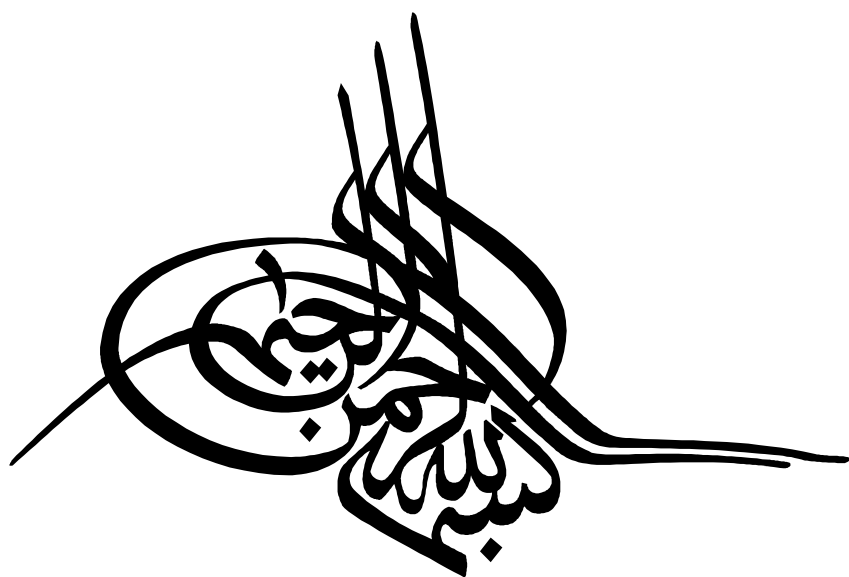




مطالعات مدیریت ورزشی

سال نهم، شماره پانزدهم

نشریه علمی - پژوهشی

این نشریه بر اساس گواهی کتابخانه منطقه‌ای علوم و فناوری به شماره ۱۶۵۶/م.د مورخ ۸۶/۷/۱۸ در مرکز استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه‌سازی گردیده است. همچنین به گواهی نامه شماره ۱/۲۲۱۴۰.ت مورخ ۸۸/۱۲/۱۲ این نشریه در مرکز استنادی علوم جهان اسلام موفق به اخذ ضریب تأثیر (IF) شده است.

پاییز ۱۳۹۱
قیمت ۲۵۰۰ تومان

فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی

- مدیرمسئول : دکتر مهدی طالب پور
- سردبیر : دکتر ابوالفضل فراهانی
- مدیر داخلی: محبوبه ایران پاک
- صفحه آرا: زهرا نوری
- هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا)
- دکتر حسن اسدی (دانشیار دانشگاه تهران - مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی و علوم ورزشی)
- دکتر فرشاد تجاری (دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز - مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی و علوم ورزشی)
- دکتر رحیم رضائی نژاد (دانشیار دانشگاه گیلان - مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی و علوم ورزشی)
- دکتر میرحسن سیدعامری (دانشیار دانشگاه ارومیه - مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی و علوم ورزشی)
- دکتر غلامرضا شعبانی بهار (دانشیار دانشگاه بوعلی سینا همدان - مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی و علوم ورزشی)
- دکتر سعید صادقی بروجردی (دانشیار دانشگاه کردستان - مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی و علوم ورزشی)
- دکتر ابوالفضل فراهانی (استاد دانشگاه پیام نور تهران - مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی و علوم ورزشی)
- دکتر محمود گودرزی (استاد دانشگاه تهران - مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی و علوم ورزشی)
- شماره استاندارد بین المللی : ۷۳۱۴-۱۷۳۵
- شماره پیاپی: ۱۵- پاییز ۱۳۹۱
- شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
- نشانی: مشهد، وکیل آباد ۵۴، نبش بلوار لادن، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی
- - کد پستی: ۹۱۷۹۸۹۵۵۱۸
- تلفن: ۰۵۱۱-۵۰۲۸۸۴۰-۴۲ دورنگار: ۵۰۱۴۲۴۹
- نشانی پست الکترونیک: journal@ssrc.ac.ir
- سایت پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی: www.ssrc.ac.ir

اسامی مشاوران علمی این شماره (به ترتیب حروف الفباء)

دکتر حسین پورسلطانی زرنندی

دکتر فرشاد تجاری

دکتر فریدون تندنویس

دکتر مجیدجلالی فراهانی

دکتر محمد خبیری

دکتر میر حسن سید عامری

دکتر غلامرضا شعبانی بهار

دکتر سعید صادقی بروجردی

دکتر ناهید طالبی

دکتر فریبا عسکریان

دکتر ابوالفضل فراهانی

دکتر حمید قاسمی قاسمی

دکتر لقمان کشاورز

دکتر محمد کشتی دار

دکتر محمود گودرزی

دکتر فریده هادوی هادوی

دکتر مهرعلی همتی نژاد

دکتر حبیب هنری

راهنمای تهیه مقاله فصلنامه علمی - پژوهشی

«مطالعات مدیریت ورزشی»

نشریه پژوهش در علوم ورزشی به صورت فصلنامه با امتیاز علمی - پژوهشی با درجه ISC و با ضریب IF در چهار گرایش تخصصی مدیریت ورزشی، فیزیولوژی ورزشی، رفتار حرکتی و طب ورزشی به زبان فارسی منتشر می‌گردد. در این نشریه مقالاتی چاپ می‌شود که نتایج پژوهش‌های بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای در حوزه‌های مختلف علوم ورزشی در آن گنجانده شده باشد. خواهشمند است دستورالعمل زیر را مطالعه کنید و بر اساس آن اقدام به ارسال مقاله نمایید. لازم به توضیح است که مقالات دریافتی از طریق سایت پژوهشگاه در مرحله اول و قبل از ارسال به داوری از نظر رعایت دستورالعمل زیر مورد بررسی قرار خواهد گرفت و در صورت مشاهده عدم رعایت دستورالعمل، مقاله برای داوری ارسال نخواهد شد.

۱. اصول کلی

نوع مقالات پذیرفته شده

۱.۱ - مقاله ارسالی از نوع مقالات اصیل (Original Article) باشد.

۱.۲ - دستورالعمل ارسال مقالات:

ورود و ارسال مقالات از طریق سایت پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی www.ssrc.ac.ir به صورتی که شرح داده شده است، ارسال شود.

۱.۳ - آئین نگارش زبان فارسی به طور کامل رعایت شود و از به کار بردن واژه‌های خارجی که معادل‌های دقیق و رسایی در زبان فارسی ندارند، خودداری شود.

۱.۴ - مطالب مقاله به صورت یک ستونی و یک خط در میان با رعایت حاشیه لازم (حداقل ۲ سانتی‌متر) تایپ و همه صفحات شماره‌گذاری شوند.

۲. نحوه تنظیم مقالات

۱ - صفحه اول شامل: عنوان مقاله، نام و نام خانوادگی نویسندگان همراه با درجه علمی و محل اشتغال آنها، مؤسسه ناظر، حامیان مالی و محل انجام پژوهش باشد.

۲ - صفحه دوم و سوم به ترتیب شامل عنوان، چکیده فارسی و عنوان و چکیده انگلیسی به همراه کلید واژه‌های مرتبط باشد.

۳ - عنوان مقاله با در نظر گرفتن فواصل بین کلمات نباید از ۶۰ حرف تجاوز کند.

۴ - چکیده مقاله حداکثر ۲۵۰ کلمه و در متن آن هدف، روش‌ها، یافته‌ها و نتیجه‌گیری ذکر شده باشد.

۵- تعداد صفحات مقاله با فونت ۱۳ B-NAZANIN نباید از ۱۵ صفحه تجاوز کند.

اصل مقاله شامل موارد زیر می باشد:

مقدمه: بیان مسئله و هدف از اجرای تحقیق با مروری بر مطالعات گذشته

روش پژوهش: شرح دقیق طرح پژوهش، جامعه و نمونه آماری، مواد و روش های اندازه گیری و روش های آماری

یافته ها (نتایج): شرح کامل یافته های پژوهش

بحث: شرح نکات مهم یافته ها و مقایسه آن با یافته های حاصل از مطالعات دیگر و توجیه و تفسیر موارد مشترک و مورد اختلاف، و بیان کاربرد احتمالی یافته ها و در نهایت نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات حاصل از یافته های پژوهش

دستورالعمل نوشتن متن مقاله و منابع:

تعداد منابع فارسی و لاتین بیش از ۲۵ شماره نباشد.

در داخل متن هر جا نیاز به استفاده از پرانتز می باشد، باید بین حرف آخر کلمه و پرانتز فاصله باشد و پرانتز نباید به کلمه بچسبد؛ مثلاً: بررسی انجام شده توسط اشمیت (۲۰۰۴) نشان داد ... زمانی که در داخل پرانتز های استفاده شده برای نوشتن منابع (در داخل متن)، بیش از دو منبع قرار می گیرد، منابع باید از کوچک به بزرگ و از سمت چپ به راست نوشته شوند و با حرف کا ما از یکدیگر جدا شوند. مثلاً: (۵، ۱، ۳)

اگر منابع داخل پرانتز بیش از دو مورد است و پشت سر هم قرار دارند، به جای نوشتن همه آنها، بین منبع اول و آخر یک خط تیره قرار داده شود:

مثلاً به جای (۴، ۱، ۲، ۳) نوشته شود (۴-۱).

منابع می بایست به ترتیب ظهور در متن مقاله باشد.

نحوه نگارش منابع مورد استفاده

منابعی که در متن مورد استفاده قرار می گیرند باید به صورت زیر معرفی شوند:

۱-مقاله فارسی: نام خانوادگی و نام نویسنده (نویسندگان)، سال انتشار، عنوان مقاله، نام مجله، شماره مجله، شماره صفحه.

کریمی، حسین، ۱۳۸۹، اثر تمرینات مقاومتی همراه با مصرف مکمل کراتین بر حجم و توده عضلانی ورزشکاران زن شناگر، پژوهش در علوم ورزشی (۱۰): ۳۸-۲۲.

مقاله لاتین:

Cohen, s., Tyrrell, D.A., Smith, A.P. (1991). Psychological stress and susceptibility to the common cold. New England JOURNAL OF MEDICINE, 325:606-12.

۲- کتاب فارسی: نام خانوادگی و نام نویسنده (نویسندگان)، سال انتشار، عنوان کتاب، نام و نام خانوادگی مترجم/ مترجمان (در صورت ترجمه بودن کتاب)، شماره چاپ، شهر محل چاپ، ناشر، شماره صفحه.

مثال تألیفی فارسی: کاشف، میرمحمد (۱۳۸۸). «مدیریت اماکن و فضاهای ورزشی». چاپ اول، تهران: بامدادکتاب.

مثال لاتین:

Rowland, Thomas. (1996). Development exercise physiology. Champigan. Human kineticts. pp:172-175.

۳- مقاله (از شبکه اینترنت یا اطلاعات موجود در لوح‌های فشرده): نام خانوادگی و نام نویسنده (نویسندگان)، سال نشر، عنوان مطلب، تاریخ دریافت، نشانی اینترنتی یا نام لوح فشرده

۴- پایان‌نامه و گزارش‌های پژوهشی: نام خانوادگی و نام مجری (مجریان)، سال نشر، عنوان پایان‌نامه، رساله یا پژوهش، ذکر واژه پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، رساله دکتری یا گزارش پژوهشی، محل ارائه گزارش

۵- عکس‌ها، نمودارها و جدول‌های مربوط به مقاله همراه شرح آنها در محل اصلی مقاله اصلی مقاله آورده شوند و شماره‌گذاری گردند.

نکات اداری و تعهدی:

۱- هیئت تحریریه نشریه در قبول یا رد و یا ویرایش مقاله (با تأیید مؤلف) آزاد است.

۲- مقالات منتشر شده نباید قبلاً در هیچ نشریه داخلی و یا خارجی چاپ شده باشد. در صورت مشاهده این موضوع مقاله از فرآیند داوری این نشریه حذف خواهد شد و ضمن انعکاس عدم تعهد نویسنده به سایر نشریات علمی کشور، مدیریت نشریه، مقالات دیگر آن نویسنده را مورد بررسی قرار نخواهد داد.

۳- ارائه‌دهنده مقاله تعهد کند تا زمانی که جواب نهایی (پذیرش یا رد) مقاله خود را دریافت نکرده باشد، مقالات خود را به نشریات داخلی و خارجی دیگر ارسال نکند.

۴- مسئولیت مطالب مندرج در مقاله به عهده نویسنده‌گان است.

۵- استفاده از مندرجات نشریه با ذکر کامل مأخذ آزاد است.

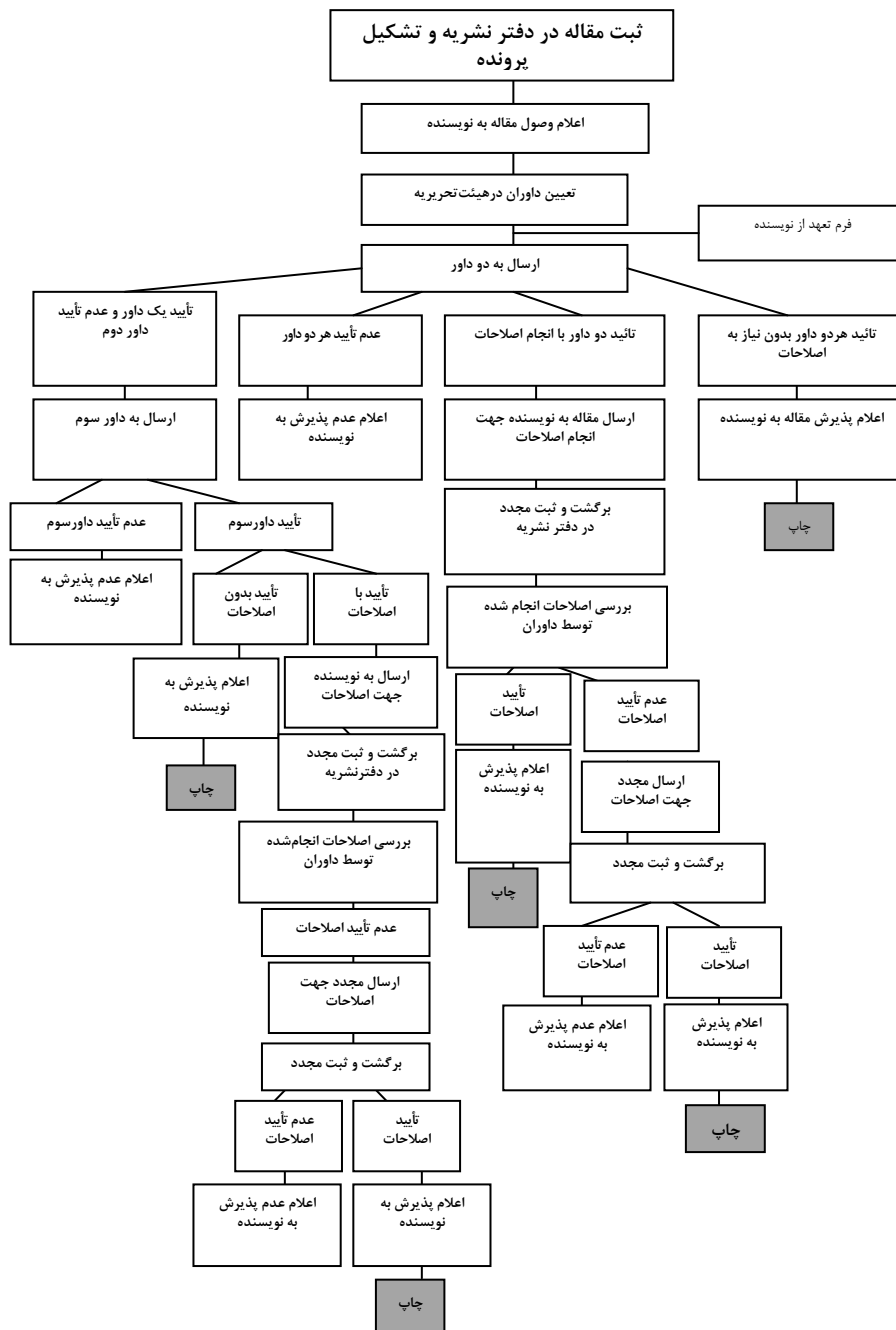
در پایان، از نویسنده محترم درخواست می‌شود ضمن مطالعه مندرجات این راهنما و مشاهده نمونه مقالات چاپ شده در جدیدترین شماره نشریه، مقاله خود را تنظیم، و به دفتر نشریه ارسال کند.

نشانی: مشهد-کیل آباد ۵۴- نبش بلوار لادن- پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری- دفتر نشریه

کدپستی: ۹۱۷۹۸۹۵۵۱۸ تلفن: ۲-۵۰۲۸۸۴۰-۵۱۱-۰۱۴۲۴۹ دورنگار:

پست الکترونیکی: info@ssrc.ac.ir

فرایند چاپ مقاله در نشریه علمی - پژوهشی، مطالعات مدیریت ورزشی



فهرست مطالب

عنوان	صفحه
• تحلیل سوات تگواندو ایران محمد خیبری، ژاله معماری	۱۳
• بررسی قابلیت تصمیم‌گیری دانشجویان تربیت بدنی در وضعیت‌های دشوار اخلاقی دکتر محمد علی قره، رضا شجیع	۳۱
• تعیین و اولویت‌بندی عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌هایی ورزشی با روش AHP دنیا پاداش، محمد سلطان حسینی، محمد خیبری، سعید فتحی	۴۷
• ارتباط مؤلفه‌های پنج‌گانه هوش عاطفی و راهبردهای مدیریت تعارض در میان مدیران ادارات تربیت بدنی استان آذربایجان غربی مهرداد محرم زاده، میرحسن سید عامری، شیدا سعیدی	۶۳
• اولویت‌بندی رسانه‌های تبلیغاتی بر مبنای مدل AIDA با روش AHP در بخش تولیدی صنعت ورزش سردار محمدی، نرگس اسماعیلی	۷۷
• مقایسه تحلیلی وضعیت موجود منابع انسانی در فوق‌برنامه دانشگاه‌های ایران با وضعیت ده سال قبل حمیدرضا مقصودی ایمن، فریده هادوی، فریدون تندنویس	۹۳
• طراحی مفهومی سیستم اطلاعات گردشگری ورزشی سید نصراله سجادی، محمد صادق افروزه	۱۱۱
• توازن قدرت: تحلیل روند تعادل رقابتی لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران و لیگ‌های برتر اروپا با استفاده از شاخص HICB وحید ساعت‌چیان، علیرضا الهی، مهدی رسولی	۱۲۹
• بررسی نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی حبیب هنری، سید عبدالحمید احمدی، مهدی مرادی	۱۴۵
• ارتباط ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان صدیقه حیدری نژاد، محسن غفرانی، جمشید جلیلود	۱۵۹
• رابطه ویژگی‌های شخصیتی و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان خوزستان محمد حسن فردوسی، فاطمه مرعشیان، مهدی طالب‌پور	۱۷۳
• مقایسه خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی ابوالفضل فراهانی، عزت‌ا... ترخانی، محمد ایمانی	۱۸۹

تحلیل سوات تکواندو ایران

محمد خیبری^۱، ژاله معماری^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۸/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۵/۱۷

پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

چکیده

هدف این تحقیق تحلیل سوات تکواندو ایران است. روش پژوهش، توسعه‌ای و کاربردی است. به‌منظور تأیید گویه‌های پرسشنامه تحلیل سوات از روش تعیین توان افتراقی و به‌منظور تعیین معنی‌داری آماری هر یک از گویه‌های فهرست چهارگانه SWOT از آزمون دوجمله‌ای استفاده شد ($P < 0/05$). پرسشنامه تحلیل سوات با پنج سؤال عمومی و ۴۷ گویه به‌دست آمد که ضریب پایایی آن به روش آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۱ تعیین شد ($P < 0/01$). جامعه آماری این تحقیق شامل ۱۰۰ نفر بود که متشکل از خبرگان تراز اول این رشته بودند. پرسشنامه تحقیق در اختیار ۶۰ تن از خبرگان این رشته قرار گرفت. پس از جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل‌های آماری، تحلیل سوات تکواندو ایران به‌دست آمد. اهمیت فرصت‌ها، تهدیدات، قوت‌ها و ضعف‌های این رشته معنی‌دار بودند. مهم‌ترین نقطه قوت این رشته شامل رشد قابل توجه مشارکت در مسابقات بین‌المللی و مهم‌ترین فرصت شامل وجود قهرمانان ملی تکواندو به‌عنوان افراد بالقوه برای تصدی پست‌های مربیگری و مدیریت تکواندو است. همچنین مهم‌ترین ضعف آن عدم بهره‌گیری مناسب از حامیان مالی به‌عنوان منبعی درآمدزا و مهم‌ترین تهدید شامل ناکافی بودن اطلاع‌رسانی و سطح آگاهی عمومی راجع به ورزش تکواندو است. توجه به ناکارآمدی نظام ملی آموزش مربیان و برنامه‌های حمایت مالی و نیز تقویت مسابقات لیگ، توسعه ارتباط با رسانه‌ها و تقویت کرسی‌های بین‌المللی فدراسیون از اهم پیشنهادات به مدیران رشته است. برنامه‌های جاری فدراسیون تکواندو قوت‌هایی دارد که می‌توانند به انجام رسالت و وظایف آن کمک شایانی نمایند. فرصت‌هایی چون ظرفیت مدال‌آوری تکواندو در بازی‌های المپیک و آسیایی، عضویت ریاست فدراسیون در شورای اجرایی فدراسیون جهانی، حمایت دولت از این رشته در رفع ضعف‌ها و تقلیل تهدیدات راه‌گشا خواهد بود.

کلیدواژه‌های فارسی: تحلیل سوات، تکواندو.

Email: mkhabiri@ut.ac.ir

۱. دانشیار دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

Email: zh.memari@gmail.com

۲. استادیار دانشگاه الزهراء(س)

مقدمه

در نخستین المپیک هزاره سوم (المپیک سیدنی ۲۰۰۰) تکواندو برای نخستین بار به عنوان رشته‌ای رسمی در المپیک شرکت کرد. در حال حاضر، تکواندو ایران نایب قهرمان بلامنازع جهان است و ورزشکاران ما در میادین بین‌المللی زبان زد همه‌اند. تکواندو پس از کشتی - که ورزش ملی ایرانیان است - دومین رشته مدال‌آور کشور است. تکواندو ایران با تکیه بر تجربه و تلاش در مسابقات لیگ شهرستان، استان و کشور چشم به افق‌های تازه دوخته و حضور موفق مربیان ایرانی در برخی کشورهای جهان نشانگر توان فنی ایرانیان در این هنر رزمی است (منابع چاپ نشده فدراسیون). در راستای تدوین برنامه‌ریزی استراتژیک ورزش کشور، نظام جامع تربیت بدنی و ورزش در قالب چهار مؤلفه اصلی و ۱۱ مؤلفه پشتیبان طراحی شده است. در این نظام، مؤلفه‌های پشتیبان خود به دو دسته پشتیبانی سخت و نرم دسته‌بندی شده‌اند به طوری که برای توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور چهار حیطه اصلی در نظر گرفته شده است که عبارت‌اند از: ورزش همگانی، ورزش قهرمانی، ورزش تعلیم و تربیتی و ورزش حرفه‌ای. همچنین برای توسعه این مؤلفه‌ها ۱۱ مؤلفه پشتیبان نیز در نظر گرفته شده است. این مؤلفه‌ها عبارت‌اند از: توسعه محیط حقوقی، توسعه منابع مالی، توسعه منابع انسانی، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، توسعه فرهنگ ورزش، توسعه نهادها، توسعه مدیریت و برنامه‌ریزی، توسعه استاندارد و ارزیابی، توسعه علمی - پژوهشی، توسعه امکانات و زیرساخت‌ها و توسعه تجهیزات (۱). به منظور تحقق چشم‌اندازهای تعیین شده در هر یک از مؤلفه‌های اصلی و پشتیبان نظام جامع، راهبردهایی معین شده است؛ به عنوان نمونه راهبردهای استخراج شده در مؤلفه ورزش قهرمانی به شرح زیر است:

۱- توسعه کمی و کیفی نظام استعدادیابی و پرورش ورزشکار؛

۲- توسعه کمی و کیفی نظام رقابت در ورزش قهرمانی؛

۳- اصلاح ساختار ملی ورزش قهرمانی؛

۴- علمی کردن ورزش قهرمانی؛

۵- گسترش مشارکت بخش‌های غیردولتی در ورزش قهرمانی؛

۶- تربیت فراگیر منابع انسانی (همان منبع).

بر اساس برنامه چشم‌انداز توسعه فوتبال آسیا برای تدوین برنامه استراتژیک فوتبال هر کشور، مؤلفه‌های مختلفی در نظر گرفته شده است. این مؤلفه‌ها عبارت‌اند از: مدیریت (فدراسیون‌ها و باشگاه‌ها)، بازاریابی، رشد و توسعه جوانان، آموزش مربیان، داوران، پزشکی ورزشی، رقابت‌ها، زنان، فوتسال، رسانه‌ها و هواداران. گفتنی است هر یک از مؤلفه‌های ۱۱ گانه فوق، خود دارای

چندین مؤلفه فرعی است. تحقق مأموریت‌های تدوین شده در هر یک از ۱۱ مؤلفه اصلی برنامه چشم‌انداز آسیا، مستلزم برقراری اهداف کلان^۱ در قالب هر یک از آنهاست؛ به بیان دیگر در هر مؤلفه یک مأموریت و برای هر مأموریت چند هدف کلان تدوین شده است (۲). سازمان ورزش کانادا نیز برای توسعه هر چه بیشتر ورزش این کشور، برنامه استراتژیک پنج ساله‌ای را تدوین کرده است (۳). برنامه مذکور یک دوره زمانی پنج ساله از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۸ را شامل می‌شود. با توجه به توضیحات برنامه نیز می‌توان دو جنبه ورزش رقابتی و غیررقابتی (همگانی) را در آن استنباط کرد. تحقق چشم‌انداز تعیین شده در برنامه استراتژیک ورزش کانادا منوط به تدوین اهداف کلانی است که دقیقاً در راستای آن چشم‌انداز باشند؛ از این رو چندین هدف اساسی در آن تعیین شده است که عبارت‌اند از: افزایش مشارکت دائمی کودکان، نوجوانان و سایر گروه‌های جامعه در ورزش؛ بهبود عملکرد ورزشکاران کانادایی در بازی‌های المپیک، پارالمپیک و قهرمانی جهان؛ توسعه هرچه بیشتر ورزش و به حداکثر رساندن مزایای اجتماعی، فرهنگی، و اقتصادی ورزش به وسیله حمایت از میزبانی رویدادهای بین‌المللی ورزشی در سراسر کشور کانادا؛ برنامه‌ریزی جامع برای مشارکت ورزشی همراه با اخلاق‌مندی، تقویت و گسترش همکاری‌های برنامه‌ای و سیاستی بین دولت‌های ایالتی و سازمان‌های ورزشی؛ فراهم نمودن شرایط علمی و تحقیقی برای اتخاذ برنامه‌ها و سیاست‌ها در زمینه ورزش (۴). دولت انگلیس نیز برای توسعه ورزش در کشور خود، برنامه‌ای استراتژیک با عنوان «چشم‌انداز ۲۰۲۰» تدوین کرده است. افق زمانی نسبتاً طولانی این برنامه، بیانگر بلندمدت بودن برنامه استراتژیک مذکور است که می‌توان دو حیطه ورزشی عموم مردم و موفقیت‌های ورزشی ورزشکاران را در این چشم‌انداز در نظر گرفت. همچنین در متن الگوی پیشنهادی، انجام مطالعات روی دستاوردها یا تأثیرات دست‌یابی به چشم‌انداز مذکور پیشنهاد شده است. این مطالعات شامل تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، تربیتی و بهداشتی فعالیت‌های ورزشی است (۵). همچنین به منظور تحقق چشم‌انداز ورزش انگلستان در سال ۲۰۲۰، سه هدف کلان مد نظر قرار گرفته است که تمرکز اصلی سیاست‌ها و راهبردهای ورزش انگلستان در سال‌های آتی بر تحقق این اهداف خواهد بود. اهداف سه‌گانه مورد نظر عبارت‌اند از: افزایش مشارکت عمومی در فعالیت‌های ورزش عمومی، افزایش موفقیت بین‌الملل در ورزش قهرمانی و حمایت از میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ. مروری بر روش‌شناختی برنامه استراتژیک ورزش انگلستان، بیانگر الگویی نظام‌مند در فرآیند تنظیم برنامه استراتژیک مورد نظر است. این فرآیند شامل تدوین چشم‌انداز، اهداف کلان،

استراتژی‌ها، برنامه‌ها، جدول زمانی اجرای برنامه‌ها، سازمان‌های مجری برنامه‌ها و ارزیابی برنامه‌های اجرا شده است. فدراسیون جهانی تکواندو نیز به‌منظور توسعه هر چه بیشتر ورزش تکواندو برنامه استراتژیک میان‌مدتی را تدوین کرده است (۶). تمرکز اصلی این برنامه بر توسعه چند مؤلفه مهم است. هدف اصلی برنامه این است که ارزش وجودی ورزش تکواندو از طریق بهبود سیستم داوری، شکل مسابقات، ورزشکاران، وجهه عمومی ورزش تکواندو، بازاریابی، جهانی کردن ورزش تکواندو و همبستگی بین فدراسیون جهانی با فدراسیون‌های قاره‌ای و ملی ارتقاء داده شود (۷). رسالت یا مأموریتی که در برنامه استراتژیک فدراسیون جهانی تکواندو بیان شده است، هدف اساسی این فدراسیون را از برقراری چنین برنامه‌ای مشخص کرده است. این مأموریت به این صورت بیان شده است: «فدراسیون جهانی تکواندو برای ارتقای فعالیت‌های خود و ترویج تکواندو در سراسر جهان ثابت قدم است و از طریق ارائه خدمات ورزشی منحصر به فرد به دنبال اعمال نقش در زندگی سالم و متوازی انسان‌هاست» (همان منبع). تحقق مأموریت فوق مستلزم برقراری اهدافی کلان است که در راستای این مأموریت تدوین شده باشند. به همین منظور، فدراسیون جهانی تکواندو ۱۱ هدف کلان را برای تحقق مأموریت خود تدوین نموده است. این اهداف عبارت‌ند از:

- ۱- ایجاد جذابیت و عمومیت هر چه بیشتر ورزش تکواندو؛
 - ۲- ایجاد رقابت‌های منصفانه از طریق برقراری سیستم قضاوت و داوری شفاف و عادلانه؛
 - ۳- ایجاد تدابیر جدید برای کنترل دوپینگ؛
 - ۴- تقویت همبستگی بین فدراسیون جهانی و فدراسیون‌های قاره‌ای و ملی؛
 - ۵- ارتقای ثبات مالی از طریق بهبود فعالیت‌های بازاریابی و کارآیی و شفافیت در مدیریت مالی؛
 - ۶- بهبود ساختار سازمانی فدراسیون جهانی تکواندو؛
 - ۷- ترویج تکواندو در سراسر جهان؛
 - ۸- توسعه مدیریت مؤثر مسابقات؛
 - ۹- بهبود مدیریت اعضاء و ارائه خدمات به آن‌ها؛
 - ۱۰- ارتقای سطح اخلاقیات و اصول جوانمردی در ورزش تکواندو؛
 - ۱۱- بهبود مدیریت در سازمان مرکزی فدراسیون جهانی (همان منبع).
- علاوه بر این‌ها، به‌منظور برآورده کردن هر یک از اهداف ۱۱ گانه مذکور، برنامه‌ها و فعالیت‌های عملیاتی ویژه‌ای طراحی شده است؛ به بیان دیگر، تحقق هر یک از اهداف کلان در گرو اجرای چندین برنامه یا فعالیت عملیاتی است. نکته قابل توجه در طراحی این برنامه‌ها تعیین

زمان‌بندی دقیق اجرای آن‌هاست؛ برای نمونه به‌منظور تحقق هدف بهبود ساختار سازمانی فدراسیون جهانی تکواندو برنامه‌هایی طراحی شده که باید در راستای تغییر ساختار انجام شود و زمان دقیق ارائه پیشنهادات تغییر ساختار به مجمع عمومی نیز پیش‌بینی شده است (همان منبع). امیرتاش (۱۳۸۵) در تحقیقی با عنوان «رشد و توسعه هندبال تیمی به‌عنوان یک ورزش قهرمانی دانشگاهی» به بررسی دلایل عقب ماندگی هندبال دانشگاه‌ها پرداخت و عوامل مهم رشد و توسعه هندبال را در دانشگاه‌ها تدوین و اولویت بندی کرد. مهم‌ترین علل عقب ماندگی، کم بودن تبلیغات گسترده، پایین بودن اولویت هندبال، کمبود بودجه، کم‌توجهی مسئولان و بی‌انگیزه بودن دانشجویان در مورد هندبال بیان شد و عواملی همچون لزوم به‌کارگیری برنامه‌ریزی مناسب، تخصیص بودجه بیشتر، فراهم آوردن امکانات، برگزاری مسابقات بین دانشگاهی، به‌کارگیری مربیان و کادر فنی متخصص و ایجاد انگیزه به‌عنوان راه کارهای توسعه معرفی شد (۸). بدری آذین (۱۳۸۵) نیز در رساله دکتری خود به بررسی وضعیت ژیمناستیک در ایران با رویکرد تدوین نظام جامع توسعه منابع انسانی پرداخت و پس از تحلیل SWOT نیروی انسانی ژیمناستیک کشور، برنامه‌ای راهبردی برای توسعه استراتژیک نیروی انسانی تدوین نمود. در این تحقیق ۱۰ قوت، ۲۸ ضعف، ۵ فرصت و ۷ تهدید اصلی شناسایی شد و مشخص شد وضعیت نیروی انسانی ژیمناستیک کشور روی محور مختصات SWOT در ناحیه Weakness قرار دارد (۹). حاجی انزهایی (۱۳۸۵) به بررسی ساختار سازمانی و عملکرد فدراسیون هندبال ایران از حیث ثبات مدیریت، هیئت رئیسه، مجمع عمومی، انتخاب اعضا، وظایف و اختیارات کمیته‌ها، نحوه برگزاری لیگ، منابع مالی و فناوری پرداخت و با مقایسه ساختار و عملکرد فدراسیون هندبال ایران با فدراسیون هندبال آلمان به لزوم توجه به ساختار و تناسب آن در جهت جوابگویی به نیازهای منعطف و دائماً در حال تغییر اشاره و الگویی بهینه ارائه کردند (۱۰). فدراسیون تکواندو جمهوری اسلامی ایران در برنامه استراتژیک خود ضمن بررسی وضعیت موجود ورزش تکواندو در زمینه‌های گوناگون به تدوین چشم‌انداز، مأموریت، استراتژی‌ها، برنامه‌های کلان و برنامه‌های عملیاتی مبادرت ورزیده است. بر اساس وضعیت موجود فدراسیون و تحلیل SWOT، ۱۲ استراتژی، ۳۴ برنامه کلان و ۹۱ برنامه عملیاتی استخراج و به تفکیک ارائه شد. بنا به گزارش محققان این تحقیق، تکواندو کشور به لحاظ مدیریت مسابقات، امور داوران و بخش حقوقی شرایط مناسب‌تری دارد. برگزاری منظم مسابقات لیگ و توجه به استعدادیابی در موفقیت تکواندو کشور در مسابقات جهانی سهم بسزایی دارد، لیکن تکواندو کشور از ضعف دانش نظری مربیان و عدم کفایت ارتباط مناسب با مراکز تحقیقاتی و علمی کشور متضرر می‌شود. همچنین بهره‌گیری از عضویت در کرسی‌های

بین‌المللی از مواردی است که مدیران تکواندو از آن سود می‌جویند. به‌علاوه، مدیران باید برای پخش رویدادهای تکواندو از رسانه‌ها و نیز فعالیت‌های بازاریابی، به‌ویژه حمایت مالی، برنامه‌ریزی خاصی طراحی کنند. در مجموع، توجه هر چه بیشتر به مسابقات لیگ حرفه‌ای، تقویت نظام استعدادیابی، تقویت حضور در کرسی‌های مجامع بین‌المللی و توسعه علمی و پژوهشی تکواندو در کشور از موارد قابل توجهی است که باید مدیران ورزش تکواندو باید به آن توجه کنند (۱۱). گودرزی و هنری (۱۳۸۶) نیز در پژوهشی پس از بررسی وضع موجود کشتی کشور با استفاده از تحلیل SWOT در زمینه‌های منابع مالی، منابع انسانی، فناوری و اطلاعات و بهره‌گیری از مطالعات تطبیقی شش کشور آلمان، آمریکا، ژاپن، ترکیه، کانادا و انگلستان و فدراسیون جهانی کشتی به طراحی و تدوین نظام جامع ورزش کشتی کشور پرداختند. در این پژوهش سؤالات مربوط به فناوری تهدید اصلی از سوی رقبا و عوامل مربوط به مدیریت و رعایت اصول علمی آن در اداره فدراسیون و هیئت‌ها، توجه به بعد علمی ورزش کشتی و ایجاد ارتباطات مردمی، دولتی و رسانه‌ای در کشور و عدم شایسته‌سالاری به‌عنوان برخی از ضعف‌ها معرفی شد (۱۲). خسروی زاده (۱۳۸۷) در تدوین برنامه استراتژیک کمیته ملی المپیک کشور کمک به توسعه بنیادی ورزش قهرمانی؛ توسعه ارتباطات با دولت و مجلس و تقویت استقلال کمیته؛ توسعه و تعالی زنان و تلاش برای رفع موانع حضور شایسته آن‌ها در بازی‌های آسیایی، المپیک و سایر رقابت‌های ورزشی؛ علمی و به‌روز کردن ورزش و بهره‌گیری از جدیدترین یافته‌ها؛ برقراری ارتباطات مؤثر و مشارکت در فعالیت‌های مجامع بین‌المللی ورزشی را به‌عنوان استراتژی (SO) معرفی نمود. سایر استراتژی‌ها به‌ترتیب شامل: بررسی وضعیت رقبا در عرصه ورزش گسترش ورزش پاک در سراسر کشور، تلاش برای تقسیم کار ملی بین سازمان‌های ورزشی کشور، تمرکز زدایی، توسعه و بهینه‌سازی ارتباطات رسانه‌ای (ST)، افزایش منابع و تقویت استقلال مالی کمیته ملی المپیک، بهبود مدیریت منابع انسانی کمیته ملی المپیک (WO). اصلاح ساختار سازمانی، ارتقای کیفیت و بهبود سایر فرآیندها و عملیات (WT) بودند (۱۳). اتحادیه شنای بریتانیا (۲۰۰۵) به تدوین برنامه‌ای پنج ساله پرداخت که قلمرو مکانی آن شامل سه کشور انگلستان، اسکاتلند و ولز بود. این برنامه در ۱۰ حیطه اصلی طراحی شده بود که عبارت بودند از: آموزش همگانی شنا، مشارکت عمومی و مادام‌العمر همه مردم، رشد و توسعه ورزشکاران، ورزش قهرمانی، داوطلبان، اماکن و تأسیسات، تأثیرگذاری و اعتبار بین‌المللی، اخلاق مداری و انصاف، شرکاء و اختیارات و در نهایت نظارت و ارزیابی. هر یک از حیطه‌های ذکر شده چشم‌اندازی مجزا و هدف کلی دارند و بر اساس آن استراتژی‌های مناسب تدوین شده است (۱۴). انجمن دوچرخه سواری آلبرتای کانادا (۲۰۰۸) به تدوین برنامه استراتژیک پرداخته

است. مهم‌ترین نکات قابل ذکر در این برنامه بیانیۀ مأموریت، ارزش‌های محوری، اهداف بلندمدت، استراتژی‌ها و برنامه‌های عملیاتی است که در هفت حیطة شامل: پذیرش اعضا، توسعه ورزش، ورزش قهرمانی، مسابقات، توسعه قابلیت‌های انفرادی، وجهۀ عمومی ورزش دوچرخه سواری و مدیریت بازاریابی به انجام رسیده است؛ به‌عنوان نمونه در بخش قهرمانی چهار اولویت استراتژیک در نظر گرفته شده که عبارت‌انداز: آماده کردن ورزشکاران نخبه از طریق رقابت‌های استانی، توسعه و پرورش مربیان برای سطح پایه و مبتدی تا سطح نخبه و ممتاز، توسعه برنامه‌های استعدادیابی در راستای برنامه‌های استعدادیابی تیم‌های ملی، ایجاد ارتباط و تشریک مساعی بین انجمن دوچرخه سواری آلبرتا و مربیان و ورزشکاران (۱۵). لوپ (۲۰۰۴) و جیمز (۲۰۰۷) در برنامه استراتژیک کمیته ملی المپیک ایالات متحده آمریکا حوزه‌های کلیدی عملکرد را شامل: رهبری و سازماندهی، فعالیت‌های مربوط به جنبش المپیک، ارتباطات بین‌المللی، عملکرد ورزش و هیئت‌های ورزشی ملی و منابع درآمد بیان کردند. آنان در معرفی اهداف فدراسیون به موارد ذیل اشاره کردند:

- ۱- بهبود مداوم عملکرد ورزشکاران ایالات متحده آمریکا در رقابت‌های بین‌المللی؛
 - ۲- شناخته شدن به‌عنوان معتبرترین و محترم‌ترین سازمان ورزشی در ایالات متحده آمریکا و افزایش حضور در کمیته بین‌المللی المپیک و فدراسیون‌های بین‌المللی ورزش به‌منظور کسب حمایت‌های بیشتر برای ورزشکاران و رشته‌های ورزشی؛
 - ۳- ایجاد و تقویت جایگاه و نشان کمیته ملی المپیک.
- همچنین استراتژی‌های زیر شامل:
- ۱- تدوین طرحی جامع که ضمن شفافیت و هدف‌مندی، عقاید و نظرات تمامی اعضای سازمان را دربر گیرد؛
 - ۲- تعیین ارزش‌ها و رفتارهایی برای رهبری که وضعیت کنونی، وضعیت مورد انتظار و چگونگی دستیابی به آن را مشخص نماید؛
 - ۳- جذب و حفظ مدیران و رهبران مؤثر؛
 - ۴- تدوین اهداف کلان؛
 - ۵- توسعه فعالیت‌های مرتبط با جنبش المپیک در جامعه آمریکا
 - ۶- تأثیرگذاری مثبت روی جنبش المپیک در سرتاسر جهان؛
 - ۷- برقراری ارتباط بیشتر با هیأت‌های ورزشی ملی؛
 - ۸- تدارک عالی خدمات برای تیم آمریکا؛
 - ۹- ایجاد فرصت‌های مشارکت به‌منظور کسب درآمد؛

۱۰- بهبود و ارتقای قابلیت‌های هیئت‌های ورزشی؛

۱۱- تدوین برنامه‌های کوتاه، میان و بلندمدت برای جمع‌آوری کمک‌های مالی بیان شده‌اند (۱۶، ۱۷).

در این تحقیق محقق درصدد است فرصت‌ها، قوت‌ها، تهدیدات، و ضعف‌های تکواندو کشور را شناسایی و اهمیت و معنی‌داری متغیرهای هر یک را تعیین کند تا بدین‌وسیله امکان شناسایی متغیرهای تأثیرگذار را که به لحاظ آماری قابلیت اعتنا داشته باشند، فراهم نموده و به‌منظور تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی به مدیران ارائه دهد.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش، توسعه‌ای و کاربردی است. به‌منظور حساسیت پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه سوات، طبق برآورد نخبگان تکواندو، جامعه آماری تحقیق حاضر شامل صد نفر از خبرگان تکواندو ایران بود. به‌منظور تعیین تعداد نمونه‌ها با بهره‌گیری از فرمول تعیین حجم نمونه، نمونه‌های آماری شامل ۶۰ نفر تعیین شدند که به روش تصادفی انتخاب شدند. در صورتی که لازم باشد نسبت افراد جامعه که دارای ویژگی خاصی هستند برآورد شود، از رابطه زیر استفاده می‌شود:

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2}$$

در این فرمول P برآورد نسبت صفت متغیر، با استفاده از مطالعات قبلی $q = p - 1$ است. چنانچه مقدار P در دسترس نباشد، می‌توان آن را مساوی ۰/۵ اختیار کرد. در این حالت مقدار واریانس به حدکثر خود یعنی ۰/۲۵ می‌رسد؛ بنابراین تعداد نمونه به‌دست آمده از این فرمول مساوی ۱۵۰ نفر خواهد بود. چنانچه تعداد نمونه به‌دست آمده نسبت به حجم جامعه کوچک باشد، $n/N = 0/05$ حجم نمونه محاسبه شده به‌عنوان نمونه نهایی مد نظر قرار می‌گیرد. در غیر این‌صورت، تعداد نمونه را n نامیده، با استفاده از رابطه زیر تعداد نمونه برای حجم نهایی تعدیل می‌شود:

$$\frac{(1/96)^2 (0/25)}{(0/08)^2} = 150$$

در این رابطه n حجم نمونه است که باید تعدیل شود:

$$n' = \frac{150}{1 + \frac{150}{100}} = 60$$

تعیین تعداد نمونه: طبق برآوردها، حجم جامعه خبرگان این تحقیق ۱۰۰ نفر است. بر اساس فرمول زیر، حجم نمونه ۶۰ نفر است. پرسشنامه برای ۸۰ نفر از مدیران ارسال و ۶۰ پرسشنامه نیز دریافت شد.

همچنین ابزار تحقیق شامل پرسشنامه تحلیل سوات بود که به منظور تعیین قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی تکواندو کشور در چهار فهرست جداگانه (به صورت پنج گزینه ای از خیلی زیاد تا خیلی کم) تهیه شد. در جمع‌آوری اطلاعات و به منظور تأیید معنی‌داری گویه‌های پرسشنامه تحلیل سوات، با استفاده از تکنیک دلفی و بر مبنای نظرات نخبگان ($n=60$) از روش تعیین توان افتراقی و برای تعیین معنی‌داری آماری هر یک از گویه‌های فهرست چهارگانه SWOT از آزمون دوجمله‌ای استفاده شد. در این آزمون، احتمال آزمون معادل $0/5$ و نقطه برش (cut point) برابر با ۳ انتخاب شد. این انتخاب به مفهوم آن است که گزینه‌های بسیار کم، کم و متوسط برابر با فقدان اهمیت و گزینه‌های زیاد و بسیار زیاد دارای اهمیت فرض شده‌اند. در نهایت، پرسشنامه شامل ۵ سؤال عمومی و ۴۷ گویه تهیه شد که روایی محتوایی آن به تأیید شش تن از خبرگان ورزش تکواندو رسید. همچنین پایایی پرسشنامه، با استفاده از روش آلفای کرونباخ برابر با $0/71$ تعیین شد.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، تحلیل سوات ورزش تکواندو کشور به دست آمد. بر اساس این تحلیل فهرست نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای حاکم بر تکواندو کشور شناسایی شد.

۱- تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها (SWOT)

جداول ۱ تا ۴ بیانگر نتایج آزمون فرض‌های آماری در مورد تعیین معنی‌داری اهمیت هر یک از گویه‌های مربوط به پرسشنامه SWOT است.

فرض اول: اهمیت هر یک از نقاط قوت ورزش تکواندو معنی‌دار است.

در جدول ۱ نتایج آزمون فرض‌های آماری برای تعیین معنی‌داری اهمیت هر یک از قوت‌های ورزش تکواندو ارائه شده است:

جدول ۱. نتایج آزمون فرض‌های آماری برای تعیین معنی‌داری اهمیت هر یک از قوت‌های

ورزش تکواندو

ردیف	گویه مورد آزمون	احتمال مشاهده	احتمال آزمون	سطح معنی‌داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۱	رشد قابل توجه تعداد تیم‌های بانوان شرکت‌کننده در مسابقات کشوری در سال‌های اخیر	۰/۴۵	۰/۵	۰/۶۲۷	۰/۰۵	غیرمعنی‌دار
۲	سطح نسبتاً مناسب کیفیت داوری مسابقات تکواندو در رده‌های مختلف	۰/۴۵	۰/۵	۰/۶۲۷	۰/۰۵	غیرمعنی‌دار
۳	شرکت منظم تیم‌های تکواندو جمهوری اسلامی ایران در مسابقات و رویدادهای بین‌المللی	۰/۷۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۴	وجود بیش از ۵۰۰۰ مربی و ۳۵۰۰ داور تکواندو در کشور	۰/۵۵	۰/۵	۰/۶۲۷	۰/۰۵	غیرمعنی‌دار
۵	برگزاری جام آینده سازان در گروه سنی نوجوانان و نقش آن در پشتوانه سازی و استعدادیابی برای تیم‌های ملی	۰/۸۴	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۶	برگزاری منظم مسابقات لیگ سراسری تکواندو	۰/۸۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۷	مطرح بودن تکواندو به عنوان دومین رشته ورزشی مدال آور کشور	۰/۷۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار

مطابق داده‌های جدول ۱ و بر اساس فرض اول تحقیق، میزان اهمیت چهار مورد از نقاط قوت ورزش تکواندو معنی‌دار و سه مورد غیرمعنی‌دار به دست آمده است.

فرض دوم: اهمیت هر یک از فرصت‌های ورزش تکواندو معنی‌دار است.
در جدول ۲ نتایج آزمون فرض‌های آماری برای تعیین معنی‌داری اهمیت هر یک از فرصت‌های ورزش تکواندو ارائه شده است:

جدول ۲. نتایج آزمون فرض‌های آماری برای تعیین معنی‌داری اهمیت هر یک از فرصت‌های ورزش تکواندو

ردیف	گویه مورد آزمون	احتمال مشاهده	احتمال آزمون	سطح معنی‌داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۱	وجود قهرمانان ملی تکواندو به‌عنوان افراد بالقوه برای تصدی پست‌های مربیگری و مدیریت تکواندو	۰/۷۴	۰/۵	۰/۰۰۵	۰/۰۵	معنی‌دار
۲	وجود مراکز پژوهشی ورزشی و دانشگاه‌ها برای کمک به توسعه علوم ورزشی در رشته تکواندو	۰/۶۸	۰/۵	۰/۰۳۴	۰/۰۵	معنی‌دار
۳	وجود پتانسیل و امکان بهره‌گیری از حمایت شرکت‌ها (Sponsorship) به‌عنوان منبع درآمدی	۰/۷۱	۰/۵	۰/۰۱۴	۰/۰۵	معنی‌دار
۴	حمایت مدیریت کلان ورزش کشور از تکواندو به‌دلیل کسب موفقیت‌های بین‌المللی	۰/۸۴	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۵	تعداد نسبتاً زیاد رسانه‌های گروهی ورزشی در کشور	۰/۵۳	۰/۵	۰/۸۷۲	۰/۰۵	غیرمعنی‌دار
۶	حضور ورزش تکواندو در بازی‌های المپیک و آسیایی به‌عنوان رشته ورزشی مدال‌آور برای کشور	۰/۹۲	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۷	افزایش تعداد دانش‌آموختگان و متخصصان علوم ورزشی در کشور و امکان بهره‌گیری از آن‌ها	۰/۷۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۸	جوان بودن جمعیت کشور	۰/۸۲	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۹	عضویت رئیس فدراسیون تکواندو کشور در شورای اجرایی فدراسیون جهانی	۰/۸۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۱۰	رشد و توسعه فناوری‌ها و علوم ورزشی در جهان و ایران	۰/۷۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار

مطابق داده‌های جدول ۲ و بر اساس فرض دوم تحقیق، میزان اهمیت ۹ مورد از فرصت‌های ورزش تکواندو معنی‌دار و تنها یک مورد غیرمعنی‌دار به‌دست آمده است.

فرض سوم: اهمیت هر یک از نقاط ضعف ورزش تکواندو معنی دار است.

در جدول ۳ نتایج آزمون فرض‌های آماری برای تعیین معنی‌داری اهمیت هر یک از ضعف‌های ورزش تکواندو ارائه شده است:

جدول ۳. نتایج آزمون فرض‌های آماری برای تعیین معنی‌داری اهمیت هر یک از ضعف‌های

ورزش تکواندو

ردیف	گویه مورد آزمون	احتمال مشاهده	احتمال آزمون	سطح معنی‌داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۱	عدم بهره‌گیری مناسب از حامیان مالی به‌عنوان منبعی درآمدزا	۰/۷۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۲	ارتباط ضعیف فدراسیون تکواندو با بخش ورزش دانشجویی	۰/۶۶	۰/۵	۰/۰۷۳	۰/۰۵	غیرمعنی‌دار
۳	ارتباط ضعیف فدراسیون تکواندو با بخش ورزش آموزش و پرورش	۰/۸۲	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۴	درآمدزایی مستقل بسیار کم فدراسیون تکواندو و اتکاء بیش از حد بر بودجه دولتی	۰/۸۲	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۵	وجود امکانات و تجهیزات نسبتاً نامناسب اداری در فدراسیون تکواندو	۰/۴۵	۰/۵	۰/۶۲۷	۰/۰۵	غیرمعنی‌دار
۶	کمبود بودجه و منابع مالی در فدراسیون تکواندو	۰/۸۴	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۷	کمیت نسبتاً نامناسب کادر اداری و نیروی انسانی فدراسیون تکواندو	۰/۵۸	۰/۵	۰/۴۱۸	۰/۰۵	معنی‌دار
۸	وابستگی زیاد امکاناتی، تجهیزاتی و مالی فدراسیون تکواندو به سازمان تربیت بدنی	۰/۸۴	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۹	نبود ارتباط سیستماتیک بین فدراسیون با مراکز علمی و تحقیقاتی ورزش کشور	۰/۸۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۱۰	به‌روز و دقیق نبودن کافی آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های فنی مرتبط با ورزش تکواندو در فدراسیون	۰/۵۸	۰/۵	۰/۴۱۸	۰/۰۵	غیرمعنی‌دار
۱۱	کیفیت نسبتاً نامناسب امکانات و فضاهای مورد استفاده در برگزاری مسابقات تکواندو	۰/۷۱	۰/۵	۰/۰۱۴	۰/۰۵	معنی‌دار
۱۲	نبود سیستم منظم ارزیابی و نظارت بر عملکرد هیئت‌های تکواندو	۰/۷۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۱۳	عدم ارتباطات مؤثر و دائمی بین فدراسیون تکواندو و هیئت‌های تکواندو	۰/۶۶	۰/۵	۰/۰۷۳	۰/۰۵	غیرمعنی‌دار
۱۴	برقراری ارتباطات بین‌المللی محدود با نهادهای خارجی مرتبط با ورزش تکواندو	۰/۸۴	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۱۵	بهره‌گیری محدود از فناوری اطلاعات و ارتباطات در فدراسیون	۰/۸۴	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۱۶	توزیع جغرافیایی نامناسب امکانات و فضاهای ورزش تکواندو در سراسر کشور	۰/۸۷	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۱۷	فعال نبودن بخشی از جمعیت داوران و مربیان تکواندو کشور	۰/۸۷	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۱۸	انعکاس محدود طرح‌ها، فعالیت‌ها و برنامه‌های فدراسیون به رسانه‌های عمومی	۰/۵۸	۰/۵	۰/۰۷۳	۰/۰۵	غیرمعنی‌دار
۱۹	کمبود دانش نظری و عملی برخی از مربیان تکواندو کشور	۰/۹۵	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار
۲۰	کمبود کلاس‌های دانش افزایی برای داوران و مربیان	۰/۷۹	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی‌دار

مطابق داده‌های جدول ۳ و بر اساس فرض سوم تحقیق، میزان اهمیت ۱۵ مورد از نقاط ضعف

ورزش تکواندو معنی‌دار و در پنج مورد دیگر غیرمعنی‌دار به‌دست آمده است.

فرض چهارم: اهمیت هر یک از تهدیدهای ورزش تکواندو معنی دار است.
در جدول ۴ نتایج آزمون فرض‌های آماری برای تعیین معنی‌داری اهمیت هر یک از تهدیدهای ورزش تکواندو ارائه شده است:

جدول ۴. نتایج آزمون فرض‌های آماری برای تعیین معنی‌داری اهمیت هر یک از تهدیدهای ورزش تکواندو

ردیف	گویه مورد آزمون	احتمال مشاهده	احتمال آزمون	سطح معنی‌داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۱	ناکافی بودن اطلاع رسانی و افزایش سطح آگاهی عمومی راجع به ورزش تکواندو	۰/۷۳	۰/۵	۰/۰۰۳	۰/۰۵	معنی دار
۲	تبلیغات اندک رسانه‌ها برای توسعه ورزش تکواندو	۰/۶۳	۰/۵	۰/۱۴۳	۰/۰۵	غیرمعنی دار
۳	توجه بیش از حد مسئولان ورزش کشور به بعضی از رشته‌های ورزشی خاص	۰/۸۲	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی دار
۴	جذب درصد اعظم امکانات و منابع مالی ورزشی توسط بعضی رشته‌های ورزشی خاص	۰/۸۲	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی دار
۵	ارتباطات تنگاتنگ کشورهای رقیب با فدراسیون بین‌المللی و قاره‌ای و کسب کرسی‌های بین‌المللی توسط آن‌ها	۰/۷۱	۰/۵	۰/۱۴	۰/۰۵	غیرمعنی دار
۶	دخالت‌های پنهان و آشکار نهادهای دولتی (عمدتاً سازمان تربیت بدنی) در مدیریت فدراسیون	۰/۵۵	۰/۵	۰/۶۲۷	۰/۰۵	غیرمعنی دار
۷	وجود برخی محدودیت‌ها در کشور برای میزبانی مسابقات بین‌المللی تکواندو	۰/۸۷	۰/۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنی دار
۸	پوشش تلویزیونی اندک مسابقات تکواندو	۰/۷۶	۰/۵	۰/۰۰۲	۰/۰۵	معنی دار

مطابق داده‌های جدول ۴ و بر اساس فرض چهارم تحقیق، میزان اهمیت پنج مورد از تهدیدات ورزش تکواندو معنی دار و ۳ مورد غیرمعنی دار به دست آمده است.

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد وضعیت موجود و برنامه‌های جاری فدراسیون تکواندو جمهوری اسلامی ایران قوت‌هایی دارد. همان‌طور که از بررسی وضعیت موجود این رشته درک می‌شود، فدراسیون تکواندو قوت‌هایی دارد که عبارت‌اند از: برگزاری منظم مسابقات لیگ و جام آینده سازان در گروه سنی نوجوانان، مطرح بودن رشته ورزشی تکواندو به‌عنوان دومین رشته مدال‌آور در کشور و همچنین شرکت منظم تیم‌های تکواندو در مسابقات بین‌المللی. چنین قوت‌هایی می‌توانند به انجام رسالت و وظایف آن کمک شایانی کنند مشروط بر اینکه در راستای به حداقل رساندن نقاط ضعف درونی و کاهش اثرات تهدیدات بیرونی و نیز استفاده حداکثر از فرصت‌های بیرونی باشند؛ فرصت‌هایی چون حضور ورزش تکواندو در بازی‌های المپیک و آسیایی به‌عنوان رشته‌ای مدال‌آور، عضویت ریاست فدراسیون در شورای اجرایی فدراسیون جهانی، حمایت مدیریت کلان ورزش کشور از این رشته، جوان بودن جمعیت کشور، رشد و توسعه فناوری و علوم ورزشی در ایران و جهان، افزایش تعداد دانش‌آموختگان و متخصصان علوم ورزشی در کشور، وجود قهرمانان ملی تکواندو به‌عنوان منابع انسانی بالقوه برای تصدی پست‌های مربیگری و مدیریت تکواندو، وجود پتانسیل و امکان بهره‌گیری از حمایت مالی شرکت‌ها و وجود مراکز پژوهشی ورزشی و دانشگاه‌ها، هر یک می‌توانند مزایای رقابتی قابل ملاحظه‌ای برای فدراسیون تکواندو ایجاد کنند. چنانچه به این قبیل فرصت‌ها توجه بیشتری شود، امکان تحقق آن‌ها وجود دارد، ولی این فرصت‌ها به خودی خود در اختیار مدیران فدراسیون قرار نمی‌گیرند، مگر اینکه با استفاده از قوت‌های موجود در این حوزه بتوان آن‌ها را به‌دست آورد و از آن‌ها به‌منظور رفع نقاط ضعف و کم رنگ کردن تهدیدات بهره‌برداری کرد. یافته‌های پژوهش نشان داد فدراسیون تکواندو دارای ضعف‌هایی است از جمله: کمبود دانش نظری و عملی برخی مربیان، فقدان ارتباط سیستماتیک بین فدراسیون و مراکز علمی، فعال نبودن بخشی از جمعیت داوران و مربیان، ضعف سیستم ارزیابی و نظارت بر عملکرد هیئت‌های تکواندو، توزیع جغرافیایی نامناسب امکانات و فضاهای ورزشی، درآمدزایی ناچیز مستقل و اتکالی بیش از حد بر بودجه دولتی، توجه ناکافی به مؤلفه‌های مدیریت بازاریابی، برقراری ارتباطات بین‌المللی محدود با نهادهای خارجی، وابستگی زیاد به امکانات، تجهیزات و نقدینگی که سازمان تربیت بدنی در اختیار آن قرار می‌دهد، ارتباط ضعیف با بخش ورزش آموزش و پرورش، بهره‌گیری نامناسب از حامیان مالی به‌عنوان منبعی مهم و درآمدزا و کمبود دوره‌های دانش‌افزایی برای مربیان و داوران. در واقع نقاط ضعف عبارت است از: حیطه‌هایی که فدراسیون از سوی آن‌ها تحت فشار قرار دارد. اتخاذ تدابیر و راهکارهایی برای تبدیل این نقاط ضعف به

نقاط قوت بر اساس فرصت‌ها و محدود نمودن تهدیدهای محیطی فدراسیون تکواندو ضروری به نظر می‌رسد. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد فدراسیون تکواندو با تهدیدهایی از جمله محدودیت اخذ میزبانی مسابقات بین‌المللی تکواندو، توجه بیش از حد مسئولان ورزش کشور به برخی رشته‌های ورزشی خاص و جذب درصد اعظم امکانات و منابع مالی ورزشی توسط این قبیل رشته‌ها، پوشش تلویزیونی اندک مسابقات تکواندو و نیز ناکافی بودن اطلاع رسانی روبه‌رو است. تهدیدها در واقع عبارت‌اند از: موقعیت‌هایی که بالقوه دارای نتایج زیان‌بارند و چنانچه اقدامات ضروری در مورد آن‌ها انجام نشود، می‌توانند اثرات زیان‌بار اساسی بر فعالیت‌های فدراسیون داشته باشند. همچنین اگر راه‌کارهایی برای مقابله با این تهدیدات پیدا نشود، فدراسیون به زودی با چالش‌های بزرگی روبه‌رو خواهد شد؛ بنابراین ضروری است که فدراسیون تکواندو به‌طور فعال و پویا با تهدیدات مقابله نموده، آن‌ها را به حد اقل برساند.

با بررسی نتایج تحقیقات استراتژیک روی سازمان‌های ورزشی مختلف می‌توان دریافت بحث آموزش، به‌روز رسانی علوم مربیگری و نیازهای علمی اعضای سازمان از مهم‌ترین دغدغه‌های این سازمان‌هاست. همچنین بحث ارتباطات درون سازمانی و برون سازمانی نیز از اهم مواردی است که محققان بر آن تأکید کرده‌اند. سازمان‌ها از این ارتباطات به‌منظور بهبود عملکرد سازمانی سود می‌جویند و به دنبال اثرگذاری و نقش‌آفرینی بیشتر در عرصه‌های بین‌المللی‌اند. از این منظر، فدراسیون تکواندو کشور در پی کسب کرسی‌های بین‌المللی و کمیته ملی المپیک ایالات متحده به دنبال ایجاد و تقویت جایگاه و نشان کمیته ملی المپیک و شناخته شدن به‌عنوان معتبرترین و محترم‌ترین سازمان ورزشی در ایالات متحده است. از سوی دیگر، سازمان‌های مورد نظر کم و بیش در پی برقراری ارتباطات با نهادهای قدرت هستند تا با کسب درآمد بیشتر بتوانند در مسیر نیل به اهداف از پیش برنامه‌ریزی شده، توفیق ورزشکاران و سرمایه‌گذاری در حوزه آموزش مربیان و ارتقای علمی آنان گام بردارند. توجه به استعدادیابی از موارد دیگری است که سازمان‌های ورزشی مورد مطالعه در پی آن بوده، متعقدند در بسیاری از موارد به رفع ضعف‌ها و تعدیل نقاط ضعف آنان کمک خواهد کرد و در توسعه توانمندی‌های ورزشکاران نیز می‌تواند مفید واقع گردد. توجه به مدیریت علمی از دیگر مواردی است که بیشتر سازمان‌های مورد مطالعه در برنامه‌های خویش مد نظر قرار داده‌اند. هر چند سطح سازمانی این سازمان‌ها به لحاظ ساختار و مدیریت تفاوت‌هایی یکدیگر دارد، می‌توان با نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت، برای پاسخ به نیازهای متغیر و روزافزون سازمان‌ها که به‌دلیل تغییرات محیطی هر لحظه دستخوش تنوع و دگرگونی می‌شوند، سازمان‌ها باید هر چه بیشتر با شیوه‌های نوین و علمی در عرصه مدیریت، علوم انسانی و علوم تجربی آشنا شوند و از

راه کارهای آن در جهت بهبود انجام وظایف خود سود جویند. در بحث ارتباطات، نکته دیگری که مورد توجه این سازمان ها قرار گرفته، ارتباط با رسانه هاست. سازمان ها برای اثبات حضور خویش، ناگزیر از دیده شدن و شنیده شدن اخبار و فعالیت هایشان هستند و رسانه ها در اینجا نقش مهمی دارند. سازمان های ورزشی و رسانه ها باید روابط پویایی با یکدیگر داشته باشند تا بتوانند برای توسعه وجهه عمومی سازمان ها و گسترش رشته های ورزشی مورد نظر نقش خود را به خوبی ایفا کنند. در مجموع، سازمان ها با بررسی و تحلیل شرایط داخلی و خارجی خویش و مقایسه دائمی شرایط خود با رقبا می توانند در تمامی حیطه ها به بازبینی خود پرداخته و موقعیت خویش را در بین سایر رقبا حفظ و ارتقاء بخشند. در صورتی که مدیران وظایف خود را از این منظر به فراموشی بسپارند، دیری نمی پاید که مجبورند کرسی های بین المللی و مدال های رنگین خود را با سایر رقبایی که در این حوزه بهتر از آنان عمل کرده اند، شریک شوند و موقعیتی را که سال ها برای کسب و تحکیم آن تلاش نموده اند به راحتی متزلزل سازند.

منابع:

۱. سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، " مطالعات نظام جامع تربیت بدنی و ورزش " ، مطالعات تفصیلی، اسفند ۱۳۸۱.
2. Asian Football Confederation (AFC) 2004, "VISION ASIA", Official Brochure, January 2004, WWW.the-afc.com
3. Federation International de Football Association, Statutes of FIFA, 4 July 1996.
4. Sport Canada," Strategic Plan: 2004-2008", WWW.pch.gc.ca/progs/5c/pubs/start-plan.
5. England Cabinet Office, 2002" Game Plan: A Strategy for Delivering Government's Sport & Physical Activity Objectivities", A Join DCMS, Strategy Unit Report, 2002, WWW.pm.gov.uk
6. World Taekwondo Federation (WTF), Constitution & By - Laws, Amended: 12th April 2005.
7. World Taekwondo Federation WTF," Shortened WTF Reform Report & Strategic Plan", WWW.WTF.ORG.
۸. امیرتاش، علی محمد.(۱۳۸۵). رشد و توسعه هندبال تیمی به عنوان یک ورزش قهرمانی دانشگاهی از دیدگاه ورزشکاران و مربیان دانشگاهی، نشریه علوم حرکتی و ورزش، سال ششم جلد اول، شماره ۱۱، ص ۹۷-۱۰۹.

۹. بدری آذین، یعقوب، (۱۳۸۵)، بررسی وضعیت ژیمناستیک در ایران با رویکرد تدوین نظام جامع توسعه منابع انسانی در ورزش ژیمناستیک کشور، رساله‌ی دکتری، دانشگاه تهران.
۱۰. حاجی انزهایی، زهرا، (۱۳۸۵). بررسی ساختار سازمانی و عملکرد فدراسیون هندبال جمهوری اسلامی ایران و مقایسه آن با فدراسیون هندبال آلمان و ارائه الگوی بهینه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۱۱. خبیری، محمد؛ معماری، ژاله؛ (۱۳۸۷)، طرح پژوهشی برنامه ریزی راهبردی توسعه‌ی ورزش تکواندو جمهوری اسلامی ایران.
۱۲. گودرزی، محمد؛ هنری، حبیب؛ (۱۳۸۵)، طراحی و تدوین نظام جامع ورزش کشتی کشور، نشریه پژوهش در علوم ورزش، شماره چهاردهم، ص ص ۳۳-۵۴.
۱۳. خسروی زاده، اسفندیار، (۱۳۸۷)، مطالعه و طراحی برنامه استراتژیک کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران، رساله‌ی دکتری، دانشگاه تهران.
14. British Swimming –Swimming’s Strategic Plan –Version 1, October 2004, www.Britishswimming.org
15. ALBERTA Bicycle Association,(2008), Strategic Plan 2008 – 2013, www.albertabicycle.ab.ca/uploads/files/2008-2013 Strategic Plan, FINAL.
16. Jean Loup et al -2004 -Strategic and Performance Management of Olympic Sport Organizations –First Edition –Human Kinetics.
17. James V . Earle, (2009), Development of a Strategic Planning Process Model For Division I –A Intercollegiate Athletic Departments –Dissertation –University Of Pittsburgh.

بررسی قابلیت تصمیم‌گیری دانشجویان تربیت بدنی در وضعیت‌های دشوار اخلاقی

محمد علی قره^۱، رضا شجاع^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۸۷/۰۲/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۷/۱۱/۳۰

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی قابلیت تصمیم‌گیری دانشجویان تربیت بدنی در وضعیت‌های دشوار اخلاقی است. به این منظور، پرسشنامه ۲۰ گویه‌ای وضعیت‌های دشوار اخلاقی در ورزش که توسط کسول (۲۰۰۳) ساخته شده است، به‌طور تصادفی در اختیار ۱۵۸ دانشجوی تربیت بدنی (۱۰۰ دانشجوی پسر و ۵۸ دانشجوی دختر) قرار گرفت. همه آزمودنی‌ها، دست‌کم در یکی از رشته‌های ورزشی، سابقه حضور در کلاس‌های مربیگری داشتند. روایی محتوایی ابزار توسط متخصصان و ثبات درونی آن نیز در مطالعه‌ای مقدماتی، با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۴ تأیید شد. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های کولموگروف - اسمیرنف، t گروه‌های مستقل و یومان ویتنی استفاده شد. نتایج نشان داد بین تصمیم‌گیری اخلاقی ($P=۰/۰۰۸$, $t=-۰/۴۷۱$) و خرده‌مقیاس گرایش اخلاقی ($P=۰/۰۰۱$, $t=۰/۳۹۲$) دانشجویان دختر و پسر تفاوت معنی‌دار وجود دارد. ضمن اینکه بین میانگین تصمیم‌گیری اخلاقی و خرده‌مقیاس‌های آن در آزمودنی‌ها به تفکیک سابقه قهرمانی تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد ($P>۰/۰۵$). به‌طور کلی، تحقیق حاضر بر گنجاندن واحد درسی اخلاق ورزشی در برنامه‌های آموزشی دانشجویان تربیت بدنی به‌منظور ارتقای سطح قابلیت تصمیم‌گیری اخلاقی در آنان تأکید می‌کند.

کلیدواژه‌های فارسی: تصمیم‌گیری اخلاقی، وضعیت دشوار اخلاقی، دانشجویان تربیت بدنی.

۱. استادیار دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه

پیشرفت همه‌جانبه تربیت بدنی و علوم ورزشی طی دهه‌های اخیر، از یک سو میدان عمل دست‌اندرکاران ورزش را وسعت بخشیده و از سوی دیگر مسائل عمیق اخلاقی را مطرح کرده است. دانش و عملکردهای جدید به تبیین و تدوین احکام نوین نیاز دارند و مسئولیت و اختیار تبیین مبانی لازم برای این امر را در ورزش نمی‌توان جز از اخلاق ورزشی جویا شد؛ بنابراین وظیفه اخلاق ورزشی با وسعت یافتن عرصه نگرش انسان سنگین‌تر شده، انتظارات بیشتری در فکر مدیران، مربیان، ورزشکاران و البته دانشجویان تربیت بدنی پدید آمده است. امروزه، عوامل بسیاری بر روابط مدیران، مربیان، ورزشکاران و طرفداران ورزشی تأثیر گذارده‌اند. دسترسی حیرت‌آور افراد به اخبار و دانش ورزشی، جایگزینی سرعت، دقت و انتقال رایانه‌ای به جای همتهای انسانی آن، فزون‌طلبی و رفاه‌جویی آدمی، نفع‌پرستی و خودمحوری فلسفی همه در این دگرگونی سهیم و شریک بوده‌اند و این است دلیلی که در ورزش مانند سایر پدیده‌های اجتماعی، هر روز مسائل و پرسش‌های جدیدی شکل گرفته‌اند و پاسخ می‌طلبند.

تصمیم‌گیری اخلاقی شکل سازمان‌یافته تأمل اخلاقی، به‌منظور حل تعارضات اخلاقی است (۱) و عنصری ضروری در حوزه ورزش محسوب می‌شود. دانشجویان تربیت بدنی به‌عنوان پیشگامان توسعه ورزش در کشور، نیازمند توانایی بازشناسی معضلات اخلاقی و تصمیم‌گیری مناسب است و برای اخذ تصمیمات اخلاقی، چه در محیط‌های کاری و چه در میداين ورزشی مسئول‌اند. آنان به‌عنوان مدیران، مربیان و افراد حرفه‌ای مسئول در ورزش آینده باید با روند تصمیم‌گیری اخلاق آشنا بوده، حقوق اخلاقی را بدون به خطر انداختن وجدان اخلاقی خود محترم بشمارند (۲). اگرچه مطالعات نشان می‌دهد که آگاهی دست‌اندرکاران ورزش از مسئولیت‌های اخلاقی به‌دلیل تأکید روزافزون جامعه بر اخلاق ورزشی در حال افزایش است، اما آنان در شناسایی مشکلات اخلاقی و تعیین روش مناسب برای حل این معضلات با دشواری‌هایی روبرو هستند (۳). متأسفانه، با وجود پیشرفت در علم اخلاق ورزشی، هنوز دانش کمی درباره توانایی ورزشکاران و مربیان در دنبال کردن تصمیم‌ها، عقاید و نظرات خود و نیز پیامد تصمیم‌ها و تأثیر محیط‌های عمل بر تصمیم‌گیری‌های آنان وجود دارد (۴).

یکی از کارکردهای اخلاق در ورزش دستورالعملی است که به هنگام تداخل منافع و علائق افراد در ورزش ارائه می‌دهد (۵). تصمیم‌گیری اخلاقی، ورزشکار یا مربی را درگیر انتخاب گزینه‌ای از میان دو وضعیتی می‌کند که هر کدام به‌تنهایی و در شرایط ایده‌آل خوب بوده، منافع مثبتی را به دنبال دارند (۶). به‌طور کلی منظور از تصمیم‌گیری اخلاقی، توانایی فرد در گرفتن تصمیم

مناسب در وضعیت‌های دشوار اخلاقی است (۷) که در قالب چهار عامل: قضاوت اخلاقی^۱، آگاهی اخلاقی^۲، گرایش اخلاقی^۳ و اهمیت موقعیت^۴ بررسی می‌شود. قضاوت اخلاقی بر داوری فرد در مورد چالش اخلاقی مطرح شده دلالت دارد و آگاهی اخلاقی به حساسیت فرد در مورد مسئولیت اخلاقی دیگران در وضعیت دشوار اخلاقی اشاره می‌کند. گرایش اخلاقی به نقش خود قضاوت‌کننده و واکنش او در صورت حضور در موقعیت اشاره می‌کند و متغیر اهمیت موقعیت نیز، میزان اهمیت وضعیت اخلاقی مطرح شده را از نظر فرد بررسی می‌کند. بر اساس نظر بارتلس^۵ (۲۰۰۸) ارزیابی قابلیت تصمیم‌گیری یا قضاوت اخلاقی در افراد، بدون قرار دادن آن‌ها در وضعیت‌های دشوار اخلاقی که به‌صورت فرضی یا واقعی طراحی شده‌اند، امکان‌پذیر نیست (۸). در واقع، دشواری طراحی همین وضعیت‌ها از یک طرف و تلاش طبیعی افراد برای نشان دادن چهره‌ای مثبت و اخلاقی از خویش (۴)، چالشی است که انجام تحقیقات در حوزه اخلاق ورزشی را با مشکل روبرو کرده است.

تحقیقات اندکی در مورد اساس اخلاقی بودن تصمیم‌گیری‌ها در محیط‌های ورزشی انجام شده است (۹). از نظر تئوری‌های مختلف، تفاوت در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی به دلایل روان‌سنجی (۱۰)، تحول‌شناختی (۱۱) و یادگیری اجتماعی (۱۲) است. تئوری شناختی اجتماعی باندورا (۱۹۸۶) روی الگوها و نیروی تقویتی به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده رفتارهای درست و نادرست تأکید می‌کند (۱۳). تئوری تحول‌شناختی، برهان اخلاقی را ضامن اصلی رفتار معرفی می‌کند (۱۱). با این حال، والراند^۶ (۱۹۹۱)، والراند و همکاران (۱۹۹۷)، والراند و لوزیر^۷ (۱۹۹۴) رویکردی روانی اجتماعی برای اخلاق ورزشی ارائه کرده‌اند که توجه بسیاری را در سال‌های اخیر به خود جلب کرده است. بر اساس این دیدگاه، همواره دو زمینه ساختاری و موقعیتی بر تصمیم‌گیری اخلاقی افراد مؤثرند. تأثیرات موقعیتی بر عوامل تعیین‌کننده‌ای که ارتباط نزدیکی با رفتار دارند، دلالت کرده و عوامل ساختاری، به تأثیرات حاصل از ساختار خود ورزش مربوط می‌شوند. آنچه در این پژوهش مد نظر قرار گرفته، برهم‌کنش نقاط اثر تئوری‌های مذکور در نمونه تحت بررسی پژوهش حاضر است. از یک طرف، وجود الگوها و نیروهای تقویتی مانند سطح مشارکت ورزشی بالا، استادان و مربیان و از طرف دیگر، توسعه شناختی مرتبط با رشته

-
1. Moral judgment
 2. Ethical awareness
 3. Ethical intension
 4. Importance of situation
 5. Bartels
 6. Vallerand
 7. Losier

تحصیلی، مواردی هستند که در نمونه تحقیق حاضر وجود دارد (۱۴-۱۶).

خبیری (۱۳۸۱) اظهار داشت، به طور کلی از نظر رعایت اخلاقی بین گروه های ورزشکار و غیرورزشکار تفاوت معنی داری وجود ندارد (۱۷). پتر^۱ (۱۹۷۱) دریافت جهت گیری حرفه ای در تصمیم گیری های اخلاقی دانشجویان پسر از دانشجویان دختر بیشتر است (۱۸). لوی^۲ (۱۹۷۲) دریافت جهت گیری حرفه ای بازی، در ورزشکاران پسر عضو تیم دانشگاه (۴۱ درصد) از دانشجویان پسر رشته تربیت بدنی (۳۹/۳ درصد) و مردان غیرورزشکار (۲۷/۸ درصد) بیشتر است (۱۹). چامتون و دادا^۳ (۱۹۸۸) دریافتند، با افزایش سن، کارکرد قضاوت اخلاقی کاهش یافته، احتمال انجام رفتارهای پرخطر عمدی افزایش می یابد (۲۰). پنی و پریست^۴ (۱۹۹۰) اظهار داشتند هرچه ورزشکاران سابقه حضور بیشتری در محیط های ورزش قهرمانی داشته باشند، به بازی جوانمردانه توجه کمتری نشان می دهند و تصمیمات آن ها بیش از آنکه اخلاقی باشد، بر کسب پیروزی در رقابت های ورزشی تأکید دارد (۲۱). بلر و استول^۵ (۱۹۹۵) دریافتند، دریافتند، دانش آموزان دختر، در مقایسه با دانش آموزان پسر آگاهی و تعهد اخلاقی بیشتری دارند و با احتیاط بیشتری وضعیت های دشوار اخلاقی را تحلیل می کنند (۲۲). پریست و همکاران (۱۹۹۹) اظهار داشتند که ارزش های اخلاقی دانشجویان ورزشکار بعد از چهار سال تحصیل در دانشگاه تغییر می کند و این تغییرات در جهت کاهش جهت گرایی رفتار جوانمردانه و در مقابل آن، افزایش نگرش حرفه ای مشارکت در فعالیت های ورزشی است (۲۳). جانزن^۶ (۲۰۰۶) محتوای اجتماعی و ویژگی های فیزیکی ورزش ها (درجه برخوردی بودن رشته ورزشی) را بررسی می کند و اظهار می دارد که عوامل فوق تأثیری معنی دار بر تصمیم گیری اخلاقی افراد دارند (۲۴). کسول^۷ و همکاران (۲۰۰۹) دریافتند بین تصمیم گیری اخلاقی دانشجویان دارای سابقه حضور در محیط های ورزش قهرمانی با سایر دانشجویان تفاوت معنی دار وجود دارد و تصمیم گیری دانشجویان دارای سابقه قهرمانی، اخلاق گرایی کمتری دارند (۲۵).

به طور کلی پژوهش حاضر در نظر دارد قابلیت تصمیم گیری اخلاقی دانشجویان تربیت بدنی را بررسی کند و به این سؤال پاسخ دهد که آیا بین تصمیم گیری اخلاقی دانشجویان تربیت بدنی به تفکیک جنسیت، سابقه قهرمانی و سال تحصیلی تفاوتی وجود دارد یا خیر.

-
1. Petrie
 2. Loy
 3. Chaumeton & Duda
 4. Penny & Priest
 5. Beller & Stoll
 6. Janzen
 7. Caswell

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی و علی - مقایسه‌ای است. به منظور دستیابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته برای جمع‌آوری اطلاعات جمعیت‌شناختی مانند سن، سابقه ورزشی، سابقه قهرمانی و همچنین پرسشنامه ۲۰ گویه‌ای وضعیت‌های دشوار اخلاقی در ورزش ساخته شده توسط کسول (۲۰۰۳) استفاده شد (۲۶). این پرسشنامه، قابلیت تصمیم‌گیری آزمودنی‌ها را در پنج وضعیت دشوار اخلاقی با چهار خرده‌مقیاس قضاوت اخلاقی (۴ گزینه)، آگاهی اخلاقی (۴ گزینه)، گرایش اخلاقی (۴ گزینه) و اهمیت موقعیت (۴ گزینه) ارزیابی می‌کند. ضمن اینکه از مقیاس پنج ارزی لیکرت (۱ = کاملاً مخالف تا ۵ = کاملاً موافق) برای کمی‌سازی آن استفاده شد. با توجه به هنجار تعیین شده برای این ابزار، نمره کلی آزمودنی‌ها بین ۲۰ تا ۱۰۰ است و هر چه نمره آزمودنی بیشتر باشد، اخلاق‌گرایی وی بیشتر از هدف‌گرایی است. روایی محتوایی این ابزار توسط محقق و تعدادی از استادان مجرب تأیید شد و ثبات درونی آن نیز در مطالعه‌ای مقدماتی با آلفای کرونباخ ۰/۸۴ تعیین شد.

نمونه نهایی پژوهش، ۱۵۸ دانشجوی تربیت بدنی (۱۰۰ دانشجوی پسر و ۵۸ دانشجوی دختر) مقطع کارشناسی بودند که بر اساس واریانس به‌دست آمده در مطالعه مقدماتی و فرمول برآورد حجم نمونه از میان جامعه آماری - کلیه دانشجویان تربیت بدنی ۲۰ تا ۲۹ ساله دانشگاه فردوسی مشهد که همگی دست‌کم در یکی از رشته‌های ورزشی سابقه حضور در کلاس‌های مربیگری را داشتند - به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند و پرسشنامه‌ها در اختیار آنان قرار گرفت. نمونه‌گیری به نحوی انجام شد که از میان نمونه انتخاب شده، تعدادی (۷۳ نفر) عضو تیم‌های منتخب دانشگاهی و دارای سابقه کسب عنوان قهرمانی در یکی از سطوح دانشگاهی، استانی یا کشوری باشند.

با توجه به برقراری مفروضه‌های نرمال بودن و همگنی واریانس مربوط به عامل‌های نمره کلی، آگاهی اخلاقی و گرایش اخلاقی و همچنین برقرار نبودن این مفروضه‌ها در مورد خرده - مقیاس‌های قضاوت اخلاقی و اهمیت موقعیت که با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنف به‌دست آمد، به‌منظور مقایسه نمره کلی، آگاهی اخلاقی و گرایش اخلاقی آزمودنی‌ها به تفکیک جنسیت و سابقه قهرمانی از آزمون پارامتریک t گروه‌های مستقل و برای مقایسه خرده‌مقیاس‌های قضاوت اخلاقی و اهمیت موقعیت به تفکیک جنسیت و سابقه قهرمانی از آزمون ناپارامتریک یومان ویتنی استفاده شد. ضمن اینکه برای مقایسه نمره کلی تصمیم‌گیری اخلاقی آزمودنی‌ها به تفکیک سال تحصیلی از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه در سطح معنی‌داری $P < 0.05$ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

وضعیت اول: «مرتضی» مربی ورزشی است که با یک تیم موفق فوتبال کار می‌کند. او متوجه می‌شود که حال آرش، دانشجوی سال آخر و بازیکن خط حمله تیم، در شب قبل از بازی طی یک تمرین سبک ورزشی به هم خورده است. آرش می‌گوید: «احساس می‌کنم حالم خوب نیست، ولی باید به تمرین ادامه دهم تا وضعیت اولیه خود را حفظ کنم». مرتضی سعی می‌کند او را از ادامه تمرین منصرف کند، ولی سرمربی تیم به آرش می‌گوید: «باید به تمرین ادامه بدهی؛ چون تو یکی از اعضای اصلی تیم هستی».

جدول ۱. آمار توصیفی مربوط به اولین وضعیت اخلاقی توصیف شده

کاملاً مخالف	مخالف	بدون نظر	موافق	کاملاً موافق	
۱/۹	۹	۵/۸	۵۱	۳۲/۳	۱- مرتضی باید از ادامه تمرین آرش جلوگیری کند.
۱/۳	۱۱	۱۱	۴۰/۶	۳۶/۱	۲- در این موقعیت، مرتضی باید به مسئولیت اخلاقی خود عمل نماید.
۲۳/۲	۵۱/۶	۸/۴	۱۲/۹	۳/۹	۳- اگر من در این موقعیت بودم، به آرش اجازه می‌دادم که به تمرین ادامه دهد.
۰/۶	۳/۲	۷/۱	۳۷/۴	۵۱/۶	۴- این مسئله اهمیت دارد.

وضعیت دوم: وحید مربی ورزشی است که با تیم موفق بسکتبال دانشگاه کار می‌کند. بهنام، بهترین بازیکن تیم به‌طور تصادفی برای انجام آزمایش دوپینگ انتخاب می‌شود. این در حالی است که بهنام دارای سابقه دوپینگ یا مصرف مواد نیروزاست. سرمربی تیم می‌ترسد اگر جواب آزمایش بهنام مثبت باشد، اجازه حضور در مسابقات کشوری به او داده نشود. سرمربی پیشنهاد کرد وحید بازیکن دیگری را به جای بهنام انتخاب کند.

جدول ۲. آمار توصیفی مربوط به دومین وضعیت اخلاقی توصیف شده

کاملاً مخالف	مخالف	بدون نظر	موافق	کاملاً موافق	
۳۱	۴۰	۱۰/۳	۱۰/۳	۷/۷	۵- وحید باید بازیکن دیگری را به جای بهنام برای آزمایش دوپینگ انتخاب کند.
۲/۶	۲/۶	۷/۱	۴۶/۵	۴۱/۳	۶- در این موقعیت، وحید باید به مسئولیت اخلاقی خود عمل نماید.
۷/۷	۹	۹	۳۰/۳	۴۳/۹	۷- اگر من در این موقعیت بودم، آزمایش دوپینگ را روی بهنام انجام می‌دادم.
۱/۳	۰/۶	۷/۷	۲۹	۶۱/۳	۸- این مسئله اهمیت دارد.

وضعیت سوم: «مینا»، ستاره تیم والیبال و دانشجوی سال آخر، به‌دلیل برخورد سرش با کف سالن طی تمرین ورزشی دچار آسیب مغزی شده است. «الهام»، مربی تیم، به او توصیه می‌کند

از شرکت در اولین مسابقه حذفی تیم که دو روز دیگر برگزار می‌شود صرف‌نظر کند. یک ساعت قبل از بازی، مینا هنوز از سردرد شکایت دارد. والدین و دیگر اعضای تیم، الهام، مربی تیم، را تشویق می‌کنند که به «مینا» اجازه دهد در مسابقه حضور یابد.

جدول ۳. آمار توصیفی مربوط به سومین وضعیت اخلاقی توصیف شده

کاملاً مخالف	مخالف	بدون نظر	موافق	کاملاً موافق	
۵۰	۳۷/۲	۲/۶	۵/۸	۴/۵	۹- الهام باید به مینا اجازه بازی بدهد.
۲/۶	۳/۸	۵/۸	۳۵/۹	۵۱/۹	۱۰- در این موقعیت، الهام باید به مسئولیت اخلاقی خود عمل نماید.
۳/۲	۵/۸	۲/۶	۲۸/۲	۶۰/۳	۱۱- اگر من در این موقعیت بودم، از بازی مینا جلوگیری می‌کردم.
۴۱	۱۶/۷	۷/۷	۱۳/۵	۲۱/۲	۱۲- این مسئله اهمیت ندارد.

وضعیت چهارم: «امین» دانشجوی تربیت بدنی و در حال کسب تجربه در فوتبال است. او پس از انجام آخرین بازی فصلی و در جشنی، یکی از بازیکنان اصلی را می‌بیند که در حال مصرف مواد مخدر است. اگر «امین» این مسئله را به مربی تیم اطلاع دهد، ورزشکار مورد نظر از حضور در تیم معلق می‌شود و باید در برنامه‌های بازپروری معتادان شرکت کند. این ورزشکار از شرکت در بازی‌های حذفی محروم می‌شود؛ در نتیجه شانس تیم در کسب عنوان قهرمانی مسابقات به‌طور چشمگیری کاهش می‌یابد.

جدول ۴. آمار توصیفی مربوط به چهارمین وضعیت اخلاقی توصیف شده

کاملاً مخالف	مخالف	بدون نظر	موافق	کاملاً موافق	
۵/۸	۱۷/۳	۹/۶	۳۰/۸	۳۶/۵	۱۳- امین باید استفاده مواد مخدر توسط ورزشکار مورد نظر را گزارش دهد.
۱/۳	۳/۸	۱۲/۲	۳۴	۴۸/۷	۱۴- در این موقعیت، امین باید به مسئولیت اخلاقی خود عمل نماید.
۶/۵	۲۰/۶	۱۶/۸	۲۵/۲	۳۱	۱۵- اگر من در این موقعیت بودم، استفاده از مواد مخدر توسط بازیکن مذکور را گزارش می‌دادم.
۱/۹	۱/۳	۱۰/۲	۲۹/۹	۵۶/۷	۱۶- این مسئله اهمیت دارد.

جدول ۵. آمار توصیفی مربوط به پنجمین وضعیت اخلاقی توصیف شده

کاملاً مخالف	مخالف	بدون نظر	موافق	کاملاً موافق	
۱/۳	۷/۱	۵/۸	۳۲/۳	۵۳/۵	۱۷- شاهین باید مداخله کند و به «رضا» اجازه ندهد که تزریق را انجام دهد.
۴/۵	۳/۲	۷/۷	۳۵/۵	۴۹	۱۸- در این موقعیت، شاهین باید به مسئولیت اخلاقی خود عمل نماید.
۷۴/۱	۳۴/۲	۵/۸	۸/۴	۴/۵	۱۹- اگر من در این موقعیت بودم، به رضا اجازه می‌دادم تزریق را انجام دهد.
۰/۶	۱/۳	۴/۵	۳۱	۶۲/۶	۲۰- این مسئله اهمیت دارد.

وضعیت پنجم: «رضا» دانشجوی سال آخر و بهترین بازیکن تیم فوتبال دانشگاه است که در پست حمله بازی می‌کند و طی تمرین زانویش آسیب می‌بیند. «شاهین»، مربی تیم، به او توصیه می‌کند در اولین بازی حذفی تیم که سه روز بعد برگزار می‌شود، شرکت نکند. پدر یکی از بازیکنان که پزشک است به «رضا» پیشنهاد می‌کند یک ساعت قبل از مسابقه در زانویش آمپولی تزریق کند تا آن را بی‌حس کند و بتواند بازی کند. اعضاء و سر مربی تیم او را تشویق می‌کنند که این تزریق را انجام دهد.

یافته‌های پژوهش نشان داد، میانگین نمره کلی تصمیم‌گیری اخلاقی آزمودنی‌ها ۸۱/۸۹، قضاوت اخلاقی ۲۰/۰۳، آگاهی اخلاقی ۲۰/۹۲، گرایش اخلاقی ۱۹/۷۴ و اهمیت شرایط ۲۱/۱۸ به‌دست آمد. جدول ۶، میانگین، انحراف استاندارد و همچنین آماره‌های مربوط به نرمال بودن متغیرهای تصمیم‌گیری اخلاقی را به تفکیک نشان می‌دهد.

جدول ۶. میانگین، انحراف استاندارد و همچنین آماره‌های مربوط به نرمال بودن متغیرهای

تصمیم‌گیری اخلاقی

میانگین	انحراف استاندارد	حداکثر	حداقل	نمره Z	سطح معنی‌داری
۸۱/۸۹	۱/۰۷	۹۹	۲۱	۰/۷۸۲	نمره کلی
۲۰/۰۳	۳/۲۴	۲۵	۵	۱/۴۴۶	قضاوت اخلاقی
۲۰/۹۲	۳/۳۰	۲۵	۵	۱/۳۴۰	آگاهی اخلاقی
۱۹/۷۴	۳/۳۵	۲۵	۵	۱/۱۸۵	گرایش اخلاقی
۲۱/۱۸	۲/۹۸	۲۵	۵	۱/۳۷۰	اهمیت موقعیت

یافته‌های پژوهش نشان داد، میانگین نمره کلی تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان پسر ۸۱/۵۷ و دانشجویان دختر ۸۲/۴۲ است. ضمن اینکه بین میانگین تصمیم‌گیری اخلاقی ($t=-۰/۴۷۱$ ، $P=۰/۰۰۸$) و میانگین خرده‌مقیاس گرایش اخلاقی ($t=۰/۳۹۲$ ، $P=۰/۰۰۱$) دانشجویان به تفکیک جنسیت تفاوتی معنی‌دار وجود دارد. این در حالی است که بین میانگین خرده-مقیاس‌های آگاهی اخلاقی ($t=-۰/۴۶۱$ ، $P=۰/۴۰۱$)، قضاوت اخلاقی ($z=-۰/۵۲۱$ ، $P=۰/۶۰۲$) و اهمیت موقعیت ($z=-۱/۳۸۶$ ، $P=۰/۱۶۶$) تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد. جدول ۷ میانگین، انحراف استاندارد و آماره‌های مربوط به مقایسه متغیرهای تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان را به تفکیک جنسیت و آزمون استفاده شده نشان می‌دهد.

جدول ۷. آماره‌های مربوط به مقایسه متغیرهای تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان به تفکیک جنسیت

آزمون t گروه‌های مستقل		میانگین	انحراف استاندارد	نمرهٔ t	سطح معنی‌داری
نمرهٔ کلی	پسر	۸۱/۵۷	۱/۲۱	-۰/۴۷۱	۰/۰۰۸
	دختر	۸۲/۴۲	۷/۷۰		
آگاهی اخلاقی	پسر	۲۰/۸۳	۳/۴۶	-۰/۴۶۱	۰/۴۰۱
	دختر	۲۱/۰۸	۳/۰۴		
گرایش اخلاقی	پسر	۱۹/۸۲	۳/۸۳	۰/۳۹۲	۰/۰۰۱
	دختر	۱۹/۶۰	۲/۳۴		
آزمون U من ویتنی		میانگین	انحراف استاندارد	نمره Z	سطح معنی‌داری
قضاوت اخلاقی	پسر	۲۰/۰۴	۳/۵۷	-۰/۵۲۱	۰/۶۰۲
	دختر	۲۰/۰۳	۲/۶۲		
اهمیت موقعیت	پسر	۲۰/۸۸	۳/۲۵	-۱/۳۸۶	۰/۱۶۶
	دختر	۲۱/۶۹	۲/۴۱		

یافته‌های پژوهش نشان داد، میانگین نمره کلی تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان بدون سابقه قهرمانی ۸۱/۰۳ و دانشجویان دارای سابقه قهرمانی ۸۲/۹۲ است. ضمن اینکه بین میانگین تصمیم‌گیری اخلاقی و خرده‌مقیاس‌های آن در آزمودنی‌ها به تفکیک سابقه قهرمانی تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد ($P>۰/۰۵$). جدول ۸ میانگین، انحراف استاندارد و آماره‌های مربوط به مقایسه متغیرهای تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان را به تفکیک سابقه قهرمانی و آزمون استفاده شده نشان می‌دهد.

جدول ۸. آماره‌های مربوط به مقایسه متغیرهای تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان به تفکیک

سابقه قهرمانی

آزمون t گروه‌های مستقل		میانگین	انحراف استاندارد	نمره t	سطح معنی داری
نمره کلی	دارای عنوان قهرمانی	۸۲/۹۲	۹/۳۵	۰/۳۹۳	۰/۷۳۳
	بدون سابقه قهرمانی	۸۱/۰۳	۱۱/۷۰		
آگاهی اخلاقی	دارای عنوان قهرمانی	۲۱/۳۳	۲/۸۰	-۱/۳۸۹	۰/۱۹۶
	بدون سابقه قهرمانی	۲۰/۵۸	۳/۶۶		
گرایش اخلاقی	دارای عنوان قهرمانی	۱۹/۹۴	۳/۲۴	۰/۷۵۲	۰/۱۰۱
	بدون سابقه قهرمانی	۱۹/۵۸	۳/۴۴		
آزمون U من ویتنی		میانگین	انحراف استاندارد	نمره z	سطح معنی داری
قضاوت اخلاقی	دارای عنوان قهرمانی	۲۰/۲۳	۳/۰۵	-۰/۵۵۰	۰/۵۸۲
	بدون سابقه قهرمانی	۱۹/۸۷	۳/۴۰		
اهمیت موقعیت	دارای عنوان قهرمانی	۲۱/۴۲	۲/۷۰	-۰/۶۸۲	۰/۴۹۵
	بدون سابقه قهرمانی	۲۰/۹۸	۳/۲۱		

یافته‌های پژوهش نشان داد بین تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان به تفکیک سال تحصیلی تفاوت معنی داری وجود ندارد ($F=2/271$, $P=0/083$). جدول ۹ میانگین و آماره‌های مربوط به مقایسه متغیرهای تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان را به تفکیک سال تحصیلی نشان می‌دهد.

جدول ۹. آماره‌های مربوط به مقایسه متغیرهای تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان به تفکیک سال

تحصیلی

متغیر	سال تحصیلی	میانگین	منبع تغییرات	مجموع مربعات	میانگین مربعات	F آماره	سطح معنی داری
تصمیم‌گیری اخلاقی	سال اول	۸۳/۰۹	بین گروه‌ها	۷۶۶/۵۸۰	۲۵۵/۵۲۷	۲/۲۷۱	۰/۰۸۳
	سال دوم	۸۳/۷۸	درون گروه‌ها	۱۶۳۱۳/۹۹۷	۱۱۲/۵۱۰		
	سال سوم	۷۸/۵۰					
	سال چهارم	۸۳/۵۰	کل	۱۷۰۸۰/۵۷۷			

بحث و نتیجه‌گیری

اگرچه احتمال وجود تفاوت‌هایی میان واکنش افراد در موقعیت‌های فرضی و واقعی وجود دارد، اما قرار گرفتن افراد در همین موقعیت‌های فرضی، علاوه بر به چالش کشیدن ادراکات، آنان را در مقابل وضعیتی دوگانه قرار می‌دهد که پاسخ به هر کدام می‌تواند با مزایا و در مقابل، پیامدهای نامطلوبی همراه باشد. در واقع، توصیف موقعیتی فرضی، باعث ایجاد تصویری می‌شود

که با تجربیات، دانش و نگرش درونی شده فرد همراه می‌شود و او را از پیامدهای احتمالی تصمیم خود که می‌تواند مثبت یا منفی باشد، آگاه می‌کند. نکته دیگر وجود تفاوت میان دو حالت عملگر یا نظاره‌گر در موقعیت دشوار اخلاقی است. در حالت نظاره‌گر، فرد به عنوان کسی که از اتفاقات با خبر است، تنها اظهار نظر می‌کند و سودی برای خود نمی‌بیند، اما در حالت عملگر، خود را به جای شخصیت اصلی قرار می‌دهد و ناخودآگاه درگیر چالشی می‌شود که باید از بین احترام به حقوق اخلاقی و پیروزی در رقابت، یکی را انتخاب کند (۲۷). همان‌طور که در یافته‌های توصیفی مربوط به وضعیت‌های دشوار اخلاقی مشاهده می‌شود، تغییر در بُعد تصمیم‌گیری از حالت قضاوت به گرایش، با اندکی تغییر در واکنش فرضی افراد همراه است؛ به عنوان مثال، در وضعیت اول در حالی که ۳۲/۳ درصد کاملاً با تمرین نکردن آرش موافق‌اند، این تعداد با فرض قرارگیری خود آزمودنی در موقعیت به ۲۳/۲ درصد کاهش می‌یابد یا در وضعیت چهارم، تعداد ۹/۶ درصد افراد بدون نظر در بعد قضاوت اخلاقی (نظاره‌گر) به تعداد ۱۶/۸ درصد در حالتی می‌رسد که خود فرد به‌طور مستقیم با موقعیت فرضی درگیر می‌شود.

نکته دیگری که بر پایه یافته‌ها می‌توان اشاره کرد این است که بیشتر آزمودنی‌های معتقد به رعایت اصول اخلاقی، از مطلق‌گرایی در پاسخگویی به سؤالات اجتناب کرده، توافق یا مخالفت نسبی را به قطعیت در تصمیم‌گیری ترجیح می‌دهند. شایان ذکر است در وضعیت‌های اول، سوم و پنجم، فرد به نوعی با دو راهی‌ای روبرو می‌شود: یکی احتمال به خطر افتادن سلامتی انسان و دیگری شکست در رقابت. در وضعیت دوم، مسئله صداقت و عدالت مطرح است و در وضعیت چهارم، علاوه بر صداقت، دوستی و معرفت فرد چالش کشیده شده است که در برخی فرهنگ‌ها، به‌ویژه کشورمان اهمیت بسیار زیادی دارد. بر همین اساس و با توجه به آنچه در یافته‌ها مشاهده می‌شود، واکنش اخلاقی در مقابل وضعیت چهارم، با وجود اهمیت زیاد مسئله، با احتیاط نسبی در تصمیم‌گیری همراه بوده است.

بر پایه یافته‌ها، میانگین نمره کلی تصمیم‌گیری اخلاقی آزمودنی‌ها و همچنین میانگین نمرات مربوط به مؤلفه‌های اهمیت موقعیت، قضاوت، آگاهی و گرایش اخلاقی نشان‌دهنده اخلاق‌گرایی بیشتر آزمودنی‌ها در مقابل هدف‌گرایی یا جهت‌گرایی رقابت است؛ این بدان معنی است که بیشتر آزمودنی‌های تحقیق حاضر برای واکنش اخلاقی در مقابل وضعیت‌های دشواری که احتمال وقوع آن‌ها در دنیای واقعی بسیار است پتانسیل لازم را دارند. نکته قابل توجه، وجود گروهی حداقلی از آزمودنی‌هایی است که ترجیح می‌دهند خود را بی‌طرف نگه داشته، از تصمیم‌گیری پرهیز کنند. ممکن است این دسته از افراد نیازمند دریافت اطلاعات بیشتر برای تصمیم‌گیری باشند یا بر پایه ویژگی‌های شخصیتی، علاقه‌مند باشند مسئولیت تصمیم‌گیری را

به دیگران، به‌ویژه نیروهای الگو واگذار کنند. اهمیت بحث حاضر زمانی بارزتر می‌شود که بی‌تصمیمی در مقابل دو حالت تصمیم‌گیری اخلاقی و غیراخلاقی قرار می‌گیرد. در فرهنگ برخی جوامع و به تبع آن، خانواده‌ها قضاوت درباره مسائل اخلاقی و اعتقادی آنقدر حساس و سخت می‌شود که محافظه‌کاری و در نهایت، پرهیز از تصمیم‌گیری را به دنبال دارد. بر اساس نظر والراند و همکاران (۱۹۹۷)، نداشتن تجربه و آگاهی در مورد ساختار و موقعیت رشته ورزشی توصیف شده نیز می‌تواند از دلایل احتمالی ناتوانی در تصمیم‌گیری باشد (۱۶). اینکه برخی دانشجویان تربیت بدنی با وجود آگاهی و شناخت نسبی به‌دست آمده بر اساس رشته تحصیلی، بی‌طرفی را انتخاب و از تصمیم‌گیری اجتناب می‌کنند، مسئله‌ای است که لزوم انجام تحقیقات بیشتر را در این زمینه یادآور می‌شود.

بر پایه یافته‌ها، میانگین نمره کلی تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان دختر به‌طور معنی‌داری از دانشجویان پسر بیشتر است که با یافته‌های بلر و استول (۱۹۹۵) همخوان است (۲۲). ضمن اینکه دانشجویان دختر در مؤلفه‌های آگاهی اخلاقی و اهمیت موقعیت، در مقایسه با دانشجویان پسر میانگین نمرات بیشتری کسب کردند و گرایش اخلاقی دانشجویان پسر نیز به‌طور معنی‌داری از دانشجویان دختر بیشتر است؛ این بدان معنی است که در حالت عملکرد، دانشجویان پسر در مقایسه با دانشجویان دختر اخلاق‌گرایی بیشتری دارند. بر پایه یافته‌ها، بین مؤلفه‌های اهمیت موقعیت، آگاهی و قضاوت اخلاقی در دانشجویان دختر و پسر تفاوت معنی‌داری وجود ندارد که از دلایل احتمالی آن می‌توان به نقطه مشترک آزمودنی‌ها اشاره کرد که همان رشته تحصیلی است.

بر اساس نتایج، میانگین نمره کلی تصمیم‌گیری اخلاقی و مؤلفه‌های آن در دانشجویان دارای سابقه کسب عنوان قهرمانی بیشتر از آزمودنی‌های دیگر است، در حالی که تفاوت معنی‌داری نیز در این خصوص مشاهده نمی‌شود. این یافته با نتایج تحقیق لوی (۱۹۷۲) همخوان (۱۹) و با نتایج تحقیقات پنی و پرست (۱۹۹۰) و کسول و همکاران (۲۰۰۹) ناهمخوان است (۲۱)، (۲۵). از دلایل ناهمخوانی می‌توان به متفاوت بودن ابزار، سطح رقابت و همچنین فرهنگ حاکم بر محیط‌های ورزش دانشجویی اشاره کرد. آنچه مسلم است، رقابت‌های ورزشی دانشجویی در سایر کشورها، به‌ویژه کشورهای توسعه یافته از رشد حرفه‌ای، استقبال عمومی و البته حساسیت بیشتری برخوردار است و به نظر می‌رسد غیرحرفه‌ای بودن ورزش دانشگاهی در کشورمان از دلایل اخلاق‌گرایی بیشتر دانشجویان قهرمان باشد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، بین تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان به تفکیک سال تحصیلی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. از دلایل نبود تفاوت معنی‌دار، علاوه بر حرفه‌ای نبودن

محیط‌های ورزش دانشگاهی و تأثیر تقریباً یکسان محتوای عملی رشته تربیت بدنی، می‌توان به یکسان بودن سطح شناخت دانشجویان اشاره کرد. بدیهی است گنجاندن واحد درسی اخلاق ورزشی به دو صورت نظری و کاربردی در برنامه‌های آموزش مربیان و دانشجویان تربیت بدنی و همچنین پیگیری جدی‌تر دوره‌های کارورزی دانشجویان می‌تواند ضمن افزایش توانایی تصمیم‌گیری اخلاقی در آنان، زمینه را برای رشد اخلاقی محیط‌های ورزشی فراهم سازد که این روزها در پس شعار باقی مانده است.

منابع:

1. Conn, J.H., Gerdes, D.A. (1998). Ethical decision-making: Issues and applications to American sport, *Physical Educator*, 55, 3.
2. Bartels, D. M., & Medin, D. L. (2007). Are morally-motivated decision makers insensitive to the consequences of their choices? *Psychological Science*, 18, 24–28.
3. Caswell, S.V., Gould, T.E. (2008). Individual moral philosophies and ethical-decision making of undergraduate athletic training education students and educators, *J Athl Train*, 43, 205-214.
4. Moore, Z.E. (2003). Ethical dilemmas in sport psychology: Discussion and recommendations for practice, *Professional Psychology: Research and Practice*, Vol. 34, No. 6, 601–610.
5. Rest, J.R. (1987). *Manual for the DIT*, Minneapolis: Center for study of ethical development.
6. Rest J., Narvaez, D., Bebeau, M.J., Thomas, S.J. (1999). *Postconventional moral thinking: A neo-kohlbergian approach*, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Association.
7. Forsyth, D.R. (2002). Individual moral philosophies (IMPs) and ethical thought and action. Unpublished manuscript, Virginia Commonwealth University.
8. Bartels, D.M. (2008). Principled moral sentiment and the flexibility of moral judgment and decision making, *Cognition*, 108 (2008) 381–417.
9. Lata, J. (2006). An analysis of goal achievement orientation and sport morality levels of division I-A non revenue collegiate athletes [dissertation], The Florida State University.
10. Freud, S. (1972). *Beyond the pleasure principle* (trans. James Strachey). New York, Bantam Books (first published in German in 1920).
11. Kohlberg, L. (1981). *The philosophy of moral development: Moral stages and the idea of justice*. New York: Harper & Row.

12. Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York: W. H. Freeman.
13. Bandura, A. (1986). Social Foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
14. Vallerand, R. J. (1991). A social psychological analysis of sportsmanship. In J. Bilard & M. Durand (Eds.), *Sport and psychology* (pp. 289-299). Montpellier, France: Ed. Revue EPS.
15. Vallerand, R. J., & Losier, G. F. (1994). Self-determined motivation and sportsmanship orientations: An assessment of their temporal relationship, *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 16, 229-245.
16. Vallerand, R. J., Briere, N. M., Blanchard, C., & Provencher, P. (1997). Development and validation of the Multidimensional Sportspersonship Orientations Scale, *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 19, 197-206.
۱۷. خبیری، محمد (۱۳۸۱) بررسی تفاوت رعایت موازین اخلاقی بین بانوان ورزشکار و غیرورزشکار، مجله علمی پژوهشی حرکت، پیاپی ۱۳، ص ۵-۱۹.
18. Petrie, B. (1971). Achievement orientations in the motivations of Canadian university students toward physical activity, *Journal of the Canadian Association of Health, Physical Education, and Recreation*, 37(3), 7-13.
19. Loy, J. (1972). Sociological inquiry. In R. N. Singer, et al (Eds.) *Physical Education: An interdisciplinary approach*, (pp. 178-228). New York: Macmillan.
20. Chaumeton, N., & Duda, J. L. (1988). Is it how you play the game or whether you win or lose? The effect of competitive level and situation on coaching behaviors. *Journal of Sport Behavior*, 11, 157-174.
21. Penny, W. J., & Priest, R. F. (1990). Deontological sports values choices of United States Military Academy cadets and selected other college-aged populations, Unpublished manuscript, U.S. Military Academy.
22. Beller, J. M., & Stoll, S. K. (1995). Moral reasoning of high school student athletes and general students: An empirical study versus personal testimony. *Pediatric Exercise Science*, 7, 352-363.
23. Priest, R.F., Krause, J.V., Beach, J. (1999). Four-year changes in college athletes' ethical value choices in sports situations, *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 70(2):170-8.
24. Janzen, D. (2006). The acute effects of athletic competition on moral reasoning levels for dis-similar athletic groups [dissertation], Los Angeles: University of Southern California.
25. Caswell, S.V., Ambegaonkar, J.P., Caswell, A.M., Gould, T.E. (2009). Antecedents of ethical decision-making: Intercollegiate sporting environments as

- clinical education and practice settings, *Journal of Applied Health*, 38, 1.
26. Caswell, S.V. (2003). Individual moral philosophies and ethical-decision making of undergraduate athletic training education students and instructors [dissertation], Ohio University.
27. Nichols, S., & Mallon, R. (2006). Moral dilemmas and moral rules. *Cognition*, 100, 530–542.

تعیین و اولویت‌بندی عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌هایی ورزشی با روش AHP

دنیا پاداش^۱، محمد سلطان حسینی^۲، محمد خبیری^۳، سعید فتحی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۳/۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۳/۲۴

چکیده

هدف این پژوهش یافتن عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی و اولویت‌بندی آن‌ها با استفاده از روش AHP است. پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر روش، توصیفی و در حیطه پژوهش‌های کیفی است. برای تعیین عوامل و جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. پس از شناسایی عوامل، درخت سلسله مراتب تصمیم‌گیری ترسیم و با استفاده از آن پرسشنامه پژوهش استخراج شد. از آنجا که نرخ ناسازگاری محاسبه شده در این پژوهش از ۰/۱ کمتر است، می‌توان گفت پرسشنامه معتبر است. جامعه آماری این تحقیق اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها در رشته اقتصاد و تربیت بدنی، رئیس یا معاونان اتحادیه فوتبال، رؤسای یا نایب رؤسای فدراسیون‌ها (فوتبال، والیبال، بسکتبال، کشتی و تکواندو)، رؤسای لیگ‌ها در رشته‌های یاد شده و مدیر عامل، معاون یا مسئول بازاریابی باشگاه‌های کشور بودند که از میان آن‌ها ۴۵ نفر به‌عنوان خبره شناسایی شدند و پرسشنامه در اختیار آن‌ها قرار گرفت. پس از آنکه داده‌های حاصل از نظرات افراد وارد نرم افزار انتخاب خبره شد، وزن‌های نسبی و نهایی معیارها و زیرمعیارها و نیز اولویت آن‌ها در هر سطح از سلسله مراتب درخت تصمیم محاسبه شد. در مدل کل، ۱۳ زیرمعیار اولویت‌بندی شدند که عوامل: مدیریت نامطلوب، استفاده نکردن از نیروی متخصص و فقدان انگیزه کافی در بخش خصوصی، به‌ترتیب در اولویت‌های اول تا سوم قرار گرفتند؛ در نتیجه، مسئولان می‌توانند برای برداشتن گام‌های اساسی در خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی از این اولویت‌بندی بهره گیرند.

کلیدواژه‌های فارسی: فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، خصوصی‌سازی، صنعت ورزش.

۱. کارشناس ارشد دانشگاه اصفهان، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی (نویسنده مسئول)

Email: dpadash@yahoo.com

۲. استادیار دانشگاه اصفهان، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

۳. دانشیار دانشگاه تهران، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

۴. استادیار دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصادی

مقدمه

خصوصی‌سازی به معنی انجام فعالیت‌های اقتصادی توسط بخش خصوصی یا انتقال مالکیت دارایی‌ها به بخش خصوصی است (۱). تقریباً در همه کشورهای دنیا دولت کوچک و محدود در دستور کار قرار گرفته است؛ زیرا تجربه همه کشورها، چه توسعه یافته و چه در حال توسعه یا دست کم توسعه یافته^۱، نشان می‌دهد بزرگ‌تر شدن و تنوع فعالیت‌های دولت موجب ناکارآمدی‌اش در وظایف اصلی و آسیب به بخش خصوصی می‌شود (۲). عمده‌ترین دلیل مطرح شدن کوچک سازی دولت‌ها افزایش هزینه‌های آن‌ها، به‌ویژه هزینه‌های عملیات و نگهداری است (۳).

امروزه، بحث خصوصی‌سازی در تمام صنایع مورد توجه قرار گرفته است، صنعت ورزش نیز از این مقوله مستثنی نیست. در بسیاری از کشور های جهان ساختار سنتی باشگاه‌ها تغییر کرده و به کمک تجاری شدن باشگاه‌ها صنعت ورزش رونق قابل توجهی گرفته است. در کشورهای پیشرفته ارزش افزوده صنعت ورزش بخش قابل توجهی از محصول ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد و نقش مهمی در ایجاد درآمد، اشتغال و نیز تفریح و سرگرمی ایفا می‌کند (۴)، ولی صنعت ورزش در ایران هزینه‌بر است. باشگاه‌های ایرانی از دولت بودجه می‌گیرند و توان درآمدزایی زیادی ندارند.

بررسی پیشینه خصوصی‌سازی در ورزش نشان می‌دهد تقریباً تمام کشورهای دنیا برای نقش و جایگاه خصوصی‌سازی در ورزش، اهمیت ویژه ای قائل‌اند و دولت‌ها اقدام‌هایی نیز در این راستا انجام داده‌اند که نتایج آن مثبت بوده است (۵).

در ایران، سازمان تربیت بدنی در اوایل سال ۱۳۸۴ وکالت‌نامه فروش سهام باشگاه‌های پرسپولیس و استقلال را به سازمان خصوصی‌سازی ارائه کرد تا خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی آغاز شود. با اینکه مسئولان سازمان خصوصی‌سازی در ابتدای سال ۸۸ از واگذاری سهام باشگاه‌ها تا پایان سال خبر داده بودند، این برنامه به سال پنجم کشیده شد و هنوز گام‌های عملی در این زمینه برداشته نشده است (۶).

همچنین مطابق قانون برنامه چهارم توسعه تا پایان برنامه (سال ۱۳۸۸) باید تمامی فعالیت‌های اجرایی تأمین منابع ورزش حرفه‌ای به بخش‌های غیردولتی واگذار شود، ولی مرور بر نوع مالکیت باشگاه‌های حرفه‌ای ایران نشان می‌دهد دولت تصدی بسیاری از باشگاه‌ها را بر عهده دارد (۷).

عارفیان (۱۳۸۴) دیدگاه مدیران ورزش استان مازندران را درباره سیاست خصوصی‌سازی در ورزش و موانع و مشکلات موجود بررسی کرد و به این نتیجه دست یافت که ۸۱٪ مدیران ورزشی استان مازندران، خصوصی‌سازی را موجب توسعه و تحول ورزش استان دانسته‌اند (۸). رضوی (۱۳۸۳) به تحلیل سیاست خصوصی‌سازی در ورزش کشور با تأکید بر ورزش قهرمانی از دیدگاه مدیران ورزشی کشور پرداخته است. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد مدیران در مجموع نسبت به اعمال سیاست خصوصی‌سازی (۸۳/۳٪) نظر موافق دارند (۹). باروس (۲۰۰۶) بیان کرده است که رابطه دولت و باشگاه در کشور پرتغال باید به خوبی تعریف و تبیین شود (۱۰). بررسی‌های میچی و آگتون (۲۰۰۵) نشان داد اداره شرکتی باشگاه‌ها نه تنها باعث بهبود در معیارهای اداره باشگاه‌ها شده است؛ بلکه در عین حال باشگاه‌ها توانسته‌اند با شفاف‌سازی اطلاعات مدیریتی و مالی خود سود بیشتری به دست آورند (۱۱). باید توجه داشت که یکی از الزامات خصوصی‌سازی، ایجاد بسترها و زیر ساخت‌هایی است که ادامه حیات و رشد سازمان‌های خصوصی و بنگاه‌های اقتصادی فعال در بخش خصوصی را تضمین و تقویت می‌کند.

باید دقت شود که خصوصی‌سازی برای کسانی که قصد انجام آن را دارند، فرآیندی پیچیده، زمان‌بر، مشکل و خسته کننده است. خصوصی‌سازی موفق به دست کسانی انجام می‌شود که تمامی وقت، حوصله و فکر خود را در مسیر آن به کار برند و خستگی ناپذیر، بدون اشتغال به هیچ کار دیگری در انجام آن کوشا باشند. باید توجه داشت که اگر نخستین اقدامات برای خصوصی‌سازی با موفقیت رو به رو نشود، حمایت از ادامه آن ممکن است کاهش یابد یا قطع شود. از طرف دیگر، خصوصی‌سازی که شتاب زیادی دارد، ممکن است دردآور باشد. یکی از مسائل مهم در مراحل اولیه خصوصی‌سازی این است که در زمان انجام، نشان دهنده شرایط بهتر و مطلوب‌تر باشد (۱۲). با توجه به مطالب ذکر شده نتیجه می‌گیریم که خصوصی‌سازی مسیری پرخطر است که برداشتن گام محکم و استوار در این مسیر نیازمند برنامه‌ریزی صحیح و دقیق است. اولویت‌بندی می‌تواند مقدمه برنامه‌ریزی صحیح باشد. در واقع، نتیجه اولویت‌بندی چارچوب و اصول ناظر بر برنامه‌ریزی را مشخص می‌کند.

در این پژوهش از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی به عنوان یکی از شیوه‌های بسیار مهم از «مدل‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه»^۱ برای اولویت‌بندی استفاده شده است. از جمله تحقیقاتی که در این زمینه می‌توان به آن اشاره نمود مقاله‌ای است با عنوان «AHP تکنیکی

نوین برای تصمیم‌گیری گروهی» که در آن فرآیند تحلیل سلسله مراتبی^۱ به‌طور کامل به همراه مثالی فرضی تشریح شده است (۱۳). همچنین، در مقاله‌ای با عنوان «روش تحلیل سلسله مراتبی برای رتبه‌بندی اجرای خطا لیگ برتر بیس‌بال آمریکا» خطای بازیکنان لیگ برتر، با استفاده از ترکیب فرآیند تحلیل سلسله مراتبی و آمار خطاهای خود بازیکنان تجزیه و تحلیل شد (۱۴). روش AHP در دامنه وسیعی از تصمیم‌گیری‌های پیچیده مدیریت استفاده شده است؛ به‌طور مثال می‌توان به اولویت‌بندی و انتخاب شاخص‌های اندازه‌گیری ظرفیت فکری برای صنعت مخابرات سیار (۱۵)، استفاده از روش AHP برای ایجاد مراقبت‌های بهداشتی سیستم‌های مدیریت زباله در کشورهای در حال توسعه (۱۶)، تجزیه و تحلیل اولویت برای انتخاب مقصد گردشگران: مطالعه موردی تایوان (۱۷) و محل دفن زباله مواد زائد شهری (۱۸) اشاره کرد.

موارد ذکر شده اهمیت خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی را روشن می‌کند، ولی باید توجه داشت که خصوصی‌سازی اگرچه راه‌کاری برای حل بسیاری از مشکلات است، در صورتی که چگونگی اجرا و نحوه مدیریت آن شفاف و منطقی نباشد، می‌تواند دردسرها را افزایش دهد. با توجه به اهمیت خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی و نبود اطلاعات منسجم در این زمینه، محقق بر آن شد که عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوص سازی باشگاه‌های ورزشی را شناسایی با استفاده از روش AHP آن‌ها را اولویت‌بندی کند.

تکنیک AHP

روش «فرآیند تحلیل سلسله مراتبی» به‌عنوان یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره توسط پروفیسور ساعتی ارائه شده است. هدف از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی ایجاد یا تشکیل سلسله مراتب پیچیدگی مسئله طی مدارج طبقه‌بندی شده از بزرگ به کوچک یا از عمومی به مطالب خاص و اقتصادی است تا اینکه بتوان مطابق درک از موضوع، به دقت بیشتری دست یافت. برای اجرای فرآیند تحلیل سلسله مراتبی باید در گام نخست، درخت سلسله مراتبی مسئله را ترسیم کرد. در گام بعد، باید جداول مقایسه‌های زوجی معیارها و زیر معیارها را تهیه کرد تا در اختیار افراد شرکت‌کننده در پژوهش قرار گیرد. در گام سوم، جداول تکمیل شده توسط افراد باید از لحاظ نرخ ناسازگاری بررسی شوند و جداولی که نرخ ناسازگاری بیش از ۰/۱ دارند به افراد برگشت داده شود تا در قضاوت خود که دارای ناسازگاری است تجدید نظر کنند یا نظرات آن افراد به‌دلیل نرخ ناسازگاری زیاد حذف شود. در نهایت، نظرات افراد توسط

1. Analytical hierarchy process (AHP)

میانگین هندسی با یکدیگر تلفیق شده، رتبه‌بندی نهایی معیارها حاصل خواهد شد. این مرحله، با استفاده از نرم‌افزار انتخاب خبره^۱ انجام می‌شود (۱۹).

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر روش، توصیفی است. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. در روش کتابخانه‌ای با مراجعه به کتاب‌ها و تحقیقات مختلف مرتبط با خصوصی‌سازی و باشگاه‌های ورزشی و در روش میدانی با مصاحبه با هفت نفر از دست‌اندرکاران و استادانی که به موضوع پژوهش آشنایی داشتند عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی شناسایی شد.

مرحله بعد، تدوین سلسله مراتب تصمیم‌گیری بود که کلیدی‌ترین قسمت تکنیک فرآیند تحلیل سلسله مراتبی است. لازم است عوامل شناسایی شده در سلسله مراتب جایی داشته باشند؛ بنابراین با بررسی ارتباط عوامل با یکدیگر و نظرخواهی از برخی از خبرگان آشنا با موضوع پژوهش عوامل جم‌آوری شده به‌صورت درخت تصمیم‌گیری در سلسله مراتب چهار سطحی تقسیم‌بندی شد (شکل ۱). در نهایت، با استفاده از درخت تصمیم‌گیری پرسشنامه پژوهش طراحی شد.

طراحی پرسشنامه در تکنیک فرآیند تحلیل سلسله مراتبی به طرح خاصی برای مقایسه عوامل نیاز دارد که با پرسشنامه‌های معمولی متفاوت است. تعداد شاخص‌های کلی و معیارها و زیرمعیارها ۱۸ عدد و تعداد مقایسه‌های زوجی مورد نیاز ۲۰ عدد است. اعتبار پرسشنامه مذکور تا حد زیادی به اعتبار تکنیک فرآیند تحلیل سلسله مراتبی وابسته است که آن را نیز نرخ ناسازگاری در مقایسه‌های زوجی تعیین می‌کند و با توجه به اینکه نرخ ناسازگاری محاسبه شده در این پژوهش کمتر از ۰/۱ است، می‌توان گفت پرسشنامه معتبر است.



شکل ۱. نمودار درختی عوامل مؤثر بر خصوصی سازی باشگاه های ورزشی

به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از نرم‌افزار اکسل^۱ و نرم‌افزار انتخاب خبره استفاده شده که نرم‌افزاری تخصصی برای تجزیه و تحلیل فرآیند سلسله مراتبی است. هنگام استفاده از روش شناخته‌شده تحلیل سلسله مراتبی برای اولویت‌بندی لازم است نظرات خبرگان موضوع به صورت مقایسه‌های زوجی جمع‌آوری شود؛ بنابراین از افراد زیر برای نظرسنجی استفاده شد:

- ♦ اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها در رشته مدیریت ورزشی که با موضوع پژوهش آشنایی دارند؛
 - ♦ اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها در رشته اقتصاد که با موضوع پژوهش آشنایی دارند؛
 - ♦ رئیس یا معاونان اتحادیه فوتبال؛
 - ♦ رؤسا یا نایب رؤسای فدراسیون‌ها (فوتبال، والیبال، بسکتبال، کشتی، تکواندو)؛
 - ♦ رؤسای لیگ‌های فدراسیون‌های یاد شده؛
 - ♦ مدیر عامل، معاون یا مسئول بازاریابی باشگاه‌های کشور.
- قابل ذکر است که منظور از خبرگان کسانی هستند که دست‌کم یکی از ویژگی‌های زیر را داشته باشند:
۱. تجربه مطالعاتی و اجرایی در زمینه خصوصی سازی و ورزش؛
 ۲. تخصص در رشته تربیت بدنی و اقتصاد؛
 ۳. معرفی توسط افراد مطلع.
- با توجه به ویژگی‌های مطرح شده از میان جامعه، ۴۵ نفر به‌عنوان خبره شناسایی شدند و پرسشنامه در اختیار آن‌ها قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارها بر اساس سطح‌های سلسله مراتب در زیر آمده است. اولویت‌بندی را از سطح دوم شروع می‌کنیم؛ زیرا سطح اول شامل هدف پژوهش است.

اولویت‌بندی جنبه‌های کلی عوامل مدیریتی و اجرایی؛ سطح دوم

همان‌طور که در جدول ۱ دیده می‌شود، عوامل مدیریتی و اجرایی در سطح دوم دو جنبه دارند که از میان آن‌ها جنبه‌های مدیریتی و اجرایی برون‌باشگاهی با وزن ۰/۵۵۴ در اولویت اول قرار دارد.

جدول ۱. وزن نسبی و اولویت‌بندی جنبه‌های کلی عوامل مدیریتی و اجرایی در سطح دوم

درخت سلسله مراتب

عنوان گروه	جنبه های کلی	وزن نسبی	اولویت
عوامل مدیریتی و اجرایی	عوامل مدیریتی و اجرایی برون‌باشگاهی	۰/۵۵۴	۱
	عوامل مدیریتی و اجرایی درون‌باشگاهی	۰/۴۴۶	۲

اولویت‌بندی معیارها و زیر معیارهای عوامل مدیریتی و اجرایی، سطح سوم

همان‌طور که در جدول ۲ دیده می‌شود، عوامل مدیریتی و اجرایی در سطح سوم هفت معیار دارند که از میان آن‌ها معیارهای «بی‌اطمینانی به مواضع دولت»، «نبود نهادی مستقل و متمرکز با مدیریت کارآمد» و «ضعف بخش خصوصی در اجرای خصوصی‌سازی» با اختصاص بیش از ۵۰٪ وزن نهایی اولویت اول، دوم و سوم را به خود اختصاص دادند. قابل ذکر است که هر سه این عوامل به عوامل مدیریتی و اجرایی برون‌باشگاهی مربوط‌اند.

جدول ۲. وزن نسبی و اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارهای عوامل مدیریتی و اجرایی در سطح سوم

درخت سلسله مراتب

نام جنبه در سطح دوم	نام معیارها در سطح سوم	وزن نسبی	اولویت	وزن نهایی	اولویت نهایی
جنبه‌های مدیریتی و اجرایی برون‌باشگاهی	بی‌اطمینانی به مواضع دولت	۰/۴۲۹	۱	۰/۲۳۸	۱
	نبود نهادی مستقل و متمرکز با مدیریت کارآمد	۰/۲۸۸	۲	۰/۱۶۰	۲
	ضعف بخش خصوصی در اجرای خصوصی‌سازی	۰/۲۸۳	۳	۰/۱۵۷	۳
جنبه‌های مدیریتی و اجرایی درون‌باشگاهی	مدیریت نامطلوب (مدیران دولتی در چارچوب و مقررات دولت محدود شده‌اند و عزل و نصب آن‌ها تابع عوامل سیاسی است)	۰/۳۴۴	۱	۰/۱۵۳	۴
	استفاده نکردن از نیروی متخصص	۰/۲۴۰	۲	۰/۱۰۷	۵
	نظام کنترل و ارزیابی ناکارآمد در باشگاه‌های دولتی	۰/۲۱۸	۳	۰/۰۹۷	۷
	برنامه‌ریزی ناکافی در باشگاه‌های دولتی	۰/۱۹۸	۴	۰/۰۸۸	۶

اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارهای عوامل مدیریتی و اجرایی؛ سطح چهارم

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، عوامل مدیریتی و اجرایی در سطح چهارم ۹ زیرمعیار دارند که از میان آن‌ها سه مورد «نبود انگیزه کافی در بخش خصوصی»، «نبود قاطعیت و عزم راسخ برای اجرای سیاست در میان مسئولان ذی‌ربط»، و «بی‌اعتمادی به پایداری سیاست‌های دولت» تقریباً ۵۰٪ وزن نهایی را به خود اختصاص می‌دهند و به‌ترتیب

در اولویت اول تا سوم قرار گرفته‌اند.

مورد «نبود انگیزه کافی در بخش خصوصی» به معیار «ضعف بخش خصوصی در اجرای خصوصی‌سازی» مربوط است که در میان دو زیرمعیار این معیار نیز اولویت اول را دارد. همچنین دو مورد «نبود قاطعیت و عزم راسخ برای اجرای سیاست در میان مسئولان ذی‌ربط» و «بی‌اعتمادی به پایداری سیاست‌های دولت» مربوط به معیار «بی‌اطمینانی به مواضع دولت» است که در بین زیرمعیارهای این معیار نیز، به‌ترتیب اولویت اول و دوم را دارند.

جدول ۳. وزن نسبی و نهایی و اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارهای عوامل مدیریتی و اجرایی در سطح چهارم درخت سلسله مراتب

نام معیار در سطح سوم	نام زیرمعیارها در سطح چهارم	وزن نسبی	اولویت	وزن نهایی	اولویت نهایی
نبود نهادی مستقل و متمرکز با مدیریت کارآمد	نبود سیاست و برنامه مشخص برای هدایت برنامه خصوصی‌سازی	۰/۳۶۱	۱	۰/۱۰۴	۵
	ساختار ضعیف نظام اجرایی و سیاست‌گذاری حاکم بر فرآیند مذکور	۰/۲۴۳	۲	۰/۰۷۰	۷
	نبود نهادی تصمیم‌گیرنده برای حل و فصل مشکلات مراحل اجرایی این سیاست	۰/۲۰۴	۳	۰/۰۵۹	۸
	نبود دستورالعمل اجرایی در فرآیند خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی	۰/۱۹۲	۴	۰/۰۵۵	۹
بی‌اطمینانی نسبت به مواضع دولت	نبود قاطعیت و عزم راسخ برای اجرای سیاست در میان مسئولان ذی‌ربط	۰/۳۶۸	۱	۰/۱۵۸	۲
	بی‌اعتمادی به پایداری سیاست‌های دولت	۰/۳۵۲	۲	۰/۱۵۱	۳
	ناسازگار بودن هدف یا اهداف اعلام شده دولت در مورد خصوصی‌سازی با آنچه عمل می‌شود	۰/۲۸۰	۳	۰/۱۲۰	۴
ضعف بخش خصوصی در اجرای خصوصی‌سازی	نبود انگیزه کافی در بخش خصوصی	۰/۶۵۸	۱	۰/۱۸۶	۱
	نبود توان اجرایی در بخش خصوصی برای حرکت در مسیر خصوصی‌سازی	۰/۳۲۴	۲	۰/۰۹۷	۶

اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارهای عوامل مدیریتی و اجرایی در مدل کل

همان‌طور که در جدول ۴ دیده می‌شود، از میان ۱۳ زیرمعیار مربوط به عوامل مدیریتی و اجرایی که در این پژوهش بررسی شد، «مدیریت نا مطلوب (مدیران دولتی در چارچوب و مقررات دولت محدود شده‌اند و عزل و نصب آن‌ها تابع عوامل سیاسی است)»، «استفاده نکردن

از نیروی متخصص»، «نبود انگیزه کافی در بخش خصوصی»، «نظام کنترل و ارزیابی ناکارآمد در باشگاه‌های دولتی» و «برنامه‌ریزی ناکافی در باشگاه‌های دولتی» پنج زیرمعیاری هستند که در اولویت اول تا پنجم قرار دارند و بیش از ۵۵٪ از وزن‌های نهایی را به خود اختصاص می‌دهند. در این میان، پنج زیرمعیار آخر تقریباً ۲۰٪ وزن‌های نهایی را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به اینکه نرخ ناسازگاری کمتر از ۰/۰۱ است، این نتایج دارای سازگاری و قابل اتکاست.

جدول ۴. وزن نهایی و اولویت‌بندی شاخص‌ها و معیارهای جنبه‌های مدیریتی و اجرایی در مدل کل درخت سلسله مراتب

عنوان گروه	زیر معیارها	وزن نهایی	اولویت
عوامل مدیریتی و اجرایی	مدیریت نامطلوب (مدیران دولتی در چارچوب و مقررات دولت محدود شده‌اند و عزل و نصب آن‌ها تابع عوامل سیاسی است)	۰/۱۵۴	۱
	استفاده نکردن از نیروی متخصص	۰/۱۰۷	۲
	نبود انگیزه کافی در بخش خصوصی	۰/۱۰۳	۳
	نظام کنترل و ارزیابی ناکارآمد در باشگاه‌های دولتی	۰/۰۹۷	۴
	برنامه‌ریزی ناکافی در باشگاه‌های دولتی	۰/۰۸۸	۵
	نبود قاطعیت و عزم راسخ برای اجرای سیاست در میان مسئولان ذی‌ربط	۰/۰۸۷	۶
	بی‌اعتماد به پایداری سیاست‌های دولت	۰/۰۸۴	۷
	ناسازگار بودن هدف یا اهداف اعلام شده دولت در مورد خصوصی سازی با آنچه عمل می‌شود	۰/۰۶۶	۸
	نبود سیاست و برنامه مشخص برای هدایت برنامه خصوصی‌سازی	۰/۰۵۸	۹
	نبود توان اجرایی در بخش خصوصی برای حرکت در مسیر خصوصی‌سازی	۰/۰۵۴	۱۰
	ساختار ضعیف نظام اجرایی و سیاست‌گذاری حاکم بر فرآیند مذکور	۰/۰۳۹	۱۱
	نبود نهادی تصمیم‌گیرنده برای حل و فصل مشکلات مراحل اجرایی این سیاست	۰/۰۳۲	۱۲
	نبود دستورالعمل اجرایی در فرآیند خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی	۰/۰۳۱	۱۳

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی و اولویت‌بندی آن‌ها بر اساس فرآیند تحلیل سلسله مراتبی مطالعه و بررسی شد. فرآیند تحلیل

سلسله مراتبی که در آن استفاده از معیارهای کمی و کیفی لحاظ شده است، می‌تواند در تعیین میزان اهمیت هر کدام از عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی نقش مؤثری ایفا کند. گفتنی است که در این نوع تحقیقات، سلسله مراتب طراحی شده اهمیت فراوانی دارد.

با توجه به جدول ۱ در میان جنبه‌های «عوامل مدیریتی و اجرایی» در سطح دوم، «جنبه‌های مدیریتی و اجرایی برون‌باشگاهی» با وزن ۰/۵۵۴، در مقایسه با «جنبه‌های مدیریتی و اجرایی درون‌باشگاهی» در اولویت اول قرار دارد. بدیهی است مادامی که جنبه‌های مدیریتی و اجرایی کشور در زمینه خصوصی‌سازی اصلاح نشود، بحث مدیریتی و اجرایی درون‌باشگاهی در خصوصی‌سازی اهمیت کمتری دارد.

در بین معیارهای «جنبه‌های مدیریتی و اجرایی برون‌باشگاهی» در سطح سوم با توجه به جدول ۲، «بی‌اطمینانی به مواضع دولت» با وزن ۰/۴۲۹، «نبود نهادی مستقل و متمرکز با مدیریت کارآمد» با وزن ۰/۲۸۸ و در نهایت، «ضعف بخش خصوصی در اجرای خصوصی‌سازی» با وزن ۰/۲۸۳، به ترتیب در اولویت توجه قرار می‌گیرند.

در میان زیرمعیارهای «بی‌اطمینانی به مواضع دولت» در سطح چهارم، «نبود قاطعیت و عزم راسخ برای اجرای سیاست در میان مسئولان ذی‌ربط» با وزن ۰/۳۶۸، در مقایسه با زیرمعیارهای دیگر وزن بیشتری دارد و در اولویت اول است (جدول ۳). در این میان می‌توان به بند (ز) ماده ۱۱۷ قانون برنامه چهارم توسعه اشاره کرد که در آن بر خصوصی‌سازی صد درصد فعالیت‌های اجرایی و تأمین منابع ورزش حرفه‌ای تا پایان برنامه مذکور تأکید شده است (۲۰)، ولی تا امروز که این برنامه روزهای پایانی عمر خود را طی می‌کند و وارد برنامه پنجم توسعه می‌شویم گامی اساسی در این راه برداشته نشده است. این نکته می‌تواند مؤید نبود قاطعیت و عزم راسخ برای اجرای این سیاست در میان مسئولان ذی‌ربط باشد. الهی نیز فقدان اراده، اجماع و راهبرد کلان در کشور برای واگذاری باشگاه‌های دولتی به بخش غیردولتی را موانع توسعه اقتصادی صنعت فوتبال بیان کرده است (۷). همچنین نریمانی (۱۳۸۱) در پژوهشی به بررسی پیامدها و موانع خصوصی‌سازی در شرکت‌های تعمیرات برق ایران پرداخت و نبود قاطعیت و سیاستی واحد را از موانع خصوصی‌سازی برشمرد (۲۱).

پس از معیار «بی‌اطمینانی به مواضع دولت»، معیار «نبود نهادی مستقل و متمرکز با مدیریت کارآمد» بیشترین وزن را دارد که زیرمعیارهای آن در سطح چهارم به ترتیب اولویت عبارتند از: «نبود سیاست و برنامه مشخص برای هدایت برنامه خصوصی‌سازی»، «ساختار ضعیف نظام اجرایی و سیاست‌گذاری حاکم بر فرآیند مذکور»، «نبود نهادی تصمیم‌گیرنده برای حل و فصل

مشکلات مراحل اجرایی این سیاست» و «نبود دستورالعمل اجرایی در فرآیند خصوصی سازی باشگاه های ورزشی» (جدول ۳). داورزنی (۱۳۷۴) خلأ قانونی و نبود سیاست های مشخص در زمینه ایجاد باشگاه های خصوصی و واگذاری باشگاه های دولتی به بخش خصوصی را مهم ترین مانع در زمینه خصوصی سازی باشگاه های کشور بیان می کند (۲۲). محمدی (۱۳۷۸) فراهم نشدن بسترهای مورد نیاز نظیر نبود راهبرد شفاف و مشخص برای اجرای مراحل مختلف فرآیند خصوصی سازی را به عنوان مشکلات خصوصی سازی نامطلوب شرکت برق استان ایلام بیان کرده است (۲۳).

با توجه به جدول ۴ زیرمعیارهای «نبود نهادهای مستقل و متمرکز با مدیریت کارآمد» در اولویت بندی مدل کل، به ترتیب دارای اولویت های ۹، ۱۱، ۱۲ و ۱۳ و زیر معیارهای «بی اطمینانی به مواضع دولت» که در پاراگراف قبل توضیح داده شد، در اولویت های ۶، ۷ و ۸ قرار دارند. توجه به اولویت های مطرح شده در مدل کل و اولویت ششم برای زیرمعیار «نبود قاطعیت و عزم راسخ برای اجرای سیاست خصوصی سازی» اهمیت این زیر معیار در مقایسه با زیرمعیارهای دیگر روشن تر می شود. تا زمانی که موضوع خصوصی سازی باشگاه های ورزشی توسط خود مسئولان دولتی جدی گرفته نشود، گام های جدی در این زمینه برداشته نخواهد شد.

الهی (۱۳۸۳) تشکیل کمیته ای عالی با عنوان «کمیته خصوصی سازی ورزش» را پیشنهاد می کند که زیر نظر بالاترین مقام اجرایی ورزش کشور و سایر مسئولان سیاست گذار مقوله خصوصی سازی در کشور فعالیت کند. کمیته مذکور می تواند به تعیین ضرب الاجل زمانی برای خصوصی سازی باشگاه های حرفه ای فوتبال کشور بپردازد (۲۴).

در نهایت، معیار ضعف بخش خصوصی در اجرای خصوصی سازی مطرح می شود که در میان معیارهای جنبه های مدیریتی و اجرایی برون باشگاهی در اولویت سوم قرار دارد. در آخر قرار داشتن این معیار از نظر اولویت بندی به این معنی نیست که توجه به این عامل لازم نیست؛ زیرا یکی از زیرمعیارهای آن «نبود انگیزه کافی در بخش خصوصی» است که در جدول مربوط به اولویت بندی مدل کل در اولویت سوم قرار دارد (جدول ۴). این موضوع اهمیت توجه دولتمردان، مسئولان و مدیران ورزشی را به یافتن راه های ایجاد انگیزه در بخش خصوصی بیش از پیش آشکار می کند.

پس از جنبه های مدیریتی و اجرایی برون باشگاهی، جنبه های مدیریتی و اجرایی درون باشگاهی مطرح می شود که در بین معیارهای آن در سطح سوم «مدیریت نامطلوب» با وزن ۰/۳۴۴، «استفاده نکردن از نیروی متخصص» با وزن ۰/۲۴۰، «نظام کنترل و ارزیابی ناکارآمد در

باشگاه‌های دولتی» با وزن ۰/۲۱۸ و «برنامه‌ریزی ناکافی در باشگاه‌های دولتی» با وزن ۰/۱۹۸ به‌ترتیب در اولویت اول تا چهارم قرار دارند (جدول ۲).

همان‌طور که گفته شد، «مدیریت نامطلوب» در میان معیارهای «جنبه‌های مدیریتی و اجرایی برون باشگاهی» نخستین اولویت را دارد. قابل ذکر است که در اولویت‌بندی مدل کل (جدول ۴) این عامل در اولویت اول است که تأکیدی بر اهمیت زیاد این زیرمعیار است. به‌طور کلی، یکی از مشکلاتی که گریبان‌گیر شرکت‌های دولتی است، انتخاب مدیران شرکت‌های دولتی با نگرش سیاسی توأمان است که در پی آن، مدیران با اندیشه حفظ موقعیت شغلی خود سعی دارند در فرآیندهای کاری شرکت تحت کنترل خود رفتارهای سیاسی محافظه‌کارانه‌تری در پیش گیرند (۱۲). الهی (۱۳۸۷) بیان کرده است که دولتی بودن باشگاه‌ها و متعاقب آن، انتخاب سیاسی مدیران این باشگاه‌ها باعث رفتارهای محافظه‌کارانه مدیران و در نهایت، پیگیری نکردن حقوق باشگاه شده است (۷).

بعد از «مدیریت نامطلوب»، «استفاده نکردن از نیروی متخصص» در اولویت دوم مطرح می‌شود که در اولویت‌بندی مدل کل نیز در اولویت دوم است (جدول ۴). خبیری (۱۳۸۳) در پژوهش خود پیشنهاد داده است باشگاه‌ها نیروی انسانی متخصص استخدام کنند (۲۵). همچنین الهی (۱۳۸۷) در پژوهش خود پیشنهاد کرده است نهادها برنامه‌ریزی‌های مختلف در زمینه مدیریت منابع انسانی را در اولویت برنامه‌های خود قرار دهند (۷).

«نظام کنترل و ارزیابی ناکارآمد در باشگاه‌های دولتی» و «برنامه‌ریزی ناکافی در باشگاه‌های دولتی» در اولویت‌بندی مدل کل، به‌ترتیب در اولویت‌های چهارم و پنجم است (جدول ۴). الهی (۱۳۸۷) ضرورت تدوین و اجرای نظام ویژه‌ای برای ایجاد باشگاه‌ها، اداره و نگهداری، توسعه و نظارت بر آن‌ها را پیشنهاد می‌کند (۷).

با توجه به نتایج پژوهش و نیز تجربیات کسب شده طی انجام آن، محقق پیشنهادهای زیر را مطرح می‌کند:

- ♦ انجام خصوصی‌سازی با توجه به پیش‌زمینه‌های لازم و بدون شتاب‌زدگی تا مدیریت نامطلوب دولتی از بین برود؛
- ♦ ایجاد نهادی تصمیم‌گیرنده برای حل و فصل مشکلات مراحل اجرایی سیاست خصوصی‌سازی؛
- ♦ ایجاد انگیزه در بخش خصوصی برای حرکت در مسیر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی؛
- ♦ مسئولان ذی‌ربط در باشگاه‌های ورزشی تلاش کنند تا با مطالعه و تحقیق در زمینه

محاسن و معایب خصوصی سازی باشگاه های ورزشی به تصمیمی قاطع در خصوص خصوصی سازی یا توقف آن دست یابند و با عزم راسخ در آن مسیر حرکت کنند؛

♦ تدوین دستورالعمل اجرایی برای فرآیند خصوصی سازی باشگاه های ورزشی؛

در نهایت اینکه برای ایجاد پیش زمینه های مدیریتی و اجرایی لازم در مسیر خصوصی سازی باشگاه های ورزشی به اولویت بندی عوامل مدیریتی و اجرایی این تحقیق توجه شود.

منابع:

۱. ۱. کميجانی، اکبر (۱۳۸۲)، ارزیابی عملکرد سیاست خصوصی سازی در ایران، تهران، معاونت امور اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی، چاپ اول.
۲. موحدي، علي رضا (۱۳۷۴)، بررسی عوامل مؤثر بر عدم تمایل بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در صنعت جهانگردی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی.
۳. منوریان، عباس (۱۳۸۰)، خصوصی سازی: رویکرد تطبیقی، فصلنامه مدیریت دولتی، شماره ۵۳ و ۵۴، صفحات ۴۷-۶۴.
۴. سازمان بورس اوراق بهادار تهران (۱۳۸۱)، تحول کسب و کار حرفه ای برای توسعه ظرفیت های اقتصادی ورزش: گزارش شناخت روش های باشگاه داری در اروپا، گزارش یک پژوهش.
۵. شاهرخشاهی، محمد باقر (۱۳۸۸)، خصوصی سازی در ورزش کاهش هزینه های دولت، هفته نامه برنامه، سال هفتم، شماره ۳۱۰.
۶. سایت ایرنا، (۱۳۸۸/۱۰/۲۸)، خصوصی سازی باشگاه ها از رویا تا واقعیت، (۱۳۸۸/۱۲/۲۴)، <http://www.irna.ir/View/FullStory/?NewsId=902382>.
۷. الهی، علی رضا (۱۳۸۷)، موانع و راهکار های توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران.
۸. عارفیان، یدالله (۱۳۸۴)، بررسی سیاست خصوصی سازی و موانع و مشکلات آن در تربیت بدنی از دیدگاه مدیران استان مازندران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران.
۹. رضوی، محمد حسین (۱۳۸۳)، تحلیل سیاست خصوصی سازی در ورزش کشور با تأکید بر

ورزش قهرمانی، پایان نامه دکتری، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران.

10. Barros C.P., (2006), the financial crisis in Portuguese football, *Journal of Sport Economics*, Volume 7, Issues 1, Pages 96-104.

11. Michie J & Oughton C., (2005), the corporate governance of professional football clubs in England, *corporate Governance: An International Review*, volume 13, Issue 4, Pages 517-531.

۱۲. رحیمی بروجردی، علیرضا (۱۳۸۵)، خصوصی سازی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.

۱۳. آذر عادل و معمارانی عزیزاله، (۱۳۷۴)، AHP، تکنیکی نوین برای تصمیم گیری گروهی، فصلنامه علمی پژوهشی دانش مدیریت، شماره ۲۷ و ۲۸، صفحات ۳۱-۲۲.

14. Lanoue M.R, and Revetta Jr J.J, (1993), An analytic hierarchy approach to major league baseball offensive performance ratings, *Mathematical and Computer Modelling*, Volume 17, Issues 4-5, Pages 195-209.

15. Han Dongwook & Han Ingoo, (2004), Prioritization and selection of intellectual capital measurement indicators using analytic hierarchy process for the mobile telecommunications industry, *Expert System with Applications*, Volume 26, Issue 4, Pages 519-527.

16. Brent Alan C, Rogers David E.C, Ramabitsa-Siimane Tšaletse S.M & Rohwer Mark B, (2007), Application of the analytical hierarchy process to establish health care waste management systems that minimise infection risks in developing countries, *European Journal Operational Research*, Volume 181, Issue 1, , Pages 403-424.

17. Hsu Tzu-Kuang, Tsai Yi-Fan & Wu Herg-Huey, (2009), the preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan, *Tourism Management*, Volume 30, Issue 2, Pages 288-297.

18. Moeinaddini Mazaher, Khorasani Nematollah, Danehkar Afshin, Darvishsefat Ali Asghar & zienalyan Mehdi, (2010), Siting MSW landfill using weighted linear combination and analytical hierarchy process (AHP) methodology in GIS environment (case study: Karaj), *Waste Management*, Volume 30, Issue 5, Pages 912-920.

۱۹. مؤمنی منصور، (۱۳۸۵). مباحث نوین تحقیق در عملیات، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

۲۰. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸-۱۳۸۴).

۲۱. نریمانی مرتضی، (۱۳۸۱)، بررسی پیامدها و موانع خصوصی سازی در شرکت‌های تعمیرات نیروی برق ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت: وزارت نیرو.

۲۲. داورزنی محمد رضا، (۱۳۷۴)، تأثیر خصوصی سازی بر کارایی و اثر بخشی ورزش کشور، با تأکید بر ورزش باشگاهی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

۲۳. محمدی عزیزگل، (۱۳۷۸)، ارزیابی نتایج خصوصی سازی در شرکت توزیع برق استان ایلام، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.

۲۴. الهی علیرضا، (۱۳۸۳)، بررسی عملکرد سازمان لیگ حرفه ای فوتبال جمهوری اسلامی ایران و مقایسه‌ی آن با سازمان لیگ حرفه ای فوتبال ژاپن، پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران.

۲۵. خبیری محمد؛ (۱۳۸۳)، مقایسه وضعیت باشگاه های لیگ حرفه ای فوتبال جمهوری اسلامی ایران با توجه به معیارهای یوفا و باشگاه های منتخب ژاپن، کره جنوبی، امارات و ترکیه، طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری.

ارتباط مؤلفه‌های پنج‌گانه هوش عاطفی و راهبردهای مدیریت تعارض در میان مدیران ادارات تربیت بدنی استان آذربایجان غربی

مهرداد محرم زاده^۱، میرحسن سید عامری^۲، شیدا سعیدی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۸/۲۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۵/۱۷

چکیده

هدف این پژوهش بررسی ارتباط مؤلفه‌های هوش عاطفی با راهبردهای مدیریت تعارض در کلیه مدیران ستادی و صفی اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی و ادارات شهرستان‌های تابع و نیز رؤسای هیئت‌های ورزشی استان به تعداد ۸۵ نفر است. حجم نمونه برابر با کل جامعه آماری است. پژوهش از نوع همبستگی است که به شیوه میدانی انجام شده است. برای گردآوری اطلاعات پژوهش، از دو پرسشنامه روا و پایا (هوش عاطفی شرینگ با پایایی $\alpha = 0/81$ و راهبردهای مدیریت تعارض رابینز با پایایی $\alpha = 0/85$) و همچنین پرسشنامه مشخصات فردی استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد هوش عاطفی و مدیریت تعارض با راهبرد راه‌حل‌گرایی رابطه مثبت و معنی‌دار و هوش عاطفی با راهبردهای عدم مقابله و کنترل رابطه منفی و معنی‌دار دارد. بین راهبرد راه‌حل‌گرایی با پنج مؤلفه هوش عاطفی ارتباط مثبت و معنی‌دار و بین راهبرد عدم مقابله با مؤلفه‌های آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی ارتباط منفی و معنی‌داری وجود دارد و با مؤلفه‌های خودآگاهی، مدیریت خود و خودانگیزی ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد. بین راهبرد کنترل و مؤلفه‌های خودآگاهی، مهارت‌های اجتماعی و خودانگیزی ارتباط منفی و معنی‌داری وجود دارد و با مؤلفه‌های آگاهی اجتماعی و مدیریت خود ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد. یافته‌ها نشان می‌دهند که برای مدیران با توانمندی‌های زیاد در هوش عاطفی، راهبرد راه‌حل‌گرایی مؤثرترین راهبرد حل تعارض است. برای مدیرانی با آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی خوب، استفاده کمتر از راهبرد عدم مقابله مناسب است و به مدیرانی که خودآگاهی، مهارت‌های اجتماعی و خودانگیزی زیادی دارند، پیشنهاد می‌شود برای حل تعارض در سازمان از راهبرد کنترل استفاده کنند.

کلیدواژه‌های فارسی: هوش عاطفی، مؤلفه‌های هوش عاطفی، راهبردهای مدیریت تعارض.

۱ و ۲. دانشیار دانشگاه ارومیه (۱. نویسنده مسئول)

۳. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

مقدمه

امروزه، تعارض^۱ و مدیریت آن از مباحثی است که توجه مدیران و دست‌اندرکاران سازمان‌ها را به خود جلب کرده است. در بسیاری از سازمان‌ها (از جمله سازمان تربیت بدنی) تعارض به صورت مسئله‌ای جدی وجود دارد. شاید در هیچ سازمانی این پدیده چنان قدرتی نباشد که موجب انحلال سازمان شود، ولی تردیدی نیست که می‌تواند بر عملکرد سازمان اثرات ناگوار بگذارد یا شرایطی را به وجود آورد که این سازمان‌ها بسیاری از نیروهای کارآمد خود را از دست دهند (۱).

مدیران سازمان‌ها از کسانی هستند که نقشی مهم در شناسایی، هدایت و حل تعارضات در سازمان دارند. یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی که نشان‌دهنده توانایی مدیر در حل تعارض است و امروزه توجه زیادی به آن می‌شود برخورداری از هوش عاطفی^۲ است. مدیر با داشتن شعور عاطفی زیاد می‌تواند آگاهی بیشتری در مورد کسب کند و در نتیجه، سریع‌تر و صحیح‌تر تعارض را شناسایی کند و با همدلی و اطمینان به هدایت سودمند آن بپردازد و از این طریق محیطی فراهم آورد که کارکنان در آن سلامت روانی بیشتری داشته باشند؛ زیرا افراد با داشتن رابطه‌ای سالم، احساس پذیرش، درک حمایت، ارزش، اعتماد و اهمیت می‌کنند که تأمین‌کننده سلامت روانی و افزایش کارایی و سودمندی افراد است. در چنین فضایی است که مدیریت تعارض به شکلی سازنده آن امکان‌پذیر می‌شود (۲).

گلمن^۳ (۲۰۰۱) هوش عاطفی را چنین تعریف می‌کند: «توانایی شناخت هیجانات خود، درک احساسات درونی دیگران، مهار کردن عواطف و اداره و مدیریت روابط با نرمش و مدارا» و آن را در قالب پنج نوع توانایی فردی و اجتماعی بیان می‌کند (توانمندی‌های عاطفی گلمن)^۴:

۱- «خودآگاهی»^۵: توانایی درک احساسات و نقاط قوت و ضعف خود. این مؤلفه اساس هوش عاطفی است. مدیرانی که خودآگاهی خوبی دارند بهتر می‌توانند عواطف خویش را هدایت کنند و در زمینه اتخاذ تصمیمات احساس اعتماد به نفس بیشتری دارند.

۲- «مدیریت خود»^۶: توانایی اداره حالات، تنش‌ها و قابلیت‌های درونی خود. کسانی که در مهارت خودمدیریتی ضعیف‌اند، دائماً احساس درد و پریشانی دارند در حالی که کسانی که در

-
1. conflict
 2. emotional intelligence
 3. Goleman
 4. Golemans Intelligence abilities
 5. self-awareness
 6. self-management

این مهارت برتری دارند می‌توانند مسیر زندگی را از اضطراب و دلتنگی حفظ کنند و زندگی را روشن کنند.

۳- «آگاهی اجتماعی»^۱: توانایی درک صحیح افراد و گروه‌ها

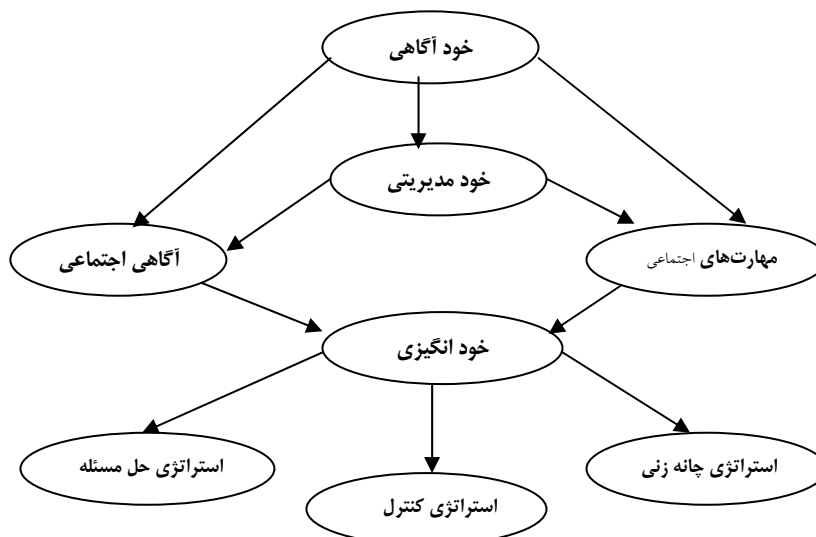
۴- «مهارت‌های اجتماعی»^۲: توانایی ایجاد واکنش‌های مطلوب در دیگران. مهارت‌های اجتماعی مهم‌ترین مؤلفه هوش عاطفی است؛ زیرا چنانچه دیگر مؤلفه‌های هوش عاطفی را در سطح خوبی داشته، ولی توانایی ابراز آن‌ها را نداشته باشیم باز هم از لحاظ هوش عاطفی ضعیف‌ایم. این مهارت برای شکل دادن به نوع و کیفیت ارتباطات خود و ابراز احساسات درونی لازم است.

۵- «خود انگیزی»^۳: توانایی حفظ تمرکز روی اهداف (۳). مدیرانی که توانمندی‌های هوش عاطفی خوبی داشته و از نظر فنی تجربیات لازم را داشته باشند، در مقایسه با دیگران با آمادگی بیشتری به رفع تعارضات و ضعف‌های گروهی و سازمانی خواهند پرداخت. همچنین این توانایی‌ها می‌تواند تفاوت‌های فردی عملکرد افراد را در محیط‌های کاری تشریح کند (۴).

افزالور^۴ (۲۰۰۲) بیان می‌کند که بین مؤلفه‌های هوش عاطفی (توانمندی‌های عاطفی گلمن) ارتباطات درونی قابل توجهی وجود دارد طوری که مدیران می‌توانند از مؤلفه‌های هوش عاطفی برای افزایش وابستگی آن‌ها با راهبردهای مدیریت تعارض استفاده کنند. شکل ۱ چگونگی رابطه بین مؤلفه‌های هوش عاطفی و راهبردهای مدیریت تعارض را نشان می‌دهد. یکی از توانایی‌های ضروری برای افزایش اثربخشی مدیریت، خودآگاهی است. خودآگاهی پیش‌نیاز خود مدیریتی، آگاهی اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی و خودانگیزی است. مدیرانی که به میزان زیادی دارای این توانایی برخوردارند، با سرعت بیشتری ناملایمات (تعارض ایجاد شده) را پشت سر می‌گذارند. مدیریت خود، مدیر را قادر می‌کند به گونه‌ای که به روابط او با کارمندانش آسیب نرسد و تعارضی پیش نیاید، به اهداف نائل شود و هیجانات خود را اظهار کند. مدیرانی که آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی زیادی دارند، در برابر تعارض منفعل نیستند (۵).

افزالور و پاتریشیا^۵ (۲۰۰۳) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که راهبرد راه‌حل‌گرایی با مؤلفه‌های خودآگاهی و خودانگیزی ارتباط مثبت معنی‌دار و با مؤلفه خود مدیریتی ارتباط منفی معنی‌داری دارد (۶).

-
1. social awareness
 2. social skills
 3. self-motivation
 4. Afzalar
 5. Afzalur., & Patricia



شکل ۱. مدلی از مؤلفه‌های هوش عاطفی و راهبرد های مدیریت تعارض (رحیم ۲۰۰۲)

نتایج تحقیقات افزالور و همکاران (۲۰۰۲) در هفت کشور (آمریکا، چین، هنگ کنگ، ماکائو، بنگلادش، پرتغال و آمریکای جنوبی)، چان شنگ^۱ (۲۰۰۶) در چین و فهیم دوین و همکاران (۱۳۸۵) در ایران نشان داد هوش عاطفی با راهبرد راه‌حل‌گرایی رابطه مثبت معنی‌دار و با راهبرد کنترل رابطه منفی و معنی‌دار دارد و نیز با راهبرد عدم مقابله رابطه معنی‌داری ندارد. راهبرد غالب انتخابی نمونه آماری راهبرد راه‌حل‌گرایی بود. همچنین افزالور بیان می‌کند که بین تمامی مؤلفه‌های هوش عاطفی و راهبرد راه‌حل‌گرایی ارتباط مثبت و معنی‌دار و با راهبرد کنترل ارتباط منفی و معنی‌دار وجود دارد (۵، ۷، ۸).

اسلان^۲ (۲۰۰۸) در تحقیق خود با عنوان «آیا بین هوش عاطفی و سبک‌های مدیریت تعارض رابطه‌ای وجود دارد» نتیجه گرفت که بین مؤلفه‌های خودآگاهی و خود مدیریتی با راهبردهای راه‌حل‌گرایی و عدم مقابله رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (۹).

تحقیقات چامپن، داوید^۳ (۲۰۰۹) در ایالت متحده و کلهر (۱۳۸۷) در ایران نشان داد هوش عاطفی با راهبرد راه‌حل‌گرایی و راهبرد کنترل ارتباط معنی‌داری ندارد. همچنین راهبرد راه‌حل‌گرایی را راهبرد غالب مدیران اعلام کردند (۱۰، ۱۱).

1. Chun-Sheng

2. Aslan

3. Chapman, David

کان^۱ و همکاران (۲۰۰۹) و مت ژور ویچ^۲ (۲۰۱۰) در تحقیقات خود - که در سازمان‌های ورزشی انجام دادند- نتیجه گرفتند هوش عاطفی در تشخیص سطوح عملکرد برتر در محیط‌های ورزشی و موفقیت ورزش‌های تیمی و در روابط بین فردی که کلید تعیین‌کننده موفقیت سازمانی است نقش مهمی دارد (۱۲، ۱۳).

ترونی الکساندر^۳ و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهش خود نتیجه گرفتند هوش عاطفی ویژگی‌ای ضروری برای مدیران است که به آن‌ها نشان می‌دهد چگونه به چالش‌هایی که با آن روبه رو هستند واکنش نشان دهند. همچنین بیان می‌کنند که بدون هوش عاطفی طرح‌ها در نهایت به شکست منتهی می‌شوند. این افراد ارتباطات، رهبری اثربخش، مدیریت تعارض، مدیریت تغییر، سازگاری شخصیتی را حیاتی‌ترین مهارت‌های هوش عاطفی می‌دانند که مدیران برای موفقیت طرح‌ها و اجرای برنامه‌های مدیریتی به کار می‌برند (۱۴).

فابیو دیوید^۴ (۲۰۱۰) در تحقیق خود نتیجه گرفت که هوش عاطفی با سبک تصمیم‌گیری سازگار ارتباط مثبت معنی‌دار و با سبک تصمیم‌گیری ناسازگار ارتباط منفی معنی‌داری دارد (۱۵). خشوعی (۱۳۸۷) و یعقوبی (۱۳۸۸) در کار تحقیقی خود نتیجه گرفتند که بین تمامی مؤلفه‌های هوش عاطفی با شوخ طبعی و سبک رهبری تحول آفرین رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (۱۶، ۱۷).

شاه‌طلبی (۱۳۸۶) و روحی (۱۳۸۸) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که بین هوش عاطفی با راهبرد عدم مقابله و راهبرد کنترل ارتباط منفی و معنی‌دار و با راهبرد راه‌حل‌گرایی ارتباط مثبت و معنی‌دار وجود دارد. همچنین راهبرد راه‌حل‌گرایی را راهبرد غالب اعلام کردند (۱۸، ۱۹).

مقدم (۱۳۸۷) در تحقیق خود نتیجه گرفت که بین تعهد عاطفی و مؤلفه‌های مدیریت خود و آگاهی اجتماعی ارتباط مثبت معنی‌داری وجود دارد و با مؤلفه‌های خود آگاهی، خود انگیزی و مهارت‌های اجتماعی ارتباط معنی‌داری وجود ندارد (۲۰).

در مجموع با توجه به نقش مهم مؤلفه‌های هوش عاطفی^۵ در افزایش توانایی مدیر در برخورد با تعارض، پژوهش حاضر درصدد است در راستای تحقیقات پیشین به بررسی رابطه هوش عاطفی و مؤلفه‌های آن (خودآگاهی، مدیریت خود، خودانگیزی، آگاهی اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی) با راهبردهای مدیریت تعارض (راه‌حل‌گرایی، کنترل، عدم مقابله) بپردازد.

1. Con

2. Matt Juravich

3. Troy Alexander

4. Fabio and David

5. components Intelligence Emotional

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع همبستگی است و برای گردآوری اطلاعات از سه پرسشنامه استفاده شده است: پرسشنامه هوش عاطفی شرینگ که مؤلفه‌های هوش عاطفی را اندازه‌گیری می‌کند. این پرسشنامه شامل ۳۳ سؤال است و پاسخ‌ها بر اساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت ارزش‌گذاری شده‌اند. هر آزمودنی شش نمره جداگانه دریافت می‌کند که پنج نمره آن مربوط به هر کدام از مؤلفه‌ها و یک نمره به صورت کل است. سؤالات ۶، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۲۴، ۲۷، ۳۲، ۳۳ مؤلفه خودآگاهی، سؤالات ۲، ۵، ۱۱، ۱۶، ۱۸، ۲۳، ۳۰ مؤلفه مدیریت خود، سؤالات ۳، ۴، ۱۷، ۲۲، ۲۵، ۲۹ مؤلفه آگاهی اجتماعی، سؤالات ۷، ۸، ۱۳، ۱۹، ۲۸ مؤلفه مهارت‌های اجتماعی و سؤالات ۱، ۹، ۱۵، ۲۰، ۲۱، ۲۶، ۳۱ مؤلفه خودانگیزی را ارزیابی می‌کنند. پاسخ‌ها به صورت پنج درجه‌ای و ترتیبی‌اند. در سؤالات این پرسشنامه چنانچه آزمودنی گزینه همیشه را انتخاب کند نمره یک و چنانچه گزینه هیچ وقت را انتخاب کند نمره پنج می‌گیرد و بالعکس. اگر آزمودنی در سؤالات ۵، ۹، ۱۲، ۱۴، ۱۸، ۲۲، ۲۸، ۳۱، ۳۳ گزینه همیشه را انتخاب کند نمره پنج می‌گیرد و چنانچه آزمودنی گزینه‌های بعدی را انتخاب کند به ترتیب نمره کمتری می‌گیرد. نمره‌گذاری سؤالات دیگر عکس این حالت است. پایایی پرسشنامه، با استفاده از روش آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/81$) برآورد شده است.

ابزار بعدی پرسشنامه مدیریت تعارض رابینز مشتمل بر ۳۰ سؤال است که سه راهبرد عدم مقابله، کنترل و راه‌حل‌گرایی را در مقیاس هفت ارزشی لیکرت مشخص می‌کند. امتیازی که هر آزمودنی از پرسشنامه مدیریت تعارض کسب می‌کند مشخص می‌کند که وی چه نوع راهبردی را در روبرویی با تعارض به کار می‌گیرد. در این پرسشنامه سؤالات ۲، ۵، ۷، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۷، ۲۸، ۲۹ مربوط به راهبرد عدم مقابله، سؤالات ۱، ۴، ۵، ۸، ۹، ۱۱، ۱۳، ۱۶، ۱۹، ۲۰، ۲۱ مربوط به راهبرد راه‌حل‌گرایی و سؤالات ۳، ۱۰، ۱۷، ۱۸، ۲۲، ۲۶، ۳۰ مربوط به راهبرد کنترل است. اگر آزمودنی گزینه همیشه را انتخاب کند امتیاز هفت و چنانچه گزینه هرگز را انتخاب کند امتیاز یک می‌گیرد. پایایی این پرسشنامه نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ محاسبه و ($\alpha = 0/85$) برآورد شده است.

پرسشنامه مشخصات فردی مدیران نماینگر ویژگی‌های جمعیتی (سن، سطح تحصیلات و سابقه خدمت) جامعه هدف است و به صورت محقق‌ساخته تهیه شده است.

جامعه آماری این تحقیق را کلیه مدیران ستادی و صفی اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی و ادارات شهرستان‌های تابع و نیز رؤسای هیئت‌های ورزشی استان تشکیل می‌دهند که در مقطع زمانی اجرای پژوهش (۱۳۸۹) در فهرست ادارات تربیت بدنی استان به فعالیت مشغول

بوده‌اند ($n=85$). به علت محدود بودن حجم جامعه، کل جامعه به عنوان نمونه انتخاب و بررسی شد. از مجموع ۸۵ پرسشنامه ارسالی، ۷۹ مورد در مدت پیش‌بینی شده برگشت داده شد. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، جداول، نمودار و ...) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون) استفاده شد و تمامی عملیات آماری با استفاده از نرم‌افزار spss16 انجام شد.

اصل جدول خروجی از spss به این شکل بوده است.

مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	آماره t	سطح معناداری	حدود اطمینان بتا در سطح ۹۵ درصد	
	بتا معیار	خطای				حد بالا - پایین	حد
مقدار ثابت	۱/۶۹۱	۰/۳۳۷		۵/۰۱۲	۰۰۰	۰/۳۶۶	۰/۷۱۹
مدیریت	۰/۵۴۲	۰/۰۸۹	۰/۵۷۲	۶/۱۱۲	۰۰۰		

یافته‌های پژوهش

اطلاعات به دست آمده در زمینه مشخصات فردی نشانگر این است که میانگین سن پاسخ‌گویان تقریباً ۴۴ سال بوده است. سن ۵۰ درصد پاسخ‌گویان کمتر از ۴۵ سال و ۵۰ درصد بیش از آن بوده است. متوسط سابقه خدمت پاسخ‌گویان حدود ۲۰ سال بوده، ۵۰ درصد پاسخ‌گویان کمتر از ۲۰ سال و ۵۰ درصد دیگر بیش از ۲۰ سال سابقه خدمت داشته‌اند. همچنین ۷/۶ درصد پاسخ‌گویان دیپلم، ۱۲/۷ درصد دارای تحصیلات کاردانی، ۴۳ درصد دارای تحصیلات کارشناسی، ۳۱/۶ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۵/۱ درصد دارای تحصیلات دکتری هستند.

نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد توزیع داده‌ها نرمال است؛ بنابراین برای تحلیل داده‌ها از آزمون‌های پارامتریک استفاده شد.

دو متغیر مدیریت تعارض و هوش عاطفی در سطح مقیاس فاصله‌ای اندازه‌گیری شده‌اند و با توجه به خطی بودن رابطه هر یک از راهبردهای مدیریت تعارض با هوش عاطفی پیش‌فرض‌های اساسی برای به کارگیری همبستگی پیرسون تأمین شده است. برای آزمون هم‌تغییری میان آن‌ها از آماره گشتاوری پیرسون استفاده شد. تمام ضرایب همبستگی موجود در جداول زیر در سطح آماری ۵ درصد آزمون شده‌اند. نتایج گویای این موضوع است که ضرایب در سطح آماری ۵ درصد معنی دارند.

بنابر داده‌های جدول ۱ بین هوش عاطفی و مدیریت تعارض و انتخاب راهبرد راه‌حل‌گرایی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ یعنی هر چه هوش عاطفی زیاد باشد، احتمال استفاده از

راهبرد راه حل گرایی بیشتر می شود و بالعکس. بین هوش عاطفی و انتخاب راهبردهای عدم مقابله و کنترل ارتباط منفی و معنی داری وجود دارد؛ یعنی هر چه هوش عاطفی زیاد باشد احتمال استفاده از این راهبردها کمتر می شود و بالعکس.

جدول ۱. نتایج آماری ارتباط بین هوش عاطفی و راهبرد راه حل گرایی، کنترل و عدم مقابله

شاخص	حجم نمونه	مقدار همبستگی	سطح معنی داری دو دامنه
متغیر			
هوش عاطفی و مدیریت تعارض	۷۹	۰/۵۷	۰/۰۰
هوش عاطفی و راه حل گرایی	۷۹	۰/۸۷	۰/۰۰
هوش عاطفی و عدم مقابله	۷۹	-۰/۲۶	۰/۰۲
هوش عاطفی و کنترل	۷۹	-۰/۲۵	۰/۰۲

همچنان که از جدول های شماره ۲، ۳ و ۴ ملاحظه می شود، بین پنج مؤلفه هوش عاطفی و راهبرد راه حل گرایی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد. بین مؤلفه های (خودآگاهی اجتماعی و مهارت های اجتماعی) با راهبرد عدم مقابله ارتباط منفی و معنی داری وجود دارد و با مؤلفه های خودآگاهی، مدیریت خود و خودانگیزی ارتباط معنی داری مشاهده نشد. بین مؤلفه های (خودآگاهی، مهارت های اجتماعی و خودانگیزی) با راهبرد کنترل ارتباط منفی و معنی داری وجود دارد و با مؤلفه های خودآگاهی اجتماعی و مدیریت خود ارتباط معنی داری مشاهده نشد.

جدول ۲. نتایج آماری ارتباط بین مؤلفه های هوش عاطفی و راهبردهای مدیریت تعارض

شاخص	حجم نمونه	ضریب همبستگی	سطح معنی داری دو دامنه
متغیر			
خود آگاهی	۷۹	۰/۸۰۳	۰/۰۰۰
خودآگاهی اجتماعی	۷۹	۰/۷۱۴	۰/۰۰۰
مدیریت خود	۷۹	۰/۱۱۰	۰/۰۰۰
خودانگیزی	۷۹	۰/۸۶۴	۰/۰۰۰
مهارت های اجتماعی	۷۹	۰/۷۱۳	۰/۰۰۰

جدول ۳. نتایج آماری ارتباط بین مؤلفه های هوش عاطفی و راهبرد عدم مقابله

شاخص	حجم نمونه	ضریب همبستگی	سطح معنی داری دو دامنه
متغیر			
خود آگاهی	۷۹	-۰/۱۸۳	۰/۱۰۶
خودآگاهی اجتماعی	۷۹	-۰/۲۹۳	۰/۰۰۹
مدیریت خود	۷۹	-۰/۱	۰/۳۸۱
خودانگیزی	۷۹	-۰/۱۷۷	۰/۱۷۷
مهارت های اجتماعی	۷۹	-۰/۳۵۵	۰/۰۱

جدول ۴. نتایج آماری ارتباط بین مؤلفه‌های هوش عاطفی و راهبرد کنترل

متغیر	شاخص	حجم نمونه	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری دو دامنه
خودآگاهی		۷۹	-۰/۲۶۵	۰/۰۱۸
خودآگاهی اجتماعی		۷۹	-۰/۱۵۷	۰/۱۶۸
مدیریت خود		۷۹	-۰/۱۴۰	۰/۲۲۰
خودانگیزی		۷۹	-۰/۲۴۴	۰/۰۳
مهارت‌های اجتماعی		۷۹	-۰/۳۰۳	۰/۰۰۷

آماره‌های توصیفی راهبردهای مدیریت تعارض نشان می‌دهد در میان راهبردهای مدیریت تعارض، راه‌حل‌گرایی راهبرد غالب در نمونه مورد مطالعه بوده است (جدول ۵)

جدول ۵. رتبه‌بندی راهبردهای مدیریت تعارض

متغیر	شاخص	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار
راهبرد راه حل‌گرایی		۷۹	۴/۲۳	۰/۸۵۶
راهبرد عدم مقابله		۷۹	۴/۱۳	۰/۸۱۸
راهبرد کنترل		۷۹	۳/۷۵	۰/۶۴۷

با توجه به جدول ۶ متغیر مدیریت تعارض قادر است ۵۷ درصد از واریانس را پیش‌بینی کند؛ بنابراین به‌طور معنی‌داری قابلیت پیش‌بینی متغیر هوش عاطفی را دارد.

جدول ۶. رگرسیون دومتغیره تبیین مدیریت تعارض

شاخص متغیر	ضریب بتا	آماره t	سطح معنی‌دار
مدیریت تعارض	۰/۵۷۲	۶/۱۱۲	۰/۰۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

رابینز^۱ (۲۰۰۰) معتقد است در سازمان‌های امروزی، تعارض امری طبیعی و واقعیتی انکار ناپذیر است؛ زیرا در این سازمان‌ها افراد مختلفی در رده‌های گوناگونی مشغول انجام وظایف هستند و لازمه انجام این فعالیت‌ها، ارتباط دو جانبه افراد با یکدیگر است که بالطبع می‌تواند زمینه‌ساز تعارض باشد. یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی که ویژگی توانایی مدیر در حل تعارض است و امروزه توجه بسیار زیادی به آن می‌شود برخورداری او از هوش عاطفی است. مدیرانی که هوش عاطفی خوبی داشته باشند با آمادگی بیشتری به رفع تعارضات خواهند پرداخت (۲۱).

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد بین هوش عاطفی با مدیریت تعارض و راهبرد راه‌حل‌گرایی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد که با یافته‌های افزالور (۲۰۰۲)، چان شنگ (۲۰۰۶)، جاسون (۲۰۰۷)، فهیم (۱۳۸۵)، شاه طلبی (۱۳۸۶)، روحی (۱۳۸۸) هم‌خوانی دارد. نتایج تحقیقات نشان داده که راه‌حل‌گرایی مؤثرترین روش برای حل تعارض است. با استفاده از این راهبرد، خواسته‌های هر دو طرف تعارض تأمین می‌شود. انتخاب این راهبرد به افراد کمک می‌کند تا به گونه‌ای در کنار هم کار کنند که همه برنده باشند. با استفاده از این راهبرد، افراد در جستجوی راه‌حل‌هایی هستند که با علایق آن‌ها متناسب باشد و باعث حفظ ارتباطات خوب و مؤثر نیز شود پس مدیرانی این راهبرد را انتخاب می‌کنند که هوش عاطفی زیادی داشته باشند. بین هوش عاطفی و راهبرد عدم مقابله رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد که با یافته‌های شاه طلبی (۱۳۸۶)، کلهر (۱۳۸۷)، روحی (۱۳۸۸) هم‌خوانی دارد. مدیری که هوش عاطفی زیادی دارد نمی‌تواند در برابر احساسات و عواطف کارکنان خود و همچنین مسائلی که در سازمان اتفاق می‌افتد منفعل باشد؛ از این رو راهبرد عدم مقابله را برای حل تعارض انتخاب نمی‌کند، بلکه به دنبال راه حل منسجم برای طرفین درگیر تعارض است (۱۷). مدیرانی که مسئولیت اداره سازمان را بر عهده دارند نمی‌توانند به اختلاف و نارضایتی‌ها در سازمان بی‌توجه باشند؛ زیرا می‌دانند انتخاب این راهبرد یعنی نادیده گرفتن تعارض اهمیت ندادن به آن که می‌تواند بعدها اثراتی نامطلوب بر عملکرد سازمان بگذارد.

بین هوش عاطفی و راهبرد کنترل رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد که با یافته‌های افزالور (۲۰۰۲)، چان شنگ (۲۰۰۶)، جاسون (۲۰۰۷)، فهیم (۱۳۸۵)، شاه طلبی (۱۳۸۶)، روحی (۱۳۸۸) هم‌خوانی دارد. طبق این نتیجه این مدیران هیچ‌گاه کارمندان خود را تحت فشار قرار نمی‌دهند و خواسته‌ها یا دیدگاه‌های خود را به آن‌ها تحمیل نمی‌کنند. روابط اجتماعی مطلوب، احساس همدلی با دیگران و توانایی پذیرش پیشنهادات و انتقادات که از ویژگی‌های افراد با هوش عاطفی زیاد است مانع می‌شود که مدیران برای حل تعارضات موجود در سازمان از راهبرد کنترل و عدم مقابله استفاده کنند.

نتایج نشان داد راهبرد غالب مدیران در حل تعارضات سازمانی راهبرد راه‌حل‌گرایی است که با یافته‌های افزالور (۲۰۰۲)، فهیم دوین (۱۳۸۵)، کلهر (۱۳۸۷) و روحی (۱۳۸۸) هم‌خوانی دارد. راهبرد راه‌حل‌گرایی مؤثرترین روش در حل تعارض است که لازمه آن مشارکت، همفکری و همکاری است و تنها در محیطی که راستی، صداقت و برابری وجود دارد به بهترین وجه مؤثر واقع می‌شود؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تنها افرادی می‌توانند چنین محیط‌هایی را خلق کنند که دارای هوش عاطفی خوبی باشند تا موقعیت را در جهت ایجاد جوی دوستانه تغییر

دهند. بین تمامی مؤلفه‌های هوش عاطفی و راهبرد راه‌حل‌گرایی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد که با یافته‌های افزالور (۲۰۰۲)، یعقوبی (۱۳۸۸) همسو است. پس مدیری که توانمندی‌های عاطفی زیادی دارد راهبرد راه حل گرایی را به کار می‌برد که مؤثرترین راهبرد حل تعارض است. بین راهبرد عدم مقابله با مؤلفه‌های آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی ارتباط منفی و معنی‌دار وجود دارد. بین راهبرد عدم مقابله با مؤلفه‌های خود آگاهی، مدیریت خود و خودانگیزی ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد که با یافته‌های مقدم (۱۳۸۷) هم‌خوانی دارد. پس مدیرانی که آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی خوبی دارند در برابر تعارض منفعل نیستند و سعی می‌کنند که کمتر از راهبرد عدم مقابله استفاده کنند. بین راهبرد کنترل و مؤلفه‌های خود آگاهی، مهارت‌های اجتماعی و خود انگیزی ارتباط منفی و معنی‌دار وجود دارد و با مؤلفه‌های آگاهی اجتماعی و مدیریت خود ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد که با یافته‌های شاه طلبی (۱۳۸۶) هم‌خوانی دارد. خودآگاهی، مهارت‌های اجتماعی و خودانگیزی زیاد مانع از آن می‌شود که مدیر برای حل تعارضات ایجاد شده در سازمان از راهبرد کنترل استفاده کند.

از میان مؤلفه‌های هوش عاطفی خودانگیزی و خودآگاهی بیشترین همبستگی را با راهبرد راه‌حل‌گرایی (بهترین راهبرد مدیریت تعارض) دارند که با یافته‌های مقدم (۱۳۸۷) برای مؤلفه خودآگاهی هم‌خوانی دارد. همان‌طور که ذکر شد خودآگاهی مبنای اعتماد به نفس است پس مدیران به دلیل اعتماد به نفس زیادی که دارند بهترین راهبرد مدیریت تعارض را برای حل تعارضات ایجاد شده در سازمان انتخاب می‌کنند. مدیران با خودانگیزی زیادی که دارند انرژی بیشتری صرف کار می‌کنند و سعی می‌کنند با بهترین روش، تعارض ایجاد شده را رفع کنند و انگیزه زیادی برای غلبه بر ناکامی‌ها دارند.

با توجه به موارد یاد شده و نتایج تحقیق حاضر مبنی بر وجود ارتباط مثبت و معنی‌دار بین هوش عاطفی و مؤلفه‌هایش با راهبرد سازنده مدیریت تعارض، برای ارتقای سطح توانمندی‌های هوش عاطفی مدیران به سازمان‌های ورزشی پیشنهاد می‌شود با توجه به اکتسابی بودن هوش عاطفی برنامه‌های آموزشی خاصی برای افزایش هوش عاطفی مدیران اجرا شود. همچنین پیشنهاد می‌شود به منظور کاهش تعارضات تغییرات مناسبی در سازمان ایجاد شود که مستلزم خلاقیت، غیرمتمرکز کردن و کم کردن ساختارهای پیچیده است. همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق که از میان مؤلفه‌های هوش عاطفی، خودآگاهی و خودانگیزی بیشترین رابطه را با راهبرد سازنده مدیریت تعارض دارند، پیشنهاد می‌شود اختیارات بیشتری به مدیران تفویض شود؛ زیرا توانمند کردن مدیرانی که قادرند به‌طور آزادانه احساسات و عواطف خود را تحت نظر

قرار دهند و با استفاده مناسب از آن‌ها، کارهای خود را ساده‌تر و راحت‌تر انجام دهند موجب بهبود عملکرد سازمان خواهد شد.

منابع:

1. Robins, S (1998), "management organizational behavior", Eleventh edition, Prentice Hall Inc
۲. سلطانی، ایرج (۱۳۷۷). تعارض فردی در سازمان مجله تدبیر، شماره ۸۲، ص: ۳۳
3. Golman, D (2001), 'An EI-Based Theory Of Performance', in cherniss, "The Emotional intelligence Workplace: How TO Select for, measure, and improve Emotional intelligence in Individuils" San, pp 27-44
4. Katherine, m (1995) Communication in organization Hay/mcber group: san fransisco: jessey- Bass
5. Afzalar, R. (2002). A Model of Emotional Intelligence and Conflict Management Strategy, Study Seven Countries. International Journal of Organizational Analysis, pp
6. Afzalur, R., & Patricia, M. (2003). Effects of emotional intelligence on concern for quality and problem solving. Managerial Auditing journal. Vol. 118, No. 2.
7. Chun-Sheng Yu, Ron M. Sardesai, June Lu, Jing-Hua Zhao (2006), Relationship of emotional intelligence with conflict management styles: an empirical study in China, The Central University of Finance and Economics, 39 Xueyan Nan Lu, Haidan District, Beijing
۸. فهیم دوین، حسن (۱۳۸۵). رابطه هوش عاطفی و مهارت‌های ارتباطی با راهبرد های مدیریت تعارض بین مدیران اجرایی و آموزشی دانشکده های تربیت بدنی دانشگاه های کشور. مجله حرکت، شماره ۳۲، ص: ۲۰۱-۲۱۶
9. Yrd.Doç.Dr.Sebnem Aslan (2008), IS There any Relationship Between Emotional Intelligence and Conflict Handling styles? The Study Of Validity and Realibillity Schutte's EQ Inventory, The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, Vol.13, No.3 pp.179-200.
10. Chapman, David (2009), Emotional intelligence and conflict management style among Christian clergy, Clergy; Occupational psychology,
۱۱. کلهر، روح الله. (۱۳۸۷). "بررسی رابطه راهبرد های مدیریت تعارض و هوش هیجانی مدیران بیمارستان‌های شهر قزوین"، پایان نامه کارشناسی ارشد. (چاپ نشده). تهران: دانشگاه علوم پزشکی ایران.

12. Con Stough, Mathilde Clements, Lena Wallish and Luke Downey (2009), Emotional Intelligence in Sport: Theoretical Linkages and Preliminary Empirical Relationships from Basketball, Assessing Emotional Intelligence The Springer Series on Human Exceptionality, 2009, Part 4, 291-305
13. Matt Juravich (2010), Emotional Intelligence as an Individual Difference in Sport Organizations, North American Society for Sport Management Conference
14. Troy Alexander, James Caldwell, Matthew Gonzalez, David Harvey, Bradford Nye, Charles Rodgers, Angela Washer (2010), The Role of Emotional Intelligence (EI) in Project Management Over the Next Five Years , organizational asseleration
15. Annamaria Di Fabio and David L. Blustein (2010), Among Italian High School Students Emotional Intelligence and Decisional Conflict Styles: Some Empirical Evidence, Journal of Career Assessment, pp 71-81
۱۶. خشوعی، مهدیه سادات (۱۳۸۷)، رابطه‌ی بین هوش هیجانی و شوخ طبعی در دانشجویان دانشگاه، مجله مطالعات تربیتی دانشگاه فردوسی،
۱۷. یعقوبی، نور محمد، یزدانی، بدرالدین، مقدمی، مجید (۱۳۸۸)، بررسی رابطه بین هوش عاطفی و سبک رهبری تحول آفرین، پژوهش نامه مدیریت اجرایی، سال نهم، شماره ۱
۱۸. شاه طالبی، سعیده. (۱۳۸۶). "بررسی رابطه سبک‌های مدیریت تعارض و هوش هیجانی مدیران مدارس راهنمایی شهر اصفهان در سال ۸۶-۸۵"، پایان نامه کارشناسی ارشد. (چاپ نشده). تهران: دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده روان شناسی.
۱۹. روحی، محمد رضا (۱۳۸۸)، رابطه هوش هیجانی با راهبردهای مدیریت تعارض مربیان تیم‌های ورزشی استان آذربایجان شرقی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تربیت معلم
۲۰. مقدم، اکرم، فرچیان، مرجان (۱۳۸۷)، بررسی تأثیر گذاری هوش عاطفی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با لحاظ کردن نقش تعهد عاطفی، مجله پیام مدیریت، شماره ۲۸، ص ۱۰۷-۱۳۲
21. Robins, S (2000), Managing Today, U.S.A, Prentice Hall, International Inc, New Jersey

اولویت‌بندی رسانه‌های تبلیغاتی بر مبنای مدل AIDA با روش AHP در بخش تولیدی صنعت ورزش

سردار محمدی^۱، نرگس اسماعیلی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱۲/۱۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۶/۱۲

چکیده

به منظور انتخاب آمیخته تبلیغاتی مناسب بخش تولیدی صنعت ورزش، نظرات ۳۰ مدیر بازاریابی شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی از طریق پاسخگویی به پرسشنامه محقق‌ساخته آمیخته تبلیغات بر مبنای مدل AIDA جمع‌آوری شد. روایی (صوری، محتوایی) پرسشنامه توسط متخصصان و پایایی آن‌ها به دلیل نرخ ناسازگاری پرسشنامه‌ها که کمتر از ۰/۱ بود، تأیید شد. برای تحلیل داده‌ها از روش AHP و نرم‌افزار (Expert Choic11) استفاده شد. براساس یافته‌ها، در سطح چهارم، تلویزیون با وزن ۰/۵۲۲؛ در سطح سوم، تبلیغات ۰/۳۹۶؛ در سطح دوم، ایجاد آگاهی با وزن ۰/۴۳۷ بیشترین اهمیت را دارند. نتایج بر مبنای مدل AIDA نشان می‌دهد در سطح چهارم از نظر ایجاد آگاهی، علاقه و تمایل و سوق دادن مشتریان به خرید، تلویزیون به ترتیب با وزن نهایی ۰/۵۱۰، ۰/۴۹۶ و ۰/۴۹۹ بیشترین اهمیت را میان ابزارهای تبلیغاتی دارد. نتایج در سطح سوم بر مبنای مدل AIDA نشان می‌دهد از نظر ایجاد آگاهی، تبلیغات ۰/۳۹۱، از نظر ایجاد علاقه و تمایل، پیشبرد فروش ۰/۳۵۹، از نظر سوق دادن مشتریان به خرید، فروش شخصی با وزن ۰/۴۴۰ اهمیت بیشتری دارد.

کلیدواژه‌های فارسی: آمیخته ترویج، تبلیغات، روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، مدل AIDA.

مقدمه

بازاریابی مدرن چیزی بیش از صرف تولید محصولات خوب، قیمت‌گذاری مناسب و تسهیل دسترسی به آن است (۱). تولیدکنندگان علاوه بر این، به ارتباط با مشتریان خود نیز نیاز دارند (۲، ۳). تولیدکننده کالا یا خدمت باید ابزارهای ارتباطی در دسترس را آگاهانه و با دقت، به نحوی با یکدیگر ترکیب کند که بتواند به ترکیب موزونی از عناصر ترویجی دست یابد؛ ترکیبی که بتواند در جهت نیل به اهداف ارتباطی و بازاریابی، هر چه بیشتر مؤثر واقع شود (۳). در تجارت به طور عام و در بازاریابی به طور خاص، کارآیی سیستم‌ها به کارآیی ارتباطات آن‌ها وابسته است. ارتباطات در واقع کوششی دیداری، شنیداری، گفتاری، نوشتاری و حرکتی است برای تفهیم، اثرگذاری و اثرپذیری که با آن پیامی را از طریق کانالی برای گیرنده پیام می‌فرستیم تا در ایده، نظر یا نوع اطلاعات با او سهیم شویم. فرآیند ارتباطات شامل فرستنده، گیرنده، پیام، رسانه، رمز گذاری، رمز گشایی و بازخورد است. بازاریابان پیام خود را از طریق کانال یا رسانه‌ای کارآمد که به مخاطب هدف دسترسی دارد، ارسال می‌کنند (۴). در گذشته، بیشتر شرکت‌ها برنامه‌های تهیه پیام و انتخاب رسانه را به صورت مستقل انجام می‌دادند. اغلب، برنامه‌ریزی برای انتخاب رسانه (در مقایسه با برنامه‌ریزی برای خلق پیام) در درجه دوم اهمیت قرار می‌گرفت، ولی امروزه، گوناگونی رسانه‌ها و هزینه سرسام‌آور آن‌ها باعث شده است انتخاب کانال تبلیغاتی مناسب و در واقع انتخاب رسانه کارآمد نسبت به گذشته اهمیت بیشتری داشته باشد؛ بنابراین با اینکه ارتباطات بازاریابی به تلاش فراوان نیاز دارد، اما فوائد زیادی نیز دارد از جمله: مزیت رقابتی، افزایش فروش و سود، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، وقت و فشاری کاری. شرکت‌ها برای هدایت ارتباطات خود به سوی خریداران و جوامع هدف از تبلیغات استفاده می‌کنند که از متداول‌ترین ابزارهای ارتباطی است (۱). تبلیغات هر گونه ارائه و ترجیح غیرشخصی ایده، کالا یا خدمات توسط یک تبلیغ‌کننده است که انجام آن مستلزم پرداخت هزینه است (۴). تبلیغات تجاری علمی است پویا که با تغییرات اجتماعی و تحولات سیاسی و اقتصادی هر روز شکل تازه‌ای پیدا می‌کند و در محیط‌های متفاوت با توجه به افکار، عقاید، آداب و رسوم و همچنین فرهنگ و مذهب شکل خاصی می‌یابد (۵، ۶). الگویی که برای تبلیغات استفاده شده الگوی ۵M است که عبارت‌اند از: مأموریت^۱، بودجه^۲، پیام^۳، رسانه^۴ و ارزیابی

-
1. Mission
 2. Money
 3. Message
 4. Media

تبلیغ (۷). از آنجا که هدف این تحقیق انتخاب کانال تبلیغاتی مناسب است، تأکید آن نیز بر رسانه و کانال تبلیغاتی است. عامل رسانندهٔ پیام را «وسایل تبلیغاتی» می‌نامند. کسی که تبلیغ می‌کند می‌تواند از طریق تهیهٔ کاتالوگ، علائم و عکس‌های چاپ شدهٔ بزرگ یا درست کردن نمونه‌های نمایش کالا و غیره به مقصود خود برسد یا اینکه تبلیغ‌کننده می‌تواند از وسایل ارتباط جمعی از قبیل روزنامه، تلویزیون، رادیو، تبلیغات محیطی و تبلیغات در وسایل نقلیه، راهنماهای تلفنی و فیلم سینمایی استفاده کند (۸). تبلیغات منحصر به تلویزیون نمی‌شود، بلکه رسانه‌های دیگر را نیز در بر می‌گیرد. همان‌طور که ذکر شد، رادیو، روزنامه، مجله، تبلیغات شهری، اینترنت و غیره از جمله رسانه‌های مهم تبلیغاتی محسوب می‌شوند (۱۰). مهم‌ترین تمایزی که بین انواع رسانه‌های گوناگون می‌توانیم قائل شویم، تمایز بین رسانه‌های پخش (رادیو و تلویزیون) و رسانه‌های چاپی (روزنامه‌ها و مجله‌ها) است. برای انتقال نمادها و تصورات، رسانه‌های پخش نظیر رادیو و تلویزیون مناسب‌تر به نظر می‌رسد، اما در ارائهٔ اطلاعات تفصیلی و دقیق این دو رسانه به اندازهٔ رسانه‌های چاپی مناسب نیستند (۱۱، ۱۲) برای ایجاد فضا و روحیه در مخاطب یا به‌وجود آوردن احساس مثبت، تلویزیون اثربخش‌تر به نظر می‌رسد، در حالی که برای ارائهٔ اطلاعات دقیق و تفصیلی‌تر رسانه‌های چاپی مناسب‌ترند. با توجه به تحقیقات انجام شده، مزایای تبلیغات از طریق تلویزیون را می‌توان ترکیب صدا، تصویر، حرکت، جاذبه برای حواس، پوشش و دسترسی زیاد و معایب آن را می‌توان هزینهٔ زیاد، تراکم زیاد تبلیغات در تلویزیون، عبور سریع تبلیغ و آنی بودن آن و گزینش ضعیف مخاطبان دانست. از سوی دیگر، مزایای تبلیغات رادیویی شامل: استفادهٔ همگانی و عمومی، امکان گزینش عالی از نظر جغرافیایی و جمعیت‌شناختی و هزینهٔ نسبتاً کم در مقایسه با تلویزیون و معایب آن سمعی بودن صرف، توجه کمتر به آن، در مقایسه با تلویزیون و پخش سریع آن است. مزایای تبلیغات از طریق مجله نیز عبارت‌اند از: در اختیار داشتن فرصت توضیح، اعتبار زیاد نزد خوانندگان، عمر طولانی آگاهی در مجله و انتخاب مخاطب و معایب آن شامل: کیفیت نسبتاً ضعیف چاپ و هزینهٔ زیاد آن است. مزایای تبلیغات از طریق روزنامه نیز به این شرح است: انعطاف‌پذیری، به-هنگامی، پوشش مطلوب بازار محلی و مقبولیت عمومی و معایب آن عمر کوتاه آگاهی و کیفیت چاپ نه‌چندان مطلوب است. مزایای تبلیغات از طریق اینترنت بازار هدف، طراحی پیام، قابلیت تعاملی، دسترسی به اطلاعات، قابلیت فروش، خلاقیت و توان بالقوهٔ بازار است و معایب تبلیغات آن نیز شامل: مشکلات اندازه‌گیری، ویژگی‌های مخاطبان، دشواری شبکه، ازدحام، قابلیت فریب دادن و هزینه است. مزایای تبلیغات با استفاده از شیوه‌های محیطی عبارت‌اند از: انعطاف‌پذیری، رؤیت زیاد، هزینه کم و از معایب آن می‌توان به مواردی همچون گزینش ضعیف مخاطبان و

محدودیت ابتکار اشاره کرد (۱۱). رسانه‌های مختلف به دلیل تأثیر منحصر به فردی که بر مخاطب می‌گذارند واکنش‌های متفاوتی را نیز به دنبال دارند. از مهم‌ترین گام‌ها برای انتخاب رسانه می‌توان تعیین سطح پوشش، فراوانی رؤیت پیام و نحوه تأثیر، انتخاب در میان انواع رسانه‌های مختلف عمده، انتخاب وسیله ناقل پیام و تصمیم درباره زمان‌بندی رسانه را ذکر نمود (۱۳، ۱۴). رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی ساختار ذهنی افراد جامعه مؤثرند. از سوی دیگر، رفتار افراد را سامان می‌بخشند و موجب می‌شوند افراد در مورد پدیده‌های مختلف رفتاری کاملاً حساب‌شده از خود بروز دهند. جکسون^۱ (۱۹۹۱) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که رسانه‌های جمعی، ۸۷ درصد بر آگاهی افراد جامعه اثر می‌گذارند (۱۳). همچنین نتایج تحقیق دیگری نشان داد بین رسانه‌های تبلیغ‌کننده محصول و تمایل مشتریان به خرید رابطه معنی‌داری وجود دارد و در میان انواع گوناگون رسانه، تلویزیون اهمیت بیشتر را به دست آورد (۱۴). همچنین نتایج تحقیق غفوری و همکاران (۱۳۸۲) نشان می‌دهد رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون می‌توانند اثر معنی‌داری روی تغییر نگرش و رفتار مردم داشته باشند (۱۵) و تحقیق دیگری نیز انتخاب رسانه‌های تبلیغاتی مناسب را عنصری اصلی در پیشبرد اهداف بازاریابی شرکت‌ها معرفی می‌کند و بر اهمیت تبلیغات به عنوان ابزار اصلی بازاریابی در ایجاد آگاهی مصرف‌کنندگان از محصولات و خدمات تأکید می‌کند (۱۲).

با توجه به موارد ذکر شده می‌توان گفت به دلیل رقابت شدید بین شرکت‌ها و رشد سریع بازارها و همچنین تغییرات سریع در رفتار مصرف‌کنندگان، تبلیغات به عنوان ابزاری اصلی در ایجاد آگاهی مصرف‌کنندگان از محصولات و خدمات مورد توجه قرار گرفته است (۹، ۱۸). سالیانه میلیاردها تومان برای انواع تبلیغ به اشکال مختلف هزینه می‌شود و هزاران پیام تبلیغاتی نوشته می‌شود تا به اجرا گذاشته شود. با توجه به حساسیت تبلیغات و هزینه‌های گزاف آن، صحیح مصرف نمودن اعتبارات تبلیغات اهمیت بسیاری دارد و در این میان، انتخاب رسانه‌های تبلیغاتی مناسب و رتبه‌بندی آن‌ها در هر شرکتی جایگاه خاصی دارد. صمدی (۱۳۸۷) در پژوهش خود تبلیغات را مؤثرترین روش اصلی ترویج ذکر نمود و استفاده از آمیخته ترویجی منسجم را بهترین روش پیشبرد اهداف بازاریابی شرکت‌ها دانست و در میان انواع رسانه‌های تبلیغاتی برای ایجاد آگاهی و ایجاد نگرش مثبت نسبت به شرکت، تبلیغات تلویزیونی را مؤثرترین کانال دانست (۱۰). ناهیدی (۱۳۸۷) در تحقیق خود اولویت‌بندی رسانه‌ها را به ترتیب شامل: تبلیغات تلویزیونی، روزنامه، مجله، رادیو و تبلیغات محیطی و اینترنتی ذکر کرد و در پژوهش خود به این نتیجه رسید که برای ایجاد فضا و روحیه در مخاطب یا به وجود آوردن احساس مثبت، تلویزیون اثربخش‌تر به نظر می‌رسد، ولی برای ارائه اطلاعات

1. Jackson

دقیق‌تر و تفصیلی‌تر رسانه‌های چاپی مناسب‌ترند و از ضروریات مهم برای فردی که قصد برنامه‌ریزی در مورد رسانه را دارد، داشتن ذهن فعال و باز است تا بتواند در میان انواع مختلف رسانه، بهترین آن را انتخاب کند (۱۲). نتایج تحقیق سعاد (۱۳۸۸) نشان می‌دهد اگر ابزارهای نوین ارتباطی در حوزه تبلیغات (بیلبرد دیجیتال، پیام کوتاه و اینترنت) با توجه به نقش و کارکرد خاص آن‌ها با آگاهی کامل و به درستی استفاده شوند، می‌توانند نقش مؤثری در توسعه و پیشبرد اهداف سازمان داشته باشند (۱۹). نتایج پژوهش عباسی و همکاران (۱۳۸۸) که در مورد اثربخشی تبلیغات اینترنتی بود نشان می‌دهد مصرف‌کنندگانی که نگرش مثبت به وب سایت‌ها داشته‌اند، در مقایسه با مصرف‌کنندگانی که نگرش مثبت نداشته‌اند مزایای بیشتری برای تبلیغات اینترنتی قائل شده‌اند و از طرف دیگر، معایب بیشتری را نیز ذکر کرده‌اند و سرانجام اینکه مصرف‌کنندگان به تبلیغات تلویزیونی بیشتر از تبلیغات اینترنتی علاقه نشان داده‌اند (۲۰).

در این پژوهش، به‌منظور ارزیابی ابزارهای تبلیغاتی و رتبه‌بندی آن‌ها در بخش تولیدی صنعت ورزش، مدل آیدا (AIDA) به‌کار گرفته شده است که از مؤثرترین مدل‌های علمی ارزیابی آمیخته ترویج است. این الگو برای برنامه‌ریزی پیام تبلیغ، شیوه‌ای چهارمنظوره را پیشنهاد می‌کند که عبارت است از: جلب توجه، ایجاد علاقه و تمایل و سوق دادن مشتری به خرید.

۱. ایجاد آگاهی و جلب توجه^۱: اولین وظیفه پیام تبلیغاتی ایجاد آگاهی و جلب توجه افراد است. پیام تبلیغاتی باید به نحوی انتخاب شود که بتواند این وظیفه را به اثربخش‌ترین شکل انجام دهد (۱۰). بر اساس تحقیقات انجام شده می‌توان گفت رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی ساختار ذهنی افراد جامعه مؤثرند. از سوی دیگر، رفتار افراد را سامان می‌بخشد و موجب می‌شوند افراد در مورد پدیده‌های مختلف رفتاری کاملاً حساب‌شده از خود بروز دهند. نتایج تحقیقات مختلف بیانگر آن است که رسانه‌های جمعی، به‌ویژه تلویزیون تأثیر زیادی بر آگاهی و جلب افراد جامعه از محصولات و خدمات دارند (۱۳-۱۵)؛

۲. ایجاد علاقه^۲: ایجاد علاقه در افراد، در مقایسه با جلب توجه آنان دشوارتر به نظر می‌رسد. بدین منظور آهنگ و زبان تبلیغ باید با تجربه‌ها و نگرش‌های مشتریان هدف تناسب داشته باشد (۱۰)؛

۳. تحریک تمایل^۳: یکی از دشوارترین وظایف پیام تبلیغاتی تحریک کردن افراد برای داشتن یا استفاده از کالای مورد نظر است. تبلیغ‌کننده باید با مشتری ارتباط برقرار کند. او برای اینکه بتواند این کار را درست انجام دهد، باید بداند که مشتریان هدف چگونه فکر می‌کنند

1. Attention
2. Interest
3. Desire

سپس، پیام تبلیغاتی باید بتواند مشتری را متقاعد کند که کالایی که قصد معرفی و عرضه آن را دارد، می‌تواند نیازهای مشتری را برآورده کند. برای تحریک مشتریان به سمت محصول، محرک‌های گوناگونی وجود دارد که بسته به نوع محصول و مشتریان باید این محرک‌ها را شناسایی و استفاده کرد (۱۱)؛

۴. سوق دادن به خرید^۱: سوق دادن به خرید آخرین وظیفه تبلیغ است و البته وظیفه آسانی نیست. با توجه به پژوهش‌هایی که در زمینه ارتباطات انجام شده، اکنون مشخص شده است که یکی از مهم‌ترین وظایف فروشندگان سوق دادن مشتریان به خرید است (۱۰). تحقیقاتی نیز به بررسی این مدل پرداخته‌اند که بیشتر آن‌ها جزء اول این مدل یعنی ایجاد آگاهی و جلب توجه را تأثیرگذارترین جزء این مدل دانسته‌اند که دلیل آن را نیز بسط آگاهی مشتریان درباره محصولات و خدمات در بازار نسبت به قیمت، جهت‌دهی و اصلاح شاخص‌های ادراکی و برداشتی مشتریان، ایجاد تصویری مطلوب از شرکت و اعلام حضور و هشدار به رقبای، اصلاح و رفع تأثیرات منفی، تعدیل اضطراب مصرف‌کنندگان و ایجاد تصویر ذهنی مناسب برای شرکت ذکر کرده‌اند (۶-۹، ۱۲، ۱۶). نتایج پژوهش دیگری نشان می‌دهد میان ابزارهای تبلیغاتی و پیشبرد فروش با میزان آگاهی مصرف‌کنندگان از محصولات و خدمات رابطه مثبتی وجود دارد. در این میان، میزان تأثیر ابزارهای تبلیغاتی در زمینه ایجاد تقاضا برای محصولات بیشتر از ابزارهای پیشبرد فروش بوده است (۱۷). مطالعات دیگری نیز رابطه مثبتی را میان ابعاد مدل آیدا و رسانه‌های تبلیغاتی نشان داده‌اند (۳، ۷، ۹، ۱۸).

با توجه به مواردی که تاکنون در خصوص اهمیت امر تبلیغات ب عنوان یکی از بخش‌های آمیخته بازاریابی مطرح شده است و با توجه به آنکه این امر، در شرکت‌ها و مؤسسات هزینه‌بر است، لازم است تبلیغات به گونه‌ای صحیح و مناسب انجام شود تا ضمن اثربخشی، به نوعی متناسب با هزینه صرف شده، در بلندمدت برای مؤسسه منفعت و عایدی داشته باشد. با وجود این، بحران کمبود منابع مالی در شرکت‌ها و وجود رقابت شدید میان آن‌ها حساسیت به مخارج تبلیغات را افزایش داده و لزوم تحقیق در خصوص اثربخشی تبلیغات آشکارتر شده است. همچنین با توجه به اهمیت ایجاد کارآیی بیشتر در امر تبلیغات، رتبه‌بندی رسانه‌های تبلیغاتی به کار گرفته شده در سازمان جایگاه خاصی دارد و این امر مانع صرف هزینه‌های نامناسب در تبلیغات می‌شود؛ بنابراین در این تحقیق بر آن شدیم تا به اولویت‌بندی رسانه‌های تبلیغاتی برای پیشبرد اهداف بازاریابی بخش تولیدی صنعت ورزش بپردازیم.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش توصیفی-میدانی و برای تعیین گزینه‌های درخت سلسله مراتب تصمیم از مصاحبه با خبرگان و بررسی کتاب‌ها و مقالات مرتبط در این زمینه استفاده شده است. برای جمع‌آوری نظرات از پرسشنامه محقق‌ساخته آمیخته ترویج با بررسی مدل آیدا استفاده شد. جامعه آماری پژوهش را مدیران شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی در سراسر ایران تشکیل می‌دادند. اطلاعات مربوط به این شرکت‌ها از طریق سایت رسمی وزارت صنایع، سایت رسمی وزارت بازرگانی و بانک اطلاعات ورزش کشور سال ۱۳۸۹ جمع‌آوری شد. از آنجا که برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق روش AHP تعداد افراد نمونه حائز اهمیت نیست، برای انجام این پژوهش ۳۰ نفر از مدیران بازاریابی شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی به صورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه در میان آن‌ها توزیع شد. با توجه به موضوع و هدفی که این تحقیق دنبال می‌کند روش فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی تصمیم‌گیری مناسب‌ترین روش تجزیه و تحلیل داده‌ها شناخته شد. این روش با فراهم آوردن درخت سلسله مراتب تصمیم آغاز می‌شود. درخت سلسله مراتب تصمیم عوامل مورد مقایسه و گزینه‌های رقیب مورد ارزیابی در تصمیم را نشان می‌دهد و سپس یک رشته مقایسه‌های زوجی انجام می‌شود. این مقایسه‌ها وزن هر یک از عوامل مربوط به گزینه‌های رقیب را مشخص می‌کند و در نهایت، ماتریس‌های حاصل از مقایسه‌های زوجی را با یکدیگر تلفیق می‌کند تا اتخاذ تصمیم بهینه را ممکن سازد. با توجه به اینکه روش تحلیل داده‌ها بر اساس مدل AHP بود، ابتدا نرخ ناسازگاری مقایسه‌های زوجی هر پاسخگو کنترل شد و پس از اطمینان از وجود نرخ ناسازگاری^۱ قابل قبول (کمتر از ۱/۰) نظرات پاسخ‌دهندگان ترکیب و ماتریس مقایسه‌های زوجی گروه استخراج شد. نرخ سازگاری نشان‌دهنده میزان سازگاری مقایسه‌ها با یکدیگر است. به وسیله تعیین نرخ ناسازگاری می‌توانیم به اولویت‌های تعیین‌شده اعتماد کنیم. به طور تجربی پذیرفته شده است اگر نرخ ناسازگاری کمتر از (۰/۱) باشد، می‌توان سازگاری مقایسه‌ها را پذیرفت. سلسله مراتب تصمیم درختی است که با توجه به مسئله مورد نظر که قرار است درباره آن تصمیم‌گیری شود دارای سطوح متعددی است. سطح اول هر درخت بیانگر هدف تصمیم‌گیری است و سطح آخر آن بیانگر گزینه‌هایی است که قرار است با یکدیگر مقایسه شوند. سطح میانی نشان‌دهنده شاخص‌هایی است که ملاک مقایسه گزینه‌ها هستند (۲۸). هدف اصلی، انتخاب آمیخته تبلیغات مناسب برای شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی در نظر گرفته شد و در سطح دوم درخت

1. Inconsistency

سلسله مراتب از ابزارهای مدل AIDA استفاده شد که شامل ایجاد آگاهی در مخاطبان، ایجاد علاقه و تمایل در مخاطبان و سوق دادن مشتریان به خرید است و در سطح سوم، ابزارهای آمیخته ترویج شامل روابط عمومی، تبلیغات، پیشبرد فروش و فروش شخصی قرار گرفتند. در سطح چهارم، ابزارهای تبلیغات بررسی شد.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱ تا ۵ ماتریس تلفیق شده و وزن نهایی ابزارهای آمیخته تبلیغات و آیدا را نشان می‌دهد.

جدول ۱ ماتریس تلفیق شده، وزن نهایی و نرخ ناسازگاری ابزارهای تبلیغاتی در سطح چهارم

نرخ ناسازگاری	وزن نهایی	(۶)	(۵)	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	ابزارهای تبلیغات	تلفیق آگاهی
۰/۰۳	۰/۵۲۲	۶/۹۳۸۳۳	۶/۸۴۷۲۳	۶/۱۱۷	۵/۶۲۳۵	۴/۶۵۵۵۹	۱	تلویزیون (۱)	
	۰/۱۴۴	۳/۳۹۲۳	۳/۸۹۶۴۶	۱/۴۷۷۲۴	۱/۱۳۳	۱	۰/۲۱۴۷۹	روزنامه (۲)	
	۰/۱۳۱	۴/۲۱۱۱۶	۰/۸۸۲۱	۰/۱	۱	۰/۸۸۲۱	۰/۱۷۷۸	رادیو (۳)	
	۰/۱۱۵	۳/۷۶۰۶	۲/۸۲۵۷۷	۱	۱	۰/۶۷۶۹	۰/۱۶۳۴۷	محیطی (۴)	
	۰/۰۴۶	۱/۲۵۹۹۲	۱	۰/۳۵۳۸۸	۰/۲۶۴۲۱	۰/۲۵۶۶۴	۰/۴۶۰۴	مجله (۵)	
	۰/۰۴۱	۱	۰/۷۹۳۷	۰/۲۶۵۹	۰/۲۳۷۴	۰/۲۹۴۷	۰/۱۴۴۱	اینترنت (۶)	

جدول ۲ ماتریس تلفیق شده ابزارهای تبلیغات بر اساس مدل AIDA در سطح چهارم

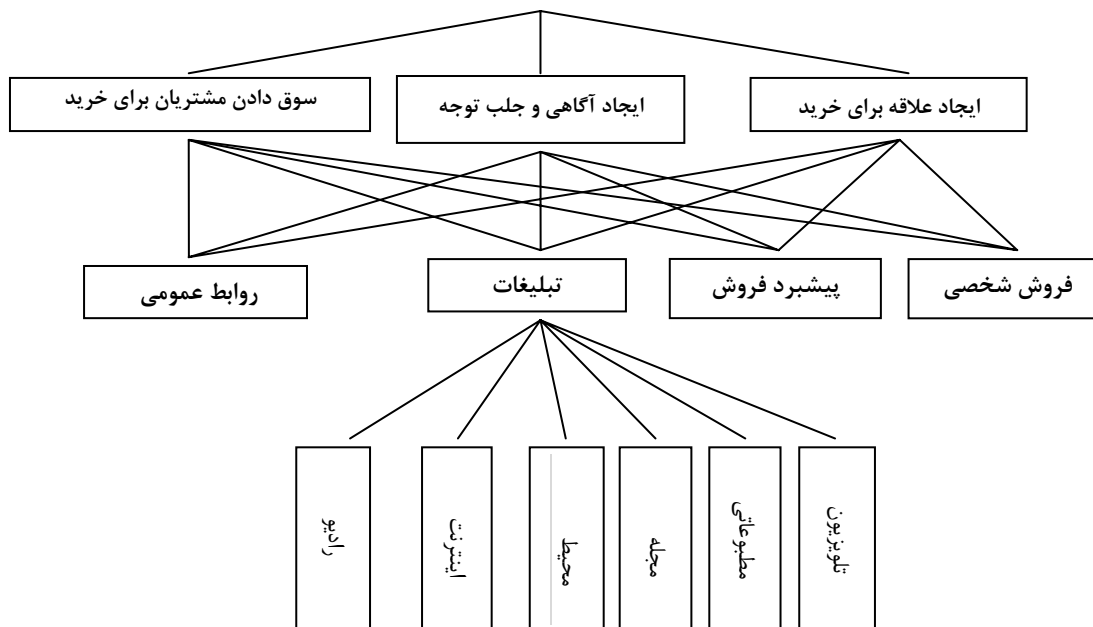
نرخ ناسازگاری	(۶)	(۵)	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	ابزارهای تبلیغات	ایجاد آگاهی در مخاطبان
۰/۰۴	۶/۰۳۱۳	۵/۸۹۳۸	۵/۸۹۳۸	۵/۹۲۹۷	۵/۰۱۱۵	۱	تلویزیون (۱)	
	۳/۳۹۲۳	۲/۸۹۶۴۶	۲/۴۷۷۲	۲/۴۴۰۶	۱	۰/۱۹۹۵	مطبوعات (۲)	
	۲/۲۱۱۱۶	۱/۸۸۲۱	۱/۳۰۸۳	۱	۰/۴۰۹۷	۰/۱۸۳۴	رادیو (۳)	
	۲/۱۰۲۵	۱/۷۵۴۲	۱	۰/۷۶۴۳	۰/۴۰۳۶	۰/۱۶۸۶	محیطی (۴)	
	۱/۴۵۲۲	۱	۰/۵۳۳۱	۰/۵۳۱۳	۰/۳۴۵۲	۰/۱۶۹۶	مجله (۵)	
	۱	۰/۸۸۸۶	۰/۷۵۵۶	۰/۴۵۲۶	۰/۲۹۷۴	۰/۱۶۵۸	اینترنت (۶)	
۰/۰۶	(۶)	(۵)	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	ابزارهای تبلیغات	ایجاد علاقه و تمایل در مخاطبان
	۵/۸۵۲۴	۵/۹۲۹۷	۶/۰۳۱۳۵	۵/۱۱۹۵	۵/۱۰۲۱	۱	تلویزیون (۱)	
	۲/۳۲۳۹	۱/۰۲۷۵	۱/۴۰۵۱	۱/۱۵۵۸	۱	۰/۱۹۵۹	مطبوعات (۲)	
	۲/۴۹۰۱	۱/۴۳۰۱	۱/۴۷۲۴	۱	۰/۸۶۵۲	۰/۱۹۵۳	رادیو (۳)	
	۱/۰۳۵۸	۲/۲۰۲۶	۱	۰/۴۷۲۴	۰/۷۱۱۶	۰/۱۶۵۸	محیطی (۴)	
	۱/۰۱۹۹۲	۱	۰/۵۴۴۰	۰/۶۹۹۲	۰/۹۷۳۲	۰/۱۶۸۶	مجله (۵)	
۰/۰۵	(۶)	(۵)	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	ابزارهای تبلیغات	سوق دادن مشتریان به خرید
	۵/۹۲۹۷	۵/۸۹۳۸	۶/۰۳۱۳۵	۵/۴۵۲۴	۵/۰۱۰۵	۱	تلویزیون (۱)	
	۳/۴۲۳۹	۲/۵۰۲۱	۲/۴۸۵۱	۲/۴۴۰۶	۱	۰/۱۹۹۵	مطبوعات (۲)	
	۲/۴۹۰۶	۲/۴۳۰۱	۱/۰۷۲۴	۱	۰/۴۰۹۷	۰/۱۸۳۴	رادیو (۳)	
	۲/۳۳۵۸	۲/۲۰۲۶	۱	۰/۹۳۲۴	۰/۴۰۲۳	۰/۱۶۵۸	محیطی (۴)	
	۱/۰۱۹۲	۱	۰/۴۵۴۳	۰/۴۱۱۵	۰/۳۹۹۶	۰/۱۶۹۶	مجله (۵)	
	۱	۰/۹۸۱۴	۰/۴۲۴۱	۰/۴۰۱۵	۰/۲۹۲۰	۰/۱۶۸۶	اینترنت (۶)	

جدول ۳ وزن نهایی ابزارهای آمیخته تبلیغات بر اساس مدل AIDA در سطح چهارم

ردیف	گزینه‌های آمیخته تبلیغات	ایجاد آگاهی		ایجاد علاقه و تمایل		سوق دادن به خرید	
		اولویت	وزن نهایی	اولویت	وزن نهایی	اولویت	وزن نهایی
۱	تلویزیون	۱	۰/۵۱۰	۱	۰/۴۹۶	۱	۰/۴۹۹
۲	تبلیغات مطبوعاتی	۲	۰/۱۱۹	۲	۰/۱۰۸	۲	۰/۱۲۶
۳	تبلیغات رادیویی	۳	۰/۱۱۲	۳	۰/۱۰۷	۳	۰/۱۱۴
۴	تبلیغات محیطی	۴	۰/۱۰۰	۴	۰/۱۰۶	۴	۰/۱۰۱
۵	تبلیغات مجلات	۵	۰/۰۸۳	۵	۰/۱۰۲	۵	۰/۰۸۴
۶	تبلیغات اینترنتی	۶	۰/۰۷۷	۶	۰/۰۷۹	۶	۰/۰۷۶

جدول ۴ ماتریس تلفیق شده، وزن نهایی و نرخ ناسازگاری ابزارهای آمیخته ترویج در سطح سوم

ابزارهای آمیخته ترویج	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	وزن نهایی	نرخ ناسازگاری
تبلیغات (۱)	۱	۲/۱۰۵۶	۲/۰۰۳۴	۲/۶۷۵۳	۰/۳۹۶	۰/۰۸
روابط عمومی (۲)	۰/۴۷۴۹	۱	۰/۸۳۳۹	۱/۴۴۶۱	۰/۱۶۳	
پیشبرد فروش (۳)	۱/۱۹۹۱	۰/۳۱۲۴	۱	۱/۵۴۹۹	۰/۲۹۲	
فروش شخصی (۴)	۰/۳۷۳۷	۰/۶۹۱۵	۰/۶۴۵۲	۱	۰/۱۴۹	



شکل ۱. درخت سلسله مراتب تصمیم همراه با وزن نهایی شاخص‌ها و گزینه‌ها

بحث و نتیجه گیری

در سطح دوم درخت سلسله مراتب که شاخص‌ها به صورت زوجی مقایسه می‌شوند، یافته‌ها نشان دادند در میان فاکتورهای مدل AIDA ایجاد آگاهی در مقایسه با ایجاد علاقه و تمایل و سوق دادن به خرید بیشترین وزن را داشت که با یافته‌های اغلب محققان همخوانی دارد (۲، ۳، ۷). سالیان متمادی توجه اصلی مدیران بر تولید متمرکز بود، اما در دهه‌های اخیر، ایجاد آگاهی و ارائه اطلاعات صحیح و کامل و جلب توجه مشتریان از تولید خود محصول مشکل‌تر است. همچنین با افزایش تولیدات به تدریج فاصله بین تولید و مصرف بیشتر می‌شود؛ بنابراین باید پیام فروش را در بازارهای دور و نزدیک به مصرف‌کنندگان رساند و محصول و مزایای آن را معرفی کرد. مطالعات متعدد افزایش آگاهی مشتریان از قیمت، تنوع محصولات و خدمات و عملکرد آن‌ها را باعث جهت‌دهی و اصلاح شاخص‌های ادراکی و برداشتی مشتریان، ایجاد تصویری مطلوب از شرکت و اعلام حضور و هشدار به رقبای، اصلاح و برطرف کردن تأثیرات منفی، تعدیل اضطراب مصرف‌کنندگان و ایجاد تصویر ذهنی مناسب از شرکت می‌دانند (۸، ۱۶).

در سطح سوم، تبلیغات بیشترین اهمیت را به ترتیب نسبت به روابط عمومی، فروش شخصی و فروش حضوری داشت که سایر تحقیقات نیز این نتیجه را تأیید می‌کند (۲، ۳، ۵-۸، ۲۰-۲۳). اهمیت بیشتر تبلیغات را در مقایسه با سایر ابزارهای ترویج می‌توان به دلیل نقش مؤثرتر تبلیغات در آگاه کردن بازار از کالا و خدمات جدید، تشریح عملکرد کالا یا خدمت، تصحیح برداشت‌های غلط، متقاعد کردن مشتری برای خرید، تغییر نگرش مشتریان نسبت به ویژگی‌های کالا یا خدمت، یادآوری به مصرف‌کننده در خصوص احساس نیاز او به کالا یا خدمت در آینده نزدیک و یادآوری مکان خرید به مصرف‌کننده دانست. با توجه به تحقیقات می‌توان گفت تبلیغات در دوران معاصر اهمیت زیادی دارد، به‌ویژه پس از رشد گسترده فناوری و تولد رسانه‌های جدید و به‌کارگیری آن‌ها، جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده و باعث افزایش سطح آگاهی‌ها و دانستنی‌های افراد از کالاها و خدمات جدید شده است؛ بنابراین به مسئولان شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی پیشنهاد می‌شود از ابزارهای نوین تبلیغاتی بیشتری استفاده نموده، برای تبلیغات اعتبار بیشتری قائل شوند.

در سطح چهارم، انواع کانال‌ها و رسانه‌های تبلیغاتی بررسی شدند. در میان گزینه‌های تبلیغات، تبلیغات از طریق تلویزیون بیشترین اهمیت را نسبت به سایر ابزارهای تبلیغاتی (شامل: مطبوعاتی، محیطی، مجله، اینترنت و رادیو) داشت. همچنین بر مبنای مدل AIDA نیز تبلیغات تلویزیونی بیشترین اهمیت را از نظر ایجاد آگاهی و جلب و توجه، ایجاد علاقه و تمایل و سوق دادن مشتریان به خرید دارا بود که با یافته‌های محققان دیگر نیز همخوانی دارد (۲، ۳،

۵، ۷، ۸، ۲۱، ۲۴-۲۷). با وجود هزینه زیاد تبلیغات تلویزیونی، اهمیت بیشتر آن را نسبت به دیگر ابزارهای آمیخته ترویج می‌توان به دلیل سطح پوشش گسترده، فراوانی رؤیت پیام و نحوه تأثیر آن، ترکیب صدا، تصویر، حرکت و امکان استفاده از رنگ به منظور ایجاد جاذبه خاص برای حواس، دسترسی زیاد به آن، جذب مشتریان جدید، افزایش سهم بازار و همچنین تثبیت نشان تجاری در ذهن مخاطب مهم دانست. با توجه به تعیین اولویت رسانه‌های تبلیغاتی مؤثر در این سازمان بر اساس مدل آیدا و با توجه به اینکه تبلیغات تلویزیونی و مطبوعاتی و رادیویی بیشترین تأثیر مثبت را بر مشتریان دارند، هنگام تنظیم برنامه‌های تبلیغاتی، ابتدا و با سهم بیشتری باید بر این رسانه‌ها تمرکز نمود و در مرحله بعد به تبلیغات محیطی، مجله و اینترنت توجه کرد. گفتنی است هنگام برنامه‌ریزی برای تبلیغات شرکت، مدیران برنامه‌ریزی نباید دچار خطای بی‌توجهی و عدم برنامه‌ریزی درمورد رسانه‌هایی شوند که در اولویت کمتری قرار گرفته‌اند؛ زیرا این امکان نیز وجود دارد که اولویت کمتر رسانه‌های اینترنت و مجله به دلیل نبود سرمایه گذاری و برنامه‌ریزی مناسب در این خصوص باشد. با توجه به اینکه تبلیغات تلویزیونی بیشترین تأثیر را در این سازمان داراست و با در نظر گرفتن اینکه هزینه این نوع تبلیغ به مراتب بیشتر از سایر گزینه‌هاست، باید تجزیه و تحلیل جامع و دقیقی در مورد افزایش اثربخشی این رسانه انجام شود. از جمله اقدامات کاربردی در این زمینه اجرای مدل آیدا و سایر مدل‌های مشابه در مورد کلیه ابزارهای تبلیغاتی شرکت است.

در نهایت باید گفت شرکت‌های تولیدی بخش صنعت ورزش، می‌توانند برای انتخاب رسانه تبلیغاتی مناسب، به منظور ایجاد آگاهی، ایجاد علاقه و سوق دادن مشتریان به خرید بر اساس اولویت‌هایی که برای هر کدام از رسانه‌ها در جدول ۳ ذکر شده، عمل کنند و اگر قصد انتخاب یکی از ابزارهای آمیخته ترویج را بر اساس هر کدام از مؤلفه‌های مدل AIDA داشته باشند، می‌توانند بر اساس اولویت‌های ذکر شده در جدول ۵ عمل کنند و اگر برای پیشبرد اهداف بازاریابی خود قصد انتخاب یکی از مؤلفه‌های مدل AIDA را داشته باشند، می‌توانند بر اساس جدول ۶ عمل کنند.

جدول ۵ ماتریس تلفیق شده، وزن نهایی، و نرخ ناسازگاری ابزارهای آمیخته ترویج بر مبنای مدل

AIDA در سطح سوم

نرخ ناسازگاری	اولویت	وزن نهایی	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	ابزارهای آمیخته ترویج	ایجاد آگاهی مخاطبان
۰.۰۸	۱	۰/۳۹۱	۱/۶۷۵۳	۳/۰۰۳۴	۱/۷۰۵۶	۱	تبلیغات (۱)	در مخاطبان
	۲	۰/۲۹۳	۱/۴۴۶۱	۳/۲۰۰۸	۱	۰/۵۸۶۳	روابط عمومی (۲)	
	۴	۰/۱۵۰	۱/۵۴۹۹	۱	۰/۳۱۲۴	۰/۳۰۲۹	پیشبرد فروش (۳)	
	۳	۰/۱۶۶	۱	۰/۶۴۵۲	۰/۶۹۱۵	۰/۵۹۶۹	فروش شخصی (۴)	
۰/۰۲	اولویت	وزن نهایی	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	ابزارهای آمیخته ترویج	ایجاد علاقه و تمایل در مخاطبان
	۱	۰/۳۵۹	۱/۶۷۵۳	۳/۰۰۳۴	۲/۵۰۳۶	۱	پیشبرد فروش (۱)	
	۲	۰/۲۶۲	۱/۴۴۶۱	۳/۲۰۰۸	۱	۰/۵۸۶۳	تبلیغات (۲)	
	۴	۰/۱۶۵	۱/۵۴۹۹	۱	۰/۳۱۲۴	۰/۳۰۲۹	روابط عمومی (۳)	
	۳	۰/۲۱۴	۱	۰/۶۴۵۲	۰/۶۹۱۵	۰/۶۹۵۹	فروش شخصی (۴)	
۰/۰۴	اولویت	وزن نهایی	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	ابزارهای آمیخته ترویج	سوق دادن به خریداران
	۱	۰/۴۴۰	۲/۱۴۰۱	۱/۵۶۳۸	۳/۹۶۱۷	۱	فروش شخصی (۱)	
	۲	۰/۲۰۴	۰/۷۳۸۳	۱/۳۳۳۴	۱	۰/۵۰۹۷	پیشبرد فروش (۲)	
	۳	۰/۱۹۰	۱/۲۳۱۱	۱	۰/۷۴۹۹	۰/۶۳۹۴	تبلیغات (۳)	
	۴	۰/۱۶۶	۱	۰/۸۱۲۲	۱/۵۴۹۹	۰/۴۶۷۲	روابط عمومی (۴)	

جدول ۶ ماتریس تلفیق شده، وزن نهایی و نرخ ناسازگاری ابزارهای AIDA در سطح دوم

نرخ ناسازگاری	وزن نهایی	(۳)	(۲)	(۱)	ابزارهای AIDA
۰/۰۲	۰/۴۳۷	۱/۸۵۴۳	۱/۴۱۷۷	۱	ایجاد آگاهی (۱)
	۰/۳۶۱	۲/۰۹۸	۱	۰/۷۰۵۳	ایجاد علاقه (۲)
	۰/۲۰۱	۱	۰/۴۷۶۶	۰/۵۳۹۲	سوق دادن به خرید (۳)

منابع:

۱. کاتلر، فیلیپ؛ آرمسترانگ، گری (۱۳۷۹)، اصول بازاریابی، ترجمه پارسائیان علی، تهران، جهان نو.
۲. صمدی، منصور (۱۳۸۹)، بررسی رابطه بین تاکتیک‌های بازاریابی ارتباطی فروشگاه‌های زنجیره‌ای و رفتار خرید مشتریان، نشریه مدیریت بازرگانی، شماره ۴، ص ۹۳-۱۱۰.
۳. هنرور، افشار؛ غفوری، فرزاد؛ فرزاد، فرزاد؛ شریفیان، اسماعیل (۱۳۸۶) عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران، فصلنامه المپیک، شماره ۴، ص ۳۱-۴۴.
۴. حق پرست، محمد رضا (۱۳۷۹)، بررسی و انتخاب آمیخته ترفیع مناسب جهت شرکت‌های تحقیقات بازاریابی متناسب با استفاده از روش تصمیم‌گیری گروهی AHP، پایان نامه

کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.

۵. ونوس، داور؛ روستا، ابراهیمی، عبدالحمید (۱۳۸۷)، مدیریت بازاریابی، چاپ اول، تهران، انتشارات سمت.

۶. اسمعیلی، نرگس؛ خبیری، محمد؛ مهرگان، محمدرضا (۱۳۸۸)، بررسی و انتخاب آمیخته ترویج مناسب لیگ برتر فوتبال کشور با استفاده از روش AHP. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.

۷. اسمعیلی، نرگس؛ محمدی، سردار، خبیری، محمد؛ مهرگان، محمد رضا (۱۳۸۹). اولویت بندی ابزارهای ترویج در لیگ برتر فوتبال ایران با روش AHP. همایش بین‌الملل مدیریت ورزشی، آنکارا، ترکیه.

۸. صارم نژاد نمینی، ستاره (۱۳۸۵)، بررسی و انتخاب آمیخته ترفیع محصولات پاکشو از دیدگاه مشتریان در تهران با استفاده از روش Toppsis. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.

9. E, Lopez, & M, Rodríguez (2002). linguistic decision model promotion mix solved with genetic algorithms. Fuzzy Sets and Systems: (1): 47-61.

۱۰. صمدی، منصور (۱۳۸۷)، تعیین آمیخته ترفیع مناسب برای محصولات لبنی با روش AHP، مجله اقتصاد کشاورزی، شماره ۶، ص ۹۷-۱۱۷.

۱۱. محمدیان، محمود (۱۳۸۵) مدیریت تبلیغات از دید بازاریابی، انتشارات حروفیه، تهران، چاپ چهارم.

۱۲. ناهیدی، محبوبه؛ فروزنده، لطف‌الله؛ مهرانی، هرمز (۱۳۸۷)، بررسی تأثیرگذاری رسانه‌های تبلیغاتی و رتبه‌بندی آن‌ها از دید مشتریان بر اساس مدل AIDA در شرکت تولیدی اخوان جم، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور.

13. J.J, Jackson (1991). Mass participation in physical recreation. A 15 years study in Saskatoons recreation Canada. 49(3): 33-38.

۱۴. فتحیان، روح‌الله؛ عسگریان، فریبا؛ کشگر، سارا (۱۳۹۰)، تأثیر رسانه‌های جمعی در میزان خرید کفش‌های ورزشی شهر تبریز، اولین همایش علمی آمادگی جسمانی و ایروبیک، تهران، ص ۱۶۴.

۱۵. غفوری، فرزاد؛ رحمان سرشت، حسین؛ کوزه‌چیان، هاشم؛ احسانی، محمد (۱۳۸۲)، مطالعه

و بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی به نقش رسانه‌های جمعی در گرایش مردم به ورزش قهرمانی، حرکت، شماره ۱۶، ص، ۷۸-۵۷.

16. M, Adetunji, O, Raufu (2007). Effect of advertisement and sale promotion on demand for dairy products in Lagos metropolis, Nigeria. The social sciences: 2(3):336-339.

17. J.R, Aworemi, J.A, Oyedokon (2001). Impact of advertising, sale promotion, publicity and public relation on the performance of Niger state transport authority. The social sciences: 5(2)182-186.

۱۸. سعادت، فرناز (۱۳۸۸)، استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی در حوزه تبلیغات گردشگری، فصل نامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۳، ص ۱۴۱-۱۷۰.

۱۹. صبوری مطلق، اصغر (۱۳۷۸)، بررسی و تعیین آمیخته ترفیع مناسب برای فراورده‌های شیری با استفاده از روش AHP. نشریه صنعت شیر. شماره ۱۴. صفحه ۵۰-۶۲.

۲۰. عباسی، عباس؛ محمدیان، مقدسه (۱۳۸۸)، رابطه بین نگرش مصرف‌کنندگان به وب سایت و اثربخشی تبلیغات اینترنتی، فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۷، ص ۹۹-۱۱۹.

۲۱. ناظمی، شمس‌الدین؛ میرزاده، ملیحه (۱۳۸۵)، بررسی اثر حضور شرکت‌های تولیدی در نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان بر موفقیت تجاری آن‌ها، فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۴۱، ص ۲۱۳-۲۴۱.

۲۲. طاهرپور کلانتری، حبیب‌الله؛ میرظفرجویان، سیدحسین (۱۳۸۷)، شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت نمایشگاه‌ها تخصصی بین‌المللی صادراتی، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی شماره ۲۹.

23. J, Etang (2006). Public relations and sport in promotional culture. Public Relations Review: (32): 364-394.

24. William, Anderson (2006). Using public relations to “win” a war against amonopoly. Public Relations Review: (32).

25. T, Ho Hsu, T, Tsai, T, Pei-Ling Chiang (2009). Selection of the optimum promotion mix by integrating a fuzzy linguistic decision model with genetic algorithms, Information Sciences: (179): 41-52.

۲۶. رضایی، محمد (۱۳۸۵)، بررسی و انتخاب آمیخته ترفیع مناسب در شرکت‌های ارائه کننده نرم افزارهای کامپیوتری، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی.

27. F, Herreraa, E و Lopezb, M.A. Rodriguezb (2002). A linguistic decision model for promotion mix managemen solved with genetic algorithms: Fuzzy Sets and Systems (131).

۲۸. آذر، عادل و معماریانی، عزیزالله (۱۳۷۴) AHP تکنیکی نوین برای تصمیم‌گیری گروهی، مجله دانش مدیریت، شماره ۲۷، ص ۳۲-۲۲.

مقایسه تحلیلی وضعیت موجود منابع انسانی در فوق برنامه دانشگاه‌های ایران با وضعیت ده سال قبل

حمیدرضا مقصودی ایمن^۱، فریده هادوی^۲، فریدون تندنویس^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱۲/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۶/۱۳

چکیده

هدف از اجرای این تحقیق، مقایسه وضعیت موجود منابع انسانی شاغل در فوق برنامه دانشگاه‌ها با وضعیت ده سال قبل است. در این تحقیق، وضعیت منابع انسانی فوق برنامه دانشگاه‌ها از نظر تعداد منابع انسانی و سرانه منابع انسانی متخصص در دو بخش دختران و پسران مقایسه و تحلیل شده است. برای بررسی وضعیت منابع انسانی فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌های ایران از پرسشنامه محقق ساخته (روایی صوری قابل قبول و پایایی با آلفای کرونباخ ۰/۸۱) استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشگاه‌های ایران و نمونه آماری تحقیق ۴۹ دانشگاه از مجموع ۶۰ دانشگاه تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است که به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. تحقیق حاضر از نوع تحقیقات مقایسه‌ای - تحلیلی است. مقایسه نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیق ده سال قبل، برگرفته از رساله دکتری (تندنویس، ۱۳۷۵) و سنجش میزان فرآیند رشد و میزان اختلاف متغیرها از طریق روش‌های آمار استنباطی (آزمون ویلکاکسون برای مقایسه میانه متغیرها) در سطح (۰/۰۵) انجام شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد از مجموع ۸۴۷ نفر منابع انسانی موجود در فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌ها ۳۹/۸ درصد زن و ۶۰/۲ درصد مردند و از مجموع ۲۲۳ نفر منابع انسانی متخصص موجود ۳۹/۹ درصد را زنان و ۶۰/۱ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. همچنین سرانه منابع انسانی متخصص به ازای هر یک‌هزار دانشجوی دختران ۰/۳۹ و در بخش پسران ۰/۶۹ است و در مجموع (دختر و پسر) ۰/۵۳ نفر منابع انسانی متخصص به ازای هر یک‌هزار دانشجوی شاغل به تحصیل در دانشگاه‌ها وجود دارد. همچنین یافته‌ها نشان داد بین وضعیت موجود و ده سال قبل از نظر تعداد منابع انسانی و سرانه منابع انسانی متخصص اختلاف معنی‌داری در سطح (۰/۰۵) وجود ندارد.

کلیدواژه‌های فارسی: فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌ها، منابع انسانی، سرانه منابع انسانی متخصص.

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه بوعلی سینا همدان (نویسنده مسئول) Email: mahamsport@gmail.com

۲. دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر Email: fa.hadavi@gmail.com

۳. استاد دانشگاه خوارزمی Email: tondnevis@yahoo.com

مقدمه

از زمانی که علم مدیریت و سازمان در اوایل سال ۱۹۰۰ میلادی به سرعت گسترش یافت، تکاملی درباره ماهیت و وظیفه سازمان‌ها و معیار اثربخشی سازمانی پدیدار گشت. این مفاهیم در تعامل پویا و همگام با مؤسسات و شرکت‌های بزرگ جوامع جهانی پیشرفته، رشد کرده و تکامل یافته است. در طول تاریخ یک‌صد ساله جهان نیز مفاهیم ناب و اصلی درباره افراد، سازمان‌ها، کارگران، مدیران، سیستم‌ها و شبکه‌ها رشد نموده و باعث شکل‌دهی به اندیشه و رفتار مدیران، کارکنان و سیاست‌گزاران شده است (بیکر و برنچ، ۲۰۰۲)^۱. با توجه تغییر رویکرد مدیریت سنتی منابع انسانی به مدیریت استراتژیک، نقش راهبردی این منابع در افزایش اثربخشی سازمان‌ها نمایان و آشکار می‌شود (داتا دپاک و همکاران، ۲۰۰۵)^۲.

دنایای امروز دنیای سازمان‌هاست و نیروی انسانی به‌عنوان با ارزش‌ترین منابع سازمانی، متولیان آن محسوب می‌شوند. امروزه، بیش از هر زمان مشخص شده است که رشد و توسعه سازمان‌ها و در پی آن جوامع در گرو استفاده صحیح از نیروی انسانی است (رحمان پور، ۱۳۸۰). منابع انسانی در سازمان‌ها تنها منبعی است که کمیاب است و به راحتی قابل کپی‌برداری توسط سایر سازمان‌ها نیست (وان جینگ چانگ و همکاران، ۲۰۰۵)^۳. عملکرد و بازدهی سازمان‌ها بستگی به دارایی‌های مشهود و نامشهود دارد و این دارایی‌ها معیار مناسبی برای ارزش‌گذاری آن‌ها محسوب می‌شوند. منابع انسانی جزء دارایی‌های نامشهود است و میزان بهره‌وری منابع انسانی نقش به‌سزایی در ایجاد ارزش سازمانی ایفا می‌کند (فیرر و همکاران، ۲۰۰۳)^۴. بی‌شک در جهان پرشتاب و سرشار از تحول و رقابت امروز آنچه تحقق مزیت رقابتی سازمان‌ها را تضمین می‌کند، نیروی انسانی با کیفیت، خلاق و پویاست؛ از این روست که در عصر حاضر، منابع انسانی بنای اصلی فرآیند افزایش کارایی و اثربخشی و باارزش‌ترین سرمایه و کلید طلایی رقابت قلمداد می‌شود (تیموری نژاد، ۱۳۸۴).

منابع انسانی به‌عنوان با ارزش‌ترین منبع، به سازمان معنی و مفهوم بخشیده، زمینه‌های تحقق اهداف سازمانی را فراهم می‌سازند. امروزه، نقش کلیدی منابع انسانی باعث شده برای جذب نیروهای شایسته بین سازمان رقابت شدیدی صورت گیرد (رحمان پور، ۱۳۸۰). همچنین در هر سازمان تولیدی، خدماتی یا آموزشی نیروی انسانی نقشی سازنده و کلیدی در پیشبرد

-
1. Kathryn A. Baker and Kristi M. Branch
 2. Datta, Deepak and et al.
 3. Chang, Wan-Jing and et al.
 4. Firer, Steven and et al.

هدف‌ها و مأموریت‌های سازمان دارد (پرهیزکار، ۱۳۸۲). مقوله منابع انسانی به‌عنوان موضوعی کلیدی از جمله ضروری‌ترین اقداماتی است که در سازمان‌ها و در حوزه مدیریت منابع انسانی مطرح است؛ از این رو در تمامی طرح‌های توسعه بخشی و ملی، توسعه منابع انسانی اولویت ویژه‌ای دارد (نظام جامع تربیت بدنی، ۱۳۸۲). نیروی کار دارای ویژگی‌هایی نظیر سطح تخصص و مهارت، میزان تحصیلات، تجربه کاری و شخصیت است که نشان‌دهنده کیفیت آن در هر مؤسسه است (میرسپاسی، ۱۳۸۱) و برنامه‌های توانمندسازی منابع انسانی تأثیر مستقیم بر بهره‌وری نیروها و خود سازمان دارد؛ از این رو مدیران باید به منابع انسانی و توانمند ساختن آن‌ها توجه نمایند (داتا دپاک و همکاران، ۲۰۰۵)^۱؛ زیرا عدم بهره‌وری منابع انسانی باعث ناکامی سازمان‌ها در دستیابی به اهداف خود می‌شود (انشاسی و همکاران، ۲۰۰۷)^۲. هر سازمان زمانی می‌تواند به‌طور مؤثر به اهداف خود دست یابد که از منابع موجود یا منابع قابل دسترس به‌خوبی بهره‌مند گردد. این منابع شامل مدیریت و افرادی است که با آن‌ها کار می‌کنند و سایر منابع مثل فضا، تسهیلات و امکانات و حتی بودجه زمانی ارزش خود را نشان می‌دهد که نیروی انسانی به‌عنوان منبع اصلی بتواند راحت و مناسب از آن‌ها استفاده کند و بهره کافی را کسب نماید (نظام جامع تربیت بدنی، ۱۳۸۲؛ چلادوری، ۲۰۰۶)^۳.

انسان مهم‌ترین عامل تحقق اهداف سازمان در سطح خرد و تحقق اهداف برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سطح کلان است (ابطحی، ۱۳۸۳). به عقیده بیشتر دانشمندان علم مدیریت مهم‌ترین رکن از بین ارکان یاد شده، رکن منابع انسانی است و نقشی اساسی‌تری در اعمال مدیریت دارد. منابع انسانی (Human Resources) به منزله منابعی پایان‌ناپذیرند که با بهره‌گیری از سایر عوامل و ابزارها و حتی در پاره‌ای موارد بدون برخورداری از امکانات و ابزارهای مورد نیاز و با تکیه بر انگیزه قوی و توان خلاق خود، می‌توانند در مدیریت و اداره امور سازمان‌ها شگفتی‌آفرین باشند که این نشان از اهمیت وافر این رکن در سازمان‌ها دارد (واحدی، ۱۳۸۴). زمانی این اهداف با کمیت و کیفیت بهتری تحقق می‌یابد که استعدادها و توانمندی‌های ذهنی، عقلانی، فکری و حتی جسمانی افراد به خوبی پرورش یابد؛ به عبارت دیگر در سایه شکوفا شدن استعدادهای پنهان انسان و ایجاد انسجام و هماهنگی بین آن‌ها اهداف برنامه‌ها تحقق می‌یابد (نظام جامع تربیت بدنی، ۱۳۸۲). فوق‌برنامه دانشگاه‌ها از این قاعده مستثنی نیست و منابع انسانی متخصص در بهینه‌سازی ساختار سازمانی و تشکیلات

-
1. Datta, Deepak and et al
 2. EnShassi, Adnan at al
 3. Chelladurai, Packianathan

فوق برنامه دانشگاه‌ها نقش حیاتی دارند. در این میان، نقش مدیران فوق برنامه به همراه کارشناسان که وظیفه برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل امور فوق برنامه دانشجویان را بر عهده دارند، اهمیت زیادی دارند و موفقیت اجرای هر برنامه‌ای به تخصص و اعتماد به نفس آن‌ها بستگی دارد. مدیران فوق برنامه باید تجربه و اطلاعات کافی در امور فوق برنامه و ورزش و توانایی برقراری ارتباط با مدیران مافوق و افراد تحت سرپرستی از قبیل کارشناسان، مربیان و کارمندان را داشته باشند. مسلماً مدیران فوق برنامه دارای استعداد و هوش کافی برای مدیریت و دارای مهارت کافی در تشخیص نیازهای واقعی دانشجویان، موفق‌ترند.

اعتقاد دانشمندان مدیریت و اقتصاد بر این است که ادامه حیات مفید سازمان به منابع انسانی آموزش‌دیده و متخصص و تأمین بودجه بستگی دارد. امروزه در بخش فوق برنامه ورزش دانشگاه‌ها نیز منابع انسانی مختلفی فعالیت می‌کنند. از این میان می‌توان به مدیران، معاونان، کارشناسان و مربیان رشته‌های مختلف ورزشی اشاره نمود. کمیت و کیفیت این منابع تأثیر مستقیم بر توسعه ورزش دانشجویی در دانشگاه‌ها دارد (نظام جامع تربیت بدنی، ۱۳۸۲). این موضوع را می‌توان در ادارات فوق برنامه دانشگاه‌ها بررسی و مقایسه کرد که جزء مراکز اجرایی ورزشی در دانشگاه‌ها محسوب می‌شوند.

ضرورت بهره‌مندی جوامع بشری از فواید سازنده اجتماعی، بهداشتی و آموزشی تربیت بدنی باعث تأسیس و تشکیل سازمان‌های ورزشی در کشورهای مختلف جهان شده است. اداره بهینه و مطلوب این سازمان‌های کوچک و بزرگ مستلزم تربیت مدیرانی آگاه و باتجربه است که با افزایش کارایی درونی و بیرونی و ارتقای اثربخش سازمان ورزشی زمینه پیشرفت و توسعه کمی و کیفی ورزش جامعه را فراهم می‌آورند (حمیدی، ۱۳۷۸). فوق برنامه ورزشی در تأمین سلامت جسمی و روانی افراد بسیار مؤثر است (جان بایل^۱، ۲۰۰۲) و یکی از مهم‌ترین فعالیت‌هایی است که در میان دانشجویان اهمیت ویژه‌ای دارد و توجه خاصی به آن می‌شود. دستیابی به اهداف عالی مورد نظر از طریق برنامه‌ریزی صحیح و در اختیار داشتن منابع انسانی آگاه و متخصص و در سایه ایجاد ساختار سازمانی منظم و متناسب و بهره‌گیری از نیروهای متخصص و مجرب امکان‌پذیر است (بشیریان، ۱۳۷۶). گستردگی و تنوع برنامه‌های فوق برنامه (آموزشی، تفریحی و همگانی و ورزش قهرمانی) در دانشگاه‌ها اهمیت برنامه‌ریزی دقیق در خصوص تأمین منابع انسانی را آشکار می‌کند. اجرای این فعالیت‌ها نیازمند منابع انسانی متخصص بیشتری است. منابع انسانی متخصص عامل اجرای فعالیت‌های ورزشی است و کیفیت آن بر اجرای فعالیت‌های فوق برنامه، مسابقات و رقابت‌های ورزشی دانشگاه‌ها تأثیر مستقیم دارد (مظفری، ۱۳۸۳).

1. Byl, john

با توجه به کمبود نیروی انسانی متخصص در فوق برنامه دانشگاه‌ها (بشیریان، ۱۳۷۶؛ همتی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۸) و تأثیر منابع انسانی متخصص به‌عنوان یکی از عوامل افزایش کمی و کیفی مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های فوق برنامه ورزشی و نیز افزایش کیفیت برنامه‌های ورزشی در فوق برنامه دانشگاه‌ها (دارابی، ۱۳۷۶) و (کریمیان و تندنویس، ۱۳۸۳) انجام چنین تحقیقی ضروری به نظر می‌رسد. انجام تحقیق حاضر همانند سایر تحقیقات مقایسه‌ای، نه تنها امکان توصیف وضعیت موجود منابع انسانی و سرانه منابع انسانی متخصص در دانشگاه‌ها را به صورت شفاف فراهم می‌آورد، بلکه تعیین سیر صعودی، نزولی یا عدم تغییر عوامل مورد تحقیق را در یک دوره زمانی ده ساله (بین برنامه دوم و چهارم توسعه) ممکن می‌سازد و نتایج آن می‌تواند در برنامه‌ریزی مدیران فوق برنامه دانشگاه‌ها و سازماندهی و جذب منابع انسانی مجرب و متخصص متناسب با تعداد دانشجو مؤثر واقع گردد تا گامی در جهت رشد و اعتلای ساختاری فوق برنامه دانشگاه‌ها با توجه به افزایش تعداد دانشجویان برداشته شود.

بدیهی است که پوشش‌دهی قشر عظیم دانشجو در فعالیت‌های تربیت بدنی و ورزش به منظور تحقق اهداف فوق برنامه دانشگاه‌ها مستلزم برنامه‌ریزی اصولی توسط نیروی انسانی متخصص در دانشگاه‌هاست. با توجه به موارد مطرح شده و نیز توسعه و گسترش تعداد دانشگاه‌ها در سطح کشور و گسترده‌گی ابعاد جغرافیایی و منطقه‌ای کشور از یک سو و رشد قابل توجه پذیرش دانشجو از سوی دیگر در سال‌های اخیر مطالعه وضعیت موجود منابع انسانی در فوق برنامه دانشگاه‌ها و سرانه منابع انسانی متخصص متناسب با تعداد دانشجو و مقایسه آن با ده سال قبل ضروری است. امید است نتایج این تحقیق بتواند مدیران ورزش دانشجویی مدیران برنامه‌ریز را در برنامه‌ریزی ورزش و تدوین طرح جامع ورزش دانشگاه‌ها یاری رساند.

بررسی مروری بر سایر پژوهش‌ها در خصوص فوق برنامه دانشگاه‌ها نشان‌دهنده کمبود نیروی انسانی متخصص در این حوزه (بشیریان، ۱۳۷۶) و (امیرتاش، ۱۳۷۸) و ضعف برنامه‌ریزی مسئولان، کیفیت ضعیف برنامه‌های فوق برنامه ورزشی و کم‌توجهی مسئولان دانشگاه به فوق برنامه دانشگاه است (فرج‌اللهی، ۱۳۷۳؛ امیرتاش، ۱۳۷۹). نتایج پژوهش همتی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۸) نشان‌دهنده توزیع ناهم‌هنگ منابع در فوق برنامه دانشگاه‌ها و کمبود در زمینه‌های مالی، تأسیساتی و نیروی انسانی است. همچنین نتایج تحقیق کشتی‌دار (۱۳۸۸) نیز نشان داد فوق برنامه ورزش دانشگاه‌ها از نظر تشکیلات اداری، پست سازمانی و نیروی انسانی متخصص دچار کمبود است. نتایج پژوهش بشیریان (۱۳۷۶) نشان داد ۴۳ درصد از پست‌ها توسط افراد متخصص و ۵۷ درصد توسط افراد غیرمتخصص احراز شده و خالی ماندن پست سازمانی ۳۲ درصد در بخش پسران و ۳۶/۶ درصد به‌علت کمبود نیروی انسانی متخصص

است و جذب منابع انسانی متخصص و بهبود ساختار تشکیلاتی به افزایش تعداد دانشجوی بستگی دارد.

تدنیویس (۱۳۷۵) در پژوهش خود اعلام کرد از مجموع ۵۵۳ نفر منابع انسانی در فوق برنامه ورزشی، ۴۱۶ نفر (۷۵/۳ درصد) متخصص ورزشی و ۱۳۷ نفر (۲۴/۷ درصد) غیرورزشی‌اند. از مجموع ۴۱۶ نفر منابع انسانی متخصص ورزشی ۳۱۲ نفر (۷۳/۹ درصد) مرد، ۱۰۴ نفر (۷۹/۴ درصد) زن هستند. سرانۀ منابع انسانی متخصص به ازای هر هزار دانشجو ۳/۶۱ نفر است. دارابی (۱۳۷۶) در پژوهش خود اعلام کرد از مجموع ۱۳۳ نفر مربیان شاغل در فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌های تهران ۶۳/۹ درصد مرد و ۳۶/۱ درصد زن هستند که ۳۰/۸ درصد تحصیلات دانشگاهی در رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی ندارند. ۴۴/۴ به صورت قراردادی با دانشگاه همکاری داشته‌اند. همچنین تعداد مربی را به عنوان یکی از عوامل افزایش کمی دانشجو در فعالیت ورزشی و فوق برنامه و میزان تحصیلات و مرتبۀ عالی مربیان را در افزایش کیفی فوق برنامه و ورزش دانشگاه مؤثر دانسته است. همچنین در پژوهشی مشابه (آفرینش خاکی و همکاران، ۱۳۸۴) اعلام کردند در مورد نقش تربیت نیروی انسانی مجرب در توسعه ورزش همگانی بین دیدگاه گروه‌های مورد مطالعه (اعضای هیئت علمی، مربیان، ورزشکاران و مدیران) تفاوت معنی داری وجود دارد.

کریمیان و تدنیویس (۱۳۸۳) اعلام کردند بین تعداد منابع انسانی و مدرک تحصیلی مدیران فوق برنامه ورزشی با تعداد کل دانشجویان شرکت کننده در مسابقات رابطه معنی داری وجود دارد. بین سابقۀ مدیریت مدیران، تعداد کلاس‌های آموزشی رشته‌های ورزشی و میزان فعالیت‌های تفریحی و همگانی رابطه معکوس وجود دارد. علیزاده و تجاری (۱۳۸۵) در پژوهش خود اعلام نمودند از نظر صاحب نظران، تعداد منابع انسانی متخصص در فضای ورزشی (۶۴/۲ درصد) و افزایش ساعات آموزش منابع انسانی در فضاهای ورزشی (۵۱/۸ درصد) بر افزایش میزان بهره‌وری مؤثر است. واندبرک گرت و همکاران^۱ (۲۰۰۷) در پژوهشی اعلام کردند تأثیر رفتار حمایتی مربی در عملکرد ورزشکاران انفرادی به میزانی است که اهمیت انتخاب و نقش مربی به عنوان نیروی انسانی متخصص را در بهبود عملکرد ورزشکاران آشکار می‌نماید. همچنین اصفهانی و اسدی (۱۳۸۸) در پژوهش خود اعلام کردند نیروی انسانی آموزش دیده در توسعه جهانگردی ورزشی نقش مستقیم دارد و در ارتباطی معنی دار با سایر عوامل (تسهیلات، بازار یابی، اماکن و تجهیزات ...) به صورت غیرمستقیم در پیشرفت جهانگردی ورزشی نقش دارد. امیرتاش (۱۳۷۸) در پژوهشی اعلام نمود تحصیلات ۶۹ درصد از مربیان هندبال دارای کمتر از

1. Vanda, Broek, et al.

ورزشکاران است، ۷۲ درصد آن‌ها یا کارت مربی‌گری نداشتند یا مربی درجه ۳ بودند و ۸۹ درصد به‌صورت قرارداد کوتاه مدت تا پایان مسابقات در خدمت دانشگاه بودند. همچنین محسنی و همکاران (۱۳۸۵) اعلام کردند از مجموع ۱۵۷ مربی فعال دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران در ۲۰ رشته ورزشی، ۶۸/۲ درصد مرد و ۳۱/۸ درصد زن بودند. بیشترین سهم مربیان ورزشی مرد مربوط به کشتی با ۱۷/۸ درصد بود. در مورد زنان این سهم در ورزش‌های اروپیک با ۲۶ درصد بود.

با توجه به اهمیت و نقش منابع انسانی در پیشبرد اهداف فوق برنامه ورزشی در دانشگاه‌ها به نظر می‌رسد که در حال حاضر فوق برنامه دانشگاه‌ها با مشکلاتی از قبیل کمبود منابع انسانی متخصص (بشیریان، ۱۳۷۶؛ امیرتاش، ۱۳۷۸؛ کشتی دار، ۱۳۸۸؛ همتی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸) و نیز عدم برنامه‌ریزی اصولی در خصوص جذب منابع انسانی متخصص در فوق برنامه با توجه به افزایش جمعیت دانشجویی دانشگاه‌ها و عدم حمایت لازم از سوی مسئولان دانشگاهی مواجه است؛ به همین دلیل با وجود تلاش مستمر مدیران در بهینه سازی فوق برنامه ورزشی نتیجه مطلوب به دست نمی‌آید (اسدی، ۱۳۸۰؛ بشیریان، ۱۳۷۶؛ رحمانی و همکاران، ۱۳۸۵) در مطالعات تطبیقی و مرور تحقیقات سازمان‌یافته در آموزش عالی جهان، گسترش دانشگاه‌ها و افزایش شمار دانشجویان (نیکلاس، ۲۰۰۵)^۱ و همچنین با توجه به تغییرات ساختاری در آموزش عالی ایران که از مهم‌ترین آن؛ افزایش تقاضا برای آموزش عالی، افزایش شمار دانشجویان، به‌ویژه دانشجویان دختر (عمادزاده و همکاران، ۱۳۸۸) در برنامه‌های اول تا چهارم توسعه، لزوم گسترش و استخدام نیروی انسانی متخصص برای فعالیت‌های فوق‌برنامه و همچنین افزایش سرانه منابع انسانی متخصص با توجه به افزایش جمعیت دانشجویی احساس می‌شود؛ در نتیجه مطالعه و بررسی وضعیت منابع انسانی و سرانه منابع انسانی متخصص و مقایسه با ده سال پیش ضروری به نظر می‌رسد. انجام چنین تحقیقی همانند سایر تحقیقات مقایسه‌ای، نه تنها امکان توصیف وضعیت موجود منابع انسانی و سرانه منابع انسانی متخصص ورزشی در دانشگاه‌ها را به‌صورت شفاف فراهم می‌آورد، بلکه تعیین سیر صعودی، نزولی یا عدم تغییر عوامل مورد تحقیق را در یک دوره زمانی ده ساله (بین برنامه دوم و چهارم توسعه) با توجه به جمعیت دانشجویی ممکن می‌سازد؛ به عبارت دیگر مشخص می‌کند آیا با توجه به افزایش جمعیت دانشجویی، وضعیت منابع انسانی از نظر کمی و کیفی نیز بهبود یافته است؟ براساس بررسی کلی نتایج تحقیقات بین تعداد منابع انسانی متخصص ورزشی با تعداد برنامه‌های فوق‌برنامه اجرا شده و تعداد کل دانشجویان شرکت‌کننده در برنامه‌های فوق‌برنامه و

1. Nickolas, B. Crawford, I

مسابقات رشته‌های ورزشی رابطه وجود داشته است و برای انجام بهینه فعالیت‌های فوق برنامه شناخت وضعیت موجود منابع انسانی و مقایسه با وضعیت قبلی چالش‌ها و موانع رشد آن را آشکار می‌کند. این تحقیق به توصیف وضعیت موجود منابع انسانی فوق برنامه دانشگاه‌های ایران و مقایسه آن با وضعیت ده سال قبل می‌پردازد. شاخص‌ها و متغیرهای منابع انسانی در فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌ها عبارت‌اند از:

- تعداد دانشجویان دختر و پسر نسبت به کل دانشجویان دانشگاه‌ها؛
 - تعداد دانشجویان ورزشکار نسبت به کل دانشجویان دانشگاه‌ها؛
 - تعداد منابع انسانی در ورزش نسبت به کل منابع انسانی شاغل دانشگاه‌ها؛
 - نسبت منابع انسانی شاغل در امر فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌ها از نظر جنسیتی؛
 - تعداد منابع انسانی متخصص نسبت به کل منابع انسانی شاغل در فوق برنامه دانشگاه‌ها؛
 - نسبت منابع انسانی متخصص در امر فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌ها از نظر جنسیتی؛
 - سرانه منابع انسانی متخصص نسبت به جمعیت کل دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشگاه‌ها.
- با این اوصاف، تجزیه و تحلیل شاخص‌های مختلف کمی و کیفی این منابع به منظور مدیریت صحیح آن‌ها و برنامه‌ریزی برای ارتقای سطح کیفی فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌ها امری لازم و ضرورتی اساسی است و محقق در این تحقیق به دنبال پاسخ به این سؤالات است که:
- آیا وضعیت منابع انسانی فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌ها نسبت به ده سال قبل تغییر یافته است؟
 - در صورت وقوع تغییر آیا روند تغییرات صعودی یا نزولی بوده است؟
 - آیا اختلاف معنی‌داری بین وضعیت منابع انسانی موجود با ده سال قبل وجود دارد؟
 - آیا اختلاف معنی‌داری بین وضعیت منابع انسانی متخصص موجود با ده سال قبل وجود دارد؟
 - آیا سرانه منابع انسانی متخصص موجود و جمعیت دانشجویی دانشگاه‌ها متناسب است؟
- تحقیق حاضر ضمن مطالعه وضعیت موجود منابع انسانی فوق برنامه دانشگاه‌های ایران و مقایسه آن با ده سال گذشته می‌تواند مدیران و برنامه‌ریزان ورزش دانشجویی کشور را از روند رشد و توسعه فوق برنامه در دانشگاه‌ها آگاه نماید تا با برنامه‌ریزی و سازماندهی دقیق از هدر رفتن منابع موجود اعم از اعتباری، انسانی و کالبدی جلوگیری شود. نتایج این تحقیق می‌تواند در برنامه‌ریزی ستادی فوق برنامه دانشگاه‌ها برای به کارگیری و استخدام منابع انسانی متخصص ورزشی متناسب با افزایش تعداد دانشجو مؤثر واقع شود و گامی در جهت رشد و اعتلای ساختار تشکیلاتی در فوق برنامه دانشگاه‌ها با توجه به جمعیت دانشجویان برداشته شود.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات مقایسه‌ای- تحلیلی است که محقق سعی دارد وضعیت موجود منابع انسانی فوق برنامه دانشگاه‌های ایران را با ده سال قبل مقایسه کند. جامعه آماری شامل کلیه دانشگاه‌های ایران است. نمونه آماری برابر با ۴۹ دانشگاه از مجموع ۶۰ دانشگاه است که دارای مدیر فوق برنامه ورزشی‌اند و تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری قرار دارند و به صورت تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. ابزار اندازه‌گیری این پژوهش پرسشنامه محقق‌ساخته (پرسشنامه اصلاح شده، برگرفته از رساله دکتری تندنویس، ۱۳۷۵) با روایی صوری قابل قبول و پایایی با آلفای کرونباخ^۱ ۰/۸۱ است. این پرسشنامه در مورد وضعیت منابع انسانی فوق برنامه دانشگاه‌های ایران تهیه شده است.

پرسشنامه از طریق پست سفارشی و الکترونیکی برای مدیران فوق برنامه دانشگاه‌ها ارسال و توسط آن‌ها تکمیل شد. برای دسترسی به اطلاعات ده سال قبل از یافته‌های مربوط به دانشگاه‌ها از رساله دکتری تندنویس در متغیرهای مربوط استفاده شد.

در این تحقیق برای توصیف داده‌ها از آمار توصیفی (فراوانی‌ها، میانگین، میانه، درصدها، رسم نمودار و جدول) استفاده شده است. با توجه به مقیاس اندازه‌گیری متغیرها از روش‌های آمار استنباطی (آزمون ویلکاکسون^۲ Wilcoxon) برای مقایسه میانه داده‌ها استفاده شده است. از برنامه‌های نرم‌افزاری مانند SPSS و Excel نیز برای بررسی داده‌های خام و رسم نمودارها و جدول‌ها شده است.

یافته‌های تحقیق

وضعیت موجود منابع انسانی و سرانه منابع انسانی متخصص در فوق برنامه دانشگاه‌ها

جدول ۱. توزیع درصدی منابع انسانی متخصص و سرانه منابع انسانی متخصص به ازای یک هزار

دانشجو در فوق برنامه دانشگاه‌ها

عنوان جنسیت	منابع انسانی موجود		منابع انسانی متخصص		جمعیت دانشجویی	سرانه به ازای هر یک هزار نفر
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد		
زن	۳۳۳	۳۹/۸	۸۹	۳۹/۹	۲۲۵۶۶۱	۰/۳۹
مرد	۵۱۴	۶۰/۲	۱۳۴	۶۰/۱	۱۹۴۱۴۹	۰/۶۹
مجموع (زن و مرد)	۸۴۷	---	۲۲۳	---	۴۱۹۸۱۰	۰/۵۳

1 - Cronbach alpha coefficient

2 - Wilcoxon signed ranks test

یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد از مجموع ۸۴۷ نفر منابع انسانی موجود ۳۹/۸ درصد زن و ۶۰/۲ درصد مردند و از مجموع ۲۲۳ نفر منابع انسانی متخصص موجود ۳۹/۹ درصد را زنان و ۶۰/۱ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. همچنین نشان می‌دهد سرانۀ منابع انسانی متخصص به ازای هر یک‌هزار دانشجو در بخش دختران ۰/۳۹ و در بخش پسران ۰/۶۹ است و در مجموع، نسبت منابع انسانی متخصص به ازای هر یک‌هزار دانشجوی شاغل به تحصیل در دانشگاه‌های مورد مطالعه ۰/۵۳ است.

توصیف وضعیت منابع انسانی موجود و ده سال قبل در فوق برنامه دانشگاه‌ها

جدول ۲. توصیف منابع انسانی به تفکیک جنسیت در فوق برنامه دانشگاه‌ها

متغیر	توصیف آماری				
	جنسیت	سال	تعداد دانشگاه	میانگین	میانۀ انحراف معیار
تعداد منابع انسانی	زن	۱۳۷۵	۲۵	۴/۷۲	۳/۰۰
		۱۳۸۶	۲۶	۸/۴۶	۳/۵۰
	مرد	۱۳۷۵	۲۵	۱۱/۸۸	۹/۰۰
		۱۳۸۶	۲۶	۱۳/۶۸	۱۱/۰۰
	مجموع	۱۳۷۵	۲۶	۱۵/۰۴	۱۱/۵۰
		۱۳۸۶	۲۶	۲۱/۶۲	۱۶/۰۰

یافته‌های جدول ۲ نشان می‌دهد میانگین تعداد منابع انسانی در بخش زنان از ۴/۷۲ نفر در سال ۱۳۷۵ به ۸/۴۶ نفر در سال ۱۳۸۶ رسیده و در بخش مردان از ۱۱/۸۸ در سال ۱۳۷۵ به ۱۳/۶۸ نفر در سال ۱۳۸۶ رسیده است. در مجموع میانگین منابع انسانی نسبت به ده سال قبل افزایش یافته و این افزایش در بخش زنان مشهود است، ولی در بخش پسران به اندازه بخش دختران افزایش نیافته است.

مقایسه تعداد منابع انسانی در فوق برنامه دانشگاه‌ها

جدول ۳. مقایسه تعداد منابع انسانی از طریق آزمون ویلکاکسون

P<0.05					متغیر آماری
p-level	Z	نمرۀ T	تعداد	جنسیت	
۰/۱۹	۱/۳۳	۶۹/۵۰	۲۵	دختر	تعداد منابع انسانی سال‌های ۱۳۷۵ و ۱۳۸۶
۰/۴۵	۰/۷۶	۱۲۳/۵۰	۲۵	پسر	
۰/۱۰	۱/۶۷	۱۰۰/۵۰	۲۶	مجموع	

یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد بین وضعیت موجود و ده سال قبل منابع انسانی زن و مرد اختلاف معنی‌داری در سطح (۰/۰۵) وجود ندارد و در مجموع، بین تعداد منابع انسانی موجود و ده سال قبل اختلاف معنی‌داری وجود ندارد.

مقایسه سرانه منابع انسانی به ازای هر یک‌هزار دانشجو موجود با ده سال قبل

جدول ۴. توصیف وضعیت موجود و ده سال قبل نسبت منابع انسانی متخصص به ازای هر یک‌هزار دانشجو

سال	متغیر	آمار توصیفی		
		تعداد دانشگاه	میانگین	میان
۱۳۸۶	منابع انسانی متخصص	۲۵	۵/۴۴	۵/۰۰
	دانشجو	۲۵	۱۰۳۰۳	۸۸۵۰
	نسبت متخصص به هزار دانشجو	۲۵	۰/۵۷	۰/۵۴
۱۳۷۵	منابع انسانی متخصص	۲۵	۲/۹۴	۲/۰۰
	دانشجو	۲۵	۵۷۸۲	۳۵۹۵/۵۰
	نسبت متخصص به هزار دانشجو	۲۵	۰/۵۹	۰/۵۰

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد میانگین تعداد منابع انسانی متخصص از ۲/۹۴ نفر در سال ۱۳۷۵ به ۵/۴۴ نفر در سال ۱۳۸۶ رسیده و نسبت منابع انسانی متخصص به هزار دانشجو از ۰/۵۹ نفر در سال ۱۳۷۵ به ۰/۵۷ نفر در سال ۱۳۸۶ رسیده و در مجموع، میانگین منابع انسانی متخصص نسبت به ده سال قبل کاهش یافته است.

جدول ۵. مقایسه نسبت منابع انسانی متخصص به ازای هر یک‌هزار دانشجو از طریق آزمون ویلکاکسون

P<0.05				متغیر آماری
p-level	نمره Z	نمره T	تعداد	
۰/۶۸	۰/۴۱	۱۳۵/۵۰	۲۵	نسبت منابع انسانی متخصص به ازای هر یک هزار دانشجو در سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۷۵

یافته‌های جدول ۵ نشان می‌دهد بین وضعیت موجود تعداد نفرات منابع انسانی متخصص و ده سال قبل اختلاف معنی‌داری در سطح (۰/۰۵) وجود ندارد و در مجموع، بین تعداد منابع انسانی متخصص موجود و ده سال قبل اختلاف معنی‌داری وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

فوق برنامه ورزشی یکی از مهم ترین برنامه ها و فعالیت هاست که می تواند برای آموزش مهارت های زندگی و اجتماعی به دانشجویان به کار گرفته شود؛ از این رو تمام دانشجویان باید از بهترین امکانات مادی و کالبدی ورزش برخوردار باشند تا توان بالقوه و آمادگی جسمانی و روحی خود را بهبود بخشیده، با نشاط و شادابی نقش مؤثرتری در توسعه پایدار ورزش دانشگاه ایفای نمایند. فوق برنامه ورزشی در بین دانشجویان اهمیت ویژه ای دارد و در تأمین سلامت جسمی و روانی آنان بسیار مؤثر است. دستیابی به اهداف عالیه مورد نظر از طریق برنامه ریزی صحیح و در اختیار داشتن منابع انسانی آگاه و متخصص و در سایه ایجاد ساختار سازمانی منظم و متناسب و بهره گیری از نیروهای متخصص و مجرب امکان پذیر است (بشیریان، ۱۳۷۶). گستردگی و تنوع برنامه های فوق برنامه (آموزشی، تفریحی و همگانی و ورزش قهرمانی) در دانشگاه ها اهمیت برنامه ریزی دقیق در خصوص تأمین منابع انسانی را آشکار می کند. اجرای این فعالیت ها نیازمند منابع انسانی متخصص بیشتری است؛ زیرا منابع انسانی متخصص عامل اجرای فعالیت های ورزشی است و کیفیت آن بر اجرای فعالیت های فوق برنامه، مسابقات و رقابت های ورزشی دانشگاه ها تأثیر مستقیم دارد (مظفری، ۱۳۸۳).

توصیف وضعیت موجود سرانه منابع انسانی متخصص در فوق برنامه دانشگاه ها نشان داد سرانه منابع انسانی متخصص به ازای هر یک هزار دانشجو در بخش دختران ۰/۳۹ و در بخش پسران ۰/۶۹ است. در مجموع نسبت منابع انسانی متخصص به ازای هر یک هزار دانشجوی شاغل به تحصیل در دانشگاه ها ۰/۵۳ نفر است.

همچنین آزمون فرضیه های تحقیق به منظور مقایسه وضعیت موجود منابع انسانی فوق برنامه دانشگاه ها با ده سال قبل نشان داد:

فرضیه اول: بین تعداد منابع انسانی فوق برنامه دانشگاه ها اختلاف معنی داری وجود ندارد.

- میانگین تعداد منابع انسانی در بخش زنان از ۴/۷۲ نفر در ده سال قبل به ۸/۴۶ نفر در سال ۱۳۸۶ رسیده و در بخش مردان از ۱۱/۸۸ در ده سال قبل به ۱۳/۶۸ نفر در سال ۱۳۸۶ در فوق برنامه ورزشی دانشگاه ها رسیده است و به نظر می رسد در مجموع، میانگین منابع انسانی نسبت به ده سال قبل افزایش یافته و این افزایش در بخش زنان بیشتر است.

- مقایسه تعداد منابع انسانی موجود در فوق برنامه دانشگاه ها و ده سال قبل نشان داد بین تعداد منابع انسانی زن و همچنین بین تعداد منابع انسانی مرد اختلاف معنی داری در

سطح (۰/۰۵) وجود ندارد.

فرضیه دوم: بین تعداد منابع انسانی متخصص متناسب با تعداد دانشجویان دانشگاه‌ها اختلاف معنی‌داری وجود ندارد.

- میانگین تعداد منابع انسانی متخصص از ۲/۹۴ نفر در ده سال قبل به ۵/۴۴ نفر در سال ۱۳۸۶ در دانشگاه‌ها رسیده است.

- نسبت منابع انسانی متخصص به هزار دانشجو از ۰/۵۹ نفر در سال ۱۳۷۵ به ۰/۵۷ نفر در سال ۱۳۸۶ رسیده و در مجموع به نظر می‌رسد میانگین منابع انسانی نسبت به ده سال قبل کاهش یافته است.

- مقایسه تعداد منابع انسانی متخصص موجود در فوق برنامه دانشگاه‌ها و ده سال قبل نشان داد اختلاف معنی‌داری در سطح (۰/۰۵) وجود ندارد.

بر اساس مقایسه نتایج تحقیق حاضر با ده سال قبل به نظر می‌رسد میانگین منابع انسانی نسبت به ده سال قبل افزایش یافته، ولی میانگین منابع انسانی متخصص نسبت به ده سال قبل کاهش یافته است. همچنین بین تعداد منابع انسانی متخصص موجود در فوق برنامه دانشگاه‌ها و ده سال قبل اختلاف معنی‌داری وجود ندارد. کاهش سرانه منابع انسانی متخصص و نبود اختلاف معنی‌دار، احتمالاً به دلیل افزایش تعداد دانشجویان در دانشگاه‌ها و عدم تناسب بین استخدام و به کارگیری تعداد نیروهای متخصص در امر تربیت بدنی با میزان پذیرش دانشجو در دانشگاه‌هاست. نتایج تحقیق بشیریان (۱۳۷۶) که جذب منابع انسانی متخصص و بهبود ساختار تشکیلاتی را به افزایش تعداد دانشجو وابسته دانست، مؤید این امر است و با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد.

بر اساس نتایج تحقیق و مقایسه آن با نتایج تحقیقات (کریمیان و تندنویس، ۱۳۸۳؛ علیزاده و تجاری، ۱۳۸۵) در خصوص نقش عمده منابع انسانی متخصص در افزایش بهره‌وری و توسعه ورزش در بین دانشجویان و برگزاری برنامه‌های فوق برنامه، وجود منابع انسانی متخصص موجب افزایش تعداد برنامه‌ها و به تبع آن افزایش تعداد نفرات شرکت‌کننده در فعالیت‌های فوق برنامه دانشگاه‌ها می‌شود و این نتایج با نتیجه تحقیق دارابی (۱۳۷۶) همسو است که تعداد مربی را عوامل افزایش کمی دانشجو در فعالیت‌های فوق برنامه ورزشی و میزان تحصیلات و مرتبه عالی مربیان را در افزایش کیفی فوق برنامه و ورزش دانشگاه مؤثر دانست. همچنین با نتایج پژوهش (اصفهانی و اسدی، ۱۳۸۸) در خصوص نقش مستقیم نیروی انسانی آموزش‌دیده در توسعه جهانگردی ورزشی نیز همخوانی دارد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت برنامه‌ریزان و مدیران فوق برنامه می‌توانند توجه ویژه‌ای به منابع انسانی فوق برنامه مبذول کنند و با ارائه

الگویی برای جذب منابع انسانی متخصص با توجه به جمعیت دانشجویی دختر و پسر برای تقویت تشکیلات سازمانی خود اقدام نمایند تا زمینه رشد و توسعه فوق برنامه دانشگاهها فراهم آید.

نتیجه گیری کلی در خصوص نتایج متغیرهای تحقیق نشان می دهد:

مقایسه متغیر آماری در سال ۱۳۷۵ و ۱۳۸۶		مقایسه میانگین نسبت به ده سال قبل		نوع آزمون کاربردی	وجود اختلاف معنی دار در سطح (۰/۰۵)
پسران	دختران	پسران	دختران		
افزایش	افزایش	افزایش	ویلکاکسون	ندارد	ندارد
کاهش	ویلکاکسون	ندارد	ندارد	ندارد	ندارد

نتیجه گیری کلی این است که با توجه به رشد و گسترش تعداد دانشگاهها و همچنین با تغییرات ساختاری در آموزش عالی ایران و افزایش تقاضا برای آموزش عالی و افزایش شمار دانشجویان در برنامه های اول تا چهارم توسعه به تبع این امر، دانشگاهها نیازمند استخدام نیروی انسانی متخصص ورزشی برای انجام بهینه فعالیت های فوق برنامه و همچنین متناسب سازی سرائه منابع انسانی متخصص با توجه به افزایش جمعیت دانشجویی هستند؛ از این رو مطالعه حاضر، امکان ارزیابی کمی و کیفی وضعیت موجود منابع انسانی و سرائه منابع انسانی متخصص ورزشی دانشگاهها را در یک دوره زمانی ده ساله (بین برنامه دوم و چهارم توسعه) دارد. نتایج این تحقیق می تواند در برنامه ریزی ستادی فوق برنامه ها برای به کارگیری و استخدام منابع انسانی متخصص ورزشی متناسب با افزایش تعداد دانشجو مؤثر واقع گردد و گامی در جهت رشد و اعتلای ساختار تشکیلاتی فوق برنامه دانشگاهها با توجه به جمعیت دانشجویان برداشته شود. نتایج تحقیقات می تواند مدیران برنامه ریز را در تدوین طرح جامع ورزش دانشگاهها و استاندارد سازی سرائه منابع انسانی بر اساس جمعیت دانشجویی یاری نماید که با بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید و با تدوین استراتژی منسجم در برنامه چشم انداز ۲۰ ساله و برنامه پنجم توسعه، راه کارهای توسعه منابع انسانی را در فوق برنامه دانشگاهها را در آینده مشخص نمایند.

منابع:

1. Kathryn A. Baker and Kristi M. Branch.(2002). Concept underlying Organizational Effectiveness. Online from website: www.au.af.mil/au/awc/awcgate

2. Datta, Deepak K. Guthrie, James P and Wright, Patrick M. (2005). Human Resource Management and Labor Productivity: Does Induser Matter?. Academy of Mangement Journal, Vol. 48, No. 1, PP. 135-145.
۳. واحدی، الیاس. (۱۳۸۴) بهسازی منابع انسانی در مدیریت بنادر ماهیگیری، برگرفته از سایت اینترنتی به آدرس: [http:// www.vista.com](http://www.vista.com)
۴. رحمان پور، لقمان. (۱۳۸۰). شناسایی عوامل موثر در حفظ و نگهداری منابع انسانی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس
5. Wan-Jing April Chang. Tung Chun Huang. (2005). Relationship between Strategic Human Resource Management and Firm Performance", International Journal of Manpower, Vol. 26, No. 5, PP. 434-449.
۶. تیموری نژاد، حسین. (۱۳۸۴) منابع انسانی با کیفیت کلید طلایی رقابت. ماهنامه تدبیر، شماره ۱۶۰. سال شانزدهم، شهریور
7. Firer, Steven. Williams, S. Mitchell. (2003). Intelctual Capital and Traditional Measures of Corporate Performance", Journal of Intelctual capital, Vol. 4, No. 3, pp. 348-360
۸. پرهیزکار، کمال. (۱۳۸۲). مدیریت منابع انسانی و اداره امور استخدامی. چاپ چهارم، انتشارات آگاه. تهران، صص: ۱۵۱-۱۵۰
۹. سند تفصیلی نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور. (۱۳۸۲). سند راهبرد توسعه، سازمان تربیت بدنی
۱۰. میرسپاسی، ناصر. (۱۳۸۱). مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار. چاپ بیستم، انتشارات میر. تهران، ص: ۴۳۶
11. EnShassi, Adnan. Mohamed, Sherif. Mayer, Peter. Abed, Karem. (2007). Benchmarking Masonry Labor Productivity", International Journal of Productivity and Performance Management, Vol. 56, No.4, pp.358-368.
12. Chelladurai, Packianathan. (2006). Human Resource Management in Sport and Recreation, Champaign, Ill. Human, 2nd Edition.
۱۳. ابطحی، سید حسین. (۱۳۸۳). مدیریت منابع انسانی، انتشارات موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت. تهران
14. Byl, john. (2002). Intramural Recreation: A Step-by-Step Guide to Creating an Effective Program, human kinetics

۱۵. حمیدی، مهرزاد. (۱۳۷۸). مدیریت سازمان‌های ورزشی، چاپ دوم، انتشارات پیام نور. تهران. ص الف
۱۶. بشیریان، هادی. (۱۳۷۶). بررسی ساختار تشکیلاتی و نیروی انسانی متخصص مراکز تربیت بدنی دانشگاه‌های کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران
۱۷. مظفری، سید امیر احمد. (۱۳۸۳). مدیریت تاسیسات و اماکن ورزشی، جزوه درسی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تربیت معلم تهران
۱۸. همتی نژاد، مهرعلی. قلی زاده، محمد حسن. رمضانیان، محمد رحیم. میرکاظمی، سیده عذرا. (۱۳۸۸). تحلیلی بر وضعیت ورزش در مراکز آموزش عالی. سومین کنگره ملی مدیریت ورزش (توسعه و بالندگی منابع انسانی در ورزش)، شهرکرد، ۱۹ و ۲۰ آبان ماه
۱۹. دارابی، حجت اله. (۱۳۷۶). بررسی برخی عوامل موثر بر ارتقای کمی و کیفی فوق برنامه‌های ورزشی در دانشگاه‌های آموزش عالی مستقر در شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران
۲۰. کریمیان، جهانگیر و تندنویس، فریدون. (۱۳۸۳). روابط بین نیروی انسانی، بودجه هزینه شده، مساحت اماکن و تاسیسات بر افزایش فعالیت‌های فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌ها. نشریه علوم حرکتی و ورزش، ۳، ۶۳-۷۹
۲۱. امیرتاش، علی محمد. (۱۳۷۸). توسعه هندبال تیمی به عنوان یک ورزش قهرمانی از دیدگاه ورزشکاران و مربیان دانشگاهی مرد. نشریه علوم حرکتی و ورزش، ۶ (۱۱)، صص ۹۷-۱۰۷
۲۲. فرج الهی، نصراله. (۱۳۷۳). بررسی جایگاه تربیت بدنی و ورزش در گذران اوقات فراغت دانشجویان دختر دانشگاه تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران
۲۳. امیرتاش، علی محمد. (۱۳۷۹). ورزش قهرمانی دانشگاه‌های ایران. خلاصه مقالات دومین کنگره علمی، ورزشی دانشگاه‌های آسیا، تهران دانشگاه تربیت مدرس
۲۴. تندنویس، فریدون. (۱۳۷۵). نحوه گذران اوقات فراغت دانشجویان دانشگاه‌های کشور با تاکید بر فعالیت‌های ورزشی، رساله دکتری، دانشگاه تهران
۲۵. آفرینش خاکی، اکبر. تندنویس، فریدون. مظفری، سید امیر احمد. (۱۳۸۴). مقایسه دیدگاه‌های اعضای هیئت علمی، مربیان، ورزشکاران و مدیران در مورد چگونگی توسعه

ورزش همگانی. نشریه علوم حرکتی و ورزش، ۳(۵)، صص ۱-۱۲

۲۶. علیزاده، محمدحسین. تجاری، فرشاد. (۱۳۸۵). بررسی وضعیت ایمنی اماکن ورزشی دانشگاه‌های دولتی تهران و آرایه راهکارهای مناسب. نشریه علمی- پژوهشی پژوهش در علوم ورزشی، ۵(۱۵)، ۲۳-۳۹

27. Vanda Broek Gert (2007). Influence of Coaches Behavior on the Performance of the Top Sport Student in Individual and Team Sports, Proceeding CESU Conference, Bangkok. PP: 238-242

۲۸. اصفهانی، نوشین و اسدی، حسن. (۱۳۸۸). بررسی نقش و جایگاه نیروی انسانی آموزش دیده در توسعه جهانگردی ورزشی. سومین کنگره ملی مدیریت ورزش (توسعه و بالندگی منابع انسانی در ورزش)، شهرکرد، ۱۹ و ۲۰ آبان ماه

۲۹. محسنی، محمدجواد. جمشیدی، انسیه. اکبری، فریبا. ترابیان، سعادت. مرادی لاکه، مازیار. عفت پناه، محمد. طهرانی بنی‌هاشمی، سیدآرش. حلبچی، فرزین. وفایی زنوز، عباس. بنایی فر، عبدالعلی. نوری، فروغ الزمان. عسگری خانقاه، مهران. فتاحی، بهروز. طاهری، علی اصغر. رشیدی جهان، حجت. (۱۳۸۲). بررسی فضاهای ورزشی در منطقه تحت پوشش مرکز تحقیقات توسعه اجتماعی و ارتقای سلامت دانشگاه علوم پزشکی تهران. نشریه ره آورد دانش، (ویژه نامه تحقیقات جمعیتی)، ۶۷-۶۱

۳۰. کشتی دار، محمد. (۱۳۸۸). نیاز سنجی کمی توسعه منابع انسانی تربیت بدنی و ورزش فوق برنامه دانشگاه‌ها. سومین کنگره ملی مدیریت ورزش (توسعه و بالندگی منابع انسانی در ورزش)، شهرکرد، ۱۹ و ۲۰ آبان ماه

۳۱. اسدی دستجردی، حسن. (۱۳۸۰). نیاز سنجی و نظرسنجی از دانشجویان در خصوص فعالیت‌های تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشور. طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

۳۲. رحمانی، احمد و بخشی نیا، طیبه. قوامی، سید سعید. (۱۳۸۵). نقش ورزش در گذراندن اوقات فراغت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی تاکستان، فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش در علوم ورزشی، پژوهشکده تربیت بدنی، شماره ۱۲، صص ۵۰-۳۳

۳۳. عمادزاده، مصطفی؛ صادق بختیاری و سهراب دل انگیزان (۱۳۸۳). نقش دانشگاه‌ها در جهان در حال تحول. اولین همایش دانشجویی جهانی شدن و اقتصاد، مردادماه، کرمانشاه، دانشگاه رازی.

34. Nickolas, Barr. (2005). Financing Higher Education, Finance and Development, Vol. 42, No. 2, June 2005

طراحی مفهومی سیستم اطلاعات گردشگری ورزشی

سید نصراله سجادی^۱، محمد صادق افروزه^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱۲/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۶/۱۲

چکیده

امروزه صنعت مسافرت و جهانگردی بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به حساب می‌آید و سیستم‌های اطلاعات گردشگری از شاخص‌های مهم در حوزه توسعه گردشگری است. تحقیق حاضر توصیفی - تحلیلی است و جامعه آماری آن را ۸۶ نفر از مدیران و کارشناسان اداره میراث فرهنگی گردشگری و اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان شرقی را تشکیل می‌دادند که نمونه آماری برابر با جامعه آماری در نظر گرفته شد. اطلاعات با استفاده از مدارک و اسناد موجود و طرح مفهومی پیشنهادی به همراه پرسشنامه و نیز پرسشنامه دیگری شامل ۳۲ سؤال در خصوص جریان اطلاعات در سیستم موجود جمع‌آوری شد. پرسشنامه سه شاخص سرعت، دقت و مرتبط بودن اطلاعات را در وضعیت موجود و مطلوب مقایسه می‌کرد. بعد از سه مرحله بررسی و شناخت سیستم موجود، تجزیه و تحلیل سیستم موجود گردشگری و شناسایی شکاف‌های اطلاعاتی ماتریس معماری اطلاعات ایجاد و در نهایت از آزمون t زوجی برای تعیین تفاوت وضع موجود و مطلوب استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد بین سیستم اطلاعات موجود گردشگری با طرح مفهومی مطلوب از نظر سرعت، مرتبط بودن ودقت و صحت اطلاعات تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین در شاخص مرتبط بودن اطلاعات بین اداره کل تربیت بدنی و میراث فرهنگی و گردشگری تفاوت معنی‌داری وجود دارد. با توجه به نتایج، به نظر می‌رسد کارشناسان اداره کل تربیت بدنی و گردشگری در خصوص افزایش سرعت، مرتبط بودن و حذف اطلاعات زائد نظر مساعدی دارند. این عقیده می‌تواند اهداف اطلاعاتی سازمان را به‌منظور استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی به‌روز هموار سازد و از این طریق موجب رضایت مشتریان شود که با نتایج اصفهانی و همکاران و پور مهدی و همکاران همخوانی دارد؛ بنابراین لزوم به‌کارگیری طرح مفهومی گردشگری در سازمان‌های گردشگری، به‌ویژه سازمان‌های ورزشی توصیه می‌شود.

کلیدواژه‌های فارسی: سیستم اطلاعات، گردشگری ورزشی، طرح مفهومی.

Email: nsajjadi@ut.ac.ir

۱. دانشیار دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

Email: S_afroozeh@yahoo.com

۲. دانشجوی دکتری دانشگاه تربیت معلم تهران

مقدمه

امروزه، صنعت مسافرت و جهانگردی بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت دنیا به حساب می‌آید. بر اساس گزارش سازمان جهانگردی^۱ تعداد گردشگران جهان سالیانه ۴/۳ درصد رشد داشته و در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد خواهد رسید (۱). مطالعات نشان می‌دهد در حال حاضر مسافرت‌های ورزشی ۴/۵ تریلیون دلار از سهم گردشگری جهانی را به خود اختصاص داده‌اند (۲). همچنین پیش‌بینی‌ها برآورد نموده‌اند که احتمالاً تا سال ۲۰۱۱ ده درصد نیز به این رقم افزوده خواهد شد (۳). جهانگردی ورزشی از دیدگاه گیسون و همکاران (۲۰۰۶) مسافرت از محل اقامت به مکان مورد نظر برای شرکت در فعالیت ورزشی رقابتی، فراغتی، تماشای فعالیت ورزشی یا بازدید از جاذبه‌ای ورزشی است (۴). از طرفی، امروزه رقابت در این صنعت تا حد زیادی به کیفیت و کمیت اطلاعاتی وابسته است که از طریق سیستم‌های اطلاعات گردشگری^۲ ارائه می‌شود (۵). طی سال‌های گذشته طیف گسترده‌ای از سیستم‌های اطلاعات گردشگری به-وجود آمده است. نظام‌های مدیریت مقصد گردشگری^۳ که توسط نظام مدیریت مقصد^۴ هدایت می‌شوند و اطلاعات طبقه‌بندی شده مقصد را در بر دارند در حال فزونی است. عوامل گوناگونی در موفقیت جذب گردشگر دخیل‌اند که عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، تسهیلات جهانگردی، تأسیسات پذیرایی، توسعه امکانات و وسایل مسافرت، تبلیغات و بازاریابی، استراتژی‌های رقابتی و وضعیت و محل استقرار جغرافیایی (۶). کامل و روشن بودن اطلاعاتی که به مسافر داده می‌شود، از متغیرهای اصلی برای تأمین رضایت مسافران به حساب می‌آید. مدیریت ارتباط با مشتری^۵ یکی از مهم‌ترین شاخص‌های کسب و کار خصوصاً در حوزه گردشگری است که هدف آن برقراری رابطه نزدیک‌تر و عمیق‌تر با مشتریان و تمایل به تغییر رفتار شرکت‌ها در برابر علایق و سلیقه‌های مشتریان است (۷). فراهم کردن قابلیت دسترسی به اطلاعات جامع گردشگری از چالش‌های عمده است. بدون شک، مهم‌ترین عامل شتاب‌دهنده گردشگری به کارگیری فناوری اطلاعات، دستیابی، ذخیره و بازیابی اطلاعات در نظام توزیع گردشگری است.

هر روزه، سیستم‌های مختلفی برای راحتی مسافران و گردشگران طراحی می‌شوند. سیستم‌های راهنمای محصولات و خدمات، اطلاعات مورد نیاز مصرف‌کنندگان را فراهم کرده، فرایند

-
1. World Tourism Organization
 2. Tourism Information System
 3. Destination management system (DMS)
 4. Destination management organization (DMO)
 5. CRM

تصمیم‌گیری آنان را در انتخاب مقصد و اسکان تسهیل می‌کنند (۸). سیستم‌هایی مانند GPS و GIS می‌توانند اطلاعات لازم را در هر نقطه (هتل‌ها، خطوط هوایی، رستوران‌ها) در اختیار گردشگران قرار دهند. این سیستم‌ها همچنین می‌توانند اطلاعاتی در خصوص نقشه راهنما و وضعیت آب و هوا، ترافیک و سایر خدمات مشابه و حتی تبدیل پول در اختیار گردشگران قرار دهد. این پایانه‌های متحرک و پویا شیوه‌های جدیدی برای حمایت از گردشگران فراهم می‌آورند (۹). سیستم رزرواسیون از جمله اولین سیستم‌های کاربردی الکترونیکی در صنعت گردشگری است و جزئی از بازار الکترونیکی گردشگری به شمار می‌رود. در بازار پر رونق گردشگری ایران با پتانسیل عظیم که آن را جزء ۱۰ کشور بالقوه در این حوزه قلمداد می‌کنند، سهم ایران از گردشگری تنها ۰/۱ درصد تولید ناخالص ملی است (۱۰) و هنوز سیستم‌های اطلاعاتی گردشگری در ایران رونق نگرفته است، در حالی که بازارهای الکترونیکی گردشگری از طریق حضور همه‌جانبه و فعالیت شبانه‌روزی برای هر فردی در هر کجای دنیا از طریق شبکه‌های ارتباطی به راحتی قابل دسترسی است. محققان از طریق فناوری به استمرار رابطه مشتری و عرضه‌کننده محصولات صحنه گذارده‌اند (۱۱). در حال حاضر نیز سیستم‌های توزیع مختلفی در سطح بین‌المللی در حال فعالیت‌اند که از آن جمله می‌توان «آباکوس» در حوزه اقیانوس آرام و آسیا و «اکسس» در ژاپن را نام برد که هدف اصلی آنان ارائه سیستم یکپارچه جهانی است. در حالی که سازمان‌ها می‌کوشند هزینه‌ها را کاهش دهند فناوری پیشرفت‌های دیگری از جمله چاپگر بلیت ماهواره‌ای^۱ و شبکه الکترونیکی تحویل بلیت^۲ را ارائه داده است. همچنین مسافرت بدون بلیت^۳ از سیستم‌های جدیدتر است (۱۲). عواملی چون افزایش کاربرد اینترنت و تلفن‌های WAP، در هم شکستن موانع، تجارت الکترونیکی، امنیت ارتباطات خصوصی و بهبود ارتباط از راه دور باعث این رشد شده است. سیستم اطلاعات گردشگری نیازمند زیرسیستم‌هایی است تا از طریق آن‌ها اطلاعات به‌روز را در اختیار کاربران قرار دهد. این زیرسیستم‌ها عبارت‌اند از: سیستم مدیریت ارتباط با مشتری^۴، سیستم رزرواسیون مرکزی^۵ و سیستم توزیع جهانی^۶.

امروزه، مشکل اصلی در توسعه سیستم‌ها و ایجاد پرتال‌های اطلاعات گردشگری، یکپارچگی و دسترسی به داده‌های پردازش‌شده برای استفاده کاربران است. از برنامه‌ریزی سیستم کسب و کار

-
1. Satellite Ticket Printer (STP)
 2. Electronic Ticket Delivery Network (ETND)
 3. Ticketless Travel
 4. CRMS
 5. CRS
 6. GDS

(BSP) به عنوان متدولوژی استاندارد برای تأمین نیازهای کوتاه مدت و بلندمدت و نیز برای طراحی سیستم اطلاعات در مؤسسات دولتی و خصوصی در کشورهای انگلستان و ایالات متحده آمریکا استفاده شد و موفقیت‌هایی را نیز به دنبال داشت؛ زیرا نیازهای ایجاد و توسعه سیستم‌های اطلاعات برای بخش خدماتی و تولیدی مشابه است. مدل کسب و کار چارچوبی برای خلق پول و ثروت است. این چارچوب نشان می‌دهد یک بنگاه چه مجموعه فعالیت‌هایی را، چگونه و در چه زمانی باید انجام دهد تا مشتریان از آنچه که از بنگاه انتظار دارند بهره‌مند شوند و بنگاه نیز به سود دست یابد (۱۳). این مدل توصیفی است از ارزشی که شرکت به یک یا چند بخش از مشتریان ارائه می‌دهد. طرحی است از شرکت و شبکه همکاران آن برای ایجاد، بازاریابی و تحویل ارزش و سرمایه‌های ارتباطی برای ایجاد جریان‌هایی که به کسب درآمدهای مثبت (سود) و با ثبات منجر می‌شوند (۱۴). این روش بر اساس نگرش از بالا به پایین پیش می‌رود تا دیدگاه‌های افراد از سطوح عالی تا کارکنان رده پایین بررسی و مطالعه شود و آنگاه برای پیاده‌سازی از نگرش پایین به بالا استفاده خواهد شد. گام‌های اساسی برای طراحی به روش BSP عبارت‌اند از:

۱. بررسی و شناخت وضع موجود سیستم، تعریف مشکل و عوامل حیاتی موفقیت؛

۲. تجزیه و تحلیل سیستم؛

۳. طراحی مفهومی.

پورمهدی و همکاران (۱۳۸۴) در تحقیق خود بیان کردند که پیاد سازی و استقرار سیستم‌های اطلاعات گردشگری براساس طرح مفهومی با ارائه اطلاعات مرتبط و حذف اطلاعات زائد تصمیم‌گیری را بهبود می‌دهد و در نهایت به جذب گردشگران کمک می‌کند (۶). همچنین فرزین و صفری (۱۳۸۸) فراهم نبودن زیرساخت‌های EC را برای پیاده‌سازی نظام مدیریت مقصد از نقاط ضعف سازمان‌های گردشگری در ایران بیان کردند (۱۵). البته محققان عوامل گوناگونی را دلیل نابسامانی گردشگری خصوصاً گردشگری ورزشی در ایران می‌دانند؛ به عنوان مثال تقوی و سلیمانی (۱۳۸۸) افزایش تعداد اتاق، آموزش منابع انسانی و جنگ را از عوامل اثرگذار در گردشگری در ایران نام برده است (۱۶). هنرور و همکاران (۱۳۸۶) نیز هنر، معماری و فرهنگ را برای گردشگران خارجی جذاب و مدیریت علمی را لازمه بازاریابی گردشگری بیان کرده‌اند (۱۷). شجاعی و نوری (۱۳۸۶) نیز پیشرفت فناوری را از الزامات گردشگری پایدار دانستند (۱۸). حمیدی و همکاران (۱۳۸۸) نیز به تبیین استراتژی گردشگری در ایران پرداختند و نداشتن برنامه‌ریزی را از نقاط ضعف وضعیت فعلی گردشگری ورزشی در ایران بیان کردند. آنان همچنین اعلام کردند که هیچ‌گونه الگوی مشخص گردشگری در ایران وجود ندارد (۱۹).

متأسفانه تحقیقات اندکی در زمینه نقش فناوری در توسعه گردشگری، خصوصاً ورزشی در نواحی مختلف کشور انجام شده است. همچنین برخی از مشکلاتی که در سیستم‌های کنونی وجود دارد را می‌توان قابل قبول نبودن صحت اطلاعات، عدم دریافت به موقع اطلاعات، زائد و غیرمرتبط بودن اطلاعات، زیاد بودن هزینه‌های جمع‌آوری اطلاعات، مطلوب نبودن ساختار توزیع اطلاعات و ناهماهنگی سیستم‌ها و سازمان‌های مرتبط بیان کرد. در این میان، استان آذربایجان شرقی نیز با توجه به داشتن کوه‌های سر به فلک کشیده، همجواری با دریاچه ارومیه، داشتن خط آهن، فرودگاه و آزاد راه و هتل‌های مناسب در بحث گردشگری زمینه زیادی برای تحقیق و بررسی دارد (۲۰). گردشگری استان نیازمند شناخت توانمندی‌ها و برنامه‌ریزی بلند مدت و نگرش واقع‌بینانه در تمامی دستگاه‌های مرتبط با این صنعت است که می‌تواند با بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعاتی خود را به‌روز نماید. همچنین مدل مفهومی با شناسایی تمامی شاخص‌های انتزاعی یا غیرانتزاعی حاضر در محیط مورد بحث به فهم و شناخت سازمان و مقوله گردشگری کمک می‌کند. در این زمینه محققان تلاش می‌کنند تا با بررسی طرح مفهومی گردشگری راه‌کارهایی را برای هر چه بهتر، دقیق‌تر و به‌روز شدن اطلاعات مناسب گردشگران ورزشی در دو اداره تربیت بدنی و میراث فرهنگی و گردشگری ارائه نمایند.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر توصیفی - تحلیلی است. برای شناسایی تمامی عوامل مرتبط با اطلاعات و ارائه طرح مفهومی که هدف آن نیز شناسایی این عوامل برای برخورد صحیح و مدیرانه است، از مدیران و کارشناسان دو اداره کل میراث فرهنگی و تربیت بدنی نظرخواهی شد که از نزدیک به تبادل اطلاعات و فرآیند تصمیم‌گیری‌ها با تمرکز بر اطلاعات آگاه‌اند. اطلاعات تأییدشده در ادوار گذشته نیز بررسی شد. جامعه آماری این تحقیق ۸۶ نفر مدیر و کارشناس اداره میراث فرهنگی گردشگری و اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان شرقی تشکیل می‌دادند که نمونه آماری برابر با جامعه آماری در نظر گرفته شد. به‌منظور طراحی از روش برنامه‌ریزی کسب و کار استفاده شد. طرح مفهومی به‌صورت پیشنهادی به همراه پرسشنامه و نیز همراه پرسشنامه دیگری شامل ۳۲ سؤال در مورد جریان اطلاعات در سیستم موجود و مطلوب طرح مفهومی در میان آزمودنی‌ها توزیع شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از استادان مرتبط با گردشگری ورزشی و مدیریت استفاده شد. همچنین پایایی پرسشنامه در مطالعه راهنما ۰/۸۱ به‌دست آمد. در پرسشنامه سه شاخص سرعت، دقت و مرتبط بودن اطلاعات را در وضعیت موجود و مطلوب مقایسه می‌شد. سعی شد از مدارک و اسناد موجود بیشترین بهره

گرفته شود. بعد از سه مرحله بررسی و شناخت سیستم موجود، تجزیه و تحلیل سیستم موجود گردشگری و شناسایی شکاف‌های اطلاعاتی و ایجاد ماتریس معماری اطلاعات و بررسی اطلاعات انجام شد و در نهایت، از آزمون T زوجی برای تعیین تفاوت وضع موجود و وضع مطلوب و از آزمون T برای تفاوت دیدگاه‌ها نسبت به طرح مفهومی در دو اداره استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

۱. بررسی و شناخت سیستم موجود، تعریف مشکل و عوامل حیاتی موفقیت

بررسی سیستم و تعریف مشکلات اداره کل تربیت بدنی و میراث فرهنگی و گردشگری از طریق انجام مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک موجود و نیز گزارش تحقیقاتی دفتر برنامه ملی توسعه گردشگری (۲۱) در هر دو اداره و مقالات مرتبط انجام شده که در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. بررسی و شناخت سیستم موجود

موانع و مشکلات در سیستم موجود	اطلاعات مورد نیاز	ارائه‌کنندگان اطلاعات
دسترسی نداشتن به اطلاعات بر حسب نیاز	گردشگران خارجی	اداره کل اتباع بیگانه
نبود برنامه منسجم جمع‌آوری اطلاعات	گردشگران داخلی	نامعین
اطلاعات تنها مربوط به هتل‌های یک تا پنج ستاره است	مدت زمان اقامت	تأسیسات اقامتی
برنامه منسجم جمع‌آوری آمار وجود ندارد.	کارکنان شاغل در بخش گردشگری	مراکز گردشگری و اقامتی
عدم ارسال گزارش دقیق	میزان ارز خروجی توسط	نامعین
اطلاعات مربوط به آژانس‌های فروش بلیت وجود ندارد. آژانس‌های جدید موظف به ثبت خود در فهرست‌های سازمان نیستند.	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری	دفاتر مراکز خدمات گردشگری
جمع‌آوری اطلاعات سلیقه‌ای است و اطلاعات به‌طور منسجم جمع‌آوری نمی‌شود.	تورهای داخلی و خارجی	آژانس‌ها و تورگردان‌ها
نبود قدرت اجرایی در جمع‌آوری و ثبت اطلاعات مربوط به بناها و مراکز اقامتی در حال احداث	مجوزهای صادر شده برای تأسیس دفاتر خدمات مسافرتی	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری- سازمان هواپیمایی کشور
تعامل بین سازمان تربیت بدنی و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری نادر است.	کارشناسان و برنامه‌ریزان، تورهای داخلی و خارجی	نامعین
برنامه منسجم جمع‌آوری اطلاعات وجود ندارد و گزارش سالیانه ارسال می‌شود.	میزان کنترل و نظارت بر تأسیسات گردشگری	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
فهرست مناطق گردشگری ورزشی وجود ندارد.	ورزشکاران و تماشاگران	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و سازمان تربیت بدنی
به‌دلیل نبودن این مجتمع برنامه منسجم جمع‌آوری اطلاعات وجود ندارد.	مجتمع عبادی و رفاهی	پایانه‌های کل کشور و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

موانع و مشکلات در سیستم موجود	اطلاعات مورد نیاز	ارائه‌کنندگان اطلاعات
برنامه‌ریزی منسجم جمع‌آوری اطلاعات وجود ندارد و اطلاعات به‌روز رسانی نمی‌شود.	دفترهای اطلاع رسانی گردشگری	سازمان میراث فرهنگی گردشگری
برنامه‌ای برای تعیین سطح مناطق گردشگری ورزشی برای مسابقات بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی تدوین نشده است.	فدراسیون‌های بین‌المللی و ملی	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و سازمان تربیت بدنی
برنامه منسجم جمع‌آوری اطلاعات وجود ندارد.	تعداد نمایشگاه‌های برگزار شده در مورد جاذبه‌های گردشگری	نامعین
جمع‌آوری اطلاعات بسیار پراکنده است.	تأسیسات بین راهی	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

۲. تجزیه و تحلیل سیستم موجود گردشگری و گردشگری ورزشی و شناسایی شکاف‌های اطلاعاتی

جدول ۲ با استفاده از اسناد موجود (۲۲) و اضافه کردن اسناد جدید مطرح شده است.

جدول ۲. تحلیل سیستم موجود و تبیین شکاف‌های اطلاعاتی

تولیدکنندگان اطلاعات	نوع اطلاعات	دوره گزارش اطلاعات	شیوه دسترسی سازمان	شکاف اطلاعاتی	موانع و مشکلات کنونی
اداره کل اتباع بیگانه	گردشگران خروجی از ایران	به صورت سالیانه	مکاتبات اداری به- صورت سالیانه	تفکیک ماهیانه اطلاعات وجود ندارد.	با توجه به عدم دسترسی به اطلاعات ستون قبل امکان مقایسه گردشگران ورودی و خروجی وجود ندارد.
اداره کل اتباع بیگانه	ورود گردشگران خارجی به ایران	هر سه ماه یکبار و به- صورت فصلی	مکاتبات هر سه ماه یکبار	اطلاعات به تفکیک برای شناسایی بازارها وجود ندارد.	اطلاعات جزئی در ستون قبل برای برنامه‌ریزی و تعیین استراتژی‌های بازاریابی مورد نیاز است.
سازمان میراث فرهنگی	درآمد ارزی حاصل از ورود گردشگران خارجی	به صورت فصلی	تخمین براساس هزینه‌های مربوط به اقامت، حمل و نقل، غذا، نوشیدنی، بازدید گردشگران بین‌المللی ورودی محاسبه می‌شود.	رقم واقعی درآمد در دسترس نیست و ارقام اعلام شده تخمینی است. سهم فعالیت‌های صنعت گردشگری در درآمد مشخص نیست.	با توجه به اینکه درآمد ارزی گردشگری در سیستم بانکی ثبت نمی‌شود، بسیاری از امکانات اعتباری شامل این صنعت نمی‌شود.
مجموعه تأسیسات اقامتی عمومی	تأسیسات اقامتی	به صورت ماهیانه	فرم‌های مخصوص توسط مدیریت هتل‌ها تکمیل و توسط مدیران استانی معاونت فرهنگی	تعداد کارکنان تأسیسات اقامتی به تفکیک نوع شغل در دست نیست.	با توجه به عدم تکمیل فرم‌های مخصوص تأسیسات اقامتی، اغلب در ارقام اعلام‌شده خطا دارد و گاهی دوباره کاری مشاهده می‌شود.

تولیدکنندگان اطلاعات	نوع اطلاعات	دوره گزارش اطلاعات	شیوه دسترسی سازمان	شکاف اطلاعاتی	موانع و مشکلات کنونی
			سازمان ارسال می‌شود.		
معاونت نظارت بر خدمات گردشگری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری اتحادیه رستوران‌داران	رستوران‌های درون شهری و بین راهی	اطلاعات در صورت تقاضا ارسال می‌شود.	اطلاعات مربوط به رستوران‌های بین راهی بر اساس بازدهی کارشناسی معاونت نظارت و اطلاعات رستوران‌های درون شهری توسط اتحادیه هتل‌ها جمع‌آوری و در صورت تقاضا ارسال می‌شود.	تاکنون در این خصوص اطلاعات جمع‌آوری نشده؛ بنابراین شکاف اطلاعاتی مشخص نیست.	با توجه به جمع‌آوری نشدن اطلاعات، مشکلات و شکاف‌های اطلاعاتی محسوس است، اما به صراحت بیان نشده است.
معاونت نظارت بر خدمات گردشگری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (تورگردان‌ها) و سازمان هواپیمایی کشور (فروش بلیت)	دفترهای خدمات مسافرتی	با توجه به صدور مجوز کلیه اطلاعات در مراکز ستون قبل تولید می‌شود و در صورت درخواست سالی یکبار اعلام می‌شود.	درخواست اداری از سازمان هواپیمایی کل کشور و معاونت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری		
سازمان تربیت بدنی و میراث فرهنگی	مناطق گردشگری ورزشی	با توجه به تداخل وظایف به صورت مقطعی	بر اساس گزارش‌های دوره‌ای	اطلاعات جامع نیست.	اطلاعات ورودی را به سختی می‌توان تخمین زد.
سازمان تربیت بدنی و میراث فرهنگی	وضعیت‌های رفاهی و دسترسی به مناطق گردشگری ورزشی	با توجه به تداخل وظایف به صورت مقطعی	بر اساس گزارش‌های دوره‌ای	اطلاعات متضاد است.	اطلاعات قابل ارائه نیست.

۳. طراحی مفهومی: ایجاد ماتریس معماری اطلاعات

به منظور ایجاد ماتریس معماری اطلاعات در طراحی مفهومی، داده‌های جمع‌آوری شده از طریق مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک و نیز فرآیندها در ماتریس مورد نظر فهرست شده است. مراحل ایجاد ماتریس معماری اطلاعات به صورت زیر است:

۱. فهرست کردن فرآیند در ستون‌های عمودی ماتریس؛
 ۲. فهرست کردن دسته‌های داده‌ای در ستون افقی، برای این کار از حرف C^1 به معنی ایجادکننده و حرف U^2 به مفهوم به‌کاربرنده استفاده شده است. به این صورت مشخص می‌شود کدام یک از فرآیندها توسط کدام دسته داده‌ای ایجاد یا استفاده می‌شود و سپس مطمئن می‌شویم که هر دسته داده تنها یک فرآیند ایجاد دارد (جدول ۳)؛
 ۳. محورهای دسته داده‌ای را طوری تنظیم کردیم که نزدیک‌ترین دسته به محور فرآیندی آن دسته مرتبط باشد؛
 ۴. مشخص کردن گروه‌های فرآیندی؛
 ۵. تعیین جریان اطلاعات بین گروه‌های فرآیندی.
- البته می‌توان داده‌ای را که مورد استفاده یک فرآیند قرار می‌گیرد و توسط فرآیندی از سایر گروه‌ها به وجود می‌آید با فلشی جهت‌دار از گروه ایجادکننده به گروه استفاده‌کننده‌ها بررسی کرد تا جریان داده‌ها مشخص شود و وقتی تمام U ها مشخص شد^۳ (DFD) ترسیم خواهد شد. (۲۳)
- در نمودار جریان داده با حذف علامت‌های U و C و استفاده از فلش‌های دو سویه می‌توان جریان‌های داده‌ای را ساده کرد و آنگاه سیستم‌های مورد نیاز را مشخص نمود (جدول ۴).

1. Creator of data
2. User of data
3. Data Flow Diagram

[illegible]

فرآیندها		داده‌ها	
تعیین جهت سازمانی			
پیش‌بینی نیازهای گردشگران			
تعیین نیازهای مالی			
تعیین نیازهای کارکنان			
انجام نیازهای قانونی			
نظارت بر تأسیسات و اماکن			
بازرایی			
تبلیغات			
دریافت درخواست‌ها			
طرح گردشگری فصلی			
طرح ایجاد تأسیسات			
کنترل اماکن آقامتی			
زمان‌بندی			
تعمیر و بازسازی			
مدیریت تسهیلات			
دفتر دریافت			
تعمین سود			
اداره حساب‌ها			
توزیع کارکنان			
جذب کارکنان			
مدیریت کارکنان			
اهداف			
خطی مشی			
واحد سازمانی			
پیش‌بینی آمار			
نیاز به تسهیلات			
بودجه			
الزامات کارکنان			
نیازهای قانونی			
رقبا			
سطح‌بندی مناطق			
شرایط ورزشی مناطق			
دسترسی			
شرح جاذبه‌های گردشگری			
شرح تأسیسات			
سفارش تأسیس بناها			
شرح گردشگران			
درخواست گردشگر			
طرح فصلی			
عرضه‌کنندگان خدمات			
گردانندگان تور			
سفارش بناها			
سفارش استانداردسازی			
شرح منطقه			
وضعیت منطقه			
دریافتی‌ها			
نوع بارش در فصول			
درآمد داخلی			
درآمد خارجی			
درآمد تماشاچیان			
شرح پرداخت‌ها			
حساب‌های پرداختی			

در ادامه، با استفاده از آزمون T زوجی تفاوت وضع موجود و طرح مفهومی بررسی شد که نتایج آن در جدول ۵ آمده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تفاوت وضعیت موجود با وضعیت مطلوب که همان طرح مفهومی است، در هر سه شاخص سرعت اطلاعات، دقت اطلاعات و مرتبط بودن اطلاعات معنی‌دار است.

جدول ۵. تفاوت وضع موجود و طرح مفهومی

شاخص‌های اطلاعاتی	وضعیت	M	SD	df	T	Sig
سرعت اطلاعات	وضعیت موجود	۲/۲۳	۰/۱۴	۸۵	۱۴/۲۴	۰/۰۳۲
	طرح مفهومی	۳/۸۲	۰/۲۱			
دقت اطلاعات	وضعیت موجود	۲/۴۶	۰/۲۵	۸۵	۸/۱۲	۰/۰۱
	طرح مفهومی	۴/۵۱	۰/۲۶			
مرتبط بودن اطلاعات	وضعیت موجود	۲/۰۱	۰/۲۸	۸۵	۱۱/۶۲	۰/۰۰۱
	طرح مفهومی	۳/۹	۰/۲۹			

همچنین بعد از آزمون لیون که نشان داد واریانس‌ها یکسان‌اند، تفاوت جواب‌های دو اداره نیز با آزمون T بررسی شد که نتایج آن در جدول ۶ آمده است. از نظر کارشناسان هر دو اداره در موضوع طرح مفهومی در مورد سرعت و دقت اطلاعات تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد، ولی در موضوع مرتبط بودن اطلاعات بین دو اداره کل تفاوت معنی‌داری مشاهده شد.

جدول ۶. تفاوت دیدگاه در طرح مفهومی بین دو اداره کل تربیت بدنی و میراث فرهنگی و گردشگری

شاخص‌های اطلاعاتی	وضعیت	M	SD	df	T	Sig
سرعت اطلاعات	تربیت بدنی	۳/۴۶	۰/۳۲	۸۴	۱۲/۱۴	۰/۱۳۲
	میراث فرهنگی و گردشگری	۴/۱۸	۰/۱۴			
دقت اطلاعات	تربیت بدنی	۴/۶	۰/۲۱	۸۴	۱۰/۴۱	۰/۲۲۱
	میراث فرهنگی و گردشگری	۴/۴۳	۰/۳۱			
مرتبط بودن اطلاعات	تربیت بدنی	۳/۱۴	۰/۱۶	۸۴	۱۱/۱	۰/۰۱۱
	میراث فرهنگی و گردشگری	۴/۶۶	۰/۴۲			

بحث و نتیجه گیری

از آنجا که صنعت گردشگری در بسیاری از جوامع پیشرفته از منابع درآمدی به حساب می آید، به روز شدن و تعامل ارگان های دخیل در این حوزه می تواند این پتانسیل بالقوه را بالفعل نماید. با توجه به نتایج تحقیق و از آنجا که اطلاعات منبعی دارای ارزش افزوده برای مشتریان و مصرف کنندگان هر سازمان به شمار می آید، می توان به ارزش های اساسی سیستم های اطلاعاتی پی برد. از ویژگی های کیفی اطلاعات می توان به سه عامل سرعت، دقت و مرتبط بودن اشاره نمود. نتایجی که در جداول فوق بررسی و تجزیه و تحلیل شد نشان دهنده لزوم پرداختن به مقوله فناوری اطلاعات در این دو سازمان در خصوص صنعت گردشگری در استان و شاید در ایران است. با توجه به نتایج، به نظر می رسد کارشناسان اداره کل تربیت بدنی و گردشگری در خصوص افزایش سرعت، مرتبط بودن و حذف اطلاعات زائد نظر مساعدی دارند. همان طور که مشاهده شد، هر سه شاخص سرعت اطلاعات، دقت و در نهایت مرتبط بودن اطلاعات در حالت پایه کنونی مساعد نیست و هر دو سازمان به لزوم بهتر شدن آن اذعان دارند. این مشکل اطلاعاتی حتی در فدراسیون ها نیز رسوخ کرده است، به طوری که سازمان ها و فدراسیون های ورزشی ایران در ارائه منابع اطلاعاتی ضعیف عمل کرده اند و وب سایت بیشتر آنان قاعده مند و مبتنی بر برنامه ریزی و سیاست گذاری مدون و مشخصی نیست (۲۴). نتایج این تحقیق با نتایج پورمهدی و همکاران و نیز شجاعی و نوری همخوانی دارد، ولی نتایج صدر موسوی که بین امکانات و تعداد گردشگران رابطه معنی داری نیافته است و وضعیت کمی و کیفی امکانات موجود در محل را در افزایش گردشگران بی تأثیر دانسته است (۲۰) با نتایج این تحقیق که وجود اطلاعات و فناوری را در جذب گردشگر مؤثر دانسته همخوانی ندارد. به هر حال باید در نظر داشت که فناوری اطلاعات اثر مستقیمی بر افزایش درآمد، کاهش هزینه و بهبود کیفیت در سازمان ها دارد (۵). در واقع، سرعت اطلاعات در دنیای امروزی که مدیریت زمان از مهم ترین مزیت های رقابتی برای هر سازمان است، در این دو سازمان شاید بیشتر مورد نیاز باشد؛ زیرا در بسیاری از موارد این دو سازمان با مراجعانی مواجه اند که در حال مسافرت اند و زمان برای آن ها از عوامل مهم در چگونگی استفاده از گردشگری است. در پی این موضوع، یعنی سرعت دسترسی به اطلاعات مورد نیاز گردشگر عواقب مثبت از جمله افزایش تعداد بازدیدها، ماندگاری و در نهایت، رضایت و افزایش احتمال تکرار مطرح می شود. علاوه بر موارد ذکر شده، سرعت در انتقال اطلاعات در سیستم درونی خود سازمان نیز مورد نیاز است. این شاخص مختص این دو سازمان نیست و می توان آن را به تمام سازمان ها، به ویژه سازمان های خدماتی تعمیم داد. در سازمان های خدماتی از جمله اداره کل تربیت بدنی (در برخی قسمت ها) و

گردشگری با توجه به تعامل با افراد و محیط و با اذعان به متغیر بودن محیط بیرونی از جمله قوانین، فصول سال، اطلاعات مناطق جدید، هتل‌ها و موارد بسیار دیگر لزوم اتخاذ تصمیمات جدید به شدت احساس می‌شود؛ زیرا سرعت انتقال اطلاعات می‌تواند به آگاهی مدیران و کارشناسان و اتخاذ تصمیمات مناسب منجر شود؛ در نتیجه سیستم اطلاعات گردشگری توانایی رفع نیازهای اطلاعاتی گردشگران و حتی خود کارکنان را خواهد داشت و می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های کلان، خدمات شایانی به مدیران و کارشناسان و برنامه‌ریزان ارائه نماید. به موقع بودن اطلاعات و تازگی، محتوای و نحوه ارائه اطلاعات اهمیت زیادی در سیستم‌های اطلاعاتی دارند.

چالش‌های جدی سازمان‌های نوین نه در درون سازمان، بلکه عمدتاً در محیط فعالیت آن‌هاست و پویایی محیط سازمان نیز ایجاب می‌کند که سیستم‌های اطلاعاتی سازمان انعطاف‌پذیری، حساسیت و پویایی کافی داشته باشند تا بتوانند به تغییرات مورد نیاز سازمان و محیط پاسخ‌گو باشند که این امر در گرو شناخت صحیح محیط و خود سازمان است. شناخت محیط نیز به نوبه خود با دریافت اطلاعات صحیح و به موقع امکان‌پذیر است. ارائه اطلاعات صحیح به مدیران، آنان را از هجوم اطلاعات زائد و غیرمرتبط دور نموده، از تشویش ذهنی مدیر جلوگیری می‌کند. نحوه ارائه اطلاعات به کاربر می‌تواند به عدم تشخیص ارزش اطلاعاتی داده‌ها منجر شود. اگر اطلاعات از نظر نحوه ارائه ضعیف باشد یا خیلی وارد جزئیات شده باشد، ممکن است کاربر را متوجه اهمیت داده نکند یا احتمالاً به دلیل انبوه مطالب، از جستجو در آن صرف‌نظر نماید. پیشنهاد می‌شود در این موارد اطلاعات با توجه به سطح مدیریت به‌روز یا متواتر با دوره‌های زمانی مناسب ارائه شود، همچنین استفاده از نمودار و رنگ در ارائه اطلاعات می‌تواند در کیفیت داده‌ها بسیار مؤثر باشد (۲۵). اتخاذ تصمیم مطلوب بدون اطلاعات مرتبط امکان‌پذیر نیست (۵)؛ بنابراین در هر یک از مراحل تصمیم‌گیری در هر دو سازمان و اداره کل، فرآیند تصمیم‌گیری به وجود اطلاعات مرتبط با موضوع تصمیم‌گیری نیاز دارد که در حال حاضر با توجه به نتایج وضعیت خوبی ندارند.

در مورد شاخص‌های این طرح می‌توان تبلیغات را به نوعی از توانمندی‌های حاصل از طرح مفهومی دانست که می‌تواند به بازاریابی گردشگری منجر گردد و طبق تحقیقات هنرور و همکاران برنامه‌ریزی و وجود اطلاعات از مؤثرترین راه‌ها بازاریابی است (۲۶). اهمیت سیستم‌های اطلاع رسانی در تحقیق فتح‌الهی و همکاران نیز مؤید این مطلب است که وجود چنین سیستمی به‌طور معنی‌داری بر جلب گردشگران تأثیر دارد (۲۷). از جهت دیگر، وجود سیستم‌های اطلاعاتی موجب چابکی سازمان‌ها می‌شود؛ زیرا سازمانی چابک است که به سرعت

حرکت می‌کند، انطباق‌پذیر است و کسب و کار تنومند و مستحکم دارد. این توانایی به سرعت در پاسخگویی به تغییرات و رخداد‌های پیش‌بینی نشده و غی منتظره و به‌دست آوردن فرصت‌های بازار و نیازمندی‌های بازار منجر می‌شود (۲۸).

در واقع باید گفت که سیستم‌های اطلاعاتی از جمله مقولاتی هستند که طی چند دهه اخیر از اهمیت استراتژیکی یافته‌اند، اما این تحولات و اهمیت برای بسیاری از افراد و سازمان‌ها در جوامع در حال توسعه مانند ایران چندان شناخته شده نیست. در نهایت، مقاله حاضر پیشنهاد می‌کند که دو سازمان و ادارات کل مربوط در استان‌ها در امور مربوط به این صنعت عظیم تعامل مناسبی با یکدیگر داشته باشند و اطلاعات خود را در اختیار یکدیگر قرار دهند. همچنین به مدیران توصیه می‌کند هر چه سریع‌تر خود و کارشناسان ادارات خود را به فناوری اطلاعات مجهز نمایند و در نهایت به سوی سازمان یادگیرنده و پویا هدایت نمایند تا در این عصر رقابت در گردشگری از همسایگان خود عقب نمانیم. برای سازمان‌های مرتبط با گردشگری که می‌خواهند در محیطی رقابتی حتی فراتر از مرزهای خود به جذب گردشگران اقدام نمایند و خدمات خود را با کیفیت جهانی و بر محور خواسته‌های مشتری ارائه دهند و از بازارهای بالقوه نهایت استفاده را ببرند، وجود سیستم‌های اطلاعاتی با محوریت فناوری اطلاعات امری ضروری و حیاتی است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود با به‌کارگیری سیستم‌های اطلاعاتی گردشگری منطبق با هر دو سازمان روند سرعت، دقت و مرتبط بودن اطلاعات را برای هم مدیران و هم گردشگران فراهم آید. آشنایی و برگزاری کارگاه‌های آموزشی نیز راه حل مناسب دیگری برای حل این مشکل است. استفاده از اتوماسیون‌های اداری و نیز سیستم‌های تعاملی دو سازمان نیز از دیگر راه‌کارهای مناسب به نظر می‌رسد. باید بدانیم و باور کنیم که وجود کارشناسان فناوری اطلاعات یکی از راه‌های تسریع این سیر تحول در سیستم‌های اداری کشور است. همچنین از آنجا جذب جهانگردان ورزشی و غیرورزشی می‌تواند سودآوری مهمی در این مقطع زمانی به همراه داشته باشد، وجود وب سایت‌های کارآمد چند زبانه با سرعت زیاد و پیوندهای مناسب، تبلیغات‌های وسیع اینترنتی و وجود اطلاعات به‌روز گردشگری اهمیت زیادی در عصر اطلاعات گردشگری دارد؛ از این رو پیشنهاد می‌شود هر دو سازمان و به تبع آن، هر دو اداره کل با تأکید بر معماری مجدد، سازمانی مبتنی بر فناوری اطلاعات و فراهم‌آوری زیرساخت‌های لازم در این زمینه ایجاد کنند. علاوه بر ایجاد زیرساخت‌های سخت‌افزاری باید زیرساخت‌های فرهنگی و همکاری‌های اطلاعات محور را بین واحدهای سازمانی و فراتر از آن ایجاد کنند. امید است با تلاش‌های برنامه‌ریزی شده هر چه زودتر شاهد فراهم‌آوری اطلاعات مورد نظر داخلی و خارجی و برقراری پیوند با سایت‌های سازمان‌های بین‌المللی معتبر از جمله WTO و در نتیجه، پویایی

این صنعت در استان و کشور باشیم.

منابع:

1. World tourism organization (2001) sport and tourism shaping global culture. www.world-tourism.org
2. Sport business associatied (2005) the business os sport tourism. <http://www.Sportbusinessassocaties.com/sport-report-tourism.htm>
۳. منوریان، عباس (۱۳۷۲) برنامه ریزی استراتژیک برای سازمان‌های دولتی و غیر انتفاعی. انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی
4. Gibson ED (2006) sport tourism: cocept and theories, journal of sport tourism pp: 106-130
۵. صرافی زاده، اصغر (۱۳۸۸) سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، نگرش راهبردی، انتشارات ترمه، چاپ چهارم، تهران
۶. پور مهدی، راضیه. رهنورد، فرج الله. الهی، شعبان (۱۳۸۴) طراحی مفهومی سیستم اطلاعات گردشگری. (مورد مطالعه سازمان میراث فرهنگی گردشگری) مجله اقتصاد و دارایی، سال ۱۷ شماره ۴
۷. الهی، شعبان (۱۳۸۴) مدیریت ارتباط با مشتری. شرکت چاپ و نشر بازرگانی. چاپ اول، تهران
8. Delgado, J. Davidson, R. (2002). Knowledge bases and user profiling in travel and hospitality recommender system. Proceeding of the ENTER Conference, New York, 1-16.
9. Maedche, A. Stab S. (2003). Services on the move – Towards p2p-enable semantic web services. In: Proceedings of the ENTER Conference. New York: Springer Verlag. Wien, 124-133.
۱۰. محرم زاده، مهرداد (۱۳۸۶) بررسی شیوه‌های بازاریابی ورزش دانشگاهی، فرصت مطالعاتی دانشگاه ارومیه. محل اجرا دانشگاه‌های قاضی و حاجت تپه ترکیه
11. Pender, L (1999) Marketing Management for Travel and Tourism. Stanley Thornes Publishers Ltd. Cheltenham. UK.
۱۲. چاک. وای. گی (۱۳۸۸) جهانگردی در چشم اندازی جامع. ترجمه: پارسیان، علی. اعرابی، سید محمد. انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی. چاپ ششم. تهران

13. Vedpuriswar A V (2003) BUSINESS MODELS, Published in 'Gurukul', (Vol.5, No.3, December 2003) the quarterly journal of State Bank Academy, Gurgaon
14. Gulati R, Garino J (2000) Mix of clicks and bricks, Harvard Business Review, May-June, pp. 107-114
۱۵. فرزین، محمد رضا. صفری، سارا (۱۳۸۸) شناخت نظام مدیریت مقصد گردشگری DMS (و چالش‌های توسعه آن در ایران) مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۶
۱۶. تقوی، مهدی. قلی پور سلیمانی، علی (۱۳۸۸) عوامل موثر بر رشد صنعت گردشگری. پژوهشنامه اقتصادی. سال نهم. شماره سوم
۱۷. هنرور، افشار. غفوری، فرزاد. فرزاد، فرزاد، شریفیان، اسماعیل (۱۳۸۶) عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران. فصلنامه المپیک. سال پانزدهم. شماره ۴ (پیاپی ۴۰)
۱۸. شجاعی، نورالدین. نوری، منوچهر (۱۳۸۶) بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری. دانش مدیریت. سال ۲۰. شماره ۷۸. ص ۶۳ تا ۹۰
۱۹. حمیدی، مهرزاد. رضوی، سید محمد حسین. امیر نژاد، سعید. شفیعی زاده، شهرام (۱۳۸۸) تبیین استراتژی توریسم ورزشی کشور، چکیده مقالات هفتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران
۲۰. صدر موسوی، میرستار (۱۳۸۶) ارزیابی تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۶۱، ص ۱۲۹-۱۴۳
۲۱. گزارش دفتر برنامه ملی توسعه گردشگری وضعیت موجود گردشگری، (۱۳۷۹) تحلیلی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها. سازمان ایرانگردی و جهانگردی. تهران
۲۲. گزارش پروژه طرح جامع اطلاع رسانی گردشگری در سازمان ایرانگردی و جهانگردی (۱۳۸۱) مرکز آمار ایرانگردی و جهانگردی. تهران
23. Laudon, K. C & J. Laudon, P. (2001). Management Information Systems Organization and Technology in the Networked Enterprise. New Jersey: Prentice. Hall, Inc.
۲۴. غلامیان، جواد. شجاع، رضا (۱۳۸۵) بررسی عملکرد سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی ایران در عرصه فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT). اولین کنگره بین المللی رویکردهای نوین، تهران

۲۵. قاسم زاده، فریدون (۱۳۷۹) آشنایی با سیستم‌های اطلاعاتی، ماهنامه پژوهشی و اطلاع رسانی، سال اول، شماره ششم

۲۶. افشار، هنرور. احسانی، محمد. افتخاری، عبدالرضا. هنری، حبیب. فرزاد، غفوری (۱۳۸۸) طراحی الگوی بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران، چکیده مقالات هفتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران

۲۷. فتح الهی، امید. محرم زاده، مهرداد. کاشف، میر محمد. عامری، سید حسن (۱۳۸۸) بررسی تطبیقی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه کارشناسان اداره کل تربیت بدنی استان‌های آذربایجان غربی و شرقی. چکیده مقالات هفتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران

28. Kidd, P (2000) "Two definitions of agility" <http://www.cheshirehenbury.Com>.

توازن قدرت: تحلیل روند تعادل رقابتی لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران و لیگ‌های برتر اروپا با استفاده از شاخص HICB

وحید ساعت‌چیان^۱، علیرضا الهی^۲، مهدی رسولی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۰/۱/۲۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۵/۱

چکیده

مبحث تعادل رقابتی برای مسابقات ورزشی، توجه زیادی را در رشته اقتصاد ورزش به خود جلب کرده است. تعادل رقابتی به پیش‌بینی هواداران در مورد اینکه چه تیمی برنده خواهد شد، اطلاق می‌شود. در این مقاله روند تعادل رقابتی لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران با پنج لیگ برتر اروپا (انگلستان، آلمان، فرانسه، اسپانیا و ایتالیا) مقایسه شده است. لیگ‌های ورزشی برای پویا بودن و باقی ماندن در عرصه رقابت اقتصادی در ورزش، نیازمند سطح بهینه‌ای از تعادل رقابتی هستند. بدین منظور، با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده برای دوره زمانی ۲۰۰۹-۲۰۰۱ لیگ حرفه‌ای ایران و کشورهای منتخب از شاخص تعادل رقابتی HICB در لیگ‌های مذکور محاسبه شد. نتایج نشان داد با گذشت زمان تعادل رقابتی در بین دوره‌های تمام لیگ‌ها رو به بهبود است. به‌طور کلی طی سال‌های مورد بررسی، لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران در مقایسه با سایر لیگ‌ها، از روند مطلوب‌تری در سیر تعادل رقابتی داشته است. در مقایسه این روند، لیگ انگلستان بدترین وضعیت و فرانسه بعد از ایران، بهترین وضعیت را در میان لیگ‌های منتخب داشتند. وضعیت بهتر تعادل رقابتی لیگ ایران را می‌توان به فاصله گرفتن وضعیت فوتبال ایران از حالت دو قطبی و تعادل قدرت بین تیم‌های شهرستانی و پایتخت نسبت داد؛ بنابراین به نظر می‌رسد به‌منظور داشتن لیگ پویا و جذاب لازم است، راه‌کارهایی برای حفظ تعادل رقابتی بهینه در لیگ حرفه‌ای فوتبال اندیشیده شود تا متعاقب آن صنعت فوتبال، بتواند بهره اقتصادی لازم را از این موضوع ببرد.

کلیدواژه‌های فارسی: اقتصاد ورزشی، تعادل رقابتی، لیگ حرفه‌ای فوتبال، مقایسه تطبیقی.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه خوارزمی (نویسنده مسئول) Email: saatchian_65@yahoo.com

۲. استادیار دانشگاه خوارزمی Email: alirezaelahi@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه خوارزمی Email: mehdyrasooli@yahoo.com

مقدمه

در دنیای کنونی سازمان‌های مختلف خدماتی و تولیدی برای حفظ، بقا و توسعه باید فرآورده‌های خود را منطبق بر نیازهای مخاطبان و افراد ذی‌نفع ارائه نمایند و با توجه عمیق به مشتری و مشتری‌گرایی به کیفی سازی خدمات خود مبادرت کنند (۱). ورزش نیز یکی از مهم‌ترین مقوله‌های جوامع مدرن صنعتی است که بخش اعظمی از جمعیت هر کشور به اشکال گوناگون با آن سر و کار دارند. فعالیت‌های ورزشی بخش عمده‌ای از زندگی اجتماعی را تشکیل می‌دهد. نگاهی به روزنامه‌ها و برنامه‌های تلویزیونی نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از اطلاعات و نیز زمان افراد در هر جامعه به این مقوله (ورزش) اختصاص دارد (۲). در این میان فوتبال رایج‌ترین و پرطرفدارترین ورزش‌ها محسوب می‌شود که می‌توان لبریز بودن ورزشگاه‌ها را از تماشاچیان در دیدارهای مختلف و برخورداری رقابت‌ها را از بینندگان چند صد میلیونی بخش تلویزیونی مؤید این مطلب دانست (۳).

در ایران نیز فوتبال از محبوب‌ترین ورزش‌ها است به‌طوری که برای بیش از هشت دهه فوتبال در کشورمان افراد بسیاری از قشرهای مختلف جامعه و از رده‌های سنی مختلف به‌عنوان تماشاچی را به خود جلب کرده است. امروزه، فوتبال بخشی از جامعه است و روز به روز اهمیت بیشتری می‌یابد. به همین دلیل لازم است مسئولان و مدیران سازمان‌های ورزشی توجه بیشتری به این رشته داشته باشند. بسیاری از مدیران باشگاه‌ها باید در محیطی که در حال کاهش منابع درآمدی و افزایش هزینه‌های اجرایی است، برنامه‌های خود را طراحی کنند. نیاز روز افزون سازمان‌های ورزشی به منابع مالی و وابستگی رویدادهای ورزشی به تماشاچیان از یک سو و همچنین تماشای مسابقات ورزشی به‌عنوان یکی از شیوه‌های مناسب گذران اوقات فراغت و تخلیه هیجانی و روانی تماشاچیان از سوی دیگر، اهمیت توجه به تماشاچیان را به خوبی نشان می‌دهد (۴). در این زمینه اقدامات گوناگونی در جهت توسعه عوامل مؤثر بر افزایش تماشاگران تلویزیونی و حاضر در ورزشگاه انجام شده است که به‌عنوان یکی از جدیدترین موضوعات، می‌توان به اهمیت تعادل رقابتی^۱ اشاره کرد.

تعادل رقابتی از موضوعاتی که در چند سال اخیر توجه بسیاری از اقتصاددانان ورزشی را به خود جلب کرده است. ژیمانسکی^۲ (۲۰۰۱) تعادل رقابتی را پیش‌بینی هواداران در مورد اینکه چه تیمی برنده خواهد شد، تعریف می‌کند. در رقابتی کاملاً متعادل، هر شرکت‌کننده با شانس برابر بازی را شروع می‌کند؛ بنابراین نتیجه نهایی قابل پیش‌بینی نیست. اگر تعادل رقابتی وجود

1. Competitive balance

2. Szymanski

نداشته باشد، نتیجه نهایی به نفع یک شرکت‌کننده قابل پیش‌بینی خواهد بود (۵). بیشتر محققان تعادل رقابتی را از این منظر با اهمیت می‌دانند که به‌طور مستقیم با تمایل هواداران مرتبط است؛ به عبارت دیگر هر چه رویدادهای ورزشی تعادل رقابتی بهتری داشته باشند، تماشاگران بیشتری را به خود جلب خواهند کرد که این امر نشان‌دهنده ارتباط معنی‌دار و مثبت این دو است (۶-۹). براندس^۱ و فرانک^۲ (۲۰۰۱) دریافتند که هواداران، تیم دلخواه خود را به همراه برنده شدن در شرایط عدم اطمینان می‌خواهند و نتیجه‌گیری می‌کنند که اگر باشگاه‌های خوب همیشه باشگاه‌های رده پایین را شکست دهند، بیشتر مسابقات جنبه نمایشی خواهد داشت تا رقابتی و مبارزه‌ای. آن‌ها همچنین بیان کردند که در چنین شرایطی کل مسابقات ارزش بازار کمی خواهد داشت؛ بنابراین در تمامی انواع ورزش‌ها وجود حدی از عدم اطمینان رقابتی، لازم و ضروری است (۱۰). دومیزیو^۳ (۲۰۱۰) نیز در مورد تعادل رقابتی و تماشاچیان خانگی (از طریق تلویزیون) دریافت که پیش‌بینی‌پذیر نبودن مسابقات فوتبال سری آ ایتالیا، ۹۰٪ قصد تماشای بازی را برای تماشاچیان خانگی تبیین می‌کند (۱۱).

از طرفی، تمایل بیشتر هواداران به تماشای مسابقات بر منابع مختلف درآمدی صنعت فوتبال نظیر بلیت فروشی، حق پخش بازی‌ها، تبلیغات و حمایت مالی تأثیر بسزایی خواهد داشت (۶). میچی^۴ و آگتون^۵ (۲۰۰۴) نیز با تحقیق روی لیگ‌های فوتبال بیان می‌کنند که لیگ‌های ورزشی برای تداوم و پیشرفت اقتصادی، نیازمند حد بهینه‌ای از تعادل رقابتی هستند. آن‌ها در پژوهش خود دو تأثیر عمده عدم تعادل رقابتی در لیگ‌های حرفه‌ای فوتبال را برشمرده‌اند که عبارت‌اند از: ۱. تهدید ورشکستگی برای باشگاه‌های پایین لیگ و ۲. ایجاد خلأ درآمدی زیاد بین باشگاه‌های شرکت‌کننده در لیگ (۱۲).

به هر حال در میان پژوهشگران اتفاق نظر وجود دارد که تعادل رقابتی از عوامل تأثیر گذار بر مسائل درآمدی و اقتصادی لیگ‌های حرفه‌ای فوتبال است (۵، ۶، ۱۳)؛ به همین دلیل در دهه اخیر تحقیقات زیادی در این زمینه در خارج کشور انجام شده است. در جدول ۱ برخی تحقیقات انجام شده در این زمینه معرفی شده است.

با توجه به اهمیت تعادل رقابتی، براندس و فرانک (۲۰۰۶) در تحقیق خود بیان می‌کنند که معمولاً لیگ‌های حرفه‌ای تمایل دارند به سوی عدم تعادل رقابتی پیش بروند. دلیل این موضوع

-
1. Brandes. L
 2. Frank . E
 3. Di Domizio, M
 4. Michie. J
 5. Oughton. C

این است که باشگاه‌های ثروتمند و دارای منابع مالی بیشتر به‌طور روز افزون به دنبال بازیکنان برتر با قرار دادهای مالی گران‌تر هستند. در عوض، باشگاه‌های رده پایین کمتر قادر خواهند بود، بازیکنان گران‌قیمت را جذب کنند. در این میان رفته‌رفته تعادل رقابتی میان باشگاه‌ها بارزتر شده است و تعادل رقابتی لیگ کاهش می‌یابد (۱۰). از نظر این پژوهشگران، شاخص تعادل رقابتی به همراه سایر عوامل اساسی چون انگیزه‌های تماشاگران، امکانات و تجهیزات، جذابیت مسابقه و امثال آن می‌تواند به منزله شاخصی مهم برای پیش‌بینی میزان تماشاگران (تلویزیونی و حضوری) مسابقات به حساب آید (۱۰). ساعت چیان و الهی (۱۳۸۸) در تحقیق خود انگیزه هیجانی را از مهم‌ترین انگیزه‌های حضور تماشاگران در ورزشگاه برشمرده‌اند (۲)؛ از این رو وجود تعادل رقابتی در کنار سایر عوامل تأثیرگذار می‌تواند به بهبود وضعیت درآمدزایی باشگاه‌ها و لیگ‌های فوتبال و متعاقب آن رشد اقتصادی صنعت فوتبال کمک نماید.

مروری بر ادبیات موضوع تعادل رقابتی بیانگر آن است که روش‌های متعددی برای محاسبه شاخص تعادل رقابتی پیشنهاد شده است. فرمول‌های پیشنهادی محققان مختلف به صورتی است که با در نظر داشتن جدول امتیازات کلیه باشگاه‌های لیگ می‌توان این شاخص را محاسبه نمود (۱۲، ۱۷). با توجه به مطالب ذکر شده روشن است که وجود تعادل رقابتی در هر لیگ ورزشی ضروری است تا با حفظ هیجان مسابقات به استقبال بیشتر تماشاچیان و در نتیجه افزایش درآمد باشگاه‌ها منجر شده، موجب افزایش دامنه حمایت مالی حامیان از تیم‌ها می‌شود و حضور بخش خصوصی را در حمایت از صنعت ورزش پر رنگ‌تر می‌نماید. پس می‌توان بیان کرد که آگاهی از این عامل و کنترل آن برای مدیران باشگاه‌ها و مسئولان فدراسیون فوتبال و سازمان لیگ ضروری است. در همین زمینه انجام تحقیقاتی با محوریت مقایسه تعادل رقابتی لیگ ایران با لیگ‌های منتخب می‌تواند راه‌کارهای موجود و بهینه در سایر لیگ‌ها را بازگو کند تا در نتیجه آن بتوان در جهت بهبود وضعیت لیگ فوتبال کشور گام برداشت؛ از این رو هدف از انجام این تحقیق، مقایسه روند تعادل رقابتی لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران با کشورهای منتخب ایتالیا، فرانسه، اسپانیا، آلمان و انگلستان مقارن با شروع لیگ حرفه‌ای فوتبال در ایران است.

جدول ۱. برخی تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده در زمینه تعادل رقابتی

الهی (۱۳۸۷)	در تحقیق خود به بررسی موانع و راه کارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران پرداخت. وی نبود تعادل رقابتی بهینه را در لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور مانعی پیش روی توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن در صنعت فوتبال کشور دانست. به‌طوری که وضعیت موجود مسابقات لیگ حرفه‌ای حاکی از دو قطبی بودن فوتبال کشور و توجه بیش از حد مدیریت ورزش و فوتبال ایران به دو باشگاه بزرگ پایتخت است (۶).
کونینگ ^۱ (۱۹۹۰) (۱۹۹۰)	در بررسی تعادل رقابتی در لیگ فوتبال آلمان به این نتایج دست یافت که تعادل رقابتی ابتدا در دهه ۱۹۶۰ کاهش داشته و سپس در دهه ۱۹۷۰ رو به افزایش بوده است و در ادامه، تا سال ۱۹۹۰ روند مشخصی مشاهده نشد. همچنین بررسی حکمرانی تیم‌ها نشان داد که تیم‌های بزرگ همیشه پیروز بوده‌اند (۱۴).
میچی و آگتون (۲۰۰۴)	با تحقیق روی پنج لیگ برتر فوتبال اروپا دریافتند که در لیگ فوتبال انگلیس طی سال‌های ۱۹۴۷ تا ۲۰۰۴، تعادل رقابتی طی زمان کاهشی چشمگیر داشته است. این اتفاق مشابه در لیگ‌های آلمان و ایتالیا نیز روی داده است. در فرانسه تا سال ۱۹۹۲ روند خاصی مشاهده نشد، اما پس از آن افزایش در شاخص‌ها مشاهده شد. همچنین لیگ اسپانیا، الگوی دایره‌وار با بهبود ناچیزی در تعادل رقابتی را بین سال‌های ۱۹۵۶ تا ۱۹۷۶ داشته است و مقدار جزئی کاهش از آن تاریخ به بعد بود (۱۲).
گوسنس ^۲ (۲۰۰۶)	در بررسی تعادل رقابتی کشورهای آلمان، فرانسه، پرتغال، بلژیک و انگلیس به این نتیجه دست یافت که در لیگ فوتبال آلمان و فرانسه روند قابل ملاحظه‌ای مشاهده نشد. در بلژیک و انگلستان کاهش تعادل رقابتی را نشان دادند و پرتغال تنها کشوری بود که افزایش تعادل رقابتی داشت (۱۵).
نقش بندی، یوسفی، بروجردی (۲۰۱۰)	در مقایسه تعادل رقابتی در لیگ‌های برتر فوتبال کشورهای ایران، انگلستان، آلمان، اسپانیا، فرانسه و ایتالیا در فصل ۲۰۰۹-۲۰۱۰ به این نتیجه رسیدند که بر اساس شاخص C5ICB لیگ ایران متعادل‌ترین و لیگ اسپانیا نامتعادل‌ترین لیگ فوتبال است و در بین آن‌ها به ترتیب لیگ‌های فوتبال آلمان، فرانسه، ایتالیا و انگلیس قرار داشتند (۱۶).
پرلین و استولد ^۳ (۲۰۱۱)	در پژوهشی با عنوان «تعادل رقابتی در لیگ بسکتبال زنان و مردان در مسابقات بین دانشگاهی آمریکا» دریافتند که شاخص تعادل رقابتی در لیگ مردان بالاتر از لیگ زنان است. آن‌ها علت این موضوع را بیشتر بودن دستمزد مردان در مقایسه با زنان ذکر کردند (۱۷).
سازمان لیگ انگلستان (۲۰۱۱)	آمار سازمان لیگ فوتبال این کشور نشان می‌دهد که در ۱۰ سال اخیر، تنها سه تیم به مقام قهرمانی دست یافته‌اند به‌طوری که منچستر یونایتد پنج بار، چلسی سه بار و آرسنال دو بار قهرمان شده‌اند (۱۸).
سایت آمار و ارقام فوتبال اروپا (۲۰۱۱)	بررسی اجمالی چهار لیگ برتر اروپا نشان‌دهنده تعادل رقابتی ضعیف در کشورهای ایتالیا، فرانسه، اسپانیا و آلمان است به‌طوری که طی ۱۰ سال گذشته در ایتالیا تنها سه تیم قهرمان شده‌اند (اینتر پنج بار، رم دو بار و یوونتوس سه بار)، در فرانسه چهار تیم (لیون هفت بار، مارسی یک بار، بوردو یک بار و نانس یک بار)، در لیگ اسپانیا سه تیم (رئال مادرید چهار بار، بارسلونا چهار بار، والنسیا دو بار) و در نهایت در لیگ آلمان چهار تیم (بایرن مونیخ شش بار، دورتمند دو بار، اشتوتگارد یک بار، وولفسبورگ یک بار) به مقام قهرمانی لیگ دست یافته‌اند (۱۹).

1. Koning, R

2. Goossens

3. Perline, M & Stoldt, C

روش‌شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش از نوع توصیفی است. اطلاعات مورد نیاز پژوهش از بخش آمار و اطلاعات سازمان لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران و سایت‌های معتبر خارجی دریافت شد (۱۹). در این خصوص جداول مسابقات لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران و کشورهای منتخب ایتالیا، فرانسه، اسپانیا، آلمان و انگلستان مقارن با شروع لیگ حرفه‌ای فوتبال در ایران که شامل: تعداد تیم‌ها، امتیازات و تعداد برد و باخت تیم‌های حاضر در لیگ‌های برتر فوتبال بود، جمع‌آوری شد. تجزیه و تحلیل داده‌های جداول لیگ، با استفاده از شاخص تعیین تعادل رقابتی لیگ‌های ورزشی استخراج شده از ادبیات و تحقیقات پژوهش انجام پذیرفت (۱۷). این شاخص شامل $HICB$ ^۱ است که در زیر به آن اشاره شده است.

با توجه به اینکه لیگ‌های مورد مقایسه در این تحقیق برابر نبود، از شاخص تعدیل شده $HICB$ استفاده می‌شود که نسبت به تفاوت در تعداد تیم‌های لیگ حساس نیست. با توجه به فرمول آن می‌توان لیگ‌هایی با تعداد تیم‌های مختلف را با یکدیگر مقایسه کرد. گفتنی است، هر چه مقدار این شاخص کمتر باشد، نشان‌دهنده وضعیت بهتر لیگ از لحاظ تعادل رقابتی است (۱۷).

$$HICB = \frac{H}{1/N} \times 100$$

در فرمول فوق، H به بیان عدم برابری بین تمامی تیم‌های حاضر در لیگ می‌پردازد. روش محاسبه آن بدین صورت است:

H = (مجموع سهم امتیازات هر باشگاه در یک فصل) H (هرفریندال).

N نیز مربوط به تعداد تیم‌های حاضر در لیگ است.

جدول ۲. محاسبه $HICB$ به عنوان نمونه برای سال ۲۰۰۹/۱۳۸۸ ایران

امتیاز تیم‌ها	۳۲	۵۹	۳۰	۵۲	۳۸	۵۳	۴۱	۴۷	۶۱
سهم امتیازات	۰/۰۰۱۵	۰/۰۰۵۳	۰/۰۰۱۴	۰/۰۰۴۱	۰/۰۰۲۸	۰/۰۰۴۲	۰/۰۰۲۵	۰/۰۰۳۳	۰/۰۰۵۶
امتیاز تیم‌ها	۳۸	۴۶	۶۷	۳۹	۴۸	۳۷	۴۲	۴۱	۴۲
سهم امتیازات	۰/۰۰۲۲	۰/۰۰۳۲	۰/۰۰۶۸	۰/۰۰۲۳	۰/۰۰۳۵	۰/۰۰۲۱	۰/۰۰۲۷	۰/۰۰۲۵	۰/۰۰۲۷

جمع کل امتیازات اخذ شده تیم‌ها = ۸۱۳

مجموع سهم امتیازات تیم‌ها = 0.0581343 تعداد تیم‌ها = ۱۸

$HICB = 0.0581343 / 1/18 = 104.6418$

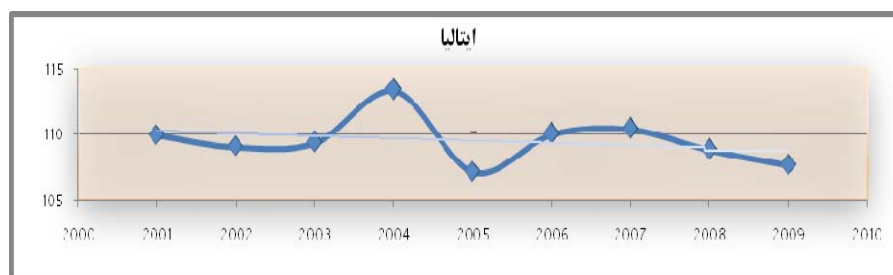
1. the Hirfindahl index of competitive balance

یافته‌ها

جدول ۲. شاخص HICB در کشورهای منتخب از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۹

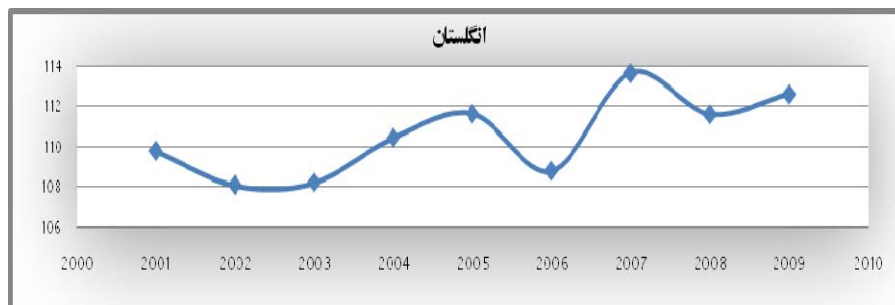
کشور سال	اسپانیا	انگلستان	ایران	آلمان	ایتالیا	فرانسه
۲۰۰۱	۱۰۳/۹۸	۱۰۹/۸	۱۰۷/۹۳	۱۰۹/۶۱	۱۰۹/۸۹	۱۰۴/۸۵
۲۰۰۲	۱۰۵/۷۷	۱۰۸/۰۹	۱۰۴/۷۵	۱۰۵/۳۲	۱۰۹/۰۴	۱۰۵/۱۶
۲۰۰۳	۱۰۵/۴۹	۱۰۸/۲۲	۱۰۸/۷۵	۱۰۸/۶۹	۱۰۹/۳۸	۱۰۶/۸۷
۲۰۰۴	۱۰۷/۲۴	۱۱۰/۴۵	۱۰۹/۳۲	۱۰۸/۱۴	۱۱۳/۳۳	۱۰۳/۹۶
۲۰۰۵	۱۰۷/۶۳	۱۱۱/۶۵	۱۰۷/۶۲	۱۰۹/۱۴	۱۰۷/۱۴	۱۰۶/۷۴
۲۰۰۶	۱۰۶/۳۵	۱۰۸/۷۹	۱۰۶/۵۸	۱۰۶/۴۹	۱۱۰/۰۲	۱۰۴/۰۳
۲۰۰۷	۱۰۶/۹۶	۱۱۳/۶۹	۱۰۳/۶۳	۱۰۷/۴	۱۱۰/۳۹	۱۰۵/۹۵
۲۰۰۸	۱۰۷/۱۷	۱۱۱/۶۲	۱۰۴/۴۳	۱۰۹/۱۳	۱۰۸/۸	۱۰۷/۸۱
۲۰۰۹	۱۱۲/۰۴	۱۱۲/۶۳	۱۰۴/۶۴	۱۰۷/۹	۱۰۷/۶۶	۱۰۷/۹۶

در جدول ۲ به محاسبه شاخص HICB در لیگ‌های فوتبال کشورهای منتخب پرداخته شده است. از آنجا که تعداد تیم‌های لیگ‌های این کشورها با یکدیگر متفاوت بود، استفاده از این شاخص در این مورد مناسب است. این شاخص علاوه بر اینکه تعادل رقابتی را در کل لیگ نشان می‌دهد، نسبت به تعداد تیم‌ها نیز حساس نیست؛ بنابراین شاخص مناسبی محسوب می‌شود.



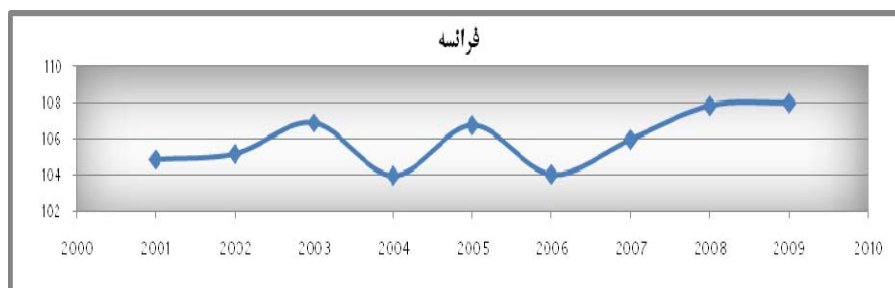
شکل ۱. روند تعادل رقابتی در لیگ ایتالیا بر اساس شاخص HICB

همان‌طور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، سیر منحنی HICB لیگ ایتالیا در سال ۲۰۰۴ بیشترین میزان (۱۱۳.۳۳) را داشته که نشان دهنده بدترین وضعیت و در سال ۲۰۰۵ با کمترین میزان (۱۰۷/۱۴)، بهترین وضعیت تعادل رقابتی را طی ۱۰ سال اخیر داشته است.



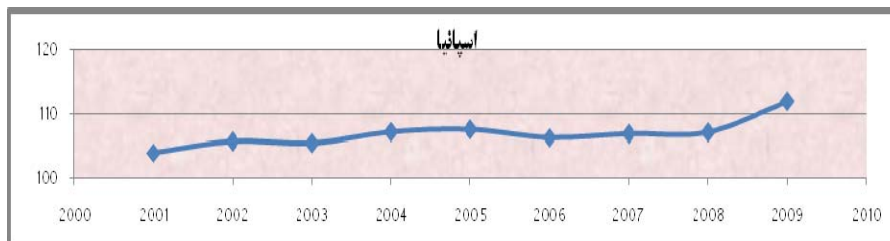
شکل ۲. روند تعادل رقابتی در لیگ انگلستان بر اساس شاخص HICB

همان طور که در شکل ۲ مشاهده می شود، سیر منحنی HICB لیگ انگلستان در سال ۲۰۰۷ بیشترین میزان (۱۱۳/۶۷) را داشته که نشان دهنده بدترین وضعیت و در سال ۲۰۰۲ با کمترین میزان (۱۰۸/۰۹)، بهترین وضعیت تعادل رقابتی را طی ۱۰ سال اخیر داشته است.



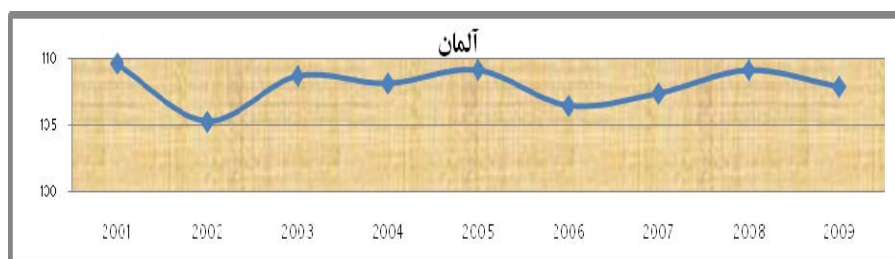
شکل ۳. روند تعادل رقابتی در لیگ فرانسه بر اساس شاخص HICB

همان طور که در شکل ۳ مشاهده می شود، سیر منحنی HICB لیگ فرانسه در سال ۲۰۰۹ بیشترین میزان (۱۰۷/۹۶) را داشته که نشان دهنده بدترین وضعیت و در سال ۲۰۰۴ با کمترین میزان (۱۰۳/۹۶)، بهترین وضعیت تعادل رقابتی را طی ۱۰ سال اخیر داشته است.



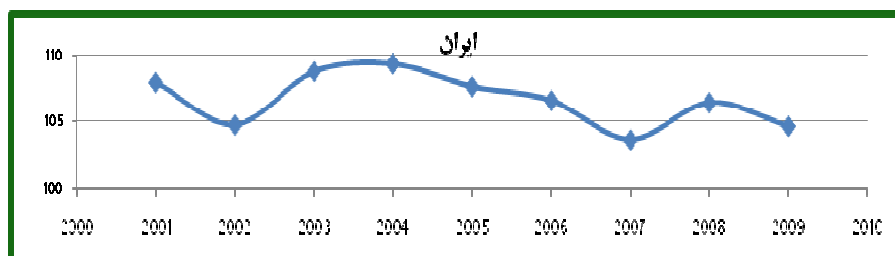
شکل ۴. روند تعادل رقابتی در لیگ اسپانیا بر اساس شاخص HICB

همان‌طور که در شکل ۴ مشاهده می‌شود، سیر منحنی HICB لیگ اسپانیا در سال ۲۰۰۹ بیشترین میزان (۱۱۲/۰۴) را داشته که نشان‌دهنده بدترین وضعیت و در سال ۲۰۰۱ با کمترین میزان (۱۰۳/۹۸)، بهترین وضعیت تعادل رقابتی را طی ۱۰ سال اخیر داشته است.



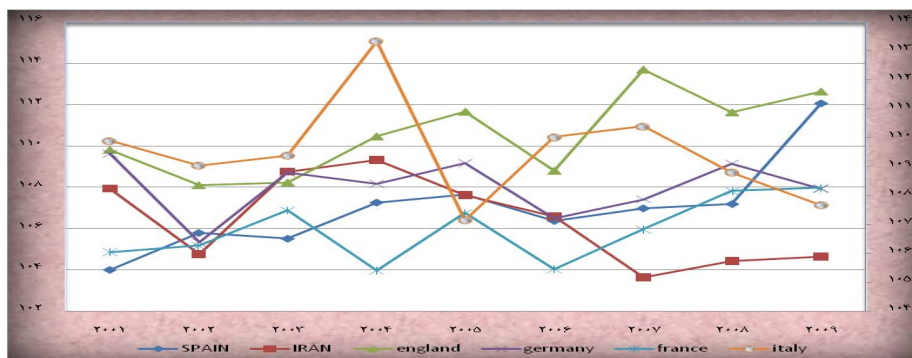
شکل ۵. روند تعادل رقابتی در لیگ آلمان بر اساس شاخص HICB

همان‌طور که در شکل ۵ مشاهده می‌شود، سیر منحنی HICB لیگ آلمان در سال ۲۰۰۱ بیشترین میزان (۱۰۹/۶۱) را داشته که نشان‌دهنده بدترین وضعیت و در سال ۲۰۰۲ با کمترین میزان (۱۰۵/۳۲)، بهترین وضعیت تعادل رقابتی را طی ۱۰ سال اخیر داشته است.



شکل ۶. روند تعادل رقابتی در لیگ ایران بر اساس شاخص HICB

همان‌طور که در شکل ۶ مشاهده می‌شود، سیر منحنی HICB لیگ ایران در سال ۲۰۰۴ بیشترین میزان (۱۰۹/۳۲) را داشته که نشان‌دهنده بدترین وضعیت و در سال ۲۰۰۷ با کمترین میزان (۱۰۳/۶۳)، بهترین وضعیت تعادل رقابتی را طی ۱۰ سال اخیر داشته است.



شکل ۷. مقایسه منحنی‌های HICB لیگ‌های فوتبال کشورهای منتخب

همان‌طور که در شکل ۷ مشاهده می‌شود، به‌طور کلی طی سال‌های مورد بررسی، لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران در مقایسه با سایر لیگ‌ها، روند مطلوب‌تری در سیر تعادل رقابتی دارد به‌طوری که از سال ۲۰۰۴ با سیر نزولی محسوسی رو به رو بوده است. در این نمودار، لیگ انگلستان بدترین وضعیت و فرانسه بعد از ایران، بهترین وضعیت را در بین لیگ‌های منتخب مورد بررسی داشتند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این مقاله، مقایسه روند تعادل رقابتی لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران طی ۹ دوره (سال‌های ۱۳۸۰ - ۱۳۸۹) از برگزاری این مسابقات با لیگ‌های برتر فوتبال اروپا (انگلیس، فرانسه، آلمان، ایتالیا و اسپانیا) با استفاده از شاخص HICB است. بدین منظور ضمن بررسی تاریخچه جدول لیگ برتر ایران و کشورهای منتخب و مرور برخی از مطالعات انجام شده، با بهره‌گیری از شاخص آماری تعادل رقابتی از مطالعات انجام شده (شاخص HICB)، روند تعادل رقابتی ادوار گذشته لیگ‌های برتر در کشورهای نام برده محاسبه شد.

در بررسی روند تعادل رقابتی در سری A فوتبال ایتالیا (شکل ۱) مشاهده می‌شود که سیر منحنی HICB بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹ با فراز و نشیب‌های کمی روبه رو بوده است. این روند به‌جز سال ۲۰۰۴ که بیشترین میزان عدم تعادل و سال ۲۰۰۵ که کمترین میزان آن را نشان می‌دهد سیری یکنواختی دارد، به‌ویژه در سال‌های اخیر می‌توان سیر نزولی منحنی و کاهش تعادل رقابتی را مشاهده نمود. این یافته با نتیجه تحقیق دومیزیو (۲۰۱۰) همخوانی دارد (۱۱). علت افزایش نابرابری در سال ۲۰۰۴ را می‌توان به رسوایی اخلاقی چهار تیم معروف این لیگ نسبت داد (۲۵) به‌طوری که در همان سال با روشن شدن این قضیه، باشگاه‌های

یوونتوس، فیورنتینا، لاتزیو و آ.ث. میلان با مجازات‌های سنگینی رو به رو شدند. باشگاه یوونتوس که در این سال به مقام قهرمانی دست یافته بود به این موارد محکوم شد: سقوط به دسته B، کسر ۳۰ امتیاز برای فصل بعد، پس گرفتن قهرمانی سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶، محرومیت از رقابت‌های فصل ۲۰۰۶-۲۰۰۷ لیگ قهرمانان، پنج سال محرومیت برای مدیر کل سابق لوسیانو موجیو و پنج سال محرومیت برای مدیر اجرایی سابق آنتونیو جیراودو. برای سایر تیم‌ها مجازات‌ها بدین گونه بود: فیورنتینا و لاتزیو به دسته B رفتند. فیورنتینا فصل را با ۱۲- و لاتزیو با ۷- آغاز کرد. باشگاه آ.ث. میلان سقوط نکرد، اما فصل را با ۱۵- امتیاز شروع کرد؛ بنابراین می‌توان کاهش ناگهانی منحنی و افزایش تعادل رقابتی را در فصل بعد (۲۰۰۵) بدین گونه توجیه نمود که فقدان تیم‌های قدرتمند به توزیع برابر امتیازات بین سایر تیم‌ها منجر شد که نتیجه آن بهبود روند تعادل رقابتی در این فصل بود.

بررسی روند تعادل رقابتی در لیگ انگلستان (شکل ۲) با وجود اینکه روند خاصی را نشان نمی‌دهد، به‌طور کلی لیگ برتر طی ۱۰ سال با عدم تعادل رقابتی (سیر صعودی) زیاد همراه بوده است. این یافته با نتایج میچی و آگتون (۲۰۰۴) همخوانی دارد (۱۲). علت آن را می‌توان در وجود تیم‌های ثروتمندی مانند منچستر، آرسنال، چلسی و لیورپول بیان کرد که با افزایش فاصله سطح درآمدی خود نسبت به سایر تیم‌ها، موجب نابرابری تعادل لیگ شده‌اند. به نظر می‌رسد این فاصله برای سال‌های متمادی به‌جا خواهد ماند.

با وجود اینکه نمی‌توان به روند خاصی در منحنی تعادل رقابتی کشور فرانسه اشاره کرد (شکل ۳)، سیر صعودی آن در سال‌های اخیر نشان‌دهنده افزایش نابرابری در این لیگ (لاشامپیونه) است. این یافته با نتایج گوسنس (۲۰۰۶) همخوانی دارد (۱۵).

بررسی شکل ۴ در مورد لیگ اسپانیا نشانگر این قضیه است که تیم‌های بزرگی مانند رئال مادرید و بارسلونا که در سال‌های اخیر مقام‌های قهرمانی زیادی در لالیگا و جام‌های اروپایی به‌دست آورده‌اند، منحنی تعادل رقابتی روند تقریباً یکسانی داشته و روند محسوس افت و اوج در منحنی آن‌ها مشاهده نمی‌شود. با این حال روندی افزایشی را طی ۱۰ دوره اخیر می‌توان مشاهده کرد که بیانگر افزایش نابرابری در لالیگاست.

در لیگ آلمان با توجه به اینکه روندی سینوسی شکل دیده می‌شود که با افزایش و کاهش پیاپی طی ۱۰ دوره همراه بوده است، میانگین سطح نمودار طی این سال‌ها به‌طور کلی بالا بوده است. این روند نشان‌دهنده عدم تعادل در بوندس لیگاست (شکل ۵). این یافته با نتایج کونینگ (۱۹۹۰) و گوسنس (۲۰۰۶) همخوانی دارد (۱۵).

بر اساس منحنی HICB لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران (شکل ۶)، به‌طور کلی می‌توان مطرح کرد

که از آغاز لیگ برتر تا کنون، فوتبال ایران با بهبود وضعیت تعادل رقابتی مواجه بوده است. این امر به نزدیک شدن توان رقابتی تیم‌ها منجر شده؛ در نتیجه توانایی پیش بینی نتایج مسابقات را دشوارتر نموده است به طوری که نمی‌توان تیمی را از پیش، برندهٔ مسابقه و یا قهرمان لیگ دانست. این یافته با نتایج نقشبندی و همکاران (۲۰۱۰) همخوانی دارد (۱۶).

در مقایسهٔ روند تعادل رقابتی بین لیگ ایران و پنج لیگ برتر اروپا (شکل ۷) می‌توان مشاهده نمود که لیگ ایران با بیشترین روند کاهشی مواجه بوده است به طوری که در سال ۲۰۰۷ کمترین میزان منحنی و بیشترین میزان تعادل رقابتی را در میان کلیه لیگ‌ها دارا بوده است. در این راستا، نقشبندی و همکاران (۲۰۱۰) این روند را در سال ۲۰۰۹ یافتند و میچی و آگتون (۲۰۰۴) نیز کاهش تعادل رقابتی را در لیگ‌های انگلیس، آلمان و ایتالیا گزارش کردند، ولی در فرانسه و اسپانیا روند مشخصی را مشاهده نکردند (۱۶، ۱۲). مقایسهٔ پنج لیگ برتر اروپا نشان داد انگلستان بالاترین سطح نابرابری را در لیگ خود دارد و بعد از آن لیگ کشورهای ایتالیا، آلمان، اسپانیا و فرانسه قرار دارند. علت این پدیده را می‌توان در میزان درآمدها و ثروت باشگاه‌های کشورهای مذکور جستجو کرد. این یافته با نتایج براندس و فرانک (۲۰۰۶) همخوانی دارد (۱۰) به طوری که طبق آمار گزارش شده، در بین ۲۰ باشگاه ثروتمند دنیا، ۷ تیم از انگلستان، ۴ تیم از آلمان، ۴ تیم از ایتالیا، ۳ تیم از اسپانیا و ۲ تیم از فرانسه مشاهده می‌شود (۶).

بر همین اساس با افزایش ثروت باشگاه‌ها، توانایی خرید و جذب بازیکنان و کادر فنی مجرب بیشتر می‌شود و همچنین از امکانات پیشرفته‌تری بهره‌مند خواهند بود. با توجه به اینکه لیگ انگلستان بیشترین تعداد تیم‌های ثروتمند در این رده بندی را داراست، این امر موجب فاصله گرفتن قدرت این باشگاه‌ها از سایر تیم‌ها و در نتیجه، اختلاف امتیازات می‌شود. بررسی تیم‌های حاضر در مراحل نهایی لیگ قهرمانان اروپا نیز نشان می‌دهد، به جز سال ۲۰۰۹ در پنج دورهٔ گذشته، همواره تیم‌های باشگاهی انگلیسی در فینال حضور داشته‌اند. این مسئله به درآمدزایی بیشتر این باشگاه‌ها از طریق فروش حق پخش تلویزیونی، بلیت فروشی، اسپانسرها، تبلیغات و فروش محصولات منجر شده است. در این زمینه می‌توان به روی آوردن اسپانسرها و افراد ثروتمند به مالکیت این باشگاه‌ها مانند منچستر یونایتد (مالکان آمریکایی گلیرز)، چلسی (مالک روسی آبراموویچ)، منچستر سیتی (مالک اماراتی سلیمان فهیم) و اسپانسر آرسنال (خطوط هوایی امارات) اشاره کرد که علاوه بر کاهش سطح تعادل رقابتی، در نهایت به افزایش سطح HICB لیگ برتر جزیره نسبت به سایر لیگ‌های اروپایی منجر شده است. این روند را می‌توان به سایر لیگ‌های مورد مقایسه تعمیم داد، به طوری که با کاهش تعداد تیم‌های ثروتمند، لیگ

فوتبال حالت متعادل‌تری پیدا کرده است. در این مقایسه، لیگ‌های سری A (کالچیو)، بوندس لیگا، لالیگا و لاشامپیونه قرار می‌گیرند. توجیه مشابهی را برای لیگ ایتالیا با دو و لیگ اسپانیا با سه عنوان قهرمانی در لیگ قهرمانان اروپا می‌توان بیان نمود.

از دیگر عوامل کاهش تعادل رقابتی لیگ‌ها را می‌توان برقراری سیاست‌ها و مقررات از سوی سازمان لیگ بیان کرد. این مقررات در زمینه‌های تقسیم عادلانه درآمدهای حاصل از بلیت فروشی، حق پخش رسانه‌ای و محدودیت پرداخت دستمزد برقرار می‌شود تا امکان رشد برای باشگاه‌های ضعیف‌تر نیز فراهم شود. نمونه این مقررات را در لیگ فوتبال ژاپن و سازمان لیگ فوتبال ایران در مورد محدودیت استفاده از بازیکنان خارجی و سقف قرارداد بازیکنان می‌توان مشاهده نمود (۲۲-۲۴). با وجود اینکه کاهش تعادل رقابتی در میان تیم‌های لیگ نشانی از توازن قدرت تیم‌ها و در نتیجه جذاب‌تر شدن مسابقات است، این شاخص به‌تنهایی نمی‌تواند تأثیرگذار باشد و در کنار وجود تعادل در لیگ، عواملی مانند وجود بازیکنان و مربیان مطرح، کیفیت مسابقات، استادیوم‌های مناسب، خدمات جانبی ارائه شده به تماشاگران، زمان‌بندی برگزاری مسابقات و کانون‌های هواداران می‌تواند بر جذابیت بازی‌ها بیفزاید، نتیجه آن با افزایش قیمت حق پخش تلویزیونی و جذب اسپانسرهای که به افزایش درآمدهای لیگ منجر شده، به پویا شدن لیگ کمک می‌کند. براندس و فرانک (۲۰۰۶)، الهی (۱۳۸۷) و پرلین و استولد (۲۰۱۱) در تحقیق خود این موضوع اشاره کرده‌اند (۱۰، ۶، ۱۷)؛ بنابراین با وجود بهتر بودن شرایط تعادل رقابتی لیگ ایران، این موضوع دلیلی بر جذاب‌تر بودن مسابقات آن نیست. با این حال سازمان لیگ باید از این موضوع نهایت استفاده را برده، شرایط را برای خصوصی‌سازی و درآمدزایی باشگاه‌ها فراهم آورد تا همه در شرایطی عادلانه و مساوی به رقابت بپردازند.

در نهایت، با وجود اینکه تعادل رقابتی شاخص مناسبی برای نشان دادن جذابیت بازی‌های لیگ است، برای ارتقای سطح کیفی مسابقات و بهبود درآمدزایی باشگاه‌ها و لیگ فوتبال شرایط دیگری مورد نیاز است. تعادل رقابتی با ایجاد توازن قدرت در میان تیم‌ها و نیز به‌وجود آوردن شرایط عدم اطمینان به تمایل بیشتر هواداران به تماشای مسابقات منجر می‌شود. این تمایل بیشتر به حضور در ورزشگاه‌ها موجب افزایش سطح درآمد باشگاه‌ها از طریق بلیت فروشی و افزایش حق پخش مسابقات می‌شود که می‌تواند عاملی برای جذب بیشتر حامیان مالی باشگاه‌ها باشد. از طرف دیگر، برای اینکه شرایط مطلوب برای رشد تمامی باشگاه‌ها فراهم شود، باید راه‌کارهایی در جهت خصوصی‌سازی و افزایش راه‌های درآمدزایی باشگاه‌ها لیگ فوتبال کشور اندیشید. در این صورت بین باشگاه‌های کشور تبعیضی در استفاده از سرمایه‌ها و امکانات دولتی وجود نخواهد داشت و امکان رشد یکسان برای تمامی تیم‌ها با توجه استعدادهای آن‌ها

فراهم می‌شود. برقراری قوانینی مانند حق پخش تلویزیونی که از سال ۱۳۸۷ با فشارهای AFC برای تیم‌های لیگ برتری به‌وجود آمد، ایجاد شرایطی برای امکان صحنه‌گذاری تیم‌ها و بازیکنان آن‌ها و کسب درآمد از این طریق، برقراری قوانین حق مؤلف در کشور تا باشگاه‌ها بتوانند از طریق فروش محصولات خود درآمد کسب کنند، می‌توانند راه حل‌هایی برای تقویت مالی تیم‌ها باشند تا تیم‌های کشور بتوانند با سرمایه‌گذاری بیشتر روی بازیکنان و مربیان خود در سطح آسیا نیز به افتخارات بیشتری دست یابند.

منابع:

۱. ساعت‌چیان، وحید. رسولی، مهدی. الهی، علیرضا. (۱۳۸۹). ارتباط کیفیت خدمات، رضایت‌مندی و وفاداری بر قصد حضور آتی مشتریان مراکز آمادگی جسمانی و ایروبیک، خلاصه مقالات اولین همایش بین‌المللی آمادگی جسمانی و ایروبیک، دانشگاه شهید بهشتی.
۲. بختیاری، محمد (۱۳۸۸). بررسی میزان رضایت‌مندی تماشاچیان لیگ برتر فوتبال از ارائه خدمات گوناگون، پایان‌نامه کارشناسی/ارشد تربیت بدنی، چاپ نشده، دانشگاه تهران.
۳. ساعت‌چیان، وحید. الهی، علیرضا. (۱۳۸۹). اولویت بندی و شناخت ارتباط بین انگیزه‌ها و عوامل موثر بر حضور هواداران: مطالعه موردی شهرآورد تهران، نشریه پژوهش در علوم ورزشی (در دست چاپ)، تهران.
۴. صادقی، حسین. اصغرپور، حسین. گلچین فر، نازلی (۱۳۸۸). تخمین تابع تقاضای تماشای لیگ برتر فوتبال ایران، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، شماره سوم، ص: ۱۸۳-۲۰۲.
5. Szymanski, S (2001), Income inequality, competitive balance and the attractiveness of team sports : some evidence and a natural experiment from English soccer , The Economic Journal , 111, 69-84.
۶. الهی، علیرضا. (۱۳۸۷). موانع و راه کارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران. رساله دکتری، دانشگاه تهران.
7. Forrest. D & Simmons .R (2002), Outcome uncertainty and attendance demand in sport: The case of English soccer, The Statistician, 51(2), 229-241.
8. Borland,J&MacDonald,R (2003) , Demand for sport , Oxford Review of Economic Policy, 19 (4), 478-502.
9. Soebbing, B. (2008) Competitive balance and attendance in major league baseball: an empirical test of the uncertainty of outcome hypothesis. International Journal of Sport Finance, 3.119-126.

10. Brandes.L & Frank. E (2006) , How fans improve competitive balance : An empirical analysis of the German Bundesliga , University of Zurich , Institute for strategy and business economics, Working Paper No.41 , <http://econpapers.respec.org>
11. Di Domizio, M, (2010) Competitive Balance and TV Audience: An Empirical Analysis from Italian Football League. Abstract Book of 10 th Annual International Conference on Sports :Economic, Management, Marketing & Social Aspects: Athens, Greece.
12. Michie.J & Oughton.C (2004) , Competitive balance in football : Trends and effects, University of Landon, Football Governance Research Centre, research paper 2004 no.2, www.football-research.bbk.ac.uk
13. Levin,M. (2006), the value of competition: competitive balance as predictor of attendance in spectator sports, International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 11 (1), 7-24.
14. Koning. N (1990) Competitive balance in Dutch Soccer .[Http://www.slaoll.nl/rnkoning](http://www.slaoll.nl/rnkoning).
15. Goossens. K. (2006). Competitive balance and match uncertainty in Grand-Slam tennis. Journal of Sport Economics, 10 (6).563-581.
16. Naghshbandi. S, Yoosefy. B, Boroujrdi. S (2010). The comparisons of competitive balance in football premier leagues of Iran, England, Germany, Spain, France and Italy in 2009-2010 season.11 th Annual International Conference on Sports: Antalya, Turkey.
17. Perline, M. Stoldt, C (2011). Competitive balance in men's and women's basketball: the cost of the Missouri valley conference. The Sport Journal ISSN, Vol: 13.PP 1543-1589.
18. <http://www.premierleague.com/page/LeagueTables/0,,12306,00.html>.
19. http://soccer.net.espn.go.com/tables/_/league.
۲۰. فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران ، اساسنامه فدراسیون ، تدوین هیئت رئیسه انتقالی و مصوب هیئت دولت ، نشر بیان آزادی ، چاپ اول، خرداد ۱۳۸۶ .
۲۱. فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران ، آیین نامه سازمان لیگ حرفه ای فوتبال.
22. J. League Handbook (2004), Japan Professional Football League.
23. Japan Football Association (JFA) (1999), *Agreement, Registration and Transfer of Professional Football Players*.
24. JFA Guidebook, (2001-2002) Japan Football Association.

25. Deloitte and Touche (2010), Annual Review of Football Finance, July 2010.
26. Deloitte and Touche (2006), Annual review of football finance: Highlights, Manchester, www.deloitte.com/dtt/press_release.

بررسی نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی

حبیب هنری^۱، سید عبدالحمید احمدی^۲، مهدی مرادی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۰/۰۲/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۰۷/۱۶

چکیده

هدف از پژوهش بررسی نقش چهارگانه اطلاع‌رسانی، آموزش، مشارکت اجتماعی و فرهنگ سازی رسانه‌های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی بود. روش تحقیق توصیفی-همبستگی، نوع تحقیق کاربردی، روش اجرا پیمایشی و روش جمع‌آوری اطلاعات میدانی بود. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان حوزه ورزش و رسانه بود. نمونه آماری ۱۲۰ نفر و روش نمونه‌گیری غیرتصادفی بود. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. روایی پرسشنامه توسط ۱۲ نفر از اساتید دانشگاه و متخصصان تأیید و پایایی پرسشنامه به وسیله آزمون آلفای کرونباخ ($\alpha=0/89$) تعیین شد. از آمار توصیفی برای توصیف وضعیت آزمودنی‌ها استفاده شد. در قسمت آمار استنباطی از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها، از آزمون کای‌اسکوار (χ^2) جهت بررسی معناداری فرضیه‌ها و از آزمون کرامر (c) برای بررسی شدت ارتباط (همبستگی) بین نقش‌های چهارگانه رسانه‌های ورزشی و توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی استفاده شد.

نتایج تحقیق نشان داد بین نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی در سطح $P=0/05$ ، ارتباط معناداری وجود دارد. با توجه به شرایط موجود رسانه‌های ورزشی باید نگاهی نو به مقوله ورزش قهرمانی داشته باشند تا بتوانند به وظیفه خود در راه اعتلای ورزش کشور کمک نمایند. توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی با همکاری همه جانبه جامعه رسانه‌ای و ورزشی و علم به ورزش قهرمانی صورت می‌پذیرد.

واژه‌های کلیدی: رسانه‌های ورزشی، ورزش قهرمانی، اطلاع‌رسانی، مشارکت اجتماعی، آموزش و فرهنگ سازی

Email: honari_h@yahoo.com

۱. استادیار دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول)

Email: sa_ahmadi@yahoo.com

۲. استادیار جهاد دانشگاهی

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی

مقدمه

فرهنگ حاکم بر مردم متأثر از عوامل مختلف اجتماعی است. این عوامل می‌توانند باورها، نگرش‌ها و عملکردها را تحت تأثیر خود قرار دهند. در این میان رسانه‌های گروهی یکی از ابزارهای اساسی برای بررسی مسائل اجتماعی، اطلاع رسانی، آموزشی و عامل بسیار مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی به شمار می‌آیند. یکی از پدیده‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و آحاد مردم را تحت تأثیر قرار داده است، تربیت بدنی و ورزش است. در میان تمام پدیده‌های اجتماعی، ورزش نیز متأثر از گرایش‌های جامعه است. عادات و رفتار ورزشی افراد جامعه، نگرش‌ها و باورهای آنان در مسائل ورزشی، همگی تحت تأثیر متقابل گرایش‌های جامعه و رسانه‌ها قرار گرفته است. یکی از راه‌های حمایت از این نگرش‌ها و باورها در مسیر درست، توجه به مطالب مندرج در مطبوعات و رسانه‌های ورزشی صدا و سیما است. رسانه‌های گروهی عامل بسیار مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی به شمار می‌روند. در بخش ورزشی، محتوای برنامه‌ها و مطالب درج شده در آنها می‌توانند تأثیر به سزایی در پیشرفت و بهبود وضعیت کشور داشته باشند (۱).

اطلاع‌رسانی و آگاهی، حمایت از قانون و نظارت بر اجرای درست قوانین، ایجاد حیطه مناسب برای برخورد عقاید گوناگون، فراهم کردن زمینه آموزش مداوم، کمک به رشد فرهنگی و فکری جامعه، فراهم کردن سرگرمی‌های آموزنده، ایجاد روحیه مشارکت و همکاری برای برنامه‌های توسعه از مهم‌ترین نقش‌هایی است که برای رسانه‌های گروهی مطرح می‌شود (۲). در مجموع مهم‌ترین هدف رسانه‌های گروهی ورزش در راستای اهداف ملی در هر کشور می‌تواند هدف "توسعه ورزش" باشد و توسعه ورزش ابعاد و محورهای مختلفی دارد که رسانه‌های گروهی در بیشتر موارد می‌توانند مؤثر باشند (۳).

ورزش قهرمانی عبارت است از ورزش‌های رقابتی و سازمان‌یافته‌ای که با توجه به قوانین و مقررات خاص برای ارتقای رکوردهای ورزشی و کسب رتبه یا مدال انجام می‌شود. اهداف ورزش قهرمانی عبارتند از افزایش جمعیت ورزشی قهرمانی، بهبود کیفیت و کسب مدال در میدان‌های بین‌المللی، افزایش تعداد رشته‌های ورودی به بازی‌های المپیک، افزایش تعداد نفرات ورودی به بازی‌های المپیک، حفظ و ارتقای جایگاه و تیم‌های ملی در رتبه‌بندی‌ها (۳).

سجادی (۱۳۷۸) با توجه به بیست و شش دوره بازی‌های المپیک در طی قرن بیستم، مشاهده کرد که بازی‌های المپیک همزمان با پیشرفت صنعت ارتباطات و ساخت وسایل مدرن در سراسر جهان، شهرت بیشتری یافت و در این میان رسانه‌های تصویری به ویژه تلویزیون، نقش به سزایی در معرفی و همه‌گیر کردن این جنبش داشت (۴). نجفی اصل (۱۳۷۹) دریافت

پربیننده‌ترین بخش‌های خبری «اخبار ورزشی» است (۵۹٪) که مردان (۶۷٪) و گروه سنی ۱۴-۱۲ سال (۹۲٪) بیش از سایرین بیننده بخش‌های ورزشی این شبکه هستند (۵). غفوری (۱۳۸۲) در تحقیقی دریافت رسانه‌های جمعی اثر معناداری روی تغییر نگرش و رفتار مردم نسبت به ورزش کردن دارند و البته این اثر در مورد گرایش‌ها بیشتر بود. رسانه‌های جمعی به طور کلی ترجیح می‌دهند به ترویج و نشر ورزش قهرمانی بپردازند. دلیل این مسأله سود اقتصادی حاصل از این بخش ورزش است (۶). رجبی و احمدی (۱۳۸۳) دریافتند رسانه و ورزش ارتباط دوطرفه دارند و بررسی‌ها و مطالعات انجام شده اختلاف قابل توجهی را در پوشش رسانه‌ای فعالیت‌های ورزشی زنان در قیاس با مردان نشان می‌دهند (۷). قاسمی (۱۳۸۶) در تحقیقی به بررسی نقش رسانه‌های گروهی در توسعه ورزش کشور و ارائه الگوی پرداخت. وی دریافت بین وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد (۸). کردی (۱۳۸۶) دریافت بین وضعیت موجود و مطلوب رسانه‌های گروهی در توسعه ورزش کشور در گروه‌های ورزش همگانی، دانش آموزی، دانشجویی، کارگران، معلولین و بانوان تفاوت معناداری وجود دارد (۱). مهدویان مشهدی (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای دریافت رسانه‌های گروهی نقش بالقوه‌ی بالایی در ورزش بانوان دارد. آنها به دلایلی نقش خود را به درستی ایفاء نمی‌کنند و بین وضعیت موجود و مطلوب رسانه‌های گروهی در ورزش بانوان تفاوت معناداری وجود دارد. رسانه‌های گروهی نقش بالایی در فعال‌تر کردن ورزش همگانی، تربیتی، قهرمانی و حرفه‌ای ورزش بانوان دارند. با توجه به وضعیت ضعیف حاضر، پیشنهاد می‌شود رسانه‌های گروهی ترتیبی اتخاذ کنند تا به هر کدام از انواع ورزش‌ها در برنامه‌های خود، سهم مناسبی تخصیص دهند (۹). قیامی راد (۱۳۸۷) در پژوهشی به این نتیجه رسید که عملکرد رسانه‌های گروهی در بخش ورزش همگانی با اهداف تربیت بدنی همسو نیست؛ اما در بخش ورزش قهرمانی همسو است. همچنین عملکرد رسانه‌های گروهی تنها در جذب موقعیت‌های اقتصادی در ورزش قهرمانی کشور نقش دارد و نهایتاً عملکرد رسانه‌های گروهی تنها در پیشرفت سرمایه‌گذاری در ورزش قهرمانی کشور نقش دارد (۱۰). شعبانی (۱۳۸۷) در تحقیقی رسانه‌های گروهی را به عنوان عاملی مهم در توسعه دوومیدانی کشور برشمرد و نقش آن را در هموارسازی و برطرف کردن چالش‌های پیش روی این رشته مهم تلقی کرد (۱۱). قیامی راد (۱۳۸۸) در تحقیق خود در مورد برنامه‌های تبلیغاتی ارائه شده از طریق رسانه‌های گروهی در خصوص ورزش به این نتیجه رسید که این برنامه‌ها تأثیر بسیار زیادی در توسعه و ترویج رشته‌های ورزشی در بعد قهرمانی (۸۰٪) دارد. در حالی که تأثیر آن در بعد همگانی ناچیز (۲۰٪) است (۱۲). نتایج تحقیق خسروی زاده (۱۳۸۸) نشان داد کمیته ملی المپیک با چالش جو و فضای رسانه‌ای نامناسب و

فقدان رویکرد مناسب رسانه‌ای در ورزش کشور مواجه است (۱۳). مرادی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی دریافتند رسانه‌های ورزشی در توسعه رشته‌های ورزشی نقش به‌سزایی ایفاء می‌کنند؛ ولی بین وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین همه گروه‌های حاضر در تحقیق بالاخص اعضاء هیأت علمی دانشگاه‌ها، نقش رسانه‌های ورزشی را در ترویج ورزش همگانی نسبت به ورزش قهرمانی در اولویت بالاتری قرار دادند (۱۴). در دیگر کشورها جکسون^۱ (۱۹۹۱) دریافت اثر رسانه‌های جمعی بر افزایش آگاهی مردم در مورد فعالیت بدنی (۸۷٪) و روی تغییر رفتار و گرایش به فعالیت بدنی (۳۰٪) است (۱۵). گرین وود^۲ (۱۹۹۶) در تحقیقی در کشور استرالیا به رابطه معناداری بین تبلیغات رسانه‌ای و تغییر نگرش نسبت به فعالیت بدنی دست یافت (۱۶). مول^۳ (۱۹۹۷) در تحقیقی درباره بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی کشورش به نقش رسانه‌های جمعی در گرایش به ورزش قهرمانی و همگانی به رابطه معناداری بین رسانه‌ها و توسعه ورزش همگانی و قهرمانی دست یافت (۱۷). وینست^۴ و همکاران (۲۰۰۲) دریافتند زنان ورزشکار وقتی در مسابقات مهم و معتبری چون المپیک شرکت می‌کنند، حجم مطالب و عکس‌های اختصاص یافته به آنها از دیگر مسابقات بیشتر می‌شود. پس سطح اهمیت مسابقات در پوشش خبررسانی اثر می‌گذارد (۱۸). هادسون^۵ و بوواج^۶ (۲۰۰۳ تا ۲۰۰۵) در تحقیقی در خصوص توسعه و ترویج لیگ‌های فوتبال آمریکا، نتیجه گرفتند توسعه و پرورش این ورزش در گرو استفاده از راهکارهای بازاریابی ورزشی است. به طوری که اگر این بازی‌ها توسط تبلیغات، طرفداران و تضمین‌کنندگان رسانه‌ای همراه باشد، ضمن دستیابی به منابع مالی بیشتر، موانع فرهنگی، رقابتی و پیشرفتی نیز از میان برداشته می‌شود (۱۹). توماسینی^۷ (۲۰۰۴) با بررسی اهداف شرکت‌ها از حمایت مالی ورزشی، پخش مستقیم تلویزیونی را به عنوان مهم‌ترین هدف حامیان مالی دانسته است (۲۰). منوکی^۸ (۲۰۰۴) دریافت نه تنها محتوا، بلکه مصاحبه‌های طراحی شده و بالا بردن پخش مسابقات باعث افزایش احساس نزدیکی هواداران با رسانه‌ها و توجه بیشتر به ورزش کردن می‌شود (۲۱).

-
1. Jakson
 2. Greenwood
 3. Mull
 4. Vincent
 5. Hudson
 6. Boewadtj
 7. Tomasini
 8. Mnokin

سازمان ورزشی زنان انگلیس^۱ (۲۰۰۶) نتیجه گرفتند پوشش رسانه‌ای نامتعادل از ورزش بانوان معضلی است که کشورهای غربی نیز دچار آن هستند و پوشش رسانه‌ای ورزشکاران زن در مقابل مردان بسیار کم است و رسانه‌ها اکثراً مرد محورند (۲۲). کمیته‌های ملی المپیک کانادا (۲۰۰۴)، استرالیا (۲۰۰۵)، ژاپن (۲۰۰۶)، فنلاند (۲۰۰۷) و مالزی (۲۰۰۷) اعتقاد داشتند بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش مهمی در فعالیت کمیته‌های ملی المپیک داشته است (۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷). نتایج سامرز^۲ و مورگان^۳ (۲۰۰۸) در تحقیقی نشان داد روابط عمومی و برنامه‌ریزی مدیران رسانه‌ای بر کسب شهرت شخصی در ورزش و متعادل کردن ورزش خصوصی در کنار شهرت شخصی و انتظارات هواداران گوناگون مرتبط با هر کدام برنامه‌ریزی می‌کنند (۲۸). بالارد و همکاران^۴ (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای به این نتیجه رسیدند استفاده از رسانه‌های گروهی سطوحی از هدایت تمرینات را بر عهده دارند. در حقیقت استفاده و تماشای مرتب رسانه (تلویزیون- دی وی دی) بهترین هدایت کننده برای تمرین هستند (۲۹). درایر و همکاران^۵ (۲۰۰۹) در تحقیقی دریافتند روش‌های کیفی، اطلاعاتی در مورد منابع رسانه‌ای گوناگون به ویژه اینترنت، تلویزیون و رسانه‌های متنوع چاپی مورد استفاده فوتبال را نشان می‌دهند (۳۰). جیمز^۶ و بیان^۷ (۲۰۱۰) مدلی پیشنهاد کردند به عنوان یک مرحله اولیه به سوی فهم بهتر نگرش آگاهی دادن در سراسر ورزش بپردازد و دریافتند که عرصه ورزش نسبت به سایر عرصه‌ها بهترین میدان برای تبلیغات است (۳۱).

اینک با توجه به نقش انکارناپذیر رسانه‌های گروهی در شکل‌دهی و جهت‌دهی باورها، نگرش و افکار جامعه و همچنین ساخت بستری مناسب در عرصه ورزش؛ سؤالاتی مطرح است که رسانه‌های ورزشی تا چه میزان در رشد و توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی کشور سهیم بوده‌اند؟ آیا بین نقش‌های چهارگانه رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ارتباط معنادار وجود دارد یا خیر؟

با اشاره به اینکه تعداد کمی از واحدهای تجاری جهانی به اندازه ورزش از این میزان توجه رسانه‌ها برخوردارند (۳۲) آیا مدیران ورزشی و رسانه‌ای توانسته‌اند از این توجه در پیشبرد اهداف ورزشی و گسترش سطوح مختلف ورزش قهرمانی کشور استفاده نمایند؟

-
1. Women's Sports Foundation UK
 2. Summers
 3. Morgan
 4. Ballard & et al
 5. Drayer & et al
 6. James
 7. Pyun

روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی-همبستگی، نوع تحقیق کاربردی، روش اجرا پیمایشی و روش جمع آوری اطلاعات میدانی بود. جامعه آماری شامل کارشناسان حوزه ورزش و رسانه کشور (حدود ۵۰۰ نفر) بود. در حوزه کارشناسان رسانه ۶۰ نفر از سردبیران و دبیران ورزشی روزنامه‌ها، دبیران سرویس‌های ورزشی خبرگزاری‌ها، کارشناسان برنامه‌های ورزشی صدا و سیما؛ و در حوزه کارشناسان ورزش ۶۰ نفر از مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی، رؤسا و نایب رئیس و دبیران فدراسیون‌های ورزشی نمونه آماری تحقیق را تشکیل دادند. در ضمن روش نمونه‌گیری به صورت غیرتصادفی بود. از آمار توصیفی شامل جداول، فراوانی و درصد فراوانی استفاده شد. در قسمت آمار استنباطی از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها، از آزمون کای اسکوار (χ^2) (به دلیل اسمی بودن مقیاس) جهت بررسی معناداری فرضیه‌ها، از آزمون کرامر (c) برای بررسی شدت ارتباط (همبستگی) بین نقش‌های چهارگانه رسانه‌های ورزشی و ورزش قهرمانی استفاده شد. در ضمن کلیه محاسبات آماری به وسیله نرم افزار SPSS انجام گرفت.

ابزار اندازه گیری

به دلیل فقدان ابزار دقیق و معتبر _ که به وسیله آن بتوان نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی را بررسی کرد _ پرسشنامه‌ی اولیه‌ای تهیه شد. جهت تعیین روایی صوری و محتوایی در بین ۱۲ نفر از اساتید دانشگاه و متخصصان در رشته‌های تربیت بدنی (حوزه ورزش) و علوم ارتباطات (حوزه رسانه) توزیع شد و مورد تأیید قرار گرفت. به وسیله این پرسشنامه نقش رسانه‌های ورزشی شامل اطلاع‌رسانی، آموزش، فرهنگ‌سازی و مشارکت اجتماعی در توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی اندازه‌گیری شد. پرسشنامه مشتمل بر ۵۰ سوال و شامل طیف لیکرت ۵ ارزشی بود. همچنین پایایی آن به وسیله آزمون آلفای کرونباخ ($\alpha=0/89$) تعیین شد.

یافته‌های تحقیق

جدول (۱) توزیع فراوانی و درصد فراوانی متغیر جنسیت آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. توزیع فراوانی و درصد فراوانی پاسخگویان بر اساس جنسیت

آماره جنسیت	کارشناسان ورزش		کارشناسان رسانه		کل	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
مرد	۴۲	۷۰	۳۸	۶۳/۳۴	۸۰	۶۶/۶۷
زن	۱۸	۳۰	۲۲	۳۳/۶۶	۴۰	۳۳/۳۳
کل	۶۰	۱۰۰	۶۰	۱۰۰	۱۲۰	۱۰۰

جدول (۱) نشان می‌دهد از ۶۰ نفر کارشناس ورزشی، ۷۰٪ مرد و ۳۰٪ زن؛ و از ۶۰ نفر کارشناس رسانه‌ای ۶۳/۳۴٪ مرد و ۳۳/۶۶٪ زن بودند. در مجموع ۶۶/۶۷٪ از پاسخگویان تحقیق مرد و ۳۳/۳۳٪ دیگر زن بودند.

جدول (۲) میانگین و انحراف استاندارد متغیر سن آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۲. آماره‌های توصیفی پاسخگویان براساس سن

آماره	سن (سال)		
	میانگین	حداکثر	حداقل
کارشناسان ورزش	۳۹/۲۷	۵۸	۲۴
کارشناسان رسانه	۳۰/۸۳	۶۷	۱۹

جدول (۲) نشان می‌دهد میانگین و انحراف معیار سن در کارشناسان ورزشی (۳۹/۲۷ $\pm$ ۵/۰۵) سال و در کارشناسان رسانه‌ای (۳۰/۸۳ $\pm$ ۷/۶۷) سال بود.

جدول (۳) توزیع فراوانی و درصد فراوانی متغیر تحصیلات آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۳. توزیع فراوانی و درصد فراوانی پاسخگویان براساس تحصیلات

آماره تحصیلات	کارشناسان ورزش		کارشناسان رسانه		کل	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
دیپلم	-	-	۸	۱۳/۳۳	۸	۶/۶۶
کاردانی	۱	۱/۶۶	۱۰	۱۶/۶۷	۱۱	۹/۱۶
کارشناسی	۳۸	۶۳/۳۴	۳۵	۵۸/۳۴	۷۳	۶۰/۸۴
کارشناسی ارشد	۱۶	۲۶/۶۶	۵	۸/۳۳	۲۱	۱۷/۵
دکتری	۵	۸/۳۴	۲	۳/۳۳	۷	۵/۸۴
کل	۶۰	۱۰۰	۶۰	۱۰۰	۱۲۰	۱۰۰

جدول (۳) نشان می‌دهند سطح تحصیلات کارشناسان ورزشی بالاتر از کارشناسان رسانه‌ای است. در مجموع ۶/۶۶٪ از پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۹/۱۶٪ دارای مدرک تحصیلی کاردانی، ۶۰/۸۴٪ دارای مدرک تحصیلی کارشناسی، ۱۷/۵٪ دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و ۵/۸۴٪ دارای مدرک تحصیلی دکتری بودند.

جدول (۴) میانگین و انحراف استاندارد متغیر سابقه خدمتی آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۴. آماره‌های توصیفی پاسخگویان براساس سابقه خدمت

آماره	سابقه (سال)		
	میانگین	حداکثر	حداقل
کارشناسان ورزش	۱۴/۸	۳۲	۴
کارشناسان رسانه	۱۱/۲	۲۹	۲

جدول (۴) نشان می‌دهد میانگین و انحراف معیار سابقه خدمتی در کارشناسان ورزشی (۵/۰۵ $\pm$ ۳۹/۲۷) سال و در کارشناسان رسانه‌ای (۷/۶۷ $\pm$ ۳۰/۸۳) سال بود.

آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اول: بین نقش اطلاع رسانی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ارتباط معنادار وجود دارد.

جدول ۵. ارتباط بین نقش اطلاع رسانی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی
(نتایج حاصل از آزمون کای اسکوار)

شاخص آماری متغیرها	مقدار کای اسکوار (χ^2)	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (sig)	ضریب کرامر (c)
اطلاع رسانی توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی	۲۵/۹۳	۸	۰/۰۱۲	۰/۷۲۳

با توجه به آزمون کای اسکوار و نتایج ارائه شده در جدول (۵) مشاهده می‌شود که $P=0/012$ و $\chi^2=25/93$ است. بنابراین فرض صفر رد شد. در نتیجه بین نقش اطلاع رسانی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ارتباط معناداری وجود دارد. شدت ارتباط بین متغیرها نیز $c=0/723$ است که بیانگر رابطه‌ای در حد بالا بین دو متغیر بود.

فرضیه دوم: بین نقش مشارکت اجتماعی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ارتباط معنادار وجود دارد.

جدول ۶. ارتباط بین نقش مشارکت اجتماعی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی
(نتایج حاصل از آزمون کای اسکوار)

شاخص آماری متغیرها	مقدار کای اسکوار (χ^2)	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (sig)	ضریب کرامر (c)
مشارکت اجتماعی توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی	۲۱/۱۵	۶	۰/۰۱۸	۰/۶۷۸

با توجه به آزمون کای اسکوار و نتایج ارائه شده در جدول (۶) مشاهده می‌شود که $P=0/018$ و $\chi^2=21/15$ است. بنابراین فرض صفر رد شد. در نتیجه بین نقش مشارکت اجتماعی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ارتباط معناداری وجود دارد. شدت ارتباط بین متغیرها نیز $c=0/678$ است که بیانگر رابطه‌ای در حد متوسط به بالا بین دو متغیر بود.

فرضیه سوم: بین نقش آموزشی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ارتباط معنادار وجود دارد.

جدول ۷. ارتباط بین نقش آموزشی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی
(نتایج حاصل از آزمون کای اسکوار)

متغیرها	شاخص آماری	مقدار کای اسکوار (χ^2)	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (sig)	ضریب کرامر (c)
آموزشی		۲۷/۱۳	۹	۰/۰۲	۰/۶۴۷
توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی					

با توجه به آزمون کای اسکوار و نتایج ارائه شده در جدول (۷) مشاهده می‌شود که $P=0/02$ و $\chi^2=27/13$ است. بنابراین فرض صفر رد شد. در نتیجه بین نقش آموزشی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ارتباط معناداری وجود دارد. شدت ارتباط بین متغیرها نیز $c=0/647$ است که بیانگر رابطه‌ای در حد متوسط به بالا بین دو متغیر بود.

فرضیه چهارم: بین نقش فرهنگ سازی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ارتباط معنادار وجود دارد.

جدول ۸. ارتباط بین نقش فرهنگ سازی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی
(نتایج حاصل از آزمون کای اسکوار)

متغیرها	شاخص آماری	مقدار کای اسکوار (χ^2)	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (sig)	ضریب کرامر (c)
فرهنگ سازی		۲۴/۰۴	۸	۰/۰۲۵	۰/۵۷۳
توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی					

با توجه به آزمون کای اسکوار و نتایج ارائه شده در جدول (۸) مشاهده می‌شود که $P=0/025$ و $\chi^2=24/04$ است. بنابراین فرض صفر رد شد. در نتیجه بین نقش فرهنگ‌سازی رسانه‌های ورزشی با توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ارتباط معناداری وجود دارد. شدت ارتباط بین متغیرها نیز $c=0/573$ است که بیانگر رابطه‌ای در حد متوسط بین دو متغیر بود.

بحث و نتیجه گیری

بیشتر تحقیقات صورت گرفته در حوزه رسانه به روش تحلیل محتوا و در بعضی موارد به صورت

بررسی و مقایسه وضعیت موجود و مطلوب است. تحقیقات انجام شده با روش تحقیق حاضر بسیار محدود و به نوعی نادر است. بنابراین نمی‌توان مقایسه دقیقی با تحقیقات گذشته انجام داد. لذا در بحث، بررسی و مقایسه نتایج سعی شده است به صورت کلی قیاس کنیم.

نتایج فرضیه‌های اول تا چهارم و به طور کلی تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات سجادی (۱۳۷۸)، نجفی‌اصل (۱۳۷۹)، غفوری (۱۳۸۲)، رجبی و احمدی (۱۳۸۳)، قاسمی (۱۳۸۶)، کردی (۱۳۸۶)، مهدویان مشهدی (۱۳۸۷)، قیامی راد (۱۳۸۷)، شعبانی (۱۳۸۷)، قیامی راد (۱۳۸۸)، گرین وود (۱۹۹۶)، مول (۱۹۹۷)، وینست و همکاران (۲۰۰۲)، هادسون و بوواج (۲۰۰۳) تا (۲۰۰۵)، توماسینی (۲۰۰۵)، منوکین (۲۰۰۴)، سامرز و مورگان (۲۰۰۸)، جیمز و بیان (۲۰۱۰) همسویی دارد.

با توجه به تحقیق حاضر و تحقیقات گذشته به نظر می‌رسد نقش‌های اطلاع رسانی، مشارکت اجتماعی، آموزشی و فرهنگ‌سازی از کارکردهای مهم رسانه‌های ورزشی محسوب می‌شوند که در توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی نیز نقش به سزایی ایفاء می‌نمایند. مسئولان و کارشناسان رسانه‌ای باید در برنامه‌های ورزشی سعی نمایند پوشش مطلوبی از رویدادها و مسابقات رشته‌های مختلف ورزشی داشته باشند و در معرفی رشته‌های مختلف ورزشی و قهرمانان آن رشته تلاش نمایند. در این راستا رسانه‌های ورزشی باید واقعیات را بیان کنند و در بیان مسائل و نقاط قوت و ضعف ورزش کشور جسارت لازم را داشته و به اصول اخلاقی پایبند باشند، در این صورت است رسانه‌ها نقش اطلاع‌رسانی خود را در قبال توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی به درستی ایفاء می‌کنند.

نقش مشارکت اجتماعی در ورزش قهرمانی بسیار مهم و گسترده است که اگر به نحو مطلوبی سازماندهی شود باعث توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی و شکوفایی آن می‌شود. در این راستا رسانه‌های ورزشی در ارائه برنامه‌های خود می‌توانند با بسترسازی مناسب و مطلوب به شناسایی استعدادها و ورزش کشور بپردازد و با ایجاد انگیزه در میان ورزشکاران، آنها را برای رویدادهای داخلی و خارجی از لحاظ روحی و روانی آماده کنند. علاوه بر این رسانه‌های ورزشی می‌توانند با دادن زمان و فضای لازم به بازیابان ورزشی و ایجاد تعامل با آنها، نقش به سزایی را در اعتلای فرهنگ ورزش قهرمانی ایفاء نمایند. اگر مسئولان رسانه‌ای دارای تخصص و تعهد کافی باشند، می‌توانند با ساخت برنامه‌هایی در جهت اشتغال زایی و کارآفرینی در ورزش قهرمانی نقش‌آفرینی کنند و پای سرمایه‌گذاران غیر دولتی را به عرصه ورزش قهرمانی باز نمایند.

نقش آموزش در توسعه فرهنگ قهرمانی به این دلیل حائز اهمیت است که کلیه افراد حاضر در بدنه ورزش را اعم از مدیران، مربیان، ورزشکاران، داوران و ... شامل می‌شود. بنابراین رسانه‌های

ورزشی در راستای توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی ناگزیرند مطالعات و تحقیقات خود را در زمینه ورزش افزایش دهند؛ تا با نگاهی آگاهانه به تولید برنامه‌های ورزشی بپردازند. همچنین در جهت ارتقاء و بهبود عملکرد فنی مربیان، داوران، ورزشکاران و مهم‌تر از آن مدیران تلاش کنند و قطعاً زمانی نقش آموزشی آنها کامل می‌شود که از دیدگاه صاحب‌نظران ورزشی در این برنامه‌های ورزشی استفاده نمایند. به طور کلی وظیفه اصلی رسانه‌های ورزشی انتقال پیام‌های ورزشی است. در این راستا باید فرهنگ ورزش قهرمانی را به جامعه انتقال دهند که در صورت درست عمل نمودن می‌توانند نقش فرهنگ سازی خود را انجام دهند. رسانه‌های ورزشی می‌توانند در چارچوب نظام ورزش کشور و همچنین اصول اخلاقی رسانه‌ها به ترویج فرهنگ ورزش قهرمانی بپردازند. آنها باید در ایجاد و توسعه اخلاق در ورزش و همچنین تبیین اصل بازی جوانمردانه نقش آفرینی کنند و با توجه به مصالح ملی و فرهنگی کشور نسبت به توسعه ورزش قهرمانی اقدام نمایند.

پیشنهاد می‌شود رسانه‌های ورزشی بدون در نظر گرفتن ترجیحات، به نیازهای واقعی مردم و برنامه‌سازی در ژانرهای مختلف و ارائه طیف کاملی از برنامه‌ها در رشته‌های ورزشی گوناگون بپردازند. روح نقادی و انتقاد سازنده از دستگاه‌های اجرایی ورزش کشور را ترویج و تقویت نمایند. همچنین در برنامه‌های ورزشی خود چارچوب معینی را برای پرهیز از تخطی و تجاوز به حریم خصوصی افراد تعیین کنند.

در این راستا رسانه‌های ورزشی می‌توانند اساسنامه‌ای شامل ارزش‌ها، هنجارهای اخلاقی و ارزش‌های مرسوم جامعه در برنامه‌های این رسانه‌ها تهیه نمایند. در نهایت ضرورت تعامل و ارتباط هر چه بیشتر مدیران سازمان تربیت بدنی و فدراسیون‌های ورزشی با رسانه‌های ورزشی از طریق تشکیل کمیته رسانه در سازمان و فدراسیون‌های مربوطه، برگزاری نشست‌های دوره‌ای در جهت گزارش فعالیت‌ها و اقدامات انجام شده و تبادل نظر با کارشناسان رسانه‌ای در خصوص راهکارهای توسعه ورزش قهرمانی می‌تواند کارگشا باشد و به توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی کمک شایانی نماید.

منابع:

۱. کردی، محمدرضا. (۱۳۸۶). بررسی نقش مطبوعات و رسانه‌های گروهی در ورزش ایران. طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
۲. راندال، دیوید. (۱۳۸۶). روزنامه نگاری حرفه‌ای. مترجم: علی اکبر قاضی‌زاده، انتشارات

- روزنامه ایران، تهران.
۳. قاسمی، حمید و همکاران. (۱۳۸۹). فعالیت‌های رسانه‌ای در ورزش. انتشارات بامداد کتاب، تهران.
 ۴. سجادی، نصرالله. (۱۳۷۸). تحلیلی بر نقش رسانه‌های جمعی در بازی‌های المپیک طی قرن بیستم. نشریه حرکت، شماره ۳.
 ۵. نجفی‌اصل، مرضیه. (۱۳۷۹). نظرخواهی از مردم تهران درباره اخبار و برنامه‌های ورزشی شبکه خبر. مرکز تحقیقات صدا و سیما.
 ۶. غفوری، فرزاد. (۱۳۸۲). مطالعه و بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی به نقش رسانه‌های جمعی در گرایش مردم به ورزش قهرمانی و همگانی. نشریه حرکت، شماره ۱۶.
 ۷. رجبی، رضا و احمدی، عبدالحمید. (۱۳۸۴). ورزش زنان در آیین رسانه‌ها، بررسی جایگاه ورزش زنان در رسانه‌های گروهی ایران و جهان و راهکارهای توسعه. خلاصه مقالات پنجمین همایش بین‌المللی علمی - ورزشی به سوی آینده.
 ۸. قاسمی، حمید. (۱۳۸۶). بررسی نقش رسانه‌های گروهی در توسعه ورزش کشور. رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
 ۹. مهدویان مشهدی، مریم. (۱۳۸۷). بررسی نقش رسانه‌های گروهی در ورزش بانوان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه گیلان.
 ۱۰. قیامی راد، امیر. (۱۳۸۷). بررسی همسویی عملکرد رسانه‌های گروهی کشور با اهداف تربیت بدنی، مقاله همایش ملی مدیریت ورزشی با تاکید بر سند چشم انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران، آکادمی ملی المپیک، اسفندماه.
 ۱۱. شعبانی، عباس. (۱۳۸۷). بررسی چالش‌های موجود در دومیدانی ایران، مقاله اولین همایش ملی مدیریت ورزشی، دانشگاه شمال آبان‌ماه.
 ۱۲. قیامی راد، امیر. (۱۳۸۸). بررسی راهکارهای بازاریابی برای ترویج و توسعه رشته‌های ورزشی در ایران، حرکت، دانشگاه تهران، شماره ۳۹، صص ۱۹۲ تا ۱۷۵.
 ۱۳. خسروی زاده، اسفندیار. (۱۳۸۸). شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران و تنگناهای و چالش‌های فرا روی آن. مدیریت ورزشی

حرکت، شماره ۱، صص ۳۵-۱۹.

۱۴. مرادی، مهدی و همکاران. (۱۳۸۸). بررسی نقش رسانه‌های گروهی ورزشی کشور در توسعه رشته‌های ورزشی مقاله نخستین همایش ملی تربیت بدنی و علوم ورزشی، شیراز، دی‌ماه.

15. Jakson, j & Michael, H. (1991). Physical education and sport, Sage publication 367.

16. Greenwood, R & Hinnigs, R. (1996). "Understanding radical organizational change. Bringing together the old and new institutionalism", *Academy of management review*. Vol 21, No 4, PP:10- 22.

17. Mull, Richard. (1997). "Recreational sport management", *Human kinetics* , P:202.

18. Vincent, J & Imwold, C & Maseman, V & Johnson, J, T. (2002). A comparison of selected 'serious' and 'popular' British, Canadian, and United States newspaper coverage of female and male athletes competing in the centennial Olympic Games : Did female athletes receive equitable coverage in the 'Games of the Women'? *International, Review for the Sociology of Sport*, 37, PP:319-335.

19. Hudson & Boewadtj. (2003). "Sport and adventure tourism, Binghamton, NY": the nowrth press, New York. PP:103-150.

20. Tomasini, N. (2004). NCAA corporate sponsor objectives : Are there differences between divisions. *Sport Marketing Quarterly* ,13 ,PP: 253-264.

21. Monokin, S. (2004). HOW.j.Locan you Go? News week, 143(1), P:28.

22. Women's Sports Foundation UK. (2006). Research Report Women in the 2006 Olympic and Perelympic Winter Games an Analysis of Participation, Leadership and Media Coverage.

23. Percy, R. (2004). Strategic planning for sport revisited sport England. www.sportengland.org

24. Us Olympic committee. (2007). Us Olympic committee programs. www.usolympicetam.com

25. Malaysia national Olympic committee. (2007). www.olympic.org.my

26. Japan Olympic committee. (2006). joc gold plan. www.joc.or.jp

27. Finish Olympic committee. (2007). Elite sport. www.noc.fi

28. Summers, J & Morgan, J. (2008). More then just the media : considering the role of public relations in the creation of sporting celebrity and the management of fan expectation. *Public Review* 34, PP:176-182.

29. Ballaard, M & Gray, M & Reilly, J & Noggle, M. (2009). Correlates of video game screen time among mles: Body, physical activity, and other media use.

Eating Behaviors 10, pp 161-167.

30. Drayer, J & Shapiro, S & Morse, A & White, J. (2009). The effects of fantasy football participation on NFL consumption: A qualitative analysis. *Sport management review*.
31. James, J & Pyun, Y. (2010). Attitude toward advertising through sport : A theoretical framework. *Sport management review* ELSEVIER.
۳۲. کلایتون استولد، جی و همکاران. (۱۳۸۸). روابط عمومی ورزشی، مترجم؛ حمید قاسمی و همکاران، انتشارات علم و حرکت، تهران
33. Etang, J. (2006). "Public relations and sport in sport in promotional culture". *Public Relations Review*. Vol 32. PP:386-394.
34. Strelize, B. (2005). "Relationships in sport sponsorship : a marketing perspective", unpublished doctoral degree dissertation, Faculty of management, university of Johannesburg.
۳۵. دادگران، محمد. (۱۳۸۷). مبانی ارتباطات جمعی. انتشارات فیروزه، تهران.
۳۶. کازنو، ژان. (۱۳۸۷). جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، مترجم؛ باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، انتشارات اطلاعات، تهران.
۳۷. کردی، محمدرضا. (۱۳۸۵). مطالعه و ارزشیابی کمی و کیفی منابع انسانی شاغل در بخش ورزشی رسانه‌های گروهی کشور. طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
۳۸. مرادی، مهدی و همکاران. (۱۳۸۸). ارزیابی مطبوعات ورزشی کشور از دیدگاه مدیران و متخصصان ورزشی. مقاله هفتمین همایش بین‌المللی پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، اسفندماه ۸۸، کرج.

ارتباط ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان

صدیقه حیدری نژاد^۱، محسن غفرانی^۲، جمشید جلیوند^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۰/۰۳/۰۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۱۱/۱۷

چکیده

هدف این تحقیق بررسی رابطه بین ابعاد ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان در سال ۱۳۸۹ است. این تحقیق از نوع توصیفی همبستگی و به روش میدانی انجام شده است. جامعه آماری، کارکنان و رؤسای هیئت‌های ورزشی اداره کل تربیت بدنی سیستان و بلوچستان بودند ($N=116$). نمونه‌گیری به روش سرشماری بود و کل جامعه به عنوان نمونه در نظر گرفته شد. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه ویژگی‌های فردی و پرسشنامه تعدیل‌شده ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی بود که بر اساس پرسشنامه استاندارد رحیمی فیل‌آبادی شامل ۲۸ سؤال طراحی شد. روایی پرسشنامه توسط استادان تربیت بدنی اهواز و زاهدان بررسی و تأیید شد. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ $0/86$ محاسبه شد. برای اطمینان از توزیع نرمال داده‌ها آزمون کولموگروف - اسمیرنوف و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها آمار توصیفی و آمار استنباطی شامل ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه در سطح معنی‌داری ($P \leq 0/05$) به کار گرفته شد. نتایج تحقیق نشان داد رسمیت ($r = -0/441$ ، $p = 0/001$)، پیچیدگی ($r = -0/263$ ، $p = 0/006$) و تمرکز ($r = -0/275$ ، $p = 0/004$) با کارآفرینی سازمانی رابطه منفی معنی‌دار دارند. نتایج رگرسیون چندگانه در مرحله ورود بین ابعاد ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار نشان داد و در مرحله گام به گام بعد رسمیت ($r^2 = 0/441$ ، $p = 0/001$) به عنوان بهترین پیش‌بینی کننده کارآفرینی سازمانی شناخته شد. با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش کارآفرینی سازمانی از رسمی کردن و قوانین و مقررات افراطی کاسته شود تا کارکنان آزادی عمل بیشتری در سازمان داشته باشند.

کلیدواژه‌های فارسی: پیچیدگی، رسمیت، تمرکز، کارآفرینی سازمانی.

۱. دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول)

۲. استادیار گروه تربیت بدنی دانشگاه سیستان و بلوچستان

۳. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

مقدمه

بیش از یک دهه از طرح جدی موضوع کارآفرینی در محافل علمی و اجرایی کشور می‌گذرد و در سند چشم‌انداز توسعه اقتصادی - اجتماعی نیز توجه ویژه‌ای به این مقوله مهم شده است، اما با وجود تلاش‌های ارزشمند اندیشمندان و محققان داخلی برای گسترش مبانی نظری کارآفرینی در متون فارسی، به نظر می‌رسد هنوز مفاهیم اولیه و مبنایی در این حوزه به خوبی واکاوی و تبیین نشده است. کارآفرینی فرآیندی است که به کمک آن فرصت‌ها برای خلق محصولات و خدمات آتی کشف، ارزیابی و بهره‌برداری می‌شوند (۱). همچنین، ابزاری است که کارآیی اقتصادی را افزایش می‌دهد (۲). اهمیت و قابلیت کارآفرینی سازمانی^۱ از این لحاظ کاملاً محسوس شده است که در آن کارکنان به خدمات و محصولات ارائه شده توسط سازمان ارزش نوینی می‌بخشند (۳). کارآفرینی سازمانی یعنی نوع و شیوه‌ای از فعالیت کارکنان سازمان که به نوآوری در محصول و خدمات منجر می‌شود یا شیوه‌ای که افراد فکر می‌کنند قادرند کارها را به طریقی متفاوت و بهتر انجام دهند (۴). توجه به این نکته ضروری است که تنها با داشتن تعدادی افراد خلاق و کارآفرین نمی‌توان در رقابت میان سازمان‌ها پیروز شد، بلکه باید موقعیتی فراهم کرد تا در همه کارکنان روحیه کارآفرینی ایجاد شود و آن‌ها بتوانند فعالیت‌های کارآفرینانه فردی یا گروهی خود را به راحتی به اجرا درآورند (۵). دراکر^۲ ساختار سازمانی^۳ را مناسب‌ترین فضا برای ایجاد فضای کارآفرینی می‌داند. به اعتقاد محققان غیررسمی بودن، نداشتن پیچیدگی و عدم تمرکز از ویژگی‌های ساختاری سازمان‌های کارآفرین است و ساختار سازمانی کارآفرینانه، ساختاری است که به صورت ارگانیک در سراسر سازمان ایجاد شده باشد (۴). سازمانی ساختار منعطف دارد که سلسله مراتب سنتی سازمانی را به کمترین میزان ممکن رسانده، لایه‌های مدیریتی را کاهش داده، دلبستگی و وفاداری کمتری به شیوه‌های اداری بوروکراتیک داشته باشد (۶). در این ساختار بر ارتباطات و ساختارهای تیمی، پاداش، رقابت‌جویی، مخاطره‌پذیری، پشتیبانی صمیمانه و ارتباطات باز تأکید می‌شود (۷).

مارتینز و همکاران^۴ (۲۰۱۰) معتقدند کارآفرینی سازمانی مستلزم معرفی محصولات، فرآیندها و طراحی ساختار سازمانی متناسب و ایجاد کسب و کارهای جدید است (۸). نتایج تحقیق ارتگا و همکاران^۵ (۲۰۱۰) نشان داد پیچیدگی سازمانی و تمرکز به ترتیب رابطه منفی و مثبت با عملکرد دانش

1 . Corporate Entrepreneurship

2 . Drucker

3 . Organizational Structure

4 . Marti'nez

5 . Ortega et al

و به تبع آن کارآفرینی دارند، در حالی که بین رسمیت و عملکرد دانش رابطه‌ای وجود ندارد (۹). کلودین و همکاران^۱ (۲۰۰۸) و سدلر^۲ (۲۰۰۰) ساختار سازمانی ارگانیک با ویژگی رسمیت کم و تمرکز کم را برای کارآفرینی سازمانی مناسب‌تر معرفی کرده‌اند (۳، ۴). دونالدسون^۳ (۲۰۰۵) تأکید می‌کند رسمیت و تمرکز در ساختار ارگانیک در سطح پایینی قرار دارد؛ به همین دلیل این ساختار به مقدار زیادی موجب نوآوری کارکنان می‌شود (۱۰). کاروانا و همکاران^۴ (۲۰۰۳) در تحقیقی رابطه منفی معنی‌دار بین تمرکز و کارآفرینی گزارش کردند، در حالی که بین رسمیت و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ای مشاهده نکردند (۱۱). میلر^۵ (۱۹۸۷) نوع استراتژی و ساختار سازمانی را عاملی مهم در کارآفرینی می‌داند (۱۲). کوزه‌چیان و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیق خود دریافتند ساختار سازمانی سازمان تربیت بدنی بوروکراتیک است و چنین ساختاری برای کارآفرینی سازمانی مناسب نیست (۱۳). نتایج تحقیق علیمردانی و همکاران (۱۳۸۸) نشان داد بین ابعاد ساختار و کارآفرینی سازمانی رابطه منفی معنی‌دار وجود دارد؛ یعنی هرچه رسمیت، پیچیدگی و تمرکز سازمانی بیشتر باشد، کارآفرینی سازمانی کمتر می‌شود (۱۴). تحقیق دلفانی (۱۳۸۹) در اداره کل تربیت بدنی خوزستان نشان داد مؤلفه‌های رسمیت و تمرکز با نوآوری و کارآفرینی رابطه منفی معنی‌دار دارند، ولی بین مؤلفه پیچیدگی و نوآوری رابطه معنی‌داری وجود ندارد (۱۵). خلیفه سلطانی و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیق خود در سازمان تربیت بدنی بین ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی مدیران ستادی رابطه منفی معنی‌دار به‌دست آوردند (۱۶). خنیفر و وکیلی (۱۳۸۷) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که بین ساختار سازمانی و کارآفرینی اقتصادی در شرکت‌های کوچک و متوسط رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد (۱۷). جعفری (۱۳۸۷) در تحقیق خود دریافت رسمیت و تمرکز با کارآفرینی سازمانی رابطه منفی معنی‌دار دارند، ولی بین پیچیدگی و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ای مشاهده نشد (۱۸). آزما و آقایی (۱۳۸۸) در تحقیق خود در سازمان جهاد کشاورزی استان خراسان شمالی به این نتیجه رسیدند که پیچیدگی، تمرکز و رسمیت با کارآفرینی سازمانی ارتباط منفی معنی‌دار دارند (۱۹). نتایج تحقیق امیدی (۱۳۸۵) بین ساختار سازمانی و خلاقیت مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی رابطه‌ای معنی‌دار نشان داد (۲۰). رضازاده (۱۳۸۲) در پژوهشی به این نتیجه رسید که بین ابعاد ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه منفی معنی‌دار وجود دارد (۲۱).

-
1. Kearney et al
 2. Sadler, R. J
 3. Donaldson
 4. Caruana et al
 5. Miller

اگرچه سازمان‌های دولتی نظیر اداره‌های کل تربیت بدنی در مراکز استان‌ها برای کارآفرین شدن با مشکلاتی روبرو هستند، این سازمان‌ها پتانسیل و توانی ویژه‌ای برای کارآفرینی دارند که در صورت فراهم نمودن شرایط لازم از جمله تغییرات اساسی در ساختار این سازمان‌ها می‌توان به نتایج بهینه در این زمینه دست یافت. راتن^۱ (۲۰۱۰) معتقد است ورزش فرآیندی کارآفرینی است و رویکرد کارآفرینی در ورزش می‌تواند سازوکاری برای حل بحران‌های اقتصادی فراهم آورد (۲۲). امروزه، کارآفرینان ورزشی منبعی برای تسریع رشد کسب و کار و موفقیت محسوب می‌شوند و در سراسر جهان نقشی با اهمیت در ایجاد ارزش و فرصت‌های شغلی در کشورهای توسعه یافته و رو به توسعه دارند (۲۳). به هر حال ورزش از عوامل بسیار مهم و اساسی در تأمین سلامت و نشاط جامعه و افزایش بهره‌وری ملی است و توجه به فعالیت‌های ورزشی در جوامع پیشرفته نقش به‌سزایی در رونق اقتصادی دارد. در کشور ما نیز ورزش روندی رو به توسعه دارد و این تحول فزاینده زمینه‌های مناسبی برای فعالیت‌های کارآفرینانه در کنار ورزش ایجاد می‌کند (۴). با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش می‌توان فرصت‌های جدیدی به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی و اجتماعی بهره گیرند (۲۴). سازمان‌های ورزشی مانند اداره کل تربیت بدنی و هیئت‌های ورزشی در هر استان به‌عنوان سازمان‌های دولتی و خدماتی در زمینه گسترش ورزش همگانی و قهرمانی فعالیت دارند. پیچیدگی این سازمان‌ها در سال‌های اخیر به سرعت افزایش یافته و با وجود قوانین و رویه‌های سازمانی که به‌طور مکرر در حال تغییرند، رسمیت درون‌سازمانی نیز افزایش می‌یابد، در حالی که حضور نسل جوان و تحصیل کرده در سازمان‌های ورزشی استفاده از ساختار سازمانی مناسب را می‌طلبد. اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان نیز از این قاعده مستثنی نیست و به‌عنوان متولی ورزش در این استان کم‌برخوردار، در زمینه گسترش و تقویت ورزش در میان مردم و ورزشکاران استان انجام وظیفه می‌کند. تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه بین ابعاد ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان در سال ۱۳۸۹، به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که آیا بین ابعاد ساختار سازمانی اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد؟ با توجه به اهمیت موضوع، وجود مشکلات و پیچیدگی‌های سازمانی و همچنین بوروکراسی و تمرکز زیاد در ساختار سازمان‌های ورزشی از یک طرف و کمبود تحقیقات در این زمینه، به‌ویژه در استان مذکور، ضرورت انجام چنین تحقیقی احساس می‌شود. محقق امیدوار است نتایج این تحقیق بتواند به مدیران و تصمیم‌گیرندگان سازمان تربیت بدنی به‌طور عام و اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان به‌طور خاص کمک کند تا از

طریق بهبود ساختار سازمانی و بستر سازی و حمایت از کارآفرینان سازمانی به گسترش، تعمیم و تقویت ورزش همگانی و قهرمانی در این استان کم برخوردار کمک کند.

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع توصیفی همبستگی است و به روش میدانی انجام شده است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان و رؤسای هیئت‌های ورزشی اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان بودند ($N=116$). نمونه‌گیری به روش سرشماری بود و کل جامعه به‌عنوان نمونه در نظر گرفته شد. در نهایت، ۱۰۷ پرسشنامه تکمیل‌شده (حدود ۹۲٪) تجزیه و تحلیل شدند. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه مشخصات فردی شامل جنسیت، سن، وضعیت تأهل، سابقه کار، مدرک تحصیلی و رشته تحصیلی بود (جدول ۱). همچنین از پرسشنامه تعدیل‌شده برای بررسی ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی استفاده شد که بر اساس پرسشنامه استاندارد رحیمی فیل‌آبادی شامل ۲۸ سؤال در مقیاس پنج ارزشی لیکرت طراحی شده بود. این پرسشنامه رسمیت (۶ سؤال)، پیچیدگی (۵ سؤال)، تمرکز (۵ سؤال) و کارآفرینی سازمانی (۱۲ سؤال) را پوشش می‌داد (۲۵). روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط ۱۲ نفر از استادان دانشکده‌های تربیت بدنی اهواز و زاهدان بررسی و تأیید شد. پایایی درونی از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۶ محاسبه شد. برای اطمینان از توزیع نرمال داده‌ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و ضریب رگرسیون چندمتغیره) استفاده شد. سطح معنی‌داری آزمون فرضیه‌ها ($P \leq 0/05$) تعیین شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه می‌شود. در جدول ۱ برخی ویژگی‌های فردی آزمودنی‌ها بیان شده است.

جدول ۱. توصیف برخی ویژگی‌های فردی آزمودنی‌ها

ویژگی‌ها	فراوانی
جنسیت	زن: ۳۳/۶٪، مرد: ۶۶/۴٪
سن	بیشترین: ۴۹/۵٪ رده سنی ۲۰-۳۰ کمترین: ۵/۶٪ رده سنی ۴۱-۵۱ و بیش از ۵۱ سال
وضعیت تأهل	متاهل: ۷۴٪، مجرد: ۲۶٪
سابقه کار	بیشترین: ۳۱٪ ۵-۱۰ سال کمترین: ۷٪ ۶-۱۰ سال
مدرک تحصیلی	بیشترین: ۶۴/۵٪ لیسانس کمترین: ۵/۶٪ فوق لیسانس و بالاتر
رشته تحصیلی	تربیت بدنی: ۴۵٪ غیر تربیت بدنی: ۵۵٪

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، بیشتر آزمودنی‌ها مرد و دارای مدرک کارشناسی بودند. از نظر سنی حدود نیمی از آزمودنی‌ها در رده سنی ۲۰ تا ۳۰ سال قرار داشتند و سابقه کار بیشتر آن‌ها ۵ تا ۱۰ سال بود؛ به عبارت دیگر اغلب کارکنان این اداره جوان بودند و سابقه کار زیادی نداشتند و تنها حدود ۴۵٪ آن‌ها در رشته تربیت بدنی تحصیل کرده بودند. برای اطمینان از نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد.

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای نرمال بودن داده‌ها

متغیر	رسمیت	پیچیدگی	تمرکز	کارآفرینی
مقدار آماره	۱/۲۳۶	۱/۳۵۶	۱/۲۴۵	۱/۲۵۶
سطح معنی‌داری	۰/۰۹۴	۰/۰۵۱	۰/۰۹۰	۰/۰۸۵

همان‌گونه که جدول ۲ نشان می‌دهد، با توجه به سطح معنی‌داری کلیه متغیرهای تحقیق، توزیع داده‌ها نرمال است؛ بنابراین برای بررسی رابطه بین ابعاد ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد.

جدول ۳. نتایج ضریب همبستگی پیرسون برای ارتباط ابعاد ساختار سازمانی و کارآفرینی

شاخص آماری	مقدار آماره (r)	سطح معنی‌داری (p)	حجم نمونه (n)
رسمیت	-۰/۴۴۱	۰/۰۰۱	۱۰۷
پیچیدگی	-۰/۲۶۳	۰/۰۰۶	۱۰۷
تمرکز	-۰/۲۷۵	۰/۰۰۴	۱۰۷

همان‌گونه که جدول ۳ نشان می‌دهد ابعاد ساختار سازمانی یعنی رسمیت، پیچیدگی و تمرکز با کارآفرینی سازمانی رابطه منفی معنی‌دار دارند؛ به عبارت دیگر با افزایش ابعاد ساختار سازمانی، کارآفرینی سازمانی کاهش می‌یابد. به‌منظور بررسی رابطه چندگانه بین ابعاد ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد.

جدول ۴. نتایج آزمون رگرسیون چندگانه مربوط به مؤلفه‌های ساختار سازمانی و کارآفرینی

شاخص آماری	همبستگی چندگانه MR	ضریب تعیین RS	نسبت F احتمال P	متغیرها و ضرایب رگرسیون	مقدار ثابت a
متغیرهای پیش‌بین				۱	
رسمیت	۰/۴۴۱	۰/۱۹۴	F= ۲۵/۲۸۴ P= ۰/۰۰۱*	B=-۴۶۰ β=-۰/۴۴۱ t=-۵/۰۲۸ P= ۰/۰۰۱*	۴/۱۹

* سطح معنی‌داری ($P \leq 0.05$)

همان گونه که جدول ۴ نشان می دهد طبق نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه و با استفاده از روش گام به گام، از میان ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، پیچیدگی و تمرکز) به عنوان متغیرهای پیش بین کارآفرینی سازمانی، تنها بعد رسمیت بهترین پیش بینی کننده برای کارآفرینی سازمانی است و دو بعد دیگر ساختار سازمانی نقشی معنی داری در این پیش بینی ایفا نمی کنند. ضریب همبستگی چندگانه برای ترکیب خطی متغیر پیش بین برابر با $MR = 0/441$ و ضریب تعیین $RS = 0/194$ است که در سطح $(P \leq 0/05)$ معنی دار است؛ به عبارت دیگر رسمیت به تنهایی حدود ۱۹/۴ درصد از تغییرات کارآفرینی سازمانی را تبیین می کند. مقدار بتا نیز نشان می دهد با هر واحد تغییر در بعد رسمیت به میزان $-0/441$ در کارآفرینی سازمانی تغییر ایجاد می شود.

بحث و نتیجه گیری

یکی از شاخه های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در سازمان است که بدون شک سهمی چشم گیر در توفیق و تعالی سازمان دارد. سازمان های کارآفرین توانایی بهره گیری بهتر از فرصت های موجود و انطباق پذیری بیشتر با محیط پیرامونشان را دارند (۲۶). گرایش به کارآفرینی سودآور است و تنوع درآمد را افزایش می دهد (۲۷). ورزش فرآیندی کارآفرینی است که به طور قابل توجهی در دهه گذشته پیشرفت کرده است. رویکرد کارآفرینی در ورزش می تواند سازوکارهایی برای مقابله با بحران های اقتصادی فراهم آورد. یکی از مهم ترین عوامل تسهیل و تقویت توان کارآفرینی در سازمان ها ساختار مناسب و تشکیلات متناسب با اهداف مورد نظر است (۲۸). ویژگی مهم ساختار سازمانی در سازمان های کارآفرین غیررسمی بودن، نداشتن پیچیدگی و عدم تمرکز است (۲۹).

یافته های تحقیق نشان داد بین رسمیت و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان رابطه منفی معنی دار وجود دارد؛ به عبارت دیگر هنگامی که بعد رسمیت در سازمان افزایش پیدا کند، کارآفرینی سازمانی کاهش می یابد. این یافته با یافته های دلفانی (۱۳۸۹)، علیمردانی و همکاران (۱۳۸۸)، آزما و آقایی (۱۳۸۸)، سلطانی و همکاران (۱۳۸۷)، جعفری (۱۳۸۷)، امیددی (۱۳۸۵)، رضازاده (۱۳۸۲)، کلودین و همکاران (۲۰۰۸) و سدر (۲۰۰۰) همخوان است. جعفری (۱۳۸۷) در تحقیق خود روی کارکنان اداره کل تربیت بدنی آذربایجان غربی بین ساختار و کارآفرینی سازمانی ارتباط منفی معنی دار گزارش کرده است. امیددی (۱۳۸۵) بین رسمیت و خلاقیت در مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی رابطه منفی معنی دار گزارش کرد. علیمردانی و همکاران (۱۳۸۸) بین ساختار و کارآفرینی سازمانی در

دانشگاه شهید بهشتی ارتباط منفی معنی‌دار گزارش کرده است. آزما و آقایی (۱۳۸۸) نیز در تحقیق خود روی سازمان جهاد کشاورزی استان خراسان شمالی بین رسمیت و کارآفرینی سازمانی ارتباط منفی معنی‌دار مشاهده کردند. دلفانی (۱۳۸۹) نیز کاهش رسمیت را از عوامل تأثیرگذار بر افزایش خلاقیت کارکنان می‌داند که به کارآفرینی سازمانی منجر می‌شود. کلودین و همکاران (۲۰۰۸) ساختار سازمانی ارگانیک با ویژگی رسمیت کم را در بخش‌های دولتی برای کارآفرینی سازمانی مناسب‌تر معرفی کرده‌اند. این یافته با نتایج ارتگا و همکاران (۲۰۱۰) ناهمخوان است. این ناهمخوانی احتمالاً به دلیل تفاوت در نوع سازمان‌های مورد بررسی است؛ زیرا تحقیق ارتگا در مورد بررسی تأثیر ابعاد ساختار سازمانی بر تولید دانش در سازمان بازرگانی بوده است، ولی پژوهش حاضر در سازمان خدماتی ورزشی انجام شده است. همچنین میزان رسمیت و قوانین و مقررات اداری در سازمان مذکور در حد متوسط بوده است که با نتیجه تحقیق کاروانا و همکاران (۲۰۰۳) نیز ناهمخوان است. البته کاروانا و همکاران ارتباطی بین رسمیت و کارآفرینی یافت نکردند و دلیل این ناهمخوانی نیز تفاوت در سازمان‌های مورد بررسی است؛ زیرا تحقیق کاروانا و همکاران روی سازمان‌های واردات و صادرات بوده است. مقصود از رسمی بودن، درجه یا میزان استاندارد بودن کارهای سازمان است. میزان رسمی بودن در سازمان‌ها فرق می‌کند؛ زیرا بعضی از کارها به گونه‌ای هستند که فرد آزادی عمل زیادی دارد. کم بودن رسمیت در سازمان‌ها عاملی بسیار مؤثر در کارآفرینی سازمانی است؛ زیرا با افزایش قوانین و مقررات، ساختار سازمان گرایش بیشتری به ساختارهای مکانیکی پیدا می‌کند. در چنین سازمان‌هایی انعطاف‌پذیری کمتری وجود دارد و کارکنان آزادی عمل کمتری دارند که مانع از بروز نوآوری و ابتکار عمل آن‌ها و کارآفرینی سازمانی می‌شود.

یافته‌های تحقیق نشان داد بین پیچیدگی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان رابطه منفی معنی‌دار وجود دارد؛ به عبارت دیگر هرچه پیچیدگی در سازمان افزایش پیدا کند، کارآفرینی سازمانی کاهش می‌یابد. پیچیدگی به میزان تفکیک (عمودی، افقی و جغرافیایی) اشاره می‌کند که در سازمان وجود دارد. این یافته با نتایج تحقیق علیمردانی و همکاران (۱۳۸۸)، آزما و آقایی (۱۳۸۸)، خلیفه سلطانی و همکاران (۱۳۸۷)، رضازاده (۱۳۸۲)، ارتگا و همکاران (۲۰۱۰)، سدler (۲۰۰۰) و میلر (۱۹۸۷) همخوانی دارد. تحقیقات مذکور بین پیچیدگی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار گزارش کرده‌اند. در تحقیق خلیفه سلطانی و همکاران (۱۳۸۸) میزان پیچیدگی سازمان تربیت بدنی و در تحقیق جعفری (۱۳۸۷) میانگین پیچیدگی اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی در سطح بالایی قرار داشت. در تحقیق حاضر نیز میانگین بعد پیچیدگی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و

بلوچستان زیاد بود که می‌تواند یکی از دلایل عدم مشاهده کارآفرینی سازمانی در این اداره باشد. با توجه به مبانی نظری در مورد پیچیدگی عمودی (تعداد سطوح سازمانی)، سازمان‌های کارآفرین با داشتن کمترین لایه‌های مدیریتی، دارای ساختار سازمانی تخت هستند. از نظر پیچیدگی افقی و جغرافیایی نیز به دلیل توصیه برای کوچک بودن سازمان‌ها به ایجاد دوایر زیاد و انجام امور در مناطق جغرافیایی مختلف علاقه‌ای ندارند؛ بنابراین در نتیجه‌گیری کلی و با توجه به یافته‌های فوق می‌توان بیان کرد هرچه پیچیدگی در سازمان کمتر باشد، کارآفرینی سازمانی بیشتر می‌شود.

یافته‌های تحقیق نشان داد بین تمرکز و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان رابطه منفی معنی‌دار وجود دارد؛ به عبارت دیگر هر چه تمرکز افزایش پیدا کند، کارآفرینی سازمانی کاهش می‌یابد. این یافته با یافته‌های دلفانی (۱۳۸۹)، علیمردانی و همکاران (۱۳۸۸)، آزما و آقایی (۱۳۸۸)، خلیفه سلطانی و همکاران (۱۳۸۷)، جعفری (۱۳۸۷)، امیدی (۱۳۸۵)، رضازاده (۱۳۸۲)، کلودین و همکاران (۲۰۰۸)، دونالدسون (۲۰۰۵)، کار و آنا و همکاران (۲۰۰۳) و سدler (۲۰۰۰) همخوان است. تحقیقات مذکور بین تمرکز و کارآفرینی سازمانی ارتباط منفی معنی‌دار گزارش کرده‌اند و تأکید دارند که عدم تمرکز موجب بهبود عملکرد سازمان و عاملی مؤثر برای کارآفرینی است. با توجه به مبانی نظری در نتیجه‌گیری کلی می‌توان بیان کرد منظور از تمرکز میزان یا درجه‌ای است که تصمیم‌گیری در نقطه‌ای خاص از سازمان متمرکز است. در سازمان‌های متمرکز مدیران ارشد در رأس سازمان حق تصمیم‌گیری دارند، در حالی که در سازمان‌های غیرمتمرکز تصمیمات مشارکتی و در سطوح پایین‌تر گرفته می‌شوند. هنگامی که بیشتر تصمیمات بر اساس سلسله مراتب اختیارات سازمانی گرفته می‌شود، یک واحد از سازمان به صورت کانون یا مرکز در می‌آید؛ یعنی ساختار سازمان گرایش بیشتری به ساختارهای مکانیکی دارد و چنین ساختاری مانعی برای کارآفرینی سازمانی کارکنان می‌شود.

یافته‌های تحقیق نشان داد بین ابعاد ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان رابطه چندگانه وجود دارد، ولی تنها بعد رسمیت بهترین پیش‌بینی کننده برای کارآفرینی سازمانی است و دو بعد دیگر ساختار سازمانی نقشی معنی‌دار در پیش‌بینی ایفا نمی‌کنند. البته در مورد ارتباط ساختار سازمانی با کارآفرینی تحقیقات متعدد نشان داده‌اند که ساختار سازمانی ارگانیک، در مقایسه با ساختار سازمانی مکانیکی برای کارآفرینی سازمانی مؤثرتر است. در تحقیق حاضر بین تمامی ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، پیچیدگی و تمرکز) و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌دار و منفی به دست آمد که نشان می‌دهد

اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان ساختار مناسبی برای کارآفرینی سازمانی ندارد. نتایج تحقیق در مورد ارتباط ابعاد ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی با یافته‌های کوزه‌چیان و همکاران (۱۳۸۹)، علیمردانی و همکاران (۱۳۸۸)، خلیفه سلطانی و همکاران (۱۳۸۷)، خنیفر و همکاران (۱۳۸۷)، رضازاده (۱۳۸۲)، سدler (۲۰۰۰)، مارتینز و همکاران (۲۰۱۰)، کلودین و همکاران (۲۰۰۸) و دونالدسون (۲۰۰۵) همخوانی دارد؛ به‌عنوان مثال کوزه‌چیان و همکاران در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که ساختار سازمانی سازمان تربیت بدنی بوروکراتیک است و چنین ساختاری برای کارآفرینی سازمانی مناسب نیست. علیمردانی و همکاران در تحقیق خود بین رسمیت، پیچیدگی و تمرکز و کارآفرینی سازمانی رابطه منفی مشاهده نمودند. همچنین، خلیفه سلطانی و همکاران در تحقیق خود بین ساختار و کارآفرینی سازمانی رابطه منفی معنی‌دار به‌دست آوردند.

در جمع‌بندی نهایی بر اساس مبانی نظری و ادبیات تحقیق می‌توان نتیجه گرفت ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار دارد که در تحقیق حاضر این ارتباط منفی بود. ساختار سازمانی اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان مانند بعضی دیگر از سازمان‌های کشور گرایش بیشتری به سمت ساختار مکانیکی دارند. چنین ساختارهایی دقیقاً مطابق مقررات اداره می‌شوند، کاملاً باثبات‌اند و در برابر تغییر مقاومت می‌کنند. مشاغل و خطوط مناسب و اقتدار در سازمان‌های دارای ساختار مکانیکی دقیقاً تعریف شده‌اند؛ به این معنی که بسیاری از رفتارهای کاری قانون‌مند بوده، درون دستورالعمل‌ها و استانداردهای سازمانی قرار می‌گیرند؛ بنابراین با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود مسئولان اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان با توجه بیشتر به روش‌های سازماندهی و انتخاب مناسب‌ترین نوع ساختار سازمانی زمینه را برای کارآفرینی سازمانی فراهم کنند. همچنین، تلاش کنند قوانین و مقررات خشک و دست و پاگیر کاهش یابد، دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های سازمانی در سازمان‌های ورزشی انعطاف کافی داشته باشد و ساختار سازمانی را بیشتر به سمت ارگانیکی سوق دهند. همچنین، موقعیتی فراهم شود که کارکنان همه بخش‌ها و واحدها در سطوح مختلف سلسله مراتب سازمانی بتوانند در تصمیم‌گیری‌های سازمانی مشارکت بیشتری داشته باشند و سطوح سلسله مراتب سازمانی در سازمان‌های ورزشی کشور با توجه به سه نوع تفکیک (افقی، عمودی، جغرافیایی) طوری طرح‌ریزی شود که مانع کارآفرینی سازمانی نباشند. در پایان، پیشنهاد می‌شود از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی و دوره‌های ضمن خدمت برای کارکنان، آن‌ها را با مفاهیم نظری و بنیادی کارآفرینی بیشتر آشنا کنند.

منابع:

۱. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۴). کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، تهران انتشارات فراندیش.
2. Peng, M.W. (2001). How entrepreneurs create wealth in transition economies. *Academy of management executive*, 15: PP: 95-108.
3. Claudine, K. Hisrich, R. Roche, F. (2008). A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship. *Int Entrep Manag*, 4:295-313.
۴. فروغی پور، حمید؛ مظفری، سید امیر احمد؛ اشرف گنجوی، فریده (۱۳۸۶). ارزیابی و معرفی مهم‌ترین اولویت‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست‌اندرکاران ورزش کشور، پژوهش در علوم ورزشی، شماره شانزدهم.
۵. حق‌شناس، اصغر؛ جمشیدیان، مهدی؛ شائی، علی؛ شاهین، آرش؛ یزدان‌شناس، مهدی (۱۳۸۶). الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم، شماره ۸، صص ۷۳-۳۱.
6. Sadler, R. J. (2000). Corporate entrepreneurship in the public sector: The dance of the chameleon. *Australian Journal of Public Administration (Australia)*, 59(2), 25-43.
7. Johnson D. Justin B.L. Hildebrand, R (2006). Entrepreneurship education: towards a discipline-based framework. *Journal of Management Development*; Volume: 25 Issue: 1; Research paper.
8. Marti'nez, A; Zulima, F and Zquez, I (2010). Exploring corporate entrepreneurship in privatized firms. *Journal of World Business*, 45: 2-8.
9. Ortega. E. M; Zaragoza- S.P and Claver, C. E (2010). Can formalization, complexity, and centralization influence knowledge performance? *Journal of Business Research*. 63: 310-320.
10. Donaldson, L. (2005). Mechanistic / organic. *Blackwell encyclopedic dictionary of organizational behavior*, PP: 1-22.
11. Caruana, A., Morris, M. H., Vella, A. J. (2003). The effect of centralization and formalization on entrepreneurship in export firms. *Journal of Business Ethic and Organization Studies* .9 (2).
12. Miller D. (1987). Strategy making structure and entrepreneurship, analysis and implications for performance. *Academy of management journal*, Vol. 30, No. 1, pp. 7-30.

۱۳. کوزه چیان، هاشم؛ احسانی، محمد؛ سیفی سالدھی، محمد هادی؛ سلیمانی کشایه، سجاد؛ رضایی، شمس‌الدین (۱۳۸۹). رابطه بین ساختار کارآفرینانه و اثربخشی سازمانی در سازمان تربیت بدنی، مدیریت ورزشی، شماره ۶، صص ۲۷-۵.

۱۴. علیمردانی، مهرزاد؛ قهرمانی، محمد؛ ابوالقاسمی، محمود (۱۳۸۸). بررسی رابطه‌ی میان ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه دانشگاه شهید بهشتی)، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال دوم، شماره سوم، صص ۱۴۴-۱۳۱.

۱۵. دلفانی، ساره (۱۳۸۹). ارتباط بین ساختار سازمانی و نوآوری کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان خوزستان. پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

۱۶. خلیفه سلطانی، مرضیه؛ هنری، حبیب و فراهانی، ابوالفضل (۱۳۸۷). ارتباط بین ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، خلاصه مقالات ششمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی.

۱۷. خنیفر، حسین. وکیلی، فردین (۱۳۸۷). رابطه‌ی بین نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در شرکت‌های اقتصادی کوچک و متوسط، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم صص ۳۵-۵۵.

۱۸. جعفری، علی محمد (۱۳۸۷). ارتباط بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی، پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه ارومیه.

۱۹. آزما، فریدون و آقای، جواد (۱۳۸۸). رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خراسان شمالی، پژوهشنامه تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد، شماره بیست و یکم.

۲۰. امیدی، علی (۱۳۸۵). بررسی ارتباط بین ساختار سازمانی و خلاقیت مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی، پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه تهران.

۲۱. رضا زاده، حسین (۱۳۸۲). بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره کل تأمین اجتماعی تهران)، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.

22. Ratten, V (2010). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management, Int Entrep Manag J, DOI 10.1007/s11365-010-0138-z Springer Science Business Media, LLC

۲۳. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۷). طراحی و تبیین پرورش مدیران کارآفرین در صنعت، رساله دکتری مدیریت، دانشگاه تهران.

۲۴. فرید، داریوش (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیر ورزشکار (مطالعه موردی دانشجویان یزد)، فصلنامه مدیریت ورزشی، شماره ۲، صص ۹۷-۱۱۶.

۲۵. هادی زاده مقدم، اکرم؛ رحیمی فیل آبادی، فرج الله (۱۳۸۴). کارآفرینی سازمانی، تهران، نشر جانان.

۲۶. ایمانی پور، نرگس؛ زیودار، مهدی (۱۳۸۷). بررسی رابطه‌ی گرایش به کارآفرینی شرکتی و عملکرد (مطالعه موردی: نمایندگی‌های فروش شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران)، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم.

۲۷. صمدآقایی، جلیل (۱۳۷۸). سازمان‌های کارآفرین، تهران مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.

28. Nasurdin, A.M., Ramayah, T. and Beng, Y.C. (2006). Organizational Structure and Organizational Climate as Potential Predictors of Job Stress: Evidence from Malaysia. *International Journal of Commerce & Management*, 16 (2), pp. 116-129.

29. Thornberry, N. E. (2002). Corporate Entrepreneurship: Teaching Managers to be Entrepreneurs. *Journal of Management Development, School of Executive Education, Babson College, Babson Park, Massachusetts*, 22(4), pp. 329-344.

رابطه ویژگی‌های شخصیتی و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان خوزستان

محمد حسن فردوسی^۱، فاطمه مرعشیان^۲، مهدی طالب پور^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۰۳/۳۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۱/۰۷/۱۵

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان خوزستان بود. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان ادارات تربیت بدنی اعم از مرکز و شهرستان‌های استان بودند که تعداد آنها قریب به ۳۰۰ نفر بود. از میان آنها تعداد ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. جهت گردآوری داده‌ها سه پرسشنامه ویژگی‌های شخصیتی پنج عاملی NEO، پرسشنامه تعهد سازمانی آلن و مایر و نیز پرسشنامه سلامت سازمانی مورد استفاده قرار گرفتند. پژوهش حاضر از نوع همبستگی بود و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیری استفاده گردید. نتایج نشان داد از میان ویژگی‌های شخصیتی، سه مولفه وجدانی بودن، برون‌گرایی و دلپذیر بودن و همچنین تعهد سازمانی با سلامت سازمانی ارتباط معنی‌داری وجود دارد. همچنین ضریب همبستگی چند گانه به روش stepwise برای ترکیب متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی (وجدانی بودن، برون‌گرایی، دلپذیر بودن) و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی معنی‌دار است. به عبارت دیگر مشخص شد از میان مؤلفه‌های ویژگی‌های شخصیتی (وجدانی بودن، برون‌گرایی، دلپذیر بودن) و همچنین تعهد سازمانی به عنوان متغیرهای پیش‌بین، پیش‌بینی کننده برای سلامت سازمانی کارمندان می‌باشند و بقیه مؤلفه‌ها در پیش‌بینی کنندگی سلامت سازمانی، نقشی ایفا نمی‌کنند.

واژه‌های کلیدی: ویژگی‌های شخصیتی، تعهد سازمانی، سلامت سازمانی.

۱. مربی دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

۲. مربی دانشگاه پیام نور

۳. دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد

مقدمه

در دنیای کنونی سازمان‌ها جایگاه والا و برجسته‌ای در ساختار فرهنگی و اجتماعی پیدا کرده‌اند. با پیچیده‌تر شدن روز افزون جوامع امروزی به طور حتم نقش سازمان‌ها در جهت برآورده شدن انتظارات افراد جامعه حساس‌تر و با اهمیت‌تر می‌شود (۱). دنیای امروز، دنیای سازمان‌ها است و با فعال شدن این تشکلهای می‌توان مشکلات افراد جامعه را به انحاء مختلف رفع کرد. آن چه حائز اهمیت است این است که بدانیم گرداننده اصلی سازمان‌ها انسان‌ها هستند و این انسان‌ها هستند که به کالبد بی روح سازمان‌ها جان می‌بخشند و عملاً تحقق اهداف را مسیر می‌سازند. پیشرفت تکنولوژی هیچ گاه انسان‌ها را نادیده نمی‌گیرد، در واقع توسعه هر سازمانی تا حد زیادی به کاربرد صحیح نیروی انسانی بستگی دارد. از این رو بررسی رفتار و ویژگی‌های شخصیتی انسان‌ها در سازمان‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (۲). رفتار کارکنان در بعد فردی متأثر از عوامل چهارگانه نگرش، شخصیت، ادراک و یادگیری مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد (۳). از آنجائیکه ویژگی‌های شخصیتی افراد به عنوان عواملی برای تعیین رفتار آنان عمل می‌کند، می‌توان با شناسایی آن‌ها برای پیش بینی رفتار، چارچوبی به دست آورد. آگاهی از شخصیت افراد می‌تواند به مدیریت سازمان کمک کند، تا افراد واجد شرایط را در پست‌های مختلف سازمان بگمارد که این کار به نوبه خود باعث خواهد شد جابه جایی کارکنان کاهش و رضایت شغلی آنان افزایش یابد (۴).

شخصیت^۱ عبارت است از الگوی نسبتاً پایدار صفات، گرایش‌ها یا ویژگی‌هایی که تا اندازه‌ای به رفتار افراد دوام می‌بخشد. شخصیت یک سازه پیچیده روانشناختی است که برای کشف چگونگی رفتار فرد به کار می‌رود و در کل، انواع رفتارهای انسان را در موقعیت‌های مختلف نشان می‌دهد (۵).

از سویی دیگر، تعهد سازمانی^۲ یکی از مسائل مهم انگیزشی است. بر اساس آن، فرد به شدت هویت خود را از سازمان می‌گیرد، در سازمان مشارکت دارد و با آن در می‌آمیزد و از عضویت در آن لذت می‌برد (۶). تعهد سازمانی، نگرش شغلی غالبی است که محور توجه پژوهشگران بوده و موضوع فرا تحلیل‌های زیادی قرار گرفته است (۷). از نظر می‌یر و آلن^۳ (۱۹۹۱) تعهد، حالتی روانی است که نوعی تمایل، نیاز و الزام جهت اشتغال در یک سازمان فراهم می‌آورد. تعهد عاطفی، به وابستگی احساسی فرد در سازمان اشاره دارد. تعهد مستمر، مربوط به تمایل به

1 . personality

2 . organizational commitment

3 . Allen & Meyer

باقی ماندن در سازمان به خاطر هزینه‌های ترک سازمان یا پاداش‌های ناشی از ماندن در آن می‌شود و سرانجام تعهد هنجاری، احساس تکلیف به باقی ماندن به عنوان یک عضو سازمان را منعکس می‌کند (۸). در تجزیه و تحلیل زندگی سازمانی، تعهد سازمانی متغیر مهمی است که بر سلامت سازمانی تأثیر بسزایی می‌گذارد (۹-۱۱).

اصطلاح سلامت سازمانی^۱ نخستین بار در سال ۱۹۹۶ توسط مایلز^۲ در مطالعه جو سازمانی مدارس به کار برده شده است (۱۴-۱۲). از نظر مایلز (۱۹۶۹) سلامت سازمانی به وضعی فراتر از اثر بخشی کوتاه مدت سازمانی دلالت دارد، به مجموعه‌ای از خصایص نسبتاً پردوام اشاره می‌کند و عبارت است از دوام و بقای سازمان در محیط خود، سازگاری با آن محیط و گسترش توانایی سازمان برای سازگاری بیشتر (۱۵). این اصطلاح که نخستین بار برای بیان جنبه تداوم و بقای سازمان مورد استفاده قرار گرفت، بر اساس کار پارسونز، بیلز، سیلر^۳ (۱۹۵۳) هوی و تارتر^۴ (۱۹۹۷) و هوی و میسکل^۵ (۱۹۹۱) به عنوان توانایی سازگاری با محیط خود، ایجاد هماهنگی میان اعضای سازمان و دستیابی به اهداف آن تعریف شد (۱۴-۱۲). ژانگ و برانینگ^۶ برانینگ^۶ (۲۰۱۱) و صمد^۷ (۲۰۰۹) نشان دادند ویژگی‌های شخصیتی و همه جنبه‌های هوش هیجانی با سلامت سازمانی و عملکرد شغلی و نوآوری در سازمان ارتباط متقابل دارد (۱۶، ۱۷). وهر^۸ (۲۰۱۰) با بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر تعهد سازمانی و رضایت شغلی و سلامت سلامت سازمانی مدیران میانی در هند نشان داده است تمامی ویژگی‌های مثبت شخصیتی بر تعهد سازمانی، رضایت شغلی و سلامت سازمانی تأثیر می‌گذارند (۱۸). سینجر و همکاران^۹ (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای نشان دادند بین ویژگی‌های شخصیتی کارکنان با سلامت سازمانی حاکم بر محل کار آنها رابطه وجود دارد (۱۹). همچنین هینون و ساریم^{۱۰} (۲۰۰۹) در تحقیق خود در کشور فنلاند بین سالهای ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹_ که به سفارش وزارت کار و اقتصاد انجام شد_ به این نتیجه رسیدند افزایش خشنودی شغلی کارکنان با افزایش تعهد سازمانی همراه

1 . organizational health

2 . Mailz

3 . Parsons, Bales & Sils

4 . Hoy & Tarter

5 . Miskel

6 . Zhang & Bruning

7 . Samad

8 . Vohra

9 . Singer & et al

10 . Heinonen & Saarimaa

است و در نهایت منجر به افزایش سلامت سازمانی می‌شود (۲۰). میشارا و همکاران^۱ (۲۰۰۹) در پژوهش خود با عنوان بررسی سلامت سازمانی و کشف معانی ضمنی برای امنیت محیط نیروی کار و تعهد سازمانی به این نتیجه دست پیدا کردند که پیوند قوی‌ای بین شیوه‌های سرمایه‌گذاری بر روی سلامت و امنیت محل کار و همچنین تعهد سازمانی وجود دارد (۲۱). ساراب و میشارا^۲ (۲۰۰۸) نقش تنش و سلامت سازمانی را در پیش بینی تعهد سازمانی در کارمندان راه آهن بررسی کردند و مشخص نمودند تنش کاری، وابستگی معکوسی با تعهد سازمانی دارد. به علاوه سلامت کاری (سازمانی) وابستگی مثبتی با تعهد سازمانی دارد (۲۲). مایلر^۳ (۲۰۰۸)، تحقیقی تحت عنوان رابطه بین ادراک معلمان از سلامت سازمانی مدرسه و میزان اعتماد دبیران به مدیر، همکاران و سازمان انجام داد. یافته‌های تحقیق نشان داد بین ادراک معلمان از سلامت سازمانی و اعتماد به مدیر، همکاران و مدرسه همبستگی مستقیم و معنی‌داری وجود دارد (۲۳).

پاتل^۴ (۲۰۰۲) در تحقیقی به منظور بررسی رابطه بین سلامت سازمانی و تعهد سازمانی در بین کارمندان صنعتی، ارتباط مثبت و معنی‌داری بین سلامت سازمانی و تعهد سازمانی آشکار کرد. به علاوه در تحقیق او مشخص شد ۵۰ نفر از کارکنان ماهر که از نظر سلامت سازمانی، سازمانشان را در وضعیت مطلوب می‌دانستند دارای تعهد بیشتری به سازمانشان نسبت به کارگران یا کارکنان عادی بودند (۲۴). نیر^۵ (۲۰۰۲)، در مطالعه‌ای با عنوان سلامت سازمانی مدارس و ارتباط آن با تعهد معلمان دریافت بر خلاف متغیرهای کنترل شغل و ویژگی‌های فردی، سلامت مدرسه متغیر پیش بین اصلی در پیش بینی تعهد معلمان است و معلمان در مدارس سالم تعهد بالایی به مدرسه و به دانش آموزان نسبت به معلمان مدارس ناسالم دارند (۲۵).

تحقیقات زیادی نشان داده اند تعهد سازمانی با پیامدهایی از قبیل رضایت شغلی، رفتار سازمانی فرا اجتماعی، عملکرد شغلی و سلامت سازمانی رابطه مثبت و با تمایل به ترک شغل رابطه منفی دارد (۸). بیرنه و همکاران^۶ (۲۰۰۵) در پژوهش مشابهی نشان دادند وجدانی بودن و دلپذیر بودن و برون‌گرایی می‌توانند عملکرد شغلی و سلامت سازمانی را به صورت معناداری پیش بینی کنند (۲۶). پاکاری (۱۳۷۰) در تحقیقی تحت عنوان رابطه بین تعهد سازمانی، دلبستگی شغلی و

1 . Mishara & et al

2 . Saurabh & Mmishara

3 . Mayler

4 . Pateel

5 . Nir

6 . Byrne & et al

خشنودی شغلی با تمایل به ترک شغل و عملکرد شغلی و سلامت سازمانی در بین پرسنل شرکت ملی نفت نشان داد بین ترکیب‌های مختلف متغیرهای پیش بین از یک سو و هر یک از متغیرهای ملاک از سوی دیگر، همبستگی چندگانه تقریباً قوی وجود دارد (۲۷). اندرودی (۱۳۸۱) در پژوهش خود تحت عنوان بررسی رابطه بین تعهد سازمانی با سلامت سازمانی دبیران در مدارس راهنمایی دخترانه شهر تهران در سال تحصیلی ۸۱ - ۸۰ نشان داد بین سلامت سازمانی در تمام ابعاد آن با تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد (۲۸).

ذوالقدرنسب (۱۳۸۴) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین تعهد سازمانی با سلامت سازمانی در مقطع ابتدایی پرداخته است. نمونه شامل ۱۴۸ نفر مرد و ۱۴۰ نفر زن از معلمان بود. نتایج نشان داد بین تمام جنبه‌های تعهد سازمانی با سلامت سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد (۲۹). از آنجائیکه توجه به ابعاد شخصیت افراد در سازمان از مقوله‌هایی است که می‌تواند سازمان‌ها را در رسیدن به بهره‌وری یاری کند و از سوی دیگر تعهد سازمانی و سلامت سازمانی به دلیل آن که نقش مؤثری در پیشرفت و بهبود سلامت نیروی کار دارند و نادیده انگاشتن آن موجب عدم بهره‌وری مطلوب خواهد شد، لذا هر سازمانی باید به این مسائل توجه ویژه داشته باشد. به عبارتی، ویژگی‌های شخصیتی انسان به عنوان عوامل مهم جدا ناشدنی از شخصیت انسان بر محیط سازمانی انسان تأثیر می‌گذارد. زیرا رفتار هر فرد تا حدود زیادی تحت تأثیر شخصیت وی است. تعهد سازمانی به عنوان نوعی رفتار سازمانی به طور مستقیم تحت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی افراد نقش بسزایی را در بالا بردن سلامت سازمانی و بهداشت روانی در محیط کار ایفا می‌کند. لذا با توجه به مطالب ذکر شده در پژوهش حاضر سعی شده است رابطه ویژگی‌های شخصیتی و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی مورد بررسی قرار گیرد. هدف کلی پژوهش، پاسخ به این سوال است که آیا بین ویژگی‌های شخصیتی و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی کارکنان رابطه معنی دار وجود دارد؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی، از نوع پیمایشی و به لحاظ روابط بین متغیرها از نوع همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان اداره کل ورزش و جوانان و ادارات شهرستان‌های استان خوزستان بودند که در سال ۱۳۹۰ مورد بررسی قرار گرفتند. تعداد آنها قریب به ۳۰۰ نفر بود. نمونه پژوهش شامل ۲۰۰ نفر بود. آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از میان کلیه کارکنان بخش‌های مختلف انتخاب شدند. انتخاب ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه، به جهت اینکه آنها تنها تعداد نمونه در دسترس بوده اند، نبود؛ بلکه با توجه به نوع تحقیق و به کارگیری

ابزاری چون پرسشنامه، محقق بر آن شد برای قوام بخشیدن به نتایج حاصله، نمونه‌ای با چنین حجمی انتخاب کند. ابزارهای استفاده شده در تحقیق شامل پرسشنامه ویژگی‌های شخصیتی نئو (NEO)^۱ بود. این پرسشنامه برای اولین بار توسط مک کری و کاستا^۲ (۱۹۸۵) تدوین شد. انطباق فارسی این آزمون در ایران توسط حق شناس (۱۳۷۵) انجام گردید (۲). در این پرسشنامه پنج ویژگی شخصیتی روان نژندخواهی (N)^۳، برونگرایی (E)^۴، باز بودن به تجربه (O)^۵، توافق (A)^۶ و وجدانی بودن (C)^۷ هر کدام با ۱۲ سؤال مورد سنجش قرار می‌گیرند. امان‌الهی‌فرد (۱۳۸۴) روایی آزمون نئو را با استفاده از روش همزمان برای پنج عامل O، E، N، A و C به ترتیب ۰/۶۶، ۰/۵۶، ۰/۵۹، ۰/۵۹ و ۰/۳۹ و پایایی آزمون با استفاده از روش بازآزمایی برای پنج عامل به ترتیب ۰/۸۷، ۰/۸۴، ۰/۷۹، ۰/۸۰ و ۰/۸۲ و آلفای کرونباخ پنج عامل به ترتیب ۰/۷۶، ۰/۶۵، ۰/۵۹، ۰/۴۸ و ۰/۸۵ مورد سنجش قرار داد (۳۰). برای سنجش تعهد سازمانی از مقیاس تعهد سازمانی که توسط آلن و مایر (۱۹۸۴) استفاده شد. این مقیاس برای اولین بار به وسیله شکرکن (۱۳۷۵) در ایران، به زبان فارسی برگردان شد (۲). این مقیاس ۲۴ ماده دارد و از ۳ خرده مقیاس تعهد عاطفی (۸ ماده)، تعهد مستمر (۸ ماده) و تعهد هنجاری (۸ ماده) تشکیل شده است. ضرایب اعتبار این پرسشنامه در تحقیق سمیعی (۱۳۷۵) در تمام ماده‌ها بین ۰/۱۷ تا ۰/۷۱ نوسان داشته است (۳۱). پایایی آن در پژوهش حاضر به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۷ و به روش تنصیف ۰/۸۳ بدست آمد. همچنین ابزار دیگر این تحقیق مقیاس سلامت سازمانی بود که توسط تمیمی نژاد (۱۳۸۶)، ساخته شده است. این مقیاس دارای ۵۰ گویه مدرج پنج نمره‌ای مثبت و منفی است (۳۲). در این مطالعه روایی مقیاس با استفاده از ضریب همبستگی بین نمره هر یک از عوامل و نمره کل مقیاس به ترتیب برای خرده مقیاس وظایف سازمانی، ۰/۷۸، برای فرایندهای درون سازمانی ۰/۹۴ و برای رشد و تغییر سازمانی ۰/۸۳ به دست آمد که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است. همچنین پایایی این مقیاس با روش آلفای کرونباخ ۰/۹۱ بدست آمد.

برای تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، حداکثر، حداقل) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند گانه) استفاده

-
1. Revised Neo Personality Inventory (Neo-PI-R)
 2. Mc Kari & Costa
 3. neuroticism
 4. extraversion
 5. openness to experience
 6. conscientiousness
 7. agreeableness

شد. همچنین محاسبات مربوط به این روش با استفاده از نرم افزار Spss انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی این پژوهش شامل شاخص‌های آماری مانند میانگین، انحراف معیار، حداکثر، حداقل و تعداد آزمودنی‌های نمونه است. کلیه متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش در جدول شماره ۱ ارائه شده است. در ادامه به یافته‌های مربوط به فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود.

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمره آزمودنی‌ها در متغیرهای ویژگی‌های شخصیت (وجدانی بودن، روان نژندی، برون گرایی، دلبذیربودن و بازبودن) و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی کارمندان

تعداد	حداقل	حداکثر	انحراف معیار	میانگین	شاخص‌های آماری	
					خرده مقیاس‌ها	مقیاس‌ها
۲۰۰	۳۱	۱۱۰	۱۲.۱۰	۸۶.۹۹	وجدانی بودن	ویژگی‌های شخصیت
۲۰۰	۲۱	۸۵	۱۳.۲۱	۵۳.۸۹	روان نژندی	
۲۰۰	۲۳	۹۷	۱۳.۴۵	۶۷.۰۷	برونگرایی	
۲۰۰	۱۶	۴۶	۹.۹۶	۶۴.۹۸	دلپذیربودن	
۲۰۰	۲۱	۸۵	۵.۶۷	۲۶.۳۵	باز بودن	
۲۰۰	۱۴	۵۷	۱۲.۲۸	۴۴.۸۲	تعهد سازمانی	
۲۰۰	۱۶	۸۷	۲۳/۲	۹۹/۵	سلامت سازمانی	

همان طوری که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود در متغیر وجدانی بودن^۱ میانگین و انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمره آزمودنی‌ها به ترتیب عبارت است از ۸۶.۹۹ و ۱۲.۱۰ و ۱۱۰ و ۳۱. متغیر روان نژندی^۲ میانگین و انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمره آزمودنی‌ها به ترتیب عبارت است از ۵۳.۸۹ و ۱۳.۲۱ و ۸۵ و ۲۱. متغیر برون گرایی^۳ میانگین و انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمره آزمودنی‌ها به ترتیب عبارت است از ۶۷.۰۷ و ۱۳.۴۵ و ۹۷ و ۲۳. متغیر دلبذیربودن^۴ میانگین و انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمره آزمودنی‌ها به ترتیب عبارت

1 . Consciousness

2 . Neuroticism

3 . Extroversion

4 . Agreeableness

عبارت است از : ۶۴.۹۸ و ۹.۹۶ و ۴۶ و ۱۶. متغیر بازبودن^۱ میانگین و انحراف معیار، حداقل و حدکثر نمره آزمودنی‌ها به ترتیب عبارت است از ۲۶.۳۵ و ۵.۶۷ و ۸۵ و ۲۱. متغیر تعهد سازمانی میانگین و انحراف معیار، حداقل و حدکثر نمره آزمودنی‌ها به ترتیب عبارت است از ۴۴.۸۲ و ۱۲.۲۸ و ۵۷ و ۱۶ و متغیر سلامت سازمانی میانگین و انحراف معیار، حداقل و حدکثر نمره آزمودنی‌ها به ترتیب عبارت است از ۹۹.۵ و ۲۳.۲ و ۸۷ و ۱۶.

یافته‌های مربوط به فرضیه‌های پژوهش

جدول ۲. ضریب همبستگی ساده بین ویژگی‌های شخصیتی (وجدانی بودن، روان نژندی، برون گرایی،

دلپذیر بودن، باز بودن) با سلامت سازمانی کارمندان

متغیر ملاک	شاخص آماری متغیر پیش‌بین	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (P)	تعداد نمونه (N)
سلامت سازمانی	وجدانی بودن	۰/۴۳۱	۰/۰۰۰	۲۰۰
	روان نژندی	۰/۱۹۷	۰/۶۷۹	۲۰۰
	برونگرایی	۰/۵۰۲	۰/۰۰۰	۲۰۰
	دلپذیر بودن	۰/۳۶۹	۰/۰۰۰	۲۰۰
	باز بودن	۰/۱۶۴	۰/۴۸۹	۲۰۰

همان طوری که در جدول ۲ مشاهده می‌شود با توجه به ضرایب همبستگی بین ویژگی‌های شخصیت وجدانی بودن، برونگرایی و دلپذیر بودن با سلامت سازمانی رابطه مثبت معنی داری وجود دارد.

جدول ۳. ضریب همبستگی ساده بین تعهد سازمانی با سلامت سازمانی کارمندان

متغیر ملاک	شاخص آماری متغیر پیش‌بین	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (P)	تعداد نمونه (N)
سلامت زمانی	تعهد سازمانی	۰/۵۳۱	۰/۰۰۰	۲۰۰

همان طوری که در جدول ۳ مشاهده می‌شود با توجه به ($r=0/531$) در سطح معنی داری ($p=0/000$) بین تعهد سازمانی و سلامت سازمانی رابطه مثبت معنی داری وجود دارد.

جدول ۴. ضرایب همبستگی چند گانه ویژگی‌های شخصیتی (وجدانی بودن، روان نژندی، برون گرایی، دلیپذیر بودن، باز بودن) و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی کارمندان با روش مرحله ای (stepwise)

متغیر ملاک	شاخصهای آماری	همبستگی چندگانه MR	ضریب تعیین RS	نسبت F احتمال p	ضرایب رگرسیون (β)		
					برونگرایی	دلیپذیر بودن	وجدانی بودن
سلامت سازمانی	برونگرایی	۰/۳۲۹	۰/۱۸۷	F= ۱۲/۹ p=۰/۰۰۰	$\beta= ۰/۳۲۹$ t= ۳/۲ p=۰/۰۰۰		
	دلیپذیر بودن	۰/۳۹۸	۰/۱۹۶	F= ۱۵/۸ p=۰/۰۰۰	$\beta= ۰/۴۴$ t= ۴/۹ p=۰/۰۰۰	$\beta= ۰/۳۹$ t=۴/۲ p=۰/۰۰۰۵	
	وجدانی بودن	۰/۴۷۸	۰/۲۳۶	F= ۱۸/۳ p=۰/۰۰۰	$\beta= ۰/۹۹$ t=۶/۹ p=۰/۰۰۰	$\beta= ۰/۶۸$ t=۳/۷ p=۰/۰۰۰	$\beta= ۰/۸۱$ t= ۶/۶ p=۰/۰۰۰
تعهد سازمانی		۰/۴۹۳	۰/۲۷۴	F=۴۳/۵ p=۰/۰۰۰	$\beta= ۰/۶۷$ t=۴/۶ p=۰/۰۰۰	$\beta= ۰/۹۹$ t= ۳/۳ p=۰/۰۰۰	$\beta= ۰/۹۱$ t= ۹/۴ p=۰/۰۰۰
					$\beta= ۰/۷۷$ t=۵/۳ p=۰/۰۰۰		

در پژوهش حاضر، ترتیب ورود متغیرهای پیش‌بین در معادله رگرسیون با توجه به رابطه آنها صورت گرفته است. همان طوری که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، ضریب همبستگی چند متغیری برای ترکیب متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی (وجدانی بودن، برون گرایی، دلیپذیر بودن) و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی معنی‌دار است. با توجه به جدول ۴ مشاهده می‌شود از میان مؤلفه‌های ویژگی‌های شخصیتی (برون گرایی، دلیپذیر بودن، وجدانی بودن) و تعهد سازمانی کارمندان به عنوان متغیرهای پیش‌بین، پیش‌بینی‌کننده خوبی برای سلامت سازمانی هستند و بقیه مؤلفه‌ها در پیش‌بینی‌کنندگی، نقشی را ایفا نمی‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی و تعهد سازمانی با سلامت سازمانی در کارکنان ادارات تربیت بدنی استان خوزستان بود. امروزه پذیرفته شده است که فردی که فاقد استعدادهای لازم برای یادگیری شغل و حرفه خود است، هر قدر هم جنبه‌های دیگر شخصیتش مطلوب باشد فرد موثری برای سازمان نخواهد بود. تحقیقات مختلف نشان

می‌دهد ویژگی‌های شخصیتی بیش از فقدان مهارت، استعداد و همچنین به نسبت بسیار زیادی به عنوان عامل اخراج، شکست و عدم موفقیت یا ترفیع و پیشرفت دخالت می‌کنند. از جمله یافته‌های پژوهش حاضر وجود رابطه معنی‌دار بین ویژگی‌های شخصیتی (وجدانی بودن، برونگرایی و دلبذیر بودن) با سلامت سازمانی کارکنان بود و با یافته‌های ژانگ و برانینگ (۲۰۱۱)، صمد (۲۰۰۹) و هرا (۲۰۱۰)، سینجر و همکاران (۲۰۰۹) همخوانی دارد. این یافته منطقی است و در تبیین آن می‌توان به این مطلب اشاره کرد که اگر سازمانی بخواهد با برخورداری از رسالتی روشن، راهبردهایی مطلوب، ساختارهای سازمانی کارآمد و طراحی شغل مناسب به طور کامل به هدف‌های خود دست یابد، نیازمند نیروی انسانی توانمند و متعهد است (۳۳). با توجه به ارتباط مثبت معنی‌دار بین ویژگی‌های شخصیتی (وجدانی بودن، برونگرایی و دلبذیر بودن) با سلامت سازمانی همانطور که ژانگ و برانینگ (۲۰۱۱) و هرا (۲۰۱۰) اشاره می‌کنند در افراد برونگرا، هیجانات مثبت و برونگرایی با تعهد سازمانی آنها و در نتیجه سلامت سازمانی این افراد مرتبط است. زیرا هیجانات مثبت، هسته رفتاری این تیپ از اشخاص است. از سوی دیگر طبق یافته‌های بیرنه و همکاران (۲۰۰۵) چون افراد برونگرا قادر به ایجاد روابط اجتماعی مناسب با دیگران هستند، در محیط کارشان پاداش‌ها و تقویت‌های متنوعی را دریافت می‌کنند. این مسأله منجر به افزایش دلبستگی و تعهد به شغل و وجدان کاری آنها در سازمان می‌شود. مطالعات نشان داده است عوامل متعددی وجود دارند که می‌توانند در افزایش عملکرد شغلی کارکنان و نیز پایداری کارکنان به سازمان اثر گذار باشند. عواملی که اگر به آنها در سازمان توجه شود نه تنها منجر به عملکرد بهتر کارکنان می‌شود بلکه بر روی دیگر امور مربوط به سازمان و نیز کیفیت و بهره‌وری اثر خواهد گذاشت.

بیرنه و همکاران (۲۰۰۵) در پژوهش مشابهی نشان دادند وجدانی بودن و دلبذیر بودن و برون‌گرایی از جمله ویژگی‌های شخصیتی بسیار مهم هستند که می‌توانند سلامت سازمانی را به صورت معناداری پیش‌بینی کند. ویژگی‌های شخصیتی، سازه مهمی است و در امور سازمانی حائز اهمیت است. بر اساس تحقیقات انجام شده متغیری است که می‌تواند منجر به تعهد سازمانی بالا در سازمان و عملکرد بهتر میان کارکنان و در نتیجه بالا بردن میزان سلامت سازمانی شود. به عقیده هالند^۱، بین خصایص شخصیتی افراد و نوع حرفه یا شغلی که انتخاب می‌کنند رابطه وجود دارد. بر اساس این شیوه استدلال، تلاش‌های زیادی انجام گرفته، تا افراد در مشاغل مناسب گمارده شوند.

از دیگر یافته‌های پژوهش حاضر وجود ارتباط معنی‌دار بین تعهد سازمانی و سلامت سازمانی در

کارکنان بود که با یافته‌های هینون و ساریما (۲۰۰۹)، میشارا و همکاران (۲۰۰۹)، ساراب و میشارا (۲۰۰۸) و مایلر (۲۰۰۸) همخوانی دارد. طبق دیدگاه نورمن^۱ (۲۰۰۶) از جمله شاخص‌های سنجش میزان برتری سازمان‌ها نسبت به هم، کارکنان شاغل در آن سازمان‌ها هستند. میزان وفاداری و تعهدشان باعث می‌شود وظایف محوله را با کیفیت بالاتری به انجام برسانند. این امر موجب افزایش عملکرد، بهره‌وری، اثربخشی و بهداشت مطلوب در سازمان می‌گردد (۳۴). بر اساس تحقیقات پاول و میر^۲ (۲۰۰۵)، از دلایلی که اهمیت بررسی و مطالعه تعهد سازمانی را نمایان می‌سازد، این است که برخی سازمان‌ها با اعضای با تعهد سازمانی بالا، معمولاً از عملکرد بالاتر، غیبت و تأخیر کمتری از سوی کارکنان خود روبروند. در موارد بسیار، سازمان‌ها به افرادی نیاز دارند که به نفع سازمان، فراتر از وظایف مقرر تلاش کنند. در نتیجه این تلاش‌ها و انجام بهینه وظایف، بهداشت و سلامت سازمانی تضمین خواهد شد (۳۵). آلن ناتالی^۳ (۲۰۰۳) معتقد است که تعهد سازمانی در مدیریت و ادبیات علوم رفتاری به عنوان یک عامل کلیدی در روابط بین افراد و سازمان‌ها مطرح است (۳۶). بسیاری از نظریه پردازان، تعهد سازمانی را به عنوان عاملی که وابستگی فرد را به سازمان تقویت می‌کند در نظر می‌گیرند. طبق تحقیقات دلگشایی و همکاران (۱۳۸۷) اگر کارکنان با اشتیاق به همکاری خود با سازمان ادامه دهند و تلاش کافی برای نیل به اهداف سازمان کنند آنها را متعهد به سازمان می‌دانند. بر این باورند که اگر کارکنان جدی باشند و تعهد سازمانی بالایی نیز داشته باشند، عملکرد و قابلیت در سازمان و کارکنان افزایش می‌یابد. زیرا تعهد کارکنان به سازمان، مولد دارایی‌های نامشهود است (۳۷). استیوارت و همکاران^۴ (۲۰۰۶) بیان می‌دارند در سالهای اخیر، تعهد سازمانی بخش مهم مطالعات سازمانی و کانون مطالعات بوده است. زیرا ارتباط آن با کیفیت زندگی سازمانی و بهداشت روانی و سلامت سازمانی اثبات شده است (۳۸). همچنین پژوهش‌ها نشان داده است تعهد کارکنان، یک نیروی قوی و موثر در موفقیت سازمان‌هاست. تعهد سازمانی یک نگرش درباره وفاداری کارکنان به سازمان و یک فرایند دو طرفه است که به واسطه مشارکت افراد در تصمیمات سازمانی، توجه به افراد سازمان و موفقیت و رفاه سازمان را به دنبال دارد. بطور کلی می‌توان گفت نیروی انسانی کارآمد، شاخص عمده برتری یک سازمان نسبت به سازمان‌های دیگر است. وجود نیروی انسانی متعهد، وجهه سازمان را در اجتماع مهم

1 . Norman

2 . Powell DM, Meyer

3 . Allen Natalie

4 . Stewart & et al

جلوه می‌دهد و زمینه را برای رشد و توسعه سازمان فراهم می‌کند. از نظر کالورسون^۱ (۲۰۰۲) وجود چنین نیروهایی در هر سازمان ضمن کاهش غیبت، تأخیر و جابه جایی، باعث افزایش چشمگیر عملکرد سازمان، نشاط روحی کارکنان و تجلی بهتر اهداف متعالی سازمان و نیز دستیابی به سلامت سازمانی و بهداشت روانی همه جانبه در محیط کار خواهد شد (۳۹). با توجه به مطالب گفته شده و از نتایج تحقیق حاضر می‌توان چنین استنباط کرد که ویژگیهای شخصیتی انسان به عنوان عوامل مهم جدا نشدنی از شخصیت انسان در محیط سازمانی انسان تأثیر می‌گذارد. زیرا رفتار هر فرد تا حدود زیادی تحت تأثیر شخصیت خود است. تعهد سازمانی به عنوان یک نوع رفتار سازمانی به طور مستقیم تحت تأثیر ویژگیهای شخصیتی فرد است و در نتیجه آن سلامت سازمانی تامین خواهد شد. مطابق با یافته‌های پژوهش حاضر و پیشینه تحقیقاتی از میان ویژگیهای شخصیتی (وجدانی بودن، برونگرایی و دلیپذیر بودن) و همچنین تعهد سازمانی نقش پیش‌بینی‌کنندگی در سلامت سازمانی دارند. طبق مطالب ذکر شده وجود ارتباط چندگانه میان متغیرها امری روشن و معلوم است. بنابراین اهمیت این موضوع روشن است که سازمان‌ها در هنگام اجرای آزمون‌های استخدامی و در مصاحبه‌های قبل از استخدام باید به این موارد توجه کافی داشته باشند تا افرادی را جذب سازمان کنند که با توجه به ویژگیهای شخصیتیشان بتوانند سطوح بالایی از تعهد سازمانی را از خود نشان دهند. این موضوع برای تمامی سازمان‌ها و ارگان‌های هم خانواده تربیت بدنی نیز مصداق دارد. این سازمان‌ها می‌توانند با توجه به نکات گفته شده در خصوص تعهد سازمانی، سلامت سازمانی و رفتار سازمانی، افرادی را به خدمت بگیرند تا بهتر بتوانند سازمان را در رسیدن به اهداف رسالت خود یاری نمایند.

منابع:

۱. عباس زاده، میرمحمد، (۱۳۸۳)، حرفه معلمی و رضایت شغلی، فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره ۱.
۲. پاشا، غلامرضا، خدادادی اندریه، فریده (۱۳۸۷)، رابطه بین ویژگیهای شخصیتی و ویژگیهای شغلی کارکنان باتعهد سازمانی آنها در کارکنان سازمان آب و برق، فصلنامه یافته‌های نو در روان‌شناسی، سال دوم، شماره ۶.

3. Robbins, S.P. (2005). Organizational Behavior. 11th Ed. New York: prentice-Hall.

۴. زاهد بابلان، عادل، عسکریان، مصطفی، بهرنگی، محمدرضا و نادری، عزت اله (۱۳۸۷)، بررسی ارتباط سلامت سازمانی مدرسه و تعهد سازمانی دبیران دبیرستان‌های پسرانه استان اردبیل، *فصلنامه مطالعات تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه فردوسی*، مشهد، شماره ۱۹.
۵. مردانی حموله، مرجان، شهرکی واحد، عزیز (۱۳۸۸)، رابطه جو سازمانی با ویژگی‌های شخصیتی کارکنان بیمارستان فاطمه الزهرا (س)، *فصلنامه مدیریت سلامت*، شماره ۱۲.
6. Cohen, A. (2007). Commitment before and after: An evaluation and reconceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 3, 356-375.
7. Erdheim, J, wang, M, zickar, M. J. (2006) Linking the Big five personality constructs to organizational commitment. *Personality and Individual Differences*, 41, 959-970.
8. Chang, H. T., Chi, M. W, & Miao, M. C. (2007). Testing the relationship between three component organizational / occupational commitment and organizational / occupational turnover intention using a none-recursive model, *journal of vocational behavior*, 2, 320-335.
۹. رهنورد، فرج اله، رادمنش، ایران (۱۳۸۲). تصمیم‌گیری مشارکتی و تعهد سازمانی، *مجله دانش مدیریت*، شماره (۶۲): ۱۶-۳.
۱۰. مدنی، حسین، زاهدی، محمد جواد (۱۳۸۴). تعیین اولویت عوامل موثر بر تعهد سازمانی، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ششم، (۱): ۳۳-۳.
11. Hoy, W. K., Tarter, C. J., & Kottkamp, R. B. (2000). Open schools / healthy schools: Measurement organizational climate. E-book has been republished by Arlington writers, LTD.
12. Tsui, K, T., & cheng, Y. C. (1999) School organizational Health and teacher commitment: A contingency study with multi-level Analysis. *Educational Research and Education*, 3, 429-268.
13. Korkmaz, M. (2006). The Relationship between organizational Health and Robust school vision in Elementary schools. *Educational Research Quarterly*, 1, 14-36.
14. Korkmaz, M. (2007). The effect of Leadership style on organizational Health. *Educational Research Quarterly*, 3, 22-54.
۱۵. جاهد، حسینعلی (۱۳۸۴). سلامت سازمانی، *ماهنامه تدبیر*، (۱۵۹): ۲۱-۱۶.
16. Zhang, D. D & .Bruning, E. (2011) .Personal characteristics and strategic orientation: entrepreneurs in Canadian manufacturing companies'. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 17. pp: 82-103.

17. Samad, S. (2009). The Influence of Emotional Intelligence on Effective Leadership among Managers in Malaysian Business Organizations. *The Business Review*. 170-164, 13.
18. Vohra, N. (2010). Influence of positive characteristics on organizational commitment and job satisfaction and organizational health of India middle manager submitted to journal of psychology for publication.
19. Singer S, Lin S, Falwell A, Gaba D, Baker L. (2009). Relationship of safety climate and safety performance in hospitals. *Health Serv Res*. 44: 399-421.
20. Heinonen, S., & Saarimaa, R. (2009). Better job satisfaction through quality of work life – how can telework help? Hong Lu, E., Alison, K. W.
21. Mishara, gayatra, pravash, kumar, patanyac (2009). the multi menials natural of organizational commitment in a non western context, *journal of management development*. 1, 71-82.
22. Saurabh kr .Tiwari& P.C Mmishara. (2008). Work steers and health as – predictors of organizational commitment. *journal of the Indian academy of applied psychology*. vol.2, 267-277.
23. Mayler, w, skorman, p (2008). assessment of influential factors on employees organizaional commitment in different departmrnts *journal of safety research*. vol 25, 42-59.
24. Pateel. C. (2002). Examination of organizational health and organizational commitment among industrial employees. *journal health train*. vol, 4: 180-195.
25. Nir, Adam, & Smith, A (2002). School health and its relation to Teacher commitment, *journal of planning changing* 1-2, 106-126.
۲۶. نعمی، عبدالزهرا (۱۳۸۴). بررسی سبک‌های رهبری و خشنودی شغلی در کارکنان شرکت فولاد خوزستان، پایان نامه جهت اخذ مدرک دکترای روان شناسی شهید چمران اهواز.
۲۷. بیک پور، ام البنین، حسینی، مژگان (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین کیفیت زندگی کاری با دلبستگی شغلی و میل ماندن در شغل، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران اهواز.
۲۸. اندرودی، راضیه (۱۳۸۱). بررسی رابطه بین سلامت سازمانی با تعهد سازمانی دبیران در مدارس راهنمایی دخترانه شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۲۹. ذوالقدرنسب، محسن (۱۳۸۴). بررسی رابطه بین سلامت سازمانی و تعهد سازمانی معلمان مقطع ابتدایی شهر همدان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران.
۳۰. امان الهی فرد، عباس (۱۳۸۴). بررسی رابطه ویژگیهای شخصیتی و عوامل فردی خانوادگی

با رضایت زناشویی کارکنان اداره-های دولتی شهر اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد مشاوره، دانشگاه شهید چمران اهواز.

۳۱. سمیعی، حسین (۱۳۷۵). بررسی رابطه خصوصیات شخصی و ویژگیهای شغلی با تعهد سازمانی مناطق پنج گانه شهرداری اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی-واحد اهواز.

۳۲. ساعدی، سارا، خلعتبری، جواد، موری نجف آبادی، ندا (۱۳۸۹). رابطه کیفیت زندگی کاری و سلامت سازمانی با خوشنودی شغلی، فصلنامه تازه-های روانشناسی صنعتی-سازمانی، سال اول، شماره چهارم، صفحه ۵۵-۶۴.

۳۳. رضائیان، علی (۱۳۸۷). اصول سازمان و مدیریت، چاپ دوازدهم، تهران.

34. Norman IJ, Wu L. (2006) An investigation of job satisfaction, organizational commitment and role ambiguity in sample of Chines undergraduate nursing students. *Nurse Educ Today*; 26(4):304-14.

35. Powell DM, Meyer JP (2005). Side bet theory and the three component model of organizational commitment. *J Vacate Behave*. 65(1):157-77.

36. Allen, Natalie J., (2003). Examining organizational commitment in china, *Journal of Vocational Behavior*. 62, pp: 511-515.

۳۷. دلگشایی، بهرام، توفیقی، شهرام، کرمانی، بهناز (۱۳۸۷). رابطه جو سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان و مدیران بیمارستان-های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی همدان، فصلنامه دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی گناباد، دوره ۱۴؛ شماره ۴، ۶۰-۶۹.

38. Stewart, Susan M; Bing Mark N, Gruys Melisa L, Helford Michael C. (2006). Men, women and perceptions of work environments, organizational commitment and turnover intentions, *Scientific Journals International*; 1(1): 1-21.

39. Culverson, Dawn Elizabeth. (2002). Exploring organizational commitment following radical change: A case study within the Parks Canada Agency [dissertation]. University of Waterloo (Canada): 18-19.

مقایسه خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

ابوالفضل فراهانی^۱، عزت‌ا... ترخانی^۲، محمد ایمانی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۰/۰۵/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۱۰/۱۲

چکیده

هدف این تحقیق، مقایسه خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی است. روش تحقیق حاضر توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق، تمام دانشجویان تربیت بدنی مقطع کارشناسی بودند که در سال تحصیلی ۸۵-۸۶ در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی شهر تهران مشغول به تحصیل بوده‌اند. از شاخص‌های آمار توصیفی برای محاسبه میانگین و انحراف معیار، برای مقایسه نمرات خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی با غیردولتی و همچنین مقایسه نمرات خودپنداره دانشجویان دختر و پسر، شاغل و بیکار و متأهل و مجرد از آزمون پارامتریک t استودنت استفاده شده است. برای مشخص کردن ارتباط بین سنوات تحصیل در دانشگاه و سطح خودپنداره از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. این تحقیق نشان می‌دهد بین نمرات خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی رابطه معنی‌داری وجود ندارد و سنوات حضور در دانشگاه نیز رابطه معنی‌داری با نمرات خودپنداره تحصیلی ندارد. در این تحقیق میزان نمره خودپنداره دانشجویان دختر و پسر، شاغل و بیکار، متأهل و مجرد در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی با یکدیگر مقایسه شد، اما تفاوت معنی‌دار آماری بین نمرات خودپنداره آنان مشاهده نشد. نتایج این تحقیق همبستگی ۰/۰۲ را بین خودپنداره و سنوات تحصیل در دانشگاه نشان داد که بیا نگر این مطلب است که تحصیل در دانشگاه نمی‌تواند نقشی معنی‌دار در ارتقای خودپنداره دانشجویان داشته باشد.

کلیدواژه‌های فارسی: خودپنداره، دانشجوی تربیت بدنی، دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی.

۱. استاد دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

۲ و ۳. کارشناس ارشد تربیت بدنی

مقدمه

موفقیت و پیروزی در زندگی، دوستی، کار، تحصیل و تقریباً هر اقدامی که برای آن کوشش می‌کنیم تا حد زیادی از تصورات شخصی ما سرچشمه می‌گیرد. به نظر می‌رسد افرادی که به ارزش شخصی خود اطمینان دارند و خود را فردی با ارزش می‌دانند، موفقیت و خوشبختی را به سوی خود جذب می‌کنند. «مفهوم خود» از موضوعاتی است که به لحاظ کانون توجه بودن، تاریخچه‌ای تقریباً طولانی دارد. اهمیت و ضرورت شناخت خود و خویش‌شناسی تا بدانجاست که در حدیثی از حضرت علی (ع) آمده است: «معرفة النفس انفع المعارف»؛ یعنی خودشناسی بهترین دانش‌هاست.

خودپنداره^۱ مجموعه برداشت‌ها یا ارزشیابی کلی فرد از شخصیت خویش است. این ارزشیابی، از ارزشیابی ذهنی‌ای سرچشمه می‌گیرد که هر فرد از ویژگی‌های رفتاری خود به‌دست می‌آورد (برونو، ۱۹۸۶). همچنین راجرز^۲ خودپنداره را برداشتی که فرد از خود حقیقی خویش دارد یا به عبارت دیگر، آنچه فرد از وجود خویش احساس می‌کند تعریف کرده است (۱). در زمینه نقش خودپنداره به‌عنوان متغیری شخصیتی بر عملکرد تحصیلی پژوهش‌هایی در ایران و سایر کشورهای جهان انجام شده است. تحقیقات انجام شده در این زمینه، نتایج متفاوت و بعضاً متضادی را در تأثیر این متغیر بر عملکرد تحصیلی نشان داده‌اند، همچنین برخی تحقیقات نیز مبین ارتباط متقابل بین خودپنداره و عملکرد تحصیلی‌اند که به نمونه‌هایی از این تحقیقات اشاره می‌شود. فراهانی (۱۳۸۱) در مورد نقش خودپنداره در موفقیت تحصیلی دانشجویان ورزشکار و غیرورزشکار به این نتیجه رسید که بین خودپنداره دانشجویان ورزشکار و غیرورزشکار تفاوت معنی‌داری وجود ندارد (۱۲). فراهانی (۱۳۸۲) در تحقیقی در مورد اثر علمی و تجربه‌های حرکتی در موفقیت تحصیلی دانشجویان تربیت بدنی به این نتیجه رسید که تجربه‌های حرکتی و برخی مؤلفه‌های پیشینه علمی در موفقیت‌های تحصیلی نقش مهمی دارند (۱۳). صالحی (۱۳۸۵) درباره تأثیر تلقین بر خودپنداره ورزشی به این نتیجه دست یافت که خودپنداره ورزشی ثبات قابل توجهی دراد و به سادگی دستخوش تغییر نمی‌شود (۱۰).

سهرابی و همکاران (۱۳۸۵) تحقیقی در زمینه اثر روش‌های تمرینی منتخب بر خودپنداره بدنی دانشجویان دختر دانشگاه فردوسی مشهد انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که تمرین و فعالیت بدنی می‌تواند سبب تغییر و بهبود خودپنداره بدنی شود (۹). حسین‌زاده (۱۳۸۲) در مقایسه خودپنداره دانش‌آموزان ورزشکار و غیرورزشکار مقطع متوسطه گناباد به این نتیجه

1. Self- Concept

2. Rojerz

رسیدند که ورزشکاران، در مقایسه با غیرورزشکاران به طور معنی داری خودپنداره بهتری دارند و همچنین بین خودپنداره دختران و پسران اختلاف معنی داری مشاهده نشد.

جوادیان صراف و همکاران (۱۳۸۵) با بررسی خودپنداره ورزشی و خودکارآمدی تمرینی کشتی گیران نخبه حاضر در اردوی تیم ملی بازی های آسیایی قطر و ارتباط بین آن ها به این نتیجه دست یافتند که کشتی گیران نخبه برای اجرای اوج عملکرد طی تمرین و رقابت، توانایی ادراک شده قابل توجهی دارند، در حالی که خودکارآمدی تمرینی آنان در حد متوسطی ارزیابی می شود. بر همین اساس، افزایش خودکارآمدی تمرینی کشتی گیران نخبه که خودپنداره خوبی نیز دارند می تواند نتایج بهتری برای آنان به ارمغان آورد (۴). دلاور (۷۳-۱۳۷۲) در پژوهش روی دو گروه از دانشجویان مشروط و غیرمشروط دانشگاه علامه طباطبائی در سال تحصیلی ۱۳۷۱-۷۲ و از طریق اجرای پرسشنامه در زمینه خودپنداره به این نتیجه دست یافت که دانشجویان مشروط، در مقایسه با دانشجویان غیرمشروط خودپنداره ضعیف تری دارند (۷). فراهانی (۱۳۸۵) در پژوهشی در مورد خودآموزی و مطالعه مستقل و نقش آن در یادداری دانش آموختگان تربیت بدنی به این نتیجه رسید که مطالعه مستقل و خودآموزی در یادداری دانش آموختگان مؤثر است و کسانی که در موقعیت خودآموزی و مطالعه فردی آموزش دیده اند، در مقایسه با گروه حضوری (معلم محور) یادداری بهتری دارند (۱۱). حسینیان (۱۳۸۴) در بررسی و مقایسه خودپنداره نوجوانان دختر و پسر گریزان و عادی دریافت بین خودپنداره نوجوانان دختر و پسر عادی و گریزان تفاوت معنی داری وجود دارد. این تحقیق مؤید این نظر است که نوجوانان دختر و پسر عادی، در مقایسه با نوجوانان دختر و پسر گریزان خودپنداره مثبت دارند (۵).

اینارم^۱ (۱۹۹۰) و همکارانش در مورد خودپنداره نوجوانان و عملکرد تحصیلی آنان در درس ریاضی و درس های کلامی تحقیقی انجام دادند که نشان می دهد خودپنداره نوجوانان با عملکرد تحصیلی آنان در درس ریاضی و درس های کلامی به میزان زیادی با یکدیگر همبستگی دارند (۱۸). هانیز^۲ (۱۹۹۰) در مورد تأثیر مفهوم خودپنداره در سازگاری مدرسه ای دانش آموزان راهنمایی به این نتیجه رسید که خودپنداره کودکان در سازگاری مدرسه و نوع رفتار آن تأثیر دارد (۱۸). مریل^۳ (۱۹۹۴) بیان می کند که خودپنداره با مسائلی از قبیل سطح اضطراب، کناره گیری اجتماعی و عملکرد تحصیلی ارتباط دارد (۲۱).

1. Inarm

2. Haniz

3. Meril

با توجه به مطالعات انجام شده در مورد خودپنداره که به بخشی از این دستاوردهای پژوهشی اشاره شد، تحقیق حاضر با هدف بررسی وضعیت خودپنداره دانشجویان در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی و رابطه سابقه حضور (سنوآت تحصیلی) و سطح خودپنداره انجام شده است. به علاوه، رابطه مؤلفه‌هایی مانند وضعیت تأهل، سن و جنسیت با خودپنداره بررسی شده است. این اهداف در قالب هفت فرضیه برای آزمون تبیین شده است.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر با توجه به ماهیت موضوع مورد تحقیق توصیفی - تحلیلی است. بررسی رابطه سطح خودپنداره با سنوآت تحصیلی و توقف در دانشگاه و همچنین بررسی رابطه سطح خودپنداره با ویژگی‌های فردی، معیشتی، سن، جنسیت و ... نیز از نوع همبستگی است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه خودپنداره معیارشده راجرز حاوی ۴۰ سوال پاسخ بسته است.

جامعه آماری پژوهش کلیه دانشجویان تربیت بدنی در مقطع کارشناسی را در بر می‌گرفت که در سال تحصیلی ۱۳۸۵-۸۶ در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران شامل: تهران، شهید بهشتی، تربیت معلم، پیام نور و شهید رجایی و همچنین دانشگاه‌های غیردولتی تهران شامل: دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز و دانشگاه آزاد واحد شرق تهران مشغول به تحصیل بودند و تعداد آنان حدود ۱۶۲۰ نفر بوده است. از این تعداد، حدود ۱۰۸۰ نفر در دانشگاه‌های دولتی و ۵۴۰ نفر در دانشگاه‌های غیردولتی مشغول به تحصیل بودند.

نمونه آماری این تحقیق شامل ۲۵۵ نفر از این دانشجویان بود که از این تعداد ۱۸۵ نفر در دانشگاه‌های دولتی و ۷۰ نفر از دانشگاه‌های غیردولتی تحصیل می‌کردند.

از شاخص‌های آمار توصیفی برای به دست آوردن میانگین و انحراف معیار استفاده شده است. برای مقایسه نمرات خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی با دانشجویان دانشگاه‌های غیردولتی و مقایسه نمرات خودپنداره دختر و پسر از آزمون پارامتریک t استودنت استفاده شده است. همچنین برای مقایسه ویژگی‌های فردی، سن، اشتغال، تأهل و مجرد از آماره‌های غیر پارامتریک خی دو (کای اسکوار) استفاده شده است. ارتباط بین سنوآت تحصیل در دانشگاه و سطح خودپنداره با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون مشخص شد. تحلیل داده‌های این تحقیق، با استفاده از نرم‌افزار رایانه‌ای SPSS انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

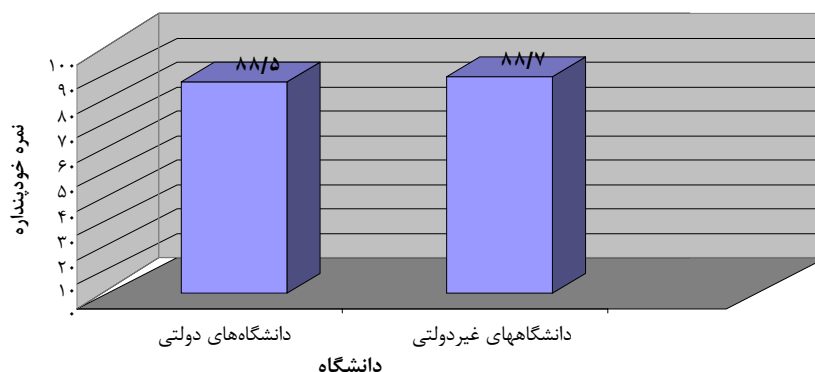
میانگین نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی به ترتیب ۸۶/۵ و ۸۸/۷ است. میانگین نمره خودپنداره دانشجویان سال‌های پایین‌تر و سال‌های بالاتر در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی به ترتیب ۸۶/۸۶ و ۸۷/۳۶ است. همچنین میزان همبستگی بین سنوات حضور در دانشگاه با خودپنداره دانشجویان ۰/۰۲ است و خودپنداره دانشجویان دختر با ۸۶/۸۵ از خودپنداره پسران با نمره ۸۷/۲۵ کمتر است. به علاوه، تحقیق نشان می‌دهد میانگین نمره خودپنداره دانشجویان بیکار (۸۷/۷) و مجرد (۸۷/۵) از دانشجویان شاغل (۸۵/۹) و متأهل (۸۵/۶) بیشتر است. اختلاف زیاد نمرات از لحاظ آماری معنی‌دار نیست. نتیجه آزمون فرضیه‌ها به شرح زیر گزارش می‌شود:

فرضیه ۱. بین نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۱. مقایسه نمره‌های خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

گروه‌های آزمودنی	خودپنداره						
	میانگین	انحراف معیار	حداکثر	حداقل	تعداد	t مشاهده شده	درجه آزادی
دانشگاه‌های دولتی	۸۶/۵	۱۲/۳۴	۱۱۹	۴۹	۱۸۵	-۱/۴۶۵	۱۵۶/۲۴۴
دانشگاه‌های غیردولتی	۸۸/۷	۹/۷۶	۱۱۳	۵۶	۷۰		
							۰/۱۴۵

در جدول ۱ نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی تهران مقایسه شده است. اگرچه میانگین نمرات خودپنداره دانشجویان دانشگاه غیردولتی بیشتر است، سطح معنی‌داری به دست آمده ۰/۱۴ است که بیشتر از $a=0/05$ است؛ در نتیجه فرض تحقیق رد می‌شود و می‌توان گفت از نظر آماری بین نمره خودپنداره دو گروه تفاوت معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.



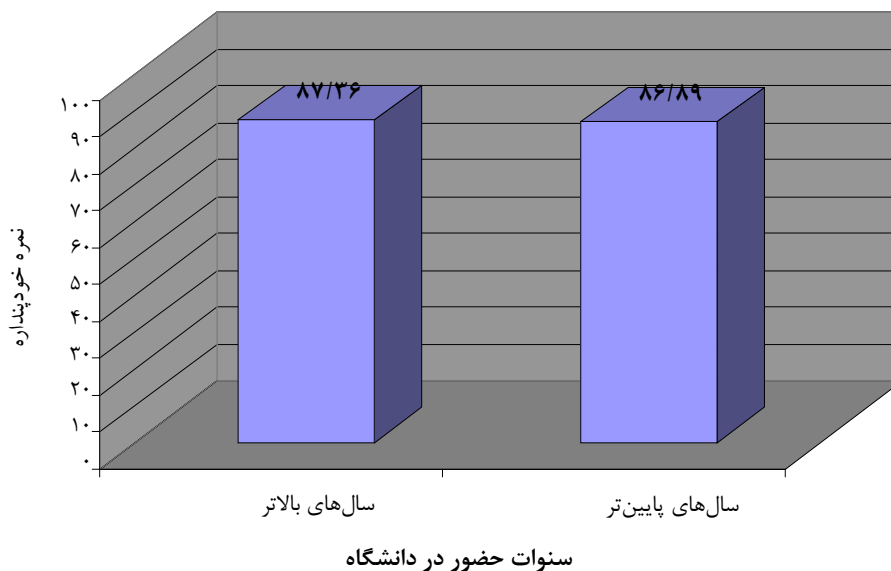
نمودار ۱. مقایسه نمره‌های خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

فرضیه ۲. بین نمره خودپنداره دانشجویان سال‌های بالاتر با سال‌های پایین‌تر در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۲. مقایسه نمره‌های خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی سال‌های بالاتر و سال‌های پایین‌تر

سنوآت حضور در دانشگاه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t مشاهده شده	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
سال بالاتر	۱۳۲	۸۷/۳۶	۱۲/۲۰۶	۱/۰۶۲	-۰/۳۲۰	۲۵۳	۰/۷۵۰
سال پایین	۱۲۳	۸۶/۸۹	۱۱/۱۹۸	۱/۰۱۰			

در جدول ۲ نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی سال‌های بالاتر و سال‌های پایین‌تر مقایسه شده است. از نظر میانگین، نمره خودپنداره دانشجویان سال‌های بالاتر کمی بیشتر از سال‌های پایین‌تر است، اما چون سطح معنی‌داری به دست آمده ۰/۷۵ است که بیش از $\alpha=0/05$ است؛ فرض تحقیق رد می‌شود و می‌توان گفت بین نمره خودپنداره دو گروه از نظر آماری تفاوت معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.



نمودار ۲. مقایسه نمره خودپنداره دانشجویان سال بالا با سال پایین

فرضیه ۳. بین سنوات حضور در دانشگاه و خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه-های دولتی و غیردولتی همبستگی وجود دارد.

جدول ۳ ضریب همبستگی بین سنوات حضور در دانشگاه و نمرات خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی را نشان می‌دهد.

جدول ۳. میزان همبستگی سنوات حضور در دانشگاه و خودپنداره

	نمره خودپنداره	سنوات حضور در دانشگاه	
ضریب همبستگی پیرسون	۰/۰۲۰	۱	سنوات حضور در دانشگاه
	۰/۷۵۰	۰/۷۵۰	
	۲۵۵	۲۵۵	
ضریب همبستگی پیرسون	۱	۰/۰۲۰	نمره خودپنداره
	۰/۷۵۰	۰/۷۵۰	
	۲۵۵	۲۵۵	

جدول بالا نشان می‌دهد همبستگی بین سنوات حضور در دانشگاه و نمره خودپنداره دانشجویان ۰/۰۲۰ است که بیانگر این مطلب است: بین سنوات حضور در دانشگاه و نمره

خودپنداره همبستگی وجود ندارد و دو مقوله مستقل از همدیگرند.

فرضیه ۴. بین نمره خودپنداره دانشجویان دختر و پسر در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

جنسیت: جدول ۴ تعداد، میانگین، انحراف معیار و خطای معیار نمره خودپنداره دانشجویان

تربیت بدنی دختر و پسر دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی را به‌صورت کلی نشان می‌دهد.

جدول ۴. مقایسه نمره خودپنداره دانشجویان دختر و پسر در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

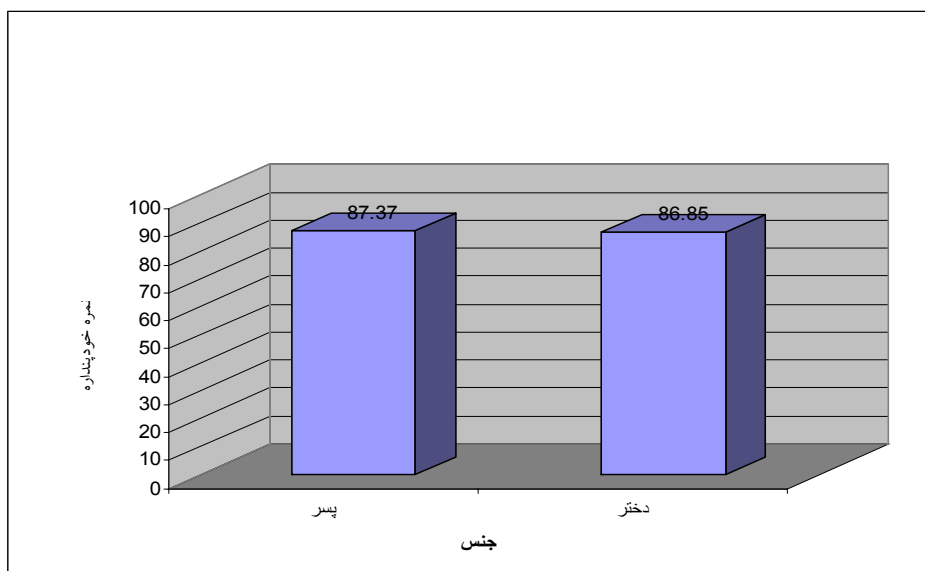
جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین	t مشاهده شده	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
پسر	۱۳۷	۸۷/۳۷	۱۲/۱۶۶	۱/۰۳۹	۰/۳۸۵	۲۵۱/۵۸۳	۰/۷۲۰
دختر	۱۱۸	۸۶/۸۵	۱۱/۲۰۳	۱/۰۳۱			

جدول ۴ میزان نمره خودپنداره دانشجویان دختر و پسر را در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

مقایسه می‌کند. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری به‌دست آمده ۰/۷۲ است که بیشتر از

$\alpha = 0.05$ است، فرض تحقیق رد می‌شود؛ بنابراین از نظر آماری تفاوت معنی‌داری بین نمرات

خودپنداره دو جنس وجود ندارد.



نمودار ۴. مقایسه نمره خودپنداره دانشجویان دختر و پسر در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

فرضیه ۵. بین نمره خودپنداره دانشجویان شاغل و بیکار در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

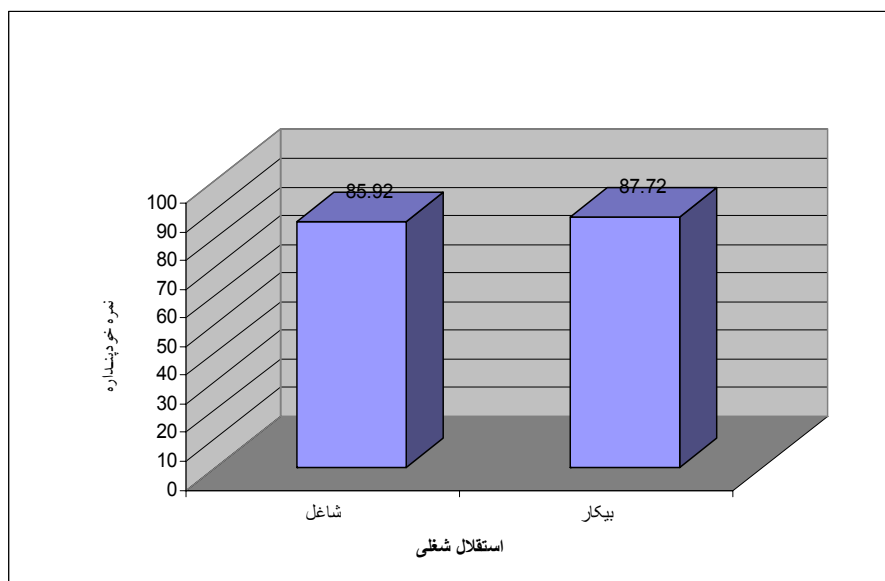
تفاوت معنی داری وجود دارد.

اشتغال: جدول ۵ تعداد، میانگین، انحراف معیار و خطای معیار نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی شاغل و بیکار دانشگاه‌های دولتی و غیر دولتی را به صورت کلی نشان می‌دهد.

جدول ۵. مقایسه نمره خودپنداره دانشجویان شاغل و بیکار در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

اشتغال	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین	t مشاهده شده	درجه آزادی	سطح معنی داری
شاغل	۸۳	۸۵/۹۲	۱۱/۷۱۶	۱/۲۸۶	-۱/۱۵۱	۲۵۳	۰/۲۵۱
بیکار	۱۷۲	۸۷/۷۲	۱۱/۶۹۶	۰/۸۹۲			

در جدول بالا میزان نمره خودپنداره دانشجویان شاغل و بیکار در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی مقایسه شده است. با توجه به اینکه سطح معنی داری به دست آمده ۰/۲۵ است که بیش از $\alpha=0/05$ است، فرض تحقیق رد می‌شود و از نظر آماری بین نمره خودپنداره دانشجویان شاغل و بیکار در دو دانشگاه تفاوت معنی داری مشاهده نمی‌شود.



نمودار ۵. مقایسه نمره خودپنداره دانشجویان شاغل و بیکار در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

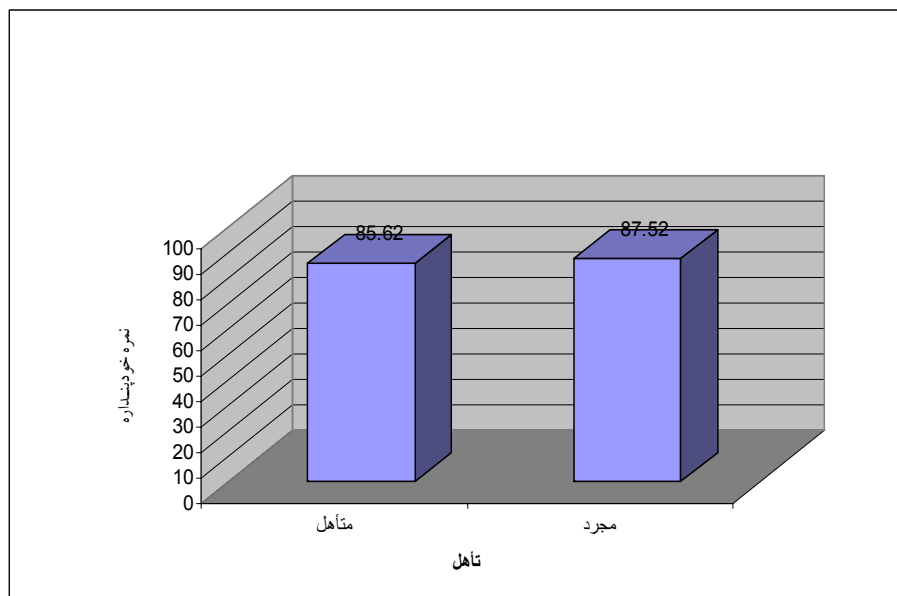
فرضیه ۶: بین نمره خودپنداره دانشجویان متأهل و مجرد در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی تفاوت معنی داری وجود دارد.

تأهل: جدول ۶ تعداد، میانگین، انحراف معیار و خطای معیار نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی متأهل و مجرد دانشگاه‌های دولتی و غیر دولتی را به صورت کلی نشان می‌دهد.

جدول ۶. مقایسه نمره خودپنداره دانشجویان متأهل و مجرد در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

تأهل	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین	t مشاهده شده	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
متأهل	۵۳	۸۵/۶۲	۱۲/۰۱۵	۱/۶۵۰	-۱/۰۵۳	۲۵۳	۰/۲۹۳
مجرد	۲۰۲	۸۷/۵۲	۱۱/۶۲۷	۰/۸۱۸			

جدول بالا میزان نمره خودپنداره دانشجویان متأهل و مجرد دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی را با هم مقایسه می‌کند. ملاحظه می‌شود که میانگین نمرات خودپنداره دانشجویان مجرد از میانگین نمره دانشجویان متأهل بیشتر است، اما با توجه به اینکه سطح معنی‌داری به دست آمده ۰/۲۹ است که بیش از $a=0/05$ است، فرض تحقیق رد می‌شود و می‌توان گفت از نظر آماری تفاوت معنی‌داری بین نمرات خودپنداره دانشجویان مجرد و متأهل وجود ندارد.



نمودار ۶. مقایسه نمره خودپنداره دانشجویان متأهل و مجرد در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی

بحث و نتیجه‌گیری

مقایسه نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی تهران یافته‌های این پژوهش نشان داد بین نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. اگرچه میانگین نمرات خودپنداره دانشجویان دانشگاه غیردولتی بیشتر از دانشجویان دانشگاه‌های دولتی است، از نظر آماری تفاوت معنی‌داری بین نمرات خودپنداره دو گروه آزمودنی مشاهده نشد. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیق حسین‌زاده و همکاران (۱۳۸۲) و دلاور ۱۳۷۲-۷۳ تفاوت دارد. به نظر می‌رسد چون نمونه‌های مورد نظر از نظر شخصیتی بیشتر با هم همخوانی دارند؛ رفتارهای تقریباً مشابه و نزدیک به هم آن‌ها باعث شده است نمرات خودپنداره تقریباً یکسانی داشته باشند.

سنوات حضور در دانشگاه. سنوات حضور در دانشگاه با میزان نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی رابطه‌ای ندارد. به علاوه، در این تحقیق میزان نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی سال‌های بالاتر و پایین‌تر مقایسه شده است. با وجود اینکه از نظر میانگین، نمره خودپنداره دانشجویان سال بالا کمی بیشتر از دانشجویان سال پایین است، از نظر آماری تفاوت معنی‌داری بین نمرات خودپنداره دو گروه مشاهده نمی‌شود. به نظر می‌رسد سنوات حضور در دانشگاه با خودپنداره دانشجویان رابطه مستقیم داشته باشد، اما نتایج این تحقیق ضریب همبستگی ۰.۲٪ را بین این دو مقوله نشان می‌دهد که بیانگر این مطلب است که بین سنوات حضور در دانشگاه و نمره خودپنداره همبستگی وجود ندارد و محل تحصیل و حضور در دانشگاه، اعم از دانشگاه‌های دولتی یا غیردولتی، نقش مؤثری در ارتقای خودپنداره نداشته است. نتیجه این بخش تحقیق با نتایج تحقیق فراهانی (۱۳۸۰)، اینارم و همکاران (۱۹۹۰)، احمدی (۱۳۶۷)، اسماعیل (۱۹۹۲)، لویتون (۱۹۷۰)، تفاوت دارد؛ بنابراین می‌توان گفت با توجه به اینکه سال‌های حضور در دانشگاه طولانی است و دانشجویان سال‌های اول و آخر از لحاظ بلوغ فکری با هم متفاوت‌اند و با در نظر گرفتن اینکه دانشجویان در بدو ورود چه اندیشه‌هایی در سر داشتند که با گذشت زمان و رسیدن به سال‌های آخر دانشگاه از آن‌ها مأیوس شدند، احتمالاً باید تفاوتی بین میزان خودپنداره آنان باشد که با تحقیقات بیشتر و گسترده‌تر می‌توان به اطلاعات و آگاهی‌های دقیق‌تر دست یافت.

سن. این تحقیق نمره خودپنداره دانشجویان تربیت بدنی کمتر و بیشتر از ۲۵ سال دانشجویان دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی را مقایسه می‌کند. اگرچه میانگین نمرات خودپنداره دانشجویان کمتر از ۲۵ سال بیشتر است، از نظر آماری تفاوت معنی‌داری بین نمرات خودپنداره دانشجویان کمتر و بیشتر از ۲۵ سال وجود ندارد. نتیجه تحقیق با نتایج تحقیق زاهدی اصل (۱۳۷۴) و

کریمی (۱۳۷۵) مطابقت دارد، درحالی که با نتایج تحقیقات رکدال (۱۹۸۳) کوک (۱۹۹۰)، دلاور (۱۳۷۲)، حسینیان (۱۳۸۴) تفاوت دارد.

جنسیت. در پژوهش حاضر نمره خودپنداره دانشجویان دختر و پسر در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی با یکدیگر مقایسه شد، اما تفاوت معنی‌داری بین نمرات خودپنداره دو جنس مشاهده نشد. میانگین نمرات خودپنداره دانشجویان دختر در دانشگاه‌های دولتی بیشتر است، اما این اختلاف از نظر آماری معنی‌دار نیست؛ بنابراین می‌توان گفت پسران بیش از دختران فردیتشان را توسعه می‌دهند. پسران بر استقلال و خودمختاری تأکید دارند و خودپنداره آنان به موفقیت‌ها و پیشرفت‌های فردیشان بستگی دارد، اما دختران به روابط بین فردی و روابط اجتماعی بیش از پیشرفت‌های فردی تمرکز دارند و خودپنداره آنان، در مقایسه با مردان بیشتر تحت تأثیر روابط، عشق، مهر و محبت، خانواده و دوستان است.

شغل. مقایسه نمره خودپنداره دانشجویان شاغل و بیکار دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی نشان داد از نظر آماری بین نمره خودپنداره دانشجویان شاغل و بیکار تفاوت معنی‌داری وجود دارد. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیق دلاور (۱۳۷۳) و فراهانی (۱۳۸۱) همخوانی دارد؛ بنابراین می‌توان گفت افرادی که کمتر دغدغه مالی دارند و هزینه‌های آنان از طرف خانواده‌هایشان تأمین می‌شود از دانشجویانی که خودشان شاغل و دارای درآمدند خودپنداره بهتری دارند.

تأهل. در این تحقیق نمره خودپنداره دانشجویان متأهل و مجرد در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی مقایسه شده است. میانگین نمرات خودپنداره دانشجویان مجرد از میانگین نمرات دانشجویان متأهل بیشتر است، ولی از نظر آماری تفاوت معنی‌داری بین نمرات خودپنداره دانشجویان مجرد و متأهل وجود ندارد.

براساس نتایج این تحقیق می‌توان استنباط کرد که این باور عمومی جامعه که دانشجویان دانشگاه‌های دولتی به دلیل کسب نمرات بهتر در آزمون‌های ورودی و پیشینه علمی قوی‌تر، خودپنداره تحصیلی بهتری دارند، در رشته تربیت بدنی تأیید نمی‌شود یا دست‌کم می‌توان اظهار کرد دانشگاه‌های غیردولتی در پرورش باورها و خودپنداره تحصیلی موفق عمل کرده‌اند. در متغیرهای فرعی شامل وضعیت تأهل، اشتغال و جنسیت نیز تفاوت معنی‌داری دیده نشد و می‌توان اظهار کرد شغل، در آمد و وضعیت تأهل نیز نتوانسته است در میزان خودپنداره تحصیلی دانشجویان تأثیرگذار باشد.

منابع:

۱. اتکینسون و همکاران-زمینه روانشناسی(ترجمه محمد نقی براهنی و همکاران) تهران - انتشارات رشد - ۱۳۶۸
۲. الیور ارونسون - روانشناسی اجتماعی(ترجمه حسین شکر کن) تهران موسسه انتشارات امیر کبیر - ۱۳۷۴
۳. جان ای. گلاور، روانشناسی تربیتی و اصول و کاربرد آن، راجر اچ برونینگ ترجمه علینقی خرازی، سال ۱۳۷۵
۴. جوادیان صراف، نصرا...، شجیع، رضا، بررسی خودپنداره ورزشی و خودکارآمدی تمرینی کشتی گیران نخبه حاضر در اردوی تیم ملی بازی‌های آسیایی قطر و ارتباط بین آن‌ها، هفتمین همایش ملی تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، اسفند ۸۵
۵. حسینیان، سیمین، بررسی و مقایسه خودپنداره نوجوانان دختر و پسر گریزان و عادی، مجله مطالعات روان‌شناختی، دانشگاه الزهراء، شماره ۳ و ۲، صص ۸۱-۷۳، سال ۱۳۸۴
۶. دلاور، علی - روش‌های آماری در روانشناسی و علوم تربیتی - نشر دانشگاه پیام نور-تهران-۱۳۷۴
۷. دلاور، علی، عوامل موثر در مشروط شدن دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی، گزارش تحقیق، ۷۳-۱۳۷۲
۸. رجب زاده، اکبر، بررسی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی و ارتباط آن با سلامت روانی دانشجویان دختر و پسر مقطع کارشناسی دانشگاه‌های دولتی تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت معلم تهران، ۸۱-۱۳۸۰
۹. سهرابی، مهدی، جوادیان، نصرا...، امامی، تکتیم، اثر روش‌های تمرینی منتخب بر خودپنداره بدنی دانشجویان دختر، هفتمین همایش ملی تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، اسفند ۸۵
۱۰. صالحی، جواد، تأثیر تلقین بر خودپنداره ورزشی، هفتمین همایش ملی تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، اسفند ۸۵
۱۱. فراهانی، ابوالفضل(۱۳۸۵) مقایسه خودپنداره تحصیلی و رفتار ورودی دانشجویان علوم انسانی دانشگاه پیام نور و دانشگاه‌های حضوری- گزارش تحقیقی

۱۲. فراهانی، ابوالفضل- خودآموزی و مطالعه مستقل و نقش آن در یادداری دانش آموختگان تربیت بدنی-نشریه حرکت شماره ۱۰-زمستان ۱۳۸۱-ص ۵ تا ۱۸
۱۳. فراهانی، ابوالفضل- اثر پیشینه علمی و تجربه‌های حرکتی در موفقیت تحصیلی دانشجویان تربیت بدنی - فصلنامه المپیک- شماره ۴-۳(پیاپی ۲۴) پاییز و زمستان ۸۲ ص ۶۷
۱۴. فرخی، احمد و حسین زاده محمد- مقایسه خودپنداره دانش‌آموزان ورزشکار و غیر ورزشکار مقطع متوسطه شهر گناباد-دانش افق-بهار و تابستان ۱۳۸۲-شماره ۳- ص ۸۲ تا ۸۷
۱۵. لارنس ای. پروین- روانشناسی شخصیت-نظریه و تحقیق(ترجمه محمد جعفر جوادی و پروین کدیور) تهران موسسه خدمات فرهنگی رسا- ۱۳۷۹
16. Behncke, L. (2002). Self-regulation: A brief review. Athletic Insight, 14(1). Retrieved November 2004
17. Byrne, B. (1990). Self-concept and academic achievement: Investigating their importance as discriminators of academic track membership in high school. Canadian Journal of Education, 15(2), 173-182.
18. Citation: Huitt, W. (2004). Self-concept and self-esteem. Educational Psychology Interactive.
19. Corsin: R.J.(1984). Encyclopedia of psychology. Vol 3. New York. John. Wiley.
20. Hansford, B.C, & Hattie, J.A.(1982). The relationship between self and achivment/performance measures. Review of educational Research 52: 123-147
21. Hamachek, D. (1995). Self-concept and school achievement: Interaction dynamics and a tool for assessing the self-concept component. Journal of Counseling & Development, 73(4), 419-425.
22. Hamachek, D. (1995). Self-concept and school achievement: Interaction dynamics and a component. Journal of Counseling & Development, 73(4), 419-425. tool for assessing the self-concept
23. Marsh,H,W, Byrn, B, M & Shavelson, R, J.(1998). M ultifaceted academic self-concept : its hiearchicl structure and its relation to academic achievement. Journal of educational psychology, vol 80: 366-380.
24. Merrell, K.W. Cedeno, J.& Johnson,E.R.(1993). The relationship between social behavior and self-concept in school settings. Psychology in the schools, vol.30,No.4.24
25. Richard. W. Nancy. H. Laura. L. January 15, 2002- Self Concept Based Motivation.

راهنمای اشتراک نشریات علمی - پژوهشی

پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی

خواهشمند است قبل از پرکردن برگ درخواست اشتراک به نکات زیر توجه فرمائید:

۱. نشانی خود را کامل و خوانا با ذکر کدپستی بنویسید.
۲. بهای اشتراک سالانه:

- مطالعات مدیریت ورزشی: ۱۰۰۰۰۰ ریال ☐
- فیزیولوژی ورزشی: ۱۰۰۰۰۰ ریال ☐
- مطالعات طب ورزشی: ۵۰۰۰۰ ریال ☐
- رفتار حرکتی: ۵۰۰۰۰ ریال ☐

۳. وجه اشتراک را به حساب جاری ۲۱۷۲۲۶۹۰۰۱۰۰۳ بانک ملی شعبه میر عماد کد ۱۸۷ به نام تمرکز وجوه درآمد اختصاصی پژوهشگاه تربیت بدنی و ورزش، و فیش بانکی را به همراه فرم اشتراک به آدرس دفتر نشریه ارسال کنید.

نشانی: مشهد-وکیل آباد ۵۴- نبش بلوار لادن- پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری- دفتر نشریه

کدپستی: ۹۱۷۹۸۹۵۵۱۸ تلفن: ۲- ۵۰۲۸۸۴۰-۵۱۱-۵۰۱۴۲۴۹ دورنگار: ۵۰۱۴۲۴۹
پست الکترونیکی: info@ssrc.ac.ir

فرم اشتراک نشریات علمی - پژوهشی

پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی

نام: نام خانوادگی: تحصیلات:
تاریخ شروع اشتراک: از شماره:
شغل:
نشانی پستی:
کدپستی: صندوق پستی:
نشانی الکترونیکی: تلفن:
به پیوست رسید بانکی شماره: مورخ:
به مبلغ ریال بابت اشتراک یکساله ضمیمه است.

امضاء

تاریخ

The comparison the physical education students' self – concept In state and non-state universities

A. Farahani, E. Tarkhani, M. imani

Abstract

The goal of this research is the comparison the physical education students' self – concept in state and non-state universities in Tehran. The present research method is analytic-descriptive. Population was the whole of under graduating physical education students who have been studying in state and non-state universities, in academic year 85-86 (2006 – 2007) in Tehran. To find the mean, and variance, we used descriptive statistics indexes. And to compare the self – concept scores of state university students with non – state university students and also to compare the self – concept scores of male and female, employed and unemployed, married and single students, at – student parametric test has been used. Pierson correlation coefficient is used to distinguish the relation ship between the number of years spent in university by the student and the level of his / her self – concept. Data analysis has been done by SPSS software.

Ultimately, this research showed no meaningful difference between self – concept scores of state and non – state university physical education students. There's no relationship between years spent in university and the rate of self – concept scores of the students. In this research were compared the rate self – concept scores of male and female, employed and unemployed, married and single students, But no meaningful difference was observed among self – concept scores. This research showed a 0/02 correlation coefficient between two factors of years spent in university and the rate of self – concept scores which indicates to be no meaningful correlation between these two variables. Accordingly, it cannot play a meaningful role in enhancing the students self – concept, and so they are independent from each other.

Key words: self-concept. Physical education student. State and non-state universities.

**Relationship between personality traits and organizational
commitment with organizational health in employees of Youth
and Sports Department in Khuzestan Province**

M. Ferdosi, F. Marashian, M. Talebpour

Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationship between personality traits and organizational commitment with organizational health in employees of Youth and Sports Department in Khuzestan province. The study population consisted of all employees in the departments of sport and youth including the center and the provinces city that they were nearly 300 people. The samples consisted of 200 persons of physical education staffs selected by a simple random sampling method from the all offices of Khuzestan province. To data collection we used Personality Traits Questionnaire (NEO-PI-R), Allen and Meyer's Organizational Commitment Questionnaire (OCQ) and Organizational Health Questionnaire (OHQ). The analysis of data which was contented with Pierson correlation and multiple regressions revealed that there is a significant relationship between some of personality traits such as Extroversion, Agreeableness and Consciousness and also organizational commitment with organizational health. Results also showed that there was a multiple relationship between Extroversion, Agreeableness and Consciousness and organizational commitment with organizational health. On the other word Extroversion, Agreeableness and Consciousness and organizational commitment can predict organizational health and else component can't do it.

Key words: Personality Traits, Organizational Commitment, Organizational Health.

Relationship between organizational structure and corporate entrepreneurship in Physical Education office of Sistan and Baluchestan Province

S. Heydarinejhad¹, M. Ghofrani², J Jalilvand³

Abstract

The purpose of this research was study of relationship between organizational structure and corporate entrepreneurship in physical education office of Sistan and Baluchestan Province in 1389. Methodology of this research was correlative descriptive, which was done by field study. Statistical society were all staff and heads sport associations in P E office (N =116). Sampling was census and whole community was selected as research sample. Instrument for gathering data was individual characteristic questionnaire and a modified questionnaire for organizational structure and corporate entrepreneurship, based on standard Rahimi Phil Abadi's questionnaire included 28 questions. Validity of the questionnaire was confirmed by 12 experts in Ahvaz and Zahedan, and reliability was calculated with Cronbach Alpha ($r=0.86$). For assuring of normal distribution data, Kolmogorov Smirnov test was used. Descriptive and inference statistics (Pearson correlation and multiple regressions) was used for data Analysis. The significance level was ($p \leq 0.05$). Finding of simple correlation indicated there was significant negative relationship between formalization ($r= -0.441$, $p= 0.001$); complexity ($r= -0.263$, $p= 0.006$) and centralization ($r= -0.275$, $p= 0.004$) with corporate entrepreneurship. Results of multiple regressions with entrance method showed positive significant relationship between organizational structure dimensions and corporate entrepreneurship, and step by step method showed formalization was most importance factor for prediction of corporate entrepreneurship. Regarding to the result of this study it is suggested for increase corporate entrepreneurship in organization must decrease formalizing, high rules and increase decentralization organization and employees have more freedom in the organization.

Key Words: Formalization, Complexity, Centralization, Corporate Entrepreneurship.

1, 3. Chamran University of Ahvaz

2. University of Sistan and Baluchestan

Examine the fourfold role of sport media in development of athletic sports

Honary, A. Ahmadi, M. Moradi

Abstract

The aim of the study was to investigate the fourfold role of the informing, educating, social participation and culture-making of media in the Development of athletic sports culture. The research method was descriptive-correlation, the type of research was applied research, the performance method was survey, and data collection was through field study. Research population consists of media and sport experts. Research sample includes 120 people. The sampling was performed non-randomly. A researcher-made questionnaire used to collect the data. Its validity proved by 12 professors and experts, and its reliability determined by Cronbach's Alpha ($\alpha=0.89$). Descriptive statistics were used to describe the status of examinees, and kolmogrov-smirnov test was used to see if the distribution of data was normal. Chi-square test (χ^2) was applied to investigate the significance of hypotheses and Cramer test (c) to investigate the intensity of relationship (correlation) between fourfold roles of media and developing the culture of athletic sports. Results of the research revealed that there is significant difference between fourfold roles of media and development of athletic sport culture, in the level of $P=0.05$. Considering the current conditions, sport media should have a new look to the subject of athletic sports so that they can do their duty that is to promote the athletic sports. Expansion the culture of athletic sports is done through comprehensive cooperation of media, sport and academic communities.

Keywords: sport media, athletic sports, informing, social participation, education, and culture-making.

The Balance of Power: the Analysis of Competitive Balance Process in Iran Football Pro League and Flight European Pro Leagues with HICB Index

A. Elahi¹, V. Saatchian², M. Rasooli³

Abstract

Nowadays the subject of competitive balance in sport events is getting huge attention in economic science world. CB in sport means what team will win in a competition. In this research the process of CB in Iran's football pro league and 5 flights European pro league (England, France, Spain, Italy & Germany) is studied in the period 2000-2009. It's obvious that if sport leagues want to be dynamic and alive in economic area they should have got a suitable level of CB. So with data gathered from Iran's football league organization and European football league websites by using economic indices, CB processes was estimated. Results showed that CB has been passing through an improvement road in all studied leagues and Iran had the best process of CB among others. England primer league had worst CB process and France lachampione was the second good one. In Iran, because it's popular teams (Esteghlal & Piruzy did not get good results so other teams had the chance to grow. According to results it's recommended that there should be suitable alternatives for retaining CB status in football league so football industry could take advantage from revenue making and attracting sponsors.

Key words: Sport economic, competitive balance, football pro league, comparative study.

Conceptual Design of Sport Tourism Information System

N.Sajadi¹, M.S. Afruzeh²

Abstract

Today tourism industrial is one of the industrial biggest in the world and Tourism Information System is one of the instruments of tourism development. This research is analysis-descriptive. The population and samples (86) includes experts, managers of physical education office and Cultural Heritage and Tourism office in Este Azerbaijan. For data collection used from interviews have been supplemented by documents and reports released by the ICTO, literature review and physical education office and questioner with 31 item and three important principles: Speed, accuracy and cost as a strategy in order to acquire competitive advantages. Data in stage three earned. The design is compared with the current situation based on the criteria of speed, accuracy and cost. For data analysis used paired T test. The findings show that significant difference between design ideal situations with the current situation based on the criteria of speed, accuracy and cost. Also was significant difference between accuracy information in physical education office and Cultural Heritage and Tourism office. Findings show that expert in tourism and physical education offices are eager to information development, increase information speed, related and deleted of false information. This idea can be help organization managers to development system information and earns customers satisfaction that likes poor medi and esfahani findings. Then suggest supply Conceptual Design of Tourism Information System in organization tourism and sport tourism is essential.

Key Words: Information System, Sport Tourism, Conceptual Design .

1. University of Tehran

2. Tarbiat moallem University

A Comparative Study of the Current Status of Human Resources in Iranian Universities Intramural with Ten Year Ago

H.R. Maghsudi Imen, F. Hadavi¹, F. Tondnevis²

Abstract

The purpose of this study was comparing the current status of Human Resources in Iranian universities intramural with ten years ago. In this study, the status of Human Resources of Iranian Universities Intramural in the number of human resources and percapita of Professional human resources will be compared. For investigation of Status of human resources in Iranian Universities Intramural was constructed through researcher-made questionnaire (face, acceptable validity and reliability with 0.81 Cronbach alpha coefficients) is used. The statistical Population included all Iranian universities and the statistical simple included 49 of total 60 University covered by Ministry of Science, Research and Technology which was randomly selected. The research design was comparative methods. Comparing the present study results with those studies done in ten years ago from thesis Ph.D dissertation (Tondnevis, 1998) has been performed through inference statistical methods (Wilcoxon test for variable middle comparison) in level of ($p \leq 0.05$). The Findings indicated that from 847 totals people of human resources in Universities Intramural 39.8 percent are female and 60.2 percent are male. From 223 totals people of Professional human resources 39.9 percent are female and 60.1 percent are male. Than the percapita of Professional human resources for each thousand girl's student are 0.39 people and in boy's student are 0.69 people and 0.53 people of Professional human resources for every thousand students (Girls and Boys) in University are employed. The Findings indicated that between Current Status of numbers of human resources and also percapita of Professional human resources there was not significant difference ($p \leq 0.05$) with ten years ago.

Key Words: Universities Intramural Sport, Human resources, Percapita of Professional human resources.

1. Islamic Azad University, Eslamshahr Branch

2. Kharazmi University

The Prioritization of Advertising Medias Based on AIDA Model to AHP Method in Production Sector of the Sport Industry

S. Mohammadi¹, N. Esma'eeli

Abstract

For selection of appropriate promotion mix (APM) of production sector of the sport industry, 30 marketing managers of sport companies responded to questionnaire of promotion mix & AIDA model. Validity proved by experts and reliability due to inconsistency ratio of questionnaires is less than 0.1 can be proved. For data analysis AHP method were used. The results showed in forth level among 17 (APM) tool, TV the weight of 0/522 had the most priority. In third level among (PM), advertising 0/396 and second level among AIDA tools attention 0/437 had the most priority. Results AIDA model showed in the forth level, for attention and interest-desire and action, TV adv respectively 0/510, 0/469& 0/499 had the most importance. Results based on AIDA model showed in the third level for attention, advertising 0/391 for interest-desire, sale promotion 0/359 and for action, salesman had the most priority.

Key Words: Promotion mix, Advertising, Analytic hierarchy process, AIDA model.

1. University of Kurdistan

Relationship between the Five Components of Emotional Intelligence and Conflict Management Strategies in Managers of Physical Education Offices of Western Azarbaijan Province

M. Moharram zadeh¹, M.H. Seyed Ameri², S. Sa'eedi

Abstract

Our aim in doing this survey has been to study the relationship between the five components of emotional intelligence and conflict management strategies taken by all line and staff managers of Western Azarbaijan Province Bureau of Physical Education and Bureaus of other cities under its supervision, as well as heads of sport committees all over the province that amounts to 85 people. It, the sample volumes is considered to be equal with the sampling population. This is correlation study which has been done in a survival method. In order to get required information, in addition to personal information questionnaire, two valid and reliable questionnaires (Shering's emotional intelligence and Robin's conflict management strategies) have been used. Based on findings of this survey there is a positive and meaningful relation between emotional intelligence and conflict management strategies and a negative and meaningful relation between emotional intelligence and avoidance strategies and control strategies as well. Findings also show a positive and meaningful relation between collaboration strategy and the five components of emotional intelligence. They also show a negative and meaningful relation between avoidance strategy, social awareness and social skills components. No meaningful relation was observed between conflict management strategies and self-awareness, self-management and self-motivation components of emotional intelligence. A negative and meaningful relation was observed between control strategy and self-awareness, self-management and self-motivation components but no meaningful relation was observed between control strategy and social awareness and self-management components.

Results such: Director that has high of capabilities emotional intelligence, solutions strategy is that the most effective strategy, the tendency for conflict resolution to the conflict applies. The managers are high of social awareness and social skills, are not indifferent to the conflict and try to lower use of avoidance strategy. Also, above knowledge, social skills and self-thought is prevents that the manager to use the Control strategy to resolve conflicts created by the Organization.

Key Words: Emotional Intelligence, Components of Emotional Intelligence, Conflict Management Strategies.

1, 2. Urmia University

Prioritization of the Management and Executive Factors Affecting Privatization in Sport Clubs with AHP Method

Donyapadash¹, M. Soltan Hoseini², M. Khabiri³, S. Fathi⁴

Abstract

The goal of this research has been find management and executive affecting privatization in sport clubs and prioritization with AHP method. The research method is descriptive analyze. For data accumulation the library and field methods were utilized. After identified efficient management and executive factors, Decisional Hierarchy Tree was drawn and with that a questionnaire was designed. Since the inconsistency rate calculated in this study is less than 0.1, thus we say that the questioner is valid. The population of the present study includes university faculty members in Sports Management and Economics, Head or deputy Football Association, President of federations or their Vic-presidents (Football, Volleyball, Basketball, Wrestling, Taekwondo), directors League in mentioned fields and finally the, managing director, assistant or the Iranian sport clubs marketing official that Among them 45 were identified as experts and a questionnaire was given to them. Once the data resulted from people views was entered into Expert Choice, the relative and final weights of criterion and sub criterion and its priorities in every level of the hierarchical decision tree was estimated. In the total model 13 sub-criteria were prioritized. The results indicate that on the total model first and third priorities were “undesirable management”, “lack of the Use of force expert”, and “lack of sufficient motivation for the private sector”. Consequently, the officials can apply prioritization for taking essential steps in the issue of privatization.

Key words: Analytical Hierarchy Process, Privatization, Sport Industry.

1,2,4. University of Isfahan

3. University of Tehran

Decision-Making Ability of Physical Education Students in Ethical Dilemmas

M.A. Ghareh¹, R. Shajie²

Abstract

The purpose of this study was a survey on decision-making ability of physical education students in ethical dilemmas. For this purpose, dilemmas in athletic training questionnaire (DAT-Q) developed by Caswell (2003) was employed and randomly administered to 158 physical education students (100 male and 58 female) who at least had one of sport fields coaching license. The content validity of instrument was confirmed by experts and the internal consistency of the DAT-Q proved to be 0.84 in a pilot study. The data were analyzed by employing Kolmogorov-Smirnov, Mann-Whitney U and independent t tests. Results showed that there was a significant difference between ethical decision-making ($t=0.471$, $P=0.008$) and ethical intention ($t=0.392$, $P=0.001$) of male and female students. Also, there was no significant difference between students' ethical decision-making and its subscales with separate of championship background ($P>0.05$). Generally, the current research emphasis to add sport morality course in physical education students' syllabus to enhance their level of ethical decision-making ability.

Key Words: Ethical decision-making, Ethical dilemma, Physical education students.

1. Payame Noor University

2. Tarbiat Modares University

Iranian Taekwondo SWOT Analysis

M. Khabiri¹, J. Me'mari²,

Abstract

The present study was conducted with propose of Iranian Taekwondo SWOT Analysis. For this purpose, the research method was developmental and applied. By going to confirming the buoys of SWOT questionnaire, which consists of 5 general components, we used Discriminate Power and Binominal Test ($P < 0/05$). Then obtained 0.71 for reliability by Chronbakh ($P < 0/01$). The statistical society contained 100 people were expert at taekwondo sport field and sixty people were sampled of them, asked to complete the questionnaire. After collecting data by doing some statistical analysis, the SWOT of taekwondo has been made. Results showed that important of Strengths, Opportunities, Treats, and weaknesses were significant. Increasing number of participation in international competitions, National champions as potential people for enterprising management and coaching cathedras of Iran's Taekwondo as the most important opportunity, Lack of proper utilization from sponsors as income resource as the most important major of weakness and Inadequate public awareness about taekwondo as the most important threats were some of these research results. Attention to Inefficiency of national system coach education and sponsorship programs and also Reinforcement legal champions and international cathedras and then develop the relations between medias were the most important offers to heads of that field. Current programs of Iran's taekwondo federation have some strength that helps them to do their best. Opportunities such as medals capacities in Olympic and Asian games, participate national federation's President, as ITF executive committee and governmental supports that following taekwondo, are instrument to remove weaknesses and reduce treats.

1, 3. University of Tehran

2. Alzahra University

Table of Contents

•..Iranian Taekwondo SWOT Analysis	7
M. Khabiri, J. Me'mari,	
•..Decision-Making Ability of Physical Education Students in Ethical Dilemmas.	8
M.A. Ghareh, R. Shajie	
•..Prioritization of the Management and Executive Factors Affecting Privatization in Sport Clubs with AHP Method	9
Donyapadash, M. Soltan Hoseini, M. Khabiri, S. Fathi	
•..Relationship between the Five Components of Emotional Intelligence and Conflict Management Strategies in Managers of Physical Education Offices of Western Azarbaijan Province	10
M. Moharram zadeh, M.H. Seyed Ameri, S. Sa'eedi	
•..The Prioritization of Advertising Medias Based on AIDA Model to AHP Method in Production Sector of the Sport Industry	11
S. Mohammadi, N. Esma'eeli	
•..A Comparative Study of the Current Status of Human Resources in Iranian Universities Intramural with Ten Year Ago.....	12
H.R. Maghsudi Imen, F. Hadavi, F. Tondnevis	
•..Conceptual Design of Sport Tourism Information System	13
N.Sajadi, M.S. Afruzeh	
•..The Balance of Power: the Analysis of Competitive Balance Process in Iran Football Pro League and Flight European Pro Leagues with HICB Index.....	14
A. Elahi, V. Saatchian, M. Rasooli	
•..Examine the fourfold role of sport media in development of athletic sports...	15
Dr. Honary; Dr. A. Ahmadi, Medi Moradi	
•..Relationship between organizational structure and corporate entrepreneurship in Physical Education office of Sistan and Baluchestan Province	16
S. Heydarinejhad, M. Ghofrani, J Jalilvand	
•..Relationship between personality traits and organizational commitment with organizational health in employees of Youth and Sports Department in Khuzestan Province	17
M. Ferdosi, F. Marashian, M.Talebpour	
•.. The comparison the physical education students' self – concept in state and non-state universities	18
A. Farahani, E. Tarkhani, M. Imani	

Sport Management Review (SSRI)

- **Chairman Manager:** Mahdi Talebpour (Ph.D.)
- **Editor in Chief:** Abolfazl Farahani (Ph.D)
- **Managing Director:** Mahboubeh Iranpak

- **Editorial Board:**
 - Hasan Asadi (Ph.D Tehran University)
 - Farshad Tojari (Ph.D Islamic Azad University Central Tehran Branch)
 - Rahim Ramezaninejad (Ph.D Guilan University)
 - Mir Hasan Seyed Ameri (Ph.D Urmia University)
 - Gholamreza Shabani bahar (Ph.D Hamedan University)
 - Saeed Sadeghi Borojerdi (Ph.D Kordestan University)
 - Abolfazl Farahani (Ph.D Tehran Payam noor University)
 - Mahmood Goodarzi (Ph.D Tehran University)

- **ISSN: 1735-7314**
- **Volume15 autumn 2012**
- **Address: Ladan Blvd, Vakil Abad 54, Mashhad, I.R.Iran.**
- **Postal Code: 9179895518**
- **Tel: +98-511-5028840-2**
- **Fax: +98-511- 5014249**
- **E-mail: journal@ ssrc.ac.ir**
- **Website: www.ssrc.ac.ir**

Sport Management Review

Ninth Year, No 15

Autumn 2012

In The Name of God