

مقایسه توصیفی المپیادهای ورزشی دانشجویی پنجم، ششم و هشتم و ارائه راه کار برای ارتقای کیفی المپیادهای ورزشی دانشجویان کشور، با استفاده از نظر مربیان

*دکتر علی محمد امیرتاش^۱، دکتر علیرضا فارسی^۲، نازنین راسخ^۳، محبوبه غیور^۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۴/۱

تاریخ دریافت مقاله: ۸۸/۶/۳۰

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

چکیده

هدف تحقیق حاضر توصیف مدیریت فنی، اداری و فرهنگی هشتمین المپیاد ورزشی (دانشگاه شهید باهنر کرمان، ۱۳۸۵) و مقایسه آن با پنجمین و ششمین المپیاد است تا در نهایت، به برنامه ریزی نهمین المپیاد در سال ۱۳۸۷ منجر شود. در این تحقیق از دیدگاه های مربیان استفاده شده است و ۹۵ (۳۰/۱۵ درصد) مربی زن و مرد در آن شرکت کرده اند. ابزار اندازه گیری پرسشنامه ای بود که توسط مربیان تکمیل شد. نتایج نشان داد که به طور کلی، شرایط اسکان و غذا در المپیاد هشتم کمی بهتر از المپیادهای پنجم و ششم بود. کمبود اردوهای تدارکاتی، امکانات و تأسیسات ورزشی، مربیان و متخصصان فنی، سرمایه گذاری و نگرش مثبت نسبت به ورزش های قهرمانی در دانشگاه ها قابل ملاحظه است. پیشنهادات پژوهش عبارتند از: رفع کمبود امکانات و تسهیلات رفاهی (میانگین سه المپیاد برای زنان ۱۰ و مردان ۱۶/۳ درصد بود که زنان در المپیاد ششم بیشترین مشکل (۱۶ درصد) را داشتند)، رفع مشکل تغذیه (میانگین سه المپیاد برای زنان ۹/۳ و برای مردان ۸/۳ درصد که بیشترین درصدها برای زنان و مردان مربوط به المپیاد پنجم بوده است)، رفع ضعف برنامه ریزی (میانگین سه المپیاد برای زنان ۱۱ و برای مردان ۶ درصد که بیشترین درصدها مربوط به المپیادهای ششم و هشتم زنان بوده است)، رفع ضعف داوری (میانگین سه المپیاد برای زنان ۱۳ و برای مردان ۱۱/۳ که بیشترین درصدها مربوط به زنان (۲۲ درصد) و مردان (۱۸ درصد) در المپیاد هشتم بوده است). پیشنهادات دیگری نیز داده شده است که درصدهای پایین تری دارند: رفع ضعف مدیریت، رفع ضعف کادر فنی، رفع مشکل جواز و هدایا، رفع نقایص اسکان و حذف قهرمانان ملی از مسابقات. پیشنهاد می شود با توجه به نتایج تحقیق، از سؤالات مطرح شده به عنوان راه کار بهبود المپیادها استفاده شود.

کلیدواژه های فارسی: ورزش های قهرمانی، رشته های ورزشی المپیاد، مربیان، دانشگاه، فیزو.

Email: amirtash@hotmail.com

۱. دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

۲. استادیار دانشگاه شهید بهشتی

۳. دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی دانشگاه تهران

۴. دانشجوی دکتری رفتار حرکتی دانشگاه تهران

مقدمه

آموزش و پرورش در آموزشگاه‌ها نوعی زمینه‌سازی است تا در پایان آن، گروهی با سطح محدودی از آمادگی‌ها به اجتماع وارد شوند و دسته‌ای دیگر، برای دسترسی به سطوح بالاتر مهارت‌های علمی و حرفه‌ای راهی مراکز آموزش عالی شوند. به این ترتیب، دانشگاه باید مرحله پیشرفته‌تری از رشد و تکامل انسان‌ها را در دستور کار خود داشته باشد و آنها را برای پذیرش و اجرای نقش‌های پیچیده‌تر در اجتماع آماده سازد (۱).

برنامه‌های فراغتی، فعالیت‌های دانشجویی به حساب می‌آیند و در حیطه کاری معاونت دانشجویی، به صورت فوق برنامه طراحی و توسط اداره‌های تربیت بدنی دانشگاه‌ها اجرا می‌شوند (۲). بخش عمده‌ای از فعالیت‌های فراغتی و فوق برنامه دانشجویی را مسابقات ورزشی درون و برون‌دانشگاهی تشکیل می‌دهند که از سال‌های دور اجرا می‌شده‌اند. امروزه نیز، مسابقات درون‌دانشگاهی بین دانشکده‌های هر دانشگاه و مسابقات ورزشی بین دانشگاهی به دو صورت چند رشته‌ای (المپیادهای ورزشی دانشجویی) و تک رشته‌ای (قهرمانی دانشگاه‌های کشور)، اولی توسط ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌ها و دیگری توسط اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اجرا می‌شوند. برگزاری مسابقات ورزشی متمرکز چند رشته‌ای تحت عنوان المپیاد ورزشی دانشجویان از سال ۱۳۷۲ بین دانشگاه‌های کشور برگزار می‌شود (۳). در ماه‌های تیر و مرداد سال ۱۳۸۵، هشتمین دوره این المپیاد با شرکت ۳۳۹۴ شرکت‌کننده و برگزارکننده زن و مرد در هفت رشته ورزشی برای زنان و یازده رشته ورزشی برای مردان، در دانشگاه کرمان برگزار شد. در اولین دوره، ۵۴ دانشگاه با ۲۰۲۴ دانشجو در یازده رشته ورزشی، در مرداد ۱۳۷۲ در تهران حضور داشته‌اند (۴). در پنجمین دوره که اطلاعات جدیدتری از آن در دست است، ۸۰ دانشگاه و مؤسسه آموزش عالی با ۳۸۶۷ دانشجوی مرد در ۱۷ رشته ورزشی، در مرداد ماه ۱۳۷۹ در دانشگاه شهید بهشتی تهران و در دسته زنان، ۶۱ دانشگاه و مؤسسه آموزش عالی با ۲۴۲۰ دانشجو در ۱۲ رشته ورزشی، در تیر ماه ۱۳۷۹ در دانشگاه الزهرا (س) تهران حضور داشته‌اند (۳، ۵). در ششمین المپیاد ورزشی دانشجویان که در مرداد ماه ۱۳۸۱ در دانشگاه فردوسی مشهد، برای دانشجویان زن و مرد برگزار گردید، ۳۵۴۹ دانشجوی مرد از ۶۸ دانشگاه و مؤسسه آموزش عالی در ۱۶ رشته ورزشی و در دسته زنان، ۲۲۹۸ دانشجو از ۶۶ دانشگاه و مؤسسه آموزش عالی در ۱۳ رشته ورزشی شرکت داشته‌اند (۶، ۷). با وجود برگزاری هشت دوره المپیاد ورزشی دانشجویان، تحقیقات کمی روی جنبه‌های مختلف آن

۱. آمارها از دفترچه راهنمای عمومی و فنی مسابقات اولین المپیاد فرهنگی - ورزشی دانشجویان کشور، تهران، مرداد ماه ۱۳۷۲ استخراج شده‌اند.

انجام شده است. اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، در هر دوره آمارهای مختصری را تهیه نموده که بیشتر جنبه گزارش اداری داشته‌اند تا تحلیل‌های علمی. جامع‌ترین این آمارها مربوط به اولین المپιάد است. پس از آن، نگارنده در مورد توصیف و ارزشیابی پنجمین (۳) و ششمین المپιάد (۶) تحقیقاتی انجام داده است. در تحقیقات متعدد و پراکنده در داخل و خارج، می‌توان به نمونه‌های مختلف اشاره کرد. کورنر و گوسنیک^۱ (۲۰۰۷) اثرات تغییرات سیاسی دهه ۱۹۸۰ را بر ورزش دانشگاهی در یوگسلاوی سابق بررسی کرده‌اند. در این تحقیق، نگرش دانشجویان کشورهای استقلال یافته اسلونی، کرواسی و صربستان به ورزش‌های دانشگاهی و انواع رشته‌های مورد علاقه بررسی شده است. در این پژوهش معلوم شد که طبق سیاست‌گذاری‌های ملی، دانشجویان در اسلونی بیشتر به فعالیت‌های بدنی برای سلامتی اهمیت می‌دهند تا ورزش‌های قهرمانی. در کرواسی نیز دانشجویان طرفدار جنبه‌های سلامتی فعالیت‌های بدنی هستند. در صربستان ورزش دانشجویی رشد نکرده است و سه کشور مورد بررسی از بسیاری از جهات با یکدیگر تفاوت دارند (۸).

در مقالات یونیورسیاد تایلند (۲۰۰۷)، به دانشجویان معلول نیز توجه شده است. در مقاله‌ای، ورزش تفریحی جدیدی به نام «توپ سخنگو»^۲ برای افراد نابینا معرفی و اثرات آن بر فعالیت‌های جسمانی، میزان رضایت از بازی و جنبه‌های تفریحی و لذت این گروه دانشجویان، در تحقیقی پرسشنامه‌ای، تأیید شده است (۹).

آرنود ریشاد^۳ (۲۰۰۷) ورزش‌های دانشگاهی را از دیدگاه جامعه‌شناسی و زبان‌شناسی اجتماعی که در هویت ملی نقش دارند بررسی کرده است. وی نقش واسطه‌ای ورزش دانشگاهی را در زبان و جامعه، از طریق ادبیات ویژه ورزش بیان کرده است و آن را از عوامل مؤثر در روابط اجتماعی فرهنگ‌های مختلف دانسته است (۱۰).

واندبروک گرت و همکاران^۴ (۲۰۰۷) از دانشگاه کاتولیک بلژیک، ارتباط بین سبک مدیریت مربیان ورزش را با میزان پیشرفت و عملکرد ورزشکاران رشته‌های انفرادی و تیمی بررسی کردند. مشخص شد که سه عامل مؤثر در عملکرد؛ یعنی استقلال شخصی، شایستگی و احساس تعلق گروهی به رفتار حمایت‌کننده مربی مربوط است. مقایسه بین ورزشکاران رشته‌های انفرادی و گروهی نشان داد میزان اثر رفتار حمایت‌کننده مربی در این دو نوع ورزش متفاوت است و ورزشکاران رشته‌های

1. Kurner Darija & Jelka Gosnik

2. Talking Ball

3. Arnaud Richard

4. Vand Broek Gert, et al.

انفرادی بیشتر تحت تأثیر این رفتار قرار می‌گیرند؛ به این ترتیب، می‌توان اهمیت انتخاب مربیان مناسب‌تر را برای ورزشکاران دانشگاهی دریافت (۱۱).

در تحقیقی دیگر پائولو فریرا^۱ و همکاران (۲۰۰۷) از دانشگاه مین‌هو^۲ پرتغال، تأثیر سازمان‌دهی یونیورسیاد را برای عوامل توسعه ورزش بررسی کرده‌اند. در این تحقیق دو فرضیه پژوهشی، با نظرسنجی از برگزارکنندگان هشت دوره آخر یونیورسیادهای تابستانی بررسی شده است که عبارتند از: الف) تجهیزات، امکانات و بهره‌های اقتصادی بر پیشرفت ورزش مؤثر است؛ ب) این تأثیر بر کشورهایی که ورزش آنها بر پایه نظام ورزشی مدرسه - دانشگاه گذارده شده، بیشتر است. نتایج تحقیق هر دو فرضیه را تأیید کرده است (۱۲).

نتیجه‌گیری کلی این است که ورزش دانشگاهی در سطوح دانشگاهی و بین‌المللی سابقه نسبتاً کوتاهی دارد و حدود ۶۰ سال از عمر آن می‌گذرد، ولی در این مدت، با سرعت راه توسعه را پیموده است، تا جایی که بعد از بازی‌های المپیک، عنوان بزرگ‌ترین و مهم‌ترین مسابقات چندرشته‌ای جهان را به دست آورده است. سابقه ایران در ورزش دانشجویی و سازمان‌دهی آن کمتر از دیگر کشورهای آسیایی است، ولی از سال ۱۳۷۲ که المپیادها و جشنواره‌های ورزش دانشجویی در ایران به‌صورت جدیدی سازمان‌دهی شد، راه خود را نسبتاً سریع پیموده است. با این حال، هنوز کاستی‌هایی وجود دارد که با تحقیقات، بررسی‌ها و گزارش‌های جامع می‌توان آنها را برطرف و راه‌کارهایی برای تقویت توانمندی‌ها و افزایش بهره‌وری از فرصت‌ها ارائه کرد. اگرچه در ابتدا به نظر می‌رسد که تحقیق حاضر تنها می‌تواند در المپیادها موثر باشد، در نگاهی کلی می‌تواند زمینه‌های لازم را برای تحقیقات دیگر به‌وجود آورد و در برنامه‌ریزی‌های آتی کمک کننده باشد؛ بنابراین تحقیق حاضر درصدد است تصویری روشن از دیدگاه‌های مربیان درباره وضعیت و عملکرد واقعی دانشگاه‌های شرکت‌کننده در ورزش‌های قهرمانی ارائه کند که جاذبه‌های زیادی برای دانشجویان دارد؛ به این ترتیب می‌تواند راهنمای دانشگاه‌ها برای ایجاد تغییرات لازم در مسیر فعالیت‌های فراغتی مورد نیاز دانشجویان باشد. همچنین، اطلاعات لازم را برای برنامه‌ریزی‌های آینده در اختیار اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری قرار می‌دهد. در نهایت، این تحقیق امیدوار است دانشگاه‌های مجری را از ضعف‌ها و قوت‌های احتمالی المپیادهای ورزشی آگاه سازد و اطلاعات لازم را برای ایجاد فرصت‌ها و اجتناب از تهدیدها در اختیار آنها قرار دهد.

1. Paulo Ferreira, et al.

2. Minho

روش‌شناسی پژوهش

جامعه تحقیق را تمامی مربیان شرکت‌کننده در هشتمین المپیاد ورزشی دانشجویان زن و مرد در شهرستان کرمان، از تاریخ ۸۶/۴/۲۵ تا ۸۶/۵/۱۷، تشکیل می‌داد. تعداد کلی تیم‌ها و شرکت‌کنندگان در این المپیاد در جدول ۱ آمده است (۳). نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی، در زمان‌های مختلف ساعت کاری و فراغتی افراد صورت گرفته است.

جدول ۱. تعداد مربیان شرکت‌کننده در هشتمین المپیاد ورزشی دانشجویان زن و مرد*

جنسیت	مربی
زنان	۱۱۸
مردان	۲۰۹
جمع	۳۲۷

* آمارهای جدول ۱ از گزارش‌های رسمی هشتمین المپیاد ورزشی دانشجویان استخراج شده‌اند.

ابزار پژوهش، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته شامل سؤالات هدف‌دار بود که اطلاعات لازم، با استفاده از آن جمع‌آوری شد. این پرسشنامه ۳۸ سؤال داشت و در سه بخش تنظیم شده بود. بخش اول شامل ۱۳ سؤال بود که اطلاعات شخصی آزمودنی‌ها را در بر می‌گرفت؛ در بخش دوم، ۱۴ سؤال درباره وضعیت تدارکات اعضای تیم در دانشگاه مربوط مطرح شده بود و در بخش سوم، ۱۰ سؤال وجود داشت که نظر آزمودنی‌ها را درباره کلیات المپیادهای ورزشی دانشجویان سؤال می‌کرد. در همین بخش، سه سؤال باز وجود داشت که در آنها افراد مشکلات تدارکات درون دانشگاهی، مشکلات المپیادهای ورزشی دانشجویان و مشکلات رشد و توسعه ورزش در دانشگاه را اعلام می‌کردند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه، با استفاده از روش دلفی و نظر متخصصان تأیید شد، پایایی زمانی ($r = 0/91$)، و عینیت ($f = 0/412$, $p = 0/817$) می‌باشد. میزان هر کدام به تفصیل در بخش‌های مختلف، توسط نگارنده در تهیه ابزار در المپیاد پنجم برآورده شده است (۶).

روش تحقیق، توصیفی و روش جمع‌آوری اطلاعات، میدانی است که جنبه پیمایشی^۱ دارد. اطلاعات مورد نیاز تحقیق، هنگام برگزاری هشتمین المپیادهای ورزشی دانشجویان زن و مرد در کرمان جمع‌آوری شد. از بین افرادی که در مسابقات شرکت داشتند، پس از مراجعه محققان به خوابگاه و مسابقات، افرادی که تمایل به شرکت در تحقیق داشتند، پرسشنامه را تکمیل کردند. تمامی پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده برای تحلیل آماری، طبقه‌بندی و استفاده شدند.

اطلاعات پرسشنامه در سه دسته مقیاس تقسیم شدند: گروهی از اطلاعات مانند نام دانشگاه، رشته تحصیلی، تخصص ورزشی، نوع مدرک تخصصی مربیگری یا داوری و از این قبیل با مقیاس اسمی اندازه گیری شدند. نتایج برخی مسابقات و مقام های ورزشی دانشگاه ها، بر حسب رشته یا رده بندی ها شکل رتبه ای دارند و دسته معدودی از رکوردهای کمی در رشته های دو و میدانی و شنا یا نظرسنجی ها، بر اساس مقیاس های چند گزینه ای لیکرت ویژگی های مقیاس های کمی بود. برای توصیف داده ها در هر سه نوع مقیاس یاد شده، از آمارهای توصیفی مانند جدول ها، نمودارها و تدوین جداول توزیع فراوانی ها استفاده شده است.

یافته های پژوهش

جدول ۲. تعداد و درصد پرسشنامه، نمونه تحقیق و مشارکت در المپیاد (زنان و مردان)

جنسیت	زنان								
	پنجم			ششم			هشتم		
	پرسشنامه	نمونه	درصد مشارکت	پرسشنامه	نمونه	درصد مشارکت	پرسشنامه	نمونه	درصد مشارکت
مربیان	۲۶۹	۱۵۳	۵۶/۹	۲۳۸	۱۷۷	۷۴/۳	۱۱۸	۴۰	۳۴/۰
	مردان								
	۴۱۱	۲۱۴	۵۲/۱	۳۳۶	۱۵۵	۴۶/۱	۲۰۹	۵۵	۲۶/۳

جدول ۳. توزیع درصدی ارزشیابی مربیان زن و مرد از سطح ورزش و تدارکات درون دانشگاهی

سؤال	ارزشیابی المپیاد بر اساس جنسیت								
	ضعیف			متوسط			خیلی خوب		
	زن			مرد			زن		
	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸
سطح ورزش دانشگاه در رشته شما	۲۹	۳۹	۲۸	۳۴	۳۶	۳۱	۶۰	۵۰	۶۷
وضعیت فعالیت های تدارکاتی ورزشکاران از نظر تمرین و مسابقه	۶۱	۳۴	۱۳	۴۴	۴۱	۳۰	۳۱	۴۸	۷۹
حضور ورزشکاران در تمرینات تدارکاتی	۱۶	۵۸	۳۱	۲۲	۴۱	۳۵	۵۶	۳۳	۵۴
تدارکات و پشتیبانی مالی و اداری دانشگاه	۳۰	۴۲	۲۹	۴۹	۳۸	۳۸	۶۱	۳۷	۴۷
تأمین وسیله ایاب و ذهاب از طرف دانشگاه	۵۲	۴۷	۲۴	۶۱	۴۶	۳۶	۲۵	۲۴	۱۲
روحیه و انگیزه ورزشکاران برای شرکت	۲۹	۷۵	۴۹	۳۶	۶۶	۴۲	۲۵	۲	۱۸
ارتباط با سرپرست و انسجام گروهی	۳	۸۹	۷۱	۱۱	۸۸	۶۷	۲۹	۱۰	۳۳

در المپیاد زنان، مربیان نظر داده‌اند که بین سه المپیاد، شرکت‌کنندگان در المپیاد ششم ضعیف بوده‌اند. مردان، هر سه المپیاد را از این نظر تقریباً مساوی دیده‌اند و درصدهای مشاهده شده بین ۳۰ تا ۳۶ بوده است. وضعیت و سطح ورزش دانشگاه‌ها از نظر بیشتر مربیان زن و مرد «متوسط» ارزشیابی شده است و تنها درصد کمی آن را خیلی خوب توصیف کرده‌اند.

وضعیت فعالیت‌های تدارکاتی درون‌دانشگاهی برای شرکت در مسابقات، سؤال دیگری بوده است که المپیاد پنجم از این نظر، ضعیف‌ترین بوده است (۶۱ درصد).

از نظر مربیان مرد، المپیاد هشتم بهتر از المپیادهای پنجم و ششم بوده است. به‌طور کلی، بیشتر مربیان گزینه «متوسط» را انتخاب کرده‌اند و گزینه «خیلی خوب» کمتر انتخاب شده است.

حضور جدی ورزشکاران در تمرینات تدارکاتی در المپیاد ششم زنان، ناکافی‌تر از بقیه بوده است (۵۸ درصد). در این مورد نیز، گزینه «متوسط» بالاترین میزان را از نظر مربیان زن و مرد داشته است.

در مورد تدارکات و پشتیبانی مالی و اداری دانشگاه‌ها برای شرکت در المپیادهای ورزشی، مربیان زن المپیاد ششم را ضعیف‌تر از بقیه دیده‌اند. نظر مردان در این زمینه کمی بهتر از زنان بوده است. از نظر هر دو گروه، گزینه «متوسط» نظر غالب و گزینه «خیلی خوب» کمتر از دو گزینه «ضعیف» و «متوسط» انتخاب شده است.

مربیان زن، روحیه و انگیزه دانشجویان ورزشکار را برای شرکت در المپیادهای ورزشی، در المپیاد ششم ضعیف‌تر از دو المپیاد دیگر ارزیابی کرده‌اند (۷۵ درصد در برابر ۲۹ درصد در المپیاد پنجم و ۴۹ درصد در المپیاد هشتم). مردان هم در این مورد همین نظر را داده‌اند. گزینه «متوسط» بیشترین درصد و گزینه «خیلی خوب» کمترین درصد را داشته است.

از نظر مربیان زن، ارتباط با سرپرست و انسجام گروهی در المپیاد پنجم، بهتر از المپیاد ششم و هشتم بوده است (۳ درصد در برابر ۸۹ و ۷۱ درصد). این دیدگاه در میان مربیان مرد نیز حاکم بوده است (۱۱ درصد در المپیاد پنجم و ۸۸ و ۶۷ درصد در المپیادهای ششم و هشتم). نکته قابل توجه اینکه مربیان زن و مرد، المپیاد پنجم را از نظر انسجام گروهی «خیلی خوب» (۶۰ درصد) اعلام کرده‌اند.

در جدول ۴ توزیع درصدی نظر مربیان زن و مرد درباره تأثیر چند عامل منتخب بر رشد و توسعه ورزش دانشگاهی و المپیادهای ورزشی آمده است.

جدول ۴. توزیع درصدی نظر مربیان درباره تأثیر چند عامل مختلف در رشد ورزش دانشجویی

و المپیادهای ورزشی

ارزشیابی المپیاد بر اساس جنسیت عوامل	ضعیف						متوسط						خیلی خوب		
	زن			مرد			زن			مرد			زن		
	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸
تأثیر واحدهای ۱ و ۲ تربیت بدنی در آماده کردن ورزشکاران برای المپیاد	۴۲	۴۶	۴۶	۲۸	۳۰	۴۷	۴۲	۲۴	۳۳	۳۶	۴۳	۳۸	۱۶	۲۷	۲۰
تأثیر شرکت در المپیادهای ورزشی در پیشرفت ورزشی دانشجویان	۱۲	۸۷	۸۳	۱۹	۷۶	۵۶	۳۳	۱۰	۱۷	۲۹	۱۹	۴۰	۶۶	۳	۵
آیا حضور قهرمانان ملی و باشگاهی و دانشجویان تربیت بدنی در المپیادهای ورزشی به طور کلی خوب و مفید است ؟	۲۳	۵۵	۷۰	۳۱	۷۴	۶۳	۳۳	۳۲	۲۷	۱۷	۱۷	۳۷	۴۴	۱۳	۳
تأثیر المپیادهای ورزشی در رشد و توسعه ورزش دانشجویان	۱	۸۹	۷۸	۵	۷۳	۶۴	۲۳	۹	۲۲	۳۷	۲۱	۳۶	۷۶	۲	۵۸

* المپیاد، ** درصد

جدول ۵. توزیع درصدی مدت تمرینات آمادگی ورزشکاران در دانشگاه از نظر مربیان

مدت جنسیت المپیاد سؤال	کمتر از یک ماه						کمتر از سه ماه						در طول سال		
	زن			مرد			زن			مرد			زن		
	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸
مدت تمرینات آمادگی ورزشکاران در دانشگاه	۷۱	۶۱	۸۴	۷۹	۶۸	۷۶	۱۵	۲۲	۱۴	۱۲	۲۲	۱۷	۱۴	۱۷	۳

جدول ۶. توزیع درصدی نظر مربیان زن و مرد درباره وضعیت برگزاری مسابقات در المپیادهای

ورزشی دانشجویان

سؤال	پاسخ جنسیت المپیاد	بلی						تا حدودی						خیر		
		زن			مرد			زن			مرد			مرد		
		۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸
آیا انتخاب ورزشکاران بر اساس مسابقات درون دانشگاهی بوده است؟	۵۸	۶۱	۶۷	۴۶	۵۹	۵۳	-	۲۲	۲۷	-	۳۲	۳۸	۴۲	۱۷	۸	۵۴
آیا روش فعلی محاسبه امتیازات در مسابقات المپیاد مناسب است؟	۲۰	۴۸	۸۶	۳۵	۵۴	۶۰	-	۴۳	۵	-	۳۵	۳۶	۸۰	۹	۸	۶۵
آیا روش فعلی برگزاری مسابقات در المپیادها منصفانه است؟	۵۹	۳۴	۶۲	۴۳	۴۰	۴۸	-	۴۷	۳۰	-	۴۴	۴۸	۴۱	۱۹	۸	۵۷
آیا تداوم برگزاری المپیادهای ورزشی دانشجویی ضرورت دارد؟	۸۸	۸۶	۸۴	۷۷	۷۶	۶۲	-	۱۳	۱۶	-	۲۰	۳۴	۱۲	۱	-	۲۳

طبق این جدول، اغلب مربیان، انتخاب افراد اعزامی را بر اساس مسابقات درون دانشگاهی دانسته‌اند (زنان حدود ۶۲ درصد و مردان حدود ۵۳ درصد).

درباره مناسب بودن روش محاسبه امتیازات و رده‌بندی دانشگاه‌ها، مربیان زن و مرد، المپیاد پنجم را نامناسب‌ترین و هشتم را مناسب‌ترین دانسته‌اند.

درباره منصفانه بودن روش فعلی برگزاری مسابقات در المپیادها نیز مربیان زن و مرد، المپیاد پنجم را غیرمنصفانه‌تر از المپیادهای دیگر و المپیاد هشتم را منصفانه‌تر از بقیه دانسته‌اند.

در مورد ضرورت تداوم المپیادهای ورزشی دانشجویی، مربیان زن و مرد به‌طور قاطع، ضرورت تداوم آنها را تأیید کرده‌اند (زنان به‌طور متوسط ۸۶ و مردان به‌طور متوسط ۷۱/۷ درصد).

جدول ۷. توزیع درصدی مهم‌ترین مشکلات رشد و توسعه ورزش دانشجویی از نظر مربیان

مشکل	جنسیت المپیاد			زن			مرد		
	۵	۶	۸	۵	۶	۸	۵	۶	۸
کمبود امکانات ورزشی	۱۶	۱۹	۵۷	۱۳	۲۲	۳۷			
کمبود بودجه	۱۴	۱۰	۱۴	۱۷	۱۲				
کمبود انگیزه دانشجویان	۷	۱۲		۱۳	۸				
کمبود توسعه ورزش‌های همگانی در دانشگاه	۱	۱۰		۵	۱۴	۲۰			
کمبود نیروی انسانی متخصص	۳	۸	۵۰	۶	۱۰	۵۰			
ضعف برنامه‌ریزی	۹	۵	۱۴	۹	۴	۱۴			
کمبود حمایت از ورزشکار	۱۸	۳		۳	۳	۱۴			
کمبود کلاس‌های آموزشی در رشته‌های مختلف ورزشی	۷	۶		۳	۵	۱۴			
ضعف مدیریت	۳	۱		۱۲	۴				
ضعف تبلیغات	۷	۳	۱۴	۷	۱				
کمبود اردوهای تدارکاتی در دانشگاه	۳	۹		۴	۲	۲۰			
مشکلات شخصی دانشجویان	۴	۴		۳	۵				
کمبود مسابقات دانشجویی		۴	۲۲		۶	۱۴			
توجه بیشتر به ورزش آقایان (تبعیض)	۵	۴							
کمبود زمان	۳	۱		۲	۱	۱۵			
ارزش ندادن به تخصص مربیان		۱		۳	۳				

توضیح اینکه، این اطلاعات از سؤالات باز که دسته‌بندی و کدگذاری شده‌اند به‌دست آمده‌اند. همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، کمبود امکانات ورزشی بالاترین درصد را به خود اختصاص داده است. این کمبودها از نظر شرکت‌کنندگان در المپیاد هشتم، به‌ویژه از نظر مردان چشمگیر هستند (زنان ۲۴ و مردان ۴۳ درصد). در المپیاد ششم زنان و المپیادهای پنجم و هشتم مردان، کمبود حمایت مسئولان دانشگاه از ورزش قهرمانی، در مقایسه با عوامل دیگر درصد بالاتری دارد. در المپیادهای پنجم و هشتم زنان، بیشتر بر کمبود مربی متخصص ورزشی تأکید شده است. (به ترتیب ۱۵ و ۳۱ درصد). کمبود بودجه‌های ورزشی، به‌ویژه در المپیاد هشتم مردان مورد تأکید قرار گرفته است (۲۴ درصد). کمبود انگیزه دانشجویان، در المپیاد هشتم زنان، در مقایسه با المپیادهای دیگر درصد بیشتری داشته است (۱۴ درصد). بقیه فاکتورها مانند ضعف مدیریت، کمبود تبلیغات، ضعف برنامه‌ریزی، مشکل تغذیه مناسب، کمبود تأسیسات ورزشی برای بانوان، مشکلات شخصی دانشجویان، کمبود مسابقات و اردوهای ورزشی و ... همگی از سوی پاسخ‌دهندگان مطرح شده‌اند که میزان همه آنها کمتر از ۱۰ درصد بوده است. از نظر مربیان زن و مرد، موانع اساسی در راه رشد و توسعه ورزش دانشجویی عبارتند از: کمبود امکانات ورزشی که برای زنان و مردان شرکت‌کننده در المپیاد هشتم که بیشتر از المپیادهای دیگر اهمیت داشته است (زنان ۵۷ و مردان ۲۸ درصد)؛ کمبود نیروی انسانی

متخصص در دانشگاه‌ها که در المپیاد هشتم بیشتر بر آن تأکید شده است (زنان ۵۰ و مردان ۵۰ درصد)؛ کمبود مسابقات دانشگاهی که در المپیاد هشتم، زنان ۲۲ و مردان ۱۴ درصد به آن اشاره کرده‌اند؛ کمبود زمان برای آمادگی که مردان در المپیاد هشتم آن را مهم دانسته‌اند (۱۵ درصد). سایر عوامل مانند کمبود ورزش‌های همگانی، ضعف برنامه‌ریزی، کمبود حمایت از ورزشکار و کمبود کلاس‌های تمرینی و آموزشی از دیگر موارد مورد اشاره بوده‌اند.

جدول ۸. توزیع درصدی مهم‌ترین مشکلات تدارکات دانشگاه برای شرکت در المپیادهای ورزشی

دانشجویان از نظر مربیان

مرد			زن			جنسیت المپیاد
۸	۶	۵	۸	۶	۵	مشکل
۹	۱۷	۱۱	۱۴	۱۰	۱۵	کمبود بودجه
۹	۱۵	۸	۲۹	۱۷	۷	کمبود تجهیزات و امکانات ورزشی دانشگاه
۱۸	۲۰	۴	۲۹	۱۲	۲	مشکل تشکیل اردوهای تدارکاتی
	۶	۹	۱۴	۶	۸	کمبود تغذیه مناسب
۹	۶	۱۲		۴	۶	کمبود حمایت و توجه مسئولان
۱۸	۱۰			۱۸		ضعف برنامه‌ریزی
۹	۴	۳		۸	۷	کمبود زمان کافی
		۷		۴	۱۱	مشکل بهداشت و درمان
	۲	۶		۲	۱۰	کمبود تأسیسات و فضاهای ورزشی
	۲	۷		۶	۴	کمبود امکانات رفاهی برای دانشجویان ورزشکار
	۶	۳		۷	۲	کمبود انگیزه دانشجویان
۱۸	۱	۵			۱۰	دوری خوابگاه، سالن و محل ایاب و ذهاب
۱۴	۲	۶		۱	۴	کمبود مربیان مجرب
۱۴	۳	۳		۱	۶	ضعف در کادر اجرایی
۴۰	۲	۴		۲	۲	ضعف تبلیغات و اطلاع‌رسانی
	۱	۴		۱	۱	حقوق پایین مربیان و داوران
	۲	۱			۱	کمبود توجه به دانشجویان ورزشکار
۱۷		۱			۱	مشکلات اقتصادی خانوادگی

نظر مربیان درباره مشکلات تدارکات دانشجویان برای شرکت در المپیادهای ورزشی، در جدول ۸ آمده است. طبق نظرات مربیان زن و مرد، در مجموع، مهم‌ترین مشکلات شامل: تدارکات دانشجویان، کمبود بودجه، کمبود تجهیزات و امکانات ورزشی دانشگاه، مشکلات تشکیل اردوهای تدارکاتی، کمبود تغذیه مناسب و ضعف در برنامه‌ریزی بوده‌اند. تأکید مربیان زن بیشتر بر کمبود تجهیزات و امکانات و اردوهای تدارکاتی (۲۹ درصد در هر دو مورد در المپیاد هشتم) و تأکید مردان

بیشتر بر کمبود اردوهای تدارکاتی، ضعف برنامه‌ریزی، دوری خوابگاه از محل تمرینات و ضعف تبلیغات و اطلاع‌رسانی بوده است (۱۸، ۱۸، ۱۸ و ۴۰ درصد).

در مورد مشکلات المپیادهای ورزشی، مربیان بیشتر به ایاب و ذهاب، به‌ویژه در المپیادهای پنجم و ششم و تغذیه در المپیاد پنجم زنان و مردان و المپیاد هشتم مردان (۱۵ درصد) اشاره کرده‌اند. مشکلات اجرایی در المپیاد هشتم زنان (۲۰ درصد) و المپیادهای ششم و هشتم مردان (۲۱ و ۶۲ درصد) وجود داشته است. مربیان زن و مرد شرکت‌کننده در المپیاد هشتم مشکل زمان برگزاری را به ترتیب، ۴۰ و ۲۵ درصد بیان کرده‌اند. زنان مربی در المپیادهای ششم و هشتم از تعداد زیاد تیم‌ها گلهمند بوده‌اند (به ترتیب ۱۴ و ۲۰ درصد). مربیان زن شرکت‌کننده در پنجمین و هشتمین المپیاد، به مشکلات تمرین و آموزش در دانشگاه‌ها اشاره کرده‌اند (به ترتیب ۱۵ و ۲۰ درصد). مربیان مرد شرکت‌کننده در المپیاد هشتم مشکل مهم المپیادهای ورزشی را ضعف تبلیغات و اطلاع‌رسانی دانسته‌اند (۵۰ درصد). درصدهای مربوط به سایر مشکلات المپیادها مانند ضعف کادر داوری، ضعف کادر اجرایی، تدارکات نامناسب دانشگاه‌ها، بودجه، جوایز و مشوق‌های مادی کم‌ارزش، کمبود نیروی انسانی واجد شرایط و حضور کم تماشاچی بین ۱ تا ۸ در نوسان بوده است. این اطلاعات در جدول ۹ آورده شده‌اند.

جدول ۹. توزیع درصدی مهم‌ترین مشکل المپیادهای ورزشی از نظر مربیان

مرد			زن			جنسیت المپیاد
۸	۶	۵	۸	۶	۵	
						مشکل
						ایاب و ذهاب
						مشکل تغذیه
						مشکلات اجرایی
						مشکل اسکان مناسب
						زمان نامناسب برگزاری
						تعداد زیاد تیم‌ها در هر رشته
						کمبود امکانات ورزشی
						ضعف کادر اجرایی
						ضعف کادر داوری
						تدارکات نامناسب دانشگاه‌ها
						مشکل آموزش و تمرین در دانشگاه
						ضعف تبلیغات و اطلاع‌رسانی
						مشکل بودجه
						جوایز کم و غیر قابل توجه
						کمبود توجه به شهرستان‌ها
						کمبود نیروی انسانی اجرایی-فنی
						حضور کم تماشاچی

بحث و نتیجه‌گیری

تعداد کشورها و نفرات شرکت‌کننده در مسابقات تابستانی و زمستانی فیزو و همچنین، قهرمانی جهان تک رشته‌ای، به‌جز موارد استثنایی، از آغاز تا به امروز رشد فزاینده داشته است. المپیادهای ورزش دانشجویان در ایران نیز از سال ۱۳۷۲ تاکنون که هشت دوره آن انجام شده، در بخش تعداد دانشگاه‌های شرکت‌کننده روند رو به رشدی داشته است، ولی تعداد شرکت‌کنندگان زن و مرد، از المپیاد اول تا سوم به تدریج کاهش یافته است. البته در المپیادهای چهارم و پنجم تعداد نفرات بیشتر شده است، ولی پس از آن، مجدداً در هر المپیاد افراد کمتری شرکت کرده‌اند. از سوی دیگر، دانشگاه‌های مجری همگی، دانشگاه‌های بزرگ بوده‌اند و تعداد رشته‌های ورزشی در هر المپیاد متغیر بوده است؛ بدیهی است این تغییرات، کار برنامه‌ریزی دانشگاه‌های شرکت‌کننده را مشکل می‌سازد.

موضوع کمبود مربیان واجد شرط در دانشگاه‌ها برای رشته‌های ورزشی المپیاد از نکاتی بوده است که تمامی شرکت‌کنندگان و برگزارکنندگان به آن اشاره کرده‌اند. به عنوان نمونه، حتی دانشگاه تهران برای آماده‌سازی تیم‌ها و ورزشکاران خود در المپیادهای مورد بررسی در تحقیق، از مربیان قراردادی استفاده کرده است. مقایسه‌ای سطحی با ساختار و سازمان‌دهی مسابقات متمرکز دانش‌آموزی و دانشجویی در کشورهای پیشرفته^۱، فاصله قابل توجه بین ساختار و نیروی انسانی دانشگاه‌های بزرگ ایران را با آنها مشخص می‌سازد. فراهم آوردن نیروی متخصص ورزشی در دانشگاه‌ها که به‌طور ثابت، دانشجویان ورزشکار را در اختیار داشته باشند، زمینه لازم را ایجاد خواهد کرد تا مانند سایر کشورهای پیشرفته، بیشتر قهرمانان ملی از بستر دانشگاه‌ها برخیزند. البته، فرض بر این است که آموزش و پرورش نیز سهم خود را در این خصوص، به موقع اجرا خواهد کرد.

سطح تحصیلی مربیان ورزشی شرکت‌کننده در المپیادهای ورزشی پنجم و ششم کاردانی تا کارشناسی ارشد بوده، ولی در المپیاد هشتم فقط تا سطح کارشناسی رسیده است که احتمالاً به دلیل حضور مربیان روزمزد و قراردادی بوده است. در تمام المپیادها، مربیان دارای سابقه بیش از ۱۰ سال بوده‌اند. قابل توجه است که درصد مربیان مرد با سابقه کار ۱۰ سال و بیشتر در المپیادهای پنجم، ششم و هشتم به ترتیب ۷۷، ۹۰ و ۹۰ درصد بوده است، ولی در زنان ۳۵ و ۴۰ درصد المپیادهای پنجم و ششم و ۹۷ درصد المپیاد هشتم بوده است. به‌طور کلی، روندی افزایشی در سابقه مربیگری، از المپیاد پنجم تا هشتم قابل مشاهده است. ضمناً مربیان پرتجربه‌تر بیشتر در رشته‌های دو و میدانی، بسکتبال، تنیس روی میز، والیبال، شنا و کاراته در المپیاد مردان و در رشته فوتسال زنان حضور داشته‌اند، ولی مدرک مربیگری زنان و مردان عموماً بین درجه ۱ تا ۳ و به‌ندرت

۱- احسانی، محمد مترجم (۱۳۸۲). مدیریت معاصر در ورزش. چاپ دانشگاه تربیت مدرس

بین‌المللی بوده است. به‌علاوه، بین درجه مربیگری و سابقه قهرمانی مربیان نوعی همبستگی مثبت مشاهده گردید. در تأییدی دیگر، درصد قابل ملاحظه‌ای از مربیان روزمزد، قراردادی و رسمی در مدتی کمتر از دو ماه، در فعالیت‌های تدارکاتی ورزشکاران دانشگاه‌ها فعال بوده‌اند. اغلب مربیان زن و مرد نظر داده‌اند که انتخاب و اعزام ورزشکاران دانشگاه بر اساس مسابقات درون‌دانشگاهی و نحوه محاسبه امتیازات ورزشی در المپیادها مناسب بوده است (البته ۶۵ درصد زنان به‌طور استثناء در المپیاد پنجم چنین نظری نداشته‌اند)، روش برگزاری مسابقات منصفانه می‌باشد و بیش از ۷۵ درصد مربیان زن و مرد در مقابل سؤال «تداوم المپیادها» پاسخ «بلی» را علامت زده‌اند. در نهایت، بیشتر مربیان زن انتظارشان برای رسیدن به مقام اولی در المپیاد هشتم، ۵۰ درصد و رسیدن به سایر مقام‌ها ۳۵ درصد بوده است. همچنین، ۱۵ درصد مربیان زن و مرد انتظار رسیدن به مقام پنجم و کمتر از آن را داشته‌اند. رسیدن به مقام سوم در رشته مربوطه بیشترین درصد را داشته است. این مورد، دلیلی دیگر بر ناکافی بودن زمینه‌های تدارکاتی در دانشگاه‌ها و توانایی عمومی دانشجویان ورزشکاران از نظر مربیان است که فنی‌ترین و آگاه‌ترین افراد در این زمینه می‌باشند. اظهارنظرهای شرکت‌کنندگان و برگزارکنندگان، دیدگاهی کلی درباره مشکلات ورزش دانشگاهی و برگزاری المپیادهای ورزش دانشجویی ارائه می‌دهند و تنها نشانه‌هایی هستند که می‌توانند برای بهبود ورزش دانشگاهی و برگزاری المپیادهای ورزشی دانشجویان از سوی مسئولان مد نظر قرار گیرند.

منابع:

۱. صانعی، سعید، (۱۳۷۳). چگونگی گذراندن اوقات فراغت دانشجویان دانشگاه تربیت معلم با تأکید بر فعالیت‌های ورزشی. پایان‌نامه تحصیلی. دانشگاه تربیت معلم.
۲. حمیدی، مهرزاد، (۱۳۸۴). مدیریت سازمان‌های ورزشی. چاپ چهارم، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور
۳. امیرتاش، علی‌محمد، (۱۳۷۹). توصیف و ارزشیابی پنجمین المپیاد ورزشی دانشجویان دانشگاه‌های کشور، گزارش پژوهش، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
۴. راهنمای عمومی و فنی مسابقات، (۱۳۷۲). اولین المپیاد فرهنگی - ورزشی دانشجویان کشور. تهران: انتشارات اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

۵. راهنمای عمومی و فنی مسابقات، (۱۳۷۹). پنجمین المپιάد ورزشی دانشجویان کشور، تهران: انتشارات اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
۶. امیرتاش، علی محمد، (۱۳۸۲). توصیف و ارزشیابی ششمین المپιάد ورزشی دانشگاه‌های کشور در شهرستان مشهد، گزارش پژوهش، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
۷. راهنمای عمومی و فنی مسابقات ششمین المپιάد ورزشی دانشجویان کشور، (۱۳۸۱). تهران: انتشارات اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
8. Kurner, D., Gosnik, J. (2007). Influences of Political Changes on University Sport in Major Universities of Former Yugoslavia, FISU Conference Proceedings, pp. 203-210.
9. Sabassatara, S. (2007). Design and Development of Recreational Activity for the Blinds, Using Game Called "Talking Ball". FISU Conference, Universiade Bangkok, p. 673.
10. Arnaud, R. (2007). The Language of Sport and Socialization, FISU Conference Proceeding, Bangkok, pp. 129-134.
11. Vanda, B.G., et al. (2007). Influence of Coaches Behavior on the Performance of Top Sport Students in Individual and Team Sports, CESU Conference Proceedings Bangkok, pp. 238-242.
12. Ferretra, P., Parente, F., Dias, P. (2007). Organizational Impact of a Universiade on Sport Development Factors, CESU Conference Proceedings, Bangkok, pp. 317-324.

تبیین و بررسی شاخص‌های خودسازمان‌دهی در سازمان تربیت بدنی ایران

*دکتر سید امیر احمد مظفری^۱، دکتر نسرين جزنی^۲، فریا محمدیان^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۸۸/۷/۲۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۸/۱۲/۳

چکیده

هدف تحقیق حاضر، توصیف خودسازمان‌دهی بر مبنای نظریه‌های آشوب و پیچیدگی، در سازمان تربیت بدنی ایران است. در این تحقیق ۶۵ کارمند حوزه ستادی، ۱۰۵ کارمند فدراسیون‌های ورزشی و ۲۱۰ کارمند اداره‌های کل تربیت بدنی استان‌های کشور شرکت داشتند. ابزار اندازه‌گیری تحقیق، پرسشنامه محقق‌ساخته «سنجش خودسازمان‌دهی» روا و پایا بود که تجانس درونی آن $\alpha=0/91$ و ضریب ثبات آن $\alpha=0/93$ ، در سطح $\alpha=0/05$ به‌دست آمد. متغیرهای مورد مطالعه، خودسازمان‌دهی و شاخص‌های آن در سه حیطة ساختار، رفتار و توانایی سازمانی در سه گروه نمونه تحقیق بود. آزمون t تک گروهی نشان داد ساختار و توانایی سازمانی خودسازمانده در فدراسیون‌ها و ادارات کل، بالاتر از میانگین معیار ($\mu=3$) و است. ولی رفتار سازمانی خودسازمانده در هر سه گروه، کمتر از حد مورد انتظار است ($p<0/01$). به‌منظور مقایسه متغیرهای مورد نظر در سه گروه، از روش تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شد. آزمون‌های تعقیبی نشان داد بین میانگین هر سه گروه، در مقایسه‌های دو به دو اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p<0/001$). رگرسیون چند متغیری نیز نشان داد برخی شاخص‌های ساختاری بر شاخص‌های رفتاری و توانایی تأثیر دارد و همچنین برخی شاخص‌های رفتاری بر شاخص‌های توانایی تأثیرگذار است.

کلیدواژه‌های فارسی: سازمان تربیت بدنی، شاخص‌های خودسازمان‌دهی.

Email: MozafariAmir44@yahoo.com

۱. دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم، تحقیقات

۲. دانشیار دانشگاه شهید بهشتی

۳. دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

مقدمه

دغدغه مدیران سازمان‌های قرن بیست و یکم در مواجهه شدن با تغییر، جنبه‌های غیرقابل پیش‌بینی و تصادفی تغییر در سازمان‌ها است (۱). سازمان تربیت بدنی نیز از این امر مستثنا نیست؛ زیرا به دلیل سطوح زیاد عمودی و افقی در نمودار سازمانی و پراکندگی جغرافیایی اداره‌های تحت پوشش (۲) دارای پیچیدگی زیاد، روبه‌های متعدد و نیازهای متنوع مخاطبان متفاوت (از نظر سن، جنسیت، موقعیت‌های اجتماعی و ...) است و سازمانی پیچیده محسوب می‌شود که در معرض تغییرات ناگهانی مدیران و فشارهای زیاد محیط سازمانی خود قرار دارد (۳). با مقایسه اهداف پیش‌بینی شده و نتایج به‌دست آمده در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه تربیت بدنی، به نظر می‌رسد ورزش ایران توسعه چشمگیری نداشته و با وجود ظرفیت‌های بسیار، رتبه‌های قابل قبولی در سطح بین‌المللی کسب نکرده است. تحقیق حاضر برای پاسخ‌گویی به این سؤالات انجام شده است که چرا سازمان تربیت بدنی، در مسیر توسعه و تحقق اهداف سرعت قابل قبولی ندارد و این سازمان برای پویایی، سازگاری و تطبیق‌پذیری با تغییراتی که در حوزه تربیت بدنی و ورزش رخ می‌دهد باید چه توانمندی‌ها و شاخص‌هایی داشته باشد. الگوهای جدید مدیریت که برخاسته از نظریه‌های آشوب و پیچیدگی هستند، پاسخ این سؤالات را در خودسازمان‌دهی^۱ بیان می‌کنند. خودسازمان‌دهی این پیام را برای مدیران دارد که مدیریت باید، با استفاده از اهداف سلسله‌مراتبی یا منطق از پیش تعیین شده کنترل دقیق، به سمت مدیریت از طریق پویاسازی و روان‌سازی تغییر چرخش یابد (۴). خودسازمان‌دهی، وضعیتی از سیستم را توصیف می‌کند که به ندرت پایدار است. نتیجه آن، تنظیم مجدد در سازمان‌هاست که به آنها امکان می‌دهد تا در فرآیند کاری خود، ساختاری کلی ایجاد کنند (۵). خودسازمان‌دهی برای سازمان‌ها، مانند آمادگی جسمانی برای ورزشکاران است که شاخص‌ها و عوامل متعددی دارد و برای موفقیت آنها بسیار تعیین‌کننده است. همان‌طور که ورزشکار در میدان رقابت، با برخورداری از آمادگی جسمانی مناسب می‌تواند مهارت‌های خود را به نحوی شایسته اجرا نماید و از رقیب پیشی گیرد، سازمان‌های برخوردار از شاخص‌های خودسازمان‌دهی نیز می‌توانند از ظرفیت‌های موجود به درستی استفاده کنند و در میدان رقابت، از دیگران پیشی گیرند.

دو نظریه جدید به نام‌های، آشوب و پیچیدگی^۱ با رویکرد غیرخطی^۲، درک بهتری از رفتار سازمانی پدید می‌آورند. اگر فرض نظریه‌های سنتی را مبنی بر باثبات بودن سازمان‌ها بپذیریم، باید گفت سازمان‌های پایدار، در برابر تغییر، بیش از حد خشک و انعطاف‌ناپذیرند و عملکرد آنها ثابت و در قالب مقررات و استانداردهای تغییرناپذیر است. سازمان‌های آشوبگر و ناپایدار نیز در نگاه داشتن اطلاعات ناتوان هستند و پیش‌بینی عملکرد آنها غیرممکن است، اما وقتی سازمان به محیط پیرامون خود به موقع پاسخ می‌دهد، بین پایداری و ناپایداری قرار می‌گیرد؛ در این صورت سازمان انعطاف‌پذیر است، برنامه‌ها و وظایفش تغییرپذیرند و در همین مرحله است که سازمان، تغییر خلاقانه را تجربه می‌کند (۵). تعریف‌های متعددی در حوزه مدیریت زمان‌های مدیریت‌های انسانی درباره خودسازمان‌دهی ارائه شده است (۶-۱۰). تعریفی که اساس این پژوهش را شکل می‌دهد عبارت است از: ظرفیت سازمانی برای حفظ پویایی و انطباق‌پذیری با تغییرات سریع که بستر آن در سه حیطه ساختار، رفتار و توانایی سازمانی فراهم می‌شود (۱۱).

با وجود تأکید زیاد پیشینه تحقیق بر اهمیت و ظرفیت نظریه‌های آشوب و پیچیدگی در شناسایی چالش‌های سازمان‌های امروزی و نیاز مبرم به بهبود عملکرد مدیران و کارکنان؛ فقدان ابزاری مناسب برای استفاده مدیران در این زمینه کاملاً مشهود است. این بررسی نشان می‌دهد سازمان تربیت بدنی برای سازگاری و تطبیق‌پذیری با تغییراتی که در حوزه تربیت بدنی و ورزش رخ می‌دهد، به چه نوع آمادگی سازمانی نیاز دارد و باید چه معیارها و شاخص‌هایی داشته باشد؟ آیا این سازمان در حال حاضر، از توانایی‌های لازم برای هم‌تکاملی با سایر کشورهای پیشرفته در این حوزه برخوردار است؟

هدف کلی تحقیق در چارچوب تئوری‌های آشوب و پیچیدگی، شناسایی و تدوین شاخص‌های خودسازمان‌دهی بر مبنای مصاحبه و مرور پیشینه در سه حیطه ساختار، رفتار و توانایی سازمانی و توصیف آنها بر مبنای پرسشنامه «سنجش خودسازمان‌دهی» در سازمان تربیت بدنی است. همچنین، در این بررسی روابط بین شاخص‌های مختلف در هر یک از حیطه‌ها محاسبه شده است. فرض اصلی این است که توانایی خودسازمان‌دهی سازمان تربیت بدنی بیشتر از میانگین نظری است. مطالعات گذشته نشان داده‌اند رشد و توسعه سازمان‌های امروزی منوط به انطباق‌پذیری با تغییر است و الگوهای مدیریت سنتی سازمان‌های غیرمنعطف، تناسب زیادی برای رشد و توسعه ندارد. تاینیک^۳ (۱۹۹۰) بیان می‌کند سازمان در محیط‌های متلاطم باید یادگیرنده باشد

1. Chaos and complexity theories

2. Non linearity approach

3. Tineke

تا زنده بماند و تکامل این سازمان‌ها به خودسازمان دهی اجزای آن بستگی دارد. اساف (۱۹۹۴) جنبه‌های مهم ایجاد توانایی خودسازمان دهی را نقش راهبردها، بینش‌ها، آرمان‌ها و ارزش‌های مشترک، ماهیت و اهمیت یادگیری و جنبه‌های اثربخش تجربه خودسازماندهی معرفی می‌کند. والف (۱۹۹۹) برای کنار آمدن با آشفتگی‌های حاصل از تغییر، شاخص‌های خودمرجعی^۱ (اهداف مشترک، شناخت توانایی‌های خود، بازخورد)، دانش کافی و ارتباط درون و بین سازمانی را به منظور تبادل دانش و اطلاعات مهم می‌داند. به عقیده مک میلان (۲۰۰۰)، تیم‌های خودسازمانده حسی قوی از هدف مشترک، تعهد فردی، رفتارهای خودجوش و خلاقانه، سطوح بالایی از انرژی و اشتیاق و خودنظمی ذاتی در فعالیت‌هایشان دارند. یوانگ (۲۰۰۱) مدل سی. دی. ای^۲ را برای شرایط خودسازمان دهی در سیستم‌های انسانی ارائه می‌دهد که شامل ظرف، تفاوت‌های چشمگیر و مبادلات تغییردهنده است. ظرف، مرزی فیزیکی است که باید منعطف باشد، ظرف مانند آهن‌ربا کارکنان را کنار هم حفظ می‌کند و مانند نیروی جاذبه زبان مشترک و اعتماد و اطمینان ایجاد می‌کند. تفاوت‌های چشمگیر، هر تمایزی در سیستم است که ظرفیتی برای حرکت ایجاد می‌کند و به خودسازمان دهی منجر می‌شود (تخصص، خبرگی، تجربه، بودجه و ...). مبادلات تغییردهنده، هر نوع انتقال اطلاعات، انرژی و مواد بین دو کارمند، دو بخش یا دو دفتر است که می‌تواند به صورت مبادله عمل کند و بخش‌های سیستم را به هم پیوند دهد. یوانگ خودسازمان دهی را فرآیند ایجاد الگوی سیستم گسترده جدیدی بر مبنای پویایی‌های درونی می‌داند. کاراپیت و هریس (۲۰۰۵) مهم‌ترین شاخص‌های خودسازمان دهی را سطح بالایی از اعتماد، همکاری دو سویه، درستی اطلاعات، ارتباط صادقانه، باز بودن سیستم، کاهش کنترل از سوی مدیران، درجه بالایی از آزادی عمل، میل به تعامل و احساس کل داشتن معرفی می‌کنند. ویتلی (۱۹۹۹)، استیونسون (۲۰۰۰) و الن و مورتن (۲۰۰۶) در مطالعات خود مهم‌ترین شاخص‌های خودسازمان دهی را هویت سازمانی/خودمرجعی، جریان اطلاعات و روابط وابسته به هم می‌دانند. یافته‌های پژوهشی آنها نشان داد خودسازمان دهی به مفهوم رهبری نیاز دارد تا از فرد به گروه گسترش یابد. کچ و لیتنر (۲۰۰۷) شرایط خودسازمان دهی را برای تولید محصولات جدید به آزادی عمل، ارتباط‌ها و تعاملات باز با محیط، استمرار در برخورداری از تعاملات و داشتن آرمان‌ها و اهداف مشترک بین اعضای سازمان وابسته می‌داند.

1. Self-reference

2. CDE model: container, significant differences, transforming exchange

مطالعات هولسمن و همکاران (۲۰۰۷) مبین رویکرد جدیدی در سازمان‌های پیچیده امروزی است. آنها بر این باورند که سازمان‌های خودسازمانده در ساختار، رفتار و توانایی ویژگی‌های خاصی دارند. این ویژگی‌ها به آنها امکان می‌دهد که در محیط به سرعت در حال تغییر، به خوبی تکامل یابند و به اهداف خود دست یابند.

برخی محققان، خودسازمان‌دهی را ظرفیتی سازمانی برای ایجاد پویایی (۳، ۴، ۱۵، ۱۹، ۲۰، ۲۱) و برخی قابلیت سازمانی برای کنار آمدن با پیچیدگی و تغییر (۱۳، ۲۲) می‌دانند، برخی نیز آن را فرآیندی سازمانی برای ظهور نوآوری‌های فنی و اداری (۶، ۸، ۹، ۱۱، ۲۴، ۲۵) در حوزه مدیریت معرفی کرده‌اند، اما آنچه از نتایج حاصل از این پژوهش‌ها استنباط می‌شود این است که خودسازمان‌دهی فرآیندی است که طی دوره زمانی خاص، مانند آغاز تغییر و با شرایطی خاص مانند ساختار و رفتاری ویژه ایجاد می‌شود و منتج به ظهور توانایی‌های خاصی می‌شود که تا قبل از آن وجود نداشته است. همین ویژگی، سازمان‌های خودسازمانده را از سازمان‌های سنتی متمایز می‌کند.

در میان پژوهش‌های مختلفی که در سازمان‌ها و بنگاه‌های صنعتی و اقتصادی، در مورد خودسازمان‌دهی انجام شده است، می‌توان جای خالی تحقیق‌های نظری و تجربی را در زمینه خودسازمان‌دهی در سازمان‌های ورزشی مشاهده نمود. به جز دو پژوهش که در مورد خودسازمان‌دهی در ورزش‌های تیمی و خودسازمان‌دهی در برابر تغییر در باشگاه‌های ورزشی (۳، ۲۴) انجام شده است، پژوهش دیگری در این زمینه یافت نشد. امید است این تحقیق، با استفاده از یافته‌های پژوهش‌های گذشته، ابزار مناسبی برای ایجاد سازمان‌های ورزشی خودسازمانده در اختیار مدیران ورزشی قرار دهد تا با بهره‌مندی از سازمانی پویا، به نوآوری‌های اداری و فنی دست یابند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع علی-مقایسه‌ای است و داده‌های آن به صورت میدانی، با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شد. جامعه آماری شامل کارشناسان و مدیران شاغل در حوزه ستادی سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و اداره‌های کل تربیت بدنی استان‌های کشور بود که تعداد آنها، با توجه به قلمرو زمانی و مکانی این تحقیق و اطلاعات موجود در دفتر آمار و فن‌آوری اطلاعات سازمان تربیت بدنی، ۷۰۰ نفر در حوزه ستادی، ۱۵۰۰ نفر در فدراسیون‌های ورزشی و ۳۰۰۰ نفر در اداره‌های کل تربیت بدنی بود. نمونه آماری، به روش تصادفی طبقه‌ای انتخاب شد. با توجه به کل جامعه آماری و براساس جدول نمونه‌گیری مورگان، ۶۵ نفر از حوزه ستادی، ۱۰۵ نفر از فدراسیون‌ها و ۲۱۰ نفر از ادارات کل تربیت بدنی استان‌ها در این تحقیق شرکت داشتند.

جدول ۱. توزیع شرکت کنندگان

جامعه آماری	تعداد کل جامعه آماری (نفر)	تعداد نمونه (نفر)	تعداد برگشتی	در صد از کل نمونه	درصد افت آزمودنی‌ها
حوزه ستادی	۷۰۰	۸۰	۶۵	٪۱۷/۱	٪۸۱/۲۵
فدراسیون‌های ورزشی	۱۵۰۰	۱۵۰	۱۰۵	٪۲۷/۶	٪۷۰
اداره‌های کل تربیت بدنی استان‌ها	۳۰۰۰	۳۰۰	۲۱۰	٪۵۵/۳	٪۷۰
جمع	۵۲۰۰	۵۳۰	۳۸۰	۱۰۰	٪۷۱

از روش آمار توصیفی برای محاسبه فراوانی‌ها، شاخص‌های گرایش مرکزی، شاخص‌های پراکندگی و شاخص‌های توزیع استفاده شد و نتایج با رسم نمودار و تنظیم جداول ارائه شده است. برای مقایسه خودسازمان‌دهی و خرده‌مقیاس‌های آن در گروه‌های مورد مطالعه از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه و برای توصیف خودسازمان‌دهی و خرده‌مقیاس‌های آن در هر گروه، از آزمون t تک گروهی استفاده شد. ارتباط بین حیطه‌های ساختار، رفتار و توانایی سازمانی نیز از طریق رگرسیون چند متغیری، با روش ورود همزمان بررسی شد. تجانس واریانس‌ها نیز از طریق آزمون لوین محاسبه شد.

با توجه به ماهیت تحقیق حاضر، برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه توسط محقق و بر مبنای یافته‌های حاصل از مرور پیشینه و مصاحبه با تعدادی از مدیران اثرگذار سازمان تربیت بدنی، تدوین و اعتبار یابی شد. پرسشنامه مذکور شامل سؤالاتی از نوع بسته است و دو بخش دارد. بخش اول پرسشنامه، ویژگی‌های فردی شامل مشخصات فردی است که بر اساس نیاز تحقیق به آن، توسط محقق تدوین گردید. بخش دوم، سنجش خودسازمان‌دهی با ۹۴ گویه است که شاخص‌های خودسازمان‌دهی را در سه حیطه اندازه‌گیری می‌کند و بر اساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت نمره‌گذاری شده است. برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه مقدماتی، از نظرات ۳۰ نفر از متخصصان رشته مدیریت و مدیریت ورزشی (استادانی با درجه دکتری یا دانشجوی دکتری با گرایش مدیریت و برنامه‌ریزی) استفاده شد. برای اطمینان از پایایی و ثبات آن، پرسشنامه بین ۴۵ نفر از شرکت کنندگان توزیع شد و پس از جمع‌آوری داده‌ها، ضریب پایایی به روش آلفای کرونباخ، برابر ۰/۹۱ محاسبه شد. برای محاسبه ضریب ثبات^۱ پس از گذشت یک ماه، پرسشنامه بار دیگر به همان ۴۵ نفر تسلیم و درخواست شد تا آن را تکمیل کنند. داده‌های مرحله

اول و دوم با ضریب همبستگی $0/76$ به دست آمد که در سطح $\alpha = 0/05$ معنی دار است و نشان دهنده ضریب پایایی و ثبات پرسشنامه می باشد. بار عاملی سؤالات در هریک از شاخص ها و حیطه ها، با استفاده از تحلیل عامل اکتشافی محاسبه شد و اندازه KMO برابر با $0/87$ به دست آمد که نشان دهنده کفایت نمونه است.

یافته های پژوهش

نتایج تحقیق نشان داد $44/9\%$ از کارشناسان و مدیران سازمان در رشته تربیت بدنی، $10/8\%$ در رشته مدیریت (اعم از تربیت بدنی و غیر تربیت بدنی) و $44/3\%$ در رشته های غیر مرتبط تحصیل کرده بودند. در بین شرکت کنندگان $31/6\%$ مدیر و $68/4\%$ کارشناس بودند. $62/1\%$ از کل شرکت کنندگان مرد و $37/9\%$ زن بودند. سن 7% از آنان ۵۳ سال و بیشتر بود، $12/6\%$ در دامنه سنی ۴۸ تا ۵۲ سال، $14/5\%$ در دامنه ۴۳ تا ۴۷ سال، $39/4\%$ در دامنه ۳۳ تا ۳۷ سال و $5/9\%$ در دامنه ۲۸ تا ۳۲ سال قرار داشتند. سابقه کاری $19/1\%$ از کل شرکت کنندگان کمتر از ۵ سال بود، $22/6\%$ در دامنه ۶ تا ۱۰ سال، $16/2\%$ در دامنه ۱۱ تا ۱۵ سال، $18/3\%$ در دامنه ۱۶ تا ۲۰ سال، $8/6\%$ در دامنه ۲۶ تا ۳۰ سال و $4/6\%$ ۳۱ سال و بیشتر سابقه کاری داشته اند. تحصیلات $9/6\%$ از شرکت کنندگان در سطح دیپلم، $11/7\%$ فوق دیپلم، $64/6\%$ لیسانس، $12/2\%$ فوق لیسانس و $1/9\%$ دکتری قرار داشت.

جدول ۲ حیطه ها و شاخص های خودسازمان دهی را بر مبنای پیشینه تحقیق (۱۱، ۶، ۲۶، ۹، ۱۰، ۱۶) و مصاحبه با تعدادی از مدیران و کارشناسان سازمان، با تکیه بر نظریه های آشوب و پیچیدگی نشان می دهد.

جدول ۲. حیطه ها و شاخص های خودسازمان دهی

حیطه	شاخص های اصلی	شاخص های فرعی
ساختار سازمانی	پیچیدگی پویایی باز بودن	تعداد سطوح افقی و عمودی و پراکندگی های جغرافیایی، پیچیدگی وظایف، جذب و تحلیل دانش، سازگاری با تغییرات محیطی، انتقال دانش و اطلاعات میان کارکنان و بین کارکنان و محیط
رفتار سازمانی	غیرقطعی آزادی عمل خودمرجعی	نتایج غیرقابل پیش بینی، رویدادهای غیرمنتظره، کاربرد فن آوری، آزادی عمل، مشارکت در تصمیم گیری، اختیار، مشارکت در هدف گذاری، اهداف مشترک
توانایی سازمانی	ظهور پویایی مستمر خودکنترلی	نوآوری، یادگیری مستمر، استمرار در سازگاری با تغییرات، استمرار در جذب و انتقال دانش، انجام وظایف و پاسخ گویی بدون دستور مافوق، یادگیری بدون دستور مافوق

بر اساس یافته‌های موجود در جدول ۳، در فدراسیون‌های ورزشی، در خرده‌مقیاس‌های ساختار، رفتار و توانایی خودسازماندهی، تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظری ($\mu=3$) و میانگین تجربی وجود دارد ($p<0/001$) که در وضعیت موجود، میانگین تجربی ساختار و توانایی خودسازماندهی، بیشتر از حد مورد انتظار و میانگین تجربی رفتار خودسازماندهی کمتر از حد مورد انتظار است. میزان t به‌دست آمده در مقیاس خودسازماندهی فدراسیون‌های ورزشی نشان می‌دهد تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظری ($\mu=3$) و میانگین تجربی وجود ندارد؛ بنابراین وضعیت موجود خودسازماندهی، در حد متوسط است. در اداره‌های کل تربیت بدنی استان‌ها میزان t به‌دست آمده از روش t تک‌گروهی نشان می‌دهد در خرده‌مقیاس‌های ساختار، رفتار و توانایی خودسازماندهی، تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظری ($\mu=3$) و میانگین تجربی وجود دارد ($p<0/001$) که در وضعیت موجود، میانگین تجربی ساختار و توانایی خودسازماندهی بیشتر از حد مورد انتظار، و میانگین تجربی رفتار خودسازماندهی کمتر از حد مورد انتظار است. بر اساس میزان t به‌دست آمده در مقیاس خودسازماندهی اداره‌های کل، تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظری ($\mu=3$) و میانگین تجربی مشاهده می‌شود ($p<0/001$) که میانگین تجربی در وضعیت موجود، کمتر از حد مورد انتظار است. در حوزه ستادی سازمان تربیت بدنی، میزان t به‌دست آمده از روش t تک‌گروهی در خرده‌مقیاس ساختار و توانایی خودسازماندهی، تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظری و تجربی نشان نداد. در خرده‌مقیاس توانایی خودسازماندهی، تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظری و تجربی مشاهده شد ($p<0/001$) و میانگین تجربی در وضعیت موجود، کمتر از حد مورد انتظار است، اما میزان t به‌دست آمده در مقیاس خودسازماندهی حوزه ستادی، تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظری و تجربی نشان نداد است و میانگین تجربی در وضعیت موجود، در حد انتظار است.

جدول ۳. t تک‌گروهی مرتبط با بررسی وضعیت موجود متغیرها در سازمان تربیت بدنی

متغیرها	فدراسیون‌های ورزشی				ادارات کل تربیت بدنی استان‌ها				حوزه ستادی			
	P<	df	t	M±SD	P<	df	t	M±SD	P<	df	t	M±SD
ساختار	۰/۰۰۱	۹۱	۵/۹۱*	۳/۲±۰/۴۳	۰/۰۰۱	۱۹۴	۳/۹۲*	۳/۱۰±۰/۳۷	۰/۱۵۵	۵۳	۱/۴۴	۲/۹۰±۰/۴۶
رفتار	۰/۰۰۱	۱۰۰	۳۸/۱۸*	۲/۰۸±۰/۲۴	۰/۰۰۱	۱۹۳	۶۸/۷۷*	۲/۰۴±۰/۱۹	۰/۰۰۱	۵۷	۴۱/۳۴*	۱/۹۷±۰/۱۸
توانایی	۰/۰۰۱	۱۰۳	۷/۶۱*	۳/۴۳±۰/۵۸	۰/۰۰۱	۱۹۳	۶/۴۴*	۳/۲۱±۰/۴۶	۰/۰۸۶	۵۸	۱/۷۴	۳/۱۰±۰/۴۵
خود سازماندهی	۰/۶۲۹	۸۷	۰/۴۸	۲/۹۸±۰/۶۳	۰/۰۰۱	۱۶۸	۶/۳۵*	۲/۸۴±۰/۳۱	۰/۰۰۱	۴۶	۶/۷۶*	۲/۶۶±۰/۸۸

تحلیل واریانس یک‌طرفه مربوط به ساختار خودسازماندهی در سازمان تربیت بدنی نشان می‌دهد میانگین نمره فدراسیون‌ها ۱۴۳/۹، اداره‌های کل ۱۳۶/۶۵ و حوزه ستادی ۱۲۸/۰۱، از حداکثر

۲۲۰ نمره ممکن بوده است و می‌توان گفت وضعیت ساختار خودسازمانده در سازمان تربیت بدنی، در حدی کمتر از متوسط قرار دارد. همچنین نتایج مقایسه امتیاز ساختار خودسازمانده بین گروه‌ها نشان می‌دهد اختلاف معنی‌داری ($F=13/58$, $P<0/001$) بین گروه‌ها وجود دارد (جدول ۴). در مقایسه دو به دو گروه‌ها، بین دو گروه فدراسیون‌ها و اداره‌های کل ($P<0/002$)، فدراسیون‌ها و حوزه ستادی ($P<0/001$) و اداره‌های کل و حوزه ستادی ($P<0/002$)، در این مورد اختلاف معنی‌داری مشاهده می‌شود (جدول ۵). وضعیت مربوط به ساختار سازمانی موجود، مبتنی این مطلب است که سازمان تربیت بدنی، ساختار خودسازمانده مطلوبی ندارد و این وضعیت در حوزه ستادی، به مراتب نامناسب‌تر است.

جدول ۴. تحلیل واریانس یک‌طرفه بررسی مقایسه‌ای خرده‌مقیاس‌های مرتبط با خودسازمان‌دهی با تأکید بر سازمان محل اشتغال

متغیر	سطوح	میانگین	انحراف معیار	میزان F	سطح معنی‌داری
ساختار سازمانی	فدراسیون‌ها	۱۴۳/۹۰	۱۹/۲۹	۱۳/۵۸	۰/۰۰۱
	اداره‌های کل استان‌ها	۱۳۶/۶۵	۱۶/۵۴		
	حوزه ستادی	۱۲۸/۰۱	۲۰/۲۷		
رفتار سازمانی	فدراسیون	۵۲/۰۴	۶/۰۴	۴/۷۸	۰/۰۰۹
	اداره‌های کل استان‌ها	۵۱/۱۳	۴/۸۳		
	حوزه ستادی	۴۹/۳۹	۴/۷۱		
توانایی سازمانی	فدراسیون	۸۵/۸۴	۱۴/۵۲	۹/۸۲	۰/۰۰۱
	اداره‌های کل استان‌ها	۸۰/۴۲	۱۱/۷۳		
	حوزه ستادی	۷۷/۵۷	۱۱/۳۳		
خودسازمان‌دهی	فدراسیون	۲۸۰/۲۴	۳۳/۸۹	۱۳/۸۷	۰/۰۰۱
	اداره‌های کل استان‌ها	۲۶۷/۵۷	۲۹/۵۰		
	حوزه ستادی	۲۵۰/۸۴	۳۱/۵۸		

جدول ۵. آزمون تعقیبی LSD مرتبط با جدول ۳ بررسی مقایسه‌ای ساختار سازمان با تأکید

بر سازمان محل اشتغال

موارد	فدراسیون	ادارات کل استان‌ها	حوزه ستادی
فدراسیون	LSD		
	P		
ادارات کل استان‌ها	LSD	۷/۲۵	
	P	۰/۰۰۲	
حوزه ستادی	LSD	۱۵/۸۸	۸/۶۳
	P	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲

نتایج مربوط به رفتار خودسازمانده در سازمان تربیت بدنی نشان می‌دهد میانگین نمره فدراسیون‌ها ۵۲/۴، اداره‌های کل ۵۱/۱۳ و حوزه ستادی ۴۹/۳۹، از حداکثر ۱۲۵ نمره ممکن

بوده است و در نتیجه، می‌توان بیان کرد سازمان تربیت بدنی، رفتار خودسازمانده مطلوبی ندارد. همچنین نتایج مقایسه امتیاز رفتار خودسازمانده بین گروه‌ها نشان می‌دهد اختلاف معنی‌داری ($F=4/78, P<0/009$) بین گروه‌ها وجود دارد (جدول ۳). در مقایسه دو به دو گروه‌ها، بین دو گروه فدراسیون‌ها و حوزه ستادی ($P<0/002$) و اداره‌های کل و حوزه ستادی ($P<0/026$) اختلاف معنی‌داری مشاهده شد، ولی اختلاف بین فدراسیون‌ها و اداره‌های کل ($P<0/155$) معنی‌دار نبود (جدول ۶). نتایج نشان می‌دهد وضعیت رفتار خودسازمانده در سازمان تربیت بدنی، کمتر از حد متوسط است و فاقد زمینه مناسب برای منطبق شدن با تغییرات است.

جدول ۶. آزمون تعقیبی LSD مرتبط با جدول ۳، بررسی مقایسه‌ای رفتار سازمان با تأکید

بر سازمان محل اشتغال

موارد		فدراسیون	ادارات کل استان‌ها	حوزه ستادی
فدراسیون	LSD			
	P			
ادارات کل استان‌ها	LSD	۰/۹۰		
	P	۰/۱۵۵		
حوزه ستادی	LSD	۲/۶۴	۱/۷۳	
	P	۰/۰۰۲	۰/۰۲۶	

نتایج مربوط به توانایی خودسازمانده در سازمان تربیت بدنی نشان می‌دهد میانگین نمره فدراسیون‌ها ۸۵/۸۴، اداره‌های کل ۸۰/۴۲ و حوزه ستادی ۷۷/۵۷، از حداکثر ۱۲۵ نمره ممکن بوده است. همچنین نتایج مقایسه امتیاز توانایی خودسازمانده بین گروه‌ها نشان می‌دهد اختلاف معنی‌داری ($F = 9/82, P<0/001$) بین گروه‌ها وجود دارد (جدول ۳). در مقایسه دو به دو گروه‌ها، بین دو گروه فدراسیون‌ها و اداره‌های کل ($P<0/004$) و فدراسیون‌ها و حوزه ستادی اختلاف معنی‌داری ($P<0/001$) مشاهده شد و بین اداره‌های کل و حوزه ستادی ($P<0/262$) اختلاف معنی‌داری در این مورد دیده نشد (جدول ۷).

جدول ۷. آزمون تعقیبی Tamhane's مرتبط با جدول ۳، بررسی مقایسه‌ای توانایی سازمان

با تأکید بر سازمان محل اشتغال

موارد		فدراسیون	ادارات کل استان‌ها	حوزه ستادی
فدراسیون	LSD			
	P			
ادارات کل استان‌ها	LSD	۵/۴۱		
	P	۰/۰۰۴		
حوزه ستادی	LSD	۸/۲۶	۲/۸۵	
	P	۰/۰۰۱	۰/۲۶۲	

وضعیت مربوط به خودسازمان‌دهی موجود در سازمان تربیت بدنی بیان‌کننده این مطلب است که میانگین نمره کل در هر سه نمونه تحقیق (فدراسیون‌ها، ۲۸۰/۲۴؛ ادارات کل، ۲۶۷/۵۷ و حوزه ستادی، ۲۵۰/۸۴ از ۴۷۰ نمره ممکن) در وضعیت متوسط یا کمتر قرار دارد. همچنین نتایج مقایسه میزان خودسازمان‌دهی در سه گروه نمونه تحقیق نشان داد اختلاف معنی‌داری ($F=13/87, P<0/001$) بین گروه‌ها وجود دارد (جدول ۳) و در مقایسه دو به دو گروه‌ها، بین دو گروه فدراسیون‌ها و اداره‌های کل ($P<0/002$)، فدراسیون‌ها و حوزه ستادی ($P<0/001$) و اداره‌های کل و حوزه ستادی ($P<0/001$) اختلاف معنی‌دار مشاهده شد (جدول ۸).

جدول ۸. آزمون تعقیبی LSD مرتبط با جدول ۳، بررسی مقایسه‌ای خودسازمان‌دهی

با تأکید بر سازمان محل اشتغال

موارد	فدراسیون	ادارات کل استان‌ها	حوزه ستادی
LSD			
P			
LSD	۱۲/۶۷		
P	۰/۰۰۲		
LSD	۲۹/۳۹	۱۶/۷۲	
P	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	

با توجه به ضرایب رگرسیون چندمتغیری با روش ورود هم‌زمان، در جدول‌های ۹ و ۱۰ می‌توان گفت بین شاخص پیچیدگی^۱ از ساختار خودسازمانده با شاخص غیرقطعی بودن^۲ از رفتار خودسازمانده، ارتباط مثبت و معنی‌داری مشاهده می‌شود. این ارتباط بین شاخص‌های پویایی^۳ و باز بودن^۴ از ساختار خودسازمانده با شاخص‌های آزادی عمل^۵ و خودمرجعی از رفتار خودسازمانده و شاخص‌های ظهور^۶ و پویایی مستمر^۷ از توانایی خودسازمانده نیز وجود دارد؛ بدین ترتیب که با افزایش یا کاهش هریک از شاخص‌های مذکور در ساختار، شاخص‌های رفتار و توانایی نیز افزایش یا کاهش می‌یابد.

همچنین نتایج نشان می‌دهد بین شاخص باز بودن از ساختار سازمانی با شاخص خودکنترلی^۸ از

1. complexity
2. non-determinism
3. dynamic
4. openness
5. autonomy
6. emergence
7. dynamic equilibrium
8. self-control

توانایی سازمانی، ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ بدین ترتیب که با افزایش یا کاهش شاخص باز بودن از ساختار سازمانی، توانایی سازمانی در خودکنترلی نیز افزایش یا کاهش می‌یابد.

جدول ۹. ضرایب رگرسیون چند متغیری برای پیش‌بینی شاخص‌های رفتار خودسازمانده

از طریق شاخص‌های ساختار خودسازمانده

متغیر ملاک	متغیرهای پیش‌بینی کننده	میزان B	ضریب به تا	میزان t	سطح معنی‌داری
غیرقطعی بودن	پیچیدگی	۰/۱۴	۰/۱۴	۲/۲۸	۰/۰۲۳
	پویایی	-۰/۰۲	-۰/۰۸	-۱/۰۳	۰/۳۰۰
	باز بودن	۰/۰۵	۰/۱۰	۱/۱۸	۰/۲۳۹
آزادی عمل	پیچیدگی	۰/۰۸	۰/۰۹	۱/۸۴	۰/۰۶۶
	پویایی	۰/۰۶	۰/۲۶	۳/۷۳	۰/۰۰۱
	باز بودن	۰/۱۴	۰/۳۵	۵/۰۱	۰/۰۰۱
خودمرجعی	پیچیدگی	۰/۰۱	۰/۰۶	۱/۲۷	۰/۲۰۲
	پویایی	۰/۰۱	۰/۲۳	۳/۲۰	۰/۰۰۱
	باز بودن	۰/۰۲	۰/۳۲	۴/۵۵	۰/۰۰۱

جدول ۱۰. ضرایب رگرسیون چند متغیری برای پیش‌بینی شاخص‌های توانایی خودسازمانده

از طریق شاخص‌های ساختار خودسازمانده

متغیر ملاک	متغیرهای پیش‌بینی کننده	میزان B	ضریب به تا	میزان t	سطح معنی‌داری
ظهور	پیچیدگی	۰/۱۰	۰/۰۷	۱/۸۷	۰/۰۶۱
	پویایی	۰/۱۸	۰/۴۵	۷/۹۷	۰/۰۰۱
	باز بودن	۰/۲۳	۰/۳۵	۶/۰۹	۰/۰۰۱
پویایی مستمر	پیچیدگی	-۰/۱۱	-۰/۰۶	-۱/۷۷	۰/۰۷۷
	پویایی	۰/۲۴	۰/۴۵	۹/۳۱	۰/۰۰۱
	باز بودن	۰/۳۳	۰/۳۸	۷/۸۸	۰/۰۰۱
خودکنترلی	پیچیدگی	۰/۰۶	۰/۰۸	۱/۴۳	۰/۱۵۲
	پویایی	۰/۰۲	۰/۱۲	۱/۵۵	۰/۱۲۰
	باز بودن	۰/۰۵	۰/۱۵	۱/۹۴	۰/۰۵۳

با توجه به ضرایب رگرسیون به‌دست آمده در جدول ۱۱ می‌توان نتیجه گرفت بین شاخص‌های آزادی عمل و خودمرجعی از رفتار خودسازمانده با شاخص‌های ظهور و پویایی مستمر از توانایی

خودسازمانده ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ بدین ترتیب که با افزایش یا کاهش آزادی عمل و خودمرجعی در رفتار، توانایی در ظهور و پویایی مستمر نیز افزایش یا کاهش می‌یابد. همچنین، ارتباط مثبت و معنی‌داری بین شاخص خودمرجعی از حیطة رفتار با شاخص خودکنترلی از حیطة توانایی مشاهده می‌شود؛ بدین ترتیب که با افزایش یا کاهش خودمرجعی، خودکنترلی نیز افزایش یا کاهش می‌یابد.

جدول ۱۱. ضرایب رگرسیون چند متغیری برای پیش‌بینی شاخص‌های توانایی خودسازمانده، از طریق شاخص‌های رفتار خودسازمانده

متغیر ملاک	متغیرهای پیش‌بینی‌کننده	میزان B	ضریب به تا	میزان t	سطح معنی‌داری
ظهور	غیرقطعی بودن	۰/۰۵	۰/۰۴	۱/۰۱	۰/۳۱۵
	آزادی عمل	۰/۳۴	۰/۲۱	۴/۳۶	۰/۰۰۱
	خودمرجعی	۴/۹۹	۰/۴۳	۸/۸۲	۰/۰۰۱
پویایی مستمر	غیرقطعی بودن	-۰/۰۵	-۰/۰۳	-۰/۷۵	۰/۴۵۳
	آزادی عمل	۰/۶۳	۰/۳۰	۶/۳۳	۰/۰۰۱
	خودمرجعی	۶/۰۱	۰/۴۰	۸/۴۴	۰/۰۰۱
خودکنترلی	غیرقطعی بودن	۰/۰۲	۰/۰۴	۰/۸۳	۰/۴۰۲
	آزادی عمل	-۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۲۳	۰/۸۱۷
	خودمرجعی	۲/۷۷	۰/۴۴	۸/۱۷	۰/۰۰۱

بحث و نتیجه‌گیری

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد برای اینکه سازمان‌های انسانی، مسیر توسعه را در محیط به سرعت در حال تغییر، به درستی طی کنند، سه دسته از عوامل حائز اهمیت‌اند (۶، ۱۰، ۱۱، ۱۸، ۲۷) که شامل ساختار، رفتار و توانایی خودسازمانده است. مندنهال و همکاران (۲۰۰۷)، اولسون و یوآنگ (۲۰۰۱)، کاراپیت و هریس (۲۰۰۵) و هولسمن و همکاران (۲۰۰۷) بیان می‌کنند که اثربخشی شاخص‌های مربوط به خودسازمان‌دهی، زمانی است که هریک از آنها در سطح بالایی قرار داشته باشند.

در محیط متغیر و متحول امروز، مدیران باید به‌طور مستمر، ساختار سازمانی خود را با شرایط محیطی تطبیق داده، اصلاحات لازم را در آن به عمل آورند. دورانی که مدیران، ساختاری را برای سازمان طراحی می‌کردند و این ساختار، مدت‌ها پاسخ‌گوی نیازها بود، سپری شده است و امروز باید دائماً در صدد اصلاح و بهبود سازمان و طراحی مجدد آن بود. این استمرار به معنای

دگرگونی‌های بنیادی و دائمی سازمان نیست؛ بلکه هر تغییر و اصلاحی که بر اثر دریافت بازخورد از محیط‌های اثرگذار در ساختار سازمان ایجاد می‌شود، گویای این واقعیت است که سازمان را تغییر داده و آن را با محیط، هماهنگ و سازگار ساخته است (۲۸). اگرچه خودسازمان‌دهی ویژگی ذاتی سیستم‌های اجتماعی است؛ هنگامی شکوفا می‌شود که بستر مناسبی برای وجود داشته باشد (۱۸، ۲۲). پژوهشگران این بستر را بر مبنای نظریه‌های آشوب و پیچیدگی در سه حیطه ساختار، رفتار و توانایی سازمانی معرفی کرده‌اند (۱۱). پژوهش حاضر نیز خودسازمان‌دهی، حیطه‌ها و شاخص‌های آن را در سازمان تربیت بدنی بررسی کرده است.

نتایج آماری نشان داد میانگین امتیاز خودسازمان‌دهی در سازمان تربیت بدنی، کمتر از حدّ مورد انتظار بود ($M=2/86 \pm 0/34$, $P<0/01$)؛ بنابراین فرض اصلی تحقیق، مبنی بر اینکه «سازمان تربیت بدنی از قابلیت خودسازمان‌دهی برخوردار است» رد می‌شود. با توجه به این یافته و پیشینه پژوهش، به نظر می‌رسد این سازمان توانایی مورد نیاز را برای پیشرو بودن و تطبیق‌پذیری با تغییرات ندارد و احتمالاً به این دلیل در مسیر توسعه، حرکت کند دارد. برای پی بردن به دلیل یا دلایل مربوط به این نتیجه لازم است خودسازمان‌دهی، حیطه‌ها و شاخص‌های آن، در هریک از لایه‌های سازمان بررسی شود.

یافته‌ها نشان می‌دهد میانگین امتیاز خودسازمان‌دهی در حوزه ستادی ($M=2/66 \pm 0/88$, $P<0/01$) و در اداره‌های کل تربیت بدنی ($M=2/84 \pm 0/31$, $P<0/01$) کمتر از حدّ مورد انتظار و در فدراسیون‌های ورزشی در حدّ مورد انتظار ($M=2/98 \pm 0/63$, $P=0/629$) است. اگر فرض سازمان‌های مبتنی بر سلسله مراتب اداری را بپذیریم، انتظار می‌رود حوزه ستادی به عنوان مرجع تدوین راهبردها و خط مشی‌های اصلی سازمان، توانایی خودسازمان‌دهی داشته باشد تا بتواند حرکت بخش‌های تحت پوشش خود را در مسیر توسعه و تحقق اهداف تضمین نماید در حالی که بنا بر یافته‌های تحقیق حاضر، این احتمال وجود دارد که نبود خودسازمان‌دهی در حوزه ستادی موجب شود تا راهبردها، خط مشی‌ها و اهداف، به‌طور واقع‌بینانه و بر مبنای تغییرات ایجاد شده در حوزه‌های مرتبط تدوین و ارائه نشود (۶، ۱۰، ۱۵) و در نتیجه، بر خودسازمان‌دهی اداره‌های کل استان‌های کشور که تحت پوشش حوزه ستادی قرار دارند و فدراسیون‌های ورزشی که به‌طور غیرمستقیم، متأثر از حوزه ستادی هستند نیز تأثیر گذارد (۲۹).

به‌منظور شناسایی علت یا علل وجود این سطح از خودسازمان‌دهی در سازمان تربیت بدنی، بررسی حیطه‌ها و شاخص‌های تشکیل‌دهنده آن در هریک از لایه‌های سازمان ضروری به نظر می‌رسد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در حیطه ساختار خودسازمانده، حوزه ستادی در حد مورد انتظار (M= ۳/۱۰ ± ۰/۳۷, p< ۰/۰۰۱) و اداره‌های کل استان‌ها (M= ۲/۹۰ ± ۰/۴۶, P= ۰/۱۵۵) و فدراسیون‌های ورزشی (M= ۳/۲۷ ± ۰/۴۳, p< ۰/۰۰۱) بیشتر از حد مورد انتظار به دست آمد. به نظر می‌رسد یکی از دلایل نبود توانایی خودسازمان‌دهی در حوزه ستادی، مربوط به شکاف موجود در ساختار خودسازمانده باشد. این در حالی است که فدراسیون‌ها و اداره‌های کل از شرایط مناسب در این حیطه برخوردارند. شاخص پیچیدگی در حیطه ساختار خودسازمانده، در هر سه گروه نمونه تحقیق، بیشتر از حد مورد انتظار است که نشان می‌دهد سازمان تربیت بدنی، به لحاظ ساختاری و ماهیت فعالیت در سطحی از پیچیدگی قرار دارد که برخورداری از توانایی خودسازمان‌دهی برای پیشرو بودن، امری ضروری محسوب می‌شود (۱، ۲)، اما شاخص‌های پویایی و باز بودن از حیطه مذکور، در حوزه ستادی در حد متوسط است، در اداره‌های کل، شاخص پویایی بیشتر از حد مورد انتظار و شاخص باز بودن در حد متوسط و در فدراسیون‌ها، هر دو شاخص بیشتر از حد مورد انتظار بوده است. نتایج پژوهش‌ها (۸، ۱۰، ۱۱) نشان داد یکی از ضرورت‌های توسعه سازمان‌های امروزی، پویایی و باز بودن آن است که موجب می‌شود سازمان‌ها از تغییرات حوزه‌های مرتبط آگاه شوند و با مبادله دانش و اطلاعات، به موقع به تغییرات پاسخ دهند. ساختار سازمانی در ایجاد بستری مناسب برای پاسخ‌گویی به محیط نامطمئن و متغیر، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا با ویژگی‌های خود می‌تواند زمینه‌ساز ظهور کفایت و شایستگی‌های کارکنان شود یا موجب تزلزل و توقف آنها گردد (۳۰) همچنین، عامل مؤثری برای تدوین راهبردها و تحقق اهداف ورزش کشور است (۳۱). این ساختار در حوزه ستادی، سطح مناسبی ندارد؛ بنابراین احتمال دارد حوزه ستادی با این ساختار، نتواند به طور واقع‌بینانه و متناسب با تغییرات راهبردها، خطمشی‌ها و اهداف را تعیین نماید، از تغییرات محیطی، به موقع آگاه شود و به هنگام پاسخ دهد. به نظر می‌رسد پاسخ‌های سازمان به تغییرات امروزی، بر مبنای منطق دیروز باشد (۳۴) که نتیجه چنین شرایطی عدم تحقق اهداف خواهد بود.

احتمال می‌رود وجود ساختار خودسازمانده در اداره‌های کل استان‌ها، به دلیل پویایی حاصل از تفویض اختیار در اجرای برنامه‌های استانی باشد و فدراسیون‌ها نیز علاوه بر اختیارات اجرایی، به دلیل اینکه نهاد عمومی غیردولتی محسوب می‌شوند، در مقایسه با دو گروه دیگر که کاملاً دولتی‌اند، در فرآیندهای کاری تعاملات بیشتری با هم‌تایان داخلی و خارجی خود داشته باشند. به نظر می‌رسد مدیران حوزه ستادی و اداره‌های کل استان‌ها، بهتر است به جای تأکید بر سلسله مراتب اداری، زمینه‌های لازم را برای افزایش تبادل دانش، اطلاعات و تجربیات کارکنان فراهم کنند. براساس یافته‌های اشموس و دوچون (۲۰۰۰)، لای هونن (۲۰۰۶) و جین (۲۰۰۷)

مبنی بر اینکه قابلیت سازمان‌های دارای ساختار خودسازمانده، از سطوح پایین سازمان آغاز می‌شود؛ بنابراین مدیران سازمان‌های مذکور باید به‌منظور تحقق اهداف، ساختار سازمانی را از سلسله مراتبی به سمت شبکه‌ای شدن هدایت نمایند تا از هوشمندی و مهارت‌های کارکنان، در ایجاد پویایی و باز بودن بهره‌ بیشتری ببرند.

نتایج مربوط به حیطه رفتار خودسازمانده نشان داد میانگین این حیطه در حوزه ستادی ($M=1/97 \pm 0/18$, $p < 0/01$)، اداره‌های کل استان‌ها ($M=2/04 \pm 0/19$, $p < 0/01$) و فدراسیون‌ها ($M=2/08 \pm 0/34$, $p < 0/01$)، کمتر از حد مورد انتظار بود (نمودار ۲). از آنجا که رفتار خودسازمانده، مرتبط با چگونگی توسعه سازمان از طریق منابع انسانی است؛ اهمیت قابل توجهی دارد (۱۱). با توجه به این نتایج، احتمال می‌رود یکی دیگر از شکاف‌های مربوط به نبود قابلیت خودسازماندهی در سازمان تربیت بدنی و هر یک از لایه‌های آن، به دلیل نبود رفتار خودسازمانده باشد. از منظر خودسازماندهی، شاخص‌های رفتار خودسازمانده، شامل غیرقطعی بودن، آزادی عمل و خودمرجعی است که در حوزه ستادی، شاخص‌های غیرقطعی بودن ($M=3/12 \pm 0/34$) و خودمرجعی ($M=3/47 \pm 0/42$)، بیشتر از حد مورد انتظار ($p < 0/01$) و شاخص آزادی عمل ($M=2/90 \pm 0/76$) در حد متوسط بود ($p < 0/01$). عمده‌ترین چالش در شاخص غیرقطعی بودن، مربوط به مبهم بودن شیوه‌های مواجهه با رویدادهای غیرمنتظره است که می‌تواند تا حد زیادی با چگونگی آموزش مستمر کارکنان مرتبط باشد (۱۹، ۲۰، ۲۶). در شاخص خودمرجعی نیز چالش اصلی، تعیین اهداف توسط مدیر ارشد است که می‌تواند مشارکت دادن کارکنان را در هدف‌گذاری مورد سؤال قرار دهد. در شاخص آزادی عمل، نداشتن اختیار در انتخاب روش‌های انجام کار، می‌تواند یکی از دلایل مهم در این شاخص باشد.

به نظر می‌رسد هریک از موارد فوق می‌تواند تا حد زیادی رفتار خودسازمانده را در حوزه ستادی تحت تأثیر قرار دهد. این یافته با نتایج پژوهش‌های کاراپیت و هریس (۲۰۰۵) و الن و مورتن (۲۰۰۶) مطابقت دارد که بیان کردند دادن آزادی عمل به کارکنان در انتخاب روش انجام کار، موجب بروز رفتارهای خودسازمانده و خلاقانه می‌شود. همچنین با یافته‌های لای هونن (۲۰۰۶) و جین (۲۰۰۷) هم‌خوانی دارد. نتایج تحقیق آنها نشان داد دانش و آگاهی کارکنان در رویارویی با رویدادهای غیرمنتظره، از شاخص‌های اصلی کنترل رفتار غیرقطعی در سازمان‌های پیچیده محسوب می‌شود.

در فدراسیون‌ها، شاخص‌های غیرقطعی بودن ($M=3/17 \pm 0/50$)، آزادی عمل ($M=3/36 \pm 0/88$) و خودمرجعی ($M=3/67 \pm 0/55$) و در اداره‌های کل استان‌ها، شاخص‌های غیرقطعی بودن

($M = 3/15 \pm 0/31$)، آزادی عمل ($M = 3/20 \pm 0/83$) و خودمرجعی ($M = 3/59 \pm 0/46$) بیشتر از حدّ مورد انتظار به دست آمد. با توجه به نتایج رگرسیون چند متغیره، رفتار غیرقطعی، متأثر از پیچیدگی سطح بالاست که نشان دهنده ماهیت فعالیت فدراسیون‌ها در دو حیطه ساختار و رفتار است. همچنین، نشان می‌دهد فدراسیون‌ها به دلیل برخورداری از ساختار پویا و باز، زمینه‌های مناسب را برای بروز رفتار خودمرجع و با آزادی عمل دارند، اما نتایج این تحقیق نشان داد رفتار خودسازمانده در فدراسیون‌ها کمتر از حد مورد انتظار بوده است که احتمالاً میزان امتیاز شاخص‌های مذکور، برای ایجاد رفتار خودسازمانده، اثربخش نمی‌باشد. این یافته با نتایج پژوهش کاراپیت و هریس (۲۰۰۵)، الن و مورتن (۲۰۰۶) و هولسمن و همکاران (۲۰۰۷) مطابقت دارد که نشان دادند ایجاد خودسازمان‌دهی، مستلزم برخورداری سازمان‌ها از سطح بسیار بالای شاخص‌های تشکیل دهنده آن می‌باشد.

در حیطه توانایی سازمانی (نمودار ۳) در حوزه ستادی، تفاوت معنی‌داری بین میانگین‌ها مشاهده نشد، اما در فدراسیون‌ها و اداره‌های کل، این تفاوت معنی‌دار ($p < 0/001$) بود و میانگین تجربی به دست آمده، بیشتر از میانگین نظری بود (فدراسیون‌ها، $M = 3/43 \pm 0/58$ ؛ اداره‌های کل، $M = 3/21 \pm 0/46$). همچنین شاخص ظهور از این حیطه، در حوزه ستادی در حدّ متوسط و در فدراسیون‌ها و اداره‌های کل، بیشتر از حدّ مورد انتظار بود. شاخص پویایی مستمر نیز در حوزه ستادی، کمتر از حدّ مورد انتظار و در فدراسیون‌ها، بیشتر از حدّ مورد انتظار و در اداره‌های کل، در حدّ متوسط به دست آمد. شاخص خود کنترلی در هر سه گروه نمونه تحقیق، بیشتر از حد مورد انتظار بود. یافته‌ها به روشنی نشان می‌دهند که شکاف‌های موجود در توانایی خودسازمانده در حوزه ستادی بیشتر مربوط به نبود پویایی مستمر و پس از آن، مربوط به کمبود توانایی ظهور می‌باشد. در اداره‌های کل، اگر مدیران به تقویت شاخص پویایی توجه نکنند، احتمال می‌رود در مدت زمان کوتاهی در حیطه توانایی خودسازمانده با مشکل مواجه شوند. همچنین، نتایج مبین این است که فدراسیون‌های ورزشی شرایط مناسبی در حیطه توانایی خودسازمانده دارند که به نظر می‌رسد این نتیجه به دلیل بهره‌مندی فدراسیون‌ها از نیروهای متخصص سایر دستگاه‌ها و نهادها، به صورت نیمه وقت یا پروژه‌ای باشد؛ زیرا این امر موجب می‌شود تعاملات و تبادل دانش و اطلاعات با سایر نهادهای ورزشی، دست‌کم در داخل کشور در سطح وسیع‌تری صورت گیرد که می‌تواند خودپویایی و استمرار تعاملات را به دنبال داشته باشد.

بر مبنای یافته‌های لیختن اشتاین (۲۰۰۰)، استیسی (۲۰۰۰)، الن و مورتن (۲۰۰۶)، برآیند ساختار و رفتار خودسازمانده، توانایی خودسازماندهی است که موجب خودکنترلی، استمرار در پویایی و ظهور نوآوری‌های فنی و اداری می‌شود که حاصل آن دیده‌بانی صحیح سازمان در محیط به سرعت در حال تغییر می‌باشد.

حوزه ستادی که تعیین کننده راهبردها و خط مشی‌های بخش ورزش کشور است، در حیطه توانایی سازمانی در حد متوسط است و در فدراسیون‌ها و اداره‌های کل که باید از آن خطوط راهنما دریافت نمایند، این توانایی بیشتر از میانگین است. به نظر می‌رسد این حرکت هرچند بطئی و کند سازمان تربیت بدنی به برکت وجود فدراسیون‌ها و در برخی موارد، اداره‌های کل استان‌ها باشد.

به نظر می‌رسد بالا بودن سطح شاخص‌های مذکور در فدراسیون‌های ورزشی، به این دلیل باشد که از کارکنان دستگاه‌های مختلف نیز به صورت نیمه‌وقت و داوطلب استفاده می‌کنند که می‌تواند موجب روابط کاری بین فدراسیون‌ها با سایر دستگاه‌ها شود که احتمالاً می‌تواند تأثیر مثبتی بر باز بودن، پویایی و ظهور داشته باشد. همچنین، از آن جا که فدراسیون‌ها نهاد عمومی غیردولتی هستند؛ احتمالاً در مقایسه با حوزه ستادی و اداره‌های کل، رسمیت کمتر و آزادی عمل بیشتری دارند و در نتیجه، از ساختار، رفتار و توانایی خودسازمان‌دهی بیشتری در فرآیندهای کاری برخوردارند. این نتیجه با یافته‌های الن و مورتن (۲۰۰۶)، جین (۲۰۰۷) و هولسمن و همکاران (۲۰۰۷) هم‌خوانی دارد. این محققان نشان دادند سازمان‌هایی که وابستگی کمتری به دولت دارند، از موقعیت بهتری در شاخص‌های خودسازماندهی برخوردارند.

نتایج این تحقیق نشان داد اداره‌های کل، در مقایسه با حوزه ستادی، ساختار و رفتار خودسازمانده‌تری دارند. این یافته با فرض نظریه‌های سنتی مبتنی بر سلسله مراتب اداری مطابقت ندارد؛ زیرا بر این اساس، حوزه‌های ستادی، در مقایسه با حوزه‌های صفی، باید شرایط خودسازمانده‌تری داشته باشند تا بتوانند راهبردها و خط مشی‌های آنها را تبیین کنند. بر اساس نظریه‌های آشوب و پیچیدگی، شاخص‌های خودسازماندهی باید در همه سطوح سازمانی، به میزان بالایی وجود داشته باشد تا در هر لایه از سازمان، راهبردها و خط مشی‌ها با توجه به تغییرات موجود اصلاح گردد (۸، ۳۳، ۱۱)؛ بنابراین می‌توان بیان کرد که احتمالاً ساختار و رفتار خودسازمانده در سطوح عملیاتی سازمان بیشتر است، اما به دلیل اینکه در سطح اثربخش قرار ندارد، نمی‌تواند اثرگذاری مطلوبی در تحقق اهداف داشته باشد.

یکی دیگر از اهداف این تحقیق، بررسی روابط بین خرده‌مقیاس‌ها در هر یک از حیطه‌هاست تا از طریق آن، وضعیت موجود تجزیه و تحلیل شود. رگرسیون چند متغیری، روابط هریک از خرده‌مقیاس‌ها را به شرح ذیل نشان داد:

شاخص پیچیدگی از حیطه ساختار خودسازمانده بر شاخص عدم قطعیت از حیطه رفتار خودسازمانده تأثیر معنی‌داری دارد که با یافته‌های استیسی (۲۰۰۰)، جیل و هیکس (۲۰۰۶)، بیرنی (۲۰۰۲) و الن و مورتن (۲۰۰۶) مطابقت دارد که نشان دادند هرچه پیچیدگی در ساختار سازمانی افزایش یابد، پیش‌بینی و قطعیت رفتار کاهش می‌یابد. این یافته به مدیران کمک می‌کند تا با کاهش پیچیدگی ساختار به شیوه‌های برون سپاری و هم‌سپاری بتوانند رفتار سازمانی را قابل پیش‌بینی کنند.

نتایج نشان داد شاخص‌های پویایی و باز بودن ساختاری، تأثیر معنی‌داری بر آزادی عمل و خودمرجعی رفتار دارد که با یافته‌های پژوهش جین (۲۰۰۷)، هولسمن و همکاران (۲۰۰۷)، کچ و لیتنر (۲۰۰۷)، کاراپیت و هریس (۲۰۰۵)، لای هونن (۲۰۰۶) و میسون (۲۰۰۷) مطابقت دارد. این یافته برای مدیران این پیام را دارد که پویاسازی سازمان با دادن آزادی عمل به کارکنان و افزایش تعاملات شبکه‌ای در سازمان امکان‌پذیر است. همچنین خودمرجعی در رفتار کارکنان زمانی افزایش می‌یابد که ساختار سازمان از پویایی و باز بودن برخوردار باشد.

رگرسیون چند متغیری نشان داد شاخص‌های پویایی و باز بودن ساختار بر ظهور و پویایی مستمر توانایی تأثیر معنی‌داری دارد. این نتیجه با یافته‌های یوانگ (۲۰۰۱)، الن و مورتن (۲۰۰۶)، چو و چان (۲۰۰۷)، جین (۲۰۰۷)، هولسمن و همکاران (۲۰۰۷) و لیختن اشتاین (۲۰۰۰) همخوانی دارد که بیان کردند ظهور نوآوری‌های اداری و فنی و استمرار پویایی، منوط به پویایی و باز بودن ساختار سازمانی است؛ بنابراین شایسته است مدیران، به‌منظور افزایش ظهور نوآوری‌های اداری و فنی و برخورداری از سازمانی با پویایی مستمر، به پویایی و باز بودن ساختار سازمانی خود توجه ویژه‌ای مبذول کنند.

یافته‌های این پژوهش نشان داد که شاخص باز بودن ساختار تأثیر معنی‌داری بر خودکنترلی توانایی سازمانی دارد که با یافته‌های لای هونن (۲۰۰۶)، موراوین و همکاران (۲۰۰۷)، هی لاین (۲۰۰۸) مطابقت دارد؛ بنابراین اگر مدیران مایل به داشتن سازمانی با توانایی خودکنترلی باشند، باید ساختاری باز ایجاد نمایند.

همچنین شاخص‌های آزادی عمل و خودمرجعی رفتار تأثیر مثبت و معنی‌داری بر شاخص‌های ظهور و پویایی مستمر توانایی سازمانی دارد که با یافته‌های موراوین و همکاران (۲۰۰۷)، لای هونن (۲۰۰۶) و جین (۲۰۰۷) مطابقت دارد؛ بنابراین به نظر می‌رسد مدیران برای افزایش

توانایی ظهور و برخورداری از پویایی مستمر سازمانی به آزادی عمل و خودمرجعی رفتار کارکنان نیاز دارند که خود، از طریق پویایی و باز بودن ساختار سازمانی امکان‌پذیر است. نتایج نشان می‌دهد شاخص خودمرجعی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر خودکنترلی دارد که با یافته‌های بیب (۲۰۰۰)، ویتلی (۱۹۹۹) و هولسمن و همکاران (۲۰۰۷) مطابقت دارند که نشان دادند خودمرجعی زمینه مناسبی برای افزایش خودکنترلی سازمانی کارکنان فراهم می‌کند؛ بنابراین به نظر می‌رسد اگر مدیران از طریق ساختار پویا و باز، رفتار خودمرجع را در کارکنان افزایش دهند، می‌توانند از توانایی خود کنترلی سازمانی کارکنان در تحقق اهداف بهره‌مند شوند.

منابع:

۱. الوانی، سید مهدی، دانایی فرد، حسن، (۱۳۸۴). «تئوری نظم در بی‌نظمی و مدیریت». تهران: انتشارات صفار
۲. رابینز، استیفن، (۱۳۸۸). «تئوری سازمان». ترجمه مهدی الوانی، حسن دانایی فرد، تهران: انتشارات صفار، چاپ بیست و ششم
3. Smith, C.T. A. (2004). Complexity theory and change management in sports organization. Melbourne: La. Trobe University
4. Allen, B.L., Morton, L.W. (2006). Generating self-organizing capacity: leadership practices and training needs in non-profits. Iowa state university, 44(6).
5. Bibb, G.R. (2000). Complexity theory as a tool for analyzing violence in public schools. Clemson university
6. Carapiet, S., Harris, H. (2005). Role of self-organization in creating adaptive organization structure. SMESME, AUS
7. Haken, H. (2000). Information and self-organization: a macroscopic approach to complex systems. New York: Springer-Verlag.
8. Laihonon, H. (2006). Knowledge flows in self – organization processes. Journal of knowledge management. Emerald Group, 10 (4): 127– 135.
9. Eoyang, G.H. (2001). Condition for self- organization in Human systems. Dissertation for degree of Doctor of philosophy. The Union Institute and University.
10. Heylighen, F. (2008). Complexity and self-organization Free University of Brussels.

11. Hulsmann, M., Grapp, J., Li Y., Wycisk, C. (2007). Self-organization in management science. BERLIN: German Research Foundation (DFG), 162-192.
12. Tineke, B. (1990). The learning organization in a turbulent environment. *Human Systems Management*, 9(4).
13. Asaf, Z. (1994). Paradoxes and dilemmas of self-organizing systems. York University, Canada.
14. Wulf, V. (1999). Evolving Cooperation when Intruducing Groupware: a self-organization perspective. *Cybernetics and Human Knowing*, 6 (2): 55-75
15. McMillan, E. (2000). Using self-organizing principles to creat effective project teams as part of an organizational change intervention. Open university, UK.
16. Wheatly, M.J. (1999). Leadership and the new science: discovering order in a chaos world. San Francisco: Berrett-Koehler
17. Stevenson, W. B. (2002). Developing an Awareness and Understanding of Self-organization as it Relates to Organizational Development and Leadership Issues. Royal Roads University.
18. Koch, R., Leitner, K.H. (2003). The role and function, of self-organization in new product development –empirical evidence from the Austrian semiconductor industry. Austrian Research Centers.
19. Ashmos, P. D., Duchon, D. (2000). Organizational responses to complexity: the effect on organizational performance. The University of Texas. U.S.A. *Journal of Organizational Change Management*, 13(6).
20. Moleman, E. (1998). Variety and the requisite of self-organization. *International Journal of Organizational Analysis*. Bowling Green. Vol. 6. ISS.2.
21. Chi– Kin, C. (2006). Towards a generalized self – organizing multi - agent system. The Chinese University of Hong kong, pp. 259
22. Stacey, D.R. (2000). Strategic management and organizational dynamics: The challenge of complexity. 3rd Ed, Available in: WWW.agilliance.org
23. Jaafari, A. (2003). Project management in the age of complexity and change. *Project Management Journal*, 34 (4): 47.
24. Mayer-Kress, J.G. (2001). Complex systems as fundamental theory of sports coaching. Department of kinesiology, Pennsylvania State University.
25. Lichtenstein, Bergmann M. Benyamin (2000). Emergence as a process of self-organizing. Department of Management, University of Hartford, West Hartford, Connecticut, U.S.A
26. Mendenhall, E.M., Macomber, H.J., Cutright, M. (2000). Mary parker Follet: prophet of chaos and complexity. *Journal of Management History*, 6(4).

27. Olson, E.E., Eoyang, G.H. (2001). Using complexity science to facilitate self-organizing processes in teams. OD practitioner, Annual conference in Vancouver, 33(3)
۲۸. الوانی، سید مهدی، (۱۳۸۲). «مدیریت عمومی». تهران: نشر نی، چاپ نوزدهم
۲۹. همتی نژاد، مهرعلی، ۱۳۷۵، بررسی و مقایسه ساختار تشکیلاتی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران و چند کشور جهان. دانشگاه تهران
۳۰. نیک بخش، محمدعلی، ۱۳۸۲، بررسی رابطه ساختار سنتی و شایستگی میان افراد در سازمان‌های دولتی کرمان. دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان
۳۱. غفوری، فرزاد، ۱۳۸۵، تعیین عوامل اصلی مؤثر بر گرایش به ورزش همگانی و قهرمانی برای تعیین راهبردهای ورزش در جمهوری اسلامی ایران. دانشگاه تربیت مدرس
32. Chow, W.S., Chan, L.S. (2007). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. Department of Finance and Decision Sciences, School of Business, Hong Kong Baptist University, www.elsevier.com/locate/im
33. Jain, A. (2007). TOWARDS A SYSTEMIC VIEW OF ORGANIZATIONAL DYNAMIC IT CAPABILITY: AN EMPIRICAL ASSESSMENT. The University of Texas at Arlington, Dissertation for Degree of Doctor of Philosophy.
34. Drucker, F.P. (1999). Management Challenges for the 21st Century. Harper Business.
35. Gill, T.G., Hicks, R.C. (2006). Task Complexity and Informing Science: A Synthesis. Informing Science Journal, 9
36. Birney, D.P. (2002). The Measurement of Task Complexity and Cognitive Ability: Relational Complexity in Adult Reasoning. A thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, School of Psychology University of Queensland AUSTRALIA
37. Mason, B. R. (2007). The external environments effect on management and strategy (a complexity theory approach). Management Decision, 45(1): 10-28
38. Muraven, M., Gagne, M., Rosman, H. (2007). Helpful self-control: Autonomy support, vitality and depletion. Journal of Experimental Social psychology

چالش‌های ورزش دو و میدانی در ایران (یک مطالعه دلفی)

*عباس شعبانی^۱، دکتر فرزاد غفوری^۲، دکتر حبیب هنری^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۴/۳۰

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی چالش‌های موجود در دو و میدانی ایران است. رشته دو و میدانی از ورزش‌های پایه در دنیا محسوب می‌شود که رشد آن در هر کشوری موجب توسعه دیگر رشته‌های ورزشی می‌شود و همچنین شاخصی برای رشد ورزش همگانی است. در این پژوهش، ۱۴۲ نفر از دست‌اندرکاران، متخصصان، ورزشکاران و مربیان سطح اول دو و میدانی کشور شرکت کردند. روش پژوهش توصیفی-پیمایشی بود. سؤالات، با استفاده از روش دلفی و به‌وسیله مربیان و اعضای هیئت علمی دانشکده‌های تربیت بدنی که در زمینه دو و میدانی متخصص بودند، طراحی، پی‌ریزی و اصلاح شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که بر اساس شاخص پنج ارزشی لیکرت تنظیم شده بود. پس از جمع‌آوری اطلاعات، اهداف و فرضیه‌های پژوهش، با استفاده از روش آمار توصیفی، آزمون فریدمن و خی دو بررسی شد. ضمناً ضریب پایایی پرسشنامه از طریق محاسبه آلفای کرونباخ، حدود ۰/۹۳ به‌دست آمد. یافته‌های تحقیق وجود ۹ عامل را نشان می‌داد که به عنوان عوامل چالش برانگیز در دو و میدانی ایران معرفی شدند. عامل کمبود بودجه و امکانات مالی با میانگین ۴/۳۹ مهم‌ترین عامل شناخته شد و کم‌توجهی رسانه‌های گروهی به رشته دو و میدانی با میانگین ۴/۳۱ و کمبود امکانات و تجهیزات با میانگین ۴/۱۶ در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. همچنین کمبود استعدادیابی اصولی با میانگین ۴/۱۲، ضعف مدیریتی در سطح فدراسیون و هیئت‌های استانی با میانگین ۴/۱۱، کمبود مسابقات داخلی و خارجی با میانگین ۴/۰۲، کمبود مربیان و متخصصان با میانگین ۳/۹۶ و پایین بودن کیفیت لیگ دو و میدانی با میانگین ۳/۸۹ به ترتیب در رده‌های بعدی قرار گرفتند. ضمناً کمبود استعداد و پتانسیل ذاتی دو و میدانی در ایران با میانگین ۲/۹۰ در رده آخر این چالش‌ها قرار گرفت. در نهایت، برای توسعه دو و میدانی و رفع چالش‌های این رشته، توجه بیشتر سازمان تربیت بدنی، کمیته ملی المپیک، فدراسیون دو و میدانی و صدا و سیما می‌تواند راه‌گشا باشد.

کلیدواژه‌های فارسی: دو و میدانی، چالش‌ها، ایران، متخصصان، دلفی، مربیان، ورزشکاران.

مقدمه

امروزه، ورزش در سرتاسر جهان روند رو به رشدی دارد و کشور ما نیز مانند سایر کشورهای در حال توسعه، در حال ورود به عرصه‌های بین‌المللی است. عرصه‌هایی که همگونی با آنها اندک است و هنگامی که موضوع رقابت و مسابقه پیش می‌آید، تفاوت آشکار کشور ما با کشورهای برخوردار از دانش علوم ورزشی مشخص می‌شود (۱). یکی از رشته‌هایی که پیشرفت در آن نشانه پیشرفت علم ورزش در هر کشور به‌شمار می‌آید، دو و میدانی است (۲).

دو و میدانی از رشته‌های پایه و بنیادی ورزش است. این ورزش متشکل از ۲۴ رشته است که عبارتند از: دوها (۱۰۰ متر، ۲۰۰ متر، ۴۰۰ متر، ۸۰۰ متر، ۱۵۰۰ متر، ۵۰۰۰ متر، ۱۰۰۰۰ متر، دوی ماراتن، ۱۱۰ متر با مانع، ۴۰۰ متر با مانع، ۳۰۰۰ متر با مانع، ۴×۱۰۰ متر امدادی، ۴×۴۰۰ متر امدادی، ۲۰ کیلومتر پیاده‌روی، ۵۰ کیلومتر پیاده‌روی)، پرش‌ها (پرش طول، پرش سه‌گام، پرش با نیزه، پرش ارتفاع)، پرتاب‌ها (پرتاب وزنه، پرتاب نیزه، پرتاب دیسک، پرتاب چکش) و ده‌گانه (۳).

شاید بتوان دو و میدانی را از مهم‌ترین ورزش‌ها به‌شمار آورد که از دیدگاه ورزش‌های همگانی، متداول‌ترین فعالیت ورزشی و از جنبه ورزش قهرمانی، با ۴۸ ماده (۲۴ ماده مردان و ۲۴ ماده زنان) مدال‌آورترین ورزش در المپیک به‌شمار می‌رود (۴). اگرچه در کشور ما نیز از دو و میدانی و تمرین‌های آن در مراکز مختلف آموزشی به منزله بخشی از آمادگی جسمانی و تا حدودی نیز برای تندرستی و رفع نارسایی‌های جسمانی استفاده می‌شود؛ اهمیت آن به عنوان رشته پایه هنوز بر همگان آشکار نیست و اغلب افراد با مواد گوناگون آن آشنایی ندارند (۵)، در حالی که به گفته مورخان از جمله استرابون^۱، ایرانیان قدیم برای تسریع در عملیات، به‌ویژه در زمان جنگ، به تربیت اصولی دوندگان می‌پرداخته‌اند و از این نکته درمی‌یابیم که دو و میدانی در ایران پیشینه تاریخی دارد (۶). به هر حال، اگرچه دو و میدانی در کشور ما از شاخص‌های جهانی چندانی برخوردار نیست، با بسیج مردمی، افزایش سطح آگاهی‌های علمی و برداشتن موانع توسعه این ورزش، می‌توان امکان رشد و توسعه آن را در کشور فراهم نمود (۷).

تحقیقی در ایران نشان می‌دهد که رسانه‌های گروهی به میزان ۲/۴۲ درصد در گرایش افراد به ورزش نقش دارند (۸). رسانه‌ها بیشتر به دنبال ورزش‌های حرفه‌ای و پر تماشاچی هستند تا فعالیت‌های ورزش همگانی که با سلامت عمومی در ارتباط است (۹). تحلیل محتوایی که به مدت یک ماه روی گرایش شبکه‌های خبری کشور به نوع ورزش انجام شد، نشان داد درصد

1. Straboun

بالایی از خبرها به فوتبال اختصاص داشته است و سهم دو و میدانی در رسانه‌های گروهی در این مدت، ۵/۲۵ درصد بوده، در حالی که در همین مدت، در کانادا ۱۲/۰۹ درصد بوده است (۱۰).

استرلایز^۱ (۲۰۰۵) نقش نمایش تلویزیونی را در جذب حامیان مالی بسیار مهم می‌داند و معتقد است هر چه نمایش تلویزیونی و ماهواره‌ای مسابقات ورزشی در سطوح ملی و بین‌المللی وسیع‌تر باشد، میزان جذب حامیان مالی بیشتر خواهد بود (۱۱).

عوامل مختلفی برای موفقیت در ورزش مدرن امروزی مؤثر است؛ یکی از مهم‌ترین آنها استعداد ذاتی افراد است، شناسایی و کشف به موقع و زودهنگام استعداد در ورزش‌ها، مؤثرترین و مهم‌ترین عامل موفقیت در ورزش معاصر است (۱۲). بیشتر محققان اعتقاد دارند که بدون همکاری آموزش و پرورش، امکان موفقیت نظام‌های استعدادیابی به حداقل می‌رسد و موفقیت ورزشی شوروی و آلمان شرقی سابق و برخی کشورهای غربی را به هماهنگی با آموزش پرورش نسبت می‌دهند (۱۳، ۱۴). پژوهشگران همچنین بر این باورند که تعیین و شناسایی شاخص‌ها برای دو و میدانی ضروری است و جمع‌بندی آنها این است که باید به شاخص‌های ساختاری، فیزیولوژیکی، آمادگی جسمانی، مهارتی و روانی-اجتماعی توجه شود و برای هر یک از این شاخص‌ها آزمون عمومی و اختصاصی و نورم‌های استاندارد تدوین شود (۱۵، ۱۶). یافته‌های پژوهش علیجانی نشان داد در ایران نظام استعدادیابی مدونی در خصوص دو و میدانی وجود ندارد (۱۷).

استخدام و به‌کارگیری افراد با سطح تحصیلات بالا، آموزش مدیران و ارتقای تخصص و مهارت‌های آنها می‌تواند موجب تداوم روند تغییر و نوآوری شده، سازمان را نیز در این مسیر هدایت کند (۱۸، ۲۹)، در حالی که در ایران تنها ۲ درصد از مدرسان دانشگاه در مربیگری دو و میدانی مشارکت دارند (۲).

توسعه، گسترش و نگهداری تجهیزات و اماکن ورزشی، از اهداف رسمی دولت‌ها و سازمان‌های ورزشی است که سرمایه و مخارج عظیمی صرف آن می‌شود (۱۹). طبق آمار موجود در فدراسیون دو و میدانی، تعداد کل پیست‌های دو و میدانی استاندارد (تارتان) کشور (در حال استفاده و در حال تکمیل) ۲۹ عدد است و تنها ۱۱ سالن دو و میدانی استاندارد (در حال استفاده و در حال تکمیل) در کشور موجود است (۲۰).

حمایت مالی ورزشی از مهم‌ترین منابع درآمدی ورزش امروزی است. حمایت مالی در ورزش، حمایت از ورزشی خاص یا رویداد، سازمان یا رقابتی ورزشی توسط اشخاص یا شرکت‌هاست که

هدف از آن کسب منافع دو جانبه برای هر دو طرف قرارداد است (۱۱). یانگ^۱ (۲۰۰۴) شرایط اقتصادی کشورها را عاملی مهم در جذب حامیان مالی برای ورزش می‌داند و معتقد است وجود ساختار رقابتی در اقتصاد کشورها، عامل محرکی برای توسعه حمایت مالی از ورزش است (۲۱)، اما در ایران، حمایت مالی و وجود حامیان مالی در زمینه دو و میدانی بسیار ناچیز است و همین موضوع باعث کاهش منابع مالی و سرانه در این رشته شده است. در پژوهش یزدان‌پناه (۱۳۸۲) سرانه هر ایرانی برای پرداختن به دو و میدانی فقط ۲۰ ریال اعلام شده است (۲) و هر چند این رقم در سال ۱۳۸۷، طبق گزارش فدراسیون، به ۲۰۰ ریال رسیده است، با وجود حجم رشته‌های دو و میدانی و اهمیت آن، این بودجه همچنان کافی به نظر نمی‌رسد و نیاز به حامیان مالی برای افزایش سرانه در این رشته احساس می‌شود (۲۰).

مربیان به دلیل ارتباط مستقیم با ورزشکاران در هر دو سطح یادگیری مهارت‌های حرکتی و نمایش پیشرفته مهارت‌های حرکتی آموخته شده، از مهم‌ترین منابع انسانی در ورزش محسوب می‌شوند (۲۲). مربیان داخلی دو و میدانی (در شرایطی که امروز، ورزش کاملاً در حال تبدیل به حرفه و شغل است) به دلیل مشکلات بسیار، عملاً کناره‌گیری کرده‌اند یا فعالیت‌های آنها بسیار پراکنده و جزئی است. متولیان دو و میدانی کشور نیز در مقاطع مختلف، برای رفع مشکلات موجود، ایجاد انگیزه در مربیان داخلی و افزایش دانش و آگاهی آنها هیچ‌گونه برنامه‌ای ارائه و اجرا نکرده‌اند (۲۳).

کاتز^۲ (۲۰۰۴) در تحقیقی با عنوان «بررسی نوآوری در ورزش به عنوان مفهومی کاربردی برای آینده» به این نتیجه رسید که استفاده از ابزار و تجهیزات پیشرفته و به‌کارگیری تخصص‌های متنوع در رویدادها و مسابقات ورزشی موجب نوآوری در برگزاری آنها خواهد شد (۲۴) در حالی که لیگ دو و میدانی ایران پس از گذشت بیش از یک دهه، همچنان بدون کوچک‌ترین ابتکار به سبک مسابقه‌های قهرمانی کشور، در بدترین ساعت‌های روز برگزار می‌شود که حاصل آن دغدغه همیشگی تعطیلی احتمالی لیگ است (۲۳).

در نهایت، با وجود رشد دانش بشری در علوم مختلف، به‌ویژه علم مدیریت و ارائه نظریه‌های پیشرفته مانند رهبری اقتضایی، رهبری وضعی، رهبری تبادلی و رهبری تحولی باید اذعان کرد که هنوز در بسیاری از سازمان‌های ورزشی، شیوه‌های سنتی مدیریت اعمال می‌شود (۲۵).

1. Yong

2. Katz

رونن^۱ و کومان^۲ (۲۰۰۹) در تحقیقی با عنوان «SWOT متمرکز: تشخیص نقاط قوت و ضعف» از طریق روش تجزیه و تحلیل متمرکز، بر فهرست کردن نقاط قوت و ضعف در سازمان‌ها تأکید دارند. این تحلیل بر اساس رویدادهای سازمان و دلایل آنها انجام می‌شود و سبب افزایش توانایی و رفع چالش‌ها و ناتوانی‌ها در سازمان می‌شود. شناسایی توانایی‌ها و ناتوانی‌های سازمان به طراحی برنامه‌ای برای حفظ و تقویت نقاط قوت منجر می‌شود و نیز باعث می‌شود سازمان در مقابله با نقاط ضعف، حالت دفاعی به خود بگیرد (۳۰).

با توجه به اهمیت این موضوع در سطح ورزش کشور و اهمیت دو و میدانی به عنوان ورزشی پر اهمیت در ابعاد همگانی و قهرمانی، پژوهش حاضر در پی یافتن چالش‌های این رشته ورزشی است. این پژوهش درصدد است که بیان کند آیا امکانات و تجهیزات، منابع مالی، رسانه‌های گروهی، مدیریت، استعدادیابی، برگزاری لیگ و مسابقات، مربیان و متخصصان، استعداد و توانمندی‌های ورزشکاران از چالش‌های دو و میدانی ایران می‌باشند. اساساً، محقق در پی پاسخ‌گویی به این سوال است که چه موانع و مشکلاتی پیش روی رشته دو و میدانی ایران است؟

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته است. ابتدا، با استفاده از روش دلفی متغیرهایی که ممکن بود از چالش‌های دو و میدانی در ایران محسوب شوند، تعیین شدند. سپس، این متغیرها برای نظرخواهی به ۱۶ نفر از متخصصان دو و میدانی شامل مربیان طراز اول و اعضای هیئت علمی دانشکده‌های تربیت بدنی ارائه شد و پس از اعمال نظرات آنها، اصلاح نهایی صورت گرفت. کاستا^۳ (۲۰۰۵) حداقل تعداد متخصصان اظهار نظر کننده در روش دلفی را ۱۱ نفر گزارش کرد (۲۸). در دور دوم، سؤالات و متغیرها توسط همین افراد، از نظر اهمیت رده‌بندی شدند و در مرحله سوم، بر اساس این متغیرها نظرات اعمال شده پرسشنامه پنج ارزشی لیکرت تدوین و برای تأیید و تجدید نظر به اعضای هیئت علمی ارسال شد. این پرسشنامه شامل ۵۰ سؤال بود که ۹ متغیر اصلی از چالش‌های دو و میدانی ایران را می‌سنجید. پرسشنامه برای اعتباریابی صوری به متخصصان دو و میدانی در فدراسیون دو و میدانی ارائه و پس از جمع‌آوری نظرات، اصلاحات لازم انجام شد. سپس، برای

-
1. Boaz Ronen
 2. Alex Coman
 3. Costa

مطالعه مقدماتی در میان بخش کوچکی از جامعه آماری توزیع شد. پایایی ۳۵ پرسشنامه دریافت شده، با استفاده از روش آلفای کرونباخ حدود ۰/۹۳ به دست آمد که بیانگر قابلیت و اعتماد بالای ابزار تحقیق است. جامعه آماری این تحقیق را دست‌اندرکاران، صاحب‌نظران و متخصصان رشته دو و میدانی و همچنین ورزشکاران و مربیان سطح اول کشور تشکیل می‌دادند که بر اساس آمار فدراسیون دو و میدانی، ۲۴۰ نفر برآورد شدند. با استفاده از جدول مورگان، نمونه آماری با حجم ۱۴۸ نفر انتخاب شد و پرسشنامه‌ها به صورت تصادفی ساده، در میان جامعه به صورت مقطعی در سال ۱۳۸۷ توزیع شد. از میان پرسشنامه‌های دریافتی، ۱۴۲ عدد قابل استفاده بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از آمار توصیفی به تعیین فراوانی و محاسبه درصد پاسخ‌ها، پرداخته شد و در بخش آمار استنباطی، از آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی سؤالات پرسشنامه و از آزمون خی دو برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. در تجزیه تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شد و سطح معنی‌داری در این تحقیق ۰/۰۵ در نظر گرفته شده است.

یافته‌های پژوهش

پس از تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه‌ها و بررسی آنها، ۹ چالش اساسی دو و میدانی در ایران شناخته شدند که این متغیرها، با استفاده از آزمون فریدمن و بر اساس اهمیت تأثیرگذاری آنها در عدم پیشرفت دو و میدانی ایران، به ترتیب زیر رتبه‌بندی شدند:

۱. کمبود بودجه و امکانات مالی اختصاص یافته به دو و میدانی، کمبود دستمزد ورزشکاران و مربیان، کمبود حامیان مالی ($\bar{\chi} = 4/39$)
- ۲- کم‌کاری رسانه‌های گروهی در معرفی و پرداختن به این رشته ($\bar{\chi} = 4/31$)
- ۳- کمبود امکانات و تجهیزات شامل: کمبود پیست‌های استاندارد دو و میدانی و تجهیزات مورد نیاز ماده‌های مختلف دو و میدانی ($\bar{\chi} = 4/16$)
- ۴- نبود روش‌های اصولی استعدادیابی در دو و میدانی ایران و ناهماهنگی فدراسیون و دستگاه ورزش در جذب استعدادها و دو و میدانی در مدارس ($\bar{\chi} = 4/12$)
- ۵- ضعف مدیریتی در سطح فدراسیون و هیئت‌ها و بی‌توجهی مدیران سازمان تربیت بدنی و کمیته ملی المپیک به رشته دو و میدانی ($\bar{\chi} = 4/11$)
- ۶- کمبود برگزاری مسابقات داخلی، عدم شرکت در مسابقات خارجی و کمبود میزبانی‌های مسابقات بین‌المللی ($\bar{\chi} = 4/02$)

۷- کمبود مربیان و متخصصان دو و میدانی در ایران و عدم استفاده از مربیان خوب خارجی برای ورزشکاران ($\bar{\chi} = 3/96$)

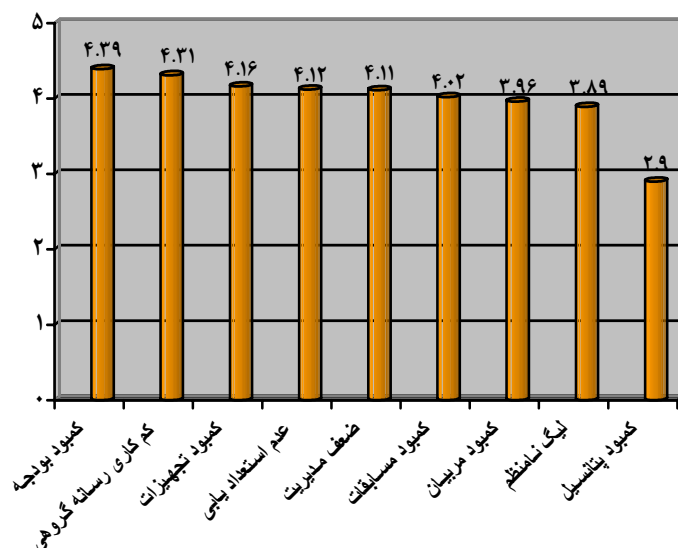
۸- نبود لیگ منظم و برنامه‌ریزی شده در دو و میدانی ایران ($\bar{\chi} = 3/89$)

۹- کمبود پتانسیل و استعدادهای ذاتی در دو و میدانی ایران ($\bar{\chi} = 2/90$)

جدول ۱. توزیع درصدی پاسخ‌ها

سؤالات	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
هر یک از موارد زیر تا چه اندازه مانع توسعه دو و میدانی در ایران شده است					
کم‌کاری رسانه‌های گروهی در معرفی رشته دو و میدانی	۷۵	۱۶	۵	۲	۲
موفق نبودن رسانه‌ها در جذب حامیان مالی برای این رشته	۶۴	۲۳	۶	۴	۲
بی‌توجهی مطبوعات ورزشی به دو و میدانی و عدم انعکاس رویدادهای آن	۵۷	۲۸	۹	۴	۲
کمبود پیست‌های استاندارد و مجهز	۵۷	۲۹	۹	۳	۲
کمبود وسایل و تجهیزات دو و میدانی (وزنه، تشک، مانع و...)	۴۰	۲۸	۲۵	۴	۳
نبود روش‌های اصولی استعدادیابی دو و میدانی در ایران	۴۸	۳۹	۹	۴	۰
کمبود بودجه اختصاص داده شده به فدراسیون دو و میدانی	۵۴	۲۴	۱۳	۶	۳
کمبود سرمایه‌گذاری حامیان مالی در رشته دو و میدانی	۶۸	۱۸	۷	۴	۲
کم بودن دستمزد و حقوق ورزشکاران و مربیان در کشور	۶۵	۱۹	۱۰	۴	۲
۱ کمبود مربیان و متخصصان دو و میدانی	۳۵	۳۵	۲۵	۲	۳
کمبود استفاده از مربیان خارجی برای تمرینات دو و میدانی	۳۴	۲۸	۲۷	۹	۲
نبود لیگ منظم و برنامه‌ریزی شده در دو و میدانی کشور	۳۳	۲۷	۳۰	۸	۲
ضعف مدیریتی در سطح فدراسیون و هیئت‌های استان‌ها	۴۰	۳۱	۲۱	۶	۲
بی‌توجهی مدیران سازمان تربیت بدنی و کمیته ملی المپیک به این رشته	۵۳	۲۵	۱۶	۴	۲
کمبود توانمندی‌ها و استعدادهای ذاتی رشته دو و میدانی	۱۵	۱۷	۲۹	۲۲	۱۷

همان‌گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، سؤالاتی مانند کم‌کاری رسانه‌های گروهی در معرفی دو و میدانی و ناموفق بودن آنها در جذب حامیان مالی برای این رشته، کم بودن دستمزد و حقوق ورزشکاران و مربیان، بی‌توجهی مدیران سازمان تربیت بدنی و کمیته ملی المپیک به این رشته از نظر پاسخ‌دهندگان، مهم‌ترین چالش‌های دو و میدانی است.



نمودار ۱. میانگین پاسخ‌های و چالش‌های دو و میدانی ایران

همان‌طور که در نمودار ۱ مشاهده می‌شود، از دیدگاه پاسخ‌دهندگان کمبود بودجه و منابع مالی مهم‌ترین مشکل دو و میدانی ایران است و کم‌کاری رسانه‌های گروهی، در رتبه بعدی قرار گرفته است که اهمیت زیادی دارد، کم‌اهمیت‌ترین عامل، کمبود استعداد و توانای‌های بالقوه در دو و میدانی ایران است که در رتبه آخر قرار گرفته است.

جدول ۲. نتایج تجزیه و تحلیل آماری فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	سطح معنی‌داری	درجه آزادی	آماره خی دو	فرضیات
رد فرض صفر	۰/۰۰۲	۴	۱۶/۹۵۵	کمبود بودجه و امکانات مالی در دو و میدانی
رد فرض صفر	۰/۰۰۱	۷	۵۰/۷۱۸	عدم توجه رسانه‌های گروهی به دو و میدانی
رد فرض صفر	۰/۰۰۱	۴	۳۳/۷۴۰	کمبود امکانات و تجهیزات دو و میدانی
رد فرض صفر	۰/۰۰۱	۵	۲۰/۲۹۴	استعدادیابی غیر اصولی در دو و میدانی
رد فرض صفر	۰/۰۰۳	۴	۱۵/۷۰۶	ضعف مدیریتی در سطح فدراسیون و هیئت‌های استان
رد فرض صفر	۰/۰۰۱	۵	۹۳/۹۹۶	کمبود برگزاری مسابقات دو و میدانی در ایران
رد فرض صفر	۰/۰۰۱	۵	۲۱/۳۵۵	کمبود مربیان و متخصصان دو و میدانی
رد فرض صفر	۰/۰۰۱	۵	۵۱/۱۳۹	نبود لیگ منظم دو و میدانی در کشور
رد فرض صفر	۰/۰۰۱	۲	۱۷/۱۷۶	کمبود استعداد و توانمندی در دو و میدانی

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، بیشتر فرضیه‌های پژوهش در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ قرار دارد و با توجه به مقادیر خی دو محاسبه شده در جدول فوق، در تمامی ۹ عامل، فرض صفر رد شده است که نشان می‌دهد تمام ۹ متغیر ذکر شده از عوامل چالش برانگیز در دو و میدانی ایران می‌باشد و فرضیه‌های این تحقیق پذیرفته می‌شود. برای نمونه، همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، کمبود بودجه و امکانات مالی در دو و میدانی در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۲ قرار گرفته و فرض صفر رد شده است و در نتیجه، از موانع رشد دو و میدانی در ایران است، در مورد بی‌توجهی رسانه‌های گروهی به دو و میدانی نیز فرض صفر در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ رد شده است که نشانگر این است که این مورد نیز از عوامل چالش‌زای دو و میدانی در ایران می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج، صاحب‌نظران و متخصصان دو و میدانی، ۹ عامل را به‌عنوان موانع توسعه دو و میدانی در ایران برشمرده‌اند. مهم‌ترین عاملی که پاسخ‌دهندگان مشخص نمودند، کمبود بودجه و منابع مالی است که صرف ورزش دو و میدانی، ورزشکاران و مربیان می‌شوند. پژوهش یزدان‌پناه و گزارش‌های فدراسیون دو و میدانی در سال ۱۳۸۷ در مورد سرانه مالی اختصاص یافته به دو و میدانی نیز نتایج تحقیق حاضر را تأیید می‌کنند (۲۰،۲). یانگ^۱ (۲۰۰۵) شرایط و نظام اقتصادی کشورها را عاملی مهم در جذب حمایت مالی برای ورزش می‌داند و معتقد است وجود ساختار رقابتی در اقتصاد کشورها عامل محرکی برای افزایش حمایت مالی از ورزش است (۲۱).

عامل مهم دیگر بر اساس نتایج این پژوهش، بی‌توجهی رسانه‌های گروهی به معرفی دو و میدانی، پخش تلویزیونی مسابقات دو و میدانی و موفق نبودن آنها در جذب سرمایه‌های مالی و برای این رشته است. به دلیل عدم توجه رسانه‌ای به دو و میدانی، حامیان مالی جذب این رشته نمی‌شوند. مطالعات غفوری در سال ۱۳۸۳ نشان داد که رسانه‌های گروهی مبلغ فوتبال‌اند و بسیار کم به رشته‌هایی مانند دو و میدانی می‌پردازند (۱۰). جکسون^۲ (۱۹۹۱) اثر رسانه‌های جمعی را بر افزایش آگاهی مردم در مورد فعالیت بدنی ۸۷ درصد و بر تغییر رفتار و گرایش به فعالیت بدنی خاص، ۳۰ درصد اعلام کرده است (۲۷). کمبود امکانات و تجهیزات ورزشی از دیگر مشکلات دو و میدانی است که هر دو بخش کیفی و کمی را در بر می‌گیرد.

1. Yong
2. Jackson

بخش کمی شامل کمبود پیست‌های دو و میدانی و تجهیزات و وسایل دو و میدانی است و بخش کیفی شامل پایین بودن کیفیت پیست‌های دو و میدانی است که اغلب خاکی و غیراستاندارد می‌باشند. این موضوع با گزارش‌های فدراسیون در خصوص تعداد پیست‌های استاندارد در کشور مطابقت دارد، به‌طوری که در برخی استان‌های کشور یک پیست استاندارد (تارتان) نیز موجود نمی‌باشد (۲۰). چهارمین مانع مهم و اساسی در پیشرفت دو و میدانی از نظر پاسخ دهندگان، بی‌توجهی به استعدادیابی اصولی در دو و میدانی است. ۴۸ درصد از پاسخ دهندگان بی‌توجهی به استعدادیابی را «بسیار زیاد» و ۳۹ درصد از آنها «زیاد» اعلام کرده‌اند. بر اساس تحقیق علیجانی (۱۳۸۱) در ایران نظام استعدادیابی مدونی برای دو و میدانی وجود ندارد (۱۷). ضعف مدیریتی در سطح فدراسیون و هیئت‌های دو و میدانی از دیگر موانع پیشرفت دو و میدانی در ایران است. ۴۰ درصد از نمونه‌ها ضعف مدیریتی در ایران را «بسیار زیاد» و ۳۱ درصد آنها «یاد» بیان کرده‌اند و تنها ۸ درصد از آنها این متغیر را ناچیز شمردند. اشنایدر^۱ (۱۹۹۰) بیان کرد که با وجود پیشرفت چشمگیر در علم مدیریت و ارائه نظریه‌های جدید، هنوز در بسیاری از سازمان‌های موجود، شیوه‌های سنتی مدیریت اعمال می‌شود (۲۵). همچنین مک‌کری (۲۰۰۹) در تحقیقی با عنوان «سیاست ورزش و مدیریت عمومی جدید در جزایر کارائیب» به بررسی سیاست‌های مدیریت عمومی در دنیایی موسوم به دهکده جهانی در زمینه ورزش می‌پردازد. این مدیریت و سیاست‌ها با توجه به ارزش‌ها، علت‌ها و عوامل متفاوت، در نهایت، به هدف توسعه ورزش می‌انجامد (۳۱).

کمبود مربی و متخصص در سطوح مختلف دو و میدانی ایران و روزآمد نبودن علم و دانش مربیان در سطوح پایه از دیگر عوامل تأثیرگذار در این رشته معرفی شدند. دومون^۲ (۲۰۰۴) بیان کرد که مربی کارآمد باید مهارت و دانش فوق‌العاده‌ای داشته باشد تا بتواند ورزشکاران ماهری پرورش دهد (۲۶).

کمبود مسابقات داخلی در ایران و نبود لیگ منظم و برنامه‌ریزی شده از عوامل دیگری بودند که نمونه‌های تحقیق، آنها را از عوامل ضعف در دو و میدانی ایران اعلام کردند که البته، در مقایسه با متغیرهای ذکر شده اهمیت کمتری دارند. آخرین عاملی که کم‌اهمیت‌ترین متغیر نیز شمرده شده است، کمبود استعداد و توانایی‌های بالقوه در دو و میدانی است. به‌طور کلی، یافته‌ها نشان می‌دهد بین متغیرهای بیان شده با توسعه نیافتگی دو و میدانی ایران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

1. Snyder

2. Domon

نتیجه‌گیری کلی این است که با توجه به اهمیت رشته دو و میدانی به عنوان یکی از رشته‌های پایه در توسعه ورزش‌های همگانی و اهمیت آن در ورزش قهرمانی، سازمان‌های مربوط به این رشته اعم از سازمان تربیت بدنی، کمیته ملی المپیک و فدراسیون دو و میدانی باید با برنامه‌ریزی دقیق‌تر، تعیین اهداف بلند مدت و استراتژیک و کمک نهادهایی چون رسانه‌های گروهی و آموزش و پرورش در پیشرفت دو و میدانی همت گمارند. اهمیت دادن به استعدادیابی، پرورش نیروی انسانی متخصص، افزایش بودجه و تأمین منابع مالی از طریق حامیان مالی، تأمین و استاندارد سازی امکانات و تجهیزات دو و میدانی، برگزاری منظم لیگ و مسابقات و بهبود و افزایش عملکرد مدیریتی در سطح هیئت‌های استان‌ها از دیگر راه‌کارهای مناسب در توسعه این رشته می‌باشند.

منابع:

۱. سجادی، نصرالله، (۱۳۸۳). «دیریت سازمان‌های ورزشی». تهران: سمت.
۲. یزدان‌پناه، محمد جواد، (۱۳۸۲). بررسی عملکرد فدراسیون دو و میدانی از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۹. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
3. Guthrie, M. (2003) coaching track & field successfully, United States. Champaign: Human Kinetics.
4. Armbruster, D. (1971). Basic Skill in Sports for Men and Women. London: Mosby.
۵. شادمهر، بیژن، رجبی، حمید، خواجوی، نعیم، (۱۳۷۹). «دو و میدانی: راهنمایی آموزشی». تهران: سمت.
۶. یآوری، منوچهر، نائینی، پروانه، (۱۳۷۲). «مجموعه اطلاعات عمومی ورزش». تهران: انتشارات دفتر امور مشترک فدراسیون‌های ورزشی.
۷. برنجی، احد، صالح نیا، ولی الله، (۱۳۶۵). «دو و میدانی از آغاز تا امروز». تهران: انتشارات علم و ورزش.
۸. خلیل آبادی، غلامرضا، (۱۳۷۳). بررسی انگیزه افراد شرکت‌کننده در ورزش‌های همگانی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت معلم تهران.

9. Thibault, L., Trevor, S. (1994). Strategic planning for non-profit sport organization: Empirical Verification of framework. *Journal of Sport Management*, 8: 218-233.
۱۰. غفوری، فرزاد، (۱۳۸۲). تعیین عوامل مؤثر بر گرایش به ورزش همگانی و قهرمانی برای تعیین راهبردهای ورزش در جمهوری اسلامی ایران. رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
11. Streliza, B. (200۶). Relationships in Sport Sponsor Ship: a Marketing Perspective”, unpublished doctoral degree dissertation. Faculty of management, University of Johannesburg.
12. Bompa, T. (1999). Talent opportunity program. [Http: //www.usa-gymnastics.org/women /tops/manual. Html.](http://www.usa-gymnastics.org/women/tops/manual.html)
13. Siebert, T. (1990). Is a historical chance missed? “Talent schools” for sport are at stake. *Sport in Berlin*.
14. Vonstein, V. (1992). NSA Round Table 17: Talent Identification. *New Studies in Athletics IAAF*, 7:3, pp. 19-23.
15. Malina, R.M. (2001). Talent Identification and selection in sport, sport light. [File://A:/talent/htm.](File://A:/talent/htm)
16. Bompa, T. (1997). Identifying the athletic talent and the planning of a term program. Talent Scouting National Coaches Convention of Canada.
۱۷. علیجانی، عیدی، (۱۳۸۱). بررسی وضع موجود و تدوین شاخص‌های استعدادیابی در رشته دو و میدانی. پژوهش در علوم ورزشی، ۴: ۱-۲۵.
18. Levesque, L. (1996). Factors influencing creativity in top executives. Unpublished Ph.D. dissertation, University of Massachusetts, Amherst, M.
19. Tangen, J.O. (2004). Embedded Expectations, Embodied Knowledge and the Movements that connect: A System Theoretical Attempt to explain the use and Non of Sport Facilities. *International Review for the Sociology of Sport*, 39 (7). publication.
۲۰. آمار و اسناد معتبر موجود در فدراسیون دو و میدانی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۷.
21. Yong, G.K. (2005). sport sponsorship match-up Effect on Consumer Based Brand Equity: An Application of the Schematic information process. Unpublished Ph.D. dissertation, Department of sport Management, Recreation management and Physical Education, Florida state university.

22. Fryxell, G., Gordon, M. (1989). Workplace justice and job satisfaction as predictors of satisfaction with union & management. *Academy of Management Journal*.
۲۳. کیهانی، مجید، (۱۳۸۶). چالش‌های اساسی دو و میدانی ایران. آدرس سایت :
24. <http://www/.Aftab.ir/index.php>
25. Katz, D.M. (2004). Innovation in sport as functional concept for future. *Journal of Sport Psychological*, 43: 43-65.
26. Snyder, C.J. (1990). The Effects of Leader Behavior and Organizational Climate on Intercollegiate Coaches' job Satisfaction. *Journal of Sport Management*, 59-70.
27. Domon, P., Sermons, A. (2004). The Effect of Congruence of Leadership Behaviors on Motivation Commitment and Satisfaction of College Tennis Player. *Journal of Applied Psychology*, August 3.
28. Jackson, J. (1991). Mass participation in physical recreation. *Journal of Recreation*, 49(3): 33.
29. Costa, C.A. (2005). The Status And Future of Sport Management: A Delphi Study. *Journal Sport Management*, 117-142.
- ۲۹.۳۰. افضل پور، محمد اسماعیل، قراخانلو، رضا، خداداد، احمد، (۱۳۸۳) ارزشیابی نقش مربیان خارجی در موفقیت تیم ملی و باشگاهی فوتبال ایران. المپیک، ۳، پیاپی ۲۷.
31. Coman, A., Ronen, B. (2009). Focused SWOT: diagnosing critical strengths and weaknesses. *International Journal of Production Research*, 47(20): 5677– 5689.
32. Cari, M. (2009). Sport policy and new public management in the Caribbean. *Public Management Review*, 11: 461-476.

بررسی رضایت‌مندی تماشاگران از کیفیت خدمات ارائه شده در ورزشگاه آزادی تهران

*علی احمدی^۱، دکتر محمد خیری^۲، دکتر مسعود نادریان جهرمی^۳،ابراهیم علی‌دوست قهفرخی^۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۵/۱۷

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۲۲

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی میزان رضایت‌مندی تماشاگران از کیفیت خدمات ارائه شده در ورزشگاه آزادی تهران است. روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را تماشاگران حاضر در ورزشگاه آزادی تهران تشکیل می‌داد که از میان آنها ۴۸۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری، هدفمند و در دسترس بود. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق‌ساخته کیفیت خدمات و رضایت‌مندی بود که پایایی آن، با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۴ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از روش همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه، نشان داد میزان دسترسی به خدمات، امنیت و طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه با رضایت‌مندی تماشاگران رابطه معنی‌داری دارد ($p < ۰/۰۰۱$). همچنین رابطه بین بهداشت و پاکیزگی فضای ورزشگاه و نحوه برخورد مدیریت و کارکنان اجرایی با رضایت‌مندی تماشاگران نیز معنی‌دار است ($p < ۰/۰۰۱$). تماشاگران فوتبال نقش انکارناپذیری در ادامه حیات صنعت فوتبال دارند و همچنین سرمایه اصلی و از مهم‌ترین منابع درآمد باشگاه‌ها محسوب می‌شوند. از آنجا که در باشگاه‌های فوتبال به عنوان مؤسسه‌های خدماتی، تعاملی نزدیک و تنگاتنگ بین کارکنان خدماتی و تماشاگران وجود دارد، لازم است باشگاه‌ها در این زمینه حساسیت بیشتری به خرج داده، با ارائه هر چه بهتر و بیشتر خدمات کیفی، امکان رضایت‌مندی تماشاگران را فراهم کنند.

کلیدواژه‌های فارسی: کیفیت خدمات، رضایت‌مندی تماشاگران، ورزشگاه آزادی.

Email: Ahmadyali.sport@gmail.com

۱. کارشناس ارشد تربیت بدنی دانشگاه اصفهان

۲. دانشیار دانشگاه تهران

۳. استادیار دانشگاه اصفهان

۴. دانشجوی دکتری دانشگاه تهران

مقدمه

امروزه، شرکت‌ها به‌منظور رقابت، تمام تلاش خود را برای شناخت نیازهای مشتریان و برآوردن آنها انجام می‌دهند (۱). مدیران خدماتی از معیارهای کیفیت خدمات و رضایت مشتری استفاده می‌کنند تا بفهمند این شرکت‌ها تا چه اندازه نیازهای مشتریان را برآورده کرده‌اند. از آنجا که کیفیت خدمات موجب افزایش وفاداری مصرف‌کننده می‌شود و مزایای زیادی برای سازمان‌ها به دنبال دارد، عنصری کلیدی برای موفقیت سازمان‌هاست (۲). به‌علاوه، مشتری با تصورات مثبت از کیفیت خدمات، سطح بالایی از رضایت‌مندی را ارائه کرده، وفاداری رفتاری و نگرشی خود را به سازمان و خدماتش توسعه می‌دهد (۳، ۴).

اگرچه برخی پژوهشگران این دو مفهوم؛ یعنی کیفیت خدمات و رضایت‌مندی را به جای یکدیگر به کار می‌برند، رضایت‌مندی و کیفیت خدمات دو مفهوم جداگانه، اما به شدت به هم وابسته‌اند. علاوه بر این، رضایت‌مندی مشتری باید جدا از کیفیت خدمات و برای پی بردن به این موضوع سنجیده شود که چگونه مشتریان عملکرد خدمات را ارزیابی می‌کنند (۵). رضایت‌مندی مفهومی وسیع‌تر از کیفیت خدمات است و شامل ارزیابی‌های عاطفی و شناختی است، در حالی که کیفیت خدمات اصولاً فرآیندی شناختی است (۶، ۷).

علاوه بر چنین تحلیل‌هایی، پژوهشگران هنوز هم به تعریف مشترک و یکسانی از کیفیت خدمات دست نیافته‌اند. اگرچه ذاتاً تعریف کردن کیفیت محصول مشکل است، تعریف کیفیت خدمات به دلیل ماهیت غیرملموس و گذرا بودنش بسیار پیچیده‌تر است. زیتمل و بیتنر^۱ (۲۰۰۳) کیفیت خدمات را قضاوت یا نگرشی کلی در مورد مزایای خدمات تعریف کرده‌اند (۸)، اما تیلور^۲ (۱۹۹۷) رضایت را «پاسخ به نیاز مشتری» تعریف کرده است. در بخش‌های مختلف خدماتی، مطالعات بسیاری در مورد این دو ساختار و روابط بین آنها صورت گرفته است. محققان معتقدند این دو مفهوم با یکدیگر رابطه دارند، اما موضوع اصلی جهت این رابطه است. برخی معتقدند میان کیفیت خدمات و رضایت مشتریان رابطه‌ای علی وجود دارد (۹)، ولی برخی دیگر به وجود رابطه‌ی علی در جهت مخالف معتقدند (۱۰). داب هولکر^۳ می‌گوید جهت این رابطه با توجه به موقعیت خدمات متفاوت است (۱۱).

1. Zeithmal, V.A., Bitner, M. J.

2. Taylor, S.A.

3. Dabholkar, P.A.

به‌طور کلی، رضایت‌مندی مشتری مزایای زیادی به دنبال دارد. به عنوان مثال، مشتریان راضی حساسیت کمتری نسبت به قیمت دارند، محصولات بیشتری خریداری می‌کنند، کمتر تحت تأثیر رقبا قرار می‌گیرند و برای مدت طولانی‌تری وفادار می‌مانند (۱۲).

مدارک قابل ملاحظه‌ای از این دیدگاه حمایت می‌کند که سطح کیفیت خدمات، پیش‌بین حیاتی‌ای برای رضایت‌مندی واقعی تماشاگر است. رقابت و عملکرد ممکن است عالی باشد، اما اگر تماشاگران، خدمات با کیفیت پایین (غذای بد، توالت‌های ناکافی و غیربهداشتی) یا تحویل نامناسب خدمات را از جانب کارکنان تجربه کنند، احتمال حضور آنها در آینده کمتر خواهد بود. لذت و رضایت‌مندی تماشاچیان از طریق تعامل آنها با برنامه، محیط، سیستم‌های مدیریتی، داوطلبان، کارکنان و دیگر تماشاگران شکل می‌گیرد (۱۳).

امروز، بیشتر بازاریاب‌های ورزشی اهمیت جلب رضایت تماشاگران و شرکت‌کنندگان و تأمین تجربه خدمات با کیفیت را می‌دانند از جمله، شکایت‌های کمتر، تبلیغ مثبت کلامی زیاد، خرید محصولات اضافی، توجه کمتر به دیگر رقابت‌کنندگان، کاهش هزینه‌های داد و ستد و کاهش هزینه‌های بازاریابی. همه این نتایج مثبت به سوددهی و دیرپایی سازمان‌های غیرانتفاعی مانند مراکز ورزشی و باشگاه‌ها کمک می‌کنند. علاوه بر آن، در صنعت ورزش این اعتقاد وجود دارد که کیفیت خدمات و رضایت مشتری می‌تواند تأمین‌کننده سودی رقابتی در تلاش برای جلب پول مشتری باشد (۱۴).

کیم و کیم^۱ (۱۹۹۵) ابزار ۳۳ مؤلفه‌ای کیفیت خدمات خود را با نام کوسک^۲ در محیط مراکز ورزشی کره ارائه دادند. اگرچه آنها از ابعاد پنج‌گانه سرکول به عنوان نقطه شروع برای تحقیق استفاده کردند، نتایج نهایی آنها یازده بُعد مجزای کیفیت خدمات را نشان داد (محیط، نگرش کارکنان، قابل اعتماد بودن کارکنان، اطلاعات موجود، برنامه‌های عرضه شده، صلاحیت کارکنان، قیمت، امتیاز، آرامش خاطر، انگیزش، و آسایش). ابعادی که آنها نشان دادند از ماهیت صنعتی ساختار کیفیت خدمات حمایت می‌کند. بعضی از ابعاد تشکیل دهنده کوسک مربوط به تنوع ورزش‌های ارائه شده، دستورالعمل‌هایی برای دستیابی یا استفاده از امکانات و اختصاصات می‌باشد (۱۵).

به‌لکه (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی مشتریان استخرهای سرپوشیده خصوصی شهر تهران» که روی ۳۶۰ نفر از مشتریان انجام داد، به شناسایی عوامل مرتبط با رضایت مشتریان پرداخت. نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین رعایت بهداشت و امور

1. Kim and Kim
2. QUESC

ایمنی استخر، امکانات و منابع کالبدی با میزان رضایت‌مندی مشتریان ارتباط معنی‌داری وجود دارد (۱۶).

تئودوراکیس^۱ و همکاران (۲۰۰۱) در پژوهشی تحت عنوان «رابطه بین معیارهای کیفیت خدمات و رضایت تماشاگران در ورزش‌های حرفه‌ای» به این نتیجه رسید که بین پنج عامل کیفیت خدمات (ملموسات، پاسخ‌گویی، قابلیت اعتماد، امنیت و در دسترس بودن خدمات) با رضایت‌مندی تماشاگران رابطه مستقیم وجود دارد (۱۱). یافته‌های گرینول^۲ و همکاران (۲۰۰۲) نیز در زمینه ارزیابی تأثیر تسهیلات ورزشی فیزیکی روی رضایت‌مندی مشتریان نشان داد تماشاگران زن بر عامل تسهیلات فیزیکی (به عنوان مثال بهداشت و پاکیزگی سرویس‌های بهداشتی) تأکید دارند (۱۷).

بودت^۳ (۲۰۰۶) در مقاله خود با عنوان «بررسی رضایت مشتری در باشگاه‌های سلامتی» که روی ۱۸۴ مشتری در پنج باشگاه سلامتی فرانسه انجام شد، نشان داد چهار عامل در رضایت‌مندی اهمیت دارند و پیشنهاد کرد کیفیت فاکتورهای انسانی مثل رفتار کارکنان و فاکتورهای غیرملموس مثل تصویرسازی در شکل‌گیری رضایت مشتریان تعیین کننده است (۱۸). همچنین، آمینودین و لی^۴ (۲۰۰۸) دریافتند تسهیلات ورزشگاه پیش‌بینی کننده قوی برای رضایت تماشاگران است، تسهیلات ورزشگاه مانند زیبایی، امنیت، راحتی و نظافت ورزشگاه می‌توانند موجب رضایت تماشاگران شوند (۱۹).

کیفیت خدمات و رضایت‌مندی دو مفهوم مورد مطالعه در این پژوهش می‌باشند، به‌ویژه، هدف اصلی پژوهش این است که رابطه بین معیارهای کیفیت خدمات و رضایت‌مندی تماشاگران را در ورزشگاه آزادی - به عنوان یکی از ورزشگاه‌های میزبان لیگ قهرمانان آسیا - ارزیابی کند. پژوهش‌های انجام شده در کشور در زمینه صنعت ورزش، به بررسی ابعاد رضایت‌مندی و کیفیت خدمات در محیط‌هایی مانند استخرهای شنا، باشگاه‌های بدن‌سازی و... پرداخته‌اند که در آنها مصرف‌کنندگان محصول ورزشی حضور فعال داشته‌اند. تاکنون در محیط‌هایی که مصرف‌کنندگان محصول ورزشی، حضور غیرفعال دارند (مانند تماشاگران حاضر در ورزشگاه‌ها و سالن‌های ورزشی) پژوهشی صورت نگرفته و این پژوهش نخستین پژوهش در این زمینه است.

-
1. Theodorakis, N.
 2. Greenwell, T. C.
 3. Bodet, G.
 4. Aminuddin, Y . Lee, H.S

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده، قبل از مسابقه فوتبال بین دو تیم استقلال ایران و ام‌صلال قطر از سری مسابقات لیگ قهرمانان آسیا در تاریخ دوم اردیبهشت ۱۳۸۷ انجام شده است. جامعه آماری پژوهش را تماشاگران حاضر در ورزشگاه آزادی تهران تشکیل می‌دادند که براساس اطلاعات رسانه‌ها حدود ۲۵ هزار نفر برآورد شده بود. از میان تماشاگران حاضر در ورزشگاه، ۵۰۰ تماشاگر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند و تجزیه و تحلیل داده‌ها روی ۴۸۰ پرسشنامه تکمیل شده انجام شد. محققان بر این باور بودند که تماشاگرانی که برای اولین بار در ورزشگاه حضور پیدا کرده‌اند نمی‌توانند برآوردی منطقی از کیفیت خدمات ارائه شده داشته باشند و ممکن است عوامل گوناگونی بر ارزیابی آنها از کیفیت خدمات تأثیر بگذارد؛ بنابراین در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند و در دسترس استفاده شد و پرسشنامه‌ها بین تماشاگرانی توزیع شد که بیش از یک بار در ورزشگاه حاضر شده بودند. پرسشنامه‌ها قبل از شروع بازی و در قسمت‌های مختلف ورزشگاه، به جز قسمت جایگاه (به دلیل عدم دسترسی پژوهشگر)، در بین تماشاگران توزیع شد.

ارزیابی کیفیت خدمات با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته انجام شد که شامل پنج مؤلفه و ۲۶ گویه بود و از پاسخ دهندگان خواسته شد که میزان موافقت خود را بر اساس طیف پنج ارزشی لیکرت ۱ (کاملاً موافقم) تا ۵ (کاملاً مخالفم) درجه‌بندی و اعلام کنند. ابعاد پرسشنامه کیفیت خدمات عبارت بودند از:

- ۱) دسترسی به خدمات: (۷ گویه) به عنوان مثال وجود پارکینگ، خارج از ورزشگاه.
- ۲) امنیت: (۴ گویه) به عنوان مثال احساس امنیت داخل ورزشگاه.
- ۳) طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه: (۸ گویه) به عنوان مثال جذابیت تابلوی امتیازات ورزشگاه.
- ۴) بهداشت و پاکیزگی فضای ورزشگاه: (۳ گویه) به عنوان مثال وضعیت سرویس‌های بهداشتی.
- ۵) مدیریت و کارکنان اجرایی: (۴ گویه) به عنوان مثال رفتار فروشنده بلیت.

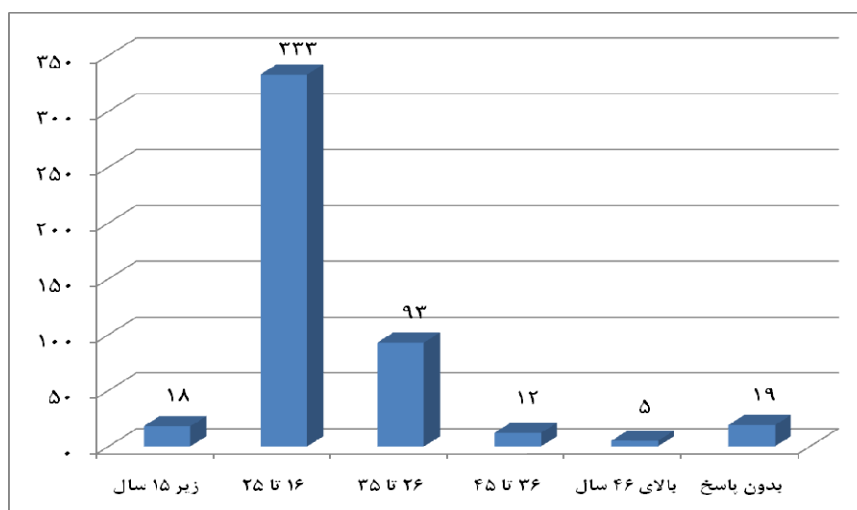
برای سنجش رضایتمندی نیز از پنج گویه استفاده شد؛ بدین صورت که در انتهای گویه‌های هریک مؤلفه‌های کیفیت خدمات، یک گویه در مورد میزان رضایتمندی پاسخ‌دهندگان از آن مؤلفه، بر اساس طیف پنج ارزشی لیکرت آورده شد.

روایی پرسشنامه، با استفاده از نظرات ۱۲ نفر از استادان، کارشناسان و خبرگان دانشگاه‌های تهران و اصفهان در زمینه مدیریت ورزشی ارزیابی و تأیید شد. همچنین، همسانی درونی مؤلفه‌های کیفیت

خدمات، با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰/۸۴ و برای عامل دسترسی به خدمات ۰/۷۸، امنیت ۰/۸۶، طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه ۰/۸۱، بهداشتی بودن و پاکیزگی فضای ورزشگاه ۰/۸۵، نحوه برخورد مدیریت و کارکنان اجرایی ۰/۸۰ به‌دست آمد. بررسی و تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از روش همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه و به‌وسیله نرم‌افزار آماری SPSS انجام شد.

یافته‌های پژوهش

نمودار ۱ توزیع ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری را به تفکیک طبقات سنی نشان می‌دهد. گفتنی است بیش از ۷۸ درصد نمونه (۳۷۹ نفر) مجرد بوده‌اند.



نمودار ۱. توزیع ویژگی‌های جمعیت‌شناختی تماشاگران حاضر در ورزشگاه آزادی تهران

جدول ۱ میانگین و انحراف استاندارد ابعاد کیفیت خدمات و رضایت‌مندی از آن را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود بیشترین میزان رضایت از ابعاد کیفیت خدمات مربوط به رضایت از امنیت و کمترین آن مربوط به بهداشت و پاکیزگی فضای ورزشگاه بوده است (در پرسشنامه‌های این پژوهش، نمره کمتر نشان‌دهنده رضایت‌مندی و کیفیت بهتر خدمات است).

جدول ۱. میانگین و انحراف استاندارد ابعاد کیفیت خدمات و رضایت از آن در ورزشگاه آزادی تهران

متغیر	میانگین	نمره کل	انحراف استاندارد
ابعاد کیفیت خدمات	دسترسی به خدمات	۲/۵۶	۶/۰۵
	امنیت	۲/۵۱	۴/۳۴
	طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه	۲/۹۳	۸/۵۸
	بهداشت و پاکیزگی فضای ورزشگاه	۳/۷۲	۳/۷۰
	مدیریت و کارکنان اجرایی	۳/۰۳	۴/۳۸
رضایت از ابعاد کیفیت خدمات	رضایت از دسترسی به خدمات	۲/۵۴	۱/۱۱
	رضایت از امنیت	۲/۱۲	۱/۲۰
	رضایت از طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه	۲/۴۱	۱/۱۲
	رضایت از بهداشت و پاکیزگی فضای ورزشگاه	۲/۸۶	۱/۴۸
	رضایت از مدیریت و کارکنان اجرایی	۲/۶۰	۱/۳۲

جدول ۲ ارتباط بین ابعاد کیفیت خدمات و رضایت‌مندی تماشاگران از هر یک از آنها را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود تمام همبستگی‌ها در سطح $p < 0/001$ معنی‌دار است. بر این اساس، با فرض ثابت بودن سایر متغیرها، میزان ارتباط دسترسی با رضایت از آن $0/48$ ، امنیت و رضایت از آن $0/40$ ، طراحی و جذابیت و رضایت از آن $0/33$ ، بهداشت و پاکیزگی و رضایت از آن $0/30$ ، کیفیت خدمات مدیریت و کارکنان و رضایت از آن $0/39$ است. برای بررسی مجموع اثرات پنج عامل کیفیت خدمات در ورزشگاه‌ها بر رضایت‌مندی کلی تماشاگران، از تحلیل رگرسیون چندمتغیره، به شیوه ورود^۱ استفاده شد.

جدول ۲. خلاصه تحلیل رگرسیون چند متغیره برای رابطه چندگانه ابعاد کیفیت خدمات

با رضایت‌مندی تماشاگران

متغیر	دسترسی و رضایت از آن	امنیت و رضایت از آن	طراحی و جذابیت و رضایت از آن	بهداشت و پاکیزگی و رضایت از آن	مدیریت و کارکنان و رضایت از آن
همبستگی	$0/48$	$0/40$	$0/33$	$0/30$	$0/39$
سطح معنی‌داری	$0/001$	$0/001$	$0/001$	$0/001$	$0/001$
آماره‌های متغیر					
درجه آزادی ۲	درجه آزادی ۱	F	مجذور r	خطای استاندارد	سطح معنی‌داری
	۵	۱۱/۴۲	۰/۱۷		
۲۷۷			$0/41$	$4/56$	$0/001$

همان‌طور که جدول ۲ نشان می‌دهد، مجموع پنج عامل کیفیت خدمات ۰/۴۱ با رضایت‌مندی همبستگی دارد و ۰/۱۷ از واریانس‌های رضایت‌مندی، توسط پنج عامل کیفیت خدمات تبیین می‌شود. مطابق داده‌های مندرج در جدول، میزان F برابر با ۱۱/۴۲ به‌دست آمده که در $p < ۰/۰۰۱$ معنی‌دار است؛ در نتیجه، مقدار همبستگی جمعی (r) و ضریب تعیین (مجذور r) به‌دست آمده در سطح $p < ۰/۰۰۱$ معنی‌دار است.

ضرایب استاندارد و غیراستاندارد هریک از عامل‌های کیفیت خدمات، در جدول ۳ آمده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ضریب رگرسیون عامل‌های امنیت، طراحی و جذابیت و بهداشت و پاکیزگی با رضایت‌مندی معنی‌دار نیستند ($p > ۰/۰۰۱$)، ولی ضریب رگرسیون عامل‌های دسترسی به خدمات و مدیریت و کارکنان با رضایت‌مندی معنی‌دارند ($p < ۰/۰۰۱$).

جدول ۳. ضرایب غیراستاندارد و استاندارد هر یک از ابعاد کیفیت خدمات با رضایت‌مندی

سطح معنی‌داری	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		مدل‌ها
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۱	۴/۷۸		۱/۱۱	۵/۳۱	مقدار ثابت
۰/۰۰۳	۲/۹۷	۰/۲۱	۰/۰۶	۰/۱۸	دسترسی به خدمات
۰/۶۳۲	-۰/۴۷	-۰/۰۳	۰/۰۷	-۰/۰۳	امنیت
۰/۰۷۹	۱/۷۶	۰/۱۲	۰/۰۳	۰/۰۶	طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه
۰/۴۳۱	۰/۷۸	۰/۰۵	۰/۱۰	۰/۰۷	بهداشت و پاکیزگی فضای ورزشگاه
۰/۰۴۴	۲/۰۱	۰/۱۴	۰/۰۸	۰/۱۶	مدیریت و کارکنان

بر اساس ضرایب به‌دست آمده، معادله استاندارد خط رگرسیون بدین صورت ارائه می‌شود:

$$Y = ۰/۲۱ X_1 + ۰/۱۴ X_2 \quad \text{معادله (۱) معادله استاندارد خط رگرسیون رضایت‌مندی}$$

در معادله فوق، Y نمره استاندارد شده رضایت‌مندی تماشاگران، X_1 نشانگر نمره استاندارد شده عامل دسترسی و X_2 نشانگر نمره استاندارد شده عامل نحوه برخورد مدیریت و کارکنان اجرایی ورزشگاه‌ها است. با قرار دادن نمرات استاندارد عامل‌های کیفیت خدمات در معادله، رضایت‌مندی قابل پیش‌بینی است. برای نمونه، اگر نمره استاندارد فردی در عامل دسترسی ۱/۲۵ و در عامل نحوه برخورد مدیریت و کارکنان اجرایی ورزشگاه‌ها ۰/۶۸ باشد، معادله خط پیش‌بینی نمره استاندارد رضایت‌مندی به صورت زیر خواهد بود:

$$Y = ۰/۲۱ (۱/۲۵) + ۰/۱۴ (۰/۶۸) = ۰/۳۶$$

بنابراین نمره استاندارد رضایت‌مندی این فرد برابر با ۰/۳۶ خواهد بود.

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش به بررسی رضایت‌مندی تماشاگران از کیفیت خدمات ارائه شده در ورزشگاه آزادی تهران پرداخته شد. یافته‌های پژوهش نشان داد بین دسترسی به خدمات در ورزشگاه با رضایت‌مندی تماشاگران از آن رابطه مثبت وجود دارد. این یافته با نتایج حاصل از پژوهش تئودراکیس و همکاران (۲۰۰۱) همسو است. یکی از مسائل مهمی که مدیران ورزشی با آن مواجه‌اند، تصمیم‌گیری درباره چگونگی توزیع محصول است. با توجه به افزایش و شدت رقابت، ارائه خدمات در مکان مناسب و محل‌های مورد نظر مشتریان، عاملی تعیین‌کننده در رضایت مشتریان است. توانایی دسترسی آسان و سریع تماشاگران به محصولات ورزشی و ملحقات آن و دریافت به موقع آنها می‌تواند اسباب رضایت‌مندی تماشاگران را فراهم سازد؛ بنابراین دسترسی آسان به ورزشگاه، بلیت مسابقه، ورود و خروج آسان از ورزشگاه، سرویس‌های بهداشتی، مواد غذایی و نوشیدنی می‌تواند موجب رضایت‌مندی تماشاگران شده، آنها را به تداوم حضور در مسابقات آتی تشویق کند.

همچنین، یافته‌های پژوهش نشان داد بین عامل امنیت در ورزشگاه با رضایت‌مندی تماشاگران از آن رابطه مثبت وجود دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های بهلکه (۱۳۸۴)، تئودراکیس و همکاران (۲۰۰۱) و آمینودین و لی (۲۰۰۸) همسو است. امنیت، نیازی بنیادین و پایدار است که برآورده شدن سایر نیازهای جمعی نیز به وجود آن بستگی دارد. در کشورهایی که باشگاه‌ها، ورزشگاه اختصاصی دارند، تأمین امنیت بر عهده خود باشگاه‌ها است و پلیس در حاشیه ایجاد امنیت قرار دارد، اما در کشور ما به دلیل دولتی بودن اغلب باشگاه‌ها، حفظ امنیت بر عهده نیروهای انتظامی است. شاید خروج فضای ورزشگاه‌های کشور از حالت پلیسی، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های تماشاگران و هواداران فوتبال باشد؛ بنابراین تغییر این فضا و استقرار مدیریتی واحد در ورزشگاه‌ها برای افزایش ضریب امنیت آنها می‌تواند آرامش جسمی و روانی تماشاگران را به دنبال داشته، موجب رضایت‌مندی بیشتر آنها را فراهم سازد.

پژوهش حاضر نشان داد بین عامل طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه با رضایت‌مندی تماشاگران رابطه مثبت وجود دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های تئودراکیس و همکاران (۲۰۰۱)، آمینودین و لی (۲۰۰۸) همسو است. تیم‌ها و باشگاه‌ها با ورزشگاه‌هاشان شناخته می‌شوند. محیط فیزیکی ورزشگاه در رضایت‌مندی تماشاگران حائز اهمیت است. هنگامی که تماشاگران به فضای داخلی ورزشگاه وارد می‌شوند، ساعت‌ها (آگاهانه یا غیرآگاهانه) به تماشای فضای داخل ورزشگاه مشغول‌اند. نمایشگرها و تجهیزات الکترونیکی با ارائه نمایش اطلاعات و سرگرم کردن تماشاگران در طول وقفه‌هایی که در بین خدمات اصلی (بازی) پیش می‌آیند،

زمان‌های انتظار را لذت‌بخش‌تر می‌کنند. راحتی صندلی‌ها نیز می‌تواند موضوع بسیار مهمی برای تماشاگرانی باشد که باید چندین ساعت را برای مشاهده بازی در ورزشگاه سپری کنند؛ بنابراین مطلوب بودن فضای ورزشگاه و تجربه مثبت از تسهیلات می‌تواند اسباب رضایت‌مندی بیشتر تماشاگران را فراهم سازد.

همچنین، نتایج پژوهش نشان داد بین عامل بهداشت و پاکیزگی فضای ورزشگاه با رضایت‌مندی تماشاگران رابطه مثبت وجود دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های بهلکه (۱۳۸۴)، گرینول و همکاران (۲۰۰۲) و آمینودین و لی (۲۰۰۸) همسو است. بهداشت، عنصر مهمی در کیفیت خدمات ادراک شده در تمامی محیط‌های خدماتی فراغتی (به عنوان مثال بیسبال، فوتبال) است. از دیدگاه مدیریتی، بهداشت احتمالاً قابل کنترل‌ترین عنصر کیفیتی است. پاکیزگی در موقعیت‌هایی که مشتریان مجبورند چندین ساعت را در مکان خدمات فراغتی سپری کنند، نقش مهمی ایفا می‌کند. پاکیزگی یا کثیف بودن سالن‌ها و ورزشگاه‌ها، ضدعفونی شدن یا نشدن سرویس‌های بهداشتی، پر یا خالی بودن منظم سطوح‌های زباله بر کیفیت ادراک شده تماشاگران از تسهیلات ورزشگاه تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین، برای رضایت‌مندی تماشاگران از بهداشت و پاکیزگی فضای ورزشگاه، ضروری است که فضای ورزشگاه، نه تنها پیش از رسیدن تماشاگران تمیز شود، بلکه باید در طول رویداد نیز پاکیزه نگاه داشته شود.

پژوهش حاضر نشان داد بین نحوه برخورد مدیریت و کارکنان اجرایی ورزشگاه با رضایت‌مندی تماشاگران رابطه مثبت وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های بهلکه (۱۳۸۴) و بودت (۲۰۰۶) همسو است. موفقیت هر تشکیلاتی، حاصل انتخاب مناسب افرادی است که در آن سازمان به ایفای نقش می‌پردازند. اهمیت کلیدی منابع انسانی در سازمان‌های پیشرفته امروزی به حدی است که تحقق اثربخشی تمام تکنیک‌ها و تاکتیک‌ها را در نهایت، به عامل انسانی نسبت می‌دهند. به‌علاوه، مشتریان، ارائه دهندگان خدمات را به نام سازمان می‌شناسند. در صنعت ورزش‌های تماشاگردار و به‌ویژه صنعت فوتبال که کارکنان خدماتی در تعامل مستقیم با تماشاگران هستند، شیوه رفتار و برخورد کارکنان با تماشاگران اهمیت بسیاری دارد؛ بنابراین مدیریت باشگاه‌ها باید در به‌کارگیری نیروهای خدماتی بیشتر دقت کنند تا بتوانند امکان رضایت‌مندی تماشاگران و هواداران‌شان را به عنوان سرمایه‌های اصلی باشگاه فراهم سازند.

توجه عمیق به مشتری و مشتری‌گرایی، رمز و راز صنعت ورزش است و این اندیشه در تمام سازمان‌های ورزشی نیرویی بزرگ و پیش‌برنده به حساب می‌آید. در قلمرو صنعت ورزش، رضایت‌مندی تماشاگران مزایای زیادی برای باشگاه‌ها و تیم‌ها دارد و اصلی‌ترین منبع درآمد باشگاه‌ها، حضور تماشاگران آنها در ورزشگاه‌هاست. یکی از مهم‌ترین عواملی که به

رضایت‌مندی تماشاگران و تداوم حضور آنها در ورزشگاه‌های فوتبال منجر می‌شود، کیفیت خدمات ارائه شده در این اماکن است؛ بنابراین، لازم است مدیران ورزشی برای کسب بیشترین منفعت و سود ناشی از حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها و تداوم این حضور، نهایت تلاش خود را برای بهبود کیفیت خدمات ارائه شده و برآوردن نیازهای تماشاگران به کار گیرند.

منابع:

1. Harris, M., Harrington, H.J. (2000). Service quality in the knowledge age: Huge opportunities for the twenty-first century. *Measuring Business Excellence*, 4(4):31-36.
2. Dagger, T. S., Sweeney, J. C. (2006). The effect of service evaluations on behavioral intentions and quality of life. *Journal of Service Research*, 9: 3-18.
3. Dagger, T. S., Sweeney, J. C., Johnson, L.W. (2007). A hierarchical model of health service quality: scale development and investigation of on integrated model. *Journal of Service Research*, 10:123-142.
4. Olorunnivo, F., Hsu, M. K., Udo, G.J. (2006). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory. *Journal of Service Marketing*, 20:59-72.
5. Dabholkar, P.A., Shepherd, C.D., Thorpe, D.I. (2000). A comprehensive framework for service quality: an investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of Retailing*, 76(2):139-173.
6. Keillor, B.D., Lewison, D., Hult, G.T.M., Huster, W. (2007). The service encounter in a multi-national context. *Journal of Service Marketing*, 21:451-461.
7. Tian-Cole, S., Crompton, J. (2003). A conceptualization of the relationships between service quality and visitor satisfaction, and their links to destination selection. *Leisure Studies*, 22:65-80.
8. Zeithmal, V.A., Bitner, M. J. (2003). *Services marketing: integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill.
9. Bitner, M.J. (1990). Evaluating service encounters: the effect of physical surrounding and employee responses. *Journal of Marketing*, 54:69-82.
10. Bolton, R.N., Drew, J.H. (1991). A multistage model of customers assessment of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17:375-84.
11. Theodorakis, N., Kambitsis, C., Laios, A., Koustelios, A. (2001). Relationship between measure of service quality and satisfaction of spectators in: professional sports. *Managing Service Quality*. 11(6):431-438.

12. Hansemark, O.C., Albinsson, M. (2004). Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees. *Managing Service Quality*, 14(1):40-57.
13. Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York, NY.: Cognizant
14. Shilbury, D., Westerbeek, H., Quick, S., Funk, D. (1998). *Strategic sport marketing*. Crows Nest: Allen & Unwin.
15. Kim, D., Kim, S.Y. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of Sport Management*, 9: 208-20.
۱۶. پهلکه، طاهر، حمیدی، مهرزاد، گودرزی، محمود، (۱۳۸۷). بررسی عوامل مرتبط با رضایت‌مندی مشتریان استخرهای سرپوشیده خصوصی شهر تهران. حرکت، ۳۷: ۵۸-۴۹.
17. Greenwell, T. C., Fink, J. S., Pastor, D. L. (2002). Assessing the influence of the physical sport facility and customer satisfaction within the context of the service experience. *Sport Management Review*, 5:129-140.
18. Bodet, G. (2006). Investigating Customer Satisfaction in a Health Club Context by an Application of the Tetraclasse Mode. *European Sport Management Quarterly*, 6(2):149-165.
19. Aminuddin, Y., Lee, H.S. (2008). Spectator perceptions of physical facility and team quality: A study of Malaysia super league soccer match. *Research Journal of International Studies*, 8:132-140.

مطالعه کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران از دیدگاه دانشجویان کارشناسی

*امین خطیبی^۱، دکتر نصرالله سجادی^۲، جبار سیف پناهی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۶/۲۱

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، مطالعه کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران، با استفاده از مدل سروکوال است. جامعه آماری تحقیق شامل دانشجویان کارشناسی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران است که بر اساس جدول مورگان، ۱۶۰ نفر از آنها به صورت تصادفی، به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه‌ای بود که کبریایی (۱۳۸۴) به روش سروکوال تهیه کرده بود و روایی و پایایی آن نیز تأیید شد ($\alpha=0/87$). برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری t زوجی، t مستقل، آنووا و آزمون تعقیبی LSD استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد در پنج بُعد کیفیت خدمات آموزشی (تضمین، پاسخ‌گویی، هم‌دلی، اطمینان، ملموس) بین وضع موجود و وضع مطلوب شکاف معنی‌دار و منفی وجود دارد. بیشترین شکاف کیفیت مربوط به بُعد تضمین و کمترین آن مربوط به بُعد ملموس است. بررسی عوامل جمعیت‌شناختی نیز نشان می‌دهد شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشجویان زن، به صورت معنی‌داری کمتر از دانشجویان مرد است، همچنین شکاف کیفیت خدمات گزارش شده در دانشجویان سال چهارم، به صورت معنی‌داری بیش از دانشجویان سال دوم و سوم است. مقایسه شکاف کیفیت خدمات در عبارت‌های پرسشنامه، نکات ارزشمندی برای تعیین استراتژی‌های بهبود کیفیت در بر دارد.

کلیدواژه‌های فارسی: کیفیت، خدمات آموزشی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران.

مقدمه

در دو دهه گذشته، تغییرات اقتصادی، اجتماعی، سرعت گسترش اطلاعات، تغییرات فناوری‌ها و جهانی شدن اقتصاد از یک سو و تناسب نداشتن محتوای برنامه‌های آموزشی با نیازهای جامعه و مطلوب نبودن سطح دانش و مهارت‌های اکتسابی دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها از سوی دیگر، نظام‌های آموزش عالی را وارد دوران جدیدی کرده است که رقابت و کیفیت از ویژگی‌های اصلی آن است (۱). امروزه، اغلب دانشگاه‌ها، با استفاده از استراتژی‌هایی چون تضمین کیفیت تلاش دارند گوی سبقت را از دیگر دانشگاه‌ها ببرایند (۲). کیفیت، مفهومی است پیچیده، پویا و چند بُعدی که اغلب، تعریف آن تابع مجموعه‌ای از عوامل و شرایط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی است (۳). نگرش‌های سنتی، ویژگی‌های کالا یا خدمت را کیفیت قلمداد می‌کردند، ولی نگرش‌های جدید، کیفیت را خواسته مشتری تعریف می‌کنند (۴) و مشتری‌گرایی را از اصول اساسی مدیریت کیفیت فراگیر می‌دانند. مشتری‌گرایی در سازمان‌هایی که ارائه دهنده خدمات‌اند، تفاوت‌های بسیاری با سازمان‌های تولیدکننده کالا دارد؛ زیرا وقتی صحبت از کیفیت کالا به میان می‌آید، بلافاصله، مشخصات فنی آن در ذهن افراد شکل می‌گیرد (۵)، اما خدمات، علاوه بر جدایی‌ناپذیری بین ارائه‌دهنده و گیرنده، ناملوس، نامتجانس و ذخیره‌نشده‌اند (۶). در میان انواع سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات، سازمان‌های عمومی تماس و تعامل بیشتری با مردم دارند و مسئله مشتری‌گرایی برای آنها ملموس‌تر است (۷). در این میان، محیط‌های آموزشی نه تنها در ارائه خدمات به جویندگان در جامعه نقش مهمی ایفا می‌کنند، بلکه خدمات این سازمان‌ها به گونه‌ای است که تمام بخش‌های جامعه از آن بهره‌مند می‌شوند (۸)؛ بنابراین بی‌توجهی به کیفیت خدمات آنها پیامدهایی چون افت تحصیلی، وابستگی علمی، فرار مغزها، عدم کارآفرینی و ضعف تولید دانش را به همراه خواهد داشت (۹). به‌تازگی، علاقه‌مندی به کیفیت در آموزش عالی و دانشگاه‌ها نیز افزایش چشمگیری یافته است (۱۰) و در تحقیقات آموزشی، در سطح بین‌المللی نیز به آن توجه می‌شود (۱۱). ناگفته نماند به دلیل ماهیت پیچیده خدمات آموزشی، تنوع مشتریان و خدمات متنوع مورد نیاز آنها، برای ارتقای کیفیت در خدمات آموزشی باید به عوامل و معیارهای محدود کننده بسیاری توجه شود (۱۲).

از نظر یونسکو، کیفیت در آموزش عالی مفهومی چند بُعدی است که تا حد زیادی به وضعیت محیطی (زمینه) نظام دانشگاهی، اهداف و استانداردهای رشته دانشگاهی بستگی دارد (۱۳). رونتویولو، کیفیت را مفهومی چند بُعدی می‌داند که بنا بر اهداف دولت‌ها، معلمان و دانشجویان با ابعاد متفاوت آموزش مانند سازمان‌دهی و مدیریت، شرایط آموزشی و پژوهشی، محتوای

آموزش و ... ارتباط دارد (۱۴). هاروی و گرین معتقدند کیفیت، عملکردی است که تنها در محیطی خاص و زمانی قابل دستیابی است که یادگیرندگان در اوج آمادگی باشند. این تعریف بیشتر به آموزش عالی اشاره دارد و در مؤسساتی چون هاروارد و کمبریج این نوع کیفیت مد نظر است؛ زیرا تقاضای ورود زیاد است، ولی تنها مستعدترین افراد به آنها راه می‌یابند (۱۵). امروزه، بر اساس اصل مشتری مداری، نظام‌های آموزشی دنیا با توجه به نیازهای واقعی استفاده‌کنندگان از این خدمات طراحی می‌شود و دیدگاه دانشجویان در مورد همه جنبه‌های آموزش بررسی و از عوامل ضروری پایش کیفیت در دانشگاه‌ها در نظر گرفته می‌شود (۱۶). تعاریف‌های متناقض از کیفیت آموزش موجب شده است برای اندازه‌گیری کیفیت در آموزش عالی از روش‌های متفاوتی استفاده شود (۱۷). تا چندین سال، پژوهشگران دانشگاهی کیفیت خدمات را با استفاده از مقیاس‌های تک بعدی اندازه‌گیری می‌کردند، در حالی که این نوع مقیاس‌ها برای اندازه‌گیری مفهومی چند بعدی مانند کیفیت مناسب نیست (۱۸). با وجود تأکید بر دریافت بازخورد از مشتریان، معمولاً بین تلقی مدیریت از ادراک و انتظار دریافت‌کنندگان خدمت و ادراک و انتظار واقعی آنها تناسبی وجود که موجب کاهش کیفیت خدمت می‌گردد (۱۹).

پاراسورمن^۱ و همکاران (۱۹۸۵) برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات طراحی مقیاسی چند بعدی طراحی کردند که سروکوال^۲ نامیده می‌شود و با تحقیقاتی که طی سال‌های ۱۹۸۸، ۱۹۹۱، ۱۹۹۳ و ۱۹۹۴ انجام دادند، آن را تکمیل نمودند. این ابزار، ادراک مشتریان را در پنج بُعد خدمت اندازه‌گیری می‌کند. این ابعاد عبارتند از: (۱) بعد ملموس^۳: منظور، شرایط و فضای فیزیکی محیط ارائه خدمت از جمله: تسهیلات، تجهیزات، کارکنان و کانال‌های ارتباطی است؛ (۲) بعد اطمینان^۴: یعنی توانایی انجام خدمت به شکلی مطمئن و قابل اعتماد؛ (۳) بعد پاسخ‌گویی^۵: یعنی تمایل به همکاری و کمک به مشتری؛ (۴) بعد تضمین^۶: منظور، شایستگی و توانایی کارکنان برای القای حس اعتماد و اطمینان به مشتری است؛ (۵) بعد همدلی^۷: یعنی

1. Parasuraman

2. SERVQUAL

3. Tangibles

4. Reliability

5. Responsiveness

6. Assurance

7. Empathy

برخورد ویژه با هر یک از مشتریان، با توجه به روحیات آنها به طوری که مشتریان قانع شوند سازمان آن‌ها را درک کرده است.

پاراسورمن و همکاران (۱۹۹۸)، کیفیت را تفاوت بین انتظارات مشتریان از وضع مطلوب و ادراکات آنها از وضع موجود ارائه خدمات، تعریف نموده‌اند. مشتریان، اغلب کیفیت خدمات را از طریق مقایسه خدمتی که دریافت کرده‌اند با خدمتی که انتظار آن را داشته‌اند، ارزیابی می‌کنند. اگر سطح رضایت مشتری از خدمت دریافت شده را با P ، و سطح خدمات مورد انتظار را با E نشان دهیم؛ رضایت مشتری از خدمات از این معادله پیروی می‌کند (۷): $S = P - E$. اگر $P = E$ نبوده و بدتر از آن، $P < E$ باشد؛ بین انتظار مشتری و تجربه دریافت خدمات شکاف ایجاد می‌شود ($S < 0$) که به نارضایتی مشتری منجر خواهد شد. هدف از استانداردسازی و ارائه خدمات آموزشی ناب، به صفر رساندن شکاف بین P و E است. گام اساسی برای جبران این شکاف، اتخاذ استراتژی‌هایی برای کاهش آن و تأمین نظر مشتری است. در این صورت، نه تنها اولویت‌گذاری آگاهانه و تخصیص منابع استراتژیک تسهیل می‌شود، بلکه مبنایی فراهم می‌شود تا بتوان کیفیت خدمات ارائه شده را بهبود بخشید، بر اثربخشی آن افزود و رضایت دریافت‌کنندگان خدمت را فراهم کرد (۲۶). اگرچه مدل‌های دیگری نظیر سروپرف^۲ و تکنیک گسترش عملکرد کیفیت^۳ نیز برای بررسی کیفیت خدمات ارائه شده، ولی بدون تردید، تا کنون هیچ‌یک به اندازه سروکوال با استقبال عمومی محققان بازاریابی مواجه نشده‌اند (۲۷). بایراکتاراکلو و اترک^۴ (۲۰۱۰) به مقایسه دو مدل سروکوال و سروپرف در آموزش عالی ترکیه پرداختند و دریافتند هر دو مدل، از نظر پایایی و روایی بسیار به هم نزدیک‌اند و از هر دو می‌توان برای بررسی کیفیت خدمات در آموزش عالی استفاده کرد.

کبریایی و رودباری (۱۳۸۴) در بررسی شکاف کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان، با استفاده از مدل سروکوال دریافتند اغلب دانشجویان معتقدند شکافی منفی در کیفیت خدمات آموزشی وجود دارد. از میان ابعاد پنج‌گانه خدمت، بُعد پاسخ‌گویی بیشترین شکاف و بُعد اطمینان کمترین شکاف کیفیت را داشتند. آربونی و همکاران (۱۳۸۴) نیز در بررسی شکاف کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی زنجان از دیدگاه دانشجویان دریافتند در هر پنج بُعد کیفیت خدمات، شکاف وجود دارد. بیشترین شکاف در بُعد همدلی و

1. Satisfaction = Perception – Expectation

2. SERVPERF

3. Quality Function Development (QFD)

4. Bayraktaroglu & Atrek

کمترین شکاف مربوط به بُعد اطمینان بود. آقاملایی و همکاران (۱۳۸۵) در بررسی شکاف کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان دریافتند در هر پنج بُعد خدمت و تمام عبارات مربوط به هر بُعد شکاف کیفیت وجود دارد. بیشترین شکاف کیفیت در بُعد پاسخ‌گویی و پس از آن، به ترتیب، در ابعاد همدلی، تضمین، ملموس و اطمینان وجود داشت. زوار و همکاران (۱۳۸۶) در بررسی کیفیت خدمات مراکز آموزشی دانشگاه پیام نور استان‌های آذربایجان شرقی و غربی دریافتند که دانشجویان از کیفیت خدمات مراکز آموزشی پیام نور راضی نیستند و در بین رشته‌های تحصیلی، فقط سطح نارضایتی دانشجویان رشته کامپیوتر در آزمون f معنی‌دار بود. مینگ چاو (۲۰۰۴) در بررسی کیفیت خدمات آموزشی دوره پرستاری در تایوان دریافت دانشجویان روش‌های سنتی آموزش پرستاری چون آموزش بیمارستانی و ارائه‌های کلاسی را مفیدتر از روش‌های نوین آموزشی مانند آموزش از طریق رایانه و فیلم‌های آموزشی می‌دانند. سانی و همکاران (۲۰۰۴) در بررسی کیفیت خدمات آموزشی در بخش آموزش عالی کشور هند دریافتند در پنج بُعد کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان شکاف معنی‌دار و منفی وجود دارد. یثو^۱ (۲۰۰۹) نیز در بررسی کیفیت خدمات آموزشی در آموزش عالی سنگاپور دریافت مشتری‌گرایی، طراحی دوره‌های کیفیت و حمایت از خدمات تأثیر مستقیمی بر تجربیات کلی دانشجویان از کیفیت خواهد داشت.

رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی از جمله رشته‌های دانشگاهی است که طی سال‌های اخیر، از نظر تعداد دانشکده‌ها و مراکز علمی ارائه‌دهنده و همچنین، تعداد دانشجویان رشد کمی قابل توجهی داشته است، ولی به نظر می‌رسد از نظر کیفی آنچنان که باید، توسعه نیافته است. برای بررسی وضعیت این رشته و دانشجویان آن تحقیقات ارزشمندی انجام شده است، برای نمونه کوزه‌چیان (۱۳۷۹) در بررسی وضعیت آموزشی دانشجویان رشته تربیت بدنی دریافت با وجود انگیزه و علاقه دانشجویان تربیت بدنی، ضعف کیفی نیروی انسانی و منابع مالی موجب ضعف کیفیت دانشکده‌های تربیت بدنی شده است. در تحقیق دیگری، ذوالاکتاف و همکاران (۱۳۸۳) نتیجه گرفتند استادان تربیت بدنی معتقدند بین برنامه درسی دانشجویان با نیازهای جامعه و مدرسه تناسبی وجود ندارد و استادان، خواهان تغییر برنامه درسی و ایجاد گرایش‌های متناسب با نیازهای جدید هستند. همچنین سجادی و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیقی دریافتند دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های دولتی شهر تهران از نحوه آموزش خود رضایت متوسطی دارند و معتقدند دروس کارشناسی ارشد، آن‌ها را برای آزمون دکتری آماده نمی‌کند و

1. Yeo

منابع انسانی (استادان) نیز پاسخ‌گوی نیازهای آنها نیستند. تحقیقات پیشین، همگی به بررسی وضعیت موجود در رشته تربیت بدنی پرداخته‌اند؛ بنابراین در این تحقیق هدف آن است که با استفاده از مدل سروکوال، ضمن بررسی وضعیت موجود، دیدگاه دانشجویان در ارتباط با وضعیت مطلوب نیز بررسی و به این سؤال پاسخ داده شود که آیا بین وضع موجود و مطلوب کیفیت خدمات آموزشی در دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران، از دیدگاه دانشجویان کارشناسی تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی است. جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی و از طریق پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری تحقیق دانشجویان کارشناسی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران در نیم‌سال اول سال تحصیلی ۱۳۸۸-۸۹ بود که تعداد آنها ۲۷۳ نفر بوده است. نمونه آماری نیز طبق جدول مورگان، ۱۶۰ نفر تعیین شد و آزمودنی‌ها به صورت کاملاً تصادفی انتخاب شدند. برای سنجش ادراک و انتظار دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی، از پرسشنامه‌ای استفاده شد که کبریایی (۱۳۸۴) به روش سروکوال تهیه کرده بود. پرسشنامه از دو بخش تشکیل شده بود: بخش اول، مشخصات فردی دانشجویان (جنسیت و سنوات تحصیل) را در بر داشت و بخش دوم، شامل ۲۷ جفت سؤال متناظر بود که بر اساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت طراحی و در سنجش ادراک دانشجویان از وضع موجود، از خیلی خوب (۵ امتیاز) تا خیلی بد (۱ امتیاز) و در بررسی انتظارات دانشجویان از وضع مطلوب، از کاملاً مهم (۵ امتیاز) تا خیلی کم اهمیت (۱ امتیاز) ارزش‌گذاری شده بود. از ۲۷ سؤال پرسشنامه، ابعاد تضمین و پاسخ‌گویی هر یک ۵ سؤال، همدلی ۶ سؤال، اطمینان ۷ سؤال و ملموس ۴ سؤال را به خود اختصاص داده‌اند. برای کسب اطمینان از روایی^۱ محتوایی پرسشنامه، ابتدا پرسشنامه‌ها بین ۱۰ تن از استادان مدیریت ورزشی توزیع شد تا نظرات تکمیلی و اصلاحی خود را درباره روایی محتوایی پرسشنامه اعلام نمایند. پس از دریافت و اعمال نظرات، از روایی محتوا اطمینان حاصل شد. پایایی^۲ پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه شد و مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه ۰/۸۷ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در بخش نخست، تجزیه و تحلیل توصیفی یافته‌ها به صورت فراوانی و درصد ارائه شده و در بخش دوم،

1. Validity
2. Reliability

برای تجزیه و تحلیل استنباطی یافته‌ها از آزمون‌های t زوجی برای مقایسه شکاف موجود در ابعاد و عبارات مربوط به کیفیت خدمات آموزشی، t مستقل برای مقایسه شکاف کیفیت خدمات آموزشی بین دانشجویان زن و مرد و همچنین از آزمون آنووا و آزمون تعقیبی LSD برای مقایسه شکاف کیفیت خدمات آموزشی بین دانشجویان با سنوات تحصیلی مختلف استفاده شده است. تمام محاسبات آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق در دو بخش یافته‌های توصیفی و استنباطی ارائه شده است.

الف) یافته‌های توصیفی: یافته‌های توصیفی تحقیق نشان می‌دهد از میان ۱۶۰ دانشجوی کارشناسی بررسی شده، ۸۷ نفر (۵۴/۴٪) زن و ۷۳ نفر (۴۵/۶٪) مرد و همچنین، ۴۵ نفر (۲۸/۱٪) دانشجوی سال دوم، ۵۴ نفر (۳۳/۸٪) دانشجوی سال سوم و ۶۱ نفر (۳۸/۱٪) دانشجوی سال چهارم بوده‌اند.

ب) یافته‌های استنباطی: نتایج آزمون t زوجی که در جدول ۱ آمده است نشان می‌دهد در تمام عبارات مربوط به کیفیت خدمات آموزشی، بین وضع موجود و مطلوب شکاف معنی‌دار و منفی وجود دارد. بیشترین شکاف کیفیت مربوط به سؤال دوم پرسشنامه مبنی بر آماده نمودن دانشجو برای شغل آینده و کمترین شکاف کیفیت مربوط به سؤال ۲۴ مبنی بر ظاهر آراسته و حرفه‌ای استادان است.

جدول ۱. میانگین نمرات ادراک، انتظار و شکاف کیفیت در هر یک از عبارات مربوط به کیفیت

خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان

نتیجه آزمون t زوجی		تفاوت میانگین‌ها	وضعیت مطلوب (E)		وضعیت موجود (P)		عبارات		
P	t		انحراف معیار مطلوب	میانگین مطلوب	انحراف معیار موجود	میانگین موجود			
۰/۰۰۰	-۲۳/۳۳	-۲/۱۰	۰/۵۸	۴/۶۶	۰/۹۰	۲/۵۵	تسهیل بحث و تبادل نظر در کلاس توسط استاد	۱	تضمین
۰/۰۰۰	-۳۵/۶۴	-۲/۸۱	۰/۴۳	۴/۷۷	۰/۸۲	۱/۹۶	آماده نمودن دانشجو برای شغل آینده	۲	
۰/۰۰۰	-۲۰/۴۹	-۲/۱۲	۰/۸۰۶	۴/۲۶	۰/۸۶	۲/۱۴	اختصاص وقت خارج از کلاس به دانشجویان	۳	
۰/۰۰۰	-۱۵/۴۰۶	-۱/۷۶	۰/۸۴	۴/۴۶	۱/۰۳	۲/۷۰	وجود منابع اطلاعاتی کافی	۴	
۰/۰۰۰	-۱۸/۶۳	-۲/۱۱	۰/۶۸	۴/۶۵	۱/۰۳	۲/۵۳	برخورداری استادان از دانش و تخصص کافی	۵	
۰/۰۰۰	-۲۴/۵۴	-۲/۰۵	۰/۶۹	۴/۳۳	۰/۸۲	۲/۲۸	در دسترس بودن استادان در هنگام نیاز دانشجو	۶	پاسخگویی
۰/۰۰۰	-۱۹/۶۳	-۲/۰۱	۰/۶۷	۴/۳۳	۱/۰۶	۲/۳۱	سهولت دسترسی دانشجویان به مدیریت	۷	
۰/۰۰۰	-۲۰/۰۹	-۲/۰۵	۰/۷۴	۴/۲۹	۱/۰۳	۲/۲۳	اعمال نظرات دانشجویان در مسائل آموزشی	۸	
۰/۰۰۰	-۱۲/۸۵	-۱/۴۸	۰/۸۲	۴/۱۷	۰/۰۷	۲/۶۹	ارائه منابع مطالعاتی مناسب به دانشجویان	۹	
۰/۰۰۰	-۲۰/۲۴	-۲/۲۶	۰/۷۸	۴/۲۶	۱/۰۲	۲/۰۰	اعلام ساعت‌هایی برای مراجعه دانشجو به استاد	۱۰	

عبارات	وضعیت موجود (P)		وضعیت مطلوب (E)		نتیجه آزمون t زوجی	
	میانگین موجود	انحراف معیار موجود	میانگین مطلوب	انحراف معیار مطلوب	تفاوت میانگین ها	
۱۱	۲/۳۶	۰/۹۹	۳/۹۰	۰/۹۰	-۱/۵۴	-۱۲/۴۱
۱۲	۲/۱۱	۰/۹۶	۴/۲۵	۰/۸۹	-۲/۱۳	-۱۷/۳۸
۱۳	۲/۸۰	۱/۱۹	۴/۳۹	۰/۶۹	-۱/۵۹	-۱۳/۸۵
۱۴	۲/۸۱	۱/۲۹	۴/۱۳	۰/۹۴	-۱/۳۱	-۹/۰۹
۱۵	۲/۷۷	۰/۹۷	۴/۳۶	۰/۶۷	-۱/۵۹	-۱۵/۳۴
۱۶	۲/۸۳	۱/۰۹	۴/۵۱	۰/۵۹	-۱/۶۸	-۱۶/۰۷
۱۷	۲/۵۶	۰/۹۲	۴/۴۰	۰/۶۰	-۱/۸۳	-۲۲/۹۰
۱۸	۲/۱۶	۰/۹۷	۴/۳۳	۰/۷۵	-۲/۱۶	-۲۴/۷۷
۱۹	۲/۷۱	۰/۸۳	۴/۲۹	۰/۷۹	-۱/۵۸	-۱۵/۳۷
۲۰	۲/۳۷	۱/۰۷	۴/۴۵	۰/۶۸	-۲/۰۷	-۱۷/۷۱
۲۱	۲/۶۸	۱/۱۷	۴/۰۶	۱/۰۱	-۱/۳۷	-۱۰/۱۲
۲۲	۲/۷۸	۱/۲۲	۴/۳۱	۰/۷۵	-۱/۵۳	-۱۲/۴۶
۲۳	۲/۶۲	۱/۱۳	۴/۳۰	۰/۷۴	-۱/۶۷	-۱۵/۰۹
۲۴	۳/۲۷	۰/۸۹	۳/۸۵	۱/۰۱	-۰/۵۷	-۵/۱۳
۲۵	۲/۹۹	۱/۲۷	۴/۰۶	۰/۷۵	-۱/۰۶	-۸/۶۲
۲۶	۲/۸۱	۱/۱۷	۴/۵۱	۰/۶۰	-۱/۷۰	-۱۶/۰۵
۲۷	۲/۴۶	۱/۲۲	۴/۳۱	۰/۷۹	-۱/۸۵	-۱۳/۸۶

نتایج آزمون t زوجی (جدول ۲) نشان می‌دهد در تمام ابعاد مربوط به کیفیت خدمات آموزشی، بین وضع موجود و مطلوب، شکاف معنی‌دار و منفی وجود دارد. بیشترین شکاف کیفیت مربوط به بُعد تضمین و کمترین شکاف مربوط به بُعد ملموس است.

جدول ۲. میانگین نمرات ادراک، انتظار و شکاف کیفیت در هر یک از ابعاد مربوط به کیفیت خدمات

آموزشی از دیدگاه دانشجویان

ابعاد کیفیت خدمات		وضعیت موجود (P)		وضعیت مطلوب (E)		نتیجه آزمون t زوجی	
میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین (شکاف)	تفاوت	t	P
۲/۳۸	۰/۶۲	۴/۵۶	۰/۳۴	-۲/۱۸	-۳۳/۲۷	-۳۳/۲۷	۰/۰۰۰
۲/۳۰	۰/۶۸	۴/۲۸	۰/۴۹	-۱/۹۷	-۲۴/۷۰	-۲۴/۷۰	۰/۰۰۰
۲/۶۱	۰/۷۹	۴/۲۶	۰/۴۷	-۱/۶۴	-۱۸/۹۵	-۱۸/۹۵	۰/۰۰۰
۲/۵۵	۰/۶۶	۴/۳۰	۰/۴۱	-۱/۷۴	-۲۳/۹۷	-۲۳/۹۷	۰/۰۰۰
۲/۸۸	۰/۸۳	۴/۱۸	۰/۵۵	-۱/۳۰	-۱۴/۵۴	-۱۴/۵۴	۰/۰۰۰
۲/۵۴	۰/۵۸	۴/۳۲	۰/۳۳	-۱/۷۸	-۲۷/۲۸	-۲۷/۲۸	۰/۰۰۰

داده‌های جدول ۳ نشان می‌دهد شکاف کیفیت خدمات به صورت کلی و همچنین در ابعاد پنج‌گانه، در میان دانشجویان زن به صورت معنی‌داری کمتر از دانشجویان مرد است.

جدول ۳. مقایسه شکاف کیفیت خدمات بین دانشجویان زن و مرد

مقدار P	t	دانشجویان مرد		دانشجویان زن		
		انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	
۰/۰۴۶	۲/۰۱	۰/۹۴	-۲/۳۳	۰/۷۰	-۲/۰۶	بعد تضمین
۰/۰۰۰	۴/۸۵	۰/۸۸	-۲/۳۷	۰/۹۹	-۱/۶۴	بعد پاسخ‌گویی
۰/۰۰۲	۳/۰۸	۱/۱۹	-۱/۹۲	۰/۹۴	-۱/۴۰	بعد همدلی
۰/۰۰۹	۲/۶۴	۰/۹۰	-۱/۹۵	۰/۹۰	-۱/۵۷	بعد اطمینان
۰/۰۱۷	۲/۴۱	۱/۲۰	-۱/۵۳	۰/۱۱	۱/۰۳	بعد ملموس
۰/۰۰۰	۳/۶۶	۰/۸۵	-۲/۰۳	۰/۷۴	-۱/۵۷	میانگین کل کیفیت خدمات

با توجه به جدول ۴، نتایج آزمون آنووا در مقایسه شکاف کیفیت خدمات آموزشی بین دانشجویان سال دوم، سوم و چهارم نشان می‌دهد شکاف کیفیت خدمات محاسبه شده، بین دانشجویان با سنوات تحصیلی مختلف تفاوت معنی‌داری دارد ($P < ۰/۰۵$).

جدول ۴. مقایسه شکاف کیفیت خدمات بین دانشجویان با سنوات تحصیلی مختلف

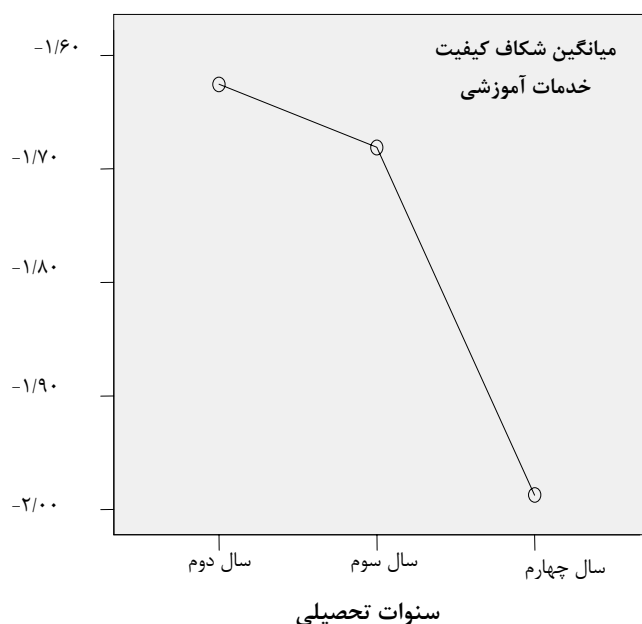
سنوات تحصیلی	مجدور مربعین	درجۀ آزادی (df)	میانگین مربعات	F	مقدار-P
بین گروهی	۴/۲۲	۲	۲/۱۱	۳/۱۷۶	۰/۰۴۴
درون گروهی	۱۰۴/۳۳	۱۵۷	۰/۶۶۵		
جمع	۱۰۸/۵۶۱	۱۵۹			

با توجه به همگنی واریانس‌ها، برای تعیین گروه‌هایی که شکاف کیفیت خدمات آموزشی در آنها تفاوت معنی‌داری دارد از آزمون تعقیبی LSD استفاده شده است. نتایج این آزمون نشان می‌دهد میزان شکاف کیفیت خدمات آموزشی بین دانشجویان سال سوم و چهارم و همچنین دانشجویان دوم و چهارم تفاوت معنی‌داری دارد.

جدول ۵. نتیجه آزمون تعقیبی LSD

گروه‌های دانشجویان		تفاوت میانگین‌ها (I-J)	انحراف استاندارد	sig
سال دوم (I)	سال سوم (J)	۰/۰۵۵	۰/۱۶۴۵	۰/۷۳۶
سال سوم (I)	سال چهارم (J)	* ۰/۳۰۶	۰/۱۵۲۳	۰/۰۴۶
سال چهارم (I)	سال دوم (J)	* -۰/۳۶۱	۰/۱۶۰	۰/۰۲۵

*تفاوت معنی‌داری وجود دارد.



شکل ۱. مقایسه شکاف کیفیت خدمات بین دانشجویان با سنوات مختلف تحصیلی

بحث و نتیجه گیری

هدف این تحقیق تعیین شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران، از دیدگاه دانشجویان کارشناسی بود. تحلیل شکاف کیفیت خدمات، مدیریت را قادر می‌سازد ضمن جلوگیری از کاهش کیفیت، منابع محدود مالی را به حوزه‌هایی اختصاص دهند که از دید دانشجویان اهمیت بیشتری دارند؛ بدین ترتیب، ضمن تأمین رضایت دانشجویان، در هزینه‌ها نیز صرفه‌جویی می‌شود (۳۹). همان‌گونه که نتایج نشان داد، در هر پنج بُعد کیفیت خدمات آموزشی شکاف منفی وجود دارد. شکاف منفی بیانگر این است که انتظارات دانشجویان از ارائه خدمات، فراتر از ادراکات آن‌ها از وضع موجود است. در این تحقیق، کمترین میانگین شکاف کیفیت در بُعد ملوس و بیشترین میانگین در بُعد تضمین مشاهده شد که با نتایج تحقیق زوار و همکاران (۱۳۸۶) همسو است و با تحقیقات آربونی و همکاران (۱۳۸۴)، کبریایی و رودباری (۱۳۸۴) و آقاملایی و همکاران (۱۳۸۵) ناهمسو است. با مقایسه نتایج پژوهش‌های انجام شده می‌توان دریافت که شکاف کیفیت در ابعاد پنج‌گانه خدمات در هر دانشکده یا دانشگاهی ممکن است به دلیل تنوع رشته تحصیلی، تعداد دانشجو و اعضای هیئت علمی،

قدمت دانشگاه، فرهنگ سازمانی حاکم، فضای فیزیکی و امکانات آموزشی متفاوت باشد. وجود شکاف منفی کیفیت در تمام ابعاد و در تمام عبارات مربوط به این ابعاد، بیانگر این است که بهبود کیفیت خدمات آموزشی ضروری است (۴۰).

بیشترین شکاف کیفیت در بُعد تضمین مشاهده شد. این بُعد بر ایجاد حس اعتماد و اطمینان در دانشجویان تأکید دارد و وجود بیشترین شکاف منفی در آن به این معناست که آموزش‌های نظری و عملی لازم و متناسب با شغل آینده به دانشجویان ارائه نمی‌شود. همچنین، استادان، در مقایسه با آنچه دانشجویان انتظار دارند، دانش تخصصی کافی ندارند، امکان بحث و تبادل نظر را در کلاس‌ها فراهم نمی‌کنند و در خارج از ساعت‌های کلاس نیز وقت کافی برای پاسخ‌گویی به سؤالات دانشجویان در نظر نمی‌گیرند. در بین پاسخ‌های دانشجویان به سؤالات پرسشنامه، بیشترین شکاف کیفیت مربوط به سؤال آمادگی برای شغل آینده است (۲/۸۱-) که از سؤالات مربوط به بُعد تضمین است. این اختلاف زیاد بین وضع موجود و مطلوب بیانگر آن است که دانشجویان اعتقاد دارند دروسی که به آنها ارائه می‌شود و نحوه آموزش آنها منطبق با نیازهای بازار کار نمی‌باشد. همسو بودن نتایج این تحقیق با تحقیق ذوالاکتاف و همکاران (۱۳۸۳) که در دو جامعه آماری متفاوت (دانشجویان کارشناسی و استادان دانشگاه) انجام شده، بیانگر لزوم بازنگری دروس دوره کارشناسی و نحوه آموزش آنهاست؛ زیرا تناسب نداشتن آموزش‌ها با نیاز جامعه، نه تنها فارغ‌التحصیلان تربیت بدنی را در یافتن شغل با مشکل مواجه می‌کند، بلکه نیازهای جامعه نیز به گونه‌ای صحیح مرتفع نمی‌شود.

پس از بُعد تضمین، بیشترین شکاف منفی کیفیت مربوط به بُعد پاسخ‌گویی است که بر تمایل استادان و مسئولان به همکاری و کمک به دانشجویان تأکید دارد. شکاف منفی کیفیت در این بُعد نشان می‌دهد استادان هنگام نیاز دانشجویان در دسترس نبوده، برنامه مشخصی برای حضور در دفتر کار خود ندارند یا اینکه زمان خاصی را برای پاسخ‌گویی به سؤالات دانشجویان در نظر نمی‌گیرند. همچنین، به نظرات و پیشنهادات دانشجویان درباره مسائل آموزشی توجه نشده است و دانشجویان برای دسترسی به مدیریت و انتقال نظرات و پیشنهادات خود با مشکل مواجه‌اند. در بین سؤالات پرسشنامه، دومین سؤالی که بیشترین شکاف کیفیت را دارد (۲/۲۶-) مربوط به اعلام ساعت‌های مراجعه دانشجویان به استادان است. هرچند در تحقیقات پیشین کمتر به این موضوع توجه شده؛ تفاوت فاحش بین وضع موجود و مطلوب بیانگر آن است که با وجود انتظارات دانشجویان کارشناسی، استادان تا کنون، توجه چندانی به این موضوع نداشته‌اند. تعیین ساعت‌هایی برای مراجعه دانشجویان، نه تنها می‌تواند به شکل‌گیری حس

همکاری از سوی استادان در ذهن دانشجویان کمک کند، بلکه در رفع ابهامات علمی دانشجویان و بهبود روابط استاد و دانشجو نیز موثر است.

پس از بعد پاسخ‌گویی، بیشترین شکاف منفی مربوط به بُعد اطمینان است که بر توانایی القای حس اعتماد و اطمینان به دانشجویان تأکید دارد. از جمله عواملی که در ایجاد حس اعتماد و اطمینان در دانشجویان مؤثرند و کمتر به آن‌ها توجه شده، کسب نمره بهتر در صورت تلاش بیشتر و آگاه نمودن دانشجو از نتایج ارزشیابی‌های به عمل آمده از وی است. از دیگر موارد مهم می‌توان به ارائه منظم و مرتبط مطالب درسی و انجام فعالیت‌ها در زمان موعود اشاره کرد. بی‌توجهی به هر یک از این عوامل می‌تواند در کاهش اعتماد دانشجویان به استادان و دانشکده مؤثر باشد و احتمالاً آن‌ها را از تلاش بیشتر برای کسب موفقیت دل‌سرد کند. در بین سؤالات پرسشنامه، سومین سؤالی که بیشترین شکاف کیفیت را دارد (۲/۱۶-) مربوط به آگاه نمودن دانشجو از نتایج ارزشیابی‌های به عمل آمده از وی است. برگزاری امتحانات در طول ترم تحصیلی و ارائه بازخوردهای مناسب به دانشجویان، هم در ایجاد حس اعتماد و اطمینان در دانشجویان و هم در پیشرفت تحصیلی آن‌ها نیز مؤثر است و انگیزه لازم را برای تلاش بیشتر در آنان ایجاد خواهد کرد. در بین سؤالات بُعد اطمینان، دو سؤال دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی و انجام فعالیت‌ها در زمان وعده داده شده، اگرچه نسبت به وضع مطلوب شکاف منفی دارند؛ نسبت به سایر سؤالات این بعد، میانگین بالاتری در وضع موجود دارند که بیانگر رضایت نسبی دانشجویان کارشناسی از این خدمات است.

بُعد همدلی که در چهارمین رتبه شکاف منفی کیفیت خدمات قرار دارد، بر رفتار محترمانه استادان و کارکنان آموزش دانشکده با دانشجویان تأکید دارد. بیشترین شکاف منفی کیفیت خدمات در این بُعد، مربوط به عبارت‌های انعطاف‌ناپذیری استادان در مواجهه با شرایط خاص هر دانشجو است. به نظر می‌رسد توجه به شرایط خاص هر دانشجو در طول ترم تحصیلی، نه تنها به شکل‌گیری احساس عزت نفس و انگیزش در دانشجویان کمک کند، بلکه به استادان در ارزیابی منصفانه از عملکرد دانشجویان یاری می‌رساند. از دیگر سؤالاتی که در این بُعد بررسی شده می‌توان به رفتار محترمانه استادان و کارکنان آموزش با دانشجویان اشاره کرد. همان‌طور که در جدول ۱ آمده است، در وضعیت موجود، میانگین عبارت رفتار محترمانه استادان با دانشجویان ۲/۸۳ و میانگین عبارت رفتار مناسب کارکنان آموزشی با دانشجویان ۲/۷۷ است. یعنی در وضع موجود، رضایت نسبی دانشجویان از رفتار استادان بیشتر از کارکنان آموزش است، ولی اگر به ستون وضعیت مطلوب در جدول ۱ توجه کنیم، مشاهده می‌شود میانگین رفتار محترمانه استادان ۴/۵۱ و میانگین رفتار مناسب کارکنان آموزش ۴/۳۶ گزارش

شده است. همین موضوع سبب شده است در ستون تفاوت میانگین‌ها، در رفتار استادان با دانشجویان، در مقایسه با رفتار کارکنان آموزش با دانشجویان، شکاف منفی بیشتری مشاهده شود؛ یعنی با وجود اینکه در وضعیت فعلی استادان تربیت بدنی، در مقایسه با کارکنان آموزشی، رفتار بهتری با دانشجویان دارند، سطح انتظارات دانشجویان از استادان، بیش از انتظارات آنها از کارکنان آموزشی است که احتمالاً می‌تواند به دلیل ارتباط بیشتر دانشجویان با استادان یا انتظارات ذهنی دانشجویان با توجه به جایگاه اجتماعی بالاتر استادان باشد. در بین سؤالات مربوط به بُعد همدلی، کمترین شکاف کیفیت مربوط به سؤال وجود مکان آرام و مناسب برای مطالعه در دانشکده است (۱/۳۱-) که اگرچه با وضع مطلوب فاصله دارد، بیانگر رضایت نسبی دانشجویان از سالن‌های مطالعه و کتابخانه دانشکده است. از این رو مسئولان دانشکده با اندکی توجه به این موضوع و حذف عوامل مخل می‌توانند وضعیت موجود سالن‌های مطالعه را به حد مطلوب برسانند.

در بین پنج بُعد بررسی شده، کمترین شکاف کیفیت خدمات آموزشی مربوط به بُعد ملموس است. این بُعد بر کیفیت شرایط فیزیکی محیط ارائه خدمت و تسهیلات و تجهیزات دانشکده تأکید دارد. بررسی عبارت‌های مربوط به این بُعد نشان می‌دهد وسایل کمک آموزشی مورد استفاده جذابیتی ظاهری چندانی برای دانشجویان ندارد، همچنین تجهیزات آموزشی دانشکده مانند سایت اینترنت، اورهد و ... هرچند در وضعیت موجود دارای میانگین ۲/۸۱ است، همچنان با وضع مطلوب فاصله دارد (شکاف کیفیت ۱/۷۰-). در بین ۲۷ عبارت بررسی شده، بیشترین رضایت از وضعیت موجود (۳/۲۷) و همچنین کمترین شکاف کیفیت مربوط به ظاهر آراسته و حرفه‌ای استادان است (۵۷/۰-). یعنی در مورد آراستگی ظاهری استادان، بین وضع موجود و مطلوب تفاوت چندانی وجود ندارد. دومین عبارتی که در وضعیت موجود بیشترین نمره (۲/۹۹) و همچنین کمترین شکاف کیفیت (۱/۰۶-) را داشته است، جذابیت ظاهری تسهیلات فیزیکی دانشکده مانند ساختمان‌ها، محوطه دانشکده، کلاس، صندلی و ... است که این موضوع احتمالاً به دلیل تکمیل و تجهیز دانشکده طی سال‌های اخیر است. اگرچه جذابیت ظاهری تسهیلات فیزیکی دانشکده و همچنین ظاهر آراسته و حرفه‌ای استادان و کارکنان امری لازم و ضروری است و احتمالاً در ادراک مثبت دانشجویان از سایر مسائل نیز تأثیرگذار است؛ برای تربیت فارغ‌التحصیلانی باسواد و آماده برای احراز موقعیت‌های شغلی در جامعه، کافی نیست و نمی‌تواند به تنهایی، کیفیت خدمات آموزشی دانشکده را ارتقاء دهد.

بررسی عبارت‌ها نشان می‌دهد هفت مورد از هشت عبارتی که بیشترین شکاف منفی کیفیت خدمات آموزشی را از نظر پاسخ‌دهندگان داشته‌اند به استادان مربوط می‌شود که عبارتند از:

تناسب آموزش‌ها با موقعیت‌های شغلی در جامعه (۲/۸۱-)، اعلام ساعت‌هایی از سوی استادان برای مراجعه دانشجویان (۲/۲۶-)، آگاه نمودن دانشجو از نتایج ارزیابی‌ها از وی (۲/۱۶-)، انعطاف‌پذیری استادان در مواجهه با شرایط خاص هر دانشجو (۲/۱۳-)، اختصاص وقت، خارج از ساعت کلاس به دانشجویان (۲/۱۲-)، برخورداری اساتید از دانش و تخصص کافی (۲/۱۱-)، تسهیل بحث و تبادل نظر در کلاس توسط استاد (۲/۱۰-) و کسب نمره بیشتر در صورت تلاش بیشتر (۲/۰۷-)، بررسی این عبارات‌ها به نوعی نشان‌دهنده کم‌توجهی برخی استادان به دانشجویان کارشناسی است، در حالی که فارغ‌التحصیلان این مقطع، در آینده، اغلب معلمان و مربیان ورزش سطوح پایه کشور خواهند بود و کم‌توجهی به آن‌ها می‌تواند ضربه‌های جبران‌ناپذیری به بدنه ورزش کشور وارد کند.

مقایسه شکاف کیفیت خدمات بین دانشجویان زن و مرد نشان می‌دهد شکاف کیفیت خدمات به‌طور کلی و همچنین در ابعاد پنج‌گانه، در دانشجویان زن کمتر از دانشجویان مرد است. کمترین اختلاف بین دانشجویان زن و مرد در شکاف‌های مقایسه شده مربوط به بُعد تضمین و بیشترین اختلاف مربوط به بُعد پاسخ‌گویی است. این نتیجه با نتایج تحقیق آربونی و همکاران (۱۳۸۴) همسو است و با نتایج تحقیق زوار و همکاران (۱۳۸۶) ناهمسو است. کمتر بودن شکاف کیفیت خدمات در دانشجویان زن، در مقایسه دانشجویان مرد، به این معنی است که آنها فاصله بین وضع موجود و مطلوب را کمتر دانسته‌اند. این تفاوت ممکن است به این دلیل باشد که دانشجویان مرد بیش از دانشجویان زن، درباره آینده شغلی خود حساسیت و نگرانی دارند.

مقایسه شکاف کیفیت خدمات بین دانشجویان با سنوات تحصیلی مختلف نشان می‌دهد در میزان شکاف کیفیت خدمات آموزشی بین دانشجویان سال سوم و چهارم و همچنین دانشجویان سال دوم و چهارم تفاوت معنی‌داری وجود دارد. با توجه به شکل ۱، با افزایش سنوات تحصیلی، شکاف منفی بین ادراکات و انتظارات در دانشجویان بیشتر شده است، به‌طوری که بیشترین شکاف کیفیت در دانشجویان سال چهارم و کمترین شکاف کیفیت در دانشجویان سال دوم مشاهده می‌شود.^۱ این نتیجه با نتایج زوار و همکاران (۱۳۸۶) ناهمسو است، اما آقاملایی و همکاران (۱۳۸۵) نیز دریافته‌اند که انتظارات دانشجویان مقاطع تحصیلی بالاتر از کیفیت خدمات آموزشی، بیشتر از مقاطع تحصیلی پایین‌تر است. افزایش شکاف کیفیت

۱. با توجه به اینکه دانشجویان رشته تربیت بدنی ورودی بهمن هستند و این تحقیق در نیمه اول سال تحصیلی ۱۳۸۸-۸۹ انجام شده است؛ دانشجویان سال اول در دانشکده حضور نداشتند.

خدمات با افزایش سنوات در این تحقیق احتمالاً به این دلیل است که با افزایش سنوات، شناخت دانشجویان از وضع موجود و همچنین انتظارات آنها از سطح مطلوب بیشتر می‌شود. با توجه به شکاف منفی کیفیت در هر پنج بُعد خدمات آموزشی، به مسئولان دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران پیشنهاد می‌شود برای کاهش شکاف بین وضع موجود و مطلوب، در صورت امکان، دروسی در برنامه دانشجویان گنجانده شود که آنها را برای موقعیت‌های شغلی آتی آماده کند، در تدریس دروس دوره کارشناسی از استادان خبره و مجرب استفاده شود، امکان دسترسی دانشجویان به استادان در ساعت‌هایی خارج از کلاس درس فراهم شود و کارگاه‌هایی برای آشنایی اعضای هیئت علمی و کارکنان آموزشی با اصول بهبود کیفیت برگزار شود.

منابع:

۱. سماوی، حمیده، رضایی مقدم، کوروش، برادران، مسعود، (۱۳۸۷). مشتری مداری و کاربرد آن در نظام آموزش عالی: مورد آموزش عالی کشاورزی در استان خوزستان. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۴۹: ۱۲۱-۱۴۳.
۲. توفیقی، جعفر، نورشاهی، نسرین، (۱۳۸۴). ضرورت نظام تضمین کیفیت در آموزش عالی، مجموعه مقالات پنجاه و یکمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقات، تهران: ۱-۲۷.
3. Escotet, M. A., Florida, A.K., Cappon, P., Enrigue, L. (2003). Quality of higher education, meeting of higher education partners Paris. URL: <http://www.auqa.edu.au/auqf/2004/program/papers/Chua>
4. West, E. (2001). Management matters: the link between hospital organization and quality of patient care. Qual Health Care, 10(1): 8-40.
5. Walden, D., et al. (1993). Special issue on Kano's Methods for Understanding Customer-defined Quality. Center for Quality of Management, 2(4).
6. Cuthbert, P. (1996). Managing Service Quality in H.E.: Is SERVQUAL the Answers? Part 1. Managing Service Quality, (6)2: 11-16.
۷. الوانی، مهدی، ریاحی، بهروز، (۱۳۸۲). «سنجش کیفیت در بخش خدمات عمومی». تهران: مرکز آموزش تحقیقات صنعتی ایران.
۸. شفیعی رود پستی، میثم، میرغفوری، سید حبیب‌الله، (۱۳۸۷). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت خدمات آموزشی بخش آموزش عالی. آموزش عالی ایران، ۱: ۶۷-۹۳.

۹. اشرفی، بزرگ علی، رجبی، علی اکبر، (۱۳۸۴). رویکردی نوین به تضمین کیفیت در آموزش عالی. مجموعه مقالات پنجاه و یکمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقاتی، تهران.
10. Coates, H. (2005). The Value of Student Engagement for Higher Education Quality Assurance. *Quality in Higher Education*, 11: 25-36.
11. Lopez, I.G. (2005). Building Universities of Quality: An Analysis of the Views of University Students Concerning their Academic Training. *Higher Education in Europe*, (30)3-4: 321-334.
12. Brenan, C., Douglas, A. (1998). Developing a process Model for standard Setting in local Government Services. *Managing Service Quality*, (8):4.
۱۳. معروفی، یحیی، کیامنش، علیرضا، مهرمحمدی، محمود، علی عسکری، مجید، (۱۳۸۶). ارزشیابی کیفیت تدریس در آموزش عالی: بررسی برخی دیدگاه‌ها. مطالعات برنامه درسی، ۵: ۸۱-۱۱۲.
۱۴. یمنی، محمد، (۱۳۸۰). «درآمدی به بررسی عملکرد سیستم‌های دانشگاهی». چاپ اول. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
15. Lim, D. (2001). Quality assurance in Higher Education: A study of developing countries. England: Ashgate.
16. Hill, Y., Lomas, L., MacGregor, J. (2003). Students' perceptions of quality in higher education. *Quality Assurance Educ*, 11(1): 15-20.
17. Tam, M. (2001). Measuring quality and performance in higher education. *Quality in Higher Education*, 7(1): 47-54.
18. Adey, A., Bernie, O.D. (2006). Exploring graduates' perceptions of the quality of higher education. URL: <http://www.aair.org.au/jir/May94/Athiyaman>.
19. Donnelly, M., Dalrymple, J.F., Wisniewski, M., Curry, A.C. (1995). Measuring service quality in local government: the SERVQUAL approach. In *J Pub Sector Management*, 8(7):14-19.
20. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 59: 41-50.
21. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1):12-40.

22. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4): 420-450.
23. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1993). More on Improving Service Quality Measurement. *Journal of Retailing*, 69
24. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58(1): 111-124.
25. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40
26. Karydis, A., Komboli-Kodovazeniti, M., Hatzigeorgiou, D., Panis, V. (2001). Expectations and perceptions of Greek patients regarding the quality of dental health care. *Int J Qual Health Care*, 13(5): 409-16.
۲۷. سقایی، عباس، کاووسی، سید محمدرضا، (۱۳۸۴). «روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری». تهران: سبزان.
28. Bayraktaroglu, G., Atrek, B. (2010). Testing the superiority and dimensionality of SERVQUAL vs. SERVPEREF in higher education. *The Quality Management Journal*, 17: 47-59.
۲۹. کبریایی، علی، رودباری، مسعود، (۱۳۸۴). شکاف کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان: دیدگاه دانشجویان از وضعیت موجود و مطلوب. آموزش در علوم پزشکی. ۵: ۱۰.
۳۰. آربونی، فریبا، شغلی، علیرضا، بدری پشته، صاحب، مهاجری، منصور، (۱۳۸۴). بررسی شکاف بین انتظارات و خدمات آموزشی ارائه شده به دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی زنجان در سال ۱۳۸۴. گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، ۵: ۱۷-۲۵.
۳۱. آقاملایی، تیمور، زارع، شهرام، عابدینی، صدیقه، (۱۳۸۵). شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان. گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، ۳: ۷۸-۸۹.
۳۲. زوار، تقی، بهرنگی، محمدرضا، عسکریان، مصطفی، تادری، عزت‌الله، (۱۳۸۶). ارزشیابی کیفیت خدمات مراکز آموزشی دانشگاه پیام نور استان‌های آذربایجان شرقی و غربی از دیدگاه دانشجویان. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۴۶: ۶۷-۹۰.
33. Ming Chou, S. (2004). Evaluating the service quality of undergraduate nursing education in Taiwan- using quality function deployment. *Nurse Education Today*, 24: 310-318.

34. Sahney, S., Banwet, D.K., Karunes, S. (2004). A SERVQUAL and QFD approach to total quality education, A student perspective. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53(2): 143-166.
35. Yeo, R. K. (2009). Service quality ideals in a competitive tertiary environment. *International Journal of Educational Research*, 48: 62-76.
۳۶. کوزه‌چیان، هاشم، (۱۳۷۹). بررسی وضعیت آموزشی دانشجویان دانشکده‌های تربیت بدنی کشور. حرکت، ۴: ۳۷-۵۳.
۳۷. ذوالاکناف، وحید، کارگرفرد، مهدی، کرمی، حمیدرضا، (۱۳۸۳). روزآمد کردن برنامه درسی کارشناسی تربیت بدنی از نظر اعضای هیئت علمی. المپیک، ۱۲(۲): ۷-۲۰.
۳۸. سجادی، نصرالله، فلاحتی، علی اصغر، (۱۳۸۷). بررسی دیدگاه دانشجویان کارشناسی ارشد در مورد منابع انسانی، مادی، مدیریتی و آموزشی دانشکده‌های تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران. گزارش طرح پژوهشی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران.
39. Gagliano, K.B., Hatchcote, J. (1994). Customer expectations and perceptions of service quality in retail apparel specialty stores. *J Services Marketing*, 8(1): 60-9.
40. Millson, F., Kirk-Smith, M. (1996). The effect of quality circles on perceived service quality in financial services. *Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 2(4): 75-88.

رابطه هویت سازمانی و عوامل اجتماعی - جمعیت شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در ورزش

محبوبه اللهیاری^۱، دکتر مهرزاد حمیدی^۲، دکتر مهرعلی همتی نژاد^۳، فاطمه اللهیاری^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۳۰ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۸/۲۳

چکیده

هدف از تحقیق حاضر، بررسی رابطه هویت سازمانی و عوامل اجتماعی - جمعیت شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در کارشناسان آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک ایران است. روش پژوهش، توصیفی و از نوع پیمایشی و به لحاظ روابط بین متغیرها از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل تمام کارشناسان آکادمی (۶۰ نفر) است. نمونه آماری برابر جامعه در نظر گرفته شد، ولی پس از توزیع پرسشنامه‌ها، ۵۶ پرسشنامه (۹۳٪) جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شد. ابزار تحقیق شامل سه پرسشنامه عوامل اجتماعی - جمعیت شناختی و هویت سازمانی مائل و اشفرس (۱۹۹۲) و رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران (۱۹۹۰) بود. روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از نظر متخصصان تأیید شد و پایایی آنها نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ، به ترتیب ۰/۸۲۵ و ۰/۹۳۶ به دست آمد. ابتدا، توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بررسی شد. سپس، فرضیه‌ها، با استفاده از آزمون‌های همبستگی پیرسون، همبستگی اسپیرمن، خی دو، فی کرامر و رگرسیون خطی بررسی شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای آماری SPSS و Excel استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد میانگین هویت سازمانی (۷۴٪) در کارشناسان آکادمی بالاتر از رفتار شهروندی سازمانی (۶۴٪) است. از بین عوامل اجتماعی - جمعیت شناختی، ویژگی نوع استخدام با رفتار شهروندی رابطه مثبت و معنی‌داری دارد، ولی سابقه شغلی با رفتار شهروندی رابطه منفی و معنی‌داری دارد ($P < 0/05$). بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی و ابعاد آن، به جز جوانمردی، رابطه مثبت و معنی‌داری مشاهده می‌شود ($P < 0/01$). هویت سازمانی، پیش‌بینی‌کننده معنی‌داری برای رفتار شهروندی و ابعاد آن، به جز بعد جوانمردی است ($P < 0/01$). یافته‌های

Email:mallahyari26@gmail.com

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی

۲. استادیار دانشگاه تهران

۳. استادیار دانشگاه گیلان

۴. دانشجوی مدیریت ورزشی دانشگاه تهران

تحقیق بر افزایش هویت سازمانی و توجه به عوامل اجتماعی-جمعیت شناختی مناسب در به کارگیری کارمندان برای امور سازمانی تأکید دارد، تا با افزایش رفتارهای شهروندی سازمانی، مدیران آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک در جهت دستیابی به اهداف و پیامدهای مطلوب سازمانی گام بردارند.

کلیدواژه‌های فارسی: رفتار شهروندی سازمانی، هویت سازمانی، عوامل اجتماعی-جمعیت شناختی، آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک.

مقدمه

نگرش، ارزیابی یا برآوردی است که به صورت مطلوب یا نامطلوب، درباره شیء، فرد یا رویدادی انجام می‌شود. مدیران به این دلیل به نگرش کارکنان توجه می‌کنند که نگرش بر رفتار افراد اثر می‌گذارد (۱). آن دسته از رفتارهای شغلی که تأثیر زیادی بر اثربخشی عملیات سازمان دارند، توجه محققان و مدیران زیادی را به خود جلب کرده است. در گذشته، محققان برای بررسی رابطه میان رفتارهای شغلی و اثربخشی سازمانی، اغلب به عملکرد درون‌نقشی کارکنان توجه می‌کردند. تقریباً از یک دهه و نیم قبل، محققان بین عملکرد درون‌نقشی و فرآنقشی تفاوت قائل شده‌اند (۲).

بر اساس تئوری هویت سازمانی، ارائه رفتارهای مشارکتی خارج از نقش کارکنان سازمان‌ها، وابسته به هویت سازمانی^۱ و به عبارت دیگر، حد و حدودی است که اعضای سازمان خود را جزء سازمان و با سازمان یکی دانسته، هویت خود را در دل آن تصور نمایند (۳-۵) و موفقیت‌ها و شکست‌های سازمانی را موفقیت‌ها و شکست‌های خود بدانند (۶). هویت سازمانی، مفهومی است برای توصیف رابطه بین فرد با سازمانی که در آن کار می‌کند. صاحب‌نظران این عرصه، هویت سازمانی را چنین تعریف می‌نمایند: «ادراک یکی بودن (متعلق بودن) با سازمان، جایی که افراد خود را بر اساس خصوصیات سازمانشان تعریف می‌کنند» (۷). ثابت شده است که هویت سازمانی، عامل اساسی در زندگی سازمانی به شمار می‌رود. تحقیقات انجام شده در این عرصه نیز نشان می‌دهد، کارکنانی که احساس هویت یکسانی با سازمان خود دارند، تفکرهای مثبت و رفتارهای مفیدی در برابر محیط کار خود نشان می‌دهند (۶-۸).

تحقیقات رفتار سازمانی در دو دهه گذشته، تمایل قابل توجهی به مطالعه روی هویت سازمانی داشته است. ریکیتا (۲۰۰۵) در تحقیقی فراتحلیلی در مورد هویت سازمانی گفته است که هویت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرش‌ها و متغیرهای زمینه‌ای (وضعیتی) کاری در ارتباط

است (۹). اندیشمندان علوم اجتماعی معتقدند هویت سازمانی نیروهای انگیزشی بسیار قوی و نهفته‌ای دارد که می‌تواند در قالب رفتارهای شهروندی سازمانی^۱ بروز یابد (۹-۱۱).

در مورد رفتار شهروندی سازمانی تعاریف بسیار محدودی وجود دارد و آنچه هست از تعریف ارگان^۲ (۱۹۸۳) نشئت گرفته است. بنا بر تعریف وی: «رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری منحصر به فرد، اختیاری و فراوظیفه‌ای است که در افزایش اثربخشی سازمان مؤثر است و به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم، به‌وسیله سیستم پاداش رسمی سازمان، سازمان‌دهی نمی‌شود» (۱۲، ۱۳). ارگان (۱۹۸۸) رفتار شهروندی سازمانی را رفتاری اختیاری تعریف می‌کند که نمی‌تواند به عنوان بخشی از شرح شغل اجبار شود (۱۴). سازمان‌ها با شناخت این‌گونه رفتارها می‌توانند کارکنان را برانگیخته، کیفیت خدمات را ارتقاء بخشند و موجب اثربخشی کلی سازمان شوند (۱۵). البته اثرات ارائه چنین رفتارهایی تنها محدود به درون سازمان نمی‌شود، بلکه تأثیر آن بر افراد خارج از سازمان نیز قابل مشاهده خواهد بود که می‌تواند در قالب رضایت مشتریان، وفاداری آنان و قصد بازگشت مجدد آنها نیز نمایان شود (۱۶، ۱۷). در حقیقت، می‌توان نتیجه گرفت که رفتارهای شهروندی سازمانی با روغن کاری کردن قطعات و چرخ‌های اجتماعی سازمان‌ها، باعث ارتقاء و بهبود عملکرد سازمانی می‌شوند (۱۸).

پیشینه مدیریت ورزشی نیز نشان می‌دهد که رفتار شهروندی سازمانی، مفهومی استثنایی و ارزشمند در ورزش است و بر پیامدهای سازمانی از قبیل اثربخشی سازمانی، بهره‌وری، بهبود عملکرد و رضایت مشتری اثر می‌گذارد (۱۹، ۲۰). روشا^۳ (۲۰۰۸) نیز در همایش مدیریت ورزشی آمریکا اظهار کرد که رفتار شهروندی سازمانی در سازمان‌های ورزشی نقش مهمی ایفا می‌کند و سبب دستیابی به اهداف سازمانی می‌شود (۲۱).

نتایج تحقیق بیرگامی و باگوزی^۴ (۲۰۰۰) نشان داد کارکنانی که احساس هویت یکسانی با سازمان خود دارند، تفکرات مثبت و رفتارهای مفیدی در برابر محیط کار خود نشان می‌دهند (۶). بل و منگوک^۵ (۲۰۰۲) در تحقیقی با عنوان «رابطه سازمان-کارمند، رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات» دریافتند که حمایت‌های سازمانی و تمام ابعاد رفتار شهروندی با کیفیت خدمات ارتباطی معنی‌دار دارد. آنها همچنین دریافتند که بین هویت سازمانی و تمام ابعاد رفتار شهروندی و بین حمایت‌های سازمانی و هویت سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری

-
1. Organizational Citizenship Behavior (OCB)
 2. Organ
 3. Rocha
 4. Bergami & Bagozzi
 5. Bell & Menguc

وجود دارد که از این طریق، حمایت‌های سازمانی به‌طور غیرمستقیم بر رفتار شهروندی تأثیر می‌گذارد (۱۰). چانگ و چالادورای^۱ (۲۰۰۳) با مقایسه تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان پاره‌وقت و تمام‌وقت سازمان‌های ورزشی کره جنوبی به این نتیجه رسیدند که کارکنان تمام‌وقت، در مقایسه با کارکنان پاره وقت، تعهد عاطفی و رفتار شهروندی بالاتری داشتند. همچنین، ارتباط بین تعهد عاطفی و رفتار شهروندی در گروه کارکنان تمام‌وقت بیشتر از کارکنان پاره‌وقت بود (۲۲).

بلا و همکاران (۲۰۰۵) در تحقیقی روی بیمارستان‌های عمومی یونان نتیجه گرفتند که عزت نفس و هویت سازمانی با رفتارهای شهروندی سازمانی ارتباط دارند. زنان بیشتر از مردان رفتارهای شهروندی سازمانی بروز می‌دهند و میزان بروز این رفتارها در بین کارکنان تمام وقت، با کارکنان قراردادی متفاوت است (۲۳). کیم و چانگ (۲۰۰۷) در تحقیقی با عنوان «اثرات تعاملی تعهد حرفه‌ای و تعهد سازمانی کارکنان سازمان‌های ورزشی بر انگیزه ترک شغل و رفتارهای شهروندی سازمانی» دریافتند که تعهد سازمانی تأثیر منفی بر انگیزه ترک شغل دارد، ولی تعهد حرفه‌ای که کیم و چانگ آن را مترادف هویت و درگیری کارکنان با شغلشان می‌دانند، تأثیر مثبت بر انگیزه ترک شغل دارد. آنها همچنین دریافتند که تعهد سازمانی کارکنان در سازمان‌های ورزشی، اثر معنی‌داری بر رفتار شهروندی سازمانی دارد، در حالی که تعهد شغلی چنین تأثیری ندارد. این یافته را بدین‌گونه قابل توجیه است که هرچه تعهد سازمانی کارمندان قوی‌تر باشد، تمایل بیشتری به ارائه رفتارهای شهروندی در سازمان دارند، در حالی که هرچه تعهد شغلی کارمندان قوی‌تر باشد، تمرکز بیشتری بر شغلشان دارند و تمایلی به انجام فعالیت‌های خارج از شرح شغلشان ندارند (۲۴). دی و همکاران (۲۰۰۸) با انجام پژوهشی در زمینه هویت سازمانی دریافتند که وجود انواع هویت‌ها در سازمان مانند هویت سازمانی و هویت گروه کاری، در مقایسه با وجود یکی از انواع هویت‌ها، با رضایت شغلی و رفتارهای فرانقشی بیشتری همراه است (۲۵).

کیم و همکاران (۲۰۰۸) تأثیر تعهد سازمانی و هویت ورزشی کارکنان بخش‌های ورزشی دانشگاه را در چهار وضعیت شغلی (کارکنان تمام‌وقت، پاره‌وقت، داوطلبان و کارورزان) با هم مقایسه کردند و دریافتند که هویت ورزشی کارکنان تمام‌وقت و کارورزان به‌طور معنی‌داری، بالاتری از کارکنان پاره وقت و داوطلبان است. تعهد هنجاری و عاطفی کارورزان و داوطلبان به‌طور معنی‌داری، بیشتر از کارکنان پاره‌وقت است، ولی در مقایسه با کارکنان تمام‌وقت، تعهد عاطفی کمتری داشتند؛ بنابراین آنها توصیه کرده‌اند که واحدهای ورزشی، کارکنان پاره وقت را

محتاطانه به کار گیرند و به طور متناوب، پتانسیل افزایش استفاده از کارورزان و داوطلبان را بررسی کنند (۲۶). عزیزی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «ارتباط بین تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در کارشناسان سازمان تربیت بدنی» به این نتیجه رسیدند که بین تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی ارتباط معنی داری وجود دارد. همچنین بین ابعاد رفتار شهروندی، به جز بعد رفتار مدنی و تکریم و تواضع، با تعهد سازمانی نیز ارتباط وجود دارد (۲۷). مرادی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «ارتباط بین رهبری تحول آفرین-تبادلی و رفتار شهروندی سازمانی» دریافتند که میزان به کارگیری رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی در سازمان تربیت بدنی متوسط است و سبک رهبری تحول آفرین-تبادلی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنی داری دارد. آنها همچنین دریافتند که رهبری تحول آفرین پیش بینی کننده قوی تری برای رفتار شهروندی سازمانی است و تأثیر بیشتری بر آن دارد (۲۸). دعائی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «ارتقای سطح کیفیت خدمات: بررسی تأثیر رفتارهای شهروندی سازمانی» دریافتند که هیچ یک از ابعاد رفتارهای شهروندی سازمانی بر سطح کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان تأثیر نداشته است (۲۹).

خالد و جوزف^۱ (۲۰۰۹) با انجام پژوهشی در زمینه رابطه رفتارهای شهروندی سازمانی با ترک شغل در یافتند که جنسیت، رابطه بین رفتارهای کمکی را با ترک شغل تعدیل می کند و این رابطه در زنان، قوی تر از مردان است. همچنین اظهار داشتند عوامل اجتماعی-جمعیت شناختی از جمله جنسیت، در بروز رفتارها و نگرش های کاری مانند رفتارهای شهروندی سازمانی نقش دارند (۳۰). عظیم زاده و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و شخصیت کارشناسان سازمان شهرداری تهران» دریافتند که بین شخصیت و رفتار شهروندی سازمانی ارتباط معنی داری وجود دارد، ولی از بین ابعاد پنج گانه شخصیت، تنها دو بُعد استقبال از تجربه و وجدان با رفتار شهروندی سازمانی ارتباط مثبت و معنی داری داشتند (۳۱). مرادی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی دریافتند که در کارشناسان ستاد مرکزی سازمان تربیت بدنی، عدالت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری دارد. آنها همچنین دریافتند که عدالت سازمانی، پیش بینی کننده قوی ای برای رفتار شهروندی سازمانی است (۳۲). فلف و هینتز^۲ (۲۰۱۰) دریافتند که اتفاق نظر و پذیرش عقاید رهبر عامل مهمی برای تعهد سازمانی و رفتارهای شهروندی سازمانی است و پذیرش این عقاید با تعهد و رضایت مشتری در ارتباط است و رابطه بین رهبری و تعهد را تعدیل می کند (۳۳).

1. Khalid & Jusoff

2. Felfe & Heinitz

ورای اینکه رفتار شهروندی سازمانی سازه‌ای مکنون^۱ یا متراکم^۲ در نظر گرفته شود، نکته حائز اهمیت، شناسایی عوامل مؤثر بر بروز این گونه رفتارهاست. پودساکف و همکاران معتقدند که بررسی عوامل پیش‌بینی‌کننده بروز رفتار شهروندی سازمانی از زمینه‌های تحقیقاتی مهم در عرصه رفتار سازمانی است. این عوامل در دو دسته عوامل فردی و سازمانی قابل تفکیک‌اند. همچنین مطالعات انجام شده بر نقش عوامل اجتماعی-جمعیت‌شناختی مانند جنسیت و سطح سواد در میزان بروز رفتارها و نگرش‌های کاری مانند تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی تأکید دارند (۱۳، ۳۴)؛ بنابراین بررسی این موارد در کارکنان سازمان‌ها، مدیران را در درک بهتر رفتارهای مشارکتی یاری می‌نماید.

آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک از نهادهای اثرگذار در ورزش کشور است و در سطح ملی، بین‌المللی و کشورهای اسلامی فعالیت‌های مهمی را انجام می‌دهد. با وجود اهمیت شناسایی عوامل مؤثر بر بروز رفتار شهروندی سازمانی، به‌منظور بهره‌مندی از مزایا و پیامدهای آن که کاربردهای زیادی در مدیریت آکادمی و دیگر سازمان‌های ورزشی دارد (۲۰) تحقیقات کمی در مورد این موضوع، به‌ویژه در حیطه مدیریت ورزشی، موضوع انجام شده است و پس از جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی مختلف، در این زمینه تحقیق داخلی مشاهده و یافت نشد؛ از این رو اهداف اصلی این پژوهش پاسخ به پرسش‌های زیر است:

۱. چه رابطه‌ای بین عوامل اجتماعی-جمعیت‌شناختی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد؟

۲. چه رابطه‌ای بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در پنج بُعد نوع‌دوستی^۳، تکریم و تواضع^۴، جوانمردی^۵، وجدان‌کاری^۶ و رفتار مدنی^۷ وجود دارد؟

۳. آیا هویت سازمانی، پیش‌بینی‌کننده معنی‌داری برای رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن می‌باشد؟

-
1. Latent construct
 2. Aggregate construct
 3. Altruism
 4. Courtesy
 5. Sportsmanship
 6. Conscientiousness
 7. Civic virtue

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق توصیفی، از نوع پیمایشی و به لحاظ روابط بین متغیرها از نوع همبستگی است که به شکل میدانی به اجرا درآمده است و در آن، پس از تعیین سطح هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی، رابطه آنها و نیز رابطه متغیر هویت سازمانی با هر یک از ابعاد رفتار شهروندی در بین کارشناسان آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک بررسی شده است. ابزارهای استفاده شده در تحقیق شامل سه پرسشنامه عوامل اجتماعی-جمعیت شناختی، هویت سازمانی مائل و اشفرس (۱۹۹۲) و رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران (۱۹۹۰) بود (۲۴، ۱۹). برای ارزیابی هر یک از گویه‌های پرسشنامه از مقیاس هفت امتیازی لیکرت استفاده شد (از گزینه کاملاً مخالفم با یک امتیاز تا گزینه کاملاً موافقم با ۷ امتیاز). روایی محتوایی پرسشنامه‌ها، با استفاده از نظر ۱۳ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی و مدیریت دولتی و پس از برخی اصلاحات، تأیید شد. پایایی نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد که ضریب پایایی به دست آمده، مؤید هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری بود. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، به دلیل محدود بودن جامعه آماری، پرسشنامه ۳۰ نفر از کارشناسان آکادمی، به‌طور تصادفی، انتخاب و پایایی آنها محاسبه شد. نتایج بررسی پایایی پرسشنامه‌های مذکور در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. نتایج آزمون پایایی

سازه (متغیر مکنون)	شاخص	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ
رفتار شهروندی سازمانی	نوع دوستی	۴	۰/۹۰۷
	تکریم و تواضع	۴	۰/۸۰
	جوانمردی	۴	۰/۸۶۸
	وجدان کاری و وظیفه‌شناسی	۴	۰/۹۰۶
	رفتار مدنی	۴	۰/۷۱
پایایی کل رفتار شهروندی سازمانی			۰/۹۳۶
هویت سازمانی			۰/۸۲۵

جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارشناسان شاغل در آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک ایران (۶۰ نفر) بود. با توجه به محدود بودن جامعه، تمام کارکنان به عنوان نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه‌ها در اختیار آنها قرار گرفت، ولی پس از توزیع پرسشنامه‌ها، ۵۶ مورد (۹۳٪) جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شد.

برای تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی، در دو بخش مجزا

استفاده شد. در بخش نخست، تجزیه و تحلیل توصیفی یافته‌ها، با استفاده از جدول‌های توزیع فراوانی و نمودارها انجام شده است. در بخش دوم، ابتدا، با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنف، نرمال بودن توزیع داده‌ها تأیید شد ($P\text{-value} = 0/80$). سپس، از آزمون‌های همبستگی پیرسون برای آزمون روابط بین هویت سازمانی، سن و سابقه شغلی با رفتار شهروندی سازمانی، همبستگی اسپیرمن برای بررسی رابطه بین سطح تحصیلات با رفتار شهروندی سازمانی، خی دو و فی کرامر برای بررسی رابطه تأهل، نوع وضعیت استخدامی و جنسیت با رفتار شهروندی سازمانی و از رگرسیون خطی برای پیش‌بینی تبیین واریانس رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن، توسط متغیر هویت سازمانی استفاده شد. برای محاسبات آماری از نرم‌افزارهای SPSS و Excel استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

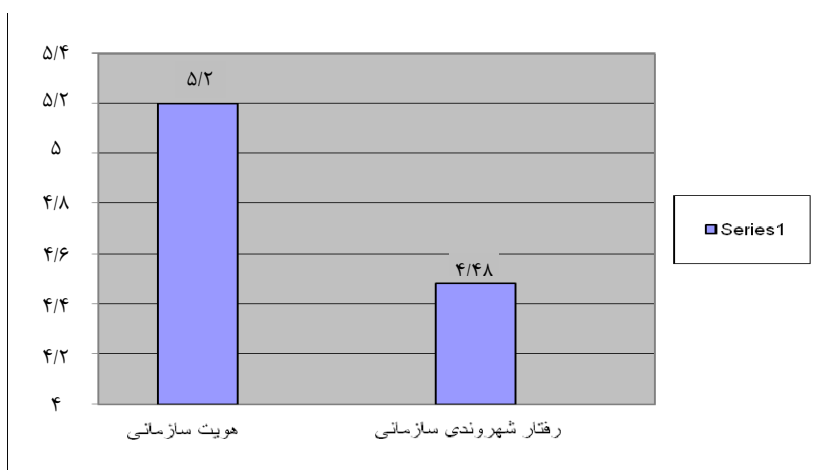
در بیان یافته‌های پژوهش، نخست جدول مربوط به اطلاعات اجتماعی-جمعیت‌شناختی آزمودنی‌ها ارائه می‌شود.

جدول ۲. ویژگی‌های اجتماعی-جمعیت‌شناختی

ویژگی‌های اجتماعی-جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۶۷/۹
	زن	۳۲/۱
سن	۱۸ - ۲۴ سال	۵/۴
	۲۵ - ۳۴ سال	۵۷/۱
	۳۵ - ۴۴ سال	۳۲/۱
	۴۵ - ۵۴ سال	۳/۶
	بالتر از ۵۴ سال	۱/۸
وضعیت تأهل	مجرد	۳/۳۹
	متأهل	۷/۶۰
مدرک تحصیلی	فوق دیپلم	۳/۱۸
	کارشناسی	۷/۵۲
	کارشناسی ارشد	۲۹
نوع استخدام	تمام وقت (رسمی)	۱۰/۷
	پیمانی	۵/۴
	قراردادی	۷۵
	پاره‌وقت	۸/۹
سابقه کار	۱ - ۵ سال	۴۸/۲
	۶ - ۱۰ سال	۲۳/۲
	۱۱ - ۱۵ سال	۲۱/۴
	۱۶ - ۲۰ سال	۷/۱

بر اساس داده‌های جدول ۲ می‌توان به یافته‌های زیر اشاره کرد:

- ۷۵٪ از کل آزمودنی‌ها به‌صورت قراردادی در آکادمی مشغول به کار بودند و تنها ۱۰/۷٪ از آنها تمام‌وقت و رسمی بودند. همچنین، ۵۷/۱٪ از کارکنان بین ۲۵ تا ۳۴ سال سن و بیش از ۹۵٪ از آنها حداکثر ۴۴ سال سن داشتند و ۴۸/۲٪ از آنان بین یک تا پنج سال سابقه کار و در مجموع، ۹۲/۹٪ از آنان حداکثر ۱۵ سال سابقه کار داشتند. دو یافته اخیر، نشان‌دهنده تازه تأسیس بودن آکادمی و وجود نیروی انسانی جوان در این سازمان است.



نمودار ۱. میانگین شاخص هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی از دیدگاه کارشناسان آکادمی

- با توجه به نمودار ۱، در کارشناسان آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک هویت سازمانی (از حداکثر ۷ امتیاز با ۵/۲۰ امتیاز)، در مقایسه با رفتار شهروندی سازمانی (۴/۴۸)، میانگین بالاتری دارد.

جدول ۳ نتایج همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد که عبارتند از:

- بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در کارشناسان آکادمی ملی المپیک ارتباط معنی‌دار و مستقیمی وجود دارد ($p = ۰/۰۱۱$ و $r = ۰/۴۷۴$).
- بین هویت سازمانی و ابعاد نوع‌دوستی ($p = ۰/۰۰۶$ و $r = ۰/۳۸۱$)، تکریم و تواضع ($p = ۰/۰۰۷$ و $r = ۰/۳۸۲$)، وجدان کاری ($p = ۰/۰۲۸$ و $r = ۰/۳۰۷$) و رفتار مدنی ($p = ۰/۰۰۱$ و $r = ۰/۵۶۶$) از شاخص رفتار شهروندی در کارشناسان آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک ارتباط معنی‌دار و مستقیمی وجود دارد، ولی بین هویت سازمانی و بعد جوانمردی ارتباط معنی‌داری وجود ندارد ($p = ۰/۲۲۸$ و $r = ۰/۱۷۶$).

جدول ۳. روابط بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی و هر یک از ابعاد آن

متغیر	OCB	نوع دوستی	تکریم و تواضع	جوانمردی	وجدان کاری	رفتار مدنی
هویت سازمانی	r p	۰/۴۷۴ ۰/۰۱۱	۰/۳۸۱ ۰/۰۰۶	۰/۳۸۲ ۰/۰۰۷	۰/۱۷۶ ۰/۲۲۸	۰/۳۰۷ ۰/۰۲۸
						۰/۵۶۶ ۰/۰۰۱

در جدول ۴، نتایج همبستگی بین متغیرهای اجتماعی-جمعیت‌شناختی کمی و رفتار شهروندی سازمانی مطابق آمده است که نشان می‌دهد:

- بین رفتار شهروندی سازمانی و متغیر سن در کارشناسان آکادمی ملی المپیک ارتباط معنی‌دار و مستقیمی وجود ندارد ($p = ۰/۸۸۴$ و $r = ۰/۲۱$).
- بین رفتار شهروندی سازمانی و متغیر سابقه شغلی در کارشناسان آکادمی ملی المپیک ارتباط معنی‌دار و معکوسی وجود دارد ($p = ۰/۰۱۵$ و $r = -۰/۳۰۱$).

جدول ۴. روابط بین متغیرهای اجتماعی-جمعیت‌شناختی کمی و رفتار شهروندی سازمانی

ردیف	متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
۱	سن	۰/۲۱	۰/۸۸۴
۲	سابقه شغلی	-۰/۳۰۱	۰/۰۱۵

نتایج مربوط به همبستگی بین متغیرهای اجتماعی-جمعیت‌شناختی کیفی و رتبه‌ای با رفتار شهروندی سازمانی، بر اساس جدول‌های ۵ و ۶ عبارتند از:

- بین نوع وضعیت استخدامی و رفتار شهروندی سازمانی در کارشناسان آکادمی ملی المپیک ارتباط معنی‌دار و مستقیمی وجود دارد ($p = ۰/۰۱۱$ و $r = ۰/۳۰۳$).
- بین رفتار شهروندی سازمانی و جنسیت ($p = ۰/۵۷۳$ و $r = ۰/۰۸۳$)، وضعیت تأهل ($p = ۰/۷۹۰$ و $r = ۰/۰۳۹$) و میزان تحصیلات ($p = ۰/۴۵۵$ و $r = ۰/۰۱۱$) در کارشناسان آکادمی ارتباط معنی‌داری وجود ندارد.

جدول ۵. روابط بین متغیرهای اجتماعی-جمعیت‌شناختی کیفی و رفتار شهروندی سازمانی

ردیف	متغیر مستقل	متغیر وابسته	درجه آزادی	خی دو	مقدار P	ضریب فی
۱	جنسیت	رفتار شهروندی سازمانی	۳۵	۲۷/۶۶۸	۰/۸۰۷	۰/۷۵۱
۲	تأهل		۳۵	۳۷/۲۷۱	۰/۰۴۵	۰/۸۷۲
۳	نوع استخدام		۱۰۵	۹۳/۱۳۱	۰/۰۱۹	۱/۳۷۹

جدول ۶. روابط بین متغیر اجتماعی- جمعیت‌شناختی رتبه‌ای و رفتار شهروندی

ردیف	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	مقدار P
۱	سطح تحصیلات	OCB	۰/۱۹۲	۰/۱۹۰

معادله رگرسیون خطی (جدول ۷) نشان داد که هویت سازمانی ۲۴ درصد واریانس رفتار شهروندی را پیش‌بینی می‌کند که این میزان برای پیش‌بینی رفتار شهروندی معنی‌دار است؛ بنابراین متغیر هویت سازمانی تأثیر معنی‌داری در پیش‌بینی مدل دارد ($R^2=0/240$ و $P=0/011$ و $F=6/99$). هویت سازمانی تقریباً ۱۴ درصد واریانس نوع‌دوستی ($R^2=0/145$ و $P=0/006$ و $F=8/133$)، ۱۵ درصد واریانس تکریم و تواضع ($R^2=0/146$ و $P=0/007$ و $F=7/844$)، ۹ درصد واریانس وجدان کاری ($R^2=0/094$) و ۲۸ درصد ($P=0/028$ و $F=5/102$) و ۳۲ درصد واریانس رفتار مدنی ($R^2=0/32$ و $P=0/001$ و $F=22/192$) را پیش‌بینی می‌کند که این میزان برای پیش‌بینی ابعاد مذکور معنی‌دار است؛ بنابراین متغیر هویت سازمانی تأثیر معنی‌داری در پیش‌بینی مدل دارد. همچنین، هویت سازمانی تقریباً ۳ درصد واریانس بعد جوانمردی را پیش‌بینی می‌کند که این میزان برای پیش‌بینی بعد جوانمردی معنی‌دار نیست؛ بنابراین متغیر هویت سازمانی تأثیر معنی‌داری در پیش‌بینی مدل ندارد ($R^2=0/094$ و $P=0/120$ ، $F=2/227$).

جدول ۷. میزان پیش‌بینی واریانس متغیر هویت سازمانی و ابعاد آن توسط رفتار شهروندی سازمانی

متغیرها	ضریب بتا	t	سطح معنی‌داری	F	P	R^2
هویت سازمانی	رفتار شهروندی سازمانی	۳/۰۸۶	۰/۰۰۴	۶/۹۹۰	۰/۰۱۱	۰/۲۴۰
	نوع‌دوستی	۲/۸۵۲	۰/۰۰۶	۸/۱۳۳	۰/۰۰۶	۰/۱۴۵
	تکریم	۲/۸۰۱	۰/۰۰۷	۷/۸۴۴	۰/۰۰۷	۰/۱۴۶
	جوانمردی	-۱/۲۲۳	۰/۲۲۸	۱/۴۹۵	۰/۲۲۸	۰/۰۳۱
	وجدان کاری	۲/۲۵۹	۰/۰۲۸	۵/۱۰۲	۰/۰۲۸	۰/۰۹۴
	رفتار مدنی	۴/۷۱۱	۰/۰۰۱	۲۲/۱۹۲	۰/۰۰۱	۰/۳۲

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی رابطه هویت سازمانی و عوامل اجتماعی-جمعیت‌شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در کارشناسان آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک ایران بود. بسیاری از تحقیقات انجام شده در زمینه هویت سازمانی مبین این نکته‌اند که هویت سازمانی، از طریق ارتقای رفتارهای شهروندی، از عوامل مؤثر بر افزایش عملکرد سازمانی و بهره‌وری در سازمان‌هاست (۶، ۱۱، ۲۳). در یافته‌های این پژوهش مشاهده شد که هویت سازمانی از عوامل

مرتبط و پیش‌بینی کننده رفتار های شهروندی سازمانی در کارشناسان آکادمی است که با یافته‌های مطالعات بل و منگوک (۲۰۰۲)، چانگ و چالادورای (۲۰۰۳)، کیم و چانگ (۲۰۰۷)، دیک و همکاران (۲۰۰۸)، و مرادی و همکاران (۱۳۸۹) هم‌خوانی دارد. این یافته، منطقی و مطابق با تئوری هویت سازمانی است. تئوری هویت سازمانی بیان می‌کند که وابستگی و دلبستگی افراد به سازمان‌هایشان باعث خواهد شد تا خود را بر اساس ویژگی‌های سازمان تعریف نمایند و به بیان دیگر، هویت خود را در دل سازمان‌هایشان ببینند. (۶، ۱۳، ۲۵). اشفورت (۲۰۰۱) نیز بیان می‌کند که هویت سازمانی می‌تواند پیامدهای رفتاری، عاطفی و شناختی مانند رضایت شغلی، انگیزه ترک شغل و رفتارهای شهروندی سازمانی را پیش‌بینی کند (۳۵، ۳۶). بررسی فرا تحلیلی ریکیتا (۲۰۰۵) نیز از این یافته حمایت می‌کند. ریکیتا معتقد است هویت سازمانی، به علت ایجاد انگیزه‌های درونی در افراد می‌تواند از پیش‌بینی‌کننده‌های فعالیت‌های فرانقشی و عجین شدن با شغل باشد (۹).

بررسی میزان هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در این پژوهش نشان داد که میانگین هویت سازمانی در کارشناسان آکادمی دارای بالاتر از رفتار شهروندی سازمانی است. در توجیه این یافته، با توجه به ارتباط موجود بین این دو متغیر می‌توان گفت که قوی بودن هویت سازمانی در کارشناسان آکادمی، انگیزه و تلاش بیشتر آنان را در جهت بروز رفتار شهروندی سازمانی در پی داشته است که طبق نتایج تحقیقات گذشته، می‌تواند سبب بهبود عملکرد و دستیابی به اهداف و ارزش‌های سازمانی شود؛ به عبارت دیگر، هویت سازمانی در نگرش‌های اجتماعی فردی را تغییر می‌دهد و سبب می‌شود افراد، خود را با سازمان معرفی کنند. به عقیده کرینر و اشفورت (۲۰۰۴) زمانی که کارکنان خود را با سازمانشان معرفی می‌کنند؛ سطوح بالاتری از رفتار شهروندی سازمانی را نشان می‌دهند؛ زیرا این رفتارها را رفتارهایی فراتر از نقش نمی‌دانند (۳۷).

نتایج پژوهش نشان داد بین هویت سازمانی با بیشتر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی ارتباط معنی‌دار و مستقیم وجود دارد و هویت سازمانی پیش‌بینی‌کننده واریانس آنهاست. با توجه به این یافته و روابط موجود بین عوامل اجتماعی-جمعیت‌شناختی آزمودنی‌ها با رفتار شهروندی سازمانی و نیز بررسی نتایج تحقیقات دیگر (۷، ۹، ۳۶، ۳۷)، مهم‌ترین دلایل احتمالی این نتایج را می‌توان وابستگی‌های روانی حاصل از دریافت حمایت‌های سازمانی، الگوسازی صحیح مدیران، توجه آکادمی به رفاه کارکنان و عزت و کرامت انسانی و نقش آنها در موفقیت‌های سازمان، وجود کارکنانی با انگیزه و موافق با رشد و توسعه آکادمی، تازه تأسیس بودن آکادمی و داشتن کارشناسانی جوان و مشابه با یکدیگر دانست؛ بنابراین افزایش هویت سازمانی حاصل از

عوامل فوق را می‌توان از عوامل کلیدی مرتبط با بهبود رفتار شهروندی سازمانی در کارشناسان آکادمی به‌شمار آورد؛ به عبارت دیگر، تغییرات هویت سازمانی کارشناسان آکادمی ارتباط مستقیمی با تغییرات رفتار شهروندی سازمانی آنها دارد. نتایج تحقیقات مختلف نشان داده است تا زمانی که کارکنان سازمان احساس هویت قوی‌تری با سازمان داشته باشند، باور آنها دربارهٔ سازمان بیشتر جنبهٔ مثبت می‌یابد (۳۸) و با آگاهی کامل، برای تحقق اهداف سازمان تلاش می‌کنند و در نتیجه، به رضایت درونی بیشتری نیز دست می‌یابند (۳۹). ریکیتا (۲۰۰۵) بیان می‌کند که کارکنانی با هویت سازمانی بیشتر، رضایت بیشتری از شغل خود دارند و تمایل دارند با شغلشان بیشتر عجین شوند، به سازمانشان بیشتر متعهد باشند و وابستگی بیشتری به گروه‌های کاری‌شان پیدا کنند. آنها همچنین مایلند خدمات شغلی بهتری داشته باشند و انگیزه‌های بیشتری برای ادامهٔ کار در سازمان دارند (۹). هویت سازمانی قوی‌تر همچنین با ارتقای عملکرد در رفتارهای درنقش، مشارکتی و فرا نقشی همراه است که رفتارهای شهروندی سازمانی نامیده می‌شود (۹، ۳۸) و با عملکرد سازمانی ارتباط دارد (۱۳).

با توجه به نتایج تحقیق حاضر مشاهده شد که بین هویت سازمانی با بُعد جوانمردی، ارتباط معنی‌داری وجود ندارد. با توجه به نقش احتمالی رابطهٔ معنی‌دار و معکوس بین سابقهٔ شغلی و رفتار شهروندی و رابطهٔ معنی‌دار و مستقیم بین وضعیت استخدامی و رفتار شهروندی در این یافته، مهم‌ترین دلایل احتمالی آن را می‌توان بی‌تأثیر بودن عملکرد، مهارت‌ها، سابقهٔ کاری و سطح تحصیلات در میزان حقوق، وجود سازمان‌های غیررسمی مخرب و تعداد زیاد نیروهای قراردادی در آکادمی و در نتیجه، امنیت شغلی کم کارکنان برشمرد. چانگ و چالادورای (۲۰۰۳) دریافتند که کارکنان تمام‌وقت، در مقایسه با کارکنان پاره‌وقت، تعهد عاطفی و رفتار شهروندی بیشتری دارند. بلا و همکاران (۲۰۰۵) نیز بیان کرده‌اند که کارکنان تمام‌وقت، هویت سازمانی قوی‌تر و به دنبال آن، تمایل بیشتری برای بروز رفتارهای شهروندی سازمانی داشتند که می‌تواند به این علت باشد که این کارکنان می‌دانند که تمام زمان کاری خود را باید در محلی معین سپری کنند و هویت خود را با آن شناسایی می‌کنند (۲۳). کیم و همکاران (۲۰۰۸) دریافتند که کارکنان پاره‌وقت، در مقایسه با کارکنان تمام‌وقت، کارورزان و داوطلبان، به‌طور معنی‌داری هویت ورزشی و تعهد هنجاری و عاطفی کمتری داشتند؛ بنابراین توصیه کردند که واحدهای ورزشی، کارکنان پاره‌وقت را محتاطانه به‌کار گیرند و به‌طور متناوب، پتانسیل افزایش استفاده از کارورزان و داوطلبان را بررسی کنند (۲۶). تحقیقات مختلف نشان می‌دهند تجدید نظر در نحوهٔ استخدام، نظام پاداش و دستمزد، به‌کارگیری افراد جوان که ظرفیت بیشتری برای تحمل مشکلات محیط کار دارند و ترویج افکار مثبت، عواطف و

وابستگی‌های روانی در سازمان می‌تواند برای بهبود رفتارهای مرتبط با بُعد جوانمردی در آکادمی کمک کننده باشد (۲۳، ۲۶، ۳۷).

در مجموع، بر اساس مبانی نظری و یافته‌های تحقیقات، می‌توان گفت مدیریت آکادمی با فراهم کردن وضعیت سازمانی مناسب برای کارشناسان آکادمی و افزایش هویت سازمانی آنان سبب شده است آنها برای ارائه رفتارهای شهروندی سازمانی، به‌منظور تحقق اهداف سازمانی از خود تمایل و علاقه نشان دهند؛ بنابراین با توجه به نتایج این تحقیق و تحقیقات مشابه (۹، ۲۳، ۲۶، ۲۸، ۳۶) پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان‌های ورزشی با پرورش حس غرور و عزت نفس مثبت در کارکنان، توجه به جایگاه آنها در سازمان و نقش رفتارهایشان در پیامدها و فرآیندهای سازمانی، تجلیل از نقش کارکنان در موفقیت‌های سازمانی، بهبود ادراک کارکنان از وجهه و تصویر خارجی سازمان، ایجاد جو و محتوای ارتباطی مناسب در سازمان، کاربرد سبک‌های مبتنی بر روابط انسانی، در مقایسه با سبک‌های بوروکراتیک در مدیریت سازمان، برگزاری دوره‌های آموزشی برای آشنایی با ابعاد مختلف رفتارهای شهروندی و کاربرد آن برای کارمندان و مدیران سازمان و توجه به عوامل اجتماعی-جمعیت‌شناختی مناسب برای به‌کارگیری کارکنان در امور سازمانی سبب شوند کارمندان هویت خود را در سازمان ببینند و اهداف و ارزش‌های سازمان را اهداف و ارزش‌های خود بدانند؛ در نتیجه با ارائه رفتارهای شهروندی سازمانی، مدیران سازمان را برای دستیابی به اهداف و پیامدهای مطلوب سازمانی یاری نمایند.

منابع:

۱. رابینز، استیفن پی. (۱۳۸۷). مترجمان: پارسایان، علی. اعرابی، سید محمد. مبانی رفتار سازمانی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ بیستم، ص ۶۹.
2. Barney, J. B., and Stewart, A. C. (2000). Organizational identity as moral philosophy: competitive implications for diversified corporations. 36-47. New York: Oxford University Press.
3. Ashforth, B.E., and Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. The Academy of Management Review, 14, 20-39.
4. Dutton, J. E., J.M. Dukerich, and C.V. Harquail Organizational images and member identification. Administrative Science Quarterly, (1994). 39, 239-263.
5. Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. Journal of Applied Psychology, 75, 51-59.

6. Bergami, M., & Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology*, 39, 555-577.
7. Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
8. Hall, D.T., and B. Schneider . (1972). Correlates of Organizational Identification as a function of career pattern an organizational type. *Administrative Science Quarterly*, 17, 340-350.
9. Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior* 66, 358-384.
10. Bell, S. J., & Menguc, B. (2002). The employee – organization relationship , organizational citizenship behaviors, and superior service quality. *Journal of Retailing*, 78, 131-146.
11. Chiaburu ,D., Byrne.Z.(2009).Predicting OCB role definitions: Exchange with the organization & psychological attachment .*J Bus Psychol*,24, 201-214.
12. Raub, S. Does (2008). bureaucracy kill individual initiative? The impact of structure on organizational citizenship behavior in the hospitality industry.*International Journal of Hospitality Management*, 27, 179-186.
13. Podsakoff, E., Mackenzie, J., Paine, J., & Bacharach, D. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26, 513-563.
14. Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*: Lexington, MA: Lexington Books,
15. Podsakoff, P. M & MacKenzie, S. B. (2001). Impact of organizational citizenship behavior on organizational performance: a review and suggestion for future research, 10(2) , 1333-153, Lawrence erlbum associate, tncc.
16. Donavan D.T., and M.A. Hocutt (2001) Customer evaluation of service employee's customer orientation. *Journal of Quality Management*, 6, 293-306.
17. Tornow, W.W., and Wiley, J.W. (1991). Service quality and management practices: A look at employee attitudes, customer satisfaction, and bottom-line consequences. *Human Resource Planning*, 14, 105-115.
18. Smith, C. A., Organ, D. W., & Near, J. P. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68, 653-663.

19. Aoyagi, W. M., Cox, H. R., McGuire, T. R. (2008). Organizational citizenship behavior in sport: Relationship with leadership, team cohesion, and athletic satisfaction. *Journal of Applied Sport Psychology*, 20, 25-41.
20. Rocha, C. (2008). Organizational effectiveness of athletic departments and coaches' extra Role behavior. Retrieved November 11, 2008 from www.nassm.com/files/conf_abstracts/2008-175.pdf.
21. Rocha, C. (2008). Perceived organizational support and employee performance : The mediating role of organizational commitment and organizational citizenship behavior. Retrieved November 11, 2008 from www.nassm.com/files/conf_abstracts/2008-176.pdf.
22. Chang, K., Chelladurai, P. (2003). Comparison of part –time worker and full time worker: Commitment and citizenship behavior in Korean sport organization. *Journal of Sport Management*, 6, 38-51.
23. Bellou, V., Chitiris, L., and Bellou, A. (2005). The Impact of Organizational Identification and Self-Esteem on Organizational Citizenship Behavior: The Case of Greek Public Hospitals. *Operational Research. An International Journal*, 5 (2), 305-318.
24. Kim, T.H. & Chang, K. R. (2007). Interactional Effects of Occupational Commitment and Organizational Commitment of Employees in Sport Organizations on Turnover Intentions and Organizational Citizenship Behaviors. *International journal of Applied Sports Sciences*, 19(2), 63-79.
25. Dick, R. V., Knippenberg, D. V., Kerschreiter, R., Hertel, G., and Wieseke, J. (2008). Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 72, 388–399.
26. Kim, M. Jones, P. Rodriguez, A. (2008) Influence of Work Status on Organizational Commitment and Sport Identity of University Athletic Department Workers . *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*, 2008(1), 74-86.

۲۷. عزیزی، بیستون، مهربایی، علی، پیری، مسعود (۱۳۸۸). ارتباط بین تعهد سازمانی و رفتارهای شهروندی سازمانی در کارشناسان سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران. چکیده مقالات هفتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، اسفند ۱۳۸۸، تهران.

۲۸. مرادی چالشتی، محمد رضا، حمیدی، مهرزاد، سجادی، سید نصرالله، جعفری، اکرم، مرادی چالشتی، جواد (۱۳۸۸). ارتباط بین سبک‌های رهبری تحول آفرین - تبادلی و رفتار

- شهروندی سازمانی در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران. چکیده مقالات هفتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، اسفند ۱۳۸۸، تهران.
۲۹. دعائی، حبیب الله، مرتضوی، سعید، نوری، علی (۱۳۸۸). ارتقاء سطح کیفیت خدمات: بررسی تأثیر رفتارهای شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: هتل پارس مشهد). نشریه چشم انداز مدیریت، شماره ۳۰، ص ص ۸۵-۶۷.
30. Khalid, A. S., & Jusoff, K. H. (2009). Gender as a moderator of the relationship between OCB & turnover intention. *Journal of Asian Social Science*, 5(6), 108 - 117.
۳۱. عظیم زاده، مرتضی، خبیری، محمد مهدی، اسدی، حسن (۱۳۸۸). ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و شخصیت کارشناسان سازمان شهرداری تهران. نشریه حرکت، در دست چاپ.
۳۲. مرادی چالستری، محمد رضا، حمیدی، مهرزاد، سجادی، سید نصرالله (۱۳۸۹). ارتباط بین عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران. نشریه المپیک، در دست چاپ.
33. Felfe, J. Heinitz, K. (2010). The impact of consensus and agreement of leadership perceptions on commitment, Organizational Citizenship Behaviour, and customer satisfaction. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 19(3), 279-290.
۳۴. نوری، علی. (۱۳۸۷). بررسی تأثیر نقش واسط رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات: مورد مطالعه؛ هتل پنج ستاره پارس، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه فردوسی.
35. Ashforth, B. E. (2001). Role transitions in organizational life: An identity based perspective, Mahwah, NJ: Erlbaum.
36. Epitropaki, O. & Martin, R. (2005). The moderating role of individual differences in the relation between transformational/transactional leadership perceptions and organizational identification. *The Leadership Quarterly* (16), 569-589.
37. Patnaik, S. & Biswas, S. (2005). The Mediating Role of Organizational Citizenship Behavior between Organizational Identification and Its Consequences. Retrieved July 11, 2010 from www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/recordDetail?accno=ED492238.
38. Ashforth, B.E., and F. Mael (1989). Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, 14, 20-39.

39. Tornow, W.W., and Wiley, J.W. (1991). Service quality and management practices: A look at employee attitudes, customer satisfaction, and bottom-line consequences. *Human Resource Planning*, 14, 105–115.

ارتباط بین خودکارآمدی و شاخص توده بدن با انگیزه ورزش دختران و پسران غیرورزشکار

* محمد ملکی^۱، دکتر سردار محمدی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۳۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۸/۳

چکیده

انگیزه‌های افراد برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی، نقش مهمی در تعیین نوع و شدت فعالیت‌های ورزشی دارند و آگاهی از این انگیزه‌ها می‌تواند به مربیان کمک کند تا دریابند چرا افراد از این گونه فعالیت‌ها دوری گزیده یا به آن تمایل می‌یابند. به منظور بررسی وضعیت شاخص توده بدن و خودکارآمدی دختران و پسران غیرورزشکار شرکت‌کننده در کلاس‌های تربیت بدنی عمومی دانشگاه و رابطه آن با انگیزه‌های ورزش کردن آنها، ۵۲۷ دانشجوی غیرورزشکار (۲۵۴ دختر و ۲۷۳ پسر ۱۸-۳۵ سال، میانگین سن ۲۰/۵ و ۲۱ سال، انحراف استاندارد ۱/۵ و ۲/۰۹)، پرسشنامه‌های انگیزه‌های ورزش^۱ مارکلند و اینگلدی (۱۹۹۷) و خودکارآمدی شرر و آدامز (۱۹۸۳) را تکمیل کردند. شاخص توده بدن به صورت وزن به کیلوگرم تقسیم بر قد به متر به توان ۲ (W_{kg}/H^2_m) اندازه‌گیری شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی (تحلیل عاملی تأییدی، همبستگی پیرسون و t مستقل استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که شاخص توده بدن با انگیزه‌های کنترل وزن ($\beta=0/55$)، شادابی ($\beta=-0/16$) و جسارت طلبی ($\beta=-0/15$) همبستگی دارد. در پسران شاخص توده بدن با انگیزه کنترل وزن ($\beta=0/56$) و دوری از بیماری ($\beta=0/13$) و خودکارآمدی نیز با انگیزه محافظت از بیماری ($\beta=0/21$) همبستگی داشت. یافته‌ها بیانگر این است که در هر دو جنسیت، نارضایتی از بدن موجب تحریک انگیزه کنترل وزن می‌شود. به طور کلی، افزایش آگاهی افراد از شاخص توده بدن و ارتقای سطح ورزش همگانی در دانشگاه، از طریق برنامه‌های مربوط می‌تواند انگیزه‌های بدنی و اجتماعی مرتبط با جنسیت را برای شرکت در ورزش افزایش دهد.

کلیدواژه‌های فارسی: انگیزه‌های ورزش، خودکارآمدی، شاخص توده بدن.

Email: mohammad_maleki100@yahoo.com

۱. مربی دانشگاه کردستان

۲. استادیار دانشگاه کردستان

مقدمه

انجام فعالیت جسمانی توسط جوانان از موضوعات مهم حوزه سلامت عمومی است (۱). شرکت منظم جوانان در فعالیت‌های جسمانی می‌تواند باعث بهبود سلامتی جسمانی، روانی و اجتماعی آنان شود (۲). تفاوت‌های سنی و جنسیتی از عواملی هستند که بر احتمال حضور جوانان در فعالیت‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند (۳). همچنین، توانایی تغییر رفتار ورزشی جوانان به شناسایی عوامل مؤثر بر سطح فعالیت آنها وابسته است. نظریه خودمختاری^۱ از چارچوب‌های شناختی است که تغییر رفتار مشارکت ورزشی جوانان را از طریق نیازهای روانی خودمختاری، شایستگی و وابستگی^۲ توضیح می‌دهد (۴). بر اساس نظریه خودمختاری، انگیزش پدیده‌ای چندبعدی است و خودمختاری نیز به صورت پیوستاری از بی‌انگیزشی تا انگیزش بیرونی و درونی ادامه دارد. خودمختاری زیاد پیامدهای مثبت رفتاری (تداوم رفتار)، شناختی (لذت) و روانی (بهریستی) و خودمختاری ضعیف پیامدهای منفی رفتاری (کناره‌گیری)، شناختی (بی‌توجهی) و روانی (احساس بیماری) دارد. این نظریه به این مسئله نیز می‌پردازد که فرد با کدام هدف (انگیزه) به مشارکت ورزشی روی می‌آورد. اهداف می‌توانند درونی باشند مانند پیوندجویی گروهی، لذت و غیره که حاصل ارزش‌های درونی فرد به فرصت‌هایی است که مجالی برای شادابی و یادگیری تکالیف یا بیرونی مانند ظاهر بدنی، کاهش وزن و ... که نشان‌دهنده ارزشی است که فرد به نتایج فعالیت و نه خود فعالیت می‌دهد (۴، ۵).

برخی انگیزه‌های ورزش، تعیین‌کننده نوع و شدت شرکت در فعالیت‌های ورزشی می‌باشند (۶). به عنوان مثال، بعضی از محققان، افرادی را که به صورت تخصصی به فعالیت ورزشی مشغول بودند با افرادی مقایسه کردند که به صورت تفریحی فعالیت می‌کردند. شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های تخصصی، بیشتر انگیزه‌های لذت و شایستگی و شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های تفریحی، بیشتر انگیزه بدنی داشتند (۷). در تحقیق دیگری روی افراد شرکت‌کننده در مرکز آمادگی جسمانی، انگیزه افراد علاقه‌مند به ورزش (پنج جلسه در هفته، به مدت ده هفته) با افراد غیرعلاقه‌مند به ورزش (کمتر از این مقدار) مقایسه شد. نتایج تحقیق تفاوت معنی‌داری در انگیزه‌های اجتماعی، شایستگی و لذت (در افراد علاقه‌مند) نشان داد که این تفاوت در انگیزه‌های سلامتی یا تیپ بدنی معنی‌دار نبود (۲۳). همچنین، محققان دیگری در مطالعه‌ای طولی روی کارمندان بخش دولتی بریتانیا، دریافتند انگیزه‌های ظاهر بدنی و کنترل وزن در

1. Self-Determination (SDT)

2. Competence and Relatedness

مراحل اولیه تغییر رفتار مهم بودند، اما انگیزه‌های لذت و شادابی برای حفظ و پیشرفت فعالیت واقعی نقش اصلی را ایفا می‌کردند. با وجود شواهدی که نشان می‌دهند انگیزه‌ها عوامل تعیین‌کننده مهمی برای شرکت در ورزش هستند، عوامل مؤثر بر انگیزه‌ها نیز ضروری است (۹).

سنرا و لیتائو^۱، با استفاده از پرسشنامه انگیزه‌های ورزش تفاوت‌های جنسیتی را در انگیزه‌های ورزش بررسی کرده، دریافتند که زنان در حوزه‌های کنترل وزن، کنترل فشار روانی و تندرستی امتیازی بیشتر از مردان کسب کرده‌اند و در مقابل، امتیاز مردان در مقیاس‌های پیوندجویی و رقابت عموماً بیشتر از زنان بود (۳) کیمبروف^۲ و همکاران نیز با استفاده از همین ابزار، قبل و بعد از تعطیلات بهار دانشجویان مقطع کارشناسی تربیت بدنی به این نتیجه رسیدند که عوامل کنترل وزن، اجرا، انگیزه‌های روانی و تندرستی عمومی بیشترین انگیزه‌های افراد برای شرکت در ورزش است و عوامل اجتماعی به عنوان محرک اصلی شرکت در فعالیت ورزشی گزارش نشد (۱۰). مالتبی و دی^۳ دریافتند دانشجویانی که بیش از شش ماه ورزش کرده بودند در انگیزه‌های کنترل فشار روانی، لذت و جسارت‌طلبی و دانشجویانی که کمتر از شش ماه ورزش کرده بودند در انگیزه‌های پذیرش اجتماعی، پیوندجویی گروهی و رقابت نمرات بیشتری به‌دست آوردند. در این تحقیق، در انگیزه‌های کنترل فشار روانی، لذت، جسارت طلبی، پذیرش اجتماعی، پیوندجویی گروهی و رقابت طلبی بین دختران و پسران تفاوت وجود داشت، اما گزارشی درباره تفاوت جنسیتی ارائه نشده است (۵).

با توجه به اولویت مسائل مرتبط با بدن، اینگلدیو و همکاران اثرات شاخص توده بدن و تصویر بدنی را بر انگیزه‌های ورزش در بزرگسالان (۵۰ زن و ۵۰ مرد) ارزیابی کردند. شرکت‌کنندگان اندازه واقعی و اندازه دلخواه بدن خود را روی مقیاس درجه‌بندی شکل بدن رتبه‌بندی کردند (۱۱) و بدین ترتیب اندازه تصویر بدن از طریق ناهمسانی اندازه بدن محاسبه شد (اندازه واقعی بدن منهای اندازه دلخواه بدن). در میان مردان، شاخص توده بدن، انگیزه کنترل وزن را پیش‌بینی کرد، اما ناهمسانی اندازه بدن نتوانست آن را پیش‌بینی کند. در زنان، شاخص توده بدن، انگیزه کنترل وزن را پیش‌بینی نکرد، اما ناهمسانی اندازه بدن آن را پیش‌بینی کرد. همچنین اثر منفی شاخص توده بدن بر انگیزه تندرستی در مردان مشاهده شد. انگیزه‌های دیگر، با استفاده از شاخص توده بدن و ناهمسانی اندازه بدن در زنان و مردان پیش‌بینی نشد.

1. Senra & Litao

2. Kimbrough

3. Maltby & Day

این تحقیق پیشنهاد کرد که مردان، اگر واقعاً اضافه وزن داشته باشند؛ با انگیزه کنترل وزن ورزش می‌کنند، ولی زنان وقتی از اندازه بدنشان ناراضی هستند (بدون توجه به اضافه وزن) با انگیزه کنترل وزن به ورزش می‌پردازند. با این توصیف، کنترل وزن به‌طور عمده، انگیزه‌ای بیرونی است (۱۲، ۱۳).

خودکارآمدی، متغیری میانجی بین موفقیت در اجرای قبلی و اجرای آتی در نظر گرفته می‌شود (۱۴). بعضی از محققان خودکارآمدی را ساختار ویژه، باور و اعتقاد به سطح شایستگی در وضعیت‌های ویژه تعریف کرده‌اند (۱۵). پیش‌فرض اساسی بر پایهٔ تئوری بندورا این است که خودکارآمدی، زمانی که مهارت‌های لازم و انگیزه‌های مناسب حضور داشته باشند، اجرای واقعی را پیش‌بینی می‌کند (۱۱). به اعتقاد بندورا اثرگذارترین منبع اطلاعات خودکارآمدی، موفقیت در اجراست و شواهد تجربی مستندی در مورد توانایی افراد در تکمیل موفقیت آمیز تکلیف ارائه نموده است. طبق نظر بندورا، باورهای کارآمدی مهم‌ترین عوامل تعیین‌کنندهٔ سطوح انگیزشی فرد برای اکتساب هدف ورزشی می‌باشند. خودکارآمدی پیش‌بینی‌کنندهٔ اجراست و افرادی که احساس خودکارآمدی قوی‌تری دارند؛ در کسب تکلیف جدید تلاش گسترده‌تر، جدیت بیشتر و استقامت طولانی‌تری از خود بروز می‌دهند (۱۷). اهداف درونی برای مشارکت ورزشی، با خودکارآمدی قوی‌تر (تلاش و تداوم بیشتر) (۱۸)، اما اهداف بیرونی اغلب با شاخص‌های واماندگی^۱ روانی مانند نارضایتی از بدن و احساس بیمار بودن رابطه دارند (۷).

پیشینهٔ تحقیق نشان می‌دهد انگیزه‌ها (اهداف) عوامل تعیین‌کنندهٔ مهمی در فعالیت‌های ورزشی به حساب می‌آیند. همچنین شواهدی وجود دارد مبنی بر این که تودهٔ بدن و تصویر بدن تأثیر متفاوتی بر انگیزهٔ کنترل وزن در مردان و زنان بزرگسال دارند. برخی تحقیقات فقط زنان را بررسی نموده یا جداگانه برای مردان و زنان اجرا شده‌اند و برخی دیگر شاخص تودهٔ بدن را کنترل نکرده‌اند. مک دونالد و تامپسون^۲ روابطی را بین زنان و مردان یافتند، اما شاخص تودهٔ بدن را مد نظر قرار ندادند (۶). کرافورد و اکلوند^۳ پس از ارزیابی درصد چربی بدن، تنها در میان زنان روابطی را به‌دست آوردند (۲۰). کش^۴ و همکاران پس از ارزیابی شاخص تودهٔ بدن، فقط در میان زنان همبستگی‌هایی یافتند. اسمیت^۵ و همکاران بین انگیزهٔ مربوط به وزن و اثر منفی مرتبط با بدن در زنان ارتباطی یافتند، اما مردان را ارزیابی نکردند. با توجه به موارد بیان شده و

1. distress

2. McDonald & Tompson

3. Crawford & Eklund

4. Cash

5. Smith

مسائل و مشکلات پیش رو، اجرای پژوهشی برای بررسی رابطه خودکارآمدی و شاخص توده بدن با انگیزه ورزش، به ویژه انگیزه کنترل وزن در دانشجویان دختر و پسر غیرورزشکار جامعه مربوط، به منظور برنامه ریزی ورزش های همگانی ضروری به نظر آمد. فرضیه های تحقیق عبارت بودند از: (۱) بین خودکارآمدی و شاخص توده بدن دختران و پسران غیرورزشکار تفاوت معنی داری وجود ندارد؛ (۲) بین خودکارآمدی و شاخص توده بدن دختران و پسران غیرورزشکار با انگیزه های ورزش آنها رابطه ای وجود ندارد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل تمامی دانشجویان دانشگاه کردستان در سال تحصیلی ۸۷-۸۸ (۲۵۹۱ دختر و ۲۶۸۵ پسر) بود که با استفاده از نمونه گیری طبقه ای، ۵۲۷ نفر (۳۵-۱۸ سال، ۴۹٪ دختر و ۵۱٪ پسر) که در همان سال، در کلاس های تربیت بدنی عمومی شرکت داشتند به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری عبارت بود از: پرسشنامه انگیزه های ورزش^۱ مارکلند و اینگلدیو (۱۹۹۷)، پرسشنامه استاندارد خودکارآمدی^۲ شرر و آدامز^۳ (۱۹۸۳) و پرسشنامه محقق ساخته ویژگی های فردی.

انگیزه های افراد برای شرکت در فعالیت ورزشی در اوقات فراغت، با استفاده از نسخه دوم پرسشنامه انگیزه های ورزش مارکلند و اینگلدیو (۱۹۹۷) ارزیابی شد. ابتدا، پرسشنامه اصلی توسط یکی از متخصصان زبان انگلیسی ترجمه شد. سپس، فرد دیگری که با موضوع آشنایی نداشت متن ترجمه شده را به انگلیسی برگرداند. در پایان، با مقایسه متن ترجمه شده با متن اصلی، روایی صوری و محتوایی، توسط ۲۰ نفر از متخصصان تربیت بدنی و روان شناسی تأیید شد و روایی سازه پرسشنامه نیز از طریق تحلیل عاملی تأییدی به دست آمد. پرسشنامه خودکارآمدی شرر و آدامز (۱۹۸۳) که خودکارآمدی عمومی را می سنجد، ۱۷ سؤال از نوع مقیاس پنج سطحی لیکرت دارد که هر سؤال دارای پنج گزینه (کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) است و به ترتیب، یک تا پنج امتیاز به هر گزینه تعلق می گیرد. پایایی سؤالات این پرسشنامه $r = 0/77$ بود. براتی بختیاری (۱۳۷۵) پایایی این پرسشنامه را $0/62$ و $0/76$ و نوربخش و ملکی (۱۳۸۳)، $0/59$ و $0/91$ گزارش کرده اند (۱ و ۲). نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای پرسشنامه های خودکارآمدی $AGFI = 0/967$ ، $df = 53$ ، $P = 0/000$ و انگیزه ورزش $AGFI = 0/987$ ، $df = 74$ ، $P = 0/000$ به دست آمد.

1. Exercise Motivations Inventory-2 (EMI-2)

2. Self-efficacy Inventory

3. Shrer & Adams

برای ارزیابی پایایی آزمون‌ها، مطالعه‌ای مقدماتی روی بخشی از جامعه آماری شامل ۵۰ نفر از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه کردستان (۲۵ دختر و ۲۵ پسر که جزء نمونه آماری به حساب نیامدند) اجرا شد. تجزیه و تحلیل نشان داد که در آزمون خودکارآمدی، پایایی متغیرها در سطح بالایی است (۰/۷۷) و روایی آن هم توسط متخصصان علوم ورزشی و روان‌شناسی موفقیت‌آمیز اعلام شد.

با توجه به اینکه نارضایتی از وزن بدن از مهم‌ترین انگیزه‌های بیرونی افراد برای مشارکت ورزشی است و در پیشینه تحقیق (کرافورد و اکلوند (۱۹۹۴)، کش و همکاران (۱۹۹۴)، اسمیت و همکاران (۱۹۹۸)، اینگلدیو و همکاران (۱۹۹۵)) نیز اغلب از شاخص توده بدن^۱ برای ارزیابی رضایت یا نارضایتی از بدن در افراد غیرورزشکار استفاده شده است؛ در این تحقیق نیز قد آزمودنی‌ها توسط متر، وزن به وسیله ترازوی دیجیتال Beurer مدل GS22 با دقت ۰/۱ کیلوگرم و شاخص توده بدن^۲ نیز به صورت وزن در مقیاس کیلوگرم تقسیم بر قد به توان ۲ در مقیاس متر اندازه‌گیری شد.

پس از مشخص شدن تعداد نمونه، با مراجعه به محل برگزاری کلاس‌های تربیت بدنی عمومی ۱ و ۲ دختران و پسران، پرسشنامه‌ها بین گروه‌های ۱۰ الی ۲۰ نفری توزیع و هم‌زمان با آن، قد و وزن آزمودنی‌ها نیز اندازه‌گیری و در پرسشنامه ثبت شد. سپس، برای همسان سازی وضعیت آزمودنی‌ها پرسشنامه‌های مربوط به آزمودنی‌هایی که در مسابقات دانشگاهی شرکت کرده بودند و به نوعی ورزشکار محسوب می‌شدند، حذف شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی (تحلیل عاملی تأییدی، همبستگی پیرسون، t مستقل) در سطح معنی‌داری $P < 0/05$ استفاده شد. خودکارآمدی و شاخص توده بدن به عنوان متغیرهای پیش‌بین و مجموعه انگیزه‌های ورزش نیز به عنوان متغیر ملاک در نظر گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا، یافته‌های توصیفی شرکت کنندگان و در پایان، نتایج ارائه می‌گردد. جدول ۱ اندازه‌های سن، قد، وزن و شاخص توده بدن آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد.

1. Body Mass Index (BMI)

جدول ۱. ویژگی‌های فردی شرکت‌کنندگان

انحراف معیار	میانگین	بالا ترین	پایین ترین		
۱/۵۵	۲۰/۵۲	۲۷	۱۸	دختران	سن
۲/۰۹	۲۱	۳۵	۱۸	پسران	
۰/۵۵	۱/۵۹	۱/۸۰	۱/۳۷	دختران	قد
۰/۷۰	۱/۷۵	۱/۹۵	۱/۵۶	پسران	
۸/۲۳	۵۵/۲۵	۸۲/۲	۳۶/۹	دختران	وزن
۱۰/۴۱	۶۸	۱۰۲/۲	۴۷	پسران	
۳/۱	۲۱/۷۱	۳۱/۶۴	۱۴/۹	دختران	شاخص توده بدن
۳/۰۳	۲۲/۱۲	۳۱/۹۲	۱۶/۲	پسران	

تفاوت‌های جنسیتی در شاخص توده بدن و خودکارآمدی

جدول ۲ نشان می‌دهد که در هیچ‌یک از دو متغیر ذکر شده تفاوت معنی‌داری بین دو جنسیت وجود ندارد.

جدول ۲. تفاوت بین خودکارآمدی و شاخص توده بدن شرکت‌کنندگان

P	میانگین انحراف استاندارد	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد		
۰.۱۲۹	۰.۱۹۵	۳.۱۰	۲۱.۷۱	۲۵۳	دختران	شاخص توده بدن
	۰.۱۸۴	۳.۰۳	۲۲.۱۲	۲۷۱	پسران	
۰.۸۷۵	۰.۳۳۸	۵.۳۷	۲۸.۷۰	۲۵۳	دختران	خودکارآمدی
	۰.۳۴۳	۵.۶۴	۲۸.۷۸	۲۷۱	پسران	

همبستگی بین شاخص توده بدن و خودکارآمدی با انگیزه‌های ورزش

جدول ۳ نشان می‌دهد در دختران، شاخص توده بدن با انگیزه کنترل وزن رابطه مثبت و معنی‌دار و با شادابی، رابطه منفی و معنی‌دار دارد.

جدول ۴ نشان می‌دهد در پسران، بین خودکارآمدی با انگیزه مراقبت از بیماری و بین شاخص توده بدن با انگیزه‌های کنترل وزن و دوری از بیماری رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۳. همبستگی بین خودکارآمدی و شاخص توده بدن با انگیزه‌های ورزش در دختران

شاخص توده بدن	خودکارآمدی	
۰/۵۵۵**	۰/۰۵۲	کنترل وزن
۰/۰۱۲	-۰/۰۱۵	دوری از بیماری
۰/۱۶۰*	-۰/۰۶۵	شادابی
۰/۰۹۰	-۰/۰۴۰	ظاهر بدنی
-۰/۰۸۴	-۰/۰۰۳	پذیرش اجتماعی
۰/۰۷۷	-۰/۰۴۳	کنترل فشار روانی
-۰/۰۹۶	-۰/۰۰۳	تندرستی مثبت
۰/۱۱۸	-۰/۰۳۰	قدرت و استقامت
-۰/۰۹۵	-۰/۰۳۸	لذت
-۰/۱۲۳	۰/۰۸۱	پیوندجویی گروهی
-۰/۰۳۱	۰/۰۹۸	مراقبت از بیماری
-۰/۰۱۹	۰/۰۳۶	رقابت طلبی
-۰/۱۱۳	۰/۰۰۳	چابکی
-۰/۱۵۷*	۰/۰۲۸	جسارت طلبی

** همبستگی در سطح ۰/۰۱

* همبستگی در سطح ۰/۰۵

جدول ۴ همبستگی بین خودکارآمدی و شاخص توده بدن با انگیزه‌های ورزش کردن پسران

شاخص توده بدن	خودکارآمدی	
۰/۵۶۵**	۰/۰۸۷	کنترل وزن
۰/۱۲۹*	۰/۰۱۰	دوری از بیماری
-۰/۰۲۲	-۰/۰۳۷	شادابی
۰/۰۴۶	-۰/۰۱۲	ظاهر بدنی
۰/۰۹۴	۰/۱۱۱	پذیرش اجتماعی
۰/۰۰۴	۰/۴۰	کنترل فشار روانی
-۰/۰۰۵	-۰/۰۹۵	تندرستی مثبت
-۰/۰۵۵	-۰/۰۱۰	قدرت و استقامت
-۰/۰۲۱	-۰/۰۵۱	لذت
۰/۰۵۳	۰/۰۷۷	پیوندجویی گروهی
۰/۰۴۲	۰/۲۰۶*	مراقبت از بیماری
۰/۰۱۹	۰/۰۳۶	رقابت طلبی
-۰/۰۸۲	-۰/۰۶۶	چابکی
۰/۰۸۶	۰/۰۲۹	جسارت طلبی

** همبستگی در سطح ۰/۰۱

* همبستگی در سطح ۰/۰۵

بحث و نتیجه گیری

هدف از تحقیق حاضر بررسی رابطه بین شاخص توده بدن و خودکارآمدی دانشجویان دختر و پسر غیرورزشکار با انگیزه‌های آنها برای ورزش بود. در فرضیه اول که عبارت بود از: وجود تفاوت‌های جنسیتی در متغیرهای شاخص توده بدن و خودکارآمدی دانشجویان، در هیچ یک از متغیرها تفاوت معنی‌داری یافت نشد. با توجه به عمومی بودن معیار شاخص توده بدن در اندازه‌گیری‌ها و نیز استفاده از پرسشنامه خودکارآمدی عمومی، ممکن است نبود تفاوت، به دلیل اثرات همسان سازی آزمودنی‌ها و گروه‌ها باشد.

در فرضیه دوم که رابطه بین شاخص توده بدن و خودکارآمدی را با انگیزه‌های ورزش ارزیابی می‌کرد، نتایج متفاوتی برای پسران و دختران به دست آمد. خودکارآمدی، تنها با انگیزه مراقبت از بیماری در پسران همبستگی داشت که احتمالاً به این دلیل است که پسران فرصت بیشتری برای فعالیت‌های ورزشی خارج از دانشگاه و نیز گرایش بیشتری به ورزش، برای کاهش عوارض بیماری خود دارند. این نتیجه با یافته‌های شن و ژو (۲۰۰۷) همخوانی ندارد. در پیشینه تحقیق (ونس تینکیست و همکاران، ۲۰۰۴) اشاره شده است که خودکارآمدی قوی با انگیزه‌های درونی رابطه دارد که با نتایج تحقیق حاضر ناهمخوان است؛ زیرا مراقبت از بیماری، انگیزه‌ای بیرونی برای مشارکت ورزشی است. ممکن است این ناهمخوانی‌ها به دلیل تفاوت‌های فرهنگی، محیط‌های اجتماعی و فرصت‌های دو جنسیت در دستیابی به فرصت‌های فعالیت بدنی باشد. هم در پسران و هم در دختران، شاخص توده بدن همبستگی مثبتی با انگیزه کنترل وزن داشت که با نتایج اینگلدیو و همکاران (۱۹۹۵) و شن و ژو (۲۰۰۷) همخوانی دارد، اما با نتایج اسمیت و همکاران (۱۹۹۸) همخوانی ندارد. نتیجه این تحقیق پیشنهاد می‌کند که دانشجویان پسر و دختر اگر واقعاً اضافه وزن دارند؛ با انگیزه کنترل وزن ورزش می‌کنند که با پیش‌بینی محققان همخوان است. در دختران، شاخص توده بدن با انگیزه‌های شادابی و جسارت‌طلبی همبستگی معنی‌دار و معکوس داشت که با نتایج اینگلدیو و سولیوان (۲۰۰۲) همخوانی دارد. از آنجا که بالا بودن شاخص توده بدن نمایانگر میزان بالای چربی نسبت به عضله است و این امر تحرک افراد را کم می‌کند؛ ممکن است موجب کاهش انگیزه‌های شادابی و جسارت‌طلبی نیز شده باشد. می‌توان با آگاه کردن دختران از شاخص توده بدن و تسهیل دسترسی به ابزار اندازه‌گیری آن، آنها را در کنترل شخصی این عامل کمک کرد و انگیزه آنها را برای ورزش افزایش داد.

با وجود اینکه کنترل وزن از انگیزه‌های اصلی دختران و پسران برای ورزش کردن است، همبستگی آن با شاخص توده بدن- که با نتایج اینگلدیو و سولیوان (۲۰۰۲) همخوانی دارد-

احتمالاً بدین معناست که هر دو گروه دختران و پسران از ناهمسانی قد و وزن خود ناراضی بوده، میل به ورزش دارند. این نتایج با پیش‌بینی‌های نظریه SDT مطابقت دارد که بر مبنای آن مشارکت ورزشی افراد با هدف کاهش وزن، ظاهر بدنی و ... (انگیزه‌های بیرونی) به دلیل نتایج فعالیت ورزشی است، نه خود فعالیت و اهداف بیرونی بیشتر با شاخص‌های واماندگی روانی مانند نارضایتی از بدن، احساس بیمار بودن و ... رابطه دارند.

با وجود اینکه تحقیق حاضر در پی بررسی تفاوت‌های جنسیتی در خرده‌مقیاس‌های انگیزه‌های ورزش نبود، ولی مقایسه نتایج آن با پیشینه تحقیق مفید است. سنرا و لیتائو (۲۰۰۳) در بررسی تفاوت‌های جنسی در انگیزه‌های ورزش دریافتند که زنان، در مقایسه با مردان امتیاز بیشتری در حوزه‌های کنترل وزن (هم‌خوانی)، کنترل فشار روانی (ناهم‌خوانی) و تندرستی (ناهم‌خوانی) کسب کردند، در مقابل، مردان اغلب، در مقایسه با زنان در مقیاس‌های پیوندجویی (هم‌خوانی) و رقابت (هم‌خوانی) بالاتر بودند. این نتایج بیانگر اهمیت زیادی است که کاهش وزن و لاغری برای زنان دارد که مهم‌ترین راه نیل به این هدف را ورزش کردن می‌دانند و انگیزه‌های دیگر برای آنها در درجه‌های بعدی قرار دارند، اما از دیدگاه بسیاری از مردان، ورزش فرصتی برای رقابت با دوستان و محکم‌تر کردن دوستی‌هاست.

کیمبروف و همکاران (۲۰۰۵) در تحقیق خود نتیجه گرفتند که عوامل کنترل وزن، اجرا، انگیزه‌های روانی و تندرستی عمومی بیشترین انگیزه‌های افراد برای شرکت در ورزش است (هم‌خوانی) و عوامل اجتماعی، محرک اصلی شرکت در فعالیت ورزشی گزارش نشد (ناهم‌خوانی). تضاد نتایج ممکن است به دلیل تفاوت طرح تحقیق باشد.

آگاهی از انگیزه‌های افراد برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی ممکن است مربیان را در فهم بهتر این نکته کمک کند که چرا افراد از این فعالیت‌ها دوری گزیده یا به آن متمایل می‌شوند. فرضیه‌ها و یافته‌های این پژوهش به رابطه شاخص توده بدن و خودکارآمدی با انگیزه‌های ورزش کردن اشاره دارد و نشان می‌دهد که این عوامل می‌توانند با برخی انگیزه‌های افراد برای ورزش کردن و تداوم آن رابطه داشته باشند. بر اساس نتایج، بهتر است در تدوین برنامه‌های ورزش همگانی، به انگیزه‌های بدنی و اجتماعی مرتبط با جنسیت برای شرکت در ورزش توجه شود و با افزایش کیفیت و سطح ورزش همگانی، آگاه کردن افراد از شاخص توده بدن و تسهیل دسترسی به ابزار اندازه‌گیری آن در تغییر و بهبود انگیزه‌های ورزش افراد گام مؤثری برداشته شود؛ زیرا کنترل وزن و بهبود ظاهر بدنی (انگیزه‌های بیرونی)، از انگیزه‌های اصلی افراد برای مشارکت ورزشی می‌باشد.

به منظور آگاهی بیشتر از انگیزه‌های زنان و مردان برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی پیشنهاد می‌شود تحقیقاتی در این زمینه روی گروه‌های مختلف سنی از کودکان تا سالمندان، در هر دو جنسیت و نیز در مورد رابطه سایر متغیرهای روانی از جمله اعتماد به نفس، خودپنداره، ویژگی‌های شخصیتی و ... با انگیزه‌های ورزش (درونی و بیرونی) انجام شود.

منابع:

۱. براتی بختیاری، سیامک، (۱۳۷۵). بررسی رابطه ساده و چندمتغیری خودکارآمدی، خودپایی و عزت نفس با عملکرد تحصیلی در دانش آموزان. پایان نامه کارشناسی ارشد علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
۲. نوربخش، پریوش، ملکی، محمد، (۱۳۸۳). مقایسه مهارت‌های روانی پایه، روانی- جسمانی و شناختی ورزشکاران مرد برتر رشته‌های گروهی و انفرادی استان خوزستان و رابطه این مهارت‌ها با خودکارآمدی آنان. حرکت، ۲۳: ۱۲۵-۱۴۱.
3. Senra, C., Leitão, J.C. (2003). Motivation and exercise. Poster session presented at the European Federation of Sport Psychology's (FEPSAC) XIth European Congress of Sport Psychology, Copenhagen Denmark. Retrieved: May 15, 2004 from <http://www.ifi.ku.dk>.
4. Ryan, R.M., Deci, E.L. (2002). Overview of self-determination theory: an organism dialectical perspective. Handbook of Self-determination Research. Rochester. NY: University of Rochester Press.
5. Kimbrough, S., Rose, M., Vallee, J., Nelan, C. (2005). Use of a Shortened EMI-2 in Assessment of Exercise Motivations of Participants in College Campus Group Exercise (Psychology). Poster session presented at the 2005 AAHPERD National Convention and Exposition. Chicago, IL. Retrieved: January 14, 2005 from <http://aaahperd.confex.com/>.
6. Frederick, C.M., Ryan, R.M. (1993). Differences in motivation for sport and exercise and their relations with participation and mental health. J. of Sport Behavior, 16: 124-146.
7. Furnham, A., Badmin, N., Sneade, I. (2002). Body image dissatisfaction: gender differences in eating attitudes, self-esteem, and reasons for exercise. J Psychol. 136: 581-96.
8. Ryan, R. M., Frederick, C. M., Lipes, D., Rubio, N., Sheldon, K. M. (1997). Intrinsic motivation and exercise adherence. Int. J. of Sport Psychology, 28: 335-354.
9. Ingledew, D.K., Markland, D., Medley, A.R. (1998). Exercise motives and stages of change. J. of Health Psychology, 3(4): 477-489.

10. Maltby, J., Day, L. (2001). The Relationship between Exercise Motives and Psychological Well-being. *The Journal of Psychology*, 135 (6): 651-660.
11. Ingledew, D. K., Hardy, L., De Sousa, K. (1995). Body shape dissatisfaction and exercise motivations. *J. of Sports Sciences*, 13: 60-63.
12. Ingledew, D.K., Sullivan, G. (2002). Effects of body mass and body image on exercise motives in adolescence. *Psychology of Sport and Exercise*, 3: 323-338.
13. Markland, D., Ingledew, D.K. (1997). The measurement of exercise motives: Factorial validity and invariance across gender of a revised Exercise Motivations Inventory. *British J. of Health Psychology*, 2: 361-376.
14. Makatura, T., Campbell, J.L. (2006). Examining Factors Related to Exercise Motivation and Habitual Exercise Participation Among Employees of a Phosphate Fertilizer Work Setting. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment, Capella University.
15. Hardy, L., Jones, G., Gould, D. (1996). Understanding psychological preparation for sport: Theory and practice of elite performers. Boston: John Wiley and Sons.
16. Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York: W. H. Freeman.
17. Wold, B., Aaro, L. E., Smith, C. (1994). Health behavior in school-aged children: A WHO cross-national survey. Research protocol for the 1993-94 study. Bergen, Norway: University of Bergen Research Center for Health Promotion.
18. Vansteenkiste, M., Simons, J., and Lens, W. (2004). Motivating learning, performance, and persistence: the synergistic effects of intrinsic goal contents and autonomy-supportive contexts. *J Pers Soc Psychol*. 87, pp: 246-60.
19. McDonald, K., Thompson, J. K. (1992). Eating disturbance, body image dissatisfaction and reasons for exercising: Gender differences and correlation findings. *Int. J. of Eating Disorders*, 11: 289-292.
20. Crawford, S., Eklund, R. C. (1994). Social physique anxiety, reasons for exercise, and attitudes toward exercise settings. *J. of Spo. and Exe. Psy*, 16: 70-82.
21. Cash, T. F., Novy, P. L., Grant, J. R. (1994). Why do women exercise? Factor analysis and further validation of the Reasons for Exercise Inventory. *Perceptual and Motor Skills*, 78: 539-544.
22. Smith, B. L., Handley, P., Eldredge, D. A. (1998). Sex differences in exercise motivation and body-image satisfaction among college students. *Perceptual and Motor Skills*, 86: 723-732.
23. Shen, B., Xu, C. (2007). Effects of self-efficacy, body mass and cardio respiratory fitness on exercise motives in college students in China. *Re. Qua. in Exercise and Sport*, 7: 70-85.

بررسی مهم‌ترین موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال ایران

* حسن قره خانی^۱، دکتر محمد احسانی^۲، دکتر هاشم کوزه‌چیان^۳، دکتر محمد خیبری^۴،
سودابه فولادی حیدرلو^۵، فرزاد نوبخت^۶

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۳۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۸/۳

چکیده

با وجود گذشت یک دهه از خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال در کشورهای پیشرفته، اغلب باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای کشورمان دولتی هستند؛ از این رو تحقیق حاضر به شناسایی و رتبه‌بندی مهم‌ترین موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای کشور در سال ۱۳۸۸-۸۹ می‌پردازد. این تحقیق برای اولین بار در کشور انجام شده؛ بنابراین از نوع اکتشافی است و به روش توصیفی-پیمایشی (توصیفی-تحلیلی) انجام شده است. مدیران باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر و دسته یک، مدیران ارشد فدراسیون فوتبال (اعضای هیئت رئیسه و مسئولان کمیته‌های مختلف)، متخصصان مدیریت ورزشی آشنا به مسائل باشگاه‌های فوتبال (N= 150) به عنوان نمونه انتخاب شدند (روش سرشماری). گردآوری اطلاعات به شیوه میدانی، با استفاده از پرسشنامه انجام شد که استادان متخصص روایی آن را تأیید کردند و پایایی آن، به روش آلفای کرونباخ ۰/۹۲ به دست آمد. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های فریدمن و دوجمله‌ای استفاده شد. نتایج نشان داد به جز دو مورد (نبود نظام پیش‌بینی نتایج مسابقات و درآمد کم از نقل و انتقال بازیکن)، عوامل بررسی شده از موانع مهم خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال می‌باشند. همچنین، رتبه‌بندی موانع اقتصادی نشان داد که اهمیت موانع بررسی شده، یکسان نیست، به طوری که کم بودن درآمد بلیت فروشی، مهم‌ترین و نبود نظام پیش‌بینی نتایج مسابقات باشگاهی، کم‌اهمیت‌ترین موانع معرفی شدند. افزایش کارایی و اثربخشی، بهبود مدیریت، به دست آوردن نتایج مطلوب و افزایش اعتبار باشگاه از موارد مهمی است که همواره مورد توجه علاقه‌مندان فوتبال بوده و مشکلات اقتصادی در راه خصوصی سازی باشگاه‌ها، مانع دستیابی به اهداف مذکور شده است؛ بنابراین رفع موانع اقتصادی موجود نخستین گام ضروری در این زمینه است.

کلیدواژه‌های فارسی: موانع اقتصادی، خصوصی سازی، باشگاه‌های فوتبال، رتبه‌بندی.

مقدمه

بدون شک، فوتبال پرطرفدارترین و محبوب‌ترین ورزش در پهنه بین‌المللی است (۱). امروزه، فوتبال در بسیاری از کشورها ورزش ملی محسوب می‌شود (۲). در میان ارکان صنعت فوتبال، نقش باشگاه‌ها از بقیه مهم‌تر است؛ زیرا به مثابه کارخانه‌های تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی آن عمل می‌کنند (۳).

در گذشته، بسیاری از باشگاه‌های فوتبال را مالکان ثروتمند یا سیاستمداران اداره می‌کردند، اما از اوایل دهه ۹۰ میلادی، به دلیل افزایش هزینه، به‌ویژه دستمزد بازیکنان و نیاز شدید به منابع مالی جدید، کارشناسان خبره اقتصادی بهترین راه حل را پیوستن باشگاه‌ها به بازار بورس معرفی کردند. در انگلستان، باشگاه تاتنهام اولین باشگاهی بود که با عرضه سهام خود در سال ۱۹۸۳ بیش از ۳/۳ میلیون پوند درآمد به‌دست آورد. منچستر یونایتد نیز در سال ۱۹۹۱ وارد بورس لندن شد و در سال‌های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۷ شانزده باشگاه دیگر نیز به بورس راه یافتند (۴).

امروزه، اغلب باشگاه‌های فوتبال مطرح جهان به شرکت‌های تجاری حرفه‌ای و معتبر تبدیل شده‌اند؛ به عنوان نمونه ۲۰ باشگاه مطرح انگلستان در بورس لندن فعالیت دارند و هزاران نفر طرفدار فوتبال، سهام‌دار این باشگاه‌ها بوده، از طریق داد و ستد سهام، علاوه بر کسب سود کمک مالی فراوانی به باشگاه‌های خود می‌کنند. این شکل اداره باعث شده تا باشگاه‌ها به دو هدف اصلی خود؛ یعنی موفقیت تجاری و موفقیت ورزشی دست یابند (۵).

در حال حاضر، تأثیر اقتصادی فوتبال به برگزاری رویدادهای بزرگ بین‌المللی مانند جام جهانی محدود نمی‌شود، بلکه در بسیاری از کشورها، برگزاری لیگ‌های حرفه‌ای و صنعت باشگاه‌داری باعث رشد و توسعه اقتصادی در سطح کلان شده است؛ به عنوان نمونه در کشورهایی مانند انگلستان و اسپانیا، فوتبال به منزله ماشین اقتصادی عمل می‌کند و سالانه میلیون‌ها دلار درآمد دارد و از این طریق، در رشد و توسعه اقتصادی کل کشور نیز نقش مهم ایفا می‌کند (۶). با این حال، اکثریت قریب به اتفاق باشگاه‌های فوتبال ایران در اختیار بخش‌های دولتی بوده، با مشکلات مالی متعددی مواجه‌اند که همین امر، مانعی در مسیر خصوصی‌سازی آنها است.

کارشناسان اقتصادی معتقدند مهم‌ترین مشکلات اقتصاد ایران شامل: مالکیت گسترده دولتی، ساختار انحصاری بازار، درون‌گرایی و عدم تعامل با بازارهای خارجی است. بدیهی است که وجود این ایرادهای ساختاری در اقتصاد بر بسیاری از صنایع از جمله صنعت فوتبال نیز تأثیر داشته است، به عنوان نمونه نتایج تحقیق مرادی (۱۳۸۸) درباره نقش عوامل اقتصادی در جذب سرمایه‌گذاری خارجی در فوتبال کشور نشان داد بین عوامل اقتصادی (خطر سرمایه‌گذاری،

اندازه بازار و ساختار رقابتی) و میزان سرمایه‌گذاری خارجی در فوتبال کشور ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد (۷)؛ بنابراین استقرار ساختار رقابتی در اقتصاد کشور بر صنعت فوتبال نیز تأثیر مثبت خواهد داشت به نحوی که شرکت‌های تجاری برای استفاده تبلیغاتی از فوتبال کشور (به علت عمومیت آن) با یکدیگر رقابت خواهند کرد (۸).

مرادی (۱۳۸۸) در تحقیق خود عوامل بازدارنده سرمایه‌گذاری خارجی در فوتبال کشور را به سه دسته تقسیم کرد: ساختار اقتصادی و مشکلات مربوط با آن، مهم‌ترین موانع معرفی شدند -البته او بیان کرد که این عامل خارج از ساختار فوتبال کشور و فراتر از آن است- دومین عامل بازدارنده، ساختار صنعت ورزش کشور و سومین گروه، موانع مرتبط با صنعت فوتبال و باشگاه‌های آن است (۷).

با مروری بر نتایج تحقیقات انجام شده مشخص می‌شود که علاوه بر مشکلات ساختاری اقتصاد کشور، موانع بسیاری نیز وجود دارند که به بحث اقتصاد و منابع مالی فوتبال و باشگاه‌های فوتبال مرتبط می‌باشند و به عنوان عوامل بازدارنده خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور مطرح‌اند.

تحقیقات انجام شده در زمینه خصوصی سازی ورزش، نشان می‌دهد که عوامل مختلفی بر خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال تأثیرگذارند. دنیا پاداش (۱۳۸۸) در تحقیق خود درباره خصوصی سازی باشگاه‌های ورزشی با تأکید بر ورزش فوتبال بیان کرد که نقش عوامل اقتصادی از بقیه موارد مهم‌تر است؛ زیرا آنها مهم‌ترین موانع خصوصی سازی می‌باشند (۹). خبیری (۱۳۸۴) نیز نشان داد باشگاه‌های فوتبال ایران با حداقل معیارهای یوفا در حیطه مالی فاصله زیادی دارند (حدود ۶۰ درصد) و باید در جهت شفافیت اطلاعات مالی، پیروی از قوانین و مقررات مالی و دستیابی به تراز مالی مثبت گام بردارند (۱۰).

بررسی نتایج تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهد که مهم‌ترین موانع اقتصادی شامل: تحقق نیافتن حق پخش تلویزیونی، پرداخت نکردن حق تبلیغات دور زمین مسابقه، رعایت نکردن حق مؤلف، درآمد کم بلیت فروشی، درآمد کم از محل حامیان مالی، دریافت نکردن حق عضویت، درآمد ناچیز از محل نقل و انتقال بازیکن، شفاف نبودن وضعیت مالی، هزینه نامتناسب با درآمد در زمینه حقوق و مزایای بازیکنان و مربیان (عدم حاکمیت منطق هزینه- فایده)، درآمد کم باشگاه‌ها از محل تبلیغات و بازرگانی و تراز مالی منفی باشگاه‌های فوتبال می‌باشد (۸-۱۲).

از آنجا که در حال حاضر، فوتبال کشور دچار زیان مالی است و ریسک بالایی دارد، جذابیت چندانی برای بخش خصوصی ندارد؛ بنابراین رفع مشکلات اقتصادی باشگاه‌ها ضرورتی انکارناپذیر برای موفقیت خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال است. از طرف دیگر، تا کنون

تحقیقی جامع درباره خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور، به‌ویژه در مورد موانع موجود انجام نشده است؛ تحقیق حاضر با هدف شناسایی و رتبه‌بندی مهم‌ترین موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور انجام شد تا رهنمودهایی عملیاتی برای رفع این مشکل ارائه نماید.

منظور از مانع در تحقیق حاضر به این شرح می‌باشد: مشکلی که پیش روی ما قرار گرفته و برای رسیدن به هدف، باید از میان برداشته شود؛ به بیان دیگر سدی که بین وضعیت موجود و مطلوب قرار گرفته است و برای دستیابی به وضعیت مطلوب، چاره‌ای جز از میان برداشتن آن نیست؛ بنابراین موانع، عواملی هستند که ما را از رسیدن به اهداف باز می‌دارند یا از آنها دور می‌سازند.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش اجرا - چون برای اولین بار در کشور صورت می‌گیرد- اکتشافی است. گردآوری اطلاعات به شیوه میدانی، با استفاده از پرسشنامه انجام شد. استادان مدیریت ورزشی، اقتصاد، مدیریت و برخی صاحب‌نظران آشنا به مسائل باشگاه‌های فوتبال، روایی پرسشنامه را تأیید کردند و پایایی آن نیز از طریق مطالعه مقدماتی، با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۲ به دست آمد.

جامعه آماری این تحقیق شامل سه گروه بود: الف) مدیران باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال و دسته اول؛ ب) مدیران ارشد فدراسیون فوتبال (اعضای هیئت رئیسه و مسئولان برخی کمیته‌ها؛ ج) برخی استادان مدیریت ورزشی و صاحب‌نظران آشنا با مسائل باشگاه‌های فوتبال (۱۵۰ نفر).

به علت کم بودن تعداد جامعه آماری همه گروه‌های یاد شده به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق از آمار توصیفی (تعیین میانگین و رسم نمودارها و جداول و ...) و آمار استنباطی (آزمون دوجمله‌ای، فریدمن و آنوا)، با استفاده از نرم‌افزار SPSS بهره‌گیری شد.

به‌منظور شناسایی موانع اقتصادی موجود در مسیر خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال سؤالات پرسشنامه، با استفاده از روش آزمون دوجمله‌ای ارزیابی شد. از آنجا که سؤالات پرسشنامه بر اساس مقیاس لیکرت از ۱ تا ۵ درجه‌بندی شده بود، عدد ۳ به عنوان نقطه مرزی انتخاب شد؛ بدین معنی که فرض شد اگر امتیاز هر سؤال (عامل) مساوی یا بزرگ‌تر از ۳ باشد (احتمال مشاهده شده بیشتر از احتمال آزمون)، آن عامل از موانع مهم خصوصی سازی باشگاه‌های

فوتبال است و اگر امتیاز هر سؤال (عامل) کوچکتر از ۳ باشد (احتمال مشاهده شده کوچکتر از احتمال آزمون) از موانع خصوصی سازی باشگاههای فوتبال نیست. برای رتبه‌بندی موانع از روش فریدمن و برای بررسی اختلاف بین گروه‌های مختلف -با توجه به تحصیلات و شغل آنها- از روش آنوای یک‌طرفه استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج آزمون دوجمله‌ای نشان داد احتمال مشاهده شده دو مانع درآمد کم باشگاه‌ها از محل انتقال بازیکن و نبود نظام پیش‌بینی نتایج مسابقات کمتر از احتمال آزمون است؛ در نتیجه این دو عامل از موانع خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال نمی‌باشند، اما احتمال مشاهده شده سایر موارد بررسی شده بزرگتر از احتمال آزمون بود؛ در نتیجه به عنوان موانع خصوصی سازی باشگاه‌ها شناسایی شدند.

جدول ۱. نتایج آزمون دوجمله‌ای برای هر یک از موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال

عنوان مانع	احتمال مشاهده شده	احتمال آزمون	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون
پایین بودن درآمد بلیت فروشی	۰/۸۵	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید H_0
پرداخت نشدن حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین	۰/۸۹	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید H_0
درآمد کم از محل حامیان مالی	۰/۸۷	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید H_0
درآمد کم از تبلیغات و بازرگانی	۰/۸۳	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید H_0
تناسب نداشتن هزینه‌ها با درآمدها (عدم حاکمیت هزینه-فایده)	۰/۸۷	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید H_0
ناتوانی در تهیه فضاهای ورزشی مورد نیاز	۰/۹۱	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید H_0
تراز مالی منفی باشگاه	۰/۷۸	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید H_0
تخصیص نیافتن تسهیلات مالی کم بهره یا بلاعوض به باشگاه	۰/۸۳	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید H_0
نبود درآمد از محل حق عضویت افراد	۰/۷۲	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید H_0
درآمد کم از محل نقل و انتقال بازیکن	۰/۳۳	۰/۵۰	۰/۱۰۴	رد H_0
درآمد کم از محل صحه گذاری (تأیید محصولات)	۰/۶۷	۰/۵۰	۰/۰۲۶	تأیید H_0
نبود نظام پیش‌بینی نتایج مسابقات	۰/۳۳	۰/۵۰	۰/۱۰۴	رد H_0

نتایج آزمون فریدمن نشان داد اهمیت موانع اقتصادی به یک اندازه نیست، به‌طوری که برخی موانع مهمتر از موانع دیگرند.

جدول ۲. تحلیل واریانس فریدمن برای وانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور

H ₀	سطح معنی‌داری	درجه آزادی	کای دو محاسبه شده	نتیجه آزمون
رتبه میانگین موانع اقتصادی با هم برابر است	۰/۰۰۰	۱۱	۷۸/۹۱۶	رد H ₀

همان‌طور که جدول ۲ نشان می‌دهد، رتبه میانگین موانع اقتصادی با هم برابر نیست؛ به عبارت دیگر برخی موانع اقتصادی مهم‌تر از موانع دیگرند؛ در نتیجه فرض صفر مبنی بر برابری موانع تأیید نشد؛ بنابراین برای تعیین رتبه هر یک از موانع و مشخص شدن میزان اهمیت آنها در مقایسه با یکدیگر، بار دیگر از آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شد.

رتبه میانگین هر یک از موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور نشان می‌دهد که کم بودن درآمد بلیت فروشی، مهم‌ترین مانع است و نبود نظام پیش‌بینی نتایج مسابقات باشگاهی در آخرین رتبه اهمیت قرار دارد.

جدول ۳. تحلیل واریانس فریدمن برای هر یک از موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور

	موانع اقتصادی	میانگین	رتبه میانگین	اولویت
۱	کم بودن درآمد بلیت فروشی	۴/۴۳	۷/۸۶	اول
۲	پرداخت نشدن حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین	۴/۴۱	۷/۶۱	دوم
۳	درآمد کم از محل حامیان مالی	۴/۳۹	۷/۵۲	سوم
۴	درآمد کم از تبلیغات و بازرگانی	۴/۳۳	۷/۳۰	چهارم
۵	تناسب نداشتن هزینه‌ها با درآمدها (عدم حاکمیت هزینه-فایده)	۴/۳۷	۷/۲۸	پنجم
۶	ناتوانی در تهیه فضاهای ورزشی مورد نیاز	۴/۳۳	۷/۰۲	ششم
۷	تراز مالی منفی باشگاه	۴/۱۳	۶/۴۶	هفتم
۸	تخصیص نیافتن تسهیلات مالی کم بهره یا کمک بلاعوض به باشگاه	۴/۱۳	۶/۲۷	هشتم
۹	نبود درآمد از محل حق عضویت افراد	۴/۰۴	۶/۰۸	نهم
۱۰	درآمد کم از محل نقل و انتقال بازیکن	۳/۸۰	۴/۹۸	دهم
۱۱	درآمد کم از محل صحنه‌گذاری (تأیید محصولات)	۳/۷۶	۴/۹۷	یازدهم
۱۲	نبود نظام پیش‌بینی نتایج مسابقات	۳/۶۷	۴/۶۵	دوازدهم

جدول ۳ نشان می‌دهد سه عامل درآمد کم از محل بلیت فروشی، دریافت نکردن حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین مسابقه و درآمد کم از محل حامیان مالی به ترتیب، در درجه اول تا سوم اهمیت قرار دارند و به بیان دیگر، مهم‌ترین موانع موجود در راه خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور محسوب می‌شوند.

اختلاف معنی‌داری بین موانع، با توجه به مدرک تحصیلی مشاهده نشد؛ بنابراین فرض صفر تأیید شد.

جدول ۴. نتایج آزمون آنالیز واریانس موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور
با توجه به مدرک تحصیلی

متغیر		مجموع مجذورها	میانگین مجذورها	F	Sig
موانع اقتصادی	بین گروهی	۱۸۱/۰۶۵	۴۵/۲۶۶	۰/۱۵۵	۰/۳۴۵
	درون گروهی	۱۶۰۶/۸۷۰	۳۹/۱۹۲		
	کلی	۱۷۸۷/۹۳۵			

با نگاهی به جدول ۴ مشخص می‌شود بین موانع مشخص شده توسط گروه‌های چندگانه، با توجه مدارک تحصیلی (دیپلم، کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری) اختلاف معنی‌داری وجود ندارد؛ در نتیجه فرض صفر تأیید شد. به‌علاوه، بین موانع مشخص شده، با توجه به شغل (مدیر ورزشی، استاد دانشگاه، عضو هیئت مدیره باشگاه و کارشناس فوتبال) نیز اختلاف معنی‌داری وجود ندارد؛ در نتیجه فرض صفر تأیید شد.

جدول ۵. نتایج آزمون آنالیز واریانس موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور
با توجه به شغل

متغیر		مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	F	Sig
موانع اقتصادی	بین گروهی	۱۰۵/۳۱۰	۳۵/۱۰۳	۰/۸۶۷	۰/۴۶۱
	درون گروهی	۱۶۸۲/۶۲۵	۴۰/۰۶۳		
	کلی	۱۷۸۷/۹۳۵			

بحث و نتیجه‌گیری

بررسی احتمال آزمون عوامل: کم بودن درآمد بلیت فروشی، پرداخت نشدن حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین، درآمد کم از محل حامیان مالی، درآمد کم از تبلیغات و بازرگانی، تناسب نداشتن هزینه‌ها با درآمدها (عدم حاکمیت هزینه-فایده)، ناتوانی در تهیه فضاهای ورزشی مورد نیاز، تراز مالی منفی باشگاه، تخصیص نیافتن تسهیلات مالی کم‌بهره یا بلاعوض به باشگاه، عدم درآمد از محل حق عضویت افراد و درآمد کم از محل صحنه‌گذاری (تأیید محصولات) نشان داد احتمال مشاهده شده از احتمال آزمون بیشتر بود؛ در نتیجه تمام عوامل فوق مانع مهم بر سر راه خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال می‌باشند. این یافته با تحقیق مهدوی (۱۳۸۴) هم‌سو است که نتیجه گرفت هزینه زیاد و کمبود بودجه باشگاه‌ها،

بازگشت کم سرمایه و ترس از ضرر دهی و تخصیص نیافتن یارانه به بخش خصوصی موانع خصوصی سازی ورزش هستند (۱۳). همچنین، احمدی (۱۳۸۶) نیز هزینه زیاد ساخت و خرید اماکن و تجهیزات ورزشی، کافی نبودن تسهیلات دولتی و ناتوانی در تأمین حقوق و دستمزد منابع انسانی را از مهم‌ترین موانع خصوصی سازی باشگاه‌های شهرستان ارومیه معرفی کرد که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد (۱۱). دنیا پاداش (۱۳۸۸) نیز بیان کرد که عوامل اقتصادی در میان عوامل مؤثر بر خصوصی سازی باشگاه‌های ورزشی رتبه اول را دارند که با یافته این تحقیق همخوانی دارد (۹). شاید دلیل هم‌سویی نتایج این باشد که بحث عوامل اقتصادی و تأمین هزینه‌های باشگاه‌ها اساس ادامه حیات آنهاست.

با این حال، نتایج نشان داد ناتوانی در تهیه فضاهای ورزشی مورد نیاز باشگاه، پرداخت نشدن حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین به باشگاه‌ها، درآمد کم از محل حامیان مالی و تناسب نداشتن هزینه‌ها با درآمدها (عدم حاکمیت هزینه-فایده) بالاترین احتمالات مشاهده شده را دارند که ممکن است به این علت باشد که در نظر مدیران باشگاه‌ها و مسئولانی که در این تحقیق شرکت داشتند عوامل اقتصادی اهمیت زیادی داشته، اغلب به عنوان مانع مطرح‌اند. رتبه‌بندی موانع نشان می‌دهد کم بودن درآمد بلیت فروشی، مهم‌ترین مانع خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور است. این یافته با نتایج تحقیقات الهی (۱۳۸۳، ۱۳۸۷) همخوانی دارد (۱۲، ۱۴). آبراهامسون و فارمر^۱ (۲۰۰۱) با بررسی منابع درآمدی لیگ حرفه‌ای فوتبال دریافتند که از میان منابع درآمدی باشگاه‌های فوتبال آمریکا، درآمد حاصل از بلیت فروشی بیشترین اهمیت را دارد. الهی (۱۳۸۳) نیز بلیت فروشی را مهم‌ترین منبع درآمد لیگ حرفه‌ای ایران معرفی کرده و نشان داده است که میزان درآمد بلیت فروشی در کشورمان بسیار پایین‌تر از کشور ژاپن است (۱۴). این موضوع، به عنوان مهم‌ترین منابع درآمدی باشگاه‌های فوتبال ایران اهمیت زیادی دارد و به همین دلیل درآمد کم در این بخش، مهم‌ترین مانع خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال است.

نتایج تحقیق نشان داد که عدم پرداخت حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین، دومین مانع مهم خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال است که با نتایج الهی (۱۳۸۳، ۱۳۸۷)، طرح جامع ورزش (۱۳۸۲) جودیو و فیلیپ (۲۰۰۳) همخوانی دارد. الهی نشان داد که حق پخش در فوتبال ایران جایگاهی ندارد، یافته‌های طرح جامع ورزش نیز حق پخش تلویزیونی را در ایران غیرفعال معرفی کرده است و جودیو و فیلیپ نیز بیان کردند که فقدان قوانین اختصاصی برای حق پخش تلویزیونی از مهم‌ترین عوامل ناکارآمدی باشگاه‌های اسپانیاست (۱۲، ۱۴، ۱۸). علت

1. Abrahamson and Farmer

این امر، رسمیت نداشتن قوانین حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین مسابقه است که به ترتیب در انحصار سازمان صدا و سیما و سازمان لیگ قرار دارند. در مورد حق پخش تلویزیونی، وضعیت به قدری تأسف برانگیز است که طبق نتایج تحقیق، در برخی موارد، باشگاه‌های فوتبال لیگ دسته اول برای پخش مسابقه در شبکه استانی خود نیز باید مبلغی را به صدا و سیما استان پرداخت کنند و این امر کاملاً مغایر اصول حرفه‌ای ورزش و قوانین و مقررات فیفاست. حتی کشورهای عربی همسایه نیز از این لحاظ وضعیت بهتری دارند، به‌طوری که کشور امارات، حق پخش تلویزیونی مسابقات فوتبال را به مدت پنج سال، به مبلغ ۹۵ میلیون دلار فروخته است.

درآمد کم از محل حامیان مالی، سومین مانع خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال است. این یافته با نتایج تحقیقات الهی (۱۳۸۳) و (۱۳۸۷)، جودیو و فیلیپ (۲۰۰۳) و میچی و آگتون (۲۰۰۵) همسو است (۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۷). الهی (۱۳۸۷) بهره‌گیری اندک از متخصصان بازاریابی ورزشی و کمبود آژانس‌های تخصصی بازاریابی ورزشی را در نهادهای ذی‌ربط برای جذب حامیان مالی، از موانع توسعه اقتصادی فوتبال کشور معرفی کرد (۱۲). نتایج جودیو و فیلیپ (۲۰۰۳) نیز نشان داد که فقدان قوانین اختصاصی برای حامیان مالی و مدیریت امور مالی از دیگر عوامل مهم ناکارآمدی باشگاه‌های اسپانیاست (۱۶). همچنین، میچی و آگتون (۲۰۰۵) نیز بیان کردند که حامیان مالی اغلب از تیم‌هایی حمایت می‌کنند که شفافیت مالی دارند (۱۷). با توجه به این یافته و هم‌سویی آن با نتایج تحقیقات دیگر می‌توان گفت فقدان قوانین اختصاصی در این زمینه و عدم شفافیت مالی باشگاه‌های فوتبال برای حامیان مالی آنها خوشایند نیست و باعث کناره‌گیری آنها شده است؛ در نتیجه درآمد باشگاه‌ها از این طریق، کمتر از پتانسیل واقعی آنهاست.

درآمد کم از تبلیغات و بازرگانی، تناسب نداشتن هزینه‌ها با درآمدها (عدم حاکمیت هزینه-فایده)، ناتوانی در تهیه فضاهای ورزشی مورد نیاز، تراز مالی منفی باشگاه، تخصیص نیافتن تسهیلات مالی کم‌بهره یا کمک بلاعوض به باشگاه و نبود درآمد از محل حق عضویت افراد، به ترتیب، از دیگر موانع مهم خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال است که با نتایج تحقیقات الهی (۱۳۸۳، ۱۳۸۷)، مهدوی (۱۳۸۴)، خبیری (۱۳۸۴)، احمدی (۱۳۸۶)، رضانی (۱۳۸۶) و رضوی (۱۳۸۳) همسو است (۳، ۸، ۱۱-۱۴، ۱۸).

امروزه، تبلیغات و امور بازرگانی اهمیت زیادی در درآمدزایی باشگاه‌ها و بازیکنان فوتبال دارد. این امر با نام معامله برد-برد شناخته می‌شود؛ زیرا هم باشگاه و هم شرکت‌های تجاری به سود زیادی دست می‌یابند؛ به همین دلیل، علاوه بر باشگاه‌های فوتبال، بازیکنان نیز حامیان مالی

جداگانه‌ای دارند که این امر در نقل و انتقال آنها نیز تأثیر زیادی دارد، به نحوی که بازیکنان بزرگ دنیا با حمایت حامیان مالی خود از تیمی به تیم دیگر می‌روند و این جابه‌جایی، سود سرشاری برای هر سه طرف دارد (۱۹).

با توجه به نتایج تحقیق می‌توان گفت باشگاه‌های فوتبال کشور هنوز به ارزش امور تبلیغاتی و بازرگانی پی نبرده‌اند و تنها به رقابت ورزشی در درون زمین مسابقه فکر می‌کنند، در حالی که باشگاه‌های مطرح فوتبال در جهان علاوه بر رقابت ورزشی، در فکر رقابت تجاری و کسب سود نیز می‌باشند. در کشور ما باشگاه‌های فوتبال بیشتر ماهیت ورزشی دارند و ماهیت غیرتجاری آنها سبب بی‌توجهی به این منبع درآمد با ارزش شده است؛ زیرا باشگاه دولتی که از دولت بودجه دریافت و هزینه می‌کند، به راه‌های درآمدی دیگر از جمله تبلیغات و امور بازرگانی توجه نخواهد کرد.

تحقیق حاضر نشان داد که ناتوانی باشگاه‌ها در تهیه فضاهای ورزشی و دیگر امکانات مورد نیاز نیز از موانع خصوصی‌سازی است. این یافته با نتایج مهدوی (۱۳۸۴) هم‌خوانی دارد که نشان داد هزینه زیاد و کمبود بودجه اماکن ورزشی از موانع واگذاری ورزش به بخش خصوصی در سازمان تربیت بدنی است (۱۳). همچنین با نتایج تحقیق خیبری (۱۳۸۴) همسو است که نشان داد باشگاه‌های فوتبال کشور فاصله زیادی با حداقل معیارهای موجود در حیطه اماکن و فضاهای ورزشی مورد نیاز دارند و حتی با احتساب تمامی فضاهای ورزشی سازمان تربیت بدنی که در اختیار باشگاه‌ها قرار می‌گیرد، تنها ۲۸ درصد معیارهای یوفا را پوشش داده‌اند (۳). با توجه به اینکه امکانات و فضاهای ورزشی از پیش‌نیازهای توسعه صنعت فوتبال است و اکثریت قریب به اتفاق باشگاه‌های فوتبال چنین امکاناتی ندارند، احتمالاً تحقق نیافتن این امر، مانع خصوصی‌سازی آنها شده است و کمک دولت می‌تواند نقش مهمی در تحقق آن داشته باشد، به طوری که باروس (۲۰۰۶) پیشنهاد کرد کمک‌های غیر مستقیم (غیر نقدی) دولت کمک بزرگی به باشگاه‌ها و آمادگی آنها برای واگذاری به بخش خصوصی است (۲۰). امروزه، تشکیلات دولتی در کنار باشگاه‌ها و بخش غیردولتی در ساخت و تجهیز ورزشگاه‌ها و فضاهای ورزشی مورد نیاز آنها سرمایه‌گذاری می‌کنند، به طوری که دولت انگلستان در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵، حدود ۶۰۰ میلیون یورو و در مجموع ده سال، حدود ۷۵۰ میلیون یورو برای ایجاد، توسعه و بازسازی ورزشگاه‌های فوتبال اختصاص داده است (۸).

نتایج تحقیق نشان داد که عدم تناسب هزینه‌ها با درآمدها (عدم حاکمیت هزینه-فایده) نیز از دیگر موانع خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال است. طبق آمار، میانگین هزینه‌های هر باشگاه در لیگ برتر کشور، حدود ۸ میلیارد تومان است که ۹۰ درصد آن صرف خرید بازیکن و

استخدام مربی می‌شود که نشان‌دهنده عدم حاکمیت منطق هزینه-فایده در باشگاه‌های فوتبال است، در حالی که در کشورهای صاحب نام فوتبال، وضعیت دیگری حاکم است، به عنوان مثال باشگاه هوفن‌هایم آلمان در طول هشت سال تلاش برای رسیدن به بوندس‌لیگا، تنها ۲۵ درصد بودجه‌اش را صرف حقوق بازیکنان و مربیان کرد و بخش عمده‌ای را در توسعه زیرساخت‌ها و امور زیر بنایی مانند ساخت ورزشگاه و دیگر امکانات لازم هزینه کرد. از طرف دیگر، با توجه به افزایش دست‌کم ۲۰ تا ۳۰ درصدی هزینه‌های مذکور در هر سال، مانع بزرگی در راه خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال است؛ زیرا تا چند سال آینده، در خوش‌بینانه‌ترین وضعیت ممکن، هر باشگاه باید بیش از ۱۲ میلیارد تومان در سال درآمد داشته تا زیان‌ده نباشد (۲۱).

نتایج تحقیق خبری (۱۳۸۳) نشان داد هیچ‌یک از باشگاه‌های فوتبال کشور تراز مالی مثبت ندارند (۳) و رضائی (۱۳۸۶) نیز بیان کرد که تنها ۲۰ درصد باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای کشور تراز مالی مثبت دارند و باشگاه‌های دیگر تراز مالی منفی یا صفر دارند، در تحقیق حاضر نیز تراز مالی منفی، مانعی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی اعلام شده است؛ زیرا بخش خصوصی به دنبال سود است و زیان‌دهی باشگاه‌ها هیچ جذابیتی برای ورود آنها به این عرصه باقی نگذاشته است، در حالی که باشگاه‌های فوتبال در جهان علاوه بر سود سرشاری که به‌دست می‌آورند، مالیات هنگفتی نیز به دولت می‌پردازند، به‌طوری که دولت انگلستان در سال ۲۰۰۶، مبلغ ۶۰۱ میلیون پوند از باشگاه‌های حرفه‌ای مالیات دریافت کرد (۸).

تخصیص نیافتن تسهیلات بلند مدت و کم‌بهره از دیگر موانع خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال معرفی شد که این یافته نیز با نتایج تحقیقات بسیاری از جمله رضوی (۱۳۸۳)، مهدوی (۱۳۸۴)، احمدی (۱۳۸۶) همسو است (۱۱، ۱۳، ۱۸)؛ بنابراین می‌توان گفت به دلیل هزینه‌های زیاد اداره و مدیریت باشگاه‌ها، تخصیص یارانه به بخش خصوصی، به‌ویژه در ابتدای شکل‌گیری و برای ادامه حیات آنها اهمیت زیادی دارد.

بر اساس نتایج، درآمد بسیار کم از محل نقل و انتقال بازیکن و نبود نظام پیش‌بینی نتایج مسابقات، کم‌اهمیت‌ترین موانع خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال می‌باشند. احتمالاً با توجه به ضعف باشگاه‌های فوتبال کشورمان در بازیکن سازی، در مقایسه با کشورهای دیگر، این منبع درآمدی اهمیت چندانی نداشته است و روی آن سرمایه‌گذاری نمی‌شود. این یافته با نتایج تحقیقات مغایرت دیگر دارد؛ زیرا اغلب باشگاه‌های مطرح کشورهای صاحب نام در فوتبال، درآمد زیادی از این محل به‌دست می‌آورند، به عنوان مثال برزیل در سال ۲۰۰۷ مبلغی بیش از ۲۰ میلیارد دلار از این محل به‌دست آورد که حدود یک سوم درآمد نفت کشورمان در همان سال می‌باشد (۸).

همان‌طور که نتایج تحقیق نشان داد، پیش‌بینی نتایج مسابقات نیز از دیدگاه جامعه مورد بررسی، اهمیت چندانی نداشت؛ زیرا به عنوان مانعی مهم، شناسایی نشد که احتمالاً به این دلیل است که زیرساخت‌های تحقق نظام پیش‌بینی نتایج در کشور فراهم نشده است و عدم آگاهی مسئولان باشگاه‌های فوتبال و عدم همکاری لازم بین سازمان‌ها و نهادهای مرتبط، سبب شده باشگاه‌ها توجه چندانی به آن نداشته باشند.

از آنجا که باشگاه‌های فوتبال به علت محدودیت منابع درآمدی، درآمد قالب توجهی ندارند، تراز مالی آنها منفی است؛ بنابراین فراهم کردن شرایط لازم برای موفقیت اقتصادی و تجاری سازی باشگاه‌ها نخستین گام در راه خصوصی سازی است؛ زیرا رفع موانع و مشکلات موجود در این زمینه باعث سودآوری باشگاه‌ها و در نتیجه، جذابیت آنها برای بخش خصوصی و در نهایت، موفقیت خصوصی سازی باشگاه‌های فوتبال کشور خواهد شد.

با این حال، همان‌طور که نتایج تحقیقات پیشین نیز نشان داده است، استقرار ساختار رقابتی در اقتصاد کشور تأثیرات به‌سزایی بر این صنعت خواهد داشت؛ زیرا ساختار اقتصادی معیوب کشور و مشکلات مربوط به آن، صنعت فوتبال و باشگاه‌های آن را نیز تحت تأثیر قرار داده و بدون تغییر ساختار اقتصادی (برون‌گرایی، اندازه بازار، ساختار رقابتی و ...) و رفع مشکلات آن نمی‌توان به رشد و توسعه اقتصادی باشگاه‌های فوتبال و در نتیجه، حضور بخش خصوصی چندان امید بست.

منابع:

1. Guzmán, I., Morrow, S. (2007). Measuring efficiency and productivity in professional football teams: evidence from the English Premier League. Springer-Verlag.
2. García-Sánchez, M. (2007). Efficiency and effectiveness of Spanish football teams: a three-stage-DEA approach. Springer-Verlag, 15:21-45
۳. ۳-خیری، محمد، (۱۳۸۳). مقایسه وضعیت باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال با معیارهای یوفا و باشگاه‌های منتخب از کشورهای ژاپن، کره جنوبی، امارات و ترکیه. گزارش طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
4. Morrow, S. (2004). The Financial Crisis in Scottish Football. Scottish Affairs, 47: 48-57
5. Hamil, S., Helt, M. (2003). The State of Game, The Corporate Governance of Football Clubs. Football Governance Research Center, University of London.

6. Dobson , S., Goddard , J. (2001). The Economics of Football. London: Cambridge university Press.
۷. مرادی، جواد، (۱۳۸۸). نقش عوامل اقتصادی در جذب سرمایه‌گذاری خارجی در فوتبال کشور. چکیده مقالات نخستین همایش بین المللی علم و فوتبال، تهران آبان ۱۳۸۸.
۸. رضانی، رضا، (۱۳۸۶). پژوهش اقتصاد و سرمایه‌گذاری ورزش: مورد کاوی فوتبال. گزارش طرح پژوهشی، سازمان تربیت بدنی، دفتر ملی مدیریت و توسعه ورزش کشور.
۹. دنیا پاداش، (۱۳۸۸). اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر خصوصی سازی باشگاه‌های ورزشی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان.
۱۰. خبیری، محمد، الهی، علیرضا، (۱۳۸۴). مقایسه وضعیت باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال جمهوری اسلامی با توجه به معیارهای یوفا و باشگاه‌های منتخب ژاپن، کره جنوبی، امارات و ترکیه. پژوهش در علوم ورزشی، ۸.
۱۱. احمدی، اژدر، (۱۳۸۶). موانع و مشکلات موجود خصوصی سازی حوزه ورزش از دیدگاه صاحبان باشگاه‌ها و مراکز خصوصی ورزشی شهرستان ارومیه. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ارومیه.
۱۲. الهی، علیرضا، (۱۳۸۷). موانع و راه کارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران. رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران.
۱۳. مهدوی، عبدالحمید، (۱۳۸۳). بررسی فرآیند خصوصی سازی در توسعه ورزش کشور و روش‌های تقویت آن. گزارش طرح ملی تحقیقاتی، سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران.
۱۴. الهی، علیرضا، (۱۳۸۳). بررسی و مقایسه لیگ برتر فوتبال جمهوری اسلامی ایران با ژاپن. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۱۵. سند تفصیلی نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور (۱۳۸۳). تهران: انتشارات سیب سبز.
16. Ascari, G., Gagnepain, P. (2003). How Inefficient are Football Clubs ? An Evaluation of the Spanish Arms Race. Department of Economics. University of Madrid, January.

17. Michie, J., Oughton. C. (2004). Competitive Balance in Football: Trends and effects, University Of London , Football Governance Research Center. Research Paper, 2.

۱۸. رضوی، محمدحسین، (۱۳۸۳). تحلیل سیاست خصوصی سازی در ورزش کشور با تأکید بر ورزش قهرمانی. رساله دکتري، دانشکده تربيت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران.

۱۹. امام صفري، کسري، (۱۳۸۷). نقش توليدکنندگان لوازم ورزشی در نقل و انتقالات بازیکنان. چشم‌انداز فوتبال، ۳: ۲۸-۲۹.

20. Barros, C.P. (2006). The Financial crisis in Portuguese Football. Journal of Sport Economics, 7(1): 96-104.

۲۱. شهرابی، محمد، (۱۳۸۸). فوتبال ایران غرق در پول. چشم‌انداز فوتبال، ۹: ۴۴-۴۶.

تأثیر عوامل مدیریتی بر هویت هواداران تیم‌های فوتبال در ایران

* وحید شجاعی^۱، بهاره سلیمانی تپه سری^۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۸/۲۳

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۳۱

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی میزان تأثیر عوامل مدیریتی بر هویت هواداران تیم‌های فوتبال در ایران است. این عوامل عبارتند از: سازمان، جذابیت، وابستگی، رسانه و سنت. ۵۱۲ نفر از هواداران هشت تیم فوتبال حاضر در لیگ برتر فصل ۱۳۸۷-۸۸ به عنوان نمونه تحقیق، پرسشنامه استاندارد ۵۴ سؤالی شامل پنج عامل اصلی و ۱۲ مؤلفه فرعی را به صورت داوطلبانه تکمیل کردند. ۱۲ نفر از خبرگان مدیریت ورزشی روایی صوری و محتوایی این ابزار را تأیید کردند و پایایی آن از طریق تحلیل پاسخ‌های ۳۵ نفر از افراد جامعه مورد مطالعه به دست آمد. ($\alpha = 0/83$). یافته‌های حاصل از آزمون دو جمله‌ای با اطمینان ۰/۹۵ نشان داد که چهار عامل مدیریتی شامل سازمان ($P=0/0003$)، جذابیت ($P=0/0002$)، وابستگی ($P=0/013$) و سنت ($P=0/012$) نقش بسیار مهمی در ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران تیم‌های فوتبال دارند. همچنین بر اساس نتایج آزمون فریدمن، جذابیت ($4/09$ = میانگین رتبه) مهم‌ترین عامل و رسانه ($3/04$ = میانگین رتبه) کم‌اهمیت‌ترین عامل ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران تیم‌ها می‌باشند. نتیجه کلی این تحقیق نشان داد که بیشتر عوامل مدیریتی فوق، باعث جذب افراد به باشگاه‌های فوتبال و شکل‌گیری باشگاه‌های هواداری در حوزه صنعت فوتبال کشور می‌شوند؛ بنابراین آگاهی از چنین مواردی نه تنها باعث توسعه دانش درباره مفهوم هویت تیمی می‌شود، بلکه کاربردها و فواید عملی ویژه‌ای برای متخصصان مدیریت ورزشی، مدیران باشگاه‌ها و سازمان‌های ورزشی در جهت توسعه صنعت فوتبال خواهد داشت.

کلیدواژه‌های فارسی: عامل مدیریتی، هویت هواداری، تیم فوتبال.

۱. مربی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری و دانشجوی دوره دکتری مدیریت ورزشی

Email: shojaei.vahid.yahoo.com

۲. مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

مقدمه

هویت تیمی هواداران^۱ مبتنی بر این نظریه است که خودپنداره^۲ فرد ترکیبی از هویت شخصی^۳ و هویت اجتماعی^۴ است (۱). هویت شخصی فرد شامل ویژگی‌هایی چون توانایی‌ها و علائق^۵ اوست، در حالی که هویت اجتماعی از ویژگی‌هایی مانند عضویت گروهی^۶ سرچشمه می‌گیرد (۲)؛ بنابراین می‌توان گفت چنانچه فرد با تیمی شناخته شود، تعلق خود را به آن تیم و یکی بودن با آن را توسعه می‌دهد. همین امر در مورد مشتریانی نیز صادق است که خود را جزئی از سازمان می‌دانند (۳). هویت تیمی از مهم‌ترین جنبه‌های پیشرفت تیم‌های ورزشی است؛ زیرا هواداران با سطح هویت تیمی بالا^۷ احتمالاً حتی در دوره‌های رکود تیم مورد علاقه خود احساس تعلق بیشتری به آن دارند. مزایای احساس تعلق به تیم‌های ورزشی شامل حمایت آشکارتر از تیم در بازی‌های خانگی و بیرون از خانه، خرید بلیت مسابقات و ... نیز می‌شود (۱، ۴، ۵). اعتقاد بر این است که عوامل مختلف مدیریتی می‌توانند بر هویت تیمی هواداران ورزشی تأثیرگذار باشند. آندروود و همکارانش چهار ویژگی برای اماکن خدماتی برشمرده‌اند که می‌توانند در افزایش وفاداری مشتریان به خدمات و محصولات آنان نقش مؤثری ایفا کنند. این مؤلفه‌ها عبارتند از: الف) تجربه گروهی^۸؛ ب) پیشینه و سنت^۹؛ ج) نقش اماکن ورزشی^{۱۰} و د) تشریفات^{۱۱} (۶). در مطالعه دیگری، محققان مدلی انتزاعی برای ارتباط میان شاخص‌های مدیریتی و هویت تیمی ارائه نمودند. این محققان پیشنهاد کردند که سطح هویت تیمی هواداران تیم‌های ورزشی به‌طور مستقیم متأثر از چهار عامل مدیریتی است: ویژگی‌های تیمی^{۱۲}، ویژگی‌های سازمانی^{۱۳}، ویژگی‌های وابستگی اجتماعی^{۱۴} و ویژگی‌های فعالیت^{۱۵} (۷). همچنین در برخی پژوهش‌ها،

1. Fans' Team Identity
2. Self-concept
3. Individual Identity
4. Social Identity
5. Abilities & Interests
6. Group Membership
7. High Identified Fans
8. Group Experience
9. History/Tradition
10. Physical Facility
11. Rituals
12. Team Characteristics
13. Organizational Characteristics
14. Affiliation Characteristics
15. Activity Characteristics

عواملی پیشنهاد شده است که مدیران با به کارگیری آن، قادرند بر هویت تیمی هواداران تأثیر بگذارند. این عوامل عبارتند از: عملکرد تیمی^۱، تصمیمات و شهرت سازمانی^۲، رسانه‌ها^۳، تعلق به اجتماع و هواداران^۴، سابقه تیم‌ها^۵، ساختار اماکن ورزشی و تشریفات (۶، ۷).

برخی محققان پنج عامل مدیریتی را در شکل‌گیری هویت هواداران تیم‌های ورزشی مؤثر دانسته‌اند. این پنج عامل شامل: سازمان^۶، جذابیت^۷، وابستگی یا ارتباط^۸، رسانه^۹ و سنت^{۱۰} است. هر یک از این عوامل از مؤلفه‌های فرعی نیز تشکیل شده است. ارزیابی این زیرمؤلفه‌ها در نگرش کلی هواداران نسبت به تیم‌های ورزشی بسیار مهم است. ادراکات هواداران نیز بر هویت آنان نسبت به تیمی خاص مؤثر است. این پنج عامل که به طور کلی از مدلی انتزاعی سرچشمه می‌گیرند، توسط آندروود و همکاران (۲۰۰۱) و ساتون و همکاران (۱۹۹۷) به کار گرفته شدند. این دو مدل در کنار هم باعث توسعه هشت عامل شد که عبارتند از: (۱) تجربه گروهی، (۲) سابقه و سنت، (۳) فضای ورزشی (۴) تشریفات که توسط آندروود و همکاران توسعه یافت و عوامل (۵) ویژگی‌های تیمی، (۶) ویژگی‌های سازمانی، (۷) ویژگی‌های وابستگی و (۸) ویژگی‌های فعالیت که توسط ساتون و همکاران گسترش یافت.

«وابستگی» عاملی است که از ترکیب دو مؤلفه «تجربه گروهی» و «ویژگی‌های وابستگی و خویشاوندی» حاصل شده است و برای تعیین هویت هواداران نسبت به تیم، جامعه و هواداران آن به کار می‌رود. به دلیل اینکه ویژگی‌های تیمی به عملکرد تیمی اطلاق می‌شود که منعکس کننده میزان برد و باخت تیم است و مدیریت بر آن هیچ کنترلی ندارد؛ محققان این واژه را با «جذابیت» جایگزین نموده‌اند که نشان دهنده «عملکرد تیمی» و «مهارت‌های بازیکنان» و تأثیر آنان بر رفتار هواداران است (۸، ۹). تحقیق حاضر «پیشینه» و «سنت» را دو مفهوم کاملاً جدا از هم پیشنهاد نموده است. همان‌گونه که در مدل پیشنهادی آندروود و همکاران نیز اشاره شده است، سابقه یا پیشینه از زیرمؤلفه‌های عامل «سازمان» است؛ بنابراین «تشریفات» از مؤلفه‌های فرعی عامل سازمان محسوب می‌شود. از آنجا که ساتون و همکاران عامل «ویژگی‌های فعالیت» را برای تشریح

-
1. Team Performance
 2. Organization's Decision Making and Reputation
 3. Media
 4. Affiliation with the Community and Fellow Fans
 5. Team's History and Tradition
 6. Organization
 7. Attractive
 8. Affiliation,
 9. Media
 10. Tradition.

فعالیت‌های رسانه‌ای مرتبط با ورزش به کار برده‌اند، عامل «رسانه» به عنوان جایگزینی مطلوب‌تر برای این مفهوم در نظر گرفته شد. «میدان ورزشی» که واژه مناسب‌تری نسبت به «مکان فعالیت» است، از زیرمؤلفه‌های عامل «سازمان» قلمداد شده است. از سوی دیگر، مشخصه‌های سازمانی تحت پوشش عامل سازمان باقی ماند.

مطالعات نشان داده‌اند که افراد تمایل دارند تا با سازمان‌هایی شناخته شوند که به آنها اعتبار اجتماعی می‌دهد و نیز از فرآورده‌ها و خدمات آن رضایت داشته باشند (۳). منظور از سازمان، مالکیت و مدیریت تیم است (۷). گلادن و فانک (۲۰۰۲) بر این باورند که مدیریت تیم می‌تواند تأثیر معنی‌داری بر ادراکات مشتریان آن تیم داشته باشد (۱۰). آندروود و همکاران (۲۰۰۱) پیشنهاد می‌کنند که تجربه هواداران در ورزشگاه‌ها تأثیر مستقیمی بر ادراکاتشان از فراهم کنندگان خدمات دارد.

عوامل سازمانی به شهرت و اعتبار مالکیت تیم در میزان تعهد آنان به برتری، بر مبنای استخدام بازیکنان و مربیان خوب، ارتباط با جامعه، تجربه هواداران از ورزشگاه و سابقه برد تیم اطلاق می‌شود. تعهد به برتری^۱ به این معنی است که مالکیت تیم تمایل به سرمایه‌گذاری برای خرید و حفظ مربیان، مدیران و بازیکنان خوب دارد (۷) و احتمالاً تصور از سازمان را با ایجاد فرآورده‌ها و خدمات مطلوب نزد هواداران بالا می‌برد. این تصمیم مدیریت، بر میزان پایداری و وفاداری هواداران به آن تیم مؤثر است. برقراری ارتباطات مناسب با جامعه به این معنی است که سازمان مایل است تا در ارائه خدمات اجتماعی مفید به جامعه سهیم و فعال باشد. بر اساس نظر روس و همکاران^۲ (۲۰۰۴)، ارائه خدمات مفید به افراد جامعه باعث بهبود تصویر سازمان به مدت طولانی خواهد شد.

برخی محققان بر این باورند که ساختار جذاب و معماری زیبای اماکن ورزشی که محل عرضه خدمات و تولیدات ورزشی است، می‌تواند از مؤثرترین عوامل جذب هواداران باشد؛ به این دلیل، شرکت‌های مشهوری مانند نایک، مک‌دونالد، دیسنی و ... محصولات خود را در ورزشگاه‌هایی با معماری جذاب تبلیغ می‌کنند (۱۱). مؤلفه ورزشگاه مواردی چون طراحی، تغذیه، صفحه نمایش، صندلی‌های راحت و ... را شامل می‌شود.

مفهوم پیشینه یا سابقه، از اجزای جدایی‌ناپذیر هویت علامت تجاری سازمان‌های خدماتی است و مفهوم ضمنی آن احساس ملموس از پدیده‌ها و شرایطی است که غیرقابل دسترس می‌باشند. این همان چیزی است که برای باشگاه‌های ورزشی اتفاق می‌افتد و تا حد زیادی در توسعه هویت هواداران تیم‌ها دخیل است (۶). بر اساس نظر پاسیکوف (۱۹۹۷)، پیشینه تیم عاملی مهم در

1. Commitment to Excellence

2. Ross, et al.

وفاداری هواداران، استمرار و توسعه آن تلقی می‌شود. تیم‌هایی که سابقه‌ای طولانی در پیروزی‌های درخشان دارند، به دلیل داشتن لحظات خاطره‌انگیز و فراموش‌نشدنی در گذشته، می‌توانند هواداران زیادی جذب کنند (۱۲).

از آنجا که بازی یا رقابت، فرآورده اصلی رشته‌های ورزشی تماشاگرپسند است؛ می‌تواند عامل مهمی در جذب تماشاچیان و هواداران به ورزش و تیم باشد؛ زیرا ناملوس بودن، ذهنی بودن و غیرقابل پیش‌بینی بودن ورزش‌های تماشاگر پسند به جذابیت آنها کمک می‌کند. از سوی دیگر، تجربیات تماشاگران بر ادراکات آنها از کیفیت محصول تأثیر زیادی دارد؛ بنابراین عملکرد تیمی^۱ و مهارت‌های بازیکنان^۲ عوامل مهمی در جذابیت بازی‌اند (۱۳).

بر مبنای نظر فیشر و ویکفیلد (۱۹۹۸) طرفداران تیم‌های موفق، عملکرد تیمی را عاملی مهم در هویت خود نسبت به آن تیم می‌دانند؛ زیرا تمایل دارند اعتبار و شخصیت اجتماعی خود را از طریق اتصال به تیمی موفق، نزد دیگران بالا برده، بر اعتماد به نفس خود بیفزایند (۱۴).

هوک و آبرامز^۳ (۱۹۸۸) پیشنهاد می‌کنند که فرآیند طبقه‌بندی اجتماعی، احساسات کلیشه‌ای در افراد ایجاد می‌کند؛ به این ترتیب، هواداران ورزشی به هواداران دیگر، با علایق و سلیقه مشابه، احساس پیوند و وابستگی کرده، تعهدی نانوشته و ناخوانده در حمایت از تیم خود به‌وجود می‌آورند (۱۵). ایجاد رشته‌ای از ارتباطات احساسی و عاطفی بین هواداران تیم باعث می‌شود که این افراد به‌طور ذاتی علیه هواداران تیم‌های رقیب موضع بگیرند و این خود عاملی برای تقویت هویت تیمی هواداران این تیم است (۶). ورزش، به‌طور عام و فوتبال، به‌طور خاص می‌تواند نمایشی دسته‌جمعی تلقی شود که در آن، تیم و بازیکنان نماد یک جامعه، شهر یا منطقه به‌شمار می‌آیند و افراد، به‌طور وسیعی با آن هویت می‌یابند (۱۶). ورزش‌های تماشاگرپسند، علایق، وفاداری‌ها و تمایلات مشترکی برای هواداران خود به ارمغان می‌آورند و باعث می‌شوند گروه‌های مختلف جامعه، علیه افراد دیگر متحد شوند. در حقیقت، از نظریه شباهت‌ها می‌توان برای تشریح پدیده اتحاد جامعه در حوزه ورزش استفاده کرد. احساس مشترک جامعه و منطقه جغرافیایی، نقش مهمی در حمایت هواداران از تیم‌ها ایفا می‌کند (۱۷).

در کنار حضور واقعی در ورزشگاه برای تشویق تیم محبوب، رشد و گسترش رسانه‌ها فرصتی به‌وجود می‌آورد تا هواداران بیشتر با تیم و بازیکنان تیم هویت یابند (۷). رسانه‌ها، به عنوان سازمان یا عاملی مهم در تغییر اجتماعی، به ما می‌گویند که به چه چیزی بیندیشیم و ما را

1. Team Performance

2. Player Skills

3. Hogg & Abrams

ترغیب می‌کنند تا شنیده‌ها و دیده‌های خود را باور کنیم (۶). در این میان، می‌توان به نقش فوق‌العاده رسانه‌های سخن‌پراکنی^۱ مانند رادیو و تلویزیون و رسانه‌های مجازی^۲ مانند اینترنت به عنوان منابع اطلاعاتی، تفسیر، تجزیه و تحلیل و سرگرمی اشاره نمود (۱۸).

ارتباط با سنت، استراتژی مهمی در جهت افزایش هویت مصرف‌کنندگان نسبت به علائم تجاری خدمات و فرآورده‌های سازمان‌ها تلقی می‌شود (۶). همان‌گونه که ذکر شد، سنت عاملی کلیدی در ایجاد وفاداری هواداران، استمرار و توسعه آن است. واژه سنت برای توصیف بازگشت به وضعیتی اعتقادی یا رفتاری مشابه به کار برده می‌شود که مردم، از نسلی به نسل دیگر و در دوره زمانی طولانی مدت دنبال می‌کنند؛ به عبارت دیگر، سنت شامل مواردی از گذشته است، اما عبارت «گذشته» به معنی نسلی خاص نیست، بلکه دارای معانی دوگانه است. سنت دو بعد فرعی شامل باورها^۳ و امور تشریفاتی^۴ دارد (۱۹). باورها به تفکراتی گفته می‌شود که وارد سنت تیم‌ها می‌شود، به‌طوری که ویژگی‌های آن تیم، متمایز از دیگر رقبا است. ساندین (۲۰۱۱) نشان داد که ورزش در کشورهای آسیای جنوب شرقی به شدت تحت تأثیر عوامل سنتی مانند اعتقاد به سخت‌کوشی، احترام به بزرگ‌ترها و استاندارد سازی ساز و کارهای ورزش قرار دارد (۲۰).

روک (۱۹۸۵) معتقد بود که تشریفات جنبه‌ای مهم و مثبت از تجربیات روزمره و خارق‌العاده افراد است. او تشریفات را فعالیت‌های نمادین پرمعنایی می‌داند که باعث بروز رفتارهای چندگانه در قالب نتایجی ثابت و اتفاقی می‌شوند، به‌گونه‌ای که این رفتارها به‌طور مکرر رخ می‌دهند. چنین رفتارهایی به صورت جدی، آگاهانه و با تمایل درونی از جانب هواداران تیم‌ها بروز می‌یابد (۲۱).

مک دونالد و همکاران^۵ (۲۰۰۹) به اهمیت ایجاد هویت تیمی هواداران در حمایت از تیم‌های ملی و نقش آن در توسعه بازاریابی ورزشی پرداختند و در تحقیق خود متذکر شدند که هوادارانی که هویت تیمی قوی‌ای دارند، به دلیل وفاداری بیشتر، حتی حاضر به حمایت تیم، در محلی به‌جز محل سکونت خود هستند (۲۲).

عیدی و همکاران (۱۳۸۸) شش عامل: وفاداری به تیم، غرور اجتماعی، تعامل اجتماعی، ارزش تفریح و سرگرمی، مشارکت در فوتبال و درک تیم خارجی را عوامل انگیزشی تماشاچیان فوتبال لیگ برتر فوتبال ایران معرفی کردند (۲۳). وان و همکارانش^۶ (۲۰۰۸) هویت تیمی را از عوامل بازدارنده بروز

1. Mass Media

2. Cyber Media

3. Beliefs

4. Ritual Actions

5. Mc Donald, et al.

6. Wann, L. Daniel, et al.

خشونت، پرخاشگری و اوباشگری در میادین ورزشی، بعد از شکست یا موفقیت ذکر کرده‌اند (۲۴). امینودین و همکاران^۱ (۲۰۰۸) ویژگی‌های اماکن ورزشی و کیفیت تیم‌های ورزشی را بر هویت تیمی هواداران باشگاه‌ها و میزان حضور آنها در مسابقات کاملاً مؤثر دانستند (۲۵). لیز مور^۲ (۲۰۰۷) معتقد بود که بروز تغییرات ساختاری در سازمان‌های ورزشی بر ماهیت فرهنگ هواداران تیم‌ها تأثیر به‌سزایی دارد که در حوزه جامعه‌شناسی ورزشی باید به دقت به آن پرداخت (۲۶). گاه، سطح هویت تیمی^۳ هواداران کاملاً با یکدیگر متفاوت است. تحقیقات نشان داده است هوادارانی که هویت تیمی قوی‌تری دارند، پس از شکست تیمشان، عصبانی‌اند، اما هوادارانی که هویت تیمی ضعیف‌تری دارند، غمگین‌اند. (۲۷). جول و مولینا^۴ (۲۰۰۵) سابقه طولانی، شهرت و محبوبیت تیم‌ها و باشگاه‌ها، نفوذ فوتبال در اقتصاد و افزایش اهمیت بازاریابی ورزشی و شور و اشتیاق محلی را علل گرایش افراد به باشگاه‌های هواداران فوتبال اسپانیا معرفی کردند (۲۸). لی چن^۵ (۲۰۰۴) مدلی برای عضویت افراد در سازمان‌ها و انجمن‌های ورزشی پیشنهاد کرد که چهار وجه آن شامل منفعت‌طلبی، هدف‌مندی، همکاری و کسب اطلاعات مفید و آموزنده است (۲۹). همچنین فانک و جیمز^۶ (۲۰۰۴) تحقیقی در زمینه انگیزه‌های هواداری، سطوح هویت هواداری، فرآیند درونی‌سازی هویت هواداری و مدل پیوستاری روان‌شناختی مؤثر بر هویت هواداری توسط انجام داده‌اند. (۳۰). ویلمز^۷ (۲۰۰۴) معتقد است هرچه هویت تیمی‌ای که باشگاه ارائه می‌کند، مثبت‌تر باشد، نزد اعضا و هوادارانش جذاب‌تر می‌شود. بسیاری از تیم‌های ورزشی در اروپا، ابزاری برای گروه‌ها ایجاد کرده‌اند تا ارتباط باشگاه و هواداران و همچنین انسجام میان هواداران مستحکم‌تر شود. (۳۱). جاکوبسون^۸ (۲۰۰۳) عوامل فردی و اجتماعی را در ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران تیم‌های باشگاهی مؤثر می‌داند. او متذکر می‌شود که اهمیت این دو عامل تقریباً همسان است (۳۲). گوینر و اسکات^۹ (۲۰۰۳) به نقش و تأثیر هویت تیمی هواداران بر شناسایی حامیان مالی، گرایش به آنها، حمایت و پشتیبانی و رضایت‌مندی از آنها اشاره کردند و آن را کاملاً معنی‌دار دانستند؛ به عبارت دیگر، این محققان معتقد بودند میان تعداد هواداران تیم‌های

1. Aminuddin, Y., et al.

2. Moor, Liz

3. Team Identification Level

4. Jevell, R. Todo, Molina, J. David

5. Chen, Li

6. Funk, D.C., & James, J.

7. Willems, R.

8. Jacobson, Beth

9. Gwinner, Kevin & Swanson, R. Scott

ورزشی و میزان تمایل حامیان مالی به آنها رابطه‌ای تنگاتنگ وجود دارد (۳۳). تریل و همکارانش^۱ (۲۰۰۳) تیم، مربی، جامعه، دانشگاه، بازیکنان، سطح رقابت و ورزش را عوامل مؤثر بر ایجاد هویت تیمی بیرونی در هواداران معرفی کردند. این محققان، تعلق تیم به شهری خاص را از علل پیوستن هواداران به آن دانستند؛ زیرا منافع زیادی مانند شهرت و منفعت اقتصادی عاید آنان می‌شود (۳۴). جیولیانونی تماشاگران فوتبال را از نظر هویت به چهار گروه حامیان، پیروان و مقلدان، هواداران و افراد بی‌خاصیت و ولگرد تقسیم کرد که هر یک از این گروه‌ها ویژگی‌های منحصر به فردی دارند (۳۵).

گرین وود^۲ (۲۰۰۱) عواملی مثل آگاهی از رشته ورزشی خاص، رفتار خرید هواداران، میزان حضور و همراهی، نزدیکی به تیم، تولد یا سکونت در شهر میزبان تیم، موفقیت باشگاه، بازیکنان، مربیان، والدین، دوستان و جو مشارکت و همراهی را با هویت تیمی هواداران مرتبط دانست (۳۶). ماتسوکا^۳ (۲۰۰۱) نیز مدلی پنج بعدی مشتمل بر هویت فردی، تعهد عاطفی، تعهد حسابی، الزام و اجبار اجتماعی و تعصب منطقه‌ای را برای پایداری و گرایش به باشگاهی ورزشی ارائه کرد (۳۷). وان و همکارانش^۴ (۱۹۹۹) مقیاس انگیزش هوادار ورزشی^۵ را توسعه دادند که احتمالاً مهم‌ترین شاخص شاخص پیش‌بینی هویت هواداری بوده است. این مقیاس شامل هشت منبع انگیزشی متفاوت برای هواداران ورزشی است که عبارتند از: استرس خوشایند و مثبت، اعتماد به نفس، خلاصی، سرگرمی، اقتصاد، زیبایی شناختی، همکاری گروهی و خانواده (۳۸).

در سال‌های اخیر، شاهد رشد قابل توجه صنعت فوتبال در دوره زمانی کوتاهی بوده‌ایم (۳۹). باشگاه‌های حرفه‌ای به طور مستمر، با مشکلات و مسائل مالی فراوانی روبرو بوده‌اند. هزینه‌های سرسام‌آور اقتصادی باعث شده است تا صاحبان بنگاه‌ها و باشگاه‌های ورزشی برای ساخت و تعمیر ورزشگاه و خرید بازیکنان و مربیان سرشناس، حق امتیاز خود را واگذار کنند یا درصد تأمین درآمد از منابع دیگر برآیند (۴۰). یکی از استراتژی‌های عمده صاحبان چنین بنگاه‌ها و باشگاه‌هایی برای بقا در عرصه رقابت، درآمدزایی از طریق ایجاد و حفظ هواداران وفادار ورزشی است. اعتقاد بر این است که برخی عوامل مدیریتی در ایجاد و پایداری هویت تیمی هواداران برای حمایت از تیم‌های حرفه‌ای در ورزش تأثیر به‌سزایی دارند. به طور مثال، هواداران می‌توانند بر کیفیت تولید و خدمت تأثیر بگذارند، از تیم خود، به‌ویژه در بازی‌های خانگی حمایت کنند، تأثیر مطلوبی بر منابع درآمدی تیم خود داشته

1. Trail, G. T., Robinson, M. J., Dick, R. J., & Gillentine, A. J.

2. Greenwood, Paul Brian

3. Matsuoka, hirotaka

4. Wann, Daniel, et al.

5. Sport Fan's Motivation Scale (SFMS)

باشند، حامیان مالی بالقوه و موجود را ترغیب و تشویق نمایند و درآمدهای زیادی از طریق رسانه‌های شنیداری و دیداری نصیب تیم خود کنند. (۴۳ و ۴۲ و ۴۱). شکل‌گیری هویت تیمی برای هواداران نیز مناسب است، آنها قادرند با حداقل سطح مهارت و کم‌ترین هزینه از مزایای هواداری سود برده، وارد جامعه بزرگ‌تری شوند، احساس اجتماعی خود را توسعه دهند و از مزایای همکاری اجتماعی بهره‌مند گردند که به افزایش اعتماد به نفس و شخصیت اجتماعی آنها کمک می‌کند. همچنین یاد می‌گیرند که بر هیجانات و احساس ناامیدی خود غلبه کنند. بر این اساس، یکی از منابع درآمدزایی در باشگاه‌های حرفه‌ای، به‌ویژه فوتبال، هواداران تیم‌ها هستند که از جنبه‌های مختلف حمایت اقتصادی و معنوی برای باشگاه‌ها مفید و مؤثرند؛ بنابراین بر اساس رویکرد بازاریابی و توسعه اقتصاد ورزشی، بسیار مفید است که بدانیم افراد چگونه هوادار تیم یا باشگاهی خاص می‌شوند. تحقیقات متعددی در این مورد انجام شده است که هر کدام از آنها به بررسی جنبه‌های متنوع این مفهوم، با زاویه‌ای محدود پرداخته‌اند. در میان عوامل و مؤلفه‌های مختلف مؤثر می‌توان به عوامل اجتماعی، انگیزشی، مدیریتی، منطقه‌ای و ... اشاره کرد. از آنجا که هویت هواداری مفهومی مهم در حوزه بازاریابی ورزشی و نهضت توسعه بهره‌گیری از منابع انسانی است و تحقیقی مرتبط با تأثیر عوامل مدیریتی بر ایجاد و حفظ هویت هواداری در کشور انجام نشده است، محققان در صدد بر آمدند به این سؤال پاسخ دهند که عوامل مدیریتی چه نقشی در ایجاد و حفظ هویت هواداران فوتبال دارند. به طور خاص، تمرکز این مطالعه بر آن بود که افراد چگونه هویت خود را به عنوان طرفداران یک تیم یا باشگاهی خاص توسعه می‌دهند. انجام این مطالعه از یک سو، موجب شناسایی عوامل مدیریتی مؤثر بر ایجاد و حفظ هویت تیمی در میان هواداران تیم‌های حرفه‌ای فوتبال کشور و از سوی دیگر باعث توسعه محبوبیت و رونق فوتبال در میان مردم می‌شود؛ بنابراین یافته‌های این تحقیق می‌تواند حمایتی تجربی از برنامه‌های بازاریابی، تصمیمات مدیریتی و استراتژی‌های بازاریابی برای مدیران کنونی لیگ‌ها و باشگاه‌های حرفه‌ای فراهم آورد که به افزایش فرصت‌های ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران و روشن شدن آینده صنعت فوتبال کشور کمک شایانی خواهد نمود.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر، پیمایشی و هدف آن کاربردی است و از نظر زمانی، گذشته‌نگر و حال‌نگر می‌باشد. روش جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی بود و با استفاده از پرسشنامه استاندارد انجام شد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه هواداران تیم‌های فوتبال لیگ برتر کشور بود. از آنجا که با توجه به سطوح و شیوه‌های متنوع هواداری، اطلاعات دقیقی از حجم جامعه در دست نبود، با توجه به میزان واریانس محاسبه شده در تحقیقات مشابه قبلی ($O^2 = 0/31$) از یک سو و اهتمام به سطح معنی‌داری

تعیین شده ($\alpha=0.05$) از سوی دیگر، از طریق فرمول برآورد حجم نمونه بر اساس واریانس (σ^2/d^2). $n = Z^2 \alpha$ نمونه مورد نظر، ۴۸۹ نفر محاسبه شد. برای افزایش اعتبار تحقیق و جلوگیری از خطای احتمالی، تعداد نمونه به ۵۱۲ نفر افزایش یافت که در آن سهم هر یک از تیم‌های منتخب، برابر بود. انتخاب تیم‌ها از طریق نمونه‌گیری تصادفی، از بین تیم‌های حاضر در لیگ برتر فوتبال با نام جام خلیج فارس (فصل ۱۳۸۷-۸۸) صورت گرفت که هشت تیم مس کرمان، فولاد مبارکه سپاهان، مقاومت سپاسی شیراز، پاس همدان، استقلال تهران، سایپا، ملوان بندر انزلی و ابومسلم مشهد گزینش شدند. در مرحله بعدی، ۶۴ نفر هوادار از هر تیم به صورت تصادفی، در مسابقه‌ای خانگی در ورزشگاه محل بازی شهر میزبان، به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه ۵۴ سؤالی استاندارد شامل پنج عامل اصلی و ۱۲ مؤلفه فرعی بود که در سال ۲۰۰۱ توسط آندروود، بوند و بایر تدوین شده بود. سازمان^۱ به عنوان اولین عامل شامل زیر مؤلفه‌های تعهد به برتری طلبی^۲ (چهار سؤال)، روابط عمومی^۳ (چهار سؤال)، ورزشگاه^۴ (شش سؤال) و پیشینه^۵ (چهار سؤال) بود. جذابیت^۶ به عنوان عامل دوم مشتمل بر زیر مؤلفه‌های عملکرد تیمی^۷ (چهار سؤال) و مهارت بازیکنان^۸ (چهار سؤال) بود. وابستگی^۹ به عنوان سومین عامل شامل ارتباط با هواداران همسان^{۱۰} (چهار سؤال) و ارتباط با جامعه^{۱۱} (پنج سؤال) بود. رسانه^{۱۲} به عنوان عامل چهارم از زیرمؤلفه‌های رسانه‌های گروهی^{۱۳} (شش سؤال) و فضاهای مجازی^{۱۴} (پنج سؤال) تشکیل شده بود و سنت^{۱۵} نیز به عنوان عامل آخر مشتمل بر زیر مؤلفه‌های عقاید و باورها^{۱۶} (چهار سؤال) و عملکردها^{۱۷} (چهار سؤال) بود.

-
1. Organization
 2. Commitment to Excellence
 3. Public Relationship
 4. Stadium
 5. History
 6. Attractiveness
 7. Team Perofrming
 8. Player Skill
 9. Affiliation
 10. Fellow fan Affiliation
 11. Community Affiliation
 12. Media
 13. Mass Media
 14. Cyberspace
 15. Tradition
 16. Beliefs
 17. Actions

پاسخ‌های مرتبط با سؤالات بخش اصلی این ابزار در طیف پنج درجه‌ای مقیاس لیکرت از بسیار کم معادل ۱ تا بسیار زیاد معادل ۵ مرتب شده بودند. اصل این پرسشنامه به زبان انگلیسی بود که به فارسی ترجمه شد. ۱۲ نفر از خبرگان مدیریت ورزشی، روایی صوری و محتوایی این ابزار را تأیید کردند و پایایی آن از طریق تحلیل پاسخ‌های ۳۵ نفر از جامعه مورد مطالعه به دست آمد و برای محاسبه آن از روش همسانی درونی استفاده شد. آلفای کرونباخ به دست آمده برابر با ۰/۸۳ بود که نشان‌دهنده پایایی مناسب ابزار بود.

در تحقیق حاضر از برخی شاخص‌های آمار توصیفی و برای طبقه‌بندی و تنظیم داده‌ها و از آزمون‌های دوجمله‌ای و فریدمن، به ترتیب، برای تعیین معنی‌داری تأثیر هر یک از عوامل پنج‌گانه مدیریتی بر هویت هواداری و نیز معنی‌داری همسانی الویت‌های پنج‌گانه استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل‌های آماری از نرم‌افزارهای SPSS و Excel استفاده شد. کلیه محاسبات آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد انجام شد.

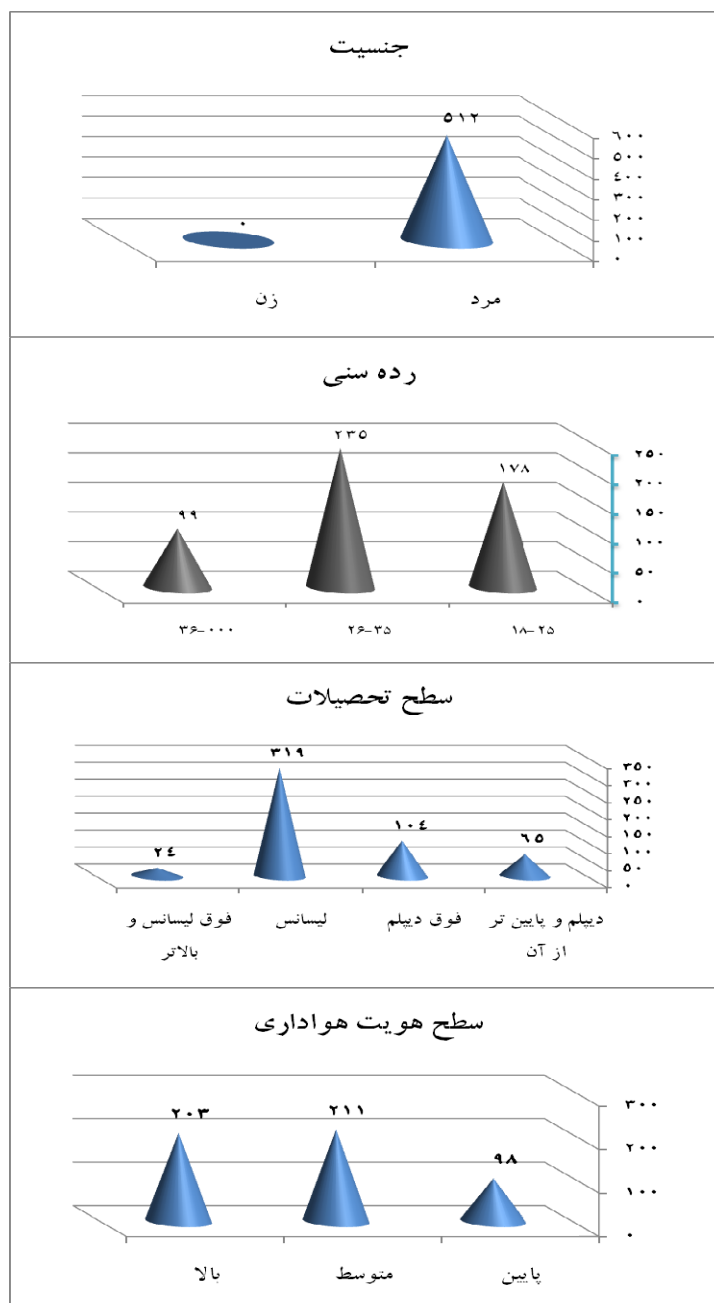
یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سطح هویت هواداری پاسخ‌دهندگان

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی											
جنسیت درصد			رده سنی درصد			سطح تحصیلات درصد			سطح هویت هواداری درصد		
مرد	۵۱۲	۱۰۰	۱۸-۲۵	۱۷۸	۳۴/۷۷	دیپلم و پایین‌تر از آن	۶۵	۱۲/۶۹	پایین	۹۸	۱۹/۱۴
زن	۰	۰	۲۶-۳۵	۲۳۵	۴۵/۸۰	فوق دیپلم	۱۰۴	۲۰/۳۱	متوسط	۲۱۱	۴۱/۲۱
			۳۶-...	۹۹	۱۹/۳۳	کارشناسی	۳۱۹	۶۲/۳۰	بالا	۲۰۳	۳۹/۶۵
						کارشناسی ارشد و بالاتر	۲۴	۴/۷۰			

یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد تمام هواداران تیم‌های فوتبال در میدان‌های ورزشی مرد بودند؛ زیرا به دلیل شرایط فرهنگی خاص در سازمان‌های ورزشی کشور، تنها مردان قادرند به عنوان هواداران در ورزشگاه‌ها حضور یابند و به حمایت از تیم و باشگاه محبوب خود بپردازند. همچنین یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد بیش از ۸۰ درصد هواداران در نمونه تحقیق حاضر، کمتر از ۳۵ سال داشتند. بررسی سطح تحصیلات هواداران تیم‌ها در نمونه انتخابی نشان می‌دهد بیش از ۸۲ درصد این افراد مدرک کارشناسی و فوق دیپلم داشتند. درنهایت، بیش از ۸۰ درصد افراد سطح هویت هواداری متوسط و بالا داشتند که نشان‌دهنده میزان تعلق افراد به تیم‌ها و باشگاه‌ها و حمایت آنان از این سازمان‌های ورزشی اجتماعی می‌باشد.



نمودار ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سطح هویت هواداری پاسخ‌دهندگان

یافته‌های جدول‌های ۲-۶ نشان می‌دهد عوامل سازمانی^۱ مانند تعهد به برتری‌طلبی، روابط عمومی، ورزشگاه و تاریخچه، عوامل مرتبط با جذابیت^۲ از جمله عملکرد تیمی و مهارت بازیکنان، عوامل وابستگی^۳ و خویشاوندی مثل همدلی، اتحاد هواداران، همکاری و انسجام جامعه و در نهایت، عوامل مربوط به سنت^۴ شامل: اعتقادات، باورها و آداب و سنن بر ایجاد و حفظ هویت هواداری تماشاگران فوتبال ایران تأثیر معنی‌داری دارند و تنها تأثیر عوامل رسانه‌ای^۵ متشکل از رسانه‌های گروهی و فضاهای سایبری، با وجود پتانسیل بالا، در سطح معنی‌داری قرار ندارد.

آزمون فرضیه اول نشان داد که عامل سازمان (۰/۰۰۰۳ = سطح معنی‌داری) بر ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران فوتبال ایران تأثیر معنی‌داری دارد.

جدول ۲. نقش سازمان (از عوامل مدیریتی) در ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران

باشگاه‌های فوتبال ایران

عامل مدیریتی	گروه‌بندی	تعداد	نسبت مشاهده‌شده	آزمون نسبت	سطح معنی‌داری حاصل از آزمون دو جمله‌ای
سازمان	گروه ۱	۱۲۱	۰/۲	۰/۶	۰/۰۰۰۳*
	گروه ۲	۳۹۱	۰/۸		

*: سطح معنی‌داری $\alpha \leq 0.01$ است.

از بررسی نتایج آزمون دوجمله‌ای درباره عامل سازمانی چنین استنباط می‌شود که هواداران به تیم‌ها و باشگاه‌هایی می‌پیوندند که مدیران و مالکان آنها متعهد شوند بازیکنان و مربیان با کیفیت برتر به خدمت تیم بگیرند و آنان را به عنوان مهم‌ترین ابزار موفقیت تیم حفظ نمایند، اعضای تیم در خصوص مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و امور خیریه تعهد داشته باشند، ورزشگاه جذابی برای فعالیت تیم در نظر گرفته شود که معماری مناسب و تجهیزات مطلوبی مانند تابلوی امتیازات و صندلی مناسب داشته باشد و نیز غذاهای متنوع و با کیفیتی در آنها در دسترس باشد. در نهایت، پیشینه^۶ مطلوب تیم و باشگاه در مورد پیروزی و حضور درخشان بازیکنان بزرگ در آن می‌تواند باعث جذب هواداران و رشد هویت تیمی آنها گردد. چنانچه

1. Organization
2. Attractiveness
3. Affiliation
4. Tradition
5. Media
6. Background

باشگاه و تیم سابقه‌ای طولانی از فتح جام‌های مختلف در کارنامه خود داشته باشد، در جذب و گسترش پایگاه هواداری بسیار مطلوب عمل خواهد کرد، بعضی از این منافع، آنی و در زمان حاضر و برخی دیگر در آینده با باشگاه خواهد رسید.

آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد عامل جذابیت ($0/0002 =$ سطح معنی‌داری) بر ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران فوتبال ایران تأثیر معنی‌داری دارد.

جدول ۳. نقش جذابیت (از عوامل مدیریتی) در ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران

باشگاه‌های فوتبال ایران

عامل مدیریتی	گروه‌بندی	تعداد	نسبت مشاهده شده	آزمون نسبت	سطح معنی‌داری حاصل از آزمون دو جمله‌ای
جذابیت	گروه ۱	۳ ≤	۱۰۹	۰/۲	۰/۰۰۰۲*
	گروه ۲	۳ >	۴۰۳	۰/۸	

*: در سطح $0/01 \leq \alpha$ معنی‌دار است.

بررسی این فرضیه، از طریق آزمون نسبت نشان داد هواداران، تیم‌ها و باشگاه‌هایی را محبوب خود می‌دانند که اعضای آن تیم یا باشگاه کار تیمی مطلوبی را به نمایش بگذارند، به‌طوری که بهترین و بالاترین تلاش فردی هر یک از آنها در میدان‌های مسابقه و رقابت نشان داده شود. همچنین، عملکرد کلی تیم به‌گونه‌ای باشد که بازی بسیار مهیج و سرگرم‌کننده‌ای برای تماشاگران و هواداران فراهم کنند. در این میان باید به تأثیر حضور بازیکنانی که مهارت‌های فوق‌العاده‌ای دارند و به اصطلاح فوق ستاره‌ها^۱ بر جذب هواداران اشاره کرد؛ زیرا این بازیکنان در حرفه خود، موقعیت ممتازی دارند و برخی هواداران با چنین بازیکنانی هویت پیدا می‌کنند. آزمون فرضیه سوم نشان می‌دهد عامل وابستگی ($0/013 =$ سطح معنی‌داری) بر ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران فوتبال ایران تأثیر معنی‌داری دارد.

جدول ۴. نقش وابستگی (از عوامل مدیریتی) در ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران

باشگاه‌های فوتبال ایران

عامل مدیریتی	گروه‌بندی	تعداد	نسبت مشاهده شده	آزمون نسبت	سطح معنی‌داری حاصل از آزمون دو جمله‌ای
وابستگی	گروه ۱	۳ ≤	۱۵۰	۰/۳	۰/۰۱۳*
	گروه ۲	۳ >	۳۶۲	۰/۷	

*: در سطح $0/05 \leq \alpha$ معنی‌دار است.

از بررسی زیرمؤلفه‌های این عامل -منتج از سؤالات مرتبط در پرسشنامه- استدلال می‌شود که عامل وابستگی سبب می‌شود فرد در جایگاه هوادار تیم یا باشگاه فوتبال، این موقعیت را داشته باشد که در انجمن‌ها و باشگاه‌های هواداری، با افرادی که علایق و سلیقه‌های مشابهی با وی دارند ملاقات و تماس داشته باشد و حضور در جامعه جدید سبب می‌شود که فرد خود را عضوی از جامعه هواداران تیم بداند و از این طریق، نوعی هماهنگی و انسجام بین اعضای باشگاه یا انجمن هواداری برای حمایت از تیم یا باشگاه به وجود می‌آید؛ در نتیجه عضویت برای چنین افرادی بسیار مهم جلوه می‌کند. از طرفی، بیشتر هواداران تیم‌ها بر این باورند که تیم یا باشگاه محبوب آنان، نماینده و نماد^۱ شهر محل سکونت آنهاست؛ بنابراین باشگاه جزئی از جامعه‌ای بزرگ است و افتخاری برای شهر میزبان محسوب می‌شود. بدین ترتیب، آزمون این فرضیه نشان می‌دهد که مدیریت تحت تأثیر مؤلفه‌های منطقه‌ای قرار می‌گیرد.

آزمون فرضیه چهارم نشان می‌دهد عامل رسانه ($0/217$ = سطح معنی‌داری) با وجود اهمیت جایگاه آن، تأثیر معنی‌داری بر ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران فوتبال ایران ندارد.

جدول ۵. نقش رسانه (از عوامل مدیریتی) در ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران

باشگاه‌های فوتبال ایران

عوامل مدیریتی	گروه‌بندی	تعداد	نسبت مشاهده شده	آزمون نسبت	سطح معنی‌داری حاصل از آزمون دو جمله‌ای
رسانه	گروه ۱	≤ 3	۲۴۴	۰/۵	۰/۲۱۷
	گروه ۲	> 3	۲۶۸	۰/۵	

*: سطح معنی‌داری $0/05 \geq \alpha$ است.

موضوع قابل بحث درباره عامل رسانه این است که اینکه هواداران تا چه حد می‌توانند اطلاعات و اخبار مربوط به تیم یا باشگاه محبوب خود را از طریق رادیو، روزنامه‌ها و مجلات پیگیری نموده، فلسفه مدیریت باشگاه محبوب خود را درک نمایند و در مورد فعالیت‌های انجمن یا باشگاه هواداری خود نیز اطلاعات دقیقی به دست آورند، نمی‌تواند تأثیر معنی‌داری بر جذب و گسترش هویت هواداران داشته باشد. همچنین، آگاهی هواداران از اخبار و رویدادهای مرتبط با تیم یا باشگاه از طریق وب سایتشان که اطلاعاتی را به آسانی در دسترس آنان قرار خواهد داد، نمی‌تواند عاملی مهم در جذب افراد به تیم‌ها تلقی شود. بدین ترتیب، هواداران توجه بسیار کمی به این مسئله دارند که از طریق آدرس الکترونیکی، به سؤالاتشان پاسخ داده شود یا اینکه

وب سایت تیم یا باشگاه تا چه حد دارای عکس‌های جدید و جذاب بازیکنان تیم است. آزمون فرضیه پنجم نشان می‌دهد عامل سنت ($0/012$ = سطح معنی‌داری) بر ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران فوتبال ایران تأثیر معنی‌داری دارد.

جدول ۶. نقش سنت (از عوامل مدیریتی) در ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران باشگاه‌های فوتبال ایران

عوامل مدیریتی	گروه‌بندی	تعداد	نسبت مشاهده شده	آزمون نسبت	سطح معنی‌داری حاصل از آزمون دو جمله‌ای
سنت	گروه ۱ گروه ۲	۱۶۰ ۳۵۲	۰/۳ ۰/۷	۰/۶	۰/۰۱۲*

*: سطح معنی‌داری $0/05 \leq \alpha$ است.

بررسی زیرمؤلفه‌های مرتبط با سنت نشان داد که هواداران تیم‌ها و باشگاه‌های مختلف معتقدند سخت‌کوشی و جدیت بازیکنان و اعضای تیم و نیز برقراری نظم و انضباط در تیم یا باشگاه برای رسیدن به قدرت و برتری و فعالیت بر این اساس، می‌تواند از مهم‌ترین عوامل کلیدی در جذب و توسعه هویت تیمی هواداران به شمار آید. بر این اساس، هواداران مایلند تیم محبوبشان مسابقاتی جوانمردانه و بر اساس اصول انسانی با رقبا به نمایش بگذارد. نکته مهم این است که چنانچه هواداران تیم هنگام بازی تیم محبوب خود، لباس‌هایی متحدالشکل بر تن کنند که نشان‌دهنده تعصب آنان به تیم است، رفتارهای اخلاقی و نمادین خاصی انجام دهند، قبل از بازی، قواعد و مراسم خاصی در میان هواداران حکم‌فرما باشد و همچنین بازیکنان تیم نیز قبل از برگزاری مسابقات، برای انگیزه گرفتن در این مراسم آیینی شرکت کنند، هواداران بیشتری جذب تیم و باشگاه مورد نظر خواهند شد.

آزمون فرضیه ششم نشان می‌دهد میان اولویت‌های تأثیر عوامل پنج‌گانه مدیریتی بر هویتی تیمی هواداران تیم‌های فوتبال در ایران تفاوت معنی‌داری وجود دارد. ($0/003$ = سطح معنی‌داری)

جدول ۷. اولویت بندی تأثیر عوامل مدیریتی بر ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران باشگاه‌های فوتبال ایران

متغیرها	میانگین رتبه‌بندی	رتبه‌ها	تعداد	خی دو	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
سازمان	۴/۰۲	دوم	۵۱۲	۱۱۰۹/۰۰۴	۴	۰/۰۰۳*
جذابیت	۴/۰۹	اول				
وابستگی	۳/۷۵	چهارم				
رسانه	۳/۰۴	پنجم				
سنت	۳/۸۷	سوم				

*: سطح معنی‌داری $0/01 \leq \alpha$ است.

یافته‌های جدول ۷ که منتج از تجزیه و تحلیل آماری آزمون فریدمن برای بررسی فرضیه ششم بوده است، نشان داد که میان اولویت تأثیرگذاری عوامل پنج‌گانه یاد شده بر ایجاد و حفظ هویت هواداری هواداران تیم‌ها و باشگاه‌های فوتبال در ایران تفاوت معنی‌داری وجود دارد؛ به این صورت که مؤلفه‌های مرتبط با جذابیت ($4/09$ = میانگین رتبه)، سازمان ($4/02$ = میانگین رتبه)، سنت ($3/87$ = میانگین رتبه)، وابستگی ($3/75$ = میانگین رتبه) و رسانه ($3/04$ = میانگین رتبه)، به ترتیب، بیشترین اهمیت را در ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران فوتبال در ایران داشته‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه، شاهد رشد فراگیر ورزش به عنوان صنعتی بی‌بدیل در بسیاری از نقاط دنیا هستیم. در میان رشته‌های مختلف ورزشی، توسعه فوتبال به حرفه‌ای فراگیر تبدیل شده است و در برخی کشورها مانند اسپانیا، آلمان، ایتالیا، فرانسه، ژاپن و ... لیگ‌های بسیار پویایی رونق دارند، اما باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال، با مشکلات و تنگناهای مالی فراوانی روبرو هستند. این هزینه‌ها شامل ساخت و تعمیر ورزشگاه‌ها و فضاهای ورزشی و همچنین خرید بازیکنان و مربیان سرشناس می‌باشد؛ زیرا نیاز به این دو مقوله بسیار مهم است و هزینه‌های سرسام‌آور آنها باعث واگذاری حق امتیاز یا عقب ماندن از قافله رقابت برای پیشرفت در باشگاه‌ها می‌گردد؛ بنابراین باشگاه‌ها باید درصدد تأمین درآمد از منابع مختلف باشند. یکی از استراتژی‌های مهم صاحبان باشگاه‌هایی برای بقاء در عرصه رقابت، درآمدزایی از طریق جذب و حفظ هواداران وفادار است. اعتقاد بر این است که برخی شاخص‌های مدیریتی می‌توانند تأثیر به‌سزایی در ایجاد و پایداری هویت هواداری برای حمایت از تیم‌های ورزش حرفه‌ای داشته باشند. موضوع هویت تیمی و عوامل مؤثر بر جذب هواداران به تیم‌ها در بسیاری از تحقیقات مرتبط با موضوع رفتار هواداران در طول دهه‌های گذشته بحث شده است؛ زیرا هویت تیمی نیروی اجتماعی قوی‌ای برای تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی است که نقش مؤثری در بازاریابی ورزشی ایفا می‌کند. از آنجا که یافته‌های برخی تحقیقات نشان داده است که هواداران با سطح هویت تیمی بالاتر، منافع بیشتری برای باشگاه‌ها به همراه دارند؛ باید در ایجاد هویت هواداران و در پی آن، افزایش سطح هواداری آنان کوشید. هدف از تحقیق حاضر، بررسی میزان تأثیر عوامل پنج‌گانه مدیریتی بر ایجاد، حفظ و توسعه هویت تیمی هواداران تیم‌ها و باشگاه‌های فوتبال در ایران است. یافته‌ها نشان داد عوامل سازمانی مانند تعهد به برتری‌طلبی، روابط عمومی، ورزشگاه و تاریخچه بر ایجاد و حفظ هویت هواداری تأثیر معنی‌داری دارد، یافته‌های این تحقیق با تحقیقات یوسف امینودین و همکاران

(۲۰۰۸)، لیزمور (۲۰۰۷)، جول و مولینا (۲۰۰۵)، لن چن (۲۰۰۴)، جاکوبسون (۲۰۰۳)، تریل و همکاران (۲۰۰۳)، گرین وود (۲۰۰۱)، آندروود، بوند و ببر (۲۰۰۱)، گرین وود (۲۰۰۱) همسو است؛ زیرا در آنها به تأثیر متغیرهایی مانند ویژگی‌های اماکن ورزشی (تابلوی امتیازات، صندلی، بوفه، پارکینگ و ...)، مدیریت تغییر در ساختار سازمانی باشگاه، طرح‌های مطلوب بازاریابی ورزشی، هدف‌مندی، عوامل فردی، انگیزشی، تیم، سطح رقابت، موفقیت باشگاه، بازیکنان و مربیان و سابقه بر ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران باشگاه‌ها اشاره شده است. ذکر این نکته نیز مهم است که تحقیق حاضر فقط بر عوامل مدیریتی تمرکز داشته است، اما برخی محققان فوق مانند جول و مولینا، تریل و همکاران، گرین وود و لیزمور بر تأثیر عواملی مانند عوامل انگیزشی و اجتماعی نیز تأکید می‌کنند.

تأثیر معنی‌دار عوامل مرتبط با جذابیت مانند عملکرد تیمی و مهارت بازیکنان بر ایجاد و حفظ هویت هواداری از دیگر یافته‌های تحقیق حاضر است. نتایج این تحقیق با یافته‌های عیدی (۱۳۸۸)، یوسف امینودین و همکاران (۲۰۰۸)، جاکوبسون (۲۰۰۳)، تریل و همکاران (۲۰۰۳)، گرین وود (۲۰۰۱) و وان و همکاران (۱۹۹۹) همسو است؛ زیرا در تحقیقات یاد شده بر تأثیر عواملی چون تفریح و سرگرمی به دلیل تماشای بازی جذاب و سرگرم کننده، کیفیت تیم ورزشی، نمایش تیمی مطلوب و مهارت عالی بازیکنان، طراحی و برنامه‌ریزی مناسب مربیان، مباحث زیبایی‌شناختی حاکم بر عملکرد تیمی و انفرادی و سازمانی اعضای تیم و باشگاه و موقعیت ممتاز ستارگان تیم در صنعت فوتبال کشور بر ایجاد و حفظ و توسعه هویت تیمی هواداران فوتبال تأکید شده است. آنچه نتایج این تحقیق را در مقابل یافته‌های تحقیق تریل قرار می‌دهد، این است که تریل و همکاران (۲۰۰۳) معتقدند که زیبایی‌شناسی در فوتبال با هیجان مضاعف آمیخته است و استرس خوشایند ایجاد می‌کند و بالا بودن سطح رقابت نیز بر جذابیت آن می‌افزاید. همچنین، امینودین (۲۰۰۸) به تأثیر کیفیت تیم‌های ورزشی رقیب بر ایجاد هویت تیمی هواداران اشاره دارد.

از موارد دیگری که در این تحقیق به بحث گذاشته شده است، بررسی نقش و اهمیت عوامل وابستگی و خویشاوندی مانند همدلی و اتحاد هواداران و همکاری و انسجام جامعه در ایجاد و حفظ هویت هواداری است که این فرضیه نیز تأیید شده است. یافته‌های این مطالعه با نتایج تحقیقات عیدی (۱۳۸۸)، جول و مولینا (۲۰۰۵)، لن چن (۲۰۰۴)، جاکوبسون (۲۰۰۳)، تریل و همکاران (۲۰۰۳)، گرین وود (۲۰۰۱)، ماتسوکا (۲۰۰۱) و وان و همکاران (۱۹۹۹) مشابهت فراوانی دارد؛ زیرا در مطالعات یاد شده، تأثیرگذاری و مشارکت عواملی مانند غرور اجتماعی، تعامل اجتماعی، شور و اشتیاق محلی، همکاری و هماهنگی، عوامل انگیزشی و اجتماعی، تعلق

تیم به شهر خاص و میزبان بودن آن شهر، نزدیکی به تیم یا باشگاه، تولد و سکونت در شهر میزبان تیم یا باشگاه، جو مشارکت و همدلی، الزام و اجبار اجتماعی، سرگرمی به دلیل مشارکت در انجمن‌هایی که افراد علایق و سلايق مشترک و یکسانی دارند، مهم بودن عضویت در جامعه هواداران تیم و افتخار کردن به آن تیم یا باشگاه بر ایجاد، حفظ و توسعه هویت تیمی هواداران فوتبال بررسی شده است. نکته حائز اهمیت این است که یافته‌های ماتسوکا (۲۰۰۱) و لن چن (۲۰۰۴) عوامل انگیزشی را مقدمه‌ای برای فکر کردن درباره عوامل اجتماعی و خو گرفتن با اجتماع می‌دانند، ولی به چگونگی مدیریت این فرآیند اشاره نمی‌کنند.

نتایج تحقیق در مورد عوامل رسانه‌ای شامل رسانه‌های گروهی و فضاهای سایبری، تأثیر معنی‌داری بر ایجاد و حفظ هویت هواداری نشان نداده است که تناقض آشکاری میان نتایج این تحقیق و یافته‌های مطالعات لن چن (۲۰۰۴)، گرین وود (۲۰۰۱)، آندروود، بوند و ببر (۲۰۰۱) وجود دارد؛ زیرا در تحقیقات آنها به نقش رسانه‌های گروهی و سایبری در ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران تیم‌ها و باشگاه‌ها اشاره ویژه‌ای شده است، به عنوان نمونه پیگیری اخبار تیم از طریق تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و مجلات و وب سایت‌ها و کسب اطلاع از وضعیت تیم، فلسفه فعالیت مدیریت و مالکیت این باشگاه‌ها برای هواداران بسیار مهم است. همچنین، هواداران مایلند به سؤالات اساسی آنان از طریق وب سایت، وبلاگ یا پست الکترونیکی پاسخ داده شود و عکس‌ها و تصاویر جذابی از بازیکنان محبوب خود در وب سایت‌ها مشاهده کنند، در حالی که یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد فضاهای سایبری، رسانه‌های مجازی و نوشتاری و کابلی- با وجود تأثیر مثبت و معنی‌دار دیگر مؤلفه‌ها- تأثیر چندانی بر ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران فوتبال ندارند.

در نهایت، یافته‌های این پژوهش نشان داد عوامل مربوط به سنت مانند اعتقادات، باورها و آداب و سنن بر ایجاد و حفظ هویت هواداری تأثیر معنی‌داری دارد که نتایج تحقیقات ویلمز (۲۰۰۴)، تریل و همکاران (۲۰۰۳)، گرین وود (۲۰۰۱)، آندروود، بوند و ببر (۲۰۰۱) و وان و همکاران همسو است؛ زیرا در آنها به تأثیر عواملی چون مثبت بودن هویت تیمی باشگاه و اعتقاد به انجام بازی زیبا و پرتلاش، نمایش کار گروهی مطلوب بین اعضای تیم، رفتار هواداران، تجربه گروهی تیم، سنت‌های حاکم بر بازی، همکاری و نظم گروهی تیم، تأکید اعضای تیم برای رسیدن به بهترین عملکرد، انجام بازی جوانمردانه و شرکت بازیکنان و هواداران در فعالیت‌های سنتی و آیینی بر ایجاد و حفظ و توسعه هویت تیمی هواداران فوتبال تأکید شده است.

با مقایسه یافته‌های این تحقیق با تحقیقات مشابه، مشخص می‌شود که تحقیقی که دقیقاً مشابه تحقیق حاضر باشد، وجود ندارد و هر یک از محققان به برخی ابعاد مقوله هویت تیمی

هواداران ورزشی، به‌ویژه فوتبال نگرینسته‌اند؛ بنابراین تحقیقی وجود ندارد که به‌طور جامع به بررسی تمامی عوامل مدیریتی مؤثر بر ایجاد و حفظ هویت تیمی هواداران فوتبال پرداخته باشد؛ به عبارت بهتر، تمام حوزه‌های مدیریتی در قالب طرحی واحد مطالعه و بررسی نشده است؛ بنابراین از این لحاظ با محدودیت تحقیقات مشابه روبرو هستیم، اما وجود همین تحقیقات محدود نیز توانسته است به محققان در دستیابی به نتیجه‌گیری کلی یاری رساند. نتایج کلی این تحقیق نه‌تنها باعث توسعه دانش و آگاهی درباره هویت تیمی هواداران تیم‌ها و باشگاه‌های فوتبال می‌شود، بلکه کاربردهای عملی به‌منظور توسعه صنعت فوتبال برای متخصصان و مدیران باشگاه‌ها و سازمان‌های ورزشی به همراه دارد؛ به این معنی که مدیران و مالکان تیم‌ها و باشگاه‌ها باید برای به‌کارگیری و حفظ بازیکنان و مربیان ماهر و ستاره اقدام کنند که مهارت‌هایی استثنایی دارند و بازی‌هایی مهیج، سرگرم‌کننده و زیبا به نمایش می‌گذارند. همچنین، ورزشگاه‌هایی با امکانات و تجهیزات مطلوب و معماری زیبا برای تیم تدارک بینند و اعضای تیم و باشگاه را برای شرکت در فعالیت‌ها و امور اجتماعی و خیریه ترغیب کنند.

نکته قابل تأمل دیگر این است که اعضای تیم‌ها و باشگاه‌های فوتبال برای رسیدن به پیروزی‌ها و فتح جام‌های متنوع تلاش می‌کنند و فرصت توافق اندیشه‌ها و نظرات هواداران را در انجمن‌ها و باشگاه‌های هواداری به وجود می‌آورند؛ زیرا آنها تیم را نماد شهر و منطقه می‌دانند و تعصب خاصی به آن دارند. اعضای مدیریتی باشگاه‌ها باید در پی بدعت گذاشتن رفتارها، آیین و رسوماتی هماهنگ برای موقعیت‌های مختلف فعالیت تیم باشند تا هواداران با این نشانه‌ها شناخته شده، به آن افتخار کنند و نیز از طریق رسانه‌های جمعی، نوشتاری و مجازی زمینه تبادل اطلاعات را میان باشگاه و هواداران و نیز بین جامعه هواداران به‌وجود آورند تا افراد در این شرایط احساس لذت، سرگرمی و افتخار نمایند و با ذوق و اشتیاق به جامعه هواداران در انجمن‌ها و باشگاه‌های هواداری این تیم‌ها بپیوندند و سطح هویت تیمی خود را نیز بهبود بخشیده و توسعه دهند؛ زیرا افزایش سطح هویت تیمی هواداران، عاملی برای حمایت مستمر و پایدار و توسعه اقتصادی پویاتر است.

منابع:

1. Fink, J. S., Trail, G. T., & Anderson, D. F. (2002). An Examination of Team Identification: Which Motives are Most Salient to its Existence? *International Sports Journal*, 6(2), 195-207.
2. Turner, J. C. (1982). Towards a Cognitive Redefinition of the Social Group. In

- H. Tajfel (Ed.), *Self-Identity and Intergroup Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
 4. Mitrano, J. R. (1999). The "Sudden Death" of Hockey in Hartford: Sports Fans and Franchise Relocation. *Sociology of Sport Journal*, 16(2), 134-154.
 5. Murrell, A., & Deitz, B. (1992). Fan Support of Sports and Teams. The Effect of Common Group Identity. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 14, 29-39.
 6. Underwood, R., Bond, E., & Baer, R. (2001). Building service brands via social identity: lessons from the sports marketplaces. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9, 1, 1-13.
 7. Sutton, W. A., McDonald, M. A., Milne, G. R., & Cimperman, J. (1997). Creating and fostering fan Identification in professional sports. *Sport Marketing Quarterly*, 6, 1, 15-22.
 8. Hansen, H., & Gauthier, R. (1989). Factors affecting attendance at professional sport events. *Journal of sport Management*, 3, 15-32.
 9. Zhang, J. J., Pease, D. G., Hui, S. C., & Michaud, T. J. (1995). Variables affecting the spectator decision to attend NBA games. *Sports marketing Quarterly*, 4, 4, 29-39.
 10. Gladden, J. M., & Funk. (2002). developing an understanding of brand association in team sport: empirical evidence from consumers of professional sport. *Journal of Sport Management*, 16, 54-81.
 11. Wakefield, K. L., Blodgett, J. G., & Sloan, H. J. (1996). Measurement and management of the sportscape. *Journal of Sport Management*, 10, 1, 15-31.
 12. Passikoff, R. (1997). "Pro sports needs to manage fan loyalty". *Brandweek*, 38(27), 9.
 13. Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2000). *Sport marketing* (2nd ed.). Champaign, IL: Human Kinetics.
 14. Fisher, R.J., & Wakefield, K. (1998). Factors leading to group identification: a field study of winners and losers. *Psychology & Marketing*, 15, 23-40.
 15. Hogg, M. A., and Abrams, D. (1988). The social identity approach: Context and content. *Social Identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*, pp. 6-30. New York, NY: Routledge.
 16. Duncan, M. C. (1983). The symbolic dimensions of spectator sport. *Quest*, 35, 29-36.
 17. Wann, D. L., Tucker, K. B., & Schrader, M. P. (1996). An exploratory

- examination of the factors influencing the origination, continuation, and cessation of identification with sports teams. *Perceptual and Motor Skills*, 82, 995-1001.
18. Bryant, J., & McElroy, M. (1997). *Sociological dynamics of sports and exercise*. Englewood, Co: Morton.
 19. Linnekin, J. S. (1983). Defining tradition: variation on the Hawaiian identity. *American Ethnologist*, 10, 2, 241-252.
 20. Sundeen, J. T. (2001). A "kid's game"? Little League Baseball and national identity in Taiwan. *Journal of Sport & Social Issue*, 25, 3, 251-265.
 21. Rook, D. W. (1985). The ritual dimension of consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 12, 3, 251-264.
 22. McDonald, Heath, and etal (2009), "Leveraging fans' global football allegiances to build domestic league support", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 22 No. 1, 2010, pp. 67-89.
 ۲۳. عیدی، حسین و همکاران (۱۳۸۸)، " بررسی انگیزه‌های تماشاچیان فوتبال در ایران"، همایش بین‌المللی علم و فوتبال، مقاله ارائه شده به صورت پوستر، آبان ماه ۱۳۸۸.
 24. Wann, L. Daniel Etal, (2008), "Use of Retroactive Pessimism as a Method of Coping with Identity Threat: The Impact of Group Identification", *Group Processes & Intergroup Relations*. 2008 Vol: 11(4) 439-450.
 25. Yusof, Aminuddin, etal, (2008)," Spectator Perceptions of Physical Facility and Team Quality: A Study of a Malaysian Super League Soccer Match" *Research Journal of International Studies - Issue 8 (November, 2008)*, pp: 132- 140.
 26. Moor, Liz, (2007), "Sport and Commodification, A Reflection on Key Concepts", *Journal of Sport & Social Issues*, Volume 31 Number 2, May 2007 128-142.
 27. Richard J. Crisp & etal,(2007), "Seeing Red or Feeling Blue:Differentiated IntergroupEmotions and IngroupIdentifi cation in Soccer Fans" *Group Processes &Intergroup Relations*, 2007 Vol 10(1) 9-26
 28. Jevell, R. Todo & Molina, J. David, (2005), "An Evaluation of the Relationship Between Hispanics and Major League Soccer " *Journal of sports economics*, Vol. 6 No. 2, May 2005 160-177.
 29. Chen, Li, (2004), "factors affecting individuals decisions about participation in athletics-related professional associations", *journal of sport management*, 2004, 18, 111-131.
 30. Funk, D.C., & James, J. (2004). The fan attitude network (fan) model: exploring attitude formation and change among sport consumers. *Sport management review*, 2004, 7, 1-26.

31. Willems, R. (2004). Kan voetbal de wereld redden? Een pleidooi voor ambiance en solidariteit. Uitgeverij Houtekiet, Antwerpen. (Not translated).
32. Jacobson, Beth,(2003)," The Social Psychology of the Creation of a Sports Fan Identity: A Theoretical Review of the Literature", Journal of Sport Psychology, June, 2003, Volume 5, Issue 2.
33. Gwinner, Kevin & Swanson, R. Scott, (2003), "A model of fan identification: antecedents and sponsorship outcomes", journal of services marketing, vol. 17. no.3. 2003, pp: 275-294.
34. Trail, G. T., Robinson, M. J., Dick, R. J., & Gillentine, A. J. (2003). Motives and points of attachment: Fans versus spectators in intercollegiate athletics. Sport Marketing Quarterly, 12(4), 217-227.
35. Giulianotti, Richard,(2002), "Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football", Journal of sport & social issues, Volume 26, No. 1, February 2002, pp. 25-46.
36. Greenwood, Paul Brian,(2001)," Sport Fan Team Identification in a Professional Expansion Setting", A thesis submitted to the Graduate Faculty of North Carolina State University in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Science.
37. Matsuoka, hirokata. (2001), "multidimensionality of fans psychological commitment to sport teams: development of a scale". Doctoral dissertation, Ohio state university, Columbus, Ohio.
38. Wann, Daniel, L & etal, (1999), sport fan motivation: questionnaire validation, comparisiona by sport, and relationship to athletic motivation". Journal of sport behavior, 22(1): 114-139.
39. Howard, D. R., & Crompton, J.L. (2004). Financing sport (2th Ed.).Morgantown, w: Fitness Information Technology, Inc.
40. Fried, G., Shapiro, S. J., & Deschrive, T. D. (2003). Sport finance. Champaign, IL: Human Kinetics.
41. Heere, B. (2005). Internal and external group identities of a sport team: the development of a multi-dimensional team identity scale. Unpublished doctoral dissertation. The Florida State University, Tallahassee.
42. Siegfried, J., & Zambalist, A. (2000). The economics of sport facilities and their communities. Journal of Economic Perspectives, 14(3), 95-114.
43. Ashmore, R. D., Jussim, L., Wilder, D., & Heppen, J. (2001). Toward a social identity framework for intergroup conflict. In R. D. Ashmore, L. Jussi, & D. Wilder (Eds.). Social identity, intergroup conflict, and conflict reduction (pp. 213-249). New York: Oxford University press.

رابطه بین سطوح تحول اخلاقی و رویکردهای عدالت توزیعی در کشتی گیران استان گلستان

*مهران سرداری^۱، دکتر مسعود نادریان^۲، دکتر محمد سلطان حسینی^۳، نورالله گراوند^۴،
علی قربانزاده^۵

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۲/۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۵/۱۶

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه سطوح تحول اخلاقی با رویکردهای عدالت توزیعی است. به این منظور، ۳۴۱ نفر از کشتی گیران استان گلستان، به صورت خوشه‌ای برای پاسخ‌گویی به پرسشنامه‌های آزمون تبیین مسائل^۶ رست و همکاران و مقیاس عدالت توزیعی راسینسکی انتخاب شدند. پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ نمونه‌مقدماتی، به ترتیب ۰/۸۷ و ۰/۸۰ به دست آمد. داده‌ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون گام به گام تحلیل شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد بین سطوح تحول اخلاقی و رویکردهای عدالت توزیعی رابطه معنی‌داری وجود دارد و به جز رویکرد انصاف، بین سه طرح‌واره اخلاقی با اغلب رویکردهای عدالت توزیعی رابطه معنی‌دار مشاهده می‌شود ($p < 0/05$). نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی نشان می‌دهد که از میان طرح‌واره‌های اخلاقی، طرح‌واره نفع شخصی رویکردهای فردگرایی اقتصادی و نیاز را بهتر پیش‌بینی می‌کند، در حالی که طرح‌واره تفکر پس‌عرفی پیش‌بینی کننده بهتری برای رویکرد نیاز است و طرح‌واره پاسداشت هنجارها نیز رویکردهای برابری و فردگرایی اقتصادی را پیش‌بینی می‌کند.

کلیدواژه‌های فارسی: تحول اخلاقی، رویکردهای عدالت توزیعی، طرح‌واره نفع شخصی، طرح‌واره پاسداشت هنجارها، طرح‌واره تفکر پس‌عرفی.

Email: sardari82@yahoo.com

۱ و ۴. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه اصفهان

۲ و ۳. استادیار دانشگاه اصفهان

۵. کارشناس ارشد روان‌شناسی دانشگاه اصفهان

مقدمه

انسان موجودی است که دارای قوه تفکر، نطق، عاطفه و برخی ویژگی‌های مشترک با حیوانات است. در میان جامعه حیوانی، انسان از ویژگی‌های خارق‌العاده‌ای برخوردار است و می‌تواند سایر پدیده‌های هستی را در تسخیر خود داشته باشد. انسان دارای ویژگی‌های پیچیده و پر رمز و رازی است که هر روز علوم جدید ذره‌ای از دریای بی‌نهایت آن را کشف می‌کند و به گفته آبراهام مازلو انسان به دنبال خودشکوفایی است. در این میان، اخلاق و سطح تحول اخلاقی فرد در رساندن فرد به کمال نقش به‌سزایی دارد؛ زیرا باعث شکل‌گیری اندیشه‌ها، نگرش‌ها، رویکردها و در نتیجه، رفتارهای افراد در جامعه می‌شود.

شاید جیمز سالی^۱ (۱۸۹۶) نخستین فردی باشد که از منظر علمی و در حیطه روان‌شناسی درباره تحول اخلاقی اظهار نظر کرده است. به نظر او فرد ذاتاً به آنچه مرسوم است احترام می‌گذارد و از قواعد زندگی پیروی می‌کند (۱). از سوی دیگر، عدالت مقوله‌ای مهم و مرتبط با اخلاق است که تحقق آن، بدون تحول اخلاقی میسر نیست، تحول اخلاقی نیز درگرو اجرای عدالت اجتماعی است و این دو بر یکدیگر تأثیر متقابل دارند. عدالت از دیرباز ذهن انسان‌ها، به ویژه فلاسفه، حکما و دیگر اندیشمندان را به خود مشغول داشته است و همواره جوامع و افراد، رویکردهای متفاوت و متنوعی به آن داشته‌اند. با توجه به اینکه عدالت از آرمان‌ها و مهم‌تر از آن، از بنیان‌های تشکیل و قوام زندگی مطلوب فردی و اجتماعی انسان‌هاست؛ بی‌گمان، شناخت و تبیین عوامل مؤثر بر رویکردهای افراد به آن نیز مقوله مهم دیگری است. ارتباط عدالت با اخلاق چنان نزدیک تصور شده است که معمولاً در کنار اخلاق از عدالت‌مدار بودن و در کنار عدالت از اخلاقی بودن آن سخن گفته شده است، اما این پرسش مطرح است که در واقع، چه رابطه‌ای میان اخلاق و عدالت وجود دارد؟

عدالت اجتماعی به عدالت توزیعی و عدالت رویه‌ای تقسیم می‌شود. عدالت توزیعی با دو نظریه انصاف و فردگرایی اقتصادی شناخته می‌شود. بر اساس نظریه انصاف، در موقعیتی منصفانه، برون‌داد افراد با درون‌داد آنها تناسب دارد. در نظریه فردگرایی اقتصادی گفته می‌شود: فردی که سخت کار می‌کند باید به منابع بیشتری دست یابد و افرادی که کمتر تلاش می‌کنند باید از منابع و خدمات اجتماعی کمتری بهره ببرند.

دیدگاه برابری خواهی، هم عدالت توزیعی و هم عدالت رویه‌ای را در بردارد و دو نظریه بر مبنای آن وجود دارد: نظریه نیاز که معتقد است همه افراد باید به میزان نیازهایشان از منابع و خدمات

1. James sally

بهره‌مند شوند و نظریهٔ برابری که خواهان دسترسی برابر همهٔ افراد به خدمات اساسی، رفتار یکسان با همهٔ افراد جامعه و توزیع مجدد ثروت است. پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی نشان داده است که مردم معیارهای خاصی برای عدالت دارند که به آنها امکان می‌دهد تا معین کنند کدام پدیده‌ها منصفانه و کدام غیرمنصفانه‌اند (۲). برخی پژوهشگران این قضاوت‌های عدالت‌محور را همچون قضاوت‌های اخلاقی، دارای ماهیت تجویزی یا ایدئولوژیکی می‌دانند (۳)؛ به این معنا که قضاوت در مورد آنچه منصفانه است، اغلب بر پایهٔ ارزش‌های فردی انجام می‌شود که به شیوه‌های تفکر در مورد وضعیت مطلوب پدیده‌ها (وضعیتی که باید برقرار باشد) معطوف است و ممکن است بیشترین رابطه را با پردازش شناختی عقلانی داشته باشد (۴). به‌طورحتم، عوامل زیادی در قضاوت‌های عدالت‌محور افراد و به‌طور کلی، در چگونگی رویکرد آنها به عدالت اجتماعی مؤثرند. این پرسش می‌تواند در ذهن ایجاد شود که آیا نگرش‌ها و قضاوت‌های اخلاقی و به بیان دقیق‌تر، تحول اخلاقی افراد نمی‌تواند یکی از عوامل بالا باشد؟ کسانی که با نظریه‌های تحول اخلاقی در روان‌شناسی آشنایی دارند، می‌دانند که نظریهٔ کلبِرگ شناخته شده‌ترین و پرکاربردترین نظریه در این حیطه است. نکتهٔ جالب این است که همان‌طور که دامون^۱ (۱۹۷۵) بیان می‌کند، نظریهٔ تحول اخلاقی و عدالت توزیعی و رویه‌ای را می‌توان شاخه‌ها یا اجزای درونی این نظریه تلقی کرد (۵).

امروزه، نظریه‌ها و ابزارهای نوینی در زمینهٔ تحول اخلاقی و عدالت اجتماعی، در حوزه‌های گوناگون مطرح شده‌اند. برای مثال، برخی پژوهشگران مانند رست، ناروز، بیئو و توما^۲ (۱۹۹۷، ۱۹۹۹، ۲۰۰۲) دیدگاه نئوکلبِرگی را مطرح و تدوین کرده‌اند که در ابعاد نظری و جنبه‌های روش‌شناختی و ابزاری، اصطلاحات و بازنگری‌هایی را در رویکرد کلبِرگی در بر دارد. برای مثال، آنها بیان می‌کنند که تحول شناختی انسان‌ها را می‌توان به‌صورت تغییراتی در طرح‌واره‌ها توصیف کرد و به این ترتیب، سطح تحول اخلاقی افراد را در سه سطح نفع شخصی، پاسداشت هنجارها، و تفکر پس‌عرفی طبقه‌بندی می‌کنند (۶-۸). رست و همکاران (۱۹۹۹) بر همین مبنا، در رویکرد نئوکلبِرگی خود تحول اخلاقی انسان را به جای توصیف با مرحله‌های تحول اخلاقی، با طرح‌واره‌های اخلاقی تعیین می‌کنند (۹). نتایج مطالعهٔ گانزبورگر، وگنر و نوشیان^۳ (۱۹۷۷) نشان داد که جایگاه فرد در سلسله مراتب کلبِرگ از مراحل اخلاقی، پیش‌بینی‌کنندهٔ مهمی برای پاسخ توزیعی بود، در حالی که سن آزمودنی‌ها چنین نقشی نداشت (۱۰). هلکاما^۴

1. Damon

2. Rest, Narvez, Bebeau, Thoma

3. Gunzburger, Wegner, noshian

4. Helkama

(۲۰۰۳) رابطه تحول قضاوت اخلاقی و قواعد عدالت رویه‌ای را در نمونه‌های کوچکی از کارپردازان و پزشکان مطالعه کرد و پی برد پاسخ دهندگانی که نمرات بالاتری در دوره‌های فرضی کلبرگ داشتند، بیشتر از پاسخ دهندگان با نمرات کمتر، قواعد درستی اطلاعات و اخلاقی بودن را در مسائل اخلاقی زندگی واقعی به کار می‌بردند (۱۱). نتایج مطالعه فیشر و سویینی^۱ (۱۹۹۸) نشان داد وقتی آزمودنی‌ها به معماهای (DIT) از دیدگاهی محافظه‌کارانه جواب می‌دادند، نمرات قضاوت اخلاقی آنها کاهش می‌یافت (۱۲). نتایج مطالعات لرنر بیان می‌کند که تحول شناختی بر نوع و شیوه توزیعی که افراد انتخاب می‌کنند تأثیر دارد (۴). سیاه‌پوش (۱۳۸۱) عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان را به عدالت و آزادی بررسی کرد و پی برد که دانشجویان، از میان اصولی که عدالت براساس آنها تعریف می‌شود، گرایش زیادی به تعریف عدالت براساس شایستگی و برابری بین افراد دارند (۱۳). در کشور ما عدالت و فضیلت‌های اخلاقی در ابعاد فکری و اجتماعی، همواره مورد توجه نظام خانواده، نظام آموزش و پرورش، سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی و ورزشی کشور بوده است. بینش و آگاهی در مورد روابط این دو مقوله، به‌ویژه در مورد قشر جوان و آینده‌ساز کشور اهمیت دوچندانی دارد؛ زیرا آنها از سویی تربیت‌شدگان جامعه امروز و از سویی دیگر، سازندگان جامعه فردا و تربیت‌کنندگان نسل‌های بعدی هستند. این موضوع در مورد ورزشکاران فراتر نیز می‌رود؛ زیرا آنها الگوی نسل جوان تلقی می‌شوند و تحول فکری و اخلاقی آنها می‌تواند باعث ترویج و گسترش فرهنگ‌های اخلاقی مطلوب شود. قهرمانان نخبه ورزشی، الگوی مرجع ورزشکاران جوان و نوجوان می‌باشند و نفوذ فوق‌العاده‌ای در جهت‌دهی به رفتارها، نگرش‌ها و نحوه مرادوات آنها دارند؛ بنابراین چنانچه ورزشکاران ممتاز، به‌ویژه کشتی‌گیران که در ایران پیوسته یادآور مفاهیم ارزشی و اصول اخلاقی مانند سجاوای اخلاقی، جوانمردی، گذشت و ایثار بوده‌اند؛ بتوانند ارزش‌های اخلاقی را در کنار مهارت‌های فنی در خود پرورش دهند، می‌توانند نقش مؤثری در توسعه اصول اخلاقی، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی در بین ورزشکاران جوان داشته باشند. عدالت مقوله‌ای مهم در ورزش و اجتماع بشری است و سطح نگرش افراد با توجه به سطح اخلاقی آنها متفاوت است و نقش تعیین‌کننده‌ای در تکامل شخصیت دارد؛ بنابراین در تحقیق حاضر سعی شده است که رابطه این دو مقوله در بین کشتی‌گیران، به عنوان نماد اخلاقی کشور بررسی گردد.

1. Fisher, Sweeny

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق، توصیفی و از نوع همبستگی است که روی کشتی‌گیران استان گلستان انجام شده است. از آنجا که جمعیت کشتی‌گیران استان، براساس آمار هیئت کشتی، حدود ۳۰۰۰ نفر است؛ طبق جدول مورگان، ۳۴۱ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که این تعداد به صورت خوشه‌ای از بین شهرها و باشگاه‌های مختلف انتخاب شدند و با در نظر گرفتن احتمال ناقص ماندن برخی پرسشنامه‌ها و عدم عودت برخی دیگر، ۴۰۰ پرسشنامه بین کشتی‌گیران توزیع شد.

از ۴۰۰ پرسشنامه توزیع شده، ۳۷۵ پرسشنامه بازگردانده شد که ۳۵۰ عدد آنها معتبر و واجد شرایط نمره‌گذاری شناخته شد.

پرسشنامه آزمون تبیین مسائل^۱ که توسط رست و همکاران (۱۹۹۹) ساخته شده است، برای سنجش تحول اخلاقی استفاده می‌شود و شامل پنج داستان است که دو راهی یا معماهای اخلاقی را برای آزمودنی مطرح می‌کند. برای نمره‌گذاری آزمون تبیین مسائل، پس از آنکه پاسخ دهنده میزان اهمیت ۱۲ پرسش مربوط به هر موقعیت فرضی (داستانی در برگرفته چالشی اخلاقی) را مشخص کرد و از بین پرسش‌های مذکور، چهار مورد را که از نظر او بیشترین اولویت را دارند، رتبه‌بندی کرد، به این اولویت‌ها بر حسب ترتیب آنها، ضرایبی داده می‌شود به این صورت که اولویت نخست ضریب ۴، اولویت دوم ضریب ۳، اولویت سوم ضریب ۲ و اولویت چهارم ضریب ۱ می‌گیرد.

از آنجا که هر یک از ۱۲ پرسش مربوط به پنج موقعیت فرضی این آزمون، نشان‌دهنده یکی از سه طرح‌واره اخلاقی است، ضرایب اولویت‌ها نشانگر میزان کاربرد طرح‌واره‌ها برای تصمیم‌گیری در مورد چالش اخلاقی موقعیت‌های فرضی است و هر طرح‌واره می‌تواند نمره‌ای بین صفر تا ۵۰ به دست آورد؛ زیرا مجموع ضرایب برای هر موقعیت فرضی حداکثر ۱۰ می‌باشد (۱+۲+۳+۴). با توجه به اینکه پنج موقعیت فرضی در آزمون تبیین مسائل ۲ مطرح شده است، حداکثر نمره طرح‌واره‌های اخلاقی، ۵۰ خواهد بود. متخصصان تربیت بدنی روایی آزمون را تأیید کرده‌اند و پایایی این آزمون نیز از طریق آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۷ ارزیابی شد.

پرسشنامه عدالت توزیعی راینسکی (۱۹۸۷) ۱۲ سؤال است و هر سه سؤال آن (هر زیر مقیاس) به یکی از رویکردهای فردگرایی اقتصادی (پرسش‌های ۱، ۵ و ۹) انصاف (پرسش‌های ۲، ۶، ۱۰)، برابری (پرسش‌های ۳، ۷ و ۱۱) و نیازها (پرسش‌های ۴، ۸ و ۱۲) اختصاص دارند.

پاسخ‌گویان باید نظر خود را در مورد هر پرسش، در طیفی لیکرتی از بسیار مخالفم تا بسیار موافقم (با نمره ۱ تا ۵) مشخص کنند. متخصصان تربیت بدنی روایی آزمون را تأیید کرده‌اند و پایایی آن، با استفاده از آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۰ ارزیابی شد.

داده‌های این پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شده‌اند. از شاخص‌های گرایشی مرکزی و پراکندگی شامل میانگین و انحراف معیار، برای ارائه اطلاعات توصیفی استفاده شده است. همچنین، از ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی ارتباط طرح‌واره‌های اخلاقی (سه طرح‌واره نفع شخصی، پاسداشت هنجارها و تفکر پس‌عرفی) با رویکردهای موجود به عدالت توزیعی (چهار رویکرد فردگرایی اقتصادی، انصاف، برابری و نیاز) به کار گرفته شده است.

به‌منظور پیش‌بینی متغیر ملاک (رویکردها به عدالت توزیعی)، با کمک متغیرهای پیش‌بین (طرح‌واره‌های اخلاقی) از تحلیل واریانس و رگرسیون چندگانه با روش گام به گام استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

در جدول ۱ شاخص‌های توصیفی متغیرهای اصلی (ملاک و پیش‌بین) پژوهش یعنی سه طرح‌واره اخلاقی و چهار رویکرد عدالت توزیعی شامل: میانگین، انحراف معیار، واریانس، دامنه، مقدار کمینه و بیشینه ارائه شده است.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	تعداد	دامنه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار	واریانس
طرح‌واره نفع شخصی	۳۴۱	۲۴	۰	۲۴	۱۰/۱۷	۵/۵۱	۳۰/۳۱
طرح‌واره پاسداشت هنجارها	۳۴۱	۲۷	۳۱	۴	۱۸/۴۷	۵/۱۱	۲۶/۱۴
طرح‌واره تفکر پس‌عرفی	۳۴۱	۳۶	۰	۳۶	۱۸/۶۲	۷/۱۸	۵۱/۴۹
رویکرد فردگرایی اقتصادی	۳۴۱	۱۲	۳	۱۵	۹/۵۷	۲/۶۳	۶/۹۳
رویکرد انصاف	۳۴۱	۱۵	۲	۱۷	۱۰/۹۹	۲/۴۳	۵/۹۲
رویکرد برابری	۳۴۱	۱۳	۵	۱۸	۱۱/۹۶	۱/۳۶	۱/۸۶
رویکرد نیاز	۳۴۱	۲۳	۷	۳۰	۱۱/۹۹	۲/۴۲	۵/۸۶

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود از میان سه طرح‌واره اخلاقی، طرح‌واره تفکر پس‌عرفی، بالاترین میانگین (۱۸/۶۲) و طرح‌واره نفع شخصی کمترین میانگین (۱۰/۱۷) را دارند. همچنین از بین چهار رویکرد عدالت توزیعی، رویکرد نیاز، بیشترین میانگین (۱۱/۹۹) و

رویکرد فردگرایی اقتصادی، کمترین میانگین (۹/۵۷) را دارند. در مجموع، پراکندگی نمرات برای طرح‌واره‌های اخلاقی از ۲۶/۱۴ تا ۵۱/۴۹ و برای رویکردهای عدالت از ۱/۸۶ تا ۶/۹۳ می‌باشد.

در جدول ۲، تعداد، میانگین و انحراف معیار مربوط به رویکردهای توزیعی، به تفکیک مقطع تحصیلی شرکت‌کنندگان در پژوهش ارائه شده است.

جدول ۲. تعداد، میانگین و انحراف استاندارد رویکردها به عدالت توزیعی به تفکیک مقطع تحصیلی

انحراف معیار	میانگین	تعداد	شاخص توصیفی	
			رویکرد به عدالت اجتماعی	
۲/۶۲	۹/۸۷	۱۱۶	مقطع متوسطه	رویکرد فردگرایی اقتصادی
۲/۶۲	۹/۴۹	۲۰۹	مقطع کارشناسی	
۲/۶۶	۸/۵۶	۱۶	مقطع ارشد	
۲/۳۵	۱۰/۹۰	۱۱۶	مقطع متوسطه	رویکرد انصاف
۲/۵۲	۱۱/۰۲	۲۰۹	مقطع کارشناسی	
۱/۷۶	۱۱/۱۹	۱۶	مقطع ارشد	
۱/۴۹	۱۱/۸۸	۱۱۶	مقطع متوسطه	رویکرد برابری
۱/۲۹	۱/۹۷	۲۰۹	مقطع کارشناسی	
۱/۲۶	۱۲/۵	۱۶	مقطع ارشد	
۲/۷۹	۱۲/۳۴	۱۱۶	مقطع متوسطه	رویکرد نیاز
۲/۱۶	۱۱/۷۶	۲۰۹	مقطع کارشناسی	
۲/۴۹	۱۲/۳۱	۱۶	مقطع ارشد	

بر مبنای داده‌های جدول ۲، در میان چهار رویکرد عدالت توزیعی، بیشترین و کمترین میانگین برای مقطع متوسطه، به ترتیب، مربوط به رویکردهای نیاز ۱۲/۳۴ و فردگرایی اقتصادی ۹/۸۷، برای مقطع کارشناسی مربوط به رویکردهای نیاز ۱۱/۷۶ و برابری ۱/۹۷، و برای مقطع ارشد مربوط به رویکردهای نیاز ۱۲/۳۱ و فردگرایی اقتصادی ۸/۵۶ است.

جدول ۳. ضرایب همبستگی بین طرح‌واره‌های اخلاقی و رویکرد به عدالت توزیعی

طرح‌واره‌های اخلاقی	رویکرد عدالت			
	رویکرد فردگرایی اقتصادی	رویکرد انصاف	رویکرد برابری	رویکرد نیاز
طرح‌واره نفع شخصی	۰/۲۲۷	۰/۰۴۹	۰/۰۴۶	۰/۲۲۹
طرح‌واره پاسداشت هنجارها	۰/۱۸۸	۰/۰۵۸	۰/۱۳۲	۰/۱۱۱
طرح‌واره تفکر پس عرفی	۰/۰۳	۰/۰۰۶	۰/۰۶۵	۰/۲۶۴

همان‌طور که در جدول ۳ نشان داده شده است، بین طرح‌واره نفع شخصی و رویکردهای فردگرایی اقتصادی ($R=0/227$) و نیاز ($R=0/229$) رابطه معنی‌دار وجود دارد (همگی در سطح $P<0/05$). همچنین بین طرح‌واره پاسداشت هنجارها و رویکردهای فردگرایی اقتصادی ($R=0/188$) و برابری ($R=0/132$) رابطه معنی‌دار وجود دارد (همگی در سطح $P<0/05$). طرح‌واره تفکر پس‌عرفی نیز فقط با رویکرد نیاز ($R=0/264$) رابطه معنی‌دار دارد. در جدول ۴ نتایج تحلیل واریانس و رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رویکرد به فردگرایی اقتصادی ارائه شده است.

جدول ۴. نتایج تحلیل واریانس و رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رویکرد به فردگرایی اقتصادی

منبع تغییرات	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	معنی‌داری
رگرسیون	۲۶/۶۸	۳	۸۶/۸۹	۱۳/۹۸	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۲۰۹۴/۶۷	۳۳۷	۶/۲۲	---	---
کل	۲۳۵۵/۳۴	۳۴۰	---	---	---

داده‌های جدول ۴ نتایج تحلیل واریانس و اعتبار تحلیل رگرسیون انجام شده برای پیش‌بینی رویکرد به فردگرایی اقتصادی را از طریق طرح‌واره‌های اخلاقی تأیید کرده است ($F=13/98, P<0/01$).

جدول ۵. نتایج تحلیل واریانس و رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رویکرد به انصاف

منبع تغییرات	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	معنی‌داری
رگرسیون	۱۰/۷۰	۳	۳/۵۷	۰/۶۰	۰/۶۱
باقی‌مانده	۲۰۰۱/۲۵	۳۳۷	۵/۹۴	---	---
کل	۲۰۱۱/۹۵	۳۴۰	---	---	---

داده‌های جدول ۵ نتایج تحلیل واریانس و اعتبار تحلیل رگرسیون انجام شده برای پیش‌بینی رویکرد به انصاف را از طریق طرح‌واره‌های اخلاقی تأیید نکرده است ($F=0/60, P<0/61$).

جدول ۶. نتایج تحلیل واریانس و رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رویکرد به برابری

منبع تغییرات	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	معنی‌داری
رگرسیون	۱۳۱/۹۱	۳	۴۳/۹۷	۲۹/۶۶	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۴۹۹/۶۶	۳۳۷	۱/۴۸	---	---
کل	۶۳۱/۵۸	۳۴۰	---	---	---

داده‌های جدول ۶ نتایج تحلیل واریانس و اعتبار تحلیل رگرسیون انجام شده برای پیش‌بینی رویکرد به برابری را از طریق طرح‌واره‌های اخلاقی تأیید کرده است. ($F=29/66$, $P<0/01$) همچنین در جدول ۷ نتایج تحلیل واریانس و رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رویکرد به نیاز نشان داده شده است ($F=9/29$, $P<0/01$)

جدول ۷. نتایج تحلیل واریانس و رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رویکرد به نیاز

منبع تغییرات	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	معناداری
رگرسیون	۱۵۲/۰۹	۳	۵۰/۷۰	۹/۲۹	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۱۸۳۸/۸۴	۳۳۷	۵/۴۶	---	---
کل	۱۹۹۰/۹۳	۳۴۰	---	---	---

داده‌های جدول ۷ نتایج تحلیل واریانس و اعتبار تحلیل رگرسیون انجام شده را برای پیش‌بینی رویکرد به نیاز از طریق طرح‌واره‌های اخلاقی تأیید کرده است.

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که گفته شد، طرح‌واره‌های اخلاقی (طرح‌واره نفع شخصی، پاسداشت هنجارها و تفکر پس‌عرفی) با همه رویکردهای عدالت (رویکردهای فردگرایی، اقتصادی، برابری، نیاز) به‌جز رویکرد انصاف رابطه دارند. در پژوهش‌های گانزبورگر و گنر و نوشیان (۱۹۷۷) پاسخ عدالت توزیعی نفع شخصی فقط در آزمودنی‌هایی دیده شد که در یکی از مراحل تحول اخلاقی نظریه کلبِرگ به استدلال اخلاقی می‌پرداختند (۱۰). در تحقیق حاضر، طرح‌واره نفع شخصی (معادل مراحل دوم و سوم تحول اخلاقی نظریه کلبِرگ) با رویکرد انصاف و برابری رابطه‌ای نداشت و طرح‌واره پاسداشت هنجارها (معادل مرحله چهارم کلبِرگ) با رویکرد فردگرایی اقتصادی و برابری همبستگی مثبت و معنی‌دار داشت.

مطابق نظریه کلبِرگ (۱۹۸۴)، در مرحله سوم تحول اخلاقی، افراد به دلیل شناخت‌های تازه‌ای که در مورد نقش شایستگی و انصاف در توزیع فرصت‌ها، دستاوردها و امکانات به‌دست می‌آورند به تدریج، تفاوت‌هایی در توزیع‌ها، در قضاوت‌های خود ایجاد می‌کنند و این روند در مرحله چهارم ادامه می‌یابد که در آن عدالت توزیعی بر ملاحظات شایستگی اجتماعی و نقش افراد در جامعه مبتنی است (۱۴). همچنین، بر مبنای نظریه نئوکلبِرگی انتظار می‌رود که از اهمیت دادن به خوشایندی پیامد شخصی در طرح‌واره‌های سطوح بالاتر کاسته شود، برای مثال انتظار می‌رود کسانی که با کمک طرح‌واره پاسداشت هنجارها استدلال می‌کنند، در مورد معیارهای

سنتی عدالت توزیعی همچون انصاف یا برابری، دغدغه بیشتری داشته باشند (۹). در یافته‌های این تحقیق، طرح‌واره پاسداشت هنجارها با رویکرد برابری رابطه مثبت و معنی‌دار داشت که با پیش‌بینی مذکور همخوان بود، ولی این طرح‌واره، برخلاف انتظار، با رویکرد انصاف رابطه‌ای نداشت که می‌توان علت آن را در آموزه‌های دینی جست که برابری افراد را از لحاظ شأن و کرامت انسانی درپیشگاه خداوند، توصیه‌ای شناخته شده و مسلم به شمار می‌آورند.

از سوی دیگر، بر مبنای یافته‌های پژوهش که در جدول ۳ نشان داده شده، طرح‌واره تفکر پس‌عرفی فقط با رویکرد نیاز رابطه مثبت و معنی‌دار دارد و در واقع، هر اندازه فرد در استدلال‌ها و تصمیم‌گیری‌هایش بیشتر از طرح‌واره تفکر پس‌عرفی بهره گیرد، به رویکرد نیاز متمایل می‌شود و در این حالت، خود را در جای آنها و آنها را در جای خود قرار می‌دهد و از دیدگاه آنان به جهان پیرامون نگاه می‌کند؛ از این رو به این اصل معتقد می‌شود که همه افراد حقوقی مساوی، هم شأن و مشابه دارند که باید مراعات شده و محترم شمرده شود، از جمله این حقوق، حق برآورده شدن نیازهای اولیه و اساسی است که دربرگیرنده نیازهای اقتصادی برای زندگی با حداقل رفاه و امکانات لازم می‌باشد. افرادی که با به‌کارگیری طرح‌واره تفکر پس‌عرفی درباره مسائل اخلاقی استدلال می‌کنند، برآورده شدن حداقل نیاز هر انسان را حقی اساسی و ذاتی برای او می‌دانند و بر این مبنای، در مورد مسائل و دو راهی‌های اخلاقی قضاوت و تصمیم‌گیری می‌کنند.

یافته‌های این پژوهش نیز با نظریات فوق همخوانی دارد، بدین صورت که شرکت کنندگان در پژوهش که در سطح طرح‌واره تفکر پس‌عرفی به استدلال اخلاقی می‌پردازند، گرایش بیشتری به رویکرد نیاز نشان دادند.

در مقابل، در این پژوهش استفاده از طرح‌واره نفع شخصی در استدلال‌های اخلاقی با رویکردهای فردگرایی اقتصادی و نیاز رابطه‌ای معنی‌دار داشت که رابطه آن را با نیاز می‌توان این‌گونه توجیه کرد که حتی افرادی که به سودمندی و منفعت طلبی شخصی خود می‌اندیشند، در صورتی که منافع افراد دیگر با منافع آنها تضادی نداشته باشد، مخالفتی با آن ندارند مانند زمانی که دولت برای تأمین نیازهای اولیه افراد تلاش می‌کند.

نتایج این پژوهش با پژوهش وندورفو همکاران^۱ (۲۰۰۲) در خصوص رابطه مثبت طرح‌واره‌های پاسداشت هنجارها و تفکر پس‌عرفی با رویکردهای عدالت توزیعی در اغلب موارد هم‌خوانی داشت، ولی در خصوص رابطه طرح‌واره پس‌عرفی با رویکردهای انصاف و برابری ناهمخوان بود (۱۵).

1. Wendorf, et al.

درخصوص یافته‌های حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه به طور خلاصه، مشاهد شد که هیچ-یک از طرح‌واره‌های اخلاقی، رویکرد انصاف را پیش‌بینی نکردند. طرح‌واره نفع شخصی رویکرد فردگرایی اقتصادی و نیاز و طرح‌واره پاسداشت هنجارها رویکرد فردگرایی اقتصادی و برابری را پیش‌بینی کرد. در مورد معنی‌داری رویکرد برابری، در نظر گرفتن حقوق دیگران است، ولی جنبه دیگر آن اطمینان از تأمین حقوق و نیازهای خود فرد، دست‌کم برابر با افراد دیگر است و در واقع، کسی که به قانون و حقوق دیگران احترام می‌گذارد بیشتر خواستار آن است تا دیگران نیز به حقوق او احترام بگذارند.

از سوی دیگر، مطابق یافته‌های تحلیل رگرسیون این پژوهش که در مورد رویکرد نیاز دیده شد، این رویکرد صرفاً توسط طرح‌واره تفکر پس‌عرفی پیش‌بینی می‌شد (جدول ۳) و در این مورد خاص، نقش تعیین‌کننده طرح‌واره نفع شخصی جای خود را به تأثیر ژرف اندیشیدن و استدلال کردن بر اساس ملزومات طرح‌واره تفکر پس‌عرفی می‌دهد؛ به عبارت دیگر، ملاک و معیار برآورده شدن نیازهای اساسی همه انسان‌ها که لازمه رعایت حقوق و شأن ذاتی آنهاست، ملاکی است که فقط با دست یافتن به سطوح اندیشه و استدلال اخلاقی سطح تفکر پس‌عرفی، ملکه ذهن افراد می‌شود و آنها را وامی‌دارد در قضاوت‌ها و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی، گاهی حتی به قیمت ضرر شخصی و از دست رفتن منافع فردی، نیازهای انسانی و حقوق مادی افراد دیگر را مهم‌ترین عامل تأثیر گذار در نظر بگیرند.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد هر اندازه افراد اخلاقی‌تر می‌اندیشند، به همان اندازه در رویکرد به عدالت نیز دغدغه جدی‌تری در مورد دیگران، نیازها و حقوق بنیادین آنها پیدا می‌کنند. معنی‌داری سطح تحول اخلاقی پس‌عرفی با رویکرد نیاز، این قضیه را اثبات می‌کند. این تحقیق نشان داد طرح‌واره تفکر پس‌عرفی و رویکرد نیاز بیشترین میانگین را دارند (به ترتیب: ۱۸/۶۲ و ۱۱/۹۹) که نشان می‌دهد کشتی‌گیران سطح تحول اخلاقی بینش عدالتی مناسبی دارند. از آنجا که تحقیق حاضر، تحقیق توصیفی در مورد اخلاق است و رفتار انسان‌ها در گستره زندگی اجتماعی، بیش از هر چیز از تصورات و نگرش‌های آنها درباره مفاهیمی چون عدالت، حق، آزادی و امثال آن تأثیر می‌پذیرد؛ می‌توان با انجام تحقیقات بیشتر در مورد تعیین سطح تحول اخلاقی افراد، ریشه بسیاری از ناهنجاری‌های اخلاقی را که در فرهنگ ورزشی کشور وجود دارد مانند: قانون شکنی‌ها، مشاجره، دعوا، و استفاده مواد نیروزا کاهش داد و از میان برد که خود مستلزم تعیین برنامه‌هایی برای ارتقاء و رشد اخلاقی افراد می‌باشد تا در آینده شاهد جامعه ورزشی سالمی باشیم.

منابع:

۱. سیف، سوسن، کدیور، پروین، کرمی نوری، رضا، لطف آبادی، حسن، (۱۳۸۲). «روان شناسی رشد (۱)». تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت).
2. Tyler, T. R., Smith. (1998). The Psychology of Procedural Justice: A Test of the Group Value Model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(5): 830-838.
3. Montada, L. (1998). Justice: Just a ration choice? *Social Justice Research*, 11: 81-101.
4. Lerner M. J. (1998). The Two forms of Behalf in a Just world: Som thoughts on why people care about Justice. In: L. Noted, M. J. Lerner (Eds) *Responses to Victimization and Behalf in a just World* (pp- 247- 269) New York: Plenum.
5. Damon, W. (1975). Early Conceptions of positive Justice as Related to the Development of Logical Operations. *Child Developmet*, 46: 301-312.
6. Rest, J., Thoma, S. J., Narvaez, D., Bebeau M. J. (1997). Alchemy and Beyond: Indexing the Defining Issues Test. *Journal of Education, Psychology*, 91(4): 644-659.
7. Rest, J., Narvaez, D., Bebeau, M. J., Thoma, S. J. (1999). A Neo- kohlbergian Approach: The DIT and Schema Theory. *Educational Psychology Reveiew*, 11 (4): 291-323.
8. Rest, J., Narvaez, D., Thoma, S. J., Bebeau M. J. (2000). A Neo-Kohlbergian Approach to Morality Research. *Journal of Moral Education*, 29: 381-396.
9. Rest, J., Thoma, S. J., Edwards, L. (1999). Designing and Validating a Measure of Moral Judgment: Stage Preference and Stage Consistency Approaches. *Journal of Educational Psychology*, 89: 644-659.
10. Gunzburger, D. W., Wegner, D. M., Nooshian, L. A. (1977). Moral Judgment and Distributive Justice. *Human Development*, 20: 160- 170.
11. Helkama, K., Uutela, A., Pohjanheimo, E., Salimon, S., Koponen, A., Rantanen, Vantsi, L. (2003). Moral Reasoning and Values in Medical School: a longitudinal study in Finland. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 47(4): 399- 411
12. Fisher, D. G., Sweeney, J. T. (1998). The Relationship between Pliotocal Attiudes and moral Judgment: Examining the Validity of the Defining Issues Test. *Journal of business Ethics*, 17: 905- 916.
۱۳. سیاهپوش، امیر، (۱۳۸۱). عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان به عدالت و آزادی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.

14. Kohlberg, L. (1984). Essays in moral development, Vol 2: the Psychology of Moral Development. Sanfrancisco: Harper and Row.
15. Vanden Bos, k. (2002). On the Subjective Quality of Social Justice: The Role of Affect as Information in psychology of Moral Judgments. Journal of Personality and Social Psychdogy, 85(3): 482- 498.

ارزیابی عملکرد ادارات کل تربیت بدنی استان‌های ایران بر اساس مدل EFQM

* رسول فرجی^۱، دکتر حسین پورسلطانی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۲/۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۴/۱

چکیده

به منظور آگاهی از میزان کارآیی، بهره‌وری و اثربخشی نظام اجتماعی تربیت بدنی و ورزش در ادارات تربیت بدنی، دارا بودن برنامه‌های نظام‌مند مربوط به نظارت، کنترل و ارزشیابی ضروری به نظر می‌رسد. در این تحقیق، به ارزیابی عملکرد ادارات کل تربیت بدنی استان‌های ایران، با استفاده از مدل اروپایی مدیریت کیفیت^۳ پرداخته شد. پس از بررسی روایی و پایایی پرسشنامه تعالی سازمانی EFQM در مطالعه‌ای مقدماتی ($\alpha = 0/928$)، ۴۳۷ پرسشنامه در میان کارکنان ادارات کل تربیت بدنی ۱۰ استان منتخب (تصادفی طبقه‌ای) توزیع شد که در نهایت، نتایج ۳۳۷ پرسشنامه تجزیه و تحلیل شد. از میان معیارهای نه‌گانه مدل EFQM، معیار رهبری با نرخ ۵۰/۷۳ درصد امتیاز، در ردیف اول و معیار کارکنان با نرخ ۳۸/۷۴ درصد امتیاز، در ردیف آخر قرار گرفتند. همچنین بین توانمندسازها و نتایج در مدل تعالی سازمانی، رابطه قوی و معنی‌داری مشاهده شد ($P < 0/05$ و $r = 0/864$). پایین بودن امتیاز معیار کارکنان در مدل تعالی ادارات کل تربیت بدنی استان‌ها، بر لزوم توجه به این حوزه تأکید می‌کند. همچنین، توجه به هر یک از معیارهای حوزه توانمندسازها می‌تواند باعث شود سازمان به نتایج ملموسی در حوزه نتایج دست یابد. پیشنهاد می‌شود برای کسب نتایج قابل قبول در ادارات تربیت بدنی و حرکت به سوی تعالی، به توانمندسازهای مدل تعالی EFQM (معیارهای رهبری، کارکنان، منابع، استراتژی و فرآیندها) توجه بیشتری شود.

کلیدواژه‌های فارسی: اداره کل تربیت بدنی، ارزیابی عملکرد، مدل EFQM.

1. مربی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نقده

2. استادیار پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

3. EFQM

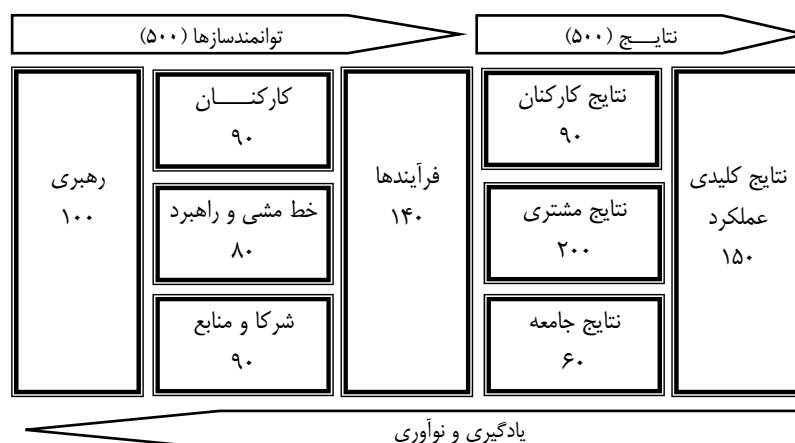
Email: rfaraji@yahoo.com

مقدمه

ورزش پدیده‌ای اجتماعی-فرهنگی است که پیوندی پویا با مجموعه نهادها و ساختارهای اجتماعی دارد و باید به عنوان بخشی از نیازهای ساختاری انسان مورد توجه افراد جامعه باشد. یکی از علل مهم ترقی و توسعه کشورهای پیشرفته، اهتمام ارکان این جوامع به اصل مهم ورزش و تعمیم آن در سطوح مختلف است (۱). در سال‌های اخیر، توجه زیادی به میزان کارآمدی منابع حوزه تربیت بدنی و ارزیابی عملکرد آنها معطوف شده است (۲). در فرآیند ارزیابی عملکرد، شناسایی و کاربرد معیارهای کلیدی عملکرد برای سازمان‌ها حیاتی است و اطلاعات مهمی برای اندازه‌گیری پیشرفت سازمان فراهم می‌کند. همچنین، علاوه بر جمع‌آوری مقدار قابل توجهی از اطلاعات سازمانی در وضعیتی جامع و فراگیر، زمینه اطلاع‌رسانی و گزارش‌دهی فراهم شده، با شناسایی فرصت‌ها و مشکلات، تصمیم‌گیری درباره موضوعهای پیچیده تسهیل می‌شود (۳). به نظر می‌رسد با تشخیص نقاط کلیدی و تهیه معیارهای کمی در فرآیند اجرایی ورزش، می‌توان با نظارت و ارزشیابی فرآیندهای طولانی و پیچیده توسعه ورزش کشور، از میزان حصول به اهداف کمی و کیفی اطمینان حاصل نمود؛ بدین ترتیب، علاوه بر شناسایی واحدهای کارآمد و اثربخش، زمینه بهرمندی از نظام تقدیر و پاداش‌دهی در جهت نظارت و کنترل هرچه بیشتر فراهم خواهد شد (۲). بدین منظور، همواره استفاده از برنامه‌های نظام‌دار و قاعده‌مند نظارت، کنترل و ارزشیابی ضرورت دارد (۱). تاکنون در ارزیابی سازمان‌ها، از مدل‌های مختلفی چون الگوی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت^۱، مدل ارزیابی متوازن^۲، الگوی مدیریت کیفیت فراگیر^۳، رویکرد سیستمی^۴، رویکرد استراتژیک^۵ و مدل توانایی بلوغ^۶ و غیره استفاده شده است (۴). در تحقیقی، اصغری زاده و امین (۱۳۸۵) مناسب‌ترین مدل ارزیابی عملکرد سازمان‌های ایرانی را مدل EFQM دانستند (۵) و هم‌اکنون این مدل، مبنای ارزیابی و اهدای جایزه ملی کیفیت ایران و جایزه ملی بهره‌وری و تعالی سازمانی در کشور است. گفتنی است به دلیل مرجع بودن این مدل در اغلب کشورهای اروپایی، امکان الگوبرداری از طیف وسیعی از آنها برای سازمان‌های ایرانی میسر است (۵).

-
1. European Foundation for Quality Management (EFQM)
 2. Balanced Scorecard (BSC)
 3. Total Quality Management (TQM)
 4. System Approach
 5. Strategic Approach
 6. CMM: Capability Maturity Model

مدل تعالی سازمانی EFQM، چارچوبی برای ارزیابی عملکرد سازمان‌ها در دو حوزه فرآیندها و نتایج حاصل از آنهاست. دستاوردهای حاصل از ارزیابی در این مدل، با تشخیص توانمندی‌های سازمان و زمینه‌های قابل بهبود، فهرستی از برنامه‌های اولویت‌بندی شده را پیشنهاد می‌کند (۶). این مدل بر اساس ۹ معیار (شاخص) پایه‌گذاری شده است. پنج معیار اول این مدل مربوط به توانمندسازها^۱ (رهبری^۲، کارکنان^۳، استراتژی و خط‌مشی^۴، منابع و شرکا^۵، و فرآیندها^۶) است. این معیارها بیان‌کننده اجزای تشکیل دهنده سازمان‌ها و چگونگی تعامل آنها با هم می‌باشند. چهار معیار بعدی، مربوط به نتایج^۷ عملکرد سازمان است (نتایج کارکنان^۸، نتایج مشتریان^۹، نتایج جامعه^{۱۰}، نتایج کلیدی عملکرد^{۱۱}). این معیارها نتایج مطلوب حاصل از اجرای توانمندسازها را معرفی می‌کنند (شکل ۱). در این مدل، کل معیارها ۱۰۰۰ امتیاز دارند که ۵۰۰ امتیاز آن مربوط به توانمندسازها و ۵۰۰ امتیاز دیگر مربوط به نتایج هستند (۷).



شکل ۱. معیارهای نه‌گانه مدل تعالی سازمانی EFQM و امتیازات مربوط به آنها (۸)

1. Enablers
2. Leadership
3. People
4. Policy and Strategy
5. Resource & Partners
6. processes
7. Results
8. People Results
9. Customer Results
10. Society Results
11. Key Performance Results

در سال‌های اخیر، تحقیقات زیادی در زمینه مدل‌های تعالی سازمانی برای تشخیص ضعف‌ها و قوت‌ها و همچنین ارزیابی سازمان‌ها انجام شده است. کونتی^۱ (۲۰۰۷) مدل EFQM را برای خودارزیابی کیفیت سازمان‌ها و مقایسه آنها با یکدیگر، مناسب گزارش کرد (۱۷). والژو و سانچو^۲ (۲۰۰۷) نیز این مدل را برای خودارزیابی و شناسایی فضاهای پیشرفت، مفید دانستند (۱۸). ورنرو و همکاران^۳ (۲۰۰۷) نیز در خودارزیابی بیمارستانی در ایتالیا، با استفاده از مدل تعالی EFQM حوزه‌های رهبری، خطمشی و استراتژی، شرکا و منابع را نقاط قوت بیمارستان و حوزه‌های نتایج کارکنان و نتایج جامعه را بخش‌های نیازمند بهبود شناسایی کرده و برنامه‌های بهبود را نیز برای حوزه‌های نیازمند بهبود طراحی و اجرا نمودند (۱۹). به علاوه، شناسایی EFQM به عنوان مناسب‌ترین مدل نظارت و ارزیابی برنامه‌ها و فعالیت‌های تربیت بدنی و ورزش در دانشگاه‌های کشور (۱)، استفاده از این مدل برای ارزیابی کیفیت دانشکده‌های تربیت بدنی (۱۱، ۱۲) و مقایسه تعالی سازمانی ادارات کل تربیت بدنی استان‌های مازندران و گیلان (۱۳)، ارزیابی عملکرد مدیریت منابع انسانی دانشگاه اصفهان (۱۴)، تعیین ضعف‌ها و قوت‌های بیمارستانی در تهران (۱۰)، تطبیق این مدل در برنامه کیفیت ورزش و اوقات فراغت کشور انگلستان (۹) و تعیین ارتباط بین رتبه باشگاه‌های فوتبال در مدل تعالی سازمانی و موفقیت آنها در لیگ برتر فوتبال (۱۵) از نمونه‌های تحقیقی و موارد کاربردی این مدل به شمار می‌روند.

در این میان، انتظار می‌رود که در صورت همکاری مدیران و کارکنان، مدل EFQM بتواند ابزاری مناسب برای رشد سازمان‌ها و افزایش توان رقابتی آنها باشد (۹). بدین ترتیب، با فراهم شدن شرایط و امکانات لازم برای بهبود فرهنگ سازمانی، علاوه بر ایجاد شرایط مطلوب برای سازمان و کارکنان، زمینه‌های لازم برای رشد و تعالی سازمانی نیز فراهم خواهد شد (۱۶).

با مرور پیشینه موجود، مشخص می‌شود که اغلب سازمان‌ها، با استفاده از مدل EFQM به نتایج ملموسی در زمینه خودارزیابی و تشخیص توانمندی‌ها و موارد قابل بهبود رسیده‌اند (۱۰، ۱۴، ۱۹). همچنین، در بیشتر تحقیقات بر لزوم استفاده از مدل تعالی سازمانی EFQM تأکید شده است (۱۰، ۱۵، ۱۸، ۲۰). در بخش‌های ورزشی نیز، نیاز به مدیریت کیفیت نشان داده است (۹). بدین ترتیب، محقق بر آن است تا با استفاده از مدل امتیازدهی جایزه ملی کیفیت ایران که با الگوبرداری از آخرین ویرایش مدل سرآمدی کسب و کار EFQM طراحی شده است، وضعیت عملکرد ادارات کل تربیت بدنی استان‌ها را به عنوان مهم‌ترین مراکز ارائه خدمات

1. Conti

2. Vallejo and Sancho

3. Venero, Nabitz, Bragonzi, Rebelli and Molinari

ورزشی در کشور بررسی نماید.

امید است با انجام این تحقیق، وضعیت جاری، توانایی‌ها و بخش‌های نیازمند بهبود در این سازمان‌ها شناسایی شود. به علاوه، تصور می‌شود گستردگی جامعه آماری این تحقیق در سطح کشور بتواند تصویری کلی از وضعیت کنونی تعالی سازمانی در ادارات کل تربیت بدنی استان‌های ایران ارائه داده، با در دسترس قرار دادن اطلاعات جامع، زمینه‌ساز شناسایی توانایی‌ها و ضعف‌های این ادارات و اجرای برنامه‌های توانمندسازی ویژه باشد.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع توصیفی است که به صورت میدانی در ادارات کل تربیت بدنی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی کارکنان ادارات کل تربیت بدنی استان‌های ایران بود که تعداد آنها بر اساس آخرین آمار سازمان تربیت بدنی تا پایان نیمه دوم سال ۱۳۸۷، حدود ۱۷۲۶ نفر گزارش شده است. بر اساس جدول نمونه‌گیری مورگان^۱، برای جامعه‌ای با این حجم، تعداد نمونه‌ها باید دست کم ۳۱۰ نفر باشند؛ بنابراین کارکنان اداره کل تربیت بدنی ۱۰ استان به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای انتخاب استان‌ها از شیوه انتخاب تصادفی طبقه‌ای استفاده شد، بدین صورت که ادارات کل تربیت بدنی استان‌های گیلان از شمال، فارس از جنوب، آذربایجان غربی، ایلام و خوزستان از غرب، خراسان رضوی، خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان از شرق و در نهایت، ادارات کل تربیت بدنی استان‌های تهران و اصفهان از مرکز ایران به عنوان استان‌های نمونه انتخاب شدند. در مجموع، ۴۳۷ پرسشنامه در میان کارکنان توزیع شد که ۳۴۶ عدد از آنها عودت داده شد و پس از بررسی نهایی، ۳۳۷ پرسشنامه (آذربایجان غربی، ۴۲ نفر؛ گیلان، ۴۱ نفر؛ ایلام، ۲۰ نفر؛ اصفهان، ۲۵ نفر؛ خراسان جنوبی، ۳۵ نفر؛ خراسان رضوی، ۳۴ نفر؛ خوزستان، ۲۰ نفر؛ فارس، ۲۳ نفر؛ سیستان و بلوچستان، ۱۷ نفر و تهران، ۸۰ نفر)، تجزیه و تحلیل گردید. از پرسشنامه تعالی سازمانی EFQM برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز تحقیق استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۵۰ سؤال در طیف چهار ارزشی لیکرت است (بسیار کم = ۱ تا بسیار زیاد = ۴) و ۹ معیار تعالی سازمانی را ارزیابی می‌کند. این پرسشنامه در سال ۱۹۸۸، هم‌زمان با تأسیس بنیاد مدیریت کیفیت اروپا^۲ معرفی شده و مؤسسه مطالعات و بهره‌وری منابع انسانی، تحت پوشش سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، در سال ۱۳۸۲ آن را برای استفاده در سازمان‌های ایران ترجمه و ویرایش کرده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌های

1. Morgan sample size table

2. European Foundation for Quality Management

تحقیق توسط گروهی از متخصصان مدیریت ورزشی (۱۲) استادیار مدیریت ورزشی و دو دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی) و نیز دو کارشناس از ادارات کل تربیت بدنی استان‌های آذربایجان غربی و گیلان تأیید شد و میزان پایایی آنها نیز در یک مطالعه راهنما روی ۳۰ نفر از کارکنان یکی از استان‌های در دسترس و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، $\alpha = 0/928$ به دست آمد. ضمن استفاده از روش‌های آماری توصیفی، پس از اطمینان از نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف ($p=0/742$ و $z=0/68$)، از آزمون‌های آماری ANOVA، آزمون تعقیبی توکی و ضریب همبستگی پیرسون برای تجزیه و تحلیل داده‌های خام استفاده شد. در تحقیق حاضر پیش‌فرض همسانی واریانس‌ها^۱ نیز با استفاده از آزمون لون^۲ بررسی شده و نتایج آن طبق جدول ۱ به دست آمده است.

جدول ۱. نتایج آزمون همسانی واریانس‌ها

متغیر	آماره لون	sig
تعالی سازمانی	۲/۰۳۵	۰/۰۶۷

یافته‌های پژوهش

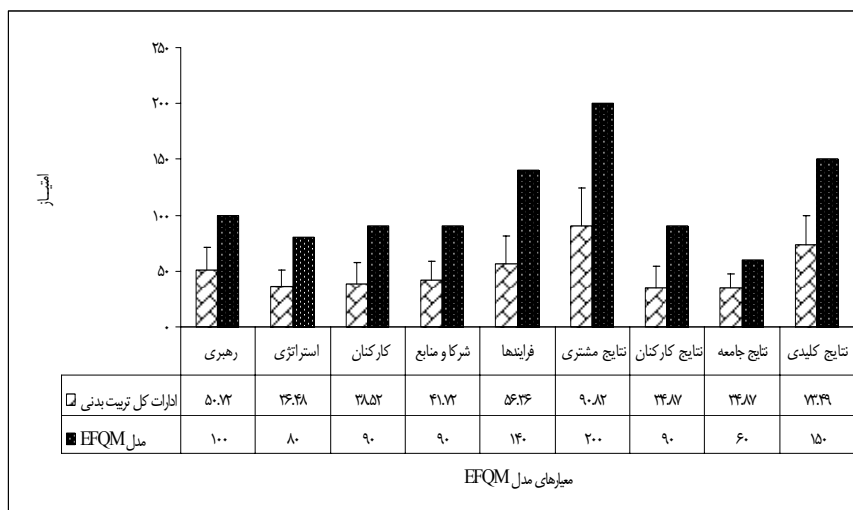
از مجموع ۳۳۷ آزمودنی تحت بررسی، ۴۹/۵۵ درصد مرد و ۵۰/۴۵ درصد زن بودند. ۲۸/۸ درصد آنها مجرد و ۷۱/۲ درصد متأهل و از نظر پست سازمانی نیز ۲۳ نفر (۶/۸ درصد) جزء مدیران و معاونان و ۲۲۱ نفر (۶۵/۶ درصد) جزء کارکنان عادی بودند، ۹۳ نفر (۲۷/۶ درصد) نیز به این سؤال پاسخ نداده بودند. میانگین سن و سابقه آزمودنی‌ها به ترتیب، $35/32 \pm 8/18$ و $11/04 \pm 7/71$ سال بود. از نظر سطح تحصیلات ۲۰/۷ درصد آزمودنی‌ها دیپلم و زیر دیپلم، ۲۳/۳ درصد کاردانی، ۵۰ درصد کارشناسی و ۶ درصد نیز کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. ۳۵/۸ درصد آزمودنی‌ها در رشته تربیت بدنی و ۶۴/۲ درصد نیز در رشته‌های دیگر تحصیل کرده بودند. از نظر وضعیت استخدام نیز حدود ۳۵ درصد آزمودنی‌ها از کارکنان رسمی، ۴۵ درصد قراردادی و دیگران پیمانی و روزمزد بودند.

-
1. Homogeneity of Variances
 2. Levene

جدول ۲. امتیازات نهایی ادارات کل تربیت بدنی بر اساس مدل EFQM

فاکتور	استان سقف امتیاز	آذربایجان غربی	تهران	خراسان جنوبی	ایلام	گیلان	اصفهان	خراسان رضوی	بلوچستان و سیستان	فارس	خوزستان	ادارات کل	درصد دستیابی
رهبری	۱۰۰	۵۰	۳۶/۸۴	۷۵/۰۳	۶۱/۷۵	۴۳/۱۶	۴۶/۶۱	۵۶/۱۳	۵۶/۵۵	۶۱/۲۸	۴۸/۷۲	۵۰/۷۲	۵۰/۷۲
استراتژی	۸۰	۳۵/۷۰	۲۷/۸۳	۴۸/۸۵	۳۵/۶۲	۳۰/۲۷	۳۵/۶۷	۳۹/۸۲	۴۳/۹۴	۵۳/۱۱	۳۴/۹۰	۳۶/۴۸	۴۵/۶۰
کارکنان	۹۰	۳۸/۱۲	۲۵/۹۴	۵۸/۰۵	۴۳/۵۲	۲۹/۵۶	۴۰/۰۵	۴۲/۵۲	۴۸/۰۷	۵۰/۳۸	۳۸/۳۴	۳۸/۵۲	۴۲/۸۰
منابع	۹۰	۴۲/۶۹	۳۰/۸۲	۵۴/۲۴	۴۲/۲۷	۳۵/۰۴	۴۴/۶۰	۴۶/۷۹	۵۰/۱۴	۵۶/۱۷	۳۸/۶۰	۴۱/۷۲	۴۶/۳۵
فرآیندها	۱۴۰	۵۰/۰۴	۴۵/۹۳	۷۲/۰۱	۵۶/۵۹	۴۷/۱۲	۶۳/۳۴	۵۸/۵۷	۷۲/۵۶	۷۹/۸۰	۴۹/۵۰	۵۶/۳۶	۴۰/۲۵
نتایج مشتری	۲۰۰	۸۷/۷۷	۶۸/۱۵	۱۱۷/۲۰	۱۰۱/۱۷	۹۰/۹۱	۸۵/۶۳	۹۵/۷۰	۱۰۷/۶۷	۱۱۶/۳۷	۸۵/۷۶	۹۰/۸۲	۴۵/۴۱
نتایج کارکنان	۹۰	۳۱/۶۶	۲۵/۱۸	۵۱/۱۵	۳۰/۸۴	۳۰/۸۹	۳۸/۱۲	۴۳/۲۶	۴۵/۸۵	۴۱/۷۵	۲۸/۴۴	۳۴/۸۷	۳۸/۷۴
نتایج جامعه	۱۰۰	۲۵/۷۵	۱۹/۹۴	۴۳/۶۹	۲۹/۶۸	۲۸/۱۰	۲۶/۶۱	۳۰/۶۲	۳۱/۳۸	۳۴/۵۱	۲۳/۳۰	۲۸/۲۹	۲۸/۲۹
نتایج کلیدی	۱۵۰	۶۹/۷۲	۵۶/۴۴	۹۸/۶۲	۸۷/۲۳	۶۹/۴۲	۶۴/۵۶	۷۷/۸۶	۷۸/۱۸	۹۶/۰۹	۷۳/۹۹	۷۳/۴۹	۴۸/۹۹
جمع امتیازات	۱۰۰۰	۴۳۳/۴۹	۳۳۷/۱۱	۶۱۸/۸۸	۴۸۸/۶۸	۴۰۴/۵۱	۴۴۵/۲۳	۴۹۱/۳۲	۵۳۴/۳۸	۵۸۹/۴۹	۴۲۱/۲۸	۴۵۱/۳۳	۴۵/۱۳
توانمندسازها	۵۰۰	۲۱۶/۵۸	۱۶۷/۳۹	۳۰۸/۲۰	۲۳۹/۷۶	۱۸۵/۱۷	۲۳۰/۲۹	۲۴۳/۸۶	۲۷۱/۲۸	۳۰۰/۷۷	۲۰۹/۷۷	۲۲۳/۸۴	۴۴/۷۸
نتایج	۵۰۰	۲۱۶/۹۲	۱۶۹/۷۳	۳۱۰/۶۷	۲۴۸/۹۳	۲۱۹/۳۴	۲۱۴/۹۴	۲۴۷/۴۷	۲۶۳/۱۱	۲۸۸/۷۳	۲۱۱/۵۱	۲۲۷/۴۹	۴۵/۴۹

در جدول ۲ امتیازات نهایی ادارات کل تربیت بدنی ۱۰ استان منتخب بر اساس مدل EFQM، بعد از اعمال وزن مربوط به گزینه‌ها مشخص شده است. با توجه به اطلاعات جدول، معیار رهبری با ۵۰/۷۲ درصد و معیار نتایج جامعه با ۲۸/۲۹ درصد به ترتیب بیشترین و کمترین درصد دستیابی به اهداف را به خود اختصاص داده‌اند. در شکل ۱ نیز امتیاز ادارات کل تربیت بدنی در هر یک از معیارهای نه‌گانه با امتیاز معیارها در مدل تعالی EFQM مقایسه شده است.



شکل ۱. امتیازات ادارات کل تربیت بدنی در مقایسه با معیارهای مدل EFQM

جدول ۳. تجزیه و تحلیل آماری عملکرد استان‌های منتخب

متغیر	منابع تغییر	میانگین مجذورات	درجه آزادی (df)	F	sig
امتیاز تعالی	بین گروهی	۳۰۹۶۶۴/۴۱۲	۹	۱۴/۱۳۸	*۰/۰۰۱
	درون گروهی	۳۱۹۰۳/۲۵۴	۳۲۷		

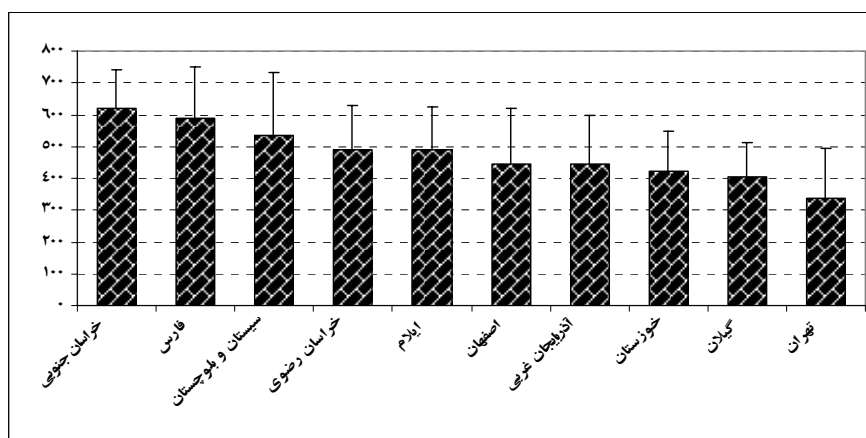
*: در سطح $P < ۰/۰۱$ معنی‌دار است.

جدول ۴. مقایسه چندگانه امتیازات استان‌ها با استفاده از آزمون توکی

خوزستان	فارس	سیستان و بلوچستان	خراسان رضوی	اصفهان	گیلان	ایلام	خراسان جنوبی	تهران	آذربایجان غربی		
									-	تفاوت میانگین‌ها	آذربایجان غربی
									-	sig	
								-	۹۶/۳۸	تفاوت میانگین‌ها	تهران
								-	*./۰.۲۴	sig	
							-	-۲۸۱/۷۶	-۱۸۵/۳۸	تفاوت میانگین‌ها	خراسان جنوبی
							-	**./۰.۰۰۱	**./۰.۰۰۱	sig	
						-	۱۳۰/۱۹	-۱۵۱/۵۶	-۵۵/۱۸	تفاوت میانگین‌ها	ایلام
						-	۰/۰.۵۷	**./۰.۰۰۲	۰/۹۳۵	sig	
					-	۸۴/۱۷	۲۱۴/۳۶	-۶۷/۳۹	۲۸/۹۸	تفاوت میانگین‌ها	گیلان
					-	۰/۵۳۹	**./۰.۰۰۱	۰/۳۴۷	۰/۹۹۷	sig	
				-	-۴۰/۷۲	۴۳/۴۴	۱۷۳/۶۴	-۱۰۸/۱۲	-۱۱/۷۳	تفاوت میانگین‌ها	اصفهان
				-	۰/۹۸۶	۰/۹۹۳	**./۰.۰۰۱	*./۰.۵۰	۱/۰۰۰	sig	
			-	-۴۶/۰۹	-۸۶/۸۱	-۲/۶۴	۱۲۷/۵۵	-۱۵۴/۲۱	-۵۷/۸۲	تفاوت میانگین‌ها	خراسان رضوی
			-	۰/۹۷۵	۰/۲۵۷	۱/۰۰۰	*./۰.۱۴	**./۰.۰۰۱	۰/۷۹۸	sig	
		-	-۴۳/۰۵	-۸۹/۱۴	-۱۲۹/۸۷	-۴۵/۷۰	۸۴/۴۹	-۱۹۷/۲۶	-۱۰۰/۸۸	تفاوت میانگین‌ها	سیستان و بلوچستان
		-	۰/۹۹۳	۰/۶۵۸	۰/۰۷۵	۰/۹۹۵	۰/۶۴۸	**./۰.۰۰۱	۰/۳۴۷	sig	
	-	-۵۵/۱۱	-۹۸/۱۶	-۱۴۴/۲۶	-۱۸۴/۹۸	-۱۰۰/۸۱	۲۹/۳۸	-۲۵۲/۳۸	-۱۵۵/۹۹	تفاوت میانگین‌ها	فارس
	-	۰/۹۷۷	۰/۲۹۶	*./۰.۲۸	**./۰.۰۰۱	۰/۴۴۰	۰/۹۹۹	**./۰.۰۰۱	**./۰.۰۰۲	sig	
-	۱۶۸/۲۱	۱۱۳/۱۰	۷۰/۰۴	۲۳/۹۵	-۱۶/۷۷	۶۷/۴۰	۱۹۷/۵۹	-۸۴/۱۶	۱۲/۲۱	تفاوت میانگین‌ها	خوزستان
-	**./۰.۰۰۹	۰/۳۸۱	۰/۸۰۶	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۱۴	**./۰.۰۰۱	۰/۴۰۸	۱/۰۰۰	sig	

*: در سطح $P < 0.05$ معنی‌دار است.***: در سطح $P < 0.01$ معنی‌دار است.

همچنین، تجزیه و تحلیل امتیازات نشان داد بین میزان عملکرد استان‌های منتخب، با توجه به امتیازات کسب شده در مدل، تفاوت معنی‌داری وجود دارد (جدول ۳). نتایج آزمون تعقیبی مندرج در جدول ۴ نیز نشان می‌دهد تفاوت بین امتیازات کدام استان‌ها معنی‌دار است. مقایسه امتیازات کسب شده توسط هر یک از استان‌های منتخب نشان می‌دهد که استان خراسان جنوبی با ۶۱۸/۸۸ امتیاز، رتبه اول و استان تهران نیز با ۳۳۷/۱۱ امتیاز، رتبه آخر را به خود اختصاص داده‌اند (شکل ۲).



شکل ۲. امتیاز عملکرد استان‌های منتخب با توجه به مدل EFQM

نتایج نشان دادند بین توانمندسازها و نتایج سازمانی در مدل تعالی سازمانی ادارات کل تربیت بدنی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (جدول ۵). همچنین در این تحقیق بین دیدگاه مدیران و کارکنان عادی، از منظر تعالی سازمانی تفاوت معنی‌داری مشاهده شد و مدیران امتیاز بیشتری به تعالی سازمانی ادارات کل تربیت بدنی اختصاص داده بودند (جدول ۶).

جدول ۵. رابطه بین توانمندسازها و نتایج سازمانی

نتایج سازمانی		
۰/۸۶۴	r	توانمندسازها
*۰/۰۰۱	Sig	

*: رابطه در $P < 0/01$ معنی‌دار است.

جدول ۶. تفاوت دیدگاه مدیران و کارکنان عادی از نظر میزان تعالی سازمانی

تعداد	M±SD	t	درجه آزادی	sig
۲۳	۵۵۹/۷۲±۱۳۷/۴۶	۳/۲۷۱	۲۴۲	* ۰/۰۰۱
۲۲۱	۴۳۹/۱۱±۱۷۱/۰۴			

*: در سطح $P < 0/01$ معنی دار است.

بحث و نتیجه گیری

با نگاهی به وضعیت امتیازات ادارات کل تربیت بدنی در هر یک از معیارهای مدل تعالی سازمانی، توجه به شیوه‌ها و برنامه‌های بهبود معیارهای نه‌گانه تعالی ضروری به نظر می‌رسد (۱۲). با تحلیل توانایی‌ها و نکات قابل بهبود در ادارات کل تربیت بدنی، معیار رهبری با ۵۰/۷۲ درصد دستیابی به اهداف، با توجه به معیار رهبری مدل از نکات مثبت این سازمان‌ها شناخته می‌شود. حوزه نتایج جامعه و نتایج کارکنان نیز به ترتیب با ۲۸/۲۹ و ۳۸/۷۴ درصد دستیابی به اهداف، از نواحی نیازمند بهبود در ادارات کل تربیت بدنی شناخته شدند. صفری و عادل آذر (۱۳۸۲) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که حوزه‌های خطمشی و استراتژی، کارکنان، فرآیندها، نتایج مشتری، نتایج کارکنان و نتایج جامعه با توجه به وضعیت جامعه مورد بررسی و نه استانداردهای از قبل تعیین شده، ضعیف‌اند (۲۱). در تحقیق حاضر نیز حوزه‌های نتایج جامعه و نتایج کارکنان ضعیف‌اند که با تحقیق فوق (۱۳۸۲) هم‌خوانی دارد (۲۱).

نتیجه تحقیق حاضر در حوزه نتایج جامعه با تحقیق دهنویه (۱۳۸۵) هم‌خوانی دارد (۱۰). در هر دو تحقیق، نتایج جامعه از موارد نیازمند بهبود شناخته شده است. معیار نتایج جامعه بیان‌کننده برداشت جامعه از سازمان است و از طریق نظرسنجی‌ها، گزارش‌ها، همایش‌های عمومی، نمایندگان جامعه و مسئولان دولتی کسب می‌شود (۸) عملکرد سازمان به عنوان شهروندی مسئول، مشارکت با انجمن‌ها و گروه‌های محلی، جلوگیری از آسیب‌های ناشی از عملیات تولید کالا و ارائه خدمات و انجام فعالیت‌های زیست-محیطی و حفظ منابع از عواملی می‌باشند که توجه به آنها باعث بهبود معیار نتایج جامعه می‌شود (۸).

آنچه سازمان در ارتباط با کارکنان خود به دست می‌آورد، بیانگر نتایج کارکنان در مدل تعالی سازمانی EFQM است. کاهش امتیاز در این معیار احتمالاً به دلیل بی‌توجهی مدیریت منابع انسانی به عوامل مرتبط با انگیزش (توسعه شغلی، وجود و تأمین فرصت‌های مساوی شغلی، ارتباطات، هدایت و رهبری، فرصت‌های یادگیری، تشویق و قدردانی، آموزش و توسعه و غیره)، عوامل مرتبط با رضایتمندی (امنیت شغلی، امکانات، خدمات، پرداخت‌ها و مزایا، مدیریت تغییر، ارتباط مساوی و غیره)، دستاوردها (توانایی‌های مورد نیاز در مقایسه با توانایی‌های

موجود، بهره‌وری، میزان موفقیت آموزش‌ها و تحقیقات در دسترسی به اهداف)، انگیزه و مشارکت (مشارکت در گروه‌های بهبود، مشارکت در نظام پیشنهادها، قدردانی از افراد و گروه‌ها، میزان پاسخ‌گویی به نظرسنجی‌های کارکنان و غیره) و خدمات ارائه شده به کارکنان سازمان است (۱۴)؛ بنابراین برای تأمین خواسته‌های این معیار اقدامات زیر ضروری است:

- طراحی و اجرای سیستم‌های مناسب برای اندازه‌گیری میزان خشنودی کارکنان از عملکرد سازمان که حوزه‌های این خشنودی عبارتند از: عوامل سازمانی، گروهی و فردی، حقوق و مزایا، فرصت‌های رشد و ارتقاء، ماهیت کار، ویژگی همکاران، نیازها و انگیزه‌ها، مسئولیت و اختیار و غیره.
 - تمرکز روی مهارت‌ها، توانایی‌ها، طرز تلقی‌ها و تفکرات، ارزش‌ها، نیازها و خواسته‌های نیروی انسانی که چالش‌برانگیزترین موضوع در این زمینه است؛
 - نگهداری نیروی انسانی و ایجاد رضایت در آنها موضوع مهمی است که باید در برابر آنها حساس بود؛
 - توجه به عواملی مانند انگیزه حضور کارکنان در سازمان، امکانات رفاهی سازمان برای کارکنان، روابط بین همکاران، شرایط فیزیکی کار و تفکیک عوامل نگهدارنده و انگیزاننده؛
 - شناسایی و تعیین عوامل نارضایتی کارکنان (۱۴).
- وونگ و دالگارد^۱ (۲۰۰۶) نیز انگیزش کارکنان برای تعهد به تلاش در جهت بهبود، تقویت اعتماد و احترام، ترویج صمیمیت و همیاری، بهبود رضایت کارکنان و بهبود شرایط کاری را راه‌کارهایی برای بهبود نتایج کارکنان در سازمان‌ها می‌دانند (۲۲).
- یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد استان خراسان جنوبی با ۶۱۸/۱۸ امتیاز، رتبه اول و استان تهران با ۳۳۷/۱۱ امتیاز، رتبه آخر را در بین استان‌های منتخب به خود اختصاص داده‌اند. امتیاز کم استان تهران، با وجود منابع و امکانات بیشتر نسبت به سایر استان‌ها دلایل متعددی دارد. امتیاز ضعیف در هر یک از معیارهای مدل EFQM باعث کاهش امتیاز تعالی آن سازمان خواهد شد. تحقیقات نشان داده است که عدم توجه کافی به شاخص‌های مالی کارکنان می‌تواند امتیاز کارکنان را در مدل تحت تأثیر قرار دهد (۲۰، ۲۳). احتمالاً به دلیل هزینه‌های زیاد زندگی در شهر بزرگی مثل تهران و کافی نبودن حقوق کارکنان در تأمین این هزینه‌ها سبب کاهش امتیاز کارکنان شده است. اگر مدیران عالی، ارزش‌های اصلی و حاکم بر فضای سازمان و نیز رویکردی مناسب برای برخورد با مسائل تدوین نکنند؛ امتیاز معیار رهبری مدل کاهش خواهد یافت (۲۳). استفاده نکردن از سیستم ارزیابی و پاداش‌دهی بر مبنای عملکرد، فقدان نیازسنجی

آموزشی، نبود تحصیلات عالی در کارکنان و نبود نظامی برای ارتباط مستمر با مشتریان و آگاهی از نیازها و خواسته‌های آنان از جمله عواملی هستند که سبب کاهش امتیاز معیار فرآیندها خواهند شد (۲۳). به نظر می‌رسد کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان تهران ضعف‌های فوق را در این اداره مشاهده و درک کرده‌اند و در خودارزیابی این اداره، امتیاز کمی به آن داده‌اند. همچنین نتایج نشان می‌دهد عواملی همچون آموزش مدیران عالی و میانی و نیز نیازسنجی آموزشی از کارکنان باعث بهبود تعالی خواهد شد (۲۳). ایجاد فرهنگ سازمانی مناسب و آشنایی کارکنان با تعالی سازمانی نیز در پیشرفت سازمان و دستیابی به تعالی بی-تأثیر نخواهد بود (۱۶).

در مدل EFQM امتیاز سازمان‌های متقاضی، از ۱۰۰۰ محاسبه و سازمان‌های سرآمد معرفی می‌شوند که در حال حاضر بیشترین امتیاز متعلق به شرکت نوکیاست که ۷۵۰ امتیاز کسب کرده است. در ایران نیز فولاد مبارکه در سال ۱۳۸۳ موفق به کسب ۳۳۰ امتیاز شده است (۲۴). با توجه به امتیاز تعالی سازمانی برخی از ادارات کل تربیت بدنی، به نظر می‌رسد پاسخ‌دهندگان بسیار خوش‌بینانه به سؤالات پاسخ داده‌اند، این نتیجه با تحقیق زنگنه (۱۳۸۷) هم‌خوانی دارد، اما با تحقیق خداداد (۱۳۸۵) هم‌خوانی ندارد (۱۱) که ممکن است دلیل آن نحوه انتخاب جامعه آماری و توزیع هم‌زمان پرسشنامه در بین کارکنان و مدیران باشد (۲۴). این احتمال وجود دارد که امتیاز خوبی مدیران به تعالی سازمان خود داده‌اند، باعث افزایش امتیاز تعالی ادارات کل شده باشد. ممکن است برخی ملاحظات اداری نیز در نحوه پاسخ‌گویی کارکنان مؤثر بوده و باعث شده است که آنها امتیاز بالایی به تعالی اداره خود بدهند. می‌توان گفت امتیاز استان تهران نزدیک‌ترین امتیاز به واقعیت است؛ به عبارت دیگر شاید بتوان گفت کارکنان استان تهران بر خلاف سایر استان‌ها، واقع‌بینانه به سؤالات پاسخ داده‌اند. البته باید توجه کرد که ماهیت تعالی سازمانی در ایران با کشورهای دیگر متفاوت است، مثلاً خدمتی که در سازمان‌های ایرانی بسیار ارزشمند تلقی می‌شود، در سازمانی ژاپنی متوسط ارزیابی می‌شود.

وجود رابطه مثبت بین توانمندسازها و نتایج مدل تعالی ادارات کل تربیت بدنی استان‌های ایران نیز نشان می‌دهد که احتمالاً توجه به توانمندسازهای مدل تعالی و سعی در بهبود آنها در ادارات کل تربیت بدنی، سبب می‌شود این ادارات در حوزه نتایج مدل تعالی امتیاز بهتری کسب کنند. این نتیجه با تحقیق خداداد (۱۳۸۵)، زنگنه، احسانی، کوزه‌چیان (۱۳۸۸) و روزا و آمارا^۱ (۲۰۰۵) هم‌خوانی دارد (۱۱، ۲۴، ۲۵). کارلوس، آنا، ویسنته و اینماکولادا^۲ (۲۶، ۲۷) نیز به این

1. Rosa & Amara

2. Carlos, Ana, Vicente and Inmaculada

نتیجه رسیدند که معیارهای حوزه توانمندسازهای مدل EFQM، ارتباطی قوی با معیارهای حوزه نتایج دارند؛ بنابراین رویکرد متعادل در توسعه توانمندسازها این امکان را فراهم خواهد کرد که همبستگی بین توانمندسازها و نتایج و در نتیجه، مزایای استفاده از مدل تعالی EFQM به حداکثر برسد (۲۶)؛ به عبارت دیگر، با مدیریت مناسب معیارهای توانمندساز مدل، می‌توان به نتایج خوبی در معیارهای نتایج دست یافت (۲۷).

خودارزیابی بر اساس مدل تعالی EFQM، فرآیندی کلیدی برای بهبود انجام امور است که از طریق آن می‌توان نکات مثبت و فرصت‌های بهبود را تشخیص داد که این خود کمک می‌کند تا فعالیت‌های الگوبرداری بر حوزه‌هایی متمرکز شود که بیشترین منافع را برای سازمان دارند و در نهایت، با مداخله در حوزه‌های بهبود و پیگیری تغییرات لازم می‌توان در مسیر تعالی گام نهاد. نتایج خودارزیابی در این تحقیق نیز نشان داد در ادارات کل تربیت بدنی، حوزه‌های نتایج جامعه و نتایج کارکنان به بهبود نیاز دارد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود مسئولان و دست‌اندرکاران، به این حوزه بیشتر توجه کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود برای بهبود معیارهای حوزه نتایج، به معیارهای حوزه توانمندسازها در مدل EFQM توجه شود.

منابع:

۱. طالب پور، مهدی، (۱۳۸۴). تدوین نظام نظارت و ارزیابی برنامه‌ها و فعالیت‌های تربیت بدنی و ورزش دانشگاه‌های کشور. گزارش طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
۲. همتی‌نژاد، مهرعلی، رضانی‌نژاد، رحیم، (۱۳۸۷). «نظارت و ارزیابی در تربیت بدنی و ورزش». آمل: انتشارات شمال پایدار.
۳. همتی‌نژاد، مهرعلی، رضانیان، رحیم، قلی‌زاده، محمدحسن، میرکاظمی، سیده عذرا، (۱۳۸۷). معیارهای ارزیابی عملکرد ورزش دانشگاه (نتیجه‌ای از یک مطالعه دلفی). اولین همایش ملی تخصصی مدیریت ورزشی، آمل.
۴. صارمی، محمود، صفری، حسین، فتحی، حبیبه، حسینی، فرشید، (۱۳۸۵). ارائه مدلی برای رتبه‌بندی شرکت‌های انفورماتیکی. پژوهشنامه بازرگانی، ۴۰: ۱۲۷-۱۵۴.
۵. اصغری‌زاده، عزت‌اله، امین، فرشته، (۱۳۸۵). ارزیابی عملکرد کیفیتی شرکت‌های قطعه‌ساز ایران خودرو بر اساس مدل EFQM، با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی. بررسی‌های اقتصادی، ۳ (۳): ۱۰۷-۱۲۵.

6. European Foundation for Quality Management. (2002). Using the Excellence Model to Manage Performance. Belgium: Brussels Representative Office. In: <http://www.bankrefah.ir/pdfs/en/fundamental%20concepts.pdf>
7. European Foundation for Quality Management, 1999, the EFQM Excellence Model. Belgium: Brussels Representative Office. In:
8. http://ww1.efqm.org/en/PdfResources/PUB0723_InEx_en_v2.1.pdf
۹. امیران، حیدر، (۱۳۸۳). «راهنمای گام به گام سرآمدی سازمانی بر اساس مدل‌های EFQM/INQA». تهران: انتشارات مشاورین کیفیت ساز.
10. Knop, D.P., Hoecke, V.J., Bosscher, D.V. (2004). Quality management in sport clubs. *Sport Management Review*, 7: 57-77.
۱۱. دهنویه، رضا، (۱۳۸۵). خود ارزیابی براساس مدل تعالی سازمانی در بیمارستان هاشمی‌نژاد. مجموعه مقالات هفتمین کنفرانس بین المللی مدیران کیفیت، انتشارات قاصد سحر.
۱۲. خداداد، شعله، (۱۳۸۵). بررسی ارتباط سبک رهبری با تعالی سازمانی در دانشکده‌های تربیت بدنی شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۱۳. اکبری یزدی، حسین، (۱۳۸۷). مقایسه تعالی سازمانی دانشکده‌های منتخب تربیت بدنی کشور (براساس مدل تعالی سازمانی EFQM). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۱۴. هاشمی‌پور، هاشم، (۱۳۸۶). مقایسه تعالی سازمانی ادارات کل تربیت بدنی استان‌های گیلان و مازندران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه غیرانتفاعی آمل.
۱۵. اقبال، فرزانه، یارمحمدیان، محمدحسین، سیادت، سید علی، (۱۳۸۷). ارزیابی عملکرد مدیریت منابع انسانی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس مدل تعالی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت با دو رویکرد پرسشنامه و پروفرما. فصلنامه مدیریت سلامت، ۱۱(۳۴): ۴۹-۵۸.
۱۶. زنگنه، اسماعیل، (۱۳۸۷). بررسی تعالی سازمانی باشگاه‌های شهر تهران در لیگ برتر فوتبال ایران از دیدگاه مدیران و کارکنان (بر اساس مدل EFQM). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۱۷. میرفخرالدینی، سید حیدر، فرید، داریوش، صیادی تورانلو، حسین، (۱۳۸۸). مجله دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی- درمانی شهید صدوقی یزد، ۱۷(۲): ۳۰-۴۲.
18. Conti, A.T. (2007). A history and review of the European quality award model. *The TQM Magazine*, 19(2): 112-123.

19. Vallejo, P., Ruiz-Sancho, Dominguez, M.A. (2007). Improving quality at the hospital psychiatric ward level through the use of the EFQM model. *International Journal for Quality in Health Care*, 19(2): 74-79.
20. Venero, S., Nabitz, U., Bragonzi, G., Rebelli, A., Molinari, R. (2007). A two-level EFQM self-assessment in an Italian hospital. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 20(3): 215-231.
۲۱. ملکی، محمدرضا، ایزدی، احمدرضا، (۱۳۸۷). مقایسه نتایج دو بیمارستان تأمین اجتماعی تهران بر اساس الگوی تعالی سازمانی. *مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی قزوین*، ۶۷: ۶۳-۶۸.
۲۲. آذر، عادل، صفری، سعید، (۱۳۸۳). مدل‌سازی تعالی سازمانی با رویکرد تحلیل پوششی داده‌ها. *فصلنامه مدرس علوم انسانی*، ۸(۲): ۱-۳۳.
23. Wong, C.Y., Dahlgard, J. J. (2006). Toward continuous improvement: A case of self assessment using the EFQM Excellence Model. Center for Industrial Production Aalborg University, Denmark.
24. [http://vbn.aau.dk/research/towards_continuous_improvement_a_case_of_selfassessment_using_the_efqm_excellence_model\(156367\)/](http://vbn.aau.dk/research/towards_continuous_improvement_a_case_of_selfassessment_using_the_efqm_excellence_model(156367)/)
۲۵. خادمی اسلام، حبیب‌الله، روان‌بخش، مقتدالنام، روان‌بخش، فؤاد، (۱۳۸۴). بررسی شرکت چوب و صنایع ایران با استفاده از مدل عارضه‌یابی شرکت نوسازی صنایع ایران (رویکرد EFQM). *مجله علوم کشاورزی*، ۱۱(۴): ۱۸۹-۱۹۸.
۲۶. زنگنه، اسماعیل، احسانی، محمد، کوزه چیان، هاشم، (۱۳۸۸). ارتباط بین توانمندسازها و نتایج در تعالی سازمانی باشگاه‌های فوتبال تهران در لیگ برتر ایران (بر اساس مدل EFQM). *پژوهش در علوم ورزشی*، ۲۳: ۱۵۱-۱۶۴.
27. Rosa, J.M., Amara, A. (2005). A self-assessment of higher education institutions from the perspective of the EFQM excellence model. *Total Quality management and Business Excellence*, 9: 1213-1229.
28. Bou-Llusar, C.J., Escring-Tena, A.B., Roca-Puing, V., Beltran-Martin, I. (2005). To what extent do enablers explain results in the EFQM excellence model? An empirical study, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(4): 337-353.
29. Bou-Llusar, C.J., Escring-Tena, A.B., Roca-Puing, V., Beltran-Martin, I. (2009). An empirical assessment of the EFQM Excellence Model: Evaluation as a TQM framework relative to MBNQA Model, *Journal of Operational Management*, 27: 1-22.

عوامل مؤثر بر قضاوت داوران لیگ برتر فوتبال ایران

*علی باقر نظریان^۱، دکتر نادر رهنما^۲، عبدالحمید دانشجو^۳، حمید رضا صادقی پور^۴،
حسین عاشوری^۵، علی نظریان^۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۸/۳

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۴/۲۸

چکیده

هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر قضاوت داوران لیگ برتر فوتبال ایران است. ۲۳ نفر از داوران لیگ برتر فوتبال ایران که درجه ملی داشتند، با میانگین سن $30/2 \pm 6/5$ سال و سابقه داوری $10/3 \pm 6/4$ سال در این پژوهش شرکت کردند. از پرسشنامه تعدیل شده اندریو^۷ و همکاران (۲۰۰۶) برای جمع آوری اطلاعات استفاده شد. در این پژوهش تأثیر شاخص‌هایی مانند: عوامل فردی (عقیده، تمرکز، کنترل)، عوامل تجربی (شخصیت، زندگی شخصی، تجربه) و عوامل موقعیتی (عوامل جمعیتی، واکنش بازیکنان، عوامل محیطی) در قالب ۳۲ سؤال سنجیده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی (تحلیل عاملی) استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که سه عامل فوق در مجموع ۵۸/۹ درصد بر تصمیم‌گیری داوران تأثیر داشتند که عوامل موقعیتی (۲۹/۵۷ درصد) بیشترین تأثیر را بر قضاوت داوران داشت و عوامل تجربی (۱۶/۳۲ درصد) و فردی (۱۳/۰۷ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. در بین عوامل موقعیتی، دخالت و اعتراض بازیکنان و مربیان با ۰/۸۱ و ۰/۸۰ درصد بیشترین تأثیر را بر قضاوت داوران داشتند. همچنین در مورد تأثیر بازی خانگی و خارج از خانه بر قضاوت، داوران معتقد بودند که بازی‌های خانگی تأثیری بر نتیجه قضاوت آنها ندارد (۸۲/۶ درصد). در نهایت، با توجه به تأثیرگذار بودن نقش داوران در سرنوشت تیم‌هایی که برای رسیدن به قهرمانی در لیگ، هزینه‌های هنگفتی را متحمل

Email: nazarian53@yahoo.com

۱. مربی دانشگاه پیام نور دلفان

۲. دانشیار دانشگاه اصفهان

۳. مربی دانشگاه پیام نور لامرد

۴. مربی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بندرعباس

۵. مربی دانشگاه پیام نور

۶. دانشجوی کارشناسی تربیت بدنی دانشگاه اصفهان

7. Andrew M. Lane

شده‌اند، ضروری است در مورد کاهش اثر این عوامل بر قضاوت داوران تدابیر مهمی اندیشیده شود. بدیهی است با این عمل، میزان اعتراض طرفداران تیم‌ها کاهش می‌یابد و می‌توان از عواقب و مشکلات قضاوت ضعیف داوران در پایان بازی‌ها کاست.

کلید واژه‌های فارسی: داوری، فوتبال، تصمیم‌گیری، سوگیری.

مقدمه

فوتبال از پر طرفدارترین ورزش‌ها در دنیای امروز است، به طوری که حدود ۲۰۰ میلیون نفر زن و مرد در سراسر جهان به فعالیت در آن مشغول‌اند (۱). از دیدگاه سنتی، عوامل متعددی مانند مربیان، بازیکنان و تماشاگران در موفقیت یا شکست تیم‌های ورزشی دخالت دارند، اما امروزه مشخص شده که عامل مهم و تأثیرگذار دیگر در سرنوشت تیم‌ها، در رشته‌های مختلف ورزشی، داور یا قاضی میدان است. امروزه، داوری از جنجالی‌ترین بحث‌های فوتبال ایران و جهان است که با موانع و مشکلات متعددی روبرو است (۲). داوران در رشته پر طرفدار فوتبال، کانون توجه رسانه‌ها و تماشاگران بوده و از مهم‌ترین عوامل مؤثر در سرنوشت و موقعیت تیم‌ها هستند و با توجه به قوانین فدراسیون کشور خود و همچنین برنامه مدون فدراسیون جهانی فوتبال انتخاب می‌شوند (۳).

عوامل متعددی از جمله عوامل فردی (مانند عقیده، تمرکز، کنترل)، عوامل تجربی (شخصیت، زندگی شخصی)، عوامل موقعیتی (جمعیت، عوامل محیطی و عکس‌العمل بازیکنان) بر قضاوت داوران مؤثرند (۴). پژوهش‌های متعددی نشان داده‌اند که داوران با تجربه می‌توانند اثرات منفی فشار را بر عملکرد خود کاهش دهند (۵، ۶). هاردی^۱ و همکاران (۱۹۹۶)، بیان کردند که داوران با تجربه احتمالاً کنترل بیشتری بر حالت روانی خود دارند و بهتر می‌توانند خود را با شرایط سازگار کنند (۷). آنها همچنین می‌توانند در محیط‌های استرس‌زا و پر تنش، به آسانی تصمیم بگیرند (۶). نویل^۲ و همکاران (۲۰۰۲) در پژوهش خویش به این نتیجه رسیدند که میزان تجربه، تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر تصمیم‌گیری داوران و گرفتن خطا علیه بازیکنان تیم میزبان دارد (۸). در پژوهش کانوواس^۳ و همکاران (۲۰۰۸) مشخص شد که سن و میزان تجربه

-
1. Hardy
 2. Nevill
 3. Canovas

داوری با بی‌عدالتی در داوری ارتباط دارد؛ یعنی داورانی که تجربه و سن کمتری دارند، تصمیمات نادرست‌تری اتخاذ می‌کنند (۹).

بالمر^۱ و همکاران (۲۰۰۶) بیان کردند که داوران در شرایط مختلف، تصمیمات متفاوتی اتخاذ می‌کنند (۱۰) و سر و صدای تماشاگران از عوامل مؤثر بر قضاوت داوران است، تحقیقات دیگری نیز این موضوع را تأیید کرده‌اند (۱۱). بایکو^۲ و همکاران (۲۰۰۷) قضاوت‌های ۵۰ داور را در ۵۲۴۴ مسابقه لیگ برتر فوتبال انگلستان بررسی کردند و نتیجه گرفتند که قضاوت داوران در موقعیت‌های مختلف، متفاوت بوده و سوگیری در مسابقات وجود داشته است (۱۱). نویل و همکاران (۱۹۹۹) با تجزیه و تحلیل ۱۳۶۸۶ مسابقه، نتیجه گرفتند که ۶۴ درصد نتایج بازی‌ها به نفع تیم میزبان رقم خورده است (۱۲). همچنین، در پژوهش مشابهی در مورد نتایج بازی‌های فوتبال، فوتبال آمریکایی و هاکی روی یخ مشخص شد که به ترتیب در ۶۸/۳، ۵۷/۳ و ۶۱/۲ درصد مسابقات، تیم میزبان برنده شده بود (۱۳). توماس^۳ و همکاران (۲۰۰۶) نیز دریافتند که داوران در قضاوت‌های خود تحت تأثیر تیم‌های میزبان و طرفداران آنها قرار گرفته، به بازیکنان تیم میهمان کارت‌های زرد بیشتری داده‌اند، ولی در اخراج بازیکنان تیم میهمان و اعلام ضربه پنالتی، بین تیم میهمان و میزبان تفاوت قابل ملاحظه‌ای قائل نشده‌اند (۱۴). دون و ارد^۴ و همکاران (۲۰۰۷) قضاوت داوران را در ۸۵۷ بازی (بیش از شش فصل، ۱۹۹۶-۲۰۰۲) بازبینی کردند و نتیجه گرفتند که تعداد کارت‌های زرد تیم میهمان بیشتر از تیم میزبان بوده است (۱۵) در حالی که بین تعداد تماشاگران و تعداد کارت‌های زرد بازیکنان هیچ‌گونه رابطه خطی به‌دست نیامد. آنها سرانجام، به این نتیجه رسیدند که در صورت افزایش جمعیت تماشاگران، احتمال دارد تعداد کارت زرد بازیکنان تیم میزبان افزایش یابد (۱۵). امروز در ورزش، مزایای بازی خانگی به خوبی شناخته شده است. مدارک زیادی وجود دارد که صدای تماشاگران بخش قابل توجهی از این پدیده است (۸). رهنما و همکاران (۱۳۸۵) در پژوهش خود تحت عنوان «مزیت بازی‌های خانگی در لیگ‌های فوتبال کشورهای آسیایی» به این نتیجه رسیدند که در بیشتر کشورهای آسیایی، هم در منطقه شرق و جنوب شرق و هم در منطقه غرب و جنوب غرب آسیا، پدیده مزیت بازی خانگی بر عملکرد تیم‌ها کاملاً مؤثر بوده است و تیم‌ها در بازی‌های خانگی امتیازات بهتری به‌دست آوردند (۱۶). بایکو و همکاران (۲۰۰۷) در

-
1. Balmer
 2. Boyko
 3. Thomas
 4. Downward

پژوهشی با بررسی اینکه آیا ناداوری (سوگیری در قضاوت) باعث به وجود آمدن مزیت بازی خانگی در لیگ برتر فوتبال انگلیس است، بیان نمودند که تصمیم داور تحت تأثیر سر و صدای تماشاگران در ورزشگاه قرار می‌گیرد (۱۱). ژوهانسون^۱ و همکاران (۲۰۰۸) نیز در پژوهش خود نتیجه گرفتند که یکی از مزیت‌های بازی خانگی، داور است و داور در کسب مزایای بازی خانگی توسط تیم میزبان سهمیم است (۱۷).

در کشور انگلستان داورانی که تصمیم‌گیری ضعیفی حین قضاوت داشته باشند، جریمه می‌شوند و این جریمه‌ها شامل: تعلیق داوری از یک هفته تا یک سال، ملزم نمودن داوران به گذراندن دوره‌های آموزشی و توجیهی بیشتر و تنزل درجه داوری است، در حالی که جریمه داوران در ایران شامل: توبیخ شفاهی و کتبی، محرومیت کوتاه‌مدت از یک تا چهار جلسه، محرومیت بلندمدت از یک ماه تا یک سال، تنزل درجه داوری مدت‌دار یا دائم و در نهایت، حذف از فهرست داوران کشور و ابطال کارت داوری است (۲). هزینه داوری در هر بازی برای داوران ایرانی ۱۵۰ یورو (حدود ۲۰۰ هزار تومان) است، در حالی که داوران انگلیسی برای هر قضاوت ۵۷۰ یورو دریافت می‌کنند (۲)؛ بنابراین با توجه به محبوبیت رشته فوتبال در بین تماشاگران و همچنین تأثیر نقش داوران در سرنوشت تیم‌های فوتبال، هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر قضاوت داوران لیگ برتر فوتبال ایران است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی است که با هدف تعیین عوامل مؤثر بر قضاوت داوران لیگ برتر فوتبال ایران انجام شده است. بدین منظور، ۲۳ نفر از داوران لیگ برتر فوتبال ایران در این پژوهش شرکت کردند. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه تعدیل یافته اندریو و همکاران (۲۰۰۶) استفاده شد (۴). این پرسشنامه از دو بخش تشکیل شده است: بخش اول مربوط به اطلاعات شخصی داوران از قبیل (سن، سطح تحصیلات، درجه داوری، سابقه داوری) است و در بخش دوم، عوامل مؤثر بر قضاوت آنها مانند عوامل فردی (عقیده، تمرکز، کنترل)، عوامل تجربی (شخصیت، زندگی شخصی، تجربه) و عوامل موقعیتی (عوامل جمعیتی، واکنش بازیکنان، عوامل محیطی) در قالب ۳۲ سؤال سنجیده شده است. محقق، پرسشنامه عوامل مؤثر بر قضاوت داوران را به فارسی ترجمه کرده، از لحاظ معنا، واژه‌گزینی و امانت‌داری با متن اصلی مطابقت داد. به منظور بررسی ارتباط مفهومی سؤالات با موضوع پرسشنامه، توانایی هر سؤال در

1. Johnson

اندازه‌گیری شاخص مورد نظر، مفهوم بودن شکل ظاهری هر سؤال و همسانی سؤالات با متن اصلی این پرسشنامه به همراه متن اصلی به استادان رشته تربیت بدنی داده شد تا آن را ارزیابی کنند. بدین ترتیب، پس از اصلاحات جزئی در متن برخی سؤالات، همسانی ترجمه فارسی با متن انگلیسی و روایی محتوایی پرسشنامه توسط استادان ارزیاب تأیید شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS و روش‌های آمار توصیفی استفاده شد. در سطح آمار توصیفی از شاخص‌هایی نظیر میانگین، انحراف معیار، جداول توزیع فراوانی (مربوط به ویژگی‌های سن، سابقه داوری و درجه داوری) و درصدها استفاده شد. برای ارزیابی پایایی پرسشنامه از روش همسانی درونی (آلفای کرونباخ و دو نیمه کردن) و برای تعیین روایی آن از روش روایی محتوایی و سازه (تحلیل عاملی اکتشافی) استفاده شده است (ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۲ و ضریب پایایی از روش دو نیمه کردن ۰/۹۱ به دست آمد).

یافته‌های پژوهش

اطلاعات توصیفی مربوط به مشخصات داوران لیگ برتر فوتبال ایران در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. اطلاعات توصیفی مربوط به داوران

تعداد (نفر)	میانگین سن (سال)	میانگین سابقه داوری (سال)	درجه داوری
۲۳	۳۰ ± ۶/۵	۱۰/۳ ± ۶/۴	ملی

در مجموع، نتایج تحلیل عاملی نشان داد که سه عامل فردی، تجربی و موقعیتی به میزان ۵۸/۹ درصد بر تصمیم‌گیری داوران تأثیر گذار بودند و در واقع، عوامل مذکور ۵۸/۹٪ از واریانس پرسشنامه را تبیین کرده‌اند.

جدول ۲. عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری داوران

عوامل مؤثر	درصد
عوامل موقعیتی	۲۹/۵۷
عوامل تجربی	۱۶/۳۲
عوامل فردی	۱۳/۰۷

مجموع: ۵۸/۶۹

جدول ۳. میزان تأثیر شاخص‌های مختلف بر تصمیم‌گیری داوران

عوامل فردی	P	عوامل تجربی	P	عوامل موقعیتی	P
تصمیم‌گیری دوباره	۰/۸۸	قاطعیت در داوری	۰/۶۵	دخالت بازیکنان	۰/۸۱
اعتماد داوران دیگر به تصمیم	۰/۸۶	آرامش هنگام تصمیم	۰/۶۴	اعتراض بازیکنان و مربیان	۰/۸۰
همسان بودن تصمیمات	۰/۶۳			سر و صدای تماشاگران	۰/۷۹
توجه به سر و صدا	۰/۶۱			انتقاد زیاد رسانه‌ها	۰/۷۸
تأثیر افکار شخصی	۰/۵۱			وضعیت آب و هوایی	۰/۷۵
				وضعیت زمین مسابقه	۰/۷۳
				اهانت‌های تماشاگران	۰/۷۲
				تغییر درجه داوری	۰/۶۷

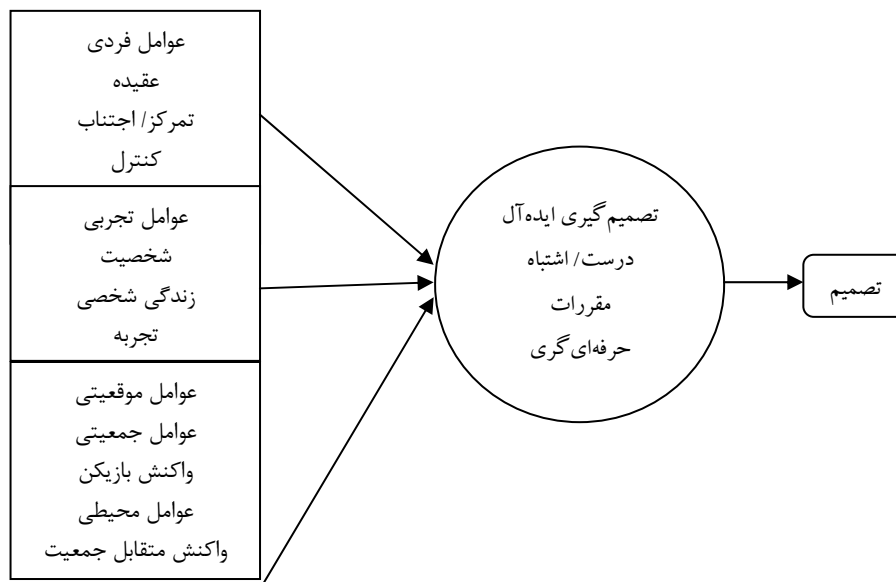
جدول ۴. تأثیر بازی خانگی بر قضاوت، از دید داوران

بله	خیر	بدون جواب
درصد	تعداد (نفر)	
۱۳٪	۸۲/۶٪	۴/۴٪
۳	۱۹	۱

از میان ۲۳ داور، ۱۹ نفر معتقد بودند که بازی‌های خانگی تأثیری بر قضاوت آنها ندارد و از دیدگاه سه نفر از داوران، بازی‌های خانگی از عوامل احتمالی مؤثر در تصمیم‌گیری آنها بود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر قضاوت داوران لیگ برتر فوتبال ایران بود. نتایج پژوهش نشان داد مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر قضاوت داوران لیگ برتر فوتبال ایران، به ترتیب شامل: عوامل موقعیتی (شرایط آب و هوایی، سر و صدای مربیان، بازیکنان و تماشاگران، بازی خانگی)، عوامل تجربی (شخصیت، زندگی شخصی، تجربه) و عوامل فردی (عقیده، تمرکز، کنترل) بودند. به نظر می‌رسد که سه موضوع: درست/اشتباه، مقررات و حرفه‌ای‌گری بخش مرکزی تفکر داوران را تشکیل می‌دهد و در نهایت، به پیدایش فرآیندی با سطح بالاتر منجر می‌شود که تصمیم‌گیری ایده‌آل نام دارد. عواملی مانند واکنش بازیکنان و تماشاگران و عوامل محیطی نیز به ایجاد مفهوم گسترده‌تری به نام مفاهیم تجربی منجر می‌شود (۴).



شکل ۱. چارچوب مفهومی عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری داوران در فوتبال

عقیده، تمرکز و کنترل باعث به وجود آمدن مفهومی منظم‌تر و کامل‌تر به نام عوامل فردی می‌شود و مفاهیمی مانند زندگی شخصی، تجربه و شیوه زندگی تجربیات را به وجود می‌آورند و همه این عوامل، باعث به وجود آمدن و تولید منابع اطلاعاتی می‌شوند که در تصمیم‌گیری داوران مؤثرند. اگر داوری مجبور شود هم‌زمان اطلاعات دریافتی از درون داده‌های متفاوت را پردازش کند؛ این احتمال وجود دارد که در اتخاذ برخی تصمیمات، بنا به دلایل فردی و وابسته به موقعیت با مشکل مواجه شود و در نتیجه، تصمیم نادرستی اتخاذ کند. با این حال، باید به این نکته اشاره کرد که زمانی که داوران خطاهای خود را به اشتباهات انسانی نسبت می‌دهند، به این معناست که نظام مفهومی آنها با محدودیت پردازش اطلاعات مواجه شده است (۱۸)، (۱۹). در این پژوهش مشخص شد که داشتن تجربه نیز از عوامل مؤثر بر قضاوت داوران است. این نتیجه با یافته‌های کانوواس و همکاران (۲۰۰۸) هم‌خوانی دارد (۹). کانوواس و همکاران (۲۰۰۸)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که سن و میزان تجربه داوری با ناعدالتی در قضاوت رابطه دارد؛ یعنی داورانی که سطح تجربه و سن کمتری داشتند؛ تصمیمات نادرست‌تری را اتخاذ می‌کردند (۹). همچنین نویل و همکاران (۲۰۰۲) بیان کردند که به نظر می‌رسد با افزایش سن و سابقه داوری، عدم تعادل بین قضاوت‌های داوران به حالت تعادل نزدیک شود (۸)؛ بنابراین طبیعی است که داورانی که در شرایط مختلف، مسابقات تجربیات

زیادی را کسب کرده‌اند، هنگام مواجه شدن با شرایط سخت تصمیمات صحیح‌تری اتخاذ کنند. با توجه به این موضوع، ضروری است که داوران ابتدا در سطوح مختلف، تجربه مورد نیاز را کسب کنند و پس از آن، در میادین سخت‌تر به قضاوت گمارده شوند.

جونز و همکاران (۲۰۰۲) دانش و آگاهی قبلی داوران را از مهم‌ترین عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری آنها اعلام و بیان کردند داورانی که از سابقه تیم‌ها و بازیکنان آگاهی داشتند، در دادن کارت‌های زرد و قرمز راحت‌تر اقدام کرده‌اند که این امر سبب می‌شد بازیکنان کارت‌های بیشتری دریافت کنند (۲۰)؛ بنابراین ضروری است که داوران اطلاعات مورد نیاز را در مورد قوانین و ویژگی‌های تیم‌ها دریافت کنند تا هنگام قضاوت با آگاهی بیشتری به قضاوت بپردازند. عوامل مادی نیز در تصمیم‌گیری داوران نقش مهمی ایفا می‌کند. عبدی (۱۳۸۷) اظهار کرد که حق داوری در هر بازی برای داوران انگلیسی تقریباً چهار برابر داوران ایرانی است (۲). در دنیای امروز، با برآورده کردن نیازهای شخصی می‌توان نقش بخشی از عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری را کاهش داد؛ بنابراین دست‌اندرکاران امور داوری می‌توانند با تصمیمات صحیح، مشکلات مالی داوران را رفع و در خصوص انتخاب داوران برای قضاوت در مسابقات اقدام کنند. از دیگر عواملی که تأثیر به‌سزایی در تصمیم‌گیری داوران دارد، سر و صدای تماشاگران و اطرافیان بازی است. این نتیجه با یافته‌های بایکو و همکاران (۲۰۰۷)، توماس و همکاران (۲۰۰۶) و ژوهانسون و همکاران (۲۰۰۸) هم‌خوانی دارد (۱۱، ۱۴، ۱۷). مشخص شده که صدای تماشاگران و شلوغی جمعیت سبب می‌شود داوران سخت‌گیری کمتری با تیم میزبان داشته باشند و وجود صدای تماشاگران، تأثیر تأسف‌باری بر تصمیم داوران دارد. سوگیری مشاهده شده با این فرضیه هم‌خوانی دارد که جمعیت حاضر در ورزشگاه می‌توانند بر قضاوت داوران تأثیر بگذارند (۱۲، ۱۳)؛ بنابراین داورانی که در وضعیت‌های شلوغ و پر سر و صدا، جدال و کشمکش بازیکنان را مشاهده می‌کنند، هنگام تصمیم‌گیری اطمینان کمتری دارند و به‌طور قابل ملاحظه‌ای، خطای کمتری برای تیم میزبان منظور می‌کنند. اگرچه سر و صدای جمعیت بیشتر از سکوت آنها، تیم میهمان را با جریمه مواجه می‌کند، تفاوت بین خطاهای گرفته شده در مورد تیم میهمان و میزبان چشمگیر نبوده است (۸). در پژوهش نویل و همکاران (۲۰۰۲) مشخص شد که صدای تماشاگران به‌طور قابل ملاحظه‌ای خطاهای گرفته شده علیه تیم میزبان را کاهش داده و باعث گرفتن خطاهای بیشتر علیه تیم میهمان شده است (۸) همچنین در بازی‌های خانگی، داوران از بازیکنانی که شهرت بیشتری داشتند، خطای کمتری گرفته بودند، اما این موضوع در مورد بازیکنانی که شهرت کمتری داشتند، صدق نمی‌کرد (۲۱). اگرچه در پژوهش حاضر داوران معتقد بودند بازی خانگی بر قضاوت آنها تأثیر گذار نبوده است، بررسی

مسابقات مختلف، نتیجه‌ای مغایر با نظر داوران به‌دست می‌دهد که نشان می‌دهد مزیت بازی خانگی و تأثیر آن بر قضاوت داوران قابل اثبات است. بر اساس نتایج، بیشتر داوران معتقدند که بازی‌های خانگی تأثیری بر قضاوت آنها نداشته است و فقط از دیدگاه سه داور، بازی‌های خانگی در تصمیم‌گیری آنها تأثیرگذار بوده است. در تحقیقات مشخص شده است داورانی که تجربه و سن بیشتری دارند، تصمیمات درست‌تری اتخاذ می‌کنند (۸، ۹)، با توجه به میانگین نسبتاً بالای تجربه قضاوت در نمونه‌های این تحقیق (۱۰/۳ سال)، این امر را می‌توان از دلایل احتمالی بی‌تأثیر بودن بازی خانگی بر قضاوت داوران ایرانی دانست. از دیگر دلایل احتمالی آن، می‌توان احساس نیاز شدید داوران ایران را به پیشرفت و اثبات حقانیت خود دانست و از طرفی، با توجه به اینکه اغلب داوران از شهر دیگری به‌جز شهر تیم‌های میهمان و میزبان انتخاب می‌شوند، تعلق خاطری به هیچ‌یک از دو تیم ندارند که می‌تواند از دیگر دلایل احتمالی این نتیجه باشد، اما رهنما و همکاران (۱۳۸۶) بیان کردند که در بیشتر کشورهای آسیایی، هم در منطقه شرق و جنوب شرق و هم در منطقه غرب و جنوب غرب، مزیت بازی خانگی کاملاً بر عملکرد تیم‌ها موثر بوده است و تیم‌ها در بازی‌های خانگی امتیازات بهتری به‌دست آوردند (۱۶)؛ بنابراین با بررسی موشکافانه عوامل مؤثر بر پردازش ذهنی اطلاعات داوران در شرایط مختلف، می‌توان میزان تأثیرگذاری این عوامل را بر تصمیم داوران به حداقل رساند. از طرفی، ضروری است که در مراحل آموزش داوران، با بهره‌گیری از روش‌های مدرن و مهیا نمودن شرایطی متناسب و مشابه با شرایط مسابقات، چگونگی اتخاذ تصمیمات صحیح‌تر و مصمم‌تر را به آنها آموزش داد تا بتوان میزان تصمیمات نادرست داوران را در مسابقات کاهش داد. نتایج پژوهش حاضر نشان داد مهم‌ترین عوامل مؤثر بر قضاوت داوران به ترتیب عبارتند از: عوامل موقعیتی، عوامل تجربی و عوامل فردی. داوران در شرایط گوناگون، محرک‌های مختلفی دریافت می‌کنند و بسیاری از این محرک‌ها، عاملی مخرب در تصمیم‌گیری صحیح آنها می‌باشند. با وجود این، ضروری است که داوران را در شرایط مختلف، تحت آزمایشات گوناگون قرار دهند تا هنگام مواجه شدن با شرایط سخت بتوانند تصمیمی ایده‌آل بگیرند. از سوی دیگر، با توجه به اهمیت نقش داوران در سرنوشت تیم‌هایی که برای رسیدن به قهرمانی هزینه‌های هنگفتی را متحمل شده‌اند، شایسته است تدابیر بنیادین و مهمی در مورد کاهش نقش عوامل مؤثر بر قضاوت آنها اندیشیده شود تا میزان اعتراض طرفداران تیم‌ها و مشکلات قضاوت ضعیف داوران را در پایان بازی‌ها کاهش داد.

منابع:

1. Bollen, S. (2000). Epidemiology of knee injuries: diagnosis and triage. *British Journal of Sports Medicine*, 34: 227-228.
۲. ۲- عبدی، حامد، (۱۳۸۷). مطالعه تطبیقی وضعیت داوری فوتبال در ایران و انگلستان. اولین همایش تخصصی ملی مدیریت ورزشی. تهران.
3. Buraimo, B., Forrest, D., Simmons, R. (2007). The Twelfth man? Refereeing bias in English and German soccer. In press.
4. Andrew, M.L., Alan, M.N., Nahid, S.A., Balmer, N. (2006). Soccer referee decision-making: SHALL I BLOW THE WHISTLE? *Journal of Sports Science and Medicine*, 5: 243-253.
5. Janelle, C.M., Singer, R.N., Williams, A.M. (1999). External distraction and attentional narrowing: visual search evidence. *Journal of Sports and Exercise Psychology*, 21: 70-91.
6. Williams, A.M., Davis, K. and Williams, J.G. (1999). *Visual perception and action in sport*. London: Routledge.
7. Hardy, L., Jones, J.G., Gould, D. (1996). *Understanding psychological perception of sport. Theory and practice of elite performers*. Chichester. UK: Willey.
8. Nevill, A.M., Balmer, N.J. and Williams, A.M. (2002). The influence of crowd noise and experience upon refereeing decisions in football. *Psychology of Sport and Exercise*, 3: 261-272.
9. Canovas, S., Reynes, E., Ferrand, C., Panataleon, N. and Long, T. (2008). Types of errors by referees and perception of injustice by soccer players: a preliminary study. *Psychological Rehabilitation*, 102(1): 99-110.
10. Balmer, N.J., Nevill, A.M., Lane, A.M., Ward, P., Williams, M.A., Fairclough, S.A. (2006). Influence of crowd noise in soccer on soccer refereeing consistency. Paper submitted for publication.
11. Boyko, R.H., Boyko, A.R. and Boyko, M. (2007). Referee bias contributes to home advantage in English premiership football. *Journal of Sports Science*, 25(11): 1185-1194.
12. Nevill, A.M. and Holder, R.L. (1999). Home advantage in sport: an overview of studies on the advantage of playing at home. *Sports Medicine*, 28: 221-236.
13. Nevill, A.M., Balmer, N. and Williams, M. (1999). Crowd influence on decisions in association football. *The Lancet*, 353: 1416.

14. Thomas, S., Reeves, C., Smith, A. (2006). English soccer teams' aggressive behavior when playing away from home. *Perceptual Motor Skills*, 102(2): 317-320.
15. Downward, P., Jones, M. (2007). The of crowd size on referee decisions: analysis of the FA cup. *Journal of Sports Science*, 24(14): 1541-1545.
۱۶. رهنما، نادر، T صادقی پور، حمید، بمبئی چی، عفت، خیام باشی، خلیل، (۱۳۸۵). مزیت بازی‌های خانگی در لیگ‌های فوتبال کشورهای آسیایی. المپیک، ۳(۳۵): ۸۷-۸۱.
17. Johnson, R. (2008). On referee bias, crowd size, and home advantage in the English soccer premiership. *Journal of Sports Science*, 26(6): 563-568.
18. Craven, B.J. (1998). A psychological study of leg-before-wicket judgment in cricket. *British Journal of Psychology*, 89: 555-578.
19. Sanabrica, J., Cenjor, C., Marquez, F., Gutierrez, R., Martinez, D., Prados-Garcia, J.L. (1998). Oculomotor movements and footballs law 11. *The Lancet*, 351: 368.
20. Jones, M.V., Paull, G.C., Erskine, J. (2002). The impact of team's aggressive reputation on the decisions of association football referees. *Journal of Sports Science*, 20(12): 991-1000.
21. Lehman, D.R., eifman, A. (1987). Spectator influence on basketball officiating. *Journal of Social Psychology*, 127: 673-675.

