
بسم الله الرحمن الرحيم

فصلنامه علمی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

•شماره: ۶۷ • بهار ۱۴۰۴ •

•شاپای الکترونیکی: **۱۲۸۶-۲۸۲۱•**

•شاپای چاپی: **۱۲۷۸-۲۸۲۱•**

•صاحب امتیاز: **وزارت ورزش و جوانان•**

•مدیر مسئول: **امیرحسین واعظی•**

•سردبیر: **رسول نوروزی سیدحسینی•**

•مدیر داخلی و ویراستار: **زهرا کمالیان•**

•صفحه آرا: **سعید گیوری•**

مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی

بزرگراه نلسون ماندلا، خیابان شهید سلطانی، پلاک ۴، ساختمان شماره ۲ وزارت ورزش و جوانان

تلفن: ۲۲۶۶۲۳۶۹، دورنگار: ۲۲۶۶۲۲۶۰

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

سامانه ارسال مقاله: **http://faslname.msy.gov.ir**

اقتباس و درج مطالب با ذکر مآخذ آزاد است.

فصلنامه مطالعات راهبردی وزارت ورزش و جوانان دارای اعتبار علمی – پژوهشی **۳/۱۸/۸۰۳۳/** مورخ **۱۳۹۳/۱/۲۵** از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است و در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) **نمایه می‌شود.**

هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا)

سید عبدالحمید احمدی

دانشیار تربیت‌بدنی (فیزیولوژی ورزشی) جهاد دانشگاهی

محمد جوادی‌پور

دانشیار برنامه‌ریزی درسی گروه روش‌ها و برنامه‌های آموزشی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران

غلامرضا شعبانی بهار

استاد تربیت‌بدنی (مدیریت و برنامه‌ریزی) گروه مدیریت و برنامه‌ریزی در تربیت‌بدنی دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی

رسول صادقی

دانشیار جامعه‌شناسی گروه جمعیت‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

فرزاد غفوری

دانشیار تربیت‌بدنی (مدیریت و برنامه‌ریزی) گروه مدیریت و برنامه‌ریزی در تربیت‌بدنی دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی

کوروش فتحی واجارگاه

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

رضا قراخانلو

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

شهلا کاظمی‌پور

دانشیار جامعه‌شناسی گروه جمعیت‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

عباسعلی گائینی

استاد تربیت‌بدنی(فیزیولوژی ورزشی) گروه فیزیولوژی ورزشی دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران

رسول نوروزی سید حسینی

دانشیار مدیریت ورزشی گروه تربیت‌بدنی دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس

مشاوران علمی و همکاران این شماره:

حسن کلاشلو، مهدی شکرانی، رسول صادقی، علی باصری، جابرمولائی، جمال عبداله‌پرر، علی زارعی، فرزاد نوبخت، رضا نیک‌بخش، مظفر یکتایار، مجید سلیمانی، سیداحسان امیرحسینی، علی همتی عفیف، اکبر آفرینش خاکی، شهرام علم، رضا صابونچی، جواد محمدخانی، مهدی نادری‌نسب، حسین پورسلطانی زرندی، احمد محمودی، مصطفی افشاری، مجید خوروش، آرام مرادی، سیاوش خداپرست سرشکه، جواد یوسفیان، ایمان صفائی، مجید کیانی، محمد سررشته‌داری، محسن بنی‌جمالی، داود نوری، شهلا کاظمی‌پور ثابت، ناهید طالبی، فریده شریفی‌فر، مریم کریمی، الهام فسنقری، آزاده ناصریان و فاطمه فاضلی دینان.

اهداف فصلنامه:

۱. ارتقای دانش علمی و بررسی نقادانه سیاست‌ها و برنامه‌های موجود
۲. کمک به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه ورزش و جوانان
۳. بررسی مسائل و چالش‌های فراروی جوانان و ورزش کشور با ارائه راهکارهای نوین و مفید در این زمینه‌ها
۴. انعکاس جدیدترین یافته‌های جوان‌پژوهی و ورزشی در داخل و خارج کشور

شرایط چاپ مقالات:

۱. مقالات ارسالی نباید برای هیچ نشریه داخلی یا خارجی ارسال یا در آنها 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. فصلنامه 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. مقاله‌های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت اند از گزارش‌های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته‌ها، بحث و تفسیر، نتیجه‌گیری و منابع باشند.

۲. حجم مقاله‌ها باید بین ۱۵ تا ۲۰ صفحهA4 (هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word 2007به پایین با فونت Blotus 12 تایپ شده باشد.

۳. ساختار مقاله‌ها باید شامل اجزای زیر باشد:

- صفحه عنوان: ضروری است که عنوان کامل مقاله در کوتاه‌ترین 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 چکیده‌ای سازمان‌یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسی و انگلیسی در بر گیرنده بخش‌های هدف، روش، یافته‌ها و نتیجه‌گیری به صورت فشرده و منعکس‌کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه‌ای که مقاله بر مبنای آن نمایه‌سازی شود) ارائه گردد.
- مقدمه: شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه ای از تعاریف، اصول، تئوری‌ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی، چارچوب نظری، فرضیه‌ها یا پرس ها، نتایج، بحث و منابع به صورت کامل ارائه گردد.
- روش: شامل تبیین روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و ابزارهای پژوهش است.

- یافته‌ها: یافته‌های حاصل از روش‌های آماری می‌تواند به صورت متن، جدول (شماره و عنوان در بالای آن) و نمودار(شماره و عنوان در زیر آن) ارائه شود - تعداد جدول‌ها و نمودارها نباید بیشتر از ۶ عدد باشد.
- بحث و نتیجه‌گیری: ضمن مقایسه یافته های حاصل از این تحقیق با تحقیقات قبلی از منظر شباهت‌ها و تفاوت‌ها، به درستی یا نادرستی فرضیه‌ها و هدف تحقیق اشاره گردد.
- منابع: تمامی مقاله‌ها 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 انتشارمنبع: شماره صفحه یا صفحات) -چنانچه از نویسنده‌ای 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 واژه‌های تخصصی، اسامی افراد یا مکان‌ها، کوته نوشت‌ها و سر واژه-ها، در پاورقی هر صفحه با شماره‌گذاری مستقل بیان 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 مقاله**. نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). محل انتشار: ناشر

ب . مقاله: :نام خانوادگی مولف، 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**». 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

تجربه زیسته فرصتها و چالشهای ازدواج دانشجویی (مطالعه دانشجویان دانشگاههای بیرجند).....۱۳

زهرا قوامی راد، مهدی نوروزی، خیرالنساء رمضان زاده، زهرا ماسنانی

بررسی گرایش جوانان استان همدان به ازدواج با تاکید بر متغیرهای نگرش (معرفتی و بلوغ فکری)، ارزشها، عوامل روانی (هیجانی) و سبک زندگی ۳۳

حسن قره باغی، سیدمرتضی هنرمند، محمد آتله خانی، کیومرث قیصری گودرزی

مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی (مورد مطالعه: جوانان ورزشکار شهر شیراز).....۵۱

سیدصمد بهشتی، حمید صداقت، حمیده دهقانی

بررسی میزان تمایل به فرزندآوری و عوامل مرتبط با آن از نگاه جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری.....۶۹

ذبیح اله کاوه فارسانی، پوران رئیسی

بررسی ادراکات دختران جوان از طلاق (نمونه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان).....۹۵

محمودمحمدی

ارائه مدل توسعه کاربست دستاوردهای علمی-پژوهشی با تاکید بر حوزه ورزش و جوانان.....۱۱۷

مهری صفرنژاد، ابوالفضل فراهانی، علی محمد صفانیا، حمید قاسمی

تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی کشورها به عنوان الگویی برای سیاستگذاری ورزش ایران.....۱۴۵

محمدجواد ضیا اسطلخ زیر، رحیم رمضانی نژاد، شهرام شفیعی، مهدی هدایتی شهیدانی

ارائه الگوی سازمان نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان..... ۱۷۵

کمال بیدخ، مژگان خدامرادپور، مظفریکتایار

مدل انسجام بین سازمانی در اجرای خط مشیهای کمیته ملی المپیک ۱۹۵

محسن زارعی، ولی نوذری، سیداحسان امیرحسینی

بررسی عوامل موثر بر اتحادهای راهبردی در توسعه ورزش همگانی بر اساس نظریه داده بنیاد..... ۲۱۹

بهنام عاشقی، مهرعلی همتی نژاد، رحیم رمضانی نژاد، اسماعیل ملک اخلاق

طراحی الگوی دوسوتوانی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران..... ۲۳۹

سجاد طیبی، جمشید همتی مرادآبادی، ولی نوذری

آینده پژوهی پیشران های کلیدی موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ .....۲۵۵

محمدسامان یاوری راد، کوروش ویسی، سمیرا علی آبادی

ارائه الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران ۲۷۹
کوروش شجاع سنگانی، محمد حامی، وحید شجاعی
تحلیلی بر روابط تعاملی راهبردهای فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران در جهت کسب مدال در بازیهای آسیایی۲۰۲۶ در بخش زنان و مردان ۳۰۵
سینا بیات، فریبا محمدیان، زهرا نوبخت رمضانی
طراحی مدل پیامدهای توسعه بازیها و ورزشهای سنتی..... ۳۲۱
پیمان کاکاویسی، شهاب بهرامی، حسین عیدی
شناسایی شاخصهای توسعه برند بازیهای نوروز در ایران (مورد مطالعه: بانوان)..... ۳۳۷
مهری حیدری، میثم رحیمی زاده، عباس نظریان مادوانی
تدوین مدل توسعه شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی..... ۳۶۵
فاطمه کیقبادی، زین العابدین فلاح، طاهر بهلکه، اسرا عسکری
طراحی مدل رفتارهای کناره گیری کارکنان در سازمانهای ورزشی ۳۸۵
ابراهیم صفری نوده، طاهر بهلکه، زین العابدین فلاح، محمدعلی نودهی
شناسایی عوامل مؤثر بر همسویی راهبردی در ادارات ورزش و جوانان ۴۰۳
سیدجلال عسکری، عباس خدایاری، سیدنعمت خلیفه
ارائه مدل توانمندسازی منابع انسانی مبتنی بر آموزش مجازی در دوره پساکرونا برای سازمانهای ورزشی ایران..... ۴۲۵
الیکا ثقفی، محمدپورکیانی، مهرزاد حمیدی
بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی باشگاههای ورزشی در ایران با روش دیمتل..... ۴۴۷
طیبه سادات زرگر، استیون رین
تاثیر رهبری مربیگرا بر رفتار کاری نوآورانه با نقش میانجی انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد در کارکنان وزارت ورزش و جوانان..... ۴۶۵
شهرام نظری، سیروس همتی، جواد محمدی
طراحی مدل محدودیت ها - مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی ۴۸۱
الهام اسدزاده سوره، فرزام فرزان، مهرداد محرم زاده
شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر در طراحی مدل تحول دیجیتال در فعالیتهای ورزشی تفریحی درجامعه ۴۹۷
عارف خواجه ای بافقی، علیمحمد صفانیا، محسن باقریان فرح آبادی، سیدصلاح الدین نقشبندی

آینده نگاری پیشرانهای اقتصادی صنعت ورزش ایران ۵۱۷
علیرضا ناصحی، فرشاد امامی، سجاد غلامی ترکسلویه
شناسایی حوزه های تامین منابع مالی در سازمانهای ورزشی..... ۵۳۷
محسن اسمعیلی، مهدی رسولی، مهرداد شیروانی، مصطفی افشاری
تبیین مدل جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش: یک مطالعه کیفی با رویکرد داده بنیاد ساختارگرا. ۵۶۵
وجیهه جوانی، ناصر دخت باقر، فرشته آقاجانی، فرزین پورقاسم
الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئتهای ورزشی با بهکارگیری مدلهای زبانی هوش مصنوعی ۶۰۱
مهران حق پرست، محمد سلطان حسینی، داوود نصراصفهانی
ارائه مدل بهبود آمادگی، اکتشاف و بهرهبرداری فناوری با استفاده از ظرفیتهای تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک درکسب وکارهای ورزشی دانش بنیان..... ۶۲۹
احمد کریمی پور، مهدی کهندل، حسین عبدالملکی، سیدنعمت خلیفه
تحلیل روابط شاخصهای فروش و ترویج بازاریابی تحت وب: باشگاههای فوتبال ایران و اسپانیا..... ۶۴۷
سمیه حسینی، قاسم رحیمی سرشبادرانی، رسول نظری

تجربه زیسته فرصت‌ها و چالش‌های ازدواج دانشجویی
(مطالعه دانشجویان دانشگاه‌های بیرجند)

زهرا قوامی راد[1]
مهدی نوروزی[2]
خیرالنساء رمضان‌زاده[3]
زهرا ماسنانی[4]

10.22034/ssys.2024.2975.3179

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۰۲
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۱/۲۹

دانشجویان، نیروی سازنده جامعه هستند و سازندگی، پیشرفت و تعالی جامعه بستگی به تلاش و همت این قشر از جامعه دارد. لذا باید کوشش کرد تا دغدغه‌های ذهنی و مشکلات آن‌ها برطرف گردد. ازجمله دغدغه‌های دانشجویان، یافتن شریک زندگی است که در سال‌های اخیر، نهاد رهبری در دانشگاه‌ها زمینه ازدواج دانشجویی را فراهم کرده است، این پژوهش سعی کرده فرصت‌ها و چالش‌های این‌گونه ازدواج‌ها را بررسی نماید. پژوهش حاضر یک مطالعه کیفی از نوع پدیدارشناسی است که ۳۱ دانشجو، به روش نمونه‌گیری هدفمند از دانشگاه‌های بیرجند انتخاب شدند. برای تحلیل یافته‌ها از روش توصیفی کلایزی استفاده شد.

یافته‌ها شامل ۴ درون‌مایه اصلی، توصیف تجربه‌ها، عوامل زمینه‌ساز، چالش‌ها و عوامل تسهیل‌کننده در ازدواج دانشجویی بود. هر کدام از این درون‌مایه‌های اصلی به چندین درون‌مایه فرعی نیز تقسیم شدند. یافته‌ها نشان داد ازدواج دانشجویی با وجود شیرینی‌ها و تجربیات مفیدی که دارد، با چالش‌هایی ازجمله مخالفت و سخت‌گیری خانواده‌ها، مهیانبودن شرایط، عدم‌حمایت دانشگاه، مشکلات مالی و شغلی، اختلاف فرهنگی و... نیز همراه است که جهت ترویج ازدواج آسان و ازدواج دانشجویی و موفقیت این ازدواج‌ها، نیاز به فراهم کردن تسهیل‌کننده‌ها و رفع چالش‌ها ازجمله وام دانشجویی برای دانشجویان متأهل، حمایت خانواده‌ها و مهیاکردن شرایط می‌باشد.

واژگان کلیدی: فرصت، چالش، ازدواج دانشجویی و پدیدارشناسی.

[1] مسئول واحد خواهران نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران

[2] استادیار، دانشکده شیعه‌شناسی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: M.norouzi@urd.ac.ir

[3] استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران

[4] کارمند، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران

مقدمه

زندگی خانوادگی، اصیل‌ترین، کامل‌ترین و بنیادی‌ترین نهاد زندگی اجتماعی است. نظام خانواده مانند هر واحد اجتماعی دیگر، کوچک‌ترین واحد و پدیده اجتماعی محسوب می‌شود (طهماسبی مقدم، ۱۳۹۷: ۱۱). درعین‌حال، منابع دینی ما نیز سرشار از آموزه‌هایی است که هر یک به‌نوعی بیانگر اهمیت و جایگاه ازدواج و خانواده است. ازدواج و تشکیل خانواده، طبیعی‌ترین راه حفظ دین و ایمان و حراست از حریم عفت و پاک‌دامنی نسل جوان تلقی می‌شود و از محبوب‌ترین بناهای تکامل و سعادت بشر نزد خداوند و مهم‌ترین سنت نبوی محسوب می‌گردد (حسن‌زاده، ۱۳۹۴). ازدواج در فرهنگ اسلامی موجب تکمیل دین و تکامل اخلاق، تأمین سلامت جامعه و دوام و بقای نسل و زمینه‌ساز پرورش جنبه‌های اجتماعی و پذیرش مسئولیت فردی، عبادی و اجتماعی مسلمانان است (پناهی، ۱۳۸۵). با عنایت به لزوم ارتقای شاخص‌های مهم جمعیتی، مقام معظم رهبری با دیدگاهی کلان، جامع و آینده‌نگر اصول چهارده‌گانه‌ای را جهت هدایت سیاست‌های کلی جمعیت تعیین کردند و نقش گسترده‌ای برای تمام نهادها و سازمان‌های متولی و اثرگذار برشمردند. مطابق بند ۲ «سیاست‌های کلی جمعیت»، رفع موانع ازدواج، تسهیل و ترویج تشکیل خانواده و افزایش فرزند، کاهش سن ازدواج و حمایت از زوج‌های جوان و توانمندسازی آنان در تأمین هزینه‌های زندگی و تربیت نسل کارآمد یکی از وظایف مهم دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی کشور است (تاج‌بخش و نصیری، ۱۴۰۰). دانشجویان، نیروی سازنده جامعه‌اند و سازندگی، پیشرفت و تعالی جامعه بستگی به تلاش و همت این قشر از جامعه دارد. لذا باید کوشش کرد تا دغدغه‌های ذهنی و مشکلات آن‌ها برطرف گردد و توجه به نیازهای اساسی آن‌ها از مهم‌ترین اموری است که متولیان فرهنگی باید به آن بپردازند (قوتی سفیدسنگی، شهابی و حسن‌زاده چوکانلو، ۱۳۹۵). ازجمله نیازهای اساسی آن‌ها، یافتن شریک مناسب برای زندگی است. لذا در سال‌های اخیر نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری ازجمله اولویت‌های مهم در این زمینه را پرداختن به امر ازدواج که اولین گام در مسیر تشکیل خانواده است، دانسته و بر آن شده که با تشکیل «ستاد ازدواج دانشجویی» در ترویج ازدواج‌های آسان، آگاهانه بهنگام و پایدار و شکل‌گیری و تحکیم بنیاد خانواده در میان دانشجویان نقش مؤثری را ایفا نماید و برنامه‌های متعددی را در تحقق این امر مهم طراحی و اجرا نموده است. پژوهش‌های انجام شده در حوزه ازدواج‌های دانشجویی نشان می‌دهد میزان ثبات و پایداری زندگی مشترک در این ازدواج‌ها بالاتر از سطح جامعه است؛ چنان که بررسی وضعیت پایداری

ازدواج‌های دانشجویی از سال ۱۳۸۶تا ۱۳۹۶ نشانگر آن است که میزان پایداری این ازدواج‌ها چند برابر بیش از سایر ازدواج‌ها بوده و دچار آسیب‌های کمتری شده‌اند. بدون تردید، ارائه آموزش‌های قبل و پس از ازدواج که با هدف ارتقای سطح آگاهی دانشجویان در حوزه ازدواج و خانواده صورت می‌گیرد، یکی از عوامل مؤثر در کسب این نتایج محسوب می‌شود. بر اساس آمار ثبت احوال، بیش از ۹۴ درصد ازدواج‌های دانشجویی بین سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۶ پایدار مانده و تنها۶ درصد از این ازدواج‌ها منجر به طلاق شده است که ازنظر آماری اصلاً خوب نیست و این رقم باید به حداقل ممکن برسد، چراکه ازدواج‌های دانشجویی، آگاهانه است و پایداری این ازدواج‌ها در پناه این آگاهانه بودن است (شریعتی، اسماعیلی و حجازی، ۱۴۰۱) آمار نهاد رهبری در دانشگاه‌ها نیز نشان می‌دهد در بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۷ تنها حدود ۶ درصد از این ازدواج‌ها به طلاق منجر شده است که این عدد در ازدواج‌های کل کشور ۲۲ درصد است. با این که درصد موفقیت ازدواج‌های دانشجویی چند برابر میانگین ازدواج‌های کشور است، ولی همچنان شاهد آن هستیم که نسبت به‌کل ازدواج‌های ثبت‌شده، درصد پایینی دارند (کیهان، ۱۳۹۸). لذا برای کاهش و رفع همین آمار و ترغیب به ازدواج دانشجویی لازم است برنامه‌ریزی‌های فرهنگی دقیقی صورت گیرد. پژوهش خلجی‌نیا، عباسی و خاکی (۱۳۹۷) نشان داد ازدواج همه جنبه‌های زندگی دانشجویان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و زندگی آنان را متحول می‌کند. ازدواج دانشجویی با چالش‌هایی همراه است که زمینه را برای رسیدن به تکامل فراهم می‌سازد. دانشجویان با ازدواج به سمت خودشکوفایی می‌روند که این وضعیت به زندگی آنان معنا می‌بخشد و زمینه را برای پیشرفت در مسیر زندگی فراهم می‌کند. مهدوی و نعمتی (۱۳۹۷) نیز در پژوهشی نشان دادند در دانشجویان به ترتیب عواملی مثل مکان مناسب، هم‌دوره‌ای بودن، هزینه پایین و مخالفت والدین برای پایان تحصیلات منجر به ازدواج دانشجویی شده است. این یافته‌ها گویای آن است که عوامل روان‌شناختی و اجتماعی- اقتصادی به فرایند ازدواج دانشجویی کمک کرده است. غضنفری (۱۳۹۱) نیز نشان داد که نسبت طلاق در ازدواج‌های دانشجویی ۳/۲ درصد است و ۲ درصد نیز از زندگی خود ناراضی هستند. همچنین تمام عوامل زناشویی تأثیر معناداری بر رضایت از زندگی زوج‌های دانشجو دارند، اما عوامل کنار آمدن با یکدیگر، رابطه پربار و با محتوا، داشتن علائق مشترک و اهمیت دادن به همسر از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رضایت از زناشویی هستند و بیش از ۶۵ درصد واریانس رضایت از زندگی را تبیین می‌نمایند. از بین عوامل اجتماعی، اقتصادی و آموزشی مؤثر بر رضایت از زناشویی، محل سکونت و شغل مرد، اطلاع زن از پس‌انداز همسر و اطلاع زن از کمک به خانواده همسر مهم می‌باشد. لذا آنچه در این راستا اهمیت

دارد و می‌تواند دست‌اندرکاران امور فرهنگی را در جهت برنامه‌ریزی موفق در این زمینه یاری رساند، شناخت دقیق از چالش‌ها و فرصت‌هایی است که در شرایط واقعی وجود دارد. بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده به شکل پیمایشی صورت پذیرفته و تجارب دانشجویانی که ازدواج دانشجویی داشتند کمتر مورد بررسی قرار گرفته است، درحالی‌که این تجارب بستر واقعی می‌تواند برای دست‌اندرکاران حوزه ازدواج دانشجویی، جهت برنامه‌ریزی‌های فرهنگی- اجتماعی در این حوزه، به صورت واقعی بسیار کاربردی باشد و با کاهش محدودیت‌ها و بهبود شرایط و الزامات آموزشی، ازدواج‌های موفق‌تری حاصل گردد. لذا این مطالعه باهدف شناسایی و تبیین فرصت‌ها و چالش‌های ازدواج دانشجویی انجام شد.

روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر به روش کیفی و با رویکرد پدیدارشناسی صورت گرفت. هدف مطالعه پدیدارشناسی، تشریح و توضیح ساختار یا ماهیت تجارب زنده در مورد یک پدیده جهت ارائه یک معنا و مفهوم واحد برای نشان دادن نماد و ذات آن پدیده و ارائه توصیفی دقیق از تجارب زنده روزمره آن است. به‌طورکلی، در مطالعات پدیدارشناسی منبع اصلی داده‌ها، گفتگوهای عمیق محقق و شرکت‌کنندگان است. محقق بدون آنکه بحث را هدایت کند به شرکت‌کنندگان کمک می‌کند تا تجربیات زنده خود را توصیف کنند (صانعی و نیکبخت ناصرآبادی، ۲۰۰۲).

مشارکت‌کنندگان

مشارکت‌کنندگان، دانشجویان متأهل دانشگاه بیرجند بودند که در دوران دانشجویی ازدواج نمودند. نمونه‌گیری به روش هدفمند انجام شد. برای دسترسی به مشارکت‌کنندگان، با افراد تماس گرفته شد و هدف کار توضیح داده شد. در بررسی‌های پدیدارشناسی، تا زمان دستیابی به ضابطه اشباع در مورد مفهوم پدیده موردبررسی، نمونه‌گیری باید ادامه یابد (مایسون، ۲۰۱۰) تا جایی که با افزایش حجم نمونه، حجم داده‌های افزوده‌شده چشم‌گیر نباشد. ازآنجایی‌که ملاک حجم نمونه رسیدن به اشباع داده بود، بعد از تکمیل پرسش‌نامه‌های باز توسط ۲۸ نفر اطلاعات به اشباع رسید، اما جهت اطمینان پرسش‌نامه مذکور در اختیار ۳ نفر دیگر قرار داده شد که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آن‌ها در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

دانشگاه محل تحصیل	جنس	مقطع تحصیلی	رشته تحصیلی	تعداد فرزندان	مدت ازدواج	سن
دانشگاه بیرجند	مرد	کارشناسی ارشد	بیومکانیک ورزشی	۰	۳	۲۳
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی	مهندسی منابع طبیعی	۲	۸	۳۲
دانشگاه بیرجند	زن	لیسانس	جغرافیا	۲	۱۱	۳۱
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی ارشد	شیمی	۰	۴	۳۳
دانشگاه بیرجند	مرد	لیسانس	مهندسی کامپیوتر	۱	۳	۳۰
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی	علوم تربیتی	۵	۱۸	۴۰
دانشگاه بیرجند	زن	دکتری	ریاضی	۲	۱۳	۳۷
دانشگاه بیرجند	مرد	دکتری	دکتری منابع آب	۲	۱۲	۳۲
دانشگاه بیرجند	مرد	دکترا	علوم دامی	۰	۲	۳۱
دانشگاه بیرجند	مرد	ارشد	کشاورزی	۱	۴	۳۰
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی	گیاه‌پزشکی	۰	۲	۲۲
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی	زبان و ادبیات انگلیسی	۰	۲	۲۱
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی	گیاه‌پزشکی	۰	۵ ماه	۲۲

دانشگاه علوم پزشکی بیرجند	زن	کارشناسی	مهندسی بهداشت حرفه‌ای	۰	۵	۲۶
دانشگاه علوم پزشکی بیرجند	زن	دکتری حرفه ای	پزشکی	۰	۳	۲۲
دانشگاه علوم پزشکی بیرجند	زن	کارشناسی	بهداشت عمومی	۰	۲,۵	۲۴
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی	فلسفه	۰	۳	۲۲
دانشگاه علوم پزشکی بیرجند	زن	دکتری حرفه‌ای	پزشکی	۰	۱	۲۳
دانشگاه علوم پزشکی بیرجند	زن	دکتری حرفه‌ای	پزشکی	۰	۶	۲۵
دانشگاه علوم پزشکی بیرجند	مرد	دکتری حرفه‌ای	پزشکی	۰	۶	۲۵
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی ارشد	تربیت‌بدنی	۳	۱۵	۴۰
دانشگاه صنعتی بیرجند	زن	کارشناسی	علوم کامپیوتر	۱	۵	۲۶
دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند	زن	کارشناسی	مدیریت بازرگانی	۳	۱۲	۳۴
دانشگاه بیرجند	مرد	دکتری	شیمی	۰	۱,۶	۳۴
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی	زیست‌شناسی	۰	۳,۱	۲۶
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی	شیمی	۱	۶	۲۸

دانشگاه آزاد واحد بیرجند	زن	کارشناسی	حقوق	۱	۱۴	۳۴
دانشگاه بیرجند	مرد	کارشناسی ارشد	زبان و ادبیات فارسی	۲	۱۳	۳۷
دانشگاه پیام نور بیرجند	زن	کارشناسی ارشد	روانشناسی تربیتی	۲	۱۰	۳۴
دانشگاه بیرجند	زن	کارشناسی ارشد	زبان و ادبیات فارسی	۲	۱۱	۳۵
دانشگاه فرهنگیان بیرجند	مرد	کارشناسی	علوم تربیتی	۰	۱,۵	۲۳

ابزار پژوهش

در این پژوهش جهت جمع‌آوری داده‌ها، تعدادی سؤال به شرح ذیل طراحی و به‌صورت پرسش‌نامه باز (مبتنی بر مصاحبه ساختارمند کتبی) داده‌ها جمع‌آوری شد. سوالات طراحی شده توسط ۳ نفر از متخصصان حوزه علوم تربیتی و فرهنگی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. علت بهره‌گیری از ابزار پرسش‌نامه باز، عدم دسترسی به افراد مشارکت‌کننده (به علت شرایط کرونا) و اهمیت استفاده از تنوع افرادی بود که تجربه ازدواج دانشجویی را داشتند. سوالات به این صورت تنظیم شده بود که ابتدا از افراد خواسته شده بود، تجربه خود شان را از ازدواج دانشجویی و نحوه آشنایی بیان کنند. سپس در سؤالات بعدی، عوامل زمینه ساز ازدواج آنان، موانع و چالش‌هایی که با آن روبه‌رو بودند و عواملی که تسهیل‌کننده ازدواج آنان بود، مورد پرسش قرار می‌گرفت.

به منظور رعایت ملاحظات اخلاقی، در تماس با افراد، پس از معرفی پژوهشگر و بیان اهداف پژوهش، به شرکت‌کنندگان اطمینان داده شد که اطلاعات محرمانه خواهد ماند و آن‌ها می‌توانند از شرکت در پژوهش، هر زمان که بخواهند انصراف دهند. هم‌چنین از آن‌ها اجازه گرفته شد در صورت نیاز، مجدداً با آن‌ها تماس گرفته شود.

روش تحلیل داده‌ها

برای تحلیل یافته‌ها از روش توصیفی کلایزی مطابق با روندی که مورو، رودریگز و کینگ (۲۰۱۵) به آن پرداخته‌اند، استفاده شد. در گام اول، پاسخ سؤالات باز (مصاحبه ساختاریافته کتبی) داده‌شده بارها و بارها خوانده شد تا یک معنای کلی درباره محتوای آن به دست آید. در گام دوم، جملات مهمی که با پدیده ازدواج دانشجویی مرتبط بود، شناسایی شد و این جملات در برگه دیگری یادداشت و با شماره صفحه و خط کدگذاری شدند. در گام سوم، از هر عبارت یک مفهوم که بیانگر معنی و قسمت اساسی تفکر فرد بود، استخراج شد. در گام چهارم، این معانی فرموله شده، در مقولات، دسته‌ها و درون‌مایه‌ها طبقه‌بندی گردیدند. در گام پنجم، یافته‌ها در یک توصیف منسجم از پدیده موردنظر ادغام شدند. در گام ششم، ساختار اساسی پدیده (تا حد امکان به‌صورت واضح و شفاف) توصیف شد. در مرحله پایانی، فرایند اعتباربخشی با ارجاع به برخی از شرکت‌کنندگان و پرسش درباره اینکه آیا یافته‌ها واقعاً تجارب مشارکت‌کنندگان را منعکس می‌نماید یا خیر، انجام شد.

یافته‌های پژوهش

هدف از این مطالعه بررسی تجربه زیسته دانشجویانی بود که ازدواج دانشجویی داشته‌اند، یافته‌ها نشان می‌دهند که تجربه افراد در قالب ۴ درون‌مایه اصلی قرار می‌گیرد:

۱. توصیف تجربه‌های ازدواج دانشجویی
۲. عوامل زمینه‌ساز ازدواج دانشجویی
۳. چالش‌های ازدواج دانشجویی
۴. عوامل تسهیل‌کننده در ازدواج دانشجویی

جدول ۲: درون‌مایه‌های اصلی و فرعی از تحلیل داده‌ها

درون‌مایه‌های اصلی	درون‌مایه‌های فرعی
توصیف تجربه‌های ازدواج دانشجویی	رضایتمندی، همدلی و صمیمت، درک و شناخت متقابل، ابزار پیشرفت، ازدواج آسان
عوامل زمینه‌ساز ازدواج دانشجویی	دوستان و آشنایان، همکاری در امور فرهنگی و اجرایی دانشگاه، شناخت مستقل و فردی، معرفی افراد و نهادهای معتبر دانشگاه
چالش‌های ازدواج دانشجویی	مخالفت و سخت‌گیری خانواده‌ها، مهیا نبودن شرایط، عدم‌حمایت دانشگاه، مشکلات مالی و شغلی، اختلاف فرهنگی، عدم وجود امکانات مناسب در دانشگاه
عوامل تسهیل‌کننده در ازدواج دانشجویی	حمایت خانواده‌ها، حمایت دوستان و آشنایان، وجود نهادهای حمایتگر در دانشگاه، رفتار منطقی و عاقلانه زوجین، قناعت و ساده زیستی زوجین، شناخت مستقل و فردی، مشاوره، علاقه‌مندی، شرایط محیطی دانشگاه، امکانات موجود، قناعت و ساده زیستی زوجین، اعتقاد و باورهای مذهبی

در ادامه این درون‌مایه‌ها و زیرمجموعه آن‌ها به تفضیل توضیح داده می‌شود:

- **درون‌مایه اصلی: توصیف تجربه‌های ازدواج دانشجویی**

دانشجویان مطرح کردند که یکی از اثرات ازدواج دانشجویی، کسب تجربه‌هایی ازجمله: رضایتمندی، همدلی و صمیمت، درک و شناخت متقابل، ابزار پیشرفت و ازدواج آسان بوده است. موارد یاد شده براساس تجربه مشارکت‌کنندگان ازدواج دانشجویی به‌عنوان عواملی قلمداد شده که زندگی مشترک را به مسیر درستی هدایت کرده و از مشکلات ازدواج‌هایی که بدون شناخت و علاقه‌مندی انجام می‌گیرد، جلوگیری نموده است.

درون‌مایه‌های فرعی شامل موارد ذیل می‌شود:

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۱: رضایتمندی**

رضایت‌مندی، احساس خوشحالی یا خرسندی به دلیل کاری که انجام دادید یا اتفاقی که برای شما افتاده است، معنا می‌شود. یکی از عوامل مهم در ازدواج براساس تجربه مشارکت‌کنندگان که درنتیجه ازدواج دانشجویی حاصل شود، شناخت بهتر ویژگی‌های فردی طرفین به علت حضور در یک فضای مشترک و در شرایط مختلف است. از طرفی، چون انسان از تحمیل گریزان است و در ازدواج دانشجویی طرفین

انتخاب‌کننده هستند، این رضایتمندی بیشتر در آنان ایجاد می‌شود. مشارکت‌کننده شماره ۱۶ تجربه خود را این گونه بیان می‌نماید:

«از تصمیم خود راضی بوده و خداوند را شاکرم...»

✓ **درون‌مایه فرعی ۲: همدلی و صمیمت**

همدلی زناشویی به معنی آن است که آنچه را که در ذهن و قلب همسر می‌گذرد را طرف مقابل درک کند و سپس نسبت به او رفتار و عمل همدلانه نشان دهد که این مهارت، صمیمت را در پی دارد. یکی دیگر از واکنش‌های دانشجویان نسبت به تجربه ازدواج دانشجویی، همدلی و صمیمت در زوجین بود. مشارکت‌کننده شماره ۳ تجربه خود را ا ین گونه بیان می‌نماید:

«یک مسیر امن و مطمئن برای اقتضائات سنی و هیجانات جوانی...»

✓ **درون‌مایه فرعی ۳: درک و شناخت متقابل**

شناخت متقابل، یکی از مهم‌ترین مهارت‌های زناشویی است که به زوجین کمک می‌کند تا به درک بهتری از همسر خود دست یابند. مسلم است که هر چه شناخت بیشتری از شخصیت، عواطف، احساسات و خواسته‌های همسر خود داشته باشند، می‌توانند رابطه بهتری داشته باشند. یکی دیگر از واکنش‌های دانشجویان نسبت به تجربه ازدواج دانشجویی، درک و شناخت متقابل بود. مشارکت‌کننده شماره ۱۴ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«در محیط دانشگاه با رعایت چارچوب اخلاقی می‌شود به شناخت بیشتر و بهتری رسید بدون دخالت اطرافیان.»

✓ **درون‌مایه فرعی ۴: ابزار پیشرفت**

ایجاد انگیزه در افراد باعث پیشرفت و انجام بهتر کارها می‌شود و همسران به‌واسطه فراهم کردن این انگیزه و ایجاد شرایط مناسب، زمینه پیشرفت یکدیگر را فراهم می‌نمایند. یکی دیگر از واکنش‌های دانشجویان نسبت به تجربه ازدواج دانشجویی، ابزار پیشرفت بود. این دانشجویان ازدواج دانشجویی را فرصتی برای رقابت سالم و اهداف یکسان درزمینه تحصیل می‌دانستند مشارکت‌کننده شماره ۱ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«جالب‌ترین اتفاق زندگی‌ام، ازدواج با یک همکلاسی بود که در کمال عشق و علاقه در رقابت بسیار بزرگی بودیم.»

- **درون‌مایه ۲: عوامل زمینه‌ساز در ازدواج دانشجویی**

عوامل زیادی می‌تواند زمینه‌ساز ازدواج باشند و عدم وجود این عوامل، فراهم شدن ازدواج را با مشکل مواجه می‌نماید. طبق گفته دانشجویان عوامل ذیل زمینه‌ساز و مداخله‌گر در امر ازدواج دانشجویی بودند:

✓ **درون‌مایه فرعی ۱: دوستان و آشنایان**

دوستان و آشنایان به‌عنوان تسهیلگران ازدواج، ازنظر دانشجویان یکی از عوامل زمینه‌ساز ازدواج آنان بود. مشارکت‌کننده شماره ۱ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«دانشگاه و دوستان دانشگاهیم عامل ازدواج ما شدند.»

✓ **درون‌مایه فرعی ۲: فعالیت و همکاری در امور فرهنگی و اجرایی**

از دیگر عوامل زمینه‌ساز در ازدواج دانشجویی ازنظر دانشجویان، فعالیت و همکاری آن‌ها در امور فرهنگی و اجرایی بوده است. انجام این فعالیت‌ها، شرایط شناخت یکدیگر را به‌خصوص در زمینه ارزش‌ها و باورها فراهم می‌نماید. مشارکت‌کننده شماره ۳ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«در کنار درس خوندن در دانشگاه، کارهای فرهنگی هم انجام می‌دادیم و همین کارهای فرهنگی باعث آشنایی‌مان شد.»

✓ **درون‌مایه فرعی ۳: شناخت مستقل و فردی**

از دیگر زمینه‌ها و عوامل آشنایی دانشجویان با همدیگر، همکلاسی بودن و شناخت آن‌ها در دانشگاه بود که زمینه شناخت مستقل و فردی دو فرد از همدیگر بوده است. مشارکت‌کننده شماره ۲۱ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«شرایط دانشجویی دوطرفه من و همسرم و اینکه در محیط دانشگاه باهم آشنا شدیم، بعد از معرفی شدنم توسط دوستان به ایشون و آشناییمون، همدیگه رو انتخاب و ازدواج کردیم.»

✓ **درون‌مایه فرعی ۴: معرفی افراد و نهادهای معتبر دانشگاه**

از دیگر عوامل زمینه‌ساز در امر ازدواج نهادهای معتبر در دانشگاه بودند که زمینه‌ساز معرفی دو فرد از طریق واسطه‌گری بودند. مشارکت‌کننده شماره ۱۲ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«نهاد رهبری واسطه ازدواج ما شدند.»

- **درون‌مایه ۳: چالش‌ها و موانع ازدواج دانشجویی**

✓ **درون‌مایه فرعی ۱: مخالفت و سخت‌گیری خانواده‌ها**

ازجمله چالش‌ها و موانع ازدواج دانشجویی ازنظر دانشجویان، مخالفت و سخت‌گیری خانواده‌ها بیان شد. این مخالف‌ها و سختگیری‌ها، گاهی دلایل منطقی نظیر نداشتن شغل و درآمد داشت، ولی گاهی اوقات فقط به علت ترس از انتخاب نادرست و از روی احساس توسط فرزندان، صورت می‌گرفت. مشارکت‌کننده شماره ۱۹ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«خانواده همسرم به دلیل سن پایین ایشون (۱۹ سال) و نداشتن شغل و درآمد تاحدودی مخالف ازدواج بودند که بعد از آشنایی خانواده‌ها و تلاش‌های همسرم، رضایت حاصل شد.»

✓ **درون‌مایه فرعی ۲: مهیا نبودن شرایط**

از دیگر چالش‌ها و موانع ازدواج دانشجویی ازنظر دانشجویان مهیا نبودن شرایط ازجمله عدم‌شناخت کافی؛ دوری از خانواده و سن پایین بود. مشارکت‌کننده شماره ۳ تجربه خود را دوری از شهر و خانواده این‌گونه بیان می‌نماید:

«ازدواج دانشجویی یعنی همسرت فعلاً شغلی ندارد. احتمالاً سربازی هم نرفته است و از دو شهر مختلف ممکن است باشید که این یعنی دوری از شهر و خانواده و غربت. اگر با این مسائل می‌توانید کنار بیایید، بله توصیه می‌کنم.»

✓ **درون‌مایه فرعی ۳: عدم‌حمایت دانشگاه**

از دیگر چالش‌ها و موانع در این زمینه، عدم‌حمایت دانشگاه بیان شد. برخی از دانشجویان فراهم نکردن شرایط آموزش و مشاوره زوجین توسط دانشگاه را زمینه‌ساز مشکلاتی در زمینه ازدواج شان بیان کردند. مشارکت‌کننده شماره ۱۵ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«چالش‌های اول ازدواج بسیار بودند و همچنان هم هستند و دروس بسیار حتی برای ما زمان تفریح نمی‌گذارد چه برسد مطالعه در مورد ازدواج و...».

✓ **درون‌مایه فرعی ۴: مشکلات مالی و شغلی**

از دیگر چالش‌ها و موانع، مشکلات مالی و شغلی بیان شد. دانشجویان از مهم‌ترین موانع در این زمینه را مشکلات اقتصادی و عدم تأمین شغل بیان کردند. مشارکت‌کننده شماره ۲۱ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«مشکل اصلی فقط شرایط دانشجویی دوطرفه ما بود که ازنظر اقتصادی هردو متکی به خانواده‌ها بودیم مخصوصاً همسرم که سربازی نرفته بود و تا پایان دوران خدمتشون باید متکی به خانواده می‌شدیم.»

✓ **درون‌مایه فرعی ۵: اختلاف فرهنگی**

از دیگر موانع ازدواج، اختلاف فرهنگ‌ها و عقاید بیان شد. اختلاف فرهنگی و تفاوت عقاید، زمینه‌ساز بروز شرایطی می‌گردد که درک متقابل طرفین را در مسائل مختلف کم می‌کند و این تفاوت‌ها، خانواده‌ها را بیشتر تحت تأثیر قرار می‌دهد و سوء تفاهم‌هایی را ایجاد می‌کند که زمینه بروز دلخوری طرفین و مشکلاتی را فراهم می‌نماید.مشارکت‌کننده شماره ۴ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«مسائل ما صرفاً از طرف خانواده بود که به دلیل دو فرهنگ متفاوت، مشکلاتی هم در طی مسیر ازدواج و هم در زندگی مشترک داشتیم.»

✓ **درون‌مایه فرعی ۶: عدم وجود امکانات مناسب در دانشگاه**

عدم وجود امکانات مناسب در دانشگاه نیز از دیگر موانع پیش رو دانشجویان در امر ازدواج دانشجویی بیان شد. این امکانات ازنظر دانشجویان شامل وام‌هایی دانشجویی برای تأمین مخارج روزمره زوجین، وجود خوابگاه‌های متأهلین، فضاهای تفریحی ورزشی مشترک، اردوهای مختص زوجین و ... است. مشارکت‌کننده شماره ۱ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«اهمیت ندادن دانشگاه به مشکلات ازجمله وام دانشجویی...»

- **درون‌مایه ۴: عوامل تسهیل‌کننده در ازدواج دانشجویی**

عواملی می‌تواند ازدواج دانشجویی را تسهیل کند و شرایط راحت‌تری برای زوجین فراهم سازد. این عوامل براساس تجارب دانشجویان شامل حمایت خانواده‌ها، حمایت دوستان و آشنایان، وجود نهادهای حمایتگر در دانشگاه، رفتار منطقی و عاقلانه زوجین، قناعت و ساده زیستی زوجین، شناخت مستقل و فردی، مشاوره،

علاقه‌مندی، شرایط محیطی دانشگاه، امکانات موجود، قناعت و ساده‌زیستی زوجین، اعتقاد و باورهای مذهبی بیان گردید.

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۱: حمایت خانواده**

دانشجویان ازجمله عوامل مؤثر و تسهیل‌کننده درزمینه ازدواج دانشجویی را حمایت خانواده در زمینه‌های تأمین هزینه‌های ازدواج مطرح نمودند. مشارکت‌کننده شماره ۲۱ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«مخصوصاً اگه حمایت کافی از طرف خانواده‌ها میشن، مخصوصاً از طرف آقایان چون معمولاً آقایان خدمت سربازی نرفتن و نمیتونن از نظر اقتصادی متکی به خودشون باشن و نیاز هست که حتماً خانواده حمایت مافی رو در تأمین نیازهای اولیه زوجین داشته باشن.»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۲: حمایت دوستان و آشنایان و اساتید**

حمایت دوستان و آشنایان از دیگر عوامل تسهیل‌کننده در زمینه ازدواج دانشجویی بود. اساتید و دوستان و آشنایان در دانشگاه در صورتی که بدون ارائه مشاوره‌های غیر علمی به زوجین عمل نمایند، می‌تواند به عنوان عاملی حمایت‌کننده باشند. براساس تجارب مشارکت‌کنندگان، اساتید می‌توانند شرایط شناخت منطقی طرفین را فراهم نمایند. مشارکت‌کننده شماره ۳۰ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«تلاش‌های بی‌دریغ یکی از استادان دلسوز...»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۳: وجود نهادهای حمایتگر در دانشگاه**

ازنظر دانشجویان فراهم کردن زمینه آشنایی، واسطه‌گری در امر ازدواج، پیگیری‌های لازم از سود نهاد و کمک به شناخت همدیگر، ازجمله حمایت‌های نهادهای مختلف درزمینه ازدواج دانشجویی بوده است. مشارکت‌کننده شماره ۸ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«مشاوره، کمک، راهنمایی و وساطت دفتر نهاد نمایندگی خیلی برای ما کمک‌کننده بود.»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۴: رفتار منطقی و عاقلانه زوجین**

از دیگر عوامل مؤثر و تسهیل‌کننده درزمینه ازدواج دانشجویی، رفتار منطقی و عاقلانه دو طرف همراه با صبوری، پیگیری و شجاعت بوده است. مشارکت‌کننده شماره ۲۵ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«به نظرم، مهم‌ترین دلیلِ شکل‌گیری ازدواج، مصمم بودنِ پسر برای تشکیل خانواده است. چون اگر پسر مصمم و با اراده باشد، مدام برای اثبات خودش به خانواده‌ها تلاش می‌کند.»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۵: قناعت و ساده‌زیستی زوجین**

از دیگر عوامل تسهیل‌کننده، قناعت و ساده‌زیستی زوجین بیان شد. به دلیل عدم داشتن شغل و پشتوانه مالی شخصی، ساده‌زیستی و قناعت دانشجویان می‌تواند از بروز مشکلات بین زوجین جلوگیری نماید. مشارکت‌کننده شماره ۲۴ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«اراده و علاقه دو طرف و در نظر نگرفتن مسائل بی‌مورد مثل مهریه سنگین عروسی مجلل و ...»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۶: شناخت مستقل و فردی**

از دیگر عوامل تسهیل‌کننده، شناخت مستقل و فردی بیان شد. این شناخت به‌واسطه حضور در محیط مشترک فراهم می‌شود که شامل نقاط قوت و ضعف طرفین، علایق و ارزش‌ها و باوری‌های فردی، خصوصیات اخلاقی، رفتار میان فردی و... است. مشارکت‌کننده شماره ۹ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«داخل دانشگاه آشنا شدم. بعد از یک دوره شناخت، با خانواده رفتیم خواستگاری.»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۷: مشاوره**

از دیگر عوامل تسهیل‌کننده درزمینه ازدواج، مشاوره‌های قبل از ازدواج بوده است. مشاوره قبل از ازدواج باعث انتخاب عاقلانه و رفتارهای عقلانی در ازدواج می‌گردد. مشارکت‌کننده شماره ۲ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«کمک گرفتن از مشاورینی که از طرف نهاد به خوابگاه می‌آمدند.»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۸: علاقه‌مندی**

از دیگر عوامل تسهیل‌کننده، علاقه‌مندی دو طرف به همدیگر بوده است. علاقه اگر با شناخت کامل صورت گیرد، می‌تواند پذیرش مسائل را در طرفین افزایش دهد، چراکه دو طرف سعی می‌کنند به هر طریقی محبت طرف مقابل را جلب نمایند. مشارکت‌کننده شماره ۲۴ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«اراده و علاقه دو طرف و در نظر نگرفتن مسائل بی‌مورد مثل مهریه سنگین عروسی مجلل و ...»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۹: شرایط محیطی دانشگاه**

شرایط محیطی دانشگاه نیز یکی دیگر از عوامل زمینه‌ساز درزمینه امر ازدواج دانشجویی بیان شد. این موارد براساس تجارب مشارکت‌کنندگان عبارت‌اند از: کار دانشجویی، مشاغل موقت مرتبط با درس نظیر تولید محتواهای تخصصی و... . مشارکت‌کننده شماره ۳ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«شغل موقت مرتبط با درس خیلی می تونه کمک کنه یک درآمدی داشته باشیم.»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۱۰: امکانات موجود**

امکانات دانشگاه به بیان مشارکت‌کنندگان می‌تواند دغدغه دانشجویان را برای رفع نیازهای اساسی مرتفع نماید. این امکانات نظیر سیستم تغذیه دانشجویی، خوابگاه‌های متأهلی، سرویس‌های دانشجویی برای حمل‌ونقل و... است. شرکت کننده شماره ۱۵ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«امکانات رفاهی دانشگاه مثل غذای سلف و... خودش خرج زندگی را خیلی کمتر کرده و احساس آرامش می‌دهد و از ترس از نداری پس از ازدواج می‌کاهد.»

- ✓ **درون‌مایه فرعی ۱۱: اعتقاد و باورهای مذهبی**

از دیگر تسهیل‌کننده‌ها در امر ازدواج دانشجویی، اعتقاد و باورهای مذهبی و توکل و توسل به خدا و ائمه بیان شد. این درون مایه در ازدواج غیر دانشجویی نیز حاکم است، ولی در ازدواج دانشجویی بنابر شرایط خاص آن‌که زوجین دغدغه‌های بیشتری را دارند، می‌تواند سلامت روانی آنان را بهبود ببخشد. مشارکت‌کننده شماره ۷ تجربه خود را این‌گونه بیان می‌نماید:

«توکل و اعتماد به خدا و توسل به امام رضا علیه‌السلام مایه آرامش آن مقطع ما بود. البته باتجربه ثابت شد که این اعتماد واقعی بود و امام رضا لطف و عنایت زیادی به زندگی ما داشتند.»

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف درک تجربه زیسته دانشجویان درباره ازدواج دانشجویی به بررسی احساسات، نگرش‌ها و تجربه ۳۱ نفر از دانشجویان دانشگاه بیرجند که ازدواج دانشجویی داشتند، پرداخت. تحلیل تفسیری یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها در ۴ درون‌مایه اصلی توصیف تجربه‌های ازدواج دانشجویی، عوامل زمینه‌ساز ازدواج دانشجویی، چالش‌های ازدواج دانشجویی و عوامل تسهیل‌کننده در ازدواج دانشجویی طبقه‌بندی شد.

مشارکت‌کنندگان این مطالعه تجربه ازدواج دانشجویی خود را با مفاهیمی نظیر رضایتمندی، همدلی و صمیمت، درک و شناخت متقابل، ابزار پیشرفت و ازدواج آسان توصیف نمودند. بسیاری از دانشجویان از ازدواج دانشجویی احساس رضایت داشتند. قوتی سفید سنگی و همکاران (۱۳۹۵) نیز در پژوهشی دریافتند که رضایت فوق‌العاده ازجمله تجربه‌های ازدواج دانشجویی بوده است. آقایی (۱۳۸۱) در پژوهشی نشان داد که ۴۸ درصد از دانشجویان، ازدواج دانشجویی را بهترین نوع ازدواج توصیف کرده‌اند. افزون بر این، ۳۲ درصد از خانواده‌ها موافق ازدواج دانشجویی بودند.

دومین درون‌مایه اصلی این پژوهش عوامل زمینه‌ساز در امر ازدواج دانشجویی بود که دانشجویان مواردی ازجمله دوستان و آشنایان، همکاری در امور فرهنگی و اجرایی دانشگاه، شناخت مستقل و فردی، معرفی افراد و نهادهای معتبر دانشگاه را برشمردند. مهدوی و نعمتی (۱۳۹۷) نیز مکان مناسب و هم‌دوره‌ای بودن را زمینه ازدواج دانشجویی مطرح کردند.

سومین درون‌مایه اصلی در این پژوهش چالش‌های ازدواج دانشجویی بود که ازجمله آن می‌توان به مخالفت و سخت‌گیری خانواده‌ها، مهیا نبودن شرایط، عدم‌حمایت دانشگاه، مشکلات مالی و شغلی، اختلاف فرهنگی و عدم وجود امکانات مناسب در دانشگاه اشاره کرد. خلجی نیا و همکاران (۱۳۹۷) نیز در پژوهش خود به چالش‌های ازدواج دانشجویی اشاره نمودند و از چالش‌های پیش رو در این زمینه به هزینه‌ها، اشتغال، مسکن و فشار تحصیلی اشاره نموده‌اند. دغدغه شغل، مسکن و تأمین هزینه‌های زندگی، ازیک‌طرف و دغدغه تحصیل، از سوی دیگر شیرینی ازدواج را برای دانشجویان تلخ کرده است. بسیاری از تحقیقات مانند پژوهش کاظمی‌پور (۱۳۸۸) نیز این موانع و چالش‌ها را ازجمله موانع ازدواج بیان کرده‌اند. عوامل تسهیل‌کننده در ازدواج دانشجویی نیز آخرین درون‌مایه در این پژوش بود که شامل حمایت خانواده‌ها، حمایت دوستان و آشنایان، وجود نهادهای حمایتگر در دانشگاه، رفتار منطقی و عاقلانه زوجین، قناعت و ساده زیستی زوجین، شناخت مستقل و فردی، مشاوره، علاقه‌مندی، شرایط محیطی دانشگاه، امکانات موجود، قناعت و ساده‌زیستی زوجین و اعتقاد و باورهای مذهبی است. خلجی‌نیا و همکاران (۱۳۹۷) حمایت خانواده، استقلال و هویت‌یابی را از عوامل ثبات و حمایت در ازدواج دانشجویی دانستند. غنیمتی و مهدوی (۱۳۸۷) نیز به نقش تسهیل‌گر دانشگاه در امر ازدواج دانشجویی اشاره‌کرده‌اند.

با توجه به مطالب فوق همان‌گونه که ازدواج دانشجویی همراه باتجربه‌های خوب و حس زیبا و ... است، دارای موانع و چالش‌هایی ازجمله مخالفت خانواده، مشکلات مالی، مشکلات تحصیلی، تفاوت فرهنگ‌ها و ... نیز هست. بنابراین لازم است جهت ترویج ازدواج دانشجویی و حتی ازدواج آسان، موانع لازم بررسی و راهکارهایی از جمله ارائه تسهیلات مختلف مثل در اختیار قرار دادن رایگان سالن‌های دستگاه‌های اجرایی، همیاری در هزینه‌های ازدواج، کاستن از هزینه‌های اضافه، پرداخت وام‌های قرض‌الحسنه برای ازدواج، ایجاد شغل‌های پاره‌وقت در دوران تحصیل و مانند آن، تشویق به زندگی در کنار خانواده یکی از زوجین، قائل شدن امتیاز ویژه برای استخدام جوانان ازدواج کرده پیشنهاد شود.

پیشنهاد می‌گردد در آینده پژوهش‌های بیشتری در این زمینه انجام و نقاط قوت و ضعف ازدواج دانشجویی بررسی شود. همچنین امکانات و تسهیلات بیشتری در اختیار این دانشجویان قرار بگیرد. به علاوه، بانک اطلاعاتی جامع در زمینه ازدواج‌های دانشجویی تشکیل و پژوهش‌های بیشتر در مورد اثربخشی این‌گونه ازدواج‌ها انجام می‌شود.

البته باید توجه داشت که بنا به اهمیت و حساسیت مشکلات ناشی از ازدواج دانشجویی و روابط بین زن و مرد، دسترسی به مشارکت‌کنندگان و جلب رضایت آنان برای شرکت در مطالعه دشوار بود و به زمان زیادی نیاز داشت.

منابع

- آقایی، اصغر. (۱۳۸۱). «**بررسی دیدگاه دانشجویان نسبت به ازدواج دانشجویی**». خلاصه مقالات همایش ازدواج دانشجو: راهکارها و چالش‌ها. اصفهان، دانشگاه صنعتی.
- پناهی، علی‌احمد. (۱۳۸۵). «**ازدواج در اسلام؛ با نگاهی به کارکردهای تربیتی و روان‌شناختی**». معرفت. ۱۰۴.
- تاج‌بخش، غلامرضا و نصیری، محمد. (۱۴۰۰). «**رابطه متغیرهای اقتصادی و افزایش سن ازدواج با رویکرد سیاست‌های کلی جمعیت**». فصل‌نامه سیاست‌های راهبردی و کلان. ۹(۱)، صص ۸۲-۱۰۳.
- جوادی آملی. ( ). **خانواده متعادل و حقوق آن**. قم: اسراء
- حسن‌زاده، صالح. (۱۳۹۴). «**عوامل تحکیم خانواده در فرهنگ اسلامی**». پژوهش‌نامه معارف قرآنی. ۴(۱۵)، صص ۴۵-۶۸.
- حیدری، محمود؛ مظاهری، محمدعلی و پور اعتماد، حمیدرضا. (۱۳۸۳). «**ساخت و هنجاریابی پرسش‌نامه رغبت سنج ازدواج، نسخه دانشجویی**». مجله روان‌شناسی، ۸.
- خجسته مهر، رضا؛ محمدی، علی و عباسپور، رضا. (۱۳۹۵). «**نگرش دانشجویان متأهل به ازدواج: یک مطالعه کیفی**». مجله روان‌پرستاری. ۴(۲).
- خلجی‌نیا، زهره؛ عباسی، محمد و خاکی، ایمانه. (۱۳۹۷). «**تجربه زیسته ازدواج دانشجویی: مطالعه پدیده‌شناسی**». مجله دانشکده علوم پزشکی قم. ۱۲(۵).
- شریفی، احمد حسین. (۱۳۹۱). **همیشه بهار: اخلاق و سبک زندگی اسلامی**. قم: نشرمعارف
- شریعتی کمال‌آبادی، محسن؛ اسماعیلی، رضا و حجازی، سیدناصر. (۱۴۰۰). «**تدوین مدل پایداری ازدواج بر اساس عوامل اجتماعی و رضایت از روابط زناشویی در ازدواج‌های دانشجویی و رتبه‌بندی این عوامل**». نشریه علمی روان‌شناسی اجتماعی. ۹(۶۱)، صص ۹۱-۱۰۳.
- صانعی، ا و نیکبخت ناصرآبادی، ع.(۱۳۸۴). **روش‌شناسی تحقیقات کیفی در علوم پزشکی**. تهران: برای فردا
- غنیمتی، حسن و مهدوی محمدصادق. (۱۳۹۵). «**بررسی تأثیر ازدواج دانشجویی بر روی ابعاد کارکردی عام نظام اجتماعی**». فصل‌نامه خانواده پژوهی. ۴(۱۶)، صص ۳۸۷-۴۰۵.
- غضنفری، احمد. (۱۳۹۱). «**بررسی عوامل مؤثر بر رضایت از زندگی ازدواج‌های دانشجویی**». فصل‌نامه فرهنگی- تربیتی زنان و خانواده. ۷(۲۰)، ص ۴۵.

- طهماسبی، احمد. (۱۳۹۷). **مدیریت مشاجرات خانوادگی**. قم: یاقوت
- قوتی سفیدسنگی، علی؛ شهابی، محمود و حسن‌زاده چوکانلو، حسین. (۱۳۹۵). «**تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر رضایت در ازدواج‌های دانشجویی**». فصل‌نامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. ۶(۲۱)، صص ۱۳۵-۱۵۶.
- کاظمی‌پور، شهلا. (۱۳۸۸). «**سنجش نگرش جوانان نسبت به ازدواج و شناخت آثار و پیامدهای آن با تأکید بر ازدواج‌های دانشجویی**». فرهنگ در دانشگاه اسلامی. ۱۳(۲)، صص ۷۵-۹۵.
- کیهان. (۱۳۹۸). «**دانشگاه**». چهارشنبه ۱۶ بهمن ۱۳۹۸، شماره ۲۲۳.
- لر، هیت و مکرنسکی، سوزان. (۱۳۸۶). **معجزه گفت‌وگو: راز دستیابی به زندگی مشترک عاشقانه و مستحکم**. تهران: صابرین
- مهدوی، محمد و نعمتی، شهروز. (۱۳۹۷). «**بررسی علل انتخاب ازدواج دانشجویی در بین دانشجویان؛ مطالعه پدیدارشناختی**». معرفت فرهنگی اجتماعی. ۱۰(۱)، صص ۹۱-۱۰۳.
- میرمحمد صادقی، مهدی. (۱۳۸۳). «**ازدواج (آموزش پیش از ازدواج)**». اصفهان، معاونت پیشگیری سازمان بهزیستی.
- Mason, M. (2010). **"Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews".** Forum: Qualitative Social Research, 11(3). 1-15.
- Morrow, R., Rodriguez, A., King, N. (2015). **"Colaizzi's descriptive phenomenological method".** The Psychologist, 28(8), 643-644

۲

بررسی گرایش جوانان استان همدان به ازدواج با تاکید بر متغیرهای نگرش (معرفتی و بلوغ فکری)، ارزش‌ها، عوامل روانی(هیجانی) و سبک زندگی

حسن قراباغی[۱]
سیدمرتضی هنرمند[۲]
محمد آتله‌خانی[۳]
کیومرث قیصری گودرزی[۴]

10.22034/ssys.2023.2832.3059

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۲۹
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۲۲

پژوهش حاضر به دنبال بررسی گرایش جوانان استان همدان به ازدواج با رویکرد به مبانی نگرشی(معرفتی و بلوغ فکری)، ارزشی، روانی(هیجانی) و سبک زندگی بود. جامعه آماری این پژوهش را کلیه افراد ۱۸ الی ۳۵ سال استان همدان تشکیل می‌دادند وحجم نمونه آماری پژوهش ۴۴۹ نفر بود که با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شد..

یافته‌های پژوهش نشان داد جوانان گرایش متوسطی به ازدواج دارند و بین مردان و زنان در گرایش به ازدواج تفاوت معناداری وجود ندارد. همچنین تأثیر بلوغ فکری بر میزان گرایش به ازدواج از متغیرهای با اهمیت متوسط به پایین محسوب می‌شود واین عامل برای پسران با اهمیت تر از دختران است. به‌علاوه، از نظر پرسش‌شوندگان شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج اهمیتی متوسط به بالا دارد و برای پسران با اهمیت‌تر از دختران است. همچنین، جوانان استان همدان نسبت به ازدواج داری نگرشی خوش‌بینانه هستند و پسران نسبت به دختران در ازدواج نگاه خوش بینانه‌تری دارند- در مقابل، دختران واقع‌گرایانه‌تر هستند. نتایج نشان داد که هر چه میزان گرایش به ازدواج افزایش می‌یابد، اعتقاد به این که ترویج سبک زندگی غربی عامل بزرگتری بر کاهش میزان گرایش به ازدواج است نیز افزایش پیدا می‌کند.

واژگان کلیدی: جوانان، گرایش به ازدواج، نگرش، ارزش‌ها، عوامل روانی و سبک زندگی.

---

[۱] استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ملایر، ملایر، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: H.qarabaghi@malayeru.ac.ir
[۲] استادیار، گروه معارف اسلامی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ملایر، ملایر، ایران
[۳] استادیار، گروه آمار و کاربرد، دانشکده علوم ریاضی و آمار، دانشگاه ملایر، ملایر، ایران
[۴] استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی ، دانشگاه ملایر، ملایر، ایران

مقدمه

ازدواج به‌عنوان مبنای شکل‌گیری نهاد خانواده، مرحله گذار افراد از جوانی به بزرگ‌سالی و مهم‌ترین واقعه در زندگی فردی، همواره در افکار عمومی جامعه و در تحقیقات علمی و دانشگاهی موردتوجه قرارگرفته است. ازدواج، یک نهاد اجتماعی و حقوقی مهم است که از طریق فراهم کردن مجموعه خاصی از حقوق، امتیازات، تعهدات، مسئولیت‌ها و انتظارات نقشی جدید، از روابط زناشویی حمایت می‌کند و موجب بقا و تداوم نهاد خانواده و ساختار اجتماعی می‌شود. (احمدی، براری و سید اسماعیلی،۱۳۹۰) هم ازنظر فردی، هم از دیدگاه زیستی و هم از منظر اجتماعی هیچ نهادی نیست که همانند ازدواج جهانی، ثابت و پایدار باشد. ازاین‌رو، هیچ نهادی نیز همانند آن تحت تأثیر دگرگونی‌های اجتماعی قرار نمی‌گیرد. از طرفی، ازدواج پدیده‌ای مطلق و فارغ از بستر زمان و مکان نیست. در هر زمان و در هر جامعه چهره خاصی دارد و با جامعه نیز دگرگون می‌شود(ساروخانی و همکاران ،۱۳۹۶). ازدواج یک قرارداد اجتماعی، زیستی و فرهنگی است که به دلیل نقش بنیادین آن در تشکیل خانواده، از اهمیت بسزایی برخوردار است و آرامش و امنیت در یک جامعه می‌تواند نتیجه ازدواج سالم و محیط آرامش بخش خانواده باشد (رشوند، وجدانی،۱۳۹۹).

ازدواج به عنوان مقدمه تشکیل نهادی به نام «خانواده» که نهاد اصلی جامعه و نهادی مقدس با بیشترین مسئولیت در رشد و تحول، تربیت و تعالی و سعادت وجود انسان به شمار می‌آید، نخستین نظام نهادی و جهانی است که برای رفع نیازمندی‌های حیاتی و عاطفی انسان و تعالی جامعه ضرورت تام دارد و درعین حال هم کوچکترین واحد اجتماعی و هسته مرکزی اجتماع است .(امیدی شهرکی،۱۳۸۷ :۲۴)

در طبقه‌بندی‌های رشد و گذار اجتماعی هم اکنون جامعه در مرحله گذار از سنّت به مُدرنیته است که این گذار باعث تغییر در طرز فکر و نگرش جامعه نسبت به امر ازدواج به‌عنوان یکی از مسائل مهم اجتماعی شده است. ازجمله مختصات و تمایزات عصر مُدرنیته نسبت به عصر سنّتی، ارتقای سطح آگاهی‌های اجتماعی، افزایش سطحِ سواد عمومی و تحصیلات در مردان وزنان جامعه و به‌تبع آن، گرایش به کسب موقعیت‌های اجتماعی و اقتصادی بالاتر است. گرایش به افزایش سطح آگاهی، تحصیلات و موقعیت‌های اجتماعی و اقتصادی، آثار و پیامدهای مثبت و منفی بسیاری در مسیر ازدواج جوانان به همراه دارد که ازجمله می‌توان به دسترسی به شیوه‌های آگاهانه‌تر شناخت همسر در کنار بالا رفتن سنّ ازدواج و میزان ناپایداری زندگی مشترک اشاره کرد(بانکی پور فرد، کلانتری و مسعودی‌نیا،۱۳۹۰: ۲۸).

کشور ایران نیز همچون سایر کشورها با تغییرات اجتماعی وسیعی در همه پدیده‌های اجتماعی ازجمله ازدواج و همسرگزینی روبه‌روست؛ تغییراتی که موجب شده تا مردان وزنان نگرش نوینی از پیوند زناشویی و ازدواج داشته باشند . در شرایط امروز بنا به آمار گرایش به ازدواج کمتر از گذشته است و ازدواج ها هم به سمت سنین بالا

حرکت کرده و آسیب های ناشی از فروپاشی نهاد خانواده هم در حال افزایش است. به گفته گیدنز، با این که نهاد خانواده و ازدواج هنوز موجودند و در زیست اجتماعی ما اهمیت دارند، ولی خصوصیات آن ها بسیار تغییر کرده است.(گیدنز،۱۳۸۷: ۲۵۰)

دنیای جدید باعث بالا رفتن سطح آگاهی‌های اجتماعی، سواد عمومی و تحصیلات شده و به‌موازات آن سطح توقّعات و انتظارات مردان وزنان به‌مراتب بیشتر از گذشته شده است.(بحیرائی و حضرتی،۱۳۹۰ :۲) در ایران نیز بر اساس آمارهای ثبت احوال از سال ۱۳۸۹ به بعد آمار ازدواج در کشور دچار سیر نزولی شده و در مقابل، آمارهای طلاق رو به فزونی دارد(مرکز آمار ایران،۱۳۹۵) بنابراین مطالعه حاضر بر مبنای تحقیق میدانی به دنبال پاسخ به این سؤال است:

گرایش جوانان استان همدان به ازدواج در شرایط امروز جامعه با تاکید بر مبانی نگرشی(معرفتی)، ارزشی، روانی(هیجانی) و سبک زندگی چگونه است؟

مطالعه‌ی حاضر از نمونه مطالعات توصیفی- پیمایشی بوده که در سطح استانی انجام شده و به لحاظ هدف، جزو پژوهش‌های کاربردی است. به بیان دیگر، تعیین میزان اثرگذاری مسائل مربوط به مبانی نگرشی(معرفتی)، ارزشی، روانی(هیجانی) و سبک زندگی بر میزان گرایش جوانان استان همدان به ازدواج، هدف این پژوهش می‌باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

فرایند تجددگرایی، ارزش‌ها و هنجارهای جدیدی را از طریق ابزارها و عواملی همچون شهرنشینی، رسانه‌ها، سواد و سایر مسائل بر جوامع بشری تحمیل می‌کند و با توجّه به این‌که کارکرد هر سیستمی در صورت ورود هر عنصر جدید دچار اختلال می‌شود، باید گفت ورود جریان تجددگرایی به ساختار اجتماعی جامعه ایرانی و به دنبال آن ساختار اجتماعی خانواده ایرانی تغییراتی را در هنجارها و ارزش‌ها به وجود آورده و تأثیراتی بسیار شگرف بر چگونگی ارتباطات انسانی و ازدواج بر جای گذاشته است. یکی از چالش‌های مهمی که به‌طور بسیار جدی، نهاد خانواده را در عرصه روابط اجتماعی دچار مشکل نموده، تحوّل، دگرگونی و تغییراتی است که در نگرش‌ها و باورها، هنجارها، آداب و رسوم مربوط به ازدواج و تشکیل خانواده روی داده است(ساروخانی و مقربیان،۱۳۹۰: ۴۶)

به‌موازات تحولات رفتاری بسیاری که در خانواده اتّفاق افتاده است، در طول دهه‌های اخیر، هنجارها، ارزش‌ها، باورها و عقاید افراد در مورد ازدواج و خانواده نیز تغییریافته است. ازجمله می‌توان به تغییر در ذهنیت‌ها، نگرش‌ها، ایده‌آل‌های افراد در مورد طولانی شدن دوران تجرد، سنّ مناسب ازدواج، نحوه انتخاب همسر، همسرگزینی از میان خویشان، فرزند آوری و تربیت فرزند اشاره کرد. موضوع تغییر نگرش‌ها و ارزش‌های ایرانیان در تحقیقات اجتماعی بررسی‌شده و در این میان، جوانان بیشتر در معرض تأثیرپذیری از جریانات و فرایندهای تغییر هستند و آمادگی بیشتری برای همراه شدن با نپذیرفتن هنجارها و ارزش‌ها و نگرش‌های جدید را دارند. سبک زندگی،

منعکس‌کننده گرایش‌ها و ارزش‌های فردی یا اجتماعی است. در حقیقت سبک زندگی هر فرد و جامعه‌ای از نوع باورها (جهان‌بینی) و ارزش‌های (ایدئولوژی) حاکم بر آن فرد و جامعه اثرپذیر است و به تعبیری دیگر، سبک زندگی هر شخصی اثرپذیر از اهداف یا هدف غایی اوست. بر این اساس، سبک زندگی غربی نوعی رفتار اجتماعی است که بر اساس اهداف غایی آن منجر به تولید جهان‌بینی مادی و ارزش‌های لذت‌گرایانه و سودمحورانه در افراد می‌گردد- همان‌طور که جهان‌بینی الهی و ارزش‌های کمال‌گرایانه و سعادتمندانه، سبک خاصی از زندگی را شکل می‌دهند.(شریفی، ۱۳۹۱: ۳۳)

«نظریه مدرنیزاسیون» یا «همگرایی خانواده»[1] یکی از رایج‌ترین و پرکاربردترین تبیین‌های ساختاری در تبیین تحوّلات نهاد ازدواج است. این نظریه که بر پایه ترکیب مدل‌های مفهومی دو نظریه جامعه‌شناختی- «نظریه تکاملی» قرن نوزدهم و «نظریات کارکردی ساختی» قرن بیستم- بسط یافته است. پایه نظری بسیاری از تحقیقات در زمینه تحولات نظام خانواده به‌ویژه الگوهای ازدواج را تشکیل می‌دهد (عسکری ندوشن، عباسی شوازی و صادقی،۱۳۸۸) «رویکرد نوسازی» با الهام از نسخه غربی توسعه و ترقی، بر مشخصه‌ها و عناصری نظیر صنعتی‌شدن، شهرنشینی، آموزش مدرن، بهداشت مدرن، فاوری، رسانه‌های ارتباطی، حمل‌ونقل و ارتباطات تأکید دارد و اینکه با ورود آن‌ها به هر جامعه سنتی، تغییرات و دگرگونی‌های ساختاری ایجاد می‌شود. «نظریه نوسازی»، تغییرات نهاد ازدواج را انطباق سازمان‌یافته با تغییر در شرایط نظام اجتماعی پیرامونی در نظر می‌گیرد. بر پایه این دیدگاه، نهاد خانواده تحت تأثیر عناصر نوسازی هم به لحاظ ساختی و هم به لحاظ کارکردی دچار تغییر و دگرگونی می‌شود (نازک‌تبار، ملانیا جلودار و حسینی درونکلائی، ۱۳۹۴). این نظریه بر این باور است که گذار جوامع از نظم سنتی به نظم مدرن باعث تغییراتی در سطوح مختلف کلان، میانی و خرد و در بین تمامی گروه‌ها شده که این تغییرات به‌نوبه خود موجب دگرگونی در ارزش‌ها، انتظارات، خواسته‌ها و... خواهند شد. برخی از صاحب‌نظران نیز بر این باورند که نوسازی، تغییرات فناوری و توسعه و موقعیت اجتماعی موجب بروز تغییراتی در ارزش‌ها و ترجیحات گردیده و این تغییرات به‌نوبه خود به تغییراتی در رفتار افراد منجر شده است و آنها را از نظر مادی و اجتماعی مستقل‌تر کرده است (حبیب‌پور گتابی و غفاری، ۱۳۹۰ :۱۳)

ویلیام گود[2] در قالب این تئوری با مطرح کردن ایده انقلاب جهانی در الگوهای خانواده[3] معتقد است که فرایند جهانی نوسازی، صنعتی شدن و شهرنشینی موجب تغییر در ساختار سنتی خانواده و توسعه خانواده‌های جدید از نوع اروپایی در سراسر جهان شده است. در جریان نوسازی و نفوذ اندیشه‌های غربی، تعهدات نسبت به گروه

[1]The theory of modernization and family integration
[2] William Good
[3] The World Revolution in Family Patterns

خانوادگی در برقراری پیوندهای ازدواج اهمیت خود را از دست می‌دهد(نازک‌تبار، ملانیا جلودار و حسینی درونکلائی، ۱۳۹۴).

باید گفت ورود جریان تجددگرایی به ساختار اجتماعی جامعه ایرانی و به دنبال آن ساختار اجتماعی خانواده ایرانی تغییراتی را در هنجارها و ارزش‌ها به وجود آورده است و تأثیراتی بسیار شگرف بر چگونگی ارتباطات انسانی، ازدواج بر جای گذاشته است. یکی از چالش‌های مهمی که به‌طور بسیار جدی، نهاد خانواده را در عرصه روابط اجتماعی دچار مشکل نموده تحوّل، دگرگونی و تغییراتی است که در نگرش‌ها و باورها، هنجارها، آداب‌ورسوم مربوط به ازدواج و تشکیل خانواده روی‌داده است.(ساروخانی و مقربیان، ۱۳۹۰: ۴۶)

درنتیجه، خانواده ایرانی در کشاکش فرهنگی میان الگوهای سنّتی و مُدرن قرار داشته که مهم‌ترین وضعیت آن، قرار گرفتن درروند نوسازی و برخورد با پیامدهای آن بوده است. در این کشاکش فرهنگی، ارزش‌ها و رفتارها نیز در افراد به ویژه جوانان دچار دگرگونی شده و بسیاری از رفتارهای ثابت، سنّتی و سفت‌وسخت افراد کمرنگ شده و رفتارهای دیگر جای آن را گرفته‌اند. درواقع، جوامع دارای ارزش‌ها، نگرش‌ها و عادات نسبتاً پایداری هستند، ولی نه ثابت و غیرقابل تغییر. نگرش‌ها و ارزش‌های افراد جامعه با توجّه به مقتضیات و شرایط در حال تغییر محیط و همچنین تجربه‌هایشان در طول فرآیند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد و تغییر می‌کند.(خلج آبادی فراهانی، ۱۳۹۵).

به‌موازات تحولات رفتاری بسیاری که در خانواده اتّفاق افتاده است، در طول دهه‌های اخیر، هنجارها، ارزش‌ها، باورها و عقاید افراد در مورد ازدواج و خانواده نیز تغییریافته است. ازجمله می‌توان به تغییر در ذهنیت‌ها، نگرش‌ها، ایده‌آل‌های افراد در مورد طولانی شدن دوران تجرد، سنّ مناسب ازدواج، نحوه انتخاب همسر، همسرگزینی از میان خویشان، فرزندآوری و تربیت فرزند اشاره کرد.(نازک‌تبار، ملانیا جلودار وحسینی درونکلائی، ۱۳۹۴).

کاهش کارکردهای پیشین جامعه به افزایش استقلال جوانان در امور فردی خود ازجمله شیوه همسرگزینی منجر می‌شود و زنان از حق انتخاب بیشتری در امر ازدواج و تصمیم‌گیری در خانواده برخوردار می‌گردند. انتخاب آزادانه همسر، توافق اولیه بین زن و شوهر و ضرورت علاقه دوجانبه بین آن‌ها از نتایج سازگاری خانواده با شرایط زندگی مُدرن است. درنتیجه، از رواج ازدواج‌های ترتیب‌یافته و خویشاوندی که مشخصه فرهنگ‌های سنتی بود، کاسته می‌شود(گیدنز،۱۳۹۴: ۴۲۱).

تحولات نهاد ازدواج ، نشانه‌ها و نمادهایی از تغییرات اجتماعی محسوب می‌شود؛ زیرا تحولات اجتماعی و اقتصادی جامعه مرتبط با کاهش اقتدار سنتی و مذهبی، اشاعه و گسترش اخلاق، عقلانیت و فردگرایی، آموزش همگانی برای هر دو جنس، افزایش برابری جنسیتی و گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی می‌باشد(دالوس و دراپر[1]،۲۰۱۰)

[1] Dalos R, Draper A

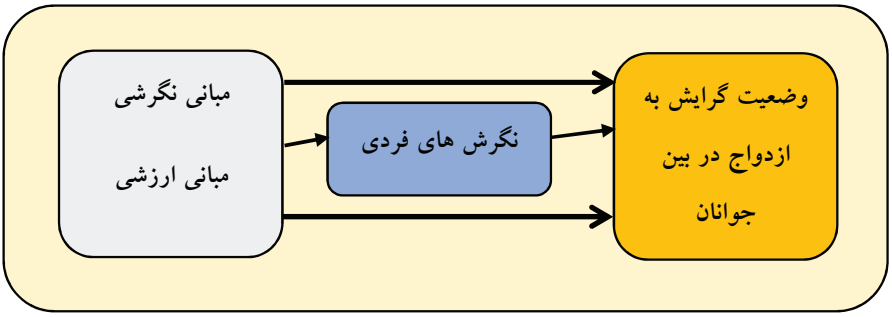
با توجه به مباحث فوق، تغییرات ساختاری عمدتاً از طریق نشانگرهای نوسازی یعنی رشد صنعت، شهرنشینی، آموزش، درآمد و مصرف، حمل‌ونقل، ارتباطات و اشکال متعدد فناوری‌های جدید تبیین می‌شوند. فرایند نوسازی در سطوح فردی و اجتماعی، جوانان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و دگرگونی‌های به وجود آمده منجر به دگرگونی‌های ساختاری و دگرگونی‌های ایدئولوژیکی می‌گردد. (شاکلیفورد،بازر،گوئتز[1] ، ۲۰۰۷).

بنابراین، «نظریه نوسازی» با تأکید بر تغییرات ساختی جوامع (گذار از اقتصاد کشاورزی به اقتصاد صنعتی)، تغییرات در جوانان را به تغییرات ساختاری در زندگی اجتماعی به‌منظور ظهور نیروهای جدید اجتماعی یعنی جریان صنعتی شدن، شهرنشینی و آموزش همگانی و ... مرتبط می‌کند و تحولات ازدواج را به‌عنوان سازگاری نظام‌مند با تغییر در شرایط نظام اجتماعی پیرامونی یا به عبارتی، انطباق با شرایط اقتصادی اجتماعی تغییریافته، در نظر می‌گیرد.. با توجّه به‌شتاب و تنوع تحوّلات اقتصادی اجتماعی که در دهه‌های اخیر برخی از جوامع در حال گذار نظیر ایران، آن را تجربه کرده‌اند، بحث در مورد ابعاد مختلفی از تغییرات خانواده به موضوعی جذاب و محوری در گفتمان‌های مختلف در سطح حوزه عمومی جامعه، مباحثات و مجادلات مطرح درزمینه ارزش‌ها و مسائل فرهنگی و همچنین محافل علمی و دانشگاهی تبدیل‌شده است(عسکری ندوشن و رسول‌زاده ،۱۳۹۰).

نتایج پژوهش‌های متعدد همچون فریدون‌پور و همکاران(۱۳۹۹) در پژوهش «بررسی نگرش به انتخاب همسر و ترس از ازدواج در دختران»، محمودیان، محمودیانی و شهریاری(۱۳۹۴) در «بررسی ازدواج خویشاوندی، تفاوت‌های بین‌نسلی و عوامل پشتیبان آن درکرمانشاه»، محمدی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی الگوی رابطه صمیمانه همسران با روش کیفی»، سرایی و اوجاقلو (۱۳۹۲) در بررسی با عنوان «مطالعه نسلی تغییر ارزش ازدواج در ایران»، پژوهش بحیرائی و حضرتی (۱۳۹۱) با عنوان «عوامل اجتماعی موثر در افزایش سن ازدواج دانشجویان دختر (مورد مطالعه: دانشجویان شاغل به تحصیل سال در ۱۳۹۰, دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات)»، شاهمرادی، فاتحی‌زاده و احمدی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «پیش‌بینی تعارض زناشویی از طریق ویژگی‌های شخصیتی، روانی و جمعیت‌شناختی زوج‌ها»، حسینی(۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «تفاوت‌های قومی در رفتارهای ازدواج زنان و نگرش آن‌ها نسبت به ازدواج دختران در شهرستان ارومیه»، کاظمی (۱۳۹۰) در بررسی «تأثیر آرمان‌گرایی توسعه‌ای بر شکاف بین نگرش‌های دختران و مادران آن‌ها نسبت به ازدواج و خانواده در میان دانشجویان دانشگاه تبریز»، عسکری ندوشن و رسول‌زاده(۱۳۹۰) در «بررسی نگرش به مهریه در حفظ ثبات خانواده در شهر یزد» و «بررسی نگرش‌های مردان وزنان»، سلامتی هرمزی (۱۳۹۰) در «بررسی مقایسه‌ای ادراک‌ها و نگرش‌های دختران مجرد شهر بندرعباس»، پژوهش نجار پوریان، بهرامی و اعتمادی (۱۳۸۷) در مطالعه «تأثیر آموزش تعهد پیش از ازدواج بر بهبود ویژگی‌های تعهد در دختران دانشجو»، به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم موید یافته‌های این پژوهش

[1]Shachelford, Besser, Goetz

بودند. همچنین نتایج مطالعات مختلف کاوامورا (۲۰۱۱) ؛ یانگ(۲۰۱۳) و توکی هیرو(۲۰۰۴) نشان داد که نگرش‌ها و ارزش‌های ازدواج عامل موثری در فرایند ازدواج و تصمیم‌گیری درمورد آن است. یافته‌های پنگ(۲۰۰۶) ؛ کبیر و همکاران(۲۰۰۱) و جونز(۲۰۱۰) نیز تاییدکننده این پژوهش هستند.



شکل ۱: مدل نظری پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری

مطالعه حاضر به لحاظ هدف، جزو پژوهش‌های کاربردی و ازلحاظ ماهیت در دسته مطالعات توصیفی است جامعه آماری این پژوهش کلیه جوانان استان همدان می‌باشند. بر اساس تصویب «شورای عالی جوانان» مورخ ۱۳۹۷/۹/۱۱ کلیه افراد ۱۸ تا ۳۵ سال جوان محسوب می‌شوند و بر اساس آخرین سرشماری صورت گرفته جمعیت جوان استان همدان ۶۲۷۴۴۲ نفر اعلام‌شده است.

حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

گستردگی جغرافیایی کار و زمان‌بر بودن این پژوهش، استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای را در اولویت قرار می‌دهد. بر این اساس با استفاده از فرمول کوکران و جمعیت جامعه، نمونه محاسبه شد و سپس بر اساس درصد تشکیل‌دهنده جوانان هر شهرستان در جمعیت کل استان به همان نسبت نیز نمونه برای آن در نظر گرفته شد. حجم نمونه آماری موردنیاز بر اساس فرمول کوکران محاسبه و در نهایت ۴۴۹ نفر به عنوان گروه نمونه که به صورت تصادفی از بین طبقات مشخص شده در هریک از شهرستان ها در نظر گرفته شدند

ابزارهای اندازه‌گیری، روایی و پایایی آن و روش جمع‌آوری داده‌ها

در این پژوهش برای ساخت و تهیه ابزار جمع‌آوری اطلاعات، ابتدا مبانی نظری پژوهش موردبررسی قرار گرفت و درنهایت برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه محقق‌ساخته بر اساس نظرات و بازخوردهای ده نفر از افراد صاحب‌نظر در حوزه جوانان به دست آمد.

پرسش‌نامه‌های تهیه‌شده به همراه توضیحات لازم به‌صورت حضوری یا الکترونیکی به صاحب‌نظران و کارشناسان ارائه گردید و نظرات آن‌ها برای بازبینی و اصلاح پرسش‌نامه به کار گرفته شد. در گام بعدی جهت اطمینان از کیفیت موارد اصلاح‌شده مجدداً پرسش‌نامه به پنج نفر از صاحب‌نظرانی که نظرات دقیق و مبسوط ارائه کرده بودند، ارسال و به تایید آن‌ها رسید. همچنین برای به دست آوردن پایایی پرسش‌نامه ابتدا پرسش‌نامه‌ها در بین حدود ۱۰ درصد از افراد جامعه توزیع و از آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی آن استفاده شد که درنهایت میزان پایایی آن ۰/۸۰ به دست آمد.

شیوه تحلیل داده‌ها

روش تجزیه‌وتحلیل داده بر اساس موضوع و روش تحقیق انتخاب می‌شود. بر این اساس با توجه به روش تحقیق مورداستفاده، روش تجزیه‌وتحلیل اطلاعات این پژوهش در سطح آمار توصیفی و استنباطی است. گفتنی است برحسب توزیع فراوانی‌ها، مهم‌ترین یافته‌ها به‌صورت جدول یک‌بعدی برای هر متغیر مطرح شد. برای این منظور جدول‌های توزیع فراوانی و توصیفی گزارش‌شده‌اند. همچنین، برای بررسی معنی‌داری هر یک از گویه های مربوط به وضعیت ازدواج در بین جوانان علاوه بر جدول توصیفی گزارش‌ها، با استفاده از آزمون‌های گاما گودمن، کروسکال والیس و خی‌دو به سوالات پاسخ داده شد.

یافته‌های پژوهش

به منظور تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده، ابتدا داده‌های توصیفی گزارش‌ش ده‌اند و برای بررسی معنی‌داری هر یک از گویه‌های مربوط به وضعیت ازدواج در بین جوانان علاوه بر جدول توصیفی گزارش‌ها، با استفاده از آزمون‌های گاما گودمن و کروسکال والیس[1] و خی دو[2] به سؤال‌های پژوهش پاسخ داده شد.

توصیف اطلاعات

در این بخش نتایج تحلیل اطلاعات کلی برای ۴۴۹ نفر نمونه گزارش‌شده است.

- **داده‌های توصیفی برای سن شرکت‌کنندگان در بین جوانان استان همدان**

جدول ۱: اطلاعات توصیفی برای سن شرکت‌کنندگان در بین جوانان استان همدان

متغیر	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
سن	۱۸	۳۵	۲۴/۳	۴/۳۷

جدول فوق اطلاعات توصیفی شامل کمترین، بیشترین، میانگین و انحراف معیار را برای کل نمونه نشان می‌دهد. میانگین سن ۲۴/۳ سال و کمترین و بیشترین آن به ترتیب ۱۸ و ۳۵ سال بوده است.

[1] Goodman and Kruskal's gamma
[2] Chi-Square

- **توزیع فراوانی نمونه برحسب جنسیت در بین جوانان استان همدان**

جدول ۲: توزیع فراوانی نمونه برحسب جنسیت در بین جوانان استان همدان

جنسیت	فراوانی	فراوانی تراکمی
پسر	۲۱۵	۴۷/۹
دختر	۲۳۴	۵۲/۱
مجموع	۴۴۹	۱۰۰/۰۰

طبق اطلاعات جدول فوق از بین ۴۴۹ شرکت‌کننده، ۲۱۵ نفر معادل ۴۷/۹ درصد پسر و ۲۳۴ نفر معادل ۵۲/۱ درصد دختر بوده‌اند.

پاسخ به سؤال‌های پژوهش

- **میزان گرایش به ازدواج جوانان استان همدان چقدر است؟**

در پاسخ باید گفت میزان گرایش به ازدواج از حد متوسط بیشتر است. در جدول زیر وضعیت گرایش به ازدواج در بین جوانان استان همدان مشخص‌شده است. براساس داده‌ها، ۸۰/۴ درصد از جوانان گرایش متوسطی به ازدواج دارند- درعین‌حال ۱۸/۵ درصد از این جوانان گرایش زیادی به ازدواج دارند، درحالی‌که فقط ۰/۹ از افراد دارای گرایش کم به ازدواج هستند.

جدول ۳: وضعیت گرایش به ازدواج در بین جوانان استان همدان

ردیف	گویه	فراوانی	درصد فراوانی
۱	گرایش به ازدواج کم	۴	۰/۹
۲	گرایش به ازدواج متوسط	۳۶۱	۸۰/۴
۳	گرایش به ازدواج زیاد	۸۳	۱۸/۵
۴	گرایش به ازدواج خیلی زیاد	۱	۰/۲
	مجموع	۴۴۹	۱

- **میزان گرایش جوانان استان همدان به ازدواج به تفکیک جنسیت چگونه است؟**

جدول ۴: وضعیت گرایش به ازدواج در بین جوانان استان همدان

میزان گرایش به ازدواج	مردان	زنان
گرایش به ازدواج کم	۰/۹	۰/۸
گرایش به ازدواج متوسط	۷۹/۵۳	۸۱/۱۹
گرایش به ازدواج زیاد	۱۹	۱۸
گرایش به ازدواج خیلی زیاد	۰/۴۶	۰

در پاسخ باید گفت میزان گرایش به ازدواج هم در بین پسران با ۷۹/۵۳ درصد و هم در بین دختران با ۸۱/۱۹ درصد در حد متوسط است. بر اساس داده‌ها، ۱۹/۰ درصد از پسران جوان گرایش زیادی به ازدواج دارند- درعین‌حال ۱۸/۰ درصد از پسران جوان گرایش زیادی به ازدواج دارند، درحالی‌که فقط ۰/۹ در پسران و ۰/۸از دختران دارای گرایش کم به ازدواج هستند. میانگین گرایش به ازدواج به تفکیک جنسیت در جدول زیر آمده است:

جدول ۵: میانگین گرایش به ازدواج به تفکیک جنسیت در بین جوانان استان همدان

جنسیت	میزان گرایش به ازدواج
مرد	۳/۱۹
زن	۳/۱۷

با توجه به داده‌های جدول فوق که در آن میانگین گرایش به ازدواج به تفکیک جنسیت در بین جوانان استان همدان به نمایش درآمده است باید گفت پسران جوان گرایش بیشتری به ازدواج دارند.

- **ارتباط بین جنسیت و گرایش به ازدواج در جوانان چیست؟ آیا این ارتباط معنادار است؟**

با توجه به آماره کی دو در جدول آزمون فرضیه‌ها که در جدول زیر به نمایش درآمده است، بین مردان وزنان در گرایش به ازدواج تفاوت معناداری وجود ندارد، چون ۰/۰۵ < ۰/۶۶۷ می‌باشد؛ یعنی بین زنان و مردان در گرایش به ازدواج تفاوت وجود دارد، اما این تفاوت به مقداری نیست که بگوییم رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۶: ارتباط بین جنسیت و گرایش به ازدواج

	معناداری	آماره	درجه آزادی
آزمون کی دو	۰/۶۶۷	۰/۱۸۵	۱

- **ارتباط بین ترویج سبک زندگی غربی و گرایش به ازدواج در جوانان چیست؟ آیا این ارتباط معنادار است؟**

جدول ۷: ارتباط بین ترویج سبک زندگی غربی و گرایش به ازدواج

	معناداری	آماره
گاما گودمن و کروسکال	۰/۰۰۱	۰/۳۲۶

مقدار آماره به دست آمده برابر با ۰/۳۲۶ است؛ یعنی هر چه گرایش به ازدواج افزایش می‌یابد، اعتقاد بر این که ترویج سبک زندگی غربی عامل مهمی بر کاهش گرایش جوانان به ازدواج است افزایش می‌یابد. از طرفی، چون ۰/۰۵>۰/۰۰۱ است، لذا این ارتباط کاملا معناداراست.

- **ارتباط بین مبانی نگرشی(معرفتی و بلوغ عقلی) و گرایش به ازدواج در جوانان چیست؟ آیا این ارتباط معنادار است؟**

در جدول زیر تأثیر بلوغ فکری بر میزان گرایش به ازدواج ازنظر جوانان به نمایش درآمده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود ۴۲/۵ درصد از جوانان بیان کرده‌اند که که اعتقاد به تأثیر بلوغ فکری بر میزان گرایش به ازدواج به عنوان یک عامل در سطح متوسط است و البته ۴۰/۸ درصد از جوانان نیز اعتقاد دارند که تأثیر این عامل بر میزان گرایش به ازدواج کم می‌باشد. بنابراین باید گفت از نظر جوانان رسیدن به بلوغ فکری برای ازدواج متغیری با اهمیت متوسط به پایین است.

جدول ۸: تأثیر بلوغ فکری بر میزان گرایش به ازدواج در بین جوانان استان همدان

بلوغ فکری	فراوانی	درصد فراوانی
خیلی کم	۱۷	۳/۸
کم	۱۸۳	۴۰/۸
متوسط	۱۹۱	۴۲/۵
زیاد	۵۵	۱۲/۵
خیلی زیاد	۳	۰/۷
مجموع	۴۴۹	۱۰۰

در جدول فوق میانگین و میانه اثر بلوغ فکری بر میزان گرایش به ازدواج به نمایش درآمده است. بنا به نتایج باید گفت که از نظر پرسش‌شوندگان بلوغ فکری از متغیرهای با اهمیت متوسط به پایین در میزان گرایش جوانان به ازدواج محسوب می‌شود.

جدول ۹: میانگین و میانه تأثیر بلوغ فکری بر میزان گرایش به ازدواج در بین جوانان استان همدان

گویه	میانگین	میانه
بلوغ فکری	۲/۸۳	۳/۰

همچنین باید گفت اعتقاد به تأثیر بلوغ فکری بر میزان گرایش به ازدواج برای پسران با اهمیت تر از دختران محسوب می گردد. که این مطلب در جدول زیر به نمایش درآمده است:

جدول ۱۰: میانگین و میانه اثر بلوغ فکری بر میزان گرایش به ازدواج به تفکیک جنسیت

بلوغ فکری	میانگین	میانه
از نظر پسران	۲/۹۷	۳
از نظر دختران	۲/۸	۲/۵

- **ارتباط بین مبانی ارزشی(اخلاقی) گرایش به ازدواج در جوانان چیست؟ آیا این ارتباط معنادار است؟**

در جدول ۱۱، تأثیر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج ازنظر جوانان به نمایش درآمده است . همان‌گونه که مشاهده می‌شود ۵۷/۰ درصد از جوانان اعتقاددارند که اعتقاد به تأثیر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج به عنوان یک عامل در سطح متوسط به بالا است و البته ۲۱/۲ درصد از جوانان نیز اعتقاد دارند که تأثیر این عامل بر میزان گرایش به ازدواج خیلی زیاد می‌باشد بنابراین باید گفت از نظر جوانان شرایط اخلاقی جامعه عاملی با اهمیت متوسط به بالاست.

جدول ۱۱: تأثیر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج در بین جوانان استان همدان

شرایط اخلاقی جامعه	فراوانی	درصد فراوانی
خیلی کم	۷	۱/۶
کم	۹۱	۲۰/۳
متوسط	۲۵۶	۵۷/۰
زیاد	۶۶	۱۴/۷
خیلی زیاد	۲۹	۶/۵
مجموع	۴۴۹	۱۰۰

در جدول ۱۲، میانگین و میانه اثر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج به نمایش در آمده است. بنا به نتایج باید گفت که از نظر پرسش‌شوندگان شرایط اخلاقی جامعه از عوامل با با اهمیت متوسط به بالا محسوب می شود.

جدول ۱۲: میانگین و میانه تأثیر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج در بین جوانان استان همدان

گویه	میانگین	میانه
شرایط اخلاقی جامعه	۳/۲۸	۳/۵

همچنین باید گفت تأثیر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج برای پسران با اهمیت‌تر از دختران محسوب می‌گردد. که این مطلب در جدول ۱۳ به نمایش درآمده است:

جدول ۱۳: میانگین و میانه اثر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج به تفکیک جنسیت

بلوغ فکری	میانگین	میانه
از نظر پسران	۳/۳۱	۳/۵
از نظر دختران	**۳/۲۶**	۳/۰

- **ارتباط بین مبانی و نگرش روانی و گرایش به ازدواج در جوانان چیست؟ آیا این ارتباط معنادار است؟**

جدول ۱۴: نگرش جوانان استان همدان به ازدواج در بین جوانان استان همدان

نوع نگرش	میانگین	انحراف معیار
نگرش بدبینانه	۳/۲	۰/۵۲
نگرش خوش‌بینانه	۳/۴۲	۰/۵۷
نگرش واقع‌گرایانه	۳/۱	۰/۵۱
نگرش ایده‌ال‌گرایانه	۳/۲۴	۰/۶۷

همانگونه که در جدول ۱۴ مشاهده می‌گردد میزان نگرش بدبینانه به ازدواج در بین جوانان استان همدان در ۳/۲ می باشد. میزان نگرش خوش‌بینانه به ازدواج در بین جوانان استان همدان ۳/۴۲ بوده و از نگرش بدبینانه قوی تر است. از طرفی، میزان نگرش واقع‌گرایانه به ازدواج در بین جوانان استان همدان ۳/۱ بوده و کمتر از نگرش ایده‌ال‌گرایانه که ۳/۲۴ است، می‌باشد. البته میزان نگرش ایده ال به ازدواج در حد متوسط به بالاست. بنابراین باید گفت که جوانان استان همدان نسبت به ازدواج داری نگرش خوش‌بینانه هستند.

جدول ۱۵: نگرش جوانان استان همدان به ازدواج به تفکیک جنسیت

نوع نگرش	پسران		دختران	
	میانگین	میانه	میانگین	میانه
نگرش بدبینانه	۳/۲	۳/۱۴	۳/۲۱	۳/۱۴
نگرش خوش‌بینانه	۳/۴۳	۳/۵	۳/۴۱	۳/۴
نگرش واقع‌گرایانه	۳/۰۸	۳/۰	۳/۱۲	۳/۲
نگرش ایده‌ال‌گرایانه	۳/۲۹	۳/۲	۳/۲	۳/۲

در جدول ۱۵ میزان نگرش جوانان استان همدان به ازدواج به تفکیک جنیست نمایش داده شده است. با توجه به نتایج به دست آمده از مشاهدات، میزان نگرش بدبینانه به ازدواج در بین پسران جوان استان همدان در ۳/۲ می باشد.میزان نگرش خوش‌بینانه به ازدواج در بین پسران جوان استان همدان ۳/۴۳ بوده است. همچنین با توجه به نتایج به دست آمده از مشاهدات، میزان نگرش بدبینانه به ازدواج در بین دختران جوان استان همدان ۳/۲۱ می‌باشد. میزان نگرش خوش‌بینانه به ازدواج در بین دختران جوان استان همدان ۳/۴۱ بوده و از نگرش بدبینانه قوی تر است. بنابراین باید گفت پسران نسبت به دختران در ازدواج نگاه خوش‌بینانه تر بیشتری دارند و در عوض دختران در این قضیه ار پسران واقع‌گرایانه‌تر هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر بر مبنای تحقیق میدانی به دنبال پاسخ به این سؤال بود که گرایش جوانان استان همدان به ازدواج در شرایط امروز جامعه با تاکید بر مبانی نگرشی(معرفتی)، ارزشی، روانی(هیجانی) و سبک زندگی چگونه بوده و میزان اثرگذاری مسائل مربوط به مبانی نگرشی(معرفتی)، ارزشی، روانی(هیجانی) و سبک زندگی بر میزان گرایش جوانان استان همدان به ازدواج چه میزان خواهد بود.

یافته‌های پژوهش نشان داد که در مورد میزان گرایش به ازدواج در بین جوانان استان همدان باید گفت میزان گرایش به ازدواج از حد متوسط بیشتر است. براساس داده‌ها ۸۰/۴ درصد از جوانان گرایش متوسطی به ازدواج دارند- درعین‌حال ۱۸/۵ درصد از این جوانان گرایش زیادی به ازدواج دارند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش بحیرائی و حضرتی (۱۳۹۱) با عنوان «عوامل اجتماعی موثر در افزایش سن ازدواج دانشجویان دختر (مورد مطالعه: دانشجویان شاغل به تحصیل سال در ۱۳۹۰, دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات)» که نشان داد با وجود مسائل مختلف، تمایل به ازدواج در بین دانشجویان از شرایط خوبی برخوردار است، همسویی دارد. همچنین یافته‌های تحقیق آقاسی و فلاح (۱۳۹۴) با عنوان «نگرش جوانان ایرانی به ازدواج, انتخاب همسر و تشکیل خانواده» نیز موید یافته‌های این پژوهش است. در همین راستا، نظر اینگلهارت[1](۱۳۸۹) با عنوان «دگرگونی‌های ارزشی در بخش فرض‌های جامعه‌پذیری» بر این مفهوم تاکید دارد.

همچنین یافته‌ها نشان داد که میزان گرایش به ازدواج بین پسران بیشتر از دختران است. بر اساس داده‌ها، ۱۹/۰ درصد از پسران جوان گرایش زیادی به ازدواج دارند- درعین‌حال ۱۸/۰ درصد از دختران جوان گرایش زیادی به ازدواج دارند. این یافته با نتایج پژوهش‌های دیگر از جمله آقاسی و فلاح (۱۳۹۴) و یافته‌های هنرور و محمدپور(۱۳۹۹) پیرامون مطالعه نگرش جوانان به ازدواج و ارتباط آن با ترجیحات ارزشی، دینداری و شیوه‌های فرزندپروری در بخش گرایش کمتر دختران به ازدواج برابر است. یافته‌های فریدون‌پور و همکاران(۱۳۹۹) در پژوهش

[1] Inglehart

«بررسی نگرش به انتخاب همسر و ترس از ازدواج در دختران» و نتایج پژوهش صباغچی، عسکری ندوش و ترابی (۱۳۹۶) در «بررسی نگرش زنان شهر یزد به ابعاد مختلف ازدواج و تشکیل خانواده، برحسب متغیرهای زمینه‌ای» با نتیجه این پژوهش در یک راستاست. با توجه به نگرش مثبت به ازدواج، ضروری است سیاست‌گذاران فرهنگی و اجتماعی به این مهم توجه ویژه داشته باشند و بستر مناسب را برای ازدواج فراهم کنند. این یافته خلاف آنچه تصور می‌شود که جوانان به ازدواج تمایل ندارند، است و توجه به این امر را دوچندان ضروری می‌کند.

در مورد متغیر ترویج سبک زندگی غربی و گرایش به ازدواج در بین جوانان استان همدان، نتایج نشان می‌دهد هر چه گرایش به ازدواج افزایش می‌یابد، اعتقاد بر این که ترویج سبک زندگی غربی مانع بزرگتری است افزایش می‌یابد. باید گفت که سبک زندگی غربی، یکی از اساسی‌ترین مشکلات پیش رو در حیطه ازدواج است. یافته‌های پژوهش دانش، امیدوار و زاهدی(۱۳۹۹) با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به زندگی مشترک بدون ازدواج در بین جوانان شهر تهران»، مهدیه و سیدان(۱۳۹۴) با عنوان «تحلیل جنسیتی روابط هم خانگی مشترک در زنان و مردان ایرانی»، آزاد ارمکی و همکاران(۱۳۹۱) با عنوان «هم‌خانگی، پیدایش شکل‌های جدید خانواده در ایران»، گل محمدی(۱۳۸۳) با عنوان «تأثیر زندگی مشترک پیش از ازدواج بر فروپاشی ازدواج ازدواج» همگی موید یافته‌های این پژوهش هستند. در همین راستا از نظر اینگلهارت فرآیند غیردینی‌شدن، پایبندی به هنجارهای فرهنگی سنتی را سست و مردم را نسبت به دگرگونی فرهنگی به طور کلی شکیباتر می‌سازد. (اینگلهارت، ۱۳۸۹ :۳۱۷)از نظر دورکیم[1] صنعتی‌شدن موجب شده است که احساسات و هیجان‌های انسانی از قید و بند خارج شوند. جوامع مدرن صنعتی در نتیجه افزایش پیچیدگی و تقسیم کار، مردم را از یکدیگر جدا و پیوندهای اجتماعی‌شان را سست کردند. (دیلینی،۱۳۸۷ :۱۵۴)

در مورد ارتباط بین مبانی نگرشی(معرفتی و بلوغ عقلی) و گرایش به ازدواج در جوانان، نتایج نشان می‌دهد اعتقاد به تأثیر عدم‌رسیدن به بلوغ فکری بر میزان گرایش به ازدواج به عنوان یک مانع در سطح متوسط است و حتی از نظر جوانان رسیدن به بلوغ فکری برای ازدواج مشکلی با اهمیت متوسط به پایین است. یافته‌های پژوهش بحیرائی و حضرتی (۱۳۹۱) با عنوان «عوامل اجتماعی موثر در افزایش سن ازدواج دانشجویان دختر (مورد مطالعه: دانشجویان شاغل به تحصیل سال در ۱۳۹۰, دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات)»، کاظمی (۱۳۹۰) در بررسی «تأثیر آرمان‌گرایی توسعه‌ای بر شکاف بین نگرش‌های دختران و مادران آن‌ها نسبت به ازدواج و خانواده در میان دانشجویان دانشگاه تبریز»، نجار پوریان، بهرامی و اعتمادی (۱۳۸۷) در مطالعه «تأثیر آموزش تعهد پیش از ازدواج بر بهبود ویژگی‌های تعهد در دختران دانشجو»، موید یافته‌های این پژوهش بودند.

[1] Émile Durkheim

یافته‌های پژوهش در مورد تأثیر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج ازنظر جوانان نشان می‌دهد جوانان اعتقاد دارند که تأثیر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج به عنوان یک مانع ازدواج محسوب می‌شود. بنابراین باید گفت از نظر جوانان شرایط اخلاقی جامعه مشکلی با اهمیت است. همچنین باید گفت تأثیر شرایط اخلاقی جامعه بر میزان گرایش به ازدواج برای پسران با اهمیت‌تر از دختران محسوب می‌گردد. در این راستا پژوهش قنبری برزیان سلمانوندی و فاطمی (۱۳۹۷) نشان داد روابط جنسی پیش از ازدواج سبب کاهش گرایش به ازدواج جوانان دانشجو و نگرش منفی آنها نسبت به ازدواج و تشکیل خانواده و بی‌اعتمادی به جنس مخالف می‌شود. یافته‌های هدایت مقدم و همکاران(۲۰۱۵)، وکیلیان و همکاران(۲۰۱۴)، خلج‌آبادی فراهانی(۱۳۹۴) و ولز و تونگ(۲۰۰۵) نیز موید این مطلب هستند.

نتایج به دست آمده از مشاهدات در مورد ارتباط بین مبانی و نگرش روانی و گرایش به ازدواج در جوانان استان همدان نشان می‌دهد میزان نگرش ایده‌آل‌گرایانه به ازدواج در بین جوانان استان همدان در حد متوسط به بالا می‌باشد. بنابراین باید گفت که جوانان استان همدان نسبت به ازدواج داری نگرش خوش‌بینانه هستند. لیکن پسران نسبت به دختران در ازدواج نگاه خوش‌بینانه‌تر بیشتری دارند و در عوض دختران در این قضیه ار پسران واقع‌گرایانه‌تر هستند. یافته‌های سلامتی هرمزی (۱۳۹۰) در «بررسی مقایسه‌ای ادراک‌ها و نگرش‌های دختران مجرد شهر بندرعباس»، کاوامورا(۲۰۱۱) ؛ یانگ(۲۰۱۳) و توکی هیرو(۲۰۰۴) در مورد نگرش‌ها و ارزش‌های ازدواج، فریدون‌پور و همکاران(۱۳۹۹) در پژوهش «بررسی نگرش به انتخاب همسر و ترس از ازدواج در دختران» و محمدی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی الگوی رابطه صمیمانه همسران با روش کیفی» و سرایی و اوجاقلو (۱۳۹۲) در بررسی با عنوان «مطالعه نسلی تغییر ارزش ازدواج در ایران»، موید این یافته هستند.

منابع

- آزادارمکی، تقی؛ شریفی ساعی، محمدحسین؛ ایثاری، مریم و طالبی، سحر. (۱۳۹۱). «**هم‌خانگی؛ پیدایش شکل‌های جدید خانواده در تهران**». جامعه‌پژوهی فرهنگی. ۳(۱)، صص ۴۳-۷۷.
- آقاسی، محمد و فلاح مین‌باشی، فاطمه. (۱۳۹۴). «**نگرش جوانان ایرانی به ازدواج، انتخاب همسر و تشکیل خانواده**». پژوهش‌نامه زنان. ۶(۱ (ویژه نامه))، صص ۱-۲۱.
- احمدی، خدابخش؛ براری، مصطفی و سیداسماعیلی، فتح الله. (۱۳۹۰). «**نگرش مردم به ازدواج موقت**». فصل‌نامه رفاه اجتماعی. ۱۱ (۴۳)، صص۱۳۵-۱۵۶.
- امیدی شهرکی، مجید. (۱۳۸۷). **نگاهی نو به ازدواج: به موقع، آگاهانه، آسان و پایدار**. تهران: سازمان ملی جوانان
- اینگلهارت، رونالد و ولزل، کریستین. (۱۳۸۹). **نوسازی، تغییر فرهنگی و دموکراسی**. یعقوب احمدی. تهران: کویر
- بانکی‌پورفرد، امیرحسین؛ کلانتری، مهدی و مسعودی‌نیا، زهرا. (۱۳۹۰). «**درآمدی بر آمار ازدواج جوانان در ایران**». دانشگاه اسلامی. سال ۱۵، ش۴۸، صص۲۶-۴۷.

- بحیرائی، الهام و حضرتی صومعه، زهرا. (۱۳۹۰). «**عوامل اجتماعی موثر در افزایش سن ازدواج دانشجویان دختر (مورد مطالعه: دانشجویان شاغل به تحصیل سال ۱۳۹۲ در دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات)**». مطالعات جامعه‌شناختی ایران. ش ۴، صص۱۳۷-۱۵۰.
- حبیب‌پور گتابی، کرم؛ قادری، صلاح‌الدین و امیری، زهرا. (۱۳۹۸). «**زمینه‌ها و پیامدهای دوستی با جنس مخالف: مطالعه‌ای پدیدارشناسانه در بین دانشجویان دانشگاه خوارزمی**». فصل‌نامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی. سال ۱۹، شماره ۷۲.
- حسینی، حاتم. (۱۳۹۱). «**تفاوت‌های قومی در رفتارهای ازدواج زنان و نگرش آنها نسبت به ازدواج دختران در شهرستان ارومیه**». نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران. ۵(۹)، صص ۷-۲۸.
- خلج آبادی فراهانی، فریده. (۱۳۹۵). «**فراتحلیل روابط با جنس مخالف قبل از ازدواج در بین جوانان در ۱۵ سال گذشته (۱۳۹۴-۱۳۸۰) در ایران**». خانواده پژوهی. ۱۲(۴۷)، صص ۳۳۹-۳۶۷.
- دانش، پروانه؛ امیدوار، پوران و زاهدی، محمدجواد. (۱۳۹۹). «**بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به زندگی مشترک بدون ازدواج در بین جوانان شهر تهران**». فصل‌نامه مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی. دوره ۷، شماره ۳، صص ۹-۳۱.
- دیلینی، تیم. (۱۳۸۷). **نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی**. بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی. چاپ چهارم. تهران: نی
- رشوند، مرجان وجدانی، فاطمه. (۱۳۹۹). «**مطالعه رابطه فردگرایی و برابری جنسیتی با ارزش ازدواج(مورد مطالعه: دختران ازدواج‌نکرده ۲۰ تا ۳۴ ساله شهر تهران)**». علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد. ۱۷(۲)، صص ۱۲۵-۱۶۱.
- ساروخانی، باقر و مقربیان، مریم. (۱۳۹۰). «**تجددگرایی و همسرگزینی: تحقیقی مقایسه‌ای در بین زنان مناطق۱ و ۱۱ شهر تهران**». مطالعات فرهنگ - ارتباطات (نامه پژوهش فرهنگی سابق). سال ۱۲، شماره ۱۵.
- ساروخانی، باقر؛ نظری، فهیمه و وثوقی، منصور. (۱۳۹۶). «**بررسی جامعه‌شناختی رابطه اعتماد اجتماعی و ارتباطات انسانی با تأکید بر خانواده‌های شهر تهران در سال ۱۳۹۳ -۱۳۹۵**». مطالعات جامعه‌شناختی شهری. سال ۷، شماره ۲۳، صص۲۵۱-۲۷۰.
- سرایی، حسن و اوجاقلو، سجاد. (۱۳۹۲). «**مطالعه نسلی تغییر ارزش ازدواج در ایران (مطالعه موردی: زنان شهر زنجان)**». مطالعات توسعه اجتماعی ایران. ۵(۴)، صص ۱۹-۴۲.
- سلامتی هرمزی، شکوفه. (۱۳۹۰). «**بررسی مقایسه‌ای ادراک‌ها و نگرش‌های دختران مجرد شهر بندرعباس نسبت به ازدواج و پیامدهای تجرد**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هرمزگان.
- شاه مرادی، سمیه؛ فاتحی‌زاده، مریم‌السادات و احمدی، سیداحمد. (۱۳۹۰). «**پیش‌بینی تعارض زناشویی از طریق ویژگی‌های شخصیتی، روانی و جمعیت‌شناختی زوج‌ها**». دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی. ۱۲(۱ (پیاپی ۴۳))، صص ۳۳-۴۴.
- شریفی، احمدحسین. (۱۳۹۱). «**سبک زندگی به‌عنوان شاخصی برای ارزیابی سطح ایمان**». فصل‌نامه علمی پژوهشی معرفت فرهنگی اجتماعی. سال ۳، شماره ۳، صص ۴۹ ـ ۶۲.
- صباغچی، مرجان؛ عسکری ندوشن، عباس، و ترابی، فاطمه. (۱۳۹۶). «**عوامل تعیین‌کننده نگرش به ازدواج و تشکیل خانواده در شهر یزد**». مطالعات جمعیتی. ۳(۱)، صص ۱۳۱-۱۶۲.
- عسکری ندوشن، عباس؛ عباسی شوازی، محمدجلال و پیری محمدی، مریم. (۱۳۹۵). «**سن ایده‌آل ازدواج و عوامل تعیین‌کننده آن در شهر یزد**». مطالعات راهبردی زنان. سال ۱۹، شماره ۷۳، صص۳۵-۶۳.
- فریدون‌پور، زینب؛ کلهری، صفورا؛ محسنی، فاطمه، و نامجو، فرهاد. (۱۳۹۹). «**مقایسه اثربخشی آموزش طرحواره درمانی و ایماگوتراپی بر ترس از ازدواج و نگرش به انتخاب همسر در دختران مجرد**». خانواده درمانی کاربردی. ۱(۱)، صص ۱۰۰-۱۲۴.
- قنبری برزیان، علی؛ سلمانوندی، شاپور و فاطمی، نرگس‌السادات. (۱۳۹۷). «**تأملی بر تأثیر روابط جنسی پیش از ازدواج بر گرایش به ازدواج (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه اصفهان)**». پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. ۷(۳)، صص ۳۳-۵۴.
- کاظمی، زهرا. (۱۳۸۹). «**بررسی تاثیر آرمان‌گرایی توسعه‌ای بر شکاف بین نگرش‌های دختران و مادران آنها نسبت به ازدواج و خانواده**». خانواده پژوهی. ۶(۲۳)، صص ۲۹۹-۳۱۲.

- گل محمدی، علی.(۱۳۸۳). «**تأثیر زندگی مشترک پیش از ازدواج بر فروپاشی ازدواج**». فصل‌نامه مطالعات راهبردی زنان. ۳ شماره ۲۵.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۹۴). **تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**. ناصر موفقیان. تهران: نشر نی
- محمدی، سیدبیوک. (۱۳۹۲). «**بررسی الگوی رابطه صمیمانه همسران**». پژوهش‌نامه زنان. ۴(۷)، صص ۱۸۷-۱۶۳.
- محمودیان، حسین؛ محمودیانی، سراج‌الدین و شهریاری، سهیلا. (۱۳۹۴). «**بررسی ازدواج خویشاوندی، تفاوت‌های بین‌نسلی و عوامل پشتیبان آن درکرمانشاه**». مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. دوره ۴، شماره ۱.
- مهدیه، مهسا و سیدان، فریبا. (۱۳۹۴). «**تحلیل جنسیتی روابط همخانگی مشترک در زنان و مردان ایرانی**». اولین همایش بین‌المللی نوآوری و تحقیق در هنر و علوم انسانی.
- نازک‌تبار، حسین؛ ملانیا جلودار، شهرام و حسینی درونکلائی، سیده زهرا. (۱۳۹۴). «**تحلیلی بر نوسازی و کارکرد خانواده در استان مازندران**». مطالعات زن و خانواده. ۳(۲)، صص ۱۲۱-۱۴۹.
- نجارپوریان، سمانه؛ بهرامی، فاطمه و اعتمادی، عذرا. (۱۳۸۷). «**تاثیر آموزش تعهد پیش از ازدواج بر بهبود ویژگی‌های تعهد در دختران دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فسا**». خانواده پژوهی. ۴(۱۳)، صص ۷۷-۸۶.
- هنرور، حسین و محمدپور، ابراهیم. (۱۳۹۹). «**مطالعه نگرش جوانان به ازدواج و ارتباط آن با ترجیحات ارزشی، دین داری و شیوه‌های فرزندپروری (مورد مطالعه: جوانان استان آذربایجان‌غربی)**». علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد. ۱۷(۱).
- Dalos R, Draper A. (2010). **An Introduction to Family Therapy: systemic theory and practice**. New York: Open University Press.
- Jones, G. W. (2010). **"Changing Marriage Patterns in Asia".** Working Paper Series No.131, Asian Research Institute and Department of Sociology, National University of Singapore.
- Hedayati Moghaddam, M. R. Eftekharzadeh Mashhadi, I. Fathimoghadam, F. & Pourafzali, S. J. (2015). "**Sexual and Reproductive Behaviors among Undergraduate University Students in Mashahd; a City in Northeast of Iran".** Journal of Reproduction and Infertility, 16 (1): 43-48.
- Kabir, Ahmad; Gulshana Jahan and Rukhshana Jahan. (2001). **"Female Age at Marriage as a Determinant of Fertility".** Journal of Medical Sciences, 1(6): 372-376.
- Kawamura, Sayaka. (2011). **"Marriage in Japan: attitudes, intentions, and perceived barriers".** Doctor of Philosophy (Ph.D.), Bowling Green State University, Sociology.
- kilian, K. Mousavi, S. A. & Keramat, A. (2014). **"Estimation of Sexual Behavior in the 18-24 Years Old Iranian Youth based on a Crosswise Model Study".** BMC Research Note, 14: 7-28.
- Larson, H; Lamont, C. (2005). **"The relationship of childhood sexual abuse to the marital attitudes and readiness for marriage of single young adult women".** Journal of Family Issues, 26: 415432.
- Peng, T. N. (2006). **"Trends and correlates of delayed marriage in Malaysia, and implications for development".** Paper presented at the International Conference on Population and Development in Asia: Critical Issues for a Sustainable Future, 20-22 March, Phuket, Thailand.
- Thompson, J. M. (2005). **"Differences in marital atthtudes and readiness among nevermarried African American men by childhood family structure".** M. A. Thesis. Roosevelt University.
- Tokuhiro, Yoko. (2004). **"Delayed marriage in contemporary Japan: a qualitative study".** The University of Hong Kong (Pokfulam, Hong Kong)
- Shachelford, T. K., Besser, A, Goetz, A. T. (2007). **"Personality, marital satisfaction, and marital infidelity".** Individual Differences Research, 6(1). 13-25.
- Wells, B. E. & Twenge, J. M. (2005). **"Changes in Young People's Sexual Behavior and Attitudes, 1943–1999: A Cross-Temporal Meta-Analysis".** Review of Genera Psychology, 9: 249-261.
- Yang, M. T. (2013). **"Romance, Dating and Marriage in Singapore: Youth Attitudes, Ideals, and the "Checklist Syndrome".** A Thesis Presented to the Faculty of the Graduate School of Cornell University In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science.

۳

مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی
(مورد مطالعه: جوانان ورزشکار شهر شیراز)

سیدصمد بهشتی[۱]
حمید صداقت[۲]
حمیده دهقانی[۳]

10.22034/ssys.2024.3115.3268

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۱۴
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۲/۱۹

هدف مطالعه حاضر، بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی جوانان بود. این مطالعه با رویکرد کمی و روش پیمایش انجام و داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. جامعه آماری تحقیق شامل جوانان ۱۸-۲۹ سال ساکن در شهر شیراز و حجم نمونه ۴۰۰ نفر از جوانان ورزشکار شهر شیراز بود. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، اطلاعات لازم با نرم‌افزار spss و Amos تجزیه و تحلیل گردید.

یافته‌ها نشان داد که رابطه معنی‌داری بین ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد نهادی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و فرهنگی، روابط اجتماعی، حمایت دوستان و خانواده و هنجار اجتماعی) و مشارکت سیاسی جوانان وجود دارد. همچنین ارتباط مستقیم و معناداری بین سرمایه‌اجتماعی و مشارکت‌اجتماعی مضهود است؛ به این معنی‌که هر چه افراد از سرمایه اجتماعی بیشتری برخودار بوده‌اند، میزان مشارکت سیاسی بیشتری نیز داشته‌اند. اما این رابطه میان همه ابعاد سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی به‌طور یکسان برقرار نیست؛ به این معنی‌که ارتباط اجتماعی، حمایت و انسجام اجتماعی تأثیر مستقیمی بر مشارکت سیاسی دارند. در میان ابعاد اعتماد (فردی، اجتماعی، نهادی)، میان اعتماد اجتماعی و مشارکت سیاسی رابطه مستقیمی وجود ندارد؛ بلکه اعتماد اجتماعی به‌صورت غیرمستقیم بر افزایش مشارکت اثرگذار بوده است. همچنین ارتباط معنی‌داری میان دو بعد هنجار اجتماعی و مشارکت سیاسی وجود ندارد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، مشارکت سیاسی، شیراز و جوانان.

---

[۱] دانشیار،گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران
E-mail: Sbeheshty@yu.ac.ir
[۲] دکترای مسائل اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران
[۳] دکترای مسائل اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران

مقدمه

مشارکت را نوعی کنش هدفمند در فرآیند تعاملی بین کنشگر و محیط اجتماعی او در جهت نیل به اهداف معین و از پیش‌تعیین‌شده تعریف نموده‌اند (عظیمی‌هاشمی و دیگران، ۱۳۹۴). مشارکت سیاسی، هر نوع عمل داوطلبانه، موفق یا ناموفق، سازمان‌یافته یا بدون‌سازمان، دوره‌ای یا مستمرشامل روش‌های مشروع یا نامشروع برای تأثیر بر انتخاب رهبران و سیاست‌ها و اداره عمومی در هر سطحی از حکومت محلی یا ملی است (وایتر و هانتینگتون، ۱۳۷۹). در واقع مشارکت سیاسی، مشارکت همه مردم در سطوح مختلف عرصه‌های سیاسی و پیش‌نیاز توسعه سیاسی است که یکی از اصلی‌ترین و اساسی‌ترین مولفه‌های دوام یک نظام سیاسی و مشروعیت‌بخش به یک نظام می‌باشد. اگر افراد جامعه نتوانند در فرایندهای مشارکتی حضور یابند و نقش خود را ایفا کنند، مردم‌سالاری مفهوم خود را از دست خواهد داد. عوامل متعددی می‌توانند بسترساز مشارکت سیاسی باشند. اینگلهارت افزایش مشارکت در غرب را تابع سه عامل ارتقای سطح تحصیلات، اطلاعات سیاسی و تغییر هنجارهای حاکم بر مشارکت و تغییر در اولویت‌های ارزشی می‌داند (اینگلهارت، ۱۹۹۰).

هرچند عوامل جامعه‌شناختی متعددی بر مشارکت‌سیاسی تأثیرگذارند، اما در این میان مفهومی که قرابت معنایی زیادی با مفهوم مشارکت به معنای عام و مشارکت سیاسی به معنای خاص دارد، سرمایه اجتماعی است. بحث مرکزی در تحقیقات سرمایه اجتماعی این است که آیا سرمایه‌اجتماعی یک پدیده‌ای مربوط به همبستگی یا شبکه‌اجتماعی است. رویکرد همبستگیِ سرمایه‌اجتماعی به طور غیرمعمول شامل سازه‌های شناختی یا فیزیکی(مانند برداشت از انسجام یا اعتماد) و همچنین شاخص مشارکت اجتماعی(بعد مورد نظر پاتنام) می‌شود، اما رویکرد شبکه‌ای سرمایه اجتماعی در کار بوردیو دیده می‌شود. این رویکرد به طور مستقیم بررسی می‌کند که چگونه و چه اشخاصی درون ساختار اجتماعی به هم متصل‌اند و افراد، دامنه و تنوع اشخاص در ارتباطات اجتماعی و منابعی که به طور بالقوه درون شبکه‌ها وجود دارد را بررسی می‌کند (باست، ۲۰۱۳).

به نظر کلمن، سرمایه اجتماعی مانند سرمایه‌انسانی و سرمایه‌فیزیکی، اگر تجهیز نشود، مستهلک می‌گردد. روابط‌اجتماعی اگر حفظ نشود به تدریج از بین می‌رود، تعهدات و انتظارات با گذشت زمان تضعیف و ناپدید می‌شوند. سرمایه‌اجتماعی مانند شکل‌های دیگر سرمایه به سرمایه‌گذاری در طراحی ساختار تعهدات و انتظارات، مسئولیت‌ها، سلسله‌مراتب اقتدار و هنجارها (عملکردها و قوانین) و ضمانت‌های اجرایی که سازمان‌های فعال و کارا را به وجود خواهند آورد، نیاز دارد(کلمن، ۱۹۹۰).

سرمایه اجتماعی ابعاد متعددی دارد. سازنده‌ترین تلاش درراستای چندبعدی فرض کردن سرمایه‌اجتماعی را شفل و شاه انجام داده‌اند. آن‌ها سه سطح سرمایه‌اجتماعی را از هم متمایز کرده‌اند:

درون‌شخصی، بین‌شخصی و رفتاری. قلمروی درون‌شخصی به رضایت زندگی فردی، قلمرو بین‌شخصی به اعتماد فی‌مابین افراد(اعتماد تعمیم‌یافته و اعتماد نهادی) و حمایت آنها از یکدیگر و قلمرو رفتاری به مشارکت فعالانه افراد در فعالیت‌های سیاسی و مدنی برمی‌گردد (حیدری ،۱۳۹۴).

یکی از مهم‌ترین گروه‌هایی که مشارکت‌شان در فعالیت‌های سیاسی و مدنی بسیار حائز اهمیت است، جوانان هستند. جوانان هر جامعه‌ای می‌توانند به‌عنوان نقطه هر تحوّلی، بیشترین و برترین نقش را بر عهده داشته باشند. باید باور داشته باشیم که مهم‌ترین تحولات سیاسی و رسیدن به وضعیت مطلوبِ مشارکت سیاسی، در صورتی که جوانانی آگاه، مستعد و باکیفیت مطلوب و مجهز به مهم‌ترین ابعاد سرمایه اجتماعی نداشته باشیم؛ با شکست مواجه می‌شود. در این میان، نقش جوانان ورزشکار که بخصوص در جامعه امروز الگوی جوانان بسیاری هستند، مهم‌تر به نظر می‌رسد. بنابراین بررسی و شناسایی وضعیت سرمایه اجتماعی جوانان ورزشکارمی‌تواند یکی از مهمترین اولویت‌ها و سیاست‌های هر کشوری برای توسعه مشارکت سیاسی آن کشور باشد. این در حالی است که ما با نوعی کاستیِ پژوهش و فقر مطالعاتی در این حوزه مواجه‌ایم. چنین کاستی‌ای در شهری مرکزی مانند شیراز، پایتخت فرهنگی کشور که پرجمعیت‌ترین شهر جنوب ایران و مرکز استان بزرگ فارس به حساب می‌آید، مهم‌تر به نظر می‌رسد. بر این اساس هدف اصلی پژوهش حاضر، مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی و مشارکت‌سیاسیِ جوانان ورزشکار شهر شیراز می‌باشد.

پیشینه تحقیق

امام‌جمعه‌زاده و همکاران(۱۳۹۰)، رضایی و همکاران(۱۳۹۶) و انصاری(۱۳۹۶) در تحقیقاتی با عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی» دریافتند که همبستگی معناداری میان ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی، هنجارهای اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی) و میزان مشارکت سیاسی پاسخگویان وجود دارد. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که میان اعتماد به سازمان‌های دولتی، اعتماد به اساتید و اطمینان به اطرافیان، با میزان مشارکت سیاسی رابطه مستقیم وجود دارد. در پژوهشی با عنوان «رابطه سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی شهروندان قم»، حبیب‌پور گتابی (۱۳۹۵) و همکاران به این نتیجه رسیدند که بین همه مولفه‌های سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی شهروندان قم رابطه مثبت وجود دارد. اگر چه بر اساس نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره، از بین مجموع چهار متغییر پیش‌بین اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، آگاهی و مشارکت اجتماعی غیر رسمی، تنها دو متغیر آگاهی و مشارکت اجتماعی، اثر مستقیمی بر روی مشارکت سیاسی داشته‌اند. همچنین نتایج تحلیل مسیر نشان داد که تمامی چهار متغییر به یکی از اشکال مستقیم، غیرمستقیم و توامان روی مشارکت سیاسی تاثیر گذاشته‌اند. شاهین (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «رابطه سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی» به این نتیجه رسید که سطح مشارکت سیاسی افرادی که سرمایه اجتماعی خوبی دارند، بالا می‌باشد و سه متغیر مشارکت اجتماعی، وابستگی اجتماعی و اعتماد اجتماعی ۳۵

درصد از متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. رودین (۲۰۱۱) و ارداگون (۲۰۱۰)، در پژوهشی با عنوان «نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت سیاسی» دریافتند که بین سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی آنان رابطه مستقیم و مثبتی وجود دارد. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که ارتباطات، تعاملات و فرصت‌ها باعث افزایش مشارکت سیاسی می‌گردد. پژوهش آنان به دنبال این بوده است که چگونه سرمایه اجتماعی بر مشارکت شهروندی اثر می گذارد. نتایج پژوهش نشان داد که مشارکت نه تنها شرکت در انتخابات، بلکه شامل شرکت در تظاهرات، مشارکت مدنی و ... می باشد و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و مستقیمی بر روی مشارکت می‌گذارد. سارکر و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی در روستاهای بنگلادش» که بر روی ۱۰۰ نمونه صورت گرفت، به این نتیجه رسیدند که شبکه‌های اجتماعی، مشارکت مدنی، هنجارهای اجتماعی و اعتماد اجتماعی به طور قابل توجهی با مشارکت سیاسی در بنگلادش ارتباط دارد و سرمایه اجتماعی ممکن است به افزایش مشارکت سیاسی در بنگلادش منجر شود.

چارچوب نظری پژوهش

سرمایه‌اجتماعی

در تعریف سرمایه‌اجتماعی می‌توان گفت که سرمایه، ثروتی است مولد یا منبعی که شخص می تواند برای ایجاد درآمد با کسب منافع اضافیِ دیگر آن را به کار برد. این منبع ممکن است شکل پولی و غیرپولی و نیز ملموس و غیرملموس به خود گیرد. در راستای جهت‌گیری جدید، سرمایه‌اجتماعی به عنوان یک پدیده چندبعدی(ساختاری و شناختی، محیطی و فردی) تعریف شده است. سرمایه‌اجتماعی ساختاری و شناختی، هر دو یا به ارتباط مردم یک جامعه که شبیه یکدیگرند(سرمایه اجتماعی پیوندی) یا مردمی که در خارج از یک جامعه و با هم متفاوت‌اند (سرمایه‌اجتماعی ارتباطی یا پل‌زننده) ارجاع داده می‌شوند. بعد فردی سرمایه با پرسیدن از افراد در مورد مشارکت آنها در روابط اجتماعی یا اینکه مثلا آیا به همسایگان خود اعتماد دارند یا خیر و سرمایه اجتماعی محیطی با نظرسنجی عمومی در سطح جامعه سنجیده می‌شود و به پاسخ‌های شخصی و درک فردی نیازی نیست (کلمن، ۱۹۹۰).

در بعد بین‌شخصی(اعتماد تعمیم‌یافته و نهادی)گیدنز بیش از دیگر نظریه‌پردازان به بحث اعتماد و ضرورت آن در مدرنیته متأخراشاره کرده است. وی می‌گوید اعتماد، چیزی است که از ایمان سرچشمه می‌گیرد و می‌تواند معطوف به نشانه‌های نمادین یا تخصصی باشد؛ اما این اعتماد نیز مبتنی بر درستی اصولی است که شخص از آن بی‌خبر است و نه مبتنی بر ایمان به «اصالت اخلاقی». البته اعتماد به اشخاص همیشه تا اندازه‌ای به اعتماد به نظام‌ها ربط دارد، اما این اعتماد به کارکرد شایسته این نظام‌ها مربوط است و نه به عملکرد واقعی‌شان (گیدنز،۱۳۷۷). وی با قرار دادن امنیت در مقابل خطر و اعتماد در مقابل مخاطره، اعتماد

را از خصلت‌های مدرنیته دانسته و معتقد است که برای بقای زندگی با وجود این مخاطرات به«اعتمادتعمیم‌یافته» و «اعتماد نهادی» نیاز است (کتابی، ۱۳۸۹).

بوردیو نیز سرمایه را هر منبعی می‌داند که می‌تواند در عرصه خاصی اثر بگذارد و به فرد امکان دهد که سود خاصی را از راه مشارکت در رقابت بر سر آن به دست آورد(راب استونز، ۱۳۹۲). از سوی دیگر، وی سرمایه را نیروی انباشته‌شده‌ای می‌داند که توسط افراد یا گروه‌ها برای انتفاع انحصاری در جهت پیشبرد منافع و افزایش دارایی و مایملک اختصاص می‌یابد. از نظر بوردیو، سرمایه‌اجتماعی شامل موقعیت‌ها و روابط در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است که دسترسی به فرصت‌ها، اطلاعات، منابع مادی و موقعیت اجتماعی را برای افراد افزایش می‌دهد. او تطابقی میان جایگاه اجتماعی، سلیقه‌ها و رفتارها در نظر می‌گیرد (بوردیو، ۱۹۸۶). سرمایه اجتماعی، مجموعه‌ای از منابع بالقوه و بالفعلی است که نتیجه مالکیت شبکه با دوامی از روابط نهادی‌شده بین افراد و گروه‌ها و به عبارت ساده‌تر، عضویت در گروه است(همان).

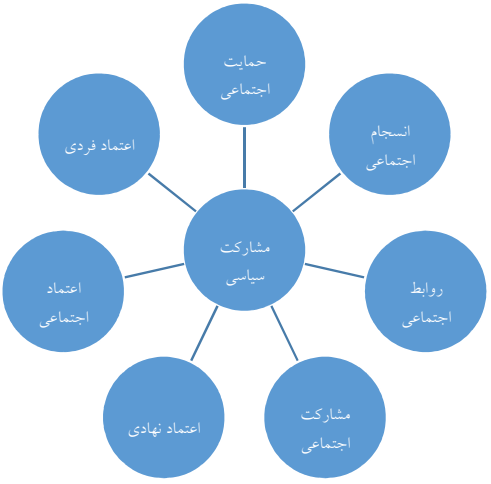
اما مهمترین و شناخته‌شده‌ترین بعد ساختاری سرمایه‌اجتماعی، مشارکت است که پاتنام بیش از سایر نظریه‌پردازان سرمایه‌اجتماعی به آن پرداخته است. وی میزان عضویت در شبکه‌های ارتباط اجتماعی، گروه‌ها و کیفیت مشارکت دراین گروه‌ها را در مطالعات مختلف خود، بسیار مهم نشان داده است (اختر محققی،۱۳۸۵). از نظر پاتنام، سرمایه‌اجتماعی نهفته در هنجارها و شبکه‌های مشارکت مدنی، ظاهرا پیش شرط توسعه است. شبکه‌های مشارکت مدنی، همکاری و ارتباط را تسهیل و اطلاعات موجود درباره اعتمادپذیری افراد دیگر را تقویت می‌کنند. به اعتقاد رابرت پاتنام، سرمایه اجتماعی در درون گروه‌های مدنی و دینی، پیوندهای خانوادگی، شبکه‌های اجتماعی غیررسمی دوستان و خویشاوندان، داوطلب شدن، از خودگذشتگی و اعتماد نهفته است (پاتنام، ۲۰۰۰).

مشارکت سیاسی

مشارکت را نوعی کنش هدفمند در فرایند تعاملی بین کنشگر و محیط اجتماعی او در جهت نیل به اهداف معین و از پیش تعیین‌شده تعریف کرده‌اند؛ فرایندی که افراد جامعه به صورت آگاهانه و جمعی، با در نظر داشتن اهداف معین و مشخص که منجر به سهیم شدن آن‌ها در منابع اجتماعی می‌شود در آن شرکت می‌کنند (امام‌جمعه‌زاده،۱۳۹۰). مشارکت سیاسی بیانگر الگوی خاصی از رفتار سیاسی است که بر مجموعه نگرش‌ها، ارزش‌ها، ایستارها، هنجارها و آداب و رسوم یک جامعه در رابطه با پدیده‌های سیاسی مبتنی است (رضایی، ۱۳۹۶). هانتیگتون و نلسون، مشارکت سیاسی را کوشش‌های شهروندان به منظور تاثیرگذاری بر سیاست‌های عمومی می‌دانند. مشارکت سیاسی، در گیر شدن فرد در سطوح مختلف فعالیت در نظام سیاسی، از عدم درگیری تا داشتن مقام رسمی است (راش، ۱۳۹۲). وینر در تعریف مشارکت سیاسی بیان می‌دارد که هر نوع اقدام داوطلبانه موفق یا ناموفق، مقطعی یا مستمر، سازمان‌یافته یا بی‌سازمانی

که برای اثر گذاشتن بر انتخاب سیاست‌های عمومی یا گزینش رهبران سیاسی در سطوح مختلف حکومتی، اعم از محلی یا ملی، روش‌های قانونی یا غیر قانونی را به کار گیرد (وینر، ۱۳۹۴). مشارکت سیاسی جزئی از رفتار اجتماعی محسوب می‌شود، چرا که اول به منزله یکی از ارکان و شاخص‌های عمده توسعه سیاسی به شمار می‌رود؛ دوم، رابطه تنگاتنگی با مشروعیت نظام‌های سیاسی دارد؛ سوم، به میزان زیادی بیانگر نوع نظام سیاسی هر جامعه است. چارچوب نظری تحقیق حاضر شامل نظریه سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی رابرت پاتنام است. بر اساس نظریه پاتنام، سه شاخص عمده که برآیندی از وجود سرمایه اجتماعی است، برای نمایان ساختن رابطه میان سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی مطرح می‌شود: اعتماد اجتماعی و مشارکت سیاسی، شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی و هنجارهای اجتماعی و مشارکت سیاسی.

مدل نظری پژوهش



فرضیه‌های پژوهش

- سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی اثر می‌گذارد.
- بین اعتماد فردی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
- بین اعتماد اجتماعی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
- بین اعتماد نهادی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
- بین مشارکت اجتماعی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
- بین روابط اجتماعی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
- بین انسجام اجتماعی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.
- بین حمایت اجتماعی و مشارکت سیاسی رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر به جهت نوع آن پیمایشی می‌باشد. تحقیق حاضر بر اساس معیار زمان، مقطعی بوده است. برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسش‌نامه محقق‌ساخته به صورت پاسخ باز و بسته بهره‌گیری شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزارهای *spss* و *Amos* استفاده گردید. از آمار توصیفی و استنباطی و برای توصیف متغیرهای کیفی از درصد توزیع فراوانی و برای توصیف متغیرهای کمی از شاخص‌های مرکزی و پراکندگی بهره‌گیری شد. در زمینه آمار استنباطی و آزمون فرضیه‌ها، از آزمون‌های تحلیل مسیر و تحلیل رگرسیون استفاده گردید.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها

اعتماد اجتماعی

بر انتظارات و تعهدات اکتسابی و تأییدشده به لحاظ اجتماعی دلالت دارد که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی‌شان دارند (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۰). اعتماد بر سه نوع است: ۱) اعتماد بین فردی ۲) اعتماد اجتماعی ۳) اعتماد نهادی (زاهدی و اجاق لو، ۱۳۸۴). اعتماد بین فردی شامل اعتماد به افراد خانواده، خویشان، دوستان و همکاران می‌شود. اعتماد اجتماعی، اعتماد به افراد کمتر آشنا و بیگانگان اجتماع را شامل می‌شود و اعتماد نهادی، سازمان‌ها و نهادها و گروه‌ها در حوزه حکومت را شامل می‌گردد (موسوی خامنه،۱۳۸۳). سطح سنجش این متغیر فاصله‌ای می‌باشد.

شبکه اجتماعی

برای سنجش شبکه اجتماعی از دو شاخص مشارکت و روابط اجتماعی استفاده می‌شود. مشارکت به معنای شرکت فعالانه افراد در تمامی ابعاد حیات، یعنی اجتماعی و فرهنگی، سیاسی و اقتصادی می‌باشد که شامل مشارکت رسمی و غیررسمی است. روابط اجتماعی، به تعاملات و ارتباطات بین افراد اطلاق می‌شود که شامل مقدار و نوع روابط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و عاطفی می‌باشد (زاهدی و دیگران، ۱۳۸۸). سطح سنجش این متغیر فاصله‌ای می‌باشد.

هنجار اجتماعی

هنجارها، شیوه‌های رفتار متقابلی هستند که در گروه یا جامعه متداول است و فرد در جریان زندگی خود، آن‌ها را می‌آموزد و به کار می‌بندد و انتظار دارد که دیگر افراد جامعه نیز آن را انجام دهند (وثوقی و نیک‌خلق، ۱۳۷۶). برای سنجش هنجار اجتماعی شاخص‌های حمایت اجتماعی و انسجام اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. همیاری به احساس درونی افراد، جهت کمک به دیگران اشاره دارد.

حمایت اجتماعی، حمایت افراد از یکدیگر در زمان نیازمندی است که به صورت‌های اقتصادی و عاطفی مطرح است.

انسجام اجتماعی، توافق جمعی میان اعضای یک جامعه است؛ که حاصل پذیرش و درونی‌کردن نظام ارزشی و هنجاری یک جامعه است (زاهدی و دیگران، ۱۳۸۸). سطح سنجش این متغیر فاصله‌ای است.

مشارکت سیاسی

عبارت است از آن دسته فعالیت‌های ارادی و اختیاری که اعضای یک جامعه در آن مشارکت می‌کنند تا به وسیله آن در انتخاب حاکمان و سیاستمداران شرکت کنند و به طور مستقیم یا غیرمستقیم در سیاستگذاری‌های عمومی مشارکت می‌نمایند (وینر،۱۳۹۴). سطح سنجش متغیر فاصله‌ای است.

تعیین اعتبار و پایایی ابزار پژوهش

در این پژوهش برای سنجش اعتبار، از اعتبار صوری (پرسش‌نامه پیش از اجرا در اختیار چند نفر از اساتید رشته جامعه شناسی قرار گرفته و تایید شده است) و به‌منظور سنجش سازگاری درونی گویه‌ها از آماره آلفای کرونباخ[1] و اعتبار سازه هم از طریق تحلیل عاملی محاسبه گردیده است.

بر اساس نتیجه آزمون شاخص کفایت نمونه‌برداری (Kmo) داده‌های تحقیق قابل تقلیل به تعدادی عامل‌های زیر بنایی و بنیادی می‌باشند. هم‌چنین، نتیجه آزمون بارتلت که در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ معنی‌دار است، نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی بین گویه‌ها، ماتریس همانی و واحدی نیست؛ یعنی از یک‌طرف بین گویه‌های داخل هر عامل همبستگی بالایی وجود دارد و از طرف دیگر، بین گویه‌های یک عامل با گویه‌های عامل دیگر همبستگی مشاهده نمی‌شود.

جدول ۱: نتیجه آزمون شاخص کفایت نمونه‌برداری

ابعاد سرمایه اجتماعی	شاخص کفایت نمونه‌برداری	بارتلت	درصد اطمینان	درصد تبیین تغییرات
اعتماد اجتماعی	۰/۸۷۳	۲۹۶۱/۴۸۳	۰/۰۰۰	۵۵/۶۶
شبکه اجتماعی	۰/۸۱۷	۲۰۷۵/۶۴۴	۰/۰۰۰	۵۸/۰۹۶
هنجار اجتماعی	۰/۸۴۳	۱۸۴۹/۱۳۹	۰/۰۰۰	۵۵/۳۹۵

منبع: یافته‌های پژوهش

جامعه آماری، حجم نمونه آماری، روش نمونه‌گیری و واحد آماری

امروزه ورزش بخش مهمی از زندگی مردم را تشکیل می‌دهد. عده‌ای آن را به صورت تفریحی و عده‌ای هم به صورت حرفه‌ای انجام می‌دهند. در کشور ما ایران به موازات رشد ورزش حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای، همچنین بهبود چشمگیر جایگاه اجتماعی و اقتصادی ورزشکاران، این قشر جایگاه مهمی در تعیین سرنوشت سیاسی کشور دارد. امروزه، ورزشکاران در بالاترین سطح، فعالیت و رقابت می‌کنند و برای

[1] Cronbach's Alpha

دستیابی به موفقیت‌های ورزشی، اجتماعی، سیاسی و ... اغلب تحت تاثیر سیاستمداران، و مسائل سیاسی هستند. آنچه موجب توجه ایشان به سرمایه اجتماعی ورزشکاران شده، این است که نوع و میزان تعامل اجتماعی انسان‌ها در حوزه ورزش چه پیامدهای اجتماعی و سیاسی برای کل جامعه دارد.

جامعه آماری شامل ورزشکاران پنج رشته ورزشی فوتبال و فوتسال، دوچرخه‌سواری، ورزش‌های رزمی، دوومیدانی، بدن‌سازی و پرورش اندام جوان سنین ۱۸–۲۹ سال ساکن در شهر شیراز می‌باشد. این پنج رشته ورزشی از پرطرفدارترین و همچنین شامل ورزش‌های گروهی و فردی می‌باشد. ورزشکار در یک تقسیم‌بندی با محوریت مشارکت افراد در فعالیت‌های ورزشی با این دسته‌بندی قابل ملاحظه است: مشارکت‌کننده فعال (ورزشکار حرفه‌ای): افرادی که به‌طور مستقیم و حداقل هفته‌ای ۱۰ ساعت به‌طور منظم به فعالیت ورزشی می‌پردازند. مشارکت‌کنندگان غیرفعال (ورزشکار غیرحرفه‌ای): افرادی که به‌طور منظم در طول هفته به ورزش نمی‌پردازند ولی به نوعی دغدغه ورزش دارند و با ورزش در ارتباط هستند (شارع‌پور، ۱۳۸۱). بر اساس اطلاعات موجود تعداد جوانان ورزشکار پنج رشته ورزشی فوتبال و فوتسال، دوچرخه‌سواری، ورزش‌های رزمی، دوومیدانی، بدن‌سازی و پرورش اندام شهر شیراز در سال ۱۳۹۷–۱۳۹۸، برابر با ۲۶۳۸۷ نفر می‌باشد (هیئت پزشکی ورزشی شیراز، ۱۳۹۷). روش نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه-گیری خوشه‌ای می‌باشد. لیست باشگاه‌های ورزشی، فوتبال، فوتسال، دوومیدانی، دوچرخه‌سواری، ورزش-های رزمی، پرورش اندام و بدن‌سازی، از سازمان تربیت بدنی تهیه شد و بر اساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای پراکندگی از بین رفت و پرسش‌نامه‌ها به صورت تصادفی بین نمونه‌های آماری توزیع گردید. در این تحقیق با توجه به جمعیتی که مردان نسبت به بانوان دارند و همچنین نسبت جمعیت هر رشته ورزشی، به هر رشته و به مردان و بانوان سهمی اختصاص داده شده است. جمع کل این پنج رشته ورزشی ۲۶۳۸۷ نفر می‌باشد که ۱۷۷۸۴ نفر را مردان و ۸۶۰۳ نفر را بانوان تشکیل می‌دهند. وقتی‌که درصدگیری صورت می‌گیرد، ۶۷ درصد را مردان و ۳۳ درصد را بانوان به خود اختصاص می‌دهند. در ادامه تعداد افرادی که از هر رشته ورزشی باید به‌عنوان نمونه انتخاب شود محاسبه گردید. با توجه به تعداد ورزشکاران این پنج رشته ورزشی و سهم مردان و بانوان در این جمعیت و رشته‌ها، این اعداد به دست می‌آید. تعداد ورزشکاران مرد رشته ورزشی بدن‌سازی و پرورش اندام ۶۷۳۵ نفر و سهم این رشته در قسمت مردان ۱۰۶ نفر به‌عنوان نمونه می‌باشد. در قسمت بانوان ۶۷۱۶ نفر در رشته بدن‌سازی فعالیت دارند که تعداد نمونه ۱۰۳ نفر اتخاذ می‌گردد. در رشته دوومیدانی در قسمت مردان ۱۱۱ نفر فعالیت دارند و سهم نمونه در این رشته در قسمت مردان ۲ نفر می‌باشد. در قسمت بانوان در رشته ورزشی دوومیدانی تعداد ۴۴۴ نفر فعالیت دارند و تعداد نمونه ۷ نفر اتخاذ می‌گردد. در رشته ورزشی دوچرخه‌سواری در قسمت مردان ۱۳۸ نفر و بانوان ۹۸ نفر فعالیت دارند که به ترتیب سهم مردان ۲ و سهم بانوان ۲ نفر می‌باشد. در ورزش‌های رزمی در قسمت مردان ۳۱۱۱ نفر و

در قسمت بانوان ۹۶۵ نفر فعالیت دارند که سهم مردان در نمونه ۵۲ نفر و سهم بانوان ۱۴ نفر می‌باشد. در رشته ورزشی فوتبال و فوتسال در قسمت مردان ۷۶۸۶ نفر و در قسمت بانوان ۳۸۰ نفر فعالیت دارند که سهم نمونه مردان ۱۰۶ نفر و سهم نمونه بانوان ۶ نفر می‌باشد. گفتنی است که این تعداد ورزشکاران، افراد ورزشکار بیمه شده در شهر شیراز می‌باشند.

تعداد افرادی که در این تحقیق مورد پرسش قرار می‌گیرند، بر اساس فرمول کوکران برابر با ۳۷۹ نفر می‌شود و با در نظر گرفتن احتمال ریزش پرسش‌نامه و عدم‌برگشت تعدادی از پرسش‌نامه‌ها، نمونه ۴۰۰ نفری اتخاذ گردید:

$$n=\frac{\frac{t^2pq}{d^2}}{1+\frac{1}{N}(\frac{t^2pq}{d^2}-1)}=\frac{\frac{1.96^2*0.5*0.5}{0.05^2}}{1+\frac{1}{26387}(\frac{1.96^2*0.5*0.5}{0.05^2}-1)}=379$$

یافته‌های توصیفی متغیر مستقل

در این پژوهش متغیر مستقل سرمایه اجتماعی می‌باشد. متغیر سرمایه اجتماعی شامل چندین مولفه بود که توسط ۳۴ گویه در طیف لیکرت سنجیده شد. پاسخگویان می‌توانستند نظر خود را با گزینه‌های کاملا مخالف،، مخالف، بی‌نظر، موافق، کاملا موافق بیان کنند. پاسخ‌ها نیز از یک تا پنج نمره‌گذاری شد. بنابراین میانگین طیف این متغیر در پرسش‌نامه نمره ۱۰۲ می‌باشد. یافته‌های توصیفی متغیر مستقل به صورت جدول زیر نمایش داده می شوند:

جدول ۲: یافته‌های توصیفی متغیر مستقل

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کجی	حداقل	حداکثر	درجه آزادی	t	sig
سرمایه اجتماعی	۱۱۹/۱۶	۲۰/۱۹۲	۰/۶۶۷	۴۶	۱۸۷	۳۹۹	۱۱۸/۲۴	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

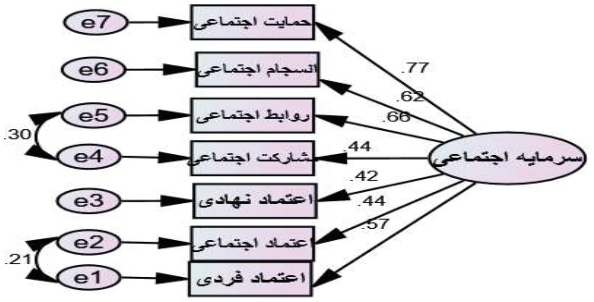
بر اساس جدول می‌توان نتیجه گرفت که توزیع آماری نمونه تحقیق نرمال و میزان سرمایه اجتماعی پاسخگویان بر مبنای ابزار به کار گرفته شده تحقیق در سطح نمونه و جامعه آماری بالاتر از سطح متوسط است- نتیجه آزمون T تک نمونه‌های مستقل با اطمینان ۹۹ درصد این نتیجه را تایید می‌کند. همچنین توزیع فراوانی این متغیر را در نمودار زیر می‌توان نشان داد. متغیر مستقل این پژوهش سرمایه اجتماعی می‌باشد که در ابزار سنجش تهیه شده، از ۷ بعد تشکیل گردیده است. جدول زیر ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی را به همراه آماره‌های مربوط به هر بعد نمایش می‌دهد:

جدول ۳: ابعاد سرمایه اجتماعی و یافته‌های توصیفی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کجی	حداقل	حداکثر	درجه آزادی	t	sig
اعتماد بین‌فردی	۱۸/۴۷	۰/۲۱۱۵۷	۰/۱۲۴	۶	۳۰	۳۹۹	۸۷,۳۳	۰/۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۲۰/۳۷	۵,۲۲	۰/۲۴۱	۸	۳۹	۳۹۹	۷۸/۰۳	۰/۰۰۰
اعتماد نهادی	۱۶/۱۱	۵/۲۵	-۰/۴۱۸	۷	۳۱	۳۹۹	۶۱/۳۷	۰/۰۰۰
مشارکت اجتماعی	۲۱/۰۱	۵/۹۲	۰/۰۵۸	۸	۴۰	۳۹۹	۷۰/۹۵	۰/۰۰۰
روابط اجتماعی	۳۲,۲۸	۷/۳۳	۰/۱۳۰	۱۱	۵۵	۳۹۹	۸۷/۹۷	۰/۰۰۰
انسجام اجتماعی	۲۲/۴۶	۵/۱۰	۰/۵۸۴	۷	۳۵	۳۹۹	۸۸/۰۵	۰/۰۰۰
حمایت اجتماعی	۳۸/۲۹	۶/۶۱	۱/۴۷	۱۲	۶۰	۳۹۹	۱۱۵/۷	۰/۰۰۰

یافته‌های استنباطی متغیر مستقل

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق در سطح نمونه و تعمیم آن‌ها به جامعه آماری در این تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری، با به کارگیری نرم‌افزار ایموس استفاده گردیده است. مراحل به این صورت انجام گرفته است که در ابتدا مدل اندازه‌گیری متغیر سرمایه اجتماعی بر اساس نمرات عاملی متغیرهای تشکیل‌دهنده آن محاسبه شده و برازش آن با استفاده از شاخص‌های اصلاح نرم‌افزار به حداکثر ممکن رسانیده شده است. سپس برای آزمون فرضیه ها، روابط ساختاری بین عامل‌های مکنون اندازه‌گیری شده اند. در ادامه نتایج فرضیه ها ارائه خواهد گردید.



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری متغیر سرمایه اجتماعی

منبع: یافته‌های پژوهش

بر اساس خروجی نرم افزار ایموس، شاخص‌های برازش این مدل اندازه‌گیری بیرونی قابل قبول می‌باشد.

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل سرمایه اجتماعی

شاخص	CMIN/DF	TLI	CFI	PNFI	PCFI	RMSEA	درجه آزادی	کای اسکور
دامنه قابل قبول	۱-۵	۰/۹۰- ۱	۰/۹۰- ۱	۰/۵۰- ۱	۰/۵۰- ۱	۰/۰۸-۰		
مدل	۱/۵۰۸	۰/۹۸۳	۰/۹۹۰	۰/۵۵۵	۰/۵۶۶	۰/۰۳۶	۱۲	۱۸,۱

منبع: یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی متغیر وابسته

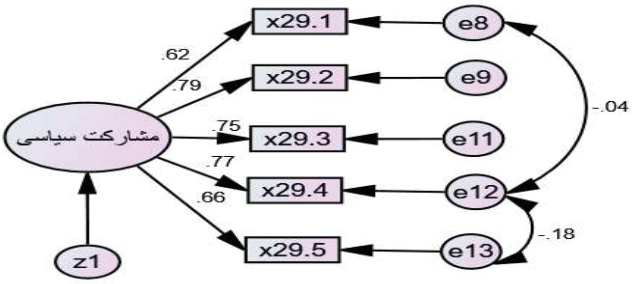
متغیر وابسته این پژوهش مشارکت سیاسی می‌باشد که پنج گویه این متغیر را به صورت طیف لیکرت می‌سنجند و پاسخگویان می‌توانستند نظر خود را با گزینه‌های هیچوقت، کم، تا حدودی، زیاد، خیلی زیاد بیان کنند. پاسخ‌ها نیز از یک تا پنج نمره گذاری شد. بنابراین میانگین طیف این متغیر در پرسش‌نامه نمره ۱۵ می‌باشد. یافته‌ای توصیفی متغیر وابسته به صورت جدول زیر نمایش داده می‌شوند. بر اساس جدول می‌توان نتیجه گرفت که توزیع آماری نمونه تحقیق نرمال، و میزان مشارکت سیاسی پاسخگویان بر مبنای ابزار به کار گرفته شده تحقیق در سطح نمونه و جامعه آماری بالاتر از سطح متوسط است. نتیجه آزمون T تک نمونه‌های مستقل با اطمینان ۹۹ درصد این نتیجه را تایید می‌کند.

جدول ۵: یافته‌های توصیفی متغیر وابسته

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کجی	حداقل	حداکثر	درجه آزادی	t	sig
مشارکت سیاسی	۱۲/۴۸۹	۹/۰۷	۰/۳۷۵	۱۲	۶۰	۳۹۹	۵۶/۱۹۸	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

یافته‌های استنباطی متغیر وابسته



شکل ۳: مدل اندازه‌گیری متغیر مشارکت سیاسی

منبع: یافته‌های پژوهش

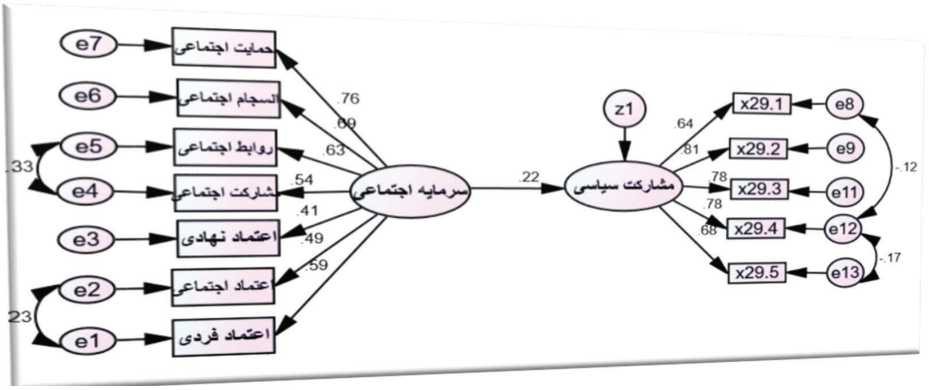
بر اساس خروجی نرم‌افزار ایموس، شاخص‌های برازش این مدل اندازه‌گیری درونی قابل قبول می‌باشد.

جدول ۶: شاخص‌های برازش مدل مشارکت سیاسی

شاخص	CMIN/DF	TLI	CFI	PNFI	PCFI	RMSEA	درجه آزادی	کای اسکور
دامنه قابل قبول	۱-۵	۰/۹۰- ۱	۰/۹۰- ۱	۰/۵۰- ۱	۰/۵۰- ۱	۰/۰۸-۰		
مدل	۲/۷۲۷	۰/۹۷۶	۰/۹۹۳	۰/۲۹۷	۰/۲۹۸	۰/۰۶۶	۳	۸,۲

منبع: یافته‌های پژوهش

آزمون فرضیات



شکل ۴: آزمون فرضیات

منبع: یافته‌های پژوهش

شاخص‌های برازش مدل نشان‌دهنده برازش مناسب مدل هستند و بتای به‌دست آمده در مدل نشان از معنادار بودن اثر سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی به میزان ۰/۲۲ دارد. با توجه به مقدار بحرانی این پارامتر (۲/۸۹۹) و نیز سطح معنی‌داری (۰/۰۰۴) فرضیه تحقیق با اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود.

جدول ۷: شاخص‌های برازش مدل نهایی

مولفه	شاخص	CMIN/DF	TLI	CFI	PNFI	PCFI	RMSEA	درجه آزادی	کای اسکور
	دامنه قابل قبول	۱-۵	۰/۹۰- ۱	۰/۹۰ ۱-	۰/۵۰- ۱	۰/۵۰- ۱	۰/۰۸ ۰-		
سرمایه اجتماعی		۲/۵۸۰	/۹۰۳ ۰	/۹۲۸ ۰	۰/۶۶۰	۰/۶۸۹	۰/۰۷۸	۴۹	۱۲۶, ۴

منبع: یافته‌های پژوهش

با آزمون فرضیات ابعاد سرمایه اجتماعی به این نتیجه رسیدیم که شاخص‌های برازش مدل به غیر از ۳ بعد اعتماد اجتماعی(اعتماد به افراد جامعه)، حمایت اجتماعی، و انسجام اجتماعی، بقیه مولفه‌ها

نشان‌دهنده برازش مناسب مدل هستند و بتای به‌دست آمده در این مدل‌ها نشان از معنادار بودن اثر مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی دارد. با توجه به مقدار بحرانی این پارامترها و نیز سطح معنی‌داری فرضیه‌های سوم، هفتم و هشتم تحقیق با اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته نشده و رد می‌گردند.

جدول ۸: شاخص‌های برازش سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی

مولفه	شاخص	CMIN/DF	TLI	CFI	PNFI	PCFI	RMSEA	درجه آزادی	کای اسکور	بتا	مقدار بحرانی	سطح معنی داری
	دامنه قابل قبول	۱-۵	۰/۹۰- ۱	۰/۹۰- ۱	۰/۵۰- ۱	۰/۵۰- ۱	۰/۰۸- ۰				۱/۹۶	۰/۰۵
اعتماد فردی		۲/۱۰۸	۰/۹۵۴	۰/۹۶۸	۰/۶۴۹	۰/۶۶۷	۰/۰۵۳	۳۱	۶۵/۳	۰/۱۶	۲,۵۱۵	۰/۰۱۲
اعتماد اجتماعی		۱/۶۳۱	۰/۹۷۴	۰/۹۸۲	۰/۶۵۸	۰/۶۷۷	۱/۰۴۰	۳۱۳	۵۰/۶	۰/۰۹	۱,۴۷۶	۰/۱۴۰
اعتماد نهادی		۲/۴۰۴	۰/۸۴۱	۰/۹۶۰	۰/۶۴۳	۰/۶۶۱	۰/۰۵۹	۳۱	۵۱/۶	۰/۲۰	۳,۲۷۱	۰/۰۰۱
مشارکت اجتماعی		۲/۳۰۵	۰/۹۴۶	۰/۹۶۴	۰/۶۲۶	۰/۶۴۲	۰/۰۵۷	۳۰	۶۹/۱	۰/۲۷	۴,۰۰۸	۰/۰۰۰
روابط اجتماعی		۲/۲۲۲	۰/۹۶۱	۰/۹۷۴	۰/۶۳۶	۰/۶۴۹	۰/۰۵۵	۳۱	۷۱/۷	۰/۱۳	۲,۲۶۱	۰/۰۲۴
انسجام اجتماعی		۲/۶۹۷	۰/۹۴۲	۰/۹۶۰	۰/۶۴۷	۰/۶۶۱	۰/۰۶۵	۳۱	۸۳/۶	۰/۱۰	۱,۷۳۹	۰/۰۸۲
حمایت اجتماعی		۲/۰۲۱	۰/۹۶۷	۰/۹۷۹	۰/۶۱۳	۰/۶۲۵	۰/۰۵۱	۲۳	۴۶,۵	۰/۱۱	۱,۵۸۳	۰/۱۱۳

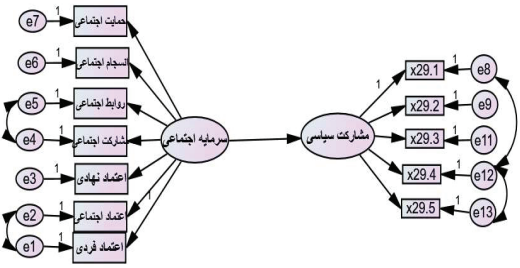
منبع: یافته‌های پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

هدف مطالعه حاضر، بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی جوانان بود. مشارکت سیاسی، لزوم توجه بـه عوامل مرتبط با آن را ضروری می‌سازد. در پاسخ به سؤال تحقیق و با توجه به نظر بوردیو، چنین فرض شد که بین سرمایه اجتماعی افراد و مشارکت سیاسی آنان ارتباط وجود دارد. در بررسی رابطه میان دو متغیر اصلی پژوهش، یعنی سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها به ارتباط معنی‌دار و مستقیم بین این دو متغیر در جامعه آماری مورد نظر اشاره دارد. در بررسی

فرضیات پژوهش رابطه میان سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی مورد تأیید قرار گرفت. بدین ترتیب افرادی که از مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، روابط اجتماعی، حمایت و انسجام اجتماعی بیشتری برخوردارند، مشارکت سیاسی بیشتری از خود نشان می‌دهند. از لحاظ نظری، سرمایه اجتماعی به افراد کمک می‌کند تا با پیوند و ساخت شبکه‌های اجتماعی با دیگر اعضای جامعه، در کارزارهای سیاسی رسمی و غیررسمی مشارکت بیشتری داشته باشند. همچنین در این پژوهش رابطه تک تک ابعاد سرمایه اجتماعی با مشارکت سیاسی پاسخگویان بررسی گردیده است. مشارکت اجتماعی عاملی تاثیر گذار بر مشارکت سیاسی بوده است. از نظر پاتنام، همکاری و مشارکت در جامعه‌ای که سرمایه‌اجتماعی عظیمی را در شکل هنجارهای عمل متقابل و شبکه های مشارکت به ارث برده‌اند بهتر صورت می‌گیرد. مشارکت اجتماعی، یکی از اجزای اصلی و ضروری سرمایه اجتماعی می‌باشد و هر چه مشارکت بیشتر باشد، احتمال همکاری افراد در جهت منافع متقابل بیشتر است. بر اساس نتایج تحقیق، در بین سه بعد اعتماد (اعتمادی فردی، اجتماعی و نهادی)، اعتماد اجتماعی تاثیر مستقیمی بر مشارکت سیاسی جوانان نداشته است. در نتیجه صرف وجود اعتماد اجتماعی، به مشارکت سیاسی افراد منجر نمی‌شود. اعتماد اجتماعی می‌تواند به صورت غیرمستقیم با افزایش مشارکت و روابط اجتماعی افراد، مشارکت سیاسی افراد را افزایش دهد. بر این اساس نمی‌توان گفت که کل مقیاس اعتماد اجتماعی روی مشارکت سیاسی تاثیر دارد و هر چه اعتماد اجتماعی (از هر سه نوع فردی، نهادی، اجتماعی) در افراد بیشتر باشد، مشارکت سیاسی آن‌ها نیز بیشتر است. همچنین دو بعد هنجار اجتماعی و ارتباط آن‌ها با مشارکت سیاسی بررسی شد که این رابطه نیز رد گردید. به نظر فوکویاما، هرگونه مشارکت در هنجارها و ارزش‌ها منجر به سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی نمی‌گردد. بلکه آن دسته هنجارهایی که منجر و مبتنی بر صداقت، انجام تعهدات و ارتباطات متقابل بنا شده باشد، به نوعی در تولید سرمایه اجتماعی و افزایش مشارکت موثر است.

مدل تجربی پژوهش



پیشنهادها

با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌گردد برای تبیین بهتر مشارکت سیاسی با انجام مطالعات مشابه در سایر رشته‌ها و مقایسه نتایج، شرایطی را فراهم نمود تا بهتر بتوان به اتخاذ سیاست‌های اجرایی مبادرت شود. فراهم ساختن و تدارک سرمایه اجتماعی از طریق اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی به منظور افزایش اعتماد و مشارکت، آموزش جامعه‌پذیری، مشارکت، اعتماد، انسجام اجتماعی، حمایت از طریق گروه‌های اجتماعی و کانون‌های فکری و فرهنگی، ارتقای گروه‌های محلی همیاری، زمینه‌سازی، ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی و شبکه‌های اعتماد از روش‌های افزایش سرمایه اجتماعی به‌ویژه در گروه‌های نوجوان و جوان است. با اعمال اهرم‌های تشویقی و یا هر عامل دیگر می‌توان جوانان را به سمت مشارکت‌های سیاسی سوق داد. ارگان‌های ذی‌ربط با برنامه‌ریزی، زمینه را برای افزایش سرمایه اجتماعی در بین جوانان فراهم آورند. همچنین با تقویت و استحکام بخشیدن به روابط اجتماعی مثبت، تأکید بر تقویت اطمینان و اعتماد در میان جوانان، نهادینه کردن رفتارها و اعمال مثبت اجتماعی در جهت مشارکت افراد و لزوم مشخص ساختن اهمیت مشارکت سیاسی و اجتماعی برای جوانان می‌توان گام‌های مثبتی در جهت مشارکت جوانان برداشت.

منابع

- اخترمحققی، مهدی. (۱۳۸۵). **سرمایه اجتماعی**. چاپ اول. تهران: کتابخانه ملی ایران
- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۰). «**بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی کاشان**». نامه علوم اجتماعی. شماره ۱۷.
- استونز، راب. (۱۳۹۲). **متفکران بزرگ جامعه‌شناسی**. مهرداد میردامادی. چاپ هشتم. تهران: نشر مرکز
- امام‌جمعه‌زاده، سیدجواد؛ قاضی رهبر، محمودرضا؛ عیسی‌نژاد، امید و مرندی، زهره. (۱۳۹۰). «**بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان**». پژوهش‌نامه علوم سیاسی. سال ۷، شماره ۴.
- انصاری، احمد. (۱۳۹۶). «**تاثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی(جوانان ۲۰-۳۵ سال) کهگیلویه و بویر احمد در دوره اول ریاست جمهوری روحانی**». فصل‌نامه علمی- پژوهشی رهیافت. سال ۱۱، شماره۴۰.
- باستانی، سوسن. (۱۳۸۷). «**سرمایه اجتماعی شبکه و اعتماد متقابل بین شخصی**». بررسی مسائل اجتماعی ایران. سال ۱۶، شماره ۶۱.
- پایگاه اینترنتی هیئت پزشکی ورزشی استان فارس. (۱۳۹۸). <*www.farssma.com*>
- حیدری، آرمان و میرزایی، عزت‌الله. (۱۳۹۳). «**تعیین‌کننده‌های اجتماعی سلامت(مورد مطالعه: زنان سرپرست‌خانوار تحت پوشش کمیته امداد شهرستان جهرم)**». فصل‌نامه فرهنگی– تربیتی خانواده. سال ۹، صص ۱۳۵ -۱۶۴ .
- راش، مایکل. (۱۳۹۲). **جامعه و سیاست؛ مقدمه‌ای بر جامعه شناسی سیاسی**. منوچهر صبوری. تهران: انتشارات سمت
- رضایی، محمد؛ احمد، آذین و جعفری‌نژاد، مسعود. (۱۳۹۶). «**بررسی رابطه میزان اعتماد اجتماعی و مشارکت سیاسی از نظر دانشجویان دانشگاه مازندران**». فصل‌نامه علمی پژوهشی رهیافت انقلاب اسلامی. سال ۱۱، شماره ۳۹.
- زاهدی مازندرانی، محمدجواد و اوجاقلو، سجاد. (۱۳۸۴). «**بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین ساکنان شهر زنجان**». مجله جامعه‌شناسی ایران. دوره ۶، شماره ۴.

- شارع‌پور، محمود. (۱۳۸۱). «**بررسی عوامل مؤثر گرایش دانشجویان دختر و پسر نسبت به ورزش در گذراندن اوقات فراغت**». طرح پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، پژوهشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- شارع پور، محمود. (۱۳۸۶). «**بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و مشارکت ورزشی**». مجله حرکت. شماره ۳۷.
- عظیمی‌هاشمی، مژگان؛ قاضی‌طباطبایی، محمود و هدایتی، علی‌اصغر.(۱۳۹۴). «**مشارکت سیاسی زنان در ایران و عوامل مؤثر برآن**». فصل‌نامه زن و جامعه. سال ۶، شماره ۴، صص ۱۰۵-۱۲۲.
- کتابی، محمود؛ ادیبی سده، مهدی؛ قاسمی، وحید و صادقی‌ده‌چشمه، ستار. (۱۳۸۹).«**سنجش اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در مراکز شهرستان‌های چهار محال و بختیاری**». جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۲۱، شماره پیاپی(۴۰).شماره ۴، صص ۱۲۲-۹۷.
- گتابی حبیب‌پور، کرم و موسوی، حمیدرضا. (۱۳۹۵). «**رابطه بین سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی شهروندان قم**». فصل‌نامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی. سال ۱۶، شماره ۶۲، صص ۳۵۹-۳۹۰.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). **پیامدهای مدرنیت**. محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز
- موسوی خامنه، مرضیه. (۱۳۸۳). «**سرمایه اجتماعی و سلوک اجتماعی**». رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- وایتر، مایرونو و هانتینگتون، ساکوئل. (۱۳۷۹). **درک توسعه سیاسی**. پژوهشکده مطالعات راهبردی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- وینر، مایرون. (۱۳۹۴). **مشارکت سیاسی، بحران فرایند سیاسی**. غلامرضا خواجه سروی. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی
- Bordieo, P. (1986). **The Forms of Capital Hand book of Theory and Research for the Sociology.** New York: Green wood press.
- Bassett, E., & Moore, S. (2013). **"Mental Health and Social Capital: Social Capital as a Promising Initiative to Improving the Mental Health of Communities".** In Tech. doi: 10.5772/53501.
- Inglehart, R. (1990). **Cultural shift in advanced industrial society.** Princeton University Press
- Coleman, J. (1990). **Foundation of S0cial The0ry.** Harvard University Press Cambridge
- Erdogan, m. (2010). "Social Capital and Civic Participation". International journal of social sciences and humanity studies. Vol .2, no 2, 2010.
- Putnam, R. D. (2000). **Bowling Alone ؛The Collapse and Revival of American Community.** Simon and Schuster**:** New York
- Sarker, M., Islam, SH., (2017). **"Social capital and political participation: a case study from rural Bangladesh".** European review of applied sociology, vol.10, no,15.
- Shahin, M. (2016). **"The relationship between social capital and political particiption, Mediterranean".** Journal of social sciences, vol 2.

۴

بررسی میزان تمایل به فرزندآوری و عوامل مرتبط با آن از نگاه جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری[۱]

ذبیح‌الله کاوه فارسانی[۲]
پوران رئیسی[۳]

10.22034/ssys.2024.3283.3398
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۲۹
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۲۲

هدف از پژوهش حاضر، بررسی میزان تمایل به فرزندآوری و عوامل مرتبط با آن از نگاه جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری بود. روش پژوهش حاضر همبستگی مبتنی بر معادلات ساختاری بود. جامعه آماری این پژوهش را کلیه جوانان متأهل ۱۸ تا ۴۰ سال ساکن استان چهارمحال و بختیاری در سال ۱۴۰۲ تشکیل می‌دادند که از بین آنها ۸۰۳ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند و به پرسش‌نامه مؤلفه‌های تأثیرگذار بر قصد فرزندآوری نجفی و خواجه (۱۴۰۱) پاسخ دادند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با آمار توصیفی (میانگین و انحراف استاندار) و آمار استنباطی (همبستگی ماتریس فورنل و لارکر و معادلات ساختاری) و نرم‌افزار SPSS و SEM انجام شد

نتایج نشان داد ۶۷ درصد (۵۳۸ نفر) از نمونه پژوهش حاضر به فرزندآوری تمایل داشته‌اند. یافته‌های معادلات ساختاری از شناسایی عواملی همچون تحصیلات، سن، نوع سکونت، افزایش مدت ازدواج، تعداد ایده‌ال فرزندان، هنجارهای ذهنی و کنترل ادراک‌شده، مرتبط با تمایل فرزندآوری حاکی بود. با توجه به نتایج به دست آمده از روند معادلات ساختاری پژوهش، می‌توان گفت متغیر فرزندآوری زا نمی‌توان متأثر از یک تک عامل خاص در نظر گرفت، بلکه یک چندعاملی بسیار پیچیده در آن اثرگذارند که نباید به سادگی از کنار آنها گذشت، زیرا این موضوع آینده حیات جمعیتی را ممکن است به خطر اندازد، مسائل اجتماعی دیگری را به وجود آورد و جامعه را در معرض مخاطره قرار دهد. از این‌رو، توصیه می‌شود متولیان و سیاست‌گذاران به‌خصوص وزارت ورزش و جوانان بسترهای استفاده از نتایج این پژوهش را برای بهبود تمایل به فرزندآوری فراهم کند.

واژگان کلیدی: تمایل به فرزندآوری، جوانان متأهل، چهارمحال و بختیاری.

---

[۱] این پژوهش حاصل طرح پژوهشی از سوی اداره کل ورزش و جوانان استان چهارمحال و بختیاری می‌باشد.

[۲] دانشیار، گروه مشاوره، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران. (نویسنده مسئول)
E-mail: Kavehfarsani@sku.ac.ir
[۳] کارشناس ارشد مشاوره، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران

مقدمه

جمعیت و مسائل مربوط به آن، از جمله مسائل چند بُعدی و پیچیده جوامع انسانی به شمار می‌رود (اکبریان، ۱۴۰۰). جمعیت علاوه بر اینکه به‌عنوان ستون فقرات توسعه اجتماعی شناخته شده، نقش مهمی نیز در تقویت رشد اقتصادی دارد. افزایش نرخ زاد و ولد می‌تواند به طور مؤثری عرضه نیروی کار را افزایش دهد و عوارض جانبی تأثیر پیری جمعیت را در جوامع به حداقل برساند (کیائو[1] و همکاران، ۲۰۲۴).

رشد جمعیت در آینده به شدت به مسیرهای باروری بستگی دارد (دودسون[2] و همکاران، ۲۰۲۰). بسیاری از کشورهای درحال‌توسعه هم اکنون نرخ باروری کمتر از جایگزینی را تجربه می‌کنند (کاستانهریا و کوهلر[3]، ۲۰۱۷). در ۵۰ سال گذشته، به شکل قابل توجهی سطح تمایل باروری در بیشتر نقاط جهان کاهش یافته است (روزر[4]، ۲۰۱۹). تأخیر در فرزندآوری نشان‌دهنده یک تغییر عمیق در تمایل به باروری است که همه کشورهای جهان زا نسبت به این پدیده نگران کرده است (بیوجان و سوبوتکا[5]، ۲۰۱۹).

طبق گزارش سازمان ملل[6] در مورد چشم انداز جمعیت جهان (۲۰۱۷) تقریباً نیمی از جمعیت جهان در کشورهایی زندگی می‌کنند که باروری زیر سطح جایگزینی دارند. در سال ۱۹۷۰، ۲۲ کشور باروری زیر سطح جایگزینی داشتند، اما در بازه زمانی ۲۰۱۰– ۲۰۱۵ این تعداد به ۷۹ کشور رسید و در دوره ۲۰۱۵ – ۲۰۲۰، ۲۵ کشور باروری کمتر از ۱٫۵ داشتند (عباسی شوازی و همکاران، ۱۳۹۹). ایران نیز به عنوان یک کشور در حال‌توسعه طی دهه‌های گذشته کاهش سریع باروری را تجربه کرده است (رنجبر و همکاران، ۱۴۰۲).

یکی از مفاهیم کلیدی برای درک تغییر جمعیت، نرخ باروری کل[7] است. نرخ باروری کل یا نرخ فرزندآوری به معنای میانگین تعداد فرزندانی است که به ازای هر زن ۱۵ تا ۴۹ سال متولد شده است (آجزن و کلوباس[8]، ۲۰۱۳). نرخ باروری، تعیین‌کننده اصلی رشد و ترکیب جمعیت است و تحت تأثیر عوامل جمعیت‌شناختی، اجتماعی–اقتصادی و فرهنگی قرار دارد (نایونی[9] و همکاران، ۲۰۲۱).

نرخ باروری کل (TFR) در ایران از اواسط سال ۱۹۷۸ به ۶/۵ کاهش یافته و در سال (۱۹۹۹) به سطح جایگزینی – سطحی از فرزندآوری است که در آن یک نسل از زنان تنها آن تعداد فرزند کافی برای

[1] Qiao
[2] Dodson
[3] Castanheira & Kohler
[4] Roser
[5] Beaujouan & Sobotka
[6] United Nations
[7] Total fertility rate
[8] Ajzen & Klobas
[9] Nyony

جایگزینی خود و والدین‌شان را به دنیا می‌آورند که برابر با ۲/۱ فرزند برای هر زن است (ویکس[1]، ۲۰۰۸))- رسیده است و پیش‌بینی می‌شود طی سال‌های ۲۰۲۰ - ۲۰۲۴ به ۱/۱۳ درصد فرزند کاهش یابد. گزارش منتشرشده سازمان ملل متحد در سال ۲۰۱۰ نشان می‌دهد اگر ایران به سطح باروری جایگزینی ادامه دهد، جمعیت آن در ۸۰ سال آینده به ۳۱ میلیون نفر خواهد رسید و ۴۷ درصد آن را افراد مسن بالای ۶۰ سال تشکیل خواهند داد. این آمار و گزارش‌ها باعث نگرانی جدی مسئولان شده است و مقام معظم رهبری نیز بارها به این موضوع اشاره کرده و خواستار برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری جدی برای برون‌رفت از این وضعیت شده‌اند و این امر سیاست‌های افزایش جمعیت را به یکی از اولویت‌های دولت تبدیل کرده است (ایازی و همکاران، ۱۴۰۰).

تمایل به باروری، مقدمه فرزندآوری است (وانگ و زو[2]، ۲۰۲۱). یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های مهم رفتار باروری، تمایل به باروری است؛ به این معنی که وقتی زوجی می‌خواهند بچه‌ای به دنیا بیاورند، برای باردار شدن اقدام می‌کنند و در غیر این صورت اقدامات ضد بارداری انجام می‌دهند (چن[3] و همکاران، ۲۰۱۹).

به طور کلی، نرخ باروری تابعی از آرزوها و تصمیمات فرزندآوری تک تک زوج‌هاست؛ چنانکه نتایج برخی از پژوهش‌ها- به عنوان مثال هوتمن[4] و همکاران (۲۰۱۴)؛ کونت و تراپ[5] (۲۰۱۳) و شون[6] و همکاران (۱۹۹۹)- حاکی از ارتباط نزدیک بین تمایل و رفتار باروری بوده و رفتار باروری براساس سه عامل تمایل به باروری، اندازه خانواده ایده‌آل (به تعداد فرزندانی که فرد قصد دارد در طول عمر باروری خود داشته باشد) و معمولاً به تعداد فرزندانی که قبلاً متولد شده‌اند بستگی دارد (تستا و استفانی ۲۰۱۷). نگرش به داشتن فرزند بیشتر در آینده قابلیت پیش‌بینی دارد. در همین راستا شواهد تجربی حاصل از بررسی رابطه بین تمایل و رفتار فرزندآوری نشان می‌دهند که عوامل اجتماعی و جمعیت‌شناختی فردی در اهداف و تصمیم‌های باروری نقش مهمی دارند (اوموج[7] و همکاران، ۲۰۲۰).

دلایل متعددی وجود دارد که چرا تمرکز بر تمایل به باروری در تحلیل جمعیت‌شناختی حائز اهمیت است که از آن میان می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف) تمایل به باروری برای تحلیل‌هایی که به دنبال پیش‌بینی جمعیت هستند، مفید است؛ ب) مطالعه تمایل به باروری در ارزیابی میزان نیاز برآورده‌نشده به پیشگیری از بارداری در جمعیت مفید است؛ ج) تجزیه و

[1] Weeks
[2] Wang & Zou
[3] Chen
[4] Hutteman
[5] Kuhnt & Trappe
[6] Schoen
[7] Ewemooje

تحلیل تمایل به باروری می‌تواند به زوج‌ها نشان دهد که چگونه آنان اهداف باروری خود را دنبال می‌کنند (جونز ۲۰۱۷).

در ادامه به بررسی عوامل مرتبط و تأثیرگذار بر روی تمایل به فرزندآوری پرداخته می‌شود. در جوامع گوناگون عوامل متعددی می‌تواند تمایل به فرزندآوری زوجین را تحت تأثیر قرار دهند. یکی از عوامل شناخته‌شده، سن افراد است؛ به‌طوری که با افزایش سن، میزان تمایل به فرزندآوری کاهش می‌یابد (سایا[1] و همکاران، ۲۰۲۱؛ آهینکوراه[2] و همکاران، ۲۰۲۱؛ رنجبر و همکاران، ۱۴۰۲؛ پژهان و کمالی‌ها، ۱۳۹۴). عامل موثر دیگر، تحصیلات است که هرچقدر سطح تحصیلات بالاتر باشد، تمایل به داشتن فرزند کاهش می‌یابد (آهینکوراه و همکاران، ۲۰۲۱؛ رنجبر و همکاران، ۱۴۰۲؛ بگی و همکاران، ۱۴۰۰؛ سما کار، ۱۳۹۰؛ محمدی و صیفوری، ۱۳۹۵ و مت گرستر ، ۲۰۰۷). عوامل مختلفی از جمله دلایل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر تمایل یا عدم‌تمایل به فرزندآوری در افراد دارای تحصیلات عالی تأثیرگذار شناخته شده‌اند (معین و همکاران، ۱۴۰۰). دیگر عامل تاثیرگذار بر میزان تمایل به فرزندآوری افراد، نوع سکونت می‌باشد؛ به‌طوری‌که سطح ایده‌آل‌های باروری روستاییان از نمونه شهری بالاتر است و نوع سکونت روستایی تمایل بیشتری به فرزندآوری یا تعداد فرزندان بیشتر را دارد (اوموجه و همکاران، ۲۰۲۰؛ ایمان و همکاران، ۱۳۹۴ و محمودیانی و همکاران، ۱۳۹۳). افزایش طول مدت ازدواج نیز از عواملی است که معمولاً منجر به عدم یا کاهش تمایل به فرزندآوری می‌شود و برعکس (بنده الهی و همکاران، ۲۰۱۹؛ عامریان و همکاران، ۱۳۹۵ و کریمیان و همکاران، ۱۳۹۲). هنجارهای ذهنی جوانان متأهل (ترغیب پدر و مادر، دوستان و اقوام و نهادها) یا به عبارتی، فشار اجتماعی درک شده، عامل موثر دیگر است که ممکن است باعث افزایش تمایل به فرزندآوری شود (لی و همکاران، ۲۰۱۹؛ افرازنده و همکاران، ؛ ۱۴۰۲؛ جهانگیری و همکاران، ۱۳۹۳). عامل مهم دیگر، کنترل ادراک‌شده شامل عوامل اقتصادی، سلامت و شرایط کاری و تحصیلی است که سبب عدم‌تمایل جوانان متأهل به فرزندآوری می‌شود(لی و همکاران، ۲۰۱۹؛ سایا و همکاران، ۲۰۲۱؛ کاوه فیروز و همکاران، ۱۳۹۵ و عباسی شوازی و خواجه صالحی،۱۳۹۲) و با افزایش اشتغال، تمایلات باروری در زنان کاهش می‌یابد (رنجبر و همکاران، ۱۴۰۲).

بنابراین، تمایل زوج‌ها به فرزندآوری یک نقطه کانونی تحقیقاتی در میزان رشد جمعیت بوده است و بررسی متغیرهای تأثیرگذار بر قصد زوج‌ها در یک جامعه بسیار ضروری است. از سوی دیگر، شناخت عوامل تأثیرگذار بر فرزندآوری می‌تواند برای برنامه‌ریزی‌هایی چون برنامه‌های آموزشی و بهداشتی مفید باشد. با توجه به آنچه در بالا گفته شد، هدف از پژوهش حاضر بررسی میزان تمایل به فرزندآوری و عوامل

ادبیات پژوهش

در تبیین فرزندآوری دیدگاه‌ها و نظریات گوناگونی ارائه گردیده است که هر یک از بُعد خاص مربوط به خود به باروری نگریسته و به تبیین آن پرداخته‌اند. در ادامه به شرح برخی از این نظریه‌ها و مدل‌ها خواهیم پرداخت.

در مدل جامعه شناختی باروری، جامعه شناسان در دو سطح خرد و کلان به بررسی پدیده باروری پرداخته‌اند. در دیدگاه کلان، عوامل مؤثر بر باروری، فرهنگ جامعه، عوامل محیطی– اجتماعی، سیاسی و مذهبی می‌باشند. در سطح خرد هم این باور وجود دارد که انگیزه‌های شخصی، سلیقه‌ها، نگرش‌های افراد و طرز تلقی آنها بر باروری تاثیر می‌گذارد. جامعه‌شناسان بر این باورند که هر اندازه کشورها در مسیر توسعه اقتصادی و اجتماعی بیشتر حرکت کنند و گام به پیش نهند، بیشتر انگیزه‌ها و سلیقه‌های فردی است که رفتارهای باروری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بر عکس در جوامع توسعه نیافته و عقب افتاده، بیشتر سیستم کلی حاکم بر جامعه، نهادها و مقررات است که به باروری جهت می‌دهد. بحث درمورد عوامل انگیزشی، محور اصلی بیشتر دیدگاه‌هایی است که از طریق مدل‌های جامعه‌شناختی سعی در تبیین پدیده باروری دارند، زیرا باروری صرفاً یک پدیده فیزیکی نیست و ذهنیات و تفکرات هر فردی در آن نقش مهمی ایفا می‌کنند (حسینی،۱۳۸۱، به نقل از عباسی، ۱۳۹۵).

مک نیکل **در نظریه تحلیل نهادی باروری** که یکی از نظریه‌های دیگر در سطح کلان است، مطرح می‌کند رفتارهای مختلف باروری پیامد شرایط نهادی، الگوهای فرهنگی و خصیصه‌های فردی موجود هستند که هر فرد بر اساس آن موقعیتی که در آن قرار می‌گیرد، اقدام می‌کند؛ به این صورت که کنش او وابسته به برخی شرایط فرهنگی و نهادی خاص صورت می‌پذیرد. در این میان، دولت به عنوان یک بازیگر نقش نهادی اصلی از راه‌هایی چون: افزایش هزینه‌های باروری، ایجاد زمینه‌های اجرایی و قانونی برای جامعه‌ی مدنی، فعالیت اقتصادی و زندگی خانوادگی، افزایش هزینه‌های فرصت و غیره بر رفتار باروری تاثیرگذار واقع می‌شود و اقدام به یک سری ارزیابی‌ها می‌کند (مشفق و غریب عشقی،۱۳۹۱، به نقل از سپهوند، ۱۳۹۷).

نظریه نوگرایی یکی دیگر از تئوری‌های اجتماعی– فرهنگی و باروری گویای این است که نوسازی فیزیکی محیط و بازسازی اقتصادی و اجتماعی– فرهنگی در جامعه‌های گوناگون می‌تواند تا اندازه‌ای میزان باروری را تغییر دهد و باعث شود تا روحیه آینده‌نگری و گرایش به زندگی که همراه با آسایش و شادکامی باشد، در اذهان مردم جاری گردد. لذا این تئوری، این را دنبال می‌کند که پیشرفت و توسعه و فناوری بر زندگی مردم حتی در زمینه‌های عاطفی و ارزشی تأثیر می‌گذارد و می‌تواند تغییراتی در زمینه کاهش میزان موالید به وجود بیاورد (رشیدی، ۱۳۷۹، به نقل از شهدی کومله، ۱۳۹۶).

طبق نظریه ادواردز[1] (۲۰۰۲)، آموزش و تحصیل از لحاظ نظری می‌تواند چندین نوع تأثیر احتمالی روی رفتارهای باروری داشته باشد: نخست اینکه زنان تحصیل‌کرده دسترسی بیشتری به منابع اطلاعاتی دارند. این عامل باعث کنترل بیشتر آنها بر دوره‌های باروری می‌شود. بسیاری از زنان معتقدند که نقش دانشجویی و مادری با یکدیگر ناسازگارند و یا حداقل داشتن هردو نقش به‌طور همزمان نامطلوب است (ادواردز ۲۰۰۲). بنابراین، تحصیلات بیشتر ممکن است به سادگی باعث افزایش سن ازدواج، سن فرزندآوری و کاهش باروری شود. تحقیقات بسیاری بر ناسازگاری نقش بر حسب تحصیل وفرزندآوری تأکید کردند (آهینکوراه و همکاران، ۲۰۲۱؛ رنجبر و همکاران، ۱۴۰۲؛ بگی و همکاران، ۱۴۰۰؛ محمدی و صیفوری،۱۳۹۵). فرزندآوری و تربیت فرزند با هزینه‌هایی شامل منابع اقتصادی و هزینه فرصت برای پرورش فرزند مرتبط است. برای مثال، هزینه‌های داشتن یک فرزند دیگر برای زنانی که تحصیلات بالاتری دارند بیشتر است، چراکه این افراد آمادگی و انتظار راه یافتن به بازار کار را دارند. روش دومی که آموزش ممکن است باعث شود که فرزندآوری با تأخیر صورت پذیرد این است که زنان ممکن است به دانشگاه به عنوان یک جهت‌یابی سرمایه‌گذاری توجه کنند. بی شک، گذشت زمان در دانشگاه فرصت‌های شغلی بیشتری را خلق می‌کند. این تعبیر سرمایه‌گذاری، انتظارات شغلی را منعکس می‌نمایند و زنان برای دستیابی به این انتظارات و اهداف، از نیات خود دست می‌کشند و باروری کمتری را تجربه می‌نمایند. طریق سومی که تحصیلات ممکن است بر زمان فرزندآوری تأثیر بگذارد، اشتغال است. به طور کلی دانشگاه در زنانی که انتظارات شغلی بالا دارند، به تأخیر در فرزندآوری تا رسیدن به هدف شغلی منجر می‌شود. افزایش سطح تحصیلات با نخستین پیش شرط برای کاهش باروری، یعنی داشتن حق انتخاب منطقی همبستگی دارد. از طرف دیگر، افراد تحصیل‌کرده‌تر عامل تغییر جامعه و اشاعه نوآوری در زمینه تحدید موالید هستند. زنان تحصیل‌کرده برای درگیر شدن در الگوهایی از رفتارهای جدید و نو بیشتر متمایل هستند و دانش بیشتری درباره روش‌های پیشگیری و منبع دریافت روش دارند. آنها همچنین از روش‌های پیشگیری مؤثرتری نیز استفاده می‌کنند (خوارز و مارتین[2]، ۱۹۹۵).

نظریه گزینش عقلانی، یکی از نظریه‌های مطرح در سطح خرد است که طبق آن، انسان‌ها دارای مجموعه‌ای از ترجیحات یا منافع‌اند که به شکل سلسله مراتبی تنظیم یافته‌اند و در گزینش مسیرهای رفتاری خود به اشکال گوناگون به محاسبه عقلانی می‌پردازند؛ بدین‌گونه که سود و هزینه‌های گزینه‌های مورد نظر را می‌سنجند و گزینه‌ای را با بیشترین سود و کمترین هزینه برمی‌گزینند. انسان‌ها در طول حیات خود و در زندگی اجتماعی بارها دست به انتخاب می‌زنند که یکی از این امور باروری است. افراد با توجه به هزینه‌ها

[1] Edwards
[2] Juarez & Martin

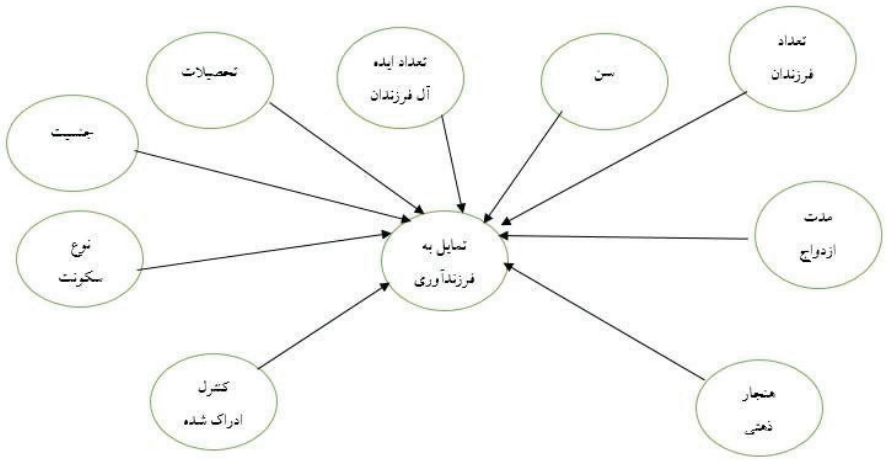
و منفعت‌های فرزندآوری تصمیم به باروری می‌گیرند. هنگامی‌که هزینه‌های فرزندآوری بیشتر از میزان فوائد آن باشد، تمایل آنان کاهش یافته و درنتیجه عمل باروری صورت نگرفته و میزان آن کاهش می‌یابد. با نفوذترین تبیین انتخاب عقلانی برای مطالعه رابطه شرایط اقتصادی و اجتماعی و رفتار باروری، از بکر (۱۹۶۳) گرفته شده است. از نظر وی، کودکان نیز همانند سایر کالاها از نظر پدر و مادر ارزیابی می‌شوند. یکی از ارزش‌هایی که والدین قصد دارند در حد بالایی از آن برخوردار باشند، بیشینه کردن ثروت است. به نظر می‌رسد والدینی که خواستار ثروت بیشتری هستند، والدین تحصیل‌کرده‌ای که رتبه شغلی آنها بالا و هزینه فرصت‌هایشان نیز زیاد است و نیز والدینی که به دلیل برخورداری از درآمد بیشتر، دسترسی آسان‌تری به ابزارهای کنترل باروری دارند، خواستار فرزندان کمتری هستند و در مقابل، والدین کم درآمد دارای مشاغل پایین و فاقد امکان دسترسی به روش‌های کنترل باروری، در عمل فرزندان بیشتری خواهند داشت (فریدمن و همکاران، ۱۹۹۴به نقل از ادیبی سده و همکاران،۱۳۹۳).

در دیدگاه دیگر با عنوان **نظریه تبیین نهادی**، سیاست‌های جمعیتی می‌تواند بر باروری اثر بگذارد و نقش دولت بسیار با اهمیت ارزیابی می‌شود. دولت از راه‌هایی مثل افزایش هزینه‌های باروری، ایجاد زمینه‌های اجرایی و قانونی برای جامعه مدنی، فعالیت اقتصادی و زندگی خانوادگی، افزایش هزینه‌های فرصت و غیره رفتار باروری را در جامعه تحت تأثیر قرار می‌دهد. در بررسی رفتار باروری باید به جزئیات شرایط کشور و منطقه توجه شود، زیرا ساختار اجتماعی و فرهنگی در متن خاص هر جامعه معنی می‌یابد. علاوه بر تأثیرات مستقیمی که دولت می‌تواند با سیاست‌های خود بر باروری بر جای بگذارد، عوامل دیگری نیز در کاهش باروری تأثیر دارند که مهمترین آنها، رشد اقتصادی است (حسینی،۱۳۸۳ به نقل از شهدی کومله، ۱۳۹۶).

در **تئوری پذیرش اجتماعی**، هر فرد برای تصمیم‌گیری در انجام هر عملی به نظرات دوستان، گروه‌ها، والدین و به طورکلی جامعه توجه زیادی نشان می دهد و اگر فرد در انجام کنش خاص مثلاً فرزندآوری از پذیرش اجتماعی بالای آن خبردار باشد، خواسته یا ناخواسته به آن تن در خواهد داد، عکس این امر نیز صادق است (راکعی بناب و همکاران، ۱۳۸۹، به نقل از نعمتیان و همکاران، ۱۴۰۰).

نظریه انتقال جمعیت، از مشهورترین نظریات جمعیتی است که اولین بار توسط تامسون (۱۹۳۰) و نوتشتاین (۱۹۵۳) ارائه شد. بر اساس این نظریه، به موازات صنعتی‌شدن سطح زندگی، شرایط بهداشت بهبود یافته و در نتیجه سطح مرگ و میر کاهش می یابد و به مرور این شهرنشینی و صنعتی شدن باعث افزایش احتمال بقای کودکان و ایجاد سبکی از زندگی می‌شود که پرورش بچه‌ها را هزینه‌آور می‌سازد و بتدریج ارزش‌های مربوط به داشتن فرزند زیاد ازبین می‌رود و در کل منجر به کاهش باروری می‌گردد (سازمان ملل، ۱۹۹۹، به نقل از عباسی، ۱۳۹۵).

بنابراین بر اساس چهارچوب نظری ارائه‌شده می‌توان مدل نظری تحقیق را ترسیم نمود(نمودار ۱):



نمودار ۱: مدل نظری پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی مبتنی بر معادلات ساختاری بود. جامعه آماری این پژوهش را کلیه جوانان متأهل (مردان و زنان) ۱۸ تا ۴۰ سال ساکن استان چهارمحال و بختیاری در سال ۱۴۰۲ تشکیل می‌دادند. با توجه به حجم بالا و نامشخص بودن حجم جامعه جوانان متأهل استان و براساس فرمول کوکران $n=\frac{Z^2 pq}{d^2}$ تعداد حداقل نمونه برای این جامعه آماری، ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد؛ اما از آنجایی که پژوهش حاضر یک طرح استانی از سوی اداره کل ورزش و جوانان بود، ۸۰۳ نفر بر اساس نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای به عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند. مبنای خوشه‌ها مراکز شهرستان‌ها بودند؛ بدین صورت که از بین ۱۰ شهرستان این استان به صورت کاملاً تصادفی، ۶ مرکز شهرستان (شهرکرد، بروجن، فارسان، لردگان، کیار و سامان) انتخاب و در مراکز شهرستان با انتخاب و مراجعه به اماکن عمومی (مانند پارک‌ها، بازار) و همچنین درب منازل افراد به صورت تصادفی در صورت رضایت و فرصت برای شرکت در این پژوهش، انتخاب شدند. گفتنی است ۸۱۰ پرسش‌نامه توسط پژوهشگران جمع‌آوری شد که از بین آنها، ۷ آزمودنی که به بیشتر گزینه‌ها پاسخ ندادند، از نمونه حذف و در نهایت تجزیه و تحلیل داده‌های با ۸۰۳ پرسش‌نامه صورت گرفت. در ضمن، ملاک‌های ورود به این پژوهش شامل متأهل بودن، ساکن استان چهارمحال و بختیاری در سال ۱۴۰۲ باشند، تمایل به شرکت در پژوهش را داشته باشند، داشتن حداقل سواد ابتدایی برای خواندن و پاسخ به سوالات پرسش‌نامه، داشتن سن ۱۸ تا ۴۰ سال (علت انتخاب این ملاک، تصویب در شورای طرح و برنامه‌ریزی اداره کل ورزش و جوانان استان چهارمحال و بختیاری بود) و

ملاک‌های خروج، تکمیل نکردن حداقل ۲۰ درصد از سوالات پرسش‌نامه‌های پژوهش بود. در نهایت به منظور رعایت اصول اخلاقی، اهداف پژوهش، توضیح در مورد پرسش‌نامه‌ها و نحوه پرکردن آنها، آزاد بودن شرکت کنندگان که هر موقعی که خواستند پژوهش را ترک کنند و در نهایت اطمینان به اصل محرمانه بودن اطلاعات برای همه آنان شرح داده شد و در صورت موافقت و رضایت آگاهانه پرسش‌نامه‌ها به هر یک از آنها داده شد. در این پژوهش تمایل به فرزندآوری به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای همچون: سن، تعداد فرزندان، تعداد ایده‌ال فرزندان، تحصیلات، جنسیت، نوع سکونت، مدت ازدواج و غیره به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شد. تعریف عملیاتی تمایل به فرزندآوری عبارت است از: میزان خواسته زنان در صاحب فرزند شدن که می‌تواند از سایر عوامل اثر بپذیرد که عوامل مورد بحث در پژوهش تمام متغیرهای مستقلی هستند که ممکن است هرکدام به شکلی بر تمایل و عدم‌تمایل زنان به فرزند آوری مؤثر باشند. برای سنجش متغیر وابسته (تمایل به فرزندآوری) از پرسش‌نامه مؤلفه‌های تأثیرگذار بر قصد فرزندآوری بهزه‌گیری شد و برای سایر متغیرهای مستقل از جمله سن، تحصیلات، محل سکونت و غیره از پرسش‌نامه محقق‌ساخته عوامل جمعیت‌شناختی استفاده گردید.

۱- پرسش‌نامه مؤلفه‌های تأثیرگذار بر قصد فرزندآوری

پرسش‌نامه مؤلفه‌های تاثیرگذار بر قصد فرزندآوری توسط نخعی و خواجه (۱۴۰۱) طراحی و شامل ۱۴ مولفه است که براساس یک طیف لیکرت ۵ نمره‌ای"بسیار زیاد "تا "بسیار کم" (یک تا پنج) هر مولفه، نمره‌گذاری می‌شود. این پرسش‌نامه از ۳ عامل (نگرش نسبت به فرزندآوری (۸گویـه)- به عنوان مثال، در سالمندی تنها نخواهم بود و عصای پیری‌ام می‌شود؛ امید و شور و هیجان به زندگی‌ام اضافه می‌شود؛ مشکلات اقتصادی‌مان بیشتر می‌شود؛ برکت به زندگی‌ام زیاد می‌شود- هنجـار ذهنی نسبت به فرزندآوری (۳ گویـه)- به عنوان مثال، از نظر پدر و مادرم من باید یک بچه دیگر(یا اولین بچه) داشته باشم؛ از نظر اکثر دوستانم من باید یک بچه دیگر(یا اولین بچه) داشته باشم؛ از نظر خواهر و برادر و اکثر اقوام من باید یک بچه دیگر (یا اولین بچه) داشته باشم- و کنتـرل ادراک شـده نسبت به فرزندآوری (۳ گویه)- به عنوان مثال، فکر می‌کنید هر یک از عوامل (وضعیت اقتصادی و درآمدمان؛ وضعیت سلامت جسمی و روحی‌ام؛ شرایط کاری و تحصیلی‌ام) چقدر بر تصمیم شما برای بچه دار شدن طی سه سال آینده تأثیر خواهد گذاشت- تشکیل شده است و به نوعی یک ابزار خودسنجی است. نخعی و خواجه (۱۴۰۱) آلفای کرونباخ سه عامل را به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۷۹ و ۰/۶۶گزارش دادند. در این پژوهش پایایی به روش آلفای کرونباخ به ترتیب برای عامل‌های نگرش، هنجـار ذهنی و کنتـرل ادراک شـده ۰/۸۱، ۰/۷۴ و ۰/۸۲گزارش می‌شود. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (همبستگی و شاخص

AVE(ماتریس فورنل و لارکر)و معادلات ساختاری) و نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۳ و SEM-PLS استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

بر اساس نتایج پژوهش، میانگین سن پاسخ‌دهندگان ۳۱/۲۵ سال و کمترین و بیشترین سن به ترتیب ۱۸ و ۴۰ سال بود. ۶۰/۵ درصد نمونه مورد پژوهش زن و ۳۹/۵ درصد مرد بودند. میزان تحصیلات نمونه مورد مطالعه ۱۰/۸ درصد سیکل، ۵/۶ درصد دیپلم، ۴/۰ درصد فوق دیپلم، ۴۹/۱ درصد کارشناسی، ۲۴/۳ درصد کارشناسی ارشد و ۶/۲ درصد دکتری گزارش شد. محل سکونت ۷۰/۹ درصد پاسخ‌دهندگان در شهر و ۲۹/۱ درصد در روستا بوده است. میانگین مدت ازدواج پاسخ‌دهندگان ۸/۸۷ همچنین میانگین تعداد فرزندان ۱/۷۳ و کمترین و بیشترین تعداد برابر ۰ و ۴ بوده است. از نظر پاسخ‌دهندگان میانگین تعداد ایده‌آل فرزندان ۲/۷۴ بوده که کمترین پاسخ ۱ و بیشترین ۷ بوده است.

جدول ۱، شاخص‌های توصیفی را برای متغیرهای تمایل به فرزندآوری، هنجار ذهنی و کنترل ادراک‌شده مورد بررسی قرار می‌دهد:

جدول ۱: شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

	متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
	تمایل به فرزندآوری	۳/۳۴	۰/۷۹	۱/۰۰	۵/۰۰
	میانگین کل	۳/۶۴	۱/۱۳	۱/۰۰	۵/۰۰
هنجار	نظر پدر و مادر	۳/۸۴	۱/۳۶	۱/۰۰	۵/۰۰
ذهنی	نظر دوستان	۳/۲۹	۱/۲۹	۱/۰۰	۵/۰۰
	نظر خواهر و برادر و اقوام	۳/۶۷	۱/۳۰	۱/۰۰	۵/۰۰
	میانگین کل	۳/۸۵	۰/۹۷	۱/۰۰	۵/۰۰
کنترل	وضعیت اقتصادی	۳/۸۶	۱/۲۱	۱/۰۰	۵/۰۰
ادراک	سلامت جسمی	۴/۰۵	۱/۰۶	۱/۰۰	۵/۰۰
شده	شرایط کاری و تحصیلی	۳/۶۲	۱/۳۲	۱/۰۰	۵/۰۰

نتایج جدول ۱ حاکی از آن است که میانگین تمایل به فرزندآوری برابر ۳/۳۴ بوده است. از این رو می‌توان حدس زد که تمایل به فرزندآوری از حد معیار ۳ به طور معنی‌داری برزگتر باشد. همچنین میانگین هنجار ذهنی ۳/۶۴ و کنترل ادراک شده برابر ۳/۸۵ گزارش می‌شود.

در ادامه به پاسخگویی سه سوال مطرح شده در این پژوهش پرداخته می‌شود.

سوال اول:میزان تمایل به فرزندآوری در میان جوانان متاهل استان چهارمحال و بختیاری چگونه است؟

برای بررسی وضعیت تمایل به فرزندآوری از آزمون t تک نمونه‌ای با نمره معیار ۳ به شرح جدول۲ بهره خواهیم برد.

جدول ۲: بررسی وضعیت تمایل به فرزندآوری

	آزمون جارک-برا			آزمون t			
متغیر	آماره خی دو	P-مقدار	نتیجه	آماره t	درجه آزادی	P-مقدار	نتیجه آزمون
تمایل به فرزندآوری	۱/۷۹	۰/۴۱	نرمال بودن داده‌ها	۱۲/۰۸	۸۰۲	۰/۰۰۰	میانگین متغیر به طور معنی داری از ۳بزگتر است.

نتایج جدول ۲ حاکی از آن است که متغیر تمایل به فرزندآوری از توزیع نرمال پیروی می‌کند. از این رو می‌توان از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده نمود. نتایج آزمون t تک نمونه‌ای حاکی از آن است که آماره t (۱۲/۰۸) نشان می‌دهد که درسطح اطمینان ۹۵٪ ، تمایل به فرزندآوری به طور معنی‌داری از نمره معیار ۳ بیشتر است، زیرا اولاً مقادیر قدر مطلق این آماره بیشتر از ۱/۹۶ بوده؛ ثانیا سطح معنی‌داری (۰/۰۰۰) نیز بیشتر از ۵ درصد می‌باشد. بنابراین در نمونه پژوهش ۳۳ درصد از پاسخ‌دهندگان (۲۵۶ نفر) تمایلی به بچه دار شدن نداشته و ۶۷ درصد (۵۳۸ نفر) به این موضوع تمایل داشته‌اند. در مجموع می‌توان گفت: تمایل به فرزندآوری در استان چهارمحال و بختیاری در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

سوال دوم :علل تمایل به فرزندآوری در میان جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری شامل چه مواردی می باشد؟

سوال سوم: علل عدم تمایل به فرزندآوری در میان جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری شامل چه مواردی می‌باشد؟

به منظور بررسی این سوالات، مدل پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفت. مدل‌سازی معادلات ساختاری[1](SEM) ترکیبی از روش‌های چندمتغیره آماری است که امکان بررسی ارتباطات میان چندین متغیر را به‌طور همزمان فراهم می‌سازند. دو رویکرد مهم در مورد (SEM)، مدل‌سازی مبتنی بر کواریانس(CB) و مدل‌سازی بر اساس حداقل مربعات جزئی[2] (PLS) است.

[1] Structural Equation Modeling
[2] Partial Least Square

رویکرد (PLS) در بسیاری از موراد کاربردی‌تر از رویکرد (CB) است. از این رو، رویکرد انتخابی برای مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر روش (PLS) خواهد بود.

جهت بررسی روایی واگرای مدل اندازه‌گیری، از معیار فورنل-لارکر استفاده گردیده است. بر اساس این معیار، روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل، نسبت به سازه‌های دیگر تعامل بیشتری با شاخص‌هایش دارد. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) بیان می‌کنند روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبولی است که میزان جذر AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد. بررسی این امر به‌وسیله ماتریسی حاصل می‌شود که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. نتایج این ماتریس در جدول ۳ آمده است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از همبستگی‌ها و جذر AVE که بر روی قطر جدول ۳ قرار داده شده می‌توان روایی واگرا مدل در سطح سازه را ازنظر معیار فورنل- لارکر نتیجه گرفت.

جدول ۳: همبستگی و شاخص AVE (ماتریس فورنل و لارکر)

سن	۱									
جنسیت	-۰/۲۱	۱								
تحصیلات	-۰/۰۴۵	۰/۱۵۸	۱							
نوع سکونت	۰/۱۲۴	-۰/۰۱۳	-۰/۱۲۵	۱						
مدت ازدواج	۰/۶۶۴	-۰/۱۳۱	-۰/۲۰۱	۰/۱۹۲	۱					
تعداد فرزندان	۰/۱۲۵	۰/۰۱۳	-۰/۰۴۵	-۰/۰۷۹	۰/۱۸۱	۱				
تعداد ایده آل فرزندان	۰/۰۷۷	-۰/۰۴۲	-۰/۰۵۰	-۰/۰۱۸	۰/۰۸۹	۰/۱۹۹	۱			
تمایل به فرزندآوری	-۰/۱۰۹	-۰/۰۲۸	-۰/۱۵۶	۰/۰۷۷	-۰/۱۱۰	۰/۰۱۳	۰/۳۱۹	۰/۶۸۱		
هنجار ذهنی	-۰/۲۱۲	۰/۱۰۶	۰/۱۰۱	۰/۰۰۷	-۰/۲۳۹	-۰/۱۰۲	۰/۰۳۱	۰/۲۷۹	۰/۸۸۵	
کنترل ادراک شده	-۰/۱۶۶	۰/۱۲۰	۰/۲۶۰	-۰/۱۳۵	-۰/۱۸۴	۰/۰۴۰	-۰/۱۶۵	-۰/۲۲۳	۰/۱۰۸	۰/۸۰۷

پس از بررسی شاخص‌های اولیه جهت برازش مناسب مدل، در ادامه مدل پژوهش برازش می‌شود. پیش از آن در جدول ۴ شاخص‌های نیکویی برازش مدل پژوهش آمده است. نتایج حاکی از برازش مناسب مدل با توجه به معیارهای برآوردیابی دارد، زیرا برازش در تمامی شاخص‌های نیکویی در حد قابل قبولی قرار دارد.

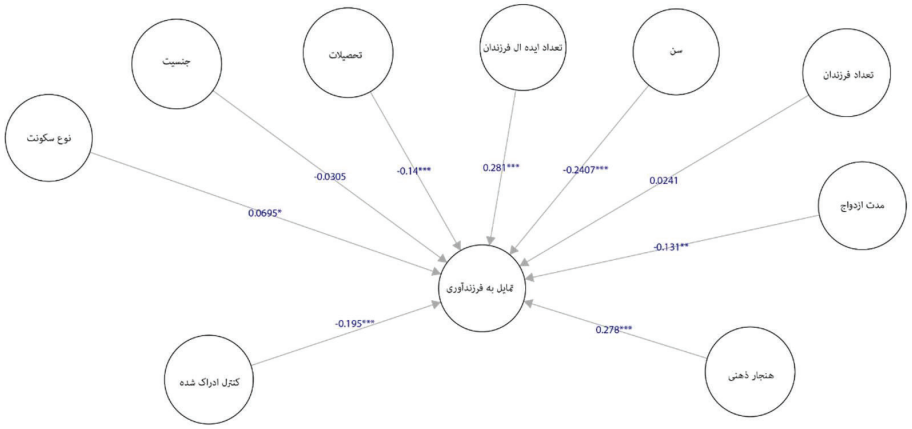
جدول ۴: شاخص‌های نیکویی برازش مدل

نام شاخص	مقدار	مقدار مطلوب
GOF	۰/۶۷۴	نزدیک به ۱
میانگین R Square	۰/۶۵۴	نزدیک به ۱
میانگین RMSE	۰/۰۸۶	نزدیک به صفر

میانگین MAE	۰/۰۶۸	نزدیک به صفر
میانگین ME	۰/۰۰۰	نزدیک به صفر

پس از تایید مطلوبیت شاخص‌های نیکویی برازش، شکل۱ مدل برازش داده شده را با استفاده معادلات ساختاری نشان می‌دهد.

در شکل ۲ رابطه بین متغیرهای پنهان(مدل درونی) ملاحظه می‌شود. نتایج حاکی از آن است که نوع سکونت بر تمایل به فرزندآوری با ضریب ۰/۰۶۵ تاثیر معنی‌داری دارد. مثبت بودن ضریب حاکی از آن است که روستاییان تمایل بیشتری به فرزندآوری دارند. جنسیت پاسخ‌دهنده و تعداد فرزندان تأثیر معنی‌داری بر تمایل به فرزندآوری نداشته‌اند، اما ضریب منفی تحصیلات (۰/۱۴-) حاکی از آن است که با افزایش تحصیلات تمایل به فرزندآوری کاهش می‌یابد. با توجه به اینکه ضریب متغیر «تعداد ایده‌آل فرزندان» برابر ۰/۲۸۱بوده، می‌توان گفت که این نگرش تأثیر مثبتی بر تمایل بر فرزندآوری دارد. ضریب سن در مدل برابر ۰/۲۴۱- بوده است. این موضوع نشان می‌دهد که با افزایش سن تمایل به فرزندآوری کاهش می‌یابد. این موضوع در مورد مدت ازدواج نیز صادق است، زیرا ضریب مدت ازدواج در مدل برابر ۰/۱۳۱- بوده است. ضریب دو متغیر هنجار ذهنی و کنترل ادراک‌شده به ترتیب برابر ۰/۲۷۸ و ۰/۱۹۵- بوده است. از این رو می توان گفت که دو متغیر هنجار ذهنی و کنترل ادراک‌شده به ترتیب تاثیر مثبت و منفی بر تمایل به فرزندآوری دارند.



***معنی داری در سطح ۰/۰۰۱ **معنی داری در سطح ۰/۰۱ *معنی داری در سطح ۰/۰۵

نمودار :۲ دیاگرام مسیر مدل پژوهش

نتایج رابطه بین متغیرهای پنهان که در شکل ۱ آمده به همراه آماره t در جدول ۵ جهت بررسی سوالات دوم و سوم آمده است:

جدول :۵ نتایج مدل پژوهش برای بررسی رابطه بین متغیرها

	ضریب(بارعاملی)	آماره z	P-مقدار	نتیجه آزمون
سن← تمایل به فرزندآوری	-۰/۲۴۱	-۵/۷۴۳	۰/۰۰۰	قدرمطلق آماره t بیشتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود تاثیر پذیرفته می شود.
جنسیت← تمایل به فرزندآوری	-۰/۰۳۰۵	-۰/۸۲۳	۰/۴۱۰	قدرمطلق آماره t کمتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود تاثیر پذیرفته نمی شود.
تحصیلات← تمایل به فرزندآوری	-۰/۱۳۹	-۴/۴۳۲	۰/۰۰۰	قدرمطلق آماره t بیشتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود تاثیر پذیرفته می شود.
نوع سکونت← تمایل به فرزندآوری	۰/۰۶۹۵	۲/۳۱۱	۰/۰۲۱	قدرمطلق آماره t بیشتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود تاثیر پذیرفته می شود.
مدت ازدواج← تمایل به فرزندآوری	-۰/۱۳۱	-۳/۲۱۶	۰/۰۰۱	قدرمطلق آماره t بیشتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود تاثیر پذیرفته می شود.
تعداد فرزندان← تمایل به فرزندآوری	۰/۰۲۴۱	۰/۷۳۵	۰/۴۶۳	قدرمطلق آماره t کمتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود تاثیر پذیرفته نمی شود.

تعداد ایده‌آل فرزندان← تمایل به فرزندآوری	۰/۲۸۱	۸/۴۶۲	۰/۰۰۰	قدرمطلق آماره t بیشتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود تاثیر پذیرفته می شود.
هنجار ذهنی← تمایل به فرزندآوری	۰/۲۷۸	۶/۵۱۴	۰/۰۰۰	قدرمطلق آماره t بیشتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود تاثیر پذیرفته می شود.
کنترل ادراک‌شده← تمایل به فرزندآوری	-۰/۱۹۵	-۵/۵۶۹	۰/۰۰۰	قدرمطلق آماره t بیشتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود تاثیر پذیرفته می شود.

تفسیر نتایج مدل پژوهش به منظور نتیجه‌گیری در مورد سوالات دوم و سوم پژوهش در جدول۴ آمده است.

افزایش سن سبب عدم‌تمایل جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری به فرزندآوری می‌شود.

نوع جنسیت جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری سبب تمایل یا عدم‌تمایل به فرزندآوری نیست.

افزایش تحصیلات جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری سبب عدم‌تمایل به فرزندآوری می‌شود.

نوع سکونت روستایی سبب تمایل جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری به فرزندآوری می‌شود.

افزایش مدت ازدواج جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری سبب عدم‌تمایل به فرزندآوری می‌شود.

تعداد فرزندانِ جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری سبب تمایل یا عدم‌تمایل به فرزندآوری نیست.

تعداد ایده‌آل فرزندان جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری سبب تمایل آنان به فرزندآوری می‌شود.

هنجارهای ذهنی شامل ترغیب پدر و مادر، دوستان و اقوام سبب تمایل جوانان متاهل استان چهارمحال و بختیاری به فرزندآوری می‌شود.

کنترل ادراک‌شده شامل عوامل اقتصادی، سلامت و شرایط کاری و تحصیلی سبب عدم‌تمایل جوانان متاهل استان چهارمحال و بختیاری به فرزندآوری می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی میزان تمایل به فرزندآوری و عوامل مرتبط با آن از نگاه جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری بود. نتایج حاکی از مطلوب بودن تمایل به فرزندآوری در این استان و همچنین عواملی همچون: سن، تحصیلات، نوع سکونت، افزایش ایده‌آل‌ها، هنجارهای ذهنی شامل ترغیب پدر و مادر، دوستان، اقوام و در نهایت کنترل ادارک‌شده شامل عوامل اقتصادی، سلامتی و شرایط کاری از عوامل مرتبط که احتمالاً بر روی تمایل یا عدم تمایل به فرزندآوری می‌تواند تأثیرگذار باشد، شناسایی شد که در ادامه به تبیین نتایج مربوط به سه سوال مطرح شده در این پژوهش پرداخته می‌شود.

سوال اول پژوهش این بود که میزان تمایل به فرزندآوری در میان جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری چگونه است؟ ۳۳ درصد از نمونه مورد پژوهش(۲۵۶ نفر) تمایلی به بچه دار شدن نداشته و ۶۷ درصد (۵۳۸ نفر) به این موضوع تمایل داشته‌اند. در مجموع می‌توان گفت تمایل به فرزندآوری در استان چهارمحال و بختیاری در وضعیت مطلوبی قرار دارد. در راستای یافته پژوهش‌های مختلف نتایج متفاوتی در ایران گزارش داده‌اند. به عنوان مثال، منتظری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تمایل به فرزندآوری و عوامل مرتبط با آن در ایران» بیان کردند ۳۱/۸درصد از شرکت‌کنندگان تمایل به فرزندآوری داشتند و مابقی شرکت‌کنندگان یعنی ۶۸/۲ درصد تمایلی به فرزندآوری نداشتند. پژوهش حسینی و همکاران (۱۳۹۱) نشان از الگوی ۲ فرزندی و عدم‌تمایل اکثریت زنان برای فرزندآوری داشت. همچنین پژوهش‌های مطلق و همکاران (۱۳۹۵) و عنایت و پرنیان (۱۳۹۲) نشان دادند که ۶۰ درصد از زنان تمایل به باروری ندارند. در نهایت طاووسی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی در تهران نشان داد که بیش از ۶۳ درصد پاسخگویان به فرزندآوری تمایل نداشتند (زنان ۶۲/۲ و مردان ۶۴/۲ درصد). این در صورتی است که بر طبق آخرین آماری که از سوی علوم پزشکی استان چهارمحال و بختیاری منتشر شد، نرخ باروری در استان ۱,۷ درصد فرزند به ازای هر زن است است که از میانگین کشور ۱/۴ درصد بیشتر می‌باشد. از دلایل مطلوب بودن نرخ باروری در این استان می‌توان به مسائل حاکم فرهنگی و سنتی که هنوز داشتن فرزند زیاد یک امر ارزشمند و مثبت در بین مردمان این استان در نظر گرفته می‌شود، اشاره کرد. از دلایل دیگر می‌توان اعطای به موقع تسهیلات و مشوق‌های فرزندآوری و ازدواج، تامین مسکن، اقدامات فرهنگی، طرح آگاه‌سازی محله به محله، ایجاد کلینیک ناباروری در مناطق مختلف استان، طراحی و اجرای بوم راهبردی حل بحران جمعیت، شناسایی و ارجاع زوجین نابارور به مراکز درمانی، افتتاح کلینیک سلامت باروری و جنسی و استفاده از

ظرفیت گروه‌های بانفوذ در راستای فرهنگ‌سازی و تبیین آثار جوانی جمعیت از دیگر فعالیت‌ها و اقدامات انجام شده در این زمینه را دانست.

در ادامه به تبیین سوال دوم و سوم این پژوهش یعنی علل تمایل یا عدم تمایل به فرزندآوری در میان جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری پرداخته می‌شود. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، یافته‌ها به عواملی همچون سن، تحصیلات، نوع سکونت، افزایش ایده‌آل‌ها، هنجارهای ذهنی شامل ترغیب پدر و مادر، دوستان، اقوام و در نهایت کنترل ادارک‌شده شامل عوامل اقتصادی، سلامتی و شرایط کاری اشاره داشتند.

افزایش سن سبب عدم‌تمایل جوانان متاهل استان چهارمحال و بختیاری به فرزندآوری می‌شود. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های سایا و همکاران (۲۰۲۱)؛ آهینکوراه و همکاران (۲۰۲۱)؛ رنجبر و همکاران (۱۴۰۲) و پژهان و کمالی‌ها (۱۳۹۴) که رابطه منفی بین سن و تمایل به فرزندآوری دیده شد، همخوانی داشت. در تبیین این یافته می‌توان گفت سن ازدواج و تعداد فرزند ایده‌آل تمایل به فرزندآوری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عبارتی دیگر، اگر سن ازدواج افزایش یابد، این امر به نوبه خود منجر به افزایش سن اولین بارداری و کاهش تعداد فرزند می‌شود. با افزایش سن، از شروع اقدام به بارداری تا باردار شدن زمان بیشتری طول می‌کشد و این خود خطراتی به همراه دارد. قدرت باروری زنان با افزایش سن به طور قابل توجهی کاهش می‌یابد (سوراس و همکاران، ۲۰۰۵). پژوهش‌ها نشان داده‌اند حداکثر میزان باروری در حوالی سنین ۲۰–۲۴ سالگی بوده و تا سن ۳۰–۳۲ سالگی میزان باروری در زنان، ۸–۴ درصد کمتر از میزان حداکثر باروری است. در سنین ۳۰–۳۴ سالگی ۱۹–۱۵ درصد؛ در ۳۵–۳۹ سالگی ۴۶–۲۶ درصد و در سنین ۴۰–۴۵ سالگی، میزان باروری ۹۵ درصد کمتر از میزان باروری طبیعی است (اسپروف و فریتز، ۲۰۰۵). در نتیجه باتوجه به محدودیت دوره سنی فرزندآوری، فرصت فرزندآوری زنان محدود می‌شود. پیامد بلافصل این تغییرات، افزایش سن زنان به هنگام تولد اولین فرزند است. از دیگر دلایل برای افزایش میانگین سن مادر در هنگام تولد می‌توان به گسترش فرصت‌های شغلی و افزایش عدم‌امنیت مالی برای زنان و نیز تاخیر در فرزندآوری برای استفاده از این فرصت‌ها اشاره کرد.

دیگر یافته این پژوهش آن بود که افزایش تحصیلات جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری سبب عدم‌تمایل به فرزندآوری می‌شود. براساس نتایج آزمون، میان افزایش تحصیلات و تمایل به داشتن فرزند رابطه وجود دارد. هرچقدر سطح تحصیلات بالا باشد، تمایل به داشتن فرزند کاهش می‌یابد. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های (آهینکوراه و همکاران، ۲۰۲۱؛ رنجبر و همکاران، ۱۴۰۲؛ بگی و همکاران، ۱۴۰۰؛ محمدی و صیفوری، ۱۳۹۵) همخوانی دارد. در تبیین این یافته می‌توان گفت رفتار باروری تحت تأثیر عواملی همچون وضعیت اشتغال و سواد قرار می‌گیرد. به عنوان مثال، با بالا رفتن سطح سواد زنان و ادامه تحصیلات‌شان در جوامع جدید، آنان بیشتر مستقل می‌شوند، اعتماد به نفس‌شان افزایش می‌یابد و اقتدار و

استقلال آنان به تغییراتی در ساختار خانواده منجر می‌شود، زیرا ورود به دانشگاه و افزایش تحصیلات به‌طور غیرمستقیم از طریق تغییر در نگرش‌ها و عقاید فردی و شکل‌دادن نگرش‌های مدرن و به‌طور مستقیم از طریق بالابردن سن ازدواج و در نتیجه تأخیر در سن فرزندآوری بر میزان‌های باروری تأثیرگذارند (شوازی و خواجه صالحی، ۱۳۹۲). برای تفسیر این یافته می‌توان از نظریه ادواردز (۲۰۰۲) استفاده کرد؛ یعنی اینکه زنان و مردان چون تحصیل می‌کنند می‌خواهند وقت بیشترشان را به تحصیل اختصاص بدهند و مدارک بالایی را کسب کنند. به همین علت میل به داشتن فرزند کمتر دارند و اینکه بعد از تولد اولین فرزندشان احتمالاً سنشان بالا رفته و این احتمال وجود دارد فرزند دومی نخواهند و اغلب آنان سعی می‌کنند تولد دومین فرزند خود را تجربه نکنند.

نوع سکونت روستایی سبب تمایل جوانان متاهل استان چهارمحال و بختیاری به فرزندآوری می‌شود. این یافته با نتایج پژوهش‌های اوموجه و همکاران (۲۰۲۰)؛ ایمان و همکاران (۱۳۹۴) و محمودیانی و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی داشت. به عنوان مثال، نتایج پژوهش محمودیانی و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد نمونه روستایی مورد مطالعه به طور متوسط ۲/۱ فرزند را ایده‌آل قلمداد می‌کنند. این در حالی بود که همتایان شهری آنها ۱/۳ فرزند را تعداد ایده‌آل معرفی کرده‌اند. بنابراین سطح ایده‌آل‌های باروری روستاییان از نمونه شهری بالاتر بوده و دقیقاً در سطح جایگزینی قرار دارد. براساس تئوری اشاعه می‌توان انتظار داشت که گرایش به باروری پایین ابتدا از نقاط شهری شروع شود و با گذشت زمان به سایر نقاط روستایی گسترش یابد. از آنجا که باروری ایده‌آل روستاییان بالاتر از افراد شهری بود، لذا باید سعی کرد با تدوین، تصویب و اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های درست، افراد بتوانند باروری ایده‌آل مورد نظر خود را محقق سازند. با تحقق باروری سطح جایگزینی بسیاری از دغدغه‌های جمعیتی کشور که امروز گریبان‌گیر مسئولان شده است، حل می‌شود. در کنار چالش برای پایین آوردن سن ازدواج روستاییان که اثری معکوس بر باروری ایده‌آل دارد، تداوم و اجرای برنامه‌های تنظیم خانواده یکی از راه‌های تحقق باروری ایده‌آل خواهد بود.

افزایش مدت سن ازدواج جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری سبب عدم‌تمایل به فرزندآوری می‌شود. این یافته با نتایج پژوهش‌هایی از جمله بنده‌الهی و همکاران (۲۰۱۹)؛ عامریان و همکاران (۱۳۹۵)؛ کریمیان و همکاران (۱۳۹۲) و حمیدی گنجه (۱۳۹۰) همخوانی دارد. سن ازدواج از جمله عوامل مؤثر تمایل بر فرزندآوری است. همان طور که «نظریه گذار دوم جمعیتی» نیز نشان می‌دهد یکی از مظاهر تغییرات در سطح خانواده، تعویق ازدواج و در نتیجه افزایش میانگین سن ازدواج زنان و مردان است. به تبع این تغییر، متوسط سن فرزندآوری افزایش یافته است. امروزه به دلایل متعددی مانند افزایش سن ازدواج و افزایش فعالیت‌های اجتماعی زنان، سن بارداری تا اواخر دوران باروری زنان به تعویق می‌افتد. متأسفانه، بدون صورت گرفتن اقدامی در جهت بارداری و بدون اطلاع زوجین از قدرت باروری، سال‌های طلایی

باروری زن سپری خواهد شد. طبق نتایج، میزان باروری با سن زوجین و سن ازدواج مرتبط است. افزایش سن ازدواج زوجین و همچنین کاهش آمار ازدواج به‌طور کلی از عوامل کاهش باروری هستند. در این راستا پژوهش حمیدی گنجه (۱۳۹۰) نشان داد با افزایش سن ازدواج زنان، تمایل زوجین به داشتن فرزند دوم نیـز کاهش می‌یافت. پژوهش عامریان و همکاران (۱۳۹۵) نیز نشان داد که با افزایش سن ازدواج زنان، سن فرزندآوری نیز افزایش می‌یافت و افزایش سن به عنوان عامل تهدیدکننده برای قدرت باروری زنان و افزایش مشکلات و بروز بیماری‌ها در دوران بارداری و زایمان به عنوان عاملی تاثیرگذار در باروری زنان نقشی تعیین‌کننده را ایفا می‌کرد. پژوهش کریمیان و همکاران (۱۳۹۲) نیز سن ازدواج را عامل بسیار مهم و اصلی-ترین تعیین‌کننده زمان تولد اولین فرزند معرفی کردند.

هنجارهای ذهنی شامل ترغیب پدر و مادر، دوستان و اقوام و نهادهای موجود جامعه سبب تمایل جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری به فرزندآوری می‌شود. این یافته با نتایج پژوهش‌های لی و همکاران(۲۰۱۹)؛ افرازنده و همکاران (۱۴۰۲)؛ دراهکی و کوشککی (۱۴۰۰)؛ جهانگیری و همکاران(۱۳۹۳) و عباسی شوازی و حسینی(۱۳۸۸) مطابقت و همخوانی دارد. بنابراین انتظار می‌رود با افزایش هنجارهای ذهنی فرزندآوری، تمایل به فرزندآوری نیز افزایش یابد و برعکس. در تبیین این یافته می‌توان به نتایج پژوهش دراهکی و کوشککی (۱۴۰۰) اشاره کرد که نشان داد حمایت اجتماعی می‌تواند تصمیم افراد برای قصد باروری را تسهیل کند. به عنوان مثال، زمانی که پدر و مادر، اقوام و دوستان، زوجین را به فرزندآوری تشویق کنند، زوجین دلگرم از این حمایت می‌شوند و این ادراک در ذهن آنان شکل می‌دهد که در صورت صاحب فرزند شدن در مراقبت و نگهداری از نوزادانشان، در صورت داشتن مشکلات مالی و شغلی، در صورت بروز بیماری برای خود یا فرزندانشان می‌توانند بر روی کمک آنان در آینده نزدیک حساب کنند. بنابراین، این تشویق‌ها و حمایت‌هایی که زوجین از پدر، مادرو اقوام دریافت می‌کنند، تمایل به فرزندآروی را در آنها بیشتر می‌کند. بنابراین تشویق و فرهنگ‌سازی در این زمینه از اهمیت زیادی برخوردار است. از سوی دیگر، براساس مدل باروری مبتنی بر نظریه جامعه‌شناسی کلاسیک، رفتارهای باروری موجود به سبب خصوصیات خانواده، جامعه و نهادهای موجودی که در آن وجود دارند، توضیح داده می‌شود. این نهادها موجود در هر جامعه‌ای می‌توانند در تعیین شیوه زندگی، مقررات و ضوابط حاکم بر رفتار انسان و در تمامی زمینه‌های حیاتی آن از جمله نوع و میزان باروری متفاوت باشد. به‌طور کلی اجزای ساختاری و نهادهای جوامع امروزی، هنجارهای وسعت متناسب خانواده‌ها و سطح متغیرهایی که واسطه‌ای عمل می‌کنند و فرد باید برای مثال به وسعت مشخصی در جامعه از خانواده دست یابد و اینکه در محدوده‌ای که جامعه به آن نیازمند است تعیین می‌کنند(منصوری، ۱۳۹۲). بنابراین نهادهای جامعه از طریق فرهنگ، قوانین و مواردی می‌تواند هم بر ذهنیات جامعه زوجین برای افزایش فرزندآوری و هم از طریق تأثیری که بر روی سبک

زندگی و فراهم کردن امکانات زندگی و مسائل تشویقی بر تمایل زوجین بر فرزندآوری بیفزاید و تنها از ابعاد محسوس موجود به مسائل نباید توجه داشت.

کنترل ادراک‌شده شامل عوامل اقتصادی، سلامت و شرایط کاری و تحصیلی سبب عدم‌تمایل جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری به فرزندآوری می‌شود. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های لی و همکاران (۲۰۱۹)؛ سایا و همکاران (۲۰۲۱)؛ کاوه فیروز و همکاران (۱۳۹۵)؛ عباسی شوازی و خواجه صالحی (۱۳۹۲) و حسینی و بگی (۱۳۹۱) همخوانی داشت. در تبیین این یافته می‌توان گفت به عنوان مثال پایگاه اقتصادی–اجتماعی با توجه به امکانات و محدودیت‌هایی که برای افراد ایجاد می‌کند، می‌تواند به تمایلات آنان شکل دهد. بدین ترتیب می‌توان گفت که پایگاه اقتصادی– اجتماعی زنان نقش مهمی را در تعیین کمیت فرزندان آنان ایفا می‌کند. زنان طبقات بالای اجتماعی تمایل کمتر به داشتن فرزند و زنان طبقات پایین اجتماعی تمایل بیشتر به داشتن فرزند از خود نشان می‌دهند. به بیانی دیگر، زنان متعلق به پایگاه اقتصادی–اجتماعی بالا تمایل کمتری به فرزندآوری نسبت به دیگر زنان دارند و سبک زندگی مدرنی را دنبال می‌کنند. طبق نظر بیلی رام، تلاش زنان برای کسب پایگاه اقتصادی اجتماعی منجر به‌نوعی خود مدیریتی و به تعویق افتادن باروری و کاهش تمایل به فرزندآوری می‌گردد. با تبدیل شدن تحصیلات دانشگاهی از یک سرمایه فرهنگی به سرمایه اجتماعی که شأن و منزلت اجتماعی را برای افراد به دنبال دارد و حتی قشر کم درآمد جامعه نیز با تحمل سختی‌های بسیار به دنبال کسب آن هستند، این شاخص امروزه تبدیل به یک امر با ارزش شده است. محدودیت‌های موجود در ساختار اجتماعی جامعه نسبت به زنان برای دستیابی به قدرت و ثروت باعث شده تا زنان از راه کسب سرمایه فرهنگی بتوانند راه پیشرفت را برای خود هموار نمایند. زنانی که تحصیلات دانشگاهی و عالیه دارند تمایلات خود را هم جهت با شرایط می‌کنند. تمایل آنان به فرزندآوری هنگامی که شرایط را مطلوب نمی‌دانند، کاهش می‌یابد. این امر زمانی شدت می‌گیرند که نظام اجتماعی دچار عدم هماهنگی شده باشد و خرده‌نظام‌های موجود در جامعه، کارکردهای مطلوبی نداشته باشند و شکاف گسترده‌ای بین شعارها، آرمان‌ها و اهداف با وضعیت واقعی افراد وجود داشته باشد. سخن گفتن از منزلت زن و گرامی‌داشتن او درجایی که نابرابری‌های جنسیتی وجود دارد، یکی از این موارد به شمار می‌رود.

تعداد ایده‌آل فرزندان جوانان متأهل استان چهارمحال و بختیاری سبب تمایل آنان به فرزندآوری می‌شود. در جامعه ایران علیرغم تغییرات ساختاری و فرهنگی رخ داده در نهاد خانواده، همچنان ازدواج و فرزندآوری از عمومیت قابل توجهی برخوردار است و بعدی اساسی از ارزش‌های خانوادگی محسوب می‌شود. بیشتر خانواده‌ها در شرایط فعلی تمایل به داشتن دو فرزند دارند و هنجار دو فرزندی به‌عنوان سبک زندگی جامعه کنونی ایران شکل‌گرفته است. با وجود همه نگرانی‌هایی که طی سال‌های اخیر در مورد تمایل

اندک نسل جوان به فرزندآوری مطرح شده است، بررسی‌ها نشان داده فرزندآوری همچنان برای نسل جوان و نسل‌های پیش از آن، دارای ارزش است و زوجین تمایل دارند حداقل دو فرزند داشته باشند (عباسی شوازی و حسینی چاووشی، ۱۳۹۲). بنابراین شناخت و تعداد ایده‌آل فرزندان می‌تواند به‌عنوان نوعی فشارسنج برای درک رفتارهای شهروندان در سطح خرد و کلان عمل کند و این گفته را می‌توان اینگونه تفسیر کرد که اگر مکانیسم‌های مناسب وجود داشته باشند که به زوجین امکان دهد تا تعداد فرزندان مورد انتظار را داشته باشند، میزان باروری می‌تواند افزایش یابد. در تایید این یافته می‌توان به پژوهش علی‌مندگاری و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان «تعیین‌کننده‌های شکاف بین تعداد فرزندان واقعی و ایده‌آل در شهر تبریز» اشاره کرد که بیش از نیمی از زنان، تعداد فرزند ایده‌آل شان بیشتر از تعداد فرزندان موجود است و تنها تعداد اندکی از آنها فرزندان موجودشان بیش از تعداد ایده‌آل است.

همانند تمامی پژوهش‌های انجام شده، پژوهش حاضر هم با محدودیت‌هایی همراه بود که مهمترین آنان، عدم‌همکاری بعضی از زنان و مردان در پر کردن پرسش‌نامه و محدودیت سنی در پیدا کردن زنان و مردان متأهل ۴۵-۱۸ ساله بود. علاوه بر این، مقطعی بودن پژوهش نیز بر مشکلات نتیجه‌گیری درباره علیت می‌تواند تاثیرگذار باشد. همچنین نمونه انتخاب‌شده، تعمیم یافته‌های این پژوهش پیرامون تمایل به فرزندآوری را نیز محدود آن جامعه می‌کند و در تعمیم آن به جوامع دیگر باید با احتیاط پیش رفت.

پیشنهاد می‌شود با توجه به اینکه افزایش تحصیلات سبب عدم‌تمایل به فرزندآوری می‌شود، سیاست‌های خانواده‌محور مورد تصویب قرار گیرد؛ از جمله: ارائه خدمات ارزان برای فرزندان مادران شاغل و مشغول به تجصیل، توجه به مرخصی‌های زایمان و قوانینی در حمایت از مادران مشغول به تحصیل که شکاف ترکیب بین نقش مادری و نقش‌های اجتماعی را کاهش دهد. از آنجایی که افزایش سن و مدت ازدواج منجر به کاهش تمایل به فرزندآوری می‌شود، تصویب سیاست‌های تشویقی مالی و حمایتی برای ازدواج جوانان در سنین مناسب، آموزش و تاکید بر ازدواج در سنین مناسب برای جوانان و والدین آنان می‌تواند در این زمینه کمک کند. از آنجایی که هنجارهای ذهنی شامل ترغیب پدر و مادر، دوستان و اقوام سبب تمایل به فرزندآوری می‌شود، فرهنگ‌سازی حمایت والدین، دوستان و اقوام از زوجین جوان در اوایل ازدواج چه به لحاظ مالی و چه کمک برای نگه داری فرزندان آنان می‌تواند به تمایل به فرزندآوری کمک کند. سرانجام از آنجایی که کنترل ادراک‌شده شامل عوامل اقتصادی، سلامت و شرایط کاری سبب عدم‌تمایل به فرزندآوری می‌شود، پیشنهاد می‌گردد بهبود وضع اقتصادی و شرایط زندگی افراد می‌تواند تمایل آنان به فرزندآوری را افزایش دهد. همچنین کاهش هزینه‌های فرزندپروری، فراهم کردن فضای کسب و کار و اشتغال پایدار برای جوانان، مهیا نمودن مسکن مناسب و تسهیل در امر ازدواج آنها می‌تواند در تمایل به فرزندآوری اثرگذار باشد.

منابع

- ادیبی سده، مهدی؛ ارجمند سیاهپوش، اسحاق و درویش زاده، زهرا. (۱۳۹۳). «**بررسی میزان افزایش باروری و عوامل مؤثر بر آن در میان طایفه کرد ساکن اندیمشک**». مطالعات توسعه اجتماعی ایران.۱، صص ۸۱-۹۸.
- افرازنده، سیده سارا؛ خسروی، مهناز؛ بهادر، فاطمه؛ جوانمرد، زهره و صباحی، اعظم. (۱۴۰۲). «**عوامل تصمیم‌گیری در فرزندآوری زنان شاغل در دانشگاه علوم پزشکی بیرجند در دوران همه‌گیری کووید**-۱۹». اپیدمیولوژی بالینی و بهداشت جهانی. ۲۵، ۶، صص ۱۰-۱۵.
- اکبریان، امیرحسین. (۱۴۰۰). «**مقایسه برخی علل تمایل به باروری در خانواده‌های شهری و روستایی شهرستان فردوس سال ۱۳۹۹**». پایان‌نامه دانشگاه علوم پزشکی بیرجند.
- ایازی، رزیتا؛ امینی، لیلا؛ منتظری، علی و حقانی، شیما. (۱۳۹۹). «**عوامل مرتبط با تمایل به فرزندآوری در زنان مراجعه‌کننده به مراکز بهداشتی درمانی شهر اراک**». مجله پرستاری ایران. ۳۴(۱۳۰)، صص ۱۵-۲۴.
- ایمان، محمد تقی؛ گلی، علی و زارع، اسما. (۱۳۹۴). «**بررسی الگوهای فضایی شیوع ازدواج در بین زنان شهری زیر ۲۰ سال و فرزندآوری آنها**». مطالعات جامعه شناختی شهری. ۵(۱۴)، صص۱-۲۴.
- بگی، میلاد؛ صادقی، رسول و حاتمی، علی. (۱۴۰۰). «**تمایل به فرزندآوری در ایران: تعیین‌کننده‌ها و محدودیت‌ها**». مطالعات راهبردی فرهنگ. ۱(۴)، صص ۵۹-۸۰.
- پژهان، علی و کمالی‌ها، آنیتا. (۱۳۹۴). «**تاثیر عوامل فرهنگی بر باروری زنان ۴۹-۱۵ سال منطقه ۱۲ شهر تهران**». جامعه پژوهی.۶ (۲)، صص ۱-۱۸.
- جهانگیری، جهانگیر؛ احمدی، حبیب؛ طبیعی، منصور و ملتفت، حسین. (۱۳۹۳). «**برساخت فهم زنان تک‌فرزند از چالش‌های فرزندآوری (مشارکت‌کنندگان: زنان تک‌فرزند شهر اهواز)**». مجله توسعه اجتماعی. ۹(۱)، صص ۸۵-۱۱۰.
- حسینی، حاتم و بگی، بلال. (۱۳۹۱). «**استقلال زنان و کنش‌های باروری در میان زنان کُردِ شهر مهاباد**». زن در توسعه و سیاست. ۱۰(۴)، صص ۵۸-۷۸.
- حمیدی گنجه، پریسا. (۱۳۹۰). «**بررسی عوامل اقتصادی، اجتماعی و جمعیتی موثر بر تمایل زنان (۴۹-۱۵) ساله به داشتن فرزند دوم (بررسی موردی: در شهر اصفهان)**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- دراهکی، احمد و کوشککی، نیلوفر. (۱۴۰۰). «**تاثیر ابعاد مختلف حمایت اجتماعی ادراک‌شده بر قصد باروری: مطالعه زنان ۱۸ تا ۴۴ ساله حداقل یکبار ازدواج‌کرده نقاط شهری استان بوشهر**)». فصل‌نامه دانشکده بهداشت و انستیتو تحقیقات بهداشتی. ۱۹(۳)، صص ۳۴۱-۳۵۲.
- رنجبر، محمد؛ رحیمی، محمدکاظم؛ حیدری، ادریس؛ بهاری‌نیا، سجاد؛ علیموندگری، ملیحه؛ لطفی، محمدحسن و شفقت، طاهره. (۱۴۰۲). «**چه عواملی بر تصمیم زوجین برای فرزندآوری تأثیر می گذارد؟ شواهدی از یک بررسی محدوده سیستماتیک**». بارداری و زایمان. ۲۴ (۱)، ص ۲۲۳.
- سپهوند، اسماعیل. (۱۳۹۷). «**عوامل مؤثر بر تمایل به فرزندآوری زنان در شهر خرم‌آباد (با تأکید بر سیاست‌گذاری‌های جدید جمعیتی ایران**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- سماکار، ندا. (۱۳۹۰). «**بررسی عوامل مؤثر بر نگرش به تک‌فرزندی (مطالعه موردی: زنان در آستانه ازدواج شهر تهران)**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- شهدی کومله، نرگس. (۱۳۹۶). «**بررسی تأثیر مؤلفه‌های سبک زندگی بر تمایل فرزندآوری زنان متأهل شاغل و غیر شاغل شهر تهران**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی.
- طاووسی، محمود؛ حائری مهریزی، علی اصغر؛ صدیقی، ژیلا و همکاران. (۱۳۹۶). «**تمایل به فرزندآوری و عوامل مرتبط با آن در ایران: یک مطالعه ملی**». پایش، ۱۶(۱۴)، صص ۴۰۱-۴۱۰.

- طاووسی، محمود؛ مطلق، محمد اسماعیل؛ اسلامی، محمد؛ حائری مهریزی، علی اصغر؛ هاشمی، اکرم و منتظری، علی. (۱۳۹۴). «**فرزندآوری و عوامل مرتبط با آن از نگاه مردم تهران: پیش آزمون یک مطالعه ملی**». پایش، ۱۴(۵)، صص ۵۹۷-۶۰۵.
- عامریان، ملیحه؛ کریمان، نورسادات؛ جنتی، پدیده و سلمانی، فاطمه. (۱۳۹۵). «**نقش عوامل فردی در تصمیم‌گیری اولین فرزندآوری**». نشریه پایش. ۱۵ (۲)، صص ۱۴۱-۱۵۱.
- عباسی شوازی محمدجلال و حسینی، حاتم. (۱۳۸۸). «**تغییرات اندیشه‌ای و تاثیر آن بر رفتار و ایده‌آل‌های باروری زنان کرد و ترک**». زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان). *۷*(۲)، صص ۵۵-۷۴.
- عباسی شوازی، محمد جالل و حسینی چاوشی، میمنت. (۱۳۹۲). «**روند و سطح باروری طی چهار دهه اخیر در ایران: کاربرد روش فرزندان خود در برآورد باروری در سرشماری ۱۳۶۵ و ۱۳۹۰** ». گزارش تحقیقاتی، پژوهشکده آمار، مرکز آمار ایران.
- عباسی شوازی، محمدجلال و خواجه صالحی، زهره. (۱۳۹۲). «**سنجش تاثیر استقلال، مشارکت اجتماعی، و تحصیلات زنان بر تمایل به فرزندآوری (مطالعه موردی: شهر سیرجان)**». زن در توسعه و سیاست. *۱۱*(۱)، صص ۴۵-۶۵.
- عباسی شوازی، محمدجلال؛ رازقی نصرآباد، حجیه بی بی و حسینی چاوشی، میمنت. (۱۳۹۹). «**امنیت اقتصادی-اجتماعی و قصد باروری در شهر تهران**». نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران. ۱۵(۲۹)، صص ۲۱۱-۲۳۸.
- عباسی، حسین. (۱۳۹۵). «**نگرش به فرزندآوری در کارمندان فرهنگستان هنر با رویکرد سیاست‌های جمعیتی**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- علیمندگاری، ملیحه؛ رازقی نصرآباد، حجیه بی‌بی؛ عسکری ندوشن، عباس و محسنی‌نژاد، زینب. (۱۳۹۶). «**تعیین‌کننده‌های شکاف بین تعداد فرزندان واقعی و ایده‌آل در شهر تبریز**». نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران. ۲۶(۳۲)، صص ۴۳-۷۹.
- عنایت، حلیمه و پرنیان، لیلا. (۱۳۹۲). «**مطالعه رابطه جهانی‌شدن فرهنگی و گرایش به فرزندآوری**». مجله زن و جامعه. ۴(۱۴)، صص ۱۰۹-۱۳۷.
- کاوه فیروز، زینب؛ زارع، بیژن و شمس‌الدینی، حسین. (۱۳۹۵). «**تأثیر مؤلفه‌های سبک زندگی بر نگرش به فرزندآوری (مطالعه موردی: زنان در آستانه ازدواج شهر تهران**». فصلنامه زن در توسعه و سیاست. ۲، صص ۲۱۷-۲۳۴.
- کریمیان، نورالسادات؛ سیمبر، معصومه؛ احمدی، فضل‌اله و ودادهیر، ابوعلی. (۱۳۹۲). «**الگوهای تصمیم‌گیری زنان برای فرزندآوری**». کنگره مرکز تحقیقات بهداشت باروری و ناباروری، دوره ۶.
- محمدی، نعیما و صیفوری، بتول. (۱۳۹۵). «**بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر ترجیح باروری زنان شهر کرمان**». فصل‌نامه فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، ۳۶، صص ۴۹-۷۰.
- محمودیانی، سراج‌الدین؛ محمودیان، حسین و شهریاری، سهیلا. (۱۳۹۳). «**باروری ایده‌آل؛ تفاوت‌های روستا/شهری و عوامل مرتبط با آن**». توسعه روستایی. ۶ (۲)، صص ۱۹۳-۲۰۸.
- مطلق، مجمد اسماعیل؛ طاهری، مجذوبه؛ اسلامی، محمد و نصرالله‌پور شیروانی، سیدداود. (۱۳۹۵). «**عوامل مؤثر بر ترجیحات باروری در زنان اقوام ایرانی**». مجله پرستاری و مامایی. ۱۴ (۶)، صص۴۸۵-۴۹۵.
- معینی، بابک؛ طاهری، ملیحه؛ شیراحمدی، سمانه و اتوگارا، مرضیه. (۱۳۹۹). «**کاهش تمایل به فرزندآوری در زوجین دارای تحصیلات عالی: مطالعه کیفی در ایران**». مجله جمعیت و مطالعات اجتماعی. ۲۹، صص ۶۰۴-۶۲۱.
- منصوری، غلامرضا. (۱۳۹۲). «**بررسی عوامل اجتماعی اقتصادی و جمعیتی مؤثر بر باروری زنان همسردار شهرستان کوهدشت در سال۹۲-۹۱**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاداسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- نخعی، نوذر و خواجه، زهرا. (۱۴۰۱). «**طراحی و اعتباریابی پرسش‌نامه مؤلفه‌های تاثیرگذار بر قصد فرزندآوری در زنان ایرانی بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده**». مجله دانشگاه علوم پزشکی مازندران. ۳۲(۲۱۱)، صص ۶۴-۷۴.
- نعمتیان، ساره و نوغان ی دخت بهمن، محسن. (۱۴۰۰).«**فرایند تصمیم‌گیری زوجین در تأخیر فرزندآوری و شرایط اجتماعی دخیل در آن**». دو فصل‌نامه اجتماعی. ۸(۱۸)،صص ۱۴۹-۱۷۳.

- Ahinkorah, B. O., Seidu, A. A., Budu, E., Agbaglo, E., Adu, C., Dickson, K. S., ... & Schack, T. (2021). "**Which factors predict fertility intentions of married men and women? Results from the 2012 Niger Demographic and Health Survey"**. PLoS One, 16(6), e0252281.
- Ajzen, I., & Klobas, J. (2013). "**Fertility intentions: An approach based on the theory of planned behavior"**. Demographic Research, 29(8), 203–232.
- Bandehelahi, K., Khoshravesh, S., Barati, M., & Tapak, L. (2019). "**Psychological and sociodemographic predictors of fertility intention among childbearing-aged women in Hamadan, west of Iran: an application of the BASNEF Model"**. Korean journal of family medicine, 40(3), 182.
- Beaujouan, É. & Sobotka, T. (2019). "**Late childbearing continues to in crease in developed countries"**. Population Societies, 1, 1–4.
- Castanheira, H. C., & Kohler, H. P. (2017). "**Social determinants of low fertility in Brazil"**. Journal of Biosocial Science, 49(1), 131-155.
- Chen, S. M., Zhang, Y., & Wang, Y. B. (2019). "**Individual differences in relative fertility costs and fertility benefits and their effects on fertility desire for a second child in China: a latent profile analysis"**. Reproductive health, 16, 1-9.
- Dodson, J. C., Dérer, P., Cafaro, P., & Götmark, F. (2020). "**Population growth and climate change: Addressing the overlooked threat multiplier".** Science of the Total Environment, 748, 141346.
- Edwards, M. E. (2002**). "Education and Occupations: Reexamining the Conventional Wisdom about Later First Births among American Mothers**". Sociological Forum, 17, 423-443.
- Ewemooje, O. S., Biney, E., & Amoateng, A. Y. (2020). "**Determinants of fertility intentions among women of reproductive age in South Africa: evidence from the 2016 demographic and health survey"**. Journal of Population Research, 37(3), 265-289.
- Hutteman, R., Bleidorn, W., Keresteš, G., Brković, I., Butković, A., & Denissen, J. J. A. (2014). "**Reciprocal associations between parenting challenges and parents' personality development in young and middle adulthood"**. European Journal of Personality, 28, 168–179.
- Jones, R. K. (2017). "**Are uncertain fertility intentions a temporary or long-term outlook? Findings from a panel study".** Women's Health Issues, 27, 21–28.
- Kuhnt, A., & Trappe, H. (2013). "**Easier said than done: Childbearing intentions and their realization in a short-term perspective"**. MPIDR Working Paper WP 2013-018.
- Li, X., Fan, Y., Assanangkornchai, S., & Mcneil, E. B. (2019). **"Application of the theory of planned behavior to couples' fertility decision-making in Inner mongolia, china"**. PloS one, 14(8), e0221526.
- Martín, C. T., & Juárez, F. (1995). "**The Impact of Women's Education on Fertility in Latin America: Searching for Explanations".** International Family Planning Perspectives 21(2)-57.
- Nyoni, S. P., Chihoho, T. A., & Nyoni, T. (2021**). "Projection of total fertility rate (TFR) in indonesia using a machine learning approach"**. International Research Journal of Innovations in Engineering and Technology, 5(8), 298.
- Qiao, P., Li, Y., & Song, Y. (2024). "**Female university students' fertility intentions and their psychosocial factors"**. BMC Public Health, 24(1), 685-697.
- Roser, M. (2019). "**Fertility rate"**. https://ourworldindata.org/fertility-rate. Accessed 2 May 2019.
- Saya, G. K., Premarajan, K. C., Roy, G., Sarkar, S., Kar, S. S., Ulaganeethi, R., & Olickal, J. J. (2021). "**Current fertility desire and its associated factors among currently married eligible couples in urban and rural area of Puducherry, south India".** African Health Sciences, 21(3), 1385-1395.
- Schoen, R., Astone, N. M., Kim, Y. J., Nathanson, C. A., & Fields, J. M. (1999). "**Do fertility intentions affect fertility behavior?"** Journal of Marriage and Family, 61(3), 790–799.
- Soares, S., Troncoso, C., & Bosch, E. (2005). "**Age and uterine receptiveness: Predicting the outcome of oocyte donation cycles"**. The Journal of Clinical Endocrinology & Metabolism, 90, 4399-404.
- Speroff, L., & Fritz, M. A. (2005). **Clinical gynecology and infertility**. 7th Edition, Lippincott Williams & Wilkins: Philadelphia.
- Testa, M. R., & Stephany, F. (2017). "**The educational gradient of fertility intentions: A meta-analysis of European studies"**. Vienna Yearbook of Population Research, 15, 1–38.

- Wang, D., & Zou, Y. (2021). **Influence Paths of Fertility Intention of Unmarried Women of Childbearing Age Based on Bayesian Network Model**. In 2021 IEEE 3rd Eurasia Conference on IOT, Communication and Engineering (ECICE) (pp. 77-82). IEEE.
- Weeks, J. R (2008). **Population an Introduction to Concepts and Issues**. Wadsworth publishing company.

۵

بررسی ادراکات دختران جوان از طلاق
(نمونه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان)

محمود محمدی[۱]

10.22034/ssys.2023.2917.3127

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۰۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۰۵

امروزه طلاق، یکی از مهمترین تهدیدکننده‌های نظام خانواده به شمار می‌آید. تحقیقات متعددی نشان می‌دهند که نگرش به طلاق در زنان و جوانان در حال تغییر است. تغییر نگرش زنان به طلاق موجب افزایش طلاق در سال‌های اخیر در جامعه ایران شده است. این مقاله به بررسی ادراکات و نظرات دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان از طلاق می‌پردازد. روش تحقیق از نوع کیفی و با رویکرد پدیدارشناسی است. نمونه های مورد بررسی، ۳۱ نفر از دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان هستند. اظهارات دانشجویان از طلاق در چهار مضمون مجاز در اسلام، رهایی و نجات، راه‌حل منطقی و مانع آسیب، دسته‌بندی شدند.

نتایج تحقیق نشان داد که ادراکات و تصورات دانشجویان از طلاق نسبت به گذشته تغییرات قابل توجهی داشته است. آنها معتقدند که در اسلام طلاق مجاز است. نمونه‌های مورد بررسی، طلاق را رهایی و نجات از مشکلات زندگی مشترک می‌پندارند. از نظر انها طلاق آخرین راه حل منطقی می‌تواند باشد. در نهایت دانشجویان تصور می‌کنند طلاق و جدایی مانع آسیب‌های بیشتر به زوجین و فرزندانشان می‌شود.

واژگان کلیدی: ادراک، طلاق، دانشجویان و پدیدارشناسی.

[۱]استادیار، گروه آموزش علوم اجتماعی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران E-mail: M.mohamadi@cfu.ac.ir

مقدمه

از مهمترین تغییرات در حوزه خانواده در بیشتر جوامع امروزی، افزایش طلاق و تغییر نگرش به طلاق است. طلاق به گونه‌ای گسیختگی خانواده و انحلال قانونی، شرعی و عرفی ازدواج با شروط و مقرراتی گفته می‌شود (تقوی، ۱۳۷۹: ۱۶۹). به عبارت دیگر، طلاق به انحلال قانونی پیوند ازدواج اطلاق می‌گردد. طلاق، یکی از مهمترین مسائل اجتماعی است که طی دهه‌های اخیر خانواده های ایرانی را متلاشی می‌کند–اگر چه افزایش طلاق مختص خانواده‌های ایرانی نیست و در اغلب جوامع، تحول نظام ارزشی و ساختاری به افزایش طلاق در سطح جهان منجر شده است. در طی پنجاه سال گذشته در جوامع غربی افزایش خیره‌کننده طلاق و روند رو به رشد آن به حدی بوده است که برخی متفکران اجتماعی از واژه‌هایی مانند «عصر طلاق» (اوپنهایم ماسون و جنسن[1]،۱۹۹۵) و «انقلاب طلاق» (وایتزمن[2]، ۱۹۸۵) برای توصیف این دوران استفاده نمودند. به اعتقاد جامعه‌شناسان، تبدیل طلاق به مسئله اجتماعی مستلزم تبدیل شدن از یک گرفتاری شخصی و خصوصی به یک مسئله عام ساخت اجتماعی است و زمانی به منزله مسئله اجتماعی مطرح می‌شود که از حد معینی خارج و فراوانی آن غیرمتعارف شود (محبی، ۱۳۹۱). در دو دهه گذشته، افزایش طلاق در ایران شدت بیشتری یافته است.(سازمان ثبت احوال کشور،۱۴۰۰)؛ به‌طوری که آهنگ رشد طلاق در نیمه دوم دهه ۱۳۹۰تا ۱۳۹۵ نسبت به ۱۳۸۵تا۱۳۹۰ سریع‌تر بوده است. میزان طلاق از سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ از ۰/۹۳ در هر ۱۰۰۰ ازدواج به ۱/۹۰ افزایش یافته است. در سال‌های اخیر نیز رشد طلاق همواره از میزان رشد ازدواج پیشی گرفته است؛ به طوری که از سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۵ به طور مداوم با افزایش رشد طلاق نسبت به رشد ازدواج روبه رو هستیم. بر اساس گزارش سازمان ثبت احوال در سال ۱۳۹۵ به ازی هر ۱۰۰۰۰ نفر در سال ۱۳۹۰، ۱۹ طلاق و در سال ۱۳۹۵، ۲۱ طلاق ثبت شده است (فولادیان، شجاعی قلعه نی، ۱۳۹۹:۲۳۳).

[1] Oppenheim Mason & Jensen
[2] Weitzman



روند ثبت ازدواج و طلاق طی ۵۰ سال اخیر در ایران (سازمان ثبت احوال کشور،۱۴۰۰)

افزایش طلاق پیامدهای فردی و اجتماعی قابل توجهی به همراه دارد. از میان مشکلات اجتماعی، هیچ یک به اندازه طلاق آثار بلندمدتی ندارد (کلانتری و همکاران، ۱۳۲: ۱۳۹۰). در پژوهش‌های متعددی نیز بین طلاق و افزیش آسیب‌های اجتماعی نظیر روسپی‌گری، فقر، آسیب‌های روانی و انحرافات جنسی (اماتو و کیث، ۱۹۹۶؛ اماتو و دنیس، ۲۰۰۳، کلانتری و همکاران، ۱۳۹۰و روشنی و همکاران،۱۳۹۸) و در سطح کلان‌تر کاهش سرمایه و اعتماد اجتماعی، تغییرات نهاد خانواده، افول تعهد اجتماعی و پیدایش هویت‌های سیال، پراکنده و مبهم را به دنبال دارد (محمدپور،۱۳۹۳:۱۳۸). افزایش طلاق و آسیب‌های پیش روی آن بر فرد و جامعه موجب شده که پس از اعتیاد بالاترین تعداد پژوهش‌های انجام‌شده در سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۴ را به خود اختصاص دهد (موسوی،۲۹۲: ۱۳۹۵).

مطالعات مربوط به طلاق اغلب به عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی وقوع طلاق پرداخته‌اند (ملتفت و همکاران، ۱۳۹۹؛ فیروزجاییان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۷؛ نیازی و همکاران، ۱۳۹۶؛ زارعان و سدیدپور، ۱۳۹۶؛عرب و همکاران،۱۳۹۳؛ کلانتری و همکاران۱۳۹۰) و یا پیامدهای اجتماعی، اقتصادی و روانی طلاق بر افراد مطلقه و فرزندان‌شان را مورد مطالعه قرار داده‌اند.(آماتو، ۲۰۰۰؛روشنی و همکاران، ۱۳۹۸ یحیی‌زاده و حامد،۱۳۹۴؛ کلانتری و همکاران،۱۳۹۰، صادقی فسایی و ایثاری، ۱۳۹۱) در این میان، تحقیقات کیفی کمتری(صادقی و همکاران،۱۳۹۵) به ادراکات و معناهای ذهنی گروه‌های اجتماعی مختلف از جمله زنان و جوانان نسبت به طلاق پرداخته‌اند.

برخی از تحقیقات نشان می‌دهد که نگرش به طلاق به‌خصوص در میان زنان و جوانان در حال تغییر است.(صادقی، ۱۳۹۶؛ سلیمانی ، ۱۳۹۶؛ حسنی و همکاران،۱۳۹۶؛ فلاحی گیلان و همکاران، ۱۳۹۱؛ فروتن و میرزایی، ۱۳۹۵؛ بگی و حسینی ، ۱۴۰۰) بسیاری از محققان اجتماعی معتقدند که نگرش مثبت به طلاق می‌تواند بر کاهش کیفیت زناشویی و احتمال بروز طلاق در زندگی همسران نقش مهمی داشته باشد(روتالو و کاسرو،۲۰۱۶، دیاز و همکاران، ۲۰۱۳، کوان و همکاران، ۲۰۱۳ ویتون و همکاران ،۲۰۱۳، صادقی، ۱۳۹۶؛ چابکی،۱۳۹۲). تحولات ذهنی، ارزشی و نگرشی همچون گسترش ارزش‌های لیبرالی و فردگرایی، گذار از ارزش‌های مادی به ارزش‌های فرا مادی و همچنین اشاعه تفکرات فمنیستی(حسنی و همکاران، ۱۳۹۶؛ علی مندگاری و همکاران،۱۳۹۵) به همراه دگرگونی در وضعیت تحصیلات و اشتغال و گسترش فضای مجازی و تسهیل دسترسی به ارتباطات و اطلاعات موجب افزایش عاملیت[1] و کنشگری زنان در حوزهای اجتماعی، اقتصادی و خانوادگی شده است (سهراب‌زاده و همکاران،۱۳۹۸) حوزه خانواده، یکی از مهمترین حوزه‌هایی است که زنان در آن خواهان تغییر و توزیع قدرت برابر میان زنان و مردان هستند. تحقیقات اجتماعی نشان می‌دهند تقویت ارزش‌های مبتنی بر فردیت و برابری‌طلبانه و معنای جدید از خوشبختی انتظارات زنان را از زندگی خانوادگی تغییر داده است. گرایش زنان به ارزش‌های فردگرایانه و برابری‌طلبانه سبب دوری از هنجارهای خانواده سنتی و تعریفی متفاوت از هویت زنانه شده است (گودرزی،۱۳۹۴). تحولات رخ داده موجب بازاندیشی[2] زنان نسبت به نقش‌های جنسیتی، ازدواج، تشکیل خانواده و فرزندآوری و طلاق شده است. آنها خواهان کنشگری فعال‌تر و عاملیت در عرصه خانوادگی هستند. عاملیت زنانه به معنای فرا رفتن از سطح واکنش و ورود به قلمرو تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی شخصی برای خود است (عرب خراسانی،۱۳۹۸: ۳۷–۳۸). در این میان، طلاق به یکی از قلمروهای تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی زنان تبدیل شده است. بر اساس تحقیقات، زنان معمولا در اقدام به جدایی و گرفتن طلاق پیش قدم هستند (موسوی، ۱۳۹۵: ۲۸۹) و کنشگری و عاملیت بیشتری در عرصه خروج از زندگی خانوادگی دارند. برخلاف زمان‌های نه چندان دور که سهم زنان در جدایی بسیار کم بود و آنان بیشتر مخاطب این واقعه ناخوشایند بودند، اکنون زنان در این حوزه کنشگرانی فعالی هستند (عرب خراسانی،۱۳۹۸: ۵۵).

بدین ترتیب، افزایش تحصیلات زنان به همراه اشتغال آنان در نظام اقتصادی و استقلال اقتصادی و مالی آنان در جامعه و همچنین گسترش فضای مجازی و تسهیل دسترسی به اطلاعات و ارتباطات، افزایش فردگرایی به همراه اشنایی با تفکرات فمنیستی و گذار از نیازهای مادی به نیازهای فرا مادی در ازدواج باعث

[1] Agency
[2] Reflexivity

شده است نگرش زنان نسبت به طلاق تغییر یابد. تحقیقات متعددی این تغییر نگرش زنان به طلاق را تایید می‌کنند.

پیشینه پژوهش

بگی و حسینی(۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «تفاوت‌های نسلی در نگرش نسبت به طلاق در ایران» به این نتیجه رسیدند که تفاوت معنی‌داری در نگرش نسل‌های مختلف به طلاق وجود دارد. نسل‌های جوان‌تر در همه سنین نگرش مثبت‌تری به طلاق دارند. تحصیلات دانشگاهی، ارزش‌های سکولار، برابری جنسیتی و ارزش‌های مدرن خانوده بر نگرش آنان به طلاق تاثیر می‌گذارد. انتظار می‌رود با ادامه روند جایگزینی نسلی و نیز شتابی که در پدیده‌هایی همچون شهرنشینی، جهانی‌شدن فرهنگی، گسترش آموزش، توسعه فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی، گسترش رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی، روند رو به رشد نگرش مثبت به طلاق همچنان تداوم یابد.

نتایج پژوهش مرادی و فرخی (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل موثر بر نگرش افراد به مقوله طلاق (مطالعه موردی: زنان متاهل اسلام‌آباد غرب)» نشان می‌دهد مهمترین عوامل موثر بر نگرش افراد به مقوله طلاق، تفاوت عقاید، کاهش یا افزایش سن، درامد و اشتغال زنان و دخالت دیگران هستند.

صادقی و آقاجانیان(۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان «نگرش و گرایش به طلاق در ایران: تعیین‌کننده‌های ذهنی و ساختاری»، به بررسی نگرش و تمایل جوانان ایرانی به طلاق پرداخته اند. داده‌های این تحقیق حاکی از آن است که تقریبا نیمی از پاسخ‌دهندگان طلاق را به عنوان راه حل مشکلات زناشویی تایید کرده‌اند و یک پنجم انها تمایل بالایی در این زمینه دارند. نتایج آنان نشان می‌دهد که تایید و تمایل زیاد به طلاق با عوامل ذهنی یعنی فردگرایی سکولاریسم و دیدگاه برابری جنسیتی و عوامل ساختاری از جمله تحصیلات و اشتغال همسر و عدم‌امنیت اقتصادی خانوار ارتباط معنی‌داری دارد.

کرمی و البرزی(۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش به طلاق در شهر شیراز» نشان می‌دهند که تصور مثبت از طلاق مهمترین متغیر تاثیرگذار بر گرایش به طلاق است. عوامل دیگری چون رضایت جنسی و عاطفی، دخالت اطرافیان و جنسیت بیشترین تاثیر را بر گرایش به طلاق داشته‌اند.

صادقی(۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «نگرش نسبت به پیامدهای طلاق و تاثیر ان بر تمایل زوجین جوان به طلاق در شهر تهران» نشان می‌دهد که ارزیابی جوانان از زندگی بعد از طلاق می‌تواند تمایل به طلاق را تحت تاثیر قرار دهد. حدود یک پنجم جوانان متاهل مورد بررسی تمایل زیادی به گرفتن طلاق دارند. این افراد عمدتا تصور و ارزیابی مثبتی از پیامدهای و زندگی بعد از طلاق دارند. صادقی در این تحقیق

نتیجه می‌گیرد که اینکه زوجین جوان چه تصور و نگرشی نسبت به پیامدهای و زندگی بعد از طلاق داشته باشند می‌تواند تصمیم‌گیری آنها برای طلاق را به شدت تحت تاثیر قرار دهد.

حسنی و همکاران(۱۳۹۶) در «فراتحلیل مطالعات انجام‌شده درباره نگرش به طلاق در سال‌های ۱۳۸۲-۱۳۹۴» به این نتیجه رسیدند که نگرش مثبت به طلاق روندی نسبتا فزاینده و رو به رشد را نشان می‌دهد. نتایج تحقیق انها نشان می‌دهد سطح بالای تحصیلات، استفاده از اینترنت و داشتن ماهواره، طبقه اجتماعی سطح بالا، تفاوت‌های اجتماعی و فرهنگی همسران، تعارض در خانواده، کم رنگ شدن نقش اقتصادی مرد و کوچک بودن ابعاد خانواده از عوامل موثر در نگرش مثبت به طلاق هستند. انها این روند را محصول تسلط فردگرایی و لیبرالیسم، کاهش کنترل نهادی، غلبه ارزش‌های فوق مادی، سبک زندگی مدرن، ورود زنان به بازار کار و عدم‌تعادل هزینه فایده ازدواج است.

صادقی و همکاران(۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «واکاوی ادراک جوانان از تجربه طلاق: مطالعه کیفی در شهر تهران»، به واکاوی ادراک و تجربه جوانان مطلقه از فرایند و پیامدهای طلاق پرداخته‌اند. نتایج مطالعه آنها در چهار محور دلایل و بسترهای طلاق، نگرش به طلاق قبل و بعد از اقدام، مسائل و چالش‌های فرایند طلاق و پیامدها و مسائل اجتماعی بعد از طلاق ارائه شده است. بر اساس نتایج تحقیق، آسیب‌پذیری زنان در فرایند طلاق بیشتر از مردان است. زنان در مقایسه با مردان از مسائل عاطفی اجتماعی و اقتصادی بیشتری رنج می‌برند. طلاق امری فرایندی، بافتارمند و چندبعدی است. رخداد طلاق در خلا شکل نمی‌گیرد، بلکه در یک بافتار اجتماعی فرهنگی رخ می‌دهد که هم فرایندها و هم پیامدهای طلاق را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

نتایج تحقیق فروتن و میرزایی (۱۳۹۵) با عنوان «نگرش به طلاق و تعیین‌کننده های ان در ایران» نشان می‌دهد که به طور کلی یک سوم افراد موردمطالعه دارای نگرش مثبت به طلاق هستند. متغییرهای جمعیت‌شناختی (همچون سن و جنس و وضعیت تاهل و محل سکونت و تحصیلات)، نگرش‌های جنسیتی و میزان دینداری افراد بر نگرش به طلاق تاثیر می‌گذارد؛ به‌طوری که نتیجه می‌گیرند هرچه نگرش‌های فردگرایانه و لیبرالی و غیرسنتی برجسته‌تر و قوی‌تر باشد، بر شدت نگرش مثبت به طلاق نیز افزوده می‌شود. چابکی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «مطالعه بین‌نسلی رابطه نگرش به طلاق و کارکردهای خانواده در زنان شهر تهران» نشان می‌دهد که تغییر نگرش زنان در مورد کارکردهای خانواده بر طرز تلقی آنها نسبت به طلاق تاثیر گذاشته و در نتیجه سبب افزایش میزان طلاق در ایران شده است. نتایج تحقیق او نشان می‌دهد ارزش‌های مرتبط با نقش‌های خانوادگی و کاکردهای خانواده در میان زنان نسل جدید دستخوش تغییر شده است. طرز تلقی زنان نسل جوان از طلاق متفاوت از نسل گذشته است؛ به طوری که از نظر ۶۸ درصد از زنان نسل جدید، طلاق امری مذموم و ناپسند به شمار نمی‌آید.

نتایج تحقیق فلاحی گیلان، روشنفکر و پورکسمایی(۱۳۹۱) با عنوان «بررسی بین‌نسلی نگرش به طلاق؛ مطالعه ای در استان زنجان» نشان می‌دهد که نگرش به طلاق در بین نسل‌ها متفاوت است. این تفاوت در نگرش به طلاق در بین زنان معنادار و مشهودتر از مردان است. این تغییر نگرش زنان به طلاق ناشی از تغییرات حاصل شده در نقش زنان در زندگی اجتماعی آنان است. موافقت نسل‌های جدید با سنگینی صدمات عاطفی ناشی از طلاق و ارجحیت زندگی زناشویی دشوار به طلاق کاسته شده و بر بی موردی اغلب مخالفت‌های اجتماعی با طلاق اجماع بیشتری شده است.

با توجه به اینکه زنان در زندگی خانوادگی از آغازکنندگان طلاق هستند(عرب خراسانی،۱۳۹۸، موسوی،۱۳۹۵) بررسی ادراکات و تصورات و ذهنیت زنان و دختران از طلاق می‌تواند از اهمیت زیادی برخوردار باشد، زیرا طلاق یک کنش اجتماعی معنادار با پس‌زمینه اجتماعی است. تحقیقات پیشین اغلب به شیوه کمی آماری و مقایسه نسل‌های قدیم و جدید، به بررسی نگرش زنان و جوانان به طلاق پرداخته‌اند. اگر چه مطالعات و پژوهش‌های بین‌نسلی نشان می‌دهند که نگرش به طلاق میان نسل‌های گذشته و جدید تغییر یافته و نگرش زنان به طلاق نسبت به مردان تغییرات معناداری داشته است، اما شیوه‌های آماری و کمی و تطبیقی بین‌نسلی از درک و فهم عمیق و همدلانه از تغییرات معنایی که در ذهنیت جامعه زنان رخ می‌دهد، ناتوان است. بنابراین استفاده از شیوه‌های کیفی برای آشنایی و درک دقیق و واقع‌بینانه‌تر از وقایع اجتماعی همچون طلاق می‌تواند تکمیل‌کننده پژوهش‌های کمی باشد. چنانچه نظام معنایی و تفسیری زنان و دختران جوان از طلاق درک شود، نه تنها درک و ذهنیت نسل جوان از طلاق شناخته می‌شود بلکه می‌تواند سیاست‌های لازم برای مدیریت و اصلاح آن را فراهم سازد. بر این اساس، هدف این مقاله مطالعه و تحلیل ادراکات، نظرات و دیدگاه‌های دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان از طلاق است. دانشجویان دانشگاه فرهنگیان بخشی از جامعه زنان و بخشی از نسل جدید زنان و دختران جوان به حساب می‌آیند. بررسی و تحلیل دیدگاه‌ها و نظرات و معناهای ذهنی آنان، فهم دقیقی از رویکرد نسل جدید زنان نسبت به طلاق را شناسایی می‌کند. از سوی دیگر، این بخش از دانشجویان در سال‌های آینده به عنوان معلم در کلاس‌های درس به آموزش و تدریس خواهند پرداخت و بدین‌ترتیب باورها و نگرش‌ها و ادراکات و ذهنیت‌هایشان از ازدواج، تشکیل خانواده و طلاق را در قالب برنامه درسی آشکار و پنهان به نسل‌های آینده انتقال خواهند داد. بدین ترتیب این مقاله در پی پاسخ به این سوال است:

دانشجویان دختر دانشگاه چه درکی از طلاق دارند؟

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش در این مقاله از نوع کیفی با رویکرد پدیدارشناسی است. روش تحقیق کیفی مدعی توضیح زیست‌جهان‌ها از درون و از دیدگاه کسانی است که در آنها مشارکت دارند و با این کار در پی کمک

به درک بهتر واقعیت‌های اجتماعی است. پژوهش کیفی اغلب تصویری عینی‌تر و باورپذیرتر از به کارگیری پرسش‌نامه‌های استاندارد از پیش تعیین‌شده از زندگی روزمره افراد ارائه می‌کند (فیلیک، ۱۴:۱۳۹۷). رویکرد پدیدارشناسی اغلب روی ادراکات متمرکز است و تلاش دارد فهم بهتری از چگونگی نمود جهان نزد مشارکت‌کنندگان و کیفیت تجربه و دریافت جهان توسط آنها از منظر خودشان ارائه دهد (محمدی اصل، ۱۷۹:۱۳۹۶).

نمونه‌های مورد پژوهش از دانشجویان دانشگاه فرهنگیان البرز هستند. تعداد نمونه‌ها نیز بر اساس اصل اشباع نظری(استراوس و کوربین،۱۳۹۳) تعیین شدند؛ یعنی جمع‌آوری داده‌ها تا زمانی که اظهارات نمونه‌ها از طلاق به تکرار نرسیده بود، نمونه‌گیری ادامه یافت. بر این اساس ادراکات، نظرات و دیدگاه های ۳۱ نفر از دانشجویان دختر در مورد طلاق جمع‌آوری شد. سن پاسخگویان بین ۱۹ تا ۲۳ سال بوده است.

جدول :۱ مشخصات سنی و استان محل سکونت نمونه‌های مورد بررسی

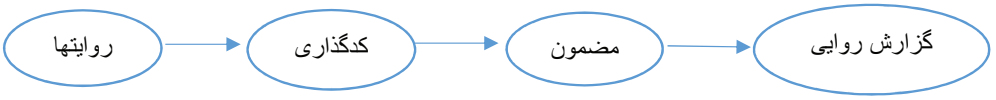
پاسخگوی	سال	استان	پاسخگوی	سال	استان
۱	۲۰	البرز	۱۷	۱۹	البرز
۲	۱۹	اردبیل	۱۸	۲۰	کردستان
۳	۲۱	آذربایجان غربی	۱۹	۲۰	آذربایجان شرقی
۴	۲۰	آذربایجان شرقی	۲۰	۱۹	البرز
۵	۱۹	البرز	۲۱	۲۰	البرز
۶	۲۰	آذربایجان غربی	۲۲	۲۰	زنجان
۷	۲۳	آذربایجان غربی	۲۳	۲۱	زنجان
۸	۱۹	البرز	۲۴	۲۰	البرز
۹	۲۱	قزوین	۲۵	۲۱	آذربایجان شرقی
۱۰	۲۰	گیلان	۲۶	۲۰	آذربایجان غربی
۱۱	۲۳	گیلان	۲۷	۲۰	البرز
۱۲	۱۹	گیلان	۲۸	۲۰	قزوین
۱۳	۲۰	البرز	۲۹	۲۱	آذربایجان شرقی
۱۴	۱۹	کردستان	۳۰	۲۲	زنجان
۱۵	۲۳	آذربایجان غربی	۳۱	۲۱	آذربایجان شرقی
۱۶	۲۳	آذربایجان غربی			

روش جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. در روش‌های کیفی معمولا با نتایج مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته کار می‌کنند. از انجا که پژوهش کیفی می‌کوشد محقق را به درون جهان زندگی مشارکت‌کنندگان تحقیق وارد سازد، مصاحبه‌های نیمه‌ساختی به واسطه تاکید بر سوالات باز و غیرهدایت‌شده می‌تواند مورد استفاده چنین پژوهشی قرار گیرد(محمدی اصل،۱۳۹۶:۱۷۱). مصاحبه با هر کدام از دانشجویان در حدود ۱۵ تا ۲۰دقیقه انجام شد. از دانشجویان خواسته شد تا تصورات و نظرات و دیدگاه‌هایشان را نسبت به طلاق بیان کنند. دانشجویان در مصاحبه‌ها به بیان نظرات، دیدگاه‌ها و تصورات خود از طلاق پرداختند.

روش تحلیل داده‌ها، تحلیل مضمون است. تکنیک تحلیل مضمون، یکی از فنونی است که به طور گسترده در تحقیقات کیفی به کار می رود. از تحلیل مضمون می‌توان به خوبی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی استفاده کرد. این روش فرایندی است که داده‌های متنی و پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. (براون، کلارک، ۲۰۰۶). در این روش، شناخت ویژگی‌های مشترک داده‌ها مورد توجه است. هدف این روش تنها بررسی تکرارها و موارد مشابه نیست، بلکه مهم شناسایی الگوهایی از معناست که محقق درباره موضوع خاص و سوال تحقیق آن را بررسی می‌کند. دریافت الگوهای معنایی مسلط در داده‌ها، هدف اصلی این روش پژوهش است. این روش به دنبال فشرده‌کردن و ارائه روایتی موجز از مصاحبه‌های فردی و گروهی به صورت خام و پردازش‌نشده است. همانگونه که یک محقق کمی از ضرایب و ازمون‌های آماری برای فشردن و ارائه خلاصه داده‌ها استفاده می‌کند، در روش کیفی نیز این روند به کمک کدگذاری و مضمون‌سازی صورت می‌گیرد و فرایند فشرده‌سازی به معنای استخراج ایده‌های اصلی و الگوبندی انهاست(ذکایی، ۱۳۹۹:۸۵).

فرآیند تحلیل مضمون با کدگذاری[1] روایت‌ها آغاز می‌شود. کدگذاری به معنای خرد کردن روایت‌ها به اجزا و عناصر تشکیل‌دهنده آن است (استروس و کوربین،۱۳۹۳:۶۱). کد به مفاهیم، اصطلاحات و عبارت‌هایی گفته می‌شود که دانشجویان برای توصیف موضوع مورد پژوهش به کار برده اند. بدین ترتیب پس از جمع‌آوری مصاحبه‌ها و پیاده‌سازی آنها ، روایت‌های دانشجویان کد گذاری شد. پس از کد گذاری روایت‌ها، تلاش شد کدهای مشابه در یک مضمون[2] مشخص طبقه‌بندی شوند. مضمون مفهومی با سطح انتزاع گسترده‌تر از کدهاست. وقتی که کدها با یکدیگر مقایسه می‌شوند و به نظر می‌رسد که به مضمون مشابه مربوط‌اند، در نظمی بالاتر دسته‌بندی می‌شوند. مضمون، مفهومی است که از سایر کدها انتزاعی‌تر است و بر اساس مضامین اصلی استخراج‌شده ارائه گردبده است. بر این اساس میتوان فرایند تحلیل داده را بدین شکل نشان داد:

[1] Coding
[2] theme



لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) در پژوهش‌های کیفی معیارهای چون: اعتمادپذیری[۱]، باورپذیری[۲]، انتقال‌پذیری[۳]، اطمینان‌پذیری[۴] و تاییدپذیری[۵] را به جای روایی[۶]، پایایی[۷] و عینیت[۸] پیشنهاد می‌کنند(به نقل فیلیک،۱۳۹۳:۴۲۰). به منظور اعتمادپذیری، باورپذیری و انتقال‌پذیری مضامین و کدهای استخراج‌شده، از ۶ نفر از دانشجویان دانشگاه فرهنگیان کمک گرفته شد. آنان پس از مرور کدها و مضامین بیان داشتند که مضامین استخراج‌شده به نوعی گویای نظرات و ادراکات مشترک آنان از طلاق نیز هستند. همچنین به منظور اطمینان‌پذیری و تاییدپذیری مضامین استخراج‌شده و فرایند تحلیل داده‌ها، از نظرات ۲ نفر از متخصصان اجتماعی و تربیتی بهره برده شد. کدگذاری، مضامین و فرایند تحلیل داده‌ها مورد پذیرش متخصصان اجتماعی و تربیتی گرفت. متخصصان اجتماعی و تربیتی بیان داشتند فرایند تحلیل داده‌ها از هماهنگی و سازگاری درونی برخوردار است و توانسته است تصویر و نمایش نسبتا روشن و دقیقی از ادراک دانشجویان از موضوع طلاق ارائه دهد.

یافته‌های پژوهش

پس از جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه‌های گردآوری شده به متن‌های نوشتاری تبدیل و پس از پالایش متن‌ها به شماره‌گذاری متن‌ها اقدام شد. سپس متن‌های دانشجویان از طلاق کدگذاری شد. پس از کد گذاری متن‌ها، مفاهیم و عبارت‌هایی که مشابه و هم معنی بودند در یک مضمون دسته‌بندی گزدیدند. از بررسی و ادغام کدها، ۴ مضمون اصلی مجاز در اسلام، رهایی و نجات، آخرین راه‌حل منطقی و مانع از آسیب استخراج شد که در جدول زیر نشان داده شده است. در ادامه مضامین استخراج‌شده بر اساس گزارشی روایی توضیح داده شده است.

[1] Trustworthiness
[2] Credibility
[3] Transferability
[4] Dependability
[5] Confirmability
[6] Validity
[7] Reliability
[8] Objectivity

جدول ۲: کدها و مضامین استخراج‌شده

مضامین	کدها
مجاز در اسلام	حرام نبودن، منفورترین حلال، قانونی و شرعی، جایز در دین، بسته نبودن در اسلام، جایز دانستن خدا، آخرین راه حل از نظر اسلام
رهایی و نجات	نجات از سختی‌ها؛ نجات از شرایط بد، رها شدن از محدودیت، رهایی از مشکلات، نجات‌بخش، راه نجات، پایان دادن به فشارها، نجات از تنش‌ها و فشارها
راه حل منطقی	آخرین گزینه، آخرین راه، تلخ اما بهترین کار، راه‌حل معقول، راه‌حلی برای حل مشکلات، تنها راه‌حل، پایان داده به زندگی اشتباه، گزینه خوب، تصمیم درست و عقلانی، عادی و عقلانی
مانع از آسیب	جلوگیری از فساد تباهی، مانع از آسیب روحی و روانی، جلوگیری از آسیب به بچه‌ها، افسردگی زن، بروز مشکلات برای کودکان، به نفع فرزندان، جلوگیری از ضرر؛ بهتر شدن وضعیت

طلاق مجاز در اسلام

مشارکت‌کنندگان تحقیق، مجاز بودن طلاق در اسلام را با این مفاهیم توصیف نموده‌اند: حرام نبودن، منفورترین حلال، قانونی و شرعی، جایز در دین، بسته نبودن در اسلام. جایز دانستن خدا، آخرین راه حل از نظر اسلام.

پاسخگوی ۲ از استان اردبیل ۱۹ ساله بیان می‌کند:

«این کار ناشایست و حرام نیست.»

پاسخگوی ۱۰ از استان گیلان ۲۰ ساله در مورد شرعی و قانونی بودن طلاق اظهار می‌دارد:

«اگر این مورد در قانون و شرع قرار داده شده، حتما در شرایطی برای فاعلش ضروری بوده.»

پاسخگوی ۱۶ از استان آذربایجان غربی ۲۳ سال در مورد بسته نبودن راه طلاق در اسلام چنین می‌گوید:

«در اسلام راه طلاق به دلیل طبیعت زن و مرد به طور مطلق بسته نیست و اگر امکان ادامه زندگی نیست، نباید به زور زن و مرد را کنار هم قرار داد.»

پاسخگوی ۲۶ از استان آذربایجان غربی ۲۰ ساله نیز در مورد جایز بودن طلاق در اسلام چنین اضافه می‌کند:

«درست است که طلاق یکی از معضلات اجتماعی است، اما وقتی در دین هم جایز است و در مورد آن سوره‌ای آمده است؛ مردم باید ذهنیت خود را راجع به این موضوع تغییر دهند.»

پاسخگوی ۳ از آذربایجان شرقی ۲۱ ساله در مورد جایز دانستن خدا چنین بیان می‌دارد:

«در صورت حل نشدن مشکلات زندگی مشترک، و حاد بودن موضوعی که باعث اختلاف شده و حتی اگر بودن با یک فرد باعث دوری انسان از آرامش و هدف اصلی زندگی اش می‌شود، در این صورت حتی خدا هم این کار را جایز دانسته است.».

پاسخگوی ۴ از آذربایجان شرقی ۲۰ ساله چنین بیان می دارد:

«از نظر اسلام باید تاجایی که امکان دارد از راه حل‌های یکدیگر برای رفع اختلافات زندگی مشترک استفاده کرد و طلاق یاجدایی را به عنوان آخرین گزینه در نظر گرفت.»

اگرچه نمونه های مورد بررسی مفاهیمی چون منفور بودن نزد خداوند و لرزاندن عرش الهی را به طلاق نسبت می‌دهند، اما معتقد بودند که با همه کراهتی که اسلام نسبت به طلاق دارد، آن را مجاز می‌داند. به نظر برخی از مشارکت‌کنندگان تحقیق، طلاق در اسلام با وجود انکه منفور و مکروه دانسته شده و به آن توصیه نشده است، اما حرام و ممنوع نیز اعلام نشده است. بنابراین در شرایطی که امکان زندگی برای دو نفر فراهم نباشد می‌توانند به صورت قانونی و شرعی از یکدیگر جدا شوند.

طلاق راهی برای رهایی و نجات

برخی از مشارکت‌کنندگان تحقیق معتقد بودند طلاق موجب رهایی و نجات زوجین از سختی‌ها و مشکلات زندگی می‌شود. آنها مضمون رهایی و نجات را با این مفاهیم بیان داشته‌اند: نجات از سختی‌ها؛ نجات از شرایط بد، رها شدن از محدودیت، رهایی از مشکلات، نجات‌بخش، راه نجات، پایان دادن به فشارها، نجات از تنش‌ها و فشارها.

پاسخگوی ۷ از استان ادربایجان غربی ۲۳ ساله در مورد طلاق گرفتن در زندگی مشترک چنین بیان می‌کند «درواقع طلاق برای همه اتفاق نمی‌افتد و هیچ‌کسی با هدف جداشدن وارد زندگی مشترک پا نمی‌گذارد، بلکه شرایطی در طول زندگی مشترک پیش می‌آید که افراد را به سمت طلاق می‌کشاند.»

پاسخگوی ۱۷ از استان البرز ۱۹ ساله در مورد طلاق چنین بیان می‌کند:

«به طور کلی نمی شود هر سختی و مشقتی را تحمل کرد، اما تن به طلاق نداد».

پاسخگوی ۲ از استان اردبیل ۱۹ ساله در مورد رهایی از مشکلات چنین بیان می‌کند

«رفته رفته باورهای افراد(نسبت به طلاق) دارد تغییر پیدا می‌کند و الان بیشتر به این معناست که جوانان از مشکلات و اتفاقات ناگوار زندگی رهایی پیدا می‌کنند.»

پاسخگوی ۲۶ از آذربایجان غربی ۲۰ ساله در مورد جبران اشتباه با طلاق چنین بیان می‌کند:

«هر زن و مردی ممکن است در انتخاب شریک زندگی خود دچار اشتباه شود یا شرایط طوری رقم بخورد که مجبور به جدایی شود.»

پاسخگوی ۱۱ از استان گیلان ۲۳ ساله در مورد رهایی از محدودیت چنین بیان می‌کند:

«یکسری افراد بر این عقیده‌اند که جدا شدن باعث پیشرفت می‌شود، زیرا از آن محدودیت‌های که طرف مقابل ایجاد می‌کند، رها می‌شود.».

پاسخگوی ۱۲ از استان گیلان ۱۹ ساله در مورد نجات از شرایط بد چنین اظهار می‌کند:

«بعضی وقتها که ادامه زندگی مشترک امکان پذیر نیست؛ در چنین مواقعی فقط با طلاق است که می‌شود از شرایط بدی که درآن هست نجات پیدا کرد. »

پاسخگوی ۲۱ از استان البرز ۲۰ ساله در مورد راه نجات زوجین چنین بیان می‌کند:

«طلاق در برخی از موارد راه نجات زوجین از فضای پر از تنش و رهایی از ان است؛ به گونه‌ای که انها می‌توانند در کنار افراد دیگر زندگی بهتری داشته باشند.»

پاسخگوی ۲۳ از استان زنجان ۲۱ ساله در مورد پایان دادن به تجربه تلخ زندگی مشترک چنین بیان می‌کند:

«به نظر من طلاق و پایان دادن به زندگی بعضی وقت‌ها می تواند دردناک و عذاب آور باشد، ولی در عین حال برای بعضی دیگر شیرین است، زیرا فرار از سختی‌ها و فشارهای روانی زندگی تقریبا سخت است و با طلاق می‌توان یک مقداری از این فشار و تحمل زندگی مشترک و تجربه تلخ حاصل از آن پایان داد.»

پاسخگوی ۲۲ از استان زنجان ۲۲ ساله در مورد نجات‌بخش بودن طلاق چنین اظهار می‌دارد:

«قطعا کسی دوست ندارد که طلاق بگیرد مگر که مجبور شود و در شرایطی که طرفین با هم مشکل داشته باشند، در اصل طلاق نجات‌بخش می‌شود .»

اظهارات مشارکت‌کنندگان تحقیق نشان می‌دهد که آنان همچون نسل گذشته طلاق را «عار» یا «مایه آبروریزی» نمی‌دانند. برعکس آنها بیان نموده اند که در مواقعی که سختی و مشکلات زندگی مشترک بسیار زیاد و غیر قابل تحمل باشد طلاق، راه رهایی و نجات از فشارها و سختی های زندگی است. اظهارات انها نشان می‌دهد که انها تحت هر شرایطی حاضر به ادامه زندگی مشترک نیستند و ازدواج میدانی برای «سوختن و ساختن» نیست. امروزه طلاق به یک قلمروی ارضای شخصی تبدیل شده است که در آن رفع نیازهای عاطفی و جنسی از اولویت برخوردار است. انتظار می‌رود که روابط زناشویی بر اساس علاقه متقابل و جذابیت شخصی و سازگاری بین زن و مرد بر قرار شود. تاکید بر ارضای شخصی در ازدواج، انتظاراتی را مطرح می سازد که در صورت بر آورده نشدن منجر به جدایی و طلاق خواهد شد(گیدنز، ۴۳۴:۱۳۸۳) بنابراین طلاق در هر ازدواجی امری محتمل است. چنانچه مصائب زندگی مشترک غیر قابل تحمل باشد و انتظارات شخصی و فردی آنها از ازدواج تامین نشود و از زندگی زناشویی رضایت نداشته باشند، طلاق و جدایی می‌تواند راه نجات و رهایی از مسائل و مشکلات زندگی محسوب شود. به اعتقاد آماتو[۱] ، امروزه

[۱] Amato

طلاق اغلب گزینش اختیاری افراد است و به نظر می رسد نسبت به گذشته عادی و عملی بهنجار انگاشته می شود و به گونه‌ای روزافزون اقدامی برای رهایی از تنش خانوادگی تلقی می‌گردد(ارجاع به آماتو،۲۰۰۰)

طلاق آخرین راه حل منطقی

نمونه های مورد بررسی، مضمون آخرین راه حل منطقی را با این مفاهیم توصیف نموده اند: آخرین گزینه، آخرین راه، تلخ اما بهترین کار، راه‌حل معقول، راه‌حلی برای حل مشکلات، تنها راه‌حل، پایان داده به زندگی اشتباه، گزینه خوب، تصمیم درست و عقلانی، عادی و عقلانی.

پاسخگوی ۲۲ از استان زنجان ۲۰ ساله در مورد درست و منطقی بودن طلاق چنین بیان می‌دارد:

«در مواردی طلاق بسیار راه حلی درست و منطقی است».

پاسخگوی ۱۱ از استان گیلان ۲۳ ساله در مورد حل مشکل از طریق طلاق چنین بیان می‌کند:

«امروزه با پیشرفت سطح فکر جامعه اکثر مردم به این دید رسیده‌اند که اگر نمی‌توانند به هیچ وجه مشکل خود را حل کنند، از هم جدا شوند.»

پاسخگوی ۱۵ از آذربایجان غربی ۲۳ ساله در مورد بهتر بودن طلاق به ادامه زندگی اظهار می‌کند:

«در زندگی مشترک هر دو طرف سعی می‌کنند که برای زندگی‌شان تلاش کنند تا پایدار بماند، اما زمانی وجود دارد که در زندگی مشترک ماندن دو طرف به ضرر آنهاست. در این مواقع جدایی بهتر است.»

پاسخگوی ۱۲ از گیلان ۱۹ ساله در مورد راه‌حل معقول طلاق چنین می‌گوید:

«گاهی اوقات آن قدر زندگی زناشویی با مشکل مواجه می‌شود که طلاق گرفتن تنها راه حل معقول به نظر می‌رسد.» پاسخگوی ۱۸ از استان کردستان ۲۰ ساله طلاق بهترین کار چنین بیان می‌کند:

«اصلا به نظرمن هر وقت ناسازگاری میان زن و شوهر پیش آید، طلاق بهترین کاری است که می شه کرد؛ چون یک زندگی پر از دعوا جلوی پیشرفت هر دو طرف را می‌گیرد و خیلی وقت ها هم این همه استرس و اضطراب در زندگی بیماری‌های مختلفی را به دنبال دارد. پس در این حالت‌ها طلاق کار خیلی خوبی به نظر می رسد و با اینکه تلخ است، می‌تواند در بعضی مواقع بهترین کاری باشه که میشه کرد. »

پاسخگوی ۱ از استان البرز ۲۰ ساله چنین بیان می‌کند:

«بنظر من در برخی شرایط بهترین راه برای پایان دادن به یک زندگی اشتباه، طلاق است.»

پاسخگوی ۱۸ از استان کردستان ۲۰ ساله در مورد منطقی بودن طلاق چنین بیان می‌کند:

«طلاق خیلی منطقی‌تر از تحمل است. .به نظر من، ما مجبور به تحمل کردن نیستیم.»

پاسخگوی ۲۵ از آذربایجان شرقی ۲۱ ساله در مورد راه حل بودن طلاق چنین بیان می‌کند:

«طلاق یک آسیب اجتماعی یا اتفاق تلخ نیست، بلکه یک راه حل است برای برون رفت از مشکلات زندگی مشترکی که دیگر راهی برای آن نیست.»

پاسخگوی ۲۹ از آذربایجان شرقی ۲۱ ساله در مورد گزینه خوب طلاق چنین اظهار می‌کند: «بنظر من اگر هر دو طرف تمام تلاش خود را برای بهتر کردن وضع زندگی مشترک به کار گیرند و نتوانند به آن چیزی که می‌خواهند برسند و ادامه زندگی با یکدیگر دشوار باشدریال طلاق می‌تواند گزینه خوبی باشد.»

پاسخگوی ۲۶ از آذربایجان غربی ۲۰ ساله طلاق بهترین انتخاب چنین اظهار می‌کند:

«قرار نیست یک فرد به خاطر یک انتخاب اشتباه تمام عمر و زندگی خود را بدهد و تحمل کند. شاید برای برخی افراد بهترین انتخاب و تنها راه حلشان جدایی بوده وگرنه پایان دادن به زندگی مشترک برای هر کسی قطعا دشوارتر از تصور خواهد بود. »

پاسخگوی ۱۸ از استان کردستان ۲۰ ساله در مورد راه‌حل بودن طلاق چنین بیان می‌کند:

«طلاق راه حل مشکلات سختی است که توسط زن،شوهرو اطرافیان آنها قابل حل و فصل نبوده است.»

با وجود آنکه مشارکت‌کنندگان تحقیق طلاق را واقعه‌ای تلخ، دردناک، عذاب آور و سخت تلقی می‌کنند اما اغلب انها باور داشتند که طلاق می‌تواند منطقی‌ترین راه‌حل برای خروج از وضعیت بحرانی حاکم در خانواده باشد. انها بیان نموده‌اند که در زندگی مشترک ممکن است شرایطی حاکم شود که ادامه زندگی ممکن نباشد و طلاق آخرین راه حل و تنها راه چاره برای برون‌رفت از آن شرایط باشد. در این باره جان برناردز[1] (۱۳۹۶) معتقد است برای نسل‌های جوان‌تر طلاق بیشتر راه‌حل در نظر گرفته می شود تا معضل اجتماعی.

طلاق مانع برخی آسیب‌ها

نمونه‌های مورد بررسی طلاق را مانع آسیب‌هایی همچون: ضروت، جلوگیری از فساد تباهی، مانع از آسیب روحی و روانی، همچون دارو، جلوگیری از آسیب به بچه ها، به نفع زوجین و بچه ها و مانع بروز مشکلات برای کودکان بیان کرده اند.

پاسخگوی ۹ از استان قزوین ۲۱ ساله اظهار می‌دارد:

«درجایی که جان افراد در خطر باشد و مشکل بیش از اندازه حاد باشد، ظاهرا چاره ی کار طلاق است.»

پاسخگوی ۱۶ از آذربایجان غربی ۲۳ ساله در مورد طلاق چنین بیان می‌کند:

«طلاق را اگر مستقل از اتفاقاتی که در کشورمان اتفاق بیفتد در نظر بگیریم، موضوعی کاملا عادی و عقلانی است و شخصا به نظرم حتی به سود دو طرف و حتی فرزند انهاست، زیرا از مسائل و نزاع‌هایی که به طور حتم در اینده رخ می‌دهد و روی روان آنها تاثیر می‌گذارد جلوگیری می‌کند و اینده فرزند را به خطر نمی‌اندازد.»

پاسخگوی ۱۸ از استان کردستان ۲۰ ساله چنین بیان می دارد:

[1] Jon Bernardes

«گاهی زندگی زناشویی دچار تنش‌های شدید می‌شود و از هم فرو می پاشد و از نظر عقلی هیچ تردیدی وجود ندارد که گاهی روابط زن و شوهر به اندازه‌ای تباه و خراب می‌شود و به حدی از یکدیگر یا طرفی از دیگری متنفر می‌شود که امکان آشتی و مصالحه میان آنها وجود ندارد و تنها راه چاره و رهایی آنها از بند یکدیگر طلاق و جدایی است و این جدایی در جهت جلوگیری از نگرانی، سرگردانی، فساد و تباهی هرچه بیشتر صورت می‌گیرد.»

پاسخگوی ۱۰ از استان گیلان ۲۰ ساله طلاق را به دارو تشبیه می‌کند:

«طلاق را می‌توان به دارو تشبیه کرد؛ زمانی که ازدواج در معنی واقعی ناموفق است و از رسالت خود خارج شده و دیگر آرامش‌دهنده نیست، بلکه سلامت روانی و اجتماعی افراد را به خطر می‌اندازد، این جاست که گویی فرد به بیماری گرفتار گشته که ای کاش نمی‌گشت و باید سعی به خوددرمانی نیز یکندو اما اگر نشدنی بود، به سراغ این داروی با عوارض بالا برود. پس ما طلاق درست نیز داریم.»

پاسخگوی ۱۱ از استان گیلان ۲۳ ساله چنین بیان می‌کند:

«طلاق گرفتن بجا هنگامی که تلاش زوجین بی فایده باشد، توصیه می‌شود؛ زیرا اگر دوانسان نتواند سر مشکلات به تفاهم برسد چه بسا که اگر همدیگر را تحمل کنند از لحاظ روحی بیشتر اذیت می‌شوند. »

پاسخگوی ۲۵ از آذربایجان شرقی ۲۱ ساله چنین اظهار می‌کند:

«در مواقعی دو فرد پس ازگذشت زمان متوجه می‌شوند اصلا هیچ نقطه مشترک و تفاهمی باهم ندارند و ادامه دادن این زندگی مشترک نه تنها سودی برای انها ندارد، بلکه باعث آسیب‌های روحی روانی در هر دو طرف می‌شود، گاهی ادامه دادن زندگی مشترک به اجبار باعث آسیب‌های اجتماعی نظیر خیانت و اعتیاد و...می‌شود نه طلاق!».

پاسخگوی ۱۳ از استان البرز ۲۰ ساله چنین اظهار می‌دارد:

«در خیلی از خانواده‌ها پدر و مادر بخاطر فرزندشان از هم جدا نمی‌شوند، در حالی ک ذاتا کنار هم نیستند؛ یعنی کنار هم آرامش خاطر ندارند و رفتارهایی از خود نشان می‌دهند که اگر جدا زندگی کنند، بیشتر به نفع فرزندشان است تا اینکه باهم در مکانی مشترک زندگی کنند و با رفتارهای خود آرامش روانی فرزندشان را مختل کنند.»

پاسخگوی ۲۹ از آذربایجان شرقی ۲۱ ساله چنین می‌گوید:

«پدر ومادرهایی هستند که با وجود اختلافات بسیار بخاطر فرزندان خود پای زندگی با یکدیگر مانده‌اند و فرزندان آنها دچار مشکلات روحی و روانی بسیاری است..»

پاسخگوی ۲۶ از آذربایجان غربی ۲۰ساله چنین بیان می‌کند:

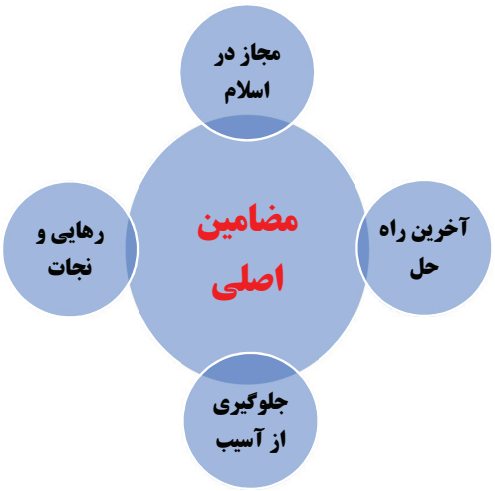
«درست است که فرزندان طلاق از نظر روحی و اجتماعی آسیب‌های بسیار زیادی می‌بینندریال اما می‌توان با کمک گرفتن از مشاور وتوافق بین پدر و مادر این آسیب‌ها را به حداقل رساند که این آسیب‌ها در برابر آسیب زندگی میان دو پدر و مادر که مدام باهم مشکل دارند و جو خانه که همیشه متشنج است، هیچ است.»

با وجود آنکه اغلب دانشجویان به پیامدهای و آسیب‌های ناگوار فردی و اجتماعی طلاق و نگاه بد جامعه به آن آگاهی داشتند، اما در برخی مواقع طلاق را ضرورتی می‌دانستند که مانع آسیب‌های بیشتر به زوجین و فرزندان می‌شود . ازدواج از نظر نمونه‌های مورد بررسی امری گسستنی است و طلاق در مواقعی که سلامت جسمی و روحی زوجین و بچه‌ها در خطر است، بر حفظ زندگی اولویت دارد. طلاق می‌تواند به مشاجرات بی‌پایان و مخرب خانوادگی پایان دهد و کودکان را از استرس نگرانی و اضطراب نجات دهد. به عبارت دیگر، در خانواده‌ها اصل سلامت جسمی و روحی زوجین و فرزندان انهاست و در صورتی که این اصل در زندگی مشترک به خطر بیفتد، طلاق می‌تواند به عنوان یک ضرورت بکار آید. انچنان که اماتو معتقد است طلاق می‌تواند زمینه‌ساز زندگی شادتری برای بزرگسالان و نجات کودکان از محیط نامطلوب چنین خانواده هایی شود(اماتو،۲۰۰۰) چنانچه تلقی از طلاق این باشد که این امر به شرایط مشاجره در خانواده پایان می‌دهد و کودکان را از استرس و نگرانی دور می‌کند، در این صورت نمی‌تواند امری مذموم و ناپسند تلقی شود.

بحث و نتیجه‌گیری

طی دهه‌های گذشته طلاق بیش از هر عامل دیگری خانواده‌های ایرانی را تهدید می‌کند. تحقیقات بین‌نسلی نشان می‌دهد که نگرش نسل جوان به‌خصوص زنان نسبت به طلاق تغییر یافته و این تغییر نگرش به افزایش طلاق در جامعه منجر شده است. بررسی ادراکات و نظرات نسل جوان به‌ویزه دختران جوان می‌تواند درک و فهم دقیق‌تری از نظرات و دیدگاه‌های آنان از طلاق در اختیار ما قرار دهد. بنابراین این پژوهش در پی پاسخ به این سوال بود که دانشجویان دختر چه درکی از طلاق دارند؟

نمونه‌های مورد پژوهش به صورت هدفمند از دختران دانشجوی دانشگاه فرهنگیان انتخاب شدند. برای جمع‌اوری اطلاعات از ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و به منظور تحلیل اطلاعات از تکنیک تحلیل مضمون استفاه گردید. ادراکات و تصورات دانشجویان از طلاق در چهار مضمون مجاز در اسلام، رهایی و نجات، آخرین راه‌حل و جلوگیری از آسیب دسته بندی شدند.



نمودار مضامین استخراج‌شده

در مضمون مجاز در اسلام، دانشجویان معتقد بودند که با وجود انکه طلاق در اسلام مکروه و منفور بوده و توصیه نشده، اما ممنوع و حرام نیز اعلام نگردیده است؛ به‌طوری که در شرع اسلام طلاق در مواردی و شرایطی جایز است.

در مضمون رهایی و نجات، دانشجویان اظهار داشتند که اگر زندگی مشترک چنان سخت و دشوار شود که مرد و زن را در زندگی خانوادگی دچار محرومیت و محدودیت کند، طلاق می‌تواند راه نجات و رهایی از ان وضعیت باشد. با توجه به اینکه نمونه های مورد بررسی از حقوق ماهیانه برخودار و دارای نوعی امنیت شغلی نیز هستند، ارزش اقتصادی ازدواج برای انها کمتر شده و ارزیابی آنها از ازدواج و طلاق بر حسب رضایتمندی و خرسندی شخصی انها از دوام این رابطه است. بنابراین اگر چنانچه یک ازدواج با خرسندی و رضایت شخصی همراه نباشد و به انتظارات فردی و اجتماعی انها پاسخ ندهد و از سوی دیگر همراه با مسائل، سختی ها و مشکلاتی باشد که موجب محدودیت و محرومیت انها شود، می‌تواند گسستنی و پایان‌پذیر باشد. داشتن شغل و درآمد نوعی توانایی در تصمیم‌گیری برای دختران دانشجو فراهم می‌سازد و این فرصت برای انها مهیاست که در انتخاب همسر و ازدواج و طلاق از استقلال و ازادی بیشتری برخوردار باشند. اشتغال و کسب درامد همچنین منجر به اعتماد به نفس زیادتر زن شده و استقلال اجتماعی روان‌شناختی وی را افزایش می‌دهد و ضمن ایجاد استقلال اقتصادی برای زنان، هزینه طلاق را برای آنها کم می‌کند.(علی مندگاری و همکاران،۱۳۹۱) بنابراین از دیدگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش، طلاق نقطه پایانی برای زندگی تلقی نمی‌شود و می‌تواند اتفاقی نجات‌بخش و فرصتی برای ساختن زندگی بهتر باشد.

در مضمون آخرین راه حل منطقی، مشارکت‌کنندگان تحقیق طلاق را به عنوان آخرین راه حل تلقی نموده‌اند. آنها اظهار داشتند در صورتی که در زندگی مشترک، مشکلات و مسائل زوجین به حدی باشد که برای آنها قابل تحمل نباشد طلاق می‌تواند بهترین راه حل منطقی باشد. افزایش تحصیلات دختران و زنان موجب افزایش رویکرد منطقی و عقلانی به زندگی خانوادگی می شود. تحصیلات خودبه خود سبب تغییر رفتار نگرش و انتظارات و باورهای فرد درباره امور مختلف جامعه و بازاندیشی آنان نسبت به نقش‌های جنسیتی و انتظارات خانوادگی می‌شود. در وضعیتی که برابری جنسیتی یکی از انتظارات و خواسته‌های اصلی زنان در خانه تلقی می‌شود، احساس بی‌عدالتی نسبت به تقسیم کار خانگی، رضایت شخصی زنان را از زندگی زناشویی کاهش می‌دهد و باعث می‌شود بیش از مردان به طلاق بیاندیشند. بنابراین تلقی آنها از طلاق و ازدواج امری مشروط و اختیاری می‌شود و طلاق می‌تواند امری محتمل و راهی برای پایان دادن به یک زندگی اشتباه باشد. همچنین افزایش طلاق‌ها در جامعه و عادی تلقی شدن این رفتار موجب شده است که بسیاری از دختران و زنان طلاق را امری عقلانی و عادی پنداشته و راه‌حلی برای پایان دادن به مسائل خویش در زندگی مشترک تلقی کنند.

در مضمون طلاق مانع آسیب، نمونه های مورد بررسی اظهار داشتند که طلاق می‌تواند مانع آسیب‌های بیشتر جسمی، روحی روانی و اجتماعی برای زوجین و فرزندانشان باشد. بنابراین طلاق تصمیمی است که می‌تواند جلوی ضررها و آسیب‌های بیشتر را بگیرد. در فرهنگ سنتی و عامه ایرانیان زن و شوهرها به‌ویژه زنان را به نهایت بردباری، گذشت و سازگاری نسبت به همسر فراخوانده است و رعایت این رفتارها نوعی ارزش اجتماعی به حساب می‌آیند و حال آنکه از طلاق و جدایی به‌عنوان منفورترین حلال‌ها و یک ضد ارزش یاد می‌شود. سازگاری با همسر و تحمل برای حفظ زندگی یا تحمل به خاطر فرزندان، توصیه‌ها و اندرزهایی بود که بزرگان و ریش‌سفیدان خانواده به زوجین جوان داشتند. (فروتن، ۵۲:۱۳۷۹) به نظر می‌رسد تغییر وضعیت زنان در حوزه خانواده این اعتقاد و باور سنتی و عامیانه را در ذهنیت و باور زنان و دختران امروزی تضعیف کرده است.

تحولات فرهنگی و اجتماعی همچون گسترش فرهنگ فردگرایی و تفکرات فمنیستی همراه با افزایش تحصیلات و اشتغال زنان و استقلال اقتصادی و مالی و نیز دسترسی به فضای مجازی و گردش اطلاعات، ذهنیت زنان به نقش‌های جنسیتی، ازدواج و تشکیل خانواده و طلاق را تغییر داده است. آنان در پی آنند که وضعیت «سوختن و ساختن در خانه» را به عرصه «مذاکره و چانه‌زنی بین زوجین» تبدیل سازند. الگوی خانوده سنتی «مرد نان‌آور و زن خانه‌دار» تغییر یافته است و زنان خواهان عاملیت و تاثیرگذاری بیشتری در روابط اجتماعی و خانوادگی هستند. سهم عاملیت ارادی و انتخابی(زنان) در برابر ساختارها و نهادها افزایش یافته و تاثیر یکجانبه و تعیین‌کننده ساختارها و نهادها بر زنان کاهش یافته و انها را از وضعیت

منفعل، به طرف مذاکره تبدیل کرده است. خانواده به عنوان نخستین مکان هویت‌سازی و محل بازتولید جنسیت، اکنون محل استقرار افرادی است که نظم جنسی و جنسیتی موجود در ان را به پرسش کشیده و به توسعه خود در برابر نهاد خانواده اقدام کرده‌اند(عرب خراسانی، ۱۳۹۹: ۸۴) در مورد طلاق نیز مشارکت‌کنندگان تحقیق موضعی فعالانه به ان داشتند. انها طلاق را نه آسیب اجتماعی، بلکه راه‌حلی منطقی برای رهایی و نجات از مصائب زندگی مشترک می‌دانند برخی از آنها باور داشتند که «طلاق بهتر از تحمل کردن» است. نتایج این تحقیق با یافته‌های عرب خراسانی(۱۳۹۹) و چابکی(۱۳۹۱) و علی مندگاری و همکاران(۱۳۹۵)همسوست. همچنین در مورد تغییر نگرش زنان به طلاق، یافته‌های پژوهش فروتن ومیرزایی(۱۳۹۵)، فلاحی گیلان و همکاران(۱۳۹۱) و صادقی(۱۳۹۵) را تایید می‌کند.

بدین ترتیب به نظر می‌رسد با توجه به تغییرات صورت گرفته در وضعیت زنان در جامعه و درون خانواده، منطق تشکیل خانواده و ازدواج و طلاق در ذهنیت و باورهای زنان تغییر یافته است. زنان در حال بازاندیشی در نقش‌های جنسیتی خود در خانواده‌های سنتی هستند. آنها در پی این هستند تا جایگاه برابر و عادلانه‌ای در خانه و جامعه داشته باشند. بدین ترتیب از منابع اقتصادی و فرهنگی خویش در جهت کنشگری فعال در بر قراری روابط عادلانه و برابر در جامعه و زندگی خانوادگی بهره می‌برند.

منابع

- استروس، آنسلم و کوربین، جولیت. (۱۳۹۳). **اصول و روش تحقیق کیفی**. بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- برناردز، جان. (۱۳۹۶). **درآمدی بر مطالعات خانواده**. حسین قاضیان. تهران: انتشارات نی
- بگی، میلاد و حسنی، حاتم. (۱۴۰۰). «**تفاوت‌های نسلی در نگرش نسبت به طلاق در ایران: کاربرد الگوی چندسطحی**». پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. س ۱۰ ش ۳(۳۴)، صص ۲۳-۴۴
- تقوی، نعمت‌اله. (۱۳۷۹). **درآمدی بر جامعه‌شناسی خانواده**. تهران: انشترات پیام نور
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۳). **جامعه‌شناسی**. منوچهر صبوری. تهران: انشارات نی
- سازمان ثبت احوال کشور. (۱۴۰۰). دفتر آمار و اطلاعات جمعیتی و مهاجرت، صفحه داده‌های آمارهای حیاتی.
- صادقی، رسول؛ ابراهیمی، مرضیه و زنجری، نسیبه. (۱۳۹۵). «**واکاوی ادراک جوانان از تجربه طلاق: مطالعه کیفی در شهر تهران**». بررسی مسائل اجتماعی ایران. ۷ (۲)، صص ۱-۲۸.
- صادقی، رسول. (۱۳۹۶). «**نگرش نسبت به پیامدهای طلاق و تاثیر ان بر تمایل زوجین جوان به طلاق در شهر تهران**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. دوره ۱۶ ، شماره ۳۸ ، صص ۲۰۵-۲۲۲.
- صادقی فسایی، سهیلا و ایثاری، مریم. (۱۳۹۱). «**تحلیل جنسیتی از زندگی پس از طلاق: مطالعه کیفی**». فصل‌نامه زن در توسعه و سیاست. دوره ۱ ، شماره ۳ ، صص ۵-۳۰ .
- حسنی، محمدرضا؛ هدایتی، منصوره و محمدزاده، فاطمه.(۱۳۹۶). «**فرا تحلیل مطالعات انجام شده درباره نگرش به طلاق در سال‌های ۱۳۸۲-۱۳۹۴**». مجله مطالعات اجتماعی ایران. شماره ۳ ، صص ۱۲۶-۱۵۱.
- چابکی، ام البنین. (۱۳۹۲). «**مطالعه بین‌نسلی رابطه نگرش به طلاق و کارکردهای خانواده در زنان شهر تهران**». مطالعات زن و خانواده. دوره ۱ ، شماره ۱ ، صص ۱۵۹-۱۸۵.

- زارعان، منصوره و سدیدپور، سمانه سادات. (۱۳۹۵). «**فراتحلیل تحقیقات مربوط به طلاق رویارویی عوامل فردی و اجتماعی**». بررسی مسائل اجتماعی ایران. س ۷ ، ش ۲ ، صص ۱۹۱-۲۱۸.
- عرب، سید محمد؛ ابراهیم‌زاده پزشکی، رضا و مذوتی شریف‌آبادی، علی. (۱۳۹۳). «**طراحی مدل فراترکیب عوامل موثر بر طلاق با مرور نظام‌مند مطالعه‌های پیشین**». مجله تخصصی اپیدمیولوژی ایران، س۱۰ ، ش ۴ ، صص ۱۰-۲۲.
- عرب خراسانی، سمیه. (۱۳۹۸). «**جنسیت و جدایی: روایت زنانه**». مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان. سال ۱۷، شماره ۱، صص ۳۵-۶۲.
- علی مندگاری، ملیحه؛ قاضی طباطبایی، محمود و ساداتی، سید محمد. (۱۳۹۵). «**آزمون مدل نظری مفهومی تمایل زوجین به طلاق در شهر تهران**». دو فصل‌نامه مطالعات جمعیتی. دوره ۱ ، شماره ۱ ، صص ۶۱-۹۳.
- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۹۹). **هنر انجام پژوهش کیفی از مسئله‌یابی تا نگارش**. تهران: انتشارات آگاه
- سهراب زاده، مهران؛ شعاع، صدیقه؛ نیازی، محسن و موحد، مجید. (۱۳۹۸). «**بازاندیشی نقش‌های جنسیتی زنانه و تعیین‌کننده‌های فرهنگی و اجتماعی مرتبط با ان (مورد مطالعه:زنان متاهل شهر شیراز)**». مجله زنان و خانواده. سال ۱۴، شماره ۴۹ ، صص ۸۷-۱۱۱.
- فیروزجاییان گلوگاه، علی‌اصغر و صادقی، سهیل. (۱۳۹۷). «**فرا تحلیل مطالعات انجام‌شده در حوزه طلاق در ایران**». مطالعات زن و خانواده. س ۶ ، ش ۲ ، صص ۱۱۱-۱۴۳.
- فولادیان، مجید و شجاعی قلعه نی، مینا. (۱۳۹۹). «**مطالعه جامعه‌شناختی فرایندهای وقوع طلاق**». فصل‌نامه خانواده‌پژوهی. سال ۱۶ ، شماره۶۲ ، صص ۲۳۱-۲۵۷.
- کلانتری، عبدالحسین؛ روشنفکر، پیام و جواهری، جلوه. (۱۳۹۰). «**مرور سه دهه تحقیقات علل طلاق در ایران**». مطالعات راهبردی زنان. ش ۵۳ ، صص ۱۲۹-۱۶۲.
- کلانتری، عبدالحسین؛ روشنفکر، پیام و جواهری ، جلوه. (۱۳۹۰). «**مرور نظام‌مند سه دهه تحقیقات انجام‌شده در ایران با تاکید بر ملاحظات جنسیتی(۱۳۷۶-۱۳۹۰)**». زن در توسعه و سیاست. س ۹ ، ش ۳، صص۱۱۱-۱۳۱.
- کرمی، فرشاد و البرزی، صدیقه. (۱۳۹۷). «**بررسی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش به طلاق در شهر شیراز**». دو فصل‌نامه مطالعات جمعیتی. دوره ۴ ، ش ۱ ، صص ۱۰۱-۱۲۶.
- فلاحی گیلان، روح اله؛ روشنفکر، پیام و پور کسمایی، مریم. (۱۳۹۱). «**بررسی بین‌نسلی نگرش به طلاق در استان زنجان**». فصل‌نامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی. س ۱ ، ش ۲ ، صص ۱۳۹-۱۵۶.
- فروتن، یعقوب. (۱۳۷۹). «**ملاحظات جمعیتی در فرهنگ عامه ایران**». فصل‌نامه جمعیت. شماره ۳۱، صص۴۶-۶۹.
- فروتن، یعقوب و میرزایی، سمیه.(۱۳۹۵). «**نگرش به طلاق و تعیین‌کننده‌های آن در ایران**». دو فصل‌نامه جمعیت. دوره ۲ ، شماره ۲ ، صص ۱۹۳-۲۲۵.
- گودزی، محسن. (۱۳۹۴). «**نگرش زنان به هنجارهای خانوادگی و آگاهی‌های جنسیتی**». تحلیلی از یافته‌های پیمایش ملیگزارش وضعیت زنان در ایران. تهران: نشر نی
- فیلیک، اووه. (۱۳۹۲). **درآمدی بر تحقیق کیفی**. هادی جلیلی. تهران:انتشارات نی
- ملتفت، حسین؛ شهپری، داود و محبی میمندی، مهیار. (۱۳۹۹). «**پویایی طلاق در ایران ۱۳۸۳-۱۳۹۳**». فصل‌نامه خانواده‌پژوهی. س ۱۶ ، ش ۶۴ ، صص ۵۴۷-۵۶۸.
- محبی، فاطمه. (۱۳۹۱). **تبیین جامعه شناختی طلاق**. *از کتاب اندیشه‌های راهبردی زن و خانواده*. تهران: پیام عدالت
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۳). «**بسترها، پیامدها و سازگاری زنان مطلقه شهر تهران(یک مطالعه پدیدارشناسی)**». فصل‌نامه مشاوره و روان‌درمانی خانواده. ۴(۱)، صص۱۳۵-۱۷۲.
- مرادی، علی و فرخی، ماندانا. (۱۴۰۰). «**عوامل اجتماعی موثر بر نگرش افراد به مقوله طلاق(مورد مطالعه: زنان متاهل اسلام اباد غرب)**». مجله زن و مطالعات خانواده. سال ۱۳ ، شماره ۵۱ ، صص ۷۹-۱۰۱.

- محمدی اصل، عباس. (۱۳۹۶). **روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی**. تهران: نشر ورجاوند
- موسوی، مهری سادات. (۱۳۹۵). «**بازنمایی معنایی طلاق توافقی**». خانواده‌پژوهشی. س ۱۲ ،ش ۴۶ ، صص ۲۸۷-۳۰۴.
- نیازی ، محسن؛ عسگری کویری، اسما ، الماسی بیگدلی، احسان؛ نوروزی، میلاد و نورانی، الناز. (۱۳۹۶). «**فرا تحلیل و تحقیقات درباره عوامل مرتبط با طلاق در ایران برای دوره ۱۳۸۶-۱۳۹۶**». مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان. س ۱۵ ، ش ۴ ، صص ۱۷۷-۲۰۲.
- یحیی زاده، حسین؛ حامد ، محبوبه. (۱۳۹۴). «**مسائل فرزندان طلاق در ایران و مداخلات مربوطه؛ فراتحلیل مقالات موجود**». مطالعات زن و خانواده. س ۳ ، ش۲ ، صص ۹۱-۱۲۰.
- Aghajanian, A., & Thompson, V. (2013). "**Recent Divorce Trend in Iran"**. Journal of Divorce & Remarriage, 54(2), 112-125.
- Amato, P. R. (2000). "**The Consequences of Divorce for Adults and Children"**. Journal of Marriage and the Family, 62(6), 1269-1287.
- Amato, P., & Denise, P. (2003). "**People's Reasons for Divorcing: Gender, Social Class, the Life Course, and Adjustment"**. Journal of Family Issues, 24(5), 602-626.
- Amato, P. R., & Keith, B. (1996). "**Parental Divorce and the Well-Being of Children: A Meta-Analysis".** Psychological Bulletin, 110(1), 26-46.
- Rootalu, K. & Kasearu, K. (2016). **"Adolescents' Attitudes Toward Divorce: Does Parental Influence Matter in a Changing Society".** Journal of Divorce and Remarriage, Vol. 57: 195-211.
- Oppenheim Mason, K. & Jensen. A. (1995). **Gender and family change in industrialized countries**. Oxford: Clarendon Press
- Sadeghi, R., & Aghajanian, V. (2019**). "Attitude and propensity to divorce in**
- **Iran: Structural and ideational determinants"**. Journal of Divorce &
- Remarriage, 1-22.
- Lincoln, Y.S. and Guba, E.G. (1985). **Naturalistic Inquiry**. London; SAGE
- Braun, V. & Clarke, V. (200۷). **"Using thematic analysis in psychology".** Qualitative Research in Psychology, Vol. 3, No. 2, Pp. 77-101.
- Diaz, N., Molina O.. MacMillan, T. Duran, L & Swart, E. (2013). **"Attitudes toward Divorce and Their Relationship with Psychosocial Factors among Social Work Students**". Journal of Divorce and Remarriage, Vol. 54: 505-518.
- Kwan, L., L. Mellor, D. Rizzuto, L. Kolar, C. Mamat, Norul Hidayah Bt. (2013). **"The Relationship between Perceived Interparental Conflict and Malaysian Young Adults' Attitudes toward Divorce**". Journal of Divorce and Remarriage, V 54: 596- 607.
- Whitton, Sarah W. Stanley, Scott M. Markman, Howard J. Johnson, Christine A. (2013). **"Attitudes Toward Divorce, Commitment, and Divorce Proneness in First Marriages and Remarriages"**, Journal of Remarriage and family, Vol. 75 (2): 276-287.
- Weitzman, L. (1985). **The divorce revolution: the unexpected social and economic consequences for women and children in America**. New York: Free Press.

۶

ارائه مدل توسعه کاربست دستاوردهای علمی– پژوهشی با تاکید بر حوزه ورزش و جوانان

مهری صفرنژاد[۱]
ابوالفضل فراهانی[۲]
علی‌محمد صفانیا[۳]
حمید قاسمی[۴]

10.22034/ssys.2022.2216.2585

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۱/۱۲
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۲/۲۵

هدف از این پژوهش، ارائه مدل توسعه کاربست دستاوردهای علمی- پژوهشی با تاکید بر حوزه ورزش و جوانان بود. روش مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش، روش ترکیبی آمیخته اکتشافی متوالی بود. ابزار پژوهش مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بودند که روایی آن تأیید و پایایی آن با معیار پی‌اسکات ۰/۹۴ محاسبه شد. در بخش آزمون الگوی تحقیق از نظر ذینفعان، مطالعه به صورت کمی و از طریق پرسش‌نامه محقق‌ساخته مستخرج از مدل کیفی و با استفاده از نرم‌افزار آماری معادله ساختاری صورت گرفت. یافته‌های تحقیق با توجه به مراحل اجرای تحقیق، در دو بخش یافته‌های حاصل از مطالعات اسنادی و یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها در قالب روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد با رویکرد اشتراس و کوربین (۱۹۹۸) با هم ترکیب شد. داده‌های مذکور در قالب ۴ محور، ۶۲ مقوله، ۱۸۹ مفهوم و ۲۳۸ کد باز (گویه) مشخص شد و در دل ابعاد ۶ گانه مدل پارادایمی به صورت موجبات علی؛ مقوله اصلی و مرکزی؛ راهبردها در مجموع: در سطح ۱ (راهبردهای مدیریتی عملیاتی با ۴ مقوله)، در سطح ۲ (راهبردهای مدیریتی میانی با ۶ مقوله) و در سطح۳ (راهبردهای مدیریتی کلان با ۳ مقوله)؛ شرایط زمینه‌ای؛ شرایط مداخله‌گر یا میانجی و پیامدهای حاصل از اجرای راهبردها جای گرفتند. بر اساس فرآیند کدگذاری محوری جهت تدوین گزاره‌های حکمی یا قضایای پژوهش اقدام شده است. این گزاره‌ها به روابط بین مقوله‌ها اشاره دارند و در مرحله کدگذاری گزینشی روابط بین مقولات آشکار و مدل پارادایمی نظریه برخاسته از داده‌ها فراهم آمد. همچنین بعد از تعیین شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، شرایط علی، پدیده مرکزی، راهبردها و پیامدها؛ الگوی پیشنهادی برای توسعه کاربست پژوهش‌های ملی ورزشی طراحی شد. نتایج کدگذاری مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های پژوهش نشان داد که طبق شرایط علی، در پدیده اصلی و مرکزی توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی، راهبردها در سطوح فردی، میانی و کلان، در شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر یا میانجی و پیامدها در ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی، مدیران و سیاست‌گذاران سازمان‌های ورزشی می‌توانند از مقوله‌ها (ابعاد)، مفاهیم مستقل و گویه‌های هر بخش ارائه مدل پیشنهادی جهت توسعه هرچه بیشتر کاربست دستاوردهای علمی- پژوهشی با تاکید بر حوزه ورزش و جوانان استفاده نمایند.

واژگان کلیدی: مدل، کاربست پژوهش ، ورزش و جوانان.

[۱] دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، ایران
[۲] استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Afarahani@pnu.ac.ir
[۳] استاد، گروه مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
[۴] استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

مقدمه

کاربست دستاوردهای علمی- پژوهشی در حوزه ورزش و جوانان و انتقال آن از دانشگاه‌ها و موسسات تحقیقاتی به موسسات بخش دولتی و خصوصی، موضوعی است که طی چند دهه گذشته توجه بسیاری از مدیران و کارگزاران فعال در عرصه سیاست‌گذاری علم و فناوری ورزشی را در کشورهای مختلف به خود جلب نموده است، چرا که تاثیر دستیابی به فناوری ورزشی و استفاده موثر از آن به‌عنوان یکی از عوامل مهم در افزایش بهره‌وری اقتصادی و صنعتی کشورها در حیطه ورزش به اثبات رسیده است. در این میان، مشارکت موسسات تحقیقاتی ورزشی که اغلب مسئولیت انجام پژوهش، توسعه و ارائه خدمات دانشی و مرتبط با فناوری‌های مورد نیاز ورزشی برای دولت و جامعه را بر عهده دارند، نه‌تنها موجب رشد و توسعه رقابت‌پذیری ورزش در کشورها می‌شوند، بلکه با کابردی‌کردن استفاده از دانش ورزشی در سطح ملی باعث می‌گردند که سازمان‌های ورزشی روز به روز بر درآمدزایی خود افزوده و اتکای خود را برای دریافت بودجه‌های دولتی کاهش دهند و به این ترتیب راه برای سرمایه‌گذاری دولت در ارائه خدمات بیشتر به شهروندان در حوزه‌های دیگر هموارتر گردد. در حوزه پژوهش‌های ورزشی در کشور ایران، طرح‌های ملی زیادی در این زمینه وجود ندارد و همین محدود بودن تعداد پیمایش‌های ملی در حوزه ورزش باعث شده که اطلاعات دقیقی درباره توسعه و تجاری‌سازی ورزش نداشته باشیم(اقشاری،۱۳۹۷). پژوهش‌هایی که عموماً در حوزه علوم انسانی و اجتماعی انجام می‌شود، کوچک و با جمعیت محدود بوده و در ایران، تعداد این نوع پژوهش‌ها به چند مورد محدود می‌شود. یک از تفاوت‌هایی که بین پژوهش‌های حوزه علوم اجتماعی کشورهای در حال‌توسعه از جمله ایران و کشورهای توسعه‌یافته وجود دارد این است که در کشورهای دیگر دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی در مورد مسائل مختلف کشور خود پژوهش‌های ملی انجام می‌دهند. پژوهش‌های انجام‌شده در کشور ما و در بسیاری از کشورهایی که در سیستم‌های پژوهشی توسعه خوبی ندارند، پژوهش‌های کوچکی است و در یک جمعیت و منطقه جغرافیایی محدود انجام می‌شود(عبدالمالکی،۱۳۹۶). اطلاعات پژوهش‌های ملی هم برای دستگاه‌های اجرایی و نهادهای سیاست‌گذار مفید است و هم محققان با استفاده از نتایج این پژوهش‌ها می‌توانند پژوهش‌های متعددی را تعریف کنند، مقالات زیادی را تدوین و در نهایت این پژوهش‌ها راه را برای نظریه‌پردازی و رشد علمی باز می‌نمایند. بدون تردید، عدم‌بکارگیری یافته‌های پژوهشی محققان حوزه تربیت‌بدنی وعلوم ورزشی در تصمیم‌گیری‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های ورزش کشور موجب اتلاف سرمایه‌های مادی و انسانی خواهد شد. در واقع، اگر از یافته‌های پژوهشی بهره‌برداری نشود، در روحیه پژوهشگران اثر منفی دارد و دیگر رغبتی بر حل مشکلات از طریق فعالیت‌های پژوهشی وجود نخواهد داشت. علاوه بر آن، بی‌توجهی به بهره‌گیری از این یافته‌ها تاثیر سوئی بر ذهنیت سازمان‌های متولی ورزش کشور نیز برجای خواهد گذاشت(مقصودی،۱۳۹۵).

از این رو، در این مقاله تلاش شده تا با شناسایی اجزای اصلی ارئه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی و فناوری‌های توسعه داده‌شده در موسسات تحقیقاتی ورزش ایران، چارچوبی برای انجام هرچه بهتر کاربست پژوهش‌های ورزشی ارائه شود.

پژوهش زمینه‌ساز رشد و توسعه پایدار در جامعه نامیده می‌شود. هر جامعه‌ای برای ایجاد تغییرات جدی، گذر از وضعیت نامطلوب، رسیدن به وضعیت مطلوب و ایدهآل و همچنین بهینه‌سازی کارها، نیازمند تحقیقات و مطالعات پژوهشی است. بر این اساس، پژوهش را می‌توان نوعی فعالیت سازمان‌یافته دانست که توسط متخصصان رشته‌های مختلف در زمینه‌های خاص و برای رسیدن به نتایج مطلوب انجام می‌گیرد. اما اگر زمینه‌های بهره‌گیری از همین پژوهش‌ها فراهم نباشد، تلاش‌ها عبث بوده و عایدی برای جامعه نخواهد داشت(فراهانی و همکاران،۱۳۹۶).

تحقیقات ملی به تحقیقاتی اشاره می‌شود که موضوع یا چالشی در سطح ملی مطرح است و در عمل پژوهشگر باید به پاسخ‌ها یا راه‌حل‌هایی برای رفع آن مشکل یا مسئله ملی دست پیدا کند. معمولا تاکید بر این است که با اهداف ملی سازگار و در جهت اهداف ملی باشد، زیرا بتواند مشکلی را حل کند و یا پاسخی مناسب در این زمینه ارائه شود. از این بابت دسته‌بندی‌های دیگری هم می‌تواند نظیر تقسیم‌بندی‌های کشوری مانند استانی، شهری و منطقه‌ای وجود داشته باشد. تحقیقات ملی بر نوع پروژه‌های پژوهشی تاکید می‌کند که در سطح ملی قابل بررسی و نتایج آن در سطح مرزهای یک کشور با عنوان یک بحث ملی قابل استفاده است(قاسمی،۱۴۰۰).

حمایت مالی بر ورزش تأثیر به سزایی می‌گذارد. بنابراین، یک راه مفید برای پیشبرد حمایت مالی؛ تحقیقات راهبردی شامل درک فعلی ما از ورزش است. حمایت مالی ممکن است بر حوزه ورزش تأثیر بگذارد(آلساندرو پلاسو[1]، ۲۰۱۹).

یکی از مسائل عمده تربیت‌بدنی، ضرورت پر کردن فاصله بین عمل و تحقیق است. اغلب بین یافته‌های تحقیقی و کاربرد آنها فاصله وجود دارد. اعتبار و روایی محدود یافته‌های تحقیقی نیز کاربرد نتایج تحقیقی را در وضعیت‌های عملی با مشکل مواجه ساخته است(دولت‌آبادی، ۲۰۱۵). چگونه ما می‌توانیم این شکاف را پر کنیم؟

ما با شناخت این فاصله‌ها، قدم های اولیه را در این زمینه برداشته‌ایم. به کمک چندین وسیله می‌توان این فاصله را کم کرد. برنامه‌های آمادگی حرفه‌ای برای خواندن و تفسیر کردن چنین تحقیقاتی، بهترین کار را انجام می‌دهند. همچنین دانش مربوط به علوم تحقیق و علوم آمار، همکاری مشترک محققان و دست‌اندرکاران در انجام طرح‌های تحقیقی نیز رویکردی مناسب برای پر کردن این شکاف است. محققان

[1] Alessandro M. Pelusoa

باید نهایت تلاش خود را در جهت از بین بردن این فاصله به عمل آورند و در گزارش‌های تحقیقی، موارد کاربرد یافته‌های خود را مشخص سازند(گالاشکو و ساجینبکوف[1]، ۲۰۱۴)

کشاورز و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل عوامل موثر بر رفتار ذینفعان در تجاری‌سازی پژوهش‌های ورزشی» دریافتند که ۶ عامل زی ساخت‌های مالی و اداری، توانمندی‌های محقق، نظام آموزشی، راهبردهای پژوهشی و تعاملی، شخصیتی و فرهنگی و شبکه اطلاعاتی بر رفتار ذینفعان در تجاری‌سازی پژوهش‌های فیزیولوژی ورزش تاثیر دارند . همچنین در تحقیق دیگری کشاورز و همکاران (۱۳۹۷) دریافتند برای تجاری‌سازی پژوهش‌های مدیریت ورزشی باید ارتباط بین سازمان‌های ورزشی و دانشکده‌های علوم ورزشی گسترش پیدا کند و پژوهش‌های دانشگاهی باید بر اساس نیازهای این سازمان‌ها انجام پذیرد. همچنین در دانشکده‌های علوم ورزشی باید محیط و شرایطی فراهم شود که تجاری‌سازی پژوهش‌ها بخشی از فرهنگ این دانشکده‌ها شود.

از این رو، به منظور بهره‌مندی اقتصادی و اجتماعی هر چه بیشتر از پتانسیل‌های علمی بخش پژوهش‌های کشور لازم است تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌ها به‌صورت جدی‌تری مورد پیگیری قرار گیرد و مدل راهبردی برای آن ارائه شود. این کار مستلزم اعمال مدیریت بر گسترش تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌ها در سطح سازمان‌های پژوهشی و دانشگاه است. از نظر محقق، نبود این مدل باعث دوری بیشتر پژوهشگر و کارفرما و بهره‌برداری ناقص از پژوهش‌ها و یافته‌های علمی خواهد شد. بنابراین پژوهش حاضر در پی تحلیل وضعیت و ارائه مدل مطلوب برای توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی با تاکید بر حوزه ورزش و جوانان می‌باشد تا از طریق ارائه مدل مورد نظر بتواند موجب بهره‌مندی مدیران و سیاست‌گذاران ورزش کشور و در نهایت موفقیت و تداوم فعالیت‌های سازمان‌ها و مراکز ورزشی در جامعه را فراهم آورد.

روش‌شناسی پژوهش

روش مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش، روش ترکیبی آمیخته اکتشافی متوالی بود. یافته‌های تحقیق با توجه به مراحل اجرای پژوهش، در دو بخش یافته‌های حاصل از مطالعات اسنادی و یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها در قالب روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد با رویکرد اشتراس و کوربین (۱۹۹۸) با هم ترکیب شد؛ بدین‌صورت که در بخش شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی، مطالعه به‌صورت کیفی و از طریق مصاحبه و مرور متون علمی انجام شد. طی مصاحبه با صاحب‌نظر هیجدهم اشباع نظری حاصل گشت و تجزیه و تحلیل داده‌ها تا رسیدن به اجماع نظری در مورد شناسایی مقوله‌های پدیده مرکزی، شرایط علّی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها صورت گرفت. در بخش کمی، ابتدا تجزیه و تحلیل توصیفی یافته‌ها به صورت نمودار و جدول توزیع فراوانی ارائه شد. سپس برای بررسی

[1] Galushko & Sagynbekov

طبیعی‌بودن داده‌ها از آزمون کالموگراف اسمیرتف استفاده گردید. در ادامه براساس توزیع داده‌ها، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر) در نرم‌افزار آموس یا اسمارت پی ال اس بهره‌گیری شد.

جامعه آماری بخش کیفی شامل اساتید علوم ورزشی دانشگاه‌ها (تولیدکنندگان پژوهش‌ها) و مدیران سازمان‌ها و مراکز ورزشی (مخاطبان پژوهش‌ها) به تعداد ۲۵ نفر بودند که مورد مصاحبه قرار گرفتند. جامعه آماری بخش کمی پژوهش شامل خدمات‌گیرندگان و موکلان بخش خدمات پژوهش و نتایج و دستاوردهای علمی و پژوهشی که در سطح مدیریت میانی ورزش کشور در سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ شاغل به خدمت به تعداد ۶۵ نفر بودند.

جدول۱. روش نمونه‌گیری

جامعه	مدیران و کارشناسان اساتید دانشگاهی
سازمان	سازمان‌ها و مراکز ورزشی علوم ورزشی
برآورد نمونه	بخش کیفی: براساس رسیدن اشباع نظری بخش کمی: نمونه آماری به تعداد قابل کفایت جهت مدل‌سازی در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس
روش نمونه‌گیری	بخش کیفی: با روش نظری از نوع قضاوتی (هدفمند) بخش کمی: با روش تصادفی ساده

یافته‌های پژوهش

یافته‌های بخش کیفی

این بخش به بیان نتایج حاصل از مصاحبه‌ها و مطالعات کتابخانه‌ای و کدگذاری آنها می‌پردازد. تجمیع و خلاصه مصاحبه‌ها (برآیند پاسخ‌های مورد تأیید گروه دلفی) پس از اجماع نظری در جدول ۲ ارائه شد. با توجه به راهنمای کوربین و اشتراوس (۲۰۰۸) در مورد انجام کدگذاری باز و محوری باید گفت که ابتدا با تفکیک متن مصاحبه به عناصر دارای پیام در داخل پاراگراف‌ها تلاش شد تا کدهای باز در هر سازه استخراج شوند و در مرحله بعدی آن مفاهیم در قالب مقوله‌های بزرگتری قرار گرفتند. بعد از این مرحله سعی شد که مقوله‌ها نیز در قالب دسته‌های بزرگ مفهومی طبقه‌بندی گردند. در مرحله دوم که کدگذاری محوری(۱. موانع (بازدارنده‌ها)، ۲.سوق‌دهنده یا پیش‌ران‌ها(تسهیل‌کننده‌ها)، ۳. انگیزاننده (محرک‌ها و انگیزش‌دهنده‌ها)، ۴. ویژگی درونی و اصلی (جذابیت و ملزومات) کاربست پژوهش‌های ورزشی است به روش استقرایی[1](جزء به کل) مقوله اصلی تعیین شد. سپس سایر مقوله‌ها در قالب ۶ سازه بزرگ شرایط علّی، پدیده مرکزی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌ای و پیامدها دسته‌بندی شدند. در نهایت در مرحله کدگذاری گزینشی، روابط بین مقولات آشکار، الگوی پارادایمی و نظریه‌ها فراهم آمد. به دلیل گستردگی کدهای باز، تنها به مفاهیم و تعداد کدهای باز آن و کدهای محوری و مقوله‌ها در جدول ۲ اشاره شده است.

بعد از بررسی‌های بسیار و مشورت با اساتید دانشگاهی و دیگر صاحب‌نظران، داده‌های مذکور در قالب ۴ محور، ۶۲ مقوله، ۱۸۹ مفهوم و ۲۳۸ کد باز (گویه) مشخص شد و در دل ابعاد ۶ گانه مدل پارادایمی به صورت موجبات علّی (۴ محور، ۱۳ مقوله، ۳۷ مفهوم و ۶۲ گویه)؛ مقوله اصلی و مرکزی: «توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی» (۴ محور،۹ مقوله، ۲۵ مفهوم و ۳۹ گویه)؛ راهبردها در مجموع (۳ کد محوری، ۱۳ مقوله، ۳۸ مفهوم، ۴۰ گویه): در سطح۱ (راهبردهای مدیریتی عملیاتی با ۴ مقوله)، در سطح۲ (راهبردهای مدیریتی میانی با ۶ مقوله) و در سطح۳ (راهبردهای مدیریتی کلان با ۳ مقوله)؛ شرایط زمینه‌ای (۴ محور، ۱۱ مقوله، ۳۸ مفهوم و ۴۳ کد باز)؛ شرایط مداخله‌گر یا میانجی (۴ محور، ۱۱ مقوله، ۳۲ مفهوم و ۳۵ کد باز)؛ و پیامدهای حاصل از اجرای راهبردها (۳ محور، ۵ مقوله، ۱۹ مفهوم و ۱۹ کد باز) جای گرفتند که در شکل ۱، مدل‌سازی توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی ایران آمده است:

[1] Inductive approaches

جدول ۲: اجماع نظرات گروه دلفی ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی با رویکرد اشتراوس و کوربین

ردیف	**مفاهیم و تعدادگویه‌های (کدهای باز) پدیده اصلی و مرکزی: ایده، حادثه یا رخدادی است که مفاهیم و مقوله‌ها بر محور آن ایجاد می‌شوند و سلسله کنش‌ها برای کنترل یا اداره کردن آن وجود دارد. (۴ کد محوری، ۹ مقوله، ۲۵ مفهوم و ۳۹ گویه یا کد باز)**	**مقوله‌های پدیده اصلی ومرکزی ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی**	**کدهای محوری**	
۱	۱. مفهوم پژوهش‌های ورزشی و ۲. اهداف کاربست پژوهش‌ها. (۲ مفهوم، ۲ گویه یا کد باز).	مفهوم و اهداف کاربست	جذابیت ورزشی	سوق‌دهنده‌های توسعه‌ی کاربست پژوهش‌های
۲	۱. فعالیتهای علمی و آزاداندیشی، ۲. خدمات تخصصی و راهبری کاربست نتایج. (۲ مفهوم، ۶ گویه).	رشد متخصص (بعد علمی)		
۳	۱. فعالیتهای علمی، ۲. راهبری و مستندسازی . (۲ مفهوم، ۶ گویه).	رشد و توسعه به‌عنوان یک متخصص (بعد حرفه‌ای)		
۴	۱. وضعیت پژوهش‌های ملی در ایران. (۱ مفهوم، ۴ گویه).	تحلیل وضعیت پژوهش‌های ملی		
۵	۱. وجود فرصت‌ها و فرصت‌سازی، ۲. ملی‌سازی پژوهش‌ها، ۳. کاربست پژوهش‌های ملی، ۴. رعایت اصول علمی. (۴ مفهوم، ۵ گویه).	ارزش پژوهش‌های ورزشی		
۶	۱. پذیرش نتایج کاربست پژوهش‌های ورزشی (۱ مفهوم، ۳ گویه).	پذیرش نتایج		موانع (بازدارنده)
۷	۱. عدم‌برنامه‌محوری، ۲. مشکلات واقعی، ۳. عدم‌اصلاح فرایندها، ۴. فاصله بین عمل و نظر در تحقیق. (۲ مفهوم، ۴ گویه).	موانع ساختاری عمل و نظر		
۸	۱. موانع مالی و اقتصادی، ۲. کاربری نتایج تحقیق، ۳. ضعف مدیریت. (۳ مفهوم، ۳ گویه).	موانع پشتیبانی و مدیریتی تجاری‌سازی دانش		
۹	۱. موانع انسانی، ۲. موانع ارتباطی، ۳. موانع روش‌شناختی، ۴. موانع اجتماعی – فرهنگی. (۴ مفهوم، ۴ گویه).	چالش‌های انسانی و پژوهشی		
۱۰	۱. گسترش دانش، ۲. بهبود کیفیت، ۳. بهینه‌سازی، ۴. ایجاد مدیریت دانش. (۴ مفهوم، ۹ گویه).	انگیزش فردی، سازمانی، ساختاری و مدیریتی		انگیزاننده‌ها
	مفاهیم و تعدادگویه‌های (کدهای باز) شرایط علّی: عواملی هستند که بر پدیده مرکزی تأثیر می‌گذارند و سبب پیدایش یا بروز پدیده مورد مطالعه می‌شود. (۴ کدمحوری، ۱۳ مقوله، ۳۷ مفهوم و ۶۲ گویه)	**مقوله‌های شرایط علّی مؤثر بر ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی**	**محور**	

۱	۱. تقویت روابط انسانی، ۲. اخلاق‌مداری و اخلاق حرفه‌ای در پژوهش. (۲ مفهوم، ۴ گویه)	رشد و توسعه فردی پژوهشگران	انگیزاننده
۲	۱. تصمیمات سیاسی، ۲. تعهد سیاستگذاران. (۲ مفهوم، ۲ گویه)	عوامل سیاسی	سوق‌دهنده‌های توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی
۳	۱. کمّیت نیروی انسانی، ۲. دانش و انگیزه، ۳. اهمیت به کاربست. (۳ مفهوم، ۴ گویه)	نیروی انسانی	
۴	۱. حفظ و توسعه ارزش پژوهش، ۲. رشد توانمندی‌ها ،۳. آمادگی سازمانی، ۴. کارهای تکراری، ۵. وضعیت کارآمدی نیروی انسانی. (۵ مفهوم، ۶ گویه)	توسعه ویژگی‌های سازمانی	
۵	۱. وجود فضای مبتنی بر فناوری اطلاعاتی و ارتباطی. (۱ مفهوم، ۴ گویه)	سامانه مرجع و ملی پژوهش‌های ورزشی	جذابیت‌ها
۶	۱. ضوابط ستادی، ۲. ضوابط عملیاتی و اجرایی. (۲ مفهوم، ۷ گویه)	ضوابط و دستورالعمل‌های ستادی و اجرایی کاربست پژوهش‌های ملی ...	سوق‌دهنده‌ها
۷	۱. کیفیت کاربست پژوهش‌های ورزشی، ۲. حمایت و توجه به رسالت‌ها. (۲ مفهوم، ۴ گویه)	میزان حمایت از کیفیت کاربست پژوهش‌های ملی	
۸	۱. اطمینان از نتایج و اجرا، ۲. توانایی حل مسئله،۳. میزان همکاری، ۴. میزان دانش، ۵. ضعف انگیزشی، ۶. تعداد پژوهشگر، ۷. موانع ابزاری. (۷ مفهوم، ۷ گویه)	موانع انسانی و ابزاری	موانع بازدارنده
۹	مفاهیم: ۱. موانع درون سازمانی ، ۲. موانع برون‌سازمانی. (۲ مفهوم و ۷ گویه)	موانع درون و برون سازمانی	
۱۰	۱. تعداد پژوهش‌سراها، آینده‌پژوهی‌ها و شفافیت پروژه‌ها، ۲. تقاضا محوری. (۲ مفهوم، ۴ گویه)	موانع ساختاری	
۱۱	۱. نظام جامع راهبردی، ۲. پذیرش تغییر، ۳. فرهنگ‌سازی، ۴. نیازسنجی، ۵. گزینش قانونمند. (۵ مفهوم و ۸ گویه)	موانع مدیریتی	
۱۲	۱. محدودیت بودجه پژوهشی، ۲. نسخه‌برداری از پژوهش‌های خارجی، ۳. تغییرات اجتماعی- فرهنگی. (۳ مفهوم و ۴ گویه)	موانع اقتصادی و اجتماعی	
۱۳	۱. حقوق و حمایت مالی. (۱ مفهوم و ۱ گویه)	پشتیبانی و حمایت مالی	انگیزاننده‌ها
محور	**مقوله‌های شرایط زمینه‌ای مؤثر بر وقوع راهبردهای ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی**	**مفاهیم و تعدادگویه‌های (کدهای باز) شرایط زمینه‌ای: نشان‌گر شرایط ویژه‌ای است که پدیده در آن قرار دارد. یعنی، محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده است که در آن کنش متقابل برای کنترل، اداره و پاسخ به پدیده صورت می‌پذیرد و معمولا در کنترل سازمان یا فرد هستند. (۴ کد محوری، ۱۱ مقوله، ۳۸ مفهوم و ۴۳ گویه)**	

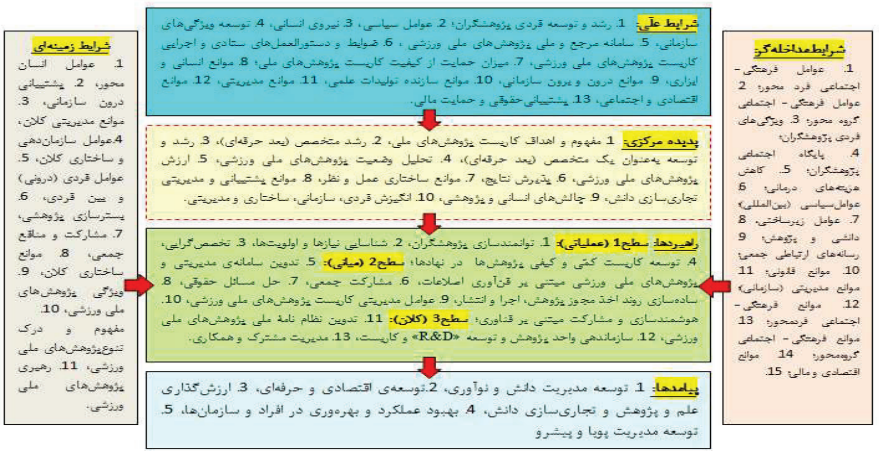
۱	۱. مسائل‌روان‌شناختی فردی، ۲. دانش فردی و توانایی حل مسئله،۳. وظیفه‌شناسی. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	عوامل انسان‌محور	موانع (بازدارنده) پژوهش‌های ورزشی	انگیزاننده‌های توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی
۲	۱. پشتیبانی نیروی انسانی، ۲. پشتیبانی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری. (۲ مفهوم، ۴ گویه)	پشتیبانی درون‌سازمانی		
۳	۱. عدم‌شفافیت در اصول و ارزش‌ها ، ۲. میزان برنامه‌محوری و راهبرد،۳. ترجیح نتایج آنی، ۴. مدیریت ناکارآمد، ۵. فقدان سیاست‌گذاری دقیق، ۶. عدم کاربست دانش بومی. (۶ مفهوم، ۶ گویه)	موانع مدیریتی کلان		
۴	۱. اعتمادسازی، ۲. رویکردهای نوین ساختاری، ۳. خصوصی‌سازی، ۴. کیفیت‌محوری، ۵. برنامه‌ریزی محیطی. (۵ مفهوم و ۵ گویه)	عوامل سازمان‌دهی و ساختاری کلان		
۵	۱. همگام‌سازی با تغییرات محیطی، ۲. دغدغه پژوهشگران، ۳. حمایت توسط اسناد بالادستی. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	عوامل فردی (درونی) و بین فردی		
۶	۱. بسترسازی پژوهشی، ۲. فرصت مطالعاتی، ۳. تسهیل اداری، ۴. تثبیت جایگاه ورزش. (۴ مفهوم و ۴ گویه)	بسترسازی پژوهشی		
۷	۱. منافع جمعی، ۲. مشارکت سازمانی، ۳. تنوع جامعه. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	مشارکت و منافع جمعی		
۸	۱. مستندسازی محیطی، ۲. همسوسازی سازمانی، ۳. ساختار دولتی. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	موانع ساختاری کلان	موانع	سوق‌دهنده‌ها و جذابیت‌ها
۹	۱. چالش‌های پژوهش ملی ورزشی. (۱ مفهوم، ۲ گویه)	ویژگی پژوهش‌های ورزشی		
۱۰	۱. چندگانگی در مفاهیم ورزش در جامعه ، ۲. شناخت اهداف در علم و عمل، ۳. ترکیب گرایش‌های علوم ورزشی. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	مفهوم و درک تنوع پژوهش‌های ورزشی		
۱۱	۱. مشارکت در پژوهش‌های ملی، ۲. ایده‌پردازی، ۳. مرکز جامع رشد و پژوهش‌های راهبردی در مجلس و دولت، ۴. شاخص‌های استاندارد ارزیابی، ۵. کارکرد سازنده ورزش در جامعه. (۵ مفهوم، ۵ گویه)	رهبری پژوهش‌های ورزشی		
	مفاهیم و تعدادگویه‌های (کدهای باز) شرایط مداخله‌گر: شرایط وسیع و عام محیطی است که به عنوان تسهیل کننده یا محدود کننده راهبردها عمل می‌کند. (۳ کدمحوری، ۱۱ مقوله، ۳۲ مفهوم و ۳۵ گویه)	**مقوله‌های شرایط مداخله‌گر مؤثر بر وقوع راهبردهای ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی**	**محور**	

۱	۱. مدیران کارآمد، ۲. مدیریت رسانه‌ها، ۳. ارزش‌آفرینی، ۴. مدیریت راهبردی. (۴ مفهوم، ۴ گویه)	عوامل مدیریتی (سازمانی)	انگیزاننده‌های توسعه‌ی کاربست‌سوق دهنده‌های توسعه‌ی کاربست پژوهش‌های ورزشی پژوهش‌های ورزشی موانع بازدارنده توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی
۲	۱. نگاه حرفه‌ای و تخصصی، ۲. احترام‌اجتماعی و تقدیر از پژوهشگران. (۲ مفهوم، ۲ گویه)	ویژگی‌های فردی پژوهشگران	
۳	۱. نظام فکری و فرهنگ شخصی استفاده از رسانه‌ها، ۲. فرهنگ اجتماعی. (۲ مفهوم، ۳ گویه)	عوامل فرهنگی- اجتماعی فردمحور و گروه‌محور	
۴	۱. همکاری بین‌المللی، ۲. تصویر مثبت، ۳. تعاملات کلیدی، ۴. ثبات‌سیاسی، ۵. مناسبات دیپلماتیک. (۵ مفهوم، ۵ گویه)	عوامل سیاسی (بین‌المللی)	
۵	۱. تدوین قوانین، ۲. تغییر نگرش. (۲ مفهوم، ۲ گویه)	قوانین و تغییرنگرش	
۶	۱. همکاری و به‌روزرسانی زیرساخت‌ها. (۱ مفهوم، ۲ گویه)	به‌روزرسانی تغییرات محیطی	
۷	۱. مهندسی مجدد فرآیندها، ۲. استفاده از کارکرد رسانه‌ها. (۲ مفهوم، ۲ گویه)	مهندسی مجدد و رسانه‌های جمعی	
۸	۱. کمبود سرانه پژوهشی. (۱ مفهوم، ۱ گویه)	موانع اقتصادی و مالی	
۹	۱. نظام غیرهدفمند پژوهشی، ۲. نادیده گرفتن قوانین پژوهش،۳. مدیریت ناکارآمد، ۴. همسوسازی محیطی، ۵. خلاء تشکیلات مستقل، ۶. عدم‌انعطاف‌پذیری . (۶ مفهوم، ۶ گویه)	موانع مدیریتی (سازمانی)	
۱۰	۱. باورهای اجتماعی، ۲. شکاف فرهنگی و اجتماعی، ۳. بحران‌ها و حوادث غیرمترقبه طبیعی پیشرو، ۴. بی‌تفاوتی اجتماعی و صنفی. (۴ مفهوم، ۵ گویه)	موانع فرهنگی- اجتماعی فرد محور و گروه محور	
۱۱	۱. محدودیت‌های پژوهشی، ۲. قوانین غیرمنطعف، ۳. برخورد کم‌اثر قانونی. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	موانع قانونی	
مفاهیم و تعدادگویه‌های (کدهای باز) راهبردها: راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده موردنظر هستند. راهبردها دارای مقصود و هدفمند هستند. (۳ کدمحوری، ۱۳ مقوله، ۳۹ مفهوم و ۴۱ گویه)		**مقوله‌های راهبردهای ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی**	**کد محوری**
۱	۱. توانمندسازی منابع انسانی، ۲. کاربست دانش، ۳. ایجاد کارگاه آموزشی، ۴. سوق‌دهنده‌های اجرا. (۴ مفهوم، ۴ گویه)	توانمندسازی پژوهشگران	سوق دهنده‌ها

۲	۱. نیازسنجی. (۱ مفهوم، ۱ گویه)	شناسایی نیازها و اولویت‌ها	انگیزاننده‌ها
۳	۱. تخصص‌گرایی در عمل (۱ مفهوم، ۱ گویه)	تخصص‌گرایی	جذابیت‌ها
۴	۱. کاربست ابعاد جذابیت، ۲. کاربست کمّی و کیفی در نهادها، ۳. فرهنگ پژوهشگری. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	توسعه کاربست کمّی و کیفی پژوهش‌ها در نهادها	
۵	۱. مرجع جامع اطلاعاتی، ۲. نظام اطلاعات، ارتباطی و فناوری (ICT)، ۳. نظارت و کنترل. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	تدوین سامانه‌ی مدیریتی و پژوهش‌های ورزشی مبتنی بر فن‌آوری اصلاعات	انگیزاننده‌های توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی
۶	۱. نظرسنجی ملی، ۲. تسهیلات ورود پژوهشگران، ۳. تسهیلات ورود پژوهشگران و همکاری سازمانی. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	مشارکت جمعی	
۷	۱. تقویت نظام حقوقی، ۲. حق نسخه‌برداری. (۲ مفهوم، ۲ گویه)	حل مسائل حقوقی	
۸	۱. رفع موانع، ۲. تسهیل و تشویق متخصصان. (۲ مفهوم، ۲ گویه)	ساده‌سازی روند اخذ مجوز پژوهش، اجرا و انتشار	
۹	۱. درگیری تمام سطوح مدیریتی در کار، ۲. تدوین کارگاه‌های آموزشی، ۳. مدیریت نوین، ۴. مدیریت مالی و حمایتی، ۵. نظام ارزیابی عملکرد. (۵ مفهوم، ۶ گویه)	عوامل مدیریتی کاربست پژوهش‌های ورزشی	سوق‌دهنده‌ها
	۱. ورود فناوری به روز، ۲. برگزاری جلسات مشترک، ۳. ارتقای کمّی و کیفی، ۴. اتاق‌های فکر، ۵. تعریف و طبقه‌بندی پژوهش و پژوهشگر، ۶. نظام بازخوردسنجی (۶ مفهوم، ۷ گویه)	**هوشمندسازی و مشارکت مبتنی بر فناوری**	**جذابیت‌ها**
۱۱	۱. سیاست‌گذاری ملی و استانداردسازی، ۲. نظام جامع ساماندهی پژوهش‌های ورزشی، ۳. خلق چشم‌انداز مشترک ۱ (CSV) ، ۴. تدوین آیین‌نامه اخلاقی، شرعی و قانونی. (۴ مفهوم، ۴ گویه)	تدوین نظام نامه ملی توسعه تولیدات علمی	سوق‌دهنده‌ها

[1] Creating a shared vision

۱۲	۱. ساختاربندی واحد کاربست نتایج پژوهش و توسعه «R&D». (۱ مفهوم، ۱ گویه)	سازماندهی واحد پژوهش و توسعه«R&D»	انگیزاننده‌ها
۱۳	۱. مدیریت برنامه‌محور، ۲. ثبات مدیریت و برنامه‌ها، ۳. مشارکت‌گرایی، ۴. بهره‌وری. (۴ مفهوم، ۴ گویه)	مدیریت مشترک و همکاری جهت بهره‌وری در کاربست پژوهش‌های ملی	جذابیت
	مفاهیم و تعدادگویه‌های (کدهای باز) پیامدها: خروجی‌ها یا نتایج به دست آمده از بکارگیری راهبردها می‌باشد: (۳ کد محوری، ۵ مقوله، ۱۹ مفهوم و ۱۹ گویه)	**مقوله‌های پیامدهای به‌کارگیری ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی**	**محور**
۱	۱. ثبات مدیریت دانش، ۲. افزایش خلاقیت و نوآوری، ۳. اجرای راهبرد مؤثر. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	توسعه مدیریت دانش و نوآوری	جذابیت‌ها
۲	۱. توسعه اشتغال. ۲. رشد اقتصادی. (۲ مفهوم، ۲ گویه)	توسعه‌ی اقتصادی و حرفه‌ای	
۳	۱. ارزش‌گذاری، ۲. ارتباط و اعتماد، ۳. امتیازات و اعتبارات، ۴. ترغیب پژوهشگران، ۵. جذب پژوهشگران، ۶. تولید علم و تجاری سازی دانش. (۶ مفهوم، ۶ گویه)	ارزش‌گذاری علم و پژوهش و تجاری سازی دانش	انگیزاننده‌ها
۴	۱. جلوگیری از کپی‌کاری، ۲. فزایش بهره‌وری، ۳. بهبود کارکرد مؤثر. (۳ مفهوم، ۳ گویه)	بهبود عملکرد و بهره‌وری در افراد و سازمان‌ها	سوق‌دهنده‌ها
۵	۱. مدیریت قوی و آینده‌نگر، ۲. خط‌مشی‌گذاری، ۳. ارتقای نمایه‌سازی پژوهش‌ها در سطوح فراملی، ۴. ارتباط سازنده با ذی‌نفعان و تثبیت جایگاه ورزش، ۵. سلامت فردی و سازمانی نسل آینده. (۵ مفهوم، ۵ گویه)	توسعه مدیریت پویا و پیشرو	جذابیت‌های توسعه کاربست ...



شکل ۱: مدل پارادایمی توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی ایران برگرفته از نتایج پژوهش حاضر

در این بخش بر اساس فرآیند کدگذاری محوری جهت تدوین گزاره‌های حکمی یا قضایای پژوهش اقدام شده است. این گزاره‌ها به روابط بین مقوله‌ها اشاره دارند:

قضیه اول: «مفهوم و اهداف کاربست پژوهش‌های ملی»، «رشد متخصص (بعد حرفه‌ای)»، «تحلیل وضعیت پژوهش‌های ملی»، «ارزش پژوهش‌های ورزشی»، «پذیرش نتایج»، «موانع ساختاری عمل و نظر»، «موانع پشتیبانی و مدیریتی تجاری‌سازی دانش»، «چالش‌های انسانی و پژوهشی»، و «انگیزش فردی، سازمانی، ساختاری و مدیریتی»، به عنوان عوامل پدیده اصلی و مرکزی در توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی ایران شناخته می‌شوند.

قضیه دوم: عوامل «رشد و توسعه فردی پژوهشگران»، «عوامل سیاسی»، «نیروی انسانی»، «توسعه ویژگی‌های سازمانی»، «سامانه مرجع و ملی پژوهش‌های ورزشی»، «ضوابط و دستورالعمل‌های ستادی و اجرایی کاربست پژوهش‌های ورزشی»، «میزان حمایت از کیفیت کاربست پژوهش‌های ملی»، «موانع انسانی و ابزاری»، «موانع برون و درون‌سازمانی»، «موانع سازنده تولیدات علمی»، «موانع مدیریتی»، «موانع اقتصادی و اجتماعی» و «پشتیبانی حقوقی و حمایت مالی»، به عنوان عوامل موجده (علّی) در «توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی» در کشور ایفای نقش می‌کنند.

قضیه سوم: راهبردهای «توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی»، در سه سطح مدیریتی: الف) عملیاتی، ب) میانی و ج) کلان عبارت‌اند از: «توانمندسازی پژوهشگران»، «توسعه سازوکار شناسایی نیازها و اولویت‌ها»، «توسعه تخصص‌گرایی»، «توسعه کاربست کمّی و کیفی پژوهش‌ها در نهادها»، «تدوین سامانه ی مدیریتی و پژوهش‌های ورزشی مبتنی بر فناوری اطلاعات»، «توسعه مشارکت جمعی»، «حل مسائل حقوقی»، «ساده‌سازی روند اخذ مجوز پژوهش، اجرا و انتشار»، «توسعه عوامل مدیریتی کاربست پژوهش‌های

ورزشی»، «هوشمندسازی و مشارکت مبتنی بر فناوری»، «تدوین نظام نامه ملی توسعه تولیدات علمی»، «سازماندهی واحد پژوهش و توسعه «R&D»» و «مدیریت مشترک و همکاری جهت بهره‌وری در کاربست پژوهش‌های ورزشی »، کنش‌هایی برای تحقق «توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی» در ایران هستند.

قضیه چهارم: عوامل محیط درونی شامل «عوامل انسان‌محور»، «پشتیبانی درون سازمانی»، «موانع مدیریتی کلان»، «عوامل سازمان‌دهی و ساختاری کلان»، «عوامل فردی (درونی) و بین‌فردی»، «بسترسازی پژوهشی»، «مشارکت و منافع جمعی»، «موانع ساختاری کلان»، «ویژگی پژوهش‌های ورزشی»، «مفهوم و درک تنوع‌پژوهش‌های ورزشی» و «رهبری پژوهش‌های ورزشی» در محیط درونی (داخلی) به‌عنوان شرایط زمینه‌ای محیطی موجبات بسترسازی راهبردهای«توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی» در کشور می‌شوند.

قضیه پنجم: «عوامل مدیریتی (سازمانی)»، «ویژگی‌های فردی پژوهشگران»، «عوامل فرهنگی–اجتماعی فردمحور و گروه‌محور»، «عوامل سیاسی (بین‌المللی)»، «قوانین و تغییر نگرش»، «به‌روزرسانی تغییرات محیطی»، «مهندسی مجدد و رسانه‌های جمعی»، «موانع اقتصادی و مالی»، «موانع مدیریتی (سازمانی)»، «موانع فرهنگی–اجتماعی فردمحور و گروه‌محور» و «موانع قانونی»، ناشی از محیط بیرونی، شرایط مداخله‌گری در راهبردهای «توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی»، کشور دارند.

قضیه ششم: راهبردهای توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی در ۱۳ مقوله و سه سطح مدیریتی: «سطح ۱: (عملیاتی)»، «سطح ۲: (میانی)»، و «سطح ۳: (کلان)» در «توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی» در کشور، پیامدهای «توسعه مدیریت دانش و نوآوری»، «توسعه اقتصادی و حرفه‌ای»، «ارزش‌گذاری علم و پژوهش و تجاری‌سازی دانش»، «بهبود عملکرد و بهره‌وری در افراد و سازمان‌ها» و «توسعه مدیریت پویا و پیشرو» در سازمان‌های ورزشی و کاربست پژوهش‌های ورزشی را در کشور در پی خواهند داشت.

یافته‌های بخش کمی

در این بخش به توصیف سؤالات پرسش‌نامه پژوهش، در نمونه آماری پرداخته شده است. توصیف سؤالات پرسش‌نامه‌ها در قالب لیکرت ۷ ارزشی (امتیازی) بوده است و برای بررسی سوالات پژوهش از آزمون معادلات ساختاری استفاده شد. قبل از تحلیل استنباطی، آزمون نظریه توسعه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی ایران را محاسبه کردیم.

در جدول ۳ ، میانگین همه ابعاد پرسش‌نامه پژوهش به تفکیک آمده است. بالاترین میانگین در پرسش‌نامه مربوط به سازه شرایط مداخله‌گر و کمترین میانگین مربوط به سازه پدیده اصلی و مرکزی است. سایر ابعاد بالاتر از میانگین (۳) هستند:

جدول ۳: میانگین دیدگاه آزمودنی‌ها در مورد حیطه‌های پرسش‌نامه پژوهش

پرسشنامه	ابعاد (حیطه‌های) پرسش‌نامه پژوهش	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر
الف	پدیده اصلی و مرکزی	۳/۹۴۹	۰/۲۵۱	۳/۲۳	۴/۵۵
ب	شرایط علّی	۴/۳۴۳	۰/۱۱۱	۴/۰۶	۴/۶۳
ج	راهبردها	۴/۳۰۵	۰/۱۴۸	۳/۸۸	۴/۷۶
د	شرایط مداخله‌گر	۴/۴۵۶	۰/۱۴۰	۴/۰۰	۴/۸۳
ه	شرایط زمینه‌ای	۴/۲۴۸	۰/۱۱۴	۴/۰۹	۴/۶۵
و	پیامدها	۴/۳۷۰	۰/۳۵۸	۳/۳۳	۵/۰۰

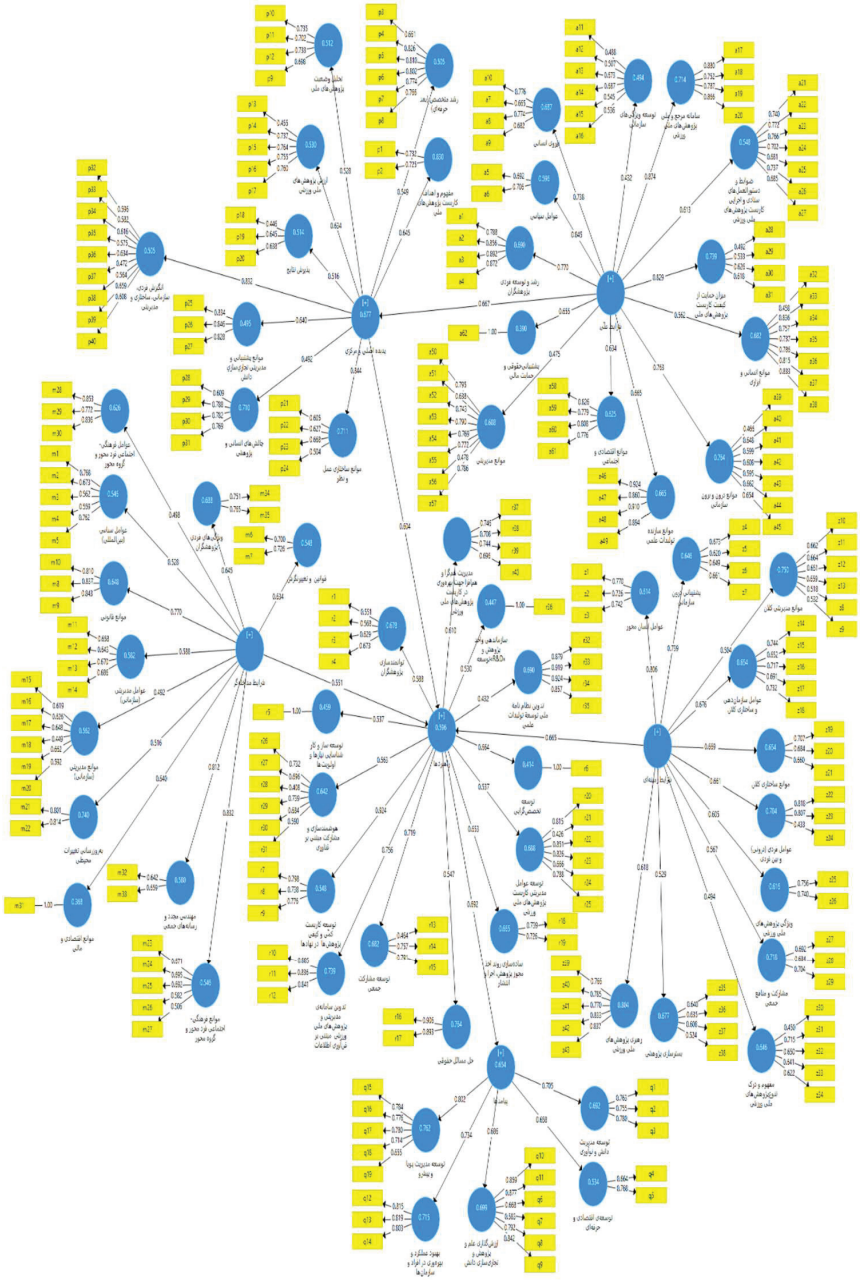
جهت بررسی سوالات پژوهش قبل از تجزیه و تحلیل سوالات از آزمون کولموگروف – اسمیرنف (K-S) برای محاسبه توزیع نرمال (طبیعی) یا غیرطبیعی (ناپارامتریک) استفاده می‌کنیم:

جدول ۴: آزمون کولموگروف– اسمیرنوف متغیرهای پرسش‌نامه پژوهش

پرسش‌نامه	ابعاد (حیطه‌های) پرسش‌نامه پژوهش	مقدار (z)	معنی‌داری آزمون (K - S)	نتیجه
الف	پدیده اصلی و مرکزی	۱/۵۲۶	۰/۰۶۹	**نرمال**
ب	شرایط علّی	۱/۰۸۱	۰/۱۹۳	**نرمال**
ج	راهبردها	۱/۲۴۰	۰/۰۹۳	**نرمال**
د	شرایط مداخله‌گر	۰/۹۴۶	۰/۳۳۳	**نرمال**
ه	شرایط زمینه‌ای	۱/۰۴۳	۰/۲۲۶	**نرمال**
و	پیامدها	۱/۳۰۳	۰/۰۶۷	**نرمال**

در بررسی توزیع نرمال و آزمون معادلات ساختاری، از آزمون کولموگروف–اسمیرنف استفاده شد که (پس از تحلیل SPSS و $p> 0.05$)، داده‌ها با اطمینان بالایی نرمال شدند. بعد از تایید نظریه‌های توسعه کاربست پژوهش‌های ملی ورزشی و با توجه به یافته‌های فوق از نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس و اسمارت پی.ال.اس به سوالات مطرح شده در فصل اول پاسخ می‌دهیم.

برای تعیین میزان اهمیت و اولویت‌بندی گویه‌های پرسش‌نامه‌های پژوهش از روش تحلیل عاملی بهره‌گیری شد که به دلیل اجماع در مورد گویه‌های مذکور، تنها از تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردید.



شکل۲: بار عاملی، ضرایب مسیر . ضریب تبیین مدل اولیه

به طور کلی تجزیه و تحلیل یا استفاده از نرم‌افزار پی ال اس، از دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری تشکیل شده است. جهت سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری سه مورد استفاده می‌شود:
۱- پایایی شاخص[1] (با توجه به جدول ۵ پایایی شاخص توسط سه معیار ضرایب بارهای عاملی که بالای ۰/۶۰۰ بود، آلفای کرونباخ(بالای ۰/۷) و پایایی ترکیبی(بالای ۰/۷) سنجش گردید.)؛ ۲- روایی همگرا[2](جدول ۶)،۳- روایی واگرا[3](جدول ۷)

جدول ۵: ضرایب پایایی پرسش‌نامه‌ها پس از بررسی اعتبار گویه‌های پرسش‌نامه پس از حذف گویه‌های کم‌اعتبار

پرسشنامه	ابعاد (حیطه‌های) پرسش‌نامه پژوهش	تعداد گویه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
الف	پدیده اصلی و مرکزی	۴۰	۰/۶۸۵	۰/۷۹۳
ب	شرایط علّی	۶۲	۰/۶۹۲	۰/۷۷۵
ج	راهبردها	۴۱	۰/۷۸۲	۰/۸۳۵
د	شرایط مداخله‌گر	۳۵	۰/۷۰۴	۰/۷۶۰
ه	شرایط زمینه‌ای	۴۳	۰/۷۸۶	۰/۸۵۲
و	پیامدها	۱۹	۰/۸۲۲	۰/۸۷۴

با توجه به مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی گزارش‌شده در جدول ۵ ، تمامی متغیرها دارای مقدار آلفای کرونباخ بالای ۰/۶۲۸ می‌باشند که نشان‌دهنده این است که حیطه‌های مدل، پایایی مناسبی دارند.

جدول ۶: روایی همگرای متغیرهای پژوهش

پرسشنامه	ابعاد (حیطه‌های) پرسش‌نامه پژوهش	روایی همگرا
الف	پدیده اصلی و مرکزی	۰/۶۱۰
ب	شرایط علّی	۰/۶۳۷
ج	راهبردها	۰/۶۵۰
د	شرایط مداخله‌گر	۰/۶۱۹
ه	شرایط زمینه‌ای	۰/۷۰۰
و	پیامدها	۰/۷۳۴

[1] Item Reiability
[2] Convergent Validity
[3] Discriminant Validity

با توجه به مقادیر روایی همگرا، در جدول ۶ مقدار روایی همگرا بالای ۰/۵ قابل قبول است و در روایی واگرا همبستگی هر سازه با خودش بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها بود که این امر روایی واگرای مناسب پردازش خوب مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

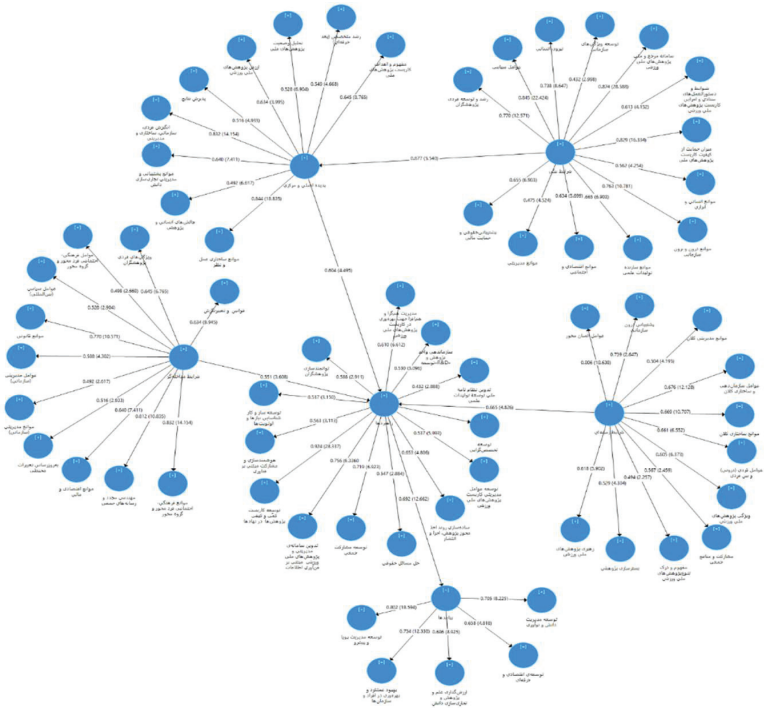
در ارزیابی برازش مدل ساختاری، پنج معیار برای سنجش رابطه بین متغیرها در بخش ساختاری مدل محاسبه شد:

۱. در ضرایب معنی‌داری(t-values)، با توجه به شکل۳ نشان داده شد که تمامی ضرایب معنی‌داری از ۲/۵۸ بیشتر هستند که این امر معنادار بودن تمامی روابط بین سازه‌ها را در سطح اطمینان ۹۹ درصد نشان می‌دهد.

۲. در معیار ضریب تعیین یا R۲، با توجه به فرمول زیر و جدول ۷ دریافتیم که متغیرهای درون‌زای اصلی مدل در بازه (۰/۳۶۸-۰/۸۳۰) قرار گرفته و از ضریب تعیین بالاتر از متوسط و قوی برخوردار هستند که در جدول بالا مشخص شده است:

$$R^2_{adjusted} = 1 - \frac{(1 - R^2)(N - 1)}{N - p - 1}$$

۳. در معیاراندازه‌گیری تأثیر یا F۲، بر اساس جدول۸ تأثیر متغیرها بزرگ است. بنابراین رابطه سایر متغیرها با یکدیگر بالاتر از متوسط و بزرگ ارزیابی شد.



شکل ۳: ضرایب مسیر و مقدارتی مدل پژوهش

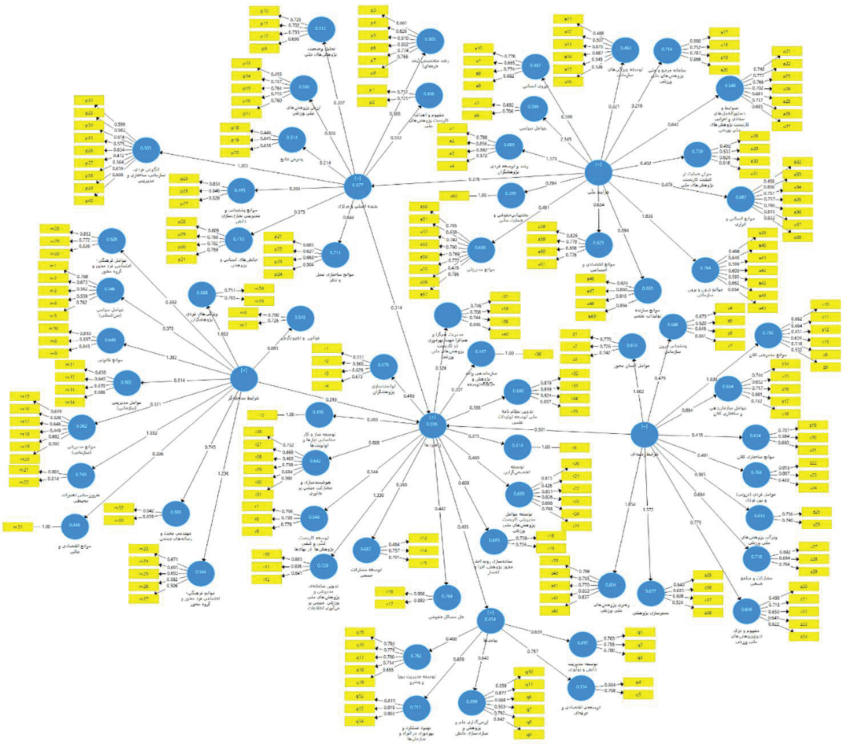
جدول ۷: مقادیر R۲ متغیرهای درون‌زای مدل تحقیق

پرسشنامه	ابعاد (حیطه‌های) پرسش‌نامه پژوهش	ضریب‌تعیین (تبیین) یا R۲	ضریب تبیین اصلاح‌شده	کیفیت
الف	پدیده اصلی و مرکزی	۰/۶۷۷	۰/۶۷۴	قوی
ب	شرایط علّی	۰/۶۹۰	۰/۶۹۲	قوی
ج	راهبردها	۰/۵۹۶	۰/۵۹۲	بالاتر از متوسط
د	شرایط مداخله‌گر			
ه	شرایط زمینه‌ای			
و	پیامدها	۰/۶۵۴	۰/۶۵۰	بالاتر از متوسط

جدول ۸: میزان اندازه اثر ابعاد (حیطه‌های) پرسش‌نامه‌های پژوهش

شرایط علّی >>>>>> پدیده محوری	۰/۳۷۶	بزرگ
پدیده اصلی و مرکزی >>>>>> راهبردها	۰/۳۱۴	بالاتر از متوسط
شرایط زمینه‌ای >>>>>> راهبردها	۰/۵۰۱	بزرگ
شرایط مداخله‌گر >>>>>> راهبردها	۰/۳۱۹	بالاتر از متوسط
راهبردها >>>>>> پیامدها	۰/۴۰۵	بزرگ

در معیار ضریب قدرت پیش‌بینی، بر اساس شکل ۴ تأثیر متغیرها بیش از متوسط و بزرگ است. بنابراین رابطه سایر متغیرها با یکدیگر بالاتر از متوسط و بزرگ ارزیابی شد.



شکل ۴: ضرایب تبیین و ضرایب اندازه اثر و بار عاملی پرس‌شنامه پژوهش

در نهایت در ارزیابی برازش مدل کلی (معیار GOF)، با توجه به ساختار زیر، برازش مدل کلی پژوهش مناسب است و ساختار مدل تناسب خوبی با داده‌ها دارد.

$$GOF=\sqrt{average\ (Comunalitie)}*R2$$

$$\text{Average (Comunalities)} = ۰/۷۰۲$$

$$\text{Average (R2)} = (۰/۶۷۷+۰/۵۴۸+۰/۷۱۹)\ /۳ = ۰/۶۴۸$$

پس از ارائه مدل کیفی پژوهش، به بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، ساختاری و مدل کلی حاصل از مطالعه کیفی پرداخته شد. مدل خروجی نشان داد که تمام سازه‌های پژوهش با ابعاد خود یا مقوله‌های مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی همبستگی دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

در ایران برخلاف تمایل به نظراتی که همواره در مورد اهمیت تحقیقات و خوداتکایی علمی-اقتصادی جامعه مطرح می‌شود، کماکان فرآیند تحقیقات از شکوفایی و تحرک مطلوب بی بهره مانده است. ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی در موسسات تحقیقات ورزشی نقش بی‌بدیلی در توسعه نظام ملی نوآوری کشورهای مختلف در حیطه ورزش بازی می‌کند، چرا که در صورت تجاری نشدن فناوری‌های

توسعه‌یافته در مراکز تحقیقات ورزشی شاید بسیاری از فناوری‌های ورزشی که امروزه از آنها به راحتی استفاده می کنیم، در دسترس نبودند و حتی تصور استفاده از آنها در ذهن‌ها نمی‌گنجید. با نگاهی گذرا به عملکرد موسسات تحقیقات ورزشی می‌توان دریافت که با وجود توانمندی‌های فراوان در توسعه فناوری، بسیاری از آنها در امر تجاری‌سازی فناوری ورزش ناموفق عمل نموده‌اند. از آنجایی که پژوهش‌های ورزشی نقش حیاتی و کلیدی در پیشبرد علوم و پیشرفت در حیطه ورزش دارند، نقش کاربست یافته‌های پژوهشی ورزشی نیز از اهمیت محوری برخوردار است. حرکت رو به جلو و پیشرفت در یک جامعه ورزشی مستلزم بهبود و بهینه‌سازی پژوهش‌های آتی در حوزه پژوهش‌های ورزشی، تولید محتوایی و ارتقای عملکرد است و انجام دادن این پژوهش‌ها، مزیت رقابتی سازمان‌های امروزی است.

نتایج کدگذاری مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های پژوهش نشان داد که طبق شرایط علّی، در پدیده اصلی و مرکزی توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی، راهبردها در سطوح فردی، میانی و کلان، در شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر یا میانجی و پیامدها در ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی و مدیران و سیاست‌گذاران سازمان‌های ورزشی می‌توانند از مقوله‌ها (ابعاد)، مفاهیم مستقل و گویه‌های هر بخش ارائه مدل پیشنهادی جهت توسعه هرچه بیشتر کاربست پژوهش‌های ورزشی استفاده نمایند.

نقد و بررسی پیشینه پژوهشی نظیر تولید و اشاعه دانش در قالب نگارش مقاله، کتاب و...، توسعه فعالیت‌های علمی از سطح استانی به سطح ملی، ایجاد فرصت لازم برای پژوهشگران برای شرکت در کنفرانس‌ها و سمینارهای ورزشی خارج از کشور و کاربست بینش، تربیت و فرهنگ سلامت و تربیت‌بدنی متفاوت (ایرانی- اسلامی) در کشور موجب رشد و گسترش فرهنگ تحقیق می‌شود و اصل رواج فرهنگ پژوهش‌خواهی و حقیقت‌یابی در میان تصمیم‌گیرندگان و برنامه‌ریزان پرورش می‌یابد که این امر با نتایج پژوهش‌های کشاورز و همکاران(۱۳۹۷)، موسوی(۱۳۹۷)، ترکیان تبار (۱۳۹۵)، جاهد و آراسته (۱۳۹۲)، پایا(۱۳۸۲)، گرمین و جانیک[1] (۲۰۱۲)، ، هیوس[2] (۲۰۰۱) و لدلی و لاوجوی[3] (۱۹۹۳) همخوانی دارد.

وجود فضای آزاداندیشی، آزادی علمی و عملی، استقلال‌فکری و اظهارنظر پژوهشگران در به چالش کشیدن نتایج پژوهش‌های ورزشی باعث می‌شود تا انگیزه‌ای برای پژوهشگران در توانمندسازی شناسایی مشکل و حل مسئله و ارائه مدل‌های اجرایی مناسب در زمینه کاربست پژوهش‌های ورزشی در ایران باشد و این موارد با یافته هیوس[4] (۲۰۰۱)، گالاشکو و ساجینبکو (۲۰۱۴)[5] و قیامی‌راد (۱۳۸۷) همسو هستند. با رهبری، راهبری، نظارت و ارزیابی مستمر پروژه‌های علمی و تبدیل دانش ملی به فناوری در

[1] Grimm &Jaenicke
[2] Huse
[3] Ledley & Lovejoy
[4] Huse
[5] Galushko & Sagynbekov

وزارت ورزش و جوانان، معاونت پژوهشی وزارت علوم، پژوهش‌ها و فناوری، معاونت علمی ریاست جمهوری، دانشکده‌های گروه آموزشی تربیت‌بدنی، مدیران و سیاست‌گذاران ورزشی کشور و صندوق حمایت از پژوهشگران و سپس خلق ثروت در جامعه ورزشی می‌توان چشم‌انداز روشنی از به‌کارگیری کاربست پژوهش‌های ورزشی به‌وجود آورد.

به علت فقدان یا کمرنگ بودن نظام‌مندی و کارآمدی اکوسیستم اشتغال فارغ‌التحصیلان تربیت‌بدنی و مستندات پژوهش‌های ورزشی پژوهشگران در بانک اطلاعاتی در دسترس، نتایج فعالیت‌های پژوهشی ورزشی اجرا نمی‌شود و سبب می‌گردد که عوامل موفقیت تجاری‌سازی ورزش در دانشگاه‌های ایران به ندرت یافت شود. این امر استقبال پررنگی از توان و خلاقیت علمی و پژوهشی خبرگان و استادان مراکز دانشگاهی و مرتبط در پژوهش‌های ورزشی را می‌طلبد تا یکی از مسائل عمده تربیت‌بدنی که ضرورت پرکردن فاصله بین عمل و تحقیق است را عملی کند. این یافته با نتایج پژوهش هیوس[1] (۲۰۰۱)، وودیویس (۲۰۱۱)، حسنقلی‌پور (۱۳۹۰) و آراسته (۱۳۹۲) همسو می‌باشد.

از آنجایی که بین پژوهش و میزان کاربست پایدار هر کشور رابطه مستقیم وجود دارد، کشورهایی که در زمینه تحقیقاتی بیشترین هزینه را متحمل شده‌اند، امروزه صاحب فناوری و صنایع پیشرفته‌تری هستند. بعد از انجام پژوهش‌های ورزشی و بررسی نتایج آن و دادن اهمیت به کاربست نتایج، در حقیقت ارزش پژوهش‌های ورزشی به دست می‌آید و در صورت کاربست نتایج یک تحقیق و توجه به آن، انگیزه محققان هم برای انجام درست پژوهش‌های دیگر افزایش پیدا می‌کند که این فرصت خوبی برای حرکت رو به جلو و پیشرفت در یک جامعه است و مستلزم کاربردی کردن و استفاده از دانش‌های تولید شده در سطح ملی می‌باشد. امروزه داشتن اطلاعات و دانش اهمیت ندارد، بلکه مهم نحوه استفاده و به کارگیری آنهاست. به بیان دیگر، مزیت رقابتی سازمان‌های ورزشی امروزی، استفاده و به کارگیری از دانش‌های تولیدشده در پژوهش‌های ورزشی است. این نتیجه با یافته‌های تحقیقات هیکس[2] (۱۹۹۵ کاپلوماکی و تیومی[3](۲۰۰۳)، سولیوان[4] (۲۰۰۷)، گالاشکو و ساجینبکو (۲۰۱۴)[5]، جاهد و آراسته (۱۳۹۲) و عزیزی (۱۳۹۲) همخوانی دارد.

توجه به فعالیت‌های تحقیقاتی در جهت کاربست قابلیت‌های پژوهش‌های ورزشی از نظر مسئولان ورزشی می‌تواند احترام به پژوهشگران ورزشی ملی و نتایج پیشنهادهای ارائه‌شده آنها و ارتقای سطح عملکرد کاربست پژوهش‌های ورزشی باشد که مانعی از خدشه دار شدن انگیزه پژوهشگران برای ادامه تلاش در

[1] Huse
[2] Hicks
[3] Kuuppelomaki & Tuomi
[4] Sollivan
[5] Galushko & Sagynbekov

زمینه‌های ملی باشد و عدم‌کارایی نتایج پژوهش‌های ورزشی را به صفر برساند. سلامت جامعه و موفقیت‌های ورزشی آینده یا احساس نیاز اقشار به ورزش و سلامت در امر آموزش و تربیت نسل آینده، بهبود کیفیت آموزش و بیکاری نیز می‌تواند جزو کارایی نتایج کاربست پژوهش‌های ورزشی باشد. این نتیجه با یافته سولیوان[1] (۲۰۰۷)و صیادی و همکاران(۲۰۱۲) همسوست.

چاپ پژوهش‌های ورزشی پژوهشگران در مجلات علمی معتبر داخلی و خارجی، بهینه‌سازی و بهره‌مندی حداکثری از پژوهش‌های نوین در حیطه پژوهش‌های ملی می‌تواند انگیزه‌ای برای تشویق پژوهشگران شود. علاوه بر آن، آشکارسازی تحقیق جهت ترغیب شاغلان این حرفه برای بررسی دقیق‌تر و تجدید نظر توسط خبرگان ورزشی به منظور اعتبار در ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی ضرورت دارد. پژوهشگران هم باید با آگاهی از عملکرد واقعی و با اصلاح ادامه راه تا رسیدن به شرایط مطلوب در کاربست پژوهش‌های ورزشی فعالیت کنند که این یافته با نتیجه پژوهش‌های پاراهو[2](۲۰۱۸)، ساکس و همکاران[3] (۲۰۰۲)، آدامسن و همکاران[4] (۲۰۰۳) ، تین[5](۲۰۰۷) و پورمؤذن(۱۳۹۲) همخوانی دارد.

به صورت کلی می‌توان نتیجه گرفت که نتایج پژوهشی چون رویکرد اکتشافی جهت ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ورزشی به روش گراندد‌تئوری با رویکرد اشتراس و کوربین(۲۰۰۸) منحصر به فرد هستند، اما نتایج حاصل در برخی بخش‌ها نظیر مقوله‌های وضعیت‌سنجی پدیده اصلی و مرکزی، همسو با نتایج عالی‌پور(۱۳۹۶)، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و شرایط علّی به‌ویژه موانع بازدارنده قانونی، ساختاری، انسانی و مالی همسو با نتایج پژوهش کشاورز (۱۳۹۷)، افشاری(۱۳۹۷)، مقصودی(۱۳۹۵)، فراهانی(۱۳۹۴)، محسنی(۱۳۹۴)، گالاشکو و ساجینبکوف(۲۰۱۴) و گرمین و جانیک(۲۰۱۲) می‌باشد.

با این حال، جامعه هنوز هم نیازمند این یافته‌های پژوهشی می‌باشد. مدیران و سیاست‌گذاران سازمان‌های ورزشی کشور اعم از مدیران اماکن و تیم‌های باشگاهی و بازاریابی ورزشی به یافته‌های پژوهشی و کاربست آن‌ها جهت رشد و توسعه نیازمندند، زیرا در غیاب این یافته‌های پژوهشی خالص و شفاف، درک آشفتگیِ محیط واقعیِ پیرامون حوزه مدیریت ایشان سخت‌تر و پیچیده‌تر می‌گردد. صد البته این طور نیست که همه یافته‌های پژوهشی به ظاهر منطقی و ساختاریافته، در جهان واقعی، موفق از آب درآیند. ولی بهتر است با پژوهش از جایی شروع کنیم که با عقل جور در می‌آید؛ زیرا چیزی که قابل پیش‌بینی است، قابل پیش‌گیری خواهد بود. به عقیده پژوهشگر، جهت ارائه مدل کاربست پژوهش‌های ملی نیازمند توجه سایر بخش‌ها و عوامل مرتبط انسانی، سازمانی، اجتماعی، مدیریتی، سیاسی و حکمرانی در کشور مطابق الگوی

[1] Sollivan
[2] Parahoo
[3] Sax et al.
[4] Adamsen et al.
[5] Tien

پژوهش می‌باشیم. به بیان ساده‌تر، توسعه همه‌جانبه اجزای یک نظام حکمرانی ضامن دوام توسعه در هر یک از اجزای نظام مذکور می‌باشد و به هم پیوند خورده است. هر نظام را می‌توان در قالب یک شهر، یک کشور، یک بخش وزارت و یک جامعه مرتبط با سایر نظام‌های جهانی و انسانی دانست. در هر حال با توجه به نتایج پژوهش، به مدیران سازمان‌ها و مراکز ورزشی دولتی و خصوصی کشور با توجه به محدودیت پیش رو که بیماری کرونا عامل مهم آن است، پیشنهاد می‌گردد که با اعمال و بومی‌سازی الگوی حاصل از این پژوهش، در کاربست نتایج پژوهش‌های مذکور کوشا باشند. در پژوهش‌های آتی به جای پژوهش‌های«برنامه‌محور»، پژوهش‌های «طراحی‌محور»- همان نتایج است که باید با وضع موجود تعمیم داد و نتیجه‌گیری کرد- را سر لوحه خویش قرار دهند. همچنین مدیران سعی در افزایش درگیری کارکنان تحصیل‌کرده جوان و خلاق در تمامی امور سازمانی جهت رواج خلاقیت و نوآوری و ارائه راه‌حل‌های بومی در حل چالش‌ها با کاربست نتایج پژوهش‌های علمی نمایند. در پایان پیشنهاد می‌شود که مدیران مذکور با دقت بیشتری به طرح عناوین پژوهشی ملی اقدام نمایند و بر اساس اولویت‌ها و نظارت دقیق بر اجرا و بکارگیری گویه‌ها و ابعاد شرایط علّی، زمینه‌ای و مداخله‌ای با توجه به اهمیت و میزان ارتباط با حل مشکلات و مسائل حوزه فعالیت خویش، تسهیل و تعجیل لازم را جهت کاربست پژوهش‌های موجود با نوسازی و بهسازی گویه‌های مطرح‌شده بر اساس مقتضیات اجتماعی، علمی و اهداف سازمانی خود در کشور اعمال نمایند. در مجموع نتایج این پژوهش«طراحی‌محور» نشان داد که جهت توسعه کاربست پژوهش‌های ورزشی بر اساس نتایج پژوهش با چه پیشایندها و برآیندهایی روبه‌رو هستیم و با درک درست و اجرای آنها می‌توان به سطح بالایی از کاربست پژوهش‌های ملی ورزشی رسید، چرا که ما این توانایی را داریم که به تغییرات شکل دهیم و می‌توانیم آینده‌ای را بر آینده‌ای دیگر ترجیح دهیم، اما نمی‌توانیم گذشته را جاودانه کنیم.

منابع

- Afshari, Mustafa. (1397). **"Analysis and application of factors affecting research and development (R&D) capabilities in the Institute of Sports Science".** Faculty member of the Institute of Physical Education and Sports Sciences. Research project of the Islamic Consultative Assembly (Persian).
- Abdulmaleki, Hussein; Heydari, Fatemeh; Allahyari, Mahboubeh and Zakizadeh, Seyed Bahador. (1396). **"The future of sports management research in the country's universities".** Quarterly Journal of Sports Management and Development, 7 (16): 68-56 (Persian).
- Alessandro M. Pelusoa, Cristian Rizzoa , Giovanni Pino. (2019). **"Controversial sports sponsorships: Effects of sponsor moral appropriateness and self-team connection on sponsored teams and external benefit perceptions".** Journal of Business Research,339-351. (Persian).
- Azizi, Biston, Mehrabi Koushki, Ali, Jalali Farahani, Majid.. (1392). **"Investigating the relationship between information technology and organizational structure in the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran".** Journal of Sports Management, 5(3), 161-174. doi: 10.22059/jsm.2013.35715. (Persian).
- Arasteh, Hamid Reza; Jahed, Hossein Ali. (1392). **"Organizational Factors Affecting the Commercialization of Research Results".** Innovation and Value Creation - Issue 4 / ISC (18 pages - from 5 to 22). (Persian)

- Alipour, Alireza; Enayati, song. (1396). **"Commercialization of research in fourth generation universities".** Journal of Strategic Knowledge Interdisciplinary Studies, Seventh Year, No. 26, pp. 76-53. Persian.
- Board Meeting No. 1 (2017). **"Internet Society"**. www.internetsociety.org. Archived from the original on 2017-02-04. Retrieved 2017-02-04.
- Bagheri dolatabadi, Ali., and Enfeali, Saedeh. (2015). **"University and science production; Structural Necessities and Barriers".** Proceedings of the International Congress of Islamic Humanities, 1 (4). Published on the website of the Hozeh Information Database, Published: 15-5 (https://hawzah.net/en/Article/View/98704). (Persian).
- Cuskelly, Graham. Fredline, Liz. (2020). **"Volunteer selection at a major sport event: A strategic Human Resource. Management approach".** Sport Management Review, G Model SMR 606 No. of Pages 11.
- Duke.L.J. (2001-2002). **Regulatory Review by the Executive Office of the President: An Overview and Policy Analysis of Current Issues.**
- Farahani, Abolzal; Keshavarz, Loghman; Alizadeh Golrizi. (1396). **"Analysis of Factors Affecting Stakeholder Behavior in the Commercialization of Sports Research".** Organizational Behavior Management Studies in Sport, Volume 4, Number 3 (15), pp. 11-20(Persian).
- Fouladi, Mohammad; Mahlaki, Sultanmorad. (2016). **"the method of scholarship; Comparison, review and critique of two traditional and modern approaches".** the standard of research in the humanities, No. 10, pp. 91-110(Persian).
- Galushko, V., & Sagynbekov, K. (2014). **"Commercialization of university research in Canada: What can we do better".** International Journal of Business Administration, 5 (5), 1-13.
- Garner, B. (2001). **"Connecting research and practice: A look at what is known about research utilization. Focus on bacicc".** basics, 4.
- Ghasemi; Hamid et al. (1400). **Research reference book.** Andisheh Ara Publications(Persian).
- Galushko, V., & Sagynbekov, K. (2014). **"Commercialization of university research in Canada: What can we do better".** Inter Journal of Business Administration, 5(5), 1-13.
- Huse's.Ellena. (2001). **"Factors Influencing the Interests, Career Paths, and Research Activities of Recent Graduates From an Academic, Pediatric Residency Program".** University of Tuebingen
- Hicks, D. (1995). **"Discourse, Learning, and Teaching".** Review of Research in Education, 21, 49-95. http://dx.doi.org/10.2307/1167279.
- Hasangholipour; Hakimeh, Gholipour; Arian, Roshandel Arbatani, Tahir. (1390). **"Barriers to knowledge commercialization in academic entrepreneurship".** Entrepreneurship Development, Fourth Year, No. 14, pp. 165-183. Persian).
- Jahed, Hossein Ali; Arasteh, Hamidreza. (2013). **"External factors affecting the commercialization of research results".** Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education, No. 67, pp: 68-45. Persian).
- Keshavarz; Loghman, Farahani; Abolfazl, Alizadeh Golrizi, Abolfazl. (1396).. **"Analysis of factors affecting the behavior of stakeholders in the commercialization of sports research".** Organizational Behavior Management Studies in Sport, Volume 4, Number 3 (Consecutive 51), pp. 20-11(Persian).
- Keshavarz; Loghman, Farahani; Abolfazl, Alizadeh Golrizi. (1397). **"Factor analysis of factors affecting the commercialization of sports management research".** Sports Management, Volume 10, Number 4, pp: 611-595(Persian).
- Kajermo KN , Nordström G. (1998). **"Wiley Online Library, Barriers to and facilitators of research utilization, as perceived by a group of registered nurses in Sweden".** Journal of advanced.
- Kuuppelomäk, Merjai, PekkaUtriainen. (2003). **"3 year follow-up study of health care students' sense of coherence and related smoking, drinking and physical exercise factors".** International Journal of Nursing Studies, Volume 40, Issue 4, Pages 383-388.
- Ledley; Fred. (1993). **Regulatory Review by the executive Office of the President: an Overview and Policy analysis of Current**. 92 (3): 436–441.
- Maghsoudi, Atefeh. (2015). Investigating the Challenges and Strategies for Applying the Results of Academic Research in Allameh Tabatabaei University, M.Sc. Thesis, Field: Educational Sciences - Educational Planning(Persian).

- Mousavi, Arash; Niko, Brothers, Mohammad, Amin. (1397). **"The Discussion of Commercialization and Scientific Research: A Critical Review and Outline for Future Research".** Approach, No. 71, (Persian).
- Nandagopal, M. (2013). **"Commercializing technologies from universities and research institutes in India: Some insights from the US experience".** Current Science, 104 (2), 183-189.
- Nikulainen, T., & Tahvanainen, A. J. (2013**). Commercialization of academic research: A comparison between researchers in U.S. and Finland.** Elta, 8, 1-21
- O'Sullivan Cliona, MSc ,Susanna, Bentman, MSc , Kathleen Bennett, PhD Maria Stokes, PhD (2007). **"Rehabilitative Ultrasound Imaging of the Lower Trapezius Muscle: Technical Description and Reliability".** Journal of Orthopaedic & Sports Physical Therapy Published Online:October 1, Volume37Issue10Pages620-626 https://www.jospt.org/doi/10.2519/jospt.2007.2446
- O'sullivan, Mary. (2007). **A didactic analysis of content development during the peer teaching tasks of a Sport Education season.** Pages 225-243, Published onlin.
- Parahoo SK , Harvey H Lea, Ayyagari M. (2018). **Economic Analysis Marketing of Public Services: The Impact of Service Quality, Reputation and Consumer Engagement on Customer Perceived Value, Satisfaction and Loyalty.**
- Paya, Ali. (2003). **"Reflections on the most important reasons for the success of scientific poles",** Quarterly Journal of Research and Planning inHigher Education, Ninth Year, No. 4 (30). Persian.
- Pourmuzen, Ali Mohammad. (1392). **"An Analysis of the Status of Application of Research Findings in NAJA".** Journal of Law Enforcement Order and Security, Year 6, Number 4 (24 consecutive).
- Qayami Rad, A., and Moharramzadeh, M., and Hosseinpour, B. (1387). **"Relationship between the views of sports managers and tourism managers and sports tourism factors in Iran".** Olympic, 16 (2 (42 in a row)), 61-51 https://www.sid.ir/fa/journal/viewpaper.as px id=72503. Persian.
- Sayadi E, Sharifian E, Tabrizi, K. (2012). **"Identification and prioritization of the barriers of relation between the manufacturing sector of the sport industry and universities in Iran".** International Journal of Sport Studies, Vol., 2 (5), 243-249. Persian.
- Turks; Mansour, Mohammad Ismail; Siddique, Noushin Fard; Fatima. (2016). **"Investigating the effective factors on the commercialization of scientific research results in Iranian knowledge-based companies".** Human Interaction and Information, Volume 3 Number 3.
- Tien-Chin. (2015). **TanAssessing the sociology of sport: On globalisation and sport policy.** First Published May 8. https://doi.org/10.1177/1012690214559858.
- Woodiwiss, Angela Ja, Scott, Leona,b, Maseko, Muzi Ja, Majane, Olebogeng Hia, Vengethasamy, Leandaa; Redelinghuys, Michellea; Sareli, Pinhasa; Norton, Gavin. (2011). **"Relationship of predominantly mild current smoking to out-of-office blood pressure in a community sample in Africa".** Journal of Hypertension: May 2011 - Volume 29 - Issue 5 - p 854-862.

۷

تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی کشورها به‌عنوان الگویی برای سیاست‌گذاری ورزش ایران

محمدجواد ضیااسطلخ زیر[۱]
رحیم رمضانی‌نژاد[۲]
شهرام شفیعی [۳]
مهدی هدایتی شهیدانی [۴]

10.22034/ssys.2024.3372.3464

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۰۷
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۷/۲۵

موفقیت ورزشی یک کشور از هماهنگی تلاش‌ها و برنامه‌های بلندمدت و استفاده کارآمد از منابع، همراه با حمایت مستمر از ورزشکاران حاصل می‌شود و امکان مشروعیت‌بخشی به نظام حکمرانی دولت‌ها را میسر می‌سازد. هدف پژوهش حاضر نیز تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی کشورها به‌منظور ارائه پیشنهادهایی برای موفقیت ورزش ایران است. پژوهش حاضر از نوع مطالعات مروری و تحلیلی است که با استفاده از روش مطالعه کتابخانه‌ای و اسناد معتبر انجام شد. نتایج نشان داد که موفقیت ورزشی بین‌المللی را می‌توان با سه رویکرد نظام‌مند، سطوح سلسله‌مراتبی موفقیت ورزشی و محورهای موفقیت تحلیل کرد. رویکرد نخست شامل سه مرحله ورودی، فرآیند و پیامدهاست. در رویکرد سلسله مراتبی، بین متغیرهای سطح کلان، دو شاخص تولید ناخالص داخلی و جمعیت؛ در سطح میانی، سیاست‌های ورزشی دولت‌ها و سازمان‌های ورزشی و در سطح خرد نیز توسعه استعداد ورزشکاران مورد تأکید بیشتری بودند. درضمن بر اساس رویکرد محورهای موفقیت ورزشی، سه محور پشتیبانی مالی، ساختار حکمرانی در ورزش و مشارکت انبوه، اساس موفقیت در ورزش بودند و بقیه محورها نیز بر مدیریت استعداد، پشتیبانی‌های فنی، شرکت در رویدادهای ورزشی و مربیگری تأکید داشتند. نوسان عملکرد ورزش ایران در رقابت‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری ورزش ایران باید متناسب با متغیرهای مختلف رویکردهای مذکور باشد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران ورزش کشور ضمن توجه به عوامل متعددی مانند حکمرانی متمرکز روی ورزش‌های مستعد کسب مدال، متغیرهای مختلف هر رویکرد را در رشته‌های ورزشی خاص شناسایی کنند و بر نحوه مدیریت این مجموعه عوامل نظارت مستمر داشته باشند.

واژگان کلیدی: توسعه ورزش، حکمرانی ورزشی، بازی‌های المپیک، ایران قوی و موفقیت ورزشی.

---

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزش، دانشگاه گیلان، رشت، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Javad.ziya@gmail.com
[۲] استاد، مدیریت ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران
[۳] دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران
[۴] دانشیار، علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

مقدمه

موفقیت ورزشی[1]، بخشی از توسعه ورزش[2] است که با هدف کسب رکورد و موفقیت‌های بین‌المللی در بالاترین سطح رقابت‌های ورزشی دنبال می‌شود. این موفقیت می‌تواند انسجام اجتماعی[3] را تقویت و احساس همبستگی ملی را افزایش دهد و حتی ممکن است به بهبود نشاط، تحرک اجتماعی، افزایش مشارکت در ورزش و سلامت روانی شهروندان کمک نماید. همچنین تصویر مثبتی از کشور و سیاست‌گذاری دولت[4] به نمایش می‌گذارد و مشروعیت[5] داخلی و بین‌المللی نظام حکمرانی[6] را تقویت می‌کند. از سوی دیگر، موفقیت در عرصه ورزش می‌تواند حس غرور ملی را برانگیزد و سرمایه اجتماعی[7] حکومت را افزایش دهد (گریکس[8] و همکاران، ۲۰۱۹: ۳۶). موفقیت ورزشی با مفهوم ورزش نخبه[9] پیوند خورده است و هدف از ورزش نخبه نیز دستیابی به سطح بالای استانداردهای عملکرد جهانی می‌باشد و تربیت ورزشکاران نخبه و ممتاز نیز در اوج ورزش حرفه‌ای[10] قرار دارد (هاوت[11] و همکاران، ۲۰۱۷: ۳۱۸). معمولاً در سیستم‌های مدیریت ورزش نخبه بر توسعه رشته‌های ورزشی مدال‌آور و کسب موفقیت بین‌المللی تمرکز می‌شود و توسعه متوازن[12] همه رشته‌های ورزشی کمتر موردتوجه است (رمضانی‌نژاد و هژبری، ۱۳۹۶: ۲۴۴). بر اساس شاخص جهانی ورزش[13]، تیم یا ورزشکاری نخبه محسوب می‌شود که در یکی از مسابقات جهانی یا المپیک دارای مدال باشد و این افتخار مترادف با مفهوم موفقیت بین‌المللی در ورزش است. با توجه به این تعریف، ممکن است ورزشکاری، حرفه‌ای باشد ولی نخبه محسوب نگردد. البته این تعریف را می‌توان با توجه به ماهیت رشته ورزشی و شرایط هر کشوری بازبینی کرد. به عنوان مثال، می‌توان ورزشکاران ایرانی صاحب مدال در رشته تنیس روی میز در بازی‌های آسیایی را نخبه محسوب کرد، ولی سطح نخبگی در کشتی با کسب مدال در مسابقات جهانی یا المپیک تعیین می‌گردد (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۸).

---

[1] Sport Sucsess
[2] Sport Development
[3] Social Solidarity
[4] Government Policy-Making
[5] Legitimacy
[6] Governance System
[7] Social Capital
[8] Grix
[9] Elite Sport
[10] Sport Sucsess
[11] Haut
[12] Balanced Development
[13] World Sport Index

موفقیت ورزشی در سطح بین‌المللی، ابزار ارزشمندی در دستیابی به اهداف غیرورزشی یا سیاسی و اجتماعی–فرهنگی است. به عبارت بهتر، دولت‌ها و سیاست‌مداران به دلیل غلبه جنبه‌های سیاسی و رسانه‌ای موفقیت بین‌المللی در ورزش به مداخله مستقیم روی می‌آورند و تمایل بسیاری به سرمایه‌گذاری مالی کلان دارند که این موضوع نیز سبب افزایش نهادها و مراکز بسیار تخصصی و ویژه در کشورهای مختلف شده است (ویکر[1] و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۰۷). حتی به دلیل اهمیت بالا و ابعاد مختلف تأثیرگذاری این پدیده، برخی از کشورها با پذیرش اقامت یا خرید ورزشکار درصد هستند تا بتوانند از اثرات ملی و بین‌المللی موفقیت ورزشی استفاده کنند. در بیانات مقام معظم رهبری جمهوری اسلامی ایران نیز بر این موضوع تأکید شده است که «ایران قوی باید ورزش قوی داشته باشد». پس می‌توان موفقیت بین‌المللی ورزشی را قله پیشرفت در ورزش و توسعه ورزش را دامنه آن در نظر گرفت (به نقل از کلهر، ۱۴۰۲).

بسیاری از کشورها، برای تحقق سریع اهداف مربوط به موفقیت بین‌المللی ورزشی در میدان و عمل، مدل وارونه مول[2] و همکاران (۲۰۰۵) را مورداستفاده قرار می‌دهند. به عنوان مثال، کشورهای عربی و برخی کشورهای آفریقایی و آمریکایی روی یک یا چند رشته ورزشی باهدف کسب افتخارات بین‌المللی متمرکز شده‌اند. دلایل و تجارب مختلفی وجود دارد که بدون عبور از مسیر مدل‌های سنتی هرمی می‌توان ورزشکارانی نخبه و بسیار حرفه‌ای تربیت کرد (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۹). به همین دلیل، تشکیل ساختارهای تخصصی و حرفه‌ای برای استعدادیابی[3] و تربیت ورزشکاران نخبه، اهمیت بسیاری پیداکرده است. از طرف دیگر، موفقیت کشور در رشته‌های ورزشی خاصی می‌تواند به دلیل ظهور یک ورزشکار، برنامه‌ای کوتاه‌مدت و یا نتیجه سرمایه‌گذاری وسیع در ورزش باشد. بنابراین نمی‌توان هر نوع پیشرفت ورزشی یا پیشرفت تصادفی و موقت را ملاک وجود سیستم نخبه‌پروری دانست، اما استمرار و سابقه موفقیت ورزشی بین‌المللی را می‌توان به وجود یک سیستم منسجم نسبت داد. باوجوداینکه سرمایه‌گذاری در ورزش می‌تواند احتمال موفقیت بین‌المللی را بیشتر میسر کند، اما تضمین‌کننده پیروزی و کسب مدال نیست؛ درحالی‌که یک سیستم تربیت ورزشکار نخبه می‌تواند سبب پیشرفت‌های مستمر و جدید شود (ضیاء و همکاران، ۲۰۲۴).

رقابت ورزشکاران در سطح بین‌المللی در حقیقت به رقابت بین سیستم‌های ورزشی سطح نخبه کشورها تبدیل‌شده است. ازاین‌رو، موفقیت ورزشکار یا تیم به ظرفیت عملکرد سیستم ورزش ملی و اثربخشی این سیستم در استفاده از تمامی منابع مرتبط با ورزش نخبه وابسته است و موفقیت کشورها در ورزش بین‌المللی، نتیجه سرمایه‌گذاری کلان در کل سیستم ورزش ملی می‌باشد. همچنین شاخص پیشرفت

[1] Wicker
[2] Mull
[3] Talent Identification

ورزشی صرفاً به عملکرد کشورها در بازی‌های بین‌المللی مهم مانند المپیک محدود نیست، بلکه نمادی از کل یک جامعه پیشرفته محسوب می‌شود، چون این موفقیت‌ها به کیفیت وضعیت اجتماعی– اقتصادی و سیاسی جوامع مرتبط می‌باشد. هرچند هوگان و نورتن[1] (۲۰۰۰) بیان کرده‌اند که در کشورهای توسعه‌یافته یک رابطه خطی میان هزینه‌های صرف‌شده برای ورزشکاران نخبه و تعداد مدال‌ها وجود دارد، اما امروزه به نظر نمی‌رسد چنین رابطه‌ای در کشورهای توسعه‌نیافته و درحال‌توسعه، وجود داشته باشد. اگرچه معیار ارزیابی موفقیت در سطح کلان ورزش، پیروزی و کسب مدال می‌باشد و مدال وسیله تحقق نیل به اهداف و آرمان‌های ورزشی است، اما این ارزیابی عملکرد محدودیت‌هایی نیز دارد. بنابراین لازم است شاخص‌های دیگری مانند مقدار هزینه و بودجه نیز با ارزش مدال مقایسه شود. از طرف دیگر، کمیته بین‌المللی المپیک، جدول رتبه‌بندی مدال‌ها را تنها معیار سنجش شایستگی تیم‌ها نمی‌داند، ولی عملاً هنوز از این نوع رتبه‌بندی استفاده می‌کند و کشورها خواسته یا ناخواسته بر اساس جدول توزیع مدال مقایسه می‌شوند. حتی سیاست-مداران و رسانه‌ها نیز برای ارزیابی موفقیت ورزشی و حتی غیرورزشی کشورها در سطح بین‌المللی از شاخص شمارش مدال استفاده می‌کنند (سوتیریادو و شیلبوری[2]، ۲۰۰۹: ۷).

امروزه از روش‌های بسیار فراوانی برای ارزیابی موفقیت ورزشی کشورها استفاده می‌شود. به عنوان مثال، ملاک در روش لکسیکوگرافی[3]، فقط تعداد مدال‌هاست و در روش رتبه‌بندی سرانه یا شاخص سرانه موفقیت ورزشی[4]، تعداد مدال‌ها نسبت به جمعیت کشور محاسبه می‌گردد (دی بوسچر[5]، ۲۰۰۸). البته در این روش‌ها، بسیاری از متغیرهای سطح کلان کشورها نادیده گرفته می‌شود که برای حل این مشکل، استفاده از تکنیک تحلیل پوششی داده‌ها[6] متداول است. در این روش از جمعیت و تولید ناخالص داخلی[7] به‌عنوان ورودی‌ها و از تعداد مدال‌ها به‌عنوان خروجی‌های مدل استفاده شده است. یکی از روش‌های جدید، ارزیابی کارایی نسبی عملکرد[8] کشورهاست (ژانگ[9] و همکاران، ۲۰۰۹: ۹۸۵)، به عنوان مثال، در بازی‌های المپیک پکن (۲۰۰۸) کشور جامائیکا با ۱۱ مدال کاراترین کشور بود و رتبه مطلق این کشور از رتبه بیست به رتبه اول رسید. ایران با ۲ مدال در این بازی‌ها به رتبه ۵۱ دست‌یافت، ولی از نظر کارایی نسبی به رتبه ۷۷ رسید.

---

[1] Hogan & Norton
[2] Sotiriadou & Shilbury
[3] لکسیکوگرافی (Lexicographic) از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره است که هدف آن رتبه‌بندی گزینه‌های پژوهش می‌باشد.
[4] Per Capita
[5] De Bosscher
[6] Data Envelopment Analysis (DEA)
[7] Gross Domestic Product (GDP)
[8] Relative Performance Efficiency Evaluation
[9] Zhang

تفاوت بین رتبه‌بندی بر اساس مجموع مدال‌ها و رتبه‌بندی بر اساس شاخص کارایی نشان می‌دهد که کارایی نسبی بسیاری از کشورهای دارای رتبه‌های بالا، بسیار پایین است (محمدی،۱۳۸۹: ۱۱)؛ بنابراین، روش رتبه‌بندی با مجموع مدال‌ها، کارایی کشورها را نشان نمی‌دهد و بهتر است تا جایی که امکان دارد از متغیرهای بیشتر اقتصادی- اجتماعی، جغرافیایی و ورزشی استفاده شود (سکیتانی و ژائو[1]، ۲۰۲۱: ۱۲۱۰). همچنین علاوه بر کسب مدال در بازی‌های المپیک و جهانی، می‌توان شاخص‌های دیگری را با توجه به شرایط کشورها مانند کسب سهمیه یا پیروزی در دیگر رقابت‌های معتبر مانند بازی‌های آسیایی را در نظر گرفت که این موضوع با شاخص‌های پایش و ارزیابی (شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی) سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور و تعریف مورد توافق ورزش نخبه در این مقاله دارای مطابقت است (رمضانی نژاد و همکاران، ۱۴۰۱؛ ۱۳۲).

بررسی واقعیت‌های ورزش قهرمانی و حرفه‌ای نشان می‌دهد که با وجود اهمیت بالای موفقیت و پیشرفت در ورزش، کسب پیروزی و مدال به عوامل زیادی وابسته است و نمی‌توان به‌آسانی با بررسی وضعیت و سابقه حضور، تعداد ورزشکاران و سایر متغیرها، دلایل موفقیت و شکست را تحلیل کرد. علاوه بر شرایط اجتماعی- اقتصادی کشورها، متغیرهای روانی و عاطفی ورزشکاران، مدیریت مسابقات به‌ویژه عامل حوادث پیش‌بینی‌نشده مثل شانس و اقبال بسیار اثرگذار هستند. بنابراین باوجود پذیرش شرایط دشوار و حساس اثرگذار بر رقابت‌های ورزشی، هنوز راه‌ها و روش‌های بسیاری برای مدیریت، انتخاب، تربیت، ارتقا و نگهداری ورزشکاران نخبه وجود دارد که در کشور ما تجربه نشده است. اگرچه تحقیقات بسیاری مانند خدادادی کاشی و کریم‌نیا (۱۳۹۵)، ترخانی و همکاران (۱۳۹۹)، پسرکلو و همکاران (۱۴۰۰)، والنتی[2] و همکاران (۲۰۲۰)، ضیاء و همکاران (۱۴۰۱)، زارع و گچی[3] (۲۰۲۲)، اسکوریچ و اوبادیچ[4] (۲۰۲۲)و زارعیان و همکاران (۱۴۰۲) برای بررسی علل موفقیت ورزشی بین‌المللی انجام‌گرفته است، اما رابطه بین سیاست‌ها و موفقیت ورزشی مشخص نیست. به همین دلیل، رویکرد جامعی از عوامل مربوط به سیاست‌های ورزشی وجود ندارد که سبب موفقیت کشورها در سطح بین‌المللی شده باشد و به‌طورکلی، طبقه‌بندی این عوامل بسیار دشوار است. در این پژوهش به دلیل نیاز به ترکیبی از عوامل مختلف فردی و اجتماعی– اقتصادی برای بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کشورها در رقابت‌های ورزشی بین‌المللی و تحلیل امکان الگوسازی[5] برای ایران، رویکردهای تحلیلی مختلف مربوط به موفقیت بین‌المللی در ورزش بررسی‌شده است.

[1] Sekitani & Zhao
[2] Valenti
[3] Zare & Géczi
[4] Škorić & Obadić
[5] Benchmarking

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع مطالعات مروری و تحلیلی است. بر این اساس، با استفاده از روش مطالعه کتابخانه‌ای پژوهش‌های خارجی از منابع و پایگاه‌های معتبر علمی چندین مقاله و گزارش علمی موردبررسی و تحلیل قرار گرفتند و عوامل موفقیت در سه رویکرد طبقه‌بندی‌شده‌اند. بر اساس این طبقه‌بندی ابتکاری، عوامل مؤثر بر موفقیت بین‌المللی کشورها در ورزش با توجه به‌مرور اجمالی پژوهش‌های مختلف و اسناد مربوط بررسی شدند و سپس با بررسی وضعیت موفقیت ورزشی ایران، تلاش شد موضوعاتی برای الگوسازی موفقیت ورزشی در ایران تبیین گردند.

رویکردهای تحلیل موفقیت ورزش بین‌المللی کشورها

موفقیت ورزشی بین‌المللی کشورها به مجموعه‌ای از عوامل مختلف بستگی دارد که هر یک نقشی حیاتی در توسعه و پیشرفت ورزش در آن کشور ایفا می‌کنند. ازجمله مهم‌ترین این عوامل می‌توان زیرساخت‌های ورزشی را نام برد که استادیوم‌ها، سالن‌ها و تجهیزات ورزشی را دربر می‌گیرد. در کنار آن، برنامه‌های آموزشی به آموزش و تربیت ورزشکاران نیز از سطوح پایه تا حرفه‌ای و همچنین آموزش مربیان می‌پردازد. علاوه بر این، میزان حمایت‌های دولتی و خصوصی که شامل تأمین مالی، ارائه تسهیلات و پشتیبانی‌های مختلف می‌شود هم جزو متغیرهای اصلی موفقت بیان‌شده‌اند. کشورها برای دستیابی به موفقیت ورزشی بین‌المللی از رویکردهای مختلفی استفاده می‌کنند که هرکدام از این رویکردها ویژگی‌ها و مزایای خاص خود را دارند. در شکل ۱ مجموعه‌ای از این عوامل به وسیله ابر واژگان[1] نشان داده شده است که در هر کدام از رویکردهای تحلیلی این مقاله وجود دارند (ضیاء و همکاران، ۲۰۲۴).



شکل ۱: ابر واژگان مربوط به عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی بین‌المللی

[1] Word Cloud

بر همین اساس و طبق مرور تحقیقات سالیان اخیر، در این مقاله عوامل موفقیت بین‌المللی ورزشی در روشی متفاوت و با سه رویکرد نظام‌مند یا سیستماتیک[1]، تحلیل سلسله مراتبی[2] سطوح اثرگذار و تحلیل عوامل سیاست ورزشی برای کسب موفقیت ورزشی[3] بررسی شوند.

۱. رویکرد سیستمی یا نظام‌مند

تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی بین‌المللی کشورها در تحقیقات مختلف مانند گادینت و دوینچ[4] (۲۰۲۰)، ایرتیشچوا[5] و همکاران (۲۰۲۲)، چیتوپونتج و گومز[6] (۲۰۲۲) و رودریگرز[7] و همکاران (۲۰۲۴) بر اساس رویکرد نظام‌مند به بررسی و تقسیم‌بندی این عوامل به سه مؤلفه ورودی[8]، فرآیند[9] و پیامدها[10] پرداخته‌اند. این رویکرد کمک می‌کند تا با نگاهی نسبتاً جامع و ساختاریافته به تحلیل جنبه‌های مرتبط زیادی با موفقیت ورزشی پرداخته شود.

ورودی‌ها شامل منابع اولیه و پایه‌ای هستند که برای توسعه ورزش در یک کشور ضروری‌اند. این منابع به سه دسته منابع انسانی، منابع مالی و منابع فیزیکی تقسیم می‌شوند. منابع انسانی شامل ورزشکاران، مربیان، کادر فنی و مدیریتی است که نقش اساسی در پیشبرد اهداف ورزشی دارند. تربیت و آموزش این افراد، به‌ویژه مربیان و کادر فنی می‌تواند سبب افزایش کیفیت تمرینات و درنتیجه بهبود عملکرد ورزشکاران شود. منابع مالی شامل بودجه‌های دولتی، سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و انواع مختلفی از حمایت‌های مالی است که برای تأمین هزینه‌های مختلف ورزشی ازجمله تجهیزات، مسابقات و آموزش موردنیاز می‌باشد. همچنین منابع فیزیکی نیز شامل زیرساخت‌های ورزشی مانند استادیوم‌ها، سالن‌های تمرین، زمین‌های ورزشی و تجهیزات تخصصی می‌باشد که نقش کلیدی در فراهم‌سازی شرایط مناسب برای تمرین و مسابقه دار (کریول[11] و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۶۰).

فرآیندها شامل تمامی فعالیت‌ها و اقداماتی هستند که به بهره‌برداری مؤثر از منابع ورودی کمک می‌کنند. این فرآیندها شامل توسعه و آموزش مربیان، برنامه‌های تمرینی و آموزشی، مدیریت ورزشکاران، استفاده از فاوری و علم ورزش و برنامه‌های روان‌شناسی و تغذیه ورزشی می‌باشند. توسعه و آموزش مربیان

[1] Systematic Approach
[2] Hierarchical Analysis
[3] Sports Policy factors Leading to International Sporting Success (SPLISS)
[4] Gadient & Deutsch
[5] Irtyshcheva.
[6] Chutiphongdech & Kampitak
[7] Gómez-Rodríguez
[8] Input
[9] Process
[10] Outcome
[11] Kérivel

با ارائه دوره‌های تخصصی و به‌روزرسانی دانش آن‌ها می‌تواند به بهبود کیفیت تمرینات کمک کند. برنامه‌های تمرینی و آموزشی نیز باید بر اساس اصول علمی و با استفاده از تجهیزات پیشرفته تنظیم شوند تا ورزشکاران بتوانند به بهترین شکل ممکن آماده مسابقات شوند. مدیریت ورزشکاران شامل نظارت بر پیشرفت و سلامت آن‌ها، ارزیابی عملکرد و ارائه بازخوردهای مؤثر است و استفاده از فنّاوری و علم ورزش نیز به تحلیل داده‌ها و بهبود عملکرد کمک می‌کند تا در نهایت برنامه‌های روان‌شناسی و تغذیه ورزشی نیز به حفظ سلامت روانی و جسمانی ورزشکاران کمک کنند (سالسینوویچ[1] و همکاران، ۲۰۲۲: ۲۵).

پیامدها دربردارنده نتایج و دستاوردهای نهایی هستند که از طریق فرآیندهای اجرایی به‌دست می‌آیند. این نتایج که در بلندمدت به وقوع می‌پیوندند شامل موفقیت‌های بین‌المللی، توسعه پایدار ورزش، افزایش مشارکت عمومی در ورزش و بهبود سلامت جامعه هستند. موفقیت‌های بین‌المللی به کسب مدال‌ها و رتبه‌های برتر در مسابقات جهانی و بین‌المللی اشاره دارد. توسعه پایدار ورزش به معنای افزایش تعداد ورزشکاران حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای و ارتقای سطح ورزش در کشور است. افزایش مشارکت عمومی در ورزش نیز نشان‌دهنده استقبال بیشتر مردم از فعالیت‌های ورزشی و افزایش فرهنگ ورزشی در جامعه است. بهبود سلامت جامعه نیز نتیجه مستقیم افزایش فعالیت‌های ورزشی و ترویج سبک زندگی سالم است (ترینینچ[2] و همکاران، ۲۰۱۱: ۲۷).

تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی بین‌المللی بر اساس رویکرد نظام‌مند نشان می‌دهد که برای دستیابی به موفقیت‌های بزرگ و پایدار در عرصه بین‌المللی ورزش باید توجه ویژه‌ای به‌تمامی مراحل از ورودی‌ها گرفته تا فرآیندها و خروجی‌ها داشت (جدول ۱). این رویکرد جامع و هماهنگ تا حدود زیادی زمینه‌ساز توسعه متوازن و کارآمد ورزش در سطح ملی و بین‌المللی خواهد بود. متغیرهای وضعیت اقتصادی و بودجه، حمایت مالی، مشارکت ورزشی آحاد جامعه، حمایت رسانه‌ها و تحقیقات علمی در پژوهش‌های مختلف جزو ورودی‌ها در نظر گرفته‌شده‌اند. همچنین، وجود مدیریت استعداد، نظام مربیگری، سیاست‌گذاری در ورزش و برخی تسهیلات ویژه ورزشی جزو فرآیندها به شمار می‌آیند. البته بین این عوامل هم‌پوشانی وجود دارد و متغیرهای دیگری را نیز می‌توان برای هر مؤلفه مشخص کرد. محققان معتقدند که تقریباً همه کشورها، روند مشابهی را برای موفقیت بین‌المللی در ورزش، به‌ویژه با پیروی از کشورهای بلوک شرق سابق در پیش‌گرفته‌اند. با این تفاوت که برخی از کارشناسان، عوامل زمینه‌ای (ورودی‌ها) را در توسعه سیستم ورزش نخبه مهم‌تر و مؤثرتر می‌دانند. بااین‌حال، با توجه به هم‌پوشانی این عوامل، گروهی دیگر از افراد، اهمیت فرهنگ حمایتی از ورزش نخبه، تأمین مالی مناسب و فرآیندهای شناسایی و پرورش استعداد (فرایندها) را مهم‌تر قلمداد می‌کنند.

[1] Salcinovic
[2] Trninić

جدول ۱: عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی بین‌المللی با رویکرد نظام‌مند

ورودی		فرآیند	پیامد
ورزشکاران سطوح مختلف مربیان خبره داوران واسطه‌های بین سازمانی عوامل اجرایی عوامل فنی_تخصصی هیئت‌مدیره تدارکات حامیان مالی عوامل رسانه تماشاچیان و هواداران خانواده‌ها گروه‌های همگن و همتا مدارس بازیکنان مستعد جوان اعضای فدراسیون و هیئت‌ها کارشناسان ورزشی	سیاست‌گذاری در ورزش	تدوین اسناد رسمی وحدت فرماندهی در سیاست‌گذاری شایسته‌سالاری برگزاری مدون رویدادها هدف‌گذاری کمی در کسب مدال‌ها تجهیز ورزشی مدارس توجه به ورزش‌های مدال‌آور اخذ میزبانی ایجاد مدارس ورزشی تمام‌وقت توجه به فوق‌برنامه‌های ورزشی توجه به ورزش روستایی و عشایر توجه به ورزش دانشگاهی توسعه ورزش بانوان غنی‌سازی اوقات فراغت احداث اماکن و تأسیسات ورزشی تحقیقات علمی	موفقیت بین‌المللی ورزش کسب درآمد ارتقای وجهه بین‌المللی ارتقای سطح سلامت جامعه انسجام و وحدت ملی ترویج و تبادل فرهنگ مطلوب کاهش ناهنجاری اجتماعی حفظ نظام سیاسی مدیریت منابع انسانی پایدار توسعه متوازن سطوح ورزش تعدیل نرخ مهاجرت ارتقای شاخص دموکراسی خصوصی‌سازی و چابکی دولت ایجاد گفتمان سیاسی حمایتی ارتقای سرمایه اجتماعی
	مدیریت استعدادها	تدوین سیستم استعدادیابی توجه به ورزشکاران با نیازهای ویژه تأسیس مراکز تمرینی توجه به تیم‌های پایه توجه به رشته‌های مادر مثل دوومیدانی و ژیمناستیک دانش‌افزایی مربیان	

پیشکسوتان		
بودجه دولتی	تجاری‌سازی	ایجاد قوانین نظام‌مند برای شرط‌بندی
تبلیغات		بازاریابی محصولات ورزشی
بلیت‌فروشی		حضور کسب‌وکارهای مختلف در ورزش
حمایت‌های مالی هواداران		حق پخش تلویزیونی
فروش محصولات		واگذاری مالکیت باشگاه‌ها به بخش غیردولتی
حقوق نام‌گذاری اماکن		
جوایز		
فدراسیون‌های جهانی		
درآمدزایی از اجاره اماکن	حمایت ورزشکاران	تدوین سیستم پاداش
فروش بازیکنان		ارائه تسهیلات ورزشی
اسپانسرشیپ		عدالت جنسیتی ورزشکاران
حق پخش تلویزیونی		معافیت مالیاتی ورزشکاران مدال‌آور
سرمایه‌گذاری خصوصی		حقوق بازنشستگی
حمایت مردمی و خیریه		اشتغال ورزشکاران
گردشگری ورزشی		بیمه ورزشکاران
سرمایه‌گذاری در ورزش‌های الکترونیک		برنامه‌های تغذیه‌ای و مشاوره‌ای
		شبکه‌های ارتباطی بین ورزشکاران
		ارتقای فرهنگ ورزش و سبک زندگی فعال
		ارائه تسهیلات مربوط به سربازی

	تجهیزات ورزشی ساختمان‌های اداری استادیوم‌ها مجموعه‌های ورزشی سالن‌های همایش آزمایشگاه‌ها مراکز پزشکی- ورزشی خوابگاه‌ها مراکز فناوری حمل‌ونقل کتابخانه‌ها	روابط بین سازمانی	ارتباط با کشورهای توسعه‌یافته در ورزش سازمان‌دهی رسانه‌های ورزشی همکاری بین وزارت بهداشت و ورزش تأسیس مراکز پژوهشی مرتبط با ورزش ارتباط مدرسه/ دانشگاه با باشگاه ارتباط باشگاه و هیئت‌ها ارتباط بین وزارت علوم و وزارت ورزش همکاری کمیته ملی المپیک و وزارت ورزش همکاری دانشگاه با هیئت‌های ورزشی

مرور تحقیقات نشان می‌دهد از میان مراحل رویکرد نظام‌مند، فرآیندها به دلیل نیاز به هماهنگی و ارتباط بین سازمان‌های مختلف و پیش‌نیازهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتر مورد تأکید قرار دارند؛ اما معمولاً در مدل‌ها و الگوهای تربیت ورزشکاران، آشکار و مشخص نیستند، چون معمولاً چند شیوه برای تربیت ورزشکاران نخبه دنبال می‌شود. البته این شیوه‌ها کاملاً مدل‌سازی نشده‌اند و تابع سیاست‌های دولتی و سازمان‌های ورزشی هستند. به عنوان مثال، کشورهایی مانند کوبا، چین، آلمان شرقی سابق، فرانسه، یونان و ایرلند با محوریت و ایفای نقش اصلی توسط دولت، نمود بیشتری دارد. مدیریت، فوق‌العاده متمرکز است و وزارت ورزش یا هر سازمان ویژه، نقش انحصارطلبانه دارد. نسخه اصلی این مدل در شوروی سابق و کشورهای سوسیالیستی[1] اروپای شرقی تا اوایل دهه ۱۹۳۰ اجرا می‌شد. بااین‌حال، پس از فروپاشی این کشورها نیز این سیستم به‌طور کامل کنار گذاشته نشده و حتی برخی از روش‌های آن با شرایط امروزی منطبق شده است. این مدل در تحقیقات مختلف به‌عنوان «مدل حکمرانی متمرکز[2] در ورزش» شناخته‌شده است (ضیاء و همکاران، ۱۴۰۱).

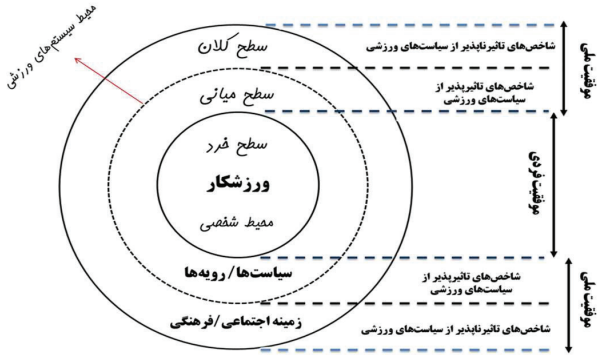
[1] Socialist Countries
[2] Centralized Governance

سیاست‌های کلی و عمومی دولت در کشورهایی مانند آمریکا به‌صورت **مدل شبکه‌ای**[1] تدوین و اجرا می‌گردد و به بخش‌های زیادی توزیع و تفکیک‌شده است. در این مدل، همکاری بین عاملان یا ذینفعان مختلف با نقش‌ها و مسئولیت‌های متفاوتی همراه می‌باشد و نقش‌های اصلی ورزش میان فدراسیون ملی، کمیته‌های ملی المپیک، مؤسسات ورزشی دولتی و سیستم‌های مدارس تقسیم‌شده است. همچنین در مدل باشگاهی[2]، نقش عمده بر عهده باشگاه‌های حرفه‌ای است که عموماً بر اهداف تجاری ورزش‌ها تمرکز دارند. به عنوان مثال، در فوتبال، برخی باشگاه‌ها، سازمان‌های پیشرفته و ویژه‌ای مانند آکادمی برای ورزشکاران جوان تأسیس کرده‌اند که نمونه‌هایی از این مدل ورزش حرفه‌ای در باشگاه آث میلان قابل‌مشاهده می‌باشد (تیبولت و بابیاک[3]، ۲۰۰۵). البته پایگاه‌های قهرمانی ایران نیز می‌توانستند چنین شبکه‌ای ملی و گسترده‌ای را برای استعدادیابی داشته باشند، اما بدون توجه به پتانسیل‌های ورزشی هر استان راه‌اندازی و پس از مدتی فقط به مرکز اندازه‌گیری تبدیل شدند.

۲. رویکرد سلسله مراتبی موفقیت در ورزش

دی‌بوسچر و همکاران (۲۰۰۶) سطوح مؤثر بر موفقیت ورزشی را به سه دسته متغیرهای کلان شامل موقعیت اجتماعی و فرهنگی محل زندگی افراد (رفاه اقتصادی، جمعیت، تغییرات جغرافیایی و آب و هوایی، میزان شهرنشینی، نظام سیاسی و فرهنگی)؛ متغیرهای سطح میانی شامل سیاست‌ها و تدابیر ورزشی مؤثر بر عملکردهای بلندمدت و متغیرهای سطح خرد نیز شامل ورزشکاران، ویژگی‌های ژنتیکی، محیط زندگی، والدین، مربیان و دوستان تقسیم کرده‌اند. بر اساس شکل ۲، می‌توان برخی عوامل سطح میانی و تا حدودی سطح خرد را با سیاست‌های ورزشی کنترل کرد. البته این سه سطح با یکدیگر همپوشانی دارند و همچنین هیچ عاملی نمی‌تواند از شرایط فرهنگی و اجتماعی جدا باشد (به نقل از رمضانی‌نژاد و ضیاء، ۱۴۰۳: ۷۸). همچنین تحقیقات مختلف مانند ترووینز[4] و همکاران (۲۰۱۴)، کواکس[5] و همکاران (۲۰۱۷)، شری و همکاران (۲۰۱۷)، نایپلینگ و بروکل[6] (۲۰۲۲)، د پائولا اولیویرا و نیول[7] (۲۰۲۳) اذعان کردند که طبق این رویکرد، عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی را می‌توان به سه دسته متغیرهای سطح کلان، میانی و سطح خرد تقسیم نمود.

[1] Network Model
[2] Club-based Model
[3] Thibault & Babiak
[4] Truyens
[5] Kovács
[6] Knuepling & Broekel
[7] de Paula Oliveira & Newell



شکل ۲: سطوح و عوامل تعیین‌کننده موفقیت فردی و بین‌المللی در ورزش

سطح کلان شامل عواملی است که فراتر از کنترل مستقیم سیاست‌گذاران و سازمان‌های مربوطه در کوتاه‌مدت می‌باشد. در بسیاری از مطالعات عوامل موفقیت ورزش، پیش‌بینی‌ها و ارزشیابی عملکرد روی بازی‌های المپیک بیشتر در این سطح صورت گرفته است. فرضیه اصلی در مورد مطالعات سطح کلان، توزیع یکسان استعداد ورزشی در سراسر دنیاست؛ بدین معنی که کشورهای مختلف از شرایط برابر برای پرورش ورزشکاران نخبه برخوردارند. در بیشتر تحقیقات به دلیل دشواری اندازه‌گیری عوامل سطح میانی و فردی از متغیرهای سطح کلان مانند جمعیت، تولید ناخالص داخلی، امید به زندگی، نوع حکمرانی، بهداشت و غیره استفاده‌شده است. البته تقریباً در اکثر تحقیقات، دو شاخص تولید ناخالص داخلی و جمعیت کشور به‌مثابه مهم‌ترین شاخص پیشرفت اجتماعی- اقتصادی و پیش‌بینی‌کننده کسب مدال بیشتر موردتوافق است. از دیدگاه دی بوسچر و همکاران (۲۰۰۶) نیز بیش از ۵۰ تا ۵۷ درصد شاخص‌های تعیین‌کننده موفقیت در سطح بین‌المللی (مانند بازی‌های جهانی و المپیک)، متغیرهای سطح کلان هستند. به عنوان مثال، ۵۷ درصد موفقیت ورزش در سطح بین‌الملل را در سال‌های ۱۹۸۰-۱۹۶۴ به عوامل سطح کلان ربط داده‌اند، درحالی‌که این مقدار در سال‌های بعد به ۴۵ درصد کاهش‌یافته است.

همچنین میانگین اندازه اثر عوامل اقتصادی (۰/۴۵) بر عملکرد ورزشی کشورها در رویدادهای بزرگ ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۴ بالا و معنی‌دار بود. با بررسی میزان رقابت و قدرت انحصاری کشورها در بازارهای اقتصادی مشخص شد، توسعه‌یافتگی و تولید ناخالص داخلی کشورها نسبت به جمعیت، اثر مثبت بیشتری بر کسب مدال المپیک ۱۹۹۶-۲۰۱۶ داشته است. از طرف دیگر با کاهش میزان تمرکز کشورهای دارای قدرت انحصاری بالا در طول زمان قدرت رقابتی دیگر کشورها افزایش‌یافته است (به نقل از اسدی زاده و عسکریان، ۱۳۹۸: ۸۴۱). به‌طورکلی، اغلب تحقیقات پیرامون عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی بین‌المللی

کشورها در سطح کلان معطوف به رویداد المپیک و متمرکز بر ثروت[1] (تولید ناخالص داخلی)، اندازه جمعیت[2]، شرایط آب و هوایی[3] و ایدئولوژی[4] بود.

کشورهای ثروتمند نسبت به جمعیت خود، معمولاً به دلیل برخورداری از منابع بیشتر برای سرمایه‌گذاری در ورزش‌های نخبه، موفقیت بیشتری دارند؛ اما برخی کشورهای نسبتاً فقیر نظیر کنیا و اتیوپی نسبت به کشورهای غنی‌تر مانند عربستان نشان داده‌اند که موفقیت در المپیک به‌تنهایی به ثروت وابسته نیست. حتی در ورزش‌های تجملاتی مانند سوارکاری، وجود منابع زیاد در کشورهایی مثل کویت نمی‌تواند متضمن موفقیت باشد (رایش[5]، ۲۰۱۷: ۷۸). در جدول ۲، مقدار تولید ناخالص ملی بر حسب میلیون دلار آمریکا و اندازه جمعیت بعضی از این کشورها نشان داده‌شده است (ضیاء و همکاران، ۲۰۲۴):

جدول ۲: میزان ثروت و جمعیت کشورها

کشور	GDP	اندازه جمعیت
قطر	۲۳۷	۲/۸۵۷/۸۲۲
سنگاپور	۵۰۱	۵/۹۱۷/۶۰۰
هنگ‌کنگ	۳۸۲	۷/۵۰۳/۱۰۰
امارات متحده عربی	۵۰۴	۱۰/۲۸۸/۹۴۶
کویت	۱۶۱	۴/۹۱۳/۷۱۳
عربستان صعودی	۱/۰۶۷	۳۲/۱۷۵/۲۲۴
بحرین	۴۳	۱/۵۷۷/۰۵۹
ایران	۴۰۱	۹۱/۶۸۸/۱۰۷
جامائیکا	۱۹	۲/۸۲۵/۵۲۴
کنیا	۱۰۷	۵۲/۴۲۸/۲۹۰

همچنین، طبق جدول ۳، کشورهای پرجمعیت مانند چین و ایالات‌متحده معمولاً استعدادهای بالقوه بیشتری برای گزینش در تیم‌های ملی دارند؛ اما این عامل، تأثیر مستقیم بر تعداد مدال‌های کسب‌شده در المپیک ندارد و جمعیت زیاد کشورهایی مثل هند و نیجریه و عدم‌توفیق این کشورها، شاهدی بر این ادعاست (ضیاء و همکاران، ۲۰۲۴).

[1] Wealth
[2] Population Size
[3] Geographical Conditions
[4] Ideology
[5] Reiche

جدول ۳: نسبت تعداد مدال با توجه به اندازه جمعیت کشورها

کشور	جمعیت	تعداد مدال
ایالات‌متحده	۳۳۵/۸۹۳/۲۳۸	۳,۰۹۴
چین	۱/۴۰۹/۶۷۰/۰۰۰	۸۰۴
هند	۱/۴۵۲/۷۷۰/۶۵۰	۴۱
برزیل	۲۰۳/۰۸۰/۷۵۶	۱۷۰
پاکستان	۲۴۱/۴۹۹/۴۳۱	۱۱
آرژانتین	۴۷/۰۶۷/۴۴۱	۸۰
کنیا	۵۲/۴۲۸/۲۹۰	۱۲۴
ایران	۹۱/۶۸۸/۱۰۷	۸۸

شرایط جغرافیایی نیز می‌تواند یک مزیت یا محدودیت برای موفقیت بین‌المللی در ورزش در رویدادی مانند المپیک باشد. کشورهای دارای آب‌وهوای سرد و کوهستانی در بازی‌های زمستانی موفق‌تر هستند. در بازی‌های تابستانی، تأثیر این شرایط محدودتر است، اما بااین‌حال در برخی رشته‌ها مانند گلف و قایقرانی اثرگذاری بیشتری دارد. در همین راستا، مرور تحقیقات انجام‌شده در مورد تأثیر شرایط جغرافیایی از المپیک ۱۹۶۴ تا ۲۰۱۰ نشان داد که پوشش برف عامل تعیین‌کننده‌ای برای موفقیت در بازی‌های المپیک زمستانی نیست. به عنوان مثال، بولیوی باوجود برخورداری از شرایط جغرافیایی مناسب برای بازی‌های زمستانی، موفقیت چشمگیری در این بازی‌ها نداشته است. از طرفی کشور هلند ضمن عدم‌بهره‌مندی از شرایط مناسب با سیاست‌گذاری درست در انتخاب رشته ورزشی (اسکیت سرعت به‌جای اسکی) به موفقیت‌های زیادی دست‌یافته است. قطر و امارات هم با ایجاد پیست‌های اسکی با استفاده از برف مصنوعی و ورود به رشته‌هایی مانند کرلینگ[1]، نمونه‌های نقض تأثیر صرف شرایط آب و هوایی هستند (رایش، ۲۰۱۶: ۷۹).

کشورهای دارای ایدئولوژی کمونیستی به دلیل عواملی مانند سیستم‌های دولتی متمرکز، سرمایه‌گذاری زیاد در ورزش‌های نخبه، دسترسی ورزشکاران به مزایا و مشوق‌های خاص و تمرکز بر برابری جنسیتی[2] در ورزش به‌طور قابل‌توجهی در بازی‌های المپیک موفق‌تر از کشورهای با اقتصاد بازار آزاد بودند. به همین دلیل مرور تحقیقات نشانگر اهمیت بالای عامل ایدئولوژی در موفقیت بین‌المللی کشورها در ورزش تا قبل از پایان جنگ سرد است؛ اما با پایان جنگ سرد و دگرگونی سیستم‌های سیاسی حاکم بر بسیاری از کشورهای کمونیستی، اهمیت ایدئولوژی به‌عنوان عامل موفقیت در المپیک کاهش‌یافته است. امروزه بسیاری

[1] Curling
[2] Gender Equality

از کشورهای غربی نیز با الهام از برخی سیاست‌های ورزشی کشورهای کمونیستی گذشته، سیستم‌های خود را ارتقا داده‌اند و موفقیت‌های قابل‌توجهی کسب می‌کنند. همچنین ظهور ورزش‌های حرفه‌ای و امکان حضور ورزشکاران حرفه‌ای در المپیک از سال ۱۹۸۸، عامل دیگری در تغییر شرایط رقابت و کاهش نقش ایدئولوژی خالص است. درنتیجه، درحالی‌که ایدئولوژی کمونیستی در گذشته عامل مهمی برای موفقیت در المپیک بوده است، اهمیت آن در شرایط امروزی کم شده و عوامل دیگری نیز در موفقیت یا شکست کشورها در بازی‌های المپیک تأثیرگذار هستند (ضیاء و همکاران، ۲۰۲۴). در میان مطالعات داخلی، نتایج پژوهش محمدی (۱۳۸۹)، شفیعی (۱۳۹۰)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۲)، عسگری و همکاران (۱۳۹۴)، خدادکاشی و کریم نیا (۱۳۹۷) و عیدی و همکاران (۱۳۹۷) بر تأثیر این شاخص‌های کلان تأکید کرده‌اند (به نقل از فرحمند و همکاران، ۱۴۰۳: ۴۵).

سطح میانی شامل عواملی است که متأثر از سیاست‌ها و راهبردهای ورزشی می‌باشد و در واقع، عوامل سیاسی و سیاست‌های ورزشی‌ای که در این لایه قرار دارند در تخصیص منابع و تدوین راهبردهای مؤثر در عملکرد بلندمدت اثرگذارند. در همین رابطه با توجه به اینکه طراح اصلی سیاست‌های ورزشی، دولت‌ها و سازمان‌های مربوطه ورزشی هستند، بنابراین میزان تأثیر مستقیم این عوامل در لایه میانی بیشتر است (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۵). طبیعی است که هرچقدر میزان کارایی و اثربخشی سیاست‌ها و راهبرد دولت‌ها و سازمان‌های ورزشی مربوطه بیشتر باشد، میزان موفقیت ورزشی نیز بیشتر است. به‌طورکلی مطالعات در این سطح اغلب به عواملی مانند مشارکت زنان[1]، نهادسازی[2]، تابعیت‌پذیری[3] و میزبانی[4] مربوط است.

کمیته بین‌المللی المپیک در حال حرکت به سمت افزایش رویدادهای مشترک و کاهش نابرابری جنسیتی در مسابقات است. حضور زنان در عرصه‌های بین‌المللی ورزش تا حد زیادی به پیشینه فرهنگی و مذهبی کشورها بستگی دارد؛ اما ایجاد برابری جنسیتی و حضور زنان در المپیک می‌تواند فرصت‌های بیشتری برای موفقیت ورزشی بین‌المللی ورزشکاران زن ایجاد کند و اهمیت سرمایه‌گذاری روی آنان را دوچندان می‌سازد. بیش از نیمی از مدال‌های چین در المپیک ۲۰۰۴ آتن (۳۹ از ۶۹) در مسابقات زنان به دست آمد. سرمایه‌گذاری روی مشارکت زنان نه‌تنها سبب افزایش مدال‌ها و دستاوردهای ورزشی، بلکه به توسعه اجتماعی و فرهنگی جامعه نیز کمک می‌کند. مرور تحقیقات نشان داده است که همبستگی مثبتی بین برابری جنسیتی در یک کشور و تعداد مدال‌های کسب‌شده توسط ورزشکاران زن و مرد آن کشور در المپیک وجود

[1] Women's Participation
[2] Institutionalization
[3] Citizenship
[4] Hosting

دارد و عدالت آموزشی به‌عنوان مهم‌ترین عامل پیش‌بینی‌کننده موفقیت المپیک برای زنان و مردان شناخته‌شده است (ردیهان[1]، ۲۰۱۷: ۵۲۵).

ایجاد ساختار و فرایندهای منظم برای شناسایی، پرورش و حمایت از ورزشکاران نخبه با ارائه منابع و پشتیبانی لازم به ورزشکاران در قالب مفهوم «نهادسازی»[2] به‌عنوان یکی دیگر از عوامل مهم سطح میانی قرار دارد. این نهادها با هماهنگی و برنامه‌ریزی متمرکز، اهمیت بالایی در افزایش موفقیت بین‌المللی ورزش خواهند داشت. ازاین‌رو، بسیاری از کشورها ازجمله چین با اتخاذ این سیاست در کنار نگاه تخصصی به ورزش‌های مدال‌آور توفیقات زیادی در المپیک کسب نموده‌اند. بااین‌حال، ممکن است این رویکرد، سیاست‌های ورزشی را با محدودیت‌هایی مانند تخصصی شدن زودهنگام[3] روبه‌رو سازد. به همین دلیل بعضی از کشورها مانند نروژ محدودیت‌هایی برای شناسایی استعداد در کودکان زیر ۱۳ سال و همچنین قوانینی برای جلوگیری از تخصصی‌شدن زودهنگام کودکان در یک ورزش خاص دارند. ازاین‌رو، نحوه یادگیری زودهنگام و شناسایی استعدادها در کشورهای مختلف مطابق با فرهنگ و قوانین آن کشور متفاوت است (ضیاء و همکاران، ۲۰۲۴).

امروزه علاوه بر توجه به استعدادهای داخلی، راهبرد جذب ورزشکاران خارجی و اعطای تابعیت به آن‌ها نیز به یک راهبرد بحث‌برانگیز تبدیل‌شده است. این روش در مدیریت استعدادها در کشورهایی که به موفقیت در المپیک مشتاق هستند به‌کرات دیده می‌شود. خرید مدال‌های المپیک با این راهبرد سؤالات اخلاقی و فرهنگی متعددی را به وجود می‌آورد، زیرا ورزشکاران مهاجر ممکن است هیچ وابستگی واقعی به کشور جدید نداشته باشند. دو مثال بارز این موضوع کشورهای قطر (به دنبال دوندگان کنیایی) و سنگاپور (به دنبال پینگ‌پنگ بازان چینی) هستند. در المپیک ۲۰۲۰ توکیو، قطر از ۱۰ مدال کسب شده خود (بیش‌ترین مدال در تاریخ این کشور)، ۷ مدال در دوومیدانی کسب کرد که ۶ مورد آن توسط ورزشکاران کنیایی مهاجر به‌دست‌آمده بود. همچنین در المپیک ۲۰۱۶ ریو، از ۴ مدال کسب‌شده توسط سنگاپور، ۳ مدال در رشته تنیس روی میز توسط ورزشکاران چینی الاصل به‌دست‌آمده بود (رایش، ۲۰۱۶: ۱۴۰). به همین دلیل برای ایجاد فرصت‌های برابر برای همه کشورها، کمیته بین‌المللی المپیک قانونی به نام «دوره انتظار»[4] را تدوین کرد که طبق آن، ورزشکاران پناه‌جو باید مدت‌زمان معینی (سه سال) را منتظر بمانند تا برای کشور جدید خود رقابت کنند و در طول این دوره می‌تواند زیر پرچم ورزشکاران بی‌طرف یا پناه‌جویان به فعالیت بپردازد.

[1] Redihan
[2] Institutionalization
[3] Early Specialization
[4] Waiting Period

همچنین در برخی موارد خاص مانند ازدواج، کمیته بین‌المللی المپیک ممکن است اجازه چشم‌پوشی از دوره انتظار را بدهد (ضیاء و همکاران، ۲۰۲۴).

میزبانی در رویدادهای بین‌المللی ورزش مانند المپیک نیز از عوامل مهم سطح میانی است. کشورهایی که میزبان بازی‌های المپیک تابستانی و زمستانی هستند، معمولاً مدال‌های بیشتری نسبت به دوره‌هایی کسب کرده‌اند که میزبان نبودند. حضور هواداران، سازگاری با آب‌وهوا، بهره‌مندی از امکانات بهتر و تعداد ورزشکاران بیشتر از دلایل اصلی موفقیت کشورهای میزبان است. البته دو کشور ایالات‌متحده در بازی‌های تابستانی ۱۹۹۶ و ایتالیا در بازی‌های زمستانی ۲۰۰۶ به دلیل دو دوره میزبانی پیاپی از این قاعده مستثنا هستند (رایش، ۲۰۱۶: ۱۴۵). به‌عنوان‌مثال، پنج کشور برتر در بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ پکن (چین، آمریکا، روسیه، بریتانیا و آلمان) با اعزام ۲۴۷۷ ورزشکار (۲۳/۷ درصد از کل ورزشکاران) توانستند ۳۷۱ مدال (۳۸/۷ درصد) کسب کنند. در مقابل، پنج تیم انتهایی (افغانستان، مولداوی، موریس، توگو و ونزوئلا) با اعزام ۱۵۹ ورزشکار (۶/۴ درصد) تنها به پنج مدال (۰/۵ درصد) دست یافتند. همچنین، رابطه معنی‌داری بین مدال‌های کسب‌شده ایران از آغاز بازی‌های المپیک تا بازی‌های ۲۰۰۸ پکن با تعداد ورزشکاران شرکت‌کننده وجود ندارد (عیدی و همکاران، ۱۳۹۰؛ به نقل از رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴).

مطالعات متغیرهای سطح خرد به‌عنوان درونی‌ترین سطح این رویکرد، عمدتاً بر استعدادیابی و رشد ورزشکاران، مربیان، والدین، دوستان تمرکز دارند. عوامل این سطح می‌توانند بر عوامل بخش میانی تأثیر بگذارند و اغلب بر فرایند استعدادیابی و عوامل مربوط به پیکرسنجی[1] افراد جهت حضور در سطح نخبه ورزش متمرکزشده‌اند. برخی از این عوامل مانند تکنیک‌ها و تاکتیک‌های تمرینی قابل‌کنترل بوده و برخی دیگر مانند ژنتیک، کنترل‌پذیر نیستند. در سطح فردی، ورزشکار و مربی نقش مهمی ایفا می‌کنند و تحقیقات در این سطح ساده‌تر از سطح میانی است. همچنین، انگیزش و اعتمادبه‌نفس ورزشکاران به‌عنوان عوامل کلیدی موفقیت موردتوجه هستند. برخی از مطالعات نیز بر مدیریت ورزشکاران مستعد تمرکز دارند و پیشنهاد می‌کنند به‌جای کشف استعداد، بر رشد و پیشرفت آن‌ها تمرکز شود. نخبگی در ورزش نیازمند ۱۰ سال زمان و ۱۰ هزار ساعت تمرین است و هزینه بالایی دارد. هرچند رابطه مستقیمی بین هزینه و مدال‌ها وجود ندارد، اما به‌طورکلی، برنامه‌ریزی بلندمدت و زیرساخت‌های حمایتی برای موفقیت ورزشکاران نخبه ضروری است. نوع و کیفیت استعداد برای رشته‌های ورزشی مختلف از دیدگاه ورزش قهرمانی[2] متفاوت است و کشف این استعدادها از اجزای مهم برنامه‌های مربوط به توسعه ورزش در سطوح بالاست. علاوه بر این، مربیان و ورزشکاران نیز دو عامل و ذی‌نفع اصلی پیشرفت ورزشی در سطح فردی هستند. موضوع مشترک کلیه مطالعات در این سطح، تأکید بر خود ورزشکار و انگیزه او برای موفقیت می‌باشد. متغیرهایی

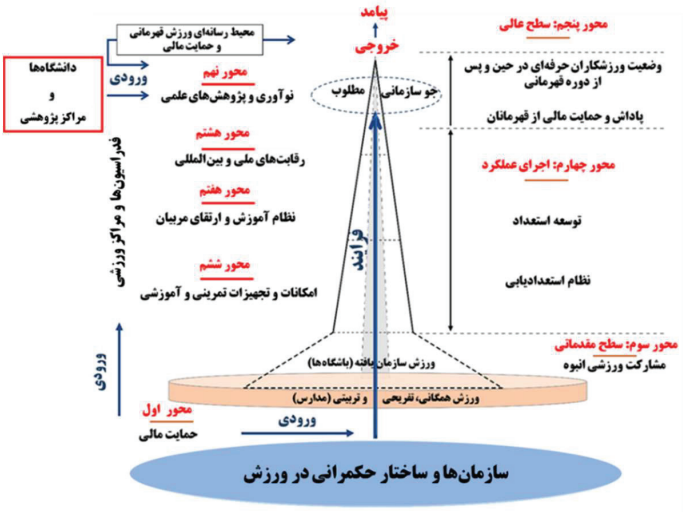
[1] Anthropometric
[2] Championship Sport

نظیر والدین، دوستان، مربیان و کیفیت مربیگری نیز در حیطه محیط فردی و پیرامون ورزشکار قرار دارند (رمضانی‌نژاد و ضیا، ۱۴۰۳: ۱۱۰).

همان‌طور که بیان شد عمده تمرکز تحقیقات پیرامون موفقیت بین‌المللی در ورزش پیرامون عوامل سطح کلان می‌باشد، اما در صحت پیش‌بینی اثرگذاری این عوامل اختلاف‌نظر وجود دارد. به همین جهت، امروزه از مدل‌های ریاضی، کامپیوتری و آماری فراوانی استفاده می‌شود- درحالی‌که موفقیت و رتبه‌بندی به عوامل انسانی و محیط ورزشی نیز وابسته است و این پیش‌بینی‌ها در سطح فردی (ورزشکار)، گروهی (تیم یا باشگاه) و کشوری (تیم‌های ملی) انجام می‌گیرد. به همین منظور برای رتبه‌بندی و بررسی کارایی نسبی کشورها از متغیرهای کلان اجتماعی-اقتصادی استفاده می‌شود. محققان برای پیش‌بینی موفقیت کشورها در بازی‌های المپیک و جهانی، مجموعه‌ای از متغیرهایی مانند رشد اقتصادی، تورم، بیکاری، حکومت سیاسی، توسعه سلامت و بهداشت، میزبانی، مسافت تا کشور میزبان، امید به زندگی، شاخص مرگ کودکان، جمعیت شهری، ترکیب سنی، دین، حمایت مطبوعات، میزان مصرف پروتئین و تنوع زیستی (برای ورزش‌های آبی و زمستانی) را موردتوجه قرار می‌دهند.

۳. محورهای موفقیت بین‌المللی در ورزش

محورهای مؤثر بر موفقیت بین‌المللی در ورزش با توجه به روابط متقابل بین عوامل موجود در سطوح گوناگون در مدلی مفهومی دی بوسچر و همکاران (۲۰۰۹) ابتدا روی ۶ کشور و در سال ۲۰۱۵ روی ۱۵ کشور بررسی و ارائه‌شده است که ارکان موفقیت بین‌المللی در ورزش را به ۹ محور تقسیم کرده‌اند (شکل ۳). البته بسیاری از این محورها جزو عوامل سطح میانی و خرد اثرگذار بر موفقیت ورزشی هستند.



شکل ۳: محورهای اثرگذار بر موفقیت بین‌المللی در ورزش

آن‌ها حمایت مالی را مهم‌ترین پیش‌نیاز موفقیت و نحوه سیاست‌گذاری و حکمرانی در ورزش را فرایند اصلی آن می‌دانند. بر اساس این مدل، محور اول تا سوم، اساس موفقیت در ورزش را تشکیل می‌دهند. محور اول یا حمایت مالی[1]، میزان سرمایه‌گذاری کشورها در ورزش است. بر اساس محور دوم، سازمان‌ها و ساختار حکمرانی در ورزش[2] باید رویکردی هماهنگ با هم داشته باشند تا در محور سوم (مشارکت انبوه در ورزش[3])، بنیانی مناسب برای ارتقای سطح ورزش قهرمانی ایجاد شود. سمت راست شکل، عمدتاً بر ورزشکار به‌عنوان ذینفع اصلی متمرکز است و فرآیند استعدادیابی تا دوره پس از قهرمانی را در برمی‌گیرد. محور چهارم (اجرای عملکرد[4]) شامل استعدادیابی و توسعه استعدادهاست و از هنگامی آغاز می‌شود که ورزشکاران مستعد، کشف یا انتخاب‌شده‌اند و به توجه ویژه‌ای نیاز دارند. محور پنجم یا حمایت شغلی از ورزشکاران[5]، ادامه منطقی محور چهارم است که سبب پرورش ورزشکاران نخبه می‌شود و مجموعه‌ای از برنامه‌ها و اقدامات حمایتی برای ورزشکاران را پیش‌بینی می‌کند. در محور ششم، امکانات و تجهیزات تمرینی[6] (محیط آماده‌سازی با کیفیت بالا)، عامل مهمی در موفقیت ورزشکاران است. استفاده از فناوری‌های روز دنیا، شرایط تمرینی ورزشکاران را به ورزشکاران کشورهای پیشرفته نزدیک می‌سازد و احتمال موفقیت آن‌ها را در میادین بین‌المللی افزایش می‌دهد.

محور هفتم، (برخورداری از نظام آموزش و ارتقای مربیان[7]) دو شاخص مهم کیفیت سیستم‌های آموزش مربیگری و ویژگی‌های فردی مربیان نخبه را دربرمی‌گیرد. محور هشتم نیز مربوط به برنامه رقابت‌ها و مسابقات بین‌المللی[8] است که ورزشکاران برای ارزیابی پیشرفت خود در مقابل رقبا نیاز دارند تا به‌طور منظم در بازی‌های تدارکاتی شرکت کنند و توانایی‌ها و ضعف‌های خود را به بوته آزمایش بگذارند؛ و درنهایت، منظور از محور نهم، تحقیقات علمی همراه با نوآوری[9] است که با جمع‌آوری نظام‌مند و انتشار اطلاعات علمی در حوزه‌هایی مانند پزشکی ورزشی، تغذیه، روان‌شناسی، فیزیولوژی و بیومکانیک اهمیت بسیاری دارد. فرآیندی که باید این داده‌ها را به نتایج (کوتاه‌مدت) و پیامدهای (بلندمدت) موردنظر تبدیل کند، نکته مهم دیگر در قسمت مخروطی شکل این مدل است که با عنوان «جو سازمانی مطلوب» از آغاز تربیت ورزشکار تا دستیابی به اوج عملکرد امتداد دارد.

---

[1] Financial Support
[2] Organizations and Governance Structure in Sports
[3] Participation in Sport
[4] Performance
[5] Athletic Career Support
[6] Training Facilities
[7] Coaching Provision and Coach Development
[8] International Competition
[9] Scientific Research and Innovation

تحقیقات بسیاری در ادامه تحقیقات دی بوسچر و همکاران (۲۰۰۹ و ۲۰۱۵) توسط هاکسلی[1] و همکاران (۲۰۱۷)، اونیل[2] (۲۰۱۸)، پیک و دیویس[3] (۲۰۲۲)، مثومبنی[4] و همکاران (۲۰۲۴) و کاهیل و مک نمار[5] (۲۰۲۴) انجام‌گرفته و در آن‌ها بر عواملی مشابه و نزدیک تأکید شده است. در داخل کشور نیز پژوهش‌هایی از سال ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۲ روی عوامل موفقیت ورزشکاران ایرانی در مسابقات المپیک، آسیایی و یونیورساید[6] توسط سجادی و همکاران (۱۳۹۵)، اسدزاده و عسگریان (۱۳۹۸)، ترخانی و همکاران (۱۳۹۹)، پسرکلو و همکاران (۱۴۰۰)، زیوری و همکاران (۱۴۰۰)، جیحونی و همکاران (۱۴۰۱)، جوادی و همکاران (۱۴۰۱) و زارعیان و همکاران (۱۴۰۲) انجام‌گرفته است (به نقل از فرحمند و گوهررستمی، ۱۴۰۳: ۴۹).

موفقیت بین‌المللی ورزش ایران

بعد از بازی‌های المپیک ۱۹۸۸ سئول یک سیر صعودی در زمینه کسب مدال در بازی‌های المپیک برای ورزشکاران آسیایی به چشم می‌آید که بخشی از آن احتمالاً به دلیل توسعه و سرمایه‌گذاری‌هایی است که کشورهای توسعه‌یافته آسیایی برای ورزش انجام دادند. از طرف دیگر، فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۹۱ و الحاق پنج کمیته ملی المپیک کشورهای استقلال‌یافته به شورای المپیک آسیا سبب شده است که سهم مدال‌های آسیا نسبت به دوره‌های قبل افزایش یابد. علاوه بر این، ایران در مسابقات آسیایی شاهد ظهور رقبای جدید و بزرگی بوده است که برخی نمودهای آن در رقابت باشگاه‌های آسیایی نیز به چشم می‌خورد. بنابراین، در چنین شرایط دشواری، ضرورت توجه همه‌جانبه و کلان نسبت به ورزش حرفه‌ای بیش‌ازپیش نمود پیدا می‌کند. البته ایران در چند ورزش ملی مانند کشتی و وزنه‌برداری، برخی رشته‌های رزمی مانند تکواندو و کاراته و در سال‌های اخیر در رشته‌های تیمی فوتسال، بسکتبال، والیبال، هندبال و چند رشته انفرادی توانسته است ظرفیت‌های موفقیت بین‌المللی خود را به نمایش بگذارد، اما برای موفقیت بین‌المللی ابتدا باید بتواند موفقیت‌های ورزشی خود را در سطح آسیا تثبیت و مستمر نماید (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۰۳).

بررسی میزان موفقیت ایران در بازی‌های المپیک، افت‌وخیزهای بسیاری را نشان می‌دهد. با اینکه عملکرد ایران در بازی‌های آسیایی ۱۹۵۱–۲۰۱۰ نشان می‌دهد که یکی از ۵ قدرت برتر ورزش آسیاست، ولی اکنون کشورهایی مانند سنگاپور، مالزی، قزاقستان، چین تایپه، ازبکستان و تایلند در حال رقابت هستند و نوسان و عدم‌ثبات در عملکرد ایران در این بازی‌ها می‌تواند زنگ خطری برای وجهه قدرت ورزشی کشور

[1] Huxley
[2] O'Neill
[3] Peake & Davies
[4] Mthombeni
[5] Cahill & MacNamara
[6] Universiade

باشد. با توجه به سابقه ایران در المپیک به نظر می‌رسد هنوز ظرفیت ایران برای استمرار موفقیت بین‌المللی در کشتی، وزنه‌برداری و تکواندو بالاست؛ اما نوسان عملکرد ایران در بازی‌های المپیک، قدرت پیش‌بینی-پذیری سازمان‌های ورزشی کشور را برای سرمایه‌گذاری در بخش ورزش‌های المپیکی کاهش و برعکس، قدرت ریسک و شانس را در این زمینه افزایش می‌دهد. در المپیک ۲۰۰۸ پکن، بدترین نتیجه ازلحاظ رتبه مطلق با کسب رتبه ۵۱ به دست آمد و کارایی نسبی بسیار پایینی داشت. با توجه به شاخص‌های جمعیت و تولید ناخالص داخلی، ایران تنها در المپیک ملبورن ۱۹۵۶ با کسب رتبه ۱۴ و المپیک ۲۰۱۲ لندن با رتبه ۱۲ کارایی داشت و در سایر دوره‌های المپیک از کارایی کمتری برخوردار بود. همچنین کسب رتبه ۲۱ در المپیک ۲۰۲۴ پاریس با توجه شرایط اقتصادی–سیاسی کشور نسبتاً مطلوب به نظر می‌رسد.

عیدی و عسگری (۱۳۹۴) نیز در بررسی عملکرد ایران در بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ و مقایسه آن با کشورهای دیگر نشان دادند که برای موفقیت در المپیک تکیه صرف به منابع مالی کافی نیست؛ به‌عبارت‌دیگر، با وجود عملکرد نسبتاً قابل‌قبول ایران در ۹ محور کلیدی موفقیت در ورزش، سهم اندکی از بازار مدال را به‌دست آورده است. این در حالی است که بیشتر کشورهای موفق در هر ۹ محور سرمایه‌گذاری کرده و دارای برنامه‌های جامعی هستند. با توجه به رتبه اکتسابی در کل بازی‌های المپیک، می‌توان گفت ایران به‌طور نسبی در جایگاه پنجم (بین کشورهای آسیایی حاضر در این بازی‌ها) قرار دارد. اگر این رتبه را به‌عنوان معیاری برای پیشرفت و توسعه‌یافتگی ورزش در نظر بگیریم، ایران در میان کشورهای آفریقایی، آمریکای مرکزی و جنوبی و سپس آسیا وضعیت قابل قبولی دارد و بیشترین ظرفیت آن برای کسب مدال در تمامی دوره‌های المپیک به رشته‌های کشتی، وزنه‌برداری و تکواندو محدودشده است. درعین‌حال، بیشترین تعداد حضور و شرکت در این بازی‌ها به رشته‌های دوومیدانی، مشت‌زنی و تیراندازی مربوط می‌شود. البته موفقیت‌های جهانی و آسیایی در چند رشته ورزشی دیگر مانند شمشیربازی نیز باید به این ظرفیت‌ها اضافه شود.

عملکرد ورزش ایران نشان می‌دهد که رشته‌هایی همچون کشتی، وزنه‌برداری و تکواندو به‌عنوان نمونه‌هایی از رشته‌های رزمی، دارای ظرفیت بالایی برای دستیابی به موفقیت‌های بین‌المللی هستند و این واقعیت نیازمند سرمایه‌گذاری و ایجاد ساختارهای جدید برای استعدادیابی و توسعه ورزشکاران نخبه می‌باشد. این نکته مهم است زیرا حضور در رقابت‌های بین‌المللی به‌ویژه در بازی‌های المپیک نیازمند منابع بزرگی است و بررسی دقیق‌تر و شناخت عمیق‌تر از شرایط ورزشی و شرایط موجود، اساس تحلیل موفقیت و شکست می‌باشد. همچنین، تجربه نشان داده است که حضور مستمر و پیوسته در رشته‌هایی همچون کشتی، دوومیدانی، تیراندازی و مشت‌زنی، تنها با اتکا به تجربه نمی‌تواند برای دستیابی به مدال‌های المپیک کافی باشد– این موضوع به‌ویژه در بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ لندن، ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۲۴ پاریس نمایان است.

به نظر می‌رسد که تمرکز بر رشته‌های ورزشی دارای بیشترین ظرفیت و بهره‌گیری از حداکثر امکانات فنی و نیروی انسانی، نسبت به افزایش تعداد شرکت‌کنندگان از رشته‌های دارای ظرفیت کمتر برای کسب مدال، ارجحیت دارد. البته نباید فقط برای کسب تجربه در بازی‌های المپیک هزینه زیادی متحمل شد، زیرا میدان‌های بزرگ و پر چالش دیگری برای کسب تجربه در سایر رشته‌ها وجود دارد (دی بوسچر و همکاران، ۲۰۱۵: ۵۹).

الگوسازی موفقیت بین‌المللی ایران در ورزش

تعادل متناسب بین توسعه ورزش نخبه و همگانی در کشورهای بلوک شرق، الگو و سرمشق خوبی برای بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته در زمینه ورزش بوده است. رابطه خوب ایران با چین و روسیه، فرصت بسیار خوبی است تا از تجارب این دو کشور با سابقه سوسیالیستی موفق در ورزش نخبه استفاده نماید. بررسی سیستم ورزش سه کشور کانادا، انگلستان و آمریکا نیز نشان می‌دهد که این کشورها هم‌چنین سیاستی را دنبال کرده‌اند. مقایسه روند تغییرات در این سه کشور حاکی از آن است که در چهار زمینه اصلی افزایش مداخلات دولت فدرال و مرکزی، تدوین و اولویت‌بندی سیاست‌های ورزشی، تدوین یک سیستم یا چارچوب دیوان‌سالار برای توسعه ورزش حرفه‌ای و نخبه و شکیبایی درازمدت برای قهرمانی و موفقیت تجارب مشترکی داشته‌اند (گرین و هولیهان[1]، ۲۰۰۵). نکته مهم فقط الگوبرداری از سیستم‌های کشورهای مختلف نیست، بلکه آنچه باید موردتوجه قرار گیرد و در جداول و نمودارها مشخص نیست، نحوه مدیریت این خدمات می‌باشد. بنابراین با مطالعه تجارب کشورهای مختلف باید اصول کلی را آموخت، چون مدیران و متخصصان می‌دانند که عواملی چون فرهنگ، محیط و تاریخچه سازمان‌های ورزشی در هر کشوری متفاوت است.

علی‌رغم موفقیت‌های چشمگیر کشور در چند رشته ورزشی به‌ویژه در سطوح نوجوانان و جوانان، سازمان‌های ورزشی کشور به دلیل عدم‌برخورداری کافی از مزیت‌های متغیرهای سطح کلان و میانی نتوانسته‌اند سازوکارهای لازم را برای موفقیت یا حفظ و ادامه آن در تیم‌های بزرگسالان فراهم کنند؛ به‌طوری‌که حتی بسیاری از کشورهای آسیایی تازه استقلال‌یافته حاشیه دریای خزر و برخی از کشورهای عربی نیز در پیمایش مسیر موفقیت از ایران سبقت گرفته‌اند. به نظر می‌رسد یکی از عوامل اثرگذار سطح میانی در موفقیت‌های ورزشی بین‌المللی که مغفول مانده است، بهره‌برداری از کرسی‌های مدیریتی و اجرایی بین‌المللی است که به‌وسیله بسیاری از کشورهای صاحب‌نفوذ عربی و غربی در سازمان‌های ورزشی منطقه‌ای و جهانی کسب‌شده است. احتمالاً بخشی از شرایط کسب مدال در رقابت‌های منطقه‌ای و جهانی با توجه به شرایط دیگر مانند میزبانی، وجود داوران بین‌المللی و غیره تحت تأثیر این عامل است و شاید به همین دلیل

[1] Green & Houlihan

شرایط اقتضایی و فرایندهای مرتبط با موقعیت مسابقه به‌طور آگاهانه یا به دلیل دشواری‌های پژوهشی کمتر موردتوجه قرار گرفته است (کشاورز و همکاران، ۱۳۹۷). در مورد ایران به نظر می‌رسد که وجود نسل جوان و تحصیلات دانشگاهی، جغرافیا و شرایط جوی متنوع، سابقه تاریخی پرافتخار در چند رشته ورزشی و غیره از عوامل مهم و مثبت برای موفقیت در ورزش هستند و شاید اکتفا به صرف همین اهداف منجر به عملکرد جزیره‌ای و ستاره‌محور آن در رویدادهای بزرگ بین‌المللی است.

استرالیا نمونه خوبی از کشورهایی است که توانسته عملکرد خود را در ورزش نخبه نسبت به افزایش متوسط جمعیت به‌صورت معجزه‌آسایی بهبود بخشد. بنابراین باید توجه داشت که عوامل سطح میانی تحت تأثیر سیاست‌ها قرارگرفته و تغییر می‌یابند و بیشتر کشورها نیز رویکردهای راهبردی خود را با رشد ورزش‌های نخبه سازگار می‌کنند. با توجه به اینکه کشورهای غربی و سرمایه‌داری شرایط خاصی دارند، ایجاد نمونه‌ای واحد برای تفسیر موفقیت در سطح بین‌المللی تقریباً غیرممکن است؛ چون سیستمی که سبب موفقیت یک کشور می‌شود، ممکن است در کشور دیگر با شکست مواجه گردد. ازاین‌رو، باید اذعان کرد که ورزش، بازتابی از سیستم فرهنگی زندگی مردم و متغیرهای پیچیده‌ای است که برنامه‌ریزی برای آن بدون درک روشن از فرهنگ میسر نیست. به عنوان مثال، مشارکت بالای مردم استرالیا در ورزش و علاقه نسبت به دیگر متغیرها بیشتر باعث موفقیت آن‌ها در ورزش شده است. این ویژگی‌ها ریشه در فرهنگ‌ها و سیاست ها دارند و تا حد زیادی قابل‌اندازه‌گیری نمی‌باشند (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۱: ۸۲).

با توجه به پیچیدگی شناخت عوامل اثرگذار بر موفقیت ورزش در سطح بین‌المللی و کمبود اطلاعات در دسترس به نظر می‌رسد مقایسه کشورهای نزدیک و مشابه، راه بهتری برای الگوسازی باشد. با توجه به دیدگاه هافستد[1] (۱۹۹۸) مقایسه ارزش‌ها و هنجارهای بین کشورها مانند مقایسه سیب و پرتقال است. هرچند باور عمومی این است که سیب را نمی‌توان با پرتقال مقایسه کرد، اما درواقع با استقرار آن‌ها در گروه میوه‌جات می‌توان بر اساس معیارهایی مثل دسترسی، قیمت، رنگ، کیفیت و نوع ویتامین به مقایسه‌شان پرداخت. ازاین‌رو، شناسایی زبانی مشترک برای مقایسه این عوامل بسیار مهم است. از طرف دیگر، سیستم‌های ورزشی به‌سرعت به‌سوی همسانی جهانی حرکت می‌کنند و مشکل است تا کشورها با سطح ثابتی از سرمایه‌گذاری بتوانند مدال‌های بیشتری کسب کنند (به نقل از اوکلی[2] و گرین، ۲۰۰۱). بنابراین، کشورها باید مزیت رقابتی ملی و مزیت رقابتی ورزشی خود را با رویکرد راهبردی حفظ کنند. کشورهایی که به دنبال موفقیت هستند، نیاز به برنامه‌ریزی جامع و راهبردی دارند. با اینکه برخی از متغیرها خارج از

[1] Hofstede
[2] Oakley

کنترل سیاست‌های توسعه ورزش قرار دارند، اما این برنامه‌ریزی باید شامل شاخص‌های مهم موفقیت در سطح میانی از سیاست‌های ورزشی باشد. به‌طورکلی پنج عامل اثرگذار در الگوسازی سیستم پرورش ورزشکاران نخبه در هر کشور باید موردتوجه قرار گیرد: بررسی شرایط اقتصادی- اجتماعی (عوامل کلان) و مقایسه با کشورهای دارای شرایط اقتصادی– اجتماعی تقریباً نزدیک، تغییرات فنی مانند میزان تأکید و توجه بر رویکردهای علمی برای استعدادیابی در مقایسه عملیات و فرآیندهای مدیریت، میزان پیوستگی نظام‌مند سیاست‌های دولتی، مقایسه دیدگاه و نگرش ورزشکاران، مربیان و مردم به ورزش (عوامل فردی)، تصمیم‌گیری‌های خط‌مشی یا سیاستی در سازمان مانند ورزش مدارس با مقایسه ساختارها و سازمان‌های ورزشی (سطح میانی). همچنین برای تطبیق و مقایسه این موارد با وضعیت ایران به نظر می‌رسد باید مواردی از قبیل وضعیت ایران با کشورهای دارای شرایط اقتصادی- اجتماعی تقریباً مشابه (سطح کلان)، ساختارها و سازمان‌های ورزشی ایران با دیگر کشورها (سطح میانی)، مدیریت ورزش ایران با دیگر کشورها (برنامه‌ها و فرایندها) و ویژگی‌های مختلف ورزشکاران و مربیان (سطح فردی) را مورد مقایسه و توجه قرار داد.

بحث و نتیجه‌گیری

منافع کلان ورزش نخبه، موجب ترغیب سیاست‌گذاران به توسعه آن در جهت کسب منافع بیشتر شده است. ازاین‌رو تمایل کشورها به توسعه ورزش حرفه‌ای و قهرمانی نیز افزایش یافته است. تحقیقات بسیاری درباره سیستم‌های ورزشی نخبه در کشورهای موفق صورت گرفته است، اما تعمیم‌پذیری رابطه مستقیم این سیستم‌ها و موفقیت ورزشی هنوز جای بحث و بررسی دارد؛ بنابراین در پژوهش حاضر تلاش شد تا عوامل مؤثر بر موفقیت بین‌المللی در ورزش با رویکردهای مختلف بررسی شوند و پیشنهادهایی برای الگوسازی در ورزش ایران ارائه گردد.

صرف‌نظر از عوامل سطح کلان که خارج از کنترل سازمان‌ها و مدیران ورزش کشور است، تمرکز بر عوامل سطح میانی و خرد یا فرآیندها می‌تواند نقش بسزایی در بهبود و توسعه ورزش کشور ایفا کند. ازاین‌رو، کشورهای مختلف دارای رویکردهای مختلف و منحصر به شرایط اقتضایی خود هستند (ضیاء و همکاران، ۲۰۲۴). همچنین بر اساس مرور تحقیقات این‌طور استنباط شد که عوامل مؤثر بر موفقیت بین‌المللی ورزشی به دلیل ماهیت متغیر شرایط محیطی کشورها، بهتر است ابتدا با ارزیابی وضعیت توسعه‌یافتگی بر اساس رویکردهای نظام‌مند، تحلیل سلسله مراتبی سطوح اثرگذار و تحلیل محورهای موفقیت ورزشی موردبررسی قرار گیرند تا به شناسایی و بهره‌برداری بهینه از عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشی کمک کنند و راهنمای بهتری برای مدیران ورزشی فراهم نمایند. برای اینکه بتوان این رویکردها را به‌طور مؤثر در

با این تغییرات همسو شوند. این امر به‌ویژه در کشورهایی مانند ایران که با چالش‌های خاصی در زمینه مدیریت ورزشی مواجه هستند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

البته پیش‌نیاز کسب موفقیت در عرصه‌های بین‌المللی توجه ویژه به حرفه‌ای‌سازی ورزش در ایران است. توجه به حرفه‌ای‌سازی ورزش و ایجاد ساختارهای تخصصی و حرفه‌ای، نه‌تنها به موفقیت ورزشکاران در میادین بین‌المللی منجر خواهد شد، بلکه به رشد و توسعه پایدار ورزش در کشور نیز کمک خواهد کرد. در حال حاضر، ایران از این نظر در شرایط ویژه‌ای قرار دارد و به نظر می‌رسد که نظام آموزش‌وپرورش کشور هنوز نتوانسته است بسترهای لازم برای تربیت گسترده ورزشکاران آینده را فراهم کند (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۱). همچنین یکی دیگر از چالش‌های اساسی در ورزش ایران، مدیریت متمرکز و عمدتاً دولتی آن است و باوجود شکل‌گیری تدریجی اتحادیه‌ها، هنوز باشگاه‌ها در فرایند استعدادیابی نقش کمتری ایفا می‌کنند. این مدل متمرکز نیازمند بازنگری است تا بتوان به یک سیستم کارآمدتر در این راستا دست‌یافت. بنابراین برای حل چالش‌های موجود در ورزش نخبه (حرفه‌ای و قهرمانی) ایران، نیاز به ایجاد ساختارهای تخصصی و حرفه‌ای با امکانات و نیروی انسانی ماهر احساس می‌شود تا در کنار فدراسیون‌های ورزشی، باشگاه‌های ورزشی و کمیته ملی المپیک قرار گیرند. به‌عنوان‌مثال، تأسیس آکادمی‌های ورزشی تخصصی مانند آکادمی فوتبال می‌تواند نقش مهمی در توسعه و شناسایی استعدادهای ورزشی ایفا کند. ایجاد این ساختارهای تخصصی نیازمند سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، آموزش و تربیت نیروی انسانی ماهر و همچنین بهبود شرایط و امکانات ورزشی در نظام آموزش‌وپرورش است. همچنین، تعامل و همکاری بیشتر بین بخش‌های دولتی و خصوصی، باشگاه‌ها و اتحادیه‌های ورزشی می‌تواند به بهبود فرآیند استعدادیابی و پرورش ورزشکاران نخبه کمک کند (کامکاری و همکاران، ۱۳۹۸).

انتخاب یک مدل بومی برای پرورش ورزشکاران نخبه در کشور، بر اساس ظرفیت‌های ملی و منطقه‌ای و سوابق قهرمانی رشته‌های ورزشی مختلف هم از دیگر نکات ضروری محسوب می‌گردد. به‌جای تمرکز بر موفقیت کوتاه‌مدت و عملکرد جزیره‌ای از طریق درخشش افراد مستعد و حمایت‌های مالی موقت، باید بر روی برنامه‌های بلندمدت و پایدار تمرکز شود. این برنامه‌ها باید شامل ایجاد ساختارهای تخصصی، آموزش نیروی انسانی ماهر و بهبود امکانات ورزشی در سطح مدارس و دانشگاه‌ها باشد.

با توجه به عوامل کلان و ویژه ایران مانند جمعیت، استعدادهای ملی و وجود ساختارهای ویژه‌ای مانند کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌های ورزشی به همراه سابقه موفقیت در چند رشته ورزشی، می‌توان برنامه‌ها و روش‌های منعطف و متعددی برای پرورش ورزشکاران نخبه در کشور طراحی و اجرا کرد. بنابراین، نمی‌توان از یک مدل یکسان برای موفقیت بین‌المللی استفاده نمود. دولت‌ها باید تلاش کنند ترکیبی از عوامل و متغیرها را به‌کارگیرند و سیستم ویژه‌ای را برای موفقیت طراحی کنند. حتی می‌توانند بدین منظور

از تجربیات سایر کشورها الگوبرداری کنند (پسرکلو و همکاران، ۱۴۰۰). واضح است که فقط الگوبرداری از سیستم‌های کشورهای مختلف مورد نظر نیست، بلکه نحوه مدیریت این سیستم‌ها و دستیابی به کرسی های بین‌المللی ورزشی حلقه گمشده این زنجیره عوامل است. امید است که این پژوهش امکان کمک به تبیین اهمیت کسب موفقیت بین‌المللی در ورزش و رویکردها و عوامل مرتبط با آن را برای ایجاد ایرانی قوی و مقتدر داشته باشد.

منابع

- اسدی‌زاده، سمیه و عسکریان، فریبا. (۱۳۹۸). «**تأثیر عوامل اقتصادی بر روی عملکرد ورزشی کشورهای منتخب شرکت‌کننده در یونیورسیادهای تابستانی ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۵ دانشجویان جهان**». نشریه مدیریت ورزشی. ۱۱(۴)، صص ۸۳۳-۸۵۳.
- پسرکلو، سجاد؛ اصفهانی‌نیا، اکرم؛ فلاح، زین‌العابدین و قربانی، سعید. (۱۴۰۰). «**بررسی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر افزایش کیفیت و موفقیت تیم‌های ورزشی نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران در مسابقات بین‌المللی**». فصل‌نامه علمی مدیریت استاندارد و کیفیت. ۱۱(۱)، صص ۱۲۰-۱۴۱.
- ترخانی، عزت‌الله؛ فراهانی، ابوالفضل؛ قربانی، لیلا و قاسمی، حمید. (۱۳۹۹). «**تبیین نقش شاخص‌های کلیدی منجر به موفقیت ایران در المپیک ریو بر اساس مدل SPLISS**». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۸ (۲۸)، صص ۸۵-۹۹.
- خداداد کاشی، فرهاد و کریم‌نیا، الهام. (۱۳۹۵). «**بررسی تأثیر عامل‌های اقتصادی و اجتماعی بر موفقیت ورزشی کشورها در بازی‌های المپیک (۲۰۱۲-۱۹۹۶)**». تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی. ۷ (۲۵)، صص ۴۳-۶۷.
- رمضانی‌نژاد، رحیم؛ احمدی، فاطمه؛ عاشقی، بهنام و اسکندری‌پور، مجتبی. (۱۴۰۱). **مدیریت پیشرفته در سازمان‌های ورزشی**. ویراست دوم، چاپ اول. تبریز: طنین دانش
- رمضانی‌نژاد، رحیم و ضیاء، محمدجواد. (۱۴۰۳). **مدیریت استعدادها و تیم‌های ورزشی**. تبریز: انتشارات طنین دانش
- رمضانی‌نژاد، رحیم و هژبری، کاظم. (۱۳۹۶). «**مبانی توسعه ورزش و کاربرد آن در ورزش ایران**». فصل‌نامه مجلس و راهبرد. ۲۴(۹۱)، صص ۲۳۳-۲۶۳.
- رمضانی‌نژاد، رحیم؛ هژبری، کاظم؛ عیدی، حسین؛ ریحانی، محمد و عسگری، بهمن. (۱۳۹۴). **مدیریت ورزش نخبه: تجارب کشورهای موفق**. چاپ اول. آمل: انتشارات شمال پایدار
- زارعیان، حسین؛ فسنقری، الهام؛ افروزه، محمدصادق و تابش، سعید. (۱۴۰۲).«**بررسی و اولویت‌بندی عوامل ورزشی مؤثر بر موفقیت ورزشکاران استان تهران برای کسب سهمیه بازی‌های المپیک توکیو ۲۰۲۰**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۲۲(۵۹)، صص ۴۵۱-۴۷۴.
- ضیاء، محمدجواد؛ رمضانی‌نژاد، رحیم و شفیعی، شهرام. (۱۴۰۱). «**آسیب‌شناسی و تحلیل چالش‌های حکمرانی در ورزش ایران**». دومین همایش بین‌المللی و هفتمین همایش ملی انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران.
- ضیاء، محمدجواد؛ رمضانی‌نژاد، رحیم و گوهررستمی، حمیدرضا. (۱۳۹۹). «**بررسی محیط بروز، رشد و حمایت از استعدادهای رشته فوتبال**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان.
- ضیاء، محمدجواد؛ گوهررستمی، حمیدرضا و نظری، سمانه. (۱۴۰۱). «**تحلیل عوامل مؤثر بر عملکرد زنان در ورزش نخبه با تأکید بر توسعه سیاست‌گذاری‌های ورزشی**». سومین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری. چابهار.
- عیدی، حسین و عسگری، بهمن. (۱۳۹۴). «**ارزیابی عملکرد ایران در بازی‌های المپیک تابستانی در مقایسه با رقبای آسیایی**». مطالعات مدیریت ورزشی. ۷(۳۲)، صص ۱۵۵-۱۷۲.

- فرح‌مند، شقایق و گوهررستمی، حمیدرضا. (۱۴۰۳). «**بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت بین‌المللی در رشته ورزشی کاراته ایران**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان.
- کامکاری، کتایون؛ سجادی، سیدنصرالله؛ حمیدی، مهرزاد و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۸). «**مدل موفقیت کاروان ورزشی ایران در بازی‌های المپیک ۲۰۲۰ توکیو با رویکرد داده‌بنیاد**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۸(۴۶)، صص ۹-۳۲.
- کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و بهرامی‌پور، بهرام. (۱۳۹۷). «**طراحی مدل کسب کرسی‌های بین‌المللی در ورزش توسط نمایندگان ایران**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۷(۳۹)، صص ۱۳۷-۱۵۲.
- کلهر، سینا. (۱۴۰۲). «**نقش و کارکرد ورزش در تحقق ایران قوی**». پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله‌العظمی سیدعلی خامنه‌ای (مدظله‌العالی).
https://farsi.khamenei.ir/others-note?id=54452
- محمدی، علی. (۱۳۸۹). «**ارائه یک مدل ریاضی برای رتبه‌بندی کشورهای شرکت‌کننده در بازی‌های آسیایی ۲۰۰۶ قطر**». المپیک، ۱۸(۳)، صص ۷-۱۹.
- De Bosscher, V. (2008). **The global sporting arms race: An international comparative study on sports policy factors leading to international sporting success**. Meyer & Meyer Verlag
- De Bosscher, V., De Knop, P., & van Bottenburg, M. (2008). "**SPORTS, CULTURE AND SOCIETY: WHY THE NETHERLANDS ARE SUCCESSFUL IN ELITE SPORTS AND BELGIUM IS NOT? A COMPARISON OF ELITE SPORT POLICIES**". Kinesiologia Slovenica, 14(2).
- De Bosscher, V., De Knop, P., Van Bottenburg, M., & Shibli, S. (2006). "**A conceptual framework for analysing sports policy factors leading to international success**". European Sport Management Quarterly, 6, 185–215.
- 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
- Green, M., & Houlihan, B. (2005). **Elite sport development. Policy learning and political priorities**. London and New York: Routledge.
- Green, M., & Houlihan, B. (2008). "C**omparative elite sport development system, structure and public policy**". Published by Elsevier Ltd, ISBN: 978-0-7506-8281-7.
- Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. (2019). **Entering the global arena: Emerging states, soft power strategies and sports mega-events**. Springer
- Haut, J., Grix, J., Brannagan, P. M., & Hilvoorde, I. V. (2017). "**International prestige through 'sporting success': an evaluation of the evidence**". European journal for sport and society, 14(4), 311-326.
- Hogan, K., & Norton, K. (2000). "**The "price" of Olympic gold".** Journal of Science and Medicine in Sport, 3, 203–218.
- Kérivel, T., Bossard, C., & Kermarrec, G. (2021). "**Applying the input-process-outcome model to team learning in sport sciences: an exploratory qualitative study on twenty soccer players**". Journal of Human Kinetics, 78(1), 251-262.
- Oakley, B. & Green, M. (2001). "**The production of Olympic champions: International perspectives on elite sport development system**". European Journal for Sport Management 8, 83–105.
- Redihan, E. (2017). "**Success and Failure of Countries at the Olympic Games by Danyel Reiche**". Journal of Sport History, 44(3), 525-525.
- Reiche, D. (2016). **Success and failure of countries at the Olympic Games**. Routledge
- Salcinovic, B., Drew, M., Dijkstra, P., Waddington, G., & Serpell, B. G. (2022). "**Factors influencing team performance: what can support teams in high-performance sport learn from other industries? A systematic scoping review**". Sports Medicine-Open, 8(1), 25.
- Sekitani, K., & Zhao, Y. (2021). "**Performance benchmarking of achievements in the Olympics: An application of Data Envelopment Analysis with restricted multipliers**". European Journal of Operational Research, 294(3), 1202-1212.

- Škorić, S., & Obadić, E. (2022). "**Connection between state funding and international sporting success: the case of Croatia**". Zagreb international review of economics & business, 25(2), 119-138.
- Sotiriadou, K. Shilbury, D. (2009). "**Australian elite athlete development: An organizational perspective**", Sport management Review, 13. 1-12.
- Thibault, L., & Babiak, K. (2005). "**Organizational changes in Canada's sport system: Toward an athlete-centred approach**". European Sport Management Quarterly, 5, 105–132.
- Trninić, M., Papić, M., & Trninić, V. (2011). "**Hypothetical model of factors determining performance and sports achievement in team sports**". Physical Culture, 65(2), 16-32.
- Valenti, M., Scelles, N., & Morrow, S. (2020). "**Elite sport policies and international sporting success: a panel data analysis of European women's national football team performance**". European sport management quarterly, 20(3), 300-320.
- Wicker, P., Prinz, J., & von Hanau, T. (2012). "**Estimating the value of national sporting success**". Sport management review, 15(2), 200-210.
- Zare, F., & Géczi, G. (2022). "**Perceived Effects of Olympic Success on International Policies and Prestige: A Case Study of Sports Actors from Iran**". Athens Journal of Sports, 9(4), 231-254.
- Zhang, D., Li, X., Meng, W., & Liu, W. (2009). "**Measuring the performance of nations at the Olympic Games using DEA models with different preferences"**. Journal of the Operational Research Society, 60(7), 983-990.
- Ziya, M. J., Ramezaniniejad, R., Shafiee, S. (2024). "**Investigating factors affecting the performance of countries in the Olympics: a two-level analysis**". The 14th International Sports Science Conference - Iran Institute of Physical Education and Sports Sciences.
- Gómez-Rodríguez, J., Seguí-Urbaneja, J., Teixeira, M. C., & Cabello-Manrique, D. (2024). "**How Countries Compete for Success in Elite Sport: A Systematic Review".** Social Sciences, 13(1), 31.
- Gadient, W., & Deutsch, J. (2020). "**A systematic approach to athletic development**". Journal of Human Sciences, 17(4), 1014-1021.
- Chutiphongdech, T., & Kampitak, T. (2022). "**A systematic review of the key success factors of sports event management: A resource-based view approach".** Annals of Applied Sport Science, 10(4), 0-0.
- de Paula Oliveira, T., & Newell, J. (2024). "**A hierarchical approach for evaluating athlete performance with an application in elite basketball**". Scientific reports, 14(1), 1717.
- Truyens, J., De Bosscher, V., Heyndels, B., & Westerbeek, H. (2014). "**A resource-based perspective on countries' competitive advantage in elite athletics".** International journal of sport policy and politics, 6(3), 459-489.
- Kovács, E., Gulyás, E., & Sterbenz, T. (2017). "**Determinants of a nation's sport performance at different mega sport events**". Society and Economy, 39(4), 573-596.
- Knuepling, L., & Broekel, T. (2022). "**Does relatedness drive the diversification of countries' success in sports?**" European Sport Management Quarterly, 22(2), 182-204.
- Sherry, E., Schulenkorf, N., Seal, E., Nicholson, M., & Hoye, R. (2017). "**Sport-for-development in the South Pacific region: Macro-, meso-, and micro-perspectives**". Sociology of Sport Journal, 34(4), 303-316.

ارائه الگوی سازمان نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان

کمال بیدخ[1]
مژگان خدامرادپور[2]
مظفر یکتایار[3]

10.22034/ssys.2024.3319.3423

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۴/۱۹
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۹/۱۹

هدف این مطالعه، ارائه الگوی سازمان نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان بود. روش این پژوهش کیفی و رویکرد آن نظریه داده‌بنیاد با رهیافت نظام‌مند است. مشارکت‌کنندگان این پژوهش را کارشناسان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات ورزات ورزش، اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران حوزه فناوری و مدیریت دانش تشکیل می‌دادند. روش نمونه‌گیری، هدفمند بود و بر حسب اشباع‌نظری ۱۵ مصاحبه انجام گرفت. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. برای بررسی اعتبار و قابلیت اطمینان به نتایج از راهبردهای قابلیت باورپذیری، انتقال‌پذیری، قابلیت اعتماد و تأییدپذیری استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها سه مرحله یعنی کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام شد. از تجزیه و تحلیل داده‌های این مطالعه ۱۰۰ کد باز نهایی و ۲۰ مقوله فرعی حاصل شد که زمینه‌ساز تولید این نظریه است که در وزارت ورزش و جوانان سازمان‌های نسل دوم با ویژگی‌های نوآوری باز، هوشمندی و خودساماندهی تحت تأثیر مدیریت دانش، بوم‌شناسی اطلاعات و تغییرات اجتماعی (شرایط علی) هستند و از طریق راهبردهای پشتیبانی فنی، پشتیبانی مدیریتی، فراهم‌سازی زیرساخت، فرهنگ‌سازی و آموزش می‌توان آن را در وزارت ورزش و جوانان پیاده‌سازی کرد. همچنین مشخص شد نتیجه راهبردهای پیاده‌سازی سازمان‌های نسل دوم که خود به طور همزمان متأثر از شرایط زمینه‌ای (زمینه‌سازی و زمینه فناورانه) و شرایط مداخله‌گر (موانع فنی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و موانع پذیرش فناوری) است، تسهیل ارتباطات و همکاری سازمانی، چابکی سازمانی، بهبود نتایج سازمانی و بهبود و مدیریت عملکرد سازمانی می‌باشد.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات و ارتباطات، تغییرات سازمانی، وب ۲، سازمان نسل دوم و وزارت ورزش و جوانان.

[1] دانشجوی دکتری گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران
[2] دانشیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Mozhgnir1@yahoo.com
[3] دانشیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

مقدمه

فناوری ارتباطات و اطلاعات[1] به تدریج به یک عنصر مهم در عصر مدرن تبدیل شده است (کامنگکا، آموآه و آیسو-کرانتنگ[2]، ۲۰۲۴: ۱) و در حال حاضر پیشرفت آن سبب تغییرات سازمانی گسترده‌ای مانند استفاده از دانش بیرونی در سازمان‌ها (آودرتش و بلیتسکی، ۲۰۲۳: ۱۷۰)، نوآوری باز (آندراده-روخاس، سالدانیا، کاتوریا، خونتیا و بو[3]، ۲۰۲۴: ۱)، ایجاد شبکه‌های همکاری (کمنگکا و همکاران ۲۰۲۴: ۲)، غلبه بر موانع هماهنگی، افزایش چابکی سازمانی (گرونوالد، گرونوالد، کیلاگ،رابیللاس و کابوئناس، ۲۰۲۴: ۳۲)، بهره‌برداری از فرصت‌های نوظهور، مدیریت تیم‌های یکپارچه، تسهیل اشتراک دانش و غیره شده است (گرونوالد، کیلاگ، آبندان و دولوگ[4]، ۲۰۲۴: ۱۱۵).

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به‌عنوان «مجموعه‌ای متنوع از ابزارها و منابع فناوری که برای انتقال، ذخیره، ایجاد، اشتراک‌گذاری یا تبادل اطلاعات استفاده می‌شوند» تعریف می‌گردد (سیدووسکا و سواچا[5]، ۲۰۲۴: ۶۸). یکی از تحولاتی که فناوری اطلاعات و ارتباطات ایجاد کرده، بروز «سازمان ۲»[6] یا «سازمان نسل دوم»[7] می‌باشد که به شکل جدیدی از به اشتراک‌گذاری دانش در برنامه‌ریزی منابع سازمانی (خان، آرویا و گیل[8]، ۲۰۲۲: ۲۷۹) از طریق پلتفرم نرم‌افزار اجتماعی نوظهور که به افراد امکان می‌دهد از طریق ارتباطات رایانه‌ای واسطه‌ای متصل شوند و همکاری کنند و جوامع آنلاین تشکیل دهند، اشاره دارد (مک‌کافی[9]، ۲۰۰۹: ۱).

سازمان نسل دوم همچنین به استفاده از فناوری «وب ۲» در بستر شبکه‌های سازمانی اشاره دارد که قابلیت تقویت همکاری، تسهیل تولید محتوا و بهبود عملکرد را در سازمان فراهم می‌کند (لی[10]، ۲۰۲۴: ۳۹). گفتنی است که در حوزه فناوری اطلاعات پسوند شماره (۱، ۲ و ...) در بیشتر مواقع به دلیل توسعه نسل وب و اثر آن بر بخش‌های مختلف علمی به آن بخش‌ها اضافه می‌شود. به‌عبارت دیگر، در عصر «وب ۱» با «سازمان ۱»[11]، «همکاری ۱»[12]، «هوشمندی کسب و کار ۱»[13] و غیره مواجهیم و در عصر «وب ۲» با

[1] information and Communication Technologies (ICT)
[2] Camngca, Amoah & Ayesu-Koranteng
[3] Andrade-Rojas, Saldanha, Kathuria, Khuntia & Boh
[4] Groenewald, Kilag, Abendan & Dulog
[5] Szydłowska & Swacha
[6] Enterprise 2.0
[7] second generation organizations
[8] Khan, Aruya & Gill
[9] McAfee
[10] Li
[11] Enterprise or organization 1.0
[12] Collaboration 1.0
[13] Business Intelligence 1.0

«سازمان ۲»، «همکاری ۲» و «هوشمندی کسب و کار ۲» روبه‌رو هستیم و همین‌طور برای «وب ۳» این پسوند اضافه می‌شود (حاجی غلام‌سریزدی، ۱۳۹۷: ۲).

اصطلاح «سازمان نسل دوم» توسط انده مک‌کافی در سال ۲۰۰۶ توسعه داده شده است. او این اصطلاح را برای توصیف چگونگی استفاده از «وب ۲» در اینترانت‌ها[1] (به شبکه‌ها و سرویس‌های داخلی یک سازمان گفته می‌شود) و اکسترانت‌های[2] (به ارتباطات خارجی با سایر سازمان‌ها و شبکه‌ها اشاره دارد) سازمان‌ها و برای انتقال تأثیری که فناوری بر کسب و کارها خواهند داشت ابداع کرده است (مک‌کافی، ۲۰۰۹: ۱). با این امید که با استفاده از آن سازمان‌ها از مزایای بهتری مانند حفظ دانش، کشف سریع‌تر اطلاعات، نوآوری، مشارکت کارکنان و بهره‌وری بالاتر از طریق شبکه‌های داخلی و خارجی سازمان بهره‌مند شوند (ونگ[3]، ۲۰۲۰: ii).

همچنین سازمان نسل دوم بر مفهوم "فرم آزاد"[4] تأکید دارد که به معنای عدم‌وجود رویه‌های از پیش تعریف شده و نادیده‌گیری سلسله مراتب رسمی است (لی، ۲۰۲۴: ۳۹). در سال‌های اخیر، شتاب قابل توجهی در پذیرش این نوع از سازمان در سازمان‌های بزرگ از جمله سازمان‌های خدمات حرفه‌ای پیشرو، بانک‌ها، شرکت‌های مخابراتی، سازمان‌های دولتی و سازمان‌های غیرانتفاعی مشاهده می‌شود با این هدف که ارتباطات و همکاری بین افراد، گروه‌ها و واحدهای عملکردی را ارتقا دهد و موانع بین آن‌ها را از بین ببرند (ونگ، ۲۰۲۰: ۱). برای مثال، «ای‌وای»[5] یک سازمان خدمات حرفه‌ای جهانی با دفاتری در سراسر جهان، سازمان نسل دوم را با هدف افزایش مشارکت و همکاری در مقیاس جهانی پیاده‌سازی کرده است، چرا که این سازمان اهمیت سازمان نسل دوم را به عنوان محوری برای نوآوری، همکاری و روشی بهتر برای بهتر ارتباط برقرار کردن با نیروهای خود درک کرده است (گلدواسر و ادواردز[6]، ۲۰۱۴: ۴۷). در مثال دیگری، شرکت بین‌المللی انرژی رویال داچ شل[7]، با ۸۴ هزار کارمند و فعال‌سازی ارتباطات داخلی با افیس ۳۶۵[8]، نه تنها ارتباطات، مشارکت‌ها و همکاری‌های خود را افزایش داد، بلکه از این طریق حمایت لازم را از اهداف و راهبردهایش به عمل آورد (ونگ، ۲۰۲۰: ۱۳).

شواهد حکایتی پیشین نشان می‌دهند که استفاده از سازمان نسل دوم هم برای سازمان و هم برای کارکنان مزایای پرشماری دارد. به گفته مک‌کافی که این اصطلاح را ابداع کرده است، این فرم از سازمان

[1] intranets
[2] extranets
[3] Wong
[4] freeform
[5] EY
[6] Goldwasser & Edwards
[7] Royal Dutch Shell
[8] Office 365

نحوه ارتباط، اشتراک، ایجاد تخصص و ایده‌ها را توسط کارکنان تغییر می‌دهد و موجب افزایش ظرفیت کارایی در کار می‌شود (گیرمیندل، اشتریچ و فیدلر[1]، ۲۰۱۸: ۹۱). بنابراین، مهم است سازمان‌های مختلف به‌طور خاص در ابعاد بزرگ این نسل از سازمان را مورد توجه قرار دهند و آن را پیاده‌سازی کنند (لی، ۲۰۲۴: ۳۹) و با توجه به مؤلفه‌های مهم و تغییرات اساسی سازمان‌های نسل دوم نسبت به نسل اول عوامل حیاتی مهمی که در پیاده‌سازی آن نقش دارند را مورد توجه قرار دهند (حاجی غلام‌سریزدی، ۱۳۹۷: ۴).

با بررسی پژوهش‌های مرتبط با موضوع مربوطه در داخل کشور، مطالعه‌ای یافت نگردید اما در مطالعات انجام شده خارج از کشور، لی (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «گذشته، حال و آینده برنامه‌ریزی منابع سازمانی» نشان داد تکامل سریع سیستم‌های سازمان نسل دوم در پاسخ به عوامل داخلی و خارجی مختلف سازمان‌ها می‌باشد، بسیاری از سازمان‌ها با مشکل افزایش تقاضای ذینفعان و/یا مصرف‌کنندگان روبه‌رو هستند در حالی که با منابع محدودی برای برآورده کردن این تقاضاها دست و پنجه نرم می‌کنند و برای اینکه این نوع از سازمان به طور موثر یکپارچگی و ایجاد ارزش را تسهیل کنند، اجرای آنها باید در یک محیط فنی که فرآیندهای نهادی جامع و اهداف راهبردی را درک می‌کند، انجام شود. همچنین داس، مانا و موداک[2] (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «منابع انسانی نسل دوم: راهبردهای تحولی برای شرکت‌های کوچک و متوسط» گزارش کردند. منابع انسانی نسل دوم فرصتی تحولی برای شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌دهند تا پتانسیل کامل نیروی کار خود را آزاد کنند و نوآوری، بهره‌وری و رشد پایدار را به حرکت درآورند. با پذیرش اصول منابع انسانی نسل دوم و اجرای راهبردهای مربوطه آن‌ها همچنین می‌توانند در یک محیط کسب‌وکار رقابتی به شکوفایی برسند و به پیشگامان آینده کار تبدیل شوند. کولر[3] (۲۰۲۳) نیز در پژوهشی با عنوان «مزایا و معایب سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی استاندارد و سفارشی در زمینه صنعت تولید و بخش دولتی» دریافت که هفت حوزه نگرانی پیرامون سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی که معرف آن سازمان نسل دوم است، وجود دارد. این نگرانی در ارتباط با اجرا، پس از اجرا، تغییر سازمان و پیامدهای مدیریتی، بازار و صنعت، آموزش، مدیریت زنجیره تأمین و خود سیستم است. این پژوهش همچنین گزارش کرده است نتیجه یک سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی در وب ۲، این است که آن سازمان می‌تواند در تمام عملکردهای کسب و کار خود از جمله افزایش بهره‌وری بهتر عمل کند. مارتینز و بلفو[4] (۲۰۲۳) در پژوهشی دیگر با عنوان «مسائل عمده درباره سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی: یک مرور نظام‌مند از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۱» نشان دادند پیاده‌سازی، رویکردهای یکپارچه‌سازی، مشارکت کاربران، تصمیم‌گیری و مدیریت ریسک پنج

[1] Giermindl, Strich & Fiedler
[2] Das, Manna & Modak
[3] Koller
[4] Martins & Belfo

نگرانی اصلی سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی در سازمان‌های نسل دوم هستند. علاوه بر این، چیروازه و زامفیر[1] (۲۰۲۳) با بررسی «توسعه برنامه‌ریزی منابع سازمانی: چالش‌ها، فرصت‌ها و چگونگی کمک به شرکت‌ها در پیمایش دوران پرتلاطم معاصر» نشان دادند با پیاده‌سازی یک سیستم جهانی که برنامه‌ریزی منابع سازمانی، اینترنت اشیا و هوش مصنوعی را یکپارچه می‌کند و همچنین تمام شرکت‌های یک زنجیره تأمین را به هم متصل می‌کند، سازمان‌ها می‌توانند به بالاترین سطح در زمینه بهره‌وری، پیش‌بینی و نظارت و همچنین انعطاف‌پذیری کامل از طریق افزودن اتوماسیون فرآیند رباتیک به سیستم دست یابند.

با بررسی مطالعات انجام‌شده، مشخص گردید که سازمان‌های صنعتی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بیشترین بهره و استفاده را از سازمان نسل دوم می‌برند. با این حال، تحقیقات محدودی در زمینه بررسی نقش سازمان نسل دوم در سازمان‌های دولتی به‌ویژه سازمان‌های ورزشی وجود دارد. این کمبود به‌خصوص در وزارت ورزش و جوانان ایران مشاهده می‌شود- جایی که فناوری اطلاعات و ارتباطات تحولات گسترده‌ای را در مدیریت و ارتباطات سازمانی ایجاد کرده است. همچنین مطالعات پیشین نشان داده‌اند که فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان یک تعیین‌کننده مهم برای پویایی سازمانی و ارتباطات اثربخش است، اما هنوز پژوهشی به‌طور تخصصی به بررسی سازمان نسل دوم در این سازمان نپرداخته است. دسترسی به اطلاعات باکیفیت، تسهیم اطلاعات و هماهنگی سازمانی از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات در این وزارت‌خانه همچنان با چالش‌های زیادی مواجه است و مشخص نیست که چگونه سازمان نسل دوم می‌تواند به این چالش‌ها پاسخ دهد. از طرفی، مطالعاتی که تاکنون انجام شده‌اند، بیشتر بر پیاده‌سازی سازمان نسل دوم در سازمان‌های صنعتی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تمرکز داشته‌اند، اما هنوز بررسی‌های کافی در مورد سازمان‌های دولتی و سازمان‌های بزرگ مقیاس مانند وزارت ورزش و جوانان صورت نگرفته است. این پژوهش تلاش می‌کند تا این خلأ علمی را با بررسی الگوی پیاده‌سازی سازمان نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان پر کند و نشان دهد که چگونه این سازمان می‌تواند از مزایای این نسل از سازمان‌ها بهره‌مند شود.

با توجه به اهمیت روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات در بهبود عملکرد سازمان‌ها و تحولاتی که این فناوری‌ها در مدیریت و ساختار سازمانی ایجاد می‌کنند، بسیاری از سازمان‌ها به سمت استفاده از سازمان نسل دوم حرکت کرده‌اند. این نسل از سازمان‌ها بر پایه استفاده از فناوری‌های نوظهور نظیر وب ۲ و ابزارهای مبتنی بر همکاری و اشتراک‌گذاری دانش توانسته‌اند عملکرد بهتری در حوزه‌های مختلف از جمله افزایش چابکی، نوآوری و بهره‌وری داشته باشند. سازمان‌های صنعتی و کسب‌وکارهای کوچک و

[1] Chirvase & Zamfir

متوسط به عنوان اولین پذیرندگان این تحول، بیشترین بهره را از سازمان نسل دوم برده‌اند. اما سازمان‌های دولتی به‌ویژه سازمان‌های ورزشی، همچنان در مراحل اولیه پذیرش و پیاده‌سازی این فناوری‌ها قرار دارند. وزارت ورزش و جوانان ایران به عنوان یکی از سازمان‌های بزرگ مقیاس، با چالش‌های متعددی در حوزه مدیریت اطلاعات، هماهنگی درون‌سازمانی و تسهیم دانش مواجه است. با وجود تأثیرات اثبات‌شده فناوری اطلاعات و ارتباطات در افزایش پویایی سازمانی و ارتباطات اثربخش در این سازمان، هنوز استفاده از سازمان نسل دوم در آن مورد بررسی دقیق قرار نگرفته است. یکی از مسائل کلیدی، عدم‌دسترسی به اطلاعات باکیفیت و هماهنگی موثر از طریق ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در این سازمان است که به عنوان یک چالش اساسی شناخته می‌شود. از سوی دیگر، با وجود مزایای پرشماری که سازمان نسل دوم می‌تواند برای سازمان‌های بزرگ‌مقیاس فراهم کند، پیاده‌سازی آن نیازمند تغییرات فرهنگی، ساختاری و فناوری عمده‌ای است که این سازمان‌ها هنوز به‌طور کامل به آن توجه نکرده‌اند.

بنابراین، ضروری است برای پیاده‌سازی سازمان نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان، یک چارچوب جامع و چندبعدی طراحی شود که بتواند نیازهای خاص این سازمان را به‌خوبی پوشش دهد. این چارچوب باید نشان دهد که سازمان نسل دوم چگونه می‌تواند به‌طور مؤثر در این وزارتخانه پیاده‌سازی شود. گفتنی است که تاکنون هیچ مطالعه‌ای به‌طور جامع به سازمان نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان نپرداخته است. از این‌رو، این مطالعه درصدد است به این پرسش پاسخ دهد:

الگوی سازمان نسل دو در وزارت ورزش و جوانان چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش، کیفی و رویکرد آن «نظریه داده‌بنیاد» رهیافت نظام‌مند است. این روش با قرار گرفتن در پارادایم تفسیری، به‌جای اینکه درک پیش‌بینی‌شده محقق از پدیده را تأیید کند، به دنبال ایجاد نظریه جدید است (هوارد–پین[1]، ۲۰۱۶: ۵۳). دلیل اینکه در این مطالعه از نظریه داده‌بنیاد به عنوان روش تحقیق استفاده شد این است که هدف اصلی نظریه داده‌بنیاد، مدل‌سازی است که به اصطلاح آن را «نظریه-پردازی» می‌نامند. از طرفی، نظام نظریه داده‌بنیاد، رابطه متقابل معنا در ادراک سوژه‌ها و کنش آن‌ها را مطالعه می‌کند (بورخولدر، کاکس، کراوفورد و هیتچکوکک[2]، ۲۰۱۹: ۷۶) و چون هدف این مطالعه ارائه الگو سازمان نسل دوم بود، نظریه داده‌بنیاد این امکان را فراهم می‌کرد که نه تنها اجزای الگو را شناسایی کرد، بلکه درک بهتری از دنیای پدیداری سازمان‌های نسل دوم و رابطه متقابل بین الزامات و پیامدهای آن به‌دست آورد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش را کارشناسان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات ورزات ورزش، اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران حوزه فناوری و مدیریت دانش تشکیل می‌دادند. روش نمونه‌گیری هدفمند بود.

[1] Howard-Payne
[2] Burkholder, Cox, Crawford & Hitchcock

دلیل اینکه شرکت‌کنندگان از طیف‌های مختلف (فناوری، وزارت ورزش و اساتید دانشگاه با تخصص جانبی فناوری ارتباطات و اطلاعات) برای مصاحبه انتخاب شدند این بود که طیفی از دیدگاه در مورد موضوع پژوهش بررسی شود. در نهایت برحسب اشباع نظری، ۱۵ مصاحبه انجام شد (جدول ۱). معیار انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش، تخصص و تجربه (انتخاب افرادی با تخصص و تجربه در زمینه فناوری)، نمایندگی (انتخاب افرادی که می‌توانند نماینده و مجری سازمان‌های نسل دوم باشند)، تنوع (تشکیل یک تیم متنوع از نظر جنسیت، سن، تخصص و نقش های مختلف در فناوری) و قابلیت همکاری بود.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

ردیف	جنسیت	سن	تحصیلات	سابقه کار در حوزه فناوری	حوزه فعالیت	
					فناوری	دانشگاه
۱	مرد	۵۵ سال	دکتری	۲۴ سال		*
۲	مرد	۴۷ سال	دکتری	۱۷ سال	*	*
۳	زن	۴۰ سال	دکتری	۱۳ سال		*
۴	مرد	۳۹ سال	کارشناسی ارشد	۱۴ سال		
۵	زن	۳۸ سال	دکتری	۱۰ سال	*	
۶	مرد	۴۴ سال	کارشناسی ارشد	۱۸ سال	*	
۷	مرد	۴۱ سال	کارشناسی ارشد	۱۵ سال	*	
۸	زن	۴۵ سال	دانشجوی دکتری	۱۶ سال	*	
۹	مرد	۵۱ سال	دکتری	۲۸ سال		*
۱۰	مرد	۳۷ سال	دکتری	۹ سال	*	
۱۱	زن	۵۱ سال	دکتری	۲۵ سال		*
۱۲	مرد	۴۳ سال	کارشناسی ارشد	۱۵ سال	*	
۱۳	مرد	۴۵ سال	کارشناسی ارشد	۱۷ سال	*	
۱۴	مرد	۳۷ سال	دانشجوی دکتری	۱۲ سال	*	
۱۵	مرد	۴۷ سال	دکتری	۲۲ سال		*

ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. سؤالات مصاحبه براساس اهداف و سؤالات پژوهش تنظیم شد. سؤالات هم به صورت کلی و هم به صورت فرعی مطرح گردید. سؤالات فرعی در راستای سؤالات اصلی و برای دریافت اطلاعات بیشتر بود. برای مثال، در بخش سؤال اصلی یکی از سؤال‌های که مطرح شد این بود: سازمان نسل دوم به چه معناست؟ در بخش سؤالات فرعی نیز محتوای

سؤال این بود: این سازمان چه ویژگی‌های دارد؟ الزام پیاده‌سازی چنین سازمانی برای وزارت ورزش و جوانان چیست؟. برای ارزیابی اعتبار و قابلیت اطمینان به نتایج اقدامات زیر انجام شد:

جدول ۲: اعتبار و قابلیت اطمینان به نتایج

راهبرد	اقدام
قابلیت باورپذیری (اعتبار)	در اختیار قرار دادن اطلاعات به ۳ نفر از شرکت‌کنندگان در پژوهش
انتقال‌پذیری	ثبت و ضبط مصاحبه‌ها، ارائه تفصیلی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت-کنندگان
تأییدپذیری	تأیید فرایند پژوهش توسط ۳ استاد دانشگاه (با تخصص مدیریت ورزشی)
قابلیت اعتماد	تحلیل دو مصاحبه توسط محقق و یک تحلیل گر دیگر و مشخص شدن درصد توافق دو کدگذار

در ارتباط با قابلیت اعتماد با استفاده از فرمول زیر درصد توافق بین دو کدگذار محاسبه شد:

$$\text{درصد پایایی} = \frac{\text{۲} \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها} \times \text{۱۰۰}}$$

جدول ۳: نتیجه بررسی پایایی بین دو کدگذار

شماره مصاحبه	کل کدها	توافقات	عدم توافقات	درصد پایایی
۲	۱۹	۸	۳	۰/۸۴۲
۹	۲۱	۱۰	۱	۰/۹۵۲
کل	۴۰	۱۸	۴	۰/۹۰۰

در این پژوهش در مطالعه کیفی شیوه انجام مصاحبه به صورت حضوری، تلفنی و انفرادی بود. شرکت در مصاحبه داوطلبانه بود و به مشارکت‌کنندگان گفته شده بود که می‌توانند از پاسخ به برخی از پرسش‌ها امتناع کنند و یا هر زمان می‌خواهند به مصاحبه ادامه ندهند. مصاحبه‌شوندگان قبل از انجام مصاحبه از هدف پژوهش مطلع شدند و خارج از این چارچوب سوالی طرح نشد. به افراد اطمینان داده شد که این مصاحبه در اختیار دیگران قرار نمی‌گیرد و در صورتی که در نتایج تحقیق نقل قولی صورت پذیرد، از اسامی مستعار استفاده خواهد شد. مصاحبه تا زمان دستیابی به اشباع نظری، یعنی کاهش یافتن افکار و ایده‌های نو و بدیع ادامه پیدا کرد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، سه مرحله کدگذاری یعنی کدگذاری باز، محوری و انتخابی با استفاده از نرم‌افزار مکس‌کیودا[1] نسخه ۱۳ انجام شد.

[1] Maxqda

یافته‌های پژوهش

نخستین مرحله در تحلیل نظریه داده‌بنیاد، کدگذاری باز است. در این مرحله، کدهای باز به‌صورت سطر به سطر، عبارت به عبارت یا پاراگراف به پاراگراف استخراج می‌شوند (هوارد-پین، ۲۰۱۶). بر اساس بازبینی مصاحبه‌های انجام‌شده با صاحب‌نظران، در مجموع ۳۱۱ کد اولیه شناسایی شد که در نهایت به ۱۰۰ کد نهایی منجر گردیدند.

در مرحله دوم، کدگذاری محوری انجام شد که طی آن کدهای باز بر اساس روابط مفهومی به مقوله‌های مرتبط دسته‌بندی شدند. از این تحلیل، ۲۰ مقوله فرعی استخراج گردید. در نام‌گذاری این مقوله‌ها، به قرابت معنایی و موضوعی کدهای باز و همچنین مبانی تحقیق توجه شده است.

در نهایت، در مرحله سوم، کدگذاری انتخابی صورت گرفت که در این مرحله چگونگی ارتباط بین مقوله‌های فرعی بررسی و تحلیل شد. این مرحله، انتزاعی‌ترین سطح کدگذاری است که از طریق آن روابط میان مقوله‌های فرعی مشخص و ساختاریافته شدند. نتیجه این مرحله، استخراج پدیده محوری با عنوان «نوآوری باز، هوشمندی و خودساماندهی» بود. این پدیده‌ها تحت تأثیر شرایط علی شامل مدیریت دانش، بوم‌شناسی اطلاعات و تغییرات اجتماعی قرار دارند و از طریق راهبردهایی مانند پشتیبانی فنی، پشتیبانی مدیریتی، فراهم‌سازی زیرساخت، فرهنگ‌سازی و آموزش می‌توانند در وزارت ورزش و جوانان پیاده‌سازی شوند.

همچنین، نتایج نشان داد که پیاده‌سازی سازمان‌های نسل دوم، با تأثیرگذاری از شرایط زمینه‌ای (زمینه‌سازی و زمینه فناورانه) و شرایط مداخله‌گر (موانع فنی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و موانع پذیرش فناوری)، به تسهیل ارتباطات و همکاری سازمانی، چابکی سازمانی، بهبود نتایج سازمانی و مدیریت عملکرد سازمانی منجر می‌شود.

جدول ۴: کدهای باز و مقوله‌های مرتبط با سازمان‌های نسل دوم

کد مصاحبه	مفاهیم اقتباس شده از مصاحبه	مقوله‌های فرعی	مقوله‌های اصلی
P4, P6, P7, P15	تمایل سازمان برای به اشتراک-گذاری دانش	نوآوری باز	پدیده محوری
P2, P7, P8, P9, P11, P13	استفاده از ایده‌های بیرونی و داخلی به‌طور همزمان		
P4, P7, P8, P12, P14	توسعه منابع دانش خارجی		
P2, P14	متکی نبودن سازمان بر قابلیت‌های داخلی خود		

P6, P14	همکاری آنلاین		
P1, P3, P8, P9, P15	آگاهی پیرامونی	هوشمندی	
P4, P5, P7, P9, P10, P11, P12, P14	افراد هوشمند		
P3, P9, P10, P13	ساختار هوشمند		
P11	ایجاد ارتباط بین منابع اطلاعات		
P1, P4, P5, P11, P12, P15	انطباق با تغییرات	خودساماندهی	
P2, P6, P14, P15	انطباق با ساختارهای جهانی		
P1, P5, P6, P16	مستقل از دولت		
P8, P13, P15	ساماندهی و تنظیم محتوا از سوی کاربران		
P9	خلق دانش از سوی نیروی انسانی		
P9, P11	کاربری منابع دانش	مدیریت دانش	
P5, P6, P9	دانش ضمنی		
P5, P9, P11	دانش بین شخصی		
P11, P13	کاهش عمر دانش		
P3, P11	رشد تصاعدی دانش	بوم‌شناسی اطلاعات	شرایط علی
P5, P6, P11, P13	یادگیری غیررسمی		
P3, P11	تغییر جریان اطلاعات در سازمان		
P6, P10, P12	حرکت به سمت همکاری جمعی		
P10	تعامل اجتماعی		
P3, P10, P12	تأکید بر بعد اجتماعی در وب ۲	تغییرات اجتماعی	
P3, P10	تمرکز بر ایجاد جامعه آنلاین		
P6, P10	اتصال افراد با علایق مشترک		
P3, P13	کمبود اعتبارات مورد نیاز سازمان نسل ۲		
P3, P8	هزینه‌بر بودن برنامه آموزشی ویژه سازمان نسل ۲	زمینه‌سازمانی	شرایط زمینه‌ای
P2, P8	عدم اطلاع‌رسانی		
P2, P6, P8, P13	عدم تربیت نیروی متخصص		

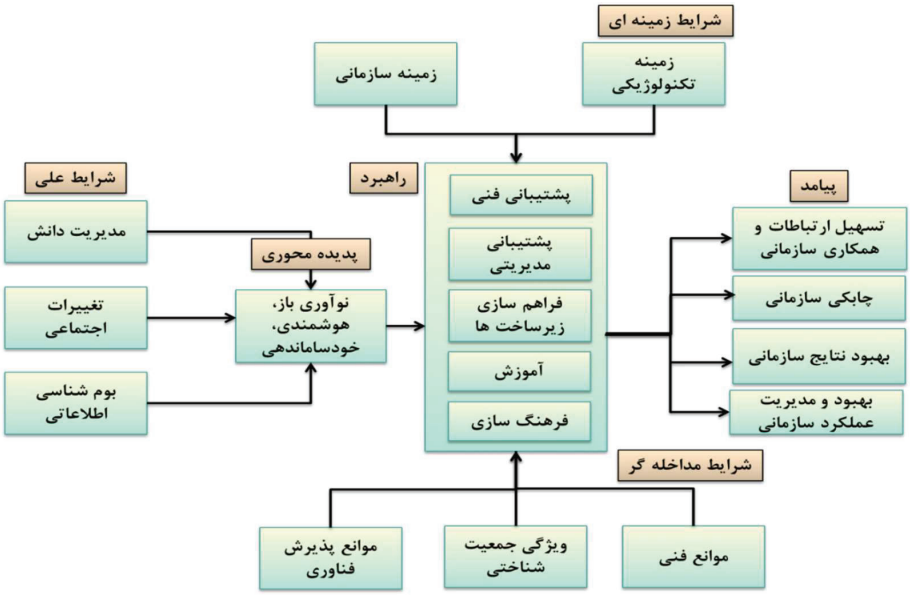
P2, P6	عدم وجود زیرساخت‌های مورد نیاز		
P13	سلسله مراتب سازمانی سنتی و ساختارهای قدرت		
P2, P14	گسترش فضای مجازی		
P1, P14, P15	افزایش استفاده از برنامه تحت وب	زمینه فناوری	
P1, P2, P14	فناوری روز		
P2, P13, P15	پهنای باند شبکه		
P2, P3, P10	عدم آشنایی مخاطبان با چگونگی استفاده از این سازمان		
P4, P5, P7, P15	عدم‌آگاهی از پیشرفت‌های فناوری روز	موانع فنی	
P4, P5, P9	عدم‌تناسب پیشرفت فناوری و علوم فناوری بار روند امور ادارای سازمانی		
P3	کمبود اطلاعات		
P11, P12, P14	میزان تعهد کارمند به جوامع آنلاین		
P6, P12	سن کارآمد	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	
P5, P6, P9, P10	نبود انگیزه لازم در بین کارکنان		شرایط مداخله‌گر
P6, P10	نبود تجربه کاری در بین کارکنان		
P1, P5, P7	مقاومت افراد سودجو		
P3, P5, P14	مقاومت مدیران سنتی در برابر برنامه‌های سازمان نسل ۲		
P8, P12, P13	افشای اطلاعات آگاهانه و ناآگاهانه اطلاعات	موانع پذیرش فناوری	
P4, P12	نگرانی‌های امنیتی		
P4, P8, P12, P13, P14	از بین رفتن حریم خصوصی		
P7, P12	تعدیل محتوای تولید شده توسط کاربر		
P4, P12	خطر هجوم اجتماعی		

		اذیت و آزار سایبری	P1, P9, P14
		انتشار اطلاعات نادرست	P1, P14
		سرقت هویت	P14
		بروز رسانی قوانین و مقررات	P5, P6
		بازنگری در قوانین و مقررات	P5, P6, P7, P9
	پشتیبانی قانونی	تغییر پارادوکس‌های موجود در قوانین کشور	P1, P3, P4, P5, P10, P15
		تغییر اسناد بالادستی	P4, P15
		فراهم آوردن وسایل و ملزومات اداری برای اجرای طرح	P5, P7
	پشتیبانی مدیریتی	تعیین اهداف بلندمدت در زمینه پیاده‌سازی فناوری	P2, P3, P10, P11, P15
		نظارت و کنترل بر نحوه اجرای کار	P1, P3, P9
		داشتن برنامه	P9, P11, P15
		ارتباطات شفاف	P13
راهبرد	فراهم‌سازی زیرساخت‌ها	بروز رسانی سازمان از لحاظ زیرساخت‌های فناوری	P3, P4, P5
		امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری	P2, P3, P7, P12, P13
		استفاده از فناوری در اجرای برنامه‌ها	P2, P3, P7, P13
	فرهنگ‌سازی	پرورش فرهنگ شرکتی مثبت و حمایتی	P4, P5, P7
		نهادینه‌سازی فرهنگ آزمایش و ریسک‌پذیری	P1, P5, P13
		توسعه فرهنگ نوآورانه و یادگیری‌محور	P2, P4, P10, P13
		ترویج فرهنگ دموکراتیک	P1, P3, P14
		ترویج سیاست باز بودن	P14
	آموزش	انعطاف‌پذیری آموزش	P3, P4
		شخصی‌سازی آموزش	P1, P3, P4, P8, P12
		استفاده از ابزارهای وب ۲ در آموزش	P1, P6, P10, P11, P13

P1, P13	اجرای برنامه‌های آموزشی در وب ۲		
P5, P8, P11, P14	پذیرش همکاری و مشارکت درون‌سازمانی		
P3, P8	افزایش توانایی همکاری در سراسر سازمان	تسهیل ارتباطات و همکاری سازمانی	
P4, P8, P11, P14	تقویت هماهنگی بین کارکنان		
P3, P12	افزایش اعتماد سازمانی		
P5, P12	افزایش سرمایه اجتماعی		
P9	بهبود فرآیندهای کسب و کار		
P2, P7, P10	منابع انسانی چابک		
P3, P5	امکان گزارش‌گیری سریع		
P1, P8, P9, P10	تسهیم سریع‌تر و منعطف‌تر اطلاعات و دانش		
P1, P2, P4, P5, P6	ارائه خدمات سریع‌تر و مطلوب‌تر	چابکی سازمانی	پیامد
P2, P3, P4, P9	افزایش سرعت انجام امورات و تسهیل امور		
P1, P7, P8, P10	سازگاری سازمان با تغییرات		
P2, P3, P5	صرفه‌جویی در وقت و هزینه ایاب و ذهاب		
P9, P14	رسیدن به اهداف عملکرد سازمان		
P1, P6, P14, P15	شکوفایی سازمانی	بهبود نتایج سازمانی	
P1, P15	افزایش خلاقیت کارکنان		
P1, P3, P4, P15	افزایش بهره‌وری		
P14, P15	افزایش پویایی سازمانی		
P7, P12	تغییر روش کار	بهبود و مدیریت عملکرد سازمانی	
P4, P8	پر کردن شکاف ساختاری		
P1, P6	شایسته سالاری در سازمان		

خارج شدن ساختار سلسله مراتبی به سوی ساختار تخت سازمانی	P4, P5
برون‌رفت از شکل سنتی کار	P3, P7
مرتفع‌شدن مشکلات سازمان	P1, P6, P9, P15
تغییر نحوه تعامل با ارباب رجوع	P1, P7, P12

در نهایت پس از اتمام کدگذاری گزینشی، مدل پارادایمی پژوهش مبتنی بر پیوند مقوله‌های فرعی به اجزاء مدل نظام‌مند اشتراوس و کوربین ارائه شد. این مدل یکی از ارکان اصلی روش نظریه داده‌بنیاد است که در روش استراوس و کوربین مورد استفاده قرار می‌گیرد. این مدل، از پنج قسمت شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تشکیل شده است. در مرکز مدل نیز پدیده مرکزی قرار می‌گیرد که فعالیت‌ها حول آن شکل می‌گیرد (شکل ۱):



شکل ۱: ارائه الگوی سازمان نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این مطالعه، ارائه الگوی سازمان نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان بود. براساس نتایج حاصل از کدگذاری و ارتباط بین کدها و مقوله‌ها مشخص گردید که نوآوری باز، هوشمندی و خودساماندهی، ویژگی‌های بارز سازمان‌های نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان هستند. این یافته از دو

بعد نوآوری باز و هوشمندی همراستا با ویژگی‌های است که مک‌کافی (۲۰۰۶) پیش‌تر به عنوان ابداع‌کننده سازمان‌های نسل دوم به آن اشاره داشته است. در عین حال او برای سازمان‌های نسل دوم ویژگی‌های مشارکت کاربر نهایی، ظهور شبکه‌های اجتماعی و جوامع آنلاین را مطرح کرده است که در این پژوهش مصادیقی برای آن‌ها یافت نشد- شاید به این دلیل که مبانی سازمان‌های نسل دوم برگرفته از کسب و کارها و شرکت بزرگ است و این برای نخستین بار است که برای سازمان‌های دولتی پدیده سازمان‌های نسل دوم مفهوم‌سازی می‌شود. در نتیجه ممکن است تفاوت‌هایی از نظر محتوا و ماهیت داشته باشند.

یافته‌ها نشان داد در وزارت ورزش و جوانان سازمان‌های نسل دوم می‌تواند تحت تأثیر مدیریت دانش، بوم‌شناسی اطلاعات و تغییرات اجتماعی به عنوان شرایط علی باشند. این یافته تاحدودی همراستا با نتایج مطالعات لی (۲۰۲۴) است که نشان داد تکامل سریع سیستم‌های سازمان نسل دوم در پاسخ به عوامل داخلی و خارجی مختلف سازمان‌ها می‌باشد. دلیل اینکه این سازمان‌های نسل دوم از این عوامل تأثیر می‌پذیرند شامل تطبیق‌پذیری بالا و توانایی این سازمان‌ها در بهره‌برداری از دانش و اطلاعات جدید برای بهبود فرآیندها و تصمیم‌گیری‌های سریع و مؤثر است؛ به طوری که سازمان‌های نسل دوم با بهره‌گیری از مدیریت دانش، توانایی جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و به اشتراک‌گذاری دانش به شیوه‌ای موثرتر را دارند. این قابلیت به آن‌ها امکان می‌دهد تا به سرعت به تغییرات محیطی پاسخ دهند و از فرصت‌های جدید بهره‌برداری کنند. این مدیریت دانش به ایجاد نوآوری، بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کمک می‌کند. از سوی دیگر، بوم‌شناسی اطلاعات به ساختار و کیفیت اطلاعاتی که در سازمان موجود است، اشاره دارد. سازمان‌های نسل دوم با داشتن دسترسی به اطلاعات دقیق و به‌روز می‌توانند تصمیم‌گیری‌های بهتری انجام دهند و راهبردهای موثرتری برای مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌ها تدوین کنند. همچنین، این بوم‌شناسی اطلاعات می‌تواند به ارتقای شفافیت و هماهنگی درون‌سازمانی کمک کند و در نهایت اینکه تغییرات اجتماعی مانند تغییر در انتظارات و نیازهای جامعه و تحولات فرهنگی می‌تواند فشارهایی را بر سازمان‌ها وارد کند تا خود را با شرایط جدید تطبیق دهند. سازمان‌های نسل دوم، با ساختار منعطف و توانایی انطباق سریع قادرند این تغییرات را به فرصت‌هایی برای رشد و توسعه تبدیل کنند. این سازمان‌ها می‌توانند با پاسخگویی به نیازهای جدید و ایجاد ارتباطات موثر با جامعه، اعتماد و حمایت بیشتری را جلب کنند.

یافته‌ها نشان داد از طریق راهبردهای پشتیبانی فنی، پشتیبانی مدیریتی، فراهم‌سازی زیرساخت، فرهنگ‌سازی و آموزش می‌توان سازمان‌های نسل دوم را در وزارت ورزش و جوانان پیاده‌سازی و اجرا کرد. این یافته همراستا با نتایج مطالعه داس و همکاران (۲۰۲۴) است که نشان داد با پذیرش اصول منابع انسانی نسل دوم و اجرای راهبردهای مربوطه آن‌ها می‌توان در یک محیط کسب‌وکار رقابتی به شکوفایی رسید و به پیشگامان آینده کار تبدیل شد. همچنین تاحدودی با نتایج مطالعه کولر (۲۰۲۳) همراستاست- از این نظر

که به مقوله آموزش به عنوان یک تعیین‌کننده که در ارتباط با آن نگرانی وجود دارد در این مطالعه اشاره شده است. البته در این پژوهش برخلاف پژوهش کولر (۲۰۲۳) این مقوله نه تنها نگرانی تشخیص داده نشد، بلکه به نوعی به عنوان یکی از الزمات پیاده‌سازی سازمان‌های نسل دوم در نظر گرفته شده است.

دلایل اینکه این عوامل چرا و چگونه به پیاده‌سازی و اجرای سازمان‌های نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان کمک می‌کند نخست این است که سازمان‌های نسل دوم نیاز به دسترسی سریع و موثر به اطلاعات و دانش دارند. با توسعه سیستم‌های مدیریت دانش، امکان جمع‌آوری، سازماندهی و به اشتراک‌گذاری دانش در سراسر سازمان فراهم می‌شود. این سیستم‌ها به کارکنان کمک می‌کنند تا به‌راحتی به اطلاعات مورد نیاز دسترسی داشته باشند و از دانش جمعی سازمان بهره‌برداری کنند که این امر منجر به تصمیم‌گیری‌های سریع‌تر و بهینه‌تر می‌شود. رهبران و مدیرانی که با فلسفه و اصول سازمان‌های نسل دوم آشنا هستند و توانایی هدایت تغییرات را دارند، نقش کلیدی در پیاده‌سازی تحول دیجیتال ایفا می‌کنند. این رهبران با درک صحیح از نیازها و فرصت‌های دیجیتال می‌توانند راهبردهای موثری برای استفاده از فناوری‌های نوین تدوین کنند و حمایت لازم را برای اجرای این راهبردها فراهم آورند. ایجاد فضای حمایتی که در آن کارکنان تشویق به ارائه ایده‌های جدید و خلاقانه می‌شوند، باعث می‌گردد که سازمان به‌طور مداوم به دنبال بهبود و نوآوری باشد. این امر به سازمان کمک می‌کند تا از فرصت‌های جدید بهره‌برداری و با تغییرات محیطی سازگاری پیدا کند. همچنین سازمان‌های نسل دوم نیاز به زیرساخت‌های قوی فناوری اطلاعات دارند تا از فعالیت‌های دیجیتال پشتیبانی نمایند. این شامل شبکه‌های پرسرعت، سرورهای قدرتمند، سیستم‌های امنیتی مناسب و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است. این زیرساخت‌ها امکان اجرای برنامه‌های دیجیتال و دسترسی به اطلاعات را به‌طور موثر فراهم می‌کنند. علاوه بر این، ایجاد و تقویت فرهنگ سازمانی که در آن همکاری، اشتراک‌گذاری دانش و تعاملات مثبت بین اعضا ارزشمند باشد، به سازمان کمک می‌کند تا از دانش و تجربیات جمعی بهره‌برداری کند و به‌طور موثرتر به اهداف خود برسد. در نهایت، ارائه دوره‌های آموزشی منظم برای کارکنان در زمینه استفاده از فناوری‌های جدید، مدیریت دانش و ابزارهای همکاری دیجیتال، به آن‌ها کمک می‌کند تا مهارت‌های لازم را برای کار در محیط‌های دیجیتال کسب کنند و بهره‌وری خود را افزایش دهند.

یافته‌ها نشان داد اجرا و پیاده‌سازی این راهبردها در وزارت ورزش و جوانان می‌تواند تحت تأثیر شرایط زمینه‌ای زمینه‌سازی و زمینه فناورانه قرار گیرد. این یافته تاحدودی همراستا با نتایج مطالعه لی (۲۰۲۴) است، چرا که این پژوهش گزارش کرده است برای اینکه این نوع از سازمان به طور موثر یکپارچگی و ایجاد ارزش را تسهیل کنند، اجرای آنها باید در یک محیط فنی که فرآیندهای نهادی جامع و اهداف راهبردی را درک می‌کند، انجام شود. از طرفی، مارتینز و بلفو (۲۰۲۳) با مرور مطالعات انجام گرفته در این زمینه گزارش

کردند که یکی از نگرانی‌های سازمان‌های نسل دوم در برنامه‌ریزی منابع سازمانی، پیاده‌سازی آن است. چرا این عوامل مؤثر بر راهبردهای پیاده‌سازی و اجرا هستند، چون اجرای راهبردهای تحول دیجیتال نیاز به منابع مالی قابل توجهی دارد. کمبود اعتبارات می‌تواند مانعی برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناوری، آموزش کارکنان و توسعه سیستم‌های مدیریتی باشد. بدون تامین منابع مالی کافی، تحقق اهداف سازمان نسل ۲ دشوار خواهد بود. برنامه‌های آموزشی برای توسعه مهارت‌ها و دانش کارکنان هزینه‌بر هستند. این هزینه‌ها شامل برگزاری دوره‌های آموزشی، تهیه مواد آموزشی و استخدام مربیان متخصص می‌شود. عدم‌توانایی در تامین این هزینه‌ها می‌تواند مانع از آموزش و پرورش موثر کارکنان برای استفاده از فناوری‌های جدید و ابزارهای دیجیتال شود. زیرساخت‌های فناوری اطلاعات شامل شبکه‌های پرسرعت، سرورها، سیستم‌های امنیتی و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری ضروری برای پیاده‌سازی سازمان‌های نسل دوم هستند. در صورت نبود این زیرساخت‌ها، اجرای این سیاست به‌درستی امکان‌پذیر نخواهد بود. در مقابل با افزایش دسترسی به اینترنت و گسترش فضای مجازی، امکان تعامل و ارتباطات سریع‌تر و موثرتر فراهم می‌شود. این امر می‌تواند به تسهیل پیاده‌سازی ابزارهای همکاری و ارتباطی و بهبود دسترسی به اطلاعات کمک کند. برنامه‌های تحت وب امکان دسترسی به اطلاعات و خدمات را از هر مکانی و در هر زمانی فراهم می‌کنند. این ویژگی می‌تواند به افزایش بهره‌وری و انعطاف‌پذیری کارکنان در استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات کمک کند. همچنین اینکه پهنای باند کافی و اتصال به اینترنت پرسرعت، از عوامل مهم برای اجرای موفقیت‌آمیز سازمان‌های نسل دوم است. بدون دسترسی به پهنای باند مناسب، استفاده از ابزارها و فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات با مشکلاتی مانند کندی و عدم‌پایداری مواجه خواهد شد.

همچنین یافته‌ها نشان داد موانع فنی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و موانع پذیرش فناوری به عنوان شرایط مداخله‌گر نقش تعیین‌کننده‌ای در پیاده‌سازی و اجرای سازمان‌های نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان دارند. این یافته تاحدودی با نتایج مارتینز و بلفو (۲۰۲۳) که مشارکت کاربران را تعیین‌کننده در نظر گرفته است، همسویی دارد. دلایل اینکه این عوامل در پیاده‌سازی سازمان‌های نسل دوم نقش دارند این است که کارکنان و مدیران ممکن است با ابزارها و فناوری‌های جدید آشنایی کافی نداشته باشند. این عدم‌آشنایی می‌تواند باعث کاهش کارایی و بهره‌وری شود و همچنین مانع از بهره‌برداری کامل از قابلیت‌های سیستم‌های جدید شود. فناوری‌های جدید و پیشرفته ممکن است با فرآیندها و ساختارهای قدیمی سازمانی سازگار نباشند. این عدم‌تناسب می‌تواند موجب ایجاد موانعی در اجرای موفقیت‌آمیز تحول دیجیتال شود و نیاز به تطبیق و به‌روزرسانی فرآیندها و ساختارها را برجسته کند. تعهد پایین کارکنان به مشارکت در جوامع آنلاین می‌تواند مانع از اشتراک‌گذاری دانش و همکاری مؤثر شود. این عدم‌تعهد ممکن است به دلیل عدم‌آشنایی با مزایا و اهمیت این جوامع یا نبود فرهنگ مشارکت باشد. انگیزه پایین کارکنان برای استفاده از فناوری‌های

جدید و مشارکت در فرآیندهای دیجیتال می‌تواند اجرای موفقیت‌آمیز سازمان‌های نسل دوم را تحت تأثیر قرار دهد. این نبود انگیزه ممکن است به دلیل فقدان پاداش‌ها، تشویق‌ها یا برنامه‌های حمایتی باشد. مدیران با رویکردهای سنتی ممکن است در برابر تغییرات و استفاده از فناوری‌های جدید مقاومت کنند. این مقاومت می‌تواند به دلیل نگرانی از تغییرات ساختاری، از دست دادن کنترل یا عدم‌آشنایی با فناوری‌های جدید باشد و در نهایت اینکه اطلاعات ناکافی یا نادرست درباره مزایا و نیازمندی‌های سازمان‌های نسل دوم می‌تواند مانع از پذیرش و اجرای این تغییرات شود. همچنین، اطلاعات نادرست می‌تواند به ایجاد ترس و نگرانی در بین کارکنان و مدیران منجر گردد.

سرانجام یافته‌ها نشان داد تسهیل ارتباطات و همکاری سازمانی، چابکی سازمانی، بهبود نتایج سازمانی و بهبود و مدیریت عملکرد سازمانی می‌تواند نتیجه پیاده‌سازی سازمان‌های نسل دوم در وزارت ورزش و جوانان باشد. این یافته با نتایج مطالعات لی (۲۰۲۴)، داس و همکاران (۲۰۲۴)، کولر (۲۰۲۳) و چیروازه و زامفیر (۲۰۲۳) همراستاست، چرا که هر کدام مصادیقی را برای پیامدهای سازمان‌های نسل دوم گزارش کرده‌اند که در این پژوهش نیز معرفی برای آن وجود داشت. دلایل اینکه سازمان‌های نسل دوم چنین پیامدهایی را به همرا دارند این است که با استفاده از ابزارهای دیجیتال و سیستم‌های مدیریت دانش، کارکنان می‌توانند به راحتی به اطلاعات مورد نیاز خود دسترسی پیدا کنند و این امر موجب بهبود ارتباطات و همکاری بین بخش‌های مختلف سازمان می‌شود. پلتفرم‌های همکاری آنلاین مانند چت سازمانی، ویدئو کنفرانس و نرم‌افزارهای مدیریت پروژه به کارکنان کمک می‌کنند تا به‌طور مؤثر با یکدیگر تعامل داشته باشند، اطلاعات را به اشتراک بگذارند و وظایف را هماهنگ کنند. سازمان‌های نسل دوم با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین می‌توانند به سرعت به تغییرات محیطی و نیازهای جدید پاسخ دهند. این انعطاف‌پذیری باعث می‌شود که سازمان بتواند به‌طور مؤثرتر با چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌رو مواجه شود. استفاده از فناوری‌های پیشرفته و سیستم‌های دیجیتال می‌تواند به بهینه‌سازی فرآیندهای سازمانی کمک کند که این امر سبب کاهش زمان و هزینه‌های انجام کارها و افزایش سرعت عمل سازمان می‌شود. دسترسی به داده‌های دقیق و به‌روز، امکان تحلیل و تصمیم‌گیری‌های بهتر را فراهم می‌کند. این تصمیم‌گیری‌ها می‌توانند به بهبود نتایج سازمانی و افزایش کارآیی و بهره‌وری کمک کنند. استفاده از سیستم‌های مدیریت عملکرد و ابزارهای دیجیتال، امکان نظارت و ارزیابی مستمر عملکرد کارکنان و فرآیندهای سازمانی را فراهم می‌کند. این نظارت مستمر می‌تواند به شناسایی نقاط ضعف و قوت و انجام اقدامات اصلاحی مناسب کمک نماید و اینکه با استفاده از فناوری‌های دیجیتال، سازمان می‌تواند اهداف و معیارهای عملکرد دقیق‌تری تعیین کند و پیشرفت به سوی این اهداف را به‌طور مستمر پایش نماید.

بنابراین به مدیران و مسئولان وزارت ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود یک سیستم مدیریت دانش که امکان جمع‌آوری، سازماندهی و به اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعات را در سراسر سازمان فراهم کند، ایجاد نمایند. مدیران و رهبرانی را که با اصول و فلسفه سازمان‌های نسل دوم آشنا هستند و توانایی هدایت تغییرات را دارند برای راهبری در این حوزه انتخاب کنند. محیطی که در آن کارکنان تشویق به ارائه ایده‌های جدید و خلاقانه شوند و ریسک‌پذیری منطقی پذیرفته شود ایجاد کنند. در شبکه‌های پرسرعت، سرورها، سیستم‌های امنیتی و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مورد نیاز سازمان سرمایه‌گذاری کنند و در نهایت فضاهای کاری باز و منعطف که امکان همکاری تیمی، جلسات گروهی و فعالیت‌های فردی را بهینه‌سازی کنند طراحی نمایند.

گفتنی است این پژوهش با محدودیت‌های همراه بوده که لازم است در تفسیر نتایج مورد توجه قرار گیرد. محدودیت اول اینکه الگوی ارائه‌شده به صورت نظری است و نیاز به تایید عملی دارد. بدون اجرای عملی، نمی‌توان به طور قطعی اثرات و کارآیی الگو را ارزیابی کرد. محدودیت دیگر اینکه نظرات صاحب‌نظران ممکن است تحت تأثیر سابقه و حوزه فعالیت‌شان قرار گرفته باشد که می‌تواند باعث جهت‌گیری نتایج شود. از این‌رو به پژوهش‌گران آتی پیشنهاد می‌شود از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری، برازش و اعتبار الگو را بررسی و میزان تأثیر هر یک از عوامل مرتبط با سازمان‌های نسل دوم را ارزیابی کنند.

منابع

- حاجی غلام سریزدی، علی. (۱۳۹۷). «**سازمان‌های نسل ۲ در بستر دگردیسی دیجیتال و وب ۲**». کنفرانس کسب و کار الکترونیکی در بستر دگردیسی دیجیتال. تهران، صص ۱-۱۵.
- حلاجی، محسن و قاسمی، حمید. (۱۳۹۶). «**ارتباط مدیریت اثربخش و ارتباطات سازمانی با پویایی سازمانی کارشناسان ورزشی وزارت ورزش و جوانان**». دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های کاربردی در تربیت‌بدنی، علوم ورزشی و قهرمانی. تهران.
- خیرگو، منصور و فامیل زارع، سحر. (۱۳۹۵). «**بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۵(۳۳)، صص ۲۳۳-۲۴۶.
- Andrade-Rojas, M. G., Saldanha, T. J., Kathuria, A., Khuntia, J., & Boh, W. (2024). **"How Information Technology Overcomes Deficiencies for Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: Closed Innovation vs. Open Innovation".** Information Systems Research. 1-32. https://doi.org/10.1287/isre.2021.0096.
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2023). **"Evaluating internal and external knowledge sources in firm innovation and productivity: An industry perspective".** R&D Management, 53(1), 168-192.
- Burkholder, G. J., Cox, K. A., Crawford, L. M., & Hitchcock, J. H. (Eds.). (2019). **Research design and methods: An applied guide for the scholar-practitioner.** Sage Publications.
- Camngca, V. P., Amoah, C., & Ayesu-Koranteng, E. (2024). **"Underutilization of information communication and technology in the public sector construction project's implementation".** Journal of Facilities Management, 22(1), 1-20.
- Chirvase, C. S., & Zamfir, A. (2023). **"Exploring Enterprise Resource Planning (ERP) Development: Challenges, Opportunities and How Can Help Companies Navigate Turbulent Contemporary Times".** In Proceedings of the International Conference on Business Excellence, 17(1), 1919-1928.

- Das, S., Manna, M., & Modak, S. (2024). **"HR 2.0: Transformative Strategies for Small and Medium Enterprises".** In Innovative Human Resource Management for SMEs (pp. 277-287). IGI Global.
- Giermindl, L., Strich, F., & Fiedler, M. (2018). **"How do they differ? Analyzing the motivations of posters and lurkers for participation in enterprise social networks".** Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA), 19(2), 89-120.
- Goldwasser, C., & Edwards, M. L. (2014**). "Change 3.0: using social media to engage your workforce".** In Performance, 6(1), 46-53.
- Groenewald, C. A., Groenewald, E., Uy, F., Kilag, O. K., Abendan, C. F., & Dulog, S. M. (2024). **"The Future: Trends and Implications for Organizational Management".** International Multidisciplinary Journal of Research for Innovation, Sustainability, and Excellence (IMJRISE), 1(3), 114-120.
- Groenewald, C. A., Groenewald, E., Uy, F., Kilag, O. K., Rabillas, A., & Cabuenas, M. H. (2024). **"Organizational Agility: The Role of Information Technology and Contextual Moderators-A Systematic Review".** International Multidisciplinary Journal of Research for Innovation, Sustainability, and Excellence (IMJRISE), 1(3), 32-38.
- Howard-Payne, L. (2016). **"Glaser or Strauss? Considerations for selecting a grounded theory study".** South African Journal of Psychology, 46(1), 50-62.
- Khan, H. U., Aruya, J. A., & Gill, A. Q. (2022). **"Web 2.0 technologies adoption barriers for external contacts and participation: a case study of federal establishment of Africa".** International Journal of Business Information Systems, 39(2), 278-297.
- Koller, S. (2023). **"The advantages and disadvantages of standard and adapted ERP systems in the context of the manufacturing industry and the public sector".** Master Thesis, University Linz.
- Li, J. (2024). **"The Past, Present and Future of Enterprise Resource Planning".** Journal of Enterprise and Business Intelligence, 4(1), 32-41.
- Martins, E. J., & Belfo, F. P. (2023). **"Major concerns about Enterprise Resource Planning (ERP) systems: A systematic review of a decade of research (2011-2021)".** Procedia Computer Science, 219, 378-387.
- McAfee, A. (2009). **Enterprise 2.0: New collaborative tools for your organization's toughest challenges.** Harvard Business Press
- McAfee, A. P. (2006). **"Enterprise 2.0: The dawn of emergent collaboration".** MIT Sloan management review. MIT Sloan Management Review; Cambridge 47(3), 21-28.
- Szydłowska, J., & Swacha, J. (2024). **"Mapping Areas of ICT Application for Sustainable Management".** *In Adoption of Emerging Information and Communication Technology for Sustainability* (pp. 68-86). CRC Press.
- Wong, D. M. L. (2020). **"Individual Use of Enterprise 2.0 and its Impact on Social Capital within Large Organizations".** Doctoral thesis of philosophy, School of Computing and Information Systems, The University of Melbourne.

۹

مدل انسجام بین سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک

محسن زارعی[۱]
ولی نوذری[۲]
سیداحسان امیرحسینی[۳]

10.22034/ssys.2023.2720.2968

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۰۳
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸

هدف این پژوهش، ارائه مدل انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک بود. روش تحقیق، توصیفی- پیمایشی و به لحاظ هدف کاربردی بود. داده‌های تحقیق به‌صورت میدانی و به شیوه آمیخته (کیفی و کمی) جمع‌آوری شد. نمونه آماری در بخش کیفی، ۱۸ نفر از خبرگان ورزش‌های المپیکی (اعم از مسئولان سابق و فعلی فدراسیون‌ها و کمیته ملی المپیک) بودند که براساس تخصص، تجربه، تسلط نظری، تمایل و دسترسی به صورت هدفمند انتخاب شدند. جامعه آماری در بخش کمی شامل مسئولان و کارشناسان کمیته ملی المپیک ایران و مسئولان ۲۸ فدراسیون المپیکی برابر با ۵۰۲ نفر بودند که براساس جدول کرجسی و مورگان، ۲۱۷ نفر به‌صورت تصادفی ساده به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسش‌نامه محقق‌ساخته شامل ۴۳ شاخص انسجام بین‌سازمانی در کمیته ملی المپیک و فرم خودتعاملی ساختاری بود که روایی پرسش‌نامه توسط ۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و پایایی آن با آزمون آلفای کرونباخ تایید شد (α=۰/۸۹). در این تحقیق، برای سطح‌بندی مؤلفه‌ها از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. براساس یافته‌ها، در ابعاد یکپارچگی سازمانی، روابط بین‌سازمانی، هماهنگی بین سازمانی و مسئولیت مشترک ۴۳ شاخص مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های ورزش‌های المپیکی در قالب ۱۴ مؤلفه شناسایی شد و مدل تحقیق ساختاردهی مؤلفه‌ها را در هفت سطح نشان داد. مؤلفه‌های ساختار تشکیلاتی و دیدگاه سیستمی در پایین‌ترین سطح و تعامل، همسویی فعالیت‌ها و اقدامات مشترک در سطح اول مدل قرار گرفتند. افزایش جلسات به منظور ایجاد تقویت تعامل کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌ها و مشارکت فعال فدراسیون‌ها در تصمیم‌گیری‌های مهم، دستیابی به انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های ورزش‌های المپیکی را هموار خواهد کرد.

واژگان کلیدی: انسجام بین‌سازمانی، خط‌مشی، کمیته ملی المپیک، یکپارچگی و هماهنگی بین‌سازمانی.

---

[۱] دانشجوی دکتری، گروه علوم ورزشی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران

[۲] دانشیار، گروه تربیت‌بدنی، واحد ارسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، ارسنجان، ایران(نویسنده مسول)

E-mail: V_nowzari@yahoo.com

[۳] دانشیار، گروه علوم ورزشی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران

مقدمه

اغلب کشورها با سرمایه‌گذاری و توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای[1] می‌کوشند آن را پایه و مبنایی برای افزایش سطح مشارکت عمومی در ورزش قرار دهند. این کشورها در چند ورزش پرطرفدار با هدف قهرمانی و افتخارات بین‌المللی متمرکز می‌شوند تا مردم را برای مشارکت ورزشی در این رشته‌ها و رشته های دیگر برانگیزانند. بر این اساس، ورزش قهرمانی پایه و پیش‌فرض مشارکت ورزش مردم قرار می‌گیرد و موجب توسعه ورزش کشورها می‌شود (رمضانی‌نژاد، ۱۳۹۵: ۲۳۳). همچنین حکومت‌های ملی و مجامع بین‌المللی با تشکیل وزارتخانه و سازمان‌های مربوطه در سطوح ملی و نیز نهادها و انجمن‌ها درسطح بین المللی، توجه ویژه‌ای را معطوف ورزش نموده‌اند (مافی و خستو، ۱۳۹۷). در این میان، موفقیت در بازی های المپیک[2] به طور قابل توجهی برای کشورها مهم شده است. سیاست‌مداران، برنامه‌ریزان، اصحاب رسانه و مطبوعات، مدال‌های کسب‌شده در مسابقات را به عنوان شاخصی از موفقیت بین‌المللی قلمداد می‌کنند (دی بوسچر[3]و همکاران، ۲۰۱۶: ۷۰)، چرا که بازی‌های المپیک، بزرگ‌ترین رویداد ورزشی جهان است و کشورها، سال‌ها قبل از برگزاری مسابقات به دنبال به دست آوردن بهترین نتایج هستند (زارعیان و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۷). مردم و صاحب‌نظران، بازی‌های المپیک را به دلیل ویژگی‌هایی مانند تعداد رشته‌های ورزشی، تعداد ورزشکاران حاضر از هر کشور، به اهتزاز درآمدن پرچم‌ها و پخش سرود ملی کشورهای برتر، فراگیر شدن و تحول در ارتباطات و گسترش رسانه‌های جمعی، بسیار مهم‌تر و ارزشمندتر از سایر مسابقات ورزشی قهرمانی جهان می‌دانند (ماسترالگزیز[4]و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۱۳). در این عرصه، کاروان‌های ورزشی، شامل تیم‌های ملی رشته‌های مختلف به بازی‌های چندرشته‌ای اعزام می‌شوند و آن‌گونه که آشکار است، موفقیت کاروان ورزشی به صورت درخور توجهی به ظرفیت عملکردی سیستم ملی و اثربخشی آن در استفاده مناسب از همه منابع مربوط وابسته است (سجادی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۵). اما ایران تنها در چند رشته ورزشی در بازی‌های المپیک عملکرد موفقی داشته است و این در حالی است که رویدادهای ورزشی زنان و رشته‌های تیمی و نیز مدال‌های رشته‌های مدال‌آوری همچون شنا، دو و میدانی، ژیمناستیک و غیره از دسترس ایران خارج هستند (عیدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۱) و یا به ندرت موفق به کسب افتخار می‌شوند.

فقدان یکپارچگی در نظام سیاست‌گذاری و وجود نهادهای متعدد سیاست‌گذار و تصمیم‌گیر در عرصه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، نظیر وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و پارالمپیک و فدراسیون های ورزشی منجر به نداشتن وحدت رویه در این نهادها در عرصه سیاست‌گذاری ورزش قهرمانی و عدم

[1] Champion and professional
[2] Olympic Games
[3] DE Bossher
[4] Masterelgziz

ثبات در کسب مدال شده است (گیاه‌شناس بن بازاری و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۹) که ضرورت ایجاد و استحکام انسجام سازمانی و بین‌سازمانی را در بین فدراسیون‌های المپیکی، کمیته ملی المپیک و وزارت ورزش و جوانان بیش از پیش نمایان کرده است.

انسجام سازمانی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها شناخته می‌شود. و تأثیر به سزایی بر عملکرد سازمانی دارد؛ آن‌گونه که می‌توان آن را ابزاری برای تواناسازی سازمان برای آمادگی در تغییرات سازمانی دانست. در واقع می‌توان انسجام را به نوعی احساس مسئولیت مشترک اعضای سازمان تعریف نمود که می‌تواند به تحقق اهداف منجر شود. لذا می‌توان آن را ابزاری برای افزایش آمادگی سازمان در برابر تغییرات سازمانی و محیطی قلمداد کرد. با وجود انسجام، علایق و نگرش‌های مشابه بین اعضای سازمان، تعاملات دوستانه و انعطاف‌پذیری بین واحدهای کاری به وجود آمده، تعارضات افراد واحدها را به حداقل ممکن کاهش و اثربخشی‌ها افزایش می‌دهد (خوراکیان، ۱۳۹۸: ۸۳). اگر در روابط سازمان و ساختار موجود انسجام کافی وجود داشته باشد، سازمان قادر خواهد بود با محیط اطراف خود روابط بهتری برقرار کند و پاسخگوی نیازهای محیطی باشد که در نتیجه آن، افراد در بیرون سازنده تصویر مطلوب‌تری از سازمان خواهند بود (باکارانی[1] و همکاران، ۲۰۱۵: ۳۱۳). در شرایطی که چند سازمان، هدف واحدی را دنبال می‌کنند، اثربخش بودن تلاش‌های این سازمان‌ها در رسیدن به اهداف از پیش تعیین‌شده، مستلزم ایجاد انسجام بین‌سازمانی، هماهنگی و روابط بین‌سازمانی و وحدت مدیریت است (ترکیان و همکاران، ۱۴۰۱). در ایران، ۲۸ فدراسیون ورزشی با محوریت کمیته ملی المپیک و حمایت‌ها و نظارت وزارت ورزش و جوانان، ورزشکاران خود را به مسابقات انتخابی و بازی‌های المپیک اعزام می‌کنند. توسعه و تحکیم انسجام بین‌سازمانی در فرایند آماده‌سازی ورزشکاران و اعزام به بازی‌های المپیک، بسیاری از چالش‌ها و مشکلات را رفع خواهد کرد و در افزایش و استمرار افتخارت تأثیرگذار خواهد بود.

کمیته ملی المپیک ایران بر اساس منشور المپیک مأموریت دارد که نسبت به توسعه ورزش، تربیت نیروهای جوان، حمایت از نهضت المپیک، رونق‌بخشیدن رشته‌های ورزشی و برنامه بازی‌های المپیک و آسیایی، حضور تیم‌های ورزشی در بازی‌های آسیایی، المپیک و سایر بازی‌های مورد تأیید کمیته بین‌المللی المپیک، افزایش و پایدارسازی مقام‌ها و افتخارات و همچنین شرکت در اقداماتی که موجب ارتقای صلح و حمایت و ترغیب اخلاقیات ورزشی باشد، فعالیت نماید (تاریخ‌نامه کمیته ملی المپیک ایران، ۱۴۰۰). این مأموریت‌ها در واقع خط‌مشی‌های[2] کمیته ملی المپیک ایران است.

خط مشی، عبارت است از بیانیه‌ای که حکومت در هر سطحی درباره آنچه که قصد دارد در ارتباط با مسئله عمومی انجام دهد. چنین بیانیه‌ای ممکن است، قانون، اساسنامه، مقررات، اهداف و یا مأموریت

[1] Baccarani
[2] Policy

مقام‌های حکومتی باشد (بیرکلند[1]، ۲۰۲۰). در واقع، خط‌مشی به عنوان برنامه عمل است که توسط دولت و یا قانون‌گذاران برای نفوذ در تصمیمات و اقدامات به منظور دستیابی به چشم‌اندازها طراحی می‌شود (بولاجی[2]، ۲۰۱۴). خط‌مشی به قواعد، راهبردهای مدیریتی، فرایندها، اهداف و طرح‌هایی اشاره دارد که مدیران در پی اجرای آن و به دنبال رسیدن به آن‌ها هستند (هیرش[3]، ۲۰۱۷: ۱۴۸). خط‌مشی، مقدم بر هر اقدامی در سازمان است و در انواع سازمان خصوصی و عمومی وجود دارد و پیش‌نیاز اقدام همه مدیران است (قره داغی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱). اما مهم‌تر از خط‌مشی، اجرای موفقیت‌آمیز آن است.

یکی از مراحل عمده فرایند خط‌مشی‌گذاری، مرحله اجراست که در گذشته توجه چندانی به آن نمی‌شد و بیشتر تصمیمات و خط‌مشی‌ها، بدون توجه به جنبه‌های اجرایی آن، تهیه و تصویب می‌شد. اما امروزه جزء جدایی‌ناپذیر و مکمل خط‌مشی محسوب می‌شود و تأثیر آن روی شکل‌گیری خط‌مشی، اجتناب‌ناپذیر است و اجرای مناسب خط‌مشی سنگ‌زیرین آن محسوب می‌شود (قره داغی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱، استیلمن[4]، ۲۰۲۱). مدتی است که اجرای خط‌مشی به عنوان یک مرحله مشخص در فرایند خط مشی‌گذاری به رسمیت شناخته شده و مرحله‌ای منحصر به فرد است که معرف تبدیل یک ایده یا توقع یا انتظار برای اقدام با هدف رفع مشکلات اجتماعی است (حاجی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۱). برخی از محققان معتقدند مرحله اجرا، مرکز فرآیند خط‌مشی‌گذاری است. اساساً اجرای خط‌مشی فرایند تبدیل خط‌مشی و پیش‌فرض‌ها به اقدامات و نتایج، از طریق پروژه‌ها و برنامه‌های مختلف است (اوگوانی و اما[5]، ۲۰۱۳: ۱۰۰). اجرای خط‌مشی در واقع به روند و فعالیت‌های مرتبط با بکارگیری، انجام و مدیریت خط‌مشی‌ها اشاره دارد. فعالیت‌های مختلفی در فرآیند اجرای خط‌مشی درگیر هستند که شامل تجزیه و تحلیل مسائل و مشکلات، استخدام و به کارگیری نیروی انسانی، تشکیل کمیسیون‌ها و کمیته‌ها، تعیین وظایف و مسئولیت‌ها و همچنین تصمیم‌گیری است (اوگوانی و اما، ۲۰۱۳: ۱۰۰). اما بررسی‌ها حاکی از این است که در بسیاری از موارد، اجرای خط‌مشی‌ها موفقیت‌آمیز نبوده است.

بدیهی است که موانعی موجب اجرای ناموفق خط‌مشی‌ها می‌شوند. به عنوان مثال، نداشتن تعریف دقیق و واضح از اهداف، فقدان فناوری مناسب برای اجرای خط‌مشی، اهداف سیاسی مبهم، ، فقدان تعهد به خط‌مشی، عدم تعریف دقیق مسئولیت‌ها و هماهنگی‌ها، مقایسه خط‌مشی‌های شکست خورده در طول اجرای خط‌مشی (آیاندا و بلو[6]، ۲۰۱۶: ۶۰)، معضل اولویت‌گذاری، نداشتن انطباق سیاست‌ها با چالش‌های موجود،

[1] Birkland
[2] Bolaji
[3] Hirsch
[4] Stillman
[5] Ugwuanyi & Emma
[6] Iyanda & Bello

نبود نگاه فرابخشی، ساختار دیوان‌سالاری جزیره‌ای و نبود نگاه بلندمدت به مدیریت و راهبری برنامه‌های سیاستی (مجیدپور و نامداریان، ۱۳۹۴: ۳۰) به عنوان موانع اجرای خط‌مشی‌ها مطرح هستند. رنگریز و همکاران (۱۳۹۷) بر این باورند که تعامل نامناسب اداره و اجرا، فقدان مبنای تئوریک مناسب برای خط‌مشی، فناوری اطلاعات ضعیف، اجرای نامناسب، سیستم نظارتی نامناسب و هماهنگی ناکافی در اجرا موانعی هستند که در اجرای خط‌مشی‌ها در سازمان‌های دولتی وجود دارد (رنگریز و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۷). سجادی و همکاران (۱۴۰۰) نیز در پژوهشی، ثبات نداشتن برنامه‌های فدراسیون‌ها در اعزام تیم‌ها و ورزشکاران، همکاری نکردن برخی از فدراسیون‌ها در ارائه اطلاعات دقیق دربارهٔ ورزشکاران، هماهنگی و همکاری ضعیف سفارتخانه‌های ایران در کشور میزبان و تفاوت قوانین عمومی و اختصاصی فدراسیون‌ها با دستورالعمل‌های بین‌المللی را از جمله چالش‌ها و موانع پیش روی کاروان ورزشی ایران در بازی‌های المپیک بیان کردند (سجادی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۵).

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته، در زمینه انسجام بین سازمانی (انسجام افقی بین چند سازمان با هدف مشترک) پژوهشی یافت نشد. اما در مورد مفاهیم نزدیک به انسجام بین‌سازمانی مانند هماهنگی بین‌سازمانی و ارتباط بین‌سازمانی و نیز در زمینه خط‌مشی‌های ورزشی پژوهش‌های اندکی انجام شده است که در ادامه به اختصار به یافته‌های برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. به عنوان مثال، فرگوسن[1] و همکاران (۲۰۲۳) در تحقیقی بیان کردند که اجرای خط مشی‌های ورزشی نقش تقویت‌کننده و اثرگذاری در خط‌مشی‌های اجتماعی، ملی و بین‌المللی دارد و اثرات مثبتی را از سطح خرد و متوسط به سطح کلان در ایرلند شمالی منتقل کرده است. پیرز[2] (۲۰۲۳) در پژوهشی اشاره کرد که در خط‌مشی‌گذاری ورزش ملی در کانادا بر خط‌مشی‌های برابری، تنوع و شمول تأکید شده است. ساگر و گوفن[3](۲۰۲۲) در پژوهشی اشاره کردند که اجرای خط‌مشی در یک محیط سازمانی مشخص صورت می‌گیرد و ساختار و سازمان خاصی نیاز است تا خط‌مشی اجرا شود. آن‌ها نیز بیان کردند که همکاری عمودی و افقی در سطوح خرد و کلان، با اجرای خط مشی مرتبط است. بولاک و همکاران[4](۲۰۲۱) در پژوهشی خط‌مشی را زمینه‌ساز، اهرم نفوذ، توانمندساز و تسهیل‌کننده توصیف کردند. میتنگ و جوآل[5](۲۰۲۱) در پژوهشی اشاره کردند که اجرای خط‌مشی‌های ورزشی اتحادیه اروپا با رویکردی منسجم و مدیریت یکپارچه، تحولی اساسی در ورزش ایجاد کرده است و تعداد زیادی از سازمان‌های ورزشی را اعم از سازمان‌های دولتی و خصوصی بر اجرای خط‌مشی‌ها

[1] Ferguson
[2] Peers
[3] Sager & Gofen
[4] Bullock et al.
[5] Mittag & Naul

همکاری کرده‌اند که پیامدهای موفقیت‌آمیزی داشته است. خسنیس[1] و همکاران (۲۰۲۰) عوامل مؤثر بر اجرای موفق خط‌مشی‌های ورزش المپیک هند را اهداف واضح و روشن، مناسب‌بودن راه حل خط‌مشی، تامین منابع کافی، داشتن افراد با دانش و مهارت‌های مناسب در اجرای خط‌مشی، تعامل و ارتباطات و حمایت مستمر می‌دانند. گیاه‌شناس بن بازاری و همکاران (۱۳۹۹) در بررسی خط‌مشی ورزشی ایران اشاره کردند که روند ناپایدار ورزش قهرمانی و حرفه‌ای و تعدد نهادهای تصمیم‌گیر در ورزش ایران منجر به عدم‌تحقق مطلوب برنامه‌های پنج ساله شده و فعالیت‌های موازی، فقدان هم‌افزایی نهادهای تاثیرگذار در ورزش، ضعف در بسترسازی ورزش قهرمانی، عدم بهره‌گیری از ظرفیت‌های اقتصاد ورزشی و تعارض در اهداف از جمله چالش‌های اجرای خط‌مشی‌های ورزشی ایران است. ناصح و جلالی فراهانی (۱۳۹۸) در چارچوب نظری خط‌مشی ورزش ملی ایران به وابستگی توسعه ورزش به اقدامات آموزشی در سازمان‌های ورزشی و توسعه اجتماعی دست یافتند. شیخ‌الاسلام و همکاران (۱۳۹۶) در واکاوی موانع هماهنگی بین‌سازمانی در سازمان‌های بخش عمومی به فقدان شفافیت در فرایندهای سازمانی، انعطاف‌ناپذیری ساختار سازمانی، رسمیت زیاد، پیچیدگی وظایف سازمانی، تأکید بر سلسله مراتب سازمانی، تمرکزگرایی، تجارب نامناسب قبلی، فقدان همرراستایی اهداف، یکسان نبودن جایگاه قدرت‌ها، فقدان اعتماد میان سازمان‌ها، نبود نظام اطلاعاتی جامع، منابع انسانی آموزش‌ندیده و فراهم نبودن زیرساخت‌های فناورانه اشاره کردند. جوادی‌پور و رهبری (۱۳۹۶) در آسیب‌شناسی خط‌مشی‌گذاری ورزش همگانی به مؤلفه‌های سازمانی، باورها و فرهنگ ها، شرایط اقتصادی، تحلیل، تفسیر و تدوین علمی و نیز مطالعات و پژوهش‌ها دست یافتند. بابایی و ابراهیمی (۱۳۹۵) در تحقیقی بیان کردند که راهکارهای اصلی برای رسیدن به مدیریت یکپارچه شامل هم‌پایانی، هماهنگی، دیدگاه سیستمی، تعامل در دستگاه‌های اجرایی و ایجاد انسجام است. ضرغام بروجنی و بذرافشان (۱۳۹۳) در اجرای خط‌مشی گردشگری ورزشی به هدف‌گذاری و تدوین صحیح خط‌مشی، تخصص و مهارت مجریان، گروه‌های هدف و استفاده‌کنندگان، حمایت از سوی مراجع قانونی– حقوقی، انتخاب ابزار مناسب و منابع لازم برای اجرای خط‌مشی اشاره کردند.

چنانچه کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌ها عملکرد موفقیت‌آمیزی در همه رشته‌های ورزشی المپیکی داشته باشند، شاهد افزایش انگیزه جوانان در پرداختن به ورزش خواهیم بود، چرا که به عقیده عیدی و همکاران (۱۳۹۳) بازی‌های المپیک به مثابه بزرگ‌ترین رویداد ورزشی جهان، از جایگاه بالایی نزد دولت‌ها برخوردار است (عیدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۱). اما عملکرد ایران در بازی‌های المپیک در مقایسه با دیگر رقبا دارای نوسان بوده است؛ به طوری که نمودار عملکرد ایران، سینوسی شکل و فاقد ثبات است (عیدی و عسکری، ۱۳۹۴: ۳۳). این وضعیت سینوسی و بررسی صورت‌گرفته نشان می‌دهد که درخشش ورزشکاران

[1] Khasnis

المپیکی ایران محدود به چند رشته است و در بسیاری از رشته‌ها به‌ویژه رشته‌های پر مدال مانند شنا، ورزش‌های تیمی و رویدادهای بخش زنان به ندرت با مدال‌آوری همراه بوده است. به نظر می‌رسد که به دلیل انسجام بین‌سازمانی ضعیف، خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک ایران و فدراسیون‌های المپیکی به خوبی اجرا نمی‌شود. به عنوان مثال، خسروی‌زاده و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیق خود به فقدان انسجام و همکاری بین نهادها و سازمان‌های ورزشی دست یافتند. همچنین اختلافاتی که بین کمیته ملی المپیک و برخی فدراسیون‌ها وجود دارد و در رسانه‌ها مطرح می‌شود مانند فقدان جایگاه کمیته ملی المپیک ایران در بین اعضای مجمع فدراسیون فوتبال و اختلاف بر سر معرفی کادر مدیریتی و فنی تیم ملی امید فوتبال در سال ۱۴۰۱ و اختلافات تأمین منابع مالی بازی‌های آسیایی بین فدراسیون کشتی و کمیته ملی المپیک، گویای انسجام ضعیف در توسعه ورزش‌های المپیکی ایران است. می‌توان گفت که ضعف در انسجام بین کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌های ورزشی و وزارت ورزش و جوانان و نیز بخشی‌نگری در اجرای خط‌مشی‌های ورزش‌های المپیکی و از سوی دیگر، پیشرفت و سرمایه‌گذاری روزافزون رقبا در توسعه ورزش، این دغدغه را به وجود آورده است که ادامه روند فعلی که بیانگر فقدان مدیریت منسجم و یکپارچه است، علیرغم تلاش‌ها و سرمایه‌گذاری‌های فدراسیون‌ها و کمیته ملی المپیک، موقعیت و جایگاه ایران در رویدادهای المپیک نه تنها بهبود نیابد، بلکه در پی توسعه ورزش قهرمانی رقبا، این جایگاه نیز متزلزل و تضعیف گردد و به چالشی بزرگ برای ورزش المپیکی کشور تبدیل شود. این در حالی است که تمرکز بر ایجاد انسجام بین فدراسیون‌های ورزش‌های المپیکی، وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک می‌تواند به اجرای موفقیت‌آمیز خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک کمک شایانی نماید. براساس مرور مطالعات صورت‌گرفته، تحقیقی در زمینه انسجام بین‌سازمانی و اجرای خط‌مشی در سازمان‌های ورزشی کشور یافت نشد و تحقیقات اندکی در زمینه اجرای خط‌مشی، آن هم در سازمان‌های غیرورزشی صورت گرفته است. از این‌رو، ارائه مدل انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های ورزش‌های المپیکی ضرورت دارد. تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به سؤالات زیر بود:

- مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های ورزش‌های المپیکی کدام‌اند؟
- اولویت‌های تصمیم و اقدام مدیران در استقرار و تحکیم انسجام بین‌سازمانی با استفاده از تکنیک مدل‌یابی ساختاری تفسیری کدام‌اند؟

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق، توصیفی- پیمایشی و به لحاظ هدف، کاربردی است که به شیوه آمیخته کیفی و کمی انجام شد. نمونه آماری در بخش کیفی شامل ۱۸ نفر از متخصصان و صاحب‌نظران ورزش‌های

المپیکی از قبیل مسئولان سابق و فعلی فدراسیون‌های ورزش المپیکی و کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران بود که براساس تخصص، تجربه، تسلط نظری، دسترسی و تمایل به صورت غیرتصادفی و هدفمند با اولویت‌هایی مبنی بر ویژگی‌های سطح تحصیلات و تحصیلات مرتبط، سابقه فعالیت و مدیریت در فدراسیون‌های ورزش‌های المپیکی و کمیته ملی المپیک و تألیفات کتاب و مقاله انتخاب شدند. جامعه آماری در بخش کمی شامل مسئولان و کارشناسان کمیته ملی المپیک ایران و مسئولان ۲۸ فدراسیون المپیکی برابر با ۵۰۲ نفر بودند که ویژگی‌های آنان در جدول ۱ به تفکیک آمده است:

جدول ۱: جامعه آماری پژوهش

نام سازمان	مسئولیت‌ها	تعداد
کمیته ملی المپیک	مدیر و کارشناس	۹۲ نفر
کمیته ملی المپیک	سرپرست کاروان	۲ نفر
فدراسیون‌های ورزش‌های المپیکی (۲۸ فدراسیون)	مسئولان ارشد (رئیس، نواب رئیس و دبیرکل)	۱۱۲ نفر
فدراسیون‌های ورزش‌های المپیکی (۲۸ فدراسیون)	مسئولان کمیته‌ها	۲۸۰ نفر
فدراسیون‌های ورزش‌های المپیکی (رشته ورزشی حاضر در آخرین دوره بازی‌ها)	سرپرستان تیم‌های ورزشی	۱۶ نفر

پس از آن ابتدا کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌های فوتبال، بسکتبال، کشتی، والیبال، تکواندو، تیراندازی، دو ومیدانی، شنا، ژیمناستیک و بدمینتون به صورت تصادفی طبقه‌ای انتخاب گردیدند و سپس براساس جدول کرجسی و مورگان، ۲۱۷ نفر به صورت غیرتصادفی در دسترس به عنوان نمونه برگزیده شدند.

داده‌های پژوهش حاضر به صورت مطالعه کتابخانه‌ای، اینترنتی، روش پرسش‌نامه و همچنین نظرخواهی از مشارکت‌کنندگان به‌صورت مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند به‌دست آمد؛ به این صورت که ابتدا اسناد بالادستی و پس از آن مقالات مرتبط با اجرای خط مشی، انسجام و هماهنگی بین‌سازمانی و نیز پایان‌نامه‌های مرتبط بررسی شد و مفاهیم و کدها استخراج گردید. سپس مصاحبه‌ها انجام شد. قبل از انجام مصاحبه با مشارکت‌کنندگان، ابتدا مفهوم واژه خط‌مشی و خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک و همچنین تفاوت انسجام و انسجام بین‌سازمانی برای برخی از مدیران اجرایی تشریح شد. سپس سؤالاتی به شرح زیر مطرح گردید: ۱- شاخص‌های اثرگذار بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک با تأکید بر ارتباطات بین‌سازمانی کدام است؟ ۲- شاخص‌های اثرگذار بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک با تأکید بر هماهنگی بین‌سازمانی کدام است؟ ۳- شاخص‌های اثرگذار بر

انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک با تأکید بر تحکیم و اصتقرار یکپارچگی کدام است؟ ۴- شاخص‌های اثرگذار بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک با تأکید بر مسئولیت مشترک کدام است؟

داده‌های حاصل از مرور ادبیات و مصاحبه‌های باز با مشارکت‌کنندگان، با روش تحلیل محتوا و کدگذاری باز بررسی و مبانی اساسی استخراج گردید. داده‌های اولیه شامل ۹۱ مفهوم (کد) بود که پس از یکسان‌سازی و جمع‌بندی به ۶۹ مفهوم کاهش یافت. سپس پنل دلفی تشکیل شد و داده‌ها به منظور بازنگری، ویرایش، اضافه نمودن مفهوم جدید و یا حذف موارد کم‌اهمیت و یا بی‌ارتباط در اختیار اعضای پنل دلفی قرار گرفت. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، نظرات اصلاحی ارائه و داده‌ها از ۶۹ مفهوم (شاخص) به ۵۶ شاخص کاهش داده شد. در واقع، عوامل کم‌اهمیت و یا بی‌ارتباط حذف شد. برای بازنگری در مرحله دوم، داده‌ها، دوباره در اختیار پنل دلفی قرار گرفت و اصلاحات لازم انجام شد. موارد مشابه یکسان‌سازی گردید و تعداد شاخص‌ها به ۴۷ مورد کاهش یافت. در مرحله سوم، به منظور توافق نهایی، شاخص‌ها به اعضای پنل دلفی ارسال شد و اعضای پنل دلفی بر اثرگذاری ۴۳ شاخص در انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های المپیکی توفق کردند. در آخرین مرحله به منظور دسته‌بندی شاخص‌ها در قالب مؤلفه‌ها و ابعاد مجدداً برای اعضای پنل دلفی ارسال گردید و در قالب ۱۴ مؤلفه در ابعاد روابط بین‌سازمانی، هماهنگی بین‌سازمانی، یکپارچی و مسئولیت مشترک دسته‌بندی شدند. سپس ترتیب و اهمیت عوامل و همچنین تهیه پرسش‌نامه انجام شد و در نهایت توافق کلی اعضا، حاصل گردید روایی پرسش‌نامه توسط ۱۰ تن از اساتید مدیریت ورزشی دانشگاه آشنا و صاحب‌نظر در کمیته ملی المپیک و پایایی این پرسش‌نامه نیز با استفاده از محاسبه آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت (α=۰/۸۹).

در بخش دوم تحقیق به منظور ساختاردهی مؤلفه‌ها و تعیین اولویت‌های تصمیم‌گیری و اقدام، روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری انتخاب شد، زیرا بر اساس نظر فایسال[1] و همکاران (۲۰۰۶)، یکی از اصلی‌ترین منطق‌های مدل ساختاری تفسیری آن است که همواره عناصری که در یک سیستم اثرگذاری بیشتری بر سایر عناصر دارند، از اهمیت بالاتری برخوردارند. مدلی که با استفاده از این روش‌شناسی به‌دست می‌آید، ساختاری از یک مسئله یا موضوع پیچیده، یک سیستم یا حوزه مطالعاتی را نشان می‌دهد و اولویت‌های اقدام را برای مدیران مشخص می‌کند فایسال و همکاران، ۲۰۰۶، ۵۳۵). به همین منظور تعداد ۱۴ مؤلفه شناسایی‌شده مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های ورزش‌های المپیکی در جدول ماتریس خود تعاملی ساختاری درج گردید و به صورت پرسش‌نامه در اختیار نمونه کیفی پژوهش (خبرگان) قرار گرفت و از آنان درخواست شد که مؤلفه‌ها را دو به دو به صورت زوجی مقایسه کنند؛ به این صورت

[1] Faisal

که چنانچه مؤلفه i بر مؤلفه j تاثیر می‌گذارد حرف V، در صورتی که مؤلفه j بر مؤلفه i تاثیر می‌گذارد حرف A، اگر تاثیر دو طرفه هست حرف X و در صورتی که مقایسه ارتباط دو عامل، هیچ‌کدام بر دیگری تاثیر نمی‌گذارد حرف O بنویسند. در ادامه برای تعیین روابط علی- معلولی عوامل، از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری استفاده شد. این روش دارای چهار گام به شرح زیر است:

گام اول، بر اساس نظر اکثریت نمونه کمی پژوهش، جمع‌بندی نتایج داده‌های پرسش‌نامه ماتریس خودتعاملی به عنوان نظر نهایی در جدول مربوطه درج گردید. در گام دوم، نمادهای تعاملی ساختاری به صفر و یک تبدیل شدند. در گام سوم به منظور تعیین سطح هر یک از مؤلفه‌ها، برای هر یک از آن‌ها مجموعه خروجی (دسترسی)، ورودی (پیش‌نیاز) و اشتراک‌ها تعیین شد. متغیری که مجموعه خروجی و عناصر مشترک آن کاملاً یکسان بود، در سطح اول جای گرفت. پس از تعیین متغیرهای سطح اول، به منظور تعیین سطح دوم، متغیرهای سطح اول را از جدول حذف کرده و با بقیه متغیرها جدول بعدی تشکیل شد. در جدول دوم نیز همانند جدول اول، متغیر سطح دوم مشخص شد و این کار تا تعیین سطح همه متغیرها ادامه یافت. در نهایت ماتریس استاندارد تشکیل شد و در گام چهارم، با توجه به سطوح تعیین شده، الگوی ساختاری تفسیری، ترسیم گردید.

یافته‌های پژوهش

اولین یافته‌های تحقیق، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی و نمونه کمی بود. نتایج در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه تحقیق

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی		نمونه کیفی		نمونه کمی	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۱	۶۱/۱۱	۱۴۸	۷۳
	زن	۷	۳۸/۸۹	۵۵	۲۷
تحصیلات	کارشناسی	۳	۱۶/۶۷	۳۳	۱۶
	کارشناسی ارشد	۷	۳۸/۸۹	۱۳۹	۶۹
	دکتری	۸	۴۴/۴۴	۳۱	۱۵
سابقه کار	کمتر از ۱۰ سال	۱	۵/۵۶	۶۲	۳۱
	بالای ۱۰ سال	۱۷	۹۴/۴۴	۵۸	۲۸

با بررسی کتابخانه‌ای و نظرات خبرگان ورزش‌های المپیکی با بهره‌گیری از روش دلفی در ابعاد روابط بین‌سازمانی، عوامل هماهنگی بین‌سازمانی، یکپارچگی سازمانی و مسئولیت مشترک، تعداد ۴۳ شاخص

مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های توسعه ورزش‌های المپیکی در قالب ۱۴ مؤلفه شناسایی شد. جدول ۳ ، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها را نشان می‌دهد:

جدول۳: شاخص‌ها و مؤلفه‌های انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک

ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
یکپارچگی سازمانی	ساختار تشکیلاتی	وجود خط‌مشی‌ها و روش‌های انجام کار از پیش تعریف و تعیین‌شده در ورزش‌های المپیکی
		انطباق و اجرای آیین نامه‌ها و اساسنامه کمیته بین‌المللی المپیک فدراسیون‌ها
		وجود خطوط گزارش‌دهی و روابط عمومی بین کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌ها
		مشارکت فدراسیون‌ها و ذیفعان در تصمیم‌گیری‌های کمیته ملی المپیک
	بسترسازی	وجود زیرساخت‌های مناسب ارتباطی (پهنای باند، اینترنت، اینترانت، تلفن و...) در کمیته ملی المپیک
		مناسب بودن وضعیت زیرساخت اطلاعاتی (GIS, MIS, RIS, ...)
	دیدگاه سیستمی	وجود دیدگاه کل‌نگرانه در کمیته ملی المپیک
		وجود دیدگاه مشترکی میان اقدامات کاری کمیته ملی المپیک، فدراسیون ها و دیگر سازمان‌های ذیربط
		نزدیکی دیدگاه‌ها و اهداف کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌های المپیکی
		همراستایی اهداف بلندمدت کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌های المپیکی
	وحدت مدیریت	رهبری فراسازمانی در کمیته ملی المپیک جهت ساماندهی پراکندگی مدیریت فدراسیون‌ها
		مرکز برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری فراسازمانی در کمیته ملی المپیک
روابط بین سازمانی	تعامل	تعامل با فدراسیون‌ها
		تعامل با وزارت ورزش و جوانان
		تعامل با سایر سازمان‌های اثرگذار اجرایی و نظارتی
	روابط رسمی	اساسنامه کمیته ملی المپیک و آیین‌نامه‌ها و قوانین فدراسیون‌های ورزشی در زمینه ارتباطات بین‌سازمانی
		برنامه‌ریزی در زمینه ارتباطات بین‌سازمانی در کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌ها
		توسعه آموزش ارتباطات در راستای تحکیم انسجام بین‌سازمانی
		عوامل فردی
	روابط غیررسمی	شبکه‌های غیررسمی در بین فدراسیون‌های المپیکی

		عوامل محیطی
عوامل هماهنگی بین سازمانی	مدیریت ارتباطات	کانال‌های مشترک ارتباطی بین فدراسیون‌ها
		ارتباط مطلوب با رسانه‌ها جهت انعکاس اخبار صحیح
	مدیریت اطلاعات	انتقال اطلاعات بین کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌ها و وزارت ورزش و جوانان
		ایجاد بانک جامع اطلاعات ورزشکاران و فدراسیون‌ها
	همسویی	همسویی مسابقات لیگ‌های فدراسیون‌ها با برنامه‌های کمیته ملی المپیک
	فعالیت‌ها	همسویی اقدامات آموزشی و توسعه‌ای فدراسیون‌ها با اهداف کمیته ملی المپیک
	مدیریت	شناسایی دقیق فرایندهای کلیدی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک
	فرایندهای اجرای	تعیین مکانیزم‌های کنترل فرایندهای اجرایی
	خط‌مشی‌ها	اولویت‌بندی و شفافیت فرایندها در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک
مسئولیت مشترک	تصمیمات مشترک	تدوین راهکارها و فعالیت‌های لازم جهت رسیدن به اهداف
		تعیین شرح وظایف واحدها در زمینه انسجام بین‌سازمانی کمیته ملی المپیک با فدراسیون‌ها
		تعیین اهداف میان‌مدت و بلند مدت برای هر کدام از واحدهای کمیته ملی المپیک
		شناخت فرصت‌های ایجاد تعامل با فدراسیون‌های المپیکی
		اولویت‌بندی رشته‌های المپیکی بر اساس شاخص‌های بومی و منطقه‌ای
	اقدامات مشترک	برگزاری اردوهای داخلی و خارجی
		تأمین منابع مالی
		ارائه راهبردهای بهبود عملکرد در کسب نتایج نسبت به ادوار گذشته
		اجرای خط‌مشی‌های مورد توافق
	نظارت و پایش اقدامات مشترک	پایش اقدامات سازمان‌های همکار
		نظارت بر اساس سلسله مراتب
		بازخورد متقابل

جهت بررسی و سطح‌بندی و تعیین ارتباط عوامل اصلی در این پژوهش از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. ابتدا جهت تشکیل ماتریس تعامل ساختاری، یک ماتریس ۱۴ در ۱۴ شامل مؤلفه‌ها اصلی در اختیار خبرگان قرار داده شد. آن ها بر اساس اصول زیر ماتریس را تکمیل کردند. سپس بر اساس نظر اکثریت، جدول خودتعاملی ساختاری تکمیل گردید. نتایج در جدول ۴ درج گردیده است:

جدول ۴: ماتریس خود تعاملی ساختاری مؤلفه‌های مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک

I / J	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
ساختار تشکیلاتی	۱	A	A	A	X	X	O	O	A	X	V	X	V	X
دیدگاه سیستمی	۲		O	O	X	X	O	X	O	X	V	V	X	A
وحدت مدیریت	۳			A	O	X	X	A	V	V	V	V	X	A
مدیریت فرایندهای اجرای خط‌مشی‌ها	۴				V	V	O	O	V	V	V	V	X	X
اقدامات مشترک	۵				A	O	A	A	A	X	A	O	A	A
تصمیمات مشترک	۶					X	A	A	X	X	V	A	A	A
تعامل	۷						A	A	A	A	O	O	X	X
مدیریت اطلاعات	۸							V	A	V	A	V	X	X
روابط غیررسمی	۹								V	V	V	O	X	X
روابط رسمی	۱۰									X	A	X	A	A
مدیریت ارتباطات	۱۱										X	V	A	
نظارت و پایش اقدامات مشترک	۱۲											V	A	
همسویی فعالیت‌ها	۱۳												A	
بسترسازی	۱۴													

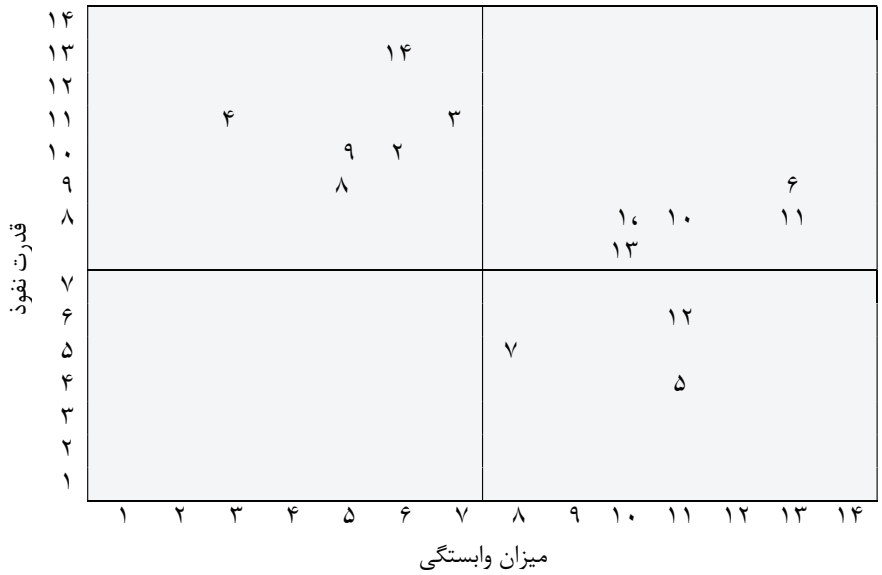
برای به دست آوردن ماتریس دست‌یابی، نمادهای تعاملی ساختاری بر حسب قواعد زیر به صفر و یک تبدیل شدند. حرف A در ورودی I به صفر و در وردی J به یک، حرف V در ورودی I به یک و در ورودی J به صفر، حرف X در ورودی I و J به یک و O در ورودی I و J به صفر تبدیل شد. سپس به منظور تفکیک نتایج به دست آمده از نظرات خبرگان تحقیق، قدرت نفوذ (امتیاز ۱ به دست آمده از سطر) میزان وابستگی (امتیاز ۱ به دست آمده از ستون) مشخص گردید. نتایج در جدول ۵ آمده است:

جدول ۵: ماتریس دسترسی نهایی مؤلفه‌های مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک

کد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	قدرت نفوذ
۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۸
۲	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱۰
۳	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱۱
۴	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۱
۵	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۴
۶	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۹
۷	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۵
۸	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۹
۹	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱۰
۱۰	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۸
۱۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۸
۱۲	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۶
۱۳	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۸
۱۴	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
میزان وابستگی	۱۰	۶	۷	۳	۱۱	۱۳	۸	۵	۵	۱۱	۱۳	۱۱	۱۰	۶	

نمودار تحلیلی MICMAC از دو محور افقی و عمودی تشکیل شده است. این نمودار برحسب میزان وابستگی و قدرت نفوذ حاصل‌شده در ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می‌گردد. در تجزیه و تحلیل

MICMAC متغیرها بر حسب قدرت هدایت و وابستگی به چهار دسته تقسیم می‌شوند. گروه اول(خودمختار) شامل معیارهایی هستند که دارای نفوذ و وابستگی ضعیف می‌باشند.گروه دوم (وابسته) شامل متغیرهایی هستند که دارای نفوذ ضعیف و میزان وابستگی بالا هستند. گروه سوم (پیوندی) شامل متغیرهایی هستند که نفوذ و وابستگی قوی دارند. گروه چهارم (نفوذی) شامل متغیرهایی هستند که دارای قدرت نفوذ بالا و وابستگی ضعیف هستند.



شکل ۱: نمودار MICMAC مؤلفه‌های مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خطمشی‌های کمیته ملی المپیک

نتایج نمودار MICMAC مشخص نمود که عوامل ۱، ۶، ۱۰، ۱۱ و ۱۳ از اثرگذاری و همچنین وابستگی بالایی برخوردارند و در ناحیه پیوندی واقع شده‌اند و مؤلفه‌های ۵، ۷ و ۱۲ وابستگی بالا و اثرگذاری کمتری برخوردار هستند. بنابراین در ناحیه وابسته واقع شده‌اند. همچنین مؤلفه‌های ۲، ۳، ۴، ۸، ۹ و ۱۴ در ناحیه نفوذی جا گرفته است. هیچ یک از مؤلفه‌ها در ناحیه خودمختار قرار نگرفته است.

برای تعیین سطح، با استفاده از ماتریس دستیابی مجموعه قابل دستیابی (خروجی) و مجموعه پیش نیاز (ورودی) و عناصر مشترک برای هر عامل تعیین شد. در اولین جدول تکرار، آن عامل، دارای بالاترین سطح (سطح اول) است که مجموعه خروجی و عناصر مشترک آن کاملاً یکسان باشد. پس از تعیین این متغیرها، آن ها (عوامل سطح اول) از جدول حذف شد و با بقیه متغیرهای باقی‌مانده جدول بعدی تشکیل گردید. در جدول دوم نیز همانند جدول اول، متغیر سطح دوم مشخص شد. سپس برای برای تشکیل جدول

تعیین سومین سطح، عوامل تعیین‌شده سطح دوم از جدول حذف شد و جدول سطح سوم تشکیل گردید. این کار تا تعیین سطح همه متغیرها ادامه داده شد. سپس ماتریس استاندارد تشکیل گردید. نتایج تعیین سطح اول مؤلفه‌های مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی توسعه ورزش‌های المپیکی در جدول ۶ آمده است:

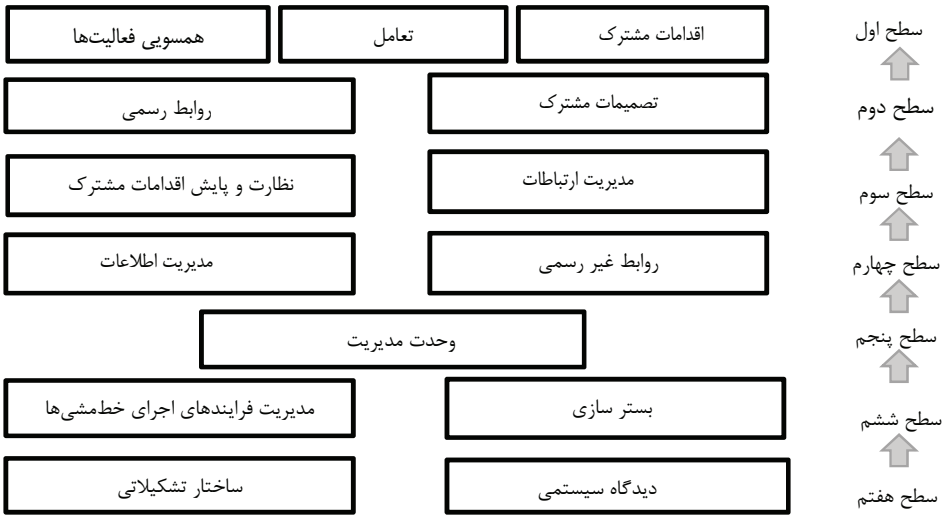
جدول ۶: تعیین سطوح مؤلفه‌های مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک

سطوح	کد	خروجی‌ها	ورودی‌ها	اشتراک‌ها	سطح
سطح یک	۱	۱،۵،۶،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱،۲،۳،۵،۶،۹،۱۰،۱۱،۱۳	۱،۵،۱۰،۱۱،۱۳	-
	۲	۱،۲،۵،۶،۸،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳	۲،۵،۶،۱۰،۱۳	۲،۵،۶،۱۰،۱۳	-
	۳	۱،۳،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳	۳،۴،۶،۷،۸،۱۳	۳،۶،۷،۱۳	-
	۴	۱،۳،۴،۵،۶،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۴،۱۳،۱۴	۴،۱۳،۱۴	-
	۵	۱،۲،۵،۶،۱۱	۱،۳،۴،۵،۶،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۲،۵،۶،۱۱	۱
	۶	۱،۲،۳،۵،۶،۷،۱۰،۱۱،۱۲	۱،۲،۳،۴،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳	۱،۲،۳،۶،۷،۱۰،۱۱	–
	۷	۳،۶،۷،۱۱،۱۴	۳،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۴	۳،۶،۷،۱۱،۱۴	۱
	۸	۳،۵،۶،۷،۸،۱۰،۱۱،۱۳،۱۴	۲،۳،۸،۹،۱۲،۱۴	۳،۸،۱۴	–
	۹	۱،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۳،۴،۹،۱۴	۱،۹،۱۴	-
	۱۰	۱،۲،۵،۶،۷،۱۰،۱۱،۱۳	۱،۲،۳،۴،۶،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۳،۱۴	۱،۲،۶،۱۰،۱۱،۱۳	-
	۱۱	۱،۶،۷،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۶،۷،۱۰،۱۱،۱۲	-
	۱۲	۵،۸،۱۱،۱۲،۱۳	۱،۲،۳،۴،۶،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱۱،۱۲،۱۳	-
	۱۳	۱،۲،۳،۴،۱۰،۱۲،۱۳	۱،۲،۳،۴،۸،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱،۲،۳،۴،۱۰،۱۲،۱۳	۱
	۱۴	۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱،۴،۷،۸،۹،۱۴	۴،۷،۸،۹،۱۴	–
سطح دو	۱	۱،۶،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۲،۳،۴،۶،۹،۱۰،۱۱	۱،۹،۱۰،۱۱	-
	۲	۱،۲،۶،۸،۱۰،۱۱،۱۲	۲،۶،۱۰	۲،۶،۱۰	-
	۳	۱،۳،۶،۹،۱۰،۱۱،۱۲	۳،۴،۶،۸	۳،۶،۱۳	-
	۴	۱،۳،۴،۶،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۴،۱۴	۴،۱۴	-
	۶	۱،۲،۳،۶،۱۰،۱۱،۱۲	۱،۲،۳،۴،۶،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۲،۳،۶،۱۰،۱۱،۱۲	۲
	۸	۳،۶،۸،۱۰،۱۱،۱۴	۲،۳،۸،۹،۱۲،۱۴	۳،۸،۱۴	–
	۹	۱،۶،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۳،۴،۹،۱۴	۱،۹،۱۴	-
	۱۰	۱،۲،۶،۱۰،۱۱	۱،۲،۳،۴،۶،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۴	۱،۲،۶،۱۰،۱۱	۲

	۱۱	۱،۶،۱۰،۱۱،۱۲	۱،۲،۳،۴،۶،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۶،۱۰،۱۱،۱۲	-
	۱۲	۸،۱۱،۱۲	۱،۲،۳،۴،۶،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۱۱،۱۲	-
	۱۴	۳،۴،۶،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۴،۸،۹،۱۴	۴،۸،۹،۱۴	–
	۱	۱،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۲،۳،۴،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	-
	۲	۱،۲،۸،۱۱،۱۲	۲	۲	-
	۳	۱،۳،۹،۱۱،۱۲	۳،۴،۸	۳	-
	۴	۱،۳،۴،۹،۱۱،۱۲،۱۴	۴،۱۴	۴،۱۴	-
	۸	۳،۸،۱۱،۱۴	۲،۳،۸،۹،۱۲،۱۴	۳،۸،۱۴	–
سطح	۹	۱،۸،۹،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۳،۴،۹،۱۴	۱،۹،۱۴	-
سه	۱۱	۱،۱۱،۱۲	۱،۲،۳،۴،۸،۹،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۱۱،۱۲	۳
	۱۲	۱۱،۱۲	۱،۲،۳،۴،۹،۱۱،۱۲،۱۴	۱۱،۱۲	۳
	۱۴	۳،۴،۸،۹،۱۱،۱۲،۱۴	۱،۴،۸،۹،۱۴	۴،۸،۹،۱۴	–
	۱	۱،۱۴	۱،۲،۳،۴،۹	۱،۹	-
	۲	۱،۲،۸	۲	۲	-
	۳	۱،۳،۹	۱،۳،۴،۸	۱،۳	-
سطح	۴	۱،۳،۴،۹،۱۴	۴،۱۴	۴،۱۴	-
چهار	۸	۳،۸،۱۴	۲،۳،۸،۹،۱۴	۳،۸،۱۴	۴
	۹	۱،۹،۱۴	۱،۳،۴،۹،۱۴	۱،۹،۱۴	۴
	۱۴	۳،۴،۸،۹،۱۴	۱،۴،۸،۹،۱۴	۴،۸،۹،۱۴	–
	1	۱،۱۴	۱،۲،۳،۴	۱	-
	2	۱،۲	۲	۲	-
سطح	3	۱،۳	۱،۳،۴	۱،۳	۵
پنج	۴	۱،۳،۴،۱۴	۱،۴،۱۴	۱،۴،۱۴	-
	۱۴	۳،۴،۱۴	۱،۴،۱۴	۴،۱۴	–
	۱	۱،۱۴	۱،۲،۴	۱	-
سطح	۲	۱،۲	۲	۲	-
شش	۴	۱،۴،۱۴	۱،۴،۱۴	۱،۴،۱۴	۶
	۱۴	۴،۱۴	۱،۴،۱۴	۴،۱۴	۶

سطح هفت	۱	۱	۱،۲	۱	۷
	۲	۱،۲	۲	۲	۷

مدل ساختاری تفسیری مؤلفه‌های مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی کمیته ملی المپیک بر حسب سطوح حاصل‌شده در جدول ۶ به ترتیب از بالا به پایین تنظیم شده‌اند. در پژوهش حاضر مؤلفه‌ها در ۷ سطح در شکل ۲ نمایش داده شده است:



شکل ۲: مدل ساختاری تفسیری مؤلفه‌های مؤثر بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از تحقیق حاضر، ارائه مدل انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک بود. یافته‌های تحقیق نشان داد که ۴۳ شاخص در قالب مؤلفه‌های ساختار تشکیلاتی، دیدگاه سیستمی، وحدت مدیریت، مدیریت فرایندهای اجرای خط‌مشی‌ها، اقدامات مشترک، تصمیمات مشترک، تعامل، مدیریت اطلاعات، روابط غیررسمی، روابط رسمی، مدیریت ارتباطات، نظارت و پایش، اقدامات مشترک، همسویی فعالیت‌ها و بسترسازی بر انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک در موفقیت ورزش‌های المپیکی مؤثر است. گیاه‌شناس بن بازاری و همکاران (۱۳۹۹) تعدد نهادهای تصمیم‌گیر در ورزش ایران را سبب عدم‌تحقق مطلوب برنامه‌های پنج ساله و فعالیت‌های موازی، فقدان هم‌افزایی نهادهای تاثیرگذار در ورزش و ضعف در بسترسازی ورزش قهرمانی را چالش‌های اجرای خط‌مشی ورزش

ایران می‌دانند. همچنین یافته‌های این تحقیق با یافته‌های ساگر و گوفن (۲۰۲۲)، خسنیس و همکاران (۲۰۲۱)، جوادی‌پور و همکاران (۱۳۹۶) و بابایی و ابراهیمی (۱۳۹۵) همخوان است. اما با یافته‌های دیگر تحقیقات همخوانی مشاهده نشد. دلیل این فقدان همخوانی، تفاوت در ماهیت تحقیق آن‌ها با تحقیق حاضر بود. هرچند که تحقیق‌های مرورشده پیرامون خط‌مشی و اغلب در سازمان ورزشی بود، اما به انسجام بین‌سازمانی پرداخته نشده بود. از طرفی در زمینه هماهنگی بین‌سازمانی، ارتباطات بین‌سازمانی و یکپارچگی که نزدیک به انسجام سازمانی هستند، تحقیقات اندکی انجام شده است. اما همین تحقیقات اندک نیز در سازمان‌های غیرورزشی انجام شده است. نقطه عطف و جدید بودن این تحقیق در زمینه انسجام بین‌سازمانی بود که دارای نوآوری است و برای هموار نمودن مسیر توسعه ورزش‌های المپیکی مثمر ثمر خواهد بود. انسجام عمودی موجب یکپارچگی و منسجم‌شدن یک سازمان خواهد شد. انسجام افقی هم موجب هم‌افزایی و وحدت مدیریت در چند سازمان که هدف مشترکی را دنبال می‌کنند، خواهد شد. هماهنگی و انسجام افقی در توسعه ورزش‌های المپیکی موجب تسهیل در انجام فرایند امور ورزش در ۲۸ فدراسیون ورزشی، کمیته ملی المپیک و وزارت ورزش و جوانان و در برخی زمینه‌ها مثل اعزام کاروان‌ها موجب افزایش هماهنگی وزارت امور خارجه و شورای برون‌مرزی نیز خواهد شد. به همین دلیل شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های انسجام بین‌سازمانی سبب افزایش آگاهی مدیران و اهمیت این مقوله خواهد شد. در این تحقیق در ابعاد یکپارچگی سازمانی، ارتباطات بین‌سازمانی، هماهنگی بین‌سازمانی و مسئولیت‌های مشترک، تعداد ۴۳ شاخص در قالب ۱۴ مؤلفه شناسایی گردید و از آن‌جا که تمرکز مدیران به صورت همزمان بر همه شاخص‌ها و مؤلفه‌ها عملاً امکان‌پذیر نخواهد بود، باید مؤلفه‌هایی که از ویژگی اثرگذاری بالاتری برخوردارند، مورد توجه قرار بگیرند تا در زمان و فرصت مناسب و مهیا شدن بستر و شرایط به مؤلفه‌های دیگر نیز پرداخته شود و به اهداف مد نظر دست یافت. در این تحقیق برای تعیین و مشخص نمودن مؤلفه‌های اثرگذار و هدایتگر به عنوان اولویت تصمیم‌گیری و اقدام از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شده است. براساس یافته‌ها، مؤلفه‌های انسجام بین‌سازمانی در اجرا خط‌مشی ورزش‌های المپیکی در هفت سطح قرار گرفتند. بنابرانی ابتدا به بررسی مؤلفه‌های سطح اول و سپس به مؤلفه‌های سطوح میانی (سطوح دوم تا ششم) پرداخته می‌شود و در نهایت، مؤلفه‌های قاعده مدل مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

بر اساس یافته‌های تحقیق در سطح اول مدل به دست آمده از تحلیل مدل‌یابی ساختاری تفسیری، مؤلفه‌های تعامل، اقدامات مشترک و همسویی فعالیت‌ها قرار گرفته‌اند. گیاه‌شناس بن بازاری و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود اشاره کردند که تعدد نهادهای تصمیم‌گیر در ورزش ایران منجر به عدم‌تحقق مطلوب برنامه‌های پنج ساله شده است. همچنین یافته‌های این تحقیق با یافته‌های خسنیس و همکاران (۲۰۲۱)، سجادی و همکاران (۱۴۰۰)، بابایی و ابراهیمی (۱۳۹۵) و ضرغام بروجنی و بذرافشان (۱۳۹۳) همخوان

است. مؤلفه‌های سطح اول در مدل ساختاری تفسیری، ویژگی اثرپذیری آن‌ها از ویژگی اثرگذاری آن‌ها بیشتر است. تحقق این مؤلفه‌ها به شدت وابسته به تحقق مؤلفه‌های سطوح پایین مدل خواهد بود. بنابراین می‌توان گفت که این مؤلفه‌ها بسیار مهم هستند، اما در اولویت اقدام مدیران قرار ندارند. چون در وهله اول مدیران ضرورت دارد بر مؤلفه‌های سطوح پایین مدل تمرکز شود. اما در عین حال علاوه بر مؤلفه‌های قاعده مدل، شاخص‌های تعامل با فدراسیون‌ها، وزارت ورزش و جوانان و سایر سازمان‌ای اثرگذار اجرایی و نظارتی، برگزاری اردوهای داخلی و خارجی و همچنین تأمین منابع مالی، راهبردهای بهبود عملکرد در کسب نتایج و نیز اجرای خط‌مشی‌های مورد توافق و همسویی مسابقات لیگ‌های فدراسیون‌ها با برنامه‌های کمیته ملی المپیک و همسویی اقدامات آموزشی و توسعه‌ای فدراسیون‌ها با اهداف کمیته ملی المپیک در دستیابی به این سه مؤلفه (تعامل، اقدامات مشترک و همسویی فعالیت‌ها) بسیار سازنده و مؤثر خواهد بود. بنابراین شایسته است که فدراسیون‌های ورزش در برگزاری لیگ‌های خود علاوه بر مد نظر قرار دادن تقویم اجرایی فدراسیون جهانی و قاره‌ای رشته یا رشته‌های ورزشی خود و آماده نمودن ورزشکاران نخبه، با کمیته ملی المپیک نیز تعامل داشته باشند و در بهترین شرایط ممکن و حداکثر همکاری ورزشکاران خود را برای بازی‌های المپیک آماده نمایند و تمام تلاش خود را در راستای هدف واحد و کمک به مدیریت واحد و انسجام افقی بین‌سازمانی به کار گیرند؛ چرا که امروزه مهمترین رویدادهای ورزشی، بازی‌های المپیک است و موفقیت بیش از پیش کاروان ورزشی ایران به غرور ملی مردم و توسعه ورزش قهرمانی و همگانی کشور کمک خواهد کرد.

بر اساس یافته‌ها در سطح دوم تحقیق، روابط رسمی و تصمیمات مشترک، در سطح سوم، نظارت و پایش اقدامات مشترک و مدیریت ارتباطات، در سطح چهارم، روابط غیررسمی و مدیریت اطلاعات، در سطح پنجم، وحدت مدیریت و در سطح ششم نیز مدیریت فرایندهای اجرای خط‌مشی‌ها و بسترسازی قرار گرفته‌اند. یافته‌های این تحقیق با یافته‌های ساگر و گوفن (۲۰۲۲)، خسنیس و همکاران (۲۰۲۱)، جوادی‌پور و همکاران (۱۳۹۶) و بابایی و ابراهیمی (۱۳۹۵) همخوان است. سلسله مراتب اثرگذاری در مدل ساختاری تفسیری از پایین به سمت بالای مدل است. بنابراین مؤلفه‌های سطوح میانی از قاعده مدل (پایین‌ترین سطح) تأثیرپذیری دارند و بر مؤلفه‌های سطح اول اثرگذار هستند. بدیهی است که میزان اثرگذاری مؤلفه‌های سطوح دوم تا ششم این تحقیق متفاوت است. هرچه مؤلفه‌ای متمایل به پایین مدل باشد از اثرگذاری و هدایتگری بالاتری برخوردار است و هرچه نزدیکتر به سطح اول قرار داشته باشد، نشان‌دهنده این است که ویژگی اثرگذاری کمتر و ویژگی اثرپذیری بالاتری دارد. نظارت و پایش اقدامات مشترک و مدیریت ارتباطات، روابط غیررسمی و مدیریت اطلاعات، مؤلفه‌های سطوح سوم و چهارم مدل تحقیق حاضر هستند. این مؤلفه‌ها به دلیل این که از ویژگی اثرگذاری و اثرپذیری مطلوب برخوردارند و می‌توان گفت که از کنش و

واکنش مطلوبی برخوردار هستند، نباید مورد غفلت واقع شوند. هرچند که در اولویت اول اقدام مدیران قرار ندارند، اما ضرورت دارد که به اقتضای زمان و موقعیت مناسب مورد توجه قرار گیرد. در غیر این صورت ممکن است خسارات جبران‌ناپذیری به سازمان وارد کند. در مورد مؤلفه‌های سطوح پنجم و ششم در این تحقیق می‌توان گفت که پس از تمرکز بر مؤلفه‌های سطح هفتم به عنوان سطح زیربنایی و قاعده مدل، توجه به این مؤلفه‌ها (وحدت مدیریت، مدیریت فرایندهای اجرای خط‌مشی‌ها و بسترسازی) ضرورت دارد. بنابراین اقداماتی از قبیل شناسایی دقیق فرایندهای کلیدی، اولویت‌بندی و شفافیت فرایندها، وجود زیرساخت های مناسب ارتباطی و اطلاعاتی و رهبری فراسازمانی در کمیته ملی المپیک جهت ساماندهی پراکندگی مدیریت فدراسیون‌ها به تقویت انسجام بین‌سازمانی در کمیته ملی المپیک کمک زیادی خواهد کرد.

دیدگاه سیستمی و ساختار تشکیلاتی دو مؤلفه زیربنایی مدل انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های ورزش‌های المپیکی هستند. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های ساگر و گوفن (۲۰۲۲)، شیخ‌الاسلام و همکاران (۱۳۹۶) و بابایی و ابراهیمی (۱۳۹۵) همخوان است. همچنین سجادی و همکاران (۱۴۰۰) نیز همکاری نکردن برخی از فدراسیون‌ها در ارائه اطلاعات دقیق درباره ورزشکاران را از جمله چالش‌ها و موانع پیش روی کاروان ورزشی ایران در بازی‌های المپیک برشمردند که بیانگر وجود کم‌رنگ بودن دیدگاه مشترک میان اقدامات کاری کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌هاست. مؤلفه‌های سطح هفتم در این پژوهش در اولویت اول اقدام و تصمیم مدیران المپیک برای تقویت انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌ها قرار دارند. دستیابی به این مؤلفه‌ها انکان تحقق دیگر مؤلفه‌ها در سطوح بالاتر را تسهیل و هموار خواهد کرد. بنابراین شایسته است که توجه به شاخص‌های وجود خط‌مشی‌ها و روش‌های انجام کار از پیش تعریف و تعیین‌شده، انطباق و اجرای آیین‌نامه‌ها و اساسنامه کمیته بین‌المللی المپیک فدراسیون‌ها، وجود خطوط گزارش‌دهی و روابط عمومی بین کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌ها، مشارکت فدراسیون‌ها و ذیفعان در تصمیم‌گیری‌های کمیته ملی المپیک، وجود دیدگاه کل‌نگرانه در کمیته ملی المپیک، وجود دیدگاه مشترکی میان اقدامات کاری کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌ها و دیگر سازمان‌های ذیربط و همراستایی اهداف بلندمدت کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌های المپیکی در اولویت اقدامات کمیته ملی المپیک قرار گیرد تا به نحو بهتر و کم‌چالش‌تری، انسجام بین‌سازمانی بین کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌هایی که ورزش‌های قهرمانی و حرفه‌ای المپیکی دارند، ایجاد و استحکام یابد. چنانچه این انسجام اتفاق بیفتد، اجرای خط‌مشی‌های کمیته ملی المپیک که مأموریت‌های این سازمان محسوب می‌شوند تحقق خواهند یافت و اثرات موفقیت کمیته ملی المپیک در این زمینه، موجب افزایش و استمرار افتخارات ورزشکاران در میادین بین‌المللی، رونق ورزش و افزایش انگیزه جوانان و غرور ملی خواهد شد.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که دیدگاه سیستمی در سطح هفتم مدل تحقیق قرار گرفته است. بنابراین پیشنهاد می‌شود تا برنامه‌ها و اهداف کلان فدراسیون‌ها (در صورت وجود برنامه راهبردی) بازنگری شود و یا چنانچه برنامه‌ای تدوین نکرده‌اند در تدوین برنامه و تعیین اهداف کلان، اهداف مندرج در اساسنامه کمیته ملی المپیک مد نظر قرار گرفته، همراستا با برنامه‌های کمیته ملی المپیک تدوین و اجرا گردد. همچنین براساس یافته‌ها، مؤلفه ساختار تشکیلاتی نیز باید در اولویت اول اقدام و تصمیم مسئولان ورزش‌های قرار گیرد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که تصمیم‌گیری‌های مهم کمیته ملی المپیک، با حضور مدیران و متخصصان فدراسیون‌های المپیکی برگزار شود و خط‌مشی‌ها و روش‌های انجام کار در ورزش‌های المپیکی تعیین و به صورت یکپارچه و منسجم اجرا گردد.

در انجام این تحقیق، به دلیل پراکندگی فدراسیون‌ها و مشغله زیاد مسئولان برخی فدراسیون‌ها به ویژه رؤسای فدراسیون‌ها، جمع‌آوری داده‌ها طولانی شد. همچنین برای تشریح مفهوم انسجام سازمانی (انسجام عمودی در یک سازمان) و انسجام بین‌سازمانی (انسجام افقی) لازم بود برای تعدادی از مشارکت‌کنندگان به تفصیل شرح داده شود تا داده دقیق‌تر و مرتبط‌تری جمع‌آوری گردد.

در سازمان‌های ورزشی، تحقیقات اندکی در مورد انسجام سازمانی انجام، اما پیرامون انسجام بین‌سازمانی برای چند سازمان با اهداف و مأموریت‌های مشترک تحقیقی انجام نشده بود و ایجاد انسجام بین‌سازمانی (انسجام افقی) و تلفیق آن با انسجام سازمانی در کمیته ملی المپیک، ضمن نوآوری و جدیدی بودن، موجب کاهش اختلافات کمیته ملی المپیک با فدراسیون‌ها و وزارت ورزش و جوانان و رفع بسیاری از چالش‌ها خواهد شد و در نهایت، بهبود عملکرد و نتیجه‌گیری موفقیت‌آمیزتری را در پی خواهد داشت.

منابع

- بابایی، مهناز و ابراهیمی، سعید. (۱۳۹۵). «**بررسی مولفه‌های مدیریت یکپارچه در شهر اصفهان**». مجله اخبار شهری. دوره ۱، شماره ۱، صص ۳۵-۵۴.
- کمیته ملی المپیک ایران. (۱۴۰۰). **تاریخچه کمیته ملی المپیک**. سایت کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران
- ترکیان، مهدی؛ دانش فرد، کرم‌اله و ولیخانی، ماشاالله. (۱۴۰۱). «**توسعه مدل انسجام بین‌سازمانی در اجرای خط‌مشی‌های مدیریت بحران**». پایان‌نامه دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- جوادی‌پور، محمد و رهبری، سمیه. (۱۳۹۶). «**شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر سیاسی‌شدن ورزش همگانی در ایران**». فصل‌نامه سیاست علمی و ترویجی علم و فناوری. دوره ۷، شماره ۲، صص ۷۸-۸۷.
- حاجی‌پور، ابراهیم؛ فروزنده، لطف الله؛ دانایی فرد، حسن و فانی، اصغر. (۱۳۹۴). «**طراحی مدل آسیب‌شناسی اجرای خط‌مشی‌های عمومی در ایران**». فصل‌نامه مدیریت نظامی. دوره ۱۵، شماره ۳، صص ۲۳-۱.
- خسروی زاده، اسفندیار؛ حمیدی، مهرزاد؛ یداللهی، جهانگیر و خبیری، محمد. (۱۳۸۸). «**شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش‌های فراروی آن**». مدیریت ورزشی. شماره ۱، صص ۱۹-۳۵.

- خوراکیان، علیرضا؛ نیکخواه فرخانی، زهرا؛ بوستانی‌راد، مینا و لقمانی دوین، شکوفه. (۱۳۹۸). «**تبیین و طبقه‌بندی مولفه‌های انسجام سازمانی**». مطالعات رفتار سازمانی. دوره ۸، شماره ۲، صص ۸۳-۱۲۴.
- رمضانی‌نژاد، رحیم و هژبری، کاظم. (۱۳۹۶). «**مبانی توسعه ورزش و کاربرد آن در ورزش ایران**». فصل‌نامه مجلس و راهبرد. دوره ۲۴، شماره ۹۱، صص ۲۳۳-۲۶۳.
- رنگریز، حسن؛ خیراندیش، مهدی و لطیفی جلیسه، سلیمه. (۱۳۹۷). «**بررسی موانع اجرای خط‌مشی‌های عمومی در سازمان‌های دولتی با استفاده از روش فراترکیب**». سیاست عمومی. دوره ۴، شماره ۱، صص۱۲۷-۱۴۲.
- زارعیان، حسین؛ الهی، علیرضا؛ سجادی، سیدنصرالله و میرحسین، پدرام. (۱۳۹۵). «**نمؤلفه‌های پیش‌بینی‌کننده موفقیت کشورهای شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک**». مطالعات مدیریت ورزشی. ۳۵، صص ۱۳۷-۱۶۲ .
- سجادی، سیدنصرالله. ( ). «**چالش‌ها و موانع پیش روی کاروان ورزشی جمهوری اسلامی ایران در اعزام به بازی‌های المپیک**». مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۱۳، شماره ۶۵، صص ۱۵-۳۴.
- شیخ الاسلام، نجمه؛ دانش فرد، کرم اله؛ کردنائیج، اسداله و مرتضوی، مهدی. (۱۳۹۶). «**واکاوی موانع هماهنگی بین سازمان‌های بخش عمومی ایران: پژوهش کیف**». مدیریت سازمان‌های دولتی. دوره ۵، شماره ۴، صص ۱۴-۳۰.
- ضرغام بروجنی، حمید و بذرافشان، مرتضی. (۱۳۹۳). «**بررسی عوامل مؤثر بر اجرای خط‌مشی‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران**». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. دوره ۳، شماره ۹، صص ۳۱-۵۱.
- طاهرخانی، حسین؛ شریفی‌فر، فریده و نیک‌بخش، رضا. (۱۳۹۸). «**ارائه مدل سیاست‌های زیست محیطی در ورزش بر اساس الگوی پارادایم**». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. دوره ۹، شماره ۱۸، صص ۱۲۳-۱۴۰ .
- عیدی، حسین و عسگری، بهمن. (۱۳۹۴). «**ارزیابی عملکرد ایران در بازی‌های المپیک در مقایسه با رقبا**». دوفصل‌نامه مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۷، شماره ۳۲، صص ۳۳-۴۹.
- عیدی، حسین؛ عباسی، همایون؛ نظری، فرهاد و عیدی‌پور، کامران. (۱۳۹۳). «**ارزیابی و تحلیل عملکرد ورزشکاران ایران در بازی‌های المپیک تابستانی**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۲، شماره ۴، صص ۹۱-۱۰۱.
- قره داغی، رستم؛ موسی خانی، مرتضی؛ گیوریان، حسن. (۱۳۹۷). «**شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های مشارکت کارکنان در اجرای خط‌مشی‌های عمومی در شهرداری‌های کشور**». خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت. دوره ۹، شماره ۳۱، صص ۱-۱۷.
- قلی‌پور، رحمت‌الله؛ دانایی فرد، حسن؛ زارعی متین، حسن و جندقی، غلامرضا. (۱۳۹۰). «**ارائه مدلی برای اجرای خط‌مشی‌های صنعتی (مطالعه موردی: در استان قم)**». مدیریت فرهنگ سازمانی. دوره ۹، شماره ۲، صص ۱۰۳-۱۳۰.
- گیاه‌شناس بن بازاری، جواد؛ ساعی، احمد؛ زیباکلام، صادق و ملک محمدی، حمیدرضا. (۱۳۹۸). «**خط‌مشی‌گذاری ورزشی ایران با تاکید بر مقامات تصمیم‌گیری چندگانه**». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. دوره ۹، شماره ۱۸، صص ۶۵-۷۶.
- گیاه‌شناس بن بازاری، جواد؛ ساعی، احمد؛ زیباکلام، صادق و ملک محمدی، حمیدرضا. (۱۳۹۹). «**بررسی خط‌مشی‌گذاری ورزشی در ایران بر اساس الگوی مراجع تصمیم‌گیری پیرمولر**». فصل‌نامه سیاست‌گذاری عمومی در مدیریت. دوره ۱۱، شماره ۴، صص ۲۹-۴۸.
- مافی، هادی و خستو، مریم. (۱۳۹۷). «**بررسی تأثیر بازی‌های المپیک بر ساختار اقتصادی- اجتماعی و زیست محیطی شهرهای میزبان**». پنجمین همایش ملی معماری و شهرسازی ایران در انتقال آثار و ایده‌ها. تهران.
- مجیدپور، مهدی و نامداریان، لیلا. (۱۳۹۴). «**شناسایی موانع اجرای اسناد سیاست علم و علم کشور**». مدیریت نوآوری. دوره۴، شماره ۴، صص ۳۰-۶۰.

- ناصح، مهتاب و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۸). «**چارچوب نظری خط‌مشی ملی ورزش با رویکرد ورزش تربیتی**». مدیریت ورزشی. دوره ۱۱، شماره ۳، صص ۳۹۵-۴۱۰.
- Baccarani C., Golinelli M. (2015). **"The non – existent firm: relations between corporate image and strategy".** Italian Journal of Management; 33(97): 313 – 323, 2015.
- Birkland, A. (2020). **An Introduction to the Policy Process Theories, Concepts, and Models of Public Policy Making,** 5th Edition, Copyright Year 2020, ISBN 9781138495616, Published July 3, 2019 by Routledge, 448 Pages 38 Color & 7 B/W Illustrations.
- Bolaji, S.D. (2014). **"Intent to action: overcoming the barriers to universal basic education policy implementation in Nigeria".** A doctoral thesis submitted to the graduate research school of Edith Cowan University, Western Australia.
- Bullock, H., Lavis, J., Wilson, M. (2021). **"Understanding the implementation of evidence-informed policies and practices from a policy perspective: a critical interpretive synthesis".** Implementation Science, volume 16, Article number: 18 (2021)
- DE Bossher, V., Simon, SH, Hans, W and Maarten, V. (2016). **"Convergence and divergence of elite sport policies: is there a one-size-fits-all model to develop international sporting success?"** Journal of Global Sport Management,1 (3-4), 70-89.
- Faisal, M., Banwet, D.K. and Shankar, R. (2006). **"Supply chain risk mitigation: modelling the enablers".** Business Process Management, 12(4): 535-552.
- Ferguson, K., Hassan, D & Kitchin, P. (2023). **"Policy transition: public sector sport for development in Northern Ireland".** International Journal of Sport Policy and Politics, Volume 15, Issue 1
- Hirsch, C. (2017). **"Makers and shapers of environmental policy making: Power and participation in forest legislation in Bolivia".** Journal of Rural Studies, 2017, 50(4): 148-158
- Iyanda, K, A. & Bello, S, D. (2016). **"Problems and Challenges of Policy Implementation for National evelopment".** Research on Humanities and Social Sciences. 2016, 6 (15): 60-65.
- Khasnis,U., Toering,T., Collins, D. (2021). **"Policy implementation in Indian Olympic sport".** International Journal of Sport Policy and Politics, 13(4): 623-640.
- Masterelgziz, Bar & Homz. (2009). **"Event management and sport clubs system in England".** Sports Management Review,12(3),113-136
- Mittag, J. & Naul, R. (2021). **"EU sports policy: assessment and possible ways forward, European Parliament".** Research for CULT Committee – Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels
- Peers, P., Joseph, J., Chen, CH. (2023). **"An intersectional Foucauldian analysis of Canadian national sport organisations' 'equity, diversity, and inclusion' (EDI) policies and the reinscribing of injustice".** International Journal of Sport Policy and Politics, Published online: 27 Feb 2023
- Sager, F., & Gofen, A. (2022). **"The polity of implementation:Organizational and institutional arrangements in policy implementation".** Governance, 35(2): 347–364.
- Stillman, R. (2021). **Public Aministration (Concept and Cases).** Houghton Mifflin
- Ugwuanyi, B. I & Emma E.O. (2013). **"The Obstacle to effectivie policy implemention by the public bureaucracy in developing nations: the case of Nigeria".** Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review. 2 (7), 100-128.

۱۰

بررسی عوامل موثر بر اتحادهای راهبردی در توسعه ورزش همگانی بر اساس نظریه داده‌بنیاد

بهنام عاشقی[۱]
مهرعلی همتی‌نژاد[۲]
رحیم رمضانی‌نژاد[۳]
اسماعیل ملک‌خلاق[٤]

10.22034/ssys.2023.2720.2968
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۵/۰۳
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۷/۱۵

هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل موثر بر اتحادها و پیمان‌های راهبردی در توسعه ورزش همگانی بود و برای این منظور سه نهاد اصلی متولی ورزش و سلامت (وزارت ورزش و جوانان، وزارت آموزش و پرورش و سازمان شهرداری‌ها) به‌عنوان افراد جامعه مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند. روش تحقیق پژوهش حاضر، از نوع کیفی و بر اساس نظریه داده‌بنیاد بود و تحلیل‌ها بر اساس شیوه گلیزری صورت گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل ۳۱۵ سند و ۱۶ نفر از افراد خبره در زمینه ورزش همگانی شاغل در سازمان‌های فوق و اساتید مدیریت ورزشی بودند. نتایج شامل ۵۰ مقوله و مدل مفهومی اتحاد راهبردی توسعه ورزش همگانی شامل پیشران‌ها: ۱- انگیزشی/ روان‌شناختی شامل تشویق و پاداش و انگیزه ۲- مدیریت داوطلبان شامل حضور داوطلبان ۳- زیرساخت و امکانات شامل توسعه زیرساخت‌ها و بودجه و امکانات می‌باشد و فرایندها: ۱- روابط بین‌سازمانی شامل هماهنگی بین‌سازمانی، شراکت منابع سازمانی و ارتباط بین‌سازمانی ۲- روابط عمومی شامل رسانه و تبلیغ و اطلاع‌رسانی؛ همچنین پیامد مدل مفهومی اتحاد راهبردی توسعه ورزش همگانی شامل اتحاد مدیریت، اتحاد ساختار، اتحاد عملیاتی، اتحاد سیاست‌گذاری و اتحاد مالی و امکاناتی می‌باشد. نتایج نشان داد برای رسیدن به توسعه ورزش همگانی باید همه نهادهای درگیر در این حوزه به شکل متحد و یکپارچه عمل نمایند تا شاهد افزایش فعالیت بدنی افراد جامعه از طریق توسعه ورزش همگانی باشیم. بنابراین پیشنهاد می‌شود سازمان‌های موثر در توسعه ورزش با هماهنگی کامل در امور مالی، مدیریتی برای ایجاد زیرساخت‌ها و اطلاع‌رسانی عمومی برای ترویج ورزش همگانی با یکدیگر همکاری نمایند.

واژگان کلیدی: اتحاد راهبردی، راهبرد همکاری، توسعه ورزش و ورزش همگانی.

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران
[۲] استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Ma_hemati@yahoo.com
[۳] استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران
[٤] دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

مقدمه

توسعه ورزش، یکی از ابعاد توسعه کشورها محسوب می‌شود که با ابعاد مهم دیگری مانند توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مرتبط است. توسعه ورزش، فرایندی است که به موجب آن فرصت‌ها، فرایندها، سیستم‌ها و ساختارها به گونه‌ای باید ایجاد شود تا افراد جامعه بتوانند در همه گروه‌ها در ورزش و تفریحات شرکت کنند و یا عملکرد خود را به سطح مورد نظرشان ارتقا بخشند (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴). در این میان، ورزش همگانی به سبب اثرات مطلوب و مساعدی که در ارضای نیازهای روانی و جسمانی افراد، به‌خصوص نسل جوان دارد، بسیار حائز اهمیت است (التیامی‌نیا و عزی‌زآبادی، ۱۳۹۴).

اولین مشخصه ایران ۱۴۰۴ که در «سند چشم‌انداز بیست ساله کشور» بر آن تأکید شده است، توسعه تربیت‌بدنی و ورزش به عنوان زمینه‌ساز تأمین و تربیت نیروی انسانی سالم و تندرست، بخشی از برنامه‌های توسعه ملی به شمار می‌آید (وقار کردآبادی، ۱۳۹۸). با وجود اینکه، طرح‌ها و برنامه‌های مختلفی جهت گسترش فعالیت‌های ورزشی در اقشار مختلف انجام گردیده است، اما شواهد نشان می‌دهد که بسیاری از برنامه‌ها با موفقیت چندانی همراه نبوده است و حضور کمتر از ۱۲ درصد از اقشار مختلف کشور در ورزش همگانی و تفریحی حتی در بهترین شرایط، موید این مطلب است (به نقل از شاه‌رضایی و شیرزادی، ۱۳۹۵).

یکی‌از مهم‌ترین موضوعاتی که برای رسیدن به توسعه ورزش همگانی باید به آن توجه کرد، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری بلندمدت می‌باشد. راهبرد، بزرگ‌ترین کار سازمان است و نمی‌توان بررسی آن را نادیده گرفت (سان‌تزو[1]، ۱۴۰۱). به نظر می‌رسد بررسی سیاست‌های اعمال‌شده در حیطه ورزش همگانی و همچنین راهبردها و روش‌های به‌کار رفته در توسعه ورزش همگانی با افزایش مشارکت در اقشار مختلف همراه نبوده است تا جایی که اخیرا برای دستیابی به راهکارهای مناسب به سیاست‌های گسترش این ورزش در کشورهای پیشرو در این عرصه روی آورده‌اند (استینچر[2] و همکاران، ۲۰۲۳)، یکی‌از این سیاست‌ها، پیمان‌ها و اتحادهای راهبردی است. اتحاد راهبردی، رابطه‌ای قراردادی، بلندمدت و اختیاری میان دو یا چند سازمان مستقل است که برای به‌دست آوردن اهداف فردی یا سازمانی از طریق به اشتراک‌گذاری یا ایجاد منابع طرح‌ریزی می‌شود (آرینو[3] و همکاران، ۲۰۰۴). این تعریف، انواع روابط بین‌سازمانی مانند سرمایه-گذاری مشترک، همکاری در تحقیق و توسعه، ساخت، اتحادهای چندجانبه و شراکت‌های بخش خصوصی و دولتی را در بر می‌گیرد (گروسی‌مختارزاده و همکاران، ۱۳۹۸). در حقیقت راهبرد پیمان ترجمه چشم‌انداز ماموریت به زبان اقدامات و اهداف است. در طول سال‌های گذشته، دیدگاه مربوط به توسعه راهبرد برای

[1] Sun Tzu
[2] Steinacker
[3] Arino

پیمان‌های راهبردی جای خود را به تمرکز روی پیشنهادهای ارزشی یک پیمان داده است که به معنی مجموعه نیازهایی است که یک پیمان می‌تواند برای اعضا و یا مشتریان که همان استفاده‌کننده‌گان از نتایج پیمان هستند، می‌باشد (پورتر و کرامر[1]، ۲۰۰۶). اتحاد و همکاری‌های راهبرد به سازمان‌ها در انجام و برگزاری رویدادها به منظور گسترش صنعت ورزش کمک می‌کند (موکانووا[2] و همکاران، ۲۰۲۴).

در عصر حاضر، سازمان‌ها دیگر قادر نیستند که به‌صورت انفرادی و با تکیه بر منابع خود به اهداف راهبردی مورد نظر دست پیدا کنن. از این‌رو، ناچارند که به همکاری‌های مشترک با سایر سازمان‌ها بپردازند و با پیمان‌ها و همکاری‌های مشترک و یا به عبارتی اتحادهای راهبردی به اهداف کلان خود برسند (عاشقی و همتی‌نژاد، ۱۴۰۱). پیمان‌ها یا اتحادهای راهبردی به همکاری‌ها، سرمایه‌گذاری، روابط و مشارکت میان سازمان‌ها گفته می‌شود که یک نوع راهبرد رشد و توسعه است. اتحادهای راهبردی معمولا در سه سطح صورت می‌گیرد: ۱- سطح درون‌سازمانی؛ ۲- سطح برون‌سازمانی؛ ۳- سطح بین‌المللی و معمولا این پیمان‌ها میان دو کشور، سازمان یا شرکت برای بهره‌گیری از فرصت‌های محیطی یا مقابله با تحولات محیطی شکل می‌گیرد. پیمان راهبردی، چیزی فراتر از مشارکت و همکاری است، چون اساس این پیمان‌ها، یادگیری سازمانی[3] است (چایلد[4] و همکاران، ۱۳۹۷). از این‌رو، سازمان‌های مجری و اشاعه‌دهنده ورزش همگانی به مانند وزارت ورزش و جوانان، وزارت آموزش و پرورش و سازمان شهرداری‌ها باید با همکاری و اتحاد با یکدیگر بر اساس یادگیری سازمانی و به اشتراک‌گذاری مواد فنی و افراد متخصص همچنین تخصیص منابع مالی به توسعه ورزش همگانی بپردازند.

تحلیل فرایندهایی که تا به حال در حوزه ورزش همگانی کشور با سیاست‌های مختلف در سالیان گذشته به اجرا درآمده است، فرصت مناسبی جهت بررسی عوامل و محدودیت‌های مربوط به این فرایندها می‌باشد که احتمالا به توسعه ورزش همگانی کمک خواهد کرد (پزشکی و نیکویی، ۱۳۹۵).

تحقیقات در حوزه اتحاد و روابط بین‌سازمانی برای توسعه ورزش همگانی بسیار نادر است. در همین راستا جوادی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) با بررسی عوامل موثر بر فرایند سیاست‌گذاری نظام ورزش همگانی ایران به این نتیجه رسیدند که عوامل موثر در فرایند سیاست‌گذاری ورزش همگانی شامل سیاست-های جاری، توصیه بزرگان، ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط و مسئول، فرهنگ عمومی جامعه و رسانه‌ها و مسائل مالی می‌باشد.

[1] Porter & Kramer
[2] Mukanova
[3] Organizational learning
[4] Child

شهریاری و همکاران (۱۴۰۰) در تدوین مدل معادلات ساختاری رابطه علی اتحاد راهبردی، انعطاف‌پذیری منابع انسانی و منابع تعارض سازمانی با مزیت‌های رقابتی در صنعت تولیدات ورزشی نشان دادند که اتحاد راهبردی اثر مستقیم بر انعطاف‌پذیری منابع انسانی دارد و به مدیران شرکت‌های تولیدکننده لوازم ورزشی پیشنهاد گردید که برای ارتقای مزیت رقابتی به اتحادهای راهبردی وارد شوند تا بتوانند مزیت رقابتی موقتی را به یک مزیت رقابتی پایدار تبدیل نمایند. همچنین، عاشقی و همتی‌نژاد (۱۴۰۱) با نگاهی به اتحادهای راهبردی برای ارتقای مدیریت اوقات فراغت نشان دادند که سازمان‌ها گردشگری، وزارت ورزش و جوانان و وزارت آموزش و پرورش با همکاری‌های راهبردی می‌توانند در بهینه‌شدن اوقات فراغت جوانان کوشا باشند.

مامه‌دیو و همکاران[1] (۲۰۱۹) نشان دادند که اتحاد راهبردی می‌تواند پیکربندی مجدد منابع و قابلیت‌های موجود را تشویق کند. این پیکربندی‌های مجدد می‌تواند سبب سازگاری‌های تکاملی در این شرکت‌ها شود و رابطه‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند. رن و لیو[2] (۲۰۲۱) در پژوهشی با ارزیابی کارایی ورزش همگانی چین نشان دادند که نقش جمعیت در افزایش کارایی ورزش همگانی تاثیرگذار است و برای حل مشکل نیز باید به زیرساخت‌ها توجه و آنها را با توجه به زمان به‌روزرسانی کرد. لی و همکاران[3] (۲۰۲۱) نیز توسعه نظام خدمات ورزش همگانی را در مناطق مرکزی و غربی (کشور چین) از منظر راهبرد ملی سلامت بررسی کردند و دریافتند که نیاز است تخصیص مالی و زیرساختی در همه مناطق کشور چین به صورت منطقی و عادلانه صورت گیرد تا در برنامه‌ریزی برای توسعه ورزش همگانی خللی وارد نشود. شومورودوویچ[4] (۲۰۲۱) ویژگی‌های نظری و عملی توسعه ورزش همگانی دانش‌آموزان و جوانان را مورد بررسی قرار داد و دریافت که برای توسعه ورزش همگانی باید به برنامه‌ریزی در آموزش پایه‌ای توسط افراد متخصص، ایجاد ساختارهای مناسب و ساخت برنامه‌های آموزشی مناسب از طریق رسانه‌ها توجه ویژه نمود. چادویک و همکاران[5] (۲۰۲۳) در پژوهشی در مورد «شبکه‌ها، راهبرد و ورزش: مورد گروه فوتبال شهر» نشان دادند در صورت همکاری راهبردی و با نگاه به آینده می‌توان تیم‌های فوتبال شهری را توسعه داد و به نتایج دلخواه رسید.

در مورد تحقیقات راهبردی در ایران، عاشقی و همکاران (۱۴۰۳) با تحلیل محتوای کلیه مقالات چاپ‌شده در حوزه راهبردی و ورزش نشان دادند از مجموع ۲۷۵ مقاله (تا زمان نگارش این پژوهش) فقط تعداد ۲۱ مقاله در مورد ورزش همگانی بود که از این تعداد ۱۶ مورد در سطح ملی و تعداد ۵ مورد در سطح

[1] Mamédio et al.
[2] Ren & Liu
[3] Li et al.
[4] Shomurodovich
[5] Chadwick

استانی و منطقه‌ای می‌باشد، همین‌طور بررسی مقالات مرتبط با حوزه مدیریت راهبردی در ورزش نشان داد که پژوهشگران کمتر به موضوع پیمان‌های راهبردی و همکاری‌های راهبردی پرداخته‌اند که این موضوع با توجه به رشد انواع پیمان‌ها و همکاری‌های راهبردی در سال‌های اخیر نیازمند بررسی بیشتری است. تنها پژوهش صورت گرفته در این زمینه، پژوهش شهریاری و همکاران (۱۳۹۴) با عنوان «شناسایی اتحادهای راهبردی در توسعه گردشگری ورزشی استان‌های شمالی ایران» است که نشان داد اتحاد در مدیریت دانش، سرمایه‌گذاری، پژوهش و توسعه اتحاد در مدیریت و ساختار بالاترین درجه اهمیت را برای توسعه گردشگری ورزشی استان‌های شمالی کشور داراست.

آنچه مشهود است سازمان‌های بسیاری در زمینه ورزش همگانی در کشور مشغول فعالیت هستند، اما متاسفانه طبق آمار جهانی تمایل افراد به ورزش همگانی در کشور کم‌تر از حد متوسط جهانی بوده و باید برای رفع این مشکل، سازمان‌های موثر در توسعه ورزش همگانی با همکاری با یکدیگر به گسترش و اعتلای ورزش همگانی و در نتیجه آن افزایش سلامت عمومی جامعه کمک کنند. از این‌رو، پژوهشگران با بررسی عوامل موثر اتحادهای راهبردی در توسعه ورزش همگانی مرتبط با وزارت ورزش و جوانان، وزارت آموزش و پرورش و سازمان شهرداری‌ها سعی در یافتن مولفه‌های اصلی پیمان‌های راهبردی به منظور توسعه ورزش همگانی کشور می‌باشند.

روش‌شناسی پژوهش

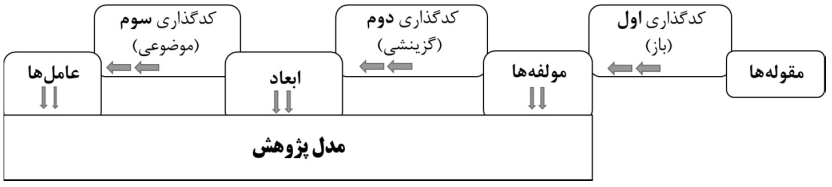
روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها، میدانی و در زمره تحقیقات کیفی می‌باشد. این پژوهش بر اساس تئوری زمینه‌ای و روش گلیزری[1] به شکل مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته شکل گرفت و جامعه آماری متناسب با هدف و چارچوب پژوهش برای فاز کیفی انتخاب شد. به طور مشخص جامعه آماری شامل دو جامعه انسانی (مدیران و معاونان وزارت ورزش و جوانان و وزارت علوم، اساتید مدیریت و مدیریت ورزشی کشور که تجربه پژوهش و یا کار اجرایی در ورزش همگانی را داشتند شهرداران یا معاونان آنها و اعضای شورای شهر که تجربه کار در ورزش همگانی را داشته‌اند) و جامعه اطلاعاتی (منابع علمی، اسنادی و کتابخانه‌ای) بود. نمونه آماری به تعداد قابل کفایت بر مبنای اشباع نظری (۱۶ نفر و ۳۱۵ سند) به روش هدفمند و در دسترس انتخاب و نظرخواهی گردید (جدول۱). به همین علت در ابتدا از طریق مطالعه اسناد به چارچوب اولیه مصاحبه دست پیدا کرده و سپس نمونه آماری دعوت‌شده به مصاحبه بر اساس معیارهایی مانند سابقه حرفه‌ای و تخصص متناسب گزینش و تا رسیدن به اشباع نظری، مورد نظرخواهی قرار گرفتند.

[1] Glaser

جدول ۱: جامعه آماری

نوع جامعه	گروه مطالعه	روش نمونه‌گیری	نمونه	
جامعه انسانی	اساتید مدیریت ورزشی	هدفمند و در دسترس	۶ نفر	۱۶ نفر
	شهردار و معاونان شهردار و اعضای شورای شهر	هدفمند و در دسترس	۳ نفر	
	مدیران و معاونان وزارت ورزش و جوانان	هدفمند و در دسترس	۳ نفر	
	مدیران و معاونان وزارت آموزش و پرورش	هدفمند و در دسترس	۴ نفر	
جامعه اطلاعاتی	مقاله علمی‌پژوهشی	نظری از نوع قضاوتی و هدفمند	۲۹۵ نسخه	۳۱۵ نسخه
	اسناد کتابخانه‌ای (کتاب، پایان‌نامه، طرح پژوهشی)	نظری از نوع قضاوتی و هدفمند	۲۰ نسخه	

در بخش میدانی، با استفاده از مصاحبه اکتشافی نیمه‌هدایت‌شده (از متخصصان) به بررسی عوامل موثر اتحادهای راهبردی در توسعه ورزش همگانی پرداخته شد؛ به‌طوری‌که محققان پس از هر مصاحبه به جمع‌بندی لازم رسیده و اقدام به مصاحبه بعدی نموده‌اند. جهت تحلیل یافته‌ها از سه مرحله کدگذاری (کدگذاری باز، گزینشی و موضوعی) برای دسته‌بندی مؤلفه‌های شناسایی‌شده استفاده گردید (به نقل از نظریان و همکاران، ۱۳۹۹). کدگذاری با استفاده از مطالعات قبلی و نظر متخصصان انجام شد. مدل پژوهش نیز بر اساس روابط شناسایی‌شده به‌صورت یک چارچوب سیستمی مفهومی ترسیم گردید. تحلیل یافته‌ها از طریق روش‌های چارچوب‌بندی و کدگذاری مفهومی بر مبنای تحلیل سیستماتیک صورت گرفت.



شکل ۱: مراحل کدگذاری (دانایی‌فرد و اسلامی، ۱۳۸۹)

گفتنی است به جهت نو بودن تحقیق و محدودیت احتمالی داده‌ها، از رویکرد مثلث‌سازی استفاده شده است، مثلث‌سازی، به فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق

اطلاق می‌شود (اسکینر[1] و همکاران، ۲۰۱۴). با توجه به استفاده از شیوه مثلث‌سازی (استفاده از منابع چندگانه شامل منابع کتابخانه‌ای، گروه کانونی با کارشناسان و مصاحبه با متخصصان) در این تحقیق از منابع متنوع به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات بهره‌گیری شد و جهت سنجش روایی از معیارهای اسکینر، ادواردز و کوربت (۲۰۱۴) استفاده گردید (جدول ۲):

جدول ۲: روش‌های اطمینان از روایی

روش‌ها	نحوه اجرا در این پژوهش
درگیری طولانی‌مدت	افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت‌کنندگان برای ارزیابی برداشت‌های محقق
مشاهده پایدار	مشارکت عملی محقق و حضور در محیط مشارکت و اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت‌کنندگان
بازرسی مجدد مسیر کسب اطلاعات	انجام بازرسی ادواری اطلاعات و کدهای به‌دست‌آمده به جهت پیشگیری از سوگیری و اطمینان از صحت، توسط محقق و یک همکار پژوهشی (محقق پسا دکتری مدیریت ورزشی)
چک کردن	بررسی اطلاعات به‌دست‌آمده به کمک گروه تحقیق و نظرسنجی از مصاحبه‌شوندگان در مورد نتایج
مثلث‌سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع‌آوری داده‌ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده‌های به‌دست‌آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به‌صورت مستمر در تمام طول تحقیق

برای محاسبه پایایی با روش توافق درون‌موضوعی دو کدگذار، از یک متخصص مدیریت ورزشی که در مراحل انجام پژوهش حضور داشت و از آگاهی مناسبی در مورد این پژوهش برخوردار بود، درخواست شد تا به‌عنوان همکار در کدگذاری تحقیق شرکت کند. سپس محققان به همراه همکار، به‌عنوان نمونه ۳ مورد از مصاحبه‌ها را کدگذاری کردند و درصد توافق درون‌موضوعی محاسبه شد. تعداد کل کدهایی که به ثبت رسیده است معادل ۵۱ کد و تعداد کل توافقات بین کدها معادل ۲۱ می‌باشد. همچنین، پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام‌گرفته در این پژوهش معادل ۸۲ درصد است. لذا با توجه به این که میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد می‌باشد، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید بود و می‌توان گفت که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب می‌باشد(جدول ۳).

[1] Skinner

گفتنی است میزان پایایی کدگذاری از فرمول زیر به دست می‌آید:

$$\text{درصد توافق} = \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

جدول ۳: محاسبه پایایی یافته‌ها

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	کدهای مورد توافق	عدم‌توافق	پایایی
۱	۱	۱۸	۸	۳	۰/۸۹
۲	۸	۱۴	۶	۲	۰/۸۶
۳	۱۶	۱۹	۷	۳	۰/۷۴
	جمع	۵۱	۲۱	۸	۰/۸۲

یافته‌های پژوهش

با شروع جمع‌آوری مصاحبه‌ها، بلافاصله بعد از پایان هر مصاحبه (هر مصاحبه حدود ۶۰ الی ۹۰ دقیقه)، موارد گفته‌شده مورد تجزیه وتحلیل (کدگذاری مفهومی یا اولیه) قرار گرفت و با اخذ بازخورد از هر مصاحبه، محور مصاحبه‌های بعدی اصلاح شد. به عبارت دیگر، مسیر اجرای تحقیق بازطراحی گردید. در نهایت پس از انجام ۱۴ مصاحبه عمیق، اشباع نظری حاصل گشت و به‌منظور بالا بردن اعتماد به نتایج پژوهش، تعداد ۲ مصاحبه دیگر نیز صورت گرفت و در این مرحله اشباع نظری در بعد مقوله‌های به‌دست آمده از کدهای مفهومی نیز حاصل گردید. مؤلفه‌های شناسایی‌شده در مطالعه کتابخانه‌ای و مصاحبه‌ها پس از غربال در چند مرحله، شامل ۸۶ مورد بود که در نهایت پس از انجام مراحل کد گذاری به ۵۰ مقوله دسته‌بندی شد (جدول ۴):

جدول ۴: نتایج کدگذاری

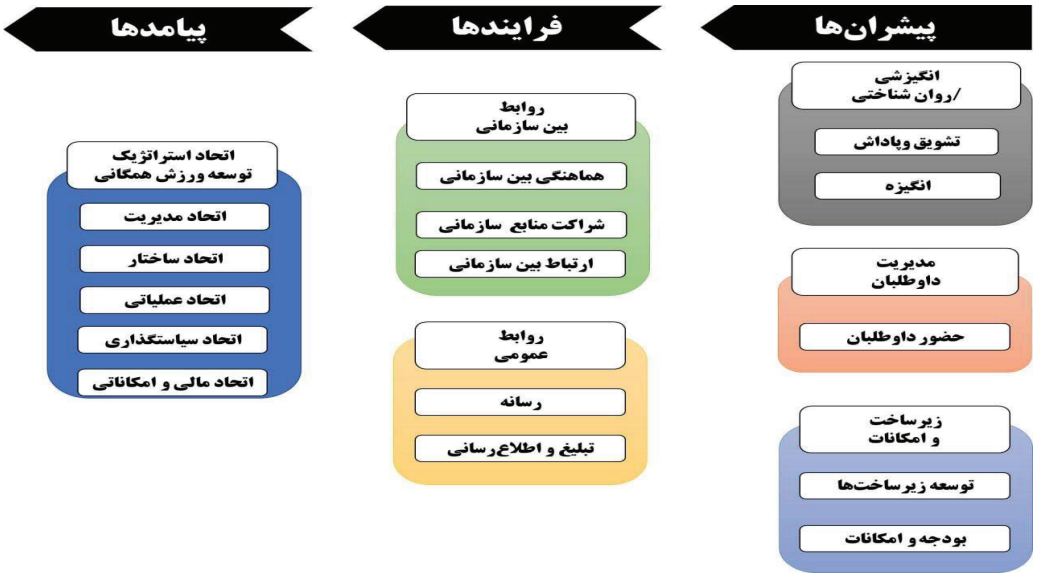
کدگذاری باز	محوری	گزینشی
- تهیه جوایز و پاداش‌های مادی و مالی - استفاده رایگان از فضاهای ورزشی، برای مشارکت حداکثر افراد در ورزش همگانی	تشویق و پاداش	انگیزشی /روان شناختی
- ایجاد شرایط و بسترهای لازم برای مشارکت در ورزش - ایجاد انگیزه برای شرکت در فعالیت ورزشی در مدارس توسط اداره آموزش و پرورش هر منطقه	انگیزه	
- ایجاد شرایط انگیزشی در میان دانش‌آموزان توسط تمامی ارگان‌های متولی ورزش		

- ایجاد شورای ورزش و سلامتی از طرف دولت برای توسعه ورزش		
- ایجاد شرایط و بسترهای لازم برای مشارکت در ورزش توسط شهرداری‌ها	هماهنگی بین‌سازمانی	
- انجام کارهای آموزشی و پرورشی توسط آموزش و پرورش		
- مدیریت و برنامه‌ریزی توسط وزارت ورزش		
- ایجاد بسترهای لازم برای آموزش افراد در آموزش و پرورش		
- هماهنگی با اداره ورزش برای استفاده از نیروهای متخصص آن اداره		
- هماهنگی بین‌سازمانی برای استفاده از نیروهای متخصص فعال در اداره ورزش	شراکت منابع سازمانی	روابط بین‌سازمانی
- ایجاد شرایط مناسب برای هماهنگی بین ادارات برای جلوگیری از موازی کاری		
- هماهنگی بین‌سازمانی و استفاده از نیروهای متخصص در زمینه ساخت اماکن مختص به ورزش همگانی		
- کمک‌های بین‌سازمانی از طریق انتقال دانش افراد متخصص		
- هماهنگی بین‌سازمانی برای استفاده از نیروهای متخصص فعال در اداره ورزش		
- قانون‌گذاری برای همکاری بین‌سازمانی توسط نهادهای حاکمیتی	ارتباط بین‌سازمانی	
- استفاده مشترک از امکانات و زیرساخت‌های ادارات مختلف جهت توسعه ورزشی		
- ایجاد شراط و بسترهای لازم برای مشارکت در ورزش		
- ایجاد شراط و بسترهای لازم برای حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر	توسعه زیرساخت‌ها	زیرساخت و امکانات
- استفاده مشترک از امکانات و زیرساخت‌های ادارات مختلف جهت توسعه ورزشی		

- در اختیار قرار دادن تجهیزات به سایر سازمان‌ها به منظور ساخت ساختارهای مورد نیاز ورزش همگانی - ایجاد فضای ورزشی در پارک‌ها و فضای سبز توسط شهرداری‌ها - تخصیص بودجه لازم جهت ایجاد ساختارهای مورد نیاز ورزش همگانی توسط دولت و استانداری‌ها - اجرای عملیات ساخت و ساز ساختارهای مورد نیاز ورزش همگانی توسط شهرداری‌ها	بودجه و امکانات	
- در اختیار قرار دادن تجهیزات به سایر سازمان‌ها به منظور ساخت ساختارهای مورد نیاز ورزش همگانی - تخصیص اماکن ورزشی به سازمان‌های دیگر به صورت رایگان برای برگزاری رویدادهای ورزشی - ایجاد بسترهای لازم برای برگزاری جشنواره‌های ورزشی همگانی با استفاده از داوطلبان		
- ایجاد شرایط لازم برای حضور داوطلبان ورزشی برای برگزاری رویدادهای همگانی - ایجاد بسترهای لازم برای استفاده و حضور رایگان داوطلبان ورزشی در آن	حضور داوطلبان	مدیریت داوطلبان
- برنامه‌سازی توسط رسانه برای جذب افراد به ورزش همگانی - ایجاد بستری برای نشان دادن رویدادها در رسانه - توجه به نقش رسانه	رسانه	
- تبلیغ و تشویق جامعه به مشارکت در ورزش همگانی توسط وزارت آموزش و پرورش - تبلیغ و تشویق جامعه به مشارکت در ورزش همگانی توسط شهرداری‌ها	تبلیغ و اطلاع-رسانی	روابط عمومی
- اتحاد رسانه‌ای - اتحاد برای اطلاع‌رسانی رویدادها - اتحاد برای برگزاری رویدادها	اتحاد مدیریت	اتحاد راهبردی توسعه

- استفاده مشترک از امکانات - ساخت اماکن به صورت مشترک - ساخت ایستگاه‌های سلامت و ورزش	اتحاد ساختار	ورزش همگانی
- برگزاری مسابقات محله محور - برگزاری جشنواره‌های پیاده‌روی - برگزاری کلاس‌های آموزشی	اتحاد عملیاتی	
- اتحاد برای ایجاد قوانین مشترک - تسهیم دانش - ایجاد شورای ورزش و سلامتی	اتحاد سیاست‌گذاری	
- اتحاد مالی جهت تهیه پاداش‌ها - اتحاد جهت تامین بودجه برگزاری همایش‌ها - تخصیص بودجه برای ایجاد ساختارهای مورد نیاز	اتحاد مالی و امکاناتی	

با توجه به کدگذاری‌های صورت‌گرفته، مدل مفهومی اتحاد راهبردی توسعه ورزش همگانی به روش داده‌بنیاد (شیوه گلیزری) به شرح زیر می‌باشد:



شکل ۲: مدل مفهومی اتحاد راهبردی توسعه ورزش همگانی

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناسایی چارچوب مفهومی اتحاد راهبردی به منظور توسعه ورزش همگانی با مطالعه بر روی دستگاه‌های اجرایی مرتبط (وزارت ورزش و جوانان به‌عنوان متولی اصلی ورزش افراد جامعه، وزارت آموزش و پرورش به‌عنوان متولی آموزش افراد از سنین کودکی و سازمان شهرداری‌ها به عنوان ساختارساز) انجام شد. هدف از این مدل پژوهشی، پیشنهاد ائتلاف راهبردی بین سازمان شهرداری‌ها، وزارت آموزش و پرورش و وزارت ورزش و جوانان برای ارتقای توسعه ورزش همگانی می‌باشد و به دنبال شناسایی عوامل کلیدی برای همکاری موفق و ترسیم چارچوبی برای اجرای موثر که با ایجاد یک چارچوب جامع برای اتحاد راهبردی و همکاری‌های متعاقب آن، تلاش‌های همه سازمان‌های درگیر را همسو می‌کند و با ایجاد یک اتحاد راهبردی بین سازمان شهرداری‌ها، وزارت آموزش و پرورش و وزارت ورزش و جوانان، با هدف تقویت همکاری و هماهنگی به دنبال توسعه ورزش همگانی در کشور می‌باشد.

مدل مفهومی اتحاد راهبردی توسعه ورزش همگانی شامل **پیشران‌ها** که متشکل از سه مولفه اصلی: ۱- انگیزشی/ روان‌شناختی شامل تشویق و پاداش و انگیزه ۲- مدیریت داوطلبان شامل حضور داوطلبان ۳- زیرساخت و امکانات شامل توسعه زیرساخت‌ها و بودجه و امکانات می‌باشد. در طرف دیگر، **فرایندها** متشکل از دو مولفه اصلی: ۱- روابط بین‌سازمانی شامل هماهنگی بین‌سازمانی، شراکت منابع سازمانی و ارتباط بین سازمانی ۲- روابط عمومی شامل رسانه و تبلیغ و اطلاع‌رسانی و همچنین پیامد مدل مفهومی اتحاد راهبردی توسعه ورزش همگانی شامل اتحاد مدیریت، اتحاد ساختار، اتحاد عملیاتی، اتحاد سیاست‌گذاری و اتحاد مالی و امکاناتی می‌باشد.

در پیشران‌ها تشویق و پاداش، نشان‌گر این می‌باشد که برای ترغیب افراد به فعالیت‌های بدنی و ورزش‌های همگانی باید از تشویق‌ها و پاداش‌ها استفاده کرد و این مسئله با برگزاری جشنواره‌های ورزش محلی، پیاده‌روی خانوادگی، ورزش‌های بومی محلی و موارد مختلف دیگر و جوایزی که در این جشنواره‌ها به افراد شرکت‌کننده داده می‌شود، میسر می‌باشد. این بخش از پژوهش با پژوهش‌های پارساجو و همکاران (۱۳۹۷)، حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، نظری و قوامی (۱۳۹۹)، دای و منهاس[1]، (۲۰۲۰)، اُزدمیر[2]، (۲۰۲۱) و جاریونو و شوبکتی[3] ۲۰۲۱) هم‌راستا می‌باشد. در مورد مولفه انگیزه می‌توان به انگیزه‌های سلامتی، زیبایی و تناسب اندام، کاهش وزن و تعاملات اجتماعی اشاره کرد که با پژوهش‌های حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، پارساجو و همکاران (۱۴۰۰)، اُکتم و چینگُز[4] (۲۰۲۳)، پارکر[5] و همکاران، (۲۰۲۴) هم‌راستا می‌باشد. با توجه به مطالعات انجام‌شده، عامل انگیزه یکی از پیشران‌های مهم در ترغیب افراد به انجام ورزش همگانی بوده و سازمان‌ها با ایجاد و افزایش انگیزه افراد می‌توانند موجب توسعه ورزش همگانی شوند.

[1] Dai & Menhas
[2] Özdemir
[3] Jariono & Subekti
[4] Öktem & Çingöz
[5] Parker

پیشران دوم، مدیریت داوطلبان است و با توجه به اینکه ورزش‌های همگانی که از بودجه کمی برای توسعه برخوردار می‌باشند، سازمان‌های مرتبط با ورزش همگانی باید با بکارگیری و مدیریت داوطلبان ورزشی با توجه به همکاری‌های سازمانی و به منظور برگزاری رویدادهای ورزش همگانی به ترغیب و تشویق افراد به فعالیت بدنی و ورزش همگانی بپردازند. نتایج این بخش با پژوهش‌های میرصفیان و همکاران (۱۳۹۷)، خلیل‌زاده کوچمشکی و همکاران (۱۴۰۰)، هایدزیر[1] و همکاران، (۲۰۲۱)، تکسیرا[2] و همکاران، (۲۰۲۳) و میلر[3] و همکاران (۲۰۲۴) هم‌راستا می‌باشند. با توجه به مطالعات گذشته، داوطلبان بخش مهمی از ورزش‌های همگانی و تربیتی را تشکیل می‌دهند و به همین دلیل توجه به آنها باعث به‌وجود آمدن حس همکاری سازمان با افراد جامعه و ترغیب آنها به ورزش همگانی می‌شود.

پیشران سوم، زیرساخت و امکانات از عوامل اصلی توسعه در هر بخش می‌باشد. تقریبا همه پژوهش‌های انجام‌شده به اهمیت زیرساخت‌ها به جهت توسعه ورزش اذعان داشته‌اند. متاسفانه ورزش همگانی در مبحث زیرساخت‌ها با اینکه نیاز چندانی به اماکن تخصصی ندارد، بسیار مهجور مانده، ایستگاه‌های سلامتی که در پارک‌ها توسط شهرداری‌ها در فضاهای سبز شهری تهیه شده اغلب غیر استاندارد و دارای مشکلات اساسی هستند، مسیرهای مختص دوچرخه در شهرها یا وجود ندارد و یا دچار اشکال می‌باشند. به نظر می‌رسد برای احیای زیرساخت مرتبط با ورزش همگانی نیازمند عزم جدی سازمان‌های درگیر با امر ورزش هستیم. اما در مولفه دوم که بیانگر بودجه و امکانات است باید با همکاری همه سازمان‌های درگیر و حمایت نهادهای حاکمیتی بودجه مورد نظر جهت توسعه ورزش همگانی و ترغیب افراد جامعه به انجام فعالیت‌های بدنی تامین شود. طبق نتیجه بیشتر پژوهش‌ها، انجام و ایجاد زیرساخت‌ها با نهادهای حاکمیتی است و آنها باید برای ترویج و توسعه ورزش همگانی توجه ویژه‌ای به ترمیم و ایجاد زیرساخت‌های استاندارد برای این منظور کنند.

در مولفه هماهنگی بین‌سازمانی در پژوهش جاری آنچه که طبق نظر مصاحبه‌شوندگان می‌توان از هماهنگی بین‌سازمانی استنباط کرد این است که متولی اصلی ورزش (وزارت ورزش و جوانان) با همکاری وزارت آموزش و پرورش به آموزش سبک زندگی سلامت، توجه به ترکیب بدنی و سلامت عمومی جامعه با مشارکت ورزش زنان و مادران پرداخته و سازمان شهرداری‌ها با ایجاد فضاها و جشنواره‌ها سعی در ترغیب جامعه به فعالیت‌های بدنی و ورزش همگانی داشته باشند که این نتایج با پژوهش‌های حسن‌نژادی و همکاران؛ عاشقی و همکاران (۱۴۰۳)، اکبری و همکاران (۲۰۲۳) و یلیس و بارنس[4] (۲۰۲۴) هم‌راستا می‌باشد.

در مورد مولفه شراکت منابع انسانی، سازمان‌های مورد مطالعه باید در مورد اشتراک‌گذاری نیروهای متخصص خود با سایر سازمان‌ها به منظور توسعه ورزش همگانی همکاری نمایند. اشتراک‌گذاشتن مربیان و داوران در زمان اجرای رویدادهای ورزش همگانی از جانب وزارت ورزش و جوانان، یکی از راه‌های شراکت منابع انسانی می‌باشد. سازمان شهرداری‌ها و وزارت ورزش نیز با کادر اجرایی می‌توانند به این امر کمک کنند. مولفه شراکت منابع

[1] Hidzir
[2] Teixeira
[3] Miller
[4] Willis & Barnes

انسانی در سازمان‌ها با نتایج پژوهش‌های عمادی و همکاران، (۱۳۹۹)، دیزانی مکتبی و همکاران (۱۴۰۰) و پیزو[1] و همکاران، ۲۰۲۲) هم‌راستا می‌باشد.

در مورد مولفه ارتباط بین‌سازمانی می‌توان بیان کرد که ارتباطات بین‌سازمانی به موضوعاتی نظیر اشتراک‌گذاری اطلاعات، شهرت، همکاری و ایجاد ائتلاف قدرت توجه می‌کند. این همکاری‌ها باید با کمک نهادهای حاکمیتی و زیر نظر آنها به توسعه مواردی که موجب ترغیب افراد جامعه به فعالیت بدنی و ورزش همگانی شود بینجامد که با پژوهش‌های آذری و همکاران (۱۳۹۶) و کیسینگ و متئو[2] (۲۰۱۶) هم‌راستا می‌باشد. در فرایند روابط عمومی می‌توان اذعان داشت که رسانه در ترغیب، تبلیغ، آموزش و اطلاع‌رسانی افراد به انجام فعالیت بدنی نقش بسزایی دارد و توجه به آن از طرف سازمان‌های متولی ورزش می‌تواند موجب رشد و شکوفایی ورزش همگانی شود. نتایج این بخش با نتایج پژوهش‌های مرادی و همکاران (۱۴۰۰)، عاشقی و همکاران (۱۴۰۱)؛ *مشتاقی* و همکاران (۱۴۰۱)و کیم[3] و همکاران (۲۰۲۳) هم‌راستا می‌باشد.

در بخش پیامدها که در واقع هدف نهایی پژوهش است، وظیفه اصلی مدیریت اتحاد راهبردی، ایجاد هماهنگی و نظارت بر فعالیت‌های اتحاد با هدف خلق ارزش یا همان توسعه ورزش همگانی است و این اتحاد مدیریت شامل روال‌ها، سیستم‌ها و رویه‌های سازمانی و بین‌سازمانی به منظور ایجاد وضعیت بهینه برای توسعه ورزش همگانی است و برای این منظور به نظارت و ارزیابی نهادهای حاکمیتی نیاز می‌باشد. نتایج این بخش با پژوهش‌های (آقاجانی و همکاران (۱۳۹۳) و اسدپناه (۱۴۰۰) هم‌راستا می‌باشد.

در مولفه اتحاد ساختار سازمان‌های متولی باید با همکاری یکدیگر به ایجاد زیرساخت‌ها و تجهیز اماکن مورد استفاده عموم افراد جامعه اهتمام ورزند. ایستگاه‌ها و پارک‌ها و فضای سبز توسط سازمان شهرداری‌ها، اماکن و سالن‌های ورزش دانش‌آموزی و همچنین سالن‌های ورزشی احداث‌شده توسط وزارت ورزش و جوانان همگی مواردی هستند که می‌توانند به توسعه ورزش همگانی منجر شوند. نتایج این بخش با پژوهش‌های جلالی و همکاران (۱۳۹۷) و آلبرز[4] و همکاران (۲۰۱۶) هم‌راستا می‌باشد.

در مولفه اتحاد عملیاتی، منظور اصلی شرکت و همکاری نهادهای مرتبط در اجرا و انجام فرایندهای مختلف توسعه ورزش همگانی می‌باشد. به عنوان مثال، اجرای رویدادها، آموزش پرسنل و موارد مختلف دیگر همگی در فاز اجرا قرار می‌گیرند. نتایج این بخش با پژوهش‌های میری اصل و طالبی (۱۳۹۷) و آکپوتو[5] (۲۰۱۶) هم‌راستا می‌باشد. در مولفه اتحاد سیاست‌گذاری سازمان‌های درگیر باید با هماهنگی همدیگر به تدوین برنامه‌های مختلف برای توسعه ورزش همگانی بپردازند و با هماهنگی نهاد حاکمیتی برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در جهت توسعه ورزش همگانی گام بردارند. مولفه اتحاد سیاست‌گذاری با پژوهش عاشقی و همتی‌نژاد، (۱۴۰۱) و لین و دارنال[6] (۲۰۱۵) هم‌راستا می‌باشد.

[1] Pizzo
[2] Kassing & Matthews
[3] Kim
[4] Albers
[5] Akpotu
[6] Lin & Darnall

در مولفه اتحاد مالی و امکاناتی در واقع موضوع در اختیار قراردادن اماکن و تجهیزات تخصصی هر نهاد به نهاد دیگر به منظور توسعه ورزش همگانی بوده و در نظر دارد سازمان‌ها در زمان برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای مرتبط با ورزش همگانی امکانات، تجهیزات و منابع مالی خود را در اختیار سایر سازمان‌ها قرار دهند تا به اهداف اصلی این پژوهش که توسعه ورزش همگانی است کمک شود. این بخش از پژوهش با پژوهش اسدپناه (۱۴۰۰)، عاشقی و همتی‌نژاد (۱۴۰۱) و پیت[1] و همکاران (۲۰۱۱) هم‌راستا می‌باشد.

در پایان پیشنهاد می‌شود نهادهای حاکمیتی با سیاست‌گذاری‌های مجدد با توجه به ماهیت ورزش همگانی که موجب سلامتی افراد جامعه می‌شود و با جلوگیری از موازی‌کاری‌های سازمان‌های مسئول با صدور احکام حکومتی این سازمان‌ها را به همکاری با یکدیگر به منظور توسعه ورزش همگانی سوق دهند و سازمان‌های موثر در توسعه ورزش همگانی با برنامه‌ریزی راهبردی به همکاری با یکدیگر بپردازند تا موجب افزایش مشارکت در ورزش همگانی و به تبع آن افزایش سلامت عمومی جامعه شوند.

منابع

- آذری، بینا؛ سیدعامری، میرحسن و محرم‌زاده، مهرداد. (۱۳۹۶). «**ارتباط بین توانمندسازی روانشناختی با یادگیری سازمانی در ادارت ورزش و جوانان استان کرمانشاه**». پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. ۹ (۱)، صص ۶۷-۷۷.
- آزادارمکی، تقی. (۱۳۸۶). **ضرورت اتحاد ساختاری. همایش اتحاد ملی، سیاست‌ها، راهبردها**. تهران
- آقاجانی، طهمورث؛ رضازاده، آرش و شوقی، بهزاد. (۱۳۹۳). «**بررسی تاثیر اتحاد راهبردی بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: اتحاد بین نورد آلومنیوم اراک و آلومنیوم پارس)**». پژوهش‌های مدیریت راهبردی. ۲۰ (۵۵)، صص ۹-۳۴.
- التیامی‌نیا، رضا و محمدی عزیزآبادی، مهدی. (۱۳۹۴). «**نقش تبعی و تسریع‌کننده ورزش در فراهم کردن شرایط صلح در بین دولت‌ها**». تحقیقات سیاسی و بین‌المللی. ۷ (۲۲)، صص ۱۴۹-۱۷۹.
- اندام، رضا؛ حمیدی، مهرزاد و تسلیمی، زهرا. (۱۳۹۱). «**مدیریت داوطلبان در ورزش (مطالعه موردی: سازمان ورزش شهرداری تهران)**». پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. ۲ (۳)، صص ۹۳-۱۰۳.
- بخش چناری، امین‌رضا؛ عیدی، حسین و عباسی، همایون. (۱۳۹۴). «**تحلیل ارتباط فراموشی سازمانی و چابکی سازمانی با عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان)**». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۲ (۵)، صص ۱۱-۲۰.
- پارساجو، علی؛ جوادی‌پور، محمد و زارعیان، حسین. (۱۴۰۰). «**پیامد مشارکت اجتماعی در ورزش همگانی ایران**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۲۰ (۵۲)، صص ۵۹-۸۰.
- پارساجو، علی؛ جوادی‌پور، محمد و زارعیان، حسین. (۱۳۹۷). «تعیین راهبردهای مشارکت اجتماعی در ورزش همگانی ایران». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. ۸ (۱۶)، صص ۱۳-۲۸.
- پزشکی، غلام حسین و نیکویی، آمنه. (۱۳۹۵). «**بررسی و مقایسه انگیزه مشارکت ورزشی زنان و مردان در ورزش‌های همگانی و فعالیت‌های بدنی (مطالعه موردی: شهرستان تبریز)**». دومین کنفرانس بین‌المللی یافته‌های نوین علوم و تکنولوژی. تبریز.
- پیله‌ور موخر، الهام؛ حمیدی، مهرزاد؛ هنری، حبیب و خبیری، محمد. (۱۳۹۷). «**طراحی و تبیین مدل داوطلبی در ورزش دانش‌آموزی ایران**». مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۶ (۱)، صص ۱-۱۵.
- تی‌جی‌مکس، برایان؛ پیین، وس و برگرس، کوین. (۱۳۹۷). **مدیریت اتحادهای راهبردی**. نیما گروسی مختارزاده، مهدی اوجاقلو و شیوا ابن یامینی. چاپ دوم. تهران: انتشارات دانشگاه تهران

[1] Pitt

- جلالی، سیدحسین؛ حسن قلی‌پور، طهمورث؛ حیدری، علی و اعرابی، سیدمحمد. (۱۳۹۷). «**مطالعه رابطه الگوی ساختاری اتحادهای راهبردی بر عملکرد اتحاد: با رویکرد فراترکیب**». علوم مدیریت ایران. ۱۳ (۵۲)، صص ۱۱۱-۱۳۲.
- جوادی‌پور، محمد؛ اتقیاء، ناهید؛ رهبری، سمیه و طایفی، حلیمه. (۱۳۹۸) «**بررسی عوامل موثر بر فرایند سیاست‌گذاری نظام ورزش همگانی ایران**». مدیریت و توسعه ورزش. ۸ (۱)، صص ۱۱۹-۱۳۹.
- جوادی‌پور، محمد؛ روحی‌دهکردی، میترا؛ رهبری، سمیه . طایفی، حلیمه. (۱۳۹۷). «**آسیب‌شناسی فرایند موجود سیاست‌گذاری در ورزش همگانی ایران و ارائه الگو**». مطالعات مدیریت ورزشی. ۵۲ (۶)، صص ۱۷-۴۲.
- چایلد، جان؛ فالکنر، دیوید . تالمن، استفن. (۱۳۹۷). **راهبرد همکاری (مدیریت شبکه‌ها، اتحادها و سرمایه‌گذاری‌های مشترک)**. نیما گروسی مختارزاده، ابوالفضل کیانی بختیاری، محمد حاجعلی و مهدی اوجاقلو. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی
- حسینی، تهمینه؛ حیدری‌نژاد، صدیقه و ازمشا، طاهره. (۱۳۹۷). «**نقش انگیزه‌ها بر میزان مشارکت سالمندان در ورزش همگانی**». پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۸ (۱۶)، صص ۱۰۳-۱۱۱.
- خلیل‌زاده کوچمشکی، منصور؛ تجاری، فرشاد و سجادی هزاره، سیدحمید. (۱۴۰۰). «**تاثیر عشق به ورزش بر رضایت‌مندی (مطالعه موردی: داوطلبان رویدادهای ورزشی)**». مطالعات روان‌شناسی ورزشی. ۱۰ (۳۶)، صص ۴۵-۶۰.
- خورشیدی، ابوالفضل. (۱۳۸۴). **بررسی وضعیت ورزش همگانی کشور**. درج شده در سایت مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- دانایی‌فرد، حسن و اسلامی، آذر. (۱۳۸۹). **کاربرد نظریه داده بنیاد در عمل؛ ساخت نظریه بی‌تفاوتی سازمانی**. چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق
- دیزانی مکتبی، فرناز؛ نیک‌بخش، رضا؛ فراهانی، ابوالفضل و صفانیا، علی محمد. (۱۴۰۰). «**ارائه سناریوهای محتمل در آینده نظام مدیریت و رهبری استعداد منابع انسانی سازمان ورزش شهرداری**». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۸ (۲)، صص ۶۳-۷۸.
- دی‌من، پیتر. (۱۴۰۰). **پیمان‌های راهبردی (راهنمایی برای همکاری‌های موفقیت‌آمیز)**. بهمن حاجی‌پور، سلمان عیوضی‌نژاد و علی پریشانی. تهران: انتشارات اندیشه احسان
- رمضانی‌نژاد، رحیم؛ رحمانی‌نیا، فرهاد و تقوی‌تکیار، سیدامیر. (۱۳۸۸). «**بررسی انگیزه‌های شرکت‌کنندگان در ورزش‌های همگانی در فضاهای روباز**». مدیریت ورزشی (حرکت). (۲)، صص ۵-۱۹.
- رمضانی‌نژاد، رحیم؛ عیدی، حسین؛ هژبری، کاضم و ریحانی، محمد. (۱۳۹۴). **مدیریت ورزش نخبه (تجارب کشورهای موفق)**. آمل: انتشارات شمال پایدار
- سازمان تربیت‌بدنی ج.ا.ا. (۱۳۸۳). **مطالعات تفصیلی توسعه ورزش همگانی و تفریحی**. تهران: انتشارات سیب سبز
- سان‌تزو. (۱۴۰۱). **هنر جنگ**. حسن حبیبی. تهران: انتشارات نگارش
- **سند راهبردی توسعه نظام جامع تربیت‌بدنی و ورزش کشور**. مصوب جلسه مورخ ۱۳۸۲/۰۶/۰۹ هیات محترم وزیران.
- سوادی، مهدی و احمدی، سیروس. (۱۳۹۷). «**تاثیر فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی در وزارت ورزش و جوانان**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۷ (۳۹)، صص ۱۲۳-۱۳۹.
- شاه‌رضایی، فاطمه و شیرزادی، رضا. (۱۳۹۵). «**نقش ورزش در گسترش مناسبات بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۲-۱۳۷۶)**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۵ (۳۲)، صص ۱-۳۶.
- شعبانی، عباس و رضایی‌صوفی، مرتضی. (۱۳۹۳). «**تحلیل محیطی ورزش همگانی ایران**». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۱ (۴)، صص ۲۵-۳۴.
- شهریاری، بهمن؛ خدایاری، عباس و زارعی، علی. (۱۴۰۰). «**تدوین مدل معادلات ساختاری رابطه علی اتحاد راهبردی، انعطاف‌پذیری منابع انسانی و منابع تعارض سازمانی با مزیت‌های رقابتی در صنعت تولیدات ورزشی**». علوم ورزشی. ۱۳ (۴۲)، صص ۸۶-۱۰۳.
- شهریاری، بهمن؛ همتی‌نژاد، مهرعلی و ملک اخلاق، اسماعیل. (۱۳۹۴). «**شناسایی اتحادهای راهبردی در توسعه گردشگری ورزشی استان‌های شمالی ایران**». مطالعات مدیریت ورزشی. ۳۰ (۲)، صص ۵۵-۷۰.

- عاشقی، بهنام؛ بیگ‌محمدی، طوبی و همتی‌نژاد، محمد. (۱۴۰۳). «**شناسایی ذهنیت خبرگان در خصوص توسعه فرهنگ ورزش همگانی بانوان**». پژوهش در ورزش زنان. (چاپ آنلاین).
- عاشقی، بهنام؛ نظریان، علی؛ اسکندری‌پور، مجتبی و منصوری، فرزاد. (۱۴۰۱). «**شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر بر گرایش جامعه به ورزش همگانی از طریق رسانه‌ها**». پژوهش‌های ارتباطی. ۲۹ (۱۱۲): ۱۳۵-۱۵۵. doi: 10.22082/cr.2022.555306.2362
- عاشقی، بهنام و همتی‌نژاد، مهرعلی. (۱۴۰۱). «**مروری بر پژوهش‌های اتحاد راهبردی در ورزش با نگاهی بر مدیریت اوقات فراغت**». هفتمین همایش ملی مطالعات ورزشی و سلامت در جهان اسلام. خرداد ۱۴۰۱ موسسه آموزش عالی ادیب مازندران.
- عمادی، سمیه؛ امیرحسینی، سیداحسان و حمیدی، مهرزاد. (۱۳۹۹). «**طراحی و تدوین برنامه راهبردی نظام مدیریت منابع انسانی در وزارت ورزش و جوانان**». رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ۱۱(۲)، صص ۱-۲۶.
- غفرانی، محسن. (۱۳۸۷). «**طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش قهرمانی و همگانی استان سیستان و بلوچستان**». رساله دکتری، دانشکده تربیت‌بدنی، دانشگاه تهران.
- غفوری، فرزاد. (۱۳۹۹). «**سیاست‌گذاری در ورزش همگانی؛ شناسایی فرآیندهای موجود و ارائه الگوی جدید سیاست‌گذاری**». طرح پژوهشی: پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، وزارت علوم تحقیقات و فناوری.
- غفوری، فرزاد؛ معمارزاده، محمد سعید و علوی، سلمان. (۱۳۹۸). «**تعیین سهم و نقش دستگاه‌های اجرایی در توسعه ورزش همگانی**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۸ (۱)، صص ۱۱-۳۲.
- فزونخواه، پژمان؛ شهبازی، معصومه و منظمی، امیرحسین. (۱۴۰۰). «**آسیب‌شناسی راهبردی توسعه ورزش همگانی ازدیدگاه متخصصان**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۱۰ (۲)، صص ۱۰۱-۱۱۰.
- قره‌چه، منیژه؛ حاجی‌کریمی، عباسعلی؛ خدادادحسینی، سیدحمید و مکی‌زاده، وحید. (۱۳۹۴). «**تبیین الگوی عملکرد اتحادهای راهبردی: رویکرد مبتنی بر قابلیت‌ها**». چشم‌انداز مدیریت بازرگانی. ۱۴ (۱)، صص ۱۳-۲۸.
- کشاورز، لقمان. (۱۳۹۹). «**تدوین مدل حکمرانی ورزش همگانی ایران**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۹ (۵۰)، صص ۱۳۱-۱۴۸.
- گرنت، رابرت. (۱۴۰۱). **مدیریت راهبردی با رویکرد امروزی**. آرش خلیلی نصر. ویرایش هشتم. تهران: انتشارات آریانا قلم
- گوهررستمی، حمیدرضا؛ کوزه‌چیان، هاشم؛ امیری، مجتبی و هنری، حبیب. (۱۳۹۲). «**طراحی الگوی ذینفع‌مداری وزارت ورزش و جوانان با تاکید بر مشروعیت سازمانی**». مدیریت و توسعه ورزش. ۲ (۲)، صص ۱-۱۷.
- مرادی، محمد؛ رضایی‌صوفی، مرتضی و قاسمی، حمید. (۱۴۰۰). «**شناسایی عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش همگانی نیروی انتظامی از طریق ارتباطات بازاریابی یکپارچه**». مطالعات مدیریت بر آموزش انتظامی. ۱۴ (۵۵)، صص ۷۳-۱۰۶.
- مشتاقی، مهتاب؛ قاسمی، حمید و راسخ، نازنین. (۱۴۰۱). «**نقش رسانه‌های جمعی در توسعه سلامت از طریق ورزش همگانی**». فرهنگ و ارتقای سلامت. ۶ (۱)، صص ۹۶-۱۰۱.
- میرصفیان، حمیدرضا؛ فریدونی، مسعود و کلاته سیفری، معصومه. (۱۳۹۷). «**ارائه مدلی از اثر کیفیت تعاملات سازمانی و پذیرش اجتماعی بر وفاداری داوطلبان ورزشی در ادارات تربیت‌بدنی دانشگاه‌های آموزش عالی کشور**». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۵ (۳)، صص ۴۳-۵۴.
- میری‌اصل، حمیده و طالبی، کامبیز. (۱۳۹۷). «**ارائه الگوی کارکردهای اتحاد راهبردی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط**». فرآیند مدیریت و توسعه. ۳۱ (۴)، صص ۱۶۵-۱۸۸.
- ندایی، طاهره و شریفی، راضیه. (۱۴۰۱). «**رابطه انگیزه مشارکت در ورزش‌های همگانی و اضطراب اجتماعی اندام با مشارکت ورزشی دانشجویان دختر دانشگاه‌های شهرستان خوانسار**». جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان). ۳۳ (۴)، صص ۷۳-۹۴.

- نظری، رسول و قوامی کومله، فاطمه. (۱۳۹۶). «**تأثیر اعتبار برند بر راهبرد اتّحاد برند به منظور ارتقای جایگاه راهبردی برند (مطالعه موردی: باشگاه سپاهان اصفهان)**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۶ (۱)، صص ۶۱-۷۱.
- نظری، سمیه؛ رضوی، سیدمحمدحسین؛ امیرنژاد، سعید و رضایان قیه‌باشی، احد. (۱۳۹۹). «**سناریوهای ورزش همگانی ایران در افق ۱۴۱۲**». آینده‌پژوهی ایران. ۵ (۲)، صص ۳۰۹-۳۳۳.
- نظریان، علی؛ همتی‌نژاد مهرعلی و بنار، نوشین. (۱۳۹۹). «**ارائه چارچوب تحلیل سیستماتیک فرایند تولید تا مصرف کالاهای ورزشی ایرانی**». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۲ (۶۰)، صص ۱۲۵-۱۵۰.
- وقار کردآبادی، محمدصادق. (۱۳۹۶). «**بررسی میزان توسعه‌یافتگی بدمینتون در ایران**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه گیلان.
- Akbari, P., Karimi, A., & Aeini, I. (2023). **"Analyzing the Effect of Structural Differentiation and Inter-Organizational Relations on Organizational Ambidexterity with an Emphasis on the Mediating Role of Organizational Platform in Order to Increase Organizational Performance (Case Study: General Directorate of Sports and Youth of Ilam Province)".** Innovation Management & Operational Strategies, 4 (3).
- Akpotu, C. (2016). **"Strategic alliance and operational sustainability in the Nigerian banking sector".** Review of Social Sciences, 1(8), 44-50.
- Albers, S., Wohlgezogen, F., & Zajac, E. J. (2016). **"Strategic alliance structures: An organization design perspective".** Journal of Management, 42(3), 582-614.
- Arino, A., J. de la Tore, P.S. Ring. (2001). **"Relational quality: Managing trust in corporate alliances".** California Management Review, 44: 109-131.
- Chadwick, S., Burton, N., Widdop, P., & Bond, A. J. (2023). **"Networks, strategy and sport: the case of City Football Group".** Journal of Strategy and Management.
- Dai, J., & Menhas, R. (2020). **"Sustainable development goals, sports and physical activity: the localization of health-related sustainable development goals through sports in China: a narrative review".** Risk management and healthcare policy, 1419-1430.
- Flegr, S., & Schmidt, S. L. (2022). **"Strategic management in eSports–a systematic review of the literature".** Sport Management Review, 25(4), 631-655.
- Gomes, E., Barnes, B.R., and Mahmood T. (2016). **"A 22-year review of strategic alliance in the leading management journals".** International Business Review, 25, pp. 15-27.
- Hidzir, A. D., Lamat, S. A., Dahlan, N. D., A Rahman, M. W., & Bakri, N. H. S. (2021). **"Motivation factors to involve in sports volunteer among students: the case of University of Malaya (UM)".** Journal of Academia, 9: 56-65.
- Hylton, Kevin., Bramham, Peter. (2008). **SPORTS DEVELOPMENT Policy, process and practice.** Published: Routledge.
- Jariono, G., & Subekti, N. (2020). **"Sports Motivation Survey and Physical Activity Students of Sport Education Teacher Training and Education Faculty FKIP Muhammadiyah University Surakarta".** Kinestetik: Jurnal Ilmiah Pendidikan Jasmani, 4(2), 86-95.
- Kassing, J. W., & Matthews, R. (2016). **"Sport and organizational communication".** In Defining sport communication :151-163. Routledge.
- Kim, D., Kim, A., Kim, J., & Ko, Y. J. (2022). **"Symbiotic relationship between sport media consumption and spectatorship: the role of flow experience and hedonic need fulfillment".** Journal of Global Sport Management, 7(1), 112-134.
- Li, A., Ren, Y., Chen, B., & Liu, H. (2021). **"The development of public sports service system in central and western regions from the perspective of national health strategy".** Revista Brasileira de Medicina do Esporte, 27, 76-79.
- Lin, H., & Darnall, N. (2015). **"Strategic alliance formation and structural configuration".** Journal of business ethics, 127, 549-564.
- Mamédio, D., Rocha, C., Szczepanik, D., & Kato, H. (2019). **"Strategic alliances and dynamic capabilities: A systematic review".** Journal of Strategy and Management, 12(1), 83-102.
- Miller, J. J., Martinez, J. M., & Stoll, J. A. (2024). **"Conducting a special small-scale sporting event: what motivates people to volunteer in a small city?"** Managing Sport and Leisure, 29 (1): 1-16.

- Mukanova, K., Hautbois, C., & Desbordes, M. (2024). **"Organizational Learning Diffusion Processes in Multiple Host Alliances: A Multiple Case Study of 11 Co-hosted Events".** Event Management.
- Öktem, T., & Çingöz, Y. E. (2023). **"The effect of motivation to participate in sports on happiness level in university students".** Education Quarterly Reviews, 6 (1): 98-116.
- Özdemir, K. (2021). **"The Effect of Motivation on Students Studying in Sports Departments".** International Education Studies, 14(3), 72-81.
- Parker, P. C., Goegan, L. D., & Daniels, L. M. (2024). **"An exploratory mixed method study on student-athletes' motivation for assessment in sport and academic settings".** Cogent Education, 11 (1), 2298613.
- Pizzo, A. D., Kunkel, T., Jones, G. J., Baker, B. J., & Funk, D. C. (2022). **"The strategic advantage of mature-stage firms: Digitalization and the diversification of professional sport into esports".** Journal of Business Research, 139, 257-266.
- Porter, M.E., Kramer, M.R. (2006). **"Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility".** Harvad Business Review, December, 78-90.
- Ren, P., & Liu, Z. (2021). **"Efficiency Evaluation of China's Public Sports Services: A Three-Stage DEA Model".** International Journal of Environmental Research and Public Health, 18 (20), 10597. https://doi.org/10.3390/ijerph182010597.
- Shomurodovich, K. T. (2021). **"Theoretical and practical properties of public sports development of students and youths".** ResearchJet Journal of Analysis and Inventions, 2 (04): 338-347.
- Skinner, J., Edwards, A., & Corbett, B. (2014). **Research methods for sport management.** Routledge
- Steinacker, J. M., Van Mechelen, W., Bloch, W., Börjesson, M., Casasco, M., Wolfarth, B., ... & Pitsiladis, Y. P. (2023). **"Global alliance for the promotion of physical activity: the Hamburg declaration".** BMJ Open Sport & Exercise Medicine, 9(3), e001626
- Teixeira, M. C., Banza, T., Almeida, N., & Sesinando, A. (2023). **"Sport mega-events, volunteer motivation, and self-assessment: reasons and expectations for participating in the Rio 2016 Olympic Games".** Journal of Physical Education and Sport, 23 (5): 1221-1236.
- Willis, J., & Barnes, M. (2024). **"Exploring the Link between Interorganizational Relationships and Organizational Capacity in a Youth Baseball Network".** International Journal of Sport & Society, 15 (1).

۱۱

طراحی الگوی دوسوتوانی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران

سجاد طیبی[۱]
جمشید همتی مرادآبادی[۲]
ولی نوذری[۳]

10.22034/ssys.2022.2193.2567

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۲/۱۱

هدف از این پژوهش، طراحی الگوی دوسوتوانی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران بود که به روش آمیخته (ترکیبی) کیفی و کمی انجام شد. جامعه آماری در بخش کیفی شامل تمامی خبرگان مدیریت ورزشی در دانشگاه‌ها و سازمان ورزش و جوانان و در بخش کمی شامل تمامی کارکنان وزارت ورزش و جوانان به تعداد ۹۰۱ نفر در سال ۱۳۹۹ بود که در بخش کیفی تعداد ۱۵ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند و در بخش کمی تعداد ۲۶۹ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب و وارد مطالعه شدند. برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه محقق‌ساخته متشکل از ۱۴ مقوله و ۴۲ گویه در طیف پنج درجه‌ای لیکرت استفاده گردید. داده‌ها با استفاده از تکنیک دلفی و بر اساس کدگذاری باز و ثانویه از طریق نرم‌افزارهای SPSS22 و PLS3 تحلیل شد.

نتایج نشان داد سازمان دوسوتوان در وزارت ورزش در بردارنده دو بعد نوآوری اکتشافی و نوآوری بهره‌بردارانه بود. همچنین دوسوتوانی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان شامل ۱۴ مقوله و مدل طراحی‌شده برای دوسوتوانی سازمانی از برازش مناسبی برخوردار بود. بر اساس نتایج یافته‌های پژوهش می‌توان گفت الگوی تدوین‌شده بر مبنای نظر کارشناسان و افراد صاحب‌نظر می‌تواند در دوسوتوانی سازمانی وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران اثرات مثبتی داشته باشد.

واژگان کلیدی: طراحی الگو، دوسوتوانی سازمانی و وزارت ورزش و جوانان.

---

[۱]. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران

[۲]. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، واحد بهبهان، دانشگاه آزاد اسلامی، بهبهان، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Jamhem@yahoo.com

[۳]. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، واحد ارسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، ارسنجان، ایران

مقدمه

ارزیابی عملکرد و موفقیت سازمان‌ها[1] در تصمیم‌گیری‌های راهبردی و جهت‌گیری‌های آینده ورزش هر کشور بسیار ضروری است. برای سنجش موفقیت و ارزیابی عملکرد سازمان‌ها، معیارهایی وجود دارد که برخی از مهم‌ترین آن‌ها کارآیی و اثربخشی است. اغلب، این واژه‌ها نامناسب به کار گرفته شده یا با هم اشتباه می‌شوند. به اعتقاد محققان، اثربخشی سازمان با میزان تحقق اهداف شناخته و اندازه‌گیری می‌شود، در حالی‌که کارآیی مفهوم بسیار محدودی دارد و به کارکرد درونی سازمان مرتبط است (بوشهری و همکاران، ۱۳۹۶). آنچه که در سیستم ورزش مشخص است، علاقه شدید به موفقیت و تمایل محققان و سیاست‌گذاران برای بررسی و تشریح این موفقیت‌ها به‌خصوص در رویدادهایی مانند بازی‌های المپیک و بازی‌های آسیایی است. با توجه به این‌که تشریح موفقیت ورزشی و یافتن دلایل موفقیت، خود پیش‌نیاز و زمینه‌ساز موفقیت‌های آتی است، اهمیت نگاه به این مسئله کاملاً ملموس است (ابراهیم‌پور ازبری و شعبانی مژدهی، ۱۳۹۶). در فضای به شدت رقابتی امروز تنها سازمان‌ها با عملکرد برتر به اهداف خود دست می‌یابند (لیلیانا و آدریان[2]، ۲۰۱۳). از سوی دیگر، امروزه با توجه به توسعه و رقابت شدید میان سازمان‌ها، موفقیت نهایی و حتی گاهی بقای سازمانی به توانایی سازمان در استفاده از قابلیت دوسوتوانی سازمانی[3] می‌باشد تا بتواند نوعی مزیت رقابتی را خلق کنند. سازمان‌های مختلف باید به اندازه کافی انعطاف‌پذیر باشند تا هم تهدیدات غیرقابل پیش‌بینی و هم فرصت‌های موجود در آینده نامطمئن و محیط بی‌ثبات را مدیریت کنند (پورعابدی و غفاری، ۱۳۹۶).

سازمان دوسوتوان، به سازمانی گفته می‌شود که علاوه بر توانایی تمرکز بر مسئولیت‌های فعلی (بهره‌برداری[4]) به خوبی از فرصت‌های آینده (اکتشاف[5]) برای بقای خود استفاده نمایند. برای محققان، اکتشاف و بهره‌برداری اساساً دو فعالیت سازمانی مجزا می‌باشد که باید به صورت کاملاً همزمان پیگیری شود تا به مزیت رقابتی و بقای طولانی مدت دست یابند. تعداد زیادی از تحقیقات از بهره‌برداری و اکتشاف به عنوان فعالیت‌های متعامد که متقابلاً اثر مثبتی دارند، الگو گرفته‌اند (شنگ[6]، ۲۰۱۷). از نگاه متخصصان، نوآوری تدریجی (که برای تأمین نیازهای مشتریان موجود طراحی شده‌اند) را به عنوان «بهره‌برداری» و نوآوری‌های بنیادی (که برای پاسخگویی به نیازهای مشتریان نوظهور طراحی شده‌اند) را به عنوان «اکتشاف» توصیف می‌شود. توسعه همزمان اکتشاف و بهره‌برداری یک عامل اصلی در بقا و موفقیت سیستم است. بر

[1] Sports Organizations
[2] Liliana & Adrian
[3] Organizational Ambidexterity
[4] Operation
[5] Exploration
[6] Sheng

این اساس، دوسوتوانی زمینه‌ای باید محرک کلیدی عملکرد منابع انسانی سازمان‌ها در بلندمدت باشد. به علاوه، برخی پژوهش‌ها نقش افراد به عنوان عامل‌های مهم یادگیری دوسوتوان و ایفای نقش مهم مدیریت افراد در تسهیل یادگیری سازمانی را بررسی کردند (لو و همکاران[1]، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر، در بازارهای پیچیده امروزی، لازمه بقای سازمان‌ها، ترکیبی از کارایی و قابلیت‌های راهبردی نوآورانه است. این دسته از سازمان‌ها را به اصطلاح «سازمان‌های دوسوتوان» می‌نامند؛ یعنی این که برای دستیابی به عملکرد برتر و مزایای رقابتی پایدار، به صورت همزمان اقدام به فعالیت‌های اکتشافی و بهره‌بردارنه می‌کنند (جانسن و همکاران[2]، ۲۰۱۲). با این وجود، لازمه ایجاد این نوع قابلیت‌ها، فرآیندهای پیچیده و سازو کارهای خاص خود است. پژوهش‌ها در زمینه دوسوتوانی در چهار محور انجام شده است. محور نخست، درک مفهوم دوسوتوانی سازمانی (ابعاد و معانی مختلف آن) می‌باشد. دومین محور، سنجش پیامدهای دوسوتوانی سازمانی (مانند تأثیر دوسوتوانی بر عملکرد سازمان) است. سومین محور، بررسی عوامل تعدیل‌گر بین دوسوتوانی سازمانی و عملکرد سازمان می‌باشد. چهارمین محور بر تعیین‌کننده‌های دوسوتوانی سازمانی تمرکز دارد (کاستاپولوس و همکاران[3]، ۲۰۱۵).

بدیهی است در این میان نقش مدیریت سازمان‌ها بسیار برجسته و بااهمیت خواهد بود؛ بطوری که سازمان‌هایی می‌توانند به سمت دوسوتوانی حرکت نمایند که ضمن توجه به مقوله‌های بهره‌برداری و اکتشاف، شاخص‌ها و معیارهای علمی را برای انتخاب مدیران در نظر بگیرند. از جمله این معیارها می‌توان به خلاقیت[4] و نوآوری[5] اشاره نمود. اگر چه برخی مطالعات مدیریت منابع انسانی به بررسی رابطه مدیریت منابع انسانی و دوسوتوانی سازمانی پرداخته‌اند، دانسته‌های اندکی در مورد تأثیر سیستم‌های مدیریت منابع انسانی بر دوسوتوانی در سازمان‌های ورزشی وجود دارد (هان و همکاران[6]، ۲۰۲۱). صاحب‌نظران حوزه دوسوتوانی اعتقاد دارند که پژوهش‌های انجام‌شده تنها برخی از عوامل تأثیرگذار بر دوسوتوانی سازمانی (مثل طراحی سازمان، مدیریت راهبردی و نظریه رهبری) را بررسی کردند. شناسایی عوامل مؤثر در طراحی مدل دوسوتوانی سازمانی نیازمند مطالعات عمیق و متعدد است (برکینشا و گوپتا[7]، ۲۰۱۳). در اقتصاد دانشی، انعطاف‌پذیری، دارایی نامشهودی است که به یکی از موضوعات مهم در نظریه‌ها و سیاست‌های حوزه سازمان و مدیریت تبدیل شده است. مهندسی مجدد فرایندها، توانمندسازی کارکنان، حرکت به سوی سازمان‌های مجازی، افزایش توانایی پاسخگویی مؤثر به نیازهای مشتریان و تحلیل بازار به منظور ارائه پاسخ اثرگذار به

[1] Lo & et al.
[2] Jansen & et al.
[3] Kostopoulos & et al.
[4] Creativity
[5] Innovation
[6] Han et al.
[7] Birkinshaw & Gupta

تغییرات، از جمله فعالیت‌هایی است که در این راستا انجام می‌گیرد. دستیابی سازمان‌ها به اهداف متعالی، به مهارت‌ها و رفتارهای بهینه نیروی انسانی و کارکردهای کارآمد مدیریت منابع انسانی نیاز دارد که تحقق آن، مستلزم انعطاف‌پذیری منابع انسانی است (وکیلی و شهریاری، ۱۳۹۹). در واقع در محیط نامطمئن، انعطاف-پذیری منابع انسانی از طریق ایجاد مزیت رقابتی پایدار در بلندمدت، برای سازمان ارزش‌آفرین است. براساس دیدگاه مبتنی بر منابع، به نظر می‌رسد یکی از متغیرهایی که می‌تواند در فرایند تأثیرگذاری اقدامات منابع انسانی تعهدمحور بر مزیت رقابتی نقش داشته باشد، انعطاف‌پذیری سازمانی است (مهدیه و محمدی، ۱۳۹۹). استفاده از نیروی انسانی چندوظیفه‌ای و توانمند به شرکت اجازه می‌دهد تا به سرعت به تقاضاهای پیش‌بینی‌نشده و نامتعادل که ممکن است در بخش‌ها به وجود آید، پاسخ دهد. چنین انعطاف‌پذیری و عدم‌وجود اینرسی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا زمان فعالیت‌ها را کاهش دهند و در نتیجه، سرعت ارائه خدمات با کیفیت‌تر به ارباب‌رجوع و شهروندان ارتقا یابد و بر این مبنا به مزیت رقابتی دست یابند (سها و همکاران[1]، ۲۰۱۷). اما انعطاف‌پذیری و ایجاد پویایی در سازمان به‌خصوص در منابع انسانی کاری بس دشوار در عصر حاضر محسوب می‌شود؛ چرا که افراد رویکردها و ادراک‌های متفاوتی نسبت به یکدیگر و نسبت به اهداف سازمانی که در آن مشغول هستند، دارند و بر این مبنا بسته به شرایط در برابر پذیرش مسئولیت‌ها و ارتقای سطح توانمندی‌ها، از خود مقاومت نشان می‌دهند که این موضوع باعث ایجاد اینرسی سازمانی می‌شود (گیبسون و برکینشا[2]، ۲۰۱۷).

یکی از سازمان‌های مهم و تأثیرگذار در زمینه سلامت جامعه، وزارت ورزش و جوانان است. حمایت و هماهنگ‌سازی فعالیت‌های تمامی نهادهای ورزشی اعم از کمیته ملی المپیک، کمیته ملی پارالمپیک، فدراسیون‌ها، انجمن‌ها، هیئت‌ها و کمیته‌های ورزشی به‌منظور حسن اجرای وظایف، توسعه ارتباطات و حمایت از حضور نمایندگان جمهوری اسلامی ایران در مجامع ورزشی بین‌المللی و عضویت یا نمایندگی در سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی ورزشی با هماهنگی و همکاری وزارت امور خارجه، تهیه طرح آمایش سرزمینی ورزش کشور از جمله وظایف وزارت در حوزه ورزش است (حقیقی و همکاران، ۱۳۹۶). سازمان-های ورزشی مانند سایر سازمان‌ها از اجزای مختلف و روابط گوناگون بین آن‌ها تشکیل شده است که در حال کنش و واکنش با یکدیگر هستند. از این رو، مدیریت در چنین سیستمی بسیار پیچیده و غیرقابل درک خواهد بود. الگوها به محققان و مدیران کمک می‌کنند که با ساده‌سازی کل سیستم به درک بهتری از تمامیت سیستم دست یابند. با استفاده از الگوها می‌توان مسائل را بهتر طبقه‌بندی کرد و شانس یافتن پاسخ‌های صحیح را بالا برد (سای و همکاران[3]، ۲۰۱۹). در واقع سازمان‌های ورزشی کشور با کمبود روش‌های قابل قبول

[1] Saha et al.
[2] Gibson & Birkinshaw
[3] Cai et al.

برای سنجش و ارزیابی درست میزان انطباق بین چگونگی رفتار و عملکرد دوطرفه کارکنان و سازمان نسبت به هم مواجه هستند. در این الگو کوشش می‌شود برخی عناصر منفی و چالشی که در سازمان‌های ورزشی اجرایی کشور شایع هستند، مورد بررسی قرار گیرند و به گونه‌ای هماهنگ تحلیل شوند (سهرابی و سلطانی-نژاد، ۱۳۹۷). از سوی دیگر، سازمان‌های ورزشی به دلیل نوع رسالت اجتماعی و ساختاری که دارند دارای برخی تفاوت‌های مشخص با سایر سازمان‌ها هستند. از این رو نیاز به مطالعات تخصصی نیز دارند تا بتوانند به شناخت متغیرهای محیط داخلی و خارجی خود و ارتباط بین آن‌ها بپردازند. پس اولین گام می‌تواند بررسی رفتار سازمان نسبت به محیط و کارکنان و دومین گام می‌تواند بررسی رفتار کارکنان نسبت به سازمان باشد (سولیس- مولینا و همکاران[1]، ۲۰۱۸). در تحقیقی نشان داده شد یکی از علل‌های اساسی بروز پدیده-های منفی در مدیریت و عملکرد سازمان، عدم‌انطباق‌پذیری و پاسخگویی به موقع این سازمان‌ها با تغییر و تحولات محیط داخلی و خارجی است. این عدم‌انطباق‌پذیری، ریشه در سکون و بی‌تحرکی سازمانی یا به عبارتی دوسوتوانی سازمانی دارد (گلازر[2]، ۲۰۲۱). همچنین نظریان و عسکری (۱۳۹۷) در پژوهشی دریافتند هوش سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر دوسوتوانی دارد و مدیریت دانش به عنوان متغیر میانجی در رابطه با هوش سازمانی و دوسوتوانی عمل می‌کند. این یافته به آن معناست که تأکید بر هوش سازمانی و فرایند مدیریت دانش و رعایت آن از سوی سازمان‌ها می‌تواند منجر به ایجاد دوسوتوانی در کارکنان سازمان گردد.

بر اساس آنچه گفته شد و با توجه به این‌که امروزه سازمان‌های ورزشی با محدودیت‌های منابع انسانی و مالی روبرو هستند و از طرفی رقابت شدیدی که در میان سازمان‌ها وجود دارد، توجه به موضوع دوسوتوانی سازمانی نمود بیشتری پیدا می‌کند. از سوی دیگر، با توجه به تعداد بسیار زیاد مخاطبان در حوزه ورزش، کسب موفقیت‌های ورزشی در عرصه‌های ملی و بین‌المللی باید یکی از اولویت‌های وزارت ورزش و جوانان باشد. بدیهی است برای تحقق این موضوع مهم، یافته‌های پژوهشی می‌تواند نقش اساسی داشته باشد. در این راستا پژوهش در زمینه استفاده از امکانات موجود و کشف فرصت‌های جدید برای بقا، رقابت‌پذیری و تبدیل شدن به سازمانی با عملکرد برتر با یکپارچگی اعضای سازمان در وزارت ورزش و جوانان بیش از پیش احساس می‌شود. همچنین کمبود پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه، توجه جدی و مطالعه پیرامون دوسوتوانی سازمانی را دوچندان می‌کند. بنابراین این پژوهش برای پوشش خلاء موجود در جامعه انجام می‌گیرد. با توجه به مطالب بیان شده، پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی دوسوتوانی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران انجام شد.

[1] Solís-Molina et al.
[2] Glazer

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به روش آمیخته (ترکیبی) کیفی و کمی انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی خبرگان مدیریت ورزشی در دانشگاه‌ها و سازمان ورزش و جوانان در بخش کیفی و کارکنان وزارت ورزش و جوانان در بخش کمی به تعداد ۹۰۱ نفر در سال ۱۳۹۹ بود که در بخش کیفی تعداد ۱۵ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند و در بخش کمی تعداد ۲۶۹ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب و وارد مطالعه شدند. برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه محقق‌ساخته متشکل از ۱۴ مقوله و ۴۲ گویه در طیف پنج درجه‌ای لیکرت استفاده شد. بر همین اساس درباره عواملی که در تشکیل دوسوتوانی سازمانی دخالت دارند، اطلاعات لازم دریافت شد. سپس بر اساس کدگذاری باز و ثانویه، گویه‌های دوسوتوانی سازمانی مشخص و براساس آن‌ها پرسش‌نامه پاسخ بسته براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت تهیه و با ۱۰ نفر از خبرگان برای ویرایش، ادغام و یا حذف به اشتراک گذاشته شد. بعد از ۳ دور اجرای روش دلفی، توافق بین خبرگان صورت گرفت. سپس در مرحله بعد به منظور تعیین روایی صوری، ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه مربوطه توسط اساتید مدیریت ورزشی و مدیریت سازمانی دوباره بر اساس فرمول CVR مورد بررسی قرار گرفت. مطابق فرمول زیر CVR مقدار اعتبار محتوا از ۰/۶ بیشتر شد که بیانگر آن بود آزمون دارای اعتبار محتوایی است:

$$CVR = \frac{ne - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

Ne: تعداد پاسخ‌هایی که پرسش را سودمند می‌داند

N: تعداد کل پاسخ‌ها

CVR: اعتبار محتوا

بعد از مرحله کیفی، پرسش‌نامه ساخته‌شده در اختیار کارکنان وزارت ورزش و جوانان (کمی) قرار گرفت تا نسبت به تکمیل آن اقدام نمایند. قبل از اجرای این پرسش‌نامه در نمونه اصلی، ابتدا نسبت به محاسبه پایایی آن در یک نمونه مقدماتی اقدام و سپس از طریق آلفای کرونباخ ضریب مربوطه محاسبه شد. روایی محتوایی پرسش‌نامه نیز با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی مورد بررسی قرار گرفت. در این مطالعه ابتدا از شاخص‌های آمار توصیفی (جدول، نمودار، میانگین و انحراف استاندارد) برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان بهره‌گیری شد. برای تعیین روایی از آزمون CVR و برای تعیین پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. در بخش استنباطی نیز برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف و از آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری برای تأیید مدل عوامل مؤثر بر دوسوتوانی سازمانی با استفاده از نرم‌افزارهای $SPSS_{22}$ و PLS_3 بهره‌گیری شد.

یافته‌های پژوهش

تحلیل اطلاعات با استفاده از کدگذاری آزاد بر روی سطر به سطر متن مصاحبه‌ها شروع شد و پس از بررسی متن مصاحبه‌ها، معانی یکپارچه و منسجم که سازنده یک مقوله بودند از هم تفکیک و سپس این مفاهیم نامگذاری شد. کدگذاری محوری از طریق کنار هم قرار دادن کدهای اولیه به‌دست آمد. نتایج نشان داد که تعداد ۴۲ گویه از ترکیب ۱۶۹ مفهوم اولیه یا کدگذاری آزاد به‌دست آمد. در ادامه هر یک از گویه‌های مشابه و مقارن در مقوله‌ها جایدهی شد و بر اساس اشتراک مفهومی که گویه‌ها با یکدیگر داشتند، تعداد ۱۴ مقوله استخراج شد. نتایج یافته‌های توصیفی در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱: شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مربوط به مقوله‌های پژوهش

مقوله	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه	چولگی	کشیدگی
تخصص	۱۱/۷۷۳	۲/۳۱۸	۳/۰۰	۱۵/۰۰	−۱/۳۷۳	۲/۶۶۸
ویژگی شخصیتی	۱۱/۹۸۱	۲/۳۳۴	۳/۰۰	۱۵/۰۰	−۱/۶۳۳	۳/۸۰۷
انگیزه درونی	۱۰/۷۴۷	۲/۰۹۵	۴/۰۰	۱۵/۰۰	−۰/۸۵۳	۰/۹۰۸
گرایش یادگیری	۱۱/۷۷۳	۲/۳۷۶	۳/۰۰	۱۵/۰۰	−۱/۶۹۸	۱/۸۹۵
فرهنگ توانمندساز	۱۰/۵۷۶	۲/۰۱۰	۴/۰۰	۱۵/۰۰	−۰/۲۰۲	−۰/۴۵۳
تجربه	۱۲/۰۷۴	۲/۰۳۰	۳/۰۰	۱۵/۰۰	−۱/۰۹۴	۱/۹۳۶
انگیزه‌پذیری	۱۲/۳۱۶	۲/۰۱۵	۳/۰۰	۱۵/۰۰	−۱/۰۸۴	۱/۹۶۸
انگیزه بیرونی	۱۲/۱۸۲	۱/۹۱۸	۳/۰۰	۱۵/۰۰	−۱/۲۷۸	۲/۹۰۶
خودکارآمدی عمومی	۱۱/۹۵۵	۱/۵۱۰	۵/۰۰	۱۵/۰۰	−۰/۶۹۰	۱/۲۰۶
سیستم کاری با عملکرد بالا	۱۱/۰۷۴	۲/۲۱۴	۵/۰۰	۱۵/۰۰	−۰/۵۱۲	−۰/۲۶۳
اثربخشی سیستم‌های مدیریت	۱۱/۳۸۶	۲/۱۵۲	۴/۰۰	۱۵/۰۰	−۰/۶۲۹	۰/۴۹۳
رهبری متضاد	۹/۱۸۹	۲/۳۲۰	۴/۰۰	۱۵/۰۰	۰/۱۳۸	−۰/۲۰۹
فرهنگ تسهیم دانش	۹/۷۱۰	۱/۸۱۵	۶/۰۰	۱۵/۰۰	۰/۲۹۵	−۰/۰۰۱
حمایت مدیریت	۱۲/۲۹۳	۱/۶۹۱	۶/۰۰	۱۵/۰۰	−۰/۵۸۸	۰/۱۳۳

با توجه به نتایج جدول ۱ ملاحظه می‌شود میانگین متغیرهای تخصص، ویژگی شخصیتی، انگیزه درونی، گرایش یادگیری، فرهنگ توانمندساز، تجربه، انگیزه‌پذیری، انگیزه بیرونی، خودکارآمدی عمومی، سیستم کاری با عملکرد بالا، اثربخشی سیستم‌های مدیریت، رهبری متضاد، فرهنگ تسهیم دانش و حمایت مدیریت به ترتیب برابر ۱۱/۷۷۳، ۱۱/۹۸۱، ۱۰/۷۴۷، ۱۱/۷۷۳، ۱۰/۵۷۶، ۱۲/۰۷۴، ۱۲/۳۱۶، ۱۲/۱۸۲،

۱۱/۹۵۵، ۱۱/۰۷۴، ۱۱/۳۸۶، ۹/۱۸۹، ۹/۷۱۰ و ۱۲/۲۹۳ است. همچنین با توجه مقادیر چولگی و کشیدگی که در برخی از متغیرها در بازه ۲ و ۲- نیست که نشان‌دهنده نرمال نبودن توزیع داده‌هاست.

برای بررسی وضعیت نرمال بودن داده‌های جمع‌آوری‌شده از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف استفاده شد. در این آزمون، فرض صفر (H0) بیانگر این است که متغیر نرمال است و فرض مقابل (H1) بیانگر این است که متغیر نرمال نمی‌باشد. نتایج این آزمون در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: خروجی آزمون کولموگروف- اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن

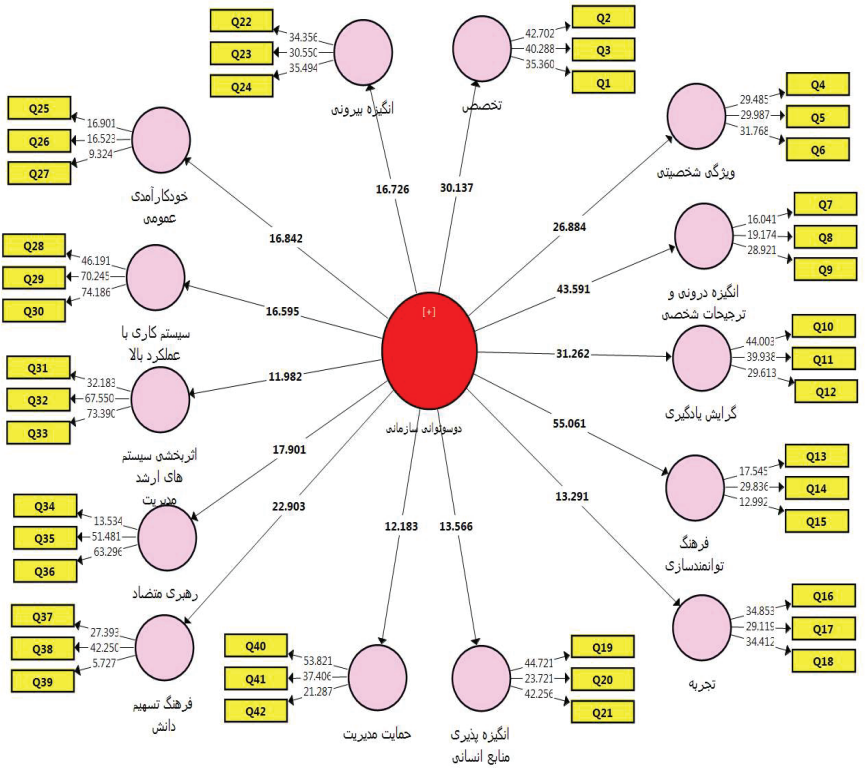
متغیر	مقدار کولموگروف- اسمیرنف	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون
تخصص	۳/۱۰۸	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
ویژگی شخصیتی	۳/۱۹۲	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
انگیزه درونی	۲/۶۴۷	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
گرایش یادگیری	۳/۱۵۴	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
فرهنگ توانمندساز	۲/۳۷۵	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
تجربه	۲/۷۷۸	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
انگیزه‌پذیری	۲/۶۳۶	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
انگیزه بیرونی	۲/۸۸۵	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
خودکارآمدی عمومی	۲/۸۴۵	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
سیستم کاری با عملکرد بالا	۲/۰۹۰	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
اثربخشی سیستم‌های مدیریت	۲/۰۵۳	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
رهبری متضاد	۱/۸۷۶	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
فرهنگ تسهیم دانش	۱/۹۲۵	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست
حمایت مدیریت	۲/۵۵۵	۰/۰۰۱	توزیع داده‌ها نرمال نیست

نتایج جدول ۲ نشان داد سطح معنی‌داری متغیرهای پژوهش کمتر از ۰/۰۵ است؛ یعنی این متغیرها نرمال نیست و فرض صفر پذیرش می‌شود. با توجه به ویژگی سوالات و همچنین نرمال‌نبودن توزیع متغیرهای پژوهش در این تحقیق از نرم‌افزار PLS جهت تحلیل داده‌ها استفاده گردید.

جدول ۳: مقادیر معیارهای برازش مدل کلی

سازه‌های پیش‌بین	سازه ملاک	ضریب مسیر (β)	مقدار t	سطح معنی‌داری	F2
اثربخشی سیستم‌های ارشد مدیریت—>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۶۶۰	۱۱/۹۸۲	۰/۰۰۱	۰/۷۷۳
انگیزه بیرونی—>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۷۵۱	۱۶/۷۲۶	۰/۰۰۱	۱/۲۹۵
انگیزه درونی و ترجیحات شخصی —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۸۳۷	۴۳/۵۹۱	۰/۰۰۱	۲/۳۳۸
انگیزه‌پذیری منابع انسانی —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۷۱۸	۱۳/۵۶۶	۰/۰۰۱	۱/۰۶۴
تجربه —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۷۱۵	۱۳/۲۹۱	۰/۰۰۱	۱/۰۴۴
تخصص —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۷۹۳	۳۰/۱۳۷	۰/۰۰۱	۱/۶۹۴
حمایت مدیریت —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۶۶۶	۱۲/۱۸۳	۰/۰۰۱	۰/۷۹۷
خودکارآمدی عمومی —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۷۴۷	۱۶/۸۴۲	۰/۰۰۱	۱/۲۶۴
رهبری متضاد —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۷۵۸	۱۷/۹۰۱	۰/۰۰۱	۱/۳۴۸
سیستم کاری با عملکرد بالا —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۷۳۴	۱۶/۵۹۵	۰/۰۰۱	۱/۱۷۱
فرهنگ تسهیم دانش —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۷۵۷	۲۲/۹۰۳	۰/۰۰۱	۱/۳۴۳
فرهنگ توانمندسازی —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۸۸۳	۵۵/۰۶۱	۰/۰۰۱	۱/۵۴۴
ویژگی شخصیتی —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۷۷۹	۲۶/۸۴۴	۰/۰۰۱	۱/۵۴۲
گرایش یادگیری —>	دوسوتوانی سازمانی	۰/۸۱۵	۳۱/۲۶۲	۰/۰۰۱	۰/۹۸۰

بررسی نتایج حاصل از مدل کلی در جدول ۳ نشان داد ضریب استاندارد سیستم‌های ارشد مدیریت (۱۱/۹۸۲ =p؛ ۰/۶۶۰ =β)، انگیزه بیرونی (۱۶/۷۲۶ =p؛ ۰/۷۵۱ =β)، انگیزه درونی و ترجیحات شخصی (۴۳/۵۹۱ =p؛ ۰/۸۳۷ =β)، انگیزه‌پذیری منابع انسانی (۱۳/۵۶۶ =p؛ ۰/۷۱۸ =β)، تجربه (۱۳/۲۹۱ =p؛ ۰/۷۱۵ =β)، تخصص (۳۰/۱۳۷ =p؛ ۰/۷۹۳ =β)، حمایت مدیریت (۱۲/۱۸۳ =p؛ ۰/۶۶۶ =β)، خودکارآمدی عمومی (۱۶/۸۴۲ =p؛ ۰/۷۴۷ =β)، رهبری متضاد (۱۷/۹۰۱ =p؛ ۰/۷۵۸ =β)، سیستم کاری با عملکرد بالا (۱۶/۵۹۵ =p؛ ۰/۷۳۴ =β)، فرهنگ تسهیم دانش (۲۲/۹۰۳ =p؛ ۰/۷۵۷ =β)، فرهنگ توانمندسازی (۵۵/۰۶۱ =p؛ ۰/۸۸۳ =β)، ویژگی شخصیتی (۲۶/۸۸۴ =p؛ ۰/۷۷۹ =β) و گرایش یادگیری با دوسوتوانی سازمانی (۳۱/۲۶۲ =p؛ ۰/۸۱۵ =β) بود.



شکل ۱: مقادیر t روابط مدل اصلی دوسوتوانی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف طراحی الگوی دوسوتوانی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران انجام شد. نتایج نشان داد سازمان دوسوتوان در وزارت ورزش در بردارنده دو بعد نوآوری اکتشافی و نوآوری بهره‌بردارانه است. نوآوری اکتشافی شامل تعقیب فرصت‌ها و کشف بازارهای جدید، شناسایی نیاز مشتری و ارائه خدمات جدید، کشف و به‌کارگیری دانش و فناوری جدید است. نوآوری بهره‌بردارانه نیز شامل اصلاح و بهبود فرآیندها و رویه های کاری، اصلاح و بهبود خدمات کنونی، خدمت‌رسانی به مشتریان کنونی و استفاده از دانش و فناوری موجود می‌باشد. این یافته پژوهش با نتایج تحقیق وکیلی و شهریاری (۱۳۹۹)، حقیقی و همکاران (۱۳۹۶) و سولیس، مولینا و همکاران (۲۰۱۸) همسوست. در همین رابطه هان و همکاران (۲۰۲۱) نوآوری تدریجی (که برای تأمین نیازهای مشتریان موجود طراحی شده‌اند) را به عنوان «بهره برداری» و نوآوری‌های بنیادی (که برای پاسخگویی به نیازهای

مشتریان نوظهور طراحی شده‌اند) را به عنوان «اکتشاف» توصیف کرده‌اند. از سوی دیگر، جانسن و همکاران (۲۰۱۲) سازمان دوسوتوان را به عنوان سازمانی تعریف می‌کنند که توانایی بهره‌برداری از شایستگی‌های موجود و همچنین کشف فرصت‌های جدید با مهارت و توان برابر دارد. به علاوه، این پژوهش نشان داد که شرایط علی که زمینه گرایش به سوی سازمان دوسوتوان را فراهم می‌کنند به دو دسته عوامل درونی (شامل مدیریت هزینه، آینده‌نگری و برنامه طرح تحول) و بیرونی (شامل پویایی محیطی، کسب مزیت رقابتی، لزوم توجه به نیازهای مشتریان و پاسخگویی سریع به آن‌ها و نیاز به تغییرات راهبردی) تقسیم می‌شوند. همچنین، سهرابی و سلطانی‌نژاد (۱۳۹۷) اذعان دارند که سازمان‌های خدماتی در مواجهه با تقاضاهای متناقض در جستجوی همزمان کارایی در مقابل انعطاف‌پذیری هستند. در تبیین این یافته می‌توان گفت با تدوین ساختارها، مقررات، روش‌ها و رویه‌های لازم در راستای متغیرهای مورد بررسی، ضروری به نظر می‌رسد پشتیبانی مالی از برنامه‌هایی که موجب ارتقای انعطاف‌پذیری سازمانی و در نهایت ایجاد دوسوتوانی در کارکنان می‌گردد، صورت پذیرد. به نظر می‌رسد افزایش سرعت سازمان در جذب افراد شایسته و صاحب دانش مورد نیاز سازمان، به‌کارگماری افراد در مشاغل تخصصی، پشتیبانی از کارکنان در برقراری مؤثر ارتباط با کارکنان و افزایش مهارت‌های آن‌ها در زمینه پیاده‌سازی دوسوتوانی در کارکنان سازمان به مدیران ورزشی کمک شایانی می‌نماید. لذا استخدام و به کارگیری افرادی که از دانش بالایی در کار برخوردارند و تمایل زیادی در انتقال آن دارند، برگزاری دوره‌های ضمن‌خدمت جهت آشنایی افراد با دانش‌های جدید در این زمینه و تکنیک‌های نوین مدیریت دانش، استفاده از پاداش‌های مالی برای تشویق کارکنان به استفاده از این تکنیک‌ها و در نهایت پرورش کارکنان دوسوتوان، همچنین ایجاد سیستم پایگاه دانش در این زمینه تا دانش ایجاد شده را ذخیره، انتقال و به اشتراک بگذارد و نیز شرکت کارکنان در کارگاه‌ها و سمینارهای آموزشی و علمی می‌تواند راهکاری‌هایی اثربخش در ایجاد سازمان‌های ورزشی دوسوتوان باشند.

در بخش دیگری از پژوهش حاضر نتایج نشان داد که مدل طراحی‌شده برای دوسوتوانی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان از برازش مناسبی برخوردار بود. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های هداوند و صادقیان (۱۳۹۶)، مرادی و همکاران (۱۳۹۴)، سیسمک و همکاران[1] (۲۰۱۷) و تایری و همکاران[2] (۲۰۱۷) همسوست. در همین زمینه مهرینا (۱۳۹۶) معتقد است در محیطی با تغییرات زیاد، سازمان‌ها نیازمند به بهره‌گیری از فرایندهایی هستند که هم کارآمدی و هم خلاقیت (و به دنبال آن نوآوری) را در آن‌ها به وجود آورد. سازمانی موفق است که بتواند به منظور بهره‌گیری کامل از–فرصت‌های کسب و کار موجود و ایجاد خدمات جدید، بین این دو خصیصه تعادل ایجاد کند. در ادبیات مدیریت برای بیان بهتر تفاوت میان این دو حالت از واژه‌های «اکتشاف» (نوآوری جهشی) و «بهره‌برداری» (نوآوری تدریجی) استفاده

[1] Simsek et al.
[2] Thierry et al.

می‌شود و سازمانی که بتواند هر دو حالت را به‌کار گیرد، «سازمان دوسوتوان» می‌نامند. تبدیل یک سازمان به سازمانی دوسوتوان بسیار مشکل است، چرا که پیگیری همزمان این دو، ممکن است باعث تناقضاتی در تخصیص منابع و بالا رفتن ریسک شکست شود. علیرغم تأکید متخصصان به این مقوله که سازمانی می‌تواند به حیات خود ادامه دهد که دوسوتوان باشد، اما بسیاری از سازمان‌ها در به‌کارگیری این روش با شکست مواجه شده‌اند. به طورکلی سازمان‌هایی که در پیاده‌سازی دوسوتوانی شکست خورده‌اند، به ظاهر نتوانسته‌اند از منابع و قابلیت‌های خود به خوبی استفاده نمایند و یا این منابع و قابلیت‌ها را در اختیار نداشته‌اند و در تأمین آن‌ها نیز به مشکل برخورده‌اند. همچنین پیرامون این موضوع خدادادی (۱۳۹۳) بیان می‌کند دوسوتوانی سازمانی را می‌توان توانایی سازمان در پیگیری همزمان بهره‌برداری از دانش موجود و کشف دانش جدید تعریف کرد. برخورداری مدیران از چنین توانایی و قابلیتی، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا به مزیت رقابتی پایدار و عملکرد برتر دست یابند و با توجه به شرایط رقابتی امروزه بتوانند به جایگاه خود در مقایسه با سایر سازمان‌ها پی ببرند. بنابراین با ایجاد یک زمینه دوسوتوانی در سازمان از طریق مجموعه‌ای از فرایندها، سیستم‌ها و ساختارهای دوگانه، سازمان‌ها از توانایی لازم برای مواجه با تغییرات محیطی برخوردار می‌شوند. در واقع، سازمان‌های دوسوتوان در مقایسه با سایر سازمان‌ها خود را با تغییرات محیط پویا وفق می‌دهند. پرواضح است که مهم‌ترین دستاورد دوسوتوانی برای هر سازمانی بهبود و ارتقای عملکرد می‌باشد که لازمه بقای آن‌ها در یک محیط رقابتی است.

در تبیین این یافته می‌توان گفت به وجود آمدن بازارهای رقابتی و نیاز به رشد بشر و توسعه در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی موجب توجه خاص جوامع به‌ویژه مدیران به عملکرد سازمان‌ها شده است. بسیاری از سازمان‌های تازه‌تاسیس بعد از مدتی شکست خورده، از بین می‌روند. متوسط عمر بزرگ‌ترین سازمان‌های دنیا نیز بسیار پایین است. امروزه با توجه به توسعه و تنوع محصولات سازمان‌ها و نیز رقابت شدید میان آن‌ها، سازمان‌ها در معرض تحول و دگرگونی بوده، موفقیت نهایی و حتی گاهی بقای سازمان‌ها به توانایی سازمان در استفاده از قابلیت‌های موجود و کشف فرصت‌های جدید است تا بتواند نوعی مزیت رقابتی برای سازمان خلق کند. سازمان‌های تولیدی باید به اندازه کافی انعطاف‌پذیر باشند تا هم تهدیدات غیرقابل پیش‌بینی و هم فرصت‌های موجود در آینده نامطمئن و محیط بی‌ثبات را مدیریت کنند. دوسوتوانی سازمانی برای متناسب شدن با محیط پرتلاطم کسب و کار در جهت حفظ مزیت رقابتی، یکی از چالش‌های اساسی فراروی مدیران امروز است. دستیابی و رسیدن به دوسوتوانی سازمانی پیچیده و دشوار است. از سوی دیگر، در تبیین این یافته چنین می‌توان گفت که پیاده‌سازی سازمان دوسوتوان مستلزم فراهم بودن شرایط زمینه‌ای شامل عوامل سازمانی و فردی است. عوامل سازمانی دربردارنده عوامل فرهنگی سازمانی، عوامل مدیریتی، عوامل ساختاری و منابع انسانی است. عوامل مدیریتی شامل یکپارچگی راهبردی، حمایت

مدیران ارشد، رهبری دوسوتوان (رهبرانی که با قابلیت‌های دوگانه اعم از تحولی و تبادلی یا بهره‌ور) و انسجام رفتاری در رأس سازمان است. به علاوه عوامل ساختاری شامل عدم‌تمرکز، رسمیت، ساختاردوگانه و پراکندگی جغرافیایی نیز از جمله عوامل سازمانی است که برای شکل‌گیری دوسوتوانی ضروری هستند. تحقق همزمان هر دو فعالیت اکتشاف و بهره‌برداری مستلزم ساختاری است که هر دو قابلیت (ساختار ارگانیک برای اکتشاف و ساختار مکانیکی برای بهره‌برداری) را در خود جای داده باشد. دوسوتوانی در ساختارهای سازمانی حاصل می‌شود که سازو کارهای ساختاری مناسب را برای مقابله با خواسته‌های متضاد فراهم کند. همچنین برای تحقق سازمان دوسوتوان، عوامل دیگری نیز ضروری است: ۱) فرهنگ سازمانی شامل گرایش سازمانی به کارآفرینی، فرهنگ یادگیری، تسهیم دانش و وجود فرهنگ مشارکتی؛ ۲) عوامل انسانی شامل طراحی شغل منعطف، استخدام افراد مناسب، سیستم پاداش اقتضایی، آموزش و توسعه کارکنان؛ ۳) عوامل فردی شامل کلی‌دانی، تخصص‌گرایی، مهارت‌های چندگانه، ظرفیت رفتاری کارکنان و شایستگی فردی؛ ۴) عوامل مداخله‌گری که به شکل اقتضایی (تقویت‌کننده یا محدودکننده) ظاهر می‌شوند شامل اندازه و سیاست‌های دولت، قوانین حاکم، توجه رسانه‌ها و فرهنگ ملی؛ ۵) راهبرد ائتلاف شامل اتحاد با سایر سازمان‌ها، گزینش یک فعالیت و برون‌سپاری فعالیت دیگر؛ ۶) راهبرد موازنه شامل جداسازی فضایی و زمانی، در آغوش گرفتن، موازنه هارمونیک و میانه‌روی.

بر اساس نتایج یافته‌های پژوهش می‌توان گفت الگوی تدوین‌شده بر مبنای نظر کارشناسان و افراد صاحب‌نظر می‌تواند در دوسوتوانی سازمانی وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران اثرات مثبتی داشته باشد. محدودیت‌های پژوهش حاضر بدین شرح بود: نمونه مورد مطالعه تنها خبرگان مدیریت ورزشی در دانشگاه‌ها و سازمان‌ها در بخش کیفی و کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. برای تعمیم نتایج به سایر سازمان‌ها باید جانب احتیاط را رعایت کرد. از محدودیت‌های دیگر می‌توان به محدودیت در کنترل برخی از متغیرهای مزاحم مانند ویژگی‌های روان‌شناختی آزمودنی‌ها اشاره کرد که با شیوه مطالعه این پژوهش امکان‌پذیر نبود. همچنین در نظر گرفتن قومیت و فرهنگ قومی به عنوان متغیر کنترل می‌توانست نتایج دقیق‌تری را نشان دهد. از محدودیت‌های پژوهش حاضر، مقطعی بودن آن بود. بنابراین حالات روحی روانی و وضعیت شخصی افراد در بازه تکمیل ابزارها می‌تواند بر نحوه تکمیل ابزارها اثرگذار باشد.

با توجه به محدودیت‌های اعلام‌شده، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- برای طراحی مدل دوسوتوانی در هر سازمانی از نظرات خبرگان و متخصصان همان سازمان استفاده شود.
- در پژوهش‌های بعدی متغیرهای مداخله‌گر نظیر ویژگی‌های شخصیتی آزمودنی‌ها مورد مطالعه و کنترل قرار گیرد.

—— از آنجایی که متغیرهایی نظیر قومیت و قرارگرفتن در فرهنگی خاص در بیان اظهار نظرها می‌تواند تأثیرگذار باشد، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعدی نتایج به تفکیک استان‌هایی گزارش شود که شباهت قومیتی و فرهنگی با یکدیگر دارند.

—— در پژوهش‌های بعدی اظهارنظرهای آزمودنی‌ها به فواصل مختلف دریافت شود و نتیجه‌گیری لازم از میانگین نمرات اظهارنظرهای آنان صورت گیرد.

منابع

- ابراهیم‌پور ازبری، مصطفی و شعبانی‌مژدهی، صفورا. (۱۳۹۶). «**بررسی تأثیر بازارگرایی بر عملکرد شرکت با میانجی‌گری دوسوتوانی نوآوری**». مجله پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی. سال ۷، شماره ۳، صص ۳۵-۱۹.
- بوشهری، علیرضا؛ باقری، ابوالفضل؛ طبائیان، کمال و نامور، کاوه. (۱۳۹۶). «**نقش ظرفیت جذب در ارتقای دوسوتوانی نوآوری (اکتشافی و بهره‌بردارانه)**». فصل‌نامه مدیریت توسعه فناوری. سال ۳، شماره ۴، صص ۷۷-۹۶.
- پورعابدی، محمدرضا و غفاری، علی. (۱۳۹۶). «**شناسایی و بررسی مؤلفه‌های مدیریت و رهبری دوسوتوان در سازمان‌های مبتنی بر علم و فناوری با رویکرد آمیخته**». مجله توسعه تکنولوژی صنعتی. سال ۱۵، شماره ۳۰، صص ۱۳-۲۴.
- حقیقی، محمد؛ دهقانی‌سلطانی، مهدی و فارسی‌زاده، حسین. (۱۳۹۶). «**تبیین نقش دوسوتوانی سازمانی در تأثیرگذاری فرهنگ نوآور و حافظه سازمانی بر عملکرد توسعه محصول جدید**». مجله پژوهش‌های مدیریت عمومی. سال ۱۰، شماره ۳۸، صص ۱۹۷-۲۲۳.
- خدادادی، سارا. (۱۳۹۳). «**ارائه چارچوبی برای سنجش دوسوتوانی سازمانی و ارتباط آن با عملکرد در صنایع خدماتی**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت صنعتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان.
- سهرابی، بهمن و سلطانی‌نژاد، نیما. (۱۳۹۷). «**ارائه مدل ساختاری تسهیم دانش کارکنان؛ ملاحظه نقش ویژگی‌های شخصیتی (مورد مطالعه: کارکنان ستادی اداره کل ورزش و جوانان استان تهران)**». مجله روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی. سال ۹، شماره ۳۲، صص ۱۴۹-۱۶۰.
- مرادی، محمود؛ پاکیده، کیخسرو و مدنی، فاطمه. (۱۳۹۴). «**فرهنگ‌سازمانی دوسوتوان و عملکرد: نقش حیاتی دوسوتوانی سازمانی**». مجله مدیریت فرهنگ سازمانی. سال ۱۳، شماره ۴، صص ۱۲۴۵-۱۲۶۶.
- مهدیه، امید و محمدی، پروین. (۱۳۹۹). «**تأثیر یادگیری سازمانی با نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی**». مجله مدیریت بر آموزش سازمان‌ها. سال ۹، شماره ۱، صص ۲۵۹-۲۷۸.
- مهرنیا، احمد. (۱۳۹۶). «**تأثیر آگاهی از واقعیت‌های سازمان قبل از ورود در کارایی کارکنان نهاجا جذب و استخدام داوطلبان**». مجله مدیریت نظامی. سال ۲۶، شماره ۱۱، صص ۴۱-۵۲.
- نظریان، اسدالله و عسکری، احمدرضا. (۱۳۹۷). «**طراحی مدل ارتباطی هوس سازمانی و دوسوتوانی کارکنان به نقش میانجی فرآیند مدیریت دانش در اداره کل ورزش و جوانان استان چهارمحال و بختیاری**». مجله مطالعات مدیریت رفتار سازمانی. دوره ۵، شماره ۳، صص ۶۹-۷۹.
- وکیلی، یوسف و شهریاری، سلطانعلی. (۱۳۹۹). «**تأثیر سرمایه فکری بر دوسوتوانی سازمانی؛ نقش تعدیل‌گر فرهنگ نوآورانه (مورد مطالعه: صنعت برق در کشور)**». مجله توسعه کارآفرینی. سال ۱۱، شماره ۲، صص ۳۸۱-۴۰۰.
- هداوند، سعید و صادقیان، شهره. (۱۳۹۶). «**سازه‌های اثربخش در توانافزایی کارکنان (مدیریت سرمایه انسانی)**». ماهنامه تدبیر. سال ۱۷، شماره ۶، صص ۵۴-۶۱.
- Birkinshaw, J., & Gupta, K. (2013). **"Clarifying the distinctive contribution of ambidexterity to the field of organization studies".** Academy of Management Perspectives, 27(4), 287-298.

- Jansen, J.J.P., Simsek, Z., & Cao, Q., (2012). **"Ambidexterity and performance in multiunit contexts: Cross-level moderating effects of structural and resource attributes".** Strategic Management Journal, 33(11), 1286-1303.
- Han, G., Bai, Y., & Peng, G. (2021). **"Creating team ambidexterity: The effects of leader dialectical thinking and collective team identification".** European Management Journal, 25, In Press.
- Kostopoulos, K.C., Bozionelos, N. & Syrigos, E., (2015). **"Ambidexterity and unit performance: Intellectual capital antecedents and cross-level moderating effects of human resource practices".** Human Resource Management, 54(1), 111–132.
- Liliana, M. & Adrian, S.M. (2013). **"The role of attention in the achievement of sport performance in Judo".** Procedia - Social and Behavioral Sciences, 84(1), 1242-1259.
- Simsek, Z.C., Heavey, J.F. Veiga, D. Souder. (2017). **"Winning through innovation: A practical guide to leading organizational change and renewal".** Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Solís-Molina, M., Hernández-Espallardo, M., & Rodríguez-Orejuela, A. (2018). **"Performance implications of organizational ambidexterity versus specialization in exploitation or exploration: The role of absorptive capacity".** Journal of Business Research, 91, 181-194.
- Thierry, M., Pascal, C., Philippe, Q. (2017). **"Task management skills and their deficiencies during care delivery in simulated medical emergency situation: A classification".** Journal of Intensive and Critical Care Nursing, 36(15), 471-488.
- Cai, W., Vossogh, M., Reinders, B., Toshin, D.S., & Ebadi, A.G. (2019). **"Application of quantum artificial bee colony for energy management by considering the heat and cooling storages".** Applied Thermal Engineering, 157, 1137-1342.
- Glazer, S. (2021). **"Organizational role ambiguity as a proxy for uncertainty avoidance".** International Journal of Intercultural Relations, 85, 1-12.
- Gibson, C.B., & Birkinshaw, J. (2017). **"The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity".** Academy of management journal, 47(2), 209-226.
- Lo, J.Y., Nag, R., Xu, L., Agung, S.D. (2020). **"Organizational innovation efforts in multiple emerging market categories: Exploring the interplay of opportunity, ambiguity, and socio-cognitive contexts".** Research Policy, 49(3), 103911.
- Saha, N., Gregar, A., & Sáha, P. (2017). **"Organizational agility and HRM strategy: Do they really enhance firms' competitiveness"?** International Journal of Organizational Leadership, 6, 323-334.
- Sheng, M.L. (2017). **"A dynamic capabilities-based framework of organizational sensemaking through combinative capabilities towards exploratory and exploitative product innovation in turbulent environments".** Industrial Marketing Management, 65, 28-38.

۱۲

آینده‌پژوهی پیشران‌های کلیدی موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸

محمدسامان یاوری‌راد[۱]
کورش ویسی[۲]
سمیرا علی‌آبادی[۳]

10.22034/ssys.2024.3109.3263
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۰۴
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۱/۱۸

بازی‌های المپیک، مهمترین رویداد بین‌المللی برای ورزش ایران و همه کشورهای حاضر در جهان محسوب می‌شود. بنابراین هدف این پژوهش، شناسایی پیشران‌های کلیدی موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ بود. پژوهش حاضر از نوع آمیخته (کیفی-کمی) و طرح آن از نوع اکتشافی- متوالی بود. مشارکت‌کنندگان پژوهش را مدیران فدراسیون ژیمناستیک، مربیان و بازیکنان تیم ملی ژیمناستیک و مربیان و داوران بین‌المللی ژیمناستیک کشور تشکیل می‌دادند. روش نمونه‌گیری و انتخاب مشارکت‌کنندگان گلوله-برفی بود و بر مبنای اشباع نظری ۱۶ نفر انتخاب شد. برای گردآوری داده‌ها از ابزارهای مصاحبه و پرسش‌نامه و برای ممیزی آن از معیارهای لینکلن و گابا (۱۹۸۵) استفاده گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های کدگذاری، دلفی فازی و تحلیل ساختاری بهره‌گیری شد. با تحلیل مصاحبه‌ها، ۶۲ مفهوم اولیه در ۳۸ مفهوم نهایی تجمیع شد. سپس با انجام غربال‌گری از طریق دلفی فازی، ۱۶ عامل مؤثر شناسایی گردید و سرانجام مشخص گردید استعدادیابی و استعدادپروری، سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان، دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک و تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک، چهار نیروی پیشران موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ هستند. در نتیجه لازم است وضعیت آن‌ها در طراحی برنامه‌ها و اقدام‌های تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ به‌طور ویژه لحاظ گردد، زیرا هر عمل و تغییری بر روی آن‌ها، واکنش و تغییر بر دیگر شاخص‌ها را به دنبال خواهد داشت.

واژگان کلیدی: آینده‌پژوهی، پیشران، موفقیت، ژیمناستیک و المپیک.

---

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران
[۲] استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: koroshveisi@iau.ac.ir
[۳] استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

مقدمه

امروزه نقش ورزش به‌عنوان مؤلفه اصلی ایجاد ارزش‌های افزوده اقتصادی، ابزار توسعه و انسجام کشورها و روش افزایش جذابیت ملی مورد پذیرش قرار گرفته است (هیوک[1]، ۲۰۱۹) و به‌عنوان بزرگترین پدیده اجتماعی- جهانی در زندگی انسان‌ها نقش بسیار مهمی دارد (بویاچی اوغلو و اوگوز[2]، ۲۰۱۶). تحقیقات در مورد تأثیر و میراث رویدادهای مهم ورزشی طی سال‌های گذشته رشد چشمگیری داشته است (استورم و جاکوبسون[3]، ۲۰۲۰). کسب عنوان در رویدادهای ورزشی بزرگ و بین‌المللی که در کانون توجه بسیاری از کشورها قرار دارد، می‌تواند شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را تحت تأثیر قرار دهد، از این رو، بسیاری از کشورها در تلاش‌اند با برنامه‌ریزی، ورزشکارانی را آماده و روانه مسابقات کنند که موفقیت آن‌ها را در رویدادهای بزرگ بین‌المللی تضمین کند (دی‌بوسچر و همکاران[4]، ۲۰۰۹)، زیرا طبق نظر وکادینوویچ و همکاران[5] (۲۰۲۱) نتایج ورزش قهرمانی را می‌توان به طور انحصاری در مسابقات بین‌المللی اندازه‌گیری و اعتبارسنجی کرد. موفقیت ورزشی بین‌المللی در سطح نخبگان می‌تواند نشانه‌ای از شرایط عمومی یک ورزش در یک کشور خاص باشد و اغلب توسط دولت‌های ملی، رسانه‌ها و مردم برای قضاوت در مورد عملکرد مدیران و مدیران اجرایی هیئت‌های حاکمه ورزشی مورد استفاده قرار می‌گیرد (سوتیریادوو دی‌بوسچر[6]، ۲۰۱۸).

آنچه باعث می‌شود بازی‌های المپیک برای هر کشوری موفقیت‌آمیز باشد، سوالی برای ورزشکاران، مدیران، دولت‌هاو رسانه‌هاست. تقریباً بدون استثنا، کشورها موفقیت خود را در جدول‌های مدال قضاوت می‌کنند. اگرچه این موارد توسط کمیته بین‌المللی المپیک[7] غیر رسمی خوانده می‌شوند اما قطعاً برای بسیاری از کشورها قابل توجه است. برای بسیاری از کشورها، مدال‌ها نه تنها افتخار، بلکه در تخصیص بودجه آینده برای تک تک ورزشکاران و کل ورزش‌ها تعیین‌کننده است (هریس[8]، ۲۰۲۱). بنابراین درک عوامل تعیین‌کننده موفقیت بین‌المللی مورد توجه بسیاری از ذینفعان از جمله نهادهای عمومی و حامیان ورزش است. با این حال شناسایی عواملی که موفقیت ورزشی بین‌المللی را پیش‌بینی می‌کنند پیچیده است، زیرا مدیریت ورزش در سطح نخبگان تحت تأثیر ترکیبی از متغیرهای واقع در سطح کلان[9] (کشور)، سطح مزو[10] (برنامه ورزشی)

[1] Hyuk
[2] Boyacioğlu & Oğuz
[3] Storm & Jakobsen
[4] De Bosscher et al.
[5] Vukadinović et al.
[6] Sotiriadou & De Bosscher
[7] IOC
[8] Harris
[9] Macro
[10] Meso

و خرد[1] (ورزشکاران) قراردارد (والنتی و همکاران[2]، ۲۰۱۹). از این نظر، اقدامات و دانش‌های مختلف باید در نظر گرفته شود، زیرا ورزش‌های با عملکرد بالا پویا هستند و عمدتاً به دلیل اینکه یک پدیده پیچیده، فرهنگی اجتماعی و چندگانه است، منعکس‌کننده توسعه و پشتیبانی از یک روش ورزشی در کشور نیستند و تحت تأثیر متغیرهای مختلفی قرار دارند (لیما[3]، ۲۰۲۰). بنابراین برای دستیابی به موفقیت ورزشی بین‌المللی نیازمند یک فرایند راهبردی کل از لحاظ سازمانی، اقتصادی و سیاسی است (دولینگ و همکاران[4]، ۲۰۱۸). با توجه به مطالب گفته شده به نظر می‌رسد درک این مطلب می‌تواند راهی برای ورود سیاست‌گذاران ورزشی به مطالعات آینده‌پژوهی باشد تا بتوانند از طریق یک رشته مطالعات نظام‌مند و بلندمدت تصمیمات نادرست را به حداقل برسانند و اتفاقات قریب‌الوقوع را پیش‌بینی کنند (ادیب روشن و همکاران، ۱۳۹۶).

مفهوم آینده‌پژوهی یک عنصر حیاتی از فعالیت‌های انسانی است که گذشته، حال و آینده را در بر می‌گیرد. آینده‌پژوهی، فرآیندی پیچیده برای اطمینان از اثربخشی و قابلیت اطمینان آن است (خطیب و همکاران[5]، ۲۰۲۳) و به عنوان دانشی نوپا که می‌توان آن را شکل تکامل‌یافته برنامه‌ریزی راهبردی دانست، در سال‌های اخیر به‌صورت هدفمند برای پاسخگویی به شرایط عدم‌قطعیت، پیچیدگی، درهم‌تنیدگی ابعاد مختلف موضوعات و ترسیم دورنمای آینده سیستم‌ها به‌کاربرده می‌شود (ایزدی و همکاران، ۱۴۰۰) و اهمیت آن به‌حدی است که آینده‌پژوهانی چون جیمز دیتور[6] و فرد پلاک[7] مدعی هستند تصویر آینده، سنگ بنای آینده‌پژوهی بوده و در صورتی که سازمان، ملت و تمدنی تصویری از آینده نداشته باشد، محکوم به شکست است (رضایی قادی و رفیع، ۱۴۰۰). برنامه‌ریزی، اساس توسعه هر سیستمی محسوب می‌شود و مقوله ورزش قهرمانی نیز از این موضوع مستثنی نیست. ورزش قهرمانی در صورتی می‌تواند به چشم‌انداز مشخص دست یابد که اهداف بلندمدت برای آن تدوین و به برنامه‌های عملیاتی تبدیل شوند (راسخ و همکاران، ۱۳۹۴). در سال‌های اخیر تغییرات جهانی افزایش چشمگیری یافته و این عامل پیش‌بینی آینده را دشوار کرده است. عدم‌اطمینان حاکم بر آینده، بی‌شک به تناسب خوبی که بین فرد و جهان او وجود دارد، آسیب خواهد زد یا آن را نابود خواهد کرد. این تحولات، سیاست‌گذاران را بر آن داشته است تا الگوهای متفاوتی را برای فعالیت خود بررسی نمایند و با پیش‌بینی، بهترین موقعیت‌ها را برای آینده رقم بزنند (واگنر و همکاران[8]، ۲۰۱۶). امروزه با توجه به تغییرات سریع محیطی و عدم‌اطمینان حاصل از آن، ضرورت برنامه‌ریزی و آینده‌پژوهی

[1] Micro
[2] Valenti et al.
[3] Lima
[4] Dowling et al.
[5] Khetib et al.
[6] James Dator
[7] Fraed Plack
[8] Wagner et al.

برای مقابله با تغییرات احتمالی آتی، بیش از پیش آشکار می‌گردد (پاداش و همکاران، ۱۴۰۰). افزون بر این، آینده‌پژوهی این امکان را برای تصمیم‌گیرندگان فراهم می‌کند تا با ارائه چارچوب‌های ساختاریافته تحلیل‌های دقیق‌تری انجام دهند و به موازات آن اقدامات جایگزین را درنظر بگیرند (ساویر و کارمل[1]، ۲۰۲۲).

امروزه تلاش برای کسب مدال‌های بیشتر مستلزم کسب دانش بیشتر در مورد عواملی است که به موفقیت منجر می‌شوند که یکی از این موارد شناسایی روندهای موثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ می‌باشد. پژوهش‌های مختلف شاخص‌های گوناگونی را برای موفقیت در مسابقات بزرگ بیان کرده‌اند. اشلمباخ و همکاران[2] (۲۰۲۲) متغیرهایی چون تعداد ورزشکاران، میزبانی کشورها، رژیم سیاسی و منطقه جغرافیایی را در پیش‌بینی توزیع مدال های المپیک موثر دانسته‌اند. اسکلس و همکاران[3] (۲۰۲۰) هم در پیش‌بینی مجموع مدال های ملی در بازی های المپیک تابستانی بیان کردند متغیرهای تعداد مدال‌ها، جمعیت، تولید ناخالص داخلی، کشور میزبان، تعداد ورزشکاران و رژیم سیاسی تأثیر قابل توجهی در کسب مدال‌های المپیک دارند. ترخانی و همکاران (۱۳۹۹) دریافتند که حمایت مالی، عوامل ساختاری و سیاست‌گذاری، سیستم توسعه و شناسایی استعدادهای ورزشی، حمایت‌های ورزشی و شغلی از ورزشکاران، توسعه اماکن و تسهیلات آموزشی و تمرینی، توسعه کمی و کیفی مربیگری، افزایش حضور در رقابت‌های ملی- بین‌المللی، حمایت‌های علمی-پژوهشی، عوامل محیطی- اجتماعی و تنوع جغرافیایی و افزایش مشارکت ورزشی مردم در موفقیت تیم‌های ورزشی حاضر در المپیک نقش معناداری دارد. در پژوهش موسوی‌راد (۱۳۹۸) نیز انگیزه‌های مالی برای ورزشکاران، توجه به ورزش بانوان، استفاده از مربیان توانمند، ارزیابی صحیح، اردوهای منظم، توجه به رشته‌های پرمدال، مدیریت استعدادیابی، توجه به آموزش ورزشکاران، توجه به آموزش مربیان و عوامل مدیریتی را به عنوان عوامل موفقیت ایران در بازی‌های المپیک دانستند. خداداد کاشی و کریم‌نیا (۱۳۹۵) نیز بیان کردند شاخص توسعه انسانی، تعداد شرکت‌کنندگان، تراز تجاری، درآمد سرانه و عملکرد ورزشی دوره قبل احتمال موفقیت ورزشی کشورها در بازی‌های المپیک را افزایش می‌دهد. طبق نتایج کشاورز و همکاران (۱۳۹۵) ژیمناستیک کشور دارای قوت‌هایی چون فعالیت مستمر هیئت‌های ژیمناستیک، وجود منابع انسانی متخصص، جذابیت و وجود ساختار تشکیلاتی منسجم در کنار ضعف‌هایی چون کمبود سالن‌های اختصاصی، تاسیسات و تجهیزات مناسب در ژیمناستیک، عدم‌وجود برنامه راهبردی و میان‌مدت در ژیمناستیک، نظام استعدادیابی ناکارآمد، کمبود سالن‌های ویژه بانوان و عدم‌بهره‌مندی از فناوری روز و کارآمد می‌باشد که در برنامه‌ریزی‌های آتی فدراسیون برای موفقیت باید مورد توجه قرار گیرد.

[1] Sawyer & Carmel
[2] Schlembach et al.
[3] Scelles et al.

یکی از رشته‌های ورزشی بسیار جذاب و پرتحرک در المپیک، رشته ورزشی ژیمناستیک است که از سوی کارشناسان به عنوان مادر و پایه رشته‌های ورزشی دیگر معرفی گردیده است. ژیمناستیک از آن جهت پایه رشته‌های ورزشی دیگر قلمداد می‌شود که بسیاری از تکنیک‌ها و فنون رشته‌های ورزشی را در برمی‌گیرد و توسعه این رشته می‌تواند زمینه‌ساز پیشرفت سایر رشته‌های ورزشی باشد (کشاورز و همکاران، ۱۳۹۴). قرن بیست‌ویکم با مهمترین دگرگونی در ورزش ژیمناستیک مواجه شد و روند حرفه‌ای شدن مسابقات و رقابت‌ها بسیار سرعت گرفت (خسروی و همکاران،۱۴۰۰). در حالی که ژیمناستیک به عنوان یک ورزش پایه در همه جوامع پیشرفته سخت مورد توجه دست‌اندرکاران و مسولان ورزشی است، اما متأسفانه در کشورمان این ورزش نه تنها مورد حمایت و توجه نیست، بلکه گاه برخی رفتارهای سلیقه‌ای موجب شده که چرخ‌های این ورزش حیاتی و مهم از حرکت باز بماند و تا به حال یک برنامه مدون برای ورزش ژیمناستیک تدوین نشده است (بدری آذرین و همکاران، ۱۳۹۲). فدراسیون ژیمناستیک ایران در سال ۱۳۲۵ قبل از شروع بازی‌های المپیک ۱۹۴۸ لندن تأسیس شده است، اما متأسفانه این رشته ورزشی با قدمتی نزدیک به ۸۰ سال در کشور، نه تنها جایگاه واقعی خود را در کشور پیدا نکرده، بلکه نتایج قابل قبولی هم از شرکت در مسابقات سطوح بالای قهرمانی اعم از آسیایی، جهانی و المپیک کسب نکرده و کشور ایران حتی از گرفتن سهمیه در المپیک ۲۰۲۰ نیز بازمانده است. هرچند در سال‌های اخیر وضعیت ورزشکاران در مسابقات بین‌المللی چون جام جهانی و قهرمانی آسیا پیشرفت محسوسی داشته و در دوره گذشته بازی‌های آسیایی هانگژو به مدال تاریخی نقره در پرش خرک دست پیدا کردیم، اما هنوز هم در سطح جهان و المپیک ژیمناستیک ایران حرفی برای گفتن ندارد. این در حالی است که کشورهایی مانند چین و ژاپن در آسیا از قدرت‌های جهانی این رشته به شمار می روند. به طور کلی ژیمناستیک در غرب و آسیای میانه رشد چندانی نداشته است؛ چنانکه تمام شانزده مدال طلای بازی‌های آسیایی هانگژو به کشورهای شرق آسیا رسید و تنها قزاقستان و ایران توانستند از آسیای میانه در رشته ژیمناستیک هنری مردان مدال کسب کنند. این در حالی است که از ۱۳۰ مدال طلای تاریخ المپیک تابستانی ژاپن ۲۹ مدال و از ۲۶۵ مدال طلای تاریخ المپیک تابستانی چین ۲۶ مدال در رشته ژیمتاستیک بوده است که نشان از برنامه‌ریزی این کشورها در رشته ژیمناستیک برای موفقیت در المپیک می‌باشد. این امر نشان می‌دهد برای موفقیت در این رشته در بازی‌های المپیک باید برنامه‌ریزی‌های دقیقی صورت گیرد، زیرا در غیر این صورت حتی در سطح آسیا نیز کسب مدال بسیار سخت می‌باشد. افزون بر این، در رشته ژیمناستیک در المپیک ۵۴ مدال توزیع می‌شود که موفقیت در این رشته می‌تواند سبب جهش جایگاه ایران در جدول رده بندی بازی‌ها شود. البته این امر نیازمند شناسایی و تحلیل کلان پیشران‌های موفقیت این رشته در بازی‌های المپیک می‌باشد، اما خلاءهای مطالعاتی دانش آینده‌پژوهی در کشور، تاکید بر نگاه تخصصی در برابر نگاه کلی و جامع‌نگرانه و نبود تحقیقات مرتبط

با تحلیل کلان روندهای موثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ و نگاه به آینده از ضرورت-های تحقیق حاضر می‌باشد. با توجه به مباحث یاد شده، تحقیق حاضر با هدف تحلیل کلان پیشران‌های موثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ انجام می‌شود. در این فرایند، تمرکز اولیه محقق بر شناسایی پیشران‌های موثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ معطوف خواهد بود به دلیل اینکه کار شناسایی این پیشران‌هادر آینده‌پژوهی اهمیت اساسی دارد. از این رو این سؤال در ذهن محقق به وجود آمد:

کنشگران و پیشران‌های اثرگذار در موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ کدام‌اند؟

مهمترین عدم‌قطعیت‌های اثرگذار بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ کدام‌اند؟

لذا در پژوهش حاضر تلاش خواهد شد عوامل کلیدی و پیشران‌های اصلی دخیل در موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ شناسایی شود.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به لحاظ روش‌شناسی از نوع آمیخته (کیفی و کمی) و طرح آن از نوع اکتشافی متوالی بود. مطالعه کیفی که با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ انجام شد، به شناسایی نیروها و پیشران‌های اثرگذار بر موفقیت ورزش ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ منتج گردید. سپس با استفاده از رویکرد دلفی فازی و نظرخواهی مجدد از صاحب‌نظران عوامل مذکور غربال‌گری شد. در ادامه پس از غربال‌گری جهت بررسی تعامل بین عوامل مذکور و شناسایی عدم‌قطعیت‌های موفقیت ورزش ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ ، از روش آینده‌پژوهی و تحلیل آثار متقابل استفاده شد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش را ذینفعان موفقیت ورزش ژیمناستیک درالمپیک ۲۰۲۸ شامل مدیران فدراسیون ژیمناستیک، مربیان و بازیکنان تیم ملی ژیمناستیک و مربیان و داوران بین‌المللی ژیمناستیک کشور تشکیل می‌دادند. انتخاب این افراد با روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انجام شد و مبتنی بر اشباع نظری با ۱۶ نفر مصاحبه شد. ابزار گردآوری اطلاعات در مطالعه کیفی و گام اول، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، در بخش دلفی فازی یا گام دوم و تحلیل ساختاری یا گام سوم پرسش‌نامه بود. نحوه گردآوری اطلاعات در این پژوهش به این شرح بود که ابتدا با ذینفعان مصاحبه شد (۱۶ نفر). در این مرحله با کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها ۶۲ عامل مؤثر بر موفقیت ورزش ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ شناسایی گردید و با تجمیع کدهای اولیه در مرحله‌کدگذاری ثانویه این عوامل به ۳۸ مورد کاهش پیدا کرد. در ادامه برای اطمینان از صحت عامل‌های احصاشده، از روش دلفی فازی استفاده شد. در این مرحله پس از نظرخواهی از مشارکت‌کنندگان (در این بخش از مدیران فدراسیون، مربیان و بازیکنان تیم ملی ژیمناستیک به تعداد ۱۰ نفر که دید کلانی نسبت به مسائل آینده داشتند، استفاده شد) و اعمال نظرات آنها ۲۲ عامل دیگر حذف گردید و تعداد عوامل به ۱۶ عامل کاهش پیدا کرد. گفتنی است انجام تحلیل دلفی فازی در یک راند انجام شد. حبیبی و همکاران (۲۰۱۵) در کاربرد

تکنیک دلفی برای غربال‌گری، با فازی‌زدایی مقادیر و انتخاب شدت آستانه بیان داشته‌اند با یک مرحله یا راند می‌توان به نتیجه قابل اطمینان در دلفی فازی دست پیدا کرد. در الگوریتم اجرای تکنیک دلفی فازی در این تحقیق برای غربالگری ابتدا طیف فازی مناسبی برای فازی‌سازی عبارات کلامی پاسخ‌دهندگان ایجاد شد. این طیف مبتنی بر مقیاس پنج درجه لیکرت در بیان اهمیت شاخص‌ها و به شرح جدول زیر بود (جدول ۱):

جدول۱: اعداد فازی مثلثی معادل طیف لیکرت ۵ درجه

خیلی با اهمیت	با اهمیت	متوسط	بی‌اهمیت	خیلی بی‌اهمیت
(۰/۷۵ ،۱ ،۱)	(۰/۵ ،۰/۷۵ ،۱)	(۰/۲۵ ،۰/۵ ،۰/۷۵)	(۰ ،۰/۲۵ ،۰/۵)	(۰ ،۰ ،۰/۲۵)

پس از انتخاب طیف فازی، دیدگاه خبرگان گردآوری و به‌صورت فازی ثبت شد. در گام دوم به تجمیع دیدگاه خبرگان پرداخته شد. راه‌های متعددی برای تجمیع فازی دیدگاه خبرگان پیشنهاد گردیده است. در این تحقیق از روش حبیبی و همکاران (۲۰۱۵) استفاده شد. در این روش، دیدگاه هر خبره به صورت عدد فازی مثلثی (l, m, u) ثبت و با استفاده از فرمول زیر میانگین فازی دیدگاه خبرگان محاسبه شد:

$$F_{AVE} = \frac{\sum l}{n}, \frac{\sum m}{n}, \frac{\sum u}{n}$$

در ادامه پس از تجمیع فازی دیدگاه خبرگان، مقادیر به دست آمده فازی‌زدائی شد. روش‌های متعدد و پیچیده‌ای برای فازی‌زدائی وجود دارد. یکی از روش‌های ساده برای فازی‌زدائی به‌زعم حبیبی و همکاران (۲۰۱۵) میانگین اعداد فازی مثلثی است:

$$F_{ave} = (L, M, U)$$

$$x_m^1 = \frac{L+M+U}{3};\ x_m^2 = \frac{L+2M+U}{4};\ x_m^3 = \frac{L+4M+U}{6}$$

$$\text{Crisp number} = \text{Z}^* = \max\left(x_{max}^1, x_{max}^2, x_{max}^3\right)$$

پس از انتخاب روش مناسب و فازی‌زدایی مقادیر، برای غربال آیتم‌ها آستانه تحمل ۰/۷ در نظر گرفته و در نتیجه آن ۱۶ عامل نهایی انتخاب شد. آستانه تحمل را معمولاً ۰/۷ در نظر می‌گیرند، ولی این مقدار براساس دیدگاه پژوهشگر از پژوهشی به پژوهش دیگر می‌تواند متفاوت باشد. اگر مقدار قطعی حاصل از فازی‌زدایی دیدگاه تجمیع‌شده خبرگان، بزرگتر از آستانه تحمل باشد شاخص مورد نظر تایید می‌شود. اگر این مقدار کوچکتر از آستانه تحمل باشد، شاخص مورد نظر حذف می‌شود (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۵). پس از طی این مراحل پرسش‌نامه‌ای ۱۶گویه‌ای برای بررسی ارتباط بین عوامل شناسایی‌شده در محیط میک‌مک

ساخته شد و مجدداً به مشارکت‌کنندگان مراجعه گردید (۱۰ نفر). افزون بر این، برای ممیزی پژوهش از شاخص‌های ارزشیابی لینکلن و گابا[1] (۱۹۸۵) شامل اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأییدپذیری استفاده شد. اعتبار: برای دستیابی به این معیار، در پژوهش حاضر از روش‌های زیر استفاده شد: الف، **ارزیابی چندجانبه:** در فرایند جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات وانتخاب نمونه پژوهش برای مصاحبه و طراحی سؤالات مصاحبه از منابع و جنبه‌های گوناگونی استفاده شده است. ب، ارزیابی شرکت‌کنندگان از پژوهش: متن مصاحبه و کدهای استخراج‌شده برای مشارکت‌کنندگان در مصاحبه ارسال و نقطه نظرات آنها اعمال شد.

انتقال‌پذیری: در پژوهش حاضر، به‌منظور دستیابی به این معیار از روش‌های زیر استفاده شد: الف، **مستندسازی:** تمام مراحل پژوهش برای استفاده احتمالی محققان دیگر به صورت مکتوب مستندسازی شد. ب، گزارش شرایط زمینه‌ای: شرایط جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان به صورت تفصیلی ارائه شد.

قابلیت اعتماد: در پژوهش حاضر دستیابی به این معیار از طریق روش زیر انجام گرفت: الف، استفاده از دوکدگذار: بدین منظور از یکی از متخصصان حوزه مدیریت ورزشی در فرایند کدگذاری در پژوهش کمک گرفته شد. به صورت تصادفی دو مصاحبه انتخاب شد و پس از آموزش‌های لازم کدگذاری توسط ایشان انجام گرفت. در هر یک از مصاحبه‌ها کدهایی که از نظر دو نفر مشابه بودند، با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم‌توافق مشخص شدند و درصد توافق بین دو کدگذار با استفاده از فرمول زیر محاسبه و نتایج آن در قالب جدول ۲ ارائه شد:

$$\text{درصد} = \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

جدول ۲: نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

شماره مصاحبه	کل کدها	توافقات	عدم‌توافقات	درصد پایایی
۳	۱۳	۶	۱	۰/۹۲۳
۸	۱۰	۴	۲	۰/۸۰
کل	۲۳	۱۰	۳	۰/۸۶۹

همان‌طور که داده‌های جدول نشان می‌دهد، پایایی کل بین دو کدگذار برابر با ۸۶ درصد است. با توجه به این‌که پایایی بیش از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید شد.

تأییدپذیری: بدین منظور در پژوهش حاضر از روش‌های زیر استفاده شد: الف، ارزیابی متخصصان خارج از فرایند پژوهش: نتایج این پژوهش در اختیار چند تن از اساتید مدیریت ورزشی خارج از فرایند پژوهش قرار گرفت. پس از مطالعه و بازبینی ایشان نظرات آن‌ها اخذ شد. ب، تشریح فرایند پژوهش: در متن حاضر

[1] Lincoln & Guba

مراحل پژوهش اعم از جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل و شکل‌گیری درون‌مایه‌ها برای مخاطبان و خوانندگان تشریح شده است.

سرانجام جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش تحلیل مصاحبه از روش کدگذاری، برای غربال-گری شاخص‌ها از روش دلفی فازی و در بخش آینده‌پژوهی از روش تحلیل ساختاری یا تحلیل آثار متقابل با کمک نرم‌افزار میک‌مک[1] استفاده شد. در گام‌های اول و دوم با استفاده از مصاحبه و روش دلفی فازی پیشران یا نیروهای اثرگذار شناسایی شد و بر مبنای آن پرسش‌نامه گام سوم تنظیم شد تا با استفاده از آن اثرات متقابل پیشران‌ها ارزیابی شود. نحوه نمره‌دهی به پرسش‌نامه مذکور بر مبنای دامنه نمرات صفر (بدون تأثیر)، ۱ (تأثیر ضعیف)، ۲ (تأثیر متوسط)، ۳ (تأثیر قوی) و ۴ (تأثیر بالقوه) بود که تاثیر عامل‌های شناسایی‌شده بر یکدیگر اندازه‌گیری شد. گفتنی است در این مرحله ضمن مشخص شدن اثرات متقابل پیشران‌ها، پیشران‌های کلیدی که بیشترین اهمیت را در موفقیت ورزش ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ داشتند، مشخص گردید.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان پژوهش در جدول ۳ ارائه گردیده است:

جدول ۳: ویژگی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

کد مصاحبه	جنسیت	تحصیلات	حوزه فعالیت
P1	مرد	دکتری	عضو کمیته فنی فدراسیون ژیمناستیک
P2	مرد	دیپلم	عضو کمیته فنی فدراسیون ژیمناستیک
P3	مرد	کاردانی	مربی بین المللی ژیمناستیک
P4	مرد	کارشناسی‌ارشد	مسئول کمیته داوران فدراسیون ژیمناستیک
P5	مرد	کاردانی	مسئول کمیته مربیان فدراسیون ژیمناستیک
P6	مرد	کارشناسی‌ارشد	مربی تیم ملی بزرگسالان
P7	مرد	دیپلم	مربی بین‌المللی ژیمناستیک

[1] MICMAC

P8	زن	کارشناسی‌ارشد	مسئول کمیته آموزش فدراسیون ژیمناستیک
P9	مرد	کارشناسی‌ارشد	دبیر فدراسیون ژیمناستیک
P10	مرد	کارشناسی	عضو تیم ملی بزرگسالان ژیمناستیک
P11	زن	کارشناسی	مربی تیم ملی
P12	مرد	کارشناسی‌ارشد	مربی تیم ملی نوجوانان
P13	مرد	کارشناسی	داور بین المللی ژیمناستیک
P14	مرد	کارشناسی	مسئول شاخه هنری فدراسیون ژیمناستیک
P15	مرد	کارشناسی	عضو تیم ملی بزرگسالان ژیمناستیک
P16	زن	کارشناسی	مربی بین المللی ژیمناستیک

مطابق با نظر خبرگان مشخص گردید که موفقیت ورزش ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ را ۳۸ عامل تأثیرگذار ساختار و محیط موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ در زمان حال و آینده شکل می‌دهند که در هفت عامل کلان عوامل سیاسی، عوامل راهبردی، عوامل اقتصادی، عوامل زیست محیطی، عوامل مدیریتی، قابلیت ها و مسابقات و اردوها دسته‌بندی شدند.

جدول ۴: عوامل موثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸

تغییرات سیاسی و راهبردهای ملی، تحریم‌های بین‌المللی، جنگ‌های داخلی یا منطقه‌ای، تعامل و روابط با کشورهای دنیا، دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک	عوامل سیاسی
سیاست‌های کمیته ملی المپیک، راهبردهای فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران؛ ارزیابی راهبردها و برنامه‌های فدراسیون، استعدادیابی و استعدادپروری	عوامل راهبردی
بودجه مالی فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران، خصوصی‌سازی ورزش، نرخ رشد اقتصادی کشور، تولید ناخالص داخلی، سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان، میزان توسعه‌یافتگی کشور	عوامل اقتصادی
اندازه جمعیت کشور، تغییرات زیست محیطی، تغییرات نسلی و جمعیتی، بحران‌های بیولوژیکی جهانی	عوامل زیست محیطی

عوامل مدیریتی	حرفه‌ای شدن ورزش ژیمناستیک در کشور، استفاده از مربیان خارجی در تیم‌های ملی، ورود ژیمناستیک به مدارس، میزان مشارکت جامعه در ورزش، حمایت از ورزشکاران حین و پس از قهرمانی، انگیزش مالی ورزشکاران و مربیان، پژوهش‌های علمی و تحقیقاتی، مهاجرت ورزشکاران قهرمان
قابلیت‌ها	زیرساخت‌ها و امکانات فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران، کمیت و کیفیت ورزشکاران و مربیان، پوشش رسانه‌ای مسابقات بانوان، دانش منابع انسانی، فناوری‌های آموزشی در حوزه ژیمناستیک، استفاده از واقعیت مجازی و هوش مصنوعی
مسابقات و اردوها	برگزاری لیگ داخلی ژیمناستیک، میزان اعزام به مسابقات بین‌المللی، اردوهای بین‌المللی و منظم، میزبانی رقابت‌های بین‌المللی، تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک

در ادامه برای اطمینان از صحت عامل‌های احصا شده، از روش دلفی فازی استفاده شد. در این مرحله پس از نظرخواهی از مشارکت‌کنندگان (در این بخش از ۱۰ نفر که دید کلانی نسبت به مسائل آینده داشتند استفاده شد) و اعمال نظرات آن‌ها ۲۲ عامل حذف گردید و تعداد عوامل به ۱۶ عامل کاهش پیدا کرد.

جدول ۵: نتایج فازی‌زدایی

عامل	میانگین فازی			فاززدایی	نتیجه
	L	M	U		
برگزاری لیگ داخلی ژیمناستیک	۰/۵۵	۰/۸	۰/۹۵	۰/۷۷	پذیرش
تغییرات سیاسی و راهبردهای ملی	۰/۴۵	۰/۷	۰/۹	۰/۶۸	رد
راهبردهای فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران	۰/۵۲۵	۰/۷۷۵	۱	۰/۷۷	پذیرش
ارزیابی راهبردها و برنامه‌های فدراسیون	۰/۴۲۵	۰/۶۷۵	۰/۹	۰/۶۷	رد
زیرساخت‌ها و امکانات فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران	۰/۵۷۵	۰/۸۲۵	۱	۰/۸	پذیرش
استعدادیابی و استعدادپروری	۰/۵	۰/۷۵	۰/۹۵	۰/۷۳	پذیرش
دانش منابع انسانی	۰/۴۵	۰/۷	۰/۸۷۵	۰/۶۷	رد

پذیرش	۰/۷۵	۰/۹۵	۰/۷۷۵	۰/۵۲۵	بودجه مالی فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران
پذیرش	۰/۷	۰/۹	۰/۷۲۵	۰/۴۷۵	میزان اعزام به مسابقات بین‌المللی
پذیرش	۰/۷	۰/۹	۰/۷۲۵	۰/۴۷۵	اردوهای بین‌المللی و منظم
رد	۰,۶۶	۰/۸۷۵	۰/۶۷۵	۰/۴۲۵	حرفه‌ای‌شدن ورزش ژیمناستیک در کشور
پذیرش	۰/۷	۰/۹۲۵	۰/۷۲۵	۰/۴۷۵	سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان
رد	۰/۶	۰/۸۷۵	۰/۷	۰/۴۵	استفاده از واقعیت مجازی و هوش مصنوعی
رد	۰/۶۵	۰/۹	۰/۶۵	۰/۴	تغییرات نسلی و جمعیتی
پذیرش	۰/۷	۰/۹	۰/۷۵	۰/۵	سیاست‌های کمیته ملی المپیک
رد	۰/۶	۰/۸۷۵	۰/۶۷۵	۰/۴۲۵	تحریم‌های بین‌المللی
رد	۰/۶۸	۰/۹	۰/۷	۰/۴۵	بحران‌های بیولوژیکی جهانی
رد	۰/۶۵	۰/۹	۰/۶۵	۰/۴	اندازه جمعیت کشور
پذیرش	۰/۷	۰/۹۲۵	۰/۷۲۵	۰/۴۷۵	فناوری‌های آموزشی در حوزه ژیمناستیک
رد	۰/۶	۰/۸۵	۰/۶۲۵	۰/۳۷۵	پژوهش‌های علمی و تحقیقاتی
پذیرش	۰/۷۵	۰/۹۵	۰/۷۷۵	۰/۵۲۵	دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک
رد	۰/۶	۰/۸۷۵	۰/۶۷۵	۰/۴۲۵	مهاجرت ورزشکاران قهرمان
رد	۰/۸۹	۰/۸۷۵	۰/۷۲۵	۰/۴۷۵	جنگ‌های داخلی یا منطقه ای
رد	۰/۶	۰/۸۷۵	۰/۶۷۵	۰/۴۲۵	انگیزش مالی ورزشکاران و مربیان
پذیرش	۰/۹	۰/۹	۰/۷۲۵	۰/۴۷۵	استفاده از مربیان خارجی در تیم‌های ملی
رد	۰/۶	۰/۸۵	۰/۶۲۵	۰/۳۷۵	نرخ رشد اقتصادی کشور
رد	۰/۶	۰/۸۷۵	۰/۶۷۵	۰/۴۲۵	تولید ناخالص داخلی
پذیرش	۰/۷	۰/۹۲۵	۰/۷۲۵	۰/۴۷۵	ورود ژیمناستیک به مدارس
رد	۰/۶۷	۰/۹	۰/۶۷۵	۰/۴۲۵	میزان توسعه‌یافتگی کشور
رد	۰/۶۴	۰/۸۷۵	۰/۶۵	۰/۴	میزان مشارکت جامعه در ورزش
رد	۰/۶۷	۰/۹	۰/۶۷۵	۰/۴۲۵	حمایت از ورزشکاران حین و پس از قهرمانی
پذیرش	۰/۷	۰/۹	۰/۷۲۵	۰/۴۷۵	تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک
رد	۰/۶۷	۰/۸۷۵	۰/۷	۰/۴۵	تعامل و روابط با کشورهای دنیا
رد	۰/۶	۰/۸۷۵	۰/۶۷۵	۰/۴۲۵	خصوصی‌سازی ورزش

میزبانی رقابت‌های بین‌المللی	۰/۵۵	۰/۸	۰/۹۷۵	۰/۷۷	پذیرش
پوشش رسانه‌ای مسابقات بانوان	۰/۴۵	۰/۷	۰/۹۲۵	۰/۶۹	رد
تغییرات زیست محیطی	۰/۴۵	۰/۷	۰/۹	۰/۶۸	رد
کمیت و کیفیت ورزشکاران و مربیان	۰/۴۷۵	۰/۷۲۵	۰/۹	۰/۷	پذیرش

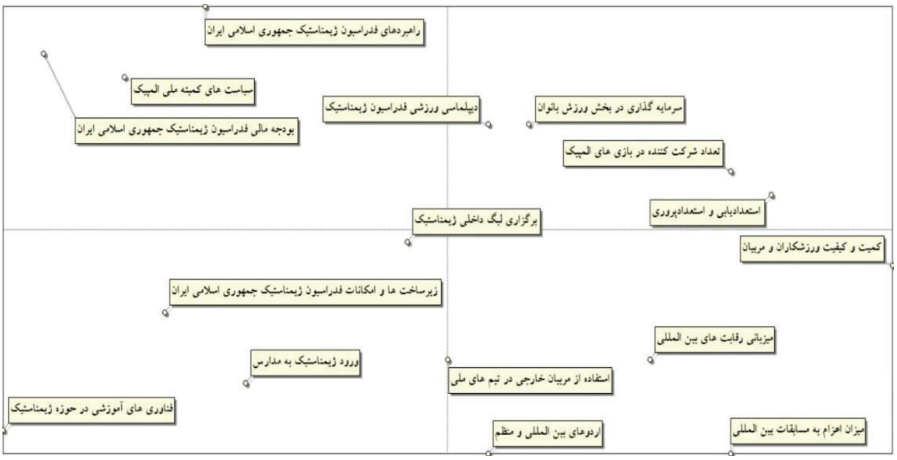
در گام سوم پژوهش، شاخص‌های استخراج‌شده با بهره‌گیری از روش تحلیل تأثیرات متقابل در محیط میک‌مک تحلیل شد. برای این منظور از ماتریسی به ابعاد ۱۶×۱۶ شامل ۱۶ شاخص (که جمع‌بندی عوامل مؤثر در موضوع پژوهش بوده‌اند) استفاده شد تا وضعیت هر یک از آن‌ها (از حیث تأثیرگذاری، تأثیرپذیری و روابط متقابل) در سیستم مشخص گردد. نتایج محاسبه دو دور چرخش داده‌ها در ماتریس ۱۶×۱۶ نشان داد از مجموع ۲۵۶ رابطه تاثیرگذار و تاثیرپذیر ارزیابی‌شده، ۱۰۸ رابطه دارای ارزش صفر (بدون تأثیر)، ۷۰ رابطه دارای ارزش ۱ (تأثیر کم)، ۵۴ رابطه دارای ارزش ۲ (اثرگذاری متوسط) و ۲۴ رابطه دارای ارزش ۳ (اثرگذاری شدید) می‌باشد. همچنین ضریب پرشدگی ماتریس برابر ۵۷/۸۱٪ بود که نشان از تأثیر نسبتاً زیاد و پراکنده عوامل داشت. همچنین درجه مطلوبیت ماتریس مستقیم نشان داد که با دوبار چرخش داده‌ای از مطلوبیت و بهینه‌شدگی لازم برخوردار هستند. در جدول ۶، مجموع اعدادسطرهاوستون-های ماتریس تحلیل آثارمتقاطع گزارش شده است. در ماتریس تحلیل آثار متقاطع مجموع سطرها نشانگر میزان تأثیرگذاری و مجموع ستون‌ها، معرف میزان تأثیرپذیری است.

جدول ۶: مجموع امتیاز سطرها و ستون‌های ماتریس تحلیل آثار متقاطع

ردیف	عامل	مجموع اعداد ردیف	مجموع اعدا ستون
Var01	برگزاری لیگ داخلی ژیمناستیک	۱۶	۱۵
Var02	راهبردهای فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران	۲۶	۱۰
Var03	زیرساخت‌هاو امکانات فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران	۱۳	۹
Var04	استعدادیابی و استعدادپروری	۱۸	۲۴
Var05	بودجه مالی فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران	۲۴	۶
Var06	میزان اعزام به مسابقات بین‌المللی	۷	۲۳
Var07	اردوهای بین‌المللی و منظم	۷	۱۷

Var08	سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان	۲۱	۱۸
Var09	ورود ژیمناستیک به مدارس	۱۰	۱۱
Var10	فناوری‌های آموزشی در حوزه ژیمناستیک	۸	۵
Var11	کمیت و کیفیت ورزشکاران و مربیان	۱۵	۲۷
Var12	دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک	۲۱	۱۷
Var13	سیاست‌های کمیته ملی المپیک	۲۳	۸
Var14	استفاده از مربیان خارجی در تیم‌های ملی	۱۱	۱۶
Var15	تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک	۱۹	۲۳
Var16	میزبانی رقابت‌های بین‌المللی	۱۱	۲۱
	مجموع	۲۵۰	۲۵۰

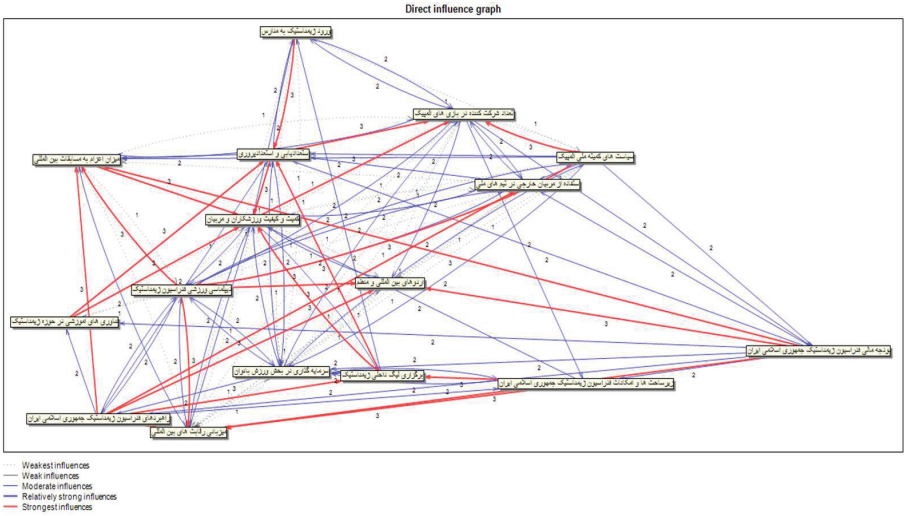
در ادامه در شکل ۱، نوع و وضعیت هر یک از متغیرهای اصلی با توجه به موقعیت آن‌ها در ماتریس تأثیرات مستقیم با عنوان «نقشه تأثیرگذاری/تأثیرپذیری مستقیم» بررسی شد. این الگوی پراکندگی به طور کلی بیانگر وضعیت یک سیستم پایدار است:



شکل ۱: نقشه تأثیرات مستقیم عوامل مؤثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸

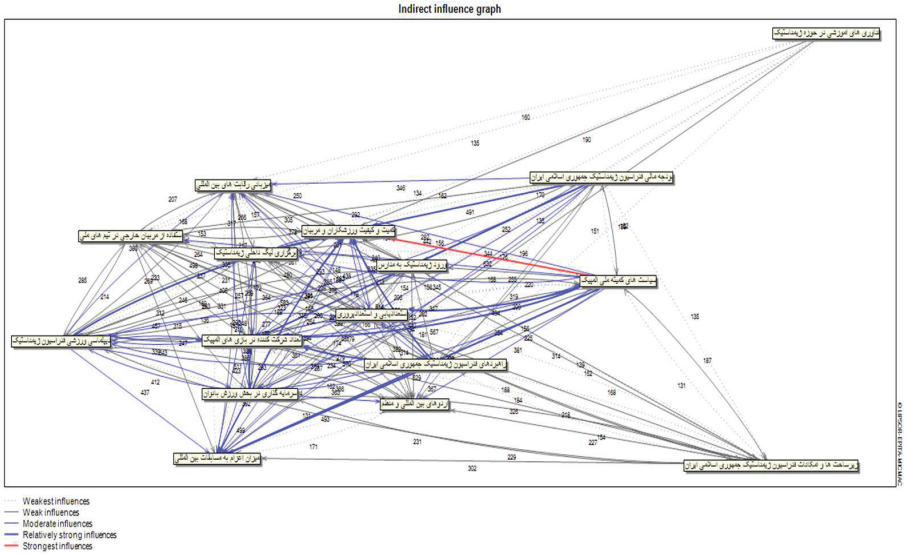
تحلیل نقشه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم عوامل ۱۶ گانه نشان داد که در فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران، بودجه مالی فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران و سیاست‌های کمیته ملی المپیک جزو متغیرهای تأثیرگذار سیستم هستند. همچنین این نقشه نشان داد متغیرهای میزان اعزام به مسابقات بین‌المللی، اردوهای بین‌المللی و منظم، کمیت و کیفیت ورزشکاران و مربیان، استفاده از مربیان خارجی در تیم‌های ملی، میزبانی رقابت‌های بین‌المللی جزو متغیرهای تأثیرپذیر سیستم هستند. به‌علاوه،

متغیرهای استعدادیابی و استعدادپروری، سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان، دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک و تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک، متغیرهای دووجهی ریسک و هدف بودند. سرانجام مشخص گردید که متغیرهای برگزاری لیگ داخلی ژیمناستیک، زیرساخت‌ها و امکانات فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران، ورود ژیمناستیک به مدارس و فناوری‌های آموزشی در حوزه ژیمناستیک جزو متغیرهای مستقل سیستم هستند. سپس براساس تحلیل‌های برگرفته از خروجی نرم‌افزار میک‌مک، در شکل‌های ۲ و ۳ به‌ترتیب نمایشی گرافیکی از شدت ارتباطات میان عوامل در نقشه تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم ارائه شد.



شکل ۲: نمودار شدت ارتباط در تأثیرگذاری مستقیم متغیرها (در سطح ۷۵٪)

همانگونه که در نقشه گرافیکی تأثیرات مستقیم ملاحظه می‌گردد، بخش زیادی از خطوط اتصالی بین شاخص‌ها از نوع تأثیرات بسیاری قوی و نسبتاً قوی هستند و این نوع تأثیرات بیانگر آن است که تمامی شاخص‌ها به درستی برگزیده شده‌اند و ارتباط بسیاری قوی بین ۱۶ شاخص در سیستم برقرار است. استعدادیابی و استعدادپروری بیشترین اثرگذاری و اثرپذیری را در سیستم دارد و به نوعی سایر متغیرهای موجود در سیستم آن را تبیین می‌کنند یا به نوعی متأثر از آن هستند. گفتنی است این مهم در مورد دیپلماسی ورزشی نیز صادق بود. با این تفاوت که در سطح ۷۵٪ دیپلماسی ورزشی بیشتر از اینکه عاملی اثرگذار باشد، عاملی اثرپذیر است. سرانجام نقشه گرافیکی تأثیرات غیرمستقیم در شکل ۳ ارائه شد. در ماتریس تأثیرات غیرمستقیم، هر یک از شاخص‌ها در نرم‌افزار به توان رسانده شده و بر این اساس، تأثیرات غیرمستقیم شاخص‌ها سنجیده شد.



شکل ۳: نمودار شدت ارتباط در تأثیرگذاری غیرمستقیم متغیرها (در سطح ۷۵٪)

همانگونه که در نقشه گرافیکی تأثیرات غیرمستقیم ملاحظه می‌گردد، ورود ژیمناستیک به مدارس، اردوهای بین‌المللی و منظم، استعدادیابی و استعدادپروری، تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک و کمیت و کیفیت ورزشکاران و مربیان بیشترین تأثیر را از سایر متغیرهای سیستم می‌گیرند و در این بین، بودجه مالی فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران، سیاست‌های کمیته ملی المپیک و زیرساخت‌هاو امکانات فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران به مثابه سازه‌های مستقل این اثرات را بر سیستم وارد می‌کنند. با اقتباس از آنچه که بیان شد و با درنظر گرفتن میزان اهمیت و عدم‌قطعیت و همچنین موقعیت مکانی عامل‌ها در نقشه تأثیرات مشخص گردید چهار متغیر استعدادیابی و استعدادپروری، سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان، دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک و تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک عدم-قطعیت‌ها (پیشران‌های) کلیدی موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ در آینده می‌باشند. در این پژوهش عوامل موصوف به عنوان عوامل کلیدی و راهبردی (عدم‌قطعیت) درنظر گرفته شدند.

جدول ۷. عدم‌قطعیت‌های کلیدی پیش‌روی موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸

عامل	اثرگذاری مستقیم	اثرپذیری مستقیم	اثرگذاری غیرمستقیم	اثرپذیری غیرمستقیم
استعدادیابی و استعدادپروری	۷۲۰	۶۸۰	۷۲۲	۷۰۳
سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان	۸۴۰	۹۲۰	۸۱۴	۷۸۵
دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک	۸۴۰	۸۴۰	۷۹۱	۷۸۲
تعداد شرکت کننده در بازی های المپیک	۷۶۰	۷۲۰	۷۳۲	۷۷۲

بحث و نتیجه‌گیری

رویداد بزرگی مانند بازی‌های المپیک مهمترین رویداد بین‌المللی برای ورزش ایران و همه کشورهای حاضر در جهان محسوب می‌شود. بی‌شک این رویداد ویترین و آینه تمام‌نمای عملکرد ورزشی تک تک کشورها طی گذشت چهار سال از آخرین حضورشان در این رویداد تاریخی است که می‌توانند با اتکا به نتایج حاصله، موفقیت خود را در مقایسه با سایر کشورها مورد سنجش و ارزیابی قرار دهند. اما نکته قابل توجه در موفقیت کشورها در بازی‌های المپیک، برنامه‌ریزی و شناسایی عوامل موثر بر موفقیت در این بازی‌هاست. مسائل و مشکلات جاری فدراسیون ژیمناستیک کشور به نحوی برای مدیران و تصمیم‌گیران این فدراسیون مشکل‌ساز شده است که برنامه‌ریزی برای رویدادهای بزرگ چون المپیک در دوره های بعدی چالشی جدی برای مدیران و تصمیم‌گیران فدراسیون ژیمناستیک می‌باشد. از این‌رو؛ در مطالعه حاضر به شناسایی پیشران‌های کلیدی موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸پرداخته شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد چهار نیروی استعدادیابی و استعدادپروری، سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان، دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک و تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک پیشران‌های موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ می‌باشند. پیشران‌ها به‌طور دقیق جزو متغیرهای دووجهی ریسک و متغیرهای تأثیرگذار بحرانی تعیین‌شده در نقشه تأثیرگذاری/ تأثیرپذیری عوامل حاصل از نرم‌افزار میک‌مک هستند. پیشران‌های نامبرده از دیدگاه ذینفعان مربوطه از پتانسیل بالاتری برای اثرگذاری بر مسیر تحولات آینده در موضوع پژوهش بهره‌مند هستند. در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که عدم‌موفقیت ورزش ژیمناستیک در رویدادهای بزرگ ناشی از عوامل مختلفی می‌باشد که باید برای رفع این مشکلات برنامه‌ریزی دقیقی صورت گیرد. نتایج به دست آمده با یافته‌های تحقیقات اشلمباخ و همکاران (۲۰۲۲)، اسکلسو همکاران (۲۰۲۰)، ترخانی و همکاران (۱۳۹۹)،موسوی‌راد (۱۳۹۸)و خداداد کاشی و کریم نیا (۱۳۹۵) همخوان می‌باشد. در مقابل تحقیق ناهمخوانی یافت نگردید.

استعدادیابی و استعدادپروری یکی از پیشران های شناسایی‌شده برای موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که تعداد خیلی زیادی از ورزشکاران نمی‌توانند به سطح قهرمانی برسند و تنها تعداد اندکی فرصت و شانس برنده‌شدن مدال را دارند و نهایت اینکه تعداد خیلی کمی از ورزشکاران در ورزش‌های رقابتی به اندازه کافی حمایت می‌شوند، بنابراین، برنامه‌های استعدادیابی باید به نحوی اجرا شود که تا حد ممکن این مشکلات روحی و روانی را کاهش دهد. به طور کلی همه سازمان‌های ملی ورزشی اذعان می‌کنند که استعدادیابی نقش بسیار مهمی در تضمین آینده ورزشی آن‌ها جهت جایگزینی ورزشکاران قهرمان بازنشسته دارد (سوتیریادو و شیلبوری[1]، ۲۰۰۹).ترخانی و همکاران (۱۳۹۹) نیز بیان کردند سیستم توسعه و شناسایی استعدادهای ورزشی در موفقیت تیم‌های ورزشی حاضر در المپیک نقش معناداری دارد. همچنین موسوی‌راد (۱۳۹۸) مدیریت استعدادیابی را به عنوان عوامل موفقیت ایران در بازی‌های المپیک برشمردند. انتخاب و هدایت مناسب ورزشکار، یکی از مزایای استعدادیابی است که موجب صرفه‌جویی‌های زیاد در مصرف منابع خواهد شد که این منابع شامل زمان، انرژی مربی و هزینه‌های انجام‌شده‌ای است که به تدریج بر میزان آن افزوده می‌شود و همچنین عمر، انرژی و سرمایه گذاری های اجتماعی خود ورزشکار را در بر می‌گیرد. با توجه به اینکه در ورزش ژیمناستیک سن قهرمانی بسیار پایین است، استعدادیابی درست سبب می‌شود تا استعدادهای رشته ژیمناستیک در سنین بسیار پایین شناسایی و در سنین پایین آماده و مهیای قهرمانی در رویدادهای بزرگ شوند. به عنوان مثال، لولی[2] زمانی که مدال طلای ژیمناستیک پارالل ناهم‌سطح در مسابقات المپیک ۱۹۹۲ بارسلونا را کسب کرد تنها ۱۳ سال داشت (هانگ[3]، ۲۰۰۴). همچنین این امر سبب می شود تا عمر قهرمانی ورزشکاران افزایش پیدا کند.

سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان نیز به عنوان یکی دیگر از پیشران‌های شناسایی‌شده برای موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ شناسایی گردید. ژیمناستیک بانوان تاکنون در مسابقات جهانی و المپیک غایب بوده است و در صورت رفع موانع حضور بانوان در مسابقات المپیک می‌توان از پتانسیل مدال‌گیری بانوان نیز برای موفقیت در المپیک استفاده کرد. در این راستا موسوی‌راد (۱۳۹۸) دریافت توجه به ورزش بانوان یکی از عوامل موفقیت ایران در بازی‌های المپیک می باشد. درحالی‌که ورزشکاران مرد از نظر اجتماعی کم و بیش در بسیاری از کشورهای اسلامی پذیرفته‌شده‌اند، زنان شرکت‌کننده در رقابت‌های ورزشی در موضوعاتی که بسیاری از حاکمان و رهبران (مذهبی) و نیز در قشر بزرگی از جامعه، با تناقضاتی مواجه هستند (پفیستر[4]، ۲۰۱۰). به غیر از محدودیت‌های فرهنگی داخلی، موانع خارجی هم برای مشارکت زنان

[1] Sotiriadou & Shilbury
[2] Lu Li
[3] Hong
[4] Pfister

مسلمان در رقابت‌های جهانی وجود دارد به‌ویژه لباس‌های رسمی که توسط فدراسیون بین‌المللی ورزش[1] که مسئول قوانین ورزش است، یک مانع اصلی می‌باشد. صرفاً تمرکز بر مردان در ورزش نخبگان کافی نیست و بدون ارتقای ورزش زنان نخبه، یک کشور نمی‌تواند در در زمینه بین‌المللی موفقیت کسب کند. سطوح بالاتر برابری جنسیتی در یک کشور، به طرز چشمگیری موفقیت در کسب مدال المپیک را برای ورزشکاران زن و مرد پیش‌بینی می‌کند. برابری جنسیتی یک راهبرد برد- برد است که به اعضای هر دو جنس اجازه می‌دهد تا پتانسیل واقعی خود را احراز کنند (بردهال و همکاران[2]، ۲۰۱۵). یک مثال از کشوری که به دلیل سرمایه‌گذاری خود بر روی ورزشکاران زن موفقیت به دست آورد، کشور چین است. در بازی‌های تابستانی ۲۰۰۴ آتن، چین دوسوم مدال‌های خود (۳۹ مدال از ۶۳) را در مسابقات زنان به دست آورد (جانسون[3]، ۲۰۰۸).

دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک هم یکی دیگر از پیشران‌های موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ بود. تغییرات و تحولات نظام بین‌المللی فرصت‌های بسیاری را پیشروی پدیده دیپلماسی ورزشی کشورها قرار داده است که بهره‌مندی جمهوری اسلامی ایران از این فرصت‌ها موجب ارتقای هرچه بیشتر وجهه نظام در فضای بین‌المللی و بی‌توجهی به آن‌ها، سبب از دست رفتن دستاوردهای بسیاری خواهد شد. دیپلماسی ورزشی می‌تواند فشارهای وارد بر ورزش ژیمناستیک را در عرصه بین‌المللی کاهش دهد و زمینه‌ساز کسب موفقیت ورزشکاران در المپیک از طریق ارتباطات گسترده در سطح جهان شود. بخشی‌چناری و همکاران (۱۴۰۰)ذزیافتند که میزبانی رخدادهای بین‌المللی، استفاده از ورزش برای معرفی تغییرات مثبت داخلی به افکار عمومی جهان، شرکت ورزشکاران در فعالیت‌های خیریه و بین‌المللی، تربیت سفیران ورزشی، کسب کرسی‌های بین‌المللی، حضور ورزشکاران، مربیان، مدیران ورزشی و...، در جلسات تصمیم‌گیری مرتبط با دیپلماسی از مهمترین ابزارهای دیپلماسی ورزشی برای دستیابی به اهداف بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. بر این اساس، فدراسیون ژیمناستیک می‌تواند با بهره‌گیری از ابزارهای دیپلماسی ورزشی زمینه لازم را برای حضور ورزشکاران زن با حجاب در مسابقات بین‌المللی فراهم آورد. همچنین با بهره‌گیری از ابزارهایی چون میزبانی رخدادهای بین‌المللی و کسب کرسی‌های بین‌المللی به کسب موفقیت و درخشش ورزشکاران در رقابت‌های المپیک کمک نماید.

در نهایت تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک، آخرین پیشران شناسایی‌شده در موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ بود. اگرچه تعداد ورزشکاران شرکت‌کننده در هر کشور در بازی‌های المپیک ۲۰۲۸ در رشته ژیمناستیک هنوز مشخص نیست، اما تحقیقات مختلف به تعداد ورزشکاران به عنوان

[1] International Sport Federations (ISFs)
[2] Berdahl et al.
[3] Johnson

یکی از شاخص‌های موفقیت وکسب مدال در المپیک اشاره کرده‌اند؛ چنانکه اشلمباخ و همکاران (۲۰۲۲)، اسکلسو همکاران (۲۰۲۰) و خداداد کاشی و کریم‌نیا (۱۳۹۵) به تعداد ورزشکاران به عنوان یکی از شاخص‌های کسب مدال و موفقیت در المپیک اشاره کرده‌اند. هرچه تعداد ورزشکاران شرکت‌کننده در أسباب مختلف رقابت‌های المپیک ژیمناستیک در دو بخش مردان و زنان بیشتر باشد، شانس کسب مدال در این رقابت‌ها هم برای ورزشکاران کشورمان افزایش می‌یابد. آنچه مشهود است به دلیل تخصصی‌بودن أسباب‌های رشته ورزشی ژیمناستیک در مسابقات المپیک و نیز ضرورت کسب سهمیه برای هر اسباب از سوی ورزشکاران، در صورتی که تعداد ورزشکاران شرکت‌کننده در رقابت‌ها افزایش یابد، شانس کسب مدال نیز در أسباب مختلف افزایش می یابد و فدراسیون ژیمناستیک باید بر افزایش کمی ورزشکاران شرکت‌کننده در رقابت‌های المپیک سرمایه‌گذاری نماید تا ورزشکاران کشورمان بتوانند در اسباب مختلف کسب سهمیه نمایند و در رقابت‌ها شرکت کنند.

همچنین مشخص گردید متغیرهای راهبردهای فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران، بودجه مالی فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران و سیاست‌های کمیته ملی المپیک با قرارگرفتن درربع بالا و سمت چپ نقشه اثرگذاری-اثرپذیری مستقیم متغیرها به طورمشخص متغیرهای اثرگذارموفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸(دارای اثرگذاری زیادواثرپذیری کم) هستند. ویژگی بارز شاخص‌های تأثیرگذار این است که بیشترین تاثیرگذاری را در سیستم دارند و به مثابه «بحرانی‌ترین» شاخص‌ها، وضعیت سیستم و تغییرات آن وابسته به آن‌هاست و توسط سیستم، چندان قابل کنترل نیستند، چرا که تأثیرپذیری آن‌ها در موضوع پژوهش (موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸) نسبتاً کم است و تغییر آن‌ها وابسته به تغییر در عوامل بسیار دیگر است. در مجموع این نیروها، باید به عنوان نیروهای کلیدی محیطی مؤثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸شناخته شوند وهمواره شرایط آن‌ها را برای تنظیم سیاست‌ها و برنامه‌ها رصدگردد، چرا که تغییر در این متغیرها می‌تواند منجربه تغییرات در سایر متغیرهای موضوع پژوهش شود.

در ادامه مشخص گردید میزان اعزام به مسابقات بین‌المللی، اردوهای بین‌المللی و منظم، کمیت و کیفیت ورزشکاران و مربیان، استفاده از مربیان خارجی در تیم‌های ملی و میزبانی رقابت‌های بین‌المللی با قرار گرفتن در قسمت پایین و سمت راست ماتریس، به‌طور مشخص، عنوان شاخص‌های تأثیرپذیر سیستم در آینده هستند. ویژگی بارز متغیرهای تأثیرپذیر این است که نسبت به تکامل سایر متغیرهای تأثیرگذار و دووجهی بسیار حساس هستند، چراکه متغیرهایی هستند که قابلیت تأثیرپذیری بالاتری دارند و از طریق هماهنگی و اثرگذاری بر آنها می‌توان برای تحقق آینده مطلوب، تلاش و برنامه‌ریزی کرد یا از اثرات منفی آن‌ها کاست. از این جهت، این متغیرها در اصطلاح یک شاخص خروجی برای سیستم به‌شمار می‌روند.

سرانجام مشخص گردید که برگزاری لیگ داخلی ژیمناستیک، زیرساخت‌ها و امکانات فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران، ورود ژیمناستیک به مدارس و فناوری‌های آموزشی در حوزه ژیمناستیک در این پژوهش نسبت به متغیرهای دیگر دارای تأثیرگذاری و تأثیرپذیری کمتری هستند و به عنوان متغیرهای مستقل در سیستم شناخته می‌شوند. این بدان معناست که این شاخص براساس داده‌های واردشده (مبتنی بر دیدگاه ذینفعان)، نسبت به شاخص‌های دیگر سیستم، اثرگذاری/پذیری کمتری دارند. گفتنی است که همه ۱۶ عامل شناسایی‌شده همانگونه که در مرحله قبل مشخص گردید، در میان مجموعه متغیرهای مؤثر، به‌عنوان مهمترین و موثرترین متغیرها شناسایی شده‌اند. با این حال، متغیرهای مستقل شناسایی‌شده در نقشه تأثیرگذاری/تأثیرپذیری (حاصل از نرم‌افزار میک‌مک) به نسبت سایر عوامل از وزن کمتری برخوردار هستند. با اقتباس از نتایج تحقیق ۱۶ عامل مؤثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸می‌باشد که از بین آن‌ها ۴ عامل کلیدی‌ترین و راهبردی‌ترین پیشران هستند مبنی بر اینکه طبیعت این عامل‌ها با ناپایداری آمیخته است، زیرا هر عمل و تغییری بر روی آن‌ها، واکنش و تغییر بر دیگر شاخص‌ها را به دنبال خواهد داشت و می‌تواند موضوع کنش و واکنش سیاست‌گذاران باشند. در نتیجه لازم است وضعیت آن‌ها در طراحی برنامه‌ها و اقدام‌ها به‌طور ویژه لحاظ گردد. از طرفی با توجه به متغیرهای گوناگون شناسایی شده، مشخص می‌شود مسیر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ مسیری پیچیده است و تنها واقعیت ساده در این مسیر آن است که عوامل موثر بر موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ نیاز به شناسایی و برنامه‌ریزی برای دستیابی هستند. بر مبنای یافته‌های حاصل شده مشخص گردید استعدادیابی و استعدادپروری، سرمایه‌گذاری در بخش ورزش بانوان، دیپلماسی ورزشی فدراسیون ژیمناستیک و تعداد شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک عدم‌قطعیت‌های موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸هستند. به سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان این حوزه پیشنهاد می‌گردد برنامه‌ها و اقدامات خود را مبتنی بر تغییرات در عامل‌های مذکور تنظیم و طرح‌ریزی کنند و هرگونه تغییر در این عوامل را به‌صورت پیوسته رصد نمایند و به دلیل پویایی غیرقابل پیش‌بینی آن‌ها به‌صورت لحظه‌ای اقدامات خود را مبتنی بر وضعیت این عوامل تنظیم، تدوین و بازبینی کنند. چراکه این عوامل به دلیل اهمیت عدم‌قطعیت بالاتر (در مقایسه با متغیرهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر)، هدف مناسب‌تری برای تمرکز اقدامات و برنامه‌ها به شمار می‌روند.

در مسیر انجام این تحقیق محدودیت‌هایی نیز وجود داشت که در تعمیم‌دهی نتایج لازم است مورد توجه قرار گیرد. محدودیت اول اینکه در انجام آینده‌پژوهی رایج است از مدل‌های PEST، DEGEST و STEEP برای شناخت عوامل محیط بیرونی استفاده شود که به دلیل اینکه مدل‌های مذکور نمی‌توانست موضوعات ورزشی و فنی خاص موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ را پوشش دهد از تلفیقی از این مدل‌ها در کنار مدل‌هایی که محیط درونی را مورد توجه قرار می‌دهند استفاده شد. محدودیت دیگر

اینکه این پژوهش صرفاً دیدگاه بخشی از ذینفعان موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ را منعکس کرده است. لذا نمی‌توان نظر به تمامی ذینفعان این حوزه تعمیم داد. بر این مبنا به محققان آتی پیشنهاد می‌گردد که مدل‌های مختص به حوزه آینده‌پژوهی در حوزه موفقیت تیم ملی ژیمناستیک در المپیک ۲۰۲۸ را طراحی و اعتباریابی نمایند و با استفاده از یک مطالعه تطبیقی، تفاوت‌ها و شباهت‌های دیدگاه تمامی ذینفعان را پیرامون عوامل شناسایی‌شده مقایسه کنند.

منابع

- ادیب روشن، فرشته؛ طالب پور، مهدی و پیمانی‌زاد، حسین. (۱۳۹۶). «**تدوین سناریوهای ورزش قهرمانی استان خراسان رضوی در افق ۱۴۰۴**». مدیریت و توسعه ورزش. ۶ (۳)، صص ۱۶۸-۱۸۶.
- ایزدی، فرناز؛ احمدی، عاطفه و چاره‌جو، فرزین. (۱۴۰۰). «**آینده‌پژوهی توسعه استان کردستان، مسائل و چالش‌های پیش‌روی آن**». نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۲۱ (۶۲)، صص ۲۶۱-۲۷۹.
- بخشی چناری، امین رضا؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، سیدنصرالله و جلالی فراهانی، مجید. (۱۴۰۰). «**شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه دیپلماسی ورزشی در سیاست خارجی**». مدیریت و توسعه ورزش. ۱۰(۱)، صص ۱۳۰-۱۴۰.
- بدری آذرین، یعقوب؛ طالبیان‌نیا، حسین و سلمانی، علی. (۱۳۹۲). «**راهکارهای توسعه منابع ژیمناستیک**». مطالعاتمدیریت ورزشی. ۱۹، صص ۸۱-۹۲.
- پاداش، دنیا؛ کاشف، سید محمد؛ ثقفی، فاطمه و حمیدی، مهرزاد. (۱۴۰۰). «**شناسایی عدم‌قطعیت‌های تربیت‌بدنی و ورزش دانش‌آموزی در افق ۱۴۰۴**». پژوهش در ورزش تربیتی. ۹(۲۲)، صص ۴۷-۷۴.
- ترخانی عزت‌الله؛ فراهانی، ابوالفضل؛ قربانی، لیلا و قاسمی، حمید. (۱۳۹۹). «**تبیین نقش شاخص‌های کلیدی منجر به موفقیت ایران در المپیک ریو براساس مدلSPLISS** ». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۸ (۲۸)، صص ۸۵-۹۹.
- خداداد کاشی، فرهاد و کریم نیا، الهام. (۱۳۹۵). «**بررسی تاثیر عامل‌های اقتصادی و اجتماعی بر موفقیت ورزشی کشورها در بازی‌های المپیک (۲۰۱۲-۱۹۹۶)**». فصل‌نامه تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی. ۲۵، صص ۴۳-۶۷.
- خسروی، آذر؛ رمضانی‌نژاد، رحیم و محمدیان، فریبا. (۱۴۰۰). «**طراحی الگویی برای تحلیل سیستم توسعه ورزش‌های پایه (مطالعه موردی: ژیمناستیک)**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۲۰(۵۲)، صص ۹۵-۱۱۲.
- راسخ، نازنین؛ سجادی، نصرالله؛ حمیدی، مهرزاد و خبیری، محمد. (۱۳۹۴). «**طراحی و تدوین برنامه راهبردی ورزش قهرمانی بانوان کشور ایران**». مدیریت ورزشی. ۷ (۳)، صص ۳۰۹-۳۳۴.
- رضایی قادی، مهدی و رفیع، حسین. (۱۴۰۰). «**بررسی کاربردهای آینده‌پژوهی در سیاست‌گذاری عمومی**». سپهر سیاست. ۸ (۲۷)، صص ۸۵-۱۰۲.
- کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و دانشمندی، حمزه. (۱۳۹۴). «**تدوین منظرها و نقشه راهبردی توسعه ژیمناستیک ایران با رویکرد کارت امتیازی متوازن**». فصل‌نامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۲ (۳)، صص ۱۰۳-۱۱۵.
- کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و دانشمندی، حمزه. (۱۳۹۵). «**تعیین موقعیت راهبردی و تدوین برنامه راهبردی فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۵ (۳۲)، صص ۷۵-۹۷.
- موسوی راد، سیده طاهره. (۱۳۹۸). «**شناسایی عوامل موفقیت ایران در بازی‌های المپیک**». فصل‌نامه علمی- پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۸ (۲)، صص ۵۳-۶۲.
- Berdahl, J. L. , Uhlmann, E. L. , & Bai, F. (2015). **"Win–win: Female and male athletes from more gender equal nations perform better in international sports competitions".** Journal of Experimental Social Psychology, 56, 1-3.

- Boyacioğlu, F. , & Oğuz, A. G. (2016). **"The Role of Sports in International Relations. Acta Universitatis Danubius".** Relationes Internationales, 9 (1).
- 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.
- Dowling, M. , Brown, P. , Legg, D. , & Beacom, A. (2018). **"Living with imperfect comparisons: The challenges and limitations of comparative paralympic sport policy research".** Sport management review, 21 (2), 101-113.
- Habibi, A., Jahantigh, F. F., & Sarafrazi, A. (2015). **"Fuzzy Delphi technique for forecasting and screening items".** Asian Journal of Research in Business Economics and Management, 5(2), 130-143.
- Harris, L. J. (2021). **Success and failure of countries at the Olympic Games.** by Danyel Reiche, London, Routledge.
- Hong, F. (2004). **"Innocence lost: child athletes in China".** Sport in society, 7 (3), 338-354.
- Hyuk, Y. (2019). **"Global sporting performance of nations-A method for measuring the level of national sport's policies".** Unpublished doctoral thesis, University of Lausanne.
- Johnson, D. K. N. , & Ali, A. (2004). **"A Tale of Two Seasons: Participation and Medal Counts at the Summer and Winter Olympic Games".** Social Science Quarterly, 85 (4), 974–993.
- Khetib, S. M. B., & Zemri, B. E. (2023). **"The Role of Foresight in Achieving Sustainable Development: The Model of Finland".** les cahiers du mecas, 19(1), 17-32.
- Lima, L. B. D. Q. (2020). **Fatores que influenciam o sucesso esportivo internacional da Ginástica Artística Feminina brasileira: Factors leading to international sporting success of Women's Artistic Gymnastics in Brazil.** Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. sage
- Pfister, G. (2010). **"Outsiders: Muslim women and olympic games–barriers and opportunities".** The International Journal of the History of Sport, 27 (16-18), 2925-2957.
- Sawyer, S., & Carmel, E. (2022). **"The multi-dimensional space of the futures of work".** Information Technology & People. 1-20.
- Scelles, N., Andreff, W., Bonnal, L., Andreff, M., & Favard, P. (2020). **"Forecasting national medal totals at the Summer Olympic Games reconsidered".** Social Science Quarterly, 101(2), 697-711.
- Schlembach, C., Schmidt, S. L., Schreyer, D., & Wunderlich, L. (2022). **"Forecasting the Olympic medal distribution–A socioeconomic machine learning model".** Technological Forecasting and Social Change, 175, 121314.
- Sotiriadou, K. P. , & Shilbury, D. (2009). **"Australian elite athlete development: An organisational perspective".** Sport management review, 12 (3), 137-148.
- Sotiriadou, P. , & De Bosscher, V. (2018). **"Managing high-performance sport: Introduction to past, present and future considerations".** European Sport Management Quarterly, 18 (1), 1–7.
- Valenti, M. , Scelles, N. , & Morrow, S. (2020). **"Elite sport policies and international sporting success: a panel data analysis of European women's national football team performance".** European Sport Management Quarterly, 20 (3), 300-320.
- Vukadinović, S. , Simović, S. , & Jovanović, J. (2021). **"Competitiveness of the sport system in the Republic of Srpska".** Journal of Physical Education and Sport, 21 (1), 416-424.
- Wagner, S. A., Vogt, S., & Kabst, R. (2016). **"The future of public participation: Empirical analysis from the viewpoint of policy-makers".** Technological Forecasting and Social Change, 106, 65-73.

۱۳

ارائه الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران

کوروش شجاع سنگانی[۱]
محمد حامی[۲]
وحید شجاعی[۳]

10.22034/ssys.2022.2520.2819
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۰۷
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۷/۲۵

هدف تحقیق، ارائه الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران بود. تحقیق حاضر از منظر پارادایم از نوع تحقیقات پست مدرن با رویکرد کیفی، از نظر ماهیت اکتشافی- میدانی، از نظر راهبرد گرندتئوری و به لحاظ هدف بنیادی بود. شیوه جمع‌آوری داده‌ها به صورت مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته بود. جامعه آماری تحقیق خبرگان حوزه فوتبال ساحلی و اساتید مجرب با دانش مدیریت ورزشی در حوزه فوتبال ساحلی بودند که ۱۲ نفر از آنان به عنوان نمونه تحقیق به شیوه غیراحتمالی، هدفمند و گلوله برفی در نظر گرفته شد. نتایج تحلیل محتوای مصاحبه های انجام شده با خبرگان تحقیق شامل ۳۰۴ کد اولیه با فراوانی ۴۹۲ بود. در بخش عوامل موثر بر توسعه فوتبال ساحلی شامل ۹ مقوله اصلی عامل‌های رسانه، انگیزشی، استعدادیابی، اجتماعی، مدیریتی، فنی و تخصصی، عامل فعالیت‌های منابع انسانی، عامل زیر و عامل اقتصادی کشف و احصا گردید. در بخش راهبردها، مقولات راهبردهای زیرساختی با فراوانی ۷، راهبردهای انگیزشی با فراوانی ۱۳، راهبردهای فنی و تخصصی با فراوانی ۵۲، راهبردهای سیاسی با فراوانی ۵، راهبردهای فرهنگی با مجموع فراانی ۲، راهبردهای آموزشی با فراوانی ۲۳، راهبردهای مدیریتی با فراوانی ۴۰ و راهبردهای پشتیبانی با فراوانی ۲۸ به دست آمد. در بخش پیامدهای توسعه فوتبال ساحلی مقوله پیامدهای انگیزشی با فراو انی ۵، پیامدهای فنی و تخصصی با فراوانی۲۰، پیامدهای فرهنگی با فراوانی ۷، پیامدهای اجتماعی با فراوانی ۱۸ و پیامدهای آرمانی با فراوانی ۱۸ استخراج گردید.

واژگان کلیدی: توسعه، فوتبال ساحلی، منابع انسانی، راهبردهای زیرساختی، عامل انگیزشی و راهبردهای پشتیبانی.

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران
[۲] دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Mohammadhami@yahoo.com
[۳] دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

مقدمه

امروزه، کشورها دریافته‌اند که توسعه ورزش قهرمانی و بهره‌گیری از مزایای مستقیم و غیرمستقیم آن بدون برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مناسب جهت توسعه ورزش میسر نیست. بنابراین توسعه ورزش قهرمانی نیز مانند هر نظام دیگری نیازمند تدوین اهداف کلان، راهبردها و برنامه‌های عملیاتی است تا ضمن آگاهی از مسیر حرکت بتواند از هرگونه دوباره‌کاری، بیراهه و به هدر رفتن منابع مالی، انسانی، فیزیکی و اطلاعاتی خود اجتناب ورزد (چن[1] و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۳۳۶). همچنین از دیگر اهداف توسعه بحث سلامتی جامعه است، چراکه توسعه ورزش در جامعه و به‌تبع آن افزایش فعالیت بدنی اقدامی پیشگیرانه برای امراض و تهدیدهای بهداشتی محسوب می‌شود (کایرولاینن[2] و همکاران، ۲۰۱۰: ۹۰۷؛ کروک[3]، ۲۰۰۷: ۳۲۵). در آغاز قرن بیست‌ویک در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، نوعی تغییر پارادایم درباره دستاوردهای ورزشی صورت پذیرفته است که بعدها به‌عنوان اهداف گسترده‌تر و برنامه راهبردی برای زندگی بشریت به آن نگریسته شد (استیاوان و ساپورتا[4]، ۲۰۱۹: ۲۶۲)؛ ابتکاری با عنوان «ورزش برای توسعه» که با هدف ایجاد تغییر در جامعه و بیشتر برای قشر محروم در نظر گرفته شد. این ابتکار به‌عنوان ابزاری برای تحول مثبت اجتماعی، بهداشت و اقتصاد استفاده می‌شود (کید[5]، ۲۰۰۸: ۳۷۰)؛ چنان‌که امروزه تلاش شده است ورزش به ابزاری برای توسعه اجتماعی پایدار در جامعه تبدیل شود (اسکینر[6] و همکاران، ۲۰۰۸: ۲۵۳)، به اشتغال‌زایی و اشتغال کمک کند (کوبایاشی[7] و همکاران، ۲۰۱۳: ۳۸)، نقش‌های جنسیتی را تغییر و مشارکت زنان را در ورزش افزایش دهد (میر و ساودرا[8]، ۲۰۰۹: ۱۱۵۸؛ هایهورست[9]، ۲۰۱۱: ۵۳۱) و درباره سبک زندگی سالم در جوامع آگاهی بخشد (کاتون[10] و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۴۸؛ کللند[11] و همکاران، ۲۰۱۲: ۳۷۱). از سوی دیگر، صنعت گردشگری نیز نیاز به توسعه دارد، زیرا فعالیت‌های انجام‌شده در اکوسیستم بر بسیاری از بخش‌های اقتصادی جامعه تأثیر می‌گذارد (آستینا و کورنیاواتی[12]، ۲۰۲۱: ۷۴۰). ورزش‌های ساحلی با توجه به پتانسیل بالایی که در جهت جذب هواداران و گردشگران دارند در شهرهای ساحلی بیش از پیش مورد توجه واقع شده‌اند. امروزه ورزش‌های ساحلی به یک وسوسه‌کننده بزرگ نه‌تنها برای ورزشکاران،

[1] Chen
[2] Kyröläinen
[3] Kruk
[4] Setiawan & Saputra
[5] Kidd
[6] Skinner
[7] Kobayashi
[8] Meier & Saavedra
[9] Hayhurst
[10] Caton
[11] Cleland
[12] Astina & Kurniawati

بلکه برای مردم تبدیل شده است. در حقیقت یکی از راه‌های گذراندن اوقات فراغت، انجام ورزش در کنار دریا می‌باشد (بلکا[1] و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۶۵). یکی از انواع ورزش‌های ساحلی، فوتبال ساحلی است. فوتبال ساحلی مشتقی از فوتبال به‌عنوان محبوب‌ترین ورزش دنیاست (کمسیون ورزش استرالیا، ۲۰۱۶) که روی ماسه برگزار می‌شود و علاقه‌مندان زیادی در دنیا دارد. این بازی برای سرگرمی و در سطوح حرفه‌ای بین‌المللی توسط هیئت حاکمِ فوتبال جهان، فیفا، بازی می‌شود. دو تیم متشکل از پنج بازیکن، در زمین، در سه بازه زمانی ۱۲ دقیقه‌ای، توپ را به سمت یکدیگر و به داخل تور می‌برند تا با پاهای خود گل بزنند (مک گان[2]، ۲۰۲۰: ۲۸۹). در رشته فوتبال ساحلی ایران توانسته است در بین تیمی‌های مطرح جهانی جایگاه مناسبی برای خود کسب نماید. هر چند انجام بازی فوتبال در ساحل سابقه طولانی دارد، اما برگزاری مسابقات رسمی و تدوین قوانینی برای این رشته ورزشی به سال ۱۹۹۲ باز می‌گردد. توسعه و پیشرفت ورزش‌های مختلف همواره در دستور کار سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی و ملی ورزشی است و مطالعات مختلفی در این زمینه در داخل و خارج کشور انجام شده است.

گری و همکاران (۱۳۹۷: ۱۳۹) در مطالعات خود توسعه بازاریابی، میزبانی مسابقات بین‌المللی، افزایش حق پخش تلویزیونی، توسعه سرمایه‌گذاری حامیان مالی و حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال را به‌عنوان عوامل مهم و تسهیل‌کننده در جهت توسعه بین‌المللی فوتبال کشور گزارش داده‌اند (گری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۳۹؛ محسنی فر و همکاران، ۲۰۱۹: ۴۱). همچنین هنری و همکاران (۲۰۲۰: ۷۱) استعدادیابی، هماهنگی بین‌سازمانی، عوامل مدیریتی و برنامه‌ریزی، بودجه و منابع مالی، توسعه مربیان و نیروی انسانی را به‌عنوان مهمترین عوامل مؤثر در توسعه ملی شطرنج ایران گزارش دادند (هنری و همکاران، ۲۰۲۰: ۷۱). صابری و همکاران (۲۰۱۸: ۴۹) با ارائه الگوی توسعه ورزش در مناطق آزاد تجاری در ایران عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی را به‌عنوان شرایط مداخله‌گر، ارتباطات میان‌فردی، ساختار و عوامل فردی را به‌عنوان شرایط علی و عوامل فناوری، سیاسی و بین‌المللی را به‌عنوان شرایط زمینه‌ای مؤثر بر توسعه ورزش در مناطق آزاد بیان کردند (صابری و همکاران، ۲۰۱۸: ۴۹). شاخص توسعه ورزشی در کشورهای اروپایی از نظر اوتمار ویس[3] و همکاران (۲۰۱۶: ۱۶۷) بر اساس هفت شاخص تبیین اهمیت اجتماعی ورزش‌های تفریحی، باشگاه‌های ورزشی، مدارس ورزشی، دسترسی جمعیت به ورزش، اهمیت سیاسی- اجتماعی و اقتصادی ورزشی و همچنین اهمیت ورزش حرفه‌ای سنجیده می‌شود (ویس و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۶۷). دی بوس چر[4] و همکاران (۲۰۰۹: ۲۲) نیز اظهار داشتند کسب موفقیت‌های ورزشی مستلزم

[1] Bělka
[2] McGowan
[3] Otmar Weiss
[4] De Bosscher

کسب دانش و اطلاعات علمی در مورد عوامل مؤثری است که منجر به این موفقیت‌ها می‌شوند (دی بوسچر و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۱۳). گوهری و همکاران (۲۰۲۱: ۲۰۵) در تحقیقی اظهار داشتند که توسعه و بهره‌وری منابع انسانی، ایجاد نظام یکپارچه مدیریت استعداد و طراحی و استقرار نظام ارزیابی و مدیریت عملکرد، باید در اولویت اقدام مسئولان قرار گیرد. محسنی‌فر و همکاران (۲۰۱۹: ۴۱) در مطالعه خود گزارش دادند که در استان مازندران ساحلی بودن استان و وجود زمین فوتبال ساحلی، پایین بودن هزینه‌های باشگاه فوتبال ساحلی و وجود زیرساخت‌های اولیه از جمله فرصت‌های اقتصادی باشگاه‌های فوتبال ساحلی استان مازندران است که در توسعه فوتبال ساحلی می‌تواند مورد توجه مدیران استانی واقع شود (محسنی‌فر و همکاران، ۲۰۱۹: ۴۱). در مطالعه دیگری (سلمانی، ۱۳۹۶) نیز موانع ساختاری مدیریتی، موانع سیاسی، موانع اقتصادی و موانع فرهنگی به ترتیب بااهمیت‌ترین موانع در جذب حامی مالی در لیگ برتر فوتبال ساحلی گزارش شدند (سلمانی و همکاران، ۱۳۹۶). همچنین زارعی و همکاران (۲۰۲۰: ۱۸۱) در مطالعه خود که به شناسایی و رتبه‌بندی موانع پیشرفت فوتبال ساحلی ایران پرداختند، گزارش دادند موانع حیطه مدیریتی و اجرایی و پس از آن موانع امکاناتی و تجهیزاتی از جمله مهمترین موانع پیشرفت فوتبال ساحلی کشور است (زارعی و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۸۱). درویشی و همکاران (۲۰۱۸: ۱۰) نبود قوانین حمایتی مناسب گردشگران ورزش‌های ساحلی، ضعف در هماهنگی بین نهادها، ضعف در برنامه‌های راهبردی و اعمال سلیقه فردی در زمینه توسعه گردشگری ورزش‌های ساحلی را به‌عنوان مهمترین موانع دانستند (درویشی و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۰).

سیمانسکی و زیمبالیست (۲۰۱۶) در مطالعه خود محدودیت‌های اقتصادی را به‌عنوان یک مانع بزرگ در مسیر گسترش ورزش‌های ساحلی گزارش کردند (سیمانسکی و زیمبالیست[1]، ۲۰۱۶: ۱۸). همچنین استام و لامپرچت[2] (۲۰۱۱: ۱۵) بیان کردند که در سوئیس، توسعه ورزش‌های محلی از میزان مشارکت نسبتاً بالاتری برخوردار است، اما تفاوت بین مناطق در کشور اصلی با عوامل تاریخی، فرهنگی و اقتصادی ارتباط نزدیک دارد (همچنین استام و لامپرچت، ۲۰۱۱: ۱۵). مرادی و همکاران (۲۰۱۲: ۵۳۵۶) در تحقیقی اظهار داشتند تعامل مدیران سازمان‌های ورزشی با جراید و رسانه، تشکیل کمیته‌های رسانه در فدراسیون‌های ورزشی و تبادل نظر با کارشناسان حوزه رسانه برای ارائه راهکارها، کارهای لازم جهت توسعه ورزش قهرمانی است که در نهایت منجر به غلبه بر مشکلات خواهد شد (مرادی و همکاران، ۲۰۱۲: ۵۳۵۶).

ازآنجاکه توجه به توسعه و پیشرفت فوتبال ساحلی هم جنبه پر کردن اوقات فراغت در کنار ساحل و همه جنبه قهرمانی و رقابتی دارد و با توجه به اینکه فوتبال ساحلی در ایران در مدت‌زمان کوتاهی پیشرفت زیادی کرده و جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است- به‌طوری‌که طبق گزارش نشریه فوتبال

[1] Szymanski & Zimbalist
[2] Hanspeter

ساحلی در سال ۲۰۱۷ تیم ملی فوتبال ساحلی ایران با امتیاز ۳۰۸۱ در رتبه اول آسیا و دوم جهان قرار گرفت و همچنین در سال ۲۰۱۹ تیم ملی فوتبال ساحلی ایران در جام بین‌قاره‌ای با شکست ۶-۳ اسپانیا برای سومین بار قهرمان جام بین‌قاره‌ای در امارات شد- و با عنایت به جایگاه ویژه‌ایران در فوتبال ساحلی جهان، توجه به توسعه فوتبال ساحلی بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد.

اگر چه نتایج به دست آمده تاکنون برای تیم ملی فوتبال ساحلی کشورمان نتایج مناسبی بوده است، اما کشورمان پتانسیل کسب مقام‌های بالاتر در رده‌های سنی مختلف و در بخش بانوان را دارد. همچنین با توجه به پتانسیل ورزش‌های ساحلی به‌ویژه فوتبال ساحلی جهت جذب هوادار و گردشگر ورزشی در استان‌های ساحلی کشور، ضرورت توجه و توسعه فوتبال ساحلی بیش از پیش است. بر این اساس هدف از انجام این پژوهش پاسخ به سؤالات زیر است:

- عوامل مؤثر بر توسعه فوتبال ساحلی در کشور ایران کدام‌اند؟
- شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر در توسعه فوتبال ساحلی در ایران کدام‌اند؟
- راهبردها و پیامدهای توسعه فوتبال ساحلی کدام‌اند؟
- الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر از منظر پارادایم از نوع تحقیقات برخاستی محسوب می‌گردد که به شیوه کیفی و مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد و با توجه به رویکرد اشتراوس و کوربین (۱۹۹۰) پس از شناسایی پدیده محوری تحقیق، شرایط علی و زمینه‌ای و مداخله‌گر مؤثر بر توسعه فوتبال ساحلی مورد بررسی و شناسایی قرار گرفت. پس از آن راهبردها و پیامدهای توسعه فوتبال ساحلی کشف و احصا شد. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته استفاده گردید. در این تحقیق، از تاکتیک تحلیل محتوای پنهان جهت تجزیه‌وتحلیل داده‌ها بهره‌گیری شد. در این نوع تحقیقات، محقق با انجام مصاحبه‌های عمیق با اساتید مدیریت ورزشی و خبرگان حوزه فوتبال به‌ویژه فوتبال ساحلی در مورد عوامل مؤثر، راهبردها و پیامدهای توسعه فوتبال ساحلی ایران مبادرت به جمع‌آوری داده‌ها نمود. فرمت داده‌ها در این بخش از تحقیق به شکل صوت و متن بود. پس‌ازاین مراحل، محقق با استفاده از نظر اشتراوس و کوربین (۱۹۹۰) مبادرت به دو نوع کدگذاری باز و محوری نمود و مصاحبه‌ها را آن‌قدر ادامه داد تا به اشباع نظری مقولات احصاشده دست‌یافت. در روش تحلیل محتوای پنهان، پس از استخراج صوت‌ها و متن‌ها و مطالعه آن‌ها گزاره‌های هر بخش یا واحدهای معنایی به‌صورت کد استخراج گردید. این کدگذاری‌ها به روش‌های کدگذاری توصیفی و فرایندی انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه اساتید و متخصصان مدیریت ورزشی(دارای سابقه فعالیت پژوهشی در رشته فوتبال ساحلی)، ورزشکاران و مربیان نخبه فوتبال ساحلی،

رئیس، نایب‌رئیس و کارشناسان کمیته فوتبال ساحلی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران می‌شدند. روش نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و به شیوه گلوله برفی بود که در نهایت ۱۲ نفر به عنوان حجم نمونه تحقیق انتخاب شدند.

در این پژوهش، پژوهشگر به‌منظور ثبت اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها، علاوه بر یادداشت روز مطالب، با کسب اجازه از فرد مصاحبه‌شونده به ضبط مصاحبه با استفاده از دستگاهی ویژه ضبط صدا اقدام نمود. قبل از این کار با مصاحبه‌شونده آن تماس گرفته شد و کسانی که مایل به شرکت در مصاحبه بودند، در زمان و مکان مقرر مورد مصاحبه قرار گرفتند. در این راستا، ابتدا راهنمای مصاحبه برای افراد ارسال گردید که در برگیرنده عنوان، اهداف و سؤال‌های کلی مصاحبه بود تا مصاحبه‌شونده‌ها با موضوع بحث آشنا شوند. سؤالات مصاحبه به‌گونه‌ای در جلسه مصاحبه مطرح شدند که ازنظر پویایی به ارتقای یک تعامل مثبت و مؤثر منجر گردند. همان‌طور که اشاره شد، در فاز کیفی تحقیق، راهبرد تحلیل محتوای پنهان مورداستفاده قرا گرفت. بنابراین محقق با استفاده از مصاحبه‌های عمیق با نمونه تحقیق، از طریق فرمت صوت و متن مبادرت به کدگذاری به‌صورت باز و محوری نمود. بدین منظور ابتدا محقق با استفاده از روش‌های کدگذاری توصیفی و فرایندی، کدهای اولیه را شناسایی و به مقولات و کدهای محوری که همان مؤلفه‌ها هستند، رسید. با استفاده از فرایند کدگذاری اولیه، محوری و گزینشی با استفاده از نرم‌افزار مکس کیو دا ویرایش ۲۰۲۰[1] مبادرت به تدوین شاخص‌های مربوط به عوامل مؤثر بر توسعه، پیامدها و راهبردها نمود و در قالب ماتریس فراوانی شانون[2]، تدوین مدل کیفی را به اتمام رساند. به‌منظور دست‌یابی به روایی شاخص‌ها و کدهای اکتشاف‌شده، چند تن از مشارکت‌کنندگان در مصاحبه که از اساتید هیئت‌علمی دانشگاه و دارای مرتبه استادیاری بودند، فرایند کدگذاری‌ها را مورد بازبینی قراردادند و دیدگاهشان در مورد مراحل کدگذاری اعمال شد. همچنین ۲ تن از اساتید مدیریت ورزشی (اساتید راهنما و مشاور) به بررسی یافته‌ها و اظهارنظر درباره مراحل مختلف کدگذاری پرداختند. در این تحقیق از روش پایایی باز آزمون جهت تعیین ضریب پایایی استفاده گردید. به‌منظور محاسبه پایایی باز آزمون از میان مصاحبه‌های انجام‌گرفته چند مصاحبه به‌عنوان نمونه انتخاب و هرکدام از آن‌ها در یک‌فاصله زمانی مشخص مجدداً کدگذاری شد (جدول ۱). از بین مصاحبه‌های انجام‌گرفته، به‌صورت تصادفی ۲۰ درصد مصاحبه‌ها که شامل ۴ مصاحبه بود، انتخاب شد و هرکدام از آن‌ها دو بار در یک‌فاصله زمانی ۳۰ روزه (یک ماه) توسط پژوهشگر دیگر از تیم پژوهش کُدگذاری گردیدند. استملر[3] (۲۰۰۱: ۱۳۷) در پژوهش خود میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد را مورد تایید

[1] MAXQDA2020
[2] Shanon Entropy
[3] Stemler

و قابل‌قبول بیان نمود (استملر، ۲۰۰۱: ۱۳۷). نتایج حاصل از باز کُدینگ (کُدگذاری مجدد) در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱: محاسبه ضریب پایای باز آزمون کدهای استخراج‌شده و شاخص‌های اکتشاف‌شده

ردیف alignment	عنوان مصاحبه Interview title	تعداد کل کدها Total number of codes	تعداد توافقات Number of agreements	تعداد عدم‌توافقات Number of disagreements	پایایی بازآزمون Retest-test reliability
1	P۲	۷۲	۶۵	۷	۹۰ درصد
2	$P_{۶}$	۹۳	۸۲	۱۱	۸۸ درصد
3	$P_{۸}$	۷۳	۶۵	۸	۸۹ درصد
4	$P_{۹}$	۶۰	۴۹	۱۱	۸۱ درصد
کل (TOTAL)		۲۹۸	۲۶۱	۳۷	۸۷ درصد

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود تعداد کل کُدها در دو فاصله زمانی ۳۰ روزه برابر ۲۹۸، تعداد کل توافقات بین کُدها در این دو زمان برابر ۲۶۱ کد بود. پایایی بازکُدینگ (کدگذاری مجدد) مصاحبه‌های انجام‌گرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول اسکات، برابر ۸۷ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است (استملر، ۲۰۰۱: ۱۳۷)، از پایایی بالا برخوردار است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی بخش کیفی تحقیق در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: یافته‌های توصیفی بخش کیفی تحقیق

ردیف	مشخصه	پست/سمت	تحصیلات	سوابق
۱	P1	عضو هیئت‌علمی دانشگاه، رئیس هیئت جودو استان مازندران	دکتری	مدرس دانشگاه، سرپرست فریزبی ورزش همگانی،
۲	P2	عضو هیئت‌علمی دانشگاه	دکتری	مدرس و محقق دانشگاهی
۳	P3	داور بین‌المللی فوتبال ساحلی	کارشناسی ارشد	۱۴ سال سابقه در فوتبال ساحلی

۴	P4	بازیکن سابق تیم ملی فوتبال ساحلی	کارشناسی ارشد	مدرس فدراسیون، سرمربی تیم ملی، بازیکن و کاپیتان تیم ملی
۵	P5	بازنشسته آموزش‌وپرورش	کارشناسی ارشد	مربی فوتبال ساحلی، ۱۲ سال سابقه در فوتبال ساحلی، نماینده فدراسیون در فوتبال ساحلی
۶	P6	داور و ناظر داوری فدراسیون فوتبال	کارشناسی ارشد	۱۳ سال حضور در فوتبال ساحلی، مدیرعامل ملوان بندر گز، مدیر فوتبال ساحلی شهریار
۷	P7	رئیس هیئت فوتبال ساحلی یزد	کارشناسی ارشد	۱۴ سال سابقه در فوتبال ساحلی، مدیر اجرایی رویداد بین‌المللی فوتبال ساحلی در یزد
۸	P8	مربی و مدرس فوتبال ساحلی ایران	دکتری	مدرس دانشگاه، مدرس فوتبال ساحلی
۹	P9	بازیکن سابق فوتبال ساحلی	کارشناسی ارشد	۱۴ سال سابقه و بازیکن تیم ملی فوتبال ساحلی در سال‌های پیش
۱۰	P10	مربی بانوان فوتبال ساحلی، دبیر تربیت‌بدنی	کارشناسی ارشد تربیت‌بدنی	۱۰ سال سابقه در فوتبال ساحلی، مربی بین‌المللی فوتبال ساحلی
۱۱	P11	مدرس فوتبال ساحلی	دانشجوی دکتری	۱۳ سال سابقه در عرصه مربیگری و مدرسی فوتبال ساحلی

۱۲	P12	عضو هیئت‌علمی دانشگاه	ورزشی/ استاد تمام	دکتری مدیریت	محقق و پژوهشگر و دارای سوابق مدیریتی در عرصه‌های مختلف ورزشی

پس از تجزیه‌وتحلیل و خرد کردن واحدهای معنادار، ۳۰۴ گزاره اولیه با فراوانی ۴۹۲ در بخش‌های عوامل مؤثر بر توسعه فوتبال ساحلی، راهبردهای توسعه فوتبال ساحلی و پیامدهای توسعه فوتبال ساحلی ایران استخراج و احصا گردیدند. بنابراین تعداد کل گزاره‌های اولیه با بررسی پی‌درپی متن و اعمال‌نظر استاد راهنما و مشاور، کدهای با مضامین تکراری و مبهم و نیز نامربوط از مجموعه کدها حذف گردید و در نهایت این ۳۰۴ گزاره اولیه با مجموع ۴۹۲ فراوانی آماده دسته‌بندی و تشکیل مقولات شد. با توجه به نتایج تحلیل محتوی مصاحبه‌های انجام‌شده با خبرگان تحقیق، ۹ مقوله اصلی از دسته‌بندی کدهای اولیه در بخش عوامل مؤثر بر توسعه فوتبال ساحلی شامل عامل رسانه با مقولات فرعی‌تر: رسانه اجتماعی و رسانه ملی با مجموع فراوانی ۱۸، عامل انگیزشی با مقولات فرعی‌تر انگیزه‌های فرا فردی و فردی با مجموع فراوانی ۲۲، عامل استعدادیابی با مقولات فرعی‌تر فوتبال پایه، نگهداری، پرورش و جذب با مجموع فراوانی ۳۲، عامل اجتماعی با مقولات فرعی‌تر نگرش، خانواده و جامعه با مجموع فراوانی ۱۶، عوامل مدیریتی با مقولات فرعی‌تر ارتباطات بین‌المللی، سازمان‌دهی، مدیریت رویداد و برنامه‌ریزی راهبردی با فراوانی ۵۲، عامل فنی و تخصصی با مقولات فرعی‌تر بانوان و نیروهای تخصصی با مجموع فراوانی ۲۲، عامل فعالیت‌های منابع انسانی با مقولات فرعی‌تر توانمندسازی و آموزش با مجموع فراوانی ۲۴، عامل زیرساخت با مقولات فرعی‌تر باشگاه‌داری حرفه‌ای، درون‌سازمانی و سخت‌افزاری با مجموع ضریب اهمیت ۳۸ و عامل اقتصادی با مقولات فرعی‌تر: بخش خصوصی، پشتیبانی، حامیان مالی و سرمایه‌گذاری با مجموع فراوانی ۴۰ کشف و احصا گردید. در ادامه و در بخش راهبردها، مقولات راهبردهای زیرساختی با فراوانی ۷، راهبردهای انگیزشی با فراوانی ۱۳، راهبردهای فنی و تخصصی با فراوانی ۵۲، راهبردهای سیاسی با فراوانی ۵، راهبردهای فرهنگی با مجموع فراوانی ۲، راهبردهای آموزشی با فراوانی ۲۳، راهبردهای مدیریتی با مجموع فراوانی ۴۰ و راهبردهای پشتیبانی با مجموع فراوانی ۲۸ به دست آمد. در بخش پیامدهای توسعه فوتبال ساحلی مقوله پیامدهای انگیزشی با ضریب فراوانی ۵، پیامدهای فنی و تخصصی مجموعاً با ضریب اهمیت ۲۰، پیامدهای فرهنگی با فراوانی ۷، پیامدهای اجتماعی با فراوانی ۱۸ و پیامدهای آرمانی با مجموع فراوانی ۱۸ استخراج و احصا گردید.



شکل ۱: ماتریس شنون فراوانی مقولات احصاشده مدل توسعه فوتبال ساحلی ایران

در ایـــن پـــژوهش مقوله‌های «عامل اجتماعی» و «استعدادیابی» و «عامل مدیریتی» به منزله شرایط بســـتر/ زمینه‌ای در نظـــر گرفتـــه شد. گفتنی اســـت کـــه هـــر کـــدام از ایـــن مقوله‌هـــا دارای چنـــد بعـــد (مقوله فرعی) هســـتند. مقولـــه استعدادیابی در ۴ مفهوم فوتبال پایه، جذب، نگهداری و پرورش، بررســـی شـــده اســـت و مقولـــه عامل اجتماعی در۳ بعـــد نگرش، خانواده و جامعه و عامل مدیریتی شامل ۴ مفهوم برنامه‌ریزی راهبردی، سازمان‌دهی، مدیریت رویداد و ارتباطات بین‌المللی به‌مثابه شرایط بستر تحقق الگوی فوتبال ساحلی در ایران احصا شدند. در جدول زیر گزاره‌های اولیه، مفاهیم و مقولات مربوط به شرایط بستر (زمینه‌ای) مؤثر بر توسعه فوتبال ساحلی ایران مشاهده می‌گردد:

جدول ۳: مقولات و مفاهیم احصاشده شرایط بستر

نوع مقوله	مقوله اصلی	مفاهیم	کد اولیه
شرایط بستر توسعه فوتبال ساحلی در ایران	عامل اجتماعی	فوتبال پایه	فعال‌سازی آکادمی‌ها، رشد تأسیساتی، آکادمی‌ها، تأسیس آکادمی‌های مجهز، مدارس فوتبال ساحلی و آکادمی‌ها
		نگهداری	حفظ و نگهداری نفرات مستعد، رها نشدن، افراد مستعد به دلایل مختلف آسیب‌دیدگی
		پرورش	اردوهای مخصوص استعدادیابی، طراحی، تمرینات مناسب با سنین، پارامترهای فیزیکی و جسمانی بازیکنان
		جذب	جذب و پرورش بازیکنان مستعد، جذب افراد مشتاق و خلاق، توجه به استعدادها در مدارس و مهدهای کودک، جذب و انتخاب نفرات برتر در سنین پایه
		نگرش	نگرش خانواده‌ها، افزایش دیدگاه برای به دست آوردن جایگاه بالاتر، نگرش مسئولان و تفکر توسعه‌ای، توجه به ورزش روستاها، شهرها و استان‌ها
		خانواده	حمایت والدین از افراد در سنین پایه، توسعه ورزش خانواده‌ها، بازی‌های خانوادگی
		جامعه	شرایط اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در جامعه، گرایش جامعه به سمت ورزش فوتبال ساحلی، باور جامعه به شاخص اخلاقی ورزش، نگرش و دیدگاه پیشرفت در ورزش قهرمانی از طرف جامعه، حمایت‌های اجتماعی به رشته
	عوامل مدیریتی	ارتباطات بین‌المللی	تعامل با کشورهای صاحب فوتبال ساحلی، بازیکنان حرفه‌ای خارجی در لیگ کشور، عضویت در هیئت‌رئیسه کنفدراسیون آسیا و فدراسیون جهانی، کرسی‌های مهم در مراکز بین‌المللی، عضویت در مجامع بین‌المللی، لژیونر شدن بازیکنان و مربیان، داشتن روابط، بین‌المللی، برگزاری سمینارهای جهانی، توسعه روابط بین‌الملل، برگزاری کلاس‌های بین‌المللی
		سازمان‌دهی	مدیریت ستادی، تدبیر و تصمیمات مدیریتی، مدیریت رویداد

	عوامل مدیریتی	مدیریت رویداد	میزبانی‌های بین‌المللی، برپایی اردوها در سطوح پایه، حضور در تورنمنت‌های مختلف از سن پایین، اردوهای مشترک تمرینی به کشورهای صاحب‌نام، ارتقاء کیفیت مسابقات، لیگ استعدادهای برتر، لیگ امید و جوانان، لیگ بانوان
		برنامه‌ریزی راهبردی	هدف‌گذاری در رده‌های سنی پایه، برنامه‌ریزی و چشم‌انداز بلندمدت، آمایش سرزمین، برنامه کوتاه‌مدت، تصمیم‌گیری

در پژوهش حاضر شرایط مداخله‌گر عواملی هستند که در فرایند طراحی و پیاده‌سازی الگوی توسعه فوتبال ساحلی ایران رخ می‌دهند. مقوله‌های «رسانه» و «عامل انگیزشی» به منزله شرایط مداخله‌گر در طراحی و پیاده‌سازی الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران در نظر گرفته شده‌است. این مقولات شامل رسانه اجتماعی و رسانه ملی، انگیزه‌های فرا فردی و انگیزه‌های فردی هستند. جدول ۴ گزاره‌های اولیه، مفاهیم و مقولات مربوط به شرایط مداخله‌گر مؤثر بر راهبردهای توسعه فوتبال ساحلی را نشان می‌دهد:

جدول ۴: کدها و مقولات شرایط مداخله‌گر مؤثر بر توسعه فوتبال ساحلی ایران

نوع مقوله	مقوله اصلی	مفاهیم	کد اولیه
شرایط مداخله‌گر توسعه فوتبال ساحلی در ایران	رسانه	رسانه ملی	پوشش اخبار و جراید از اخبار فوتبال ساحلی، آموزش‌های تخصصی از طریق رسانه، پخش زنده از تلویزیون
		رسانه اجتماعی	تشکیل کانال‌های تلگرامی، تبلیغات رسانه‌ای، مطبوعات و جراید، پخش زنده اینترنتی
	عوامل انگیزشی	انگیزه‌های فرا فردی	انگیزه مدیران برای توسعه فوتبال ساحلی، ماهیت رشته ورزشی، موفقیت تیم‌های ملی، انگیزه لژیونر شدن بازیکن‌ها، انگیزه مالی
		انگیزه‌های فردی	خانواده‌ها، الگو دوستی و قهرمان دوستی خانواده‌ها، جوایز و تشویق نفرات مستعد

در پژوهش حاضر مقوله «فنی و تخصصی»، «فعالیت‌های منابع انسانی» «زیرساخت‌ها» و «عوامل اقتصادی» به‌عنوان شرایط علی الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران شـــده‌انـــد. جدول ۵ جزئیات این فرآیند را نشان می‌دهد:

جدول ۵: مقولات و مفاهیم احصاشده شرایط علی مؤثر بر توسعه فوتبال ساحلی

مقوله اصلی	مفاهیم	مفاهیم
فنی و تخصصی	بانوان	پخش زنده مسابقات بانوان در تلویزیون، بها دادن به بخش بانوان
	نیروهای تخصصی	کارگروه‌های تخصصی، بازیکنان، داوران، باشگاه‌داران، سرپرستان، مدیران تیم‌ها
فعالیت‌های منابع انسانی	توانمندسازی	وارد کردن علم روز رشته به ایران، اعزام ورزشکاران نخبه به مسابقات مختلف، اماده‌سازی تیم‌های ملی، ارتقای کیفیت مربیگری، ارتقای کیفیت داوری، ارتقای کیفیت سطح بازیکنان، ترنسفر کردن مربیان،
	آموزش	آموزش نیروی انسانی، استفاده از مدل‌های روز پروش و توسعه ورزشکاران، افزایش دانش و تخصص در منابع انسانی، پژوهش و آموزش توسط محققان، انعکاس و آموزش رشته فوتبال ساحلی در سطح جامعه از طریق فدراسیون،
زیرساخت‌ها	باشگاه‌داری حرفه‌ای	توسعه باشگاه‌داری حرفه‌ای آقایان، توسعه باشگاه‌داری فوتبال ساحلی بانوان
	درون‌سازمانی	تشکیل وب‌سایت، توسعه پایدار و مداوم همه ابعاد، ساختار و چارت سازمانی مخصوص توسعه فوتبال ساحلی، شفافیت قوانین در فوتبال ساحلی،
	سخت‌افزاری	امکانات و زمین‌بازی، امکانات و سخت‌افزار در سطح شهر و معابر، تست‌های ارزیابی، ابزار و تجهیزات، ورزشگاه‌ها، کمبود ورزشگاه‌های استاندارد،
عامل اقتصادی	بخش خصوصی	افزایش کیفیت امکانات ورزشی با کمک بخش خصوصی، فعال‌سازی بخش خصوصی، حمایت بخش خصوصی از فوتبال ساحلی،
	پشتیانی	نگرش متولیان ورزش به فوتبال ساحلی، حمایت‌های مالی فدراسیون، حمایت‌های سیاسیون و دولت، پرداخت

	هزینه‌های بازیکنان، حمایت از باشگاه‌ها، حمایت از تیم‌ها، پشتیانی مالی
حامیان مالی	تبلیغات محیطی، ورود حامیان مالی بزرگ به عرصه مسابقات، بودجه و تأمین اعتبار، جذب حامی مالی
سرمایه گزاری	سرمایه‌گزاری در بعد همگانی، سرمایه‌گذاری در توسعه بعد قهرمانی، سرمایه‌گذاری درست از رده‌های پایه

همان‌طور که در جدول بالا مشاهده می‌شود مقوله فنی و تخصصی شامل مفاهیم بانوان و نیروهای تخصص با مجموع ضریب اهمیت ۱۲، مقوله فعالیت‌های منابع انسانی شامل توانمندسازی و آموزش با مجموع فراوانی ۲۴، مقوله زیرساخت‌ها شامل مقولات فرعی باشگاه‌داری حرفه‌ای، درون‌سازمانی، سخت‌افزاری با مجموع فراوانی ۳۸، مقوله عامل اقتصادی شامل بخش خصوصی، پشتیبانی، حامیان مالی و سرمایه‌گذاری با مجموع ضریب اهمیت ۴۰ کشف و احصا گردید.

در تحقیق حاضر پس از بررسی واحدهای معنادار ۸ راهبر با عناوین راهبردهای «زیرساختی»، راهبردهای «انگیزشی»، راهبردهای «فنی و تخصصی»، «راهبردهای سیاسی»، «راهبردهای فرهنگی»، «راهبردهای آموزشی»، «راهبردهای مدیریتی» و «راهبرد پشتیبانی» به‌عنوان راهبردهای پیشنهادی توسعه فوتبال ساحلی در بخش کیفی تحقیق به دست آمدند.

جدول ۶: مقولات و مفاهیم احصاشده راهبردهای توسعه فوتبال ساحلی در ایران

مقوله اصلی	گزاره‌های اولیه
راهبردهای زیرساختی	تأمین و تخصیص اعتبارات لازم جهت توسعه فوتبال ساحلی، احداث زمین ساحلی استاندارد، احداث ورزشگاه در شهرستان‌ها
راهبردهای انگیزشی	افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در ورزش، ایجاد انگیزه بازیکنان، مربیان، مدیران داخلی، استفاده از متخصصان و خبرگان فوتبال ساحلی، جذب بازیکنان شهرستانی به فوتبال ساحلی، تعامل بین هیئت‌ها و مربیان فوتبال ساحلی، ترنسفر کردن بازیکنان به کشورهای صاحب فوتبال ساحلی، تشویق مربیان و بازیکنان متناسب با تیم‌های فوتبال و فوتسال
راهبردهای فنی و تخصصی	توجه به فوتبال ساحلی بانوان، توجه به شهرستان‌های صاحب فوتبال ساحلی، توجه به مقوله استعدادیابی در شهرستان‌ها، حضور کمیته فوتبال ساحلی جهت استعدادیابی در شهرستان‌ها، راه‌اندازی مدارس فوتبال ساحلی در شهرستان‌ها، استفاده از الگوهای توسعه فوتبال ساحلی کشورهای صاحب‌نام، ارزیابی هیئت‌ها و

	کمیته‌های استعدادیابی در سطح شهرستان‌ها، اشاعه فوتبال ساحلی در سطح استان‌ها و کشور، استفاده از روش‌های، تکنیک‌ها و تاکتیک‌های روز دنیا، توجه به باشگاه‌داری حرفه‌ای و مطابق با استانداردهای دنیا، برگزاری بازی‌های برون‌مرزی در سطح بانوان، تشکیل کارگروه‌ها شامل متخصصان فوتبال ساحلی، استقلال کمیته یا دپارتمان فوتبال ساحلی، تداوم لیگ‌های مختلف در طول سال در مناسبت‌های مختلف، تشکیل تیم ملی فوتبال ساحلی بانوان، تشکیل کمیته‌های آموزش، داوران و فنی به‌صورت تخصصی در فوتبال ساحلی، معرفی فوتبال ساحلی به‌عنوان واحد دانشگاهی در رشته تربیت‌بدنی،
راهبردهای سیاسی	تعامل با کشورهای همسایه و یا با کشورهایی صاحب فوتبال، استفاده از صحه‌گذاری سیاسیون جهت منافع فوتبال ساحلی، الزام تیم‌های صنعتی به داشتن تیم‌های ساحلی از طرف فدراسیون، جذب مسئولان و درگیرکردن مسئولان دولتی،
راهبردهای فرهنگی	بومی‌سازی برگزاری مسابقات فوتبال ساحلی بین‌المللی در کشور، معرفی فرهنگ بومی و سنتی در رویدادهای بین‌المللی
راهبردهای آموزشی	برگزاری کلاس‌های توجیهی برای مربیان، برگزاری کلاس‌های داوری برای داوران، استفاده از مربیان نا آشنا و کار بلد خارجی، برگزاری کلاس‌ها و سمینارهای بین‌المللی، دعوت از مدرسین جهانی به ایران و استفاده از دانش، آموزش علم روز دنیا به نیروهای انسانی فوتبال ساحلی، پرورش مربیان خوب، برگزاری کلاس‌های توجیهی با حضور مربی خارجی، برگزاری کلاس‌های توجیهی و آموزشی مختص بانوان،
راهبردهای مدیریتی	برگزاری لیگ امیدها در فوتبال ساحلی، تهیه چشم‌انداز و برنامه راهبردی جهت توسعه فوتبال ساحلی، سازمان‌دهی برگزاری لیگ برت فوتبال ساحلی به نحو بهینه، سازمان‌دهی لیگ و حامی مالیهای جدید، استفاده از برنامه‌های کوتاه‌مدت، استفاده از برنامه‌های کوتاه‌مدت، تدوین برنامه جامع فوتبال ساحلی در سطح فدراسیون، تشکیل تشکیلات قوی و متشکل از خبرگان و متخصصان، تدوین نقشه راه، سند توسعه و چشم‌انداز در فوتبال ساحلی، تشکیل اتحادیه باشگاه‌های فوتبال ساحلی، برگزاری لیک بین‌المللی امید در کشورمان، راه‌اندازی رده‌های مختلف لیگ بانوان همراستا با آقایان، برنامه‌ریزی توسعه فوتبال ساحلی در آموزش‌وپرورش،
راهبردهای پشتیبانی	توجه رسانه‌ها به فوتبال ساحلی آقایان و خانم‌ها، ارائه امتیاز و اختیار برگزاری مسابقات به هیئت‌های استانی، سرمایه‌گذاری در سنین پایه، مشارکت تیم‌های فوتبال ساحلی رده امید و جوانان در لیگ برتر، حمایت‌های مالی فدراسیون فوتبال، ورود

	تیم‌های بزرگ به راه‌اندازی فوتبال ساحلی در باشگاه، توجه ویژه صداوسیما به فوتبال ساحلی، جذب حامی مالی جهت رونق در فوتبال ساحلی، تقویت باشگاه‌های فوتبال ساحلی، ایجاد شرایط بهتر دیده شدن حامیان مالی، حمایت حامیان مالی از ورزشکاران نخبه

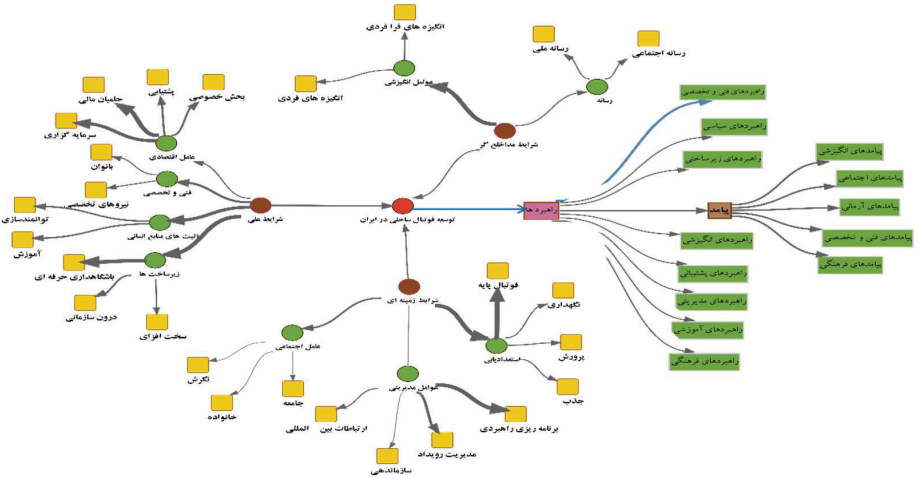
در نهایت بحث بر سر این است که استقرار الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران، چه پیامدهایی ممکن است داشته باشد. اهمیت این مسئله در این است که با شناسایی پیامدهای احتمالی الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران، می‌توان الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران را به‌صورت عمیق‌تر و کامل‌تری پی گرفت. در جدول زیر پیامدهای توسعه فوتبال ساحلی ایران از دیدگاه خبرگان تحقیق تبیین شده است:

جدول ۷: مقولات و مفاهیم احصاشده پیامدها

مقوله اصلی	مفاهیم
پیامدهای انگیزشی	مشارکت در سطح بانوان، مساعد شدن شرایط برای سایر بازیکنان در لژیونر شدن، معرفی بازیکنان نخبه در سطح جامعه، افزایش انگیزه در بازیکنان،
پیامدهای فنی و تخصصی	معناداری رشته در مسابقات جهانی، ارتقاء و پایداری قهرمانان در میدان‌های بین‌المللی، کسب تجربیات از برگزاری منظم لیگ، افزایش تجربه در بازیکنان و مربیان به‌واسطه برخورداری از لیگ برت، تربیت مربیان و مدرسین در سطح بین‌المللی، ارتقای سطح فوتبال ساحلی در دنیا، شکوفایی استعدادهای ورزشی، معرفی بازیکنان برتر و مستعد در میدان‌ها بین‌المللی، معرفی مربیان برتر فوتبال ساحلی به دنیا، ارتقای کیفیت لیگ برتر
پیامدهای فرهنگی	مبارزه با فقر و فحشا، نهادینه‌سازی فرهنگ ورزش در جامعه، تقویت نگرش مثبت جامعه به فوتبال ساحلی، حل مشکلات فرهنگی در جامعه،
پیامدهای اجتماعی	شادابی جامعه و افزایش میل به ورزش، جلوگیری از هدر رفتن سرمایه‌های ملی و اجتماعی، پیشبرد اهداف سیاسی در جامعه، توسعه ارتباطات اجتماعی تماشاچیان، ارتقاء سلامت فردی، مبارزه با بیماری‌ها، تأثیر مثبت ورزش بر سلامت، افزایش تماشاگران در صورت توسعه، افزایش شادی و شعف اجتماعی، درآمدزایی و اشتغال برای مردم شهرستان‌ها و مناطق دارای فوتبال ساحلی، مرتفع کردن بزهکاری‌های اجتماعی در حوزه جامعه، ترغیب و تشویق خانواده به حضور فرزندان در فوتبال ساحلی،

پیامدهای آرمانی	فراهم نمودن عرصه ایجاد شخصیت، رقابت سالم، رفاقت، رسیدن صفات و خصائل عالیه انسانی و آسمانی، کاهش هزینه‌های درمان، سلامت روانی و آثار مثبت در خانواده و محیط، درآمدزایی در بخش فوتبال ساحلی، نگرش مثبت دنیا به فوتبال ساحلی، قهرمانی در سطوح بین‌المللی و حتی دنیا، وجود تیم ملی پرقدرت در سطح دنیا، جذب توریسم ورزشی و توسعه گردشگری، ارتقای شاخص سلامت در اقشار مختلف جامعه، ارتقای شاخص سلامت روان در جامعه، انجام رسالت اصلی ورزش توسط فوتبال ساحلی

نتایج جدول نشان می‌دهد پنج مقوله پیامدهای انگیزشی، پیامدهای فنی و تخصصی، پیامدهای فرهنگی، پیامدهای اجتماعی و پیامدهای آرمانی کشف و احصا گردید. در نهایت پس از کدگذاری داده‌ها و ارتباط برقرار کردن مقوله‌ها با هم «نظریه محدود به واقعیت خاص» ارائه شد. چنین نظریه‌ای تنها مناسب با پدیده مورد مطالعه است و نمی‌تواند مدعی هیچ نوع تعمیمی فراتر از یک پدیده خاص باشد. سپس با بهره‌گیری از نظریه محدود به واقعیت احصاشده، دیاگرام نظریه محدود به واقعیت خاص ارائه گردید. در ادامه الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران ارائه شد:



شکل ۲: نمودار درختی الگوی پارادایمی توسعه فوتبال ساحلی در ایران

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این تحقیق، ارائه الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران بود. نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن بود که ۳ مقوله اصلی استعدادیابی (شامل ۴ بعد فوتبال پایه، نگهداری، پرورش و جذب)، عوامل اجتماعی (شامل ۳ بعد نگرش، خانواده و جامعه) و عوامل مدیریتی (شامل ۴ بعد برنامه‌ریزی راهبردی، سازمان‌دهی، مدیریت رویداد و ارتباطات بین‌المللی) به‌مثابه شرایط زمینه‌ای/بستر تحقق الگوی فوتبال ساحلی در ایران

وجود دارد. برای توسعه فوتبال ساحلی کشور لازم است که زمینه‌های مختلفی فراهم باشد، چرا که توسعه این رشته ورزشی نیازمند بستر مناسب آن است و در صورت نبود بستر مناسب نمی‌توان به توسعه این رشته ورزشی امیدوار بود. یکی از زمینه‌های توسعه فوتبال ساحلی کشور را موضوع استعدادیابی تشکیل می‌دهد. بدین منظور ضرورت دارد که ابتدا فوتبال پایه کشور از طریق فعال‌سازی آکادمی‌ها، رشد تأسیساتی آکادمی‌ها، تأسیس آکادمی‌های مجهز و تأسیس مدارس فوتبال ساحلی مدنظر مسئولان این رشته به‌ویژه مدیران کمیته فوتسال فدراسیون فوتبال کشور قرار گیرد. پس از آن لازم است که با جذب و پرورش بازیکنان مستعد، جذب افراد مشتاق و خلاق، توجه به استعدادها در مدارس و مهدهای کودک و در نهایت جذب و انتخاب نفرات برتر در سنین پایه، بخش دوم فرایند استعدادیابی صورت بگیرد. سپس با پرورش مناسب و علمی این افراد از طریق اردوهای مخصوص استعدادیابی، طراحی تمرینات مناسب برای سنین پایه و نیز بر اساس پارامترهای فیزیکی و جسمانی آنان، بخش دیگر فرایند استعدادیابی در رشته فوتبال ساحلی به نحو احسن انجام گردد. در نهایت پس از پرورش استعدادهای پایه این رشته، لازم است که با حفظ و نگهداری نفرات مستعد و رها نکردن افراد مستعد به دلایل مختلفی همچون آسیب‌دیدگی و ...، زمینه رشد بهتر آنان تا رسیدن به سنین بزرگسالی فراهم آید و از این طریق تیم ملی بزرگسالان قوی‌تری را شاهد باشیم. در همین راستا، عوامل اجتماعی نیز لازم است که همسو با اهداف توسعه فوتبال ساحلی قرار گیرد، چرا که در صورت عدم نگرش مثبت خانواده و جامعه به این رشته و نیز عدم‌حمایت خانواده از استعدادهای رشته مذکور، نمی‌توان به این مهم دست‌یافت. لذا ضرورت دارد که ابتدا نگرش خانواده‌ها، نسبت به رشته مذکور تغییر مثبتی یابد و با به دست آوردن جایگاه بالاتر این رشته در رقابت‌های مختلف بین‌المللی، زمینه ایجاد نگرش مثبت مسئولان و تفکر توسعه‌ای به این رشته ایجاد گردد. همچنین، توجه به ورزش روستاها، شهرها و استان‌ها نیز می‌تواند در این مهم مؤثر باشد. علاوه بر آن، لازم است که حمایت والدین از افراد در سنین پایه، توسعه ورزش خانواده‌ها و بازی‌های خانوادگی نیز ارتقا یابد و در نهایت، با بهبود شرایط اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در جامعه و همچنین گرایش جامعه به سمت ورزش فوتبال ساحلی و باور جامعه به شاخص اخلاقی ورزش، نگرش و دیدگاه پیشرفت در ورزش قهرمانی و حمایت‌های اجتماعی از رشته فوتبال ساحلی می‌توان عوامل اجتماعی را در جهت توسعه این رشته ورزشی سوق دارد. علاوه بر عوامل یاد شده به نظر می‌رسد که عوامل مدیریتی نیز باید در راستای توسعه این رشته قرار گیرد که برای این امر لازم است برنامه‌ریزی راهبردی در این رشته انجام شود و با سازمان‌دهی مناسب منابع موجود، با افزایش میزبانی‌های بین‌المللی، برپایی اردوها در سطوح پایه، حضور در تورنمنت‌های مختلف از سن پایین، برگزاری اردوهای مشترک تمرینی با کشورهای صاحب‌نام در رشته، ارتقای کیفیت مسابقات این رشته و در نهایت راه‌اندازی لیگ استعدادهای برتر، لیگ امید، جوانان و لیگ بانوان، زمینه بهبود عوامل مدیریتی در راستای توسعه فوتبال

ساحلی کشور فراهم آید. در نهایت با توجه به آنکه یکی از اهداف توسعه فوتبال ساحلی کشور را ارتقای جایگاه بین‌المللی تیم‌های کشورمان تشکیل می‌دهد، ضرورت دارد که با تعامل با کشورهای صاحب فوتبال ساحلی، جذب بازیکنان حرفه‌ای خارجی در لیگ کشور، عضویت در هیئت‌رئیسه کنفدراسیون آسیا و فدراسیون جهانی، کسب کرسی‌های مهم در مراکز بین‌المللی، عضویت در مجامع بین‌المللی، لژیونر شدن بازیکنان و مربیان، داشتن روابط بین‌المللی مناسب، برگزاری سمینارهای جهانی، توسعه روابط بین‌الملل و نیز برگزاری کلاس‌های بین‌المللی، ارتباطات بین‌المللی کشورمان نیز ارتقا یابد، چرا که در سایه ارتقای این ارتباطات می‌توان به بسیاری از اهداف توسعه فوتبال ساحلی کشور در خارج از کشور دست یافت.

نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن بود که ۲ مقوله اصلی رسانه (شامل ۲ بعد رسانه‌های اجتماعی و رسانه ملی) و عوامل انگیزشی (شامل ۲ بعد انگیزه‌های فرا فردی و انگیزه‌های فردی) به‌مثابه شرایط مداخله‌گر تحقق الگوی فوتبال ساحلی در ایران وجود دارد. بر کسی پوشیده نیست که امروزه رسانه‌ها نقش بسزایی در همه ابعاد زندگی دارند و می‌توانند بر جنبه‌های مختلف آن تأثیرگذار باشند. سازمان‌های ورزشی و خود ورزش‌ها نیز از این مقوله مستثنی نبوده و تحت تأثیر رسانه‌ها قرار می‌گیرند که این تأثیر می‌تواند مثبت یا منفی باشد. مهم‌ترین و فراگیرترین رسانه کشور را رسانه ملی تشکیل می‌دهد که این رسانه می‌تواند با پوشش اخبار فوتبال ساحلی، آموزش‌های تخصصی رشته فوتبال ساحلی و نیز پخش زنده رقابت‌های مختلف آن از تلویزیون، نقش مثبتی در راستای توسعه فوتبال ساحلی کشور ایفا نماید. در کنار رسانه ملی امروزه رسانه‌های اجتماعی نیز از گستردگی فراوانی برخوردارند و می‌توان با روش‌هایی همچون تشکیل کانال‌های تلگرامی، تبلیغات در فضای مجازی و پخش زنده اینترنتی، تأثیر رسانه‌های اجتماعی را نیز همسو با توسعه فوتبال ساحلی مدیریت نمود. در کنار عامل رسانه‌ها، عوامل انگیزشی نیز می‌توانند دخالت داشته و موجبات توسعه یا عدم‌توسعه این رشته ورزشی را فراهم آورند. بخشی از عامل انگیزه را انگیزه‌های فردی همچون انگیزه لژیونر شدن بازیکن‌ها، انگیزه مالی خانواده‌ها، الگودوستی و قهرمان‌دوستی خانواده‌ها و جوایز و تشویق نفرات مستعد تشکیل می‌دهد که در صورت فراهم بودن این انگیزه‌ها در افراد و دوستداران فوتبال ساحلی می‌توان به توسعه رشته فوتبال ساحلی در کشور امیدوار بود. از طرفی، انگیزه‌های فرا فردی همچون انگیزه مدیران در راستای توسعه فوتبال ساحلی و موفقیت تیم‌های ملی وجود دارند که لازم است آن‌ها نیز در راستای توسعه فوتبال ساحلی باشند، چرا که در صورت نبود انگیزه در مدیران و مسئولان این رشته و نیز عدم‌کسب نتایج خوب در رقابت‌های بین‌المللی، احتمالاً انگیزه‌ای برای توسعه این رشته نیز وجود ندارد و لذا حمایت مناسبی نیز از سوی مسئولان انجام نخواهد گرفت. بنابراین لازم است برای توسعه فوتبال ساحلی کشور، انگیزه‌های فردی و فرا فردی نیز مورد توجه ویژه‌ای قرار گیرند.

نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن بود که ۴ مقوله اصلی فنی و تخصصی (شامل ۲ بعد بانوان و نیروهای تخصصی)، فعالیت‌های منابع انسانی (شامل ۲ بعد توانمندسازی و آموزش)، زیرساخت‌ها (شامل ۳ بعد باشگاه‌داری حرفه‌ای، درون‌سازمانی و سخت‌افزاری) و عوامل اقتصادی (شامل ۴ بعد بخش خصوصی، به نظر می‌رسد که برای توسعه فوتبال ساحلی کشور نیز دلایل خاصی وجود دارند که یکی از این دلایل را عوامل فنی و تخصصی تشکیل می‌دهد. این دلایل بیان می‌دارد که پخش زنده مسابقات بانوان در تلویزیون و بها دادن به بخش بانوان در فوتبال ساحلی تأثیر مستقیمی بر توسعه فوتبال ساحلی در بخش بانوان دارد و کارگروه‌های تخصصی، بازیکنان، داوران، باشگاه‌داران، سرپرستان و مدیران تیم‌هاست که فوتبال ساحلی کشور را در مسیر توسعه قرار می‌دهد. علاوه بر دلایل فنی و تخصصی، لازم است که فعالیت‌های منابع انسانی نیز هم‌راستای توسعه رشته باشد که بدین منظور توانمندسازی و آموزش منابع انسانی موجود درگیر با فوتبال ساحلی از طریق وارد کردن علم روز رشته به ایران، اعزام ورزشکاران نخبه به مسابقات مختلف، اماده‌سازی تیم‌های ملی، ارتقای کیفیت مربیگری، ارتقای کیفیت داوری، ارتقای کیفیت سطح بازیکنان، ترنسفر کردن مربیان، آموزش نیروی انسانی، استفاده از مدل‌های روز پرورش و توسعه ورزشکاران، افزایش دانش و تخصص در منابع انسانی، پژوهش و آموزش توسط محققان و انعکاس و آموزش رشته فوتبال ساحلی در سطح جامعه از طریق فدراسیون باید یکی از مهم‌ترین دغدغه‌ها و فعالیت‌های مدیران و مسئولان فوتبال ساحلی کشور را تشکیل بدهد. همچنین، زیرساخت‌هایی مانند باشگاه‌داری حرفه‌ای، عوامل درون‌سازمانی و عوامل سخت‌افزاری نیز باید فراهم آید تا بتوان توسعه فوتبال ساحلی کشور را انتظار داشت، چرا که این عوامل اثر مستقیمی بر توسعه یا عدم‌توسعه این رشته دارند. در واقع با توسعه باشگاه‌داری حرفه‌ای آقایان. بانوان در رشته فوتبال ساحلی، تشکیل وب‌سایت، توسعه پایدار و مداوم همه ابعاد، تدوین و تبیین ساختار و چارت سازمانی مخصوص توسعه فوتبال ساحلی، شفافیت قوانین در فوتبال ساحلی، ارتقای امکانات و زمین‌بازی، ایجاد و ارتقای امکانات و سخت‌افزار در سطح شهر و معابر، تأسیس ورزشگاه‌های استاندارد فوتبال ساحلی و ... می‌توان عامل زیرساخت‌ها را بهبود بخشید و موجبات ارتقای فوتبال ساحلی کشور را فراهم نمود. در نهایت، عواملی دیگری خارج از سازمان‌ها و افراد مرتبط با فوتبال ساحلی وجود دارند که این عوامل به‌ویژه عوامل اقتصادی تأثیر بسزایی بر توسعه یا عدم‌توسعه در این رشته دارند. در واقع ضرورت دارد با افزایش کیفیت امکانات ورزشی با کمک بخش خصوصی، فعال‌سازی و حمایت بخش خصوصی از فوتبال ساحلی، حمایت‌های مالی فدراسیون فوتبال، سیاسیون و دولت و ...، عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه فوتبال ساحلی کشور را ارتقا بخشید تا بتوان توسعه این رشته را در کشور انتظار داشت. با توجه به موارد یاد شده، ضرورت دارد که راهبردهای خاصی برای دست‌یابی به تعدیل

عوامل مختلف یادشده در راستای توسعه فوتبال ساحلی کشور تدوین شود تا در سایه آن‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌های مختلفی جهت ارتقای وضعیت موجود این رشته در کشورمان اجرا شود.

نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن بود که ۸ راهبرد با مقولات محوری راهبردهای «زیرساختی»، راهبردهای «انگیزشی»، راهبردهای «فنی و تخصصی»، «راهبردهای سیاسی»، «راهبردهای فرهنگی»، «راهبردهای آموزشی»، «راهبردهای مدیریتی» و «راهبرد پشتیبانی» به‌عنوان راهبردهای توسعه فوتبال ساحلی ایران وجود دارد. مشاهده می‌شود که برای تک‌تک عوامل موجود در بخش‌های عوامل زمینه‌ای، مداخله‌گر و علی، راهبردهای ویژه‌ای تدوین شده‌اند تا با اجرای بهینه آن‌ها، زمینه توسعه فوتبال ساحلی کشور فراهم آید. راهبردها، کنش‌های هدفمندی هستند که راه‌حل‌هایی برای پدیده مورد نظر فراهم می‌سازند و منجر به ایجاد پیامدها و نتایج می‌شوند. در واقع، راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مورد نظر هستند. همچنین، باید توجه داشت که راهبردها هدفمند هستند و به دلایلی تدوین می‌گردند. در عین حال ممکن است برای اهدافی صورت پذیرد که مربوط به پدیده نیست، اما به‌هرحال پیامدهایی را برای پدیده در بر خواهد داشت- هرچند همواره شرایط مداخله‌گری نیز حضور دارند که راهبردها را سهولت می‌بخشند یا آن را محدود می‌سازند. به‌هرحال، برای توسعه فوتبال ساحلی کشور، در بخش «راهبردهای زیرساختی» مواردی از جمله تأمین و تخصیص اعتبارات لازم جهت توسعه فوتبال ساحلی، احداث زمین ساحلی استاندارد و احداث ورزشگاه در شهرستان‌ها؛ در بخش «راهبردهای انگیزشی» مواردی شامل افزایش انگیزه بخش خصوصی در جهت سرمایه‌گذاری در ورزش، ایجاد انگیزه در بازیکنان، مربیان و مدیران داخلی فوتبال ساحلی، استفاده از متخصصان و خبرگان فوتبال ساحلی در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف مرتبط با فوتبال ساحلی، جذب بازیکنان شهرستانی در تیم‌های مختلف و آکادمی‌های فوتبال ساحلی، تعامل مثبت بین هیئت‌ها و مربیان فوتبال ساحلی، ترنسفر کردن بازیکنان به کشورهای پیشرو در فوتبال ساحلی و تشویق مربیان و بازیکنان متناسب با تیم‌های فوتبال و فوتسال تدوین شد. همچنین، در بخش راهبردهای «فنی و تخصصی» راهبردهایی از جمله توجه به فوتبال ساحلی بانوان، توجه به شهرستان‌های صاحب فوتبال ساحلی، توجه به مقوله استعدادیابی در شهرستان‌ها، حضور کمیته فوتبال ساحلی جهت استعدادیابی در شهرستان‌ها، راه‌اندازی مدارس فوتبال ساحلی در شهرستان‌ها، استفاده از الگوهای توسعه فوتبال ساحلی کشورهای صاحب‌نام، ارزیابی هیئت‌ها و کمیته‌های استعدادیابی در سطح شهرستان‌ها، اشاعه فوتبال ساحلی در سطح استان‌ها و کشور، استفاده از روش‌ها، تکنیک‌ها و تاکتیک‌های روز دنیا، توجه به باشگاه‌داری حرفه‌ای و مطابق با استانداردهای روز دنیا، برگزاری بازی‌های برون‌مرزی در سطح بانوان، تشکیل کارگروه‌های مختلف با استفاده از متخصصان فوتبال ساحلی، استقلال کمیته یا دپارتمان فوتبال ساحلی، تداوم لیگ‌های مختلف در طول سال و در مناسبت‌های مختلف، تشکیل تیم ملی فوتبال

ساحلی بانوان، تشکیل کمیته‌های آموزش، داوران و فنی به‌صورت تخصصی در فوتبال ساحلی و معرفی فوتبال ساحلی به‌عنوان واحد دانشگاهی در رشته تربیت‌بدنی؛ در بخش «راهبردهای سیاسی» مواردی شامل تعامل با کشورهای همسایه و نیز کشورهای صاحب سبک در فوتبال ساحلی، استفاده از صحه‌گذاری سیاسیون جهت منافع فوتبال ساحلی، الزام تیم‌های صنعتی به داشتن تیم‌های ساحلی از طرف فدراسیون و در نهایت جذب و درگیرکردن مسئولان دولتی در رشته فوتبال ساحلی می‌تواند راهگشا و زمینه‌ساز توسعه این رشته ورزشی در کشور باشند. علاوه بر موارد یاد شده، در بخش «راهبردهای فرهنگی» راهبردهایی همچون بومی‌سازی برگزاری مسابقات فوتبال ساحلی بین‌المللی در کشور و معرفی فرهنگ بومی و سنتی در رویدادهای بین‌المللی؛ در بخش «راهبردهای آموزشی» مواردی شامل برگزاری کلاس‌های توجیهی برای مربیان، برگزاری کلاس‌های داوری برای داوران، استفاده از مربیان نام آشنا و کار بلد خارجی در تیم‌های فعال کشور، برگزاری کلاس‌ها و سمینارهای بین‌المللی، دعوت از مدرسین جهانی به ایران و استفاده از دانش آنان، آموزش علم روز دنیا به نیروهای انسانی فوتبال ساحلی، پرورش مربیان خوب، برگزاری کلاس‌های توجیهی با حضور مربیان خارجی و برگزاری کلاس‌های توجیهی و آموزشی ویژه بانوان؛ در بخش «راهبردهای مدیریتی» نیز راهبردهایی شامل برگزاری لیگ امیدهای کشور، تهیه چشم‌انداز و برنامه راهبردی توسعه فوتبال ساحلی، سازمان‌دهی برگزاری لیگ برتر فوتبال ساحلی به نحو بهینه، سازمان‌دهی لیگ‌ها و جذب حامیان مالی جدید، استفاده از برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت، تدوین برنامه جامع فوتبال ساحلی در سطح فدراسیون، ایجاد تشکیلات قوی و متشکل از خبرگان و متخصصان، تدوین نقشه راه و سند توسعه فوتبال ساحلی، تشکیل اتحادیه باشگاه‌های فوتبال ساحلی، کسب میزبانی و برگزاری لیگ بین‌المللی امید، راه‌اندازی رده‌های مختلف لیگ بانوان همراستا با آقایان و برنامه‌ریزی توسعه فوتبال ساحلی در آموزش‌وپرورش کشور و در نهایت در بخش «راهبرد پشتیبانی» راهبردهایی از جمله جلب‌توجه رسانه‌ها به فوتبال ساحلی آقایان و خانم‌ها، ارائه امتیاز و اختیار برگزاری مسابقات به هیئت‌های استانی، سرمایه‌گذاری در سنین پایه، مشارکت تیم‌های فوتبال ساحلی رده امید و جوانان در لیگ برتر، حمایت‌های مالی فدراسیون فوتبال، ورود تیم‌های بزرگ به راه‌اندازی فوتبال ساحلی در باشگاه، توجه ویژه صداوسیما به فوتبال ساحلی، جذب حامی مالی جهت رونق در فوتبال ساحلی، تقویت باشگاه‌های فوتبال ساحلی، ایجاد شرایط بهتر دیده شدن حامیان مالی و حمایت حامیان مالی از ورزشکاران نخبه تدوین شد که به مدیران و مسئولان فوتبال ساحلی کشور پیشنهاد می‌شود آن‌ها را به‌عنوان راهبردهای اصلی سازمان متبوعشان در نظر گیرند و برنامه‌ها و فعالیت‌هایشان را بر پایه این راهبردها قرار دهند.

نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن بود که پیامدهای توسعه فوتبال ساحلی کشور متشکل از ۵ مقوله محوری پیامدهای انگیزشی، پیامدهای فنی و تخصصی، پیامدهای فرهنگی، پیامدهای اجتماعی و پیامدهای

آرمانی می‌باشد. گفتنی است که پیامدها نتایجی هستند که از راهبردها و کنش‌های مربوط به پدیده مورد نظر حاصل می‌شوند. پیامدها را همواره نمی‌توان پیش‌بینی کرد و الزاماً همان‌هایی نیستند که افراد قصد آن را داشته‌اند، چرا که پیامدها ممکن است حوادث و اتفاقات باشند، شکل منفی به خود بگیرند، واقعی یا ضمنی باشند و در حال یا آینده به وقوع بپیوندند. همچنین این امکان وجود دارد که آنچه در دوره‌ای از زمان پیامد به شمار می‌رود، در زمانی دیگر به بخشی از شرایط و عوامل تبدیل شود. به‌هرحال، اهمیت این مسئله در این است که با شناسایی پیامدهای احتمالی الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران می‌توان الگوی توسعه فوتبال ساحلی در ایران را به‌صورت عمیق‌تر و کامل‌تری پی گرفت. در همین راستا، انتظار می‌رود که با اجرای بهینه راهبردهای یاد شده، مواردی از قبیل مشارکت بیشتر در حوزه بانوان، مساعد شدن شرایط برای سایر بازیکنان در لژیونر شدن، معرفی بازیکنان نخبه در سطح جامعه و نیز افزایش انگیزه در بازیکنان اتفاق بیفتد که این موارد با عنوان پیامدهای انگیزشی دسته‌بندی شدند. پیامدهای فنی و تخصصی مورد انتظار نیز می‌تواند مواردی همچون معناداری رشته در مسابقات جهانی، ارتقا و پایداری قهرمانان در میدان‌های بین‌المللی، کسب تجربیات از برگزاری منظم لیگ، افزایش تجربه در بازیکنان و مربیان به‌واسطه برخورداری از لیگ برتر، تربیت مربیان و مدرسین در سطح بین‌المللی، ارتقای سطح فوتبال ساحلی در دنیا، شکوفایی استعدادهای ورزشی در این رشته، معرفی بازیکنان برتر و مستعد در میدان‌ها بین‌المللی، معرفی مربیان برتر فوتبال ساحلی به دنیا و ارتقای کیفیت لیگ برتر باشند. همچنین، انتظار می‌رود که پیامدهای فرهنگی شامل مبارزه با فقر و فحشا، نهادینه‌سازی فرهنگ ورزش در جامعه، تقویت نگرش مثبت جامعه به فوتبال ساحلی و حل مشکلات فرهنگی در جامعه اتفاق بیفتد. در همین راستا، پیامدهای اجتماعی از جمله شادابی جامعه و افزایش میل به ورزش، جلوگیری از هدر رفتن سرمایه‌های ملی و اجتماعی، پیشبرد اهداف سیاسی در جامعه، توسعه ارتباطات اجتماعی تماشاچیان، ارتقای سلامت فردی، مبارزه با بیماری‌ها، تأثیر مثبت ورزش بر سلامت، افزایش تماشاگران در صورت توسعه رشته، افزایش شادی و شعف اجتماعی، درآمدزایی و اشتغال برای مردم شهرستان‌ها و مناطق دارای فوتبال ساحلی، مرتفع کردن بزهکاری‌های اجتماعی در حوزه جامعه و ترغیب و تشویق خانواده‌ها به حضور فرزندان در فوتبال ساحلی و در نهایت پیامدهای آرمانی شامل فراهم نمودن عرصه ایجاد شخصیت، ارتقای رقابت سالم، افزایش رفاقت و دوستی، دستیابی به صفات و خصائل عالیه انسانی و آسمانی، کاهش هزینه‌های درمان، سلامت روانی و آثار مثبت آن در خانواده‌ها و جامعه، درآمدزایی در بخش فوتبال ساحلی، نگرش مثبت دنیا به فوتبال ساحلی، قهرمانی در سطوح بین‌المللی و حتی رقابت‌های جهانی، وجود تیم ملی پرقدرت در سطح دنیا، جذب توریسم ورزشی و توسعه گردشگری ورزشی، ارتقای شاخص سلامت در اقشار مختلف جامعه، ارتقای شاخص سلامت روان در جامعه و انجام رسالت اصلی ورزش توسط فوتبال ساحلی نیز انتظار می‌رود. حال با تفکر و تعمق در پیامدهای احتمالی

توسعه فوتبال ساحلی در کشور به نظر می‌رسد که دلایل منطقی و ارزشمندی پشت توسعه فوتبال ساحلی قرار داشته باشد و لذا پیامدهای یادشده می‌تواند مسئولان امر را بیش از پیش به اجرای بهینه راهبردهای توسعه این رشته ترغیب نماید.

با استفاده از نتایج مدل کیفی تحقیق، مدل پارادایمی توسعه فوتبال ساحلی ایران بر مبنای شرایط زمینه‌ای، شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای توسعه فوتبال ساحلی کشور تدوین شد تا با تبعیت از این مدل، مسئولان امر بتوانند با توجه ویژه به مقولات و شاخص‌های بیان‌شده در مدل، زمینه‌ها و بسترهای توسعه این رشته ورزشی را برای کشور به ارمغان آورند. ازآنجاکه مدل مذکور چکیده و خلاصه‌ای از کل یافته‌های پیشین محسوب می‌گردد، لذا استفاده از آن بسیار آسان و کاربردی است و می‌تواند به‌سادگی مورد استفاده مسئولان امر قرار گیرد.

منابع

- Astina, I. K, & Kurniawati, E. (2021). **"Tourism in coastal areas: Its implication to improve economic and culture acculturation (Case Study in Goa China Beach, Malang)".** Geo Journal of Tourism and Geosites, 37(3), 740-746.
- Australian Sports Commission. (2016). **"AusPlay participation data for the sport sector. Summary of key national findings".** Canberra: Australian Sports Commission.
- Bělka, J, Hůlka, K, Šafář, M, Weisser, R, & Chadimova, J. (2015). **"Beach handball and beach volleyball as means leading to increasing physical activity of recreational sportspeople—Pilot study".** Journal of Sports Science, 3(4), 165-170.
- Caton, S, Chadwick, D, Chapman, M, Turnbull, S, Mitchell, D, & Stansfield, J. (2012). **"Healthy lifestyles for adults with intellectual disability: Knowledge, barriers, and facilitators".** Journal of Intellectual and Developmental Disability, 37(3), 248-259.
- Chen, Y-W, Tan, T-C, & Lee, P-C. (2015). **"The Chinese government and the globalization of table tennis: A case study in local responses to the globalization of sport".** The international journal of the history of sport, 32(10), 1336-1348.
- Cleland, C. L, Tully, M. A, Kee, F, & Couples, M. E. (2012). **"The effectiveness of physical activity interventions in socio-economically disadvantaged communities: a systematic review".** Preventive Medicine, 54(6), 371-380.
- Darvishi, A., and Dosti, M., and Bagherian, B. (2018). **"Political obstacles to the development of beach sports tourism in Mazandaran province".** Iranian Journal of Marine Sciences and Techniques, 18(1), 10-24. (In 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.
- **FIFA: Beach soccer laws of the game** [Internet]. Zurigo: Fédération Internationale de Football Association; [cited 2017 March 26]. Avaible from: http://www.fifa.com/
- Gohari, Z, Emadi, S, Zarei, H. R, & Jabbari, G. (2021). **"Compilation of a document on the strategic development of beach soccer in Iran".** Contemporary Studies on Sport Management, 11(21), 205-221.
- Grey, S., kalateh seifari, M., razavi, S.M.H. (2019). **"Presenting the Model of Football Development in Iran with Emphasis on the Preconditions of the Presence of Female Spectators".** 7 (26):139-151. (In Persian).

- Hayhurst, L. M. (2011). **"Corporatizing sport, gender and development: Postcolonial IR feminisms, transnational private governance and global corporate social engagement".** Third World Quarterly, 32(3), 531-549.
- Honari, H., Ghaem maghami, E., Kargar, G., Shahlee, J. (2020). **"Identifying the Effective Dimensions of National Chess Development in Iran".** 8 (28):71-84. (In Persian).
- Kidd, B. (2008). **"A new social movement: Sport for development and peace".** Sport in society, 11(4), 370-380.
- Kobayashi, T, Nicholson, M, & Hoye, R. (2013). **"Football 'wantok': Sport and social capital in Vanuatu".** International Review for the Sociology of Sport, 48(1), 38-53.
- Kruk, J. (2007). **"Physical activity in the prevention of the most frequent chronic diseases: an analysis of the recent evidence".** Asian Pacific Journal of Cancer Prevention, 8(3), 325.
- Kyröläinen, H, Santtila, M, Nindl, B. C, & Vasankari, T. (2010). **"Physical fitness profiles of young men".** Sports Medicine, 40(11), 907-920
- McGowan, L, Ellison, E, & Lastella, M. (2020). **"Sea-level playing fields: an exploration of the histories of beach soccer and its practices within one specific context, the Australian beach".** Soccer & Society, 21(3), 289-298.
- Meier, M, & Saavedra, M. (2009). **"Esther Phiri and the Moutawakel effect in Zambia: An analysis of the use of female role models in sport-for-development".** Sport in Society, 12(9), 1158-1176.
- Mohsenifar, A., Dosti Pasha, M., & Tabesh, S. (2019). **"Analysis of financing obstacles for beach soccer clubs in Iran".** Sports Sciences Quarterly, 10(32), 41-64. (In Persian).
- Moradi, M, Honari, H, Naghshbandi, S, & Jabari, N. (2012). **"The association between informing, social participation, educational, and culture making roles of sport media with development of championship sport".** Procedia-Social and Behavioral Sciences, 46, 5356-5360.
- Saberi, A, Kalateh Seifari, M, Dosti, M, Razavi, S. M. H, & Farzan, F. (2018). **"Designing a Sport Development Model in Iran's Free Trade Industrial Zones".** Annals of Applied Sport Science, 6(4), 49-58.
- Salmani, E. (2016). **"Determination of obstacles to attract sponsors in the premier league of beach soccer from the point of view of managers, coaches and athletes".** The first national conference of sports and health science achievements of Abadan University of Medical Sciences, Ahvaz, https://civilica.com/doc/723600.
- Setiawan, A, Saputra, Y. M, Ma'mun, A, & Fattah, N. (2019). **Sports Development in West Java: Sports policy review. In 3rd International Conference on Sport Science, Health, and Physical Education** (ICSSHPE 2018). (pp. 262-265). Atlantis Press.
- Skinner, J, Zakus, D. H, & Cowell, J. (2008). **"Development through sport: Building social capital in disadvantaged communities".** Sport Management Review, 11(3), 253-275.
- Stamm, H, & Lamprecht, M. (2011). **"Swiss sports participation in an international perspective".** European Journal for Sport and Society, 8(1-2), 15-29.
- Stemler, S. (2001). **"An overview of content analysis".** Practical Assessment, Research & Evaluation, 7(17), 137-146.
- Szymanski, S., & Zimbalist, A. (2016). **"Economic Impact of the Olympic Games".** The New Palgrave Dictionary of Economics, 1(19), 20-18.
- Weiss, O., Norden, G., Nader, M., & Arnusch, F. (2016). **"European Sport Index: the social significance of sport in 28 European countries".** European Journal for Sport and Society, 13(2), 167-182.
- Zarei, H., and Emadi, S., and Gohari, Z., and Jabari, G. (2020). **"Identification and ranking of obstacles to the progress of Iranian beach football".** Strategic studies of sport and youth, 20(52), 81-94. (In Persian).

تحلیلی بر روابط تعاملی راهبردهای فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران در جهت کسب مدال در بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در بخش زنان و مردان

۱۴

سینا بیات[۱]
فریبا محمدیان[۲]
زهرا نوبخت رمضانی[۳]

10.22034/ssys.2023.2920.3130
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۱۰
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۱۰

تحقیق حاضر با هدف تحلیلی بر روابط تعاملی راهبردهای فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران در جهت کسب مدال در بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در بخش زنان و مردان، طراحی و اجرا گردید. این تحقیق در زمره تحقیقات آمیخته می‌باشد که به‌صورت کیفی و کمی انجام گردید و با توجه به کاربرد آن در محیط‌های ورزشی در زمره تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان مدیریت ورزشی و متخصص در حوزه برنامه‌ریزی راهبردی، خبرگان ورزش بدمینتون کشور، داوران، مدیران تیم‌ها، ورزشکاران نخبه بدمینتون و مدیران فدراسیون بدمینتون و رؤسای هیئت‌های استانی بدمینتون بودند که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ابزار گردآوری تحقیق شامل مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود که روایی و پایایی هر دو ابزار به تأیید رسید. در قسمت تجزیه‌وتحلیل کمی تحقیق، از روش دیمتل استفاده شد. پس از اتمام راندهای دلفی، شاخص‌های باقیمانده در قالب ۱۰ بعد و ۳۶ زیر مؤلفه دسته‌بندی گردیدند. در ادامه جهت انجام روش دیمتل از ۱۰ مؤلفه ساختار سازمانی و تشکیلات، زیرساخت‌ها و امکانات، منابع انسانی، اقتصادی، ارتباطی، آموزشی، استعدادیابی، رویدادهای ورزشی، باشگاه‌های بدمینتون و برنامه‌ریزی استفاده شد. با روابط مشخص گردید که نقش ساختار سازمانی و تشکیلات، زیرساخت‌ها و امکانات، منابع انسانی، اقتصادی، ارتباطی، آموزشی و برنامه‌ریزی در بروز و شکل‌گیری سایر عوامل در جهت کسب مدال در بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در بخش زنان و مردان فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران مهم و مشخص می‌باشد.

واژگان کلیدی: مدال، فدراسیون بدمینتون، بازی‌های آسیایی و دیمتل.

---

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
[۲] استادیار، مدیریت ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Faribamohamadiyan7@gmail.com
[۳] استادیار، مدیریت ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

مقدمه

با افزایش چشمگیر نقش ورزش در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی کشورها، پیشرفت در زمینه ورزشی به یکی از اولویت‌های راهبردی متولیان و برنامه‌ریزان کشورهای مختلف دنیا تبدیل شده است. واحدهای تصمیم‌گیرنده سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی برای رسیدن به اهداف بلندمدت که بتواند به رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... کمک کنند، نیاز به برنامه‌ریزی راهبردی و سیستمی دارند(علی‌زاده،۱۳۹۷). ورزش در زندگی انسان موقعیت بسیار بالایی را به خود اختصاص داده است، زیرا در جهان کنونی ورزش تنها رسالت تربیت و تقویت جسم را بر عهده نمی‌گیرد، بلکه برای دستیابی به بسیاری از اهداف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی جامعه از عامل پرتحرک و پرجاذبه ورزش استفاده می‌شود و این موضوع تا آنجا پیشرفته است که گاه در مسابقات بین‌المللی و بین‌منطقه‌ای اهداف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی ورزش اصل تربیت و تقویت جسم را تحت‌الشعاع خود قرار داده است. لزوم تدوین عوامل مؤثر در رشد و توسعه ورزش می‌تواند در نیل به اهداف و سیاست‌های راهبردی دولت‌مردان مؤثر واقع گردد (چوپانی، ۱۳۹۴).

درمجموع ورزش یکی از اموری است که در جهان به‌صورت جدّی مطرح بوده و از جهات مختلف دارای اهمیت می‌باشد. برخی از ابعاد اهمیت ورزش در سطح ملی عبارت‌اند:

– اهمیت ورزش در ارتقای سطح سلامت جسمی و روانی در جامعه (کریستو[1] و همکاران ،۲۰۱۷) .

– اهمیت دیپلماتیک ورزش‌های قهرمانی در سطح بین‌الملل و اولویت کسب مقام‌های ورزشی و ایجاد وجهه جهانی در رقابت‌های بین‌المللی (نا و دالر ، ۲۰۱۵).

در این راستا نقش مدیریت در سازمان‌های ورزشی امروزی به‌ویژه اگر با رویکردی راهبردی و برنامه‌محور همراه باشد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در دنیای در حال رشد و توسعه کنونی، ورزش و بسیاری از سازمان‌های ورزشی به سرعت در حال پیشرفت و تغییر هستند که در اکثر موارد، رویکرد راهبردی سازمان‌های ذیربط موضوعی تعیین‌کننده بوده است. امروزه سازمان‌های ورزشی همانند سازمان‌های غیرورزشی در معرض تغییر و تحولات محیطی و جهانی قرار دارند و با مسائل ویژه خود دست به گریبان‌اند. کریمادیس گزارش کرده است که بخش‌های ورزشی با مشکلاتی همچون دوره‌های نزول، قوانین و مقررات دولتی محدودکننده، مشکلات مالی و قرارگرفتن در محیط رقابتی ناشی از تغییرات محیطی به‌ویژه در بخش خدمات ورزشی مواجه‌اند (نادری نسب، ۱۳۸۹). درگذشته سازمان‌های ورزشی از طریق واکنش و مقابله با چالش‌ها و تغییرات جدید کسب‌وکار خود را حفظ می‌کردند، ولی امروزه تغییرات، بسیار سریع اتفاق می‌افتد و اغلب غیرقابل‌پیش‌بینی هستند. بر این اساس، سازمان‌های ورزشی

[1] Christou

برای مقابله با این تغییرات باید به فکر چاره باشند و همچنین به مدیریت پویا یا پیش‌بینی رویدادهای آینده نیازمندند که آن مدیریت و برنامه‌ریزی معادل برنامه‌ریزی راهبردی است (رستمی، ۱۳۹۲).

گستردگی فعالیت‌های ورزش قهرمانی به‌عنوان بخش عمده‌ای از فعالیت‌های نظام ورزشی کشور ایجاب می‌نماید تا نظام جامع، راهبردی و مدونی بر آن حاکم باشد. برمبنای چنین برنامه جامع و راهبردی، ورزش خواهد توانست بدون تأثیرپذیری از شرایط مدیریتی حاکم، حرکت توأم با موفقیت خود را استمرار بخشد. زمانی که مأموریت‌ها و متعاقب آن اهداف و راه‌حل‌های تحقق اهداف به‌صورت جامع و تدوین‌شده باشد، طبعاً یکپارچگی حرکت سیستم و هماهنگی زیرمجموعه‌های آن در را ستای مأموریت و اهداف به وجود آمده و تغییر ناگهانی مدیر، همه حرکت‌ها را متوقف نخواهد کرد (چوپانی، ۱۳۹۴). بررسی عملکرد برخی از سازمان‌های ورزشی نیز حاکی از این است که سازمان‌هایی که برای انجام مأموریت و دستیابی به اهداف خود از مدیریتی قوی و مبتنی بر برنامه‌ریزی راهبردی استفاده کردند، در فعالیت‌های مختلف ازجمله ورزش قهرمانی به موفقیت‌های چشمگیری دست یافتند. برای نمونه، کشور چین از رتبه چهارم المپیک ۱۹۹۶ آتلانتا به رتبه سوم در المپیک ۲۰۰۰ سیدنی، رتبه دوم در المپیک ۲۰۰۴ آتن و رتبه اول المپیک ۲۰۰۸ پکن دست‌یافت. استرالیا نیز از رتبه هفتم در المپیک آتلانتا، به رتبه‌های چهارم در المپیک سیدنی و آتن دست‌یافت (سیف پناهی و همکاران، ۱۳۹۰).

اگرچه بدمینتون در انگلستان متولد شد، اما آسیایی‌ها بدمینتون را از آن خود کردند. چین و اندونزی دو کشوری هستند که مقتدرانه در مسابقات بین‌المللی این رشته شرکت می‌کنند و مسابقات این رشته مردم زیادی را متوجه خود می‌کند. این دو کشور مجموعاً به‌طور اعجاب‌برانگیزی تاکنون ۷۰ در صد از مسابقات BWF[1] را برنده شده‌اند و در ۲۳ مسابقه (جام توماس) همواره آسیایی‌ها برنده بوده‌اند. در جام اوبر کاپ[2] نیز آخرین ۱۵ عنوان برتر جهان را آسیایی‌ها از آن خود کرده‌اند و از میان ۶۱ مدال اهداشده در مسابقات المپیک این رشته آسیایی‌ها ۵۴ عدد آن را تصاحب کرده‌اند. وضعیت و جایگاه فعلی ورزش بدمینتون در کشور و روند تغییرات مقام‌های کسب‌شده در عرصه‌های بین‌المللی در طول تاریخ این ورزش، به روشنی ضعف برنامه‌ریزی راهبردی را در این حوزه نشان می‌دهد. با این حال ایران تابه‌حال هیچ مقامی در بازی‌های المپیک، بازی‌های آسیایی و قهرمانی آسیا کسب نکرده است و بهترین مقام ایران کسب مقام اولی در مسابقات غرب آسیا می‌باشد. با توجه به رده‌بندی اعلامی توسط فدراسیون جهانی، جایگاه فدراسیون جمهوری اسلامی ایران در سال ۲۰۱۱ رتبه ۵۸ جهان و در سال ۲۰۱۹ به رتبه ۶۶ جهانی تنزل پیداکرده است. در همین راستا بهترین جایگاه ورزشکاران مرد کشور متعلق به امیر جباری با جایگاه ۲۷۷ و نفرات بعد با فاصله بسیار زیاد در رتبه‌های بالاتر از ۵۰۰ قرار دارند و در بخش خانم‌ها نیز بهترین جایگاه

[1] Badminton World Federation
[2] Uber Cup

متعلق به خانم ثریا آقایی (جایگاه ۱۰۰) و ثمین عابد خجسته (جایگاه ۱۷۸) می‌باشد. رتبه ایران در سال ۲۰۲۲ و همچنین تنزل جایگاه بازیکنان برتر بدمینتون ایران، به‌روشنی فقدان برنامه راهبردی را در این ورزش نشان می‌دهد.

بااین‌حال و به طور کلی، هرساله منابع بسیاری صرف قهرمان‌پروری ورزشکاران ایران می‌شود که عدم‌توجه به عوامل محدودکننده 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 برجسته‌ترین ویژگی کشورهای توسعه‌یافته، توجه به دانش مدیریت به عنوان یکی از ضروریات بلامنازع پیشرفت، توسعه و رشد اقتصادی و اجتماعی است. آنچه به‌عنوان اصلی‌ترین کارکرد مدیریت (در سطوح مختلف) هر کشور موردبحث است، همانا برنامه‌ریزی و تلاش برای نیل به هدف‌های پیش‌بینی‌شده در آن می‌باشد. رخدادهای چند دهه گذشته همراه با نیازهای جدید حادث در این سال‌ها از آن‌چنان خصوصیتی برخوردارند که با تکیه صرف بر برنامه‌های متداول و غیرمنعطف نمی‌توان با این رخدادها و نیازها مقابله و همگامی کرد. در ایران طی سال‌های گذشته تلاش‌هایی صورت گرفته تا با رویکرد علمی به ورزش، راه را برای موفقیت ورز شکاران ایرانی در میادین بین‌المللی هموارتر سازند. با این‌حال، بدون وجود برنامه‌های راهبردی متنا سب با برنامه‌های تو سعه ملی، برنامه‌های ملی نیز به سرانجامی نخواهند ر سید و با توجه به لزوم برنامه‌ریزی شایسته و کارآمد در جهت تو سعه ورزش قهرمانی و مدال‌آوری بین‌المللی، هدف پژوهش حا ضر تحلیلی بر روابط تعاملی راهبردهای فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران در جهت کسب مدال دربازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در بخش زنان و مردان می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر در زمره تحقیقات آمیخته است که به روش‌های کیفی و کمی انجام گردید و با توجه به کاربرد آن در محیط‌های ورزشی ازجمله تحقیقات کاربردی می‌باشد. در بخش کیفی، از روش دلفی فازی و در بخش کمی، از روش دیمتل استفاده گردید. روش گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر به‌صورت میدانی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل خبرگان مدیریت ورزشی و متخصص در حوزه برنامه‌ریزی راهبردی(نگارش حداقل دو مقاله پژوهشی در زمینه برنامه راهبردی)، خبرگان ورزش بدمینتون کشور(مربیان(درجه ۱ و بین‌المللی)، داوران(درجه ۱ و بین‌المللی)، مدیران تیم‌ها(باسابقه بیش از ۱۰ سال تیم‌داری) و ورزشکاران نخبه(دارای مدال در مسابقات بین‌المللی بدمینتون با حداقل تحصیلات کارشناسی) و مدیران فدراسیون بدمینتون و رؤسای هیئت‌های استانی بدمینتون که دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری بودند می‌باشد. به‌منظور شناسایی این نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده گردید. درنهایت

تعداد ۳۳ نفر به‌عنوان نمونه تحقیق مشخص گردیدند. به عبارتی، با توجه به ماهیت روش کمی پژوهش (رویکرد دیمتل) که نیاز به خبرگان و افراد آگاه به موضوع پژوهش دارد، جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی و کمی یکسان بود.

ابزار گردآوری داده‌های تحقیق در بخش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته می‌باشد. همچنین با توجه به مصاحبه‌های انجام‌شده، عواملی شناسایی گردید که این عوامل به‌عنوان ابزار گردآوری تحقیق در بخش کمی استفاده شد. پرسش‌نامه پژوهش دارای دو بخش کلی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سؤال‌های آن بود که با توجه روش دیمتل طراحی‌شده بود. روایی این پرسش‌نامه با توجه به بررسی نظرات خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. میزان پایایی کلی این پرسش‌نامه نیز پس از محاسبه آلفای کرونباخ، ۰/۸۳ به دست آمد. همچنین در قسمت تجزیه‌وتحلیل کمی تحقیق، از روش دیمتل استفاده شد. به علت اینکه روش دیمتل روابط میان عوامل را موردبررسی قرار می‌دهد و مشخص می‌نماید که تأثیر بر یک عامل سبب تأثیرگذاری بر سایر عوامل می‌گردد، از روش فوق جهت مطالعه و تحلیل روابط میان عوامل مؤثر بر توسعه تکریم ارباب‌رجوع در وزارت ورزش و جوانان استفاده گردید. کلیه فرایند تجزیه‌وتحلیل داده‌های تحقیق در نرم‌افزار EXEL انجام شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی مربوط به نمونه‌های آماری تحقیق حاضر در جدول ۱ به نمایش گذاشته‌شده است:

جدول ۱: یافته‌های توصیفی پژوهش

ویژگی‌های جمعیت شناختی		فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۷	۸۱/۸
	زن	۶	۱۸/۲
سن	کمتر از ۳۵ سال	۶	۱۸/۲
	۳۵ تا ۵۰ سال	۱۵	۴۵/۴
	۵۰ سال و بیشتر	۱۲	۳۶/۴
تحصیلات	کارشناسی	۸	۲۴/۳
	کارشناسی ارشد	۱۱	۳۳/۳
	دکتری	۱۴	۴۲/۴
سابقه کاری	کمتر از ۱۰ سال	۳	۹/۱
	۱۰ تا ۲۰ سال	۱۲	۳۶/۴
	۲۰ سال و بیشتر	۱۸	۵۴/۵

بر اساس ادبیات پژوهش و نظرات تخصصی خبرگان درمجموع ۵۰ عامل شناسایی‌شد. برای غربال شاخص‌ها از رویکرد دلفی فازی استفاده گردید. طی مراحلی که در چهار راند صورت گرفت، ۴۳ شاخص در راند اول، ۳۹ شاخص در راند دوم و ۳۶ شاخص در راند سوم موردپذیرش قرار گرفتند و در راند چهارم به دلیل اینکه مقدار تمامی شاخص‌ها بیشتر از ۰/۷ بود، تحلیل دلفی فازی متوقف گردید. نتایج حاصل از راندهای دلفی در جدول ۲ ارائه گردیده است:

جدول ۲: مراحل دلفی فازی

شاخص	راند اول	راند دوم	راند سوم	راند چهارم	نتیجه
مهندسی مجدد ساختار فدراسیون و هیئت‌های بدمینتون کشور	۷/۹۷	۷/۹۷	۷/۹۷	۷/۹۷	پذیرش
حذف بروکراسی‌های اداری	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	پذیرش
الگوبرداری از ساختار و تشکیلات فدراسیون‌های برتر دنیا	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	۷/۸۲	پذیرش
افزایش تعداد سالن‌های اختصاصی بدمینتون در استان‌ها	۷/۳۲	۷/۳۲	۷/۳۲	۷/۳۲	پذیرش
افزایش زیرساخت‌ها و امکانات بدمینتون در مناطق توسعه‌نیافته	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	پذیرش
افزایش تعداد راکت بدمینتون	۷/۰۳	۶/۸۵	--	--	حذف در راند دوم
افزایش کیفیت امکانات موردنیاز تیم‌های بدمینتون حرفه‌ای ایران	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	پذیرش
به‌کارگیری مربیان تراز اول دنیا در تیم‌های پایه	۷/۶۷	۷/۶۷	۷/۶۷	۷/۶۷	پذیرش
به کارگیری مربیان آموزش‌دیده در سطح جهانی در تیم‌های استانی و پایه	۷/۰۰	۷/۰۰	۷/۰۰	۷/۰۰	پذیرش
استفاده از مربیان هر استان برای همان استان	۶/۶۹	--	--	--	حذف در راند اول
اعزام بازیکنان بدمینتون به عنوان لژیونر	۷/۸۵	۶/۸۰	--	--	حذف در راند دوم

جذب نیروهای باانگیزه در هیئت‌های استان‌ها	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	۷/۶۹	پذیرش
استخدام و به‌کارگیری نیروهای داوطلب	۶/۸۱	--	--	--	حذف در راند اول
جذب نخبگان ورزش بدمینتون هر استان در هیئت‌همان استان	۷/۳۰	۷/۳۰	۷/۳۰	۷/۳۰	پذیرش
افزایش بودجه تیم‌های ملی بدمینتون کشور	۷/۰۸	۷/۰۸	۷/۰۸	۷/۰۸	پذیرش
جذب حامیان مالی در تیم‌های بدمینتون	۷/۹۲	۷/۹۲	۷/۹۲	۷/۹۲	پذیرش
افزایش بودجه فدراسیون برای جذب مربیان تراز اول	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	پذیرش
جذب بودجه از وزارت ورزش	۶/۸۹	--	--	--	حذف در راند اول
تشویق شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی برای تیم‌داری در بدمینتون	۷/۸۷	۷/۸۷	۷/۸۷	۷/۸۷	پذیرش
جذب منابع مالی از وام‌های بانکی(تسهیلات بانکی)	۷/۸۰	۷/۸۰	۶/۶۳	--	حذف در راند سوم
جذب خیرین ورزش یار در توسعه زیرساخت‌ها و امکانات بدمینتون	۷/۵۰	۷/۵۰	۷/۵۰	۷/۵۰	پذیرش
افزایش ارتباط فدراسیون بدمینتون ایران با فدراسیون‌های طراز اول دنیا	۷/۴۹	۷/۴۹	۷/۴۹	۷/۴۹	پذیرش
افزایش ارتباطات دوسویه با کشورهای دیگر	۶/۸۷	--	--	--	حذف در راند اول
حضور در فدراسیون بین‌المللی بدمینتون	۷/۸۸	۷/۸۸	۷/۸۸	۷/۸۸	پذیرش
کسب کرسی در مجامع بین‌المللی	۷/۵۳	۷/۵۳	۷/۵۳	۷/۵۳	پذیرش
آموزش مربیان ایرانی از طریق شرکت در دوره‌های مربیگری بین‌المللی	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	پذیرش
به‌روز نمودن دانش مربیان بدمینتون ایرانی از طریق شرکت در دوره‌های آموزشی	۷/۷۲	۷/۷۲	۷/۷۲	۷/۷۲	پذیرش
استفاده از پیشکسوتان بدمینتون کشوری در آموزش	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	پذیرش

تشکیل گروه‌های استعدادیابی بدمینتون در کشور	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	پذیرش
شروع فرایند استعدادیابی از مدارس(دبیرستان‌ها)	۷/۴۸	۷/۴۸	۷/۴۸	۷/۴۸	پذیرش
برگزاری مسابقات کشوری به‌صورت مداوم به‌منظور شناسایی استعدادهای بدمینتون	۷/۵۲	۷/۵۲	۷/۵۲	۷/۵۲	پذیرش
افزایش تعداد اردوهای خارجی برای تیم‌های ملی زنان و مردان	۷/۳۹	۷/۳۹	۷/۳۹	۷/۳۹	پذیرش
افزایش اردوهای داخلی و خارجی در شرایط جوی نزدیک به ژاپن	۷/۰۹	۷/۰۹	۷/۰۹	۷/۰۹	پذیرش
انجام مسابقات چندجانبه با تیم‌های برتر دنیا	۷/۶۲	۷/۶۲	۷/۶۲	۷/۶۲	پذیرش
انجام مسابقات در جزایر ایران	۶/۵۶	--	--	--	حذف در راند اول
انجام مسابقات در کشورهایی با آب و هوای مشابه ژاپن	۷/۵۱	۶/۸۷	--	--	حذف در راند دوم
دعوت از تیم‌های موفق دنیا برای حضور در ایران و برپایی کمپ در ایران	۷/۹۹	۷/۹۹	۷/۹۹	۷/۹۹	پذیرش
افزایش تعادل رقابتی در مسابقات باشگاهی	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	۷/۷۴	پذیرش
افزایش رقابت و جذب هوادار برای تیم‌های باشگاهی	۷/۰۵	۷/۰۵	۶/۸۹	--	حذف در راند سوم
افزایش تعداد تیم‌ها برای حضور در مسابقات کشوری	۷/۸۹	۷/۸۹	۷/۸۹	۷/۸۹	پذیرش
افزایش درآمد بازیکنان بدمینتون در باشگاه‌ها	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	۷/۵۴	پذیرش
افزایش درآمد بازیکنان از طریق رسانه‌ها	۶/۷۹	--	--	--	حذف در راند اول
جذب بازیکنان برتر دنیا در تیم‌های باشگاهی	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	پذیرش
تدوین برنامه جامع آمادگی فدراسیون بدمینتون برای بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶	۷/۸۱	۷/۸۱	۷/۸۱	۷/۸۱	پذیرش

تدوین برنامه راهبردی برای فدراسیون بدمینتون	۶/۸۵	--	--	--	حذف در راند اول
تدوین اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت (راهبردی) فدراسیون بدمینتون برای بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	۷/۶۰	پذیرش
نظارت مستقیم فدراسیون بر تیم‌های باشگاهی	۷/۷۸	۶/۶۰	--	--	حذف در راند دوم
ارزیابی هفتگی و کوتاه‌مدت از فعالیت‌های باشگاه‌ها	۷/۶۷	۷/۶۷	۶/۵۱	--	حذف در راند سوم
ارزیابی میزان دستیابی برنامه‌های تدوین‌شده	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	۷/۵۸	پذیرش
ثبات در سیستم مدیریتی	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	۷/۹۰	پذیرش

پس از اتمام راندهای دلفی، شاخص‌های باقیمانده در قالب ۱۰ بعد و ۳۶ زیر مؤلفه دسته‌بندی گردیدند؛ به‌صورتی که ۱۰ بعد شامل ساختار سازمانی و تشکیلات، زیرساخت‌ها و امکانات، منابع انسانی، اقتصادی، ارتباطی، آموزشی، استعدادیابی، رویدادهای ورزشی، باشگاه‌های بدمینتون و برنامه‌ریزی می‌باشد. در ادامه این تحقیق جهت انجام روش دیمتل از ۱۰ مؤلفه جهت شناسایی روابط فین مابین عوامل شناسایی‌شده استفاده گردید. در مرحله اول می‌بایست روابط میان عوامل شناسایی‌شده مشخص می‌گردید. بدین منظور از ماتریس ارتباطات کل استفاده شد. جدول ۳ ماتریس ارتباطات کل را نشان می‌دهد:

جدول ۳: ماتریس ارتباطات کل

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
ساختار سازمانی و تشکیلات	۰/۸۹۸	۱/۱۲۳	۱/۰۱۵	۱/۱۳۴	۱/۱۸۲	۱/۱۶۳	۱/۱۵۲	۱/۱۶۵	۱/۰۱۹	۱/۱۴۵
زیرساخت‌ها و امکانات	۱/۱۲۳	۱/۱۲۱	۱/۰۵۴	۱/۱۲۰	۱/۱۳۴	۱/۱۷۵	۱/۰۲۳	۱/۱۴۳	۱/۱۳۶	۱/۱۳۲
منابع انسانی	۱/۰۲۶	۱/۲۰۳	۱/۲۰۹	۱/۰۶۹	۱/۲۱۵	۱/۲۱۰	۱/۱۴۱	۱/۲۱۳	۱/۱۷۸	۱/۱۲۸
اقتصادی	۱//۰۹۸	۱/۱۷۴	۱/۱۳۴	۱/۱۴۵	۱/۱۷۵	۱/۱۳۶	۱/۱۶۳	۱/۱۵۸	۱/۱۴۴	۱/۱۶۸
ارتباطی	۱/۱۰۶	۱/۰۶۹	۱/۰۲۹	۱/۱۳۲	۱/۱۰۳	۱/۱۸۹	۱/۱۷۴	۱/۱۴۹	۱/۲۰۹	۱/۱۷۷
آموزشی	۱/۱۷۸	۱/۱۴۳	۱/۱۳۲	۱/۱۴۵	۱/۲۱۶	۱/۲۱۴	۱/۱۰۹	۱/۲۱۶	۱/۱۳۵	۱/۱۵۴

استعدادیابی	۱/۱۰۳	۱/۱۳۷	۱/۱۳۲	۱/۱۷۸	۱/۲۱۴	۱/۱۷۴	۱/۱۱۹	۱/۱۷۷	۱/۱۴۷	۱/۱۶۸
رویدادهای ورزشی	۱/۱۷۴	۱/۱۲۴	۱/۰۶۶	۱/۱۶۳	۱/۱۷۱	۱/۱۳۴	۱/۱۳۴	۱/۱۴۵	۱/۱۵۴	۱/۱۷۱
باشگاه‌های بدمینتون	۱/۱۶۳	۱/۱۵۴	۱/۱۶۷	۱/۱۳۶	۱/۲۱۳	۱/۱۰۶	۱/۱۰۳	۱/۱۸۷	۱/۱۶۳	۱/۱۳۸
برنامه‌ریزی	۱/۱۷۳	۱/۱۴۳	۱/۰۸۲	۱/۱۳۴	۱/۱۵۷	۱/۱۲۴	۱/۱۷۱	۱/۱۸۸	۱/۱۸۸	۱/۲۱۳

برای محاسبه ماتریس روابط داخلی باید ارزش آستانه محاسبه شود. با این روش می‌توان از روابط جزئی صرف‌نظر و شبکه روابط قابل‌اعتنا یا همان نقشه شبکه روابط را ترسیم کرد. تنها روابطی که مقادیر آن‌ها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگ‌تر باشد در نقشه شبکه روابط نمایش داده خواهد شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط کافی است تا میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شود. بعدازآنکه شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس T که کوچک‌تر از آستانه باشد صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود. در ادامه تحلیل دیمتل می‌بایستی مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس T مشخص می‌گردید. مجموع سطرها (D) و ستون‌ها (R) با توجه به فرمول‌های زیر به‌دست آمد:

$$D = \sum_{j=1}^{n} T_{ij}$$

$$R = \sum_{i=1}^{n} T_{ij}$$

سپس با توجه به D و R ، مقادیر D+R و D-R را به دست آمد که به ترتیب نشان‌دهنده میزان تعامل و قدرت تأثیرگذاری عوامل هستند. خروجی نهایی روش دیمتل در جدول ۴ به نمایش گذاشته‌شده است:

جدول ۴: نتایج روش دیمتل

عوامل	میزان اثرگذاری	میزان اثرپذیری	وضعیت کلی	اثر شبکه	نوع عامل
ساختار سازمانی و تشکیلات	۱۳/۷۳۷	۱۲/۴۱۲	۲۶/۱۴۹	۱/۳۲۵	علی
زیرساخت‌ها و امکانات	۱۴/۰۶۹	۱۲/۳۱۵	۲۶/۳۸۴	۱/۷۵۴	علی
منابع انسانی	۱۳/۴۶۶	۱۲/۷۱۵	۲۶/۱۸۱	۰/۷۵۱	علی
اقتصادی	۱۳/۷۷۷	۱۲/۲۴۵	۲۶/۰۲۲	۱/۵۳۲	علی
ارتباطی	۱۲/۷۲۶	۱۲/۵۱۳	۲۵/۲۳۹	۰/۲۱۳	علی

آموزشی	۱۳/۲۱۶	۱۲/۱۴۷	۲۵/۳۶۳	۱/۰۶۹	علی
استعدادیابی	۱۲/۰۲۹	۱۲/۱۶۵	۲۴/۱۹۴	-۰/۱۳۶	معلولی
رویدادهای ورزشی	۱۱/۹۳۳	۱۲/۱۷۸	۲۴/۱۱۱	-۰/۲۴۵	معلولی
باشگاه‌های بدمینتون	۱۱/۵۷۷	۱۲/۳۲۵	۲۳/۹۰۲	-۰/۷۴۸	معلولی
برنامه‌ریزی	۱۲/۳۰۴	۱۲/۱۶۸	۲۴/۴۷۲	۰/۱۳۶	علی

با توجه به نتایج جدول بالا، ساختار سازمانی و تشکیلات، زیرساخت‌ها و امکانات، منابع انسانی، اقتصادی، ارتباطی، آموزشی و برنامه‌ریزی به‌عنوان عوامل علی و عوامل استعدادیابی، رویدادهای ورزشی و باشگاه.های بدمینتون به‌عنوان عوامل معلولی مشخص شد. مطابق با این روابط آشکارگردید که نقش ساختار سازمانی و تشکیلات، زیرساخت‌ها و امکانات، منابع انسانی، اقتصادی، ارتباطی، آموزشی و برنامه‌ریزی در بروز و شکل‌گیری سایر عوامل در جهت کسب مدال در بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در بخش زنان و مردان فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران مهم و مشخص می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف تحلیلی بر روابط تعاملی راهبردهای فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران در جهت کسب مدال در بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در بخش زنان و مردان، طراحی و اجرا گردید. جهت انجام روش دیمتل از ۱۰ مؤلفه ساختار سازمانی و تشکیلات، زیرساخت‌ها و امکانات، منابع انسانی، اقتصادی، ارتباطی، آموزشی، استعدادیابی، رویدادهای ورزشی، باشگاه‌های بدمینتون و برنامه‌ریزی استفاده شد. با روابط مشخص گردید که نقش ساختار سازمانی و تشکیلات، زیرساخت‌ها و امکانات، منابع انسانی، اقتصادی، ارتباطی، آموزشی و برنامه‌ریزی در بروز و شکل‌گیری سایر عوامل در جهت کسب مدال در بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در بخش زنان و مردان فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران مهم و مشخص می‌باشد.

در زمینه ساختار سازمانی و تشکیلات می‌توان گفت که ساختار سازمانی عامل مهمی در اثربخشی(رادیسیک [1]و همکاران، ۲۰۲۳) و عملکرد سازمان(کانلیدیس [2]، ۲۰۲۲) محسوب می‌شود. همچنین، تغییرات محیطی باعث ایجاد تغییراتی شگرف در ساختار سازمان‌ها شده است؛ به طوری که دیگر، ساختارهای سنتی و مکانیکی جوابگوی تغییرات محیطی نمی‌باشد و بسیاری از سازمان‌های بزرگ گذشته به سبب ناتوانی در تطبیق خود با محیط از بین رفته‌اند. در محیط‌های بسیار پویای امروزی و به دلیل افزایش عملیات بین‌المللی سازمان‌ها، ساختارها به‌سادگی منسوخ و قدیمی می‌شوند. بیشتر سازمان‌های ورزشی در جهان غرب در یک دهه گذشته به سمت شکل سازمانی بوروکراتیک حرکت کرده‌اند. درواقع، هر یک از

[1] Radišić
[2] Canellidis

کشورهای توسعه‌یافته بر مبنای اسناد بالادستی کشور خودشان، برای امر ورزش، وظیفه‌ای را تعریف نموده‌اند و برای رسیدن به آن هدف و بر اساس داشته‌هایشان نوع ساختار نهاد ورزش کشورشان را تبیین می‌نمایند که آیا این نهاد به‌صورت وزارت، سازمان و یا ترکیبی با نهاد دیگر باشد. ازاین‌رو، مهم‌ترین شاخص تدوین یک ساختار، قدرت هماهنگی آن با مأموریت‌های معین‌شده و تقسیم کارهاست. بنابراین در این زمینه به دلایل مختلفی نیاز به هماهنگی‌هایی همچون تقسیم‌کار بین واحدهای مختلف یا موقعیت‌های سازمانی گوناگون، همبستگی و وابستگی واحدها و موقعیت‌های کاری به هم و تحقق اهداف سازمان است. درنتیجه هماهنگی مجموعه‌ای از مکانیزم‌های ساختاری و انسانی است که برای مرتبط ساختن اعضای هر سازمان با یکدیگر برای تسهیل دررسیدن به اهداف و تضمین تحقق آن‌ها طراحی و به‌کار گرفته می‌شود. سازمان‌های خوب طراحی‌شده و خوب سازماندهی‌شده باید به اندازه کافی قدرت هماهنگی در خود داشته باشند. بنابراین بروز ناهماهنگی بهترین دلیل برای تجدید ساختار یک سازمان می‌باشد. فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران باید با پویاسازی ساختار خود و تمرکز بر چابکی ساختار سازمانی، زمینه بهبود عملکرد سازمانی خویش را فراهم آورد و با بهبود هماهنگی بین بخش‌های مختلف زمینه دستیابی به اهداف را تسهیل کند.

در زمینه زیرساخت‌ها و امکانات، دی بوسچر (۲۰۱۸) بیان نمود توجه به توسعه ورزش قهرمانی، لزوم طراحی مقیاسی برای خط‌مشی‌ها و سیاست‌گذاری‌های موفق عملکردی و درک نظری از اندازه‌گیری، ارزیابی و نظارت بر راهبردهای‌های مؤثر دولت‌ها را با پیروی از یک مدل منطقی شامل ورودی‌ها، خروجی‌ها، خروجی‌ها، نتایج و تأثیر آن‌ها نمایان می‌سازد. همچنین، دی بوسچر و همکاران (۲۰۱۵) اظهار داشتند که تغییرات فنی مانند میزان تأکید و توجه بر رویکردهای علمی برای استعدادیابی، میزان پیوستگی سیستماتیک سیاست‌های توسعه ورزش قهرمانی دولتی، مقایسه ورزشکاران و مربیان و دیدگاه و نگرش مردم به ورزش و تصمیم‌گیری‌های خط‌مشی یا سیاستی در سازمان‌های ورزشی با مقایسه ساختارها، زیرساخت‌ها و امکانات ورزشی از عوامل تأثیرگذار در توسعه ورزش قهرمانی به شمار می‌روند. یافته‌های فراهانی و همکاران (۱۳۹۵) نشان داد فرصت‌های قابل توجه‌ای برای توسعه ورزش قهرمانی در کشور وجود دارد. برای توسعه ورزش قهرمانی ضروری است که امکانات، تجهیزات و اماکن ورزشی وجود داشته باشد. با توجه به این‌که دولت عزم جدی و توجه کافی به تکمیل پروژه‌های ناتمام ورزشی و تهیه و تدارک تجهیزات به روز برای ورزش کشور دارد، به نظر می‌رسد که مسئولان ورزش کشور از این فرصت و اعتبارات مختلفی که از بازی‌های المپیک جذب ورزش کشور می‌شود و همچنین وجود تجارب متخصصان علمی کشور می‌تواند در جهت تقویت نقاط قوت و کاهش ضعف‌های توسعه ورزش کشور استفاده بهینه‌ای ببرند.

در زمینه منابع انسانی، سند برنامه راهبردی چهارساله فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹) حاکی از آن است که در گزارش وضع موجود در بخش فرآیند استعدادیابی در بخش

پسران از مجموع ۷۲۶۰ نفر فراخوان شده، تعداد ۱۰۳۰ نفر مستعد شناسایی و تعداد ۱۱۴ نفر جذب شده‌اند. در فرآیند استعدادیابی در بخش دختران از مجموع ۶۵۳۰ نفر فراخوان شده، تعداد ۴۱۳ نفر مستعد و تعداد ۷۰ نفر جذب‌شده‌اند. تعداد مربیان فعال استانی ۲۰۸۵ نفر و تعداد داوران ۱۶۶۹ نفر بوده‌اند. وضعیت هیئت‌های فعال استانی و شهرستانی نیز در ۲۰ استان و شهرستان‌های زیر مجموعه به ثبت رسیده است. تعداد فضاهای ورزشی اختصاصی این فدراسیون در ۱۵ استان دارای وضعیت فعال بوده است. (برنامه راهبردی چهارساله فدراسیون بدمینتون، ۶۸: ۱۳۹۵). بخشی از یافته‌های سوتیریادو و بوسچر (۲۰۱۸) حاکی از آن است که موفقیت در مرحله اول مرهون انتخاب ورزشکاران با استعداد است. سازمان‌های ورزشی ملی باید ارتباط قوی با ذینفعان مختلف خود ایجاد کنند تا تلاش‌های خود را در یک‌جهت هماهنگ کنند و منابع خود را افزایش دهند. نتایج تحقیق شریف‌نژاد (۱۳۸۷) نیز نشان داد فرآیند کشف ورزشکاران بااستعداد برای شرکت در یک برنامه تمرینی سازماندهی شده، یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که امروزه در ورزش مطرح است. نتایج پژوهش فراهانی و همکاران (۱۳۸۳) نیز نشان داد موفقیت در ورزش قهرمانی درگرو استعداد ذاتی یا مادرزادی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل در زمینه ورزش قهرمانی است. یافته‌های فرخی (۱۳۹۰) نیز نشان داد ورزش بدمینتون با توجه به شکل فعالیت‌ها و نیازهای بدنی مرتبط با آن، به نوع بدنی خاصی نیازمند است. به‌عبارت‌دیگر، تیپ بدنی اکتومزومورف یا قامتی بلند، کشیده و تااندازه‌ای عضلانی، تیپ بدنی مطلوب بازیکن نخبه بدمینتون است. هر چند در بین نژادهای مختلف از نقاط گوناگون جهان تفاوت‌هایی در این مورد وجود دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بازیکنان آسیایی تیپ بدنی متوسط دارند و بازیکنان اروپایی و آفریقایی اکتومزومورف (آفریقایی‌ها اکتومورف‌تر) هستند. بااین‌حال، استثناهای متعدد نتیجه‌گیری را دشوار می‌کند. مسئله دیگر این است که اغلب تحقیقات در بدمینتون روی بازیکنان اروپایی صورت گرفته و به کشورهای صاحب‌نام آسیایی که در صحنه بین‌المللی برتری نیز دارند، کم‌توجهی شده است.

در زمینه عوامل اقتصادی، برگزگارد و همکاران (۲۰۰۷) مطرح نمودند که وجود رابطه خطی بین سرمایه‌گذاری و کسب مدال محل تردید است. ورزشکار قهرمان باید با پیروی از یک راهبرد ملی مدیریت شود. فرآیند پرورش قهرمان در همه رشته‌ها بین ۸ تا ۱۰ سال طول می‌کشد و حتی فرآیند تخصصی‌سازی بسیار زود و از ۶-۵ سالگی شروع می‌شود. بنابراین سازمان‌های ورزشی باید در تمام مراحل رشد آن‌ها را موردحمایت قرار دهند. مطالعه برگزگارد و همکاران (۲۰۰۷) به وضوح نشان می‌دهد که ورزش یک پدیده چندوجهی است. سیاست‌های ورزشی منعکس‌کننده نه تنها روند جهانی و تحولات، بلکه منعکس‌کننده هویت ملی و سنت‌ها و ویژگی‌های فرهنگی و سیاسی محلی است. دوگانگی فرآیندهای همزمان

تجاری‌سازی و دولتی‌سازی در کانادا، انگلستان، آلمان و نروژ نشان می‌دهد که حتی در مورد همگرایی نیاز به توضیح و تجزیه‌وتحلیل تطبیقی سیاست‌های ورزشی احساس می‌شود.

از طرف دیگر و بر اساس نتایج به‌دست آمده، توسعه برنامه‌های آموزشی و بازآموزی و برنامه‌ریزی کارآمد در این زمینه می‌تواند از جمله راهبرهای ارتقای توانمندی‌های منابع انسانی فعال در برنامه راهبردی فدراسیون بدمینتون باشد. در این راستا بررسی نیازمندی‌های آموزشی و برنامه‌ریزی در جهت ارتقای سطح دانش می‌تواند اهمیت زیادی داشته باشد. همسو با این یافته، لارا [1] و همکاران(۲۰۲۲) دریافتند که توسعه دانش مربیان و ارتقای سطح فنی آنان می‌تواند زمینه بهبود عملکرد ورزشی ورزشکاران را افزایش دهد. بااین‌حال بهره‌گیری از مربیان و کارشناسان بین‌المللی در جهت مشاوره و ارتقای دانش مربیان ملی می‌تواند زمینه توانمندسازی آنان را ارتقا دهد.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان بیان داشت که در عصر حاضر، ورزش به پدیده‌ای پیچیده و چندبعدی تبدیل‌شده است که توسعه آن مستلزم توجه به تمامی آن ابعاد است. شناخت مسائل و راهبردهای توسعه ورزش قهرمانی کشور به‌ویژه در ورزش بدمینتون نیازمند نگاهی علمی و تجربی می‌باشد و در این مسیر، استفاده از تجارب جهانی راه میان‌بری است که می‌تواند هزینه دستیابی به توسعه را کاهش دهد. آن‌چه که مسلم است هیچ موفقیت یا شکستی را نمی‌توان 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 موفقیت‌آمیز خواهد بود. حال آنکه، باید توجه داشت که جامعه تحقیق را خبرگان مدیریت ورزشی و متخصص در حوزه برنامه‌ریزی راهبردی، خبرگان ورزش بدمینتون کشور–مربیان(درجه ۱ و بین‌المللی)، داوران(درجه ۱ و بین‌المللی)، مدیران تیم‌ها و ورزشکاران نخبه(دارای مدال در مسابقات بین‌المللی) بدمینتون و مدیران فدراسیون بدمینتون و رؤسای هیئت‌های استانی بدمینتون که دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری– تشکیل داده‌اند و به راستی نظر آنان می‌تواند راهگشای موفقیت ورزش بدمینتون کشور و مدال‌آوری در بازی‌های آسیایی ۲۰۲۶ در بخش زنان و مردان باشد. با این حال توسعه ورزش بدمینتون مستلزم هماهنگی در بخش‌های مختلف به‌منظور هدایت اعتبارات موجود در حوزه ورزش بدمینتون است.از طرفی با توجه به این که مسئولیت سازماندهی ورزش در کشور بر عهده وزارت ورزش و جوانان می‌باشد و مسئولیت فنی رشته‌های مختلف نیز بر عهده فدراسیون‌های ورزشی است، پیشنهاد می‌گردد با تشکیل کمیته‌ای با عنوان «کمیته سازماندهی رقابت‌های ورزشی» نسبت به تقسیم‌کار هدفمند برای برگزاری مسابقات ورزشی رشته بدمینتون اقدام شود تا هزینه‌کرد اعتبارات ورزش بدمینتون در مسابقات داخلی و آسیایی هدفمند گردد و توسعه ورزش بدمینتون

[1] Lara

با روند و سرعت مطلوب‌تری انجام شود. از طرفی، بهره‌گیری از دانش کشورهای موفق در ورزش بدمینتون و استفاده از مربیان به نام و موفق در این حوزه می‌تواند اثربخش و شایان توجه باشد. مهم‌ترین محدودیت پژوهش حاضر، محدودیت تعمیم نتایج است. با توجه به اینکه داده‌های استفاده‌شده در زمینه رشته ورزشی موردمطالعه بوده است، لذا تعمیم نتایج حاصل از آن به سایر رشته‌های ورزشی، نیاز به تحقیق بیشتری دارد.

منابع

- احسانی، محمد؛ امیری، مجتبی و قره‌خانی، حسن. (۱۳۹۲). «**طراحی و تدوین نظام جامع ورزش حرفه‌ای کشور**». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۷، صص ۳۹-۵۶.
- **برنامه راهبردی چهارساله فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران در سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹**. (۱۳۹۵). گزارش وضع موجود فدراسیون بدمینتون جمهوری اسلامی ایران.
- چوپانی، آرزو. (۱۳۹۴). «**تدوین برنامه راهبردی توسعه ورزش قهرمانی بانوان استان مازندران**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شمال، دانشکده تربیت‌بدنی.
- حسینی، سید شاهو؛ حمیدی، مهرزاد؛ قربانیان رجبی، آسیه و سجادی، سیدنصراله. (۱۳۹۲). «**شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای استعدادیابی در ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش‌های فراروی آن**». نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۱۷، صص ۲۹-۵۴.
- حمیدی، مهرزاد؛ رجبی، حسین؛ علی‌دوست قهفرخی، ابراهیم و زینی‌زاده، مهوش. (۱۳۹۷.). «**طراحی و تدوین برنامه راهبردی فدراسیون ورزش دانش‌آموزی ایران**». نشریه پژوهش در ورزش تربیتی. ۶ (۱۴)، صص ۶۷-۹۲.
- رستمی، محمد صالح. (۱۳۹۲). «**طراحی و تدوین برنامه راهبردی دو و میدانی در استان مازندران**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد (گرایش مدیریت ورزشی). دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.
- سیف پناهی شعبانی، جبار؛ گودرزی، محمود؛ حمیدی، مهرزاد وخطیبی، امین. (۱۳۹۰). «**طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش قهرمانی استان کردستان**»، نشریه مدیریت ورزشی. ۳(۸)، صص ۵۷-۷۳.
- علی‌زاده، محمد.(۱۳۹۷). «**تدوین برنامه راهبردی فدراسیون ورزشی تنیس روی میز ایران با استفاده از رویکرد SWOT و AHP** ». رساله دکتری، دانشگاه خوارزمی.
- فراهانی، ابوالفضل و همکاران. (۱۳۹۵). «**تدوین راهبردهای توسعه ورزش قهرمانی ایران**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۵ ، شماره ۳ ، ص۱.
- فرخ شاهی، رضا؛ شهلایی، جواد؛ شیروانی ناغانی، مسلم؛ هنری، حبیب و کارگر، غلامعلی. (۱۴۰۰). «**شناسایی وتدوین الگوی محیطی مؤثر بر آینده‌نگاری راهبردی ورزش ایران بر اساس مدل STEEPELD و تعیین پیشران‌های کلیدی**». آینده‌پژوهی ایران. ۶(۱)،صص ۲۳۳-۲۶۳.
- کاشف، میر محمد؛ سید عامری، میرحسن؛ احمدی، مالک و معرفت، داریوش. (۱۳۹۶). «**بررسی مدل راهبردی توسعه ورزش قهرمانی استان آ.شرقی با استفاده از روش SWOT وBSC** ». فصل‌نامه علمی- پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی.۶(۲۴)، صص ۲۷-۳۸.
- نادری نسب، مهدی. (۱۳۸۹). «**طراحی برنامه راهبردی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران**». پایان‌نامه دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
- Benedict Wauters. (2017). **"Strategic management in the public sector: atool for improving performance of ongoing operations or for redefining performance to meet new challenges?"** Report to the European Commission Public Administration and Governance network
- Bergsgaard, N. A., Houlihan, B., Mangset, P., Nødland, S. I., & Rommetvedt, H. (2007). **Sport policy: A comparative study of stability and change.**

- Canellidis, V., & Sofianopoulou, S. (2022). **"Analytics Framework for Comparing National Performance Achievements in International Mathematical Olympiads".** Education Sciences, 12(11), 838.
- Christou ،Maria A; Panagiota A Christou; Markozannes, Georgios; Tsatsoulis, Agathocles; Mastorakos, George ;Tigas, Stelios. (2017). **"Effects of Anabolic Androgenic Steroids on the Reproductive System of Athletes and Recreational Users: A Systematic Review and Meta-Analysis".** Sports Medicine: 1-15.
- De Bosscher, V. (2018). **"Effective strategies to develop elite sport in a changing Europe: a mixed methods approach".** *In B. Carlsson, T. Breitbarth, & T. Bjarsholm (Eds.), Invited keynote speaker at the 26th European Sport Management Conference: Managing Sport in a Changing Europe* (pp. 12-12). European Association for Sport Management.
- 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., Shibil, 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 Verlag.
- De Bosscher, V., Shilbury, D., Theeboom, M., Van Hoecke, J., & De Knop, P. (2011). **"Effectiveness of national elite sport policies: a multidimensional approach applied to the case of Flanders".** European sport management quarterly, 11 (2), 115- 141.
- International Shooting Sport Federation. (2019). https://www.issf-sports.org/
- Lara-Bercial, S., Bales, J., North, J., Petrovic, L., & Calvo, G. (2022). **"International Council for Coaching Excellence Position Statement "Professionalisation of Sport Coaching as a Global Process of Continuous Improvement".** International Sport Coaching Journal, 9(2), 157-160.
- Makoto, M., Bernardus, V. D. S., Sumayya, K., Alec, M., Gert, O., Fikile, M. (2012). **"Strategic plan for the fiscal years 2012 – 2016".** Ministry of Sport and Recreation, South Africa.
- Na ،Dongkyu; Dallaire, Christine. (2015). **"Korean sport for international development initiatives: exploring new research avenues".** Asia Pacific Journal of Sport and Social Science 4 (3):251-264.
- Pedras, L., Taylor, T., & Frawley, S. (2019). **"Responses to multi-level institutional complexity in a national sport federation".** Sport Management Review. doi:10.1016/j.smr.2019.05.001
- Radišić, L., Duđak, L., Doder, D., & Doder, R. (2023). **"Success of sports organizations and correlation with efficiency and leadership style".** Revista Brasileira de Medicina do Esporte, 30, e2022_0265.
- Sotiriadou, P., & De Bosscher, V. (2018). **"Managing high- performance sport: introduction to past, present and future considerations".** Quarterly, 18: 1, 1- 7
- Taks, M., Green, B. C., Misener, L., & Chalip, L. (2014). **"Evaluating sport development outcomes: the case of a medium- sized international sport event".** European Sport Management Quarterly, 14 (3), 213- 237.

۱۵

طراحی مدل پیامدهای توسعه بازی‌ها و ورزش‌های سنتی

پیمان کاکاویسی[۱]
شهاب بهرامی[۲]
حسین عیدی[۳]

10.22034/ssys.2022.2213.2581
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۱/۰۹
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۱/۱۸

پژوهش حاضر باهدف طراحی و آزمون مدل پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی محلی اجرا گردید. جامعه آماری در بخش کیفی، متخصصان صاحب‌نظر در حوزه ورزش‌های سنتی و اساتید مدیریت ورزشی بودند. نمونه‌گیری در بخش کیفی به صورت هدفمند و مصاحبه با خبرگان تا زمان اشباع اطلاعاتی ادامه پیدا کرد و ۱۵ مصاحبه با ۱۵ نفر از خبرگان انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق در بخش کمی شامل کلیه مدیران و کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان، مدیران ورزش استانی و مدیران فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی و اساتید مدیریت ورزشی بود. با توجه به اینکه جامعه آماری بر اساس استعلام از وزارت ورزش و جوانان ۱۸۰۰ نفر بود، در بخش کمی ۲۸۸ نفر به‌عنوان نمونه و به روش تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود. به‌منظور تجزیه‌وتحلیل داده‌های پژوهش حاضر از کدگذاری در بخش کیفی و از روش معادلات ساختاری در بخش کمی استفاده گردید.

در بخش کیفی پژوهش، مقوله‌ها در قالب ۲۹ کد مفهومی و ۶ مقوله اصلی استخراج شد. در بخش کمی نیز مشخص گردید که هر ۶ مقوله اصلی پژوهش(ورزشی، رویداد ورزشی، سلامت روانی، سلامت جسمی، فرهنگی اجتماعی و اقتصادی) از برازش مناسبی برخوردار است و استفاده از ظرفیت‌های بسیار بالای بازی‌های بومی محلی و ورزش‌های سنتی منجر به پیامدهای مثبت بسیاری می‌گردد.

واژگان کلیدی: بازی‌های بومی، ورزش‌های سنتی، توسعه ورزش و مشارکت ورزشی.

---

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران
[۲] استادیار، مدیریت ورزشی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Bahramishahab@yahoo.com
[۳] دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

مقدمه

ورزش در تمام دوران زندگی از اهمیت زیادی برخوردار است و در تامین سلامت جسمی و روانی افراد فعال تأثیر بسیار زیادی دارد. بسیاری از آثار نامطلوب محیط اجتماعی، اقتصادی، وضع خانوادگی، وراثت و نظایر آن با استفاده از ورزش می‌تواند کاهش یابد و یا حتی به طور کلی از میان برود (محمدی بردبری و همکاران، ۱۳۹۶). توسعه ورزش و تربیت‌بدنی به سبب تاثیر مثبت آن بر تأمین سلامت جسمی و روحی، گذران سالم اوقات فراغت و آثار شگرف در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی می‌تواند به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین ابزارهای توجه به انسان به عنوان محور توسعه پایدار قلمداد شود (پاپ‌زن و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۹). علاوه بر آثار ورزش بر اجتماع، ورزش می‌تواند تاثیرات مهمی برای دولت‌ها در پی داشته باشد و به همین جهت دولت‌های مختلف توجه ویژه‌ای به ورزش دارند. توسعه ورزش در جهان امروزی یکی از راهکارهای ثمربخش جهت رسیدن به هدف‌های متعالی در ابعاد مختلف توسعه برای دولت‌مردان کشورهای پیشرفته است (جکینسون و بنسون[1]، ۲۰۰۹: ۸). در سطح ملی نیز در راستای توسعه پایدار ایران می‌توان به ورزش و فعالیت‌بدنی به‌عنوان یک اهرم قدرتمند و اثربخش نگریست (قربانی و صفری جعفرلو، ۱۴۰۰: ۳۲). بااین‌حال، برای اینکه بتوان در مسیر توسعه ورزش گام نهاد، نیاز است که ورزش را در قالب زیرمجموعه‌های آن مورد توجه قرار داد و با توسعه زیرمجموعه‌های آن، توسعه ورزش در سطح ملی و بین‌المللی به‌دست آید. یکی از استدلالات مهم برای این مسئله این است که ورزش ایران دارای متولیان زیادی از جمله وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، وزرات آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، بخش خصوصی، شهرداری‌ها و غیره است که هر کدام در توسعه ورزش در حوزه‌های مختلف آن فعالیت دارند و عملکرد آنها به صورت بخشی قابل ارزیابی است.

یکی از دسته‌بندی‌های رایج در سطح ملی برای ورزش، دسته‌بندی بر اساس مولفه‌های ورزش شامل ورزش قهرمانی، حرفه‌ای، تربیتی و همگانی است (راسخ و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸). تقسیم‌بندی‌های دیگری بر اساس ماهیت رشته‌های ورزشی از جمله ورزش‌های نوین و سنتی، ورزش‌های گروهی و انفرادی و غیره نیز وجود دارد. یکی از مهمترین زیرمجموعه‌های ورزش شامل ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی–محلی است که توسعه آن می‌تواند نقش مهمی بر توسعه ورزش کشور داشته باشد. بازی‌های بومی به بازی‌هایی اطلاق می‌شود که فقط در یک منطقه یا محله خاصی اجرا شوند، ولی در بازی‌های محلی وسعت تحت پوشش بازی بیشتر شده و اختصاص به استان یا استان‌هایی دارد که دارای وجوهاتی مشترک مانند آب و هوا، زبان و غیره باشند (شریعت‌زاده، ۱۹۹۲: ۴۲۳). بازی‌های بومی و محلی و ورزش‌های سنتی نوعی فعالیت ورزشی هستند که توسط ملت‌ها در دوره‌های مختلف تاریخی ایجاد شده‌اند تا نیازهای جسمی و

[1] Jenkinson and Benson

روحی افراد را در دوره‌های تاریخی مذکور برآورده سازند (لیو[1] و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۷۰۴). در مدل طبقه‌بندی مفهومی فعالیت‌های ورزشی و غیرورزشی که توسط گراتون و تیلور[2] (۲۰۰۰) ارائه شده است، بازی‌های سنتی در صورت رقابتی‌شدن با برگزاری مسابقات قهرمانی جهان (به عنوان مثال کبدی) می‌توانند به عنوان ورزش شناخته شوند. درحال‌حاضر برخی از این بازی‌های بومی- محلی توسعه یافته‌اند و به شکل ورزش-های سنتی قانونمند شده‌اند و با داشتن فدراسیون ورزشی ملی و بین‌المللی، مسابقاتی در سطح جهانی در این ورزش‌ها برگزار می‌شود. کشور ایران نیز پیشینه زیادی در زمینه بازی‌ها و ورزش‌های سنتی دارد. از جمله بازی‌ها و ورزش‌های سنتی مهم ایران که هنوز هم علاقه‌مندان زیادی دارند، می‌توان به ورزش زورخانه‌ای، چوگان، گوی بازی، زو، کشتی پهلوانی، چوخه، لوچو، زوران و غیره اشاره نمود.

بازی‌ها و ورزش‌های سنتی از اهمیت بالایی برخوردار هستند؛ به‌طوری‌که به پالایش بسیاری از مهارت‌ها (به عنوان مثال کار تیمی، همکاری، مدیریت یک چالش و تعیین و دستیابی به اهداف)، ایجاد شخصیت، زمینه‌ای برای بیان و بهبود عملکرد کمک می‌کنند. آنها امکان تفریح، لذت و سرگرمی و دوست‌یابی را فراهم می‌کنند و در بازی‌ها و ورزش‌های سنتی می‌توان ایده بازی جوانمردانه و سبک زندگی سالم یا نگرش مثبت به زندگی را ایجاد کنیم (برونیکوفسکا و گرول[3]، ۲۰۱۵). به عنوان اشکال تبادل فرهنگی، سرگرمی و نمایش‌های ورزشی تجاری عمل می‌کنند (گو[4] و همکاران، ۲۰۱۶: ۲۷۰). با عناصر سرگرمی و اوقات فراغت، به طور گسترده‌ای در تناسب اندام عمومی نقش دارند، باعث پیشرفت اقلیت‌های قومی می‌شوند و شاخه‌ای از فرهنگ جهانی و جوهره فرهنگ ملی هر کشور هستند (لیو و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۶۹۸). بخش مهمی از میراث فرهنگی- تفریحی جهان می‌باشند که دارای یک هویت فرهنگی هستند و همین امر باعث می‌شود که بگوییم بازی‌های ورزشی به عنوان آینه جامعه ظاهر می‌شوند (نفیل[5] و همکاران، ۲۰۲۱). کاشف (۱۳۷۸: ۵۴) اهداف اصلی و مهم بازی‌ها و ورزش‌های بومی و محلی را شامل افزایش سرعت، قدرت و استقامت بدنی، بهبود واکنش و چابکی، روحیه شجاعت و مقاومت و تقویت حس همکاری و تعاون، توسعه اعتماد به نفس و در نهایت پر کردن اوقات فراغت و بیکاری معرفی می‌کند. اقدسی و همکاران (۲۰۱۳: ۲۷) ادعا کردند که با توجه به اینکه بازی‌های بومی و محلی ابزاری برای انتقال مفاهیم فرهنگی هستند و از فاصله فرهنگی بین نسل‌ها جلوگیری می‌کنند، بنابراین حفظ و انتقال این بازی‌ها، شکلی از مسائل فرهنگی هر ملت و تمدن است. همچنین، تانگوتم و چنتاچن[6] (۲۰۰۹: ۳۹۶) به مزایا و فوائد

[1] Liu
[2] Gratton and Taylor
[3] Bronikowska and Groll
[4] Guo
[5] Nefil
[6] Thongutum and Chantachon

بازی‌ها و ورزش‌های بومی در ابعاد اجتماعی، فیزیکی، روانی، عاطفی، آگاهی و دانشی اشاره کرده‌اند. پالم[1] (۲۰۰۵) نیز اظهار کرد که ورزش‌های سنتی برای آموزش‌های فیزیکی دارای محتویات لازم هستند، چون فرهنگ منطقه را به کودکان آموزش می‌دهند، به تجیزات خاص نیاز ندارند، توانایی راهیابی به جشنواره‌های محلی را دارند و قابلیت انتقال به نسل‌های بعدی را دارا هستند. البته بازی‌ها و ورزش‌های سنتی می‌توانند در توسعه گردشگری (غفوری، ۱۳۹۳: ۱۵۳)، افزایش تولید ناخالص داخلی و ایجاد اشتغال (غفوری و همکاران، ۱۳۹۸)، توسعه مهارت‌های حرکتی کودکان (اکبری، ۲۰۰۷: ۳۵) و غیره نیز نقش داشته باشند.

بخش دیگری از تحقیقات در زمینه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی محلی به بررسی موانع توسعه (جوشقانی، ۱۳۹۷؛ اندام و همکاران، ۱۳۹۴؛ هنرور و همکاران، ۱۳۹۳) و عوامل تاثیرگذار بر توسعه بازی‌ها و ورزش‌های سنتی (غفوری و همکاران، ۱۳۹۸؛ گل‌زاده و میرآبادی، ۱۳۹۸؛ حسینی کشتان و همکاران، ۱۳۹۸؛ غفوری و همکاران، ۲۰۱۹؛ ایوانز[2] و همکاران، ۲۰۱۷) پرداخته‌اند. همانگونه که مشاهده می‌گردد اگرچه تحقیقات مختلفی به بررسی اهمیت و همچنین شناسایی موانع و عوامل توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی پرداخته‌اند، اما تحقیقی یافت نمی‌شود که پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی را مورد بررسی قرار داده باشد. البته محققان در سایر حوزه‌ها به پیامدهای توسعه ورزش پرداخته‌اند. به طورمثال، نتایج تحقیق قنبری فیروزآبادی و همکاران (۱۳۹۹: ۱۷۹) با طراحی الگوی راهبردی توسعه ورزش دانش‌آموزی نشان دادند که توسعه ورزش دانش‌آموزی، پیامدهای تربیتی- اعتقادی، عبادی و اخلاقی، تربیتی، اقتصادی و حرفه‌ای، علمی و فناوری، اجتماعی، تربیت زیستی و بدنی، زیبایی‌شناختی و هنری به دنبال خواهد داشت. همچنین، رغبتی و همکاران (۱۳۹۸: ۶) پیامدهای توسعه ورزش حرفه‌ای در ایران را شامل اشتغال‌زایی، توسعه اقتصادی، توسعه ملی، توسعه رفتاری و توسعه ساختاری معرفی کرده‌اند. البته تعداد تحقیقاتی که پیامدهای توسعه ورزش را در مولفه‌ها و رشته‌های ورزشی مختلف مورد بررسی قرار داده‌اند، خیلی بیشتر است و به همین دلیل نیاز به انجام تحقیق در زمینه شناسایی پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی وجود دارد. در صورتی که مسئولان ورزش از پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی محلی آگاه باشند، قطعاً مصمم‌تر و با تلاش بیشتری در جهت توسعه آن گام برمی‌دارند. به همین جهت در تحقیق حاضر پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی در قالب یک مدل شناسایی خواهد شد.

[1] Palm
[2] Evans

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر ازلحاظ هدف کاربردی، بر اساس رویکرد پژوهش، آمیخته از نوع اکتشافی متوالی (کیفی- کمی) که در بخش کیفی پدیدارشناسی و در بخش کمی، توصیفی- تحلیلی بود. ابزار مورداستفاده در این پژوهش شامل مصاحبه و پرسش‌نامه می‌باشد. سؤالات مصاحبه شامل ۲ سؤال باز و سؤالات پرسش‌نامه شامل ۲۹ گویه و در قالب ۶ مؤلفه، به‌صورت پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، ۵ امتیاز تا کاملاً مخالفم، ۱ امتیاز) تدوین شد. در بخش اول (کیفی) متخصصان صاحب‌نظر در حوزه ورزش‌های سنتی و اساتید مدیریت ورزشی بودند. اساتیدی که دارای حداقل دو زمینه تحقیقاتی (کتاب، ترجمه، طرح پژوهشی، مقاله پژوهشی، مقاله همایشی، سخنرانی و غیره) در این حوزه بودند که تعداد اساتید شناسایی‌شده، ۲۹ نفر بودند. بنابراین با تمامی این ۲۹ نفر مکاتباتی از طریق ایمیل، پیام و تماس صورت گرفت و ۲۰ نفر از این افراد برای شرکت در مصاحبه اعلام آمادگی نمودند. بنابراین نمونه‌گیری در بخش کیفی به صورت هدفمند و مصاحبه با خبرگان تا زمان اشباع اطلاعاتی انجام گرفت. در مصاحبه ۱۳ با سیزدهمین نفر، داده جدیدی به دست نیامد، اما مصاحبه‌ها تا نفر ۱۵ برای اطمینان ادامه یافت. جامعه آماری تحقیق در بخش کمی شامل کلیه مدیران و کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان، مدیران ورزش استانی و مدیران فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی و اساتید مدیریت ورزشی بود. با توجه به اینکه جامعه آماری بر اساس استعلام از وزارت ورزش و جوانان ۱۸۰۰ نفر می‌باشند، در بخش کمی بر اساس جدول مورگان حداقل ۳۱۷ نفر به عنوان نمونه به روش تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. از این تعداد، ۲۸۸ پرسش‌نامه به صورت صحیح عودت داده شد.

شاخص آزمونKMO، کفایت نمونه‌گیری را می‌سنجد و مقدار ۰/۷۸ برای این آزمون به دست آمد که نشان از کفایت مناسب نمونه‌ها دارد. در بخش کیفی تحقیق جهت بررسی روایی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تاییدپذیری استفاده گردید (جدول ۱):

جدول ۱: روایی و پایایی بخش کیفی

		روش	نتیجه
کیفی	قابلیت باورپذیری (اعتبار)	تایید فرایند پژوهش توسط هفت متخصص	تأیید
		استفاده از دو کدگذار جهت کدگزاری چند نمونه مصاحبه	تأیید
	انتقال‌پذیری	نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند	تأیید
	تاییدپذیری	ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها	تأیید

	مطالعه حسابرسی فرآیند	در اختیار قرار دادن اطلاعات به اساتید راهنما و مشاور	تأیید
۶	توافق درون‌موضوعی دو کدگذار	تحلیل سه مصاحبه توسط محقق و همکار و مشخص نمودن کدهای مشابه و غیرمشابه	تعداد کل کدها: ۱۰۳ تعداد کل توافقات: ۴۵ تعداد کل عدم توافقات: ۱۳ پایایی بین دو کدگذار: ۸۷/۴٪ بیشتر از ۶۰٪ و تأیید پایایی

پایایی و روایی در پی‌ال‌اس در دو بخش سنجیده می‌شود: الف) بخش مربوط به مدل‌های اندازه‌گیری، ب) بخش مربوط به مدل ساختاری. پایایی مدل اندازه‌گیری به‌وسیله 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 قابل‌قبول است (هیر[1]، ۲۰۱۱). همچنین در مورد روایی محتوی نیز با استفاده از فرم‌های روایی‌سنجی CVI و CVR روایی مورد تایید قرار گرفت. مقدار CVR با توجه به تعداد اساتید (۸ نفر)، ۰/۸۶ و مقدار CVI بیشتر از ۰/۸۵ به دست آمد. بنابراین روایی محتوی ابزار ما مورد تایید قرار گرفت. روایی واگرا و همگرا نیز سنجیده شد.

در این پژوهش از دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی بهره‌گیری شد. در بخش آمار توصیفی از جداول و نمودارهای توصیفی برای بیان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و توصیفی پژوهش، از شاخص‌های کشیدگی و چولگی به‌منظور بررسی توزیع داده‌ها (طبیعی و یا غیرطبیعی بودن) و برای بررسی و پاسخ به سؤالات پژوهش و رسم و تدوین مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۴، Smart PLS نسخه ۲/۰ و نرم‌افزار Max QDA نسخه Pro استفاده گردید.

[1] Hair

یافته‌های پژوهش

نتایج توصیفی پژوهش در بخش کیفی و کمی درجدول ۲ نشان داده شده است:

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش

		سابقه شغلی				جنسیت		سن			تحصیلات		
بخش	آماره	کمتر از ۵ سال	۶- ۱۰ سال	۱۱ تا ۱۵ سال	بیشتر از ۱۵ سال	زن	مرد	کمتر از ۲۰ سال	۲۱- ۴۰ سال	۴۱ تا ۶۰ سال	بالای ۶۱ سال	دیپلم و زیر دیپلم	کارشناسی	کارشناسی ارشد و دکتری
بخش	فراوانی	۰	۰	۲	۱۳	۲	۱۳	۰	۰	۱۰	۵	۰	۰	۱۵
کیفی	درصد	۰	۰	۱۳/۳	۸۶/۷	۱۳/۳	۸۶/۷	۰	۰	۶۶/۷	۳۳/۳	۰	۰	۱۰۰
بخش	فراوانی	۰	۱۰۶	۱۱۱	۷۱	۱۵۷	۱۳۱							
کمی	درصد	۰	۳۷/۱	۳۸/۴	۲۴/۵	۵۴/۵	۴۵/۵							

تحلیل کیفی

ابتدا مصاحبه‌های انجام‌شده در قالب متن وارد نرم‌افزار Max QDA شد و سپس کدهای باز اولیه از متن مصاحبه‌ها استخراج گردید. تعداد ۱۵۰ کد باز در این مرحله به دست آمد. بدیهی است که برخی کدها، چندین مرتبه تکرار شده باشند که در این صورت در این مرحله، کدهای تکرارشده حذف گردیدند. در ادامه با حذف کدهای تکراری، ۵۵ کد منحصربه فرد به دست آمد. با تحلیل و بررسی کدهای به دست آمده، برخی از کدها در هم ادغام شدند، چرا که از نظر مفهومی مشابه بودند. در این مرحله، تعداد ۳۶ کد به دست آمد. در ادامه، با توجه به نظرات اساتید تیم پژوهشی، تعداد ۷ کد نیز به دلیل اهمیت کمتر و در نتیجه فراوانی کمتر، حذف گردیدند. در نهایت، ۲۹ کد باز منحصربه فرد با فراوانی بالا انتخاب گردید. درادامه، چند کد مفهومی تبدیل به یک مقوله شده است. در جداول زیر نتایج کدگذاری باز بر اساس کدهای مفهومی و مقولات آورده شده است:

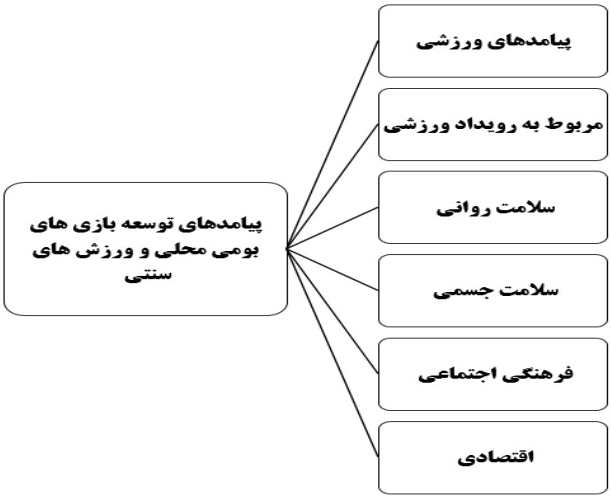
جدول ۳: کدگذاری ثانویه و شکل‌دهی مقولات

ردیف	مقوله اصلی	مفاهیم	فراوانی
۱	پیامدهای ورزشی	توسعه ورزش همگانی	۷
۲		توسعه ورزش تربیتی	۸
۳		توسعه ورزش قهرمانی	۵
۴		توسعه ورزش حرفه‌ای	۶

۵		مشارکت حداکثری افراد در رویدادهای ورزشی	۷
۶		بهبود تجربه برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی	۸
۷	پیامدهای مربوط به رویداد ورزشی	ایجاد تجربه و حس خوشایند از شرکت در رویداد ورزشی	۵
۸		استفاده حداکثری از اماکن ورزشی بدون استفاده	۶
۹		ایجاد اوقات فرات فعال	۴
۱۰		شناسایی استعدادهای ورزشی	۸
۱۱		افزایش نشاط و شادابی افراد	۷
۱۲		ایجاد اعتماد به نفس افراد	۶
۱۳	پیامدهای سلامت روانی	بهبود عزت نفس افراد	۹
۱۴		رضایت از زندگی	۴
۱۵		کاهش افسردگی	۵
۱۶		کاهش اضطراب	۶
۱۷	پیامدهای سلامت جسمی	کاهش ناهنجاری اسکلتی	۴
۱۸		بهبود سلامت قلب و عروق	۸
۱۹		کاهش خشونت و پرخاشگری	۷
۲۰		بهبود روابط اجتماعی	۵
۲۱		بهبود همبستگی قومی، نژادی و ملیتی	۶
۲۲	پیامدهای فرهنگی- اجتماعی	بهبود هویت قومی	۸
۲۳		کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی	۷
۲۴		معرفی آداب و رسوم ورزشی قومیت‌ها	۹
۲۵		معرفی جاذبه‌های طبیعی و غیرطبیعی	۶
۲۶		استفاده از پیشکسوتان ورزشی و احترام به پیشکسوت	۵
۲۷		کاهش هزینه‌های درمانی	۸
۲۸	اقتصادی	ایجاد اشتغال	۷
۲۹		ایجاد اشتغال و درآمد غیرمستقیم در بخش-های گردشگری	۹

در نهایت، ۲۹ کد مفهومی و ۶ مقوله اصلی استخراج شد.

کدهای محوری پژوهش حاضر درواقع همان مقولات مستخرج‌شده در مرحله کدگذاری باز می‌باشند (کرسول، ۱۳۹۱). بنابراین مدل پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی در شکل ۱ نشان داده شده است:



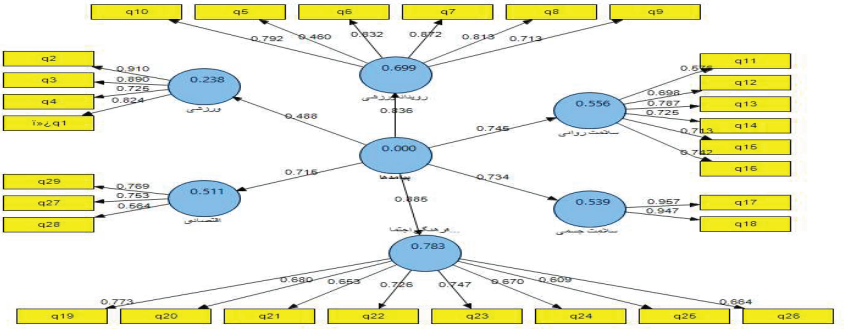
شکل ۱: مدل پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی

در بخش کمی، نتایج نشان داد که چولگی بین ۳ و ۳- و کشیدگی بین ۵ و ۵- قرار دارد. تعداد نمونه‌های پژوهش بیشتر از ۲۰۰ نفر می‌باشد، اما به ازای هر متغیر، ۳ گویه وجود ندارد. بنابراین در این پژوهش، از نرم‌افزار واریانس‌محور پی ال اس استفاده می‌شود. برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود و پایایی خود از سه طریق بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی صورت می‌پذیرد (جدول ۴).

جدول ۴: برازش مدل اندازه‌گیری

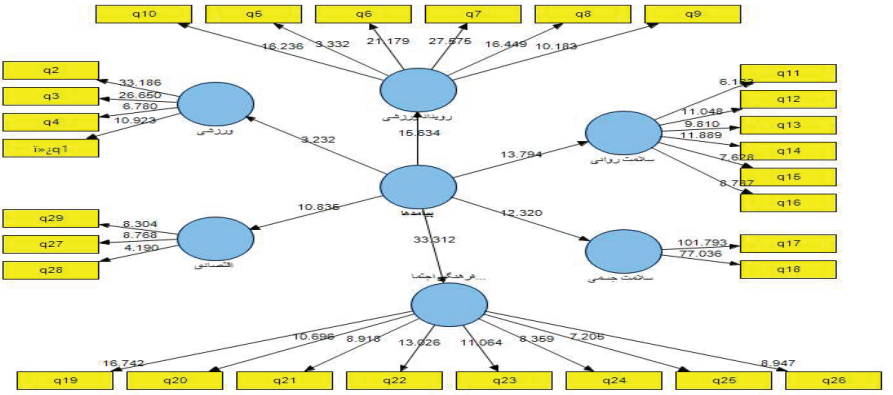
مؤلفه‌ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE	۶	۵	۴	۳	۲	۱
ورزشی	۰/۸۱۲	۰/۷۳۶	۰/۵۴۵	۰/۲۷۸	۰/۲۱۱	۰/۱۷۸	۰/۱۶۵	۰/۱۲۳	۰/۷۳۸
رویداد ورزشی	۰/۷۰۱	۰/۷۵۹	۰/۶۳۱	۰/۲۱۴	۰/۱۸۹	۰/۱۸۰	۰/۲۱۵	۰/۷۹۴	
سلامت روانی	۰/۷۴۹	۰/۷۸۴	۰/۵۹۸	۰/۲۳۴	۰/۱۶۷	۰/۱۳۶	۰/۷۷۳		
سلامت جسمی	۰/۷۶۱	۰/۸۶۴	۰/۵۵۷	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۷۴۶			
فرهنگی اجتماعی	۰/۷۵۹	۰/۷۶۱	۰/۵۶۰	۰/۱۸۱	۰/۷۴۸				
اقتصادی	۰/۸۷۵	۰/۷۹۹	۰/۵۷۱	۰/۷۵۵					

نتایج نشان داد که مقدار ضرایب بارهای عاملی بیشتر از ۰/۵۵ است. آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷، پایایی ترکیبی بیشتر از ۰/۷ و مقدار AVE بیشتر از ۰/۵ می‌باشد. همچنین روایی واگرا در هر دو روش، روش اول (سؤالات مربوط به هرمتغیر نسبت به خود آن متغیر همبستگی بیشتری دارند تا نسبت به متغیرهای دیگر) و روش دوم (معیار مهم دیگری که با روایی واگرا مشخص می‌گردد، میزان رابطه یک متغیر با سؤالاتش در مقایسه رابطه آن متغیر با سایر متغیرهاست) به تأیید رسید (هیر، ۲۰۱۱). با توجه به تایید روایی و پایایی پرسش‌نامه پژوهش از طریق معادلات ساختاری، به بررسی روابط موجود در مدل پژوهش با استفاده از نرم‌افزار پی ال اس پرداخته می‌شود (شکل ۲ و ۳).



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری (بررسی ضرایب مسیر)

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، ضرایب معنی‌داری می‌باشد. درصورتی‌که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین متغیرها و درنتیجه تایید روابط موجود در مدل پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ است. البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین متغیرها را نمی‌توان با آن سنجید.



شکل ۳: مدل ساختاری پژوهش (بررسی ضرایب معنی‌داری‌تی)

برازش مدل ساختاری و مدل کلی پژوهش به تأیید رسید (جدول ۵).

جدول ۵: برازش مدل ساختاری و کلی

مؤلفه‌ها	برازش مدل ساختاری				برازش مدل کلی	
	R2		Q2		GOF	
	آماره	نتیجه	آماره	نتیجه	آماره	نتیجه
ورزشی	۰/۲۳۸	ضعیف	۰/۶۵۸	قوی	۰/۵۱۲	قوی
رویداد ورزشی	۰/۶۹۹	قوی	۰/۴۳۹	قوی	۰/۶۳۱	قوی
سلامت روانی	۰/۵۵۶	متوسط	۰/۶۷۸	قوی	۰/۴۳۲	قوی
سلامت جسمی	۰/۵۳۹	متوسط	۰/۵۵۷	قوی	۰/۴۹۸	قوی
فرهنگی اجتماعی	۰/۷۸۳	وی	۰/۶۱۳	قوی	۰/۶۴۸	قوی
اقتصادی	۰/۵۱۱	متوسط	۰/۷۲۴	قوی	۰/۵۴۸	قوی

در ادامه روابط موجود در مدل پژوهش نشان داده شده است (جدول ۶):

جدول ۶: برسی روابط موجود در مدل پژوهش

مستقل	مسیر	وابسته	ضرب مسیر	مقدار ضریب تی	نتیجه
	<---	ورزشی	۰/۲۳۸	۳/۲۳۲	تائید
پیامدهای توسعه	<---	رویداد ورزشی	۰/۶۹۹	۱۵/۶۳۴	تائید
ورزش‌های سنتی و	<---	سلامت روانی	۰/۷۴۵	۱۳/۷۹۴	تائید
بازی‌های بومی-	<---	سلامت جسمی	۰/۷۳۴	۱۲/۳۲۰	تائید
محلی	<---	فرهنگی اجتماعی	۰/۸۸۵	۳۳/۳۱۲	تائید
	<---	اقتصادی	۰/۷۱۵	۱۰/۸۳۵	تائید

نتایج جدول فوق نشان داد که با توجه به اینکه مقدار تی همگی روابط بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشند، بنابراین در سطح ۰/۹۵، هر یک از روابط موجود در مدل پژوهش به تایید رسید.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف ارائه مدل پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی اجرا شد و یافته‌های تحقیق نشان داد که شش مقوله اصلی شامل مقوله‌های ورزشی، رویداد ورزشی، سلامت روانی، سلامت جسمی، فرهنگی- اجتماعی و اقتصادی به عنوان پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی-های بومی- محلی شناسایی شده‌اند که در ادامه به تفکیک مورد بحث قرار خواهند گرفت.

اولین پیامد توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی مربوط به مقوله ورزشی است. همانگونه که قبلا اشاره شد مولفه‌های ورزش کشور شامل چهار دسته همگانی، تربیتی، قهرمانی و حرفه‌ای هستند و توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی در توسعه هر یک از این مولفه‌ها تاثیرگذار است. بسیاری از بازی‌های بومی- محلی در قالب زنگ ورزش، واحدهای تربیت‌بدنی و همچنین مسابقات ورزش دانش‌آموزی و دانشجویی در ورزش مدارس و دانشگاه‌ها و بسیاری از آنها در حوزه ورزش همگانی و ورزش‌های روستایی و عشایری فعال هستند و برخی از آنها (از جمله کبدی و چوگان) دارای مسابقات قهرمانی کشور و حتی لیگ‌های حرفه‌ای هستند که نشان می‌دهد که ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی در تاروپود ورزش کشور گسترش یافته‌اند و هر اقدامی در جهت توسعه آنها به توسعه ورزش کشور می‌انجامد. دسته دیگری از پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی مرتبط با رویدادهای ورزشی است. با توجه به وسعت و گستردگی ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی، تناسب با فرهنگ و سنت‌های مناطق مختلف کشور، نیاز به امکانات کم و غیره جمعیت زیادی از افراد جامعه می‌توانند جذب ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی شوند و در رویدادهای ورزشی مرتبط با این بازی‌ها و ورزش‌ها مشارکت حداکثری مشاهده می‌شود. همچنین با توجه به غیررقابتی بودن بسیاری از ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی و تمرکز بر کسب تجربه و احساس خوشایند در رویدادهای ورزشی در آنها، بسیاری از افراد با مشارکت در رویدادهای ورزشی مرتبط با ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی از اوقات فراغت فعال بهره‌مند می‌گردند. همسو با نتایج تحقیق، در تحقیقات دیگر (لیو و همکاران، ۲۰۲۱؛ گو و همکاران، ۲۰۱۶؛ برونیکوفسکا و گرول، ۲۰۱۵؛ کاشف، ۱۳۷۸) نیز از اوقات فراغت و سرگرمی لذت‌بخش به عنوان پیامد ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی نام برده شده است. علاوه بر مشارکت ورزشکاران ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی، افراد مختلفی در حاشیه این رویداد در قالب مسئولان برگزاری مسابقات، مربیان، داوران و غیره فعالیت می‌کنند و تجربه برگزاری رویدادهای ورزشی را کسب می‌کنند. از طرفی، بسیاری از اماکن ورزشی بدون‌استفاده را می‌توان با برگزاری این رویدادهای ورزشی فعال نمود. برگزاری رویدادهای ورزشی مرتبط با ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی به شناسایی استعدادهای ورزشی کمک می‌کند. به عنوان مثال، در بسیاری انواع کشتی‌های سنتی و محلی (چوخه، زوران، گوراش، لوچو و غیره) استعدادهای ورزشی زیادی کشف شده‌اند و در ادامه حتی در تیم‌های ملی کشتی آزاد و فرنگی در میادین بین‌المللی برای ایران افتخارآفرینی نموده‌اند. مشابهت ورزش‌های سنتی ایران با ورزش‌های بین-المللی تنها مربوط به کشتی نیست و در بسیاری از ورزش‌های سنتی از جمله زو نیز مشاهده می‌گردد و به دلیل مشابهت آن با کبدی، ایران توانسته است خود را به عنوان یکی از قطب‌های کبدی جهان معرفی کند.

در مجموع ورزش در ابعاد جسمانی و روانی، مزایای متعددی برای افراد مشارکت‌کننده دارد که این موضوع در مورد ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی نیز صدق می‌کند. ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی پیامدهای مثبت جسمانی (کاهش ناهنجاری اسکلتی و بهبود سلامت قلب و عروق) و روانی (افزایش نشاط و شادابی افراد، ایجاد اعتماد به نفس افراد، بهبود عزت نفس افراد، رضایت از زندگی و کاهش افسردگی و اضطراب) متعددی در پی دارند. اگرچه در بعد جسمانی ممکن است ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی در کنار سایر ورزش‌ها در یک سطح تاثیرگذار باشند، اما در بعد روانی، ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی می‌توانند تاثیرات مثبت بیشتری داشته باشند و پیامدهای منفی روانی از جمله استرس، اضطراب و غیره کمتر در این ورزش‌ها و بازی‌ها تجربه می‌شود. مطابق با یافته‌های تحقیق، در سایر تحقیقات نیز پیامدهایی از جمله نقش عمده در تناسب اندام عمومی و تامین نیازهای جسمی و روحی افراد در دوره‌های تاریخی (لیو و همکاران، ۲۰۲۱)، توسعه مهارت‌های حرکتی کودکان (اکبری، ۲۰۰۷) و افزایش سرعت، قدرت و استقامت بدنی، بهبود واکنش و چابکی، روحیه شجاعت و مقاومت و توسعه اعتماد به نفس (کاشف، ۱۳۷۸) اشاره شده است. همچنین، تانگوتم و چنتاچن (۲۰۰۹) به مزایا و فوائد بازی‌ها و ورزش‌های بومی در ابعاد مختلف از جمله فیزیکی و روانی اشاره کرده‌اند. پالم[1] (۲۰۰۵) نیز اظهار کرد که ورزش‌های سنتی برای آموزش‌های فیزیکی دارای محتویات لازم هستند. قنبری فیروزآبادی و همکاران (۱۳۹۹) با طراحی الگوی راهبردی توسعه ورزش دانش‌آموزی نشان دادند که توسعه ورزش دانش‌آموزی، پیامدهای تربیت زیستی و بدنی به دنبال خواهد داشت.

یکی دیگر از پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی، پیامدهای فرهنگی- اجتماعی آن است. در تحقیقات دیگر بر نقش فرهنگی (گو و همکاران، ۲۰۱۶) و اجتماعی (قنبری فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۹؛ تانگوتم و چنتاچن، ۲۰۰۹) ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی تاکید شده است. با توجه به اینکه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی محلی ریشه در فرهنگ مناطق مختلف آن دارند و در مراسمات و آیین‌های مذهبی و ملی از این ورزش‌ها استفاده می‌شود، توسعه این ورزش‌ها و بازی‌ها می‌تواند به بهبود هویت قومی، بهبود همبستگی قومی، نژادی و ملیتی و معرفی آداب و رسوم ورزشی قومیت‌ها کمک نماید. در این زمینه، لیو و همکاران (۲۰۲۱) ادعا کردند که ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی باعث پیشرفت اقلیت‌های قومی می‌شوند و شاخه‌ای از فرهنگ جهانی و جوهره فرهنگ ملی هر کشور محسوب می‌شوند. نفیل و همکاران (۲۰۲۱) نیز اظهار کردند که ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی محلی بخش مهمی از میراث فرهنگی- تفریحی جهان می‌باشند که دارای یک هویت فرهنگی هستند و همین امر باعث می‌شود که بازی‌های ورزشی آینه جامعه ظاهر باشند. همچنین، اقدسی و همکاران (۲۰۱۳) ادعا کردند که با

[1] Palm

توجه به اینکه بازی‌های بومی- محلی ابزاری برای انتقال مفاهیم فرهنگی هستند و از فاصله فرهنگی بین نسل‌ها جلوگیری می‌کنند، بنابراین حفظ و انتقال این بازی‌ها، شکلی از مسائل فرهنگی هر ملت و تمدن است. پالم (۲۰۰۵) هم اظهار کرد بازی‌های بومی- محلی، فرهنگ منطقه را به کودکان آموزش می‌دهند، توانایی راهیابی به جشنواره‌های محلی را دارند و توانایی انتقال به نسل‌های بعدی را دارا هستند. از طرفی، در بسیاری از ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی تاکید زیادی بر اخلاقیات از جمله استفاده از پیشکسوتان ورزشی و احترام به آنها، بخشش، کمک به نیازمندان و غیره می‌شود و رفتارهای خشونت‌آمیز و پرخاشگری به ندرت در این ورزش‌ها رخ می‌دهد. نمونه بارز این دسته از ورزش‌های سنتی، ورزش زورخانه و کشتی پهلوانی است که پیشکسوتان رکن اصلی این ورزش را تشکیل می‌دهند و احترام بالایی برای آنها قائل هستند. در این زمینه برونیکوفسکا و گرول (۲۰۱۵) ادعا کرده‌اند که در بازی‌ها و ورزش‌های سنتی می‌توان ایده بازی جوانمردانه را پیاده نمود. بهبود روابط اجتماعی، کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی و معرفی جاذبه‌های طبیعی و غیرطبیعی، از دیگر پیامدهای فرهنگی- اجتماعی توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی هستند و از اهمیت بالایی برخوردار هستند.

پیامدهای اقتصادی، آخرین مقوله از پیامدهای ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی هستند. همانگونه که پیش از این بیان شد، ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی پیامدهای مثبت روانی و جسمانی متعددی به دنبال دارند که این پیامدها به صورت مستقیم بر کاهش هزینه‌های درمانی تاثیرگذار هستند. از طرفی، با برگزاری رویدادهای و مسابقات در ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی امکان اشتغال‌زایی برای مردم محلی فراهم می‌گردد؛ به‌طوری‌که این ورزش‌ها و بازی‌ها قابلیت جذب گردشگران داخلی و خارجی را دارند. حضور این گردشگران در مناطق هدف، به صورت مستقیم باعث درآمدزایی برای ذینفعان ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی و به صورت غیرمستقیم برای مردم محلی درآمدزایی به همراه دارد. نتایج این تحقیق با یافته‌های تحقیقات پیشین همسویی دارد؛ به طوری که در تحقیقات پیشین پیامدهای اقتصادی (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۹)، اشتغال‌زایی، توسعه اقتصادی و توسعه ملی (رغبتی و همکاران، ۱۳۹۸)، توسعه گردشگری (غفوری، ۱۳۹۳) و افزایش تولید ناخالص داخلی و ایجاد اشتغال (غفوری و همکاران، ۱۳۹۸) از پیامدهای توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی بیان شده‌اند.

در مجموع همانگونه که مشاهده شد، ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی همانند سایر ورزش‌ها دارای یک سری پیامدهای مثبت هستند (پیامدهای ورزشی و جسمانی)، اما جدای از این پیامدهای مشترک، دارای پیامدهای مثبت منحصربه‌فردی نیز هستند که در سایر ورزش‌ها کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد و شامل پیامدهای مرتبط با رویدادهای ورزشی، پیامدهای روانی، فرهنگی- اجتماعی و اقتصادی هستند. مسئولان و مدیران ورزش کشور باید پیامدهای مثبت ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی را مدنظر

قرار دهند و تلاش خود را در جهت توسعه این ورزش‌ها و بازی‌ها به کار گیرند. مسئولان ورزش کشور باتوجه به تفریحی و لذت‌بخش بودن ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی می‌توانند افراد بیشتری را جذب ورزش نمایند تا از مزایای ورزشی، جسمانی و روانی آن برخوردار گردند. همچنین برگزاری رویدادهای ورزشی در ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی ضمن اثرات مثبت بر ورزشکاران، برای شهرهای میزبان این رویدادها پیامدهای مثبتی از جمله جذب گردشگر، اشتغال‌زایی و غیره را به دنبال دارد و مسئولان ورزشی استان‌ها باید تمهیدات مناسبی در جهت برگزاری رویدادهای ورزشی در ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی منطقه به کار گیرند. علاوه‌براین، به دلیل اثرات فرهنگی-اجتماعی ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی، تاکید بر اخلاقیات و ترکیب با عقاید مذهبی مردم در برخی از این ورزش‌ها و بازی‌ها (از جمله ورزش زورخانه‌ای و پهلوانی)، قابلیت بسیاری بالایی در اصلاح معضلات اجتماعی و فرهنگ‌سازی دارند. با توجه به پیامدهای متعدد در توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی به سایر محققان توصیه می‌گردد تا تحقیقاتی را برای ارائه راهکارها و برنامه‌های توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی اجرا نمایند.

منابع

- اندام، رضا؛ عسگری، مرتضی و سلیمی، میترا. (۱۳۹۴). «**بررسی موانع توسعه بازی‌های بومی و محلی از دیدگاه دانشجویان**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۱۴، صص ۴۹-۶۱.
- پاپ زن، عبدالحمید؛ آگهی، حسین و شاهمرادی، مهنا. (۱۳۹۵). «**مؤلفه‌های اصلی ورزش‌های بومی و محلی به منظور بهره‌برداری در توسعه پایدار روستایی (مورد مطالعه: بازی‌ها و ورزش‌های بومی و محلی شهرستان کرمانشاه)**». وسعه محلی روستایی-شهری (توسعه روستایی)، شماره ۱۴، صص ۸۹-۱۱۲.
- پالم، یورگن. (۲۰۰۵). «**ورزش‌های سنتی و نقش آنها در آینده ورزش**». چهارمین سمپوزیوم و اولین فستیوال ورزش‌های زورخانه ای. مشهد.
- جوشقانی، سعیدهو. (۱۳۹۷). «**تحلیل بازی‌های بومی محلی (بررسی موردی: بازی زو)**». پژوهش در هنر و علوم انسانی. شماره ۱۰، صص ۳۵-۴۶.
- حسینی کشتان، میثاق؛ سعیدی، رضا؛ دستوم، صلاح؛ ظهورپرواز، مونس‌السادات. (۱۳۹۸). «**طراحی و تبیین عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش روستایی و بازی‌های بومی محلی خراسان شمالی**». سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت. رشت.
- راسخ، نازنین؛ سجادی، سیداحمد؛ رضوی، سیدمحمدحسین و دوستی، مرتضی. (۱۳۹۷). «**تحلیل ساختار ورزش تربیتی ایران**». پژوهش در ورزش تربیتی، شماره ۱۴، صص ۱۷-۴۴.
- رغبتی، علی؛ هادوی، فریده؛ آقایی، نجف و الهی، علیرضا. (۱۳۹۸). «**راهبردها و پیامدهای توسعه ورزش حرفه‌ای ایران**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۴۴، صص ۶-۲۶.
- شریعت‌زاده، سید علی‌اصغر. (۱۳۷۱). «**فرهنگ مردم شاهرود**». جلد دوم، چاپ اول. انتشارات علمی فرهنگی
- غفوری، فرزاد. (۱۳۹۳). «**الگوی توسعه گردشگری بر مبنای توسعه بازی‌های بومی و محلی در کشور**». مطالعات مدیریت ورزشی. ۲۴، صص ۱۵۳-۱۷۴.
- غفوری، فرزاد؛ اسماعیلی، محسن و سهرابی، پوریا. (۱۳۹۸). «**مطالعه تطبیقی همبستگی و قرابت ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی، محلی ایران و چندین کشور منتخب جهان**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۳۱، صص ۸۱-۸۸.

- غفوری، فرزاد؛ بابایی سلطانقلی، حامد و شهلایی، جواد. (۱۳۹۸). «**بررسی تأثیر بازی‌های بومی و محلی بر افزایش در تولید ناخالص داخلی و ایجاد اشتغال**». مطالعات مدیریت ورزشی. پذیرفته شده به‌صورت آنلاین.
- قربانی، محمدحسین و صفری جعفرلو، حمیدرضا. (۱۴۰۰). «**کارکردهای ورزش و تربیت‌بدنی در راستای توسعه پایدار ایران (یک نظریه داده بنیاد)**». مدیریت و توسعه ورزش. شماره ۲۵، صص ۳۲-۴۶.
- قنبری فیروزآبادی، علیرضا؛ امانی، امین؛ ریحانی، محمد و سردرودیان، مهتا. (۱۳۹۹). «**طراحی الگوی راهبردی توسعه ورزش دانش‌آموزی**». پژوهش در ورزش تربیتی. شماره ۲۰، صص ۱۷۹-۲۰۴.
- کاشف، میرمحمد. (۱۳۷۸). «**پژوهشی پیرامون بازی‌های بومی محلی آذربایجان غربی**». حرکت. ۲(۲)، صص ۴۷-۵۹.
- کرسول، جان. (۱۳۹۱). «**پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری و مطالعه موردی)**». حسن دانایی فرد و حسین کاظمی. ویرایش دوم. تهران: انتشارات صفار
- گل‌زاده، ملیحه و میرآبادی، مصطفی. (۱۳۹۸). «**تحلیلی بر وضعیت گردشگری ورزشی و عوامل موثر بر توسعه آن با تاکید بر بازی‌های بومی و محلی (نمونه موردی: شهرستان تبریز)**». جغرافیا و برنامه‌ریزی. شماره ۶۷، صص ۲۸۷-۳۰۷.
- محمدی بردبری، مسعود؛ بابا احمدی، غفار؛ بنی‌سرتنگی، بیژن و بابا احمدی، وحید. (۱۳۹۶). «**فوائد جسمانی، روانی و اجتماعی ورزش بر کودکان**». اولین همایش ملی علوم اجتماعی، علوم تربیتی، روانشناسی و امنیت اجتماعی. تهران.
- هنرور، افشار؛ غفوری، فرزاد؛ ططری، حسن؛ گاویار، احسان و لطیفی، حجت‌اله. (۱۳۹۳). «**شیوه‌های احیا، ترویج و ارتقای ورزش‌ها و بازی‌های بومی و محلی در کشور**». مدیریت ورزشی. دوره ۶، شماره ۳، صص ۴۹۳-۵۰۹.
- Aghdasi, M., Tuba, N., Jahangirzadeh, M. (2013). **"The Comparison of Elderly and Youngs Attitude towards Indigenous and Native Plays of Azerbaijan".** Online Journal of Recreation and Sport, 2(1): 27- 29.
- Akbari, H. (2007). **"Impact of local games on development of skills in handling for boys 7 to 9 years old".** Journal of motion, 34: 35-43.
- Bronikowska, M.A; Groll, M. (2015). **"Definition, Classification, Preservation and Dissemination of Traditional Sports & Games in Europe",** TAFİSA Recall.
- Evans, J., Georgakis, S., Wilson, R. (2017). **"Indigenous Games and Sports in the Australian National Curriculum: Educational Benefits and Opportunities? "** ab-Original, 1(2): 195-213.
- Ghafouri, F., Smaeili, M., Sohrabi, P. (2019). **"Designing a model for development of native and local games and traditional sports using the grounded theory and fuzzy analytic hierarchy process".** Journal of Advanced Pharmacy Education & Research, 9(2): 108-116.
- Guo, Y; Shi, H; Yu, D; Qiu, P. (2016). **"Health benefits of traditional Chinese sports and physical activity for older adults: A systematic review of evidence".** Journal of Sport and Health Science, 5(3): 270-280.
- Gratton, C; Taylor, P. (2000). **Economics of Sport and Recreation (An Economic Analysis)**. London :Spon Press
- Hair, J.F., Ringle, C.M., Sarstedt, M. (2011). **"PLS-SEM: Indeed a silver bullet".** Journal of Marketing Theory and practice, 19: 139-151.
- Jenkinson, K.A. Benson, A.C. (2009). **"Physical education, sport education and physical activity policies: Teacher knowledge and implementation in their Victorian state secondary school".** European Physical Education Review, 15(3): 365-388.
- Liu, A., Xie, H., Ahmed, K. (2021). **"Fault detection technology of national traditional sports equipment based on optical microscope imaging technology".** Alexandria Engineering Journal, 60(2): 2697-2705.
- Nefil, I; Laaouad-Dodoo, S; Bordes, P; Torki, A. (2021). **"Traditional Games and Sports of the Women in the Kabylie".** Frontiers in Psychology, 11, 614746. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33584451.
- Thongutum, K., Chantachon, S. (2009). **"The Co-Operationm, Conservation and Development of Indigenous Sports and Games for Strengthening Community's Health in Bangkok Metropolitan".** European Journal of Social Sciences, 10(3): 396- 402.

۱۶

شناسایی شاخص‌های توسعه برند بازی‌های نوروز در ایران (مورد مطالعه: بانوان)

مهری حیدری[۱]
میثم رحیمی‌زاده[۲]
عباس نظریان مادوانی[۳]

10.22034/ssys.2022.2216.2585
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۷
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۲۷

هدف تحقیق حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر برندسازی بازی‌های نوروز (ویژه بانوان) بود. تحقیق حاضر از منظر پارادایم از نوع تحقیقات تفسیری، از نظر رویکرد کیفی و راهبرد تحقیق تحلیل موضوعی بود. مشارکت‌کنندگان تحقیق شامل اساتید دانشگاه در رشته مدیریت ورزشی و مدیریت بازاریابی و همچنین متخصصان و پژوهشگران حوزه مدیریت رویدادهای ورزشی بودند که تعداد ۱۷ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری هدفمند و با استفاده از تکنیک گلوله برفی وارد پنل خبرگان تحقیق شدند. ابزار گردآوری اطلاعات شامل مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته بود که با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا نسخه ۲۰۲۲ فرایند تحلیل و کدگذاری باز و محوری صورت گرفت. نتایج یافته‌های تحلیل محتوای پنهان مصاحبه‌های انجام‌شده با خبرگان تحقیق نشان داد که ۲۱۳ گزاره اولیه با مجموع ۶۴۹ فراوانی وجود دارند. ۹ مضمون اصلی به ترتیب اهمیت شامل راهبردهای بازاریابی، عوامل فرهنگی، عوامل فنی و تخصصی، روابط عمومی و ارتباطات، مدیریت رویداد، عوامل انگیزشی، عوامل مدیریتی، تبلیغات هوشمند و رسانه و نقش حامیان دولتی و خصوصی استخراج گردید. بانوان با عملکرد خوب در این مسابقات می‌توانند الهام‌بخش دیگر بانوان در ورزش باشند. گسترش برند مسابقات به شناخت بیشتر توانمندی ورزشکاران زن ایرانی کمک می کند. وزارت ورزش می‌تواند با ایجاد پلتفرم‌های اجتماعی، فرهنگ تعاملی‌تر ایجاد کند. برگزارکنندگان بازی های نوروز باید با در نظر گرفتن نیازهای بانوان، شرایطی را فراهم کنند تا آنها بتوانند فعالانه شرکت کنند و استعدادهای خود را نشان دهند.

واژگان کلیدی: بازی‌های نوروز، ورزش بانوان، برندسازی و رویدادهای بین‌المللی.

[۱] دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه، شهید رجایی، تهران، ایران
[۲] استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Meysam.rahimizadeh@gmail.com
[۳] استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجائی، تهران، ایران

مقدمه

رویدادهای ورزشی بین‌المللی نقش مهمی در شکل‌دهی تصویر یک کشور و ارتقای پتانسیل اقتصادی آن دارند. این رویدادها مانند بازی‌های المپیک و جام جهانی فوتبال، بستری را برای کشورها فراهم می‌کند تا تصویری مثبت ایجاد کنند، سرمایه‌گذاری را جذب نمایند و اقتصاد خود را رونق بخشند (اسکوکو[1]، ۲۰۰۸). هومینگ[2] (۲۰۰۳) در مورد اهمیت برگزاری رویدادهای ورزشی بیان داشت ارزش ناملموس میزبانی این رویدادها قابل توجه است و به رشد شهرها و کشورهای میزبان کمک می‌کند.

برندسازی ملی رویدادهای بزرگ ورزشی، یک راهبرد مهم برای کشورها جهت ارتقای تصویر خود و کسب تبلیغات جهانی است (ریچلو[3]، ۲۰۱۸). میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ مانند بازی‌های المپیک می‌تواند تأثیر مثبتی بر تصویر برند یک کشور داشته باشد و به توسعه آن به‌عنوان یک قدرت ورزشی کمک کند (دوبینسکی[4]، ۲۰۲۳). برندسازی ملی بازی‌های ورزشی فقط یک تکنیک نیست، بلکه یک عمل سیاسی شده است که به مشروعیت رژیم‌های سیاسی مرتبط است (اگلینک[5]، ۲۰۲۰). موفقیت تلاش‌های برندسازی به برنامه‌ریزی ارتباطات بازاریابی یکپارچه و ارتقای مؤثر بستگی دارد (سان و پاسوان[6]، ۲۰۱۲). شرکت در مسابقات ورزشی بین‌المللی همچنین فرصت‌هایی را برای دیپلماسی ورزشکاران به مردم فراهم می‌کند و دیپلماسی فرهنگی یک کشور را به نمایش می‌گذارد (جین[7] و همکاران، ۲۰۱۱). به‌طورکلی، برندسازی از طریق بازی‌های ورزشی، نقش مهمی در شکل‌دادن به تصویر برند یک کشور و ترویج منافع اقتصادی، فرهنگی و سیاسی دارد.

تحقیقات در مورد گسترش برندهای بین‌المللی، نقش چندین عامل کلیدی را شناسایی کرده است. بلک و ون در ویتزن[8] (۲۰۰۴) بر ارتباط بین میزبانی بازی‌های اصلی و گسترش قدرت بازاریابی، هویت ملی و دستورات سیاسی تأکید می‌کند. گلدانی[9] (۲۰۱۸) پیشنهاد می‌کند که افزایش تعداد استارت‌اپ‌ها، حمایت از بازی‌های ویدیویی موفق در سطح ملی و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه صنعت بازی بسیار مهم است. مدرر و هولتبورگ[10] (۲۰۱۹) تأثیر بین‌المللی‌شدن بر ادراک طرفداران از برندهای تیم‌های

[1] Skoko
[2] Hui-ming
[3] Richelieu
[4] Dubinsky
[5] Eggeling
[6] Sun & Paswan
[7] Jin
[8] Black and Van Der Westhuizen
[9] Goldani
[10] Maderer & Holtbrügge

ورزشی را بررسی می‌کند. در کل این مطالعات در مجموع بر اهمیت عوامل مختلف از جمله ترجیحات مصرف‌کننده، راهبردهای بازاریابی و هویت ملی در گسترش برندهای بین‌المللی بازی تأکید می‌کنند.
میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر می‌تواند شهرت رویداد و شهر میزبان را افزایش دهد. این رویداد با توانایی شهر برای سازماندهی و میزبانی رویدادهای موفق همراه می‌شود که منجر به شهرت مثبت و افزایش اعتبار می‌گردد (هرشتاین و همکاران، ۲۰۱۳). کشاورز و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی دریافتند که نتایج رویدادهای بزرگ اغلب توسط رویدادهای قبلی آن قابل پیش‌بینی است. همچنین بیان کردند بانوان ورزشکار ایرانی که دارای عنوان‌های متعدد در رویدادهای چون مسابقات آسیایی و جهانی و المپیک بودند نیز در این بازی‌ها شرکت داشتند.

حضور بانوان ورزشکار در رویدادهای ورزشی در هر جامعه‌ای به‌عنوان نیمی از جامعه که سلامت آن‌ها در سلامت جامعه مؤثر است، بیش از بیش آشکار است (امامی و همکاران، ۲۰۲۲). توجه بیش از بیش به زنان ورزشکار در جامعه اسلامی نشان دهند نگاه مثبت به بانوان و جذب گردشگران در محیط امن بانوان اسلامی است (فرزادفر و همکاران، ۲۰۱۹). مسابقات ورزشی نوروز، رویدادی بین‌المللی برای توسعه ورزش بانوان، پس از ثبت جهانی نوروز در یونسکو آغاز شد. ایران، با داشتن نخبگان ورزشی در مسابقات جهانی و المپیک، میزبان نخستین دوره این بازی‌ها بود. هدف اصلی، برگزاری رویداد ورزشی بانوان همزمان با نوروز، برای رشد بانوان و نشاط جامعه است. این مسابقات سالانه یا دوسالانه برگزار می‌شود و هدف آن ترویج ورزش، فرهنگ و دوستی بین ملت‌هاست. رشته‌های متنوعی مانند فوتبال، والیبال، بسکتبال، کشتی و تکواندو، همراه با ورزش‌های سنتی و بومی در آن حضور دارند. اگرچه ایران خاستگاه اصلی است، تلاش شده تا مسابقات در کشورهای مختلف برگزار شود. این رویداد ویژه زنان مسلمان است، اما فرصت حضور برای کشورهای غیرمسلمان نیز فراهم شده است. در آخرین دوره، ایران با کسب ۲۸ طلا، ۲۱ نقره و ۳۴ برنز، مجموعاً ۸۳ امتیاز به دست آورد (فریدونی و همکاران، ۲۰۱۸).این رویداد برای اولین دوره توسط کشور ایران بنیان‌گذاری و برگزار شد ودر سال ۱۴۰۲ به علت هم زمانی با مسابقات بریکس به بهمن ماه موکول شده است.

دوره اول بازی‌های بین‌المللی نوروز "ویژه بانوان" در ایران با حضور ۲۲ کشور شامل رقابت‌ها در ۹ حوزه مختلف و توسط معاونت توسعه ورزش‌های زنان در وزارت ورزش و جوانان در اسفندماه ۱۴۰۱ به میزبانی کشور ایران برگزار شد (ایسنا، ۱۴۰۱).امروزه بانوان ایرانی در اغلب مسابقات آسیایی و جهانی و المپیک و پاراالمپیک شرکت می‌کنند و با مدال‌های درخشان به کشور باز می‌گردند، اما هنوز مسابقات یا

بازی‌های شناخته‌شده‌ای برایشان وجود ندارد. در حوزه رویدادهای ورزشی بانوان تابه‌حال برندسازی صورت نگرفته و باوجوداینکه کشور ما زنان ورزشکار مطرح در سطوح مختلف بین‌المللی وجهانی دارد که می‌توانند در این رویداد شرکت کنند، گسترش برند این رویداد ورزشی نوروز حلقه مفقود به شمار می‌رود. این تحقیق در صدد است تا به سئوال زیر پاسخ دهد:

عوامل مؤثر بر برندسازی و گسترش برند بازی‌های نوروز (ویژه بانوان) کدام‌اند؟

روش‌شناسی پژوهش

مسئله پژوهش حاضر از نظر مخاطبان هدف در دسته تحقیقات موضوعی قرار دارد. تحقیق حاضر در زمینه پارادایم‌های تفسیری و با رویکرد استدلالی استقراگونه انجام شده است. هدف اصلی این تحقیق، شناسایی عوامل مؤثر بر برندسازی بازی‌های نوروز (ویژه بانوان) بود. برای این منظور، روش‌های گردآوری اسنادی و میدانی به کار گرفته و مصاحبه‌های عمیق با خبرگان اساتید دانشگاه در رشته مدیریت ورزشی و مدیریت بازاریابی و همچنین متخصصان و پژوهشگران حوزه مدیریت رویدادهای ورزشی انجام شد. تجزیه و تحلیل نظرات خبرگان در طی هر یک از مصاحبه‌ها از طریق فرایند کدگذاری باز و محوری که ورتز[1] و همکاران (۲۰۱۱) آن را بهترین روش تجزیه و تحلیل یک داده کیفی می‌خواندند و با استفاده از رویکرد تحلیل موضوعی و در نرم‌افزار مکس کیودا نسخه ۲۰۲۲ صورت گرفت. روش نمونه‌گیری تحقیق به صورت هدفمند و با استفاده از تکتیک گلوله برفی، غیراحتمالی و اطلاعات‌محور بود و نمونه‌ای از ۱۷ نفر از خبرگان و متخصصان حوزه مدیریت و بازاریابی ورزشی و رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان حجم نمونه این مطالعه در نظر گرفته شدند. این مطالعه بر پایه رویکرد تحلیل مضمون اجرا شده است.

با توجه به نظر استملر (۲۰۰۰)، قابلیت اطمینان در تجزیه و تحلیل محتوا به معنای سازگاری در روش طبقه‌بندی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این روش تضمین می‌کند که افراد مختلف متن را با یک استاندارد یکسان کدگذاری کنند. این امر باعث می‌شود که تحلیل‌های انجام‌شده از متن، معتبر و قابل تکرار باشند و به همین دلیل، ثبات و تکرارپذیری در تجزیه و تحلیل محتوا از اهمیت بسیاری برخوردار باشند.

[1] Wertz

جدول ۱. محاسبه ضریب پایایی کدهای استخراج‌شده و شاخص‌های اکتشاف‌شده

شماره مصاحبه	تعداد کدهای استخراجی	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی باز آزمون
مصاحبه اول	۴۶	۴۰	۶	۰/۸۶
مصاحبه دوم	۵۰	۴۴	۶	۰/۸۸
مصاحبه سوم	۳۷	۳۱	۶	۰/۸۳
مصاحبه چهارم	۴۳	۳۵	۸	۰/۸۱
مجموع	۱۷۶	۱۵۰	۲۶	۰/۸۵

ضریب کلی پایایی بازآزمون ابزار تحقیق در بخش کیفی برابر با ۰/۸۵ می‌باشد که در مقایسه با ضریب ارائه‌شده توسط استملر (۲۰۰۶) از پایایی مطلوبی برخوردار است.

یافته‌های پژوهش

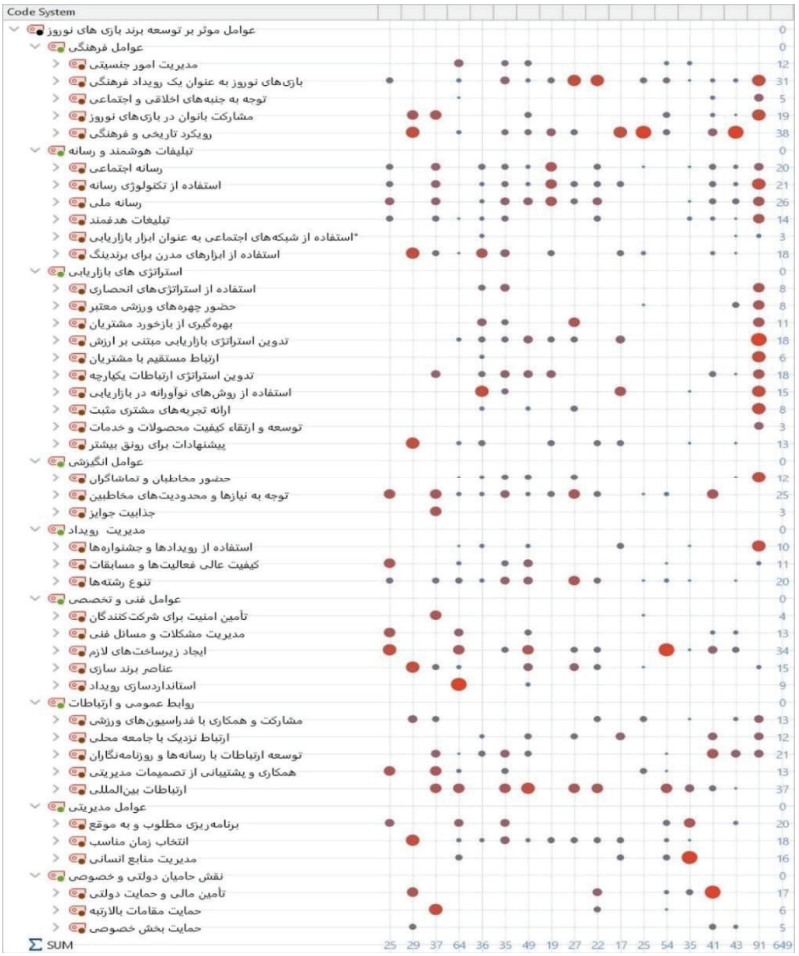
نتایج یافته‌های توصیفی مشارکت‌کنندگان تحقیق در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: ویژگی‌ها و ابعاد ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان تحقیق

ردیف	پست	جنسیت	تحصیلات	سابقه اجرایی	سابقه پژوهشی
P1	مدیرکل دفتر سیاست‌گذاری و توسعه ورزش بانوان	زن	دکترا	✓	–
P2	استاد دانشگاه	زن	دکترا	✓	✓
P3	مدیرکل دفتر امور بین‌الملل وزارت ورزش و جوانان	مرد	دکترا	✓	–
P4	مشاور معاون توسعه ورزش بانوان کشور	زن	دکترا	✓	–
P5	دانشیار دانشگاه پیام نور	مرد	دکترا	✓	✓
P6	نایب‌رئیس فدراسیون جودوی بانوان	زن	کارشناسی ارشد	✓	–
P7	استاد دانشگاه فردوسی مشهد	مرد	دکترا	✓	✓
P8	استاد دانشگاه	مرد	دکترا	✓	✓

P9	استاد دانشگاه	زن	دکترا	✓	✓
P10	استاد دانشگاه تهران	مرد	دکترا	–	✓
P11	دبیر کل فدراسیون ورزشی بانوان کشورهای مسلمان	زن	دکترا	✓	✓
P12	استاد دانشگاه	مرد	دکترا	✓	✓
P13	مدیرکل دفتر توسعه ورزش بانوان کشور	زن	کارشناسی ارشد	✓	–
P14	دبیر فدراسیون ورزش‌های خاص و ریاست شورای همبستگی بانوان	زن	کارشناسی ارشد	✓	–
P15	استاد دانشگاه	مرد	دکترا	–	✓
P16	استاد دانشگاه	مرد	دکترا	✓	✓
P17	استاد دانشگاه	زن	دکترا	–	✓

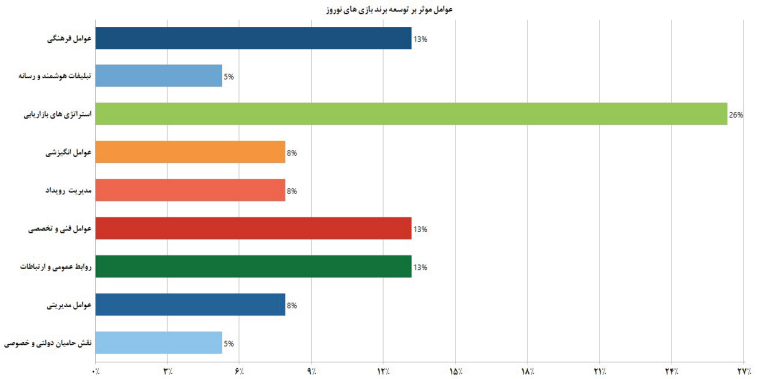
پس از کشف و استخراج گزاره‌های اولیه و مفاهیم و مقولات اصلی مربوط به هدف اصلی تحقیق مبنی بر «شناسایی شاخص‌های توسعه بازی‌های نوروز در بانوان ایران و کشورهای مشارکت‌کننده اعم از مسلمان و غیرمسلمان» با استفاده از رویکرد داده‌بنیاد، نتایج یافته‌های تحلیل محتوای پنهان مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان تحقیق نشان داد که ۲۱۳ گزاره اولیه با مجموع ۶۴۹ فراوانی وجود دارند.



شکل ۱: ماتریس شنون مضامین شاخص‌های توسعه برند بازی‌های نوروز

در بین مضامین احصاشده در بخش مضمون عوامل فرهنگی، مفهوم رویکرد تاریخی و فرهنگی با ضریب اهمیت ۳۸ و بازی‌های نوروز به‌عنوان یک رویداد فرهنگی با ضریب اهمیت ۳۱، در بخش مضمون تبلیغات هوشمند و رسانه مفهوم رسانه ملی با ضریب اهمیت ۲۶، در بخش مضمون راهبردهای بازاریابی مفهوم تدوین راهبرد بازاریابی مبتنی بر ارزش و تدوین راهبرد بازاریابی مبتنی بر ارزش با ضریب اهمیت ۱۸، در بخش مضمون عوامل انگیزشی مفهوم توجه به نیازها و محدودیت‌های مخاطبان با ضریب اهمیت ۲۵، در بخش مدیریت رویداد مفهوم تنوع رشته‌ها با ضریب اهمیت ۲۰، در بخش عوامل فنی و تخصصی مفهوم ایجاد زیرساخت‌های لازم با ضریب اهمیت ۳۴، در بخش روابط عمومی و ارتباطات مفهوم ارتباطات بین‌المللی با ضریب اهمیت ۳۷، در بخش عوامل مدیریتی مفهوم برنامه‌ریزی مطلوب و به‌موقع با ضریب

اهمیت ۲۰ و در بخش نقش حامیان و دولتی و خصوصی مفهوم تأمین مالی و حمایت دولتی با ضریب اهمیت ۱۷ بیشترین ضرایب اهمیت را در بین مفاهیم برخوردار بودند.



شکل ۲: درصد فراوانی نظرات پنل خبرگان در رمینه گزاره‌های احصاشده مضامین

جدول ۳: گزاره‌های اولیه، مفاهیم و مضامین شاخص‌های توسعه برند بازی‌های نوروز

مضامین	مفاهیم	گزاره‌های اولیه	فراوانی کدها
عوامل فرهنگی	مدیریت امور جنسیتی	توجه به تناسب و تعادل جنسیتی	۴
		جذب شرکت‌کنندگان بیشتر و ارتقای اعتبار رویداد	۳
		توسعه برنامه‌های مشترک و متفاوت برای هر جنس	۴
		در نظر گرفتن مشارکت زنان و مردان در مسابقات	۳
	بازی‌های نوروز به‌عنوان یک رویداد فرهنگی	ایجاد زمینه برای نهادینه‌سازی این بازی‌ها در جوامع مختلف	۱
		تعاملات فرهنگی ورزشی بین مخاطبان	۸
		اهمیت آن برای توسعه مراودات فرهنگی بین کشورها	۱۰
		معرفی نوروز به‌عنوان نقطه عطفی در تقویم همه کشورها	۳
		تأکید بر جشن گیری و تبلیغات جشن نوروز به‌عنوان میراث مشترک فرهنگ،	۸
		ایجاد تصویر مثبت از برند در ذهن مخاطبان و جامعه	۳

توجه به جنبه‌های اخلاقی و اجتماعی	توجه به جنبه‌های اخلاقی و اجتماعی در فعالیت‌ها، حضور بانوان در مسابقات بین‌المللی	۴
	توسعه ورزش زنان محجبه در کشورهای غیرمسلمان	۴
	حضور بانوان در مسابقات بین‌المللی	۵
	ایجاد فرهنگ و ترویج ورزش در بین زنان	۳
مشارکت بانوان در بازی‌های نوروز	تأکید بر ویژگی ویژه بانوان	۳
	به‌عنوان بخشی از افزایش توازن جنسیتی و جلب‌توجه بانوان به آن	۳
	توانایی مشارکت مخاطبان و فعالانه شدن جامعه در فعالیت‌های ورزشی	۴
	انتخاب ورزش به‌عنوان فعالیت مشترک با رویکرد مشارکت بانوان	۳
	بهره‌گیری از قدمت و سابقه نوروز به‌عنوان یک نقطه عطف	۳
	استفاده از نمادهای جامعه و فرهنگ	۳
	توجه به مقررات و قوانین دینی و فرهنگی کشور	۶
رویکرد تاریخی و فرهنگی	حلقه‌های پنج رنگ، نمادهای بهار و زیبایی‌های مربوط به فرهنگ نوروز	۴
	استفاده از عناصر فرهنگی نوروز	۵
	ریشه در سنن و سبک زندگی پارسیان	۳
	بیشینه فرهنگی و جایگاه ویژه عید نوروز در فرهنگ ایرانی	۴
	استفاده از نام "نوروز" به‌عنوان بزرگترین سرمایه این رویداد	۳
	ایجاد و تقویت هویت برند بازی‌ها	۴
	بهره‌گیری از ریشه‌های تاریخی و فرهنگی نوروز	۶
رسانه اجتماعی	هماهنگی میان رسانه‌ها، تبلیغات	۱۱

		شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال،	۸
		تحلیل داده‌ها اطلاعات مشتریان و شبکه‌های اجتماعی	۴
	استفاده از فناوری رسانه	استفاده از روش‌های نوین تبلیغاتی و رسانه‌ای (+) VARواقعیت مجازی و افزوده	۱۲
		بهره‌گیری از فناوری‌های رسانه ویدیوهای زنده، ویدیوهای ۳۶۰ درجه	۳
		تبلیغات تصویری و پخش تلویزیونی	۷
		حضور فعال رسانه‌ها و تبلیغات	۷
	رسانه ملی	افزایش شناخت این رویداد	۱۲
		اهمیت پوشش رسانه‌ای و تبلیغات در افزایش شناخت و اعتبار بازی	۴
تبلیغات هوشمند و رسانه	تبلیغات هدفمند	تأثیر گسترده تبلیغات و پوشش رسانه‌ای در جلب مخاطبان	۱۱
		ارتقای شناخت برند بازی‌های نوروز	۱۰
		بهبود کیفیت و کارایی تبلیغات	۳
	استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار بازاریابی	صفحات مجازی و شبکه‌های اجتماعی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۳
		به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی بازار، استفاده از ابزارهای مدرن برای برندسازی	۳
	استفاده از ابزارهای مدرن برای برندسازی	استفاده از بازی‌ها/ ورزش‌های بومی و محلی	۳
		برند شدن بازی‌های نوروز وابسته به کیفیت و جذابیت مسابقات	۳
		اینترنت فایو جی	۲
		استفاده از رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های جدید	۷
		استفاده از ابزارهای مدرن برای برندسازی	۳
راهبردهای بازاریابی	استفاده از راهبردهای انحصاری	ایجاد تجربه‌های منحصربه‌فرد برای مشتریان، ارائه محصولات یا خدمات منحصربه‌فرد و جذاب، ارائه تخفیف‌ها و پاداش‌های ویژه،	۴

	ارائه محصولات یا خدمات منحصربه‌فرد و جذاب	۲
	ارائه تخفیف‌ها و پاداش‌های ویژه	۳
حضور چهره‌های ورزشی معتبر	تأثیر مثبت حضور این چهره‌ها و تیم‌ها در افزایش شناخت و محبوبیت	۲
	اهمیت حضور تیم‌ها و چهره‌های ورزشی معتبر در ایجاد اعتبار و جلب	۵
بهره‌گیری از بازخورد مشتریان	ارتقای ارتباط با مشتریان و تقویت برند بازی‌های نوروز	۳
	استفاده از بازخورد و نظرات مشتریان خدمات و تجربه مشتری	۵
	استفاده از بازخورد و نظرات مشتریان به‌عنوان منبع ارزشمند برای بازاریابی	۳
تدوین راهبرد بازاریابی مبتنی بر ارزش	برگزاری رویداد با ارزش افزوده	۳
	برنامه‌ریزی جامع	۴
	ارتباطات اجتماعی و مشارکت جامعه	۴
	کیفیت محصولات و خدمات	۳
	تجربه مشتری	۲
	تدوین و اجرای راهبرد بازاریابی مبتنی بر ارزش	۵
ارتباط مستقیم با مشتریان	برقراری ارتباط نزدیک‌تر و فراهم کردن فرصت‌های ارتباطی دوطرفه	۲
	پیام‌های متنی و سایر روش‌های ارتباطی	۲
	ایمیل‌های اختصاصی	۲
	ایجاد و توسعه روابط مستقیم با مشتریان از طریق شبکه‌های اجتماعی	۳
تدوین راهبرد ارتباطات یکپارچه	تلویزیون، رسانه‌های اجتماعی، رادیو، وب‌سایت	۵
	ایجاد یک راهبرد ارتباطات یکپارچه	۵
	تمامی رسانه‌ها و کانال‌های ارتباطی	۷

عوامل انگیزشی	استفاده از روش‌های نوآورانه در بازاریابی	استفاده از سلیقه مخاطبان هدف	۳
		جذب مخاطبان بیشتر	۳
		ایجاد تجربه‌های مشتری منحصربه‌فرد	۴
		بازاریابی محتوا و بازاریابی تعاملی	۳
		استفاده از روش‌های نوآورانه مانند بازاریابی تجربی	۳
		شناسایی مخاطبان	۳
	ارائه تجربه‌های مشتری مثبت	ارتباط مستمر با مشتریان	۲
		توجه به جزئیات کوچک مانند خدمات پس از فروش	۲
		ارائه محصولات و خدمات با کیفیت	۳
		خلاقیت در طراحی و اجرای رویدادها	۳
	توسعه و ارتقاء کیفیت محصولات و خدمات	افزایش رضایت مشتریان و افزایش اعتبار و اعتماد به برند	۴
		توجه به توسعه و بهبود کیفیت محصولات و خدمات	۳
		آموزش‌های آکادمیک	۳
	پیشنهادات برای رونق بیشتر	ایجاد تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای شرکت‌کنندگان و تماشاگران	۴
		استفاده بهینه از ابزارهای تبلیغاتی و بازاریابی	۴
		استفاده از فلیمینگو	۲
		ارائه پیشنهادهایی برای بهبود برگزاری و گسترش برند بازی‌ها	۲
		تشویق آن‌ها به شرکت در فعالیت‌های مرتبط با نوروز	۳
	حضور مخاطبان و تماشاگران	استفاده از تصاویر و فیلم‌های رویدادها برای افزایش جذابیت	۳
		افزایش تعامل و ارتباط با برند بازی‌های نوروز	۴
		ایجاد شرایطی برای حضور فعال تماشاگران و مخاطبان در رویدادهای نو	۳
	توجه به نیازها و	انگیزه‌های مضاعف برای شادی و سرگرمی	۳
		تضمین توانایی و آزادی زنان در همه ابعاد زندگی	۳

	محدودیت‌های مخاطبان	توجه به نیازها و توانمندی‌های زنان در عرصه ورزش	۵
		تدوین برنامه‌های مناسب و جذاب	۷
		در نظر گرفتن نیازها و محدودیت‌های مخاطبان	۱۰
	جذابیت جوایز	جوایز نقدی و تفریحی	۳
		ارائه جوایزی جذاب و متنوع	۳
	استفاده از رویدادها و جشنواره‌ها	فعالیت‌های مرتبط با بازی‌های نوروز به‌منظور جلب‌توجه مخاطبان	۳
		ارائه نمایشگاه‌ها و فعالیت‌های جشنواره‌ای در فضاهای عمومی	۴
		استفاده از رویدادها و جشنواره‌ها برای ارتقاء شناخت برند	۳
		جذب مخاطبان جدید	۳
مدیریت رویداد	کیفیت عالی فعالیت‌ها و مسابقات	برنامه‌ریزی مدیریت ازدحام در رویدادها	۶
		تکرار یک رویداد	۲
		نحوه برگزاری، احکام و مدال‌های اهداشده	۲
		بهبود کیفیت فعالیت‌ها و مسابقات	۳
	تنوع رشته‌ها	انتخاب رشته‌های ورزشی با جذابیت بالا و مخاطبان فراوان	۱۲
		توانایی رویداد در جذب توجه و تمایز خود نسبت به رویدادهای مشابه	۴
		توجه به رشته‌هایی که مخصوصاً برای بانوان کمتر توجه شده	۳
		انتخاب رشته‌های مختلف	۳
عوامل فنی و تخصصی	تأمین امنیت برای شرکت‌کنندگان	ایجاد یک منشور یا مجموعه اصول و مقررات مشخص برای رویداد	۳
		افزایش اعتماد و شرکت فعالانه آن‌ها در مسابقات	۳
		ارائه محیطی امن برای شرکت‌کنندگان	۳
	مدیریت مشکلات و مسائل فنی	برگزاری رقابت‌های درجه اول با استفاده از تجهیزات و زیرساخت‌های	۳
		سرمایه‌گذاری فنی و توسعه‌ای	۳

	استفاده از تجهیزات استاندارد	۳
	تدوین دستورالعمل‌های مشخص برای هر رشته	۳
	مسائل مربوط به رسمیت و زیرساخت	۵
	مدیریت مشکلات و مسائل فنی مربوط به برگزاری مسابقات	۳
	فراهم کردن تأمین مالی مناسب برای برگزاری و تبلیغات بازی‌ها	۴
	پیش‌نیازهای امنیتی	۳
	مراکز ورزشی، استخرها، زمین‌ها و سالن‌های ورزشی	۴
	ایجاد زیرساخت‌های مناسب و تأمین امکانات موردنیاز برای ورزش بانوان	۳
	تأمین تجهیزات، امکانات و مربیگری	۳
ایجاد	تسهیل دسترسی به فرصت‌های ورزشی	۲
زیرساخت‌های	ایجاد بسترهای حرفه‌ای گری و توسعه ورزش زنان	۳
لازم	ایجاد ساختارهای تشکیلاتی مؤثر برای مسابقات ورزشی بانوان	۳
	محل برگزاری و امکانات داوری	۳
	امکانات حمل و نقل	۳
	زیرساخت‌های کافی برای برگزاری مسابقات با استانداردهای بین‌المللی	۹
	فراهم کردن تجهیزات و امکانات موردنیاز	۳
	فراهم کردن زیرساخت‌های لازم برای برگزاری مسابقات	۶
	برقراری همکاری با برندهای معتبر و شناخته شده	۴
عناصر برند	هویت و شخصیت مخصوص	۴
سازی	لوگو رنگ‌ها، ملودی‌ها و صداها برای مسابقات	۳
	توجه به عناصر برند سازی	۴
استانداردسازی	استفاده از سامانه‌های رسمی برای ثبت نتایج و اطلاعات مسابقات	۳
رویداد	پایبندی به استانداردهای ثابت و عدم‌انحراف از آن‌ها	۳

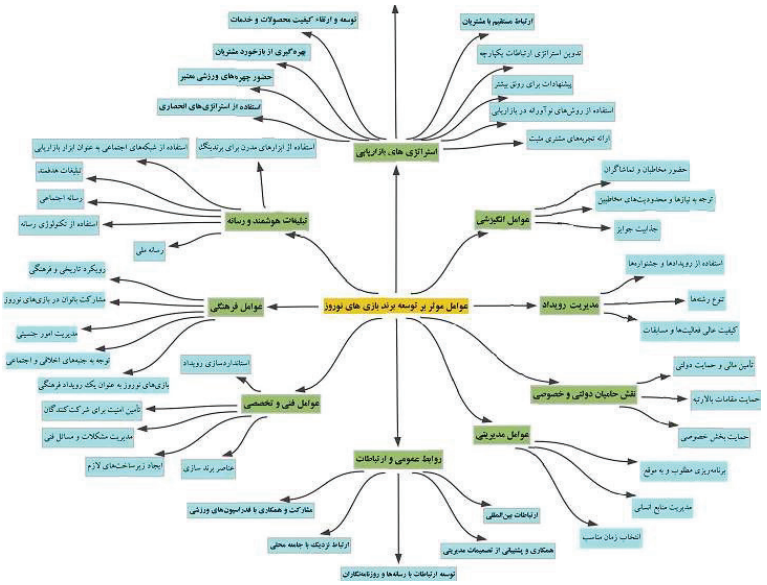
		استانداردسازی زمان برگزاری پوشش‌ها و امکانات مسابقات	۴
		تعیین استانداردهای ثابت برای برگزاری مسابقات	۵
		قابلیت مقایسه و جذابیت رویداد	۴
		استانداردسازی مسابقات و معیارهای واضح برای سنجش و انتخاب	۳
	مشارکت و همکاری با فدراسیون‌های ورزشی	ارتقای مسابقات به سطح‌های بالاتر و جهانی	۳
		ارتباط و همکاری با فدراسیون‌های مرتبط	۴
		جلب حمایت و شهرت بیشتر از سوی این سازمان‌ها	۵
		برقراری همکاری با فدراسیون‌های ورزشی برای اعتبارسنجی و تائید رویدادها	۵
	ارتباط نزدیک با جامعه محلی	توانایی جذب و مشارکت شهروندان و جامعه محلی	۴
		تدوین تعامل با آن‌ها	۳
		مشارکت فعال در فعالیت‌ها و رویدادهای محلی	۴
		ایجاد ارتباط نزدیک با جامعه محلی	۴
روابط عمومی و ارتباطات	توسعه ارتباطات با رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران	برنامه‌ریزی دقیق و هماهنگ برای پوشش رسانه‌ای و تبلیغاتی	۳
		انعکاس رویدادها در مسابقات بین‌المللی نوروز از طرف رسانه‌های خارجی	۴
		افزایش پوشش رسانه‌ای و شناخت برند در جامعه	۷
		توسعه و حفظ ارتباطات مؤثر با رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران	۸
	همکاری و پشتیبانی از تصمیمات مدیریتی	همکاری با نهادهای دولتی و درگیر شدن آن‌ها در برگزاری مسابقات	۴
		همکاری در امور تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی	۷
		همکاری با مدیران و مسئولان مربوطه	۳
	ارتباطات بین‌المللی	همکاری‌های بین‌المللی و ارتباطات ورزشی	۳
		استفاده از تجربیات دیگر کشورها در زمینه آموزش و پرورش ورزشکاران	۳

		حضور در مسابقات بین‌المللی و کنفرانس‌های مربوط به ورزش بانوان	۳
		برقراری ارتباطات و همکاری با سایر کشورها و سازمان‌های بین‌الملل	۳
		شناخت رویداد در حوزه بین‌المللی	۴
		گسترش بین‌المللی این رویداد و جذب شرکت‌کنندگان جدید	۷
		مشارکت کشورهای بدون نوروز	۳
		برگزاری مسابقات بین کشورهای دارای نوروز و کشورهای فارسی‌زبان	۶
		گسترش شهرت و تأثیرگذاری این رویداد	۴
		برقراری ارتباطات بین‌المللی با کشورها و فدراسیون‌های مختلف	۹
		برنامه‌ریزی مناسب برای تبلیغات و فرهنگ‌سازی در خصوص ورزش بانوان	۴
	برنامه‌ریزی مطلوب و به‌موقع	برنامه‌های تبلیغاتی آموزشی و فرهنگ‌سازی	۴
		برنامه‌ریزی دقیق برای افتتاحیه و اختتامیه مسابقات	۴
		تعیین مسابقات از پیش	۲
عوامل مدیریتی		برنامه‌ریزی دقیق و به‌موقع برای برگزاری مسابقات و فعالیت‌های مرتبط	۶
	انتخاب زمان مناسب	برنامه‌ریزی اجرایی و بازاریابی به بهترین شکل ممکن	۸
		جلوگیری از تداخل با رویدادهای ملی و بین‌المللی دیگر	۸
		انتخاب زمان مناسب برای برگزاری مسابقات	۲
	مدیریت منابع انسانی	تبادل مربیان ورزشکاران، مشارکت در برنامه‌های آموزشی و تکنیکال	۲
		ارائه آموزش‌های لازم برای توانمندسازی افراد	۳
		آموزش و توسعه منابع انسانی	۳

نقش حامیان دولتی و خصوصی		ایجاد فرصت‌های مناسب برای زنان به‌عنوان مسئولان و اجراکنندگان	۳
		توسعه و تقویت نقش زنان در مدیریت ورزشی	۲
		ایجاد فرصت‌های شغلی و مدیریتی برای زنان	۲
		استفاده از طلایه‌داران و متخصصان	۳
		ارائه خدمات به شرکت‌کنندگان از جمله مربیان و کادر فنی	۳
		اختصاص منابع انسانی کافی به مدیریت	۳
		قانون‌گذاری و تدابیر حمایتی مجلس و دولت	۳
		حمایت از جانب مجلس و دولت	۲
	تأمین مالی و حمایت دولتی	تضمین حقوق و حمایت قانونی	۳
		تضمین حقوق آن‌ها در حوزه‌های مختلف	۳
		دریافت حمایت مالی و نهادی	۶
		تأمین مالی مناسب و حمایت دولتی از برگزاری مسابقات	۵
		ایجاد قوانین و سیاست‌های حمایتی از ورزش بانوان	۳
	حمایت مقامات بالا رتبه	تائید و حمایت دولتی از فعالیت‌های مسابقاتی ورزشی برای زنان	۴
		حمایت مقامات از این رویداد	۲
		حضور مقامات بالا رتبه دولتی	۲
		حضور تماشاگران و جذب حمایت مالی از طریق حامیان مالی	۳
	حمایت بخش خصوصی	سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و حمایت‌های اقتصادی	۲
		تشویق شرکت‌های خصوصی به سرمایه‌گذاری	۳
		تأمین منابع مالی از طریق اسپانسرها و تبلیغات	۳

۹ مضمون اصلی از دسته‌بندی کدهای اولیه در بخش «شاخص‌های توسعه برند بازی‌های نوروز» شامل عوامل فرهنگی با ۵ مفهوم (مدیریت امور جنسیتی، بازی‌های نوروز به‌عنوان یک رویداد فرهنگی، توجه به جنبه‌های اخلاقی و اجتماعی، مشارکت بانوان در بازی‌های نوروز، رویکرد تاریخی و فرهنگی)؛

مضمون تبلیغات هوشمند و رسانه شامل ۶ مفهوم (رسانه اجتماعی، استفاده از فناوری رسانه، رسانه ملی، تبلیغات هدفمند، استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار بازاریابی، استفاده از ابزارهای مدرن برای برندسازی)؛ راهبردهای بازاریابی شامل ۱۰ مفهوم (استفاده از راهبردهای انحصاری، حضور چهره‌های ورزشی معتبر، بهره‌گیری از بازخورد مشتریان، تدوین راهبرد بازاریابی مبتنی بر ارزش، ارتباط مستقیم با مشتریان، تدوین راهبرد ارتباطات یکپارچه، استفاده از روش‌های نوآورانه در بازاریابی، ارائه تجربه‌های مشتری مثبت، توسعه و ارتقای کیفیت محصولات و خدمات، پیشنهادات برای رونق بیشتر)؛ مضمون عوامل انگیزشی شامل ۳ مفهوم (حضور مخاطبان و تماشاگران، توجه به نیازها و محدودیت‌های مخاطبان، جذابیت جوایز)؛ مضمون مدیریت رویداد شامل ۳ مفهوم (استفاده از رویدادها و جشنواره‌ها، کیفیت عالی فعالیت‌ها و مسابقات، تنوع رشته‌ها)؛ مضمون عوامل فنی و تخصصی شامل ۵ مفهوم (تأمین امنیت برای شرکت‌کنندگان، مدیریت مشکلات و مسائل فنی، ایجاد زیرساخت‌های لازم، عناصر برندسازی، استانداردسازی رویداد)؛ مضمون روابط عمومی و ارتباطات شامل ۵ مفهوم (مشارکت و همکاری با فدراسیون‌های ورزشی، ارتباط نزدیک با جامعه محلی، توسعه ارتباطات با رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران، همکاری و پشتیبانی از تصمیمات مدیریتی، ارتباطات بین‌المللی)؛ مضمون عوامل مدیریتی شامل ۳ مفهوم (برنامه‌ریزی مطلوب و به‌موقع، انتخاب زمان مناسب، مدیریت منابع انسانی) و مضمون نقش حامیان دولتی و خصوصی شامل ۳ مفهوم اصلی (تأمین مالی و حمایت دولتی، حمایت مقامات بالا رتبه، حمایت بخش خصوصی) استخراج گردید.



شکل ۳: نمودار درختی شاخص‌های توسعه برند بازی‌های نوروز

بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر برندسازی بازی‌های نوروز (ویژه بانوان) بود. نتایج حاصل از تحلیل تماتیک اطلاعات جمع‌آوری‌شده از مصاحبه با خبرگان تحقیق نشان داد برندسازی از طریق بازی‌های ورزشی نقش مهمی در شکل دادن به تصویر برند یک کشور و ترویج منافع اقتصادی، فرهنگی و سیاسی دارد که در این تحقیق ۹ مضمون عوامل فرهنگی، تبلیغات هوشمند و رسانه، راهبردهای بازاریابی، عوامل انگیزشی، مدیریت رویداد، عوامل فنی و تخصصی، روابط عمومی و ارتباطات، عوامل مدیریتی و در نهایت نقش حامیان دولتی و خصوصی به‌عنوان مضامین اثرگذار بر توسعه بازی‌های نوروز شناسایی‌شدند.

در بخش عوامل فرهنگی مفاهیمی چون مدیریت امور جنسیتی، بازی‌های نوروز به‌عنوان یک رویداد فرهنگی، توجه به جنبه‌های اخلاقی و اجتماعی، مشارکت بانوان در بازی‌های نوروز و رویکرد تاریخی و فرهنگی به‌عنوان مفاهیم این مضمون معرفی می‌گردند. این یافته با تحقیقات سانگ و ژانگ (۲۰۱۷) و لوکاشچوک (۲۰۲۱) همسو بود. سانگ و ژانگ بیان داشتند محیط جغرافیایی ویژگی‌های ملی ارتباط نزدیکی با تفاوت‌های فرهنگ انسانی دارد که به‌نوبه خود بر توسعه و ارتقای فرهنگ ورزشی تأثیر می‌گذارد. لوکاشچوک (۲۰۲۱) نیز بر نقش سنت‌های ملی، ساختار اجتماعی و جهانی‌شدن در شکل‌دادن به ارزش‌ها و خرده‌فرهنگ‌های ورزش تأکید کرد. در تحلیل یافته فوق می‌توان گفت عوامل فرهنگی تأثیر عمیقی در توسعه و معرفی بازی‌ها ورزش‌ها دارند و ویژگی‌ها و شیوه‌های آن‌ها را شکل می‌دهند. زو[1] و همکاران (۲۰۲۳) با بحث در مورد تأثیر محیط‌های طبیعی بر شکل‌گیری و توسعه ورزش‌ها و بازی‌های سنتی به این موضوع اضافه می‌کنند و بر تأثیر متقابل پیچیده ارزش‌های بقا، باورها، نگرش‌ها و محیط طبیعی تأکید می‌نمایند. محیط طبیعی این مطالعات در مجموع بر تأثیر چندوجهی عوامل فرهنگی بر دنیای بازی‌ها ورزش تأکید دارند. با توجه به یافته‌های این تحقیق برنامه‌ریزی و تدوین مسابقات و فعالیت‌هایی که شرکت‌کنندگان از هر دو جنس بتوانند در آن‌ها مشارکت کنند، حائز اهمیت است. ارائه برنامه‌ها و فعالیت‌های متنوعی که هر دو جنس بتوانند از آن‌ها بهره‌مند شوند، با توجه به نیازها و علایق هر جنس و ایجاد فرصت‌ها و شرایطی که زنان بتوانند به‌طور فعال در مسابقات و فعالیت‌های نوروز شرکت کنند و از ویژگی‌ها و استعدادهای خود بهره‌مند شوند. از سوی دیگر، ارتقای فرهنگ و آگاهی جامعه درباره اهمیت و نقش بازی‌های نوروز در فرهنگ ایرانی و نهادینه‌سازی آن در جوامع مختلف و بهره‌گیری از نمادها و عناصر فرهنگی و تاریخی نوروز به‌عنوان بخشی از برندسازی بازی‌ها و افزایش هویت فرهنگی آن‌ها. بهره‌گیری از قدمت و سابقه نوروز و استفاده از آن به‌عنوان شاخصی برای توسعه و ارتقای برند بازی‌های نوروز در ایران پرداخت. با توجه به این

[1] Zuo

شاخص‌ها، می‌توان نتیجه گرفت که برای توسعه برند بازی‌های نوروز، لازم است توجه به جوانب جنسیتی، اجتماعی، فرهنگی و تاریخی فراگیر باشد و برنامه‌ها و فعالیت‌ها بر این اساس طراحی و اجرا شوند.

مضمون تبلیغات هوشمند و رسانه شامل مفاهیمی چون رسانه اجتماعی، رسانه ملی، تبلیغات هدفمند، استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار بازاریابی، استفاده از ابزارهای مدرن برای برندسازی می‌باشد. بخشی از این یافته‌ها با نتایج کومار (۲۰۲۱) و آهن (۲۰۱۳) همسو بود. کومار (۲۰۲۱) نقش رسانه‌ها را در ترویج و پخش ورزش برجسته می‌کند. آهن (۲۰۱۳) بیشتر تأثیر ورزش تلویزیونی را بر نگرش مصرف‌کنندگان نسبت به تبلیغات تعبیه‌شده در برنامه بررسی می‌کند و بر اهمیت همسویی نشانه‌های تجاری باانگیزه‌های ناشی از بازی‌های ورزشی تأکید می‌نماید. با گنجاندن اجزای هوشمند در تبلیغات، می‌توان معیارهای دید و پرداخت را برآورده و اطمینان حاصل کرد که نمایش‌ها ثبت می‌شوند (مایلی و توفن[1]، ۲۰۱۸). فعالیت کاربر با توجه به محتوای رسانه‌ای مانند بازی‌ها می‌تواند ردیابی و جمع‌آوری شود تا مدل‌های پیش‌بینی‌کننده ایجاد شود که همبستگی بین کاربران، محتوای رسانه‌ای و ژانرها را تعیین کند. این امر امکان توصیه و ارتقای محتوای رسانه‌ای اضافی به کاربران بر اساس علایق آن‌ها را فراهم می‌کند و در نتیجه مشارکت و لذت آن‌ها از ورزش و بازی‌ها را افزایش می‌دهند. علاوه بر این، توسعه و کاربرد گسترده فناوری هوش مصنوعی که شامل تبلیغات هوشمند است، به‌شدت بر اشکال سازمانی سنتی آموزش ورزشی، انتخاب، رقابت و مدیریت تأثیر می‌گذارد (کریستیچ و همکاران[2]، ۲۰۲۳). در تحقیق حاضر مشاهده شد که پلتفرم‌هایی مانند توییتر، اینستاگرام و فیس‌بوک به طرفداران این امکان را می‌دهند که مستقیماً با ورزشکاران و تیم‌ها ارتباط برقرار کنند و حس اجتماعی وفاداری را تقویت نمایند. یکپارچه‌سازی تبلیغات هوشمند با پلتفرم‌های رسانه‌ای امکان تبلیغات هدفمند در طول پخش یا پخش آنلاین را فراهم می‌کند و تعامل طرفداران را افزایش می‌دهد و درآمد را از طریق حمایت مالی و مشارکت افزایش می‌دهد. رسانه‌های اجتماعی طرفداران را قادر می‌سازد تا تجربیات، نظرات و محتوای خود را به اشتراک بگذارند و فرهنگ طرفداران تعاملی‌تر و مشارکتی‌تر را ایجاد کنند.

مضمون دیگری که در نتیجه مصاحبه با خبرگان تحقیق و تحلیل تماتیک اطلاعات گرداوری‌شده حاصل گردید راهبردهای بازاریابی می‌باشد که شامل استفاده از راهبردهای انحصاری، حضور چهره‌های ورزشی معتبر، بهره‌گیری از بازخورد مشتریان، تدوین راهبرد بازاریابی مبتنی بر ارزش، ارتباط مستقیم با مشتریان، تدوین راهبرد ارتباطات یکپارچه، استفاده از روش‌های نوآورانه در بازاریابی، ارائه تجربه‌های مشتری مثبت، توسعه و ارتقای کیفیت محصولات و خدمات و پیشنهادات برای رونق بیشتر بود. این نتایج با تحقیقات قوش (۲۰۱۰) و لیجون (۲۰۲۱) همسو بود. به‌زعم محققان، راهبرد بازاریابی با تأثیرگذاری بر

[1] Maillé & Tuffin
[2] Krstić

جنبه‌های مختلف مانند تعامل طرفداران، درآمدزایی، ایجاد برند و رشد کلی صنعت، نقشی اساسی در شکل دادن به توسعه ورزش و بازی نقش ایفا می‌کند (قوش[1]، ۲۰۱۰). راهبردهای بازاریابی به سازمان‌های ورزشی کمک می‌کنند تا پیام‌های خود را برای بخش‌های خاص هواداران تنظیم کنند و تعامل وفاداری را افزایش دهند. کمپین‌های بازاریابی جذاب، تعاملات رسانه‌های اجتماعی و رویدادهای هواداران، تجربیات به‌یادماندنی را ایجاد می‌کند که ارتباطات طرفداران را با تیم‌ها ورزشکاران عمیق‌تر می‌سازد. راهبردهای بازاریابی مؤثر، حامیان مالی و شرکا را جذب می‌کنند که منجر به افزایش جریان درآمد برای سازمان‌های ورزشی می‌شود. از سوی دیگر، راهبردهای بازاریابی مؤثر، حامیان مالی و شرکا را جذب می‌کنند که منجر به افزایش جریان درآمد برای سازمان‌های ورزشی می‌شود. در نهایت برندسازی مداوم از طریق تلاش‌های بازاریابی، وفاداری طرفداران و ارتباط عاطفی بین طرفداران و بازی‌های نوروز را تقویت می‌کند.

عامل دیگر در توسعه برند بازی‌های نوروز، عوامل انگیزشی می‌باشد که شامل مفاهیمی همچون حضور مخاطبان و تماشاگران، توجه به نیازها و محدودیت‌های مخاطبان و جذابیت جوایز می‌باشد. این یافته همسو با نتایج تحقیق سوتو[2] و همکاران (۲۰۱۴)، رزمالین[3] و همکاران (۲۰۱۵) می‌باشد. درک انگیزه‌هایی که مردم بومی و محلی را به مشارکت در پروژه‌ها دعوت می‌کند، برای دستیابی به اهداف حفاظت و توسعه مهم است (سوتو همکاران، ۲۰۱۴). انگیزه‌ها می‌توانند متفاوت و ذاتی یا خارجی باشند. سیاست‌های حفاظتی مبتنی بر انگیزه می‌تواند منافع اقتصادی را تحریک و افراد و جوامع را به سمت اقدامات حفاظت‌محور بسیج کند (رزمالین و همکاران، ۲۰۱۵). نگرانی‌های عدالت زیست‌محیطی، مانند به رسمیت شناختن حقوق مردم بومی می‌تواند حس خودمختاری مردم محلی را حمایت کند و منجر به افزایش کنترل بر قلمرو منابع آن‌ها و تعهد مجدد به حفاظت شود (رزمالین و همکاران، ۲۰۱۵). با توجه به نتایج تحقیق حاضر ارتقای انگیزه تشویق بانوان به شرکت در فعالیت‌های نوروز باعث می‌شود که مردم فعالیت‌های مرتبط با نوروز را بیشتر انجام دهند و در نتیجه، بازی‌های نوروز برند قوی‌تری را در ذهن مخاطبان خلق کنند. استفاده از محتواهای چشم‌گیر و جذاب می‌تواند مخاطبان را به سمت بازی‌های نوروز جلب و برند را در ذهن آن‌ها تقویت کند. از سویی، توجه به نیازها و توانمندی‌های زنان و ارائه فرصت‌های برابر برای مشارکت آن‌ها در بازی‌های نوروز باعث تقویت ارتباط بین برند و جامعه می‌شود. طراحی بازی‌هایی که به نیازها و محدودیت‌های مخاطبان پاسخ دهند هم باعث ارتقای اعتبار برند بازی‌های نوروز می‌شود. در نهایت ارائه جوایز جذاب و متنوع به شرکت‌کنندگان باعث افزایش تمایل آن‌ها به شرکت در بازی‌های نوروز و تقویت برند می‌شود.

[1] Ghosh
[2] Souto
[3] Ruiz-Mallén

مدیریت رویداد، یکی از مضامینی است که خبرگان تحقیق به‌عنوان عوامل اثرگذار بر توسعه برند بازی‌های نوروز بدان اشاره‌کرده‌اند که شامل مفاهیمی چون استفاده از رویدادها و جشنواره‌ها، کیفیت عالی فعالیت‌ها و مسابقات و تنوع رشته‌ها می‌باشد. این یافته همسو با نتایج پراسانس[1] (۲۰۲۳)، واقمار[2] و همکاران (۲۰۲۳)، سری واستاوا[3] و همکاران (۲۰۲۱) می‌باشد. مدیریت رویداد شامل سازمان‌دهی و توسعه رویدادها و جشنواره‌ها تأثیر قابل‌توجهی بر جامعه دارند و می‌توانند برای دستیابی به اهداف مختلف مانند اهداف اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، زیست‌محیطی و سیاسی مورداستفاده قرار گیرند. رویدادها و جشنواره‌ها، ابزارهای مهمی برای ترویج مشارکت و رقابت در رشته‌های مختلف از جمله ورزش، هنر، موسیقی، رقص، تجارت و سیاست هستند. آن‌ها همچنین نقش مهمی در شکل دادن به تصویر شرکت‌ها و سازمان‌ها دارند و به‌عنوان عناصر کلیدی در راهبردهای بازاریابی مورداستفاده قرار می‌گیرند. صنعت مدیریت رویداد به‌سرعت در حال رشد است و دارای طیف گسترده‌ای از برنامه‌های کاربردی است؛ از رویدادهای بین‌المللی در مقیاس بزرگ مانند المپیک گرفته تا ناهار کسب‌وکار کوچک. توسعه صنعت رویداد تحت تأثیر عواملی مانند وضعیت سیاسی و اقتصادی یک کشور، دامنه خدمات ارائه‌شده و سطح مدیریت و سازمان‌دهی است (پراسانس، ۲۰۲۳؛ سریواستاوا و همکاران، ۲۰۲۱). در تحقیق حاضر مشاهده گردید که انجام فعالیت‌های مرتبط با بازی‌های نوروز مانند کارگاه‌ها و مسابقات جذاب، می‌تواند توجه مخاطبان را به برند افزایش دهد. همچنین برگزاری نمایشگاه‌ها و فعالیت‌های جشنواره‌ای در مکان‌های عمومی باعث افزایش شناخت برند و جذب مخاطبان جدید می‌شود. توانایی رویداد در جذب توجه و تمایز خود نسبت به رقبا باعث ارتقای موقعیت برند می‌شود. توجه به نیازها و علاقه‌های بانوان و ارائه فعالیت‌های متنوع برای آن‌ها باعث جذب توجه بیشتر مخاطبان می‌شود.

یکی دیگر از مضامینی که در مصاحبه با خبرگان تحقیق پس از کدگذاری باز و محوری احصا گردید، عوامل فنی و تخصصی بود که مفاهیمی چون تأمین امنیت برای شرکت‌کنندگان، مدیریت مشکلات و مسائل فنی، ایجاد زیرساخت‌های لازم و عناصر برند سازی و استانداردسازی رویداد از جمله این مفاهیم بودند. ساخت یک سیستم مدیریت هوشمند برای رویدادهای ورزشی در مقیاس بزرگ مانند بازی‌های آسیایی هانگژو برای افزایش کارایی عملیاتی، مدیریت برند و ارائه خدمات بسیار مهم است. هدف این چارچوب با پرداختن به مشکلات موجود در سیستم‌های مدیریت رویدادهای ورزشی، بهبود کارایی کلی مدیریت و ارائه بینش ارزشمند برای رویدادهای مشابه است (دو و ژانگ[4]، ۲۰۲۱). توسعه زیرساخت‌های

[1] Prasanth
[2] Waghmare
[3] Srivastava
[4] Du & Zhang

ورزشی از جمله امور مالی، حمایت از مقامات و انتظارات ساکنان، نقش مهمی در توسعه ورزش در یک جامعه ایفا می‌کند (مامکارکزایک و پابلایسکی[1]، ۲۰۲۲). اثرات جهانی‌شدن بر فناوری‌های ورزشی و گسترش بازار محصولات ورزشی نیز بر توسعه و استفاده از تجهیزات ورزشی تأثیر می‌گذارد و امکان فردی‌سازی و انطباق با فرهنگ‌های محلی بخصوص بازی‌های محلی و ملی را فراهم می‌کند. این عوامل به‌طور جمعی توسعه بازی‌ها و زمینه‌های ورزشی بومی و محلی را شکل می‌دهند و اهمیت ملاحظات فنی و تخصصی در این فرایند را برجسته می‌کنند. با توجه به نتایج تحقیق حاضر می‌توان گفت برگزاری فعالیت‌هایی که به‌طور مستقیم به بازی‌های نوروز مرتبط باشند، نه‌تنها جذب توجه مخاطبان را افزایش می‌دهد، بلکه برند بازی‌های نوروز را نیز در ذهن مخاطبان تقویت می‌کند. برگزاری نمایشگاه‌ها و فعالیت‌های جشنواره‌ای در مکان‌های عمومی، علاوه بر ارتقای شناخت برند، باعث افزایش شناخت جامعه نسبت به بازی‌های نوروز و افزایش اعتماد مخاطبان به آن می‌شود. برگزاری رقابت‌ها با استفاده از تجهیزات و زیرساخت‌های به‌روز و سرمایه‌گذاری فنی منجر به ارتقای کیفیت و جذابیت بازی‌ها می‌شود و در نتیجه توسعه برند را تسهیل می‌کند. از سوی دیگر، فراهم کردن زیرساخت‌های لازم برای برگزاری مسابقات و ارائه تجهیزات استاندارد، باعث افزایش اعتماد و رضایت شرکت‌کنندگان و تقویت برند می‌شود. همچنین ایجاد هویت برند منحصربه‌فرد برای مسابقات، باعث شناخت و تمیز برند از رقبا می‌گردد و تأثیر مثبتی بر توسعه برند نوروزی خواهد داشت. از طرف دیگر، تأمین امکانات امنیتی، ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای ورزش بانوان، توجه به عناصر برندسازی مثل هویت برند و استفاده از سامانه‌های رسمی برای ثبت نتایج و اطلاعات مسابقات، همگی به توسعه برند بازی‌های نوروز در ایران کمک می‌کنند.

یکی دیگر از مضامین، روابط عمومی و ارتباطات می‌باشد. این مضمون شامل مفاهیمی چون مشارکت و همکاری با فدراسیون‌های ورزشی، ارتباط نزدیک با جامعه محلی، توسعه ارتباطات با رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران، همکاری و پشتیبانی از تصمیمات مدیریتی و ارتباطات بین‌المللی می‌باشد. روابط عمومی و ارتباطات نقش بسزایی در توسعه بازی‌ها ورزش‌های بومی و محلی ایفا می‌کنند. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات مازا[2] (۲۰۲۳)، هاپوود[3] و همکاران (۲۰۱۲) و کووالاسکی[4] (۲۰۱۶) همسو می‌باشد. روش‌ها و راهبردهای ارتباطی مؤثر برای افزایش آگاهی در بین مؤسسات، مشاغل، ساکنان و گردشگران در مورد اتخاذ شیوه‌های پایدار در گردشگری ورزشی موردنیاز است (مازا، ۲۰۲۳). ارتباطات همچنین می‌تواند به متقاعد کردن حامیان مالی در مورد اثربخشی فعالیت‌های تبلیغاتی مبتنی بر بازی‌های ورزشی کمک کند و مزایای

[1] Mamcarczyk & Popławski
[2] Mazza
[3] Hopwood
[4] Kowalski

مالی، اطلاعاتی و تبلیغاتی را به همراه داشته باشد (هاپوود و همکاران، ۲۰۱۲). سازمان‌های ورزشی اهمیت سیاست‌های ارتباطی را به‌ویژه در رویدادهای دارای اهمیت بین‌المللی تشخیص داده‌اند و در رسانه‌های دیجیتال و اجتماعی برای بهبود فرایندهای انتشار ورزش سرمایه‌گذاری کرده‌اند (کووالاسکی، ۲۰۱۶). با تقویت روابط مثبت و درگیر کردن ذینفعان و اجرای کانال‌های ارتباطی شفاف می‌توان رشد و پایداری ورزش در سطح محلی را افزایش داد (دو و ژانگ، ۲۰۲۱). مطابق با نتایج این تحقیق و بر اساس تحقیقات انجام‌شده، روابط عمومی و ارتباطات مؤثر با فدراسیون‌های ورزشی، ارتقای مسابقات به سطح بین‌المللی و تعامل با جامعه محلی و رسانه‌ها از جمله عوامل مؤثر بر توسعه برند بازی‌های نوروز در کشور ایران می‌باشند. ایجاد هماهنگی با فدراسیون‌های ورزشی برای اعتبارسنجی و جذب حمایت، توانایی جذب و مشارکت شهروندان و جامعه محلی و برنامه‌ریزی دقیق برای پوشش رسانه‌ای و تبلیغاتی نیز از اهمیت بالایی برخوردارند. این عوامل نشان از اهمیت راهبردی و اثرگذاری روابط عمومی و ارتباطات مؤثر در توسعه برند بازی‌های نوروز در کشور ایران دارند و می‌توانند به بهبود شناخت و شهرت این رویدادها و همچنین تحقق اهداف مرتبط با آن‌ها کمک کنند.

مضمون عوامل مدیریتی شامل مفاهیمی چون برنامه‌ریزی مطلوب و به‌موقع، انتخاب زمان مناسب، مدیریت منابع انسانی، نقش حامیان دولتی و خصوصی، حمایت مقامات بالا رتبه و حمایت بخش خصوصی می‌باشد. این یافته همسو با نتایج تحقیق مورکینیو و آلوکو[1] (۲۰۰۹) می‌باشد. مطالعه مورکینیو و آلوکو (۲۰۰۹) نشان داد که مهارت‌های مدیریتی و سیاست‌های دولتی به توسعه ورزش در نیجریه کمک می‌کند. علاوه بر این، تحقیقات بر اهمیت پژوهش‌های خاص زمینه و تفکر بومی در درک شیوه‌های مدیریت در بازارهای نوظهور تأکید می‌ورزد که می‌تواند در توسعه ورزش‌های بومی نیز کاربرد داشته باشد (جلالی و همکاران، ۲۰۲۲). در این تحقیق مشاهده شد که مفهوم مدیریتی منابع انسانی از ضریب اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. اثربخشی فعالیت‌های پرسنل مستقیماً تحت تأثیر مدیریت منابع انسانی با سطح توسعه ورزش است. بازی‌های بومی که بخش مهمی از توسعه اقتصادی در بسیاری از جوامع هستند، با فراهم کردن فرصت‌های اشتغال و افزایش رشد اقتصادی به این توسعه کمک می‌کنند. در زمینه سازمان‌های ورزشی، تحقیق در مورد مدیریت منابع انسانی برای تقویت رشته و توسعه یک مدل مدیریت سازگار با نیازهای خاص سازمان‌های ورزشی ضروری است (میچل[2] و همکاران، ۲۰۲۱). علاوه بر این، کیفیت مدیریت منابع انسانی ورزشی، شاخص کلیدی توسعه ورزش در یک منطقه است و مدیریت کم‌کیفیت می‌تواند مانع توسعه کلی ورزش در آن منطقه شود (اوانز[3] و همکاران، ۲۰۲۱). بنابراین، فرایندهای استخدام و انتخاب مؤثر برای

[1] Morakinyo & Aluko
[2] Michelle
[3] Evans

اطمینان از انتخاب پرسنل صالح برای کمک به توسعه محلی رشته‌های ورزشی بسیار مهم است (زالاف[1] و همکاران، ۲۰۱۷). مطابقه با یافته‌های این تحقیق، برنامه‌ریزی مناسب برای تبلیغات و فرهنگ‌سازی درباره ورزش بانوان از اهمیت بسیاری برخوردار است. با توجه به اینکه حضور زنان در ورزش‌ها به‌عنوان اجزای بازی‌های نوروز در ایران به‌طور چشمگیری افزایش یافته است، برنامه‌ریزی مناسب برای تبلیغات و فرهنگ‌سازی می‌تواند توانایی جذب مخاطبان بیشتری را داشته باشد. همچنین، برنامه‌ریزی دقیق برای افتتاحیه و اختتامیه مسابقات نوروزی و تعیین مسابقات از پیش می‌تواند به بهبود تجربه شرکت‌کنندگان و تماشاگران کمک کند. این برنامه‌ریزی شامل برگزاری مسابقات در زمان‌های مناسب و هماهنگ با دیگر رویدادهای ملی و بین‌المللی نیز است. توسعه و تقویت نقش زنان در مدیریت ورزشی نیز یکی از عوامل مؤثر در توسعه برند بازی‌های نوروز است. ایجاد فرصت‌های شغلی و مدیریتی برای زنان، همچنین ارائه آموزش‌های لازم برای توانمندسازی افراد از جمله مربیان و کادر فنی می‌تواند به افزایش حضور زنان در مدیریت ورزشی و ارتقای برند بازی‌های نوروز کمک کند.

مضمون نقش حامیان دولتی و خصوصی شامل تأمین مالی و حمایت دولتی، حمایت مقامات بالا رتبه، حمایت بخش خصوصی بود. تأمین منابع مالی از طریق حامیان مالی و تبلیغات نیز می‌تواند به برگزاری موفقیت‌آمیز بازی‌های نوروزی کمک کند. حضور مقامات بالا رتبه دولتی و حمایت بخش خصوصی نیز از جمله اقداماتی است که می‌تواند به توسعه و تقویت برند بازی‌های نوروز کمک کند. ورزش بانوان به‌عنوان یکی از جوانمردترین حوزه‌های فعالیت انسانی، نیازمند توجه و حمایت بیشتر از سوی جامعه و دولت است. در این راستا، ایجاد تضمین‌های حقوقی و قانونی، اختصاص بودجه‌های مناسب و ایجاد تدابیر حمایتی از طریق مجلس و دولت، اقدامات اساسی محسوب می‌شوند. همچنین، ایجاد بنیادها و سازمان‌های ورزش بانوان، تشویق سرمایه‌گذاری شرکت‌های خصوصی و ایجاد سیاست‌های حمایتی از ورزش بانوان، از دیگر اقدامات مؤثر است. مثال‌های موفقی از حمایت از ورزش بانوان در کشورهای پیشرفته برای ما نقطه روشنی است که نشان می‌دهد با اندکی توجه و حمایت می‌توان به توسعه این حوزه و تضمین حقوق ورزشکاران زن کمک کرد.

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌گردد متصدیان برگزاری بازی‌های نوروز مبادرت به ارائه برنامه‌ها و فعالیت‌های متنوع نمایند تا بانوان بتوانند از آن‌ها بهره‌مند شوند. با توجه به نیازها و علایق بانوان، فرصت‌ها و شرایطی ایجاد گردد که زنان بتوانند به‌طور فعال در مسابقات و فعالیت‌های نوروز شرکت کنند و از ویژگی‌ها و استعدادهای خود بهره‌مند شوند. همچنین پیشنهاد می‌گردد وزارت ورزش و جوانان مبادرت به راه‌اندازی پلتفرم‌ها و شبکه اجتماعی ویژه برای این بازی‌ها نماید، چراکه رسانه‌های اجتماعی طرفداران

[1] Zalaff

را قادر می‌سازد تا تجربیات، نظرات و محتوای خود را به اشتراک بگذارند و فرهنگ تعاملی‌تر و مشارکتی‌تر طرفداران را ایجاد کنند.

منابع

- Ahmadin M. (2022). **"Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches".** Jurnal Kajian Sosial Dan Budaya: Tebar Science. 6(1), 104-13.
- Black, D., & Van Der Westhuizen, J. (2004). **"The allure of global games for'semi-peripheral'polities and spaces: a research agenda".** Third world quarterly, 25(7), 1195-1214.
- Chen, X. R., & Wu, H. M. (2003). **"A Study on the Value of the Major World Sports Events".** SPORTS SCIENCE RESEARCH, 24(4), 25-27.
- Du, J.L. & Zhang, J. (2021). **"Construction of Smart Management System for Large-Scale Sports Event: A Case Study of Hangzhou Asian Games".** Proceedings of the 2021 6th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSED 2021).
- Dubinsky, Y. (2023). **"The Olympic Games, nation branding, and public diplomacy in a post-pandemic world: Reflections on Tokyo 2020 and beyond".** Place Branding and Public Diplomacy, 19(3), 386-397.
- Eggeling, K. A. (2020). **Nation-branding in practice: the politics of promoting sports, cities and universities in Kazakhstan and Qatar.** Routledge
- Emami, A., Emami, F., & Afshari, M. (2022). **"The effects of investment development on the economic empowerment of Iran's sports industry: An Exploratory study".** Strategic Studies on Youth and Sports, 21(56), 229-254.
- Evans, M. M. Robinson, J. A. & Williamson, I. O. (2021). **"The effect of HRM practices on employment outcomes in Indigenous social enterprises".** Journal of Social Entrepreneurship, 1-24.
- Evans, M. M., Robinson, J. A., & Williamson, I. O. (2021). **"The effect of HRM practices on employment outcomes in Indigenous social enterprises".** Journal of Social Entrepreneurship, 1-24.
- Farzadfar, M., Yousefi, B., and Bahrami, Sh. (2018). **"Identifying the national and international social consequences of the success of female Muslim athletes in international sports events".** Sports Management and Development, 8(3 (19)), 181-195.
- Ghosh, I. (2010). **"Marketing in sports: a tool for developing sports".** British Journal of Sports Medicine, 44(Suppl 1), i80-i81.
- Hopwood, M. Skinner, J. & Kitchin, P. (2012). **Sport public relations and communication**. Routledge
- Jalali, S., Mohebi, F., & Jafari, S. (2022). **"Investigating the factors of local indigenous sports in the development of sports tourism (Case study: Yazd province)".** Advertising and Sales Management, 2(4), 149-161.
- Jin, H., Li, H., & Yuan, G. (2011). **"Status of Beijing Olympic Games brands in establishment of a sports power".** Asian Social Science, 7(6), 25.
- Kowalski, S. (2016). **"Efekty komunikacyjne sponsoringu na lokalnych rynkach sportowych".** Quality in sport, 2(3), 18-31.
- Krstić, D., Vučković, T., Dakić, D., Ristić, S., & Stefanović, D. (2023). **"The Application and Impact of Artificial Intelligence on Sports Performance Improvement: A Systematic Literature Review".** *In 2023 4th International Conference on Communications, Information, Electronic and Energy Systems* (CIEES) (pp. 1-8). IEEE.
- Maderer, D., & Holtbrügge, D. (2019). **"International activities of football clubs, fan attitudes, and brand loyalty".** Journal of Brand Management, 26, 410-425.
- Maillé, P., & Tuffin, B. (2018). **"Auctions for online ad space among advertisers sensitive to both views and clicks".** Electronic Commerce Research, 18, 485-506.
- Mamcarczyk, M.m & Popławski, Ł. (2022). **"Development of local sport: case study".** International Journal of Trade and Global Markets, 15(2), 186-200.
- Mazza, B. (2023). **"A Theoretical Model of Strategic Communication for the Sustainable Development of Sport Tourism".** Sustainability, 15(9), 7039.

- Morakinyo, E. O., & Aluko, E. O. (2009). **"Management factors as predictors of sports development in selected sport federations of the Federal Ministry of Sports and Social Development in Nigeria".** International Journal of African & African-American Studies, 7(1).
- Prasanth, A. (2023). **"Event Management System".** doi: 10.59256/ijire.20230403107.
- Richelieu, A. (2018). **"A sport-oriented place branding strategy for cities, regions and countries. Sport",** Business and Management: An International Journal, 8(4), 354-374.
- Ruiz-Mallén, I., Schunko, C., Corbera, E., Rös, M., & Reyes-García, V. (2015). **"Meanings, drivers, and motivations for community-based conservation in Latin America".** Ecology and Society, 20(3).
- Shafiezadeh, S., Razavi, S. M. H., Amirnezhad, S. (2022). **"Designing a model for holding mega sport events with an emphasis on national brand development".** 10 (38), 87-103.
- Skoko, B., & Vukasović, I. (2008). **"Organization of international sporting events as a country's promotional economic image tool".** Market-Tržište, 20(2), 211-230.
- Souto, T., Deichmann, J. L., Núñez, C., & Alonso, A. (2014). **"Classifying conservation targets based on the origin of motivation: implications over the success of community-based conservation projects".** Biodiversity and conservation, 23, 1331-1337.
- Srivastava, P. R., Eachempati, P., & Sharma, D. (2022). **"Fourteen years of event management: A bibliometric analysis".** Event Management, 26(3), 531-545.
- Sun, Q. & Paswan, A. (2012). **"Country branding through olympic games".** Journal of Brand Management, 19, 641-654.
- Waghmare, M., Ekbote, A., Patil, A., & Shirsath, V. (2023). **"EventMingle Management System".** Indian Journal of Computer Science, 8(4), 18-28.
- Wertz, F. J. (2011). **Five ways of doing qualitative analysis: Phenomenological psychology, grounded theory, discourse analysis, narrative research, and intuitive inquiry.** Guilford Press.
- Zalaff, K., Hidayatullah, M. F., & Kristiyanto, A. (2017). **"Sports Human Resource Management of Sport Development Index in Padang, West Sumatra, Indonesia-Evaluation Studies of The Availability of Sports Human Resource Management".** European Journal of Physical Education and Sport Science.
- Zuo, Y., Qiu, Q., Hu, T., & Zhang, J. (2023). **"How natural environments influence traditional sports and games: A mixed methods study from China".** International Review for the Sociology of Sport, 58(2), 328-348.

۱۷

تدوین مدل توسعه شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی

فاطمه کیقبادی[۱]
زین‌العابدین فلاح[۲]
طاهر بهلکه[۳]
اسرا عسکری[۴]

10.22034/ssys.2025.1005
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۸/۲۰
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۱۰/۱۲

هدف از تحقیق حاضر، تدوین مدل توسعه شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی بود. روش تحقیق حاضر، با رویکرد کیفی به روش داده‌بنیاد (مدل سیستماتیک اشتراوس و کوربین) است که ازنظر هدف بنیادی و ازنظر جمع‌آوری داده‌ها به‌صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق شامل رئیس هیئت‌های ورزشی و فدراسیون‌ها، نخبگان ورزشی همگانی، ورزشکاران، مدیران سازمان‌های ورزشی و سایر افراد خبره در زمینه توسعه ورزش، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان خبره در حوزه شادابی در سطح کشور بود که به روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب‌شدند (۱۷ نفر). تجزیه‌وتحلیل داده‌ها جهت کدگذاری باز، محوری و گزینشی با رویکرد کیفی گراندد تئوری (تئوری زمینه‌ای) و با تحلیل مصاحبه‌ها، کدگذاری باز انجام گرفت. بر اساس کدهای باز شناسایی‌شده، کدهای محوری شکل گرفتند و به کمک کدگذاری انتخابی، مدل نظری توسعه پیدا کرد. سپس مدل پارادایمی با نظر خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. الگوی شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی متأثر از شرایط علی (فردی، مدیریتی و محیطی) و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (انگیزشی، آموزشی و سازمانی) که متأثر از شرایط زمینه‌ای (زیرساخت‌ها و امکانات، فرهنگی و قوانین و مقررات) و شرایط مداخله‌گر (مالی، سلامتی و سبک زندگی) می‌باشد، می‌تواند منجر به پیامدهای روانی/رفتاری و اقتصادی گردد. با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت با ایجاد و تسهیل این مدل و گام‌های توسعه‌ای نهایی می‌توان به‌تمامی ابعاد تأثیرگذار در مشارکت دست‌یافت تا در آینده با صلاحدید مسئولان به شرایط اجرا نزدیک شود.

واژگان کلیدی: فعالیت ورزشی، سبک زندگی، فرهنگ ورزش و شور و نشاط.

---

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

[۲] دانشیار، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران(نویسنده مسئول)

E-mail: Zy.fallah@iau.ac.ir

[۳] استادیار، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

[۴] استادیار، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

مقدمه

ورزش در یک زمینه اجتماعی را می‌توان به‌عنوان نوعی از فعالیت بدنی در اوقات فراغت تعریف کرد که برای بهبود سلامت جسمی، اجتماعی، عاطفی و روانی در میان شرکت‌کنندگان سازماندهی می‌شود (سارول[1] و همکاران، ۲۰۲۴). با توجه به ارتباط ورزش در یک چارچوب اجتماعی، شرکت در فعالیت‌های ورزشی با مزایای روانی و عاطفی مانند بهبود خلق‌وخو، عزت‌نفس، تعاملات اجتماعی، یکپارچگی اجتماعی، پیوند اجتماعی و بهزیستی کلی روانی همراه است (کان[2] و همکاران، ۲۰۲۴). ورزش‌های همگانی به دلیل ارتباط آن در سلامت عمومی، توانایی بهبود کیفیت زندگی، کاهش مرگ‌ومیر ناشی از همه علل و بروز و عواقب بیماری‌ها و ناتوانی‌های مزمن باید به‌طور مؤثر ترویج شود (هائو[3] و همکاران، ۲۰۲۳)

امروزه ورزش به‌عنوان یک پدیده در زندگی بسیاری از مردم جهان به طرق مختلف فیزیکی، اقتصادی، آموزشی، سیاسی، ارتقای سطح بهداشت و تندرستی نقش به سزایی دارد. ورزش و حرکات گروهی موجب تقویت جسمی و روانی افراد در حفظ سلامت جسم و روان تأثیر مستقیم دارد و در پیشگیری، درمان و بازتوانی بسیاری از بیماری‌ها و اختلالات جسمی و روحی مؤثر می‌باشد. بنا بر گزارش سازمان جهانی بهداشت، فعالیت‌های بدنی در یک جامعه باعث کاهش هزینه‌های مراقبت بهداشتی و کاهش میزان مرگ‌ومیر می‌شود. همین امر باعث شده فعالیت‌های ورزشی جزو جدایی‌ناپذیر زندگی روزمره انسان‌ها شود که برای زندگی بهتر، سلامت جامعه و توسعه و پیشرفت و دستیابی به تمدن مناسب به عقل و بدن سالم نیاز است (محرم‌زاده و همکاران، ۱۴۰۳). همراه با کاهش فعالیت‌های پویا در سال‌های اخیر، افزایش قابل‌توجهی در مرگ‌ومیر، بیماری‌های قلبی عروقی و شیوع اختلالات عصبی و روان‌پزشکی در جوامع صنعتی و درحال‌توسعه مشاهده‌شده است. بیشتر شهروندان مرفه امروزی از مشکلات ارگانیک، عضلانی و مفصلی رنج می‌برند و این‌گونه عوارض ناشی از رشد فناوری در حال افزایش است. (ریوندی، ۱۴۰۳) گزارش دیگری مربوط به سازمان ملل در سال ۲۰۱۶ است. داده‌های آن بین سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ از ۱۵۷ کشور با شاخص‌های اقتصادی، کارآفرینی و فرصت‌ها، درک فساد، سخاوت، سلامت، امنیت و آزادی‌های فردی جمع‌آوری‌شده است. این موضوع می‌تواند به طبقه اجتماعی و ویژگی‌های اساسی آن مانند حقوق، شغل و سطح تحصیلات مربوط باشد. طبقه اجتماعی می‌تواند منجر به تفاوت در ارزش‌های مشترک، اعتبار، فعالیت‌های اجتماعی، ثروت، سایر متعلقات شخصی و همچنین آداب‌ورسوم و حتی مذهب، ملیت، جنسیت، محل سکونت و پیشینه خانوادگی شود (محرم‌زاده و همکاران، ۱۴۰۳).

[1] Sarol
[2] Kan
[3] Hao

با توجه به نقش ویژه فعالیت‌های ورزشی در کاهش اضطراب و افسردگی، مقابله با استرس، افزایش عزت‌نفس و بهبود خلق‌وخو می‌توان از این فعالیت‌ها به‌عنوان راهکارهای مؤثری برای کاهش اختلالات روانی و افزایش سلامتی استفاده کرد (حفییر[1] و همکاران، ۲۰۲۴) سازمان جهانی بهداشت[2] (WHO) سلامت را به‌عنوان وضعیت رفاه کامل جسمی، روانی و اجتماعی تعریف کرده است. سلامت مفهومی نسبتاً انعطاف‌پذیر است که ممکن است به‌عنوان بدون بیماری یا ناتوانی تعریف شود یا به‌طور مثبت‌تر همان‌طور که در سال ۱۹۴۸ توسط WHO تعریف‌شده است: «وضعیت رفاه کامل فیزیکی، روانی و اجتماعی و نه صرفاً عدم وجود بیماری یا ناتوانی» (نصرالله‌زاده و همکاران، ۱۴۰۲).

امروزه، ورزش قدرت قابل‌ملاحظه‌ای کسب کرده است. ورزش فقط یک سرگرمی نیست، بلکه اهمیت اجتماعی، سیاسی و اقتصادی زیادی برای شرکت‌کنندگان دارد (وارموس[3] و همکاران، ۲۰۲۳). ورزش همگانی را می‌توان نوعی حق، مزیت و تجربه تندرستی در نظر گرفت. اگر مردم فرصت و جایگاهی برای بازی نداشته باشند و یا دولت‌ها، فضاهایی برای تفریح عمومی مهیا نسازند، دنیا به مکان افسرده‌کننده‌ای تبدیل خواهد شد. ورزش همگانی، عنصر اساسی تجربه انسانی است و فعال بودن در اوقات فراغت نقش مهمی در ظرفیت سلامتی جامعه دارد. بر این اساس دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی و نهادهای بخش خصوصی باید در روند برنامه‌ریزی، نظارت و پیشرفت تجارب اوقات فراغت، تفریح و بازی‌های فعال همچون بازدارنده‌های بیماری و امراض مرتبط سرمایه‌گذاری کنند (کاسینگ[4]، ۲۰۱۴). جدیدترین داده‌های جهانی (پیش از کووید) نشان می‌دهد که طیفی از ورزش‌های تیمی سازمان‌یافته (مانند بسکتبال، والیبال نت بال و تنیس) همچنان در بین ورزش‌های بزرگسالان رتبه بالایی دارند. بااین‌حال، نرخ بالای ترک تحصیل در ورزش جوانان و عدم‌شرکت در میان بزرگسالان به این معنی است که بسیاری از افراد ممکن است فرصت بهره‌مندی از مزایای سلامتی بالقوه مرتبط با شرکت در ورزش را از دست بدهند (زهانگ[5] و همکاران، ۲۰۲۳). بوکیست[6] و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که خدمات برابر ورزش همگانی، یک اصطلاح عمومی از همه انواع فعالیت‌های بدنی و خدماتی است که رضایت عمومی افراد را برای اجرای ورزش‌های همگانی ایجاد می‌نماید، نیازهای مردم را در همه جنبه‌ها رعایت می‌کند، مبنای آن مردم‌محور است، همه شهروندان از فرصت‌های خدمات برابر ورزش همگانی برخوردارند و در آن سهیم می‌باشند و دولت با منابع مالی خود افراد را در این زمینه حمایت می‌کند. نتایج یافته‌های هونوکوا[7] و همکاران (۲۰۲۴)

[1] Hafiar
[2] World Health Organization
[3] Varmus
[4] Kassing
[5] Zhang
[6] Bouquet
[7] Honiukova

در مورد ورزش همگانی نشان می‌داد سطح اعتمادبه‌نفس و آزادی در برنامه‌های اوقات فراغت دانشجویان با رضایت زندگی آن‌ها همبستگی معنادار و مثبتی داشته است؛ بدین معنی که آزادی در انجام فعالیت‌های اوقات فراغت و ورزش‌های همگانی موجب رضایت از زندگی می‌گردد. محرمزاده و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی دریافتند که برنامه‌ریزی توسعه ورزش همگانی به‌عنوان یک راهبرد برای ترویج فعالیت‌های ورزشی در جوامع باید به شیوه‌ای جامع و منطقی طراحی شود. این برنامه باید علاوه بر ارائه فرصت‌های ورزشی برای همگان بر ترویج و تشویق مردم به شرکت در این فعالیت‌ها و ارتقای سطح سلامتی و انگیزه آن‌ها تأکید داشته باشد. در این برنامه، اهداف ورزش همگانی می‌تواند شامل افزایش شرکت‌ها در ورزش، افزایش سطح سلامت جامعه، ارتقای روحیه و انگیزه افراد، ترویج فعالیت‌های سالم و موارد دیگر باشد. عباسی صیمره و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی دریافتند که شاد ماندن به‌واسطه سلامتی به‌عنوان مقوله مرکزی و جذابیت توسعه ورزش در منازل، رویکرد مناسب تشکیلات ورزش کشور به ورزش همگانی و فرهنگ‌سازی صحیح اهمیت ورزش در منازل به‌عنوان شرایط علی و شرایط میانجی نیروی انسانی در ترویج ورزش در منازل، عوامل ساختاری، فرهنگی و اقتصادی، احیای شبکه مرتبط با حوزه سلامت، برتری ورزش در باشگاه‌ها نسبت به ورزش در منازل و فضاهای عمومی، توجه به ترویج ورزش در منازل، ساختار معماری منازل و پارک، قابلیت‌های شبکه‌های مجازی و استفاده بیشتر از کارکرد تلویزیون نیز به‌عنوان راهبردهای کنش معرفی شدند.

در ابتدای هزاره سوم، جهان ورزش دوران جدید و تازه‌ای را تجربه می‌نماید. ورزش امروزی تبدیل به یک فستیوال جهانی گردیده است. بسیاری دوران آماتور را پایان‌یافته تلقی می‌کنند (ملانی و همکاران، ۱۴۰۲). از شواهد موجود چنین برمی‌آید که به‌طورکلی دولت‌ها خواسته یا ناخواسته به دنبال گسترش ورزش همگانی هستند و یکی از دلایل توجه آن‌ها، درآمد مالی آن است. صرف‌نظر از محیط درونی یک کشور و نظام آن، جاذبه‌های ورزش همگانی، بازاریابی و جذب تماشاچیان باعث می‌شود که این ورزش موردتوجه بیشتر سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف دولتی قرار گیرد.. در منابع مختلف برای توسعه ورزش هرمی در نظر گرفته‌شده است که ورزش همگانی در پایه آن در راس قرار دارد (شیبوری[1]، ۲۰۲۲). هدف در هرم ورزش، افزایش تعداد شرکت‌کنندگان در هر سطح می‌باشد تا پتانسیل ورزش همگانی افزایش یابد (استرادیو[2] و همکاران، ۲۰۲۲). اگرچه یک مدل جامع برای ورزش همگانی وجود ندارد، ولی عوامل زیادی شناسایی گردیده که در توسعه ورزش و کسب موفقیت در سطوح جهانی تأثیر به سزایی دارند. موفقیت در ورزش، معیارهای اندازه‌گیری متفاوتی دارد. برای یک کشور ممکن است شرکت کردن ورزشکارانش در مسابقه المپیک یک موفقیت باشد، ولی برای یک کشور دیگر کسب مدال در المپیک یک موفقیت محسوب

[1] Shilbury
[2] Sotiriadou

می‌باشد. در متون و ادبیات مربوط به ورزشکاران و ورزش همگانی عوامل مختلفی برای کسب موفقیت بیان‌شده که هر یک به‌نوعی اهمیت دارند و در دامنه گسترده‌ای قرار می‌گیرند. عوامل زیادی در تحقیقات پیشین وجود دارد که توسعه ورزش همگانی را منوط به پیشرفت در آن حوزه‌ها می‌دانند (حسینیان مهاجر و همکاران،۱۴۰۱).

وقتی فردی برای ایجاد نشاط و سرگرمی و همچنین لذت بردن از زندگی مطلوب به‌طور منظم روزانه ورزش می‌کند، اولین و مهم‌ترین نتیجه چنین رویکردی افزایش نشاط اجتماعی است که تأثیر مستقیمی بر ترشح هورمون‌های خوشایند دارد و این تأثیر غیرمستقیم بر شکل‌گیری نگرش مطلوب نسبت به زندگی دارد. سایر مطالعات اثرات ورزش را بر متغیرهای جسمی، روانی و اجتماعی مرتبط با انسان شناسایی کرده بودند که نشان داد افزایش آگاهی مردم در مورد اثرات مفید ورزش بر نشاط اجتماعی و همچنین تثبیت رفتار مشارکتی آن‌ها در فعالیت‌های ورزشی، مهم‌ترین ارکان توسعه پایداراست و ممکن است برنامه‌ریزی برای حفظ و ارتقای نشاط جامعه را تسهیل کند. (جامعی، ۱۳۹۷). همچنین تحقیقات بسیاری نشان داده است که ورزش علاوه بر اینکه ابزار ارزشمندی برای حفظ سلامت جسمانی است، رابطه نزدیکی با سلامت و بهداشت روانی به‌ویژه پیشگیری از بروز ناهنجاری‌های روانی دارد. ورزش از اضطراب و افسردگی می‌کاهد و اعتمادبه‌نفس را افزایش می‌دهد. ورزش به‌ویژه در سنین کودکی و نوجوانی مفر سالمی برای آزاد کردن انرژی‌های اندوخته شده است و این خود بسیار لذت‌بخش و آرامش‌دهنده است. ورزش ازجمله روش‌های مهم تکامل جسمانی، روانی و اجتماعی محسوب می‌شود، زیرا شرکت در فعالیت‌های ورزشی افراد را به هم نزدیک می‌کند، راه‌ها و فرصت‌های بسیاری را برای ماهرشدن در اجتماع فراهم می‌آورد و به‌طورکلی یک فرآیند آموزشی در ابعاد مختلف فرهنگی و اجتماعی برای فرد ایجاد می‌کند (رستم‌پور و همکاران، ۱۴۰۲). ورزش در سلامت و آمادگی جسمانی، تعادل و ثبات هیجانی، جلب‌توجه، رقابت، رشد اعتمادبه‌نفس، تصویر مثبت بدنی و اجتماعی و تأمین نیازهای دوستی، احساس امنیت و تقویت گروهی، تأثیر فراوانی دارد. سلامت روانی از موضوعاتی است که در اثر شرکت در فعالیت‌های ورزشی می‌تواند حاصل شود. چنین فعالیت‌هایی بهترین موقعیت را برای رشد معیارهای سلامت روانی فراهم می‌کند. اگر سلامت روانی را به معنای احساس راحتی نسبت به خود و دیگران تعریف کنیم، معیارهای آن موفقیت، تعادل هیجانی، سازگاری با محیط، واقع‌بینی، احساس ارزشمندی و اجتماعی بودن خواهد بود. بنابراین ورزش با فعال‌سازی چنین معیارهایی نه‌تنها به بهداشت جسم بلکه به بهداشت روانی هم کمک می‌کند. همچنین اضطراب افراد با پرداختن به ورزش به میزان بسیار زیادی کاهش می‌یابد و باعث افزایش شادی در بین مردم می‌شود. (پور عبدی، ۱۳۹۸).

در این راستا ورزش نقشی دارد که نمی‌توان آن را در حفظ سلامت جامعه و شادی آن نادیده گرفت. فوائد ورزش همگانی شامل جنبه‌های فیزیکی، ذ هنی و اجتماعی است و می‌تواند به پیشگیری از بیماری و بهبود کیفیت زندگی کمک کند. از طریق تلاش‌های مشترک بین افراد، دولت‌ها و جوامع می‌توانیم محیطی ایجاد کنیم که از شیوه‌های زندگی فعال حمایت کند و ورزش را به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره ما تبدیل کند. بنابراین، ما می‌توانیم با ورزش همگانی به جامعه‌ای سالم‌تر، شادتر و مولدتر دست‌یابیم. ورزش علاوه بر تأثیر مستقیم بر سلامتی، بر کیفیت کلی زندگی افراد و شادی آن نیز تأثیر دارد. از طریق تعامل اجتماعی و توسعه ارزش‌های مثبت ورزش می‌تواند به ایجاد جامعه‌ای فراگیر، هماهنگ و حمایت‌گر کمک کند. دریک جامعه به‌طور فزاینده فردگرا و منزوی، ورزش می‌تواند پل مهمی در ایجاد پیوندهای اجتماعی قوی باشد. بر این اساس و با توجه به اهمیت ورزش همگانی و همچنین ارتباط دوسویه مزایای آن‌ها با یکدیگر و تأثیری که ورزش همگانی در سطح جامعه بر بخش سلامت جسمانی و روانی و شادی در جامعه دارد و اهمیت توسعه آن‌که می‌تواند منجر به کسب رتبه‌های بین‌المللی و اعتبار در سطح جهان شود، این پژوهش در پی بررسی و تدوین مدل توسعه شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

رویکرد تحقیق حاضر از نوع کیفی است که با روش گرندد تئوری[1] انجام‌شده است. روش گرندد تئوری معمولاً به سه شیوه سیستماتیک، نوخاسته و سازگارا (ساخت‌گرایانه) اجرا می‌شود. در تحقیق حاضر از روش سیستماتیک که به استراوس و کوربین[2] نسبت داده می‌شود، برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها استفاده‌شده است. این روش دارای ۶ بعد اصلی است: شرایط علی، پدیده اصلی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها. روش سیستماتیک خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. جامعه آماری این پژوهش شامل رئیس هیئت‌های ورزشی و فدراسیون‌ها، نخبگان ورزشی همگانی، ورزشکاران، مدیران سازمان‌های ورزشی، سایر افراد خبره در زمینه توسعه ورزش، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان خبره در حوزه شادابی در سطح کشور می‌باشد که به روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند. مصاحبه‌ها در برخی موارد به‌صورت حضوری و در سایر موارد به دلیل دوری مسافت به‌صورت فایل متنی از طریق ارسال ایمیل، در واتساپ، تلگرام، ایتا و برخی نیز به‌صورت تلفنی و تماس تصویری انجام شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت (۱۷ مصاحبه).

برای بررسی روایی، یافته‌های پژوهش برای مشارکت‌کنندگان ارائه و نقطه نظرات آن‌ها اعمال‌شده است. همچنین در این پژوهش از روش توافق درون‌موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام‌شده، استفاده شده است. برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون‌موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک

[1] Grounded Theory
[2] Strauss & Corbin

دانشجوی مقطع دکتری مدیریت ورزشی درخواست شد تا به‌عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند. آموزش‌ها و تکنیک‌های لازم جهت کدگذاری مصاحبه‌ها به ایشان انتقال داده شد. در هرکدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در نظر دو نفر مشابه هستند با عنوان «توافق» و کدهای غیرمشابه با عنوان «عدم توافق» مشخص شدند. سپس محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کردند و درصد توافق درون‌موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود، محاسبه شد. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول زیر آمده است:

جدول ۱: محاسبه پایایی بین دو کُدگذار

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم‌توافقات	پایایی بین دو کدگذار (درصد)
۱	مصاحبه‌شونده ۶	۳۳	۱۴	۵	٪۸۴/۸
۲	مصاحبه‌شونده ۸	۱۹	۸	۳	٪۸۴/۲
۳	مصاحبه‌شونده ۱۵	۵۴	۲۳	۸	٪۸۵/۲
	کل	۱۰۶	۴۵	۱۶	٪۸۴/۹

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود تعداد کل کُدها که توسط محقق و همکار پژوهش به ثبت رسیده است برابر ۱۰۶، تعداد کل توافقات بین این کُدها ۴۵ و تعداد کل عدم‌توافقات بین این کُدها برابر ۱۶ است. پایایی بین کُدگذاران برای مصاحبه‌های انجام‌گرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول یاد شده برابر ۸۴/۹ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است (کوال[1]، ۱۹۹۶). قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تایید است و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است.

[1] Kavel

یافته‌های پژوهش

نتایج جمعیت‌شناختی پژوهش در جدول ۲ گزارش‌شده است:

جدول ۲: توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

کد	جنسیت	سن	سطح تحصیلات	گروه	زمان مصاحبه	کد	جنسیت	سن	سطح تحصیلات	گروه	زمان مصاحبه
م ۱	مرد	۴۵	دکتری	استاد	۵۵	م ۱۰	مرد	۴۷	کارشناسی ارشد	رئیس هیئت	۴۵
م ۲	مرد	۵۱	کارشناسی	رئیس هیئت	۴۵	م ۱۱	مرد	۳۹	دکتری	استاد	۴۱
م ۳	زن	۴۶	دکتری	استاد	۳۹	م ۱۲	زن	۳۸	دکتری	استاد	۵۱
م ۴	مرد	۳۹	دکتری	روانشناس ورزشی	۴۱	م ۱۳	مرد	۵۱	دکتری	استاد	۳۳
م ۵	زن	۴۰	دکتری	جامعه شناس	۶۱	م ۱۴	مرد	۴۲	کارشناسی ارشد	روانشناس ورزشی	۴۷
م ۶	مرد	۴۹	دکتری	استاد	۵۴	م ۱۵	زن	۵۴	دکتری	مدیر	۵۱
م ۷	مرد	۵۵	دکتری	استاد	۵۰	م ۱۶	مرد	۵۰	دکتری	مدیر	۳۸
م ۸	مرد	۴۷	دکتری	رئیس هیئت	۳۷	م ۱۷	مرد	۴۹	دکتری	استاد	۴۶
م ۹	مرد	۶۰	دکتری	استاد	۲۸						

کدگذاری باز و محوری

در بخش کدگذاری نخست همه مصاحبه‌ها موردبررسی قرار گرفتند و پس از بررسی و تجزیه‌وتحلیل مصاحبه‌ها، فرآیند تحلیل آغاز گردید. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات و پوشش مدل پژوهش

از طریق مطالعه کتب، مقالات و نیز با استفاده ازنظر متخصصان، تعداد ۶ سؤال به‌عنوان سؤالات مصاحبه مورد تأیید قرار گرفت. درنهایت با انجام مراحل مختلف کدگذاری و تعیین عوامل مرتبط تعداد ۱۰۷ کد در قالب ۶ مقوله اصلی مرتبط با مدل عوامل مؤثر بر شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی شناسایی شدند.

در ادامه، کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها در هر ۶ بعد اصلی مدل پارادایمی استراوس و کوربین، به‌صورت مجزا ارائه شده است.

شرایط علی

جدول ۳: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی شرایط علی

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز
عوامل فردی	ویژگی‌های فردی	سن
		جنسیت
		تحصیلات
		تعداد اعضای خانواده
		وضعیت تأهل
		وضعیت سلامتی جسمی و روحی
		درون‌گرایی و برون‌گرایی
		میزان علاقه‌مندی به ورزش
	ویژگی‌های شخصیتی	میزان سخت‌کوشی
		میزان کم رو و خجالتی بودن
		میزان پرانرژی بودن
		میزان انعطاف‌پذیری فرد
		وضعیت مسکن
		پایگاه اجتماعی
	ویژگی‌های اجتماعی	میزان شادی دایره دوستان
		کیفیت شادی در خانواده
		وجود افراد شاد در خانواده و دوستان
		سطح حضور در ورزش همگانی در خانواده و دوستان

		وضعیت اقتصادی فرد
	عوامل اقتصادی	وضعیت اقتصادی خانواده و دوستان
		میزان هزینه‌کرد خانواده، دوستان و فرد برای ورزش
		کیفیت ارتباطات در محیط کار
	محیط کار	میزان فعالیت‌های ورزشی همگانی در محیط کار
		میزان اهمیت مدیران به حضور در ورزش همگانی برای کارکنان
عوامل محیطی		میزان سختی کار و وجود زمان اضافی برای انجام فعالیت‌های ورزشی
		کیفیت ارتباط فرد با مدیر، همکلاسی، استاد (معلم)
	مدرسه و دانشگاه	میزان اهمیت مدیر مدرسه و دانشگاه به انجام فعالیت ورزشی شاد و مفرح
		میزان برنامه‌ریزی متولیان ورزش همگانی برای افزایش شادی در جامعه از طریق ورزش
	برنامه‌ریزی	میزان استفاده از نخبگان و متخصصان ورزش همگانی، روان‌شناسان، جامعه شناسان و اساتید دانشگاهی برای برنامه‌ریزی در زمینه افزایش شادی از طریق ورزش در جامعه
		بررسی میزان دستیابی به اهداف از قبل تدوین‌شده در زمینه افزایش شادی در جامعه
		سطح میزان شادی در جامعه
مدیریتی	نظارت و ارزیابی	سطح میزان شرکت در فعالیت‌های ورزش همگانی در جامعه
		میزان نظارت بر عملکرد دستگاه‌های متولی ورزش همگانی
		میزان نظارت بر امکانات و زیرساخت‌های موردنیاز برای ورزش همگانی
		میزان نیروی انسانی موردنیاز در ورزش همگانی
	هماهنگی و سازماندهی	میزان هماهنگی سازمان‌ها و بخش‌های مختلف در ورزش همگانی
		میزان هماهنگی سازمان‌های فرهنگی و ورزشی با یکدیگر در جهت تزریق شادی به جامعه

نتایج نشان داد که ۳۷ کد مفهومی و ۳ مقوله اصلی از ابعاد و مؤلفه‌های شرایط علی مؤثر بر شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی می‌باشد.

جدول ۴: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی عوامل زمینه‌ای

مقوله‌ها	مفاهیم
فرهنگی	فرهنگ حمایتگری
	فرهنگ تشویق و انگیزه دادن
	فرهنگ مشارکت اجتماعی
	فرهنگ سخت‌کوشی
	فرهنگ ورزش کردن برای تمامی اقشار
زیرساخت‌ها و امکانات	وجود زیرساخت‌های ورزشی در تمامی مناطق
	وجود زیرساخت‌های ورزشی برای زنان و مردان
	وجود زیرساخت‌های ورزشی برای گروه‌های سنی مختلف
	وجود زیرساخت‌های ورزشی روباز و طبیعی
	تنوع زیرساخت‌های ورزشی در سطح شهر
قوانین و مقررات	وجود امکاناتی نظیر باندها برای پخش آهنگ‌های شاد در محیط‌های ورزشی
	وجود قوانین حمایت از انجام ورزشی‌های همگانی در محیط‌های روباز
	وجود قوانین حمایتی برای تزریق بودجه برای توسعه زیرساخت‌ها و امکانات ورزشی
	وجود قوانین حمایت از ورزش همگانی به‌صورت خانوادگی

نتایج نشان داد که ۱۴ کد مفهومی و ۳ مقوله از ابعاد و مؤلفه‌های عوامل زمینه‌ای مؤثر بر شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی می‌باشد.

جدول ۵: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی عوامل مداخله‌گر

مقوله‌ها	مفاهیم
مالی	وضعیت اقتصادی و معیشتی عموم جامعه
	مشکلات مالی سازمان‌های ورزشی برای انجام برنامه‌های توسعه ورزش همگانی برای افزایش شادی در جامعه
	مشغله‌های شغلی و ساعات شغلی و چندشغله بودن افراد
	گران بودن خرید تجهیزات ورزشی برای مردم و سازمان‌های ورزشی
	گران بودن هزینه شرکت در کلاس‌های ورزشی

	در اولویت نبودن هزینه کرد در ورزش همگانی نسبت به ورزش قهرمانی و حرفه‌ای برای مدیران
	درآمدزا نبودن ورزش همگانی
	هزینه بالای نگهداری، تجهیز و توسعه اماکن ورزشی
	متکی بودن زنان خانواده به درآمد همسران (پدران) و نداشتن استقلال مالی برای هزینه کرد در ورزش
	نابرابری و بی‌عدالتی درآمدی سازمان‌های ورزشی نسبت به سازمان‌های دولتی دیگر
سلامتی	وضعیت سلامت جسمی عموم جامعه (قند، چربی خون، فشار، مشکلات اسکلتی)
	وضعیت سلامت روانی عموم جامعه (امید به زندگی پایین، افسردگی، بی‌انگیزگی)
	اهمیت ندادن عموم جامعه به بهبود سلامت جسمی و روانی از طریق ورزش
	اطلاع نداشتن از تأثیر ورزش بر شادکامی و بهبود سلامت
	فراگیری استفاده از گوشی‌های هوشمند
	کم‌تحرکی زیاد جامعه
	تمایل به خوردن غذاهای فراوری‌شده
سبک	تعریف متفاوت شادی در قشر جوان
زندگی	کسب شادی از طرق ناسالم (شرکت در جشن‌های ناسالم، مصرف مشروبات الکلی، سیگار، قلیان، گل و سایر مواد مخدر)
	الگو نبودن بزرگ‌ترها و والدین برای فرزندان برای حضور در فعالیت‌های ورزشی
	سبک زندگی پر از مشغله فردی و شغلی برای اعضای خانواده

نتایج نشان داد که ۲۱ کد مفهومی و ۳ مقوله از ابعاد و مؤلفه‌های عوامل مداخله‌گر عوامل مؤثر بر شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی می‌باشد.

جدول ۶: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی راهبردهای مؤثر

مقوله‌ها	مفاهیم
انگیزشی	ایجاد انگیزه مالی برای کارمندان فعال در ورزش همگانی (بن‌های تخفیفی، خدمات درمانی، کمک معیشتی، مسکن، خودرو، ازدواج فرزندان و ...)
	ایجاد انگیزه‌های مادی و غیرمادی برای دانش‌آموزان، دانشجویان و سایر گروه‌ها برای حضور در ورزش همگانی

	استفاده از شخصیت‌های مطرح فرهنگی، ورزشی، هنری و ... به‌منظور ترغیب افراد به حضور در فعالیت‌های ورزشی همگانی
	ایجاد انگیزه از طریق نمایش مزایای آن برای گسترش شادی در جامعه از طریق رسانه‌ها
	ساخت سریال تلویزیونی با موضوع ورزش و سلامتی در شبکه‌های استانی و سراسری
	ایجاد انگیزه از طریق برگزاری جشن‌ها و بازی‌های بومی محلی
	آموزش نیروی انسانی متخصص در زمینه ورزش همگانی
	استفاده از نیروهای متخصص و فعال در زمینه ورزش همگانی باروحیه شاد به‌منظور
آموزشی	آموزش سایر نیروها
	آموزش مزایای حضور در فعالیت‌های ورزشی بر بهبود شادی در رسانه‌ها
	آموزش مزایای حضور در فعالیت‌های ورزشی بر بهبود شادی در مدارس و دانشگاه‌ها
	تدوین برنامه‌هایی جهت حضور اقشار مختلف جامعه در ورزش همگانی (افراد معلول و بیماران خاص، کودکان، زنان، سالمندان و ...)
	استفاده از الگوهای برتر جهانی در سطح سازمان‌های متولی ورزش همگانی
	استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های فرهنگی کشور جهت انجام فعالیت‌های ورزشی مفرح هماهنگی و همگون کردن فعالیت‌های ورزشی همگانی در سازمان‌های مختلف و پرهیز از موازی کار
سازمانی	تشکیل و راه‌اندازی مراکز غنی‌سازی اوقات فراغت استان‌های سراسر کشور
	استفاده از ظرفیت‌های شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی برای حضور در ورزش همگانی
	استفاده از خیرین و رزش‌یار برای توسعه مشارکت در ورزش‌های همگانی
	راه‌اندازی زنگ ورزش و تندرستی در ادارات –مراکز نظامی و انتظامی – کارخانجات همکاری وزارت آموزش‌وپرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت کار و امور اجتماعی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، شهرداری‌ها و نیروهای مسلح) جهت توسعه ورزش همگانی

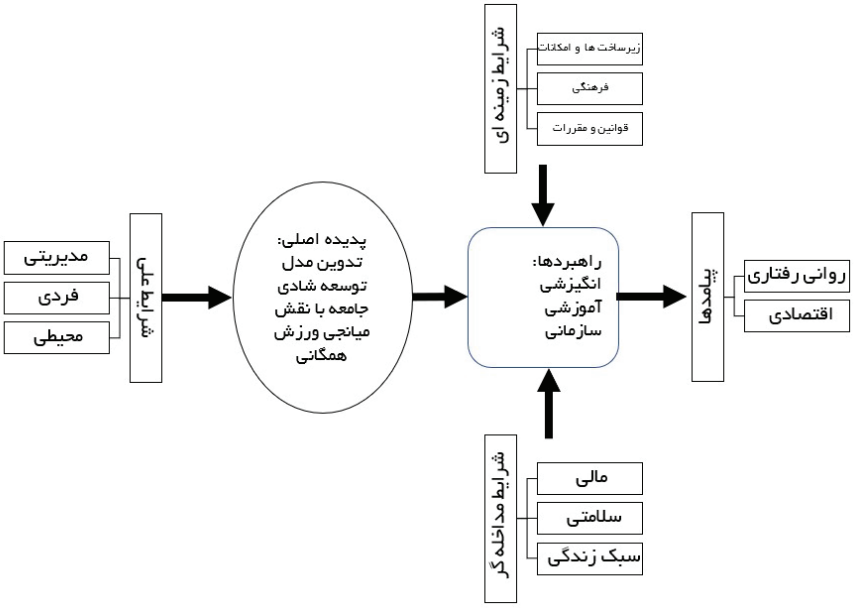
نتایج نشان داد که ۱۹ کد مفهومی و ۳ مقوله از ابعاد و مؤلفه‌های راهبردهای افزایش شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی می‌باشد.

جدول ۷: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی پیامدهای مؤثر

مقوله‌ها	مفاهیم
پیامدهای روانی/ رفتاری	ایجاد شورونشاط در سطح خانواده و جامعه
	کاهش ناهنجاری‌های روانی (افسردگی، اضطراب، عزت‌نفس پایین و..)
	بهبود سطح فعالیت‌های گروهی
	بهبود ارتباطات بین فردی
	افزایش سطح امید به زندگی
	کاهش دعواها و نزاع‌های خانواده و اجتماع
	کاهش تمایل به مصرف دخانیات
	تخلیه انرژی سالم برای نوجوانان و جوانان
	ثبات و استحکام خانواده
پیامدهای اقتصادی	کاهش هزینه‌های درمان جسمی و روانی
	کاهش هزینه‌های ناهنجاری‌های اجتماعی
	ارتقای صنعت ورزش
	ایجاد شغل‌های جدید
	توسعه گردشگری ورزشی
	افزایش بودجه ورزش همگانی با مشاهده استقبال و آثار مثبت آن در جامعه
	افزایش راندمان و بهره‌وری شغلی و درآمدی افراد

نتایج نشان داد که ۱۶ کد مفهومی و دو مقوله از پیامدهای توسعه شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی می‌باشد.

کدگذاری انتخابی:



شکل ۱: مدل شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی

الگوی شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی، متأثر از شرایط علی (فردی، مدیریتی و محیطی) و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (انگیزشی، آموزشی و سازمانی) که متأثر از شرایط زمینه‌ای (زیرساخت‌ها و امکانات، فرهنگی و قوانین و مقررات) و شرایط مداخله‌گر (مالی، سلامتی و سبک زندگی) می‌باشد، می‌تواند منجر به پیامدهای روانی/ رفتاری و اقتصادی گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی تدوین مدل توسعه شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی بود. در نظام توسعه ورزش کشور، برنامه‌ریزی و تخصیص بودجه در حد قابل‌توجهی همواره در جریان بوده است، ولی مشکلات و کاستی‌های عمده‌ای در مرحله اجرا و نظارت بر آن وجود دارد. به همین دلیل کارشناسان و متخصصان، این دو بعد را به‌منظور خلق فرصت‌های ورزشی یکسان برای همه افراد جامعه مهم‌تر ارزیابی نموده‌اند. ورزش همگانی به دو دلیل در درجه اهمیت قرار دارد: یکی اینکه بر اساس قانون، توسعه ورزش همگانی، اولین وظیفه همه ارگان‌ها و سازمان‌های ورزشی است؛ دوم اینکه ورزش همگانی زیربنای ورزش قهرمانی به‌حساب می‌آید. تحقیقات نشان داده است که ورزش قهرمانی در همگانی شدن ورزش نقش حاشیه‌ای دارد، اما ورزش همگانی در رشد و توسعه ورزش قهرمانی نقش محوری و زیربنایی

دارد. سلامتی جامعه، مبارزه با اعتیاد، مبارزه با ناهنجاری‌ها، پر کردن اوقات فراغت و تأمین برنامه برای نشاط جمعی جامعه به‌وسیله ورزش همگانی صورت می‌پذیرد. نتایج پژوهش نشان دادند که؛ الگوی شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی، متأثر از شرایط علی (فردی، مدیریتی و محیطی) و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (انگیزشی، آموزشی و سازمانی) که متأثر از شرایط زمینه‌ای (زیرساخت‌ها و امکانات، فرهنگی و قوانین و مقررات) و شرایط مداخله‌گر (مالی، سلامتی و سبک زندگی) می‌باشد، می‌تواند منجر به پیامدهای روانی/ رفتاری و اقتصادی گردد.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که الگوی شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی، متأثر از شرایط علی (فردی، مدیریتی و محیطی) می‌باشد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش محرم‌زاده و همکاران (۱۴۰۳)، نصرالله‌زاده و همکاران (۱۴۰۲)، کان[1] و همکاران (۲۰۲۴) و هائو[2] و همکاران (۲۰۲۳) همسو می‌باشد. در تفسیر این نتیجه می‌توان به این موارد اشاره کرد که با توجه به نقش و اهمیت عوامل مدیریتی در رغبت مردم به ورزش همگانی به همراه برنامه‌ریزی مدون و هماهنگ، تنظیم و تدوین یک برنامه راهبردی و جامع، ارائه راهکارها و برنامه‌هایی برای توجیه سیاست‌گذاران در مورد پرداختن به ورزش، ترویج و تقویت نشاط و امید از طریق تعمیم ورزش همگانی و دیگر عوامل این نتیجه قابل توجیه می‌باشد. درواقع در سطح مدیریت ورزشی سبب ارتقا و توسعه ورزش همگانی در سطح جامعه می‌شوند. به عبارتی، مدیریت برنامه‌های ورزشی را در سطح کلان طرح‌ریزی و اجرا می‌کند. در عصر حاضر برای برنامه‌ریزی بسیاری از امور باید از شیوه‌های مختلف مدیریت استفاده نمود. درواقع می‌توان گفت که مدیریت فرایند برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، نظارت و کنترل است. به عبارتی، مدیریت برنامه‌هایی را در سطح کلان طرح‌ریزی و اجرا می‌کند.

همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان داد که الگوی شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی، متأثر از راهبردهای استخراجی (انگیزشی، آموزشی و سازمانی) می‌باشد. این نتیجه با یافته‌های پژوهشرستم پور و همکاران (۱۴۰۲)، عباسی صیمره و همکاران (۱۴۰۱)، وارموس[3] و همکاران (۲۰۲۳) و شیبوری[4] (۲۰۲۳) همسو می‌باشد. در تفسیر این نتیجه می‌توان به این موارد اشاره کرد که برای توسعه فرهنگ ورزش همگانی در بین اقشار مردم تنها آموزش به اقشار پایه برای تغییر یک نسل گره‌گشا نخواهد بود. پژوهش‌ها نشان می‌دهد نگرش والدین در حضور یا عدم‌حضور فرزندان در فعالیت‌های ورزشی بسیار تأثیرگذار است. والدین ورزشکار تمایل بیشتری برای حضور فرزندانشان در عرصه فعالیت‌های ورزشی دارند. این مسئله

[1] Kan
[2] Hao
[3] Varmus
[4] Shilbury

بیانگر اهمیت نگرش والدین به این مسئله است. در کنار آموزش به اقشار پایه باید والدین نیز به اهمیت ورزش همگانی برای توسعه سلامت فرزندان، خود و سایر افراد جامعه پی ببرند و از این رهاورد نگاه مثبت به فعالیت‌های ورزشی و ورزش همگانی داشته باشند تا به‌عنوان مانعی بر سر راه مشارکت فرزندان در فعالیت‌های ورزشی و ورزش همگانی مطرح نباشند. تحقیقات بسیاری به اهمیت این موضوع پرداخته و نگرش والدین را عامل مؤثری در حوزه آموزش برشمرده‌اند. اهمیت ورزش همگانی برای افزایش نشاط اجتماعی و سلامت عمومی بر کسی پوشیده نیست و در تحقیقات گوناگون ابعاد متفاوتی از راه‌های توسعه و موانع موجود برای توسعه ورزش همگانی در کشور موردبحث و بررسی قرارگرفته است. آنچه در جدیدترین تحقیقات داخلی و خارجی موردتوجه پژوهشگران قرارگرفته، آموزش صحیح و اصولی است. بی‌شک آموزش صحیح در عرصه ورزش همگانی از راه‌های توسعه پایدار آن در بین نسل‌های متمادی مردم کشور است. برای ایجاد و نهادینه‌سازی یک فرهنگ، یکی از بهترین رویکردها، آموزش اقشار پایه برای اصلاح یک نسل است.

همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان داد که الگوی شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی، متأثر از شرایط زمینه‌ای (زیرساخت‌ها و امکانات، فرهنگی و قوانین و مقررات) می‌باشد. این یافته با نتایج پژوهش حسینیان مهاجر و همکاران (۱۴۰۱)، عباسی صیمره و همکاران (۱۴۰۱)، سارول[1] و همکاران (۲۰۲۴) و شیبوری[2] (۲۰۲۳) همسو می‌باشد. در تفسیر این نتیجه می‌توان به این موارد اشاره کرد که نبود زیرساخت-های مناسب برای توسعه ورزش همگانی و تفریحی و درنهایت ورزش سلامت‌محور، حلقه مفقوده زنجیره توسعه فرهنگ ورزش همگانی است. این مسئله که تأمین زیرساخت‌ها در بین عوامل مؤثر در توسعه فرهنگ ورزش همگانی در چه رتبه‌ای قرار دارد، یک مسئله است و اینکه وجود زیرساخت‌های مناسب و قوانین و مقررات را شرط کافی برای توسعه ورزش همگانی برشمریم، مسئله دیگری است. با آموزش مناسب و مؤثر و بدون داشتن زیرساخت‌های مناسب به موفقیت دست پیدا نخواهیم کرد. در بسیاری از پژوهش‌های انجام-گرفته به ضعف زیرساخت‌های مناسب و قوانین و مقررات موجود در حوزه ورزش همگانی اشاره‌شده است. اماکن ورزشی که هم به لحاظ تعداد و هم ازنظر استانداردسازی تجهیزات در جایگاه مطلوبی قرار ندارند و این بحران برای شهرهای دور از پایتخت و مناطق روستایی بیشتر به چشم می‌خورد و نیازمند عزم ملی و همه‌جانبه است.

همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان داد که الگوی شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی، متأثر از پیامدهای روانی/ رفتاری و اقتصادی می‌باشد. این نتیجه با یافته‌های پژوهشنصرالله‌زاده و همکاران

[1] Sarol
[2] Shilbury

(۱۴۰۲)، کان[1] و همکاران (۲۰۲۴) و هائو[2] و همکاران (۲۰۲۳) همسو می‌باشد. در تفسیر این نتیجه می‌توان به این موارد اشاره کرد که توسعه ورزش همگانی امری است که در جامعه امروزی بسیار موردتوجه است. دلیل اهمیت بیش‌ازحد آن نیز شرایطی است که در جوامع کنونی پیش روی شهروندان قرارگرفته است. مدرنیته و تأثیرات بیش‌ازحد فناوری بر زندگی افراد، سبب شده است که شهروندان با مشکلات جسمانی و روانی ناشی از فقر حرکتی دست‌وپنجه نرم کنند. این امر سبب شده است که نیاز به فعالیت‌های ورزش همگانی بیش‌ازپیش احساس شود و سازمان‌های مسئول در این حوزه نیز، بیش‌ازپیش در برنامه‌ریزی فعالیت-های ورزش همگانی فعالیت می‌کنند. در این زمینه پیشرفت‌های خوبی در چند سال اخیر در کشورمان حاصل‌شده است، اما باوجود همه این فعالیت‌ها، هنوز ورزش همگانی به‌عنوان یکی از اقلام مصرفی خانواده-های ایرانی موردتوجه قرار نگرفته است. به نظر می‌رسد که در کلان‌شهرها وضعیت بهتری وجود دارد و تبلیغات و برنامه‌های منظم رفتاری و اقتصادی در حوزه ورزش همگانی تأثیرات مثبتی داشته است؛ اما در شهرهای کوچک و نواحی محروم، کمبودهای فراوانی در این حوزه وجود دارد و نیاز به تلاش چشمگیر و همه‌جانبه برای توسعه ورزش همگانی به‌عنوان یک فرهنگ و یکی از ملزومات زندگی روزمره شهروندان احساس می‌شود.

بنابراین با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود که بررسی تدوین مدل توسعه شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی و ایجاد چهارچوبی که عوامل توسعه ورزش همگانی در متن آن قرار گیرند، می‌تواند طی فقط چند سال باعث افزایش مشارکت کلان گردد؛ شرایطی که هنوز در کشور ما رخ نداده و در مطالعات نیز اشاره شده که هنوز مشارکتی روی نداده است. ارتباطاتی که در مدل وجود دارد، نشان‌دهنده وابسته بودن برخی از عوامل به یکدیگر است که در برخی از مقوله‌ها تجمیع و در برخی دیگر به‌تنهایی مطرح‌شده‌اند. پژوهشگران این مقاله سعی در به‌وجودآوردن چهارچوب مدل توسعه شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی داشته‌اند که از ابعاد مختلفی تشکیل می‌شود. یکی از این ابعاد، بررسی عوامل توسعه زیرساخت‌ها بوده است که به طراحی مدل کمک می‌کنند. با ایجاد و تسهیل این مدل و گام‌های توسعه‌ای نهایی می‌توان به‌تمامی ابعاد تأثیرگذار در مشارکت دست‌یافت تا در آینده با صلاحدید مسئولان به شرایط اجرا نزدیک شود. همچنین با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود که موارد ذیل برای توسعه شادی جامعه با نقش میانجی ورزش همگانی به‌طورجدی موردتوجه قرار گیرد: حمایت مالی از ورزش همگانی، بازاریابی و جذب تماشاچیان ورزش همگانی، کیفیت اماکن ورزشی، دانش افراد در مورد نحوه مشارکت، دانش مردم در مورد فوائد ورزش، مشکلات مالی مردم، سطح رضایت شغلی، سطح رضایت از زندگی و درآمد مردم. علاوه بر آنچه بیان شد وجه نوآوری پژوهش حاضر با توجه به خلا تئوریک در پژوهش‌های داخلی می‌توان

[1] Kan
[2] Hao

در قالب مدل پژوهش بیان کرد که با استفاده از روش کیفی با رویکرد سیستماتیک تدوین‌شده است. همچنین در مورد محدودیت‌های پژوهش باید گفت که با توجه به نمونه‌گیری گلوله برفی که در پژوهش انجام‌شده است، محدودیت در تعمیم‌پذیری نتایج پژوهش را به همراه خواهد داشت.

منابع

- پورعبدی، جاوید. (۱۳۹۸). «**تبیین جایگاه ورزش همگانی در اندیشه رهبر معظم انقلاب با رویکرد تحلیل محتوا**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بین‌المللی امام رضا.
- جامعی، فاطمه. (۱۳۹۷). «**تبیین عوامل مؤثر در گرایش مردم به ورزش‌های همگانی و قهرمانی با تأکید بر نقش رسانه‌های جمعی از دیدگاه کارشناسان تربیت‌بدنی استان کردستان**». اولین همایش ملی مدیریت راهبردی و کاربردی. سقز.
- حسینیان مهاجر، سید عسگر، فهیمی‌نژاد، علی؛ مرسل، باقر و طیبی ثانی، سیدمصطفی. (۱۴۰۱). «**ارائه چارچوب نظری مبتنی بر تحلیل و برنامه‌ریزی توسعه مشارکت ورزشی اقشار خاص (مطالعه موردی جامعه جانبازان، معلولین، ناشنوایان و نابینایان)**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۲۱(۵۷)، صص ۱۷۳-۱۹۲.
- رستم‌پور، علیرضا؛ جانی، آذر و حسینی، آرمان. (۱۴۰۲). «**بررسی نقش خلاقیت معلمان در زنگ تربیت‌بدنی و افزایش شادابی و نشاط در دانش آموزان**». اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های مدیریت، تعلیم و تربیت در آموزش‌وپرورش.. تهران.
- ریوندی، لیلا. (۱۴۰۳). «**ورزش همگانی؛ با تأکید بر پرداختن به فعالیت با انگیزه کسب آرامش روانی**». هشتمین کنفرانس بین‌المللی علوم ورزشی، تربیت‌بدنی و سلامت اجتماعی. تهران.
- عباسی صیمره، کبری و رضایی، شمس‌الدین. (۱۴۰۱). «**الگوی شادی و نشاط در ورزش همگانی در دوران بحران (مطالعه موردی: دوران کرونا)**». هشتمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت‌بدنی ایران. تهران.
- محرم‌زاده، مهرداد و عبد زیدان، مثنی. (۱۴۰۳). «**طرح جامع برنامه‌ریزی توسعه ورزش همگانی**». سومین کنفرانس بین‌المللی تربیت‌بدنی، تغذیه و طب ورزشی.
- محرم‌زاده، مهرداد و محمدمهدی، علی. (۱۴۰۳). «**نقش بازاریابی ورزشی در توسعه ورزش همگانی و افزایش سلامت جامعه**». سومین کنفرانس بین‌المللی تربیت‌بدنی، تغذیه و طب ورزشی.
- ملانی، ایوب؛ هاشمی، فضل‌اله؛ آسوده، سمیه و خدادادی، وحید. (۱۴۰۲). «**نقش آموزش‌وپرورش در شادابی دانش‌آموزان در محیط مدارس**». دهمین همایش ملی تازه‌های روان‌شناسی مثبت. بندرعباس.
- نصرالله‌زاده، هانیه؛ نجفی، سهیلا و حسینی، میرمسعود. (۱۴۰۲). «**بررسی تأثیر ورزش‌های همگانی بر سلامت جامعه و نقش تربیت‌بدنی در رشد جسمانی دانش آموزان**»، اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های مدیریت، تعلیم و تربیت در آموزش‌وپرورش. تهران.
- Bouquet, P., Molinari, A., & Vettorato, S. (2024). "**Using a Sports Technology Maturity Model for Evaluating Smart Cities. In 2024 IEEE International Workshop on Sport".** Technology and Research (STAR) (pp. 258-263). IEEE.
- Hafiar, H., Budiana, H. R., Abdullah, K. H., Sofyan, D., & Amin, K. (2024). **"Scoring big: a bibliometric analysis of the intersection between sports and public relations".** Cogent Social Sciences, 10(1), 2297706.
- Hao, Y., Qiu, Z., Xu, Q., He, Q., Fang, X., & Wang, C. (2023). **"Innovation strategy design of public sports service governance based on cloud computing".** Journal of Cloud Computing, 12(1), 69.
- Honiukova, L., Hotsul, I., Yudenko, O., & Maistrenko, K. (2024). **"Formation of Public Policy in the Field of Physical Education and Sports in Ukraine".** Public Policy and Administration, 23(3), 324-343.
- Kan, B., & Xie, Y. (2024). **"Impact of sports participation on life satisfaction among internal migrants in China: The chain mediating effect of social interaction and self-efficacy".** Acta Psychologica, 243, 104139.
- Kassing, G. (2014). **Introduction to Recreation and Leisure.** Human Kinetic, 18.

- Sarol, H., Polat, S. Ç., & Ekinci, E. (2024). **"Perceived health outcomes of recreation and happiness: exploring the mediating role of resilience".** Frontiers in Public Health, 12, 1383367.
- Shilbury, D. (2022). **"In search of sport management".** *In A research agenda for sport management* (pp. 3-18). Edward Elgar Publishing.
- Sotiriadou, P., Thrush, A., & Hill, B. (2022). **"An examination of the changes on facilitators and constraints during lifelong participation in surfing".** European Sport Management Quarterly, 22(6), 747-767.
- Varmus, M., Kubina, M., Mičiak, M., Šarlák, M., & Greguška, I. (2023). **"Sustainable management of the public financial model for sports support in Slovakia".** Sustainability, 15(14), 11310.
- Zhang, B., Dong, Y., Kelobonye, K., Zhou, R. Z., & Xu, Z. (2023). **"Delineating walking catchment of the existing and proposed public sports facilities with open-source data: a case study of Nanjing".** Applied spatial analysis and policy, 16(2), 729-749.

طراحی مدل رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی

ابراهیم صفری نوده [۱]
طاهر بهلکه [۲]
زین‌العابدین فلاح [۳]
محمدعلی نودهی [۴]

10.22034/ssys.2023.2685.2941
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۰/۰۸
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۱/۰۴

هدف از تحقیق حاضر، طراحی مدل رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی بود. روش تحقیق حاضر، با رویکرد کیفی به روش داده‌بنیاد بود که ازنظر هدف کاربردی و ازنظر جمع‌آوری اطلاعات به‌صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش شامل اساتید مدیریت ورزشی- که پژوهش‌هایی در حوزه رفتار سازمانی انجام داده بودند- مدیران منتخب هیئت‌های ورزشی، مدیران ادارات ورزش و جوانان و مدیران فدراسیون‌های ورزشی- دارای سابقه مدیریتی بیش از ۵ سال و تحصیلات دکتری- بود که۲۰ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند یا نظری به عنوان نمونه انتخاب‌شدند. ابزار تحقیق، مصاحبه نیمه‌ساختاری بود که تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت. برای آزمون روایی و پایایی تحقیق، از روش مقبولیت، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری و جهت کدگذاری باز، محوری و گزینشی از رویکرد کیفی گراندد تئوری (تئوری زمینه‌ای) استفاده شد. بر اساس کدهای باز شناسایی‌شده، کدهای محوری شکل گرفتند و به کمک کدگذاری انتخابی، مدل نظری توسعه پیدا کرد. سپس مدل پارادایمی با نظر خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. الگوی رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی متأثر از عوامل فردی، سازمانی، مدیریتی و مربوط به شغل و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (حمایتی، توانمندسازی روان‌شناختی، برنامه‌ریزی و نظارت) که متأثر از شرایط زمینه‌ای (جذب و به‌کارگیری) و شرایط مداخله‌گر (قوانین، منابع انسانی و محیطی) می‌باشد، می‌تواند منجر به پیامدهای فردی و شغلی برای کارکنان سازمان‌های ورزشی گردد.

واژگان کلیدی: طردشدگی سازمانی، دل‌زدگی شغلی، کناره‌گیری در محیط کار و کناره‌گیری کارکنان.

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران
[۲] استادیار، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران(نویسنده مسئول)
E-mail: Bahlekehtaher1984@gmail.com
[۳] دانشیار، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران
[۴] استادیار، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

مقدمه

با توجه به اهمیت روابط فردی و گروهی در سازمان، مطالعه عواملی که می‌توانند بر این روابط اثرات منفی و یا مثبت داشته باشند برای مدیران سازمان‌ها و محققان مهم و با اهمیت می‌باشد. یکی از عواملی که می‌تواند بر روابط درون سازمان اعم از فردی، گروهی یا سازمانی اثر منفی داشته باشد، رفتار کناره‌گیری در سازمان است. کناره‌گیری بخشی از زندگی انسانی است، زیرا پدیده‌ای شایع است که افراد می توانند آن را در محیط‌ها و شرایط مختلف تجربه کنند (ابوزید[1] و همکاران، ۲۰۲۱). از آن‌جا که عضویت، موضوعی محوری در حس تعلق به گروه‌های انسانی است، کناره‌گیری سازمانی می‌تواند حس افراد را نسبت به خودشان به‌عنوان عضوی از جامعه انسانی مختل کند (خالید[2] و همکاران، ۲۰۲۱). قصد کناره‌گیری از کار[3]، مشغول‌بودن ذهن کارکنان به اینکه در آینده نزدیک شغل خود را ترک خواهد کرد، تعریف‌شده است (جیان[4] و همکاران، ۲۰۲۱). در حوزه تحقیقات سازمانی، رفتار کناره‌گیری اقداماتی تعریف‌شده است برای ایجاد فاصله یا شکاف جسمی یا روان‌شناختی بین کارکنان و محیط کارشان؛ به‌عبارت‌دیگر، کناره‌گیری عبارت است از: هرگونه رفتار هدفمند که توسط آن کارمند تلاش می‌کند از کار یا نشان دادن تمایل و علاقه به کار یا سازمان خودداری کند. کناره‌گیری از شغل، نوع خاصی از انصراف و مستلزم خروج فیزیکی از محل کار (مانند عدم‌حضور، تأخیر و ترک سازمان) و قصد اجتناب (عدم‌ارتباط یا پیوند روان‌شناختی است (اسلیتر[5] و همکاران،۲۰۱۲).

رفتارهای کناره‌گیری[6]، اشاره به مجموعه‌ای از رفتارهای کارکنان دارد؛ به‌گونه‌ای که آن‌ها بر سرکارشان حاضر می‌شوند، اما تصمیم گرفته‌اند مشارکت کمتری داشته باشند (ابراهیم[7]، ۲۰۲۱). کارکنانی که به سازمانشان متعهد نیستند، با رفتارهای کناره‌گیری در تعامل می‌باشند. این کارکنان، رفتارهایی برای اجتناب از موقعیت کار انجام می‌دهند- رفتارهایی که درنهایت ممکن است منجر به ترک سازمان شوند (فیضی و همکاران، ۲۰۱۲). مطالعات قبلی نشان می‌دهند که کارکنان احساس می‌کنند به دلیل استرس و نارضایتی، مدتی به یک استراحت و دوری از شغلشان نیاز دارند. انتظار می‌رود رفتارهای کناره‌گیری به شکل محدوده وسیعی از رفتارهای مضر و نامناسب در کار ظاهر شوند. رفتارهای کناره‌گیری موجب کاهش اثربخشی سازمان می‌شوند. کارکنان با چنین رفتارها و نگرش‌هایی، به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم تمایل به

[1] Abuzied
[2] Khalid
[3] Intention to resign from work
[4] Jian
[5] Sliter
[6] Withdrawal behaviors
[7] Ibrahim

کاهش تلاش‌شان در کاردارند (خان[1] و همکاران،۲۰۲۱). همچنین کناره‌گیری در محیط کار به‌عنوان یک مسئله اخلاقی مهم در سازمان‌ها مطرح‌شده و می‌تواند هنجارهای اخلاقی اجتماعی در سازمان را نقض کند و به کارکنان سازمان آسیب وارد نماید. بر این اساس کناره‌گیری در محیط کار می‌تواند منجر به پیامدهای شغلی مخربی گردد که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. یکی از مهم‌ترین پیامدهای کناره‌گیری در سازمان، کاهش رفتارهای خلاقانه و نوآورانه کارکنان می‌باشد. چونگ[2] (۲۰۱۸) بیان می‌کند زمانی که کارکنان احساس کنند مورد بی‌توجهی قرارگرفته‌اند، نسبت به شغل و وظایف شغلی بی‌توجه شده و کم‌تر از روش های جدید برای حل مسائل کاری خود استفاده خواهند نمود که این امر می‌تواند منجر به کاهش خلاقیت فردی و سازمانی گردد. همچنین کناره‌گیری در سازمان بر اقدامات دانشی کارکنان اثرگذار خواهد بود (جو[3] و همکاران، ۲۰۲۲). ژائو و همکاران[4] (۲۰۱۶) در این زمینه بیان می‌کنند که تسهیم دانش یکی از مهم‌ترین اقدامات در موفقیت هر سازمانی می‌باشد و کارکنان نقش مهمی در آن ایفا می‌نمانید. عواملی مانند کناره‌گیری در سازمان می‌تواند اثر منفی بر این فرایند داشته باشد. کارکنان کناره‌گیری‌کرده به‌تلافی بی‌توجهی اعمال‌شده در قبال آن‌ها، از تسهیم دانش خود با دیگران پرهیز می‌کنند و در اصطلاح دانش مورد نیاز کارکنان و سازمان را از دیگران پنهان می‌سازند که این امر می‌تواند اثرات مخربی بر یادگیری سازمانی داشته باشد (یان و همکاران،۲۰۲۱). رفتار کناره‌گیری می‌تواند باعث شود تا کارکنان نگرش‌ها، افکار و اقدامات خود را با رسالت و اهداف سازمان جدا کنند که این امر بر میزان درگیر شدن کارکنان در کار اثر منفی خواهد گذاشت (فریس و همکاران، ۲۰۱۵). همچنین چنین وضعیتی موجب می‌شود تا کارکنان رفتارهای شهروندی خود در قبال سازمان را تعدیل نمایند. رفتارهای معمول شهروندی سازمانی در کسب‌وکار زمانی اتفاق می‌افتد که کارکنان در یک گروه جمع می‌شوند تا به‌صورت منظم و دائم و یا موقتی و برای فعالیتی مشخص، با هم همکاری داشته باشند (کارپنتر[5]،۲۰۲۱). رفتار کناره‌گیری از سوی کارکنان می‌تواند روحیه همکاری و تعاون بین کارکنان را به‌شدت کاهش دهد که این امربر عملکرد شغلی کارکنان نیز اثری منفی خواهد داشت (وو و همکاران، ۲۰۱۶). در پژوهش‌های سازمانی در کشور توجه اندکی به موضوع رفتار کناره‌گیری سازمانی شده است و اغلب مطالعات انجام‌شده در این زمینه در سازمان‌های غیرورزشی انجام‌شده است که از آن جمله می‌توان به تحقیقات حسن‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) اشاره کرد. بی‌توجهی به موضوع رفتار کناره‌گیری سازمانی در مطالعات، می‌تواند نتیجه این پیش‌فرض نادرست باشد که نادیده انگاشتن فرد در سازمان، به‌ویژه در مقایسه با هزاران رفتار منفی که فرد در محیط کار با آن مواجه می‌شود، بی‌اهمیت است. پژوهش‌های بی

[1] Khan
[2] Chung
[3] Jo
[4] Zhao et al.
[5] Carpenter

شماری در زمینه رفتارهای منفی کاری در سازمان صورت گرفته است و پژوهشگران گوناگون از مناظر مختلف رفتار سازمانی مثبت و منفی را بررسی کرده‌اند؛ اما پژوهش‌های اندکی پیزامون رفتار کناره‌گیری سازمانی و پیامدهای آن در سازمان، به‌خصوص در ایران، انجام‌شده است. تجربه‌های سازمانی نشان می‌دهد که پدیده رفتار کناره‌گیری از سوی دیگران، کارکنان یا گروه‌های منسجم، به‌ویژه در میان افراد تازه‌وارد، منجر به ایجاد احساسات ناخوشایند و سوء رفتارهای کاری در کارکنان سازمان می‌شود که سازمان‌های ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیستند.

سازمان‌های ورزشی به‌ویژه ادارات ورزش و جوانان و مدیران فدراسیون‌های ورزشی به دلیل حجم بالای مسئولیت به‌خصوص در حوزه ورزش همگانی، ورزشی قهرمانی و همچنین پوشش گروه‌های سنی و جنسی مختلف، در عین حال ساختار سازمانی سنتی و تأثیرات تصمیمات سیاسی و اقتصادی بر روند عملکرد آنها، پتانسیل ایجاد و توسعه رفتارهای کناره‌گیری را دارد(حسن‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۰). سازمان‌های ورزشی به‌ویژه ادارات ورزش و جوانان و مدیران فدراسیون‌های ورزشی به عنوان یکی از سازمان‌های مهم در سطح کشور نقش مهمی درروند توسعه ورزش ایران دارند. عملکرد مناسب و شایسته منابع انسانی در این سازمان‌ها می‌تواند باعث موفقیت ورزش در عرصه‌های مختلف گردد. با این حال احتمال وقوع رفتارهای کناره گیری در سازمان‌های ورزشی به‌مانند دیگر سازمان‌ها وجود دارد و این مسئله می‌تواند مشکلات عمده‌ای را برای توسعه ورزش ایجاد نماید. در عین حال رفتارهای کناره‌گیری برای سازمان‌های ورزشی هزینه‌های اقتصادی، اجتماعی و روان‌شناختی زیادی دارد و با توجه به محدودیت‌های دولت در جهت حمایت مالی از سازمان‌های ورزشی و از طرفی چالش‌های مالی موجود برای سازمان‌های ورزشی، کنترل رفتارهای کناره‌گیری می‌تواند باعث زمینه بهبود فرایند کنترل این چالش‌ها را به همراه داشته باشد. در عین حال کنترل رفتارهای کناره‌گیری، زمینه‌ای مهم در جهت تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی می‌باشد و باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. لذا توجه و بررسی عواملی مانند رفتار کناره‌گیری بین کارکنان سازمان های ورزشی می‌تواند پیامدهای شغلی و رفتاری منفی و مخرب آن را کنترل و کاهش دهد. لذا با توجه به اهمیت موضوع و وجود خلأ علمی در این زمینه، هدف اصلی این تحقیق ارائه مدل رفتارهای کناره‌گیری کارکنان سازمان‌های ورزشی می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

رویکرد تحقیق حاضر از نوع کیفی است که با روش گرندد تئوری[1] انجام‌شده است. روش گرندد تئوری معمولاً به سه شیوه سیستماتیک، نوخاسته و سازگارا (ساخت‌گرایانه) اجرا می‌شود. در تحقیق حاضر از روش سیستماتیک که به استراوس و کوربین[2] نسبت داده می‌شود، برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها استفاده‌شد.

[1] Grounded Theory
[2] Strauss & Corbin

روش سیستماتیک خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. جامعه آماری این پژوهش شامل اساتید مدیریت ورزشی- که پژوهش‌هایی در حوزه رفتار سازمانی انجام داده باشند و تجربه همکاری و فعالیت در سازمان‌های ورزشی را داشته باشند- مدیران منتخب هیئت‌های ورزشی، مدیران ادارات ورزش و جوانان و مدیران فدراسیون‌های ورزشی- دارای سابقه مدیریتی بیش از ۵ سال و تحصیلات دکتری- بود که نمونه‌ها به روش نمونه‌گیری هدفمند یا نظری انتخاب‌شدند. از این‌رو فهرست تقریبی از جامعه آماری تهیه شد که شامل ۴۵ استاد دانشگاه و ۱۰ مدیر منتخب بود. سپس با آن‌ها مکاتباتی صورت گرفت و به ترتیب فهرست، با آن‌ها مصاحبه انجام شد. مصاحبه‌ها به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا و دوری مسافت به‌صورت فایل متنی از طریق ارسال ایمیل، در واتساپ و یا تلگرام و برخی نیز به‌صورت تلفنی و تماس تصویری انجام شد. از مصاحبه ۱۷ به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده گردید و از مصاحبه ۱۸ به بعد داده‌ها کاملاً تکراری و به اشباع نظری رسیده بود، اما برای اطمینان تا مصاحبه ۲۰ ادامه یافت. برای بررسی روایی، یافته‌های پژوهش برای مشارکت‌کنندگان ارائه و متن نظریه توسط آن‌ها مطالعه و نقطه نظرات آن‌ها اعمال شد. همچنین در این پژوهش از روش توافق درون‌موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام‌گرفته استفاده گردید. برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون‌موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک دانشجوی مقطع دکتری مدیریت ورزشی درخواست شد تا به‌عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند. آموزش‌ها و تکنیک‌های لازم جهت کدگذاری مصاحبه‌ها به ایشان انتقال داده شد. در هرکدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در نظر هر دو نفر مشابه هستند با عنوان «توافق» و کدهای غیرمشابه با عنوان «عدم‌توافق» مشخص شدند. سپس محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کردند و درصد توافق درون‌موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود، محاسبه شد. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول زیر آمده است:

جدول ۱: محاسبه پایایی بین دو کُدگذار

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم‌توافقات	پایایی بین دو کدگذار (درصد)
۱	P2	۲۲	۹	۴	٪۸۱/۸
۲	P8	۳۴	۱۴	۶	٪۸۲/۳
۳	P15	۲۸	۱۲	۴	٪۸۵/۷
	کل	۸۴	۳۵	۱۴	٪۸۳/۳

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود تعداد کل کُدها که توسط محقق و همکار پژوهش به ثبت رسیده است برابر ۸۴، تعداد کل توافقات بین این کُدها ۳۵ و تعداد کل عدم‌توافقات بین این کُدها برابر ۱۴

است. پایایی بین کُدگذاران برای مصاحبه‌های انجام‌گرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول یادشده برابر ۸۳/۳ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است (کوال[1]، ۱۹۹۶). قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تایید است و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است.

یافته‌های پژوهش

نتایج جمعیت‌شناختی پژوهش در جدول ۲ گزارش‌شده است:

جدول ۲: توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

کد	جنسیت	سن	سطح تحصیلات	گروه
P1	زن	۴۰	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P2	مرد	۴۵	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P3	مرد	۵۱	کارشناسی ارشد	مدیر
P4	مرد	۳۹	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P5	مرد	۵۴	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P6	مرد	۳۷	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P7	مرد	۳۳	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P8	زن	۳۶	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P9	مرد	۴۴	دکتری	مدیر
P10	مرد	۴۷	کارشناسی ارشد	مدیر
P11	مرد	۵۱	کارشناسی ارشد	مدیر
P12	مرد	۳۸	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P13	مرد	۵۵	کارشناسی ارشد	مدیر
P14	مرد	۴۲	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P15	مرد	۳۵	دکتری	استاد مدیریت ورزشی

[1] Kvale

P16	مرد	۴۹	دکتری	مدیر
P17	زن	۳۸	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P18	مرد	۵۷	دکتری	مدیر
P19	مرد	۳۴	دکتری	استاد مدیریت ورزشی
P20	مرد	۴۷	دکتری	استاد مدیریت ورزشی

کدگذاری باز و محوری

در بخش کدگذاری، نخست همه مصاحبه‌ها موردبررسی قرار گرفتند و پس از بررسی و تجزیه‌وتحلیل مصاحبه‌ها، فرآیند کدگذاری آغاز گردید. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات و پوشش مدل پژوهش از طریق مطالعه کتب، مقالات و نیز با استفاده ازنظر متخصصان تعداد ۶ سؤال به‌عنوان سؤالات مصاحبه مورد تأیید قرار گرفت. درنهایت با انجام مراحل مختلف کدگذاری و تعیین عوامل مرتبط تعداد ۸۲ کد در قالب ۱۶ مقوله اصلی مرتبط با مدل رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی شناسایی شدند. در ادامه، کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها در هر ۶ بعد اصلی مدل پارادایمی استراوس و کوربین، به‌صورت مجزا ارائه شده است:

جدول ۳: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی پدیده اصلی

مقوله	مفاهیم	کد مصاحبه‌شوندگان
رفتارهای کناره‌گیری از کار	اجتناب از کار	P1, P4, P6, P11, P18
	اجتناب از تسهیم دانش	P2, P5, P9, P14, P16, P20
	اجتناب از رفتار شهروندی سازمانی	P8, P10, P12, P16, P19
	اجتناب از خلاقیت در کار	P12, P16, P17, P20
	اجتناب از همکاری با سایر همکاران	P2, P6, P9, P15, P20
	اجتناب از پاسخگویی به ارباب‌رجوع	P1, P8, P213, P20
	بی‌توجهی به شغل و وظایف شغلی	P3, P4, P9, P16

بنابراین نتایج حاصل از ۲۰ مصاحبه انجام‌شده، از طریق کدگذاری باز و محوری نشان داد که ۷ کد مفهومی و ۱ مقوله (رفتارهای کناره‌گیری از کار) از ابعاد و مؤلفه‌های پدیده اصلی رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی می‌باشد.

جدول ۴: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی شرایط علی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
فردی	خانوادگی	وجود مشکلات خانوادگی کارکنان	P3, P5, P10, P19
		وجود مشکلات مالی کارکنان	P1, P4, P8, P9, P18
		تعارض کار- خانواده	P3, P9, P11, P15
	ویژگی‌های فردی	پشتکار	P3, P5, P9, P17, P20
		انگیزه و علاقه	P2, P6, P9, P10, P16
		درون‌گرایی/ برون‌گرایی	P4, P8, P11, P20
		تخصص	P8, P11, P12, P19
		تجربه	P3, P4, P11, P16
		اعتمادبه‌نفس	P1, P5, P10, P17
		عزت‌نفس	P2, P8, P13, P20
سازمانی	حمایت سازمانی	عدم‌حمایت مالی سازمان ورزشی از کارکنان	P1, P6, P10, P11, P19, P20
		عدم‌حمایت غیرمالی و انگیزشی سازمان ورزشی از کارکنان	P2, P3, P8, P16
		فرهنگ‌سازمانی غیرحمایت‌گر	P1, P4, P6, P11
	ساختار سازمانی	عدم‌انعطاف در ساختار سازمانی	P2, P3, P5, P8, P19
		ساختار سازمانی عمودی	P1, P3, P9, P16
		سلسله‌مراتب زیاد در ساختار سازمانی	P5, P7, P8, P14, P17
	مدیریتی	نگرش مدیران سازمان‌های ورزشی نسبت به عملکرد کارکنان	P3, P6, P8, P17
		عدم‌برنامه‌ریزی صحیح در جهت رفع نیازهای کارکنان از سوی مدیران سازمان‌های ورزشی	P1, P3, P6, P17, P18
		عدم‌ارزیابی به‌موقع و شایسته از کارکنان در سازمان‌های ورزشی	P2, P4, P11, P13, P20
		عدم‌ارائه بازخورد مناسب (تشویق و تنبیه) به کارکنان سازمان‌های ورزشی	P4, P8, P9, P13

مربوط به شغل	حس نابرابری و بی‌عدالتی در شغل	P3, P11, P12, P16
	سختی شغل	P3, P4, P12, P18
	ناهمخوانی شغل با توانایی‌های فردی	P1, P2, P9, P10, P13, P20
	یکنواختی شغلی	P2, P8, P17, P19
	ناامنی شغلی	P1, P3, P6, P11, P19
	بی‌توجهی به کارکنان از سوی سازمان ورزشی (مدیر سازمان و سایر کارکنان)	P2, P4, P6, P8, P20
	ناهمخوانی شغل با ویژگی‌های فردی (درون‌گرایی، برون‌گرایی و ...)	P1, P3, P9, P14
	روشن نبودن وظایف	P4, P6, P8, P12, P19
	کنترل بیش‌ازحد توسط مدیران	P2, P8, P10, P17

نتایج نشان داد که ۲۹ کد مفهومی، ۴ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی از ابعاد و مؤلفه‌های شرایط علی مؤثر بر رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی می‌باشند.

جدول ۵: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی عوامل زمینه‌ای

مقوله‌ها	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
جذب و به‌کارگیری	وجود قوانین جذب کارکنان برای سازمان‌های ورزشی	P1, P5, P11, P15, P20
	به‌کارگیری کارکنان جذب‌شده در سازمان‌های ورزشی به‌صورت شایسته	P2, P6, P10, P16
امکانات	امکانات سخت‌افزاری سازمان‌های ورزشی	P1, P4, P7, P12, P19
	امکانات نرم‌افزاری سازمان‌های ورزشی	P3, P5, P6, P8, P13
	تهویه و بهداشت مناسب سازمان‌های ورزشی	P1, P9, P10, P14, P28
	مبلمان مناسب اداری در سازمان‌های ورزشی	P1, P8, P17, P19

نتایج نشان داد که ۶ کد مفهومی و ۲ مقوله از ابعاد و مؤلفه‌های عوامل زمینه‌ای مؤثر بر رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی می‌باشند.

جدول ۶: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی عوامل مداخله‌گر

مقوله‌ها	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
قوانین	عدم‌وجود قوانین حمایتی از کارکنان در سازمان‌های ورزشی	P3, P9, P15, P17, P18
	وجود مقررات دست وپاگیر	P2, P5, P9, P19
	وجود آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های زیاد، متفاوت و متناقض	P2, P5, P16, P20
منابع انسانی	عدم‌وجود مدیران دغدغه مند در پیشگیری از بروز رفتارهای کناره‌گیری در کارکنان سازمان‌های ورزشی	P2, P3, P5, P9, P16, P20
	غیرتخصصی بودن مدیران سازمان‌های ورزشی	P2, P5, P11, P15, P19
	سیاسی بودن فرایند انتخاب و جذب کارکنان و مدیران سازمان‌های ورزشی	P3, P4, P6, P7, P20
	دو شغله بودن کارکنان	P1, P5, P9, P13, P18, P20
محیطی	وجود تنش‌های سیاسی	P2, P5, P6, P10, P16
	وجود مشکلات اقتصادی (گرانی/ تورم/ تحریم و..)	P1, P4, P7, P10, P12, P19
	ضعف در ارتباطات بین سازمانی	P11, P13, P19, P20
	وجود مشکلات فرهنگی / اجتماعی	P4, P8, P10, P20

نتایج نشان داد که ۱۱ کد مفهومی و ۳ مقوله از ابعاد و مؤلفه‌های عوامل مداخله‌گر مؤثر بر رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی می‌باشند.

جدول ۷: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی راهبردهای مؤثر

مقوله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
حمایتی	حمایت از کارکنان سازمان‌های ورزشی از سوی مدیران سازمان	P3, P10, P15, P17
	حمایت از دستاوردها و خلاقیت‌های کارکنان از سوی مدیران سازمان‌های ورزشی	P1, P3, P10, P15, P18, P19
	حمایت مالی و غیرمالی از کارکنان سازمان‌های ورزشی	P1, P3, P5, P16, P18, P19
	حمایت شغلی از کارکنان در سازمان‌های ورزشی	P2, P4, P6, P17, P20
توانمندسازی روان‌شناختی	القای حس ارزشمندی به کارکنان از سوی مدیران سازمان	P2, P4, P6, P13, P14, P19
	ایجاد حس توانمندی در کارکنان از سوی مدیران	P9, P11, P12, P15, P17, P20
	افزایش خودکارآمدی و خودکنترلی در کارکنان	P2, P4, P6, P17

برنامه‌ریزی	تدوین برنامه راهبردی برای اجتناب از رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی	P3, P5, P7, P8, P20
	تدوین برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت برای جلوگیری از کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی	P2, P4, P6, P14, P18, P19
	شناسایی تهدیدها و نقاط ضعف بروز رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی	P1, P3, P4, P5, P11, P12
	استفاده از مشاوران روان‌شناختی و شغلی به‌منظور اجتناب از رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی	P4, P6, P8, P14, P16, P19, P20
	ایجاد نقشه راه برنامه‌های اجتناب از کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی	P4, P7, P8, P10, P15
	برنامه‌ریزی در جهت بهبود زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی کارکنان در محل کار سازمان‌های ورزشی	P7, P9, P10, P17
نظارت و ارزیابی	نظارت بر فعالیت‌های کارکنان بی‌انگیزه	P2, P4, P5, P16
	پاداش به عملکرد کارکنان بی‌انگیزه	P1, P3, P4, P14, P15, P19
	افزایش مزایای شغلی به کارکنان	P3, P4, P6, P16

نتایج نشان داد که ۱۶ کد مفهومی و ۴ مقوله از ابعاد و مؤلفه‌های راهبردهای کاهش رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی می‌باشند.

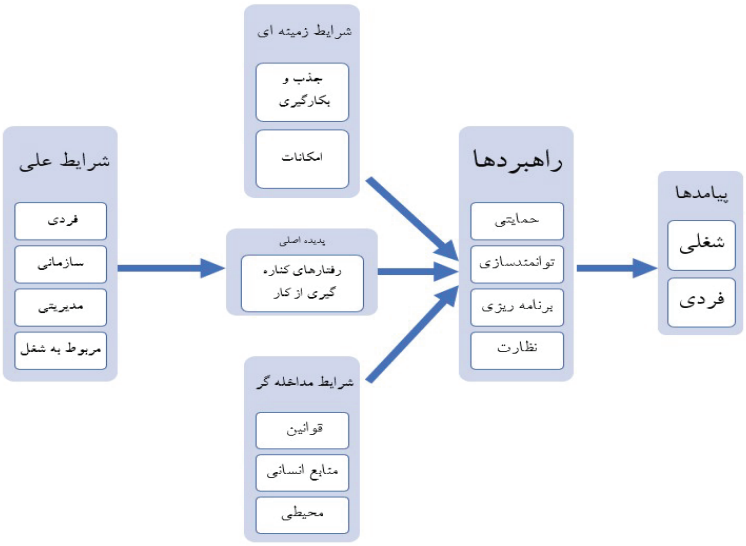
جدول ۸: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی پیامدهای مؤثر

مقوله	مفاهیم	کد مصاحبه‌شوندگان
شغلی	افزایش رفتار شهروندی	P2, P10, P15, P16, P20
	افزایش همکاری و تعاون با کارکنان دیگر و مدیران	P3, P7, P16, P19
	افزایش رضایت شغلی	P4, P7, P8, P14, P15, P19
	افزایش بهره‌وری سازمانی	P2, P3, P11, P15, P19
	افزایش توانمندی سازمانی	P5, P6, P12, P17
	افزایش انگیزه شغلی	P3, P4, P8, P14
	افزایش خلاقیت و نوآوری	P1, P5, P7, P14, P16, P18
	افزایش تعهد شغلی	P2, P4, P8, P15, P19
	کاهش کم‌کاری	P3, P4, P7, P14, P15, P18

	افزایش آوای سازمانی	P3, P6, P9, P13, P16
	افزایش خودباوری	P4, P10, P16, P19, P20
فردی	افزایش عزت‌نفس	P1, P3, P8, P13, P15, P19
	افزایش امید به آینده	P4, P6, P9, P15, P18, P19

نتایج نشان داد که ۱۳ کد مفهومی و ۲ مقوله از ابعاد و مؤلفه‌های پیامدهای اجرای راهبردهای کاهش رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی می‌باشند.

کدگذاری انتخابی



شکل ۱: مدل رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی

الگوی رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی متأثر از عوامل فردی، سازمانی، مدیریتی و مربوط به شغل و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (حمایتی، توانمندسازی روان‌شناختی، برنامه‌ریزی و نظارت) که متأثر از شرایط زمینه‌ای (جذب و به‌کارگیری) و شرایط مداخله‌گر (قوانین، منابع انسانی و محیطی) می‌باشد و می‌تواند منجر به پیامدهای فردی و شغلی برای کارکنان سازمان‌های ورزشی گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از تحقیق حاضر، طراحی مدل رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی بود. الگوی رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی متأثر از عوامل فردی، سازمانی، مدیریتی و مربوط به شغل و با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی (حمایتی، توانمندسازی روان‌شناختی، برنامه‌ریزی و نظارت) که متأثر از شرایط زمینه‌ای (جذب و به‌کارگیری) و شرایط مداخله‌گر (قوانین، منابع انسانی و محیطی) می‌باشد، می‌تواند منجر به پیامدهای فردی و شغلی برای کارکنان سازمان‌های ورزشی گردد. در این راستا می‌توان اظهار کرد معمولاً برای داشتن به یک سازمان بهره‌ور، کارکنان باید وظایف خود را به‌موقع انجام دهند و بسیاری از کارمندان باید در زمان غیر کاری هم مشغول مسائل مربوط به کار شوند تا این امر مهم محقق گردد. این در حالی است که کارکنان با رفتار کناره‌گیری هیچ‌گاه حاضر به چنین پشتیبانی از سازمان نخواهند بود و برایشان چنین کاری دشوار خواهد بود؛ چرا که این نوع کارکنان خود را از سازمان جدا می‌بینند و حاضر به چنین کاری نیستند (لیونز[1] و همکاران، ۲۰۲۲). بااین‌حال با در نظر گرفتن راهبردهای استخراجی در پژوهش حاضر همچون راهبردهای حمایتی، توانمندسازی روان‌شناختی، برنامه‌ریزی و نظارت امکان کاهش رفتار کناره‌گیری وجود دارد. در این راستا جیانگ و کو (۲۰۲۲) راهبردهای حمایتی و تفویض اختیار، سرفراز و همکاران (۲۰۲۲) و سان[2] و همکاران (۲۰۲۲)، راهبرد توانمندسازی روان‌شناختی و توسعه دانش و آگاهی شغلی، لیو[3] و همکاران (۲۰۲۲) برنامه‌ریزی، بهبود ساختار سازمانی، جو و لی[4] (۲۰۲۲) ارتقای برنامه‌های ارزیابی و نظارت را بر بهبود عملکرد شغلی و کاهش رفتارهای کناره‌گیری پیشنهاد کردند که همسو با نتایج پژوهش حاضر است. در عین حال یان و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان «اثر کاهنده سرمایه روان‌شناختی بر رفتار کناره‌گیری کارکنان« به انجام رساندند که نتایج حاکی از تأثیر منفی و معنادار سرمایه روان‌شناختی بر قصد جابجایی کارکنان بود و این همبستگی تا حدی از طریق نگرش شغلی میانجی‌گری می‌شود؛ یعنی برای حفظ استعدادهای کاری باید اقدامات مناسبی را برای کمک به کارکنان در به دست آوردن و حفظ منابع روان‌شناختی مثبت مانند سرمایه روان‌شناختی انجام داد. تیان و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان «بررسی اثر رفتار کناره‌گیری بر عملکرد کارکنان و سازمان» به انجام رساندند. نتایج نشان داد که اعتماد به شرکت به‌طور قابل‌توجهی رفتارهای کناره‌گیری کارکنان شرکت را کاهش می‌دهد. علاوه بر این، رفتارهای کناره‌گیری کارکنان بر تمایل کارکنان برای به اشتراک گذاشتن دانش ضمنی تأثیر منفی می‌گذارد. سلیمان[5] و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان «حمایت اجتماعی به‌عنوان واسطه‌گر در

[1] Linos
[2] Sun
[3] Liu
[4] Jo & Lee
[5] Sulaiman

رابطه بین ناامنی شغلی و بهزیستی روان‌شناختی در بین کارمندان بخش‌های دولتی و خصوصی» انجام دادند و دریافتند که حمایت اجتماعی راهکاری مفید و مؤثر در جهت کاهش انزوا و کناره‌گیری در محل کار است و زمینه کاهش احساس ناامنی شغلی را فراهم می‌کند. وتراکوا[1] و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان «نحوه حفظ و نگهداشت کارمندان با استعداد در شرکت‌های اسلواکی» به انجام رساندند. در این پژوهش، با بررسی کارکنان و مدیران شرکت‌های چندملیتی نشان داده‌شد که استفاده مناسب از استعداد کارکنان در محیط شغلی باعث بهبود رضایت شغلی و تلاش برای عملکرد بهتر می‌گردد و در مقابل، عدم‌توجه به استعداد کارکنان باعث افزایش حس کناره‌گیری و دل‌زدگی شغلی می‌شود.

درعین‌حال شرایط زمینه‌ای حاکی از آن است که جذب و به‌کارگیری، ازجمله راهبردهای زمینه کاهش رفتار کناره‌گیری در سازمان‌های ورزشی است. باید در نظر داشت که هنگامی‌که فرد درگیر کناره‌گیری است، چراغ روشن است، ولی کسی خانه نیست. در برخی مقالات شغلی (نرمین[2] و همکاران، ۲۰۲۲) از کناره‌گیری به‌عنوان «فرسایش صندلی گرم» نام می‌برند؛ به این معنی که هر چند صندلی‌های کارکنان خالی نیست و در آنجا حضور فیزیکی دارند، اما خودشان هم آنجا نیستند، روحشان جای دیگر است. کندی[3] و همکاران (۲۰۲۲) معتقداند رفتارهای حمایتی همچون تفویض اختیار و مسئولیت‌های بیشتر و همچنین به‌کارگیری در کارگروه‌ها و کمیسیون‌های شغلی می‌تواند رفتار کناره‌گیری را کاهش دهد. بااین‌حال کارکنانی که نسبت به سازمانشان متعهد نیستند، دچار رفتار کناره‌گیرانه می‌شوند و آن به‌عنوان برخی از اقداماتی تعریف می‌شود که کارکنان برای امتناع و طفره‌رفتن از کار انجام می‌دهند، رفتارهایی که اگر سرانجام به اوج برسد منجر به استعفا از شرکت می‌شود (لیو و ژو[4]، ۲۰۲۲). تحقیقات صورت گرفته پیرامون واکنش‌های افراد نسبت به وقایع کاری ناخوشایند نشان می‌دهد که کارکنان به یکی از چهار روش مختلف واکنش نشان می‌دهند. اول ممکن است تلاش شود که فرد خود را از آن موقعیت خلاص کند، چه با غیبت مکرر از کار و چه با ترک داوطلبانه سازمان مربوطه. این شیوه، «خروج» نام دارد که به‌صورت واکنش فعال و مخرب فرد به‌منظور پایان دادن یا محدود کردن عضویت سازمانی تعریف می‌شود دوم اینکه ممکن است تلاش شود تا اوضاع را با ملاقات اعضای جدید در خارج از محیط کاری تغییر دهد. این عمل، «سازش» نامیده می‌شود که به‌عنوان یک واکنش سازنده فعال که فرد در آن تلاش دارد تا وضعیت را بهبود بخشد، تعریف می‌شود. سوم اینکه ممکن است "دندان روی جگر بگذارد" و با وجود عدم‌خوشحالی و رضایت به همان سطح تلاش ادامه می‌دهد. این واکنش، «وفاداری» نامیده می‌شود که به‌عنوان واکنش سازنده و منفعلانه در جهت

[1] Vetráková
[2] Namin
[3] Kenedi
[4] Liu & Zhou

حفظ حمایت‌های عمومی از وضع موجود تعریف می‌شود. درحالی‌که خود فرد، شخصاً امید به بهبود آن دارد و چهارم اینکه، سرسری از موضوعات می‌گذرد و می‌گذارد که عملکردش به‌تدریج بدتر شود. این واکنش را «غفلت» می‌نامند و به‌عنوان یک واکنش تخریبی منفعل تعریف می‌شود که در آن علاقه و تلاش کاری کاهش می‌یابد. گاهی اوقات غفلت می‌تواند گران‌تر از خروج باشد، زیرا به‌آسانی قابل‌مشاهده نیست. کارمندان ممکن است ماه‌ها از وظایفشان غفلت کنند (حتی سال‌ها)، قبل از اینکه رئیسشان به رفتارهای ضعیفشان پی برد (حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

بااین‌حال بر اساس نتایج پژوهش حاضر می‌توان از طریق راهبردهای حمایتی همچون حمایت از کارکنان سازمان‌های ورزشی از سوی مدیران سازمان، حمایت از دستاوردها و خلاقیت‌های کارکنان از سوی مدیران سازمان‌های ورزشی، حمایت مالی و غیرمالی از کارکنان سازمان‌های ورزشی و حمایت شغلی از کارکنان در سازمان‌های ورزشی، راهبردهای توانمندسازی روان‌شناختی همچون القای حس ارزشمندی به کارکنان از سوی مدیران سازمان، ایجاد حس توانمندی در کارکنان از سوی مدیران و افزایش خودکارآمدی و خودکنترلی در کارکنان، همچنین راهبردهای برنامه‌ریزی مانند تدوین برنامه راهبردی برای اجتناب از رفتارهای کناره‌گیری و تدوین برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت برای جلوگیری از کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی، شناسایی تهدیدها و نقاط ضعف بروز رفتارهای کناره‌گیری و استفاده از مشاوران روان‌شناختی و شغلی به‌منظور اجتناب از رفتارهای کناره‌گیری کارکنان در سازمان‌های ورزشی، همچنین ایجاد نقشه راه برنامه‌های اجتناب از کناره‌گیری و برنامه‌ریزی در جهت بهبود زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی کارکنان در محل کار سازمان‌های ورزشی زمینه بهبود عملکرد را در سازمان‌های ورزشی به‌عنوان متولیان اصلی توسعه ورزش و فعالیت بدنی فراهم آورند. لذا به مدیران سازمان‌های ورزشی پیشنهاد می‌شود تا با تشکیل کارگروه‌های تخصصی در سازمان، علل رفتارهای کناره‌گیری کارکنان را بررسی و دنبال راه‌های برون‌رفت از آن با توجه به راهبردهای ارائه‌شده در پژوهش حاضر باشند. همچنین مدیران باید امکان اظهارنظر و ارائه پیشنهادها و انتقادات را برای کارکنان فراهم کنند و از سکوت سازمانی در سازمان‌های ورزشی جلوگیری نمایند و با توسعه شفافیت سازمانی، عدالت سازمانی و پیشبرد برنامه‌ها با استفاده از تمام ظرفیت سازمان و توجه به رویکرد مدیریت تنوع، در جهت کاهش رفتارهای کناره‌گیری تلاش نمایند.

در عین حال پیشنهاد می‌گردد تا سازمان های ورزشی با بهبود بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در امورات سازمانی خود، ضمن کاهش مشکلات اداری، به بهبود کنترل رفتارهای کناره‌گیری اقدام نمایند. همچنین با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا با ایجاد استانداردهای شغلی در سازمان‌های ورزشی، سعی در جذب نیروی انسانی با توجه به معیارها و استانداردهای تعبیه‌شده داشت تا بدین‌صورت ضمن جذب نیروی انسانی توانمند، شرایط جهت کنترل رفتارهای کناره‌گیری را فراهم نمود.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا با بهبود وضعیت اخلاق حرفه‌ای مدیران ورزشی، زمینه جهت انتقال این اخلاق به کارکنان زیردست را فراهم نمود تا بدین‌وسیله شرایط جهت کنترل رفتارهای کناره‌گیری در سازمان‌های ورزشی را مهیا نمود.

گفتنی است که پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی همچون تفاوت‌های مفهومی و نگرشی نسبت به رفتارهای کناره‌گیری در سازمان‌های ورزشی و سوگیری مدیران و مسئولان در زمینه وجود این رفتارها بود. در انتها خاطر نشان می‌گردد که ارائه و توسعه ملاک‌های شفاف و کاربردی در زمینه ارزیابی عملکرد می‌تواند زمینه بهبود عملکرد و کاهش رفتارهای کناره‌گیری را فراهم آورد و ارائه این مدل ارزیابی عملکرد کارکنان سازمان‌های ورزشی در جهت کنترل رفتارهای کناره‌گیری می‌تواند موضوع مناسبی برای پژوهش‌های آینده باشد.

منابع

- حسن‌زاده، تورج؛ سیددانش، سیدیحیی و ایل بیگی، نوشین. (۱۳۹۳). «**بررسی و تبیین رابطه بین استرس شغلی و رفتارهای کناره‌گیری کارکنان اداره کل شیلات استان گیلان**». پژوهش‌نامه مدیریت تحول. ۶(۱۲)، صص ۱۱۳-۱۳۴.
- حسن‌نژاد، رضا؛ صفانیا، علی‌محمد و آفرینش خاکی، اکبر. (۱۴۰۰). «**همبستگی تنبلی سازمانی با عملکرد سازمانی با میانجی‌گری اینرسی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان**». فصل‌نامه مدیریت ارتقای سلامت. ۱۱ (۱)، صص۷۲-۸۴.
- حسینی، ابوالحسن؛ قربانی پاجی، عقیل و اکبری، امیر. (۱۳۹۸). «**اثر طرد شدگی در محیط کار بر رفتارهای محیط کار با نقش میانجی عزت‌نفس سازمانی و تعدیلگر عدالت سازمانی**». مجله علمی مدیریت فرهنگ‌سازمانی. ۱۷(۴)، صص ۵۶۹-۵۸۶.
- صالحی صدقیانی، جمشید؛ کرمی، حامد و قربانی پاجی، عقیل. (۱۳۹۸). «**تأثیر طردشدگی ادراک‌شده بر رفتارهای انحرافی کارکنان با نقش میانجی‌گر بدبینی سازمانی و تعدیل‌گر روان‌رنجوری**». پژوهش‌های مدیریت انتظامی. ۱۴(۲)، صص ۱۹۵-۲۱۶.
- فتاحی، فرهاد؛ جهانگیرفرد، مجید و مهدی‌زاده، علی. (۱۳۹۹). «**تأثیر رفتارهای منفعت‌طلبانه مدیران بر بروز رفتارهای انحرافی کارکنان**». پژوهش‌نامه نظم و امنیت انتظامی. ۱۳(۴۹)، صص ۱۸۸-۲۱۲.
- Abuzied, A., & Al-Romeedy, B. (2021). **"The Impact of Organizational Balance on Limiting Employee Withdrawal Behaviors Applied to Egyptian Tourism Companies".** Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality.
- Azelama, B. A., & Osumah, O. A. (2022). **"Relationship between academic staff withdrawal behaviours and administrative effectiveness of heads of department of universities".** International Journal of Research in Counseling and Education, 6(1).
- Carpenter, N. C., Newman, D. A., & Arthur Jr, W. (2021). **"What are We Measuring? Evaluations of Items Measuring Task Performance, Organizational Citizenship, Counterproductive, and Withdrawal Behaviors".** Human Performance, 34(4), 316-349.
- Chung, Y. W. (2018). **"Workplace ostracism and workplace behaviors: A moderated mediation model of perceived stress and psychological empowerment".** Anxiety, Stress and Coping, 11, pp. 1-14.
- Feizi, M.; Soheili, S.; Hasanzadeh, M., & pakdel, A. (2012). **"Surveying the relationship between job stressors and withdrawal behaviors".** Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 6(9), 407-411.
- Ferris, D. L., Lian, H., Brown, D. J., & Morrison, R. (2015). **"Ostracism, self-esteem, and performance: When do we self-verify and when do we self-enhance?"** Academy of Management Journal, 58, pp. 279–297.
- Ibrahim, R. I. M., Emeagwali, O. L., & Akkaya, M. (2021). **"The mediating role of workplace flourishing on the causal link between linguistic ostracism and withdrawal behavior".** Kybernetes.

- Jiang, Z., & Qu, Y. E. (2022). **"Leader favorable feedback and withdrawal behavior: a moderated mediation model of gratitude and leader-member exchange".** Personnel Review.
- Jian-ju, W. A. N. G., Jun, Y. A. N. G., & Zhi-hua, D. E. N. G. (2021). **"Research on the Influence Mechanism of Followership Prototype—Trait Matching on Employees' Following or Withdrawal Behaviors".** Journal of Guizhou University of Finance and Economics, 39(02), 62.
- Jo, Y., & Lee, D. (2022). **"Activated at home but deactivated at work: How daily mobile work leads to next-day psychological withdrawal behavior".** Journal of Organizational Behavior, 43(1), 1-16.
- Jo, Y., & Lee, D. (2022). **"Activated at home but deactivated at work: How daily mobile work leads to next-day psychological withdrawal behavior".** Journal of Organizational Behavior, 43(1), 1-16.
- Kenedi, J., Satriawan, B., & Khaddafi, M. (2022). **"The Effect of Organizational Culture on Employee Performance".** International Journal of Educational Review, Law and Social Sciences (IJERLAS), 2(6), 817-826.
- Khalid, S. A., Rahman, N. A., Noor, A. N. M., & Shaharudin, M. R. (2021). **A Conceptual Paper on the Role of Cohesion as a Moderator on the Relationship between Citizenship Behavior and Withdrawal Behaviour.**
- Khan, M. A., & Ali, G. (2021). **The Effect of Authentic Leadership of School Heads on Teachers' Withdrawal and Organizational Citizenship Behaviors: Confirming the Mediation of Psychological Empowerment.**
- Kvale, S. (1996). **Interviews: An Introduction to qualitative research interviewing.** Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lee, Y. H., Lee, J., & Lee, S. K. (2022). **"The mediating effect of workplace incivility on organization culture in South Korea: A descriptive correlational analysis of the turnover intention of nurses".** Journal of Nursing Scholarship, 54(3), 367-375.
- Linos, E., Ruffini, K., & Wilcoxen, S. (2022). **"Reducing burnout and resignations among frontline workers: a field experiment".** Journal of Public Administration Research and Theory, 32(3), 473-488.
- Liu, W., Zhou, Z. E., & Xuan Che, X. (2022). **"Effect of workplace incivility on OCB through burnout: The moderating role of affective commitment".** *In Key Topics in Work and Organizational Psychology* (pp. 55-67). Springer, Cham.
- Liu, X., & Raghuram, S. (2022). **"The effects of latent withdrawal profiles on employee turnover, destinations and job performance".** Human Resource Management Journal, 32(2), 384-405.
- Namin, B. H., Marnburg, E., & Bakkevig Dagsland, Å. H. (2022). **"Frontline Service Employees' Profiles: Exploring Individual Differences in Perceptions of and Reactions to Workplace Incivility".** Behavioral Sciences, 12(3), 76.
- Parray, Z. A., Islam, S. U., & Shah, T. A. (2022). **"Exploring the effect of workplace incivility on job outcomes: testing the mediating effect of emotional exhaustion".** Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance, (ahead-of-print).
- Peng, A. C., & Zeng, W. (2017). **"Workplace ostracism and deviant and helping behaviors: The moderating role of 360 degree feedback".** Journal of Organizational Behavior, 38, pp. 833-855.
- Serfraz, A., Munir, Z., Mehta, A. M., & Qamruzzaman, M. (2022). **"Nepotism Effects on Job Satisfaction and Withdrawal Behavior: An Empirical Analysis of Social, Ethical and Economic Factors from Pakistan".** The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 9(3), 311-318.
- Sliter, M., Sliter, K., & Jex, S. (2012). **"The employee as a punching bag: The effect of multiple sources of incivility on employee withdrawal behavior and sales performance".** Journal of Organizational Behavior, 33(1), 121–139.
- Sun, B., Zhu, F., Lin, S., Sun, J., Wu, Y., & Xiao, W. (2022). **"How Is Professional Identity Associated with Teacher Career Satisfaction? A Cross-Sectional Design to Test the Multiple Mediating Roles of Psychological Empowerment and Work Engagement".** International Journal of Environmental Research and Public Health, 19(15), 9009.
- Tian, A. Y., Ahammad, M. F., Tarba, S. Y., Pereira, V., Arslan, A., & Khan, Z. (2021). **"Investigating employee and organizational performance in a cross-border acquisition—A case of withdrawal behavior".** Human Resource Management, 60(5), 753-769.

- Wu, C., Liu, J., Kwan, H. K., & Lee, C. (2016). **"Why and when workplace ostracism inhibits organizational citizenship behaviors: An organizational identification perspective".** Journal of Applied Psychology, 101, pp. 362–378.
- Yan, Z., Mansor, Z. D., Choo, W. C., & Abdullah, A. R. (2021). **"Mitigating effect of psychological capital on employees' withdrawal behavior in the presence of job attitudes: Evidence from five-star hotels in Malaysia".** Frontiers in psychology, 12.
- Yue, Y., Nguyen, H., Groth, M., Johnson, A., & Frenkel, S. (2021). **"When heroes and villains are victims: how different withdrawal strategies moderate the depleting effects of customer incivility on frontline employees".** Journal of Service Research, 24(3), 435-454.
- Zhao, H., He, P., Sheard, G., & Pei, W. (2016). **"Workplace ostracism and knowledge hiding in service organizations. International".** Journal of Hospitality Management, 59, pp. 84-94.
- Zhao, Z., & Chen, S. T. (2021). **"The Influence of Authoritarian Leadership on Employees' Withdrawal Behavior-On the Adjustment of Adversity Quotient".** *In DPU International Conference on Business Innovation and Social Sciences 2021* (pp. 236-245). Dhurakij Pundit University.

شناسایی عوامل مؤثر بر همسویی راهبردی در ادارات ورزش و جوانان

سیدجلال عسکری[۱]
عباس خدایاری[۲]
سیدنعمت خلیفه[۳]

10.22034/ssys.2023.2536.2833

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۷/۰۲
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۰۹

هدف این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر همسویی راهبردی در ادارات ورزش و جوانان بود. پژوهش حاضر به‌لحاظ فلسفه از نوع تفسیرگرایانه، به لحاظ رویکرد از نوع استقراریی، به لحاظ راهبرد از نوع نظریه داده‌بنیاد با رویکرد گلیزر، به لحاظ انتخاب پژوهش از نوع تحقیق کیفی و به‌لحاظ بازه زمانی از نوع مقطعی است که برای گردآوری داده‌های آن از ابزار مصاحبه استفاده شد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش را مدیران ستادی وزارت ورزش و جوانان و همچنین مدیران ادارات ورزش و جوانان تشکیل می‌دادند. جهت نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد و نمونه‌گیری تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه پیدا کرد- براین مبنا تعداد ۱۸ مصاحبه انجام گرفت. جهت ممیزی پژوهش از معیارهای اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأییدپذیری و به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از سه فرایند همپوش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری نظری استفاده شد. با اقتباس از متن همه مصاحبه‌ها در مرحله کدگذاری باز و پس از ترکیب مفاهیم اولیه، ۵۶ مفهوم نهایی و در مرحله کدگذاری محوری ۱۳ مقوله فرعی احصا شد که در ۴ مقوله اصلی با عنوان همسویی ساختاری، سرمایه سازمانی، قابلیت‌های سازمانی و مدیریت راهبردی دسته‌بندی گردیدند. بر مبنای این یافته مشخص گردید که همسویی راهبردی در ادارات ورزش و جوانان به‌عنوان یک دستاورد یا نتیجه تابع توانمندسازهای مختلفی است و شبکه‌سازی متغیرهای همسویی ساختاری، سرمایه سازمانی، قابلیت‌های سازمانی و مدیریت راهبردی به ادارات ورزش و جوانان در خلق نظام همسویی راهبردی کمک می‌کند.

واژگان کلیدی: ادارات ورزش و جوانان، سرمایه سازمانی، قابلیت‌های سازمانی، مدیریت راهبردی، همسویی راهبردی، همسویی ساختاری.

---

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران
[۲] دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Abaskhodayari@gmail.com
[۳] استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

مقدمه

روند روزافزون رقابت و پویایی رو به رشد محیط سازمان‌ها که به دلیل تغییرات مداوم دستورالعمل‌های راهبردی ایجاد می‌شوند، منجر به یک نیاز عینی برای بازنگری اساسی در رویکردهای اصلی مدیریت سازمان‌ها شده است. برای اطمینان از استفاده موثر از منابع و دستیابی به توسعه پایدار[1]، استفاده از رویکردها و سیستم‌های مدیریت مدرن ضروری است. یکی از این رویکردها، مفهوم مدیریت راهبردی است که با در نظر گرفتن مسائل توسعه در شرایط مدیریت مدرن، به راهبرد سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا با فرایندهای سازمانی آن ارتباط برقرار کند (کلی‌چوا، زکیروا، الیبکو، کلیچوا، مورنو و راهیم[2]، ۲۰۱۹). طبق اظهارت پورتر[3] راهبرد، ایجاد تناسب میان فعالیت‌های یک سازمان است و موفقیت یک راهبرد بستگی به انجام مطلوب و انسجام فعالیت دارد. یکی از مهم‌ترین این فعالیت‌ها همسویی[4] است (آذر و معزز، ۱۳۹۳).

همسویی به مناسب‌بودن عناصر مختلف با یکدیگر از بعد هدف و جهت اطلاق می‌شود (کوتوسئو[5]، ۲۰۲۰). از سوی دیگر، مفهوم همسویی مبحثی متداول در ادبیات راهبرد است که در بردارنده این مفهوم است که اگر ترتیبات سازمانی متنوع با راهبرد کلی منسجم و متجانس نباشد، ممکن است سازمان‌ها هدایت راهبردی مبهمی داشته باشند که این امر به نتایج غیربهینه و ناکارآمد منجر شود. برای مثال، چناچه یک یا چند حلقه از حلقه‌های زنجیره سازمان با دیگر حلقه‌ها همسو و هم‌جهت نباشد، تحت تأثیر فشارهای محیطی، تغییرات آن‌ها از الگوی مشابه سایر حلقه‌ها تبعیت نخواهد کرد و در نتیجه ممکن است که زوتر از سایر حلقه‌ها گسسته شده و یکپارچگی کلیت زنجیره را به مخاطره بیندازند (شریف‌پور، ۱۳۸۹). چندین گونه معین از همسویی توسعه یافته است. یکی از این گونه‌ها، همسویی راهبردی[6] است که به وسیله آن همه حوزه‌های تشکیل‌دهنده یک سازمان در تمام سطوح برای کسب یک هدف یا اهداف مشترک و نیل به موفقیت با یکدیگر هم‌جهت و هماهنگ می‌شوند (آرکستیجن و هی‌ود[7]، ۲۰۲۱). در مقایسه با همسویی، همسویی راهبردی حوزه وسیع‌تر و بلندمدت‌تری را شامل می‌شود و همچون مدیریت راهبردی آن را می‌توان در سطح کارکردی، کسب و کار و سازمان تعریف کرد. همسویی راهبردی، کارکردی معرف سازگاری مؤلفه‌های درون یک بخش یا واحد سازمانی با مأموریت و اهداف سایر واحدهاست. همسویی راهبردی کسب و کار نشانگر حد سازگاری مأموریت، اهداف و برنامه‌های یک بخش سازمان با مأموریت، اهداف و

[1] sustainable development
[2] Klychova, Zakirova, Alibekov, Klychova, Morunov & Raheem
[3] Porter
[4] Alignment
[5] Kotusev
[6] strategic alignment
[7] Arkesteijn & Heywood

برنامه‌های سایر بخش‌های سازمان و در نهایت همسویی راهبردی سازمانی نمایانگر درجه تناسب سازمان با محیط رقابتی پیرامون خود است (رضاپور، ۱۳۹۸).

مطالعه گذشته نشان می‌دهد در سازمان‌های همسو[1]، کارکنان و مشتریان از رضایت بالاتری برخوردار هستند و منابع بیشتری به ذینفعان باز می‌گردد. از سوی دیکر، کارگنان جهت تحقق اهداف کلیدی تمرکز می‌نمایند و از تمرکز محض بر سلسله مراتب دست بر می‌دارند. علاوه بر این، در یک سازمان همسو هر کدام از کارکنان از مدیران سطح بالا تا سطح عملیاتی نه تنها راهبرد و اهداف سازمان را درک می‌کنند، بلکه از این‌که کارشان چه کمکی به تحقق آن‌ها می‌کند کاملاً آگاهند. در نتیجه عملکرد سازمان بهبود می‌یابد، مزیت رقابتی و ارزش‌آفرینی برای سازمان حاصل می‌شود و راهبرد سازمان در ابعاد مختلف تحقق پیدا می‌کند (امبورو[2]، ۲۰۲۰؛ سلیم، ساره، کادهیم، علی، حمود و عثمان[3]، ۲۰۲۱؛ گونزالز- بنیتو، سوارز- گونزالز و گونزالز- سانچز[4]، ۲۰۲۱؛ گنجو، خلیلی شورینی، البرزی و زرگر، ۱۴۰۰). در مقابل، سازمان‌های غیرهمسو عملکردشان تنزل پیدا می‌کند، در دستیابی به موقعیت رقابتی پایدار دچار مشکل می‌شوند، از مزایا، فرصت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه پیش‌رو به درستی بهره نمی‌برند و احتمال تحقق مأموریت‌شان کاهش پیدا می‌کند (رضاپور، ۱۳۹۸).

واضح است که سازمان‌های ورزشی نیز در در دستیابی به اهداف و تحقق برنامه‌های راهبردی خود نیازمند همسویی راهبردی هستند کما اینکه نظام مدیریت راهبردی در حوزه ورزش به دلیل موانع مختلف که عدم‌هماهنگی و همسویی یکی از آن مشکلات است، از کارایی و اثربخشی لازم برخوردار نمی‌باشند (معصومی، غرایاق زندی، کیاکجوردی و عمادی، ۱۳۹۵). بدیهی است امروزه سازمان‌های ورزشی باید مانند بیشتر سازمان‌ها و نهادها به سازمان‌های راهبردمحور تبدیل شوند؛ اما همسو نبودن راهبردها با اهداف در کنار سایر مشکلات پیاده‌سازی برنامه‌ها از جمله باور ضعیف مدیران عالی، همراهی ضعیف مدیران عملیاتی و ضعف در تخصیص منابع مالی سبب شده است برنامه‌های راهبردی سازمان‌های ورزشی عملیاتی نشوند (نظری، طباطبایی و کریمیان، ۱۳۹۶). در نتیجه آن مشاهده می‌شود بخشی از پول و زمان این سازمان‌ها از دست رفته، سابقه و زمینه منفی به علت ناکامی در اجرا ایجاد شده، روحیه کارکنان افت پیدا کرده و به موازات آن کارکنان پرخاشگر شده، اعتمادشان را به مدیران از دست داده و به‌طورکلی راهبردهای تدوین‌شده در زمان معین خود پیاده‌سازی نمی‌شوند (پیمان‌فر، الهی و حمیدی، ۱۳۹۳).

[1] aligned organizations
[2] Mburu
[3] Slim, Sarah, Kadhim, Ali, Hammood & Othman
[4] Gonzalez-Benito, Suárez-González & González-Sánchez

براساس ادبیات تحقیق، شکل‌گیری و ایجاد نظام همسویی در سازمان‌ها تابع عوامل مختلفی است و شناخت این عوامل در راستای بهبود سیاست‌گذاری حائز اهمیت است. در این راستا آذر و معزز (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «اندازه‌گیری همسویی راهبردی سازمانی: رویکرد پویایی سیستم» نشان دادند هرچه سازمان در عملکرد راهبردی خود به سطوح بالاتری از همسویی دست یابد، دو مؤلفه تازگی و تناوب بهبود می‌یابند و آن‌ها نیز تغییر در همسویی راهبردی سازمان را در راستای بهبود تسریع خواهند کرد و برعکس. همچنین در این تحقیق مشخص گردید بلوغ سازمانی، تابعی از همسویی راهبردی است و هرچه یک سازمان سطوح بالاتری از همسویی راهبردی ارائه کند، سازمان یادگیرنده‌تر می‌شود و به سطوح بالاتری از بلوغ دست می‌یابد. سرعتی آشتیانی، باباشاهی، یزدانی و کریمی (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «ارائه مدلی برای شکل‌گیری همسویی افقی بین اقدامات مدیریت منابع انسانی» نشان دادند همسویی افقی تحت تأثیر یکپارچگی فرایندی (یکپارچکی درون فرآیند منابع انسانی و اقدامات کلیدی مدیریت منابع انسانی)، یکپارچگی اجرایی (یکپارچه‌سازی اطلاعات و یکپارچه‌سازی تصمیم) و یکپارچگی معماری و پیکره‌بندی (تحقق نیروی کار با مهارت، ارتقای انگیزه منابع انسانی، توانمندسازی) است. در ادامه رضاپور (۱۳۹۸) با بررسی نقش میانجی سرمایه فکری در رابطه بین همسویی راهبردها و عملکرد سازمانی به این نتیجه رسید که بین همسویی راهبرد و عملکرد سازمانی رابط مثبت و معناداری وجود دارد و همسویی راهبردها از طریق سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین عبادی (۱۳۹۸) با مطالعه همسویی راهبردی منابع انسانی در سازمان‌ها نشان داد طراحی سازمان همسو تابع قابلیت‌های سازمانی (مدیریت راهبردی، مدیرتی توسعه کسب و کار، مدیریت سبد محصول، تحقیقات بازار، عملیات طراحی محوصه مدیریت مهندسی تولید، مدیریت کیفیت جامع، مدیریت سیستم‌ها، مدیریت دانش، مدیریت تأمین، مدیریت هزینه) و آمادگی راهبردی منابع انسانی است. در تحقیقی دیگر شمس‌آرا، حسینی، فرهادی محلی و آیباغی (۱۳۹۹) با بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر همسویی اهداف فردی و سازمانی در سازمان‌های خدماتی نشان دادند که شفاف‌سازی، نظارت و کنترل، نظام انگیزشی و مدیریت مشارکتی و معنویت در محیط کار به‌ترتیب بیشترین تأثیر را بر همسوسازی اهداف فردی و سازمانی دارند. گنجو و همکاران (۱۴۰۰) نیز در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین همسویی راهبرد بازاریابی و کسب و کار و عملکرد مالی سازمان» پی بردند که میانگین عملکرد حالات همسو تفاوت معناداری با میانگین عملکرد حالات غیرهمسو دارد و ترکیب راهبردهای تهاجمی و ارزش‌محور با راهبرد نوآورانه و مدافع تمایز عملکرد بالاتری را نشان می‌دهد. علاوه بر این، مولاگو و اولوگو (۲۰۱۹) با بررسی رابطه بین همسویی راهبردی و عملکرد شرکت نشان دادند که همسویی راهبردی به‌طور قابل توجهی بر عملکرد تأثیر می‌گذارد. همچنین این مطالعه نشان داد که همسویی کارکنان، همسویی فرآیندهای کلیدی، همسویی راهبردی فناوری اطلاعات و همسویی مشتری به‌طور مثبت

و قابل توجهی بر عملکرد تأثیر می‌گذارد. امبورو[1] (۲۰۲۰) نیز با تأثیر همسویی راهبردی بر مزیت رقابتی نشان داد که همسویی راهبرد خود از همسویی راهبرد بازاریابی، همسویی راهبرد مالی، همسویی راهبرد منابع انسانی و همسویی راهبرد فناوری اطلاعات و نوآوری تشکیل شده است. همچنین مشخص گردید که افزایش همسویی راهبردی افزایش مزیت رقابتی را به دنبال دارد. در ادامه جبار[2] (۲۰۲۱) با بررسی تأثیر مکانیسم‌های حاکمیت فناوری اطلاعات بر عملکرد سازمانی مبتنی بر فناوری اطلاعات برحسب همسویی راهبردی نشان داد که حاکمیت فناوری اطلاعات بر همسویی راهبردی و عملکرد سازمانی اثرگذار است. همچنین همسویی راهبردی بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد. سرانجام اینکه همسویی راهبردی در ارتباط بین متغیرهای مذکور نقش متغیر میانجی را بازی می‌کند. همچنین آقاپور علی‌شاهی، رحیمی، رمضانی و بهلویی (۲۰۲۱) با ارائه مدل همسویی راهبردهای سازمان با راهبردهای منابع انسانی نشان دادند ارتباطات سازمانی، توانمندسازی کارکنان، ارزیابی نگرش کارکنان، راهبردهای سازمانی، راهبردهای منابع انسانی، توسعه سازمانی، سرمایه اجتماعی، عوامل درون‌سازمانی، عوامل برون‌سازمانی، مسئولیت سازمانی و هدف‌گذاری در همسویی نقش دارند. سرانجام سلیم و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان «تأثیر عوامل همسویی کسب و کار فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط» نشان دادند همسویی در سطح ارتباطات، حاکمیت و شایستگی قابل طرح است و همسویی بر عملکرد شرکت‌های مذکور تأثیر مثبت و معناداری دارد.

براساس تحقیقات انجام شده همسوسازی راهبردی یا دیگر انواع همسوسازی در سازمان تحت تأثیر پیشران‌های مختلفی قرار دارد. برخی از این پیشران‌ها تسهیل‌گر و برخی نیز محدودکننده هستند. از طرفی جنس پیشران‌ها به تناسب نوع سازمان متفاوت است؛ به این معنی که اگر در یک سازمان عاملی پیشران شکل‌گیری همسوسازی باشد، بنا نیست در سازمان دیگری همین عامل نقش داشته باشند. علاوه بر این، همسوسازی پیامدهای را برای سازمان‌ها به ارمغان می‌آورد. فارغ از اینکه این پیشران‌ها و پیامدها چه هستند و چه اندازه در تبیین همسوسازی نقش ایفاء می‌کنند آنچه بیشتر مشهود است این است که تحقیقات گذشته بر سازمان‌های ورزشی و حوزه ورزش تمرکز نداشته‌اند. به عبارتی دیگر، در تحقیقات گذشته به بررسی همسوسازی در بعد ورزش توجه نشده، این در حالی است که در مطالعات مدیریت راهبردی ورزش و تحقیقات انجام گرفته در این حوزه به کرات اشاره به این شده است که ناهماهنگی و ناهمسویی یکی از معضلات و مشکلات سازمان‌های ورزشی در بعد عملیاتی می‌باشد و چون نوع فعالیت سازمان‌های ورزشی متفاوت است، این سازمان‌ها ویژگی‌ها و کارکردهای مختص به خودشان را دارند، امکان اینکه از برنامه‌ها یا طرح‌های نهادینه‌سازی همسوسازی سایر سازمان‌ها وام گرفت وجود ندارد. هرچند که ممکن است در برخی

[1] Mburu
[2] Jabbar

موارد و جنبه‌ها تشابهاتی نیز وجود داشته باشد. لذا ضروری است که در یک پژوهش جداگانه به مسئله همسوسازی در سازمان‌های ورزشی توجه شود و بررسی گردد که چگونه می‌توان همسوسازی را در این سازمان‌ها ارتقا داد. انتظار می‌رود با انجام این پژوهش دانش مربوط به همسوسازی راهبردی مدیران در حوزه ورزش ارتقا پیدا کند و با طراحی ابزار همسوسازی و عوامل مؤثر بر آن به سازمان‌های ورزشی در ایجاد همسوسازی کمک شود.

از طرفی اگر مقاصد و تمایلات سازمانی در سطوح مختلف سازمان‌های ورزشی متناسب نباشد، امکان شکست در اجرا محتمل باشد و به‌نظر می‌رسد یکی از دلایل فقدان همسویی باشد؛ چرا که بیشتر سازمان‌های ورزشی از سطوح و واحدهای مختلفی تشکیل شده‌اند و عملکرد مجزای واحدها زیرچتری واحد برای دستیابی به هم‌افزایی، ارزش‌آفرینی و تحقق راهبرد سازمان قرار دارد و اگر همسویی راهبردی برقرار نباشد، همه بخش‌های تشکیل‌دهنده یک کل برای کسب هدف مشترک، ترکیب نمی‌شوند و هم‌راستا با هم فعالیت نمی‌کنند. نظر به اهمیت همسویی و پیامدهای آن لازم است عوامل و موضوعات مؤثر بر همسویی راهبردی در ادارات ورزش و جوانان که یکی از متولیان اصلی ورزش در کشور شناخته می‌شوند، شناسایی گردد. اما مسئله این است که همسویی راهبردی به‌خودی خود به‌خصوص در سازمان‌های پویا به دلیل ساختار، پایگاه‌های قدرت درونی، جاه‌طلبی‌های مدیریتی و غیره ایجاد نمی‌شود و معمولاً عدم‌همسویی رخ می‌دهد. از طرفی برای کنترل کردن همسویی ابتدا باید آن را محاسبه کرد، اما ماهیت کیفی همسویی مانع از این می‌شود که بتوان به سادگی آن را کمی ساخت و در قالب اعداد بیان کرد. سرانجام اینکه رسیدن به همسویی در سازمان‌های ورزشی نیازمند حداکثر کردن عوامل تقویت‌کننده همسویی و حداقل کردن موانع همسویی است. بنابراین این پژوهش درصدد است به این سؤال پاسخ‌دهد:

عوامل مؤثر بر همسویی راهبردی در در ادارات ورزش و جوانان کدام‌اند؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به‌لحاظ فلسفه از نوع تفسیرگرایانه، به‌لحاظ رویکرد از نوع استقرایی، به‌لحاظ راهبرد از نوع نظریه داده‌بنیاد با رهیافت گلیزر، به‌لحاظ انتخاب پژوهش از نوع تحقیق کیفی و به لحاظ بازه زمانی از نوع مقطعی است و برای گردآوری داده‌های آن از ابزار مصاحبه استفاده شد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش را مدیران ستادی وزارت ورزش و جوانان و همچنین مدیران ادارات ورزش و جوانان تشکیل می‌دادند. جهت نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد و نمونه‌گیری تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه پیدا کرد- براین مبنا تعداد ۱۸ مصاحبه انجام گرفت که مشخصات آنها به شرح جدول ۱ می‌باشد:

جدول ۱: اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

ردیف	تحصیلات	رشته تحصیلی	حوزه فعالیت	
			ادارات کل ورزش و جوانان	وزارت ورزش
۱	دکتری	تربیت‌بدنی و علوم ورزشی		✓
۲	دکتری	مدیریت ورزشی	✓	
۳	دانشجوی دکتری	تربیت‌بدنی و علوم ورزشی	✓	
۴	دکتری	مدیریت ورزشی	✓	
۵	دانشجوی دکتری	مدیریت ورزشی	✓	
۶	دکتری	تربیت‌بدنی و علوم ورزشی	✓	
۷	کارشناسی‌ارشد	مدیریت ورزشی	✓	
۸	دکتری	تربیت‌بدنی و علوم ورزشی		✓
۹	کارشناسی‌ارشد	مدیریت ورزشی	✓	
۱۰	دکتری	مدیریت ورزشی		✓
۱۱	کارشناسی‌ارشد	مدیریت ورزشی	✓	
۱۲	دانشجوی دکتری	مدیریت ورزشی	✓	
۱۳	دکتری	تربیت‌بدنی و علوم ورزشی		✓
۱۴	دکتری	تربیت‌بدنی و علوم ورزشی	✓	
۱۵	دکتری	مدیریت ورزشی	✓	
۱۶	کارشناسی‌ارشد	مدیریت ورزشی	✓	
۱۷	دکتری	مدیریت ورزشی	✓	
۱۸	دکتری	مدیریت ورزشی	✓	

برای جمع‌آوری اطلاعات، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. جهت بررسی کیفیت و اعتباربخشی به نتایج پژوهش حاضر، معیارهای ارزشیابی لینکلن و گابا[1] (۱۹۸۵) شامل معیارهای اعتبار،

[1] Lincoln & Guba

انتقال، قابلیت اعتماد و تأییدپذیری مدنظر قرار گرفتند. اعتبار: برای دستیابی به این معیار، در پژوهش حاضر از روش‌های زیر استفاده شد: الف، ارزیابی چندجانبه: در فرایند جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات و انتخاب نمونه پژوهش برای مصاحبه و طراحی سؤالات مصاحبه از منابع و جنبه‌های گوناگونی استفاده شده است. ب، ارزیابی شرکت‌کنندگان از پژوهش: متن مصاحبه و کدهای استخراج‌شده برای مشارکت‌کنندگان در مصاحبه ارسال و نقطه نظرات آنها اعمال شد. انتقال‌پذیری: در پژوهش حاضر، به‌منظور دستیابی به این معیار از روش‌های زیر استفاده شد: الف، مستندسازی: تمام مراحل پژوهش برای استفاده احتمالی محققان دیگر به صورت مکتوب مستندسازی شد. ب، گزارش شرایط زمینه‌ای: شرایط جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان به صورت تفصیلی ارائه شد. قابلیت اعتماد: در پژوهش حاضر دستیابی به این معیار از طریق روش زیر انجام گرفت: الف، استفاده از دوکدگذار: بدین منظور از یکی از متخصصان حوزه مدیریت ورزشی در فرایند کدگذاری در پژوهش کمک گرفته شد. به صورت تصادفی دو مصاحبه انتخاب شد و پس از آموزش‌های لازم کدگذاری توسط ایشان انجام گرفت. در هر یک از مصاحبه‌ها کدهایی که از نظر دو نفر مشابه بودند، با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم‌توافق مشخص شدند و درصد توافق بین دو کدگذار با استفاده از فرمول زیر محاسبه و نتایج آن در قالب جدول ۲ ارائه گزدید:

$$\text{درصد پایایی} = \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{100 \times \text{تعداد کل کدها}}$$

جدول ۲: نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

شماره مصاحبه	کل کدها	توافقات	عدم توافقات	درصد پایایی
۸	۱۱	۵	۱	۰/۹۰۹
۱۲	۹	۴	۱	۰/۸۸۸
کل	۲۰	۹	۲	۰/۹۰۰

همان‌طور که داده‌های جدول نشان می‌دهد، پایایی کل بین دو کدگذار برابر با ۹۰ درصد است. با توجه به این‌که پایایی بیش از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید شد. تأییدپذیری: بدین منظور در پژوهش حاضر از روش‌های زیر استفاده شد: الف، ارزیابی متخصصان خارج از فرایند پژوهش: نتایج این پژوهش در اختیار چند تن از اساتید مدیریت ورزشی قرار گرفت. پس از مطالعه و بازبینی ایشان نظرات آن‌ها اخذ شد. ب، تشریح فرایند پژوهش: در متن حاضر مراحل پژوهش اعم از جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل و شکل‌گیری درون‌مایه‌ها برای مخاطبان و خوانندگان تشریح شده است. سرانجام به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از سه فرایند همپوش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری نظری استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

با اقتباس از متن همه مصاحبه‌ها در مرحله کدگذاری باز و پس از ترکیب مفاهیم اولیه، در نهایت ۵۶ مفهوم نهایی شناسایی شد. سپس در مرحله کدگذاری محوری با در نظر گرفتن قرابت معنایی مفاهیم شناسایی شده، ۱۳ مقوله فرعی با عناوین یکپارچگی سیستم، معماری سازمانی، بلوغ سازمانی، ساختار شبکه‌ای، سرمایه ارتباطی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، قابلیت کارگروهی، قابلیت‌های تخصصی، قابلیت‌های شناختی مدیران، تفکر راهبردی، جهت‌گیری راهبردی و برنامه‌ریزی راهبردی تشکیل گردید. سرانجام براساس نتایج کدگذاری نظری مقوله‌های فرعی مجدداً براساس قرابت معنایی و رجوع به ادبیات تحقیق در ۴ مقوله اصلی با عنوان همسویی ساختاری، سرمایه سازمانی، قابلیت‌های سازمانی و مدیریت راهبردی دسته‌بندی شدند. در جدول ۳ نحوه فرایند کدگذاری مشخص شده است:

جدول ۳: نتایج حاصل از فرایند کدگذاری باز، محوری و نظری

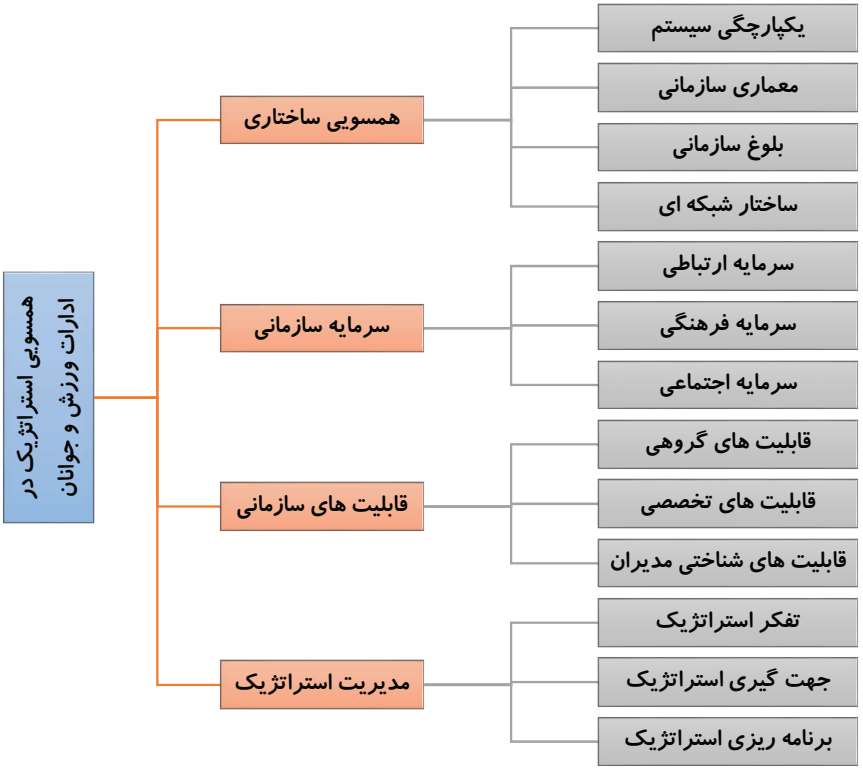
کد مصاحبه	مفاهیم	مقوله‌های فرعی	مقوله‌های اصلی
P4, P8, P13	هماهنگ بودن فرایندهای انجام کارها	یکپارچگی سیستم	همسویی ساختاری
P9, P14, P16	شرح چگونگی ارتباط مشاغل با دیگر وظایف سازمانی		
P2, P6, P7	تعامل مدیر اداره با اعضای اداره		
P1, P2, P4, P6, P10, P13, P15, P17, P18	جلوگیری از تداخل کاری		
P5, P10, 11, P12, P16	ایجاد شورای راهبری همسویی راهبردی در سازمان		
P4, P5, P7	پیاده‌سازی و اجرای برنامه برای تحقق وضع مطلوب	معماری سازمانی	
P9, P13	حفظ معماری مطلوب و بازبینی مستمر جهت تصحیح خطاها		
P9, P15	تعریف چشم‌انداز همسویی راهبردی بر مبنای قابلیت‌های فعلی و آتی		
P3,P6, P7, P9	تعریف روند پیشروی سازمانی در زمینه همسویی		

		تدوین چارچوب هدایت‌گر همسویی راهبردی	P11, P16
	بلوغ سازمانی	تغییر رویه‌های ناکارآمد همسویی با رویه‌های جدید	P4, P5, P10, P14, P18
		استمرار بالغانه فعالیت‌های همسویی	P9
		برقراری ارتباط مناسب بین بخش‌های سازمان	P8, P13, P14, P17
	ساختار شبکه‌ای	مبادله اطلاعات درون‌سازمانی	P5, P7, P9
		ضابطه‌زدایی و تمرکززدایی	P3, P6, P9, P14, P18
		ایجاد و شکل‌گیری ارتباطات درون سازمانی	P8, P9
		برقراری رابطه مناسب با ارباب‌رجوع	P7, P11, P14
	سرمایه ارتباطی	برقراری رابطه مناسب اداره با دیگر سازمان‌های ذینفع	P2, P7, P13
		برقراری رابطه مناسب اداره با دیگر سازمان‌های ورزشی	P2, P13
		در نظر گرفتن تقاضاهای بیرونی	P9
		تعریف ارزش‌های سازمانی	P4, P8, P16
	سرمایه فرهنگی	مشارکت اداره مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی	P1, P3, P4, P9, P10, P13, P14, P15
سرمایه سازمانی		احترام مدیران به قابلیت‌های فردی اعضای اداره	P2, P3, P5, P6, P12, P13, P15, P17
		سیاست‌گذاری فرهنگی	P3,P6, P12
		عملکرد اثربخش گروه‌های درون‌سازمانی	P9, P11, P13
	سرمایه اجتماعی	خلق ارزش‌های مشترک از سوی اداره	P1, P2, P4, P7, P12
		تعقیب اهداف مشترک سازمانی از سوی اعضای اداره	P3, P5, P8
		تعامل سازنده بین اعضای اداره	P1, P3, P4, P8, P9, P12
		تأکید اداره به تقویت کنش جمعی	P1, P2, P8, P12

P3, P5	برقراری و حفظ روابط کاری مناسب		
P3, P7, P13	کمک و همکاری اعضای اداره به همدیگر در مواقع ضروری		
P6, P13	مشارکت فعال اعضای اداره	قابلیت کار گروهی	
P3, P5	به اشتراک گذاشتن دانش و تخصص برای کمک به دیگران		
P6, P8, P13, P14, P15	احترام به تلاش و وقت دیگران		
P1, P8	گوش دادن به یکدیگر		
P9	ایجاد استانداردهای بالای کیفی		
P5, P7, P9, P13	تعیین نحوه بهبود و پیشرفت در کارها بر اساس رویه‌ای یکسان	قابلیت-های تخصصی	قابلیت-های سازمانی
P4, P6, P13	مسئولیت‌پذیری عملکردی		
P13	وحدت راهبردی درون اداره		
P13	خلق ذهنیت مشترک بین اعضای اداره		
P3, P5, P6, P13, P15	تشخیص فرصت‌ها و اقدام سریع	قابلیت-های شناختی مدیران	
P8	تشخیص عدم‌قطعیت‌های سازمانی		
P7, P8, P16	ارزیابی مسئله و یافتن راه‌حل		
P5, P8	درک روابط علت و معلولی متغیرهای سازمانی		
P1, P3, P8, P16, P17	تفکر سیستمی		
P4, P9, P18	تفکر در زمان	تفکر راهبردی	
P4, P9	عزم راهبردی		
P7, P10, P13, P14	فرصت طلبی هوشمندانه		مدیریت راهبردی
P8, P13	هدایت مستمر سازمان از طریق تأکید بر ارزش‌ها	جهت-گیری راهبردی	
P2, P4, P12	ساختار شکنی در ارائه خدمات به ارباب رجوع		
P4	تطبیق منابع و مهارت‌های سازمان با فرصت‌ها		

P4	کنترل و کاهش مستمر هزینه‌های سازمان	
P1, P4, P5, P12, P13, P14, P15	ترسیم چشم‌انداز همسویی راهبردی	
P1, P2,P4, P5, P7, P9, P10, P12, P13,P15, P17	تدوین اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت در زمینه همسویی راهبردی	برنامه-ریزی راهبردی
P7, P13, P14	ایجاد خط‌مشی‌ها و روندهای همسویی	
P2, P10	بیان فلسفه وجودی همسویی راهبردی	

سرانجام پس از شناسایی مفاهیم اولیه، مقوله‌های فرعی و مقوله‌های اصلی مدل عوامل مؤثر بر همسویی راهبردی در در ادارات ورزش و جوانان طراحی شد (شکل ۱). براساس مدل نامبرده، همسویی راهبردی در ادارات ورزش و جوانان تابع شبکه‌سازی همسویی ساختاری، سرمایه سازمانی، قابلیت‌های سازمانی و مدیریت راهبردی است؛ به این معنی که در ادارات ورزش و جوانان همسویی راهبردی خلق نمی‌شود مگر اینکه مقوله‌های نامبرده شکل‌گرفته باشند. گفتنی است شکل‌گیری عوامل نامبرده نیز خود تابع مقوله‌های فرعی و مقوله‌های فرعی آنها نیز تابع زیرشاخص‌های تبیین‌کننده آنها قرار دارد. در واقع می‌توان گفت شکل‌گیری و تعریف همسویی راهبردی در ادارات موصوف تابع شاخص‌های است که در سه سطح تعریف می‌شود: سطوح پایینی سطوح بالاتر و سطوح بالایی نیز به سهم خود همسویی راهبردی را تبیین می‌کنند. در چنین رابطه‌ای، همسویی ساختاری، سرمایه سازمانی، قابلیت‌های سازمانی و مدیریت راهبردی به شکل سیستمی مداوم در حال تعامل می‌باشند و به هیچ وجه چهارگانگی بین آن‌ها حاکم نمی‌باشد؛ به این معنی که در تبیین و خلق همسویی راهبردی لازم است به یک اندازه به هر چهار متغیر توجه شود.



شکل ۱: مدل نظری عوامل مؤثر بر همسویی راهبردی در در ادارات ورزش و جوانان

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر همسویی راهبردی در در ادارات ورزش و جوانان بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد در استقرار و تبیین همسویی راهبردی در ادارات مذکور ۴ متغیر اصلی، ۱۳ متغیر فرعی و ۵۶ شاخص نقش دارند؛ به این معنی که همسویی راهبردی در ادارات ورزش و جوانان به‌عنوان یک نهاده تابع این ستاده‌ها یا توانمندسازه‌ها قرار دارد و مادامی که چنین عواملی در ادارات موصوف خلق و پیاده‌سازی شوند، می‌توان انتظار داشت که همسویی راهبردی شکل بگیرد. متغیرهای اصلی شناسایی‌شده در این تحقیق؛ همسویی ساختاری، سرمایه سازمانی، قابلیت‌های سازمانی و مدیریت راهبردی و متغیرهای فرعی ایجادشده بر مبنای زیرشاخص‌ها یکپارچگی سیستم، معماری سازمانی، بلوغ سازمانی، ساختار شبکه‌ای، سرمایه ارتباطی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، قابلیت کارگروهی، قابلیت‌های تخصصی، قابلیت‌های شناختی مدیران، تفکر راهبردی، جهت‌گیری راهبردی و برنامه‌ریزی راهبردی نام داشتند. این یافته با نتایج مطالعه باباشاهی و همکاران (۱۳۹۷) همسوست. مطالعه مذکور نشان داد یکپارچگی

فرایندی، یکپارچگی اجرایی و یکپارچگی معماری همسویی راهبردی را توضیح می‌دهد. علاوه بر این، یافته‌های حاصل شده با نتایج مطالعات رضاپور (۱۳۹۸) به دلیل اینکه به نقش سرمایه فکری اشاره کرده بودند، عبادی (۱۳۹۸) که در طراحی سازمان همسو به قابلیت‌های سازمانی نظر داشتند، مولاگو و اولوگو (۲۰۱۹) به جهت اینکه به همسویی فرآیندهای کلیدی اشاره کرده بودند، آقاپور علی‌شاهی و همکاران (۲۰۲۱) به‌دلیل اینکه گزارش کرده بودند عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی بر همسویی اثرگذار هستند و سرانجام سلیم و همکاران (۲۰۲۱) که معتقد بودند همسویی در سطح شایستگی تعریف می‌شود، همسوست. در مقابل این یافته تاحدودی با نتایج مطالعه آذر و معزز (۱۳۹۳) مبنی بر اینکه نشان دادند بلوغ سازمانی تابعی از همسویی راهبردی می‌باشد، ناهمسو است، چرا که در تحقیق حاضر بلوغ سازمانی شرط همسویی راهبردی بود ولیکن در مطالعه مذکور بلوغ سازمانی نتیجه همسویی راهبردی معرفی شده است.

همانطور که اشاره شد در تبیین همسویی راهبردی ادارات ورزش و جوانان چهار متغیر اصلی نقش دارند. یکی از این متغیرها، همسویی ساختاری است. همسویی ساختاری متغیرهای است که تضمین می‌کند ساختار سازمانی از راهبرد سازمان پشتیبانی می‌کند. این پشتیبانی در چهار سطح یکپارچگی سیستم، معماری سازمانی، بلوغ سازمانی و ساختار شبکه‌ای اجرا می‌شود.

یکپارچگی سیستم[1]: یکپارچگی سیستم اساساً به معنای متحدکردن عملیات‌های بخش‌های سازمان با یکدیگر است تا در نتیجه، فرآیندهای کسب و کار با تعادل بیشتری پیش بروند. دلیل اینکه یکچارچی سیستم مؤثر بر همسویی تشخیص داده شد این است این یکپارچگی توسط ماژول‌هایی به وجود می‌آید که در تعامل با یکدیگر به بخش‌های سازمانی مختلف، این اجازه را می‌دهند تا علاوه بر انجام عملیات‌های مرتبط، به اطلاعات سایر بخش‌های دیگر برای تکمیل عملیات‌ها دسترسی داشته باشند. در واقع مفهوم یکپارچگی افزایش تعامل بین بخش‌های سازمانی است. گفتنی است ادارات ورزش و جوانان یک نهاد هم‌افزایی هستند. در نتیجه همه بخش‌های آن باید در عین اینکه به فعالیت‌های خود می‌پردازند، نیازهای کل سازمان را نیز در نظر داشته باشند. از این‌رو، هر بخش اداره باید قادر به تعامل با سایر بخش‌های مرتبط اداره یا نهادهای بیرونی باشد تا بتوانند در کنار یکدیگر فعالیت معناداری را ترتیب دهند. مبنی بر اینکه یکپارچه-سازی، ارتباط بین بخش‌های سازمانی را مهیا کند تا از طریق ماژول‌های مرتبط، دسترسی به تمامی اطلاعات افزایش یابد.

معماری سازمانی[2]: معماری سازمانی توصیفی از سیستم‌های موجود سازمان و ساختار محیط درونی و سازه فیزیکی سازمان را منعکس می‌کند. دلیل اینکه معماری سازمانی مؤثر بر همسویی راهبردی تشخیص داده شد این است که معماری به عنوان یک استعاره سازمانی نمایانگر شکل و ساختار فعالیت‌ها و الگوی روابط

[1] system integrity
[2] organizational architecture

میان کارکنان و مدیران سازمان است. در یک نگاه کلی می‌توان گفت معماری سازمان یک روش بهبود سازمانی است که سعی دارد از طریق اعمال تغییر بنیادی کل سازمان را متحول سازد. نگرش تغییر بنیادی درحقیقت پاسخی است به تغییرات محیطی که به بقای سازمان در محیط‌های متلاطم و فرارکمک و از فروپاشی سازمان جلوگیری می‌کند. فرایند معماری سازه، شبیه فرایند کلی بهبود سازمانی است. با استفاده از شیوه‌های نوین که در این حوزه مطرح است می‌توان اثربخشی و کارایی سازمان را در همسویی راهبردی بهبود بخشید.

بلوغ سازمانی[1]: مقیاسی برای بیان آمادگی و توانمندی سازمان براساس افراد، فرایندها و فناوری موجود است. دلیل اینکه بلوغ سازمانی مؤثر بر همسویی راهبردی تشخیص داده شد این است که این مقوله یکی از ارکان اصلی چرخه حیات سازمان است. زمان رسیدن به مرحله بلوغ و مدت زمانی که این مرحله به طول می‌انجامد، ثابت نیست. بلوغ در معنای عام خود به معنای «رشد کامل یا شرایط کامل» است. در استعاره سازمان به مشابه موجود زنده می‌توان گفت سازمان طول عمر دارد و باید در طی این دوره رشد کند و همچنین باید از اشتباهات خود درس بگیرند. بلوغ سازمانی در زمینه همسویی راهبرد یادگیری راه رفتن، قبل از تلاش برای دویدن است و مانند یک استانداردسازی عمل می‌کند و می‌توان سطوح را یکی پس از دیگری طی کرد تا به همسویی و یکپارچکی رسید.

ساختار شبکه‌ای[2]: این ساختار به ساختار ناب نیز مشهور است. در صورتی که ادارات ورزش و جوانان از این ساختار استفاده کنند یک هسته مرکزی عملیاتی پدید می‌آید که تجارت راهبردی را هدایت و هماهنگ می‌کند. دلیل اینکه ساختار موصوف مؤثر بر همسویی راهبردی تشخیص داده شد این است که این ساختار بسیار منعطف است و اغلب می‌تواند بسیار سریع یا بلافاصله خود را با محیط بیرونی یا نیازهای سازمان تطبیق دهد. افزون بر این ساختار شبکه‌ای مفیدترین و قابل استفاده‌ترین ساختار سازمانی است که در زمان بی‌اثباتی محیطی و تداوم این بی‌ثباتی، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. تحت چنین شرایطی نیاز به خلاقیت و پاسخگویی سریع افزایش می‌یابد.

یکی دیگر از متغیرهای اصلی که در تبیین همسویی راهبردی نزد ادارات ورزش و جوانان نقش دارد، سرمایه سازمانی[3] است. به‌زعم اگبال و همکاران[4] (۲۰۲۲) سرمایه سازمانی، ارزشی است که از فلسفه و نظام زیربنایی سازمان سرچشمه می‌گیرد و قابلیت‌های سازمان را در ارائه محصولات و خدمات بهبود می بخشد. توجه به سرمایه‌های سازمانی برای موفقیت در دنیای رقابتی و بهبود مدیریت عملکرد الزامی است.

[1] organizational maturity
[2] network structure
[3] organizational capital
[4] Iqbal et al.

بنابراین هر سازمانی به‌طور خاص ادارات ورزش و جوانان باید دارای سرمایه باشد تا بتواند از عملیات خود، نتیجه‌ای برده و منتفع شوند. براساس یافته‌های تحقیق در این تحقیق سرمایه سازمانی ترکیبی از سرمایه ارتباطی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی است.

سرمایه ارتباطی[1]: ظرفیت‌ها و توانایی‌های ارتباطی درون و بیرون سازمانی است. دلیل اینکه سرمایه ارتباطی مؤثر بر همسویی راهبردی تشخیص داده شد این است یکی از تحولات اساسی که در مدیریت ایجاد شده، تحول در نحوه نگرش به سازمان است. امروزه در سازمان‌ها به مفاهیمی چون فرهنگ و ارتباط سازمانی توجه ویژه ای دارند. مهارت‌های ارتباطی از مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که اعضای تیم به‌ویژه مدیران سازمان باید بیاموزند. از مهم‌ترین دلایل برای یک کار تیمی می‌توان به اشتراک ایده‌ها و افزایش بهره‌وری اشاره کرد. شایان ذکر است ارتباطات نقطه آغاز کلیه وظایف مدیریتی است و به‌نظر می‌رسد بدون ارتباطات، برنامه‌ریزی، سازماندهی و کنترل مقدور نیست، زیرا درک اطلاعات وانتقال آنها ممکن نیست.

سرمایه فرهنگی[2]: سرمایه فرهنگی دارایی‌های اجتماعی یک فرد یا سازمان در تعامل با گروه‌های مختلف در یک جامعه چندلایه می‌باشد. در واقع این مقوله یک مفهوم جامعه‌شناسی است و به تمرکز و انباشت انواع مختلف کالاهای ملموس فرهنگی می‌پردازد. دلیل اینکه سرمایه فرهنگی مؤثر بر همسویی راهبردی تشخیص داده شد این است که اهمیت این مقوله در سازمان مانند جامعه بسیار زیاد است. لیکن تنها سازمان‌های می‌توانند از این فرصت‌ها سود ببرند که مهارت جذب این فرصت‌ها را داشته باشند. به نظر می‌رسد تعریف ارزش‌های سازمانی مشترک و سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه کار گروهی و تیمی در ادارات کل ورزش و جوانان به تحقق این مهم کمک کنند.

سرمایه اجتماعی[3]: دلیل اینکه سرمایه اجتماعی در تبیین همسویی راهبردی نقش دارد این است که سرمایه اجتماعی سازمان یا بعد معنوی یک اجتماع، میراثی تاریخی است که از طریق تشویق افراد به همکاری و مشارکت در تعاملات اجتماعی، قادر است به حل میزان بیشتری از معضلات موجود در آن اجتماع، فائق آید و حرکت به سوی رشد و توسعه شتابان اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و عملکردی را امکان‌پذیر سازد. در واقع سرمایه اجتماعی را می‌توان در کنار سرمایه ارتباطی و سرمایه فرهنگی بخشی از ثروت اداره‌ها به حساب آورد که بستر مناسبی برای بهره‌برداری از سرمایه انسانی و فیزیکی (مادی) و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود. این موضوع که مشارکت فرد در امور جمعی به نتایج مثبتی برای فرد و سازمان‌اش می‌انجامد، از آغاز مورد توجه سازمان‌ها بوده است، چرا که این مفهوم بر پیامدهای مثبت معاشرت‌پذیری متمرکز است و ویژگی‌هایی را که سبب ناهمسویی می‌شود کنار می‌گذارد.

[1] communication capital
[2] cultural capital
[3] social capital

همچنین مشخص گردید در تبیین همسویی راهبردی نزد ادارات ورزش و جوانان، قابلیت‌های سازمانی[1] نیز نقش دارد. در سازمان‌های امروزی تلاش‌های زیادی برای همسویی و هماهنگی صورت می پذیرد، اما به‌نظر می‌رسد این تلاش‌ها موفقیت‌آمیز نیست. به این دلیل که در سازمان‌های معاصر بیش از حد بر روی نتیجه همسویی تمرکز می‌شود؛ بدون آنکه قابلیت‌های لازم برای محقق ساختن این هدف مورد توجه قرار گیرد. به اعتقاد یو و همکاران[2] (۲۰۱۸) قابلیت‌های سازمانی ماهیچه‌هایی هستند که دستیابی به همسویی را تضمین می‌کنند. به همین دلیل سازمان‌ها برای خلق همسویی نیازمند تقویت ماهیچه‌های قابلیت خود هستند. علاوه بر این، باید این نکته را در نظر داشت که همسویی در زمینه‌های مختلف، نیازمند تقویت قابلیت‌های متفاوتی است و این مسئله ارزش و اهمیت ترکیب سبد قابلیت‌های سازمان و توانایی ایجاد پویایی در این سبد بر حسب اهداف مورد انتظار را نشان می‌دهد. براساس یافته‌های این تحقیق، قابلیت‌های سازمانی در ادارات ورزش و جوانان تابع قابلیت‌های گروهی، تخصصی و شناختی مدیران است.

قابلیت کارگروهی[3]: قابلیت کار گروهی فرایند کار مشترک با گروهی از افراد به منظور دستیابی به یک هدف است. دلیل اینکه قابلیت کار گروهی همسویی راهبردی را خلق می‌کند این است که کار گروهی اغلب بخش مهمی از اقدامات یک سازمان است، چرا که با خلق و توسعه آن در سازمان همکاران به خوبی با یکدیگر همکاری کنند و در هر شرایطی بهترین تلاش خود را انجام می‌دهند. از طرفی کار گروهی بر این مفهوم است که کل بزرگتر از مجموع اجزای آن است و این تبیین ایده کلاسیک "یک به علاوه یک برابر است با سه" می‌باشد. سرانجام اینکه کار گروهی افراد را از طیف گسترده‌ای از پیشینه‌ها گرد هم می‌آورد که به تجربیات مختلف دسترسی دارند و زمینه بسیار مناسبی برای طوفان فکری و حل خلاقانه مشکلات و در عین حال همسویی اقدامات ایجاد می‌کند.

قابلیت‌های تخصصی[4]: قابلیت‌های تخصصی که تلفیقی از تشخیص فرصت‌ها و اقدام سریع، مسئولیت‌پذیری عملکردی و وحدت راهبردی است به ادارات ورزش و جوانان این امکان را می‌دهد تا دانش فنی خود را به نتایج ارزشمند تبدیل کند. با این حال اگر ادارات مذکور قادر به تعریف قابلیت‌های تخصصی نباشد و آن را خلق نکنند، توانمندی اصلی سازمان در همسویی راه به جایی نخواهد برد، چرا که آن‌ها نمایانگر راه‌هایی هستند که کارکنان و منابع را برای دستیابی به هدف دور هم جمع می‌کند و در عین حال هویت و شخصیت سازمان را شکل می‌دهند.

[1] organizational capabilities
[2] Yeow et al.
[3] teamwork capabilities
[4] specialized capabilities

قابلیت‌های شناختی[1]: مباحث شناختی هر روز بیش از پیش در دانش مدیریت اهمیت پیدا می‌کنند و برای تفسیر بسیاری از پدیده‌های سازمانی که پیش از این تنها در چارچوب تئوری‌ها و نظریه‌های کلاسیک معنی‌دار بودند، به‌کار گرفته می‌شوند. از آنجایی‌که بسیار از پدیده‌های اجتماعی وابسته به نحوه تعامل ما با جهان پیرامون است، شناخت و مفاهیم منشعب از آن توانمندی قابل‌ملاحظه‌ای را برای تشریح مسائل سازمانی در اختیار مدیران قرار می‌دهد؛ به‌نحوی‌که می‌توان با اتکا به مفاهیم شناختی به لایه‌های عمیق‌تری از واقعیت نهفته در پس پرده وقایع دست یافت. دانش راهبرد نیز از این رویکرد جدید بی‌نصیب نمانده است و رویکرد شناختی، نگاه جدیدی را به مسائلی از قبیل تدوین راهبرد، مدیریت تغییرات راهبردی و یا طراحی سازمان حاکم کرده است. به اعتقاد جلالی (۲۰۲۰) سازمان‌هایی که مدیرانی توانمند از حیث قابلیت شناختی دارند، موفقیت بیشتری در مواجهه با مسائل و اقتضائات دنیای امروز دارند و اگر بخواهیم این جمله را با زبان فنی‌تری بیان کنیم، باید گفت که قابلیت‌های شناختی مدیران ادارات ورزش و جوانان را در ادغام، ساخت و همسویی مجدد پایگاه قابلیت‌های‌شان قدرتمند می‌سازد.

سرانجام مشخص گردید در تبیین همسویی راهبردی ادارات ورزش و جوانان مدیریت راهبردی که در این تحقیق تابعی از تفکر راهبردی، جهت‌گیری راهبردی و برنامه‌ریزی راهبردی می‌باشد، نقش دارد.

جهت‌گیری راهبردی[2]: جهت‌گیری راهبردی تعیین و تشخیص مسیری است که سازمان می‌خواهد در آینده طی کند. در واقع ابزاری راهبردی است که نشان می‌دهد فسلفه وجودی و ماموریت سازمان چیست و چگونه باید به آن دست یافت (نصیر و همکاران[3]، ۲۰۱۷). دلیل اینکه جهت‌گیری راهبردی مؤثر بر همسویی راهبردی تشخیص داده شد این است که جهت‌گیری راهبردی مقوله‌ای کلیدی در مدیریت راهبردی است. گفتنی است در بین دارایی‌های نامحسوس سازمان، جهت‌گیری راهبردی سازمانی از مهمترین منابع به شمار می‌آید. این سوگیری بطور عمیقی در فعالیت‌های روزانه و یکنواخت سازمان عجین گردیده است. به همین دلیل برای دیگر سازمان‌ها کپی‌برداری از آنها مشکل می‌باشد. در نتیجه جهت‌گیری راهبردی سازمان می‌تواند باعث افزایش مزیت رقابتی پایدار و بهبود عملکرد سازمان گردد و از طریق جهت‌گیری راهبردی در سازمان می‌توان به همسویی راهبردی به صورتی بلندمدت و راهبردی دست پیدا کرد.

تفکر راهبردی[4]: تفکر راهبردی به‌عنوان فرایند ذهنی و روانی مدیریت سازمان برای ترسیم اهداف بلندمدت تعریف می‌شود (دهیر و همکاران[5]، ۲۰۱۸). در ساده‌ترین شکل می‌توان گفت همسویی راهبردی بین راهبرد و فرهنگ سازمانی ارتباط برقرار می‌کند. این برقراری رابطه نیازمند تفکر راهبردی در میان

[1] cognitive capabilities
[2] strategic orientation
[3] Nasir et al.
[4] strategic thinking
[5] Dhir et al.

مدیریت ارشد سازمان و مدیران عالی سازمانی است. دلیل اینکه تفکر راهبردی مؤثر بر همسویی راهبردی تشخیص داده شد این است که تفکر راهبردی در مدیریت راهبردی جایگاه مهمی دارد و به نوعی عامل اصلی هماهنگی سازمانی در میان فعالیت‌های مختلف سازمان است. تفکر راهبردی مدیر را قادر می‌سازد تا بفهمد چه عواملی در دستیابی به اهداف موردنظر مؤثر است و کدامیک مؤثر نیست. چرا و چگونه عوامل موثر برای سازمان ارزش می‌آفرینند؟ این بصیرت نسبت به عوامل تاثیرگذار در خلق ارزش، قدرت تشخیص ایجاد می‌کند. بدون این تشخیص، صرف منابع (مادی و غیرمادی) سازمان برای دستیابی به موفقیت بی‌حاصل خواهد بود. در نتیجه می‌توان گفت اگر ادارات مذکور موضوعات اساسی را تشخیص ندهند، هرقدر به خود و کارمندان‌شان فشار روحی و فیزیکی وارد کنند که با فرایندها و ساختار سازمان همسو شوند، سرانجام نتیجه‌ای جز سردرگمی و شکست حاصل نخواهد شد.

برنامه‌ریزی راهبردی[1]: برنامه‌ریزی راهبردی، فرآیندی در جهت تجهیز منابع سازمان و وحدت بخشیدن به تلاش‌های آن برای نیل به اهداف بلندمدت، با توجه به امکانات و محدودیت‌های درونی و بیرونی است. دلیل اینکه برنامه‌ریزی راهبردی مؤثر بر همسویی راهبردی تشخیص داده شد این است که مهمترین هدف برنامه‌ریزی راهبردی ایجاد و حفظ تعادل بین اهداف و منابع در دسترس سازمان است. بدیهی است که با توجه به امکانات و محدودیت‌های درونی و بیرونی سازمان تعیین اولویت در انجام کارها و تخصیص منابع به فعالیت‌های مرجع از اهمیت خاصی برخوردار است.

با اقتباس از آنچه که بیان شد مشخص گردید که همسویی راهبردی در ادارات ورزش و جوانان به‌عنوان یک دستاورد یا نتیجه تابع توانمندسازهای مختلفی است و شبکه‌سازی متغیرهای همسویی ساختاری، سرمایه سازمانی، قابلیت‌های سازمانی و مدیریت راهبردی به ادارات ورزش و جوانان در خلق نظام همسویی راهبردی نقش اساسی دارد. بنابراین به ادارات ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود عملیات‌های بخش‌های مختلف سازمان را به همراه فرایندهای انجام کار باهم هماهنگ و یکپارچه سازند، قابلیت‌های سازمانی خود را جهت تحقق همسویی راهبردی تقویت کنند، در ساختارهای سازمانی خود تجدید نظر و به‌سوی ساختار شبکه‌ای حرکت نمایند و در نهایت در اقدامات خود جهت خلق همسویی راهبردی ضمن نهادینه‌سازی تفکر راهبردی، جهت‌گیری راهبردی و تفکر راهبردی را مبنای اقدامات خود قرار دهند.

در پایان، باید به این نکته اشاره شود که این تحقیق نیز به مانند هر تحقیقی دیگری با محدودیت‌های همراه بوده است که در تعمیم‌دهی نتایج باید به آن‌ها توجه شود. محدودیت اول اینکه این تحقیق صرفاً دیدگاه مدیران ستادی وزارت ورزش و جوانان و مدیران ادارات ورزش و جوانان را منعکس کرده است. لذا نظرات آنها نمی‌تواند معرف نظر کلیه ذینفعان ادارات ورزش و جوانان باشد. محدودیت دیگر اینکه در

[1] strategic planning

تبیین همسویی راهبردی در سازمان‌های ورزشی مقیاس مشخص و روشنی وجود ندارد و تبیین و شناخت عوامل مؤثر بر آن تنها با الهام از سیاست‌های سازمانی‌های غیرورزشی بوده است، این در حالی است که ناهمسویی راهبردی و عدم‌هماهنگی اقدامات در سازمان‌های ورزشی وجود دارد. بر مبنای این محدودیت‌ها به پژوهش‌گران آتی پیشنهاد می‌شود ضمن بررسی دیدگاه کلیه ذینفعان ادارات ورزش و جوانان پیرامون همسویی راهبردی و شناخت تفاوت‌ها و شباهت‌های دیدگاه با استفاده از مطالعه تطبیقی، مقیاسی را برای اندازه‌گیری همسویی راهبردی در سازمان‌های ورزشی طراحی، اعتباریابی و رواسازی کنند.

منابع

- آذر، عادل و معزز، هاشم. (۱۳۹۳). «**اندازه‌گیری همسویی راهبردی سازمانی: رویکرد پویایی سیستم**». مدیریت صنعتی. دوره ۶، شماره ۲، صص ۱۹۷-۲۱۸.
- پیمان‌فر، محمد حسن؛ الهی، علیرضا و حمیدی، مهرزاد. (۱۳۹۳). «**چرا راهبردها در عمل با شکست مواجه می‌شوند؟ مطالعه‌ای کیفی در نظام ورزش ایران**». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۳، صص ۵۲-۳۵.
- رضاپور، سیدسعید. (۱۳۹۸). «**بررسی نقش میانجی سرمایه فکری در رابطه بین همسویی راهبردها و عملکرد سازمانی شعب بانک کشاورزی استان خراسان رضوی**». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع).
- سرعتی آشتیانی، نرجس؛ باباشاهی، جبار؛ یزدانی، حمیدرضا و کریمی، تورج. (۱۳۹۷). «**ارائه مدلی برای شکل‌گیری همسویی افقی بین اقدامات مدیریت منابع انسانی**». مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت. سال ۱۰، شماره ۳۸، صص ۱-۳۶.
- شمس‌آرا، الهام؛ حسینی، سیدمحمدحسین؛ فرهادی محلی، علی و آیباغی اصفهانی، سعید. (۱۳۹۹). «**بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر همسویی اهداف فردی و سازمانی در سازمان‌های خدماتی**». رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت. شماره ۲۱، صص ۱۰۵-۱۲۵.
- عبادی، نغمه. (۱۳۹۸). «**همسویی راهبردی منابع انسانی در سازمان‌ها**». تحول اداری. شماره ۶، پیاپی ۶۰، صص ۱-۲۵.
- گنجو، مازیار؛ خلیلی شورینی، سهراب؛ البرزی، محمود و زرگر، سیدمحمد. (۱۴۰۰). «**بررسی رابطه بین همسویی راهبرد بازاریابی و کسب و کار و عملکرد مالی سازمان**». کاوش‌های مدیریت بازرگانی. آماده انتشار آنلاین.
- معصومی، حسن؛ غرایاق زندی، حسن؛ کیاکجوری، داود و عمادی، سیدرسول. (۱۳۹۵). «**شناسایی و اولویت‌بندی موانع مدیریت راهبردی در وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون‌های ورزشی با استفاده از روش تصمیم‌گیری آنتروپی- فازی**». پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۱۲، شماره ۲۳، صص ۲۹۵-۳۱۷.
- نظری، رسول؛ طباطبایی، محمد و کریمیان، جهانگیر. (۱۳۹۶). «**تحلیل موانع عملیاتی‌شدن برنامه راهبردی ورزش استان اصفهان براساس مدل فورچون**». مدیریت ورزشی. دوره ۹، شماره ۱، صص ۹۹-۱۱۲.
- Aghapoor Alishahi, M., Rahimi, G., Ramazani, M., & Bohlooli, N. (2021). **"Presenting a model of alignment of organization strategies with human resource strategies".** Journal of Industrial Engineering and Management Studies, 1-28.
- Arkesteijn, M., & Heywood, C. (2021). **Alignment theory: For CRE and workplace. In A Handbook of Management Theories and Models for Office Environments and Services.** Routledge.
- Dhir, S., Dhir, S., & Samanta, P. (2018). **"Defining and developing a scale to measure strategic thinking".** Foresight, 1-19.
- Gonzalez-Benito, J., Suárez-González, I., & González-Sánchez, D. (2021). **"Human resources strategy as a catalyst for the success of the competitive strategy: an analysis based on alignment".** Personnel Review.
- Iqbal, U., Nadeem, M., Gull, A. A., & Kayani, U. N. (2022). **"Environmental innovation and firm value: The moderating role of organizational capital".** Journal of Environmental Management, 316, 115253.

- Jabbar, A. A. D. (2021). **"The effect of information technology governance mechanisms on organizational performance Based-IT, The intellectual dimension of strategic alignment as mediate variable".** Muthanna Journal of Administrative and Economic Sciences, 11(2).
- Jalali, S. H. (2020). **"Interplay between cognition and design: how performance of strategic alliance with different design affected by cognitive capabilities?".** International Journal of Management and Decision Making, 19(4), 391-407.
- Klychova, G., Zakirova, A., Alibekov, S., Klychova, A., Morunov, V., & Raheem, U. (2019). **"Improvement of the Tool of Strategic Management Accounting".** *In Energy Management of Municipal Transportation Facilities and Transport* (pp. 669-686). Springer, Cham.
- Kotusev, S. (2020). **"The hard side of business and IT alignment".** IT Professional, 22(1), 47-55.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). **Naturalistic inquiry.** sage.
- Mburu, P. W. (2020). **The Influence of Strategy Alignment on Competitive Advantage of Commercial Banks in Kenya".** Doctoral dissertation, University of Nairobi.
- Mulago, J., & Oloko, M. (2019). "Effect of Strategic Alignment on Firm Performance in Telecommunication Sector in Kenya. Journal of International Business, Innovation and Strategic Management, 3(1), 82-98.
- Nasir, W. M. N. B. W. M., Al Mamun, A., & Breen, J. (2017). **"Strategic orientation and performance of SMEs in Malaysia".** SAGE Open, 7(2), 2158244017712768.
- Slim, A., Sarah, O., Kadhim, K., Ali, B., Hammood, A., & Othman, B. (2021). **"The effect of information technology business alignment factors on performance of SMEs".** Management Science Letters, 11(3), 833-842.
- Yeow, A., Soh, C., & Hansen, R. (2018). **"Aligning with new digital strategy: A dynamic capabilities approach".** The Journal of Strategic Information Systems, 27(1), 43-58.

۲۰

ارائه مدل توانمندسازی منابع انسانی مبتنی بر آموزش مجازی در دوره پساکرونا برای سازمان‌های ورزشی ایران

الیکا ثقفی[۱]
محمد پورکیانی[۲]
مهرزاد حمیدی[۳]

10.22034/ssys.2023.2918.3128
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۰۸
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۲۶

هدف از این پژوهش، ارائه مدل توانمندسازی منابع انسانی مبتنی بر آموزش مجازی در سازمان‌های ورزشی ملی شرایط دوره پساکرونا بود. روش تحقیق از نوع کیفی با رویکرد تحلیل مضمون بود. مشارکت‌کنندگان پژوهش شامل صاحب‌نظران علمی (دانشگاهی) و صاحب‌نظران اجرایی (مدیران و کارشناسان) در زمینه موضوع پژوهش بود. تعداد نمونه بر حسب رسیدن به اشباع نظری ۱۴ نفر انتخاب گردید. نمونه‌گیری نیز به روش قضاوتی (هدفمند) انجام شد. ابزار پژوهش مصاحبه نیمه‌اکتشافی (نیمه هدایت‌شده) به همراه مطالعه کتابخانه‌ای تکمیلی آن بود. روایی ابزار و نتایج پژوهش براساس تایید روایی محتوای چارچوب مصاحبه توسط پژوهشگران خبره و میزان توافق بین دو مصحح کدگذاری ارزیابی و تایید گردید. تحلیل مفاهیم مستخرج و ثبت کدگذاری با استفاده از بستر نرم‌افزار مکس کیودا انجام شد. براساس نتایج، ۸۴ کد مفهومی استخراج شده در ۳۰ مضمون فرعی، ۱۱ مضمون اصلی و ۵ مقوله کلی چارچوب‌بندی گردیدند پنج مقوله کلی به ترتیب اثرگذاری- اثرپذیری و مضامین اصلی زیرمجموعه آن‌ها شامل عوامل زمینه‌ای- وضعیتی (چالش‌های سازمانی دوره پساکرونا، تحول دیجیتال فراگیر و الزامات نوین آموزش شغلی)، عوامل ظرفیتی- فنی (ظرفیت فناوری اطلاعات و ارتباطات سازمان‌ها و قابلیت یادگیری سازمانی)، عوامل فرایندی- کارکردی (زمینه‌یابی توانمندسازی مجازی، کارآمدی سیستم پیاده‌سازی و قابلیت آموزش شغلی مجازی)، عوامل قابلیتی-فردی (سواد فناوری کارکنان و قابلیت یادگیری حرفه‌ای،) و عوامل پیامدی- عملکردی (توانمندی منابع انسانی و پایداری سازمانی) بود. براساس یافته‌ها می‌توان گفت توانمندسازی و آموزش شغلی در بسترمجازی نیز مطابق مدل پژوهش یک فرایند و کارکرد چندسطحی است که نیازمند توجه به شرایط زمینه‌ای و وضعیت محیطی، بهره‌گیری فنی از ظرفیت‌ها و ارتقای آمادگی افراد می‌باشد تا بتواند سرمایه انسانی توانمند و پایداری سازمان را فراهم سازد.

واژگان کلیدی: توانمندسازی مجازی، آموزش شغلی، سرمایه انسانی، مراکز ورزشی و دوره پساکرونا.

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، پردیس بین‌الملل کیش دانشگاه تهران، تهران، ایران
[۲] استادیار، مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: M_pourkiani@sbu.ac.ir
[۳] استاد، مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

منابع انسانی، کانون اصلی رفتار و عملکرد در سازمان است و به همین دلیل در دو دهه اخیر همواره بیشترین توجه مدیران و محققان علوم مدیریتی به آن معطوف بوده است. شواهد مختلف نشان داده‌اند هر اندازه که سازمان‌ها به مقابله با چالش‌های درونی و بیرونی برمی‌خیزند و سعی بر دست‌یابی به حداکثر بهره‌وری دارند، نیاز بیشتری به حمایت منابع انسانی و ذی‌نفعان و درگیر کردن آن‌ها در کار خواهند داشت (سیچو[1] و جی‌کوریزس[2]، ۲۰۱۴). از این رو، منابع انسانی همواره باید دارای توانایی و آمادگی لازم باشند و سیستم مدیریت منابع انسانی در سازمان باید از طریق اقدامات و برنامه‌های مختلف به تأمین و توانمندسازی نیروی انسانی و همگام‌سازی آن‌ها با سیستم سازمان بپردازد (ساعتی زارعی، ۱۳۹۹). دو مورد از مهم‌ترین فرآیندهای مدیریت منابع انسانی که در دو دهه اخیر به تدریج به کانون توجه تبدیل شده و نتایج قابل توجهی به همراه داشته‌اند، فرآیندهای مدیریت استعداد و توانمندسازی است (جمشیدی، ۱۳۹۶). هدف اصلی این فرآیندها این است که دانش، استعداد، تجربه و انگیزه منابع انسانی را توسعه دهند و زمینه به‌کارگیری بهتر و بیشتر آن‌ها در سازمان را فراهم سازند. سازمانی که هم استعدادهای کاری توانمند و هم فناوری روز را در اختیار داشته باشد، سازمان هوشمند محسوب می‌شود. در سازمان هوشمند سرعت و کیفیت فرآیندها و عملکردها در سطح بالایی قرار دارد. به صورت کاربردی‌تر می‌توان این‌گونه بیان کرد همان‌طور که اعتقاد وجود دارد انسان‌هایی موفق‌تر خواهند بود که به خوبی استعدادیابی شده و پرورش یافته‌اند و هم‌زمان از درجه هوشی بالایی برخوردارند (ساعتی زارعی، ۱۳۹۹)

توانمندسازی[3] در ادبیات سازمانی به معنای تغییر در فرهنگ، جو و ساختار سازمان به منظور محیطی با آزادی عمل مبتنی بر شایستگی برای نیروی انسانی است. توانمندسازی با مفهوم قدرت‌بخشی به افراد در سازمان گره خورده است، اما به معنی دادن قدرت به افراد نیست، بلکه در واقع آزادکردن قدرتی است که افراد به واسطه دانش و انگیزه خود دارند (طبری فشکی، ۱۴۰۱). فرایند توانمندسازی، ظرفیت‌های بالقوه‌ای را برای استفاده از توانایی‌های انسانی که از آن استفاده نمی‌شود در اختیار می‌گذارد (کیمی[4] و همکاران، ۲۰۱۴). توانمندسازی به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن منابع انسانی در سازمان‌ها از طریق دانش‌افزایی، افزایش اختیارات و تشویق به ابتکارات و مشارکت‌دهی در تصمیم‌گیری کمک می‌شود تا توانایی لازم برای ایفای یک نقش برجسته در سازمان را به‌دست آورد و جنبه‌های ویژه در شغلش ارتقا یابد. این فرایند نه تنها در عملکرد افراد بلکه در شخصیت آنان نیز موثر است (خواجه‌پور، ۱۳۹۹). از توانمندسازی

[1] Siachou
[2] Gkorezis
[3] Empowerment
[4] Kearney

تعاریف مختلفی شده است. شناخته‌شده‌ترین دسته‌بندی انواع توانمندسازی شامل سه رویکرد فرایندی، ساختاری و انگیزشی می‌باشد. رویکرد ساختاری مبتنی بر تفویض‌اختیار است. در رویکرد فرایندی، توانمندسازی تقویت شایستگی افراد سازمان از طریق فرایند شناسایی و حذف شرایطی ایجاد کننده احساس بی توانی در آن‌ها می‌باشد. مطابق رویکرد انگیزشی، توانمندسازی، سازوکار افزایش انگیزش درونی برای انجام وظایف محوله است (رشیدنیا، ۱۳۹۶). جدیدترین رویکرد توانمندسازی، توانمندسازی در بسترمجازی است. توانمندسازی مجازی در واقع ترکیب فرایند حرفه‌ای‌گرایی و توسعه حرفه‌ای با فرایند مدیریت دانش و آموزش الکترونیک در مدیریت منابع انسانی است (علی‌محمدی و همکاران، ۲۰۱۹). اجرای برنامه‌های توانمندسازی و آموزش مجازی، این اطمینان را به مدیران می‌دهد تا بتوانند سیستم سازمان خود را به صورت مستمر روزآوری و عملکرد خود را پایدار نمایند (بوخ و سوانهولت[1]، ۲۰۱۹). اهمیت توانمندسازی و آموزش مجازی منابع انسانی در سازمان‌های امروزی به دلیل تحولات فزاینده فناوری، پیچیده شدن محیط سازمان‌ها و نیاز به ارتقای هوشمندی سازمان می‌باشد (نورادصدیق و همکاران، ۱۳۹۶).

سیستم ورزش کشور به دلیل فضای رقابتی و توجه رسانه‌ها، نیازمند نیروی انسانی توانمند و فنی است و ضرورت دارد که سازمان‌های ورزشی به ارتقای سیستم مدیریت سرمایه انسانی خود بپردازند (جلالی و همکاران، ۲۰۱۷). در همین راستا یکی از دلایل اصلی تفاوت بین سازمان‌های موفق و ناموفق، میزان توانمندی فنی منابع انسانی است، زیرا داشتن کارکنان توانمند مهم‌ترین ابزار و دارایی سازمان جهت نیل به اهداف و عملکرد مناسب است (اسمیت[2]، ۲۰۱۱). هر چند به طور مشخص همواره توانایی کارکنان برای ارتقای عملکرد سازمان در نمونه‌ها و سازمان‌های ورزشی مختلفی اثبات شده است، اما هنوز چالش‌های علمی و اجرایی بسیاری در این زمینه وجود دارد و رویکرد توانمندسازی در عصر فناوری و بستر مجازی به دانش جدید نیاز دارد (تینگوی[3] و همکاران، ۲۰۱۹).

ادارات ورزش و جوانان به عنوان سازمان‌های دولتی و متولیان اصلی توسعه ورزش در استان‌ها، دارای جنبه‌های تخصصی زیادی نسبت به سایر سازمان‌های دولتی و عمومی هستند و لازم است تا ابعاد سیستم مدیریتی و اجرایی خود را بر اساس تغییرات پارامترهای موثر، همواره بررسی و بازطراحی کنند (ساعتی زارعی، ۱۳۹۹). علی‌رغم تحقیقات علمی و اقدامات مدیریتی فراوان در زمینه مدیریت منابع انسانی و اطلاعاتی سازمان‌های ورزشی کشور، شواهد و گزارش‌های متعدد بیانگر ناکارآمدی این سازمان‌ها در تأمین و بهسازی سرمایه انسانی هستند. در این میان سازمان‌های ورزشی دولتی و اجرایی به‌ویژه سازمان‌های ورزشی با چالش‌ها و انتقادات بیشتری مواجه هستند (رشیدنیا، ۱۳۹۶). یکی از دلایل اصلی وجود این‌گونه

[1] Bukh & Svanholt
[2] Smith
[3] Tingwey

ضعف‌های اساسی در سازمان‌های ورزشی، نبود اطلاعات مستند و دانش قابل‌اتکا برای تصمیم‌گیری، برنامه-ریزی، اجرا و ارزیابی امور مختلف است. در واقع هنوز هم بسیاری از فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی و مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی سنتی بوده و در فضای امروز ورزش دیگر جوابگو نیستند. علاوه بر این، ایجاد تغییرات اساسی در توانمندسازی و سیستم مدیریت استعداد (جذب، تربیت، نگهداشت و توسعه) منابع انسانی، از یک طرف و دگرگون ساختن سیستم مدیریت دانش و فناوری سازمان، از طرف دیگر برای مدیران سازمان‌های ورزشی با ریسک بالایی همراه است (طبری فشکی، ۱۴۰۱). می‌توان گفت عدم‌شناخت مناسب محیط داخلی و خارجی سازمان، به دلیل نبود اطلاعات لازم و عدم‌برخورداری از توانایی اجرایی مناسب، به دلیل در اختیار نداشتن ابزارهای کافی، علت اصلی عدم‌استقبال مدیران از این تغییرات است. در چنین وضعیتی مدیران بیشتر منتظر تغییرات محیطی هستند و اهتمامی به پیش‌بینی، آینده‌نگری و مداخله در رخدادهای آتی پیش روی خود ندارند (صادقی بروجردی و ابوطالبی، ۱۳۹۵). خبرگان مدیریت دلیل اصلی چنین حالتی برای سازمان‌ها را پایین بودن قابلیت‌های دانشی و سرمایه انسانی در سازمان‌ها می‌دانند.

در همین راستا به دلیل تغییرات سرسام‌آور و پیچیده محیط امروزی، سازمان‌های دولتی و عمومی دیگر نمی‌توانند با رفتار سنتی و عملکرد حداقلی به تأمین انتظارات ذینفعان درونی و بیرونی و مدیریت واکنش‌های آن‌ها بپردازند (رشیدنیا، ۱۳۹۶). یکی از تحولات اساسی و دگرگون‌کننده جهانی، دوره پاندمی کووید۱۹ بود. در واقع دوران پس از رکود کووید۱۹ تفاوت‌های اساسی با قبل از این دوره دارد. تحول در سیستم کار سازمان‌ها، آموزش‌ها، ارتباطات و مواردی بسیار دیگری سبب شد که دوره پساکرونا به عنوان عصری جدید تلقی شود. به دلیل منحصر به فرد بودن بسیاری از شرایط و جوانب این دوره، نیاز به مستندسازی تجارب و تحقیقات مبتنی بر فناوری بسیار ارتقا یافت (بلیکیو[1] و همکاران، ۲۰۲۳). از این رو نیاز دارند به همه عوامل در جای خود و بسته به شرایط توجه کنند و این اقدامات را بر پایه اطلاعات مستند و علمی انجام دهند. همچنین دیدگاه‌ها، تعاریف، روش‌ها و هدف‌های مختلفی در زمینه چگونگی رفتار و مدیریت سازمان وجود دارد که بعضاً نیز دارای تفاوت و تناقض با همدیگر هستند (استوسکواسکی و کولینس[2]، ۲۰۱۴)، اما بر سر اینکه هر سازمان بسته به ماهیت و توان خود لازم است تا به تعیین یک روش مدیریت و همکاری جمعی منحصربه‌فرد برای خود برسد، توافق وجود دارد (جمشیدی، ۱۳۹۶). در این میان، سازمان‌های ورزشی به عنوان یکی از سازمان‌های دولتی و متولی اصلی توسعه ورزش در استان‌ها، دارای جنبه‌های تخصصی زیادی نسبت به سایر سازمان‌های دولتی و عمومی می‌باشند و لازم است تا ابعاد سیستم مدیریتی و اجرایی خود را همواره بررسی و بازطراحی کنند (جمشیدی، ۱۳۹۶).

[1] Blaique
[2] Stoszkowski & Collins

علی‌رغم تحقیقات علمی (مقالات و پایان‌نامه‌ها) و اقدامات مدیریتی فراوان (برنامه‌های سازمان‌ها) در زمینه مدیریت منابع انسانی و اطلاعاتی سازمان‌های ورزش کشور هنوز هم شواهد و گزارش‌های متعدد بیانگر ناکارآمدی این سازمان‌ها در تأمین و بهسازی سرمایه انسانی هستند (جمشیدی، ۱۳۹۶). در این میان سازمان‌های دولتی و اجرایی به‌ویژه سازمان‌های ورزشی با چالش‌ها و انتقادات بیشتری مواجه هستند (براساس انعکاس انتقادهای فراوان در رسانه‌های ورزشی). یکی از دلایل اصلی وجود این‌گونه ضعف‌های اساسی در سازمان‌های مذکور، نبود اطلاعات مستند و دانش قابل اتکا برای تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی امور مختلف است. در واقع هنوز هم بسیاری از فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی و مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی سنتی بوده و در فضای امروز ورزش، دیگر جوابگو نیستند (طبری فشکی، ۱۴۰۱).

جهت تبیین بهتر مسئله پژوهش، تحقیقات پیشین نیز مرور و نقد شدند. ابوطالبی و صادقی بروجردی (۱۳۹۵) توانمندسازی کارکنان در اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان را نیازمند بهبود نگرش و تفکر مدیران نسبت به تحول آن می‌دانند. جمشیدی (۱۳۹۶) نقش توانمندسازی و حرفه‌ای‌گرایی کارکنان در بستر فناوری برای ارتقای سرمایه فکری سازمان‌های ورزشی کشور را تایید نموده‌اند. رشیدنیا (۱۳۹۶) گزارش کرده است که در اداره کل ورزش و جوانان استان گیلان، توانمندسازی متاثر از عوامل فردی و شغلی و اثرگذار بر اثربخشی سازمان می‌باشد. علی‌محمدی و همکاران (۱۳۹۸) در ارائه توانمندسازی حرفه‌ای سازمان‌های آموزشی (دانشگاه فرهنگیان) ابعاد محتوایی، آموزشی، دانشی، فناوری، اخلاقی، ساختار و مهارتی را شناسایی کردند. عاقل و همکاران (۱۳۹۸) ارتباط بین ابعاد مدیریت دانش و ابعاد توانمندسازی در سازمان‌های ورزشی استان خراسان را معنی‌دار گزارش کردند. ساعتی، زارعی و همکاران (۱۳۹۹) اثر سیستم مدیریت استعداد بر فرایند توانمندسازی کارکنان از طریق هوش سازمانی در ادارات کل ورزش و جوانان کشور را مورد تایید قرار دادند. میریوسفی و دره کردی (۱۳۹۹) تأثیر توانمندسازی روان‌شناختی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انتقال دانش در کارکنان باشگاه های ورزشی استان کرمان را مورد تایید قرار دادند. خشعلی پور و همکاران (۱۳۹۹) نقش کاربست شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در توانمندسازی دبیران ورزش در وزارت آموزش و پرورش را تایید کردند. خواجه‌پور (۱۳۹۹) نقش توانمندسازی محوری در بستر ارتباطات نوین برای تحقق رهبری کوانتومی نیروی انسانی و بهبود بهره‌وری کارکنان وزارت ورزش و جوانان را گزارش نموده‌اند. فروتن و همکاران (۱۴۰۰) چارچوب توانمندسازی منابع انسانی مبتنی بر سواد دیجیتالی در ادارات کل ورزش و جوانان کشور را شامل عوامل درک نیاز به اطلاعات، یادگیری نحوه استفاده از اطلاعات و یافتن اطلاعات دارای قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کم و عوامل دسته‌بندی اطلاعات، به‌کارگیری اطلاعات و ارزیابی اطلاعات دارای قدرت نفوذ کم و وابستگی زیاد

گزارش کرده است. طبری (۱۴۰۱) تاثیر بستر الکترونیک بر اجرای توانمندسازی کارکنان و مدیریت منابع انسانی در ادارات ورزش و جوانان را تایید کرده‌اند. اقدمی و همکاران (۱۴۰۱) پیشایندهای ساختار توانمندسازی در ادارات کل ورزش و جوانان را شامل توانمندسازی روان‌شناختی، تعامل اجتماعی، تسهیم دانش و فناوری اطلاعات و پیامدهای آن را مشتمل بر اخلاق حرفه‌ای گزارش کرده اند. کریمی و احمدی (۱۴۰۱) تاثیر ابعاد فناوری اطلاعات و ارتباطات بر توانمند سازی مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه را مورد تایید قرار دادند. نظری و همکاران (۱۴۰۲) نقش توانمندسازی در ترویج رفتار نوآورانه کارکنان وزارت ورزش و جوانان را تایید قرار کردند.

در تحقیقات خارج از کشور، استوسکواسکی و کولینس[1] (۲۰۱۴) نقش تشکیل جوامع تخصصی مجازی و یادگیری مبنی بر شبکه‌های اجتماعی برای بهره‌وری مشاغل سازمان‌های ورزشی را تعیین‌کننده دریافتند. ویلج[2] (۲۰۱۵) نشان داد بین توانمندسازی و بهره‌وری سرمایه انسانی در سازمان‌های ورزشی رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. هال و اگلسبی[3] (۲۰۱۶) گزارش کردند که کارکنان زن توانمندی بیشتر و بهتری در برخی مهارت‌های (نرم) مانند مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی در حوزه ورزش دارند. جئونگ[4] و همکاران (۲۰۱۹) رابطه قابل توجهی بین توانمندسازی با فرهنگ سازمانی و رفتار سازمانی در صنعت ورزش حرفه‌ای کره جنوبی را گزارش کرده‌اند. کاجیر[5] (۲۰۱۹) در بررسی حرفه‌ای‌شدن مربیگری ورزشی نشان دادند که محتوای برنامه آموزش مربیگری مهم‌ترین عامل در تحقق حرفه‌ای‌شدن مربیان است. ویلیام و بوش[6] (۲۰۱۹) در بررسی اشتراک در فضای جامعه یادگیری مربیان ورزشی نشان داد که این فرایند برای انواع دانش نظری و تمرینی و .. متفاوت، اما قابل توجه است. استوتزل و شیدرو[7] (۲۰۲۰) در بررسی شکاف یادگیری آنلاین مربیان ورزشی نشان دادند که آماده‌سازی مربیان و فناوری آموزشی مربیگری بر کاهش شکاف مذکور اثرگذار است. گرفیتس[8] و همکاران (۲۰۲۲) توسعه حرفه ای از طریق بستر آنلاین و آموزش باز را برای برآورده کردن نیازها و انتظارات مربیان ورزش موثر گزارش کرده است. کانسلوس[9] و همکاران (۲۰۲۲) نقش تسهیل‌گر فناوری اطلاعات و ارتباطات در حمایت از توانمندسازی مدرسان تربیت‌بدنی و مربیان ورزش پایه برای شکل‌دهی جامعه یادگیری حرفه‌ای قال توجه گزارش کرده‌اند. زمیر و ماتسوس[10]

[1] Stoszkowski & Collins
[2] Villegas
[3] Hall & Oglesby
[4] Jeong
[5] Kjær
[6] Williams & Bush,
[7] Stoetzel & Shedrow
[8] Griffiths
[9] Gonçalves
[10] Zimmer & Matthews

(۲۰۲۲) تاثیر به‌کارگیری بستر مجازی برای آموزش مربیگری و توسعه حرفه‌ای مربیان را وابسته به شایستگی‌های حرفه‌ای و یادگیری دیجیتالی می‌دانند. بلیکیو[1] و همکاران (۲۰۲۳) تاثیر توانمندسازی و یادگیری سازمانی را بر درگیری کاری در دوره کووید۱۹ مورد تایید قرار دادند. نایسی و ککوالسو (۲۰۲۳) تحول عملکردی کارکنان و تحقق دستاوردهای سازمانی در کشورهای درحال‌توسعه را نسبت به کشورهای پیشرو دارای وابستگی و ضرورت بیشتری نسبت به مدیریت الکترونیکی و محیط کار دیجیتال منابع انسانی گزارش کرده‌اند.

همان‌طور که بیان شد مطالعات زیادی در مورد موضوع پژوهش انجام شده است، اما کاربرد و تطبیق آن‌ها در سازمان‌های ورزشی نیاز به ملاحظات فراوانی دارد. از سوی دیگر، بسیاری از این تحقیقات از جامعیت لازم در زمینه مولفه‌های تحلیلی برخوردار نیستند. علاوه بر این، تحقیقات مبتنی بر تحلیل و مدل‌سازی روابط، تاکنون این حوزه موضوعی را به صورت هم‌زمان و مبتنی بر تدوین چارچوب بررسی نکرده‌اند. در حالی که براساس شواهد برآیند آن‌ها برای سازمان‌های مختلف بسیار تعیین‌کننده است و مهم‌تر این مطالعات در کشور، بسیار محدود بوده است. خلاءهای موجود در این تحقیقات شامل؛ مورد توجه قرار نگرفتن توانمندسازی مجازی در مطالعات داخلی، مطرح نبودن توانمندسازی مجازی در حوزه سازمان‌های اجرایی و دولتی ورزش و نبود مدل تحلیل جامع‌نگر و فرایندنگر در زمینه توانمندسازی و آموزش مجازی سرمایه انسانی حوزه ورزش می‌باشد. همچنین شواهدات و مستندات (اسناد، محتوا سایت‌ها، گزارش‌های رسانه‌ای، تحقیقات و سایر) سازمان‌های ورزشی ملی کشور حاکی از وجود تحول مجازی از دوره پساکرونا و همچنین موانع مختلف در مسیر مجازی‌سازی برنامه‌های آموزشی و فرایند توانمندسازی در سازمان‌های ورزش کشور است. از این رو مسئله پژوهش حاضر این است که بهره‌گیری موثر از بستر مجازی و آموزش الکترونیک در توانمندسازی منابع انسانی سازمان‌های ورزشی کشور متاثر از چه عوامل و شرایطی می‌باشد؟

پس هدف این پژوهش، ارائه چارچوب علمی برای شناسایی و تحلیل نظام‌مند عوامل و شرایط مذکور در زمینه توانمندسازی مبتنی بر آموزش مجازی در منابع انسانی سازمان‌های ورزشی کشور بود.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق از نوع مطالعه کیفی با رویکرد تحلیل مضمون بود. مشارکت‌کنندگان پژوهش (جامعه آماری) شامل کلیه صاحب‌نظران در زمینه موضوع پژوهش به صورت زیر بود. ابتدا از صاحب‌نظران نظرخواهی گردید:

[1] Blaique

جدول ۱: توصیف نمونه انتخابی برای مصاحبه

گروه تخصصی	معیار اصلی انتخاب	تعداد	
اساتید و پژوهشگران مدیریت ورزشی در دانشگاه‌ها	متمرکز بر مطالعات منابع انسانی و مدیریت دانش و فناوری در ورزش و سابقه مشارکت در سازمان‌های ورزشی اجرایی	۶ نفر	۱۴ نفر
مدیران و کارشناسان خبره مدیریت منابع انسانی و آموزش شغلی در سازمان‌های ورزشی	وزارت ورزش، کمیته ملی المپیک، فدراسیون-ها و مراکز تابعه و دارای تحصیلات مقطع ارشد و دکتری	۶ نفر	
متخصصان فناوری اطلاعات و ارتباطات سازمانی در موسسات ورزشی	متخصصان فنی در زمینه بستر مجازی سازمان‌ها و آموزش الکترونیک و..)	۲ نفر	

نمونه نظرخواهی‌شده به تعداد قابل کفایت در روش کیفی اکتشافی که بیانگر رسیدن به اشباع نظری در استخراج مفاهیم است، برآورد شد (۱۴ نفر). نمونه انتخابی با روش قضاوتی نمونه‌گیری گردید. در این پژوهش، انجام مصاحبه و استخراج مضامین تا زمانی ادامه یافت که پژوهشگر از عدم‌به‌دست آمدن مفاهیم کلیدی جدید اطمینان حاصل نماید. پس از انجام ۱۴ مصاحبه در طی دوره چهار ماه به اشباع نظری رسید، زیرا تحلیل مفاهیم مستخرج حاکی از اضافه نشدن مفاهیم جدید به مقوله‌های قبلی بود و درصد بالایی از داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های آخر تکراری بود. بنابراین، با رسیدن به حد اشباع نظری، به مصاحبه‌ها پایان داده شد. در واقع برآورد تعداد نمونه براساس اشباع نظری مؤلفه‌های استخراجی است.

ابزار پژوهش شامل مصاحبه نیمه‌اکتشافی (نیمه‌هدایت‌شده) برای استخراج مولفه‌ها و مفاهیم بود. از مطالعه نظری منابع اطلاعاتی (تحقیقات، اسناد، رسانه) برای تکمیل و کدگذاری یافته‌های مصاحبه استفاده شد. مصاحبه به دو روش حضوری (۶ نفر) و مجازی (۸ نفر) انجام گرفت (در فاصله چهار ماه و میانگین زمان نیم ساعت). سپس از طریق روش‌های روایی کدگذاری و توافق مصححان کدگذاری (۲ پژوهشگر خبره) بررسی شد (حدود ۷۱ درصد همسویی داشتند). کدگذاری و مدل مفهومی مستخرج در نهایت توسط یک گروه کانونی ۵ نفره بررسی، تصحیح و تایید گردید (اساتید راهنما، مشاور و سه پژوهشگر خبره). با ارائه بازخورد به مصاحبه‌شوندگان و قراردادن آن‌ها در مسیر پژوهش به طوری که بر نحوه پاسخگویی آن‌ها تأثیر نگذارد، به منظور افزایش روایی درونی اقدام شد. پس از انجام هر مصاحبه، الگوی به‌دست آمده تا آن مرحله ارائه گردید و در صورتی که مصاحبه‌شونده نکاتی را نسبت به الگو داشت، مورد بحث قرار می داد. این کار پس از انجام مصاحبه انجام می‌شد تا مصاحبه خالی از هر گونه پیش‌فرض و جهت‌گیری باشد.

از روش کدگذاری چندمرحله‌ای جهت چارچوب‌بندی مؤلفه‌های استخراجی استفاده شد. کدگذاری در سه مرحله کدگذاری اول (باز)، کدگذاری دوم (گزینشی) و کدگذاری سوم (موضوعی) انجام

شد تا مقوله‌ها تبدیل به مولفه‌ها، سپس ابعاد و در نهایت عامل‌های اصلی در مدل مفهومی شوند. کدگذاری با استفاده از مطالعات قبلی و نظر چند پژوهشگر انجام شد. چارچوب مفهومی پژوهش نیز براساس ارتباط نظری شناسایی‌شده بین تم‌های اصلی و فرعی ترسیم گردید. همزمان با گردآوری داده‌ها، کار تحلیل آنها طی سه مرحله کدگذاری باز، متمرکز و محوری نیز شروع شد. پس از استخراج کدها، آنها طبقه‌بندی شدند و با مقایسه مداوم، تفاوت‌ها و تشابهات بین این کدها آشکار گردید. سپس طبقات جدا و یا ادغام گشتند تا نظریه در روند این فرآیند شکل بگیرد. منابع و متون موجود نیز در روند تکمیل چارچوب مفهومی مورد استفاده قرار گرفتند. تحلیل مفاهیم مستخرج و ثبت کدگذاری با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا انجام شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج مربوط به کدگذاری مفاهیم مستخرج و استخراج کدهای چارچوب پژوهش به صورت جدول ۲ گزارش شده است. براساس جدول، ۸۴ کد مفهومی استخراج شده در کدگذاری اول (باز)، در ۳۰ مضمون فرعی (کدگذاری دوم = متمرکز) و سپس در ۱۱ مضمون اصلی (کدگذاری سوم = محوری) چارچوب‌بندی گردید.

جدول ۲: کدگذاری مفاهیم مستخرج و استخراج کدهای چارچوب پژوهش

مضامین (تم‌های) اصلی	مضامین (تم‌های) فرعی	کد اولیه
چالش‌های سازمانی دوره پس از کرونا	چالش‌های مدیریت منابع انسانی	ضعف سواد فناوری کارکنان برای دور کاری و فعالیت مجازی سازمان‌های ورزشی کشور
		عدم استقبال مناسب کارکنان این سازمان‌ها از آموزش و یادگیری مجازی شغل
		انتظارات و تقاضای مشتریان و ارباب رجوع برای دریافت خدمات مجازی
		ضعف سیستم سازمان‌های ورزشی برای مجازی‌سازی فعالیت‌ها و خدمات‌دهی
	رکود عملکردی دوره پساکرونا	کاهش بهروری سازمان‌های ورزشی به دلیل تعطیلی رویدادها در دوره پساکرونا
		کاهش ساعت کاری سازمان و حجم فعالیت‌های سازمانی در دوره پساکرونا
		رکود مشارکت عمومی در فضاها و رویدادهای ورزشی دوره پساکرونا و ماندگاری آن
		کاهش شاخص‌های عملکردی سازمان‌های ورزشی در دوره پساکرونا
		انتقال بسیاری از فعالیت‌های سازمانی به بستر دیجیتال در جهان

تحول دیجیتال فراگیر	مجازی‌شدن سازمان‌ها	پیشرفت‌های مربوط به میز خدمت و محیط کار دیجیتال در سازمان‌های ورزشی بین‌المللی
		توسعه خدمات مجازی به مشتریان توسط سازمان‌های ورزشی کشورها
		رشد مشارکت افراد در شبکه‌های اجتماعی و محیط دیجیتال در دوره پساکرونا
	رشد فضای مجازی	ضرورت کار با ابزارهای فضای دیجیتال برای کارکنان در فرایند مجازی شدن
		رشد ارتباطات الکترونیک بین فردی و شغلی در بسترمجازی
الزامات نوین آموزش شغلی	حرفه‌ای-گرایی کارکنان	ضرورت حرفه‌ای‌سازی منابع انسانی توسط سازمان‌ها برای آمادگی تحولات آینده
		عضویت افراد شاغل در گروه‌های مجازی هر شغل ورزشی
		ضرورت یادگیری مستمر و حرفه‌ای در مسیر پیشرفت شغلی برای کارکنان امروزی
	تخصصی-سازی مشاغل	ضرورت تخصص گرایی مهارت‌ها و فعالیت‌ها در مشاغل سازمان‌های ورزشی پساکرونا
		ضرورت به‌کارگیری دانش تخصصی و فنی در مشاغل سازمانی در رقابت جهانی
		استانداردسازی شایستگی‌های شغلی و شاخص‌های عملکردی آن‌ها
ظرفیت فناوری اطلاعات و ارتباطات سازمان‌ها	امکانات فناوری سازمان	امکانات سیستم سخت‌افزاری مانند کامپیوتر، و ... مناسب در سازمان‌های ورزشی
		استفاده از انواع شبکه‌های ارتباطی مجازی و اجتماعی
		امکانات نرم‌افزاری مانند اینترنت، برنامه‌های کامپیوتر، اتوماسیون، و ... مناسب
	قوانین فناوری	میزان توجه به حریم خصوصی کارکنان در فضای مجازی سازمان
		میزان امنیت بستر آموزش مجازی و محتوای آن برای کارکنان
	فرهنگ الکترونیک	سطح فرهنگ پذیریش و کاربرد فناوری در سازمان‌های ورزشی
		میزان اعتماد و مشارکت به فناوری توسط افراد در این سازمان‌ها
	خدمات الکترونیک	توسعه میز خدمت الکترونیک برای ارائه خدمات به مشتریان و ارباب رجوع
		تشویق ارباب رجوع و ذینفعان به ارتباط الکترونیک با سازمان
		ارائه محتوای آموزش با بستر الکترونیک در سایت سازمان برای کارکنان و مشتریان.
		تولید و تامین دانش و اطلاعات در سازمان‌های ورزشی کشور

	مدیریت دانش	نشر و آموزش مجازی دانش و محتوا در این سازمان‌ها
		کاربرد و بکارگیری دانش در بسترمجازی سازمان‌های ورزشی
قابلیت یادگیری سازمانی	فرهنگ نوآوری جامعه یادگیرنده	حمایت از ایده‌ها و طرح‌های نو مرتبط با بسترمجازی در سازمان
		تشویق منابع انسانی به خلافیت و حل مسائل شغلی در سازمان‌های ورزشی
		وجود فرهنگ یادگیری حرفه‌ای مستمر در سازمان
		رشد تبادلات و تعاملات شغلی بین اعضای سازمان‌ها ورزشی
		وجود بستر ارتباطی مجازی گروهی برای کارکنان هر حوزه سازمانی
	حرفه‌ای نیازسنجی آموزش مجازی	تعیین سطح مهارتی و نظرخواهی اعضا در ارتباط با نیازهای آموزشی و مهارتی
		آسیب‌شناسی برنامه‌های پیشین و مستندسازی تجربیات آموزش شغلی منابع انسانی
زمینه‌یابی توانمندسازی مجازی		هدفگذاری توانمندسازی و اولویت‌بندی فعالیت‌های منابع انسانی ورزش
	برنامه‌ریزی توانمندسازی	تعیین روش و ابزارهای توانمندسازی حرفه‌ای منابع انسانی (دوره آموزشی، و ...)
		تعیین مسیر و زمانبندی فرایند توانمندسازی حرفه‌ای منابع انسانی
		ابلاغ برنامه و هماهنگی‌های توانمندسازی مجازی بین بخش‌ها
کارآمدی سیستم پیاده‌سازی	آمادگی درون سازمانی	ارزیابی و نظارت عملکرد از طریق سیستم‌های الکترونیک در سازمان
		عملیاتی‌سازی برنامه توسط بخش‌ها و واحدها متناسب با امکانات و نیازهای خود
	حمایت‌یابی برون سازمانی	هماهنگ‌سازی مراجع بالادستی و پشتوانه‌سازی برای برنامه توانمندسازی منابع انسانی
		تعامل سازمان‌های ورزشی با دانشگاه‌ها و موسسات مشاور جهت بهره-گیری از خدمات آن‌ها
قابلیت آموزش شغلی مجازی	قابلیت سیستم آموزشی	فراهم‌سازی بستری الکترونیک برای آموزش مجازی در سازمان‌های ورزشی
		میزان بودجه در نظر گرفته شده برای آموزش مجازی منابع انسانی ورزش
		وجود مدرس، منتور و مربی توانمندسازی در بستر مجازی سازمان
	قابلیت بستر شغلی	کاربردی‌سازی و عملیاتی کردن استانداردهای حرفه‌ای برای مشاغل ورزش
		بازتعریف استانداردهای شغلی با رویکرد اهمیت دادن به یادگیری و فناوری
		انعطاف در زمان کاری برای مشارکت در برنامه توانمندسازی مجازی
		سواد ارتباطی و اطلاعاتی فضای مجازی در کارکنان سازمان ورزشی

سواد فناوری کارکنان	تسلط بر فناوری عمومی	میزان منابع انسانی تمایل به تخصص و مهارت IT در سازمان‌ها
		توانایی کارکنان در استفاده از کامپیوتر و بستر الکترونیک سازمانی
	مهارت فناوری تخصصی	میزان تسلط کارکنان بر نرم‌افزارهای تخصصی در شغل خود
		توانایی فعالیت با ابزار فنی شغل در بستر دیجیتال منابع انسانی ورزش
قابلیت یادگیری حرفه‌ای	آماده‌سازی منابع انسانی	آگاه‌سازی منابع انسانی نسبت ضرورت یادگیری شغلی و کار با فناوری
		تشویق منابع انسانی به خودکارآمدی شغلی مبتنی بر خودآموزی
	توسعه حرفه‌ای	آمادگی دانشی و ذهنی منابع انسانی برای توانمندسازی مجازی در سازمان‌های ورزشی
		قابلیت نگرشی و رفتاری منابع انسانی برای یادگیری مجازی و حرفه‌ای
		توانمندی فنی و مهارتی منابع انسانی برای آموزش مجازی شغلی در سازمان‌های ورزشی
توانمندی منابع انسانی	مقیاس‌پذیری	واگذاری اختیارات لازم حوزه کاری به منابع انسانی برای خلاقیت و پیشرفت
		فراهم‌سازی ابزارهای لازم توسط سازمان برای منابع انسانی برای کنترل بر حوزه عملکردی
		بکارگیری سبک مدیریت مشارکتی و مشارکت دهی منابع انسانی در سازمان‌های ورزشی
	مشارکت‌دهی	تسهیم منابع انسانی از اطلاعات سازمان و استفاده مستمر از نظرات و پیشنهادات کارکنان
		اهمیت سازمان ورزشی به کار گروهی و عضویت کارکنان در تیم کاری
	خودکارآمدی	رسیدن به توانایی خودرهبری و خودکنترلی در منابع انسانی
		برخورداری منابع انسانی از توانایی سازگاری با تغییر شرایط شغلی از جمله بستر مجازی
		ارتقای قابلیت خودآموزی و خودانگیزیشی در منابع انسانی
	معنی‌داری نقش	تسهیم موفقیت‌های حاصل از برنامه‌ها بین منابع انسانی مراکز ورزشی
		برجسته‌سازی نتایج شغلی منابع انسانی و احساس اهمیت عملکرد فردی آن‌ها
		بهبود مستمر قابلیت الکترونیک و خدمات مجازی سازمان‌های ورزشی

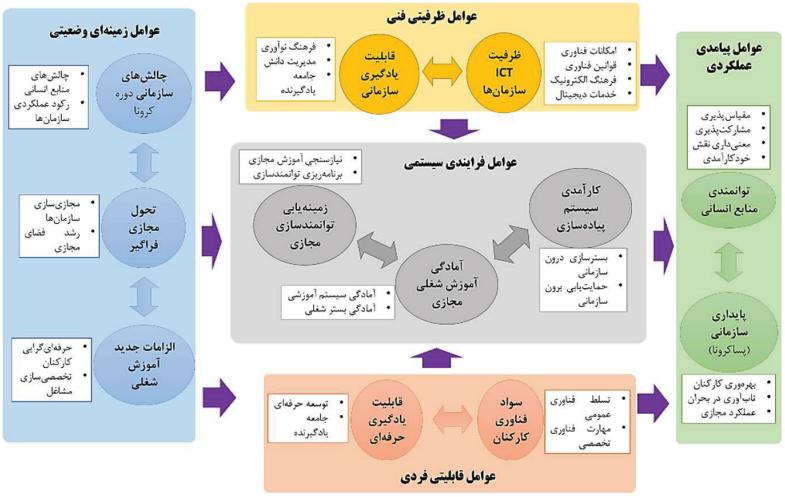
پایداری سازمانی	بلوغ فناوری سازمان	ارتقای سواد فنی و توانمندی دیجیتال منابع انسانی ورزش
		جلوگیری از رکود نوآوری و دانش برای تحقق یادگیری پایدار در سازمان
		حفظ کارآیی ساختاری و اجرایی سازمان‌های ورزشی
	بهره‌وری سازمانی	بهبود و اثربخشی عملکردی سازمان‌های ورزشی پس از مجازی شدن دوره پساکرونا
		تامین رضایت ذینفعان ورزش به ویژه در بستر مجازی
		ایفای نقش بهتر سازمان‌های ورزشی در خدمات به جامعه
	تاب‌آوری سازمان در بحران	تامین حاشیه امنیت مالی و تامین منابع توسط سازمان ورزشی در وضعیت بحران اقتصادی
		چابک‌سازی و توانایی انطباق سازمان ورزشی در شرایط ناپایدار پس از کرونا
		حفظ سطح عملکرد مناسب سازمان‌های ورزشی نسبت به تغییرات محیطی

با توجه به حجم بالای کدهای مستخرج و مطابق ا صول روش تحقیق کیفی اکتشافی، کدگذاری مرحله سوم به صورت کدگذاری نظری ادامه یافت و ۱۱ م ضمون ا صلی در ۵ سطح کلی چارچوب‌بندی شدند: سطح عوامل زمینه‌ای- وضعیتی (شامل مضامین اصلی؛ چالش‌های سازمانی دوره پساکرونا، تحول دیجیتال فراگیر و الزامات نوین آموزش شـغلی)، سـطح عوامل ظرفیتی- فنی (ظرفیت فناوری اطلاعات و ارتباطات سازمان‌ها و قابلیت یادگیری سازمانی)، سطح عوامل فرایندی- کارکردی (زمینه‌یابی توانمندسازی مجازی، کارآمدی سیستم پیاده‌سازی و قابلیت آموزش شغلی مجازی)، عوامل سطح قابلیتی- فردی (سواد فناوری کارکنان و قابلیت یادگیری حرفه‌ای،) و سطح عوامل پیامدی- عملکردی (توانمندی منابع انسانی و پایداری سازمانی). براساس یافته‌های حاصل از کدگذاری، شبکه مضامین به صورت زیر ترسیم گردید.



شکل ۱: شبکه مضامین پژوهش

پس از ترسیم شبکه مضامین، براساس مراحل کدگذاری فوق، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل زیر ترسیم گردید. ترتیب و روابط کلی بین سازه‌ها براساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش به همراه نظرات گروه کانونی و مصححان کدگذاری انجام شد.



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، ارائه مدل توانمندسازی منابع انسانی مبتنی بر آموزش مجازی در سازمان های ورزشی ملی شرایط دوره پساکرونا بود. چارچوب ارائه شده شامل انواع متغیرهای تعیین شده در چهار سطح مولفه‌ها، مضامین فرعی، مضامین اصلی و سطوح مفهومی بود. پنج سطح مدل شامل عوامل زمینه‌ای- وضعیتی، ظرفیتی- فنی، فرایندی- کارکردی، قابلیتی- فردی و پیامدی- عملکردی است. در تبیین چارچوب ارائه شده می‌توان همزمان به تبیین زیرسازه‌های مفهومی مدل و روابط بین عوامل تعیین‌شده در آن‌ها پرداخت.

در ابتدا سطح زمینه‌ای- وضعیتی شامل مضامین اصلی چالش‌های سازمانی دوره پساکرونا، تحول دیجیتال فراگیر و الزامات نوین آموزش شغلی بود. چالش‌های سازمانی دوره پساکرونا مشتمل بر ابعاد چالش‌های مدیریت منابع انسانی و رکود عملکردی دوره پساکرونا تعیین گردید. تحول دیجیتال فراگیر مشتمل بر مجازی‌شدن سازمان‌ها و رشد فضای مجازی بود. الزامات نوین آموزش شغلی نیز شامل حرفه-ای‌گرایی کارکنان و تخصصی‌سازی مشاغل بود. در تبیین عوامل شناسایی‌شده این سطح می‌توان شواهدات تجربی و علمی را به‌کارگرفت. از آنجا که در سازمان‌های کشور تربیت، به‌کارگیری و رشد کارکنان عمدتا از عوامل خارج از سازمان متاثر است، در نتیجه برای توانمندسازی منابع انسانی نیز باید اثر عوامل زمینه‌ای را شناسایی و بررسی کرد. برخی دیگر از محققان گزارش کرده‌اند که افزایش قابلیت تواتمندسازی مجازی

موجب می‌گردد سازمان‌ها اطلاعات محیط اطراف خود را سریع‌تر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کنند و نتایج حاصل را به طریق سودمند ذخیره و در مواقع مقتضی در دسترس تصمیم‌گیرندگان قرار دهند (هال و اگلسبی، ۲۰۱۶). این امر جریان تبادل اطلاعات و دانش را در بستر سازمان تسریع می‌کند و اثربخشی فرایند تفکر و تصمیم‌گیری جمعی را به نحو چشم‌گیری بهبود می‌بخشد. اقدمی و همکاران (۱۴۰۱) پیشایندهای مشابهی برای توانمندسازی در بستر الکترونیک سازمان‌ها گزارش کرده‌اند. استوتزل و شیدرو (۲۰۲۰) در بررسی چالش‌های یادگیری آنلاین مشاغل ورزشی نشان دادند که آماده‌سازی مشاغل و فناوری آموزشی مربیگری بر کاهش چالش‌ها و شکاف مذکور اثرگذار است. بنابراین با به‌کارگیری الزامات مختلف می‌توان به زمینه‌سازی تحول دیجیتال و وضعیت‌سنجی چالش‌های سازمانی پرداخت تا به توانمندسازی مدیریت منابع انسانی و ارتقای عملکردی پس از دوره پساکرونا منجر شود.

سطح دوم مدل شامل عوامل ظرفیتی- فنی شامل مضامین اصلی ظرفیت فناوری سازمان‌ها و قابلیت یادگیری سازمانی بود. ظرفیت فناوری اطلاعات و ارتباطات سازمان‌ها مشتمل بر ابعاد امکانات فناوری سازمان، قوانین فناوری، فرهنگ الکترونیک و خدمات الکترونیک می‌باشد. قابلیت یادگیری سازمانی نیز شامل ابعاد مضامین مدیریت دانش، فرهنگ نوآوری و جامعه یادگیرنده حرفه‌ای بود. در تبیین عوامل این سطح می‌توان گفت ظرفیت درون و برون‌سیستمی دو رویکرد را در پیش رو قرار می‌دهد: یکی الزام رویکرد توانمندسازی مجازی منابع انسانی و دیگری یکپارچه‌سازی فعالیت‌ها برای جلوگیری از اقدامات پراکنده و کم‌اثر در این زمینه. در واقع ظرفیت‌سازی، کلیات سیستم را نسبت به موضوع آگاه و هماهنگ می‌کند تا ظرفیت‌های موجود توسعه و ظرفیت‌های جدید ایجاد شوند (گرفیتس و همکاران، ۲۰۲۲). تامین اطلاعاتی از دو منظر تجارب گذشته در برنامه‌های تربیت مدیران سازمان‌های ورزشی و نیازهای کارکنان جهت توانمندسازی حرفه‌ای صورت می‌گیرد، زیرا پایه تصمیم‌گیری اطلاعات مستند است. بسترسازی سازمانی به معنی رفع موانع و تامین شرایط لازم برای اجرای برنامه‌های توانمندسازی منابع انسانی در ابعاد اداری، رفتاری، و ... برای ارتقای دامنه فعالیت حرفه‌ای مدیران و شایستگی آنان است. توانمندسازی و آموزش شغلی مجازی هم در دو منظر قابل توجه است: یکی کارکنان احرازکننده مشاغل و دیگری چارچوب شغلی آن‌ها. خشعلی پور و همکاران (۱۳۹۹) شاخص‌های مشابهی برای توانمندسازی در سازمان‌های ورزشی گزارش کرده اند. همچنین کانسلوس و همکاران (۲۰۲۲) نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در حمایت از توانمندسازی مشاغل ورزش برای شکل‌دهی جامعه یادگیری حرفه‌ای قابل توجه گزارش کرده‌اند. استوسکواسکی و کولینس[1] (۲۰۱۴) نقش تشکیل جوامع تخصصی مجازی و یادگیری مبنی بر شبکه‌های اجتماعی را تایید نموده‌اند. از این رو با ظرفیت‌سازی و استانداردسازی فنی در سازمان‌های ورزشی کشور

[1] Stoszkowski, J., & Collins

می‌توان به ارتقای قابلیت یادگیری و فناوری سازمانی پرداخت که بتوان توانمندسازی را در ساختار، قوانین، فرهنگ، خدمات، دانش، نوآوری و مشارکت کارکنان جاری نمود.

سطح سوم عوامل فرایندی- کارکردی شامل مضامین اصلی زمینه‌یابی توانمندسازی مجازی، کارآمدی سیستم پیاده‌سازی و قابلیت آموزش شغلی مجازی بود. زمینه‌یابی توانمندسازی مجازی مشتمل بر ابعاد نیازسنجی آموزش مجازی و برنامه‌ریزی توانمندسازی تعیین گردید. کارآمدی سیستم پیاده‌سازی نیز شامل آمادگی درون‌سازمانی و حمایت‌یابی برون‌سازمانی انتخاب شد. قابلیت آموزش شغلی مجازی هم شامل قابلیت سیستم آموزشی و قابلیت بستر شغلی است. در تبیین این یافته‌ها می‌توان گفت که محققان بسیاری گزارش کرده‌اند که شناخت فرایندهای توانمندسازی و آموزش مجازی منابع انسانی در سازمان‌های ورزشی موجب بهبود عملکرد آن‌ها می‌شود (جعفری و همکاران، ۲۰۱۹). از این رو در سطح فرایندی لازم است تا ایجاد ظرفیت و آمادگی برای توانمندسازی کارکنان از سطح بالا تا عملیاتی و از کلیات سیستم تا سطح شغل همراه با تغییرات مثبت، یکپارچه شوند. چارچوب شغلی مشاغل موجود کشش بالایی برای توانمندسازی مجازی ندارند و هم خود کارکنان آمادگی کافی برای اجرای چنین برنامه‌های تحول‌گرایی را ندارند. برخی شواهد علمی قبلی نیز تاییدکننده عوامل شناسایی‌شده در این سطح از مدل مفهومی هستند. به طور مثال، زمیر و ماتسوس (۲۰۲۲) تاثیر به‌کارگیری بستر مجازی برای آموزش شغلی و توسعه حرفه ای ورزش را وابسته به شایستگی‌های حرفه‌ای و یادگیری دیجیتالی گزارش کرده‌اند. کریمی و احمدی (۱۴۰۱) تاثیر ابعاد فناوری اطلاعات و ارتباطات بر توانمندسازی مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه را مورد تایید قرار دادند. جئونگ[1] و همکاران (۲۰۱۹) رابطه قابل توجهی بین توانمندسازی با فرهنگ سازمانی و رفتار سازمانی در صنعت ورزش حرفه‌ای کره جنوبی را گزارش کرده‌اند. کاجیر (۲۰۱۹) در بررسی حرفه‌ای شدن در ورزش نشان دادند که محتوای برنامه آموزش مهم‌ترین عامل در تحقق حرفه‌ای شدن مشاغل ورزشی است. از این رو، بهینه‌سازی فرایندی و کارکردی سیستم سازمان‌های ورزشی کشور برای توانمندسازی و آموزش شغلی نیازمند مجازی‌سازی، زمینه‌یابی و نیازسنجی، کارآمدی ساختاری و پیاده‌سازی مجازی است تا بتواند با آماده‌سازی درون‌سازمانی و حمایت‌یابی برون‌سازمانی ظرفیت سیستم آموزشی و مجازی را ارتقاء دهد.

سطح چهارم عوامل قابلیتی- فردی شامل مضامین اصلی سواد فناوری کارکنان و قابلیت یادگیری حرفه‌ای بود. سواد فناوری کارکنان مشتمل بر ابعاد تسلط بر فناوری عمومی و مهارت فناوری تخصصی انتخاب شد. قابلیت یادگیری حرفه‌ای نیز شامل ابعاد آماده‌سازی منابع انسانی و توسعه حرفه‌ای تعیین گردید. در تفسیر این یافته‌ها می‌توان گفت توانمندسازی مبتنی بر بستر مجازی از یک طرف می‌تواند به مشارکت و

[1] Jeong

خودرهبری کارکنان (توانمندسازی) وابسته باشد و از طرف دیگر می‌تواند یک قابلیت شغلی مبتنی بر مهارت و سواد فناوری را القا نماید تا توانمندسازی در این سازمان‌ها برجسته‌تر شود(ویلیام و بوش، ۲۰۱۹). بنابراین در سازمان‌های ورزشی توانمندسازی مجازی می‌تواند از چندین جنبه مؤلفه‌های فردی را تقویت کند یا از آن‌ها تاثیر بپذیرد. اما احتمالا به دلیل سبک مدیریتی و رهبری نامناسب برخی مدیران و ضعف مدیریت دانش راهبردی در سازمان‌های ورزشی در حال حاضر اجرای فرایند توانمندسازی و آموزش شغلی در بسترمجازی در این سازمان‌ها به صورت یک مکانیزم درونی مقدور نیست و نیازمند مداخله نهادهای بالادستی و فشار محیطی است. علی‌محمدی و همکاران (۲۰۱۹) در ارائه توانمندسازی حرفه‌ای سازمان‌های آموزشی (دانشگاه فرهنگیان) ابعاد محتوایی، آموزشی، دانشی، فناوری، اخلاقی، ساختار و مهارتی را شناسایی کردند. ساعتی زارعی و همکاران (۱۳۹۹) اثر سیستم مدیریت استعداد و عاقل و همکاران (۲۰۱۹) ارتباط بین ابعاد مدیریت دانش و یادگیری سازمانی را با ابعاد توانمندسازی در سازمان‌های ورزشی استان خراسان را معنی‌دار گزارش کردند. از این رو، ارتقای قابلیتی و توسعه فردی از طریق بهبود سواد فناوری و یادگیری حرفه‌ای در جنبه‌های عمومی و تخصصی می‌تواند به توانمندسازی و توسعه حرفه‌ای در بستر مجازی نیز بینجامد.

سطح پنجم عوامل پیامدی- عملکردی شامل مضامین اصلی توانمندی منابع انسانی و پایداری سازمانی بود. توانمندی منابع انسانی مشتمل بر ابعاد مقیاس‌پذیری، مشارکت‌دهی، خودکارآمدی و معنی‌داری نقش انتخاب شد. پایداری سازمانی نیز شامل ابعاد بلوغ فناوری سازمان، بهره‌وری سازمانی و تاب‌آوری سازمان در بحران تعیین گردید. می‌توان گفت از آن‌جا که مشارکت مفهوم اصلی برای نقش‌های هر سیستم اجتماعی است (رشیدنیا، ۱۳۹۶)، بنابراین در سیستم‌های سازمانی نیز با توجه به مسائل سلسله مراتب سازمانی اختیارات شغلی، مقوله مشارکت‌دهی کارکنان در حوزه‌های فراتر از وظیفه شغلی‌شان در سازمان، بسیار تعیین‌کننده است. مسئله مشارکت با توجه به ماهیت فضای ورزش می‌تواند در سازمان‌های ورزشی برجسته‌تر از بسیاری از سازمان‌های دولتی دیگر باشد. احساس معنی‌دار بودن فعالیت در یک شغل توسط یک فرد بیانگر میزان احساس اثرگذاری فرد در محیط کاری و همراه با احساس تعلق است. افرادی که با احساس معنادار بودن شغل توانمند شده‌اند، نوآورتر، در رده‌های بالاتر، تاثیرگذارتر و شخصاً کاراتر از کسانی هستند که از لحاظ معنادار بودن شغل امتیازات پایین‌تری دارند. بسیاری از نظریه‌پردازان، مفهوم توانمندسازی را هم معنی با مشارکت کارکنان در محل کار مدنظر قرار داده‌اند (ابوطالبی و صادقی بروجردی، ۱۳۹۵). مشارکت کارکنان، فرایندی است که بدین وسیله قدرت در میان افراد تسهیم می‌گردد. در تبیین بیشتر ابعاد توانمندسازی و اولویت آن در سازمان‌های ورزشی کشور می‌توان گفت از آن‌جا که هدف اصلی توانمندسازی کارکنان، تعریف نقش‌های چندبعدی و چارچوب شغلی پرظرفیت جهت مشارکت اثربخش افراد است، این بستر در فضای سازمان‌های ورزشی به دلیل تنوع فعالیت‌های مدیریت بخش‌های مختلف حوزه ورزش،

بیشتر فراهم است. علاوه براین، در سازمان‌های ورزشی برخی ویژگی‌های شغلی محیط ورزش از لحاظ تخصصی بودن و شایستگی مرتبط با آن با سایر سازمان‌های دولتی متفاوت هستند. بنابراین در بحث تحلیل توانمندسازی در این ادارات، نوع و دامنه مفهومی ابعاد انتخاب‌شده به همراه اولویت آن‌ها به صورت نتایج گزارش شده فوق، دور از انتظار نبوده است. یکی از نکاتی که شاید مقوله توانمندسازی در سازمان‌های دولتی مانند سازمان‌های ورزشی را تحت‌الشعاع قرار دهد این است که از لحاظ اصولی کارکنان توانمند در مورد کارهایشان احساس مالکیت، اثر گذاری بر محیط کاری و کنترل بر نتایج دارند و این موضوع با سبک‌های رهبری مدیران دولتی در کشور چندان هم‌سویی ندارد. برخی تحقیقات هر دو دسته کلی پیامدهای یادشده را در این سطح از مدل مورد تایید قرار داده‌اند. به طور مثال، میریوسفی و دره کردی (۱۳۹۹) و نظری و همکاران (۱۴۰۲) نقش توانمندسازی در خلاقیت و بهره‌وری را مورد تایید قرار دادند. ویلج (۲۰۱۵) اثر توانمندسازی و بهره‌وری سرمایه انسانی در سازمان‌های ورزشی را وابسته به فناوری گزارش کرده است. بنابراین پیش‌بینی پیامدهای توانمندسازی و آموزش مجازی و تاثیر آن بر شاخص‌های عملکردی در هر دو منظر توانمندی پویای منابع انسانی و پایداری محیطی سازمانی قابل تصور است.

در نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت که توانمندسازی کارکنان بر اساس بستر مجازی سازمان می‌تواند کل سیستم سازمان‌های ورزشی را متحول سازد و با در نظر گرفتن نقش آموزش، مسیرهای پیشرفت و نوآوری در سازمان را هموار کند. توانمندسازی و آموزش مجازی در سازمان‌های ورزشی ابتدا باید در سطوح بالا و توسط مدیران سازمان احساس شود و به بخش‌های پایین‌تر جاری شود، ولی برای ایجاد آن باید از پایین‌ترین لایه‌ها و سطوح سازمان شروع کرد. پس سازمان‌های ورزشی در حال حاضر نیازمند توانمندسازی کارکنان هستند و فرایند توانمندسازی خروجی سیستم مدیریت استعداد است و هوش سازمانی می‌تواند تقویت‌کننده این فرایند باشد. رابطه بین این متغیرها را می‌توان به این صورت نیز تحلیل کرد که تقویت مدیریت استعداد به طرز قابل توجهی توانمندسازی کارکنان را ارتقا می‌دهد، اما بخشی از این اثر از طریق هوشمندی سازمان امکان پذیر است. چارچوب ارائه شده این نتایج با تحقیق با تحقیقات داخلی مانند فروتن و همکاران (۱۴۰۰) توانمندسازی منابع انسانی مبتنی بر سواد دیجیتالی نظری و همکاران (۱۴۰۲) و با نتایج مطالعات در تحقیقات خارجی همسویی داشت.

در کاربست مدل پژوهش می‌توان از چند جنبه به بررسی آن پرداخت. تاکید مدل پژوهش این است که سطح هر یک از سازه‌های مفهومی بررسی شده و روابط بین آن‌ها در سازمان‌های ورزشی باید همواره ارتقا پیدا کنند. الزام اجرای برنامه توانمندسازی و آموزش مجازی کارکنان موید این موضوع است که برای حرفه‌ای‌سازی در سازمان‌ها، این سازمان‌ها هستند که باید به درجه‌ای از بلوغ رسیده و راهبردپذیر باشند. در واقع سازمان‌ها باید توانایی تدوین، اجرا و ارزیابی برنامه توانمندسازی و اجرای مجازی آن را

داشته باشند. از منظر نقد و یک تحلیل واقع‌گرا می‌توان گفت هر چند ادعای توانمندسازی در برنامه و ساختارهای سازمانی و مطالبات در حال پذیرش است، اما بین پذیرش و اجرای واقعی آن در عمل، فاصله بسیاری موجود است.

محدودیت‌های تحقیق نیز مانند سایر پژوهش‌ها تعیین گردید تا محقق با روش‌های مناسب آنها را تعدیل نماید. سه محدودیت ممکن و ابتکار مورد نیاز برای اصلاح آنها به شرح زیر است: ۱. عدم‌همکاری برخی صاحب‌نظران و سازمان‌ها (استفاده از منابع علمی تکمیلی برای تعدیل این محدودیت)؛ ۲. فقدان اطلاعات محیطی مستند در مورد موضوع تحقیق (استفاده از مثال‌ها و شواهد رویدادها برای تعدیل این محدودیت)؛ ۳. جهت‌گیری انتقادی و تفاوت دیدگاه افراد مختلف نسبت به برخی از جنبه‌های موضوع تحقیق (استفاده از حداقل دو نفر در هر تخصص مرتبط با موضوع برای تعدیل این محدودیت).

به طور مشخص برای مطالعات آینده پیشنهاد می‌شود تا به صورت عملیاتی و اجرایی نیز اهمیت و کارکرد توانمندسازی در بسترمجازی برای سیاست‌گذاران و مدیران نظام منابع انسانی سازمانی ورزش کشور مشخص و تبیین شود تا در اولویت مناسبی برای آن‌ها و برنامه‌های آتی قرار گیرد. همچنین در آیین‌نامه‌ها، قوانین، اسناد و برنامه‌های توانمندسازی کارکنان بدنه اجرایی ورزش کشور بازنگری انجام شود و مجازی‌سازی به عنوان یک بخش محوری تعریف و ابلاغ گردد. علاوه براین پیشنهاد می‌شود تا از طریق محرک‌های فعالان رسانه‌ای، مطالبات محققان دانشگاهی و متخصصان سازمانی ورزش، توانمندسازی مجازی به گفتمانی در درون و بین نهادهای متولی و ذینفع این حوزه تبدیل شود. علاوه براین، پیشنهاد می‌شود کارکنان در سازمان‌های ورزشی به داشتن برنامه توسعه فردی، توسعه حرفه‌ای و خودآموزی در بسترمجازی تشویق شوند. به‌کارگیری روش‌های نوین توانمندسازی و توسعه حرفه‌ای مانند منتورینگ و کوچینگ در اولویت برنامه‌های مدیریت منابع انسانی قرار بگیرد.

منابع

- اقدمی، یوسف؛ کاشف، سیدمحمد؛ قاسم‌زاده علیشاهی، ابوالفضل و شیرمحمدزاده، محسن. (۱۴۰۱). «**پیشایندهای ساختار توانمندساز ادارات کل ورزش و جوانان با پیامد اخلاق حرفه‌ای**». اخلاق در علوم و فناوری. ۱۷ (۲)، صص۱۸۲-۱۸۶
- جمشیدی، رحیم. (۱۳۹۶). «**ارزیابی شاخص‌های سرمایه فکری و تاثیر آن بر توانمندسازی روان‌شناختی و تعهد حرفه‌ای کارشناسان ورزش کشور**». رساله دکتری، دانشگاه شهید چمران اهواز، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- خشعلی‌پور، وحید؛ خداپرست سرشکه، سیاوش و رضایی صوفی، مرتضی. (۱۳۹۹). «**ارتباط بین میزان کاربست شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات با مولفه‌های توانمندسازی دبیران ورزش در وزارت آموزش و پرورش**». مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. ۸(۱)، صص ۹۳-۱۰۰.
- خواجه پور سوق، پروانه. (۱۳۹۹). «**تبیین مدل ارتباطی رهبری کوانتومی، بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان با نقش میانجی توانمندسازی**». رساله دکتری، دانشگاه ارومیه، دانشکده علوم ورزشی.
- ساعتی زارعی، اکبر. (۱۳۹۹). «**تحلیل اثر سیستم مدیریت استعداد بر فرایند توانمندسازی کارکنان از طریق هوش سازمانی در ادارات کل ورزش و جوانان کشور**». رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد همدان.

- طبری فشکی، معصومه. (۱۴۰۱). «**رابطه مدیریت منابع انسانی الکترونیک با توانمندسازی کارکنان اداره ورزش و جوانان استان مرکزی**». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان تهران.
- عاقل، عباس و عاقل، سعیده. (۲۰۱۹). «**ارتباط بین مدیریت دانش و ابعاد توانمندسازی در کارکنان سازمان‌های ورزشی استان خراسان شمالی**». رویکردهای پژوهشی نو در علوم‌مدیریت. ۳، ۲ (۱۱)، صص۱-۵.
- فروتن، فرناز؛ شریفیان، اسماعیل؛ قهرمان تبریزی، کوروش و منوچهری‌نژاد، محسن. (۱۴۰۰). «**طراحی مدل ساختاری تفسیری توانمندسازی منابع انسانی مبتنی بر سواد دیجیتالی در ادارات کل ورزش و جوانان کشور**». نشریه مدیریت ورزشی.
- کریمی، علی و احمدی، علی. (۱۴۰۱). «**بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر توانمندسازی مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه با در نظر گرفتن سرمایه اجتماعی و خودکارآمدی**». تحلیل‌های جامعه‌شناختی و مدیریتی در ورزش. ۳ (۱۰).
- میریوسفی، سیدجلیل و دره کردی، فرشته. (۱۳۹۹). «**تأثیر توانمندسازی روان‌شناختی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انتقال دانش در کارکنان باشگاه‌های ورزشی**». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۷(۱)، صص ۱۲۵-۱۳۶.
- نظری، فرهاد؛ کاشف، سیدمحمد و بهنام، محسن. (۱۴۰۲). «**پیش‌بینی رفتار نوآورانه کارکنان وزارت ورزش و جوانان از طریق رهبری فراگیر: بررسی نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی و امنیت روانی**. پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۱۴، صص ۶۷-۸۳

- Abdollahi, B. (2012). **"Organizational conditions and administrative strategies in relation to empowering school administrators"**. The Journal of New Thoughts on Education, 8(2), 91-114. (Persian)
- Alimohammadi, G., jabbary, N., niazazari, K. (2019). **"Professional empowerment of teachers in the future perspective along with a model"**. Educational Innovations, 18(1), 7-32. (Persian)
- Blaique, L., Ismail, H. N., & Aldabbas, H. (2023). **"Organizational learning, resilience and psychological empowerment as antecedents of work engagement during COVID-19".** International Journal of Productivity and Performance Management, 72(6), 1584-1607.
- Bukh, P. N., & Svanholt, A. K. (2019). **"Empowering middle managers in social services using management control systems"**. Forthcoming in Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management. (Persian)
- Gonçalves, L. L., Parker, M., Luguetti, C., & Carbinatto, M. (2022). **"The facilitator's role in supporting physical education teachers' empowerment in a professional learning community"**. Sport, Education and Society, 27(3), 272-285.
- Griffiths, M. A., Goodyear, V. A., & Armour, K. M. (2022). **"Massive open online courses (MOOCs) for professional development: meeting the needs and expectations of physical education teachers and youth sport coaches".** Physical Education and Sport Pedagogy, 27(3), 276-290.
- Jafari, E., Sharifi Far, F., Alam, S. (2020). **"The Role of Women in Sport Management in the Country with Future Research Approach".** Sport Management Studies, 11(58), 17-34. (Persian)
- jalali, R., alvani, S., HASSANPOOR, A., mohebzadegan, Y. (2017). "**Identification and modeling effective factors in empowering managers"**. Journal of Research on Management of Teaching in Marine Sciences, 4(1), 14-29. (Persian)
- Javanak Liavali M, Abili K, Porkarimi J, Soltani Arabshahi S K. (2017). **"Providing a Pattern of Professional Development of Clinical Department Chairs: A Case of State Universities of Medical Sciences in Tehran"**. Educ Strategy Med Sci, 10 (3), 203-218. (Persian)
- Jeong, Y., Kim, E., Kim, M., & Zhang, J. J. (2019). "**Exploring relationships among organizational culture, empowerment, and organizational citizenship behavior in the South Korean professional sport industry"**. Sustainability, *11*(19), 5412.
- Kearney, E., & Marggraf, K. (2014, January). **"The Effects of Empowering Leadership on Managers' Career Perceptions"**. *In Academy of Management Proceedings* (Vol. 2014, No. 1, p. 13384). Academy of Management.
- Kjær, J. B. (2019). **"The professionalization of sports coaching: A case study of a graduate soccer coaching education program"**. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 24, 50-62.

- Kongot, A., & Pattanaik, M. (2017). **"Empowering Project Managers in Enterprises-A Design Thinking Approach to Manage Commercial Projects"**. *In IFIP Conference on Human-Computer Interaction* 2(1); 189-197.
- Manzami, Maryam. (2017). **'Modeling the factors affecting women's managerial progress in Iranian sports".** PhD thesis, University of Tehran. (Persian)
- Nakhoda, M., Rahimian, S., Esmaieli Givi, M. (2014). "**Explaining effective factors on female's psychological empowerment in information and knowledge services"**. Women in Development & Politics*, 12(3), 469-488. (Persian)*
- Naseri Jahromi, Reza, Mahmoudi Yeganeh, Elham, Rahmani, Hadi, Mohammadi, Mehdi, Mokhtari, Zeinab. (2015). "**Investigating the Barriers to Promoting Women's Management Level from Viewpoints of Shiraz High Schools Female Principals**". Educational Administration Research*, 6(23), 87-105. (Persian)*
- Niaz Azari, Kiomars, Taghvaei Yazdi, Maryam. (2014). "**A Model of Empowering Managers in Islamic Azad Universities of Mazandaran"**. Journal of New Approaches in Educational Administration, 5(18), 159-180. (Persian)
- Nigora. A. (2017). "**Empowering Women Sports Leaders in Uzbekistan A critical analysis of transforming the role of Women in Sports Management**". Doctoral dissertation, Seoul National University Graduate School
- Nouraldsadiq, M., navehebrahim, A., Arasteh, H., Zeinabadi, H. (2017). "**Identifying the Components of the Development of Talent for Nongovernmen-tal Schools, Based on a Fundamentally Based Data Approach, Providing a Model**. Research in School and Virtual Learning*, 5(4), 53-70. (Persian)*
- Nyathi, M., & Kekwaletswe, R. (2023). **"Realizing employee and organizational performance gains through electronic human resource management use in developing countries".** African Journal of Economic and Management Studies, *14*(1), 121-134.
- Rashidinia, Mostafa. (2017). **"The Relationship between Person-Job Fitness and Structural Empowerment of Employees with Organizational Effectiveness (Study of Guilan General Directorate of Sports and Youth)".** Master Thesis, University of Guilan. (Persian)
- Rastegari, Sanaz. (2017). **A Study of Women's Management Challenges in Iranian Sports.** Master Thesis of Shahid Chamran University of Ahvaz. (Persian)
- Rudsarabi, Manijeh. (2017). "**Examining women's perception of the glass roof and determining the relationship between individual and organizational characteristics in sports organizations"**. Master Thesis of Hakim Sabzevari University. (Persian)
- Salas-Molina, F., Martin, F. J., Rodríguez-Aguilar, J. A., Serrà, J., & Arcos, J. L. (2017). **"Empowering cash managers to achieve cost savings by improving predictive accuracy"**. International Journal of Forecasting, 33(2), 403-415.
- Shirzad MollaBashi, S., Farahani, A., Assad, M. (2017). "**Factors affecting the women's managerial appointment in the Ministry of youth affairs and sports"**. Sport Management and Development*, 6(1), 37-51. (Persian)*
- Smith, A. (2011). **"Uncovering Hidden Learning Informal Learning within Virtual Social Learning Systems"**. Journal of the Further Education, Alliance, 3(3), 1–9.
- Stoetzel, L., & Shedrow, S. (2020). "**Coaching our coaches: How online learning can address the gap in preparing K-12 instructional coaches"**. Teaching and Teacher Education, 88, 102959.
- Stoszkowski, J., & Collins, D. (2014). "**Communities of practice, social learning and networks: Exploiting the social side of coach development".** Sport, education and society, 19(6), 773-788.
- Tingwey, E., Roja, A., & Indriunaite, I. (2019). **Empowering women as managers of the renewable energy sector.**
- Villegas, B. S. (2015).. **"Factors influencing administrators' empowerment and financial management effectiveness"**. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 176, 466-475
- Williams, S. P., & Bush, A. J. (2019). **"Connecting knowledge (s) to practice: a Bernsteinian theorisation of a collaborative coach learning community project"**. Sport, Education and Society, 24(4), 375-389.
- Zimmer, W. K., & Matthews, S. D. (2022). **"A virtual coaching model of professional development to increase teachers' digital learning competencies"**. Teaching and Teacher Education, 109, 10354.

بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در ایران با روش دیمتل

۲۱

طیبه سادات زرگر[۱]
استیون رین[۲]

10.22034/ssys.2022.2174.2553
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۱۲
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۲/۲۵

هدف این پژوهش، بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در ایران با روش دیمتل بود. روش این پژوهش، آمیخته و طرح آن از نوع همسوسازی بود. در بخش اول این پژوهش از روش تحلیل مضمون و در بخش کمی از روش توصیفی- پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش را صاحب‌نظران تشکیل می‌دادند که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند و براساس اشباع نظری، مجموع صاحب‌نظران مشارکت‌کننده برابر با ۱۲ نفر بود. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه و پرسش‌نامه بود و داده‌های بخش کیفی با استفاده از کدگذاری و داده‌های بخش کمی با استفاده روش دیمتل تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی شامل مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اقتصادی، شفافیت، فرهنگی، اخلاقی، قانونی، خیرخواهانه، محیطی و دانشی است. همچنین مسئولیت‌پذیری اخلاقی از بیشترین تأثیرگذاری و تعامل و مسئولیت‌پذیری دانشی از کمترین تأثیرگذاری برخوردار بود. در نهایت مشخص شد مسئولیت‌های فرهنگی، شفافیت، اقتصادی و اجتماعی نقش متغیر علی و مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، محیطی، خیرخواهانه و دانشی نقش متغیر معلول را دارند. با توجه به یافته‌های پژوهش به سازمان‌های متولی پیشنهاد می‌شود ابعاد مسئولیت‌پذیری شناسایی‌شده در این پژوهش را در اساسنامه باشگاه-های مربوطه بگنجانند و مسئولیت‌ها را تعریف کنند.

واژگان کلیدی: باشگاه‌های ورزشی، کارکردهای اجتماعی ورزش، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی.

[۱] استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Zargar_ta@yahoo.com
[۲] دانشیار، علوم رفتاری و سلامتی، دانشکده یادگیری حرکتی و علوم تغذیه، دانشگاه کوییزلند، برزبی، استرالیا

مقدمه

اگر قبول کنیم که پدیده ورزش به عنوان یک رکن تأثیرگذار در جامعه مدرن امروزی مطرح است، باید کارکردهای آن را نیز مورد توجه قرار دهیم. ورزش دارای کارکردهای مختلفی است که مهم‌ترین آن، کارکرد اجتماعی می‌باشد (دولینگا، روبینسونوب و واشینگتون[1]، ۲۰۱۳: ۲۷۰). از کارکردهای اجتماعی ورزش می‌توان به ارتباط متقابل و آمیختگی تنگاتنگ آن با نهادهای اصلی و فرعی اقتصادی، سیاسی، خانوادگی، آموزشی و پرورشی و مذهبی اشاره کرد که این ارتباط در شرایط اجتماعی مطلوب و فرهنگ سالم موجب بروز کارکردهای مثبت و سودمند و در شرایط اجتماعی نامطلوب و فرهنگ غلط موجب بروز کارکردهای منفی و زیانبار می‌گردد (کوکلی[2]، ۲۰۰۹: ۹۸). مسئله‌ای که امروزه در بعد اجتماعی ورزش مطرح شده و توانسته است سازمان‌های ورزشی و افراد را به خود مشغول کند، مسئولیت اجتماعی است (والکر و پارنت[3]، ۲۰۱۰: ۲۰۲). مسئولیت اجتماعی یک تصمیم راهبردی است که از طریق آن سازمان‌هایی که متعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی خود هستند، می‌توانند با هدف تأثیرگذاری مثبت بر افراد خارج از سازمان، به حل مسائل زیست محیطی و اجتماعی و غیره کمک کنند (رمضان، امین و عباس، ۲۰۲۱: ۱). اصول مسئولیت اجتماعی روی این واقعیت تأکید دارد که سازمان‌های ورزشی باید متوجه تأثیر خود بر جامعه باشند و در برابر جامعه مسئولیت‌پذیر باشند (محرم‌زاده، نوری و فتحی، ۱۳۹۹: ۴۹). بنابراین مشاهده می‌شود امروزه اکثر قریب به اتفاق سازمان‌های ورزشی به طور خاص باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی شکل‌های مختلفی از مسئولیت‌های اجتماعی را در اهداف خود قرار داده‌اند و درگیر اجرای آن‌ها شده‌اند (بابیاک و کیهل[4]، ۲۰۱۸: ۱۲۲).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی به طور کلی از چهار بعد مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اجتماعی و مسئولیت اخلاقی تشکیل شده است (رحیمیان و کاظم‌پور، ۱۳۹۷: ۱۵۵). در بعد اقتصادی، مسئولیت اقتصادی این است که از طریق تولید یا کیفیت خوب و قیمت منصفانه برای مصرف‌کننده سودآوری را به ارمغان آورد. در بعد قانونی، از سازمان انتظار می‌رود که مأموریت اقتصادی خود را در چهارچوب قانون پی‌گیری کند و قوانینی را برای کنترل کسب و کارها تصویب نمایید. همچنین بعد اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی را شامل می‌شود که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه‌جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور انجام دهد. سرانجام بعد اخلاقی به‌عنوان انتظارات جامعه از سازمان مبنی بر اینکه ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشد و به آن احترام بگذارد، توصیف می‌شود (علی‌زاده، ۱۳۹۸: ۱۱۸). علیرغم آن مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت ورزش صرفاً در قالب ابعاد

[1] Dowlinga, Robinsonb & Washington
[2] Coakly
[3] Walker & Parent
[4] Babiak & Kihl

مورد نظر خلاصه نمی‌شود، چون مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت ورزش با دیگر حوزه‌ها متفاوت است و صنعت ورزش ویژگی‌های دارد که آن را از دیگر سازمان‌ها متمایز می‌کند. لذا لازم است به‌موازات ابعاد مطرح شده، ابعاد خاص مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای سازمان‌های ورزشی شناسایی شود (والکر و پارنت، ۲۰۱۰: ۲۰۳). در این راستا نتایج مطالعه علوی، غفوری و هنری (۱۳۹۹: ۱۵۳) نشان داد ابعاد مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مشهور شامل ۸ مقوله اصلی به‌نام‌های مسئولیت سیاسی، اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستی، زیست محیطی، رسانه ای- خبری و آموزشی- ورزشی است. پیش‌تر افروزه، مظفری، آقایی و صفاری (۱۳۹۵: ۶۹) مشخص کرده بودند که مقوله فرهنگی- اخلاقی، اقتصادی، فنی، قانونی، سیاسی و ساختاری جزو مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال هستند. همچنین خلیفه سلطانی، گودرزی، دهقان قهفرخی و علی‌دوست قهفرخی (۱۴۰۰: ۲۹) گزارش کردند که مدل مسئولیت اجتماعی سلبریتی‌های ورزشی شامل مسئولیت اجتماعی، مسئولیت بشردوستی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت قانونی، مسئولیت زیست‌محیطی، مسئولیت فرهنگی، مسئولیت اقتصادی و مسئولیت سیاسی است. در پژوهشی دیگر سبحانی، محمدی و حاتمی (۱۳۹۶: ۳۵۹) نشان دادند موضوعات قانونی، اقتصادی، اخلاقی و بشردوستانه جزو ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی مجموعه‌های ورزشی خصوصی هستند. براخاص، همتی‌نژاد و ایزانلو (۱۳۹۹: ۳۵) گزارش کردند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سه بعد اقتصادی- حقوقی و سلامت و آموزش دارد. افزون بر این، نیازی‌تبار (۱۳۹۷: ۱) نشان داد مسئولیت‌پذیری اخلاقی، فرهنگی، قانونی، اقتصادی- اجتماعی، شفافیت، خیرخواهانه، دانش و اجتماعی- محیطی جزو ابعاد مدل مسئولیت اجتماعی فوتبال هستند. پژوهش نامبرده همچنین نشان داد مسئولیت‌پذیری اخلاقی دارای بیشترین تعداد رابطه تاثیرگذاری و تاثیرپذیری است و تاثیرگذاری مسئولیت‌پذیری اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری قانونی و مسئولیت پذیری شفافیت بیش از سایر روابط است. همچنین آبین‌پناس، بابیک و مارتینز- پاتینو[1] (۲۰۲۰: ۱) با مطالعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و فعالیت‌های خیرخواهانه ورزشکاران حرفه‌ای برای رفع نیازهای فوری اجتماعی در بحران کوید-۱۹ نشان دادند ورزشکاران حمایت اجتماعی خود را از سه طریق آگاهی‌بخشی به مردم و حمایت از آن‌ها، کمک‌های مالی و دعوت از دیگران و به اشتراک گذاشتن اطلاعات انجام می‌دهند. کارئرز- پونوسودا، اسکارتی، خیمنز- اومئدو وکارتل-تورمو[2] (۲۰۲۱: ۱) نیز نشان دادند مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ورزش به طور خاص فدراسیون‌های ورزشی تابع دو بعد مسئولیت‌پذیری فردی و اجتماعی است. کیزیلوگونز و کواک[3] (۲۰۲۱: ۷۰) نشان دادند مسئولیت‌پذیری اقتصادی، اخلاقی، قانونی و بشردوستانه جزو مسئولیت-های اجتماعی سازمان‌های ورزشی هستند. آنها همچنین گزارش کردند که فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری

[1] Abuín-Penas, Babiak, & Martínez-Patiño
[2] Carreres-Ponsoda, Escartí, Jimenez-Olmedo & Cortell-Tormo
[3] Kizilgüneş & Koçak

اجتماعی در عرصه ورزش در مقایسه با سایر حوزه‌ها موقعیت بهتری دارد. علیرغم آن فعالیت مسئولیت-پذیری سازمان‌های ورزشی صرفاً در حوزه‌های مربوطه خلاصه نمی‌شود.

با اقتباس از آنچه که بیان شد این گونه استنباط می‌شد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ورزش جزو یکی از سیاست‌های راهبردی است که سازمان‌های ورزشی در عرصه‌های مختلف نیاز است در برنامه-های راهبردی خود آن را بگنجانند. از طرفی امروزه برخلاف گذشته، اکثر قریب به اتفاق سازمان‌های ورزشی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را پذیرفته و در تلاش هستند با عمل بر روی حیطه‌های مختلف آن وجه اجتماعی خود را بهبود بخشند. اما مسئله این است که حیطه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی نزد سازمان‌های ورزشی با دیگر سازمان‌ها یکسان نیست هرچند که ممکن است شباهت‌های نیز با هم داشته باشند، در نتیجه نمی‌توان حیطه‌هایی را که سایر سازمان‌ها بر آن‌ها تأکید می‌کنند، در ورزش مورد تأکید قرار داد. از طرفی بین مسئولیت‌های گزارش‌شده در خود حوزه ورزش نیز اتفاق نظر وجود ندارد و این خود برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در این حوزه را با چالش مواجه کرده است. مسئله دیگر اینکه مشخص نیست ابعاد شناسایی چگونه با هم ارتباط دارند و کدامیک از ابعاد در تبیین مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌های ورزشی به طور خاص باشگاه‌های ورزشی بیشترین سهم را دارند تا با شناخت آن بتوان منابع در اختیار را برای تقویت آن به طور بهینه اختصاص داد. در نتیجه این چالش‌ها مشاهده می‌شود سازمان‌های ورزشی در رأس آن‌ها باشگاه‌های ورزشی مسئولیت اجتماعی خود را در قبال جامعه به درستی انجام نمی‌دهند و اگر هم اقداماتی در این زمینه انجام می‌دهند، مستمر و بادوام نیست. این درحالی است که مسئولیت اجتماعی برای باشگاه‌های ورزشی در حال تبدیل شدن به یک حیطه راهبردی است و مدیران این باشگاه‌ها نه تنها باید نسبت به توسعه مسئولیت اجتماعی و اهمیت راهبردی آن آگاهی و شناخت کافی داشته باشند، بلکه لازم است با طرح اقدامات علمی و عملی زمینه بالندگی و نهادینه‌سازی آن را فراهم کنند و به این مسئله توجه داشته باشند که حفظ و نگهداری شهرت سازمانی، متمایز بودن نسبت به سایر باشگاه‌ها، افزایش وفاداری هواداران، ایجاد مزیت رقابتی، بهبود عملکرد مالی، ایجاد تصویری بهتر از باشگاه، بهبود روابط با جامعه صرفاً در سایه توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه امکان‌پذیر است. بر این اساس، مطالعه حاضر درصدد است ضمن شناخت ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در باشگاه‌های ورزشی، روابط درونی این ابعاد را برای شناسایی الگوی روابط علی میان ابعاد مورد بررسی قرار دهد.

روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش آمیخته و طرح آن از نوع همسوسازی بود. در بخش اول این تحقیق از روش تحلیل مضمون و در بخش کمی از روش توصیفی- پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق را صاحب‌نظران تشکیل می‌دادند که به‌صورت هدفمند انتخاب گردیدند و براساس اشباع نظری مجموع

صاحب‌نظران مشارکت‌کننده برابر با ۱۲ نفر بود. در جدول ۱ ، اطلاعات جمعیت‌شناختی این افراد گزارش شده است:

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در تحقیق

ردیف	حوزه فعالیت	تحصیلات	سن
۱	مدیر باشگاه	فوق‌لیسانس	۴۵ سال
۲	مدیر باشگاه	لیسانس	۴۷ سال
۳	عضو هیئت رئیسه	دکتری	۵۳ سال
۴	مدیر باشگاه	دکتری	۴۸ سال
۵	معاون باشگاه	فوق‌لیسانس	۴۶ سال
۶	عضو هیئت رئیسه	دکتری	۵۱ سال
۷	عضو هیئت رئیسه	فوق‌لیسانس	۳۹ سال
۸	معاون باشگاه	فوق‌لیسانس	۴۱ سال
۹	عضو هیئت رئیسه	دکتری	۴۳ سال
۱۰	مدیر باشگاه	دکتری	۵۴ سال
۱۱	معاون باشگاه	دکتری	۴۷ سال
۱۲	معاون باشگاه	لیسانس	۳۸ سال

در بخش کیفی جهت گردآوری داده‌ها، از مصاحبه عمیق استفاده شد. سؤالات این مصاحبه در دو بخش پرسش‌های جمعیت‌شناختی و پرسش‌های مرتبط با موضوع تحقیق تنظیم شده بود. در بخش کمی از ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه استفاده گردید. اطلاعات این پرسش‌نامه و ساختار آن منطبق با یافته‌های بخش کیفی بود. جهت بررسی کیفیت و اعتباربخشی به نتایج کیفی در تحقیق حاضر از معیارهای ارزشیابی لینکلن و گابا[1] (۱۹۸۵) شامل معیارهای اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأییدپذیری استفاده شد. اعتبار: برای دستیابی به این معیار در فرایند جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات و انتخاب نمونه پژوهش برای مصاحبه و طراحی سؤالات مصاحبه از منابع و جنبه‌های گوناگونی استفاده شد. انتقال‌پذیری: به‌منظور دستیابی به این معیار تمام مراحل پژوهش برای استفاده احتمالی محققان دیگر به صورت مکتوب مستندسازی شد و شرایط جمعیت-شناختی مصاحبه‌شوندگان به صورت تفصیلی ارائه گردید. قابلیت اعتماد: در پژوهش حاضر دستیابی به این معیار از طریق استفاده از دوکدگذار انجام گرفت. بدین منظور از یکی از متخصصان حوزه مدیریت در فرایند کدگذاری در پژوهش کمک گرفته شد. به صورت تصادفی دو مصاحبه انتخاب شد و پس از آموزش‌های

[1]Lincoln & Guba

لازم کدگذاری توسط ایشان انجام گرفت. در هر یک از مصاحبه‌ها کدهایی که از نظر دو نفر مشابه باشند، با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم‌توافق مشخص شدند. درصد توافق بین دو کدگذار با استفاده از فرمول زیر محاسبه و نتایج آن در قالب جدول ۲ ارائه گردید:

$$\text{درصد پایایی} = \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{100 \times \text{تعداد کل کدها}}$$

جدول ۲: نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

شماره مصاحبه	کل کدها	توافقات	عدم توافقات	درصد پایایی
۶	۹	۴	۱	۰/۸۸۸
۹	۱۴	۶	۲	۰/۸۵۷
مجموع	۲۳	۱۰	۳	۰/۸۶۹

بنابر توافق موجود، میزان توافق درونی بالای ۸۶ درصد بیانگر پایایی مناسب ابزار خواهد بود. تأییدپذیری: برای تحقق این مهم از ارزیابی متخصصان خارج از فرایند پژوهش استفاده شد. علاوه بر این، به‌منظور تأیید اعتبار ابزار اندازه‌گیری در بخش کمی، از روش روایی محتوایی بهره‌گیری شد. همچنین برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری از آلفای کرونباخ استفاده گردید. سرانجام داده‌های بخش کیفی با استفاده از کدگذاری و داده‌های بخش کمی با استفاده روش دیمتل تحلیل شدند.

یافته‌های پژوهش

با استناد به نتایج کدبندی از طریق بازبینی مصاحبه‌های انجام‌گرفته با صاحب‌نظران و ترکیب مضامین فرعی براساس قرابت معنایی ۹ مضمون اصلی در ارتباط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی به‌نام‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اقتصادی، شفافیت، فرهنگی، اخلاقی، قانونی، خیرخواهانه، محیطی و دانشی شناسایی شدند.

جدول ۳: مضامین فرعی و اصلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی نزد باشگاه‌های ورزشی

مضامین اصلی	مضامین فرعی	نشانگر
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	حفظ ارزش‌های اجتماعی	P5, P1, P12
	مشارکت با نهادهای اجتماعی	P1, P2, P5, P6, P8, P9
	دغدغه های اجتماعی	P2, P3, P12
	ایفاگر نقشی مثبت در اجتماع	P6, P11
	توجه به منافع کلان جامعه	P5, P7, P8, P10, P11, P12

P6, P11	اشتراک و همگرایی میان منافع سازمان و منافع جامعه	
P6, P12	تعامل با جامعه	
P5, P7	توجه به عرف جامعه	
P5	مسئول بودن در برابر جامعه	
P1	حمایت از رشد	
P1, P3, P4, P5, P6	رفاه و آسایش مردم در ورزش	
P4, P6, P8, P9, P10	توجه به نیازهای اقتصادی جامعه	
P4, P5, P7, P8, P11	بهره مندسازی گروه‌های مردم از فرآیند کار	مسئولیت‌پذیری
P8, P12	اشتغال‌زایی	اقتصادی
P8, P9, P11	حمایت مالی از تنگدستان	
P8	ایجاد آکادمی برای فوتبال پایه	
P8	مشارکت در طرح های شهری	
P1, P5, P9, P8	عدم پنهان‌کاری نتایج منفی یک عمل	
P2, P4, P5, P7, P10	محیط حقوقی و قانونی شفاف	
P2, P3, P4, P8, P11	روشن بودن	مسئولیت‌پذیری
P2, P3	شفافیت مالی باشگاه	شفافیت
P3, P4, P5, P8	گزارش به هوادار و جامعه	
P3, P4, P5, P12	فرهنگ تیم‌محوری	
P2, P5	فرهنگ جامعه‌محوری	
P6, P7, P9	فرهنگ کمک به هم نوع	مسئولیت‌پذیری
P6, P11, P4	بهبود ارزش‌ها	فرهنگی
P7, P4, P5	نهادینه‌سازی فرهنگ مسئولیت‌پذیری اجتماعی	
P4, P2	مدنظر قرار دادن ارزش‌ها و هنجارهای جامعه	
P4, P10	انجام کارهای درست	مسئولیت‌پذیری
P4, P10	پایبندی به اصول اخلاقی	اخلاقی

	احترام به حقوق مردم	P4, P7, P8, P9, P10, P11
	خدمت به بشریت	P11
	در دسترس قرار دادن الگوی خود	P11
	نهادینه سازی معیارهای بهنجار اخلاقی- انسانی در ارکان باشگاه	P4, P7, P12
	پایبندی به اصول اخلاقی	P10
مسئولیت‌پذیری قانونی	پیروی از قانون	P4, P9, P12
	رعایت حقوق اقلیت‌ها	P8
	عدم‌تبعیضات قومی و جنسی	P4, P8
	صرف درآمد به امور خیره	P4, P5, P7, P8
مسئولیت‌پذیری خیرخواهانه	کمک‌های داوطلبانه به دیگران	P4, P6, P8, P10
	خدمت به بشریت	P11
	شرکت در فعالیت‌های انسان‌دوستانه	P5, P6, P7, P9, P10, P11
	هم‌نوع‌دوستی	P5, P8
	توسعه و گسترش فناوری‌های سازگار محیط زیست	P3, P5, P7, P9, P10
مسئولیت‌پذیری محیطی	حفاظت از محیط زیست	P9, P10
	حمایت از نگرش‌های پیشگیرانه در زمینه چالش‌های محیط زیست	P9, P11
	آموزش و آگاهی	P2, P8, P5, P10
مسئولیت‌پذیری دانشی	برنامه‌های مستمر آموزشی	P9, P4, P7
	بیان اهمیت مرور و بازبینی مسئولیت‌پذیری اجتماعی	P6, P7, P9, P11
	آموزش در قالب‌های گوناگون	P3, P4, P8, P9, P11

در ادامه برای تعیین روابط علی، الگوریتم اجرای تکنیک دیمتل در پنج مرحله پیاده‌سازی شد. در گام نخست برای شناسایی الگوی روابط میان n معیار ابتدا یک ماتریس n×n تشکیل شد. تاثیر عنصر مندرج در هر سطر بر عناصر مندرج در ستون در این ماتریس درج و از یک طیف با امتیاز ۰ تا ۴ برای امتیازدهی

استفاده شد؛ به‌طوری که اگر هیچ تأثیری وجود نداشته باشد، عدد صفر و اگر تاثیر بسیار زیاد باشد، عدد ۴ استفاده گردید. همچنین برخلاف تکنیک‌های AHP و ANP در اینجا شرط معکوسی برقرار نیست؛ یعنی اگر تاثیر عنصر A بر B برابر ۳ باشد، تاثیر عنصر B بر A لزوماً ⅓ نخواهد بود و ممکن است هر عددی بین صفر تا ۴ باشد. درایه‌های قطر اصلی یعنی تأثیر هر عنصر بر خودش نیز صفر در نظر گرفته شد.

جدول ۴: طیف مورد استفاده در تکنیک دیمتل

بدون تأثیر	تأثیر خیلی کم	تأثیر کم	تأثیر زیاد	تأثیر خیلی زیاد
۰	۱	۲	۳	۴

چون از دیدگاه ۱۲ نفر استفاده شد، هریک از خبرگان ماتریس موجود را تکمیل کردند و سپس از میانگین ساده نظرات استفاده شد و ماتریس ارتباط مستقیم X تشکیل گردید.

$$X = \begin{bmatrix} 0 & \cdots & x_{n1} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{1n} & \cdots & 0 \end{bmatrix}$$

در گام دوم برای نرمال‌سازی، ابتدا جمع تمامی سطرها و ستون‌های ماتریس ارتباط مستقیم محاسبه شد. بزرگترین عدد مجموع سطرها و ستون‌ها با k نمایش داده شد. برای نرمال‌سازی تک‌تک درایه‌های ماتریس ارتباط مستقیم بر k تقسیم شد.

$$k = max\left\{ max \sum_{j=1}^{n} x_{ij}, \sum_{i=1}^{n} x_{ij} \right\}$$

$$N = \frac{1}{k} * X$$

در گام سوم برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا یک ماتریس همانی n×n تشکیل داده شد. سپس این ماتریس همانی منهای ماتریس نرمال شد و ماتریس حاصل معکوس گردید. در نهایت ماتریس نرمال در ماتریس حاصل ضرب شد و در نتیجه ماتریس ارتباط کامل تعیین گردید.

$$T = N \times (I - N)^{-1}$$

در گام چهارم برای محاسبه ماتریس روابط داخلی ارزش آستانه محاسبه شد. با این روش این امکان فراهم شد از روابط جزئی صرف‌نظر شده و شبکه روابط قابل اعتنا یا همان نقشه شبکه روابط (NRM) ترسیم گردد. گفتنی است تنها روابطی که مقادیر آنها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگتر بود، در NRM نمایش داده شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شد. بعد از آنکه شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس T که کوچکتر از آستانه بودند صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شد.

سرانجام در آخرین گام نمودار علی چهار جنبه ارائه شد. در این نمودار اطلاعات به شرح زیر قابل تفسیر بود:

میزان تاثیر گذاری متغیرها: جمع عناصر هر سطر (D) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است.

میزان تاثیرپذیری متغیرها: جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است.

بنابراین بردار افقی (D + R) میزان تاثیر و تاثر عامل مورد نظر در سیستم است. به عبارت دیگر، هرچه مقدار D + R عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد.

بردار عمودی (D - R) قدرت تاثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. بطور کلی اگر D - R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود.

در نهایت یک دستگاه مختصات دکارتی ترسیم شد. در این دستگاه محور طولی مقادیر D + R و محور عرضی براساس D - R بود. موقعیت هر عامل با نقطه‌ای به مختصات (D + R, D - R) در دستگاه معین شد. به این ترتیب یک نمودار گرافیکی نیز به دست آمد. در جدول ۵، جمع تمامی سطرها و ستون‌ها محاسبه گردید تا بزرگترین عدد مشخص و تمامی درایه‌های ماتریس بر معکوس این عدد ضرب و ماتریس نرمال شود.

جدول ۵: میانگین نظر خبرگان

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	جمع ردیف‌ها
۱. اجتماعی	۰	۱/۰۸۳	۱/۲۵	۱/۱۶۶	۱/۵۸۳	۱/۴۱۶	۱/۵	۱/۵	۱/۱۶۶	۱۰/۶۶۶
۲. اقتصادی	۰/۵	۰	۰/۱۶۶	۰/۷۵	۱/۳۳۳	۱/۸۳۳	۱/۵۸۳	۰/۹۱۶	۱/۴۱۶	۹/۹۱۶
۳. شفافیت	۱/۱۶۶	۰/۲۵	۰	۱/۴۱۶	۱/۴۱۶	۲/۰۸۳	۱/۶۶۶	۱/۷۵	۱/۳۳۳	۱۱/۰۸۳
۴. فرهنگی	۱/۰۸۳	۱	۰/۵۸۳	۰	۱/۹۱۶	۲/۱۶۶	۱/۶۶۶	۱/۵	۱/۴۱۶	۱۱/۳۳۳
۵. اخلاقی	۱/۴۱۶	۰/۶۶۶	۱/۵	۰/۶۶۶	۰	۱/۵۸۳	۲	۱/۹۱۶	۱/۸۳۳	۱۱/۵۸۳
۶. قانونی	۱	۱/۰۸۳	۱/۰۸۳	۰/۹۱۶	۰/۸۳۳	۰	۱/۵۸۳	۲	۱/۵۸۳	۱۰/۰۸۳
۷. خیرخواهانه	۰/۶۶۶	۰/۸۳۳	۱/۰۸۳	۰/۷۵	۱/۲۵	۰/۹۱۶	۰	۱/۲۵	۱/۴۱۶	۸/۱۶۶
۸. محیطی	۱	۰/۷۵	۰/۸۳۳	۱/۰۸۳	۱/۶۶۶	۱	۱/۰۸۳	۰	۱/۱۶۶	۸/۵۸۳
۹. دانشی	۰/۳۳۳	۰/۶۶۶	۰/۵	۰/۴۱۶	۱/۰۸۳	۱/۰۸۳	۱/۰۸۳	۰/۸۳۳	۰	۶

معکوس بزرگترین عدد مجموع سطر و ستون با k نمایش داده می‌شود. براساس جدول بالا، بزرگترین عدد ۱۱/۵۸۳ است و تمامی درایه‌های ماتریس بر معکوس این عدد ضرب می‌شود تا ماتریس

نرمال شود.

$$k = \frac{1}{\max \sum_{j=1}^{n} x_{ij}} = \frac{1}{15.083} = 0.055$$
$$\rightarrow \mathrm{N} = 0.055{*}\mathrm{X}$$

جدول ۶: ماتریس نرمال شده

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. اجتماعی	۰	۰/۰۹۳	۰/۱۰۷	۰/۱۰۰	۰/۱۳۶	۰/۱۲۲	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۰۰
۲. اقتصادی	۰/۴۳۲	۰	۰/۰۶۴	۰/۱۱۵	۰/۱۵۸	۰/۱۳۶	۰/۰۷۹	۰/۱۲۲	۰/۱۲۲
۳. شفافیت	۰/۱۰۰	۰/۰۲۱	۰	۰/۱۲۲	۰/۱۲۲	۰/۱۷۹	۰/۱۴۳	۰/۱۵۱	۰/۱۱۵
۴. فرهنگی	۰/۰۹۳	۰/۰۸۶	۰/۰۵۰	۰	۰/۱۶۵	۰/۱۸۷	۰/۱۴۳	۰/۱۲۹	۰/۱۲۲
۵. اخلاقی	۰/۱۲۲	۰/۰۷۵	۰/۱۲۹	۰/۰۵۷	۰	۰/۱۳۶	۰/۱۷۲	۰/۱۶۵	۰/۱۵۸
۶. قانونی	۰/۰۸۶	۰/۰۹۳	۰/۰۹۳	۰/۰۷۹	۰/۰۷۱	۰	۰/۱۳۶	۰/۱۷۲	۰/۱۳۶
۷. خیرخواهانه	۰/۰۵۷	۰/۰۷۱	۰/۰۹۳	۰/۰۶۴	۰/۱۰۷	۰/۰۷۹	۰	۰/۱۰۷	۰/۱۲۲
۸. محیطی	۰/۰۸۶	۰/۰۶۴	۰/۰۷۱	۰/۰۹۳	۰/۱۴۳	۰/۰۸۶	۰/۰۹۳	۰	۰/۱۰۰
۹. دانشی	۰/۰۲۸	۰/۰۵۷	۰/۰۴۳	۰/۰۳۶	۰/۰۹۳	۰/۰۹۳	۰/۰۹۳	۰/۰۷۱	۰

در ادامه برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا ماتریس همانی $I_{5\times5}$ تشکیل شد:

$$I_{5\times5} = \begin{bmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 1 \end{bmatrix}$$

سپس ماتریس حاصل از تفریق ماتریس همانی از ماتریس نرمال معکوس گردید و در نهایت ماتریس نرمال در ماتریس معکوس ضرب شد:

$$T = N \times \left(I - N\right)^{-1}$$

جدول ۷: ماتریس شدت ممکن (معکوس)

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. اجتماعی	۱/۳۷۶	۰/۴۲۴	۰/۴۹۷	۰/۴۷۷	۰/۶۸۴	۰/۶۷۷	۰/۶۹۲	۰/۷۱۹	۰/۶۶۴
۲. اقتصادی	۰/۳۹۲	۱/۳۲۸	۰/۴۳۱	۰/۴۶۰	۰/۶۶۲	۰/۶۵۰	۰/۶۱۰	۰/۶۷۲	۰/۶۴۴
۳. شفافیت	۰/۴۷۹	۰/۳۷۳	۱/۴۱۰	۰/۵۰۳	۰/۶۸۴	۰/۷۳۷	۰/۷۲۱	۰/۷۵۴	۰/۶۹۱
۴. فرهنگی	۰/۴۷۸	۰/۴۳۶	۰/۴۶۸	۱/۴۰۰	۰/۷۳۰	۰/۷۵۲	۰/۷۳۰	۰/۷۴۸	۰/۷۰۹

۵. اخلاقی	۰/۵۰۰	۰/۴۰۸	۰/۵۳۳	۰/۴۵۷	۱/۵۸۶	۰/۷۱۰	۰/۷۵۱	۰/۷۷۳	۰/۷۳۵
۶. قانونی	۰/۴۲۱	۰/۳۹۶	۰/۴۴۹	۰/۴۲۸	۰/۵۸۷	۱/۵۱۹	۰/۶۴۷	۰/۷۰۲	۰/۶۴۵
۷. خیرخواهانه	۰/۳۴۲	۰/۳۲۵	۰/۳۹۱	۰/۳۵۶	۰/۵۲۹	۰/۵۰۹	۱/۴۴۲	۰/۵۶۰	۰/۵۴۹
۸. محیطی	۰/۳۸۸	۰/۳۳۸	۰/۳۹۵	۰/۴۰۰	۰/۵۸۱	۰/۵۴۶	۰/۵۶۰	۱/۴۹۶	۰/۵۶۲
۹. دانشی	۰/۲۴۶	۰/۲۵۰	۰/۲۷۳	۰/۲۵۷	۰/۴۰۸	۰/۴۱۱	۰/۴۱۸	۰/۴۱۷	۱/۳۳۲

مچینین ماتریس ارتباط کامل (T) معیارهای اصلی مطابق با نتایج جدول ۸ بود:

جدول ۸: ماتریس روابط کل یا شدت روابط مستقیم و غیرمستقیم

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	سطری (D)
۱. اجتماعی	۰/۳۷۶	۰/۴۲۴	۰/۴۹	۰/۴۷۷	۰/۶۸۴	۰/۶۷۷	۰/۶۹۲	۰/۷۱۹	۰/۶۶۴	۵/۲۱۱
۲. اقتصادی	۰/۳۹۲	۰/۳۲۸	۰/۴۳۱	۰/۴۶۰	۰/۶۶۲	۰/۶۵۰	۰/۶۱۰	۰/۶۷۵	۰/۶۴۴	۴/۸۵۴
۳. شفافیت	۰/۴۷۹	۰/۳۷۳	۰/۴۱۰	۰/۵۰۳	۰/۶۸۴	۰/۷۳۷	۰/۷۲۱	۰/۷۵۴	۰/۶۹۱	۵/۳۵۴
۴. فرهنگی	۰/۴۷۸	۰/۴۳۶	۰/۴۶۸	۰/۴۰۰	۰/۷۳۰	۰/۷۵۲	۰/۷۳۰	۰/۷۴۸	۰/۷۰۹	۵/۴۵۴
۵. اخلاقی	۰/۵۰۰	۰/۴۰۸	۰/۵۳۳	۰/۴۵۷	۰/۵۸۶	۰/۷۱۰	۰/۷۵۱	۰/۷۷۳	۰/۷۳۵	۵/۴۵۷
۶. قانونی	۰/۴۲۱	۰/۳۹۶	۰/۴۴۹	۰/۴۲۸	۰/۵۸۷	۰/۵۱۹	۰/۶۴۷	۰/۷۰۲	۰/۶۴۵	۴/۷۹۸
۷. خیرخواهانه	۰/۳۴۲	۰/۳۲۵	۰/۳۹۱	۰/۳۵۶	۰/۵۲۹	۰/۵۰۹	۰/۴۴۲	۰/۵۶۰	۰/۵۴۹	۴/۰۰۷
۸. محیطی	۰/۳۸۸	۰/۳۳۸	۰/۳۹۵	۰/۴۰۰	۰/۵۸۹	۰/۵۴۶	۰/۵۶۰	۰/۴۹۶	۰/۵۶۲	۴/۲۷۸
۹. دانشی	۰/۲۴۶	۰/۲۵۰	۰/۲۷۳	۰/۲۵۷	۰/۴۰۸	۰/۴۱۱	۰/۴۱۸	۰/۴۱۷	۰/۳۳۲	۶/۰۱۵
ستونی (R)	۳/۶۲۷	۳/۲۸۲	۳/۸۵۱	۳/۷۴۰	۵/۴۶۲	۵/۵۱۶	۵/۵۷۵	۵/۸۴۳	۵/۵۳۵	

علاوه بر تحلیل‌های فوق برای تعیین نقشه روابط شبکه (NRM) ارزش آستانه محاسبه شد. با این روش می‌توان از روابط جزئی صرف‌نظر و شبکه روابط قابل اعتنا را ترسیم کرد. گفتنی است مقدار آستانه روابط یعنی میانگین مقادیر ماتریس T برابر ۰/۵۲۳ به دست آمد. تمامی مقادیر ماتریس T که کوچکتر از ۰/۵۲۳ باشد، صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود.

جدول ۹: ماتریس شدت روابط غیر مستقیم

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. اجتماعی	۰/۳۷۶	۰/۳۳۰	۰/۳۸۹	۰/۳۷۶	۰/۵۴۷	۰/۵۵۵	۰/۵۶۲	۰/۵۹۰	۰/۵۶۳
۲. اقتصادی	۰/۳۴۹	۰/۳۱۴	۰/۳۶۶	۰/۳۴۵	۰/۵۰۴	۰/۵۱۴	۰/۵۳۸	۰/۵۵۰	۰/۵۲۲
۳. شفافیت	۰/۳۷۸	۰/۳۵۱	۰/۴۱۰	۰/۳۸۱	۰/۵۶۲	۰/۵۵۷	۰/۵۷۷	۰/۶۰۳	۰/۵۷۶

۴. فرهنگی	۰/۳۸۴	۰/۳۵۰	۰/۴۱۷	۰/۴۰۰	۰/۵۶۴	۰/۵۶۸	۰/۵۸۶	۰/۶۱۸	۰/۵۸۷
۵. اخلاقی	۰/۳۷۸	۰/۳۵۰	۰/۴۰۳	۰/۴۰۰	۰/۵۸۶	۰/۵۷۳	۰/۵۷۹	۰/۶۰۸	۰/۵۷۷
۶. قانونی	۰/۳۳۵	۰/۳۰۳	۰/۳۵۶	۰/۳۴۸	۰/۵۱۵	۰/۵۱۹	۰/۵۱۰	۰/۵۲۹	۰/۵۰۹
۷. خیرخواهانه	۰/۲۸۵	۰/۲۵۳	۰/۲۹۷	۰/۲۹۱	۰/۴۲۱	۰/۴۳۰	۰/۴۴۲	۰/۴۵۲	۰/۴۲۷
۸. محیطی	۰/۳۰۲	۰/۲۷۴	۰/۳۲۳	۰/۳۰۶	۰/۴۴۵	۰/۴۶۰	۰/۴۶۷	۰/۴۹۶	۰/۴۶۱
۹. دانشی	۰/۲۱۷	۰/۱۹۳	۰/۲۳۰	۰/۲۲۱	۰/۳۱۵	۰/۳۱۷	۰/۳۲۵	۰/۳۴۵	۰/۳۳۲

در پایان، خروجی نهایی و نمودار علی معیارهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی به‌صورت زیر قابل تفسیر است:

جدول ۱۰: خروجی نهایی

معیار	D	R	D+R	D-R
اخلاقی	۵/۴۵۷	۵/۴۶۲	۱۰/۹۱۹	-۰/۰۰۴
فرهنگی	۵/۴۵۴	۳/۷۴۰	۹/۱۹۵	۱/۷۱۴
شفافیت	۵/۳۵۴	۳/۸۵۱	۹/۲۰۵	۱/۵۰۳
اجتماعی	۵/۲۱۱	۳/۶۲۷	۸/۸۳۹	۱/۵۸۴
اقتصادی	۴/۸۵۴	۳/۲۸۲	۸/۱۳۶	۱/۵۷۲
قانونی	۴/۷۹۸	۵/۵۱۶	۱۰/۳۱۴	-۰/۷۱۷
محیطی	۴/۲۷۸	۵/۸۴۳	۱۰/۱۲۲	-۱/۵۶۵
خیرخواهانه	۴/۰۰۷	۵/۵۷۵	۹/۵۸۳	-۱/۵۶۸
دانشی	۳/۰۱۶	۵/۵۳۵	۸/۵۵۱	-۲/۵۱۸

مطابق جدول ۱۰، جمع عناصر هر سطر (D) نشانگر میزان تأثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است. براین اساس مسئولیت‌پذیری اخلاقی از بیشترین تأثیرگذاری برخوردار است. معیارهای مسئولیت‌پذیری فرهنگی و شفافیت به‌ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم و سایر معیارها در درجات بعدی تأثیرگذاری قرار داشتند و مسئولیت‌پذیری دانشی نیز کمترین تأثیرگذاری را داشت.

جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تأثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است. براین اساس مسئولیت‌پذیری محیطی از میزان تأثیرپذیری بسیار زیادی برخوردار بود و مسئولیت‌پذیری اقتصادی نیز کمترین تأثیرپذیری را از سایر معیارها داشت.

بردار افقی (D+R) میزان تأثیر و تأثر عامل مورد نظر در سیستم است. هرچه مقدار D+R عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد. براین اساس مسئولیت‌پذیری اخلاقی بیشترین

تعامل را با سایر معیارهای مورد مطالعه داشت- در مقابل مسئولیت‌پذیری اقتصادی کمترین تعامل را با سایر متغیرها داشت.

بردار عمودی (D-R) قدرت تأثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. به طور کلی اگر D-R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود. در این مدل مسئولیت‌های فرهنگی، شفافیت، اقتصادی و اجتماعی نقش متغیر علی و مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، محیطی، خیرخواهانه و دانشی نقش متغیر معلول را داشتند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در ایران با روش دیمتل بود. تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی نشان داد مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در ایران از طریق ابعاد اجتماعی، اقتصادی، شفافیت، فرهنگی، اخلاقی، قانونی، خیرخواهانه، محیطی و دانشی تبیین می‌شود. این یافته با نتایج مطالعات علوی و همکاران (۱۳۹۹: ۱۵۳) مبنی بر اینکه ابعاد اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستی و زیست محیطی را مطرح کرده بودند، افروزه و همکاران (۱۳۹۵: ۶۹) به جهت اینکه به مقوله فرهنگی- اخلاقی، اقتصادی، قانونی اشاره کرده بودند، خلیفه سلطانی و همکاران (۱۴۰۰: ۲۹) در راستای اینکه مسئولیت اجتماعی، بشردوستی، اخلاقی، قانونی، زیست محیطی، فرهنگی، اقتصادی را گزارش کرده بودند، سبحانی و همکاران (۱۳۹۶: ۳۵۹) به جهت اینکه به موضوعات قانونی، اقتصادی و اخلاقی اشاره داشتند، نیازی‌تبار (۱۳۹۷: ۱) مبنی بر اینکه مسئولیت‌پذیری اخلاقی، فرهنگی، قانونی، اقتصادی- اجتماعی، شفافیت، خیرخواهانه، دانش و اجتماعی- محیطی را معرفی کرده بودند، آبین-پناس و همکاران (۲۰۲۰: ۱) به جهت اینکه به کمک‌های مالی و دعوت از دیگران و به اشتراک گذاشتن اطلاعات اشاره کرده بودند و در نهایت کیزیلوگونز و کواک (۲۰۲۱، ۷۰) که نشان دادند مسئولیت‌پذیری اقتصادی، اخلاقی، قانونی و بشردوستانه جزو مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌های ورزشی است، همخوان است. همچنین تحقیق ناهمخوانی در این راستا یافت نگردید جز اینکه بین شاخص‌های معرفی‌شده در پژوهش‌های گذشته و پژوهش حاضر نوع مسئولیت‌ها تاحدودی متفاوت بود که به نظر می‌رسد جامعه آماری متفاوت مزیت بر علت بوده باشد.

همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های کمی نشان داد که مسئولیت‌پذیری اخلاقی در میان سایر مسئولیت‌پذیری باشگاه‌های ورزشی از اثرگذاری بالاتری برخوردار است؛ به این معنی که بیشتر اقدامات مسئولیت‌پذیری باشگاه‌های ورزشی مبتنی بر مسئولیت‌پذیری اخلاقی است و این مسئولیت‌پذیری نزد باشگاه‌های ورزشی بیشترین اهمیت را دارد. این یافته با نتایج مطالعه نیازی‌تبار (۱۳۹۷: ۱) مبنی بر اینکه نشان داد مسئولیت‌پذیری اخلاقی دارای بیشترین تعداد رابطه تاثیرگذاری و تاثیرپذیری است و تاثیرگذاری

مسئولیت‌پذیری اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری قانونی و مسئولیت‌پذیری شفافیت بیش از سایر روابط است، همخوان است. مسئولیت اخلاقی آن فعالیت‌ها و استانداردها و سیاست‌ها و اعمالی است که از طرف جامعه پذیرفته یا ممنوع شده باشد، حتی اگر در قانون الزامی برای آن‌ها نباشد. هدف مسئولیت اخلاقی این است که باشگاه‌های ورزشی در برابر تمامی هنجارها و استانداردها و ارزش‌ها و اصول و انتظارات، مسئول و پاسخگو باشند و به آنچه مصرف‌کنندگان و کارکنان و مالکان و جامعه حمایت از حقوق اخلاقی ذینفعان تلقی می‌کنند احترام گذارند. گفتنی است مسئولیت‌های اخلاقی صرفاً ارزش‌های جاری می‌باشند که در نتیجه، همراه با تغییر ارزش‌های جامعه دستخوش تغییر می‌گردند. این مهم را می‌توان صراحتاً در ورزش مشاهده کرد، چرا که سازمان‌های ورزشی همواره در حال اعمال نفوذ به‌منظور خلق محیطی در حال تغییر دائمی هستند تا موارد قابل قبول و غیرقابل قبول را تعیین نمایند. بنابراین مسئولیت‌های اخلاقی باید در در وهله اول بالاتر از هر چیز دیگر توسط سازمان لیگ، مالکان و مدیران هر تیم مورد تبعیت و پیروی قرار گرفته و سپس این مسئولیت‌ها متوجه سازمان‌ها گردد. در صورتی که هر یک از اعضای باشگاه رفتاری غیراخلاقی داشته باشند، خواه این رفتار ناشی از سوء مدیریت سرمایه‌ها باشد یا روش‌های استخدامی نامناسب کل باشگاه به‌عنوان یک سازمان غیراخلاقی نگریسته می‌شود. اگرچه ممکن است توصیف مسئولیت-های اخلاقی کار دشواری باشد، اما عدم‌تابعیت یک سازمان از اصول اخلاقی را به‌راحتی می‌توان مشاهده نمود و تشخیص داد. در دنیای امروز که سرشار از رسوایی‌های سازمانی است، از سازمان‌ها انتظار می‌رود تا استانداردهای بالایی برای اخلاقیات در نظر بگیرند. در غیر این صورت اصول اخلاقی آنان زیر سؤال خواهد رفت.

علاوه بر این مشخص گردید که مسئولیت‌پذیری محیطی از میزان تأثیرپذیری بسیار زیادی برخوردار است و مسئولیت‌پذیری اقتصادی نیز کمترین تأثیرپذیری را نسبت به سایر مسئولیت‌ها دارد. این یافته با نتایج مطالعه نیازی‌تبار (۱۳۹۷: ۱) به جهت اینکه نشان داد تاثیرگذاری مسئولیت‌پذیری اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری قانونی و مسئولیت‌پذیری شفافیت بیش از سایر روابط است، ناهمخوان می‌باشد، چرا که پژوهش حاضر مسئولیت‌پذیری محیطی بیشترین اثرپذیری را از سایر مسئولیت‌ها دارد. دلیل این نتیجه این است که تمرکز بر موضوعات زیست‌محیطی رشد سریعی در آغاز قرن بیست و یکم داشته است و سازمان-های ورزشی نیز این موضوع اجتماعی را مورد توجه قرار داده‌اند. گفتنی است سازمان‌های ورزشی مسئولیت-های محیطی خود را به دو طریق انجام می‌دهند: ابتدا اثرات منفی فعالیت‌های خود را بر محیط زیست کاهش می‌دهند و دوم سازمان‌های ورزشی برنامه‌ها و طرح‌های زیست‌محیطی خود را ارائه داده و دیگران را نیز برای مراقبت از محیط زیست تشویق و ترغیب می‌کنند.

سرانجام یافته‌های کمی نشان داد مسئولیت‌های فرهنگی، شفافیت، اقتصادی و اجتماعی نقش متغیر علی و مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، محیطی، خیرخواهانه و دانشی نقش متغیر معلول را داشتند؛ به این معنی که مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، محیطی، خیرخواهانه و دانشی به نوعی خروجی سیستم مسئولیت-پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی هستند و این مسئولیت‌ها اثرات خود را از مسئولیت‌های فرهنگی، شفافیت، اقتصادی و اجتماعی دریافت می‌کنند که تأییدی بر نقش علی آن‌هاست.

با توجه به یافته‌های تحقیق و در راستای اینکه باشگاه‌های ورزشی بتوانند از ظرفیت بالقوه مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود درست و بهینه استفاده کنند، به سازمان‌های متولی پیشنهاد می‌شود ابعاد مسئولیت‌پذیری شناسایی‌شده در این پژوهش را در اساسنامه باشگاه‌های مربوطه بگنجانند و مسئولیت‌ها را تعریف کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود که مدیران باشگاه‌های ورزشی در برنامه‌ریزی برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود اولویت مسئولیت‌ها را در نظر گیرند و طبق آن برنامه‌ریزی کنند. علاوه بر این، پیشنهاد می‌شود بهبود و رعایت اخلاقیات به مثابه مهم‌ترین مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی از سوی مدیران باشگاه-های ورزشی مورد توجه قرار گیرد. سرانجام چون در این پژوهش صرفاً دیدگاه متولیان باشگاه‌های ورزشی منعکس گردید و ماهیت مسئولیت‌های فوق به طور جزئی کاوش نشد، به پژوهش‌گران آتی پیشنهاد می‌گردد در بررسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی دیدگاه سایر ذینفعان را بررسی و در یک مطالعه تطبیقی، تفاوت‌ها و شباهت‌های آنان را بررسی نمایند. سرانجام پیشنهاد می‌شود مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی به طور جداگانه مورد بررسی قرار گیرد و با تحلیل دقیق‌تر و راهبرد مناسب به بررسی این ابعاد بپردازند و بهترین راهکارها را برای مقابله با مسائل پیش‌روی اجرای این مسئولیت‌ها ارائه دهند.

منابع

- افروزه، محمد صادق؛ مظفری، سید امیر احمد؛ آقایی، نجف و صفاری، مرجان. (۱۳۹۵). «**شناسایی حیطه‌ها و عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران**». دوفصل‌نامه مدیریت و توسعه ورزش. سال ۵، شماره ۲، صص ۶۹-۸۹.
- براخاص، حسین؛ همتی‌نژاد، مهرعلی و ایزانلو، زهره. (۱۳۹۹). «**بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر نیات رفتاری مصرف‌کنندگان برندهای ورزشی با نقش میانجی مسئولیت اجتماعی و ترجیح برند**». مطالعات بازاریابی ورزشی. دوره ۱، شماره ۲، صص ۲۶-۵۰.
- خلیفه سلطانی، مرضیه؛ گودرزی، محمود؛ دهقان قهفرخی، امین و علی‌دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۴۰۰). «**ارائه مدل مسئولیت اجتماعی سلبریتی‌های ورزشی**». دوره ۸، شماره ۱، صص ۲۹-۴۸.
- رحیمیان، نظام‌الدین و کاظم‌پور، مرتضی. (۱۳۹۷). «**مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها: مفاهیم، ابعاد، نظریه‌ها و مروری بر مدل‌های آن**». پژوهش حسابداری. دوره ۸، شماره ۴، صص ۱۵۲-۱۷۵.
- سبحانی، یزدان؛ محمدی، سردار و حاتمی، سعید. (۱۳۹۶). «**طراحی مدل تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی مجموعه‌های ورزشی خصوصی شهر کرمانشاه بر رفتار و نگرش مشتریان**». مدیریت ورزشی. دوره ۹، شماره ۲، صص ۳۵۹-۳۷۲.
- علوی، سلمان؛ غفوری، فرزاد و هنری، حبیب. (۱۳۹۹). «**شناسایی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران مشهور**». مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۱۲، شماره ۵۹، صص ۱۵۳-۱۷۶.

- علی‌زاده، سیما. (۱۳۹۸). «**تحلیل کانونی رابطه بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی**». اخلاق در علوم و فناوری. سال ۱۴، شماره ۱، صص ۱۱۷-۱۲۳.
- محرم‌زاده، مهرداد؛ نوریف محمدسیوان و فتحی، فرهاد. (۱۳۹۹). «**طراحی مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای رضایتمندی، وفاداری و تمایل به حضور مجدد در بین تماشاگران باشگاه فرهنگی-ورزشی پرسپولیس ایران**». فصل‌نامه علوم ورزش. شماره ۳۸، صص ۴۷-۶۶.
- نیازی‌تبار، مریم. (۱۳۹۷). «**طراحی مدل مسئولیت اجتماعی فوتبال در ایران با رویکرد نگاشت‌شناختی**». رساله دکتری، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود.
- Abuín-Penas, J., Babiak, K., & Martínez-Patiño, M. J. (2020). **"Athlete's philanthropy and social responsibility communication on social media during COVID-19".** 1-20.
- Babiak, K., & Kihl, L. A. (2018). **"A case study of stakeholder dialogue in professional sport: An example of CSR engagement".** Business and society review, 123(1), 119-149.
- Carreres-Ponsoda, F., Escartí, A., Jimenez-Olmedo, J. M., & Cortell-Tormo, J. M. (2021). **"Effects of a Teaching Personal and Social Responsibility Model Intervention in Competitive Youth Sport".** Frontiers in Psychology, 12, 1-12.
- Coakley, J. (2009). **Sport in society: Issues and Controversies.** (10th ed). New York: McGraw-Hill. 98.
- Dowling, M., Robinson, L., & Washington, M. (2013). **"Taking advantage of the London 2012 Olympic Games: Corporate social responsibility through sport partnerships".** European Sport Management Quarterly, 13(3), 269-292.
- Glavas, A. (2016). **"Corporate social responsibility and organizational psychology: An integrative review".** Frontiers in psychology, 7, 144.
- Kizilgüneş, M., & Koçak, F. (2021). **"Investigation of Corporate Social Responsibility in Sports within The Scope of Corporate Sustainability".** The Journal of Eurasia Sport Sciences and Medicine, 3(2), 70-83.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). **Naturalistic inquiry.** sage
- Ramzan, M., Amin, M., & Abbas, M. (2021). **"How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan".** Research in International Business and Finance, 55, 1-9.
- Walker, M., & Parent, M. M. (2010). **"Toward an integrated framework of corporate social responsibility, responsiveness, and citizenship in sport".** Sport Management Review, 13(3), 198-213.

۲۲

تاثیر رهبری مربیگرا بر رفتار کاری نوآورانه با نقش میانجی انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد در کارکنان وزارت ورزش و جوانان

شهرام نظری[۱]
سیروس همتی[۲]
جواد محمدی[۳]

10.22034/ssys.2023.2919.3129
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۰۹
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۱۶

هدف این پژوهش، بررسی تاثیر رهبری مربیگرا بر رفتار کاری نوآورانه با نقش میانجی انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد در کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. روش تحقیق به صورت توصیفی بود که در دسته تحقیقات کاربردی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان به تعداد ۸۲۸ نفر بود. حجم نمونه تحقیق بر اساس جدول مورگان تعداد ۲۶۰ نفر تعیین و به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده تحقیق چهار پرسش‌نامه استاندارد «روابط مبتنی بر اعتماد» توسط رابینز (۲۰۰۳)، «رهبری مربیگرا» نیک اخلاق و همکاران (۱۴۰۱)، «رفتار کاری نوآورانه» دی جونگ و دن هارتوگ (۲۰۰۸) و «انگیزه خدمت عمومی» آلونسو و لوئیس (۲۰۰۳) بود. روایی محتوایی پرسش‌نامه‌ها به وسیله ۶ نفر از اساتید مدیریت ورزشی تایید شد و پایایی آنها به ترتیب ۰/۸۴، ۰/۸۷، ۰/۸۱، ۰/۷۹، ۰/۸۵ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهای Spss و Lisrel استفاده شد.

یافته‌ها نشان داد که رهبری مربیگرا بر رفتار نوآورانه کاری تاثیر مستقیم ۰/۳۳ دارد. انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد با ضریب تاثیر ۰/۱۸ و ۰/۱۷ نقش میانجی نسبی در رابطه بین رهبری مربیگرا و رفتار کاری نوآورانه ایفا می‌کند. بنابراین پایبندی به اصول رهبری مربیگرا مانند رازداری، احترام به کارکنان، داشتن صداقت و آموزش صمیمانه؛ توجه به شاخص‌های انگیزه خدمت عمومی مانند تمایل فرد به خدمت اجتماعی، میل به کمک به شهروندان، اولویت‌دادن به منافع عمومی نسبت به منافع فردی و مشارکت‌های عمومی در ارزیابی‌های سازمان پیشنهاد می‌شود.

واژگان کلیدی: رهبری مربیگرا، انگیزه خدمت عمومی و رفتار نوآورانه کاری.

---

[۱] استادیار، گروه آموزش تربیت‌بدنی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Shahram.nazari@yahoo.com
[۲] کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه غیردولتی غیرانتفاعی ایوان کی، سمنان، ایران
[۳] دکتری مدیریت ورزشی (سازمان‌های ورزشی و رویداد)، پردیس بین‌المللی کیش، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

امروزه مربیگری به یکی از مهارت‌های ضروری برای رهبری در محل کار تبدیل شده است و رهبران عملگرا در تلاش‌اند تا موفقیت خود را با به دست آوردن مهارت‌های مربیگری بیشتر کنند. وقتی رهبران در به کارگیری فنون مربیگری ماهر می‌شوند، با این کار سبک رهبری خود را از رئیس کارکنان بودن، به مربی کارکنان بودن، تغییر می دهند و آنها این واقعیت را درک می‌کنند که توسعه کارکنان یکی از اهداف اساسی شغل آنها محسوب می‌شود (اوییارا و اسکولار[1]، ۲۰۱۹). مربیگری در پژوهش‌های مدیریتی به عنوان یکی از مهارت‌های اساسی رهبری، مورد توجه است. سازمان‌های دولتی باید با تغییر و تحول در خود زمینه را برای پاسخ‌گویی به جامعه و نیازهای در حال تغییر شهروندان فراهم کنند. این چالش‌ها به مدیران یا رهبرانی نیاز دارد که مجموعه متفاوتی از مهارت‌ها را نسبت به گذشته دارا باشند. بنابراین، مربیگری اثربخش به عنوان یکی از کارکردهای مهم رهبری مطرح می‌شود. عدم‌ایفای نقش مربیگری توسط مدیر یا رهبر باعث می‌شود کارکنان بهره‌وری کمتر و تعهد پایین‌تری داشته باشند، خود را ارزشمند تلقی نکنند، انتقال دانش و مهارت به آنان صورت نگیرد و در نتیجه بهبود عملکرد به دست نیاید که پیامد آن ضعف در توانمندسازی کارکنان است (ربها[2]، ۲۰۲۱). در صورتی که شناسایی مهارت‌های مربیگری باعث می شود خود مدیران و رهبران نیز آگاه شوند که چه فرصت‌هایی برای رشد شخصی و حرفه‌ای خود پیش رو دارند. رهبران مربیگرا[3] باید یادگیری کارکنان را تسهیل کنند تا آنها به طور فزاینده‌ای بتوانند از بیشترین توانمندی خود در محیط کار استفاده نمایند (مایلنر و همکاران[4]، ۲۰۱۸).

رهبر مربیگرا در ارتباط خود با کارکنان از روش‌های مربیگری استفاده می‌کند و عنصر کلیدی آن، نحوه ارتباط او با کارکنان، نسبت به سایر رهبران است. رهبران مربیگرا، مکالمات قدرتمند، هوشمند و هیجانی را می آموزند که با آن تغییرات مثبت و اقداماتی که مبتنی بر اشتیاق و الهام هستند را هدایت می نمایند. مدیری که از این سبک رهبری استفاده می‌کند از تنوع درون‌گروهی بهره برده و از تمام ویژگی‌های منحصر به فرد کارکنان حمایت می‌کند. هدف رهبران دارای این سبک این است که عملکرد و نوآوری افراد را به حداکثر برسانند و از ظرفیت آنها استفاده کنند. در این سبک رهبری، خواسته‌های فرد با اهداف تیم کاری پیوند می خورد و از کاربردهای آن این است که به افراد کمک می‌کند تا بتوانند به نحو کارآمدتر و نوآورانه‌تری به تیم بهره برسانند (ستالا[5]، ۲۰۲۱). در سبک رهبری مربیگرا، مدیر به طور مداوم با پرسش از کارکنان و با تشویق آنها به تلاش برای انجام وظایف و روبه رو شدن با چالش‌های جدید و همچنین ایجاد

[1] Ibarra & Scoular
[2] Rabha
[3] Coaching leadership
[4] Milner, McCarthy & Milner
[5] Rabha

مهارت‌های لازم، به کارکنان خود در بهبود قوت‌هایشان کمک می‌کند. رهبر مربیگرا معمولاً قصد دارد کارکنان را آموزش دهد بدون اینکه به آنها جواب سؤالاتشان را بدهد. کار باید توسط کارکنان انجام شود و رهبر مربیگرا از آنها حمایت می‌کند تا به این روش نوآوری آنها بهبود پیدا نماید (بیکر[1]، ۲۰۲۰).

لی و نیم سیلپ[2] (۲۰۲۲) به بررسی تاثیر رهبری مربیگرا و سرمایه روان‌شناختی بر رفتار نوآورانه کارمندان در شرکت‌های پیشرفته، در استان هنان چین پرداختند. آنها در چارچوب مفهومی ترسیم‌شده در پژوهش خود ابعاد: تشویق به اکتشاف، راهنمایی در حین کار و ارتقای توسعه کارکنان را برای رهبری مربیگرا در نظر گرفته‌اند. پژوهشگران از این مطالعه نتیجه گرفتند که رهبری مربیگرا و سرمایه روان‌شناختی تأثیر شایان توجهی بر رفتار نوآورانه کارکنان دارند. پلاز زوبرباهلر، سالانوا و مارتینز[3](۲۰۲۱) در تحقیق خود با عنوان «بررسی برنامه مداخله رهبری مبتنی بر مربیگری: یک مطالعه آزمایشی» به این نتیجه رسیدند که برنامه مداخله رهبری مبتنی بر مربیگری می‌تواند به عنوان یک مداخله مثبت کاربردی برای کمک به توسعه مهارت‌های مربیگری رهبران و افزایش عملکرد و نوآوری مطلوب در سازمان ها، ارزشمند باشد. گیام و سیگل[4] (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان «رفتار مربی‌گری و نوآوری» نشان دادند که رفتار مربیگری مدیران از جمله عوامل مهم در ایجاد نوآوری برای کارکنان است.

نوآوری به دست کارکنانی ایجاد می شود که دارای رفتار کاری نوآورانه[5] هستند؛ یعنی رفتاری با سه بعد تولید، ترویج و پیاده‌سازی ایده. علت این امر، آن است که برای تحقق نوآوری، ابتدا باید ایده‌ای شکل بگیرد، سپس آن ایده در سازمان پذیرفته شود و در نهایت ایده پذیرفته‌شده پیاده‌سازی گردد (وانگ و همکاران[6]، ۲۰۱۵). رفتار نوآورانه، مفهومی چند بعدی است و به رفتارهایی اطلاق می‌شود که به فرآیند نوآوری در سازمان کمک نماید. رفتار نوآورانه شامل سه بعد تولید ایده، ترویج ایده و پیاده‌سازی ایده است. این رفتار نه تنها باید فرآیند ذهنی تولید ایده های جدید را توصیف کند، بلکه باید به معرفی و به کارگیری ایده‌های جدید، با هدف بهبود عملکرد سازمانی نیز بپردازد (رن و زانگ[7]، ۲۰۱۵). در رفتار نوآورانه، منظور از تولید ایده، ایده‌پردازی و ارائه ایده‌های نو از سوی کارکنان است. ترویج ایده به تلاش افراد برای جلب حمایت و پشتیبانی مدیران و همکاران از ایده‌های جدید آنان اشاره دارد. پیاده‌سازی ایده شامل تلاش‌هایی برای تبدیل ایده‌های نو به راهکارهای عملی و پیاده‌سازی آنها در فعالیت‌های کاری سازمانی است (مورا و

[1] Becker
[2] Liu & Niyomsilp
[3] Peláez Zuberbuhler, Salanova & Martínez
[4] Giamellaro. Siege
[5] innovative work behaviour
[6] Wang, Fang, Qureshi & Janssen
[7] Ren & Zhang

همکاران[1]، ۲۰۱۳). در واقع، فرایند رفتار کاری نوآورانه با شناخت مشکل هایی که باید حل گردند، شروع می‌شود و وجود مشکل‌ها و فرصت‌ها اساس خلق ایده‌های جدید در کارکنان است. پس از خلق ایده، فرد باید ایده‌های جدید را به دیگران عرضه کند تا حمایت لازم را برای پیاده‌سازی این ایده‌ها به عنوان محصول‌ها، خدمات و روش‌های واقعی کسب کند. در نهایت بر اساس حمایت سازمان، افراد می‌توانند ایده‌های جدیدی را که سازمان می‌تواند از آن بهره‌مند شود، پیاده‌سازی کنند (اکسری و برونتا[2]، ۲۰۱۳).

از طرف دیگر، براساس مبانی نظری تحقیق یکی از عوامل مهمی که می‌تواند منجر به بهبود رابطه رهبری مربیگرا و رفتار نوآورانه کارکنان بشود، انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد است. پالما و همکاران[3] (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان «انگیزه خدمت عمومی و عملکرد فردی کارکنان» نشان دادند که انگیزه خدمت عمومی[4] منجر به بهبود عملکرد فردی کارکنان در ابعاد مختلف سازمانی می شود. نتیجه تحقیق ریتز، نئومن، وندنبیل[5] (۲۰۱۶) نشان‌دهنده نقش انگیزه خدمت عمومی به عنوان متغیر میانجی در رابطه رفتار رهبری مدیران و عملکرد نوآورانه کارکنان است. نتیجه تحقیق عسگری پور و همکاران (۱۳۹۸) نیز نشان‌دهنده نقش انگیزه خدمت عمومی به عنوان متغیر میانجی در رابطه بین رهبری خدمتگزار و رفتار کاری نوآورانه بود. جکسون[6](۲۰۱۸) در تحقیق خود با عنوان «بررسی اثرات سبک رهبری مربیگرا بر روابط اعتماد مدیران و کارمندان در آفریقای جنوبی» به این نتیجه رسیدند که این سبک از طریق رفتارهایی که برخی مدیران نمایش می‌دهند، ظاهر می‌شود و نقش مهمی در بهبود روابط اعتماد بین مدیر و کارمند خود ایفا می‌کند. خزایی اصل و همکاران(۱۳۹۸) نیز در تحقیق خود با عنوان «نقش روابط مبتنی بر اعتماد در پیش‌بینی و تبیین فرهنگ مطلوب مربیگری» نشان دادند که مولفه‌های روابط مبتنی بر اعتماد توان پیش‌بینی روحیه مربیگری و کارگروهی را دارد.

انگیزه خدمت عمومی به نوع منحصر به فردی از انگیزه‌های نوع دوستانه یا خیرخواهانه اطلاق می‌شود که به وسیله تمایل‌ها و ارزش‌های خاصی که نشات گرفته از نهادهای عمومی و مأموریت‌های آنهاست، برانگیخته می‌شود (پری و همکاران[7]، ۲۰۱۰). اگرچه انگیزه خدمت عمومی در همه بخش‌ها وجود دارد، اما خاص این انگیزه مربوط به سازمان های دولتی است، زیرا موسسه‌های دولتی دارای مأموریت‌های معطوف به جامعه هستند که به کارکنان آنها اجازه می‌دهد این انگیزه‌های نوع‌دوستانه را

[1]Mura , Lettieri, Radaelli &Spiller
[2]Xerri& Brunetto
[3]Palma, Crisci, Mangia
[4] Public service motivation
[5] Ritz, Neumann & Vandenabeele
[6] Jackson
[7] Perry Hondeghem& Wise

به عنوان بخشی از وظایف خود تحقق بخشند (نیومن و ریتز[1]، ۲۰۱۵). انگیزه خدمت عمومی دارای سه جنبه عقلایی، هنجاری و احساسی است. انگیزه‌های عقلایی مربوط بـه اقدام‌هایی است که در حداکثرسازی منافع فردی ریشه دارند، انگیزه‌های مبتنی بر هنجار مربوط بـه تمایـل بـه پیگیـری منافع مشترک و حداکثرسازی علایق عمومی است و انگیزه‌های احساسی نیز در عواطف و احساس‌های افراد ریشه دارد (کلیر[2]، ۲۰۱۴). افراد دارای انگیزه خدمت عمومی احساس خوبی به کـار خـود در سـازمان‌هـای دولتی دارند، زیرا خدمت عمومی نیازهای آنها را با اجازه دادن به آنان برای رفع نیازهای جامعه برآورده مـی‌کند. پیامد این احساس خوب و مثبت حاصل از کار در بخش دولتی، بروز رفتارهای نو، بدیع و خلاقانه یا رفتـار کـاری نوآورانه در کارکنان است (کلیر، ۲۰۱۶). از طرف دیگر، در فرآیند مربیگری، ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد اولین قدم است؛ به گونه‌ای که در همان زمان که اجازه رشد و شکوفایی ارتباطات را می دهد، احتمال عملکرد برجسته را نیز افزایش می‌دهد (مارکوویس و همکاران[3]، ۲۰۱۴). بنابراین مربی باید اعتماد و ارتباط با کارکنان خود برقرار نماید. در این وضعیت کارکنان در برقراری ارتباط با مربی خود، اعتماد به نفس خواهند داشت و عملکرد نوآوری آنها بهبود پیدا می کند. لذا هرگونه بحث در مورد اثربخشی یک رابطه مربیگری و ایجاد و توسعه رهبری مربیگرا در سازمان، اهمیت وجود ارتباطات مبتنی بر اعتماد را مورد تاکید قرار می‌دهد (خزایی اصل و همکاران، ۱۳۹۸).

وجود رفتار نوآورانه کارکنان برای هر سازمانی ازجمله وزارت ورزش و جوانان به‌عنوان یک سازمان ورزشی لازم است، زیرا افزایش کارایی و اثربخشی[4] ازجمله مهم‌ترین آثار نوآوری کاری می‌باشد. از طرفی، رهبری سازمان و نوع رفتار کارکنان در محیط سازمانی، یکی از ضرورت‌های اصلی برای انجام فعالیت‌های بسیاری از سازمان‌های ورزشی است که نقش زیادی در شکل‌گیری نوآوری کاری می‌تواند داشته باشد. سبک رهبری مربیگرا از جمله سبک‌های جدید رهبری می باشد که تاکنون تحقیقات زیادی در مورد آن و در سطح سازمان‌های ورزشی انجام نشده و رابطه آن با متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته است. در مورد انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد نیز که می‌تواند مکمل مهمی جهت اثرگذاری رهبری مربیگرا باشند، تحقیقات زیادی صورت نگرفته است. بنابراین ضرورت دارد تا تحقیق جدیدی در این زمینه صورت بگیرد. دلیل انتخاب وزارت ورزش و جوانان به عنوان جامعه تحقیق این است که به نظر می‌رسد خلا رهبری مربیگرا در این وزارتخانه دولتی احساس می‌شود، چراکه نحوه اداره این سازمان دولتی بیشتر به صورت دستوری و مبتنی بر دستورالعمل است. از طرفی، انگیزه خدمت عمومی

[1] Neumann & Ritz
[2] Caillier
[3] Markovic, McAtavey, Fischweicher
[4] Efficiency & effectivenes

بیشتر مختص سازمان‌های دولتی است و در اینگونه سازمان‌ها بیشتر نمود پیدا می‌کند. در واقع، ضرورت امروز سازمان‌های ورزشی از جمله وزارت ورزش و جوانان، این است که مدیران و رهبران آن به جای استفاده از دستورالعمل‌ها، صدور دستورات و داشتن نگاه از بالا به پایین نسبت به کارکنان، در نقش یک مربی ظاهر شوند و از این طریق به آموزش و توسعه کارکنان بپردازند و توانمندی‌های آنان را صمیمانه افزایش بدهند و با تقویت انگیزه خدمت عمومی و اعتماد بین کارکنان، اهداف سازمانی را میسر کنند. به نظر می‌رسد استفاده از سبک رهبری مربیگرا توسط مدیران وزارت ورزش و جوانان می‌تواند کمک قابل توجهی در توانمندسازی مدیران و کارکنان و افزایش نوآوری در این وزارتخانه نماید. در نتیجه مسئله اصلی تحقیق این است که رهبری مربیگرا چه تاثیری می‌تواند بر افزایش رفتار کاری نوآورانه کارکنان وزارت ورزش و جوانان و انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد چه جایگاهی در این تاثرگذاری می‌توانند داشته باشند. بنابراین سوال اصلی تحقیق این است:

آیا رهبری مربیگرا می‌تواند بر رفتار نوآورانه کاری کارکنان وزارت ورزش و جوانان موثر باشد و انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد به عنوان متغیرهای میانجی می‌توانند این رابطه را میانجی‌گری کنند؟

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق به صورت توصیفی بود که به صورت میدانی انجام شد و در دسته تحقیقات کاربردی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان به تعداد ۸۲۸ نفر بود. حجم نمونه تحقیق متناسب با جدول مورگان ۲۶۰ نفر تعیین شدند و اعضای نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده تحقیق چهار پرسش‌نامه استاندارد بودند که با مراجعه حضوری به کارکنان وزارت ورزش و جوانان تکمیل شدند. ابتدا بخش‌های مختلف وزارت ورزش و جوانان به ابعاد مختلف مانند بخش ورزش قهرمانی، ورزش همگانی، ورزش بانوان و ... تقسیم شدند و سپس به صورت تصادفی ساده و به طور متناسب پرسش‌نامه‌ها در اختیار آنها قرار گرفتند. اطلاعات پرسش‌نامه‌ها به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۱: ابزار های مورد استفاده در تحقیق

پرسش نامه	مولفه	سازنده	سال ساخت	تعداد سوالات	طیف پاسخگویی
انگیـزه خدمت عمومی	عقلایی احساسی راست‌گویی	آلونسو و لوئیس[1]	۲۰۰۳	۵	۵ گزینه‌ای لیکزت
روابط مبتنی بر اعتماد	شایستگی ثبات وفاداری گشودگی	رابینز[2]	۲۰۰۳	۲۶	۵ گزینه‌ای لیکزت
رفتار کاری نوآورانه	کشف تولید ترویج اجرای ایده	دی جونگ و دن هارتوگ[3]	۲۰۰۸	۱۰	۵ گزینه‌ای لیکزت
رهبری مربیگرا	خودآگاهی اعتمادسازی هم دلی ارتباطات مؤثر هدف گذاری رشد و توسعه تیم سازی	نیک‌اخلاق و همکاران	۱۴۰۱	۲۱	۵ گزینه‌ای لیکزت

روایی محتوایی پرسش‌نامه‌ها به وسیله ۶ نفر از اساتید مدیریت ورزشی تایید شد. همچنین روایی سازه پرسش‌نامه‌ها نیز به وسیله تحلیل عاملی تاییدی مورد ارزیابی و تایید قرار گرفت. پایایی این پرسش‌نامه‌ها به وسیله ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۴، ۰/۸۷، ۰/۸۱، ۰/۷۹، ۰/۸۵ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی مانند میانگین، انحراف معیار، جداول و آمار استنباطی نظیر آزمون

[1] Alonso and Luis
[2] Robbins
[3] De Jong and Dan Hartog

کلموگروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهایSpss و lisrel استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

جدول ۲: نتایج آزمون کلموگراف- اسمیرنوف برای تعیین توزیع نرمال داده‌های پژوهش

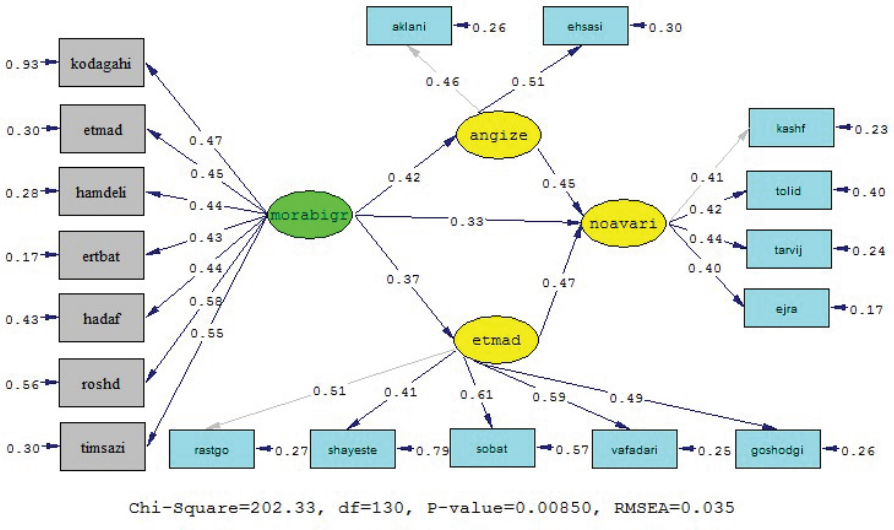
متغیر	انگیزه خدمت عمومی	رفتار کاری نوآورانه	رهبری مربیگرا	روابط مبتنی بر اعتماد
کلموگروف اسمیرنوف	۰/۹۹	۱/۰۷	۰/۶۶	۱/۵۰
معناداری	۰/۱۱	۰/۰۸	۰/۲۱	۰/۰۶
میانگین	۳/۹۶	۳/۶۸	۳/۱۲	۴/۰۲
انحراف معیار	۱/۰۳	۱/۲۸	۰/۸۲	۰/۷۹
تعداد نمونه	۲۶۰	۲۶۰	۲۶۰	۲۶۰

نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف نشان می‌دهد که چون سطح معناداری داده‌ها بالاتر از ۰/۰۵ است، بنابراین داده‌ها نرمال است. در نتیجه برای آزمون فرضیه‌ها، مجاز به استفاده از آمار پارامتریک و روش‌های مبتنی بر کواریانس می‌باشیم. همچنین در این جدول نتایج میانگین و انحراف معیار داده‌ها نشان داد میانگین همه متغیرها تقریبا بالاتر از میانگین استاندارد (۳) می‌باشند.

جدول ۳: ضریب همبستگی پیرسون برای همبستگی بین متغیرها

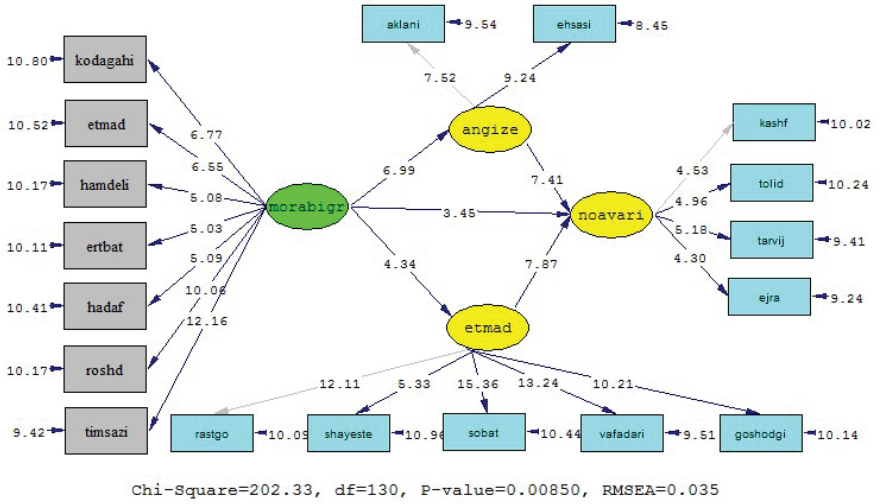
متغیر پیش بین	متغیر وابسته	تعداد	همبستگی	معناداری
رهبری مربیگرا	انگیزه خدمت	۲۶۰	۰/۵۴	۰/۰۰۱
رهبری مربیگرا	روابط اعتماد	۲۶۰	۰/۴۸	۰/۰۰۱
رهبری مربیگرا	رفتار نوآورانه	۲۶۰	۰/۴۴	۰/۰۰۱
انگیزه خدمت	رفتار نوآورانه	۲۶۰	۰/۵۷	۰/۰۰۱
روابط اعتماد	رفتار نوآورانه	۲۶۰	۰/۵۹	۰/۰۰۱

بر اساس نتایج جدول ۳، ضریب همبستگی بین متغیرهای درون‌زا و برون‌زا معنادار می‌باشد، چون میزان معناداری کمتر از ۰/۰۵ است و همچنین ضریب همبستگی بین این متغیرها در وضعیت مطلوبی قرار دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بین متغیرهای درون‌زا و برون‌زا رابطه خطی وجود دارد و در این تحقیق مجاز به استفاده از مدل معادلات ساختاری می‌باشیم.



شکل ۱: مدل ضرایب استاندارد متغیرهای تحقیق

شکل ۱، ضرایب استاندارد(تاثیرگذاری) بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد که بر اساس آن، بین متغیر رهبری مربیگرا با انگیزه خدمت عمومی، نوآوری و روابط مبتنی بر اعتماد به ترتیب رابطه ۰/۴۲، ۰/۳۳، ۰/۴۷ وجود دارد. بین انگیزه با نوآوری رابطه ۰/۴۵ و بین اعتماد با نوآوری رابطه ۰/۴۷ وجود دارد.



شکل ۲: مدل ضرایب معناداری متغیرهای تحقیق

شکل ۲، مقدار ضرایب معناداری(تی ولیو) بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد که در صورتی این مقدار از عدد استاندارد ۱/۹۶ بیشتر باشد، نشان می‌دهد ضریب استاندارد بین متغیرهای تحقیق در مدل قبلی معنادار و موجه است. براساس نتایج این مدل، تمامی مقادیر از مقدار ۱/۹۶ بیشتر است و در نتیجه همه ضرایب استاندارد در مدل قبلی موجه و معنادار هستند.

جدول ۴: شاخص های برازش مدل

شاخص	جذر برآورد واریانس خطا	برازش مطلق	تناسب تطبیقی	نیکویی برازش	برازش انطباقی	برازش هنجاری	برازش فزاینده	کای دو به درجه آزادی
برآورد	۰/۰۰۴	۰/۰۳	۰/۹۶	۰/۸۷	۰/۸۴	۰/۸۷	۰/۹۶	۱/۵۵
شرایط	مطلوب	مطلوب	مطلوب	قابل قبول	مطلوب	قابل قبول	مطلوب	مطلوب

با توجه به اطلاعات جدول ۴، می‌توان دریافت که مدل از برازش خوبی برخوردار است. به عبارتی، داده‌های حاصل از تحقیق مدل نظری تحقیق را حمایت و تایید می‌کنند.

جدول ۵: نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری تحقیق

فرضیه‌های تحقیق	ضریب تأثیر	نتیجه
رهبری مربیگرا بر رفتار کاری نوآورانه تاثیر دارد.	۰/۳۳	تأیید فرضیه
رهبری مربیگرا بر انگیزه خدمت عمومی تاثیر دارد.	۰/۴۲	تأیید فرضیه
رهبری مربیگرا بر روابط مبتنی بر اعتماد تاثیر دارد.	۰/۳۷	
انگیزه خدمت عمومی بر رفتار کاری نوآورانه تاثیر دارد.	۰/۴۵	تأیید فرضیه
روابط مبتنی بر اعتماد بر رفتار کاری نوآورانه تاثیر دارد.	۰/۴۷	
انگیزه خدمت عمومی نقش میانجی در رابطه بین رهبری مربیگرا و رفتار کاری نوآورانه دارد.	۰/۱۸	تایید فرضیه
روابط مبتنی بر اعتماد نقش میانجی در رابطه بین رهبری مربیگرا و رفتار کاری نوآورانه دارد.	۰/۱۷	تایید فرضیه

ضریب میانجی از حاصل ضرب ضریب مسیر بین متغیر مستقل- میانجی بر ضریب مسیر بین متغیر میانجی- وابسته به دست می‌آید. براساس نتایج جدول ۵، می‌توان ادعا کرد که انگیزه خدمت عمومی با ضریب تاثیر ۰/۱۸ نقش میانجی نسبی در رابطه بین رهبری مربیگرا و رفتار کاری نوآورانه ایفا می‌کند. روابط مبتنی بر اعتماد با ضریب تاثیر ۰/۱۷ نقش میانجی نسبی در رابطه بین رهبری مربیگرا و رفتار کاری نوآورانه دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، بررسی تاثیر رهبری مربیگرا بر رفتار کاری نوآورانه با نقش میانجی انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد در کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. نتایج تحقیق نشان داد که ضریب استاندارد بین رهبری مربیگرا با رفتار کاری نوآورانه برابر با ۰/۳۳ است. پس می‌توان نتیجه گرفت که رهبری مربیگرا به طور مستقیم و مثبت بر رفتار کاری نوآورانه موثر است. بنابراین رهبری مربیگرا باعث بهبود رفتار کاری نوآورانه کارکنان وزارت ورزش و جوانان می شود. نتایج این بخش از تحقیق با یافته تحقیق لی و نیم سیلپ (۲۰۲۲) که رهبری مربیگرا تاثیر شایان توجهی بر رفتار نوآورانه کارکنان دارند و گیام و سیگل (۲۰۱۹) که نشان دادند رفتار مربیگری مدیران از جمله عوامل مهم در ایجاد نوآوری است، هم جهت و همسوست. به زعم جونز، وود و هاتچینسون (۲۰۱۴)، خلق یک فرهنگ مربیگری موفق برای مدیریت کارکنان و استعدادها مهم است و در سازمان‌های دارای فرهنگ مربیگری، با مشارکت بیشتر کارکنان، فرایندهای ارتباطی بهبود یافته، شفافیت بیشتر اهداف و آرمان‌ها، بهره‌وری تقویت‌شده و تعهد و مسئولیت‌های اخلاقی را به همراه دارند و تشخیص ارزش ارتباطات مطلوب و مربیگری اولین گام مطلوب

در دستیابی به این نتایج است. طبق دیدگاه مک کمب (۲۰۱۲)، هنگامی که یک سازمان دارای فرهنگ مربیگری است، تعاملات و گفت و گوها متفاوت از سازمان‌هایی هستند که دارای چنین محیطی نیستند. در این سازمان‌ها تاکید بر توسعه، یادگیری و رشد است. به جای اینکه تمایلی به اعتراف برای کارهایی که خوب پیش نمی‌رود باشد، افراد به حرف زدن در مورد خودشان، راهکارهای پیشنهادی و تسهیم آنچه فرا گرفته‌اند مشتاق هستند، مسئولیت اعمالشان را پذیرفته و از اشتباهاتشان درس می‌گیرند. چنین فرهنگی در خلاء شکل نمی‌گیرد، بلکه با دینامیک، چالش‌ها و فرصت هایی که سازمان در هر لحظه از عمرش با آن مواجه است، پیوند دارد.

دیگر نتایج تحقیق نشان داد اثری که رهبری مربیگرا به صورت غیرمستقیم و از طریق متغیرهای میانجی انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد بر رفتار کاری نوآورانه می‌گذارد، به ترتیب برابر ۰/۱۸ و ۰/۱۷ است. پس می‌توان نتیجه گرفت که انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد، ارتباط متغیر رهبری مزبیگرا با رفتار کاری نوآورانه را به صورت مثبت و نسبی میانجی‌گری می‌کنند. در واقع، وجود رهبری مربیگرا در وزارت ورزش و جوانان منجر به شکل‌گیری و افزایش انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد و ایجاد انگیزه خدمت عمومی و روابط مبتنی بر اعتماد نیز منجر به افزایش رفتار کاری نوآورانه کارکنان می‌شود و آن را تقویت می‌کند. نتایج این بخش از تحقیق با نتیجه تحقیق پالما و همکاران (۲۰۲۰) و جکسون (۲۰۱۸) هم جهت و همسو می‌باشد. کایلیر (۲۰۱۶) معتقد است که افراد دارای انگیزه خدمت عمومی احساس خوبی به کار خود در سازمان‌های دولتی دارند، زیرا خدمت عمومی نیازهای آنها را با اجازه دادن به آنان برای رفع نیازهای جامعه برآورده می‌کند. پیامد این احساس خوب و مثبت حاصل از کار در بخش دولتی، بروز رفتارهای نو، بدیع و خلاقانه در کارکنان است.

در تحلیل یافته‌های این بخش می‌توان گفت که رهبران مربیگرا به زیردستان خود اجازه می‌دهند تا چیزهای جدید را امتحان کنند و به راه حل‌های خودشان برسند. این رهبران همچنین عقاید دیگران را بهتر درک می‌کنند که به روشنی، با دقت گوش کردن را نشان می‌دهد. آنها با به چالش‌کشیدن کارکنان، تفکر جدیدی را میان اعضای تیم ایجاد می‌کنند که باعث می‌شود وقتی اعضای تیم به راه حل می‌رسند، مبتکرتر و نوآورانه‌تر باشند. رهبر مربی، سبک مثبتی دارد؛ از هم‌دلی برای ایجاد اعتماد و از موازنه‌ای از حمایت و چالش، برای جلو بردن کارها استفاده می‌کند. این سبک، به خصوص در ایجاد تیم‌های بسیار ماهر و با تجربه از کارکنان با انگیزه، کارآمد است. اگر سبک مربیگری در وزارت ورزش و جوانان به خوبی مورد استفاده قرار گیرد، به رهبر اجازه می‌دهد تا بازخوردهای مثبت و منفی سازنده‌ای را ارائه کند. در نتیجه زمانی می‌توان گفت وزارت ورزش و جوانان دارای رهبری مربیگراست که همه اعضا و کارکنان آن بدون ترس و واهمه و بدون محدودیت ناشی از ارتباط رئیس و مرئوسی در مورد بهبود روابط کاری و عملکرد فردی و سازمانی

وارد مکالمات محترمانه مربی‌گری شوند و یک رویکرد کلیدی برای توسعه، توانمندی و مشارکت مدیران و کارکنان به وجود بیاید؛ به گونه‌ای که باعث افزایش عملکرد فرد، تیم، سازمان و به اشتراک گذاشتن ارزش برای همه ذینفعان گردد. اصولا مربیگری در فضای اعتماد و شایستگی قابل اجراست و رفتارهای یک مربی باید بر مبنای اعتماد و احترام باشد، چراکه افزایش اعتماد کارکنان به مدیر، تعامل میان آن دو را تحکیم بخشیده، انگیزه خدمت، افزایش تعهد و مسئولیت کاری از جانب کارکنان را به همراه خواهد داشت. از طرف دیگر، بهره‌گیری از افرادی که در سازمان‌های دولتی دارای روحیه خدمت به جامعه و برخوردار از روحیه خدمت عمومی هستند، می‌تواند نقش مهمی در کارآمدی و اثربخشی نهادهای دولتی داشته باشد. مبنای انگیزه خدمت عمومی باور، ارزش‌ها و نگرش‌هایی است که فراتر از منفعت فردی و حتی سازمانی می‌باشد و بر این فرض استوار است که کارکنان بخش عمومی عوامل یا ابعاد انگیزشی متفاوتی نسبت به کارکنان بخش خصوصی دارند. از این رو، چگونگی به کارگیری افرادی با انگیزه‌های خدمت عمومی در کنار شناخت فرآیندهای شکل‌گیری انگیزه خدمت از جمله مواردی است که باید مورد توجه مدیران وزارت ورزش و جوانان قرار بگیرد. در پایان پیشنهادات کاربردی زیر جهت استفاده مدیران ارائه می‌شود:

—— در برخی از پست‌های سازمانی مهم مانند معاونت یا مدیر منابع انسانی در سطح وزارتخانه، از مدیران دارای تخصص و تجربه غیرمرتبط با حوزه منابع انسانی استفاده شود که این افراد آشنایی نسبت به حوزه مربیگری داشته باشند.

—— در سیستم مدیریت عملکرد در این وزارتخانه، شایستگی و قابلیت مربیگری برای مدیران ارزیابی و به عنوان شاخص مطرح شود. جبران خدمت مشخصی در قبال مهارت‌های مربیگری برای مدیران وجود داشته باشد و در کانون ارزیابی مدیران هم مربیگری به عنوان شایستگی مجزایی مورد سنجش قرار بگیرد.

—— با توجه به اینکه عدم‌شناسایی مهارت‌های مدیر یا رهبر به عنوان مربی در وزارت ورزش و جوانان باعث عدم‌وجود شایستگی مربیگری در فرایندهای اصلی منابع انسانی می شود، مدیران لازم است تلاش کنند با توجه، تمرکز و تمرین، مؤلفه‌های رهبری مربیگرا را در خود تقویت و از این طریق به مهارت‌های رهبران مربیگرا دست پیدا کنند.

—— پایبندی به اصول اخلاق مربیگری مانند رازداری، احترام به کارکنان، داشتن صداقت و یکی بودن حرف و عمل در فرایند رهبری مربیگرا مهم است. این مهارت زمینه‌های ایجاد هم‌دلی و اعتماد متقابل در فضای سازمان را فراهم می‌نماید و منجر به درک کارکنان، ایجاد فضایی امن و حمایتی و افزایش رضایت شخصی و شغلی می‌شود. همچنین تیم‌سازی و انجام کار تیمی، یکی از ابزارهای ارزشمند برای ایجاد تغییر و تحول در کارکنان و سازمان است.

—— با توجه به اینکه انگیزه خدمت عمومی نسل‌های مختلف باهم تفاوت دارند، مدیران وزارت ورزش و جوانان لازم است خود را آماده رویارویی با چالش‌های تقابل این نسل‌ها در محیط کار کنند و با اتخاذ سازوکارهای انگیزشی، پاداش‌دهی و رفاهی انعطاف‌پذیر و ویژه هر نسل بتوانند به بهترین شکل این تنوع‌ها و تفاوت‌ها را مدیریت کنند و بالاترین میزان بهره‌وری را محقق کنند و برنامه‌های انگیزشی یکسانی برای همه نسل‌های کارکنان اجرا نشود.

—— سازوکارهایی در ساختار وزارت ورزش و جوانان به کار گرفته شود تا مشارکت افرادی که انگیزه خدمت عمومی بالاتری دارند و ارتباطات بهتری با همدیگر دارند در فرایندهای مرتبط با خط‌مشی‌گذاری عمومی جا داده شوند. همچنین لازم است که این افراد بیشتر در پست‌هایی قرار داده شوند که با رفتار نوآورانه بیشتر در ارتباط هستند.

—— تشکیل انجمن‌ها یا محافل دوستانه که گروه‌های مختلف سازمان را به شیوه‌ای غیررسمی و داوطلبانه گرد هم می‌آورد می‌تواند عاملی مهم جهت تقویت انگیزه خدمت عمومی باشد. بنابراین، توصیه می‌شود مدیران وزارت ورزش و جوانان به سمت تقویت چنین انجمن‌ها و محافلی حرکت کنند که قادرند نوعی انسجام و یکپارچگی میان اعضا ایجاد کنند و به شیوه کارآمدتری منافع عمومی را پیگیری نمایند.

منابع

- جهانگیری، علی؛ ذوقی، مهدی؛ رنگریز، حسن و شمس، عبدالحمید. (۱۳۹۸). «**مدل‌سازی ابعای نقش مربی‌گری مدیریتی مدیران**». فصل‌نامه علمی-پژوهشی مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت. (۴۲)، صص ۳۴-۶۰.
- خزائی اصل، صادق؛ کشته‌گر، عبدالعلی؛ روشن، علیقلی و ایمانی، عبدالمجید. (۱۳۹۸). «**نقش روابط مبتنی بر اعتماد در پیش‌بینی و تبیین فرهنگ مطلوب مربیگری**». پژوهش‌های مدیریت عمومی. دوره ۱۲، شماره ، صص۳۱-۵۸.
- عسگری پور، محمدرضا؛ متقی‌پیشه، محمدحسین و شیخی، ایوب. (۱۳۹۸). «**تأثیر رهبری خدمتگزار بر رفتار نوآورانه کاری ایران در بخش دولتی: تحلیل نقش میانجی انگیزه خدمت عمومی و نقش تعدیلگر مهارت سیاسی**». مدیریت دولتی دانشگاه تهران. ۱۲(۱)، صص ۶۷-۸۷.
- نیک اخلاق، سعید؛ هویدا، رضا؛ محمدداوودی، امیرحسین و محمدداوودی، امیرحسین. (۱۴۰۱). «**شناسایی مولفه‌های رهبری مربیگرا**». مدیریت دولتی. ۱(۱۴)، صص ۱۰۹-۱۲۸.

- Becker, B. (2020). "**The 8 Most Common Leadership Styles & How to Find Your Own Hubspot".** Retrieved 2020-5-27 from: https://blog.hubspot.com/marketing/leadership-styles.
- Bawany, S. (2015). **"Creating a Coaching Culture**". Leadership Excellence Essentials, 32 (2), 22-37.
- Cai, W., Lysova, E., Khapova, S., & Bossink, B. (2018). "**The effects of servant leadership, meaningful work and job autonomy on innovative work behavior in Chinese high-tech firms: A moderated mediation model"**. Frontiers in Psychology, 9.
- Caillier, J. G. (2014). "**Toward a better understanding of the relationship between transformational leadership, public service motivation, mission valence, and employee performance: A preliminary study"**. Public Personnel Management, 43(2), 218-239.
- Caillier, J. G. (2016). "**Does public service motivation mediate the relationship between goal clarity and both organizational commitment and extra-role behaviours**?" Public Management Review, 18(2), 300-318.
- Devine, M., Meyers, R., Houssemand, C. (2013). "**How can coaching make a positive impact within educational settings**?" Procedia - Social and Behavioral Science, Vol 93. 43-57.

- Duverger, P. (2011). "**Usingdissatisfiedcustomersasasourceforinnovativeserviceideas"**.Journal of Hospi- tality & Tourism Research, 1096348011413591.
- Giamellaro. M. Siegel, D (2019). "**Coaching teachers to implement innovations in STEM"**. Teaching and Teacher Education. (76). 25-38.
- Hawkins, P. (2012). "**Creating a Coaching Culture**". Mc Graw Hill, Open University Prees, 1st Edition. 22-50.
- Ibarra, H., & Scoular, A. (2019). "**The Leader as Coach. Harvard Business Review".** Retrieved 2020-06-22 from: https://hbr.org/2019/11/the-leader-as-coach
- Jackson, F. (2017). "**Exploring the effects of a Coaching Leadership style on the relationships between Managers and Direct Reports in South Africa".** A research report submitted to the faculty of Commerce, Law and Management, University of the Witwatersrand, in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Management (Business and Executive Coaching), Johannesburg.
- Jones, R., Woods, S., & Hutchinson, E. (2014). "**The influence of the Five Factor Model of personality on the perceived effectiveness of executive coaching"**, International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring, 12 (2), 109-121.
- Kalkavan, S., & Katrinli, A. (2014). "**The effects of managerial coaching behaviors on the employees' perception of job satisfaction, organisational commitment, and job performance: Case study on insurance industry in Turkey"**. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 150,1137-1147.
- Liu, H., & Niyomsilp, E. (2022). **"The Effects Of Coaching Leadership And Psychological Capital On Employee's Innovative Behavior In High-Tech Enterprise: A Case Study In Henan Province, China".** Journal Of Legal Entity Management And Local Innovation, 7(1), 319-326.
- Mura , M. Lettieri, E. Radaelli, G &Spiller, N. (2013). "**Promotingprofessionals›innovative behaviour through knowledge sharing: the moderating role of social capital"**. Journal of Knowledge Management, Vol- ume 17, pp. 527-544.
- McComb, C. (2012). "**Developing coaching culture: are your managers good coachees**?" Industrial and Commercial Training, 44(6), 345-348.
- Markovic, J., McAtavey, J. M. and Fischweicher, P. (2014). "**An Integrative Trust Model in the Coaching Context**", American Journal of Management, Vol 14.
- Milner, J., McCarthy, G. & Milner, T. (2018). "**Training for the coaching leader: how organizations can support managers"**, Journal of Management Development, 37(2), 188- 200, https://doi.org/10.1108/JMD-04-2017-0135.
- Neumann, O., & Ritz, A. (2015). "**Public service motivation and rational choice modelling**". Public Money & Management, 35(5), 365-370.
- Palma, R. Crisci, M. Mangia, G. (2020). **"Public service motivation- individual performance relationship: Does user orientation matter**?" Socio-Economic Planning Sciences. (73). 56-71.
- Perry, J. L., Hondeghem, A., & Wise, L. R. (2010). **"Revisiting the motivational bases of public service: Twenty years of research and an agenda for the future"**. Public Administration Review of General Psychology, 70, 681-690.
- Peláez Zuberbuhler, M. J., Salanova, M., & Martínez, I.M. (2021). **"Coaching-Based Leadership Intervention Program: A Controlled Trial Study"**. Frontiers in psychology, 10, 3066. doi: 10.3389/fpsyg.2019.03066.
- Ren, F. & Zhang, J. (2015). **"Job Stressors, Organizational Innovation Climate, and Employees' Innovative Behavior".** Creativity Research Journal, Volume 27, pp. 16-23.
- Ritz, A., Neumann, O., & Vandenabeele, W. (2016). **"Motivation in the Public Sector".** *In T. R., D. Klassen, & T. J. L. Cepiku* (Eds.). The Routledge Handbook of Global Public Policy and Administration.
- Rosha, A. (2014). "**Peculiarities of manifestation of coaching in organisations**". Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol 110. 90-106.
- Rabha, M. (2021). **"Coaching Leadership and Its 6 Benefits"**. www.vantagecircle.com.
- Vesso, S. (2016). **"Developing Coaching Culture through Coaching-Based Ledership Style. Thesis for the Degree of Doctor of Philosophy, Public commencement on December 13**". Estonian Business School, Lauteri 3. 22-46.

- Wang, X. H. F., Fang, Y., Qureshi, I. & Janssen, O. (2015). **"Understanding employee innovative behavior: Integrating the social network and leader–member exchange perspectives"**. Journal of Organizational Behav- ior, Volume 36, pp. 403-420.
- Xerri, M. J., & Brunetto, Y. (2013). **"Fostering innovative behaviour: the importance of employee commitment and organisational citizenship behaviour"**. The International Journal of Human Resource Management, 24(16), 3163-3177.

۲۳

طراحی مدل محدودیت ها – مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی

الهام اسدزاده سوره[۱]
فرزام فرزان[۲]
مهرداد محرم‌زاده[۳]

10.22034/ssys.2023.2524.2823
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۶/۲۲
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰

پژوهش حاضر با هدف تعیین شاخص‌های موانع و مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی و ارائه مدل کیفی مطلوب انجام شده است. روش پژوهش آمیخته (کیفی-کمی) می‌باشد. جامعه مورد مطالعه این تحقیق در بخش کیفی را مدیران ستادی وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران و روسای فدراسیون‌های ورزشی مرتبط با ورزش همگانی تشکیل دادند. روش نمونه‌گیری به صورت گلوله برفی و تا رسیدن به اشباع نظری (۱۷ مصاحبه) ادامه یافت. کارشناسان حوزه ورزش و کارشناسان حوزه جوانان ادارات کل ورزش و جوانان استان‌های کشور جامعه آماری این تحقیق در بخش کمّی بودند که تعداد تقریبی آنها ۱۸۶ نفر بود که به دلیل محدود بودن تعداد نمونه آماری به صورت تمام شمار انتخاب شدند .روند تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی براساس مدل نظام مند استراوس و کوربین در سه مرحله کدگذاری اولیه، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی انجام شد. در انتهای مراحل سه گانه کدگذاری، لایه‌های مدل نهایی تحقیق به صورت تک تک و شماتیک ارائه شد و در نهایت، مدل نهایی تحقیق با ترکیب کردن این لایه‌ها ارائه گردید. در بخش کمی آمار از تحلیل عاملی تاییدی برای بررسی روایی سازه پرسش‌نامه و برای آزمون مدل از معادلات ساختاری و از آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی عوامل استفاده شد .

بر اساس نتایج، تعداد ۱۰۰ مفهوم (کد) از مصاحبه‌ها استخراج شد که در زیر مجموعه ۲۱ مولفه قرارگرفتند و در نهایت زیرشاخه‌های مدل داده‌بنیاد با رویکرد استراوس و کوربین را تشکیل دادند .

نتایج نشان داد که مدل تحت تاثیر عوامل مختلفی می‌باشد. لذا زمانی که مکانیسم اثر این عوامل به درستی شناسایی و تشخیص داده شوند، می‌توان شاهد کاهش محدودیت‌های فعالیت‌های اوقات فراغت ورزشی فعال و افزایش مشارکت در فعالیت‌های فراغتی ورزشی فعال و تسهیل مذاکرات بود.

واژگان کلیدی: اوقات فراغت، فعالیت بدنی، ورزش همگانی، محدودیت‌ها و مذاکرات.

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران(نویسنده مسئول)
E-mail: Elhamasadzade.swim@gmail.com
[۲] دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی وعلوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
[۳] استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی وعلوم ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایزان

مقدمه

تغییرات در محیط اجتماعی و فیزیکی به عنوان روشی برای ارتقای فعالیت‌بدنی در پیش گرفته شده است. این تغییرات شامل ایجاد تغییرات در محیط زندگی است که می‌تواند رفتارهای فعالیت‌بدنی را تحت تأثیر قرار دهند، چرا که زندگی در محیط مساعد برای پیاده‌روی با فعالیت‌بدنی بیشتری همراه بوده است (پترسون[1] و دیگران، ۲۰۲۰). شرایط محیطی محل زندگی یک شاخص تاثیرگذار بر فعالیت‌بدنی افراد است. شواهد همچنین حاکی از آن است که فعالیت‌بدنی افراد تحت تاثیر مستقیم شرایط جغرافیایی محل زندگی آنها قرار می‌گیرد و در نهایت فعالیت‌بدنی باعث افزایش سطح انرژی افراد، روحیه، سلامت و تندرستی، کیفیت روابط خانوادگی، توانایی مقابله با استرس و بهره‌وری افراد می‌شود (بیسواس[2] و دیگران، ۲۰۱۸). در نتیجه، به‌کارگیری راهبردهایی نظیر تجهیز محیط‌های زندگی افراد به امکانات فعالیت‌بدنی مانند احداث سالن‌های ورزشی و تندرستی یا دسترسی به زمین‌های بازی و مکان‌های دلپذیر برای فعالیت‌بدنی می‌تواند مهم و موثر باشد (گتزل[3] و دیگران، ۲۰۱۴). همچنین راهبردهایی توسط مدل‌های مفهومی نیز پشتیبانی می‌شوند که نشان می‌دهد مشارکت در فعالیت‌های‌بدنی نه تنها تحت تأثیر عوامل شخصی، رفتاری و اجتماعی است، بلکه از عوامل محیطی نیز تأثیر می‌پذیرد. این عوامل محیطی (دسترسی به امکاناتی که فعالیت بدنی را تشویق می‌کنند) ممکن است محدودیت‌هایی را در رفتار و ادراک ایجاد کند که مشارکت در فعالیت‌های‌بدنی را آسان‌تر یا دشوارتر کند (بیسواس[4] و دیگران، ۲۰۱۸). به همین دلیل است که در سال‌های اخیر فعالیت‌های‌بدنی در امور روزمره افراد شدیدا کاهش یافته و انجام فعالیت‌های ورزشی توسط دانشمندان مورد تاکید فراوان قرار گرفته است. در هرصورت عموماً تصور این است که گسترش فعالیت‌های ورزشی در اوقات فراغت می‌تواند موجب شادابی و سلامت و نیز ایجاد شرایط رشد عموم افراد شود. به همین دلیل است که دولت‌ها تأکید زیادی بر ورزش‌های همگانی و نیز تشویق افراد به فعالیت‌های بدنی در اوقات فراغت دارند.

یکی از مفیدترین روش‌های غنی‌سازی اوقات فراغت، داشتن فعالیت جسمانی (ورزش) است که سلامت جسمانی و روانی افراد جامعه را فراهم می‌کند. فعالیت بدنی در اوقات فراغت[5] را می‌توان به عنوان "فعالیت‌های انجام‌شده در زمانی که خود فرد تشخیص می‌دهد تعریف کرد که باعث افزایش انرژی مصرفی می‌شود" (امیرولت و گودین[6]، ۲۰۱۵).

---

[1] Patterson
[2] Biswas
[3] Goetzel
[4] Biswas
[5] Leisure-time physical activity (LTPA)
[6] Amireault & Godin

فعالیت‌بدنی در اوقات فراغت با فوائد سلامتی متعددی مانند کاهش خطر بیماری قلبی و عروقی، افسردگی و همچنین افزایش آمادگی قلبی و تنفسی مرتبط است (سازمان بهداشت جهانی[1]، ۲۰۱۸). این نشان می‌دهد که مدل‌سازی پیش‌بینی محدودیت‌ها و مذاکرات برای فعالیت‌بدنی در اوقات فراغت می‌تواند دانش و آگاهی برای افزایش این نوع فعالیت و به حداکثر رساندن مزایای آن را ایجاد کند (کونو[2] و همکاران، ۲۰۲۰).

از طرف دیگر، مسئله مشارکت ورزشی مدت‌هاست که یکی از دغدغه‌های اساسی برنامه‌ریزان حوزه تربیت‌بدنی محسوب می‌شود. با گسترش مشاغل پشت میزنشین و رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی که افراد را به کم‌تحرکی ترغیب می‌کند، این نیاز بیش از هر زمانی احساس می‌شود. مشارکت ورزشی بر ابعاد مختلف جامعه تأثیرگذار است و زمینه وجود جمعیتی سالم و پویا را برای آن فراهم می‌کند. نقش مشارکت ورزشی در سلامت جامعه انکارناپذیر است. مشارکت ورزشی افزون بر این دارای فوائد اجتماعی همچون بهبود توانایی‌های اجتماعی افراد، ابتکار و نوآوری افراد، کاهش چشمگیر در جرم و خرابکاری، کاهش انحرافات اجتماعی، افزایش سرمایه اجتماعی و همکاری، افزایش همبستگی، ایجاد اشتغال و درآمد و افزایش چشمگیر تولید از طریق افزایش سطح سلامت جسمانی و روانی نیروی کار و ... است (دراهکی[3] و همکاران، ۱۳۹۸). به همین دلیل، در دهه‌های اخیر محدودیت‌های شرکت در اوقات فراغت به یکی از حوزه‌های مهم در مطالعات اوقات فراغت تبدیل شده است (اسکنیدر[4]، ۲۰۱۶).

در این راستا، جکسون[5] (۲۰۰۰) محدودیت‌های اوقات فراغت[6] را به عنوان "عواملی که ترجیحات اوقات فراغت را محدود می‌کند و یا مشارکت و لذت بردن از اوقات فراغت را ممنوع یا منع می‌کند" تعریف می‌کند. محدودیت‌های اوقات فراغت به سه گروه طبقه‌بندی شده است: موانع درون‌فردی[7] کیفیت روان‌شناختی فرد (مانند ویژگی‌های شخصیتی) است که اولویت‌های اوقات فراغت فرد را شکل می‌دهد (به عنوان مثال، عدم‌علاقه، استرس)، موانع بین‌فردی[8] موانعی مانند عدم داشتن همراه و دوست، تعاملات اجتماعی با دوستان، خانواده و دیگران است که در بین ترجیحات اوقات فراغت و مشارکت دخالت می‌کند. محدودیت‌های ساختاری[9] نیز شرایط بیرونی در محیط (به عنوان مثال، کمبود وقت، پول یا امکانات) هستند

[1] World Health Organization (WHO)
[2] Kono
[3] derahaki
[4] Schneider
[5] Jackson
[6] Leisure constraints
[7] Intrapersonal
[8] Interpersonal
[9] Structural constraints

که مانع از شکل‌گیری ترجیحات تفریحی در اوقات فراغت می‌شود تا از مشارکت واقعی اوقات فراغت جلوگیری شود (گادبی[1] و همکاران، ۲۰۱۰). با این حال، تحقیقات جدیدتر نشان داده است که از جنبه فرهنگی محدودیت‌ها را می‌توان در طیف متنوع‌تری از قبیل موضوعات شخصی، کمبود پول، مسائل خانوادگی، کیفیت خدمات اوقات فراغت و کمبود وقت، حمل و نقل، استرس و شیوه زندگی بهتر درک کرد (ایتو[2] و دیگران، ۲۰۱۸). از این‌رو، محدودیت‌های اوقات فراغت عواملی است که شرکت‌کنندگان را از فعالیت و لذت بردن از فعالیت‌های اوقات فراغت منع می‌کند، در حالی که مذاکرات برای محدودیت[3] راهبردهایی است که مردم برای غلبه بر این محدودیت‌ها استفاده می‌کنند. مذاکره برای محدودیت به عنوان "تلاش افراد برای استفاده از راهبردهای رفتاری یا شناختی برای تسهیل مشارکت اوقات فراغت با وجود محدودیت ها" تعریف شده است (اسکنیدر[4]، ۲۰۱۶). برخی از تحقیقات این سازه‌ها را به عنوان پیش زمینه‌های شرکت در اوقات فراغت، همراه با عوامل دیگری مانند انگیزش و خودکارآمدی شناسایی کرده‌اند (استانیس[5] و همکاران، ۲۰۰۹).

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر یک پژوهش آمیخته است که در بخش کیفی از رویکرد نظریه داده‌بنیاد (گراندد تئوری) با رهیافت گلیزری (۱۹۹۲) استفاده و در قالب مصاحبه و تحلیل محتوایی و ساختاری مصاحبه‌ها انجام شد. در مرحله کمی نیز گویه‌ها و مولفه‌های حاصل از مرحله کیفی در قالب پرسش‌نامه تنظیم شد و در یک جامعه بزرگتر مورد ارزیابی قرار گرفت.

جامعه آماری این تحقیق در بخش کیفی را مدیران ستادی وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران و روسای فدراسیون‌های ورزشی مرتبط با ورزش همگانی تشکیل می‌دادند(حدود ۲۰۰ نفر). روش نمونه‌گیری به صورت گلوله برفی بود و تا رسیدن به اشباع نظری (۱۷) ادامه یافت. در بخش کمّی نیز جامعه آماری این تحقیق را کارشناسان حوزه ورزش و کارشناسان حوزه جوانان ادارات کل ورزش و جوانان استان‌های کشور تشکیل می‌دادند که تعداد تقریبی آنها ۱۸۶ نفر است و به دلیل محدود بودن تعداد نمونه آماری به صورت تمام شمار انتخاب شدند.

مصاحبه رسمی نیمه‌سازمان‌یافته از روش‌های اصلی جمع‌آوری داده‌ها در گراندد تئوری بوده و در برخی از تحقیقات تنها روش جمع‌آوری داده‌هاست (ادیب حاج باقری[6]، ۱۳۸۵). از این رو، در این تحقیق

[1] Godbey
[2] Ito
[3] leisure negotiation
[4] Schneider
[5] Stanis
[6] adib hajbagheri

از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته برای گردآوری داده‌ها در بخش کیفی و پرسش‌نامه محقق‌ساخته که از فرآیند مرحله کیفی تحقیق استخراج شده بود، در بخش کمی استفاده گردید.

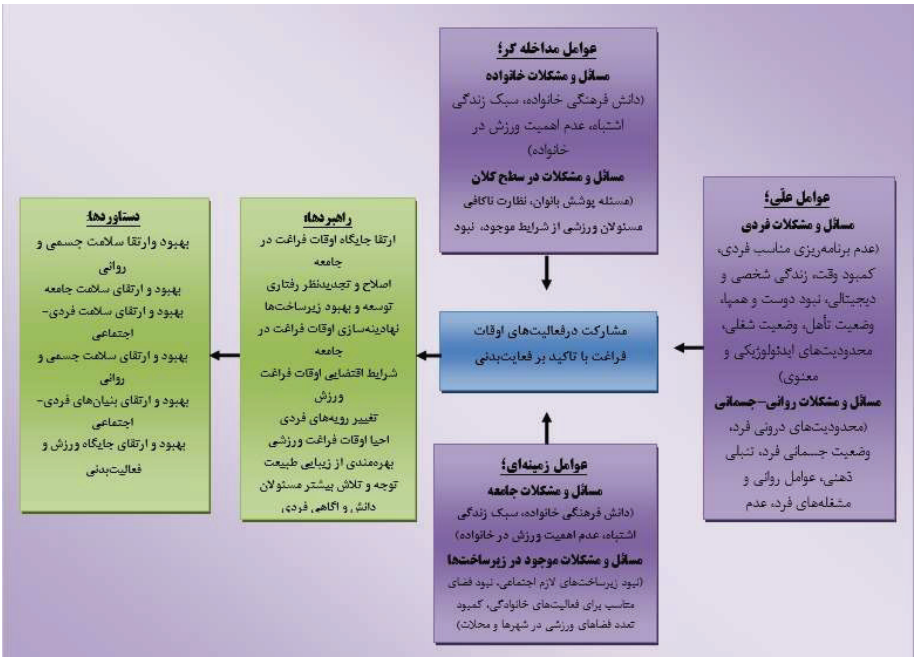
پس از شناخت درون‌مایه‌های فرعی کلیه مصاحبه‌ها، در مجموع تعداد ۲۲۶ درون‌مایه فرعی ایجاد شد. تعدادی از این کدها که مشابه و در مصاحبه‌های مختلف تکرار شده بودند، حذف گردیدند؛ به‌طوری که در مرحله تحلیل تعداد ۱۰۰ کد مستقل (درون‌مایه‌ها) ایجاد شد. با استناد به نتایج کدبندی محوری و مفاهیم مشترک بین مقوله‌های مورد نظر ۲۱ مقوله به نام‌های مسائل و مشکلات خانواده، مسائل و مشکلات موجود در زیرساخت‌ها، مسائل و مشکلات جامعه، مسائل و مشکلات فردی، مسائل و مشکلات روانی- جسمانی، مسائل و مشکلات در سطح کلان، ارتقای جایگاه اوقات فراغت در جامعه، اصلاح و تجدیدنظر رفتاری، توسعه و بهبود زیرساخت‌ها، نهادینه‌سازی اوقات فراغت در جامعه، شرایط اقتضایی اوقات فراغت ورزش، تغییر رویه‌های فردی، احیای اوقات فراغت ورزشی، بهره‌مندی از زیبایی طبیعت، توجه و تلاش بیشتر مسئولان، دانش و آگاهی فردی، بهبود و ارتقای سلامت جامعه، بهبود و ارتقای سلامت فردی- اجتماعی، بهبود وارتقای سلامت جسمی و روانی، بهبود و ارتقای بنیان‌های فردی- اجتماعی و بهبود و ارتقای جایگاه ورزش و فعالیت بدنی در امر طراحی مدل محدودیت‌ها – مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی شناسایی شد.

جدول ۱: کدگذاری نظری (گزینشی)

کد گزینشی	کدمحوری	منبع
محدودیت‌های اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی	مسائل و مشکلات خانواده مسائل و مشکلات موجود در زیرساخت‌ها مسائل و مشکلات جامعه مسائل و مشکلات فردی مسائل و مشکلات روانی- جسمانی مسائل و مشکلات در سطح کلان	p3-p6-p7-–p10-p1-p5 p1-p8-p10-p15-p14-p11-p9-p4-P16-P17
مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی	ارتقای جایگاه اوقات فراغت در جامعه اصلاح و تجدیدنظر رفتاری توسعه و بهبود زیرساخت‌ها نهادینه‌سازی اوقات فراغت در جامعه شرایط اقتضایی اوقات فراغت ورزش تغییر رویه‌های فردی	p14-p7-p8-p10 p3-p2-p6 p9-p13-p14-p9-p4-p12-P17-P16

پیامدهای اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی	احیای اوقات فراغت ورزشی بهره‌مندی از زیبایی طبیعت توجه و تلاش بیشتر مسئولان دانش و آگاهی فردی بهبود و ارتقای سلامت جامعه بهبود و ارتقای سلامت فردی- اجتماعی بهبود وارتقای سلامت جسمی و روانی بهبود و ارتقای بنیان‌های فردی- اجتماعی بهبود و ارتقای جایگاه ورزش و فعالیت‌بدنی	p9-p4-p5 p8-p4-p13-p7-p10 p1-p3-p14 -p15-p6-p7-p2-P16

به منظور ترسیم مدل نهایی تحقیق و پس از استخراج و اکتشاف مقولات اصلی، محوری و مفاهیم با توجه به الگوی ارائه‌شده بر مبنای الگوی مکتب اشتراوس و کوربین، در نهایت مدل محدودیت‌ها – مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی به شکل زیر به دست آمد:



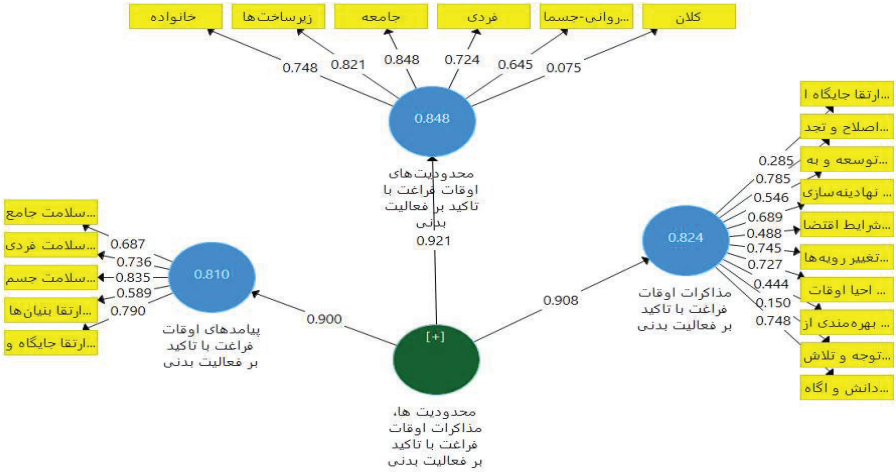
شکل ۱: الگوی پارادایمی محدودیت‌ها – مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی

جدول ۲ نتایج مربوط به آزمون‌های پایایی آلفای کرون باخ، پایایی ترکیبی (دلوین گلداشتاین)، پایایی ضریب اسپیرمن و پایایی اشتراکی را نشان می‌دهد:

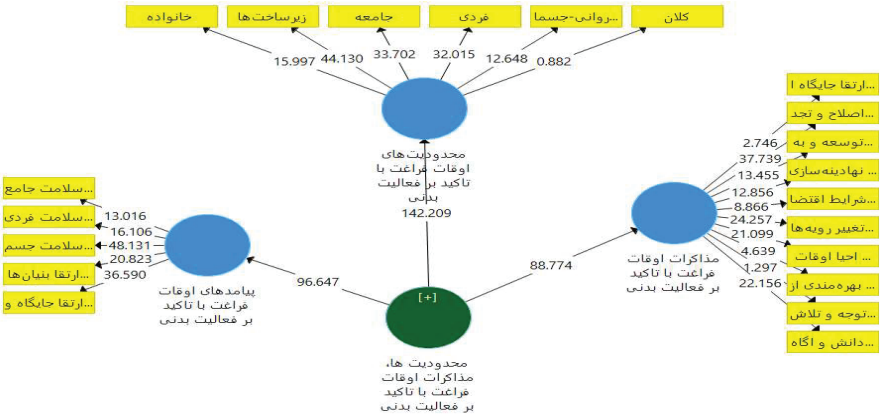
جدول ۲: ضرایب آزمون‌های پایایی مدل اندازه‌گیری تحقیق

مولفه‌ها	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
پیامدهای اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی	۰/۸۱۹	۰/۷۷۸	۰/۷۴۵	۰/۷۷۱
محدودیت‌های اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی	۰/۸۴۱	۰/۸۲۳	۰/۷۹۲	۰/۸۱۰
مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی	۰/۹۱۲	۰/۸۸۲	۰/۸۵۴	۰/۸۷۱

همان‌طور که در جدول ۲ مشخص است در تمامی مؤلفه‌ها، پایایی اسپیرمن برقرار است. همچنین مشاهده می‌شود که تمامی مؤلفه‌ها از CR بالای ۰/۷ و پایایی اشتراکی بالای نیم برخوردارند و پایایی اشتراکی مورد قبول واقع می‌شود. بنابراین بر اساس چهار آزمون پایایی، پایایی مدل مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین شکل‌های ۲و۳، به ترتیب الگوی محدودیت‌ها- مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی را در حالت استاندارد و حالت معنی‌داری نشان می‌دهد. اکنون می‌توانیم ادعا کنیم نتایج پژوهش ما به نمونه‌های دیگری از همان جامعه قابل‌تعمیم است.



شکل۲: الگوی محدودیت‌ها – مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی(حالت استاندارد)



شکل۳: الگوی محدودیت‌ها – مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی(حالت معنی داری)

در ادامه برای بررسی کیفیت مدل از شاخص‌های SSO، SSE و Q^2 استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ نشان داده شده است:

جدول ۳ : آزمون مقادیر CVCOM جهت بررسی کیفیت مدل

آزمون مقادیر	SSO	SSE	Q۲ (=1-SSE/SSO)
پیامدهای اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی	۲۵۹/۱۲۳	۴۹۲/۸۴	۰/۸۱۰
محدودیت‌های اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی	۲۸۹/۳۴۲	۲۳/۸۵۱۷	۰/۸۴۸
مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی	۱۸۱/۳۴۲	۳۱۸/۹۷	۰/۸۲۴

در مدل اندازه‌گیری کلیه مقادیر CVcom با توجه به مقادیر Q2 از کیفیت بسیار بالایی برخوردارند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تعیین شاخص‌های موانع و مذاکرات اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی و ارائه مدل کیفی مطلوب انجام شده است. نتایج حاصل از کدگذاری‌ها نشان داد که مدل بر مبنای عوامل مختلفی قرار دارد. لذا زمانی که مکانیسم اثر این عوامل به‌درستی شناسایی و تشخیص داده شوند، می‌توان شاهد کاهش محدودیت‌های فعالیت‌های اوقات فراغت ورزشی فعال و افزایش مشارکت در

فعالیت‌های فراغتی ورز شی فعال و تسهیل مذاکرات بود. در ادامه این عوامل به صورت جداگانه مطرح و در مورد آن‌ها به بحث می‌پردازیم. گفتنی اســت با توجه به اینکه پیرامون پژوهش حاضــر مطالعات مرتبط زیادی انجام نشده است، درباره مقوله‌های به دست آمده به صورت کلی بحث خواهد شد. با توجه به نتایج به دســت آمده می‌توان گفت در ســاز و کار اجرای محدودیت و پیامدها، با توجه به این موارد می توان آینده‌ای روشن برای اوقات فراغت تصور کرد.

گرچه حوزه‌های مرتبط به مشکلات مالی نظیر مسائل و مشکلات خانواده، جامعه، تورم وگرانی، مانع شرکت افراد در فعالیت ورز شی در اوقات فراغت می شود، مسائل و مشکلات فردی همواره مهم تر بوده که نیاز به شناسایی، فرهنگ سازی، کمک خانواده‌ها و روان شناسان ورز شی جهت غلبه بر این موانع است. همچنین افراد سالمند یا معلولان محدودیت‌های ویژه‌ای دارند که نیازمند تجهیزات وامکانات خاص می‌با شند و حتی برای سایرین هم مسائل و مشکلات موجود در زیر ساخت‌ها نیاز به توسعه، تجهیز و تکمیل دارد.حل مسائل در سطح کلان همچون سیاست‌های نادرست و نبود راهبردهای تخصصی حوزه اوقات فراغت نیازمند حمایت و توجه ویژه مدیران رده بالا حوزه‌های مرتبط ورزش و اوقات فراغت در ســطح کلان و تلاش حداکثری مدیران عملیاتی وکارشــناســان برای اجرایی‌کردن ســیاســت‌ها و برنامه‌های حوزه اوقات فراغت و ورزش می‌باشد. توسعه و بهبود زیرساخت‌های مرتبط با فعالیت‌های اوقات فراغت در سطح کشور نیازمند همکاری مدیران سایر ارگان‌های کشور است. مدیران ورزشی در تعامل با نهادهای اجتماعی با اتخاذ راهبردهایی در راستای اشاعه فرهنگ ورزش و فعالیت بدنی در اوقات فراغت و توسعه برنامه‌های ملی اوقات فراغت می‌توانند جایگاه فعالیت بدنی و ورزش در اوقات فراغت را ارتقا دهند.نتایج حاصل با نظریه هاگتون[1] (۲۰۱۹) که بیان کرد اوقات فراغت فرایندی است که طی آن افراد در زمینه نیل به اهداف ورزشـــی و لذت بردن در زمان آزاد، با خود انگیختگی لازم برای عمل، برخود تأثیرمی‌گذارند و دانش و آگاهی فردی، مهارت‌های خود کنترلی، مهارت‌های ارتباطی فرد، تعاملات و معاشـــرت اجتماعی، میزان تحصـیلات و همچنین طبقه اجتماعی تاثیر مستقیم بر این خود انگیختگی دارد و با تحقیق پریک[2] و همکاران(۲۰۱۹) که مدل‌های ساختاری و تغیرات فردی را مهم دانستند و تاکید کردند که اصلاح و تجدید رفتاری، دستیابی به مذاکرات اوقات فراغت را امکان‌پذیر می‌سازد، همسو می‌باشد. بنابراین مدیران ورزشی می‌توانند با اتخاذ ســیاســت بهبود و ارتقای بنیان‌های فردی و اجتماعی باعث تقویت ارتباطات اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی در افراد شوند که ارتباط مستقیم در مشارکت افراد در فعالیت‌های فعال اوقات فراغت دارد.همیشه یکی از مهم‌ترین مشکلات جامعه مشکلات اقتصادی است و همواره مسائل مالی در

[1] Hogton
[2] Perik et al.

مشـــارکت ورزش نقش تعیین‌کننده و محوری داشـــته اســـت، ولی فوائد ورزش و فعالیت بدنی در اوقات فراغت منجر به کاهش مـشکلات مالی حا صل از بیماری‌های جـسمانی و روانی شده ا ست. حتی می‌توان اشـــاره کرد که برای دســـتیابی به اهداف عالی ســـازمان‌ها و بهره‌وری در محیط کار نیز ضـــروری اســـت تا مدیران با اتخاذ تدابیر لازم جهت توســـعه اوقات فراغت فعال، افزایش آگاهی، آموزش و توانمندســـازی در زمینه اوقات فراغت فعال منابع انســـانی ســـازمان خود بهره‌وری در ســـازمان را ارتقا دهند و بســـتر مناســـب جهت حل مشکلات اقتصادی آنان و در نتیجه تسهیل مذاکرات برای افراد را فراهم نمایند.

جیمنز- گار سیا و همکاران[1](۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان «تجزیه و تحلیل نظام‌مند اوقات فراغت ورز شی» حدفا صل سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۹ دریافتند که از عوامل تو سعه مـشارکت در فعالیت‌های فعال اوقات فراغت، توجه به برنامه‌ریزی، فرهنگ‌سازی مناسب، خدمات امنیتی ونرم افزاری است. به دلیل اینکه موضـــوع اوقات فراغت در کشـــور مهم واقع نشـــده اســـت، نه تنها خدمات امنیتی و تجهیزات نرم‌افزاری منا سب فراهم نـشده، حتی برنامه‌ریزی هم در این زمینه صورت نگرفته ا ست. لازمه تـسهیل در مذاکرات اوقات فراغت، تبیین وضعیت موجود شرایط امنیتی و نرم‌افزاری بسترهای مشارکت در فعالیت‌های اوقات فراغت و ترســـیم وضـــعیت مطلوب و در نهایت اتخاذ راهبردهای رســـیدن به آنها و همکاری مدیران و کارشـــناســـان اجرایی در اجرایی شـــدن راهبردها می‌باشـــد.نتایج حاصـــل با نتایج مطالعات ویونینســـکی و سوکو سکا[2](۲۰۲۰) و مالکوک و دال[3](۲۰۲۰) هم را ستا بود. آنها موارد اقتـصادی و تجهیزات را ضروری دانستند و ازگردش مالی و سود آوری به‌عنوان معیاری برای تداوم فعالیت، کارایی و بازنگری سازمان‌ها و مسئولان اوقات فراغت یاد کردند. امروزه سازمان‌های مختلف ورزشی برای جلب سرمایه‌گذاران سعی در به حداکثر ر ساندن ارزش برای گذران اوقات فراغت را دارند که باکمک مدل حا ضر باید منابع خود را به سمتی سوق دهند که بیشترین بهره‌وری در اوقات فراغت را داشته باشد (فخاری و یوسف‌نژاد، ۱۳۸۵). باید اذعان داشت که ورزش، گذران اوقات فراغت، حتی رویدادهای ورزشی نیز در این راستا مهم اند. با توجه به اینکه بازار ورزش‌های امروزی با فرآیند جهانی شدن که در برگیرنده درگیری‌های ر سانه‌ای، وابستگی به حامیان مالی و ر شد صنایع مرتبط به ورزش ا ست، تو صیف می شود (به نقل از رجب‌زاده، ۱۳۹۲) بنابراین می‌توان گفت که سود آوری یکی از عوامل تاثیرگذار در ورزش به‌خ صوص رویدادهای ورز شی ا ست. شاخص‌های نرم‌افزاری- سخت‌افزاری، ساختار، ر شد اقتـصادی، تدارکات و امکانات رفاهی، آموزش و مدیریت به‌خصوص توجه به مدیریت نوین و عوامل انگیزشی، رهبری، جو صمیمی، بروکراسی و قوانین مناسب همگی در بهره‌وری موثرند. نتایج مطالعات خسروی‌زاده و همکاران(۱۳۹۳) نشان داد که به ترتیب

[1] Jimenez-Garcia et al.
[2] Vioninski and Sokovska
[3] Malcock and Dahl

مؤلفه‌های اقتصـادی، اطلاعاتی– دانشـی و بازار سـرمایه، مدیریتی، قانونی و حقوقی، فرهنگی و اجتماعی، حمایتی و تشویقی، سیاسی و مشارکت بخش خصوصی در اوقات فراغت ورزشی موثر می‌باشد. دمیرل و اوردگموس[1](۲۰۱۴) به این نتیجه دسـت یافتند که سـرمایه‌گذاری شـرکت‌های بزرگ در ورزش در زمان اوقات فراغت باعث افزایش صداقت و درک در ست م شتری ن سبت به نگرش اوقات فراغت می شود و مقا صد خرید م شتریان ن سبت به حامیان مالی بالا می‌رود. در تبیین نقش جذب سرمایه می‌توان گفت که امکان سـرمایه‌گذاری موفق در ورزش و اوقات فراغت زمانی میسـر اسـت که همهٔ حوزه‌های مرتبط به صورت مجموعه‌ای منسجم و واحد در نظر گرفته شوند. در تحقیقی همسو، یانگ و همکاران[2](۲۰۲۰) هم یک چارچوب ارزیابی پایدار گرد شگری ورز شی با الگوی ت صمیم‌گیری چند معیاره ترکیبی برای ک شف جاذبه‌های گردشـگری بالقوه ورزشـی در تایوان را انجام دادند و دریافتند که حمایت دولت و بازاریابی محلی در کنار جذب سرمایه در بخش ورزش بدون تغییر نگرش در میان کار شناسان و ایجاد بستر مناسب برای ورود سرمایه و ت ضمین امنیت و سودآوری آن امکان‌پذیر نیست. همچنین می‌توان اذعان دا شت که بسترسازی و فراهم کردن امکانات زیر ساختی و حمایت از سرمایه‌گذاران می‌توان در این بخش مفید واقع شود و با ح ضور در میادین مختلف ورز شی، فراهم سازی ب ستر سرمایه‌گذاری در ورزش شکل خواهد گرفت. از این رو مسـئولان باید توانمندی و مزیت‌های اقتصـادی خوبی فراهم کنند و فرصـت‌های سرمایه‌گذاری با بازدهی اقت صادی معقول پیش روی سرمایه‌گذاران بگذارند. این امر موجب بهره‌وری در اوقات فراغت می‌شود.

نتایج حاصل با یافته‌های کاظمینی(۱۳۹۸) تاحدودی همخوان است. او دریافت که یکی از عوامل مهم و موثر در حرفه‌ای شدن اوقات فراغت ورز شی، امور اقت صادی ا ست. همچنین کنفدرا سیون فوتبال آسـیا (۲۰۱۶) معیار حقوقی و معیار مالی را برای باشـگاه های حرفه‌ای فوتبال معرفی کرده‌اند. در معیار حقوقی(ای. اف. سی.[3]) ، ا سناد حقوقی با شگاه‌ها مدنظر ا ست. این امر در ادامه فرایند تبدیل مو س سات ورزشی سابق در قالب شرکت‌های تجاری ورزشی روند تکاملی خود را طی کرده است. در حقیقت وجود ا سا سنامه یا شرکت‌نامه معتبر ثبت شده و منطبق با مقررات قانونی، مدنظر فیفا و در سطح قاره مورد تاکید ای. اف. سی. می‌با شد. در کنار این سند حقوقی بنیادی، قراردادهای ورز شی، آیین نامه ان ضباطی و قواعد رفتاری و کرداری باشـگاه‌ها نیز باید منطبق با قواعد فیفا، ای. اف. سـی. و فدراسـیون فوتبال هر کشـوری تنظیم گردند. همچنین در معیار مالی، ای. اف. سی. با تاکید بر هماهنگ سازی سال مالی با شگاه‌ها با سال مالی خود، به دنبال شفافیت مالی است. در این را ستا بر مبنای درآمدها و هزینه‌های انجام گرفته، تراز مالی

[1] Demirel and Ordegmus
[2] Yang et al.
[3] AFC

حسابرسی شده با شگاه‌ها مورد بررسی موشکافانه کارشناسان مالی کنفدراسیون قرار می‌گیرد. تراز مالی مثبت، ملاک مهم حرفه‌ای‌شدن و اجازه شرکت در مسابقات باشگاهی کنفدراسیون آسیاست. می‌توان گفت که بیشتر سازمان‌های ورزشی و اوقات فراغتی در ایران دچار چنین مشکلی هستند، چرا که به جهت عدم‌دریافت حق پخش تلویزیونی مکفی و یا جذب حامی مالی مناسب دارای تراز مالی منفی هستند و به جای اینکه رویداد بتواند درآمدزا باشد، هزینه‌زاست. پژوهش حاضر با پژوهش ایتو و همکاران (۲۰۱۸) با عنوان «توسعه موانع و مذاکره موانع اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌بدنی» همسو بود. نتایج این تحقیق که بر روی ۳۹۴ نفر انجام شد، نشان داد که مهم‌ترین موانع عبارت‌اند از: موانع روان‌شناختی، آمادگی فیزیولوژیکی و جسمانی، سبک زندگی، مالی، زمان، تعهد و محیط. این مدل با مدل اوقات فراغت دانشجویان کشور (منصوری و همکاران، ۱۳۹۹) همخوانی بسیار بالایی دارد. منصوری و همکاران در طراحی مدل به دسترس‌بودن امکانات تفریحی، افزایش پرداختن به فعالیت‌های ورزشی و بالا بودن سطح رفاه پرداختند که در نهایت مدل اوقات فراغت با شش عامل موثر بر انتخاب فعالیت‌های فراغتی (شامل پیشرانه‌ها، عوامل فردی، عوامل اجتماعی و محیطی، عوامل مدیریتی، عوامل دولتی و چالش‌ها) و پیامدهای ناشی از گذران اوقات فراغت تدوین شد. در پژوهش حاضر هم به مواردی چون: نبود زیرساخت‌های لازم اجتماعی، نبود فضای مناسب برای فعالیت‌های خانوادگی، کمبود تعداد فضاهای ورزشی در شهرها و محلات به عنوان مسائل و مشکلات موجود در زیرساخت‌ها در محدودیت های اوقات فراغت فعال اشاره شده است. در این پژوهش به زندگی ماشینی و وضعیت معیشتی به عنوان مسائل و مشکلات جامعه و محدودیت‌های اوقات فراغت فعال اشاره شده است که تا حدودی با مطالعه موحد و همکاران (۱۳۹۰) که در آن ورزش به عنوان یکی از روش‌های گذران اوقات فراغت و موثر در جذب ارزش‌های فرهنگی و از طرف دیگر، نبود فعالیت فیزیکی مناسب و فقر حرکتی به عنوان یکی از دغدغه‌های بزرگ زندگی ماشینی و پیشرفت فناوری در قرن حاضر دانسته شده، همپوشانی دارد.جکسون و همکارانش[1] (۱۹۹۳) مشارکت حاصل از غلبه را از مشارکت در نبود عوامل بازدارنده ساختاری متفاوت معرفی می‌کنند. به عنوان مثال، فردی که به دلیل کمبود وقت نتواند هر روز شنا کند، ممکن است عامل بازدارنده (کمبود وقت) موجب توقف شرکت در فعالیت نشود، اما موجب مشارکت تعدیل‌شده فرد در فعالیت می‌گردد. تحقیقات جدیدتر از منظر فرهنگی نشان داده است که محدودیت‌ها را می‌توان در طیف متنوع‌تری از قبیل موضوعات شخصی، کمبود پول، مسائل خانوادگی، کیفیت خدمات اوقات فراغت، کمبود وقت، حمل و نقل، استرس و شیوه زندگی بهتر درک کرد (ایتو و همکاران[2]، ۲۰۱۸). در مدل پژوهش حاضر نیز به این موارد به عنوان

[1] Jackson et al.
[2] Ito et al.

مسائل و مشکلات فردی– که از عوامل محدودیت‌های اوقات فراغت می‌باشد– اشاره شده است. مسعودی و همکاران (۱۳۹۷) در پروهش خود به اینکه در قرن حاضر به‌ویژه از نیمه دوم قرن بیستم، توجه به اوقات فراغت اقشار مختلف مردم و سیاست‌گذاری در این زمینه از وظایف دولت‌ها محسوب شده و در اغلب کشورهای جهان سازمان‌ها و نهادهای مختلفی در این زمینه ایجاد شده‌اند و در پی آن تحقیقات جامعه شناسی پیرامون این پدیده آغاز شده اشاره نمودند. در پژوهش پیش رو نیز به این موضوع به عنوان مذاکرات اوفات فراغت به طور مستقیم توجه شده است. مدل پژوهشی کونووهمکاران[1] (۲۰۲۰) بیانگر این است که پیش‌بینی محدودیت‌ها و مذاکرات برای فعالیت‌بدنی در اوقات فراغت می‌تواند دانش و آگاهی برای افزایش این نوع فعالیت و به حداکثر رساندن مزایای آن ایجاد کند که این مطلب با مدل پژوهش حاضر کاملا همخوانی دارد.

منابع

- آقاملایی، تیمور؛ زارع، فاطمه و قنبرنژاد، امین. (۱۳۹۳). «**ارتباط منافع، موانع و خودکارآمدی ن سبت به ورزش با مراحل تغییر فعالیت جسمی در کارمندان جزیره ابوموسی**». مجله طب پیشگیری. ۱(۱)، صص ۳۱–۳۸.
- آیرم، مهدیه؛ زارعی، علی و تجاری، فر شاد. (۱۳۹۷). «**برر سی ارتباط بین حمایت‌های اجتماعی و خودتنظیمی با فعالیت بدنی اوقات فراغت کارگران ایران**». فصل‌نامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۴۰، صص ۱۱۵–۱۰۵.
- ا شراقی، سعید؛ کا شف، سیدمحمد و سید عامری، میرمحمد. (۱۳۹۲). «**ارتباط بین عوامل بازدارنده فعالیت بدنی با مراحل تغییر رفتار ورزشی در جانبازان و معلولین شهر ارومیه**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۲، شماره ۳، صص ۱۱۵–۱۲۸.
- ادیب حاج باقری، محسن. (۱۳۸۵). **روش تحقیق گراندد تئوری: راه و روش نظریه پردازی در علوم انسانی**.
- دراهکی، عباس و مقدسی، مهرزاد. (۱۳۹۸). «**مطالعه تاثیر سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن بر میزان مشارکت ورزشی نوجوانان دختر و پسر شهرستان جم در استان بوشهر**». نشریه مدیریت ورزشی. سال یازدهم شماره ۲ (پیاپی ۴۵).
- ر ضوی، سیدمحمدحسین و پسرکلو، اعظم. (۱۳۹۲). «**چگونگی گذران اوقات فراغت بانوان شاغل شهر آمل با تأکید بر فعالیت‌های ورزشی**». نشریه مدیریت و فیزیولوژی ورزشی شمال، دوره ۱، شماره ۱، صص ۲۳ – ۳۸.
- رجب‌زاده، رضـــا. (۱۳۹۲). «**نقش فعالیت‌بدنی و ورزش در گذران اوقات فراغت معلولان**». پژوهش‌نامه مدیریت ورزشـــی و رفتار حرکتی. دوره ۹، شماره ۱۸ (شماره پیاپی ۱۸)، صص ۱–۱۲۹.
- ح ضرتی اطهر، مع صومه و خداپ سند، فریده. (۱۳۹۷). «**تأثیر فعالیت‌های بدنی بر عملکرد کارکنان دان شگاه تبریز**». معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه تبریز. ۴(۱۱)، صص ۸۷–۱۰۷.
- خ سروی‌زاده، ا سفندیار و رو شن‌زاده، جمال. (۱۳۹۳). «**عوامل بازدارنده شرکت دانش‌آموزان دختر در فعالیت‌های ورز شی خارج از مدرسه**». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۳(۲۵).
- طهما سبی، بهجت و ترکفر، احمد. (۱۳۹۸). «**ارتباط علی بین جامعه‌پذیری و انگیزش با م شارکت ورز شی کارکنان زن دان شگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت**». زن و جامعه، ۳۹(۱۰)، صص ۶۵–۸۰.

[1] Kono et al.

- فراهانی، ابوالفضل؛ حسینی، معصومه و مرادی، راضیه. (۱۳۹۶). «**اولویت‌بندی موانع پیش روی بانوان شاغل در انجام فعالیت‌های ورزشی استان البرز**». مجله دانشکده بهداشت و انستیتو تحقیقات بهداشتی، ۱۵(۱)، صص ۲۳-۳۴.
- فخاری، حسین و یوسف‌نژاد، صادق. (۱۳۸۵). «**بررسی رابطه ریسک نظام‌مند و رشد سود شرکت‌ها**». دانشگاه تهران. دوره ۱۳، شماره ۳.
- کاظمینی، حجت و زارعی، علی. (۱۳۹۹). «**طراحی نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای ورزش‌های گروهی کشور**». نشریه علوم ورزشی. پیاپی۴، صص۱۹۴-۲۱۳.
- مسعودی، حمید؛ و اصغرپور ماسوله، احمدرضا. (۱۳۹۷). «**بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر تمایل به ورزش در سازمان (مورد مطالعه: شرکت برق منطقه‌ای خراسان رضوی)**». پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۲۸(۱۴)، صص ۹۹-۱۰۹.
- موحد، علی؛ شماعی، علی و بهمنی، مهناز. (۱۴۰۰). «**تحلیل عوامل مؤثر بر نحوه گذران اوقات فراغت در شهر تهران**». نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. سال ۲۱، شماره ۶۰ .
- منصوری، مریم؛ فرزان، فرزام و حمیدی، مهرزاد. (۱۳۹۹). «**مدل پارادایمی گذران اوقات فراغت دانشجویان**». پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. دوره ۱۲ شماره۴، صص ۱۲۵-۱۴۰
- نقوی، لیلا. (۱۳۹۵). «**شناسایی و اولویت‌بندی موانع مشارکت ورزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین**». اولین همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه سلامت، پیشگیری و قهرمانی.
- هاشمی مطلق، شقایق؛ اصلانخانی، محمدعلی و صفانیا، علی‌محمد. (۱۳۹۷). «**اثر محیط ادراک‌شده و حمایت اجتماعی بر مشارکت در فعالیت‌بدنی اوقات فراغت کارکنان منطقه سیزده دانشگاه آزاد اسلامی**». رویکردهایی نوین در مدیریت ورزشی.۶(۲۱)، صص ۹۵-۱۰۴.

- Amireault, Steve; & Godin, Gaston. (2015). **"The Godin-Shephard Leisure-Time Physical Activity Questionnaire: Validity Evidence Supporting its Use for Classifying Healthy Adults into Active and Insufficiently Active Categories".** PerceptualandMotorSkills120(2),604-622. https://doi.org/10.2466/03.27.PMS.120v19x7
- Bhanthumnavin, D. (2003). **"Perceived social support from supervisor and group members' psychological and situational characteristics as predictors of subordinate performance in Thai work units".** Human Resource Development Quarterly, 14(1), 79-97.
- Biswas, Aviroop; Smith, Peter M.; & Gignac, Monique A. M. (2018). **"Naturally occurring workplace facilities to increase the leisure time physical activity of workers: A propensity-score weighted population study".** Preventive Medicine Reports, 10, 263-270. https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.03.013
- Blasche, G. W., Arlinghaus, A., & Dorner, T. E. (2014). **"Leisure opportunities and fatigue in employees: A large cross-sectional study".**. Leisure Sciences, 36(3), 235–250
- Carlson, D. S., Kacmar, K. M., Wayne, J. H., & Grzywacz, J. G. (2006). **"Measuring the positive side of the work–family interface: Development and validation of a work–family enrichment scale".** Journal of vocational behavior, 68(1), 131-164.
- Carter M, O'Driscoll Mc. (2000). **"Life Begins at Forty! Should the route to promoting exercise in elderly people also start in their forties".** Journal of Physiotherapy, 86(2): 85-94.
- Duerden, M. D., Courtright, S. H., & Widmer, M. A. (2018). **"Why people play at work: A theoretical examination of leisure-at-work".**. Leisure Sciences, 40(6), 634-648.
- Florida, R. (2014). **The rise of the creative class.** New York, NY: Basic Books.
- Godbey, Geoffrey; Crawford, Duane W.; & Shen, Xiangyou Sharon. (2010). **"Assessing Hierarchical Leisure Constraints Theory after Two Decades".** Journal of Leisure Research, 42(1), 111-134. https://doi.org/10.1080/00222216.2010.11950197
- Goetzel, Ron Z.; Henke, Rachel Mosher; Tabrizi, Maryam; Pelletier, Kenneth R.; Loeppke, Ron; Ballard, David W.; Grossmeier, Jessica; Anderson, David R.; & Yach, Derek. (2014). **"Do Workplace Health Promotion (Wellness) Programs Work?"** Journal of Occupational & Environmental Medicine, 56(9), 927-934. https://doi.org/10.1097/JOM.0000000000000276

- Greenhaus, J. H., & Powell, G. N. (2006). **"When work and family are allies: A theory of work-family enrichment".** Academy of management review, 31(1), 72-92.
- Guerrier, Y., & Adib, A. (2003). **"Work at leisure and leisure at work: A study of the emotional labour of tour reps".** Human Relations, 56(11), 1399-1417.
- Hill, E. J. (2005). **"Work-family facilitation and conflict, working fathers and mothers, work-family stressors and support".** Journal of Family issues, 26(6), 793-819.
- Ito, Eiji; Kono, Shintaro; & Walker, Gordon J. (2018). **"Development of Cross-Culturally Informed Leisure-Time Physical Activity Constraint and Constraint Negotiation Typologies: The Case of Japanese and Euro-Canadian Adults".** Leisure Sciences, 0(0), 1-19. https://doi.org/10.1080/01490400.2018.1446064
- Iwasaki, Y., & Mannell, R. C. (2000). **"Hierarchical dimensions of leisure stress coping".** Leisure sciences, 22(3), 163-181.
- Jackson, Edgar L. (2000). **"Will Research on Leisure Constraints Still Be Relevant in the Twenty-first Century?"** Journal of Leisure Research, 32(1), 62-68. https://doi.org/10.1080/
- Jackson, E.L. (2005). **Constraints to leisure.** Venturee Publishing.
- Kono, Shintaro; Ito, Eiji; Walker, Gordon J.; & Gui, Jingjing. (2020). **"Predictive power of leisure constraint-negotiation models within the leisure-time physical activity context: A partial least squares structural equation modeling approach".**. Journal of Leisure Research, 51(3), 325-347. https://doi.org/10.1080/00222216.2019.
- Liang. (2018). **"Conceptualization and measurement of work–leisure facilitation".** Journal of Leisure Research, 49:2, 109-132,
- Liang, Y. W. (2019). **"Consequences of work–leisure facilitation from tour leaders'/guides' perspectives: Self-efficacy and satisfaction".** Journal of Leisure Research, 1-24.
- Lin, J. H., Wong, J. Y., & Ho, C. H. (2013). **"Promoting frontline employees' quality of life: Leisure benefit systems and work-to-leisure conflicts".** Tourism Management, 36, 178-187.
- Lyness, K. S., Gornick, J. C., Stone, P., & Grotto, A. R. (2012). **"It's all about control: Worker control over schedule and hours in cross-national context".** American Sociological Review, 77(6), 1023-1049.
- McGillivray, D. (2005). **"Governing working bodies through leisure".** Leisure Sciences, 27(4), 315-330.
- Parker, S. (1997). **"Work and leisure futures: Trends and scenarios".** Work, leisure, and well-being, 180-191.
- Patterson, Richard; Ogilvie, David; & Panter, Jenna. (2020). **"The social and physical workplace environment and commute mode: A natural experimental study".** Preventive Medicine Reports, 20, 101260. https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2020.101260
- Rojek, C. (2010). **The labour of leisure: The culture of free time.** London, UK: Sage.
- Schneider, I. (2016). **"Leisure constraints and negotiation: Highlights from the journey past, present, and future".** *In Leisure matters: The state and future of leisure studies* (pp. 151-161). State College, PA: Venture.
- Sieber, S. D. (1974). **"Toward a theory of role accumulation".** American sociological review, 567-578.
- Snir, R., & Harpaz, I. (2002). **"Work-leisure relations: Leisure orientation and the meaning of work".** Journal of Leisure Research, 34(2), 178-203.
- Stanis, Sonja A. Wilhelm; Schneider, Ingrid E.; & Russell, Keith C. (2009). **"Leisure Time Physical Activity of Park Visitors: Retesting Constraint Models in Adoption and Maintenance Stages".** Leisure Sciences, 31(3), 287-304. https://doi.org/10.1080
- Sylvester, C. (1999). **"The Western idea of work and leisure: Traditions, transformations, and the future".** Leisure studies: Prospects for the twenty-first century, 17-33.
- Tsaur, S.-H., Liang, Y.-W., & Hsu, H.-J. (2012). **"A multidimensional measurement of work-leisure conflict".** Leisure Sciences, 34(5), 395–416.https://www.the-afc.com

۲۴

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در طراحی مدل تحول دیجیتال در فعالیت‌های ورزشی تفریحی درجامعه

عارفه خواجه‌ای بافقی[۱]
علی‌محمد صفانیا[۲]
محسن باقریان فرح‌آبادی[۳]
سیدصلاح‌الدین نقشبندی[۴]

10.22034/ssys.2023.2985.3183

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۰۶
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۰۴

تحول دیجیتال در جامعه امروزی به مسئله‌ای بنیادین مبدل شده و شکل کلی مشارکت‌های ورزشی را با تغییر مواجه ساخته است. با توجه به اهمیت ورزش تفریحی، این نوع تحول می‌تواند در مشارکت افراد در این فعالیت ها نقش مهمی ایفا کند. هدف از انجام این تحقیق، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در طراحی مدل تحول دیجیتال در فعالیت‌های ورزشی-تفریحی در سطح جامعه است. پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی بود که با رویکرد آمیخته (کیفی-کمی)،در بازه زمانی فروردین ۱۴۰۱ الی آذر ۱۴۰۱ انجام شد. روش تحقیق کیفی از نوع اکتشافی با استفاده از نظریه‌پردازی داده‌بنیاد و رویکرد گلیزر انجام گرفت. روش تحقیق کمی از نوع همبستگی با استفاده از رویکرد معادلات ساختاری صورت پذیرفت. افراد مشارکت‌کننده شامل ۱۱ نفر بودند که از میان اساتید دانشگاه، متخصصان فناوری اطلاعات و فعالان در این حوزه با استفاده از روش هدفمند انتخاب شدند. سپس عوامل با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی، دسته‌بندی و طبقه‌بندی شدند. با توجه به اولویت‌بندی انجام‌شده در این تحقیق، به ترتیب فرآیند های تحول دیجیتال با وزن۰/۳۶۰ در اولویت اول، زیرساخت‌های اساسی با وزن ۰/۲۴۸ در اولویت دوم، محیط دیجیتال با وزن ۰/۱۶۸ در اولویت سوم و تسهیل‌کننده‌ها با وزن۰/۰۸۷ قرار گرفتند.

پیشنهاد می‌شود با توجه به اولویت به‌دست آمده برای طراحی مدل تحول دیجیتال در ورزش تفریحی، ابتدا فرآیندهای یافت‌شده، مورد بررسی و بازنگری قرارگیرند. سپس زیرساخت‌های لازم برای توسعه تحول دیجیتال در ورزش تفریحی توسط ذینفعان فراهم گردد.

واژگان کلیدی: ورزش تفریحی، تحول دیجیتال و مشارکت ورزشی- تفریحی.

[۱] دانشجوی دکتری رشتهٔ مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
[۲] استاد، گروه علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: a.m.safania@gmail.com
[۳] استادیار، گروه علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
[۴] دانشیار، گروه علوم ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

بهره می‌گیرند. این تغییر رفتار در ورزش، با استفاده از برنامه‌های تناسب اندام و ردیاب‌های فعالیت، آغاز شده است. تحقیقات نشان می‌دهند که راه حل‌های دیجیتال، انگیزه فعالیت‌های ورزشی را افزایش می‌دهند (روف، ویلواچر، کورن و هلث[1]، ۲۰۲۲). استفاده از فناوری‌های جدید در ورزش تفریحی و قهرمانی، در شکل حسگرهای ورزشی خود را نشان داده است و می‌تواند در ارزیابی کیفیت حرکتی ورزشکاران اثرگذار باشد (ونک[2] و همکاران، ۲۰۲۲). شرکت‌کنندگان در ورزش‌های پرتحرک همواره در رسانه‌های فرهنگی خاص مشارکت فعال داشته‌اند. در این شرایط، تکثیر فناوری‌های رسانه‌ای جدید، نقش مهمی را در پیشرفت مداوم مهارت‌ها در میان ورزشکاران و شرکت‌کنندگان فعال تفریحی و ایجاد حس اجتماعی در میان علاقه‌مندان و مخاطبان در زمینه‌های محلی، ملی و جهانی ایفا می‌کند (فروپ[3]، ۲۰۱۷). براساس مطالعات صورت‌گرفته، برنامه‌های ورزشی با استفاده از فناوری‌های نوین می‌توانند مهارت‌های پایه ورزشی را به افراد آموزش دهند و به عنوان یک انگیزه برای مشارکت به حساب می‌آیند(پریامبادا[4] و همکاران، ۲۰۲۲). محققان با مشارکت دانش‌آموزان در ورزش با استفاده ازنرم‌افزارهای ورزشی نتیجه گرفتند که دانش‌آموزانی که از نرم‌افزارهای ورزشی استفاده کردند، سالم‌تر هستند و زندگی اجتماعی شادتر و ایمن‌تری دارند. از اثرات بد فناوری و عادت‌های بد دوری می‌کنند، دوست پیدا می‌کنند و سرگرم می‌شوند و اعتماد اجتماعی بین افراد ایجاد می‌شود. همچنین حرکات خود را به واسطه استفاده از فناوری مورد بررسی قرار می‌دهند (لن[5] وهمکاران، ۲۰۲۲). تحول دیجیتال، توسعه فعالیت‌های ورزشی مثل استفاده از برنامه‌های ورزشی و رقابتی در تلفن‌های همراه، کسب عادت‌های ورزشی با حسگرها و محرک‌های قابل حمل، تمرین‌های ذهنی و توسعه مهارت‌های حرکتی با ورزش‌های الکترونیکی[6] که در آن دنیای واقعی و مجازی با هم ترکیب شده‌اند، را به همراه داشته است. علاوه بر این، از آنجایی که بازیکنان ورزش الکترونیک در سنین پایین‌تری نسبت به سایر ورزشکارهای نخبه به اوج خود می‌رسند، در نتیجه سلامت، تناسب اندام و تندرستی این ورزشکاران باید از نظر روان‌شناسی و محافظت از کودک و عادات و الگوهای رفتاری به دقت ارزیابی شود. این بخش بر تسریع روند دیجیتالی‌شدن فعالیت‌های ورزشی و تفریحی و رشد صنعت بازی‌های ویدیویی و ورزش‌های الکترونیکی و بازتاب این وضعیت بر روان‌شناسی بازیکنان تمرکز دارد(اوسلو[7]،۲۰۲۲). نسل جدید فناوری دیجیتال، فرصت‌های نو و شتاب جدیدی را برای توسعه صنعت خدمات ورزشی به ارمغان می‌آورد. صنعت

[1] Ruth, Willwacher, Korn, & Health
[2] Venek
[3] Thorpe
[4] Priyambada
[5] Lan
[6] electronic sports
[7] Uslu

رقابت و عملکرد ورزشی که با فناوری نسل پنجم[1] فعال شده است، صنعت ورزش و ارتقای سلامتی که با فناوری بلاک چین قدرت می‌یابد و صنعت خدمات مکان‌های ورزشی با فناوری اینترنت را توانمند ساخته است و راهبرد کلی ارتقا را بر اساس سطوح کلان، متوسط و خرد ارائه می دهد. ظهور و کاربرد فناوری دیجیتال، پشتیبانی فنی مهمی را برای توسعه با کیفیت خدمات ورزشی مدرن فراهم می‌کند و ارزش زیادی برای بهینه‌سازی ساختار خدمات ورزشی، ادغام فرمت‌ها، تطابق عرضه و تقاضا و بهبود کارایی دارد (لیو[2] و همکاران، ۲۰۲۲). ماتز[3] و همکاران(۲۰۲۲) معتقدند افرادی که در انواع تمرینات تناسب اندام شرکت می‌کنند، اغلب از ویدیوهای تناسب اندام که در پلتفرم‌های عمومی به اشتراک گذاشته می‌شود، استفاده می‌کنند. تمرین‌کنندگان ورزش‌های دیجیتال، بیشتر جوان، تحصیل‌کرده و از نظر مالی شرایط بهتری دارند. زنان، بیشتر از مردان مشارکت می‌کنند. افرادی که در ورزش‌های دیجیتالی فعالیت می‌کنند در طول همه‌گیری کرونا در مقایسه با افرادی که تنها در ورزش‌های آفلاین شرکت می‌کنند، ۳۰ دقیقه در هفته فعالیت ورزشی بیشتری داشته‌اند. از این رو، فعالیت های ورزشی دیجیتال در خانه و به صورت تفریحی، شرایطی مطلوبی را برای فعال ماندن ایجاد می‌کند. تقاضا و سرمایه‌گذاری روی بازی‌های واقعیت مجازی دیجیتال[4] چه از سوی شرکت‌ها و چه از سوی مصرف‌کنندگان، روز به روز در حال افزایش است. بر این اساس، درک تجربیات ایجاد شده توسط واقعیت مجازی در محدوده بازاریابی فیژیتال[5] از نظر مشارکت در بازاریابی تجربی مجازی، ارتباطات بازاریابی، تفریح و زمینه‌های مشابه، امری مهم است. مفهوم فیژیتال، تمامیت یکپارچه دیجیتال و فیزیکی را بیان می‌کند و افراد فیژیتال[6]، به افرادی اطلاق می‌شود که در فناوری‌های امروزی می‌توانند در دنیای فیزیکی خود زندگی کنند. هدف از این مطالعه، بررسی تجربیات ایجادشده توسط بازی‌های دیجیتالی شامل محتوای ورزشی و تفریحی در محدوده بازاریابی فیژیتال بود. هشت نفر که هیچ تجربه قبلی استفاده از واقعیت مجازی را نداشتند، بازی‌های دیجیتالی با محتوای ورزشی و تفریحی را با استفاده از عینک واقعیت مجازی انجام دادند. در نتیجه تحقیقات مشخص شد که اولین تجربه شرکت‌کنندگان از بازی‌های مجازی دیجیتال، شامل ابعاد حس، تعامل و لذت بود که کدهای زیر پدیدار شد: درک محیط، احساس قدرت، قابلیت درک، رقابت و رفتار مستقل(یوس[7] و همکاران،۲۰۲۱). در تحقیق دیگری کرونشاو[8] (۲۰۲۲) بیان می‌کند که فعالیت فیزیکی بر مبنای بهره‌گیری از وبسایت‌های ورزشی در زمان کرونا نشان داد

[1] 5 Generation
[2] Liu
[3] Mutz
[4] Virtual Reality
[5] Phygital
[6] Phygitally Yours
[7] Yuce
[8] Cronshaw

که با استفاده از سه حوزه رفاه، روان‌شناختی و فیزیکی و اجتماعی،کارآیی مطلوبی از این نوع فعالیت‌های فیزیکی حاصل شده است. هدف این مطالعه شامل بررسی ادراکات مصرف‌کنندگانی بود که در بسترها و جوامع فیزیکی-دیجیتال در طول قرنطینه کووید-۱۹ در بریتانیا فعالیت داشتند و تأثیری که چنین مشارکتی بر رفاه آنها داشت را مورد بررسی قرار داد. همچنین نشان داد که چگونه گروه‌های مصرف‌کننده متعدد در جامعه می‌توانند از پلتفرم‌های ورزشی دیجیتال به‌عنوان روشی بالقوه برای اتصال افرادی که قادر به مشارکت در فعالیت‌های حضوری نیستند، استفاده کنند. دورا[1] وهمکاران(۲۰۲۲) بیان می‌کنند که اینفلوئنسرهای تناسب اندام رسانه‌های اجتماعی در حال تبدیل شدن به شکل دیجیتالی جدیدی از ارتباطات سلامت هستند که مصرف‌کنندگان ممکن است برای کمک به فعالیت‌بدنی بیشتر و ورزش در خانه به ویژه در بحران کرونا، به آنها مراجعه کنند. نتایج نشان می‌دهد که آمادگی جسمانی و مشارکت تمرینی با ویدیوهای تناسب اندام یوتیوب باعث افزایش نیاز به رفتارهای مشارکتی در ورزش می شود. تصویر منفی از بدن نیز تمایل به ورزش را افزایش می‌دهد. متغیرهای مرتبط با سلامت، تأثیرات متفاوتی بر قصد ورزش مردان و زنان دارند. مایز[2]و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیق خود بیان کردند که مداخلات دیجیتالی در سلامت با الگوبرداری از افرادی که با شرایط سلامتی مناسب و طولانی‌مدت زندگی می‌کنند، طراحی می شوند که باعث رسیدن به نتایج بالینی فردمحور بهتری خواهند شد. برنامه "ارزیابی وضعیت کلیه[3]" به سرعت در طول همه‌گیری کرونا با حداقل منابع، توسعه یافت و ارائه شد. علی‌رغم چالش‌های شناخته‌شده در مورد سواد دیجیتال و سلامت، این برنامه مدیریت دیجیتال، ۷۳۶ شرکت‌کننده مبتلا به بیماری مزمن کلیه را جذب کرد تا در این پلتفرم ثبت‌نام کنند. در این تحقیق یک کارآزمایی کنترل‌شده تصادفی، برای ارزیابی امکان‌سنجی، ارزش بالینی و مقرون به صرفه‌بودن برنامه بهبود بیماری‌های کلیه با استفاده از ورزش تفریحی به عنوان بخشی از مراقبت‌های بالینی در حال انجام است.

دستیارهای شخصی دیجیتال اخیراً محبوبیت زیادی پیدا کرده‌اند، زیرا یک فناوری جدید در دسترس و مقرون به صرفه برای خانواده‌ها هستند. این فناوری‌های نوین، راه‌های جدیدی برای کمک به افراد در فعالیت‌های ورزشی تفریحی روزمره در خانه‌هایشان، از طریق تعامل بین فردی ایجاد می‌کنند. فعالیت بدنی، فوائد سلامتی قابل توجهی دارد، اما متأسفانه در سطح جهانی، از هر۴ فرد بزرگسال، ۱ نفر از فوائد این فعالیت‌ها بهره می‌برد. یافته‌های تحقیقات نشان داده است که دستیارهای شخصی دیجیتال، این پتانسیل را دارند که فعالیت ورزشی تفریحی افراد در را خانه افزایش دهند. از این رو پیشنهاد می‌شود برای تشویق افراد به مشارکت در فعالیت‌بدنی، از عامل پاداش مجازی، برای تشویق و ایجاد اطمینان در افراد

[1] Durau
[2] Mayes
[3] Kidney Beam

مبتدی استفاده گردد (پی[1] و همکاران، ۲۰۲۲). مطالعات صورت‌گرفته نشان می‌دهند بهره‌گیری از تحول دیجیتال، این موقعیت را فراهم می‌کند که افراد، مشارکت مؤثرتری در فعالیت‌های ورزشی تفریحی داشته باشند. با توجه به مقاومتی که در برابر همگامی با تحول دیجیتال در کشور وجود دارد، کاهش فعالیت‌های ورزشی در سطح کشور و تحقیقات اندکی که در حوزه تحول دیجیتال در صنعت ورزش کشور صورت گرفته است، شناسایی دقیق عواملی که در تدوین مدل تحول دیجیتال در ورزش کشور اثرگذار است، صورت نپذیرفته است. در صورت عدم‌بهره‌وری مناسب از فناوری‌های نوین و همگام‌نشدن با پدیده تحول دیجیتال، پیامدهای منفی دیجیتالی شدن نظیر عدم‌همگامی با فناوری جهانی، ایجاد ترس در افراد به دلیل ناتوانی در به کارگیری فناوری نوین و ایجاد شکاف بین‌نسلی در سطح جامعه جبران‌ناپذیر خواهد بود. یافته‌های این تحقیق می‌تواند در توسعه تحول دیجیتال در ورزش تفریحی کشور اثرگذار باشد. در نتیجه، این تحقیق با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در طراحی مدل تحول دیجیتال در فعالیت‌های ورزشی– تفریحی انجام شده است.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کاربردی است که با رویکرد آمیخته (کیفی- کمی) انجام شد. به این منظور بخش کیفی در بازه زمانی فروردین ۱۴۰۱ الی شهریور ۱۴۰۱ صورت گرفت. تحقیق کیفی ازنوع اکتشافی و با استفاده از نظریه‌پردازی داده‌بنیاد و رویکرد گلیزر شامل خبرگان در زمینه علوم ورزشی، فعالان در حوزه تحول دیجیتال و فناوری و توسعه‌دهندگان فناوری بود. نمونه‌گیری به روش هدفمند و مبتنی بر مقصود محقق انجام شد. حجم نمونه با توجه به رسیدن به اشباع نظری مشخص گردید و با ۱۱ نفر مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. معیار انتخاب خبرگان برای مصاحبه، نوع فعالیت مرتبط با حوزه فناوری و تحول دیجیتال در ورزش و سابقه فعالیت آن‌ها بود. به این منظور ابتدا شرحی جامع پیرامون تحول دیجیتال در ورزش کشور جهت ترغیب افراد برای مشارکت در تحقیق ارائه گردید. سوال اصلی تحقیق، با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در تدوین مدل تحول دیجیتال در فعالیت‌های ورزشی تفریحی شکل گرفت. در این تحقیق تمامی ورزش‌هایی که امکان بهره‌وری از فناوری‌های نوین را داشته‌اند، برای تمامی افراد در سطح جامعه، مورد بررسی قرار گرفته و هدف شناسایی و اولویت بندی زمینه‌های اصلی در خصوص تحول دیجیتال در ورزش تفریحی بوده است. در نتیجه، جلسات مصاحبه در ۲-۳ جلسه ۷۵ دقیقه‌ای برگزار شد. متن مصاحبه‌ها در نرم‌افزار مکس کیو دی ای ۱۰ ثبت گردید و تحلیل مصاحبه‌ها از اولین مصاحبه آغاز شد. در مصاحبه با نفر ششم یافته‌های تکراری نمایان شدند و مصاحبه برای اطمینان بیشتر تا نفر یازدهم ادامه پیدا کرد. عوامل یافت‌شده با استفاده از نرم‌افزار مکس کیو دی ای

[1] Paay

۱۰ مورد تحلیل و بررسی قرار گرفتند و کد گذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. در بخش کدگذاری محوری، یافته‌ها دسته‌بندی و طبقه‌بندی شدند و در بخش کدگذاری انتخابی، عوامل اصلی که در تدوین مدل اثرگذار بودند، انتخاب شدند. بخش کمی در بازه زمانی شهریور ۱۴۰۱ الی آذر ۱۴۰۱ انجام پذیرفت. برای اولویت‌بندی عوامل از تکنیک فرآیند تحلیل شبکه استفاده گردید. به این منظور پرسش‌نامه مقایسات زوجی طراحی شد و با استفاده از نرم‌افزار سوپردسیژنز اولویت‌بندی عوامل با بهره‌گیری از نظر خبرگان تعیین گردید. در این تکنیک روابط درونی معیارها در نظر گرفته می‌شود که از این جهت نسبت به دیگر تکنیک‌ها، برتری قابل توجهی را کسب کرده است. برای تأیید روایی بخش کیفی از شاخص مقبولیت استفاده شد و توسط ۸ نفر از اساتید علوم ورزشی مورد ارزیابی قرار گرفت و تأیید شد. برای تأیید پایایی تحقیق در بخش کیفی نیز از شاخص نرخ ناسازگاری استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

به منظور شناسایی عوامل مؤثر در تدوین مدل تحول دیجیتال در ورزش کشور و فعالیت‌های ورزشی تفریحی، با یازده نفر از خبرگان که ۳۰ درصد استاد گروه علوم ورزشی، ۳۰ درصد توسعه‌دهنده فناوری و ۴۰ درصد فعال حوزه تحول دیجیتال بودند، مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. تمامی خبرگان دارای مدرک تحصیلی دکترا و متشکل از ۱نفر زن و ۱۰ نفر مرد بودند. میانگین سنی آن‌ها ۱۰±۴۱ سال و سابقه فعالیت ۵±۱۴ سال بوده است. پس از تحلیل مصاحبه‌ها، درکدگذاری باز داده‌ها، ابتدا ۳۰۶ کد استخراج گردید. پس از بازنگری کدها، ۲۷۱ کد به همراه تکرار آن‌ها در خروجی نرم‌افزار مکس کیو دی ای نمایان شد. در کدگذاری محوری عوامل به روش گلیزری در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، محقق آزاد است دسته‌بندی عوامل را با توجه به نظر خود شکل دهد. از این رو دسته‌بندی عوامل در جدول ۱ ارائه گردید و عوامل در ۳ مقوله و ۷ مفهوم طبقه‌بندی شدند.

جدول۱: کدگذاری محوری عوامل

نشانگر	مقوله	مفهوم	کد
P1,P2,P3, P4,P5,P6, P7,P8,P9, P10,P11	**الزامات تحول دیجیتال**	زیرساخت‌های اساسی	پذیرش تحول دیجیتال، معرفی تجهیزات ورزشی، نقش دولت، نقش سازمان‌های ورزشی،سیستم اطلاعاتی در حوزه ورزش، پذیرش فناوری توسط سازماها، زیرساخت حقوقی و قانونی، زیر ساخت مالی، سیستم مالیاتی، طراحی زیرساخت‌های سازمانی اصولی، انعطاف‌پذیری سازمان، ورزش

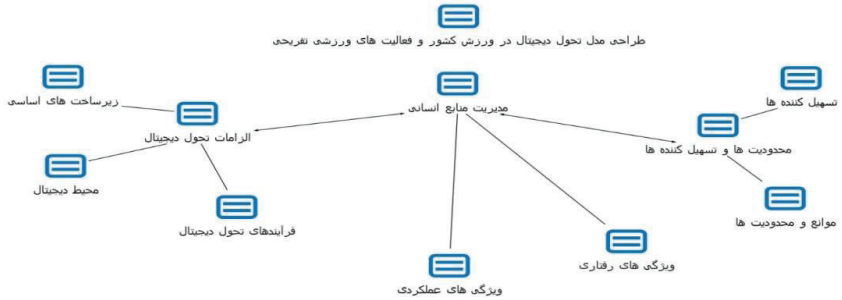
نشانگر	مقوله	مفهوم	کد
			معلولان، سیستم‌های ساخت و تولید، سیستم‌های نگهداری و تعمیرات، تجهیزات و فنآوری جدید منجر به توسعه ورزشی جدید، شبیه‌سازی دستگاه‌های بدن‌سازی، به روز شدن سیستم، استفاده از تجارب بین‌المللی، تسلط بر فناوری، استفاده از واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، محرمانه بودن و حفظ امنیت، قانونمندی در فضای ورزشی-تفریحی، تثبیت هویت ملی اینترنت، فرهنگ سازمانی،رایانش ابری، اینترنت اشیا برای کنترل و نظارت بر کسب و کارها، تاثیر رسانه‌های اجتماعی، یادگیری زبان گروه‌های مختلف، تفکر نقادانه به تحول دیجیتال، تفکر داده‌محور، تفکر اکوسیستمی، پلتفرم محوری، همگانی بودن تحول دیجیتال، اشتراک‌گذاری کارآمد منابع، توجه به مدل کسب و کار، حضور واحد تحقیق و توسعه، جایگزینی محصولات و خدمات، بررسی فرصت‌های محیطی، زیرساخت‌های دانشی
		محیط دیجیتال	پویایی رقابتی،دستیابی به رشد سازمانی، دسترسی به ثبات سازمانی، تحلیل مکانی، کسب مزیت رقابتی، کنفرانس‌های از راه دور، رشد کارآفرینان در بحران اقتصادی، وبلاگ‌نویسی ورزشی، صفحات ورزشی باشگاه‌های ورزشی، یکسان بودن ویژگی‌ها در فضای مجازی و فیزیکی، ایجاد محیط شاد برای کاربران، تعیین الگوی حرکتی، محیط

نشانگر	مقوله	مفهوم	کد
		فرآیندهای تحول دیجیتال	کاربران ورزشی تفریحی، باز طراحی محیط، ایجاد شبکه بین ورزشکاران، فضای کافی در محیط، ایمنی محیطی، ابزارهای گیمیفیکیشن و شبیه‌سازی، چیدمان صحیح، طراحی انرژی‌بخش، ویژگی‌های فرهنگی در طراحی محیطی، ترکیب محیط آنلاین و فیزیکی طراحی نرم‌افزارهای تخصصی در ورزش، گنجاندن ورزش در اوقات فراغت، توسعه ورزش گروهی، داوری ورزشی، مسابقات ورزشی، سنجش عملکرد ورزشکاران، شناسایی دقیق گام‌های تحول دیجیتال، فناوری برای تمام سنین، توسعه قابلیت کارکنان، نوپا بودن صنعت ورزش، توزیع و فروش محصولات الکترونیک، آموزش در ورزش تفریحی، دسترسی آسان به اطلاعات، مدیریت گزارشات، کنترل پروژه، شناخت دقیق سازمان ورزشی، امکان سنجی همگامی با تحول دیجیتال، تعیین مزایا و معایب برنامه‌ها، تعیین میزان ریسک برنامه، تعیین مسئولیت، پیاده‌سازی برنامه به واسطه تیم پروژه، تعیین فلسفه وجودی برنامه تحول، شناخت نیازها، خلق ایده و تولید فناوری جدید، تحلیل وضعیت به صورت مداوم، یافتن نقاط آسیب‌پذیر، تسهیل فعالیت با استفاده از فناوری برای ورزشکاران، تصمیم‌گیری، توسعه فرهنگ مشارکتی، مهندسی فرآیندها، نرم‌افزارهای تعامل با ورزشکاران، ارگونومی ابزار و فناوری،

نشانگر	مقوله	مفهوم	کد
P1,P2,P3, P4,P5,P6, P7,P8,P9,P11	**مدیریت منابع انسانی**	ویژگی‌های عملکردی	کارمندیابی، جذب و استخدام، ارزیابی عملکرد، هدف مشخص، دیدگاه اجتماعی، جذب سرمایه، توسعه بازی‌های بومی ومحلی، چشم‌انداز مناسب، هم‌افزایی در تحول دیجیتال، آمادگی در پیشبرد تحول دیجیتال، تغییر ماهیت سازمان
			تربیت متخصصان در حوزه تحول دیجیتال، مدیریت منابع انسانی، تحمل بحران‌ها به واسطه کارآفرینی، افزایش مهارت‌های شغلی، بازآموزی مربیان، مشارکت در شرایط محیطی جدید، افزایش مشارکت داوطلبانه، جذب نخبگان، مدیر عملیات، مدیر بازاریابی، مدیر اطلاعات، مدیر راهبرد، حکمرانی دیجیتال، مسئولیت‌پذیری، کاریزماتیک بودن رهبران تحول، شرکای کلیدی، رهبری، همکاری
		ویژگی‌های رفتاری	عدم‌برخورد سلیقه‌ای،گرفتن مشاوره، افزایش کیفیت تعاملات، اهمیت عملگرایی، ملاک‌های شخصیتی کاربران، داشتن سواد دیجیتال، ایجاد اعتماد به نفس، رویاپردازی دیجیتال، قابلیت‌های ادراکی احساسی، ارتباطی
P1,P2,P3, P4,P5,P6, P7,P8,P9, P10,P11	**محدودیت‌ها و تسهیل‌کننده‌ها**	موانع و محدودیت‌ها	دنبال نکردن رویه‌های معمول در ایران، استفاده از تجهیزات قدیمی در ایران، محدودیت اعمالی در اینترنت، هزینه بالای تجهیزات، کمبود متخصصان، مناسب نبودن وضعیت برای استارت آپ‌ها، ناشناس بودن گام‌های تحول دیجیتال در ورزش، شکاف نگرشی عمیق بین کاربران و سازمان، منطبق نبودن زیرساخت‌ها،

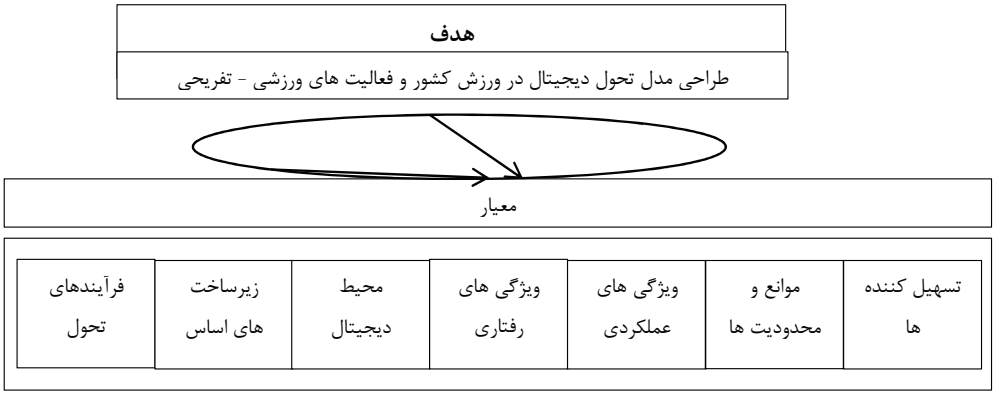
نشانگر	مقوله	مفهوم	کد
			نبود برنامه‌های تغییر فرهنگی، کمبود استعدادهای دیجیتال، آمادگی فرهنگی ناکافی، مقاومت در برابر تغییر، سردرگمی در استفاده از فناوری، نگاه بدبینانه جامعه، تله برون‌سپاری تحول دیجیتال
		تسهیل‌کننده‌ها	ایجاد انگیزه برای مشارکت، نقش سازمان‌های فناوری و نوآوری، بهره‌گیری از الگوهای جهانی، سهولت مشارکت در فعالیت‌های ورزشی تفریحی، بودجه مورد نیاز، ارتباط متقابل فناوری اطلاعات و کارآفرینی، سودآوری، کاهش هزینه‌های فعالیت ورزشی، کاهش تهدیدهای ناشی از دیجیتال، رهایی از قید مکان و زمان، پرداخت حقوق و مزایا، طراحی محیطی با توجه به علایق افراد، تجربه افراد از تحول دیجیتال در ورزش، ایجاد نگرش دیجیتال، تمرکز بر کاربران، همکاری با انجمن‌های تخصصی آنلاین، پاداش و تخصیص خدمات رفاهی، تقویت مشارکت اجتماعی، چابکی سیستم، سواد رسانه ای، بلوغ کافی سازمان، همکاری با دانشگاه‌ها و اساتید

بر اساس طبقه‌بندی انجام‌شده، در کد گذاری انتخابی، ۳ مقوله و ۷ مفهوم یافت‌شده، انتخاب شده‌اند. در نمودار۱ کدگذاری انتخابی عوامل، ارائه شده است:



نمودار۱: کدگذاری انتخابی عوامل

پس از دسته‌بندی عوامل، اولویت‌بندی انجام شد. به این منظور ابتدا الگوی شبکه روابط میان عوامل رسم گردید:



نمودار۲: الگوی شبکه روابط میان عوامل

در نهایت پس از ارائه اولویت‌بندی عوامل با توجه به ثابت نگه داشتن هر عامل، با استفاده از سوپر ماتریس حد، اولویت‌بندی نهایی عوامل مشخص گردید.

جدول۲: سوپرماتریس حد

	تسهیل کننده‌ها	زیرساختها	فرآیندها	محیط دیجیتال	موانع	ویژگی عملکردی	ویژگی رفتاری	طراحی مدل
تسهیل‌کننده‌ها	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷
زیرساخت‌ها	۰/۲۴۸	۰/۲۴۸	۰/۲۴۸	۰/۲۴۸	۰/۲۴۸	۰/۲۴۸	۰/۲۴۸	۰/۲۴۸
فرآیندها	۰/۳۶۰	۰/۳۶۰	۰/۳۶۰	۰/۳۶۰	۰/۳۶۰	۰/۳۶۰	۰/۳۶۰	۰/۳۶۰
محیط دیجیتال	۰/۱۷۰	۰/۱۷۰	۰/۱۷۰	۰/۱۷۰	۰/۱۷۰	۰/۱۷۰	۰/۱۷۰	۰/۱۷۰
موانع	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰

ویژگی عملکردی	۰/۰۴۱	۰/۰۴۱	۰/۰۴۱	۰/۰۴۱	۰/۰۴۱	۰/۰۴۱	۰/۰۴۱	۰/۰۴۱
ویژگی رفتاری	۰/۰۳۲	۰/۰۳۲	۰/۰۳۲	۰/۰۳۲	۰/۰۳۲	۰/۰۳۲	۰/۰۳۲	۰/۰۳۲
طراحی مدل	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

جدول ۳: اولویت‌بندی نهایی عوامل

متغیر	اولویت	ایده آل	نرمال	خام
فرآیندهای تحول دیجیتال		۱/۰۰۰	۰/۳۶۰	۰/۳۶۰
زیرساخت‌های اساسی		۰/۶۸۹	۰/۲۴۸	۰/۲۴۸
محیط دیجیتال		۰/۴۷۱	۰/۱۶۸	۰/۱۶۸
تسهیل‌کننده‌ها		۰/۲۴۳	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷
موانع و محدودیت‌ها		۰/۱۶۸	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰
ویژگی‌های عملکردی		۰/۱۱۴	۰/۰۴۱	۰/۰۴۱
ویژگی‌های رفتاری		۰/۰۸۸	۰/۰۳۲	۰/۰۳۲

بر اساس این اولویت‌بندی، فرآیندهای تحول دیجیتال، بیشترین اولویت را به خود اختصاص داده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در طراحی مدل تحول دیجیتال در فعالیت‌های ورزشی تفریحی انجام پذیرفته است. در پژوهش فعلی ۳ مقوله، ۷ مفهوم و ۲۷۱ کد شناسایی گردید. مقوله‌ها در سه بخش، محدودیت‌ها و تسهیل‌کننده، مدیریت منابع انسانی و الزامات تحول دیجیتال دسته‌بندی شدند. ۷ مقوله اصلی نیز عبارت‌اند از: زیرساخت‌های اساسی، محیط دیجیتال، تسهیل‌کننده‌ها، ویژگی‌های عملکردی، فرآیندهای تحول دیجیتال، ویژگی‌های رفتاری و موانع و محدودیت‌ها. با توجه به اولویت‌بندی انجام‌شده در این پژوهش، به ترتیب فرآیندهای تحول دیجیتال با وزن۰/۳۶۰ در اولویت اول، زیرساخت‌های اساسی با وزن ۰/۲۴۸ در اولویت دوم، محیط دیجیتال با وزن ۰/۱۶۸ در اولویت سوم، تسهیل‌کننده‌ها با وزن۰/۰۸۷ در جایگاه چهارم، موانع و محدودیت‌ها با وزن ۰/۰۶۰ در جایگاه پنجم، ویژگی‌های عملکردی با وزن ۰/۰۴۱ در جایگاه ششم و ویژگی‌های رفتاری با وزن ۰/۰۳۲ در جایگاه هفتم قرار گرفت.

با در نظر گرفتن تغییرات مهمی که تحول دیجیتال در صنایع مختلف به وجود آورده است، بهره‌برداری صحیح از این تحول در صنعت ورزش اهمیت پیدا می‌کند. توسعه فناوری‌های نوین نیز می‌تواند طریقه مشارکت در فعالیت‌بدنی و ورزش تفریحی را تغییر دهد.

اولین اولویت در تحقیق حاضر به طراحی فرآیندهای تحول دیجیتال تخصیص یافت. بر این اساس خبرگان مشارکت‌کننده در تحقیق بیان کردند که در طراحی فرآیندها، توجه به طراحی نرم‌افزارهای تخصصی در ورزش عاملی است که می‌تواند در افزایش مشارکت افراد در فعالیت‌های ورزشی به‌خصوص ورزش تفریحی اثرگذار باشد. از سوی دیگر، اوقات فراغت ورزشی عاملی دیگر است که می‌توان با بهره‌گیری صحیح از فناوری‌های نوین درطراحی فرآیندهای مربوطه، ازآن بهره برد. این عامل در کودکان و نوجوانان نیز اثرگذاری بیشتری خواهد داشت. محققان همراستا با تحقیق حاضر بیان کردند که با مشارکت دانش‌آموزان در ورزش با استفاده از نرم‌افزارهای ورزشی و طراحی اصولی این نرم‌افزارها، دانش‌آموزان در محیط ایمن‌تری به فعالیت می پردازند. همچنین از نظر اجتماعی نیز زندگی شادتری دارند(لن[1] و همکاران، ۲۰۲۲، روئیگ،۲۰۱۴). ولی کاردفلت[2](۲۰۱۷) مخالف با یافته‌های تحقیق حاضر بیان کرده است که فناوری در توسعه فعالیت ورزشی کودکان و نوجوانان بی اثر بوده است و تنها به بهبود روابط اجتماعی آن‌ها کمک کرده است. توجه به تحول دیجیتال در ورزش‌های همگانی و توسعه ورزش گروهی باید در دست بررسی قرار گیرد. خبرگان معتقدند با توجه به پرهزینه بودن تجهیزات فناورانه ورزشی، مشارکت برای همگان در این فعالیت‌های فناورانه، امکان‌پذیر نیست. همچنین بیان کردند که آموزش در ورزش تفریحی، بهره‌گیری از بازی‌های ورزشی، ورزش‌های الکترونیک و استفاده از تجهیزات ورزشی باید در حوزه فناوری، برای توسعه تحول دیجیتال در ورزش تفریحی مورد استفاده قرار گیرند. در مطالعه‌ای همراستا با این پژوهش، تسای[3] (۲۰۲۱) بیان می‌کند که مشارکت در بازی‌های ویدیویی و ورزش‌های الکترونیکی تفریحی، حتی با توجه به هزینه بالای تجهیزات دیجیتال می‌تواند تاثیر مناسبی در توسعه فعالیت‌های ورزشی تفریحی داشته باشد. در طراحی فرآیندهای تحول دیجیتال، طبقات و اقشار مختلف جامعه باید مورد بررسی قرار گیرند، زیرا بر اساس نظر خبرگان افراد در برقراری ارتباط با فناوری‌های نوین مقاومت می‌کنند. در نتیجه این مهم که بتوان فرهنگ استفاده از فناوری برای تمام سنین را در جامعه اجرایی کرد، بسیار با اهمیت است. بر اساس تحقیق دودلی[4] و همکاران(۲۰۱۷) همراستا با تحقیق حاضر، سازمان‌های دارای مسئولیت باید در ایجاد چشم‌انداز راهبردی مشارکت و گزینه‌های مهم و اولویت‌های اساسی را شناسایی کنند تا حقوق همه افراد

[1] Lan
[2] Kardefelt
[3] Tsai
[4] Dudley

جامعه برای مشارکت در فعالیت‌های بدنی فناورانه رعایت گردد. بر این اساس در طراحی فرآیندها، ابتدا همگام شدن با تحول دیجیتال به واسطه امکان‌سنجی همگامی و در مرحله بعدی برنامه‌ریزی دقیق و تحلیل برنامه ها و تعیین مزایا و معایب برنامه‌ها قرار می‌گیرد. توسعه بازی‌های بومی ومحلی در قالب بازی‌های الکترونیک، یکی از موضوعات مهم در طراحی این فرآیند به حساب می‌آید که در کنار توسعه فرهنگ ملی کشورها، تحرک افراد جامعه را نیز تضمین می‌کند. خبرگان همراستا با یوس[1] و همکاران (۲۰۲۲) معتقدند که تقاضا و سرمایه‌گذاری روی بازی‌های واقعیت مجازی تفریحی دیجیتال چه از سوی شرکت‌ها و چه از سوی مصرف‌کنندگان، روز به روز در حال افزایش است. بر این اساس، درک تجربیات ایجاد شده توسط واقعیت مجازی در بازاریابی مجازی، ارتباطات بازاریابی، تفریح و زمینه‌های مشابه، مهم است. مخالف با تحقیق حاضر هالمان و گیل[2] (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که ورزش‌های الکترونیکی و مبتنی بر فناوری‌های نوین، ورزش به حساب نمی‌آیند، اما این پتانسیل وجود دارد که به یک ورزش تبدیل شوند.

با توجه به اولویت دوم، زیرساخت‌های تحول دیجیتال از اهمیت ویژه‌ای در طراحی مدل، بهره‌مند هستند. پذیرش تحول دیجیتال، اولین و مهم‌ترین گام است. از نظر خبرگان مشارکت‌کننده در تحقیق، نقش دولت و سازمان‌های ورزشی در پذیرش تحول دیجیتال بسیار پر رنگ است. سیستم اطلاعاتی در حوزه ورزش در حال حاضر به صورت اساسی و بنیادین وجود ندارد و به عنوان یک ضعف اساسی می‌توان به آن اشاره کرد. ضعف زیرساخت‌های حقوقی و قانونی و زیرساخت مالی نیز در صنعت ورزش کشور به چشم می‌خورد که می‌تواند مسیر تحول دیجیتال را با مشکل مواجه سازد. استفاده از تجارب بین‌المللی در صنعت تحول دیجیتال در ورزش کشور می‌تواند کمک شایانی برای تحول دیجیتال در داخل کشور باشد. همراستا با این تحقیق، استان[3] (۲۰۲۰) بیان می‌کند که سرعت تحول دیجیتـــال در ورزش تفریحی بسیار بالاست، ولی می‌توان با بهبود زیرساخت‌ها، تبلیغات هدفمند و مدیریت صحیح، شرایط را بهبود بخشید.

محیط دیجیتال در طراحی مدل تحول دیجیتال در فعالیت‌های ورزشی تفریحی در اولویت سوم قرار گرفته است. پویایی رقابتی در محیط دیجیتال باعث می‌شود سازمان‌های فعال، دست به نوآوری و خلاقیت بزنند و منجر به رشد سازمانی می‌گردد که عاملی مهم در طراحی مدل به حساب می‌آید. دسترسی به ثبات سازمانی، برای سازمان‌های درگیر در تحول دیجیتال ضروری است و تلاش می‌کنند تا از طریق کسب مزایای رقابتی به ثبات سازمانی دست یابند. در فعالیت‌های تفریحی ورزشی، توجه به محیط دیجیتال و هماهنگی محیط مجازی و واقعی بسیار مهم است و این هماهنگی باید بر اساس خواست و نیاز ورزشکاران

[1] Yuce
[2] Hallman & Geil
[3] Stan

و شرایط آن ها صورت بگیرد. همراستا با این تحقیق، اوسلو[1] (۲۰۲۲) بیان می‌کند که ترکیب محیط فیزیکی ومجازی به عنوان یک زیرساخت در توسعه تحول دیجیتال در ورزش می‌تواند مشارکت حداکثری افراد را ایجاد کند. هنگامی که از نظر فرهنگی به ترکیب محیط فیزیکی و مجازی توجه گردد، فرد برای مشارکت و دنبال کردن فعالیت‌های ورزشی تفریحی انگیزه بیشتری پیدا می‌کند، زیرا این فعالیت‌ها را به زندگی حـــرفه‌ای خود نزدیک‌تر می‌بیند(سئو[2]،۲۰۱۶). همراستا با تحقیق حاضر محققان دیگری نیز بیان می‌کنند که مداخلات برای ارتقای فعالیت‌بدنی که توسط فناوری‌های دیجیتال پشتیبانی می‌شوند، نیازمند ارزیابی برای اطمینان از اثربخشی آن‌ها در دنیای واقعی هستند(د سانتیس[3] و همکاران،۲۰۲۲). مرتالا و پالسا[4](۲۰۲۳) مخالف با یافته‌های این تحقیق بیان می‌کنند که استفاده از فناوری‌ها در فعالیت‌های ورزشی، آزادی افراد را سلب کرده و در جامعه استفاده از آن به یک قانون تبدیل شده است.

در اولویت چهارم، تسهیل‌کننده‌های موثر در تحول دیجیتال قرار گرفته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان دادند که می‌توان به واسطه الگوبرداری از کشورهای پیشرفته، مسیر مناسبی را برای توسعه تحول دیجیتال در ورزش تفریحی انتخاب کرد. همچنین خبرگان بیان کردند که بودجه‌بندی برای توسعه تحول دیجیتال امری اساسی برای ورود به این زمینه و پیگیری اصولی تحول دیجیتال در صنعت ورزش است. همراستا با تحقیق حاضر آخلوری و خاریسما[5] (۲۰۲۳) بیان می‌کنند که بودجه‌بندی برای توسعه فعالیت‌های تفریحی ورزشی بسیار مهم است و اغلب دولت‌ها در این مورد با مشکلات زمینه‌ای روبه رو هستند.

در اولویت پنجم تحقیق، عامل موانع و محدودیت‌ها بر سر راه تحول دیجیتال در ورزش تفریحی قرار گرفت. از نظر خبرگان عواملی نظیر استفاده از تجهیزات قدیمی، محدودیت اعمالی در اینترنت، هزینه بالای تجهیزات، کمبود متخصصان، ناشناس‌بودن گام‌های تحول دیجیتال در ورزش، عدم‌آمادگی فرهنگی و نگاه بدبینانه جامعه، موانعی برای توسعه تحول دیجیتال هستند. راجرز و لئونگ[6](۲۰۲۳) نیز همراستا با یافته‌های تحقیق حاضر بیان می‌کنند که فناوری در ورزش تفریحی به دلیل عدم‌آگاهی و شناخت کافی از این فعالیت‌ها با مقاومت ودیدگاه‌های بدبینانه جامعه مواجه است.

دراولویت ششم، ویژگی‌های عملکردی قرار گرفته است که بر اساس نظر خبرگان، تربیت متخصصان در حوزه تحول دیجیتال و مدیریت صحیح منابع انسانی می‌تواند در تثبیت تحول دیجیتال در ورزش کشور نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد. افزایش مهارت‌های شغلی، بازآموزی مربیان، مشارکت در

[1]Uslu
[2] Seo
[3] De Santis
[4]Mertala & Palsa
[5]Akhdlori & Kharisma
[6]Rojers & Leung

شرایط محیطی جدید، افزایش مشارکت داوطلبانه، جذب نخبگان، حکمرانی دیجیتال، مسئولیت‌پذیری و کاریزماتیک بودن رهبران تحول، جزو مواردی است که در تحقیق حاضر یافت شده و به عنوان شاخص عملکردی قوی به حساب می‌آید و در طراح مدل تحول دیجیتال در فعالیت‌های ورزشی تفریحی اثرگذارند. کوخوکارو[1] و همکاران(۲۰۲۲) نیز همراستا با تحقیق حاضر معتقدند با تغییر شکل صنعت ورزش، تحول دیجیتال می‌تواند زمینه‌های جدیدی را در روند کاری مربیان پیاده‌سازی کند و مدیریت چابک را به همراه داشته باشد. موضوعاتی مانند انگیزه‌دهی به مدیران، نوآوری در مدیریت برای توسعه تحول دیجیتال و جلوگیری از فرسودگی شغلی، زمینه‌های مهمی در منابع انسانی تحول دیجیتال در ورزش تفریحی به حساب می‌آیند(بارنهیل و اسمیت[2]،۲۰۲۳؛ چلادورای و کیم[3]،۲۰۲۲). بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی فرصت‌های ارتباط و آموزش کارکنان را گسترش می‌دهند (شالهورن[4] وهمکارن، ۲۰۲۲، جزائی[5] وهمکاران، ۲۰۲۳). مخالف با تحقیق حاضر، کاوانق[6] و همکاران(۲۰۲۰) بیان کردند که محیط‌های آنلاین می‌توانند خطر قابل‌توجهی برای امنیت عاطفی و روانی منابع انسانی موجود در صنعت ورزش ایجاد کند.

در اولویت هفتم، ویژگی‌های رفتاری قرار گرفته‌اند. بر اساس نظر خبرگان، کارکنان در واحدهای فناوری سازمان‌های ورزشی، نقش مهمی در توسعه و معرفی جدیدترین فرآیندها به مدیران و دیگر کارکنان دارند. در نتیجه، توسعه قابلیت‌های کارکنان در مسیر تحول دیجیتال ضروری است. تنت و پاتوما[7](۲۰۲۳) و پیمان[8] وهمکاران (۲۰۱۸) نیز همراستا با تحقیق حاضر بیان می‌کنند که اخلاق حرفه‌ای و ویژگی‌های رفتاری و رفتار مدیران ومنابع انسانی در توسعه فعالیت‌های ورزشی تفریحی نقشی مهم دارند.

با ظهور فناوری‌های دیجیتال، گسترش فناوری و ارتباطات منجر به افزایش رفتارهای بی‌تحرک شده است. سبک زندگی کم‌تحرک در بین جوانان و نوجوانان، در تمامی ابعاد زندگی بشری تأثیرگذار است. بنابراین، استفاده از مداخلات دیجیتال برای ارتقای سلامت همگانی، از جمله فعالیت‌بدنی و به حداقل رساندن زمان استفاده از گوشی‌های همراه ضرورت می‌یابد. در حال حاضر استفاده از فناوری‌های نوین و دیجیتال در ایران، محدود به بخش تعیین‌شده‌ای نظیر گوشی‌های همراه، دریافت برنامه‌های ورزشی و مشارکت در کلاس‌های آموزشی و تعاملی است- در صورتی که می‌توان از تحول دیجیتال در زمینه‌های ارائه‌شده در این پژوهش نیز بهره برد. زمان استفاده از تلفن‌های همراه باید با درنظر گرفتن زمان بی‌تحرکی

[1] Cojocaro
[2] Barnhill & Smith
[3] Chelladurai & Kim
[4] Schallhorn
[5] Gazaei
[6] Kavanagh
[7] Tanet & Patuma
[8] Peyman

کاهش یابد و از این فناوری در جهت فعال‌تر شدن افراد برنامه‌ریزی شود(اوه[1] وهمکاران، ۲۰۲۲). فناوری‌های دیجیتال مانند فناوری های پوشیدنی، وب‌سایت‌ها و برنامه‌های تلفن همراه، مداخلاتی هستند که می‌توانند فعالیت‌بدنی را افزایش دهند(وسترن[2] و همکاران،۲۰۲۱).

نتایج تحقیق حاضر برای وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون‌های ورزشی کاربرد مناسبی دارد و با بهره‌گیری از آن می‌توانند گام بزرگی در توسعه تحول دیجیتال در ورزش و فعالیت‌های ورزشی- تفریحی بردارند. با توجه به اولویت‌بندی ارائه‌شده، سازمان‌های ورزشی- تفریحی می‌توانند به منظور همگامی با تحول دیجیتال وبا توجه به روشن نبودن مسیر همگامی با تحول دیجیتال در ورزش کشور، ابتدا فرآیندهای ارائه‌شده در این تحقیق را مد نظر قرار دهند و سپس زیرساخت‌ها را بررسی و بازبینی کنند. با توجه به این مهم که درتحقیق حاضر با در نظرگرفتن محدودیت‌های موجود از تجربه افراد مشارکت‌کننده در این فعالیت‌ها استفاده نشده است، برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌گردد تجربه افراد از مشارکت در فعالیت‌های ورزشی- تفریحی با رویکرد استفاده از فناوری‌های نوین مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- Akhdlori, F., & Kharisma, V. D. (2023). **"Collaborative Governance in Optimizing Nontax State Revenue in the Sports Sector Case Study: Implementation of the 2022 South Sumatera National Recreational Sports Festival (FORNAS VI 2021)".** KnE Social Sciences, 295-308.
- Barnhill, C. R., & Smith, N. L. (2023). "Organizational Behavior and Digital Transformation in Sport". *In The Routledge Handbook of Digital Sport Management* (pp. 7-21): Routledge.
- Bort-Roig, J., Gilson, N. D., Puig-Ribera, A., Contreras, R. S., & Trost, S .G. J. S. m. (2014). **"Measuring and influencing physical activity with smartphone technology: a systematic review".** 44(5), 671-686 .
- Chelladurai, P., & Kim, A. C. H. (2022). H**uman resource management in sport and recreation: Human Kinetics.**
- Cojocaru, A.-M ,.Cojocaru, M., Jianu, A., Bucea-Manea-Ţoniş, R., Păun, D. G., & Ivan, P. J. S. (2022). **"The Impact of Agile Management and Technology in Teaching and Practicing Physical Education and Sports"**. 14(3), 1237 .
- Cronshaw, S. J. J. o. C. A. (2022). **"Web workouts and consumer well-being: The role of digital-physical activity during the UK COVID-19 lockdown".** 56(1), 449-464 .
- De Santis, K. K., Jahnel, T., Mergenthal, L., Zeeb, H., & Matthias, K. J. J. R. P. (2022). **"Evaluation of digital interventions for physical activity promotion: protocol for a scoping review"**. 11(3), e35332 .
- Dudley, D., Cairney, J., Wainwright, N., Kriellaars, D., & Mitchell, D. J. Q. (2017). **"Critical considerations for physical literacy policy in public health, recreation, sport, and education agencies".** 69(4), 436-452 .
- Durau, J., Diehl, S., & Terlutter, R. J. D. H. (2022). **"Motivate me to exercise with you: The effects of social media fitness influencers on users' intentions to engage in physical activity and the role of user gender".** 8, 20552076221102769 .

[1] OH

[2] Western

- Gazaei, M., Mostahfezian, M., Naghsh, A., & Chori, A. (2023). **"Challenges and opportunities of human resources of the sports industry against digitalization in the future"**. Strategic Studies on Youth and Sports.
- Gruettner, A. (2019). W**hat we know and what we do not know about digital technologies in the sports industry.**
- Hallmann, K., & Giel, T. J. S. m. r. (2018). **"eSports–Competitive sports or recreational activity? "** 21(1), 14-20 .
- Kardefelt-Winther, D. (2017). **"How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity?: an evidence-focused literature review" .**
- Kavanagh, E., Jones, I., & Sheppard-Marks, L. (2020). **"Towards typologies of virtual maltreatment: Sport, digital cultures & dark leisure".** *In Re-thinking leisure in a digital age* (pp. 75-88): Routledge.
- Kettunen, E., Kari, T., & Frank, L. (2022). **"Digital Coaching Motivating Young Elderly People towards Physical Activity".** 14(13), 7718 .
- Lan, L. T., Huy, D. T. N., Nguyen, T. H & ,.Hien, D. T. (2022). **"Sports training for primary and secondary school students. Training solutions in the context of digital transformation".** SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte, 11, 13-13 .
- Liu, Q., Liu, Y., & Liu, S. (2022). **"Application Scenarios and Promotion Strategies of High-Quality Development of Sports Service Industry Empowered by Digital Technology".** Mathematical Problems in Engineering, 2022 .
- Mayes, J., Billany, R. E., Vadaszy, N., Young, H. M. L., Castle, E. M., Bishop, N. C., . . . Greenwood, S. A. (2022). **"The rapid development of a novel kidney-specific digital intervention for self-management of physical activity and emotional well-being during the COVID-19 pandemic and beyond: Kidney Beam".** Clinical Kidney Journal, 15(3), 571-573. doi:10.1093/ckj/sfab239
- Mertala, P., & Palsa, L. (2023). **"Running free: recreational runners' reasons for non-use of digital sports technology".** Sport in Society, 1-17.
- Mutz, M., Müller, J., & Reimers, A. K. (2021). **"Use of Digital Media for Home-Based Sports Activities during the COVID-19 Pandemic: Results from the German SPOVID Survey".** International journal of environmental research and public health, 18(9), 4409 .
- Oh, C., Carducci, B., Vaivada, T., & Bhutta, Z. A. J. P..(2022). **"Interventions to promote physical activity and healthy digital media use in children and adolescents: a systematic review".** 149(Supplement 6 .(
- Paay, J., Kjeldskov, J., Papachristos, E., Hansen, K. M., Jørgensen, T., Overgaard, K. L. J. B., & Technology, I. (2022). **"Can digital personal assistants persuade people to exercise? "** 41(2), 416-432 .
- Peyman, N., Rezai-Rad, M., Tehrani, H., Gholian-Aval, M., Vahedian-Shahroodi, M., & Heidarian Miri, H. (2018). **"Digital Media-based Health Intervention on the promotion of Women's physical activity: a quasi-experimental study".** BMC Public Health, 18(1), 134. doi:10.1186/s12889-018-5025-5
- Priyambada, G., Prayoga, A. S., Utomo, A. W. B., Saputro, D. P., & Hartono, R. (2022). **Sports App: Digitalization of Sports Basic Movement .**
- Rogers, A. G., & Leung, Y. F. (2023). **"More helpful than hurtful"? Information, technology, and uncertainty in outdoor recreation".** Leisure Sciences, 45(7), 609-627.
- Ruth, J., Willwacher, S., Korn, O. J. I. J. o. E. R., & Health, P. (2022). **"Acceptance of Digital Sports: A Study Showing the Rising Acceptance of Digital Health Activities Due to the SARS-CoV-19 Pandemic".** 19(1), 596 .
- Schallhorn, C., Nölleke, D., Sinner, P., Seeger, C., Nieland, J.-U., Horky, T., & Mehler, K. (2022). **"Mediatization in times of pandemic: How German grassroots sports clubs employed digital media to overcome communication challenges during COVID-19".** Communication & sport, 10(5891-
- Seo, Y. J. J. o. B. R. (2016). **"Professionalized consumption and identity transformations in the field of eSports".** 69(1), 264-272 .
- Stan, O.-M. J. R. U. d. S. (2020). **"Where to Digital Transformation? Mapping New Technological Territories in Recreational Sports Management".** 16(2), 90-104 .

- Tanet, T., & Patuma, C. (2023). **"The Effect of Recreation Model for Enhancing Leadership of Recreation Leaders"**. In Proceedings of the 8th ACPES (ASEAN Council of Physical Education and Sport) International Conference, ACPES 2022, October 28th–30th, 2022, Medan, North Sumatera, Indonesia.
- Thorpe, H. (2017). **"Action sports, social media, and new technologies: Towards a research agenda".** Communication & sport, 5(5), 554-578 .
- Tsai, C. T. L. (2021). **"Leisure Initiatives and Practices to Cope with the Covid-19 Pandemic Crisis in the Case of Taiwan".** International Leisure Review, 10(1), 64-72.
- Uslu, T. (2022). **"Digitalization of recreation and sports in the COVID-19 pandemic period and social identity of exergamers and ePlayers: electronic sports as autochthonous worlds in metaverse".** *In Sport management, innovation and the COVID-19 crisis* (pp. 100-132): Routledge.
- Venek, V., Kranzinger, S., Schwameder, H., & Stöggl, T. (2022). **"Human Movement Quality Assessment Using Sensor Technologies in Recreational and Professional Sports: A Scoping Review".** Sensors, 22(13), 4786 .
- Western, M. J., Armstrong, M. E. G., Islam, I., Morgan, K., Jones, U. F., & Kelson, M. J. (2021). **"The effectiveness of digital interventions for increasing physical activity in individuals of low socioeconomic status: a systematic review and meta-analysis".** International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, 18(1), 148. doi:10.1186/s12966-021-0121۴-۸
- Yüce, A., Aydoğdu, V., Yüce, S. G., & Katırcı, H. (2021). **"Phygitally Yours: Examination of Virtual Reality Experiences in Digital Sports and Recreational Games".** Jurnal The Messenger, 13(1), 1-18 .

۲۵

آینده‌نگاری پیشران‌های اقتصادی صنعت ورزش ایران

علیرضا ناصحی[۱]
فرشاد امامی[۲]
سجاد غلامی ترکسلویه[۳]

10.22034/ssys.2023.2843.3071
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۳/۰۸
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۲۴

هدف پژوهش حاضر، شناسایی پیشران‌های اقتصادی صنعت ورزش ایران بود. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق را کلیه استاید دانشگاهی تشکیل می‌دادند که در زمینه اقتصاد و بازاریابی ورزشی از دانش لازم برخوردار بودند. روش نمونه‌گیری هدفمند بود. در نهایت ۱۳ مصاحبه با خبرگان انجام شد که بعد از مصاحبه ۱۱ تحقیق به اشباع نظری رسید و اطلاعات جدیدی از مصاحبه‌ها به دست نیامد. برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی از مصاحبه با متخصصان و برای تحلیل اثرات متقابل از پرسش‌نامه ماتریسی محقق‌ساخته براساس یافته‌های کیفی بهره‌گیری شد. در پردازش داده‌ها در بخش اول مطالعه، از تکنیک دلفی و در بخش دوم از تحلیل اثرات متقابل با نرم‌افزار میک‌مک استفاده گردید. بر این اساس پیشران‌های مؤثر، با بهره‌گیری از روش تحلیل ساختاری و استفاده از نرم‌افزار میک مک شناخته شدند و مشخص‌شد که تعداد ۹ آینده‌ساز و پیشران نظیر توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی، توسعه نیروی انسانی، توسعه علمی و پژوهشی، توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن و توسعه رسانه‌ای بیش‌ترین تأثیرگذاری را بر صنعت ورزش کشور دارند. نتیجه آن که با همکاری نهادهای سیاسی، تبلیغات بیشتر و طرح‌های حمایتی و تشویقی می‌توان شاهد توسعه صنعت ورزش بود.

واژگان کلیدی: آینده پژوهی، تکنیک دلفی، توسعه امکانات، بازاریابی ورزشی.

---

[۱] دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت آلله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران
[۲] استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت آلله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: F_emami2007@yahoo.com
[۳] گروه تربیت بدنی و وعلوم ورزشی، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

مقدمه

رشد اقتصادی، به دلایل متعددی مورد علاقه اقتصاددانان و دانشمندان جوامع مختلف بشری بوده و خواهد بود. افزایش ثروت، رفاه، ایجاد اشتغال و موارد بی‌شمار دیگری وابسته به رشد و توسعه اقتصادی یک کشور می‌باشد(صالحی و همکاران، ۱۳۹۹). امروزه یکی از ابزارهای مهم برای بهبود شاخص‌های توسعه یافتگی کشور، بهره‌گیری از اقتصاد ورزش است. ورزش نه تنها در سطح ملی یک صنعت درآمدزاست، بلکه می‌تواند به توسعه اقتصادهای محلی و کوچک کمک بسیار فراوانی کند (کاولسوس و سایمانسکی[1]، ۲۰۱۰: ۱۶۳). در واقع، ورزش و تفریحات سالم به عنوان یک صنعت پیش‌رو، به طور مستقیم و غیرمستقیم در توسعه نقش دارند (امینی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۱). رشد اقتصادی بنا به دلایل زیادی از جمله: بهبود آشکار در وضعیت معاش، آسایش و مصرف مردم یک جامعه، افزایش محدوده انتخاب انسان‌ها در انتخاب شغل و نوع زندگی، بی‌نیازی در انجام کارهای طاقت‌فرسای جسمی، صرفه‌جویی در وقت انسان‌ها و تسلط بر طبیعت از طریق پیشرفت فناوری، شکوفایی استعدادها در زمینه‌های مختلف علمی، وابستگی متقابل مثبت و فزاینده جهانی، افزایش قدرت سیاسی- نظامی کشور در داخل و خارج از کشور مورد توجه اقتصاددانان و جوامع مختلف بوده است (پژویان و فقیه نصیری،۱۳۸۸). این در حالی است که برای پیش‌بینی و

[1] Kavetsos & Szymanski

برنامه‌ریزی وضعیت اقتصادی در آینده از آینده‌نگاری استفاده می‌کنند. واژه «آینده‌نگاری» به‌صورت گسترده-ای به‌کار می‌رود. این واژه بیانگر طیف وسیعی از رویکردهایی است که باعث بهبود فرآیند تصمیم‌گیری می‌شوند (ناظمی، ۱۳۹۰: ۹۲)؛ رویکردهایی که تفکر در مورد آینده بلندمدت را به همراه دارند و به همان میزان هم به فرآیند تصمیم‌گیری راهبردی و برآوردهای هوشمندانه توجه دارند. این فرآیند درعین حال به شبکه‌سازی نیز می‌پردازد. واقعیت آن است که آینده‌نگاری نیز همانند بسیاری از دانش‌های جدید، دانشی بین‌رشته‌ای یا چندرشته‌ای است. ازاین رو، از هر یک از دانش‌های سازنده آن، آموزه‌هایی در این مفهوم نوپدید به اشتراک گذاشته است. در ساده‌ترین حالت، آینده‌نگاری حاصل تلاقی و همگرایی سه دسته از مفاهیم یا حوزه‌های مختلف است: ۱– برنامه‌ریزی یا برنامه‌ریزی راهبردی[1]؛ ۲– آینده‌پژوهی[2]؛ ۳– شبکه-سازی یا توسعه سیاست[3] (اسماعیل‌پور و همکاران، ۱۴۰۰).

در پی آشکار شدن روزافزون اهمیت ورزش، کشورهای مختلف جهان در حال بررسی تاثیرات اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم صنعت ورزش هستند. آثاری چون تولید کالاها و ارائه خدمات ورزشی با کیفیت، احداث اماکن و فضاهای ورزشی استاندارد، مشارکت در بازار بورس اوراق بهادار، افزایش چشمگیر شاغلان در بخش ورزش، جذب گردشگر و حامیان مالی و ورود سرمایه‌های مالی به بازارهای داخلی از طریق برگزاری مسابقات ورزشی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی در زمره آثار اقتصادی مستقیم صنعت ورزش قرار می‌گیرند. آثار غیرمستقیم نیز در زمینه‌هایی همچون افزایش سطح سلامتی و تندرستی در میان افراد جامعه، کاهش هزینه‌های بهداشتی و درمانی و به تبع آن توسعه برنامه‌های ملی سلامت، کاهش بزهکاری، افزایش سطح بهره‌وری اقتصادی در بخش‌های تولیدی و خدماتی قرار دارند. در میان آثار مستقیم اقتصادی مذکور می‌توان ایجاد فرصت‌های شغلی را از مهم‌ترین آثار اقتصادی ورزش و سایر صنایع به شمار آورد (قدیری علمداری، ۱۳۹۴). بنابراین امروزه دولت‌ها برای برنامه‌ریزی بهتر و سیاست‌گذاری پربازده تر از روش‌های پیش‌بینی‌کننده در توسعه اقتصادی و اجتماعی استفاده می‌کنند. ورزش و نقش تعیین‌کننده آن در توسعه و پیشرفت اقتصادی اثبات‌شده است(سیرونت و اراستو[4]،۲۰۲۲). شناسایی عوامل موثر بر رشد اقتصادی در صنعت ورزش موضوع مورد اهمیت پژوهشگران حوزه علوم ورزش بوده است؛ به طوری که محمدی عسکرآبادی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تحلیل تماتیک عوامل موثر بر توسعه اقتصاد ورزش ایران» از مصاحبه‌های عمیق و مقوله‌بندی آنها، توسعه ورزش، عوامل تجاری اقتصادی، فعالیت های تجاری، الزامات حقوقی- حمایتی، الزامات مدیریتی و میزبانی رویدادهای بین‌المللی را به عنوان شش

[1] Planning or strategic planning
[2] future research
[3] Networking or policy development
[4] Sirvent & Eraso

مقوله مؤثر در توسعه اقتصاد ورزش ایران شناسایی کردند. امامی و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی عوامل موثر بر توسعه سرمایه گذاری بر توانمندسازی اقتصادی صنعت ورزش ایران پرداختند و دریافتند سیاست گذاری‌های اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به منظور دستیابی به بازارهای جدید، تعریف سرمایه‌های خارجی و فناوری نوین و اقداماتی در راستای افزایش ثبات اقتصادی باید صورت پذیرد تا ریسک سرمایه‌گذاری کاهش و به تبع آن، جریان سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در صنعت ورزش کشور افزایش یابد. توسعه سرمایه‌گذاری منجر به توسعه رفتار مصرف‌کنندگان ورزشی و دسترسی بهتر به بازار فروش و مواردی از این دست می‌گردد. همچنین با تاکید بر توانمندسازی ظرفیت‌های ورزشی داخلی، تسهیل فرآیندهای گرفتن مجوزها و روند تولید زمینه رشد اقتصادی در صنعت ورزش ایران فراهم می‌آید. رضوی و فریدونی (۱۴۰۱) بیان داشتند که سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌های اقتصادی باشگاه‌های فوتبال باید مبتنی و به واسطه نیروی انسانی متخصص و براساس اهداف راهبردی باشگاه تدوین شود تا بار مالی ناشی از فعالیت‌های فعلی را روی هزینه‌های آتی کاهش دهد. این در حالی است که پژوهش‌هایی با روش آینده-پژوهشی به ندرت در حوزه ورزش رقم خورده است. از جمله به روزترین پژوهش‌ها، مطالعه اسماعیل‌پور باریکی و همکران (۱۴۰۰) است که در آینده پژوهشی خود دریافتند سیاست‌های مراکز آموزشی، ارزیابی مستمر راهبردهای عملیاتی، فعالیت‌های پژوهشی، منابع انسانی متخصص، استانداردسازی سازه‌های ورزشی، مراکز تصمیم‌گیری فناوری ارتباطات و اطلاعات[1]محور، بوروکراسی‌زدایی، جهت‌دهی خیران به سمت ورزش تربیتی، معماری اماکن و فضاهای ورزشی، سبک زندگی، تورم، ظهور فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، اقتصاد خانواده‌ها، قیمت زمین و مصالح و تأسیسات بیشترین نقش را در وضعیت آینده ورزش تربیتی کشور ایفا می‌کنند. جلائی و همکاران (۱۳۹۷) سرمایه انسانی را به عنوان نقش محوری و اساسی در فراهم‌آوردن زمینه مناسب برای رشد اقتصادی معرفی کرده‌اند. همچنین پیش‌شرط این سرمایه‌گذاری را استفاده از آخرین دستاوردهای علمی و منطبق با نیازهای جامعه دانسته‌اند. کلاشی حسینی و رجایی (۱۳۹۵) به بررسی اثر مخارج ورزشی دولت و خانوار بر تولید ناخالص داخلی در ایران پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که مخارج ورزشی دولت و خانوار اثر مثبت و معناداری بر تولید ناخالص داخلی دارد که با توجه به لگاریتمی‌بودن الگو، این نتیجه بدین معنا است که یک درصد افزایش در هزینه‌های ورزشی دولت و خانوار (با فرض ثابت‌بودن سایر متغیرهای کنترلی)، برابر با ۰/۰۲۹ درصد افزایش در تولید ناخالص داخلی کشور است. نظری قنبری و صابونچی(۱۳۹۳) به بررسی نقش آموزش و سرمایه انسانی در رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش استان‌های غرب کشور پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که ورزش استان‌های غرب کشور، به لحاظ رقابت‌پذیری اقتصادی و شاخص سرمایه انسانی قدرت کافی ندارند. آنها بیان کردند که

[1] Information and Communication Technology

ضعف آموزش و نیروی انسانی در این استان‌ها از عوامل رکود رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش است. ژنگ و ماسون[1] (۲۰۱۸) برای ارزیابی جایگاه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای در اقتصاد دیجیتال آمریکای شمالی، شاخص‌هایی مانند ظرفیت اکوسیستم کارآفرینی، رقابت‌پذیری بازار، بسترهای نرم‌افزاری و محتوای رسانه‌ای را مورد بررسی قرار دادند. توسعه این عوامل پیش‌زمینه‌ای برای توسعه اقتصاد از طریق ورزش خواهد بود. هایدوک و واکر[2] (۲۰۱۸) برای تحلیل روند سه دهه اخیر صنعت ورزش انگلستان، شاخص‌های مشارکت، سرمایه‌گذاری و کارآفرینی سازمان‌های ورزشی را مورد بررسی قرار دادند. انجمن بازی‌های المپیک تایستانی (۲۰۱۹) بیان می‌کند بخش ورزش با عوامل بسیاری رو به‌روست که نظم و ثبات آن را به هم ریخته و مدام نیازمند ایجاد نظم و چارچوب‌های جدیدی است. در این راستا، روندها و تغییرات مختلف جهانی از جمله رشد سریع شهرنشینی، رشد جمعیت و سالمندی، تغییرات آب و هوایی و همچنین محدودیت‌های منابع، دست به دست هم می‌دهند تا تغییرات عمده‌ای در بخش‌های مختلف روی دهد و صنعت ورزش نیز از آن متاثر می‌گردد. در این راستا، در آینده ورزش، شکل‌ها و ابعاد تغییر و توسعه‌یافته‌ای از هواداری ورزش، حامی‌گری، تحولات دیجیتالی رسانه‌ها، ورزش‌های الکترونیکی، تغییر رفتار مصرف‌کنندگان ورزشی، هیئت‌های اداره‌کننده ورزش، رویدادهای ورزشی و ورزشکاران را شاهد خواهیم بود که باید از نگاه ملی و بین‌المللی مورد تحلیل و تصویرسازی قرار گیرد. این تغییرات در نهایت منجر به ایجاد تغییرات شدید و عدم‌اطمینان بالا در ورزش می‌گردد. در نتیجه، هیئت‌های مدیریت‌کننده ورزش همواره باید این روندها و تحولات را پیش‌بینی نمایند و خود را برای مقابله با آنها مهیا سازند. از این رو، توجه به این صنعت همواره مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بوده است. اما جهت بهره‌مندی حداکثری از مزایای این صنعت، برخورداری از برنامه‌های مبتنی بر آینده‌نگاری بیش از پیش اهمیت دارد. در نتیجه ضروری است تا آینده صنعت ورزش در ایران با لحاظ روش‌ها و ابزارهای به‌روز و نظام‌مند مورد بررسی و تصویرسازی قرار گیرد و در راستای نیل به آن آینده، برنامه‌ها و سازوکارهای اجرایی تدوین شود. پژوهش حاضر با درک اهمیت این موضوع به آینده‌نگاری صنعت ورزش در ایران پرداخته است.

به طور کلی ،آینده‌نگری علمی است که با هنر توام است (حاجیانی، ۱۳۹۱) و تحقیقات دو دهه گذشته به وضوح نشان داده‌اند که عملکرد صنایع و سازمان‌هایی که چشم‌اندازمحور هستند، بهتر از دیگر سازمان‌ها می‌باشد (دی وال۳، ۲۰۰۵). علاوه بر عملکرد، با توجه به چالش‌های ناشی از بحران‌ها، پیچیدگی-ها و تغییرهای محیط خارجی و همچنین در جهت حفظ محیط این صنایع و سازمان‌ها در فضای رقابتی، توجه به آینده نگاری اهمیت دو چندانی پیدا می‌کند. آینده‌نگاری در اصل برای واکنش به این محیط رقابتی

[1] Zheng & Mason
[2] Hayduk & Walker
[3] De Wall

و غلبه بر این بحران‌ها و بهبود عملکرد در سطح سازمانی و ملی ایجاد می‌شود تا با جمع‌آوری اطلاعات و پویش محیطی و با افزایش آگاهی و بینش، تصمیم‌سازان را در تصمیم‌گیری برای ساخت و ایجاد آینده مطلوب کمک کند. در این راستا، صنعت ورزش به عنوان یکی از صنایع پویا و متحول و متغییر نیازمند توجه و حرکت دقیق و مبتنی بر آینده است. در نتیجه، یکی از مهم‌ترین خلاءها و چالش‌های امروز ورزش ایران، آینده‌نگری و ترسیم خطوط حرکت آتی است (کوتز و همکاران[1]، ۲۰۱۰). آینده‌نگاری، فرایند تلاش سیستماتیک برای نگاه به آینده بلندمدت علم، فناوری، محیط زیست، اقتصاد و اجتماع است که با هدف شناسایی فناوری‌های عام نوظهور و تقویت حوزه‌های تحقیقات راهبردی است که احتمالا بیشترین منافع اقتصادی و اجتماعی را به همراه دارد. یکی از مهم‌ترین چالش‌های ورزش ایران به‌ویژه صنعت ورزش، همواره عدم‌برخورداری از برنامه‌ها و خطوط ترسیم‌شده راهبردی برای آینده است. آخرین برنامه جامع راهبردی کشور مربوط به سال ۱۳۸۳ می باشد که طرح جامع ورزش کشور صرفا تدوبن اما به مرحله اجرا وارد نگردید. بنابراین یکی از مسائل عمده ورزش در ایران، حرکت برمبنای نگاه سلیقه‌ای مدیران و عدم‌توجه به پیش‌بینی آینده و تعیین وضعیت‌های آتی ورزش کشور و ترسیم برنامه‌های راهبردی جهت نیل به آن بوده است. تحقیق حاضر در نظر دارد تا به آینده نگاری پیشران‌های اقتصادی در صنعت ورزش ایران بپردازد و مشخص کند پیشران های اقتصادی در صنعت ورزش ایران کدام‌اند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به ماهیت آن و افقی که برای برنامه‌ریزی در نظر گرفته، مبتنی بر رویکرد آینده‌پژوهی است که از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق را کلیه اساتید دانشگاه در زمینه اقتصاد و بازاریابی ورزشی تشکیل می‌دادند که از دانش و تجربه لازم برخوردار بودند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت غیراحتمالی و هدفمند بود. بر این اساس از یک گروه اولیه که بر اساس قضاوت ذهنی و هدفمند انتخاب گردیدند، خواسته شد تا متخصصان مربوطه را معرفی کنند. جهت جمع‌آوری داده‌های کیفی پژوهش از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند استفاده گردید. در این راستا، ابتدا راهنمای مصاحبه برای افراد ارسال شد که در برگیرنده عنوان، اهداف و سؤال کلی مصاحبه بود تا مصاحبه‌شونده‌ها با موضوع بحث آشنا شوند. در طول مصاحبه، به روش‌های مختلف مانند یادداشت‌برداری و ضبط جریان مصاحبه بر گوشی تلفن همراه با رضایت مصاحبه‌شوندگان اطلاعات ثبت شد. بلافاصله پس از اتمام مصاحبه، یادداشت‌های مشروحی درباره جریان مصاحبه برداشته می‌شد. بر این اساس در این تحقیق حجم نمونه از قبل مشخص نبود و هنگام رسیدن به اشباع نظری مشخص شد. در نهایت ۱۳ مصاحبه با خبرگان انجام شد که بعد از مصاحبه ۱۱ تحقیق به اشباع نظری رسید و اطلاعات

[1] Coates

جدیدی از مصاحبه‌ها به دست نیامد. با این حال برای اطمینان دو مصاحبه دیگر نیز انجام شد. در این پژوهش بنا به ماهیت موضوع از فنون و ابزارهای مختلف همچون مصاحبه، پنل خبرگان و پرسش‌نامه ماتریسی برای مشخص کردن میزان اهمیت هر یک از مولفه ها نسبت به یکدیگر استفاده گردید. دادهای کیفی مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، بر اساس روش تحلیل مضمون برون و کلارک (۲۰۰۶) شناسایی و سپس براساس تکنیک دلفی، مقولات استخراج‌شده وزن‌دهی شدند. بر همین اساس، پس از مشخص شدن شاخص‌ها و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر اقتصاد صنعت ورزش کشور، پرسش‌نامه‌های طراحی‌شده به صورت ماتریسی "دو در دو" مجدداً در بین نمونه آماری توزیع شد. در پردازش داده‌ها نیز از تکنیک دلفی و تحلیل اثرات متقاطع براساس نرم‌افزار میک‌مک برای تفهیم و تبیین پیشران‌های اقتصادی صنعت ورزش کشور استفاده گردید. روش میک مک برای انجام محاسبه‌های سنگین ماتریس اثرات متقاطع طراحی‌شده است. فرآیند این روش این‌گونه است که ابتدا متغیرها و مؤلفه‌های مهم در حوزه موردنظر شناسایی و سپس در ماتریسی مانند تحلیل اثرات وارد می‌شود. آنگاه میزان ارتباط میان این متغیرها با حوزه مربوط، از سوی خبرگان مشخص می‌گردد. متغیرهای موجود در سطرها بر متغیرهای موجود در ستون‌ها تأثیر می‌گذارند؛ به این ترتیب متغیرهای سطرها، تأثیرگذار و متغیرهای ستون‌ها، تأثیرپذیرند. بر همین اساس برای تحلیل داده‌های در ابتدا با استفاده از روش دلفی عوامل اصلی، رتبه‌بندی شدند. در مرحله دوم، با طراحی پرسش‌نامه، داده‌های مربوط به ماتریس تأثیرات عوامل از همان خبرگان جمع‌آوری و در تحلیل استفاده گردید. در این مرحله، دو نوع اثر مستقیم و غیرمستقیم از هم تفکیک شدند و آثار مستقیم از نتیجه تحلیل تأثیرات عوامل بر یکدیگر به دست آمد و آثار غیرمستقیم از طریق توان‌های ۲، ۳، ۴ و... عوامل محاسبه شدند. در تحلیل‌های ماتریس متقاطع هم با روش میک مک شش مرحله درک سیستمی و مشاهده پایداری یا عدم پایداری سیستم؛ شناسایی تأثیرات غیرمستقیم متغیرها؛ شناسایی عوامل و پیشران‌های اصلی و استفاده از آن‌ها در سناریونویسی؛ درک کلی از سیستم و پرهیز جزئی؛ شناسایی عوامل ناپایدارکننده سیستم و شناسایی محیط به واسطه سنجش تأثیرگذاری انجام شد.

یافته‌های پژوهش

در جدول ۱، ویژگی‌های فردی نمونه‌های تحقیق ارائه‌شده است:

جدول ۱: وضعیت جمعیت‌شناختی نمونه‌ها

گروه‌ها		فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۴	۳۹/۷۷
	مرد	۹	۶۹/۲۳

سن	۳۶ تا ۴۰	۲	۱۵/۳۸
	۴۱ تا ۴۵	۷	۵۳/۸۵
	بیش از ۴۵ سال	۴	۳۹/۷۷
سابقه کار (به سال)	کمتر از ۱۰ سال	۱	۷/۶۹
	۱۱ تا ۱۶	۷	۵۳/۸۵
	بیشتر از ۱۶	۵	۳۸/۴۶

در جدول ۲ ، کدهای باز و همچنین عوامل استخراج‌شده از متن مصاحبه‌ها به تفکیک آمده است:

جدول ۲: کدهای استخراج شده از مصاحبه ها

عامل ها	کدهای باز
توسعه امکانات و زیرساخت‌ها	تدوین استانداردهای لازم برای توسعه اماکن ورزشی. رعایت دستورالعمل‌های و استانداردهای موجود در زمینه ساخت اماکن ورزشی. عزم نهادهای ذی صلاح در زمینه بهینه‌سازی زیرساخت‌های ورزشی کشور. توجه به نوع مدیریت اماکن ورزشی که بیشتر دولتی می باشند. ایجاد بستر های مناسب برای برگزاری رویدادهای ورزشی بزرگ در کشور
توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی	ایجاد شبکه‌های اجتماعی تخصصی در زمینه ورزش. افزایش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی در زمینه تولیدات و خدمات ورزشی. افزایش دانش در زمینه توسعه صادرات محصولات ورزشی. توسعه شبکه‌های فروش از طریق شبکه‌های اجتماعی. آموزش بازاریابی در زمینه توسعه صادرات محصولات ورزشی
توسعه حقوقی و قانونی	رفع ایرادات و مشکلات قانونی در زمینه توسعه صنعت ورزش. مشخص شدن نوع و ماهیت حقوقی باشگاه‌های ورزشی در رشته‌های ورزشی مختلف. تدوین موارد حقوقی مناسب در زمینه توسعه صنعت ورزش. بهره‌گیری از مدیران متخصص جهت مشروعیت بخشیدن به صنعت ورزش. تدوین قوانین و مقررات در زمینه حاکمیت باشگاه‌داری.
توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی	توسعه بنگاه‌های موجود در زمینه صادرات محصولات ورزشی. زمینه‌سازی در جهت ایجاد بنگاه‌های صادرات محصولات ورزشی. ایجاد تسهیلات برای شرکت‌های خصوصی جهت سرمایه‌گذاری برای صادرات محصولات ورزشی. تخصصی‌کردن تولیدات محصولات ورزشی جهت صادرات آنها. ایجاد بازاریابی شبکه‌ای جهت افزایش قابلیت بنگاه‌های صادراتی.
توسعه نیروی انسانی	حفظ ثبات در مدیریت در تمامی سطوح ورزش کشور. پرورش و به‌کارگیری مدیران خلاق و متخصص در زمینه بازاریابی و کسب درآمد در سطوح مختلف ورزش. سرمایه‌گذاری در زمینه رشد و توسعه سطوح پایه ورزش کشور. برگزاری دوره‌های افزایش دانش و ارتقای سطح دانش تجاری مدیران ورزشی. در نظر گرفتن معیارهای مناسب در زمینه منابع انسانی و ارزیابی مدیران باشگاه‌ها.
توسعه علمی و پژوهشی	توجه به شاخص‌های اصلی اقتصادی در زمینه ورزش در پژوهش‌های علمی و تحصیلات تکمیلی. توجه به موضوعات پژوهشی مرتبط با مسائل اقتصادی در

	ورزش. افزایش مشارکت در زمینه‌های پژوهشی با سایر رشته‌های مالی. انجام پروژهای مشترک در زمینه بازاریابی و ورزشی با نهادهای مربوطه.
توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت	ایجاد ساز و کارهای لازم جهت تدوین راهبرد های بلندمدت در زمینه اقتصاد ورزش کشور. رفع موانع موجود در زمینه رشد و توسعه اقتصاد ورزشی کشور. جلوگیری از مداخله افراد صاحب قدرت در زمینه سیاسی در ساختار ورزش. کم و انگشت‌شمار بودن باشگاه‌های ورزشی کشور که دارای مجوزهای حرفه‌ای می‌باشند. افزایش نهادهای که از صنعت ورزش حمایت می‌کنند. توسعه نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای در ورزش کشور. عدم‌توجه یا توجه محدود باشگاهی ورزشی کشور به بحث توسعه ورزش در سطوح پایه.توسعه نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای در ورزش کشور.
توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن	افزایش سرانه درآمد ملی. بوجود آوردن روش‌های مناسب و منطقی قیمت‌گذاری. افزایش کیفیت محصولات و خدمات ورزشی. مدیریت مناسب در برگزاری رویدادهای ورزشی در کشور. حضور همه اقشار جامعه به‌خصوص بانوان و ورزشکاران مطرح. ایجاد ساز و کارهای لازم جهت جذب و نگهداری هواداران ورزش.
توسعه رسانه‌ای	تدوین قوانین کپی رایت در زمینه محصولات و خدمات ورزشی. به‌وجود آوردن تقاضا خرید برای مشتریان از طریف رسانه‌ها. تدوین قوانین مدون در زمینه به رسمیت شناخته شدن حق پخش. لازم الاجرا شدن قوانین جهت رسمیت یافتن حق پخش تلویزیونی. تلاش برای خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی. خصوصی‌سازی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. ایجاد شبکه‌های تلویزیونی خصوصی.

تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم متغیرها

همانگونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود بر اساس تعداد متغیرها، ابعاد ماتریس ۹ بود. تعداد تکرارها را چهار بار در نظر گرفته شد و درجه پرشدگی ماتریس ۰/۷۳ درصد است که گویای ضریب بالایی می‌باشد که دلیل آن تأثیر و ارتباط گسترده متغیرهای اقتصادی تأثیرگذار صنعت ورزش است.

جدول۳: داده‌های اولیه تحقیق

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
توسعه امکانات و زیر ساخت	۰	۲	۲	۳	P	۲	P	۳	P
توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی	۱	۰	P	۱	۲	۲	۱	۰	۱
توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی	۰	۲	۰	۱	۱	۲	۳	۱	۱
توسعه هواداران و درآمد حاصل از ان	۰	۱	۲	۰	۲	۳	۲	۱	۲
توسعه رسانه‌ای	۱	۲	۱	۱	۰	۲	۱	۱	۱
توسعه نیروی انسانی	۱	۲	۱	۱	۱	۰	۰	۲	۰
توسعه حقوقی و قانونی	۰	۰	۱	۲	۳	۲	۰	۱	۱
توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت	۰	۱	۱	۲	۱	۱	۰	۰	۰
توسعه علمی و پژوهشی	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۲	۰	۰

از مجموع رابطه قابل ارزیابی در این ماتریس، ۲۲ رابطه عدد صفر، ۳۱ رابطه عدد یک، ۱۹ رابطه عدد دو، ۵ رابطه عدد سه و ۴ رابطه عدد **P** بوده است. از طرف دیگر، ماتریس بر اساس شاخص‌های آماری با چهار بار چرخش داده‌های از مطلوبیت و بهینه‌شدگی **100** درصد برخوردار بوده است. در ادامه برای شناسایی بیشتر پیشران‌ها و عوامل مؤثر به بررسی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم متغیرها پرداخته شد (جدول ۴ و ۵):

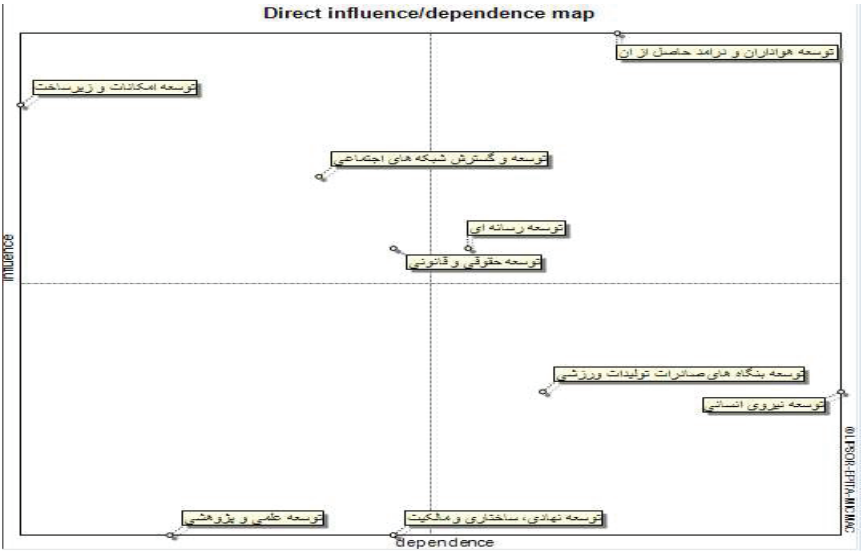
جدول۴: تحلیل اولیه داده‌های ماتریس

شاخص	ابعاد ماتریس	تعداد تکرار	تعداد صفرها	تعداد یک	تعداد دو	تعداد سه	تعداد P	جمع	درجه پرشدگی
مقدار	۹	۴	۲۲	۳۱	۱۹	۵	۴	۵۹	۰/۷۳

جدول۵: درجه مطلوبیت و بهینه‌شدگی ماتریس

چرخش	تاثیرگذاری	تاثیرپذیری
۱	۸۸٪	۹۴٪
۲	۸۹٪	۱۰۰٪
۳	۱۱۲٪	۱۰۰٪
۴	۱۰۰٪	۱۰۰٪

در خروجی پروژه در نرم‌افزار میک مک، عوامل تأثیرگذار، وابسته، مستقل و دو وجهی (تاثیرگذار و تاثیرپذیر) به شرح شکل ۱ و جدول ۶ ارائه شده است:



شکل۱. طرح تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم متغیرهای اقتصادی تأثیرگذار بر صنعت ورزش کشور

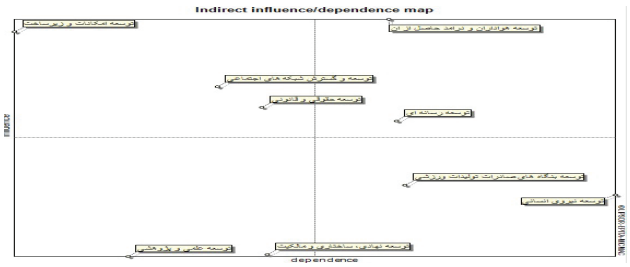
متناسب با شکل ۱ و جدول ۵ متغیرهای توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی، سه متغیر اقتصادی تاثیرگذار در صنعت ورزشی کشور می‌باشند. متغیرهای توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن و متغیر توسعه رسانه‌ای متغیرهای دوجهی یعنی هم تاثیرگذار و تاثیرپذیر شناسایی شدند. متغیرهای توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی و متغیر توسعه نیروی انسانی به عنوان متغیرهای وابسته شناسایی شدند و در نهایت متغیرهای توسعه علمی و پژوهشی و توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت به عنوان متغیرهای اقتصادی وابسته در صنعت ورزشی کشور قرار گرفتند.

جدول ۶: وضعیت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل و متغیرهای اقتصادی بر صنعت ورزش کشور

	عامل	مجموع سطر	مجموع ستون
متغیرهای تاثیر گذار	توسعه امکانات و زیرساخت ها	۲۱	۴
	توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی	۱۱	۱۱
	توسعه حقوقی و قانونی	۱۰	۱۲
متغیرهای وابسته	توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی	۱۱	۱۱
	توسعه نیروی انسانی	۸	۱۵
متغیرهای مستقل	توسعه علمی و پژوهشی	۶	۹
	توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت	۶	۹
متغیرهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر	توسعه هواداران و درآمد حاصل از ان	۱۳	۱۲
	توسعه رسانه ای	۱۰	۱۳
	جمع کل	۸۴	۸۴

تاثیرپذیری و تاثیرگذاری غیر مستقیم متغیرها

طرح تأثیرگذاری و تأثیرپذیری غیرمستقیم متغیرها نشان می دهد که متغیر توسعه امکانات و زیرساخت‌ها بیشترین تأثیرگذاری غیرمستقیم را داشته است. پس از آن متغیرهای توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی در مراحل بعدی تأثیرگذاری غیرمستقیم بر صنعت ورزش قرار دارند. متغیر توسعه نیروی انسانی بیشترین تأثیرپذیری غیرمستقیم را از سایر متغیرها داشته است. همچنین متغیرهای توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن و توسعه رسانه‌ای کلیدی‌ترین متغیرها محسوب می‌شوند که نقشی راهبردی دارند و در این میان از تأثیرپذیری و تأثیرگذاری غیرمستقیم بالایی برخوردار هستند (شکل ۲).



شکل ۲: طرح تأثیرگذاری و تأثیرپذیری غیرمستقیم متغیرهای تأثیرگذار اقتصادی بر صنعت ورزش کشور

رتبه‌بندی متغیرهای اقتصادی صنعت ورزش کشور بر اساس تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم

بر اساس خروجی پروژه میک مک میزان تأثیرگذاری هر یک از ماتریس‌های مستقیم و غیرمستقیم بر اساس رتبه مشخص شده است. در بررسی تأثیرگذاری مستقیم متغیرهای اقتصادی صنعت ورزش کشور، متغیرهای توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن رتبه اول؛ توسعه امکانات و زیرساخت‌ها در رتبه دوم؛ توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی در رتبه سوم و توسعه رسانه‌ای در رتبه چهارم قرار گرفتند. رتبه سایر متغیرها در ماتریس تاثیرگذاری مستقیم به ترتیب در شکل ۳ ارائه شده است. همچنین بررسی تاثیرگذاری غیرمستقیم حاکی از این بود که متغیرهای توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن رتبه اول؛ توسعه امکانات و زیرساخت‌ها در رتبه دوم؛ توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی در رتبه سوم و توسعه حقوقی و قانونی در رتبه چهارم قرار گرفتند. رتبه سایر متغیرها در ماتریس تاثیرگذاری مستقیم به ترتیب در شکل ۳ ارائه شده است:

Classify variables according to their influences			
	MDI matrix		MII matrix
رتبه	متغیر		متغیر
۱	توسعه هواداران و درامد حاصل از ان		توسعه هواداران و درامد حاصل از ان
۲	توسعه امکانات و زیرساخت ها		توسعه امکانات و زیرساخت ها
۳	توسعه و گسترش شبکه های اجتماعی		توسعه و گسترش شبکه های اجتماعی
۴	توسعه رسانه ای		توسعه حقوقی و قانونی
۵	توسعه حقوقی و قانونی		توسعه رسانه ای
۶	توسعه بنگاهای صادرات تولیدات ورزشی		توسعه بنگاهای صادرات تولیدات ورزشی
۷	توسعه نیروی انسانی		توسعه نیروی انسانی
۸	توسعه تهادی، ساختاری و مالکیت		توسعه تهادی، ساختاری و مالکیت
۹	توسعه علمی و پژوهشی		توسعه علمی و پژوهشی

شکل۳: اولویت‌بندی متغیرهای تأثیرگذار اقتصادی بر صنعت ورزش کشور

بحث و نتیجه‌گیری

مشکلات اقتصادی به ویژه در بخش تولید و درآمد از جمله مسائل مهمی است که انسان همواره با آن روبرو است و ثمره هر نظام اقتصادی، تولید و به طبع آن مصارف کالا و خدماتی است که به عنوان متداول‌ترین شاخص ارزیابی اقتصادی یک کشور به شمار می‌رود (ویکنر و باسکستراند[1]، ۲۰۱۸). حال از آنجایی که فقر و غنای هر کشوری به توان تولید سرانه نظام های اقتصادی در بخش‌های مختلف آن وابسته است، لذا تولید بیشتر امکان سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی اقتصادی را در آینده فراهم می‌کند و در نهایت زندگی مادی، اجتماعی و فرهنگی بهتری را برای نسل آینده فراهم می‌سازد (پرز- پرز[2] و همکاران، ۲۰۱۸).

[1] Wikner, & Bäckstrand
[2] Pérez-Pérez

در این بین یکی از صنعت‌های که می‌تواند نقش اساسی در بخش اقتصادی چه از بعد عملی و چه از بعد تماشایی در تولید و مصرف کالا و خدمات داشته باشد، صنعت ورزش می‌باشد، زیرا پتانسیل‌های زیادی در آن وجود دارد. این موضوع باعث شده است به صنعت ورزش نگاه ویژه‌ای شود و از دیدگاه‌ها و زمینه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گیرد. یکی از این زمینه ها، مباحث اقتصادی می‌باشد. از این رو در این تحقیق، محقق برآن شد آینده صنعت ورزش را از منظر اقتصادی مورد بررسی قرار دهد و مشخص کند عوامل کلیدی و پیشران‌های اقتصادی صنعت ورزش کدام‌اند. نتایج نشان داد در کل ۹ عامل به عنوان کلیدی‌ترین عوامل اقتصادی صنعت ورزش کشور می باشند که در چهار دسته: ۱. عوامل تاثیرگذار (توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی)؛ ۲. عوامل وابسته (توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی و توسعه نیروی انسانی)؛ ۳. عوامل مستقل (توسعه علمی و پژوهشی، توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت)؛ ۴. متغیرهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر (توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن و توسعه رسانه‌ای) تقیسم می‌شوند.

در زمینه عوامل تاثیرگذار (توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی) می‌توان گفت اصلی‌ترین زمینه‌هایی که در حوزه صنعت ورزشی می‌توان از آن‌ها یاد کرد، اماکن، تجهیزات و خدمات ورزشی می‌باشند. از آنجایی که تمامی این مراکز نیازمند تأمین تجهیزات مورد نیاز خود هستند، اگر این اقلام از تولیدات داخل تأمین گردد در ایجاد فرصت‌های کسب و کار و کارآفرینی در فضای ورزشی بسیار تأثیرگذار است و موجب شکل‌گیری یک کسب و کار مطلوب ورزشی خواهد شد. همچنین همین اقدام باید در زمینه اقلام و لوازم ورزشی دیگر صورت پذیرد تا با حمایت از تولیدکنندگان و کسب و کارهای داخلی و ایجاد نگرش مثبت در زمینه کیفیت محصولات داخلی یک محیط رقابتی در این محصولات ایجاد نماید که خود سبب تولید ثروت و شکل‌گیری محیط کارآفرینانه می‌شود. کمپ‌های تفریحی، ورزشی، پارک‌ها و فضاهای شهری و کلیه خدمات در حوزه گردشگری و توریسم از جمله فضاهای کسب و کار استارت‌آپی است که با توجه به پتانسیل کشور از ظرفیت بسیار بالایی در این حوزه برخوردار است. در باره توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی نیز می توان گفت شبکه‌های اجتماعی در مشخص کردن رفتارهای اقتصادی، توسعه شبکه‌های کسب و کارهای تجاری و مراودات سیاسی نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای دارند، زیرا آنها به کسب و کارها این اجازه را می‌دهند تا ارتباط مستقیمی را با ذی‌نفعان ورزش مانند مشتریان، ورزشکاران، تماشاگران، تولیدگنندگان و ... داشته باشند. در زمینه صنعت ورزش نیز می‌توان گفت این شبکه‌ها با ایجاد شبکه‌های فروش آنلاین، اطلاع‌رسانی در زمینه پیشرفت‌های تجهیزات ورزشی زمینه توسعه این صنعت را فراهم آورند. توسعه حقوقی و قانونی نیز یکی از عوامل اثرگذار اقتصادی در صنعت ورزش می باشد. در واقع توسعه موارد حقوقی که مجموعه‌ای از قواعد و اصول قانونی است،

باعث می شود تمام اعمال و وضعیت‌های موجود در زمینه صنعت ورزش مانند تولیدات محصولات و خدمات در صنعت ورزش در دایره حاکمیت قانونی شرکت‌ها و سازمان‌های ورزشی قرار گیرد که تبعیت از آن لازم الاجرا و لازم الاتباع برای تمامی نهادها و اشخاص حوزه ورزش جهت ورود به سطح جهانی می‌باشد. در زمینه عوامل وابسته (توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی و توسعه نیروی انسانی) نیز می‌توان گفت توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی می‌تواند مزیت رقابتی فراوانی را در صنعت ورزش فراهم آورد. این اتفاق وضعیتی را برای یک بنگاه ورزشی فراهم می‌آورد تا با به‌کارگیری روش‌های نوین و ارائه محصولاتی با کیفیت بالاتر کارآیی خود را بالاتر ببرد و از این طریق با رقابت با رقبای خود سود بیشتری را برای بنگاه اقتصادی خود فراهم آورند. گفتنی است که هر کشوری بر اساس عوامل خود در زمینه تولیدات داخلی و ملی باید برای تولید محصولات خود ارزش قائل شود و به آن ارزش دهد تا تولیدگنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات ورزشی دلگرم شوند و با بهبود کیفیت محصولات خود زمینه را برای صادرات محصولات شان فراهم آورند. در زمینه توسعه نیروی انسانی نیز می‌توان گفت سازمان‌ها ورزشی برای بقای خود مجبور به استفاده از پتانسیل‌ها و شایستگی‌های پرسنل و نیروی انسانی خود برای بدست آوردن مزیت رقابتی می‌باشند. با نگاهی دقیق در این زمینه و مقایسه با کشورهای پیشرفته می‌توان دریافت که علت رشد و توسعه آنها، نیروی انسانی توانمند و کارا می باشد.

در این تحقیقی یکی دیگر از نتایج نشان داد توسعه علمی و پژوهشی و توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت به عنوان عوامل مستقل اقتصادی در صنعت ورزش نقش دارند. بابت توسعه علمی و پژوهشی می‌توان اذعان کرد دانش و فناوری از مهمترین و اصلی‌ترین ارکان توسعه به شمار می رود و اقتصاد پایدار عمدتا بر اساس دانش پایه‌گذاری می‌شود. در زمینه توسعه صنعت ورزش در کشورمان نیز وزارت صنعت، معدن و تجارت به بحث ورزش به‌خصوص توسعه آن بر اساس اصول علمی توجه ویژه دارد. برای رسیدن به این اهداف نیز می‌توان از مراکز پژوهشی کشور و همچنین همکاری بیشتر با پژوهشگران حوزه مدیریت ورزشی کمک گرفت. در زمینه توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت به عنوان یک عامل در صنعت ورزش می‌توان به بحث خصوصی‌سازی و سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی که توسط مقام معظم رهبری در سال ۱۳۸۴ ابلاغ گردید، رجوع کرد، زیرا با هدف اصلاحات ساختاری صورت گرفت و اهداف آن سرعت دادن به رشد و توسعه بخش‌های اقتصادی، گسترش مالکیت عمومی، ارتقای کارآیی و اثربخشی، افزایش رقابت‌پذیری، افزایش سهم بخش خصوصی در اقتصاد و کاهش بار مالی بر بدنه دولت می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت خصوصی‌سازی یکی از اجزای برنامه‌های اصلاحات ساختاری است که با هدف دستیابی به بهره وری بیشتر بنگاه‌ها در سطح اقتصاد خرد و رسیدن به توسعه اقتصادی در بحث اقتصاد کلان می‌باشد. در صنعت ورزش نیز می‌توان با کاهش تصدی‌گری نهادهای دولتی و سیاسی، رفع موانع خصوصی‌سازی،

افزایش نهادهای حمایتی سازمان‌یافته در صنعت ورزش، توسعه نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای، رفع مشکلات عمده حقوقی در زمینه کپی رایت و ... زمینه توسعه صنعت ورزش را فراهم آورد.

بخش پایانی یافته‌های این پژوهش متغیرهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر (توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن و توسعه رسانه ای) بود. در بحث توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن به عنوان یک عامل دو وجهی می‌توان گفت ارائه‌دهندگان خدمات ورزشی باید تعداد هوادارانی را که در بازی‌ها حضور پیدا می‌کنند، حفظ یا افزایش دهند. اگرچه حمایت مالی و فروش کالا برای بسیاری از ورزش‌های حرفه‌ای درآمد قابل توجهی ایجاد می‌کند، درآمد حاصل از فروش بلیط‌های فصل تماشاگران همچنان جریان درآمدی ضروری را برای تیم‌ها در بسیاری از مسابقات ورزشی حرفه‌ای به همراه دارد. از این رو، مفاهیم مدیریت خدمات "حفظ مشتری" و "قصد خرید مجدد" به طور فزاینده‌ای برای مدیریت موفق سازمان‌های ورزشی حرفه‌ای ارتباط دارد. در بیشتر بخش‌های خدماتی، پذیرفته شده است که نیات رفتاری مثبت (مانند خرید مجدد و توصیه شفاهی) می‌تواند با بهبود کیفیت خدمات افزایش یابد. با این حال، در تلاش برای حفظ مشتریان فعلی (و جذب مشتریان جدید)، ارائه‌دهندگان ورزش‌های حرفه‌ای نمی‌توانند به سادگی به بهبود کیفیت خدمات به عنوان یک دارو در همه شرایط تکیه کنند. با توجه به این موارد می‌توان گفت توسعه هوادارن باعث حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها و بهره‌مندی تیم‌ها از آنها و همچنین استفاده از مزیت میزبانی می‌شود که همواره نقش مهمی در موفقیت تیم‌ها داشته است. بنابراین حضور تماشاگران در ورزشگاه ها نه تنها به ورزشکاران و تیم‌های ورزشی برای ارائه بازی‌های جذاب و مهیج کمک می‌کند، بلکه می‌تواند نقش موثری در درآمدزایی باشگاه‌ها، جلب حامیان مالی، توجه رسانه‌ها و حق پخش بازی‌ها و در نهایت ایجاد کیفیت مسابقات ورزشی داشته باشد. این اتفاقات باعث می‌شود باشگاه‌های ورزشی که در صنعت ورزش فعالیت دارند در تمامی بخش‌ها به‌خصوص بخش اقتصادی خودکفا شوند و زمینه توسعه بیشتر صنعت ورزش را فراهم آورند. در بخش توسعه رسانه‌ای به عنوان یک عامل دو وجهی نیز می‌توان گفت توسعه و افزایش منابع مالی در ورزش بر اثر تعامل با رسانه‌های گروهی است و اقتصاد و ورزش به مدد رسانه‌ها با یکدیگر در تعامل هستند و باعث تجاری‌شدن ورزش شده اند. دلیل آن نیز این است که ورزش به‌خصوص در کشورهای توسعه‌یافته به عنوان یک صنعت مهم و عامل اثرگذار در رشد اقتصادی مورد توجه می‌باشد و با در اختیار داشتن عامل محرکی همچون مسابقات بزرگ ورزشی و امکان بهره‌مندی از فرصت‌های تبلیغاتی در رسانه‌ها موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل بین صنعت، تجارت و ورزش شده است. بنابراین بهره‌گیری ورزش از رسانه‌ها سبب استقبال بی‌سابقه جامعه از ورزش شده است. این اتفاق می‌تواند باعث روانه شدن پول‌های زیادی در صنعت ورزش شود که در طولانی‌مدت باعث رشد و توسعه آن گردد (رضایی و صالح‌پور، ۱۳۹۷).

به‌طور کلی می‌توان گفت ورزش و تفریحات ســـالم به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنایع در قرن ۲۱، به طور مستقیم و غیرمستقیم در توسعه اقتصادی کشورهای جهان نقش دارند (رستم‌زاده و همکاران ، ۱۳۹۳). آثاری چون تولید کالاها و خدمات ورز شی، صادرات و واردات، هزینه‌های خانوار، ایجاد اماکن و تسهیلات، تبلیغات، مشارکت در بورس، پوشش رسانه‌ای، اشتغال، جذب گردشگر و حامیان مالی در زمره تأثیرات م ستقیم اقت صادی ورزش قرار می‌گیرند و تأثیرات غیرم ستقیم اقت صادی آن نیز در زمینه‌هایی چون ارتقای سطح سلامت جامعه، کاهش هزینه‌های درمان و به تبع آن تو سعه برنامه‌های ملی سلامت، کاهش بزه‌کاری‌ها، کاهش غیبت کارکنان و افزایش عملکرد و بهره‌وری آنها و در نتیجه، ر شد و تو سعه اقتصاد ا ست. این موارد نشان می دهد تو سعه صنعت ورزش سهم قابل توجهی در تولید ناخالص داخلی کشورها دارد و می‌تواند موجب ارتقای جایگاه این صنعت در بین صنایع دیگر شود. بنابراین تمام تلاش‌های دست‌اندرکاران ورزش و دولتمردان کشور باید در جهت رشد و توسعه صنعت ورزش باشد.

پیشنهاد می‌شود در راستای توسعه اقتصادی ورزش، ابتدا رشته اقتصاد ورزش در دانشگاه‌ها ایجاد شود تا از این طریق تعداد متخصصان در این حوزه بیشتر شود و به طبع آن با تشویق و ترغیب سازمان و شرکت‌ها به سرمایه‌گذاری در ورزش و توسعه زیرساخت‌های آن، علاوه بر تغییر سبک زندگی مردم برای پرداختن به ورزش موجبات توسعه اقتصاد ورزش فراهم آید.

منابع

- حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۹۱). **مبانی، اصول و روش های آینده‌پژوهی**. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع.)
- خیرگو، منصور و شکری، زینب. (۱۳۹۰). «**توسعه فرایند سیاست‌گذاری با استفاده از راهبرد آینده‌نگاری**». فصل‌نامه علمی-پژوهشی مدیریت نظامی. سال ۱۱، شماره ۴۲، صص ۱۰۳-۱۲۶.
- رستم‌زاده، پرویز؛ صادقی، حسین؛ عصاری، عباس و یاوری، کاظم. (۱۳۹۳). «**اثر سرمایه‌گذاری دولت در بخش ورزش بر رشد اقتصادی در ایران**». پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار). ۱۴ (۴)، صص۱۷۷-۲۱۰.
- رضایی، شمس‌الدین و صالحی‌پور، مژگان. (۱۳۹۷). «**تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده‌بنیاد**». مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۶(۱)، صص ۸۹-۱۰۷.
- کلاشی. مازیار؛ حسینی، سیدعماد و رجایی، محمدهادی .(۱۳۹۵). «**اثر مخارج ورزشی دولت و خانوار بر تولید ناخالص داخلی در ایران**». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۳۸، صص ۱۶۵-۱۸۲.

- Jalayee, S. A., Bakhshandeh, H., Esmaili, M., & Rasooli, M. (2018). **"The Role of Human Resources in the Economic Growth of Irans Sports Industry".** Sport Management Studies, 10(48), 67-88. doi: 10.22089/smrj.2017.3624.1730
- emami, A., emami, F., afshari, M. (2022). **"The effects of investment development on the economic empowerment of Iran's sports industry: An Exploratory study".** Strategic Studies on Youth ans Sports, 21(56), 229-254. doi: 10.22034/ssys.2022.1522.2113
- Esmailpour Bariki E, Shojaei V, Hami M. (2022). **"Future Study of Iranian educational sportFactors affecting the development of educational sports in Iran with a futures study approach".** 3; 9 (35) :179-192.
- Ahmadi, A. (2019). **"Toddlers (startups) in the field of sports".** the fifth national conference of the Iranian Sport Management Association, Tehran. ([Persian).

- Amini, M., Atghia, N., Norouzi Seyed Hosseini, R. (2020). **"Identifying Components and Levels of Knowledge-Based Economy in Sport (A Qualitative approach)".** Sport Management Studies, 12(60), 41-60. (Persian).
- Mohamadi Askarabadi, M., eydi, H., & Abbasi, H. (2020). **"Thematic Analysis of Factors Affecting the Development of Iran's Sport Economy".** Sport Management and Development, 9(4), 20-35. doi: 10.22124/jsmd.2020.4113
- Fernando Castelló-Sirvent, Carlos Meneses-Eraso. (2022). **"Research Agenda on Multiple-Criteria Decision-Making: New Academic Debates in Business and Management".** Axioms 11:10, pages 515.Crossref
- Flegr, S., & Schmidt, S. L. (2022). **"Strategic management in eSports–a systematic review of the literature".** Sport Management Review, 25(4), 631-655.
- razawi, M., & freydoni, M. (2023). **"Economic policy model of Iranian football clubs".** Sport Management Studies, (), -. doi: 10.22089/smrj.2021.9604.3226
- Bandura, A., & Hall, P. (2018). **"Albert bandura and social learning theory".** Learning Theories for Early Years Practice, 63.
- Bryder, K., Malmborg-Hager, A., & Söderlind, E. (2016). **Virtual Business Models: Entrepreneurial Risks and Rewards.** Woodhead Publishing.
- Chan, J. K. L., & Quah, W. B. (2012). **"Start-up factors for small and medium-sized accommodation businesses in Sabah, Malaysia: Push and pull factors".** Asia pacific journal of tourism research, 17(1), 49-62.
- Coates, J., Durance, P., & Godet, M. (2010). **"Strategic foresight issue: introduction".** Technological Forecasting and Social Change, 77(9), 1423-14
- Conway, Maree (2005). **"Strategic Planning Revisited: A Futures Perspective".** World Futures Society Annual Conference.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). **"Strategies for qualitative data analysis. Basics of Qualitative Research".** Techniques and procedures for developing grounded theory, 3.
- De Waal, A. A. (2007). **"The characteristics of a high performance organization".** Business Strategy Series, 8(3), 179-185.
- Dehghanpouri, H., Kashef, S., Khodadadi, M. (2019). **"Modeling the organizational and human factors of knowledge management maturity aligned with business in sport of Iran".** Journal of Sport Management, 11(2), 291-303. (Persian).
- Farshian, R., Ranjbarali, N. (2015). **"Examined the role of government support from new startup businesses in the motivational process of entrepreneurship".** Annual management conference and business economy, Tehran. (Persian).
- Kafshdooz Mohammadi, F., Hosseininia, G., Meiguonpoory, M., Vazifehdust, H. (2021). **"Scientometrics and presenting the Future Research Path to the Development of Startup Business Ecosystems".** Scientometrics Research Journal, 7(14), 51-76. (Persian).
- Kavetsos, G., & Szymanski, S. (2010). **"National well-being and international sports events".** Journal of economic psychology, 31(2), 158-171.
- Kozechian, H., Ehsani, M., Azimzadeh, S., Kordnaeij, A., Pitts, B. (2014). **"A model for small and medium-sized sport enterprises start-up".** Sport Management and Development, 3(1), 51-68. (Persian).
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). **"Establishing trustworthiness"**. Naturalistic inquiry, 289(331), 289-327.
- North, D. C. (2005). **"The contribution of the new institutional economics to an understanding of the transition problem".** *In Wider perspectives on global development* (pp. 1-15). Palgrave Macmillan, London.
- **Salamzadeh, A., & Kawamorita Kesim, H. (2015). Startup companies: Life cycle and challenges. In 4th International conference on employment, education and entrepreneurship (EEE).** Belgrade, Serbia.
- Salimi, F., Reyhani, M. (2019). **"Examined the legal protection of sports boat in the legal system of Iran".** the third National Congress of the Achievements of Sport and Health Sciences, Rasht. (Persian).

- Spender, J. C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (2017). **"Startups and open innovation: a review of the literature".** European Journal of Innovation Management.
- Welter, F., & Smallbone, D. (2011). **"Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments".** Journal of Small Business Management, 49(1), 107-125.
- Pérez-Pérez, M., Bedia, A. M. S., López-Fernández, M. C., & García-Piqueres, G. (2018). **"Research opportunities on manufacturing flexibility domain: A review and theory-based research agenda".** Journal of Manufacturing Systems, 48, 9-20.
- Wikner, J., & Bäckstrand, J. (2018). **"Triadic perspective on customization and supplier interaction in customer-driven manufacturing".** Production & Manufacturing Research, 6(1), 3-25.

۲۶

شناسایی حوزه های تامین منابع مالی در سازمان‌های ورزشی[۱]

محسن اسمعیلی[۲]
مهدی رسولی[۳]
طهماسب شیروانی[۴]
مصطفی افشاری[۵]

10.22034/ssys.2023.2869.3093

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۳/۲۶
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۲۲

هدف از این تحقیق، بررسی و شناسایی روش‌های تامین منابع مالی سازمان‌های ورزشی (مطالعه موردی: هیئت‌های ورزشی استان تهران) بود. روش تحقیق از نوع توصیفی و پیمایشی و جامعه آماری شامل اعضای هیئت رئیسه هیئت‌های ورزشی و مدیران و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان تهران (۱۵۰ نفر) بود که نمونه‌گیری به شکل تصادفی طبقه‌ای به تعداد ۱۱۲ نفر انجام شد. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه محقق‌ساخته که اعتبار آن مورد تایید قرار گرفت، جمع‌آوری شد. جهت تحلیل داده‌ها پس از تعیین وضعیت نرمالیته‌بودن داده‌ها، از آزمون‌های تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی، معادلات ساختاری و خی دو با نرم‌افزار اس. پی. اس. اس. و پی. ال. اس. استفاده گردید.نتایج نشان‌دهنده کفایت نمونه‌ها برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی بود و شش عامل حامیان و سرمایه مشترک، درآمدهای اعتباری، هواداران و ذینفعان، ظرفیت‌های مبتنی بر اماکن، محصولات و خدمات، ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای و رویدادهای ورزشی به عنوان روش‌های جذب منابع مالی شناسایی شد. از نظر وضع موجود، روش‌های استفاده از حامیان و دریافت اعتبارات از اداره کل ورزش و جوانان بیشترین فراوانی را داشتند. هیئت‌های ورزشی در حال حاضر بر اساس شرایط رشته ورزشی خود از روش‌های مختلفی جهت تامین منابع مالی استفاده می‌کنند که آشنایی با روش‌های جدید مطرح‌شده در تحقیق پیشنهاد می‌شود.

واژگان کلیدی: درآمد، حامیان، محصولات ورزشی، رویداد و سرمایه.

---

[۱] این مقاله برگرفته از طرحی است که به سفارش اداره کل ورزش و جوانان استان تهران انجام شد.

[۲] استادیار، مدیریت ورزشی. پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: M_smaeili2006@yahoo.com
[۳] استادیار، مدیریت ورزشی. پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران
[۴] استادیار، مدیریت ورزشی، دانشکده گردشگری دانشگاه تهران، تهران، ایران
[۵] استادیار، مدیریت ورزشی. پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

مقدمه

به لحاظ نظری همه اقتصاددانان منابع مالی را به عنوان نیرو محرکه رشد و توسعه اقتصادی جوامع تلقی می‌کنند و همه مدل‌ها و الگوهای تو سعه اقت صادی، بر پایه همین اندیشه طراحی می شود. در لغتنامه تخ صـ صی انو ستوپدیا به عمل فراهم‌کردن اعتبارها برای فعالیت‌های ک سب وکار، خرید یا سرمایه گذاری، تأمین مالی گفته می‌شود (عزیزی و ملایجردی، ۱۳۹۶). به عبارتی، تأمین مالی به عمل تهیه منابع مالی برای فعالیت‌های تجاری، انجام خریدها یا سرمایه‌گذاری گفته می‌شود (طالقانی و طالقانی، ۱۳۹۶). امروزه استفاده از تأمین مالی در هر نظام اقتصادی ضروری است، زیرا این امکان را برای کسب وکارها و شرکت‌ها فراهم می‌کند تا فعالیت‌های آنها با سرعت و سازوکار آ سان تری انجام شود. بی شک، پایین بودن سرمایه و قدرت مالی یک سازمان باعث می شود تا خطر تصمیم‌گیری برای این شرکت بسیار بیشتر از سایرین باشد ؛به گونه‌ای که یک تصمیم نادرست ممکن است به راحتی منجر به نابودی آن شود. لذا در دنیای واقعی تأمین مالی باید با حساسیت بیشتر نسبت به شرایط عدم‌قطعیت محیط پیرامون صورت پذیرد (مشهدی، رفیعی و میری، ۱۳۹۲). تأمین مالی، یکی از موضوعات مهم در حوزه مدیریت مالی است. در طول سالیان متمادی روش‌های مختلفی در این زمینه توسعه یافته است که وجود ابزارهای مالی متنوع می‌تواند باعث افزایش کارایی بازار و تخصیص بهینه منابع شود (درودز[1]، ۲۰۲۱). درآمد مطمئن و پایدار می‌تواند امکانات لازم را برای رویارویی با هزینه‌ها و مخارج سازمان‌ها فراهم کند (کومار و رینارتز[2]، ۲۰۱۸). از سویی ضرورت تحقق اهداف اقتصادی هر سازمانی در گرو فراهم بودن سرمایه کافی به منظور تأمین منابع مالی مورد نیاز آن سازمان است؛ عاملی که اقتصاددانان آن را موتور تولید، رشد و توسعه اقت صادی می دانند (مرادی و همکارن، ۱۳۹۵). بی شک، د ستیابی به اهداف اقت صادی و ک سب منابع مالی هرچه بیشتر جزو اهداف اساسی هر سازمانی از جمله سازمان‌های ورزشی شناخته می‌شوند. از این رو، این شاخص از دیرباز مورد توجه برنامه‌ریزان سازمان‌ها بوده است. با وجود منابع کافی در ورزش میزان اشتغال مستقیم و غیرمستقیم افزایش می‌یابد و در کنار آن امکان جذب درآمد از طریق برگزاری مسابقات بین المللی، جذب گرد شگران و در نهایت سطح سلامت و بهدا شت ج سمی و روانی جامعه بی شتر می شود (خسروی‌زاده، بهرامی و حقدادی، ۱۳۹۳). در عصر حاضر سازمان‌های غیرانتفاعی ورزشی به حمایت مالی از جانب دولت و مؤسسات خصوصی نیاز دارند، اما ترجیح می‌دهند به صورت مستقل فعالیت‌های ورزشی را سازماندهی کنند (رویسا[3] و همکاران،۲۰۱۹). هر سازمان ورزشی برای پیشبرد برنامه‌ها و پروژه‌های خود نیاز به حمایت مالی دارد. این حمایت‌ها باعث می‌شود سازمان ورزش به اهداف خود برسد

[1] DRÓŻDŻ
[2] Kumar & Reinartz
[3] Roisah et al.

(سولنت سف[1]،۲۰۲۱). وابستگی بیش از اندازه ورزش در کشورهای درحال تو سعه به منابع دولتی باعث شده است نه تنها سطح مشارکت افراد جامعه در ورزش پایین بیاید، بلکه مشارکت بخش خصوصی نیز به حداقل میزان خود بر سد و توان اقتصادی کافی برای تأمین هزینه‌های بالای تو سعه ورزش فراهم نگردد- درصورتی‌که در بسیاری کشورهای توسعه‌یافته باشگاه‌های ورزشی در رشته‌های مختلف، به صورت یک بنگاه اقتصادی عمل می‌کنند و حداکثر کردن سود، مهمترین هدف می‌باشد و برای تحقق این مهم برای جذب بیشتر و بهتر طرفداران و حامیان مالی برنامه‌ریزی و اقدام می‌کنند (تسلیمی و همکاران،۱۳۹۸). در ایران با توجه به سهم بزرگ دولت در اقتصاد، افزایش تحریم‌های اقتصادی و دشوار شدن انتقال ارز حاصل از صادرات به داخل کشور و چالش‌های ساختاری و مدیریتی بسیار، بودجه فعلی ورزش با توجه به تورم موجود در جامعه پاسخگوی نیاز سازمان‌های ورزشی نیست و سازمان‌های ورزشی نیز به واسطه افزایش قیمت بازیکنان و خدمات مورد نیاز با چالش‌های جدی در حوزه تأمین مالی مواجه شده‌اند. این در حالی است که با نگاهی به بودجه مجموعه سازمان‌های ورزشی دولت اعم از وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، کمیته پاراالمپیک و شرکت تجهیز و توسعه ورزش متوجه خواهیم شد که در سال ۱۴۰۲ بودجه کلی بخش ورزش ۱۵/۹۵ درصد نسبت به سال ۱۴۰۱ کاهش داشته که با درنظر گرفتن تورم و افزایش هزینه‌ها، فشار مالی بیشتری به سازمان‌های ورزشی وارد خواهد شد (بودجه ورزش، وزارت ورزش و جوانان، ۱۴۰۲). لذا باشگاه‌های ورزشی و حتی دولت‌ها در صدد پیدا کردن راه‌ها و منابع تأمین مالی هستند تا علاوه بر پوشش هزینه‌ها بتوانند به هدف اصلی خود که کسب سود و منفعت است دست پیدا کنند. بنابراین در این رویکرد مفاهیمی همچون تأمین مالی، ابزارهای نوین تأمین مالی و منابع درآمدی اهمیت پیدا می‌کند (غفوری و همکاران، ۱۴۰۰). براساس بررسی‌های سازمان اقتصادی دلویتی (۲۰۱۸) مهمترین منابع درآمدی در فوتبال شامل امور تجاری، حامیان مالی و سرمایه‌گذاران، درآمدهای حاصل از برگزاری بازی و حق پخش است. براساس این گزارش، در فصل ۲۰۱۸ -۲۰۱۷ لیگ‌های اروپایی جمعًا ۴۷۸۰ میلیون پوند درآمد داشتند که ۵۹ درصد آن حق پخش، ۲۸ درصد آن فعالیت‌های تجاری وحمایت مالی و ۱۳ در صد آن درآمدهای روز بازی بوده است (بارنارد[2]، ۲۰۱۸). بنابراین همانطور که اشاره شد به تبع برخورداری از چنین بسترهای درآمدزایی در ورزش حرفه‌ای و امکان سودآوری، پتانسیل بهره‌برداری از روش‌های تأمین مالی در ورزش حرفه‌ای به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته یا در حال توسعه‌ای که زیرساخت‌های لازم برای بهره‌مندی از این روش‌ها را فراهم کردند، وجود دارد. البته با توجه به محدودیت استفاده از منابع حق پخش در ایران، به نظر می‌رسد استفاده از روش‌های مالی فعالیت‌های تجاری، حمایت

[1] Solntsev
[2] Barnard

مالی و درآمدهای روز مسابقه نیازمند توجه بیشتر است. لوکینویک و همکاران (۲۰۲۲) به واگذاری حق پخش به عنوان منبع تأمین مالی فعالیت‌های ورز شی ا شاره کردند (لوکینوویچ[1]، ۲۰۲۲). پخش رویدادهای ورزشی نه تنها باعث ایجاد درآمد مستقیم می‌شود، بلکه قید و بندهای موانع فضایی قبلی را نیز از بین می‌برد و در نتیجه به محبوبیت ورزش، ورزشکاران و باشگاه‌های آنها کمک می‌کند. در دنیای کنونی ورزش، سازمان‌های ورزشی همچون هیئت‌های ورزشی باید مانند شرکت‌های تجاری عمل کنند (میسنر و دوهرتی[2]، ۲۰۱۴). بدین ترتیب ادامه کار برای هیئت‌های ورزشی بدون در اختیار داشتن انواع منابع مشکل خواهد بود. برخی محققان بیان کردند فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی می‌توانند در راستای افزایش درآمدزایی از تبلیغات، حامیان مالی، گردشگری ورزشی و رسانه‌های گروهی به‌ویژه تلویزیون برای تبدیل ورزش به علامتی تجاری استفاده کنند (احسانی،۱۳۸۷). با شگاه‌های حرفه‌ای در سراسر جهان نیز برای تأمین منابع و هزینه‌های خود از روش‌های مختلفی همچون جذب حامیان جهت تبلیغ کالاهای تجاری، فروش بازیکن، فروش بلیت و محصولات ورزشی و ارائه خدمات جانبی استفاده می‌کنند (رجبی، ۱۳۹۱؛ دیسبوردز[3]، ۲۰۱۲، کاکس[4]، ۲۰۱۲). تحقیقات بیانگر آن است که در بسیاری از فدراسیون‌ها و به تبع آن در هیئت‌ها بودجه تخصیصی وزارت ورزش جوابگوی برنامه‌های فدراسیون و هیئت‌ها نیست و از سوی دیگر، برخی فدراسیون‌ها در سیاست‌گذاری وزارت ورزش، به درآمدزایی و خودکفایی در تامین منابع مالی ملزم شده‌اند (هنرور، ۱۳۸۲). برگانتیوس و مورنوترنرو [5] (۲۰۲۰) بیان نمودند برای سازمان‌های ورزشی، پخش تلویزیونی و حق رسانه‌ای رایج‌ترین و بزرگترین منبع درآمد و جذب سرمایه است. گیل آلانا، فیگردو و وانکی[6] (۲۰۱۹) به رویدادهای ورزشی به عنوان یکی از شیوه‌های جذب منابع مالی از طریق جذب گردشگر برای کشور اشاره داشتند. لیو، دوان و ماهاجان[7] (۲۰۲۰) نقش برندسازی تیمی در جذب شرکای چند میلیارد دلاری در ورزش دانشگاهی را مطرح نمودند. برند کردن یک رویداد و استفاده از آن برای جذب چندین حامی به عنوان روش جذب منابع مالی در ورزش دانشگاهی آمریکا به شمار می‌رود. رضایی صوفی (۱۳۹۲) اشاره داشت نقش رسانه‌های جمعی در تامین منابع مالی، شیوه بازاریابی و رشد صنعت ورزش در رتبه‌های میانی قرار دارد و تامین منابع مالی توسط رسانه‌های گروهی و اصلاحات قانون حق پخش تلویزیونی ضروری به نظر می‌رسد. دولتی‌بودن باشگاه‌ها، عدم‌شفافیت صورت‌های مالی، امتناع صدا و سیما از پرداخت حق پخش آگهی، عدم‌آگاهی مدیران باشگاه‌ها از روش‌های نوین تأمین مالی،

[1] Lukinović
[2] Misener & Doherty
[3] Desbordes
[4] Cox
[5] Bergantiños Moreno-Ternero
[6] Alana, Figueiredo & Wanke
[7] Liu, Duan& Mahajan

استفاده محدود از مدیران خلاق و با تخصص‌های تجاری و مالی در سطوح مختلف از جمله موانع مهم تأمین مالی بیان شده است.

در برخی تحقیقات دیگر عوامل موثر بر تامین مالی و درآمد مثل توجه به تماشاچیان به عنوان یک روش غیرمستقیم افزایش سرمایه (سیلوریا[1] و همکاران، ۲۰۱۸)، توجه به انتظارات سرمایه‌گذاران از سرمایه‌گذاری در ورزش و اصل انتظار (هودا[2]، ۲۰۰۱)، وجود ساختار رقابتی در اقتصاد کشورها (مورو[3]،۲۰۰۴)، اصلاحات ساختاری و مدیریتی و میزان کارایی باشگاه‌های ورزشی (باروس[4] و همکاران، ۲۰۱۴)، توسعه فعالیت‌های اقتصادی در رقابت‌های ورزشی (کاسیماتی و داوسون[5]،۲۰۰۹)، دریافت هدایای ورزشی (ویکر، بروئر و هنینگ[6]، ۲۰۱۲)، برقراری ارتباط مناسب با سایر سازمان‌های ورزشی (وارموس، کوبینا و سوویر[7]، ۲۰۱۵) نقش منابع انسانی و توجه به رویدادهای بزرگ ورزشی (گیل آلانا و همکاران، ۲۰۱۹) مطرح شده‌اند. شاواندیا و کوالنکو[8] (۲۰۲۱) به بررسی بهبود تجزیه و تحلیل منابع مالی سازمان‌های ورزشی در اشکال مختلف سازمانی و قانونی در روسیه پرداختند. مطالعات نشان داد بهینه‌سازی ترکیب و ساختار منابع مالی برای مؤسسات ورزشی، تیم مدیریتی را قادر می‌سازد شکل سازمانی و قانونی موجود را در راستای تغییرات مناسب تغییر دهند. به طور کلی، هنگامی که سازمان‌های ورزشی با نوسان درآمدی مواجه باشند به‌ویژه وقتی نوسان قابل پیش‌بینی نباشد، به احتمال زیاد نمی‌توانند در بسیاری از مواقع هزینه‌ها را تامین مالی نمایند و این موضوع تهدیدات پیش روی سازمان را افزایش می‌دهد؛ به طوری که می‌تواند منجر به ورشکستگی و انحلال سازمان شود. منابع مالی می‌تواند روی نوسان‌های به وجود آمده تاثیر داشته باشد. هر چقدر منابع مالی به شکل پایدار و با ثبات باشند، سازمان ورزشی نوسانات کمتری خواهد داشت. ویکر و همکاران (۲۰۱۲) بیان نمودند که یکی از چالش‌های اصلی که باشگاه‌های ورزشی در سرتاسر اروپا با آن مواجه هستند، نوسانات مالی می‌باشد. این مسائل و گسترش رویکرد صنعتی ورزش در برخی رشته ها در سطح دنیا، زمینه در اولویت قرارگرفتن جذب منابع مالی در فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی و بسیاری از نهادهای ورزشی را فراهم نموده است. در تحقیقی که در اتریش پیرامون تأمین مالی پایدار توسعه ورزشکاران نخبه انجام شد کیفیت مدیریت خدمات دولتی و خصوصی در این بخش باید با تاکید ویژه بر بهبود کارایی همکاری بین‌بخشی در سیستم سازمان‌های دولتی ملی، ارگان‌های دولتی محلی و دفاتر

[1] Silveira
[2] Huda
[3] Morrow
[4] Barros
[5] Kasimati & Dawson
[6] Wicker, Breuer, & Hennigs
[7] Varmus, Kubina, & Soviar
[8] Shavandina & Kovalenko

گزارش‌دهی آنها بهبود یابد (ویکر و فریک[1]، ۲۰۲۰). شناسایی و ارزیابی راهکارهای تأمین مالی پایدار سازمان ورزش شهرداری تهران نیز از جمله تحقیقات داخلی است که استفاده از ابزارهایی همچون مالکیت زمانی و برگزاری کمپین‌های پیش‌فروش خدمات ورزشی، کسب درآمد از همه عرصه‌ها مانند بازارها و اماکن تجاری در کنار اماکن ورزشی و رفاهی، استفاده از ابزارهای مالی اسلامی در بستر بازار سرمایه، انتشار اوراق مشارکت و انواع صکوک، عرضه نمادهای بورسی در بازار سرمایه، تأسیس و فعالیت صندوق‌های سرمایه‌گذاری مختلف، فعالیت در زیست بوم دانش بنیانی از جمله صندوق‌های جسورانه و اختصاصی و پژوهش و فناوری، استفاده از ظرفیت‌های صندوق پروژه و شرکت سهامی عام پروژه برای ورود پروژه‌ها به بورس و ... برای رسیدن به درآمد پایدار مالی مورد استفاده قرار گرفته است و مشابه با آن نیز می‌تواند در مورد سازمان ورزش شهرداری تهران با توجه به نوع دارایی‌ها و شرایط موجود بر اساس ویژگی‌های اعلام شده صورت پذیرد (احمدی، ۱۴۰۲). راه‌اندازی و سرمایه‌گذاری در استادیوم‌ها و فعالیت در برخی رشته های ورزشی انتخابی، از جمله روش‌های کسب درآمد بیشتر بیان شده است (مندوکا[2]، ۲۰۲۲). جزویاک[3] (۲۰۲۱) نقش مهارت‌های مدیر و شناخت وی از بازار را در تامین منابع مالی موثر دانسته و ترابی (۱۳۹۴) بر حمایت‌های مادی دولتی در ایران به سازمان‌های ورزشی به عنوان یک تفاوت مهم با کشورهای پیشرفته ورزش اشاره نموده است.

باید به این نکته توجه داشت که در تحقیقاتی که در گذشته در حوزه تامین منابع مالی انجام شده بیشتر به باشگاه های ورزشی توجه گردیده است. با توجه به اینکه ماهیت هیئت‌های ورزشی در کشور ایران تا حدود زیادی دولتی است و بخش مهمی از منابع مالی از این بخش تامین می‌شود، بررسی منابع درآمدی هیئت‌های ورزشی جای بررسی ویژه خود را دارد. البته ماهیت هیئت‌ها نیز با یکدیگر متفاوت است. تعداد ورزشکاران، برند هیئت، نگرش مردم و دولت به رشته ورزشی، منابع و امکانات مادی و مالی و عوامل مختلفی می‌توانند بر کسب منابع مالی تاثیرگذار باشند. هم اکنون در شهر تهران تعداد ۵۰ هیئت ورزشی مشغول به فعالیت هستند و با جامعه هدف بزرگ بیش از ده میلیون نفری در استان تهران مواجه هستند. این بافت جمعیتی و تنوع بسیار زیاد نیازها و خواسته‌ها خود باعث ایجاد تفاوت و نیاز به خلاقیت در تامین منابع مالی می‌شود. از این رو، با توجه به نقش پراهمیت تامین منابع مالی ورزشی در زمینه‌های سلامتی، بهداشتی، اجتماعی و فرهنگی امروز، محققان این پژوهش قصد دارند شیوه‌های تامین مالی در هیئت‌های ورزشی استان تهران را مورد بررسی قرار دهند. در این تحقیق سعی شد به‌روزترین روش‌های تامین منابع مالی بر اساس زیست بوم ورزش استان تهران پیشنهاد و وضعیت موجود هیئت‌های ورزشی در استفاده از

[1] Wicker& Frick
[2] Mendonça
[3] JÓŹWIAK

انواع روش‌ها بررسی شود که از جمله نوآوری‌های تحقیق می‌باشد. محققان امیدوار هستند که نتایج این تحقیق به برنامه‌ریزان و مدیران ادارات کل ورزش و جوانان استان‌ها به طور عام و استان تهران به طور خاص با توجه به داشتن شرایط خاص جمعیتی و موقعیتی کمک کند تا با جلب و جذب هر چه بیشتر منابع مالی به توسعه پایدار مدیریتی و ورزشی و رشد در تمامی ابعاد دست یابند. بنابراین تحقیق به دنبال پاسخ به این سئوال است:

حوزه‌های تامین منابع مالی در هیئت‌های ورزشی استان تهران کدام‌اند؟

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف انجام تحقیق، کاربردی و از نظر روش توصیفی پیمایشی و جامعه آماری شامل روسا، دبیران و نواب رئیس هیئت‌های ورزشی استان تهران (۱۵۰ نفر) و کارشناسان ورزشی اداره کل ورزش و جوانان استان تهران (۴۰ نفر) بود. نمونه‌گیری بر اساس جدول تعداد نمونه کرجسی و مورگان[1] تعداد ۱۲۳ نفر و به شکل تصادفی طبقه‌ای در نظرگرفته شد. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای بود که بخش اول شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی(سن، جنسیت، سابقه خدمت یا مدیریت و میزان تحصیلات) و بخش دوم شامل شیوه‌های تامین مالی در انواع مختلف آن (نقدی، غیرنقدی) در هیئت‌های ورزشی استان تهران بود. این پرسش‌نامه دربرگیرنده ۵۰ گویه معرف روش‌های تامین مالی بود که در پی مطالعه مبانی نظری و مصاحبه با ۸ نفر از اساتید بازاریابی ورزشی و مدیران اجرایی در اداره کل ورزش و جوانان حاصل شد. این افراد یا دارای تالیفاتی همچون کتاب و مقالات علمی در حوزه بازاریابی یا به لحاظ اجرایی در حوزه بازاریابی فعالیت کرده و با چالش‌های آن آشنا بودند. در واقع، پرسش‌نامه بر مبنای یک بخش کیفی که مرحله اول این تحقیق پژوهشی را تشکیل می‌داد، تدوین شد و کدها با استفاده از روش تحلیل مظمون استخراج شدند و پس از بررسی لازم توسط تیم تحقیق به صورت جملات پرسشی و سئوال نگارش شدند. روایی محتوایی پرسش‌نامه توسط ده نفر از اساتید مدیریت بازاریابی ورزشی و اهالی متخصص ورزشی که دربرگیرنده افراد مصاحبه‌شونده هم بود، مورد تایید قرار گرفت؛ به طوری که ضریب هر یک از گویه‌ها بیشتر از عدد معرفی‌شده در جدول لاوشه (۰/۶۲) بود. به منظور اندازه‌گیری نسبت روایی محتوایی، گویه‌های ابزار در قالب یک جدول طراحی شدند و همراه با بیان اهداف تحقیق به‌صورت جداگانه در اختیار متخصصان قرار داده شد. برای هر گویه یکی از سه طیف "۱. گویه ضروری است ۲. مفید است، اما ضروری نیست و ۳. ضرورتی ندارد " در نظر گرفته شد و متخصصان نظرات خودشان را درباره تک‌تک گویه‌ها در جدول ثبت نمودند. در مرحله بعدی جهت توزیع پرسش‌نامه‌های نهایی از کارشناسان واحد

[1] Krejcie & Morgan

پژوهش اداره کل ورزش و جوانان استان تهران درخواست همکاری شد و پرس‌شنامه‌ها به شکل فیزیکی توزیع شد. در نهایت، تعداد ۱۱۲ پرسش‌نامه تکمیل‌شده قابل تحلیل (نرخ بازگشت ۹۱ درصد) به‌دست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (فراوانی‌ها، میانگین‌ها، درصدها، انحراف استانداردها و رسم نمودارها و جداول) به منظور سازمان‌دادن، خلاصه‌کردن، طبقه‌بندی نمرات خام و توصیف اندازه‌های نمونه بهره‌گیری شد. در بخش آمار استنباطی در ابتدا برای تحلیل پرسش‌نامه از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی و پیش‌فرض آن از جمله آزمون کرویت بارتلت از طریق نرم‌افزار اس. پی. اس. اس. نسخه ۲۴ و برای تعیین نرمال‌بودن داده‌ها از آزمون کولموگراف اسمیرنف که با توجه به عدد به‌دست آمده ($\alpha \leq$ ۰/۰۵) داده‌ها غیرنرمال بود، استفاده گردید. در ادامه با توجه به تعداد نمونه‌ها (۱۱۲ نفر) و به منظور تعیین روایی همگرا و واگرا و پایایی آزمون، از روش معادلات ساختاری واریانس‌محور که حساسیت کمتری به تعداد نمونه‌ها در مقایسه با روش‌های کوواریانس‌محور دارد، بهره‌گیری شد- بدین منظور از نرم‌افزار PLS نسخه ۳ استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

نتایج نشان داد میانگین سنی نمونه‌ها ۴۳ سال بوده است. وضعیت تحصیلات نمونه‌ها ۴۰/۲ درصد (۴۵ نفر) کارشناسی وپایین‌تر، ۳۳/۹ درصد (۳۸ نفر) کارشناسی ارشد و ۲۲/۳ درصد (۲۵ نفر) دکتری و دانشجوی دکتری و ۳/۶ درصد (۴ نفر) بی‌پاسخ بود. میانگین سابقه ورزشی ۲۱ سال و میانگین سابقه مدیریتی ۱۰ سال بیان شده بود.

در بخش آمار استنباطی با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد[1]، متغیرهای تبیین‌کننده تامین منابع مالی در ورزش مشخص گردید. در این روش گویه‌های مختلف در عامل‌های مرتبط گروه‌بندی شدند. از آماره آزمون‌های کایسر[2] و بارتلت به عنوان پیش‌زمینه تحلیل عاملی اکتشافی که نشان از کفایت نمونه و مناسب بودن انجام تحلیل عاملی برای متغیرهای پژوهش دارد، استفاده گردید. آماره آزمون کایزر بین صفر و یک متغیر بوده و مقادیر بیشتر از ۰/۷ به‌عنوان سطح قابل قبول و بین ۰/۵ تا ۰/۷ با احتیاط قابل قبول است و نشان‌دهنده تناسب داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی است. مقدار آماره کایسر مایر اولکین برای این مطالعه برابر با ۰/۷۱۱ بود. همچنین معنادار بودن آزمون بارتلت در سطح ۰/۰۵ (α=۰/۰۰۱) نیز نشانی دیگر برای مناسب بودن داده‌ها در انجام تحلیل عاملی اکتشافی است.

[1] Varimax rotation
[2] Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy

جدول ۱: آزمون کرویت باتلت

کایزر مایر اولکین	۰/۷۱۱
آزمون کرویت بارتلت	۱۰۰۹۴/۰۱۸
درجه آزادی	۱۲۲۵
سطح معنی داری	۰/۰۰۱

در تحلیل عاملی اکتشافی، تعداد ۵۰ گویه مورد بررسی قرار گرفت. در این تحقیق ارزش مطلق برای هر گویه ۰/۴ در نظر گرفته شد. همانطور که از نتایج جدول ۲ مشخص می باشد، بار عاملی هیچ گویه‌ای کمتر از ۰/۴ نبوده است . بنابراین هیچ گویه‌ای از میان سئوالات پرسش‌نامه حذف نشد. نتایج حکایت از مشخص نمودن ۶ عامل در این پرسش‌نامه داشتند که با توجه به قرار گرفتن برخی گویه‌ها در دو یا چند عامل با بررسی تیم تحقیق نامگذاری شد. بدین شکل عوامل حامیان و سرمایه مشترک، هواداران و ذینفعان، ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای، رویدادهای ورزشی، ظرفیت‌های مبتنی بر اماکن، محصولات و خدمات و درآمدهای اعتباری به عنوان مولفه‌های مربوط به تامین منابع مالی در سازمان‌های ورزشی در نظر گرفته شد.

جدول ۲: آزمون تحلیل عاملی اکتشافی

مولفه / گویه ها	۱ حامیان و سرمایه گذاری	۲ هواداران و ذینفعان	۳ ظرفیت های تبلیغی و رسانه ای	۴ رویدادهای ورزشی	۵ اماکن، محصولات و خدمات	۶ درآمدهای اعتباری
A1	۰/۵۱۶					
A27	۰/۴۹۲					
A31	۰/۷۷۷					
A38	۰/۵۶۳					
A39	۰/۴۱۰					
A41	۰/۶۹۴					
A42	۰/۷۸۵					
A49	۰/۵۴۲					
A12	۰/۵۷۹					
A15		۰/۷۷۴				
A37		۰/۷۷۶				
A40		۰/۵۷۰				
A47		۰/۴۰۱				
A5			۰/۵۸۵			
A46			۰/۵۶۶			
A48			۰/۷۵۴			
A36			۰/۴۸۳			
A3			۰/۷۸۲			
A9			۰/۴۹۹			
A30			۰/۵۳۸			
A33			۰/۵۳۰			
A34						

A2	۰/۴۵۴	
A4	۰/۷۱۱	
A6	۰/۴۱۶	
A7	۰/۵۲۵	
A10	۰/۶۰۳	
A25	۰/۷۶۶	
A43	۰/۵۵۱	
A45	۰/۶۳۲	
A24	۰/۷۶۳	
A8		۰/۵۲۳
A11		۰/۶۰۰
A13		۰/۵۵۸
A14		۰/۴۹۳
A16		۰/۵۰۲
A17		۰/۵۴۵
A18		۰/۵۵۹
A19		۰/۷۶۱
A26		۰/۷۱۲
A28		۰/۵۳۸
A29		۰/۸۸۱
A35		۰/۷۳۱
A44		۰/۸۷۰
A50		۰/۶۸۰
A20	۰/۷۴۵	
A21	۰/۶۱۶	
A22	۰/۵۸۸	
A23	۰/۴۷۰	
A32	۰/۴۹۰	

با توجه به عوامل استخراج‌شده و نوع ارتباط آنها با مقوله اصلی تامین منابع مالی در ورزش، مدلی مفهومی ترسیم شد که عامل تامین منابع مالی در مرکز مدل قرار گرفت و تاثیر سایر عوامل پنهان بر آن مشخص شد. بدین صورت، برازش مدل در دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری مورد بررسی قرار گرفت.

ارزیابی مدل اندازه‌گیری

پایایی درونی مدل با استفاده از حد مطلوب ۰/۵ برای بار عاملی و حد مطلوب ۰/۷ برای آزمون آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی[1](CR) بررسی شد. بدین منظور از نرم‌افزار پی. ال. اس. استفاده شد که در نهایت سه گویه به دلیل داشتن بار عاملی کمتر از ۰/۵ از تحلیل حذف و سایر گویه‌ها مورد بررسی قرار گرفت. روایی همگرا[2] با استفاده از شاخص متوسط واریانس استخراجی[3] (AVE) ارزیابی شد. بدین ترتیب، شاخص‌هایی که مساوی یا بیشتر از ۰/۵ بودند، مورد تایید قرار گرفتند. جدول ۱ ، داده‌های مربوط به بارعاملی، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و متوسط واریانس استخراج‌شده را در بخش مدل اندازه‌گیری نشان می‌دهد:

جدول ۳: ضرایب پایایی ترکیبی، آلفای کرونباخ و متوسط واریانس استخراج‌شده

	CA	CR	rho	AVE
حامیان و سرمایه‌گذاری	۰/۸۸۴	۰/۹۰۷	۰/۸۸۷	۰/۵۲۰
هواداران و ذینفعان	۰/۷۷۱	۰/۸۵۳	۰/۷۸۳	۰/۵۹۳
ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای	۰/۸۳۹	۰/۸۵۷	۰/۸۴۱	۰/۵۳۹
رویدادهای ورزشی	۰/۸۳۷	۰/۸۷۸	۰/۸۵۹	۰/۵۸۳
اماکن، محصولات و خدمات	۰/۸۷۸	۰/۹۰۰	۰/۸۸۵	۰/۵۳۱
درآمدهای اعتباری	۰/۸۱۴	۰/۸۷۰	۰/۸۵۹	۰/۵۷۹

Note: CA= cronbach's alphas, AVE= average variance extracted, CR=Composite Reliability *=significant (p<0.05)

همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود روایی همگرای تحقیق مورد تایید واقع گردید. به منظور برآورد روایی واگرا از شاخص HTMT استفاده شد که شاخص بهبودیافته کورنل لارکر می‌باشد.

[1] Composite Reliability
[2] Convergent Validity
[3] Average Variance Extracted

جدول ۴: روایی یک گانه–دو گانه Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	حامیان و سرمایه‌گذاری	هواداران و ذینفعان	ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای	رویدادهای ورزشی	اماکن، محصولات و خدمات	درآمدهای اعتباری
حامیان و سرمایه‌گذاری	۰/۸۲۰					
هواداران و ذینفعان	۰/۳۴۸	۰/۸۵۳				
ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای	۰/۲۷۰	۰/۲۹۵	۰/۷۴۶			
رویدادهای ورزشی	۰/۱۹۲	۰/۳۰۳	۰/۴۲۴	۰/۷۵۵		
اماکن، محصولات و خدمات	۰/۳۶۹	۰/۳۳۴	۰/۳۷۷	۰/۳۸۶	۰/۶۸۱	
درآمدهای اعتباری	۰/۴۳۶	۰/۳۸۴	۰/۵۴۴	۰/۳۴۵	۰/۴۲۳	۰/۷۲۶

همانطور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود اعداد مربوط به قطر جدول از تمامی اعداد هر ستون بزرگتر هستند که معیار مناسبی برای روایی واگرا می‌باشد.

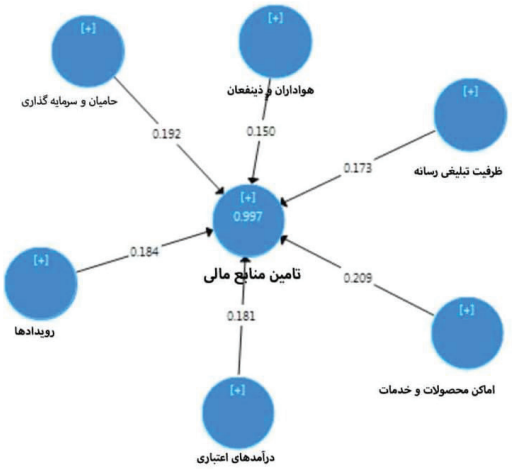
ارزیابی مدل ساختاری

برازش مدل ساختاری از طریق بررسی ضرایب معناداری مسیرها، عدد T جهت معناداری مسیرها و میزان$R2$ و $Q2$ و$F2$ مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین شاخص برازش کلی مدل SRMR و NIF نیز بررسی و در جدول ۵ نشان داده شد:

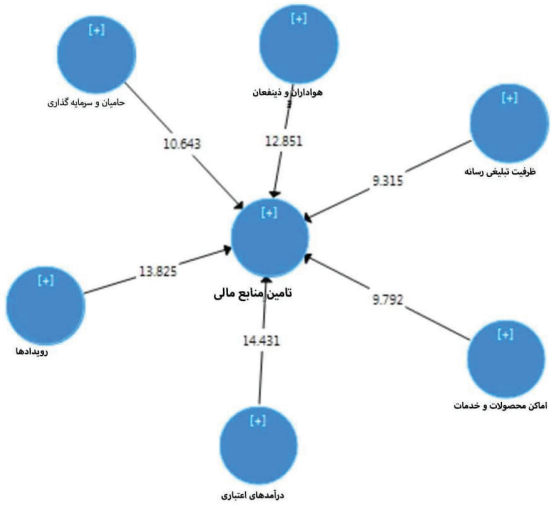
جدول ۵: شاخص ضریب مسیر، ضریب T، معنی داری، R2، Q2، F2

		ضریب مسیر	ضریب T	معنی‌داری
حامیان و سرمایه‌گذاری مالی	تامین منابع	۰/۱۹۲	۱۰/۶۴۳	۰/۰۰۱**
هواداران و ذینفعان منابع مالی	تامین	۰/۱۵۰	۱۲/۸۵۱	۰/۰۰۱**
ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای تامین منابع مالی		۰/۱۷۳	۹/۳۱۵	۰/۰۰۱**
رویدادهای ورزشی منابع مالی	تامین	۰/۱۸۴	۱۳/۸۲۵	۰/۰۰۱**
اماکن، محصولات و خدمات تامین منابع مالی		۰/۲۰۹	۹/۷۹۲	۰/۰۰۱**
درآمدهای اعتباری منابع مالی	تامین	۰/۱۸۱	۱۴/۴۳۱	۰/۰۰۱**
			Q2	F2
حامیان و سرمایه‌گذاری			۰/۲۵۴	۰/۲۵۸
هواداران و ذینفعان			۰/۲۲۵	۰/۲۲۶
ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای			۰/۱۵۸	۰/۲۱۵
رویدادهای ورزشی			۰/۱۴۱	۰/۱۷۹
اماکن، محصولات و خدمات			۰/۱۳۶	۰/۱۶۴
درآمدهای اعتباری			۰/۱۰۴	۰/۱۵۸
نکته:		۰/۸۹۵NFI=	۰/۰۵**P<	۰/۹۹۷R2=
SRMR = ۰/۰۵۵۱				

بررسی شاخص‌های مطرح‌شده نشان می‌دهد اعداد حاصل در دامنه مطلوب و قابل قبول قرار دارند. برخی منابع میزان قابل قبول شاخص **SRMR** را کوچکتر از ۰/۰۵ و شاخص NFI را ۰/۹ بیان کرده‌اند (حبیبی و عدنور، ۱۳۹۶). در ادامه مدل ترسیمی متغیرهای تاثیرگذار بر تامین منابع مالی طراحی شد.



شکل ۱: مدل ترسیمی بر اساس ضریب مسیر



شکل ۲: مدل ترسیمی بر اساس مقدار Tvalue

یکی از سئوالات این تحقیق در مورد وضعیت موجود استفاده از روش‌های مختلف تامین منابع مالی در هیئت‌های ورزشی بود که می‌توانست اطلاعات مفید و کاربردی از میزان به‌کارگیری و تحلیل در جهت تقویت یا بررسی این روش‌ها ارائه نماید. بدین منظور نمونه‌ها به گویه‌های پرسش‌نامه در قسمت

خاصی که طراحی شده بود، پاسخ بلی یا خیر دادند. فراوانی و درصد پاسخ‌ها و معنی‌داری تفاوت استفاده یا عدم‌استفاده از هر یک از روش‌ها در جدول ۶ نشان داده شده است:

جدول ۶: فراوانی، درصد و معنی‌داری استفاده یا عدم‌استفاده از روش‌های تامین منابع مالی

ردیف	گویه	بلی		خیر		خی دو	sig
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد		
۱	استفاده از ظرفیت حامیان ورزشی و حامیان مالی	۸۴	۷۵	۲۸	۲۵	۲۸/۰۰۰	۰/۰۰۰
۲	دریافت ورودیه از باشگاه‌ها و ورزشکاران برای ورود به مسابقات	۸۳	۷۴/۱	۲۹	۲۵/۹	۲۶/۰۳۶	۰/۰۰۰
۳	استفاده از ظرفیت حق تبلیغات در اماکن ورزشی و اداری هیئت در مسابقات	۶۲	۵۵/۴	۵۰	۴۴/۶	۱/۲۸۶	۰/۲۵۷
۴	استفاده از ظرفیت فروش مواد غذایی یا سایر محصولات از طرف هیئت در زمان مسابقات	۷۱	۶۳/۴	۴۱	۳۶/۶	۸/۰۳۶	۰/۰۰۵
۵	استفاده از ظرفیت حق پخش تلویزیونی مسابقات	۵۲	۴۶/۴	۶۰	۵۳/۶	۰/۵۷۱	۰/۴۵۰
۶	بلیط‌فروشی روز مسابقه	۵۸	۵۱/۸	۵۴	۴۸/۲	۰/۱۴۳	۰/۷۰۵
۷	استفاده از ظرفیت درآمد حاصل از جرائم (کمیته انظباطی)	۴۷	۴۲	۶۵	۵۸	۲/۸۹۳	۰/۰۸۹
۸	استفاده از پتانسیل تورهای گردشگری ورزشی	۲۷	۲۴/۱	۸۵	۷۵/۹	۳۰/۰۳۶	۰/۰۰۰
۹	امتیاز واگذاری برند هیئت برای درج روی کالاها و فروش محصولات ورزشی و غیرورزشی	۲۹	۲۵/۹	۸۳	۷۴/۱	۲۶/۰۳۶	۰/۰۰۰
۱۰	استفاده از پتانسیل قرعه‌کشی و بخت‌آزمایی بلیط مسابقات	۲۳	۲۰/۵	۸۹	۷۹/۵	۳۸/۸۹۳	۰/۰۰۰
۱۱	استفاده از پتانسیل فروشگاه اینترنتی محصولات، تجهیزات و خدمات	۳۲	۲۸/۶	۸۰	۷۱/۴	۲۰/۵۷۱	۰/۰۰۰
۱۲	استفاده از پتانسیل ورود به عرصه‌های اقتصادی غیرمرتبط با رشته ورزشی هیئت مثل فروش تجهیزات، فعالیت‌های بازرگانی و ...	۲۹	۲۵/۹	۸۳	۷۴/۱	۲۰/۰۳۶	۰/۰۰۰
۱۳	راه‌اندازی دفاتر مشاور ورزشی و خدمات حرفه‌ای	۳۱	۲۷/۷	۸۱	۷۲/۳	۲۲/۳۲۱	۰/۰۰۰

۱۴	راه‌اندازی مجلات، روزنامه، هفته‌نامه و کتب تخصصی	۴۴	۳۹/۳	۶۸	۶۰/۷	۵/۱۴۳	۰/۰۲۳
۱۵	استفاده از پتانسیل ایجاد باشگاه مشتریان و کانون‌های هواداری	۵۰	۴۴/۶	۶۲	۵۵/۴	۱/۲۸۶	۰/۲۵۷
۱۶	اجاره اماکن و سالن‌های ورزشی و واگذاری به بخش خصوصی	۴۵	۴۰/۲	۶۷	۵۹/۸	۴/۳۲۱	۰/۰۳۸
۱۷	برگزاری همایش‌های علمی ورزشی	۵۷	۵۰/۹	۵۵	۴۹/۱	۰/۰۳۶	۰/۸۵۰
۱۸	استفاده از پتانسیل فروش نام سالن‌ها و اماکن	۱۵	۱۳/۴	۹۷	۸۶/۶	۶۰/۰۳۶	۰/۰۰۰
۱۹	ایجاد واحدهای تولیدی یا توزیعی مرتبط با تجهیزات رشته ورزشی	۷۳	۶۵/۲	۳۹	۳۴/۸	۱۰/۳۲۱	۰/۰۰۱
۲۰	دریافت اعتبارات از اداره کل ورزش و جوانان	۸۹	۷۹/۵	۲۳	۲۰/۵	۳۸/۸۹۳	۰/۰۰۰
۲۱	دریافت اعتبارات از فدراسیون‌های ورزشی مربوطه	۶۸	۶۰/۷	۴۴	۳۹/۳	۵/۱۴۳	۰/۰۲۳
۲۲	دریافت اعتبارات از دفاتر نمایندگان مجلس	۴۵	۴۰/۲	۶۷	۵۹/۸	۴/۳۲۱	۰/۰۳۸
۲۳	دریافت اعتبارات از استانداری، فرمانداری و سایر نهادها	۷۷	۶۸/۸	۳۵	۳۱/۳	۱۵/۷۵۰	۰/۰۰۰
۲۴	استفاده از پتانسیل شهریه ورودی کلاس‌های داوری و مربیگری	۹۰	۸۰/۴	۲۲	۱۹/۶	۴۱/۲۸۶	۰/۰۰۰
۲۵	دریافت شهریه از ورزشکاران در کلاس‌های آموزشی	۵۴	۴۸/۲	۵۸	۵۱/۸	۰/۱۴۳	۰/۷۰۵
۲۶	اجاره کالاها و تجهیزات ورزشی	۴۰	۳۵/۷	۶۹	۶۱/۶	۵۸/۶۲۵	۰/۰۰۰
۲۷	همکاری با دیگر هیئت‌ها و سازمان‌های ورزشی جهت انجام فعالیت‌های مشترک	۴۴	۳۹/۳	۶۸	۶۰/۷	۵/۱۴۳	۰/۰۲۳
۲۸	استفاده از پتانسیل صدور مربی و بازیکن	۵۰	۴۴/۶	۶۲	۵۵/۴	۱/۱۲۸	۰/۲۵۷
۲۹	تاسیس فضاهای ورزشی جدید	۵۵	۴۹/۱	۵۷	۵۰/۹	۰/۰۳۶	۰/۸۵۰
۳۰	استفاده از پتانسیل شرط‌بندی‌های مجاز	۲۰	۱۷/۹	۹۲	۸۲/۱	۴۶/۲۸۶	۰/۰۰۰
۳۱	جذب منابع از خیرین	۴۲	۳۷/۵	۷۰	۶۲/۵	۷/۰۰۰	۰/۰۰۸
۳۲	اخذ وام از بانک‌ها و موسسات مالی	۴۷	۴۲	۶۵	۵۸	۲/۸۹۳	۰/۰۸۹

۳۳	استفاده از پتانسیل حق میزبانی بازی‌های ملی و منطقه‌ای	۴۹	۴۳/۸	۶۳	۵۶/۳	۱/۷۵۰	۰/۱۸۶
۳۴	راه‌اندازی لیگ مجازی و استفاده از بازی‌های رایانه‌ای	۹	۸	۱۰۳	۹۲	۷۸/۸۹۳	۰/۰۰۰
۳۵	تاسیس باشگاه یا شرکت‌های وابسته و فروش سهام	۴۵	۴۰/۲	۶۷	۵۹/۸	۴/۳۲۱	۰/۰۳۸
۳۶	حضور پررنگ در رسانه‌ها و استفاده از این پتانسیل	۴۷	۴۲	۶۵	۵۸	۲/۸۹۳	۰/۰۸۹
۳۷	حضور در مجامع، مراسمات و حضور بین آحاد مختلف جامعه	۶۶	۵۸/۹	۴۶	۴۱/۱	۳/۵۷۱	۰/۰۵۹
۳۸	همکاری با سازمان‌های مختلف بخش خصوصی	۴۱	۳۶/۶	۷۱	۶۳/۴	۸/۰۳۶	۰/۰۰۵
۳۹	سرمایه‌گذاری مشترک و مشارکت با دیگر نهادهای ورزشی و غیر ورزشی	۳۱	۲۷/۷	۸۱	۷۲/۳	۲۲/۳۲۱	۰/۰۰۰
۴۰	استفاده از توان مالی ایرانیان خارج از کشور	۲۹	۲۵/۹	۸۳	۷۴/۱	۲۶/۰۳۶	۰/۰۰۰
۴۱	استفاده از ظرفیت شرکت‌های سرمایه‌گذاری و هولدینگ‌ها	۴۱	۳۶/۶	۷۱	۶۳/۴	۸/۰۳۶	۰/۰۰۵
۴۲	استفاده از ظرفیت شرکت‌های بیمه برای سرمایه‌گذاری	۷۲	۶۴/۳	۴۰	۳۵/۷	۹/۱۴۳	۰/۰۰۲
۴۳	برگزاری برنامه‌های استعدادیابی برای شناخت و جذب ورزشکاران مستعد	۳۸	۳۳/۹	۷۴	۶۶/۱	۱۱/۵۷۱	۰/۰۰۱
۴۴	استفاده از ظرفیت بانک داده‌ها و اطلاعات مشتریان	۵۵	۴۹/۱	۵۷	۵۰/۹	۰/۰۳۶	۰/۸۵۰
۴۵	تامین اسکان و خدمات میزبانی	۳۳	۲۹/۵	۷۹	۷۰/۵	۱۸/۸۹۳	۰/۰۰۰
۴۶	استفاده از ظرفیت‌های پخش اینترنتی ورزش	۳۴	۳۰/۴	۷۸	۶۹/۶	۱۷/۲۸۶	۰/۰۰۰
۴۷	استفاده از ظرفیت‌های هواداران (صدور کارت هواداری، حق عضویت و ...)	۳۸	۳۳/۹	۷۴	۶۶/۱	۱۱/۵۷۱	۰/۰۰۱
۴۸	بهره‌برداری تجاری از وب‌سایت هیئت (فروش، جذب آگهی و...)	۵۰	۴۴/۶	۶۲	۵۵/۴	۱/۲۸۶	۰/۲۵۷
۴۹	ایجاد صندوق اعتبارات مالی	۲۹	۲۵/۹	۸۳	۷۴/۱	۲۶/۰۳۶	۰/۰۰۰

۵۰	ارائه خدمات آموزشی مجازی (مانند فیلم‌های آموزشی و ...)	۴۷	۴۲	۶۵	۵۸	۲/۸۹۳	۰/۰۸۹

همانطور که از نتایج مشاهده می شود در برخی از گویه‌ها تفاوت معنی‌داری بین کسانی که پاسخ بلی و خیر داده بودند، وجود داشت و تفاوت معنی دار بوده است ($p<۰/۰۵$).

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این تحقیق، بررسی و شناسایی روش‌های تامین منابع مالی سازمان‌های ورزشی (مطالعه موردی: هیئت‌های ورزشی استان تهران) بود. نتایج نشان داد میانگین سنی نمونه‌ها ۴۳ سال بوده است- معمولا در هیئت‌های ورزشی از همه طبقات سنی حضور دارند و نتایج هم موید همین مطلب است؛ به طوری که از حداقل سن ۲۳ سال تا سن ۶۲ سال در میان نمونه‌ها حضور داشته‌اند. این حضور رده‌های سنی مختلف در نمونه‌ها خود باعث بهره‌مندی از نظرات گروه‌های مختلف سنی با عقاید مختلف خواهد بود. نمونه‌ها دارای تحصیلات قابل قبولی بوده‌اند؛ به طوری که ۴۲ درصد تحصیلات کارشناسی، ۳۸ درصد تحصیلات کارشناسی ارشد و ۲۵ درصد دکتری یا دانشجوی دکتری بودند. این یافته‌ها بیانگر آن است که دیگر نمی‌توان برچسب بی‌سوادی و بی اطلاعی و عدم‌وجود افراد علمی را در هیئت‌های ورزشی استان تهران زد. بسیاری از اعضای هیئت رئیسه در هیئت‌های ورزشی از اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و با اساس مطالعه و تحقیق آشنا می‌باشند. می‌توان اینگونه انتظار داشت که ارتقای تحصیلات می‌تواند منجر به توسعه علم و دانش در حوزه ورزش شود. میانگین تعداد سال‌های مدیریت نمونه‌ها در ورزش بیش از ۱۰ سال بوده است که نشان‌دهنده سطح مطلوبی از تجارب مدیریتی در ورزش بین نمونه‌هاست. همچنین میانگین سابقه ورزشی ۲۱ سال نشان از آشنایی زیاد نمونه‌ها با رشته‌های ورزشی دارد. این موضوع حکایت از آن دارد که به احتمال زیاد بیشتر مدیران ورزشی و اعضای هیئت رئیسه در هیئت‌های ورزشی تهران، خود ورزشکار و از بدنه ورزش می باشند.

با بررسی نتایج و مدل مستخرج از این تحقیق می‌توان مشاهده نمود که تامین منابع مالی هیئت‌های ورزشی تهران دارای شش بعد مختلف است. در این میان بعد اماکن، محصولات و خدمات بیشترین ضریب مسیر تامین منابع مالی را تشکیل می‌داد. امروزه حوزه خدمات در ورزش نقش بسیار مهمی دارد و بستر بسیاری از فعالیت‌ها را تشکیل می‌دهد. گردشگری ورزشی، یکی از نمونه‌های آن می‌باشد که برخی از رشته‌های ورزشی همچون پیاده‌روی در طبیعت، گلگشت‌ها، اسکی، قایقرانی و ... بسته به ماهیت آنها امکان فعالیت‌های گردشگری بیشتری دارد. فروشگاه‌های اینترنتی و فروشگاه‌های فیزیکی جهت ارائه محصولات ورزشی، از دیگر ظرفیت‌های خدمات در حوزه ورزش می‌باشد. هیئت‌های ورزشی تهران می‌توانند محصولاتی که لازمه انجام آن ورزش است، را به شکل مستقیم تولید کنند و یا با استفاده از برند خود

محصولات تولیدی شرکت‌های دیگر را به فروش برسانند. هیئت‌هایی که هواداران بیشتری دارند و ورزشکاران بیشتری را پوشش می‌دهند می‌توانند از این روش استفاده بیشتری نمایند. راه‌اندازی مجله یا هفته‌نامه و امثال آن و همچنین دفاتر مشاوره ورزشی می‌تواند از دیگر خدمات هیئت‌ها باشد. البته شاید انتشار مجازی و اینترنتی این مجلات در وضعیت کنونی به صرفه‌تر و با مخاطب بیشتری باشد. وبگاه آماری استاتیستا[1] درآمد حاصل از مجلات ورزشی کشور انگلستان در سال ۲۰۱۸ را بالغ بر ۱۵/۲ میلیون دلار برشمرده که با توجه به کاهش علاقه‌مندی مردم به انتشارات چاپی افت ۲۴ میلیون دلاری را نسبت به سال ۲۰۱۱ نشان می‌دهد (https://www.statista.com/statistics/322564/sports-magazines--print-sales-revenue-uk/," 2023). برگزاری سمینارهای سخنرانی و یا همایش‌های علمی ورزشی و دادن گواهینامه حضور و مشارکت به شرکت‌کنندگان، از دیگر راهکارهای قابل استفاده می‌باشد. برگزاری کلاس‌های داوری و مربیگری و دریافت ورودی دوره‌ها، شهریه ورودی در کلاس‌های آموزشی، صدور مربی و بازیکن نیز از خدمات هیئت می‌باشد. در این بخش تخصص نیروی انسانی به عنوان محصول قلمداد می‌شود. در تحقیقی که در باشگاه‌های غیرانتفاعی کشور آلمان و با نظرسنجی از ۱۰۰۱۳ نفر از ورزشکاران باشگاه‌های ورزشی صورت گرفت، شهریه دریافت‌شده از مصرف‌کنندگان رشته‌های ورزشی به عنوان راهی برای جبران هزینه‌های رو به افزایش رشته‌های ورزشی ارائه شده که البته بستگی به ماهیت هر رشته می‌تواند متفاوت باشد. ویکر در این مقاله از مفهومی با عنوان «اشتیاق به پرداخت» یاد نموده که در صورت برنامه ریزی مناسب می‌تواند قابلیت درآمدزایی بیشتری به سازمان ورزشی بدهد (ویکر، ۲۰۱۱) که با نتایج این تحقیق همراستا می‌باشد. محرم‌زاده (۱۳۸۵) به برخی نمونه‌های جذب درآمد مبتنی بر محصول و ویکر (۲۰۱۲) به حق خدمات در باشگاه‌های ورزشی غیرانتفاعی کشور آلمان اشاره نموده است (ویکر، بروئر و هنینگز، ۲۰۱۲). داشتن سالن یا اماکن ورزشی و محصولات خاص از ظرفیت‌های مناسب برای هیئت‌های ورزشی است و داشتن سایت اینترنتی، یکی از پیش‌فرض‌های جذب سرمایه در شرایط کنونی ورزش است. شاید یکی از ساده‌ترین روش‌های تامین منابع مالی برای یک هیئت ورزشی، اجاره سالن ورزشی به سایر هیئت‌ها و تیم‌های ورزشی می‌باشد. در این روش برخی هیئت‌های ورزشی به عنوان پیمانکار در مزایده‌های سالن‌های ورزشی شرکت و یا با ترک تشریفات سالن‌های چندمنظوره را اجاره می‌نمایند و این امکان را دارند که در ساعات اضافه بر نیاز مکان ورزشی را جهت درآمدزایی در اختیار رشته‌های دیگر، باشگاه‌ها یا هیئت‌های ورزشی دیگر قرار دهند. به همین منظور رقابت زیادی در موضوع اجاره سالن‌های ورزشی دولتی بین هیئت‌های ورزشی وجود دارد. با توجه به گستردگی و شیوع روزافزون روش‌های اینترنتی و مجازی، هنوز هیئت‌های ورزشی رغبتی جهت جذب سرمایه یا درآمد از این طریق ندارند. از دیگر بخش‌های این

[1] Statista

مولفه، اجاره کالاها و تجهیزات به‌خصوص در رشته‌های دارای تجهیزات گران‌قیمت و استفاده از مدل‌های تهاتری جهت جذب سرمایه‌های نقدی و غیر نقدی است. ورود به عرصه‌های تجاری مثل رستوران ورزشی، باشگاه ورزشی و ... نیز جزو سایر خدمات هیئت می‌تواند قرار بگیرد. نتایج بیانگر آن بود که در این بخش هم هیئت‌ها بسیار ضعیف بوده‌اند و علی‌رغم نگاه در حد میانه‌ای که نسبت به اهمیت این گونه فعالیت‌ها دارند، اقدام‌های خاصی در این زمینه انجام نداده‌اند. البته در اقدامات مختلف باید اساسنامه هیئت‌های ورزشی و موضوع فعالیت مورد توجه قرار گیرد. نتایج کلی تحقیق با یافته‌های مرادی چالشتری (۱۳۹۵) همخوانی داشت. ویکر (۲۰۱۱) در تحقیق خود به درآمدهای حاصل از اخذ حق خدمات اشاره نموده است. دودز (۲۰۲۱) تنوع روش‌های درآمدزایی را یکی از عوامل موفقیت در این حوزه می‌داند. خسروی‌زاده (۲۰۱۴) بر حوزه گردشگری تاکید نموده و احمدی (۲۰۲۲) بر برخی روش‌های این تحقیق اشاره کرده است. به هیئت‌های ورزشی استان تهران پیشنهاد می‌شود با توجه به اعتماد مخاطبان به هیئت‌های ورزشی از برند خود برای ارائه محصولات و خدمات استفاده کنند و تنوع در روش‌های مطرح‌شده در این مولفه را در برنامه‌های درآمدزایی مد نظر قرار دهند.

مولفه حامیان مالی و سرمایه‌گذاری از نظر نمونه‌ها نقش مهمی در تامین مالی هیئت‌های ورزشی استان تهران داشت. استان تهران به عنوان یکی از استان‌های صنعتی، ظرفیت‌های زیادی در ورزش کشور دارد. نتایج نشان داد ۷۵ درصد هیئت‌ها به روش‌های مختلفی از کمک‌های مالی حامیان استفاده کرده‌اند. اهمیت این روش در تحقیقات مختلفی همچون مطالعه ترابی (۱۳۹۴) و دتز[1] (۲۰۱۳) اشاره شده است. در برخی منابع نیز بیان گردیده که به طور کلی در حدود ۴۰ درصد از منابع مالی سازمان‌های ورزشی از طریق حامیان مالی کسب شده است (نوسیر۲، ۲۰۲۰). همکاری با دیگر هیئت‌ها و سازمان‌های ورزشی و انجام فعالیت‌های مشترک (وارموس و کوبینا، ۲۰۱۵) و استفاده از پتانسیل سایر هیئت‌ها و سازمان‌ها و توجه به خیرین به عنوان یکی از بخش‌های حامیان ورزشی مورد توجه قرار گرفته است. استفاده از ظرفیت‌های بخش خصوصی برای توسعه همکاری‌های مشترک در هیئت‌های ورزشی نیز توصیه شده است. ترابی (۱۳۹۴) به نقش سازمان‌های خصوصی ورزش انگلستان اشاره نموده است که با یافته‌های این تحقیق همخوان می‌باشد. در واقع، اگرچه ۷۵ درصد هیئت‌ها از منابع حامیان مالی استفاده کرده بودند، اما بخش بزرگی از این منابع از نظر ارزش محدود بوده است و به‌خصوص منابع دریافت‌شده از بخش خصوصی کمتر از میزان مورد نیاز بوده است. توجه و شناسایی شرکت‌های سرمایه‌گذاری و هلدینگ‌ها و تعریف طرح‌های برد- برد و همچنین توجه به شرکت‌های بیمه با هدف کاهش هزینه‌ها و توسعه ورزش همگانی می‌تواند در جذب منابع مالی و

[1] Deitza
[2] Nuseir

حامیان جدید نقش داشته باشد. فراهانی (۱۳۹۷) در تحقیق خود بیان نمود صنعت بیمه کشور نیازمند بازنگری در حوزه ورزش می‌باشد. ایجاد صندوق اعتبارات مالی برای سرمایه‌گذاری و درآمدزایی با عنایت به ظرفیت هواداران و ورزشکاران از زیرمجموعه‌های عامل حامیان بوده است. باید به این موضوع توجه کرد که به جذب حامیان مالی و سرمایه‌گذاری در ورزش به عنوان یک علم نگاه کرد که دربرگیرنده آموزش و اطلاعات مناسب برای مدیران هیئت‌های ورزشی و کسانی است که در امر ورزش مشغول به فعالیت هستند. بارنارد (۲۰۱۸) و کاکس (۲۰۱۲) بر نقش حامیان مالی تاکید داشته و ویکر و فریک (۲۰۲۰) وجود ارتباط مناسب برای بهره‌گیری از حامیان را مورد توجه قرار داده‌اند. به هیئت‌های ورزشی استان تهران پیشنهاد می‌شود در انجام فعالیت‌های بازاریابی ورزشی از جمله جذب حامیان و سرمایه‌گذاری صرفاً با روش‌های سنتی و بدون مشاوره و اخذ اطلاعات جدید نمی توان موفق بود و هیئت‌های ورزشی تهران باید با شناسایی درست حامیانی که احتمال همکاری بیشتری دارند و برقراری ارتباط به این مسئله مهم توجه داشته باشند.

سومین عامل تامین‌کننده منابع مالی در هیئت‌های ورزشی استان تهران که البته از وظایف اصلی هیئت‌های ورزشی هم محسوب می‌شود، برگزاری رویدادهای ورزشی است. این مسابقات در سطوح مختلف شهرستانی یا استانی و یا حتی میزبانی مسابقات کشوری یا لیگ، یکی از روش‌های تامین منابع نقدی و غیرنقدی می‌باشد. این روش به ویژه در هیئت‌های ورزشی در شهرهای کوچک که ممکن است سایر روش‌های درآمدزایی کمتر مورد استفاده قرار گیرد، شیوع بیشتری دارد. درآمدهای روز مسابقه شامل بلیط‌فروشی و فروش کالاهای ورزشی از جمله فعالیت‌های معمول روز مسابقه می‌باشد. حدود نیمی از هیئت‌ها از روش بلیط‌فروشی استفاده کرده‌اند. سطح رقابت ورزشی و میزان هواداران آن رشته می‌تواند تعیین‌کننده این باشد که آیا امکان فروش بلیط وجود دارد یا خیر. حق میزبانی نیز می‌تواند به عنوان منبع مالی لحاظ شود. معمولا فدراسیون‌ها به هیئت استانی که میزبانی مسابقات را قبول می‌کنند، کمک‌های مالی یا تجهیزاتی خواهند داشت. همچنین ممکن است هیئت ورزشی، برنامه‌ریزی و اجرای مسابقات ارگان‌ها و نهادهای مختلف را به عهده گیرد و مبالغی را دریافت نماید. شایعترین روش مرتبط با رویدادهای ورزشی، دریافت ورودیه از ورزشکاران یا تیم‌های شرکت‌کننده در مسابقات است که ۷۴ درصد هیئت‌ها از آن استفاده می‌کنند و در عین حال بین هیئت‌های ورزشی در این روش تفاوت معنی‌داری وجود دارد. اجاره غرفه‌های بخش‌های تجاری و بازرگانی، یکی از روش‌های معمول در روزهای مسابقه می‌باشد که ۶۳ درصد از هیئت‌ها نیز به انجام چنین روش‌هایی اشاره نموده‌اند و البته تفاوت معنی‌داری بین هیئت‌های ورزشی وجود داشته است. احکام صادره کمیته انضباطی، داشتن امکانات میزبانی همچون خوابگاه یا سالن، از پتانسیل‌های این عامل است. یافته‌های دیسبوردز (۲۰۱۱)، کاسیماتی و داوسون (۲۰۰۹) و اوستربرک[1] و همکاران (۲۰۱۰) بر

[1] Oosterbeek

این روش درآمدزایی اشاره داشته‌اند. بارنارد (۲۰۱۸) و گیل آلانا (۲۰۱۹) هم بر توانایی رویدادهای ورزشی برای درآمدزایی توجه نموده‌اند که با نتایج تحقیق همخوانی داشتند. به هیئت‌های ورزشی استان تهران پیشنهاد می‌شود با در نظر گرفتن جوایزی انگیزشی و برنامه‌ریزی جهت برگزاری رویدادهای ورزشی در سطوح شهرستانی و سپس استانی با اخذ ورودیه مسابقات و سایر روش‌هایی که جنبه حاشیه‌ای در رویدادهای ورزشی دارند، بخشی از نیازهای مالی خود را تامین کنند. برندسازی یک رویداد ورزشی خاص هم می‌تواند در این روش موثر باشد.

درآمدهای اعتباری نیز از روش‌های معمول و شایع تامین منابع در هیئت‌های ورزشی تهران است. با توجه به اساسنامه، هیئت‌های ورزشی نهادهای غیردولتی محسوب می‌شوند، ولی در واقع بخش عمده بودجه آنها از طریق ادارات کل ورزش و جوانان و فدراسیون‌های ورزشی و سایر نهادهای دولتی تامین می‌گردد. این روش وابسته به ارتباطات می‌باشد و بدین علت بسیاری از هیئت‌های ورزشی تمایل دارند افراد دارای نفوذ و دارای روابط سیاسی را به عنوان اعضای هیئت رئیسه و یا مدیران هیئت قرار دهند تا بتوانند از ارتباطات آنها در جهت کسب منابع مالی استفاده کنند. نتایج مربوط به این مولفه نشان داد که حدود ۸۰ درصد از هیئت‌های ورزشی از اعتبارات اداره کل ورزش و جوانان استفاده کرده بودند و بخش عمده‌ای از درآمدها از این روش بود. همچنین حدود ۷۰ درصد از هیئت‌های ورزشی از اعتبارات استانداری‌ها و فرمانداری‌ها استفاده کرده بودند و بخش کمتری مربوط به اعتبارات فدراسیون‌ها و دفاتر نمایندگان مجلس و سایر نهادهای مرتبط بوده است. برخی از هیئت‌های ورزشی از وام‌های بانکی استفاده کرده بودند. البته دریافت تسهیلات با سودهای بالا باعث می‌شود که هیئت‌ها چندان رغبتی برای استفاده از وام‌های بانکی نداشته باشند- مگر اینکه سودآوری فعالیت‌های هیئت ضمانتی برای دریافت تسهیلات بانکی باشد. تمایل کم موسسات مالی و بانک‌ها احتمالا به دلیل سود کمتر فعالیت‌های ورزشی به نسبت سایر فعالیت‌های تجاری می‌باشد. سیدعامری (۱۳۸۸) به عدم‌پرداخت تسهیلات به فعالیت‌های ورزشی سازمان‌های ورزشی اشاره نموده است. نتایج این بخش با یافته‌های ترابی (۱۳۹۴) و روهام (۲۰۱۴) همخوان بود که هر یک به شکلی به حمایت‌های دولتی برای اخذ درآمد و اعتبارات در سازمان‌های ورزشی اشاره نمودند و سولنتسف (۲۰۲۱) نیز در بخشی از تحقیق خود به این موضوع پرداخته است. جزویاک (۲۰۲۱) مهارت‌های مدیر مجموعه را در جذب منابع این روش موثر می‌داند. به هیئت‌های ورزشی استان تهران پیشنهاد می‌شود با ارائه برنامه‌های راهبردی و عملیاتی به مجموعه‌های بالادستی به شکل هدفمند در جذب منابع دولتی فعالیت نمایند؛ به طوری که جذب این منابع صرفا منوط به روابط شخصی نباشد.

ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای مثل حق پخش تلویزیونی و رسانه‌ای، از جمله مهمترین روش‌های کسب سرمایه هستند که البته در کشور ما با مشکلات متعددی روبه‌رو می‌باشد و تاکنون سازمان‌های ورزشی

نتوانسته‌اند به شکل مناسبی از آن بهره ببرند. یافته‌های این بخش با نتایج ترابی (۱۳۹۴) و رضایی صوفی(۱۳۹۳) همخوانی و با یافته‌های دیسبوردز(۲۰۱۱) و سیلوریا و کاردوسو(۲۰۱۸) مغایرت داشته است. این ناهمخوانی با توجه به ساختار صحیح ورزش کشورهای پیشرفته و صاحب ورزش پیرامون رابطه سازمان‌های ورزشی و رسانه‌ها می‌باشد. حدود ۴۵ درصد هیئت‌های ورزشی تهران اشاره کردند که وب‌سایت دارند و از این طریق جهت تبلیغ فعالیت‌های خود استفاده می‌کنند- اگرچه این ظرفیتی است که می‌تواند جهت تبلیغات حامیان نیز استفاده شود. سالن‌ها و اماکن ورزشی هیئت‌ها به عنوان یک ظرفیت تبلیغی محسوب می‌شود. هیئت‌های ورزشی تهران می‌توانند از طریق حامیان مبالغی را جهت نصب تبلیغات آنها در این گونه فضاها کسب نمایند- موضوعی که به لحاظ آماری حدود نیمی از هیئت‌های ورزشی به استفاده از آن اذعان داشتند. هایدوک و والکر[1] (۲۰۱۸) بیان نمودند که تبلیغات از طریق ورزش می‌تواند تاثیر ماندگارتری از تبلیغات از طریق تلویزیون و تبلیغات آنلاین داشته باشد. کوکس (۲۰۱۲) به موضوع استفاده از تبلیغات به عنوان یک راه کسب درآمد و سرمایه در ورزش اشاره داشته است. برگانتیوس و مورنتو (۲۰۲۰) حق رسانه‌ای را از مهمترین منابع درآمدی سازمان‌های ورزشی بر شمرده‌اند. احمدی (۲۰۲۲) نیز برگزاری کمپین‌های فروش در ورزش را راهی برای درآمدزایی می‌داند. لوکینویک (۲۰۲۲) حق پخش را از منبع درآمدی اصلی باشگاه‌ها فرض کرده است که البته با واقعیت‌های موجود در هیئت‌های ورزشی استان تهران ناهمسو می‌باشد. علت ناهمسویی وجود مسئله جهت پرداخت حق پخش در سطح کلان‌تر و فدراسیون‌های ورزشی مختلف از طرف رسانه‌ها بیان می‌شود. به هیئت‌های ورزشی استان تهران پیشنهاد می‌شود با توجه به استقبال مخاطبان از فضای مجازی از ظرفیت‌های شبکه‌های مجازی مخاطب‌پسند حداکثر استفاده را ببرند و سعی در معرفی محصولات و خدمات خود داشته باشند. همچنین راه‌اندازی سایت برای همه هیئت‌ها به عنوان یک زیرساخت درآمدزا توصیه می‌شود.

آخرین مولفه از نظر میزان اهمیت ضریب مسیر در مدل مستخرج تحقیق، هواداران و ذینفعان بود. امروزه در بسیاری از سازمان‌های تولیدی و خدماتی شاهد آن هستیم که باشگاه مشتریان تشکیل شده و ارتباط مناسبی با مشتری شکل گرفته است. هیئت‌های ورزشی هم از این قاعده مستثنی نیستند و می‌توانند با تشکیل باشگاه مشتریان و کانون‌های هواداری و در نظر گرفتن شرایط آن‌ها به کسب درآمد بپردازند. نتایج وضع موجود حکایت از آن داشت که حدود ۴۵ درصد هیئت‌های ورزشی اقداماتی در این زمینه انجام داده بودند، ولی تفاوت معنی‌داری بین هیئت‌ها در این زمینه وجود نداشت- یعنی این تفاوت چندان چشمگیر نبوده است. برگزاری مراسمات مختلف، ایجاد روابط اجتماعی با هواداران به عنوان یکی از زمینه‌های تامین منابع مالی محسوب می‌شود.

[1] Hayduk

هنگامی که هواداران احساس کنند که مدیران هیئت‌های ورزشی در استان تهران همراه با آنها می‌باشند، جهت مشارکت بیشتر با برنامه‌های هیئت احساس وظیفه بیشتری خواهند کرد. حدود ۵۹ درصد هیئت‌ها بیان نمودند که این ارتباط با هوادار را انجام می‌دهند. صدور کارت‌های هواداری و حق عضویت از هواداران از فعالیت‌های رایج در این حوزه است. وی کر و همکاران (۲۰۱۲) نتایجی همخوان ارائه داده‌اند. گارنر[1] (۲۰۱۶) به هواداران به عنوان بخشی از منابع انسانی هیئت‌های ورزشی سازمان‌های ورزشی توجه نموده که در واقع همگی مهر تاییدی بر اهمیت بخش هواداران و ذینفعان است. سیلوریا (۲۰۱۸) اهمیت توجه به تماشاچیان و ذینفعان را در تحقیق خود بیان نموده و جزویاک (۲۰۲۱) به نقش منابع انسانی به عنوان یک محور در برقراری ارتباط با ذینفعان اشاره کرده است. به هیئت‌های ورزشی استان تهران پیشنهاد می‌شود با تشکیل کمیته هواداران و ذینفعان در هیئت‌های ورزشی برنامه‌ریزی‌های مناسب بسته به شرایط هر بخش از ذینفعان صورت گیرد.

در نهایت باید به این موضوع توجه نمود که راهکارهای جذب سرمایه بسیار متنوع و مختلف می‌باشد و هر هیئت ورزشی بسته به شرایطی که با آن روبه‌روست باید روش‌های مناسب را انتخاب و بر اساس آن اقدام نماید. بهره‌گیری از مشاوره افراد متخصص بازاریابی، تدوین برنامه‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت، تقسیم بازار هدف، استفاده مناسب از اطلاعات مرتبط با مشتریان، ایجاد کمیته بازاریابی، برون‌سپاری تمام یا بخشی از فعالیت‌های بازاریابی به شرکت‌ها یا افراد و آموزش مدیران در این حوزه از پیشنهادات مبتنی بر نتایج این تحقیق است- هرچند در قسمت‌های مختلف مقاله هم سعی شد پیشنهاداتی مبتنی بر کاربرد ارائه گردد. هر یک از عوامل مطرح‌شده در این تحقیق می‌تواند مبنایی برای تحقیقات بیشتر از سوی سایر محققان باشد.

منابع

- احسانی، محمد؛ ابودردا، زینب و اقبالی، مسعود. (۱۳۸۷). «**بررسی علل عدم‌حمایت حامیان مالی از ورزش حرفه‌ای بانوان شهر اصفهان**». پژوهش در علوم ورزشی. سال ۶، ۲(۱۲)، صص ۱۱۱-۱۲۰.
- احمدی، موسی. (۱۴۰۲). «**شناسایی و ارزیابی راهکارهای تامین مالی پایدار سازمان ورزش شهرداری تهران**». کنفرانس بین‌المللی فرصت‌های سرمایه‌گذاری تهران.
- بودجه تربیت بدنی، وزارت ورزش و جوانان. (۱۴۰۲). https://rc.majlis.ir/fa/news/show/1757335
- 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 حال‌توسعه (مورد خاص: باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران و انگلستان)**». دانش سرمایه‌گذاری. ۴ (۱۳)، صص ۲۳۲-۲۱۷.

[1] Garner

- تسلیمی، زهرا؛ همتی‌نژاد، مهرعلی؛ قلی‌زاده، محمدحسن و پاسوار، محمدحسن. (۱۳۹۸). «**چارچوب تأمین مالی فدراسیون‌های ورزش‌های پایه با محوریت خودکفایی**». مدیریت توسعه ورزش. ۸ (۴)، صص ۴۱-۵۰.
- حبیبی، آرش و عدن‌ور، مریم. (۱۳۹۶). **مدل‌یابی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی**. انتشارات جهاد دانشگاهی
- خسروی‌زاده، اسفندیار؛ بهرامی، علی رضا و حقدادی، عابد. (۱۳۹۳). «**موانع سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش استان مرکزی**». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۴، صص ۲۰۷ – ۲۲۲.
- رجبی، مالک؛ سلطان حسینی، محمد؛ رضوی، محمدحسین و حسینی، سیدعماد. (۱۳۹۱). «**نقش رسانه‌ها و تماشاگران ورزشی در جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی**». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۱۳، صص ۹۳-۱۰۶.
- عزیزی، محمد و ملایجردی، مریم؛ (۱۳۹۶). «**روش‌های تامین مالی کارآفرینی اجتماعی**». تحقیقات مالی. ۱۹(۱)، صص ۱۱۹-۱۳۸. SID. https://sid.ir/paper/91239/fa
- رضایی صوفی، مرتضی و شعبانی، عباس. (۱۳۹۲). «**بررسی تأثیر رسانه های جمعی بر تأمین منابع مالی در ورزش**». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. سال۱، شماره ۳، صص ۲۳-۴۹.
- سیدعامری، میرحسین؛ محرم‌زاده، مهرداد؛ بشیری، مهدی و هادی، حمداله. (۱۳۸۹). «**بررسی عنصر حمایت مالی از عناصر آمیخته بازاریابی ورزشی**». فصل‌نامه المپیک. سال ۱۸، شماره ۴، (پیاپی ۵۲)، صص ۴۸-۶۵.
- غفوری یزدی، مهدی؛ خبیری، محمد؛ علی‌دوست قهفرخی، ابراهیم و شریف‌زاده، محمدجواد. (۱۴۰۰). «**شناسایی راهبردهای تامین مالی در ورزش حرفه‌ای ایران**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۹ (۴)، صص ۲۳-۴۰.
- طالقانی، محمد و طالقانی، عطاالله. (۱۳۹۶). «**تامین مالی زنجیره تامین SCF به‌عنوان روش نوین تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط**». کنفرانس ملی مدیریت مطالعات نوین در ایران. ایران، کرج.
- فراهانی، ابوالفضل؛ مهدوی پورنقی، امین و کلیشمی، غدیر. (۱۳۹۷). «**مطالعهٔ تطبیقی روش‌های ارائه انواع بیمه در ورزش ایران و کشورهای منتخب**». دوره ۶، شماره ۴ ، شماره پیاپی ۲۴، صص ۴۷-۶۰.
- محرم‌زاده، مهرداد. (۱۳۸۵). **مدیریت بازاریابی ورزشی**. ارومیه: جهاد دانشگاهی
- مرادی چالشتری، جواد؛ مرادی، محمدرضا؛ نوروزیان قهفرخی، سهیلا و جمالی گله، محمود. (۱۳۹۵). «**بررسی موانع ساختاری اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران**». پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۱۲، شماره ۲۳، صص ۱۹۱-۲۰۴.
- مشهدی حاجی، فاطمه؛ رفیعی، مجتبی و میری، مصطفی. (۱۳۹۲). «**الگوی تصمیم‌گیری شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان در شرایط پیچیده و عدم‌قطعیت عمیق**». مدیریت نوآوری. سال ۲، شماره ۲ (پیاپی ۴)، صص ۱۲۱-۱۵۰.
- هنرور، افشار و غفوری، فرزاد. (۱۳۸۲). «**اثرات اقتصادی ورزش در چند کشور منتخب**». چهارمین همایش بین‌المللی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی. دانشگاه تهران.

- Barnard, M., Dwyer, M., Wilson, J., & Winn, C. (2018). **Annual Review of Football Finance** .Retrieved from Manchester.
- Barros Carlos, P., Scafarto, V., & Samagaio, A. (2014). **"Cost performance of Italian football clubs: analysing the role of marketing and sponsorship".** International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 15(4), 59-77. doi:10.1108/IJSMS-15-04-2014-B006
- Bergantiños, G., & Moreno-Ternero, J. D. (2020). **"Allocating extra revenues from broadcasting sports leagues".** Journal of Mathematical Economics, 90, 65-73. doi:https://doi.org/10.1016/j.jmateco.2020.0[illegible]

- Cox, A. (2012). **“Live Broadcasting, Gate Revenue, and Football Club Performance: Some Evidence”.** International Journal of the Economics of Business, 19(1), 75-98.
- Deitz, G., Jr, R., & Hansen, J. (2013). **“Sponsorship and shareholder value: A re-examination and extension”.** Journal of Business Research, 66, 1427–1435. doi:10.1016/j.jbusres.2012.05.010
- Desbordes, M. (2011). **“The 'ideal' way to generate club revenue”.** International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 12(4), 1-1. doi:10.1108/IJSMS-12-04-2011-B001
- DRÓŻDŻ, M. (2021). **“Legal aspects of sponsoring sports by state-owned companies. ”** Journal of Physical Education and Sport, 21, 1071-10 .۷۵
- Garner, J., Humphrey, P. R., & Simkins, B. (2016). **“The business of sport and the sport of business: A review of the compensation literature in finance and sports”.** International Review of Financial Analysis, 47, 197-204. doi:https://doi.org/10.1016/j.irfa.2016.06.003
- Gil-Alana, L. A., dos Santos Figueiredo, O. H., & Wanke, P. (2019). **“Structural breaks in Brazilian tourism revenues: Unveiling the impact of exchange rates and sports mega-events”.** Tourism Management, 74, 207-211. doi:https://doi.org/10.10/١٦j.tourman.2019.03.006
- Hayduk Iii, T., & Walker, M. (2017). **“Mapping the strategic factor market for sport entrepreneurship”.** International Entrepreneurship and Management Journal(14), 705-724. doi:10.1007/s11365-017-0482-3.https://www.statista.com/statistics/322564/sports-magazines--print-sales-revenue-uk/.
- Huda, H. (2001). **“Investors' opinions about sports marketing in Bahrain”,** The Sport Journal .The sport journal, 4(4), 18-25 .
- JÓŹWIAK, P. (2021). **“Legal problems of financing sports clubs by local governments in Poland as areason for interdisciplinary and legal-comparative research”.** Journal of Physical Education and Sport, 21(2), 1098-1105 .
- Kasimati, E., & Dawson, P. (2009). **“Assessing the impact of the 2004 Olympic Games on the Greek economy: A small macroeconometric model”.** Economic Modelling, 26(1), 139-146 .
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). **Customer relationship management: Springer-Verlag GmbH Germany, part of Springer Nature.**
- Liu, Z., Duan, J. A., & Mahajan, V. (2020). **“Dynamics and peer effects of brand revenue in college sports”.** International Journal of Research in Marketing. doi:https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.02.003
- Lukinović, M ,.Bunčić, S., & Bratić, M. (2021). **“Assignment of broadcasting rights as a source of financing sports activities. Facta Universitatis”.** Series: Physical Education and Sport, 257-269 .
- Mendonça, H. (2021). **“**FAN FUNDING: A MODERNISED APPROACH FOR SPORTS ORGANISATIONS’ EXTERNAL FINANCING. Nova school of business & economic .
- Misener, K., & Doherty, A. (2014). **“In support of sport: Examining the relationship between community sport organizations and sponsors”.** Sport Management Review, 17(4), 493-506. doi:https//:doi.org/10.1016/j.smr.2013.12.002
- Morrow, S. (2004). **“The Financial Crisis in Scottish Football”.** Scottish Affairs, 47 (First Serie, 48-57. doi:10.3366/scot.2004.0026
- Nuseir, M. (2020). **“The effects of sponsorship on the promotion of sports events”.** International Journal of Business Innovation and Research, 22, 191-207. doi:10.1504/IJBIR.2020.107838
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). **“The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation”.** European Economic Review, 54(3), 442-454. doi:https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002
- Roisah, R., Iskandar, I., Mahanka, R., Trijumansyah, A., & Yunita, N. (2019). **“Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Customer Relationship Management (Studi Kasus Pada Point Media Sejahtera) ”.** Journal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 80-88 .
- Rooham, M., Shahsavari, A., Zohrabi, F., & Hosseini, S. (2014). **“The New Factors Determining on Attract Foreign Direct Investment in the Sports Industry of Iran”.** International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism, 15, 1-12. doi:10.5199/ijsmart-1791-874X-15a
- Shavandina, O., & Kovalenko, E. (2021). **“Improving the analysis of financing sources of sports organizations of various organizational and legal forms in Russia”.** Journal of Physical Education & Sport, 21, 2001-2009 .

- Silveira, M., Cardoso, M., & Quevedo-Silva, F. (2018). **"Factors influencing attendance at stadiums and arenas".** Marketing Intelligence & Planning. doi:10.1108/MIP-02-2018-0048
- Solntsev, I .V. (2021). **"Social impact bonds: Financing grassroots sports"**. Finance: Theory and Practice, 26(6), 199-211 .
- Varmus, M., Kubina, M., & Soviar, J. (2015). **"Cooperation on Sport Market – Reasons and Ways How to Improve It".** Procedia Economics and Finance, 2.391-395 doi:https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00453-0
- Wicker, P., Breuer, C., & Hennigs, B. (2012). **"Understanding the Interactions among Revenue Categories Using Elasticity Measures-Evidence from a Longitudinal Sample of Non-profit Sport Clubs in Germany".** Sport Management Review, 15, 318-329. doi:10.1016/j.smr.2011.12.004
- Wicker, P., & Frick, B. (2020). **"Sustainable Financing of Elite Athlete Development: An Empirical Analysis of Winter Sports in Austria".** Sustainability, 12, 9664. doi:10.3390/su1222.

۲۷

تبیین مدل جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش: یک مطالعه کیفی با رویکرد داده‌بنیاد ساختارگرا

وجیهه جوانی[۱]
ناصر دخت باقر[۲]
فرشته آقاجانی[۳]
فرزین پورقاسم[۴]

10.22034/ssys.2022.2216.2585
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۴/۲۶
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۷/۰۴

این پژوهش با هدف تبیین جامع مدل جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش صورت گرفته است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع داده‌های جمع‌آوری‌شده کیفی بود که از روش نظریه داده‌بنیاد ساخت‌گرا استفاده شد. مشارکت‌کنندگان را اعضای هیئت علمی در حوزه‌های مدیریت ورزشی، اقتصاد، مدیریت و مدیران سازمان‌های ورزشی تشکیل می‌دادند. برای به‌کارگیری و انتخاب مشارکت‌کنندگان از شیوه گلوله برفی استفاده شد که داده‌ها پس از ۱۸ مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته به اشباع نظری رسید. داده‌های به‌دست آمده، به روش کدگذاری نظریه مبنایی با رویکرد ساخت‌گرا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های پژوهش شامل عوامل تاثیرگذار بر جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش (عوامل سازمانی- مدیریتی، عوامل اقتصادی، عوامل ورزشی و عوامل رسانه‌ای)، روندهای تاثیرگذار بر جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش (روندهای فناوری- رسانه‌ای، روندهای اقتصادی، روندهای اجتماعی- فرهنگی و روندهای بین‌المللی)، موانع تاثیرگذار بر جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش (موانع منابع انسانی، موانع مالی- اقتصادی، موانع فرهنگی – اجتماعی و موانع زیرساختی - فنی) و در نهایت راهکارهای تاثیرگذار بر جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش (راهکارهای بازاریابی- اقتصادی، راهکارهای نگرشی- حمایتی، راهکارهای حقوقی– رسانه‌ای، راهکارهای انسانی– اجتماعی و راهکارهای مدیریتی- اجرایی) بود. چارچوب ارائه شده، ارتباط میان عوامل، روندها، موانع و راهکارها را به صورت منطقی و سیستماتیک نشان می‌دهد و می‌تواند به مسئولان ورزش برای بهبود وضعیت جذب و نگهداری حامیان مالی راهنمایی ارزشمندی ارائه کند.

واژگان کلیدی: جذب و نگهداری، حامیان مالی و ورزش.

[۱] دانشیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: V.javani@tabrizu.ac.ir
[۲] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
[۳] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
[۴] دکترای مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

مقدمه

در عصر حاضر ورزش چه به صورت انفرادی و چه به صورت تیمی، نقش بسزایی در اقتصاد کشورها ایفا می‌کند (هانتر و همکاران[1]، ۲۰۱۷) و هم اکنون از مؤثرترین عوامل در رشد اقتصاد ملی و درآمدزاترین صنایع در قرن ۲۱ به‌شمار می‌رود (رجب‌زاده و همکاران، ۲۰۱۷). یکی از مهم‌ترین شاخصه‌های توسعه و پیشرفت واقعی کشورها، ورزش است. موفقیت در عرصه ورزش، توجه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش را بیش از پیش به خود جلب کرده است (پرونا، تریبالدوس و باهدور[2]، ۲۰۱۸)؛ به‌طوری‌که تخمین زده شده که ارزش مالی صنعت ورزش در آمریکا دو برابر صنعت اتومبیل و هفت برابر صنعت سینمای آن و در حال حاضر ۴۷۰ بیلیون دلار گردیده است (پارک و همکاران[3]، ۲۰۱۵) و درآمد و سوددهی بازاریابی ورزشی آن از نظر گردش مالی در حدود ۱۵۲ بیلیون دلار بوده است (کروزینسکا و پوزتا[4]، ۲۰۱۹). با توجه به جذابیت ورزش و همچنین مشکلات مالی فراوان در ورزش، روندی به وجود آمده است که ورزش و سایر رشته‌ها یک رابطه برد- برد برای منافع متقابل ایجاد می‌کنند که یکی از این زمینه‌ها اقتصاد است؛ به طوری که ورزش و اقتصاد با یکدیگر در تعامل هستند و دولت‌ها و شرکت‌های خصوصی می‌توانند با سرمایه‌گذاری در ورزش از منابع بسیاری بهره‌مند شوند (رغبتی و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین شرکت‌ها و کارخانجات مشهور، اقدام به سرمایه‌گذاری در بخش ورزش می‌کنند و از این طریق به بازاریابی می‌پردازند (اسمیت و همکاران[5]، ۲۰۰۸). بیشتر شرکت‌ها از حمایت مالی به عنوان یک ابزار بازاریابی برای آگاهی از نام تجاری و تقویت نام تجاری استفاده می‌کنند. به طور کلّی حمایت مالی منافع نقش قابل توجهی در ارتباطات بازاریابی دارد و از آن به عنوان یک نقش مهم در صنعت ورزش یاد می‌کنند. (پرنتل، ۲۰۱۲). حمایت مالی را می‌توان به عنوان «ارائه کمک مالی یا غیرنقدی به یک فعالیت توسط یک سازمان تجاری به منظور دستیابی به اهداف تجاری» تعریف کرد (کورنول[6]، ۲۰۲۰). حمایت‌گری به عنوان یکی از عناصر ارتباطات بازاریابی، به معنای فراهم‌کردن منابع (مالی، انسانی و تجهیزاتی) به وسیله یک سازمان یا شرکت (حامی) به طور مستقیم برای یک عاملِ حمایت‌شده (مانند یک شخصیت، مقام یا تشکیلات ورزشی) است تا از طریق فعالیت‌های او، سازمان یا شرکت حامی به بازگشت سرمایه و منافع مورد نظر خود دست یابد

[1] Hunter et al.
[2] Pruna, Tribaldos & Bahdur
[3] Park et al.
[4] Kruszynska & Poczta.
[5] Smith et al.
[6] Cornwell

(پاپ[1]، ۲۰۰۱). در سوی دیگر، عامل حمایت‌شده نیز می‌تواند با دریافت حمایت‌های حامی، عملکرد، جایگاه و دامنه فعالیت‌های خود را ارتقا بخشد (راسوآمانانا[2]، ۲۰۱۷).

با توجه به جذابیت ورزش و همچنین مشکلات مالی فراوان در ورزش، روندی به وجود آمده است که ورزش و سایر رشته‌ها یک رابطه برد- برد برای منافع متقابل ایجاد می‌کنند که یکی از این زمینه‌ها اقتصاد است؛ به‌طوری که ورزش و اقتصاد با یکدیگر در تعامل هستند و دولت‌ها و شرکت‌های خصوصی می‌توانند با سرمایه‌گذاری در ورزش از منابع بسیاری بهره‌مند شوند (رغبتی و همکاران، ۲۰۱۸).

به علاوه، ورزش یکی از پرطرفدارترین پدیده‌های اجتماعی عصر حاضر می‌باشد که توجه اقشار مختلف را به خود جلب می‌کند. همین گستردگی و تنوع مخاطب سبب گردیده است که سازمان‌های تجاری و صنعتی علاقه‌مندی زیادی نسبت به استفاده از رقابت‌های ورزشی برای معرفی کالاها و خدمات خود داشته باشند (جنسن و کرونول[3]، ۲۰۲۱). این علاقه‌مندی بستری را فراهم می‌آورد که براساس آن یک رابطه برد- برد میان شرکت‌های تجاری و صنعتی، از یک سو و باشگاه‌ها و مؤسسات مرتبط با ورزش، از سوی دیگر شکل بگیرد که در صنعت ورزش به «حمایت مالی ورزشی» معروف می‌باشد (تایلر و همکاران[4]، ۲۰۱۹). حمایت مالی ورزشی، یک ابزار بازاریابی است که در بسیاری از بخش‌های صنعتی ایجاد شده و برای به دست آوردن مزایای مختلف و در نتیجه خدمت به طیف گسترده‌ای از اهداف مانند افزایش آگاهی، ایجاد تصویر برند، یا تعامل با مشتری استفاده می‌شود (کورنول[5]، ۲۰۲۰). حمایت مالی ورزشی در سطح جهانی به یک صنعت چند میلیارد دلاری تبدیل شده است و شرکت‌هایی از بخش‌های مختلف در رویدادهای ورزشی سرمایه‌گذاری می‌کنند. حمایت مالی ورزشی، یک ابزار ارتباطی مؤثر است که بستری را برای شرکت‌ها و برندهایشان فراهم می‌کند تا با مصرف‌کنندگان ارتباط برقرار نمایند، از اشتیاق و وفاداری هوادارن ورزشی استفاده کنند و با سرمایه‌گذاری بر محبوبیت و دسترسی به اهداف بازاریابی خود دست یابند (سارپونگ و زونگو[6]، ۲۰۲۳). اساساً حامیان مالی ورزشی در ایجاد درآمد قابل توجه برای باشگاه‌ها و لیگ‌های ورزشی نقش مؤثری دارند (کورونیوس و همکاران[7]، ۲۰۲۰). بر اساس اطلاعات ارائه‌شده توسط

[1] Pop
[2] Rasoamanana
[3] Jensen & Cornwell
[4] Tyler et al.
[5] Cornwell
[6] Sarpong & Zungu
[7] Koronios et al.

مرکز تحقیقات تبلیغات جهانی (هندلی[1]، ۲۰۱۸)، شرکت‌ها در سال ۲۰۱۸، ۶۵/۸ میلیارد دلار در قراردادهای حمایت مالی پرداخت کردند که بیشترین بخش این پرداختی‌ها صرف ورزش شده است (متیو[2]، ۲۰۲۰). همچنین تخمین زده می‌شود که تقریباً دو سوم حمایت‌های مالی شرکت‌های آمریکایی به ورزش اختصاص دارد (عشقی، شهریاری و ری، ۲۰۲۱). پیش‌بینی می‌شود این صنعت تا سال ۲۰۳۰ با رشد ۷/۵ درصدی به ارزش ۱۱۲/۲ میلیارد دلار برسد (پلاملی و ویلسون[3]، ۲۰۲۲).

بیشتر باشگاه‌های ورزشی و ورزشکاران مطرحِ دنیا با بهره‌گیری از حامیان قدرت‌مند و در سایه همکاری و حمایت آن‌ها توانسته‌اند علاوه بر تقویت و ترویج فرهنگ ورزش، رونق اقتصادی بی‌سابقه‌ای را تجربه کنند و در کنار پوشش هزینه‌ها و افزایش درآمدهای خود، موقعیت‌های تبلیغاتی مناسبی را برای حامیان فراهم آورند (آناند، ۲۰۱۸). بنابراین، به نظر می‌رسد که شناخت راه‌های رسیدن به فرصت‌های حمایت‌گری برای گروه‌های فعال در عرصه ورزش، بسیار مهم و حیاتی است (کیرشبلوم[4]، ۲۰۱۷).

امروزه، شرکت‌های تجاری و صاحبان صنایع مختلف دریافته‌اند که حمایت مالی به منزله ابزار تبلیغاتی قدرت‌مندی برای آن‌هاست. در واقع، یکی از مهم‌ترین عناصری که موجب پیوند رویدادهای ورزشی و اقتصاد شده است حمایت مالی ورزشی در تبلیغات برای شرکت‌های حامی است (مک کلوی و گریدی[5]، ۲۰۰۸؛ اسمیت و همکاران، ۲۰۰۸؛ رغبتی و همکاران، ۲۰۱۸). بازار و ویژگی‌های بازاریابان موفق و نیز معرفی ویژگی‌های مشتریان، کالاها، و خدمات ورزشی به طور خاص و تعیین پارامترهایی که در میزان استقبال از محصولات و خدمات ورزشی مؤثر واقع شوند، اهمیت بسزایی دارند. در این بین، نقش تبلیغات مؤثر و حامیان مالی در معرفی محصولات و کالاهای ورزشی در صحنه‌های ورزشی و مسابقات ورزشی اهمیت بسیار دارد. این موضوع هم به سود صاحبان کالاها و خدمات است و هم‌اینکه به طور مستقیم و غیرمستقیم به توسعه ورزش یاری می‌رساند. حمایت مالی ورزشی نیز یکی از شیوه‌های مهم سرمایه‌گذاری در ورزش و از محورهای اصلی بازاریابی ورزشی است که در سایه آن رویدادها سازماندهی و حمایت می‌شوند و از مهم‌ترین منابع درآمدی در ورزش امروزی به‌شمار می‌رود (بنار، رمضانی‌نژاد، اندام و میرکاظمی، ۲۰۱۲؛ کورونیوس و همکاران، ۲۰۲۰). درحال حاضر، مسئله حامیان ورزشی در باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی به‌عنوان یکی از دغدغه‌های مهم و اساسی مدیران ورزشی درآمده است؛ زیرا حامیان مالی همیشه نقش

[1] Handley
[2] Matthew
[3] Plumley & Wilson
[4] Kirkesaether
[5] McKelvey & Grady

انکارناپذیری در ورزش داشته‌اند و قدرت آن‌ها هر روز بیشتر از قبل می‌شود (احسانی، ابودردا و اقبالی، ۲۰۰۸). در این راستا شرکت‌ها برای حمایت مالی از بخش ورزش یا هر بخش دیگری دلیل و اهداف خاصی را دنبال می‌کنند که اگر مدیران ورزشی آگاهی کافی از این امر داشته باشند و زمینه را برای رسیدن آن‌ها به اهداف خود مهیا کنند، بخش ورزشی با حمایت این شرکت‌ها رشدی ویژه خواهد داشت (امامی و همکاران، ۲۰۲۰). مادیل و اوریلی[1] (۲۰۱۰) در پژوهش خود بیان کردند که به‌طور سنتی حمایت اغلب به‌طور گسترده-ای در بخش ورزش حمایت به‌کار برده می‌شود. علاوه‌براین، به عقیده بوچت، دالمن، تریلو و والکاپ (۲۰۱۲) شرکت‌ها به شکل روزافزونی نقش مهمی در ورزش‌ها ایفا می‌کنند. بنابراین حمایت مالی شرکت‌ها نشان‌دهنده یکی از مهم‌ترین پیشرفت‌های چشمگیر بازاریابی در دهه‌های اخیر و صنعتی چندین بیلیون دلاری است (بنار و فتح الله‌زاده، ۲۰۱۲). متیو، نرلی و سالی[2] (۲۰۱۱) و کورونیوس و همکاران (۲۰۲۰) درآمد حاصل از حمایت مالی را یکی از منابع درآمدی کلیدی در ورزش حرفه‌ای می‌دانند. بر همین اساس، حامیان مالی در رویدادهای ورزشی معتبر و بزرگ تمایل به سرمایه‌گذاری بیشتری دارند؛ به‌طوری‌که آرایا و پلیسر[3] (۲۰۱۳) در پژوهش خود نشان دادند که ورزش‌های متعددی در حال انجام شدن هستند که پیروزی و موفقیت در این زمینه سبب افزایش تعداد حامیان مالی ورزشی در رویدادهای ورزشی شده است. بنابراین حمایت مالی، حوزه‌ای باارزش در مفهوم بازاریابی و یکی از محورهای بازاریابی ورزشی محسوب می‌شود (بنار و فتح‌الله‌زاده، ۲۰۱۲). حمایت مالی از ورزش، از تکنیک‌های ارتباط جهانی است که هدفش سرمایه گذاری در فعالیت‌های ورزشی، افراد و رویدادها برای بهره رداری بالقوه از مسائل تجاری مربوط به ورزش، ترغیب تماشاچیان در ورزشگاه و تماشاچیان تلویزیونی و ایجاد ارتباط بین حمایت‌شونده رویداد، تیم ورزشی یا ورزشکار و حمایت‌کننده است (رهام، ۲۰۱۱).

بدیهی است که چرخه سرمایه حامیان و ورزش، در صورتی که در تعامل مثبت و اصولی در کنار هم قرار گیرند، باعث رشد و گسترش یکدیگر می‌شوند و به تبع آن موجب درگیر شدن بخش‌های مختلف جامعه و از همه مهم‌تر باعث رشد ورزش کشور و عوامل تولید می‌شوند که در نهایت به اشتغال‌زایی می‌انجامد. شرکت‌ها برای حمایت مالی از بخش ورزش یا هر بخش دیگری دلایل و اهداف خاصی را دنبال می‌کنند که اگر مدیران ورزشی زمینه را برای ورود آن‌ها مهیا نمایند، بخش ورزش با حمایت مالی این شرکت‌ها رشد چشمگیری خواهد داشت (یزدانی و همکاران، ۲۰۱۱). حمایت شرکت‌ها در ورزش، یکی از پرکاربردترین فعالیت‌های حوزه بازاریابی می‌باشد که سریع‌ترین رشد را داشته است (آرسکا[4]، ۲۰۱۲).

[1] Madill & O'Reilly
[2] Matthew, Nerilee & Sally
[3] Arraya & Pellissier
[4] Areska

بنابرگزارش (IEG) در سال ۲۰۱۳، مخارج برای حمایت مالی در جهان به ۵۳/۳ بیلیون دلار رسید که نشان دهنده یک رشد ۷۵ درصدی از سال ۲۰۰۵ می‌باشد (اوریلی و هارنینیگ[1] ، ۲۰۱۳). افزایش قیمت تبلیغات رسانه‌ای، افزایش فعالیت‌های فراغتی و رویدادهای ورزشی، به اثبات‌رساندن حمایت مالی، پوشش رسانه‌ای گسترده رویدادهای حمایت‌شده و کاهش اثر بخشی تبلیغات رسانه‌ای سنتی از عوامل موثر بر رشد حمایت مالی ورزشی است (جماعت و همکاران، ۲۰۱۱). هزینه‌های اداره و سرپا نگه داشتن ورزش، روز به روز در حال افزایش است. افراد، باشگاه‌ها و حتی دولت‌ها فائق‌آمدن بر این هزینه‌ها را بسیار سخت می‌بینند و در نتیجه در تکاپوی پیدا کردن راه‌های دیگر برای تامین منابع این هزینه‌ها هستند. یکی از راه‌های اصلی در این زمینه، جذب حامیان مالی می‌باشد (آساگبا[2]، ۲۰۰۸؛ کورنول، ۲۰۲۰).

پدیده حمایت ورزشی در دهه اخیر رواج یافته است. محققانی مانند ایزدی (۱۳۸۴)، آقازاده و همکاران (۱۳۸۷)، الهی و همکاران (۱۳۸۷)، سید عامری (۱۳۸۸)، بنار و همکاران (۱۳۹۱)، رهام و همکاران (۱۳۹۰)، بنار و همکاران (۱۳۹۱)، همتی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵)، میرزائی و همکاران (۱۳۹۶)، نافر و بوهلر (۲۰۱۰)، عسکریان و همکاران (۲۰۱۳)، باقری و همکاران (۱۳۹۸)، زردشتیان(۱۳۹۹)، موکل و علی‌دوست (۱۳۹۹)، رهبری و همکاران (۱۴۰۰)، هنری (۱۴۰۰)، شریفی و دهقان (۱۴۰۰)و باقری و همکاران (۱۴۰۰) بیشتر به بررسی عوامل و موانع موثر بر جذب حامیان مالی در ورزش پرداخته‌اند، اما توافق کامل و جامعی در زمینه راهکارهای جذب و حفظ حامیان مالی در ورزش وجود ندارد و این موضوع به مطالعات و تحقیقات بیشتری نیاز دارد. گذشته از عدم‌اتفاق نظر کلی در این حوزه، تحقیقی بر روی راهکارهای جذب و حفظ حامیان مالی در ورزش انجام نگرفته است. با توجه به اینکه در حال حاضر ورزش رو به پیشرفت است و بیشتر باشگاه‌ها و تیم‌های حرفه‌ای در مسابقات و لیگ‌های حرفه‌ای ورزشی در سطح اول کشور حضور دارند، به نظر می‌رسد تمامی این باشگاه‌ها و تیم‌ها از لحاظ مالی دچار مشکلاتی هستند که با برنامه‌ریزی مناسب در حوزه حامیان مالی می‌شود این مشکلات را کاهش داد. همچنین، شرکت ها دلایل و اهداف خاصی را برای حمایت از بخش ورزش یا هر بخش دیگری دنبال می کنند. اگر مدیران ورزشی زمینه را برای این کار فراهم کنند، حوزه ورزش با حمایت این شرکت‌ها رشد ویژه‌ای خواهد داشت. بدون شک، روند توسعه و ارتقای رشته‌های ورزشی به صورت کلی و همچنین قهرمانی نیازمند سرمایه‌گذاری و داشتن منابع مالی غیر از اعتبارات اختصاص‌یافته دولتی است. برای این منظور، حامیان مالی نقش اساسی دارند و یافتن چالش‌های ساختاری برای جذب و حفظ حامیان مالی برای سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای یکی از اهداف اصلی سازمان‌های ورزشی کشور است (امامی و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به موارد یاد شده، وجود

[1] O’Reilly & Horning
[2] Asagba

شکاف تحقیقاتی در این حوزه به خوبی درک می‌شود. با توجه به اینکه حمایت مالی یکی از زیر مجموعه‌های بخش بازاریابی است و مسئولان ورزش برای به ثمر بخشیدن و به نتیجه رسیدن اهداف خود در بحث ورزش قهرمانی باید زمینه را برای ورود حامیان در ورزش فراهم کنند، یکی از اولین نیازها جهت ورود حامیان به ورزش شناخت راهکارهای جذب حمایت مالی در ورزش می‌باشد. از آنجا که جذب حامیان مالی برای ورزش نیاز به بررسی‌های دقیق و کارشناسانه دارد، لذا محقق برآن است تا به بررسی و تحلیل راهکارهای جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش بپردازد.

روش‌شناسی پژوهش

روش اجرای این تحقیق به صورت کیفی و بر اساس راهبرد داده‌بنیاد است که از بین رهیافت‌های مختلف نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، از رهیافت ساخت‌گرا بهره گرفته شد که با گذر از سه گام اصلی کدگذاری باز، متمرکز و کدگذاری نظری حاصل می‌شود. جامعه آماری پژوهش را اعضای هیئت علمی در حوزه‌های مدیریت ورزشی، اقتصاد، مدیریت و مدیران سازمان‌های ورزشی تشکیل دادند. به‌منظور انتخاب شرکت‌کنندگان از تکنیک گلوله‌برفی استفاده شد؛ بدین صورت که شرکت‌کنندگان اگر افراد دیگری را می‌شناختند که در زمینه مورد بررسی دارای تجارب و دیدگاه‌هایی هستند، برای شرکت در تحقیق معرفی می‌کردند. جمع‌آوری اطلاعات تا اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت و ۱۸ مصاحبه فردی نیمه‌ساختاریافته انجام گرفت. به‌عبارتی، فرایند انجام مصاحبه‌ها و جمع‌آوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری مقوله‌ها و به بیان واضح‌تر تا جایی که امکان دستیابی به داده‌های جدیدتر فراهم نبود، ادامه یافت. مصاحبه‌های عمیق فردی با هر کدام از مشارکت‌کنندگان بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه طول کشید که پس از هر مصاحبه، مطالب تایپ شد و کدگذاری اولیه انجام گرفت. برای بررسی روایی از مقبولیت، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری توسط نیمی از افراد مصاحبه‌شونده و همچنین پنج نفر از افرادی که در مصاحبه شرکت نمی‌کردند، استفاده شد. برای پایایی از توافقات درون‌موضوعی استفاده گردید که در این راستا، از دو کدگذار مستقل خواسته شد تا داده‌ها را کدگذاری کنند و سپس میزان توافق بین کدگذاران محاسبه شد. ضریب توافق بین کدگذاران ۰٫۸۵ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب یافته‌های پژوهش است.

یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های توصیفی تحقیق، ۱۸ نفر از متخصصان جامعه هدف مصاحبه قرار داشتند که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آن‌ها به شرح جدول ۱ است:

جدول ۱: ویژگی‌های اجتماعی- جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان

	متغیر	تعداد
جنسیت	زن	۶
	مرد	۱۲
سن	بین ۲۱ تا ۳۵ سال	۲
	بین ۳۶ تا ۵۰ سال	۱۰
	بالاتر از ۵۰ سال	۶
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۲
	دکتری	۱۶
موقعیت	عضو هیئت علمی حوزه مدیریت ورزشی	۸
	عضو هیئت علمی حوزه اقتصاد	۳
	عضو هیئت علمی حوزه مدیریت	۴
	مدیر سازمان ورزشی	۳

داده‌های به‌دست آمده، به روش کدگذاری نظریه داده‌بنیاد چارمزی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جداول ۲ و۳ به ترتیب راهنمای کدگذاری و نحوه استخراج نکات کلیدی از منابع را نشان داده است:

جدول ۲: راهنمای کدگذاری

کد	منبع	وسایل و ادوات مورد نیاز
IN-T	مصاحبه با اعضای هیئت علمی حوزه مدیریت	وسایل ضبط و ثبت
IN-S	مصاحبه با مدیران سازمان‌های ورزشی	وسایل ضبط و ثبت
IN-M	مصاحبه با اعضای هیئت علمی حوزه مدیریت ورزشی	وسایل ضبط و ثبت
IN-E	مصاحبه با اعضای هیئت علمی حوزه اقتصاد	وسایل ضبط و ثبت

کدگذاری در نظریه مبنایی یا رویکرد ساخت‌گرا شامل حداقل دو مرحله می‌باشد: کدگذاری اولیه و کدگذاری متمرکز. همچنین در این رویکرد از کدگذاری نظری برای فرم بخشیدن به کدهای متمرکز استفاده می‌شود. کدگذاری اولیه یا باز تجزیه مجموعه داده‌های گردآوری شده به کوچک‌ترین اجزا مفهومی

ممکن است (چارمز[1]، ۲۰۱۷). در این مرحله از تحقیق، از ۴۶۱ جمله پیاده‌سازی‌شده از مصاحبه‌ها، بعد از حذف موارد تکراری و غیر مرتبط، ۱۱۶ کد اولیه به دست آمد. بعد از اینکه کدگذاری اولیه انجام شد و مسیرهای تحلیلی لازم به وجود آمد، آنگاه می‌توان کدگذاری اولیه را برای ترکیب و توضیح قطعات بزرگتر داده‌ها به کار گرفت. کدگذاری متمرکز به معنای استفاده از مهم‌ترین و یا پرتکرارترین داده‌های اولیه می‌باشد (چارمز، ۲۰۱۷). در این مرحله مقوله‌های به دست آمده در مرحله قبلی به کدهای متمرکز تبدیل شد. در جدول ۵ فرآیند کدگذاری متمرکز ارائه شده است:

جدول ۳: نمونه استخراج نکات کلیدی از مصاحبه‌ها

منبع	گزاره	نکات کلیدی
IN-T	توانمندی‌های مدیریتی و بازاریابی در سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی، وجود انگیزه کافی در مجموعه‌های ورزشی برای جلب حامیان مالی، شفافیت در نحوه هزینه‌کرد بودجه‌های دریافتی از حامیان و ثبات مدیریتی و عدم‌تغییرات مکرر، از جمله عوامل تاثیرگذار بر موفقیت در جذب سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی در ورزش هستند.	-توانمندی‌های مدیریتی و بازاریابی -وجود انگیزه کافی در مجموعه‌های ورزشی -وجود انگیزه کافی در مجموعه‌های ورزشی -ثبات مدیریتی
IN-S	برگزاری رویدادها و مسابقات بین‌المللی، حضور بازیکنان و مربیان خارجی در لیگ‌های ایران، همکاری با فدراسیون‌های بین‌المللی ورزشی و الگوبرداری از مدل‌های موفق بین‌المللی در جذب حامیان مالی، همگی منجر به افزایش تعاملات ورزش با عرصه‌های منطقه‌ای و جهانی می‌شود که این امر می‌تواند زمینه‌ساز مشارکت بیشتر بازیگران اقتصادی خارجی در حمایت از ورزش گردد.	-افزایش برگزاری رویدادهای بین‌المللی -حضور بازیکنان و مربیان خارجی -همکاری با فدراسیون‌های بین‌المللی -الگوبرداری از مدل‌های موفق بین‌المللی
IN-M	وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های ورزشی فراوان می تواند زمینه‌ساز جلب حمایت‌های مالی گسترده‌تر از سوی بخش خصوصی باشد. وجود باشگاه‌ها و تیم‌های مطرح ورزشی در، برگزاری مسابقات و	-وجود باشگاه‌ها و تیم‌های مطرح -برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی

[1] Charmaz

INE	رویدادهای ورزشی بزرگ و معتبر، وجود ورزشکاران و قهرمانان محبوب در رشته‌های مختلف، تنوع رشته‌های ورزشی و وجود رشته‌های نوپا و نیز توسعه زیرساخت‌های ورزشی، همگی موجب جذابیت به عنوان یک بازار بالقوه برای سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش می‌شود. عوامل متعددی بر جذب و نگهداری حامیان مالی ورزش تاثیرگذار است. از جمله مهمترین این عوامل می‌توان به حمایت دولتی و مساعد بودن محیط کسب و کار اشاره کرد. ارائه مشوق‌های مالیاتی و تسهیلات قانونی از سوی دولت به حامیان ورزش، توان مالی بنگاه‌ها و شرکت‌های اقتصادی، وضعیت کلی اقتصاد کشور، سهولت سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش و نیز جذابیت اقتصادی صنعت ورزش، همگی می‌توانند بر تمایل بخش خصوصی برای حمایت از ورزش تاثیر بگذارند.	-وجود ورزشکاران و قهرمانان محبوب -تنوع رشته‌های ورزشی -توسعه زیرساخت‌ها -حمایت دولتی و مساعد بودن محیط کسب و کار -ارائه مشوق‌های مالیاتی و تسهیلات قانونی -توان مالی -وضعیت کلی اقتصاد -سهولت سرمایه‌گذاری -جذابیت اقتصادی ورزش

مراحل کدگذاری

کدگذاری اولیه یا باز (استخراج مفاهیم و مقوله‌ها)

بر اساس مراحل تحقیق کیفی ساخت‌گرا، از مرحله اول کدگذاری (کدگذاری باز) ۱۱۶ کد استخراج شد. نخستین هدف از کدگذاری باز، تجزیه مجموعه داده‌های گردآوری شده به کوچکترین اجزای مفهومی ممکن است. در این مرحله از تحقیق، از ۴۶۱ جمله پیاده‌سازی شده از مصاحبه‌ها، بعد از حذف موارد تکراری و غیر مرتبط ۱۱۶ کد اولیه به دست آمد.

جدول۴. کدهای اولیه و مقوله‌های مستخرج از مصاحبه‌ها

نشانگر	نکات کلیدی	کد اولیه	مقوله
IN-T-1, IN-T-4, IN-T-3	توانمندی‌های مدیریتی و بازاریابی در سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی	توانمندی‌های مدیریتی و بازاریابی	سازمانی–مدیریت
IN-T-1, IN-T-4	وجود انگیزه کافی در مجموعه‌های ورزشی برای جلب حامیان مالی	وجود انگیزه کافی در مجموعه‌های ورزشی	
IN-T-4, IN-T-2, IN-T-3	وجود انگیزه کافی در مجموعه‌های ورزشی در نحوه هزینه‌کرد بودجه‌های دریافتی از حامیان	وجود انگیزه کافی در مجموعه‌های ورزشی	
IN-T-1	ثبات مدیریتی و عدم‌تغییرات مکرر	ثبات مدیریتی	
IN-T-2, IN-T-3, IN-M-2	برنامه‌ریزی راهبردی بلندمدت	برنامه‌ریزی راهبردی	
IN-T-1, IN-T-3, IN-M-6	ساختار سازمانی مناسب برای جذب حامیان	ساختار سازمانی مناسب	
IN-E-1, IN-E-2, IN-E-3	حمایت دولتی و مساعد بودن محیط کسب و کار	حمایت دولتی و مساعد بودن محیط کسب و کار	عوامل اقتصادی
IN-E-1, IN-E-2, IN-E-3	ارائه مشوق‌های مالیاتی و تسهیلات قانونی از سوی دولت به حامیان ورزش	ارائه مشوق‌های مالیاتی و تسهیلات قانونی	

IN-E-1, IN-E-2, IN-E-3	توان مالی بنگاه‌ها و شرکت‌های اقتصادی	توان مالی	
IN-E-1, IN-E-2, IN-E-3	وضعیت کلی اقتصاد کشور	وضعیت کلی اقتصاد	
IN-E-1, IN-E-2, IN-E-3	سهولت سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش	سهولت سرمایه‌گذاری	
IN-E-1, IN-E-2, IN-M-1	جذابیت اقتصادی صنعت ورزش	جذابیت اقتصادی ورزش	
IN-M-1, IN-M-3, IN-M-8	وجود باشگاه‌ها و تیم‌های مطرح ورزشی	وجود باشگاه‌ها و تیم‌های مطرح	
IN-M-1, IN-M-3,	برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی بزرگ و معتبر	برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی	
IN-M-8, IN-M-2, IN-M-3, IN-M-5	وجود ورزشکاران و قهرمانان محبوب در رشته‌های مختلف	وجود ورزشکاران و قهرمانان محبوب	عوامل ورزشی
IN-M-1, IN-M-3, IN-M-5, IN-M-4, IN-M-6	تنوع رشته‌های ورزشی و وجود رشته‌های نوپا	تنوع رشته‌های ورزشی	
IN-M-8, IN-M-1, IN-M-7	توسعه زیرساخت‌های ورزشی	توسعه زیرساخت‌ها	

IN-E-1, IN-E-2, IN-E-3,	ظرفیت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای گسترده در حوزه ورزش	ظرفیت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای گسترده	عوامل رسانه‌ای
IN-E-1, IN-E-2, IN-S-2	پوشش گسترده رسانه‌ها از رویدادها و مسابقات ورزشی	پوشش گسترده رسانه‌ها	
IN-E-1, IN-M-4, IN-E-3	امکان برجسته‌سازی برند حامیان در پوشش‌های خبری ورزش	امکان برجسته‌سازی برند حامیان	
IN-E-1, IN-S-2, IN-S-3	حضور چهره‌ها و ستاره‌های ورزشی در رسانه‌ها	حضور چهره‌ها و ستاره‌های ورزشی	
IN-M-1, IN-S-2, IN-S-3	تولید محتواهای جذاب ورزشی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی	تولید محتواهای جذاب ورزشی	
IN-M-7, IN-T-4, IN-S-1	امکان پخش تیزرها و تبلیغات حامیان در شبکه‌های تلویزیونی ورزشی	امکان پخش تیزرها و تبلیغات حامیان	
IN-S-2, IN-M-4, IN-S-3	گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی	گسترش فضای مجازی	روندهای فناوری و رسانه‌ای
IN-M-3, IN-M-4, IN-M-6	امکان بازاریابی و تبلیغات آنلاین	امکان بازاریابی آنلاین	
IN-M-4, IN-T-3, IN-S-3	پخش مستقیم رویدادهای ورزشی در شبکه‌های مجازی	پخش مستقیم رویدادهای ورزشی	

IN-M-7, IN-M-1	تولید محتواهای جذاب ورزشی در فضای مجازی	تولید محتواهای جذاب ورزشی	روندهای اقتصادی
IN-E-1, IN-E-2, IN-E-3, IN-M-5	رشد ورزش حرفه‌ای و افزایش درآمدزایی	افزایش درآمدزایی	
IN-E-1, IN-E-2, IN-M-5	بهبود فضای کسب‌وکار و حضور بخش خصوصی در ورزش	بهبود فضای کسب‌وکار	
IN-E-3, IN-E-2, IN-M-8	گسترش لیگ‌ها و مسابقات حرفه‌ای ورزشی	گسترش لیگ‌ها	
IN-E-1, IN-E-2, IN-E-3	جذب سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش	جذب سرمایه‌گذار	
IN-S-1, IN-S-2, IN-M-5	افزایش تمایل شرکت‌ها به مسئولیت‌پذیری اجتماعی	افزایش تمایل به مسئولیت‌پذیری اجتماعی	روندهای اجتماعی و فرهنگی
IN-S-1, IN-T-2, IN-M-5	ترویج فرهنگ حمایت از ورزش در بین عموم مردم	ترویج فرهنگ حمایت از ورزش	
IN-S-1, IN-S-2, IN-M-5	رشد ورزش همگانی و افزایش مشارکت اجتماعی در ورزش	رشد ورزش همگانی	
IN-S-3, IN-S-2, IN-M-1, IN-T-4	حرکت به سمت حرفه‌ای‌شدن مدیریت در سازمان‌های ورزشی	حرکت به سمت حرفه‌ای شدن	

IN-S-1, IN-S-2, IN-T-2	افزایش برگزاری رویدادها و مسابقات بین‌المللی	افزایش برگزاری رویدادهای بین‌المللی	
IN-M-1, IN-T-2, IN-M-5, IN-S-2	حضور بازیکنان و مربیان خارجی در لیگ‌های ایران	حضور بازیکنان و مربیان خارجی	روندهای بین‌المللی
IN-S-3, IN-M-4, IN-M-5, IN-M-2	همکاری با فدراسیون‌های بین‌المللی ورزشی	همکاری با فدراسیون‌های بین‌المللی	
IN-M-3, IN-M-6, IN-M-2	الگوبرداری از مدل‌های موفق بین‌المللی در جذب حامیان مالی	الگوبرداری از مدل‌های موفق بین‌المللی	
IN-S-3, IN-M-7, IN-M-1,	کمبود مربیان و مدرسان مجرب و متخصص در رشته‌های مختلف ورزشی	کمبود مربیان و مدرسان مجرب	
IN-T-2, IN-T-4, IN-T-1, IN-M-5	فقدان برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی منابع انسانی حوزه ورزش	فقدان برنامه‌های آموزشی	موانع منابع انسانی
IN-T-2, IN-T-3, IN-T-1, IN-M-3	نبود انگیزه کافی برای جذب و حفظ نیروهای متخصص در سازمان‌های ورزشی	نبود انگیزه کافی برای جذب نیروهای متخصص	
IN-S-34, IN-T-2, IN-M-5	عدم توجه کافی به مقوله بهداشت و ایمنی ورزشکاران و مربیان	عدم‌توجه کافی به مقوله بهداشت	

IN-T-1, IN-T-2, IN-M-5, IN-M-1	ضعف در برنامه‌ریزی و مدیریت جانشین‌پروری در سازمان‌های ورزشی	ضعف در برنامه‌ریزی و مدیریت جانشین‌پروری	
IN-T-3, IN-T-2, IN-M-5	ناکافی بودن دوره‌های بازآموزی و به‌روزرسانی مربیان و داوران	ناکافی بودن دوره‌های بازآموزی	
IN-M-3, IN-M-4	فقدان نظام جامع ارزیابی عملکرد و پاداش‌دهی به نیروهای متخصص	فقدان نظام جامع ارزیابی عملکرد	
IN-M-1, IN-M-2, IN-M-3,	عدم‌تناسب مهارت‌های نیروی انسانی با نیازهای روز ورزش	عدم‌تناسب مهارت با نیازها	
IN-T-3, IN-M-5, IN-M-7	ضعف در به‌کارگیری فناوری‌های نوین آموزشی در توانمندسازی منابع انسانی	ضعف در به‌کارگیری فناوری‌های نوین آموزشی	
IN-T-1, IN-T-2, IN-T-3, IN-M-8	هزینه بالای تأمین و نگهداری اماکن و تأسیسات ورزشی	هزینه بالای تأمین و نگهداری	
IN-E-1, IN-E-2	محدودیت در دسترسی به منابع مالی و اعتبارات دولتی	محدودیت در دسترسی به منابع مالی	موانع مالی و اقتصاد
IN-E-1, IN-T-2, IN-M-6	پایین بودن سطح درآمدهای اختصاصی فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی	پایین بودن سطح درآمدهای اختصاصی فدراسیون‌ها	

IN-E-1, IN-T-2, IN-M-6, IN-M-3, IN-T-4, IN-M-4	عدم‌حمایت‌های مالی و معافیت‌های مالیاتی کافی برای حامیان ورزش	عدم‌حمایت‌های مالی و معافیت‌های مالیاتی کافی	
IN-E-1, IN-T-4, IN-M-5, IN-M-4	هزینه‌های سنگین میزبانی و برگزاری رویدادها و مسابقات ورزشی	هزینه‌های سنگین میزبانی و برگزاری رویدادها	
IN-E-1, IN-T-2, IN-T-1, IN-M-7	مشکلات ناشی از تحریم‌های بین‌المللی و محدودیت‌های مبادلات مالی	مشکلات ناشی از تحریم‌های بین‌المللی	
IN-E-1, IN-E-2, IN-M-4	کمبود سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در توسعه صنعت ورزش	کمبود سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	
IN-T-1, IN-T-3, IN-M-6, IN-S-3	عدم‌شفافیت و ضعف در مکانیزم تأمین و تخصیص منابع مالی ورزشی	عدم شفافیت و ضعف در تأمین منابع مالی ورزشی	
IN-E-1, IN-3-2, IN-M-6, IN-E-3	مشکلات ناشی از نوسانات ارزی و تورم در اقتصاد کشور	مشکلات ناشی از نوسانات ارزی	
IN-E-3, IN-T-2, IN-M-6, IN-M-7	محدودیت‌های سرمایه‌گذاری خارجی در بخش ورزش	محدودیت‌های سرمایه‌گذاری خارجی	
IN-T-2, IN-T-1, IN-M-7	عدم‌توجه کافی به آموزش تربیت بدنی و ورزش در مدارس	عدم‌توجه کافی به آموزش	موانع فرهنگی و اجتماعی

IN-T-1, IN-M-6, IN-M-4, IN-M-1	کمبود فضاهای عمومی ورزش و تفریح در سطح شهرها و روستاها	کمبود فضاهای عمومی ورزش
IN-T-1, IN-M-3	عدم‌حمایت از ورزش قهرمانی و حرفه‌ای به عنوان شغل و حرفه	عدم‌حمایت از ورزش قهرمانی
IN-M-3, IN-M-1	نبود الگوها و قهرمانان ورزشی در سطح ملی و بین‌المللی	نبود الگوها و قهرمانان ورزشی
IN-T-1, IN-M-5	پایین بودن سرانه مطالعه و مصرف کتاب و مطبوعات ورزشی	پایین بودن سرانه مطالعه
IN-T-3, IN-T-2, IN-M-7	عدم‌حمایت جدی رسانه‌ها از ورزش همگانی و قهرمانی	عدم‌حمایت جدی رسانه‌ها از ورزش
IN-M-3, IN-M-4, IN-S-2	نگرش منفی برخی خانواده‌ها نسبت به ورزش حرفه‌ای به عنوان شغل	نگرش منفی برخی خانواده‌ها
IN-T-2, IN-M-8, IN-S-1	فقدان برنامه‌های فرهنگی جهت ترویج ورزش و سبک زندگی سالم	فقدان برنامه‌های فرهنگی
IN-T-2, IN-T-6, IN-S-3, IN-M-4	کمبود فضاها و اماکن ورزشی مناسب بانوان	کمبود فضاها و اماکن ورزشی
IN-T-3, IN-M-6	پایین‌بودن سطح دانش و آگاهی ورزشی عموم مردم	پایین‌بودن سطح دانش

IN-T-2, IN-S-3, IN-S-7, IN-M-8	فقدان امکانات و تجهیزات لازم برای پخش تبلیغات حامیان در استادیوم‌ها و ورزشگاه‌ها	فقدان امکانات و تجهیزات لازم برای پخش تبلیغات	
IN-S-2, IN-S-1, IN-S-3, IN-M-6	نبود زیرساخت‌های لازم برای پوشش تلویزیونی مناسب مسابقات ورزشی	نبود زیرساخت‌های لازم برای پوشش تلویزیونی	
IN-T-4, IN-S-2, IN-S-7, IN-M-1	ضعف در زیرساخت‌های حمل و نقل و دسترسی به مجموعه‌های ورزشی	ضعف در زیرساخت‌های حمل و نقل	موانع زیرساختی و فنی
IN-T-2, IN-S-3, IN-M-7, IN-M-4	فقدان سیستم‌های نوین بلیت فروشی و کنترل ورود و خروج تماشاچیان	فقدان سیستم‌های نوین بلیت فروشی	
IN-S-1, IN-M-8, IN-M-5, IN-T-4	عدم به‌روزرسانی استادیوم‌ها و سالن‌های ورزشی متناسب با استانداردهای روز	عدم به‌روزرسانی استادیوم‌ها و سالن‌های ورزشی	
IN-M-6, IN-S-1, IN-M-4	نامناسب بودن امکانات بهداشتی و رفاهی برای تماشاچیان در مجموعه‌های ورزشی	نامناسب بودن امکانات بهداشتی و رفاهی	
IN-E-2, IN-M-6, IN-M-4	ارائه مشوق‌های مالیاتی و تخفیفات ویژه به شرکت‌ها و مجموعه‌های حامی ورزش	ارائه مشوق‌های مالیاتی	راهکارهای اقتصادی و بازاریابی

IN-E-2, IN-E-1, IN-S-3, IN-M-2	طراحی بسته‌های حمایتی متنوع و جذاب با توجه به نیازها و اهداف حامیان	طراحی بسته‌های حمایتی متنوع
IN-E-1, IN-E-3	برجسته‌سازی نام و برند حامیان در ورزشگاه‌ها، رویدادها و رسانه‌های ورزشی	برجسته‌سازی نام و برند حامیان
IN-E-2, IN-E-1, IN-M-7, IN-M-6	بهره‌گیری از ظرفیت تیم‌ها و ورزشکاران محبوب برای تبلیغ محصولات و خدمات حامیان	بهره‌گیری از ظرفیت تیم‌ها و ورزشکاران
IN-E-1, IN-M-7	برگزاری رویدادها و جشنواره‌های ورزشی با حضور حامیان به عنوان حامی	برگزاری رویدادها و جشنواره‌های ورزشی
IN-E-2, IN-E-1, IN-T-4, IN-M-5	ارائه گزارشات و آمار دوره‌ای به حامیان درباره میزان دیده شدن برندشان	برگزاری رویدادها و جشنواره‌های ورزشی
IN-E-1, IN-E-3, IN-M-7, IN-M-4	معرفی الگوهای موفق حمایت مالی از ورزش در شرکت‌ها و سازمان‌ها	معرفی الگوهای موفق حمایت مالی
IN-E-2, IN-E-1	برقراری ارتباط مستمر با حامیان بالقوه از طریق شبکه‌های اجتماعی و رویدادهای تجاری	معرفی الگوهای موفق حمایت مالی

IN-T-2, IN-T-4, IN-M-8	ایجاد نگرش مثبت نسبت به حامیان مالی در میان مسئولان، مربیان و ورزشکاران	ایجاد نگرش مثبت نسبت به حامیان مالی	
IN-T-2, IN-T-1, IN-S-3, IN-M-7	القای این نگرش که حمایت از ورزش یک مسئولیت اجتماعی است.	القای نگرش مثبت	
IN-T-2, IN-S-3, IN-M-5, IN-M-3	ترویج فرهنگ حمایت از ورزش و تیم‌های محلی در میان عموم مردم	ترویج فرهنگ حمایت از ورزش و تیم‌های محلی	
IN-T-2, IN-T-1, IN-M-3	برجسته کردن نقش حامیان مالی در توسعه ورزش قهرمانی و همگانی	برجسته کردن نقش حامیان مالی	راهکارهای نگرشی–حمایتی
IN-T-4, IN-T-3, IN-M-7, IN-M-2	حمایت رسانه‌ای گسترده از فعالیت‌ها و برنامه‌های حامیان مالی	حمایت رسانه‌ای گسترده	
IN-T-2, IN-M-1	ارائه خدمات مشاوره‌ای تخصصی به شرکت‌ها برای تقویت مشارکت آنها در ورزش	ارائه خدمات مشاوره‌ای تخصصی به شرکت‌ها	
IN-M-2, IN-T-3, IN-M-6	برگزاری دوره‌های آموزشی برای مدیران ورزشی در زمینه نحوه جلب حمایت‌های مالی	برگزاری دوره‌های آموزشی	

IN-T-2, IN-T-1, IN-M-1	تقدیر و تشکر رسمی و عمومی از حامیان در رویدادهای ورزشی	تقدیر و تشکر رسمی و عمومی	
IN-T-4, IN-T-2, IN-S-3, IN-M-4, IN-M-6	ایجاد تشکل‌ها و انجمن‌های حامیان ورزش برای همافزایی و تعامل بیشتر آنها	ایجاد تشکل‌ها و انجمن‌های حامیان ورزش	
IN-T-2, IN-T-3, IN-M-3, IN-M-6	پوشش خبری گسترده فعالیت‌های حامیان مالی در رسانه‌های جمعی	پوشش خبری گسترده	
IN-M-1, IN-M-3	تولید و انتشار محتواهای تبلیغاتی ویژه حامیان مالی در فضای مجازی	تولید و انتشار محتواهای تبلیغاتی	
IN-T-2, IN-T-3, IN-M-7	برجسته‌سازی نام و نشان حامیان در پوشش‌های خبری ورزشی رسانه‌ها	برجسته‌سازی نام و نشان حامیان	
IN-T-2, IN-T-1, IN-M-5,	معرفی الگوهای موفق حمایت مالی از ورزش در رسانه‌ها	معرفی الگوهای موفق	راهکارهای حقوقی و رسانه‌ای
IN-T-2, IN-T-3	اختصاص بخشی از برنامه‌های تلویزیونی ورزشی به معرفی حامیان مالی	اختصاص بخشی از برنامه‌های تلویزیونی	
IN-T-2, IN-T-3, IN-M-1, IN-M-7	تدوین و ابلاغ آیین‌نامه حمایت‌های مالی از ورزش قهرمانی و همگانی	تدوین و ابلاغ آیین‌نامه حمایت‌های مالی	

IN-T-2	ارائه مشوق‌های مالیاتی و تسهیلات قانونی به شرکت‌ها و مجموعه‌های حامی ورزش	ارائه مشوق‌های مالیاتی و تسهیلات قانونی
IN-T-2, IN-M-3	حمایت قانونی از حق انحصاری حامیان مالی در استفاده از ظرفیت‌های تبلیغاتی	حمایت قانونی از حق انحصاری حامیان مالی
IN-T-1, IN-M-5, IN-M-6	تدوین قراردادهای استاندارد حمایت مالی با رعایت حقوق طرفین	تدوین قراردادهای استاندارد حمایت مالی
IN-T-2, IN-T-3, IN-M-7, IN-M-3	تعیین ضمانت اجراهای قانونی برای تخلفات احتمالی حامی و سازمان‌های ورزشی	تعیین ضمانت اجراهای قانونی برای تخلفات احتمالی حامی
IN-M-1, IN-M-7, IN-M-4, IN-M-5	برقراری ارتباطات انسانی و صمیمی با مدیران و صاحبان صنایع و مجموعه‌های بزرگ اقتصادی	برقراری ارتباطات انسانی و صمیمی
IN-T-1, IN-T-2, IN-M-6	معرفی الگوها و قهرمانان ورزشی به عنوان سفیران برند حامیان مالی	معرفی الگوها و قهرمانان ورزشی
IN-T-1, IN-M-2	برجسته‌کردن مسئولیت‌های اجتماعی حامیان مالی نسبت به توسعهٔ ورزش قهرمانی و همگانی	برجسته‌کردن مسئولیت‌های اجتماعی

IN-T-4, IN-M-4, IN-M-4, IN-M-5	برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای مدیران باشگاه‌ها در زمینهٔ جذب حامی مالی	برگزاری دوره‌های آموزشی	راهکارهای انسانی–اجتماعی
IN-M-2, IN-M-5	ایجاد انگیزه در مربیان و ورزشکاران برای معرفی برند حامیان در فضای مجازی	ایجاد انگیزه در مربیان و ورزشکاران	
IN-T-1, IN-T-2, IN-T-4, IN-M-8	حمایت از برنامه‌های فرهنگی و هنری با مشارکت حامیان به منظور تقویت پیوندهای اجتماعی	حمایت از برنامه‌های فرهنگی و هنری	
IN-T-4, IN-M-3	برگزاری جشنواره‌ها و جایزه‌هایی برای تجلیل از حامیان مالی ورزش	برگزاری جشنواره‌ها	
IN-T-1, IN-M-7, IN-M-4	ارائه گزارشات و آمار شفاف از نحوه هزینه‌کرد بودجه‌های دریافتی از حامیان	ارائه گزارشات و آمار شفاف	
IN-T-1, IN-T-2, IN-M-4, IN-M-5	تشکیل تیمی متخصص برای جذب حامیان مالی در ورزش	تشکیل تیمی متخصص برای جذب حامیان مالی	
IN-T-2, IN-T-3, IN-M-5	برگزاری جلسات منظم با صاحبان صنایع و بنگاه‌های اقتصادی برای معرفی فرصت‌های حمایت مالی	برگزاری جلسات منظم با صاحبان صنایع و بنگاه‌های اقتصادی	راهکارهای مدیریتی و اجرایی

IN-S-1, IN-T-2, IN-M-7, IN-M-5	طراحی بسته‌های حمایتی متنوع برای سطوح مختلف حمایت مالی	طراحی بسته‌های حمایت مالی
IN-T-1, IN-M-2, IN-M-5	فراهم‌کردن زیرساخت‌های لازم برای برجسته‌سازی نام و نشان حامیان در رویدادهای ورزشی	فراهم‌کردن زیرساخت‌های لازم
IN-T-1, IN-T-2, IN-M-5	ایجاد سامانه ثبت و پیگیری درخواست‌های حمایت مالی	ایجاد سامانه ثبت و پیگیری
IN-S-1, IN-T-2	تهیه گزارش‌های دوره‌ای از نحوه هزینه‌کرد بودجه‌های دریافتی از حامیان	تهیه گزارش‌های دوره‌ای
IN-S-1, IN-T-2, IN-M-5, IN-M-7	برگزاری مراسم ویژه برای تجلیل از حامیان مالی ورزش	برگزاری مراسم ویژه برای تجلیل

کدگذاری متمرکز

کدگذاری متمرکز، دومین مرحله در کدگذاری است. این کدها از لحاظ توان هدایت، دقیق‌تر می باشد و قابلیت انتخاب بیشتری دارند و مفهومی‌تر از کدگذاری‌های کلمه به کلمه، خط به خط و واقعه به واقعه هستند (چارمز، ۲۰۰۶). بعد از اینکه کدگذاری اولیه انجام شد و مسیرهای تحلیلی لازم به وجود آمد، آنگاه می‌توان کدگذاری اولیه را برای ترکیب و توضیح قطعات بزرگتر داده‌ها به کار گرفت. کدگذاری متمرکز به معنای استفاده از مهم‌ترین و یا پرتکرارترین داده‌های اولیه می‌باشد. در این مرحله می‌توان گفت مقدار بیشتری داده الک می‌شود. کدگذاری متمرکز درباره کدهای اولیه تصمیم می‌گیرد و به تحلیل‌هایی که مقوله بندی داده‌ها دارند، به صورتی کامل و نافذ، معنا می‌دهد. هدف از این نوع کدگذاری این است که کفایت این داده‌ها مشخص شود (چارمز، ۲۰۰۶). در این مرحله ۱۸ مقوله به دست آمده در مرحله قبلی به ۴ کد متمرکز تبدیل می‌شود.

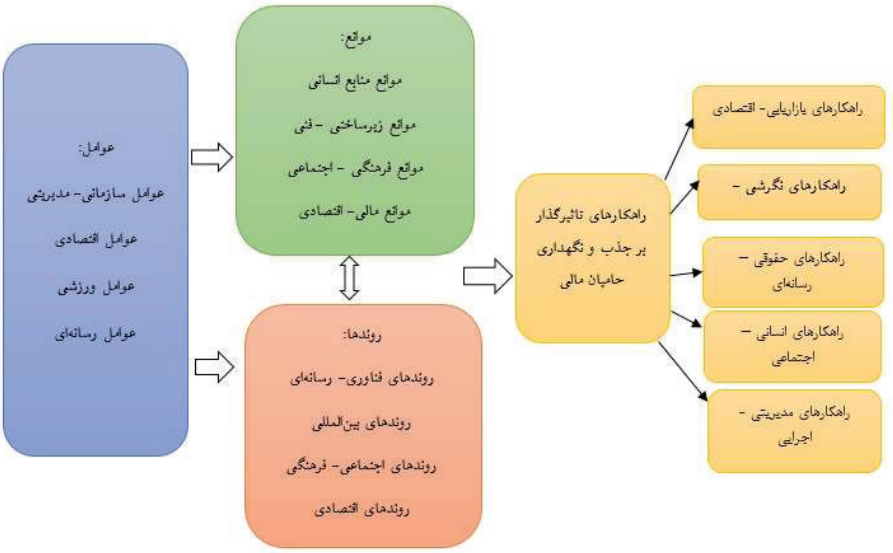
جدول ۵: کدهای متمرکز مستخرج از مصاحبه‌ها

مقوله‌ها	کدهای متمرکز
عوامل سازمانی- مدیریتی عوامل اقتصادی عوامل ورزشی عوامل رسانه‌ای	عوامل تاثیرگذار بر جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش
روندهای فناوری- رسانه‌ای روندهای اقتصادی روندهای اجتماعی- فرهنگی روندهای بین‌المللی	روندهای تاثیرگذار بر جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش
موانع منابع انسانی موانع مالی- اقتصادی موانع فرهنگی - اجتماعی موانع زیرساختی - فنی	موانع تاثیرگذار بر جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش
راهکارهای بازاریابی- اقتصادی راهکارهای نگرشی – حمایتی راهکارهای حقوقی – رسانه‌ای راهکارهای انسانی – اجتماعی راهکارهای مدیریتی – اجرایی	راهکارهای تاثیرگذار بر جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش

کدگذاری نظری

کدگذاری نظری، سطحی پیچیده از روند کدگذاری است. در کدگذاری نظری، کدهایی که در مرحله کدگذاری متمرکز ایجاد شده است، دنبال می‌شود. به طور خلاصه، کدهای نظری، روابط ممکن در میان مقوله‌ها را نشان می‌دهند. این روابط، در مرحله کدگذاری متمرکز به دست آمده‌اند. کدهای نظری یکپارچه هستند. آن‌ها به کدهای متمرکز به دست آمده، فرم می‌بخشند. این کدها، محقق را در ساختن و توصیف داستان تحلیلی خود یاری می‌رسانند. بنابراین کدها نه تنها روابط بین کدها را مفهوم‌سازی می‌کنند، بلکه داستان تحلیلی را به سمت نظری پیش می‌برند (چارمز، ۲۰۰۶). در این تحقیق مدلی برای راهکارهای تاثیرگذار بر جذب و نگهداری حامیان مالی در ورزش در چهار بخش عوامل، پردازش، روند، موانع و

راهکارها طراحی شد که در ادامه به بحث و بررسی هر یک از این بخش‌ها و عناصر مربوطه پرداخته می شود (شکل ۱).



شکل ۱: مدل برگرفته از یافته‌های تحقیق (محقق‌ساخته)

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش، با هدف تدوین مدلی برای جذب و حفظ حامیان مالی در حوزه ورزش انجام شده است. یافته‌ها نشانگر نقش کلیدی عوامل اقتصادی به عنوان یکی از عوامل تاثیرگذار در این فرآیند است. عوامل اقتصادی به طور مستقیم بر جذابیت سرمایه‌گذاری در ورزش اثرگذارند. حامیان مالی عموماً به دنبال ارزیابی دقیق بازگشت سرمایه و سودآوری سرمایه‌گذاری خود در بخش ورزش هستند. سطح هزینه‌های مالی و مالیاتی برای حامیان مالی ورزش، از دیگر عوامل تأثیرگذار محسوب می‌شود. کاهش این هزینه‌ها می‌تواند انگیزه‌های سرمایه‌گذاری در ورزش را تقویت کند. این نتایج با یافته‌های میزایی، مهدی‌پور و عزمشا (۲۰۱۶) و پریس و همکاران[1] (۲۰۱۹) همخوانی دارد. علاوه بر این، جنسن و کورنول[2] (۲۰۱۷) اظهار می‌دارند که شرایط اقتصادی، مانند تورم، از نظر آماری پیش‌بینی‌کننده معناداری برای انحلال حمایت مالی است. عوامل رسانه‌ای به عنوان یکی دیگر از عوامل اساسی در فرآیند جذب و حفظ حامیان مالی شناخته شده‌اند. این عوامل نقش بسزایی در شکل‌دهی راهبردهای حمایت مالی و تصمیم‌گیری‌های مرتبط با آن ایفا می‌کنند. پوشش رسانه‌ای گسترده رویدادهای ورزشی یکی از جذاب‌ترین عناصر برای حامیان مالی محسوب می‌شود. میزان پوشش رسانه‌ای، عاملی تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری حامیان مالی برای مشارکت در رویدادهای

[1] Peris et al.
[2] Jesen & Cornwell

ورزشی است. این نتیجه با یافته کورنول و ون[1] (۲۰۲۰) که بیان می‌کنند افزایش دیده‌شدن برند از طریق رسانه‌ها، یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های حامیان مالی برای سرمایه‌گذاری در ورزش است، همسوست. این یافته نشان می‌دهد که عوامل رسانه‌ای نه تنها در جذب حامیان مالی، بلکه در تحقق اهداف بازاریابی آن‌ها نیز نقش کلیدی ایفا می‌کنند. در نهایت، والراون و همکاران[2] (۲۰۱۶) در یک مرور سیستماتیک جامع، به این نتیجه رسیدند که عوامل رسانه‌ای نقشی حیاتی در موفقیت راهبردهای جذب و حفظ حامیان مالی در ورزش دارند. عوامل سازمانی- مدیریتی نیز نقش مهمی در جذب و نگهداری حامیان مالی در حوزه ورزش ایفا می‌کنند. حامیان مالی به دنبال سرمایه‌گذاری در سازمان‌های ورزشی با مدیریت کارآمد، شفاف و حرفه‌ای هستند که بتوانند از طریق برنامه‌ریزی دقیق، اطلاع‌رسانی مستمر و گزارش‌دهی روشن عملکرد، انگیزه‌های آن‌ها را برای ادامه حمایت مالی از ورزش تقویت کنند. این نتیجه با یافته‌های گریمالدی-پویانا، سانچز-الیور و برنال-گارسیا[3]، (۲۰۱۶) و کوستر، فارلی و برتون[4] (۱۹۹۸) همسوست.

در عصر دیجیتال، حامیان مالی به دنبال حضور در محیط‌هایی هستند که از پوشش گسترده رسانه‌های نوین برخوردار باشند. به همین دلیل روندهای فناوری- رسانه‌ای، نقشی کلیدی در جذب و حفظ حامیان مالی در عرصه ورزش دارند. دسترسی به مخاطبان آنلاین و شبکه‌های اجتماعی، همراه با استفاده از فناوری‌های پیشرفته در بازاریابی و برندسازی، از اولویت‌های اصلی آن‌ها محسوب می‌شود. این یافته با نتایج مطالعات ساناتومیر[5] (۲۰۰۸) و باربو و همکاران[6] (۲۰۲۱) همخوانی دارد. روندهای اقتصادی نیز تأثیر قابل توجهی بر تصمیمات حامیان مالی در حوزه ورزش دارند. محیط‌های اقتصادی پویا، رو به رشد و باثبات، جذابیت بیشتری برای سرمایه‌گذاری دارند، زیرا احتمال بازگشت سرمایه و سودآوری را افزایش می‌دهند. تسوجی[7] (۲۰۱۵) در پژوهش خود به تأثیر مستقیم روندهای اقتصادی بر حمایت‌های مالی اشاره کرده است. روندهای اجتماعی-فرهنگی از دیگر عوامل مؤثر در این زمینه هستند. حامیان مالی تمایل دارند از ورزش‌هایی حمایت کنند که در جامعه از جایگاه و اهمیت بالایی برخوردار باشند. این امر به آن‌ها امکان می‌دهد تا اهداف بازاریابی و برندسازی خود را به شکل مؤثرتری محقق سازند. بنابراین، ارتقای جایگاه ورزش در جامعه می‌تواند به افزایش جذابیت آن برای حامیان مالی منجر شود. در نهایت، روندهای بین‌المللی نیز نقش مهمی در جذب و حفظ حامیان مالی ایفا می‌کنند. محیط‌های ورزشی با حضور گسترده در عرصه بین‌المللی،

[1] Cornwell & Kwon
[2] Walraven et al.
[3] Grimaldi-Puyana, Sánchez-Oliver & Bernal-García
[4] Quester, Farrelly & Burton
[5] Santomier
[6] Barbu et al.
[7] Tsuji

فرصت‌های ارزشمندی را برای دستیابی به اهداف جهانی در زمینه بازاریابی و برندسازی فراهم می‌آورند. توسعه روابط و همکاری‌های ورزشی بین‌المللی می‌تواند زمینه‌ساز جذب حامیان مالی داخلی و خارجی بیشتری در حوزه ورزش باشد.

موانع منابع انسانی از چالش‌های اساسی در جذب و حفظ حامیان مالی در عرصه ورزش محسوب می‌شوند. حامیان مالی تمایل دارند در ورزش‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که از نیروی انسانی متخصص، با انگیزه و حرفه‌ای برخوردار باشند. مطالعه کانینگهام و همکاران[1] (۲۰۱۸) نشان داد که کیفیت منابع انسانی تأثیر مستقیمی بر جذابیت سازمان‌های ورزشی برای حامیان مالی دارد. موانع مالی و اقتصادی نیز از موانع عمده در این حوزه به شمار می‌روند. محیط‌های ورزشی با ثبات مالی و توجیه اقتصادی مناسب، جذابیت بیشتری برای سرمایه‌گذاران دارند. اساگبا[2] (۲۰۰۹) در پژوهش خود دریافت که شرایط اقتصادی نامطلوب یکی از موانع اصلی حمایت مالی مؤثر در ورزش نیجریه است. چالش‌های فرهنگی و اجتماعی نیز نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کنند. رنجان[3] (۲۰۱۶) بر اهمیت ارتقای آگاهی عمومی، تغییر نگرش‌های منفی و ایجاد الگوهای موفق برای تشویق حضور حامیان مالی در ورزش تأکید کرده است. مطالعه وانگ و همکاران[4] (۲۰۱۷) نیز نشان داد که عوامل فرهنگی می‌توانند بر تصمیمات حامیان مالی تأثیر بگذارند. موانع زیرساختی و فنی از دیگر چالش‌های مهم در این حوزه هستند. حامیان مالی به دنبال محیط‌های ورزشی با امکانات و زیرساخت‌های مدرن و پیشرفته هستند. پژوهش کیم، دو کیم و لی[5] (۲۰۱۹) نشان داد که کیفیت زیرساخت‌های ورزشی تأثیر مستقیمی بر جذب سرمایه‌گذاری در این بخش دارد.

راهکارهای متنوعی در جذب و نگهداری حامیان مالی در حوزه ورزش نقش ایفا می‌کنند. راهبردهای بازاریابی و اقتصادی با افزایش جاذبه سرمایه‌گذاری و تقویت انگیزه حامیان مالی، زمینه را برای حضور پایدار آن‌ها فراهم می‌آورند. مطالعه میزایی و همکاران (۲۰۱۶) بر اهمیت این رویکردها در جلب پشتیبانی مالی تأکید دارد. راهکارهای نگرشی و حمایتی نیز در این عرصه تأثیرگذارند. ایجاد دیدگاه مثبت در میان حامیان مالی، سرمایه‌گذاری در ورزش را افزایش می‌دهد. این راهکارها می‌توانند با ارائه مشوق‌های مناسب و برقراری ارتباط مؤثر با حامیان مالی ، تمایل آن‌ها به مشارکت بلندمدت را تقویت کنند. راهکارهای حقوقی و پوشش رسانه‌ای از دیگر راهکارهای کلیدی هستند. برت و اسلاک[6] (۲۰۰۱) دریافتند که وجود قوانین شفاف و حمایت‌کننده، همراه با بازنمایی مناسب در رسانه‌ها، اعتماد حامیان مالی را تقویت می‌کند و

[1] Cunningham et al.
[2] Asagba
[3] Ranjan
[4] Wang et al.
[5] Kim, Do Kim & Lee
[6] Berrett& Slack

جذابیت سرمایه‌گذاری در ورزش را ارتقا می‌بخشد. این امر می‌تواند شامل تضمین حقوق مالکیت معنوی و ارائه مزایای مالیاتی برای حامیان مالی باشد. راهکارهای انسانی و اجتماعی نیز نقشی حیاتی ایفا می‌کنند. میراگایا، فریرا و راتن[1] (۲۰۱۷) بر اهمیت بهبود کیفیت منابع انسانی و جلب حمایت‌های اجتماعی تأکید نموده‌اند. این می‌تواند شامل آموزش مدیران ورزشی در زمینه جذب و مدیریت حامیان مالی و همچنین افزایش مشارکت جامعه در رویدادهای ورزشی باشد. در نهایت، راهبردهای مدیریتی و اجرایی کارآمد، راهکاری کلیدی در این حوزه محسوب می‌شوند. مورگان، تیلور و آدایر[2] (۲۰۲۰) نشان دادند که اجرای این راهکارها می‌تواند اطمینان حامیان مالی را تقویت نماید و انگیزه آن‌ها را برای تداوم حمایت افزایش دهد. این امر شامل مدیریت شفاف منابع مالی، ارائه گزارش‌های منظم به حامیان مالی و بهینه‌سازی فرآیندهای تصمیم‌گیری در سازمان‌های ورزشی می‌شود.

در مجموع، این پژوهش نشان می‌دهد که جذب و حفظ حامیان مالی در ورزش فرآیندی پیچیده و چندبعدی است که تحت تأثیر عوامل متعدد اقتصادی، رسانه‌ای، سازمانی- مدیریتی و ورزشی قرار دارد. یافته‌های این مطالعه، همسو با پژوهش‌های پیشین، بر اهمیت رویکردی جامع و یکپارچه در مدیریت حامیان مالی ورزشی تأکید می‌کند. غلبه بر موانع موجود، از جمله چالش‌های منابع انسانی، مشکلات مالی و اقتصادی، مسائل فرهنگی- اجتماعی و کمبودهای زیرساختی مستلزم اتخاذ راهبردهای هوشمندانه و هماهنگ در سطوح مختلف است. بهبود راهبردهای بازاریابی، ارتقای پوشش رسانه‌ای، تقویت مدیریت سازمانی، توسعه زیرساخت‌ها، ایجاد چارچوب‌های قانونی حمایت‌کننده و افزایش آگاهی عمومی از جمله راهکارهای کلیدی برای موفقیت در این حوزه محسوب می‌شوند. با توجه به ماهیت پویای محیط ورزش و تغییرات مداوم در فضای کسب و کار، ضروری است که سیاست‌گذاران و مدیران ورزشی با رویکردی انعطاف‌پذیر و نوآورانه، به طور مستمر راهبردهای خود را بازنگری و بهینه‌سازی کنند تا زمینه برای جذب و حفظ پایدار حامیان مالی و در نتیجه، توسعه پایدار ورزش فراهم شود.

منابع

- آقازاده، مهدی. (۱۳۸۷). «**بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال‌های ۱۹۱۱ و۱۹۸۰ (با تکیه بر تخمین GDSP)**». رساله انتشار نیافته دکتری، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
- الهی، علیرضا؛ سجادی، سیدنصرالله؛ خبیری، محمد و ابریشمی، حمید. (۱۳۸۶). «**موانع توسعه جذب درآمد حاصل از حمایت مالی در صنعت فوتبال جمهوری اسالمی ایران**». ششمین همایش بین‌المللی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی. کیش.
- احسانی، محمد؛ ابودرداء، زینب و اقبالی، مسعود. (۱۳۸۷). «**بررسی علل عدم‌حمایت اسپانسرها از ورزش حرفه‌ای بانوان شهر اصفهان**». نشریه علوم حرکتی و ورزش. ۶ (۱۲)، صص ۱۱۱-۱۲۰.

[1] Miragaia, Ferreira & Ratten

[2] Morgan, Taylor & Adair

- ایزدی، علیرضا. (۱۳۸۴). «**توصیف عوامل موثر بر جذب اسپانسرشیپ شرکت‌های اسپانسر فوتبال حرفه‌ای ایران**». پایان‌نامه انتشار نیافته کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تربیت معلم، تهران.
- باقری، هادی؛ مرسل، باقر و فهیمی‌نژاد، علی. (۱۳۹۸). «**توسعه مدل عوامل درون سازمانی مؤثر برجذب حامیان مالی در ورزش قهرمانی**». مجله مدیریت بازاریابی. شماره ۴۳.
- رهام، سید محمد حسین. (۱۳۹۰). «**تحلیل سیاست خصوصی‌سازی در ورزش کشور با تاکید بر ورزش قهرمانی**». دانشگاه تهران. شماره ۱۶، صص۱۰۲-۱۰۳.
- زردشتیان، شیرین. (۱۳۹۹). «**طراحی مدل عوامل راهبردی موثر در جذب و گسترش حامیان مالی در ورزش‌های همگانی و قهرمانی استان ایلام**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۹، شماره ۳ (۳۵ پیاپی)، صص ۲۳-۴۰.
- سیدعامری، میرحسن. (۱۳۸۸). «**بررسی موانع جذب حامیان مالی در صنعت ورزش استان آذربایجان شرقی**». فراسوی مدیریت. سال ۳، شماره ۱۰ ، صص ۱۴۷-۱۶۴.
- شریفی، سیدعلیرضا و دهقان قهفرخی، امین. (۱۴۰۰). «**اولویت‌بندی موانع جذب حمایت مالی از ورزش حرفه‌ای در شهرصنعتی البرز (استان قزوین)**». نشریه مدیریت ورزشی. دوره ۱۳، شماره ۱.
- موکل، محمدرضا و علی‌دوست، ابراهیم. (۱۳۹۹). «**تدوین الگوی عوامل مؤثر در جذب حامیان مالی ازورزش دوومیدانی ایران**». نشریه مدیریت ورزشی. دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۳۰۹-۳۲۲.
- میرزائی، ایمان؛ مهدی پور، عبدالرحمن و ازمشا، طاهره. (۱۳۹۶). «**تحلیل عوامل موثر بر جذب حمایت مالی شرکت‌های صنعتی بزرگ در ورزش جنوب غرب ایران**». پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۱۳، شماره ۲۶.
- همتی‌نژاد، مهرعلی؛ بنار، نوشین و مرادی شرف، حشمت‌اله. (۱۳۹۵). «**تحلیل عوامل انگیزاننده حمایت ورزشی در استان همدان**». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۵، شماره ۳ (۱۹ پیاپی)، صص ۷۷-۸۹.
- هنری، حبیب. (۱۴۰۰). «**تحلیل اصول مدیریتی حامیان مالی از تبلیغات تجاری در میادین ورزشی**». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. سال ۱۱، شمارهٔ ۲۱.
- یزدانی، علی‌اصغر؛ ریحانی، محمد؛ اسماعیلی، محسن؛ شبانی، محمد و داورزنی، ابوالقاسم. (۱۳۹۰). «**تحلیل عاملی موانع حمایت ورزشی شرکت‌ها (خصوصی و دولتی) در استان خراسان شمالی**». ششمین همایش ملی دانشجویان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی ایران. تهران.
- Areska, Julius. (2012). **"The Impact of Sport Sponsorship on Brand Equity: The Analysis of Red Bull GmbH".** Bachelor Thesis for Degree in Marketing and Management Communication, Aarhus University. p.1-32. 6.
- Arraya, M., & Pellissier, R. (2013). **"Productivity measurement in a sports organization".** Southern African Business Review, 17(1), 98-127.
- Asagba, B. O. (2009). **"Perceived impediments to effective sports sponsorship in Nigeria".** International Journal of African & African-American Studies, 7(1).
- Asagba. B.O. (2008). **"Perceived Impediments to Effective Sport Sponsorship in Nigeria".** International Journal of African & African American studies, Vol(l).VII, No.1, Pp: 67- 72.
- Askarian, F., Azadan, M. (2013). **"Barriers to attract sponsors in professional football in Iran".** Movement Science and Sport Management Research, Vol (2).No, 4. Pp. 59-69. [Persian]
- Banar, N., & Fathollahzadeh, H. (2012). **Guide to financial support in sports.** Tehran: Hatami Publications. (In Persian).
- Banar, N., Ramezani Nejad, R., Andam, R., Mohaddes, F., & Mir Kazemi, S. A. (2012). **"Investigating the goals of sports support in the top leagues of Iran".** Harakat Magazine, 14, 13-24. (In Persian).
- Barbu, M. C. R., Burcea, G. B., Diaconesco, D. L., Popescue M. C., Pasarin, L. D., & Apostu, P. (2021). **"The Role of social media on sponsorship activation".** Studia Universitatis Babeș-Bolyai Educatio Artis Gymnasticae, 111-126.

- Berrett, T., & Slack, T. (2001). **"A framework for the analysis of strategic approaches employed by non-profit sport organisations in seeking corporate sponsorship".** Sport Management Review, 4(1), 21-45.
- Bouchet, A., Doellman, T. W., Troilo, M., & Walkup, B. R. (2015). **"The impact of international football matches on primary sponsors and shareholder wealth".** Journal of Sport Management, 29(2), 200-210.
- Charmaz, K. (2017). **"Constructivist grounded theory".**The Journal of Positive Psychology, 12(3), 299-300.
- Cornwell, T. B. (2020). **Sponsorship in marketing: Effective partnerships in sports, arts and events.** (2nd Ed.). Routledge.
- Cornwell, T. B., & Kwon, Y. (2020). **"Sponsorship-linked marketing: Research surpluses and shortages".** Journal of the Academy of Marketing Science, 48, 607-629.
- Cunningham, G. B., Fairley, S., Ferkins, L., Kerwin, S., Lock, D., Shaw, S., & Wicker, P. (2018). **"ESport: Construct specifications and implications for sport management".** Sport management review, 21(1), 1-6.
- Emami, A., Emami, F., Afshari, M. (2020). **"A Paradigm Model of Investment Development in Iran Sport".** Sport Management, 12(3), 759-788.
- Eshghi, K., Shahriari, H., & Ray, S. (2021). **"Sports Sponsorship Announcements and Marketing Capability".** Journal of Sport Management, 36(2), 171-187.
- Grimaldi-Puyana, M., Sánchez-Oliver, A., & Bernal-García, A. (2016). **"Studies in economics and sport management organizations".** Journal of Sports Economics & Management, 6(1), 2-4.
- Handley, L. (2018). **"Sponsorship spending to hit $66 billion worldwide, but most firms don't know if it really works".** CNBC (online). Retrieved from: https://finance.yahoo.com/news/sponsorship-spending-hit-66-billion-160300374.html
- Hemmatinejad, M. A., Banar, N., & Moradi Sharaf, H. (2016). **"Analysis of motivating factors of sports support in Tehran province".** Applied Research in Sports Science, 5(3), 77-79. (In Persian).
- Hunter Jr, R. J., Shannon, J. H., & Lozada, H .R. (2017). **"Business Crimes in Entertainment".**
- Jamaat, KH. Ehsani, M. (2011). **"Direct and Indirect Purpose of Sport Sponsorship in Iran**". Research on Sports, No.10, Pp.57-72. [Persian].
- Jensen, J. A., & Cornwell, T. B. (2017). **"Why do marketing relationships end? Findings from an integrated model of sport sponsorship decision-making".** Journal of Sport Management, 31(4), 401-418.
- Jensen, J. A., & Cornwell, T. B. (2021). **"Assessing the dissolution of horizontal marketing relationships: The case of corporate sponsorship of sport".** Journal of Business Research, 124, page: 790-799.
- Kim, M., Do Kim, Y., & Lee, H. W. (2020). **"It is time to consider athletes' well-being and performance satisfaction: The roles of authentic leadership and psychological capital".** Sport Management Review, 23(5), 964-977.
- Kirkesaether, E. (2011). **"The link between corporations' (sponsors') motives behind sport sponsorship activities and the attractiveness characteristics of sport sponsorship objects: A comparative case study of The Norwegian association of orienteering and The Norwegian football association as sponsorship objects".** Unpublished master's thesis. Norwegian School of Sport Sciences, Oslo, Norway.
- Koronios, K., Psiloutsikou, M., Kriemadis, A., Zervoulakos, P., & Leivaditi, E. (2016). **"Sport sponsorship: The impact of sponsor image on purchase intention of fans".** Journal of Promotion Management, 22(2), 238–250.
- Kruszy ´nska, E., & Poczta. J. (2019). **"Hierarchy of factors affecting the condition and development of sports and recreation infrastructure-impact on the recreational activity and health of the residents of a city (Poznan case study)".** International Journal of Environmental Research and Public Health, 16 (4), 2-14 .

- Madill, J., & O'Reilly, N. J. (2010). **"Investigating social marketing sponsorships: Terminology, stakeholders, and objectives".** Journal of Business Research, 63(2), 133-139. 25.
- Matthew, L., Nerilee, H., & Sally, G. (2011). **"Gambling on sport sponsorship: A conceptual framework for research and regulatory review"**. Sport Management Review, 14(3), 246-257.
- Matthew, W. (2020). **"Study predicts 37-per-cent drop in sports sponsorship spend".** Two Circles Agency. Retrieved from: https://www.sportbusiness.com/news/ two-circles-predicts-37-decrease-in-sports-sponsorship-spend-in-2020/, Accessed 12 August 2020.
- McKelvey, S. and Grady, J. (2008). **"Sponsorship Program Protection Strategies for Special Sport Events: Are Event Organizers Outmaneuvering Ambush Marketers?"** Journal of Sport Management. 15(3).
- Miragaia, D. A., Ferreira, J., & Ratten, V. (2017). **"Corporate social responsibility and social entrepreneurship: Drivers of sports sponsorship policy".** International Journal of Sport Policy and Politics, 9(4), 613-623.
- Mirzaei, I., Mehdipour, A., Azmsha, T. (2014). **"Analysis of the factors attracting sponsors in the professional sports of Fars province, in Iran".** International Journal of Sport Studies, 5(2), 206-213.
- Morgan, A., Taylor, T., & Adair, D. (2020). **"Sport event sponsorship management from the sponsee's perspective**". Sport Management Review ,838-851, (5)23.
- Nufer, G., & Buhler, A. (2010). **"How effective is the sponsorship of global sports events? A comparison of the FIFA World Cups in 2006 and 1998".** International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 11(4): 303-319.
- O'Reilly, N & Horning, D. (2013). **"Leveraging sponsorship: The activation ratio".** Sport Management Review 16 (2013) 424–437.
- Park, S. E., Mahony, D. F., Kim, Y., & Do Kim, Y. (2015). **"Curiosity generating advertisements and their impact on sport consumer behavior".** Sport Management Review, 18(3), 359-369. 31.
- Peris, G. S., Camacho, M. M., Franch, E. B., & López, C. C. (2019). **"Decision Factors in the Strategy of Sports Sponsorship in Spain. In Integrated Marketing Communications".** Strategies, and Tactical Operations in Sports Organizations (pp. 1-24). IGI Global.
- Plumley, D., & Wilson, R. (2022). **The economics and finance of professional team sports.**
- **Pope** N., Turco, D. (2001). **Sport and Event Marketing.** Mc Graw -Hill, NSW. 2001.
- Prantl, N. Andres, s. (2012). **"Impact of Sport Sponsorship on a Brand".** Investigated in the Case of Löfbergs Lila AB.
- Pruna, R., Tribaldos, L. M., & Bahdur, K. (2018). **"Player talent identification and development in football identificación de talento en el jugador y su desarrollo en el fútbo, Apunts**". Medicina de l'Esport, 53(198), 43-46.
- Quester, P. G., Farrelly, F., & Burton, R. (1998). **"Sports sponsorship management: a multinational comparative study".** Journal of Marketing Communications, 4(2), 115-128.
- Raghbati, A., Hadavi, F., Aghaei, N., & Elahi, A. (2018). **"Strategies and consequences of the development of professional sports in Iran".** Strategic studies of sport and youth, 18(44), 9-26.
- Rajabzadeh, R., Talebpoor, M., Mirzapour, A. (2017). **"Examining Effective Factors on Spectators' Attendance in Volleyball Premier League: A Case Study of Mazandaran Spectators".** Sport Management and Development, 6(2), 141-156. doi: 10.22124/jsmd.2018.2721.
- Ranjan, W. (2016). **A Study of Analysis and Evaluate Issues and Challenges in Sport Events.**
- Rasoamanana A. Tech and sports marketing: a new way. Sports sponsorship, athlete endorsements, brand activation & sports marketing. 2017.
- Santomier, J. (2008). **"New media, branding and global sports sponsorship".** International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 10(1), 9-22.
- Sarpong, A; Zungu, N. (2023). **"Examining the Impact of Sports Sponsorship on Fan Attitude and Purchase Intentions towards Sponsors' Products in Professional Football: A Study of the Ghanaian Fan Base".** International Journal of Membrane Science and Technology, 2023, Vol. 10, No. 2, pp 2658-2672.

- Smith, A.; Graetz, B.; Westerbeek, H. (2008). **"Sport sponsorship, team support and purchase intentions".** Journal of Sport Marketing Communications. 14(5): 387-404.
- Sports". Archives of Business Research Vol, 5(12).
- Tsuji, Y. (2015). **"Sport Sponsorship in the Global Marketplace".** Sports Management and Sports Humanities, 75-88.
- Tyler, B. D. & et al. (2019). **"Schadenfreude, rivalry antecedents, and the role of perceived sincerity in sponsorship of sport rivalries".** Journal of Business Research.
- Walraven, M., Koning, R. H., Bijmolt, T. H., & Los, B. (2016). **"Benchmarking sports sponsorship performance: Efficiency assessment with data envelopment analysis**". Journal of Sport Management, 30(4), 411-426.
- Wang, M. C. H., Cheng, J. M. S., Purwanto, B. M., & Erimurti, K. (2011). **"The determinants of the sports team sponsor's brand equity: a cross-country comparison in Asia".** International Journal of Market Research, 53(6), 811-829.

۲۸

الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی با به‌کارگیری مدل‌های زبانی هوش مصنوعی

مهران حق‌پرست[۱]
محمد سلطان حسینی[۲]
داود نصر اصفهانی[۳]

10.22034/ssys.2024.3394.3481
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۷/۱۰
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۹/۰۳

هدف اصلی این پژوهش، توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی با به‌کارگیری مدل‌های زبانی هوش مصنوعی بود. روش این پژوهش از نوع کیفی بود و داده‌ها از طریق مصاحبه با مدل‌های زبانی ChatGPT، Command-R، Claude، Google Gemini، Mistral و LLaMA جمع‌آوری و با هوش مصنوعی تاک بات کدگذاری اولیه انجام پذیرفت. سپس به جهت تایید کدها، محققان کدهای استخراجی را بازکدگذاری و با رویکرد ساخت‌گرایانه چارمز تجزیه و تحلیل نمودند. روایی و پایایی پژوهش با استفاده از روش مثلث‌سازی، کدگذاری مجدد توسط متخصصان حوزه مالی در ورزش و ضریب پایایی کاپای کوهن تایید گردید. در نتیجه ۲۴۰ کد اولیه شناسایی شد که در مراحل بعد به ۲۸ کد متمرکز و در نهایت به ۱۰ کد محوری تقلیل یافت. یافته‌ها شامل سلامت مالی و پاسخگویی، بهبود افشا در گزارش‌های مالی، برنامه‌ریزی بودجه عملیاتی، تحلیل داده‌های مالی با مبنای تعهدی، مدیریت ریسک مالی، مدیریت جریان نقدینگی، مدیریت هزینه‌ها و بهبود فرآیندها، سرمایه انسانی، سرمایه‌گذاری و حامیان مالی و استفاده از فناوری‌های پیشرفته مالی بر بستر بلاک‌چین می‌باشد. این محورها به صورت زنجیره‌ای و به هم پیوسته هستند و هر محور به تقویت محورهای دیگر کمک می‌نماید. الگوی ارائه شده به بهبود شفافیت، دقت برنامه‌ریزی بودجه و مدیریت ریسک مالی در هیئت‌های ورزشی کمک می‌کند و پیاده‌سازی این الگو می‌تواند به افزایش پایداری و رشد مالی هیئت‌های ورزشی در بلندمدت منجر شود.

واژگان کلیدی: داده‌های مالی، هوش مصنوعی، سازمان‌های ورزشی، عملکرد مالی و مدل‌های زبانی بزرگ.

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی،اصفهان، ایران
[۲] دلتشیار،گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران(نویسنده مسئول)
E-mail: M.soltanhoseini@spr.ui.ac.ir
[۳] استادیار، مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان(خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

مقدمه

امروزه همه سازمان‌ها و حتی دولت‌ها در سراسر جهان با محدودیت‌های فزاینده‌ای در منابع مواجه می‌باشند، در حالی که انتظارات ذی‌نفعان از ارائه خدمات در عصر کنونی در حال افزایش است (بیک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). فلسفه زیربنایی مدیریت منابع، ایجاد اثربخشی و کارایی می‌باشد و از جمله منابع مهم و اساسی هر سازمان که در اختیار مدیریت است و می‌توان با آن هدایت و کنترل امور را به دست گرفت، منابع مالی است (پرایودا[1] و پوروانتو[2]، ۲۰۲۴)- هرچند فساد، سوء مدیریت و عدم‌شفافیت مالی منجر به کاهش اعتماد به سازمان‌ها و دولت‌ها شده است (فیصل صلال و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین، در کنار سایر موارد، مدیریت مالی سالم باعث ارتقای سطح پایداری اقتصادی در بلندمدت می‌گردد (ترمسکی[3] و همکاران، ۲۰۲۱). سازمان‌ها و دولت‌ها موظف‌اند مدیریت مالی خود را تقویت نمایند. در واقع این یک عنصر ضروری برای حکمرانی خوب می‌باشد و بانک جهانی به عنوان بخشی از حمایت خود از حکمرانی خوب، از طرح‌هایی که هدف آن نوسازی مدیریت مالی است، حمایت می‌کند (پورغلامرضا و همکاران، ۱۴۰۳). ابعاد این فرآیند شامل مدیریت درآمد، شیوه‌های حسابرسی، مدیریت پرداخت و سیستم‌های اطلاعات مالی و گزارشگری آن می‌باشد (ندوندا[4]، ۲۰۲۴). به همین جهت یکی از مهم‌ترین فعالیت‌ها و مهارت‌هایی که هیچ یک از افراد و سازمان‌های امروزی نمی‌توانند آن را نادیده بگیرند، مدیریت امور مالی است و از مجموعه رفتارهایی تشکیل شده که باید بر یک سازمان اعمال شود تا آن را در رسیدن به اهداف خود به موفقیت برساند و شامل برنامه‌ریزی[5]، سازماندهی[6]، کنترل[7] و نظارت بر منابع مالی با هدف دستیابی به اهداف سازمانی است. این نوع از مدیریت، یک روش ایده‌آل برای کنترل فعالیت‌های مالی یک سازمان مانند تهیه بودجه[8]، استفاده از وجوه، حسابداری[9]، پرداخت، ارزیابی ریسک و سایر موارد مرتبط با پول است تا این تضمین را ارائه دهد که آیا دارایی‌های[10] این سازمان به درستی استفاده می‌شود؟ آیا دارایی‌های این سازمان امن هستند؟ آیا مدیریت به نفع منافع مالی سازمان و ذی‌نفعان[11] اصلی عمل می‌کند؟ در واقع، مدیریت مالی بخش مهمی

[1] Prayuda
[2] Purwanto
[3] Teremetskyi
[4] Ndonda
[5] Planning
[6] Organizing
[7] Controlling
[8] Budget
[9] Accounting
[10] Finance
[11] Beneficiaries

از مدیریت می‌باشد و از عملکرد[1] مالی یک سازمان همچون هزینه‌های مالی گرفته تا نتایج یا پیامدهای آن حمایت می‌کند (اداره کل حسابرسی ولینگتون[2]، ۲۰۱۲).

علیرغم اهمیت فراوان مدیریت مالی، این حوزه در هیئت‌های ورزشی به عنوان نوعی از سازمان‌های ورزشی با چالش‌های خاص خود مواجه است و مدیریت مالی نقش حیاتی در موفقیت آن‌ها دارد. هیئت‌های ورزشی به‌عنوان واحد گزارشگر بر اساس ماده ۲۳ امور مالی باید درآمدها و هزینه‌ها را در دفاتر مالی رسمی همانند شرکت‌های خصوصی ثبت نمایند. گزارشگری، تهیه صورت‌های مالی و ارائه آن به ذی‌نفعان یکی از وظایف هیئت‌ها می‌باشد که بر تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان تأثیر به سزایی دارد. شاید صورت‌های مالی از جهت شکل و فرم در مؤسسات گوناگون مشابه و حتی یکی باشند، ولی همواره طبقه‌بندی حساب‌ها و سرفصل حساب‌ها در مؤسسات گوناگون با توجه به نوع فعالیت دچار تغییرات اساسی می‌گردد. بنابراین، اگر صورت‌های مالی متناسب فعالیت‌های مالی هیئت‌های ورزشی تهیه نگردد، عدم‌ارائه گزارش‌های مناسب و درنتیجه گمراهی استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی را در پی دارد (فیصل صلال[3] و همکاران، ۲۰۱۹). در گذشته مدیریت مالی شامل گزارش منابع و مصارف بود و افراد درگیر اهمیت خاصی به آن نداشتند. فلسفه زیربنایی مدیریت منابع، ایجاد اثربخشی و کارایی است و یکی از منابع مهم و ضروری هر سازمانی که در اختیار مدیریت است و می‌توان از آن برای هدایت و کنترل امور استفاده کند، منابع مالی است (سیمیون[4]، ۲۰۲۲: ۲). با توجه به این نیاز حیاتی، استفاده از روش‌های جدید و بهینه‌سازی فرآیندهای مالی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است تا هیئت‌های ورزشی بتوانند با موفقیت به اهداف ورزشی و تجاری خود دست یابند (پاولیک و کواکوا[5]، ۲۰۱۳: ۳۴). مدیریت مالی نه‌تنها به تخصیص بهینه بودجه کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به سازمان‌ها در سرمایه‌گذاری هوشمندانه و جلوگیری از بحران‌های مالی احتمالی یاری رساند. به‌طورکلی، مدیریت مالی خوب به این سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا در حین دستیابی به اهداف ورزشی خود، عملکرد پایدار بلندمدتی داشته باشند. همچنین به مدیران ورزشی این فرصت را می‌دهد که تصمیمات راهبردی و هدفمندتری برای بهبود کارایی و بهره‌وری سازمان بگیرند (دستوم[6]و همکاران، ۲۰۲۳: ۳). توسعه مدیریت مالی شامل یک سری اصلاحات در سیستم‌های حسابداری، رویه‌ها و قوانین، اطلاعات مالی، بودجه‌بندی، حسابرسی و کنترل داخلی، استفاده مؤثر و کارآمد از منابع مالی، ارتقای شفافیت و پاسخگویی است (آقامحمد، کردستانی و کاظمی، ۲۰۲۱). به نظر می‌رسد روش‌های فعلی مدیریت مالی قادر به استفاده

[1] Function
[2] Wellington General Audit Office
[3] Faisal Salal
[4] Simion
[5] Pavlík & Vaceková
[6] Dastoom

مؤثر از حجم زیاد داده‌ها و ارائه تحلیل‌های عمیق نیستند. این امر رویارویی با چالش‌هایی مانند تغییرات مالی و پیش‌بینی جریان نقدی را برای آن‌ها دشوار می‌کند (تابوک، ۲۰۲۴: ۴۳).

با توجه به اینکه بیشتر کشورها برای تغییر نگرش در الگوی مدیریت مالی خود به درک عمیقی دست‌یافته‌اند و در این راستا حرکت می‌کنند، بررسی پیامدهای اعمال اصلاحات این شیوه مدیریت، این پژوهش را توجیه می‌کند. نهادهای دولتی در کشور نیز اصلاحاتی ازجمله تغییر سیستم حسابداری از سیستم حسابداری نقدی به تعهدی در مؤسسات بخش دولتی را اعمال کرده‌اند و در حوزه حسابرسی عملیاتی نیز گام‌هایی برداشته شده‌اند، اما کشور همچنان در ابتدای اجرای منسجم این اصلاحات قرار دارد و امید است به‌مرورزمان، بامطالعه، شناخت و توجه به ماهیت آن صورت گیرد. گرچه حوزه مدیریت مالی یکی از حوزه‌هایی است که کمترین توجه محققان و اندیشمندان مدیریت ورزشی را به خود جلب کرده است و شاید به‌یقین بتوان گفت که در این زمینه بی‌توجهی شده است (گودرزی، ۲۰۱۷). به نظر می‌رسد پژوهش در این زمینه با توجه به مباحث مطرح‌شده پیرامون مفهوم مدیریت مالی- اگر این مفهوم به‌عنوان یک پدیده در نظر گرفته شود- و شناسایی پارامترهای توسعه آن، به بهبود عملکرد مالی آن‌ها در طول زمان و اتخاذ تصمیمات مالی کمک می‌نماید.

بررسی تحقیقات انجام‌شده در فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی نشان می‌دهد که یکی از چالش‌های پیش روی مدیریت مالی فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی، استفاده از مدیران دولتی در پست‌های سازمانی و مالی است؛ به‌گونه‌ای که نگرش‌ها و رفتارهای نهادینه‌شده این مدیران شباهت دارد و به‌جای ترکیب هر دو نقش تأمین مالی و تخصیص مالی، صرفاً بر وظیفه تخصیص تمرکز می‌کنند که این با اساس هیئت‌های ورزشی به‌عنوان سازمان‌های غیرانتفاعی و غیردولتی مغایرت دارد (کامیاب، سلطان‌حسینی و رحیمی، ۲۰۲۳). همچنین تجزیه‌وتحلیل تحقیقات نشان می‌دهد که مدیریت مالی در سازمان‌های ورزشی همواره با چالش‌هایی مانند بودجه‌ریزی، کنترل هزینه و تخصیص منابع مواجه بوده است. تحقیقاتی مانند زیتلو[1] و همکاران (۲۰۱۸) و کینیاریو[2] (۲۰۱۸) نشان می‌دهند که ساختار مالی پیچیده این سازمان‌ها و همچنین پیش‌بینی‌های نادرست و هزینه‌های غیرمنتظره منجر به مشکلات جدی می‌شود. تحقیقات اخیر در حوزه مدیریت مالی در ورزش به‌ویژه مطالعات گودرزی (۲۰۱۷) و غفوری یزدی و همکاران (۲۰۲۱) بر مشکلات و محدودیت‌های روش‌های سنتی مدیریت مالی در فدراسیون‌های ورزشی و سازمان‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تأکید دارند. این تحقیقات نشان می‌دهند که روش‌های فعلی- با تکیه بر تحلیل‌های سطحی- نمی‌توانند به‌طور مؤثر از فرصت‌های سرمایه‌گذاری حمایت کنند و در برخی موارد، منجر به بحران‌های مالی

[1] Zietlow
[2] Kinyariro

می‌شوند. بنابراین، محققان بر ضرورت اتخاذ رویکردهای نوین مانند ادغام هوش مصنوعی در مدیریت مالی برای بهبود کارایی و جلوگیری از مشکلات مالی در این حوزه تأکید دارند.

ظهور ماشین‌هایی که با هوش مصنوعی کار می‌کنند، دنیای قرن بیست و یکم را به شدت تحت تاثیر قرار داده است. هوش مصنوعی با ابزارهای قدرتمند خود به ما کمک می‌کند تا آثار هنری، طرح‌های نوآورانه و محتوای متنوع تولید کنیم. با کمک هوش مصنوعی شاهد تحول در فرآیندهای تحقیق و تحلیل هستیم و این فناوری راه را برای اختراع مجدد و نوآوری روش‌های سنتی هموار می کند. اکنون در طلوع انقلابی هستیم که در آن هوش مصنوعی راه‌حل‌های نوآورانه‌ای را برای چالش‌های امروزی ارائه می‌دهد. با پیشرفت فناوری هوش مصنوعی، مدل‌های زبانی بزرگ هوش مصنوعی به ابزاری قدرتمند و انقلابی در صنایع مختلف تبدیل شده‌اند. این مدل‌ها با استفاده از یادگیری عمیق و پردازش زبان طبیعی، تحولی شگرف در فرآیندهای مدیریت و تصمیم‌گیری ایجاد کرده‌اند (الغیاری و احمد[1]، ۲۰۲۵: ۸) و می‌توانند متن‌هایی تولید کنند که از نظر ساختار و معنا شباهت زیادی به متون تولیدشده توسط انسان دارد (جیان[2] و همکاران، ۲۰۲۵). با استفاده از هوش مصنوعی، روش‌های رایج تصمیم‌گیری امروزی می‌توانند دستخوش تغییرات اساسی شوند (کونگ[3]، ۲۰۲۵: ۷). همچنین می‌تواند به تجزیه‌وتحلیل دقیق‌تر و کارآمدتر فرآیندهای مالی کمک کند (ایشاکو[4] و نادیاسو[5]، ۲۰۱۹).

بنابراین نیاز به رویکردهای جدید مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی و مدل‌های زبانی بزرگ برای توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی مطرح می‌شود تا هیئت‌های ورزشی بتوانند چهارچوبی ساختاریافته جهت توسعه فرآیندهای مدیریت مالی را در مراحل مختلف به دست آورند (غفوری یزدی و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۵). هرچند ادبیات موجود در زمینه مدیریت مالی نشان‌دهنده تمرکز بر رویکردهای سنتی مانند بودجه‌بندی و نظارت بر هزینه‌هاست، اما اهمیت فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی مورد تأکید قرارگرفته شده است– البته تحقیقات موجود بیشتر بر تحلیل داده‌ها و کاهش خطاها متمرکز بوده‌اند (یوکی[6] و همکاران، ۲۰۲۴). لذا به نظر می‌رسد که مدل‌های زبانی هوش مصنوعی می‌تواند موجب توسعه الگوهای پیچیده مالی شود و ریسک تصمیمات و احتمال خطا را کاهش دهد (شین وی[7] و همکاران، ۲۰۲۴). با این حال، یک نکته قابل توجه در این میان، غفلت از پتانسیل مدل‌های زبانی بزرگ در توسعه الگوهای

[1] Algherairy & Ahmed
[2] Jia
[3] Cong
[4] Ishaku
[5] Nadiyasu
[6] Yuqi
[7] Xinwei

مدیریت مالی درسازمان‌هاست. اگر مدل‌های زبانی در زمینه توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی مورد استفاده قرار گیرند، می‌تواند تحولی شگرف در این حیطه ایجاد نماید. بر همین اساس این پژوهش، به دنبال پر کردن این خلأ و ارائه یک الگوی نوآورانه مبتنی بر مدل‌های زبانی بزرگ است تا به توسعه فرآیندها و تصمیم‌گیری‌های مالی در هیئت‌های ورزشی کمک کند و با ارائه راه‌حل‌های نوآورانه این حوزه بتوانند با موفقیت چالش‌های مالی خود را مدیریت کند.

در همین راستا تصمیم بر این شد که از این مدل‌های زبانی برای الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی استفاده شود. این رویکرد جایگزین روش‌های سنتی مصاحبه با طرح پرسش‌های پژوهشی با این مدل‌ها می‌گردد، زیرا تحقیقات پیشین عمدتاً بر روش‌های سنتی مدیریت مالی تمرکز داشته‌اند و پتانسیل مدل‌های زبانی هوش مصنوعی در این زمینه کمتر در کشور مورد توجه قرارگرفته است. این پژوهش، باهدف توسعه در مدیریت مالی، الگوی جدیدی را پیشنهاد می‌کند که بر اساس مدل‌های زبانی هوش مصنوعی، به بهبود فرآیندهای مالی در سازمان‌های ورزشی کمک می‌نماید. درنتیجه، این مطالعه می‌تواند به غنای مباحث نظری در زمینه مدیریت مالی یاری رساند و به عنوان منبعی ارزشمند برای تحقیقات آتی مورداستفاده قرار گیرد. درنهایت، هدف این پژوهش، ارائه یک الگو جامع و کارآمد مبتنی بر هوش مصنوعی است که مدیریت مالی هیئت‌های ورزشی را به سطحی جدید از کارایی ارتقا می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه، یک تحقیق کیفی است که هدف آن بررسی و توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی می‌باشد. این پژوهش به شیوه‌ای اکتشافی و بنیادی صورت گرفته است و از رویکرد استقرایی برای کشف بینش‌های جدید استفاده می‌کند. پژوهش حاضر در پارادایم تفسیری قرار دارد و از راهبرد نظریه داده‌بنیاد با رویکرد ساخت‌گرا که توسط چارمز مطرح شده است، بهره می‌برد (یالونا[1]، ۲۰۱۹). از ویژگی‌های منحصربه‌فرد این پژوهش، براساس پیشنهاد پارکر و همکاران (۲۰۲۳) ادغام مدل‌های زبانی در تحقیقات کیفی است و می‌تواند کارایی پژوهش‌ها را افزایش دهد. اتکای آن به مصاحبه با مدل‌های زبانی هوش مصنوعی به‌جای استفاده از کارشناسان و متخصصان سنتی است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق با شش مدل زبانی هوش مصنوعی که زبان فارسی را پشتیبانی می‌کنند و شامل ChatGPT، Claude، Google Gemini، Command-R، Mistral و LLaMA هستند، جمع‌آوری شدند. این روش به دلیل توانایی این مدل‌ها در تحلیل و تفسیر حجم وسیعی از داده‌ها و تولید متون مشابه انسان، قابل‌قبول است (الزوبی[2] و همکاران، ۲۰۲۴: ۱۲۷).

[1] Ylona
[2] AlZu'bi

داده‌های این پژوهش از طریق نمونه‌گیری هدفمند با مدل‌های زبانی یادشده جمع‌آوری گردید. در مصاحبه‌ها از ChatGPT، Claude، Google Gemini و همچنین مدل‌های Mistral و LLaMA که به‌طور خاص برای تجزیه‌وتحلیل الگوهای پیچیده، تولید متن و ارائه بینش بر اساس داده‌های بزرگ زبانی طراحی شده‌اند و از مدل زبانی Command-R که قابلیت تفسیر داده‌ها را داراست، استفاده گردید. همچنین این پژوهش در قلمر زمانی سال ۱۴۰۳ انجام گرفته است.

در هر شش مدل زبانی، سؤالات مشابهی در مورد الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی مطرح شد. براساس پیشنهاد دانجل و همکاران (۲۰۲۳) به‌منظور تجزیه‌وتحلیل الگوهای مربوط به موضوع و بررسی دقیق عوامل تأثیرگذار بر پاسخ‌ها، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند استفاده گردید. سؤالات در راستای اهداف تحقیق و مربوط به توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی از قبیل چگونه فناوری های پیشرفته هوش مصنوعی می‌توانند الگوی مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی را توسعه دهند؟ چگونه می‌توان مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی را توسعه داد؟ چه کاربردهای مشخصی جهت توسعه در شناسایی، تحلیل هزینه‌ها و درآمدهای هیئت‌های ورزشی وجود دارد؟ چه کاربردهای مشخصی در پاسخ-گویی هیئت‌های ورزشی به ذی‌نفعان وجود دارد؟ نقش منابع انسانی در توسعه مدیریت مالی هیئت‌های ورزشی چیست؟ بود. یک نمونه از پاسخ مدل‌های زبانی هوش مصنوعی در جدول ۱ ارائه شده است:

جدول ۱: پاسخ مدل‌های زبانی هوش مصنوعی به یک سوال مشترک

مدل زبانی	**نمونه سوال: چگونه فناوری‌های پیشرفته هوش مصنوعی می‌توانند الگوی مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی را توسعه دهند؟**
Chat GPT	فناوری‌های پیشرفته هوش مصنوعی می‌توانند به شکل‌های گوناگون الگوی تکامل مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی را ارتقا دهند. این فناوری قادر است داده‌های مالی به‌روز را یکپارچه کرده، روندهای بازار را تحلیل کند و بینش‌های کاربردی که سیستم‌های سنتی اغلب از آن غفلت می‌کنند، ارائه دهد. با پیش‌بینی نوسانات جریان نقدینگی و بهینه‌سازی بودجه‌بندی، هوش مصنوعی به هیئت‌های ورزشی کمک می‌کند تا تصمیمات مالی مبتنی برداده بگیرند و استفاده از این فناوری‌ها می‌تواند به بهبود کارایی و شفافیت مالی در هیئت‌های ورزشی منجر شود و زمینه‌ساز موفقیت‌های بیشتر در عرصه‌های مختلف ورزشی گردد.
Claude	فناوری‌های پیشرفته هوش مصنوعی می‌توانند در ارتقای الگوی مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی نقش مهمی ایفا کنند. با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و پردازش داده‌های بزرگ می‌توان الگوهای مالی، رفتار ذینفعان و عوامل مؤثر بر

درآمدزایی را شناسایی کرد و بر این اساس برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری بهتری انجام داد. با این حال، به‌کارگیری این فناوری‌ها نیازمند سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، آموزش نیروی انسانی و مدیریت داده‌های باکیفیت است. همچنین باید به مسائل امنیتی، حریم خصوصی و اخلاقی توجه ویژه‌ای شود.

Google Gemini

فناوری‌های پیشرفته هوش مصنوعی می‌توانند انقلابی در مدیریت مالی هیئت‌های ورزشی ایجاد نماید و الگوی تکامل آن را به‌طور چشمگیری ارتقا دهند. هوش مصنوعی می‌تواند با پیش‌بینی دقیق‌تر درآمد و هزینه و ارائه گزارش‌دهی مالی خودکار و ابزارهای ممیزی لحظه‌ای، عملیات مالی را بهینه کند و هم‌زمان شناسایی و پیشگیری از تقلب و پاسخگویی خود را بهینه نماید. پیاده‌سازی فناوری‌های هوش مصنوعی در هیئت‌های ورزشی با چالش‌هایی مانند هزینه‌های بالا، نیاز به تخصص فنی و نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی داده‌ها همراه است. باوجوداین چالش‌ها، مزایای بالقوه هوش مصنوعی برای ارتقای مدیریت مالی هیئت‌های ورزشی بسیار زیاد است و انتظار می‌رود که این فناوری در آینده نقش پررنگ‌تری در این حوزه ایفا کند.

Mistral

هوش مصنوعی می‌تواند تأثیر قابل‌توجهی بر مدیریت مالی هیئت‌های ورزشی داشته باشد. برخی از راه‌های اصلی که فناوری‌های پیشرفته هوش مصنوعی می‌توانند الگوی تکامل مدیریت مالی در این حوزه همچون شناسایی الگوهای پنهان در داده‌های مالی، خودکارسازی وظایف تکراری حسابداری و گزارش‌دهی، مدل‌سازی سناریوهای مختلف مالی و ردیابی خودکار تراکنش‌های مشکوک را ارتقا دهند.

LLaMA

فناوری‌های پیشرفته هوش مصنوعی می‌توانند الگوی تکامل مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی را به طرقی همچون پیش‌بینی مالی و برنامه‌ریزی سرمایه‌گذاری و با سلامت مالی بلندمدت ارتقا دهند و می‌تواند به بینش‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در کنار پایداری مالی و رشد بیشتر سازمان‌ها کمک کند.

Command-R

الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند با شناسایی الگوهای غیرعادی در تراکنش‌های مالی، به تشخیص و پیشگیری از تقلب و سوء استفاده‌های مالی کمک کنند و با تحلیل داده‌های مالی و غیرمالی، به ارزیابی ریسک‌های مالی و عملیاتی هیئت‌های ورزشی یاری رسانند.

مصاحبه با این شش مدل زبانی تا حد اشباع نظری ادامه یافت. تجزیه‌وتحلیل داده‌ها با استفاده از رویکرد ساخت‌گرایانه چارمز انجام شد که شامل چهار فرآیند کلیدی کدگذاری اولیه، کدگذاری متمرکز،

کدگذاری محوری و کدگذاری نظری بود (ملوگتا[1] و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۲). در طی فرآیند جمع‌آوری و تجزیه‌وتحلیل داده‌ها، مصاحبه‌ها ابتدا با استفاده از هوش مصنوعی تاک بات، کدگذاری اولیه، کشف رابطه، تجزیه‌وتحلیل رابطه و تفسیر رابطه و تحلیل رابطه کدها انجام شد. سپس به جهت تایید کدها، محققان کدهای استخراجی را بازکدگذاری نمودند. همچنین در طی جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه‌وتحلیل، یک رویکرد مقایسه‌ای مداوم به کار گرفته شد. این روش تکراری شامل بررسی و مقایسه مستمر داده‌ها و کدگذاری در تمام مراحل تحلیل بود. با پیشرفت کار، مفاهیم و نظریه‌های جدیدی شکل می‌گرفت و این روند به‌طور پیوسته به‌روزرسانی و اصلاح می‌شد (چوتن‌تای[2]، بیرکس[3] و فرانسیس[4]، ۲۰۱۹: ۴). در فرآیند تحلیل، محققان با ثبت یادداشت‌های متعدد، به بررسی و توسعه طبقه‌بندی‌ها و مفاهیم پرداختند و ارتباطات پیچیده‌ای بین داده‌های مختلف برقرار کردند. این رویکرد تأملی، به شفاف‌سازی و تقویت پایه‌های نظری الگوی توسعه مدیریت مالی انجامید. همچنین سوالات تضمین کرد که تحقیق، همواره بر اساس داده‌های موجود پیش رود. پژوهشگران برای اطمینان از روایی و پایایی پژوهش‌های کیفی از راهبردهای ممیزی پژوهشی (اعتبار[5]، قابلیت اعتماد[6]، تأیید پذیری[7] و انتقال‌پذیری[8]) در فرآیند پژوهش مدنظر استفاده نمودند (پوئرتا[9] و گارسیا[10]، ۲۰۲۴). به جهت ممیزی اعتبار این پژوهش از تأیید دو داور مستقل بهره‌گیری شد. این داوران، بدون منفعت شخصی، نظارت و مشاوره‌ای ارزشمند را در اختیار پژوهشگر قرار دادند. همچنین جهت قابلیت اعتماد آن راهکارهای مصاحبه عمیق با مدل‌های زبانی هوش مصنوعی، نظرخواهی از کارشناسان ورزشی و تحلیل متون موجود در زمینه مدیریت مالی و هوش مصنوعی استفاده گردید تا تنوع در منابع داده به افزایش روایی کمک نماید و به جهت تأیید پذیری پژوهش پس از کدگذاری داده‌ها توسط سه متخصص، از روش توافق کدگذاران استفاده شد. نتایج نشان داد که ضریب پایایی کاپای کوهن[11] بین ارزیاب‌ها و پژوهشگر در مصاحبه‌ها ۰/۹ بود که بیانگر ٪۸۲ تا ٪۱۰۰ اعتبار تحلیل کیفی (کارلتا[12]، ۱۹۹۶) می‌باشد. یک روش مهم دیگر، مثلث‌سازی با نظرات متخصصان بود. در این روش، نتایج حاصل از هوش مصنوعی با سناریوهای

[1] Mulugeta
[2] Chun Tie
[3] Birks
[4] Chouten-Tay, Birks & Francis
[5] Validity
[6] Trustworthiness
[7] Verifiability
[8] Transferability
[9] Puerta
[10] García
[11] Cohen's Kappa Index
[12] Carletta

واقعی مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی مقایسه شد تا اطمینان حاصل شود که مدل‌ها با واقعیت‌های عملی همخوانی دارند. این مقایسه، اعتبار و قابلیت اعتماد مدل‌ها را تقویت کرد. علاوه بر این، مشاوره با مدیران و تحلیلگران مالی در صنعت ورزش، به تأیید و اعتبارسنجی بینش‌های حاصل از مدل‌های هوش مصنوعی کمک کرد. این تعامل با متخصصان، به بهبود دقت و کارایی مدل‌ها و تضمین کاربرد عملی آن‌ها در دنیای واقعی انجامید. گفتنی است که تمام پروتکل‌های اخلاقی مرتبط در طول مطالعه رعایت شد و شناسه اخلاق پژوهش برابر با IR.IAU.KHUISF.REC.1403.334 مصوب گردید تا از انطباق با کدهای اخلاقی لازم و دستورالعمل‌های مدیریت داده‌ها اطمینان حاصل شود. با توجه به استفاده نوآورانه از مدل‌های هوش مصنوعی به‌عنوان منابع اصلی داده، گروه پژوهشی اطمینان حاصل کرد که خروجی‌های هوش مصنوعی به‌صورت متقابل بررسی و با شیوه‌های مالی واقعی هم‌راستا هستند.

یافته‌های پژوهش

در این تحقیق، مصاحبه‌ها با استفاده از رویکرد ساخت‌گرای نظریه داده‌بنیاد مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفتند. یک نمونه از روش تجزیه‌وتحلیل داده‌ها در جدول ۲ ارائه شده است:

جدول۲. کدگذاری در رویکرد ساخت‌گرا

متن مصاحبه	کدگذاری تاک بات	ضریب همبستگی	کدگذاری اولیه	کدگذاری متمرکزشده	کدگذاری محوری
"یکی از چالش‌های اصلی ما در توسعه و بهبود مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی این است که برنامه‌ریزی بودجه‌بندی برمبنای منطقی انجام نمی‌شود. گاهی اوقات به دلیل نبود تحلیل‌های دقیق، بودجه‌ریزی به‌درستی تخصیص نمی‌یابد و به همین دلیل مجبور به تغییر مداوم برنامه‌های مالی می‌شویم. این مسئله باعث کاهش کارایی در تصمیم‌گیری‌های مالی می‌شود".	- چالش‌های مدیریت مالی - تخصیص نادرست منابع -کاهش کارایی مالی	-۰/۸ -۰/۸ -۰/۸	-ضعف بودجه‌بندی - تخصیص نادرست منابع - تغییر مداوم برنامه‌های مالی -کاهش کارایی مالی	- الگوی بودجه‌ریزی - تأثیر برنامه‌ریزی ناکارآمد بر تصمیم‌گیری‌های مالی	- ناکارآمدی الگوی بودجه‌ریزی
"بسیاری از سازمان‌ها به دنبال بهبود جریان نقدی، کاهش خطرات و دسترسی به اهداف سازمانی	-ادغام هوش مصنوعی - پیش‌بینی	-۰/۸ -۰/۷	-ادغام هوش مصنوعی - پیش‌بینی دقیق مالی	-بهبود اثربخشی کسب‌وکارهیئت - کاهش مستقیم و	- سیستم مدیریت فرآیندهای اساسی و

خود، اپلیکیشن‌های مبتنی بر هوش مصنوعی را در سیستم‌های ERP[1] خود ادغام می‌کنند. با ادغام هوش مصنوعی در سیستم‌های ERP، سازمان‌ها قادر خواهند بود به‌طور دقیق‌تری پیش‌بینی کنند و بهترین تصمیمات را بگیرند. با استفاده از هوش مصنوعی، این سیستم‌ها قادر به تصحیح خطاهای احتمالی هستند و به کاهش خطرات و هزینه‌های مرتبط با عملیات کسب‌وکار کمک می‌کنند."	دقیق مالی -کاهش خطا و هزینه	-۰/۹	-کاهش خطا و هزینه - کاهش مستقیم و غیرمستقیم هزینه‌ها - نیاز به سیستم مدیریت فرآیندهای اساسی	غیرمستقیم هزینه‌ها - نیاز به سیستم مدیریت فرآیندهای اساسی	یکپارچگی اطلاعات

بر اساس ماهیت غیرخطی تحقیق کیفی، فرآیند کدگذاری چندین بار تکرار و درنهایت طبقات و مقوله‌های کامل و جامعی ایجاد شد. ابتدا با استفاده از هوش مصنوعی تاک بات ۲۲۰ کد از جملات استخراج گردید و پس از تکرار کدگذاری توسط پژوهشگران از مصاحبه‌های اجراشده و حذف موارد تکراری و نامرتبط، ۲۴۰ مقوله اولیه شناسایی شد. سپس طی کدگذاری متمرکز، ۲۸ کد به دست آمد و درنهایت به‌عنوان ۱۰ کد محوری طبق جدول ۳ ارائه گردید:

[1] Enterprise resource planning

جدول۳. کدگذاری و شکل‌گیری محورهای اصلی

مدلی زبانی هوش مصنوعی	کدگذاری اولیه	کدگذاری متمرکزشده	کدگذاری محوری
ChatGPT Claude Google Gemini GPT-4 Claude	– شفافیت گزارش‌های مالی ماهانه –اطلاعات آنلاین مالی –خطاهای سیستم حسابداری –کنترل گزارش‌دهی نادرست –گزارش‌های مالی دقیق دوره‌ای –دسترسی دیجیتالی به اطلاعات مالی	–بهبود افشا در گزارش‌دهی مالی	سلامت مالی و پاسخ‌گویی
GPT-4 Claude LLaMA	– کنترل خطاهای مالی در حسابرسی –استفاده از حسابداری تعهدی –بازرسی‌ها و حسابرسی‌های دوره‌ای –ردیابی تراکنش‌های مالی –چک‌لیست‌های مالی – اجرای حسابرسی مستقل	–افزایش نظارت مالی	
GPT-4 Claude	–رعایت استانداردهای حسابداری بخش عمومی گزارش‌های شفاف بین اداره مالیات، کار و ذی‌حساب‌ها –تطبیق بودجه با سرفصل‌های بودجه‌بندی – استانداردسازی گزارشگری درون‌سازمانی	–بهبود ارتباطات مالی	

	– ویژگی‌های هیئت مدیره –نرم‌افزارهای حسابداری مورد تائید ارگان‌های مختلف ازجمله اداره مالیات، کار و ذی‌حساب‌ها –استفاده از پنل‌های نظارت آنلاین بر تراکنش‌ها –مدیریت مخاطرات از طریق اسناد قانونی شفاف‌سازی –گزارش عملکرد روزانه و ماهانه	–ابزارهای نظارتی آنلاین	GPT-4
	–گزارش‌های حسابرسی داخلی –تحلیل عملکرد مالی هیئت ها مطابق با فصول بودجه	–گزارش‌های عملکرد مالی	Claude GPT-4
بهبود افشا در گزارش‌دهی مالی	–رهگیری دقیق هزینه‌ها –ترازنامه‌های مالی –بررسی جریان نقدینگی –گزارش‌دهی مالی ماهانه	–مدیریت جریان‌های ورودی و خروجی مالی	GPT-4 Mistral Command-R
	–تحلیل دقیق‌تر سیستم‌های حسابداری –پیاده‌سازی نرم‌افزارهای حسابداری	–بهبود سیستم‌های گزارش‌دهی	Claude GPT-4
	–استفاده از روش‌های بین‌المللی تعهدی –استانداردهای جدید گزارش‌دهی – ارائه گزارش‌های مالی به هیئت رئیسه و ذینفعان	–استانداردسازی روش‌های حسابداری	GPT-4 Mistral

ChatGPT LLaMA	-پیوند سیستم‌های حسابداری با سیستم‌های مدیریت مالی -ادغام سیستم‌های گزارش‌دهی -بودجه‌بندی بهینه عملیاتی - شکل‌دهی چارچوب و ردیف‌های ساختاری بودجه عملیاتی	-یکپارچه‌سازی سیستم‌های گزارش‌دهی	
ChatGPT LLaMA	-تحلیل نیازهای مالی مبنی بر بودجه‌بندی عملیاتی -تخصیص منابع با اولویت‌بندی بودجه	-تخصیص بودجه کارآمد	
ChatGPT Mistral	-پیش‌بینی درآمدهای سال مالی هیئت -تخمین هزینه‌ها - تعیین مرجع و معیار برای اولویت‌های هزینه‌ای سازمان -تغییرات بالقوه در بودجه	-پیش‌بینی مالی	برنامه‌ریزی بودجه عملیاتی
GPT-4 Claude Google Gemini	-تقسیم بودجه پروژه -تحلیل میزان مصرف -پیگیری پیشرفت مالی پروژه	-بودجه‌ریزی پروژه‌ها	
GPT-4 Claude	-تحلیل هزینه‌های ثابت و متغیر -مدیریت هزینه‌های غیرقابل‌پیش‌بینی	-تخمین هزینه‌ها	
ChatGPT Claude Mistral Command-R	-تحلیل درآمد سالانه با مبنای تعهدی -تحلیل هزینه‌های ماهانه با مبنای تعهدی	-تحلیل روندهای مالی	تحلیل داده‌های مالی با مبنای تعهدی

	-تحلیل نوسانات درآمد با مبنای تعهدی -بررسی درآمدهای سالانه با مبنای تعهدی -ارزیابی هزینه‌های دوره‌ای با مبنای تعهدی -بررسی تغییرات درآمدی -الگوریتم‌های داده‌کاوی -مدل‌سازی مالی -تحلیل الگوهای مالی	-استفاده از فن‌های داده‌کاوی	GPT-4 Google Gemini
	-تحلیل ترازنامه‌ها -تحلیل صورت‌های سود و زیان -تحلیل جریان نقدینگی	-تحلیل دقیق صورت‌های مالی	Claude ChatGPT LLaMA
	-تحلیل ریسک‌ها -شناسایی نوسانات بازار -ارزیابی بحران‌های بالقوه	-شناسایی ریسک‌های مالی	GPT-4 Claude Google Gemini Command-R
	-تدوین برنامه‌های مقابله -برنامه‌های بیمه مالی -تحلیل سرمایه‌گذاری‌های پرخطر	-تدوین راهبردهای کاهش ریسک	GPT-4 Gemini LLaMA
مدیریت ریسک‌های مالی	-پیش‌بینی رویدادهای بحرانی -ارزیابی سناریوهای مختلف درآمدی -سنجش اثرات بحران‌های مالی -پیش‌بینی شرایط اضطراری مالی -تحلیل سناریوهای احتمالی درآمد	-ارزیابی سناریوهای مالی	ChatGPT Claude Command-R

ChatGPT	-مدیریت جریان ورودی و خروجی -تحلیل چرخه‌های نقدی -پیش‌بینی جریان‌های مالی آینده	-کنترل جریان نقدینگی	مدیریت جریان وجوه نقد
GPT-4 Claude Google Gemini	-مدیریت نقدینگی اضافی -پیش‌بینی کسری‌های نقدی -برنامه‌ریزی برای تأمین نقدینگی	-بهینه‌سازی نقدینگی	
GPT-4 Claude	-تحلیل هزینه‌های اضافی -کاهش هزینه‌های عملیاتی -بهینه‌سازی هزینه‌های غیرضروری	-کاهش هزینه‌های غیرضروری	مدیریت هزینه‌ها و بهبود فرآیندها
ChatGPT Claude Mistral	-بهینه‌سازی منابع موجود -مدیریت صحیح تخصیص منابع انسانی و مالی	-تخصیص منابع کارآمد	
ChatGPT Claude Command-R	-بکار گیری افراد متخصص در خزانه‌داری -تجربه مندی کارکنان - آموزش	-تخصیص کارکنان امور مالی	
Command-R	-انطباق مجریان واحد مالی با قوانین - رصد مداوم شرایط مالی در حسابرسی داخلی - احراز شرایط پسا مدیریت مالی	-ساختار مالی	سرمایه انسانی
GPT-4	-تحلیل بازارهای بالقوه -بررسی سرمایه‌گذاری‌های مالی با ریسک کمتر	-شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری	سرمایه‌گذاری و حامیان مالی

	-شناسایی حامیان مالی -تحلیل فرصت‌های تأمین مالی -جذب منابع از طریق سرمایه‌گذاری -تأمین مالی با راهبردهای مبتنی بر اماکن -تأمین مالی با راهبردهای مبتنی بر مشارکت -تأمین مالی با راهبردهای مبتنی بر هدایا	-تأمین منابع مالی جدید	Claude ChatGPT Google Gemini Command-R	
	-استفاده از هوش مصنوعی در تحلیل‌های مالی -پیاده‌سازی نرم‌افزارهای جدید تحلیل داده‌های مالی -بهره‌گیری از الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای تحلیل مالی -استفاده از سیستم‌های پیشرفته تحلیل داده‌های مالی - پیاده‌سازی ابزارهای خودکار تحلیل مالی -فناوری بلاکچین‌ها در حوزه مالی	-پیاده‌سازی فناوری‌های جدید	ChatGPT Mistral LLaMA	استفاده از فناوری‌های پیشرفته مالی بر بستر بلاک چین
	- تحلیل مالی سامانمند -سیستم‌های گزارش‌دهی هوشمند -بهینه‌سازی هزینه‌ها با تحلیل داده‌های مالی	-بهینه‌سازی فرآیندهای مالی با فناوری	GPT-4 Claude LLaMA	

پس از واکاوی در مقوله‌های مربوط به الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی، ۱۰ محور اصلی شناسایی گردید. محورها به‌صورت زنجیره‌ای و به‌هم‌پیوسته هستند و هر محور به تقویت محورهای دیگر کمک می‌کند. سلامت مالی و پاسخ‌گویی به‌عنوان اولین گام، بستری ایجاد می‌کند که تمامی اطلاعات مالی به‌طور دقیق و منظم ثبت و گزارش شوند. سپس بهبود افشا در گزارش‌دهی مالی به هیئت‌ها امکان می‌دهد تا این اطلاعات را مدیریت و از صحت آن‌ها اطمینان حاصل کنند. برنامه‌ریزی بودجه عملیاتی به هیئت‌های ورزشی کمک می‌کند تا منابع خود را به‌صورت راهبردی تخصیص دهند و تحلیل داده‌های مالی با مبنای تعهدی نتایج حاصل از این بودجه‌بندی بر مبنای تعهدی بودن آن ارزیابی می‌کند. مدیریت ریسک‌های مالی به‌عنوان عنصری حیاتی، ریسک‌های احتمالی را شناسایی و مدیریت می‌نماید. مدیریت جریان وجوه نقد می‌تواند به بهبود عملکرد در هیئت‌های ورزشی کمک شایانی کند و مدیریت هزینه‌ها و بهبود فرآیندها را به‌صورت دقیق و استاندارد ارائه نماید. این باعث می‌شود سرمایه انسانی در سیستم شکوفا شود و سرمایه‌گذاری و تأمین منابع مالی برای هیئت‌های ورزشی افزایش یابد. استفاده از فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی بر بستر بلاک‌چین می‌تواند ره‌گیری همه درآمدها و هزینه‌ها را در بلوک‌های بلاک چین انجام دهد و مدل‌های زبانی بزرگ به تحلیل دقیق‌تر داده‌ها، پیش‌بینی‌های بهتر و تصمیم‌گیری‌های مالی هوشمندانه کمک می‌کنند. درنهایت، تفاوت در رویکردهای مالی هیئت‌های ورزشی (همگانی و قهرمانی) به این هیئت‌ها امکان می‌دهد تا الگوی توسعه مدیریت مالی خود را تنظیم و بهینه‌سازی کنند. شکل ۱، الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی، مبتنی بر مدل‌های زبانی هوش مصنوعی را نشان می‌دهد:



شکل ۱. الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئت های ورزشی با به‌کارگیری مدل‌های زبانی هوش مصنوعی

بحث و نتیجه‌گیری

مدیریت مالی، یکی از چالش‌های اساسی برای حفظ ثبات و رشد بلندمدت هیئت‌های ورزشی است. با توجه به نوسانات مالی و محدودیت منابع، این نوع سازمان‌های ورزشی نیازمند مدلی مؤثر و به‌روز برای مدیریت مالی خود هستند، زیرا عدم‌تهیه صورت‌های مالی بر اساس فعالیت‌های مالی‌هیئت‌های ورزشی موجب ارائه گزارش نامناسب به ذی‌نفعان خواهند شد (فیصل صلال و همکاران، ۲۰۱۹). استفاده از فناوری‌های پیشرفته، ازجمله هوش مصنوعی و مدل‌های زبان می‌تواند به بهبود شفافیت، دقت برنامه‌ریزی بودجه و مدیریت ریسک مالی کمک کند. در این تحقیق تلاش شد تا بر اساس تحلیل داده‌های هوش مصنوعی، الگوی توسعه مدیریت مالی هیئت‌های ورزشی طراحی شود تا بتواند به چالش‌های مالی هیئت‌های ورزشی به‌طور مؤثر پاسخ دهد.

پس از بررسی و تجزیه‌وتحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده، ۱۰ محور اصلی در الگوی توسعه مدیریت مالی هیئت‌های ورزشی شناسایی شد. هر یک از این محورها به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر عملکرد مالی هیئت‌های ورزشی تأثیر می‌گذارند. این حوزه‌ها شامل سلامت مالی و پاسخگویی، بهبود افشا در گزارش‌های مالی، برنامه‌ریزی بودجه عملیاتی، تجزیه‌وتحلیل داده‌های مالی با استفاده از روش حسابداری تعهدی، مدیریت ریسک مالی، مدیریت جریان نقدینگی، مدیریت هزینه و بهبود فرآیند، سرمایه انسانی، سرمایه‌گذاری و پشتیبان‌ها می‌باشد. همچنین استفاده از فناوری‌های مالی پیشرفته مبتنی بر بلاک‌چین و رویکرد مالی هیئت‌های ورزشی به توسعه فرآیندهای مالی، به افزایش کارایی و بهره‌وری آن‌ها کمک می‌نماید. در ادامه این محورها مورد بررسی و تبیین قرارگرفته و پیشنهادهای عملیاتی ارائه خواهد گردید.

سلامت مالی به‌عنوان اولین و اساسی‌ترین گام هر مدل مدیریتی، بستر لازم را برای جمع‌آوری، گزارش‌دهی و تجزیه و تحلیل دقیق اطلاعات مالی فراهم می‌کند. همان گونه که مدل زبانی ChatGPT اشاره داشت: «سلامت مالی به عنوان یک مولفه کلیدی در مدل‌های مدیریتی به شمار می‌آید و به هیئت‌ها این امکان را می‌دهد که به طور مؤثر اطلاعات مالی را جمع‌آوری، گزارش‌دهی و تحلیل کنند». ظهیر و همکاران (۲۰۲۴) اشاره داشتند که سلامت مالی نیاز به تجزیه‌وتحلیل سامانمند اطلاعات دارد.

شفافیت مالی در هیئت‌های ورزشی، نه‌تنها به افزایش اعتماد ذینفعان و حامیان مالی کمک می‌کند، بلکه قدرت پاسخگویی به حسابرسان، بازرسان ادارات کار و امور مالیاتی را افزایش می‌دهد و امکان نظارت

بر جریان‌های مالی دقیق را فراهم می‌نماید. همان‌گونه که مدل زبانی Gemini نشان داد: «شفافیت مالی در هیئت‌های ورزشی برای تقویت اعتماد میان ذینفعان و حامیان مالی و همچنین تضمین پاسخگویی در مدیریت مالی اهمیت دارد. این شفافیت موجب افزایش اعتماد ذینفعان می‌شود». لذا پیشنهاد می‌گردد با به‌کارگیری مشاوران حوزه مالیاتی و ایجاد امکان نظارت مؤثر بر جریان‌های مالی و رعایت مقررات مربوطه این مقوله تقویت شود.

یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی بسیاری از هیئت‌های ورزشی، فقدان گزارشگری مالی صحیح است که منجر به تصمیم‌گیری‌های ضعیف می‌شود. همان‌طور که ژانگ و همکاران (۲۰۲۵) نشان دادند سلامت مالی می‌تواند از خطاهای مالی و فساد جلوگیری کند و عاملی کلیدی در ارتقای کارایی مالی سازمان‌های ورزشی است (گودرزی، ۱۳۹۶). مدل زبانی Command-R هم بیان داشت: «کیفیت پایین گزارشگری مالی می‌تواند منجر به عدم‌پاسخگویی و سوء مدیریت شود که در نهایت فساد را تقویت می‌کند». لذا پیشنهاد می‌گردد مدیران و خزانه‌داران هیئت‌های ورزشی با آشنایی و به‌روزرسانی سیستم‌های حسابداری در هیئت‌های ورزشی مبتنی بر هوش مصنوعی از جمله استفاده از نرم‌افزار فین تک که اخیرا در برخی هیئت‌ها مورد استفاده قرار گرفته است، به بهبود کیفیت گزارشگری مالی دست یابند.

بهبود افشای اطلاعات مالی به‌طور مستقیم با شفافیت مالی مرتبط است و تضمین می‌کند که اطلاعات جمع‌آوری‌شده به‌درستی و دقیق تجزیه‌وتحلیل شود. این بخش به هیئت‌ها کمک می‌کند تا از صحت داده‌ها اطمینان حاصل کنند و هرگونه ناهنجاری را شناسایی و اصلاح نمایند. بدون یک سیستم نظارتی کارآمد، حتی دقیق‌ترین اطلاعات مالی را می‌توان به‌اشتباه تفسیر کرد و تصمیمات ضعیفی گرفت. همان‌گونه که مدل زبانی Mistral اشاره داشت: « تقویت افشای اطلاعات مالی برای افزایش شفافیت مالی و تضمین تحلیل دقیق داده‌ها، امری ضروری است. سیستم‌های نظارتی کارآمد به تفسیر درست داده‌های مالی کمک می‌کنند و از بروز تصمیم‌گیری‌های نادرست جلوگیری می‌نمایند». برای بهبود نظارت و کنترل مالی می‌توان نرم‌افزار حسابداری و مالی پیشرفته‌ای را پیاده‌سازی کرد که در صورت مشاهده ناهنجاری‌ها هشدار دهد. همان‌طور که الزوبی و همکاران (۲۰۲۴) اشاره کردند نظارت مؤثر و پیشگیرانه می‌تواند از بسیاری از بحران‌های مالی جلوگیری کند.

معمولاً بودجه‌بندی عملیاتی یک هیئت ورزشی برای یک دوره زمانی مشخص- معمولاً یک‌ساله- برنامه‌ریزی، تعیین و کنترل می‌شود و به هیئت‌ها کمک می‌کند تا منابع مالی خود را به‌طور بهینه تخصیص دهند و از اتلاف منابع جلوگیری کنند. برنامه‌ریزی مالی دقیق می‌تواند به کاهش هزینه‌های غیرضروری و افزایش کارایی مالی هیئت‌های ورزشی کمک کند. مدل زبانی Gemini اذعان کرد: «شیوه‌های بودجه‌بندی موثر و مدیریت هزینه به سازمان‌ها اجازه می‌دهد منابع مالی خود را با اهداف راهبردی هماهنگ کنند و در نهایت منجر به بهبود عملکرد عملیاتی شود». در سازمان‌های ورزشی که اغلب با محدودیت منابع مواجه هستند، مدیریت خوب بودجه می‌تواند ضامن بقا و موفقیت بلندمدت باشد. استفاده از فناوری‌های جدید، ازجمله هوش مصنوعی می‌تواند به پیش‌بینی دقیق‌تر بودجه و تخصیص بهینه منابع کمک کند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۴). به هیئت‌ها پیشنهاد می‌شود از ابزارهای پیشرفته پیش‌بینی مالی از جمله نرم‌افزارهای تخصصی مالی مانند SAP، Oracle استفاده کنند تا بتوانند منابع مالی خود را با دقت بیشتری تخصیص دهند. علاوه بر این، تدوین بودجه‌بندی مبتنی بر عملیات سیاست‌های مالی بلندمدت امکان تعدیل در مواقع بحران را پیدا می‌کند.

تجزیه‌وتحلیل داده‌های مالی با استفاده از روش تعهدی، یکی از الزامات مهم در همه کشورهای جهان و یکی از استانداردهای حسابداری بین‌المللی است، زیرا درآمدها در زمان تحقق و هزینه‌ها در زمان تعهد یا ایجاد آن‌ها شناسایی و در دفاتر ثبت می‌شوند (رضائیان‌جویباری، ۲۰۲۲). این مبنا از اصل تطبیق هزینه با درآمد پشتیبانی می‌کند که با توجه به اصل تطبیق درآمد و هزینه‌های مربوط به یک رویداد مالی باید در همان دوره وقوع ثبت و گزارش شود. Command-R بیان نمود: «انطباق با استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی (IFRS) می‌تواند به افزایش کیفیت گزارشگری مالی در ایران منجر گردد». با انجام این کار می‌توان سود و زیان کامل یک رویداد مالی را در طول سال مالی گزارش کرد. این به هیئت‌ها ورزشی اجازه می‌دهد تا عملکرد مالی خود را در دوره‌های مختلف ارزیابی و کمبودهای موجود را شناسایی کنند. در نتیجه تجزیه‌وتحلیل داده‌ها باید بر اساس داده‌های دقیق و به‌روز انجام شود. برای عملیاتی‌کردن این حوزه پیشنهاد می‌شود که مدیران هیئت‌های ورزشی با استفاده از نرم‌افزار حسابداری چارگون، داده‌های مالی خود را جمع‌آوری کنند و از این طریق داده‌های مالی را تحلیل نمایند. علاوه بر این، ایجاد گروه‌هایی از کارشناسان تحلیل مالی می‌تواند دقت تحلیل‌ها را افزایش دهد و تصمیمات مالی را بهبود بخشد.

مدیریت ریسک مالی، یکی از مهم‌ترین عوامل پیشگیری از بحران‌های مالی و نشان‌دهنده حرکت شرکت‌ها به سمت ساختار بهینه سرمایه است (رستمی، مهرآور و کارگر، ۲۰۲۱). هیئت‌های ورزشی به دلیل اتکا به منابع مالی محدود و نوسانات درآمدی ناشی از رویدادهای ورزشی و اردوهای آموزشی همواره در معرض خطرات مالی قرار دارند. همان گونه که مدل زبانی Claude ارائه کرد: «ورزش در ایران با توجه به کمبود منابع مالی و نوسانات درآمدی، با چالش‌های مالی قابل توجهی مواجه است». یک برنامه جامع مدیریت ریسک می‌تواند شامل شناسایی ریسک‌های بالقوه، ارزیابی آن‌ها و توسعه راهبردهای کاهش ریسک باشد و به هیئت‌ها پیشنهاد می‌شود از ابزارهای تحلیل سناریو و شبیه‌سازی برای شناسایی و مدیریت ریسک‌های مالی همچون نرم افزارهای IMS استفاده کنند. علاوه بر این، همان‌طور که رحمانی و همکاران (۲۰۲۲) پیشنهاد نموده‌اند: توسعه برنامه‌های بیمه مالی برای رویدادهای ورزشی و آموزش و ایجاد صندوق‌های اضطراری می‌تواند به کاهش اثرات بحران‌های مالی کمک کند.

مدیریت سطح وجه نقد همواره یکی از پیچیده‌ترین و دشوارترین تصمیمات مدیریت در سطح شرکت و به‌تبع آن در سطح کل اقتصاد است (کرمی و همکاران، ۲۰۲۱). مدیریت جریان نقدی به هیئت‌ها این امکان را می‌دهد که ورودی و خروجی‌های نقدی خود را به‌دقت کنترل و از کسری نقدینگی جلوگیری کنند. همان گونه که مدل زبانی LLaMA اذعان کرد: «مدیریت جریان نقدی به هیئت‌ها این امکان را می‌دهد که خطرات مرتبط با جریان‌های نقدی را کاهش دهند و از طریق استفاده از بدهی، تأمین مالی لازم را فراهم کنند». یکی از چالش‌های هیئت‌های ورزشی مدیریت جریان نقدینگی است به‌ویژه در دوره‌هایی که درآمدها در نوسان می‌باشد. پیشنهاد می‌شود که هیئت‌ها برنامه‌های مالی دقیقی برای مدیریت جریان نقدی داشته باشند و از ابزارهای پیش‌بینی نقدینگی برای جلوگیری از کمبود نقدینگی استفاده کنند. علاوه بر این، بنا به پیشنهاد تابوک (۲۰۲۱) ایجاد یک برنامه ذخیره نقدی می‌تواند به مدیریت بهتر نقدینگی کمک کند. این سیستم‌ها باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که بتوانند با سایر سیستم‌های مالی ادغام شوند و گزارش‌های دقیق و قابل‌اعتماد تولید کنند. به هیئت‌ها پیشنهاد می‌شود از نرم‌افزار حسابداری پیشرفته و یکپارچه همچون سرویس مدیریت تنخواه‌داری و هزینه‌های شرکت و پروژه استفاده کنند که امکان یکپارچگی با سایر سیستم‌های مالی را فراهم می‌کند.

با توجه به تغییرات قابل‌توجه در محیط‌های سازمانی اجتماعی و تشدید رقابت در دنیای امروز، سرمایه انسانی سازمان‌ها فراتر از جذب نیرو و تلاش برای حفظ و توسعه افراد برای هدایت به فرآیندهای فعلی و آینده خود هستند (خسروی، ۲۰۲۳). مدیران به دنبال سرمایه‌های جدید با عنوان «سرمایه انسانی» هستند. به جرأت می‌توان گفت سرمایه انسانی، عاملی است که بیش از هر عامل دیگری بر رشد و بقای یک سازمان تأثیر می‌گذارد. همان گونه که مدل زبانی Claude بیان نمود: «تحقیقات نشان می‌دهد که سرمایه انسانی به‌طور مثبت بر عملکرد مالی هیئت‌های ورزشی از طریق ارتقای نوآوری و بهبود عملکرد عملیاتی تأثیرگذار است». بنابراین، در توسعه مدیریت مالی، سرمایه انسانی یک نگرش اقتصادی است و افراد که سرمایه‌گذاران اجتماعی قلمداد می‌گردند با تحصیل، کسب مهارت و تجربه حرفه‌ای، صاحب دانش و توانایی‌هایی می‌شوند و قادر به ایجاد ارزش‌افزوده، ابتکار و نوآوری هستند (طاهری، اجدادی، ۲۰۲۴). علاوه بر این، پیشنهاد می‌گردد هیئت‌های ورزشی دوره‌های آموزشی برای کارکنان بخش مالی با کمک ادارات ورزش و جوانان، سازمان بازرسی و ادارات مالیاتی برگزار کنند تا موجب تقویت مهارت‌های نظارتی و حسابرسی آن‌ها گردند و درنتیجه اثرات مثبتی بر توسعه عملکرد مالی هیئت‌ها داشته باشد.

وظیفه تامین منابع مالی و سرمایه لازم برای اجرای برنامه‌های تدوین‌شده در چارچوب مدیریت مالی دولت، استفاده از خزانه عمومی بر اساس ردیف‌های مصوب و فرآیند بودجه است (کامیاب، سلطان حسینی و رحیمی، ۲۰۲۳). همان گونه که مدل زبانی Claude ارائه داد: «بودجه بندی به عنوان ابزاری اساسی برای برنامه‌ریزی عملیاتی، تاکتیکی و راهبردی در سازمان های ورزشی عمل می‌کند». در هیئت‌های ورزشی بنا به ثبت آن‌ها به‌عنوان شرکت‌های بخش خصوصی دارای محدویت بخصوص منابع مالی هستند و در شرایط اقتصادی فعلی، یکی از اصلی‌ترین ابزارهای رشد و توسعه هیئت‌های ورزشی تامین منابع مالی است. مدیران هیئت‌های ورزشی با توجه به استثنای قانونی در مورد عقد قرارداد هیئت‌های ورزشی با حامیان مالی می‌توانند از مبلغ دریافتی حامیان مالی بدون بار مالیاتی استفاده کنند. بنابراین هیئت‌ها باید بتوانند فرصت‌های سرمایه‌گذاری مناسب را شناسایی و منابع مالی جدید را جذب کنند. همچنین فرصت‌های سرمایه‌گذاری را به‌طور مرتب بررسی نمایند و با جذب سرمایه‌گذار و حامی، منابع مالی خود را افزایش دهند. علاوه بر این، تدوین راهبردهای تامین مالی از طریق روش‌های مختلف مانند برگزاری رویدادها، حمایت مالی و سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت می‌تواند مؤثر باشد.

استفاده از فناوری‌های مالی پیشرفته ازجمله هوش مصنوعی و تجزیه‌وتحلیل داده‌های بزرگ نقش مهمی در بهبود فرآیندهای مالی هیئت‌های ورزشی دارد. این فناوری‌ها کمک می‌کند تا داده‌های مالی خود را با دقت بیشتری تجزیه‌وتحلیل کنند و تصمیمات بهینه‌تری بگیرند. همان گونه که مدل زبانی Command-R اشاره نمود: «تحولات جدید در فناوری‌های تحلیل داده‌ها امکان تصمیم‌گیری مؤثرتر و پیش‌بینی‌های دقیق‌تر را در حوزه‌های گوناگون فراهم می‌کند». ژانگ و همکاران (۲۰۲۵) نیز دریافتند استفاده از فناوری‌های جدید در تجزیه‌وتحلیل داده‌ها می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری‌های بهتر و پیش‌بینی‌های دقیق‌تر شود. یکی از مهم‌ترین فناوری‌های موجود در کشورهای بزرگ، فناوری بلاک‌چین است که از فناوری‌های غیرمتمرکز و رمزنگاری برای ذخیره تاریخچه تمام تراکنش‌های دارایی‌ها در یک دفتر کل استفاده می‌کند و قابل‌حذف یا تغییر نیست، بلکه در یک بلوک جدید اطلاعات تاریخچه تغییرات ثبت می‌گردد. به همین منظور به هیئت‌ها پیشنهاد می‌شود از نرم‌افزار هوش مصنوعی مانند Tableau و ابزارهای تجزیه‌وتحلیل کلان داده برای بهینه‌سازی فرآیندهای مالی آن‌ها استفاده نمایند و آماده‌سازی لازم را برای ورود به دنیای فناوری بلاک چین فراهم نمایند.

یکی از نکات مهم الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی، تفاوت رویکردهای مالی هیئت‌های ورزشی با سایر سازمان‌های ورزشی است. در این نوع سازمان‌ها، ورزش به سطوح همگانی و قهرمانی تقسیم می‌شوند و هر سطح نیازها و ساختارهای مالی خاص خود را دارد. این الگو باید به‌گونه‌ای تطبیق شود که به‌طور خاص شرایط مالی خاص هر سطح ورزشی را در نظر بگیرد. ورزش همگانی با چالش‌ها و نیازهای مالی متفاوتی نسبت به ورزش قهرمانی مواجه می‌باشد و این تفاوت‌ها باید در برنامه‌ریزی‌ها و راهبردهای مالی در نظر گرفته شوند. در ورزش قهرمانی، هیئت‌ها به الگوهای مالی پیشرفته‌تر و پیچیده‌تری نیاز دارند، زیرا منابع مالی بیشتری را مدیریت می‌کنند و باید به برنامه‌ریزی بودجه، مدیریت ریسک و استفاده از فناوری‌های پیشرفته توجه بیشتری داشته باشند تا بتوانند در محیط رقابتی ورزش‌های قهرمانی سطح بالا موفق شوند. بنابراین، هدف اصلی این الگو، نشان‌دادن این نکته است که الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی با سایر سازمان‌های ورزشی، با توجه به نوع و سطح ورزش متفاوت است. پیشنهاد می‌شود که هیئت‌های ورزشی با توجه به سطح فعالیت خود، راهبردهای مالی متناسب و ویژه‌ای تدوین کنند و در هر سطح، سیاست‌های مالی خاصی برای بهبود کارایی و جذب منابع به کار گرفته شود. همچنین، استفاده از مدل‌های فناوری می‌تواند به بهینه‌سازی منابع مالی و افزایش کارایی در هر یک از این سطوح کمک کند. الگوی توسعه مدیریت مالی در هیئت‌های ورزشی چارچوب جامعی برای بهبود

فرآیندهای مالی سازمان‌ها ارائه می‌دهد. این الگو با تمرکز بر شفافیت مالی، نظارت و کنترل، برنامه‌ریزی بودجه عملیاتی، مدیریت ریسک‌ها و بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا منابع مالی خود را به‌صورت بهینه مدیریت و از بحران‌های مالی جلوگیری کنند. استفاده از این الگو می‌تواند به تطبیق و بهبود راهبردهای مالی بر اساس نیازهای خاص هر حوزه کمک نماید. درمجموع فرایند ارائه‌شده در پژوهش حاضر بخش‌های موردنیاز چرخه مدیریت مالی در هیئت های ورزشی را با کمک مدل‌های زبانی مشخص و دانش کاربردی هر حوزه را با توجه به ماهیت اصلی هیئت‌ها معین می‌نماید تا با تشخیص صحیح در این حوزه، چرخه مالی نه به مدیریت دولتی شبیه شود و نه به مدیریت بازرگانی و صنعتی، بلکه تنها مختص مدیریت ورزشی گردد و بتواند به بهبود کارایی مالی هیئت‌های ورزشی کمک کنند. همچنین، این الگو با در نظر گرفتن تفاوت‌های مالی بین هیئت‌های ورزشی با سایر سازمان‌های ورزشی، بهینه‌سازی فرآیندهای مالی را بر اساس ماهیت و سطح ورزش تسهیل نماید. لذا پیشنهاد می‌گردد هیئت‌های ورزشی با پیاده‌سازی این الگو، شفافیت مالی بیشتری ایجاد کنند و از مزایای سرمایه‌گذاری و تأمین مالی بهتری بهره‌مند شوند. همچنین این الگو در تدوین اسناد مالی و گزارشگری هیئت‌های ورزشی به ذی‌نفعان خود می‌تواند موجب بهبود کارایی مالی و افزایش پایداری در بلندمدت گردد.

این پژوهش با محدودیت‌هایی مانند عدم‌دسترسی به داده‌های کامل مالی مواجه بود که ممکن است بر دقت برخی از نتایج تأثیر گذاشته باشد. برای تحقیقات آینده، پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌ها بر روی داده‌های بلندمدت و واقعی از هیئت‌های ورزشی مختلف متمرکز شوند تا امکان ارزیابی دقیق‌تر تأثیرات مدل فراهم شود. همچنین، تطبیق الگوی ارائه‌شده با نیازهای خاص هر هیئت ورزشی می‌تواند به توسعه بهتر این حوزه کمک کند.

منابع

- Agha Mohammad, M., Kurdestani, G., & Kazemi, H. (2021). **"Identifying the Dimensions of the Financial Management Model".** Financial accounting and audit research, 13(52), 241-268(persian). https://doi.org/10.30495/faar.2021.687686
- Algherairy, A., & Ahmed, M. (2025). **"Prompting large language models for user simulation in task-oriented dialogue systems".** Computer Speech & Language, 89, 101697. https://doi.org/10.1016/j.csl.2024.101697
- AlZu'bi, S., Mughaid, A., Quiam, F., & Hendawi, S. (2024). **"Exploring the capabilities and limitations of chatgpt and alternative big language models".** Artificial Intelligence and Applications,2(1): 28-37 https://10.47852/bonviewAIA3202820
- Chun Tie, Y., Birks, M., & Francis, K. (2019). **"Grounded theory research: A design framework for novice researchers".** SAGE open medicine, 7, 2050312118822927. https://doi.org/10.1177/2050312118822927
- Carletta, J. (1996). **"Assessing agreement on classification tasks: the kappa statistic".** arXiv preprint cmp-lg/9602004. 22(2), pp. 249–254 https://arxiv.org/pdf/cmp-lg/9602004
- Cong, Y. (2025). **"**Demystifying large language models in second language development research. Computer Speech & Language, 89, 101700. https://doi.org/10.1016/j.csl.2024.101700

- Darabi, Z. H. (2024). **"Designing a conceptual model of factors affecting financial health in the life cycle of companies using the Foundation's data approach".** Budget and finance strategic research, 5(2), 45-76. https://jms.ihu.ac.ir/article_209107.html
- Dengel, Andreas,. Rupert, Gehrlein., David, Fernes., Sebastian, Görlich., Jonas, Maurer., Hai, Hoang, Pham., Gabriel, Großmann., Niklas, Dietrich, genannt, Eisermann. (2023). **"Qualitative Research Methods for Large Language Models: Conducting Semi-Structured Interviews with ChatGPT and BARD on Computer Science Education". In**formatics (Basel), https://doi.org/10.3390/informatics10040078
- Dastoom, s., ramzani nezhad, r., & sadeghi borujerdi, s. (2023). **"Designing the evaluation framework of Knowledge-based economy in Iranian sports and analysis of the development gap based on it".** Sport Management Studies, 110-125(persian). https://doi.org/https://doi.org/10.22089/smrj.2020.9137.3095
- Faisal Salal, F. (2019). **"The effect and application of management incentives to detect fraud in financial reporting by independent auditors".** Ferdowsi University of Mashhad, Faculty of Administrative and Economic Sciences, 1-120. https://ganj.irandoc.ac.ir/viewer/087e50008355c868f36638f49b5fa48c?sample=1
- Ghafouri, M., Alidoust, E., Khabiri, M., & Sajjadi, N. (2021). **"Identifying Financing Barriers in Iran's Professional Sports".** Sport Physiology & Management Investigations, 13(2), 71-91(persian). https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735.5354.1400.13.2.5.8.677
- Goudarzi, M. (2017). **"Determine The exploratory model of financial management in sport federations".** Applied Research in Sport Management, 6(2), 67-79(persian). https://doi.org/20.1001.1.23455551.1396.6.2.6.0
- Guerrero Puerta, L., & Lorente García, R. (2024). **"Illuminating the path: a methodological exploration of grounded theory in doctoral theses"**. Qualitative Research Journal, 24(4), 384-393. https://www.emerald.com/insight/1443-9883.htm
- Ishaku, T., & Nadiyasu, J. (2017). **"Public sector financial management reform (PSFMR) and international accounting standards (IPSASs) ".** Resource, 8(12), 125-132. https://www.academia.edu/download/98468069/234632063.pdf
- Jessica, L, Parker., Veronica, Richard., Kimberly, Becker. (2023). **4. Flexibility & Iteration: Exploring the Potential of Large Language Models in Developing and Refining Interview Protocols.** The Qualitative Report, https://doi.org/10.46743/2160-3715/2023.6695
- Jia, N., Luo, X., Fang, Z., & Liao, C. (2024). **"When and how artificial intelligence augments employee creativity".** Academy of Management Journal, 67(1), 5-32. https://doi.org/10.5465/amj.2022.0426
- Kamyab, S., Soltanhoseini, M., & Rahimi Sereshbaderani, G. (2023). **"Methods of financing sports clubs during international sports sanctions".** Sport Management Studies, 15(79), 105-124(persian). https://doi.org/10.22089/smrj.2022.11125.3463
- Kerami, G., Bek Beshrouye, S., Nazari, S., & Samavat, M. (2021). **"The relationship of uncertainty with keeping cash and inventory".** Accounting developments, 27(14), 221-252(persian). https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/2086238
- Khosravi, R. (2023). **"Innovation in the "first part" organization".** Sama's treasure, 52(7), 1-6(persian). https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/2186906
- Mulugeta, B., Williamson, S., Monks, R., Hack, T., & Beaver, K. (2017). **"Cancer through black eyes-The views of UK based black men towards cancer: A constructivist grounded theory study".** European Journal of Oncology Nursing, 29, 8-16. https://research.edgehill.ac.uk/files/37862512/cancer_through_black_eyes_AAM.pdf
- Pavlík, M., & Vaceková, G. (2013). **"Financial Management of Sports Clubs in the Czech Republic".** Ekonomika a management, 30-39. https://scholar.archive.org/work/uygz5krb6vcr7ml7nwni7hn2hu/access/wayback/https://www.vse.cz/polek/download.php?jnl=eam&pdf=232.pdf
- Rahmani, A., Mollanazari, M., Faal Ghayoumi, A., Mahmoudkhani, M., Behbahaninia, P. S., Parsaei, M., Ghadirian Arani, M. H., & Khadivar, A. (2022). **"Design of the Financial Management and Accounting Maturity Model for Public Sector Entities".** Accounting and Auditing Review, 29(2), 287-310(persian). https://doi.org/10.22059/ACCTGREV.2022.337562.1008645

- Rezaian Joybari, A., Gorganli Doji, D. J., Ashrafi, D. M., & Khamaki, D. A. (2022). **"Identifying the most important factors affecting accruals in Iran's capital market and examining how they affect over time".** Accounting developments, 29(15), 65-93(persian). https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/2177641
- Rostami, W., Mehravar, M., & Kargar, H. (2021). **"The effect of risk management on the speed of adjustment of financial leverage in the life cycle stages of companies".** Accounting developments, 26(14), 59-88(persian). https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1976237
- Simion, A. (2022). **"ANALYSIS AND EVALUATION OF FINANCIAL MANAGEMENT STRATEGIES OF SPORTS CLUBS".** Annals of the University of Craiova, Economic Sciences Series, 2(50). https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A6%3A13130646/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A162189231&crl=c
- Tabuk, M. E. (2024). **"A bibliometric analysis of global publications on financial management in sports clubs".** SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte, 13, 43-43. https://doi.org/10.6018/sportk.491131
- Taheri Ajjadadi, A. H. (2024). **"Examining the role of accounting information system, human capital and internal performance in the relationship between innovation strategy and financial performance of audit institutions".** International and national conference on management, accounting and law studies, 11(11), 789-803(persian). https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/2175480
- Xinwei, Cao., Shuai, Li., Vasilios, N., Katsikis., Ashraf, Khan., Hongmei, He., Zhengping, Liu., Lieping, Zhang., Peng, Chen. (2024). **"Empowering financial futures: Large language models in the modern financial landscape".** EAI endorsed transactions on artificial intelligence and robotics, doi: 10.4108/airo.6117
- Yuqi, Nie., Yaxuan, Kong., Xiaowen, Dong., John, M., Mulvey., H., Vincent, Poor., Qingsong, Wen., Stefan, Zohren. (2024). **"A Survey of Large Language Models for Financial Applications: Progress, Prospects and Challenges".** https://doi.org/10.48550/arxiv.2406.11903
- Zhang, J., Zhang, C., Lu, J., & Zhao, Y. (2025). **"Domain-specific large language models for fault diagnosis of heating, ventilation, and air conditioning systems by labeled-data-supervised fine-tuning".** Applied Energy, 377(12437), 8. https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2024.124378

ارائه مدل بهبود آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری با استفاده از ظرفیت‌های تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک در کسب وکارهای ورزشی دانش‌بنیان

احمد کریمی‌پور[۱]

مهدی کهندل[۲]

حسین عبدالملکی[۳]

سیدنعمت خلیفه[۴]

10.22034/ssys.2023.2630.2905

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۹/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۳۰

پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل بهبود آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری با استفاده از ظرفیت‌های تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان طراحی و اجرا گردید. روش پژوهش از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مدیران و کارکنان کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان بود. بر اساس فرمول حجم نمونه کوکران، تعداد ۳۸۴ نفر به‌عنوان نمونه تحقیق مشخص گردیدند. سپس با استفاده از روش نمونه-گیری در دسترس نمونه مدنظر انتخاب و با حذف پرسش‌نامه‌های فاقد اعتبار، تحلیل‌ها بر روی ۳۳۸ نفر انجام شد. ابزار پژوهش پرسش‌نامه استاندارد بود. به‌منظور تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از روش معادلات ساختاری استفاده گردید. تمامی روند تجزیه‌وتحلیل داده‌ها در نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس. و پی.ال.اس. انجام گرفت.

نتایج تحقیق نشان داد که آمادگی الکترونیک تأثیر معناداری بر آمادگی (۰/۳۳۲)، اکتشاف (۰/۳۴۶) و بهره‌برداری (۰/۳۳۲) و تحول دیجیتال تأثیر معناداری بر آمادگی (۰/۶۱۴)، اکتشاف (۰/۵۰۲) و بهره‌برداری (۰/۶۰۹) در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان دارد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که مدل تحقیق حاضر از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد. در جهت بهبود آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری باید از ظرفیت‌های تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک استفاده نمود.

واژگان کلیدی: فناوری، دانش‌بنیان، آمادگی الکترونیک و تحول دیجیتال.

[۱] دانشجوی مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد سلامی، کرج، ایران

[۲] دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد سلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Mehdikohande@gmail.com

[۳] استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد سلامی، کرج، ایران

[۴] استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد سلامی، تهران، ایران

مقدمه

از دیدگاه کسب‌وکار الکترونیک، اقتصاد جدید به‌عنوان یک بازار جهانی تعریف می‌شود که در آن تراکنش‌های تجاری در زمان واقعی، شبانه‌روزی و با کالاهای دیجیتالی انجام می‌شود که می‌توانند به صورت انبوه بر اساس نیازهای هر مشتری سفارشی و فوراً به مشتری تحویل داده شوند (امبولی[1] و همکاران، ۲۰۲۲: ۷۷۳). بدون توجه به مکان رقابت‌پذیری، توسعه اقتصادی به توانایی یک کشور، شرکت و سازمان برای دستیابی به ابعادی شامل فوریت، واسطه‌گری مجدد، دانش و نوآوری، ادغام/شبکه کاری و مجازی‌سازی می‌باشد (گنگ و دو[2]، ۲۰۲۲: ۳۰۸). فناوری شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا به راهبردهای بلادرنگ مانند کاهش زمان چرخه تولید، افزایش سرعت تحویل از طریق بزرگراه‌های دیجیتال و سفارشی‌سازی محصول یک‌به‌یک دست یابند (هاکر[3] و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۲۷). یکپارچه‌سازی و کار اینترنتی، یکی دیگر از محرک‌های مهم اقتصاد دیجیتال جدید است (دویودی[4] و همکاران، ۲۰۲۱: ۳). فناوری‌های اینترنتی به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا زنجیره تأمین را فراتر از مرزهای فیزیکی سنتی خود گسترش دهند (میتالو[5] و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۹۹). وب سرورها- به‌عنوان پنجره‌های الکترونیکی شرکت- می‌توانند به‌عنوان پلت فرمی برای یکپارچه‌سازی سیستم‌های اطلاعات مدیریت مرسوم مانند پایگاه‌های داده مدیریت مشتری، برنامه‌های کاربردی تولید و موجودی و سیستم‌های حسابداری برای ارائه خدمات یکپارچه و شخصی به مشتری آنلاین استفاده شوند (اولسون[6] و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۸۶).

دهه گذشته شاهد ظهور مجموعه متنوعی از فناوری‌ها، پلتفرم‌ها و زیرساخت‌های دیجیتال بوده است که شیوه زندگی و کار ما را تغییر داده است. سازمان‌ها از بخش‌های خصوصی و دولتی و تقریباً همه صنایع به اکتشاف سوق داده‌شده‌اند و اغلب چاره‌ای جز پذیرش فناوری‌های پیشرفته و کاربردهای آن نداشته‌اند. این فرآیند اغلب شامل دگرگونی عملیات کلیدی کسب‌وکار است و در نتیجه بر فرآیندها، محصولات و خدمات و همچنین ساختارها و مفاهیم مدیریتی تأثیر می‌گذارد (یلماز[7] و همکاران، ۲۰۲۲: ۶۹۷). شکل‌گیری فناوری‌های نوین منجر به ایجاد ظرفیت‌هایی در کسب‌وکارها شده که بهره‌گیری از آن را تبدیل به یک ضرورت کرده است (لامپکین[8] و همکاران، ۲۰۰۴: ۱۶۲). به‌طور خاص، مفاهیم نوآوری و کارآفرینی به روش‌های قابل توجهی تغییریافته است که پیامدهای سازمانی و سیاستی گسترده‌ای دارد.

[1] Mboli
[2] Geng & Du
[3] Haaker
[4] Dwivedi
[5] Metallo
[6] Olson
[7] Yilmaz
[8] Lumpkin

بنابراین، اکتشاف، ادغام و بهره‌برداری از فناوری‌های دیجیتال جدید به یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها برای کسب‌وکارها و جامعه در محیط کنونی تبدیل‌شده است- بدون اینکه هیچ بخش یا سازمانی از اثرات آن مصون باشد (فان[1]، ۲۰۰۳: ۵۸۳). امروزه شرکت‌ها در حوزه فناوری و تحقیق سعی در توانمندسازی خود جهت آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری دارند؛ به صورتی که ایجاد بسترهایی در جهت آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری می‌تواند زمینه جهت عملکرد مالی مطلوب را نیز فراهم نماید (فلیوربوم[2] و همکاران، ۲۰۱۹: ۵).

در جهت شکل‌گیری آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری، نیاز است تا بستر فنی، ذهنی و انسانی در این زمینه شکل گیرد. اگرچه همواره در جهت شکل‌گیری آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری به مسائل فنی و زیرساختی توجه شده، اما لازم است تا سایر حوزه‌های ذهنی و انسانی مربوط به این بخش را نیز مدنظر قرار داد. به‌عنوان مثال، آمادگی الکترونی یکی از متغیرهای مهمی می‌باشد که در صورت عدم‌وجود آن، امکان تحول فناوری در کسب‌وکارها وجود نخواهد داشت (کوزولینو[3] و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۱۶۸). آمادگی الکترونیکی به ظرفیت و وضعیت آمادگی یک کشور برای حضور در دنیای الکترونیک اشاره دارد. به صورت کلی آمادگی الکترونیک سطح دانش یا توانایی لازم برای درک و پیاده‌سازی فناوری یا اطلاعات دیجیتال می‌باشد (لیونگ و سونگ[4]، ۲۰۱۸: ۷۶). مفهوم آمادگی الکترونیکی مهم است، زیرا سطح آن می‌تواند پیش‌بینی‌کننده قوی برای عملکرد یک سازمان در اقتصاد جدید باشد (برینان[5] و همکاران، ۲۰۲۰: ۵۲). ارزیابی آمادگی الکترونیکی ارزیابی دقیقی از رقابت‌پذیری اقتصادشان نسبت به همتایان بین‌المللی به سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد. علاوه بر این، تفکیک شاخص‌ها به تحلیلگران سیاست اجازه می‌دهد تا نقاط قوت و ضعف را مشخص کنند. بنابراین چشم‌اندازی متعادل در هدایت یک کشور، سازمان و شرکت از طریق تحول دیجیتال ارائه می‌دهند (ایوانس[6]، ۲۰۰۱: ۹).

تحول دیجیتال نیز از دیگر مسائل مهم در حوزه توسعه فناوری در کسب‌وکارها می‌باشد. تحول دیجیتال ادغام فناوری‌های دیجیتال در همه زمینه‌های مختلف یک کسب‌وکار است که شیوه کار و ارائه ارزش به مشتریان را تغییر می‌دهد (ژای، یانگ و چن[7]، ۲۰۲۲: ۳). همچنین به معنی یکپارچه‌سازی فناوری‌های دیجیتال با تمامی زمینه‌های کسب‌وکار تعریف شده است و بر تغییر نحوه انجام عملیات و

[1] Phan
[2] Flyverbom
[3] Cozzolino
[4] Leong & Sung
[5] Brennan
[6] Evans
[7] Zhai, Yang & Chan

ارزش‌گذاری بر مشتری متمرکز است و به ایجاد تغییرات فرهنگی- سازمانی برای مقابله با چالش‌های موجود نیز می‌پردازد (النویمی، سینق، رین، بودهاور و وروبویو[1]، ۲۰۲۲: ۶۳۶). در تعریفی دیگر، تحول دیجیتال یک تغییر فرهنگی، سازمانی و عملیاتی در یک صنعت، سازمان یا اکوسیستم از طریق یکپارچه‌سازی هوشمندانه فناوری‌های دیجیتال، فرآیندها و شایستگی‌های در تمام سطوح و عملکردی همگرا در یک مسیر راهبردی مشخص است (کراوس، دورست، فریرا، ویجا، کایلر و وینی‌مان[2]، ۲۰۲۲: ۴) که از چهار بعد تحول فرایندهای سازمانی[3]، تحول مدل کسب‌وکار[4]، تحول دامنه کسب‌وکار[5] و تحول فرهنگی و سازمانی[6] تشکیل‌شده است (آندرسون، موین، ماهرینگ، تیگلند و ونبرگ[7]، ۲۰۱۸: ۴۲). در نتیجه شرکت‌ها، سازمان‌ها و کسب‌وکارها لازم است به‌طور همزمان به تحول دیجیتال در ابعاد مختلف، ازجمله راهبرد ها، ساختارهای سازمانی، عملیات و فرهنگ خود بپردازند (فیشر، ایمگروند، جانیسچ و وینکلمن[8]، ۲۰۲۰: ۵).

مطالعات گذشته نشان می‌دهد که اقدامات تحول دیجیتال شامل استفاده از فناوری‌های دیجیتالی برای ارتقای همکاری‌های داخلی و خارجی (سینگ و هس[9]، ۲۰۱۷: ۳)، بازنگری مدل‌های تجاری (لی[10] و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۱۳۰) و تغییر فرهنگ‌سازمانی برای بهبود عملکرد است (ویال[11]، ۲۰۱۹: ۱۱۹) و اینترنت اشیا، رایانش ابری، اپلیکیشن‌های موبایل، رسانه‌های اجتماعی، واقعیت مجازی و افزوده، تحلیل‌گری داده، هوش مصنوعی و بلاک‌چین از مهم‌ترین انواعِ فناوری‌های تحول‌آفرین هستند (یو، فلچر و بویک[12]، ۲۰۲۲: ۲). با این حال ایجاد دگرگونی‌های دیجیتال در کسب‌وکار و سازمان به‌سادگی استفاده از فناوری نیست. بنابراین کسب‌وکارها باید ابزارهای مناسب برای جاری‌سازی و اندازه‌گیری تحول خلق کنند تا بتوانند سطح تحول دیجیتال را درون خودشان ارزیابی نمایند (کوزاکیوسیز[13]، ۲۰۲۰: ۲۳۹).

با وجود تاکید بر رشد کسب‌وکارهای دانش بنیان، اما همچنان ضعف‌های عمده‌ای در این زمینه در حوزه ورزش وجود دارد (گوزل زاده، دانا و افشار، ۲۰۲۰). امروزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در حوزه ورزش از جایگاه مهمی برخوردار است و با توجه به رشد مسائل شغلی در حوزه ورزش به صورت علمی

[1] AlNuaimi, Singh, Ren, Budhwar & Vorobyev
[2] Kraus, Durst, Ferreira,Veiga, Kailer & Weinmann
[3] process transformation
[4] business model transformation
[5] Domain Transformation
[6] cultural/organizational Transformation
[7] Andersson, Movin, Mähring, Teigland & Wennberg
[8] Fischer, Imgrund, Janiesch & Winkelmann
[9] Singh & Hess
[10] Li
[11] Vial
[12] Yu, Fletcher & Buck
[13] Kozarkiewicz

و در قالب روش‌های دانش بنیان، اما همچنان تا رسیدن به ایده‌آل‌ها در این حوزه فاصله زیادی وجود دارد (صفوی‌زاده، سجادی، خبیری و مرادی، ۱۳۹۵: ۲). با توجه به رشد ۲۰ درصدی شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور ایران و رسیدن تعداد این شرکت‌ها به مرز ۸ هزار شرکت، اما تعداد شرکت‌های فعال در حوزه ورزش همچنان حجم پایینی از این تعداد را شامل می‌شود (حمیدپور، فردوسی، ندری و اسمعیلی، ۲۰۲۲: ۵۵). این در حالی است که امروزه روند رشد شرکت‌های دانش‌بنیان در سطح جهانی به صورتی می‌باشد که در کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته، شرکت‌های تازه‌تاسیس همواره بر مبنای دانش عمل می‌نمایند و همچنین شرکت هایی که در گذشته تاسیس شده‌اند به سمت فعالیت بر مبنای دانش و علوم جدید در حرکت می‌باشند (چنگ، وانگ، لیو، ژو و وو[1]، ۲۰۲۲: ۲۲۱). شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش ضمن برخورداری از پتانسیل‌های مناسب در جهت تاثیرگذاری بر روند توسعه صنعت ورزش می‌توانند جایگاه و اعتبار مناسبی به ورزش در سطح ملی و بین‌المللی دهند؛ به صورتی که امروزه شرکت‌های ورزشی با رویکرد دانش‌بنیان کارکردهای مثبت و مطلوبی در مسیر تمامی ابعاد حوزه ورزش دارند و می‌توانند خدمات‌رسانی در حوزه ورزش و همچنین تولید و ارائه محصولات ورزشی را از منظر کمی و کیفی بهبود دهند (صفوی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۲).

از منظر العدیله، الاسمایرت، مومانی و اسوبودا[2] (۲۰۲۲) آمادگی الکترونیکی در محیط‌های سازمانی در سه بعد محیطی، سازمانی و سرمایه‌های انسانی می‌باشد. از طرفی دودانگ، حسنه، سلمان، پریانتو و رامدهان[3] (۲۰۲۲) مشخص نمودند که آمادگی الکترونیکی در ابعاد فردی و گروهی کاملا ضروری می‌باشد؛ به صورتی که از منظر فردی افراد باید در حوزه آمادگی الکترونیکی از وضعیت مناسبی برخوردار باشند و از منظر گروهی نیز باید یکپارچگی در میان اعضای گروه در زمینه آمادگی الکترونیکی وجود داشته باشد. آنان اشاره داشتند که آمادگی الکترونیکی در حوزه فردی می‌تواند منجر به شکل‌گیری مناسب و مطلوب آمادگی الکترونیکی در حوزه گروهی گردد. شیوران و وی‌آی‌جی[4] (۲۰۲۲) نیز اشاره داشتند که اگرچه آمادگی الکترونیکی در برخی سازمان‌ها از منظر ملی و در ابعاد جغرافیایی یک کشور مناسب می‌باشد، اما این امکان وجود دارد که میزان آمادگی از استانداردهای بین‌المللی فاصله داشته باشد. آنان اشاره داشتند که با توجه به بین‌المللی‌شدن فعالیت‌ها باید میزان آمادگی الکترونیک به سطح استانداردهای بین‌المللی برسد. موافی، گوستاپتونو، افندی و نوریدو[5] (۲۰۲۱) نیز ضمن تاکید بر اهمیت آمادگی الکترونیکی اشاره داشتند که این آمادگی نیاز به زیرساخت‌های فنی، آموزشی، فرهنگی و اجتماعی دارد و ضروری است تا مدیران سازمان‌ها

[1] Chen, Wang, Liu, Xu & Wu
[2] Al-adaileh, Alsmairat, Momani & Svoboda
[3] Dudung, Hasanah, Salman, Priyanto & Ramdhan
[4] Sheoran & Vij
[5] Muafi, Gusaptono, Effendi & Novrido

از منظر میزان آمادگی الکترونیکی در سطح مطلوب و مناسبی قرار داشته باشند تا بتوان انتظار داشت میزان آمادگی الکترونیکی سازمان به سطح مطلوب رسد.

تحول دیجیتال در حوزه‌های ورزشی توانسته است تا ضمن بهبود خدمات‌رسانی به ابعاد مختلف ورزشی، شرایطی جهت ارتقای عملکرد سازمان‌های ورزشی نیز فراهم آورد. از طرفی تحول دیجیتال توانسته است تا ضمن تحت شعاع قرار دادن فعالیت‌های مربوط به باشگاه‌ها و سازمان‌های ورزشی، شرایطی را جهت جذاب سازمانی محیط پیرامون ورزش مهیا نماید (استیگمان، ناگل و استروبت[1]، ۲۰۲۱: ۳). هانلت، موهنسالک و انتونس‌مارانتی[2] (۲۰۲۱) اشاره داشتند که تحول دیجیتال می‌تواند از منظر عملکردی و محیطی بر حوزه ورزش تاثیرگذار باشد. به صورت کلی تحول دیجیتال می‌تواند شامل تحول در ابعاد فنی و تحول در ابعاد انسانی باشد. امروزه تمرکز سازمان‌ها بر تحول دیجیتال از منظر فنی سبب گردیده است تا محیط‌های سازمانی شکل گیرد که علارغم برخورداری از توانایی‌های فنی و زیرساختی مناسب در حوزه دیجیتال، شرایط مناسب و مطلوبی جهت بکارگیری از این ظرفیت‌ها ندارند. از طرفی، تمرکز بر مسائل انسانی صرف نیز می‌تواند ضمن ایجاد ضعف‌های زیرساختی در حوزه دیجیتال، باعث گردد تا پویایی محیط‌های سازمانی به شدت تحت تاثیر قرار گیرد و میزان این پویایی را کاهش دهد (کرتاسچمر و خاشابی[3]، ۲۰۲۰: ۸۷).

با توجه به مطالعات انجام گرفته پیرامون شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش، کاملا مشهود می‌باشد که مطالعات انجام شده در این زمینه ضمن عدم‌پوشش تمامی جوانب موجود، عمدتا تمرکز بر روند شکل‌گیری و ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی دارد. این در حالی است که مطابق با مطالعات حمیدپور و همکاران (۲۰۲۲) امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی ایجاد شده نیز عملا در بقا و ایجاد روند توسعه خود دچار مشکلات عمده‌ای می‌باشند که این مسئله باعث گردیده است تا توجه به شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی احداث‌شده به شدت تحت شعاع قرار گیرد. همچنین مطالعات انجام شده در این حوزه از جمله گوزل‌زاده و همکاران (۲۰۲۰)، حمیدپورو همکاران (۲۰۲۲) و صوفی‌زاده و همکاران (۲۰۱۶) بر موانع و یا عوامل موثر بر ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان تمرکز داشته‌اند و در مطالعات انجام شده به خصوص در داخل کشور در حوزه ورزش، روند به‌کارگیری از تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک در مسیر توسعه کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان مورد توجه جدی قرار نگرفته است. از طرفی، عدم بهره‌گیری مناسب از فناوری و همچنین عدم‌شناخت از ظرفیت‌های برخی حوزه‌ها از جمله تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیکی باعث گردیده است تا امروزه تمرکز جدی جهت پرورش و ارتقای سطح عملکردی شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی از سوی پژوهش‌های انجام‌شده وجود نداشته باشد و این حوزه مورد غفلت قرار گیرد.

---

[1] Stegmann, Nagel & Ströbel
[2] Hanelt, Bohnsack, Marz & Antunes Ma
[3] Kretschmer & Khashabi

شرکت‌های دانش‌بنیان، یکی از شرکت‌های مهم و کلیدی در سطح کشور می‌باشد که کارکردها و توانایی‌های بالایی در کمک به کشور در جهت توسعه اقتصادی دارد. در حوزه ورزش نیز شرکت‌های دانش‌بنیان از جایگاه مهمی برخوردار می‌باشد که می‌تواند تحول صنعت ورزش ایران را به دنبال داشته باشد. بدون شک، با توجه به سوابق شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش می‌توان این مسئله را بیان نمود که انتظاراتی که از این شرکت‌ها در حوزه ورزش بوده است به صورت مناسب و مطلوبی برآورده نشده است. این مسئله می‌تواند تا حدی ناشی از ضعف‌های درونی این شرکت‌ها در جهت توسعه فناوری و مطاقبت خود را فناوری‌های موجود در حوزه کسب‌وکار باشد. از طرفی، عدم اشراف محیطی این شرکت‌ها بر ظرفیت‌های محیطی موجود یکی از ضعف‌های دیگر این شرکت‌هاست. این در حالی است که شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی در جهت بقا و شکل‌گیری عملکرد مناسب باید شرایطی جهت آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری را فراهم نمایند. بسترسازی جهت بهبود و توسعه آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری به‌عنوان یک ضرورت مهم می‌تواند نقش اساسی در جهت تحول این شرکت‌ها داشته باشد. این در حالی است که تحقیقات جامع در مورد بهبود آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری به صورت جدی انجام نشده است که این خود منجر به خلا تحقیقاتی در جهت ایجاد دستورالعمل‌هایی بذای بهبود آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری در شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی شده است. با توجه به جایگاه ارزشمند فناوری درروند توسعه این شرکت‌ها باید در کنار مسائل فنی در حوزه توسعه فناوری، به جنبه‌های ذهنی و انسانی این شرکت‌ها نیز توجه شود. پس تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل بهبود آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری با استفاده از ظرفیت‌های تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان، سعی در پاسخ به این سؤال دارد:

آیا تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک بر آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان تأثیر دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی و از منظر هدف، جزو تحقیقات کاربردی می‌باشد که به صورت میدانی انجام گردید. روش تحقیق حاضر از نظر روش گردآوری داده‌ها، پیمایشی و جامعه آماری آن شامل مدیران و کارکنان کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان بود. با توجه به اطلاعات کسب‌شده، ازآنجاکه بانک اطلاعاتی در زمینه کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان وجود نداشت، جامعه آماری براساس فرمول حجم نمونه کوکران در شرایط نامشخص بودن حجم جامعه تعیین گردید. نبود تعداد دقیق کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان به این دلیل بود که برخی شرکت‌های دیگر نیز در حوزه ورزش فعالیت‌هایی را دارا می‌باشند و با این توجه عملاً مشخص نمودن تعداد دقیق و عینی کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان امکان‌پذیر

نبود. لذا بر اساس فرمول حجم نمونه کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به‌عنوان نمونه تحقیق مشخص گردید. سپس با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس، نمونه مدنظر انتخاب و با حذف پرسش‌نامه‌های فاقد اعتبار تحلیل‌ها بر روی ۳۳۸ نفر انجام شد. این افراد از مجموع ۴۶ شرکت دانش‌بنیان فعال در حوزه ورزش بودند که در مجموع تعداد ۹۵ مدیر (مدیرعامل، مدیر فروش و مدیر تولید) و تعداد ۲۴۳ کارمند را شامل می‌شدند.

ابزار تحقیق حاضر شامل ۳ پرسش‌نامه بود. به‌منظور سنجش متغیر آمادگی الکترونیک از پرسش‌نامه ۳۰ سؤالی باقری، دهنوی و همکاران (۱۳۹۱) با شش مؤلفه (آمادگی راهبرد و سیاست‌های فناوری اطلاعات، آمادگی زیرساخت فناوری اطلاعات، آمادگی مدیریتی، آمادگی حقوقی –قانونی، آمادگی منابع انسانی (کارکنان) و فرهنگ و آمادگی فرآیندها) استفاده گردید. به‌منظور سنجش متغیر تحول دیجیتال از پرسش‌نامه ۲۶ سؤالی کریمی‌پور (۱۴۰۱) با ده مؤلفه (حکمرانی و رهبری دیجیتال، تجربه کارکنان، فناوری، نوآوری، مدل کسب‌وکار و اکوسیستم، تجربه مشتری، فرایندهای کسب‌وکار، راهبرد دیجیتال، فرهنگ و مهارت و داده) بهره‌گیری شد. به‌منظور سنجش متغیر آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری از پرسش‌نامه ۱۲ سؤالی جعفری‌صادقی، گارسیاپرز، کاندلو و کوتئوریر (۲۰۲۱) استفاده گردید. در این پرسش‌نامه آمادگی با سه سؤال، اکتشاف با سه سؤال و بهره‌برداری با سه سؤال موردسنجش قرار گرفت.

میزان پایایی پرسش‌نامه نیز بر اساس محاسبه آلفای کرونباخ میزان ۰/۸۵ جهت متغیر تحول دیجیتال، میزان ۰/۸۲ جهت متغیر آمادگی الکترونیک، میزان ۰/۸۲ جهت متغیر آمادگی، میزان ۰/۸۳ جهت متغیر اکتشاف و میزان ۰/۸۹ جهت متغیر بهره‌برداری مشخص‌شده بود. پایایی مدل اندازه‌گیری به‌وسیله ضرایب بارهای عاملی، آلفای‌کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد ارزیابی قرار گرفت. 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 باشد، مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه-گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن سازه قابل قبول است. همچنین در مورد پرسش‌نامه نهایی جهت توزیع، روایی محتوی با استفاده از نظرسنجی از ۱۰ نفر از خبرگان مدیریت ورزشی به دست آمد. بنابراین روایی محتوی ابزارهای پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. روایی واگرا و همگرا نیز در تحقیق حاضر مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. بنابراین می‌توان اعلام داشت که پرسش‌نامه تحقیق حاضر از پایایی و روایی مناسبی برخوردار بودند. همچنین در قسمت تجزیه‌وتحلیل تحقیق، از روش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (SEM-PLS) استفاده شد. توزیع نمونه تحقیق با توجه به روش آماری کالموگروف–اسمیرنوف، در وضعیت غیرنرمال می‌باشد. لذا پیش‌شرایط استفاده از نرم‌افزارهای واریانس‌محور وجود دارد و باید از نرم‌افزارهای واریانس‌محور که PLS یکی از این نرم‌افزارها می‌باشد، استفاده نمود. تمامی روند تجزیه‌وتحلیل تحقیق، در قالب نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۰ و PLS نسخه ۳ انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱ ، نتایج توصیفی مربوط به نمونه‌های آماری را نشان می‌دهد:

جدول ۱: نتایج توصیفی مربوط به نمونه های آماری

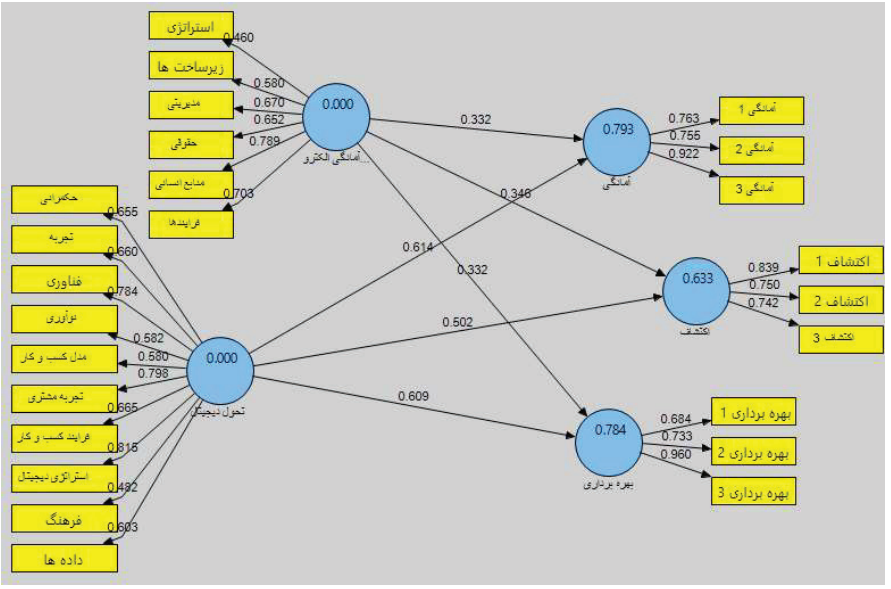
متغیر		فراوانی	درصد
سن	زیر ۳۵ سال	۵۲	۱۵/۳
	۳۵-۴۰ سال	۱۰۱	۲۹/۸
	۴۰-۳۵۰ سال	۱۱۶	۳۴/۳
	بالاتر از ۵۰ سال	۶۹	۲۰/۴
جنسیت	مرد	۲۶۵	۷۸/۴
	زن	۷۳	۲۱/۵
سطح تحصیلات	کارشناسی و پایین تر	۵۵/۰	۱۸۶
	کارشناسی ارشد	۳۵/۸	۱۲۱
	دکتری	۹/۲	۳۱

جدول ۲ ، خلاصه‌ای از وضعیت شرکت‌های مورد مطالعه را نشان می‌دهد:

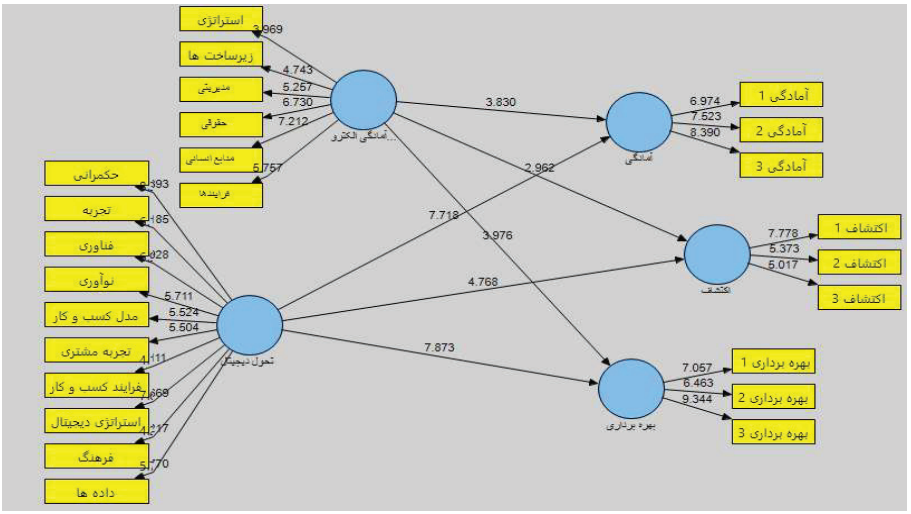
جدول ۲: خلاصه وضعیت شرکت‌های مورد مطالعه

متغیرها		فراوانی
تعداد شرکت‌های موردمطالعه		۴۶
میانگین تعداد کارکنان شرکت‌های موردمطالعه		۱۱ نفر
میانگین عمر شرکت‌های موردمطالعه		۴ سال
برخورداری از فعالیت‌ها و تجارت بین‌المللی	بله	۸
	خیر	۳۸
محل استقرار	تهران	۲۵
	سایر شهرهای ایران	۲۳
نوع فعالیت شرکت‌های موردمطالعه	خدماتی	۷
	تولیدی	۳۹

شکل ۱ و ۲ ، مدل تحقیق در حالت اندازه‌گیری و بارعاملی را نشان می‌دهد:



شکل ۱: مدل اندازه‌گیری



شکل ۲: ضرایب معنی داری t مدل تحقیق

جدول ۳: اطلاعات مربوط به مدل تحقیق

تأثیر متغیرها	تأثیر	تی
آمادگی فناوری آمادگی الکترونیک	۰/۳۳۲	۳/۸۳۰
اکتشاف فناوری آمادگی الکترونیک	۰/۳۴۶	۲/۹۶۲
بهرهبرداری فناوری آمادگی الکترونیک	۰/۳۳۲	۳/۹۷۶
آمادگی فناوری تحول دیجیتال	۰/۶۱۴	۷/۷۱۸
اکتشاف فناوری تحول دیجیتال	۰/۵۰۲	۴/۷۶۸
بهرهبرداری فناوری تحول دیجیتال	۰/۶۰۹	۷/۸۷۳

همان طور که نتایج تحقیق نشان داد، آمادگی الکترونیک تأثیر معناداری بر آمادگی (۰/۳۳۲)، اکتشاف (۰/۳۴۶) و بهرهبرداری (۰/۳۳۲) در کسبوکارهای ورزشی دانشبنیان دارد. نتایج تحقیق حاضر

همچنین نشان داد که تحول دیجیتال تأثیر معناداری بر آمادگی (۰/۶۱۴)، اکتشاف (۰/۵۰۲) و بهره‌برداری (۰/۶۰۹) در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان دارد. جدول ۴، شاخص برازش مدل را به نمایش گذاشته است:

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل تحقیق

متغیرها / شاخص‌های برازش	آمادگی الکترونیک	تحول دیجیتال	آمادگی فناوری	اکتشاف فناوری	بهره‌برداری فناوری
پایایی ترکیبی	۰/۸۷	۰/۸۹	۰/۸۶	۰/۸۹	۰/۹۱
روایی همگرا	۰/۵۷	۰/۵۲	۰/۵۳	۰/۵۱	۰/۵۵
R²	–	–	۰/۷۹	۰/۶۳	۰/۷۸
برازش کلی مدل[1]	–	–	۰/۴۸	۰/۵۶	۰/۶۵

مطابق با شاخص‌های منتخب گزارش‌شده و سایر شاخص‌ها ازجمله روایی واگرا با روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱)، مشخص گردید که مدل تحقیق حاضر از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل بهبود آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری با استفاده از ظرفیت‌های تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان طراحی و اجرا گردید. با توجه به جایگاه و اهمیت فناوری در عرصه‌های کسب‌وکار به‌خصوص کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، ایجاد ظرفیت‌هایی در جهت بهبود و توسعه بهره‌گیری از فناوری کاملاً درک می‌گردد. با توجه به تحقیقات انجام‌شده فناوری، فرایندی حاصل از آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری از آن می‌باشد که تمامی این مسیرها در جهت شکل‌گیری فناوری باید به صورت مناسب و مطلوبی اجرایی گردد (اولسون و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۸۶؛ لامپکین و همکاران، ۲۰۰۴: ۱۶۲ و جعفری‌صادقی و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۰۲). این مسئله نشان می‌دهد که بهبود فناوری نیازمند برنامه‌ریزی‌های دقیق و مدونی در این زمینه می‌باشد. با توجه به کارکردهای آمادگی الکترونیکی و همچنین تحول دیجیتال، نیاز است تا از ظرفیت‌های این متغیرها در حوزه کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان استفاده گردد. این مسئله سبب گردیده است تا تحقیق حاضر باهدف ارائه مدل بهبود آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری با استفاده از ظرفیت‌های تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان طراحی و اجرا گردد.

[1] Goodness of Fit GOF

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که آمادگی الکترونیک تأثیر معناداری بر آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان دارد. در جهت بهبود آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری باید از ظرفیت‌های تحول دیجیتال و آمادگی الکترونیک استفاده شود. نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات لیونگ و سونگ (۲۰۱۸)، بریتان و همکاران (۲۰۲۰) و ایوانس (۲۰۰۱) در زمینه تأثیر آمادگی الکترونیک تأثیر معناداری بر آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری همسو می‌باشد. به نظر می‌رسد آمادگی الکترونیک به‌واسطه کارکردهای خود در جهت تقویت توانایی‌های ذهنی و عملی افراد در مواجه با فناوری می‌تواند زمینه جدی در جهت آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری را فراهم نماید. بدون شک آمادگی الکترونیک به‌واسطه بسترسازی در میان سرمایه انسانی زمینه جدی در جهت توسعه آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری را فراهم نماید و شرایطی جهت بهبود عملکرد فناورانه کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان گردد. بدون شک، آمادگی الکترونیکی مهم است، زیرا سطح آن می‌تواند پیش‌بینی‌کننده قوی برای عملکرد یک سازمان در اقتصاد جدید باشد و این مسئله سبب گردیده است تا این متغیر از جایگاه ارزشمندی در جهت توسعه آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان برخوردار باشد.

یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش‌های سون، وانگ و جیاراج (۲۰۲۰) و سون، لیو و دینگ (۲۰۲۰) همسو بود. بدون شک آمادگی الکترونیکی به واسطه کارکردهای خود در جهت ایجاد مهارت های الکترونیکی اولیه می‌تواند در برخی مسائل از جمله آمادگی به صورت جدی تاثیرگذار باشد. آمادگی الکترونیکی به واسطه کارکردهای خود در ارتقای سطح مهارت‌های فردی و بهبود سطح کارایی افراد در بهره‌گیری و استفاده از ظرفیت‌های الکترونیکی می‌تواند باعث گردد تا دانش محیطی افراد افزایش یابد که این مسئله می‌تواند در حوزه‌های دانش‌بنیان باعث گردد تا آمادگی جهت شناسایی کسب و کارهای ورزشی ایجاد گردد. همچنین نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش چنگ و همکاران (۲۰۲۲) ناهمسوست. چنگ و همکاران (۲۰۲۲) اشاره داشتند که در جهت بهبود وضعیت بهره‌برداری کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، مسائل فرهنگی و مدیریتی از جایگاه مهمی برخوردار می باشند. به نظر می‌رسد وجود زیرساخت‌های مناسب فناوری‌ها در محیط مورد مطالعه چنگ و همکاران (۲۰۲۲) باعث شده تا ضرورت توسعه زیرساخت‌های فناوری به صورت مناسبی درک نگردد. این مسئله می‌تواند دلیل ایجاد ناهمسویی میان نتایج پژوهش حاضر و نتایج پژوهش چنگ و همکاران (۲۰۲۲) باشد. آمادگی الکترونیک به واسطه افزایش سطح عملیاتی فعالیت‌های انجام‌شده می‌تواند نقش مهمی در بهره‌برداری از کسب و کارهای دانش‌بنیان داشته باشد؛ به صورتی که لیو، لین و یو (۲۰۲۳) اشاره داشتند که عدم‌بهره‌گیری از ظرفیت‌های فناوری سبب گردیده است تا میزان بهره‌برداری از کسب و کارهای دانش‌بنیان تحت شعاع قرار گیرد. می‌توان چنین انتظار داشت که

آمادگی الکترونیک به واسطه بهبود سطح فردی و محیطی افراد می‌تواند شرایطی فراهم آورد تا مسیر آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان هموار گردد.

نتایج تحقیق حاضر همچنین نشان داد که تحول دیجیتال تأثیر معناداری بر آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان دارد. این مسئله با نتایج تحقیقات لی و همکاران (۲۰۱۷)، ویال (۲۰۱۹)، کوزاکیوسیز (۲۰۲۰) و سینگ و هس (۲۰۱۷) در مورد تأثیر تحول دیجیتال تأثیر معناداری بر آمادگی، اکتشاف و بهره‌برداری فناوری همسو می‌باشد. امروز داده‌ها بینش لازم برای تصمیم‌گیری را فراهم می‌آورند و دوران تصمیم‌گیری صرف بر پایه شهود و احساسات به پایان رسیده است. کسب‌وکارهای امروز نیز، به کسب‌وکارهای مبتنی بر تحلیل داده تبدیل شده‌اند. آن‌ها برای دستیابی به شناخت بیشتر از مشتریان، رقبا، بازارهای هدف و حتی محصولات و خدمات قابل‌ارائه، نیازمند تحلیل داده و اطلاعات هستند؛ تحلیل‌هایی که به مدیران کمک می‌کند تا خطوط کسب‌وکاری جدیدی را تعریف نمایند. به‌طور خلاصه مدیران برای کامیابی در عصر دیجیتال باید تمامی تصمیمات خود را از تدوین راهبرد کسب‌وکار تا تعیین حقوق و پاداش کارکنان داده‌محور اتخاذ نمایند. این مسئله نشان می‌دهد که تحول دیجیتال به‌واسطه ارتقای سطح داده‌محوری شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی می‌تواند زمینه توسعه عملکرد آنان در بهره‌گیری از فناوری را فراهم نماید.

با توجه به تاثیر آمادگی الکترونیک بر آمادگی فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیا؛ پیشنهاد می‌گردد تا با الزام به شرکت‌های دانش‌بنیان جهت صرف بخشی از درآمدهای خود در بهبود آمادگی الکترونیک و نظارت بر حسن انجام و اجرای این فعالیت‌ها، شرایطی جهت بهبود آمادگی الکترونیک و در نتیجه بهبود آمادگی فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان فراهم گردد. با توجه به تاثیر آمادگی الکترونیک بر اکتشاف فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان پیشنهاد می‌گردد تا با ایجاد بانک‌های اطلاعاتی در زمینه ظرفیت‌های فردی و گروهی کارکنان کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان، برنامه‌های تخصصی با توجه به ظرفیت‌های الکترونیکی این افراد را فراهم نمود. با توجه به تاثیر آمادگی الکترونیک بر بهره‌برداری فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان پیشنهاد می‌گردد تا به روزرسانی دانش فنی کسب و کارهای ورزشی دانش‌بنیان در حوزه الکترونیک و ارتقای سطح محتوای علمی و آموزشی در این رمینه، شرایطی جهت بهبود آمادگی الکترونیک و در نتیجه بهره برداری فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان فراهم گردد. با توجه به تاثیر تحول دیجیتال بر آمادگی فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان پیشنهاد می‌گردد تا با وضع استانداردهایی در حوزه دیجیتال در کسب و کارهای ورزشی دانش‌بنیان، الزاماتی جهت پیشبرد آمادگی الکترونیک و بسترسازی در این زمینه فراهم گردد. با توجه به تاثیر تحول دیجیتال بر اکتشاف فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان، پیشنهاد می‌گردد تا با سطح‌بندی شرکت‌های دانش‌بنیان بر حسب

ظرفیت‌های دیجیتالی و ارائه تسهیلات به این شرکت‌ها با توجه به نیازها و کمبودهای ممکن و همچنین ایجاد مشوق‌هایی در جهت ایجاد فضای رقابتی برای بهبود سطح تحول دیجیتال، شرایطی را جهت بهبود آمادگی الکترونیک و در نتیجه بهره‌برداری فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان فراهم گردد. با توجه به تاثیر تحول دیجیتال بر بهره‌برداری فناوری کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان، پیشنهاد می‌گردد تا با ایجاد کمیته‌های تخصصی در سطح ملی و بین‌المللی از سوی سازمان‌های متولی، دستورالعمل‌های اجرایی در جهت به‌کارگیری و عملیاتی‌نمودن تحول دیجیتال در کسب‌وکارهای ورزشی دانش‌بنیان را فراهم نمود. با اقتباس از آنچه بیان شد می‌توان گفت که تحول دیجیتال بیشتر از یک تغییر فناورانه، یک تحول فرهنگی است و کسب‌وکارهای ورزشی برای حرکت به سمت تحول دیجیتال نیاز به قابلیت‌های کلیدی دارند. پیش‌تر چارچوب استانداردی که این قابلیت‌ها را ارائه کند، وجود نداشت و در حال حاضر با ارائه این قابلیت‌ها می‌توان تصویری جامع و روشن از وضعیت فعلی کسب‌وکارها پیرامون تحول دیجیتال قرار داد. گفتنی است حرکت به سمت تحول دیجیتال و دستیابی به زبدگی دیجیتال در کسب‌وکارهای ورزشی بدون هریک از این قابلیت‌ها، محال خواهد بود. در نتیجه به کسب‌وکارهای ورزشی پیشنهاد می‌شود خود را به قابلیت‌های موصوف تجهیز کنند تا از این طریق امکان حرکت به سمت تحول دیجیتال برایشان میسر شود.

منابع

- Al-adaileh, R., Alsmairat, M., Momani, A., & Svoboda, P. (2022). **"Predicting the use of social media business models: The mediating role of organizational e-readiness".** International Journal of Data and Network Science, 6(4), 1447-1458.
- AlNuaimi, B. K., Singh, S. K., Ren, S., Budhwar, P., & Vorobyev, D. (2022). **"Mastering digital transformation: The nexus between leadership, agility, and digital strategy".** Journal of Business Research, 145, 636-648.
- Andersson, P., Movin, S., Mähring, M., Teigland, R., & Wennberg, K. (2018). **Managing digital transformation**. SSE Institute for Research, Stockholm School of Economics.
- Brennan, R., Canning, L., & McDowell, R. (2020). **Business-to-business marketing.** Sage
- Chen, G., Wang, J., Liu, W., Xu, F. and Wu, Q. (2022). **"Knowledge is power: toward a combined model of knowledge acquisition and knowledge application of enterprises".** Nankai Business Review International, Vol. 13 No. 2, pp. 220-245.
- Cozzolino, A., Verona, G., & Rothaermel, F. T. (2018). **"Unpacking the disruption process: New technology, business models, and incumbent adaptation".** Journal of Management Studies, 55(7), 1166-1202.
- Dudung, A., Hasanah, U., Salman, I., Priyanto, S., & Ramdhan, T. (2022). **"Achievement of student graduates: The role of e-readiness, e-learning and e-book".** International Journal of Data and Network Science, 6(2), 375-382.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Rana, N. P., & Raman, R. (2021). **"Social media adoption, usage and impact in business-to-business (B2B) context: A state-of-the-art literature review".** Information Systems Frontiers, 1-23.
- Evans, C. (2001). **"An e-strategy for online e-business".** Information Systems Management, 18(4), 8-21.
- Haaker, T., Ly, P. T. M., Nguyen-Thanh, N., & Nguyen, H. T. H. (2021). **"Business model innovation through the application of the Internet-of-Things: A comparative analysis".** Journal of Business Research, 126, 126-136.

- Hamidpoor, H; Ferdosi, M; Nadri, A & Esmaili, M. (2022). **"Designing a qualitative model of factors affecting the development of knowledge-based sports companies".** 14 (73); 53-76.
- Fischer, M., Imgrund, F., Janiesch, C., & Winkelmann, A. (2020). **"Strategy archetypes for digital transformation: Defining Meta objectives using business process management".** Information & Management, 57(5), 103262.
- Flyverbom, M., Deibert, R., & Matten, D. (2019). **"The governance of digital technology, big data, and the internet: New roles and responsibilities for business".** Business & Society, 58(1), 3-19.
- Geng, T., & Du, Y. (2022). **"The business model of intelligent manufacturing with Internet of Things and machine learning".** Enterprise Information Systems, 16(2), 307-325.
- Gozal Zadeh, E; Dana, A & Afshari, M. (2020). **"Identifying effective factors on the growth of knowledge-based companies in the field of sports, Physiology and Sports Management Research".** 12 (1), 151-159.
- Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). **"A systematic review of the literature on digital transformation: Insights and implications for strategy and organizational change".** Journal of Management Studies, 58(5), 1159-1197.
- Jafari-Sadeghi, V., Garcia-Perez, A., Candelo, E., & Couturier, J. (2021). **"Exploring the impact of digital transformation on technology entrepreneurship and technological market expansion: The role of technology readiness, exploration and exploitation".** Journal of Business Research, 124, 100-111.
- Kozarkiewicz, A. (2020). **"General and Specific: The Impact of Digital Transformation on Project Processes and Management Methods".** Foundations of Management, 12(1), 237-248.
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). **"Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo".** International Journal of Information Management, 63, 102466.
- Kretschmer, T., & Khashabi, P. (2020). **"Digital transformation and organization design: An integrated approach".** California Management Review, 62(4), 86-104.
- Leong, K., & Sung, A. (2018). **"FinTech (Financial Technology): what is it and how to use technologies to create business value in fintech way?"** International Journal of Innovation, Management and Technology, 9(2), 74-78.
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. Y. (2018). **"Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective".** Information Systems Journal, 28(6), 1129-1157.
- Liu, L., Lin, M., & Yu, M. (2023). **"Relationship of internal institutions, knowledge sharing, and technological innovation in characteristic cultural enterprises: Evidence from China".** Managerial and Decision Economics, 44(1), 515-524.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2004). **"E-business strategies and internet business models:: How the internet adds value".** Organizational Dynamics, 33(2), 161-173.
- Mboli, J. S., Thakker, D., & Mishra, J. L. (2022). **"An Internet of Things-enabled decision support system for circular economy business model".** Software: Practice and Experience, 52(3), 772-787.
- Metallo, C., Agrifoglio, R., Schiavone, F., & Mueller, J. (2018). **"Understanding business model in the Internet of Things industry".** Technological Forecasting and Social Change, 136, 298-306.
- Muafi, M., Gusaptono, R. H., Effendi, M. I., & Novrido, C. (2021). **"The information technology (IT) adoption process and e-readiness to use within Yogyakarta Indonesian small medium enterprises (SME)".** International Journal of Information and Communication Technology Research to Use within Yogyakarta Indonesian Small Medium Enterprises (SME), 2(1), 29-37.
- Olson, E. M., Olson, K. M., Czaplewski, A. J., & Key, T. M. (2021). **"Business strategy and the management of digital marketing".** Business horizons, 64(2), 285-293.
- Phan, D. D. (2003). **"E-business development for competitive advantages: a case study".** Information & Management, 40(6), 581-590.
- Singh, A., & Hess, T. (2017). **"How chief digital officers promote the digital transformation of their companies".** MIS Quarterly Executive, 16(1). 1-17.
- Sheoran, S., & Vij, S. (2022). **"A Review of E-Government Assessment Frameworks: E-Readiness, Adoption, Citizen Engagement and Quality: E-Readiness, Adoption, Citizen Engagement and Quality".** JeDEM-e Journal of eDemocracy and Open Government, 14(2), 197-213.

- Sofi Zadeh, L; Sajadi, N; Khabiri, M & Moradi, M. (2016). **"Explaining the factors affecting the development of the knowledge-based economy in sports in Iran".** The third national conference of the Scientific Association of Sports Management of Iran, Tehran. 1-11
- Stegmann, P., Nagel, S., & Ströbel, T. (2021). **"The digital transformation of value co-creation: a scoping review towards an agenda for sport marketing research".** European Sport management quarterly, 1-28.
- Sun, Y., Wang, C., & Jeyaraj, A. (2020). **"Enterprise social media affordances as enablers of knowledge transfer and creative performance: An empirical study".** Telematics and Informatics, 51, 101402.
- Sun, Y., Liu, J., & Ding, Y. (2020). **"Analysis of the relationship between open innovation, knowledge management capability and dual innovation".** Technology Analysis & Strategic Management, 32(1), 15-28.
- Vial, G. (2019). **"Understanding digital transformation: A review and a research agenda".** The journal of strategic information systems, 28(2), 118-144.
- Yılmaz, H. E., Sirel, A., & Esen, M. F. (2022). **"The impact of internet of things self-security on daily business and business continuity".** *In Research Anthology on Business Continuity and Navigating Times of Crisis* (pp. 695-712). IGI Global.
- Yu, H., Fletcher, M., & Buck, T. (2022). **"Managing digital transformation during re-internationalization: Trajectories and implications for performance".** Journal of International Management, 28(4), 100947.
- Zhai, H., Yang, M., & Chan, K. C. (2022). **"Does digital transformation enhance a firm's performance? Evidence from China".** Technology in Society, 68, 101841.

۳۰

تحلیل روابط شاخص‌های فروش و ترویج بازاریابی تحت وب: باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا

سمیه حسینی[۱]
قاسم رحیمی سرشبادرانی[۲]
رسول نظری[۳]

10.22034/ssys.2022.2142.2532
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۹/۲۵
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۴/۰۱

بازاریابی اینترنتی که به آن «بازاریابی آنلاین» نیز گفته می‌شود، به کسب در آمد، فروش محصول و ارائه خدمات از طریق اینترنت اطلاق می‌گردد. بازاریابی اینترنتی حوزه وسیعی می‌باشد، چرا که نه تنها شامل بازاریابی از طریق اینترنت می‌شود، بلکه کلیه فعالیت‌ها و بازاریابی‌ها از طریق ایمیل و دیگر وسایل از راه دور را دربر می‌گیرد. در برهه کنونی به‌خصوص از زمان کرونا، باشگاه‌های مطرح جهان نیز برای ایجاد جذابیت‌های فوتبال ازروش‌های مختلفی مانند بلیط‌فروشی آنلاین یا تماشای انلاین فوتبال، تبلیغات و... استفاده نموده‌اند. هدف اصلی این پژوهش، بررسی و مقایسه بازاریابی تحت وب و شاخص‌های فروش و ترویج در باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا در بازار هدف است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف تحقیق، کاربردی، از لحاظ موضوع و سوالات پژوهش از نوع تحقیقات تحلیلی مقایسه‌ای است که به‌صورت پیمایشی انجام گردید. خبرگان حوزه وبسایت‌های ورزشی، جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دادند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود که با استفاده از اطلاعات وب‌سایت باشگاه‌های حرفه‌ای طراحی و توسط اساتید و ۱۰ نفر خبره مورد تأیید قرار گرفت. پس از انجام دلفی فازی و غربالگری شاخص‌ها، از تحلیل MICMAC برای شناسایی روابط شاخص‌ها استفاده شد. بر اساس نتایج به‌دست آمده نقشه اثرات مستقیم، تعدادی از شاخص‌ها از جمله استفاده از تبلیغات در وب‌سایت باشگاه جهت جذب حامیان ملی جدید (حتی حامیان مالی را نیز هایلایت نشان داده‌اند) و تبلیغ گسترده باشگاه در وب‌سایت برای جذب حامیان جدید) در ماتریس مستقل جای گرفت؛ این بدان معناست که این متغیر دارای وابستگی کم و هدایت بالا می‌باشند. به طور کلی آنچه مشهود است امروزه فضاهای مجازی به نوعی بر رسانه‌ها پیشی گرفته‌اند و تعاملات با اینگونه رسانه‌ها نه تنها به خود باشگاه یا بازیکنان بستگی دارد، بلکه بلاگرها و واینرهای معروف نیز از نقش موثر و مستقیمی بر اقتصاد در فوتبال برخوردارند.

واژگان کلیدی: بازاریابی تحت وب، باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا و شاخص‌های بازاریابی.

[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: Hoseini.hasti313@gmail.com
[۳] دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان(خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

مقدمه

بازاریابی اینترنتی از جمله ابزارهای نوینی است که اخیراً مورد توجه قرار گرفته است. منظور این نوع بازاریابی، فرایند جلب توجه جامعه به‌یک فرد، موضوع یا برند خاص با استفاده از سایت‌های اینترنتی است. برنامه‌های این شیوه از بازاریابی، به طور عام بر ایجاد محتوایی که بتواند ضمن جلب توجه کاربران سایت‌های اینترنتی، آنها را به اشتراک گذاری محتوای مورد نظر در رسانه‌های اجتماعی ترغیب کند، تمرکز دارند. رسانه‌های اجتماعی چارچوب‌های آموزشی و یادگیری نوآورانه‌ای را ارائه می‌کنند که ابزار ارتباطات درون موسسات دانشگاهی را تغییر می‌دهند و دانش‌آموزان را قادر می‌سازد تا مهارت‌های دیجیتالی که برای یک شغل حرفه‌ای موفق مفید است را توسعه دهند. لینکدین، یک ابزار رسانه‌های اجتماعی که بر شبکه‌های حرفه‌ای و پیشرفت شغلی تمرکز دارد، به محبوب‌ترین شبکه اجتماعی- حرفه‌ای تبدیل شده است که توسط تمام ذینفعان صنعت ورزش مورد استفاده قرار می‌گیرد و به همین دلیل می‌تواند توسط دانشجویان برای ارتباط با متخصصان و آخرین روندها در صنعت ورزش استفاده شود (تایاگ[1]،۲۰۲۱). بدین ترتیب پیام شرکت/ سازمان/ فرد، در قالب یک زنجیره، از کاربری به کاربر دیگر منتقل می‌شود (بورناشیوا،[2]۲۰۱۹: ۶۵). ویژگی اصلی این زنجیره انتقال پیام، «اعتمادی» 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 می‌یابد. این شیوه پیام‌رسانی و تبلیغاتی غیرمستقیم در برابر تبلیغات سنتی قرار دارد که در آن سازمان‌ها و افراد سعی می‌کنند تا پیام خود را به‌صورت مستقیم به افراد جامعه هدف بقبولانند (ال بانا،[3] ۲۰۱۸: ۳۱۰). بنابراین می‌توان گفت این شیوه بازاریابی بر تبلیغات دهان به دهان و ویروسی مبتنی است (فیشر،[4] ۲۰۱۷: ۱۸۹). رسانه‌های اینترنتی، امروزه تبدیل به پلت فرم‌هایی شده‌اند که به سادگی در دسترس افراد قرار دارند. رشد شگفت‌انگیز ظرفیت‌های اطلاع‌رسانی اینترنت باعث شده تا آگاهی افراد نسبت به سازمان‌ها/ برندها/ افراد مشهور نسبت به دهه‌های گذشته به شکل قابل توجهی افزایش یابد و در این میان، برنده کسی است که بتواند از ابزارهای دنیای مجازی که اغلب نیازمند هزینه‌های هنگفت رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون و مطبوعات هم نیستند، برای بهبود تصویر و شناخته‌تر ساختن خود و برنامه‌ها و اهدافش در میان مخاطبان بالقوه و بالفعل مورد نظر، بهره‌برداری کند (گراکا[5]، ۲۰۱۶: ۳۵۳).

[1] tayag
[2] Burnasheva
[3] Banna
[4] Fischer
[5] graca

اینکه چه مواردی می‌تواند بر بازاریابی در فوتبال تاثیر داشته باشد یا خیر، خود یکی از مهمترین دغدغه‌های محققان امروزی است. فوتبال چیزی نیست که سابقه قدیمی نداشته باشد، ولی این مقوله باید پذیرفته شده باشد که در حال حاضر فوتبال یکی از اقتصادی‌ترین و مهمترین بخش‌های اقتصادی جهان است و نه فقط در زمین بلکه شغل‌های بی‌شماری در خارج از زمین ایجاد نموده است. (الیس،[1] ۲۰۲۱).

شبکه‌های رسانه اجتماعی یکی از مهمترین ابزار برای پیگیری طرفداران فوتبال در دنیاست و نمی‌توان از انجمن‌های طرفداری و فن پیج‌های بی‌شمار آن در زمینه فوتبال چشم‌پوشی کرد (مهدی[2]،۲۰۲۲). معمولا افراد آگاه به فوتبال و با شمه بازاریابی مناسب بهترین گزینه انتخابی‌شان، استفاده از ساخت پیج‌های هوادری فوتبال است و چه با ساختن شایعات و چه واقعیت‌ها فوتبال را به سمتی پیش می‌برند که گاهی خود بازیکن یا باشگاه نیز ناچار به اجرای بسیاری از این فرامین هستند و شما نمی‌توانید ازهیچ طریقی جلوی اینگونه کارها را بگیرید- حتی پیج‌های اصلی باشگاه‌ها در مقابل این فن پیج‌ها تسلیم می‌گردند.(زوهال[3]و همکاران، ۲۰۲۲: ۳۵۷). در سال‌های اخیر گسترش این شیوه از تجارت موجب تحول و مردمی‌تر شدن فضای بازاریابی شده است. موفقیت این کسب و کارهای مبتنی بر پلتفرم ناشی از تعداد زیاد فروشندگان کارآفرینی است که در آن مشارکت می‌کنند و ارزش عظیمی را به واسطه امکان برقراری ارتباط و انجام معاملات خلق می‌کنند که در غیر این صورت رخ نمی‌دهد. در سال ۲۰۱۹، بهترین پلتفرم‌های تجارت آنلاین، ۱/۸ تریلیون دلار کالا در سطح جهان فروش داشته‌اند که این عدد، ۵۲ درصد از کل تجارت آنلاین جهان را تشکیل می‌دهد و در حال حاضر، رشد بالای ۲۳ درصد در سال دارند. در ایالات متحده، آمازون به تنهایی ۴۰ درصد از فروش تجارت الکترونیک این کشور را تشکیل می‌دهد و نرخ رشد سالانه ۱۵ درصد را در مقایسه با کمتر از ۵ درصد از رشد کلی خرده‌فروشی ایالات متحده تجربه می‌کند. انتظار می‌رود با شروع مشارکت اقتصادهای نوظهور در این مدل‌های تجاری آنلاین و ظهور پلتفرم‌های خاص صنعت، این روندهای جهانی به خوبی در دهه آینده ادامه یابند (جیفنگ[4] و همکاران، ۲۰۲۱).

پژوهش حاضر به بررسی محتوای وب‌سایت‌های باشگاه‌های فوتبال ایران از دیدگاه بازاریابی و مقایسه آن‌ها با باشگاه‌های اسپانیا پرداخته است. به همین منظور ویژگی‌های فروش(شامل فروش بلیط، فروش کالا، فروش محصولات مجازی و مهمان‌نوازی)، ترویجی(شامل تبلیغ حامیان باشگاه، حامیان جدید، ارتباطات عمومی و اجتماعی، حامیان مالی و دیگر محصولات)، وب‌سایت‌های موفق‌ترین باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا با هم مقایسه خواهد شد. در این تحقیق محقق قصد دارد با توجه به عملکرد باشگاه‌های

[1] Elias
[2] Mahdi
[3] H.Zouhal
[4] Jifeng

حرفه‌ای کشور اسپانیا به مقایسه نحوه بازاریابی تحت وب با شرایط مشابه در کشور ایران بپردازد و راهکارهایی را ارائه نماید تا بتواند از این فناوری نوین در صنعت بازاریابی به خوبی استفاده کند وا باشگاه‌ها بتوانند بهترین شرایط در بازاریابی با استفاده از اینترنت را ایجاد سازند. امروزه ورزش صنعتی فوق‌العاده 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 ورزش‌ها، فوتبال محبوب‌ترین و بیش از هر ورزش دیگری درآمد تولید می‌کند. تورنمنت‌های مهم فوتبال از قبیل جام جهانی، سود زیادی تولید می‌کنند و لیگ‌های حرفه‌ای فوتبال توجه میلیون‌ها بیننده را به خود جلب می‌نمایند(روس، جیمز و وارگاس[1] ،۲۰۱۶: ۷۵۱). با توجه به این ویژگی ها، ورزش در دنیای امروز مورد توجه کشورها و شرکت‌های بزرگ است و تیم‌های بزرگ به دنبال این هستند که از طریق روش‌های بازاریابی و در رقابت با تیم‌های داخلی و لیگ‌های خارجی، تماشاگران زیادی را به استادیوم آورند تا سهم بیشتری از رسانه‌ها را به خود اختصاص دهند و از این طریق درامد باشگاه‌ها افزایش پیدا کند. در واقع اینترنت و تجارت الکترونیکی برای شرکت‌ها و بسیاری از سازمان‌ها 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 فناوری‌های رسانه‌ای متحول نموده است. بازاریابی اینترنتی، بخشی از تجارت الکترونیک است و به مفهوم استفاده از اینترنت و فناوری‌های دیجیتالی وابسته برای دستیابی به اهداف بازاریابی و حمایت از مفهوم بازاریابی به شکل نوین می باشد. در عمل، بازاریابی اینترنتی شامل استفاده از وب‌سایت شرکت و ترکیب آن با روش‌های ترویجی آنلاین است

در سال‌های اخیر استفاده از اینترنت در تجارت و بازرگانی افزایش چشمگیری یافته است (هندرسون و دی کروز[2] ،۲۰۱۹: ۳۵۷). در واقع، بسیاری از مفسران ادعا می‌کنند که اینترنت هم اکنون منجر به یک دوره جدید در بازاریابی شده است. فناوری اینترنت، شرکت‌ها را قادر می‌سازد که مشتریان جدید را به تصرف خود درآورند، عملکرد آنها و رفتار برخط (آنلاین) را پیگیری کنند و ارتباطات، محصولات، خدمات و قیمت‌ها را شخصی‌سازی کنند. جلو بردن روابط بلندمدت با مشتری، کلیدی برای ثبات در بازارهای به طور فزاینده پویاست؛ این بدین معنی است که رویکرد بازاریابی سنتی دیگر نمی‌تواند نیازهای عصر اینترنت را برآورده کند(مدسون[3]و همکاران، ۲۰۱۴: ۳۷۲).

[1] Ross, James & Vargas
[2] Henderson & D'Cruz
[3] Mdsoon

ساها[1] (۲۰۱۹) در تحقیقی به ارزیابی بازاریابی از طریق وب در باشگاه‌های ورزشی چندمنظوره انگلستان پرداخت. نتایج نشان داد که وب‌سایت باشگاه‌های ورزشی بسیار فعال بوده و به‌طور معناداری توانسته‌اند مشتریان زیادی را به همراه منابع درآمدی متفاوتتری نسبت به قبل برای باشگاه فراهم کنند. علاوه بر این، این وب‌سایت‌ها بر رضایت مشتریان تاثیر معناداری داشته‌اند. شانون[2] (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی صنعت ورزش و شناسایی جایگاه اینترنت در بازاریابی ورزشی پرداخت. به اعتقاد او، علیرغم اینکه صنعت ورزش دوازدهمین صنعت بزرگ در ایالات متحده آمریکا می‌باشد، ولی برخی از نویسندگان مجبور می‌شوند تا بررسی‌های خویش را با عناوین دیگری نظیر کیفیت خدمات، تبلیغات ورزشی و اینترنت ارائه نمایند. نتایج تحقیق نشان داد اگر تبلیغ کالاهای ورزشی به وسیله وب‌سایت باشگاه‌ها جذاب باشد، هم آمار مشتریان را بالا می‌برد و هم گرایشات ورزشی را در بین مردم تقویت می‌کند. وی در بررسی وب سایت برخی باشگاه‌های اروپایی مانند بارسلون، رئال مادرید، یوونتوس، بایرمونیخ و پاری سن ژرمن با باشگاه‌های آسیایی و افریقایی، تفاوت معناداری را بین وب‌سایت و بازاریابی اینترنتی باشگاه‌های اروپایی با باشگاه‌های آسیایی و افریقایی گزارش نمود. وان و گرین[3] (۲۰۱۶:۲۳۱) در پژوهشی به بررسی بازاریابی از طریق وب باشگاه‌های فوتبال اسکاتلند پرداختند. نتایج نشان داد که در وب‌سایت‌های ورزشی، کاربران نه تنها اطلاعات را براحتی دریافت می‌کنند، بلکه به طور فعالی در بیان عقاید خود به طور باز مشارکت می‌نمایند. کانال‌ها و اتاق‌های متعددی در وب‌سایت‌ها وجود دارد که هواداران ورزشی در آن به بحث و گفتگو در مورد مسائل مختلف تیم می‌پردازند. به‌کارگیری داده‌ها و فناوری‌های 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 کرده‌اند. شه و مورثی[4] (۲۰۲۱) در بررسی تحقیقات این حوزه و کاربردهای بازاریابی داده‌محور و فناوری‌های دیجیتالی در طول زمان به یک شکل سیستماتیک دست پیدا کردند. دانش فوتبال شاید یکی از تکمیل‌ترین و قابل استانداردترین استفاده از مدیریت دانش در این زمینه باشد، چراکه تجربه فوتبالیست‌ها چه تلخ و چه شیرین همیشه در ذهن کوچکترین طرفدار فوتبال نیز باقی می‌ماند و در فوتبال لالیگای اسپانیا این موضوع قابل لمس‌تر است.

با وجود اهمیت روزافزون استفاده از اینترنت در ورزش، تحقیقات آکادمیک اندکی در مورد وب‌سایت‌های ورزشی انجام شده است. بازاریابان ورزشی حتی زمانی که درباره آینده درآمدزایی و سودبخشی از وب سایت نامطمئن‌اند، باید بدانند چگونه این فناوری جدید به عنوان ابزاری مؤثر در بازاریابی

[1] Saha
[2] Shanon
[3] Won & Green
[2] shah & murthi

به کار می‌رود. تلاش‌های بازاریابی تحت وب زمانی موفق خواهد بود که وب‌سایت شرکت با برنامه‌های بازاریابی ادغام شود. این مطالعه به بررسی محتوای وب‌سایت‌های باشگاه فوتبال ایران از دیدگاه بازاریابی و مقایسه آن با باشگاه‌های اسپانیا پرداخته است. به همین منظور ویژگی‌های فروش(شامل فروش بلیط، فروش کالا، فروش محصولات مجازی و مهمان‌نوازی)، ترویجی(شامل تبلیغ حامیان باشگاه، حامیان جدید، ارتباطات عمومی و اجتماعی، حامیان مالی و دیگر محصولات)، و ارتباطی(شامل محتوای صوتی، محتوای دیداری، چت، انجمن‌ها، نظرسنجی‌ها و مطالعات در مورد مسابقات، خدمات ایمیل، شرطبندی آنلاین) وب‌سایت‌های موفق‌ترین باشگاه‌های فوتبال ایران با اسپانیا با هم مقایسه خواهد شد. در این تحقیق محقق قصد دارد با توجه به عملکرد باشگاه‌های حرفه‌ای اسپانیا به مقایسه نحوه بازاریابی تحت وب با شرایط مشابه در ایران بپردازد و راهکارهایی را ارائه نماید تا بتوان از این فناوری نوین در صنعت بازاریابی به خوبی استفاده کرد و باشگاه‌ها بتوانند بهترین شرایط را در بازاریابی با استفاده از اینترنت ایجاد سازند.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به اینکه در این پژوهش، پژوهشگر درصدد تحلیل روابط شاخص‌های فروش و ترویج بازاریابی تحت وب باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا با استفاده از مشاهده وب‌سایت‌های ورزشی باشگاه‌های ورزشی و چک لیست بود، این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت پژوهش از نوع تحقیقات تحلیلی مقایسه‌ای است و از نظر زمان حال‌نگر می‌باشد. همچنین رویکرد اصلی این تحقیق قیاسی است. خبرگان حوزه وب‌سایت‌های ورزشی، جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دادند. برخی ویژگی‌های اصلی برای انتخاب خبرگان بدین شرح بود: 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. در این مطالعه خبره فردی است که:

- مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد یا بالاتر داشته باشند.
- حداقل ده سال سابقه کاری در حوزه وب‌سایت‌های ورزشی داشته باشند.

بنابراین دایره انتخاب خبرگان بسیار محدود بود و در نتیجه تعداد ده نفر از افراد واجد شرایط به عنوان نمونه مورد بررسی در این مطالعه انتخاب شدند. برای نمونه‌گیری از تکنیک گلوله برفی استفاده گردید. پس از انجام مطالعات دامنه‌دار در زمینه بازاریابی و آمیخته‌های آن و راه‌های درآمدزایی باشگاه‌های حرفه‌ای در حیطه‌های فروش و ترویج، محقق با هماهنگی اساتید راهنما اقدام به طراحی یک چک لیست جامع در مورد بازاریابی تحت وب در حیطه‌های مختلف نمود. مهمترین مشکل در بخش طراحی ابزار چک لیستی بود که با توجه به تفاوت‌های فرهنگی قابل تفهیم و درک باشد. در این پژوهش از چک لیست ارزیابی وب‌سایت‌های ورزشی باشگاه‌های ورزشی استفاده گردید. این چک لیست در حیطه‌های فروش و

ترویج طراحی گردید و سپس جهت بررسی روایی صوری و محتوایی برای ۱۱ نفراز اساتید متخصص در این زمینه شامل ۵ نفر از اساتید مدیریت ورزشی، ۲ استاد رشته اقتصاد وبرنامه‌ریزی، یک استاد جامعه‌شناسی، ۲ استاد مدیریت بازرگانی و یک مدیر خبره باشگاه ورزشی (به غیراز۸ باشگاه تحت 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 ارائه‌شده چند گونه تغییر اضافه شد و در نهایت این چک لیست با ۳۰ گویه طراحی و تدوین گردید. جمع‌آوری داده‌ها با توجه به شروع کرونا به‌صورت آنلاین از طریق ایمیل و دیگر برنامه‌های فضای مجازی انجام شد. اگرچه افراد خبره از توانایی‌های ذهنی خود برای انجام مقایسات استفاده می‌نمایند، اما باید به این نکته توجه داشت که فرآیند سنتی کمی‌سازی دیدگاه افراد، امکان انعکاس سبک تفکر انسانی را به‌طور کامل ندارد. به عبارت بهتر، استفاده از مجموعه‌های فازی، سازگاری بیشتری با توضیحات زبانی و بعضاً مبهم انسانی دارد و بنابراین بهتر است که با استفاده از مجموعه‌های فازی (به‌کارگیری اعداد فازی) به پیش‌بینی بلندمدت و تصمیم‌گیری در دنیای واقعی پرداخت (کارامن و دیگران، ۲۰۰۹). در این مطالعه نیز برای فازی‌سازی دیدگاه خبرگان از اعداد فازی مثلثی استفاده شد. در گام بعدی، میانگین فازی میانگین‌های فازی نمرات افراد حساب گردید.

یافته‌های پژوهش

بخش یک

میانگین فازی و برونداد فازی‌زدایی شده مقادیر مربوط به شاخص‌ها در جدول ۱ آمده است. حد آستانه در این تحقیق مقدار ۷ در نظر گرفته شده است. مقدار فازی‌زدایی‌شده بزرگتر از ۷ مورد قبول است و هر شاخصی که امتیاز کمتر ۷ داشته باشد، رد می‌شود (وو و فانگ[1]، ۲۰۱۱ :۷۵۱).

[1] wu & Fang

جدول ۲: میانگین فازی و غربالگری فازی شاخص‌ها (راند یک)

۱R	L	M	U	Mean	Crisp	Result
۱C	۶/۵۸	۷/۵۸	۸/۲۵	۶/۵۸,۷/۵۸,۸/۲۵	۷/۷۷	پذیرش
۲C	۶/۹۲	۷/۹۲	۸/۴۲	۶/۹۲,۷/۹۲,۸/۴۲	۷/۷۵	پذیرش
۳C	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۲۵	۶/۵,۷/۵,۸/۲۵	۷/۴۲	پذیرش
۴C	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۲۵	۶/۵,۷/۵,۸/۲۵	۷/۴۲	پذیرش
۵C	۶/۴۴	۷/۴۲	۸/۱۷	۶/۴۲,۷/۴۲,۸/۱۷	۷/۲۸	پذیرش
۶C	۶/۵۰	۷/۴۲	۷/۹۲	۶,۵,۷,۴۲,۷,۹۲	۷/۱۷	پذیرش
۷C	۶/۲۵	۷/۲۵	۸/۰۰	۶/۲۵,۷/۲۵,۸	۷/۷۵	پذیرش
۸C	۶/۹۲	۷/۹۲	۸/۴۲	۶/۹۲,۷/۹۲,۸/۴۲	۷/۷۶	پذیرش
۹C	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۰۸	۶/۵,۷/۵,۸/۰۸	۷/۶۱	پذیرش
۱۰C	۶/۷۵	۷/۷۵	۸/۳۳	۶/۷۵,۷/۷۵,۸/۳۳	۷/۴۲	پذیرش
۱۱C	۶/۲۵	۷/۲۵	۸/۱۷	۶/۲۵,۷/۲۵,۸/۱۷	۷/۰۶	پذیرش
۱۲C	۶/۲۵	۷/۱۷	۷/۷۵	۶/۲۵,۷/۱۷,۷/۷۵	۷/۰۸	پذیرش
۱۳C	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۷۵	۶/۲۵,۷/۲۵,۷/۷۵	۷/۸۶	پذیرش
۱۴C	۷/۰۰	۸/۰۰	۸/۵۸	۷,۸,۸/۵۸	۷/۷۴	پذیرش
۱۵C	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۱۷	۶/۴۲,۷/۴۲,۸/۱۷	۷/۲۵	پذیرش
۱۶C	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۹۲	۶/۲۵,۷/۲۵,۷/۹۲	۷/۱۷	پذیرش
۱۷C	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۴۲	۶/۵,۷/۵,۸/۴۲	۷/۱۵	پذیرش
۱۸C	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۹۲	۶/۲۵,۷/۲۵,۷/۹۲	۷/۷۶	پذیرش
۱۹C	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۱۷	۶/۴۲,۷/۴۲,۸/۱۷	۷/۶۱	پذیرش
۲۰C	۷/۰۰	۸/۰۰	۸/۶۷	۷,۸,۸/۶۷	۷/۴۲	پذیرش
۲۱C	۶/۶۷	۷/۶۷	۸/۴۲	۶/۶۷,۷/۶۷,۸/۴۲	۷/۰۶	پذیرش

بخش دو

تحلیل دلفی فازی برای شاخص‌های باقی‌مانده در بخش دوم ادامه پیدا کرد. نتایج حاصل از فازی‌زدایی عناصر در بخش دوم در جدول ۲ گزارش شده است:

جدول ۳: میانگین فازی و غربالگری فازی شاخص‌ها (راند دو)

۲R	L	M	U	Mean	Crisp	Result
۱C	۷/۰۸	۸/۰۸	۸/۷۵	۷/۰۸,۸/۰۸,۸/۷۵	۷/۹۷	پذیرش
۲C	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۳۳	۶/۴۲,۷/۴۲,۸/۳۳	۷/۳۹	پذیرش
۳C	۶/۶۷	۷/۶۷	۸/۵۸	۶/۶۷,۷/۶۷,۸/۵۸	۷/۶۴	پذیرش
۴C	۶/۸۳	۷/۸۳	۸/۵۰	۶/۸۳,۷/۸۳,۸/۵	۷/۷۲	پذیرش
۵C	۷/۰۶	۸/۰۸	۸/۷۵	۷/۰۸,۸/۰۸,۸/۷۵	۷/۹۷	پذیرش
۶C	۶/۷۵	۷/۷۵	۸/۴۲	۶/۷۵,۷/۷۵,۸/۴۲	۷/۶۴	پذیرش
۷C	۶/۷۵	۷/۷۵	۸/۵۰	۶/۷۵,۷/۷۵,۸/۵	۷/۶۷	پذیرش
۸C	۶/۸۳	۷/۸۳	۸/۶۷	۶/۸۳,۷/۸۳,۸/۶۷	۷/۷۸	پذیرش
۹C	۷/۰۸	۸/۰۸	۸,۷۵	۷/۰۸,۸/۰۸,۸/۷۵	۷/۹۷	پذیرش
۱۰C	۶/۸۳	۷/۸۳	۸/۵۸	۶/۸۳,۷/۸۳,۸/۵۸	۷/۷۵	پذیرش
۱۱C	۷/۲۵	۸/۲۵	۸/۸۳	۷/۲۵,۸/۲۵,۸/۸۳	۸/۱۱	پذیرش
۱۲C	۶/۵۸	۷/۵۸	۸/۵۰	۶/۵۸,۷/۵۸,۸/۵	۷/۵۵	پذیرش
۱۳C	۶/۸۳	۷/۸۳	۸/۶۷	۶/۸۳,۷/۸۳,۸/۶۷	۷/۷۸	پذیرش
۱۴C	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۱۷	۶/۴۲,۷/۴۲,۸/۱۷	۷/۳۴	پذیرش
۱۵C	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۹۲	۶/۲۵,۷/۲۵,۷/۹۲	۷/۱۴	پذیرش
۱۶C	۶/۵۰	۷/۵۰	۸/۴۲	۶/۵,۷/۵,۸/۴۲	۷/۴۷	پذیرش
۱۷C	۶/۲۵	۷/۲۵	۷/۹۲	۶/۲۵,۷/۲۵,۷۲/۹۲	۷/۱۴	پذیرش
۱۸C	۶/۴۲	۷/۴۲	۸/۱۷	۶/۴۲,۷/۴۲,۸/۱۷	۷/۳۴	پذیرش
۱۹C	۷/۰۰	۸/۰۰	۸/۶۷	۷,۸,۸/۶۷	۷/۱۹	پذیرش
۲۰C	۶/۶۷	۷/۶۷	۸/۴۲	۶/۶۷,۷/۶۷,۸/۴۲	۷/۵۹	پذیرش
۲۱C	۶/۸۳	۷/۷۵	۸/۱۷	۶/۸۳,۷/۷۵,۸/۱۷	۷/۵۸	پذیرش

پایان بخش‌های تکنیک دلفی

در دور دوم هیچ سوالی حذف نشد که این خود نشانه‌ای برای پایان راندهای دلفی است. به‌طور 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، فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود (چنگ و لین، ۲۰۰۲: ۱۷۴و لطیفی و همکاران، ۱۳۹۷).

تحلیل MICMAC

هدف غایی این پژوهش، تبیین ارتباط شاخص‌های بازاریابی تحت وب است. میانگین امتیازات داده‌شده توسط افراد به عنوان داده‌های جدول ماتریس در نرم‌افزار میک مک وارد گردید. در این مرحله آزمون پایداری از جدول ماتریس گرفته شد که بعد از دو بار به توان رساندن، نرم‌افزاری پایداری ۱۰۰ درصد را نشان داد که از نظر پایداری قابل قبول بود. در نهایت در این مرحله، نقشه ماتریس اثرات مستقیم از نرم‌افزار استخراج شد.

جدول ۴: نتایج جمع ماتریس اثرات مستقیم

		مقدار تأثیرگذاری	مقدار تأثیرپذیری
۱	فروش بلیط بصورت آنلاین	۴۷	۵۱
۲	دسترسی آسان به سایت فروش بلیط باشگاه	۴۷	۵۵
۳	سرعت بالای سایت در گرفتن بلیط مسابقه	۴۸	۵۱
۴	فروش کالا از طریق سایت باشگاه کامل ولی متاسفانه فقط به زبان اسپانیایی بود	۵۰	۵۴
۵	امنیت بالا در خرید کالا از طریق سایت باشگاه	۵۳	۵۲
۶	فروش محصولات باشگاه از طریق فضای مجازی	۵۴	۶۰
۷	مهمان‌نوازی باشگاه از طرفداران در فضای مجازی	۵۱	۵۱
۸	در معرض دید قرار دادن محصولات باشگاه در وب‌سایت	۵۶	۵۳
۹	تبلیغات گسترده باشگاه در وب‌سایت: اکثرا تبلیغات در مورد خود باشگاه است	۵۳	۴۹
۱۰	تبلیغ گسترده باشگاه در وب‌سایت برای جذب حامیان جدید	۶۲	۵۰
۱۱	استفاده از تبلیغات در وب‌سایت باشگاه به جهت جذب حامیان مالی جدید حتی حامیان مالی را نیز هایلایت نشان داده‌اند	۵۳	۴۶
۱۲	حمایت باشگاه از حامیان خود در وب‌سایت باشگاه	۵۱	۴۴
۱۳	وجود فضای مجازی اجتماعی در وب‌سایت باشگاه برای ارتباطات بیشتر طرفداران با یکدیگر	۵۵	۵۳
۱۴	وجود فضای تشویقی در وب‌سایت باشگاه به جهت جذب حامیان مالی جدید	۵۲	۵۳

۱۵	وجود فضای شاد و انگیزشی در وب‌سایت باشگاه به جهت جذب طرفداران بیشتر	۵۴	۴۱
۱۶	وجود تصاویری از سابقه باشگاه در وب‌سایت باشگاه	۵۵	۵۰
۱۷	وجود محتواهای صوتی مناسب در وب سایت باشگاه	۵۳	۵۱
۱۸	وجود محتواهای دینداری در وب‌سایت باشگاه	۵۴	۵۴
۱۹	وجود فضای انتقادی در وب‌سایت باشگاه برای طرفداران	۵۰	۵۴
۲۰	آسان بودن برقراری رابطه مجازی با اعضای باشگاه	۵۰	۵۵
۲۱	آسان بودن برقراری رابطه مجازی با مدیران باشگاه	۵۴	۵۵
	کل	۱۱۰۲	۱۰۸۲

در ماتریس متقاطع جمع اعداد سطرهای هر متغیر، میزان تاثیرگذاری و جمع ستونی هر متغیر نیز میزان تأثیرپذیری آن متغیر را از متغیرهای دیگر نشان می‌دهد. ماتریس اثرات مستقیم در جدول۴ آمده است:

جدول ۵: درجه مطلوبیت ماتریس اثرات مستقیم

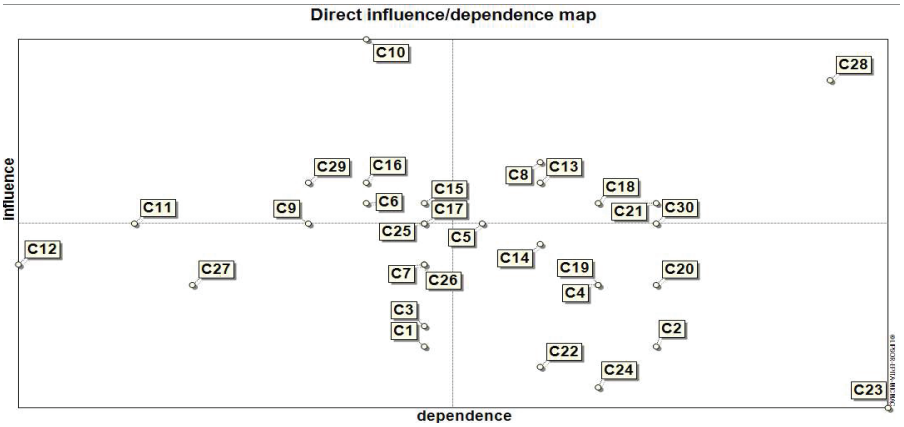
Iteration	Influence	Dependence
۱	٪ ۹۴	٪ ۸۸
۲	٪ ۱۰۰	٪ ۱۰۰

این جدول درجه مطلوبیت و بهینه شدگی دو ماتریس اثرات مستقیم و ماتریس بالقوه مستقیم را نشان می‌دهد. درجه مطلوبیت ماتریس اثرات بهینه‌شدگی ۱۰۰ درصد برخوردار بوده 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 کسب‌شده متغیرها که توسط نرم‌افزار MICMAC سنجیده شده، آمده است:

جدول ۶: تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم

Rank	Label	Direct influence	Label	Direct dependence	Label	Indirect influence	Label	Indirect dependence
۱	۱۰C	۳۹۷	۲۳C	۳۷۸	۱۰C	۳۹۳	۲۳C	۳۷۷
۲	۲۸C	۳۸۴	۲۸C	۳۷۲	۲۸C	۳۸۱	۲۸C	۳۷۱
۳	۸C	۳۵۹	۲C	۳۵۲	۸C	۳۵۸	۲۰C	۳۵۳
۴	۱۳C	۳۵۲	۲۰C	۳۵۲	۱۶C	۳۵۲	۲۱C	۳۵۲
۵	۱۶C	۳۵۲	۲۱C	۳۵۲	۱۳C	۳۵۲	۳۰C	۳۵۱
۶	۲۹C	۳۵۲	۳۰C	۳۵۲	۲۹C	۳۵۱	۲C	۳۵۱
۷	۶C	۳۴۶	۴C	۳۴۶	۱۵C	۳۴۷	۲۴C	۳۴۷
۸	۱۵C	۳۴۶	۱۸C	۳۴۶	۱۸C	۳۴۷	۱۸C	۳۴۶
۹	۱۸C	۳۴۶	۱۹C	۳۴۶	۲۱C	۳۴۶	۱۹C	۳۴۶
۱۰	۲۱C	۳۴۶	۲۴C	۳۴۶	۶C	۳۴۶	۴C	۳۴۵
۱۱	۵C	۳۳۹	۸C	۳۳۹	۹C	۳۴۱	۲۲C	۳۴۲
۱۲	۹C	۳۳۹	۱۳C	۳۳۹	۲۵C	۳۴۰	۸C	۳۴۰
۱۳	۱۱C	۳۳۹	۱۴C	۳۳۹	۱۱C	۳۴۰	۱۴C	۳۳۹
۱۴	۱۷C	۳۳۹	۲۲C	۳۳۹	۵C	۳۴۰	۱۳C	۳۳۸
۱۵	۲۵C	۳۳۹	۵C	۳۳۳	۱۷C	۳۳۹	۵C	۳۳۴
۱۶	۳۰C	۳۳۹	۱C	۳۲۷	۳۰C	۳۳۸	۲۶C	۳۲۹
۱۷	۱۴C	۳۳۳	۳C	۳۲۷	۱۴C	۳۳۳	۲۵C	۳۲۸
۱۸	۷C	۳۲۷	۷C	۳۲۷	۲۶C	۳۲۸	۱۷C	۳۲۷
۱۹	۱۲C	۳۲۷	۱۵C	۳۲۷	۱۲C	۳۲۶	۳C	۳۲۷
۲۰	۲۶C	۳۲۷	۱۷C	۳۲۷	۷C	۳۲۶	۱۵C	۳۲۷
۲۱	۴C	۳۲۰	۲۵C	۳۲۷	۱۹C	۳۲۲	۱C	۳۲۶

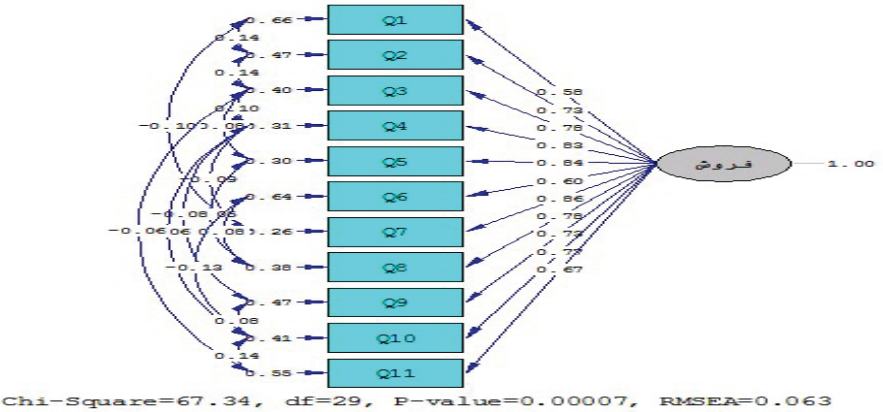
بسته به این که جمع مقادیر ماتریسی در کدام ناحیه نمودار قرار بگیرند، می‌توان پنج دسته متغیر را شناسایی کرد. این نقشه را می‌توان برای ماتریس اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم و اثرات احتمالی با همین رویکرد ترسیم نمود.



شکل ۱: نقشه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم عوامل

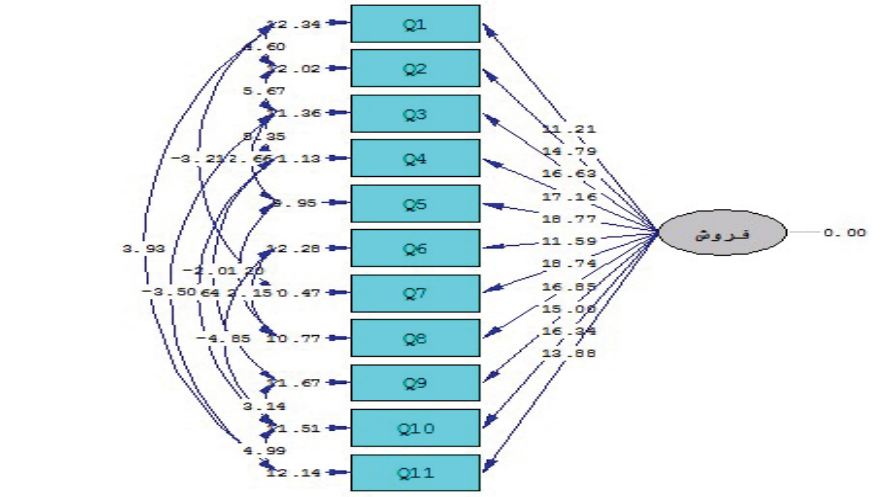
بر اساس نتایج به دست آمده از نقشه اثرات مستقیم، تعدادی از شاخص‌ها از جمله C11, C10 و ... در ماتریس مستقل جای گرفتند؛ این بدان معناست که این متغیر دارای وابستگی کم و هدایت بالا می‌باشد- به عبارتی دیگر، تاثیرگذاری بالا و تاثیرپذیری کم از ویژگی‌های این متغیرهاست. C12و ... در ماتریس رابط جای گرفتند؛ این یعنی این عوامل از وابستگی بالا و قدرت هدایت بالا برخوردار هستند- به عبارتی، تاثیرگذاری و تاثیرپذیری این معیارها بسیار بالاست و هر تغییر کوچکی بر روی این متغیر باعث تغییرات اساسی در سیستم می شود.

۱) تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول فروش



نمودار۱: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در حالت تخمین استاندارد

نتایج بررسی بارهای عاملی نشان داد که تمام گویه‌ها بیشتر از ۰/۴ گزارش شد. در نتیجه نیازی به حذف هیچ گویه‌ای نبود.



نمودار۲: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در حالت ضرایب معناداری (آماره t)

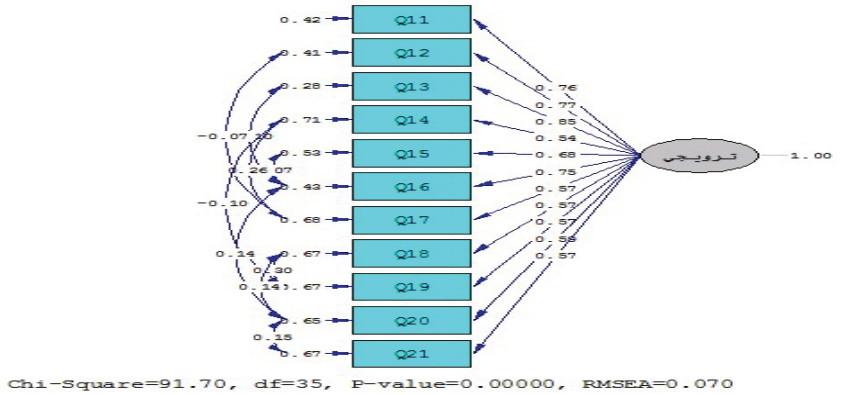
بر اساس نتایج تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول در حالت ضرایب معناداری، مقادیر همه آماره‌های باقیمانده در مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند (قدر مطلق همه مقادیر بیشتر از ۹۶/۱ است). نتایج در جدول ۶ به همراه مقادیر پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده آمده است:

جدول۶: بررسی روایی و پایایی فروش

شماره سوال	بار عاملی	خطای واریانس	آماره t	(AVE)	(CR)
۱	۰/۵۸	۰/۶۶	۱۱/۲۱		
۲	۰/۷۲	۰/۴۸	۱۴/۷۹		
۳	۰/۷۸	۰/۳۹	۱۶/۶۳		
۴	۰/۸۰	۰/۳۶	۱۷/۱۶		
۵	۰/۸۵	۰/۲۸	۱۸/۷۷		
۶	۰/۶۰	۰/۶۴	۱۱/۵۹	۰/۶۳	۰/۸۱
۷	۰/۸۴	۰/۲۹	۱۸/۷۴		
۸	۰/۷۹	۰/۳۷	۱۶/۵۸		
۹	۰/۷۳	۰/۴۷	۱۵/۰۰		
۱۰	۰/۷۷	۰/۴۰	۱۶/۳۴		
۱۱	۰/۶۹	۰/۵۳	۱۳/۸۸		

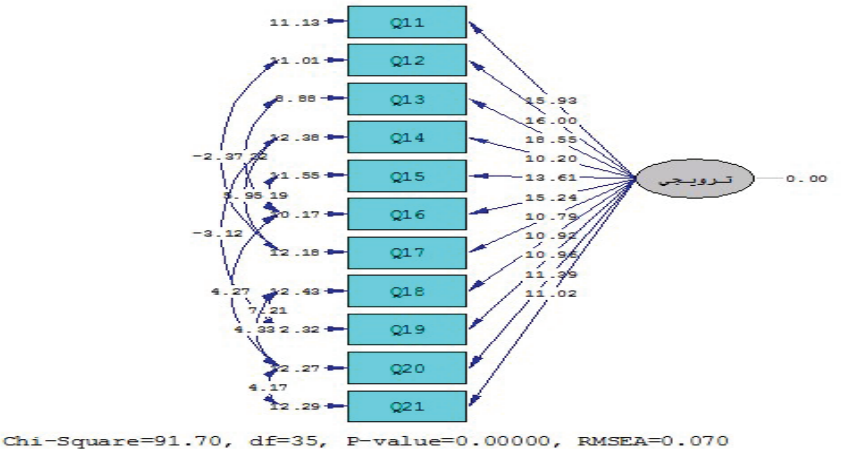
همانطور که جدول۶ نشان می‌دهد مقادیر بار عاملی تمام گویه‌ها بیشتر از ۰/۴ است. بنابراین مدل اندازه‌گیری، مدلی همگن است و مقادیر بار عاملی، مقادیر قابل قبولی هستند. نتایج بررسی معناداری مقادیر آماره t در جدول ۶ نشان داد که مقادیر آماره t برای همه گویه‌ها بیشتر از ۲/۵۸گزارش شد؛ این بدان معناست که ارتباط بین گویه‌ها با فروش در سطح اطمینان ۹۹ درصد پذیرفته می‌شود. نتایج بررسی ضرایب پایایی مرکب در جدول ۶ نشان داد که مقادیر این شاخص، برابر با ۰/۸۱ است و بنابراین پایایی ابزار اندازه‌گیری فروش با استفاده از این شاخص هم تأیید شد. نتایج بررسی مقادیر واریانس استخراج‌شده نشان داد که مقدار آن برابر با ۰/۶۳گزارش شد. بر این اساس می‌توان گفت روایی همگرای ابزار اندازه‌گیری فروش با استفاده از شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده، تأیید گردید.

۲) تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول ترویجی



نمودار۳: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در حالت تخمین استاندارد

نتایج بررسی بارهای عاملی نشان داد که تمام گویه‌ها بیشتر از ۰/۴ گزارش شد. در نتیجه نیازی به حذف هیچ گویه‌ای نبود.



نمودار۴: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در حالت ضرایب معناداری (آماره t)

بر اساس نتایج تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول در حالت ضرایب معناداری، مقادیر همه آماره‌های باقیمانده در مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند (قدر مطلق همه مقادیر بیشتر از ۹۶/۱ است). نتایج در جدول ۷ به همراه مقادیر پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده آمده است:

جدول۷ : بررسی روایی و پایایی ترویجی

شماره سوال	بار عاملی	خطای واریانس	آماره T	(AVE)	(CR)
۱۲	۰/۷۶	۰/۴۲	۱۵/۹۳		
۱۳	۰/۷۷	۰/۴۱	۱۶/۰۰		
۱۴	۰/۸۵	۰/۲۸	۱۸/۵۵		
۱۵	۰/۵۴	۰/۷۱	۱۰/۲۰		
۱۶	۰/۶۸	۰/۵۳	۱۳/۶۱	۰/۵۶	۰/۷۸
۱۷	۰/۷۵	۰/۴۴	۱۵/۲۴		
۱۸	۰/۵۷	۰/۶۸	۱۰/۷۹		
۱۹	۰/۵۷	۰/۶۷	۱۰/۹۲		
۲۰	۰/۵۷	۰/۶۷	۱۰/۹۵		
۲۱	۰/۵۹	۰/۶۵	۱۱/۳۹		

همانطور که نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد مقادیر بار عاملی تمام گویه‌ها بیشتر از ۰/۴ است و بنابراین مدل اندازه‌گیری، مدلی همگن است و مقادیر بار عاملی، مقادیر قابل قبولی هستند. نتایج بررسی معناداری مقادیر آماره t در جدول ۷ نشان داد که مقادیر آماره t برای همه گویه ها بیشتر از ۲,۵۸ گزارش شد. این بدان معناست که ارتباط بین گویه‌ها با ترویجی در سطح اطمینان ۹۹ درصد پذیرفته می شود. نتایج بررسی ضرایب پایایی مرکب در جدول ۷ نشان داد که مقادیر این شاخص، برابر با ۰/۷۸ است و بنابراین پایایی ابزار اندازه‌گیری ترویجی با استفاده از این شاخص هم تأیید شد. نتایج بررسی مقادیر واریانس استخراج‌شده نشان داد که مقدار آن برابر با ۰/۵۶ گزارش شد. بر این اساس می‌توان گفت روایی همگرای ابزار اندازه‌گیری ترویجی با استفاده از شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده، تأیید گردید.

بررسی پرسش‌های پژوهش

- **آیا بین بازاریابی تحت وب باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا در حیطه فروش تفاوت وجود دارد؟**

جدول۸ : نتایج آزمون t برای دو گروه مستقل در حیطه فروش

متغیر	کشور	میانگین	آزمون لوین		T	Df	سطح معنی داری
			F	Sig			
فروش	اسپانیا	۳/۶۰۲۳	۱/۷۴۰	۰/۲۸۲	۲/۰۲۲	۱۴	۰/۰۳۳
	ایران	۲/۳۷۵۰					

جهت بررسی اینکه آیا بین بازاریابی تحت وب باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا در زمینه فروش، تفاوت معنی‌داری وجود دارد یا خیر، از آزمون t برای دو گروه مستقل استفاده گردید. بر اساس نتایج جدول مشخص شد که سطح معناداری آزمون لوین بیشتر از ۰/۰۵ است. لذا در تفسیر نتایج از نتایج ردیف اول که فرض برابری واریانس‌ها برای دو گروه را می پذیرد، استفاده می‌شود. با توجه به اینکه مقدار t در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار بود ($P\text{-}Value \leq 0.05$). لذا می‌توان گفت تفاوت معنی‌داری بین بازاریابی تحت وب باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا در زمینه فروش وجود دارد. مقایسه میانگین مشاهده‌شده نشان داد که این مقدار برای باشگاه‌های فوتبال اسپانیا بالاتر از حد متوسط است. این مقدار برای باشگاه‌های ایران کمتر از حد متوسط گزارش شد.

- **آیا بین بازاریابی تحت وب باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا در حیطه ترویجی تفاوت وجود دارد؟**

جدول۹ : نتایج آزمون t برای دو گروه مستقل در حیطه ترویجی

متغیر	کشور	میانگین	آزمون لوین		T	Df	سطح معنی داری
			F	Sig			
ترویجی	اسپانیا	۳/۵۳۷۵	۱/۱۷۷	۰/۲۶۹	۰/۳۷۱	۱۴	۰/۷۱۶
	ایران	۳/۳۷۹۲					

جهت بررسی اینکه آیا بین بازاریابی تحت وب باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا در زمینه ترویجی، تفاوت معنی‌داری وجود دارد یا خیر، از آزمون t برای دو گروه مستقل استفاده گردید. بر اساس نتایج جدول مشخص شد که سطح معناداری آزمون لوین بیشتر از۰/۰۵ است. لذا در تفسیر نتایج از نتایج ردیف اول که فرض برابری واریانس‌ها برای دو گروه را می‌پذیرد، استفاده می‌شود. با توجه به اینکه مقدار t در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار نبود($P\text{-}Value \geq 0.05$) لذا می‌توان گفت تفاوت معنی‌داری بین بازاریابی تحت وب باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا در زمینه ترویجی وجود ندارد. مقایسه میانگین مشاهده شده نشان داد که این مقدار برای باشگاه‌های فوتبال اسپانیا و ایران بالاتر از حد متوسط است.

بحث و نتیجه‌گیری

طراحی موفق و مؤثر وب‌سایت و حفظ این موقعیت به مسئله‌ای بسیار پیچیده در دنیای تجارت الکترونیک تبدیل شـــده اســـت و موفقیت در این رقابت، یعنی کســـب قدرت در اینترنت به عنوان ابزار بازاریابی، روز به روز ضروری‌تر 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 سازمان‌های ورزشی از وب سایت خود به عنوان یک ابزار بازاریابی برای رسیدن به اهداف تجاری استفاده می‌کنند. قلمرو جهانی وب به ســازمان‌های ورزشــی فرصــتی برای برقراری ارتباط با هواداران می‌دهد و در نتیجه هزینه کمتر در تبلیغات را به دنبال دارد. باشـــگاه‌های فوتبال نیز از اینترنت به عنوان یک ابزار بازاریابی بهره می‌برند که از طریق آن می‌توانند با هواداران ارتباط برقرار کنند و محصولات و خدمات خود را بفروشند. در همین راستا پژوهش حاضر با هدف بررسی مقایسه بازاریابی تحت وب و مقایسه شاخص‌های فروش و ترویج در باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا در بازار هدف است.

بر اساس نتایج می‌توان گفت مهمترین کدهایی که دراین تحقیق از نظرمحقق مورد نظر بود شامل تبلیغ گسترده باشگاه در وب سایت (برای جذب حامیان جدید) در ماتریس مستقل جای گرفت؛ این بدان معناســـت که این متغیر دارای وابســـتگی کم و هدایت بالا می‌باشـــند. رشـــد شـــگفت انگیز ظرفیت‌های اطلاع‌رسانی اینترنت باعث شده تا آگاهی افراد نسبت به سازمان‌ها/ برندها/ افراد مشهور نسبت به دهه‌های گذشـــته به شـــکل قابل توجهی افزایش یابد و در این میان، برنده کســـی اســـت که بتواند از ابزارهای دنیای مجازی که اغلب نیازمند هزینه‌های هنگفت رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون و مطبوعات هم نیستند، برای بهبود تصـــویر و شـــناخته‌تر ســـاختن خود و برنامه‌ها و اهدافش در میان مخاطبان بالقوه و بالفعل مورد نظر، بهره برداری کند. بازاریابی الکترونیکی به دلیل فراهم کردن ارتباط آســـان ســـازمان با ســـازمان‌های دیگر و مصرف‌کنندگان باعث افزایش سهم بازار یک محصول یا خدمت در بازار می‌گردد. نتایج مطالعات پیشین نشان می‌دهد به‌کارگیری اینترنت در فرایندهای سازمانی تاثیر مثبتی دردسترسی به اطلاعات و توسعه شبکه کســـب و کار در بازار و بهبود عملکرد شـــرکت دارد. یکی از عوامل بســـیار با اهمیت و مهم در موفقیت ســـازمان‌ها، وجود اینترنت اســـت که بر عملکرد ســـازمان‌ها و نحوه و چگونگی پیاده‌ســـازی بازاریابی الکترونیکی با هدف ارتباط موثر با مشتریان نقش مهم موثری دارد.

نتایج در این مورد محدود به ایران نیست و تحقیقات متعددی در این زمینه در خارج از ایران هم با توجه به اهمیت آن صورت گرفته است. ساها (۲۰۱۹) در تحقیقی به ارزیابی بازاریابی از طریق وب در باشگاه‌های ورزشی چندمنظوره انگلستان پرداختند. نتایج نشان داد که وب‌سایت باشگاه‌های ورزشی بسیار

فعال بوده و به‌طور معناداری توانسته‌اند مشتریان زیادی را به همراه منابع درآمدی متفاوت‌تری نسبت به قبل برای باشگاه فراهم کنند. علاوه بر این، این وب سایت‌ها بر رضایت مشتریان تاثیر معناداری داشته‌اند. شانون (۲۰۱۸) در بررسی صنعت ورزش و شناسایی جایگاه اینترنت در بازاریابی ورزشی نشان داد اگر تبلیغ کالاهای ورزشی به وسیله وب سایت با شگاه‌ها جذاب باشد، هم آمار مشتریان را بالا می‌برد و هم گرایشات ورزشی را در بین مردم تقویت می‌کند. وی در بررسی وب‌سایت برخی باشگاه‌های اروپایی مانند بارسلون، رئال مادرید، یوونتوس، بایرمونیخ و پارسن ژرمن با باشگاه‌های آسیایی و افریقایی، تفاوت معناداری را بین وب‌سایت و بازاریابی اینترنتی باشگاه‌های اروپایی با باشگاه‌های آسیایی و افریقایی گزارش نمود. رشد شگفت‌انگیز ظرفیت‌های اطلاع‌رسانی اینترنت باعث شده تا آگاهی افراد نسبت به سازمان‌ها/ برندها/ افراد مشهور نسبت به دهه‌های گذشته به شکل قابل توجهی افزایش یابد و در این میان، برنده کسی است که بتواند از ابزارهای دنیای مجازی که اغلب نیازمند هزینه‌های هنگفت رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون و مطبوعات هم نیستند، برای بهبود تصویر و شناخته‌تر ساختن خود و برنامه‌ها و اهدافش در میان مخاطبان بالقوه و بالفعل مورد نظر، بهره‌برداری کند. بازاریابی الکترونیکی به دلیل فراهم‌کردن ارتباط آسان سازمان با سازمان‌های دیگر و مصرف‌کنندگان باعث افزایش سهم بازار یک محصول یا خدمت در بازار می‌گردد. نتایج مطالعات پیشین نشان می‌دهد به کارگیری اینترنت در فرایندهای سازمانی تاثیر مثبتی دردسترسی به اطلاعات و توسعه شبکه کسب و کار در بازار و بهبود عملکرد شرکت دارد. یکی از عوامل بسیار با اهمیت و مهم در موفقیت سازمان‌ها، وجود اینترنت است که بر عملکرد سازمان‌ها و نحوه و چگونگی پیاده‌سازی بازاریابی الکترونیکی با هدف ارتباط موثر با مشتریان نقش مهم موثری دارد.

نظر سنجی گوگل حاکی از آن است که ۹۰ در صد از تعاملات ما با رسانه‌ها، در حال حاضر از طریق صفحات نمایش تلفن‌های هوشمند، تبلت، لپ تاپ و تلویزیون تسهیل شده است. صفحات نمایش به یک ضرورت در زندگی ما تبدیل شده‌اند؛ به طوری که روزانه بالغ بر ۴ ساعت از اوقات فراغت خود را صرف استفاده از صفحات نمایش ابزارهای چند رسانه‌ای به طور متوالی و همزمان می‌کنیم . اینترنت مبنای اصلی پشت صحنه این تعاملات صفحه نمایش پایه 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 پیش‌بینی سیسکو[1]، شاهد جهش ۱۰ برابری در ترافیک اینترنت جهانی تا ۲۰۱۹ خواهیم بود که از طریق اتصال بیش از ۱۱ میلیارد نفر کاربر با تلفن‌های همراه محقق می شود. با چنین دسترسی عظیمی به تلفن‌های همراه و قابلیت اتصال آنها با یکدیگر، شکل رفتار مشتریان دگرگون شده است. بیشتر مشتریان در زمان خرید از فروشگاه‌ها برای مقایسه قیمت بررسی محصول از طریق تلفن‌های همراه خود

[1] cisco

جستجو می‌کنند. موتور جستجوگر گوگل نشان می‌دهد که از هر ۱۰ کاربر گوشی‌های هوشمند ، ۸ کاربر در آمریکا در زمان خرید از فروشگاه‌ها جستجو می‌کنند. حتی در زمان تماشای تبلیغات تلویزیونی بیش از ۵۰ درصد از مخاطبان در اندونزی با تلفن‌های همراه جستجو می‌کنند. این روندی است که مشتریان را در سطح جهان تحت تاثیر قرار داده است. همچنین محصولات مشتق‌شده اینترنت امکان شفافیت ایجاد می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر و اینستاگرام مشتریان را قادر می‌سازند تا تجربیات خود را به اشتراک بگذارند. همانطوری که در بیان مسئله تحقیق بیان شد، میزان کاربران اینترنت در سال ۲۰۱۹ به بیش از ۴/۳ میلیارد کاربر در جهان رسیده است. رتبه ۱۶ ایران در بین کشورهای مطرح در زمینه اینترنت با بیش از ۶۲ میلیون کاربر که در نوع خود کم سابقه است، بازایابی دیجیتال را با تغییر و تحولات فراوانی روبه‌رو خواهد کرد. بنابراین نیاز به تحقیق و شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه بازاریابی دیجیتال بیش از پیش احساس می‌شود.

پیشنهادهای کاربردی درایران

- پیشنهاد می شود مدیران و بازاریابان با شگاه‌های ورزشی در ایران با یادگیری مهارت‌های کامل شیوه‌های نوین بازاریابی تحت وب همچون ایجاد تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی، کاربران را به اشتراک‌گذاری برند با شگاه در بین شبکه‌های اجتماعی تشویق کنند، چراکه این امر تأثیر گسترده‌ای روی عقاید و تصمیم افراد و در نتیجه پاسخ آنها به این فعالیت‌ها دارد.
- پیشنهاد می‌شود مدیران و بازاریابان باشگاه‌های ورزشی به منظور استفاده کارا و اثربخش از اینترنت و رسیدن به نتایج مطلوب، شبکه‌های اجتماعی را رسانه‌ای نوین و بخش مهمی از آمیخته بازاریابی خود مد نظر قرار دهند. این امر به مدیران برای رسیدن به اهدافشان کمک بیشتری می‌کند و روند رسیدن به اهداف را تسریع می‌بخشد.

پیشنهادهای کاربردی در اسپانیا

- بازخورد تمامی نظرات کاربران اینترنتی به صورت داده‌های آماری بررسی گردند و در انتخاب مدیران کارآمد و حتی شفاف‌سازی مالی این بازخوردها به صورت مرتب در هیئت مدیره بررسی وبا استفاده از آنالیزورهای آماری حرفه‌ای از این باز خورها استفاده نمود.
- پیشنهاد می‌گردد به بررسی انجمن‌های طرفداری بازیکنان نیز اهمیت داده شود، چرا که یکی از مهمترین راه‌های تصمیم‌گیری در مورد آینده خرید یا فروش یک بازیکن به راحتی می‌تواند براقتصاد باشگاه تاثیر بگذارد. به طور مثال، در سالی که گذشت خروج مسی از بارسلونا شاید به دلیل کمبود منابع مالی بیان شد، ولی تحلیل صحیح‌تر و استفاده از همه جوانب انجمن‌های طرفداری مسی نشان داد بارسلونا

ضـــربه مهلکی از این موضـــوع خواهدخود یا به طور مثال، اگر باشـــگاه ظرفیت ژاوی را از جوانب دیگر بررسی می‌کرد، هیچگاه اجازه خروج به وی را نمی‌داد.

- از آنجایی که پیش‌بینی می‌شـــود در ســـال‌های آتی لالیگا در اروپا از رتبه اول به رتبه‌های دوم و سوم نیز تنزل پیدا کند، بهتر ا ست به بهترین نحو ممکن از شبکه‌های اجتماعی جهت جذب سرمایه‌های خارجی استفاده نماید.
- همان گونه که درلیگ برتر انگلیس ســـرمایه‌گذارهای عظیمی وارد شـــده‌اند، پیشـــنهاد می‌گردد با شگاه‌های ا سپانیا نیز با الگو گرفتن از این مو ضوع سعی در جذب سرمایه‌های هنگفت کشورهای عربی جهت احیای باشگاه‌های خود نمایند.

منابع

- Alis,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
- Bell ،Shannon (2018). "**Dialectics at a Standsly CONSTELACIONES in the Atacama Desert".** Return Atacama Digital Book ،ed. Roewan Crowe and Helene Vosters (New York: Hemi Press) Wikipedia site: fa.tr2tr.wiki.
- 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.
- Denish Shah and B.P.S. Murthi, (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.
- Henderson, H. & D'Cruz, B. (2019). **"The Role of Virtual Communities in the English Premier Football League, Communities in the English Premier Football League".** IFIP International Federation for Information Processing; 149: 357-366.
- H.Zouhal. (2022). Football de haut-niveau **: analyses physique et physiologique – blessures et préventionHigh-level football: Physical and physiological analysis – Injury and prevention**. Volume 36, Issue 4, September 2022, Pages 332-357
- 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.
- Mahdi.f. (2022). **Comparative study of sport diplomacy in development of foreign relations. Science - Research (International Relation**.(

- Mdsoon, I., Cho, N., Shirz, B. & Sahej, N. (2014). **"Designing evolving user profile in e-CRM with dynamic clustering of Web documents".** Data knowl Eng.;65(2): 355-72.
- Russ, Chih-Hung; Fang, Wen-Chang. (2016). **"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
- Saha, B. (2019). **Online marketing of professional sports clubs: engaging fans on a new playing field.** IFIP International Federation for Information Processing.
- Tayag.s. (2021). Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education 27 (2021) 100262Available online 15 August 20201473-8376/© 2021 Elsevier Ltd. All rights reserved.Social media in sport management education: Introducing LinkedIn.
- Won, S. & Green, B. (2016). **"The effect of Web Cohesion, Web Commitment, and Attitude toward the Website on Intentions to Use NFL Teams' Websites".** Sport Management Review; 10: 231-52.
- 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 manager**s". Qual Quant, Vol. 45, PP. 751–768.

Analysis of the Relationship between Sales Indicators and Web Marketing Promotion; Iran and Spain Football Clubs

Somayeh Hosseini
Ph.D. Student, Department of Sports Management, Isf.C,. Islamic Azad University, Isfahan, Iran
Ghasem Rahimi Sarshabadarani
Ph.D., Assistant Professor Department of Sports Management, Isf.C,. Islamic Azad University, Isfahan, Iran
Rasool Nazari
Ph.D., Associate Professor Department of Sports Management, Isf.C,. Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Received: 16 Dec. 2021
Accepted: 22 Jun. 2022

Internet marketing, also known as e-marketing, web marketing or online marketing, refers to making money, selling products and providing services through the Internet. Internet marketing is a broad field because it includes not only Internet marketing, but also all activities and marketing via email and other remote devices. At the present time, especially since the time of Corona, the world's leading clubs have used this method to create football attractions, such as selling tickets online or watching football online, advertisements, etc. The study is to compare web marketing and sales and promotion indicators in Iranian and Spanish football clubs in the target market. In terms of the purpose of the research, it is applied, in terms of the subject and questions of the research, it is comparative analytical research that was conducted as a survey. The data collection tool was a researcher-made questionnaire that was designed using the information of professional club websites and approved by 10 expert professors. After fuzzy Delphi and index screening, MICMAC analysis was used to identify index relationships.
In general, what is evident today is that cyberspace has somehow surpassed the media, and interactions with such media depend not only on the club or the players themselves, but also on famous bloggers and winners, who have a direct and direct impact on the economy in football.

Key Words: Web Marketing, Iran and Spain Football Clubs and Marketing Indicators.

A Model for Improving Preparation, Exploration and Exploitation of Technology using the Capacities of Digital Transformation and Electronic Preparation in Knowledge-Based Sports Businesses

Ahmad Karimipour
Ph.D. Student in Sports Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran
Mehdi kohandel
Ph.D., Associate professor in Sports Management, karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran
Hossein Abdolmaleki
Ph.D., Assistant Professor, Sports Management Department, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran
Seyyed Nemat Khalifeh
Ph.D., Assistant Professor, Sports Management Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 1 Dec. 2022
Accepted: 20 May 2023

The research is to provide a model for improving preparation, exploration and exploitation of technology using the capacities of digital transformation and electronic preparation in knowledge-based sports businesses. The research method was survey type. The statistical population included managers and employees of knowledge-based sports businesses. Based on Cochran's sample size formula, 384 people were identified as the research sample. Then, using available sampling method, the target sample was selected and by removing invalid questionnaires, analyzes were performed on 338 people. The research tool was a standard questionnaire. In order to analyze the data, the method of structural equations was used. The whole process of data analysis was done in SPS and PLS software.

The results showed that electronic preparation has a significant effect on preparation (0/332), exploration (0/346) and exploitation (0/332) in knowledge-based sports businesses. Also digital transformation has a significant impact on preparation (0/614), exploration (0/502) and exploitation (0/609) in knowledge-based sports businesses. The results of this research showed that the current research model has a good fit. In order to improve readiness, exploration and exploitation of technology, it should use the capacities of digital transformation and electronic readiness.

Key Words: Technology, Knowledge Base, Electronic Readiness and Digital Transformation.

Pattern of Financial Management Development in Sports Board Using Artificial Intelligence Language Models

Mehran Haghparast
Ph.D. Student in Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Isfahan Branch (Khorasgan), Islamic Azad University, Isfahan, Iran
Mohammad Sultan Hosseini
Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Isfahan University, Isfahan, Iran
Davood Nasr Esfahani
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Isfahan Branch (Khorasgan), Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Received: 1 Oct. 2024
Accepted: 23 Nov. 2024

The research is to develope financial management in sports organizations using artificial intelligence language models. The methodology of this research was qualitative. The data was collected through interviews with language models ChatGPT, Command-R, Claude, Google Gemini, Mistral, and LLaMA, and initial coding was done using AI TalkBot. Then, to validate the codes, researchers re-encoded the extracted codes and then analyzed them using a Charmaz constructivist approach. The validity and reliability of the research were confirmed using triangulation method, re-coding by a financial expert in sports, and Cohens Kappa coefficient. As a result, 240 initial codes were identified, which were reduced to 28 focused codes in later stages, and finally to 10 core codes.

The findings included financial health and accountability, improvement in disclosure in financial reports, operational budget planning, financial data analysis based on commitment, financial risk management, cash flow management, cost management and process improvement, human capital, investment and financial supporters, and the use of advanced financial technologies on blockchain platform. These axes are interconnected and each axis helps strengthen other axes. The proposed model contributes to improving transparency, accuracy in budget planning, and financial risk management in sports organizations, and implementing this model can lead to long-term financial sustainability and growth of sports organizations.

Key Words: Financial Data, Sports Board, Artificial Intelligence, Financial Performance and Big Language Models

A Model for Attracting and Retaining Sports Sponsors: A Qualitative Study Using Constructivist Grounded Theory Approach

Vajiheh Javani
Ph.D., Associate Professor in Sports Management, Department of Physical Education, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran
Naser Dokhtbagher
Ph.D. Student in Sports Management, Department of Physical Education, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran
Fereshteh Aghajani
Ph.D. Student in Sports Management, Department of Physical Education, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran
Farzin Pourghasem
Ph.D. in Sports Management, Department of Physical Education, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Received: 10 Jul. 2024
Accepted: 25 Sep. 2024

The research is to explain a comprehensive model for attracting and retaining sponsors in sports. It was applied in terms of purpose and qualitative in terms of the type of data collected, using the constructivist grounded theory method. The participants consisted of faculty members in sports management, economics, management, and managers of sports organizations. The snowball sampling method was used to employ and select participants, with data reaching theoretical saturation after 18 in-depth semi-structured interviews. The obtained data were analyzed using the grounded theory coding method with a constructivist approach. The research findings included factors influencing the attraction and retention of sponsors in sports (organizational-managerial factors, economic factors, sports factors, and media factors), the trends affecting the attraction and retention of sponsors in sports (technological-media trends, economic trends, socio-cultural trends, and international trends), barriers affecting the attraction and retention of sponsors in sports (human resource barriers, financial-economic barriers, cultural-social barriers, and infrastructural-technical barriers) and finally, strategies influencing the attraction and retention of sponsors in sports (marketing-economic strategies, attitudinal-supportive strategies, legal-media strategies, human-social strategies, and managerial-executive strategies).
The presented framework logically and systematically shows the relationship between factors, trends, barriers, and strategies, and can provide valuable guidance to sports officials for improving the situation of attracting and retaining sponsors.

Key Words: Attraction and Retention, Sponsors and Sports.

Areas of Financial Resources in Sports Organizations

Mohsen Esmaeili
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Sports Sciences Research Institute, Tehran, Iran
Mehdi Rasooli
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Sports Sciences Research Institute, Tehran, Iran
Tahmaseb Shirvani
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Faculty of Tourism, University of Tehran, Tehran, Iran
Mostafa Afshari
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Sports Sciences Research Institute, Tehran, Iran

Received: 16 Jun. 2023
Accepted: 13 Nov. 2023

The research is to investigate and identify the methods of providing financial resources for sports organizations (Case study: Sports boards of Tehran province). The research method was descriptive and survey. The statistical population included members of the board of directors of sports committees, managers and experts of the General Directorate of Sports and Youth in Tehran (N=150). Sampling was done in a stratified random manner (N=112). The data was collected using a researcher-made questionnaire whose validity was confirmed. After determining the normality of the data, exploratory and confirmatory factor analysis tests, structural equations and chi-square with SPSS and PLS software were used to analyze the data.

The results showed the adequacy of the samples to perform exploratory factor analysis and the six factors of sponsores, public, fans and stakeholders, advertise and media, facility, product and services and sports events as methods of attracting resources. In terms of the current situation, the methods of using sponsors and receiving credits from the General Directorate of Sports and Youth (public) were the most frequent. Currently, sports teams are using different methods to provide financial resources based on the conditions of their sports fields, and familiarization with the new methods proposed in the research is suggested.

Key Words: Income, Sponsors, Sports Products, Event and Capital.

Forecasting Economic Drivers of Iran's Sports Industry

Ali Reza Nasehi
Ph.D. Student in Sports Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran
Farshad Emami
Ph.D., Assistant Professor, Department of Sports Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran
Sajad Gholami Torkesaluye
Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Apadana Institute of Higher Education, Shiraz, Iran

Received: 29 May 2023
Accepted: 16 Oct. 2023

The research is to identify the economic drivers of the Iranian sports industry. It is practical in terms of purpose, and is a type of survey method. The statistical population who were selected based on purposive sampling was among all specialists and experts who had the necessary knowledge in the field of economics and sports marketing. Finally, 13 interviews were conducted with experts, and after conducting 11 interviews, the research reached theoretical saturation and no new information was obtained from the interviews. For collecting qualitative data, interviews with experts were conducted while for analyzing mutual effects, a researcher-made matrix questionnaire was used. For the first part of data processing, the Delphi technique was used and cross-analysis with Micmac software was used for the second part of the study. In data processing, the structural analysis method and the use of Mic Mac software were implemented.
The results determined that nine future makers and drivers have the most effects on the country's sports industry: the development of facilities and infrastructures, development and expansion of social networks, legal development, development of sports products export companies, development of human resources, scientific and research development, institutional, structural and ownership development, development of fans and the resulting income, media development. In conclusion, the sports industry can be developed through the cooperation of political institutions, more advertisements, and support and encouragement plans.

Key Words: Futurology, Delphi Technique, Facilities Development and Sports Marketing.

Effective Factors in Designing the Digital Transformation Model in Recreational-Sports Activities in Society

Arefeh Khajei Bafghi
Ph.D. Student in Sports Management, Department of Sports Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Ali Mohammad Safania
Ph.D., Professor in Sports Management, Department of Sports Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Mohsen Baqerian Farahabadi
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Department of Sports Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Seyyed Salahodin Naghshbandi
Ph.D., Associate Professor in Sports Management, Department of Sports Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

÷

Received: 29 Aug. 2023
Accepted: 25 Dec. 2023

Digital transformation has become a fundamental issue in today's society and has changed the general form of sports participation. Considering the importance of recreational sports, this type of development can play an important role in people's participation in these activities. The research is to identify and prioritize effective factors in designing a digital transformation model in recreational sports activities at the community level. The research was applied research, which was conducted with a mixed (qualitative-quantitative) approach, in the period from April 2022 to December 2022. Exploratory qualitative research method was carried out using Grounded theory and Glazer's approach. Quantitative research method of correlation type and using structural equations approach was carried out. The participants included 11 people who were selected from university professors, information technology specialists and activists in this field, using a targeted method. Then the factors were categorized and classified using open, central and selective coding. According to the prioritization done in this research, in the order of digital transformation processes with a weight of 0/360 in the first priority, basic infrastructure with a weight of 0/248 in the second priority, digital environment with a weight of 0/168 in the third priority, Facilitators were placed with a weight of 0/087.

It is suggested that according to the priority obtained for the design of the digital transformation model in recreational sports, the found processes should be reviewed and revised first. Then the necessary infrastructures for the development of digital transformation in recreational sports should be provided by the stakeholders.

Key Words: Recreational Sports, Digital Transformation and Sports-Recreational Participation.

A Constraints-Negotiations Model for Leisure Time with an Emphasis on Physical Activity

Elham Asadzadeh Sureh
Ph.D. Student in Sports Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran
Fararzam farzan
Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran
Mehrdad Moharramzadeh
Ph.D., Professor; Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

Received: 13 Sep. 2022
Accepted: 11 Mar. 2023

The research is to determine the indicators of obstacles and negotiations of leisure time with an emphasis on physical activity and presenting a desirable qualitative model. The research method was mixed (qualitative-quantitative). The community studied in the qualitative part of this research was made up of the staff managers of the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran and the heads of sports federations related to public sports. The snowball sampling method continued until theoretical saturation (17 interviews) was reached. Experts in the field of sports and experts in the field of youth of the general departments of sports and youth of the provinces of the country were the statistical population in the quantitative part of this research, whose approximate number was 186 people, who were selected in full due to the limited number of statistical samples.The qualitative data analysis process was carried out based on Strauss and Corbin's systematic model in three stages: primary coding, central coding and selective coding. At the end of the three stages of coding, the layers of the final research model are presented individually and schematically, and finally, the final research model was presented by combining these layers, and in the quantitative part of inferential statistics; Confirmatory factor analysis was used to check the validity of the questionnaire structure, structural equations were used to test the model, and Friedman's test was used to prioritize the factors.Based on the results, 100 concepts (codes) were extracted from the interviews, which were included in the subset of 21 components and finally formed the sub-branches of the foundation's data model with the Strauss and Corbin approach.
The results showed that the model is influenced by various factors. Therefore, when the mechanism of the effect of these factors is correctly identified and diagnosed, we can witness the reduction of restrictions on active sports leisure activities and the increase of participation in active sports leisure activities and the facilitation of negotiations.
Key Words: Leisure Time, Physical Activity, Public Sports, Restrictions and Negotiations

Impact of Coaching Leadership on Innovative Work Behavior with the Mediating Role of Public Service Motivation and Trust-Based Relationships in the Employees of the Ministry of Sports and Youth

Shahram Nazari
Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Farhangian University, Tehran, Iran
Siroos Hemmati
Master Degree in Sports Management, Non-Govermental University of Eyvanekey, Semnan, Iran
Javad Mohammadi
Ph.D. in Management of Sports Organizations and Events, Kish International Campus, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 27 Jul. 2023
Accepted: 7 Nov. 2023

The research is to investigate the impact of coaching leadership on innovative work behavior with the mediating role of public service motivation and trust-based relationships in the employees of the Ministry of Sports and Youth. The research method was descriptive in the category of applied research. The statistical population included all the employees of the Ministry of Sports and Youth (828 people). 260 people were selected by simple random as the sample size based on Morgan's table,. The tools used in the research were four standard questionnaires of trust-based relationships by Robbins (2003), coaching leadership by Nik Akhlaq et al. (1401), innovative work behavior by De Jong and Dan Hartog (2008) and public service motivation by Alonso and Lewis (2003). The content validity of the questionnaires was confirmed by 6 sports management professors and the reliability of these questionnaires was determined as 0/84, 0/87, 0.81, 0/79, and 0/85 respectively. For data analysis, Pearson's correlation coefficient test and structural equation model were used using Spss and Lisrel software. The results showed that coaching leadership has a direct effect of 0/33 on innovative work behavior. Public service motivation and trust-based relationships play a relative mediating role in the relationship between Coaching leadership and innovative work behavior with an impact factor of 0/18 and 0/17. Therefore, adhering to the principles of coach-oriented leadership such as confidentiality, respect for employees, honesty and sincere training; Paying attention to indicators of public service motivation such as: individual's desire for social service, desire to help citizens, prioritizing public interests over individual interests, public participation in organization evaluations is suggested.
Key Words: Coaching Leadership, Public Service Motivation and Innovative Work Behavior.

Investigating the Internal Relationships of Social Responsibility Dimensions of Sports Clubs in Iran by DEMATEL Method

Tayebeh Sadat Zargar
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Steven Rynee
Associate Professor, School of Human Movement and Nutrition Sciences, Faculty of Health and Behavioral Sciences,

Received: 2 Jan. 2022
Accepted: 15 May 2022

The study is to investigate the internal relationships between the dimensions of social responsibility of sports clubs in Iran with the DEMATEL method. Its method was mixed and its design was of the harmonization type. In the first part of this research, the content analysis method was used and in the quantitative part, the descriptive-survey method was used. The statistical population consisted of experts who were purposefully selected and based on theoretical saturation, the total number of participating experts was equal to 12 people. The data collection tools were interviews and questionnaires and qualitative section data were analyzed using coding and quantitative section data were analyzed using DEMATEL method. The findings showed that the dimensions of social responsibility of sports clubs include social, economic, transparency, cultural, moral, legal, benevolent, and environmental and knowledge responsibility. Also, moral responsibility had the most impact and interaction and knowledge responsibility had the least impact. Finally, it was found that cultural, transparency, economic and social responsibilities were of a variable causal role and moral, legal, environmental, benevolent and knowledge responsibilities had the role of a disabled variable. According to the findings, it is suggested to the responsible organizations to include the dimensions of responsibility identified in this research in the statutes of the relevant clubs and to define the responsibilities.

Key Words: Sports Clubs, Social Functions of Sport, Moral Responsibility and Social Responsibility.

A Model for Human Resource Empowerment Based on Virtual Education In the post-Covid19 Period for Iranian' Sports Organizations

Elika Saghafi
Ph.D. Student in Sports Management, Kish International Campus, University of Tehran, Tehran, Iran
Mohammad Pourkiani
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Faculty of Sport Sciences and Health, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
Mehrzad Hamidi
Ph.D., Professor in Sports Management, Faculty of Sport Sciences and Health, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 30 Jul. 2023
Accepted: 17 Sep. 2023

The research is to provide a human resources empowerment model based on virtual training in national sports organizations in post-corona conditions. The research method was qualitative with thematic analysis approach. The participants of the research included scientific experts (university) and executive experts (managers and experts) in the field of the research topic. The number of samples was selected according to the theoretical saturation of 14 people. Sampling was also done by a judgmental (targeted) method. The research tool was semi-exploratory interview (semi-directed) along with its supplementary library study. The validity of the instrument and the results of the research was evaluated and confirmed based on the content validity of the interview framework by expert researchers and the level of agreement between the two coders. The analysis of extracted concepts and recording of coding was done using Maxqdasoftware platform.

Based on the results, 84 conceptual codes extracted in 30 sub-themes, 11 main themes and 5 general categories were framed, five general categories in the order of effectiveness-effectiveness and the main themes of their sub-categories including background-situational factors (organizational challenges of the Corona era) comprehensive digital transformation, new requirements of job training), capacity-technical factors (information and communication technology capacity of organizations, organizational learning capability), process-functional factors (localization of virtual empowerment, implementation system efficiency, virtual job training capability) , individual-ability factors (employees' technological literacy, professional learning ability) and performance-consequence factors (human resource capability and organizational sustainability).

Based on the findings, it can be said that empowerment and job training in the virtual platform is also a multi-level process and function according to the research model, which requires attention to the background conditions and environmental situation, technical utilization of capacities and improvement of people's readiness to be able to provide strong human capital and stability of the organization.

Key Words: Virtual Empowerment, Career Training, Human Capital, Sports Institutions and Post-Corona Period.

Factors Affecting Strategic Alignment in Sports and Youth Departments

Seyyed Jalal Askari
Ph.D. Student in Sports Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran
Abbas Khodayari
Ph.D., Associate professor in Sports Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran
Seyyed Nemat Khalifeh
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Received: 24 Sep. 2022
Accepted: 29 Jan. 2023

The research is to identify the effective factors on strategic alignment in sports and youth departments. In terms of philosophy, the current research is interpretive type, in terms of approach, it is establishment type, in terms of strategy, it is of data theory based on Glazer's approach, in terms of research selection, it is qualitative research type, and in terms of time period, it is cross-sectional type, and in order to collect data, It has been used as an interview tool. The participants of the research were the staff managers of the Ministry of Sports and Youth as well as managers of sports and youth departments. Purposeful sampling method was used and sampling continued until the theoretical saturation limit was reached. Therefore, 18 interviews were conducted. In order to audit the research, the criteria of validity, transferability, reliability and verifiability were used, and in order to analyze the data, three overlapping processes of open coding, axial coding and theoretical coding were used. By adapting the text of all the interviews in the open coding stage, after combining the initial concepts, 56 final concepts were calculated and in the central coding stage, 13 sub-categories were calculated, which are in 4 main categories under the title of structural alignment, organizational capital, organizational capabilities and strategic management.
Based on the finding, it was determined that strategic alignment in sports and youth departments as an achievement or result is subject to various enablers and the networking of variables of structural alignment, organizational capital, organizational capabilities and strategic management to sports and youth departments in create the strategic alignment system helps.
Key Words: Sports and Youth Departments, Organizational Capital, Organizational Capabilities, Strategic Management, Strategic Alignment and Structural Alignment.

Ebrahim Safari Nodeh
Ph.D. Student in Sports Management, Department of Physical Education and Sports Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
Taher Bahlakeh
Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
Zynolabedin Fallah
Ph.D., Associate Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
Mohammad Ali Nodehi
Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Received: 29 Dec. 2022
Accepted: 24 Mar. 2023

The research is to design a model for employee withdrawal behaviors in sports organizations. The research method was based on a qualitative approach to the foundation's data method, which was conducted in terms of practical purpose and in terms of collecting information in the field. The statistical population included professors of sports management who had conducted research in the field of organizational behavior, as well as elected board managers. sports managers, managers of sports and youth departments and managers of sports federations who were of more than 5 years management experience and doctorate education and 20 people were selected by purposive or theoretical sampling method. The research tool was a semi-structured interview that continued until the theoretical saturation stage. Acceptability, transferability and verifiability methods were used for the validity and reliability of the research. For open, central and selective coding, the grounded theory qualitative approach was used. Based on the identified open codes, the central codes were formed and the theoretical model was developed with the help of selective coding, then the paradigm model was approved by the opinion of experts. The behavior pattern of employee withdrawal in sports organizations affected by individual, organizational, managerial and job-related factors and taking into account extraction strategies (support, psychological empowerment, planning and supervision) which are affected by background conditions (recruitment and employment) and intervention conditions (laws, human and environmental resources), can lead to personal and professional consequences for the employees of sports organizations.

Key Words: Organizational Rejection, Job burnout, Withdrawal in the Work Environment and Employee Withdrawal.

A Model for the Development of Community Happiness with the Mediating Role of Public Sports

Fatemeh Keyghobadi
Ph.D. Student in Sports Management, Department of Physical Education and Sports Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
Zynolabedin Fallah
Ph.D., Associate Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
Taher Bahlakeh
Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
Asra Askari
Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

Received: 10 Nov. 2024
Accepted: 1 Jan. 2025

The study is to develop a model for community happiness with the mediating role of public sports. The study method is a qualitative approach using the data-based method (Strauss and Corbin systematic model), which was conducted in the field in terms of fundamental purpose and data collection. The statistical population included the heads of sports boards and federations, public sports elites, athletes, managers of sports organizations, other experts in the field of sports development, psychologists and sociologists who were experts in the field of happiness at the national level and selected by snowball sampling (17 people). The qualitative approach of grounded theory (grounded theory) was used for open, axial and selective coding of data analysis and open coding was performed by analyzing the interviews. Based on the identified open codes, axial codes were formed and a theoretical model was developed with the help of selective coding, then the paradigmatic model was approved by experts. The model of community happiness with the mediating role of public sports, influenced by causal conditions (individual, managerial and environmental) and taking into account extractive strategies (motivational, educational and organizational) that are influenced by contextual conditions (infrastructure and facilities, cultural and laws and regulations) and intervening conditions (finance, health and lifestyle), can lead to psychological/behavioral and economic consequences.
According to the results, it is suggested that by creating and facilitating this model and the final development steps, all influential dimensions in participation can be achieved so that in the future, with the discretion of the authorities, it can be closer to the implementation conditions.

Key Words: Sports Activity, Lifestyle, Sports Culture and Enthusiasm.

Indicators for Development of Nowruz Games Brand in Iran (Case study: Women)

Mahdieh Heydari
Master Degree Student in Sports Management, Faculty of Sport Sciences, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran
Meysam Rahimizadeh
Ph.D., Assistant Professor, Department of Sport management, Faculty of Sport Sciences, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran
Abbas Nazarian Madavani
Ph.D., Assistant Professor, Department of Sport management, Faculty of Sport Sciences, Shahid Rajaee Teacher Training University, Tehran, Iran

Received: 16 May 2024
Accepted: 17 Sep. 2024

The study is to identify the factors affecting the branding of Nowruz Games in Iran, specifically for women. The research was conducted within an interpretive paradigm, employing a qualitative approach and a thematic analysis research strategy. The participants included university professors in sports and marketing management, and experts, and researchers in sports event management. 17 participants were selected through purposive sampling using the snowball technique and formed the expert panel for this study. The data were collected through in-depth and semi-structured interviews, and the open and axial coding processes were performed using MAXQDA software, version 2022. The hidden content analysis of the interviews revealed 213 initial propositions with a total frequency of 649 instances. Nine main themes were identified in order of importance: marketing strategies, cultural factors, technical and specialized factors, public relations and communication, event management, motivational factors, managerial factors, smart advertising, media, and the role of public and private sponsors. Women who perform well in these competitions can serve as an inspiration to other women in sports. Expanding the brand of these competitions will enhance the recognition of the abilities of Iranian female athletes. The Ministry of Sports and Youth can foster a more interactive culture by creating social platforms. Organizers of the Nowruz Games should consider the needs of women to provide an environment where they can actively participate and show their talents.

Key Words: Nowruz Games, Women's Sports, Branding, International Events.

A Model for Consequences of the Development of Traditional Games and Sports

Peyman Kakaveisi
Ph.D. Student in Sports Management, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran
Shahab Bahrami
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran
Hossein Eydi
Ph.D., Associate Professor in Sports Management, Razi University, Kermanshah, Iran

Received: 29 Jan.2022
Accepted: 7 Apr. 2022

The study is to design and test a model for the consequences of the development of traditional games and sports. The statistical population in the qualitative section was experts in the field of traditional sports and professors of sports management. In the qualitative section, purposive sampling and interviews with experts continued until information saturation, and 15 interviews were conducted with 15 experts. The statistical population of the research in the quantitative part included all managers and staff of the Ministry of Sports and Youth, provincial sports managers and managers of sports federations and boards, and professors of sports management. Considering that the statistical population was 1800 people based on the inquiry from the Ministry of Sports and Youth, in the quantitative section 288 people were selected as a sample by stratified random method. The data collection tool in the present study was a semi-structured interview and a researcher-made questionnaire. In order to analyze the data of the present study, coding in the qualitative part and structural equation method in the quantitative part were used. In the qualitative part of the research, it was found that the categories were extracted in the form of 29 concept codes and 6 main categories. In the quantitative part, it was found that all 6 main categories of research (sports, sporting events, mental and physical health, socio-cultural and economic) have a good fit and the use of very high capacities of local games and traditional sports. , Leads to many positive consequences.

Key Words: Indigenous Games, Traditional Sports, Sports Development and Sports Participation.

An Analysis of Interactive Relations between the Strategies of the Badminton Federation of the Islamic Republic of Iran in order to Win a Medal in the 2026 Asian Games in the Men's and Women's Divisions

Sina Bayat
Ph.D. Student in Sports Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran
Fariba Mohammadian
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran
Zahra Nobakht Ramazani
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Received: 1 Agu. 2023
Accepted: 2 Oct. 2023

The research is to analyze the interactive relationships between the strategies of the Badminton Federation of the Islamic Republic of Iran in order to win a medal in the 2026 Asian Games in the men's and women's divisions. The current research is one of the mixed researches that was conducted in the form of qualitative and quantitative methods and according to its application in sports environments, it is one of the practical researches. The statistical population included sports management experts and experts in the field of strategic planning, badminton experts of the country, referees, team managers, elite badminton athletes, badminton federation managers and heads of provincial badminton committees, who were selected by purposive sampling. The research collection tools included a semi-structured interview and a researcher-made questionnaire, and the validity and reliability of both tools were confirmed. In the quantitative analysis part of the research, Dimtel method was used. After completing the Delphi rounds, the remaining indicators were categorized into 10 dimensions and 36 sub-components. In the following, 10 components of organizational structure and organization, infrastructure and facilities, human resources, economic, communication, educational, talent search, sports events, badminton clubs and planning were used to carry out Dimtel method. With the relations, it was determined that the role of organizational structure and organizations, infrastructures and facilities, human, economic, communication, educational and planning resources in the emergence and formation of other factors in order to win a medal in the Asian Games 2026 in the women's and men's section of the Badminton Federation.

Key Words: Medal, Badminton Federation, Asian Games and Dimtel.

A Model for Development of Beach Soccer in Iran

Korosh Shoja Sangani
Ph.D. Student in Sports Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran
Mohammad Hami
Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran
Vahid Shojaei
Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran

Received: 11 Sep. 2022
Accepted: 4 Dec. 2022

The research is to provide a model for the development of beach soccer in Iran. The current research from the perspective of the paradigm was of the postmodern, with a qualitative approach, in terms of nature exploratory and in the field, based on strategy ground theory and in terms of purpose is a fundamental one. The data collection method was in-depth and semi-structured interviews. The statistical population was experts in the field of beach football and experienced professors with knowledge of sports management in the field of beach soccer, of which 12 people were considered as research samples in a non-probability, purposeful and snowball way. According to the results of the content analysis of the interviews conducted with research experts, 304 primary codes with a frequency of 492 was extracted. In the section of factors affecting the development of beach football, 9 main categories including: media, motivational, talent identification, social, Managerial factors, technical and specialized factors, the factor of human resources activities with a total frequency of 24, the infrastructure factor and economic factors were discovered and counted. In the strategies section, the categories of infrastructure strategies with a frequency of 7, motivational strategies with a frequency of 13, technical and specialized strategies with a frequency of 52, political strategies with a frequency of 5, cultural strategies with a total frequency of 2, educational strategies with a frequency of 23, management strategies with a frequency of 40 and supportive strategies with a frequency of 28 were discovered and counted. In the section of consequences of the development of beach soccer, motivational consequences with a frequency of 5, technical and specialized consequences with a frequency of 20, cultural consequences with a frequency of 7, social consequences with a frequency of 18 and ideal consequences with a frequency of 18 were extracted and counted.

KeyWords: Development, Beach Soccer, Human Resources, Infrastructural Strategies, Motivational Factor and Supportive Strategies.

Futures Study on the Key Drivers of the National Gymnastics Team Success in the 2028 Olympics

Mohammad Saman Yavari Rad
Ph.D. Student in sports management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
Korosh Veisi
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Department of Physical Education, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
Samira Aliabadi
Ph.D., Assistant Professor in Sports Management, Department of Physical Education, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

Received: 25 Dec. 2023
Accepted: 7 Feb. 2024

The Olympic Games is the most important international event for sports in Iran and all countries in the world. Therefor, this research is to identify the key drivers of the national gymnastics team success in the 2028 Olympic. It was mixed type (qualitative-quantitative) and its design was of sequential-exploratory type. The participants of research were the managers of the gymnastics federation, coaches and players of the national gymnastics team, and international gymnastics coaches and referees of the country. The sampling method was snowball and based on theoretical saturation, 16 people were selected. Interviews and questionnaires were used to collect data, and Lincoln and Guba (1985) criteria were used for its audit. In order to analyze the data the coding method, the fuzzy Delphi and the structural analysis method were used. By analyzing the interviews, 62 initial concepts were gathered into 38 final concepts. Then, by performing a fuzzy Delphi screening, 16 effective factors were identified and finally it was determined that talent acquisition and talent development, investment in women's sports, sports diplomacy of the gymnastics federation and the number of participants in the Olympic Games are four driving forces for the success of the national gymnastics team in the 2028 Olympics.
As a result, it is necessary to take into account their situation in designing the plans and actions of the national gymnastics team in the 2028 Olympics because any action and change on they will cause reactions and changes on other indicators.

Key Words: Future Study, Drivers, Success, Gymnastics and Olympic.

An Organizational Ambidexterity Model for the Ministry of Sports and Youth in Islamic Republic of Iran

Sajad Tayebi
Ph.D. Student in Sports Management, Faculty of Humanities, Yasouj Branch, Islamic Azad University, Yasouj, Iran
Jamshid Hemmati Moradabadi
Ph.D., Assistant Professor, Department of Sports Management, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Behbahan Branch, Behbahan, Iran
Vali Nozari
Ph.D., Assistant Professor, Department of Sports Management, Faculty of Humanities, Arsanjan Branch, Islamic Azad University, Arsanjan, Iran

Received: 15 Jan. 2022
Accepted: 1 May 2022

The study is to design an organizational ambidexterity model in the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran. This research was conducted by qualitative and quantitative mixed method. The statistical population in the qualitative section included all sports management experts in universities and the Sports and Youth Organization, and in the quantitative section included all employees of the Ministry of Sports and Youth (901 people) in 2020, in the qualitative section 15 people by sample method. Targeted sampling and in a quantitative part, 269 people were selected by stratified random sampling and entered the study. A semi-structured interview and a researcher-made questionnaire consisting of 14 categories and 42 items in a five-point Likert scale were used to collect the required data. The data were analyzed using Delphi technique and based on open and secondary coding through $SPSS_{22}$ and PLS_3 softwares.
The results showed that the two-power organization in the Ministry of Sports included two dimensions of exploratory innovation and exploitative innovation. Also, organizational ambiguity included 14 categories. On the other hand, the results showed that the model designed for organizational ambiguity in the Ministry of Sports and Youth had a good fit. Based on the results of the research, it can be said that the model developed based on the opinions of experts and knowledgeable people can have positive effects on the organizational duality of the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran.

Key Words: Model Design, Organizational Ambidexterity and Ministry of Sports and Youth.

Factors Affecting Strategic Alliances in the Development of Public Sports Based on the Data Theory of the Foundation

Behnam Asheghi
Ph.D. Student in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran
Mehr Ali Hemati Nezhad
Ph.D., Professor, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran
Rahim Ramezani Nezhad
Ph.D., Professor, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, University of Guilan, Rasht, Iran
Esmaeil Malek Akhlagh
Ph.D., Associate Professor, Department of Management, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran

Received: 24 Jul. 2024
Accepted: 6 Oct. 2024

The research is to investigate the factors affecting alliances and strategic agreements in the development of public sports and for this purpose, three main institutions in charge of sports and health (Ministry of Sports and Youth, Ministry of Education, and Organization of Municipalities) were investigated and analyzed. The research method was qualitative and based on the data theory of the foundation, and the analyzes were done based on Glaseri's method. The statistical population of the research included 315 documents and 16 people were experts in the field of public sports working in the above organizations and professors of sports management. The results included 50 conceptual categories and models of the strategic alliance for the development of public sports including drivers: 1- motivational/psychological including: encouragement and reward and motivation 2- management of volunteers including the presence of volunteers 3- infrastructure and facilities including the development of infrastructure, budget and facilities and processes: 1- Inter-organizational relations including: inter-organizational coordination, partnership of organizational resources and inter-organizational communication 2- Public relations including: media and publicity and information. Also, the result of the conceptual model of the strategic alliance for the development of public sports included the management alliance, the structural alliance, the operational alliance, the policy alliance, and the financial and facilities alliance.
The results showed that in order to achieve the development of public sports, all the institutions involved in this field should be united. act to witness an increase in the physical activity of people in the community through the development of public sports; Therefore, it is suggested that effective organizations in the development of sports cooperate with each other with full coordination in financial affairs, management to create infrastructure and public information to promote public sports.

Key Words: Strategic Alliance, Cooperation Strategy, Sports Development and Public Sports.

A Model for Inter-Organizational Coherence in the Implementation of the Policies of the National Olympic Committee

Mohsen Zarei
Ph.D. Student, Department of Sports Sciences, Yasuj Branch, Islamic Azad University, Yasuj, Iran
Vali Nozari
Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Arsanjan Branch, Islamic Azad University, Arsanjan, Iran
Seyyed Ehsan Amir Hosseini
Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Sciences, Yasuj Branch, Islamic Azad University, Yasuj, Iran

Received: 23 Jan. 2023
Accepted: 8 May 2023

The research is to present a model for inter-organizational coherence in the implementation of the policies of the National Olympic Committee. The research method was descriptive-survey and practical in terms of purpose. The research data was collected in the field and in a mixed (qualitative and quantitative) way. The statistical sample in the qualitative section was 18 Olympic sports experts (including veterans and former and current officials of federations and the National Olympic Committee) who were purposefully selected based on their expertise, experience, theoretical mastery, willingness and accessibility. In the quantitative part, the statistical population included the officials and experts of the National Olympic Committee of Iran and the officials of 28 Olympic Federations equal to 502 people, of which 217 people were selected randomly as a sample based on the table of Karjesi and Morgan. The research tool was a researcher-made questionnaire, including 43 indicators of inter-organizational cohesion in the National Olympic Committee and a structured self-interaction form, the validity of the questionnaire was confirmed by 10 sports management professors and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha test (α=0/89). In this research, interpretive structural modeling technique was used to level the components.

Based on the findings, in the dimensions of organizational integration, inter-organizational relations, inter-organizational coordination and joint responsibility, 43 effective indicators on inter-organizational cohesion in the implementation of Olympic sports policies were identified in the form of 14 components, and the research model showed the structuring of the components in seven levels. The components of organizational structure and system perspective were placed at the lowest level and interaction, alignment of activities and joint actions were placed at the first level of the model. Increasing meetings to strengthen the interaction between the National Olympic Committee and the federations and the active participation of the federations in important decisions will pave the way for achieving inter-organizational coherence in the implementation of Olympic sports policies.

Key Words: Inter-Organizational Coherence, Policy, National Olympic Committee, Integration and Inter-Organizational Coordination.

Second-Generation Organizational Model for the Ministry of Sports and Youth

Kamal Beidokht
Ph.D. Student in Sports Management, Department of Sports Management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
Mozhgan Khodamoradpour
Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
Mozaffar Yektayar
Ph.D., Associate Professor, Department of Sports Management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

Received: 9 Aug. 2024
Accepted: 9 Dec. 2024

The study is to present a second-generation organization model in the Ministry of Sports and Youth. This research was qualitative, employing a grounded theory systematic approach. The participants included IT and communication technology experts from the Ministry of Sports, university professors and experts in the fields of technology and knowledge management. Purposeful sampling was used and 15 interviews were conducted until theoretical saturation was reached. Data collection was done through semi-structured interviews. Strategies of credibility, transferability, dependability, and confirmability were used to ensure the validity and reliability of the results. Data analysis involved three stages: open coding, axial coding, and selective coding. From the data analysis, 100 final open codes and 20 subcategories emerged, leading to the theory that in the Ministry of Sports and Youth, second-generation organizations characterized by open innovation, intelligence, and self-organization are influenced by knowledge management, information ecology, and social changes (causal conditions). These can be implemented in the Ministry of Sports and Youth through strategies such as technical support, managerial support, infrastructure provision, cultural promotion, and education. It was also found that the outcomes of implementing second-generation organizations, which are simultaneously influenced by contextual conditions (groundwork, technological context) and intervening conditions (technical barriers, demographic characteristics, technology acceptance barriers), include facilitating communication and organizational cooperation, organizational agility, improved organizational outcomes, and enhanced organizational performance management.

Key Words: Information and Communication Technology, Organizational Changes, Web 2.0, Second-Generation Organization and Ministry of Sports and Youth.

Analysis of Factors Affecting the Sports Success of Countries as A Model for Shaping Sports Policy Making in the Islamic Republic of Iran

Mohammad Javad Ziya Estalkhzir
Ph.D. Student in Sports Management, University of Guilan, Rasht, Iran
Rahim Ramezaninejad
Ph.D., Professor in Sports Management, University of Guilan, Rasht, Iran
Shahram Shafiee
Ph.D., Associate Professor in Sports Management, University of Guilan, Rasht, Iran
Mehdi Hedayati Shahidani
Ph.D., Associate Professor in Political Sciences and International Relations, University of Guilan, Rasht, Iran

Received: 28 Aug. 2024
Accepted: 16 Oct. 2024

The sporting success of a country relies on the coordination of efforts and long-term plans, as well as the efficient use of resources and the continuous support of athletes, allowing the legitimacy of the governance system of governments. The research is to analyze the factors that influence the sporting success of countries in order to provide suggestions for achieving a strong Iranian. It is a kind of review and analysis study carried out using the library study method and authentic documents.
The results showed that international sports success can be analyzed using three systematic approaches, hierarchical levels of sports success and axes of success. In the first approach, three phases of input, process and results are introduced. In the hierarchical analysis, between macro-level variables, two indices for GDP and population are used; At the middle level, there was more emphasis on sports policies by governments and sports organizations, and at the micro level, there was more emphasis on talent development. Furthermore, the fluctuating performance of Iran's sports in international competitions shows that Iran's sports policy should be proportional to the various variables of the mentioned approaches; Therefore, it is suggested that the country's sports policymakers, while paying attention to several factors such as governance focused on medal-winning sports, identify the various variables of each approach in specific sports and continuously monitor the management of this set of factors.

Key Words: Sports Development, Sports Governance, Olympic Games, Strong Iran and Success-Oriented Success.

A Model for the Development of Application of Scientific Research Achievements with Emphasis on Sports and Youth

Mehri Safarnezhad
Ph.D. Student, Department of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
Abolfazl Farahani
Ph.D., Professor, Department of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
Ali Mohammad Safania
Ph.D., Professor, Department of Sports Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Hamid Ghasemi
Ph.D., Professor, Department of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

Received: 1 Feb. 2022
Accepted: 15 May 2022

The study is to presenting a model for the development of application of scientific research achievements with emphasis on sports and youth. The research instrument was semi-structured interviews whose validity was confirmed and its reliability was calculated by Piecaste criterion of 0/94. In the test section of the research model from the point of view of stakeholders, the study was conducted quantitatively through a researcher-made questionnaire extracted from a qualitative model and using structural equation statistical software. The findings of the research according to the stages of research, the findings of documentary studies and findings of interviews were combined in the form of data theorizing method with the approach of Strauss and Corbin (1998). The mentioned data were identified in the form of 4 axes, 62 categories, 189 concepts and 238 open source (items) and in the heart of the 6 dimensions of the paradigm model as causal causes; The main and central category; Strategies in: at level 1 (operational management strategies with 4 categories), at level 2 (intermediate management strategies with 6 categories) and at level 3 (macro management strategies with 3 Category); Background conditions; Intervenor conditions.
Finally, a series of library and research studies showed that according to causal conditions, in the main and central phenomenon of the development of the application of sports research, strategies at individual, intermediate and macro levels, in contextual conditions, intervening or mediating conditions and consequences in Presenting the application model of sports research, managers and policy makers of sports organizations can use the categories (dimensions), independent concepts and items of each section to present the proposed model to further develop the application of sports research.

Key Words: Model, Application of Research, Sports and Youth.

Young Girls' Perceptions of Divorce

Mahmoud Mohammadi
Ph.D., Assistant Professor, Department of Social Sciences Education, Farhangian University, Tehran, Iran

Received: 28 Jul. 2023
Accepted: 27 Sep. 2023

Today, divorce is one of the most important threats to the family system. Several studies show that the attitude towards divorce among women and young people is changing. The change in women's attitude towards divorce has led to an increase in divorce in recent years in Iranian society. This article examines the perceptions and opinions of Farhangian University female students about divorce. The research method is qualitative with a phenomenological approach. The investigated samples are 31 female students of Farhangian University. The statements of the students about divorce were categorized into four themes allowed in Islam, liberation and salvation, logical solution ,and prevention of harm.
The research results showed that there have been significant changes in students' perceptions of divorce. They believe that divorce is allowed in Islam. The studied examples consider divorce to be a way to get rid of the problems of family life. According to them, divorce can be the last logical solution. Finally, students think that divorce and separation prevent more damage to couples and their children.

Key Words: Divorce, Perception, Students and Phenomenology.

Childbearing Tendency and Related Factors among Married Youth in Chaharmahal and Bakhtiari Province

Zabihollah Kaveh Farsani
Ph.D., Associate Professor, Department of Counseling, Faculty of Literature and Humanities, Shahrekord University, Shahrekord, Iran
Pouran Raeissi
Master Degree in Counseling, Faculty of Literature and Humanities, Shahrekord University, Shahrekord, Iran

Received: 19 May 2023
Accepted: 14 Aug. 2023

The research is to investigate childbearing tendency and related factors among married youth in chaharmahal and bakhtiari province. The research design was correlational based on structural equations. The statistical population consisted of all married young people (men and women) aged 18 to 40 living in Chaharmahal and Bakhtiari province in 2023. The sample consisted of 803 married young people selected according to cluster sampling method in 6 centers of the city (Shahrkord, Borujen, Farsan, Lordegan, Kiar, and Saman) and answered the questionnaire of The components affecting childbearing intention by Nakhaee & Khajeh (2022). The data was analyzed through Pearson correlation and structural equations using SPSS23 and SEM-PLS softwares.
The results showed that 67% (538 people) of the present research sample had childbearing tendency. Also, education, age, type of residence, increasing the duration of marriage of young people, Ideal number of children, subjective norm including the persuasion of parents, friends and relatives and perceived control including economic factors, health and working and educational conditions can have an impact on the attitude towards childbearing tendency. The results obtained and in the analysis of structural equations of these results can be seen quite objectively that a factor such as childbearing can not be considered affected by a particular factor, but have a very complex multifactorial effect that should not be simply ignored, because this is the future. It may endanger the life of the population and create other social issues and endanger the society, and the only factor that can bring all the factors within it and organize it in order to solve the relevant issues can be a factor such as policy-making.

Key Words: Childbearing Tendency, Married Young People and Chaharmahal and Bakhtiari.

Relationship between Social Capital and Political Participation (Study Case: Shiraz Sports Youth)

Seyyed Samad Beheshti
Ph.D., Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Literature and Humanities, Yasuj University, Yasuj, Iran
Hamid Sedaghat
Ph.D. in social issues, Faculty of Literature and Humanities, Yasuj University, Yasuj, Iran
Hamideh Dehghani
Ph.D. in social issues, Faculty of Literature and Humanities, Yasuj University, Yasuj, Iran

Received: 4 Jan. 2024
Accepted: 9 Mar. 2024

The study is to investigate the relationship between social capital and political participation of youth.This study was conducted with a quantitative approach and a survey method and the data was collected using a questionnaire. The statistical population included young people aged 18-29 living in Shiraz. The sample size was 400 young athletes from Shiraz city. After collecting the questionnaires, the necessary information was analyzed with SPSS and Amos software.

The findings showed that there was a significant relationship between the dimensions of social capital (institutional trust, social trust, social and cultural participation, social relations, support of friends and family, social norms) and youth political participation.

Aleo, there was a direct and significant relationship between social capital and social participation. This means that the more people have social capital; They have also more political participation. But this relationship between all dimensions of social capital and political participation is not established equally. This means that social connection, support and social cohesion have a direct effect on political participation, but there is no direct relationship between the dimensions of trust (individual, social, institutional), between social trust and political participation. Rather, social trust has indirectly had an effect on increasing participation. Also, there is no significant relationship between the two dimensions of social norm and political participation

Key Words: Social Capital, Political Participation, Shiraz and Youth.

Tendency of Young People in Hamadan Province to Marry with An Approach to Attitudinal (Cognitive and Intellectual Maturity), Value, Psychological (Emotional) and Lifestyle Bases

Hassan Qarabaghi
Ph.D., Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Malayer University, Malayer, Iran

Seyyed Morteza Honarmand
Ph.D., Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Faculty of Literature and Human Sciences, Malayer University, Malayer, Iran

Mohammad Atlekhani
Ph.D., Assistant Professor, Department of Statistics and Applications, Faculty of Mathematical Sciences and Statistics, Malayer University, Malayer, Iran

Kyomarth Qeysari Gudarzi
Ph.D., Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Malayer University, Malayer, Iran

Received: 19 May 2023
Accepted: 13 Aug. 2023

The research is to investigating the tendency of young people in Hamadan province to marry with an approach to attitudinal (cognitive and intellectual maturity), value, psychological (emotional) and lifestyle bases. The statistical population consisted of all people aged 18 to 35 in Hamadan province. The measuring instrument was a researcher-made questionnaire with a Likert scale.

The findings showed: 1. 80.4% of young people have an average tendency to marry. 2. There is no significant difference between men and women in the tendency to marry. 3. From the point of view of the respondents, intellectual maturity is considered as one of the obstacles with medium to low importance, and the effect of intellectual maturity on the degree of tendency to marry is considered more important for boys than for girls. 4. From the point of view of the respondents (57% and above), the moral conditions of the society are considered to be of medium to high importance and the effect of the moral conditions of the society on the tendency to marry is considered more important for boys than for girls. 5. The youth of Hamadan province have an optimistic attitude towards marriage, and boys have more optimistic views about marriage than girls, and instead, girls are more realistic than boys in this matter. 6. As the tendency to get married increases, the belief that the promotion of the western lifestyle is a bigger obstacle increases.

Key Words: Youth, Marriage and Lifestyle.

Lived Experience of the Opportunities and Challenges of Student Marriage (A Study on Birjand University Students)

Zahra Ghavami Rad
Head of the Sisters Branch of the Representative Body of the Supreme Leader in Birjand University. Birjand, Iran

Mahdi Norouzi
Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Shiism, University of Religions and Denominations, Qom, Iran

Khaironnesa ramazanzade
Ph.D., Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Education and Psychology, Birjand University, Birjand, Iran

Zahra Masanani
Birjand University employee. Birjand, Iran

Received: 24 Sep. 2023
Accepted: 17 Apr. 2024

Students are the constructive force of the society and the construction, progress and excellence of the society depends on the efforts of this segment of the society. Therefore, the efforts should be made to solve their mental concerns and problems. One of the concerns of students is finding a life partner which in recent years, the leadership body in universities has provided the field for student marriage. This research is to examine the opportunities and challenges of such marriages. The current research is a qualitative phenomenological study in which 31 students were selected from Birjand universities through purposive sampling. Claysey's descriptive method was used to analyze the findings.

The findings included 4 main themes: description of experiences, underlying factors, challenges and facilitating factors in student marriage. Each of these main themes were divided into several sub-themes. The findings showed that student marriage, despite the sweets and useful experiences, is accompanied by challenges such as the opposition and strictness of families, lack of conditions, lack of support from the university, financial and job problems, cultural differences, etc. Studentship and the success of these marriages require providing facilitators and solving challenges, including student loans for married students, supporting families and providing conditions.

Key Words: Opportunity, Challenge, Student Marriage and Phenomenology.

Forecasting Economic Drivers of Iran's Sports Industry 32
Ali Reza Nasehi / Farshad Emami / Sajad Gholami Torkesaluye
.....

Areas of Financial Resources in Sports Organizations 33
Mohsen Esmaeili / Mehdi Rasooli / Tahmaseb Shirvani / Mostafa Afshari
.....

A Model for Attracting and Retaining Sports Sponsors: A Qualitative Study Using Constructivist Grounded Theory Approach 34
Vajiheh Javani / Naser Dokhtbagher / Fereshteh Aghajani / Farzin Pourghasem
.....

Pattern of Financial Management Development in Sports Board Using Artificial Intelligence Language Models 35
Mehran Haghparast / Mohammad Sultan Hosseini / Davood Nasr Esfahani
.....

A Model for Improving Preparation, Exploration and Exploitation of Technology using the Capacities of Digital Transformation and Electronic Preparation in Knowledge-Based Sports Businesses 36
Ahmad Karimipour / Mehdi kohandel / Hossein Abdolmaleki / Seyyed Nemat Khalifeh
.....

Analysis of the Relationship between Sales Indicators and Web Marketing Promotion; Iran and Spain Football Clubs 37
Somayeh Hosseini / Ghasem Rahimi Sarshabadarani / Rasool Nazari
.....

A Model for Development of Beach Soccer in Iran 20
Korosh Shoja Sangani / Mohammad Hami / Vahid Shojaei

An Analysis of Interactive Relations between the Strategies of the Badminton Federation of the Islamic Republic of Iran in order to Win a Medal in the 2026 Asian Games in the Men's and Women's Divisions 21
Sina Bayat / Fariba Mohammadian / Zahra Nobakht Ramazani

A Model for Consequences of the Development of Traditional Games and Sports 22
Peyman Kakaveisi / Shahab Bahrami / Hossein Eydi

Indicators for Development of Nowruz Games Brand in Iran (Case study: Women) 23
Mahdieh Heydari / Meysam Rahimizadeh / Abbas Nazarian Madavani

A Model for the Development of Community Happiness with the Mediating Role of Public Sports 24
Fatemeh Keyghobadi / Zynolabedin Fallah / Taher Bahlakeh / Asra Askari

A Model for Employee Withdrawal Behaviors in Sports Organizations 25
Ebrahim Safari Nodeh / Taher Bahlakeh / Zynolabedin Fallah / Mohammad Ali Nodehi

Factors Affecting Strategic Alignment in Sports and Youth Departments 26
Seyyed Jalal Askari / Abbas Khodayari / Seyyed Nemat Khalifeh

A Model for Human Resource Empowerment Based on Virtual Education In the post-Covid19 Period for Iranian' Sports Organizations 27
Elika Saghafi / Mohammad Pourkiani / Mehrzad Hamidi

Investigating the Internal Relationships of Social Responsibility Dimensions of Sports Clubs in Iran by DEMATEL Method 28
Tayebeh Sadat Zargar / Steven Rynee

Impact of Coaching Leadership on Innovative Work Behavior with the Mediating Role of Public Service Motivation and Trust-Based Relationships in the Employees of the Ministry of Sports and Youth 29
hahram Nazari / Siroos Hemmati / Javad Mohammadi

A Constraints-Negotiations Model for Leisure Time with an Emphasis on Physical Activity 30
Elham Asadzadeh Sureh / Fararzam farzan / Mehrdad Moharramzadeh

Effective Factors in Designing the Digital Transformation Model in Recreational-Sports Activities in Society 31
Arefeh Khajei Bafghi / Ali Mohammad Safania / Mohsen Baqerian Farahabadi / Seyyed Salahodin Naghshbandi

CONTENTS

Lived Experience of the Opportunities and Challenges of Student Marriage (A Study on Birjand University Students) 8
Zahra Ghavami Rad / Mahdi Norouzi / Khaironnesa ramazanzadeh / Zahra Masanani

Tendency of Young People in Hamadan Province to Marry with An Approach to Attitudinal (Cognitive and Intellectual Maturity), Value, Psychological (Emotional) and Lifestyle Bases 9
Hassan Qarabaghi / Seyyed Morteza Honarmand / Mohammad Atlekhani / Kyomarth Qeysari Gudarzi

Relationship between Social Capital and Political Participation (Study Case: Shiraz Sports Youth) 10
Seyyed Samad Beheshti / Hamid Sedaghat / Hamideh Dehghani

Childbearing Tendency and Related Factors among Married Youth in Chaharmahal and Bakhtiari Province 11
Zabihollah Kaveh Farsani / Pouran Raeissi

Young Girls' Perceptions of Divorce 12
Mahmoud Mohammadi

A Model for the Development of Application of Scientific Research Achievements with Emphasis on Sports and Youth 13
Mehri Safarnezhad / Abolfazl Farahani / Ali Mohammad Safania / Hamid Ghasemi

Analysis of Factors Affecting the Sports Success of Countries as A Model for Shaping Sports Policy Making in the Islamic Republic of Iran 14
Mohammad Javad Ziya Estalkhzir / Rahim Ramezaninejad / Shahram Shafiee / Mehdi Hedayati Shahidani

Second-Generation Organizational Model for the Ministry of Sports and Youth 15
Kamal Beidokht / Mozhgan Khodamoradpour / Mozaffar Yektayar

A Model for Inter-Organizational Coherence in the Implementation of the Policies of the National Olympic Committee 16
Mohsen Zarei / Vali Nozari / Seyyed Ehsan Amir Hosseini

Factors Affecting Strategic Alliances in the Development of Public Sports Based on the Data Theory of the Foundation 17
Behnam Asheghi / Mehr Ali Hemati Nezhad / Rahim Ramezani Nezhad / Esmaeil Malek Akhlagh

An Organizational Ambidexterity Model for the Ministry of Sports and Youth in Islamic Republic of Iran 18
Sajad Tayebi / Jamshid Hemmati Moradabadi / Vali Nozari

Futures Study on the Key Drivers of the National Gymnastics Team Success in the 2028 Olympics 19
Mohammad Saman Yavari Rad / Korosh Veisi / Samira Aliabadi

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

Gholam Reza Shabani Bahar

Professor in Physical Education (Management and Planning) Management and Planning in Physical Education Department Physical Education and Sports 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 Sports Sciences Allameh Tabatabai University

Kourosh Fathi Vajargah

Professor in Educational Planning Higher Education Department Faculty of Education and Psychology Shahid Beheshti University

Reza Gharakhanlou

Professor in Physical Education (Sports 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

Professor in Physical Education (Sports Physiology) Sports Physiology Department Faculty of Physical Education and Sports Sciences University of Tehran

Rasool Norouzi Seyyed Hosseini

Associate Professor in Sports Management Physical Education Department Faculty of Humanities Tarbiat Modares University

QUARTERLY OF STRATEGIC STUDIES ON YOUTH AND SPORTS

• No.67. • Spring 2025 •

• E-ISSN: 2821-1286 •

• P-ISSN: 2821-1278 •

• Concessionaire: Ministry of Sports and Youth •

• Director: Amir Hossein Vaezi •

• Editor-in-Chief: Rasool Norouzi Seyyed Hosseini•

• Office Manager: Zahra Kamalian •

• Layout: Saeid Givari •

MINISTRY OF SPORTS AND YOUTH

STRATEGIC STUDIES AND RESEARCHES CENTER

• Add: No.4. Shahid Soltani St. Nelson Mandella Blvd. Tehran, Iran •

• Tel: +98(21)22662369 •

• Fax: +98(21)22662260 •

• http://faslname.msy.gov.ir •

In the Name of Allah,
the Compassionate,
the Merciful