ۱۲۰۳-۱۳۲۲.
- سهیلی، بهزاد؛ بابایی، مهدی و خدایاری، عباس. (۱۳۹۹). «حکمرانی مشارکتی مدیریت بحران ویروس کرونا در کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی». فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۷(۴)، صص ۱۱-۲۷.
- صفائیا، علی محمد و برهمند، رها. (۱۳۹۹). «ارزیابی اثرات ویروس کرونا در صنعت ورزش». فصلنامه روان شناسی تربیتی. ۱۶(۵۵)، صص ۱۲۳-۱۳۵.
- علی دوست قهفرخی، ابراهیم و صادقی آرانی، زهرا. (۱۴۰۰). «تاب آوری کسب و کارهای ورزشی در بحران کووید ۱۹: رویکرد کیفی دلفی». مجله ایرانی مطالعات مدیریت. نسخه پذیرفته شده قبل از چاپ.
- قزلسفلو، حمیدرضا و چوری، علی. (۱۴۰۰). «تدوین الگوی آمیخته بازاریابی اخلاقی فروشگاه های آنلاین ورزشی در دوران کرونا بر مبنای رویکرد برند- مصرف کننده». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۹(۲)، صص ۹۶-۱۱۰.
- نوروزی، نگار و معصوم، محمد. (۱۳۹۷). «طراحی مدل عوامل مؤثر در عملکرد صادرات شرکت های تولیدکننده تجهیزات ورزشی». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۰(۵۱)، صص ۱۴۱-۱۶۴.

- Andersson, T. Erlanson, A. Spiro, D. & Ostling, R. (2020). "Optimal Trade between Economic Activity and Health during an Epidemic". Arrive: 2005.07590 [econ].
- Beiderbeck, D. Frevel, N. Heiko, A. Schmidt, S. L. & Schweitzer, V. M. (2021). "The impact of COVID-19 on the European football ecosystem—A Delphi-based scenario analysis". Technological Forecasting and Social Change, 165, 120577.
- Brett G. Toresdahl, MD. Irfan M. Asif, M. D. (2020). "Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): Considerations for the Competitive Athlete". Sport health, 12 (3). 10-15.
- Byers, T. Gormley, K. L. Winand, M. Anagnostopoulos, C. Richard, R. & Digennaro, S. (2021). "COVID-19 impacts on sport governance and management: a global, critical realist perspective". Managing Sport and Leisure, 1-9.

- Chowdhury, E. K. Khan, I. I. & Dhar, B. K. (2021). **Catastrophic impact of Covid-19 on the global stock markets and economic activities**. Business and Society Review.
- Cruyff, J. (2020). **The impact of the Covid-19 on the management of sport organizations**. Johan Cruyff Institute.
- Csato, I. (2020). **Coronavirus and sports leagues: how to obtain a fair ranking if the season cannot resume?** C44, Z20.
- Drewes, M. Daumann, F. & Follert, F. (2021). **“Exploring the sports economic impact of COVID-19 on professional soccer”**. Soccer & Society, 22(1-2), 125-137.
- Evans, A. B. Blackwell, J. Dolan, P. Fahlén, J. Hoekman, R. Lenneis, V. & Wilcock, L. (2020). **“Sport in the face of the COVID-19 pandemic: towards an agenda for research in the sociology of sport”**. European Journal for Sport and Society, 15, 85-95.
- Hammami, A. Harrabi, B. Mohr, M. Krustup, P. (2020). **“Physical activity and coronavirus disease 2019 (COVID-19): specific recommendations for home-based physical training”**. Managing Sport and Leisure, 10, 15-22.
- Hammerschmidt, J. Durst, S. Kraus, S. & Puumalainen, K. (2021). **“Professional football clubs and empirical evidence from the COVID-19 crisis: Time for sport entrepreneurship?”** Technological Forecasting and Social Change, 165, 120572.
- Ian M. Trotter & Luis A. C. Schmidt & Bruno C. M. Pinto & Andrezza L. Batista & Jessica Pellenz & Maritza Isidro & Aline Rodrigues & Attawan G. S. Suela & Loredany R. (2020). **“COVID-19 and Global Economic Growth: Policy Simulations with an 11- Pandemic-Enabled Neoclassical Growth Model”**. Papers2005.13722, arXiv.org, revised Jun 2020.
- Jakobsson, J. Malm, C. Furberg, M. Ekelund, U. & Svensson, M. (2020). **“Physical Activity during the Coronavirus (COVID-19) Pandemic: Prevention of a Decline in Metabolic and Immunological Functions”**. Frontiers in Sports and Active Living, 2, 57-66.
- Lawshe, C. H. (1975). **“A quantitative approach to content validity”**. PERSONNEL PSYCHOLOGY, 28, 563-575.
- Meier, M. Tan, K. H. Lim, M. K. & Chung, L. (2018). **“Unlocking innovation in the sport industry through additive manufacturing”**. Business Process Management Journal, 25(3), 456-75.
- Narici, M. De Vito, G. Franchi, M. Paoli, A. Moro, T. Marcolin, G. & Di Girolamo, F. G. (2020). **“Impact of sedentarism due to the COVID-19 home confinement on neuromuscular, cardiovascular and metabolic health: Physiological and pathophysiological**

- implications and recommendations for physical and nutritional countermeasures**". European Journal of Sport Science, 1, 1-22.
- Nicola, M. Alsafi, Z. Sohrabi, C. Kerwan, A. Al-Jabir, A. Iosifidis, Ch. Agha, M. and Agha, R. (2020). **"The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19: A review"**. International Journal of Surgery, 78, 185–193.
 - Parnell, D. Bond, A. J. Widdop, P. & Cockayne, D. (2021). **"Football Worlds: Business and networks during COVID-19"**. Soccer & Society, 22(1-2), 19-26.
 - Parnell, D. Widdop, P. Bond, A. & Wilson, R. (2020). **"COVID-19, networks and sport"**. Managing Sport and Leisure, 15, 1-7.
 - Ravalli, S. Musumeci, G. (2020). **"Coronavirus Outbreak in Italy: Physiological Benefitsof Home-Based Exercise during Pandemic"**. Journal of Functional Morphology and Kinesiology, 5(2), 31-39.
 - Singleton, C. Bryson, A. Dolton, P. Reade, J. & Schreyer, D. (2021). **"What Can We Learn About Economics from Sport during Covid-19?"** Available at SSRN 3770193.
 - Wang, Y. Y. Wang, T. D. & Yoon, K. (2021). **"A Methodology for the Sport Industry to Capture Public Perceptions and Responses in the Time of COVID-19Public Perceptions and Responses to Covid-19 for the Sport Industry"**. Journal of Emerging Technologies in Accounting.
 - Ranasinghe, R. (2021). **Restructuring Tourism Industry in the after month of Corona (COVID-19) Pandemic: Sri Lankan Perspective**. Available at SSRN 3763116.
 - Maharani, S., & Ab Rahman, A. (2021). **"Virus Corona Dan Dampaknya Terhadap Pariwisata Halal Dunia"**. Kodifikasia, 15(1).
 - Ondicho, T. G., & Irandu, E. M. (2021). **"Impact of Corona Virus (Covid-19) Pandemic and Implications on Tourism Sector: The Experience in Kenya"**. Journal of African Interdisciplinary Studies, 5(6), 31.

تحلیل روابط ابعاد و شاخص های بازاریابی تحت وب؛ باشگاه های فوتبال ایران و اسپانیا

سمیه حسینی^۱

قاسم رحیمی سرشبادرانی^۲

رسول نظری^۳

 10.22034/SSYS.2022.1985.2407

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۰۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۰۷

هدف اصلی این پژوهش، بررسی بازاریابی تحت وب و ابعاد و شاخص های آن با مقایسه باشگاه های فوتبال ایران و اسپانیا در بازار هدف است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف تحقیق، کاربردی و از لحاظ موضوع و سوالات پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی - پیمایشی می باشد. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه خبره بود. پس از انجام دلفی فازی و غربالگری شاخص ها، از تحلیل MICMAC برای شناسایی روابط شاخص ها استفاده شد. این جدول درجه مطلوبیت و بهینه شدگی دو ماتریس اثرات مستقیم و ماتریس بالقوه مستقیم را نشان می دهد. درجه مطلوبیت ماتریس اثرات بهینه شدگی ۱۰۰ درصد بوده که حاکی از روایی بالای پرسشنامه و پاسخ های مربوط به آن است. در ادامه، انواع روابط و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم و همچنین رتبه و میزان کسب شده متغیرها توسط نرم افزار MICMAC سنجیده شد. بر اساس نتایج به دست آمده از نقشه اثرات مستقیم، تعدادی از شاخص ها از جمله C10، C11 و ... در ماتریس مستقل جای گرفتند. این بدان معناست که این متغیر دارای وابستگی کم و هدایت بالا می باشند. C12، C27 و ... در ماتریس رابط جای گرفتند؛

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

۲- استادیار، مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Rahimi_gh@yahoo.com

۳- دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

● تحلیل روابط ابعاد و شاخص های بازاریابی تحت وب؛ باشگاه های فوتبال ایران و اسپانیا

یعنی این عوامل از وابستگی بالا و قدرت هدایت بالا برخوردار هستند. C28 و... در ماتریس خودمختار جای گرفتند. C23 و... نیز در ماتریس وابسته قرار گرفتند؛ یعنی این شاخص ها دارای وابستگی قوی و هدایت ضعیف هستند و اصولا تاثیرپذیری بالا و تاثیرگذاری کمی روی سیستم دارند.

واژگان کلیدی: بازاریابی تحت وب، باشگاه های ایران و باشگاه های اسپانیا.

مقدمه

بازاریابی اینترنتی از جمله ابزارهای نوینی هست که به تازگی مورد توجه قرار گرفته است. منظور این نوع بازاریابی، فرایند جلب توجه جامعه به یک فرد، موضوع یا برند خاص با استفاده از سایت های اینترنتی است. برنامه های این شیوه از بازاریابی، به طور عام بر ایجاد محتوایی که بتواند ضمن جلب توجه کاربران سایت های اینترنتی، آنها را به اشتراک گذاری محتوای مورد نظر در رسانه های اجتماعی ترغیب کند تمرکز دارند. بدین ترتیب پیام شرکت/سازمان/فرد، در قالب یک زنجیره، از کاربری به کاربر دیگر منتقل می شود (بورناشیوا^۱، ۲۰۱۹).

ویژگی اصلی این زنجیره انتقال پیام، «اعتماد»ی است که افراد قرار گرفته در آن نسبت به هم دارند و در نتیجه، تأثیرگذاری پیام مورد نظر بر جامعه هدف به شکل قابل توجهی افزایش می یابد. این شیوه پیام رسانی و تبلیغاتی غیرمستقیم در برابر تبلیغات سنتی قرار دارد که در آن سازمان ها و افراد سعی می کنند تا پیام خود را به صورت مستقیم به افراد جامعه هدف بقبولانند (بانان^۲، ۲۰۱۸). بنابراین می توان گفت این شیوه بازاریابی بر تبلیغات دهان به دهان و ویروسی مبتنی است (فیشر^۳، ۲۰۱۷). رسانه های اینترنتی، امروزه تبدیل به پلت فرم هایی شده اند که به سادگی در دسترس افراد قرار دارند. رشد شگفت انگیز ظرفیت های اطلاع رسانی اینترنت باعث شده تا آگاهی افراد نسبت به سازمان ها/برندها/ افراد مشهور نسبت به دهه های گذشته به شکل قابل توجهی افزایش یابد و در این میان، برنده کسی است که بتواند از ابزارهای دنیای مجازی که اغلب نیازمند هزینه های هنگفت رسانه های سنتی مانند تلویزیون و مطبوعات هم نیستند، برای بهبود تصویر و شناخته تر ساختن خود و برنامه ها و اهدافش در میان مخاطبان بالقوه و بالفعل مورد نظر بهره برداری کند (گراکا، ۲۰۱۶).

به دلیل رشد روزافزون استفاده از اینترنت، شرکت های تجاری در حال اتصال و استفاده از آنها به عنوان ابزارهای ارتباطی هستند. برخلاف کاربران فردی اینترنت، شرکت ها به طور فعال از اینترنت برای تبلیغات و بازاریابی استفاده می کنند که به اجرای فعالیت های یکپارچه بازاریابی بدون محدودیت زمانی، مکانی و رسانه ای با تلاش و هزینه ای بسیار کمتر و مقرون به صرفه تر از قبل انجام شده است (نیس^۴، ۲۰۱۹).

شبکه های رسانه اجتماعی مصرف کنندگان را قادر می سازند تا به آسانی اطلاعات مربوط به برند را به گونه ای کم هزینه و به موقع جمع آوری کنند و به اشتراک بگذارند. بنابراین، انتشار بازاریابی اینترنتی سرعت می یابد (یانگ^۵ و همکاران، ۲۰۲۱).

در سال های اخیر گسترش این شیوه از تجارت موجب تحول و مردمی تر شدن فضای بازاریابی شده است. بازاریابی اینترنتی و مدل های تجاری حاصل از آن مانند آمازون و eBay در ایالات متحده و جهان، Cdiscount در اروپا، Mercado Libre در آمریکای لاتین، Flipkart در هند، Jumia در آفریقا، Rakuten در ژاپن و Taobao در چین غول های سنتی در سراسر دنیا را متزلزل کرده اند. موفقیت این کسب و کارهای مبتنی بر پلتفرم ناشی از تعداد زیاد فروشندگان کارآفرینی است که در آن مشارکت می کنند و ارزش عظیمی را به واسطه امکان برقراری ارتباط و

1. Burnasheva
2. Banna
3. Fischer
4. Neese
5. Yang

انجام معاملات خلق می کنند که در غیر این صورت رخ نمی دهد. در سال ۲۰۱۹، بهترین پلتفرم های تجارت آنلاین، ۱,۸ تریلیون دلار کالا در سطح جهان فروش داشته اند که این عدد، ۵۳٪ از کل تجارت آنلاین جهان را تشکیل می دهد و در حال حاضر، رشد بالای ۲۳٪ در سال دارند. در ایالات متحده، آمازون به تنهایی ۴۰٪ از فروش تجارت الکترونیک این کشور را تشکیل می دهد و نرخ رشد سالانه ۱۵٪ را در مقایسه با کمتر از ۵٪ از رشد کلی خرده فروشی ایالات متحده تجربه می کند. انتظار می رود با شروع مشارکت اقتصادهای نوظهور در این مدل های تجاری آنلاین و ظهور پلتفرم های خاص صنعت مانند اتسی، ویفر و کرونو ۲۴، این روندهای جهانی به خوبی در دهه آینده ادامه یابند (جیفنگ^۱ و همکاران، ۲۰۲۱).

چالش اصلی برای مدیران، درک مفاهیم بازاریابی اینترنتی به منظور کسب منافع بیشتر آن است. با وجود دغدغه هایی که بازاریابان ورزشی دیگر کشورها در زمینه این مفاهیم و فرصت ها دارند، اطلاعات اندکی در مورد وضعیت به کارگیری بازاریابی اینترنتی و به طور خاص وب سایت باشگاه های فوتبال ایران موجود است، این در حالی است که فوتبال در ایران روز به روز بین اقشار مختلف جامعه رو به گسترش است و به تقریب دوران گذار خود از فوتبال سنتی به دنیای حرفه ای را می گذراند (پناهی فرد، ۱۳۹۰). امروزه فوتبال با داشتن بیش از ۲۰۹ عضو در فدراسیون بین المللی، ۲۷۰ هزار فوتبالیست حرفه ای، ۲۴۵ میلیون بازیکن آماتور و ۳/۴ میلیارد طرفدار، یکی از رایج ترین و محبوب ترین ورزش ها در جهان محسوب می شود و در سال های اخیر، مدارس فوتبال حرفه ای متعددی برای تربیت بازیکنان و جوانان مستعد در سراسر جهان به ویژه کشورهای اروپایی دایر شده که نشان دهنده رشد روزافزون این رشته در بین نوجوانان و جوانان است (پاتس و استوتلار^۲، ۲۰۱۹). با وجود اهمیت روزافزون استفاده از اینترنت در ورزش، تحقیقات آکادمیک اندکی در زمینه وب سایت های ورزشی انجام شده است. تلاش های بازاریابی تحت وب زمانی موفق خواهد بود که وب سایت شرکت با برنامه های بازاریابی ادغام شود. این مطالعه به بررسی محتوای وب سایت های باشگاه فوتبال ایران از دیدگاه بازاریابی و مقایسه آن های باشگاه های اسپانیا پرداخته است. به همین منظور ویژگی های فروش (شامل فروش بلیط، فروش کالا، فروش محصولات مجازی، مهمان نوازی)، ترویجی (شامل تبلیغ حامیان باشگاه، حامیان جدید، ارتباطات عمومی و اجتماعی، حامیان مالی و دیگر محصولات) و ارتباطی (شامل محتوای صوتی، محتوای دیداری، چت، انجمن ها، نظرسنجی ها و مطالعات در مورد مسابقات، خدمات ایمیل، شرط بندی آنلاین) وب سایت های موفق ترین باشگاه های فوتبال ایران با اسپانیا با هم مقایسه خواهد شد. در این تحقیق محقق قصد دارد با توجه به عملکرد باشگاه های حرفه ای کشور اسپانیا، به مقایسه نحوه بازاریابی تحت وب با شرایط مشابه در کشور ایران پردازد و راهکارهایی را ارائه نماید تا بتواند از این فناوری نوین در صنعت بازاریابی به خوبی استفاده کند و باشگاه ها هم بتوانند بهترین شرایط در بازاریابی با استفاده از اینترنت را ایجاد سازند.

امروزه ورزش صنعتی فوق العاده جذاب است؛ صنعتی میلیارد دلاری با رشد ۵۰ درصد در طول یک دهه که به عنوان یکی از ۱۰ صنعت برتر دنیا، به سرعت در حال رشد است. در بین ورزش ها،

1. Jifeng
2. Pitts & Stotlar

فوتبال محبوب ترین و بیش از هر ورزش دیگری درآمد تولید می کند. تورنمنت های مهم فوتبال از قبیل جام جهانی، سود زیادی تولید می کنند و لیگ های حرفه ای فوتبال توجه میلیون ها بیننده را به خود جلب می کنند (روس، جیمز و وارگاس^۱، ۲۰۱۶). با توجه به این ویژگی ها، ورزش در دنیای امروز مورد توجه کشورها و شرکت های بزرگ است و تیم های بزرگ به دنبال این هستند که از طریق روش های بازاریابی و در رقابت با تیم های داخلی و لیگ های خارجی، تماشاگران زیادی را به باشگاه آورند تا سهم بیشتری از رسانه ها را به خود اختصاص دهند و از این طریق درآمد باشگاه ها افزایش پیدا کند. البته از آن جایی که ماهیت ورزش ناپایدار است، مشکل جذب و کسب وفاداری مشتریان مطرح می شود و بازاریابان ورزشی باید اقداماتی در پیش گیرند که حاوی تداعی های منحصر به فرد برای هوادار باشد تا بتواند نه فقط در زمان برد، بلکه در مواقع شکست هم بین تیم و هوادار ارتباط برقرار کند که در این راه اینترنت ابزاری بسیار کارآمد و موثر است (وان^۲، ۲۰۱۹). اینترنت با شکستن بعد مکان، به ابزار مناسبی تبدیل شده است که بدون توجه به مرزهای جغرافیایی به انتقال اطلاعات و داده ها می پردازد. رشد رو به گسترش اینترنت و به تبع آن، توسعه کسب و کارهای الکترونیک در جهان باعث شده تا وب سایت ها از اهمیت بالایی برخوردار شوند و نقش غیرقابل انکاری در برقراری ارتباط الکترونیکی بین سازمان ها و مؤسسات با مشتریان شان پیدا کنند.

بازاریابی اینترنتی به نام «بازاریابی آنلاین»، «بازاریابی وب» و «بازاریابی دیجیتال» نیز شناخته می شود. این عبارات معنای یکسانی دارند و هیچ تفاوتی در اساس آنها وجود ندارد. آغاز بازاریابی اینترنتی به اوایل دهه ۹۰ برمی گردد؛ در آن زمان که گرافیک خیلی پیشرفته نبود، وب سایت ها اطلاعات خود را به صورت متنی در فضای وب قرار می دادند، اما به تدریج گرافیک موجب ایجاد تبلیغات تصویری در اینترنت شد (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۴).

در واقع اینترنت و تجارت الکترونیکی برای شرکت ها و بسیاری از سازمان ها به روش ایجاد درآمد و تعامل با مشتریان، ارائه خدمات و فروش الکترونیکی محصولات تبدیل شده است. امروزه اینترنت عامل تجاری مهمی است که سریعتر از هر فناوری ارتباطی دیگری رشد کرده و بازارهای جهانی را بیشتر از سایر فناوری های رسانه ای متحول کرده است. بازاریابی اینترنتی، بخشی از تجارت الکترونیک است و به مفهوم استفاده از اینترنت و فناوری های دیجیتالی وابسته برای دستیابی به اهداف بازاریابی و حمایت از مفهوم بازاریابی به شکل نوین می باشد. در عمل، بازاریابی اینترنتی شامل استفاده از وب سایت شرکت و ترکیب آن با روش های ترویجی آنلاین است.

-
1. Ross, James & Vargas
 2. Wann

در سال های اخیر استفاده از اینترنت در تجارت و بازرگانی افزایش چشمگیری یافته است (هندرسون و دی کروز^۱، ۲۰۱۹). در واقع بسیاری از مفسران ادعا می کنند که اینترنت هم اکنون منجر به یک دوره جدید در بازاریابی شده است. فناوری اینترنت شرکت ها را قادر می سازد که مشتریان جدید را به تصرف خود درآورند، عملکرد آنها و رفتار برخط (آنلاین^۲) را پیگیری کنند و ارتباطات، محصولات، خدمات و قیمت ها را شخصی سازی کنند. جلو بردن روابط بلند مدت با مشتری، کلیدی برای ثبات در بازارهای به طور فزاینده پویاست؛ این بدین معنی است که رویکرد بازاریابی سنتی دیگر نمی تواند نیازهای عصر اینترنت را برآورده کند (مدسون^۳ و همکاران، ۲۰۱۴).

سها^۴ (۲۰۱۹) در تحقیقی به ارزیابی بازاریابی از طریق وب در باشگاه های ورزشی چندمنظوره انگلستان پرداخت. نتایج نشان داد که وب سایت باشگاه های ورزشی بسیار فعال بوده و به طور معناداری توانسته اند مشتریان زیادی را به همراه منابع درآمدی متفاوت تری نسبت به قبل برای باشگاه فراهم کنند. علاوه بر این، این وب سایت ها بر رضایت مشتریان تاثیر معناداری داشته اند. شانون^۵ (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی صنعت ورزش و شناسایی جایگاه اینترنت در بازاریابی ورزشی پرداخت. به اعتقاد این محقق، علی رغم اینکه صنعت ورزش دوازدهمین صنعت بزرگ در ایالات متحده آمریکا می باشد، ولی برخی از نویسندگان مجبور می شوند تا بررسی های خویش را با عناوین دیگری نظیر کیفیت خدمات، تبلیغات ورزشی و اینترنت ارائه نمایند. نتایج تحقیق نشان داد اگر تبلیغ کالاهای ورزشی به وسیله وب سایت باشگاه ها جذاب باشد، هم آمار مشتریان را بالا می برد و هم گرایشات ورزشی را در بین مردم تقویت می کند. وی در بررسی وب سایت برخی باشگاه های اروپایی مانند بارسلون، رئال مادرید، یوونتوس، بایرن مونیخ و پارسن ژرمن با باشگاه های آسیایی و آفریقایی، تفاوت معناداری را بین وب سایت و بازاریابی اینترنتی باشگاه های اروپایی با باشگاه های آسیایی و آفریقایی گزارش نمود. ماربر^۶، ویلن^۷ و پوسلیوسنی^۸ (۲۰۱۷) در مطالعه ای با عنوان «بررسی ترکیب بازاریابی اینترنتی و ورزش؛ یک مطالعه موردی بر روی تیم یانکی های نیویورک^۹» دریافتند که بازاریابی اینترنتی به طور معناداری موجب درآمدزایی باشگاه ها از طریق فروش بلیط، محصولات و کالاهای باشگاه، دریافت کمک طرفداران، سهولت برقراری ارتباط با طرفداران و مشارکت بیشتر آنها و جذب استعدادهای ورزشی بیشتر باشگاه شده است. وان و گرین^{۱۰} (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی بازاریابی از طریق وب باشگاه های فوتبال اسکاتلند پرداختند. نتایج نشان داد که در وب سایت های ورزشی، کاربران نه تنها به دنبال دریافت راحت اطلاعات هستند،

1. Henderson & D'Cruz
2. online
3. Mdsoon
4. Saha
5. Shanon
6. Marber
7. Wellen
8. Posluszny
9. New York Yankees
10. Won & Green

بلکه به طور فعالی در بیان عقاید خود به طور باز مشارکت می کنند. کانال ها و اتاق های متعددی در وب سایت ها وجود دارند که هواداران ورزشی در آنها به بحث و گفتگو در مورد مسائل مختلف تیم می پردازند.

به کارگیری داده ها و فناوری های دیجیتالی در بازاریابی، چندین مرحله از تحول را تجربه کرده است. هر یک از این مراحل به تحول و تکمیل حیطه و نقش عملکرد بازاریابی کمک کرده اند. شه و مورثی (۲۰۲۱) در بررسی تحقیقات این حوزه و کاربردهای بازاریابی داده محور و فناوری های دیجیتالی در طول زمان به یک شکل نظام مند دست پیدا کردند.

روش شناسی پژوهش

با توجه به اینکه در این پژوهش، پژوهشگر درصدد مطالعه تطبیقی بازاریابی تحت وب باشگاه های فوتبال ایران و اسپانیا با استفاده از مشاهده وب سایت های ورزشی باشگاه های ورزشی و چک لیست بوده است، بنابراین این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت پژوهش از نوع تحقیقات تحلیلی مقایسه ای است و از نظر زمان حال نگر می باشد. همچنین رویکرد اصلی این تحقیق قیاسی است.

خبرگان حوزه وب سایت های ورزشی، جامعه آماری پژوهش را تشکیل می دادند. برخی ویژگی های اصلی برای انتخاب خبرگان بدین شرح است: با مسئله مورد بحث درگیر باشند، اطلاعات مداوم از مسئله را برای همکاری داشته باشند، دارای انگیزه برای شرکت در فرایند تحلیل باشند و احساس کنند اطلاعات حاصل از یک توافق گروهی برای خود آنها نیز ارزشمند خواهد بود. ساعتی (۱۹۹۰) معتقد است تعداد ده نفر از خبرگان برای این نوع از مطالعات کافی است. بنابراین افراد واجد شرایط ذاتاً محدود هستند. در این مطالعه خبره فردی است:

- مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد یا بالاتر داشته باشند.
 - حداقل سابقه ده سال سابقه کاری در حوزه وبسایت های ورزشی داشته باشند.
- بنابراین دایره انتخاب خبرگان بسیار محدود بود. در نتیجه، تعداد ده نفر از افراد واجد شرایط به عنوان نمونه مورد بررسی در این مطالعه انتخاب شدند.

برای نمونه گیری از تکنیک گلوله برفی استفاده شده است. یکی از رویکردهای متداول در نمونه گیری متوالی یا متواتر، نمونه گیری گلوله برفی است. این نوع نمونه گیری، یک روش غیراحتمالی است که حالت انتخاب تصادفی نیز دارد. این روش، زمانی مناسب است که اعضای یک گروه یا جامعه به راحتی قابل مشخص شدن نباشند. در این روش پژوهشگر ابتدا افرادی را شناسایی می کند و پس از دریافت اطلاعات از آنها می خواهد که فرد یا افراد دیگری را به وی معرفی کنند (بابی ۲۰۰۲). این روش همچنین برای شناسایی افراد متخصص در یک زمینه خاص نیز مورد استفاده قرار می گیرد (مکنی و مک کیب، ۲۰۰۸).

محقق پس از انجام مطالعات دامنه دار در زمینه بازاریابی و آمیخته های آن و راه های درآمدزایی باشگاه های حرفه ای در حیطه های فروش، ترویج، بازار هدف و حیطه ارتباطی محقق با هماهنگی اساتید راهنما اقدام به طراحی یک چک لیست جامع پیرامون بازاریابی تحت وب در حیطه های مختلف نمود. مهمترین مشکل در بخش طراحی ابزار چک لیستی بود که با توجه به تفاوت های فرهنگی قابل تفهیم و درک باشد.

چک لیست محقق ساخته

در این پژوهش از چک لیست ارزیابی وب سایت های ورزشی باشگاه های ورزشی استفاده می شود. این چک لیست در چهار حیطه مجزا شامل بازار هدف، ارتباطی، فروش و ترویجی طراحی گردید و سپس جهت بررسی روایی صوری و محتوایی برای ۵ نفر از اساتید مدیریت ورزشی، ۲ استاد رشته اقتصاد و برنامه ریزی، ۱ استاد جامعه شناسی، ۲ استاد مدیریت بازرگانی و ۱ مدیر خبره باشگاه ورزشی (به غیر از ۸ باشگاه مورد بررسی) به همراه توضیح مختصر در مورد اهداف تحقیق ارسال و از ایشان درخواست گردید که با توجه به اهداف در مورد روایی محتوایی چک لیست نظر دهند. با توجه به نظرات ارائه شده، چند گونه تغییر اضافه شد و در نهایت این چک لیست با ۳۰ گویه طراحی و تدوین گردید. روش جمع آوری داده ها با توجه به شروع کرونا به صورت آنلاین از طریق ایمیل و دیگر برنامه های فضای مجازی انجام شد.

یافته های پژوهش

تکنیک دلفی فازی

۳۵۴

برای غربال شاخص ها و شناسایی شاخص های نهایی، از رویکرد دلفی فازی استفاده شد. دیدگاه خبرگان در زمینه میزان اهمیت شاخص ها گردآوری گردید. برای تعیین اهمیت شاخص ها از دیدگاه خبرگان استفاده شد. اگرچه افراد خبره از توانایی های ذهنی خود برای انجام مقایسه ها استفاده می نمایند، اما باید به این نکته توجه داشت که فرآیند سستی کمی سازی دیدگاه افراد، امکان انعکاس سبک تفکر انسانی را به طور کامل ندارد. به عبارت بهتر، استفاده از مجموعه های فازی، سازگاری بیشتری با توضیحات زبانی و بعضاً مبهم انسانی دارد. بنابراین بهتر است که با استفاده از مجموعه های فازی (به کارگیری اعداد فازی) به پیش بینی بلند مدت و تصمیم گیری در دنیای واقعی پرداخت (کارامن و دیگران، ۲۰۰۹). در این مطالعه نیز برای فازی سازی دیدگاه خبرگان از اعداد فازی مثلثی استفاده شد.

در گام بعدی باید میانگین فازی میانگین های فازی نمرات افراد حساب می شد. برای محاسبه میانگین نظرات n پاسخ دهنده، میانگین فازی به صورت زیر محاسبه گردید:

هر عدد فازی مثلثی برای هریک از شاخص ها به صورت زیرنمایش داده شده است:

رابطه (۱)

$$\begin{aligned}\tau_j &= (L_j, M_j, U_j) \\ L_j &= \min(X_{ij}) \\ M_j &= \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n X_{ij}} \\ U_j &= \max(X_{ij})\end{aligned}$$

اندیس i به فرد خبره اشاره دارد. به طوری که:

- τ_j : میانگین فازی معیار j ام
 - X_{ij} : مقدار ارزیابی خبره i ام از معیار j ام
 - L_j : حداقل مقدار ارزیابی ها برای معیار j ام
 - M_j : میانگین هندسی مقدار ارزیابی خبرگان از عملکرد معیار j ام
 - U_j : حداکثر مقدار ارزیابی ها برای معیار j ام
- (چنگ و همکاران، ۲۰۰۹: ۷۶۷-۷۵۶؛ وو و فانگ، ۲۰۱۱: ۵۱؛ سو و چن، ۲۰۱۱: ۲۹۰-۲۷۵).

در واقع این روش های تجميع، روش هایی تجربی هستند که توسط پژوهشگران مختلف ارائه شده‌اند. برای نمونه یک روش مرسوم برای تجميع مجموعه‌ای از اعداد فازی مثلثی را کمینه α و میانگین m و بیشینه u در نظر گرفته‌اند.
رابطه (۲)

$$F_{AGR} = \left(\min\{1, \left\{ \frac{\sum m}{n} \right\}, \max\{u\} \right) \quad (\text{سو}^1 \text{ و همکاران، } 2010)$$

در این مطالعه ما از روش میانگین فازی استفاده کرده‌ایم. میانگین فازی n عدد فازی مثلثی با رابطه ۱ محاسبه شد:
رابطه (۱)

$$\tilde{F}_{AVE} = (L, M, U) = \left(\frac{\sum l_i^k}{n}, \frac{\sum m_i^k}{n}, \frac{\sum u_i^k}{n} \right)$$

که در این رابطه عدد فازی مثلثی $\tilde{F}_i = (l_i^k, m_i^k, u_i^k)$ معادل فازی دیدگاه خبره k ام پیرامون معیار i ام است. میانگین فازی دیدگاه پنل خبرگان برای هریک از شاخص های تحقیق در جدول آمده است.

فازی زدایی مقادیر

برای فازی زدایی از روش مرکز سطح به صورت زیر استفاده شد:
رابطه (۳)

$$DF_{ij} = \frac{[(u_{ij}-l_{ij})+(m_{ij}-l_{ij})]}{3} + l_{ij} \quad (\text{زنگ و تانگ}^2, 1993)$$

راند اول

میانگین فازی و برون داد فازی زدایی شده مقادیر مربوط به شاخص ها در جدول ۱ آمده است. حد آستانه در این تحقیق مقدار ۷ در نظر گرفته شده است. مقدار فازی زدایی شده بزرگتر از ۷ مورد قبول است و هر شاخصی که امتیاز کمتر ۷ داشته باشد، رد می‌شود (وو و فانگ^۳، ۲۰۱۱: ۷۵).

جدول ۱. میانگین فازی و غربالگری فازی شاخص ها (راند یک)

R ^۱	L	M	U	Mean	Crisp	Result
C _۱	۶/۵۸	۷/۵۸	۸/۲۵	(۸/۲۵, ۷/۵۸, ۶/۵۸)	۷/۷۷	پذیرش
C _۲	۶/۹۲	۷/۹۲	۸/۴۲	(۸/۴۲, ۷/۹۲, ۶/۹۲)	۷/۷۵	پذیرش
C _۳	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۲۵	(۸/۲۵, ۷/۵۰, ۶/۵۰)	۷/۴۲	پذیرش
C _۴	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۲۵	(۸/۲۵, ۷/۵۰, ۶/۵۰)	۷/۴۲	پذیرش
C _۵	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۱۷	(۸/۱۷, ۷/۴۲, ۶/۴۲)	۷/۲۸	پذیرش
C _۶	۶/۵۰	۷/۴۲	۷/۹۲	(۷/۹۲, ۷/۴۲, ۶/۵۰)	۷/۱۷	پذیرش
C _۷	۶/۲۵	۷/۲۵	۸/۰۰	(۸, ۷/۲۵, ۶/۲۵)	۷/۷۵	پذیرش
C _۸	۶/۹۲	۷/۹۲	۸/۴۲	(۸/۴۲, ۷/۹۲, ۶/۹۲)	۷/۷۶	پذیرش

1. Hsu et al.
2. Tzeng & Teng
3. Wu & Fang

C9	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۰۸	(۸,۰۸,۷,۵,۶,۵)	۷/۶۱	پذیرش
C10	۶/۷۵	۷/۷۵	۸/۳۳	(۸,۳۳,۷,۷۵,۶,۷۵)	۷/۲۲	پذیرش
C11	۶/۲۵	۷/۲۵	۸/۱۷	(۸,۱۷,۷,۲۵,۶,۲۵)	۷/۰۶	پذیرش
C12	۶/۲۵	۷/۱۷	۸/۷۵	(۷,۷۵,۷,۱۷,۶,۲۵)	۷/۰۸	پذیرش
C13	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۷۵	(۷,۷۵,۷,۲۵,۶,۲۵)	۷/۸۶	پذیرش
C14	۷/۰۰	۸/۰۰	۸/۵۸	(۸,۵۸,۸,۷)	۷/۷۴	پذیرش
C15	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۱۷	(۸,۱۷,۷,۴۲,۶,۴۲)	۷/۲۸	پذیرش
C16	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۹۲	(۷,۹۲,۷,۲۵,۶,۲۵)	۷/۱۷	پذیرش
C17	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۴۲	(۸,۴۲,۷,۵,۶,۵)	۷/۷۵	پذیرش
C18	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۹۲	(۷,۹۲,۷,۲۵,۶,۲۵)	۷/۷۶	پذیرش
C19	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۱۷	(۸,۱۷,۷,۴۲,۶,۴۲)	۷/۶۱	پذیرش
C20	۷/۰۰	۸/۰۰	۸/۶۷	(۸,۶۷,۸,۷)	۷/۲۲	پذیرش
C21	۶,۶۷	۷/۶۷	۸/۴۲	(۸,۴۲,۷,۶۷,۶,۶۷)	۷/۰۶	پذیرش
C22	۶,۸۳	۷/۷۵	۸/۱۷	(۸,۱۷,۷,۷۵,۶,۸۳)	۷/۰۸	پذیرش
C23	۶,۹۲	۷/۹۲	۸/۶۷	(۸,۶۷,۷,۹۲,۶,۹۲)	۷/۸۶	پذیرش
C24	۶,۵۰	۷/۵۰	۸/۴۲	(۸,۴۲,۷,۵,۶,۵)	۷/۴۷	پذیرش
C25	۶,۷۵	۷/۷۵	۸/۲۵	(۸,۲۵,۷,۷۵,۶,۷۵)	۷/۵۸	پذیرش
C26	۶,۹۲	۷/۹۲	۸/۴۲	(۸,۴۲,۷,۹۲,۶,۹۲)	۷/۷۵	پذیرش
C27	۷,۰۰	۸/۰۰	۸/۶۷	(۸,۶۷,۸,۷)	۷/۸۶	پذیرش
C28	۶,۵۰	۷/۵۰	۸/۰۸	(۸,۰۸,۷,۵,۶,۵)	۷/۳۶	پذیرش
C29	۶,۰۸	۷/۰۸	۸/۰۰	(۸,۷,۰,۸,۶,۰۸)	۷/۰۵	پذیرش
C30	۶,۵۸	۷/۵۸	۸/۳۳	(۸,۳۳,۷,۵۸,۶,۵۸)	۷/۵۰	پذیرش

راند دوم

تحلیل دلفی فازی برای شاخص های باقی مانده در راند دوم ادامه پیدا کرد. نتایج حاصل از فازی زدایی عناصر در راند دوم در جدول ۲ گزارش شده است:

جدول ۲. میانگین فازی و غربالگری فازی شاخص ها (راند دو)

R ^۲	L	M	U	mean	Crisp	Result
C1	۷/۰۸	۸/۰۸	۸/۷۵	(۸,۷۵,۸,۰۸,۷,۰۸)	۷/۹۷	پذیرش
C2	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۳۳	(۸,۳۳,۷,۴۲,۶,۴۲)	۷/۳۹	پذیرش
C3	۶/۶۷	۷/۶۷	۸/۵۸	(۸,۵۸,۷,۶۷,۶,۶۷)	۷/۶۴	پذیرش
C4	۶/۸۳	۷/۸۳	۸/۵۰	(۸,۵,۷,۸۳,۶,۸۳)	۷/۷۲	پذیرش
C5	۷/۰۸	۸/۰۸	۸/۷۵	(۸,۷۵,۸,۰۸,۷,۰۸)	۷/۹۷	پذیرش
C6	۶/۷۵	۷/۷۵	۸/۴۲	(۸,۴۲,۷,۷۵,۶,۷۵)	۷/۶۴	پذیرش
C7	۶/۷۵	۷/۷۵	۸/۵۰	(۸,۵,۷,۷۵,۶,۷۵)	۷/۶۷	پذیرش
C8	۶/۸۳	۷/۸۳	۸/۶۷	(۸,۶۷,۷,۸۳,۶,۸۳)	۷/۷۸	پذیرش

C9	۷/۰۸	۸/۰۸	۸/۷۵	(۸,۷۵,۸,۰۸,۷,۰۸)	۷/۹۷	پذیرش
C10	۶/۸۳	۷/۸۳	۸/۵۸	(۸,۵۸,۷,۸۳,۶,۸۳)	۷/۷۵	پذیرش
C11	۷/۲۵	۸/۲۵	۸/۸۳	(۸,۸۳,۸,۲۵,۷,۲۵)	۸/۱۱	پذیرش
C12	۶/۵۸	۷/۵۸	۸/۵۰	(۸,۵۰,۷,۵۸,۶,۵۸)	۷/۵۵	پذیرش
C13	۶/۸۳	۷/۸۳	۸/۶۷	(۸,۶۷,۷,۸۳,۶,۸۳)	۷/۷۸	پذیرش
C14	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۱۷	(۸,۱۷,۷,۴۲,۶,۴۲)	۷/۳۴	پذیرش
C15	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۹۲	(۷,۹۲,۷,۲۵,۶,۲۵)	۷/۱۴	پذیرش
C16	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۴۲	(۸,۴۲,۷,۵۰,۶,۵۰)	۷/۴۷	پذیرش
C17	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۹۲	(۷,۹۲,۷,۲۵,۶,۲۵)	۷/۱۴	پذیرش
C18	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۱۷	(۸,۱۷,۷,۴۲,۶,۴۲)	۷/۳۴	پذیرش
C19	۷/۰۰	۸/۰۰	۸/۶۷	(۸,۶۷,۸,۷)	۷/۸۹	پذیرش
C20	۶/۶۷	۷/۶۷	۸/۴۲	(۸,۴۲,۷,۶۷,۶,۶۷)	۷/۵۹	پذیرش
C21	۶/۸۳	۷/۷۵	۸/۱۷	(۸,۱۷,۷,۷۵,۶,۸۳)	۷/۵۸	پذیرش
C22	۶/۹۲	۷/۹۲	۸/۶۷	(۸,۶۷,۷,۹۲,۶,۹۲)	۷/۸۴	پذیرش
C23	۶/۸۳	۷/۸۳	۸/۶۷	(۸,۶۷,۷,۸۳,۶,۸۳)	۷/۷۸	پذیرش
C24	۷/۰۸	۸/۰۸	۸/۷۵	(۸,۷۵,۸,۰۸,۷,۰۸)	۷/۹۷	پذیرش
C25	۷/۰۸	۸/۰۸	۸/۷۵	(۸,۷۵,۸,۰۸,۷,۰۸)	۷/۹۷	پذیرش
C26	۷/۴۲	۸/۴۲	۸/۸۳	(۸,۸۳,۸,۴۲,۷,۴۲)	۸/۲۲	پذیرش
C27	۷/۴۲	۸/۴۲	۸/۸۳	(۸,۸۳,۸,۴۲,۷,۴۲)	۸/۲۲	پذیرش
C28	۷/۰۸	۸/۰۸	۸/۷۵	(۸,۷۵,۸,۰۸,۷,۰۸)	۷/۹۷	پذیرش
C29	۷/۳۳	۸/۳۳	۸/۸۳	(۸,۸۳,۸,۳۳,۷,۳۳)	۸/۱۶	پذیرش
C30	۶/۹۲	۷/۹۲	۸/۵۸	(۸,۵۸,۷,۹۲,۶,۹۲)	۷/۸۱	پذیرش

پایان راندهای تکنیک دلفی

در دور دوم هیچ سوالی حذف نشد که این خود نشانه‌ای برای پایان راندهای دلفی است. به طور کلی، یک رویکرد برای پایان دلفی آن است که میانگین امتیازات سوالات راند اول و راند دوم باهم مقایسه شوند. در صورتی که اختلاف بین دو مرحله از حد آستانه خیلی کم (۰/۸) کوچکتر باشد، در این صورت فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود (چنگ و لین، ۲۰۰۲؛ نمونه فارسی لطیفی و همکاران، ۱۳۹۷).

تحلیل MICMAC

هدف غایی این پژوهش، تبیین ارتباط شاخص‌های بازاریابی تحت وب است. میانگین امتیازات داده شده توسط افراد به عنوان داده‌های جدول ماتریس در نرم افزار میک مک وارد گردید. در این مرحله، آزمون پایداری از جدول ماتریس گرفته شد که بعد از دو بار به توان رساندن، نرم افزاری پایداری ۱۰۰٪ را نشان داد که از نظر پایداری قابل قبول بود. در نهایت در این مرحله، نقشه ماتریس اثرات مستقیم از نرم افزار استخراج شد.

طبق نتایج نرم افزار درجه پیرشدگی ماتریس ۹۳/۶۷ درصد است که نشان می‌دهد عوامل انتخاب شده تاثیر زیادی بر روی هم گذاشته‌اند. از مجموع ۸۴۳ رابطه قابل ارزیابی در این ماتریس، ۵۷

● تحلیل روابط ابعاد و شاخص های بازاریابی تحت وب؛ باشگاه های فوتبال ایران و اسپانیا

رابطه عددشان صفر بوده که به این معنی است عوامل بر همدیگر تأثیر نگذاشته یا از همدیگر تأثیر نپذیرفته‌اند. ۱۵۲ رابطه، عددشان یک تأثیر کمی نسبت به هم داشته‌اند، ۶۶۶ رابطه، عددشان ۲ بوده است- بدین معنی که رابطه تأثیرگذار نسبتاً قوی داشته‌اند و ۲۵ رابطه، عددشان ۳ بوده است- بدین معنی که روابط عامل‌های کلیدی بسیار زیاد بوده است و از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری زیادی برخوردار بوده‌اند. در نهایت نیز هیچ رابطه، عددشان P گزارش نشد که نشان دهنده روابط فقدان پتانسیلی و غیرمستقیم عامل‌ها بوده است.

جدول ۳. نتایج جمع ماتریس اثرات مستقیم

	مقدار	
	تأثیر پذیری	تأثیر گذاری
۱	۵۱	۴۷
۲	۵۵	۴۷
۳	۵۱	۴۸
۴	۵۴	۵۰
۵	۵۲	۵۳
۶	۶۰	۵۴
۷	۵۱	۵۱
۸	۵۳	۵۶
۹	۴۹	۵۳
۱۰	۵۰	۶۲
۱۱	۴۶	۵۳
۱۲	۴۴	۵۱
۱۳	۵۳	۵۵
۱۴	۵۳	۵۲
۱۵	۴۱	۵۴
۱۶	۵۰	۵۵
۱۷	۵۱	۵۳
۱۸	۵۴	۵۴
۱۹	۵۴	۵۰
۲۰	۵۵	۵۰
۲۱	۵۵	۵۴
۲۲	۵۳	۴۶
۲۳	۵۹	۴۴
۲۴	۵۴	۴۵
۲۵	۵۱	۵۳
۲۶	۵۱	۵۱

۴۷	۵۰	نظرسنجی مجازی از طرفداران در مورد نقاط قوت و ضعف تیم	۲۷
۵۸	۶۰	خدمات ایمیل برای طرفداران	۲۸
۴۹	۵۵	وجود سایت شرط بندی باشگاه	۲۹
۵۵	۵۳	مشاهده مسابقات تیم از طریق وب سایت باشگاه	۳۰
۱۵۵۹	۱۵۵۹	کل	

در ماتریس متقاطع جمع اعداد سطرهای هر متغیر، میزان تاثیرگذاری و جمع ستونی هر متغیر نیز میزان تاثیرپذیری آن متغیر را از متغیرهای دیگر نشان می دهد. ماتریس اثرات مستقیم در جدول ۴ آورده شده است:

جدول ۴. درجه مطلوبیت ماتریس اثرات مستقیم

ITERATION	INFLUENCE	DEPENDENCE
۱	۹۴ %	۸۸ %
۲	۱۰۰ %	۱۰۰ %

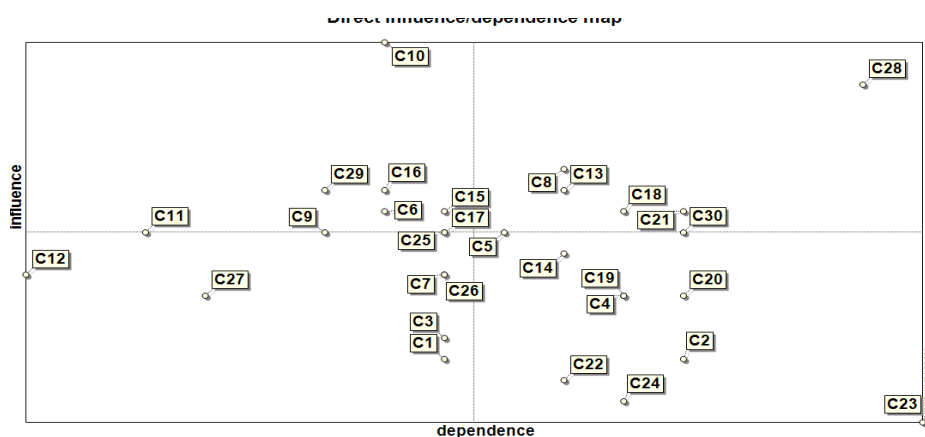
این جدول درجه مطلوبیت و بهینه شدگی دو ماتریس اثرات مستقیم و ماتریس بالقوه مستقیم را نشان می دهد. درجه مطلوبیت ماتریس از اثرات بهینه شدگی ۱۰۰ درصد برخوردار بود که حاکی از روایی بالای پرسشنامه و پاسخهای مربوط به آن است. در ادامه، انواع روابط و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم و همچنین رتبه و میزان کسب شده متغیرها که توسط نرم افزار MICMAC سنجیده شده آمده است:

جدول ۵. تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم

RANK	LABEL	DIRECT INFLUENCE	LABEL	DIRECT DEPENDENCE	LABEL	INDIRECT INFLUENCE	LABEL	INDIRECT DEPENDENCE
۱	C۱۰	۳۹۷	C۲۳	۳۷۸	C۱۰	۳۹۳	C۲۳	۳۷۷
۲	C۲۸	۳۸۴	C۲۸	۳۷۲	C۲۸	۳۸۱	C۲۸	۳۷۱
۳	C۸	۳۵۹	C۲	۳۵۲	C۸	۳۵۸	C۲۰	۳۵۳
۴	C۱۳	۳۵۲	C۲۰	۳۵۲	C۱۶	۳۵۲	C۲۱	۳۵۲
۵	C۱۶	۳۵۲	C۲۱	۳۵۲	C۱۳	۳۵۲	C۳۰	۳۵۱
۶	C۲۹	۳۵۲	C۳۰	۳۵۲	C۲۹	۳۵۱	C۲	۳۵۱
۷	C۶	۳۴۶	C۴	۳۴۶	C۱۵	۳۴۷	C۲۴	۳۴۷
۸	C۱۵	۳۴۶	C۱۸	۳۴۶	C۱۸	۳۴۷	C۱۸	۳۴۶
۹	C۱۸	۳۴۶	C۱۹	۳۴۶	C۲۱	۳۴۶	C۱۹	۳۴۶
۱۰	C۲۱	۳۴۶	C۲۴	۳۴۶	C۶	۳۴۶	C۴	۳۴۵
۱۱	C۵	۳۳۹	C۸	۳۳۹	C۹	۳۴۱	C۲۲	۳۴۲
۱۲	C۹	۳۳۹	C۱۳	۳۳۹	C۲۵	۳۴۰	C۸	۳۴۰
۱۳	C۱۱	۳۳۹	C۱۴	۳۳۹	C۱۱	۳۴۰	C۱۴	۳۳۹
۱۴	C۱۷	۳۳۹	C۲۲	۳۳۹	C۵	۳۴۰	C۱۳	۳۳۸
۱۵	C۲۵	۳۳۹	C۵	۳۳۳	C۱۷	۳۳۹	C۵	۳۳۴
۱۶	C۳۰	۳۳۹	C۱	۳۲۷	C۳۰	۳۳۸	C۲۶	۳۲۹
۱۷	C۱۴	۳۳۳	C۳	۳۲۷	C۱۴	۳۳۳	C۲۵	۳۲۸
۱۸	C۷	۳۲۷	C۷	۳۲۷	C۲۶	۳۲۸	C۱۷	۳۲۷
۱۹	C۱۲	۳۲۷	C۱۵	۳۲۷	C۱۲	۳۲۶	C۳	۳۲۷
۲۰	C۲۶	۳۲۷	C۱۷	۳۲۷	C۷	۳۲۶	C۱۵	۳۲۷
۲۱	C۴	۳۲۰	C۲۵	۳۲۷	C۱۹	۳۲۲	C۱	۳۲۶
۲۲	C۱۹	۳۲۰	C۲۶	۳۲۷	C۲۰	۳۲۰	C۷	۳۲۵
۲۳	C۲۰	۳۲۰	C۶	۳۲۰	C۲۷	۳۲۰	C۱۰	۳۲۱

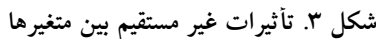
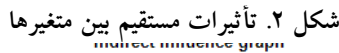
۲۴	C۲۷	۳۲۰	C۱۰	۳۲۰	C۴	۳۱۸	C۱۶	۳۲۰
۲۵	C۳	۳۰۷	C۱۶	۳۲۰	C۳	۳۰۹	C۶	۳۱۹
۲۶	C۱	۳۰۱	C۹	۳۱۴	C۱	۳۰۲	C۶	۳۱۴
۲۷	C۲	۳۰۱	C۲۹	۳۱۴	C۲	۳۰۰	C۹	۳۱۴
۲۸	C۲۲	۲۹۵	C۲۷	۳۰۱	C۲۲	۲۹۶	C۲۷	۲۹۹
۲۹	C۲۴	۲۸۸	C۱۱	۲۹۵	C۲۴	۲۸۹	C۱۱	۲۹۳
۳۰	C۲۳	۲۸۲	C۱۲	۲۸۲	C۲۳	۲۸۳	C۱۲	۲۸۴

بسته به این که جمع مقادیر ماتریسی در کدام ناحیه نمودار قرار بگیرند، می توان پنج دسته متغیر را شناسایی کرد. این نقشه را می توان برای ماتریس اثرات مستقیم، اثرات غیر مستقیم و اثرات احتمالی با همین رویکرد ترسیم کرد.



شکل ۱. نقشه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم عوامل

بر اساس نتایج به دست آمده از نقشه اثرات مستقیم، تعدادی از شاخص ها از جمله C11، C10 و ... در ماتریس مستقل جای گرفت؛ این بدان معناست که این متغیر دارای وابستگی کم و هدایت بالا می باشند. به عبارتی دیگر، تأثیرگذاری بالا و تأثیرپذیری کم از ویژگی های این متغیرهاست. C12، C27 و ... در ماتریس رابط جای گرفتند؛ این یعنی این عوامل از وابستگی بالا و قدرت هدایت بالا برخوردار هستند. به عبارتی، تأثیرگذاری و تأثیرپذیری این معیارها بسیار بالاست و هر تغییر کوچکی بر روی این متغیر باعث تغییرات اساسی در سیستم می شود. C28 و ... در ماتریس خودمختار جای گرفتند. C23 و ... نیز در ماتریس وابسته قرار گرفت که نشان داد این شاخص ها دارای وابستگی قوی و هدایت ضعیف هستند- این متغیرها اصولاً تأثیرپذیری بالا و تأثیرگذاری کمی روی سیستم دارند.



شکل ۲ و ۳ نیز نقشه روابط بین متغیرها را نشان می دهد. بر اساس نتایج به دست آمده از نمودار، برخی شاخص ها تأثیرپذیری بالا و تعداد بیشتری نقش کمتر از جهت روابط قدرتمند دارند. در انتها، با توجه به این که در نقشه ماتریس اثرات مستقیم، محور X میزان تأثیرپذیری و محور Y میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل را نشان می دهند، متغیرهایی که دارای تأثیرگذاری بیشتر و تأثیرپذیری کمتری بودند، به عنوان پیشران های کلیدی انتخاب خواهند شد- پیشران ها تأثیر گذارترین

نیروهای شناخته شده بر روی یک موضوع هستند که در روابط متقابل بین مولفه ها، روندها و قابلیت جهت دادن و تغییر جهت را دارند. روشن است که فقط یک خوانش رسمی واحد از نتایج میک مک وجود ندارد و تفکرات متفاوت یا تفاسیر جدیدی را در طول زمان به خصوص در زمینه سناریوها شاهد هستیم.

بحث و نتیجه گیری

طراحی موفق و مؤثر وب سایت و حفظ این موقعیت به مسئله ای بسیار پیچیده در دنیای تجارت الکترونیک تبدیل شده است و موفقیت در این رقابت، یعنی کسب قدرت در اینترنت به عنوان ابزار بازاریابی، روز به روز ضروری تر می شود. در واقع، وب سایت صحنه عملکرد ارتباط با مشتری و محمل تعامل و معامله با مشتریان تحت وب است. هدف اصلی سایت، جذب کاربران اینترنت به خود، ارتباط با بازارهای هدف و همچنین نمایندگی نام تجاری سازمان یا شرکت است. بیشتر سازمان های ورزشی از وب سایت خود به عنوان یک ابزار بازاریابی برای رسیدن به اهداف تجاری استفاده می کنند. قلمرو جهانی وب به سازمان های ورزشی فرصتی برای برقراری ارتباط با هواداران می دهد و در نتیجه هزینه کمتر در تبلیغات را به دنبال دارد. باشگاه های فوتبال نیز از اینترنت به عنوان یک ابزار بازاریابی بهره می برند که از طریق آن می توانند با هواداران ارتباط برقرار کنند و محصولات و خدمات خود را بفروشند. در همین راستا پژوهش حاضر با هدف مطالعه تطبیقی بازاریابی تحت وب باشگاه های فوتبال ایران و اسپانیا انجام گرفت. در پاسخ به سوال اول مشخص شد که تفاوت معنی داری بین بازاریابی تحت وب باشگاه های فوتبال ایران و اسپانیا در زمینه بازار هدف وجود دارد. مقایسه میانگین مشاهده شده نشان داد که این مقدار برای باشگاه های فوتبال اسپانیا بالاتر از حد متوسط است. این مقدار برای باشگاه های ایران کمتر از حد متوسط گزارش شد. این یافته با نتایج تحقیق حیدری و شریفی (۱۳۹۱) همخوانی دارد. آنها در مقایسه بازاریابی تحت وب باشگاه های فوتبال ایران، انگلستان و یونان نشان دادند که به طور معناداری در تمامی حیطه های فروش، ترویج، و ارتباطی در بازاریابی تحت وب باشگاه های فوتبال ایران با باشگاه های فوتبال انگلستان و یونان تفاوت وجود داشت. همچنین دیگر نتایج نشان داد که مدیران باشگاه های فوتبال ایرانی بسیاری از مسائل اساسی را که اینترنت به عنوان ابزار بازاریابی می تواند ارائه دهد، نادیده می گیرند در سال های اخیر، رشد محبوبیت و گسترش استفاده از رسانه های اجتماعی مبتنی بر وب، در بین افراد در جوامع مدرن، توجه محققان و فعالان این رشته را به یافتن روش هایی برای انتفاع از مزایای این رسانه جلب نموده است. رسانه های اجتماعی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، توانسته اند به خوبی در زندگی مردم جا باز کنند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از رویه های اجتماعی متفاوت و از فاصله های بسیار دور در دنیای واقعی، در رسانه های اجتماعی کنار هم آمده اند. بر این اساس و با توجه نتایج این یافته، از نظر محقق به دلیل فراهم بودن چنین بستری در فضای مجازی، شرکت بیمه مورد مطالعه می تواند از این رسانه های برای ایجاد تعهد مشتریان بهره گیرد و از آن به عنوان یک شیوه تبلیغاتی کم هزینه استفاده کند.

نتایج در این زمینه محدود به ایران نیست و تحقیقات متعددی در این مورد در خارج از ایران هم با توجه به اهمیت آن صورت گرفته است. ساها (۲۰۱۹) در تحقیقی به ارزیابی بازاریابی از طریق وب در باشگاه های ورزشی چندمنظوره انگلستان پرداخت. نتایج نشان داد که وب سایت باشگاه های ورزشی بسیار فعال بوده و به طور معناداری توانسته اند مشتریان زیادی را به همراه منابع درآمدی

متفاوت تری نسبت به قبل برای باشگاه فراهم کنند. علاوه بر این، این وب سایت ها بر رضایت مشتریان تاثیر معناداری داشته اند. شانون (۲۰۱۸) در بررسی صنعت ورزش و شناسایی جایگاه اینترنت در بازاریابی ورزشی نشان داد اگر تبلیغ کالاهای ورزشی به وسیله وب سایت باشگاه ها جذاب باشد، هم آمار مشتریان را بالا می برد و هم گرایشات ورزشی را در بین مردم تقویت می کند. وی در بررسی وب سایت برخی باشگاه های اروپایی مانند بارسلون، رئال مادرید، یوونتوس، بایرن مونیخ و پارسن ژرمن با باشگاه های آسیایی و آفریقایی، تفاوت معناداری را بین وب سایت و بازاریابی اینترنتی باشگاه های اروپایی با باشگاه های آسیایی و آفریقایی گزارش نمود. ماربر، ویلن و پوسلیوسنی (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی ترکیب بازاریابی اینترنتی و ورزش؛ یک مطالعه موردی بر روی تیم یانکی های نیویورک» دریافتند که بازاریابی اینترنتی به طور معناداری موجب درآمدزایی باشگاه ها از طریق فروش بلیط، محصولات و کالاهای باشگاه، دریافت کمک طرفداران، سهولت برقراری با طرفداران و مشارکت بیشتر آنها و جذب استعداد های ورزشی بیشتر به باشگاه شده است. رشد شگفت انگیز ظرفیت های اطلاع رسانی اینترنت، باعث شده تا آگاهی افراد نسبت به سازمان ها/ برندها/ افراد مشهور نسبت به دهه های گذشته به شکل قابل توجهی افزایش یابد و در این میان، برنده کسی است که بتواند از ابزار های دنیای مجازی که اغلب نیازمند هزینه های هنگفت رسانه های سنتی مانند تلویزیون و مطبوعات هم نیستند، برای بهبود تصویر و شناخته تر ساختن خود و برنامه ها و اهدافش در میان مخاطبان بالقوه و بالفعل مورد نظر، بهره برداری کند. بازاریابی الکترونیکی به دلیل فراهم کردن ارتباط آسان سازمان با سازمان های دیگر و مصرف کنندگان باعث افزایش سهم بازار یک محصول یا خدمت در بازار می گردد. نتایج مطالعات پیشین نشان می دهد به کارگیری اینترنت در فرایندهای سازمانی تاثیر مثبتی در دسترسی به اطلاعات و توسعه شبکه کسب و کار در بازار و بهبود عملکرد شرکت دارد (مورگان و توماس^۱، ۲۰۲۰). یکی از عوامل بسیار با اهمیت و مهم در موفقیت سازمان ها، وجود اینترنت است که بر عملکرد سازمان ها و نحوه و چگونگی پیاده سازی بازاریابی الکترونیکی با هدف ارتباط موثر با مشتریان نقش مهم موثری دارد. نظرسنجی گوگل حاکی از آن است که ۹۰ درصد از تعاملات ما با رسانه ها، در حال حاضر از طریق صفحات نمایش^۲ تلفن های هوشمند، تبلت، لپ تاپ و تلویزیون تسهیل شده است. صفحات نمایش به یک ضرورت در زندگی ما تبدیل شده اند؛ به طوری که روزانه بالغ بر ۴ ساعت از اوقات فراغت خود را صرف استفاده از صفحات نمایش ابزار های چند رسانه ای به طور متوالی و همزمان می کنیم. اینترنت مبنای اصلی پشت صحنه این تعاملات صفحه نمایش پایه^۳ بوده است. از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ ترافیک اینترنت جهانی ۷۰ برابر شده است؛ به طوری که در حال حاضر از هر ۱۰ نفر، ۷ نفر در جهان به اینترنت متصل هستند. بر اساس پیش بینی سیسکو^۴، شاهد جهش ۱۰ برابری در ترافیک اینترنت جهانی تا سال ۲۰۱۹ خواهیم بود که از طریق اتصال بیش از ۱۱ میلیارد نفر کاربر با تلفن های همراه محقق می شود. با چنین دسترسی عظیمی به تلفن های همراه و قابلیت اتصال آنها با یکدیگر، شکل رفتار مشتریان دگرگون شده است. بیشتر مشتریان در زمان خرید از فروشگاه ها برای مقایسه قیمت بررسی محصول از طریق تلفن های همراه خود جستجو می کنند. موتور

1. Morgan & Thomas
2. Screens
3. Screens-based interactions
4. Cisco

جستجوگر گوگل نشان می دهد که از هر ۱۰ کاربر گوشی های هوشمند، ۸ کاربر در آمریکا در زمان خرید از فروشگاه ها جستجو می کنند. حتی در زمان تماشای تبلیغات تلویزیونی بیش از ۵۰ درصد از مخاطبان در اندونزی با تلفن های همراه جستجو می کنند- این روندی است که مشتریان را در سطح جهان تحت تاثیر قرار داده است. همچنین محصولات مشتق شده اینترنت امکان شفافیت ایجاد می کنند. شبکه های اجتماعی مانند توییتر و اینستاگرام مشتریان را قادر می سازند تا تجربیات خود را به اشتراک بگذارند. (کاتلر، فلیپ و همکاران، ۲۰۱۷) همان طوری که در بیان مسئله تحقیق بیان شد، میزان کاربران اینترنت در سال ۲۰۱۹ به بیش از ۴/۳ میلیارد کاربر در جهان رسیده و رتبه ۱۶ ایران در بین کشور های مطرح در زمینه اینترنت با بیش از ۶۲ میلیون کاربر- که در نوع خود کم سابقه است- بازاریابی دیجیتال را با تغییر و تحولات فراوانی روبه رو خواهد کرد. بنابراین نیاز به تحقیق و شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه بازاریابی دیجیتال بیش از پیش احساس می شود.

یکی از فوائد مهم استفاده از اینترنت در تجارت، کاهش عملیات بازرگانی است و موجب ۲۱ تا ۷۰ درصد صرفه جویی در هزینه های فعالیت های مختلف تجاری می شود. در چنین فضایی باشگاه های ورزشی ایران ناگزیر باید افق نگرش خود را به فراتر از شیوه های سنتی گسترش دهند و اگر به هر علت نتوانند به این موج شتابان و فراگیر بپیوندند، در آینده ای نه چندان دور، در صحنه رقابت بین المللی به حاشیه رانده خواهد شد و بسیاری از فرصت های کسب و کار را به سود دیگران از دست خواهد داد. آلبرجت معتقد است که اینترنت و شبکه های دیجیتالی ما را ناگزیر کرده است تا الگوهای سنتی کسب و کار و بازاریابی را مورد تجدید نظر قرار دهیم و شالوده آنها را مجدداً مورد بررسی قرار دهیم. به گزارش شرکت تحقیقات بازار فارستر، تا سال ۲۰۲۱ هزینه های دیجیتال مارکتینگ در آمریکا به ۱۲۰ میلیارد دلار در سال خواهد رسید. جای تعجب نیست که کمپانی هایی نظیر گوگل، فیس بوک و آمازون، بی وقفه در حال جمع آوری اطلاعاتی در مورد کاربران خود هستند. با این حال، حدود ۵۰ درصد از ترافیک آگهی های تبلیغاتی توسط بات ها تولید می شود. برندها دائماً مبلغ هنگفتی روی بخش بازاریابی خود سرمایه گذاری می کنند، اما هیچ تضمینی وجود ندارد که این هزینه ها به افزایش فروش آن ها منجر شود. در هر حال، بازاریابی اسیر یک سرنوشت محتوم نیست. این سناریو زمانی تغییر می کند که شرک تنها بتوانند مشتریان خود را به صورت انفرادی هدف قرار دهند. در حال حاضر، شبکه جهانی اینترنت به گسترده ترین و پیچیده ترین رسانه ارتباطی در جهان تبدیل شده است. این مجموعه عظیم از اسناد و صفحات اینترنتی، دسترسی به دامنه وسیعی از اسناد، اطلاعات و محصولات را فراهم کرده است. در دنیای کنونی بسیاری از شرکت ها برای بازاریابی و فروش محصولات خود از تجارت الکترونیک استفاده می کنند. این شرکت ها به این نتیجه رسیده اند که برای بازاریابی و فروش محصولات خود می توانند اقدام به ایجاد یک وب سایت نمایند. مدیران این شرکت ها دریافته اند که بازاریابی و فروش محصولات از طریق اینترنت بسیار ساده تر از روش های سنتی کسب و کار است، زیرا به وقت کمتری نیاز دارد و هزینه آن نیز بسیار کمتر است. محیط دیجیتال به مصرف کنندگان کمک می کند تا با فراهم کردن انتخاب گسترده، ارزیابی اطلاعات، دقت و مقایسه کالاها زمان کمتری را صرف تصمیم گیری نمایند.

منابع

- پناهی فرد، محمد. (۱۳۹۰). «فوتبال در بن بست خصوصی سازی». بازار بین الملل. ۳(۱۲)، صص ۳۶-۳۹.
- حیدری، لیلا و شریفیان، اسماعیل. (۱۳۹۱). «مقایسه بازاریابی تحت وب باشگاه های فوتبال ایران، انگلستان و یونان». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۳، صص ۱۳۱-۱۴۶.
- یوسفی، بهرام؛ طاهری، حمیدرضا و شجاعی، وحید. (۱۳۹۴). «بررسی وضعیت بازاریابی ورزشی از طریق اینترنت در ایران با تاکید بر عناصر (4P)». مجله اقتصاد. شماره ۲۲، سال ۲.
- Burnasheva, R., Suh, Y. G., & Villalobos-Moron, K. (2019). **“Sense of community and social identity effect on brand love: Based on the online communities of a luxury fashion brands”**. Journal of Global Fashion Marketing, 10(1), 50-65. <https://doi.org/10.1080/20932685.2018.1558087>.
- Cheng, C. H., & Lin, Y. (2002). **“Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation”**. European journal of operational research, 142(1), 174-186.
- Cheng, Jao-Hong; Chih-Ming Lee; Chih-Huei, Tang. (2009). **“An Application of Fuzzy Delphi and Fuzzy AHP on Evaluating Wafer Supplier in Semiconductor Industry”**. Wseas transactions on information science and applications, Vol 6, PP 756-767.
- Chien, C.-F., Lin, K.-Y., & Yu, A. P.-I. (2014). **“User-experience of tablet operating system: An experimental investigation of Windows 8, iOS 6, and Android 4.2”**. Computers & Industrial Engineering, 73, 75-84. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2014.04.015>.
- Chiu, C. L., Wang, Q., Ho, H.-C., Zhang, J., & Zhao, F. (2019). **“Metrosexual trend in facial care products: Analysis of factors that influence young Chinese men purchasing intention”**. Journal of Global Fashion Marketing, 1-21. <https://doi.org/10.1080/20932685.2019.1639527>.
- Denish Shah and Murthi, B.P.S. (2021). **“Marketing in a data-driven digital world: Implications for the role and scope of marketing”**. Journal of Business Research,
- El Banna, A., Papadopoulos, N., Murphy, S. A., Rod, M., & Rojas-Mendez, J. I. (2018). **“Ethnic identity, consumer ethnocentrism, and purchase intentions among bi-cultural ethnic consumers: “Divided loyalties” or “dual allegiance?”** Journal of Business Research, 82, 310-319. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.010>.
- Fischer, P. M., & Zeugner-Roth, K. P. (2017). **“Disentangling country-of-origin effects: The interplay of product ethnicity, national identity, and consumer ethnocentrism”**. Marketing Letters, 28(2), 189-204. <https://doi.org/10.1007/s11002-016-9400-7>.
- Graca, J., Calheiros, M. M., & Oliveira, A. (2016). **“Situating moral disengagement: Motivated reasoning in meat consumption and substitution”**. Personality and Individual Differences, 90, 353-364. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.11.042>. [org/10.1007/s11002-015-9360-3](https://doi.org/10.1007/s11002-015-9360-3).

- Hsu, P. F., & Chen, B. Y. (2007). **“Developing and implementing a selection model for bedding chain retail store franchisee using Delphi and fuzzy AHP”**. *Quality & Quantity*, 41(2), 275-290.
- Hsu, Yu-Lung; Cheng-Haw Lee, Kreng, V.B. (2010). **“The application of Fuzzy Delphi Method and Fuzzy AHP in lubricant regenerative technology selection”**. *Expert Systems with Applications*, Vol. 37, PP. 419-425.
- Jifeng Mu & Jonathan Z. Zhang. (2021). **“Seller marketing capability, brand reputation, and consumer journeys on e-commerce platforms”**. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
<https://doi.org/10.1007/s11747-021-00773-3>.
- Kahraman, Cengiz. (2009). **“Fuzzy Multi-Criteria Decision Making: Theory and Applications with Recent Developments Front Cover”**. Volume 16 of Springer optimization and its applications, ISSN 1931-6828.
- Kimmel, A. J., & Kitchen, P. J. (2014). **“WOM and social media: Presaging future directions for research and practice”**. *Journal of Marketing Communications*, 20(1-2), 5-20.
<https://doi.org/10.1080/13527266.2013.797730>.
- King, R. A., Racherla, P., & Bush, V. D. (2014). **“What we know and don't know about online word-of-mouth: A review and synthesis of the literature”**. *Journal of Interactive Marketing*, 28(3), 167-183.
<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2014.02.001>.
- Martin-Consuegra, D., Faraoni, M., Diaz, E., & Ranfagni, S. (2018). **“Exploring relationships among brand credibility, purchase intention and social media for fashion brands: A conditional mediation model”**. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(3), 237-251.
<https://doi.org/10.1080/20932685.2018.1461020>.
- Neese, W. T., Foxx, W., & Eppler, D. B. (2019). **“The effectiveness of comparative advertising in the US automobile market influenced by consumer ethnocentrism, industryspecific personal characteristics, and foreign versus domestic brand ownership”**. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 29(1), 114-128.
<https://doi.org/10.1080/21639159.2018.1552528>
- Wu, Chih-Hung; Fang, Wen-Chang. (2011). **“Combining the Fuzzy Analytic Hierarchy Process and the fuzzy Delphi method for developing critical competences of electronic commerce professional managers”**. *Qual Quant*, Vol. 45, PP. 751-768.
- Yang Sun, Hector Gonzalez-Jimenez and Shenghui, Wang. (2021). **“Examining the relationships between e-WOM, consumer ethnocentrism and brand equity”**. *Journal of Business Research*.

تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش میانجی تبلیغات ویروسی

یعقوب بدری آذرین^۱

فاطمه عبدوی^۲

ماهرخ دهقانی^۳

ایوب بهتاج^۴

 10.22034/SSYS.2022.1652.2158

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۹/۰۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۰۶

راهبردهای بازاریابی، مجموعه‌ای از ابزارهای قابل کنترل بازاریابی است که شرکت آنها را در هم می‌آمیزد تا پاسخگوی بازار هدف باشد. هدف از انجام پژوهش حاضر، تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش میانجی تبلیغات ویروسی می‌باشد. پژوهش حاضر بر اساس هدف، از نوع بنیادی و روش انجام آن ترکیبی (کیفی و کمی) از نوع اکتشافی و توصیفی-پیمایشی بود که داده‌های آن به صورت کتابخانه‌ای-میدانی جمع‌آوری گردید. جامعه آماری این مطالعه شامل دو بخش بود که از طریق روش نمونه‌گیری گلوله برفی و بر اساس مصاحبه‌های عمیق داده‌های تحقیق به دست آمد. با ۱۵ نفر از خبرگان صنعت

۱- دانشیار، گروه آموزشی مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Badriazarin@gmail.com

۲- دانشیار، گروه آموزشی مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۳- استادیار، گروه رفتار حرکتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

۴- دانشجوی دکتری، گروه آموزشی مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

● تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش

میانجی تبلیغات و ویروسی

کالاهای ورزشی مصاحبه به عمل آمد و طی آن مهم‌ترین شاخص‌های موثر در الگوی راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند استخراج گردید. بر اساس نظریه داده بنیاد و با رویکرد کلاسیک گلیزر و استرواسی، داده‌ها مورد کدگذاری و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش دوم پژوهش، پرسشنامه در بین ۳۸۴ نفر از مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی توزیع گردید و برای تعیین میزان اهمیت نسبی متغیرهای مدل و تحلیل نتایج، از روش تحلیل اکتشافی و تاییدی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم افزار SPSS و SMARTPLS3 در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام گرفت.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که راهبردهای بازاریابی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی تاثیرگذار است. مقدار آماره t مربوط به مسیرها از ۱/۹۶ بزرگتر است و می‌توان گفت که مسیر مربوطه در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. بنابراین، راهبرد بازاریابی بر تبلیغات و ویروسی با مقدار آماره $t=۷/۶۳$ ، تبلیغات و ویروسی بر وفاداری برند با مقدار آماره $t=۸/۷۵$ و راهبرد بازاریابی بر وفاداری برند با مقدار آماره $t=۱۵/۵۰$ تاثیرگذار است.

واژگان کلیدی: راهبرد بازاریابی، برند، کالای ورزشی، وفاداری و تبلیغات و ویروسی.

مقدمه

در دهه اخیر صنعت ورزش دوران جدید و تازه‌ای را تجربه می‌نماید؛ به طوری که ورزش به عنوان یک بخش اقتصادی در تولید کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصاد ملی کشورها به شمار می‌آید. صنعت ورزش با تغییرات اقتصادی ترکیب شده و نیاز به متخصصان ورزشی را برای تمرکز راهبردهای بازاریابی ایجاد کرده است، اما دستیابی به درآمدهای اقتصادی و رقابت در بازارهای ملی و بین‌المللی و ورزش بدون شک در گرو به کارگیری روش‌های علمی و نوین بازاریابی می‌باشد (سلیمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۳). از این رو، در بخش ورزش امروز که عصر برندهاست، شرکت‌هایی موفق اند که در قالب برنامه‌ای جامع انتظارات ذینفعان مختلف خود را شناسایی نمایند و با برنامه‌ریزی دقیق در حوزه برندسازی، این انتظارات را در شرایطی برتر از رقبا برآورده نمایند (بهنام، ۱۳۹۳: ۱۸۱). یکی از مهمترین جاهایی که در آن یک برند که به خوبی طراحی و تعریف شده می‌تواند ارزش‌ها و مزایای خود را به خوبی نشان دهد، زمانی است که راهبرد بازاریابی برند شکل می‌گیرد و تعریف می‌شود. مدیریت راهبردی برند به عنوان یکی از مهم‌ترین برنامه‌های هر شرکت که در آن کلیه سطوح شرکت از نقش قابل ملاحظه‌ای برخوردارند، راهکار مناسبی برای تحقق انتظارات ذینفعان به شمار می‌رود؛ به گونه‌ای که بعضاً بی‌توجهی به آن با برندسوزی‌ها و البته فرصت‌سوزی‌های جبران‌ناپذیری همراه خواهد بود. پس از تحلیل دقیق نیازهای ذینفعان، باید هویت مناسبی برای برند در نظر گرفته شود و پس از تدوین راهبرد برندمحور، اقدامات لازم جهت اجرای راهبردها و ارتقای عملکرد شرکت در تحقق انتظارات ذینفعان فراهم گردد (کنلی و توحی، ۲۰۱۴: ۴۱۵). بازاریابی در سیر تکامل خود در مرحله‌ای قرار دارد که بازاریابان تنها در اندیشه یافتن مشتریان جدید نیستند. امروزه هدف از بازاریابی، مدیریت تقاضا از طریق رشد و سوق دادن مشتری تا حد بلوغ در نردبان وفاداری به سازمان‌هاست. امروزه فقط جلب رضایت‌مندی مشتریان کافی نیست و شرکت‌ها نباید تنها به این موضوع بسنده کنند، بلکه آنها باید مطمئن شوند که مشتریان آنها وفادار هستند. بنابراین شرکت‌ها همواره باید ناظر و مراقب تعامل بین خود و مشتریان‌شان باشند و با شناخت و درک صحیح نیازها و ارزش‌های مدنظر مشتریان، کالاها و خدمات با ارزشی را به آنان ارائه کنند تا با جلب رضایت‌مندی، در آنها وفاداری ایجاد کنند و از این طریق از تغییر جهت آنها به سمت شرکت‌های دیگر جلوگیری نمایند. در این راستا راهبردهای بازاریابی یکی از موفق‌ترین رویکردهاست. راهبردهای بازاریابی، مجموعه‌ای از ابزارهای قابل کنترل بازاریابی است که شرکت آنها را در هم می‌آمیزد تا پاسخگوی بازارهدف باشد. علی‌رغم آنچه گفته شد، مشتری تا زمانی وفادار خواهد ماند که احساس کند ارزش بهتری را در مقایسه با آنچه که او می‌توانست با تغییر موضع به سوی عرضه‌کننده دیگر کسب نماید، دریافت نماید. بنابراین، مشتری همواره کالا یا خدماتی را از شرکتی می‌خرد که اعتقاد دارد بیشترین ارزش را به او ارائه خواهد کرد (شریف‌نیا و همکاران، ۱۳۹۶: ۸). از نظر فیلیپو^(۲۰۱۹) مولفه اصلی بازاریابی راهبردی، توجه به بازار هدف برای ایجاد ارزش برای هریک از بازیگران بازار است. بازار هدف با پنج عامل کلیدی تعریف شده است: مشتریان هدف، ذی‌نفعان، شرکت، رقبا و زمینه یا محیط بازار. این پنج عامل تعیین‌کننده بازار هدف است که اغلب «پنج سی» نامیده می‌شوند. دو جزء کلیدی برای ایجاد ارزش برای هریک از بازیگران بازار هدف، راهبرد و تاکتیک هستند. همچنین بازاریابی راهبردی را مکانیزم فرموله کردن راهبرد و برنامه ریزی بلندمدت

برای اجرای راهبرد دانسته‌اند که شامل سه بخش آنالیز راهبردی (بررسی محیط داخلی و خارجی و بررسی خواست مشتری)، فرموله کردن (هدف‌گیری موقعیت‌یابی محصولات، برندینگ، توسعه محصول نوآوری و ارتباطات) و اجرای (اجرا و کنترل برنامه راهبردی) آن می‌شود (انسف و همکاران^۱، ۲۰۱۹). برای موفقیت در صنعت ورزش، بازاریابی ورزشی و به کارگیری آن ضروری است. درک بازار با برنامه‌ریزی و اتخاذ راهبردهای مناسب جهت وفادار کردن مشتریان و افزایش وفاداری آنها، منافع بلندمدت برای شرکت‌های کالاهای ورزشی می‌باشد. تلاش برای تعریف وفاداری بیش از آنچه تصور می‌شود، مشکل است. مشکل اصلی، تشخیص این نکته است که آیا وفاداری یک متغیر رفتاری یا متغیر مربوط به نگرش است. وفاداری مشتری نوعی تعهد عمیق و درونی است که منجر به خرید مجدد یا استفاده مجدد از یک محصول یا خدمت خاص می‌شود. با وجود این، اثرات موقعیتی و پیشنهادها برای بازاریابی به صورت بالقوه بر روی تغییر رفتار مشتری در حال تأثیرگذاری می‌باشند. این موضوع به شدت مورد بحث می‌باشد که آیا شرکت‌های کالاهای ورزشی باید برای خریداران وفادار بر روی ساختن رابطه و ایجاد صمیمیت سرمایه‌گذاری نمایند یا خیر. ایجاد چنین رابطه و صمیمیت نیز منجر به اوج رسانی میزان این وفاداری خواهد شد. مفهوم وفاداری در مشتری و ایجاد مشتریان وفادار در چارچوب کسب و کار به صورت «ایجاد تعهد در مشتری برای انجام معامله با سازمان خاص و خرید کالاها و خدمات به طور مکرر» توصیف می‌شود (ندوبیسی^۲، ۲۰۱۴: ۳۲). تبلیغات، نقش بسیار مهم و موثری در میزان فروش و سود و ضرر یک شرکت بازی می‌کند و اساساً نقش حیاتی در روند کاری یک شرکت تولیدکننده و یا خدماتی دارد. در دوره ای که ما زندگی می‌کنیم تبلیغات، طیف گسترده‌ای را در بر گرفته و روش‌های ارائه آن بسیار متنوع و اغلب بسیار خلاقانه می‌باشد. بنابراین از تبلیغات و ویروسی به عنوان نقش میانجی در این تحقیق استفاده شده است. تبلیغات و ویروسی، نوعی ارتباط مصرف‌کننده- مصرف‌کننده است، در حالی که تبلیغات سنتی نوعی ارتباط بازاریاب- مصرف‌کننده می‌باشد. بازاریابان معتقدند اگر پیام تبلیغاتی توسط یک دوست یا یکی از اعضای شبکه اجتماعی توصیه شود به احتمال زیاد مورد استقبال قرار می‌گیرد (سوسگیت و همکاران^۳، ۲۰۱۰). تبلیغات و ویروسی به عنوان یکی از روش‌های کارا و اثربخش که می‌تواند سبب ایجاد آگاهی، علاقه، آزمایش و پذیرش محصول شود، پدیدار شد. تبلیغات و ویروسی عبارت است از: انتقال داوطلبانه پیام تحریک‌آمیز یک برند از فردی به فرد دیگر به منظور تحت تأثیر قرار دادن یا متقاعد کردن بیننده پیام جهت انتقال آن به دیگران از طریق اینترنت. تبلیغات و ویروسی از پتانسیل بسیار بالایی برخوردار است؛ چون اول این که هزینه نسبتاً ناچیزی برای شرکت‌ها به همراه دارد، دوم اینکه بیننده می‌تواند هر چند بار که مایل باشد پیام تبلیغاتی را ببیند، سوم اینکه مشتری می‌تواند با منبع پیام تعامل داشته و در مورد پیام اظهارنظر کند، چهارم اینکه از اعتبار و قدرت تأثیرگذاری بیشتری نسبت به سایر تبلیغات رسانه ای برخوردار است و پنجم اینکه هدف‌گیری مؤثرتری دارد- چون ارسال کننده پیام، دوستان و اطرافیانش را بهتر می‌شناسد و به علاقه‌مندان آگاه است و بهتر می‌داند چه کسانی از پیام استقبال می‌کنند. مهم‌ترین مزیت تبلیغ و ویروسی این است که به وسیله اینترنت از تبلیغ دهان به دهان به صورت اهرمی استفاده می‌کند. در واقع تبلیغ و ویروسی همان تبلیغات دهان به دهان می‌باشد که در

1. Ansoff
2. Ndubisi
3. Subramani and Rajagopalan

محیط اینترنتی انجام می‌شود (فرگوسون^۱، ۲۰۰۸: ۱۷۶). اکلر و راجرز^۲ (۲۰۱۰) تبلیغات ویروسی را زیرمجموعه‌ای از بازاریابی ویروسی می‌دانند. بازاریابی ویروسی همانند بازاریابی سنتی دربردارنده اجزای آمیخته بازاریابی (محصول، قیمت، ترفیع و توزیع) می‌باشد، ولی تبلیغات ویروسی یکی از اجزای ترفیع است. علت ویروسی نامیدن این نوع تبلیغ این است که وقتی چنین پیامی در ابتدا برای گروه اولیه ارسال می‌شود به علت جذابیتش افراد را وادار می‌کند پیام دریافتی را برای سایر دوستان، همکاران یا اطرافیان خود ارسال کنند و آنها نیز به همین ترتیب برای سایرین ارسال می‌کنند. چنین پیامی مانند یک ویروس در مدت زمان کوتاهی تکثیر و منتشر می‌شود. در نتیجه، تبلیغات نه تنها باعث جلب توجه اولیه و مشوق خرید است، در یادآوری برند و ماندگاری آن در ذهن و سبد خرید مشتری تأثیر جدی دارد. همچنین تحقیقات نشان داده است که تبلیغ می‌تواند اعتماد به برند و تمایل به برند را به سطح بالاتر یعنی وفاداری به برند ارتقا ببخشد (پراجاپاتی و همکاران^۳، ۲۰۱۷: ۴۰۲).

از میان تحقیقات مرتبط با این تحقیق می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: نظریان (۱۳۹۹) تحقیقی با عنوان «ارائه چارچوب تحلیل سیستماتیک فرایند تولید تا مصرف کالاهای ورزشی ایرانی» انجام داده است. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل تعیین‌کننده در رونق بخشی بازار محصولات ورزشی ایرانی به حوزه خاصی مانند سیستم تولید، بازاریابی یا فرهنگ مصرف‌کنندگان محدود نیست، بلکه در فرایند تولید تا مصرف جاری است و هر مرحله نیازمند راهبردی ویژه است. ایمان‌پور و سیدعامری (۱۳۹۸) به ارائه مدل و رتبه‌بندی عوامل راهبرد بازاریابی امکان ورزشی شمال غرب کشور پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که با توجه به دگرگونی‌ها و چالش‌ها، شرکت‌ها و سازمان‌هایی می‌توانند در آینده موفق باشند که دارای دیدگاه بازاریابی بسیار قوی باشند. برای دستیابی به چنین بازاریابی باید عواملی از قبیل مدیریت، محیط، راهبرد، بخش بندی بازار هدف و موقعیت را به عنوان عوامل موثر مد نظر قرار دارد. ابراهیمی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی رابطه بین شخصیت برند با وفاداری طرفداران تیم‌های فوتبال پرداختند. نتایج نشان داد که بین شخصیت برند با وفاداری طرفداران رابطه معنی‌دار و مستقیمی وجود دارد و هر دو بعد شخصیت برند (شایستگی و هیجان) تأثیر مثبت و معنی‌داری بر وفاداری به برند دارند. فخری (۱۳۹۶) در پژوهش «طراحی مدل عوامل موثر بر سهم محصولات ورزشی در تجارت خارجی کشور در مقایسه با محصولات داخلی» گزارش کرد که عوامل مدیریتی ساختاری، عوامل فنی و علمی، آمیخته بازاریابی، حمایت‌های دولت و سایر به ترتیب بر سهم محصولات ورزشی در تجارت خارجی کشور موثرند. چارچوب بندی تخصصی صنعت ورزش از منظر ماهیت بخش‌ها به صورت تولیدات، خدمات، تجارت و فناوری بیشترین انطباق را با واقعیت‌های بازار ورزش کشور دارد. یافته‌های تحقیق ایرانمنش و شریفیان (۱۳۹۳) نشان داد عوامل کیفیت پوشاک، مدل و نام تجاری پوشاک ورزشی از دیگر عوامل وفاداری به نام تجاری اهمیت بیشتری داشتند. همچنین بین بیشتر مؤلفه‌های وفاداری به نام تجاری رابطه‌ای معنی دار و مثبت وجود دارد. علوی و نجفی سیاه‌رودی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «نقش وفاداری به

-
1. Ferguson
 2. Eckler, P. and Rodgers
 3. Prajapati

● تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش

میانجی تبلیغات و ویروسی

برند در میان عشق به برند و هواداری از برند» به این نتیجه رسیدند که عشق به برند بر وفاداری و هواداری و گفته‌های مثبت مشتری نسبت به برند تأثیر معناداری دارد، ولی وفاداری و هواداری تأثیر مثبتی بر گفته‌های مثبت مشتری نسبت به برند نداشتند. یانگ^۱ (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان «بررسی روابط بین تبلیغات و ویروسی بر وفاداری، رضایت مصرف‌کننده و ارزش ویژه برند» انجام داده است. یافته‌ها نشان می‌دهند که اثرات مثبت و منفی تبلیغات و ویروسی بر ارزش ویژه برند بدون توجه به منشأ برند سازگار است. به طور شگفت‌انگیز، مصرف‌کنندگان تأثیر مثبتی بر وفاداری برند برای مارک‌های داخلی دارند، اما تأثیری منفی بر وفاداری برند برای برند های خارجی ندارد. چادهری^۲ (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «عشق به برند: داستان یا واقعیت» انجام داد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که مصرف‌کنندگان راضی‌تر تمایل بیشتری به تبلیغات دهان به دهان در مورد برندها نشان می‌دهند. همچنین بین عشق به برند، وفاداری و تبلیغات رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. گاکویا و انژیو^۳ (۲۰۱۸) به بررسی تأثیر راهبرد تمایز بر وفاداری مشتریان شرکت های داروسازی پرداختند و نتایج نشان داد که کلیه سنجه‌های راهبرد تمایز بر وفاداری مشتری در بین شرکت های دارویی در شهرستان نایروبی کشور کنیا تأثیر گذاشته است. بدین ترتیب، در مطالعات انجام گرفته به طراحی مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی با رویکرد ترکیبی به طور مستقیم پرداخته نشده است. اهمیت و ضرورت این پژوهش از دو نظر است:

۱- در محیط تجاری کنونی تبلیغات و ویروسی مسیری مطمئن برای دستیابی به مزیت رقابتی برای شرکت های کالاهای ورزشی می باشد، زیرا که به وسیله تبلیغات می‌توان روی اعتقادات، تصور و گرایش مصرف‌کنندگان اثر قدرتمندی را بر جای گذاشت و رفتار خرید آنان را در جهت دلخواه تقویت کرد. مشتریان حتی پس از خرید کالا، تبلیغات آن را دنبال و برای تأیید انتخاب خود به آن رجوع می‌کنند.

۲- این تحقیق با استفاده از روش کیفی به شناسایی راهبردهای بازاریابی پرداخته و راهبردهای مناسب برای شرکت ها، سازمان‌ها و بازاریابان مشخص نموده است تا بتوانند بر اساس آن مسیر درست در جهت به دست آوردن وفاداری مصرف‌کنندگان را به کالاهای خود به دست آورند. بنابراین سوال اصلی تحقیق این است:

راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند با نقش میانجی‌گری تبلیغات و ویروسی در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی تأثیرگذار هستند یا خیر؟

روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر از رویکرد آمیخته متشکل از دو بخش کمی و کیفی استفاده شده است و با اتکا به داده‌های کیفی گردآوری شده، محقق درصدد آن است که مدلی نوین و بومی به منظور شناسایی و استخراج راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی ارائه نماید. در نتیجه به دنبال پوشش خلا نظری موجود برای آن

1. yang

2. Chaudhary

3. Gakuya & Njue

است. پژوهش حاضر از نظر نوع نتیجه، پژوهش بنیادی است، زیرا پژوهشگر در آن با استفاده از روش تئوری داده بنیاد، به دنبال ارائه مدلی جدید در عرصه وفاداری مصرف کننده است. همچنین، این پژوهش از نظر هدف، اکتشافی و به علت اینکه داده‌های مورد نیاز این پژوهش با استفاده از مصاحبه‌های ساختاریافته جمع‌آوری شده است، از نظر نوع داده مورد استفاده، کیفی محسوب می‌شود (گلایزر و استرواس^۱ ۲۰۱۲). پژوهش در فاز اول در چارچوب کیفی و با به کارگیری روش نظریه داده بنیاد با رویکرد کلاسیک گلایزر و استرواس کوبین انجام گرفته است. در این روش، تحلیل‌ها با «کدگذاری باز» (شناسایی مفاهیم، مشخصه‌ها و ابعاد) آغاز شده، با «کدگذاری محوری» (بررسی شرایط، راهبردها و پیامدها) ادامه یافته و با «کدگذاری انتخابی» (شکل دادن نظریه حول یک مقوله) ادامه پیدا کرده و در مرحله بعدی توسط نرم‌افزار MAXQDA تحلیل داده‌های کیفی انجام شده است (کرسول، ۲۰۰۳). راهبرد نمونه‌گیری در رویکرد کیفی از نوع غیر تصادفی و به صورت گلوله برفی است. در روش نمونه‌گیری گلوله برفی که جزو روش‌های نمونه‌گیری هدفمند قرار می‌گیرد، برای اجرای نمونه‌گیری ابتدا فهرستی از خبرگان و متخصصان شامل تهیه و سپس با آنها مصاحبه عمیق برگزار شد. پس از اتمام هر مصاحبه، از افراد خواسته شد که سایر خبرگان را به پژوهشگر معرفی کنند. این کار تا زمانی ادامه یافت که پژوهشگر به نقطه اشباع رسید؛ جایی که داده‌های جدید جمع‌آوری‌شده با داده‌هایی که قبلاً جمع‌آوری شدند، تفاوتی نداشت و به هم شبیه بودند. در نهایت، با ۱۵ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. در مرحله کمی پژوهش، با استفاده از داده‌های میدانی گردآوری شده و با به کارگیری کمی تحلیل آماری، مدل مفهومی به دست آمده از راهبرد نظریه داده بنیاد در مرحله نخست بررسی و ارزیابی گردید. روش پژوهش در این بخش از نوع توصیفی-پیمایشی است. همچنین راهبرد نمونه‌گیری در رویکرد کمی، به صورت تصادفی است. در بخش کمی پژوهش، جامعه آماری مشتمل بر مصرف کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی می‌باشد. جامعه آماری مدنظر از نوع نامحدود محسوب می‌شود. برای تعیین حجم نمونه، برخی ممکن است از قاعده سرانگشتی یعنی به ازای هر متغیر ۱۰ واحد نمونه یا به ازای هر متغیر ۲۰ واحد نمونه استفاده شود. با توجه به نهایی شدن مرحله کیفی و ائه مدل استخراج شده در این بخش، پرسشنامه مرتبط تدوین شد. پرسشنامه‌ای حاصل از نتایج تحلیل‌های کیفی انجام شده در بین پنج نفر از خبرگان در حوزه بازاریابی ورزش و برندینگ توزیع گردید که روایی سوالات پرسشنامه توسط آنان به تایید رسید. در این تحقیق با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب، پایایی ابزار مورد بررسی قرار گرفت. مقدار آلفای کرونباخ همه مولفه‌ها بالاتر از ۰/۷ و مورد تایید بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌های کمی از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در سطح توصیفی از مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و در سطح استنباطی بهره‌گیری شد و با توجه به ماهیت موضوع و متغیرهای تحقیق روابط بین متغیرها با استفاده از روش معادلات ساختاری (SEM) بررسی گردید و مدل علی مورد نظر مورد مطالعه و آزمون قرار گرفت. در فرآیند تجزیه و تحلیل آماری از نرم افزارهای آماری SPSS و PLS استفاده شد.

شیوه کدگذاری داده‌های کیفی

در این تحقیق، براساس کدگذاری اولیه، باز و محوری و گزینش با توجه به شاخص‌های مرتبط تبلیغات و ویروسی و راهبردهای بازاریابی و وفاداری به برند به طراحی مدل در این زمینه پرداخته

● تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش

میانجی تبلیغات و ویروسی

شد. گفتنی است که فرآیند جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها در این روش تحقیق به صورت همزمان بوده است. جمع‌آوری داده‌ها تا جایی ادامه پیدا کرد که محقق در داده‌ها به مرز اشباع برسد و مفاهیم مرتبط با پدیده راهبردها، وفاداری به برند و تبلیغات و ویروسی در صنعت برندسازی کالاهای ورزشی که توسط مصاحبه‌شوندگان مختلف مطرح شده‌اند، تکراری شده و مطلب جدیدی به مدل اضافه نشود. تحلیل جزئی داده‌ها، سوال کردن و تحلیل مقایسه‌ای روش‌های اصلی تحلیل در تئوری برخاسته از داده‌ها هستند. برای توسعه مدل در صنعت ورزش، محقق به شکل مداوم و هدفمند طی فرآیند تحلیل داده‌ها بین کدگذاری باز و محوری حرکت کرده است. در ابتدای کدگذاری انتخابی، مقوله‌ها، مقوله‌های فرعی و ارتباط آنها یکپارچه شده‌اند. برای انجام کدگذاری باز، پس از پیاده نمودن مصاحبه‌ها از روی فایل‌های صوتی ضبط شده و یادداشت‌های حین مصاحبه، جداولی به جهت سهولت کدگذاری طراحی گردید. عنوان ستون اول به نام فرد مصاحبه‌شونده بود که پس از اینکه همه مصاحبه‌ها در جدول مربوط وارد و کدهای اولیه به آن‌ها اختصاص داده شدند، فرایند کدگذاری نهایی انجام گرفت. کدهایی انتخاب شدند که جامع‌تر و دارای بیان شفاف‌تر و شیواتری باشند. از آنجا که کدگذاری اولیه بر اساس کلمات اصلی مصاحبه‌شوندگان انتخاب شده بود، لذا در کدگذاری از مفاهیم شناخته شده استفاده شد. گفتنی است که کدهای مورد نظر بارها و بارها پس از بازخوانی تغییر پیدا کردند و سعی شد کدهایی انتخاب گردد که علاوه بر نزدیک بودن محتوایی و مفهومی به متن مصاحبه، دارای شیوایی و رسایی کامل در انتقال مفهوم و نزدیک به ادبیات و مفاهیم تحقیق باشند. پس از انجام کدگذاری باز و تعیین مفاهیم و مقولات، محققان با مقولاتی مواجه بودند که می‌بایست ارتباط آنها را با یکدیگر در پرتو داده‌های واقعی مشخص کنند. این اقدام در مرحله کدگذاری محوری صورت گرفته است. گفتنی است که برای تایید مجموعه روابط با ویژگی‌های مرتبط با یک مقوله، روابط و ویژگی‌ها را باید چندین بار در داده‌ها مشاهده کرد- گرچه شکل آنها ممکن است متفاوت باشد. محقق با بازخوانی‌های مکرر، انجام کدگذاری‌های مورد نظر با نرم افزار و یکی کردن مفاهیم مشترک به روابط و مشابهت خاص آنها پی می‌برد.

یافته‌های پژوهش

در فاز اول (پژوهش کیفی) برای بهبود فرآیند طبقه‌بندی کدها در قالب مقوله‌ها از ابزار مقایسه‌ای نظری اشتراوس، کوربین و گلیزر استفاده گردید. بر این اساس، کدهای مستخرج نهایی در قالب ۱۲۱ مفهوم، ۳۴ مقوله و ۱۲ محور اصلی دسته‌بندی شدند. مقوله‌هایی که در مراحل ابتدایی مورد تجزیه و تحلیل واقع شدند، دیدگاه‌ها، تفکرات و ایده‌هایی را در ذهن محقق ایجاد کردند تا در سوال‌ها و مصاحبه‌های بعدی مطرح کند و با انجام این مصاحبه‌ها و تحلیل داده‌ها، محقق دیدگاه و درک عمیق‌تری پیرامون تجربه مصاحبه‌شوندگان به دست آورد. سپس بین مقوله‌ها و ویژگی‌های شناسایی شده در مرحله اولیه کدگذاری باز، حرکت رفت و برگشتی انجام شد. مفاهیم جدیدی که در مصاحبه‌های جدید شناسایی شدند به مقوله‌های شناسایی شده اضافه گردیدند تا زمانی که مقوله‌ها و مقوله‌های فرعی مختلف شکل گرفتند. دسته‌بندی و انتخاب مقولات و محورها با همکاری خبرگان حوزه ورزش و برندینگ انجام شد. هر کدام از خبرگان به طور مستقل این کار را به انجام رساندند. پس از آن محقق با جمع‌بندی نظرات آن‌ها اقدام به نهایی نمودن موارد کرد. کدهایی که از لحاظ مفهومی قرابت و شباهت بیشتری به هم داشتند، در کنار هم برای ساختن مفاهیم و مقولات مربوطه قرار گرفتند و طی چندین مرحله این کارها به انجام رسید تا سرانجام به دسته‌بندی نهایی مقولات انجامید. در این دسته‌بندی و انتخاب مقولات و محورها از نظر سه‌تن از خبرگان در حوزه

برندینگ در صنعت ورزش استفاده شد و هرکدام به صورت مستقل این کار را به انجام رساندند. پس از آن محقق با جمع بندی نظرات به نهایی کردن موارد اقدام نمود. بر این اساس، مفاهیم و مقوله‌ها و محورهای کلی شناسایی شد و حول این محورها شکل گرفت. جدول ۱ کدهای نهایی استخراج شده از مصاحبه‌ها را به طور کامل نشان می‌دهد:

جدول ۱. کدگذاری نهایی استخراج شده از داده‌های کیفی

مفاهیم	مقوله	محور
بیان نمودن ویژگی‌های محصول/خدمت به طور دقیق در پیام، کاربردی بودن محصول/خدمت در پیام، وجود برنامه‌ریزی راهبردی در شرکت، ترسیم چشم‌انداز شرکت داشتن نقشه راه، داشتن تفکر بلند مدت و کوتاه مدت، داشتن الگوی تعالی سازمانی، پاسخگو بودن، انجام خصوصی سازی در شرکت به معنای واقعی، قدمت شرکت، تخصصی بودن و به روز نمودن ساختارهای مدیریتی	زیرساخت‌ها	
انتخاب مزیت، خصیصه‌ها، مولفه‌های عینیه محصول درون‌مایه‌ای و ذاتی، بودن تبلیغ، ایجاد واکنش، احساسی در مخاطب ایجاد حس، کنجکاوی، انگیزه داشتن، برای کسب آگاهی بیشتر در مورد تبلیغ، فراتر رفتن از قواعد و شخصیت محصول	قدرت برانگیختگی	
تبلیغات به داشتن نام برند زیبا و مناسب، یکسان سازی ظواهر و نمادها وجود کتابچه برند در شرکت، زیبا و مناسب بودن آرم و لوگوی شرکت، تبلیغات هنرمندانه، افتخارات شرکت را به مشتری نشان دادن، چاپ در سر برگ، ملموس بودن خدمات بیمه از طریق نمادها ارائه خدمات متناسب با نیاز، پاسخگویی به رسانه‌ها و افکار عمومی، پاسخگو بودن به ارباب رجوع	قدرت برندسازی	مرتبط بودن تبلیغات با محصول
• در دسترس بودن داشتن محصول قابل اعتماد، صداقت داشتن، ارزش گذاشتن به مشتری حفظ استقامت، امنیت، اجتناب از پاسخ‌های تکراری و فرمول‌بندی شده	اعتماد و اطمینان	
• واقعی بودن و اجتناب از شک برانگیزی، استفاده از اعتبار مشتریان، اجتماع، و قابا، مشاهده بودن، ایجاد نقاط قوت و حضور در رسانه‌های اجتماع، انعطاف‌پذیری و دسترس‌های مختلف، ارسال تصاویر و ویدئوهایی به مشتریان، اطلاع رسانی اخبار و اطلاعیه‌های جدید	باورپذیری	

● تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی

وفاداری شناختی	نگرش ذهنی	● قیمت (ارزش)، خدمات، فضا، کیفیت محصول، انتخاب و تسهیلات، منحصر به فرد بودن تداعیات برند، جوهری جایگاه سازی برند، ارائه مزیت رقابت، ارائه هدف با ایده خوب، ویژگی‌ها، وعده‌های ذهنی، محصول بازشناسی و به یاد آوری برند، نیازهای شخصی، تعلق گروه، زمینه‌ها و بستر ارایه پیام عامل ترغیب کننده
وفاداری عاطفی	نگرش ادراکی	جلب توجه، تناوب و تکرار، شدت، رنگ و حرکت، جایگاه و محل قرار گیری، تفکیک، فرصت سازماندهی ارائه پیام، تضاد و انتظارات، جذابیت، حجم اطلاعات، ایجاد و برقراری ارتباط بین کالا و مصرف کننده، راهبرد اتصال و ایجاد نگرش مثبت، توجه به عواطف و احساسات مخاطبان، زبان تبلیغاتی، باکلاس بودن، جذاب و خیره کننده بودن، زیبا بودن، خوش رو و ملیح بودن، لطیف و ملایم بودن تعریف، مشتریان
راهبرد بازاریابی یکسان	دیدگاه یکپارچه	● گذرابودن مزیت اقدامات و ارائه یک نوع محصول یکسان برای هر قشری شرکت محصولات و خدمات مشابه، استفاده از یکپارچه‌سازی رو به عقب برای بازارهای مختلف که شرکت خود درگیر فعالیت‌هایی مثل تأمین مواد خام، تجهیزات، میزان تجانس، بازارها، یکپارچه‌سازی رویه‌ها: تولیدکننده خود مستقیماً در فرآیندهایی مثل توزیع و غیره ارائه خدمات متناسب با نیاز همه مشتریان نیست، شرکت تمایل به ارائه محصولات و خدمات با قیمت و کیفیت مشابه برای تمام مشتریان دارد، اهمیت نداشتن تفاوت نیازها و اطلاعات مشتریان در ارائه محصولات و خدمات شرکت
راهبرد بازاریابی تمرکزی	تخصیص مناسب و هماهنگ نمودن منابع	منابع شرکت بسیار محدود بوده و نبود اجازه پوشش کل بازار، جلب مشارکت و نظر مساعدت تمام افراد درگیر در اجرای برنامه‌ها، جلب تعهد و حمایت مدیران برای اجرای درست برنامه‌ها، کنترل و تحلیل نتایج بازاریابی، اختصاص مؤثر منابع بازاریابی در شرکت محصولات و خدمات منحصر به فردی، متخصص بودن شرکت با ارائه تعداد محدودی از محصولات در تولید محصولات خاص، هدف قرار دادن شرکت بخش‌های خاص و محدودی از بازار
موقعیت کالا در مراحل مختلف نوآوری	موقعیت کالا در مراحل مختلف نوآوری	● تولید کردن کالای جدیدی را برای عرضه در قسمت مشخصی از بازار، میزان توانایی شرکت در تولید هوش بازاریابی و سیکل عمر کالاها تولید محصول جدید در بخشی از بازار، طبقه‌بندی و انتخاب افراد هدف، محور بودن مشتری، رفتارشناسی افراد در یک حوزه، الزام شناخت رفتار مشتری

دسته‌بندی کردن تشابه و تفاوت خریداران در بازار، دسته‌بندی جمعیت‌شناختی یعنی بازار هدف بر اساس شاخصه‌هایی جمعیتی مثل سن، جنسیت، میزان تحصیلات، شغل، سطح درآمد، دسته‌بندی جغرافیایی یعنی بازار هدف را طبق مکانی که مشتریان در آن حضور دارند (کشور، شهر یا منطقه)، دسته‌بندی روانشناختی یعنی مشتریان را بر اساس فاکتورهای روانی مثل تیپ‌های شخصیتی، ارزش‌ها، اعتقادات و سبک زندگی، دسته‌بندی رفتاری مشتریان بر اساس عادات و انگیزه‌هایی که در خرید به دور از ویژگی‌های شخصیتی یا اعتقادی	بخش‌بندی	روانشناختی یعنی مشتریان را بر اساس فاکتورهای روانی مثل تیپ‌های شخصیتی، ارزش‌ها، اعتقادات و سبک زندگی، دسته‌بندی رفتاری مشتریان بر اساس عادات و انگیزه‌هایی که در خرید به دور از ویژگی‌های شخصیتی یا اعتقادی
اندازه و پتانسیل رشد، میزان دسترسی به مشتریان، میزان رقابت	هدف‌گیری	داشتن هویت برند، فرهنگ و ارزش برند، در اختیارداشتن منابع (بودجه، دانش و تخصص، نیروی انسانی)، پاسخ دادن محصول به چه نیازهایی، حفظ جایگاه شرکت به عنوان یک سازمان نوآور، حفظ سهم بازار ترفیع بر اساس علم بازاریابی (متناسب با خرده فرهنگ ها، ...) حضور در نمایشگاه‌ها، ایفای مسئولیت اجتماعی، مشارکت در امور تبلیغات فراگیر (تبلیغات در همه رسانه ها)
تبلیغات دهان به دهان شفاهی، تبلیغات، توجه به توصیه دوستانه در محیطی، دوستانه نسبت به یک برند خاص، هنگامی که در محیط و تبلیغات منفی رقبا قرار می‌گیرید و احتمال خرید	شیوه تبلیغات	تبلیغات دهان به دهان شفاهی، تبلیغات، توجه به توصیه دوستانه در محیطی، دوستانه نسبت به یک برند خاص، هنگامی که در محیط و تبلیغات منفی رقبا قرار می‌گیرید و احتمال خرید
تبلیغات محیطی، تبلیغاتی در فضای آزاد، اعم از شهری و برون شهری بیلبردها، تلویزیون های شهری، استفاده از بیلبردهای تبلیغاتی جذابیت طرح بصری حضور محلی کارآیی رسانه قوانین محدودکننده پراکندگی جغرافیایی قابلیت مشاهده،	رسانه سستی	تبلیغات محیطی، تبلیغاتی در فضای آزاد، اعم از شهری و برون شهری بیلبردها، تلویزیون های شهری، استفاده از بیلبردهای تبلیغاتی جذابیت طرح بصری حضور محلی کارآیی رسانه قوانین محدودکننده پراکندگی جغرافیایی قابلیت مشاهده،
خسته شدن مصرف کنندگان از آگهی های دیجیتال و بازگشت به برگه های چاپی، و احساس لمس کردن و پایداری، استفاده از مجله، روزنامه قراردادن تبلیغ در مرکز مجله ای بزرگ یا کاور پشت روزنامه به معنای در معرض دید میلیون ها نفر، تبلیغ در بروشورها، جزوه ها و برگه های کوچک، تبلیغات تلویزیون تبلیغات روزنامه و رادیو	رسانه نوین	خسته شدن مصرف کنندگان از آگهی های دیجیتال و بازگشت به برگه های چاپی، و احساس لمس کردن و پایداری، استفاده از مجله، روزنامه قراردادن تبلیغ در مرکز مجله ای بزرگ یا کاور پشت روزنامه به معنای در معرض دید میلیون ها نفر، تبلیغ در بروشورها، جزوه ها و برگه های کوچک، تبلیغات تلویزیون تبلیغات روزنامه و رادیو
داشتن علم و مهارت تبلیغاتی، تشابه، نرمی در گفتار، شناخت اصول هنری و طراحی، مهارت هنری و طراحی، جذابیت، محبوبیت تبلیغ خلاق و مبدع بودن مدیریت و ساماندهی تبلیغات، داشتن سیر تبلیغاتی، نگاه فرآیندمحوری به جای مسله محوری	تخصصی بودن پیام	داشتن علم و مهارت تبلیغاتی، تشابه، نرمی در گفتار، شناخت اصول هنری و طراحی، مهارت هنری و طراحی، جذابیت، محبوبیت تبلیغ خلاق و مبدع بودن مدیریت و ساماندهی تبلیغات، داشتن سیر تبلیغاتی، نگاه فرآیندمحوری به جای مسله محوری

اعتماد و اعتبارپذیری پیام

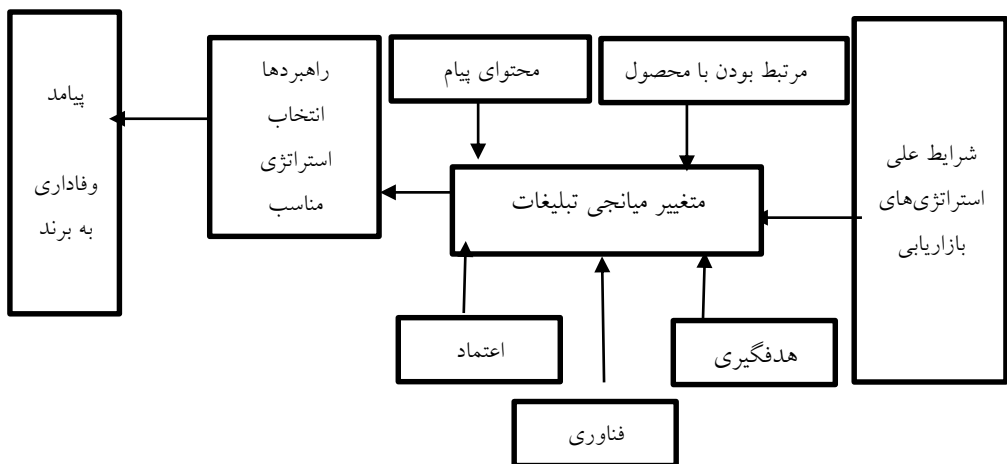
تخصصی بودن پیام

میانجی تبلیغات و ویروسی

منابع و معتبر بودن پیام	مورد اعتماد بودن منبع فرستنده پیام، برخورداری از منابع مالی، توان کنترل مخاطب (اعمال پاداش و تنبیه)، جایگاه اجتماعی، دسترسی به منابع قدرتمند
گسترده‌گی انتقال پیام	قابل اعتماد بودن، هماهنگی در گفتار و کردار (فاعل به فعل بودن)، صداقت خیرخواهی ترتیب ارائه پیام، تکرار پیام (استمرار تبلیغات)، تنوع تکرار زمان و مکان ارائه پیام، احترام، مخاطب محور بودن، ارائه ی به صورت غیرمستقیم، الگو سازی در پیام، امید بخش بودن پیام، تبدیل کردن موضوع به دغدغه ذهنی مخاطب، فرصت مررد شدن (تامل) به مخاطب
رسالت	سطح دسترسی به مخاطبان، شناسایی افراد با نفوذ در شبکه های اجتماعی و انتقال پیام از طریق آنها، انتخاب دقیق جامعه هدف
هدف‌گیری صحیح	داشتن اهداف بلند، داشتن راهبرد شفاف و روشن برای آینده سازمان، دادن جهت به تبلیغات تصمیمات صریح و روشن
جهت‌گیری راهبردی	دستیابی به توافق حتی در موضوعات دشوار، دیدگاه های مشترک، انگیزه و هیجان در کار
توسعه قابلیت‌ها	نرخ جذب مشتری جدید، نرخ نگهداری مشتریان فعلی، نرخ تکرار خرید، نرخ رضایت مشتریان. نرخ وفاداری مشتریان، هزینه های ارائه خدمات، نرخ سفارش، پاسخ بازار به کالای جدید، میزان نظرات دریافت شده از مشتری
مدیریت ارتباط با مشتری	مشارکت فعالانه، همکاری مناسب، پاسخگویی، تعامل مناسب، رفتار مناسب، سهولت خرید، برخورد صادقانه، استفاده از نظرات مشتریان، تحویل به موقع، احساس مسئولیت در قبال مشتری، تداوم خدمات، ارتباط متقابل، انطباق با نیازهای مشتری.
مدیریت دانش	تشویق کردن کارکنان برای پیدا کردن راه های جایگزین برای تخصص های موجود، حمایت کردن از پیشنهادهای مرتبط با کار در سازمان، استفاده کردن از دانش موجود جهت توسعه دانش جدید در سازمان.
قدرت منطق انتقال پیام	دلپذیری های شخصی.. پیام‌های دارای کیفیت و به صرفه، محصولات و خدمات کارا.
قدرت بیان محتوای پیام	قدرت بیان فرد توصیه کننده، نحوه بیان فرد توصیه کننده، تسلط فرد توصیه کننده، نحوه به کارگیری ادبیات فرد.
جنبه محتوایی پیام	محتوا در خدمت برند، انتقال پیام به گیرنده با تحریک احساسات عینی بودن یا انتزاعی بودن پیام، کوتاه کردن بودن پیام
قدرت جاذبه محتوایی پیام	طراحی، ساخت و ارائه نرم افزارهای گوناگون با رنگ و لعاب و ویژگی های مختلف، استفاده از ستاره‌های سینما و تلویزیون، ورزشکاران، نوازندگان استفاده از

	چهره های عمومی محبوب برای ارتقای ارزش یک تبلیغ ریسک پذیری؛ انعطاف پذیری؛ تحمل نظرات و رفتارهای مختلف، مدت زمان تبلیغات انجام شده در زمینه برند، در نظر گرفتن تبلیغات سازمان می تواند به عنوان یک تبلیغات بلند مدت
میزان منابع سرمایه گذاری شده	سازمان، منابع زیادی (زمان، پول، تخصص) را در تبلیغات مربوط به برند خود سرمایه گذاری می کند، سرمایه گذاری کردن منابع زیادی (زمان، پول، تخصص) توسط سازمان در تبلیغات برند، سرمایه گذاری کردن میزان منابعی که توسط سازمان در زمینه تبلیغات برند

از تحلیل داده های کیفی، پارادیم کدگذاری محوری تدوین شد که بر اساس آن، خط ارتباطی میان مقوله های پژوهش شامل شرایط علی، مقوله محوری، بستر، شرایط مداخله گر، راهبرد و پیامدها مشخص شد. نمودار ۱ پارادیم کدگذاری محوری و به عبارت دیگر، مدل فرآیند کیفی پژوهش را نشان می دهد. در ادامه کدگذاری انتخابی انجام و اجزای مدل کیفی پژوهش بررسی گردید.



نمودار ۱. مدل پارادیمی راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی

در قسمت کیفی، عوامل مربوط به حوزه تبلیغات و ویروسی (جدول ۱) عبارت اند از:
عامل اول شامل مقوله های زیرساخت ها، قدرت برانگیختگی، قدرت برندسازی، پاسخگو و شفاف بودن، اعتماد و اطمینان و باورپذیری که با توجه به ماهیت شان، «مرتبط بودن تبلیغات با محصول» نام گذاری شدند؛ عامل دوم شامل مقوله های قدرت منطق انتقال پیام، قدرت بیان محتوای پیام و قدرت انتقال محتوای پیام که «محتوای پیام» نام گذاری شدند؛ عامل سوم شامل مقوله های رسالت، چشم انداز و جهت گیری راهبردی که «هدف گیری صحیح» نام گذاری شدند؛ عامل چهارم شامل مقوله های تخصصی بودن پیام، منابع و معتبر بودن پیام و گستردگی انتقال پیام که «اعتماد و

● تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی

اعتبارپذیری پیام» نام‌گذاری شدند؛ عامل پنجم شامل مقوله‌های شیوه تبلیغات، رسانه سنتی و رسانه نوین که «فناوری» نام‌گذاری شدند.

همچنین در قسمت کیفی عوامل مربوط به حوزه وفاداری به برند (جدول ۱) عبارت اند از: عامل اول شامل مقوله‌های توسعه قابلیت‌ها، تعامل مناسب با مشتریان و مدیریت دانش با عنوان «مدیریت ارتباط با مشتری»؛ عامل دوم شامل مواردی مربوط به نگرش ذهنی و نگرش اداری با عنوان «وفاداری شناختی»؛ عامل سوم شامل نگرش احساسی که با توجه به ماهیت خود زیر شاخص «وفاداری عاطفی» به شمار می‌آید؛ عامل چهارم شامل مواردی مربوط به زمان و ریسک هزینه و تخصص با عنوان «میزان منابع سرمایه‌گذاری شده».

عوامل مربوط به حوزه راهبردهای بازاریابی (جدول ۱) عبارت اند از: عامل اول شامل مقوله‌هایی دیدگاه یکپارچه و تک محصول بودن با عنوان «راهبرد بازاریابی یکسان»؛ عامل دوم شامل تخصیص مناسب و هماهنگ نمودن منابع، موقعیت کالا در مراحل مختلف و نوآوری با عنوان «راهبرد بازاریابی تمرکزی»؛ عامل سوم با زیرشاخص‌های بخش‌بندی، هدف‌گیری و جایگاه‌یابی با عنوان «راهبرد تفکیکی» نام‌گذاری شده است.

در نهایت، پرسشنامه تحقیق بر اساس این شاخص‌ها طراحی و در بین جامعه آماری توزیع گردید. در بخش کمی که هدف نهایی آن، رسیدن مدل تحقیق با توجه به این شاخص‌ها می‌باشد، طراحی شد.

فاز دوم پژوهش رویکرد کمی

هدف از این فاز پژوهش، تعیین تأثیر راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی بود که برای استفاده در این پژوهش از مدلیابی معادلات ساختاری با کمک روش حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Pls جهت آزمون و صحت مدل استفاده شد. مدلیابی Pls در دو مرحله انجام گردید: در اولین مرحله، مدل اندازه‌گیری از طریق ضرایب معناداری بررسی شد و در دومین مرحله، مدل ساختاری به وسیله برآورد T بین متغیرها و تعیین شاخص‌های برازش مدل بررسی شد.

یافته‌های پژوهش

بیشترین فراوانی بر اساس میزان جنسیت مربوط به مردان به تعداد ۲۱۲ نفر و کمترین فراوانی مربوط به زنان به تعداد ۱۷۲ نفر بود. ۴۵ درصد افراد گروه نمونه (۱۷۵ نفر) دارای مدرک تحصیلی لیسانس و ۱۱ درصد افراد گروه نمونه (۴۲ نفر) دارای مدرک تحصیلی دکتری بودند. بیشتر افراد گروه نمونه (۱۲۲ نفر) د رده سنی ۳۶ تا ۴۴ سال و کمترین افراد گروه نمونه (۴۴ نفر) در رده سنی بیشتر از ۴۵ سال قرار داشتند. ۱۴۷ نفر دارای سابقه فعالیت ورزشی بیشتر از ۱۵ سال و ۵۸ نفر دارای سابقه فعالیت ورزشی کمتر از ۵ سال بودند.

جدول ۲. توزیع فراوانی گروه نمونه بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی

درصد	فراوانی	شاخص‌های آماری
۵۵	۲۱۲	مرد
۴۵	۱۷۲	زن
۱۲	۴۴	کاردانی
۴۵	۱۷۵	کارشناسی
۳۲	۱۲۳	کارشناسی ارشد
۱۱	۴۲	دکتری

۲۵	۹۷	سال ۲۶-۲۰	سن
۳۱	۱۲۱	سال ۳۵-۲۷	
۳۲	۱۲۲	سال ۴۴-۳۶	
۱۲	۴۴	بیشتر از ۴۵ سال	
۱۵	۵۸	کمتر از ۵ سال	سابقه فعالیت‌های ورزشی
۲۰	۷۷	۵-۱۰ سال	
۲۷	۱۰۲	۱۱-۱۵ سال	
۳۸	۱۴۷	بیش از ۱۵ سال	

در جدول زیر شاخص‌های مرکزی از جمله میانه و مد برای متغیرهای مختلف محاسبه شده است. بزرگ بودن میانگین از میانه وجود نقاط بزرگ را در داده‌ها نشان می‌دهد، زیرا میانگین تحت تأثیر این مقادیر قرار می‌گیرد.

جدول ۳. مقادیر شاخص‌های توصیف کمی متغیرهای تحقیق (n=۳۸۴)

متغیر	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
راهبرد بازاریابی یکسان	۲/۸۷۳	۳/۰۰	۳/۰۰	۰/۸۰۱	۱/۰۰	۵/۰۰
راهبرد بازاریابی تمرکزی	۰/۶۹۵	۳/۷۵	۴/۰۰	۰/۷۵۱	۱/۰۰	۵/۰۰
راهبرد بازاریابی تفکیکی	۴/۰۰۱	۴/۰۰	۴/۰۰	۰/۸۴۰	۱/۰۰	۵/۰۰
وفاداری شناختی	۳/۶۲۷	۳/۶۷	۴/۰۰	۰/۹۱۱	۱/۰۰	۵/۰۰
وفاداری عاطفی	۳/۵۰۱	۳/۵۰	۳/۲۵	۰/۷۳۴	۱/۲۵	۵/۰۰
میزان منابع سرمایه گذاری شده	۳/۴۵۲	۳/۵۰	۳/۷۵	۰/۸۷۵	۱/۰۰	۵/۰۰
مدیریت ارتباط با مشتری	۳/۶۵۲	۳/۶۷	۴/۰۰	۰/۹۱۸	۱/۰۰	۵/۰۰
مرتبط بودن با محصول	۳/۵۴۳	۳/۵۵	۳/۵۴	۰/۵۴۵	۱/۵۷	۴/۹۳
فناوری	۳/۵۷۲	۳/۵۷	۳/۵۷	۰/۶۲۱	۱/۶۴	۵/۰۰
هدف‌گیری صحیح	۳/۱۵۱	۳/۱۲	۲/۷۱	۰/۷۲۴	۱/۳۵	۵/۰۰
اعتماد و اعتبارپذیری پیام	۳/۵۴۳	۳/۵۳	۳/۵۳	۰/۷۳۲	۱/۰۰	۵/۰۰
محتوای پیام	۳/۵۴۳	۳/۵۳	۳/۵۳	۰/۷۳۲	۱/۰۰	۵/۰۰

با توجه به جدول ۳ می‌توان گفت میانگین مربوط به متغیر راهبرد بازاریابی یکسان کمترین میانگین (۲/۸۷) و راهبرد بازاریابی تفکیکی بیشترین میانگین (۴) را به خود اختصاص داده است.

بررسی فرض نرمال

برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (k-S) استفاده شد؛ چنان که مقدار سطح معناداری به دست آمده برای آزمون (k-S) در هر متغیر بیشتر از ۰/۰۵ باشد، فرض صفر پذیرفته و فرض مقابل رد می‌گردد که به معنای نرمال بودن توزیع متغیر می‌باشد و در صورتی که سطح معناداری به دست آمده برای متغیر کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرض صفر رد و فرض مقابل پذیرفته می‌گردد که به معنای غیرنرمال بودن توزیع متغیر می‌باشد.

جدول ۴. خروجی آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

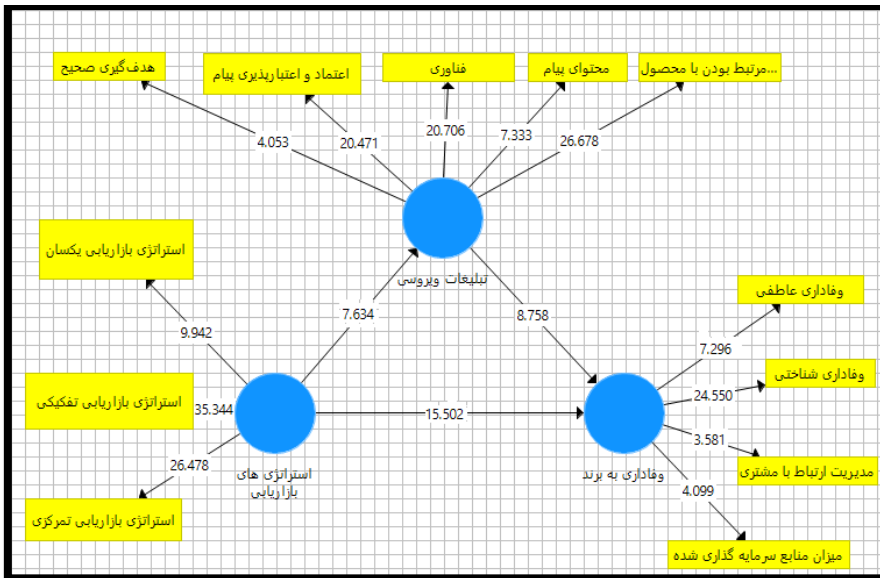
متغیر	Mean	Std. D	Z	Sig	نتیجه
راهبرد بازاریابی	۲/۸۷۳	۰/۸۰۱	۰/۱۵۴	۰/۰۰۰	غیرنرمال
تبلیغات و پروسه	۳/۶۹۵	۰/۷۵۱	۰/۱۲۸	۰/۰۰۰	غیرنرمال
وفاداری به برند	۴/۰۰۱	۰/۸۴۰	۰/۱۵۶	۰/۰۰۰	غیرنرمال

● تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی

با توجه به خروجی آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق (داده‌های جدول مذکور) مشاهده می‌شود که سطوح معناداری به دست آمده برای سایر متغیرها کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد که می‌توان نتیجه گرفت فرضیه نرمال بودن آنها تأیید نمی‌شود. بنابراین توزیع تمامی متغیرهای تحقیق، غیرنرمال است.

آزمون مدل تحقیق

مدلیابی معادلات ساختاری یک رویکرد جامع برای آزمون روابط متغیرهای مشاهده شده و مکنون است (هومن، ۱۳۸۷: ۴۳).



بررسی برازش مدل ساختاری، ضرایب معناداری t است. چنانچه مقدار به دست آمده بیشتر از حداقل آماره در سطح مورد اطمینان در نظر گرفته شده باشد، آن رابطه تأیید می‌شود. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره ۱/۶۴، ۱/۹۶، ۲/۵۸ مقایسه می‌شود.

جدول ۵. ضرایب بار عاملی استاندارد شده و مقدار t بین متغیرهای مکنون

تأثیرگذاری	ضریب مسیر یا بتا	t-value	p-value	نتیجه
راهبرد بازاریابی ← تبلیغات و ویروسی	۰/۸۲۰	۷/۶۳	۰/۰۰۱	معنادار شد
تبلیغات ← وفاداری	۰/۴۳۰	۸/۷۵	۰/۰۰۱	معنادار شد
ی برند راهبرد بازاریابی ← وفاداری	۰/۱۶۰	۱۵/۵۰	۰/۰۰۱	معنادار شد

بررسی مسیر اول مدل: مقدار آماره t مربوط به مسیر اول برابر $۷/۶۳$ می باشد که از $۱/۹۶$ بزرگتر است و می توان گفت که مسیر مربوطه در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می باشد. بنابراین راهبرد بازاریابی بر تبلیغات و ویروسی تاثیرگذار است.

بررسی مسیر دوم مدل: مقدار آماره t مربوط به مسیر دوم برابر $۸/۷۵$ می باشد که از $۱/۹۶$ بزرگتر است و می توان گفت که مسیر مربوطه در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می باشد. بنابراین تبلیغات و ویروسی بر وفاداری برند تاثیرگذار است.

بررسی مسیر سوم مدل: مقدار آماره t مربوط به مسیر دوم برابر $۱۵/۵۰$ می باشد که از $۱/۹۶$ بزرگتر است و می توان گفت که مسیر مربوطه در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می باشد. بنابراین راهبرد بازاریابی بر وفاداری برند تاثیرگذار است.

مقادیر t محاسبه شده بین تمامی متغیرهای مستقل و وابسته موجود در مدل بزرگتر از $۱/۹۶$ است و در سطح ۹۵ درصد معنادار هستند و به عبارتی، مناسب بودن مدل ساختاری را نشان می دهد؛ چنان که مدل تحقیق تایید می کند راهبردهای بازاریابی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی بر وفاداری به برند مصرف کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی تاثیرگذار است.

بحث و نتیجه گیری

با توجه به تایید مدل مفهومی پژوهش در جامعه آماری (مصرف کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی) با به کارگیری آزمون های مختلف نتایج زیر که برگرفته از تجزیه داده های کمی و تبیین روابط است را می توان ارائه داد.

نتیجه گیری و تحلیل آماری داده ها بیانگر این است که راهبرد بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف کنندگان کالاهای ورزشی با توجه به β محاسبه شده در (سطح معناداری $= ۰/۰۰۱$) تاثیرگذار است. با توجه به قسمت کیفی تحقیق، سه نوع راهبرد از جمله راهبرد یکسان، راهبرد تفکیکی و راهبرد تمرکزی به دست آمد. با توجه به میانگین های به دست آمده برای راهبرد می توان گفت راهبرد تفکیکی در رتبه اول، راهبرد بازاریابی تمرکزی در رتبه دوم و راهبرد بازاریابی یکسان در رتبه سوم قرار دارند. لذا می توان نتیجه گرفت که استفاده از راهبرد بازاریابی تفکیکی و بازاریابی تمرکزی در افزایش وفاداری مصرف کنندگان کالاهای ورزشی تاثیرگذار خواهد بود. راهبرد های سه گانه بازاریابی یکسان، بازاریابی تفکیکی و بازاریابی تمرکزی که شرکت های کالاهای ورزشی می تواند آنها را انتخاب نماید. استفاده از راهبرد بازاریابی تفکیکی و بازاریابی تمرکزی در افزایش وفاداری مصرف کنندگان کالاهای ورزشی تاثیرگذار خواهد بود. به طور کلی، خصوصیات فروشنده، کالا یا بازار می تواند محدودیت هایی ایجاد نماید و انتخاب را تحت الشعاع قرار دهد. خصوصیات عمده ای که در جریان انتخاب راهبرد اثر می گذارد عبارت اند از: منابع شرکت، تشابه کالا، موقعیت کالا در مراحل مختلف کالا و تشابه خریداران. وقتی که شرکتی کالای جدیدی را به بازار عرضه می کند، معمولاً امکان ارائه بیش از یک یا چند نوع از کالا نمی باشد. علاقه ابتدایی شرکت ایجاد تقاضای اولیه است و به همین دلیل راهبرد بازاریابی یکسان را در این مرحله مناسب خواهد دانست. ولی شرکت ممکن است کالای جدیدی را برای عرضه در قسمت مشخصی از بازار تولید کند. در این صورت راهبرد بازاریابی تمرکزی را اتخاذ خواهد نمود. به موازات حرکت کالا در مراحل مختلف عمر خود به طرف مرحله اشباع، شرکت تجسس خود را در مورد نیازهای تازه آغاز می کند تا فروش کالا را افزایش دهد و یا از تنزل آن جلوگیری کند. بنابراین در مرحله رشد و

● تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش

میانجی تبلیغات و ویروسی

بعد از آن از مراحل عمر کالا، شرکت راهبرد بازاریابی تفکیکی را به مورد اجرا می‌گذارد. تشابه خریداران در بازار- بستگی به میزان تشابه خریداران از نظر نیازها، ترجیحات و خصوصیات دارد. تقسیم بندی بازار ممکن است در بازارهای مشابه به کار رود تا شرکت بتواند خریداران را بر انگیزد که ترجیحات متفاوت داشته باشند، ولی به طور کلی، راهبرد بازاریابی یکسان برای بازارهایی که خصوصیات خریداران آنها در سطح بازار مشابه می‌باشد مناسب‌تر خواهد بود- برعکس در بازارهایی که خصوصیات خریداران آنها نامتجانس می‌باشد. این تحقیق با تحقیقات ابراهیمی پور و همکاران (۱۳۹۸)، فخری (۱۳۹۶)، یانگ (۲۰۲۰) و چاده‌ری (۲۰۱۸) همخوانی دارد، زیرا در بازار کالاهای ورزشی فاصله تولیدکننده و مشتری زیاد است، کمتر تعامل مستقیمی بین دو طرف صورت می‌گیرد؛ این در حالی است ارتباط با مشتریان نقش مؤثری در جلب وفاداری ایشان دارد. حضور برند در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، این ارتباط را در سطح گسترده‌ای امکان‌پذیر می‌کند و بستری را می‌سازد تا علاوه بر اطلاع‌رسانی به مشتریان، فرصت بیشتری برای ارتباط دوطرفه و برقراری رابطه عاطفی با مصرف‌کننده به وجود بیاید. همچنین تولیدکنندگان برای تعامل هر چه بیشتر و عمیق‌تر با مشتری، راهکارهایی مانند سیستم مدیریت ارتباط با مشتری و باشگاه مشتریان را به کار می‌گیرند.

نتیجه‌گیری و تحلیل آماری داده‌ها بیانگر این است که تبلیغات و ویروسی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی با توجه به β محاسبه شده در (سطح معناداری = ۰/۰۰۱) تأثیرگذار است. شرکت های تولیدکننده لوازم ورزشی می‌توانند با استفاده از تبلیغات و ویروسی توسعه برند خود بپردازند. همچنین، وفاداری به برند را می‌توان با تشویق مصرف‌کننده به تکرار دفعات خرید و ایجاد ترجیح خرید و مشارکت دادن مصرف‌کنندگان در مقایسه با دیگر رقبای حاضر در بازار تقویت کرد، زیرا استفاده از این روش‌ها علاوه بر تطابق محصول با نظرات و نیازهای مصرف‌کننده، احساسات و افکار او را به طور عمیقی با برند پیوند می‌زند و از این طریق مصرف‌کننده برند و محصول را متعلق به خود می‌داند که منجر به وفاداری بیشتر می‌شود. بر اساس نتایج حاصل از اهمیت عوامل تبلیغات و ویروسی می‌توان گفت که در همگی شش عامل به عنوان عوامل موثر بر موفقیت تبلیغات و ویروسی تایید شده‌اند. با توجه به اولویت بندی های به دست آمده با استفاده از تکنیک کیفی، مشخص شد که عوامل اصلی موثر بر موفقیت تبلیغات و ویروسی به ترتیب محتوای پیام، هدف گیری صحیح و خصوصیات نفوذ یک پیام، فناوری، مرتبط بودن محصول، سرگرم کنندگی و اعتبار و اعتمادپذیری پیام دارای اولویت می‌باشند که بالاترین اولویت مربوط به محتوای پیام و عامل اعتبار و پایین‌ترین اولویت متعلق به اعتمادپذیری است. بنابراین می‌توان گفت تبلیغات و ویروسی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی تأثیرگذار است. این تحقیق با تحقیقات ابراهیمی پور و همکاران (۱۳۹۸) و یانگ (۲۰۲۰) همخوانی دارد و با نتایج تحقیق علوی و نجفی، سیاه‌ودی (۱۳۹۳) متفاوت است. در واقع مصرف‌کنندگان مهم ترین تبلیغ کنندگان برای یک برند هستند؛ هر چه طرفدار یک برند ورزشی، شور و شیفتمگی، بیشتری به یک برند داشته باشد، خصایص خوب آن را در میان آشنایان، دوستان یا کل اجتماع و در شبکه های اجتماعی بیشتر بیان می‌کند که منجر به جذب مشتری جدید می‌شود.

نتیجه‌گیری و تحلیل آماری داده‌ها بیانگر این است که راهبردهای بازاریابی با نقش میانجی تبلیغات و ویروسی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی تأثیرگذار است. با توجه به β محاسبه شده در (سطح معناداری = ۰/۰۰۱) تأثیرگذار است. شرکت های کالاهای

ورزشی همواره در پی یافتن راه های جدید برای کسب مزیت رقابتی اند. تبلیغات و پیروسی می تواند فرصتی را در اختیار سازمان هایی که راهبردهای خاص مانند بازاریابی تفکیکی یا تمرکزی را به کار می گیرند قرار دهد، زیرا این نوع از تبلیغات تاثیر عمیقی بر نگرش و رفتار مشتریان خواهد داشت. همچنین باید توجه داشت تبلیغات و پیروسی در بخش خدمات همانند امکان ورزشی از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است، زیرا خدمات اغلب ناملموس است و ارزیابی کیفیت خدمات قبل از مصرف آن مشکل خواهد بود. در نتیجه مصرف کنندگان به تبلیغات و پیروسی برای کاهش ریسک های مرتبط با خرید توجه فراوانی خواهند داشت. این تحقیق با تحقیقات ابراهیمی پور و همکاران (۱۳۹۸)، یانگ (۲۰۲۰) و جادهری (۲۰۱۸) همخوانی دارد و با نتایج تحقیق علوی و نجفی سیاهرودی (۱۳۹۳) متفاوت است. نتایج نشان داد که راهبردهای بازاریابی بر وفاداری تاثیر گذار است و تبلیغات و پیروسی نیز موجب افزایش وفاداری به برند در بین مصرف کنندگان کالاهای ورزشی می شود. اگر راهبردهای بازاریابی در صنعت ورزش به خصوص کالاها به درستی تدوین گردد موجب شور و شوق در مصرف کننده می شود که او با آن برند رابطه بسیار عاطفی و پرشوری برقرار می کند- این نوع رابطه پیوند احساسی قوی بین برند و مصرف کننده ایجاد می کند که خرید مجدد از آن برند را تضمین می نماید و مشتری تمایل به وفادار شدن به آن برند را خواهد داشت و چون تبلیغ و پیروسی هم از نظر احساسی تحریک کننده و هم از نظر منطقی متقاعد کننده است- چون منبع پیام به صورت داوطلبانه و بدون دریافت وجه یا محرک مادی این کار را انجام می دهد- این امر نیز خود به خود موجب وفادار ماندن مصرف کنندگان کالاهای ورزشی می باشد.

در پایان با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می شود در جهت افزایش وفاداری مصرف کنندگان، مجموعه ای از ابزارهای ترفیع فروش طراحی شود که به منظور تشویق مشتریان به خرید مجدد و افزایش حجم خرید شود و همچنین امتیازدهی به مشتریان بر مبنای مقدار و دفعات خرید، اهدای جوایز متنوع در سطوح امتیازی مشخص، ارائه کارت تخفیف به مشتریان برای خریدهای بعدی و... اجرای برنامه وفاداری باعث می شود حجم و تکرار خرید مشتری افزایش یابد و همچنین اطلاعات تاریخی خریدهای مشتری جمع آوری شود. این اطلاعات برای شناخت عادات خرید و گروه بندی مشتریان قابل استفاده است. با توجه به نقش و اهمیتی که انتخاب نوع راهبرد در تأمین اهداف فروشگاه و روش های دستیابی به این اهداف دارد، مدیران مالی فروشگاه ها با تصمیماتی که اتخاذ می کنند، می توانند بر عملکرد فروشگاه تأثیر قابل توجهی داشته باشند. با توجه به نتایج پژوهش، پیدا کردن معیارهایی که در وفاداری به برند محصولات ورزشی ایرانی تأثیرگذار بوده اند می تواند در ارائه راهکارها و تدابیر مناسب در جهت ایجاد تعهد و وفاداری در مشتریان کمک شایان توجهی بنماید. بنابراین فعالیت گسترده تری از جانب تولیدکنندگان در جهت ارائه تضمین در به کارگیری استانداردهای کیفیت در تولید این قبیل محصولات و توجه به حفظ سلامت افراد صورت گیرد، زیرا می تواند در ایجاد وفاداری مشتریان از طریق ایجاد تصویر ذهنی مطلوب از محصول، نتایج چشم گیری داشته باشد.

در پایان می توان گفت ترکیب این راهبردها می تواند قدرت و پتانسیلی ایجاد کند که تولیدکنندگان داخلی بتوانند به ترغیب مردم برای خرید محصولات ورزشی با کیفیت بپردازند. همچنین با تغییر استفاده از این راهبرد ها می توانیم از فضای این رقابت ها استفاده کنیم. با توجه به تاثیر گذاری راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند مصرف کنندگان محصولات ورزشی و همچنین

● تدوین مدل راهبردهای بازاریابی بر وفاداری به برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی ایرانی با نقش

میانجی تبلیغات ویروسی

پیشنهاد وزارت ورزش و جوانان در راستای استفاده از کالای ایرانی، تیم‌های ملی می‌توانند به جای انعقاد قرارداد با شرکت‌های خارجی، با شرکت‌های داخلی با کیفیت قرارداد ببندند.

منابع

- ابراهیمی پور، طاهره؛ رضای نژاد، رحیم و کلاشی، مازیار. (۱۳۹۸). «رابطه بین شخصیت برند با وفاداری طرفداران گروه‌های فوتبال». مدیریت و توسعه ورزش. ش ۸ (۴)، صص ۸۰-۹۰.
- ابراهیمی، ابوالقاسم؛ علوی، سید مسلم و نجفی سیاه‌رودی، مهدی. (۱۳۹۳). «بررسی اثر مزایای برند بر رضایتمندی و وفاداری رفتاری مشتری به برند (مورد مطالعه: برند پارس خزر)». دوره ۹، شماره ۳۵، پاییز، صص ۱۱۳-۱۴۴.
- ایرانمنش، مژده و شریفیان، اسماعیل. (۱۳۹۳). «عوامل مؤثر بر وفاداری مشتریان به نام تجاری پوشاک ورزشی در باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران». پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ش ۴ (۷)، صص ۷۷-۸۹.
- ایمان پور قاضی جهانی، علی و سید عامری، میر حسن. (۱۳۹۸). «ارائه مدل و رتبه‌بندی عوامل راهبرد بازاریابی اماکن ورزشی شمال غرب کشور». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ش ۷ (۲۶)، صص ۵۵-۶۴.
- آفازاده، هاشم و یزدانی، سجاد. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر راهبردهای رقابتی بر بازاریابی و توسعه محصول جدید در بانک‌های تجاری کشور». دو فصلنامه علمی-پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی. ش ۷ (۱۴)، صص ۱۲۱-۱۴۶.
- بهنام، محسن؛ سیدعامری، میرحسن؛ فصیح، نرگس و خرمی، لیلا. (۱۳۹۳). «تأثیر اعتبار برند بر نیت رفتاری مشتریان محصولات ورزشی». مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. شماره ۱۹ (۱۰)، صص ۱۷۹-۱۸۶.
- سلیمی، مهدی؛ سلطان حسینی، محمد و نادریان جهرمی، مسعود. (۱۳۹۴). «ارزیابی موانع تحولات بازاریابی ورزشی در ایران». مجله مدیریت ورزشی. شماره ۲۹، صص ۱۳-۳۶.
- شریف نیا، کامبیز و نوروزی مبارکه، علی. (۱۳۹۶). «تأثیر راهبرد های بازاریابی بر وفاداری مشتری با نقش میانجی ارزش ادراک شده مشتری (مطالعه موردی: زنجیره پشتیبانی و لجستیک شرکت نفت)». هفتمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت.
- فخری، فرناز. (۱۳۹۶). «طراحی مدل عوامل مؤثر بر سهم محصولات ورزشی در تجارت خارجی کشور». رساله دکتری تخصصی، دانشگاه مازندران، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- نظریان، علی؛ بنار، نوشین و همتی نژاد طولی، مهرعلی. (۱۳۹۹). «ارائه چارچوب تحلیل سیستماتیک فرایند تولید تا مصرف کالاهای ورزشی ایرانی». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۶۰، صص ۱۲۵-۱۵۰.
- Ansoff, H. I., Kipley, D., Lewis, A., Helm-Stevens, R., & Ansoff, R. (2019). **Implanting strategic management**. Springer
- Chaudhary, A.M. (2018). "Brand love: fiction or reality?" Journal of strategic marketing. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2018.1430056>
- Creswell, J. W. (2003). **Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches**. Second Edition, And Thousand Oaks, CA: Sage Publications

- Eckler, P. and Rodgers, S. (2010). **“Viral Advertising: A Conceptualization”**. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. Denver, CO
- Ehrenberg, A. S. C., Barnard, N. R. and Scriven, J. A. (). **“Differentiation or Salience”**. Journal of Advertising Research, 37, 7-14.
- Ferguson, R. (2008). **“Word of Mouth and Viral marketing: Taking the Temperature of the Hottest Trends in Marketing”**. Journal of Consumer Marketing, 25(3), 179-182
- GAKUYA, R. W; NJUE, N. K. (2018). **“Effects of Differentiation Strategy on Customer Loyalty among Pharmaceutical Companies in Nairobi County”**. Kenya. European Journal of Management and Marketing Studies, 2(3): pp1-16.
- Glaser, B. (2013). **“What is grounded theory?”** It's online at: <http://www.groundedtheory.com/what-is-gt.aspx>
- Kennelly, M., & Toohey, K. (2014). **“Strategic alliances in sport tourism: National sport organizations and sport tour operators”**. Sport Management Review, 17(4), 407-418.
- Lauria, E. J. M., & Duchessi, P. J. (2007). **“A methodology for developing Bayesian networks: An application to information technology (IT) implementation”**. European Journal of Operational Research, 179(1), 234-252.
- Ndubisi, N.O., Chan, K.W. and Chukwunonso, N.C. (2014). **“Evaluating relationship marketing strategies and customer loyalty”**. International Logistics Congress Proceeding, Vol. 11.
- Phillipov, M. (2019). **Supermarkets, television cooking shows, and integrated advertising: New approaches to strategic marketing and consumer engagement Case Studies in Food Retailing and Distribution**. (pp. 255-265): Elsevier.
- Strauss, A. & Corbin, J. (2012). **Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory**. Translated by: Afshar, I., and Ney. Tehran. (In Persian)
- Sun, Y., Gonzalez-Jimenez, H., Wang. (2020). **Examining the relationships between e-WOM, consumer ethnocentrism and brand equity**. Ansoff, H. I., Kipley, D., Lewis, A., Helm-Stevens, R., &
- Suranj, B. Prajapati, Kaoil R. Chandoriya, Neetu S. Yadav, & Manish, Verma. (2017). **“A Study of Brand Image, Brand Trust, Brand Affect on Brand Extension Attitude, and Brand Loyalty towards FMCG: A Mediating Role of Advertising”**. International Interdisciplinary Conference on Science Technology Engineering Management Pharmacy and Humanities.

شناسایی عوامل موثر بر استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های بدنسازی ایران

علیرضا پاشایی خامنه^۱

فرشاد امامی^۲

سید عماد حسینی^۳

اکرم خواجه پور^۴

 10.22034/SSYS.2022.949.1644

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۶/۰۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۷/۱۵

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر بر استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های بدنسازی ایران انجام شده است. روش تحقیق به شیوه آمیخته (کیفی - کمی) است. در بخش کیفی، روش تحلیل داده ها با استفاده از گراندد تئوری و در بخش کمی، تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق با استفاده از مدل سازی معادله ساختاری رویکرد واریانس محور انجام گردید. مدل یابی پی ال اس در دو مرحله انجام شد: در مرحله اول، مدل اندازه گیری (مدل بیرونی) از طریق تحلیل های روایی، پایایی و تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد و در مرحله دوم، مدل ساختاری (مدل درونی) با برآورد مسیر بین متغیرها مورد ارزیابی قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران، هیئت رئیسه و مربیان درجه ۱ باشگاه های بدنسازی کشور بود. نمونه آماری مبحث کیفی به صورت گلوله برفی با ۱۵ نفر به اشباع نظری رسید. برای بهبود فرایند طبقه بندی کدها در قالب مقوله ها، ابزار

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران

۲- استادیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: F_emami2007@yahoo.com

۳- استادیار تربیت بدنی، گروه مدیریت ورزشی و رسانه، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۴- دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

● شناسایی عوامل موثر بر استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های بدنسازی ایران

مقایسه های نظری به وسیله استراوس و کوربین پیشنهاد شد که بر این اساس، ۲۱۵ کد مستخرج نهایی در قالب ۵۰ مفهوم دسته بندی شده است. مقوله هایی که در مراحل ابتدایی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت، شامل ۵ مقوله اصلی و ۸ مقوله فرعی می باشد.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل مصاحبه ها نشان داد که ۵ مقوله اصلی شامل تغییر در کسب و کار و شیوه های مدیریت آن، رقابت جویی، بازاریابی، آگاهی و شناخت و پیشگیری از نارضایتی ها باعث استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی ایران می گردد. همچنین شرایط علی بر مقوله محوری بر پیامدهای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی ایران تاثیر مثبت و معناداری دارند ($p \leq 0/05$). ایجاد حس و حال خوب برای صاحبان، سرمایه گذاران و مشتریان باشگاه های بدنسازی، ایجاد ارتباطات نزدیک و تنگاتنگ و حقیقی با مشتریان، ارتقای پیش فرض مشتریان و ایجاد اعتماد و اطمینان کامل در مشتریان از جمله پیامدهای استقرار این سیستم در باشگاه های بدنسازی ایران است.

واژگان کلیدی: ایران، باشگاه های بدنسازی، شناسایی عوامل و مدیریت ارتباط با مشتری.

مقدمه

امروزه با افزایش رقابت در میان سازمان‌ها، اهمیت استفاده از فناوری های جدید به منظور شناخت مشتریان و اندازه گیری ارزش هر مشتری برای سازمان بیش از پیش نمایان گشته است (ابراهیمی، ۱۳۹۶). در حال حاضر چگونگی جذب و حفظ مشتری به مهم‌ترین مسئله برای سازمان‌ها تبدیل شده است (خورشیدی و کاردگر، ۱۳۸۸). سازمان‌ها از یک طرف به این مسئله پی برده‌اند که مشتریان ارزش‌های اقتصادی متفاوتی دارند و در حال تطبیق راهبرد ارتباطی خود با مشتری بر این اساس هستند (یعقوبی و همکاران^۱، ۲۰۱۷) و از طرف دیگر، عدم هم‌خوانی نظرات با واقعیت تجربی به نگاه اجرای مدیریت ارتباط با مشتری^۲ باعث به وجود آمدن چالش‌های اجرایی زیادی شده است؛ به طوری که مدیریت ارتباط با مشتری از چه روش‌هایی بر عملکرد سازمان‌ها و شرکت‌ها تاثیر می‌گذارد به یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در این اواخر تبدیل شده است (هادیزاده مقدم و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۴).

با توجه به تحقیقات صورت گرفته در باشگاه‌های بدنسازی و ابروییک، در پژوهشی با عنوان «طراحی مدل تاثیرگذاری مدیریت ارتباط با مشتری بر رضایت مندی مشتریان از کیفیت خدمات براساس مدل سروکوال» نتایج نشان داد که متغیرهای وضعیت فیزیکی، پاسخ گویی، اطمینان، تضمین و همدلی تاثیر معناداری بر متغیر رضایت مندی مشتریان دارند (فهم داوین و همکاران، ۱۳۹۶). در پژوهشی دیگر با عنوان «بررسی نیازهای هواداران از سیستم مدیریت ارتباط با هوادار FRMS با استفاده از تکنیک‌های TOPSIS و ANP فازی (مطالعه موردی: هواداران فوتبال استان یزد)» مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان ابزاری قدرتمند برای شناسایی نیازها و خواسته‌های مشتریان سازمان‌ها ظهور کرده است (موعدی و میرکاظمی، ۱۳۹۷). هواداران فوتبال مهمترین سرمایه باشگاه‌های فوتبال می باشند. بنابراین استفاده از سیستم مدیریت ارتباط با هوادار از الزامات باشگاه‌هاست. استفاده از این سیستم در درجه اول مستلزم شناخت نیازهای هواداران می‌باشد. مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که می‌توان نیازهای هواداران را در سه بعد امکانات ساختاری، امکانات ارتباطی و مسائل کیفی تفکیک کرد (ساعتچیان و همکاران، ۱۳۹۶). در نهایت پوشش مناسب بازی‌ها توسط رسانه، داشتن کادر فنی مجرب و ایجاد کانون هواداری به عنوان مهمترین نیازهای هواداران انتخاب شد (کوزه چیان و همکاران، ۱۳۸۸).

در بررسی ارتباط بین تاثیر اخلاق فروشنده با مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت کالاها در باشگاه‌های ورزشی شهر مشهد، اخلاق فروشنده تاثیر مثبتی بر فروش کالا و مدیریت مشتری اثر مستقیمی دارد. هم‌چنین فروش کالا تاثیر مثبتی بر مدیریت مشتری دارد که این موارد نشان می‌دهد اخلاق فروشنده برای مدیریت مشتری و فروش کالا نیاز است و مدیریت مشتری نیز متاثر از فروش کالا است (داوین و همکاران، ۱۳۹۶). آنچه که مسلم است مشتریان باشگاه‌های بدنسازی مهم‌ترین عوامل در کسب منابع مالی باشگاه می‌باشند (انصاریون و بی نیاز، ۱۳۹۶). بنابراین اهداف اولیه جهت دستیابی به پیاده‌سازی مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه‌ها عبارت است از: شناسایی و ایجاد مشتریان پر سود، درک رفتار مشتری آنلاین، افزایش فروش، کمک به حفظ مشتریان واقعی، کمک به افزایش وفاداری در هواداران، به حداکثر رساندن درآمد کلی از طریق تمام کانال‌های ایجاد شده

1. Yaghoubi, M., Asgari, H., & Javadi, M.
2. CRM customer relationship management

● شناسایی عوامل موثر بر استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های بدنسازی ایران

در هر مشتری و جذب و افزایش ارزش برای حامیان مالی از طریق داده کاوی (انجمن بازاریابی ورزشی^۱، ۲۰۱۰).

تمام شواهد حاکی از آن است که مدیران ارشد امروزه بیش از پیش بر اهمیت مشتریان به عنوان مهم ترین مسئله رویاروی سازمان ها واقف اند. در صنایع خدماتی، CRM یک راه برای بهبود روابط با مشتری و افزایش مزیت رقابتی است. صنعت ورزش به عنوان یک صنعت خدماتی نیز از این موضوع مستثنی نیست. با این وصف CRM به عنوان یک عنصر اصلی راهبردی باشگاه های ورزشی شناسایی شده که در آن به مدیر و مشتریان اهمیت داده می شود.

با ارتباطاتی که امروزه شکل فناورانه به خود گرفته، جذب مشتریان نیز شکل متفاوتی یافته است. در عصر شفافیت اینترنتی و انتخاب جهانی، سازمان ها دیگر نمی توانند پشت سیاست ها و قیمت هایشان پنهان شوند. با تقسیم بازار به بخش های مختلف و کالایی شدن خدمات، رقابت تنها بر مبنای قیمت دشوار شده است. مشتریان آن قدر هوشمند هستند که می دانند حق انتخاب دارند و اگر از خدمات ارائه شده سازمان تجربه بدی داشته باشند، از این حق استفاده می کنند و به سوی رقبای می روند. در واقع، اهرم های قدرت از سازمان به مشتریان منتقل گردیده است. امروزه حفظ مشتریان کنونی بیش از یافتن مشتریان قدیمی اهمیت دارد و مشتریان دیگر تنها به عنوان یک مصرف کننده خدمات باشگاه های ورزشی تلقی نمی شوند؛ بلکه به عنوان یک شریک تجاری در بقای سازمان نقش دارند. لذا پیدا کردن بهترین شیوه مدیریت در باشگاه جهت استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان بسیار مهم می باشد. وجود بازار رقابتی شدید میان باشگاه های ورزشی و تلاش این باشگاه ها در جهت بقای کسب و کار و ارتقای توان تجاری خود سبب شده است نقش مشتریان بیش از پیش در بقای باشگاه های ورزشی نمایان گردد و این امر لزوم برقراری ارتباط موثر با مشتری را قوی تر می کند. بنابراین با توجه به تاثیر به سزای مدیریت ارتباط با مشتری در جذب، حفظ و تقویت مشتریان باشگاه بدنسازی، محقق بر آن است شرایطی که سبب استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی می شوند (شرایط علی) را شناسایی کند.

روش شناسایی پژوهش

رویکرد کلی پژوهش حاضر از نوع کیفی- کمی می باشد که در بخش کیفی، با استفاده از یکی از راهبردهای اجرای پژوهش کیفی (روش گراند تئوری) انجام شده است. جهت اجرای روش گراند تئوری از مصاحبه نیمه ساختار یافته به منظور گردآوری داده ها استفاده شد. جامعه آماری پژوهش شامل نخبگان در حوزه مدیریت ورزشی و مدیران عامل، هیئت رئیسه و مربیان درجه ۱ باشگاه های بدنسازی کشور می باشند. برای انتخاب نمونه پژوهش، از روش نمونه گیری گلوله برفی استفاده گردید. حجم نمونه در حین فرایند تحقیق مشخص شد، زیرا در پژوهش های کیفی اشباع شدن اطلاعات مهم تر از تعداد افراد مورد مطالعه می باشد؛ بدین معنی که محقق جمع آوری اطلاعات را باید تا زمانی ادامه دهد که اطلاعاتی که از شرکت کنندگان جمع آوری می کند، تکراری شده و اطلاعات جدیدی به اطلاعات گردآوری شده قبلی اضافه نشود. به عبارت دیگر، داده های گردآوری شده به اشباع نظری برسند (شورمییج و همکاران، ۱۳۹۳). با در نظر گرفتن نکات فوق، در مجموع در این مطالعه ۱۵ مصاحبه انجام و ضبط شد. روش تحلیل داده ها که در گراند تئوری

تجویز شده است شامل سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی می باشد. در این پژوهش از روش توافق بین دو کدگذار بر اساس ضریب کاپای کوهن^۱ استفاده شد و نتایج (ضریب کاپای^۲ = ۰/۷۴۲) حاکی از رد فرض استقلال کدهای استخراج شده و تایید وابستگی آن ها با یکدیگر است. از این رو، می توان ادعا کرد که فرایند کدگذاری از پایایی کافی برخوردار بوده است. در بخش کمی با استفاده از مدل سازی معادله ساختاری رویکرد واریانس محور انجام گردید. استفاده از این رویکرد در آزمون فرضیه ها و مدل نظری پژوهش به پژوهشگر کمک می کند با متغیرهای اصلی درگیر در مدل نظری به عنوان متغیرهای مکنون برخورد کند و خطاهای اندازه گیری را در برآورد پارامترهای مرتبط با آزمون مدل دخالت دهد و در نتیجه برآوردها از دقت بالاتر و قابل اطمینان تری برخوردار باشند. مدل یابی پی ال اس (خروجی نهایی نرم افزار Smart PLS) در دو مرحله صورت می پذیرد. در مرحله اول، مدل اندازه گیری (مدل بیرونی) از طریق تحلیل های روایی و پایایی و تحلیل عاملی تأییدی بررسی می شود و در مرحله دوم، مدل ساختاری (مدل درونی) با برآورد مسیر بین متغیرها مورد ارزیابی قرار می گیرد.

یافته های پژوهش

یافته های پژوهش حاضر با استفاده از تحلیل های انجام شده در دو بخش کیفی و کمی، به صورت زیر در مورد سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی گزارش شد:

الف- بخش کیفی تحقیق

روند کار به گونه ای بود که بعد از مطالعه و بررسی های فراوان و بهره مندی از نظر مشاوران، سوال های مصاحبه نهایی و مصاحبه ها آغاز گردید و تا حد اشباع داده ها ادامه یافت. به مصاحبه شوندگان اجازه داده می شد تا درباره جزئیات مربوط به موضوع اصلی به اندازه شناخت و تجربه های خود نظر دهند. گفتنی است که مدت هر مصاحبه با توجه به میزان تمایل پاسخ دهی شرکت کنندگان بین ۳۰ تا ۹۰ دقیقه متغیر بود. به منظور تجزیه و تحلیل مصاحبه های انجام شده و با هدف افزایش دقت و درستی تجزیه و تحلیل ها، تمامی مصاحبه ها ضبط و سپس هر مصاحبه به طور جداگانه، واژه به واژه تایپ شد. پژوهشگر هر مصاحبه ضبط شده و یادداشت های مرتبط با آن را بلافاصله در ۲۴ ساعت اول با دقت و سطر به سطر مطالعه می کرد و مفاهیمی که به ذهن می رسید را یادداشت می نمود. این مرحله از نخستین مراحل تجزیه و تحلیل داده ها در گراند تئوری است که در اصطلاح به آن «کدگذاری» می گویند. سپس با استفاده از روش تحلیل داده ها که در گراند تئوری تجویز شده است، اطلاعات گردآوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و در جداول زیر ارائه گردید.

شرایطی که سبب استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی می شوند (شرایط علی)

1. Cohen's Kappa Value
2. kappa

جدول ۱. نتایج کدگذاری محوری سطح اول

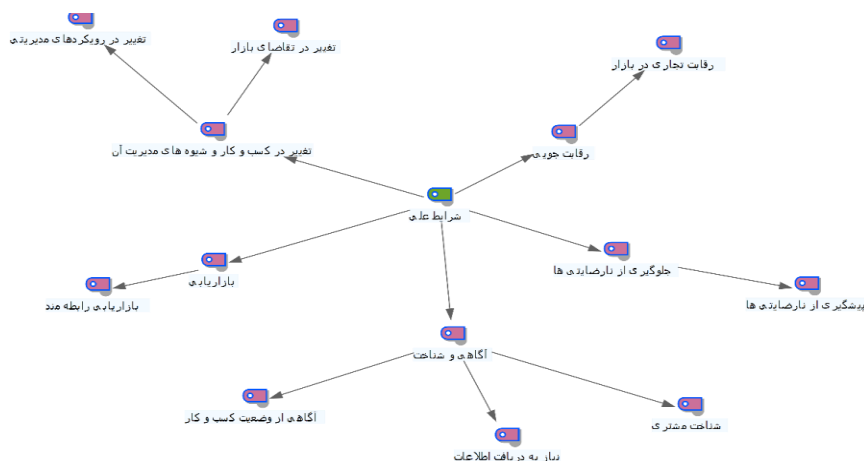
ردیف	کد محوری	کد باز
۱.		تغییر نیازها و خواسته های مشتریان بر اثر گذشت زمان
۲.		تغییر رویکردهای قدیمی و سنتی به رویکردهای جدید و مدرن
۳.		شنیدن دقیق حرف مشتری (صدای مشتری)
۴.		نیاز به دریافت دیتاها، اطلاعات و داده های قابل اعتماد از سوی مشتریان
۵.		تلاش در جهت شناسایی عوامل مثبت و یا منفی موجود در باشگاه
۶.		تلاش در جهت نفوذ در جسم و روح مشتریان
۷.		تلاش در جهت بقای کسب و کار
۸.		توجه به نیازهای مشتریان با توجه به ویژگی های فرهنگی و اقتصادی آنان
۹.		ایجاد یک رابطه صمیمانه با مشتریان
۱۰.		وجود بازار رقابتی شدید
۱۱.		پیدا کردن بهترین شیوه مدیریت در باشگاه
۱۲.		ثب و ضبط پیشینه ارتباط با مشتری برای پیش بینی کسب و کار در آینده
۱۳.		ساده و موثر کردن فرایندهای کاری مرتبط با باشگاه داری
۱۴.		جلوگیری از نارضایتی مشتریان جدید
۱۵.		جلوگیری از تکرار فعالیت های اشتباه در باشگاه
۱۶.		پیش بینی فرایندهای کاری باشگاه در بازه های زمانی کوتاه مدت و بلند مدت
۱۷.		دانستن نیازها و خواسته های مشتریان (فهم صحیح از نیازها و خواسته های)
۱۸.		جلوگیری از ترک مشتری در اثر به وجود آمدن نارضایتی ها
۱۹.		هدف گذاری صحیح برای مشتریان
۲۰.		وجود نیازهای متغیر با توجه به تفاوت های فردی و شخصیتی مشتریان
۲۱.		ایجاد یک ارتباط مستقیم و بی واسطه با مشتریان
۲۲.		حفظ ارتباط میان مشتریان و صاحبان باشگاه
۲۳.		رد و بدل کردن دیتاها، اطلاعات و داده ها میان مشتریان و صاحبان باشگاه
۲۴.		تلاش در جهت ارتقای توان تجاری
۲۵.		تلاش در جهت افزایش سهم بازار
۲۶.		تلاش در جهت ایجاد اعتماد متقابل میان مشتریان و صاحبان باشگاه
۲۷.		کمک به شناخت و درک به موقع نیازها و خواسته های مشتریان
۲۸.		هماهنگی و موازی سازی خواسته ها و نیازهای مشتریان با اهداف و خواسته های صاحبان باشگاه
۲۹.		انجام تصمیم گیری های سریع بر اساس اطلاعات واقعی
۳۰.		وجود ترجیحات و عادات خرید متفاوت در مشتریان
۳۱.		تغییر رویکرد از جذب مشتریان جدید به حفظ مشتریان قدیمی
۳۲.		بهره مندی از بازاریابی رابطه مند
۳۳.		تغییر رویکرد از محصول به سمت مشتری
۳۴.		اهمیت مشتری به عنوان دارایی یک باشگاه
۳۵.		تغییر رویکرد به نقش مشتری از یک مصرف کننده صرف به نقشی چند بعدی
۳۶.		سفارشی سازی (شخصی سازی) محصولات و خدمات
۳۷.		ایجاد یک رابطه بلندمدت با مشتریان

با بررسی کدهای باز که در شرایط علی قرار گرفتند، مشخص شد که این کدها قابلیت انتساب به یک طبقه بالاتر از انتزاع را دارند. از این رو، در این سازه‌ها، به تعریف سازه‌های فرعی^۱ نیز پرداخته شد. این طبقه‌بندی در جدول ۲ و شکل ۱ ارائه شده است:

جدول ۲. نتایج کدگذاری محوری سطح دوم (مقوله‌بندی)

ردیف	سازه اصلی	مقوله محوری	مقولات فرعی	مفاهیم
۱.		تغییر در کسب و کار و شیوه‌های مدیریت آن	تغییر در تقاضای بازار	تغییر نیازها و خواسته‌های مشتریان بر اثر گذشت زمان
۲.				وجود نیازهای متغیر با توجه به تفاوت‌های فردی و شخصیتی مشتریان
۳.				توجه به نیازهای مشتریان با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و اقتصادی آنان
۴.				وجود ترجیحات و عادات خرید متفاوت در مشتریان
۵.		تغییر در رویکردهای مدیریت آن	تغییر در رویکردهای مدیریت آن	تغییر رویکردهای قدیمی و سنتی به رویکردهای جدید و مدرن
۶.				تغییر رویکرد از محصول به سمت مشتری
۷.				تغییر رویکرد از جذب مشتریان جدید به حفظ مشتریان قدیمی
۸.				تغییر رویکرد به نقش مشتری از یک مصرف‌کننده صرف به نقشی چند بعدی
۹.				پیدا کردن بهترین شیوه مدیریت در باشگاه
۱۰.				ساده و موثر کردن فرایندهای کاری مرتبط با باشگاه داری
۱۱.				اهمیت مشتری به عنوان دارایی یک باشگاه
۱۲.				سفارشی سازی (شخصی سازی) محصولات و خدمات
۱۳.		رقابت تجاری	رقابت تجاری	وجود بازار رقابتی شدید
۱۴.				تلاش در جهت بقای کسب و کار
۱۵.				تلاش در جهت ارتقای توان تجاری
۱۶.				تلاش در جهت افزایش سهم بازار
۱۷.		بازاریابی	بازاریابی	ایجاد یک رابطه صمیمانه با مشتریان
۱۸.				ایجاد یک رابطه بلندمدت با مشتریان
۱۹.				ایجاد یک ارتباط مستقیم و بی واسطه با مشتریان
۲۰.				حفظ ارتباط میان مشتریان و صاحبان باشگاه
۲۱.				تلاش در جهت ایجاد اعتماد متقابل میان مشتریان و صاحبان باشگاه
۲۲.				تلاش در جهت نفوذ در جسم و روح مشتریان

۲۳.	بهره مندی از بازاریابی رابطه مند		
۲۴.	شنیدن دقیق حرف مشتری (صدای مشتری)	باز	
۲۵.	نیاز به دریافت دیتاها، اطلاعات و داده های قابل اعتماد از	باز	
۲۶.	سوی مشتریان	دریافت اطلاعات	
۲۷.	انجام تصمیم گیری های سریع بر اساس اطلاعات واقعی		
۲۸.	رد و بدل کردن دیتاها، اطلاعات و داده ها میان مشتریان و		
۲۹.	صاحبان باشگاه		
۳۰.	تلاش در جهت شناسایی عوامل مثبت و یا منفی موجود در	آگاهی از وضعیت	آگاهی و شناخت
۳۱.	باشگاه	کسب و کار	
۳۲.	پیش بینی فرایند های کاری باشگاه در بازه های زمانی کوتاه		
۳۳.	مدت و بلند مدت		
۳۴.	ثبت و ضبط پیشینه ارتباط با مشتری برای پیش بینی کسب و		
۳۵.	کار در آینده		
۳۶.	دانستن نیازها و خواسته های مشتریان (فهم صحیح از نیازها		
۳۷.	و خواسته های)		
۳۸.	کمک به شناخت و درک به موقع نیازها و خواسته های	شناخت مشتری	
۳۹.	مشتریان		
۴۰.	هماهنگی و پارالل شدن خواسته ها و نیازهای مشتریان با		
۴۱.	اهداف و خواسته های صاحبان باشگاه		
۴۲.	هدف گذاری صحیح برای مشتریان		
۴۳.	جلوگیری از تکرار فعالیت های اشتباه در باشگاه	باز	باز
۴۴.	جلوگیری از ترک مشتری در اثر به وجود آمدن نارضایتی ها	فرایند	فرایند
۴۵.	جلوگیری از نارضایتی مشتریان جدید	باز	باز

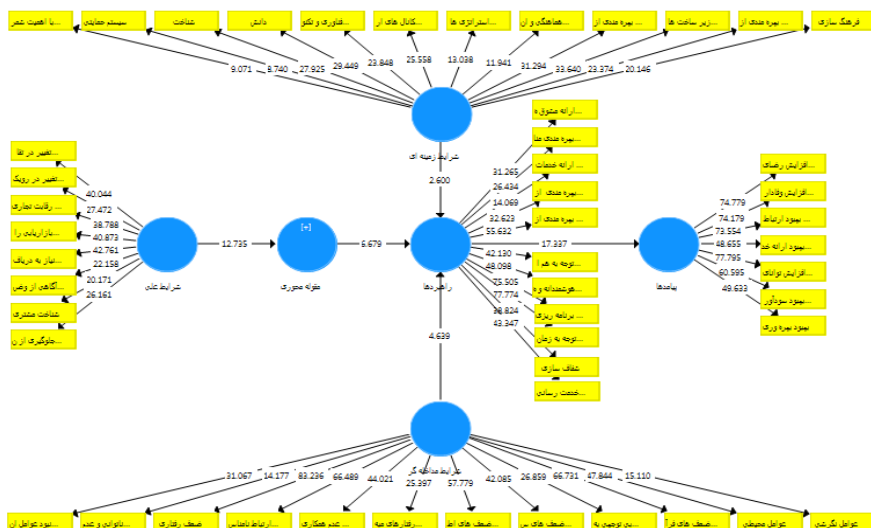


شکل ۱. کدگذاری محوری شرایط علی

ب- یافته های کمی پژوهش

- مدل اندازه گیری

با توجه به شکل ۲، تمامی ضرایب معناداری Z از ۱/۹۶ بیشتر هستند که این امر معنادار بودن تمامی سوالات و روابط میان متغیرها را در سطح اطمینان ۰/۹۵ تایید می کند.



شکل ۲. اعتبار مدل پیشنهادی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی ایران در حالت معناداری

جدول ۳، بارهای عاملی (λ) را برای هریک از معرف ها (متغیرهای آشکار) نشان می دهد. بنابر نتایج به دست آمده مقدار بارهای عاملی متغیرهای آشکار (۰/۵۶۸ - ۰/۹۲۸) از نقطه برش ۰/۳ و مقدار آماره تی آنها نیز از نقطه برش ۱/۹۶ بزرگتر بود ($P < ۰/۰۵$).

جدول ۳. بارهای عاملی

سازه	متغیر آشکار	بارعاملی	آماره t	وضعیت
شرایط علی	آگاهی از وضعیت کسب و کار	۰/۷۱۵	۲۳/۱۲۰	قابل قبول
	بازاریابی رابطه مند	۰/۸۱۴	۳۹/۹۸۷	مطلوب
	تغییر در تقاضای بازار	۰/۷۹۲	۳۸/۵۲۷	مطلوب
	تغییر در رویکردهای مدیریتی	۰/۷۳۸	۲۴/۷۶۳	مطلوب
	جلوگیری از نارضایتی ها	۰/۷۳۵	۲۴/۷۳۵	مطلوب
	رقابت تجاری در بازار	۰/۸۱۲	۳۴/۸۲۳	مطلوب
	شناخت مشتری	۰/۷۱۴	۲۱/۷۵۴	مطلوب
	نیاز به دریافت اطلاعات	۰/۸۴۲	۴۵/۲۰۹	مطلوب

در جدول ۴، نتایج پایایی و روایی همگرا ارائه شده است:

جدول ۴. شاخص های ارزیابی کلیت مدل

شاخص متغیر	میانگین واریانس استخراج شده ^۱	پایایی ترکیبی ^۲	شاخص اشتراک ^۳	شاخص افزونگی ^۴
شرایط علی	۰/۵۹۵	۰/۹۲۱	۰/۴۷۱	-

پایایی ترکیبی معیاری برای سنجش پایایی و سنجش مناسب برای ارزیابی پایداری درونی (سازگاری درونی) محسوب می گردد. پایداری درونی نشانگر میزان همبستگی بین یک سازه و شاخص های مربوط به آن است. پایایی ترکیبی توسط ورتس و همکاران^۵ (۱۹۷۴) معرفی شد و برتری آن نسبت به آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه ها نه به صورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه هایشان با یکدیگر محاسبه می گردد (ورتس و همکاران^۶؛ ۱۹۷۴). مقدار ملاک برای مناسب بودن پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۷). همچنین روایی همگرا به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سوالات (شاخص ها) خود می پردازد. فورنل و لارکر^۷ (۱۹۸۱) مقدار مناسب شاخص AVE را ۰/۵ به بالا معرفی کرده اند (فورنل و لارکر، ۱۹۸۱). روایی واگرا میزان افتراق مشاهده پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده پذیرهای موجود در مدل را می سنجد. در صورتی که یک سازه با شاخص های مربوط به خود همبستگی بیشتری داشته باشند تا با سازه های دیگر، روایی واگرا مناسب مدل تایید می شود (داوری و رضازاده، ۱۳۹۷).

جدول ۵. ماتریس جدول روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

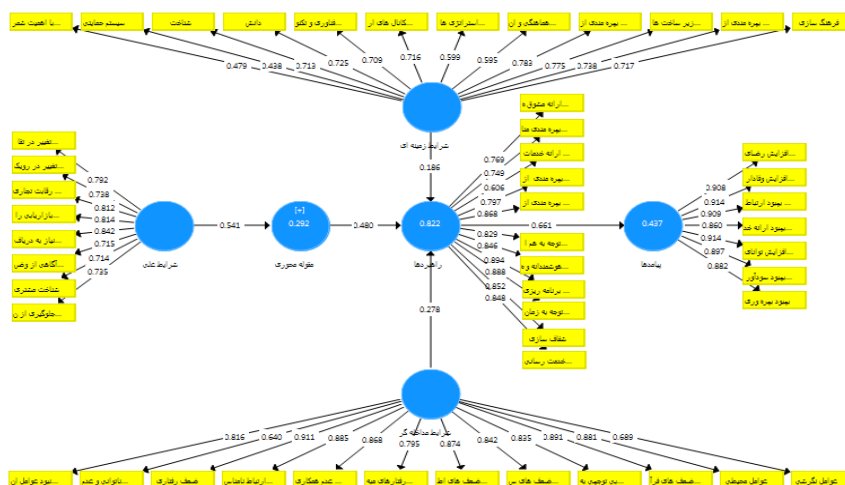
متغیرها	راهبردها	شرایط زمینه ای	شرایط علی	شرایط مداخله گر	مقوله محوری	پیامدها
راهبردها	۰/۸۹۱	-	-	-	-	-
شرایط زمینه ای	۰/۶۷۴	۰/۸۵۹	-	-	-	-
شرایط علی	۰/۳۶۵	۰/۴۴۸	۰/۷۷۲	-	-	-
شرایط مداخله گر	۰/۸۴۰	۰/۸۱۲	۰/۳۱۲	۰/۸۵۴	-	-
مقوله محوری	۰/۸۱۷	۰/۸۳۷	۰/۵۴۱	۰/۸۳۱	۰/۹۳۰	-
پیامدها	۰/۶۶۱	۰/۶۸۹	۰/۲۳۳	۰/۶۸۹	۰/۷۶۴	۰/۸۹۸

مطابق با ماتریس بالا، مقادیر قطر اصلی تمامی سازه های شرایط علی و دیگر سازه ها از مقدار همبستگی آن با سایر سازه ها بیشتر است که این امر روایی واگرای مناسب و برازش خوب مدل اندازه گیری را نشان می دهد.

1. Average Variance Extracted (AVE)
2. Composite Reliability
3. Cross Validated Communality
4. Cross Validated Redundancy
5. Werts et al.
6. Werts et al.
7. Fornell & Larcker

مدل ساختاری

نتایج مدل معادله ساختاری فرض‌های تدوین شده این پژوهش را حمایت کرد. شکل ۳، مدل معادله ساختاری تحقیق را در حالت معناداری و جدول ۶، مجموع اثرات بین متغیرهای پنهان تحقیق را نشان می‌دهد:



شکل ۳. مدل اعتبار مدل پیشنهادی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (مبحث شرایط علی) در باشگاه‌های ورزشی ایران در حالت معناداری در حالت استاندارد

جدول ۶. برآورد مسیر متغیرهای پژوهش

متغیر مستقل	مسیر	متغیر وابسته	برآورد استاندارد	برآورد معناداری	P. Value
شرایط علی	<---	مقوله محوری	۰/۵۴۱	۱۲/۷۳۵	۰/۰۰۱
مقوله محوری	<---	راهبردها	۰/۴۸۰	۶/۶۷۹	۰/۰۰۱
شرایط زمینه‌ای	<---	راهبردها	۰/۱۸۶	۲/۶۰۰	۰/۰۰۷
شرایط مداخله‌گر	<---	راهبردها	۰/۲۷۸	۴/۶۳۹	۰/۰۰۱
راهبردها	<---	پیامدها	۰/۶۶۱	۱۷/۳۳۷	۰/۰۰۱

مقادیر برآورد شده در جدول بالا بیانگر این است که شرایط علی بر مقوله محوری، مقوله محوری بر شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله‌گر بر راهبردها و راهبردها بر پیامدهای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه‌های ورزشی ایران تاثیر مثبت و معناداری دارند ($p \leq 0.05$).

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر بر استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه‌های بدنسازی ایران صورت پذیرفت. در همین راستا پدیده محوری (استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه‌های ورزشی ایران) در صورتی عینیت می‌یابد که شرایط علی مستخرج از نتایج پژوهش حاضر (مدل پارادایمی حاصل از پژوهش) به خوبی تحقق یابد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد که ۵ مقوله اصلی شامل تغییر در کسب و کار و شیوه‌های

مدیریت آن، رقابت جویی، بازاریابی، آگاهی و شناخت و پیشگیری از نارضایتی ها باعث استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی ایران می گردد. هرکدام از مقوله های اصلی خود به زیر مقوله هایی تقسیم شدند که در ادامه به آن ها پرداخته شد.

تغییر در کسب و کار و شیوه های مدیریت آن

یکی از شاخص های استخراج شده در بخش شرایط علی موثر در استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی ایران، تغییر در کسب و کار و شیوه های مدیریت آن بوده است که خود به دو زیر مقوله فرعی تغییر در تقاضای بازار و تغییر در رویکردهای مدیریت تقسیم می شود. این نتیجه با نتایج تحقیقات ابراهیمی (۱۳۹۶)، ایزدی و همکاران (۱۳۹۴)، هامپ و سواتمن (۲۰۱۲)، دانشگاه آروینای آمریکا (۲۰۱۰) و بدوان و همکاران (۲۰۱۷) همسو می باشد. تغییراتی که در گذر زمان در خواست و نیاز مشتریان ایجاد می گردد، فرآیند حفظ و نگهداری مشتریان را نیز تحت تاثیر قرار می دهد تا جایی که عدم سازگاری در نحوه ارتباط با مشتری در عصر پر از تحول امروزی سبب حذف سازمان از گردونه رقابت می شود. همان گونه که ابراهیمی (۱۳۹۶) بیان می کند تغییرات در خواست و نیازهای مشتریان سبب می شود سازمان برای بقای خدمات خود را متناسب با آن ارائه دهد. اهمیت مشتریان و خواسته های آنان در سازمان به دلیل نقش مهمی است که آنان در بقای سازمان ایفا می کنند تا جایی که ایزدی (۱۳۹۱) بیان می دارد، درک و فهم نیازهای هواداران وفادار برای موفقیت هر نوع سازمان ورزشی از عناصر اساسی است. در این میان، طبق نتایج این تحقیق مدیریت ارتباط با مشتری می تواند ضمن ارتباط موثر با مشتریان باشگاه های ورزشی سبب انعکاس خواسته های مشتریان در سازمان و در نتیجه وفادار نمودن مشتریان گردد. همان گونه که هامپ و سوامن (۲۰۱۲) بیان کردند حفظ مشتریان فعلی و ایجاد یک رابطه ی بلندمدت برای رسیدن به یک سودآوری ثابت می باشد شکل های جدیدی از ارتباطات با مشتری به وجود آورده است؛ این شکل متفاوت از ارتباط استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری است که به دلیل تنوع در شیوه کسب و کارهای امروزی برای سازمان ها وجودش ضروری می باشد.

با توجه به مقولات فرعی، عوامل علی نه تنها تغییر نیازها و خواسته های مشتریان بر اثر گذشت زمان، بلکه وجود نیازهای متغیر با توجه به تفاوت های فردی و شخصیتی مشتریان باشگاه های ورزشی را مجاب به داشتن یا ارتقای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری می کند. این تفاوت ها زمانی که ویژگی های فرهنگی و اقتصادی مشتریان نیز در نظر گرفته می شود شکل گسترده تری به خود می گیرد. آنچه در این میان اهمیت دارد- طبق دومین مقوله فرعی این بخش- تغییر رویکردهای قدیمی و سنتی به رویکردهای جدید و مدرن در باشگاه های ورزشی کشور است. امروزه حفظ مشتریان کنونی بیش از یافتن مشتریان قدیمی اهمیت دارد و مشتریان دیگر تنها به عنوان یک مصرف کننده خدمات باشگاه های ورزشی تلقی نمی شوند، بلکه به عنوان یک شریک تجاری در بقای سازمان نقش دارند. لذا پیدا کردن بهترین شیوه مدیریت در باشگاه جهت استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان بسیار مهم می باشد.

رقابت جویی

یکی از شاخص های استخراج شده در بخش شرایط علی موثر در استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی ایران، رقابت جویی بوده است که به زیر مقوله رقابت تجاری در بازار تقسیم می شود. این نتیجه با نتایج تحقیقات موعدی و میرکاظمی (۱۳۹۶)، ترابیان (۱۳۹۴)، الهی و حیدری (۱۳۹۱)، رزاقی، مهربانی و جلالی فراهانی (۱۳۹۴)، عبدی (۱۳۸۸) و بدوان

و همکاران (۲۰۱۷) همسو می‌باشد. رقابت‌جویی در رابطه با کیفیت خدمات و یا هزینه کمتر به سرعت توسط رقبا قابل کپی‌برداری است. رقابت‌جویی‌ها سبب می‌شود سازمان‌ها به سرعت روش‌هایی را برای ارائه بهتر خدمات به مشتریان خود انتخاب کنند- چه بسا بسیاری از این روش‌ها به شکست منجر شود. بهترین روش، اقدامی است که مدیران باشگاه‌های ورزشی با مشتریان خود رابطه‌ای برقرار کنند که تضمین کننده بقای آنان گردد و این ارتباط چیزی جز احترام به خواست و سلیقه مشتری نمی‌باشد. موعدی و میرکازمی (۱۳۹۶) در این باره بیان می‌دارند مدیران باشگاه‌ها می‌توانند از رضایت مشتریان جهت بهبود جایگاه رقابتی و کسب مزیت رقابتی بهره ببرند (حسینی سیدعماد و همکاران، ۱۳۹۵). داشتن مشتریان وفادار، مزیت رقابتی است که به سادگی توسط رقبا قابل کپی برداری نیست. رقابت در عرصه خلق ارزش برای مشتری و تلاش برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و برتری راهبردی نسبت به رقبا موجب گردیده است تا توجه به مشتری و کسب رضایت وی از اهمیت والایی برخوردار باشد (ترابیان، ۱۳۹۴). با توجه به مقوله فرعی این بخش وجود بازار رقابتی شدید میان باشگاه‌های ورزشی و تلاش این باشگاه‌ها در جهت بقای کسب و کار و ارتقای توان تجاری خود سبب شده است نقش مشتریان بیش از پیش در بقای باشگاه‌های ورزشی نمایان گردد و این امر لزوم برقراری ارتباط موثر با مشتری را قوی‌تر می‌کند (المیری و همکاران، ۱۳۸۸).

بازاریابی

یکی از شاخص‌های استخراج شده در بخش شرایط علی موثر در استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه‌های ورزشی ایران، بازاریابی بوده است که به مقوله فرعی بازاریابی رابطه مند تقسیم می‌گردد. این نتیجه با نتایج تحقیقات موعدی و میرکازمی (۱۳۹۶)، یعقوبی و همکاران (۱۳۹۶)، ابراهیمی (۱۳۹۶)، انصاری یون و همکاران (۱۳۹۶)، حیدری نژاد و همکاران (۱۳۹۴)، نادریان و رهبری (۱۳۹۳)، ابراهیمی و منصوری (۱۳۹۲)، حقیقی و همکاران (۱۳۹۱)، کیم (۲۰۱۱) و بدوان و همکاران (۲۰۱۷) همسو می‌باشد. بازاریابی رابطه مند همانگونه که از نامش پیداست، بر پایه ارتباط استوار می‌باشد. این نوع از بازاریابی که امروزه در تمامی سازمان‌های خدماتی فراگیر شده است، برپایه ایجاد ارتباط صمیمانه با مشتری می‌باشد. کیم (۲۰۱۱) تعاملات بین کارکنان با دانشجویان باشگاه‌های ورزشی، تصمیمات مدیریتی برای اختصاص منابع به بازاریابی ارتباطی، درک مدیران از ارتباط با مشتریان ورزشی و کیفیت خدمات را از عوامل موثر در ارتباط دانست. توجه به ماهیت بازاریابی ارتباطی عاملی است برای استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان که طی آن ایجاد یک رابطه بلندمدت با مشتریان در باشگاه‌های ورزشی ایجاد گردد- البته بی واسطه بودن این ارتباط بر ارزش ارتباط می‌افزاید و سبب افزایش اعتماد در مشتریان می‌گردد.

آگاهی و شناخت

یکی از شاخص‌های استخراج شده در بخش شرایط علی موثر در استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه‌های ورزشی ایران، آگاهی و شناخت بوده است که به مقوله‌های فرعی نیاز به دریافت اطلاعات، آگاهی از وضعیت کسب و کار و شناخت مشتری تقسیم می‌شود. این نتیجه با نتایج تحقیقات یعقوبی و همکاران (۱۳۹۶)، عامری و همکاران (۱۳۹۶)، ایزدی (۱۳۹۱)، خلیلی (۱۳۸۶)، بدوان و همکاران (۲۰۱۷) و سانگ لانگ و همکاران (۲۰۱۳) همسو می‌باشد. مدیران باشگاه‌های ورزشی باید ضمن آگاهی از نیاز مشتریان، همان چیزی که مشتریان هدف آنان

● شناسایی عوامل موثر بر استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های بدنسازی ایران

طلب می کند را ارائه دهند. عامری و همکاران (۱۳۹۶) در این باره بیان می کنند که شناخت نیازهای هواداران باشگاه های فوتبال ابزاری قدرتمند برای بقای باشگاه می باشد. بنابراین استفاده از سیستم مدیریت ارتباط با هوادار از الزامات باشگاه هاست. استفاده از این سیستم در درجه اول مستلزم شناخت نیازهای هواداران می باشد. نیازهای افراد بسته به شرایط و منطقه زندگی، میزان درآمد و مواردی از این دست متغیر است. با توجه به اولین مقوله فرعی این بخش که نیاز به دریافت اطلاعات بود، شنیدن دقیق حرف مشتری (صدای مشتری) و دریافت اطلاعات و داده های قابل اعتماد از سوی مشتریان توسط باشگاه به واسطه سیستم مدیریت ارتباط با مشتری انجام شدنی است. این سیستم انجام تصمیم گیری های سریع بر اساس اطلاعات واقعی توسط مدیران باشگاه و رد و بدل کردن دیتاها، اطلاعات و داده ها میان مشتریان و صاحبان باشگاه را تسهیل می کند تا بدین صورت باشگاه اطلاعات جامعی از مشتریان خود به دست آورد و ارائه خدمات خود را با آن هماهنگ سازد. آگاهی از وضعیت کسب و کار به عنوان دومین مقوله فرعی تلاش باشگاه های ورزشی در جهت شناسایی عوامل مثبت و یا منفی موجود در باشگاه را نشان می دهد. بدین منظور و نیز برای پیش بینی فرایندهای کاری باشگاه در بازه های زمانی کوتاه مدت و بلند مدت نیازمند وجود سیستم مدیریت ارتباط با مشتری خواهیم بود. از طرفی همان گونه که پیش تر بیان شد، شناخت مشتری و نیازهای او و هدف گذاری صحیح در ارائه خدمات مطابق با نیاز مشتری نیز نیازمند وجود بانک اطلاعاتی از مشتریان و خواسته های آنان خواهد بود که با وجود سیستم مدیریت ارتباط با مشتری مرتفع می گردد.

پیشگیری از نارضایتی ها

یکی از شاخص های استخراج شده در بخش شرایط علی موثر در استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های ورزشی ایران، پیشگیری از نارضایتی ها بوده است که به مقوله فرعی جلوگیری از نارضایتی ها تقسیم می شود. این نتیجه با نتایج تحقیقات علی دوست قهفرخی و همکاران (۱۳۹۰) و ابراهیمی و منصوری (۱۳۹۲) همسو می باشد. به دست آوردن رضایت مشتریان، جایگاهی مهم و حیاتی در اهداف سازمان ها به خود اختصاص داده است و مدیران ارشد به خوبی می دانند موفقیت آنها در راه رسیدن به اهداف کلان سازمان در گروه جلب رضایت مشتریان است (علی دوست قهفرخی و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به اینکه مشتریان ناراضی نسبت به مشتریان راضی به افراد بیشتری نارضایتی خود را انتقال می دهند، مدیران باشگاه های ورزشی باید همواره از بروز نارضایتی برای مشتریان جلوگیری کنند. این کار با جلوگیری از تکرار فعالیت های اشتباه در باشگاه و پرداخت خسارت به مشتریان، جلوگیری از ترک مشتری در اثر به وجود آمدن نارضایتی ها و سعی در ارائه امتیازاتی به این مشتریان در باشگاه- به عنوان مثال، یک ماه استفاده رایگان از خدمات باشگاه- انجام شدنی است. اما اینکه چگونه باشگاه های ورزشی متوجه چنین نارضایتی هایی شوند، نیازمند وجود سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه می باشند تا نارضایتی ها را به موقع به مدیران انتقال دهند و جلوی پیشرفت آن و ترک باشگاه توسط مشتری گرفته شود. استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری بر رضایت و وفاداری مشتریان به باشگاه های ورزشی تاثیر مثبتی داشته است. ایجاد حس و حال خوب برای صاحبان، سرمایه گذاران و مشتریان باشگاه های ورزشی، ایجاد ارتباطات نزدیک، تنگاتنگ و حقیقی با مشتریان ارتقای پیش فرض مشتریان از میزان و کیفیت خدمات دریافتی از باشگاه، ایجاد اعتماد و اطمینان کامل در مشتریان از جمله پیامدهای استقرار این سیستم در باشگاه های ورزشی است.

از میان پیشنهادات برخاسته از تحقیق حاضر می‌توان به بهره‌گیری از تجارب کشورهای پیشرو در زمینه استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری؛ جذب نیروهای انسانی متخصص، با تجربه، خلاق و نوآور و بهره‌گیری از مشاوره فنی، مالی و تکنیکی جهت استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه‌های کشور؛ توجه به آموزش کارکنان و پرسنل باشگاه‌های ورزشی در تمام سطوح ارتباط با مشتری؛ توسعه فناوری و استفاده از مدیریت دانش در استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری؛ شناسایی نقاط قوت و ضعف؛ فرصت و تهدید جهت سازماندهی هرچه موثرتر سیستم مدیریت ارتباط با مشتری و تغییر رویه مدیریت از روش متمرکز به روش غیرمتمرکز جهت ارتباط بهتر پرسنل با مشتریان در سیستم مدیریت ارتباط با مشتری اشاره نمود.

منابع

- ابراهیمی، مهری. (۱۳۹۶). «بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی رابطه ای با رویکرد کارت امتیازی متوازن». پنجمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت و حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی، شیراز.
- ابراهیمی، ابوالقاسم و منصوری، سید حسین. (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر تصویر ذهنی برند و کیفیت خدمات بر روی بازاریابی رابطه‌ای و تمایلات رفتاری مشتریان». چشم‌انداز مدیریت بازرگانی. شماره ۱۴، صص ۱۵۳-۱۷۰.
- اکبری، مسعود. (۱۳۸۶). «مقایسه کیفیت خدمات ارائه شده توسط شرکت های دولتی و خصوصی در صنعت بیمه». پایان نامه دوره کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- انصاریون، مرضیه و بی نیاز، سید عباس. (۱۳۹۶). «تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر بازاریابی فروشگاه های ورزشی شهر قزوین». دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران. تهران، موسسه پژوهشی مدیریت مدرن.
- المیری، مجتبی؛ نادریان جهرمی، مسعود؛ سلطان حسینی، محمد؛ نصر اصفهانی، علیرضا و رحیمی، محمد. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل موثر بر حضور تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌ها». نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۲، صص ۶۱-۷۳.
- الهی، شعبان و حیدری، بهمن. (۱۳۹۱). «مدیریت ارتباط با مشتری». تهران شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
- ایزدی، بهزاد. (۱۳۹۱). «طراحی الگوی بازاریابی ارتباطی در لیگ برتر فوتبال ایران». رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- ایزدی، ب.؛ احسانی، م.؛ کوزه چیان، ه. و تجاری، ف. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر ابعاد مدیریت ارتباط با هواداران بر دوره ماندگاری آنها در لیگ برتر فوتبال ایران». مجله مدیریت ورزشی، دوره ۷، شماره ۲. صص ۲۷۷-۲۹۱
- حسینی، سیدعماد؛ پورکیانی، محمد و افروزه، علی. (۱۳۹۵). «تاثیر ابعاد بازاریابی حسی بر توسعه خدمت جدید در باشگاه های بدنسازی». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، دوره ۴، صص ۶۹-۸۰
- ترابیان. الهه. (۱۳۹۴). «مدیریت ارتباط با مشتری در فضای مجازی (E-CRM) راهبردی نوین در خلق رضایت مشتری». دومین همایش بین المللی مدیریت و فرهنگ توسعه
- حیدری نژاد، صدیقه و همکاران. (۱۳۹۴). «بررسی کیفیت خدمات باشگاه های بدنسازی شهر اهواز از دیدگاه مشتریان». پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. دوره ۱۱، شماره ۲۱، صص ۱۴۹-۱۵۶.
- حقیقی، م.؛ حسینی، س.؛ اصغریه اهری، ح.؛ آرین، ا. و دریکنده، ع. (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر تاکتیک های بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتریان از منظر شرکت ایرانسل». مجله تحقیقات بازاریابی نوین. سال ۲، شماره ۴، صص ۴۴-۶۲.
- خورشیدی، غلامحسین و کاردگر، محمد جواد. (۱۳۸۸). «شناسایی در رتبه بندی مهمترین عوامل موثر بر وفاداری مشتریان با استفاده از روش های تصمیم گیری چند معیاره». چشم‌انداز مدیریت. شماره ۳۳، صص ۱۷۷-۱۹۱.

- خلیلی، رضا. (۱۳۸۶). طراحی ساختار نظام باشگاه های ورزشی. دفتر ملی مدیریت و توسعه ورزش کشور، سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران.
- رزاقی، محمد ابراهیم؛ مهرابی، قاسم و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۴). «بررسی بازاریابی تحت وب (مدیریت ارتباط با مشتری) باشگاه های فوتبال ایران». فصلنامه مدیریت ارتباط با رسانه های ورزشی. سال دوم، شماره ۷، صص ۱۹-۲۸.
- ساعتچیان، وحید؛ علیزاده، ابوالفضل؛ دهقان قهفرخی، امین و الهی، علیرضا. (۱۳۹۰). «اولویت بندی و شناخت ارتباط بین انگیزه ها و عوامل مؤثر بر حضور هواداران: مطالعه موردی شهرآورد تهران». پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۰، صص ۱۴۶-۱۳۱.
- سیدجوادین، سیدرضا؛ خانلری، امیر و استیری، مهرداد. (۱۳۸۹). «مدلی از ارزیابی تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان خدمات ورزشی». فصلنامه المپیک. شماره ۵۲، صص ۵۴-۴۱.
- صمدی، منصور؛ حسین زاده، علی حسین و نورانی، محمد. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه بین تاکتیک های بازاریابی رابطه مند فروشگاه های زنجیره ای و رفتار خرید مشتریان». نشریه مدیریت بازرگانی. دوره ۲، شماره ۳، صص ۹۳-۱۱۰.
- فهیم دوین، حسن؛ اسماعیل زاده قندهاری، محمدرضا و دوستی، عصمت. (۱۳۹۶). «تدوین الگوی ارتباط بین تأثیر اخلاق با مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت کالاها در باشگاه های ورزشی شهر مشهد». اولین همایش بین المللی پژوهش های نوین در علوم ورزشی و تربیت بدنی، همدان.
- عبدی، نجمه. (۱۳۸۸). «بررسی میزان رضایت مشتریان از خدمات تلفن ثابت، نشریه خبری شرکت مخابرات خراسان رضوی». ماهنامه تدبیر. شماره ۱۵۳.
- عامری سیاهویی، رضا؛ زنجیرچی، سید محمود و مشایخی نژاد، شقایق. (۱۳۹۶). «بررسی نیازهای هواداران از سیستم مدیریت ارتباط با هوادار (FRMS) با استفاده از تکنیک های (TOPSIS و ANP فازی) مطالعه موردی: هواداران فوتبال استان یزد». مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. پیاپی شماره ۱۵، صص ۴۳-۵۴.
- علی دوست قهفرخی؛ کوزه چیان؛ جلالی فراهانی و ترکی. (۱۳۹۰). «بررسی و مقایسه رضایتمندی مشتریان زن باشگاه های بدنسازی خصوصی و دولتی شهر تهران». نشریه مدیریت ورزشی. ۲(۵)، صص ۱۲۷-۲۶۶.
- علیزاده، ابوالفضل. (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر وفاداری هواداران به برند باشگاه های پرطرفدار لیگ حرفه ای فوتبال ایران». پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه تهران.
- کوزه چیان، هاشم؛ گوهر رستمی، حمیدرضا و احسانی، محمد. (۱۳۸۸). «مقایسه رضایتمندی مشتریان باشگاه های بدنسازی خصوصی و دولتی مردان شهر تهران». مدیریت ورزشی. ۱. ۳۷.
- میرکاظمی، سیده عذرا؛ مودی، داود و وحدانی، محسن. (۱۳۹۶). «نقش مزیت رقابتی در رضایتمندی مشتریان استخرهای شنا». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۶، شماره ۱ (۲۱ پیاپی)، صص ۹۱-۹۸.

● شناسایی عوامل موثر بر استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در باشگاه های بدنسازی ایران

- نادریان، مسعود و رهبری، سمیه. (۱۳۹۳). «بررسی تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم عناصر بازاریابی رابطه ای بر وفاداری مشتریان به باشگاه های ورزشی». فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین. سال ۴، شماره ۳، صص ۱۴۹-۱۶۰.
- هادیزاده مقدم، اکرم؛ رامین مهر، حمید و حاج مقانی، رضا. (۱۳۸۹). «ارائه مدل توفیق پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)». همایش تخصصی مدیریت ارتباط با مشتری. تهران.
- ونوس، داور و ظهوری، بهاره. (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر ابعاد ارزشی بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتری به برند گوشی های تلفن همراه». مجله مدیریت بازرگانی. دوره ۳، شماره ۸، صص ۱۴۹-۱۷۲.
- Almotairi, M. (2009). "A framework for successful CRM implementation". In European and Mediterranean conference on information systems, (pp. 13-14).
- Ascarza, E., Ebbes, P., Netzer, O., & Danielson, M. (2017). "Beyond the Target Customer: Social Effects of Customer Relationship Management Campaigns". Journal of Marketing Research, 54(3), 347-363.
- Badwan, J. J., Al Shobaki, M. J., Naser, S. S. A., & Amuna, Y. M. A. (2017). "Adopting Technology for Customer Relationship Management in Higher Educational Institutions". International Journal of Engineering and Information Systems (IJEAIS), 1(1), 20-28.
- Harrington, C. F. (2014). "Customer Relationship Management and Intercollegiate Athletics: Opportunities and Benefits for Smaller Institutions". Management and Organizational Studies, 1(1), p1.pp: 293-305.
- Rahimi, R., & Kozak, M. (2017). "Impact of customer relationship management on customer satisfaction: The case of a budget hotel chain". Journal of Travel & Tourism Marketing, 34(1), 40-51.
- Razaghi, M. E., Mehrabi, G., & Soltani, M. P. (2015). "Comparing Customer Relation Management Of Iran, Spain And Uk Football Clubs relationship management". Technology in Society, 24, 483-502.
- Varmusa, M., Kubinaa, M., (2015). "Innovative Approaches to Creation of Marketing Communication for Sports Clubs". aUniversity of Zilina, Univerzita 8215/1, 010 26 Zilina.
- Yaghoubi, M., Asgari, H., & Javadi, M. (2017). "The impact of the customer relationship management on organizational productivity, customer trust and satisfaction by using the structural equation model: A study in the Iranian hospitals". Journal of education and health promotion, 6.

جوانان و طبقه؛ در مسئله معنا و انتساب

سید محسن بنی‌جمالی^۱

سهیلا صادقی فسایی^۲

 10.22034/SSYS.2022.1901.2351

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۴/۰۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۰۳

نظر به اهمیت طبقه در شکل‌دهی به چگونگی گذار به بزرگسالی، مقاله حاضر به دنبال آن است تا دریابد جوانان چه فهمی از طبقه دارند و چه معنایی از آن مراد می‌کنند و چگونه و بر چه اساسی خود را به طبقه‌ای خاص منتسب می‌نمایند. این مطالعه به شیوه‌ای کیفی و با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و با روش تحلیل تماتیک انجام شده است. نمونه مطالعه شامل ۲۱ تن از جوانان مجرد و متأهل هر دو جنس از طبقات و سنین مختلف است. این پژوهش بیان می‌دارد که طبقه از نگاه جوانان ضمن آنکه ترکیبی از وجوه مختلف است، مرکب از جنبه‌های ذهنی و عینی نیز می‌باشد. این نکته طبقه را تفسیرپذیر می‌کند و باعث می‌گردد وضعیت‌های یکسان زندگی قضاوت‌های متفاوت طبقاتی را بیافریند و مرزهای طبقاتی را کدر سازد. این مهم به واسطه آنکه جوانان مستقل نیستند و پایگاه شغلی باثباتی نیافته‌اند و بنابراین خود را به واسطه خانواده و با ملاک‌های نمادین و فرهنگی تعریف می‌کنند، تقویت می‌شود. به همین ترتیب از آنجا که طبقه‌بندی جوانان براساس تعاریف متمایز هر یک از ایشان از موقعیت منحصر به فرد خود بنا می‌شود، کلیت‌های اجتماعی متمایز نیز نمی‌آفریند. در نتیجه نوعی ابهام در طبقه‌بندی و فقدان خطوط مرزی طبقاتی در زندگی جوانان مشهود است. همچنین به علت تفسیرپذیری تعریف طبقه، جوانان به طور ذهنی جایگاه طبقاتی برجسته‌تری را به خود منتسب و به واسطه آن توانایی‌های خود را در شکل‌دادن به زندگی‌نامه بیش از اندازه ارزیابی می‌کنند.

واژگان کلیدی: جوانان، طبقه، جایگاه طبقاتی و انتساب طبقاتی.

۱- رئیس گروه مطالعات مدیریت، مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی، وزارت ورزش و جوانان، تهران، ایران
(دکترای تخصصی جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران) (نویسنده مسئول)

E-mail: Banijamali@ut.ac.ir

۲- دانشیار، جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

طبقه، تعیین‌کننده‌ترین عامل تعریف شکل و محتوای گذار به بزرگسالی است. شکل گذار از حیث تندی و کندی، تابعی از طبقه است و فاصله زمانی گذار نیز نسبت مستقیم با سطح طبقاتی دارد. بویز-ریموند^۱ (۲۰۰۹) تندروری و کندروری در گذار به بزرگسالی را به طبقه منتسب می‌کند. مطابق نظر وی، جوانان طبقات متوسط و بالا که انواع مختلفی از سرمایه را در اختیار دارند با گذار کندرو روبرو هستند، اما شکل غالب گذار در افرادی با منشاء طبقاتی پایین که فاقد هر گونه سرمایه‌ای هستند، گذار تندرو است (همان: ۳۲ و جونز^۲، ۲۰۰۹: ۹۸). هیلمرت (۲۰۱۰: ۶۲) شرایط زندگی افراد را تابعی از منابع در دسترس و فرصت‌ها و محدودیت‌هایی می‌داند که اندازه و معنی‌داری خود را از جایگاه طبقاتی و شرایط رقابت به دست می‌آورد. صادقی، بلالی و محمدپور (۱۳۸۹) در همین مورد بیان می‌دارند که دسترسی جوانان در ایران به فرصت‌ها و موقعیت‌های اوقات فراغت تابع تمایزات و نابرابری‌های اجتماعی است. مطابق مطالعه ربانی خوراسگانی و شیرینی (۱۳۸۸) نیز «طبقه اجتماعی» و ترکیب اثر آن با «جنسیت» همچنان تمایزبخش الگوهای گذران اوقات فراغت است. قاسمی، حیدرآبادی و رستمی (۱۳۹۰) در همین زمینه مطرح می‌کنند که زمینه‌های طبقاتی خانوادگی دسترسی به فرصت‌های آموزشی را محدود می‌کند و بخش مهمی از بازتولید اجتماعی و فرهنگی را توضیح می‌دهد. سفیری و ایمانی (۱۳۸۵) نیز شرح می‌دهند که درآمد والدین به عنوان «معرف جایگاه اجتماعی»، مهمترین عامل توضیح‌دهنده تحرک طبقاتی دختران در مقایسه با مادران است. به همین ترتیب مقدس و سروش (۱۳۹۰) نیز بیان می‌دارند که میدان اجتماعی زنان شیراز، سرمایه‌های در دسترس ایشان و سبک زندگی فراغتی آنها هنوز به شدت در راستای خطوط طبقاتی تعریف و توزیع می‌شود.

بحث طبقه در مطالعات جوانان آن‌چنان دارای اهمیت است که مبنای اثبات صحت و سقم رویکردهایی نیز شده است که برای تحلیل دوره جوانی بیان می‌شود. در این باره مثلاً وین^۳ و وودمن^۴ (۲۰۰۶، ۲۰۰۷، ۲۰۰۹، ۲۰۱۰ و ۲۰۱۵) با طرح «زندگی‌نامه انتخابی جوانان» بر رخت برستن اثر طبقه یا حداقل تغییر ماهیت و چگونگی اثر آن تأکید می‌کنند و متقابلاً کن رابرتز^۵ (۲۰۰۷)، استیون رابرتز^۶ (۲۰۱۰)، فرانس^۷ و استیون رابرتز (۲۰۱۵)، تریدگلد^۸ (۲۰۱۱)، پالک^۹ (۲۰۰۸) و فرانس و تریدگلد (۲۰۱۶) و کُت^{۱۰} (۲۰۱۴) در ردّ زندگی‌نامه انتخابی بر اهمیت زنده اثر طبقه بر زندگی و آینده جوانان اصرار می‌ورزند.

اثر تعیین‌کننده طبقه بر گذار به بزرگسالی تمام ماجرا نیست. آنچه در سطح فردی اهمیت فراوان‌تری دارد، ادراک از طبقه و طبقه‌بندی خود است. درک از طبقه و فهم آن بیان می‌کند که فرد با چه مؤلفه‌هایی طبقه را تعریف می‌کند و چه جنبه‌های ذهنی و عینی را بدان نسبت می‌دهد. نیز مشخص می‌کند که جوانان چگونه به خود، محیط و آینده می‌نگرند و بر آن اساس چگونه زندگی خود را بنا می‌کنند. این مسئله

1. Bois-Reymond
2. Jones
3. Wyn
4. Woodman
5. Ken Roberts
6. Steven Roberts
7. France
8. Threadgold
9. Pollock
10. Côté

ضمن آنکه کانون مهم درگیری رویکردهای مختلف در مطالعات جوانان از جمله مکتب بیرمنگام و نسل‌گرایان است (وودمن و وین، ۲۰۱۵) مبنای انتساب افراد به جایگاه طبقاتی مشخص نیز هست. انتساب طبقاتی، آغاز مبحثی است که از آن به «طبقه‌بندی» اطلاق می‌شود. افراد به طور عادی و مستمر و به عنوان امری روزمره دائماً در حال طبقه‌بندی خود و دیگران بر اساس شباهت‌ها و اختلاف‌هایشان هستند و همین منبع تمایز ایشان می‌شود. در واقع طبقه‌بندی خود و دیگران بر اساس انتساب ویژگی‌های مشخصی به خود یا دیگری و نیز مقایسه شباهت‌ها و اختلاف‌ها باعث می‌شود تمایز شکل گیرد و الگوهایی از عوامل جداکننده افراد را از یکدیگر متمایز کند. با این حساب تا تعریف از طبقه و انتساب طبقاتی نباشد، مبنایی برای تمایز وجود نخواهد داشت و افراد و گروه‌ها نیز از یکدیگر جدا نخواهند شد. در این معنا، تعریف و انتساب طبقاتی کنش طبقه‌بندی کردن را به وجود می‌آورد و آن نیز به نوبه خود تمایزهای طبقاتی را می‌آفریند. گفتنی است طبقه‌بندی و نبرد طبقه‌بندی پایه نبرد طبقاتی نیز هست. در طی نبرد طبقه‌بندی، افراد با در نظر گرفتن ویژگی‌های مختلف، جایگاه طبقاتی خود را بنا به درکی که از مقتضیات طبقه و از جنبه‌های مختلف نمادین و غیرنمادین آن دارند نه تنها تعریف و بازتعریف می‌کنند که حتی آن را می‌سازند. با این نگاه، طبقه‌بندی کردن فرآیندی می‌شود که با آن افراد درک‌شان از محیط را به کار می‌گیرند تا موقعیت اجتماعی خود را براساس پایگاه شغلی و حرفه‌ای و عوامل نمادین مختلف دیگر متناسب به خود تعریف و تعیین کنند. وقتی ما خود را به صفتی متناسب می‌کنیم - اعم از عینی، ذهنی یا نمادین - در واقع وارد نوعی نبرد طبقه‌بندی می‌شویم تا در نتیجه آن خود را از دیگری متمایز سازیم. نیز در جریان این طبقه‌بندی، تفاوت با دیگری را از ناخودآگاه به خودآگاه منتقل می‌کنیم و بنابراین نوعی آگاهی طبقاتی می‌آفرینیم. از این منظر عواملی که سبب می‌شود فرد به صرافت طبقه‌بندی کردن خود بیفتد، نقش اصلی را در شکل دادن به نبرد طبقه‌بندی خواهد داشت و گرنه متغیرهایی مثل «جایگاه در بین عوامل تولید»، «موقعیت شغلی و حرفه‌ای»، «منزلت اجتماعی» و «سبک زندگی» که به ترتیب عناصر مهم تعریف طبقه از نگاه مارکس، دورکیم، وبر و بوردیو است به خودی خود، چون خودآگاهانه نیست، محرک نبرد طبقه‌بندی نیز نخواهد بود. با چنین نگاهی، مطالعه حاضر در جستجوی «درک از طبقه و تحرک طبقاتی» و «انتساب طبقاتی» است تا با استفاده از اینها مبنایی برای طبقه‌بندی، نبرد طبقه‌بندی و آگاهی طبقاتی ایجاد کند. به چنین دلایلی و در چنین فضایی مطالعه حاضر به دو مسئله اساسی زیر می‌پردازد:

- ۱) جوانان طبقه و تحرک طبقاتی را چگونه تعریف می‌کنند و چه فهم و درکی از آن دارند؟
- ۲) جوانان خود را در چه جایگاه طبقاتی قرار می‌دهند و چه تفسیری از مقایسه جایگاه طبقاتی خود و والدین خود دارند؟

گفتنی است هر چند طبقه در ایران همیشه از مفاهیم مورد توجه بوده است و به شکل نظری و تاریخی در باره آن بسیار بحث شده است، اما کمتر موضوع مطالعات تجربی شده است. این امر به ویژه در مقولاتی مثل معنای طبقه و موضوع انتساب طبقاتی بیشتر مصداق دارد، زیرا تحقیقات به مراتب کمتری را به خود دیده است. از معدود مطالعات در این باره که در ایران انجام شده است، مطالعه محمد تقی ایمان (۱۹۹۴) است که مطابق آن آگاهی طبقاتی کارکنان کارخانه صنایع الکترونیک شیراز بر حسب اشتغال در قبل یا بعد از انقلاب متفاوت برآورد شده است. مطابق مطالعه وی ضمن تأیید اثر واقعه انقلاب و تحصیل بر چگونگی شکل‌گیری و نیز جهت و شدت آگاهی طبقاتی، به دست می‌آید که آگاهی طبقاتی در بین کارکنان متخصص بسیار عیان‌تر از کارگران یدی است (ایمان، ۱۹۹۴). چنین وضعیتی گواه آن است که کنش طبقه‌بندی تحت تأثیر واقعه‌ای بیرونی مثل انقلاب است که امری خودآگاهانه می‌شود و

بنابراین ضرورتاً تابعی مستقیم از وضعیت واقعی و شرایط عینی زندگی نیست. اثر تحصیل بر آگاهی طبقاتی در کار ایمان نیز چنین تفسیری را تأیید می‌کند، زیرا منطقاً سطح تحصیل بالاتر باید به معنای بالاتر بودن سطح زندگی و بنابراین دورتر بودن از شرایط زندگی کارگری باشد. این در حالی است که تحصیل در آنجا به نحو آشکاری عامل آگاهی طبقاتی در بین کارگران شده است. به عبارت دیگر، سطح زندگی بالاتر عامل افزایش خودآگاهی طبقاتی کارگری شده است. نودری (۱۳۹۶) نیز در تحلیل میزان آگاهی دانشجویان از طبقه مطرح می‌کند که آنها شدت تفاوت طبقاتی در جامعه ایران را زیاد ارزیابی می‌کنند و از حیث جایگاه طبقاتی نیز خود را بیشتر در طبقه متوسط قرار می‌دهند (همان). به همین ترتیب راسخ، باقری و حافظی (۱۳۸۶) نیز در بحث از آگاهی طبقاتی بیان می‌دارند که هویت طبقاتی اجتماعی زنان متأثر از تحصیلات، درآمد و وضعیت شغلی است - ضمن آنکه مطرح می‌کنند زنان در تعیین طبقه اجتماعی‌شان به موقعیت شغلی خود بیش از موقعیت شغلی همسر اهمیت می‌دهند. با چنین پیشینه‌ای از مطالعات در تعریف و انتساب طبقاتی که تمامی آنها نیز با روش کمی انجام شده است، آشکار است که مطالعه حاضر منحصر به فرد و پیشگام در این موضوع است و لذا دریافت‌های آن نیازمند توسعه بیشتر می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

از آنجا که مطالعه به دنبال معنایی بود که جوانان از طبقه مراد می‌کنند و نیز درک اینکه چگونه آنها خود را به طبقه‌ای خاص منتسب می‌کنند، از روش کیفی بهره برد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات نیز مصاحبه بود تا داده‌های قابل اعتماد (ن.ک. به برینکمان^۱ ۲۰۱۳: ۱۲) و گزارش‌های واقعی^۲ از تجربه مشارکت‌کنندگان به دست آید (ن.ک. به رولستون^۳ ۲۰۱۴: ۲۹۸ و راپلی^۴ ۲۰۰۷: ۱۶). در شکل مصاحبه نیز مطالعه از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته^۵ سود برد تا ضمن تمرکز بر محورهای از پیش تعیین شده، در دنبال کردن جنبه‌هایی نیز که مهم تشخیص داده می‌شد به اندازه کافی منعطف باشد. نمونه‌ها براساس دو رویه انتخاب مبتنی بر «بیشترین اطلاعات» و «حداکثر تغییرات» (ن.ک. به راپلی، ۲۰۱۴: ۵۷ و مرکنس^۶، ۲۰۰۷) مشخص شد و در آن متغیرهای سن، جنس، وضع تأهل و طبقه مورد توجه قرار گرفت. افرادی که در چارچوب ضوابط انتخاب بودند، به مصاحبه دعوت می‌شدند. در صورتی که دعوت به مصاحبه را می‌پذیرفتند مصاحبه‌ها در فضای پارک و یا در دفتر کار انجام می‌شد. در این میان، از اینکه موقعیت مصاحبه مناسب باشد و در آن مصاحبه‌شوندگان احساس امنیت و راحتی نمایند اطمینان حاصل می‌شد. نمونه‌گیری و مصاحبه تا جایی که احساس می‌شد اطلاعات جدیدی تولید می‌شود، ادامه یافت. با این ملاحظات تا اشیاع نظری ۲۵ نفر - شامل ۱۳ مرد و ۱۲ زن - در سال ۱۳۹۵ مورد پرسش قرار گرفتند. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به دقت واج‌نویسی^۷ و سپس کدگذاری شد. گفتنی است که به علت مشکلاتی که در ضبط صدا وجود داشت، در نهایت تنها ۲۱ مصاحبه واج‌نویسی

1. Brinkmann
2. factual
3. Roulston
4. Rapley
5. semi-structured
6. Merkens
7. transcription

و سپس تحلیل شد. تحلیل داده‌ها بر اساس روش تحلیل تمی^۱ صورت پذیرفت تا شروع از مفاهیم پیشینی و استفاده از ادبیات نظری امکان‌پذیر باشد (ن.ک. به سالدانا^۲، ۲۰۰۹: ۱۳ و ۱۴).

کیفیت تحقیق در مطالعه حاضر از طریق مجموعه‌ای از ضوابط مختلف پیگیری و تضمین شد؛ از جمله کدها به همکاران علمی ارائه و از سوی آنان مورد بازبینی قرار گرفت. نیز کدگذاری‌های مستقل از سوی همکاران علمی همراهی بسیار بالایی را به نمایش گذاشت. نیز فرآیندهای تحقیق از جمله روش جمع‌آوری اطلاعات، قواعد ترانویسی (بنی جمالی، ۱۳۹۶: ۲۷۰-۲۸۱)، روش‌های تحلیل، منابع اطلاعات، تصمیمات و مسائل به دقت مستند شد تا به گونه بین‌فردی قابل فهم باشد. در این مورد به خصوص بر ترانویسی کامل مصاحبه‌ها، مطالعه پیاپی و چندباره گفته‌ها و نیز کدگذاری و یادداشت‌نویسی آنها بسیار تأکید شد. سرانجام نیز کیفیت مطالعه، با بنا کردن فرضیات و نظریه‌ها بر بنیاد تجربی، تضمین مضاعف یافت تا فرضیات و نظریه‌ها تنها زمانی موجه دانسته شود که دلایل و شواهد متنی کافی برای آنها وجود داشته باشد و بنابراین در هر استنتاجی نیز شواهد کافی از متن گفته‌ها آورده شد.

۴۱۱

گفتنی است در این مطالعه برای ایجاد طرح نظری از یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها در موضوع «تعریف طبقه» و «انتساب طبقاتی» از چهار رویکرد اصلی به طبقه و تعاریفی که از آن رویکردها ناشی می‌شود، استفاده شده است. در این باره تحلیل طبقاتی مارکسی، دورکیمی، وبری و بوردیویی مورد توجه قرار گرفت. در تحلیل طبقاتی مارکسی، رابطه جوانان با ابزار تولید و نیز جایگاه آنها در روابط تولید موقعیت طبقاتی ایشان را توضیح می‌دهد (ن.ک. به رایت^۳، ۲۰۰۵). در تحلیل طبقاتی وبری نیز منزلت اجتماعی و معرف‌های متناسب بدان در تعریف جایگاه طبقاتی جوانان به کار می‌آید (ن.ک. به برین^۴، ۲۰۰۵). تحلیل طبقاتی دورکیمی هم جایگاه حرفه‌ای و شغلی را در تعریف جایگاه طبقاتی مورد توجه قرار می‌دهد (ن.ک. به گروسکی و گلکسکو^۵، ۲۰۰۵). تحلیل طبقاتی بوردیویی نیز ضمن وارد ساختن عناصر نمادین در تعریف طبقه سبک زندگی را تعیین‌کننده جایگاه طبقاتی در نظر می‌گیرد (ن.ک. به وینینگر^۶، ۲۰۰۵).

در مطالعه حاضر مضامین محوری «تعریف»، «انتساب»، «تحرك» و «دلایل انتساب و تحرك» نیز مورد توجه قرار گرفته است. متن مصاحبه‌ها نیز پس از ترانویسی کامل و مرور چندباره متن با توجه به مضامین فوق و نیز عناصر نظری تعیین‌کننده تعریف طبقه (با توجه به چهار رویکرد مورد اشاره) به گونه‌ای باز کدگذاری شد. سپس کدهای به دست آمده، پالایش شد و تم‌های اصلی تحلیل شکل گرفت. با ستنز تم‌ها، مفاهیم اصلی ساخته شد و سپس بر اساس منطق ابداکتیو^۷ روابط بین مفاهیم تفسیر و روایت حاضر از یافته‌ها شکل گرفت. در خلال تحلیل نیز نتایج با تفاسیر حاصل از رویکردهای مارکسی، دورکیمی، وبری و بوردیویی مقایسه شد و همراهی‌ها و تعارضات مورد اشاره قرار گرفت.

1. Thematic analysis
2. Saldaña
3. Wright E. O.
4. Breen, R.
5. Grusky D. & Galesku G.
6. Weininger, E. B.
7. abductive reasoning

یافته‌های پژوهش

تعریف طبقه؛ عینیتی چندوجهی و گاه متناقض همراه با عناصری ذهنی

نتایج بیان می‌دارد که از منظر جوانان، طبقه مفهومی بسیط نیست و به جنبه‌ای خاص مثلاً اقتصادی یا اجتماعی یا فرهنگی محدود نمی‌شود، بلکه ترکیبی از وجوه مختلف تحصیلی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. جنبه اقتصادی بسیار مورد استناد جوانان در شرح طبقه و انتساب طبقاتی است. درآمد، شغل، اموال و امکان پس‌انداز از جمله مواردی است که در این باره بر آن تأکید می‌شود:

«درآمدمون ... با ... هزینه‌ها یکی می‌شه؛ یعنی نمی‌شه گفت که از عهده مخارجمون بر می‌آییم، ولی خب آره چیزی نیست که ... برا آینده بشه روش حساب کرد. (۱-۴۴)»
تحصیل نیز در شرح وضعیت طبقاتی بسیار مورد ارجاع است. فرد کارمند مجرد در سال‌های آخر دهه سی زندگی خود در شرح وضع طبقاتی خود می‌گوید:

«... طبقه متوسط جامعه هستم. تحصیلاتم، درآمد، کارم متوسطه ... (۴-۳۹ تا ۴۴)»
جنبه‌های اجتماعی نیز مورد استناد است. یکی از پاسخگویان در مقایسه سطح طبقاتی خود و والدین به شأن اجتماعی اشاره می‌کند و دیگری در همین موضوع بر اهمیت ارتباطات اجتماعی تأکید می‌کند.

جنبه‌های فرهنگی نیز به تواتر در تعریف جایگاه طبقاتی مورد اشاره است. مرد جوان مجرد که خود را در جایگاه طبقه بالا قرار می‌دهد، شرح خود از دلایل طبقه‌بندی را به تمامی بر جنبه‌های فرهنگی بنا می‌کند:

«... تو یه خانواده فرهنگی بزرگ شدم. ... اصلاً ما کدخدازاده بودیم. پدر بزرگم سعی کرده بچه‌هاش را درست تربیت کنه. تو یه شرایط فرهنگی مناسب، ایده‌آل رشد بکنند ... درسته شهرستان بود، ولی به لحاظ فکری خانواده اصیل و سستی هستیم؛ ولی تفکراتمون سستی نشده ... رشد کرده ... محیط‌بازی داریم ... (۲-۸۹)» ... آره یه زندگی ایده‌آل مرفه بدون دغدغه بدون درد. آدم همین و می‌خواد دیگه. میگن ثروتمند کیست؟ کسی که بی‌نیاز است، نه کسی که پول زیادی داره - (۲-۹۳)»

به همین ترتیب، جنبه‌های نمادین نزدیک به سبک زندگی نیز در شرح جایگاه طبقاتی مورد تأکید است. دختر مجرد کارشناس ارشد ارتباطات می‌گوید:

«... شما وقتی توی خانواده‌ای بدنیا می‌آیید که از اول تا آخرش کارمند بودند، شما به زندگی کارمندی عادت می‌کنید. خیلی اهل ریسک‌پذیری‌های اقتصادی و تجاری و اینها نخواهید بود ... (۱۰-۹۶)»

نکته آنکه جنبه‌های متفاوت مورد اشاره در شرح طبقه قابل تبدیل به دیگری است - ضمن آنکه هر یک دیگری را تقویت می‌کند؛ به عنوان مثال، تحصیل باعث ارتقای اقتصادی می‌شود که خود سبب ارتقای دوباره تحصیل است. نیز با ارتقای هر یک از آنها شأن اجتماعی و جایگاه فرهنگی فرد نیز ارتقا می‌یابد. خانم جوان متأهل در تعیین جایگاه طبقاتی خود و در شرح جنبه‌های فرهنگی و سبک زندگی می‌گوید:

«... احساس می‌کنم که یه جورایی فرهنگ با وضعیت مالی هم ... مرتبطه. خوب مثلاً کسی که ده تا کشور دنیا را دیده قطعاً از نظر من شاید یه ذره فرهنگی‌تر هم باشه یا مثلاً نمی‌دونم جاهای مختلفی رفته

۱- در اینجا و در نقل قول‌های دیگر از مصاحبه‌ها، عدد اول نماد شماره مصاحبه و عدد دوم نماد پاراگراف در مصاحبه است.

توی مهمونی‌های مختلفی شرکت کرده یا با آدم‌های مختلفی در ارتباط بوده شاید از نظر من فرهنگی‌تر محسوب بشه (۲۰-۱۲۵ تا ۱۲۷)»

این امر به ویژگی دیگری می‌انجامد که مطابق آن به طبقه به عنوان ترکیبی از جنبه‌های عینی و ذهنی نظر می‌شود. در مواردی روایت جوانان از جایگاه طبقاتی آنچنان ترکیب پیچیده‌ای از عناصر ذهنی و عینی می‌شود که جمع‌بندی واحد از آن غیرممکن می‌گردد. به همین دلیل خانم جوانی خود را از حیث وجوه مختلف در جایگاه‌های متفاوتی قرار می‌دهد:

«... از نظر مالی اگر بخوام خودم و طبقه‌بندی کنم، زیر خط فقر زندگی می‌کنم. از نظر اجتماعی اگاه خودم و طبقه‌بندی کنم، جزو آدم‌هایی که دارن توی محیط فرهنگی تحصیل می‌کنن یا از نظر فرهنگی خودمو طبقه‌بندی می‌کنم، آدمی که سالم زندگی می‌کنه ... (۱۷-۸۴)»

گاه روایت جوانان از جایگاه طبقاتی آنچنان متفاوت از دیگر روایت‌ها و مرکب از عناصر متفاوت و متناقض می‌شود که به سختی می‌توان دو فرد را از حیث طبقاتی به یکدیگر نزدیک یافت. این امر سبب می‌شود جایگاه فرد در مقایسه با دیگران در ابهام قرار گیرد و یا شرایط یکسان عینی به خاطر تفسیر پذیر بودن شرایط ذهنی قضاوت‌های متفاوت از حیث طبقاتی بیافریند. در این مورد مثلاً پسر بیست و هشت ساله دانشجوی سینما آنچنان طبقه را برخاسته از جنبه‌های فرهنگی تعریف می‌کند که براساس آن هیچگاه نمی‌توان فرد دیگری را از حیث طبقاتی به وی نزدیک یافت. این نگاه، جوانان را توده‌ای نامتعارف و فاقد سرنوشت مشترک می‌سازد و از احتمال شکل‌گرفتن گروه‌های طبقاتی در بین آنان می‌کاهد. نتیجه به نوعی فقدان طبقه در عین وجود عینی طبقه است، زیرا طبقه علیرغم تأثیر واقعی که در زندگی افراد جای می‌گذارد مورد ادراک قرار نمی‌گیرد و بنابراین منشاء خودآگاهی نیز نمی‌شود. در این صورت افراد آنقدر ابعاد مختلفی می‌یابند که خود نیز نمی‌توانند تشخیص دهند چه اشتراکاتی دارند تا به شکل بین‌ذهنی درک مشترک از وضعیت و سرنوشت خود بیابند. با این نگاه ممکن است نوعی احساس عاملیت کاذب در جوانان پدید آید که مطابق آن تصور کنند آینده زندگی خود را از خلال تحصیل، کار و تلاش خود می‌سازند، در حالی که در واقعیت این عناصر ساختاری مثل طبقه و جنسیت است که زندگی آنها را تعیین می‌کند.

از جنبه‌ای دیگر نیز تعریف طبقه براساس وجوه متفاوت و گاه متناقض می‌تواند به نوعی ابهام طبقاتی بینجامد که مطابق آن جنبه‌ای تعیین‌کننده از وضعیت طبقاتی با جنبه‌ای دیگر جبران شود و بنابراین به طور ذهنی افراد جایگاه طبقاتی برجسته‌تری را به خود منتسب کنند. در مطالعه به دست می‌آید که افراد طبقه را خرد می‌کنند تا ذهناً خود را ارتقا دهند و در جایگاه بالاتری بنشانند. این رویه طبقه را پیچیده‌تر می‌کند و جنبه‌های متناقض‌تری بدان می‌بخشد- ضمن آنکه احتمالاً از تضادهای طبقاتی می‌کاهد و یا حداقل شکل آن را تغییر می‌دهد، زیرا افراد مطابق آن احساس عقب‌ماندگی و ناامیدی کمتری از حیث جایگاه طبقاتی خود می‌کنند.

مطابق با نتایج حاصل از مطالعه، دو نکته مهم در مورد انتساب جوانان به جایگاه اجتماعی مشخص مطرح است: اول آنکه جوانان چون هنوز پایگاه حرفه‌ای و شغلی مشخصی نیافته‌اند، در مشخص ساختن موقعیت طبقاتی خود عمدتاً بر تعریف تأکید می‌کنند. در این معنا بخشی از نبرد طبقه‌بندی نزد ایشان نه به واسطه سبک زندگی و فعالیت‌های نمادین بلکه به واسطه تعریف خود که شکلی ذهنی و انتزاعی دارد انجام می‌پذیرد؛ دوم آنکه جوانان به واسطه وابستگی به خانواده جایگاه خود را بیشتر با وساطت خانواده درک می‌کنند. از این لحاظ ادراک آنها از طبقه خود می‌تواند متفاوت

با وضعیت واقعی آنها باشد و باعث شود ایشان جایگاه خود را بالاتر از آنچه که واقعاً هست ارزیابی کنند.

ارزیابی از جایگاه طبقاتی خود

هر چند طبقه متوسط، مفهومی پرابهام و بسیار مناقشه‌آمیز است، اما به هر حال در مطالعه حاضر به شکل قابل توجهی از سوی جوانان مورد ارجاع است. جوان بیست و دو ساله مجرد که پدرش دارای تحصیلات ابتدایی و بازنشسته شهرداری است خود را از طبقه متوسط (متوسط پایین) می‌داند (مصاحبه ۳). دختری که پدرش بازنشسته و مادرش خانه‌دار است نیز خود را جزو طبقه متوسط ارزیابی می‌کند (مصاحبه ۱). مرد متأهلی نیز که پدرش بازنشسته شهرداری است و در منطقه‌ای در جنوب شرقی تهران زندگی می‌کند و تعبیری کاملاً اجتماعی و فرهنگی از طبقه دارد خود را در طبقه متوسط رو به بالا جای می‌دهد (مصاحبه ۷). نیز دختری که پدر و مادرش بازنشسته فرهنگی هستند، خود را در طبقه متوسط قرار می‌دهد (مصاحبه ۹). حتی مواردی است که در آن فرد علیرغم منشأ طبقاتی بالا یا پایین خود را در طبقه متوسط جای می‌دهد. در موردی حتی پسر جوانی از طبقه بالا به دلیل آنکه فاقد پشتوانه لازم برای تشکیل زندگی مستقل است، خود را از حیث طبقاتی معمولی یا متوسط معمولی می‌نامد (مصاحبه ۱۴).

۴۱۴

دلایل انتساب طبقاتی

به طور معمول در شرح علت انتساب به طبقه متوسط بر دلایل اقتصادی تأکید می‌شود. دختر دارای مدرک کارشناسی و کارمند شرکت خصوصی در شرح اینکه چرا خود را در جایگاه طبقاتی متوسط قرار می‌دهد بر برابری درآمدها و هزینه‌ها تأکید می‌کند:

«... درآمد خانوادگیمون با ... هزینه‌ها یکی می‌شه یعنی نمی‌شه گفت که از عهده مخارجمون بر نمی‌آییم، ولی خب آره چیزی نیست ... که برا آینده بشه روش حساب کرد. (۱-۴۴)»

دختر دانشجوی لیسانس، با پدر بازنشسته فوق‌لیسانس و مادر لیسانس خانه‌دار نیز طبقه متوسط را بر اساس توانایی تأمین هزینه‌های زندگی و قدرت پس‌انداز تعریف می‌کند:

«نه اونقد بی‌پولیم ... که مثلاً دست‌مون به دهن‌مون نرسه ... اونقد هم مثلاً پول نداریم که بخوایم مثلاً پس‌انداز آنجنانی واسه آینده داشته باشیم یا اینکه سرمایه کلانی داشته باشیم ... (۱۹-۱۲۰)»

به همین ترتیب دختر دانشجوی فوق‌لیسانس و کارمند شرکت حسابرسی در شرح طبقه متوسط بر توانایی تأمین ضروریات زندگی و داشتن قدرت پس‌انداز اشاره می‌کند:

«... نه خیلی پایین‌یم که مثلاً به حداقلی‌یات زندگی‌مون نیازمند باشیم نه اونقد بالا‌یم که مثلاً چه می‌دونم الان بگیم مثلاً دو سه تا خونه مثلاً کناره ... یعنی اون هزینه‌هایی که اتفاق می‌افته ما می‌تونیم پوشش بدیم مثلاً به مقدار پس‌انداز می‌تونیم انجام بدیم ... (۲۱-۲۵۳ تا ۲۵۵)»

از این منظر پسر مجرد با والدینی از طبقه بالا نیز که خود را از حیث طبقاتی متوسط معمولی می‌نامد، در تعریف آن به فقدان پشتوانه مالی و نیز نداشتن شغل و امکانات زندگی اشاره می‌کند:

«...هیچ پشتوانه‌ای ندارم ... مثلاً نه خونه دارم، نه ماشین دارم، نه شغلی دارم. خب می‌شه گفت هیچ، ولی خب نمی‌شه اینجوری‌ام حساب کرد. برا همین متوسط معمولی (۱۴-۸۸)»

علاوه بر اینها به طور آشکاری مقایسه نیز مبنای دیگر ارزیابی وضع طبقاتی است. دختر دانشجوی که پدرش مدیر مالی شرکت خصوصی است، در ارزیابی از وضع متوسط طبقاتی خود به این جنبه توجه دارد:

«بخاطر اینکه زندگیمون به نسبت اگر بخواهیم پایین و مقایسه کنیم سطح بهتری داره و به نسبت خیلی بالا هم بخوایم مقایسه کنیم خوب به ذره پایین‌تره متوسط‌ایم دیگه. (۵۸-۹)»

نیز جوان مجرد در سال‌های پایانی دهه سی عمر خود در شرح ارزیابی طبقه خود بر مقایسه تأکید می‌کند:

«دیگه با توجه به نگاهی که به اطرافم دارم و دیگران را نگاه می‌کنم فکر می‌کنم طبقه متوسط جامعه هستم؛ تحصیلاتم، درآمد، کارم متوسطه دیگه. (۴-۳۹ تا ۴۴)»

این درست در حالی است که افراد با منشأ طبقاتی بالا در تعیین جایگاه طبقاتی خود عمدتاً بر جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی تأکید می‌کنند. پسر دانشجوی کارشناسی ارشد در شرح طبقه بر مسئله بی‌نیازی اشاره می‌کند:

«به زندگی ایده‌آل مرفه بدون دغدغه بدون درد آدم همین و می‌خواد دیگه. میگن ثروتمند کیست؟ کسی که بی‌نیاز است، نه کسی که پول زیادی داره- (۲-۹۳)»

به همین ترتیب خانم متأهل دانشجوی فوق‌لیسانس علیرغم آنکه خود را از حیث اقتصادی در طبقه متوسط جای می‌دهد، از نظر فرهنگی جایگاه بالای طبقاتی برای خود قائل است:

«بخاطر اینکه ... توی محیط دانشگاهی بودم تو خانواده فرهنگی‌ای بودم توی محیط‌های فرهنگی‌ای بودم بعد کارهایی که می‌کردم خیلی مرتبط با فرهنگ بوده (۲۰-۱۳۳)»

ارزیابی از تحرک طبقاتی خود در مقایسه با جایگاه طبقاتی والدین

احساس جوانان از ترفیع یا تنزل طبقاتی نسبت به والدین پیچیده و حتی گاه متناقض است. در این باره در سطوح مختلف طبقاتی می‌توان تفسیرهایی از تنزل یا ترفیع طبقاتی یا هر دو را یافت. در مواردی جوانان در شرح موضوع به ترفیع از جنبه‌ای و نزول از جنبه‌ای دیگر اشاره می‌کنند. دختری که خود را از طبقه متوسط می‌داند، معتقد است علیرغم ارتقای تحصیلی به دلیل کاهش ارزش تحصیلات و نیز اینکه درآمدش کفاف پس‌انداز در زندگی را نمی‌دهد نسبت به والدین دچار تنزل طبقاتی شده است. به نظر می‌رسد بخشی از این مسئله به چندوجهی بودن ماهیت طبقه از منظر ایشان مربوط باشد، زیرا بخشی از قضاوت ایشان نسبت به جایگاه طبقاتی ذهنی است و بنابراین بیشتر با انتظارات و توقعات ایشان مرتبط است. در این مورد از آنجا که فرد نسبت به والدین تحصیلات بالاتری دارد انتظار دارد از نظر طبقاتی نیز در سطح بالاتری قرار گیرد؛ این در حالی است که در واقعیت نسبت به والدین احساس ترفیع نمی‌کند. بر این اساس طبیعی است که احساس وی نسبت به جایگاه طبقاتی احساسی دوگانه باشد. شاهد مثال دیگر، پسر جوانی با والدینی از طبقه بالاست که در مقایسه وضع خود و والدین به تنزل و ترفیع همزمان اشاره می‌کند:

«... جایگاه اجتماعی‌شون و می‌بینم در زمانی که خوب هم‌سن من بودند یا مثلاً تحصیلی‌شون حساب می‌کنم یا هر چیزشون درآمدشون حساب می‌کنم قاعدتاً بالاترم ولی خوب حالا قدرت خرید و مثلاً شأن اجتماعی خوب قاعدتاً پایین‌ترم چون زمانه تغییر کرده. (۱۴-۸۸ تا ۹۶)»

درست در نقطه مقابل چنین احساس دوگانه‌ای، بخش دیگری از جوانان به استمرار طبقاتی معتقدند و اینکه علیرغم ترفیع تحصیلی از حیث طبقاتی نسبت به والدین تفاوتی نیافته‌اند:

«نه خیلی تغییر نکردم. ... از نظر تحصیلی بخواهید حساب بکنید طبقه اجتماعی بخواهید حساب بکنید خُب تغییر کردم چرا خیلی تغییر کردم ... اما از نظر مثلاً طبقه اقتصادی بخواهید حساب بکنید نه:: زیاد پیشرفتی نکردم نسبت به پدر و مادر. (۴-۳۹ تا ۴۴)»

سرانجام بخش دیگری از جوانان احساسی از «تنزل طبقاتی» را گزارش می‌کنند. دختری که پدر و مادرش فرهنگی است و خود را از طبقه متوسط می‌داند، در مقایسه با ایشان خود را از حیث طبقاتی تنزل یافته می‌داند:

«پایین‌ترم حتی از لحاظ شاید تحصیلات که البته پدرم معتقد هستند که لیسانس ایشون برابر دکترای آلانه (۱۰-۱۰۲)»

تفسیر از چگونگی و عوامل تحرک طبقاتی

درک جوانان از تحرک طبقاتی تحت تأثیر عوامل ساختاری است. در حالی که احساس تنزل طبقاتی در تمامی طبقات مشاهده می‌شود، احساس پیشرفت طبقاتی در بین جوانانی از طبقه پایین گزارش می‌شود. خانم مطلقه که پدر خود را در کودکی از دست داده است، احساس کاملی از ارتقای طبقاتی را در اظهارات خود شرح می‌دهد:

«من خیلی بهتر از اونا دارم زندگی می‌کنم حتی با این شرایط ... نه از نظر مادی نه. ولی مادیات سطح زندگی رو مشخص نمی‌کنه ... من فکر می‌کنم من خیلی بهتر از اونا دارم زندگی می‌کنم (۱۷-۹۰ تا ۹۴)»

نیز جوان بیست و دو ساله که پدرش دارای تحصیلات ابتدایی و بازنشسته شهرداری است و خود را از طبقه متوسط پایین می‌داند، معتقد است که نسبت به والدین ترفیع طبقاتی یافته است. گفتنی است که حتی در بین جوانان طبقه پایین نیز هستند کسانی که نسبت به والدین احساسی از تنزل طبقاتی را گزارش می‌کنند. جوان سرباز از طبقه پایین در این باره می‌گوید:

«... نمی‌شه گفت همسطح اونهایم، چون که نه ما ازدواج کردیم نه تشکیل خانواده دادیم ... نمی‌شه گفت با اونا یکی هستیم در حدی بوده وضع ما که خرج خودمون و دادیم نه خرج چندتای دیگه. اونا ولی تونستند به یه جایی رسیدند که خرج به غیر از خودشون خرج چند نفر و هم دادند (۱۱-۱۲۵)»

احساس تحرک طبقاتی تحت تأثیر وضعیت تأهل و جنسیت نیز هست. در مواردی مجردها به دلیل وابستگی به خانواده احساسی از یکسانی طبقاتی را نسبت به والدین گزارش می‌کنند. به همین ترتیب احساس یکسانی طبقاتی در مورد زنان مصداق بیشتری دارد، زیرا در مواردی حتی با مستقل شدن ایشان (به فرض ازدواج نکردن) جایگاه طبقاتی آنها چندان تغییر نمی‌کند (مصاحبه‌های ۹ و ۱۹). در مورد مردان مواردی وجود دارد که گاه نافی این وابستگی و گاه مؤید آن است. در مواردی که فرد زندگی مستقلی دارد، احساس تفاوت طبقاتی با خانواده قابل توجه و در موردی که جدایی امری موقتی و وابسته به موقعیت است (مثل دانشجوی و سرباز) احساس یکسانی طبقاتی مشهود است. در این مورد احساس تفاوت طبقاتی اعم از ترفیع یا تنزل می‌تواند نتیجه جدایی و استقلال از خانواده باشد. البته حتی در این موارد نیز تفاوت جنسیتی اثر مستقل خود را ایجاد می‌کند. به همین دلیل برای پسر جوان مجردی که مستقل شده و برای کار به تهران مهاجرت کرده است، احساس ترفیع طبقاتی و در مورد دختر دانشجوی مستقلی که به اجبار زندگی دانشجویی در تهران ساکن است، احساس دوگانه متشکل از ترفیع و تنزل مشاهده می‌شود.

مطابق مطالعه، در تفسیری که جوانان از تحرک طبقاتی دارند، ترفیع طبقاتی به تلاش، تحصیل، ارتباطات اجتماعی و شانس متناسب می‌شود. تلاش فردی و تحصیلی به تناوب مورد ارجاع است. دختری که ترفیع طبقاتی یافته است، بر اهمیت تلاش بسیار سخت در این زمینه اشاره می‌کند. وی ضمن اعتقاد به اینکه ترفیع طبقاتی نتیجه تلاش توانفرسات، بر اهمیت «شانس» در این زمینه و پیش‌بینی ناپذیری آن نیز تأکید می‌کند:

«... واقعاً به جاهایی شانس هم کمک آدم می‌کنه ... واقعاً به جاهایی دست من نبوده. مثلاً شاید اگه منم اون شرایط برام پیش نمی‌اومد شاید از خیلی از این آدم‌ها ... شرایطم بدتر بود حالا بالاخره با یه سری شرایط مواجه شدم از یه فرصت که می‌تونستم استفاده کردم ... (۱۸-۱۵۷ تا ۱۶۱)»

به همین ترتیب اثر تحصیل بر ترفیع طبقاتی نیز از سوی جوانان مورد تأکید است. دختر جوانی که خود را در طبقه بالا یا متوسط رو به بالا قرار می‌دهد در این باره می‌گوید:

«... فکر می‌کنم از نظر تحصیلی بالا باشیم و این مسئله کمک می‌کنه ... که فرهنگ و نمی‌دونم اجتماعی بودن و این چیزها رو به مون بیشتر ... کمک کنه که باشیم. (۱۶-۵۸)»

در موضوع اثر تحصیل بر ترفیع طبقاتی، جوانان انتظار دارند با پیشرفت تحصیلی در سایر جنبه‌های مشخص‌کننده طبقه نیز ترفیع یابند. این مسئله به خصوص در مورد رشته‌های تحصیلی با بازار کار بهتر پذیرفته‌تر است. دختر دانشجوی داروسازی علیرغم آنکه خود را از نظر طبقاتی هم‌سطح والدین می‌داند، اما انتظار ترفیع طبقاتی دارد (۱۳-۹۰ تا ۹۹). همین مسئله در مورد دختر دانشجوی رشته مدیریت و دختر دانشجوی داروسازی و نیز خانم دانشجوی رشته پرستاری که افق کاری موفق‌تری را برای خود متصور هستند وجود دارد. اندازه روابط اجتماعی و نیز گستره فعالیت‌های مدنی نیز از دیگر عواملی است که در شرح ترفیع طبقاتی مورد اشاره است. جوان متأهل کارمند ارتقای شغلی و طبقاتی خود را به پیوندهای اجتماعی حاصل از فعالیت مدنی مرتبط می‌کند (۷-۵۸).

تمامی اینها درحالی است که احساس نگرانی نسبت به آینده و نیز بی‌ثباتی شرایط اقتصادی و در عین حال سختی شرایط گذار به بزرگسالی از مهمترین دلایلی بوده است که در علت تنزل طبقاتی مطرح می‌شود. دختر دانشجوی فوق‌لیسانس و کارمند شرکت حسابرسی به علت پیش‌بینی ناپذیری آینده بسیار نگران است:

«... تلاشم خوبه یعنی فکر می‌کنم ... که حالا یه مقدار دارم بالا می‌رم ولی خیلی دوست دارم که این بالا رفته یه دفعه (به دنبال سقوط نباشه) چون من خیلی دیدم که این بالا رفته یه سقوط خیلی شدید در پی داشته؛ یعنی مثلاً من دارم بالا می‌رم ... ولی نگرانی‌ام از اینه که این اتفاق نیفته که یه دفعه به یه سطح خیلی پایین برسم و همه چی یوازی از دست بدم ... (۲۱-۲۵۳ تا ۲۵۵)»

سختی شرایط گذار به بزرگسالی نیز از دلایلی است که در شرح و تفسیر تنزل طبقاتی طرح می‌شود. دختر دانشجوی لیسانس با پدر بازنشسته فوق‌لیسانس و مادر لیسانس خانه‌دار که خانواده را در طبقه متوسط و خود را در طبقه متوسط رو به پایین قرار می‌دهد در شرح اینکه چرا با تنزل طبقاتی روبروست به شرایط زندگی خود اشاره می‌کند و اینکه چگونه این شرایط در حال به زیر کشیدن او از نظر طبقاتی است:

«... هم کار می‌کنم هم اینکه دانشجوی (یم) || هزینه‌های مثلاً مستأجری دارم هزینه‌های دانشگاه دارم. (۱۹-۱۲۰)»

بحث و نتیجه‌گیری

طبقه از نگاه جوانان ضمن آنکه ترکیبی از وجوه مختلف تحصیلی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است - که قابل تبدیل به یکدیگر است - مرکب از جنبه‌های ذهنی و عینی نیز هست. همین امر طبقه را از وضعیتی ساده به حالتی پیچیده و در عین حال تفسیرپذیر و در نهایت انضمامی تبدیل می‌کند که بسته به موقعیت، معانی و مصداق‌های متفاوتی می‌یابد. مطابق با چنین شرایطی، وضعیت‌های یکسان عینی به دلیل تفسیرپذیر بودن عوامل و تعیین‌کننده‌های ذهنی قضاوت‌های متفاوت از حیث

طبقه‌بندی می‌آفریند و باعث نوعی ابهام طبقه‌بندی می‌شود. به همین ترتیب تأکید جوانان در طبقه‌بندی طبقه‌بندی بر جنبه‌های انتزاعی و فرهنگی مثل حالت‌ها و رویه‌های اخلاقی، هدف‌داری، عزت نفس، خودمختاری، اصالت و افتخار خانوادگی و موارد مشابه که ضرورتاً مابه‌ازای مادی عینی و بیرونی ندارد و حتی گاه با تکذیب عوامل مادی همراه است، طبقه را کدر و مبهم می‌سازد و به نوعی افراد را هم‌شکل و جامعه را بی‌طبقه می‌کند.

جوانان، هم از آن جهت که در تعریف طبقه به انواع سرمایه‌ها توجه دارند و هم از آن لحاظ که خود را از دیگران براساس ملاک‌های ذهنی و ناروشن جدا می‌کنند، و هم بدان دلیل که طبقه‌بندی ایشان براساس تعاریف متمایز هر یک از آنها از موقعیت ویژه خود بنا می‌شود قادر نیستند جایگاه‌ها و مجموعه‌های اجتماعی متمایز با مرزهای مشخص ایجاد کنند تا بر اساس آن طبقه‌بندی طبقه‌بندی گسسته‌ای خلق شود. به عبارت دیگر، پراکندگی عوامل و تفوق ذهنیت و فردیت باعث ابهام در خطوط مرزی بین طبقات می‌شود و در نتیجه یا طبقه‌ای شکل نمی‌گیرد و یا اگر طبقه‌ای هم شکل بگیرد مرزهای آن پراهم، سیال و در حال تغییر دائمی خواهد بود و به بحران طبقه‌بندی می‌انجامد. نکته بسیار مهم در این باره آنکه فقدان خطوط مرزی - مگر در موارد خاصی مثل طبقات بالا و یا طبقات متوسط بالا که نوعی سبک زندگی مبتنی بر مصرف در آنها شکل گرفته است - باعث می‌شود که نبرد طبقه‌بندی بر امور رسماً کد شده در معنای بوردیویی آن مثل تحصیلات بنا شود. شاید به همین دلیل است که تمرکز راهبرد جوانان در ترفیع طبقه‌بندی بر تحصیل قرار می‌گیرد.

ابهام طبقه‌بندی در طبقه‌بندی جوانان علاوه بر آنکه نتیجه نگاه خاص جوانان به طبقه است - مطابق با آنچه که در بالا گفته شد - نتیجه وضع عینی ایشان از حیث طبقه‌بندی نیز هست. از این منظر جوانان به دلیل آنکه خود را وابسته به خانواده می‌دانند، وضع طبقه‌بندی خود را نیز با توجه به وضع خانواده تعیین و تعریف می‌کنند. در عین حال از آنجا که جوانان هنوز پایگاه شغلی و حرفه‌ای تثبیت شده و مشخصی نیافته‌اند و به تبع آن جایگاه اجتماعی روشنی ندارند، مجبور خواهند بود هنگام مشخص ساختن جایگاه طبقه‌بندی خود بیش از آنکه بر معرف‌های عینی و مادی توجه کنند بر جنبه‌های ذهنی و تعریفی و نمادین تأکید نمایند. به همین دلیل است که طبقه‌بندی برای ایشان از طریق تعریف خود و در مقایسه با خانواده صورت می‌گیرد و نه از طریق درک وضع مادی و آنچه که واقعاً هستند. همین نوعی ابهام طبقه‌بندی را سبب می‌شود که به نوبه خود باعث می‌گردد جوانان به شکل بین‌ذهنی درک مشترکی از وضعیت خود پیدا نکنند و توده‌ای نامتقارن و فاقد سرنوشت مشترک گردند.

نکته بسیار مهم در بحث طبقه‌بندی طبقه‌بندی جوانان آنکه تأکید بر جنبه‌های ذهنی و نیز تعریفی طبقه سبب می‌شود تا فرد به طور ذهنی جایگاه طبقه‌بندی بر جسته‌تری را به خود منتسب کند و بنابراین توانایی‌های خود را در ساختن زندگی بیش از اندازه ارزیابی کند. این امر می‌تواند باعث نوعی احساس عاملیت کاذب و سبب ایجاد نوعی خطای شناختی شود.

در مقایسه نتایج مطالعه با رویکردهای تحلیل طبقه‌بندی می‌توان پیچیدگی‌های بسیاری را در تفسیر «درک جوانان از طبقه» استنباط کرد. از جمله یافته‌های مطالعه بر همراهی وجوه مارکسی یا نو مارکسی با طبقه از منظر جوانان دلالت نمی‌کند، زیرا آنها در طبقه‌بندی طبقه‌بندی خود به مواردی که دال بر جایگاه در تولید باشد اشاره نمی‌کنند. هر چند عدم توجه به چنین مواردی می‌تواند به فقدان آگاهی طبقه‌بندی تعبیر شود، اما به هر حال آشکار می‌سازد که درک جوانان از طبقه با آنچه در ادبیات مارکسیستی به عنوان طبقه تعریف می‌شود تطبیق نمی‌یابد. به همین ترتیب علیرغم آنکه بعضی از تعبیر جوانان از طبقه با برخی از جنبه‌های تعریف وبری از طبقه همراه می‌نماید، اما باز هم نگاه وبری در تعریف طبقه توضیح دهنده جایگاه طبقه‌بندی آن جوانانی نیست که هنوز درآمد، نفوذ و منزلت

تعریف شده‌ای ندارند. ضوابط طبقاتی گولدتروپ نیز اگرچه به شکل عمیقی در تحلیل‌های طبقاتی آمپریک نووبری در دو دهه گذشته مورد استفاده قرار گرفته است، اما این رویه نیز به دلیل آنکه به جنبه‌های حرفه‌ای، شغلی، درآمدی و شرایط کاری توجه دارد فاقد کاربرد در باره جوانانی است که هنوز شغلی نیافته‌اند. ضوابط دورکیمی و نودورکیمی نیز در تفسیر انتساب طبقاتی جوانان ناکام است، زیرا جوانان تجربه محدود، بی‌ثبات، موقت و پرتغییری از هسته اصلی مفهوم دورکیمی دارند و بنابراین چون هنوز هویت حرفه‌ای و شغلی خاصی نیافته‌اند کمتر قادرند خود را به طبقه اجتماعی خاصی منتسب کنند. حداقل در تفسیر جوانان از موقعیت طبقاتی خود توجه به چنین ضوابطی به چشم نمی‌خورد. در این مورد هر چند عبدالهیان و نایی (۱۳۸۲) با آرائه ترکیبی از رویکرد دورکیمی و بری مفهوم ساختار پرستیژ شغلی را برای مطالعه قشربندی اجتماعی در ایران پیشنهاد می‌دهند، اما این مفهوم‌پردازی نیز با توجه به آنکه جوانان هنوز وضع شغلی تثبیت شده‌ای نیافته‌اند مشکلی را در این زمینه حل نمی‌کند. در این میان، از آنجا که در شرح جوانان از طبقه و نیز جایگاهی که به خود از حیث طبقاتی می‌دهند نقش جنبه‌های فرهنگی و نمادین بسیار است، می‌توان برداشت‌های بوردیویی از نگاه جوانان به طبقه را موجه‌تر دانست.

به طور خاص همان گونه که بوردیو بر وجوه مختلف سرمایه تأکید می‌کند جوانان نیز در شرح وضع طبقاتی خود ضمن اشاره به جنبه‌های اقتصادی بر جنبه‌های نمادین و مشخصاً فرهنگی تأکید می‌کنند. جنبه‌های فرهنگی در بیان افراد وجوه مختلفی به خود می‌گیرد و از اشکال ذهنی تا عینی و کد شده مثل تحصیل را شامل است. به همین ترتیب تأکید جوانان در تبدیل‌پذیری وجوه مختلف سرمایه نیز جنبه دیگری از نزدیکی تحلیل طبقاتی بوردیویی و شرح جوانان از طبقه را آشکار می‌کند. با بیان بوردیو سرمایه از حالتی به حالت دیگر تبدیل می‌شود و از آنجا که امری پیوسته و بدون حدود مشخص است عینیت‌های مجزا و جدا از هم نیز نمی‌آفریند (وینینگر، ۲۰۰۵: ۸۹). این نگاه با تعریف جوانان از طبقه هنگام تعیین جایگاه طبقاتی همراه می‌نماید. هم از این جهت که در تعریف ایشان از طبقه به انواع سرمایه‌ها توجه می‌شود و هم از آن جهت که با این نگاه جوانان خود را از دیگران براساس ملاک‌های روشن تمایزبخش جدا نمی‌کنند و در جایگاه‌ها و طبقه‌بندی‌های گسسته قرار نمی‌دهند.

نکته مهم دیگر آنکه طبقه برای بوردیو پیوستگی‌های غیرقابل تفکیکی است که با قدرت جداکننده سبک زندگی عینیت می‌یابد (همان: ۸۵). به بیان دیگر، تمایزها و جدایی‌ها بر جنبه‌هایی مثل سبک زندگی و رفتارهای کد شده مثل تحصیل بنا می‌شود. این درست در حالی است که در تحقیق حاضر از آنجا که طبقه‌بندی طبقاتی جوانان براساس تعاریف متمایز هر یک از ایشان از موقعیت انضمامی و منحصر به فرد خود شکل می‌گیرد و کاملاً با تعریف حاصل از سبک زندگی متفاوت است، نتیجه حاصل نیز شکل یافتن طبقات گسسته نیست بلکه طبقاتی است که مرزهای آن سیال و هر لحظه در معرض تغییر و تبدیل است. با این نگاه آشکار است که با طبقه‌بندی جوانان تمایزات پیوسته به طبقات گسسته تبدیل نمی‌شود.

تعریف جوانان از طبقه همراهی‌های دیگری نیز با دستگاه مفهومی بوردیو دارد؛ از جمله آنکه جوانان در طبقه‌بندی خود، به خصوص در طبقات پایین، اشاره چندانی به جنبه‌های فرهنگی و وجوه مرتبط با سبک زندگی ندارند. مطابق با تفسیر بوردیویی همین دلیلی بر حضور نداشتن طبقات پایین در نبرد طبقه‌بندی است. در واقع انتظار بر آن است که تظاهرات بسیار ضعیف سبک زندگی در طبقات پایین و حتی متوسط پایین به تمایز طبقاتی نینجامد و گروه‌های طبقاتی گسسته‌ای نیافریند.

این امر تحلیل طبقاتی را در جوانان امری ناتمام می‌سازد و گروه‌هایی از آنها را اصلاً دربر نمی‌گیرد و لذا طبقه‌بندی عینی و تمایزبخشی نیز در بین تمامی جوانان ایجاد نمی‌کند. مشکل فقدان طبقه‌بندی عینی و تمایزبخش در جوانان از منحصرشدن فعالیت‌های مؤثر طبقه‌بندی به طبقات بالا نیز حاصل می‌آید. مطابق بورديو تمایز و انتساب طبقاتی از طریق فعالیت‌های سبک زندگی که در انحصار طبقات بالا است ایجاد می‌شود (همان: ۹۳). در این تحقیق نیز به دست آمد که تعریف طبقه در جوانان طبقات بالا بیشتر مبتنی بر جنبه‌های نمادین و زندگی‌نامه‌ای و در جوانان طبقات پایین بیشتر مبتنی بر وجوه اقتصادی است. از این منظر، طبقات پایین‌تر از حیث نقش کمتری که در تعریف جنبه‌های زندگی‌نامه‌ای دارند کمتر نیز در نبرد نمادین طبقاتی حضور خواهند یافت. این امر بر مشکلی در دستگاه بورديو اشاره دارد که براساس آن تنها افراد طبقات بالا هستند که به دلیل توانایی ایجاد سبک زندگی (از طریق مصرف متفاوت و متمایز کردن خود از دیگران بر آن پایه) می‌توانند در نبرد طبقه‌بندی حضور یابند.

مطالعه بیان می‌دارد از آنجا که در عمل هم‌شکل شدن با طبقات بالا برای جوانان طبقات پایین و متوسط امری دور از انتظار است، آنها سعی می‌کنند با تأکید بر جنبه‌های نمادین دیگر کاستی‌های خود را جبران کنند و از این طریق تمایزهای خود را در عرصه‌های دیگری برجسته سازند. آنها مثلاً در شرح استنباط از جایگاه طبقاتی بر کدهای اخلاقی، فرهنگی و زندگی‌نامه‌ای، که ضرورتاً کدهای نمادین برخاسته از سبک زندگی نیست، تأکید می‌کنند. به شکل آشکاری در مطالعه اشاره جوانان طبقات پایین‌تر در طبقه‌بندی به آن جنبه‌های فرهنگی و نمادینی است که ضرورتاً انعکاسی از سبک زندگی نیست.

مشکل دیگر در انطباق دستگاه مفهومی بورديو با درک جوانان از طبقه آن است که ایشان در تعاریف خود از طبقه، برخلاف بورديو که بر وجوه مختلف سبک زندگی تأکید می‌کند، بر جنبه‌های انتزاعی فرهنگی مثل حالت‌ها و رویه‌های اخلاقی، هدفداری، عزت نفس، خودمختاری، اصالت و افتخار خانوادگی و موارد مشابه، که ضرورتاً مابه‌ازای مشخص عینی و بیرونی ندارد، تأکید می‌کنند. با این کار احتمالاً جوانان به شکل ذهنی خود را در جایگاه اجتماعی فراتری نسبت به آنچه که به عوامل بیرونی مثل طبقه اقتصادی و سبک زندگی منتسب است قرار می‌دهند. این اقدام که با اهمیت یافتن عوامل ذهنی و فرهنگی انتزاعی در تعریف طبقه و نیز تاحدودی تکذیب عوامل مادی همراه است می‌تواند طبقه را کدر و مبهم سازد و به نوعی باعث هم‌شکل کردن افراد و بی‌طبقه ساختن جامعه شود.

نتیجه مهم آنکه مطابق نظر بورديو «عدم تقارن بین «فعالیت‌ها» و «جایگاه‌ها» و متعاقب آن شدت راهبردهای نمادین بیشتر در موقعیت‌های میانه فضای اجتماعی (مثلاً در بین طبقه متوسط) مشاهده می‌شود» (یعنی جایی که تناسبی بین رفتار افراد و جایگاه اجتماعی آنها نیست) (همان: ۱۰۷). هر چند این نکته در مطالعه حاضر نیز دیده می‌شود اما در اینجا روابط نامتقارن ضرورتاً در روابط بین «فعالیت‌ها» و «جایگاه‌ها» خلاصه نمی‌شود بلکه شامل روابط نامتقارن بین «تعاریف» و «جایگاه‌ها» نیز هست. یعنی تعاریف افراد از طبقه خود با جایگاه طبقاتی ایشان همخوان نیست. چنین وضعیتی می‌تواند سرچشمه نوعی سوء تفاهم و خطای شناختی شود که مطابق آن جوانان در حالی که از وضعیت طبقاتی پایینی برخوردارند خود را به طبقات بالاتر منتسب می‌کنند و در نتیجه ظرفیت‌ها و توانایی‌های خود را بالاتر از آنچه که هست ارزیابی می‌نمایند.

نتیجه دیگر آنکه تفوق ذهنیت در طبقه‌بندی به فقدان خطوط مرزی بین طبقه‌ای و از آنجا به ابهام و تیرگی در طبقه‌بندی می‌انجامد. این مسئله (مگر در موارد خاصی مثل طبقات بالا و یا طبقات

متوسط بالا که نوعی سبک زندگی مبتنی بر مصرف در آنها شکل گرفته است) به نوبه خود باعث می‌شود که نبرد طبقه‌بندی بر امور رسماً کد شده مثل تحصیلات و شغل بنا شود.^۱ تأکیدی که بر تحصیل و شغل در تعریف‌ها و طبقه‌بندی‌ها و نیز انتساب‌ها می‌شود می‌تواند برآیند همین موضوع باشد. شاید به همین علت است که نبرد برای تحصیل، کسب مدارج تحصیلی و جایگاه‌های شغلی، حداقل در طبقات متوسط و پایین، تبدیل به نبرد اصلی اجتماعی شده است.

سرانجام برخلاف تأکید بوردیو که مجموعه‌های اجتماعی ابتدا در قلمرو مصرف شکل می‌گیرد و سبک‌های زندگی قلمروهای مرزی را مشخص می‌کند و طبقه به عنوان امری پیوسته از طریق سبک زندگی و کدهای متناظر با آن تبدیل به امری گسسته و مرزدار می‌شود (همان: ۹۲) در این مطالعه به دست می‌آید که مرزها در تعریف طبقه، حداقل در مورد جوانان طبقات پایین، آن‌چنان ذهنی و کدر است که نمی‌تواند مجموعه‌های اجتماعی متفاوتی را بیافزیند. در شرح جوانان از طبقه کمتر به جنبه‌های سبک زندگی و کدهای عینی مبتنی بر مصرف توجه شده است. شاید به همین دلیل است که در بین جوانان طبقات پایین هیچ‌گونه حسی که مؤید تعلق به مجموعه‌ای اجتماعی باشد یافت نمی‌شود. در بین جوانان طبقه متوسط جنبه‌های کد شده فرهنگی (مربوط به سبک زندگی) آشکارتر بیان می‌شود اگر چه حتی در مورد ایشان نیز جنبه‌های انتزاعی فرهنگی به وفور مطرح می‌شود. این نشانه‌ای است از آنکه تناسب یافتن و تعیین شدن مرزهای طبقاتی از طریق مصرف امری است که بیشتر در بین طبقات متوسط و بالاتر موضوعیت می‌یابد. وقتی مصرف در بین طبقات پایین و متوسط پایین تحت تأثیر فقدان منابع عملاً محدود است نمی‌توان انتظار داشت مرزهای اجتماعی از آن تأثیر پذیرد. از این منظر «سلیقه مبتنی بر ضرورت» بوردیو (همان: ۹۳) در بین طبقه کارگر که از سوی وی برای فائق آمدن بر این مشکل مطرح می‌شود چندان روشنگر ظاهر نمی‌گردد.

شاید اگر تردید بوردیو را نسبت به اینکه «تمایزهای حاصل از سبک زندگی به طبقات متمایز بینجامد» (همان: ۱۰۱) فراخوانیم و آن را همسان ابهام ماهوی موجود در طبقه‌بندی طبقاتی جوانان (از جایگاه اجتماعی خود) در نظر بگیریم نتایج حاصل از این مطالعه با دریافت‌های بوردیو از نبرد طبقه‌بندی نزدیک شود. اگر به یاد آوریم که مطابق نگاه بوردیو آن مرزها که از خلال سبک زندگی در طبقه‌بندی طبقاتی دایر می‌شوند چندان ثابت و دائمی و دقیق نیستند بلکه نامتعیین و مات هستند و تنها برای جریان یافتن فعالیت‌های جاری در هم‌اکنون وجود می‌یابند (همان: ۱۰۱) با تصویر آشنایی که از این مطالعه در جریان طبقه‌بندی طبقاتی جوانان حاصل می‌آید روبرو خواهیم شد که مطابق آن مرزهایی که جوانان در جدا کردن طبقات برمی‌آورند مبهم و بسیار کدر باقی می‌ماند و به مجموعه‌های اجتماعی متمایز نمی‌انجامد.

۱- اهمیت تحصیل بدان علت است که امری کدی شده است و مشروعیت برآمده از دولت را همراه دارد و لذا می‌تواند به بازتعریف جوانان از طبقه خود به غیر از زمینه‌های مادی و اقتصادی مدد رساند و به نحوی به آن مشروعیت ببخشد.

منابع

- بنی جمالی، سید محسن. (۱۳۹۶). «جوانان و گذار به بزرگسالی در شرایط نامتعین، مدیریت و راهبری ازدواج توسط جوانان». رساله دکتری، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- راسخ، عبدالرحمان؛ معصومه باقری و صدیقه حافظی. (۱۳۸۶). «بررسی پنداشت زنان شاغل در دانشگاه‌های اهواز از موقعیت طبقاتی خودشان با استفاده از مدل قطری تحرک». مجله جامعه شناسی ایران. دوره ۸، شماره ۴، صص ۹۱-۱۱۵.
- ربانی خوراسگانی، رسول و حامد شیری. (۱۳۸۸). «اوقات فراغت و هویت اجتماعی: بررسی جامعه شناختی الگوهای گذران اوقات فراغت جوانان در جوانان در تهران». تحقیقات فرهنگی ایران. دوره ۲، شماره ۴ (پیاپی ۸)، صص ۲۰۹-۲۴۲.
- سفیری، خدیجه و الهه ایمانی. (۱۳۸۵). «تحرک اجتماعی بین نسلی زنان در تهران با تاکید بر دسترسی به امکانات و فرصت‌ها». زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان). دوره ۴، شماره ۱-۲، (پیاپی ۱۴)، صص ۱۴۱-۱۵۸.
- صادقی، رسول و اسماعیل بلالی و احمد محمدپور. (۱۳۸۹). «نابرابری اجتماعی در حوزه فراغت». رفاه اجتماعی. دوره ۱۰، شماره ۳۹، صص ۳۵۷-۳۸۹.
- عبدالهیان، حمید و هوشنگ ناییبی. (۱۳۸۲). «تجدید مفهوم سازی شاخص قشربندی اجتماعی: نقدی بر شاخص‌های رایج قشر بندی اجتماعی». نامه علوم اجتماعی. دوره ۱۱، شماره ۲ (پیاپی ۲۲)، صص ۱۹۵-۲۱۲.
- علمی، محمود. (۱۳۸۸). «گرایش‌ها و اولویت‌های ارزشی دانشجویان و رابطه آن با طبقه اجتماعی». جامعه شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان). دوره ۲۰، شماره ۲ (پیاپی ۳۴)، صص ۱۰۷-۱۳۲.
- قاسمی اردهایی، علی و ابوالقاسم حیدرآبادی و نیر رستمی. (۱۳۹۰). «زمینه‌های خانوادگی نابرابری فرصت‌های آموزشی (مطالعه موردی: دانش آموزان دختر مقطع متوسطه شهر اهر)». جامعه شناسی مطالعات جوانان. دوره ۱، شماره ۱، صص ۱۲۵-۱۴۷.
- مقدس، علی اصغر و مریم سروش. (۱۳۹۰). «فضای اجتماعی زندگی و طبقه اجتماعی بازنمایی فعالیت‌های فراغتی زنان در شیراز». بررسی مسائل اجتماعی ایران (نامه علوم اجتماعی). دوره ۲، شماره ۵-۶، صص ۴۱-۶۷.
- نوذری، حمزه. (۱۳۹۶). «آگاهی از طبقه اجتماعی، ابعاد و پیامدهای آن در میان دانشجویان ایرانی». فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. دوره ۶، شماره ۲، صص ۳۰۷-۳۲۸.

- Bois-Reymond, M. d. (2009). "Models of navigation and life management". In A. Furlong, *Handbook of youth and young adulthood: new perspectives and agendas* (pp. 31-38). Routledge.
- Breen, R. (2005). **Foundations of a neo-Weberian class analysis**. In: E. O. Wright (Ed.) *Approaches to Class Analysis*. Cambridge University Press.
- Brinkmann, S. (2013). **Qualitative interviewing**. Oxford University Press
- Côté, J. E. (2014). "The Dangerous Myth of Emerging Adulthood: An Evidence-Based Critique of a Flawed Developmental Theory". *Applied Developmental Science*, 18:4, pages 177-188.

- France, A. & Roberts, S. (2015). **"The problem of social generations: a critique of the new emerging orthodoxy in youth studies"**. Journal of youth studies, 18 (2), 215-230.
- France, A. and Threadgold, S. (2016). **"Youth and political economy: towards a Bourdieusian approach"**. Journal of Youth Studies, 19:5, pages 612-628.
- Furlong, A. (2009). **Handbook of youth and young adulthood: new perspectives and agendas**. Routledge
- Furlong, A., and Cartmel, F. (2007). **Young People and Social Change: Individualization and Risk in Late Modernity**. Open University Press.
- Furlong, A., and Cartmel, F. (2009). **"Mass higher education"**. In A. Furlong, *Handbook of youth and young adulthood: new perspectives and agendas* (pp. 121-126). Routledge.
- Grusky, D. & Galesku, G. (2005). **"Foundations of a neo-Durkheimian class analysis"**. In: E. O. Wright (Ed.) *Approaches to Class Analysis*. Cambridge University Press.
- Hillmert, S. (2010). **"Traditional Inequalities and New Insecurities: Long-Term Trends in the Transition to the Labor Market in Germany"**. In J. C. Tremmel, *A Young Generation Under Pressure? The Financial Situation and the "Rush Hour" of the Cohorts 1970-1985 in a Generational Comparison* (pp. 57-76). Springer Verlag Berlin Heidelberg.
- Iman, M. T. (1995). **"Class Consciousness in Iran. University of New South Wales (Australia)"**. Retrived from: <https://elibrary.ru/item.asp?id=5570747>
- Jones, G. (2009). **Youth**. Polity Press
- Merkens, H. (2004). **"Selection Procedures, Sampling, Case Construction"**. In U. Flick, *A Companion to Qualitative Research* (pp. 165-171). Sage Publications Ltd.
- Pollock, G. (2008). **"Youth Transitions: Debates over the Social Context of Becoming an Adult"**. Sociology Compass, Volume2, Issue2, Pages 467-484.
- Rapley, T. (2007). **"Interviews"**. In C. Seale, *Qualitative Research Practice*, (pp. 15-33). Sage Publications.
- Rapley, T. (2014). **"Sampling Strategies in Qualitative Research"**. In U. Flick, *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis* (pp. 49-63). SAGE Publications Ltd.
- Roberts, K. (2007). **"Youth Transitions and Generations: A Response to Wyn and Woodman"**. Journal of Youth Studies, 10:2, 263-269, DOI: 10.1080/13676260701204360
- Roberts, K. (2009). **"Socio-economic reproduction"**. In A. Furlong, *Handbook of youth and young adulthood: new perspectives and agendas*. (pp. 14-21). Routledge.
- Roberts, S. (2010). **"Misrepresenting 'choice biographies'?: A reply to Woodman"**. Journal of youth studies, 13 (1), 137-149.
- Roberts, S. (2012). **"One step forward, one step Beck: a contribution to the ongoing conceptual debate in youth studies"**. Journal of youth studies, 15 (3), 389-401.
- Roulston, K. (2014). **"Analysing Interviews"**. In U. Flick, *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis* (pp. 297-312). SAGE Publications Ltd.
- Saldaña, J. (2009). **The Coding Manual for Qualitative Researchers**. SAGE Publications Ltd

- Thread gold, S. (2011). **“Should I pitch my tent in the middle ground? On ‘middling tendency’, Beck and inequality in youth sociology”**. Journal of Youth Studies, 14 (4), 381-393.
- Weininger, E. B. (2005). **“Foundations of Pierre Bourdieu’s”**. In: E. O. Wright (Ed.) *Approaches to Class Analysis*. Cambridge University Press
- Woodman D. (2009). **“The mysterious case of the pervasive choice biography: Ulrich Beck, structure/agency, and the middling state of theory in the sociology of youth”**. Journal of youth studies, 12 (3), 243-256.
- Woodman D. (2010). **“Class, individualisation and tracing processes of inequality in a changing world: a reply to Steven Roberts”**. Journal of youth studies, 13 (6), 737-746.
- Woodman, D. & Wyn, J. (2015). **“Class, gender and generation matter: using the concept of social generation to study inequality and social change”**. Journal of Youth Studies, 18 (10), 1402-1410.
- Wright E. O. (2005). **Approaches to Class Analysis**. Cambridge University Press
- Wright E. O. (2005). **“Foundations of a neo-Marxist class analysis”**. In: E. O. Wright (Ed.), *Approaches to Class Analysis*. Cambridge University Press
- Wyn, J. & Woodman D. (2006). **“Generation, youth and social change in Australia”**. Journal of youth studies, 9 (5), 495-514.
- Wyn, J. & Woodman D. (2007). **“Researching youth in a context of social change: a reply to Roberts”**. Journal of youth studies, 10 (3), 373-381.

جنسیت و آرزوها: انواع و اولویت‌ها

سید علیرضا افشانی^۱
منیره السادات حسینی نسب^۲

 10.22034/SSYS.2022.1961.2391

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۵/۱۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۱۷

پژوهش حاضر با هدف شناخت، اولویت‌بندی و مقایسه آرزوها در بین پسران و دختران جوانان شهر یزد انجام شد. این پژوهش از نوع پیمایشی بود که در سال ۱۳۹۹ به اجرا درآمد. جامعه آماری پژوهش شامل جوانان ۱۸-۳۵ ساله شهر یزد بود که بر اساس فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۲۴۶ نفر تعیین شد. نمونه‌ها با توجه به شرایط خاص کرونایی، به پرسشنامه که در قالب لینک اینترنتی در اختیارشان قرار داده شده بود، پاسخ دادند. در بین آرزوهای درونی (رشد شخصی، ارتباط صمیمانه و متعهدانه با دیگران، همکاری اجتماعی و حفظ سلامتی بدن) برای مردان و زنان، حفظ سلامتی در رتبه اول و همکاری اجتماعی در رتبه آخر اهمیت قرار داشت. در بین آرزوهای بیرونی (ثروت، شهرت و زیبایی) برای مردان و زنان، ثروت در رتبه اول و شهرت در رتبه آخر اهمیت قرار داشت. در مورد احساس دستیابی به آرزوهای درونی، حفظ سلامتی، برای مردان و ارتباط با دیگران، برای زنان در رتبه اول و ارتباط با دیگران، برای مردان و همکاری اجتماعی برای زنان در رتبه آخر قرار داشت. همچنین در بین آرزوهای بیرونی، برای مردان و زنان، ظاهر در رتبه اول و شهرت در رتبه آخر قرار داشت. نتایج بیانگر این بود که بین آرزوهای درونی، برای مردان رشد شخصی و برای زنان ارتباط با دیگران در رتبه اول و برای مردان، همکاری اجتماعی و برای زنان، حفظ سلامتی در رتبه آخر امید به تحقق برای جوانان قرار داشت. همچنین بین آرزوهای بیرونی، ثروت در رتبه اول و شهرت در رتبه آخر امید به تحقق برای جوانان قرار داشت.

واژگان کلیدی: آرزوها، آرزوهای درونی، آرزوهای بیرونی، جوانان و یزد.

۱-استاد، گروه تعاون و رفاه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Afshanianlireza@yazd.ac.ir

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، پژوهش علوم اجتماعی، گروه تعاون و رفاه، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

مقدمه

آرزو به مثابه یک مفهوم اجتماعی با مفاهیم دیگری مانند نیازها، هدف‌ها، خواسته‌ها و نگرش‌ها همبستگی دارد، اما واجد مشخصاتی است که آن را از مفاهیم دیگر متمایز می‌سازد. آرزوها اساساً خصلت ایده‌آل‌گرایانه‌تری دارند، زیرا کمتر از اهداف و مقاصد در بند محدودیت‌های اجتماعی هستند و از این جهت است که محققان عموماً برای آرزو کیفیت ویژه‌ای قائل‌اند (کینگ و برویلز، ۱۹۹۷: ۵۰). جوانان به عنوان مهم‌ترین اقشار هر سرزمین محسوب می‌شوند. آنان دارای رتبه اول از نظر جمعیتی و همچنین بزرگ‌ترین خرده‌فرهنگ موجود در جامعه هستند که مسئولیت ساختن آینده را نیز بر عهده می‌گیرند. به همین دلیل توجه به سلايق، گرایش‌ها، نیازها و آرزوهای این قشر امری ضروری محسوب می‌شود (قاسمی و عمو قلی میرآخوری، ۱۳۹۱: ۶۲). شناخت آرزوهای جوانان هم ما را با اهداف، نیازها، نگرش‌ها و خواسته‌های جامعه آشنا می‌کند و هم به درک بهتری از فضای اجتماعی موجود جامعه و آینده کشور یاری می‌رساند (ارلیچمن و آيچنستاین، ۱۹۹۲: ۴۰۰). همچنین فروید^۳ (۱۹۶۲) معتقد است که «آرزوهای جوانان یک جامعه نمایانگر خواسته‌های پایدار جامعه هستند که هنوز از سوی واقعیت‌ها و یا ساختارهای اجتماعی مورد انقیاد قرار نگرفته‌اند و به همین دلیل شناخت آن‌ها می‌تواند به فهم وضعیت جامعه کمک نماید. از سوی دیگر، آرزوها حتی اگر ناکام و یا سرکوب شوند، در ناخودآگاه افراد به حیات خود ادامه می‌دهند و می‌توانند از طریق فرآیندهای پیچیده‌ای بر رفتارهای بعدی آنها تأثیرگذار باشند». به عبارت دیگر، آرزوهای جوانان حکایتگر فضای فکری آن روز جوانان و آینده جامعه و نشانگر توسعه و یا پسرفت آینده آن اجتماع است. بدین ترتیب، شناخت آرزوها به سیاست‌گذاران کلان کمک می‌کند تا برای آینده جامعه تصمیم‌گیری کنند و اهدافی را در جهت پاسخ به آرزوهای جوانان در نظرگیرند. البته باید در نظر داشت که آرزوهای جوانان^۴ به عنوان مهم‌ترین خواسته‌های پایدار یک جامعه محسوب می‌شوند. همچنین آرزو در بین نسل جوان از اهمیت و ضرورت خاصی برخوردار است و آنان درصدد برآورده ساختن آرزوهای خود با توجه به شرایط کنونی جامعه هستند. آرزوها به ما نشان می‌دهند که جوانان به چه چیز فکر می‌کنند و در ذهنشان برای خود چه آینده‌ای متصور هستند. از این رو، شناخت آرزوها به شناخت جامعه امروز و پیش‌بینی آینده کمک می‌نماید (روحانی و همکاران، ۱۳۹۸). از جمله آرزوهای این قشر شامل موفقیت‌های شغلی، تحصیلی، ازدواج و... است.

بی‌شک، دوران جوانی دوران بسیار حساس و مهمی است و جوانان در این دوران آرزوهایی دارند که جامعه و خانواده باید به این قشر که نقش بسیار مهمی در ساخت آینده جامعه دارند اهمیت بسیار بالایی بدهند و آن‌ها را در راه رسیدن به آرزوهای خودیاری برسانند. البته مطالعه موردنظر در شهر یزد که بخش مهمی از جمعیت آن را جوانان تشکیل می‌دهند، انجام شده است. تعداد جمعیت جوانان شهر یزد در محدوده سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله برابر با ۲۰۸۶۸۰ نفر است. علاوه بر تعداد قابل توجه آنان، باید در نظر داشت که جوانان آینده‌سازان این کشور و نیروی بالفعل امروز جامعه هستند. همچنین اهمیت و اولویت‌بندی آرزوها خود مبحث مهمی است که ضمن آشنایی با آرزوهای جوانان، مسیر فکری و تا حدی عملی آنها را نشان می‌دهد و مدیران و برنامه‌ریزان می‌توانند مبتنی بر چنین مطالعاتی، برنامه عملیاتی و اقدامات مورد نیاز را طراحی و پیاده‌سازی کنند. با وجود این، خلا

1. King and Broyles
2. Ehrlichman & Eichenstein
3. Freud
4. Youth

مطالعات علمی در این حوزه مشهود است. از این رو، هدف این تحقیق، پاسخگویی به این پرسش‌هاست:

- مهم‌ترین آرزوهای جوانان یزدی چیست و آنان چگونه آرزوهای خود را اولویت‌بندی می‌کنند؟
- آیا بین آرزوهای جوانان پسر و دختر تفاوتی وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

بر اساس نتایج پژوهش اکبرزاده (۱۳۷۴) آرزوی «کسب موفقیت تحصیلی» در دوران جنگ ۱۹ درصد بود و پس از جنگ به ۲۳ درصد رسید. آرزوی «کسب شهرت و مقام اجتماعی» از ۳ درصد در سال‌های جنگ به ۵ درصد در سال‌های پس از جنگ افزایش پیدا کرده است. «آرزوی خدمت به هم‌نوع و توفیق کسب رضایت خداوند» در دوران جنگ ۱۳ درصد و پس از جنگ ۱۱ درصد بوده است. «آرزوهای شخصی (خوشبختی، زندگی آسوده و محبوبیت)» از ۱۰ درصد در دوران جنگ به ۱۷ درصد پس از جنگ افزایش پیدا کرده است. آرزوی «ثروت» از ۵ درصد در زمان جنگ به ۹ درصد پس از زمان جنگ افزایش پیدا کرده است.

در پژوهش رفیع‌پور (۱۳۷۸) آرزوها با این سؤال بررسی شده است: اگر خداوند یک پولی برای شما جور می‌کرد- مثلاً ۱۰ میلیون تومان- شما با آن چه کار می‌کردید؟ در پاسخ به این سؤال، این موارد مطرح شده است: خرید خانه (۴۴/۱ درصد)، کمک به فقرا (۲۴/۵ درصد)، شغل دیگر (۱۹/۳ درصد)، خرید ماشین (۱۶/۴ درصد)، وسایل بچه‌ها (۱۲/۴ درصد)، وسایل منزل (۵/۷ درصد)، آموزش بچه‌ها (۶/۳ درصد)، مسافرت، شغل بچه‌ها، زیارت، پرداخت قرض‌ها، پس‌انداز، پول کمی است نمی‌شود کاری با آن کرد، رهن خانه.

بر اساس نتایج پژوهش سازمان ملی جوانان (۱۳۸۵) ۶۲/۲ درصد از جوانان معتقد بودند که جامعه ما به‌سوی ارزش‌های مادی‌گرایانه پیش می‌رود. ۴۴/۴ درصد بر این نظر بودند که این روزها، ارزش پول بیشتر از ارزش‌های معنوی است و نزدیک به نیمی از پاسخگویان (۴۷/۱) با این عبارت که «دوست دارم پول‌دار شوم، چون در این دوره، پول حرف اول را می‌زند» موافق یا کاملاً موافق بوده‌اند، ۲۳ درصد نسبتاً موافق و ۲۸ درصد مخالف (از نسبتاً تا کاملاً) بوده‌اند، ۶۸/۴ درصد نیز گفته‌اند که این روزها در جامعه افراد می‌خواهند به هر قیمت که شده صاحب پست و مقام شوند. در پژوهش گودرزی (۱۳۸۷) این سؤال پرسیده شده است: «مهم‌ترین آرزوی شما در زندگی چیست؟» نتایج این پژوهش نشان داد که دغدغه اصلی بخش مهمی از پاسخگویان، رستگاری (۲۴ درصد) و سلامتی (۲۱ درصد) است. پس‌از آن، خانواده و فرزند خوب داشتن و برخورداری از امکانات و فرصت‌های مناسب زندگی و کار هرکدام ۹ درصد از آرزوهای اصلی افراد بودند. پول در رتبه‌های پایین‌تر قرار گرفته و موردتوجه ۴/۵ درصد افراد جامعه بوده است. مقام و حسن شهرت دو آرزویی بوده‌اند که تقریباً فراوانی آنها در همه گروه‌ها نزدیک به صفر بوده است.

نتایج پژوهش کارشکی و همکاران (۱۳۹۱) نشان داده است که بین دانشجویان دختر و پسر از لحاظ شکاف بین اهداف و آرزوها و شانس دستیابی به آنها در خرده هدف‌های لذت و موفقیت مالی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. هرچند که اهمیت این دو هدف برای دانشجویان دختر و پسر تا حدودی نزدیک به هم است، ولی دانشجویان دختر شانس دستیابی خود برای رسیدن به این دو هدف را خیلی بیشتر از دانشجویان پسر می‌دانند و به همین دلیل شکاف بین اهمیت اهداف و آرزوها و شانس دستیابی به آنها در خرده هدف‌های لذت و موفقیت مالی برای دانشجویان پسر بیشتر از دختر است. وضعی که از لحاظ بیکاری بر قشر تحصیل‌کرده جامعه (به ویژه پسران) حاکم است

باعث شده تا پسران شکاف بیشتری را در اهمیت این اهداف برای خود و شانس‌ی که برای رسیدن به آن‌ها دارند، در خود احساس کنند.

نتایج پژوهش روحانی و همکاران (۱۳۹۸) نشان داده است که مهم‌ترین آرزوهای دانش‌آموزان عبارت‌اند از: خانواده، سلامتی، منزلت، ظاهر و شغل. دانش‌آموزان، آرزوهای خود را براساس اولویت‌بندی‌های شخصی برمی‌گزینند و به دنبال دنیایی متفاوت‌تر از دنیای سیاست‌گذاری‌های رسمی هستند و در این میان، آرزوی دختران پررنگ‌تر و دارای میانگین بالاتری نسبت به پسران بوده است.

کاسر^۱ و راین^۲ (۱۹۹۳) اهمیت و محوریت آرزوی موفقیت مالی را نسبت به سایر آرزوها و پیامدهای ناشی از این محوریت مطالعه کرده‌اند. نتایج آن نشان داده که وقتی موفقیت مالی بیش از سایر اهداف و آرزوها مورد تأکید باشد، تأثیر منفی بر سازگاری روان‌شناختی^۳، خودشکوفایی^۴ و رفاه افراد دارد. تأکید بیشتر بر موفقیت مالی همچنین با افسردگی و اضطراب بیشتر همراه بوده است. به‌علاوه، این افراد بیشتر کنترل‌گرا^۵ بوده‌اند؛ بدین معنی که در سازمان‌دهی انگیزه‌های خود بیشتر تحت تأثیر عوامل بیرونی هستند.

پژوهش پیترسون و راجر^۶ (۲۰۰۹) پیرامون دانشجویان در فرانسه نشان داد که بین بعضی از ابعاد آرزوهای شغلی با متغیرهای سن، جنسیت، سابقه کار و تحصیلات دانشجویان رابطه ضعیفی مشهود است، اما ابعاد مدیریتی، تنوع و چالش‌انگیزی آرزوهای شغلی با متغیرهای یاد شده از همبستگی معنی‌داری برخوردارند.

نتایج تحقیق لئون^۷ (۲۰۱۰) نشان می‌دهد که پیشرفت تحصیلی در ابتدای مقطع تحصیلی، تنها متغیری است که به‌طور ثابت نشان‌دهنده آرزوهای تحصیلی و مسیر تحصیلی در اوایل جوانی است. بین متغیرهای سن، جنس و تحصیلات والدین با آمال و آرزوهای تحصیلی و شغلی رابطه معناداری دیده نشده است. به‌طور کلی، نتایج به‌دست‌آمده نشان داده که مداخله زودهنگام به‌منظور اصلاح آمال و آرزوها در جهت بنا نهادن بهترین اهداف واقع‌بینانه و گسترش برنامه شغلی مناسب به‌عنوان ابزاری در جهت تسهیل درک افراد از تمامی توانایی‌های خود، مؤثر است.

در پژوهش سردین و پارچ نیوکس^۸ (۲۰۱۰) مشخص شد که بین زنان و مردان از نظر تأکید بر اهمیت آرزوهای شغلی تفاوت معناداری وجود ندارد، ولی بین دو دسته مهاجران مورد مطالعه از لحاظ پذیرش آرزوهای شغلی، تفاوت معناداری مشهود است.

بر اساس مطالعه گریگور و اوپرایان^۹ (۲۰۱۶) مقیاس آرزوی مسیر شغلی، آرزوهای رهبری و موفقیت و آرزوهای تحصیلی با متغیرهای موفقیت تحصیلی و خودکارآمدی شغلی رابطه مثبت و معناداری را نشان داد.

1. Kasser
2. Ryan
3. Psychological Adjustment
4. Self-Actualization
5. Control Orientation
6. Peterson & Roger
7. Leon
8. Cerdin & Pargneux
9. Gregor & O'Brien

دنجلیس^۱ و الیسون^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر فشار آرزو^۳ (گسست بین دستاوردها و آرزوها) بر سلامت روان و نقش تعدیل کننده دین در این زمینه پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که فشار آرزو به طور مستقیم بر پریشانی روان شناختی^۴ و احساس تنهایی و به طور معکوس بر خوش بینی^۵ تأثیر دارد. این یافته ها آشکار می سازد افرادی که موانع جدی در برابر اهداف مطلوب زندگی خود احساس می کنند، دچار اضطراب و از نظر اجتماعی، منزوی و ناامید هستند. به علاوه، این روابط تحت تأثیر دین داری و متغیرهای زمینه ای افراد نبوده است. اثر تعدیل کننده دین داری بر رابطه فشار آرزو و سلامت روان تنها در بین پاسخگویان دارای تحصیلات دبیرستان و پایین تر معنی دار بوده است.

به طور کلی می توان گفت تفاوت پژوهش حاضر با مطالعات پیشین این بوده است که در مطالعات قبلی، مقیاسی که ابعاد مختلف آرزوها را در بین جوانان و البته به تفکیک جنسیت انجام داده باشد، مشاهده نمی گردد. لذا این مطالعه از سه حیث: ۱- بهره مندی از مقیاسی جامع تر؛ ۲- مطالعه جوانان به طور خاص؛ ۳- مقایسه آرزوها به تفکیک جنس، از مطالعات گذشته متمایز است.

چارچوب نظری پژوهش

هرچند مفهوم آرزو در ادبیات نظری و تجربی جامعه شناسی مغفول مانده است، اما به صورتی خلاصه به برخی نظریات مرتبط با آرزو اشاره می شود. آرزوها، بیان های ذهنی هستند که یا به صورت آشکار بیان می شوند و یا از سوی شرایط، امکان نمایش به شکل آرزومندی فانتزی را می یابند. از برخی جهات، آرزوها نمایانگر خوش بینی پنهانی درباره جهان هستند، چراکه آرزوی چیزی ممکن است واقعاً آن یا دنباله مشابهی از آن را محقق سازد (کینگ و برویلز^۶، ۱۹۹۷: ۵۳). از نظر دورکیم، آرزوها و خواسته ها اگر از حد و اندازه معمول و متعارف خارج شود، پیامدهای مخربی خواهد داشت: یکی آنکه تبدیل به یک منبع رنج و ناراحتی، نارضایتی و ناامیدی می شود؛ دیگر آن که آرزوهای نامحدود و بی حد و حصر مقایسه اجتماعی و در نتیجه آن تحریک تمایلات و آرزوها، حسادت و احساس محرومیت و در پس آن به هم ریختگی و عدم تبعیت از قواعد و مقررات را در پی دارد. چنانچه خواسته ها و آرزوهای افراد متعادل باشد، آنها در مقابل شکست ها و ناکامی ها احساس محرومیت نمی کنند. آرزوهای نامحدود به دلیل عدم امکان دستیابی به آنها ممکن است به خودکشی (آسیب های اجتماعی) منتهی می شود. عموماً تصور می شود بین فقر و مسائل و آسیب های اجتماعی رابطه مستقیمی وجود دارد، اما همان طور که اشاره شد، دورکیم این ایده را رد می کند و حتی قائل به یک رابطه معکوس بین فقر و آسیب های اجتماعی است (دورکیم، ۱۳۸۹ و بیتس و کرافیلد^۷، ۲۰۰۰).

بر اساس نظریه مرتن، اهداف منبعث از آرزوها با پنج حالت کلی رو به رو خواهند شد: انطباق: حالتی که اهداف مورد پذیرش با توسل به ابزارهای مشروع به دست می آید.

1. Deangelis
2. Ellison
3. Aspiration Strain
4. Psychological Distress
5. Optimism
6. King and Broyles
7. Bates & Crutchfield

نوآوری: حالتی که در آن اهداف مشروع به وسیله ابزار مشروع به دست نمی‌آید. از این رو، نوآوران خودشان ابزاری برای تحقق آن اهداف می‌سازند.

مناسک گرایی: حالتی که ابزارها مورد پذیرش اند، اما اهداف از دست رفته‌اند.

انزوا: حالتی که هم ابزار و هم اهداف رد شده است.

شورش: در این حالت همانند انزوا اهداف و ابزارها رد شده‌اند، اما شورشیان تلاش می‌کنند تا در سطح کلان اهداف یا ابزارهای جدیدی را به جای موارد قبلی جایگزین کنند. بنابراین پذیرفته نشدن اهداف منبعث از آرزوها و یا محقق نشدن ابزارهای دستیابی به آن‌ها به شکل‌های مختلفی می‌تواند برای یک جامعه مشکل‌آفرین باشد.

از سوی دیگر، آرزوها، بدون توجه به ریشه‌ها و مکان‌ها در ساختارهای قدرت موجود، رسوم و اولویت‌های نهادی قابل فهم نیستند (تپرمن و همکاران^۱، ۲۰۰۹: ۱۱۷ و هارت^۲، ۲۰۱۶: ۳۳۶).

نظریه دیگری پیرامون آرزوها، نظریه نیاز ویلن است. از نظر ویلن^۳، نیاز عامل تعیین‌کننده مصرف نیست، بلکه بخش عمده مصرف با انگیزه نمایش، تظاهر و هم‌چشمی انجام می‌گیرد (لایون، ۱۳۸۰: ۹۸). ویلن ثروت را عامل اساسی تمایز بین افراد و رسیدن به جایگاه‌های برتر اجتماعی می‌داند که باید نمود بیرونی داشته باشد (استوری، ۱۳۸۹: ۲۶۹).

نظریه دیگری که در سطح جامعه‌شناسی به آرزوها پرداخته، نظریه چهار آرزوی توماس است. توماس بر این باور بود که اساساً چهار آرزوی اصلی با عناوین آرزوی «تجربه جدید»، «امنیت»، «پاسخگویی» و «شناخت» وجود دارند که پس‌زمینه و چارچوب پیچیدگی انگیزه‌های انسانی را شکل می‌دهند. بر این اساس، زندگی انسانی نرمال، آن نوع از زندگی است که در آن، این چهار آرزو به صورت برابری محقق شوند. طبق نظریه توماس، تمامی این آرزوها به صورت هم‌زمان روی افراد عمل می‌کنند. در نتیجه، زندگی افراد با آرزوهای نامتوازن از سوی یک یا دو آرزو مورد تسلط و انقیاد قرار می‌گیرد. این نظریه بر رشد متوازن این چهار آرزو تأکید کرده است (توماس^۴، ۱۹۲۳: ۴۰). بر اساس نظریه محرومیت نسبی، آرزوها به مثابه خواسته‌ای پایدار و ایده‌آل‌گرایانه با پیدایش نارضایتی در جامعه مرتبط هستند. نارضایتی بر اساس نظریه محرومیت نسبی، حاصل احساس از دست رفتن خواسته‌های ایده‌آل افراد است (فولجر^۵، ۱۹۸۶: ۱۴۷). بر اساس نظریه محرومیت نسبی می‌توان گفت که برآورده نشدن آرزوها خود افزایش نارضایتی در جامعه را نمایان می‌سازد.

یکی دیگر از نظریه‌های سودمند و مؤثر بر آرزوهای جوانان، نظریه جامعه‌پذیری می‌باشد. جامعه‌پذیری یا اجتماعی شدن، از نظر لغوی به معنای انطباق با جامعه و آشناسازی با جامعه است و منظور از اجتماعی شدن یا جامعه‌پذیری آن است که یک انسان از بدو تولدش چگونه با جامعه و فرهنگ (ارزش‌ها و هنجارهای آن) انطباق می‌یابد. همچنین هر نسلی از جامعه، تحت شرایط اجتماعی و اقتصادی تجربه شده خود، جامعه‌پذیر می‌شوند. درواقع اگر هر نسل را مجموعه خاص تاریخی از شرایطی و دارای مجموعه‌ای از والدین، نهادها و هم‌سالان منحصربه‌فرد تصور کنیم، این تفاوت‌ها در جامعه‌پذیری نسلی منجر به مجموعه‌ای از اولویت‌های متفاوت می‌شود. می‌توان انتظار

1. Tepperman
2. Hart
3. Veblen
4. Thomas
5. Folger

داشت تجارب و شرایط اقتصادی و اجتماعی و تغییرات آن در حین بلوغ، به مجموعه آرزوهای متفاوتی منجر شود (حق‌شناس، ۱۳۸۶: ۸۴۲؛ رفیع پور، ۱۳۸۷: ۳۵۰؛ کلاوسن^۱، ۱۹۶۸؛ ویتبک^۲، ۱۹۹۹؛ ایتسترلین^۳، ۱۹۷۸؛ لستینگ^۴ و سرکین^۵، ۱۹۸۸ و کرمینینی و همکاران^۶، ۱۹۹۱).

نظریه خودمختاری، یک نظریه برجسته در مورد انگیزش، هیجان و رشد انسان است و به عواملی که فرایندهای مربوط به خودشکوفایی^۷ در انسان‌ها را بازداري یا تسهیل می‌کنند، تأکید دارد (گانیه و دسی^۸، ۲۰۰۵). نظریه خودمختاری با توجه به زیربنای نظری خود در زمینه ذات انسان، نیازهای روان‌شناختی بنیادین (ارتباط^۹، خود پیروی^{۱۰} و شایستگی^{۱۱}) و انواع نظم‌بخشی‌های^{۱۲} رفتاری حاصل از ارضای آن‌ها و حتی تمامی اهداف یا آرزوهایی که انسان‌ها ارزش‌گذاری و پیگیری می‌کنند را همخوان^{۱۳} با ذات عامل و فعال انسان ندانسته و از این‌روی، توجه صرف بر نیل به اهداف را کافی نمی‌داند (لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۴).

فرضیه های پژوهش

- بین میانگین آرزوهای جوانان برحسب جنسیت تفاوت وجود دارد.
- بین میانگین آرزوهای بیرونی جوانان برحسب جنسیت تفاوت وجود دارد.
- بین میانگین آرزوهای درونی جوانان برحسب جنسیت تفاوت وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، پیمایشی و از نوع مقطعی بوده که در سال ۱۳۹۹ انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی جوانان در محدوده سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله ساکن در شهر یزد بود که بر اساس برآورد مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵ برابر با ۲۰۸۶۸۰ نفر بوده است. حجم نمونه ۲۴۶ نفر از جوانان شهر یزد بوده‌اند. برای برآورد حجم نمونه پژوهش حاضر از فرمول کوکران و با احتساب پراکندگی صفت مورد مطالعه از روی پیش‌آزمون ($p=0/8$ و $q=0/2$) استفاده شده است.

$$n = \frac{Nr^2.pq}{(N.d^2) + (r^2.pq)} = \frac{208680 \cdot 1.96 \cdot 1.96 \cdot 0.8 \cdot 0.2}{(208680 \cdot 0.05 \cdot 0.05) + (1.96 \cdot 1.96 \cdot 0.8 \cdot 0.2)} \cong 246$$

-
1. Clausen
 2. Whitbeck
 3. Easterlin
 4. Lesthaeghe
 5. Surkyn
 6. Crimmins & Saito
 7. Self-Actualization
 8. Gagne and Deci
 9. Relatedness
 10. Autonomy
 11. Competence
 12. Regulation
 13. Congruence

اجزای این فرمول عبارت‌اند از:

N: حجم جامعه آماری

n حجم نمونه

$t = 1/96$ سطح اطمینان قابل قبول ۹۵ درصد

$d = 0/05$ دقت احتمالی مطلوب

$p = 0/8$ و $q = 0/2$ (محاسبه شده از روی پیش‌آزمون انجام شده توسط محقق)

با توجه به شرایط خاص کرونا، نمونه‌های این پژوهش به صورت اینترنتی انتخاب شدند. برای این کار، لینک پرسشنامه طراحی شده در گروه‌هایی که تعداد کاربران زیادی داشته و در مورد یزد بوده است (تأحد امکان اعضایش ساکن یزد باشند) درج گردید. پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش، «نمایه آرزو» (AI) دارای ۱۰۵ سؤال بوده که توسط کیسر و رایان^۱ (۱۹۹۶) ساخته شده و شامل سه مقیاس جداگانه اهمیت، احتمال دستیابی و میزان دستیابی به آرزوهای ذاتی و بیرونی است - ساختار عاملی، تعداد سؤالات و طیف لیکرت پاسخ‌گویی به سؤالات، در هر سه مقیاس مشابه است. این مقیاس شامل دو عامل سطح دوم (آرزوهای ذاتی و بیرونی) است که عامل آرزوهای درونی شامل ۴ عامل مرتبه اول (رشد شخصی، ارتباط صمیمانه و متعهدانه با دیگران داشتن، تعاون و همکاری اجتماعی و حفظ سلامتی بدن) و عامل آرزوهای بیرونی، شامل ۳ عامل مرتبه اول (ثروت، شهرت و زیبایی) است. برای هر کدام از این آرزوها (۴ آرزوی ذاتی و ۳ آرزوی بیرونی) به ۵ شکل متفاوت، آرزو ارائه شده است که پاسخ‌دهنده می‌بایست در ارتباط با هر کدام به سه سؤال زیر بر اساس طیف لیکرت ۷ درجه‌ای (۱=اصلاً، ۷=زیاد) پاسخ دهد:

چقدر این هدف برای شما مهم است؟ (اهمیت)

چقدر احتمال دارد این هدف در آینده شما رخ دهد؟ (احتمال دستیابی)

تا چه اندازه این هدف را تا به حال به دست آورده‌اید؟ (امید به تحقق).

به منظور مقایسه دقیق ابعاد مختلف آرزوها، با استفاده از دستور Compute در نرم‌افزار SPSS، تعداد گویه‌های هر بعد با یکدیگر جمع و بر تعداد گویه‌ها تقسیم شدند تا میانگین به دست آمده برای هر بعد، عددی بین یک ۱ تا ۷ باشد.

تعریف نظری و عملیاتی متغیرها

آرزوها: به عقیده کینگ و برویلز^۲ (۱۹۹۷) آرزوها، بیان‌های ذهنی هستند که یا به صورت آشکاری بیان می‌شوند و یا از سوی شرایط، امکان نمایش به شکل آرزومندی فانتزی را می‌یابند. از برخی جهات، آرزوها نمایانگر خوش‌بینی پنهانی درباره جهان هستند، چراکه آرزوی چیزی ممکن است واقعاً آن یا دنباله مشابه از آن را محقق سازد.

آرزوهای جوانان: به عقیده ارلیچمن و آیچنستاین^۳ (۱۹۹۲) شناخت آرزوهای جوانان هم ما را با اهداف، نیازها، نگرش‌ها و خواسته‌های جامعه آشنا می‌کند و هم به درک بهتری از فضای اجتماعی موجود جامعه و آینده کشور یاری می‌رساند. از آنجا که تعیین ساختاری آرزوها در مقایسه با تقاضاها و خواسته‌های جوانان کمتر است، ساختارها نقش کمتری در تعیین و محدودسازی آن‌ها دارند. همچنین فروید^۴ (۱۹۶۲) معتقد است که آرزوهای جوانان یک جامعه نمایانگر خواسته‌های

1. Kasser & Ryan
2. King and Broyles
3. Ehrlichman & Eichenstein
4. Freud

پایدار جامعه هستند که هنوز از سوی واقعیت‌ها و یا ساختارهای اجتماعی مورد انقیاد قرار نگرفته‌اند و به همین دلیل شناخت آن‌ها، می‌تواند به فهم وضعیت جامعه کمک نماید. از سوی دیگر، آرزوها حتی اگر ناکام یا سرکوب شوند، در ناخودآگاه افراد به حیات خود ادامه می‌دهند و می‌توانند از طریق فرآیندهای پیچیده‌ای بر رفتارهای بعدی افراد تأثیرگذار باشند. به عبارت دیگر، آرزوهای جوانان حکایت‌گر فضای فکری آن روز جوانان و آینده جامعه و نشانگر توسعه و یا پسرفت آینده آن اجتماع است. بدین ترتیب، شناخت آرزوها به سیاست‌گذاران کلان کمک می‌کند برای آینده جامعه تصمیم‌گیری کنند و اهدافی را در جهت پاسخ به آرزوهای جوانان در نظر بگیرند.

آرزوهای شغلی و تحصیلی: به اعتقاد مایگوناگ^۱ و هربرچ^۲ (۲۰۰۳) آرزوهای شغلی و تحصیلی، الگوهای مشخصی از استعدادها، ظرفیت‌ها، انگیزه‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌ها تصور شده توسط فرد است که مسیر پیشرفت شخص را بعد از سال‌ها تجربه و بازخورد از دنیای واقعی هدایت و تثبیت می‌کند. همچنین، آرزوهای تحصیلی و شغلی، تلاش آگاهانه فرد برای اطلاع از مهارت‌ها، گرایش‌ها، ارزش‌ها، فرصت‌ها، محدودیت‌ها، انتخاب‌ها و دستاوردهایش است (ونگ^۳، ۲۰۰۸). کلاپویک^۴ و رومس^۵ (۲۰۰۹) بر این باورند که آرزوهای شغلی بیانگر آن است که افراد نمی‌خواهند خودشان را در یک زمینه خاص محدود کنند.

برای سنجش اعتبار در این پژوهش، از تحلیل عامل تأییدی به کمک نرم‌افزار اموس^۶ استفاده شده است. همچنین، برای ارزیابی مدل تحلیل عامل تأییدی از مشخصه‌های $2/df$ ، RMSEA، GFI، NFI، CFI، IFI و RMSEA استفاده شده است. شاخص $2/df$ فاقد یک معیار ثابت برای یک مدل قابل قبول است، اما مقدار کوچک $2/df$ دلالت بر برازش بهتر مدل دارد و مقادیر کمتر از ۳ مطلوب ارزیابی می‌شود. توصیه شده است از جذر برآورد واریانس خطای تقریب^۷ که به عنوان اندازه تفاوت برای هر درجه آزادی ارائه کرده است، استفاده شود. شاخص RMSEA برای مدل‌های خوب برابر با ۰/۰۸ یا کمتر است. بر پایه قرارداد، مقدار GFI، NFI، CFI و IFI باید برابر یا بزرگ‌تر از ۰/۹۰ باشد تا مدل پذیرفته شود.

تمامی گویه‌های پرسشنامه دارای بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵ بودند. لذا می‌توان همسویی سؤالات پرسشنامه برای اندازه‌گیری مفاهیم را در این مرحله، معتبر نشان داد. درواقع نتایج نشان می‌دهد آنچه محقق توسط سؤالات پرسشنامه قصد سنجش آن‌ها را داشته، توسط این ابزار محقق شده است. شاخصی که بار عاملی بالاتری داشته باشد، دارای اهمیت بیشتری نسبت به سایر شاخص‌ها می‌باشد. با توجه به شاخص‌ها و خروجی‌های نرم‌افزار اموس می‌توان گفت معرف‌های انتخاب‌شده برای سنجش سازه اهمیت آرزوها، احساس دستیابی آرزوها و امید به دستیابی به آرزوها برای جوانان از اعتبار لازم برخوردار است و به‌خوبی می‌توانند سازه‌ها را بسنجند- به دلیل حجم زیاد توضیحات و نمودارهای این بخش، امکان ارائه آن‌ها در مقاله وجود ندارد و برای کسب اطلاعات بیشتر به منبع (حسینی نسب، ۱۳۹۹) مراجعه شود.

1. Mignonac
2. Herrbach
3. Wong
4. Klapwijk
5. Rommes
6. AMOS
7. RMSEA

برای بررسی ساختار عاملی سه مقیاس اهمیت، احتمال دستیابی و میزان دستیابی جوانان به آرزوهایشان از تحلیل عاملی مرتبه دوم استفاده شد که شاخص برازش این سه مقیاس در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱. شاخص برازش سه مقیاس اهمیت، احتمال دستیابی و میزان دستیابی

IFI	TLI	NFI	CFI	GFI	RMSEA	Chi-Square/Df	Df	Chi-Square	
۰/۹۳۲	۰/۹۱۵	۰/۹۲۸	۰/۹۳۱	۰/۹۴۰	۰/۰۵۶	۲/۱۵۶	۵۳۹	۱۱۶۱/۸۹۱	اهمیت آرزوها
۰/۹۲۷	۰/۹۰۸	۰/۹۱۴	۰/۹۲۲	۰/۹۳۰	۰/۰۵۹	۲/۴۳۷	۵۳۹	۱۳۱۳/۶۹۴	احساس دستیابی
۰/۹۳۶	۰/۹۱۴	۰/۹۲۴	۰/۹۲۹	۰/۹۳۵	۰/۰۵۴	۲/۳۵۸	۵۳۹	۱۲۷۰/۸۳۹	امید به دستیابی

۴۳۴

با توجه به شاخص‌ها و خروجی‌های نرم‌افزار اموس می‌توان گفت معرف‌های انتخاب شده برای سنجش هر سه سازه اهمیت، احساس دستیابی و امید به دستیابی به آرزوها برای جوانان از اعتبار لازم برخوردار است و به خوبی می‌توان سازه‌ها را سنجید.

برای محاسبه پایایی در تحقیق حاضر، از داده‌های آزمون مقدماتی (پیش‌آزمون) با استفاده از نرم‌افزار SPSS، میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهایی که به‌صورت سازه تهیه شده‌اند، محاسبه گردید. نتایج بررسی نشان داد میزان آلفا برای ابعاد مختلف، در مجموع وضعیت مطلوبی دارد و پایایی ابزار تأیید گردید.

جدول ۲. ضرایب پایایی متغیرهای مختلف تحقیق

شاخص	ضریب پایایی (آلفای کرونباخ)
ثروت	۰/۷۱۳
شهرت	۰/۸۳۶
ظاهر	۰/۷۴۹
رشد شخصی	۰/۶۵۵
ارتباط با دیگران	۰/۶۷۷
همکاری اجتماعی	۰/۷۶۳
حفظ سلامتی	۰/۷۳۶

یافته‌های پژوهش

نتایج توصیفی

از مجموع ۲۴۶ نفر از پاسخگویان تحقیق حاضر، میانگین سنی پاسخگویان ۲۵/۵۴ سال و حداقل و حداکثر سن پاسخگویان به ترتیب ۱۸ و ۳۵ سال بوده است. از نظر جنسیت ۳۳/۳ درصد از پاسخگویان مرد و ۶۶/۷ درصد زن بوده‌اند. از نظر وضعیت اشتغال، بیشتر پاسخگویان (۵۶/۹ درصد) غیرشاغل و ۲۳/۱ درصد شاغل بوده‌اند. از نظر تحصیلات، ۴۱/۵ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات لیسانس، ۲۷/۲ درصد از آن‌ها دارای تحصیلات دبیرستان و دیپلم، ۱۴/۲ درصد از آن‌ها

دارای تحصیلات فوق‌لیسانس و بالاتر و فوق‌دیپلم و ۲/۸ درصد از آن‌ها دارای تحصیلات راهنمایی و پایین‌تر بوده‌اند.

یافته‌های توصیفی و استنباطی

یافته‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی گزارش می‌شود:

اولویت‌بندی آرزوهای جوانان

جدول ۳. اولویت‌بندی جنسیتی میزان اهمیت آرزوها برای جوانان

زن			مرد		
رتبه	میانگین رتبه	آرزو	رتبه	میانگین رتبه	آرزو
۱	۶/۲۶	حفظ سلامتی	۱	۶/۰۳	حفظ سلامتی
۲	۶/۱۵	ارتباط با دیگران	۲	۵/۹۶	رشد شخصی
۳	۶/۱۰	رشد شخصی	۳	۵/۸۹	ارتباط با دیگران
۴	۶/۰۴	همکاری اجتماعی	۴	۵/۸۵	همکاری اجتماعی
۵	۵/۶۱	ثروت	۵	۵/۵۴	ثروت
۶	۴/۵۰	ظاهر	۶	۴/۵۶	ظاهر
۷	۴/۱۵	شهرت	۷	۴/۳۴	شهرت

اطلاعات جدول ۳ نشان می‌دهد در گروه مردان، بالاترین میانگین مربوط به آرزوی حفظ سلامتی (۶/۰۳) و پایین‌ترین میانگین مربوط به آرزوی شهرت (۴/۳۴) بوده است. در گروه زنان، بالاترین میانگین مربوط به آرزوی حفظ سلامتی (۶/۲۶) و پایین‌ترین میانگین مربوط به آرزوی شهرت (۴/۱۵) بوده است. در مجموع، هر دو گروه مردان و زنان به آرزوی حفظ سلامتی که بالاترین میانگین را از مجموع دیگر ابعاد آرزو به دست آورده‌اند، بیشترین اهمیت را می‌دهند، درحالی‌که به آرزوی شهرت نسبت به دیگر ابعاد آرزو اهمیت کمتری می‌دهند. بر این اساس، می‌توان گفت تفاوت چندانی بین اولویت اهمیت آرزوهای پسران و دختران جوان وجود ندارد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که اهمیت مواردی نظیر حفظ سلامتی، رشد شخصی و ارتباط با دیگران در هر دو گروه زنان و مردان در اولویت قرار دارد. از سوی دیگر، مواردی نظیر ثروت، ظاهر و شهرت در رده‌های آخر اهمیت قرار داشتند. در نگاه اول، این یافته‌ها امیدوارکننده و خوشایند است که جوانان ما، موارد مطلوبی را در اولویت قرار می‌دهند، ولی این نگرانی وجود دارد که شاید چون آمیدی به دسیابی به مواردی نظیر ثروت و شهرت را ندارند، آنها را کم‌اهمیت جلوه می‌دهند- یافته‌های بعدی تا حدی گواه این نگرانی است.

جدول ۴. اولویت‌بندی جنسیتی احساس دستیابی جوانان به آرزوها

زن			مرد		
رتبه	میانگین رتبه	آرزو	رتبه	میانگین رتبه	آرزو
۱	۴/۷۶	ارتباط با دیگران	۱	۴/۸۰	حفظ سلامتی
۲	۴/۶۸	حفظ سلامتی	۲	۴/۶۷	رشد شخصی
۳	۴/۳۳	رشد شخصی	۳	۴/۶۴	همکاری اجتماعی
۴	۴/۳۱	همکاری اجتماعی	۴	۴/۵۲	ارتباط با دیگران
۵	۳/۶۳	ظاهر	۵	۳/۸۵	ظاهر
۶	۳/۴۶	ثروت	۶	۳/۷۷	ثروت
۷	۲/۹۱	شهرت	۷	۳/۳۱	شهرت

اطلاعات جدول ۴ نشان می‌دهد در گروه مردان، بالاترین میانگین مربوط به آرزوی حفظ سلامتی (۴/۸۰) و پایین‌ترین میانگین مربوط به آرزوی شهرت (۳/۳۱) بوده است. در گروه زنان، بالاترین میانگین مربوط به آرزوی ارتباط با دیگران (۴/۷۶) و پایین‌ترین میانگین مربوط به آرزوی شهرت (۲/۹۱) بوده است. در مجموع، گروه مردان به آرزوی حفظ سلامتی و گروه زنان به آرزوی ارتباط با دیگران احساس بالاترین دستیابی را داشته‌اند، در حالی که مردان و زنان به آرزوی شهرت احساس پایین‌ترین دستیابی را داشته‌اند که در تبیین این تحلیل می‌توان گفت هر دو گروه آرزوی شهرت را مهم‌ترین دغدغه خود برای دستیابی می‌دانند. همان گونه که در تفسیر جدول قبلی گفته شد یافته‌های این جدول نشان می‌دهد که جوانان اعم از دختر و پسر، پایین‌ترین شانس را برای دستیابی به ثروت و شهرت قائل هستند و این یافته می‌تواند هشدار برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در این حوزه باشد.

جدول ۵. اولویت‌بندی جنسیتی میزان امید جوانان به تحقق آرزوها

زن			مرد		
رتبه	میانگین رتبه	آرزو	رتبه	میانگین رتبه	آرزو
۱	۵/۵۵	ارتباط با دیگران	۱	۵/۴۵	رشد شخصی
۲	۵/۴۹	رشد شخصی	۲	۵/۳۸	حفظ سلامتی
۳	۵/۴۱	همکاری اجتماعی	۳	۵/۳۶	ارتباط با دیگران
۴	۵/۳۳	حفظ سلامتی	۴	۵/۲۸	همکاری اجتماعی
۵	۵/۱۱	ثروت	۵	۵/۰۳	ثروت
۶	۴/۴۲	ظاهر	۶	۴/۶۹	ظاهر
۷	۳/۸۸	شهرت	۷	۴/۰۴	شهرت

اطلاعات جدول ۵ نشان می‌دهد در گروه مردان، بالاترین میانگین مربوط به رشد شخصی (۵/۴۵) و پایین‌ترین میانگین مربوط به شهرت (۴/۰۴) بوده است. در گروه زنان، بالاترین میانگین مربوط به ارتباط با دیگران (۵/۵۵) و پایین‌ترین میانگین مربوط به شهرت (۳/۸۸) بوده است. در مجموع، هر دو گروه مردان و زنان احساس می‌کنند آرزوهای رشد شخصی و ارتباط با دیگران برایشان تحقق یافته است، در حالی که آرزوی شهرت برایشان بالاترین و مهم‌ترین آرزویی است که امیدوارند در آینده برایشان تحقق یابد. یافته‌های این بخش نیز همسو با یافته‌های قبلی بیانگر این است که جوانان برای سال‌های آینده نیز امید چندانی برای دستیابی به ثروت و شهرت ندارند و به همین دلیل به رشد شخصی، حفظ سلامتی و ارتباط با دیگران امیدوارترند. البته نباید از نظر دور داشت که تبلیغ برخی هنجارهای فرهنگی در جامعه (مثلاً پول مهم نیست، چرک کف دست است و ...) نیز در شکل‌گیری این نگرش‌ها بی‌تأثیر نیست.

جدول ۶. مقایسه میزان اهمیت، دستیابی و امید به تحقق آرزوهای بیرونی جوانان بر حسب جنسیت

ارزوهای بیرونی جوانان	گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	تی	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
اهمیت	مرد	۴/۸۲	۱/۰۲	۰/۴۴۸	۲۴۴	۰/۶۵۵
	زن	۴/۷۵	۱/۰۶			
دستیابی	مرد	۳/۶۳	۱/۲۸	۱/۸۵۲	۲۴۴	۰/۰۶۵
	زن	۳/۵۵	۱/۰۶			

احتمال دستیابی	زن	۳/۳۲	۱/۲۲		
امید به تحقق	مرد	۴/۵۰	۱/۲۵	۲۴۴	۰/۷۹۵
	زن	۴/۴۷	۱/۱۹	۰/۲۶۰	

عامل آرزوهای بیرونی شامل ۳ عامل مرتبه اول (ثروت، شهرت و زیبایی) است و از تجمیع این سه عامل، آرزوهای بیرونی شکل می‌گیرد. یافته‌ها نشان داد بین آرزوهای بیرونی جوانان (اهمیت، دستیابی و امید به تحقق) برحسب جنسیت تفاوت معناداری، وجود ندارد ($P > 0/05$).

جدول ۷. مقایسه میزان اهمیت، دستیابی و امید به تحقق آرزوهای درونی جوانان برحسب جنسیت

ارزوهای درونی جوانان	گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	تی	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
اهمیت	مرد	۵/۹۲	۰/۸۳۸	-۱/۹۱۷	۲۴۴	۰/۰۵۶
	زن	۶/۱۴	۰/۷۷۲			
احتمال دستیابی	مرد	۴/۶۶	۱/۲۲	۰/۸۹۷	۲۴۴	۰/۳۷۱
	زن	۴/۵۲	۱/۱۰			
امید به تحقق	مرد	۵/۳۷	۱/۱۷	-۰/۵۲۵	۲۴۴	۰/۶۰۰
	زن	۵/۴۵	۱/۰۸			

عامل آرزوهای درونی شامل ۴ عامل مرتبه اول (رشد شخصی، ارتباط صمیمانه و متعهدانه با دیگران، تعاون و همکاری اجتماعی و حفظ سلامتی بدن) است و از تجمیع این چهار عامل، آرزوهای درونی شکل می‌گیرد. تفاوت معنی‌داری بین مردان و زنان جوان به لحاظ میزان (اهمیت، دستیابی و امید به تحقق) به آرزوهای درونی به دست نیامد ($P > 0/05$). در دهه‌ها و به ویژه سالیان اخیر، تفاوت‌های جنسیتی در جامعه کمتر شده و در برخی حوزه‌ها به حداقل رسیده است. افزایش تحصیلات و سطح آگاهی زنان، اشتغال زنان، بهره‌مندی از رسانه‌های جمعی و اجتماعی و حضور در عرصه اجتماعی در سالیان اخیر باعث شده است که تفاوت‌های جنسیتی در حوزه‌های مختلف از جمله آرزوها به حداقل برسد.

بحث و نتیجه‌گیری

جوانان از مهم‌ترین اقشار هر جامعه محسوب می‌شوند که مسئولیت ساختن آینده یک جامعه را بر عهده‌دارند. بنابراین شناخت آرزوهای جوانان و اینکه آنان چه آرزوهایی برایشان بیشترین اهمیت را دارد، برای یک جامعه مهم است و هر جامعه‌ای باید به آرزوهای جوانان خود که نیروی بالفعل آن جامعه هستند، توجه کند و آنان را در راه رسیدن به آرزوهایشان یاری رساند.

فرضیه اول مدعی بود بین میانگین آرزوهای جوانان برحسب جنسیت تفاوت وجود دارد. یافته‌ها نشان داد در بین آرزوهای درونی، آرزوی سلامتی نسبت به سایر ابعاد از اولویت بیشتری برخوردار بوده است. آنچه مشهود است اهمیت بیشتر زنان به سلامتی نسبت به مردان در زمینه‌های مختلف

از جمله قرار نگرفتن در معرض رفتارهای پرخطر، رعایت بهداشت فردی و اهمیت دادن به مدیریت بدن از جمله جلوگیری از چاقی و دیابت و... است.

دومین فرضیه پژوهش مدعی بود بین میانگین آرزوهای درونی جوانان برحسب جنسیت تفاوت وجود دارد. یافته‌های تحقیق نشان داد که در بررسی آرزوی درونی به تفکیک جنسیت، زنان نسبت به مردان اهمیت بیشتری به این بعد قائل هستند، ولی آنان احساس می‌کنند به سلامتی مطلوب مورد نظرشان نرسیده‌اند و حتی در آینده نیز احتمال دستیابی به سلامتی مطلوب را برای خود کمتر می‌دانند، چراکه مردان نسبت به زنان احساس سلامتی بیشتری داشته‌اند. این یافته با نتیجه پژوهش گودرزی (۱۳۸۷) که آرزوی سلامتی برای افراد از مهم‌ترین آرزوها در زندگی‌شان بوده است، همسو می‌باشد. داشتن شغل و درآمد مناسب را یکی از اولویت مهم افراد و آن را باعث تأثیرگذاری بر روی آرزوهای جوانان و جایگاه طبقاتی جوانان در جامعه جدید می‌توان دانست.

بر اساس نتایج آزمون فرضیه سوم، بین میانگین آرزوهای بیرونی جوانان برحسب جنسیت تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. یافته‌های این پژوهش نیز نشان داد آرزوی دستیابی به ثروت و درآمد که جزو آرزوهای بیرونی جوانان به شمار می‌روند، هم در بین مردان و هم در بین زنان جوان از اهمیت بالایی برخوردار بوده است. می‌توان گفت دستیابی به ثروت، درآمد و شغل مناسب از مهم‌ترین آرزوهای جوانان به شمار می‌روند، چون جوانان در این سن برای خود به دنبال درآمد و ثروت می‌باشند و ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که به ثروت خیلی بها می‌دهد. نکته قابل توجه اینکه نتایج پژوهش حاضر نشان داد زنان بیش از مردان برای ثروت و درآمد، اهمیت قائل هستند، اما جوانان در احساس دستیابی به ثروت، خود را چندان موفق نمی‌دانند که این می‌تواند ناشی از شرایط اقتصادی نامناسب و تورم کنونی در جامعه ما باشد. تحریم‌های اقتصادی و ناکارآمدی مدیران از جهات مختلف تأثیرات جدی و مخرب بر اقتصاد کشور داشته و این امر به نوبه خود بر وضع اقتصادی نامطلوب مردم اثرگذار بوده است، ولی امید بیشتری دارند که در آینده می‌توانند به ثروت و درآمد بالاتری برسند. چنین تفکری ریشه در گفتمان‌ها و جریان‌هایی دارد که در عصر حاضر و نه تنها در ایران، بلکه در جهان شکل گرفته یا در حال شکل‌گیری است. تفکری که معتقد است جایگاه زنان در کسب موقعیت‌ها نسبت به مردان متفاوت و پایین‌تر بوده و این تفاوت را نه به علت تفاوت‌های زیستی، بلکه به دلیل ساختار و سیاست‌گذاری‌ها در جامعه می‌داند که موجب تضعیف حقوق زنان می‌گردد. لذا جریان‌های نوپا در پی بازپس‌گیری حقوق زنان برآمده و با آگاه‌سازی زنان موجب شکل‌گیری چنین تفکری شده که زن می‌تواند مستقل باشد. پیامدهای چنین جریان‌ها و تفکراتی سبب شده زنان به لحاظ دستیابی به مشاغل و درآمد بالا بیش از مردان امیدوار باشند. از طرفی، شرایط اقتصادی- اجتماعی حال حاضر در ایران موجب شده افراد تحصیل‌کرده با توقعات بالا افزایش چشمگیری داشته باشند و افراد حاضر نشوند در هر شغلی مشغول به کار شوند. لذا از جمله آرزوهای مهم افراد دستیابی به مشاغل سطح بالا است که بتوانند با درآمد ثابت و قابل اتکا تشکیل خانواده دهند و رفاه نسبی را برای آنان فراهم کنند. این یافته با نتایج تحقیق اکبرزاده (۱۳۷۴)، فیضی و همکاران (۱۳۹۷) و سازمان ملی جوانان (۱۳۸۵) که نشان دادند آرزوی ثروت و موفقیت مالی برای جوانان جزو مهم‌ترین آرزوهایشان بوده است همسو می‌باشد؛ ولی با نتیجه پژوهش گودرزی (۱۳۸۷) همسو نیست که نشان داد که پول در رتبه‌های پایین اولویت‌بندی افراد قرار گرفته و کمتر مورد توجه است.

به‌طورکلی، از یافته‌های تحقیق حاضر چنین بر می‌آید که برای جوانان، آرزوهای حفظ سلامتی، ارتباط با دیگران و رشد شخصی میانگین بالاتری را کسب کرده‌اند. بنابراین می‌توان

گفت جوانان احساس می‌کنند این سه بعد از آرزو برایشان محقق شده است، درحالی‌که به آرزوی شهرت و ثروت و ظاهر که جزو آرزوهای بیرونی می‌باشد نتوانسته‌اند دست یابند. نباید از نظر دور داشت که مشکلات اقتصادی خود پیامدهایی اجتماعی به دنبال دارد که بیشترین اثرگذاری آن را می‌توان در آرزوهای جوانان به‌عنوان منشأ انگیزه در دستیابی به موفقیت جستجو کرد، چراکه آرزوها و اهداف افراد یکی از مکانیسم‌هایی است که می‌تواند بحران‌های اقتصادی را به مسائل و آسیب‌های اجتماعی تبدیل کند. بنابراین مشکلات اقتصادی نه تنها آرزوی ثروت بلکه سایر آرزوهای دیگر چون ظاهر، حفظ سلامتی، رشد شخصی و ... را نیز تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. اقتصاد کشور ما در چند سال اخیر یکی از بحرانی‌ترین شرایط خود را می‌گذراند؛ شرایطی که بنابر گزارش‌های بانک جهانی رکود، بیکاری، تورم، شرایط نامناسب کسب‌وکار و ورشکستگی ازجمله مختصات آن است. پس باید مسئولان کشور به توانمندی‌ها و استعدادهای جوانان کشور تکیه کنند تا بتوانند آینده بهتری برای کشور رقم زنند و باعث پیشرفت جوانان این کشور شوند.

پیشنهادهای

۱. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:
 ۱. انجام مطالعاتی در زمینه قیاس آرزوهای جوانان در طبقات مختلف اجتماعی؛
 ۲. برنامه‌ریزی جهت آموزش و توانمندسازی جوانان برای حضور خودجوش و فعال در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی؛
 ۳. اطلاع‌رسانی نهادهایی چون صداوسیما جهت آگاه‌سازی جوانان و خانواده‌های آن‌ها در زمینه آمال و آرزوهای جوانان.
- همانند سایر پژوهش‌ها، این پژوهش نیز با محدودیت‌هایی روبه‌رو بود؛ ازجمله این که با توجه به شیوع ویروس کرونا، پرسشنامه تحقیق حاضر به‌صورت الکترونیکی طراحی شده بود که در این مورد هم برخی از جوانان جامعه آماری به خصوص پسران تمایلی به همکاری در جهت تکمیل پرسشنامه نداشتند. لذا فرایند جمع‌آوری داده‌ها با تأخیر انجام شد.

منابع

- استوری، جان. (۱۳۸۹). *مطالعات فرهنگی؛ درباره فرهنگ عامه*. حسین پاینده. تهران: نشر آگه
- اکبرزاده، نسرين. (۱۳۷۴). «بررسی تأثیر شرایط اجتماعی_اقتصادی ایران در دهه ۱۳۶۱-۱۳۷۱ بر آرزوهای جوانان سال چهارم دبیرستان تهران». علوم انسانی دانشگاه الزهراء (س). شماره ۱۳-۱۴، صص ۲۹-۴۵.
- چاوشیان، حسن؛ علیخواه، فردین و محقق منتظری، مائده. (۱۳۹۰). «رویای ایرانی، سنخ‌شناسی انواع سرمایه با آرزوها در بین جوانان ساکن شهر تهران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه گیلان، گیلان.
- رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۸). *آنومی یا آشفتگی‌های اجتماعی: پژوهشی درباره پتانسیل آنومی شهر تهران*. تهران: انتشارات سروش
- روحانی، علی؛ عسکری ندوشن، عباس و کشاورزی، سعید. (۱۳۹۸). «بررسی آرزوهای اجتماعی دانش‌آموزان دبیرستانی ۱۵ تا ۱۸ ساله در شهر یزد». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۳۳، صص ۱-۲۴.
- سازمان ملی جوانان. (۱۳۸۵). *الگوها و آرمان‌های جوانان با تأکید بر شخصیت‌ها و گروه‌های مرجع جوانان*. تهران: سازمان ملی جوانان
- سبزه‌آرای لنگرودی، میلاد؛ سرافراز، مهدی‌رضا و قربانی، نیما. (۱۳۹۴). «بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی شاخص آرزو». مطالعات روان‌شناختی. شماره ۱، صص ۹۷-۱۱۴.
- سطوتی، جعفر. (۱۳۹۲). «مطالعه‌ای تطبیقی پیرامون جوان و جوانی». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، شماره ۱۹، صص ۹-۲۸.
- رضی بهابادی، بی‌بی‌سادات. (۱۳۸۸). «آرزوها در قرآن و حدیث». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم قرآن و حدیث، دانشگاه الزهراء، تهران.
- فیضی، ایرج؛ نایی، هوشنگ و معیدفر، سعید. (۱۳۹۷). «آرزوهای آنومیک جوانان و پیامدهای آنان». مسائل اجتماعی ایران. شماره ۲، صص ۱۷۷-۲۰۷.
- قاسمی، زهرا و عموقلی میرآخوری، مرضیه. (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر در گرایش جوانان به موسیقی». فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی ایران. شماره ۴، صص ۶۱-۷۸.
- کارشکی، حسین؛ گراوند، هوشنگ و دهقانی نیشابوری، محسن. (۱۳۹۱). «نقش شکاف بین اهمیت اهداف و آرزوها و شانس دستیابی به آن‌ها در شادکامی دانشجویان». پژوهش‌های روانشناسی بالینی و مشاوره. شماره ۲، صص ۱۳۳-۱۵۴.
- گودرزی، محسن. (۱۳۸۷). *گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی ایرانیان*. دفتر طرح‌های ملی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- لاپون، دیوید. (۱۳۸۰). *پسامدرنیته*. محسن حکیمی. تهران: انتشارات آشیان

- مطهری، مرتضی. (۱۳۸۹). «جوان در اندیشه استاد مطهری». بنیاد علمی و فرهنگی شهید علامه مرتضی مطهری، ۱۳۹۸ / ۸/۱۱.

<http://www.mortezamotahari.com/fa/ArticleView.html?ArticleID=78681>

- Cerdin, J. & pargneux, M. (2010). **“Career Anchors: A Comparison Between organization- Assigned and self- Initiated Expatriates”**. Thunderbird International Business Review (FEATURE ARTICLE), 52(4): 287-299
- Chiu, J. P. P, Nevius, J. R. (1990). **“Three wishes of gifted and no gifted adolescents”**. The Journal of genetic psychology, 151(2): 133-138.
- Deangelis, R. T. and Ellison, C. G. (2018). **“Aspiration Strain and Mental Health: The Education-Contingent Role of Religion”**. Journal for the Scientific Study of Religion, 57: 341-364.
- Ehrlichman, H. Eichenstein, R. (1992). **“Private wishes: Gender similarities and differences”**. Sex Roles, 26(9-10): 399-422.
- Folger, R. (1986). **“Rethinking equity theory”**. Justice in social relations, Part of the Critical Issues in Social Justice book series (CISJ), MA: 145-162. Springer: Boston.
- Freud, S. (1962). **“The etiology of hysteria”**. In *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud*. Volume III (1893-1899).
- Gregor, M. A. O'Brien, K. M. (2016). **“Understanding career aspirations among young women: Improving instrumentation”**. Journal of Career Assessment, 24(3): 559-572.
- Kasser, T. Ryan, R. M. (1993). **“A dark side of the American dream: Correlates of financial success as a central life aspiration”**. Journal of Personality and Social Psychology, 65: 410-422.
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). **“Further Examining the American Dream: Differential Correlates of Intrinsic and Extrinsic Coals”**. Personality and Social Psychology Bulletin, 22: 280-287.
- King, L. A. Broyles, S. J. (1997). **“Wishes, gender, personality, and well-being”**. Journal of personality, 65(1): 49-76.
- Klapwijk, R. Rommes, E. (2009). **“Career Aspiration of Secondary School Students (M/F) in the Netherlands”**. International Journal of Technology and Design Education, 19(4): 403 -18.
- Leon, Fowerz. (2010). **“Effect of factors (e.g. age, gender, parental education and academic status) to pursue educational and occupational aspirations during the transition period from mid-teens to early youth in France”**. Journal of Empowerment in Organization, 5, 3: 150.
- Merton, R. (1938). **“Social structure and anomie”**. American Sociological Review, 3: 672-82.

- Mignonac, K. Herrbach, O. (2003). **“Managing individual career aspirations and corporate needs: a study of software engineers in France”**. Journal of Engineering and Technology Management, 2: 205-30.
- Peterson, J. Roger, A. (2009). **“Career Anchors Profiles: An Exploratory Study of Business School Participants in France”**. A Paper presented at the International Conference on Evaluation Indicators and Social and Environmental Responsibility of Enterprises, Lyon: 8-10 June.
- Tepperman, L. Albanese, P. Curtis, J. E. (2009). **Principles of sociology: Canadian Perspectives**. Oxford University Press.
- Thomas, W. I. (1923). **“The unadjusted girl: With cases and standpoint for behavior analysis”**. Criminal Science Monographs, 4: 1-257.
- Wong, A. Y. (2008). **“Making career choice: A study of Chinese managers”**. Journal Human Relations, 60(2): 125-140.

عوامل فردگرایانه موثر بر گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان شهر کاشان

محمد سلیمان نژاد^۱

محسن نیازی^۲

طاهره سلیمان نژاد^۳

 10.22034/SSYS.2022.1945.2378

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۵/۰۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۰۳

گرایش به رفتارهای پرخطر، از آسیب های اجتماعی فراگیر در بین جوانان است که علاوه بر شرایط اجتماعی و محیطی، تمایلات افراد محرک اصلی در گرایش به این رفتارها محسوب می شود. این پژوهش با هدف بررسی نقش متغیرهای عاملیتی و فردگرایانه در گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان کاشانی انجام شده است. روش تحقیق به کار رفته در پژوهش حاضر، پیمایشی و نمونه آماری پژوهش به تعداد ۵۵۲ نفر از جوانان شهر کاشان بود که براساس فرمول کوکران، به روش نمونه گیری احتمالی متناسب با حجم به عنوان نمونه نهایی انتخاب گردیدند. پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ و اعتبار آن بر اساس نظرات افراد متخصص دانشگاهی تایید شد. برای تحلیل استنباطی و سنجش ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته از تحلیل عاملی، آزمون های آماری همبستگی پیرسون و آزمون های T مقایسه زوجی با استفاده از نرم افزارهای SPSS 25 استفاده شده است.

یافته های پژوهش حاکی از این بود که بر اساس جنسیت، گرایش پسران بیشتر از دختران به

۱- دکترای جامعه شناسی، مدرس دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Msdt59@yahoo.com

۲- استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

۳- دانشجوی دکتری جامعه شناسی فرهنگی، دانشکده علوم انسانی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران،

● عوامل فردگرایانه موثر بر گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان شهر کاشان

رفتارهای پرخطر بوده است. همچنین نتایج آزمون فرضیات نشان داد که احساس تنهایی، داغ شکست، احساس تنهایی ناشی از شکست و تمایلات لذت‌جویانه با بروز رفتارهای پرخطر معنی دار بوده است. در نتیجه، می‌توان گفت که با کاهش کارکرد و نقش‌آفرینی خانواده و سایر عواملان جامعه‌پذیری، جامعه شاهد گسترش رفتارهای پرخطر و بازتولید آن در نسل‌های بعدی خواهد بود.

واژگان کلیدی: رفتارهای پرخطر، احساس تنهایی، داغ شکست، تمایلات لذت‌جویانه و جوانان.

مقدمه

سبک زندگی جوانان امروزی به علت اثرپذیری از عوامل مختلف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی آمیختگی هایی با آسیب های اجتماعی دارد. البته این آسیب ها خود نیز پیامدهای مختلفی در حوزه سلامت و بهداشت برای افراد، خانواده ها و جامعه به دنبال داشته و از سوی دیگر باعث نادیده گرفتن هنجارها و قواعد حاکم بر مناسبات رفتاری افراد در بستر مناسبات اجتماعی گردیده است. لذا از این گونه رفتارها با عنوان «رفتارهای پرخطر» یاد می شود. پیامدهای رفتارهای پرخطر متوجه دوره سنی خاصی نیست و همه گروه های سنی در معرض رفتارهای پرخطر هستند، اما آغاز گرایش به این رفتارها از دوره نوجوانی است (رنسبورگ و سوروجلال^۱، ۲۰۱۳: ۱) که باعث نابودی و فروپاشی زندگی کنونی و روزمره افراد و حتی نابودی کیفیت زندگی آن ها در دوره جوانی و مراحل بعدی زندگی می گردد (برین و همکاران^۲، ۲۰۱۱: ۱۱۳).

رفتارهای پرخطر به عنوان کنش هایی با پیامدهای نامطلوب اجتماعی و آسیب ها و پیامدهای ناگوار تعریف شده است (ریتچر^۳، ۲۰۱۰: ۲۶). آثار رفتارهای پرخطر با کیفیت های مختلف مشاهده می گردد؛ تعدادی از آنها، رفتارهایی هستند که آسیب شان فیزیکی است و نمودشان به سرعت هویدا می گردد (مانند خشونت) و تعدادی دیگر در بر دارنده رفتارهایی با تأثیرات منفی فرسایشی و رو به افزایش (مانند اعتیاد) هستند (گازمن و بوش، ۲۰۰۷). آسیب های اجتماعی و رفتارهای پرخطر، علاوه بر ایجاد نگرانی در حوزه سلامت و بهداشت عمومی، سطح رفاه افراد را به پایین ترین حد تقلیل می دهند و مرگ و میرها و بیماری های فراوانی را رقم می زنند (تیو و همکاران^۴، ۲۰۱۲: ۷۵). سوء مصرف مواد^۵ عامل اصلی مرگ و میر در افراد جامعه به خصوص نوجوانان و جوانان است. بیشتر خودکشی های جوانان به دلیل سوء مصرف مواد مخدر یا الکل تشخیص داده شده اند. رژیم غذایی و اعتیاد به فضای مجازی در دوران بزرگسالی نیز تداوم می یابد (برازیل موری^۶، ۲۰۱۸: ۲).

پیگیری فعالیت های جدید و ابتکاری می تواند به چالش هایی منجر شود و در بعضی مواقع، حتی خطرات جدی نیز ایجاد نماید. رفتارهای پرخطر که در دوران نوجوانی بسیار رایج است، در بین دیگر نسل های سنی نیز کم و بیش عمومیت دارد. به عنوان مثال، جوانان به دنبال ریسک در محیط های مختلف مانند رانندگی، بازی ها، بازار سهام، شرط بندی، قمار و موارد مشابه هستند. برای درک دلایل انجام رفتارهای پرخطر، لازم است به کارکردهای متفاوت گونه های مختلف رفتارهای پرخطر در افرادی که آن ها را انجام می دهند مطالعه گردد. با مطالعه این کارکردها، می توان بین معانی مختلفی که رفتارهای مشابه هنگام عمل توسط افراد انجام می شود، تمایز قائل شد و به درک بهتری از این تفاوت ها دست یافت. در حالی که برخی از افراد به طور عادی رفتارهای پرخطر و مشکل ساز را انجام می دهند، برخی دیگر در همان مرحله پس از آزمایش و تجربه، ادامه آن را متوقف می نمایند.

1. Rensburg & Surujlal
2. Beirne et al.
3. Richter
4. Tu et al.
5. Drug abuse
6. Brazill-Murray

دلایل مربوط به تفاوت در میزان مشارکت در رفتارهای پرخطر به میزان تحکیم روابط با بزرگسالان، همسالان و بسترهای اجتماعی وسیع‌تر بستگی دارد (بونینو و همکاران، ۲۰۰۵: ۱۰۰).

شیوع رفتارهای پرخطر علی‌رغم فعالیت‌های پیشگیرانه، در سطح جهان سیر تصاعدی داشته است (موسوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۵۴). بر اساس پژوهش‌های انجام شده، پیش‌بینی گردیده که تا سال ۲۰۳۰، فقط رقم عوارض ناشی از مصرف دخانیات که منجر به بیماری و مرگ‌ومیر می‌شود، ۱۰ میلیون نفر برآورد می‌شود. اگر پیامدهای جسمی، روانی و اجتماعی سایر آسیب‌های رفتاری را در نظر بگیریم، آسیب‌های وارده چند برابر می‌شود (اسلوسکی^۱، ۲۰۰۴: ۴۸). مشارکت در رفتارهای پرخطر و غیرقانونی مانند نندالیزم^۲، رابطه جنسی^۳ قبل از ازدواج یا سرقت^۴ در جامعه امریکا تا حدودی یکی از مراحل مهم رشد محسوب می‌شود که برای بسیاری از افراد نشانه گذار از جوانی به بزرگسالی است. البته پیامد این رفتارها، همراه با خطرات قابل توجهی از جمله بارداری، بیماری، زندان و از دست رفتن شهرت و آبروست (آدامزوک^۵، ۲۰۰۵: ۹). دنیسون^۶ (۲۰۱۶) با استفاده از یک مطالعه طولی ملی در مورد سلامت بزرگسالان، دریافت جوانانی که میزان استرس بالایی را تجربه کرده‌اند، اما خود را متعلق به یک پایگاه اقتصادی بالا می‌دانند، از مشارکت مجرمانه خودداری می‌کند و کسانی که استرس بالایی داشتند، اما خود را از پایگاه اقتصادی پایین‌تر تلقی می‌کردند، بیشتر در رفتار بزهکارانه مشارکت می‌کردند (آلساماری^۷، ۲۰۱۷: ۳۱).

رفتارهای پرخطر بر مبنای پنج مقوله سطح فردی، خانوادگی، همسالان، مدرسه و جامعه دسته‌بندی شده است (ناگل^۸، ۲۰۱۹: ۱۳). عوامل خطر در سطح فردی شامل ابعاد بیولوژیکی، ژنتیکی، فیزیولوژیکی، شناختی و رفتاری یک فرد است (باتیستا-فوغوت^۹، ۲۰۰۸). برخورد خشن، خلق‌وخوی منفی و ناتوانی در کنترل رفتار و احساسات که در زندگی روزمره نمودار می‌شوند، نشانه‌هایی از رفتارهای ضداجتماعی^{۱۰} می‌باشد. همچنین، علائم خلقی و رفتاری برای آغاز رشد اختلالات رفتاری مختل‌کننده از اوایل زندگی فرد قابل تشخیص است (ناگل، ۲۰۱۹: ۱۴).

شهر کاشان- دومین شهر استان اصفهان- از نظر جمعیت و دیگر شاخصه‌های مهم اقتصادی، اجتماعی و موقعیت ارتباطی است. کاشان، شهری سنتی و تاریخی است که طی سال‌های اخیر با تغییر و تحولات اجتماعی و فرهنگی بیشتری مواجه شده است. در شرایط کنونی بررسی و تحلیل آسیب‌های اجتماعی و پیامدهای ناشی از این مسائل اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا گسترش آسیب‌ها و ناپهنجاری‌ها تهدیدی برای سلامت جامعه و نسل‌های بعدی محسوب می‌شود. بنابراین، این پژوهش در صدد پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

میزان گرایش گرایش جوانان شهر کاشان به رفتارهای پرخطر در چه سطحی است؟

رابطه بین متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته گرایش به رفتارهای پرخطر چگونه است؟

1. Slusky
2. Vandalism
3. Sex
4. Robbery
5. Adamczyk
6. Dennison
7. Alshammari
8. Nagel
9. Batista-Fugot
10. Anti-social behaviors

در بررسی پژوهش های تجربی، بهرامی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تدوین مدل علی رفتارهای پرخطر بر اساس سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری با نقش میانجی هویت اخلاقی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه» که به روش پیمایشی انجام دادند، دریافتند که هویت اخلاقی، سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری بر رفتارهای پرخطر اثر معنی داری دارد. همچنین، هویت اخلاقی برای رابطه مسئولیت پذیری و رفتارهای پرخطر نقش میانجی داشته است. عزیزادگانی و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «شناسایی علل گرایش نوجوانان به رفتارهای پرخطر و بررسی تفاوت های جنسیتی» به روش کیفی و مصاحبه نیمه ساختار یافته انجام داده اند. یافته ها در مقوله عوامل فردی شامل لذت جویی، کنجکاوی، کسب هویت، اعتماد به نفس کاذب و قهرمان نمایی و در عوامل وابسته مربوط به بافت و زمینه شامل ارتباط با همسالان، سرگرمی با موبایل، دسترسی آسان و ارزان به مواد، میهمانی های مختلط، نبود مکان تفریحی و ورزشی، ناآگاهی والدین و محدودیت مالی بوده است.

اسدپور (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «بررسی میزان شیوع و گرایش به رفتارهای پرخطر در بین دانشجویان کارشناسی دانشگاه تبریز و عوامل مرتبط با آن» را با روش پیمایشی و با حجم نمونه ۳۸۰ نفر و با ابزار پرسشنامه انجام داده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که گرایش به رفتارهای پرخطر (مصرف سیگار، مصرف فست فودها، مصرف الکل و مصرف داروهای مسکن) در میان دانشجویان در سطح متوسط و شیوع رفتارهای پرخطر در میان آنان در سطح متوسط به پایین می باشد. تفاوت میانگین رفتارهای پرخطر برحسب جنسیت، وضعیت تأهل و رشته تحصیلی معنادار بوده است. همچنین، نتایج نشان داد که همبستگی بین متغیرهای سن، پایبندی به آموزه های دینی، ضریب تحمل افراد، احساس محرومیت نسبی و سبک های فرزندپروری (سهل گیر یا استبدادی)، با گرایش به رفتارهای پرخطر و شیوع آن، معنادار بوده است، ولی رابطه خطی بین متغیرهای طرد اجتماعی، سبک فرزندپروری منطقی و تصور از خود با گرایش و شیوع رفتارهای پرخطر معنادار نبوده است. رشید (۱۳۹۴) پژوهشی را با موضوع «شیوع رفتارهای پرخطر در میان دانش آموزان نوجوان تهرانی» به روش پیمایشی و با ابزار پرسشنامه در بین ۱۲۸۰ نفر از دانش آموزان مقطع متوسطه شهر تهران انجام داده است. بر اساس یافته های این پژوهش به ترتیب رفتارهای پرخطر قلیان، سیگار، رابطه جنسی محافظت نشده، کتک کاری در بیرون از منزل و مصرف مشروبات الکلی بیشترین شیوع در میان نوجوانان داشته اند. همچنین میانگین رفتارهای پرخطر در بین پسران بیشتر از دختران بوده و بر اساس قومیت تفاوت معناداری میان میزان رفتارهای پرخطر دانش آموزان وجود نداشته است. بین عوامل اجتماعی و فردی شامل هیجان خواهی، افسردگی، اعتماد به نفس، اختلالات اضطرابی، روابط خانوادگی، حمایت های اجتماعی، آگاهی اجتماعی، الگوهای اجتماعی نامناسب، کنترل خانواده، رسانه های جمعی و نظارت اجتماعی و شیوع رفتارهای پرخطر رابطه معنادار برقرار بوده است.

احمدی جم (۱۳۹۱) پژوهشی را با عنوان «پیش بینی رفتارهای پرخطر در زمینه مصرف مواد، رانندگی، خشونت فیزیکی و قانون شکنی، رفتار جنسی و تغذیه و تحرک بر اساس علائم اختلال شخصیت مرزی و سبک های فرزندپروری در دانشجویان شیراز» با تکنیک پیمایش و به کارگیری پرسشنامه در بین ۴۶۰ نفر دانشجوی دختر و پسر به انجام رسانده است. بر اساس یافته های این پژوهش، متغیرهای سبک های فرزندپروری (سهل انگارانه، منطقی و استبدادی) و علائم اختلال شخصیت مرزی (نامیدی، تکانش گری و علامت تجزیه ای/ پارانوئیدی وابسته به استرس) تأثیر

معناداری بر همه مولفه‌های رفتارهای پرخطر غیر از رفتار جنسی پرخطر داشته‌اند. در این پژوهش میانگین رفتارهای پرخطر در بین دانشجویان بر اساس جنسیت از نظر آماری تفاوت معنی‌دار داشته است.

اسلامی و همکاران (۱۳۸۹) تحقیقی را با موضوع «یک الگوی نظری مبتنی بر نظریه رفتار مشکل برای تبیین رفتارهای پرخطر: تمرکز بر نقش میانجی عوامل روانی، اجتماعی» با تکنیک پیمایش و به کارگیری پرسشنامه و با نمونه ۵۰۵ نفر از دانش‌آموزان دختر و پسر دبیرستانی به انجام رسانده‌اند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، عوامل خطر در سطح فردی (افسردگی، عزت‌نفس ضعیف، شایستگی اجتماعی ضعیف، انتظارات ضعیف)، در سطح خانواده (نظارت ضعیف، حمایت ضعیف و تعارض در خانواده)، در سطح همسالان (حمایت ضعیف، الگوهای خطر، نظارت ضعیف) و در سطح مدرسه (حمایت ضعیف، الگوهای خطر، نظارت ضعیف)، تأثیر معنی‌داری بر شیوع رفتارهای پرخطر (مصرف قلیان، مشروبات الکلی، سیگار، حشیش و مشتقات تریاک، خشونت، تخریب و دزدی) داشته‌اند.

از میان پژوهش‌های خارجی، یافته‌های پژوهش شرما^۱ و همکاران (۲۰۱۹) با عنوان «تأثیر عوامل حفاظتی بر استرس زندگی و سلامت رفتاری در بین جوانان دارای رفتارهای پرخطر»، پتانسیل عوامل محافظتی را برای تأثیرات فراوان خطر تجمعی بر پیامدهای بهداشت رفتاری در بین جوانان ساکن محله‌های پرخطر را برجسته می‌کند.

تام و همکاران^۲ (۲۰۱۶) پژوهش دیگری را با عنوان «تأثیر بیگانگی بر سلامت نوجوانان پرتغالی» با تکنیک پیمایش و به کارگیری پرسشنامه در بین نمونه‌ای از ۳۴۹۴ نوجوان پرتغالی به انجام رسانده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که نوجوانان با میزان بالایی از بیگانگی اجتماعی در معرض خطرات بهداشتی قرار دارند. ارتباط مثبت و معناداری بین ازخودبیگانگی اجتماعی (انزوای اجتماعی، بی‌معنایی، بی‌قدرتی و بی‌هنجاری) با رفتارهای مخاطره‌آمیز سلامتی در بین نوجوانان وجود داشت. بر اساس مدل رگرسیونی، متغیرهای مستقل توانسته‌اند ۲۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمایند و در این میان، بیشترین تأثیر را متغیر بی‌هنجاری اجتماعی بر روی رفتارهای مخاطره‌آمیز داشته است.

شوآرتز و همکاران^۳ (۲۰۱۵) پژوهشی را با عنوان «بررسی هویت در نوجوانان: ارتباط هویت با سلامت روانی و رفتارهای پرخطر» با تکنیک پیمایش و به کارگیری پرسشنامه به انجام رسانده‌اند. مطالعه آنان به منظور درک هویت نوجوانان و توسعه هویت آن‌ها با ارائه نمایه‌های نهفته از وقایع درون فردی و بین فردی، ترکیب هویتی و سردرگمی هویتی صورت گرفته است. در مطالعه آنان نمونه‌ای مشتمل بر ۹۷۳۷ دانشجوی جوان، پرسشنامه‌ای برای اندازه‌های هویت، سلامت روان و رفتارهای پرخطر برای سلامت را کامل کردند که چهار نمایه نهفته ظاهر شدند: ترکیبی (سردرگمی پایین، ترکیب بالا)، پراکنده (ترکیب متوسط، سردرگمی بالا)، عالی (ترکیب بالا و سردرگمی بالا) و متوسط (ترکیب متوسط و سردرگمی متوسط). نمایه ترکیبی با بیشترین سطح سلامت و پایین‌ترین سطح نهاده‌سازی، بیرونی‌سازی و ریسک‌های سلامتی در رابطه بود. نمایه‌های عالی و پراکنده نیز با سلامت پایین و نهاده‌سازی بالا، بیرونی‌سازی و رفتارهای پرخطر در رابطه بودند و همچنین نمایه عالی در تمامی پیامدهای منفی بیشترین سطح را به دنبال داشت. نمایه متوسط نیز به صورت

1. Sharma

2. Tome et al.

3. Schwartz et al.

متوسط سلامتی، نهادینه سازی، برونی سازی و ریسک های سلامتی را نمره گذاری کرده است. نتایج نیز برحسب نقش هویت با گذار موفق به نوجوانی مورد بحث قرار گرفتند.

هاماما و رونن-شنهاو^۱ (۲۰۱۳) پژوهشی با موضوع «نقش ویژگی های رشدی، بحران های محیطی و منابع شخصی (خود-کنترلی و حمایت اجتماعی)» با تکنیک پیمایش و به کارگیری پرسشنامه با هدف بررسی رفتارهای خشونت آمیز نوجوانان به انجام رسانده اند. رفتار خشونت آمیز ممکن است به عنوان پیامد رشد طبیعی، از یک سو و نتیجه وقوع بحران ها در زندگی، از سوی دیگر توصیف شود. یافته ها بیانگر آن است که در مورد ویژگی های جمعیت شناختی مانند سن، میزان وقوع رفتارهای خشونت آمیز در بین نوجوانان به دلیل اعمال فشار از منابع مختلف بیشتر از سایر سنین است. در مورد جنسیت، پسران بیشتر از دختران درگیر رفتارهای خشونت آمیز می شوند. در زمینه عناصر محیطی و خانوادگی، میزان وقوع رفتارهای خشونت آمیز نوجوانان در زمان جنگ و در خانواده های طلاق گرفته بیشتر است. طلاق، مشکلات اجتماعی و رفتاری متعددی مانند عملکرد تحصیلی ضعیف، سوء مصرف مواد و بزه کاری را موجب می شود. همچنین نتایج نشان داد که حمایت اجتماعی به عنوان «منبع محیطی» و خود-کنترلی به عنوان «منبع شخصی» در کاهش میزان رفتارهای خشونت آمیز مؤثر است.

سیموئز و ماتوس^۲ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «رفتارهای پرخطر در نوجوانان دارای نیازهای خاص: آیا صلاحیت های اجتماعی و عاطفی با اهمیت اند؟» با تکنیک پیمایش و به کارگیری پرسشنامه در بین نمونه ای با تعداد ۴۹۴ نفر از نوجوانان پرتغالی بر آن بودند تا دریابند آیا حوادث زندگی و صلاحیت های اجتماعی و عاطفی بر روی رفتارهای پرخطر تأثیر دارند. نتایج نشان داد که حوادث منفی زندگی (تجربه خشونت و درگیری در خانواده، وجود انحراف در خانواده و وجود همسالان کج رو) و صلاحیت های اجتماعی و عاطفی (حمایت، اعتماد، همکاری و ارتباط، همدلی، خودآگاهی و خود-کارآمدی) رابطه معناداری با رفتارهای پرخطر داشته است. همچنین، بین حوادث منفی زندگی و رفتارهای پرخطر رابطه مثبت و نوع رابطه صلاحیت های اجتماعی و عاطفی منفی و معکوس برآورد شده است.

تحقیقی توسط هیلد^۳ (۲۰۰۹) با عنوان «تأثیر انزوای اجتماعی و عاطفی بر بروز رفتارهای پرخطر در میان زنان تزریقی مصرف کننده مواد مخدر در پورتلند» با تکنیک پیمایش و به کارگیری پرسشنامه در بین نمونه ای از ۱۰۲ نفر از زنان بالای ۱۸ سال به انجام رسیده است. نتایج نشان داد که میانگین انزوای اجتماعی و عاطفی و رفتارهای پرخطر بالاتر از حد متوسط برآورد شده است و بیش از نیمی از نمونه مورد مطالعه در برقراری رابطه جنسی از کاندوم استفاده نمی کردند. همچنین همبستگی معنادار و مثبتی بین انزوای اجتماعی و عاطفی و بروز رفتارهای پرخطر (مصرف مواد مخدر، الگوهای تزریق دارو، فعالیت جنسی، استفاده از کاندوم و رابطه جنسی به خاطر مواد مخدر، پول یا هر دو) در بین زنان وجود داشته است.

روانگ کانچاناستر و همکاران (۲۰۰۵) تحقیقی را با عنوان «پیمایش رفتارهای پرخطر جوانان: یانکوک؛ تایلند» با نمونه ۲۳۱۱ نفر از دانش آموزان و به شیوه پیمایش انجام داده اند. نتایج حاکی از آن است که بین متغیرهای عزت نفس، عملکرد ضعیف، سن، پایگاه اجتماعی- اقتصادی، اعتیاد

1. Hamama and Ronen - Shenhao

2. Simoes & Matos

3. Hilde

والدین، تنش و تضاد خانوادگی و محیط اجتماعی با رفتارهای پرخطر (رانندگی خطرناک، خشونت، خودکشی، مصرف سیگار، مصرف الکل و مصرف مواد مخدر) رابطه معناداری وجود دارد. در جمع بندی پیشینه های تجربی می توان دریافت که پژوهش های زیادی در زمینه رفتارهای پرخطر در بین گروه های مختلف و شهرهای ایران انجام شده است، اما تا کنون کمتر پژوهشی مربوط به شهر کاشان بوده است. در تحقیقات انجام شده، تمرکز بر تعدادی از رفتارهای پرخطر مانند مصرف مواد، مصرف قلیان، خودکشی، رانندگی خطرناک و غیره بوده، اما در این پژوهش به همه رفتارهای پرخطر پرداخته شده است. همچنین در پژوهش های انجام شده، موضوع رفتارهای پرخطر بیشتر از جنبه پزشکی و روان شناختی مورد بررسی قرار گرفته، اما در این پژوهش سعی شده است تا علاوه بر آورد میزان گرایش به رفتارهای پرخطر، بیشتر نقش عوامل فردگرایانه در گرایش به رفتارهای پرخطر بررسی گردد.

برای تبیین چارچوب نظری پژوهش تمرکز بر «نظریه کنترل اجتماعی» بوده است. تبیین کنترل اجتماعی از بزهکاری، در «نظریه پیوند اجتماعی» تراویس هیرشی^۱ در کتاب بسیار مهم «علل بزهکاری» در سال ۱۹۶۹ بیان شده است. وی تصور می کند که همه افراد نقض کننده بالقوه قانون هستند، اما وقتی تحت کنترل قرار می گیرند دچار ترس می شوند؛ زیرا متوجه می شوند که رفتار غیرقانونی به روابط آنها با دوستان، والدین، همسایگان، معلمان و کارفرمایان آسیب می رساند. نظریه پردازان کنترل اجتماعی معتقدند که افراد از هنجارها و قوانین پیروی می کنند، چون کنترل های مربوط به اجتماع، مانع از ارتکاب جرائم می شوند (آلسماری، ۲۰۱۷: ۳۲). هیرشی علل کج روی را مربوط به فقدان هرگونه کنترل اجتماعی در نظر گرفته و معتقد است افرادی که دارای انسجام و پیوند مستحکمی با جامعه هستند، از قواعد و معیارهای جامعه به بهترین شکل ممکن پیروی می نمایند و افرادی که با هنجارهای جامعه بیگانه هستند، بیشتر به سمت رفتارهای کجروانه گرایش دارند. از نظر هیرشی، افراد در کلیه عناصر جامعه و در نحوه پاسخگویی به قوانین و ارزش های متعارف اجتماعی متفاوت می باشند. همچنین در بین همه گروه های قومی، مذهبی، نژادی و اجتماعی، افرادی که پیوندشان نسبت به جامعه ضعیف تر است، بیشتر به سمت الگوهای رفتاری پرخطر تمایل دارند. در این دیدگاه، علت اصلی کج رفتاری فقدان کنترل اجتماعی از طرف عاملان رسمی و غیررسمی جامعه پذیری است. فرض اصلی نظریه کنترل اجتماعی این است که افراد در هر موقعیتی خواهان کج رفتاری هستند و اگر نظارتی بر آنها انجام نشود، اقدام به کج رفتاری می کنند (کوزر، ۱۳۸۷: ۱۹۱). به طور کلی بر اساس نظریه کنترل اجتماعی، انسجام و پیوندهای ضعیف بین افراد و جامعه زمینه بزهکاری را فراهم می کند، در صورتی که پیوندهای قوی به عنوان موانع مستحکی برای جلوگیری از آسیب های اجتماعی عمل می نمایند (استارک^۲، ۱۳۹۵: ۲۲۲).

در دیدگاه هیرشی بر مبنای پیوند اجتماعی با افراد منحرف، احتمال انجام و تداوم رفتارها در آینده نیز وجود دارد؛ مانند فرزندی که نسبت به والدین و دوستان خود احساس صمیمیت بیشتری دارند، به اهداف قانونی و مشروع بیشتر پایبند می باشند. در مقابل، فردی که در مدار پیوندهای اجتماعی قرار نمی گیرند، بیشتر در فعالیتهای غیرقانونی و پرخطر مشارکت می کنند (سیگل، ۲۰۰۸:

۲۲۹). همچنین افراد بزهکار احتمالاً دارای بیشترین افت تحصیلی هستند، کمتر در فعالیت‌های مدرسه مشارکت دارند و اغلب به دنبال فرار از مدرسه و ترک تحصیل هستند (ولد، ۲۰۰۱: ۲۸).

در دیدگاه نظریه‌پردازان کنترل اجتماعی، رفتارهایی مانند مصرف مواد مخدر و سرقت ماشین اغلب پاداش و لذت فوری را برای فرد فراهم می‌کنند. در نظریه کنترل اجتماعی، تمرکز اصلی بر متخلفان نبوده و این که چرا آن‌ها رفتار بزهکارانه را انجام می‌دهند، مورد سوال قرار نمی‌گیرد. هیرشی به دنبال پاسخ به این پرسش است که چرا افراد بیشتر به دنبال هم‌نوایی بوده و کمتر قوانین را نقض می‌نمایند؟ به عبارت دیگر، چرا مردم از قوانین جامعه پیروی می‌کنند؟

نظریه‌پردازان ساختارگرا می‌گویند که پیروی و همراهی با نهادها، دسترسی بیشتری نسبت به فرصت‌های قانونی به دنبال دارد. نظریه‌پردازان انتخاب اجتماعی معتقدند که پیروی از مقررات به خاطر نگرانی از مجازات است. همچنین نظریه‌پردازان یادگیری توضیح می‌دهند که پیروی به شیوه پیوند و ارتباط با والدین و همسالان پیروی‌کننده از قانون حاصل می‌شود، اما نظریه‌پردازان کنترل اجتماعی اعتقاد دارند که افراد به دلیل درونی کردن هنجارها و قواعد مربوط به اطاعت از مقررات، از پیوندهای اجتماعی با افراد و دیگر نهادها برخوردار می‌شوند. از آنجا که آن‌ها به درستی اجتماعی شده‌اند، احساس اخلاقی محکمی در آن‌ها ایجاد و باعث می‌شود که آن‌ها از صدمه زدن به دیگران و نقض هنجارهای اجتماعی روی‌گردان شوند و این امر مستلزم پیروی از قوانین جامعه است. بنابراین کنش افراد از جمله مشارکت در رفتارهای پرخطر با وابستگی و تعهد آن‌ها به مؤسسات، افراد و فرایندها کنترل می‌شود. از سوی دیگر، افرادی که به درستی اجتماعی نشده‌اند و به دیگران و حتی خودشان قیدوبندی ندارند، در نقض قانون و ارتکاب رفتارهای انحرافی و پرخطر خود را دارای اختیار می‌دانند (سیگل، ۲۰۱۲: ۲۴۵ و پارکر و موون، ۲۰۱۵: ۷۶).

هیرشی بر اساس تبعیت از دورکیم، رفتار انحرافی را به خاطر فروپاشی انسجام و پیوند فرد با جامعه می‌داند (محسنی تبریزی، ۱۳۸۳: ۸۹). بر اساس دیدگاه هیرشی، بین پیوند افراد بزهکار با جامعه، خویشاوندان، خانواده و تعهد و باور آن‌ها به رعایت قوانین و مقررات جامعه از یک جهت و احتمال بزهکاری آنان از جهت دیگر رابطه معکوس وجود دارد. هیرشی عناصر اصلی که باعث پیوند فرد و جامعه می‌شوند را در این موارد می‌داند: ۱- دلبستگی ۲- تعهد ۳- مشغولیت ۴- عقیده ۵- گیدنز، ۱۳۹۲).

دلبستگی: بیانگر وابستگی فرد به اشخاصی است که در خانواده، محیط و نهادهای اجتماعی با آن‌ها در تعامل می‌باشد. از دیدگاه هیرشی، داشتن علاقه به دیگران، زمینه ایجاد رفاه و احساس مسئولیت بیشتر را فراهم می‌نماید (سلیمی و داوری، ۱۳۸۷: ۳۹۲). همچنین، عاملان جامعه‌پذیری رسمی و غیر رسمی مانند خانواده، گروه همسالان، دانشگاه‌ها و مدارس، اصلی‌ترین سازمان‌هایی هستند که فرد باید با آن‌ها ارتباط تنگاتنگ برقرار نماید- مهم‌ترین نهاد خانواده است.

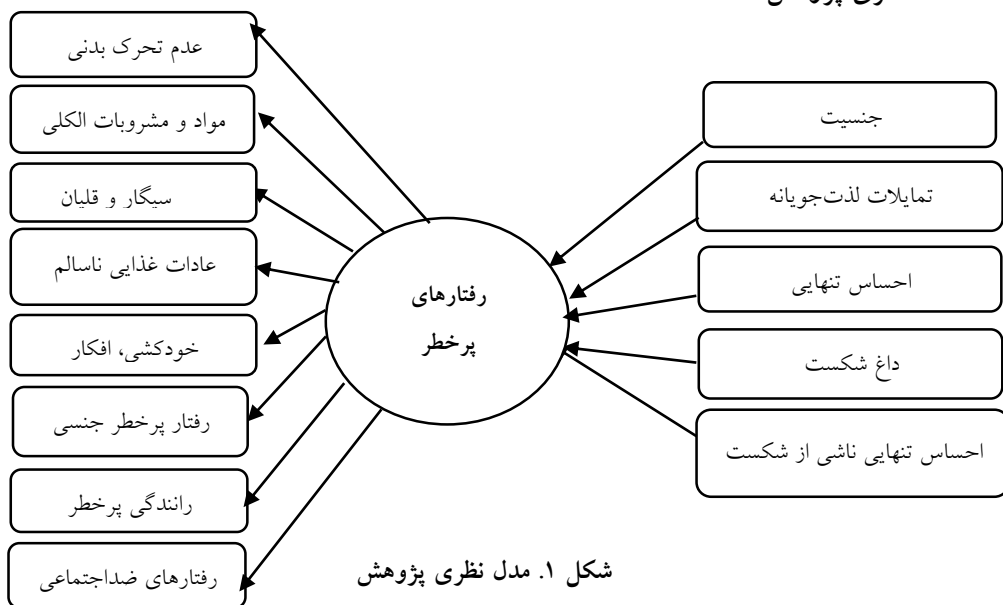
تعهد: این مقوله تعهد فرد به همه موقعیت‌های زندگی مانند فعالیت شغلی، امورات تحصیلی، اقتصادی و پس‌انداز ثروت برای آینده را شامل می‌شود. بنا بر دیدگاه هیرشی، چنانچه افراد به دنبال

ارتقای هر یک از موارد یاد شده و مشابه باشند، کمتر به سمت رفتارهای پرخطر که باعث از دست دادن موقعیت‌های مثبت آن‌ها می‌شود، می‌روند؛ اما اگر پابندی کمتری به هر یک از موقعیت‌های زندگی داشته باشند، رفتارهای پرخطر را جایگزین فعالیت‌های مثبت و سازنده خواهند نمود (سیگل و سنا، ۱۳۸۴: ۲۷۸).

مشارکت: این مقوله مربوط به مشغولیت فرد در هر یک از جایگاه‌های اجتماعی می‌باشد؛ هر چه فرد در نقش‌های اجتماعی مشارکت بیشتری داشته باشد، کمتر به سمت رفتارهای پرخطر خواهد رفت. در دیدگاه هیرشی، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی زمینه ایجاد انواع شیوه‌های کنترل اجتماعی را فراهم می‌کند و افرادی که در میدان این ارتباط و مشارکت قرار دارند، نظارت‌های پیشگیرانه بیشتری اعمال می‌نمایند (سلیمی و داوری، ۱۳۸۷: ۳۹۲).

عقیده: بر مبنای این مقوله کسانی که در یک محیط کاری و زندگی مشابه‌ای قرار دارند، در برخورد با پدیده‌ها از روش‌ها و مرام‌های یکسانی برخوردار می‌گردند و به همکاری با هم‌نوعان، احترام به حقوق دیگران و پیروی از قانون پایبند می‌شوند، اما در صورتی که این اعتقادات کم‌رنگ باشد، احتمال مشارکت افراد در رفتارهای ضداجتماعی بیشتر می‌شود.

مدل نظری پژوهش



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

فرضیه های پژوهش

- بین جنسیت و گرایش به رفتارهای پرخطر تفاوت وجود دارد.
- بین تمایلات لذت‌جویانه و گرایش به رفتارهای پرخطر رابطه وجود دارد.
- بین احساس تنهایی و گرایش به رفتارهای پرخطر رابطه وجود دارد.
- بین داغ شکست و گرایش به رفتارهای پرخطر رابطه وجود دارد.
- بین احساس تنهایی ناشی از شکست و گرایش به رفتارهای پرخطر رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش به روش پیمایشی و با ابزار پرسشنامه انجام شده است. پیمایش در نظر دواس، یک روش خاص تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات است (دواس^۱، ۱۳۸۱: ۱۳). اگر پیمایش به درستی انجام شود، دانش سودمندی در اختیار پژوهشگر می‌گذارد. اطلاعاتی که با پیمایش کسب می‌شود کمتر حاوی جزئیات است، اما می‌شود تقریباً مطمئن بود که با حوزه وسیعی تطبیق دارند. جامعه آماری پژوهش را جوانان شهر کاشان تشکیل می‌دادند که تعداد ۵۵۲ نفر به روش نمونه‌گیری احتمالی متناسب با اندازه^۲ (حجم) به عنوان نمونه نهایی انتخاب گردیدند. پرسشنامه مربوط به احساس تنهایی ناشی از شکست و تمایلات لذت‌جویانه بر مبنای پرسشنامه محقق ساخته و رفتارهای پرخطر بر اساس مقیاس مطالعه ملی پیمایش رفتارهای پرخطر جوانان آمریکایی (YRBS^۳) در سال ۲۰۱۹ بود که بر اساس فرهنگ و ساختار جامعه مورد مطالعه، تعدیل و بومی‌سازی آن‌ها در ۴۵ گویه (رفتار رانندگی پرخطر، رفتارهای ضداجتماعی، فضای مجازی، سلامت و تحرک، تغذیه، رابطه جنسی محافظت نشده، خودکشی و افکار خودکشی، سیگار و قلیان، مواد مخدر و مشروبات) انجام شد. اعتبار پرسشنامه بر اساس دیدگاه افراد متخصص صورت گرفت و برای ارزیابی پایایی، از تکنیک آلفای کرونباخ^۴ استفاده گردید که آلفای محاسبه شده، ۰/۷۷۵ و در حد مطلوب و مورد نظر می‌باشد. بعد از استخراج داده‌های جمع‌آوری شده، نتایج بر اساس سطح سنجش و تحلیل‌های مورد نیاز با کمک نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل گردیدند. در ادامه برای تحلیل استنباطی، سنجش و آزمون ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته از روش‌های آماری همبستگی پیرسون و آزمون‌های T مقایسه زوجی استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

در این بخش یافته‌های پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه می‌گردد.

الف: یافته‌های توصیفی

ابتدا تحلیل توصیفی گرایش به رفتارهای پرخطر ارائه شده است. برای پی بردن به میزان گرایش به رفتارهای پرخطر شامل استفاده از سیگار، قلیان، مشروبات الکلی، مواد مخدر، خودکشی و افکار خودکشی، رفتار پرخطر جنسی، رانندگی پرخطر، رفتارهای ضداجتماعی (خشونت، سرقت و غیره)، عادات غذایی ناسالم و عدم تحرک بدنی، از طیف لیکرت در سه سطح بالا، متوسط و پایین استفاده شده است.

-
1. DeVaus
 2. Probubility Proportionate to Size
 3. National Youth Risk Behavior Survey
 4. Cronbachs Alpha

● عوامل فردگرایانه موثر بر گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان شهر کاشان

جدول ۱. توصیف متغیر وابسته رفتارهای پرخطر

متغیر	سطح	فراوانی	درصد
رفتارهای پرخطر	پایین	۱۶۴	۲۹/۷
	متوسط	۲۸۹	۵۲/۴
	بالا	۹۹	۱۷/۹
جمع		۵۵۲	۱۰۰

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد میزان ارتکاب رفتارهای پرخطر در میان ۲۹/۷ درصد از نمونه مورد مطالعه در حد پایین، ۵۲/۴ درصد در حد متوسط و در بین ۱۷/۹ درصد در حد بالا بوده است؛ یعنی در بین ۷۰ درصد از پاسخگویان مواردی از گرایش به هر یک از رفتارهای پرخطر وجود داشته است.

با توجه به گستردگی متغیر احساس تنهایی ناشی از شکست، سوالات مربوط به احساس تنهایی ناشی از شکست از طریق تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی قرار گرفتند. در جدول زیر، مقدار $KMO = 0.704$ و نیز مقدار آزمون کرویت بارتلت با سطح معنی‌داری $Sig = 0.000$ برای انجام تحلیل عاملی مطلوب است. بر اساس تحلیل عاملی انجام شده، این متغیر دارای دو بعد احساس تنهایی و داغ شکست است.

۴۵۴

جدول ۲. مقدار شاخص بسندگی نمونه‌گیری و آزمون بارتلت

اندازه‌گیری کفایت نمونه‌گیری کایسر-مایر-اولکین	۰/۷۰۴
مقدار آزمون کرویت بارتلت	۱۱۰۴/۵۰۸
درجه آزادی	۱۵
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰

در جدول زیر عامل‌ها و بارهای عاملی مرتبط با هریک از آن‌ها آمده است:

جدول ۳. تحلیل عاملی احساس تنهایی ناشی از شکست

عامل‌ها	سوالات
احساس تنهایی	به خاطر افسردگی گرایشم به مصرف مشروبات و مواد مخدر بیشتر شده است.
داغ شکست	بعد از رفتن و جدایی دوست (پسر/دخترم) احساس تنهایی شدیدی می‌کنم.
	به خاطر احساس افسردگی گرایشم به مصرف سیگار و قلیان بیشتر شده است.
	تجربه حوادث تلخ در زندگی آرام می‌دهد.
	احساس می‌کنم سطح اعتماد به نفسم پایین آمده است.
	موقعیت‌هایی پیش آمده که احساس تحقیرشدگی کرده‌ام.

جدول ۴. توزیع پراکندگی متغیر احساس تنهایی ناشی از شکست

متغیر	میانگین	انحراف ف معیار	مینیم م	ماکز یم	دامنه تغییر ت	طبقات			
						دسته پایین	دسته متوسط	دسته بالا	
						تعداد در صد	تعداد در صد	تعداد در صد	
داغ شکست	۹/۵۹	۳/۹۳	۳	۱۸	۱۵	۲۳۷	۲۲۳	۹۲	۱/۷ ۶
احساس تنهایی	۵/۰۷	۳/۵۹	۳	۱۸	۱۵	۴۶۳	۶۶	۲۳	۴/۲
احساس تنهایی ناشی از شکست	۱۴/۶۷	۶/۰۹	۶	۳۶	۳۰	۳۷۱	۱۱۵	۶۶	۶/۲ ۷

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد میانگین نمرات داغ شکست با انحراف معیار ۳/۹۳، برابر با ۹/۵۹ است، حد پایین نمرات ۳، حد بالای آن ۱۸ و دامنه تغییرات ۱۵ می‌باشد. همچنین، میزان داغ شکست در میان ۴۲/۹ درصد از نمونه مورد مطالعه در حد پایین، در بین ۴۰/۴ درصد در حد متوسط و در بین ۱۶/۷ درصد در حد بالا به دست آمده است.

همچنین، میانگین نمرات احساس تنهایی با انحراف معیار ۳/۵۹، برابر با ۵/۰۷ است، حد پایین نمرات ۳، حد بالای آن ۱۸ و دامنه تغییرات ۱۵ می‌باشد. همچنین، میزان احساس تنهایی در میان ۸۳/۹ درصد از نمونه مورد مطالعه در حد پایین، در بین ۱۲ درصد در حد متوسط و در بین ۴/۲ درصد در حد بالا به دست آمده است.

همچنین نتایج جدول بالا نشان می‌دهد میانگین نمرات احساس تنهایی ناشی از شکست با انحراف معیار ۶/۰۹، برابر با ۱۴/۶۷ است، حد پایین نمرات ۶، حد بالای آن ۳۶ و دامنه تغییرات ۳۰ می‌باشد. همچنین، میزان احساس تنهایی ناشی از شکست در میان ۶۷/۲ درصد از نمونه مورد مطالعه در حد پایین، در بین ۲۰/۸ درصد در حد متوسط و در بین ۱۲ درصد در حد بالا به دست آمده است.

تمایلات لذت‌جویانه: میل به لذت‌طلبی از امیال اساسی انسان‌هاست. در این پژوهش منظور از تمایلات لذت‌جویانه به احساسی مربوط می‌شود که پس از ارتکاب رفتارهای پرخطر به افراد منتقل می‌گردد.

جدول ۵. توزیع پراکندگی متغیر تمایلات لذت‌جویانه

متغیر	میانگین	انحراف معیار	مینیم	ماکزیم	دامنه تغییر ت	طبقات			
						دسته پایین	دسته متوسط	دسته بالا	
						تعداد درصد	تعداد درصد	تعداد درصد	
تمایلات لذت‌جویانه	۶/۴۸	۴/۵	۵	۱۹	۱۴	۴۶۰	۶۴	۲۸	۵/۱

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد میانگین نمرات تمایلات لذت‌جویانه با انحراف معیار ۴/۵ برابر با ۶/۴۸ است، حد پایین نمرات ۵، حد بالای آن ۱۹ و دامنه تغییرات ۱۴ می‌باشد. همچنین، میزان

● عوامل فردگرایانه موثر بر گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان شهر کاشان

تمایلات لذت‌جویانه در میان ۸۳/۳ درصد از نمونه مورد مطالعه در حد پایین، در بین ۱۱/۶ درصد در حد متوسط و در بین ۵/۱ درصد در حد بالا به دست آمده است.

ب: یافته‌های استنباطی

جدول ۶. آزمون تفاوت میانگین شیوع رفتارهای پرخطر بر اساس جنسیت پاسخگویان

متغیر	جنسیت	فراوانی	میانگین	اختلاف میانگین	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری (Sig)
رفتارهای پرخطر	مرد	۲۷۳	۸۸/۸۶	۵/۸۳۵۸۰	۵/۲۷۱	۴۹۶/۹۹۰۸	۰/۰۰۰
	زن	۲۷۹	۸۳/۰۲				

بر اساس نتایج جدول بالا، میانگین شیوع رفتارهای پرخطر در بین مردان (۸۸/۸۶) و بیشتر از میانگین شیوع این رفتارها در بین زنان با (۸۳/۰۲) است. همچنین تفاوت میانگین به دست آمده (۵/۸۴) برای دو گروه پاسخگویان مرد و زن بر مبنای مقدار معنی‌داری حاصل شده $\text{sig} = ۰/۰۰۰$ از لحاظ آماری معنادار است.

برای سنجش همبستگی بین متغیرهای متغیرهای مستقل با بروز رفتارهای پرخطر در بین جوانان، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول ۷. آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل و رفتارهای پرخطر

رفتار پرخطر	متغیر
$r = ۰/۵۵۸$ $\text{sig} = ۰/۰۰۰$ $N = ۵۵۲$	احساس تنهایی
$r = ۰/۱۲۹$ $\text{sig} = ۰/۰۰۰$ $N = ۵۵۲$	داغ شکست
$r = ۰/۴۱۳$ $\text{sig} = ۰/۰۰۰$ $N = ۵۵۲$	احساس تنهایی ناشی از شکست
$r = ۰/۴۸۳$ $\text{sig} = ۰/۰۰۰$ $N = ۵۵۲$	تمایلات لذت‌جویانه

با توجه به جدول بالا و مقدار r و همچنین سطح معنی‌داری آزمون که کمتر از ۰/۰۵ شده است،

پس فرض ما (H_1) در سطح ۰/۹۵ اطمینان تایید می‌شود؛ یعنی بین احساس تنهایی با (۰/۰۰۰) $\text{sig} =$ ($r = ۰/۵۵۸$)، داغ شکست با ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) و ($r = ۰/۱۲۹$)، احساس تنهایی ناشی از شکست با ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) و ($r = ۰/۴۱۳$) و شیوع رفتارهای پرخطر رابطه وجود داشته است. نوع رابطه نیز مثبت و مستقیم می‌باشد؛ بدین معنی که هرچه میزان احساس تنهایی ناشی از شکست و

فروپاشی فردی در موقعیت‌های مختلف زندگی افزایش یابد، میزان رفتارهای پرخطر نیز افزایش پیدا می‌کند. همچنین، بین تمایلات لذت‌جویانه با ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) و ($r = ۰/۴۱۳$) و شیوع رفتارهای پرخطر نیز رابطه مثبت و مستقیم وجود داشته است؛ بدین معنی که هرچه در جامعه مورد مطالعه، افراد به دنبال ارضای تمایلات لذت‌جویانه خود باشند، میزان گرایش آن‌ها به رفتارهای پرخطر نیز افزایش می‌یابد.

بحث و نتیجه گیری

تمایل به رفتارهای پرخطر، یکی از آسیب‌های اجتماعی است. هر پدیده اجتماعی با آن که در بستر و مناسبات اجتماعی شکل می‌گیرد و برآیند شرایط اجتماعی و محیط پیرامونی خود می‌باشد، اما نقش آگاهی و کنش عاملان در این فراگرد اساسی است. مصرف سیگار، مشروبات الکلی، مصرف گل و مواد مخدر، رفتار جنسی محافظت نشده، مصرف قلیان، رانندگی پرخطر و رفتارهای ضداجتماعی (خشونت و درگیری، سرقت، خرید و فروش مواد و غیره) از جمله موارد رفتارهای پرخطر در نمونه مورد مطالعه بوده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، میزان ارتکاب کلی رفتارهای پرخطر در بین ۳۰ درصد از نمونه مورد مطالعه در حد پایین، در بین ۵۲ درصد در حد متوسط و در بین ۱۸ درصد در حد بالا برآورد گردیده است. پس در حالت کلی گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان کاشانی در حد متوسط بوده است. در زمینه جنسیت و رفتارهای پرخطر نتایج حاصل شده بیانگر شیوع بیشتر رفتارهای پرخطر در بین مردان با میانگین ($۸۸/۸۶$) و بیشتر از میانگین شیوع این رفتارها در بین زنان با میانگین ($۸۳/۰۲$) می‌باشد.

همبستگی بین متغیر احساس تنهایی با مؤلفه‌های رفتارهای پرخطر در سطح اطمینان ۹۹ درصد تایید گردیده و نوع رابطه نیز مثبت و مستقیم است؛ بدین معنی که هرچه احساس تنهایی در افراد افزایش یابد، زمینه گرایش به رفتارهای پرخطر نیز زیاد می‌شود. معمولاً در جامعه‌ای که سازمان‌یافتگی آن در سطوح مختلف دچار فرسایش شده باشد، شکست افراد در حوزه‌های مختلف اقتصادی، تحصیلی، شغلی، زندگی و غیره امری رایج است. یکی از پیامدهای حتمی پس از شکست افراد در موقعیت‌های مختلف، حس تنهایی و نگرانی و فروپاشی فرد می‌باشد و از آن‌جایی که چنین افرادی توان تصمیم‌گیری درست ندارند و از طرفی در یک محیط نابسامان شرایط انجام رفتارهای پرخطر فراهم است، بنابراین افراد- بر اساس باورهای نادرست- مکانیسمی را انتخاب می‌کنند که التیام‌بخش دردهای ناشی از داغ شکست شان باشد و عملاً وارد چرخه‌ای می‌شوند که روز به روز بر میزان ارتکاب رفتارهای پرخطر آن‌ها افزوده می‌شود. تایید این فرضیه با نتایج پژوهش‌های خارجی شرما و همکاران (۲۰۱۹)، شوآرتز و همکاران (۲۰۱۵)، هماما و رونن - شنهاو (۲۰۱۳) و سیمونز و ماتوس (۲۰۱۲) و پژوهش‌های داخلی بهرامی و همکاران (۱۳۹۹)، علیزادگانی و همکاران (۱۳۹۸)، رشید (۱۳۹۴) و اسلامی و همکاران (۱۳۸۹) که در بخش پیشینه تجربی به آن‌ها اشاره گردید، هم‌راستا و منطبق می‌باشد. بنابراین شکست‌های پی‌درپی زندگی و احساس تنهایی، زمینه فروپاشی فرد و گرایش به رفتارهای پرخطر را افزایش می‌دهد. همچنین همبستگی بین متغیر تمایلات لذت‌جویانه با مؤلفه‌های رفتارهای پرخطر در سطح اطمینان ۹۹ درصد تایید گردیده و نوع رابطه نیز مثبت و مستقیم است؛ بدین معنی که هرچه تمایلات لذت‌جویانه افزایش یابد، میزان گرایش به رفتارهای پرخطر نیز افزایش پیدا می‌کند. از آن‌جا که شروع انجام رفتارهای پرخطر در سنین نوجوانی است که در این سنین کنجکاوی، هیجان‌طلبی، ریسک‌پذیری و لذت‌جویی بر کنش‌های منطقی و

● عوامل فردگرایانه موثر بر گرایش به رفتارهای پرخطر در بین جوانان شهر کاشان

عقلانی غلبه دارد، بنابراین افراد در دام رفتارهای پرخطر و آسیب‌های اجتماعی گرفتار می‌شوند. تایید این فرضیه با نتایج پژوهش‌های خارجی همما و رونن - شنهاو (۲۰۱۳) و سیموئز و ماتوس (۲۰۱۲) و پژوهش‌های داخلی بهرامی و همکاران (۱۳۹۹)، علیزادگانی و همکاران (۱۳۹۸) و رشید (۱۳۹۴) که در بخش پیشینه تجربی به آن‌ها اشاره گردید، هم‌راستا و منطبق می‌باشد. بنابراین زمانی که افراد از نظر شخصیتی دچار فروپاشی و غرق در تمایلات لذت‌جویانه شوند، به سمت رفتارهای پرخطر، جهت برآورده نمودن خواسته‌های خود متمایل می‌گردند.

می‌توان گفت که تغییرات ارزشی در رفتارها و هنجارهای افراد به‌خصوص نوجوانان و جوانان صورت گرفته و این حرکت در مسیر مظاهر و ارزش‌های مدرنیته باعث تغییر و جابجایی سبک زندگی سلامت‌محور- که در گذشته حاکم بود- به سبک زندگی مبتنی بر لذت‌طلبی و خوش‌گذرانی آمیخته با رفتارهای پرخطر گشته است؛ بدین معنا، افراد زمانی به سمت رفتارهای پرخطر متمایل می‌شوند که جامعه از حالت تعادل خارج گشته و به‌نوعی عدم تعادل در خرده نظام‌های آن نمودار می‌گردد. در نتیجه، هم‌زمان با کاهش کارکرد و نقش‌آفرینی خانواده و سایر عاملان اصلی جامعه‌پذیری، جامعه شاهد گسترش رفتارهای پرخطر و بازتولید آن در نسل‌های بعدی خواهد بود؛ یعنی اگر روند تحولات اجتماعی به همین روش ادامه داشته باشد، قطعاً علاوه بر مشاهده بیشتر رفتارهای پرخطر در بین نوجوانان و جوانان، شاهد رفتارهای پرخطر نوظهور و جدیدتری در عرصه اجتماع در آینده خواهیم بود. از آنجا که در محیط مورد مطالعه، تنوع خرده فرهنگی وجود داشته و هر یک از آن‌ها بدون پیوند با کلیت اجتماع رفتار می‌کنند، این شیوه رفتارها زمینه بی‌نظمی را در بعد عینی (انجام رفتارهای پرخطر) و در بعد ذهنی (احساس ضعف کنترل اجتماعی) فراهم می‌نماید که برآیند این دو فرآیند القای یک جامعه رو به زوال و بی‌سازمان است.

با توجه به تایید فرضیه‌های پژوهش در زمینه احساس تنهایی ناشی از شکست و گرایش به رفتارهای پرخطر، پیشنهاد می‌گردد در صورت مواجهه جوانان با این پدیده، خانواده‌ها پشوانه مستحکمی برای فرزندان خود باشند. بی‌تردید، در صورت حمایت اطرافیان، افراد شکست‌خورده در امورات مختلف زندگی می‌توانند خود را بازیابی و آماده زندگی نمایند.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، ضرورت ایفای نقش آسیب شناس و مددکار اجتماعی در سطح خرد (فردی)، میانه (خانواده و نهادها) و کلان (تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی‌های کلان راهبردی) برجسته و بی‌بدیل می‌باشد.

منابع

- احمدی جم، لیلا. (۱۳۹۱). «پیش‌بینی رفتارهای پرخطر در زمینه رانندگی، خشونت فیزیکی و قانون شکنی، مصرف مواد، رفتار جنسی و تغذیه و تحرک بر اساس علائم اختلال شخصیت مرزی و شیوه‌های فرزندپروری در دانشجویان شهر شیراز». پایان‌نامه کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی، دانشگاه شیراز، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- استارک، رادنی. (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی استارک. نسرين طباطبایی و محمد پورجعفری. تهران: نشر ثالث
- اسدپور، خدیجه. (۱۳۹۵). «بررسی میزان شیوع و گرایش به رفتارهای پرخطر در بین دانشجویان کارشناسی دانشگاه تبریز و عوامل مرتبط با آن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، گروه علوم اجتماعی.
- اسلامی، احمدعلی؛ غفرانی‌پور، فضل‌الله؛ غباری بناب، باقر؛ شجاعی‌زاده، داود؛ امین شکروی، فرخنده و قاضی طباطبایی، محمود. (۱۳۸۹). «یک الگوی نظری مبتنی بر نظریه رفتار مشکل برای تبیین رفتارهای مشکل: تمرکز بر نقش میانجی عوامل روانی، اجتماعی». فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی. دوره جدید، شماره ۲۲، صص ۵۹-۸۱.
- بهرامی و همکاران. (۱۳۹۹). «تدوین مدل علی رفتارهای پرخطر براساس سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری با نقش میانجی هویت اخلاقی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه)». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۴۹، صص ۵۳-۷۲.
- دواس، دی. ای. (۱۳۸۱). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. هوشنگ نایی. چاپ اول، تهران: نشر نی
- رشید، خسرو. (۱۳۹۴). «رفتارهای پرخطر در بین دانش‌آموزان نوجوان دختر و پسر شهر تهران». فصلنامه رفاه اجتماعی. سال ۱۵، شماره ۵۷، صص ۳۱-۵۶.
- سلیمی، علی و داوری، محمد. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی کجروی. تهران: انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
- سیگل، لاری و سنا، جوزف. (۱۳۸۴). بزهکاری نوجوانان. علی‌اکبر تاج‌مزینانی و فرامرز ککولی‌دزفولی. تهران: انتشارات سازمان ملی جوانان
- کوزر، لوئیس. (۱۳۸۷). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناختی. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی فرهنگی
- علیزادگانی، فاطمه؛ اخوان تفتی، مهناز و کدخدایی، محبوبه السادات. (۱۳۹۸). «شناسایی علل گرایش نوجوانان به رفتارهای پرخطر و بررسی تفاوت‌های جنسیتی: یک مطالعه کیفی». تحقیقات کیفی در علوم سلامت. شماره ۸، صص ۸۶-۹۷.
- محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۸۳). وندالیسم. تهران: نشر آن
- موسوی، فریبا؛ سجادی، حمیرا؛ رفیعی، حسن و فیضی، آوات. (۱۳۸۷). «برخی عوامل خانوادگی مرتبط با اقدام به خودکشی». فصلنامه رفاه اجتماعی. سال ۷، شماره ۲۷، صص ۵۳-۷۲.
- ولد، جرج؛ برنارد، توماس و اسنیپس، جفری. (۱۳۸۰). جرم‌شناسی نظری (گذر بر نظریه‌های جرم‌شناسی). علی شجاعی. تهران: نشر سمت

- Adamczyk, A. (2005). **Religious Contexts and Adolescents' Risky Behaviors**. The Pennsylvania State University.
- Alshammari A. A. (2017). **The Role of Socioeconomic Status, Strain, Parental, and Peer Influence on Delinquency among African-American Youth**: Howard University.
- Batista-Foguet, J. M. (2008). **Juvenile delinquency: Analysis of risk and protective factors using quantitative and qualitative methods**.
- Brazill-Murray, C. M. (2018). **Adolescent perceptions of addiction: a mixed-methods exploration of Instagram hashtags and adolescent interviews**.
- Beirne, P., J. W. Messerschmidt. (2011). **Criminology: A Sociological Approach**. Oxford: Oxford University Press.
- Bonino, S., Cattellino, E., Ciairano, S. (2005). **Adolescents and Risk: Behavior, Functions and Protective Factors**. New York: Springer Publications.
- Hilde, A. (2009). **The impact of social and emotional isolation on risk behaviors among women injection drug users in Portland**. Dissertation of Master of Public Health, Department of Public Health & Preventive Medicine and the Oregon Health & Science University, School of Medicine.
- Gusman, M., & Bosch, R. K. (2007). **High Risk Behaviors among Youth**. Neb Guide (Published by University of Nebraska-Lincoln Extension. Institute Agriculture & Natural Resources)
- Hamama, L., A. Ronen-Shenhav. (2013). **"The Role of Developmental Features, Environmental Crises, and Personal Resources (Self-Control and Social Support) in Adolescents' Aggressive Behavior."** Aggression and Violent Behavior, Vol. 18, pp. 26-31.
- Nagle, M. (2019). **Examining Effects of Parental Sexual Abuse on Female Juvenile Delinquency Using a Social Developmental Perspective**.
- Rensburg, C., & Surujlal, J. (2013). **"Gender differences related to the health and lifestyle patterns of university students"**. Health SA Gesondheid (Online), 18(1),1-8.
- Richter, M. (2010). **Risk Behavior in Adolescence Patterns, Determinants and Consequences**. Springer Science & Business Media.
- Ruangkanchanasetr, S., Plitponkarnpim, A., Hetrakul, P., & Kongsakon, R. (2005). **"Youth risk behavior survey: Bangkok, Thailand"**. Journal of Adolescent Health, 36(3), 227-235.
- Schroeder, R. (2015). **"Social Bonding and Crime"**. In K. M. Beaver, J. C. Barnes, and B. B. Boutwell (Eds.). *The Nurture versus Biosocial Debate in Criminology: On the Origins of Criminal Behavior and Criminality* (pp. 218-235). California: Sage Publications, Inc.
- Sharma, S., Mustanski, B., Dick, D., Bolland, J., & Kertes, D. A. (2019). **"Protective Factors Buffer Life Stress and Behavioral Health Outcomes among High-Risk Youth"**. Journal of abnormal child psychology, 1-13.
- Siegel, L. J. (2008). **Criminology: Theories, Patterns and Typologies**. Wadsworth Publishing
- Siegel, D. J. (2015). **Brainstorm: The power and purpose of the teenage brain**. New York, NY: Penguin Publishing Group.
- Simoes, C., Matos, M. (2012). **"Risk Behaviors in Adolescents with Special Needs: Are Social and Emotional Competences**

Important?” Procedia- Social and Behavioral Sciences, 69, pp: 2219-2227.

- Slusky, R.I. (2004). **“Decreasing High- risk Behavior in Teens/A theatre program empowers student to reach out to their peers”**. Journal of Addictive Behaviors, 19(1), 9-48.
- Tome, G., Matos, M, G, D., Camacho, I., Celeste Simoes, C., Gomes, P. (2016). **“Impact of Alienation on Portuguese Adolescents’ Well-being”**. Journal of Psychology & Psychotherapy, 6(5), pp: 1-9.
- Tu, X, C., Lou, E., Gao, N., Li, L., S. Zabin. (2012). **“The Relationship between Sexual Behavior and Nonsexual Risk Behaviors among Unmarried Youth in Three Asian Cities”**. Journal of Adolescent Health, 4(50), pp: 75-82.

عواطف زیسته جوانان در پاندمی کووید-۱۹: یک مطالعه پدیدارشناختی در سیستان و بلوچستان

الهام شیردل^۱

مریم محمدی^۲

فاطمه حامی کارگر^۳



10.22034/SSYS.2022.1978.2403

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۵/۳۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۱۷

شیوع بیماری کووید-۱۹ در سراسر جهان، تغییرات عمده‌ای در زندگی روزمره تمامی افراد دنیا به وجود آورده است. پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا عواطف جوانان را در برهه اول وقوع پاندمی کرونا مورد بررسی قرار دهد. در این پژوهش مطابق با روش پدیدارشناسی و زمینه تحقیق از مصاحبه عمیق استفاده گردید. از بین جوانان سیستان و بلوچستان با روش نمونه‌گیری هدفمند ۴۱ نفر انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. یافته‌ها در ۲ مضمون اصلی، ۹ مضمون فرعی و ۶۴ مضمون اولیه طبقه‌بندی شدند. مضمون اصلی سرایت عاطفی در جوانان را نشان می‌دهد. سرایت سریع این بیماری و پیامدهای تلخ آن باعث پیوستگی احساسی در بین گروه‌های مختلف اجتماعی، فراگیری زیست غم‌انگیز در جامعه و حتی بروز عاطفه جهانی شده است. مضمون اصلی دیگر، عدم امنیت احساسی در جوانان از مضامین فرعی ترس و اضطراب از سرایت و عدم درمان بیماری در جامعه ریسک‌پذیر، ناامیدی فزاینده، احساس بلا تکلیفی و خستگی عاطفی ناشی از قرنطینه و پیشروی کرونا تشکیل شده است. براساس نتایج پژوهش، جوانان این استان همراه با مشکلات ناشی از اپیدمی کرونا عواطف منفی متفاوت و متداومی نظیر غم، ترس، ناامیدی، بلا تکلیفی و خشم را تجربه نمودند که

۱- استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Eshirdel@lihu.usb.ac.ir

۲- کارشناس ارشد مطالعات زنان، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

۳- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

● عواطف زیسته جوانان در پاندمی کووید-۱۹: یک مطالعه پدیدارشناختی در سیستان و بلوچستان

برای آنها زیست جهان عاطفی ایستا و سختی را رقم زده است. از طرف دیگر، احساسات همدردانه و سرایت عاطفی منفی موجب رکود و تخریب احساسی بیشتر جوانان شده است که توجه به نیازهای جوانان و انتقال هنجارهای عاطفی مثبت برای بهبود احساسی آنها مفید به نظر می‌رسد.

واژگان کلیدی: کووید-۱۹، احساسات، جوانان و پدیدارشناسی.

مقدمه

جوانی، یکی از مهم‌ترین مراحل زندگی فرد در طول حیاتش می‌باشد؛ چنان که عواطف، تجربیات ذهنی و باورها، همچنین کنش و واکنش‌های احساسی یک جوان می‌تواند سرنوشت و مسیر زندگی او را تغییر و یا تحت تأثیر قرار دهد. عواطف اجتماعی، یک سازه اجتماعی است که طیف وسیعی از احساسات اجتماعی مثبت و منفی نظیر شادی و غم، غرور و شرم و تنفر و عشق را در برمی‌گیرد. عاطفه اجتماعی، فرایندی است که در آن کنشگران یا بازیگران، موقعیت‌های واقعی یا تخیلی جامعه را ارزیابی می‌نمایند و به آنها واکنش نشان می‌دهند (تام^۱، ۲۰۰۶: ۱۶). در حقیقت، دنیای تجربی از طریق آگاهی (شعور و ذهن) واقعیت می‌یابد (ایمان، ۱۳۸۸: ۱۵۳). درک احساساتی منفی مثل ناراحتی، غم و استرس در جوانان منجر به بروز مشکلاتی مانند افسردگی، درگیری اقتصادی، عدم تمایل به ادامه تحصیل، انحرافات اجتماعی، ناامیدی و عدم تمایل به تشکیل زندگی مشترک و در سطح کلان منجر به فرار مغزها، شورش و انقلاب در یک جامعه می‌شود و به همین نحو، احساس ترس اجتماعی منجر به بروز مشکلاتی نظیر عدم احساس امنیت روانی و اجتماعی، نارضایتی شغلی و کاهش سطح کیفیت زندگی می‌گردد (گایررو^۲، ۲۰۰۶). با توجه به نقش مهمی که عواطف اجتماعی بر سطوح خرد و کلان دارد، می‌توان احتمال داد که مسائل اجتماعی مانند خشونت، درگیری، اعتیاد و خودکشی در بین جوانان ناشی از تجربه زیسته عواطف اجتماعی منفی است (تاگنی^۳، ۲۰۰۲) که در پیشرفت و یا عقب ماندگی یک جامعه می‌تواند نقش مهمی داشته باشد.

تجربه زیسته جوانان باید به گونه‌ای باشد که شور و نشاط جوانی در رفتارشان پدیدار شود، چراکه زندگی اجتماعی سرشار از احساسات می‌باشد و احساسات به شکل دادن همبستگی اجتماعی کمک می‌کند (توماس^۴، ۲۰۰۹: ۳۱۰). پاندمی کرونا، بافت احساسی و عاطفی متفاوتی برای جوانان استان سیستان و بلوچستان ناشی از قرنطینه، طولانی شدن قرنطینه‌ها، ممنوعیت‌های رفت و آمدی و افزایش بیماری و مرگ و میر پدید آورده است. استان سیستان و بلوچستان جمعیت وسیعی از جوانان را در بر دارد که این گروه با مشکلات بسیاری نظیر بیکاری، فقر، فشار اجتماعی، فقدان امکانات آموزشی، رفاهی و ارتباطی و ... در منطقه محروم دسته و پنجه نرم می‌کنند. قرنطینه‌خانی برای بسیاری از مردم به ویژه جوانان خسته‌کننده و رخوت‌بار بود و ماندن در خانه و کاهش تعاملات اجتماعی، به جوانان فشار روانی و عاطفی زیادی وارد ساخته است.

مطالعه احساسات، به درک و فهم جوانان از زندگی اجتماعی و برداشت ذهنی آن‌ها از موقعیت‌ها و کنش‌های آنها کمک قابل توجهی می‌کند.

بر این اساس، مطالعه تجربه زیسته عاطفه اجتماعی و کنش‌های احساسی جوانان در دوره حاضر که تمامی دنیا با ویروسی به نام کووید ۱۹ در حال جنگ است و در مدتی کمتر از دو ماه گسترش پیدا کرده و موجب خسارات جانی و مالی شده است، بسیار مهم می‌باشد. این ویروس جان هزاران نفر را در سراسر دنیا گرفته و باعث بروز احساسات و کنش‌های منفی مثل استرس و اضطراب و ترس در بین آحاد مردم به خصوص جوانان شده است.

سیاست‌هایی چون قرنطینه مراکز شهری و فاصله‌گذاری اجتماعی و یا توصیه‌هایی چون «در خانه ماندن» سبب شده تا چرخه زندگی روزمره افراد تغییر کند و تجربه زیسته متفاوتی درک شود. به موازات این دگرگونی، باورها، ذهنیات، احساسات و عواطف افراد به ویژه جوانان نیز دچار تغییرات عمده‌ای شده است. ممنوع شدن اجتماعات عمومی (باشگاه، کافی شاپ و بازار و ...)، تعطیلی مدارس و ادارات، منع رفتن به سفر و گردش‌های محلی، پارک، پرهیز از حمل و نقل عمومی، همه این موارد به تنهایی و یا در کنار هم پیامدهای اجتماعی و احساسی قابل توجهی به دنبال داشته و همچنان خواهد داشت و سبب می‌شود تا افسردگی، اضطراب و خودانزوایی در بین جوانان و دیگر افراد زیاد شود؛ چراکه افراد در زندگی اجتماعی از طریق مجموعه‌ای از ساختارهای برگرفته از دانش عامه به طراحی و تدوین زندگی روزمره می‌پردازند (ایمان، ۱۳۸۸: ۱۵۳).

بررسی نتایج تحقیقات متعدد بر روی بیماران مبتلا به کووید-۱۹ در کشور چین طی دوره انتشار بیماری، برخی از این اختلالات روانشناختی از جمله: اضطراب، ترس، افسردگی، تغییرات هیجانی، بی‌خوابی و اختلال استرس پس از سانحه با درصد شیوع بالا را نشان داده است. اختلال استرس بعد از سانحه، یک مشکل روانشناختی مرتبط با استرس است و در افرادی که وضعیت تهدیدکننده زندگی را تجربه می‌کنند پدیدار می‌شود. بر اساس بررسی‌های انجام شده، بیماران کووید-۱۹ دارای ظرفیت تحمل روانشناختی پایینی هستند و با توجه به وضعیت فعلی بیماری در جهان، این افراد به شدت در معرض بروز اختلالات روانشناختی مانند اضطراب، ترس، افسردگی و همچنین افکار منفی قرار دارند (شهید و محمدی، ۱۳۹۹: ۱۸۶).

همچنین بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ منجر شد تا افراد به مدت طولانی در معرض استرس قرار گیرند. بر همین اساس محققان در جهت حمایت روانشناختی از جمعیت جهانی می‌کوشند تا ناراحتی اجتماعی افراد را بسنجند. از طرف دیگر، اقدامات امنیتی که به دلیل مدیریت همه‌گیری این بیماری اتخاذ شد، عواقب مختلفی برای افراد داشت؛ به طوری که افرادی که ذهنیت و تجربیات منفی نسبت به این بیماری دارند بیشتر از سایرین در معرض خطر اضطراب، افسردگی و استرس پس از سانحه می‌باشند، چراکه مردم خالقان فعال دنیای خود هستند و آگاهانه در دانش و تجربیات روزانه با آن ارتباط دارند (ایمان، ۱۳۸۸: ۱۵۳). بر اساس ارزیابی‌های روانشناختی توسط محققان، پیامدهای اجتماعی این همه‌گیری بیشتر بر روی جمعیت کودکان و جوانان (دانشجویان) می‌باشد. بعضی از عوامل مربوط به بیماری کووید-۱۹ که بیشترین تأثیر را روی جمعیت مردم گذاشته، عبارت‌اند از: جدایی از عزیزان، از دست دادن آزادی، عدم اطمینان نسبت به پیشرفت بیماری و احساس درماندگی (سالادینو^۱ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱).

باید توجه داشت که هر گونه مشکل در روحيات و احساسات افراد یک جامعه سبب اختلال در کارکردهای آن جامعه می‌شود؛ زیرا طبق نظر هوسرل، دنیا یک سیستم نظام یافته در سطح بالا تلقی می‌شود که مخلوق مردمی است که به صورت فعال در تولید و نگهداری نظم مشارکت می‌کنند (ایمان، ۱۳۸۸: ۱۵۴)- به خصوص بافت جمعیت جوان که بیشترین احساس مسئولیت و تعهد اجتماعی در قبال جامعه بر عهده دارند و نیروی فعال جامعه محسوب می‌شوند. در نتیجه احساسات، ذهنیات، باورها و کنش‌های جوانان نه تنها در سطح کلان و در برابر جامعه، بلکه در سطح میانه و خرد و در مقابل گروه‌ها و سازمان‌ها و همچنین اعضای خانواده و دیگر افراد قابل اهمیت است. لذا ناامیدی، ترس، اضطراب، احساس ناکامی و استیصال و همه این موارد به انضمام موارد بی شمار دیگر می‌تواند

بر زندگی و کنش و واکنش‌های جوانان در جامعه تأثیری غیر قابل جبران بگذارد. همچنین تلفات جانی کوید-۱۹ باعث شده است تا بسیاری از خانواده‌ها عزیزانشان را از دست بدهند و در کنار آن، پیگیری خبرهای مرتبط با این بیماری (گسترش شیوع، مبتلایان و فوت شده‌های ناشی از آن) و دیگر موارد از این قبیل، تجربه زیسته همراه با غم و ناراحتی برای جوانان پدید آورد. اختلالات روحی و روانی و احساس ناامنی، یکی از مشکلات اساسی و البته رایج در این دوره از زمان می‌باشد که در صورت بی‌توجهی و اغماض می‌تواند در دوره پسا کووید-۱۹ نیز ادامه داشته باشد.

با بررسی پژوهش‌های انجام شده (لیانگ^۱ و همکاران، ۲۰۲۰؛ پاور^۲ و هیوز^۳، ۲۰۲۰ و سالادینو^۴ و همکاران، ۲۰۲۰) که باروش‌های گوناگون به تحلیل شرایط پیش‌روی جوامع در پاندمی کرونا پرداخته‌اند می‌توان دریافت که پژوهش‌ها بیشتر بر جنبه‌های روانی تأکید داشته و کمتر وارد حیطه احساسات و تحلیل جامعه شناختی آن شده‌اند. علاوه بر این، پژوهش‌ها به خصوص مطالعات داخلی (حیدری، ۱۳۹۹؛ شهیاد و محمدی، ۱۳۹۹ و ایمانی جاجرمی، ۱۳۹۹) به‌صورت عمیق به تجربه زیسته جوانان نپرداخته‌اند- در صورتی که جوانان به عنوان یکی از گروه‌های فعال اجتماعی در جوامع با الزام به قرنطینه، تعطیلی مراکز آموزشی و حتی برخی مشاغل دچار بحران‌های زیادی به خصوص در بعد احساسات شدند.

بر این اساس، پژوهش حاضر که در آغاز شیوع بیماری کووید-۱۹ و قرنطینه اولیه انجام گرفته بر آن است که نگاهی عمیق و دقیق بر فراسوی لایه‌های ساخته شده از سوی کنشگران در جهان واقعی داشته باشد تا بتوان خصیصه‌های عاطفی این موقعیت را شفاف‌سازی کند.

چارچوب نظری پژوهش

یکی از دغدغه‌های بشر از دیرباز، شناخت احساسات و همچنین یکی از راه‌های رسیدن به تمدن، توجه به احساسات می‌باشد، چرا که عواطف و احساسات یک رکن مهم و جدا نشدنی از انسان است. بنابراین احساسات یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد انسان هاست که برای ایجاد، نظارت و حفظ پیوندهای اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد و عنصری مهم در تضادها، جنبش‌های اجتماعی و تغییرات اجتماعی است (هاکشیلد^۵، ۱۹۷۹: ۵۵۱). در جامعه‌شناسی تعاریف متعددی برای احساسات در نظر گرفته شده است. لاولر و تای^۶ احساسات را این گونه معرفی می‌کنند:

۱- ارزیابی و شناخت یک وضعیت منفی یا مثبت که نسبتاً کم عمر است؛ ۲- عناصری شناختی و عصب شناختی در خود دارد؛ ۳- تحت کنترل کامل انسان قرار نمی‌گیرد (لاولر و تای، ۱۹۹۹: ۲۱۸). یک تعریف دیگری از احساسات وجود دارد که تقریباً در حال توسعه است و ویژگی‌های متعددی را در بر می‌گیرد: ارزیابی و شناخت یک موقعیت؛ ۲) برانگیختگی پاسخ‌های فیزیولوژیکی؛ ۳) برچسب زدن واکنش‌هایی که از مفاهیم فرهنگی استفاده می‌کند؛ ۴) بیان احساساتی که توسط فرهنگ تجویز شده‌اند (وایزکاپ^۷ و همکاران، ۲۰۰۶: ۱۰۸).

1. Liang
2. Power
3. Hughes
4. Saladino
5. Hochschild
6. Lawler & Thye
7. Wisecup

از سوی دیگر، دیدگاه ساختمندی اجتماعی معتقد است که انسان ها می توانند احساسات خود را مدیریت کنند و تحت کنترل خود درآورند. در این دیدگاه، احساسات، تولیداتی فرهنگی-اجتماعی هستند که در جوامع مختلف شکل های متفاوتی به خود می گیرند. طبق این دیدگاه، افراد و جوانان در شرایط بروز همه گیری کووید-۱۹، بر اساس فرهنگ و اجتماعی که در آن قرار دارند، احساسات و عواطف متفاوتی درک و تجربه می کنند (کمپر، ۱۹۸۱). بنابراین بستر اجتماعی بر کنش، واکنش و دیدگاه های افراد جامعه تاثیر بسزایی می گذارد. در نظریه کنش متقابل نمادین، احساسات به عنوان اشیای اجتماعی که افراد و گروه ها نسبت به آنها دست به کنش می زنند، مطرح می شوند. این نظریه روی ظرفیت منحصر به فرد انسان بر خلق، دستکاری و تعدیل نمادها در هدایت رفتار خود و دیگران تاکید می کند. بنابراین، عشق، نفرت، خشم و غصه کنش هایی هستند که هنگام تعریف و تفسیر موقعیت از جانب کنشگران شکل می گیرند. تأکید نظریه کنش متقابل نمادین بر فعال بودن انسان در تولید احساساتش است که از این لحاظ در برابر رهیافت هایی قرار می گیرد که انسان را در تجربه احساسات منفعل می دانند. همچنین در این نظریه ادعا می شود که انسان ها با توجه به تعریفی که از موقعیت دارند، احساسات خود را کنترل و بروز می دهند (ربانی و کیانپور، ۱۳۸۶: ۴۵). لذا عواطف جوانان بر اساس تفسیر آنها از موقعیت و زیست جهان همه گیری کووید-۱۹ که در آن قرار گرفته اند، شکل می گیرد.

احساسات نقش پذیری- مثل شرم، همدلی، همدردی و دستپاچگی- نمی توانند بدون قرار گرفتن فرد در موقعیت اجتماعی و اخذ رویکرد خاص در مقابل دیگری تجربه شوند. احساسات نقش پذیری بر اساس طبقه بندی «شات»^۱ به دو گروه اصلی تقسیم می شود: ۱- احساسات نقش پذیری بازاندیشانه که به بازاندیشی خود فرد باز می گردند و عبارت اند از: احساس گناه، شرم، دستپاچگی، غرور و تکبر. به عنوان مثال، جوانان با بازاندیشی خود در شرایط بیماری کووید-۱۹ دچار احساسات منفی نظیر ترس، غم، تنهایی، خشم و ناامیدی می شوند؛ ۲- احساسات نقش پذیری همدلانه که با قرار گرفتن ذهنی فرد در موقعیت دیگری و احساس کردن چیزی که دیگری احساس می کند به وجود می آیند. شنیدن اخبار ناراحت کننده، اطلاع از فوت اقوام و آشنایان به دلیل بیماری کووید-۱۹ و مواردی از این قبیل سبب می شود تا فرد ضمن همدردی با دیگران، خود نیز با احساسات منفی دسته پنجه نرم کنند (شات، ۱۹۷۹). به اعتقاد شات، هر دو گروه احساسات نقش پذیری- اعم از بازاندیشانه یا همدلانه- نقش مهمی در سوق دادن کنشگران به سوی رفتارهای اخلاقی و هنجارمند دارند و از این رو عناصر مهمی در تسهیل کنترل اجتماعی قلمداد می شوند (ربانی و کیانپور، ۱۳۸۸: ۴۶).

بر اساس نظریه هاکشیلد، قواعد احساسی که هنجارهای اجتماعی هستند به ما می گویند که چه احساسی را چه وقت، کجا، تا چه مدت و تا چه حد (میزان) باید داشته باشیم (هاکشیلد، ۱۹۷۹: ۵۵۱). بنابراین زمانی که احساسات ما با انتظارات فرهنگی مطابقت نداشته باشد، تلاش می کنیم احساساتمان را به طور مناسب مدیریت کنیم تا بتوانیم با رفتارمان پاسخ های مناسب بدهیم (هاکشیلد، ۱۹۸۳).

تغییرات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ناشی از همه گیری کووید-۱۹ زیست جهان جدیدی برای افراد به ویژه جوانان با دغدغه ها و تجربیاتی متفاوت به وجود آورده است که عواطف یکی از ابعاد مهم آن می باشد. پژوهش حاضر با سنخ شناسی و فهم تجربه زیسته عواطف جوانان به روشن سازی بیشتر این پدیده در دوران همه گیری بیماری کرونا به ویژه در قرنطینه اولیه کمک می کند

و از این طریق می توان به مقایسه تجربه زیسته عاطفی جوانان در مقاطع مختلف زمانی اپیدمی ها پرداخت.

روش شناسی پژوهش

با توجه اینکه هدف پژوهش حاضر، فهم تجربه زیسته عواطف جوانان سیستان و بلوچستان و ابعاد و معانی پیوسته به آن در دوران کرونا می باشد، از روش شناسی پدیدارشناسی توصیفی استفاده شده است. از بین جوانان سیستان و بلوچستان با روش نمونه گیری هدفمند، ۴۱ نفر انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. هدف از انتخاب مشارکت کنندگان در این تحقیق پدیدارشناسی توصیفی، استفاده از تجربیات افرادی است که در زمینه فوق تجربه زیسته ای دارند. این مشارکت کنندگان مایل بودند تا درباره تجربه خود صحبت کنند و تا جای ممکن به لحاظ جنسیت، قومیت، مذهب و محل سکونت شهر و روستا با یکدیگر متفاوت بودند تا امکان دستیابی به روایت های غنی و منحصر به فرد درباره یک تجربه خاص فراهم آید (ساندلوفسکی، ۱۹۸۶).

تعداد مشارکت کنندگان بر اساس ماهیت مطالعه و کیفیت اطلاعات جمع آوری شده تا زمان دستیابی به اشباع نظری- تا زمانی که محقق فهم روشن تری از تجربه در صحبت های بعدی با مشارکت کنندگان به دست نمی آورد- تعیین گردید (هولووی، ۲۰۰۲). در این پژوهش مطابق با روش پدیدارشناسی و زمینه تحقیق، از مصاحبه عمیق و غیراستاندارد استفاده شد. مصاحبه ها در ابتدای موج اول همه گیری کرونا در فروردین ماه ۱۳۹۹ صورت پذیرفت. به علت محدودیت های رفت و آمدی، مصاحبه ها به صورت تلفنی انجام شد و بعد برای انجام تحلیل ها، یادداشت برداری صورت گرفت. مدت زمان انجام مصاحبه ها حدود یک ساعت بود. با توجه به گستردگی استان سیستان و بلوچستان، جوانان مایل به انجام مصاحبه توسط آشنایان محلی در هر منطقه شناسایی شدند و مورد مصاحبه قرار گرفتند. محورهای اصلی مصاحبه ها پیرامون مسائل مربوط به عواطف جوانان در رویایی با پاندمی کرونا بود و از شرکت کنندگان در مصاحبه خواسته شد احساسات خود را توصیف نمایند و از دغدغه ها و مشکلاتی که در این مدت از نظر احساسی و عاطفی با آن مواجه شدند، صحبت کنند.

اطلاعات حاصل از مصاحبه ها با استفاده از روش هفت مرحله ای کلایزی^۱ به شیوه دستی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در مرحله اول، مصاحبه ها به صورت کامل و دقیق نوشته شد و برای درک کلی از تجربه زیسته مشارکت کنندگان مورد بازخوانی مجدد قرار گرفت. در مرحله بعدی، متن نوشته شده مصاحبه ها به واحدهای معنی دار تقسیم شد. پس از تفکیک واحدهای معنی دار، واحدهای مرتبط با موضوع انتخاب گردید. سپس معنای هریک از عبارت های مهم توضیح داده شد. در این مرحله سعی شد تا توصیف داده شده به این واحدهای معنایی، برگرفته از خود متن باشد. پس از اتمام کدگذاری کامل متن، کدهای تکراری حذف و با تشکیل دسته بندی جدید، معانی مشترک از واحدهای معنایی استخراج شد و ۶۴ مضامین اولیه شکل گرفت. بعد از آن دسته بندی معانی فرمول بندی شده انجام گردید و معانی و مضامین مشترک در دسته بندی های متفاوت قرار گرفتند. سپس به هر طبقه یک عنوان خاص داده شد که به اصطلاح «مضمون های فرعی» نامیده می شوند. مضمون های فرعی در حقیقت معنایی است که محقق به کدهای توصیفی می دهد. بر همین اساس ۹ مضمون فرعی به دست آمد. در مرحله بعدی، مضمون های فرعی مورد جمع بندی قرار گرفتند.

● عواطف زیسته جوانان در پاندمی کووید-۱۹: یک مطالعه پدیدارشناختی در سیستان و بلوچستان

به عبارت دیگر، مضمون های فرعی در ارتباط با هم و کنار هم قرار داده شدند. پس از جمع بندی مضمون های فرعی، مضمون های اصلی به دست آمد و مورد تحلیل قرار گرفت. بدین ترتیب ۲ مضمون اصلی و نهایی به دست آمد.

در آخرین مرحله جهت اعتباریابی یافته های استخراج شده، از روش اعتبار پاسخگو و مثلث بندی استفاده شد و کدگذاری به دست آمده همراه با نقل قول مشارکت کنندگان جهت تأیید و اطمینان در اختیار تعدادی از مشارکت کنندگان و صاحب نظران قرار گرفت. پیش از انجام مطالعه، ابتدا تجربیات، باورها و پیش فرض های فردی محققان، بازنویسی شد تا ضمن آگاهی از آن ها، از تأثیرشان در تفسیر جلوگیری شود. برای بالا بردن صحت و اعتبار مطالعه، از روش هایی نظیر کنار گذاشتن دانش قبلی محقق، استفاده از نظرات محققان مختلف در جهت تحلیل درست و بی طرفانه، اعتبار پاسخگو و برگشت به شرکت کنندگان و سؤال از آن ها هنگام تجزیه و تحلیل داده ها استفاده گردید (لینکولن و کوبا، ۱۹۸۵). همچنین برای رعایت اخلاق پژوهش به شرکت کنندگان این اطمینان داده شد که مصاحبه ها به صورت محرمانه بوده و برای حفظ حریم شخصی افراد به هر کدام از شرکت کنندگان یک کد جهت گزارش اظهارات تعلق گرفت.

یافته های پژوهش

مشارکت کنندگان این تحقیق را جوانان گروه سنی ۱۸ تا ۲۷ سال از نقاط مختلف استان سیستان و بلوچستان تشکیل می دادند و جنسیت مشارکت کنندگان شامل ۲۸ زن و ۱۳ مرد بود. مشارکت کنندگان از بین قومیت و مذهب مختلف ۱۷ نفر اهل تسنن و از قومیت بلوچ و ۲۴ نفر شیعه و فارس انتخاب شدند.

جدول ۱. ویژگی های مشارکت کنندگان

ردیف	جنسیت	مذهب	قومیت	وضعیت تأهل	محل سکونت
۱	مرد	تسنن	بلوچ	مجرد	ایران شهر
۲	مرد	شیعه	فارس	مجرد	نصرت آباد
۳	زن	شیعه	فارس	متأهل	زابل
۴	مرد	شیعه	فارس	مجرد	زابل
۵	زن	سنی	بلوچ	مجرد	زابل
۶	زن	تسنن	بلوچ	متأهل	خاش
۷	زن	سنی	بلوچ	مجرد	زاهدان
۸	زن	شیعه	فارس	مجرد	زاهدان
۹	مرد	شیعه	فارس	مجرد	زاهدان
۱۰	مرد	تسنن	بلوچ	مجرد	نصرت آباد
۱۱	زن	شیعه	فارس	متأهل	زاهدان
۱۲	مرد	تسنن	بلوچ	مجرد	نیک شهر
۱۳	زن	تسنن	بلوچ	متأهل	سراوان

۱۴	زن	شیعه	فارس	متاهل	زاهدان
۱۵	زن	شیعه	فارس	مجرد	سرباز
۱۶	زن	شیعه	فارس	مجرد	زاهدان
۱۷	مرد	شیعه	فارس	متاهل	زاهدان
۱۸	زن	شیعه	فارس	مجرد	نصرت آباد
۱۹	زن	شیعه	فارس	مجرد	زاهدان
۲۰	زن	سنی	بلوچ	مجرد	زاهدان
۲۱	زن	شیعه	فارس	مجرد	زاهدان
۲۲	زن	تسنن	بلوچ	مجرد	ایران شهر
۲۳	زن	شیعه	فارس	مجرد	ایران شهر
۲۴	زن	شیعه	فارس	مجرد	زاهدان
۲۵	زن	شیعه	فارس	متاهل	زاهدان
۲۶	زن	تسنن	بلوچ	مجرد	زاهدان
۲۷	زن	تسنن	بلوچ	متاهل	سرباز
۲۸	زن	شیعه	فارس	مجرد	نیک شهر
۲۹	زن	شیعه	فارس	متاهل	نیک شهر
۳۰	زن	شیعه	فارس	متاهل	زاهدان
۳۱	مرد	تسنن	بلوچ	متاهل	زرآباد
۳۲	مرد	تسنن	بلوچ	مجرد	زاهدان
۳۳	زن	شیعه	فارس	متاهل	زابل
۳۴	مرد	تسنن	بلوچ	متاهل	سرباز
۳۵	زن	تسنن	بلوچ	مجرد	زاهدان
۳۶	زن	شیعه	فارس	مجرد	زابل
۳۷	مرد	تسنن	بلوچ	متاهل	چابهار
۳۸	زن	شیعه	فارس	متاهل	زاهدان
۳۹	مرد	شیعه	فارس	متاهل	زابل
۴۰	مرد	تسنن	بلوچ	مجرد	زرآباد
۴۱	زن	شیعه	فارس	متاهل	زاهدان

جدول ۲. تحلیل یافته‌های پژوهش

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مضامین اولیه
	تلفات جانی کرونا و فراگیری زیست غم انگیز در جامعه	ناخوشایندی از مرگ و میر/ ایجاد احساسات منفی با آمار مرگ و میر/ غم مرگ هموطنان/ فیلم های غم انگیز مرگ آمیز کرونا/ ناراحتی از مرگ هموطنان/ اخبار ناراحت کننده پیامدهای کرونا غمخواری نسبت به وضعیت پرستاران/ غم مشکلات کادر درمانی/ غرور از فداکاری کادر درمان/ غرور از همت کادر درمانی/ سرایت ترس در فضای مجازی از صحبت های درمانگران/ رعایت پروتکل ها به دلیل هشدار کادر درمان تاسف از سوءمدیریت مسئولان/ نارضایتی از کمبود امکانات و نبود رسیدگی در برخی مناطق/ خشم از بی توجهی مردم به نکات بهداشتی/ ابراز ناراحتی از عدم توجه مردم به محدودیتهای رفت و آمدی/ تحسین اقدامات پیشگیرانه مردمی محبت جهان/ نگرانی از سرنوشت غم انگیز دنیا/ نگرانی از رکود اقتصادی کشورها/ درگیری جهان با ویروس کشنده/ درگیری و نگرانی جهانی/ سکوت اخبار جنگ در خاورمیانه/ تأسف از اخبار تلفات جهانی/ غول ترسناک و ناامید کننده جهانی/ حس انفعال و ترس از وقایع تلخ کرونا در دنیا/ وابستگی و مسئولیت پذیری جهانی/ کرونا تهدید جهانی غم و ترس از ابتلای عزیزان/ احساس ترس و خطر/ ترس از انتقال بیماری به نزدیکان/ هولناکی و خطرناکی کرونا / ترس از مبتلا شدن/ ترس از مبتلا شدن نزدیکان/ ترس از دست دادن عزیزان و تنها شدن/ کرونا هیولای مرگ/ خودقرنطینگی به دلیل ترس از ابتلای عزیزان/ ترس از سرفه و عطسه در جمع/ احساس ترس و آشفتگی روحی ناشی از قرنطینگی/ احساس ناامنی درونی از مرگ جمعی/ نگرانی از ابتلای اقوام دور
سرایت عاطفی در بحران کووید-۱۹	پیوند احساسی جوانان با جامعه پزشکی در کرونا	
	حساسیت و اظهار عاطفی جوانان نسبت به عملکردها در حوزه سلامت جامعه	
	تشدید عاطفه جهانی با وقوع کرونا	
عدم امنیت احساسی جوانان در زیست کرونایی	رسوخ ترس از سرایت بیماری در جامعه ریسک پذیر کرونایی	

کرونا ی پیش رونده و ناامیدی فزاینده جوانان	ترس و ناامیدی از افزایش همه گیری هموطنان/ حس ابهام از آینده/ ناامید بودن نسبت به آینده/ احساس نزدیکی به مرگ/ رواج ناامیدی در مردم/ ناامیدی ناشی از تداوم کرونا افزایش آسیب روحی و اضطراب/ فقدان آرامش از آغوش نگرستن عزیزان/ اضطراب ابتلا به کرونا/ انتظار همراه با نگرانی برای درمان کرونا / فقدان دارو و واکسن برای جلوگیری و درمان
تجربه احساس بلاتکلیفی	دغدغه عقب افتادن تحصیل/ نگرانی از تعطیلی دانشگاه/ آرزوی بازگشت به روال عادی زندگی گذشته/ سختی بلاتکلیفی/ بلاتکلیفی در مورد زمان پایان بیماری/ افت انرژی احساسی از ناتوانی تحصیلی در خانه شلوغ/ بلاتکلیفی تحصیلی در دانشگاه/ احساس سردرگمی برای ادامه ترم تحصیلی/ بلاتکلیفی و ناامیدی در ابتدای کرونا و عادی شدن به مرور زمان/ احساس بلاتکلیفی در مورد زمان حضور مجدد در دانشگاه خسته شدن از خانه نشینی/ خشم از روزمرگی/ احساسات منفی ناشی از قرنطینه خانگی/ احساس غم ناشی از روزمرگی/ احساسات منفی ناشی از قرنطینه خانگی/ فشار روانی ناشی از قرنطینه و کاهش تعاملات اجتماعی/ احساس افسردگی از ماندن در خانه

سرایت عاطفی در بحران کرونا

با وقوع بحران کرونا که برخلاف بسیاری از بحران‌های اخیر در جهان جنبه فراگیری جهانی مشخصه اصلی آن است، ما شاهد تنیدگی احساسی و عاطفی در بین گروه‌های مختلف اجتماعی و حتی تنیدگی احساسی و بروز عاطفه جهانی بودیم. مضمون اصلی در هم تنیدگی و پیوستگی احساسی به عنوان یکی از مضامین اصلی استخراج شده از این پژوهش دارای چهار مضمون فرعی، تلفات جانی و فراگیری زیست غم‌انگیز در جامعه، پیوند احساسی با جامعه پزشکی در کرونا، حساسیت و اظهار عاطفی جامعه نسبت به عملکردها در حوزه سلامت و تشدید عاطفه جهانی با وقوع کروناسـت- هر یک از این مضامین جنبه‌های مختلف مضمون در هم تنیدگی احساسی و عاطفی را بازنمایی می‌کند.

تلفات جانی و فراگیری زیست غم‌انگیز در جامعه

این مضمون فرعی اشاره به بروز احساسات غم‌انگیزی دارد که در جامعه به دلیل فوت (از دست دادن هم وطنان) فراگیر شده است. این احساسات منفی با افزایش آمار مرگ و میر در جامعه در حال گسترش است؛ مصاحبه‌شوندگان با ابراز ناراحتی از مرگ هم‌وطنان خود، احساسات منفی و ناخوشایندی را تجربه می‌کنند که می‌تواند بازتابی غم‌انگیز و تأثرآور در اجتماع و محیط زندگی داشته باشد.

انتشار اخبار ناراحت‌کننده مربوط به ویروس کووید-۱۹ و پیامدهای ناشی از این بیماری موجب رشد نگرانی و غم در جامعه شده و زمینه را برای زیست غم‌انگیز در جامعه فراهم کرده است. یکی از شرکت‌کنندگان در مصاحبه با اشاره به افزایش غم و اندوه در جامعه می‌گوید:

جوان شماره ۲۱: «شنیدن آمار افراد فوتی در جامعه و همچنین پیامدهای ناشی از کرونا برای مردم بسیار ناگوار است».

پیوند احساسی با جامعه پزشکی

با توجه به اهمیت جنبه درمان و نیز پیشگیری از شیوع هر چه بیشتر ویروس کووید-۱۹، از همان ابتدای گسترش بیماری در سرتاسر دنیا، جامعه پزشکی و نیز کادر درمان بیشترین نقش را در عبور از این بحران داشتند و به نوعی در خط مقدم مقابله با این بیماری بودند. مردم با مشاهده رشادت‌ها و نیز فداکاری‌های کادر درمان در مراقبت و بهبود بیماران کووید-۱۹، ضمن احساس غرور از همت و تلاش آنان، نسبت به وضعیت کادر درمان و فشار کاری مضاعف به آنان ابراز نگرانی داشتند و در مصاحبه‌ها نیز، احساس همدردی و نیز غم‌خواری خود را نسبت به وضعیت پرستاران و درمانگران در بخش‌های درمانی ابراز می‌داشتند. جوان شماره ۱۶ در این زمینه چنین گفته است:

«شرایط پرستاران زحمت‌کش که از خانه و خانواده‌شان زده اند و به مداوای مردم می‌پردازند، واقعا سخت و غم‌انگیز است - بعضی‌ها حتی سال تحویل هم در کنار خانواده‌هایشان نبودند».

همچنین جامعه بشدت تحت تاثیر صحبت‌های منتشر شده از کادر درمان در زمینه وخامت اوضاع بود و مردم ضمن احساس همدردی با کادر پزشکی، نسبت به اقدامات کادر درمان ابراز قدرانی و نسبت به مشکلات جامعه پزشکی، ابراز ناراحتی می‌کرد. پس نوعی پیوند احساسی و عاطفی با بروز بحران کرونا با جامعه پزشکی ایجاد شد. علاوه بر این، یکی دیگر از ابعاد این پیوند عاطفی با جامعه پزشکی، تاثیرپذیری بیشتر جامعه از پزشکان و رعایت پروتکل‌هاست. جوان شماره ۲ در زمان مصاحبه چنین بیان داشت:

«وقتی از تلویزیون تصاویر پزشکان و پرستاران را می‌بینم، بسیار ناراحت می‌شوم، زیرا آن‌ها به‌خاطر نجات بیماران خود را در معرض بیماری قرار می‌دهند و باید به آنان رسیدگی شود و مردم نیز باید به توصیه‌های پزشکی کادر درمان گوش دهند».

حساسیت و اظهار عاطفی جوانان نسبت به عملکردها در حوزه سلامت جامعه

جوانان با بروز بحران کووید-۱۹ بیش از پیش نسبت به رفتارها و عملکردهای مربوط به سلامت جامعه، حساس شدند. این حساسیت هم به صورت خشم و ناراحتی نسبت به بی‌توجهی برخی از مردم و عدم رعایت پروتکل‌های بهداشتی و هم تحسین نسبت به اقدامات خودجوش و مردمی در توزیع اقلام بهداشتی برای نیازمندان و رعایت اصول بهداشتی بود. در این پژوهش مشارکت‌کنندگان

نیز حساسیت‌های خود را نسبت به عملکردهای منفی و مثبت در حوزه سلامت، در مصاحبه‌ها بیان کردند. جوان شماره ۳۰ چنین می‌گوید:

«به دلیل بی‌توجهی برخی از هم‌وطنانی که به سفر رفته بودند و یا در سطح شهرها بدون توجه به نکات بهداشتی رفت و آمد می‌کنند، من احساس خشم و ناراحتی می‌کردم».

علاوه بر این مردم نسبت به عملکرد مسئولان در حوزه سلامت نیز حساسیت بیشتری را نشان می‌دادند. مصاحبه‌شوندگان از سوء مدیریت برخی مسئولان در حوزه بهداشت و سلامت ابراز تاسف و نگرانی داشتند و اقدامات صورت گرفته در زمینه کنترل و مهار بیماری و نیز ارائه خدمات بهداشتی را ناکافی می‌دانستند و نسبت به اقدامات در حوزه سلامت به دلیل اهمیت آن در بحران کرونا حساسیت بیشتری داشتند، هرچند اقدامات برخی نهادهای دولتی در زمینه ارائه خدمات بهداشتی و نیز ضدعفونی معابر و خیابان‌ها نیز موجب ایجاد احساس رضایت در برخی مصاحبه‌شوندگان شده بود. جوان شماره ۴ با اشاره به اهمیت اقدامات و حمایت‌های دولتی به خصوص در مناطق کمتر برخوردار استان و تاثیر احساسی آن چنین می‌گوید:

«مسئولان باید رسیدگی بیشتری به استان‌های محروم داشته باشند. نبود امکانات بهداشتی باعث خشم و نارضایتی من می‌شد و کمبود ماسک و مواد ضدعفونی‌کننده در منطقه ما بسیار احساس می‌شد و احساسات منفی را در من ایجاد می‌کرد».

تشدید عاطفه جهانی با وقوع کرونا

همه‌گیری جهانی کرونا موجب بروز احساسات مشترک جهانی نیز شد. بحرانی که به یکباره همه مردم جهان را درگیر خود کرد و توانست احساس همدردی مشترکی را در بین مردم سرتاسر دنیا به وجود آورد. انتشار اخبار تلفات بیماری کرونا در کشورهای مختلف از طریق رسانه‌ها، افزایش تلفات در برخی از کشورها و وخامت رو به گسترش کرونا در بخش‌هایی از دنیا توانست نوعی احساس نگرانی و ترس را در بین مردم دنیا ایجاد کند. برخی مصاحبه‌شوندگان از کرونا به عنوان «غولی جهانی» نام می‌بردند و اغلب آن را بحرانی فراگیر می‌دانستند و نسبت به مردم دنیا ابراز همدردی داشتند. به علت ماهیت زیستی ویروس کرونا و انتشار سریع آن، رهایی از ویروس را منوط به نابودی بیماری و قطع زنجیره انسانی آن در سراسر جهان می‌دانستند. همچنین این ویروس توانست در بیشتر کشورهای دنیا آسیب‌های زیادی را به خصوص در زمینه اقتصادی وارد آورد و مردم را نسبت به اوضاع دنیا و تاثیرپذیری بین‌المللی کشورها از هم، دچار نگرانی و ترس نماید. پس می‌توان شاهد بروز نوعی عاطفه بود و بروز این بحران توانست پیوستگی جهانی احساسی و عاطفی انسان‌ها در سراسر دنیا را تقویت و تشدید نماید. جوان شماره ۱۰ می‌گوید:

«کرونا یک غول جهانی است و من نگران همه مردم دنیا هستم و از خدا می‌خواهم همه دنیا زودتر از شر این ویروس خلاص شوند».

در مصاحبه دیگری نیز جوان شماره ۱۹ چنین می‌گوید:

«کرونا باعث شد که بفهمیم همه انسان‌ها در همه دنیا به هم وابسته‌اند و ما نسبت به هم مسئول هستیم و اگر کسی بیماری داشت ما نباید بگوییم به من چه. این بیماری باعث شد ما بیشتر به فکر همدیگر باشیم، چون اگر یکی بیمار شد به ما هم سرایت می‌کند. پس باید به فکر سلامتی همه مردم باشیم تا در امان باشیم. بنابراین کرونا مشکل همه مردم جهان است، نه یک نفر».

عدم امنیت احساسی جوانان در برهه شیوع ویروس کووید-۱۹

یکی دیگر از مضامین اصلی استخراج شده از مصاحبه‌ها، عدم امنیت احساسی در جوانان با بروز بیماری کرونا است. این همه‌گیری توانست آسیب‌هایی در حوزه احساسات به جوانان وارد آورد و ناامنی احساسی یکی از این موارد است. این ناامنی احساسی با طیفی از احساسات منفی از ترس و ناامیدی تا اضطراب تداوم بیماری و تجربه احساسات بلا تکلیفی و همچنین خستگی عاطفی بروز می‌کند.

رسوخ ترس از سرایت بیماری در جامعه ریسک‌پذیر کرونایی

یکی از موضوعات مورد اشاره در مصاحبه‌ها، مبحث احساس ترس ناشی از احتمال ابتلای خود و عزیزان است. جوانان با اشاره به این موضوع حتی از احتمال مرگ عزیزان و اطرافیان نیز ابراز خطر و ترس می‌کردند. جوان شماره ۱۵ در مصاحبه‌ها نیز ضمن ابراز این ترس می‌گوید: «من خیلی از ابتلای عزیزانم و خودم به بیماری، احساس ترس داشتم و وقتی از بیرون می‌آمدم، نگران بودم که ناقل نباشم و اطرافیانم را بیمار نکنم».

به علت سرایت سریع بیماری در جامعه، جوانان هم از ابتلای خود و عزیزانشان می‌ترسند و هم اینکه از احتمال ناقل بودن خود و سرایت آن به عزیزانشان ابراز ترس و نگرانی دارند. حتی قرنطینه خانگی و طولانی شدن زمان آن نیز برای بسیاری از جوانان موجب ایجاد احساس ترس شده است. جوان شماره ۲۶ در مصاحبه چنین می‌گوید:

«واقعاً از طولانی شدن قرنطینه می‌ترسم».

پس می‌توان گفت که مضمون فرعی رسوخ ترس بیانگر تجربه ترس در جوانان در ابعاد مختلفی چون احتمال بیماری، انتقال بیماری و حتی ترس و آشفتگی ناشی از قرنطینه‌ها را شامل می‌شود که برای جوانان بار عاطفی و احساسی منفی داشته است.

کرونای پیش‌رونده و ناامیدی فزاینده

مصاحبه‌شوندگان نوعی ترس و احساس ناامیدی نسبت به آینده ابراز نمودند و با توجه به اینکه در زمان انجام مصاحبه‌ها در موج اول کرونا، آمار کرونا بشدت افزایش یافته و هنوز درمان و حتی واکسن این بیماری در جهان تایید و توزیع نشده، مصاحبه‌شوندگان نوعی احساس ابهام نسبت به آینده را تجربه می‌کردند که تداوم این بیماری و افزایش آمار ابتلای جامعه موجب القای احساس ناامیدی در جوانان می‌شود. برخی از جوانان با اشاره به پیامدهای روانی ناشی از گسترش بیماری در جامعه و نبود راه‌حل قطعی برای درمان و پیشگیری آن، گ در بین صحبت‌های خود ابراز نزدیکی با مرگ را بیان می‌داشتند و با افزایش آمار مرگ و میر، احساس ناامیدی نسبت به زندگی را در اوج جوانی احساس می‌کردند. جوان شماره ۳۲ چنین بیان می‌دارد:

«هر روز به آمار کشته‌ها اضافه می‌شود و هنوز هم واکسنی نیست و معلوم نیست فردا خود من و خانواده‌ام مبتلا بشویم یا نشویم و چه اتفاقی برایمان بیفتد».

علاوه بر این، احساس ابهام‌آمیزی نسبت به آینده در بین جوانان وجود داشت که به تشدید احساس ناامیدی در آنان دامن می‌زد. جوان شماره ۲۸ در مصاحبه خود چنین می‌گوید:

«احساس خوبی ندارم. به نظرم آینده مبهم به نظر می‌رسد. با این مشکلات پیش آمده اصلاً نمی‌توانم امیدی به آینده داشته باشم».

اضطراب از تداوم بیماری کرونا و بحران روانی

یکی از ابعاد عدم امنیت روانی در جوانان، اضطراب ناشی از تداوم بیماری و بحران‌های روانی متعاقب آن بود. مصاحبه‌شوندگان با طولانی‌شدن زمان بیماری و عدم زمان مشخص برای پایان این بحران، نه تنها نسبت به بیمار شدن خود بلکه نسبت به ابتلای عزیزان خود نیز دچار نگرانی و اضطراب بودند به خصوص عزیزان و اقوامی که در مناطق پر خطر کرونایی زندگی می‌کردند. جوان شماره ۱ چنین می‌گوید:

«دوری از اقوام و حضور برخی از آنها در شهرهایی که بیشتر دچار این بیماری اند، برایمان خیلی سخت و نگران‌کننده است».

البته جوانان نه تنها در خود احساس نگرانی و اضطراب داشتند، بلکه این اضطراب و حتی بحران‌های روانی را در بین اطرافیان خود نیز مشاهده می‌کردند و آن را نه فقط ناشی از قرنطینه خانگی، بلکه ناشی از سایر پیامدهای اجتماعی و اقتصادی کرونا می‌دانستند. جوان شماره ۳۸ چنین اشاره می‌کند:

«آسیب‌های روحی اطرافیان زیاد شده. به عنوان مثال، بر طبق گفته یکی از دوستان خانوادگی ما، پس از مراجعه به پزشک، به ایشان گفته شده بود که به دلیل تنهایی طولانی مدت در منزل به افسردگی شدید مبتلا شده‌اند یا دوستانم، در حین گفت و گو با آنها متوجه نگرانی و اضطراب و ناراحتی روحی شدید در آنها می‌شوم».

تجربه احساس بلاتکلیفی

یکی دیگر از مضامین فرعی استخراج شده از مصاحبه‌ها، اشاره به ایجاد احساس بلاتکلیفی در جوانان داشت. با توجه به اینکه جوانان شرکت‌کننده در مصاحبه‌ها جوانان دانشجوی بودند و مصاحبه نیز در ماه‌های نخستین گسترش این بیماری انجام شد و جوانان دانشجوی به یکباره با تعطیلات کلاس‌های درس و دانشگاه‌ها مواجه شدند و حضور مجدد دانشجویان در هاله‌ای از ابهام قرار داشت، بسیاری از جوانان در کنار سایر مسائل و مشکلات ناشی از همه‌گیری کرونا در جامعه، درباره ادامه تحصیل و فرآیند آموزش در دانشگاه‌ها احساس سردرگمی داشتند و در مورد حضور مجدد در دانشگاه‌ها ابراز بلاتکلیفی می‌کردند. در واقع، با توجه به اینکه هنوز آموزش مجازی برای دانشجویان با مشکلاتی همراه بود و بسیاری از آنان نسبت به موفقیت آموزش مجازی تردید داشتند، درباره آینده تحصیلی خود نیز با احساس بلاتکلیفی مواجه بودند. جوان شماره ۲۱ در مصاحبه می‌گوید:

«خیلی بلاتکلیفم که دانشگاه چی می‌شه و درسارو چطور باید بخونم و کی باید بریم دانشگاه. خیلی احساس بی تکلیفه».

علاوه بر این، جوانان با آرزوی بازگشت شرایط به قبل، آن را تنها راه‌هایی از بلاتکلیفی خود می‌دانستند.

خستگی عاطفی - احساسی ناشی از قرنطینه خانگی

یکی از مهمترین مسائلی که در دوران همه‌گیری کرونا برای جامعه به خصوص قشر جوان دانشجو- با توجه به داشتن پویایی و تحرک اجتماعی- بشدت مسئله آفرین بود، قرنطینه‌های خانگی بود. از همان ابتدای این بحران، رعایت پروتکل‌های بهداشتی و عدم حضور در تجمعات و الزام به ماندن در خانه به عنوان تنها راه مقابله با گسترش بیماری در همه کشورها مورد توجه و تاکید قرار گرفت. با تعطیلی دانشگاه‌ها، دانشجویان مجبور به ماندن در خانه و پیگیری مجازی درس‌ها شدند و قرنطینه‌خانگی برای بسیاری از جوانان بسیار خسته‌کننده و رخوت‌بار بود. ماندن در خانه و کاهش تعاملات اجتماعی، برای جوانان فشار روانی زیادی را در خانه به همراه داشت و حتی برخی در خود احساس افسردگی می‌کردند. جوان شماره ۲ می‌گوید:

برای من قرنطینه چیزی جز افسردگی نداشت. دیگه خسته‌کننده شده».

این موج فراگیر از احساسات منفی ناشی از قرنطینه برای جوانان مورد مصاحبه موجب بروز خستگی عاطفی-احساسی شده بود و با طولانی‌شدن قرنطینه‌ها و ممنوعیت‌های رفت و آمدی، این خستگی عاطفی و احساسی رو به گسترش خواهد بود. جوان شماره ۱۶ چنین بیان می‌دارد:

«ماندن در خانه و نداشتن تعامل اجتماعی، روحیه من را خراب کرده است. دوست دارم زودتر قرنطینه‌ها و تعطیلی دانشگاه‌ها تمام شود و بتوانم دوستانم را ببینم».

بحث و نتیجه‌گیری

شیوع ویروس کووید-۱۹ تأثیراتی عمیق و گسترده در تمامی جنبه‌های زندگی بشر داشته است؛ چنان که می‌توان ادعا کرد که سلامت جسمی و روانی افراد تا حد زیادی تحت فشار کووید-۱۹ به خطر افتاده است. در نتیجه تغییرات عمده‌ای در زندگی تمامی افراد جهان رخ داده و باعث شده است تا احساسات و عواطف افراد نیز دستخوش تغییر گردد.

طبق نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر، در آغاز شیوع بیماری کرونا و قرنطینه اولیه، سرایت سریع این بیماری باعث شده که ما شاهد تنیدگی احساسی و عاطفی در بین گروه‌های مختلف اجتماعی و حتی تنیدگی احساسی و بروز عاطفه جهانی باشیم. مضمون اصلی در هم تنیدگی و پیوستگی احساسی به عنوان یکی از مضامین اصلی استخراج شده از این پژوهش دارای چهار مضمون فرعی- تلفات جانی و فراگیری زیست غم‌انگیز در جامعه، پیوند احساسی با جامعه پزشکی در کرونا، حساسیت و اظهار عاطفی جامعه نسبت به عملکردها در حوزه سلامت، تشدید عاطفه جهانی با وقوع کرونا- است که هر کدام از این مضامین جنبه‌های مختلف مضمون در هم تنیدگی احساسی و عاطفی را بازنمایی می‌کند.

انتشار اخبار ناراحت‌کننده مربوط به ویروس کووید-۱۹ و پیامدهای ناشی از این بیماری موجب رشد نگرانی و غم در جامعه شده است. تمامی موارد یاد شده به اضافه سایر مسائل مربوط به کووید-۱۹، زمینه را برای زیست غم‌انگیز در جامعه ایجاد کرده است.

یکی دیگر از مضامین اصلی استخراج شده از مصاحبه‌ها، عدم امنیت احساسی در جوانان با بروز بیماری کووید-۱۹ است. این همه‌گیری توانست آسیب‌هایی در حوزه احساسات به جوانان وارد آورد که ناامنی احساسی یکی از این موارد است. مصاحبه‌شوندگان احساس ترس و ناامیدی نسبت به آینده را ابراز نمودند و به نوعی احساس ابهام نسبت به آینده را تجربه می‌کنند. اضطراب ناشی از تداوم بیماری و بحران‌های روانی ناشی از آن در بین مصاحبه‌شوندگان به وفور قابل درک بود. از سوی دیگر، تجربه احساس بلا تکلیفی از دیگر نگرانی‌ها و معضلات جوانان در این شرایط می‌باشد،

چراکه جوانان دانشجوی به یکباره با تعطیلات کلاس‌های درس و دانشگاه‌ها مواجه شدند و حضور مجدد دانشجویان در هاله‌ای از ابهام قرار داشت. بسیاری از جوانان در کنار سایر مسائل و مشکلات ناشی از همه‌گیری کرونا در جامعه، درباره ادامه تحصیل و فرآیند آموزش در دانشگاه‌ها احساس سردرگمی داشتند و در مورد حضور مجدد در دانشگاه‌ها ابراز بی‌تکلیفی می‌کردند. با توجه به اینکه هنوز آموزش مجازی برای دانشجویان با مشکلاتی همراه بود و بسیاری از آنان نسبت به موفقیت آموزش مجازی تردید داشتند، درباره آینده تحصیلی خود با بی‌تکلیفی مواجه بودند.

مورد دیگری که برای جوانان مسئله‌ای سخت شده است، خستگی عاطفی - احساسی ناشی از قرنطینه خانگی می‌باشد. از همان ابتدای این بحران، رعایت پروتکل‌های بهداشتی و عدم حضور در تجمعات و الزام به ماندن در خانه به عنوان راه مقابله با گسترش بیماری در همه کشورها مورد توجه و تاکید قرار گرفت. با تعطیلی دانشگاه‌ها، دانشجویان مجبور به ماندن در خانه و پیگیری مجازی درس‌ها شدند و قرنطینه‌خانگی برای بسیاری از جوانان خسته‌کننده و رخوت‌بار بود. همچنین با ماندن در خانه و کاهش تعاملات اجتماعی، جوانان فشار روانی زیادی را در خانه احساس می‌کنند. تمامی موارد یاد شده، بروز احساساتی منفی مثل ترس، اضطراب، افسردگی، ناامیدی و... در بین افراد به خصوص جوانان را به حداکثر رسانده است. از طرف دیگر، گزارش روزانه آمار مرگ و میر ناشی از این بیماری، زندگی جوانان را با غم و ناراحتی همراه کرده است. همچنین جوانان به دلیل مسری بودن بیماری کووید-۱۹، انتظار دارند که تمامی شهروندان و مسئولان جامعه دقت و توجهی بیشتری نسبت به رعایت پروتکل‌های بهداشتی داشته باشند و عدم رعایت این پروتکل‌ها مثل رفتن به سفر و یا استفاده نکردن از ماسک و ... باعث عصبانیت و خشم آن‌ها می‌شود، چرا که طبق گزارشات سازمان بهداشت، یکی از مهمترین و مؤثرترین راه‌ها برای مقابله با این ویروس، رعایت پروتکل‌های بهداشتی است و برای رسیدن به این هدف، تمامی شهروندان و مسئولان باید همکاری و مشارکت کنند. در صورت عدم همکاری و عدم رعایت پروتکل‌های بهداشتی از طرف افراد جامعه و بی‌تعهدی مسئولان، این امکان وجود دارد که بعضی از جوانان دچار وسواس فکری و روانی شوند و با احساساتی منفی مثل ترس به دلیل مسری بودن بیماری، ناامیدی به دلیل جهش‌ها و عدم توانایی در کنترل بیماری، اضطراب به دلیل تداوم بیماری، احساس عدم امنیت، بی‌تکلیفی به دلیل قرنطینه و آموزش غیر حضوری دانشگاه و نامشخص بودن آینده مواجه می‌شوند. در کنار تمامی احساسات منفی که جوانان درگیرش شده‌اند، پیدایش برخی احساسات نوع دوستانه نسبت به کادر درمان بر حس قدردانی و سپاس جوانان نسبت به آنان افزوده است.

در واقع می‌توان چنین نتیجه گرفت که جوانان انتظار دارند تمامی شهروندان در کنار تعهد اخلاقی و پیگیری‌های مسئولان پروتکل‌های بهداشتی را رعایت کنند و در جهت تقویت سلامت خود و خانواده تلاش نمایند تا بتوان پیامدهای جسمی، روانی و احساسی کووید-۱۹ را تا حد امکان به حداقل رسانند. همچنین بنابر نظریه کنش متقابل نمادین می‌توان گفت که شرایط ناشی از کرونا، احساسات و کنش‌های جوانان را بسیار تحت تأثیر قرار داده است. رعایت فاصله اجتماعی، قرنطینه خانگی، پیگیری اخبار مبتلایان و فوت شدگان و دیگر موارد سبب شده تا جوانان و دیگر افراد، تفسیری منفی از شرایط و موقعیت داشته باشند که این خود بروز احساساتی منفی مثل استرس، اضطراب، ترس، نگرانی و ... را در پی دارد. همان‌طور که گفته شد تفاسیر افراد از موقعیت بسیار حائز اهمیت می‌باشد. تلفات جانی ناشی از بیماری کووید-۱۹ و زندگی همراه با ترس از مبتلا شدن به این بیماری، ناامیدی از کنترل بیماری و اضطراب و نگرانی از تداوم بیماری و شیوع گسترده آن

و جهش‌های این ویروس کشنده سبب شده است تا بسیاری از افراد به خصوص جوانان، موقعیت و شرایط اجتماعی را بسیار بد و غم‌انگیز تفسیر کنند و حس استیصال و ناکامی را تجربه کنند. در این دوره از تاریخ، بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ سبب شده تا احساسات موقتی جوانان با تغییر و تحول عمده‌ای مواجه شود. شایعات و اخبار ضد و نقیض از این بیماری، واکسن کووید-۱۹ و سختگیری‌های اجتماعی نهادهای نظارتی برای رعایت دستورهای بهداشتی گاهی سبب تهییج و رکود احساسات جوانان شده است. تفسیر شرایط کرونا و چگونگی برخورد با این موقعیت، بستگی به شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و شخصیتی جوانان دارد که به احساساتشان شکل و معنا می‌دهد مانند نگرانی، استرس، وسواس‌های رفتاری و لذا بعضی جوانان می‌کوشند تا با هنجارهای مربوط به این بیماری هماهنگ شوند و نحوه زندگیشان را هم‌جهت در راستای خواسته‌های جامعه، فرهنگ و ... تغییر دهند. اما بعضی از جوانان نه تنها با هنجارها و بایدها و نبایدهای این دوره کنار نیامده‌اند، بلکه در تضاد با قوانین مربوط به بیماری کووید-۱۹ (تردد در اماکن عمومی مثل کافی‌شاپ‌ها، رفتن به مسافرت و گردش‌های محلی، برگزاری مهمانی و ...) رفتار می‌کنند. تضاد رفتاری این جوانان سبب بروز واکنش‌های منفی از جانب نهادها و سازمان‌ها (جریمه توسط پلیس راهنمایی رانندگی و ...) گروه‌ها، اجتماع و سایر افراد می‌شود که این واکنش‌های منفی می‌تواند منشأ شکل‌گیری احساسات منفی و مخرب در جامعه شود. بنابراین، عاطفه و احساسات اجتماعی، حالتی است که در جریان روابط اجتماعی و با توجه به شرایط اجتماعی در افراد بروز و نمایش داده می‌شود و در صورت ناهماهنگی با شرایط اجتماعی، احساسات و عواطف فرد خدشه‌دار می‌گردد و علاوه بر آن از جانب گروه‌ها، نهادها، احزاب و دیگر افراد تحت فشار قرار می‌گیرد. لذا همنوایی و همکاری جوانان در این دوره همه‌گیری ویروس کووید-۱۹ می‌تواند تا حدی از بروز احساسات منفی جلوگیری کند. هنگامی که جوانان به این باور برسند که تمام دنیا درگیر این بیماری هستند، نوعی احساس پیوند و همبستگی با جامعه و دیگران در آنها شکل می‌گیرد که این حس می‌تواند در کنترل احساسات منفی - احساس استیصال و ناکامی، استرس و اضطراب - کمک شایانی نماید. از طرف دیگر، در این عصر به دلیل بیماری کووید-۱۹، ماهیت کنش متقابل بین افراد تغییر کرده است و به دلیل فناوری پیشرفته، نحوه کنش افراد با یکدیگر نیز متفاوت شده که این موضوع می‌تواند بر احساسات و عواطف افراد نیز تأثیرگذار باشد (کمتر احساس تنهایی، انزوا، ترس و ناامیدی کنند) چرا که ارتباطات سریع و راحت شده است و فرد می‌تواند در منزل با تمام دنیا در ارتباط باشد. در نتیجه، تعبیر و تفسیر موقعیت‌ها نیز به تبع آن تفاوت پیدا می‌کند. در عین حال عکس قضیه نیز صادق است؛ به طوری که سهولت در برقراری ارتباطات و کنش متقابل افراد از طریق فضای مجازی و در دسترس بودن حجم زیادی از اطلاعات و اخبار مربوط به این ویروس سبب شده تا جوانان احساس کنند قادر به کنترل این بیماری نیستند. بنابراین احساس عدم قدرت در روبرویی با این ویروس باعث افزایش احساسات منفی می‌شود.

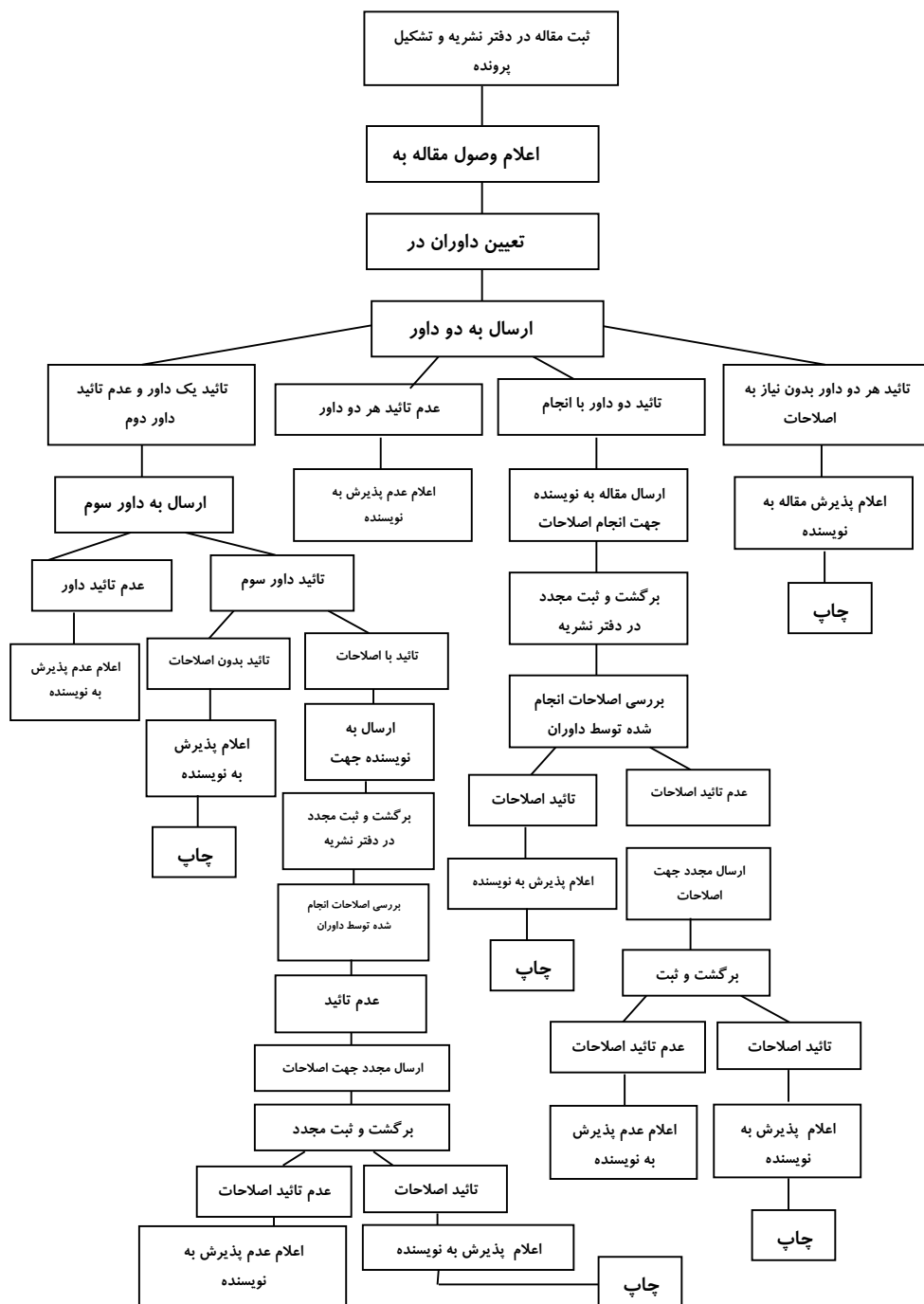
منابع

- ایمانی جاجرمی، حسین. (۱۳۹۹). «پیامدهای اجتماعی شیوع ویروس کرونا در جامعه ایران». فصلنامه علمی - تخصصی ارزیابی تأثیرات اجتماعی. (۲).
- حیدری، مرتضی. (۱۳۹۹). «ضرورت مدیریت دانش در بحران کرونا ویروس جدید (کووید - ۱۹)». تصویر سلامت. ۱۱(۲)، صص ۹۴-۹۷.
- ربانی خوراسگانی، علی و کیانپور، مسعود. (۱۳۸۸). «جامعه شناسی احساسات». جامعه شناسی کاربردی. (۲)، صص ۳۵-۴۶.
- شهید، شیدا و محمدی، محمد تقی. (۱۳۹۹). «آثار روان شناختی گسترش بیماری کووید ۱۹ بر وضعیت سلامت روان افراد جامعه: مطالعه موردی». مجله طب نظامی. ۲۲(۲)، صص ۱۸۴-۱۹۲.
- Courtney, Darren; Watson, Priya; Battaglia, Marco; Mulsant, Benoit H. and Peter Szatmari. (2020). **“COVID-19 Impacts on Child and Youth Anxiety and Depression: Challenges and Opportunities”**. The Canadian Journal of Psychiatry/La Revue Canadienne de Psychiatrie, 65(10): 688-691.
- Gennaro, Francesco Di; Pizzol, Damiano; Marotta, Claudia; Antunes, Mario; Raçalbuto, Vincenzo; Veronese, Nicola & Lee Smith. (2020). **“Coronavirus Diseases(COVID-19) Current Status and Future Perspectives: A Narrative Review”**. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17, 2690, doi: 10.3390/ijerph17082690.
- Guerrero, Laura & Angela La Valley. (2006). **“Conflict, emotion, and communication”**. The sage handbook of conflict communication, Sage Publications.
- Hochschild, Arlie R. (1983). **The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling**. Berkeley: University of California Press.
- Hochschild, Arlie Russell. (1979). **“Emotion work, Feeling Rules, and Social Structure”**. American Journal of Sociology, 85(3): 551-75.
http://www.sage-ereference.com/crimepunishment/Article_n388.html.
- Kemper, Theodore. (1981). **“Social constructionist & positivist approaches to the sociology of emotions”**. American Journal of Sociology, vol.87, no.2, pp336-62.
- Lawler, Edward J and Thye, Shane. R. (1999). **Bringing Emotions into Sociology**. 25: 217-244.
- Liang, Leilei; Ren, Hui; Cao, Ruilin; Hu, Yueyang & Zeying Qin & Chuanen Li; Songli Mei. (2020). **“The Effect of COVID-19 on Youth Mental Health”**. Psychiatric Quarterly, 91:841-852.
- Power, E.; Hughes, S.; Cotter, D. & M. Cannon. (2020). **“Youth mental health in the time of COVID-19”**. Irish Journal of Psychological Medicine, Irish Journal of Psychological Medicine, 37(4): 1-15.
- Saladino, Valeria ; Algeri, Davide and Vincenzo Auriemma. (2020). **“The Psychological & Social Impact of Covid-19: New Perspectives of Well-Being”**. Frontiers in Psychology, 11(577684): 1-6.
- Shott, Susan. (1979). **“Emotion and Social Life: A symbolic Interactionist Analysis.”** American Journal of Sociology, 84(6):34-1317.
- Tangney, June Price. (2002). **“Shame and guilt”**. Encyclopedia of Crime and Punishment, Sage Publications.

● عواطف زیسته جوانان در پاندمی کووید-۱۹: یک مطالعه پدیدارشناختی در سیستان و بلوچستان

- Thamm, Robert A. (2006). **“The classification of emotion”**. In *Handbook of the Sociology of Emotions*. Edited by stets, Jane & Janathan H. Turner, New York, Springer Science + Business Media, LLC.
- Thomas, Emma F., McGarty, Craig, Mavor, Kenneth I. (2009). **“Aligning identities, emotions, and beliefs to create a commitment to sustainable social and political”**. *Pers Soc Psychol Rev*, 13: 194-211.

فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



Lived Emotions of Youth in the Covid-19 Pandemic: A Phenomenological Study in Sistan and Baluchestan

Elham Shirdel

Ph.D., Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran

Maryam Mohammadi

Master Degree in Women Studies, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran

Fatemeh Hami Kargar

Ph.D. Student in Sociology, Faculty of Social Science, Kashan University, Kashan, Iran

Received: 22 Aug. 2021

Accepted: 9 Oct. 2021

The worldwide outbreak of Covid-19 has created significant changes in people's daily lives all over the world. Therefore, the study is to examine the feelings of young people at this point in history (Covid-19). This study used in-depth and semi-standard interviews according to the phenomenological method and context of research. Thus, among the youth of Sistan and Baluchestan, 41 people have been selected and studied by purposive sampling method. The findings were categorized into 2 main themes, 9 sub-themes and 64 Primary themes. The central theme of emotional transmission in young people showed that the Rapid spread of the disease and its bitter consequences have caused emotional continuity between different social groups, the epidemic of sad life in society and even global emotion. Another central theme of emotional insecurity in young people consisted of the sub-themes, fear, anxiety about the spread and lack of treatment of the disease in the high-risk society, growing frustration, uncertainty, and emotional fatigue resulting from lockdown and corona progression. According to the research results, the youth of this province, along with the problems caused by the Corona epidemic, experienced different and continuous negative emotions such as sadness, fear, despair, indecision, and anger, which provided them with a static and complex emotional life-world. On the other hand, sympathetic feelings and emotional contagion have caused more emotional stagnation and destruction of young people, which seems helpful to pay attention to the needs of young people and the transfer of positive emotional norms to improve their emotions.

Key Words: Covid -19, Emotions, Youth and Phenomenology.

Individualistic Factors Affecting the Tendency to Risky Behaviors among the Youth of Kashan

Mohamad Solimannejad

Ph.D. in Sociology, Lecturer, Farhangian University, Tehran, Iran

Mohsen Niazi

Ph.D., Professor, Department of Social Sciences, Kashan University, Kashan, Iran

Tahereh Solimannejad

Ph.D. Student in Cultural Sociology, Faculty of Humanities, Sciences and Researches Branches, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 23 Jul. 2021

Accepted: 25 Sep. 2021

The tendency to risky behaviors is one of the pervasive social harms among young people, which in addition to social and environmental conditions, the tendencies of individuals are the main motivators in the tendency to these behaviors. The study is to investigate the role of factor and individualistic variables in the tendency to risky behaviors among Kashani youth. The research method was a survey and the statistical sample was 552 young people in Kashan who were selected as the final sample based on Cochran's formula by probabilistic sampling method appropriate to the volume. The reliability of the questionnaire was based on Cronbach's alpha coefficient and its validity was based on the opinions of academic experts. Factor analysis, Pearson correlation test and paired t-test using SPSS 25 software were used for inferential analysis and to measure the relationship between independent and dependent variables. The findings showed that based on gender, boys were more prone to high-risk behaviors than girls. Also, from hypothesis test results point of view, feelings of loneliness, hot failure, feelings of loneliness caused by failure and hedonistic tendencies were significant with the occurrence of risky behaviors. As a result, by reducing the function and role-playing of the family and other factors of socialization, society will witness the spread of risky behaviors and its reproduction in future generations.

Key Words: Risky Behaviors, Loneliness, Hot Failure, Hedonistic Tendencies and Youth.

Genders and Aspirations: Types and Priorities

Seyyed Ali Reza Afshani

Ph.D., Professor in Sociology, Cooperation and Social Welfare Department,
Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran

Monireh Sadat Hosseini Nasab

Master Degree Student in Research in Social Sciences, Cooperation and Social
Welfare Department, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran

Received: 8 Aug. 2021
Accepted: 9 Oct. 2021

The aspirations of the youth in a country represent the abiding desires of a community. The study is to understand, prioritize and compare the aspirations of the male and female youth in Yazd. This research is a survey and was conducted cross-sectionally in 2020. The statistical population was 18-35 year old youth in Yazd that based on Cochran's formula, the sample size was 246 people. The samples answered the questionnaire which was provided to them in the form of internet link, according to the specific conditions of Covid-19.

The findings showed that among the intrinsic aspirations (personal growth, intimate and committed relationship with others, community contribution and physical health), health was the most important aspiration and community contribution was the least important one for both the male and female youth. Moreover, among extrinsic aspirations (wealth, fame and image), wealth was the most important aspiration and fame was the least important one for the male and female youth. Regarding how much they have already attained them, health for the male youth and relationship with others for the female youth had the highest scores and relationship with others for the male youth and community contribution for the female youth had the lowest scores. Furthermore, among the extrinsic aspirations, the male and female youth gave image the highest scores and gave fame the lowest scores. About how likely it is that they will attain the goals in the future, the findings showed that among intrinsic aspirations, for the male youth, personal growth and for the female youth, relationship with others had the highest scores. Additionally, for the male youth, community contribution and for the female youth, health received the lowest scores. Moreover, among extrinsic aspirations, the youth gave wealth the highest scores and gave fame the lowest scores as aspirations they hope to achieve in the future.

Key Words: Aspirations, Extrinsic Aspirations, Intrinsic Aspirations, Youth and Yazd.

Youth and Class; In the Matter of Defining and Attribution

Seyyed Mohsen Banijamali

Head of Department of Management Studies, Strategic Studies and Research Center, Ministry of Sport and Youth, Tehran, Iran (Ph.D. in Sociology, University of Tehran, Tehran, Iran)

Soheyla Sadeghi Fasaee

Ph.D., Associate Professor in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 23 Jun. 2021

Accepted: 25 Sep. 2021

28

This article, based on a qualitative method, and by using semi-structured interviews, seeks to find out how young people attribute themselves to a particular class and how they define their social class. The sample includes 25 single and married young people of different ages, with various class origins. The study states that, from the youth's point of view, class consists of social and cultural aspects. This makes the class interpretable, in such a way that the same situations create different class judgments. This is reinforced by the fact that young people still are not independent and therefore, without a stable job status, define their class position through family features with symbolic and cultural criteria. Similarly, since the classification of young people is built on distinct definitions, it does not create separate social generalities. The result is an ambiguity in classification practices and lack of class boundaries in the lives of the youth. Class ambiguity causes young people to not find a common understanding of their social situation. These procedures motivate young people to subjectively attribute a more pre-eminent class position to themselves and thereby overestimate their ability to shape their biographies. This leads to the delusion of an agency in which young people feel they are building their future. It can be interpreted as an epistemological fallacy in young people's perception of their world that could mislead them toward being guilty of their failures.

Key Words: Youth, Class, Class Status and Class Attribution.

Factors Affecting the Establishment of a Customer Relationship Management System in Iranian Bodybuilding Clubs

Ali Reza Pashaei Khameneh

Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran

Farshad Emami

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran

Seyyed Emad Hosseini

Ph.D., Assistant Professor in Physical Education, Faculty of Sport Sciences and Health, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Akram Khajepour

Ph.D. in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Received: 31 Aug. 2019

Accepted: 7 Oct. 2019

The study is to identify the factors affecting the establishment of a customer relationship management system in Iranian bodybuilding clubs. The research method was mixed (qualitative-quantitative). In qualitative part, data analysis was done using grounded theory and in quantitative part, the research findings were analyzed using structural equation modeling of variance-based approach. PLS modeling was done in two stages. In the first stage, the measurement model (outer model) was evaluated through validity, reliability and confirmatory factor analysis. The statistical population consisted of managers, board of directors and coaches of top 1 gym clubs in the country. The statistical sample of the qualitative topic was snowball that reached theoretical saturation with 15 people. To improve the process of coding the categories into categories, theoretical comparisons were proposed by Strauss and Corbin, according to which 215 final extracted codes were categorized into 50 concepts. The categories that were analyzed in the early stages included 5 main and 8 sub-categories.

The results of the interview analysis showed that five main categories (change in business and its management practices, competitiveness, marketing, awareness and dissatisfaction awareness and dissatisfaction) led to the establishment of a customer relationship management system in Iranian sports clubs. Also, causal conditions have a positive and significant impact on the outcomes of customer relationship management system in Iranian sports clubs ($p \geq 0/05$). Creating a good feeling for owners, investors and clients of fitness clubs, establishing close and true relationships with clients promoting customer defaults, building complete trust and confidence in customers are as the consequences of this system in Iranian fitness clubs.

Key Words: Iran, Bodybuilding Clubs, Factor Identification and Customer Relationship Management.

A Model of Marketing Strategies on Brand Loyalty among Consumers of Iranian Sports Goods with the Mediating Role of Viral Advertising

Yaghub Badri Azarin

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Fatemeh Abdavi

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Mahrokh Dehghani

Ph.D., Assistant Professor, Sport Sciences Department, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

Ayoub Behtaj

Ph.D. Student, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran

26

Received: 25 Nov. 2020

Accepted: 26 Dec. 2020

Marketing strategies are a set of controllable marketing tools that the company combines to meet the target market. The study is to develop a model of marketing strategies on brand loyalty among consumers of Iranian sports goods with the mediating role of viral advertising. The study is based on purpose, of a fundamental type and the method of doing is combined (qualitative and quantitative) and the type is exploratory and descriptive-survey. The method of data collection was in the form of library-field. The statistical population consisted of two parts and research data was collected through research snowball sampling method and based on in-depth interviews. Fifteen experts in the sports goods industry were interviewed and the most important indicators in the model of marketing strategies on brand loyalty were extracted. Based on the data theory of the foundation and with the classical Glazer and Strauss approach, the data were coded and analyzed. In the second part of the study, a questionnaire was distributed among 384 consumers of sports goods and to determine the relative importance of model variables and analyze the results, exploratory and confirmatory analysis methods were used. The data analysis has been done with SPSS software and SMARTPLS3 at both descriptive and inferential levels.

The results of data analysis showed that marketing strategies with the mediating role of viral advertising affect brand loyalty among consumers of Iranian sports goods. The value of t-statistic related to the paths is greater than 1/96 and it can be said that the relevant path is significant at the 95% confidence level. Thus, marketing strategy on viral advertising with a value of $t = 7/63$, viral advertising on brand loyalty with a value of $t = 8/75$ and marketing strategy on brand loyalty with a value of $t = 50/15$.

Key Words: Marketing Strategy, Brand, Sporting Goods, Loyalty and Viral Advertising.

Analysis of the Dimensions and Indicators of Web Marketing; Iran and Spain Football Clubs

Somayyeh Hosseini

Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Ghasem Rahimi Sarshabaderani

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Rasoul Nazari

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Received: 24 Aug. 2021

Accepted: 29 Aug. 2021

The study is to examine the dimensions and indicators of web marketing. So, the third-rate comparison of Iranian and Spanish football clubs is in the target market. The present research is applied in terms of research purpose and descriptive-survey research in terms of research topic and questions. The data collection tools included an expert questionnaire. After fuzzy Delphi and index screening, MICMAC analysis was used to identify index relationships. This table showed the degree of desirability and optimization of the two direct effects matrices and the potential direct matrix. The desirability of the optimization effects matrix is 100%, which indicates the high validity of the questionnaire and related answers. In the following, it describes the types of direct and indirect relationships and effects, as well as the rank and amount of variables that have been measured by MICMAC software.

Based on the results obtained from the direct effects map, a number of indicators including C11, C10, ... were placed in the independent matrix. This means that these variables have low dependence and high conductivity. C12, C27, etc. were placed in the interface matrix. This means that these factors have high dependence and high conductivity. C28, and ... were placed in the autonomous matrix. C23 and ... were also included in the dependent matrix which showed that these indicators have a strong dependence and poor conductivity. These variables are generally of a high impact and little impact on the system.

Key Words: Web Marketing, Iranian Clubs and Spanish Clubs.

Consequences of Coronavirus Outbreak on Sports Businesses in Golestan Province

Mohamad Ali Nodehi

Ph.D., Assistant professor, Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Mojtaba Ahmadi

Ph.D., Assistant professor, Department of Physical Education, Bandargaz Branch, Islamic Azad University, Bandargaz, Iran

Received: 5 Jun. 2021

Accepted: 25 Jul. 2021

The study is to investigate the consequences of coronavirus outbreak on sports businesses in Golestan province. The present study was descriptive-survey in terms of applied purpose and in terms of data collection method. In the first part (qualitative) for conducting field interviews, the qualitative community of the research includes knowledgeable professors of sports management, managers with active experience in the sports industry who were selected by judgmental sampling (15 interviews with 15 people and continued to theoretical saturation). The quantitative statistical samples included 250 managers of sports shops, Saban sports tourism camps and managers of sports clubs by purposive sampling method.

The results showed that the consequences of the corona outbreak on sports tourism in Golestan province were included the closure of sports tourism camps, unemployment, conversion of sports tourism services to secondary needs and the presence of sports tourism manpower in other sectors and industries. Also, the consequences of the corona outbreak on sports complexes in Golestan province including the closure of sports complexes and unemployment of the current forces, and the consequences of the corona outbreak on sports products and stores in Golestan province including the closure of sports facilities and stores, conversion of goods Sports to secondary needs were the financial problems of sports products and stores. However, the development of insurance protections and the provision of services from government support funds in the event of a corona outbreak seems necessary for sports businesses.

Key Words: Corona, Sports, Economics, Management and Sports Businesses.

A Model of Virtual Business Development for Sports Services

Majid Karimi

Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Nima Majedi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Leila Saffari

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Hossein Kalhor

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Received: 30 Mar. 2021

Accepted: 21 Jun. 2021

The study is to design a model of virtual business development for sports services based on data theory. The research method is qualitative with a systematic analysis approach. The statistical population included two sections of human society (sports managers (clubs, boards, federations, etc.), coaches and athletes active in the field of sports services and professors of sports management and sports marketing) and the information society. A sufficient number of statistical samples were selected based on theoretical saturation, non-probability purposeful and snowball technique (16 people and 26 documents). The validity of the instrument was assessed using qualitative validation methods (content validity, kappa coefficient (0/801)). For data analysis, a systematic approach has been used during the three stages of open, axial and selective coding. Finally, 18 main categories (education, innovation, participation in cyberspace, stakeholder network, content production, public awareness of virtual sports services, virtual business development of sports services, budget, tax system, economy, information, market orientation, After-sales service, innovation and creativity, attitude, culture, commercialization and branding) and 23 concepts were extracted.

The development of virtual sports business in providing sports services is of great importance and has several aspects. Also, using this model, one can expect the development of a virtual sports business in sports services.

Key Words: Virtual Business, Sports and Sports Services.

An Economic Development Model for the Premier Football League of Iran

Mazaher Zolfaghari

Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Zahra Nobakht Ramezani

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Mehdi Naderi Nasab

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

*Received: 1 Jul. 2019
Accepted: 31 Aug. 2019*

Today, football has been transformed into a trade with a lot of changes, from the state of a simple exercise and has raised itself to other industries and professions. The study is to design an economic development model for Iranian Pro League clubs. The method of the research is correlation in terms of type and is applied in terms of purpose. The statistical population consisted of 46 managers and board members of clubs and 237 of football experts and 92 of the university professors 375 who were selected by using simple random sampling method in research. The research instrument was a researcher-made questionnaire which its validity ($n = 16$) was confirmed. Also, the reliability of the questionnaire was calculated using Cronbach's alpha. In order to analyze the data and check the fit of the model, structural equation modeling was used with PLS3 and SPSS24 software.

The results of path analysis showed that the structural improvement, financing and resource resources, the development approaches of Championships and professional sport, talent management system, financial management system and sports operation, market of transportation and strategic management of the club are of a significant effect on variables. But the structure and property of the club, marketing system and stakeholders' management have no significant effect on research variables.

Based on the results, we can strengthen and focus more on factors influencing the economic development and improve the financial status of clubs, especially for non-private football clubs that do not have a direct income source.

Key Words: Monetary, Football Industry, Financial Management and Development of Championship and professional Sport.

Role of the Club in Formation of the Deviant Behaviors among the Iranian Premier League players

Behzad Pour Farahmand

Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Mohammad Khabiri

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Seyyed Nasrollah Sajadi

Ph.D., Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Majid Jalali Farahani

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

21

Received: 9 Aug. 2019

Accepted: 1 Feb. 2020

The study is to identify the role of club in the formation of deviant behaviors among the Iranian Premier League players, which was carried out in 2017-18. The statistical population included all the club managers of the teams present in the Iranian Football League and the heads of football departments in the Premier League in the 16th and 17th Iranian Football Premier League and other Physical Education and Social Science professionals. According to the qualitative research approach, targeted sampling and snowball method were used and 23 individuals were selected as the statistical sample for participation in the interviews. After completing 25 deep interviews, the research was applied to theoretical saturation stage. To determine the role of the club and management in formation the deviant behaviors of Iranian Football players, the Theme analysis approach was used.

The results showed that five categories of "processes", "organization resources", "insights and attitudes", "activities and plans" and "organizational structure" as subordinate and sub-categories of the main factors of organizational factors played a role in the formation of deviant behaviors of the players of the Iranian Football League and also the manager and leadership. As the other main category in the formation of diversion behaviors, there are three sub-categories of "skills", "human resource management" and "quality of tasks".

According to the findings, the club as an organization, manager and coach has been effective in shaping the players deviant behaviors as the leaders and of the organization, and considering the destructive role of deviant behavior in the individual performance of players in the Iranian Football League and, consequently, the drop in the performance of teams is necessary. More careful attention is paid to these two factors, so as to identify these behaviors, they decide on strategies to prevent and deal with them so that the consequences of them can maintain the social status and ethical climate of the team and in The result is the development of professional sports clubs and the regular and qualitative holding of sports leagues to be effective.

Key Words: Deviant Behavior, Football Club, Doping, Cheating and Collusion.

Qualitative Exploration of Effective Factors on Investor Attraction in Sport Tourism Destinations (Case Study: Ardabil Province)

Majid Javid

Ph.D. in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Ghodratolah Bagheri Ragheb

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Farabi Campus, University of Tehran, Tehran, Iran

Ali Moghadamzadeh

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Psychology, University of Tehran, Tehran, Iran

Hassan Asadi

Ph.D., Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Hassan Almasi

Ph.D., Associate Professor, Research Institute of Tourism, Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Ministry, Tehran, Iran

Received: 11 Jan. 2020

Accepted: 7 Jun. 2020

Tourism development in every country requires investment and without investing in infrastructure and superstructure plans cannot be expected to develop tourism. The study is to discover a theoretical structure and deliver a comprehensive pattern about investment of sport tourism destinations in Ardabil province. This study is a practical one. It's worth mentioning that our study was conducted in a new field and no comprehensive investigation has been done which covers overview of investment about sport tourism destinations. Thus, this research was conducted using qualitative approach. The statistical population was consisted of sport management experts, tourism and economy experts, department of cultural heritage and tourism managers, department of Sport and youth managers, provincial government managers, municipality managers, parliament members and tourism agencies managers of Ardabil province. Mixe of some theoretical sampling methods, for example Snowball sampling, Politically important cases sampling, Critical case sampling, Criterion sampling were utilized to select the samples of this study. Qualitative interviews were conducted to gather the information. The data and codes reached theoretical saturation following 21 interviews. The statistics analysis were conducted systematically by using thematic analysis method in Nvivo 12 Plus software.

Finally, 48 codes were identified after analyzing data which were classified in 4 main classes based on their importance. The results provided the politicians and planners of Ardabil province with adequate approaches to expedite the process of developing tourism destinations economically in this Province.

Key Words: Tourism Destinations, Economic Development, Regional Economy, Foreign Direct Investment (FDI) and Investment Incentives.

Effect of Organizational Agility and Psychological Empowerment on Organizational Empowerment of Sports and Youth Departments

Sanaz Soroori

Ph.D. Student, Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran

Ali Fahiminezhad

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran

Received: 11 Aug. 2020

Accepted: 13 Oct. 2020

19

The study is to investigate the empowerment of the Sports and Youth Administration of Khorasan Razavi Province through organizational agility and psychological empowerment with a structural equation approach. The research method was applied in terms of purpose and descriptive survey in terms of data collection method. The statistical population consisted of all employees of sports and youth departments of Khorasan Razavi province. Due to the limited number of statistical population, the statistical sample of the study was selected as a total number (200 people) of which 57 were women and 143 were men. In this study, for factor significance testing of questionnaire questions and understanding of the structure between variables, confirmatory factor analysis and KMO calculation were used to determine the appropriateness of data and confirm the implementation of factor analysis and Smart PLS software was used for data analysis.

The findings showed that organizational agility is of a significant effect on organizational empowerment (factor load =0/38, t-value=7/91) and psychological empowerment has a significant effect on organizational empowerment (factor load =0/52, t-value=10/ 63). Therefore, it can be concluded that due to the significant effect of agility on organizational excellence, senior managers can align organizational agility strategy with standards of organizational excellence and capability and further facilitate this process through greater employee participation.

Key Words: Psychological Empowerment, Organizational Agility, Sports and Youth.

Evaluation of Sustainable Performance of Azadi Sports Complex in Tehran through HSE Approach

Maryam Vafakhah

Ph.D Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sports Science, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran

Mehdi Salimi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Mina Mostahfezian

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Science, Najaf Abad Branch, Islamic Azad University, Najaf Abad, Iran

Reza Shajie

Ph.D., Assistant Professor, Payame Noor University, Iran

Received: 18 Jan. 2021

Accepted: 6 Mar. 2021

Evidence in Iran shows that the management of sports facilities and venues is far from international standards. Meanwhile, the Health, Safety and Environment Management System (HSE) is one of the most complete and effective management systems that can help meet this challenge. So, the study is to evaluate the sustainable performance of Azadi Sports Complex in Tehran with the HSE approach. This research is of descriptive-analytical type and has been conducted in the field-library. The time frame of this research is 1399 and its location is the sports venues of Azadi Sports Complex in Tehran, which is classified into two categories: places under the management of the complex and places under the management of sports federations. In this study, the data envelopment analysis approach was used to evaluate the sustainable performance of the mentioned places. The results showed that the relative efficiency of DMU1 (places under collection management) is equal to 0/44 and the relative efficiency of DMU2 (places under the supervision of sports federations) is equal to 1/0, which indicates the decision unit DMU2's decision making is relatively better than DMU1 decision making unit. Perhaps because the scope of supervision of places under the control of sports federations is more and they receive their budget directly from the company for the development and maintenance of sports venues in the country.

Key Words: Sports Venues, Productivity, Data Envelopment Analysis, Relative Efficiency and Systematic Management.

Meta-analysis of Factors Affecting Corruption Control in Iran's Sports Organizations

Mahboob Zaki

Master Degree in Sport Management, Department of Physical Education, Khoy Branch, Islamic Azad University, Khoy, Iran

Mohammad Nasiri

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education, Khoy Branch, Islamic Azad University, Khoy, Iran

Received: 20 Mar. 2021

Accepted: 22 May 2021

17

The study is to Meta-analyze the factors controlling corruption in sports organizations in the country. The research method was descriptive and meta-analytical. The statistical population included 17 internal studies conducted in the field of corruption control factors in sports organizations in the period from 2006 to 2020. From the statistical population, 8 studies that met the criteria for entering meta-analysis were selected as a statistical sample through the census method. A total of 39 factors were extracted from the sample research and classified into six major categories: economic, organizational, cultural, rules and regulations, individual and other factors, and entered into the meta-analysis process. Hedges g index was used to calculate the effect size. Due to the heterogeneity in the meta-analysis, the results of the random effects model were considered. The average size of the combined effect in the random effects model for the factors affecting corruption in sports was 0/807 which is significant at the level of 0/001 and according to Cohen's classification, the size of the effect is considered large. Dual and Tweed method (0/8) also showed that there is no diffusion bias error.

Finally, the results of meta-analysis for subgroups showed that economic factors, other factors (outsourcing and commitment) and organizational factors are of the greatest impact on corruption in sports organizations, respectively and by increasing annual salaries and benefits commensurate with the inflation of society, hiring qualified and committed employees with clear employment criteria, most of the corruption can be controlled.

Key Words: Corruption, Corruption Control, Sports Organizations and Meta-analysis Study.

A Strategic Adventure Tourism Program in Kurdistan Province Using the SOAR Model

Sedig Mahmoudi

Ph.D. Student in Sport Management, Sanandaj University, Sanandaj, Iran

Mozafar Yektayar

Ph.D., Assistant Professor, Department of Sport Management, Sanandaj University, Sanandaj, Iran

Mehrdad Moharramzade

Ph.D., Professor, Department of Sport Management, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

Received: 12 Jan. 2020

Accepted: 11 Jul. 2020

16

The study is to analyze the adventure sport tourism in Kurdistan province using the SOAR model. The research method was descriptive-analytical and applied in terms of purpose and field. The statistical population was included 11 person faculty members of Kurdistan university in two fields of tourism and sports , 9 managers of sports boards of the province, 7 cultural heritage managers, tourism handicrafts of Kurdistan province and 8 athletes with experience in tourism. Questionnaires and interviews were the instruments of this study.

According to the results of the study, there are 8 strengths- the highest of which are related to the province's natural potentials and climate diversity of four seasons/ 12 opportunities- the highest of which is related to the coaching courses/ 8 most promising and ideal future opportunities- the highest of which is related to the construction of resorts and resorts in the right places/ 7 results- the highest of which is related to environmental protection in adventure tourism tourism in Kurdistan province.

Promoting sport tourism especially adventure sport tourism can be considered as one of the factors of provincial managers by developing tourism and attracting tourism. It is necessary for national and local planners and stakeholders to provide the necessary infrastructure for the development of natural sports tourism in the province of Kurdistan by providing the necessary infrastructure.

Key Words: Sport Tourism, Adventure Tourism and SOAR Model.

An Interpretive Structural Model for Human Resource Retirement in Sports Organizations

Saman Izadmehr

Student in Sports Management, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran

Sara Keshkar

Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Reza Saboonchi

Ph.D., Associate Professor of Sports Management, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran

Received: 7 Jun. 2021

Accepted: 13 Jul. 2021

15

The study is to design a human resource retirement model with an emphasis on the individual characteristics in sports. The research method was a combination of qualitative and quantitative methods that was done in 1400. In the qualitative part, the nominal interview method was used and in the quantitative part, the interpretive structural method was used. The statistical population included experts on sports and human resources. The requirement of expertise in this study was the availability of at least a master's degree and at least 10 years of work experience in the field of sports. The research samples were purposefully selected and the interviews were continued until theoretical saturation. After 14 interviews, the information was saturated, but to be sure, it continued to 18 interviews. At the end of the interviews, the coding was done in a three-step Charms method and the open, axial and selective codes were identified. The reason of choosing the Charms method was the researcher's greater freedom of action to select and identify categories. 381 codes were counted from 18 interviews, which after removing the duplicate codes, 82 unique open codes for the retirement pattern of human resource in sports organizations remained. The open codes were sent to the samples for verification to ensure coding results.

The results of research data analysis showed that 8 main categories including the development of human resource training processes, planning and implementation of human resource planning and recruitment and retirement plan, continuous evaluation of staff, identification of efficient staff and improving internships, improving staff work environment and increasing Quality of work, reform of structure and reduction of surplus human resource based on transparent and logical indicators, meritocracy and succession and knowledge management are the main factors of human resource retirement in sport and a quantitative and qualitative model of optimal human resource retirement in sports was design based on them.

This model can be a good guide for human resource managers of sports organizations in order to improve the conditions of the organization in the face of the phenomenon of retirement of experienced employees and also attract new qualified and capable employees.

Key Words: Human Resource, Retirement, Sports Organizations and Knowledge Management.

A Structural Model for Development of Martial Arts Associations in Iran

Hamid Reza Hesaraki

Ph.D. Student, Department of Sport Management, Eslamshahr Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mahdi Kohandel

Ph.D., Associate professor, Department of Sport Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Abbass Khodayari

Ph.D., Associate professor, Department of Sport Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Seyyed Nemat Khalifeh

Ph.D., Assistant professor, Department of Sport Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Received: 20 Jul. 2019

Accepted: 5 Oct. 2019

14

The study is to develop a model for the development of martial arts associations in Iran. It is qualitatively and quantitatively descriptive in terms of applied purpose, in terms of exploratory (qualitative-quantitative) sequential mixing strategy, in terms of field data collection and time-dependent statistical analysis. The statistical population was included all the martial arts experts and martial arts athletes ($N = 500$). The statistical sample in the qualitative section was 18 martial arts specialists. The sample size was determined by information saturation method that after 14 interviews the information was saturated, but for sure, the interviews continued until the 18th interview. The sampling method in this section was snowball and purposeful. In the quantitative part, according to Morgan's table, the sample size was estimated at 217 people and the sampling was done in a stratified random sampling. The research tool was a researcher-made questionnaire based on the factors affecting the development of martial arts associations in Iran which was obtained from the qualitative section of the research. After confirmation of validity and reliability, it was adjusted in the form of Likert spectrum. In order to analyze the collected data, two sections of descriptive and inferential statistics were used. In the descriptive statistics section, using statistical tables and charts, frequency indices, frequency, mean, standard deviation, minimum and maximum were used. In the inferential statistics, the statistical test of exploratory factor analysis (to determine and form factors influencing the development of the community Fighting Ranking Test, and finally, structural equation analysis using SPSS and AMOS software version 23 were used.

The results indicated that 13 factors affecting the development of martial arts associations in Iran include management, structural factors, economic factors and marketing, manpower, development of sporting venues, talent identification and basic sport, championship development, equipment and technology, legal agents, public development, political development, propaganda, media and education, all of which played a significant role in the development of martial arts associations in the country. Also, the development model for the development of martial arts associations in the country was well suited and could be used by managers of these associations.

Key Words: Sports Development, Martial Arts and Martial Arts Association.

Effective Factors in Designing a Risk Management Model of Sports Venues in Iran

Mohammad Sadegh Faraji

Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Mohammad Safania

Ph.D., Professor in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mohsen Bagherian Farahabadi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Seyyed Salahodin Naghshbandi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*Received: 1 Jul. 2021
Accepted: 12 Sep. 2021*

Risk management is essential in maintaining the safety of sports venues and providing a conducive environment for sports. Given the importance of athletes' activities in a safe environment, the implementation of risk management model in sports venues should be a priority. Therefore, the study is to design a risk management model in sports venues in Iran. This research was conducted with a mixed approach (qualitative and quantitative). In order to identify the factors, the main angles were first identified using library studies and related articles. Then, in-depth semi-structured interviews were conducted with 10 experts and professors in the field of sports and development and equipping sports venues and managers. The factors were classified into 4 categories, 8 concepts and 91 symbols. Then, the factors were prioritized using ANP technique. The correlation between the variables was confirmed and finally the risk management model in sports venues was presented.

The findings showed that the implementation of risk management model of sports facilities in the country is important and necessary and it is suggested that officials and managers to use the proposed model to implement a risk management program to provide a safe environment for athletes.

Key Words: Risk Management, Sports Venues and Safe Sports.

Factors Affecting the Success of Iranian Basketball through Granded Theory Approach

Elham Jeyhoon

Ph.D. Student in Sport Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Mazandaran, Iran

Nasrollah Mohammadi

Ph.D., Assistant Professor, Payame Noor University, Iran

Morteza Dousti

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Saeed Amirnejad

Ph.D., Assistant Professor, University of Art, Tehran, Iran

12

Received: 21 May 2020

Accepted: 20 Jun. 2020

Achieving success and good performance of athletes in sports competitions is one of the topics that has attracted the most attention of sports organizations in different countries. The study is to identify the factors influencing the success of Iranian basketball through the Granded Theory approach. It was applied in terms of practical purpose and was of qualitative research type based on Granded Theory method (Foundation Data Theory). The statistical population consisted of experts who are of scientific, executive or both specializations in the field of sports management. The opinions of 15 experts were collected during a semi-structured interview in a targeted manner to reach theoretical saturation. The reliability of the interviews was also obtained by using the method of studying the agreement within the subject matter of 0/78. To analyze the data, continuous comparison method has been used during three stages of open, central and selective coding.

The results showed that 205 codes were obtained in the open source code phase and 11 axes in axial coding, and finally the model of Iran's basketball success paths was presented with eight factors: talent search, management, economic, political, social and cultural, education, environment and athlete. Therefore, supporting basic teams, defining a specific process for identifying brilliant talents and observing justice in the distribution of facilities, forming a think tank to support sports champions and a central program for generating income are suggested.

Key Words: Talent Identification, Basketball, Management, economic and political.

The Reasons Effective on Strategic Management of Football Federation of Islamic Republic of Iran

Eslam Karimi

Ph.D. in Human Resources Management, Tarbiat Modares University and Ph.D. Student in Sport Management, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Farideh Sharififar

Ph.D., Associate Professor, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Reza Nikbakhsh

Ph.D., Associate Professor, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*Received: 27 Jan. 2021
Accepted: 15 Mar. 2021*

The research is to compile the reasons effective on strategic management of Football Federation of Islamic Republic of Iran. From this perspective, the data was collected through qualitative research approach and from type of Delhi study, with forming of 13-person panel of Delphi from experts and pundits of scope of football sport and in two university & executive levels that with using method of targeted samples or judgment through semi structured interview or semi standard (in the 1st round of Delphi) and the closed questionnaire (in 2nd – 4th rounds of Delphi). The data using of analyzing of contents and from type of themes in 1st round of Delphi and Kendall (W) coordination coefficient for achievement to final consensus of the experts proportional to order of importance of the reasons on strategic management of the Football Federation of Islamic Republic of Iran were used for analysis in the next rounds. In order to the validation of the qualitative findings, the validity assessment method to communicative method and auditing method and for reliability testing of tools from The reproducibility method and transferability or generalizability were used. The research's findings in four Delphi rounds indicated that the reasons effective on management of strategic of Football Federation of Islamic Republic of Iran including structural (Macro) with 10 variable and with priority of fruition of optimal economic structure in Football, Organizational (middle) with 9 variables of monetization through marketing and attracting of sponsors and acting (micro) with 1 variable (independence and action freedom of soccer coach and Football experts).

Key Words: Strategic Management, Football Federation, Structural Reasons, Organizational Reasons and Acting Reasons.

A Code of Ethics for Refereeing Sport in Iran through Phenomenological Approach

Ahdiieh Sadeghi Kalani

Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sports Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

Shirin Zardoshtian

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran

Shahab Bahrami

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education and Sports Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

Masoud Sadeghi

Ph.D., Assistant Professor in Philosophy, Kermanshah University of Medical Sciences, Kermanshah, Iran

Received: 1 Dec. 2019

Accepted: 28 Dec. 2019

The study is to develop a code of ethics for refereeing sport in Iran through phenomenological approach. It is a qualitative phenomenological research. For this purpose, 15 experts were selected and interviewed by snowball sampling experts and interviewed. The analysis and coding were performed using Max QDA Pro software. Eight themes and 61 sub-themes were extracted in this research that law, respect, behavior, communication, corruption, justice, socio-cultural and family were among the extracted themes in this study.

Therefore, in general, and as a recommendation to sport managers and officials of sport and sport refereeing, it is recommended that the principles of the study be aimed at improving and enhancing the ethical factors that the refereeing this will be possible through education.

Key Words: Ethics, Corruption, Respect, Legislation and Sport.

of Effectiveness the Developing of Components The Organizations Sports in Managers

Ali Yahyanejad

Ph.D. Student in Sport Management, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Taher Bahlake

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and sport sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Zeynolabedin Fallah

Ph.D., Associate Professor, Department of Physical Education and sport sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Mohammad Ali Noudehi

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and sport sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Received: 3 Aug. 2020

Accepted: 13 Oct. 2020

The study is to identify and prioritize the components of developing the effectiveness of managers in sports organizations. This research method was mixed (in qualitative section, classic modified Delphi method and in quantitative section, descriptive-analytical). The populations in the qualitative section consisted of top level directors of the sports organizations that sampling was targeted and accessible (n=30). The statistical population in the quantitative section includes the directors of the Ministry of Sports and Youth and the National Olympic Committee, the provincial general managers of youth and sports, the directors of sport federations (chief, vice president and secretary), the heads of provincial sports councils, and the directors of cities sports and youth departments (N=2079) and the sample size of the study was (n=314) that selected with Quota Sampling. The data collection tools were interview in qualitative section and a researcher-made questionnaire in quantitative section. The validity of questionnaire was confirmed by 8 sports management professors. The reliability confirmed through Cronbach's alpha that obtained 0/83. The data analysis was done through using descriptive statistics and inferential statistics with Spss20 and CFA was performed with using LISREL 8/5.

According to results, six efficiency indicators of sports managers based on priorities are as follow: individual skills development (0/927), environmental support development (0/864), organizational behavior development (0/861), scientific development (0/725) and development of personality traits (0/682). According to the findings, reinforcing the skills identified in the managers of sports organizations can increase their effectiveness.

Key Words: Effectiveness, Sport Management, Individual Characteristics, Extrapersonal Factors and Modified Classic Delphi.

Barriers to Development of Sport Diplomacy in Foreign Policy of the Islamic Republic of Iran

Amin Reza Bakhshi Chenari

Ph.D. in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Mahmoud Goodarzi

Ph.D., Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Seyyed Nasrollah Sajadi

Ph.D., Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Majid Jalali Farahani

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

8

Received: 12 Sep. 2019

Accepted: 25 Dec. 2019

The study is to identify and prioritize barriers to the development of sport diplomacy in foreign policy of the Islamic Republic of Iran. The entire research process included two steps. The first stage of research includes: qualitative research (using an interview with university professors and elites, reading articles, books and documents). The second stage of the study included: quantitative research of descriptive-analytical type (using Delphi and AHP method). The statistical population in the qualitative section was all managers and experts in the field of sports diplomacy. In qualitative methods, the number of samples is not predetermined. As a result, the interview was continued until the theoretical saturation research topic was reached. So at this stage, both targeted and snowball sampling methods were used. In the quantitative section and in the Delphi, the statistical population includes 20 academic elite professors who specialize in sport management, political science, and strategic management. In the AHP section, the statistical population consisted of experts and interviewers in the Delphi who were with the subject using the non-probability sampling method.

The results showed that the indifference and neglect of the Ministry of Sports and Youth and the State Department on international sports issues, the ideological barriers and the conflicts of some of the values of the I.R.I with the rules and norms governing the world of sport, political decisions inconsistent with international sports issues at the Ministry of Sports and Youth, Federations and the Ministry of Foreign Affairs, lack of policy and programs lacking in sports diplomacy approach, are the most important obstacles to the development of sport diplomacy in the foreign policy of the Islamic Republic of Iran.

Key Words: Sport Diplomacy, Foreign Policy and Barriers of Development.

Contextual and Intervening Factors in the Development of Entrepreneurship in the Educational System of Physical Education and Sports Sciences of Iran

Mehdi Mahmoudi Yekta

Ph.D., Assistant professor, Department of Sports Science, Eyvanekey University, Semnan, Iran

Gholam Reza Shabani Bahar

Ph.D., Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Habib Honari

Ph. D., Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Javad Shahlaei

Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehr, Iran

Farzad Ghafouri

Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Received: 21 Jul. 2020

Accepted: 11 Aug. 2020

The study is to investigate the contextual and intervening factors in the development of entrepreneurship in the educational system of physical education and sports sciences in Iran. The research method was qualitative and grand theory. The data was collected through in-depth and semi-structured interviews. The statistical population includes all experts in the three fields of science, administration and sports, including experts and experts in the field of entrepreneurship (top sports entrepreneurs and professors in this field), elite faculty members and experts in the faculties of physical education and sports sciences (Ministry of Sports and Youth, Federations and the National Olympic Committee). The Findings related to background factors represent 4 sub-categories: Infrastructure, related organizations, entrepreneurial culture and higher education policy-making and planning for ignition were categorized into two general concepts: organizational and structural factors, and entrepreneurial culture and thinking. Also, the findings of the intervening factors in 2 general concepts of macro-legal, political and economic factors and focusing on the development of entrepreneurship and skills training strategies of students, which include 5 sub-categories: Production of law, support facilities, political and economic factors, development of entrepreneurial knowledge and structural engineering were classified. In general, recognizing these factors can help universities, professors, and the physical education system to develop entrepreneurship.

Key Words: Entrepreneurship, Interventional Factors, Contextual Factors and Educational System

Evaluation of Sustainable Performance of Azadi Sports Complex in Tehran through HSE Approach

Maryam Vafakhah /Mehdi Salimi/ Mina Mostahfezian/ Reza Shajie **18**

Effect of Organizational Agility and Psychological Empowerment on Organizational Empowerment of Sports and Youth Departments

Sanaz Soroori/ Ali Fahiminezhad **19**

Qualitative Exploration of Effective Factors on Investor Attraction in Sport Tourism Destinations (Case Study: Ardabil Province)

Majid Javid/ Ghodratoallah Bagheri Ragheb/ Ali Moghadamzadeh/ Hassan Asadi / Hassan Almasi **20**

Role of the Club in Formation of the Deviant Behaviors among the Iranian Premier League players

Behzad Pour Farahmand /Mohammad Khabiri/ Seyyed Nasrollah Sajadi/ Majid Jalali Farahani **21**

An Economic Development Model for the Premier Football League of Iran

Mazaher Zolfaghari / Zahra Nobakht Ramezani/ Mehdi Naderi Nasab **22**

A Model of Virtual Business Development for Sports Services

Majid Karimi/ Nima Majedi/ Leila Saffari/ Hossein Kalhor **23**

Consequences of Coronavirus Outbreak on Sports Businesses in Golestan Province

Mohamad Ali Nodehi/ Mojtaba Ahmadi **24**

Analysis of the Dimensions and Indicators of Web Marketing; Iran and Spain Football Clubs

Somayyeh Hosseini/ Ghasem Rahimi Sarshabaderani/ Rasoul Nazari **25**

A Model of Marketing Strategies on Brand Loyalty among Consumers of Iranian Sports Goods with the Mediating Role of Viral Advertising

Yaghub Badri Azarin / Fatemeh Abdavi/ Mahrokh Dehghani/ Ayoub Behtaj **26**

Factors Affecting the Establishment of a Customer Relationship Management System in Iranian Bodybuilding Clubs

Ali Reza Pashaei Khameneh/ Farshad Emami/ Seyyed Emad Hosseini / Akram Khajehpour **27**

Youth and Class; In the Matter of Defining and Attribution

Seyyed Mohsen Banijamali/ Soheyla Sadeghi Fasaee **28**

Genders and Aspirations: Types and Priorities

Seyyed Ali Reza Afshani/ Monireh Sadat Hosseini Nasab **29**

Individualistic Factors Affecting the Tendency to Risky Behaviors among the Youth of Kashan

Mohamad Solimannejad / Mohsen Niazi /Tahereh Solimannejad **30**

Lived Emotions of Youth in the Covid-19 Pandemic: A Phenomenological Study in Sistan and Baluchestan

Elham Shirdel/ Maryam Mohammadi / Fatemeh Hami Kargar **31**

CONTENTS

Contextual and Intervening Factors in the Development of Entrepreneurship in the Educational System of Physical Education and Sports Sciences of Iran

Mehdi Mahmoudi Yekta/ Gholam Reza Shabani Bahar/ Habib Honari/
Javad Shahlaei/ Farzad Ghafouri **7**

Barriers to Development of Sport Diplomacy in Foreign Policy of the Islamic Republic of Iran

Amin Reza Bakhshi Chenari/ Mahmoud Goodarzi / Seyyed Nasrollah Sajadi/
Majid Jalali Farahani **8**

The Components of Developing the Effectiveness of Managers in Sports Organizations in Ilam

Ali Yahyanejad/ Taher Bahlake / Zeynolabedin Fallah / Mohammad Ali
Noudehi **9**

A Code of Ethics for Refereeing Sport in Iran through Phenomenological Approach

Ahdieh Sadeghi Kalani/ Shirin Zardoshtian/ Shahab Bahrami/
Masoud Sadeghi **10**

The Reasons Effective on Strategic Management of Football Federation of Islamic Republic of Iran

Eslam Karimi/ Farideh Sharififar/ Reza Nikbakhsh **11**

Factors Affecting the Success of Iranian Basketball through Granded Theory Approach

Elham Jeyhoon/ Nasrollah Mohammadi/ Morteza Dousti/ Saeed Amirnejad
12

Effective Factors in Designing a Risk Management Model of Sports Venues in Iran

Mohammad Sadegh Faraji/ Ali Mohammad Safania / Mohsen Bagherian
Farahabadi/ Seyyed Salahodin Naghshbandi **13**

A Structural Model for Development of Martial Arts Associations in Iran

Hamid Reza Hesaraki /Mahdi Kohandel/ Abbass Khodayari/ Seyyed Nemat
Khalifeh **14**

An Interpretive Structural Model for Human Resource Retirement in Sports Organizations

Saman Izadmehr / Sara Keshkar/ Reza Saboonchi **15**

A Strategic Adventure Tourism Program in Kurdistan Province Using the SOAR Model

Sediq Mahmoudi / Mozafar Yektayar/ Mehrdad Moharramzade **16**

Meta-analysis of Factors Affecting Corruption Control in Iran's Sports Organizations

Mahboob Zaki/ Mohammad Nasiri **17**

Editorial Board

Seyyed Abdol Hamid Ahmadi

Associate Professor in Physical Education (Sport Physiology)
Academic Center for Education, Culture and
Research (ACECR)

Mohammad Javadipour

Associate Professor in Educational Planning Curriculum
Development & Instruction Methods Department Faculty of
Psychology and Educational Sciences University of Tehran

Seyyed Nasrollah Sajjadi

Full Professor in Physical Education (Management and
Planning) Sport Management Department Faculty of Physical
Education and Sport Sciences University of Tehran

Gholam Reza Shabani Bahar

Full Professor in Physical Education (Management and
Planning) Management and Planning in Physical Education
Department Physical Education and Sport Sciences Department
Allameh Tabatabai University

Rasoul Sadeghi

Associate Professor in Sociology Demography Department
Faculty of Social Sciences University of Tehran

Farzad Ghafouri

Associate Professor in Physical Education (Management and
Planning) Management and Planning in Physical Education
Department Faculty of Physical Education and Sport Sciences
Allameh Tabatabai University

Kourosh Fathi Vajargah

Full Professor in Educational Planning Higher Education
Department Faculty of Education and Psychology Shahid
Beheshti University

Reza Gharakhanlou

Full Professor in Physical Education (Sport Physiology)
Physical Education Department Faculty of Humanities Tarbiat
Modares University

Shahla Kazemipour

Associate Professor in Sociology Demography Department
Faculty of Social Sciences University of Tehran

Abbass Ali Gaeini

Full Professor in Physical Education (Sport Physiology) Sport
Physiology Department Faculty of Physical Education and
Sport Sciences University of Tehran

QUARTERLY OF STRATEGIC STUDIES ON YOUTH AND SPORTS

● **No.58.** ● **Winter 2023** ●

● **E-ISSN: 2821-1286** ●

● **P-ISSN: 2821-1278** ●

● **Concessionaire:** Ministry Of Sports and Youth ●

● **Director:** Reza Nikbakhsh ●

● **Editor-in-Chief:** Seyyed Nasrollah Sadjadi ●

● **Office Manager:** Zahra Kamalian ●

● **Typist:** Mahdie Mansori ●

MINISTRY OF SPORTS AND YOUTH
STRATEGIC STUDIES AND RESEARCHES CENTER

● **Add:** No.4. Sayeh St. Afriqa Blvd. Tehran, Iran ●

● **Tel:** +98(21)22662369 ●

● **Fax:** +98(21)22662260 ●

● **<http://faslname.msy.gov.ir>** ●

*In the name of
Allah, the
Beneficent, the
Merciful.,*