

اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

دانشگاه کردستان (جمهوری اسلامی ایران) - دانشگاه سلیمانیه (اقلیم کردستان عراق)

دانشگاه کردستان-دانشگاه
سلیمانیه

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شورای سیاستگذاری

 <p>دکتر محمدحسین علیزاده مدیر کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری</p>	 <p>دکتر عبدالحمید احمدی معاونت فرهنگی و توسعه ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان</p>	 <p>دکتر مهرزاد حمیدی معاونت تربیت بدنی و سلامت وزارت آموزش و پرورش</p>	 <p>دکتر مسعود سلطانی فر وزیر ورزش و جوانان</p>
 <p>دکتر رضا حسن حسین ریاست دانشگاه سلیمانیه</p>	 <p>دکتر دیار محمد صدیق رشید رئیس دانشکده تربیت بدنی دانشگاه سلیمانیه</p>	 <p>دکتر رحمت صادقی ریاست دانشگاه کردستان</p>	 <p>دکتر علی شریف نژاد ریاست پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی</p>
 <p>دکتر بیژن ذوالفقار نسب مشاور وزیر ورزش و استاندار استان کردستان</p>	 <p>دکتر عبدالله حسن زاده مدیر گروه همکاری های علمی و بین المللی دانشگاه کردستان</p>	 <p>مهندس بهمن مرادنیا استاندار استان کردستان</p>	 <p>دکتر بهرام نصراللهی زاده ریاست سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کردستان</p>
 <p>دکتر هیمن محمدی دبیر اجرایی همایش</p>	 <p>دکتر سردار محمدی دبیر علمی همایش</p>	 <p>دکتر سعید صادقی بروجردی رئیس همایش</p>	 <p>دکتر کیومرث کرمی معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه کردستان</p>

سخنران‌های ویژه همایش

	<p>دکتر عبد الحمید احمدی (معاونت فرهنگی و توسعه ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان)</p>
	<p>دکتر محمدحسین علیزاده (مدیرکل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری)</p>
	<p>دکتر مهرزاد حمیدی (معاونت تربیت بدنی و سلامت وزارت آموزش و پرورش)</p>
	<p>دکتر علی شریف نژاد (ریاست پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری)</p>
	<p>دکتر محمود گودرزی (وزیر سابق وزارت ورزش و جوانان ج.ا.ا.)</p>

دانشگاه کردستان با همکاری دانشگاه سلیمانیه کردستان عراق برگزار می کند



توسعه پایدار

Sustainable Development

تندرستی

Health

ورزش

Sport

اولین همایش بین المللی
ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

مؤسسه تحقیقاتی ورزشی

مقالات همایش



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

عوامل کلیدی اثرگذار بر بلوک مشتریان در کسب و کارهای گردشگری ورزشی

مصطفی محمدیان*^۱، نوشین بنار^۲، فاطمه سعیدی^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، ایران (*نویسنده مسئول).

۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران.

۳. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران.

*Email:(mostefa.mo2@gmail.com)

چکیده

زمینه و هدف: هدف پژوهش حاضر شناسایی عناصر کلیدی اثرگذار بر بلوک مشتریان به عنوان یکی از چهار بخش اصلی مدل کسب و کار استروالدر بود.

روش کار: پژوهش حاضر از نوع کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی از شاخه پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل مالکان و مدیران متخصص در بخش گردشگری ورزشی و همچنین افراد شاغل در بخش‌های مختلف کسب و کارهای گردشگری ورزشی استان گیلان بودند. تعداد ۱۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند با تکنیک گلوله برفی و غیرتصادفی تا مرحله اشباع نظری انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از روش تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری باز، محوری و تم استفاده شده است.

یافته‌ها: ارتباط شخصی آفلاین، بازار بخش‌بندی شده، ارتباط انبوه آفلاین، کانال ارتباط ترکیبی، کانال غیرمستقیم و ارتباط انبوه آنلاین مهم‌ترین عناصر کلیدی اثرگذار بر بلوک مشتریان در کسب و کارهای گردشگری ورزشی بودند. پس از آن، بازار انبوه، ارتباط شخصی آنلاین و کانال مستقیم در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.

نتیجه‌گیری: به مدیران کسب و کارهای گردشگری ورزشی پیشنهاد می‌شود با تقویت ارتباطات شخصی و انبوه آفلاین خود نسبت به رقبا و با بخش‌بندی مشتریان و ترکیبی از کانال‌های ارتباطی فیزیکی و مجازی خود به عنوان عناصر کلیدی رقابت در کسب و کارهای گردشگری ورزشی توجه ویژه‌ای داشته باشند.

واژه‌های کلیدی: بلوک مشتریان، کارآفرینی، کسب و کار، گردشگری ورزشی.

مقدمه



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ورزش در کشور ما در حال تحول و رو به توسعه است که این امر می تواند زمینه های مناسبی را برای فعالیت های کارآفرینی ایجاد کند (۱). امروزه یکی از روش های شناخته شده و مؤثر در ایجاد اشتغال، سرمایه گذاری در صنعت گردشگری است. توسعه گردشگری به عنوان یک راه حل آزموده شده در بسیاری از کشورهای جهان در ایجاد فرصت های شغلی جدید نقش عمده ای را ایفا نموده است (۲). در پنجاه سال اخیر، گردشگری به پدیده اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شگفتی تبدیل شده است (۳). این پدیده چه در سطح بین المللی و چه در سطح ملی جایگاه خاصی در اقتصاد کشورها داشته (۴) و توانسته است در ایجاد فرصت های شغلی، درآمد ارزی و افزایش استانداردهای زندگی ایفای نقش کند (۵). بر اساس آخرین گزارش های سازمان جهانی گردشگری (WTO) صنعت گردشگری پس از صنایع نفت و خودروسازی، سومین صنعت درآمدزای جهان است (۶). ورزش به عنوان پدیده ای که با رقابت سروکار دارد و گردشگری به عنوان تجربه ای شاد و سرگرم کننده، دو سیستم ویژه ای هستند که رابطه تنگاتنگی با یکدیگر دارند. گردشگری ورزشی در دهه های اخیر شکل جدیدی از گردشگری محسوب می شود. به طوری که گردشگری و ورزش به هم وابسته و مکمل همدیگرند (۷). پیوند میان گردشگری و ورزش نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده که ساختار جدید و جامعی برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی انسان به وجود آمده است (۸). از این رو، سرمایه گذاران علاقه فراوانی به کارآفرینی در بخش ورزش به عنوان یک کسب و کار ورزشی نشان داده اند. این امر موجب شده است که سازمان ها و شرکت ها به شناخت فرصت های جدید در حوزه ورزش و بهره گیری از آن ها برای سودآوری در بلندمدت نیاز پیدا کنند (۹). با تأسیس هر بنگاه تجاری، یک مدل کسب و کار خواه به صورت آشکارا (عینی، تشریحی) و خواه به صورت نهانی (ذهنی، تکوینی) جهت طراحی ساختار معاملات آن به کار گرفته می شود (۱۰). اگر مدل کسب و کار را منطق اصلی شرکت و انتخاب های راهبردی آن برای ایجاد و جذب (سهم خواهی از) ارزش درون یک شبکه ارزش در نظر بگیریم (۱۱)، عدم تشخیص یک مدل کسب و کار مناسب، منجر به ناکامی سازمان ها در دستیابی به اهداف آن می شود. از زمان شکل گیری ادبیات مدل کسب و کار، شاهد آن هستیم که محققان متعددی به ارائه تعاریف مدل های کسب و کار و ابعاد و اجزای آن پرداخته اند. ولی تا به امروز یک تعریف استاندارد از مدل های کسب و کار شکل نگرفته است. شاید دلیل آن باشد که این محققان با رویکردها و اولویت های متفاوتی به ارائه تعاریف مدل کسب و کار پرداخته اند. در کنار این موضوع، ابعاد و اجزای متعددی نیز توسط محققان مختلف ارائه شده است. مشکلی که بیشتر تحقیقات اولیه در زمینه برشماری اجزای مدل های کسب و کار با آن مواجه اند، این است که از ادراک محقق سرچشمه گرفته اند (۱۲). بوم طراحی مدل کسب و کار استروالدردر به عنوان رایج ترین و گسترده ترین بوم مدل کسب و کار شناخته شده است. این مدل به عنوان ارائه کننده زبان مشترک در توصیف، تجسم، ارزیابی و تغییر مدل کسب و کار می باشد (۱۳). استروالدردر پس از شناسایی سنگ بناهای مدل های کسب و کار پیشنهاد شده توسط سایر نویسندگان این حوزه، بر مبنای آن ها مدل جدیدی را ایجاد نموده است که این مدل یکپارچه شده تمامی موارد قبلی است. از نظر استروالدردر مدل کسب و کار شامل چهار بلوک محصول، مشتری، مدیریت زیرساخت و منابع مالی است. وی همچنین برای هر یک از این عناصر اجزایی را بر می شمارد. بلوک محصول شامل ارزش ارائه شده، بلوک مشتری شامل مشتری هدف، کانال توزیع و روابط، بلوک مدیریت زیرساخت شامل پیکربندی ارزش، قابلیت و توانایی و همکاری و بلوک منابع مالی شامل ساختار هزینه و مدل درآمد است (۱۴). لذا با توجه به اهمیت سرمایه مشتری در حوزه کسب و کارهای گردشگری به عنوان جزئی از صنعت خدمات، در این پژوهش به شناسایی عناصر کلیدی اثرگذار بر بلوک مشتریان به عنوان یکی از چهار بخش اصلی مدل کسب و کار استروالدردر پرداخته می شود.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

روش کار

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی بوده و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از شاخهٔ پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل مالکان و مدیران و همچنین افراد شاغل در بخش‌های مختلف کسب و کارهای گردشگری ورزشی در استان گیلان می‌باشند. روش نمونه‌گیری هدفمند و غیرتصادفی در نظر گرفته شده است. در این بخش، مصاحبه‌ها به صورت عمیق نیمه‌ساختار یافته با تأیید خبرگان این حوزه تهیه شد و روند مصاحبه تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. با انجام مصاحبه‌های ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۵ این نتیجه حاصل شد که گویه‌های جدیدی شناسایی نمی‌شوند و مصاحبه‌ها تکراری هستند و انجام مصاحبه متوقف شد. جمع‌آوری داده‌ها از ادبیات موضوع و مستندات از سال‌های دور تا عصر حاضر بررسی شد گام دوم مصاحبه عمیق نیمه‌ساختار یافته جمع‌آوری گردید. پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری باز، محوری و تم استفاده گردید و همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی از نرم‌افزار MAXQDA استفاده گردید.

یافته‌ها

مشخصات مصاحبه‌شونده‌ها در جدول شمارهٔ یک ارائه شده است.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شونده‌ها

کد	تحصیلات	نوع فعالیت	مدت فعالیت (سال)
l1	کارشناسی	گردشگری ورزشی	۵
l2	کارشناسی	انجمن گردشگری ورزشی	۲۰
l3	دکتری تربیت‌بدنی	خدمات ورزشی	۴
l4	کارشناسی	دفا تر گردشگری ورزشی	۳
l5	دکتری	هیئت علمی	۷
l6	دکتری	هیئت علمی	۶
l7	کارشناسی ارشد	کمیته گردشگری ورزشی	۹
l8	کاردانی	بوم گردی تفریحی-ورزشی	۱۱
l9	دکتری	معاون صنایع دستی و گردشگری	۱۰
l10	کارشناسی	مشاور توسعه گردشگری	۱۳
l11	کارشناسی ارشد	رئیس توسعه کارآفرینی	۱۵
l12	کارشناسی ارشد	مدیر کارآفرینی و کسب و کار	۲۲
l13	کارشناسی	کارشناس گردشگری و روابط عمومی	۴
l14	کارشناسی ارشد	معاونت گردشگری (ب)	۱۶
l15	کارشناسی ارشد	کارشناس گردشگری ورزشی	۸

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از روش تحلیل محتوای تم و کدگذاری باز و محوری و تم استفاده شد. کدگذاری باز را از مفاهیم کلیدی مصاحبه‌شونده‌ها استخراج شدند و در کدگذاری محوری مفاهیم مشترک را دسته‌بندی و عنوان به آن‌ها اختصاص دادیم. سپس مؤلفه‌های کدگذاری محوری در قالب چهارچوبی کلی‌تر از موضوع‌ها با عنوان تم طبقه‌بندی شدند و پس از شناسایی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

در قالب یک جدول کلی دسته بندی و الگوی نهایی پژوهش ارائه شد. مؤلفه های شناسایی شده در نه ردیف و اهمیت هر یک از مؤلفه ها بر اساس تعداد فراوانی شناسایی و به صورت جدول (۲) دسته بندی شدند و الگوی نهایی پژوهش استخراج گردید.

جدول ۳. مؤلفه های بلوک مشتری در مدل کسب و کارهای گردشگری ورزشی

ردیف	کد محوری	کد مصاحبه شونده ها	فراوانی
۱	ارتباط شخصی آنلاین	1,12,14,15,16,18,19,10,13	۱۷
۲	بازار بخش بندی شده	3,15,16,18,19,10,11,12,15	۱۱
۳	ارتباط انبوه آنلاین	4,16,17,10,13,14,15	۹
۴	کانال ارتباطی ترکیبی	3,11,12,19,10,11,18,15,14	۹
۵	کانال غیر مستقیم	1,14,16,17,11,13	۸
۶	ارتباط انبوه آنلاین	2,15,11,15	۷
۷	بازار انبوه	1,14,17,14,18	۵
۸	ارتباط شخصی آنلاین	3,18,15,10,12	۵
۹	کانال مستقیم	12,15	۳

نتیجه گیری



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
کمیته بین المللی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

گردشگری ورزشی منجر شود. این رشد و توسعه باعث علاقه مند کردن مشتریان به گردشگری ورزشی و ورزش و ارتقاء شاخص های سلامت جامعه می شوند.

منابع

- ۱- افخمی، بهروز. (۱۳۸۶). مقدمه ای بر ارتباط باستان شناسی و گردشگری فرهنگی، انتشارات عیلام، تهران.
- ۲- فروغی پور، حمید. (۱۳۸۴). زمینه های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راه کار. رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات.
- ۳- لفظی، لیلا. (۱۳۸۲). توسعه صنعت گردشگری راه کاری برای خروج از بحران بیکاری. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران.
- ۴- ملکی، آرش. (۱۳۹۰). تحلیل اثرات گردشگری بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی نواحی روستایی (دهستان ناتل کنار سفلی - بخش مرکزی شهرستان نور). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

- 5- World Tourism Organization. (2001).
- 6- Mohsin, A. (2005). Tourist attitudes and destination marketing—the case of Australia's Northern Territory and Malaysia. *Tourism Management*, 26(5), 723-732.
- 7- Chalip, L., & Costa, C. A. (2006). Building sport event tourism into the destination brand: Foundations for a general theory, 86-105.
- 8- Krag, G. (2001). The impacts of tourism. Minnesota Sea grant.
- 9- Kessler, A., & Frank, H. (2009). Nascent entrepreneurship in a longitudinal perspective: The impact of person, environment, resources and the founding process on the decision to start business activities. *International Small Business Journal*, 27(6), 720-742.
- 10- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long range planning*, 43(2-3), 172-194.
- 11- Lambert, S. (2008). A conceptual framework for business model research. *BLED 2008 Proceedings*, 24, 227-289.
- 12- Fiel, E. (2014). Conceptualising business models: Definitions, frameworks and classifications. *Journal of Business Models*, 1(1), 85-105.
- 13- Osterwalder, A. (2004). The business model ontology a proposition in a design science approach (Doctoral dissertation, Université de Lausanne, Faculté des hautes études commerciales).

۱۴- استروالد، الکساندر و پیگنیور، ایو. (۱۳۹۶). خلق مدل کسب و کار شما. آریانا قلم.

تاثیر رویدادهای علمی ورزشی با در نظر گرفتن متغیر میانجی تمایل به شرکت در رویداد بر توسعه پایدار گردشگری در استان آذربایجان شرقی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
کمیته بین المللی توسعه پایدار

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

آيسان رحيمزاده*؛ فاطمه عبدوی^۲

۱. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
(*نویسنده مسئول).

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
*Email: (aysanrahimzadeh7@gmail.com)

چکیده

زمینه و هدف: همایش‌ها بخش مهمی از فرهنگ و جامعه امروزی هستند و سالانه بر تعداد آنها افزوده می شود. تحقیق حاضر با هدف تبیین نقش واسطه‌ای شرکت در همایش‌های ورزشی در تأثیر رویدادهای علمی- ورزشی بر توسعه پایدار گردشگری انجام شد.

روش کار: این تحقیق از نظر روش، پیمایشی و از لحاظ هدف، کاربردی است که اطلاعات لازم از طریق مشاهده، بررسی ادبیات نظری و پرسشنامه گردآوری شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شرکت کنندگان در همایش‌های برگزار شده سال ۱۳۹۷-۱۳۹۸ شهر تبریز است. جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده گردید. برای اثبات آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری اسمارت پی.ال.اس استفاده شد. **یافته‌ها:** نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد، شرکت در همایش‌های ورزشی در تأثیر برگزاری رویدادهای علمی ورزشی بر توسعه پایدار گردشگری ورزشی نقش میانجی‌گری را با ضریب تأثیر $(b = 0/71)$ در سطح معنی‌داری $0/001$ ایفا می کند.

نتیجه‌گیری: بنابراین گردشگری و جذب مشارکت کنندگان در رویدادهای علمی ورزشی به عنوان یکی از مسائل مهم در شناساندن پتانسیل‌های یک منطقه و جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی در کشور ایران برای توسعه پایدار گردشگری ورزشی امری ضروری است.

کلیدواژه‌ها: همایش‌های ورزشی، رویداد، توسعه پایدار گردشگری، استان آذربایجان شرقی.

۱. مقدمه:

صنعت گردشگری در سراسر دنیا، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، که منابع دیگر اقتصادی مانند تولید یا استخراج منابع طبیعی ندارند بسیار حایز اهمیت است (۱). این صنعت عامل موثری در تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸


 ISC
 International Society for Sport and Health

توسعه پایدار
 Sustainable Development
 تندرستی
 Health
 ورزش
 Sport

تمدن‌ها و برقراری و تحکیم انس و الفت بین ملت هاست. یکی از این بخش‌های مهم و پر اهمیت که عامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است و قابلیت تبدیل شدن به یک امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به عنوان «گردشگری ورزشی» نام برده می شود (۲). یکی از مسائلی که همراه با توسعه گردشگری باید مورد توجه قرار گیرد، توجه به حفظ محیط زیست و عدم آسیب‌رسانی گردشگری بر منابع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی می‌باشد که توسعه پایدار گردشگری به این موضوع اشاره دارد. توسعه پایدار گردشگری فرآیندی است که با بهبود کیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای بازدیدکنندگان و به همان نسبت حفاظت منابع محیطی طبیعی و انسانی در ارتباط است (۳). در رابطه با تأثیر رویدادهای ورزشی بر توسعه پایدار گردشگری تحقیقات متنوعی انجام شده از جمله نیکنام (۱۳۹۷)، یانپی و فتاحی (۱۳۹۶)، صیادی (۱۳۹۵)، غایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)، دیری و جاگو (۲۰۰۶) که همگی به تأثیر مستقیم رویدادهای ورزشی بر توسعه پایدار گردشگری اشاره داشته‌اند (۴، ۵، ۶، ۷، ۸). تحقیق ناصری (۱۳۷۵) این موضوع را مشخص می‌کند که اگر از جاذبه‌های اکوتوریستی خود درست استفاده کنیم و آن‌ها را فقط برای بازدید گردشگران ورزشی در نظر نگیریم بلکه با ایجاد فرصت‌های متنوع برای انواع ورزش‌هایی که در این محیط‌های طبیعی انجام می‌شوند، می‌توانیم گردشگران ورزشی را به استان‌هایمان جذب و به این وسیله تعداد کل گردشگران و درآمد کل حاصل از گردشگران را افزایش دهیم (۹). با توجه به نقش مهم رویدادهای ورزشی در توسعه پایدار گردشگری و همچنین با توجه به اینکه توسعه پایدار گردشگری نقش مهمی در تصمیم‌گیری آگاهانه در همه‌ی زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی دارد، توجه و شناسایی تأثیرگذاری رویدادهای ورزشی بر توسعه پایدار گردشگری می‌تواند در بهره‌گرفتن از موقعیت‌های ویژه رویدادهای ورزشی نقش عمده‌ای داشته باشد و در رسیدن به توسعه پایدار گردشگری در جامعه مورد بررسی کمک شایانی کند. همچنین با توجه به محدودیت پژوهش در زمینه موضوع پژوهش حاضر در جامعه مورد بررسی، انجام تحقیقات بیشتر برای درک بهتر وضعیت موجود ضروری به نظر می‌آید لذا در تحقیق حاضر، محقق بر آن است تا تأثیرگذاری رویدادهای علمی ورزشی با در نظر گرفتن متغیر میانجی تمایل به شرکت، بر توسعه پایدار گردشگری را مورد بررسی قرار دهد، پرسش اصلی که تحقیق حاضر در جستجوی دستیابی به آن می‌باشد این است که:

آیا رویدادهای علمی ورزشی با در نظر گرفتن نقش میانجی متغیر تمایل به شرکت، بر توسعه پایدار گردشگری در استان آذربایجان شرقی تأثیر دارد؟

۲. روش‌شناسی:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

تحقیق حاضر از نظر هدف و معیار اجرایی، تحقیق کاربردی، از نظر استراتژی و مسیر اجرا، جزء تحقیقات توصیفی - همبستگی، از نظر شیوه گردآوری اطلاعات جزء روش های تحقیق اسنادی و میدانی می باشد. جامعه آماری در تحقیق حاضر شرکت کنندگان در همایش های برگزار شده در شهر تبریز در سال ۱۳۹۷-۱۳۹۸ می باشد. حجم نمونه با توجه به جدول مورگان ۳۸۴ نفر برآورد شده است که به صورت نمونه گیری خوشه ای و تصادفی انتخاب شدند. بدین صورت که از بین همایش های برگزار شده، سه همایش (سطح ملی و بین المللی بر اساس تعداد شرکت کنندگان) انتخاب شده و پرسشنامه های تحقیق به صورت تصادفی در بین شرکت کنندگان در همایش پخش گردید؛ به طوری که پرسشنامه های جمع آوری شده حجم نمونه را پوشش دادند. جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه ی محقق ساخته استفاده شده است. با استفاده از اسناد و مدارک علمی و جستجو در اینترنت، مولفه های موثر بر توسعه پایدار گردشگری رویداد ورزشی در شهر تبریز شناسایی شد و سپس این مولفه ها توسط استاد راهنما و مشاور بازمینی گردید و در این مطالعه به عنوان ابزار پژوهش استفاده گردید. جهت تعیین روایی صوری پرسشنامه از نظرات متخصصان در زمینه مدیریت ورزشی و گردشگری استفاده شد و جهت تعیین روایی سازه پرسشنامه به تعداد ۳۰ عدد در همایش اوراسیایی تبریز پخش شد که از طریق تحلیل عاملی میزان روایی سازه در حد قابل قبول گزارش شد. پایایی پرسشنامه نیز از طریق آلفای کرونباخ مورد آزمون قرار گرفت که عدد ۰/۷ بدست آمد و قابل قبول بود. در پژوهش حاضر از روش آمار توصیفی و آمار استنباطی و از نرم افزار آماری SPSS نسخه ۲۱ و نرم افزار PLS برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد. بعد از جمع آوری داده ها و قبل از آزمون فرضیه ها، ابتدا آزمون کولموگروف - اسمیرنوف انجام شد تا از نرمال بودن داده ها اطمینان حاصل گردد. سپس از آزمون های پارامتریک جهت آزمون فرضیه ها استفاده شد. جهت بررسی مدل، از تحلیل معادلات ساختاری استفاده شد.

یافته ها:

آمار توصیفی مربوط به نمونه آماری پژوهش نشان می دهد که بیشترین فراوانی با ۲۱۳ نفر (۵۵/۵) بر اساس متغیر جنسیت مربوط به بانوان، بیشترین فراوانی با ۱۵۸ نفر (۴۱/۱) بر اساس مقطع تحصیلی مربوط به دانشجویان دوره کارشناسی، در متغیر سن بیشترین فراوانی با ۱۶۱ نفر (۴۱/۹) مربوط به رده سنی ۳۰-۲۱، در متغیر تخصص بیشترین فراوانی با ۸۵ نفر (۲۲/۱۳) مربوط به مدیریت ورزشی، در متغیر سابقه فعالیت پژوهشی بیشترین فراوانی با ۱۹۴ نفر (۵۰/۵) مربوط به فاقد فعالیت پژوهشی، در متغیر سابقه فعالیت اجرایی بیشترین فراوانی با ۲۳۵ نفر (۶۱/۲) مربوط به سابقه اجرایی یک تا ده سال و در متغیر وضعیت شرکت بیشترین فراوانی با ۳۱۶ نفر (۸۲/۳) مربوط به بدون ارائه مقاله می باشد.

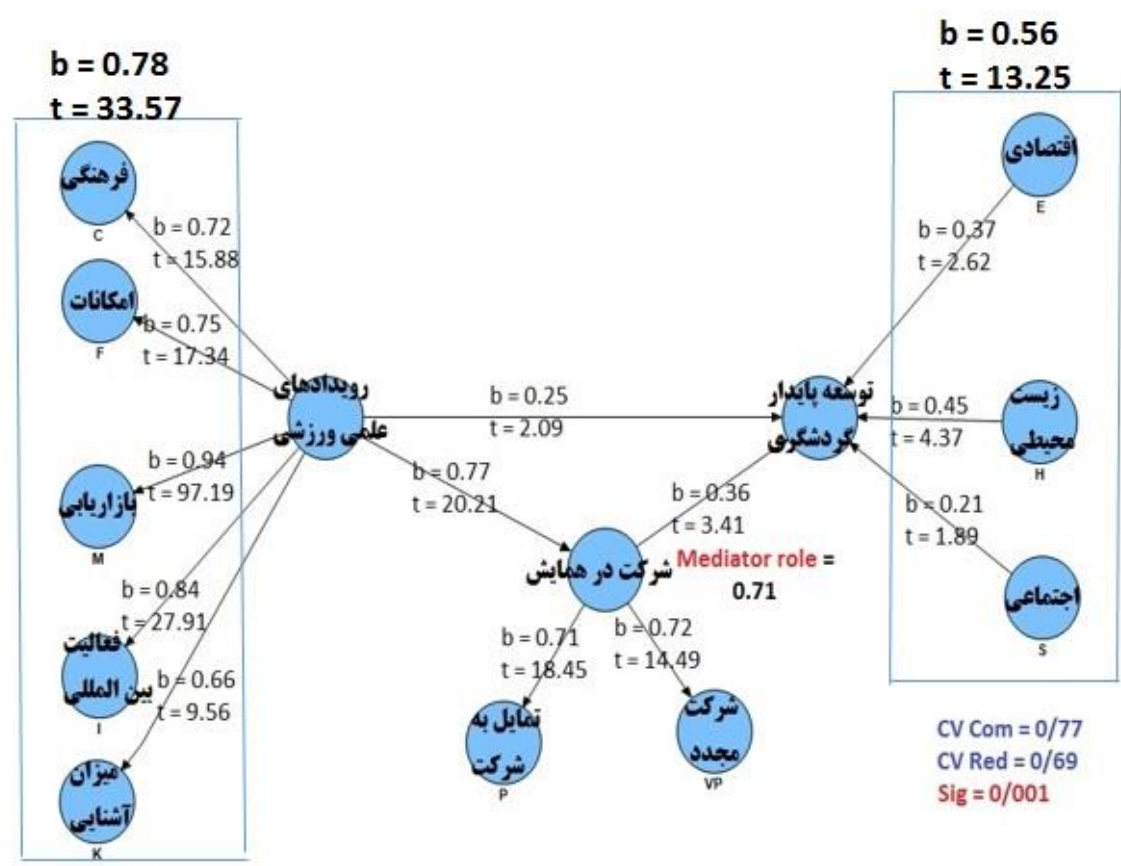


اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی ورزشی



شکل ۱. مدل پژوهش

نتایج حاصل از یافته‌ها در این فصل نشان داد، برگزرای رویدادهای علمی ورزشی می تواند تاثیر مثبت و معناداری در زمینه‌های فرهنگی، امکانات برگزاری رویداد، بازاریابی، فعالیت‌های بین‌المللی و میزان آشنایی داشته باشد. علاوه بر این متغیرهای اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی می تواند بر توسعه پایدار گردشگری ورزشی نقش بسزای را ایفا کند و به دنبال آن شرکت در همایش‌های ورزشی می تواند تمایل به شرکت را در انواع همایش‌های ورزشی افزایش داد و بالتبع آن تمایل به شرکت مجدد و یا عبارتی زمینه وفاداری را فراهم می کند. همچنین نقش میانجی‌گری شرکت در همایش‌های ورزشی ($b = 0/71$) در تاثیر برگزاری رویدادهای علمی ورزشی بر توسعه پایدار گردشگری ورزشی در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ تایید شد. بنابراین مهم‌ترین دستاوردهای این پژوهش در زمینه توسعه پایدار گردشگری ورزشی عبارتند از توجه همزمان به ابعاد اکولوژیکی، اقتصادی و فرهنگی اجتماعی،



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
 Sustainable Development
 تندرستی
 Health
 ورزش
 Sport

بهره گیری از رویکرد کل نگر در توسعه گردشگری، برنامه ریزی از پایین به بالا، کنترل آلودگی ها، توجه به رشد آگاهی اجتماعات محلی و توجه به عدالت درون نسلی و بین نسلی در توسعه گردشگری است.

نتیجه گیری:

نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد، گردشگری و جذب مشارکت کنندگان در رویدادهای علمی ورزشی به عنوان یکی از مسائل مهم در شناساندن پتانسیل های یک منطقه و جذب سرمایه های داخلی و خارجی در کشورهای جهان برای توسعه پایدار گردشگری ورزشی مطرح است. بر گزرای رویدادهای علمی ورزشی می تواند تاثیر مثبت و معناداری در زمینه های فرهنگی، امکانات برگزاری رویداد، بازاریابی، فعالیت های بین المللی و میزان آشنایی داشته باشد. علاوه بر این متغیرهای اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی می تواند بر توسعه پایدار گردشگری ورزشی نقش بسزای را ایفا کند. همچنین نقش میانجی-گری شرکت در همایش های ورزشی ($b = 0/71$) در تاثیر برگزاری رویدادهای علمی ورزشی بر توسعه پایدار گردشگری ورزشی در سطح معنی داری $0/001$ تایید شد. در این پژوهش هر یک از ابعاد توسعه پایدار می تواند بر دیدگاه گردشگری ورزشی تاثیر گذار باشد. توسعه پایدار گردشگری ورزشی از اصول و مبانی پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان محسوب می شود و به دلیل نقشی که گردشگری ورزشی می تواند در این زمینه به خصوص در کشورهایی مانند ایران ایفا نماید، لزوم و ضرورت توجه به گردشگری ورزشی حائز اهمیت فراوان است. رویدادهای علمی ورزشی در رابطه با متغیرهایی چون توسعه پایدار گردشگری ورزشی، توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، مشارکت، زیست محیطی، تمایل به شرکت، شرکت مجدد، اثرات ژرفی را به جای می گذارد. با این وجود این صنعت بنا به ماهیت عملکردی خویش باعث تغییر و تحول گسترده ای در عرصه های مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، زیست محیطی و ... می شود و گردشگری نقش مهمی در ایجاد تغییرات فرهنگی دارد که باعث رواج و تقویت عناصر فرهنگی مثبت می شود و هم ناهنجاری اجتماعی در یک فرهنگ را ایجاد می کند. این در حالی است که، برگزاری رویدادهای علمی ورزشی برای کشورهای در حال توسعه به ویژه کشورهای تک محصولی یکی از راهکارهای ایجاد اشتغال و زمینه ای مساعد جهت کاهش بیکاری و چالش های اجتماعی ناشی از آن است. تمرکز بر جنبه های مختلف توسعه پایدار گردشگری، همراه با برنامه ریزی های مدیریت محلی و ملی هر جامعه ای، نقش بسیار با اهمیتی در فرایندهای بین المللی و ملی هر جامعه ای می تواند، ایفا کند چراکه، معیارها و شاخص های توسعه پایدار، نقش مهمی در تصمیم گیری های آگاهانه در همه سطوح دارند که این شاخص ها باعث فراهم آوردن اطلاعاتی بروی توسعه پایدار می شوند. بنابراین استان آذربایجان شرقی نیز به عنوان یکی از مهم ترین قطب علمی کشور است که قابلیت و ظرفیت بالایی برای جذب گردشگران دارد و توسعه ای این دو در استان آذربایجان شرقی، بر طرف ساختن نیازهایی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

را می طلبد که یکی از مهم ترین آنها تبلیغات در حوزه ی برگزاری همایش های علمی - ورزشی، و توسعه پایدار گردشگری است.

منابع:

۱. گئی. چاک. وای. (۱۳۷۷). جهانگردی در چشم اندزای جامع. ترجمه دکتر علی پارسیان و دکتر سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ اول، تهران.
۲. پارسی پور، محمد و قاسمی، علیرضا. (۱۳۸۴). گردشگری ورزشی. مجموعه مقالات دومین کنفرانس مدیریت ورزشی، اصفهان.
۳. قدمی، مصطفی. (۱۳۹۰). ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری نمونه مورد مطالعه: کلان شهر مشهد. مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال سوم، شماره نهم، ۸۲-۵۹.
۴. نیکنام، کامبیز. (۱۳۹۷). تأثیر متقابل گردشگری شهری و گردشگری ورزشی در توسعه پایدار گردشگری و اقتصاد کلان شهرها. کنفرانس عمران، معماری و شهرسازی کشورهای جهان اسلام، تبریز، دانشگاه تبریز.
۵. یانپی، طیبه و فتاحی، صمد. (۱۳۹۶). تأثیر میزبانی رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری شهری. سومین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
۶. صیادی، علی. (۱۳۹۵). بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر جاذبه طبیعی. نهمین کنگره پیشگامان پیشرفت، تهران، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت.
۷. غایب زاده، شهروز؛ زمانی، هادی؛ داداش زاده، علی و آقایی، نجف. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل موثر بر توسعه و گسترش گردشگری ورزشی در بین زنان. اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه.
8. Deery, m. Jago, L. (2006). The management of sport tourism. Sport in Society. 8(2), 378-389.
۹. ناصری، سید مسعود. (۱۳۷۵). شناسایی موانع موثر در توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریست. پایان نامه ی کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

مطالعه نگرش به برنامه ریزی شغلی بر اساس مقیاس کنترل شغلی در دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه شهید بهشتی تهران



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

محمد رضا برومند^۱، محسن رضایی^{۲*}

۱- استادیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی و رسانه، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی،

دانشگاه شهید بهشتی، ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی و رسانه، دانشکده علوم ورزشی و

تندرستی، دانشگاه شهید بهشتی، ایران (*نویسنده مسئول).

*Email: (mohsenrezaeitkd@yahoo.com)

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر، مطالعه نگرش به برنامه ریزی شغلی بر اساس مقیاس کنترل شغلی در دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه شهید بهشتی تهران است. این تحقیق از گروه تحقیقات توصیفی و پیمایشی و از نظر هدف نیز از نوع تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را کلیه دانشجویان تمامی مقاطع تحصیلی سال ۹۸-۹۹ دانشکده علوم ورزشی و تندرستی دانشگاه شهید بهشتی تهران تشکیل دادند. برای نمونه گیری از روش نمونه گیری در دسترس استفاده گردید. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه ۱۸ سوالی کنترل شغلی تریک (۱۹۸۹) بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه مورد تأیید ۵ نفر از صاحب نظران قرار گرفت. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۶ تأیید شد. تعداد ۶۰ پرسش نامه بین نمونه های تحقیق توزیع، تکمیل و جمع آوری شد و به منظور تجزیه و تحلیل آماری از آزمون های آمار توصیفی و آزمون خی دو با بهره گیری از نرم افزار SPSS استفاده شد. مطابق با نتایج تحقیق به طور کلی دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی کنترل لازم بر شغل آینده خود داشته ($\alpha \leq 0.05$) و نشان می دهد برنامه ریزی شغلی قابل قبولی دارند و این می تواند بیانگر امید به اشتغال دانشجویان این دانشگاه باشد.

کلید واژه ها: برنامه ریزی شغلی، کنترل شغلی، دانشجو، تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی

مقدمه:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

اشتغال از اصلی ترین موضوعاتی است که در کشورهای در حال توسعه از آن یاد می شود. دانشگاه ها از مهم ترین پایگاه ها در زمینه توسعه کشورها به حساب می آیند (۱). دانشجویان به عنوان ارکان اصلی دانشگاه پیکره اصلی سازمان های مختلف جامعه را در آینده تشکیل می دهند (۲). تحقیقات فاستر (۲۰۱۰) و مای (۲۰۱۲) حاکی از آن است که دانشجویان علوم ورزشی بدون کسب تجربه و ورود به فرصت های مختلف مشارکت شغلی وضعیت نامساعدی را تجربه خواهند کرد، پس باید فرصت هایی برای کارآموزی و ورود به مشاغل مربوطه داشته باشند. دانشگاه ها عهده دار رسالت هایی چون تولید دانش، گسترش فناوری، نوآوری و خلاقیت هستند؛ بنابراین برای قرار گرفتن در جاده توسعه و جلوگیری از عقب ماندگی باید شرایطی فراهم شود که دانشگاه ها بتوانند دانشجویان را برای پذیرش مسئولیت های مختلف در سطح جامعه پرورش دهند (۵). در مطالعه قادری (۱۳۹۴)، ۷۵٪ از دانشجویان رشته ی علوم آزمایشگاهی، نگرش منفی نسبت به آینده شغلی خود داشتند. اما در مطالعه غلامی و همکاران، ۹۸٪ از دانشجویان نسبت به آینده شغلی خود نظر مثبتی داشتند (۶). در همین راستا، رشته علوم ورزشی که پتانسیل بالایی جهت ایجاد اشتغال برای فارغ التحصیلان دانشگاه دارد، با مساله بیکاری مواجه است. از آنجا که پژوهش های معدودی در خصوص کنترل شغلی دانشجویان در سطوح آموزش عالی انجام شده است و اندک پژوهش های حاضر نیز کمتر در حوزه ورزش بوده است لذا در این تحقیق به بررسی وضعیت کنترل شغلی دانشجویان علوم ورزشی دانشگاه شهید بهشتی پرداخته شده است.

روش شناسی:

این تحقیق از گروه تحقیقات توصیفی و از نوع پیمایشی می باشد، از نظر هدف نیز در زمره تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را کلیه دانشجویان تمامی مقاطع تحصیلی سال ۹۸-۹۹ دانشکده علوم ورزشی دانشگاه شهید بهشتی تشکیل دادند. برای نمونه گیری از روش نمونه گیری در دسترس استفاده شد و تعداد ۶۰ پرسش نامه توسط نمونه های تحقیق تکمیل شد. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه ۱۸ سوالی کنترل شغلی تریک (۱۹۸۹) بود. روایی صوری و محتوایی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

پرسشنامه توسط ۵ نفر از صاحب نظران بررسی و تأیید شد. مقدار پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۶ بود که بیانگر پایایی مناسب ابزار تحقیق می باشد. به منظور تجزیه و تحلیل داده های آماری از آزمون های آمار توصیفی برای بررسی ویژگی های جمعیت شناختی نمونه ها و آزمون خی دو برای بررسی تفاوت داده ها با بهره گیری از نرم افزار SPSS در سطح $\alpha \leq 0.05$ استفاده شد.

یافته ها:

جدول ۱، نتایج آزمون خی دو مقیاس کنترل شغل دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی به تفکیک سوالات

معنی داری	خی دو	مخالف	موافق	
۰/۰۰۱	۱۵/۰۰	۱۵	۴۵	مهم ترین مورد برای بدست آوردن یک کار خوب بودن در یک مکان مناسب و زمان مناسب می باشد.
۰/۳۰۲	۱/۰۶	۲۶	۳۴	باور دارم که در طول یک ماه پس از شروع جستجوی کار بدون هیچ مشکلی، قادر به آغاز یک شغل خواهم بود.
۰/۰۰۱	۱۵/۰۰	۱۵	۴۵	معدل و رتبه های دانشگاه نقش بسیار مهمی در گره یک شغل دارد.
۰/۰۰۱	۱۵/۰۰	۱۵	۴۵	معتقدم که ارتباطات اجتماعی/خانوادگی/دانشگاهی من، عامل اصلی در گرفتن اولین شغل من خواهد بود.
۰/۰۰۱	۴۵/۰۶	۴	۵۶	معتقدم سخت کوشی که از خودم نشان می دهد عامل اصلی در بدست آوردن شغل می باشد.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۰/۰۳۹	۴/۲۶	۲۲	۳۸	۶	معتقدم که موفقیت و عدم موفقیت من به میزان زیاد به فشار روانی من در جلسه مصاحبه بستگی دارد و کمتر از حد انتظارم می تو مصاحبه کننده خودم را بشناسانم.
۰/۰۰۱	۱۱/۲۶	۱۷	۴۳	۷	اطمینان دارم که خدمات کارایی در دانشگاه ق خواهد بود برای من یک شغل عالی تا زمان فارغ التحصیلی پیدا کند.
۰/۳۰۲	۱/۰۶	۲۶	۳۴	۸	من به محض فارغ التحصیلی، شغل کم درآمد مرت با اهداف حرفه ای خودم را به شغل پردرآمد غیرمرتبط ترجیح می دهم.
۰/۰۰۱	۳۲/۲۶	۸	۵۲	۹	من انتظار دارم اولین شغلم در بیرون از دانش براساس مهارت هایی باشد که برای توسعه آن ها تلاش کردم.
۰/۰۰۱	۵۶/۰۶	۱	۵۹	۱۰	روزی خواهد رسید که شغل مناسب خودم را بدس آورم.
۰/۰۰۱	۴۸/۶۰	۳	۵۷	۱۱	من باور دارم که شغل مناسب را خواهم یافت.
۰/۰۳۹	۴/۲۶	۲۲	۳۸	۱۲	برای بدست آوردن و آغاز یک شغل، عوامل زیاد وجود دارند که قابل کنترل نیستند، پس جای نگرانی نیست.
۰/۰۰۲	۵/۴۰	۲۱	۳۹	۱۳	این روزها در دانشگاه تاکید خیلی زیادی بر پیدا کردن یک شغل وجود دارد.
۰/۷۹۶	۰۰/۰۶	۳۱	۲۹	۱۴	سال آخر دانشگاه زمانی است که باید نگران انتخ یک شغل بود.
۰/۰۰۱	۴۸/۶۰	۳	۵۷	۱۵	من خیلی به شغل و حرفه خودم تعهد دارم و هرگاه لازم باشد برای موفقیت در آن انجام می دهم.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development

تندرستی
Health

ورزش
Sport

۰/۰۰۱	۱۶/۰۶	۱۶	۴۴	افراد زیادی را می شناسم که در بدست آوردن شغلی که مستحق آن هستند، خوش شانس بوده اند.	۱۶
۰/۷۹۶	۰۰/۰۶	۳۱	۲۹	درمورد اینکه ۵ سال بعد از فارغ التحصیلی مشغول انجام چه کاری خواهم بود نظر روشنی ندارم.	۱۷
۰/۰۰۱	۳۵/۲۶	۵۳	۷	از فکر کردن به کار و زندگی بعد از دانشگاه متنفر	۱۸

دانشگاه کردستان با همکاری دانشگاه سلیمانیه کردستان عراق برگزار می کند



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار

Sustainable Development

تندرستی

Health

ورزش

Sport



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

مطابق با نتایج جدول شماره ۱، کلیه سوالات به غیر سوال های ۲، ۸، ۱۴ و ۱۷ تفاوت معنی داری داشتند

جدول ۲، نتایج آزمون خبی دو مقیاس کنترل شغل دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی

نتیجه	معنی داری	خی دو	مخالف	موافق	کنترل شغل
اختلاف معنی دار	۰/۰۰۱	۷۳/۶۳	۳۹۹	۶۸۱	

با توجه به جدول شماره ۲ و آزمون خبی دو، تفاوت معنی داری بین نظر موافق و مخالف نمونه ها وجود دارد و با توجه به تعداد بیشتر موافقین، می توان نتیجه گرفت دانشجویان از کنترل شغلی قابل قبولی برخوردار می باشند. لازم به ذکر است سوال ۱۸ با توجه به نوع نگارش از نوع سوالات معکوس بوده و داده های آن در نرم افزار نیز معکوس لحاظ شد.

نتیجه گیری:

نتایج نشان داد نمونه های تحقیق کنترل شغلی مناسبی دارند اما برخی شاخص ها نتیجه متفاوتی نشان داد، از جمله در سوال "سال آخر دانشگاه زمانی است که باید نگران انتخاب یک شغل بود" اختلاف معنی داری وجود نداشت. این نتیجه نشان می دهد که برخی از دانشجویان موضوع برنامه ریزی شغلی را به عنوان یک فرآیند نمی بینند و ترجیح می دهند آن را به سال آخر تحصیلی موکول کنند، در حالی که فرآیند برنامه ریزی شغلی از همان آغاز تحصیل دانشجویان در دانشگاه آغاز می گردد. همچنین دانشجویان درمورد اینکه ۵ سال بعد از فارغ التحصیلی مشغول به انجام چه کاری خواهند بود نظر روشنی نداشتند و این نشان می دهد ضرورت آن را درک نکرده و برنامه ریزی مشخصی برای آینده شغلی خود ندارند و یا آموزش لازم در این زمینه دریافت نکرده اند. به طور کلی نتایج نشان داد دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی کنترل لازم بر شغل آینده خود دارند و این ضمن نشان از برنامه ریزی شغلی مناسب می تواند بیانگر امید به اشتغال دانشجویان این دانشگاه باشد.

منابع:

- 1- Mirnasab, M., Moghaddasi, M., Ehrampoosh, M., Mohammadzadeh, M. and Karimi Monjermooie, H., 2016. Environmental health engineering students'



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

attitudes toward their education program and career in shahid Sadoughi University of medical science in 2015. The journal of medical education and development, 11, pp. 43-50. [in Persian]

2- Alizadeh, S. and Cigarchian, M., 2014. The attitude of midwifery students about their field of study. rme. 6 (2) :59-65. URL: <http://rme.gums.ac.ir/article-1-125-en.html> [in Persian]

3- Foster, S. & Dollar, J. (2010). Experiential learning in sport management. Morgantown, WV: Fitness Information Technology.

4- Maye, M. (2012). Bringing the Outside World into the Classroom: Practicum Experience in Sports Management. International Journal of Sport & Society, 3(4).

۵- نظری، علی و رحمانی، امین. (۱۳۸۷). چالش های اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاه ها. ماهنامه تدبیر، شماره ۱۵۳. ص ۳.

6- Qaderi M, Sajadi K, Vahabi A, Noori B. Evaluation of laboratory Sciences students attitude toward their field of study and future career in Kurdistan University of Medical Sciences, 2015. Zanko J Med Sci 2016; 16(51): 52-60. [in Persian]

بررسی ارتباط رفتارسیاسی باروحیه کارآفرینی مدیران باشگاه های فوتبال (تهران)

سید رضا موسوی بیوکی*^۱، سیده طاهره موسوی راد^۲، ابوالفضل فراهانی^۳

۱- کارشناسی ارشد رشته مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران (*نویسنده مسئول).

۲- استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران

۳- استادمدریت ورزشی دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران

*Email: Srmb.msc@gmail.com

چکیده:

هدف از پژوهش حاضر مطالعه بررسی ارتباط رفتارسیاسی با روحیه کارآفرینی مدیران باشگاه های فوتبال (تهران) می باشد. جامعه آماری در این پژوهش مدیران باشگاه های حاضر در مسابقات لیگ های کشور با الویت تیم های تهرانی حاضر در این مسابقات و همچنین مدیران تیم های حاضر



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

در مسابقات آسیا و ویتن، دسته اول و دوم تهران (N= ۳۶۰) با استفاده از فرمول کوکران ۱۸۶ نفره صورت تصادفی انتخاب شدند. برای دستیابی به اهداف تحقیق از پرسشنامه های استاندارد، رفتارسیاسی (آتش پور، ۱۳۸۸)، روحیه کارآفرینی (احمدپور داریانی، ۱۳۷۷) که روایی هر دو پرسشنامه توسط ۱۰ تن از متخصصین تایید و پایایی آنها در یک مطالعه مقدماتی با ۳۰ آزمودنی و با الفای کراباخ به ترتیب رفتارسیاسی (۰/۸۲۳)، کارآفرینی (۰/۸۰۷) محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آماری توصیفی و استنباطی از جمله کلموگروف اسمیرنوف، آتک نمونه ای، آزمون همبستگی پیرسون، و رگرسیون خطی چند متغیره استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد وضعیت رفتار سیاسی بیش از حد متوسط، روحیه کارآفرینی در حد پایین قرار دارد و پیشنهاد می گردد مدیران باشگاههای فوتبال تلاش کنند رفتارهای سیاسی خود را با هوشمندی به کار بگیرند و برای اینکه از هزینه ها کاسته و یا اینکه باشگاه کسب درآمد داشته باشد کارآفرین باشند.

واژگان کلیدی: رفتارسیاسی، روحیه کارآفرینی، باشگاههای فوتبال

مقدمه:

هدف از پژوهش حاضر مطالعه بررسی ارتباط رفتارسیاسی با اثربخشی مدیران باشگاههای فوتبال (تهران) می باشد. روش کار: پژوهش حاضر در حیطه پژوهش های توصیفی و از نوع همبستگی می باشد که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری در این تحقیق مدیران باشگاه های حاضر در مسابقات لیگهای (برتر، دسته اول، دوم، سوم) کشور با الویت تیم های تهرانی حاضر در این مسابقات و همچنین مدیران تیم های حاضر در مسابقات آسیا و ویتن، دسته اول و دوم تهران می باشد. باشگاه های تهرانی که تیمهایشان در لیگهای مختلف حضور دارند ۷۲ باشگاه فوتبال می باشد که با در نظر گرفتن کلیه مدیران این باشگاهها جامعه آماری (N= ۳۶۰) نفر می باشد. روش نمونه گیری تصادفی ساده دلیل انتخاب این روش این است که تمامی مدیران باشگاه های فوتبال استان تهران شانس یکسان و برابری برای انتخاب شدن به عنوان عضوی از نمونه را دارند. در این تحقیق حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۱۸۶ نفر از مدیران باشگاه های فوتبال استان تهران



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

انتخاب گردیدند. برای دست یابی به اهداف تحقیق از سه پرسشنامه استاندارد رفتار سیاسی از پرسشنامه استاندارد آتش پور، (۱۳۸۸) شامل ۲۹ سوال و در بر گیرنده ۸ مولفه اصلی، روحیه کارآفرینی پرسشنامه احمدپورداریانی (۱۳۷۷) شامل ۲۵ سوال و در بر گیرنده ۵ مولفه اصلی ضمناً گویه ها بر اساس مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت می باشد. برای روایی پرسشنامه به تایید ۱۰ نفر از اساتید در حوزه مدیریت ورزشی رسیده همچنین پایایی این پرسشنامه ها در یک آزمون مقدماتی با ۳۰ آزمودنی به ترتیب با آلفای کرانباخ رفتارسیاسی (۰/۸۲۳)، روحیه کارآفرینی (۰/۸۰۷)، مشخص گردید. در این تحقیق به منظور تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده ابتدا از آمار توصیفی که به بررسی متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق از جمله جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه خدمت استفاده می شود. واز آزمون کلموگروف اسمیرنوف، آزمون تی تک نمونه ای، پیرسون و رگرسیون خطی برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده گردید و داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار SPSS20 تجزیه و تحلیل خواهند گرفتند.

یافته ها: یافته های تحقیق نشان داد ویژگی پاسخ دهندگان بر اساس سن ۵۷/۹ درصد بین ۳۰ تا ۵۰ سال بیشترین درصد و ۱۱ درصد از پاسخ دهندگان بالاتر از ۵۰ سال کمترین درصد از نظر سن داشتند. بر حسب جنسیت ۹۹ درصد پاسخ دهندگان مرد و ۱ درصد زن هستند که بیشترین درصد با مرد بوده است. بر حسب تحصیلات ۱۷/۹ درصد دیپلم و فوق دیپلم که کمترین درصد و ۵۸/۴ درصد لیسانس بیشترین درصد بر اساس سابقه خدمت، ۵۶/۳ درصد پاسخ دهندگان بین ۵ تا ۱۰ سال بیشترین درصد و ۳/۱ درصد بیشتر از ۲۰ سال سابقه خدمت کمترین درصد داشتند. با توجه به نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف، (رفتار سیاسی، ۳/۵۳۶)، (کار آفرینی، ۳/۳۰۹) تمام توزیع ها از لحاظ آماری نرمال بوده ($P > 0/05$) و از آزمون پارامتریک استفاده می شود. نتایج آزمون پیرسون در خصوص بین رفتارسیاسی با روحیه کارآفرینی مدیران رابطه معناداری ($r = 0/687, P \leq 0/05$) وجود دارد. با توجه به این نتیجه مدیرانی که رفتار سیاسی بالاتری دارند روحیه کارآفرینی بیشتری خواهند داشت. همچنین با توجه به این که ($P \leq 0/05$) و مقدار t محاسبه شده برای رفتار سیاسی مثبت است، بین میانگین امتیاز رفتار سیاسی مدیران باشگاههای فوتبال و مقدار آزمون از نظر آماری



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

تفاوت معناداری وجود دارد لذا با اطمینان ۹۵٪ می توان نتیجه گرفت که رفتار سیاسی مدیران باشگاههای فوتبال بیشتر از حد متوسط و در سطح مطلوبی قرار دارد. و مقدار آمحاسبه شده برای روحیه کارآفرینی منفی است، بین میانگین امتیاز روحیه کارآفرینی باشگاههای فوتبال و مقدار آزمون از نظر آماری تفاوت معناداری وجود ندارد لذا با اطمینان ۹۵٪ می توان نتیجه گرفت که روحیه کارآفرینی باشگاههای فوتبال حد پایین و در سطح مطلوبی قرار ندارد.

نتیجه گیری:

مدیران باشگاههای فوتبال تلاش کنند برای اینکه از هزینه ها کاسته و یا اینکه باشگاه کسب درآمد داشته باشد کارآفرین باشند و در ازای نوآوریهای نیروی انسانی باشگاهها به آنها پاداش و کمکهایی حاصل شود. همچنین مدیران باشگاههای ورزشی در همایش ها ، سمینارها، نشست های علمی، تخصصی، شرکت کرده و از متخصصان و برگزاری کلاس های ضمن خدمت و توزیع بروشور و کتابچه و سی دی های اطلاعاتی در رابطه با رفتارسیاسی باروحیه کارآفرینی در سطح شهرتهران مبادرت ورزند. برای پرهیز از رفتارهای سیاسی مخرب یعنی جلوگیری از رفتارهای نامشروع سیاسی به نظر می رسد سیاست های کلان باشگاه می تواند چاره ساز شود. شایسته سالاری، کاهش فاصله قدرت و توزیع شایسته قدرت در بین باشگاههای فوتبال عطش مدیران پائین دستی به کسب و افزایش قدرت را کاهش می دهد. برای تحقیقات اتی پیشنهاد می گردد قلمرو این تحقیق رفتارهای سیاسی و روحیه کارآفرینی مدیران باشگاههای فوتبال تعریف شده است این در حالی است که به نظر می رسد بخش بزرگی از این رفتارها، ناشی از تعامل با رفتارهای سیاسی و روحیه کارآفرینی در سازمانهای دولتی است. لذا مطالعه رفتارهای سیاسی ، روحیه کارآفرینی مدیران دولتی کمک شایان توجهی به توسعه دانش در زمینه رفتارهای سیاسی و روحیه کارآفرینی خواهد کرد. مدیران مورد مطالعه این تحقیق مدیران نمونه بودند. بررسی مدیران و واحد های ناموفق نیز می تواند بخش دیگری از نیمه تاریک رفتارهای سیاسی و روحیه کارآفرینی را روشن نماید .



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

تأثیر سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش بر ظرفیت سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان پروین آزادگان^۱، کورش ویسی^{۲*}، شهاب بهرامی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.
۲. استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران. (*نویسنده مسئول).

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

*Email: (koroshveisi@yahoo.com)

چکیده

زمینه و هدف: هدف از پژوهش حاضر تأثیر سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش بر ظرفیت سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران می باشد.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

روش کار: روش پژوهش توصیفی و از نوع مدل معادلات ساختاری بود که به لحاظ هدف، کاربردی و بصورت میدانی در جامعه آماری انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان ایران به تعداد ۹۶۵ نفر تشکیل دادند که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۷۶ نفر بصورت تصادفی ساده بعنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های سرمایه اجتماعی فرجی (۱۳۸۹)، مدیریت دانش همتی (۱۳۸۹) و ظرفیت سازمانی مقیمی (۱۳۹۰) استفاده شد و پایایی آنها در یک مطالعه مقدماتی به ترتیب (۰/۸۲، ۰/۷۸، ۰/۸۰) به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزارهای آماری Spss نسخه ۲۰، و Amos نسخه ۲۲ استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش و ظرفیت سازمانی تأثیر مستقیم و معناداری داشته است. مدیریت دانش نیز اثری مثبت و مستقیم بر ظرفیت سازمانی داشته است. در نهایت نتایج حاصل از مدل پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی سازمانی به واسطه مدیریت دانش بر ظرفیت سازمانی تأثیر معناداری دارد.

نتیجه گیری: بطور کلی یافته‌های پژوهش بیانگر اهمیت نقش سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش بر ارتقای سطح ظرفیت سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان است. بنابراین پیشنهاد می‌شود که وزارت ورزش و جوانان با استفاده از برنامه‌های دانش محور و مدیریت آنها و تبدیل کارکنان به سرمایه‌های اجتماعی موجبات افزایش و تقویت ظرفیت سازمانی کارکنان را فراهم نماید.

کلیدواژه‌ها: ظرفیت سازمانی، سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش، وزارت ورزش و جوانان

۱. مقدمه:

امروزه موفقیت سازمان‌ها به توانایی سازگاری و انطباق آنها با عوامل متغیر محیطی بستگی دارد. بر این اساس، توجه به ظرفیت سازمانی در سازمان‌ها روبه افزایش است (۱). ظرفیت یعنی توانایی کلی فرد یا گروه برای انجام واقعی مسئولیت. ظرفیت نه تنها به قابلیت‌های افراد بستگی دارد، بلکه به قالب کلی وظایف و منابع موردنیاز و چارچوب انجام وظایف برمی‌گردد (۲). در ارتقای ظرفیت سازمانی نقش متغیر سرمایه اجتماعی بسیار برجسته است (۳). سرمایه اجتماعی، شکلی از سرمایه است که سبب تسهیل در دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی به منظور ارتقاء عملکرد و استفاده از فرصت‌های محیطی می‌گردد (۴). سرمایه اجتماعی از طریق مؤلفه‌هایی همچون اعتماد، مشارکت و



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

همکاری در میان اعضا سبب تسهیم دانش و ارتقاء یادگیری سازمانی شده و از این طریق ارتقاء و بهبود عملکرد نوآورانه را برای سازمان به همراه خواهد داشت (۵).

به کارگیری دانش مدیران و مدیریت مؤثر دانش، یکی از مهم ترین عوامل موفقیت سازمانها در شرایط رقابتی و عصر دانایی محور محسوب می گردد (۶). لی و همکاران (۲۰۰۹) مدیریت دانش را به عنوان ظرفیتی برای تولید و استفاده از دانش برای ساخت یک مزیت رقابتی پایدار تعریف کرده اند (۸).

۲. روش شناسی:

این تحقیق کاربردی و از نوع توصیفی و مدل معادلات ساختاری است که به صورت میدانی در جامعه آماری پژوهش انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران به تعداد ۹۶۵ نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۷۶ نفر تعیین گردید که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور جمع آوری داده ها از سه پرسشنامه ۲۴ سؤالی سرمایه اجتماعی فرجی (۱۳۸۹)، پرسشنامه ۲۲ سؤالی ظرفیت سازمانی مقیمی (۱۳۹۰) و پرسشنامه ۲۵ سؤالی مدیریت دانش همتی (۱۳۸۹) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از روش های آمار توصیفی و آمار استنباطی مناسب استفاده شد.

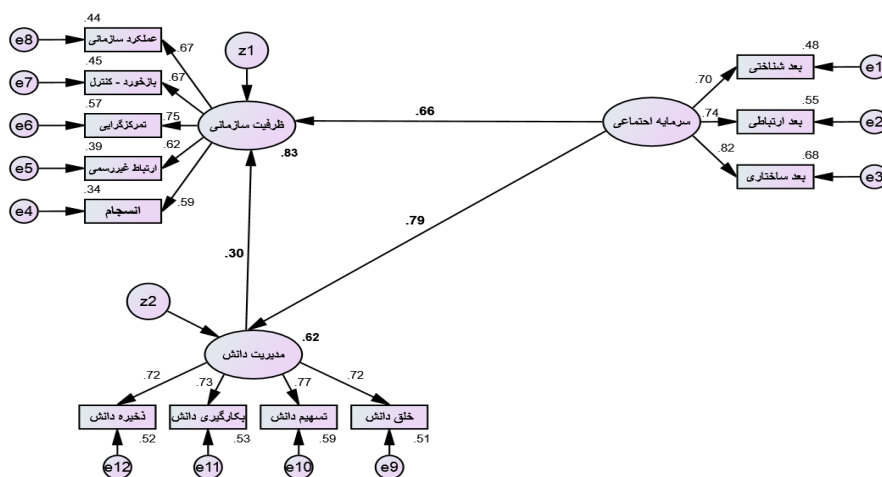
۳. یافته ها:

نتایج مدل و آزمون فرضیات:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC



شکل ۱- مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد

جدول ۱- آزمون فرضیات پژوهش بر اساس مدل ساختاری

شاخص‌های کلی مدل	برازش P	C.R	S.E.	Estimate	فرضیات تحقیق
مدیریت دانش	***	۸/۶۲۸	۰/۰۸۶	۰/۷۹۰	سرمایه اجتماعی <---
ظرفیت سازمانی	***	۵/۱۴۰	۰/۰۹۸	۰/۶۶۱	سرمایه اجتماعی <---
ظرفیت سازمانی	۰/۰۰۷	۲/۶۸۴	۰/۰۹۰	۰/۳۰۱	مدیریت دانش <---

CMIN/DF	۲/۳۶
RMSEA	۰/۰۷۵
GFI	۰/۹۰
AGFI	۰/۹۴
CFI	۰/۹۱
IFI	۰/۹۳
NFI	۰/۹۵
NNFI	۰/۹۴
P-Value	۰/۰۰۵

۴. نتیجه گیری:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

نتایج پژوهش رابطه بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و ظرفیت سازمانی را تأیید می نماید؛ یافته های پژوهش حاضر با یافته های رابینسون و برگر (۲۰۱۱)، پلینک و های (۲۰۰۵) و فولک و همکاران (۲۰۰۵) همخوانی دارد. نتایج حاصل از تحلیل مدل پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد. یافته های این پژوهش با بردبار و زارعی (۱۳۹۲)، استاک و عبدالمالکی (۱۳۹۳)، جانسن و همکاران (۲۰۱۳) و هرنندی (۱۳۹۳) همخوانی دارد. در نهایت نتایج تحلیل آماری و آزمون اثر متغیر میانجی نشان دهنده آن است که سرمایه اجتماعی به واسطه مدیریت دانش بر ظرفیت سازمانی تأثیر معناداری دارد.

منابع:

1. Strichman, Nancy Jill (2005), "Assessing Nonprofits Organizational Readiness for Adaptive Capacity", the dissertation of PhD, University of Pittsburgh, School of Education, pp:1-197.
2. Frozande. L, Danaeefard. H, Rahnavard. F, Mohammadi. A. (2014). Investigating the organizational capacity of Imam Ali's officer University based on the MacKenzie model. Journal of military management. 14 (54): 1-28. (Persian)
3. Goucher, Nancy Patricia. (2007). Organizational Knowledge Creation to Enhance Adaptive Capacity: Exploratory Case Studies in Water Resource Management, Waterloo, Ontario, Canada.
4. Johnson, Scott G., Schnatterly, Karen., Hill, Aaron D. (2013). Board Composition Beyond Independence: Social Capital, Human Capital, and Demographics. Journal of Management, 39(1), 232-262.
5. Turkina, Ekaterina. Thi, Mai., Thai, Thanh. (2013). Social capital, networks, trust and immigrant entrepreneurship: a cross-country analysis. Journal of Enterprising Communities, 7(2), 108-124.
6. Farahani. R, Ilka. R. (2005). Knowledge management in power distribution companies, 10th conference on power distribution networks. Journal of social, economic and management studies. (Persian).
7. Li, Y. -H., Huang, J. -W., & Tsai, M. -T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. Industrial Marketing Management, 38(4), 440-449.



**اولین همایش بین المللی
ورزش و توسعه پایدار**
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development

تندرستی
Health

ورزش
Sport

بررسی مسئولیت اجتماعی ورزشکاران بر ارزش برند ستاره های ورزشی از دیدگاه هواداران ورزشی

رقیه آقایی*^۱، مرضیه روینا

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، (*نویسنده مسئول).

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان

*Email: (aghaei.roghaeh@gmail.com)

چکیده

زمینه و هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر ارزش برند ستاره های ورزشی از دیدگاه هواداران ورزشی است.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

روش کار: روش پژوهش حاضر توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری شامل دانشجویان هواداران ورزشی است. با روش نمونه گیری تصادفی ۷۳ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته مسئولیت اجتماعی و پرسشنامه برند ستاره های ورزشی استفاده شد. روایی پرسشنامه ها به تایید متخصصان مدیریت ورزشی رسید. پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه مسئولیت اجتماعی ($\alpha = 0/89$) و پرسشنامه برند ستاره های ورزشی ($\alpha = 0/83$) بدست آمد. تجزیه و تحلیل داده ها در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد ارزیابی قرار گرفت و برای تجزیه و تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شد. با نرم افزار SPSS 22 داده ها مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته ها:

یافته های تحقیق نشان داد بین مسئولیت اجتماعی و مولفه های برند ستاره ورزشی (تجربه و تخصص، جذابیت ستاره ورزشی، اعتماد به نفس حرفه ای، شخصیت دوست داشتنی، سبک شخصیتی) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج نشان داد تجربه و تخصص، شخصیت دوست داشتنی و سبک شخصیتی پیش بینی های معناداری برای برند ستاره های ورزشی هستند و با توجه به ضریب معیاری بتا مسئولیت اجتماعی ($\beta = 69/0$) پیش بینی مهمی برای برند ستاره ورزشی است.

نتیجه گیری:

مسئولیت اجتماعی در ورزش می تواند از عوامل تاثیر گذار بر برند ستاره های ورزشی در ارتباط با هواداران باشد. لذا توجه به اهمیت نقش ستاره های ورزشی در جامعه و ایفای نقش مسئولیت اجتماعی می تواند تاثیر مثبتی بر برند ستاره های ورزشی داشته باشد و در نهایت منجر به وفاداری هواداران شود.

کلیدواژه ها: مسئولیت اجتماعی، برند ستاره ورزشی، هواداران ورزشی

مقدمه:

در ورزش، ورزشکاران نوعی محصول برای تیم ها هستند. تاثیر بازیکنان ستاره در سازمان های ورزش حرفه ای در انواع سطوح مشهود است. چرا که بر تعداد تماشاچیان، پخش تلویزیونی یا خرید و فروش کالاهای تجاری تاثیر گذار هستند و ورزشکاران ممتاز دارای ویژگی های منحصر به فردی هستند که موجب افزایش ارزش اقتصادی ورزش می شود. البته هر بازیکنی دارای قابلیت تاثیر گذاری نیست. در واقع برای بازیکنان با ویژگی های ممتاز واژه مخصوصی وجود دارد، بازیکن ستاره. بازیکن ستاره موجب جذب تماشاچیان به یک رقابت می شوند. در دنیای رسانه ها نیز بازیکن ستاره دارای واکنش های رسانه ای قوی است. ورزشکاران و چهره های مطرح ورزشی که در سطح ملی و بین المللی موفق به کسب قله های افتخار بیشتر نسبت به دیگر ورزشکاران شده اند نام و آوازه بزرگتری و علاقمندان بیشتری دارند. اخبار مربوط به فعالیت ها و عملکرد زندگی آنها همواره در صدر قرار دارد. آنان از



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

برند، آوازه و جایگاه اجتماعی خاصی خود برخوردار هستند. ستاره‌های ورزشی می‌توانند با حضور خود در باشگاه‌های ورزشی علاوه بر ایفای نقش در کسب مقام‌ها و موقعیت بالاتری، در تقویت برند باشگاه و اسپانسر باشگاه در صورت رفتار و عملکرد مثبت واقع شوند. به همین دلیل چهره‌های ورزشی مطرح از اهمیت و توجه بالاتری در جنبه‌های مختلف اجتماعی قرار دارند(۱). برند شخصی که بصورت یک هاله پیرامون شخصیت فرد ساخته می‌شود تا با برنامه‌ریزی مدون و مشخص فرایند رشد و ارتقای جایگاه سیاسی، اجتماعی، علمی و ... فرد را در جهت دستیابی به فرصت‌های جدید تقویت نماید. امروزه نفوذ روز افزون صنعت بازاریابی و تبلیغات در ورزش موجب شده ستارگان ورزشی به عنوان یک شخصیت محبوب مورد توجه هواداران، رسانه‌ها و اسپانسر قرار گیرند و با آگاهی از اهمیت برند تلاش‌های گسترده‌ای را برای توسعه برندهای اختصاصی خود داشته باشند و با تکیه بر تکنیک‌های ایجاد برند شخصی و ارائه تصویر با ارزش از برند خود ظرفیت تجاری خود را افزایش دهند. تصویر برند ایجاد شده نقش مهمی در افزایش وفاداری هواداران به برند ایفا می‌کند(۲). از طرف دیگر یکی از کارکردهای ورزش به عنوان پدیده چند وجهی تاثیرگذاری بر جامعه می‌باشد. ورزش به عنوان یکی از فعالیت‌های بارز اجتماعی است که به عنوان بنیاد هویت اجتماعی شخص به شمار می‌آید. از همین رو نفوذی باور نکردنی در جامعه دارد(۳). باشگاه‌های ورزشی به عنوان مراکز فرهنگ‌سازی نقش مهمی در محیط اطراف خود دارند. انجام مسئولیت اجتماعی در ورزش به شکل‌های مختلفی وجود داشته است و بازی‌های المپیک باستان در قالب کمک به ورزشکاران فقیر جهت شرکت در مسابقات صورت می‌گرفته است. طی سالهای گذشته پروژه‌های مانند نوع دوستی در ورزش در جهت حمایت و توسعه ورزش حرفه‌ای در ارتقای جوامع سالم صورت گرفته است. در فوتبال گام‌های ارزشمندی در انجام مسئولیت اجتماعی برداشته شده است که نمود آن را می‌توان در بنیاد خیریه ستاره‌های ورزشی مشاهده کرد. بنیاد خیریه مسی در سال ۲۰۰۷ برای کمک به تحصیل و سلامتی کودکان در نقاط مختلف کره زمین تاسیس شد. ستاره‌های ورزشی مانند بکهام، رونالدو بنیادهای خیریه خود را تاسیس کردند(۴). با توجه به بررسی‌های انجام شده و اهمیت مسئولیت اجتماعی تیم‌ها، (و) لیگ‌های ورزشی و ستاره‌های ورزشی و تاثیرگذاری آنها بر جامعه ضروری می‌رسد ایفای نقش آنها در جامعه برای برنامه‌ریزی‌های و مدیریت ارتباط با هواداران مورد بررسی قرار گیرد.

روش‌شناسی:

روش پژوهش حاضر توصیفی-همبستگی است. به لحاظ گردآوری داده‌ها تحقیق میدانی است. جامعه آماری شامل دانشجویان هواداران ورزشی است. با روش نمونه‌گیری تصادفی ۷۳ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در مرحله اول اجرای تحقیق از افراد خواسته شد ستاره‌های ورزشی داخل کشور را که بیشترین مسئولیت اجتماعی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

را در جامعه داشتند انتخاب کنند و پس از گردآوری اطلاعات از افراد خواسته شد ستاره های ورزشی را به ترتیب اولویت و بیشتر کارهای انجام شده در جامعه نام ببرند که ستاره های ورزشی مانند علی دایی، علی کریمی، وریا غفوری به ترتیب بیشتر اهمیت را داشتند. پس از تعیین ستاره های ورزشی، جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته ی مسئولیت اجتماعی و پرسشنامه برند ستاره ورزشی استفاده شد. روایی پرسشنامه ها به تایید چند تن از متخصصان مدیریت ورزشی رسید. پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه مسئولیت اجتماعی ($\alpha = 0/89$) و پرسشنامه برند ستاره ورزشی ($\alpha = 0/83$) بدست آمد. تجزیه و تحلیل داده ها در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد ارزیابی قرار گرفت و برای تجزیه و تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شد. با نرم افزار SPSS 22 داده ها مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته ها:

نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد، بین مسئولیت اجتماعی و برند ستاره های ورزشی ارتباطی معنادار و مثبت وجود دارد ($\text{Sig} = 0,000$). به عبارت دیگر، با افزایش شاخص های مسئولیت اجتماعی، تأثیر ستاره های ورزشی نیز افزایش پیدا می کند. به منظور مشخص شدن میزان تأثیر مسئولیت اجتماعی بر برند ستاره از آزمون رگرسیون استفاده شد. نتایج نشان می دهد ابعاد مسئولیت اجتماعی با بتای استاندارد $0/69$ بر مولفه های برند ستاره های ورزشی تأثیر دارد. همچنین مقدار t ، F و خطای معیار (SD) هم بر آورده شد.

جدول ۱: نتایج همبستگی پیرسون

ضرایب

		ستاره ورزشی	مسئولیت اجتماعی
ستاره ورزشی	Pearson Correlation	1	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	73	73
مسئولیت اجتماعی	Pearson Correlation	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	73	73

** همبستگی در سطح $0,01$ (۲ محور)

جدول ۲ و ۳: تجزیه و تحلیل رگرسیون

ANOVA^a

Sig.	F	df	نمونه
------	---	----	-------



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC

.000 ^b	64.548	1	رگرسیون
		71	باقیمانده
		72	مجموع

a: متغیر وابسته: ستاره ورزشی

b: متغیر مستقل (ثابت): مسئولیت اجتماعی

c: ضرایب

Sig.	t	ضرایب استاندارد		نمونه
		بتا	B	
.000	6.83		27.511	(ثابت)
.000	8.03	.690	.494	مسئولیت اجتماعی
	3		4.026	
	4		.061	

c: متغیر وابسته: ستاره ورزشی

نتیجه گیری:

از آنجا که ورزش حرفه ای در دهه های اخیر به یک صنعت تجاری تبدیل شده است یک فرد مشهور ورزشی به یک محصول فرهنگی محسوب می شود. افراد مشهور توجه بسیاری را از جانب جامعه، رسانه ها، شرکت های حامی و... به خود جلب می کنند. از طرفی براساس تعریف مسئولیت اجتماعی، از آنجایی که ورزشکاران مشهور عضوی تاثیر گذار بر جامعه محسوب می شوند ضروری است علاوه بر بهبود عملکرد ورزشی، اقتصادی و اجتماعی خود در ارتقای استانداردهای زندگی افراد جامعه تلاش کنند. پرداختن به مسئولیت اجتماعی باعث بهبود ارزش برند شخصی در بین هواداران و افراد جامعه می شود. افراد مشهور با تلاش بیشتر در زمینه های مبتنی بر مسئولیت اجتماعی نگرش مثبتی را در ذهن هواداران خود به وجود می آورند و با تعهد به اصول اخلاقی، اجتماعی و انسانی در راستای توجه به مسئولیت اجتماعی تصویر بهتری از خود ارائه دهند و برند مثبتی را در اذهان جامعه تداعی کنند. در تبیین یافته های این پژوهش می توان اشاره کرد با افزایش میزان مسئولیت اجتماعی و درک آن از جانب جامعه هواداران نگرش مثبتی نسبت به ستاره ورزشی خواهند داشت و لذا شهرت برند ستاره های ورزشی افزایش پیدا می کند.

منابع:

1. Filo, K., Funk, D. C., & Alexandris, K. (2008). Exploring the role of brand trust in the relationship between brand associations and brand loyalty in sport



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

and fitness. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 3(1-2), 39-57.

۲. پیمانی زاده، حسین و صمدیان، بهادر (۱۳۹۴)، "برند شخصی ورزشکار: بررسی تاثیر عوامل سه گانه ی اجرای ورزشی، جذابیت و سبک زندگی قابل عرضه بر تصویر برند شخصی ورزشکار". همایش بین المللی تهران.

3. Coakly, J. (2009). *Sport in society: Issues and Controversies*. (10th ed). New York: Mc-Graw-Hill. 98.

۴. افوزه، محمدصادق، مظفری، سید امیر احمد، آقایی، نجف و صفاری، مرجان (۱۳۹۶). تدوین راهبردهای مسئولیت اجتماعی باشگاه های لیگ برتر فوتبال ایران. مطالعات مدیریت ورزشی، ۹ (۴۳) ۱۹۹-۲۱۶.

تاثیر تبلیغات بر وفاداری مصرف کنندگان برند نایک

(مطالعه موردی شهرستان سنندج)

شیما حسامی^۱، شیرکو میرکی^۲

۱- دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

۲- دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

*Email: (sh.hesami351@gmail.com)

چکیده:

زمینه و هدف: از انجام این تحقیق مطالعه "تاثیر تبلیغات بر وفاداری مشتریان و مصرف کنندگان برند نایک" بود.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

روش کار: روش پژوهش از نوع توصیفی- پیمایشی و به لحاظ هدف کاربردی است. در این پژوهش، جهت تعیین حجم نمونه از روش فرمول کوکران بهره گرفته شده است به این ترتیب، تعداد ۲۴۸ پرسشنامه میان افراد جامعه پخش شد و ۲۴۸ پرسشنامه‌ی بازگشت داده شده مورد تحلیل قرار گرفت. برای دستیابی به اهداف تحقیق از پرسشنامه استاندارد تاثیر تبلیغات بر وفاداری مصرف کنندگان استفاده گردید. در پرسشنامه بکار گرفته شده در این پژوهش، از آنجا که سؤالات از مقیاس‌های نسبی بهره‌مند بودند، مبادرت به استفاده از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت شد (گزینه‌ها شامل طیف از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می‌باشد) و بدین ترتیب اطلاعات کیفی با مقادیر کمی و عددی تعبیر شدند و در محاسبه‌ها ملاک عمل قرار گرفت. این پژوهش از لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی است و از نظر روش از نوع تحقیق توصیفی و از شاخه همبستگی می‌باشد.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق نشان داد که بین تبلیغات و وفاداری مصرف کننده نایک ارتباط معناداری وجود دارد همچنین میزان اثرگذاری تبلیغات بر وفاداری مصرف کننده با توجه به ضریب مسیر استاندارد (β) برابر (۰/۴۸۲) می‌باشد که نشان می‌دهد به ازای یک واحد افزایش در تبلیغات، وفاداری مصرف کننده؛ هم‌جهت با آن و به اندازه (۰/۴۸۲) واحد افزایش خواهد یافت و بین تبلیغات و وفاداری مصرف کنندگان نیز ارتباط معناداری وجود داشت.

نتیجه گیری: نتایج بدست آمده حاکی از آن می‌باشد که تبلیغات بر وفاداری مصرف کنندگان برند نایک تاثیر گذار می‌باشد.

کلید واژه: تبلیغات، وفاداری، مصرف کنندگان، برند، نایک

مقدمه:

تبلیغات محیطی، جدیدترین و مهمترین رویکرد روبه رشد تبلیغ یک برند است که امروزه در گرافیک محیط شهری مطرح است. این تبلیغات با توجه به تأثیری که در مقایسه با سایر انواع تبلیغات دارند، میتوانند در بهبود آگاهی و ترویج یک برند در اذهان مخاطبان و مشتریان و در نهایت وفاداری به برند، جایگاه مهمی داشته باشند (سایمون و سولیوان، ۱۹۹۳، ص ۲۹).

امروزه مدیریت برند حوزه‌ای با اهمیت فزاینده در مدیریت بازاریابی به شمار می‌آید، به ویژه وقتی سازمانها تلاشهایشان را به سمت مخابره پیام‌های ناملموس و پیچیده سوق می‌دهند (لیزر، ۱۹۹۵). یکی از مهمترین مسائلی که امروزه مدیران برند با آن مواجه اند، چگونگی فراهم آوردن و گسترش درک بهتری از رابطه بین



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی

سازه‌هایی مثل برند و وفاداری مشتری است، به ویژه که در ادبیات مدیریت بازاریابی عوامل بسیاری مطرح شده که بر وفاداری مشتری اثر گذار است (ریو، ۲۰۰۱).

لذا با توجه به اهمیت برند بر خود لازم دانستیم که در مورد وفاداری مصرف کنندگان این برند به ویژه برند نایک و اینکه تبلیغات چه تاثیری می تواند بر آنها داشته باشد. ویژگیهای برندها بر رفتار مشتری تأثیر دارد و تجارت امروز به راهبرد برند گذاری نیاز دارد (جوانمرد ۱۳۸۸).

در این پژوهش از تاثیر تبلیغات نیز بر خلاف تحقیقات دیگر استفاده گردیده است تا بتوان تاثیر آنها را بررسی کرد و بیشتر در خرید و استفاده از محصولات برند ورزشی دقت به خرج داد.

روش شناسی:

این پژوهش از لحاظ هدف از نوع پژوهش های کاربردی است و از نظر روش از نوع تحقیق توصیفی و از شاخه همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش ۲۴۸ نفر بود که از میان آنها تمامی افراد با محقق همکاری داشتند. جهت تعیین حجم نمونه از روش فرمول کوکران و برای اندازه گیری متغیرهای مستقل، وابسته و میانجی پژوهش از پرسشنامه های استاندارد بهره گرفته شده است. با استفاده از داده های بدست آمده از پرسشنامه، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ توسط نرم افزار SPSS محاسبه گردید. در بخش آمار توصیفی از میانگین، میانه، انحراف معیار و جداول آماری استفاده شد. در بخش آمار استنباطی نیز ابتدا از آزمون کلموگروف اسمیرنوف جهت مشخص کردن نرمال بودن داده ها استفاده شد.

یافته ها:

جدول ۱. نتایج آزمون تاثیر تبلیغات بر وفاداری مصرف کنندگان نایک

نتیجه در مدل	سطح معنی داری (Sig)	آماره t	ضرایب استاندارد (β)	خطای استاندارد	ضرایب غیر استاندارد (B)	متغیر
--	۰/۰۰۰	۹/۳۴۶	--	۰/۲۰۸	۱/۹۴	مقدار ثابت
اثر گذار است	۰/۰۰۰	۱۰/۷۶۲	۰/۵۶	۰/۰۵۳	۰/۵۶۸	تبلیغات
خطاها در مدل همبسته نیستند.					۱/۷۸	آماره دوربین واتسون



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۹	۵۹٪ از تغییرات وفاداری مصرف کننده توسط تبلیغات تبیین می شود.
سطح معنی داری F فیشر	۰/۰۰۰	رابطه خطی مدل پذیرفته می شود.
نتیجه	تبلیغات بر وفاداری مصرف کننده تأثیر مستقیم مثبت دارد.	

باتوجه به جدول سطح معنی داری مدل رگرسیون برابر مقدار (۰/۰۰۰) می باشد که کمتر از مقدار (۰/۰۵) است و نشان می دهد تبلیغات بر وفاداری مصرف کننده اثر گذار است. نتایج حاصل از این جدول نشان از آن دارد که بین تبلیغات و وفاداری مصرف کننده نایک ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین باتوجه به تاثیر تبلیغات بر مصرف کننده برند نایک ارتباط معناداری وجود داشت که نتایج حاصل از آزمون تاثیر تبلیغات بر رضایت مصرف کننده برند نایک در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲: تاثیر تبلیغات بر رضایت مصرف کننده برند نایک

متغیر	ضرایب غیر استاندارد (B)	خطای استاندارد	ضرایب استاندارد (β)	آماره t	سطح معنی داری (Sig)	نتیجه در مدل
مقدار ثابت	۲/۱۰۷	۰/۲۲۰	--	۹/۵۸	۰/۰۰۰	--
تبلیغات	۰/۴۸۳	۰/۰۵۶	۰/۴۸۲	۸/۶۴	۰/۰۰۰	اثر گذار است
آماره دورین - واتسون	۱/۸۸	خطاها در مدل همبسته نیستند.				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۴۹	۵۹٪ از تغییرات رضایت مصرف کننده توسط تبلیغات تبیین می شود.				
سطح معنی داری F فیشر	۰/۰۰۰	رابطه خطی مدل پذیرفته می شود.				
نتیجه	تبلیغات بر وفاداری مصرف کننده تأثیر مستقیم مثبت دارد.					

باتوجه به جدول سطح معنی داری مدل رگرسیون برابر مقدار (۰/۰۰۰) می باشد که کمتر از مقدار (۰/۰۵) است و نشان می دهد تبلیغات بر وفاداری مصرف کننده است بنابراین، تبلیغات و رضایت مصرف کننده برند نایک ارتباط معناداری وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری:

نتایج تحقیق نشان داد که بین تبلیغات و وفاداری مصرف کنندگان برند نایک ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و این نشان از آن دارد که افرادی که از برند نایک استفاده می کنند با اطمینان و اعتمادی که به این برند و شرکتش



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
مؤسسه تحقیقاتی و پژوهشی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

دارند محصول خود را انتخاب کرده اند و با توجه به نتایجی که از آزمون تاثیر تبلیغات بر وفاداری مصرف کنندگان برند نایک انجام گردید مشخص شد که هر چه تبلیغات برای این محصول بیشتر باشد میزان خرید و استفاده به در نهایت میزان وفاداری مصرف کنندگان و استفاده کنندگان از این محصول نیز بیشتر می شود. همچنین با توجه به آزمون تاثیر تبلیغات بر میزان رضایت مصرف کنندگان برند نایک مشخص گردید که بین آنها ارتباط معناداری وجود دارد و این نشان از آن دارد که هر چه میزان تبلیغات این محصول و این برند بیشتر باشد بر میزان رضایت استفاده کنندگان می تواند تاثیر مثبت و معناداری داشته باشد و رضایت استفاده کنندگان را هم بیشتر کند و این می تواند خود به نوعی در میزان تداوم این شرکت و زیاد شدن میزان مصرف کنندگان این برند تاثیر داشته باشد و رضایت و وفاداری آنها را نیز بیشتر کند.

منابع:

- ۱- اسماعیل پور، حس (۱۳۸۴) *مبانی مدیریت بازاریابی*، تهران: نگاه دانش.
- ۲- جوانمرد، حبیب الله، سلطان زاده، علی اکبر (۱۳۸۸). بررسی ویژگیهای برند اینترنتی و وب سایت ها و تأثیر آن بر اعتماد و وفاداری مشتریان) مطالعه موردی: خرید محصولات فرهنگی از طریق اینترنت" فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، دوره چهاردهم، شماره 53، ص ۲۵۶-۲۲۵.
- 3- Keller, K. L. (1998), "*Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*", Newjersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.
- 4- Lassar, W., Mittal, B. and Sharma, A. (1995) "Measuring customer-based brand equity", *Journal of Consumer Marketing*, Vol.12 No. 4, pp. 11-19.
- 5- Rio, A., Vazquez, R. and Iglesias, V. (2001b) "The effects of brand associations on consumer response", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 No. 5, pp. 410-25.
- 6- Simon, C.J. and Sullivan, M.W. (1993) "The measurement and determinants of brand equity: a financial approach", *Marketing Science*, Vol. 12 No. 1, pp. 28-53.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development

تندرستی
Health

ورزش
Sport

شناسایی راهکارهای تحقق اقتصادمقاومتی در ورزش دانشگاهی ایران

مریم خارکن*^۱، رضا اندام^۲، حسن بحرالعلوم^۳، حسین زارعیان^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، سمنان، ایران.
(*نویسنده مسئول).

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود،

۳. دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود،

۴. استادیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران.

*Email: (maryamkharkan@yahoo.com)

چکیده



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
کمیته بین المللی

زمینه و هدف: اقتصاد مقاومتی موضوع مهمی است که به تازگی توجه پژوهشگران حوزه مدیریت ورزشی را به خود جلب کرده است. در این راستا، هدف از پژوهش حاضر شناسایی راهکارهای تحقق اقتصادمقاومتی در ورزش دانشگاهی ایران بود.

روش کار: با توجه به ماهیت کیفی و اکتشافی موضوع، از روش پژوهش کیفی از نوع گراندد تئوری و به شیوهی گلنزر (۱۹۹۲) استفاده شد. نخست، مطالعات اولیه انجام شد. سپس، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته (تعداد= ۱۵ نفر) با نخبگان آگاه از موضوع پژوهش انجام شد.

یافته‌ها: نتایج کدگذاری باز حاکی از آن بود که ۴۹ نشان می‌توانند در اقتصادمقاومتی در ورزش دانشگاهی مؤثر باشند. سپس، در مرحله کدگذاری محوری، نشان‌ها در ۱۳ مفهوم طبقه‌بندی شدند. درنهایت، ۴ مقوله‌ی شناسایی‌شده حاصل از کدگذاری انتخابی شامل مقوله‌ی آموزش و اطلاع‌رسانی، تحرک و پویایی، توسعه اجتماعی و مشارکت فعال طبقه‌بندی شدند.

نتیجه‌گیری: بنابراین سیاست‌گذاران تربیت‌بدنی آموزش عالی کشور می‌توانند از نشان‌ها، مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده در برنامه‌ریزی‌های آتی خود برای عملیاتی شدن اقتصادمقاومتی در ورزش دانشگاهی استفاده کنند.

کلیدواژه‌ها: اقتصادمقاومتی، ورزش دانشگاهی، مشارکت فعال، تحرک و پویایی

۱. مقدمه:

یکی از موارد مهم در اقتصاد، ثبات اقتصاد کشورهاست، گاهی ممکن است این ثبات با تهدید مواجه شود؛ بنابراین یکی از دغدغه‌های اقتصاددانان و سیاست‌مداران، بازگرداندن اقتصاد کشورها به شرایط ثبات و پایداری است. در مورد فشارهای خارجی که به کشورها وارد می‌شود از مفاهیمی مانند تاب‌آوری، آسیب‌پذیری اقتصادی، شکنندگی اقتصادی، پایداری و تداوم و ... استفاده می‌شود (۱). بورمن و همکاران (۲۰۱۳)، اقتصادمقاومتی را معیاری از ظرفیت یک اقتصاد در مواجهه با یک شوک و برگشت به موقعیت قبل از آن شوک تعریف می‌کنند (۲). قلعه‌ای (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان تعیین شاخص‌هایی برای ارزیابی اقتصادمقاومتی در اقتصاد ایران به این نتیجه رسید که



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

اقتصاد مقاومتی در ایران در وضعیت نامطلوبی قرار دارد و باید سبک مدیریت در اقتصاد کشور مورد بازبینی قرار گیرد (۳). اقتصاد مقاومتی یک تفکر و مطالبه‌ی عمومی است لذا دانشگاه باید ایده‌ی اقتصاد مقاومتی را تبیین کند و حدودش را مشخص کند؛ از طرفی، دانشگاه و مخصوصاً بخش ورزش دانشگاهی باید برای اصلاح و تغییر در شیوه‌ها و سرفصل‌های آموزشی برنامه داشته باشد تا بتواند پاسخگوی نیازهای جامعه بوده و منابع انسانی خلاق، کارآفرین و نوآور به جامعه تحویل دهد. از این رو، پژوهش حاضر درصدد است تا با توجه به اهمیت موضوع و سیاست‌های کلان آموزش عالی مبنی بر عملیاتی کردن اقتصاد مقاومتی در بخش‌های مختلف سازمان‌ها و مؤسسات کشوری، به شناسایی راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در ورزش دانشگاهی ایران بپردازد.

۲. روش شناسی:

این پژوهش کیفی بود و روش اجرای پژوهش از روش گراند تئوری (رهیافت ظاهر شونده‌ی مربوط به اثر گلیرز، ۱۹۹۲) استفاده شد (۴). ابزار جمع‌آوری اطلاعات در پژوهش حاضر، روش مصاحبه‌های کیفی بود که با (تعداد=۱۵ نفر) نخبگان آگاه از موضوع پژوهش مصاحبه شد. روش نمونه‌گیری به صورت نظری (هدفمند) بود. انجام مصاحبه‌ها تا حد اشباع نظری ادامه یافت. مصاحبه‌شوندگان، ۲ نفر از مدیران تربیت‌بدنی فوق‌برنامه دانشگاه‌ها، ۷ نفر اعضای هیئت علمی علوم ورزشی دانشگاه‌ها، ۲ نفر اعضای هیئت علمی در رشته اقتصاد، ۲ نفر مدیران در اداره کل تربیت‌بدنی وزارت علوم و ۲ نفر افراد متخصص در حوزه اقتصاد و آشنا به موضوع پژوهش بودند.

یافته‌ها:

جدول ۱ - کدگذاری انتخابی یافته‌های پژوهش

مفهوم	مقوله
<ul style="list-style-type: none"> شفاف‌سازی واژه اقتصاد مقاومتی سرفصل‌های درسی دانش‌افزایی 	آموزش و اطلاع‌رسانی
<ul style="list-style-type: none"> اقتصاد برون‌گرا 	تحرک و پویایی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

<ul style="list-style-type: none"> • اقتصاد درونزا • اعتماد بین تولیدکننده و مشتری • مدیریت و سیاست گذاری ها • حضور رسانه ها در ورزش دانشگاهی 	
<ul style="list-style-type: none"> • نهادینه شدن فرهنگ • بهداشت محیط زیستی دانشگاه ها • انعطاف پذیری 	توسعه اجتماعی
<ul style="list-style-type: none"> • مشارکت خیرین • ترویج فرهنگ داوطلبی 	مشارکت فعال

نتیجه گیری:

یکی از مقوله های شناسایی شده در این پژوهش، آموزش و اطلاع رسانی بود که رسیدن به درک مشترکی از مفهوم اقتصاد مقاومتی، مشخص کردن سهم و نقش هرکسی در اجرای اقتصادمقاومتی در دانشگاه ها، اضافه شدن متون یا سرفصل درسی در حیطه اقتصادمقاومتی، آموزش روش های صحیح استفاده از تجهیزات ورزشی برای دانشجویان، نمونه هایی از راهکارهای عملیاتی شدن اقتصادمقاومتی مرتبط با مؤلفه آموزش و اطلاع رسانی بودند. تحرک و پویایی از مقوله های دیگر شناسایی شده بود. از جمله شاخص ها در خصوص این مقوله می توان به ارتباط با دانشگاه های مطرح دنیا در زمینه ورزش، حمایت از برون سپاری در تولید داخلی، خوداتکایی در شرایط بحرانی، معرفی کردن تولیدات ملی و تولیدکنندگان برتر داخلی، ارتقاء استانداردهای خدمات پس از فروش، اجرایی کردن اقتصاد مقاومتی در ورزش دانشگاهی به جای شعار دادن اشاره کرد. توسعه اجتماعی از راهکارهای دیگر پیاده سازی اقتصادمقاومتی در ورزش دانشگاهی بود. این مقوله دارای نشان های مختلفی همچون برقراری ارتباط بین دانشجویان و تولیدکنندگان ورزشی داخلی، افزایش فرهنگ مشارکت در مواقع بحران، داشتن رویکرد محیط زیستی مسئولان، ایجاد ساختار سازمانی منعطف با



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
مؤسسه تحقیقاتی و پژوهشی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

قابلیت انطباق پذیری بود. یکی دیگر از مقوله های شناسایی شده، مشارکت فعال بود. این مقوله نیز دارای نشان های مختلفی مانند ایجاد صندوق خیریه در دانشگاه ها، توجه به خیرین در حیطه ورزش دانشگاهی، استفاده از ظرفیت های داوطلبان ورزشی و غیرورزشی در برگزاری رویدادهای ورزشی دانشگاه ها بود. بر این اساس، دانشگاه می تواند از طریق انجام پایان نامه ها و طرح های پژوهشی جهت انجام تحقیقات بنیادی توسعه ای و کاربردی در زمینه اقتصاد مقاومتی به غنای بیشتر این مبحث افزوده و راهکارهایی اجرایی جهت تحقق اقتصاد مقاومتی در کشور را ارائه نماید.

منابع:

۱. شعبانی، احمد؛ نخلی، سیدرضا (۱۳۹۳)، مولفه های اقتصاد مقاومتی در ادبیات رایج و در بیان مقام معظم رهبری، فصلنامه آفاق امنیت، سال هفتم، شماره بیست و پنجم.
۲. Boorman, J.; Faajgenbaum, J.; Ferhani, H.; Bhaskaran, M.; Arnold, D. and H.A. Kohli (2013), "The Centennial Resilience Index: Measuring Countries Resilience to Shock", Global Journal of Emerging Market Economies, 5(2), pp. 57-98.
۳. Ghalei, F. (2016). Determining an Index to Evaluate the Resistance of the Iranian Economy. International Journal of Resistive Economics, 4(1), 48-65.

ارتباط توانمند سازی و رضایت شغلی کارکنان اداره های ورزش و جوانان استان یزد

حسن آتش افروز*، ایرج توتونچی^۲، خدیجه ملک^۳

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزش، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (*نویسنده مسئول).

۲. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد کرمان، ایران.

۳. کارشناس تربیت بدنی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

*Email: (ha.atash@gmail.com)

چکیده

زمینه و هدف: توانمندسازی از مهارتهایی است که مدیران جدید باید به آن توجه داشته باشند تا بتوانند محیطی بهتر با کارمندانی موثرتر داشته باشند. در این راستا، هدف از پژوهش حاضر شناسایی تأثیر توانمند سازی کارکنان با رضایت شغلی کارکنان می باشد



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

روش کار: روش تحقیق توصیفی و از نوع پیمایش همبستگی می باشد. بدین منظور کلیه کارکنان اداره های ورزش و جوانان استان که ۱۴۵ نفر می باشند در این تحقیق ماریاری کرده اند. محیط پژوهش از نوع مطالعات میدانی است که ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه های معتبری هستند که روایی و اعتبار آنها توسط اساتید مدیریت مورد تایید قرار گرفته است. پرسشنامه حاوی دو بخش می باشد پرسشنامه توانمندسازی توسط اسکات و ژاف (۱۹۹۰) تدوین و حاوی ۳۵ سؤال در مقیاس ۵ درجه ای لیکرت بوده است. این پرسشنامه از ۸ مولفه تشکیل شده که عبارتند از: روشنی اهداف، روحیه، مشارکت، کار تیمی، رفتار عادلانه، ارتباطات، محیط کار سالم و شناخت و قدردانی. به منظور اندازه گیری قابلیت پایایی، از روش آلفای کرونباخ و با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ انجام گردیده است.

یافته ها: یافته ها نشان می دهد بین توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان ادارات تربیت بدنی استان یزد پرداخته شد. نتایج حاصل از بررسی فرضیه های پژوهش نشان می دهد که با افزایش روشنی اهداف، روحیه، رفتار عادلانه، شناخت و قدردانی، کار گروهی، مشارکت، ارتباطات و محیط کار سالم، رضایت شغلی در کارکنان اداره های ورزش و جوانان استان یزد افزایش می یابد. یافته ها نشان دادند که ارتباط معناداری بین توانمند شدن کارکنان با رضایت شغلی آنان می باشد.

نتیجه گیری: با توجه به نتایج تحقیق بنظر می رسد با افزایش توانمندسازی می توان رضایت شغلی عمومی کارکنان را در ادارات ورزش و جوانان افزایش داد. پیشنهاد می شود وزارت ورزش و جوانان بر اساس نیازهای مشخص شده به منظور رفع کمبودها و تلاش برای توانمندسازی کارکنان، تمهیداتی در قالب دوره ها، کارگاه ها و جزوه های آموزشی طراحی و اجرا کند.

کلیدواژه ها: توانمندسازی، رضایت شغلی

۱. مقدمه:

نیروی انسانی به لحاظ برخورداری از قدرت اندیشه، خلاقیت و نوآوری بزرگترین دارایی هر سازمانی محسوب می شود، چرا که هرگونه بهبود و پیشرفت در سیستمهای فنی و سازمانی توسط نیروی انسانی صورت می گیرد. توان فکری و اندیشه های کارکنان در سازمان به عنوان سرمایه نهفته و راکد می باشد هر سازمان و مدیریتی بتواند از این سرمایه های نهفته بیشترین استفاده را بکند به همان اندازه امکان رشد و توسعه میسر خواهد شد. نیروی انسانی بر خلاف سایر منابع با مصرف کردن کاهش و یا مستهلک نمی شود هر چقدر از اندیشه و فکر بیشتر استفاده نماید بهمان اندازه توانایی اش بهبود می یابد. امروزه توانمندسازی کارکنان مورد توجه صاحب نظران و کارشناسان مدیریت منابع انسانی واقع شده است. همانگونه که سازمان ها به مقابله با چالش های سازمانی بر می خیزند و بهبود مستمر را در اولویت قرار داده اند، نیاز بیشتری به حمایت و تعهد کارکنان و درگیر کردن آنها در کار احساس می شود. توانمندسازی تکنیکی نوین و موثر در جهت ارتقای بهره وری سازمان به وسیله بهره گیری از توان کارکنان است. متأسفانه تاکنون در داخل کشور تحقیقات بسیار کمی جهت بررسی ارتباط توانمندسازی و رضایت شغلی صورت گرفته است. کمبود چنین تحقیقاتی در حیطه ورزش و سازمانهای ورزشی مشهودتر است. با توجه به



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
کمیته بین المللی

کمبود تحقیقات انجام گرفته در خصوص رابطه بین توانمندسازی و رضایت شغلی در خارج از کشور و فقدان چنین تحقیقاتی در داخل، اقدام به انجام تحقیق حاضر نمودیم.

۲. روش شناسی:

روش تحقیق توصیفی و از نوع پیمایش همبستگی می باشد. بدین منظور از بین کارکنان اداره های ورزش و جوانان استان که ۱۴۵ نفر می باشند که به روش نمونه گیری غیر تصادفی ۷۰ نفر در این تحقیق ماریاری کرده اند. محیط پژوهش از نوع مطالعات میدانی است که ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه های معتبری هستند که روایی و اعتبار آنها توسط اساتید مدیریت مورد تایید قرار گرفته است. پرسشنامه حاوی دو بخش می باشد پرسشنامه توانمندسازی توسط اسکات و ژاف (۱۹۹۰) تدوین و حاوی ۳۵ سؤال در مقیاس ۵ درجه ای لیکرت بوده است. این پرسشنامه از ۸ مولفه تشکیل شده که عبارتند از: روشنی اهداف، روحیه، مشارکت، کار تیمی، رفتار عادلانه، ارتباطات، محیط کار سالم و شناخت و قدردانی. به منظور اندازه گیری قابلیت پایایی، از روش آلفای کرونباخ و با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ انجام گردیده است. در این پژوهش علاوه بر آمار توصیفی مانند میانگین و انحراف استاندارد، جداول و نمودارها از ضریب همبستگی پیرسون، و آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شد. از آزمون کلموگروف اسمیرنوف به منظور اطمینان از طبیعی بودن توزیع ها استفاده شد.

یافته ها:

آمار توصیفی مربوط به نمونه آماری پژوهش نشان می دهد که بیشترین فراوانی با ۶۰ نفر (۸۵/۷) بر اساس متغیر جنسیت مربوط به مردان و بیشترین فراوانی با ۴۰ نفر (۵۷/۱) بر اساس مقطع تحصیلی کارشناسی و در متغیر سن بیشترین فراوانی با ۲۲ نفر (۳۱/۴) مربوط به رده سنی ۴۰-۳۵ سال می باشد.

بررسی نتایج در چارچوب فرضیه های پژوهش بررسی رابطه بین توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان جدول زیر نتایج ضریب همبستگی چندگانه را برای متغیرهای توانمندسازی و رضایت شغلی را نشان می دهد.

نتایج آزمون ضریب همبستگی چندگانه در ارتباط با هشت فرضیه:

جدول نتایج آزمون ضریب همبستگی چندگانه

متغیر پیش بین	متغیر ملاک	ضریب همبستگی	نتیجه گیری
توانمندسازی	رضایت شغلی	$r=0/77$	معنادار است



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

همانگونه که در جدول مشاهده می شود ضریب همبستگی چند گانه بین توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان برابر با $r = 0.77$ می باشد، به عبارت دیگر، توانمندسازی رضایت شغلی را پیش بینی می کند.

نتیجه گیری:

بین توانمندسازی و مولفه های تشکیل دهنده آن با رضایت شغلی همبستگی معنادار و مثبت وجود داشت ($r = 0.77$) (به عبارت دیگر، با افزایش توانمندی، رضایت شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان بهبود میابد. امروزه بیش از هر زمان مشخص شده است که رشد و توسعه سازمانها و در پی آن جوامع در گرو استفاده صحیح از نیروی انسانی است (گلمن، ۲۰۰۲). بی شک در جهان پر شتاب و سرشار از تحول و رقابت امروز آنچه موجبات تحقق مزیت رقابتی سازمانها را تضمین می کند، نیروی انسانی با کیفیت، خلاق و پویاست. در تحقیق حاضر به بررسی ارتباط بین توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان یزد پرداخته شد. نتایج حاصل از بررسی فرضیه های پژوهش نشان می دهد که با افزایش روشنی اهداف، روحیه، رفتار عادلانه، شناخت و قدردانی، کار گروهی، مشارکت، ارتباطات و محیط کار سالم، رضایت شغلی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان یزد افزایش می یابد. نتایج نشان داد که توانمندسازی بر رضایت شغلی کارکنان تاثیر دارد و هر چه سطح توانمندسازی کارکنان بالاتر باشد، رضایت شغلی آنها بیشتر است همچنین بین توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان زن و مرد تفاوتی وجود ندارد (شیخ علی بابایی، ۱۳۹۵). امنیت شغلی و توانمندسازی کارکنان می توانند به عنوان پادزهر قوی برای نارضایتی که ممکن است کارکنان نسبت به شغل خود داشته باشند، عمل نمایند و از خروج کارکنان از دستگاه جلوگیری کنند و تمایل کارکنان را برای ارائه عملکرد با کیفیت بالا را افزایش دهند. (جمشیدیان، ۱۳۹۶)

منابع:

1. Golman, D. Boy Yatzis, R. Mckee, A. (2002) Primal leadership. T D, psycho Info 56 Issue 3. 81-83.
۲. مینا شیخ علی بابایی - ۱۳۹۵، تاثیر توانمندسازی بر رضایت شغلی کارکنان ادارات دولتی بخش ماهان، پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری،
۳. محمد امین جمشیدیان (۱۳۹۶)، تاثیر امنیت شغلی و توانمندسازی کارکنان بر رضایت شغلی در اداره کل راه و شهرسازی استان مرکزی دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران



**اولین همایش بین المللی
ورزش و توسعه پایدار**
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ارائه مدل تاثیر عوامل زیست محیطی بر رفتار خرید سبز مصرف کنندگان پوشاک ورزشی

آرش زارعی*؛ سردار محمدی^۲

۱. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان

*Email:(arash.zare2017@gmail.com)

2. دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

چکیده



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی ورزشی

زمینه و هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی ارائه مدل تاثیر عوامل زیست محیطی بر رفتار خرید سبز مصرف کنندگان پوشاک ورزشی می باشد.

روش کار: روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی است، که در آن تمامی مصرف کنندگان پوشاک ورزشی شهر سنندج به عنوان نمونه انتخاب شدند. حجم نمونه نسبت به حجم جامعه و براساس جدول مورگان و کرجسی ۳۶۸ مصرف کنندگان پوشاک ورزشی به عنوان نمونه آماری به صورت تصادفی انتخاب شدند. در این تحقیق از پرسش نامه محقق ساخته استفاده شد. همچنین اعتبار سازه پرسش نامه مذکور نیز توسط تحلیل عامل اکتشافی مورد تایید قرار گرفت و پایایی پرسش نامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و تایید گردید..

یافته ها: یافته ها نشان دادند مدل پژوهش از برازش مطلوبی برخوردار بوده و ابعاد عوامل زیست محیطی یعنی دانش زیست محیطی، مسئولیت اجتماعی زیست محیطی و انتظارات زیست محیطی بر رفتار سبز خرید محصولات ورزشی اثر مثبت و معناداری دارند. همچنین نتایج ضریب همبستگی از رابطه مثبت و معناداری بین متغیر و مولفه های زیست محیطی با رفتار سبز خرید محصولات ورزشی برخوردار می باشد.

نتیجه گیری: بنابراین افراد جامعه برای داشتن احساس مسئولیت نسبت به مسائل زیست محیطی و ایجاد تمایل به استفاده از محصولات سازگار با محیط زیست، در ابتدا باید به این درک و عقیده برسند که تمامی افراد جامعه در برابر محیط زیست مسئول بوده و باید تمام تلاش خود را برای حفاظت از محیط زیست انجام دهند و زمانی که این احساس مسئولیت با درک کامل همراه شود می تواند به یک رفتار محیط زیست دوستانه در فرد تبدیل شود.
کلیدواژه ها: عوامل، زیست محیطی، رفتار خرید سبز، پوشاک ورزشی، سنندج

۱. مقدمه:

امروزه مسائل زیست محیطی و حفظ محیط زیست یکی از مهمترین معیارهایی است که مصرف کنندگان هنگام خرید ان را مدنظر قرار می دهند. لذا با توجه به این که مسائل محیطی و اجتماعی امروزه برای مشتریان اهمیت بالایی دارند، رعایت مسائل زیست محیطی در فعالیت های بازاریابی باعث ایجاد مزیت رقابتی برای شرکت خواهد شد و از این طریق شرکت ها می توانند به ایجاد یک پایگاه خوب در بازار دست یابند. موضع سازی مناسب زمانی شروع می شود که شرکت ها آنچه عرضه می کنند نسبت به شرکت های رقیب تفاوت معناداری داشته باشد و بدین وسیله برای مشتریان ارزش آفرینی می کنند(۱). از این رو شرکت ها باید تاثیرات زیست محیطی خود را در تولید، توزیع و تامین مواد اولیه و مصرف انرژی به طرز قابل توجهی کاهش دهند(۲). در غیر این صورت به وسیله



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
کمیته بین المللی

قوانین و تقاضای سرسختانه مشتریان به عقب رانده خواهد شد. بنابراین بهترین استراتژی برای بازاریابان ارئه اطلاعات مشروح در مورد اعتبار زیست محیطی محصولاتشان به مشتریان است (۳). این کار اطمینان حاصل می کند که مسائل زیست محیطی نه تنها در کوتاه مدت، بلکه در بلندمدت تأثیرگذار هستند. چنین سیستم هایی، جستجو را برای یافتن امکان کاهش هزینه و توسعه اقدامات جامع تسهیل می کنند. بعلاوه، آنها انگیزش کارکنان را ارتقا می بخشند. در ایران، اقدامات و فعالیت هایی به صورت پراکنده صورت پذیرفته است که در ارتباط نزدیک با تحقیق مذکور می باشد. لیکن، مطالعه جامع و کاملی در این زمینه صورت نپذیرفته است. نبود تحقیقات در زمینه مسائل زیست محیطی در سازمان های ورزشی انجام تحقیق مذکور را ضروری و الزام می سازد.

۲. روش شناسی:

روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است، که در آن تمامی مصرف کنندگان پوشاک ورزشی شهر سنندج به عنوان نمونه انتخاب شدند. حجم نمونه نسبت به حجم جامعه و براساس جدول مورگان و کرجسی ۳۶۸ مصرف کنندگان پوشاک ورزشی به عنوان نمونه آماری به صورت تصادفی انتخاب شدند. در این تحقیق از پرسش نامه محقق ساخته استفاده شد که در بخش اول، شامل مشخصات فردی (سن، جنسیت، وضعیت تاهل، تحصیلات و....) و بخش دوم آن را پرسش نامه تاثیر مسائل زیست محیطی بر رفتار خرید سبز مصرف کنندگان تشکیل داد. پرسش نامه بر اساس مقیاس ۷ ارزشی لیکرت تنظیم گردید. برای اطمینان از روایی صوری و محتوایی سوالات، از نظرات چندین نفر از اساتید مدیریت ورزشی، که در این زمینه تخصص داشتند، استفاده شد. همچنین اعتبار سازه پرسش نامه مذکور نیز توسط تحلیل عامل اکتشافی مورد تایید قرار گرفت و پایایی پرسش نامه از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و تایید گردید که در جدول ۱ گزارش داده شده است. برای تجزیه و تحلیل آماری استنباطی (تحلیل عامل اکتشافی و تحلیل مسیر) استفاده گردید. به منظور سازمان دادن، طبقه بندی و خلاصه نمودن داده های خام از آمار توصیفی و در بخش آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری برای آزمون فرضیات استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای آماری Spss و Amos نسخه ۲۳ انجام پذیرفت.

یافته ها:

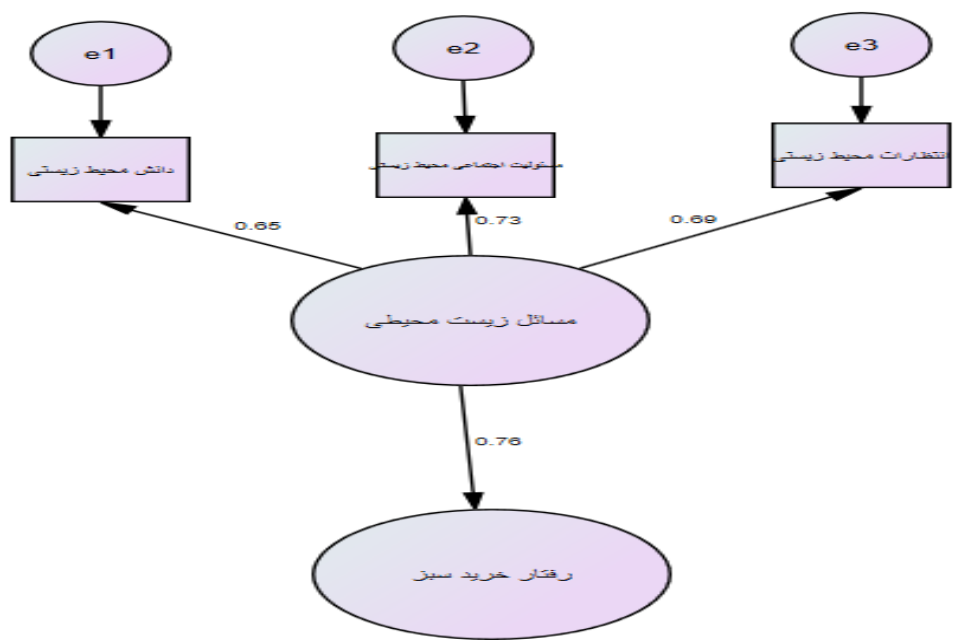
نتایج ضریب همبستگی نشان داد که بین مسائل زیست محیطی با رفتار خرید سبز مصرف کنندگان پوشاک ورزشی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج تحلیل مسیر نشان داد که مدل تحقیق مدل مناسب و برازش شده ای می باشد.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport



شکل ۱. مدل پژوهش

جدول شماره ۱: برازش مدل

NFL	AGFI	GFI	CFI	RSMEA	X ² /df	df	Chi-square (X ²)	
۰/۹۲۴	۰/۹۲۵	۰/۹۲۰	۰/۹۲۳	۰/۰۰۴	۲/۰۶۷	۶۴	۱۳۲/۳۴۳	میزان
بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	کمتر از ۰/۰۵	کمتر از ۳	کوچک تر از صفر	ملاک
برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	تفسیر

همانطور که در جدول و شکل , مشاهده می شود در کل مدل تحقیق با توجه به شاخص های نیکوی برازش مدل مناسبی را نشان می دهد. در شکل شماره یک تاثیرات مسائل زیست محیطی بر رفتار خرید سبز مصرف کنندگان پوشاک ورزشی را نشان می هد.

نتیجه گیری:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

در این پژوهش تاثیر مسائل زیست محیطی بر رفتار خرید سبز مصرف کنندگان پوشاک ورزشی شهر سنندج بررسی شد. بنابراین وجود دانش زیست محیطی در بین افراد یک جامعه کمک می کند تا آنها نسبت به مسائل و مشکلات زیست محیطی درک کامل تر داشته و اهمیت بیشتر برای حفاظت از محیط زیست قائل باشند و با افزایش دانش زیست محیطی افراد جامعه باورها ی کنترلی افراد سطح بالاتر پیدا خواهد کرد و هر چقدر باورها ی کنترلی افراد دارای سطح بالاتر باشد احتمال موفقیت و رسیدن به هدف بیشتر خواهد شد. به همین صورت افزایش آگاهی زیست محیطی تأثیر عمیقی بر رفتار مصرفی افراد جامعه خواهد داشت و فرد برای حفظ محیط زیست خود که تنها شامل محیط طبیعی اطراف او نخواهد بود و وجود خود شخص را نیز در بردارد، تلاش بیشتر خواهد نمود. همچنین نتیجه مسائل زیست محیطی بر رفتار خرید سبز مصرف کنندگان پوشاک ورزشی شهر سنندج در پژوهش حاضر همسو با نتایج تحقیقات دو (۲۰۰۹) هیو (۲۰۱۰) همخوان می باشد. بنابراین در تبیین تحقیق حاضر میتوان چنین استدلال نمود که افراد جامعه برای داشتن احساس مسئولیت نسبت به مسائل زیست محیطی و ایجاد تمایل به استفاده از محصولات سازگار با محیط زیست، در ابتدا باید به این درک و عقیده برسند که تمامی افراد جامعه در برابر محیط زیست مسئول بوده و باید تمام تلاش خود را برای حفاظت از محیط زیست انجام دهند و زمانی که این احساس مسئولیت با درک کامل همراه شود می تواند به یک رفتار محیط زیست دوستانه در فرد تبدیل شود.

منابع:

1. Shobeiri, S. M. (2013). "Analysis of environmental education programs to identify opportunities and threats in Higher Education". Journal of Education for Sustainable Development. 2(1). pp. 1-10.
2. Do Paco A. M. F., Raposo, M. L. B., Filho, W. L. (2009). "Identifying the green consumer: A segmentation study". Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing. 17(1).
3. Chen, T. B. & Chai, L. T. (2010). "Attitude towards the Environment and Green Products Consumers' Perspective". Management Science and Engineering. 4(2): 27-39.
4. Hu, Y. (2010). "An investigation on the linkage between purchase intention and service quality in the E-commerce context". International Conference on Innovative Computing and Communication and 2010 Asia-Pacific Conference on Information Technology and Ocean Engineering. pp. 304 - 3



**اولین همایش بین المللی
ورزش و توسعه پایدار**
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

تعیین و رتبه بندی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان با

استفاده از تحلیل سلسله مراتبی

آرش زارعی*؛ سردار محمدی^۲

۲. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان،

*Email:(arash.zare2017@gmail.com)

۲.دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

چکیده



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
 Sustainable Development
 تندرستی
 Health
 ورزش
 Sport

ISC
 کنفرانس بین المللی

زمینه و هدف: هدف از پژوهش حاضر، تعیین و رتبه بندی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان کردستان با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی است.

روش کار: جامعه آماری این پژوهش شامل نخبگان در زمینه گردشگری ورزشی (کارشناسان بخش گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، اساتید مدیریت ورزشی) استان کردستان می باشد. با توجه به این که رویکرد تحلیل سلسله مراتبی براساس نظرات تعداد محدودی از افراد (به بیانی دیگر زمانی از این رویکرد استفاده می شود که در آن مدیران یا صاحب نظران بخواهند از بین اطلاعات فراهم شده برای تصمیم گیری بهترین تصمیم را اتخاذ نمایند) محاسبه می شود.

یافته ها: نتایج نشان داد، شاخص های موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان کردستان براساس خروجی نرم افزار و با نرخ سازگاری ۰/۰۰۵ دارای اولویتی به این شرح بودند: (۱) جاذبه های طبیعت گردی با وزن ۰/۲۰۸ (۲) زیرساخت های گردشگری با وزن ۰/۲۰۵ (۳) معیار جاذبه های مربوط به کوهنوردی با وزن ۰/۱۸۴ (۴) جاذبه های ورزش های زمستانی با وزن ۰/۱۴۶ (۵) معیار مدیریتی با وزن ۰/۱۴۶ و (۶) معیار جاذبه های مربوط به شکار و صید در کوهستان های استان کردستان با وزن ۰/۱۱۱.

نتیجه گیری: مسئولان ذیربط شامل شهرداری مناطق کوهستانی، مسئولان ورزشی اداره ورزش و جوانان و مسئولان سازمان گردشگری منطقه با توجه به اولویت عوامل موثر بر توسعه گردشگری در مناطق کوهستانی استان کردستان نسبت به ایجاد فضایی مناسب با امکانات رفاهی مطلوب پذیرای گردشگران ورزشی باشند در این راستا باید هماهنگی های لازم بین این سه ارگان برقرار باشد تا با مدیریت صحیح انواع ورزش های کوهستانی برای گردشگران ورزشی مهیا گردد.

کلیدواژه ها: توسعه گردشگری ورزشی، استان کردستان، تحلیل سلسله مراتبی.

۱. مقدمه:

گردشگری امروزه در چهارچوب طرح های آزمایشی اعم از ملی - منطقه ای و محلی به عنوان یکی از ابزارها و مولفه های مهم توسعه و محرومیت زدایی به شمار می رود گردشگری که مهمترین عامل عمران ناحیه است، فعالیتی ارزآور و سودآوری است که موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح منطقه ای شده و توزیع عادلانه در آمد و همچنین سطح اشتغال را به دنبال دارد (۱). امروزه ورزش نیز یکی از صنایع بزرگ و مهم در دنیاست و افراد بسیاری در سراسر جهان در آن اشتغال دارند. همچنین ورزش یکی از متداولترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است و (گردشگری ورزشی) صنعتی است که از ترکیب دو صنعت گردشگری و صنعت ورزش پدید آمده است. به عبارت دیگر ورزش یکی از فعالیت های مهم گردشگران در حین



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه است (۲). نتایج تحقیقات و بررسی ها نشان می دهد که وجود مناظر طبیعی زیبا مانند: پارک های ملی، سواحل دریا، حاشیه ی رودخانه ها، مناظر بیلابقی مراکز کوهستانی و سایر جاذبه ها همانند آب و هوا، چهار فصل بودن و وجود مراکز آب درمانی مثل چشمه های آب معدنی می تواند فرصت مناسبی برای جذب گردشگر فعال و در نتیجه توسعه ی گردشگری ورزشی فراهم آورد (۳). با توجه به اهمیت گردشگری ورزشی و توانایی های این حوزه در جذب گردشگر و نیز عدم انجام تحقیقات مدون و سازمان یافته در زمینه گردشگری در مناطق کوهستانی ضرورت این مساله احساس می شود که عوامل موثر بر جذب گردشگر در مناطق کوهستانی بررسی شود، لذا با توجه به اینکه استان کردستان به دلیل دارا بودن ناحیه های زیبا و بکر کوهستانی یکی از مناطق مستعد در زمینه گردشگری کوهستان می باشد ضرورت و اهمیت پژوهش در این راستا بیشتر مشخص می گردد. انتظار می رود با انجام این پژوهش برخی از چالش های پیرامون عوامل موثر بر جذب گردشگر در مناطق کوهستانی استان کردستان مرتفع گردد و راهکارهای علمی و عملی لازم برای گسترش این مهم شناسایی گردد.

۲. روش شناسی:

روش انجام پژوهش توصیفی، با توجه به مسیر اجرا جزء پژوهش های سلسله مراتبی و با توجه به هدف کاربردی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل نخبگان در زمینه گردشگری ورزشی (کارشناسان بخش گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، اساتید مدیریت ورزشی) استان کردستان می باشد. در این پژوهش از نمونه گیری هدفمند استفاده شد. که به صورت اشباع نظری صورت گرفته است. ابزار این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در مناطق کوهستانی استان کردستان بود. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده براساس رویکرد تحلیل سلسله مراتبی از نرم افزار اکسپرت چویس استفاده شد به طوری که با استفاده از این نرم افزار ابتدا هر یک از گزینه ها را براساس معیارها دوهبه دو مقایسه کنیم.

یافته ها:

آمار توصیفی مربوط به نمونه آماری پژوهش نشان می دهد که از ۲۰ آزمودنی بر اساس متغیر جنسیت ۱۳ نفر مرد و ۷ نفر هم زن، براساس متغیر سن بیشتر افراد دارای سن ۳۹-۳۵ سال و کمترین آن ها دارای سن ۲۹-۵ سال، براساس متغیر شغل ۴ نفر کارشناسان بخش گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، ۹ نفر مربی ورزش، ۲ نفر کارشناسان فدراسیون کوهنوردی و ۳ نفر کارشناسان ورزش همگانی و ۲ نفر هم سایر مشاغل می باشد.

اهمیت معیارهای موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در مناطق کوهستانی استان کردستان (مولفه ها)

پس از جمع آوری نظرات ۲۰ خبره، در این زمینه ماتریس تصمیم گیری نهایی مطابق جدول ۱ تشکیل شد:

جدول شماره یک: ماتریس ترکیبی مقایسات زوجی معیارها



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development

تندرستی
Health
ورزش
Sport

معیار مدیریتی	جاذبه - های شکار و صید در کوهستان	جاذبه های کوهنوردی	جاذبه - های طبیعت گردی	جاذبه - های ورزش - های زمستانی	زیرساختهای گردشگری
۱/۳۶۶۰۴	۱/۸۷۱۰۴	۱/۰۴۴۱	۱/۱۵۸۵	۱/۲۸۲۰۹	۱
۰/۹۸۵۱۰	۱/۳۵۴۴۸	۰/۷۹۵۹۵	۰/۶۳۷۲۷	۱	۰/۷۷۹۹۷
۱/۴۶۸۹	۱/۷۹۴۵۶	۱/۲۰۴۲۴	۱	۱/۵۶۹۱۷	۰/۸۶۳۱۸
۱/۲۲۲۴۹	۱/۷۲۱۸۸	۱	۰/۸۳۰۳۹	۱/۲۵۶۳۶	۰/۹۵۷۷۶
۰/۷۹۱۷۷	۱	۰/۵۸۰۷۶	۰/۵۵۷۲۳	۰/۷۳۸۲۹	۰/۵۳۴۴۶
۱	۱/۲۶۲۹۹	۰/۸۱۸۰۰	۰/۶۸۰۷۸	۱/۰۱۵۱۲	۰/۷۳۲۰۴

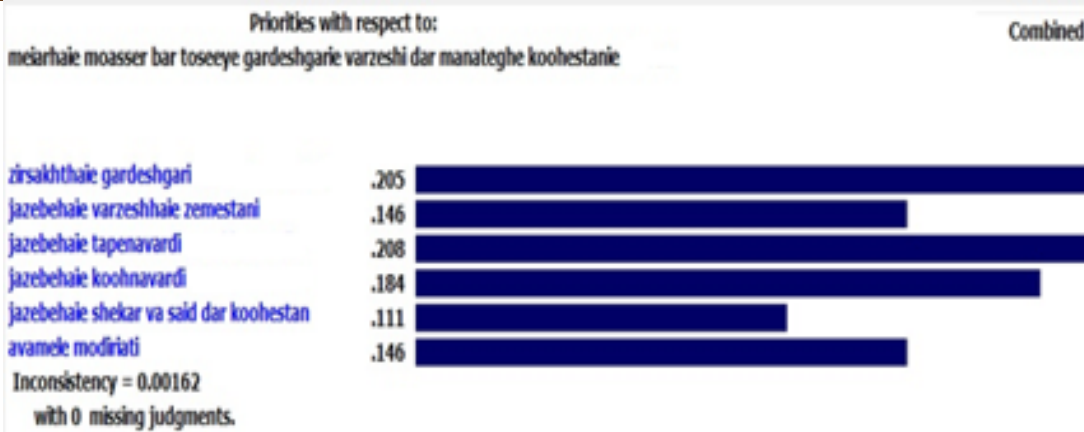


اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport



نرخ سازگاری ماتریس ترکیبی بر اساس خروجی نرم افزار ۰/۰۰۵ بدست آمد، که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۱ می باشد، ناسازگاری چندانی وجود ندارد.

نتیجه گیری:

یافته های پژوهش حاضر حاکی از این است که همه این موارد جز با مدیریت صحیح امکان پذیر نمی باشد، چیزی که شاید گردشگران بدان توجهی ندارند اما بازتاب آن را در ارائه خدمات می بینند، اگر قرار باشد محیطی به یک مکان گردشگری ورزشی تبدیل شود و پذیرای ورزش دوستان باشد باید حداقل ها را خود داشته باشد هم چون تسهیلات رفاهی، امدادگری ورزشی، حمل و نقل آسان و...، واضح است برای این منظور نه تنها شهرداری منطقه بلکه منحصصین امر ورزش و نیز خود ورزشکاران داوطلب به همکاری باید دست به دست هم دهند تا محیطی گردشگری مناسبی برای ورزش در دل کوهستان های استان کردستان ایجاد نمایند و با اطلاع رسانی آن به عموم مردم گردشگران ورزشی زیادی بخود جذب نمایند.

منابع:

۱. محبی، سمر. صابونچی، رضا. سلیمانی، مجید. (۱۳۹۳). "تبیین بازاریابی گردشگری ورزشی کشور از دیدگاه مدیران ورزشی و گردشگری تهران". مجموعه مقالات مدیریت ورزشی.
۲. هنرور، افشار. (۱۳۸۳). بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین المللی در کشور، پایان نامه ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران.
۳. آب یار، نجمه. (۱۳۹۱). تعیین عوامل موثر بر توسعه کویرنوردی استان یزد با تأکید بر جاذبه های گردشگری ورزش های بیابانی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان تهران.



**اولین همایش بین المللی
ورزش و توسعه پایدار**
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

بررسی تاثیر آموزش مسائل زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران حرفه
ای (یک مطالعه تجربی)

آرش زارعی*^۱

۳. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان،

*Email:(arash.zare2017@gmail.com)



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸


 ISC

توسعه پایدار
 Sustainable Development
 تندرستی
 Health
 ورزش
 Sport

چکیده

زمینه و هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر آموزش مسائل زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران حرفه ای می باشد.

روش کار: این پژوهش به روش نیمه تجربی و نوع کاربردی بود؛ جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه ورزشکاران حرفه ای استان کردستان می باشند. نمونه شامل ۶۰ نفر از ورزشکاران که به صورت جایگزینی تصادفی در دو گروه آزمایش (۳۰) نفر و گروه کنترل (۳۰) نفر قرار گرفتند. برای سنجش مسئولیت اجتماعی از پرسش نامه کارول (۱۹۹۱) استفاده شد. همچنین برنامه آموزش مسائل زیست محیطی در ۸ جلسه طراحی شده بود و هر جلسه حدود یک ساعت بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از شاخص های گرایش مرکزی و پراکندگی (فراوانی، میانگین، واریانس، انحراف معیار) استفاده شد. در بخش آمار استنباطی نیز از تحلیل کوواریانس (ANCOVA)، شیب رگرسیون و آزمون لوین استفاده شد. برای بررسی نرمال بودن داده ها نیز از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و شاپیرو-ویلک استفاده گردید. برای بررسی داده ها از نرم افزار SPSS 23 استفاده شد.

یافته ها: یافته های تحلیل کوواریانس تک متغیره نتایج نشان می دهد که با کنترل پیش آزمون، مسئولیت اجتماعی ورزشکاران در بین گروه کنترل و آزمایش تفاوت معناداری وجود دارد. به عبارتی تاثیر آموزش مسائل زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران به طور معناداری تاثیر مثبت دارد. میزان تاثیر آموزش زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران $0/56$ می باشد، یعنی **56** درصد تفاوت در نمره های پس آزمون مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مربوط به آموزش زیست محیطی می باشد.

نتیجه گیری: توصیه می شود ورزشکاران و تیم های ورزشی با حمایت از موضوع مسئولیت اجتماعی و ایجاد مراکز در ارتباط با موضوع مسئولیت اجتماعی، این مقوله مهم را در کشور احیا کرده و زمینه لازم جهت به کارگیری مسئولیت اجتماعی توسط ورزشکاران و تیم های ورزشی را در کشور فراهم آورد.

کلیدواژه ها: تاثیر آموزش، مسائل زیست محیطی، مسئولیت اجتماعی، ورزشکاران حرفه ای

۱. مقدمه:

با پیشرفت فناوری، بشر همواره در فکر غلبه بر طبیعت بوده و تلاش نموده تا بتواند روند رو به رشد خود در غلبه بر طبیعت و استفاده هر چه بیشتر از آن را حفظ نماید؛ اما بروز برخی از مشکلات از جمله محدودیت ها منابع طبیعی و آلودگی های زیست محیطی در سالها اخیر بر روی جنبه های اقتصادی، اجتماعی، و زیست محیطی تأثیر گذاشته و منجر به تجدید تفکر آنان شده است، به طوری که میتوان گفت در ده سال اخیر روند توجه به محیط زیست افزایش یافته و محیط زیست به عنوان پدیده مهم در سراسر جهان مطرح شده است و مشکلات زیست محیطی که بارها توسط سازمان های فعال در این زمینه به عنوان تهدید برای بشر شناخته شده بودند،



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



 International Society for Sport and Health

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

شهروندان، سازمانها و مؤسسات سرتاسر جهان را بیشتر از ۳۰ سال پیش نگران کرده است (۱). همچنین جامعه از سازمانها انتظار دارد که با مسئولیت اجتماعی واقعی عمل کنند. در واقع تقاضاهای جامعه پیچیده و جو اقتصادی به طور کامل در این جهت است که از سازمانها انتظار می رود مسئولیت اجتماعی را به معنای گسترده ای در ارزشها و فعالیت های روزانه شان منظوردارند (۲). ظهور معاونت حفظ محیط زیست در بعضی از سازمانها یکی از شواهد این واقعیت است. «کیت دیویس» نظریه پرداز معروف مدیریت این امر را به بهترین وجه خلاصه می کند: «جامعه از کسب و کارها و همچنین از همه نهادهای عمده می خواهد که مسئولیت اجتماعی مهمی را عهده دار شوند». مسئولیت اجتماعی نشان بارز یک سازمان کمال یافته جهانی است. کسب و کاری که در این خصوص تردید کند یا تصمیم بگیرد که وارد عرصه مسئولیت اجتماعی نشود، ممکن است که خود را در وضعیتی ببیند که رفته رفته مورد خشم مشتریان در جامعه واقع شود (۳). سازمانی که دارای مسئولیت اجتماعی است، همه چیز را متفاوت می بیند و به فراسوی آنچه که متعهد است نظر دارد و نیازهای اجتماعی را که می تواند به بهبود وضعیت جامعه کمک کند و جهت همت خود قرار می دهد. در واقع مسئولیت اجتماعی به عنوان یک مقصد کسب و کار به و رای انجام تعهدات اقتصادی و قانونی اطلاق می شود که سازمان امور صحیح را به طریقی محقق سازد که برای جامعه مفید و خوب هستند. متأسفانه مسئولیت اجتماعی در کشور ما آنطور که شایسته است مورد توجه قرار نگرفته و بسیاری از سازمانهای ما نسبت به این موضوع آگاهی ندارند. از این رو در این پژوهش تلاش شده است بررسی تاثیر آموزش مسائل زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران حرفه ای قرار دهیم.

۲. روش شناسی:

این پژوهش به روش نیمه تجربی و نوع کاربردی بود؛ که به بررسی تاثیر آموزش مسائل زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران حرفه ای پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه ورزشکاران حرفه ای استان کردستان می باشند. برای اطمینان ۹۵٪ ورزشکاران در فاصله ۰/۰۵ مقدار واقعی آن برآورد می کنیم و با روش نمونه گیری منظم نمونه آماری تحقیق را انتخاب می کنیم. نمونه شامل ۶۰ نفر از ورزشکاران که به صورت جایگزینی تصادفی در دو گروه آزمایش (۳۰) نفر و گروه کنترل (۳۰) نفر قرار گرفتند. ابتدا پس از فراخوان عمومی در اداره کل ورزش و جوانان استان تعداد ۱۰۰ نفر از آنها بصورت داوطلبانه در این تحقیق اعلام آمادگی نمودند. سپس تعداد ۶۰ نفر براساس معیارهای ورود به صورت داوطلبانه انتخاب شدند. از انتخاب افراد مورد نظر آن ها به طور تصادفی در ۲ گروه ۳۰ نفری گروه آزمایش و گروه کنترل تقسیم شدند. همچنین برای سنجش مسئولیت اجتماعی از پرسش نامه کارول (۱۹۹۱) استفاده شد. همچنین برنامه آموزش مسائل زیست محیطی در ۸



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

جلسه طراحی شده بود و هر جلسه حدود یک ساعت بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از شاخص های گرایش مرکزی و پراکندگی (فراوانی، میانگین، واریانس، انحراف معیار) استفاده شد. در بخش آمار استنباطی نیز از تحلیل کوواریانس (ANCOVA)، شیب رگرسیون و آزمون لوین استفاده شد. برای بررسی نرمال بودن داده ها نیز از آزمون کولموگروف-اسمیرنف و **شاپیرو-ویلک** استفاده گردید. برای بررسی داده ها از نرم افزار SPSS 23 استفاده شد.

یافته ها:

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کالموگروف اسمیرنف و آزمون شاپیرو-ویلک برای متغیر مسئولیت اجتماعی بیشتر از 0.05 می باشد لذا با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت توزیع متغیرهای مورد بررسی نرمال می باشد. همچنین براساس یافته های جدول ملاحظه می شود، آزمون لوین برای متغیر مسئولیت اجتماعی معنادار نبوده است (مقدار P بیشتر از ۰٫۰۵ می باشد) بنابراین این همگنی واریانس ها تایید می شود. همچنین نتایج آزمون شیب رگرسیون نشان داد که سطح معناداری تعامل گروه و پیش آزمون $P=0.311$ که از مقدار $a=0.05$ بزرگتر است لذا تعامل از نظر آماری معنی دار است و از مفروضه شیب رگرسیون تخطی نشده است و شیب رگرسیون همگن می باشد.

جدول 1: تحلیل کوواریانس برای مقایسه تاثیر آموزش مسائل زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی

ورزشکاران

منابع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورها	نسبت F سطح معناداری	مجدور اتا
پیش آزمون	۱۸۷۴/۵۲	۱	۱۸۷۴/۵۲	۵۵/۴۹	۰/۶۱
گروه ها	۴۲۳/۹۴	۱	۴۲۳/۹۴	۱۱/۲۳	۰/56
خطا	۱۰۸۰/۹۶	۵۸	۳۳/۷۸	۲۱/۶۷	

جدول فوق بیانگر نتایج تحلیل کوواریانس تک متغیره بر روی میانگین نمره های پس آزمون تاثیر آموزش مسائل زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران در گروه های آزمایش و کنترل، با کنترل پیش آزمون می باشد. نتایج نشان می دهد که با کنترل پیش آزمون، مسئولیت اجتماعی ورزشکاران در بین گروه کنترل و آزمایش تفاوت معناداری دارد ($p < 0.05$ و $F = 11.23$).



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
گروه تخصصی ورزش

به عبارتی تاثیر آموزش مسائل زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران به طور معناداری تاثیر مثبت دارد. میزان تاثیر آموزش زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران ۰/۵۶ می باشد، یعنی ۵۶ درصد تفاوت در نمره های پس آزمون مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مربوط به آموزش زیست محیطی می باشد.

نتیجه گیری:

در این پژوهش تاثیر آموزش مسائل زیست محیطی بر مسئولیت اجتماعی ورزشکاران بررسی شد. بنابراین وجود دانش زیست محیطی در بین افراد یک جامعه کمک می کند تا آنها نسبت به مسائل و مشکلات زیست محیطی درک کامل تر داشته و اهمیت بیشتر برای حفاظت از محیط زیست قائل باشند پژوهش حاضر همسو با نتایج تحقیقات اوزر، (۲۰۰۵)، (کاکابلس، ۲۰۰۷). همخوان می باشد. از این رو توصیه می شود ورزشکاران و تیم های ورزشی با حمایت از موضوع مسئولیت اجتماعی و ایجاد مراکز در ارتباط با موضوع مسئولیت اجتماعی، این مقوله مهم را در کشور احیا کرده و زمینه لازم جهت به کارگیری مسئولیت اجتماعی توسط ورزشکاران و تیم های ورزشی را در کشور فراهم آورد.

منابع:

۱. Papadopoulos, I., Karagouni, G., Trigkas, M. Platogianni, E. (2010). "Green marketing: The case of Greece in certified and sustainably managed timber products". *EuroMed Journal of Business*. Vol. 5 No. 2. pp. 166-190.
۲. Kakabadse, A.P.; Kakabadse, N.K. & Rozuel, C. (2007). *Corporate Social Responsibility: Contrast of Meanings, and Intents*. Palgrave Macmillan.

نقش تعهد سازمانی بر تحلیل رفتگی شغلی داوران لیگ یک فوتبال ایران

یعقوب بدری آذرین^۱، اسماعیل دولتپاری*^۲، حسین کردلو^۳، فرهاد کلانتری^۴

۱- دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تبریز، تبریز، آذربایجان شرقی، ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه

گیلان، رشت، گیلان، ایران (*نویسنده مسئول)



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
کمیته علمی ورزش

۳- کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه خوارزمی، کرج، کرج، ایران
۴- کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، آذربایجان شرقی، ایران
*Email: (esmail.dolatyari@yahoo.com)

چکیده

زمینه و هدف: هدف از پژوهش حاضر، ارتباط تعهد سازمانی با تحلیل رفتگی شغلی داوران لیگ یک فوتبال ایران بود.

روش کار: روش پژوهش از نوع توصیفی- همبستگی است و جامعه آماری آن را همه داوران لیگ فوتبال ایران تشکیل می دادند. با توجه به جدول مورگان تعداد ۶۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها، پرسش نامه تعهد سازمانی (آلن و میر، ۱۹۹۱) و تحلیل رفتگی شغلی (مسلش و جکسون، ۱۹۸۱) بود. روایی پرسش نامه ها از طریق تحلیل عاملی تأییدی و همچنین روایی همگرا و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب تأیید شد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، جداول نمودارها) و آمار استنباطی شامل آزمون های همبستگی، تحلیل عاملی تأییدی و مدل معادلات ساختاری با استفاده از دو نرم افزار SPSS نسخه ۱۶ و Smart PLS نسخه ۳ بهره گرفته شد ($p \leq 0/05$).

یافته ها: نتایج نشان داد بین تعهد سازمانی و تحلیل رفتگی شغلی داوران ارتباط معناداری وجود دارد ($r = 0/374$).

نتیجه گیری: با عنایت به یافته های پژوهش باید بستری فراهم شود که داوران به حرفه خود تعهد بالاتری داشته باشند تا کمتر بر تحلیل رفتگی شغلی دچار شده تا بتوانند با تمام توان خود در مسابقات قضاوت نمایند.

کلید واژه ها: نقش، تعهد سازمانی، تحلیل رفتگی، داوران، لیگ فوتبال

۱. مقدمه:

مفهوم تعهد سازمانی حاکی از پیوند روابط بین فرد و سازمان و نوعی وابستگی عاطفی به سازمان است (۱). تعهد سازمانی را می توان اعتقاد به ارزش ها و اهداف سازمان، احساس وفاداری به سازمان، الزام اخلاقی، تمایل قلبی و احساس نیاز به ماندن در سازمان تعریف کرد (۲). تحلیل رفتگی، کنار کشیدن از فعالیتی است که زمانی ذاتاً به آن علاقه داشتید اما اکنون برایتان ملال آور، غیر قابل انجام و طاقت فرسا است (۳). محققان معتقدند، عوامل سازمانی تأثیر به سزایی در تحلیل رفتگی شغلی دارند. برای مثال لامبرت و همکاران (۲۰۱۳) اظهار کرده اند جایی که افراد، در



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

تصمیم گیری های مربوط به شغل خود، مشارکت داده می شوند و می توانند فرایندهای تعهد سازمانی خود را تعیین کنند، احتمال تحلیل رفتگی شغلی در آنها کاهش می یابد (۴). براساس یافته های پژوهش مرادی و همکاران (۱۳۹۴)، بین تعهد سازمانی و تحلیل رفتگی شغلی رابطه منفی و معناداری وجود دارد (۵). داوری از جمله حرفه هایی است که بسیار حساس بوده و به دلیل اینکه زیر بار فشارهای روانی بسیاری از سوی مربیان، بازیکنان، سرپرستان، تماشاگران، رسانه ها و... قرار دارد، لذا فرسودگی روانی بالایی را با خود به همراه دارد. از آنجا که داوران فوتسال پیوسته در معرض فشارهای ناشی از هیجانات بازی، استرس های وارده از سوی عوامل برگزاری مسابقات، تیم ها، مربیان، بازیکنان، تماشاگران و... قرار دارند، استعداد زیادی برای مبتلا شدن به پدیده تحلیل رفتگی دارند (۶). اگر تنش و تحلیل رفتگی شغلی بررسی نشده و راهکارهای مقابله با آن شناسایی نشود، بی شک علاوه بر موقعیت های شغلی داوران، موقعیت های شخصی و خانوادگی آنها را نیز متأثر می سازد (۷). لذا بر آن شدیم تا با بررسی نقش تعهد سازمانی بر تحلیل رفتگی شغلی داوران لیگ یک فوتسال ایران کمکی به جامعه ی داوران کرده باشیم تا آنها از ابتلا به این پدیده که یک فرایند همه گیر است، به دور باشند.

۲. روش شناسی:

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ روش، همبستگی می باشد. جامعه ی آماری، داوران لیگ دسته اول فوتسال ایران (۷۵ نفر) بودند. که با توجه به مخدوش شدن و عدم دریافت پرسش نامه داوران حاضر در جلسه ی توجیهی به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شدند. لذا در بین تمامی آنها توزیع شد و در نهایت ۶۵ پرسش نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار گردآوری داده ها پرسش نامه ۲۴ سوالی تعهد سازمانی آلن و میر (۱۹۹۱) و پرسش نامه ۲۲ سوالی تحلیل رفتگی شغلی مسلش و جکسون (۱۹۸۱) می باشد. روایی صوری و محتوایی پرسش نامه با بهره گیری از نظرات اساتید متخصص تربیت بدنی تعیین شد. برای تحلیل داده های به دست آمده از نمونه ها، از روش های آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از آزمون های همبستگی، تحلیل عاملی تأییدی و مدل معادلات ساختاری با استفاده از دو نرم افزار SPSS نسخه ۱۶ و SmartPLS نسخه ۳ بهره گرفته شد.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

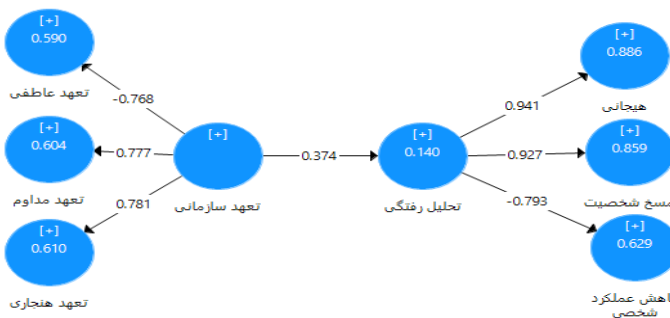
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۳. یافته ها:

مناسبی است. همچنین نتایج ی بار عاملی مناسبی هستند. مقدار AVE برای هر سازه جود در مدل است. بنابراین (T-value)، با توجه به نتایج



با توجه به بیانگر این نتایج همبسته بیشتر از تواری و اگر

جدول ۲، معنادار بودن تمامی گویه ها و روابط بین سازه ها را در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می دهد. ضریب تعیین و ضریب قدرت پیش بینی: نتایج بدست آمده از تحلیل مدل ساختاری به طور کلی متوسط و در حد خوبی بوده است. با توجه به نتایج جدول ۱، می توان نتیجه گرفت که مدل از قدرت پیش بینی متوسط برخوردار است.

جدول ۱. مقادیر R^2 و Q^2

متغیر	آماره	تحلیل رفتگی	تعهد عاطفی	تعهد مداوم	تعهد هنجاری	هیجانی	مسخ شخصیت	کاهش عملکرد شخصی
R^2	۰/۱۴	۰/۵۹	۰/۶۰	۰/۶۱	۰/۸۸	۰/۸۶	۰/۶۳	
Q^2	۰/۰۵	۰/۱۵	۰/۲۳	۰/۲۴	۰/۵۲	۰/۴۹	۰/۲۲	



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

شکل ۱ نتایج ضرایب و تخمین استاندارد مدل پژوهش

نتایج جدول ۲، نشانگر این است که فرض مورد بررسی مورد تایید قرار دارد.

جدول ۲. ضریب مسیر و مقدار تی محاسبه شده

متغیر	ضریب استاندارد	t-value	سطح معنی داری
تعهد سازمانی ← تحلیل رفتگی	۰/۳۷۴	۴/۵۶	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج آزمون نیکویی برازش، نسبت χ^2 به df (۲/۳۶) و $SRMR$ (۰/۰۵۳) می باشد، بنابراین مدل ساختاری از برازش لازم برخوردار است. همچنین شاخص های $d_ULS = ۰/۴۳۳$ ، $NFI = ۰/۸۷$ ، $D_G = ۰/۳۴۳$ مدل را تأیید کردند. همچنین برازش کلی مدل با توجه به معیار GOF در حد متوسط (۰/۲۳) مورد تایید قرار گرفت.

۴. بحث و نتیجه گیری

نتایج یافته ها نشان داد که بین تعهد سازمانی بر تحلیل رفتگی شغلی داوران لیگ یک فوتسال ایران ارتباط معناداری وجود دارد. این نتایج با پژوهش های انجام گرفته توسط مرادی و همکاران (۱۳۹۴)، مرادی چالشتی و همکاران (۱۳۹۱) و خطیبی و همکاران (۲۰۱۱) همسو است (۵، ۸، ۹). از جمله دلایل هم خوانی نتایج پژوهش های مذکور با پژوهش پیش رو را مشابهت جامعه آماری ذکر کرد که داوران به عنوان جامعه آماری مورد بررسی قرار گرفته اند. از دلایل دیگر هم خوانی نتیجه این پژوهش با پژوهش مرادی و همکاران (۱۳۹۴)، مرادی چالشتی و همکاران (۱۳۹۱) مشترک بودن ابزار اندازه گیری داده ها در هر دو پژوهش است که در آن ها از پرسش نامه مشابه استفاده شده است (۵، ۸). از دلایل دیگر هم خوانی نتایج پژوهش پیش رو با پژوهش های مرادی و همکاران (۱۳۹۴)، مرادی چالشتی و همکاران (۱۳۹۱) و این موضوع را می توان عنوان کرد که جنسیت جامعه آماری و پاسخگویان داوران مرد شاغل در لیگ های ورزشی بودند. از آنجایی که نتایج پیشینه ی پژوهش مؤید این مطلب است که در طی سالیان متمادی توجهی به متغیر تحلیل رفتگی داوران در رشته های



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ورزشی مختلف نشده است، نزدیک بودن زمان اجرای پژوهش پیش رو با پژوهش مرادی و همکاران (۱۳۹۴) می توان یکی دیگر از دلایل هم خوانی و مشابهت نتایج عنوان داشت (۵). با توجه به یافته های پژوهش پیشنهاد می شود کمیته داوران شرایطی را فراهم آورند تا داوران شغل خود را با ارزش تلقی نموده و علائق درونی نسبت به آن پیدا کنند، در تصمیم گیری ها مشارکت داشته تا وظایف خود را به نحو احسن انجام بدهند. همچنین می توان با پرداخت به موقع حق الزحمه، پخش زنده رقابت های فوتسال از رسانه، یکسان سازی پرداخت ها در مقایسه با فوتبال، شایسته سالاری، می توان شرایطی را فراهم کرد تا داوران به حرفه ی خود تعهد بالاتری داشته و کمتر بر تحلیل رفتگی شغلی دچار شوند و بتوانند با تمام توان خود در مسابقات قضاوت نمایند.

۵. منابع

۱- نسترن بروجنی، ایمان و اسدی، حسن (۱۳۹۳)، بررسی ارتباط شادکامی و تعهد سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران، نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۶، شماره ۳، صص ۵۵۷-۵۴۵.

۲- کردتیمینی، بهمن و کوهی، ملیحه (۱۳۹۰). بررسی تعهد سازمانی با تحلیل رفتگی شغلی و معنویت سازمانی در بین کارمندان اداره پست شهرستان زاهدان و گرگان، پژوهش مدیریت های عمومی، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۱۴۴-۱۲۹.

3- Radostina K purvanava, John p muros.(2014). **“Gender differences in burnout: A meta-Analysis.journal of vocational Behavior”**. Orlando:Vol.77.Iss 2, pp 168.

4- Lambert, E. G., Hogan, N. L., Jiang, S. (2013). **“A preliminary examination of the relationship between organizational structure and emotional burnout among correctional staff”**. The Howard Journal of Criminal Justice, 49(2), pp: 125-146.

۵- مرادی، محمدرضا. محمدی، سردار. جمالی گله، محمود و مرادی چالشتی، جواد (۱۳۹۴)، مدل یابی تأثیر تعهد سازمانی بر تحلیل رفتگی شغلی داوران لیگ های فوتبال ایران، مدیریت ورزشی، دوره ۷، شماره ۱، صص ۹۹-۱۱۲.

۶- مطهری، مرتضی. هنری، حبیب و کشکر، سارا (۱۳۹۲)، نقش عوامل تحلیل رفتگی بر قضاوت داوران فوتبال: مطالعه موردی داوران لیگ حرفه ای ایران فوتبال ایران، رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، دوره ۱، شماره ۱، صص ۱۰۸-۱۰۷.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۷- ضابطیان، رسول (۱۳۹۰)، بررسی ارتباط بین استرس شغلی و رضایت شغلی با کیفیت زندگی کاری داوران فوتبال لیگ (لیگ دهم)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، صص ۵۷-۵۰.

۸- مرادی چالستری، جواد؛ جمالی گله، محمود؛ مرادی، محمدرضا و نوروزیان قهفرخی، سهیلا (۱۳۹۱)، ارتباط بین تحلیل رفتگی شغلی و تعهد سازمانی داوران لیگ هندبال ایران، دومین همایش ملی علم و هندبال، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، ص ۷۱.

9- Khatibi, A., Asadi, H., Hamidi, M. (2011). "The relationship between job stress and organizational commitment in national Olympic and Paralympics Academy". World Journal of Sport Sciences, 2(4), pp: 272-279.

شناسایی موانع تحقق اقتصادمقاومتی در ورزش دانشگاهی ایران

مریم خارکن*^۱، رضا اندام^۲، حسن بحر العلوم^۳، حسین زارعیان^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و

علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، سمنان، ایران.

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی،

دانشگاه صنعتی شاهرود، سمنان، ایران.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۳. دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، سمنان، ایران.
۴. استادیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران.

*Email: (maryamkharkan@yahoo.com)

چکیده

زمینه و هدف: اقتصاد مقاومتی موضوع مهمی است که به تازگی توجه پژوهشگران حوزه مدیریت ورزشی را به خود جلب کرده است. در این راستا، هدف از پژوهش حاضر شناسایی موانع تحقق اقتصادمقاومتی در ورزش دانشگاهی ایران بود.

روش کار: با توجه به ماهیت کیفی و اکتشافی موضوع، از روش پژوهش کیفی از نوع گراند تئوری و به شیوهی گلنزر (۱۹۹۲) استفاده شد. نخست، مطالعات اولیه انجام شد. سپس، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته (تعداد= ۱۵ نفر) با نخبگان آگاه از موضوع پژوهش انجام شد.

یافته‌ها: نتایج کدگذاری باز حاکی از آن بود که ۴۴ نشان می‌توانند در اقتصادمقاومتی در ورزش دانشگاهی مؤثر باشند. سپس، در مرحله کدگذاری محوری، نشان‌ها در ۱۴ مفهوم طبقه‌بندی شدند. در نهایت، ۴ مقوله‌ی شناسایی‌شده‌ی حاصل از کدگذاری انتخابی شامل مقوله‌ی فقدان قانون مداری، فقدان مدیریت مصرف، نداشتن اتکای به خود و فقدان برنامه‌ریزی طبقه‌بندی شدند.

نتیجه‌گیری: بنابراین سیاست‌گذاران تربیت‌بدنی آموزش عالی کشور می‌توانند از نشان‌ها، مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده در برنامه‌ریزی‌های آتی خود برای عملیاتی شدن اقتصادمقاومتی در ورزش دانشگاهی استفاده کنند.

کلیدواژه‌ها: اقتصادمقاومتی، ورزش دانشگاهی، مدیریت مصرف، قانون مداری

۱. مقدمه:

در قرن حاضر، اقتصاد کشورهای جهان با تهدیدهای مختلفی روبرو هستند. این موقعیت‌ها شرایطی را به وجود آورده‌اند که رفاه افراد، جامعه و اقتصاد را به خطر می‌اندازد. در عرصه رقابت جهانی یک مسئله مهم نحوه مواجه شدن با این تهدیدها است. هر یک از سازمان‌ها با توجه به موقعیتشان واکنش‌های مختلفی نسبت به عوامل استرس‌زا نشان می‌دهند (۱). در همین راستا در



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

سال های اخیر وضعیت اقتصادی کشور به سمتی حرکت کرده است که مسئولین نظام، ایده هایی را تحت عنوان اقتصاد مقاومتی مطرح نمودند. با توجه به ادبیات اقتصادی موجود در جهان، اقتصاد مقاومتی با اوصافی مانند: شکنندگی اقتصادی، پایداری و تداوم، تاب آوری اقتصادی، استحکام، ثبات، بازدارندگی، مقاومت، حمایت، انعطاف پذیر توصیف شده است (۲). اقتصاد مقاومتی یک گفتمان و الگوی اقتصادی است که ضمن مقاوم سازی و تقویت اقتصاد ملی در برابر تهدیدها، توان تحریم شکنی با رویکرد عقب راندن نظام سلطه را داشته باشد و در عین حال پیشرو، فرصت ساز، مولد، درونزا و برون گرا باشد (۳). تان و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه موردی کشور چین، به این نتیجه رسیدند که استان هایی که در آن معادن زغال سنگ و یا نفت وجود ندارد به نسبت استان هایی که چنین منابعی را دارا هستند از مقاومت اقتصادی بیشتری برخوردارند (۴). در راستای فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی و تبدیل آن به گفتمان فراگیر و رایج ملی، بخش ورزش دانشگاهی می تواند با برگزاری کارگاه های آموزشی در سطح مدیران، اعضای هیئت علمی، کارکنان و دانشجویان، سخنرانی های علمی در سطح گروه و دانشگاه و نیز استفاده از ظرفیت های داخلی مانند نشریات، فصلنامه ها، پیک ها و صفحات اینترنتی به تحقق اقتصاد مقاومتی کمک کند. از این رو، پژوهش حاضر در صدد است تا موانع تحقق اقتصاد مقاومتی در ورزش دانشگاهی را شناسایی کند.

۲. روش شناسی:

این پژوهش کیفی بود و به لحاظ روش اجرای پژوهش از روش گراند تئوری (رهیافت ظاهر شونده) مربوط به اثر گلنزر، ۱۹۹۲ برای تحلیل داده ها بهره گرفته شد (۵). ابزار جمع آوری اطلاعات در پژوهش حاضر، روش مصاحبه های کیفی نیمه ساختارمند و عمیق بود که با (تعداد= ۱۵ نفر) نخبگان آگاه از موضوع پژوهش مصاحبه شد. روش نمونه گیری به صورت نظری (هدفمند) بود. انجام مصاحبه ها تا حد اشباع نظری ادامه یافت. مصاحبه شوندگان، ۲ نفر از مدیران تربیت بدنی فوق برنامه دانشگاه ها، ۷ نفر اعضای هیئت علمی علوم ورزشی دانشگاه ها، ۲ نفر اعضای هیئت علمی در رشته اقتصاد، ۲ نفر مدیران در اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم و ۲ نفر افراد متخصص در حوزه اقتصاد و آشنا به موضوع پژوهش بودند.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

یافته ها:

جدول ۱ - کدگذاری انتخابی یافته های پژوهش

مفهوم	مقوله
<ul style="list-style-type: none"> • نبودن شفافیت های قانونی • کافی نبودن کنترل و نظارت 	فقدان قانون مداری
<ul style="list-style-type: none"> • نبود مدیریت درست هزینه ها • اسراف کاری • نامتناسب بودن اماکن و تجهیزات ورزشی و زیرساخت ها 	فقدان مدیریت مصرف
<ul style="list-style-type: none"> • فقدان باور و اعتقاد • وابستگی اقتصاد مبتنی بر نفت • کمبود اقتصاد دانش بنیان • کمبود اقتصاد مردمی • رعایت نکردن شایسته سالاری • به کار نگرفتن سرمایه فکری 	عدم اتکای به خود
<ul style="list-style-type: none"> • نبود آینده نگری • مشخص نبودن برنامه ریزی آموزشی • نداشتن الگوی اقتصادی مشخص 	فقدان برنامه ریزی

نتیجه گیری:

یکی از مقوله های شناسایی شده، شفاف نبودن نظام مالی و اطلاعاتی، نظارت ناکافی بر هزینه کرد-ها در ورزش دانشگاهی، نبود نظارت بر حسن انجام اقدامات ورزش دانشگاهی، از جمله موانع پیاده سازی اقتصاد مقاومتی در خصوص مقوله ی قانون مداری بود. نبود مدیریت مصرف از دیگر مقوله های عملیاتی شدن اقتصاد مقاومتی در ورزش دانشگاهی بود. در این خصوص، برخی موانع شامل قرار ندادن متخصص انبارداری ورزشی در اماکن ورزشی، هم راستا نبودن تقویم سالانه بخش-های آموزش عالی با هم ایجاد اماکن و فضاهای ورزشی نامناسب با نیاز دانشگاه، استاندارد نبودن فضاهای ورزشی موجود در دانشگاه ها بودند. عدم اتکای به خود از مقوله های دیگر بررسی شده در پژوهش حاضر بود. عدم توجه به فعالیت های اقتصادی درآمدزا در ورزش دانشگاهی، مهاجرت



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی و پژوهشی

نخبگان به دلیل فقدان زمینه کسب و کار دانش بنیان در کشور، قرار نگرفتن فضاهاى ورزشى دانشگاه-ها در اختیار بخش های خصوصی، از جمله موانع شناسایی شده در زمینه ی این مقوله ی اتکای به خود بودند، آخرین عامل شناسایی شده در پژوهش حاضر عدم برنامه ریزی بود. در این خصوص، برخی موانع در تحقق اقتصادمقاومتی شامل عدم تشویق دانشجویان به خودباوری از سرمایه های داخلی، عدم حرکت بر اساس برنامه و گرفتن تصمیمات خلق الساعه، عدم بررسی وضعیت اقتصاد ورزش دانشگاهی بر مبنای اقتصاد کشور بودند. در این راستا، دانشگاه با حمایت فعال سازی مراکز رشد و تأسیس شرکت های دانش بنیان می تواند نقش به سزایی را در تولید و تجاری سازی علم، توسعه کارآفرینی و نوآوری ارتباط با صنعت و در نهایت تحقق اقتصاد دانش بنیان ایفا نماید. بازنگری در مورد فرایندهای مربوط به پایان نامه ها و رساله های دانشگاه و نیز مقررات مراکز رشد و شرکت های دانش بنیان می تواند در این زمینه راه گشا باشد.

منابع:

1. Taleb. N. N. (2012). Antifragile Things That Gain From Disorder. United States by Random House: The Random House Publishing Group.
2. قلیچ، وهاب، انصاری، رسول (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر تحقق سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی در نظام بانکی. یادداشت سیاستی پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، تیرماه، ص ۲۰-۱.
3. قوامی، سیدحسن (۱۳۹۱). اولین نشست اقتصاد مقاومتی: مبانی نظری. پژوهشکده علوم اقتصادی، دانشگاه علامه طباطبائی
4. Tan, J., Zhang, P., Lo, K., Li, J., & Liu, S. (2017). Conceptualizing and Measuring Economic Resilience of Resource-Based Cities: Case study of Northeast China. Chinese Geographical Science, 27(3), 471-481.
5. Glaser, B.G. (1992). Basics of grounded theory analysis: Emergence vs. forcing. Mill Valley, CA: Sociology Press.



**اولین همایش بین المللی
ورزش و توسعه پایدار**
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

**مقایسه میزان تنش شغلی در آتش نشانان فعال و غیر فعال ورزشی
شهرستان نیشابور**

نویسنده مسئول: حسن قره داشی. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد
مشهد

محمد رضا اسماعیل زاده

چکیده



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

یکی از معضلات اساسی که در طی چند دهه اخیر گریبان گیر جوامع بشری شده است پدیده تنش شغلی می باشد. تنش شغلی یکی از مسائل مهمی است که زندگی افراد و بهزیستی آن ها را در معرض خطر قرار داده است (پسند، ۱۳۹۵). به طوری که در سال ۱۹۹۲ سازمان ملل متحد تنش شغلی را بیماری قرن بیستم دانست و چندی بعد سازمان بهداشت جهانی آن را مشکلی همه گیر در جهان اعلام نمود (عقیلی نژاد و همکاران، ۱۳۹۱). کهولت های زودهنگام، بیماری های روانی که ناشی از عدم وجود شرایط کاری مطلوب است، جزء لاینفک فعالیت های اقتصادی و صنعتی شده و موجب اتلاف سرمایه های انسانی در سازمان ها گردیده است (احمدی، ۱۳۷۴). امروز جامعه در حال پیشرفت، نیازمند افرادی مسئول و خودکفا است و آموزش مسئولیت پذیری به کارکنان سازمان نیازمند جوی خاص در سازمان است. بایستی شرایطی فراهم کرد تا کارکنان، ابزارهای نگرش و ارزشیابی پیدا کنند تا به کمک آنها بتوانند بهتر تصمیم گیری کنند. تصمیماتی که آنان را در این دنیای پیچیده به سوی کار هدفمند و اثربخش رهنمون کند. (قاسمی، ۱۳۹۰). شغل آتش نشانی به خاطر اینکه به طور مستقیم به نجات جان و مال انسانها سروکار دارد و همچنین گاهی اگر کوچکترین اشتباه رخ دهد ممکن است فاجعه ای به بار آید، دارای تنش های شغلی زیادی است که باید مورد مطالعه قرار گیرد. زمانی که کنش متقابل بین شرایط کار و ویژگی های فردی شاغل به گونه ای است که خواست های محیط کار (و در نتیجه، فشار های متربط با آن) بیش از آن است که فرد بتواند از عهده آن ها برآید، تنش شغلی به وجود می آید (راس و همکاران ترجمه خواجه پور، ۱۳۸۵) برتیل گاردل (۱۹۸۶) از اولین کسانی است که از فشارهای محیط کار به عنوان عوامل تنش شغلی یاد کرده است و سپس هنری و اتسینفن (۱۹۸۰) تحقیقاتی در این زمینه انجام دادند و کاراسک (۱۹۸۱) نیز مدلی از تنیدگی های شغلی مرتبط با ابعاد مختلف شغل از جمله کنترل و انعطاف پذیری آن ارائه داد (به نقل از مازندرانی، ۱۳۹۰) هانس (۲۰۰۱)، تنش را به طور کلی پاسخ غیر اختصاصی بدن به هر گونه فشاری که بر آن وارد می شود می داند هر چند او میزانی از استرس را برای ادامه زندگی لازم می داند (قاسمی، ۱۳۹۰). با این حال اگر تنش بیش از اندازه شود، موجب بروز بیماری های روانی در فرد می شود و در نهایت فشارهای روانی شدید و طولانی مدت منجر به فرسودگی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

شغلی می گردد (تیلور، ۱۹۹۰). فشار روانی، یکی از بحرانی ترین مسائل بهداشتی در زندگی پیچیده و صنعتی امروز می باشد و در مقایسه با سایر شرایطی که عملکرد را کاهش می دهد، نیروی انسانی را با مشکل مواجه نموده و منابع زیادی بر اثر آن از بین می رود. فشار روانی چیزی است که از خارج بر فرد تحمیل می شود و ناراحتی های جسمانی و روانی را در پی دارد. وقتی مسائل وارده بر یک سانان فراتر از قدرت مقابله ای و انطباقی ارگانیزم آن فرد باشد، در آن حالت، فرد دچار فشار روانی و تنش خواهد شد (موسوی و مظفری، ۱۳۸۶) استرس خود به خود موجب ناتوانی جسمانی یا بیماری نمی شود، بلکه با کاهش مقاومت بدن و افزایش حساسیت شخصی نسبت به شکل های بدنی که از قبل وجود داشته است به بهبودی صدمه می رساند (افلاطونی، ۱۳۸۰). عده ای معتقدند که فشارهای عصبی و روانی از عوامل مختلفی سرچشمه می گیرند که می توان آن ها را به سه دسته عوامل فردی، عوامل فشارزای گروهی و سازمانی و عوامل فشارزای محیطی تقسیم کرد (تاریس و همکاران، ۲۰۰۳). هدف از پژوهش حاضر مقایسه میزان تنش شغلی در آتش نشانان فعال و غیر فعال ورزشی بود. روش پژوهش به لحاظ ماهیت و هدف از نوع تحقیقات کاربردی، به لحاظ نوع جستجوی داده از نوع کمی و به لحاظ زمان جستجوی داده ها از نوع تحقیقات حال نگر و به لحاظ روش تحلیل از نوع تحقیقات توصیفی و مقایسه ای می باشد که داده ها به صورت پیمایشی جمع آوری گردید. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه آتش نشانان در حال خدمت شهر نیشابور (۱۳۵ نفر) در سال ۱۳۹۷ می باشند. نمونه آماری تحقیق با توجه به اهداف تحقیق در دو دسته آتش نشانان فعال (۶۰ نفر) و غیر فعال ورزشی (۷۵ نفر) و به صورت کل شمار انتخاب شدند. جهت جمع آوری داده های مورد نیاز پژوهش از ابزار پرسشنامه استاندارد ۱۵ عبارتی تنش شغلی کاهن (۱۹۶۴): این ابزار برای اندازه گیری ادراک کارکنان از تنش های شغلی، پیشامدها و فشار نقش پدید آمده است. برای این ابزار در مطالعه های گوناگون چهار خرده مقیاس (عملکرد ۶ سوال، تراکم کار ۴ سوال، زمینه سازمانی ۳ سوال و تصمیم گیری ۲ سوال) در مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت (از ۱=کاملاً مخالفم، ۲=مخالفم، ۳=کمی مخالفم، ۴=کمی موافقم، ۵=موافقم، ۶=کاملاً موافقم) استفاده شد. روایی ابزار مورد تایید اساتید متخصص رسید و پایایی ابزار با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و ضریب گاتمن برای



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
کمیته بین المللی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

پرسشنامه تنش شغلی ۰/۸۴۳، ۰/۸۱۷ بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها، از آمار توصیفی و روش های آمار استنباطی نظیر آزمون t تک گروهی، t مستقل و تحلیل واریانس استفاده شد. ضمناً برای انجام محاسبات، بسته نرم افزاری SPSS نسخه ۲۱ به کار گرفته شد. روش پژوهش به لحاظ ماهیت و هدف از نوع تحقیقات کاربردی، به لحاظ نوع جستجوی داده از نوع کمی و به لحاظ زمان جستجوی داده ها از نوع تحقیقات حال نگر و به لحاظ روش تحلیل از نوع تحقیقات توصیفی و مقایسه ای می باشد که داده ها به صورت پیمایشی جمع آوری گردید. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه آتش نشانان در حال خدمت شهر نیشابور (۱۳۵ نفر) در سال ۱۳۹۷ می باشند. نمونه آماری تحقیق با توجه به اهداف تحقیق در دو دسته آتش نشانان فعال (۶۰ نفر) و غیر فعال ورزشی (۷۵ نفر) و به صورت کل شمار انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها عبارتند از پرسشنامه استاندارد ۱۵ عبارتی تنش شغلی. جهت تجزیه و تحلیل داده ها، از آمار توصیفی و استنباطی و نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ استفاده شد. یافته های پژوهش نشان داد که بین دیدگاه آتش نشانان فعال و غیر فعال از نظر میزان تنش شغلی تفاوت معنی داری وجود دارد.

واژه های کلیدی: تنش شغلی، آتش نشانان، فعال، غیرفعال، ورزش.

رابطه میان بازاریابی سبز با مسئولیت پذیری اجتماعی فروشندگان محصولات ورزشی

نیما حمزه پور^۱، عباس نظریان مادوانی^۲، معصومه شهبازی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه شهیدرجایی، تهران، ایران

۲- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه شهیدرجایی، تهران، ایران (*نویسنده مسئول)

۳- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه شهیدرجایی، تهران، ایران

*Email: (abbasnazarian@gmail.com)



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

چکیده

هدف از اجرای تحقیق حاضر بررسی رابطه میان بازاریابی سبز با مسئولیت پذیری اجتماعی فروشندگان محصولات ورزشی می باشد. روش تحقیق توصیفی همبستگی است که به صورت میدانی انجام شده است. برای این منظور ۳۵۷ نفر از مشتریان فروشگاه‌های ورزشی شهر تهران که به صورت تصادفی خوشه‌ای به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های آگاهی از بازاریابی سبز حبیبی ساروی (۱۳۹۵) ($\alpha=0/92$)، مسئولیت پذیری اجتماعی پارک و همکاران (۲۰۱۷) ($\alpha=0/73$) با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت استفاده شد. برای نرمال بودن داده‌های تحقیق از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از ضریب پیرسون و نرم افزار آماری SPSS_{۲۲} در سطح معنی داری $P \leq 0/05$ استفاده شد. نتایج استنباطی به دست آمده نشان داد که بین بازاریابی سبز و مولفه‌های آن با مسئولیت پذیری اجتماعی فروشندگان رابطه وجود دارد و مسئولیت پذیری فروشندگان با ارزشی، تعهد نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت، استانداردهای اخلاقی، رضایت، اعتماد و وفاداری ارتباط دارد.

کلید واژه: مشتری، بازاریابی سبز، مسئولیت پذیری اجتماعی، محصولات ورزشی

مقدمه

با توجه به اینکه جهان به سمت خطر بالای تخریب محیط زیست در حرکت است و نگرانی‌ها در جهت گرم شدن کره‌ی زمین و افزایش هزینه‌های انرژی موجب شده است تا نگرش مصرف کنندگان نسبت به سبک زندگی تغییر کند و همه به دنبال محصولات دوستدار محیط زیست باشند (مقیم‌کیا و نجفی، ۱۳۹۷). این مسائل زیست محیطی هنوز هم نگرانی عمده مردم در تمام جهان می‌باشد. این نگرانی بازاریابان را تحت فشار قرار داد تا استراتژی خود تغییر داده و یک استراتژی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی

بازاریابی به نام بازاریابی سبز اتخاذ نمایند (نوربخش و همکاران، ۱۳۹۳؛ اشراقی و خیری، ۲۰۱۵). بازاریابی سبز، توسعه زیست محیطی و طبیعی فعالیت های بازاریابی، با به کارگیری مسئولیت پذیری زیست محیطی / اجتماعی شرکت ها به منظور توسعه پایدار است (ازگلی، ۱۳۹۷).

شرکت هایی که در فعالیت زیست محیطی، مشارکت می کنند موجب ایجاد ارزش اجتماعی برای مشتریان و ذینفعان خود می شوند و نشان می دهند که در معاملات تجاری خود نسبت به محیط زیست مسئولیت پذیر هستند (سوکی و همکاران، ۲۰۱۶).

روش کار

این تحقیق با توجه به موضوع از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی بوده و از لحاظ هدف کاربردی است و بر اساس میزان نظارت و درجه کنترل و گردآوری داده ها از نوع تحقیقات میدانی به شمار می رود. جامعه آماری شامل کلیه مشتریان فروشگاه های ورزشی شهر تهران می باشد. با توجه به اینکه جامعه آماری گسترده است، نمونه آماری بر اساس روش مورنو با احتساب ریزش ۳۵۷ نفر از سه منطقه (غرب، مرکز و شرق) به صورت تصادفی خوشه ای انتخاب شد. در این پژوهش از پرسشنامه ی حبیبی ساروی (۱۳۹۵) استفاده خواهد شد. در این پرسشنامه عوامل مرتبط آگاهی از بازاریابی سبز مشتریان که به پنج مولفه (محصول سبز، قیمت سبز، تبلیغ سبز، کیفیت محصول سبز، سبک محصول سبز) با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت مورد ارزیابی قرار می گیرد. پرسشنامه ۱۸ سوالی مسئولیت پذیری اجتماعی پارک و همکاران (۲۰۱۷) که است، با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت و ۶ خورده مقیاس (ارتباط ارزشی، استانداردهای اخلاقی، تعهد نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت، رضایت، اعتماد و وفاداری) استفاده شد. برای آزمون فرضیه های تحقیق از آزمون پیرسون با استفاده از نرم افزار SPSS۲۲ در سطح $\alpha \leq 0.05$ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته ها



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

بر اساس نتایج به دست آمده ۳۵/۲۹ درصد پاسخگویان بین ۲۶-۳۵ سال بیشترین فراوانی را داشتند، ۶۳/۸۷ درصد پاسخگویان غیر شاغل و ۲۹/۱۳ درصد را پاسخگویان دارای سابقه ورزشی کمتر از ۵ سال و ۵۳/۷۸ درصد دارای مدرک کارشناسی بودند. ۴۸/۱۸ درصد متأهل بودند.

جدول: روابط میان متغیرها بر اساس فرضیات

روابط میان متغیرها	تعداد	میانگین	خطای استاندارد	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	سطح معناداری
رابطه بین بازاریابی سبز با مسئولیت پذیری اجتماعی فروشندگان	۳۵۷	۳/۷۴	۰/۶۷	۰/۴۸۲	۰/۲۹۷	۰/۰۰۱

نتایج جدول نشان می دهد، بین بازاریابی سبز و مولفه های آن با مسئولیت پذیری اجتماعی فروشندگان رابطه معناداری وجود دارد ($p=0/348$, $sig=0/001$).

جدول (۲): نتایج تحلیل همبستگی بین متغیرهای میزان مسئولیت پذیری اجتماعی با ابعاد بازاریابی

سبز

ابعاد ابعاد بازاریابی سبز					همبستگی متغیرهای تحقیق
سبک محصول سبز	کیفیت محصول سبز	تبلیغ سبز	قیمت سبز	محصول سبز	
$r=0/321$ $P=0/001$	$r=0/297$ $P=0/031$	$r=0/667$ $=0/001$ P	$r=0/348$ $P=0/002$	$r=0/467$ $P=0/001$	مسئولیت پذیری اجتماعی
$r=0/633$	$r=0/862$	$r=0/631$	$r=0/421$	$r=0/821$	ارتباط ارزشی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

$P=0/001$	$P=0/001$	$=0/009$	$P=0/001$	$P=0/000$	
		P			
$r=0/706$	$r=0/627$	$r=0/719$	$r=0/621$	$r=0/574$	استانداردهای اخلاقی
$P=0/001$	$P=0/001$	$=0/002$	$P=0/001$	$P=0/001$	
		P			
$r=-0/154$	$r=0/821$	$r=0/138$	$r=0/717$	$r=0/624$	تعهد نسبت به
$P=0/094$	$P=0/001$	$=0/614$	$P=0/001$	$P=0/001$	مسئولیت اجتماعی
		P			شرکت
$r=0/176$	$r=0/582$	$r=0/561$	$r=0/657$	$r=0/582$	رضایت
$P=0/057$	$P=0/004$	$=0/008$	$P=0/000$	$P=0/001$	
		P			
$r=-0/127$	$r=-0/079$	$r=0/161$	$r=0/196$	$r=0/049$	اعتماد و وفاداری
$P=0/097$	$P=0/303$	$=0/098$	$P=0/041$	$P=0/607$	
		P			

نتایج تحلیل نشان می دهد که بین ابعاد بازاریابی سبز با مسئولیت پذیری اجتماعی و ابعاد ارتباط ارزشی و استانداردهای اخلاقی ارتباط معنادار مثبتی وجود دارد. نتایج تحلیل نشان می دهد که بین محصول سبز، قیمت سبز، کیفیت محصول سبز، با تعهد نسبت به مسئولیت اجتماعی شرکت توسط فروشندگان ارتباط معنادار مثبتی وجود دارد ولیکن با تبلیغ سبز، سبک محصول سبز همبستگی معناداری نداشته است. نتایج تحلیل نشان می دهد که بین ابعاد بازاریابی سبز مانند محصول سبز، قیمت سبز، تبلیغ سبز، کیفیت محصول سبز، با رضایت مشتریان ارتباط معنادار مثبتی وجود دارد ولیکن با سبک محصول سبز همبستگی معناداری نداشته است. نهایتاً نتایج تحلیل نشان می دهد که



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

بین تنها بعد قیمت سبز با اعتماد و وفاداری مشتریان ارتباط معنادار مثبتی وجود دارد و با سایر ابعاد بازاریابی سبز همبستگی معناداری نداشته است.

بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که بین بازاریابی سبز و مولفه های آن (محصول سبز، تبلیغ سبز، قیمت سبز، سبک محصول، کیفیت محصول) با مسئولیت پذیری اجتماعی فروشندگان رابطه وجود دارد. نتایج به دست آمده با نتایج جعفری نیا و همکاران (۱۳۹۷)، شیرافکن قاضیانی و نسیمی (۱۳۹۷)، گردپور (۱۳۹۶)، فوی ینگ و یزدانی فرد (۲۰۱۵) همخوانی دارد.

بازاریابی سبز نه تنها یک ابزار حفاظت از محیط زیست، بلکه یک استراتژی بازاریابی است، بازاریابان می توانند با آموزش به کارکنان خود، به ویژه نماینده فروش به آنها دانش در چگونگی ترویج محصول سبز را به طور موثر به مصرف کنندگان ارائه کنند. بر اساس تئور رفتار برنامه ریزی شده، ایجاد احساس مسئولیت که در برابر محیط زیست و همچنین ایجاد این باور است هر فعالیتی که افراد انجام می دهند می تواند به ناپدید شدن یا بهبود محیط زیست بی انجامد و به این ترتیب منجر به این درک و باور شود که اگر هر فرد در برابر وظایفی که در قبال محیط زیست دارد احساس مسئولیت نکند به ناپدید شدن محیط زیست کمک کرده است و اگر افراد در برابر رفتارها خود نسبت به محیط زیست احساس مسئولیت کنند و دارا نگرشی مثبت نسبت به رفتارها دوستدار محیط زیست باشند و باور داشته باشند که اعمال و رفتار آنها بر محیط اطراف اثر می گذارد تمایل خواهند داشت رفتارهایی را از خود بروز دهند که به حفظ محیط کمک نماید.

بررسی موانع توسعه ورزش همگانی در استان آذربایجان غربی

لیلا باباپور*، شرمین خرقه پوش^۲



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی ورزشی

۱ و ۲، دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

*Email: (Leilababapour72@gmail.com)

چکیده

زمینه و هدف: هدف پژوهش حاضر، بررسی موانع موجود در گسترش و توسعه ورزش همگانی در استان آذربایجان غربی می باشد.

روش کار: روش تحقیق از نوع توصیفی و از نظر هدف کاربردی است که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش را اساتید و دانشجویان تربیت بدنی استان آذربایجان غربی تشکیل دادند که از بین آنها، ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه استفاده شد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه مهدی زاده و اندام (۱۳۹۳) می باشد. که پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، ۰/۹۱ گزارش گردید. از آمار توصیفی شامل میانگین، انحراف استاندارد و غیره، و از آزمون فریدمن برای رتبه اولویت بندی موانع توسعه ورزش همگانی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS ۲۰ انجام شد.

یافته ها: نتایج تحقیق نشان داد، از بین موانع موجود در توسعه ورزش همگانی، عوامل محیطی بیشترین تاثیر و پس از آن عوامل عدم حمایت اجتماعی، روانشناختی، سازمانی و مدیریتی، محدودیت زمانی و عامل درون فردی در رتبه های بعدی قرار گرفتند.

نتیجه گیری: می توان گفت مواردی که به عنوان موانع فعالیت بدنی معرفی شد، زنجیروار به هم مرتبط هستند و در برنامه ریزی برای رفع این موانع باید توجه نمود. آشنا کردن مردم با ابعاد و آثار گوناگون ورزش، فراهم کردن اماکن ورزشی پراکنده در سطح شهرها، توجه به ورزش بانوان، رسیدگی و توجه بیشتر به ورزش مدارس، دانشگاهها و مراکز عمومی، احیای ورزشهای بومی و محلی، توسعه رشته های ورزشی از جمله راهکارهای رفع موانع یادشده در این پژوهش می باشد. گذشته از پیشنهادات ارایه شده، وظیفه سازمانها و به ویژه رسانه های گروهی ای چون صدا و سیما بسیار قابل توجه است؛ زیرا تقریباً تمام آگاهیهای لازم درباره ورزش و رشته های مختلف ورزشی از طریق این رسانه قابل انتقال است.

کلیدواژه ها: ورزش، ورزش همگانی، موانع.

۱. مقدمه:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ورزش همگانی به عنوان یک ابزار کم هزینه و مفرح و در عین حال مؤثر که قابلیت اجرای آن برای عموم از حیث ویژگی های فردی و اجتماعی وجود دارد، می تواند به عنوان بخشی از برنامه زندگی روزانه افراد سهم بسزایی در ارتقاء سطح سلامتی جسمانی، روانی و اجتماعی آنها داشته باشد. بنابراین، مسئولین ورزش، بهداشت و سلامتی باید به بررسی روشهایی بپردازند که سبب افزایش تعداد افراد شرکت کننده در ورزش همگانی شود (۴). علیرغم، افزایش آگاهی عمومی مردم درباره عوارض و پیامدهای ناشی از بی تحرکی، بر اساس شواهد موجود فقط درصد کمی از اعضای جامعه از برنامه های ورزشی استقبال می کنند (۸). انگیزه های افراد برای شرکت در فعالیت بدنی بسیار متنوع است. برخی از عوامل انگیزشی از قبیل عوامل اجتماعی، محیطی و فرهنگی می توانند در تمایل یک فرد برای شرکت در فعالیت های بدنی و ورزشی اثرگذار باشند (۷). تحقیقات نشان داده اند مهمترین دلایل یا انگیزه های افراد از مشارکت در فعالیت بدنی شامل تناسب اندام، حفظ سلامتی، کسب نشاط و لذت و بودن در کنار دوستان و تعامل اجتماعی هستند (۸).

مطالعات زیادی در زمینه موانع مشارکت در فعالیت بدنی و ورزش انجام شده است. از جمله آنها تحقیقات باقرزاده، حمایت طلب و متقی پور (۱۳۸۶)، کشکر و احسانی (۱۳۸۶)، احسانی، کوزه چیان و کشکر (۱۳۸۶)، غفوری (۱۳۸۶)، حیدری چروده (۱۳۸۸)، سیدعامری و محمدآلین (۱۳۹۱)، مهدی زاده و اندام، (۱۳۹۳) و توموسیمه^۲ (۲۰۰۴) می باشد که کمبود وقت، کمبود امکانات، مشغله زیاد، و تنبلی و بی حوصلگی را از جمله موانع مشارکت افراد در فعالیت بدنی گزارش کرده اند. فعالیت بدنی و شرکت در برنامه های ورزش همگانی میتواند سهم بسزایی در ارتقاء سطح سلامت جسمانی، روانی و اجتماعی جامعه داشته باشد. لذا شناخت موانع مشارکت ورزشی این افراد، می تواند ضمن ارائه اطلاعات مفید در خصوص مسائل انگیزشی و بازاریابی آن ها در پرداختن به ورزش، انگیزه مشارکت در برنامه های ورزشی را تقویت کرده و به دست اندرکاران ورزش در تدوین هر چه بهتر برنامه های ورزشی و رفع موانع موجود کمک نماید (۸). به همین خاطر هدف پژوهش حاضر، بررسی موانع توسعه ورزش همگانی از دیدگاه اساتید و دانشجویان تربیت بدنی استان آذربایجان غربی می باشد.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۲. روش شناسی:

روش تحقیق از نوع توصیفی و از نظر هدف کاربردی است که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش را اساتید و دانشجویان تربیت بدنی استان آذربایجان غربی تشکیل دادند که از بین آنها، ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه استفاده شد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه مهدی زاده و اندام (۱۳۹۳) می باشد. که پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، ۰/۹۱ گزارش گردید. از آمار توصیفی شامل میانگین، انحراف استاندارد و غیره، و از آزمون فریدمن برای رتبه اولویت بندی موانع توسعه ورزش همگانی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار spss ۲۰ انجام شد.

یافته ها:

جدول ۱، اولویت بندی موانع توسعه ورزش همگانی را نشان می دهد که در آن عوامل محیطی بیشترین تاثیر و پس از آن عوامل عدم حمایت اجتماعی، روانشناختی، سازمانی و مدیریتی، محدودیت زمانی و عامل درون فردی در رتبه های بعدی قرار گرفتند.

جدول ۱. آزمون فریدمن برای رتبه بندی موانع توسعه ورزش همگانی

رتبه	عوامل	میانگین رتبه	خی دو	Df	sig
۱	محیطی	۳/۳۹			
۲	عدم حمایت اجتماعی	۳/۱۱	۶۳/۴۴	۵	۰/۰۱۳
۳	روانشناختی	۲/۶۴			
۴	سازمانی و مدیریتی	۲/۵۱			
۵	محدودیت زمانی	۲/۱۳			
۶	درون فردی	۱/۸۴			



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
مؤسسه تحقیقاتی ورزشی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

نتیجه گیری:

هدف از پژوهش حاضر بررسی موانع توسعه ورزش همگانی در استان آذربایجان غربی بود. نتایج نشان داد که به ترتیب موانع عدم حمایت اجتماعی، روانشناختی، سازمانی و مدیریتی، محدودیت زمانی و عامل درون فردی بیشترین تاثیر را در عدم مشارکت افراد در ورزش همگانی دارند. می توان گفت مواردی که به عنوان موانع فعالیت بدنی معرفی شد، زنجیروار به هم مرتبط هستند و در برنامه ریزی برای رفع این موانع باید توجه نمود. این موانع از موانع ناشی از محیط بیرونی مانند سازمانی و مدیریتی، محیطی و عدم حمایت اجتماعی تا موانع ناشی از محیط درونی مانند محدودیت زمانی، موانع روانشناختی و درون فردی نیازمند برنامه-ریزی دقیق و مناسب هستند تا زمینه مشارکت فعال و هرچه بیشتر این قشر از جامعه در فعالیتهای ورزشی فراهم گردد.

آشنا کردن مردم با ابعاد و آثار گوناگون ورزش، فراهم کردن اماکن ورزشی پراکنده در سطح شهرها، توجه به ورزش بانوان، رسیدگی و توجه بیشتر به ورزش مدارس، دانشگاه ها و مراکز عمومی، احیای ورزشهای بومی و محلی، توسعه رشته های ورزشی از جمله راهکارهای رفع موانع یادشده در این پژوهش می باشد. گذشته از پیشنهادات ارایه شده، وظیفه سازمانها و به ویژه رسانه های گروهی ای چون صدا و سیما بسیار قابل توجه است؛ زیرا تقریباً تمام آگاهی های لازم درباره ورزش و رشته های مختلف ورزشی از طریق این رسانه قابل انتقال است.

منابع:

۱. احسانی، محمد؛ کوزه چیان، هاشم؛ کشکر، سارا. (۱۳۸۶). بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل بازدارنده و میزان مشارکت زنان شهر تهران در فعالیتهای ورزش تفریحی. پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۷، صص ۶۷-۸۷.
۲. باقرزاده، فضل الله، حمایت طلب، رسول، متقی پور، مهدی. (۱۳۸۰). بررسی علل عدم شرکت دانش آموزان دختر مقطع متوسطه در فعالیتهای ورزشی فوق برنامه. حرکت. شماره ۱۱، صص ۲۳-۳۶.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۳. حیدری چروده، مجید. (۱۳۸۸). نیازسنجی شهروندان تهرانی به ورزش همگانی: به تفکیک سن، جنس، منطقه، فضا و زمان. طرح پژوهشی، دفتر مطالعات فرهنگی و اجتماعی: شهرداری تهران؛ شماره ۵، صص ۷۳-۸۸.
۴. رحمانی، احمد؛ بخشی نیا، طیبه؛ قوامی، سیدسعید. (۱۳۸۵). نقش ورزش در گذراندن اوقات فراغت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی تاکستان. پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۲، صص ۳۳-۵۱.
۵. سیدعامری، میرحسن؛ محمدآلق قربان، بردی. (۱۳۹۱). تبیین راهکارهای جذب و افزایش مشارکت شهروندان در برنامه های ورزش همگانی و تفریحی (مطالعه موردی: ارومیه). پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. شماره ۴، صص ۲۳-۳۴.
۶. غفوری، فرزاد. (۱۳۸۶). مطالعه انواع ورزشهای همگانی و تفریحات مطلوب جامعه و ارائه مدل برای برنامه ریزیهای آینده. طرح پژوهشی، وزارت ورزش و جوانان.
۷. صفانیا، علی محمد؛ نیکبخش، رضا. (۱۳۸۸). بررسی انگیزه های مشارکت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی در فعالیتهای جسمانی. فصلنامه تخصصی تربیت بدنی و علوم ورزشی. شماره ۸، صص ۵-۲۲.
۸. مهدی زاده، رحیمه؛ اندام، رضا. (۱۳۹۳). راهکارهای توسعه ورزش همگانی در دانشگاه های ایران. مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۶، صص ۱۵-۳۸.

9. Tumusiime DK. Perceived benefits of, barrier and helpful cues to physical activity among tertiary institution students in Rwanda. Unpublished master's thesis. University of the Western Cape (UWC): South Africa. 4(7). 24-39.

بررسی کیفی موانع و آرایه راهکارهای توسعه رشته وزنه برداری

بانوان



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
کمیته بین المللی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

رقيه آقايي*^۱، سعيد صادقي بروجردي.^۲ حديث فرهادي^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران. (*نویسنده مسئول).

۲. استاد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

۳. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علوم تحقیقات،

همدان، ایران (Email: aghaei.roghaeh@gmail.com)

چکیده

زمینه و هدف: زنان یکی از مهم ترین گروه های اجتماعی هستند و ضروری است از لحاظ روحی و جسمی از سلامت کامل برخوردار باشند. هدف پژوهش حاضر بررسی موانع و ارایه راهکارهای توسعه رشته وزنه برداری بانوان به عنوان یک رشته نوپا در کشور است.

روش کار: روش پژوهش حاضر توصیفی و دارای ماهیت کیفی است. جامعه مورد هدف شامل افراد حاضر در رشته وزنه برداری در بخش بانوان از جمله وزنه برداران دختر، مربیان ورزشی بود. نمونه گیری به صورت هدفمند بود و در نهایت با ۱۵ مربی و وزنه بردار دختر مصاحبه شد. جمع آوری داده ها از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. جهت تحلیل داده ها از روش تحلیل محتوی استفاده شد.

یافته ها: داده ها نشان دادند بسترهای لازم و خوب جهت موفقیت و کسب مدال در مسابقات بین المللی در این رشته وجود دارد اما باوجود بستر لازم، عمده ترین موانع در دو بخش فرهنگی و آموزشی وجود داشتند که مانع توسعه و کسب موفقیت در وزنه برداری بانوان می شود.

نتیجه گیری: با توجه به نوپا بودن وزنه برداری در بخش بانوان استراتژی های بلند مدت ضروری است تا با ارایه راهکارهای مناسب بر مشکلات و موانع موجود در مسیر توسعه رشته وزنه برداری غلبه کرد و با پرورش استعدادهای ورزشی بتوان به موفقیت این رشته ورزشی در میادین بین المللی کمک کرد.

کلیدواژه ها: توسعه ورزش بانوان، موانع، راهکارها، وزنه برداری بانوان

مقدمه:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

تحقیقات نشان دادند که در بیشتر جوامع زنان از فرصت های برابر برای شرکت در فعالیت های ورزشی محروم اند و اختلافات موجود در شکل قوانین فرهنگی ارائه می شود (۲). موفقیت بین المللی برای ورزشکاران یک کشور (زنان و مردان) در رقابت های بین المللی و المپیک تقویت کننده وجهه و اعتبار آن کشور در سطح جهانی می شود. ورزش زنان جدا از مسائل فنی و ورزشی مقوله ای است فرهنگی، اجتماعی و سیاسی که رشد و ترقی آن در هر کشوری بیانگر رفتارهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تمام طیف های جامعه در قبال رویکرد زنان به ورزش است. (۳). باور غلطی که در همیشه در مورد زنان وجود داشت اینکه زنان به دلیل ویژگی های جسمانی و عاطفی در ورزش های استقامتی و قدرتی و پست های مدیریتی ناتوان هستند اما موارد ذکر شده نقض کننده این باورهای اشتباه هستند (۴). تحقیقات نشان دادند بسترهای فرهنگی و اجتماعی کشورهای مختلف بر تناسب جنسیتی و نقش کلیشه های جنسیتی تاثیر گذار هستند و بر تمایل آنها به کشیده شدن به کلیشه های جنسیتی در ورزش تاثیر می گذارد. رشته ورزش برداری به عنوان ورزشی کاملا مردانه در کشورهای مختلف شناخته شده است. وزنه برداری در بخش بانوان در یک ایران یک رشته کاملا نوپا است و نیازمند توجه و حمایت همه جانبه از بخش های مختلف جامعه را دارد. پژوهش حاضر با درک نوپا بودن این رشته در بخش بانوان بدنبال این است موانع موجود را از دیدگاه وزنه برداران و مربیان آنها که با این ورزش درگیر هستند را شناسایی کرده و با ارائه راهکارهای مناسب بتواند به برطرف کردن مشکلات موجود کمک کند تا بانوان ایرانی مانند سایر زنان در کشورهای مختلف بتوانند توانمندی خود را در وزنه برداری به نمایش بگذارند.

روش شناسی:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

روش پژوهش حاضر توصیفی و براساس رویکرد کیفی است. همچنین این پژوهش دارای ماهیتی اکتشافی است. جامعه مورد هدف این پژوهش شامل کلیه افرادی بود که در این رشته ورزشی شرکت داشتند جمع آوری داده ها از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام گرفت.

یافته ها:

در جدول ۱، کدهای مربوط به موانع در دو بخش موانع فرهنگی و آموزشی از دیدگاه مصاحبه شوندگان ارائه شده است.

مقوله ها	مفاهیم	کدها	فراوانی
موانع	بخش فرهنگی	مقاومت و مخالفت خانواده ها	۱۰
		نگاه اشتباه به وزنه برداری به عنوان ورزش مردانه	۵
		باور نکردن توانایی بانوان	۴
		عدم آگاهی عموم جامعه از وزنه برداری در بخش بانوان	۶
		نگاه اشتباه به وزنه برداری به عنوان ورزش آسیب زننده	۹
	بخش آموزشی	برای دختران	۷
		عدم پخش رسانه ای از جمله صدا و سیما	
		نبود مربی خوب	۱۲
		نداشتن مربی خارجی	۷
		عدم استفاده از مربی آقا	۶
		عدم انتقال تجربیات از بخش مردان به بخش بانوان	۵
		ناکافی بودن تجربیات بانوان در بخش آموزش تکنیک ها	۵



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

جدول ۲. راهکارهای ارایه شده

مقوله	کدها	فراوانی
	ایجاد باور در بانوان نسبت به توانمندی های خود	۸
	تاکید بر نقش موثر خانواده ها و سیستم های آموزشی در توسعه وزنه برداری بانوان	۹
	ایجاد بستر فرهنگ ساز توسعه وزنه برداری بانوان	۱۰
راهکارها	آگاه سازی و توانمندسازی بانوان	۸
	پخش مسابقات از رسانه ها بخصوص صدا و سیما	۱۲
	استفاده از مربیان آقا در آموزش مهارت و تکنیک ها	۱۰
	به کارگیری مربی خارجی	۸
	افزایش دانش مربیان	۱۱
	شرکت در مسابقات بین المللی	۷

نتیجه گیری:

بافته های این پژوهش نشان دادند که مهمترین موانع در رشته وزنه برداری بانوان در دو بخش اصلی فرهنگی و آموزشی وجود دارد. وجود خانواده های سنتی، نگاه جنسیتی به ورزش، عدم باور به توانمندی زنان، باور اشتباه نسبت به اینکه ورزش وزنه برداری در بانوان باعث تغییرات و ناهنجاری های اسکلتی می شود. عوامل فرهنگی و دیدگاه رایج اشتباه نسبت به این رشته است که مانع بزرگی برای ورود دختران با استعداد در این رشته می شود. علاوه بر آن به دلیل نبود حمایت رسانه ای و عدم پخش مسابقات از صدا و سیما عموم جامعه از وجود این رشته بی خبر هستند و همچنین بدلیل نبود حمایت رسانه ای حمایت مالی در بخش بانوان انجام نمی گیرد. یکی دیگر از موانع در رشته



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

وزنه برداری بخش آموزشی است که به امکانات موجود اعم از بخش نیروی انسانی و بخش تجهیزات اشاره می کند. بیشترین دغدغه و مشکلات وزنه برداران ناشی از نبود مربی توانمند و با تجربه است. که فقدان آن تاثیر منفی بیشتری نسبت به ضعیف بود امکانات و تجهیزات بر توسعه این رشته می گذارد. شناسایی موانع گام نخست توسعه و برنامه ریزی های بلند مدت در موفقیت وزنه برداری بانوان در مسابقات بین المللی است. ایران از لحاظ استعداد و بسترهای لازم در زمینه وزنه برداری در وضعیت مطلوبی است و مشکلات اصلی ناشی از هدایت و به ثمر رساندن این استعدادهاست. بالقوه است که با راهکار و حمایت های لازم از جانب جامعه و سازمان های ورزشی می توان شاهد موفقیت بانوان در سال های آتی بود.

منابع:

Gregg E, Fielding L. The implementation of Title IX at Indiana University: a historical case study. *J Contemp Sport* 2016;10(4):241-55.

فرازینانی، فاتح، طاهری، مرتضی، عرب عامری، الهه. رسانه ابزاری جهت ایفای نقش زنان در توسعه مرزهای بین المللی و فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی؛ 1394. 2(3): 62-71.
یوسفی بهرام. تناسب جنسیتی در ورزش های رقابتی. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۱۳۹۲؛ ۱ (۲).



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

رویکرد بازایابانه به برون سپاری اماکن ورزشی و نقش آن در رضایتمندی مشتریان خدمات ورزشی در استان کردستان
محمد سیامک رضاقلی*، بهزاد ایزدی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران. (*نویسنده مسئول).

۲. استاد یار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
*Email: (siamreza92@gmail.com)

چکیده

زمینه و هدف: برونسپاری اماکن ورزشی از مهمترین فعالیتهایی است که وزارت ورزش و جوانان جهت افزایش بهره وری سازمانی به انجام این موضوع پرداخته است. در این راستا، هدف از پژوهش حاضر بررسی تمامی عوامل دخیل در برون سپاری اماکن ورزشی و نقش آن در رضایتمندی ورزشی استان کردستان بود.

روش کار: روش انجام پژوهش حاضر روش ترکیبی می باشد. ابزار گردآوری داده ها، مرور منابع کتابخانه ای، مصاحبه و پرسشنامه است. همچنین جامعه آماری در بخش کیفی شامل مدیران اداره کل ورزش و جوانان، روسای هیئت ها، اجاره کنندگان اماکن ورزشی و در بخش کمی شامل مشتریان مجموعه های ورزشی می باشد.

یافته ها: نتایج این پژوهش مشخصه های برون سپاری و عوامل تسهیل کننده، عوامل توسعه دهنده و موانع برون سپاری را نشان داد و در بخش کمی، واگذاری اماکن ورزشی نتوانسته است موجبات رضایتمندی مشتریان را فراهم کند.

نتیجه گیری: با شناسایی عوامل موثر در برونسپاری اماکن ورزشی و تدوین آیین نامه و دستورالعمل مناسب می توان به بهره وری سازمانی، افزایش درآمد، کاهش هزینه، رشد و اثر بخشی، کوچک سازی، تعدیل بوروکراسی پیچیده و رضایتمندی مشتریان خدمات ورزشی دست یافت.

کلیدواژه ها: بازاریابی ورزشی، برون سپاری، اماکن ورزشی، رضایتمندی ورزشی، استان کردستان



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۱. مقدمه:

در عصر حاضر، برون سپاری به عنوان یکی از روش های مدیریتی که باعث بهبود عملکرد، توسعه و ارتقای بهره وری سازمان در قالب کوچک سازی می شود در سال های اخیر بسیار مورد توجه مدیران و مسئولان سازمان ها قرار گرفته است (بولات و ییلماز، ۲۰۰۹) زیرا تامین منابع از خارج سازمان می تواند باعث کاهش هزینه ها شود و به شرکت این امکان را می دهد تا توجه بیشتری را صرف فعالیت های کسب و کار اصلی خود کند (پیری، ۱۳۹۵). برون سپاری یک مفهوم جدید در محیط کسب و کار مدرن نیست. در حال حاضر روز به روز تعداد بسیاری از فعالیت ها برون سپاری می شوند. بسیاری از این فعالیت ها مهم هستند در حالی که برخی دیگر از اهمیت کمتری برخوردارند. با این حال همه ی آن ها به عملکرد مناسب شرکت کمک می کند (واکسونو و کونستانتوپولوس، ۲۰۱۵).

۲. روش شناسی:

روش انجام پژوهش حاضر، روش ترکیبی، جزء تحقیقات توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. ابزار گردآوری داده ها، مرور منابع کتابخانه ای، مصاحبه و پرسشنامه است. همچنین جامعه آماری در بخش کیفی شامل مدیران اداره کل ورزش و جوانان، روسای هیئت ها، اجاره کنندگان اماکن ورزشی و در بخش کمی با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای، نقش برون سپاری اماکن ورزشی در رضایت مندی مشتریان ورزشی اندازه گیری شد. در نهایت جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش تحلیل سیستماتیک با کمک نرم افزار آماری Maxqda و نرم افزار SPSS برای تحلیل استفاده شد.

یافته ها: نتایج نشان داد که مشخصه های برون سپاری شامل (ارتقا، درآمد زایی، کاهش هزینه، افزایش درآمد و توسعه اقتصادی و کوچک سازی)، عوامل تسهیل کننده برون سپاری شامل

¹ Downsizing

² Blat & Yilmaz

³ Vakevanou & Konstantopoulos

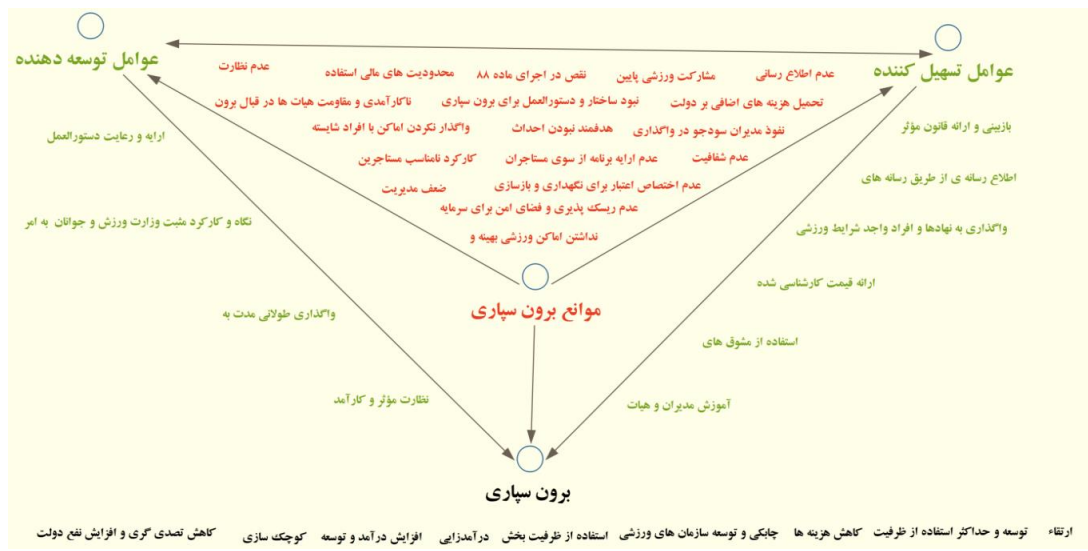


اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
کمیته بین المللی

(بازبینی و ارائه قانون موثر، اطلاع رسانی از طریق رسانه های واگذاری به نهادها و افراد واجد شرایط، ارائه قیمت کارشناسی شده، مشوق های آموزش مدیران و حمایت)، عوامل توسعه دهنده (ارایه رعایت دستورالعمل، نگاه و کارکرد مثبت وزارت ورزش و جوانان به امر واگذاری طولانی مدت به نظارت موثر و کارآمد) و موانع برون سپاری نیز شامل (عدم اطلاع رسانی، مشارکت ورزشی پایین، محدودیت های مالی استفاده، عدم نظارت، ناکارآمدی و مقاومت هیات ها در قبال برون سپاری، عدم شفافیت، عدم ارزیابی پروانه از سوی مستاجرین، کارکرد نامناسب مستاجرین، ضعف مدیریت، عدم ریسک پذیری و فضای امن برای سرمایه گذاری، نداشتن اماکن ورزشی بهینه و عدم اختصاص اعتبار برای نگهداری و بازسازی) عوامل تسهیل کننده (بازبینی و ارائه قانون موثر، اطلاع رسانی از طریق رسانه های واگذاری به نهادها و افراد واجد شرایط ورزشی، ارائه قیمت کارشناسی شده، استفاده از مشوق های آموزشی مدیران و هیات، افزایش درآمد و توسعه کوچک سازی، کاهش تصدیگری و افزایش نفع دولت) می باشند. براساس ترکیب لایه های ارائه شده مدل نهایی تحقیق در بخش کیفی به شرح زیر است:



شکل ۱. مدل نهایی تحقیق

همچنین در بخش کمی با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای نقش برون سپاری اماکن ورزشی در رضایت مندی مشتریان خدمات ورزشی اندازه گیری می شود تا مشخص گردد که آیا برون سپاری در تبیین و توضیح رضایت مندی مشتریان نقش دارد یا نه؟

توصیف متغیر رضایت مندی بر حسب نظر مشتریان خدمات اماکن ورزشی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

متغیر	تعداد	کمبنه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
رضایت مندی	۳۸۴	۱/۰۰	۵/۰۰	۲/۸۵۸	۰/۷۳۴

با استناد به یافته‌های حاصل از تحلیل آماری مشخص گردید که میزان رضایت مندی مشتریان خدمات اماکن ورزشی پایین تر از حد وسط است. لازم به ذکر است پراکندگی نمره‌های مربوط به متغیر رضایت مندی در حد پایینی قرار داشت. یافته‌های حاصل از پژوهش در مقایسه میانگین رضایت مندی و شاخص‌های آن نشان می‌دهد برون‌سپاری اماکن ورزشی نقشی در رضایت مندی مشتریان خدمات اماکن ورزشی ندارد.

نتیجه‌گیری:

با توجه به یافته‌ها و نتایج بدست آمده از این پژوهش ماهیت برون‌سپاری ماهیتی در آمد زایی، ارتقا کیفیت، کاهش هزینه، کاهش تصدیگری دولت، کوچک سازی سازمان و رفع بروکراسی پیچیده می باشد. برون سپاری اماکن ورزشی نیز از این دایره خارج نیست، اما مهمترین مسله و چالش در این زمینه که باعث اجرای ناصحیح و غیر سودمند می شود، کمبود زیرساخت و فضاهای ورزشی، جانمایی و تعبیه مکانی نامناسب این اماکن، نبود دستورالعمل متناسب با برون سپاری اماکن ورزشی، عدم نظارت و مستهلک بودن امکانات و تجهیزات این اماکن سبب گشته است با وجود درآمد زایی برای سازمان از یکسو و افزایش هزینه‌ها و بالا رفتن استهلاک اماکن از سوی دیگر، سود و هزینه را یکسان نموده، در واقع به هر میزان درآمد زایی که انجام می دهد باید به همان میزان نیز هزینه کند با این تفاوت که از بین رفتن زیر ساخت ها با این روش بهره برداری هزینه به مراتب سنگین تر و بالاتر از درآمد زایی را دارد.

منابع:



**اولین همایش بین المللی
ورزش و توسعه پایدار**
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

پیری، زهرا. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر برون سپاری طرح های آموزش و کارآفرینی بر پابکی سازمانی کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان زاهدان، پایان نامه کرسناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

Bolat, T., & Yılmaz, Ö. (2009). The relationship between outsourcing and organizational performance: is it myth or reality for the hotel sector?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1), 7-23.

Vaxevanou, A., & Konstantopoulos, N. (2015). Models referring to outsourcing theory. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 572-578



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

بررسی رابطه میان نوآوری سازمانی و چابکی سازمانی در میان کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان همدان رقیه آقایی * حدیث فرهادی * علی عزیزی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران (*نویسنده مسئول).

۲. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علوم تحقیقات، همدان، ایران.

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد کرمانشاه

چکیده

زمینه و هدف: هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه میان نوآوری سازمانی و چابکی سازمانی در میان کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان همدان می باشد. نتایج این تحقیق می تواند به مدیران و سیاستگذاران ادارات ورزش و جوانان کمک نماید.

روش کار: در پژوهش حاضر کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان همدان به تعداد ۲۲۸ نفر به عنوان جامعه آماری انتخاب که با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران تعداد ۱۴۵ نفر به عنوان نمونه تعیین شدند که با استفاده از دو پرسشنامه نوآوری سازمانی با پایایی ۷۲٪ و چابکی سازمانی با پایایی ۸۶٪ مورد بررسی قرار گرفتند. داده های استخراج شده از پرسشنامه ها از طریق روش های آمار توصیفی (فراوانی، درصد فراوانی، ...) و روش های آمار استنباطی (کلموگروف - اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون، و آزمون رگرسیون چند گانه و نرم افزار SPSS) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته ها: یافته ها حاکی از این است که بین دو متغیر چابکی سازمانی و نوآوری سازمانی در سطح اطمینان ۹۹٪ رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین، چابکی سازمانی برای کسب موفقیت در محیط کسب و کار یک مزیت رقابتی ایجاد می کند که می توان با شهرت در نوآوری آن را حفظ نمود، زیرا به سازمان ها کمک می کند تا در مسیر خود محکم گام بردارند و بتوانند به سرعت با تغییرات همگام شوند.

نتیجه گیری: در نتیجه ی چابکی سازمانی و گسترش آن در سازمان، میزان دست یابی به اهداف بیشتر می شود و با گسترش چابکی سازمانی، بستر ایجاد سازمان های چابک که قابلیت انطباق با تغییرات را دارند به وجود می آیند. انجام مطالعاتی همچون پژوهش حاضر می تواند در آشنا ساختن مدیران و سیاستگذاران سازمانی مفید بوده و در عین حال به عنوان رویکردی نسبتاً جدیدتر به مقوله چابکی سازمانی مطرح شود.

کلیدواژه ها: چابکی سازمانی، نوآوری سازمانی، استان همدان.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۱. مقدمه:

یکی از مسائل اساسی که امروزه سازمان ها با آن مواجه اند، چگونگی مقابله با تغییرات غیرقابل پیش بینی، پویا و نامطمئن کنونی است. اگر چه راه حل های متفاوتی برای رویارویی با این شرایط پیش بینی شده است، اما یکی از کاربردی ترین و بهترین راه حل ها استفاده از مفهوم چابکی و ویژگی های آن در سازمان است. سازمان های امروزی با مسائلی هم چون تغییرات سریع، سفارشات سلیقه ای مشتریان، انتظار دریافت بهترین خدمات و... مواجه هستند که برای این منظور تغییرات بسیاری در نگرش ها، اهداف، شیوه های انجام کار صورت پذیرفته است که یکی از مهمترین آنها چابکی است (۱). نیاز به چابکی، مبتنی بر افزایش نرخ تغییر در محیط است که موسسات را وادار به پاسخ پیش کنشی به تغییرات می کند. بازارها و مشتریان خواهان محصولات ارزان، متناسب با سلائق خود و دسترسی سریع به آن هستند (۲). در شرایط پیچیده رقابتی امروز، تلاش سازمان ها و به ویژه سازمان های پژوهشی و دانش بنیان در جهت کاهش زمان توسعه محصولات جدید و نوآورانه به منظور کسب مزایای رقابتی بلندمدت، افزایش یافته است چرا که در سازمان های امروزی کسب مزیت رقابتی بلندمدت منوط به نوآوری در تولید و ارائه محصولات و خدمات می باشد (۳). بر این اساس و با توجه به پیچیدگی های موجود در فعالیت های تحقیقاتی و دانش بنیان، لازم است که سازمان های مذکور توجه کافی به توسعه توانمندی کارکنان خود در حل مسائل پیش رو به شیوه های ابداعانه و نوآورانه داشته باشند.

۲. روش شناسی:

با توجه به ماهیت تحقیق، این تحقیق یک تحقیق توصیفی، همبستگی است که با استفاده از پرسشنامه انجام خواهد شد ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه استاندارد شده است. برای سنجش چابکی سازمانی از پرسشنامه ی محمدی (۱۳۹۲) استفاده شد. و جهت سنجش نوآوری سازمانی از پرسشنامه ی رضایی (۱۳۹۰) استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان همدان می باشد، که تعداد آنها برابر با ۲۲۸ نفر بود، با استفاده از فرمول کوکران میزان حجم نمونه فوق در سطح خطای ۰/۰۵ برابر با ۱۴۵ نفر به صورت تصادفی انتخاب



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

شد. به منظور جلوگیری از ریزش نمونه تعداد ۱۶۰ پرسشنامه در میان کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه توزیع گردید و در نهایت ۱۴۵ پرسشنامه عودت داده شد و همین تعداد جهت تجزیه و تحلیل آماری مورد استفاده قرار گرفت. در پژوهش حاضر، بسته به اهداف و سؤالات پژوهش، از روش های مختلفی برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده گردید. به طور کلی در سطح آمار توصیفی از شاخص هایی همچون جداول توزیع فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد، و در سطح آمار استنباطی از آزمون هایی همچون آزمون کولموگراف اسمیرنوف بری تعیین نوع توزیع داده ها (نرمال یا غیر نرمال)، آزمون همبستگی پیرسون برای تعیین رابطه بین متغیرها، آزمون رگرسیون چندگانه (مدل گام به گام) برای تعیین میزان پیش بینی متغیر ملاک از متغیر پیش بین، استفاده گردید. یادآور می شود که نرم افزار مورد استفاده جهت تجزیه و تحلیل فرضیه های پژوهش، نرم افزار SPSS می باشد.

یافته ها:

به منظور تعیین سهم هر یک از مولفه های چابکی (پاسخگویی به مشتری، آمادگی رویارویی با تغییرات، ارزش قائل شدن برای مهارت ها و دانش انسانی، تشکیل دادن مشارکت مجازی) در پیش بینی نوآوری راهبردی از تحلیل رگرسیون چند گانه به روش همزمان استفاده شد.

جدول ضرایب همبستگی

مدل	ضریب همبستگی چند گانه (R)	ضریب تعیین (R ²)	ضریب تعدیل (R ² .adj)	تعیین یافته	خطای معیار (S.E)	تحلیل واریانس (F)	Sig
۱	۰/۳۲۵	۰/۱۰۶	۰/۰۸۰		۰/۸۳۵	۴/۱۴۰	۰/۰۰۳

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون همزمان در جدول نشان می دهد که مقدار همبستگی بین چهار متغیر پیش بین و نوآوری راهبردی ($r=0/325$) و میزان R^2 برابر با ۰/۱۰۶ می باشد. یعنی ۰/۱۰۶ میزان نوآوری راهبردی از طریق پاسخگویی به مشتری، آمادگی رویارویی با تغییرات، ارزش قائل



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

شدن برای مهارت ها و دانش انسانی، تشکیل دادن مشارکت مجازی قابل تبیین است. به منظور بررسی معناداری ضریب همبستگی بدست آمده، نتایج تحلیل واریانس نشان می دهد که میزان F مشاهده شده معنادار می باشد ($F=4/140$)، بنابراین چهار مولفه ی پاسخگویی به مشتری، آمادگی رویارویی با تغییرات، ارزش قائل شدن برای مهارت ها و دانش انسانی، تشکیل دادن مشارکت مجازی قادر به پیش بینی نوآوری راهبردی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان همدان می باشند.

نتیجه گیری:

در جمع بندی، بررسی تحقیق نشان می دهد در نتیجه ی چابکی سازمانی و گسترش آن در سازمان، میزان دست یابی به اهداف بیشتر می شود و با گسترش چابکی سازمانی، بستر ایجاد سازمانهای چابک که قابلیت انطباق با تغییرات را دارند به وجود می آیند، با وجود این، علیرغم اذعان اندیشمندان ایرانی به اهمیت چابکی سازمانی و افزایش توانایی کارکنان در برخورد با تغییرات، پژوهش های زیادی در زمینه تاثیر چابکی به عنوان متغیری سازمانی بر نوآوری به عنوان متغیری فردی وجود ندارد و انجام مطالعاتی همچون پژوهش حاضر می تواند در آشنا ساختن مدیران و سیاستگذاران سازمانی مفید بوده و در عین حال به عنوان رویکردی نسبتاً جدیدتر به مقوله چابکی سازمانی مطرح شود. از سوی دیگر عمده ی پژوهش هایی که در زمینه چابکی سازمانی در ایران انجام گرفته، سازمان های خدماتی و اجتماعی را مورد مخاطب و بررسی قرار داده اند و لذا می توان پژوهش حاضر را گامی کوچک در جهت تغییر رویکرد پژوهشگران این حوزه به سازمان های ورزشی و قشر جوانان دانست.

منابع:

سلطانی پور، سینا. (۱۳۸۴). طراحی و تبیین مدلی برای نهادینه کردن نوآوری در بخش دولتی ایران. دانشور رفتار. شماره ۱۱.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤتمر بین المللی

شناسایی شاخص های شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی و عوامل زمینه ای مؤثر بر آن با رویکرد پژوهش ترکیبی

پیمان رستمی*^۱، کورش ویسی^۲، فرزاد غفوری^۳ و سمیرا علی آبادی^۴

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

۲- استادیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

۳- دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه علامه طباطبائی

۴- استادیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

*Email: (paymanrostami60@gmail.com)

چکیده

زمینه و هدف: هدف این تحقیق شناسایی شاخص های شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی و عوامل زمینه ای مؤثر بر آن با رویکرد پژوهش ترکیبی بود

روش کار: این تحقیق به لحاظ روش شناختی از نوع ترکیبی (کیفی- کمی) است. نمونه های این پژوهش در مرحله کیفی صاحب نظران (۲۲ نفر) و در مرحله کمی دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان به تعداد ۳۲۴ نفر بود. جهت جمع آوری داده های تحقیق در بخش کیفی از مصاحبه نیمه ساختاریافته و در بخش کمی از پرسشنامه استفاده شد. کلیه تحلیل ها با کمک نرم افزارهای مکس کیودا و اسمارت پی ال اس انجام شد.

یافته ها: با استناد به یافته ها، شاخص های شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی دانشگاه های فرهنگیان از ۱۹ زیرمقوله و چهار مقوله اصلی موضوعی تشکیل شده است. همچنین عوامل زمینه ای مؤثر بر شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی دانشگاه های فرهنگیان از ۲۳ زیرمقوله و شش مقوله اصلی تشکیل شده است.

نتیجه گیری: تجزیه و تحلیل داده های کیفی نشان داد شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی دارای ۴ شاخص تربیتی موضوعی، تربیتی، موضوعی و عمومی است. عوامل زمینه ای مؤثر بر شایستگی های دانشجو معلمان تربیت بدنی نیز مشمول شاخص های آشنایی با فناوری اطلاعات، فراهم کردن امکانات، خصوصیات شخصیتی مربیان، فراهم کردن تسهیلات، محیط و حمایت مسئولین بود. نتایج بخش کمی نیز نشان داد که عوامل زمینه ای بر شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی دانشگاه های فرهنگیان ایران تأثیر مثبت و معناداری (۰/۸۵۴) دارد. با توجه به نتایج تحقیق می توان بیان نمود در صورت فراهم نمودن و تقویت عوامل زمینه ای در دانشگاه فرهنگیان می توان شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی را افزایش داد.

کلید واژه ها: شایستگی، دانشجو معلمان تربیت بدنی، دانشگاه فرهنگیان، عوامل زمینه ای.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۱. مقدمه:

در کشور ما، آموزش عالی وظیفه مهم تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز بخش های مختلف را برای تأمین خود کفایی در علوم و فنون، صنعت و کشاورزی به عهده دارد. نگاهی به روند تحولات جاری نظام آموزش عالی، حاکی از آن است که آموزش عالی باید ضمن توجه به بحران افزایش کمی و تنگنای مالی؛ به حفظ، بهبود و ارتقای کیفیت پردازد (۱). موفقیت دانش آموز با وجود معلمان موثر ارتباط تنگاتنگ دارد و از این رو باید اطمینان حاصل شود که معلمان به سطحی لازم از شایستگی ها که از اولویت های ملی هستند، رسیده اند. معلمان شایسته به منظور به وجود آوردن برنامه های تربیت بدنی شایسته برای دانش آموزان در قرن ۲۱، عامل مهمی به شمار می روند. همهی دانش آموزان لازم است که توسط معلمان تربیت بدنی شایسته آموزش ببینند (۲). در مطالعات انجام شده در حیطه شایستگی برخی از صاحب نظران شایستگی را انتقال، شناسایی، ترکیب و فعال کردن مجموعه ای از دانش ها و مهارت ها تعبیر می کنند که به حل موقعیت های مشکل زا منجر می شود. آن ها تأکید می کنند که باید بین شایستگی و مهارت تفاوت قائل شد (۳). یکی از عوامل اثرگذار بر شایستگی های دانشجو معلمان عوامل زمینه ای می باشد. عوامل زمینه ای نشانگر شرایط خاصی است که در آن راهبردهای کنش متقابل برای پاسخ به پدیده صورت می گیرند (۴). در صورت مطالعه و بررسی عوامل زمینه ای موثر بر شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی دانشگاه فرهنگیان می توان این عوامل و سایر عوامل مرتبط با شرایط خاص این دانشگاه به دلیل توجه اختصاصی به پرورش و تربیت نیروهای مورد نیاز حوزه ورزش دانش آموزی کشور و قبول مسئولیت برای آموزش معلمان مورد نیاز تربیت بدنی به ویژه بعد از تبدیل شدن مراکز تربیت معلم به دانشگاه فرهنگیان و انتظارات ایجاد شده در این زمینه را شناسایی و راهکارهایی را برای کنترل عوامل اثرگذار مخرب و تقویت عوامل اثرگذار مثبت ارائه داد.

۲. روش شناسی:

تحقیق حاضر از نوع ترکیبی است. جامعه آماری این پژوهش در مرحله کیفی صاحب نظران (کارشناس مسئول تربیت بدنی ادارات کل آموزش و پرورش، مدیران دبیرستان ها، رئیس تربیت بدنی دانشگاه فرهنگیان کشور و مدرسان تربیت بدنی دانشگاه های فرهنگیان) و در مرحله کمی نیز دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان به تعداد ۱۹۶۷ نفر بودند. از آنجایی که تحقیق حاضر ترکیبی است در بخش اول این تحقیق از مصاحبه نیمه ساختاریافته و در بخش کمی از پرسشنامه استفاده شد. در بخش کیفی این پژوهش برای بررسی روایی و پایایی تحقیق از معیارهای لینکلن و گوبا (۱۹۸۹) استفاده شد. در بخش کمی تحقیق نیز برای بررسی روایی و پایایی ابزار پژوهش از میانگین واریانس استخراج شده و ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. بر این اساس مقادیر بدست آمده برای



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

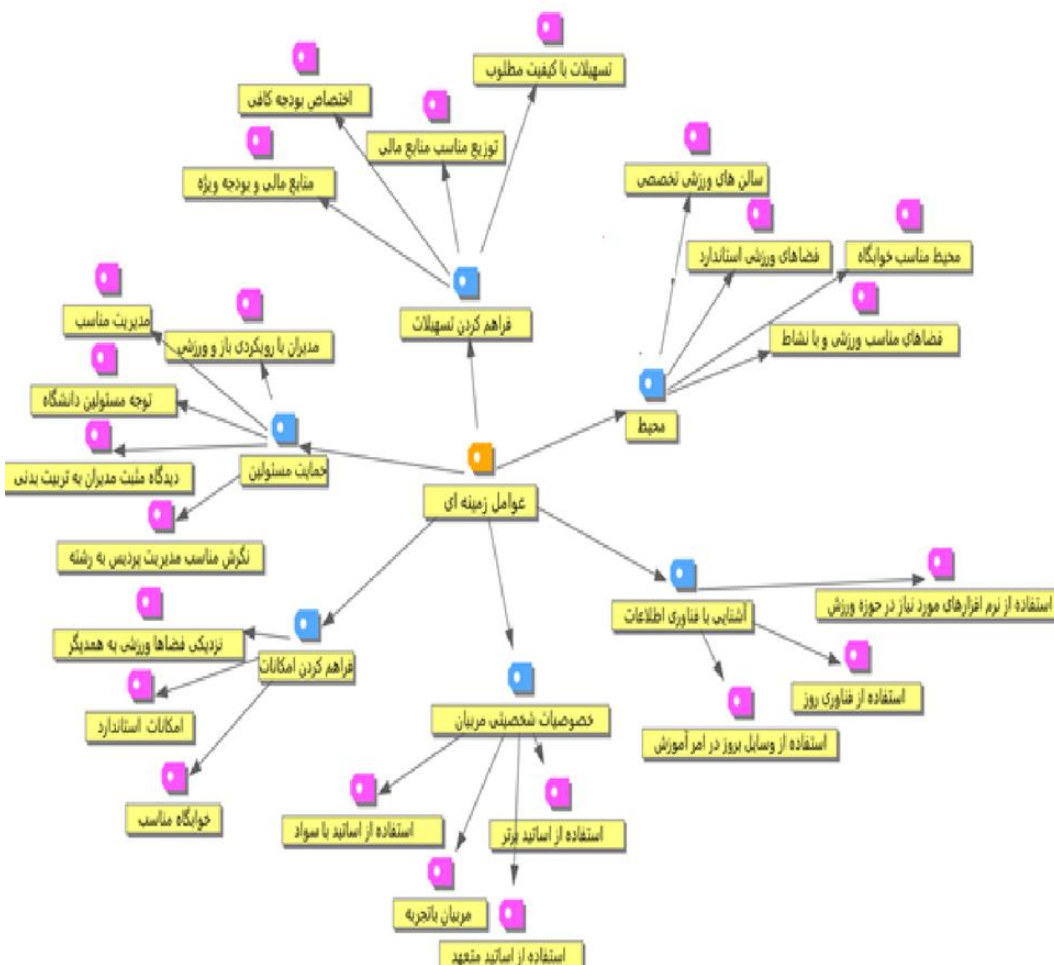
ISC
کمیته علمی ورزش

تمامی مولفه های پژوهش مقدار میانگین واریانس استخراج شده بالای ۰/۷ و آلفای کرونباخ بالای ۰/۹ را نشان می دهد که نشان از روایی و پایایی مورد قبول ابزار پژوهش دارد.

یافته ها:

با استناد به یافته ها، شاخص های شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی دانشگاه های فرهنگیان از ۱۹ زیرمقوله و چهار مقوله اصلی (شاخص) به نام های شایستگی عمومی، شایستگی تربیتی موضوعی، شایستگی تربیتی و شایستگی موضوعی تشکیل شده است.

با استناد به شکل ۲، عوامل زمینه ای مؤثر بر شایستگی دانشجو معلمان تربیت بدنی دانشگاه های فرهنگیان از ۲۳ زیرمقوله و شش مقوله اصلی به نام های خصوصیات شخصیتی مریبان، آشنایی با فناوری اطلاعات، فراهم کردن امکانات، فراهم کردن تسهیلات، محیط و حمایت مسئولین تشکیل شده است.



نتیجه گیری:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

تحلیل یافته‌ها همچنین نشان داد که شرایط زمینه‌ای بر شایستگی دانشجو معلمان در دانشگاه فرهنگیان تأثیر دارد. با توجه به تحلیل مصاحبه‌ها، این عوامل زمینه‌ای، ذیل چند عنوان کلی آشنایی با فناوری اطلاعات، فراهم کردن امکانات، خصوصیات شخصیتی مربیان، فراهم کردن تسهیلات، محیط و حمایت مسئولین قابل بررسی هستند. آشنایی با فناوری اطلاعات مشمول استفاده از نرم‌افزارهای مورد نیاز در حوزه ورزش، استفاده از وسایل بروز در امر آموزش و استفاده از فناوری روز است. آشنایی با فناوری اطلاعات نزد دانشجو معلم سبب پویایی این افراد می‌شود چرا که به موجب این امر چرخه یادگیری پویاتر و فعال‌تر می‌شود. فراهم کردن امکانات از دیدگاه مشارکت‌کنندگان از چند مقوله فرعی به نام‌های خوابگاه مناسب، نزدیکی فضاهای ورزشی به همدیگر و امکانات استاندارد تشکیل شده است. فراهم کردن تسهیلات نیز یکی دیگر از مفاهیم عوامل زمینه‌ای موثر بر شایستگی دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان بود که اجزاء تشکیل دهنده این مفهوم شامل منابع مالی و بودجه ویژه، تسهیلات با کیفیت مطلوب، تسهیلات با کمیت بالا، توزیع مناسب منابع مالی و اختصاص بودجه کافی است. محیط، مقوله زمینه‌ای بعدی بود که بر شایستگی دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان تأثیر گذار بود. در ارتباط با مقوله‌های تشکیل دهنده این مفهوم مشارکت‌کنندگان در تحقیق به فضاهای مناسب ورزشی و با نشاط، فضاهای ورزشی استاندارد، محیط مناسب خوابگاه و سالن‌های ورزشی تخصصی اشاره می‌کنند. در نهایت حمایت مسئولین در تبیین شایستگی‌های دانشجو معلمان تربیت بدنی دانشگاه فرهنگیان مؤثر است. این مفهوم از ترکیب مقوله‌های نگرش مناسب مدیریت پرديس به رشته، مدیران با رویکردی باز و ورزشی، مدیریت مناسب، توجه مسئولین دانشگاه، دیدگاه مثبت مدیران به تربیت بدنی تشکیل شده است.

منابع:

- ۱- قلاوندی، حسن، امانی ساری بگلو، جواد، بابایی سنگلجی، محسن. (۱۳۹۱). تحلیل کانونی رابطه فرهنگ مدرسه با نیازهای روان‌شناختی اساسی در میان دانش‌آموزان. اندیشه‌های نوین تربیتی، دوره ۸، شماره ۴، صص ۹-۲۸

2- Napper-Owen, G. E., Marston, R., Volkinburg, P. V., Afeman, H., & Brewer, J. (2008). What constitutes a highly qualified physical education teacher?. Journal of Physical Education, Recreation & Dance, 79(8), 26-51

3- Kiffer, S. & Tchibozo, G (2013). Developing the teaching competences of novice faculty members: A review of international literature, Policy Futures in Education, 11 (3): 277-289



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

عوامل موثر در جذب حامیان مالی ورزش استان کردستان

سایه میر صادقی، دکتر سعید صادقی بروجردی

۱. دانشجوی دکتری کسب و کار، دانشکده مدیریت صنعتی استان کردستان .

۲. استاد تمام مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

*Email: (sadeghisayehmir@yahoo.com)

چکیده:

زمینه و هدف: پژوهش حاضر با هدف عوامل موثر در جذب حامیان مالی ورزش استان کردستان انجام گرفت

روش کار: روش تحقیق کیفی و از نوع پدیدار شناسی که در سه مرحله مطالعه تطبیقی، مصاحبه های کیفی و دلفی به صورت پی در پی انجام شد؛ به منظور بررسی اهداف این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته عوامل موثر بر جذب حامیان مالی استفاده شد

یافته ها: با مطالعه ادبیات تحقیق و نیز مطالعه کتب و مقالات علمی و اینترنتی به دست آمد. سپس از کلیه نخبگان که به نحوی در خصوص کسب و کارهای ورزش استان کردستان، نقش و سابقه روشنی داشتند به صورت میدانی مصاحبه انجام گرفت و در نهایت با استفاده از روش دلفی و استفاده از نظرات صاحب نظران اقدام به طراحی پرسشنامه شد. تا شرایط علی، مقوله محوری، کنش ها و تعاملات، شرایط مداخله گر، بستر حاکم و پیامدهای جذب حامیان مالی ورزش استان کردستان مشخص شده و در نهایت مدل کسب و کار ورزش استان کردستان تدوین شد

نتیجه گیری: نتایج به دست آمده نشان داد که اصلاح قوانین حمایت کننده از کسب و کار در ورزش به عنوان شرایط علی، عوامل درون سازمانی به عنوان بستر حاکم، مدیریت دولتی به عنوان شرایط مداخله گر و تقویت زیرساخت های کسب و کار به عنوان کنش ها و تعاملات جذب حامیان مالی ورزش استان کردستان شناسایی و تدوین شد. همچنین، رونق کسب و کار می تواند پیامد جذب حامیان مالی ورزش استان کردستان باشد نتیجه این امر، افزایش درآمد از حق پخش، افزایش درآمد از فروش بازیکن، عدم وابستگی به بودجه دولتی و ثبات مدیریت پدیدار خواهد شد.

کلیدواژه ها: حامی مالی، استان کردستان، نظریه برخاسته از داده ها.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
 Sustainable Development
 تندرستی
 Health
 ورزش
 Sport

۱. مقدمه:

ضرورت جهانی شدن ورزش که از دهه ۱۹۸۰ آغاز شد موجب تغییر نقش ورزش در جامعه گردید و فرصت های درآمدزایی بسیاری را برای افراد، مؤسسات و رسانه های مختلف ایجاد نمود. جذابیت های خاص ورزش و به وجود آمدن تمایلات خاصی در بین تمامی جوامع نسبت به رویدادهای ورزشی باعث شده تا تیم های ورزشی برای توسعه و ارتقاء کیفیت خود نیازمند تبدیل به بنگاه های اقتصادی باشند. زیرساخت های اصلی صنعت ورزش را باشگاه های تشکیل می دهند که به مثابه کارخانه های تولیدی و بنگاه های اقتصادی عمل می کنند (عسکریان، ۱۳۸۳). در صنعت ورزش (بالأخص در کشورهای پیشرفته) این موضوع به اثبات رسیده است که حتی اگر اسپانسر شدن (به عنوان یک ابزار تبلیغاتی) هزینه بالایی را به همراه داشته باشد، در مقایسه با هزینه مستقیم تلویزیون کاملاً موثرتر است (ایزدی، ۱۳۸۴). در دنیای رقابتی امروز، مشتریان در کانون اصلی توجه شرکت ها قرار دارند و رضایت مندی آنها عامل اصلی کسب مزیت رقابتی سازمان ها است. لازمه جلب رضایت مشتریان باشگاه ها، تأمین کامل نیازها و شناسایی دقیق خواسته ها، انتظارات، تمایلات، توانایی ها و محدودیت های آنها در تهیه و خرید محصولات است. با دستیابی به چنین اطلاعاتی می توان عوامل تأثیرگذار بر رفتار مشتریان سازمان های خدمات رسان را به خوبی تشخیص داد و در اتخاذ تصمیمات بازاریابی شرکت ها از آن بهره برد (الهی، علیرضا؛ سجادی، نصرالله؛ خبیری، محمد؛ ابریشمی، حمید ۱۳۸۷)

۲. روش شناسی: روش پژوهش در این تحقیق کیفی و از نوع پدیدار شناسی بوده است. با توجه به اینکه این پژوهش از سه مرحله تشکیل شده است، روش تحقیق در هر مرحله به صورت جدا توضیح داده می شود. در مرحله اول (مطالعه تطبیقی)، پژوهش حاضر تطبیقی بود که به صورت کتابخانه ای به اجرا در آمد و با توصیف و تحلیل عوامل موثر در جذب حامیان مالی ورزش استان کردستان کشور پرداخته شد. در مرحله دوم (مصاحبه های کیفی) برای ساخت الگوی پیشنهادی پژوهش از روش نظریه برخاسته از داده ها (گراندد تئوری) استفاده شد. و در مرحله سوم استفاده از روش دلفی دو مرحله ای برای تایید سئوالات براساس مدل استخراج شده از مصاحبه طراحی شد.

¹ Grounded Theory



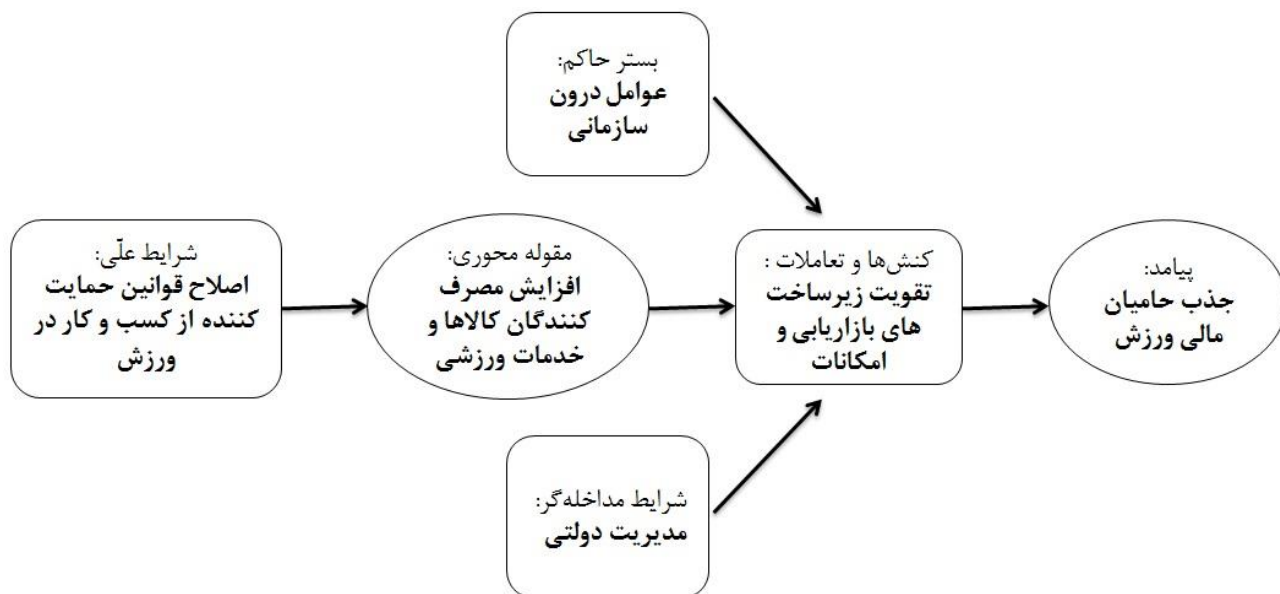
اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
کمیته بین المللی

یافته ها: در این مقاله به تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده در دو بخش پرداخته شد، در بخش اول از روش های آمار توصیفی جهت توصیف متغیرهای مربوط به مشخصات فردی پاسخگویان استفاده شد که شامل: سن، جنسیت، جایگاه، رشته تحصیلی و مدرک تحصیلی می باشد. در بخش دوم از روش های آمار استنباطی به منظور تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه ها استفاده شد. سازمان



های ورزشی استان کردستان نیز به منظور توسعه درآمدهای خود به ویژه با محوریت جذب حامیان مالی، مستلزم طراحی یک مدل کسب و کار می باشند که در این تحقیق، پس از بررسی های دقیق و تجزیه و تحلیل داده های اولیه، مدل زیر پیشنهاد شد.

نتیجه گیری: در نهایت و بر اساس یافته ها و نتایج به دست آمده، مدل عوامل موثر در جذب حامیان مالی ورزش استان کردستان طراحی و تدوین شد و برآزش آن با استفاده از شاخص های مختلف برآزش همچون شاخص برآزش مطلق، تطبیقی، مقتصد هنجار شده، توکر- لویس و بنتلر- بونت به تأیید رسید. در توضیح نتیجه به دست آمده می توان اینگونه عنوان کرد که برای عوامل موثر بر جذب حامیان مالی در ورزش استان کردستان شش عامل شامل عوامل ورزشی، اقتصادی و مالی، اجتماعی و فرهنگی، مدیریتی، حقوقی و قانونی و رسانه ای شناسایی شد اما باید توجه داشت که تاثیر هر عامل با دیگر عوامل متفاوت و نوع روابط آن ها نیز متفاوت است. برای درک نوع روابط بین این عوامل از مدل معادلات ساختاری با کمک نرم افزار آموس استفاده شد و مشخص شد که تمام این



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

عوامل در مدل موانع جذب حامیان مالی در ورزش استان کردستان نقش دارند به طوری که عوامل ورزشی و اقتصادی و مالی بیشترین تاثیر و عوامل مدیریتی کمترین تاثیر را بر حمایت مالی در ورزش استان داشتند. به طور کلی، مدل به دست آمده با استفاده از آزمون های مختلف مورد تایید قرار گرفت و لذا سازمان ها و تیم های ورزشی استان کردستان می توانند از این مدل در راستای بهبود برنامه های بازاریابی خود به نحو احسن استفاده نمایند.

منابع:

۱. عسکریان، فریبا، (۱۳۸۳)، بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰، رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
۲. ایزدی، علیرضا (۱۳۸۳)، توصیف عوامل مؤثر بر جذب اسپانسرشیپ شرکت های اسپانسر فوتبال حرفه ای ایران، پایان نامه ی کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تربیت معلم تهران
۳. الهی، علیرضا؛ سجادی، نصرالله؛ خبیری، محمد؛ ابریشمی، حمید (۱۳۸۷)، موانع توسعه جذب درآمد حاصل از حمایت مالی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران، مجموعه مقالات ششمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی کیش.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

بررسی تاثیر ابعاد بهسازی منابع انسانی بر بهبود عملکرد (کارکنان آموزش و پرورش سنندج)

شیما حسامی^۱، سامان یآوری راد^۲، شیر کو میر کی^۳

*Email: (sh.hesami351@gmail.com)

چکیده

زمینه و هدف: هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر ابعاد بهسازی منابع انسانی بر بهبود عملکرد در مان کارکنان سازمان آموزش و پرورش شهرستان سنندج بود.

روش کار: این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت داده ها از نوع آمیخته است. پس از مطالعات اسناد عمیق کتابخانه ای و مقالات مرتبط، ابعاد بهسازی منابع انسانی شناسایی شده و پرسشنامه ای میان کارکنان آموزش و پرورش (N=۲۰۰) که در بین آنها ۱۲۷ نفر به صورت نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند پخش شد. به منظور تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

یافته ها: یافته های پژوهش پس از تجزیه و تحلیل داده های مورد بررسی نشان داد که میان بهسازی آموزشی و بهبود عملکرد کارکنان رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد.

نتیجه گیری: نتایج حاکی از وجود اثر مثبت و معناداری بین ابعاد بهسازی منابع انسانی بر بهبود عملکرد کارکنان آموزش و پرورش بوده است و در نتیجه ۵۴٪ از تغییرات بهبود عملکرد کارکنان آموزش و پرورش توسط بهسازی منابع انسانی تبیین می شود.

کلیدواژه ها: بهسازی؛ منابع انسانی؛ برنامه های بهسازی، مدیریت منابع انسانی، سنندج.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی

مقدمه:

اهمیت نقش نیروی انسانی در سازمانها غیرقابل انکار است، نیروی انسانی کار سازترین ابزار جهت دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده می باشد و عدم توجه به فراهم نمودن محیط مناسب برای آنان می تواند مسائل زیادی را برای سازمان ها در برداشته باشد. در محیط آشفته امروزی سازمان ها با یک تغییر تدریجی در روابط سنتی اشتغال و استخدام روبرو هستند. میزان ماندگاری سازمان و میانگین مدت تصدی یک شغل کاهش یافته و از طرف دیگر نرخ ترک سازمان افزایش یافته است (Randhawa, ۲۰۰۶).

در دنیای پیشرفته صنعتی از میان سه عامل ثروت آور منابع طبیعی، منابع فیزیکی و منابع انسانی، بیشترین توجه، بهره دهی و سودآوری را منابع انسانی نصیب آنها کرده است. صاحب نظران و دانشمندان معتقدند که انسان محور توسعه است. نیروی انسانی واجد شرایط و ماهر، عامل با ارزش و سرمایه بی پایان در جهت رشد و توسعه ی سازمان ها و کشورها هستند و بزرگترین سرمایه ی یک کشور و عامل اصلی پیشرفت آن است. در گذشته اگر کار، سرمایه و زمین عوامل اصلی تولید به حساب می آمدند، اما امروزه تغییرات فن آوری، نیروی انسانی و افزایش بهره وری به عنوان عامل رشد و توسعه تلقی می شود (Baklityari Narbada, ۲۰۰۸).

روش شناسی پژوهش:

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت داده ها از نوع آمیخته است. در این پژوهش، جهت تعیین حجم نمونه از روش جدول مورگان (N=420) استفاده شده است. به این ترتیب، تعداد ۲۰۱ پرسشنامه میان افراد جامعه پخش شد و ۱۲۵ پرسشنامه ی بازگشت داده شده مورد تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار آماری SPSS استفاده می شود که در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی داده ها مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند.

یافته ها:

جدول (۱). مدل رگرسیون بین ابعاد بهسازی منابع انسانی و بهبود عملکرد کارکنان

متغیر	ضرایب غیراستاندارد (B)	خطای استاندارد	ضرایب استاندارد (β)	آماره ^t	سطح معنی داری (Sig)	نتیجه در مدل
مقدار ثابت	۱/۱۹۷	۰/۱۷۳	--	۶/۹۳	۰/۰۰۰	--
ابعاد بهسازی منابع	۰/۶۵۱	۰/۰۴۲	۰/۷۳۶	۱/۳۳	۰/۰۰۰	اثرگذار



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

انسانی		۵	است
آمارهٔ دوربین- واتسون	۱/۷۷۴	خطاها در مدل همبسته نیستند.	
ضریب تعیین تعدیل- شده	۵۴	۵۴٪ از تغییرات بهبود عملکرد کارکنان توسط بهسازی منابع انسانی تبیین می شود.	
سطح معنی داری F فیشر	۰/۰۰۰	رابطهٔ خطی مدل پذیرفته می شود.	
نتیجه	ابعاد بهسازی منابع انسانی بر بهبود عملکرد کارکنان تأثیر مستقیم مثبت دارد.		

منبع: داده‌های پژوهش

باتوجه به جدول (۸) مشاهده می شود؛ مقدار عدد معناداری فیشر برابر (۰/۰۰۰) است که کمتر از ۰/۰۵ می باشد و نشان دهندهٔ وجود رابطهٔ خطی میان ابعاد بهسازی منابع انسانی و بهبود عملکرد کارکنان است. باتوجه به جدول سطح معنی داری مدل رگرسیون برابر مقدار (۰/۰۰۰) می باشد که کمتر از مقدار (۰/۰۵) است و نشان می دهد ابعاد بهسازی منابع انسانی بر بهبود عملکرد کارکنان است. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر (۰/۵۴) می باشد و بیانگر این مطلب است که بهسازی منابع انسانی (۵۴٪) از تغییرات بهبود عملکرد کارکنان آموزش و پرورش را تبیین می کند. میزان اثرگذاری ابعاد بهسازی منابع انسانی بر بهبود عملکرد کارکنان باتوجه به ضریب مسیر استاندارد (β) برابر (۰/۷۳۶) می باشد که نشان می دهد به ازای یک واحد افزایش در ابعاد بهسازی منابع انسانی، بهبود عملکرد کارکنان؛ هم جهت با آن و به اندازه (۰/۷۳۶) واحد افزایش خواهد یافت. بنابراین فرضیهٔ اصلی اول پژوهش با اطمینان ۹۹٪ تأیید می گردد و ابعاد بهسازی منابع انسانی بر بهبود عملکرد کارکنان آموزش و پرورش شهرستان سنندج اثر گذار است.

بحث و نتیجه گیری:

این پژوهش با هدف شناسایی ابعاد بهسازی منابع انسانی در آموزش و پرورش اجرا شد. در ابتدا پس از بررسی ادبیات و پیشینه موضوع پژوهش ابعاد بهسازی منابع انسانی شناسایی شدند. که این ابعاد شامل: بهسازی آموزشی، بهسازی سازمانی، بهسازی فردی، بهسازی حرفه ای و بهسازی اخلاقی منابع انسانی هستند. مطالعات انجام شده نشان داد هر محققان مختلف ابعاد متفاوتی برای بهسازی منابع انسانی را مورد سنجش قرار داده اند برای مثال

¹ Adjusted R Square



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

پورکریمی (۱۳۸۸) سه بعد حرفه ای، سازمانی و فردی را معرفی نموده اند، همینطور شفیع زاده (۱۳۸۸) جهت بهسازی اعضای هیئت علمی به پنج بعد آموزشی، پژوهشی، فردی، سازمانی و اخلاقی اشاره می کنند. در همین راستا جمشیدی (۱۳۸۶) برای ارتقای وضعیت بالندگی اعضای هیئت علمی به چهار بعد حرفه ای، فردی، آموزشی و سازمانی تأکید میکند. همانطور که در دنیای امروز توجه به آموزش و بهسازی منابع انسانی آموزش و پرورش یکی از مهمترین راهکارهای ارتقای کیفیت فرایندهای آموزشی و پرورشی محسوب می شود دلیل اصلی این پژوهش بود تا بتوانیم ابعاد را شناسایی نماییم و اثرات آن را بر بهبود عملکرد کارکنان آموزش و پرورش شهرستان سنندج بررسی نماییم که با توجه به نتایج به دست آمده ۵۴٪ از تغییرات بهبود عملکرد کارکنان آموزش و پرورش توسط بهسازی منابع انسانی تبیین می شود.

طبق مطالعات صورت گرفته در این پژوهش به نظر می رسد موانع و مشکلات متعددی موجب عدم بهسازی منابع انسانی در آموزش و پرورش می شود از جمله: فقدان انگیزه و مشوق های لازم، عدم تأمین منابع مالی، عدم نظام آموزش، توجه مدیران ارشد به موضوع بهسازی در سازمان و... بنابراین آموزش و پرورش باید جهت بهسازی منابع انسانی خود گام های لازم را جهت رفع موانع یادشده بردارد.

باتوجه به نتایج به دست آمده از پژوهش انجام شده و مشخص شدن ابعاد بهسازی منابع انسانی، طراحی برنامه های بهسازی منابع انسانی اثربخش در آموزش و پرورش از اهمیتی ویژه برخوردار است و دستیابی به اهداف نظام آموزشی را تضمین خواهد کرد.

منابع:

پورکریمی، جواد (۱۳۸۸)، طراحی الگوی بهسازی اعضای هیئت علمی جهاد دانشگاهی، به راهنمایی علی رضا کیامنش، دانشگاه تربیت معلم، پایان نامه دکتری، مدیریت آموزشی.
جمشیدی، لاله (۱۳۸۶)، بررسی وضعیت بالندگی اعضای هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی و ارائه الگویی به منظور بهبود مستمر آن، به راهنمایی محمدحسن پرداخت چی، دانشگاه شهید بهشتی، پایان نامه کارشناسی ارشد، مدیریت آموزشی.
قبری، سیروس و محمدی، بهرام (۱۳۹۷)، الگوی توسعه حرفه ای مدیران مدارس دوره متوسطه: یک تحقیق کیفی. مدیریت مدرسه: ۱۲۳-۱۴۳.

Bakhtiari Nsrabadi. Rajai Salimi. Taher Por. (2008).The relationship between the



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
کمیته بین المللی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

سنجش مداخلات بازاریابی اجتماعی بر اساس معیار اندریاسن (مرور نظامند)

زهرا روحانی*^۱، رضا اندام^۲، حسن بحر العلوم^۳ و ژاله معماری^۴

- ۵- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی (گرایش اوقات فراغت و ورزش های تفریحی)، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، سمنان، ایران
- ۶- دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، سمنان، ایران
- ۷- دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، سمنان، ایران
- ۸- دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه الزهراء، تهران، تهران، ایران

*Email: Rohani_1669@yahoo.com

چکیده

زمینه و هدف: بازاریابی اجتماعی برای رفع معضلات اجتماعی و جایگزین کردن الگوی رفتاری سالم در جامعه تلاش می کند. هدف این بررسی نظام مند کارایی مداخلات بازاریابی اجتماعی بر اساس معیار اندریاسن (۲۰۰۲) در تغییر فعالیت بدنی سالمندان است.

روش کار: این پژوهش از نوع توصیفی و روش مرور نظام مند است. این بررسی به دنبال تعیین میزان استفاده از معیارهای بازاریابی اجتماعی اندریاسن (۲۰۰۲) است که در مداخلات بازاریابی اجتماعی هدف قرار گرفته است. پس از جستجوی پایگاه های علمی و غربالگری مقالات طی مراحل مختلف ۹ مقاله که کار مداخله ای انجام داده بودند شناسایی شد.

یافته ها: هیچ مداخله ای ۶ معیار سنجش بازاریابی اجتماعی اندریاسن را به کار نگرفته بود به خصوص معیار مخاطب محوری و تبادل در مداخلات کمتر از بقیه معیارها مدنظر بوده است. ۵ پژوهش تغییرات رفتاری مثبت گزارش کردند. این در حالی است که در سایر پژوهش ها تغییر رفتار منفی گزارش نشده است.

نتیجه گیری: بر طبق پژوهش اگر ۶ معیار اندریاسن در مداخلات مدنظر قرار گیرد انتظار می رود که رسالت نهایی بازاریابی اجتماعی که نهادینه کردن رفتار مطلوب و برخورداری از مزایای آن است، ظهور یابد.

کلید واژه ها: بازاریابی اجتماعی؛ فعالیت بدنی؛ سالمندان



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار

Sustainable Development

تندرستی

Health

ورزش

Sport

۱. مقدمه:

۳۵ درصد جمعیت ایران در سال ۲۰۵۰ در گروه سالمندان قرار می گیرد (۱). کاهش فعالیت ورزشی عامل اصلی بیماری های مزمن از قبیل بیماری های قلبی ریوی، سرطان و قند خون و بیماری های مرتبط با عدم فعالیت سبب مرگ بیش از ۳,۲ میلیون نفر در هر سال می شود (۱). افزایش سطح فعالیت جسمانی به عنوان یکی از راه های ارتقای سلامتی در جمعیت سالمند جهان پیشنهاد شده است (۲). عبارت بازاریابی اجتماعی اولین بار در سال ۱۹۷۱ توسط فیلیپ کاتلر و جرالد زالتمن بیان شد و از پیکره های گوناگون از قبیل روانشناسی، جامعه شناسی، انسان شناسی، دانش سیاسی و نظریه های ارتباطی به همراه زمینه های علمی در تبلیغات، روابط عمومی تحقیقات بازار طراحی شده است. بازاریابی اجتماعی سعی در ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت دارد و می تواند برای ترویج محصولات شایسته، ایجاد مخاطبان هدف، جلوگیری از محصولات و خدمات ناشایست و نهایتاً ترویج رفاه به کار رود (۳).

اندریاسن (۲۰۰۲) برای موفقیت بازاریابی اجتماعی معیارهای کلیدی را معرفی کرده است که از آن در بسیاری از تحقیقات به منظور ارزیابی مداخلات بازاریابی اجتماعی استفاده شده است. اولین معیار، اهداف رفتاری است؛ یعنی بازاریابی اجتماعی علاوه بر آگاهی و نگرش، بر رفتار نیز اثرگذار باشد. دومین معیار تبادل است. بر این اساس لازمه شکل گیری یک دادوستد بین دو نفر یا دو گروه آن است که منافع حاصل از داشتن محصول مورد نظر بیشتر از هزینه پرداخت شده برای به دست آوردن آن باشد. مخاطب محوری در بازاریابی اجتماعی شامل اطلاع از نظرات، خواسته ها، نیازها و ترجیحات گروه هدف و ارائه خدمت، ایده یا رفتار متناسب با آن است. پژوهش های کاربردی برای دستیابی به محصولات و مواد مورد نیاز برای اجرای برنامه های بازاریابی اجتماعی، که تحت عنوان پژوهش تکوینی قرار می گیرند، باعث می شوند که نگاهی مخاطب محور و از پایین به بالا، نه متخصص محور و از بالا به پایین، در مداخلات اصلاح رفتاری وجود داشته باشد (۴). توجه به اصل رقابت و درک رفتار بازار هدف، رمز موفقیت در استفاده از دیدگاه بازاریابی اجتماعی است. در این صورت گروه هدف به سراغ رفتارهای رقیب خواهد رفت. دسته بندی مخاطب بدین صورت است که معمولاً گروه مخاطب برنامه های تغییر رفتار در حوزه سلامت را افراد و زیر گروه هایی با مشخصات مردم شناختی، اقتصادی اجتماعی، جغرافیایی، فرهنگی و رفتاری متفاوت تشکیل می دهند که تبدیل این گروه ناهمگون به گروه های کوچک همگون تر می تواند باعث افزایش اثربخشی برنامه ها باهدف اصلاح رفتار گردد.

۲. روش شناسی:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

این پژوهش از نوع توصیفی است و با توجه به روش اجرا مطالعه مرور نظام مند تلقی می شود. جامعه آماری این مطالعه نظام مند شامل کلیه مقالات پژوهشی حاصل از مطالعات باهدف ارتقای فعالیت بدنی در سالمندان بود. پایگاه های مختلف برای شناسایی مقالات استفاده شد. اطلاعات مورد نیاز در مرحله اول، با استفاده از جستجوی کلیدواژه های "Aging physical activity"، "Social marketing intervention"، "Social marketing campaign" مورد بررسی قرار گرفت. در جستجوی اولیه، بر اساس کلیدواژه ها، ۷۹۱ عنوان مطالعه شناسایی شد. در نهایت پس از چند مرحله غربالگری، ۹ مقاله مرتبط با موضوع و هدف پژوهش حاضر شناسایی و وارد مرحله مطالعه شدند.

یافته ها:

رقابت	آمیخته بازاریابی	مبادله	پژوهش تکوینی	تفکیک مخاطب	اهداف رفتاری	تعداد معیارهای استفاده شده	جامعه	پژوهش
✓	✓ ۳	----	✓	✓	تغییرات مثبت رفتاری	۵	۳۴ میلیون ساکن سائوپائولو	ماتسودو و همکاران (۲۰۰۲)(۴۰)
----	✓ ۴	✓	✓	✓	بدون تغییر رفتار مثبت	۵	بزرگ سالان (۴۰-۷۹ سال)	کامادا و همکاران (۲۰۱۳)(۴۱)
✓	✓ ۴	✓	✓	----	بدون تغییر رفتار مثبت	۵	سالمندان بالاتر از ۶۰ سال	دیگاسپی و همکاران (۲۰۱۴)(۱۵)
----	✓ ۴	✓	✓	----	تغییر رفتار مثبت	۴	سالمندان بالاتر از ۶۰ سال	و همکاران تان (۲۰۱۰)(۴۲)
✓	✓ ۳	----	✓	----	تغییر رفتار مثبت	۴	سالمندان بالاتر از ۶۰ سال	راسل و اکلند (۲۰۰۷)(۴۳)
----	✓	----	✓	----	بدون تغییر رفتار مثبت	۳	سالمندان	اسحاقی و همکاران (۱۳۸۹)(۲۹)



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

✓	✓	----	✓	----	✓	۵	سالمندان بالاتر از ۶۰ سال	پاتریک وان و همکاران (۲۰۱۹) (۴۴)
	۴				تغییر رفتار مثبت			
----	۴	----	✓	----	بدون تغییر رفتار مثبت	۳	بزرگسالان ۳۰-۶۰ سال با دو نوع دیابت	ریچارد و همکاران (۲۰۰۷) (۴۵)
✓	۱	----	✓	✓	تغییر رفتار مثبت	۴	بزرگسالان ۴۰-۶۵ سال	راجر نش و همکاران (۲۰۰۶) (۴۶)

تمام مداخلات مورد بررسی در این پژوهش اهداف رفتاری مشخص را بیان کرده بودند و برخی از آن‌ها نتایج مثبت تغییر رفتار را گزارش کردند. در تحقیق حاضر تنها در پژوهش کامادا و همکاران (۲۰۱۳) اصل تفکیک را به درستی به کار برده اند. تمام پژوهش‌های بررسی شده انجام پژوهش تکوینی را گزارش دادند. در این بررسی، سه مداخله شامل شواهد روشن مبادله‌ای بودند. چهار مداخله در این بررسی به رقابت با رفتارهای مورد نظرشان و سه مداخله گزارش سایر سازمان‌ها و کمپین‌ها را به عنوان رقیب و یک مداخله (دیگاسپی و همکاران، ۲۰۱۴) سایر امکانات تفریحی که برنامه‌های ورزشی را به عنوان رقیب ارائه می‌دهد و یک مداخله (پاتریک وان و همکاران، ۲۰۱۹) ارزان بودن برنامه خود را به عنوان رقابت با سایر برنامه‌ها عنوان کرد.

نتیجه گیری:

تمام پژوهش‌های بررسی شده در این مطالعه، مداخلات بیشتر را برای تغییر رفتار پایدار در زمینه بازاریابی اجتماعی به منظور ارتقای فعالیت بدنی سالمندان را لازم دانستند. با توجه به اینکه پیشگیری بهتر و ارزان‌تر از درمان است (۵) و عدم تحرک بخش بزرگی از سالمندان، باید مداخلات هدفمند برای مواجهه منطقی و اصولی با این شرایط مدنظر باشند. در نتیجه توجه بیشتر به سطوح مختلف و تفکر گسترده‌تر و کمتر محدودکننده در بازاریابی اجتماعی در حال افزایش است. لفر (۲۰۱۲) استدلال می‌کند، از آنجا که علاوه بر تغییر رفتار فردی، رفاه جامعه نیز در بازاریابی اجتماعی مورد توجه است، یک رویکرد مکمل برای این ایده، نگاه جامع به سه سطح تغییر اجتماعی: خرد، میانه و کلان (۶) است. توجه بیشتر به بازاریابی اجتماعی میانه و کلان، توجه ما را به دولت‌ها، سیاست‌گذاران، و به اقدامات لابی‌گری و حمایت، به ابتکاراتی که به سازمان‌ها و گروه‌ها و نهایتاً نگرش وسیع‌تر مربوط می‌شود، هدایت می‌کند. این دیدگاه می‌تواند به شناسایی دقیق علت مشکل کمک کند، بنابراین توانایی ما برای تغییر عوامل محیطی، به منظور تسهیل تغییر در سطح فردی که در نهایت به نفع جامعه است، کمک می‌کند (۷). بسیاری بر این باورند که تا به امروز بر تغییر رفتارهای فردی جهت بهبود وضعیت موضوعات اجتماعی تأکید بیش از حدی شده



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
مؤسسه تحقیقاتی ورزشی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

است و بازاریابان اجتماعی باید برخی از تلاش های خود را برای تأثیرگذاری بر عوامل بالادستی و عوامل اثرگذار و مدیران میانه هدایت کنند. این عوامل در سطح کلان می تواند شامل رسانه، قوانین و مقررات، شرکت ها، افراد معروف، سازمان های غیرانتفاعی و سیاستمداران باشد و در سطح میانه می تواند شامل دوستان، همسایه ها، همکاران، ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی، داروسازان، معلمان، کتابداران و مراجع مذهبی باشند (۸).

منابع:

1. Organization WH. "Aging well" must be a global priority: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs385/en/>; 2015 [
2. Evers U, Jones SC, Caputi P, Iverson D. Promoting asthma awareness to older adults: formative research for a social marketing campaign. Journal of Asthma & Allergy Educators. 2013;4(2):77-84.
3. Serrat O. The Future of Social Marketing. Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance. Singapore: Springer Singapore; 2017. p. 119-28.
4. Van Der Bij AK, Laurant MG, Wensing M. Effectiveness of physical activity interventions for older adults: a review. American journal of preventive medicine. 2002;22(2):120-33
5. Goetzel RZ. Do prevention or treatment services save money? The wrong debate. Health Affairs. 2009;28(1):37-41.
6. Brennan L, Previte J, Fry M-L. Social marketing's consumer myopia: applying a behavioural ecological model to address wicked problems. Journal of Social Marketing. 2016;6(3):219-39.
7. Wymer W. Developing more effective social marketing strategies. Journal of Social Marketing. 2011;1(1):17-31.
8. lee n, kotler p. Social marketing: Influencing behaviors for good. 6th ed: SAGE Publications.; 2011

مداخلات بازاریابی اجتماعی به منظور ارتقای فعالیت بدنی

سالمدان (مرور نظامند)

زهرا روحانی*^۱، رضا اندام^۲، حسن بحر العلوم^۳ و ژاله معماری^۴

۹- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی (گرایش اوقات فراغت و ورزش های تفریحی)، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، سمنان، ایران (*نویسنده مسئول)



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی ورزشی

- ۱۰- دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، سمنان، ایران
- ۱۱- دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، سمنان، ایران
- ۱۲- دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه الزهراء، تهران، تهران، ایران
- *Email: Rohani_1669@yahoo.com

چکیده

زمینه و هدف: بازاریابی اجتماعی بر استفاده از مفاهیم بازاریابی تجاری و کاربرد آن‌ها برای اهداف اجتماعی و تغییر رفتار داوطلبانه افراد به صورت غیرانتفاعی تأکید می کند. هدف این بررسی نظام مند کارایی مداخلات بازاریابی اجتماعی در تغییر فعالیت بدنی سالمندان است.

روش کار: این پژوهش از نوع توصیفی و روش مرور نظام مند است که مداخلات بازاریابی اجتماعی را به منظور ارتقای فعالیت بدنی سالمندان در میانه سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۰ بررسی کرده است. پس از جستجوی پایگاه‌های علمی و غربالگری مقالات طی مراحل مختلف ۹ مقاله که کار مداخله‌ای انجام داده بودند شناسایی شد.

یافته‌ها: اجزای آمیخته بازاریابی در مداخلات استخراج شد. در اغلب مقالات ۴ جزء آمیخته بازاریابی به کار گرفته شده بود. ۵ پژوهش تغییرات رفتاری مثبت گزارش کردند. این در حالی است که در سایر پژوهش‌ها تغییر رفتار منفی گزارش نشده است. ترویج در تمام مداخلات به کار گرفته شده است. این در حالی است که فقط ۲ مداخله محصول ملموس را ارائه داده اند.

نتیجه گیری: شواهد جمع آوری شده در بررسی ما نشان می دهد که بازاریابی اجتماعی یک رویکرد تغییر رفتاری مؤثر برای افزایش فعالیت بدنی در سالمندان ارائه می دهد. یافته‌های حاصل از این پژوهش زمینه را برای انجام مداخلات بازاریابی اجتماعی جامع و اثربخش فراهم می نماید.

کلید واژه‌ها: بازاریابی اجتماعی؛ فعالیت بدنی؛ سالمندان؛ مداخلات

۱. مقدمه:

پیر شدن جمعیت به یکی از مهم ترین چالش‌های بهداشت عمومی در قرن کنونی تبدیل شده است (۱). عدم فعالیت جسمانی در میان سالمندان یکی از نگرانی‌های اساسی است که در پژوهش‌های مربوط به سالمندی و سلامت بر آن تأکید شده است. علاوه بر آن شواهد نشان می دهد که با افزایش سن، فعالیت جسمانی کاهش می یابد (۲). نتیجه



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

کم تحرکی و فقر حرکتی نارسایی هایی است که جنبه های مختلف جسمی، روانی و اجتماعی دارد (۳). در جهان از هر ۴ بزرگ سال یک نفر فعالیت جسمانی کافی ندارد (۴). بر اساس گزارش سازمان بهداشت جهانی (۲۰۱۵) (World Health Organization) جمعیت افراد بالای ۶۰ سال در جهان در سال ۲۰۵۰ به حدود ۲ میلیارد نفر می رسد. یکی از رویکردهای تغییر رفتاری که می تواند باعث افزایش فعالیت بدنی در بین سالمندان شود بازاریابی اجتماعی است (۵). بازاریابی اجتماعی به دنبال توسعه و درک مفاهیم بازاریابی با رویکردهای دیگر برای تأثیر بر رفتارهایی است که به نفع افراد و جوامع برای خیر اجتماعی بالاتری است. بازاریابی اجتماعی بر اساس اصول اخلاقی هدایت می شود. هدف آن تلفیق بهترین روش، نظریه، بینش به منظور شناخت مخاطب و مشارکت دادن آن ها برای اطلاع رسانی در مورد برنامه های تغییرات اجتماعی است که مؤثر، کارآمد، عادلانه و پایدار هستند (۶). بازاریابی اجتماعی به دنبال توسعه و درک مفاهیم بازاریابی با رویکردهای دیگر برای تأثیر بر رفتارهایی است که به نفع افراد و جوامع برای خیر اجتماعی بالاتری است. بازاریابی اجتماعی بر اساس اصول اخلاقی هدایت می شود. هدف آن تلفیق بهترین روش، نظریه، بینش به منظور شناخت مخاطب و مشارکت دادن آن ها برای اطلاع رسانی در مورد برنامه های تغییرات اجتماعی است که مؤثر، کارآمد، عادلانه و پایدار هستند (۶).

۲. روش شناسی:

این پژوهش از نوع توصیفی است و با توجه به روش اجرا مطالعه مرور نظام مند تلقی می شود. مرور تحقیقات گذشته به شیوه های مختلفی انجام می شود؛ یکی از شناخته شده ترین آن ها مرور نظام مند است که نوعی مطالعه و تحلیل ثانویه مطالعات پیشین بنابراین، با توجه به اهمیت و مزیت به کارگیری مرور نظام مند برای مطالعه پیشینه تحقیق، در این مقاله سعی شد برای شناسایی مداخلات بازاریابی اجتماعی به منظور ارتقای فعالیت بدنی سالمندان از این روش استفاده شود. جامعه آماری این مطالعه نظام مند شامل کلیه مقالات پژوهشی حاصل از مطالعات باهدف ارتقای فعالیت بدنی در سالمندان بود. پایگاه های مختلف برای شناسایی مقالات استفاده شد. اطلاعات مورد نیاز در مرحله اول، با استفاده از جست و جوی کلیدواژه های "Aging physical activity", "Social marketing", "intervention", "Social marketing campaign" مورد بررسی قرار گرفت. در جستجوی اولیه، بر اساس کلیدواژه ها، ۷۹۱ عنوان مطالعه شناسایی شد. در نهایت پس از چند مرحله غربالگری، ۹ مقاله مرتبط با موضوع و هدف پژوهش حاضر شناسایی و وارد مرحله مطالعه شدند.

یافته ها:

آمیخته بازاریابی: کمپین های بازاریابی اجتماعی استفاده از استراتژی های مختلف از جمله آمیخته بازاریابی (4P) که در بازاریابی تجاری هم مورد استفاده قرار می گیرد، به کار می گیرند (۷). در تحقیق حاضر تمام مداخلات از



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

عنصر ترویج آمیخته بازاریابی استفاده کرده اند. در بیشتر مداخلات تمام ۴ عنصر آمیخته بازاریابی به کار برده شده است. در زیر یافته های مربوط به هر جزء آورده شده است.

محصول: محصول مجموعه ای از مزایا است (می تواند هم ملموس باشد و هم ناملموس باشد) که مخاطب هدف در طی مبادله دریافت می کند. اغلب مداخلات بررسی شده در این پژوهش ارائه محصول داشتند که بیشتر آن ناملموس بود همچون رویدادها (ماتسودو و همکاران، ۲۰۰۲)، برنامه های آموزشی (کامادا و همکاران، ۲۰۱۳؛ راسل و اکلند، ۲۰۰)، برنامه داوطلبی و فعالیت بدنی (تان و همکاران، ۲۰۱۰)، شرکت در کلاس های تعادل (دیگاسپی و همکاران، ۲۰۱۴) و شرکت در برنامه ExerStart (پاتریک وان و همکاران، ۲۰۱۹) برخی از مداخلات محصول ملموس را ارائه دادند مثل گام شمار، نوار ویدئویی، فیلم آموزشی حرکات قدرتی، انعطاف پذیری (کامادا و همکاران، ۲۰۱۳) و نقشه مسیرهای پیاده روی (ریچارد و همکاران، ۲۰۰۷).

ترویج: برنامه های تبلیغاتی مربوط به ترویج فعالیت بدنی در تمام مداخلات مشاهده شد. مداخلات بازاریابی اجتماعی از طیف گسترده ای از ابزارهای تبلیغاتی به منظور افزایش آگاهی و ترویج فعالیت های مربوط به رفتار هدف انجام داده اند. متداول ترین ابزارهای چاپی شامل پوستر، برشور، خبرنامه ها و پمفلت های آموزشی بود یا استفاده از رسانه های جمعی مثل تلویزیون، رادیو و روزنامه ها بود. همین طور برخی مداخلات وبسایت ایجاد کردند و برخی نیز از تبلیغات دهان به دهان استفاده کردند. راجر نش و همکاران (۲۰۰۶) از بین ۴ عنصر آمیخته بازاریابی تنها از عنصر ترویج در مداخلات استفاده کرده بود که به گفته کارین و راندل (۲۰۱۴) می تواند در دسته تبلیغات اجتماعی دسته بندی شود (۱۷).



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

پژوهش و توسعه

توسعه پایدار

Sustainable Development

تندرستی

Health

ورزش

Sport

پژوهش	محصول	ترویج	مکان	قیمت
ماتسودو و همکاران (۲۰۰)	۳۰ دقیقه فعالیت بدنی متوسط هرروز،	مواد آموزشی (کتاب راهنما، آگهی، برچسب، سخنرانی، پمفلت، پوستر، ارائه گزارش از تلویزیون، رادیو، تبلیغات در استادیومها، مترو، ایستگاههای اتوبوس، کتابچههای آموزشی و اطلاعات عمومی	منزل، محل کار، پارکها	----
کامادا و همکاران (۲۰۱۳)	شرکت در برنامه آموزش سلامت، رویدادهای ورزشی و جشنوارهها، پیادهروی ایمن، خرید گام شمار، خرید سی دیهای آموزش حرکات قدرتی و انعطاف پذیری	اعلامیه، نشریهها، خبرنامههای کمپینها، پوستر، پخش صوتی محلی، تشویق در معاینات پزشکی،	منزل، خیابان، کلینیک، محل های تجمع،	وام / کمک هزینه خرید گام شمار
دیگاسپی و همکاران (۲۰۱۴)	شرکت در کلاسهای تعادل در کلیسا به منظور پیشگیری از افتادن	پوستر، بروشور، آگهیهای تبلیغاتی، کوپن ها، خبرنامهها کلیسا، اطلاعیههای منبر و بازاریابی از فردبه فرد، کاتالوگ دورهها، فیلم نمایشی کلاس، آگهیها و وبسایتها	کلیساها	۲۰ دلار
تان و همکاران (۲۰۱۰)	حداقل ۱۵ ساعت در هفته داوطلبانه در فعالیتهای فیزیکی، اجتماعی، شناختی شرکت کند. ۱۵۰-۲۰۰ دلار به عنوان انگیزه برای مخارج شرکت	تبلیغات دهانی، بولتنهای کلیسا، ارسال پست الکترونیکی، تبلیغات رادیویی، روزنامه، تلویزیون	مدارس ابتدایی	هزینههای مرتبط با کارهای داوطلبانه
راسل و اکلند (۲۰۰۶)	شرکت در برنامه آموزشی کم هزینه و حرفه ای تغذیه	خبرنامه، بازی، نمونه مواد غذایی	مکانهای تجمع غذا	گزارش نشده است
اسحاقی و همکاران (۱۳۸۹)	دو جلسه آموزشی + آموزه های دینی در مورد فعالیت بدنی، بحث گروهی، سخنرانی		مسجد	----



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport



-----	مکان های -پارک- محله	۸ ساعت برنامه آموزشی-۱۵۰ تا	Exer Start شرکت در برنامه	پاتریک وان و
-----	تجمع	۲۰۰ دلار به سالمندانی که به عنوان	استقلال سالمندان-کاهش هزینه	همکاران ۲۰۱۹
-----	مکان های کاری، توجه به	تبلیغات	بهداشت	همکاران ۲۰۱۹
-----	زیرساخت های بهداشتی،	تبلیغات دهانی،	سایت ها،	ریچارد و
-----	توجه به ملاحظات	روزنامه های محلی	نقشه پیاده روی در فضای باز	همکاران ۲۰۰۷
-----	اجتماعی در مکان یابی	تبلیغات از طریق رسانه های جمعی	راجر نش و	همکاران
-----	-----	شامل تلویزیون، رادیو، روزنامه،	-----	(۲۰۰۶)
-----	-----	آموزش از طریق رسانه، روابط	-----	
-----	-----	رسانه ای	-----	

جدول ۱: مداخلات بازاریابی اجتماعی در فعالیت بدنی سالمندان

نتیجه گیری:

هدف این پژوهش مرور نظام مند مداخلات بازاریابی اجتماعی به منظور ارتقای فعالیت بدنی سالمندان بود. پس از جستجوی پایگاه های علمی مختلف در نهایت ۹ مقاله که کار مداخله ای انجام داده بودند شناسایی شدند و ۵ پژوهش تغییرات رفتاری مثبت گزارش کردند. این در حالی است که در سایر پژوهش ها تغییر رفتار منفی گزارش نشده است. شواهد جمع آوری شده در بررسی ما نشان می دهد که بازاریابی اجتماعی یک رویکرد تغییر رفتاری مؤثر برای افزایش فعالیت بدنی در سالمندان است. افزایش دانش، آگاهی و خود کارآمدی از تغییرات مثبت رفتاری در پژوهش ها بود. طبق مطالعات، پژوهش هایی که آمیخته بازاریابی را به طور کامل اجرا نمایند، با احتمال بیشتری به تغییرات رفتاری مثبت دست می یابند (۱۷).

اگرچه عنصر ترویج در مداخلات تمام پژوهش بررسی شده استفاده شده بود اما در اکثر موارد مداخلات محصول ملموس و مشهود پیشنهاد نداده بودند. جز در دو پژوهش که گام شمار و نقشه پیاده روی به عنوان محصول نهایی در اختیار شرکت کننده ها قرار می گرفت. شایان ذکر است که پژوهش های آتی محصولات ملموس تری را ارائه دهند تا به طور مستقیم تغییر رفتار را تسهیل کند و مخاطبان هدف مشتاقانه برای مبادله راحت تر هزینه کنند. این امر به پایداری رفتار درازمدت نیز کمک خواهد کرد. این نکته نیز حائز اهمیت است که در پژوهش هایی که تغییر رفتار مثبت را گزارش کرده اند در ۴ مورد آن عنصر رقابت مد نظر بوده و این به اهمیت و نقش آن تاکید دارد.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

همینطور در دو مداخله تفکیک مخاطب صورت گرفته است. استفاده از هر یک از این شاخص ها در مداخلات بازاریابی اجتماعی متناسب با نیازها گروه های مختلف بریا تغییر رفتار بسیار مهم است.

منابع:

1. Salehi I, taghdisi mh, ghasemi h, shekarosh b. Investigating the Facilitating and Inhibiting Factors of Elderly Physical Activity in Tehran. Iranian Journal of Epidemiology. 2010;6(2):7-15.
2. Sallis JF. Age-related decline in physical activity: a synthesis of human and animal studies. Medicine and science in sports and exercise. 2000;32(9):1598-600.
3. Javadipour M, ghavidel Sarkandi M, saminia M. Providing a Theoretical Framework and Designing a Model for the Development of Public Sports in Iran. Journal of Sport Management Studies. 2013;21:127-48.
4. Organization WH. "Aging well" must be a global priority: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs385/en/>; 2015 [
11. 5. Gordon R, McDermott L, Stead M, Angus K. The effectiveness of social marketing interventions for health improvement: what's the evidence? Public health. 2006;120(12):1133-9.
6. AASM I, and ESMA. Consensus definition of social marketing [www.i-socialmarketing.org/assets/social_marketing_definition.pdf](http://www.socialmarketing.org/assets/social_marketing_definition.pdf) (accessed 22 April 2015).2013 [
21. Carins JE, Rundle-Thiele SR. Eating for the better: A social marketing review (2000–2012). Public Health Nutrition. 2014;17(7):1628-39.
7. Evers U, Jones SC, Caputi P, Iverson D. Promoting asthma awareness to older adults: formative research for a social marketing campaign. Journal of Asthma & Allergy Educators. 2013;4(2):77-84.
8. DiGiuseppe CG, Thoreson SR, Clark L, Goss CW, Marosits MJ, Currie DW, et al. Church-based social marketing to motivate older adults to take balance classes for fall prevention: Cluster randomized controlled trial. Preventive medicine. 2014;67:75-81.
9. Van Der Bij AK, Laurant MG, Wensing M. Effectiveness of physical activity interventions for older adults: a review. American journal of preventive medicine. 2002;22(2):120-33.
10. Eshaghi sr, shasanaei a, melat ardakani m. Isfahan Elderly Physical Activity Status. Journal of Isfahan Medical School. 2011;147(29).

بررسی ویژگی های طبیعی ساحل مکران در توسعه پایدار ورزش -

های ساحلی - دریایی

رضا الهویردی زاده*



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۱. استاد یار، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه مراغه، مراغه، آذربایجان شرقی، ایران (*نویسنده مسئول)

*Email: (r.allahverdizadeh@maragheh.ac.ir)

چکیده

زمینه و هدف: مقاله حاضر ویژگی های طبیعی ساحل مکران در توسعه ورزش های ساحلی - دریایی و توسعه منطقه ای بلوچستان را تبیین کرده است. ویژگی های طبیعی ساحل مکران در دو مؤلفه مهم طبیعی: یعنی آب و هوای منطقه و ویژگی ژئومورفولوژی ساحل مکران مورد بحث قرار گرفته است.

روش کار: پژوهش حاضر از لحاظ هدف، بنیادی و از حیث ماهیت و روش، توصیفی - تحلیلی است. گردآوری اطلاعات با روش کتابخانه ای و بهره گیری از منابع کتابخانه ای و اسناد موجود در رابطه با موضوع تحقیق انجام شده است. برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از استدلال و تجزیه و تحلیل کیفی داده ها استفاده شده است. **یافته ها:** یافته های تحقیق بیانگر آن است که ساحل مکران از حیث مؤلفه عناصر اقلیمی و ژئومورفولوژیکی، برای توسعه ورزش های ساحلی - دریایی مناسب است و نقشی مهم و اساسی در توسعه پایدار و گسترش ورزش های ساحلی - دریایی دارد.

نتیجه گیری: در صورت فراهم بودن عوامل جغرافیایی، عوامل انسانی همانند: برنامه ریزی، سرمایه گذاری داخلی و خارجی، بازاریابی، تبلیغات و مدیریت می توانند نقشی مهم در توسعه ورزش های ساحلی - دریایی ایفاء نمایند. بستر ساحل مکران علاوه بر اینکه بنا به شرایط اقلیمی، توان بهره برداری از ورزش های آبی و دریایی دارد، در عین حال درآمد ارزی حاصل از آن، بر اقتصاد ملی و منطقه ای تأثیر مطلوب فزاینده دارد و می تواند غبار فقر را از چهره منطقه بلوچستان بزدايد. ورزش های ساحلی - دریایی، با توجه به ویژگی هایی که بندر چابهار و ساحل مکران دارند، می توانند مهم ترین عامل توسعه این منطقه محروم و دور از مراکز جمعیتی و صنعتی کشور باشد.

کلیدواژه ها: ویژگی طبیعی، ساحل مکران، ورزش ساحلی - دریایی

۱. مقدمه:

رویکرد خدماتی (ورزشی، گردشگری، حمل و نقل و ترانزیت و...) به ساحل مکران و توسعه منطقه ای و ملی ناشی از آن، در دهه های گذشته مورد بی توجهی قرار گرفته است. برای نمونه با نگاهی به آمار گردشگری در ایران نتایج بدست می آید که حاکی از محرومیت شدید استان ها و شهرهای جنوبی مشرف به سواحل مکران از



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸


 ISC
 کمیته بین المللی ورزش و توسعه پایدار

توسعه پایدار
 Sustainable Development
 تندرستی
 Health
 ورزش
 Sport

پذیرش گردشگر و مسافر است. از بیست شهر مقصد اصلی سفرهای داخلی و بیست شهر بازدید شده کشور، تنها بندرعباس از میان شهرهای جنوبی حضور دارد (۱،۲). کشور ایران به منظور بهبود وضعیت اقتصادی خود و خروج از اقتصاد تک محصولی، ناگزیر است بر پتانسیل ساحل جنوبی خود برای برپایی انواع ورزش های ساحلی - دریایی توجه نماید. ایران به دلیل تنوع زیستی، اقلیمی، توپوگرافی و ژئومورفولوژی متنوع، همه نوع عوارض جغرافیایی و اقلیمی را دارد. از میان عوارض جغرافیای متفاوت، سواحل دریای عمان به دلیل ارتباط با آب های آزاد دنیا و برخورداری از ویژگی های اقلیمی بری و گرم و خشک در تمامی سال از شرایط آسایش اقلیمی مناسب برای گسترش انواع ورزش های ساحلی - دریایی برخوردار است. بندر چابهار بزرگترین و تنها بندر اقیانوسی ایران در ساحل مکران قرار دارد. بندر چابهار، مورد توجه، متناسب با موقعیت جغرافیایی اش قرار نگرفته است. شهر و بندر چابهار که به شهر همایش ها معروف است می تواند، شهر فستیوال های ورزشی نیز نام گیرد. آب های تمیز و آرام منطقه چابهار و تپه های مرجانی زیر آب و سواحل امن، می تواند عامل مهمی برای توسعه رشته های ورزشی ساحلی - دریایی گردد (۳). یافته های برخی محققین بیانگر آن است که عوامل اقتصادی از مهم ترین عوامل در توسعه ورزش های ساحلی و دریایی است. در ایران این عوامل اقتصادی در مواردی مانع از توسعه ورزش های آبی شده است. ضعف در استفاده از مشوق های اقتصادی لازم برای ترغیب بخش خصوصی به مشارکت در ایجاد و توسعه ورزش های ساحلی؛ سرمایه گذاری اندک بخش خصوصی برای توسعه و گسترش ورزش های ساحلی؛ ضعف همکاری بانک ها و مؤسسات مالی جهت تأمین اعتبار ایجاد و توسعه ورزش های ساحلی؛ ضعف در جذب سرمایه - گذار داخلی و حتی خارجی جهت ایجاد و توسعه ورزش های ساحلی، کم بودن سرانه مورد نیاز برای توسعه ورزش های ساحلی؛ مشخص نبودن منابع مالی و نیروی انسانی متخصص در فرآیند پیاده سازی و توسعه ورزش های ساحلی؛ پرهزینه بودن احداث یا تکمیل اماکن مورد نیاز ورزش های ساحلی؛ هزینه بالای بروز نمودن ابزارها و وسایل مورد نیاز ورزش های ساحلی با توجه به پیشرفت های سریع تکنولوژی و ضعف در توجه به سیستم حمل و نقل در نقاط ساحلی، موانع اقتصادی موثر در توسعه ورزش های ساحلی هستند (۴). در مقابل، برخی تحقیقات، نقش تبلیغات و معرفی را موجب ایجاد قطب گردشگری ورزشی ساحلی و دریایی در سواحل مکران می دانند (۵). نوشته حاضر، فارغ از عواملی که در توسعه ورزش ساحلی و دریایی تأثیر می گذارند، سعی کرده است پتانسیل های جغرافیایی و طبیعی ساحل مکران که به منظور توسعه ورزش های ساحلی و دریایی لازم است، تحلیل نماید.

۲. روش کار:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
 Sustainable Development
 تندرستی
 Health
 ورزش
 Sport

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، بنیادی و از حیث ماهیت و روش، توصیفی - تحلیلی است. گردآوری اطلاعات با روش کتابخانه‌ای و بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و اسناد موجود در رابطه با موضوع تحقیق انجام شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از استدلال و تجزیه و تحلیل کیفی داده‌ها استفاده شده است.

۳. یافته‌ها:

ویژگی‌های طبیعی منطقه ساحلی مکران محلی برای توسعه ورزش‌های ساحلی و دریایی و توسعه پایدار منطقه‌ای

طول مرز آبی، مساحت کشور و اضلاع دریایی کشور، سطح چسبندگی، دسترسی دریایی و کشیدگی کشور را به سمت دریا نشان می‌دهد. در عین حال کشورهایی که دسترسی دریایی و کشیدگی بیشتری به سمت دریا دارند از پتانسیل بالایی برای گردشگری ساحلی و بهره‌گیری از ورزش‌های ساحلی و دریایی برخوردار هستند. چشم انداز دریا و اقیانوس از ساحل؛ حمام آفتاب؛ بازدید از بناهای تاریخی کرانه‌ها؛ شنا؛ قایقرانی؛ اسکی روی آب؛ موج سواری؛ غواصی؛ خلوت‌گزینی؛ ماهی‌گیری تفریحی؛ خرید از بازارهای ساحلی؛ استفاده از میدان‌های گلف؛ هتل‌های ساحلی؛ هوای مناسب؛ شرکت در کاروان‌ها و کارناوال‌های فصلی ساحلی؛ دیدار از آکواریوم‌های تونلی؛ جنگل‌های مانگرو؛ سیستم‌های تالابی؛ گردش در اکوسیستم‌های ساحلی؛ خورها؛ خلیج‌ها؛ آبرنگ‌های مرجانی و پهنه‌های جزر و مدی برخی از جاذبه‌های ساحلی هستند که گردشگران را به سوی خود می‌کشاند (۶). تنها ضلعی از ایران که می‌تواند بطور مستقیم با آب‌های آزاد در ارتباط باشد، سواحل مکران است. سواحل مکران به دلیل ارتباط با آب‌های آزاد، می‌تواند با اجرای قواعد حقوق بین‌الملل دریاها از صلاحیت حقوق دریایی خود در مناطق دریایی استفاده نماید. بنابراین، کشتیرانی آزاد، تأسیسات دریایی و ساخت جزایر مصنوعی، اجرای ورزش‌های آبی، مسابقات ورزشی، راه‌اندازی موج شکن‌ها، قایقرانی و ... از دید حقوقی برای کشورهای ساحلی مشرف به آب‌های آزاد از جمله ایران محفوظ است. ایران در سواحل مکران بر خلاف خلیج فارس، همسایگان آبی کمتری دارد و دریای عمان منطقه آبی گسترده‌ای است که امکان راه‌اندازی تمامی فعالیت‌های تفریحی، گردشگری ساحلی و دریایی و ورزش‌های ساحلی - دریایی با حفظ حقوق دریایی کشورهای ثالث را دارد. کشورهایی می‌توانند از گردشگری ساحلی و دریایی بهینه برخوردار باشند که از سواحل طولانی (در مقایسه با پهنه کشور) و مناطق دریایی وسیعی برخوردار باشند. شرایط مزبور در سواحل مکران ایران فراهم است. در برخی نقاط دریای عمان، امکان گسترش منطقه انحصاری اقتصادی تا ۲۰۰ مایل دریایی و فلات قاره تا ۳۵۰ مایل دریایی فراهم است.

خصوصیات اقلیمی و آب و هوایی سواحل مکران و توسعه ورزش‌های ساحلی و دریایی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار

Sustainable Development

تندرستی

Health

ورزش

Sport

ISC

مؤسسه تحقیقات ورزشی

قسمت جنوبی ایران و بویژه سواحل مکران از دید اقلیمی شرایط خاصی دارد. در دوره گرم سال این منطقه تحت تأثیر مرکز پرفشار جنب حاره قرار می گیرد و لذا اجازه صعود هوا را نمی دهد و لذا بر اثر استقرار آن در دوره گرم، هوا گرم و خشک است (۷). مناطق ساحلی جنوب در طول تابستان اقلیمی گرم و خشک، در خط ساحلی تا حدودی خنک و در زمستان هوای متعادلی را تجربه می کنند. امروزه برخی کشورها در ساحل جنوبی خلیج فارس با آب و هوای بسیار گرم و خشک و پهنه بیابانی گسترده، به مقصد عمده گردشگری گردشگران زیادی در دنیا تبدیل شده است. دبی در امارات متحده عربی، نمونه خوبی در امر پذیرش گردشگری است؛ هر چند که اقلیم منطقه گرم و خشک و بیابانی است. دبی در گردشگری تفریحی و ورزش های ساحلی و دریایی، سرمایه گذاری زیادی کرده است و توانسته گردشگران زیادی از تمامی دنیا جذب نماید. برای انجام هر یک از ورزش های ساحلی - دریایی باید نظام مشخصی از وضعیت دما، سرعت باد، رطوبت نسبی، ساعات آفتابی و ... در طول سال حاکم باشد. هر یک از ورزش های دریایی بنا به شرایط فعالیت خود و شرایط اقلیمی منطقه از ماه های ویژه و خاصی برای فعالیت برخوردار است. مطالعات بیانگر آن است که سواحل دریای عمان در ایران، از نظر شاخص های اقلیمی از موقعیت مناسبی برخوردار است. نتایج نشان می دهد که حداقل چهار ماه از سال شرایط مناسب آب و هوایی جهت استفاده از پتانسیل های سواحل عمان از جمله شنا، غواصی، کایت سواری، قایق رانی در دریا فراهم است. پنج ماه از سال برای بازدیدهای ژئوتوریسمی مانند کوه های مینیاتوری و گل فشان ها مناسب است (۸). در ماه های سرد سال که بیشتر مناطق فلات ایران درگیر سرما و یخبندان است، سواحل جنوبی ایران بویژه ساحل مکران این قابلیت دارند که در تمامی دوازده ماه سال امکانات گردشگری و استفاده از ورزش های ساحلی و دریایی را فراهم نمایند. بنابراین تیم های ورزشی ایران در ماه های سرد سال، به جای اعزام به کشورهای جنوبی خلیج فارس یا کشورهای دیگر، می توانند در ساحل مکران مستقر گردند و در هزینه های ارزی کشور صرفه جویی نمایند. در مقابل، امکانات ساحل مکران می تواند در اختیار تیم های ورزشی کشورهای سرد شمالی فلات ایران از جمله کشورهای حوزه آسیای مرکزی و قفقاز قرار گیرد؛ لذا ارزآوری زیادی برای کشور به همراه دارد.

خصوصیات ژئومورفولوژی سواحل مکران و توسعه ورزش های ساحلی و دریایی

از نظر ژئومورفولوژی، خطوط ساحلی مکران به دو نوع صخره ای و پلاژیک (ماسه ای) قابل تفکیک است. سواحل پرتگاهی و صخره ای، گسترش چندان زیادی ندارد و در حوالی چابهار - کنارک و گوادر حضور دارند. سواحل هموار و پلاژیک، از غرب کنارک تا جاسک و بندرعباس مشاهده می شود. شیب این سواحل بسیار ملایم و ادامه شیب جلگه ها است. سواحل مکران دارای بریدگی های بسیاری است که خلیج های محلی کوچکی همانند خلیج چابهار و خلیج گوادر را تشکیل داده اند؛ بنادری همانند جاسک، چابهار و گوادر در کنار خلیج های مربوطه دیده



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

می شود. بیشتر این خلیج ها به علت عمق کم، ماسه ای بودن خط ساحلی شان و سست بودن کناره ها، برای کشتی های بزرگ بازرگانی قابل استفاده نیستند و نیاز به احداث تأسیساتی مانند اسکله است (۹،۱۰). هر چند از لحاظ طبیعی، عمق ساحل در مکران کم است؛ اما امکان لایروبی و عمیق کردن ساحل وجود دارد. سواحل بندر چابهار تا حدودی از عمق کافی برخوردار است. سواحل دریای عمان به دلیل آب و هوای مناسب، خورها، سواحل پست و کم ارتفاع از مکان های مناسب برای جذب گردشگر، تأمین درآمد ارزی و اشتغال است. با این توضیحات منطقه ساحلی مکران از نظر توپوگرافی شرایط خوبی برای ایجاد ورزش های ساحلی و دریایی را فراهم می نماید. سواحل آرام، موج های متوالی و ملایم، سواحل پست و شنی، حاکی از زمینه مناسب برای گسترش ورزش های آبی است. ورزش های آبی همانند: قایق سواری، قایق بادبانی، رفتینگ، اسکی روی آب، جت اسکی، غواصی، ماهی گیری، پاراسل، شنا، موج سواری، ویک بوردینگ، کشتی رانی و ... با اندک سرمایه گذاری و مدیریت مناسب، به راحتی در سواحل مکران قابل پیاده شدن است. کنارک و چابهار از مناطق مناسب برای راه اندازی کشتی رانی، قایق سواری و اتوبوس دریایی است.

۴. بحث و نتیجه گیری:

ساحل قابلیت و ظرفیت زیادی در توسعه ورزش ساحلی و دریایی دارد. وضعیت توپوگرافی و ژئومورفولوژیک منطقه ساحلی، وضعیت اقلیم منطقه ساحلی، وضعیت فیزیکی و ساخت و ساز حاشیه ساحل و ... بر توسعه ورزش ساحلی - دریایی تأثیر می گذارد. مقاله حاضر ویژگی های سواحل مکران در توسعه ورزش های آبی - دریایی و توسعه منطقه ای بلوچستان را تبیین کرده است. ویژگی های طبیعی ساحل مکران در دو مؤلفه مهم طبیعی یعنی اقلیم و آب و هوای منطقه و خصوصیت ژئومورفولوژی ساحل مکران مورد بحث قرار گرفته است. یافته های تحقیق بیانگر آن است که ساحل مکران از حیث مؤلفه عناصر اقلیمی و ژئومورفولوژیکی، برای توسعه ورزش های ساحلی - دریایی مناسب است و نقشی مهم و اساسی در توسعه پایدار ورزش های ساحلی - دریایی دارد. در کنار عوامل جغرافیایی، عوامل انسانی همانند: برنامه ریزی، سرمایه گذاری داخلی و خارجی، بازاریابی، تبلیغات و مدیریت می - توانند نقشی مهم در توسعه ورزش های ساحلی - دریایی ایفاء نمایند. در واقع بستر سواحل مکران علاوه بر اینکه بنا به شرایط اقلیمی، توان بهره برداری از ورزش های ساحلی و دریایی دارد، در عین حال درآمد ارزی حاصل از آن، بر اقتصادی ملی و منطقه ای تأثیر مطلوب فزاینده دارد و می تواند غبار فقر را از چهره منطقه بلوچستان بزدايد. ورزش های ساحلی - دریایی، با توجه به ویژگی هایی که بندر چابهار و ساحل مکران دارند، می تواند مهم ترین عوامل توسعه این منطقه محروم و دور از پایتخت باشد.

برای توسعه منطقه بلوچستان در راستای ورزش های ساحلی - دریایی حداقل امکاناتی لازم است که عبارتند از:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

وجود اماکن مناسب برای پرداختن به ورزش های ساحلی - دریایی در سطح همگانی و برگزاری مسابقات؛ احداث پلاژهای مناسب تفریحی ویژه شنا، قایقرانی و قایق سواری و سایر ورزش های ساحلی - دریایی؛ ایجاد خطوط حمل و نقل و ارتباطی دریایی، زمینی و هوایی؛ تبلیغات و بازاریابی برای جذب تیم های ورزشی ساحلی - دریایی.

۵. منابع:

۱. مرکز آمار ایران، (۱۳۹۷ الف)، بیست شهر مقصد اصلی سفرهای داخلی به ترتیب تعداد سفر انجام شده بر حسب نوع سفر و تعداد نفر شب اقامت، موجود در درگاه اینترنتی مرکز آمار ایران، به آدرس: <https://www.amar.org.ir/> (آخرین دسترسی: ۲۴ شهریور ۱۳۹۸).
۲. مرکز آمار ایران، (۱۳۹۷ ب)، بیست شهر بازدید شده کشور به ترتیب تعداد سفر انجام شده بر حسب نوع سفر و تعداد نفر شب اقامت، موجود در درگاه اینترنتی مرکز آمار ایران، به آدرس: <https://www.amar.org.ir/> (آخرین دسترسی: ۲۴ شهریور ۱۳۹۸).
۳. یزدانی، شهرام و جهاننیده، عبدالغفور (۱۳۹۲)، ورزش های آبی و ساحلی، گامی برای توسعه گردشگری چابهار، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۳۱۱۱، شماره خبر: ۷۷۸۷۹۴.
۴. دوستی، مرتضی. درویشی، ابوالفضل. باقریان، بهزاد (۱۳۹۵)، موانع اقتصادی توسعه ورزش های ساحلی مطالعه موردی (بخش مرکزی استان مازندران)، فصلنامه آموزش علوم دریایی، شماره ۷، صص ۱۷-۳۰.
۵. جهاننیک، سعید. شیبانی امین، عیسی. گلستانه، فرشته (۱۳۹۱)، موانع و راهکارهای ایجاد دهکده ورزش های آبی و ساحلی در سواحل مکران (مطالعه موردی: سواحل چابهار)، اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران، کد مقاله ۱۱۶۶، دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی، چابهار.
۶. کریمی پور، یدا... (۱۳۸۸)، ژئوپلیتیک کرانه های دریایی ایران از دیدگاه مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت معلم.
۷. علیجانی، بهلول (۱۳۹۲)، آب و هوای ایران. تهران، دانشگاه پیام نور.

توسعه پایدار نظام ساخت و بهره برداری پروژه های ورزشی با استفاده از GIS

سید محمد حسین رضوی^{۱*}، زینب آنت^۲

۱. استاد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه مازندران، ایران. (*نویسنده مس



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸


 ISC
 کنفرانس بین المللی توسعه پایدار

توسعه پایدار
 Sustainable Development
 تندرستی
 Health
 ورزش
 Sport

۲. دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه مازندران، ایران.
 *Email: (Razavismh@yahoo.com)

چکیده

زمینه و هدف: امروزه دسترسی عادلانه به زمین و استفاده بهینه از آن و ساماندهی مکان از مؤلفه های اساسی توسعه پایدار و آمایش فضا محسوب می شود. در همین راستا هدف از تحقیق حاضر توسعه پایدار نظام ساخت و بهره برداری پروژه های ورزشی با استفاده از نرم افزار GIS است.

روش کار: تحقیق حاضر، توصیفی و پیمایشی و به صورت میدانی در محدوده تحقیقاتی استان نوظهور البرز انجام گرفت. به این صورت که در گام اول با هدف تعیین مهم ترین معیارهای مؤثر بر گزینش محل احداث اماکن ورزشی از روش کتابخانه ای و روش دلفی فازی استفاده شد. در بخش دلفی فازی پرسشنامه ها در اختیار ۱۴ نفر از خبرگان در سه مرحله دلفی قرار گرفت و نتایج منجر به انتخاب و وزن دهی معیارهای مؤثر بر آمایش فضایی اماکن ورزشی شد. در گام دوم به منظور تعیین موقعیت توسعه و نیازها و کمبودهای انواع اماکن ورزشی موجود و انتخاب مناطق بهینه احداث اماکن ورزشی جدید، اطلاعات توصیفی و مکانی لازم جمع آوری و با استفاده از نرم افزارهای Excel و AutoCAD به ورودی نرم افزار GIS تبدیل شد و در نرم افزار ArcGIS یکپارچه گردید و در نهایت منجر به شناسایی وضعیت توسعه پایدار فضاهای ورزشی استان البرز شد.

یافته ها: یافته ها نشان دادند موقعیت بیشتر اماکن ورزشی موجود اداره ورزش و جوانان استان البرز در وضعیت فضایی متوسط و بالاتر از متوسط قرار دارند، که این خود نشان دهنده وضعیت نسبتاً مطلوب وضع موجود فضاهای ورزشی اداره ورزش و جوانان استان البرز است. همچنین در ادامه با تأثیر معیارهای پژوهش، مناطقی که در محدوده مطالعاتی تحقیق در وضعیت بسیار مناسب قرار داشتند جهت احداث پروژه های ورزشی جدید پیشنهاد گردیدند. **نتیجه گیری:** با آگاهی از وضعیت توسعه مناطق مختلف استان از منظر بهره مندی از امکانات ورزشی اداره ورزش و جوانان و در راستای آمایش سرزمین و عدالت فضایی مورد نظر آن، می توان تمرکز توزیع فضاهای ورزشی جدید را بهبود بخشید و در طول زمان هدف توسعه پایدار در زمینه آرایش عادلانه پروژه های ورزشی در کشور را محقق نمود.

کلیدواژه ها: توسعه پایدار، نظام ساخت و بهره برداری، پروژه ورزشی، GIS.

۱. مقدمه:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار

Sustainable Development

تندرستی

Health

ورزش

Sport

امروزه فراگیر شدن ورزش به عنوان ابزاری برای توسعه در ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ... مطرح می باشد و لزوم تبیین عوامل مؤثر در رشد و توسعه این ابزار می تواند در نیل به اهداف و سیاست های استراتژیک کشور مؤثر واقع گردد (۱). در این راستا مدیریت ورزشی به ویژه مدیریت اماکن و فضاهای ورزشی در کشور ما، از جمله مسائلی است که از نظر کمی و کیفی، برای رسیدن به استانداردها و معیارهای معمول دنیا، راه بسیار درازی در پیش دارد. مدیریت صحیح و اصولی اماکن ورزشی، به طور مستقیم بر بهره وری اماکن ورزشی و همچنین کمیت و کیفیت برنامه ها و رویدادهای ورزشی تأثیر می گذارد. کلیه فعالیت های ورزشی نیازمند امکانات و تجهیزات ویژه ای هستند (۲). با در نظر گرفتن اینکه از موارد بسیار مهم در افزایش مشارکت مردم در فعالیت های جسمانی، ایجاد اماکن ورزشی با دسترسی و داشتن استانداردهای ساخت و ساز مناسب است، در مرحله بهره برداری از امکانات و تجهیزات ورزشی باید نوع برنامه ریزی و مدیریت خاصی با دقت، انتخاب و رعایت شوند و به نحو مطلوبی اماکن ورزشی مورد استفاده قرار گیرند و موجب بهره وری بیشتر شوند (۳). بحث مکان یابی، حیطة گسترده ای دارد که اغلب با محیط سیستم اطلاعات جغرافیایی در هم آمیخته است (۴). سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) یک سامانه رایانه ای برای مدیریت و واکاوی اطلاعات جغرافیایی بوده که توانایی گردآوری، ذخیره، واکاوی و نمایش اطلاعات جغرافیایی را دارد (۵) در حال حاضر، یکی از مشکلات موجود در محیط شهری استقرار نامناسب اماکن ورزشی در بین سایر کاربری های شهری است به گونه ای که بسیاری از افراد جامعه به دلیل عدم دسترسی به آن ها نمی توانند از این فضاهای ورزشی به صورت مطلوب استفاده کنند (۳). بنابراین با در نظر گرفتن اینکه سیستم اطلاعات جغرافیایی از بروزترین روش ها جهت مکان یابی صحیح است و فرصت های بهینه این روش موجب توسعه پایدار مکان یابی فضاهای شهری می گردد، پژوهش حاضر با هدف ایجاد توسعه پایدار در نظام ساخت و بهره برداری پروژه های ورزشی با استفاده از GIS صورت پذیرفت.

۲. روش شناسی:

روش پژوهش حاضر، توصیفی و پیمایشی و به صورت میدانی است و محدوده تحقیق استان نوظهور البرز انتخاب شد و به صورت کامل مورد بررسی قرار گرفت. مراحل تحقیق حاضر در دو گام کلی تشریح شد. در گام اول با هدف تعیین مهم ترین معیارهای مؤثر بر گزینش محل احداث اماکن ورزشی از روش کتابخانه ای و روش دلفی فازی استفاده شد. در بخش دلفی فازی پرسشنامه ها در اختیار ۱۴ نفر از خبرگان در سه مرحله دلفی قرار گرفت و نتایج منجر به انتخاب و وزن دهی معیارهای مؤثر بر آمایش فضایی اماکن ورزشی شد. در گام دوم به منظور تعیین موقعیت و نیازها و کمبودهای انواع اماکن ورزشی موجود و انتخاب مناطق بهینه احداث اماکن ورزشی جدید، اطلاعات توصیفی و مکانی لازم جمع آوری و با استفاده از نرم افزارهای Excel و AutoCAD به ورودی نرم



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

افزار GIS تبدیل شد و در نرم افزار ArcGIS یکپارچه گردید و در نهایت آماده گزارش گیری شد و جایگاه فضاهای ورزشی اداره ورزش و جوانان و نواحی شهری جهت احداث اماکن ورزشی جدید در طیف بسیار مناسب تا بسیار نامناسب مشخص گردید. اماکن ورزشی مورد بررسی در تحقیق حاضر (نمونه آماری تحقیق) در این بخش، فضاهای ورزشی اداره ورزش و جوانان استان البرز و شهرستان های استان با کاربری های مختلف (در مجموع ۱۸ مورد) می باشد

۳. یافته ها:

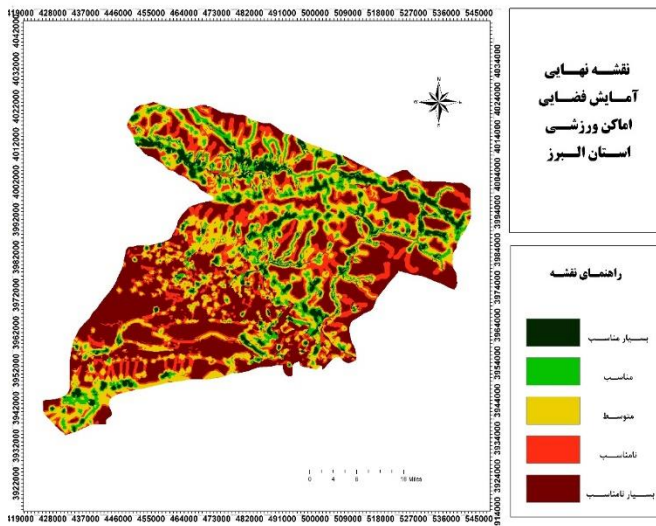
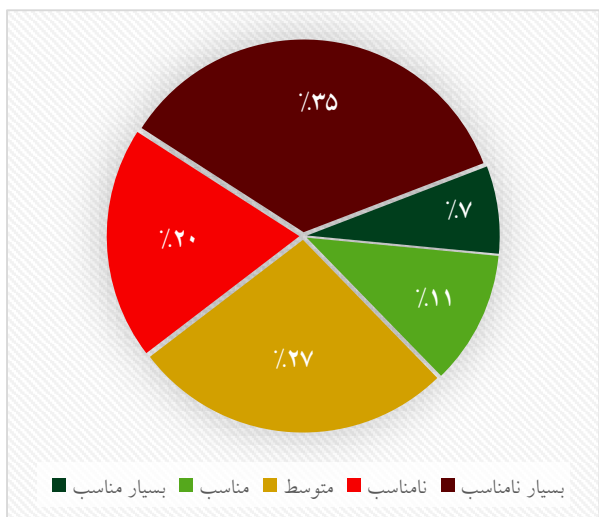
مهم ترین معیارهای مؤثر بر گزینش محل احداث اماکن ورزشی با استفاده از روش دلفی-فازی عبارتند از: شیب زمین، کاربری زمین، فاصله از گسل ها، فاصله از پهنه های سیلاب، فاصله از رودخانه ها، پراکنش فضایی، دسترسی به خطوط ارتباطی، تاسیسات و تجهیزات موجود، تراکم جمعیت و پوشش گیاهی منطقه. از مهم ترین مراحل مکان یابی پس از تعیین معیارها و وزن دهی به لایه ها، تلفیق لایه ها با استفاده از یک تابع مناسب است. در این تحقیق با استفاده از دستور Raster Calculator از اکستنشن Spatial Analyst مناسب، همپوشانی لایه ها انجام شد و در نهایت با دستور Reclassify، محدوده تحقیق به پنج سطح بسیار مناسب، مناسب، متوسط، نامناسب و کاملاً نامناسب تقسیم شد و موقعیت هر کدام از اماکن ورزشی اداره ورزش و جوانان موجود نسبت به این مناطق مشخص شد.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport



شکل ۲. وضعیت

شکل ۱. نقشه نهایی آمایش فضایی اماکن ورزشی مناطق محدوده مطالعاتی

نتایج تحلیل نقشه نهایی گویای این مطلب است که توزیع فضایی - مکانی ۳۱ درصد از اماکن ورزشی موجود اداره ورزش و جوانان استان البرز در موقعیت متوسط، ۲۵ درصد در موقعیت مناسب، ۲۱ درصد در موقعیت بسیار مناسب، ۱۷ درصد در موقعیت نامناسب و ۶ درصد در موقعیت نامناسب قرار دارند. بنابراین با توجه به یافته ی تحقیق، بیشتر اماکن ورزشی موجود اداره ورزش و جوانان در استان البرز در موقعیت فضایی متوسط و بالاتر از متوسط قرار داشتند که این خود نشان دهنده وضعیت نسبتاً مطلوب وضع موجود است. همچنین براساس نمودار وضعیت ۷ درصد از نواحی محدوده مطالعاتی تحقیق در وضعیت بسیار مناسب از نظر معیارهای تحقیق قرار دارند که می توان جهت پیشنهاد برای احداث پروژه های ورزشی جدید مورد استفاده قرار گیرند.

۴. نتیجه گیری:

در پژوهش حاضر با هدف تعیین نیازها و کمبودهای انواع اماکن و تأسیسات ورزشی استان در محدوده مورد مطالعه، از همپوشانی لایه های اطلاعاتی تحقیق استفاده شد. با توجه به نقشه خروجی نهایی حاصل از همپوشانی لایه های مربوط به معیارهای تراکم جمعیت، دسترسی به خطوط ارتباطی، تأسیسات و تجهیزات موجود، فاصله از



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار

Sustainable Development

تندرستی

Health

ورزش

Sport

رودخانه ها، شیب زمین، فاصله از پهنه های سیلاب، پراکنش فضایی، کاربری زمین، فاصله از گسل ها و پوشش گیاهی منطقه و لحاظ کردن وزن نسبی مربوط به هر معیار، از میان ۱۱۸ فضای ورزشی با کاربری های مختلف مورد بررسی تحقیق در محدوده مطالعاتی استان البرز، ۲۵ مورد در وضعیت کاملاً مناسب، ۳۰ مورد در وضعیت مناسب، ۳۶ مورد در وضعیت متوسط، ۲۰ مورد در وضعیت نامناسب و ۷ مورد در وضعیت بسیار نامناسب قرار دارند. بنابراین نتایج حاصل نشان دهنده این است که حدود نیمی از اماکن موجود استان در موقعیت فضایی و مکانی مطلوب قرار دارند. به این صورت که ۳۱ درصد از اماکن در موقعیت متوسط، ۲۵ درصد در موقعیت مناسب، ۲۱ درصد در موقعیت بسیار مناسب، ۱۷ درصد در موقعیت نامناسب و ۶ درصد در موقعیت نامناسب هستند. در بحث توسعه پایدار و آمایش فضایی اماکن ورزشی این نکته حائز اهمیت است که فضاهای ورزشی باید در مکان هایی ساخته شوند که اقشار مردم به آسانی بتوانند از آنها استفاده کنند. لذا با توجه به نتیجه بدست آمده درصد بالایی از اماکن موجود اداره ورزش و جوانان در موقعیت مکانی مطلوبی قرار دارند. یکی از علل این فضایابی نسبتاً مناسب را شاید بتوان نوپا بودن استان و جدید بودن سازه ها دانست. ضمن اینکه عللی همچون استقبال بالای مردم از ورزش در استان البرز و همسایگی استان با پایتخت را نیز می توان مورد توجه قرار داد. همچنین با توجه به محدود بودن فضاهای ورزشی اداره ورزش و جوانان و مسئولیت این سازمان در امر ورزش به عنوان نماینده دولت، به نظر می رسد امکانات بیشتری در زمینه انتخاب مکان وجود داشته و بنابراین مکان های مناسب بیشتری نسبت به سایر فضاهای ورزشی خصوصی و وابسته به ارگان ها در نظر گرفته شده است. نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر در زمینه وضعیت نسبتاً مناسب توزیع فضاهای ورزشی اداره ورزش و جوانان در استان البرز، با مطالعات یالکین و همکاران (۲۰۱۷)، سلیمی (۱۳۹۵)، ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۴) از نظر مناسب بودن موقعیت مکانی کاربری های مورد بررسی همسو می باشند (۳،۷،۶). به طور کلی پژوهش های متعددی نشان داده اند که دسترسی آسان به اماکن ورزشی و هدایت کننده های محیطی فعالیت های جسمانی با حضور مداوم در فضاهای ورزشی مرتبط است. بنابراین با توجه به اهمیت مکان گزینی این گونه اماکن، تحقیق حاضر می تواند چشم اندازی از وضعیت موجود بخشی از فضاهای ورزشی استان البرز ارائه دهد و برای مکان یابی های صحیح در سطح شهر پیش زمینه قرار گیرد و در نهایت به عنوان یک تجربه در احداث اماکن ورزشی در موقعیت های مناسب مطرح گردد، تا در آینده پیش از انتخاب مکان به تمامی معیارهای مؤثر بر مناسب بودن فضا همچون تحقیق حاضر توجه گردد. همچنین نتایج تحقیق در جهت شناسایی مناطق بهینه برای احداث پروژه های ورزشی نشان داد که امکان پیشنهاد نواحی مساعد جهت احداث اماکن ورزشی براساس معیارهای مطرح در تحقیق وجود دارد. با توجه به اینکه برحسب آمایش فضایی-مکانی، اکثریت اماکن ورزشی موجود در سطح استان در موقعیت های متوسط و



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

بالا تر متوسط قرار دارند، این مناطق پیشنهادی می توانند جهت بهبود و توسعه پایدار وضعیت موجود مورد استفاده قرار گیرند. ساخت اماکن ورزشی در فضاهایی که با استفاده از روش های مکان یابی پیشنهاد می شوند می تواند از آسیب های انتخاب نامناسب مکان بکاهد و در نتیجه کارایی فضای احداث شده جدید را افزایش دهد و در نهایت منجر به افزایش مشارکت ورزشی در این اماکن شود.

۵. منابع:

۱. دبیرخانه شورای راهبردی وزارت ورزش و جوانان (۱۳۹۴). گزارش راهبردی تبیین وضع موجود ورزش کشور. وزارت ورزش و جوانان.
۲. کاشف، میرمحمد. (۱۳۸۸). مدیریت اماکن و فضاهای ورزشی. تهران. انتشارات بامداد کتاب.
۳. ابراهیمی، عبدالحسین. مهدی پور، عبدالرحمن. ازمشا، طاهره. (۱۳۹۴). تأثیر شاخص های همجواری و دسترسی به مکان های ورزشی بر میزان مشارکت ورزشی (مطالعه موردی: مناطق هشت گانه شهر اهواز). مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره دوم، شماره ۵، بهار ۱۳۹۴، ص: ۳۹-۳۱.
4. Oh k, Jeong S (2007). Assessing the Spatial Distribution of Urban Parks using GIS. Department of Urban Planning. Hanyang University. Seongdong-Gu. 133-151.
۵. پایگاه ملی داده های علوم زمین کشور (۱۳۹۲). سیستم اطلاعات جغرافیایی. ص ۴.
6. Yalcin .a .Mustafa. Kilic Gul b Fatmagul .(2017). A GIS-based multi criteria decision analysis approach for exploring geothermal resources: Akarcay basin (Afyonkarahisar). Geothermics. 67 (2017) 18-28.
۶. سلیمی، مهدی. (۱۳۹۵). ارائه مدلی جهت تعیین و تحلیل سرانه اماکن ورزشی بر مبنای توزیع شبکه های تیسنی در محیط GIS. مدیریت ورزشی. دوره ۸، شماره ۶، ص: ۸۷۵-۸۹۰.

سنجش میزان توسعه یافتگی و محرومیت شهرستان های استان البرز از منظر آمایش سرزمین در جهت توسعه پایدار نظام ساخت پروژه های ورزشی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

زینب آنت؛ سید محمد حسین رضوی*

۱. دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه مازندران، ایران.
 ۲. استاد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه مازندران، ایران. (*نویسنده مسئول)
- *Email: (Razavismh@yahoo.com)

چکیده

زمینه و هدف: یکی از مباحث عمده و اساسی توسعه، مسئله توسعه متوازن است که در قالب توسعه متعادل بخش ها و زیربخش ها مطرح می گردد. لذا با توجه به اهمیت توسعه متناسب ساختارهای ورزشی به عنوان یکی از فضاهاى حیاتی شهری، هدف از تحقیق حاضر بررسی درجه توسعه یافتگی شهرستان های استان البرز در راستای آمایش سرزمین و از لحاظ برخورداری از امکانات ورزشی می باشد.

روش کار: به منظور بررسی میزان توسعه یافتگی، از روش تاکسونومی عددی برای سطح بندی شهرستان های استان البرز در زمینه بهره مندی از شاخص های امکانات ورزشی استفاده شد. در این پژوهش آمار و اطلاعات اماکن ورزشی تحت پوشش ادارات ورزش و جوانان شهرستان های استان البرز در سال ۱۳۹۷ در قالب ۹ شاخص و در ۶ شهرستان استخراج و با استفاده از مراحل ۹ گانه تاکسونومی مورد مطالعه قرار گرفت. در نهایت شهرستان های استان البرز از نظر درجه توسعه یافتگی امکانات ورزشی در سه گروه توسعه یافته، کمتر توسعه یافته و محروم از توسعه رتبه بندی شدند.

یافته ها: یافته های تحقیق بیانگر این است که نواحی غرب و شرق شهرستان کرج جزء مناطق توسعه یافته، شهرستان های ساوجبلاغ و فردیس در مناطق کمتر توسعه یافته و شهرستان های نظرآباد، طالقان و اشتهارد در مناطق محروم از توسعه در برخورداری از امکانات ورزشی می باشند.

نتیجه گیری: نتایج تحقیق نشان داد که اختلاف و شکاف زیادی در بهره مندی از شاخص های فضای ورزشی بین شهرستان های استان البرز وجود دارد و این در حالی است که نتیجه بدست آمده کاملاً مخالف با هدف آمایش سرزمین و توسعه پایدار می باشد. بنابراین نیاز است که در برنامه های احداث اماکن ورزشی جدید در سطح استان، علاوه بر مکان یابی علمی اماکن و توجه به آمایش فضا، به اختلاف سطح توسعه موجود نیز توجه گردد و مناطق محروم از فضاهاى ورزشی در اولویت احداث و بهره برداری اماکن ورزشی قرار گیرند.

کلیدواژه ها: توسعه یافتگی، شاخص امکانات ورزشی، آمایش سرزمین، توسعه پایدار، استان البرز

۱. مقدمه:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

از توسعه در مکاتب مختلف و همچنین دوره های زمانی متفاوت تعاریف گوناگونی ارائه شده است. اگرچه در ابتدای امر توسعه به معنای نرخ رشد اقتصادی قلمداد می شد، اما بعدها به مفهوم کاهش یا از میان بردن فقر، بیکاری، نابرابری های اجتماعی و تغییرات اساسی در ساختار اجتماعی گرایش پیدا کرد (۱). مهم ترین عامل توسعه در ورزش، جذب افراد به فعالیت های ورزشی و بهره مندی از مزایای سرمایه گذاری در این حوزه و وجود امکانات و تسهیلات ورزشی است. برای شناسایی نیازهای سرمایه گذاری و توسعه پایدار، شناخت موقعیت فعلی مناطق از لحاظ برخورداری از امکانات ورزشی الزامی است. به عبارت دیگر، پایش یک جامعه از لحاظ شاخص های ورزشی، پیش نیاز سرمایه گذاری در این بخش است. شناسایی مناطق کمتر توسعه یافته یا توسعه نیافته به برنامه ریزان و مسئولان امر کمک می کند تا اولویت سرمایه گذاری های خود در این بخش را به این مناطق اختصاص دهند و به طور گسترده از مزایای اقتصادی و اجتماعی آن در سراسر جامعه بهره مند شوند. به عبارت دیگر، برنامه ریزی منطقه ای با هدف توسعه و کاهش نابرابری منطقه ای، از موضوعات مهم در کشورهای در حال توسعه محسوب می شود و لازمه برنامه ریزی منطقه ای، شناسایی جایگاه مناطق نسبت به یکدیگر به لحاظ توسعه یافتگی است (۲). توسعه فیزیکی شهرها، فرایندی پویا، مستمر، مداوم و سریع است که طی آن محدوده های فیزیکی شهر و فضاهای کالبدی آن در جهات عمودی و افقی از حیث کمی و کیفی افزایش می یابند و اگر این روند سریع، بی برنامه باشد، به فیزیکی متعادل و موزون از فضاهای شهری منجر نمی شود و سیستم شهری را با مشکلات عدیده ای مواجه خواهد کرد و نهایتاً در راستای توسعه پایدار قرار نمی گیرد (۳، ۴). با توجه به اینکه استان البرز یکی از استان هایی است که همیشه سهم مهمی در ورزش کشور داشته است و از جدیدترین استان های تشکیل شده در کشور است، جهت ارتقای و توسعه سطح آن در حد یک استان نوپا، نیاز به زیرساخت های جدید و بروز دارد. با مد نظر قرار دادن جمعیت نسبتاً زیاد ساکن در این استان و شهرستان های آن، ضرورت فراهم آوردن زمینه مشارکت فعال افراد در فعالیت های ورزشی به منظور توسعه سلامت و ورزش همگانی و پرداختن به موضوع گسترش و سازمان دهی اماکن ورزشی الزام آور می باشد. بنابراین با در نظر گرفتن اینکه امروزه دسترسی عادلانه به فضاهای ورزشی و استفاده بهینه از آن و ساماندهی مکان های ورزشی از مؤلفه های اساسی توسعه پایدار و آمایش سرزمین است. پژوهش حاضر با این هدف انجام گرفت که درجه توسعه یافتگی شهرستان های مختلف استان البرز را مورد بررسی قرار دهد و عدالت فضایی در بخش های مختلف استان را از نظر برخورداری از امکانات ورزشی تعیین نماید.

۲. روش شناسی:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

روش تحقیق حاضر روش توصیفی مقطعی است. به این صورت که با استفاده از روش تاکسونومی عددی به سطح بندی شهرستان های استان البرز در زمینه بهره مندی از شاخص های امکانات ورزشی پرداخته شد. سپس شاخص های موجود در ۶ شهرستان استان البرز با استفاده از مراحل ۹ گانه روش تاکسونومی مورد مطالعه قرار گرفت و شهرستان های استان البرز از نظر درجه توسعه یافتگی امکانات ورزشی در سه گروه شهرستان های توسعه یافته (فاصله ۰/۳ تا ۰/۶)، شهرستان کمتر توسعه یافته (فاصله ۰/۶ تا ۰/۸) و شهرستان های محروم از توسعه (فاصله ۰/۸ تا ۱) رتبه بندی شدند. با توجه به اینکه شاخص ها در تحقیق حاضر در روش تاکسونومی عددی، کاربری های مختلف اماکن ورزشی است، از آمار و اطلاعات اماکن ورزشی تحت پوشش اداره ورزش و جوانان شهرستان های استان البرز در سال ۱۳۹۷ در قالب ۹ شاخص استفاده شد.

۳. یافته ها:

تکنیک تاکسونومی عددی یکی از تکنیک های تصمیم گیری چندمتغیره برای ارزیابی و رتبه بندی بوده و کاربرد زیادی در مطالعات برنامه ریزی و توسعه دارد. در این پژوهش تعداد شاخص ها ۹ و تعداد گزینه ها (شهرستان ها) ۷ می باشد. مراحل این روش، جهت تجزیه و تحلیل داده ها به شرح زیر است؛ ۱. مشخص کردن مناطق مورد نظر برای ارزیابی میزان توسعه یافتگی و تعیین شاخص های توسعه؛ ۲. تشکیل ماتریس داده ها؛ ۳. استاندارد کردن شاخص ها؛ ۴. تعیین فاصله مرکب بین مناطق؛ ۵. تعیین کوتاه ترین فاصله؛ ۶. همگن سازی مناطق؛ ۷. تعیین الگو یا سرمشق مناطق؛ ۸. درجه بندی میزان توسعه یافتگی مناطق و ۹. تحلیل و نتایج و تعیین کیفیت توسعه یافتگی.

جدول ۱. سطح بندی مناطق استان البرز برحسب درجه توسعه

شهرستان	رتبه	Fi	cio	درجه توسعه
شرق کرج	۱	۳,۵۹	۰,۴۴۷	توسعه یافته
غرب کرج	۲	۴,۰۲۵	۰,۵۰۱	
ساوجبلاغ	۳	۵,۵۷۸	۰,۶۹۴	کمتر توسعه یافته
فردیس	۴	۵,۶۶۹	۰,۷۰۵	
نظرآباد	۵	۶,۴۶۵	۰,۸۰۴	محروم از توسعه
طالقان	۶	۶,۶۱۲	۰,۸۲۲	
اشتهارد	۷	۶,۷۲	۰,۸۳۶	

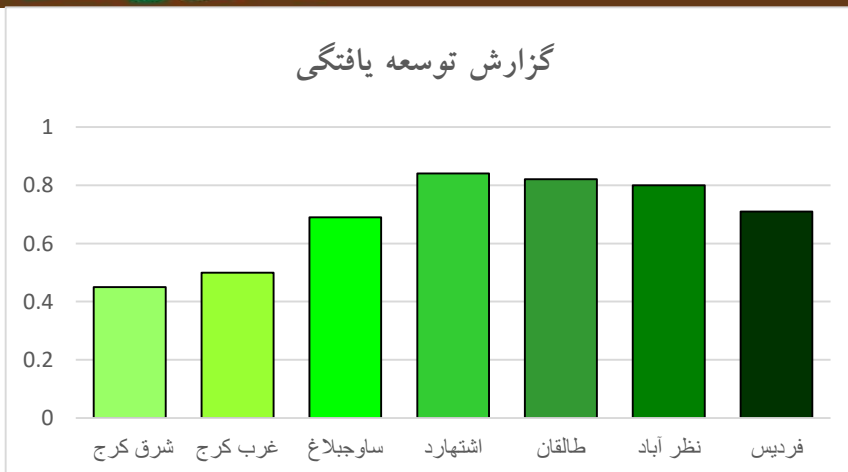


اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport



شکل ۱-درجه توسعه

همانطور که نتایج جدول نهایی نشان داد، نواحی غرب و شرق شهرستان کرج جزء مناطق توسعه یافته، شهرستان های ساوجبلاغ و فردیس در مناطق کمتر توسعه یافته و شهرستان های نظرآباد، طالقان و اشتهارد در مناطق محروم از توسعه در برخورداری از امکانات ورزشی می باشند.

۴. نتیجه گیری:

نتایج تحقیق حاضر در راستای بررسی میزان توسعه یافتگی شهرستان های استان البرز از منظر برخورداری از اماکن ورزشی در جهت توسعه پایدار نشان داد که نواحی غرب و شرق شهرستان کرج به عنوان دو بخش مجزا، جزء مناطق توسعه یافته استان، شهرستان های فردیس و ساوجبلاغ جزء مناطق کمتر توسعه یافته و شهرستان های نظرآباد، طالقان و اشتهارد جزء مناطق توسعه نیافته و محروم از توسعه می باشند. بهترین دلیل برای این موضوع نیز درجه توسعه بالای مرکز استان و محرومیت شهرستان های دیگر از فضاهای مناسب ورزشی تحت پوشش اداره ورزش و جوانان است. شایان ذکر است که برخورداری بالای یک شهرستان از شاخص های امکانات ورزشی نمی تواند دلیلی بر بالا بودن کیفیت ارائه خدمات ورزشی باشد. به عبارتی شهرستان هایی که با توجه به شاخص های مورد مطالعه در زمره مناطق محروم از توسعه قرار گرفته اند، صرفاً به لحاظ کمی با مشکل امکانات و تسهیلات ورزشی اداره ورزش و جوانان مواجه هستند و کیفیت ارائه خدمات در این شهرستان ها تا حد زیادی به شیوه سازماندهی امکانات، ویژگی های جمعیت گیرنده خدمت و عوامل متعدد دیگری بستگی دارد.

همچنین مطابق با یافته های تحقیق، اختلاف و شکاف زیاد در بهره مندی از شاخص های فضای ورزشی بین شهرستان های مختلف استان البرز وجود دارد. به این صورت که فاصله ای توسعه ای بالایی بین توسعه یافته ترین منطقه یعنی شرق شهرستان کرج و محروم ترین منطقه یعنی شهرستان اشتهارد از نظر اماکن ورزشی تحت پوشش



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی ورزشی

اداره ورزش و جوانان در استان البرز وجود دارد. این تفاوت در سطح توسعه می تواند نشان دهنده این موضوع باشد که برنامه ریزی و سازماندهی مناسبی جهت توسعه امکانات ورزشی در قالب عدالت فضایی در تمامی مناطق استان صورت پذیرفته است. به این صورت که مرکز استان و شهرستان های نزدیک تر به آن، از درجه توسعه بالاتر و مناطق دورتر از درجه محرومیت بالاتر برخوردار هستند. در این راستا شمسی و همکاران (۱۳۹۶) عدم مطالعه و برنامه ریزی دقیق و سرمایه گذاری های نامتعادل در سطح استان را موجب تفاوت و ناهمگونی شهرستان های استان به لحاظ توسعه فضاهای ورزشی دانسته اند که این عوامل به ایجاد و تمرکز بیشتر امکانات و فضاهای ورزشی در چند شهرستان استان منجر شده است (۵). بنابراین با توجه به آنچه گفته شد برای تحقق توسعه پایدار در زمینه اماکن ورزشی لازم است در ابتدا هر برنامه توسعه ای مبتنی بر درک متقابل نیازها و منابع محلی باشد، در ادامه هر نوع فعالیت توسعه ای باید حاصل جمع و ترکیب برنامه ریزی جامع باشد و در نهایت پایداری هنگامی امکان پذیر خواهد بود که متکی به مشارکت عموم مردم جامعه باشد. از این رو شایسته است توسعه و ارتقای سطح کمی و کیفی تمامی شاخص ها در هر یک از شهرستان ها در رأس اولویت برنامه ریزان قرار گیرد تا با ارتقای این سطوح، گام مهمی در زمینه رشد و توسعه همه جانبه ی شهرستان های استان از لحاظ بهره مندی از فضاها و امکانات ورزشی برداشته شود

۵. منابع:

- Higgs, G., Mitch, L., & Paul, N. (2015). Accessibility to sport facilities in Wales: A GIS-based analysis of socioeconomic variations in provision, *Geoforum*, 62, p: 105-120.
- صادقی آرانی، زهرا. میرغفوری، سید حبیب اله. (۱۳۸۸). تجزیه و تحلیل وضعیت توسعه یافتگی ورزشی استان های ایران، طی سال های ۱۳۸۴-۸۵. نشریه پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۲۴، پاییز ۱۳۸۸، ص: ۱۰۳-۱۲۰.
- Hall, P. (2014). *Cities of Tomorrow: An Intellectual History of Urban Planning and Design since 1880*. John Wiley & Sons, p: 14-33.
- سلیمی، مهدی. (۱۳۹۵). ارائه مدلی جهت تعیین و تحلیل سرانه اماکن ورزشی بر مبنای توزیع شبکه های تیسنی در محیط GIS. مدیریت ورزشی. دوره ۸، شماره ۶، ص: ۸۹۰-۸۷۵.

بررسی عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی در ایران؛

تحلیل تماتیک

شبنم صدقی*^۱، یعقوب بدری آذرین^۲، محمدرسول خدادادی^۳ و رضا شجاع^۴

۱۳- دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، آذربایجان شرقی، ایران (*نویسنده مسئول)



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی ورزش

۱۴- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، آذربایجان شرقی، ایران

۱۵- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، آذربایجان شرقی، ایران

۱۶- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه پیام نور کرج، البرز، ایران

*Email: (Shb_sedghi@yahoo.com)

چکیده

زمینه و هدف: این پژوهش کیفی با هدف شناسایی عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی در ایران با استفاده از تحلیل تماتیک انجام شده است.

روش کار: به این منظور ضمن گردآوری داده ها از طریق انجام مصاحبه عمیق با ۱۸ نفر از متخصصین و مسئولین مدیریت ورزشی و محیط زیست، مجموعه ای از کدها و مفاهیم استخراج گردید و از طریق تحلیل تماتیک در قالب مضامین و مقوله های نهایی علی، زمینه ای و مداخله گر بدست آمد.

یافته ها: یافته های تحقیق در سه عنوان عوامل علی شامل اصالت محیط زیست و وضعیت زیست محیطی موجود، الزامات و کنش متقابل ورزش و محیط زیست، ماهیت توسعه محور رویدادهای ورزشی، عوامل زمینه ای شامل زیرساخت های سبز و محیط زیست میزبان، الزامات و نظام مندی سیستم زیست محیطی ورزش، نهاد حاکمیتی، سهم ورزش در توسعه ی کشور، پیوست فرهنگی و سازمانی، نظام نامه مدیریتی و در نهایت عوامل مداخله گر شامل ماهیت رویداد و محیط زیست، عوامل محیطی و مالی کلان، منابع داخلی و خارجی، نظارت، قانون گریزی و لابی گری و ساختار صنعت ورزش کشور می باشند.

نتیجه گیری: با بررسی نتایج این تحقیق و بهره مندی از عوامل شناسایی شده، می توان از طریق برنامه ریزی راهبردی و اجرایی نمودن استراتژی های متناسب در راستای توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی و در نهایت در جهت توسعه پایدار صنعت ورزش کشور گام های موثرتری را برداشت.

کلیدواژه ها: توسعه ی پایدار، رویداد ورزشی، محیط زیست، تحلیل تماتیک

۱. مقدمه:

محیط زیست و حفاظت از آن موضوعی است که از ابتدای زندگی اجتماعی بشر مورد توجه بوده است. امروزه وجود مسائل و مشکلاتی نظیر آلودگی محیط زیست، مشکل رفع پسماندهای صنعتی، بحران انرژی و غیره، لزوم توجه به امر حفاظت از محیط زیست، از جمله پیش شرط های لازم برای پایداری برنامه های رشد و توسعه سازمان ها تلقی می شود (۱). ورزش امروزه به عنوان یکی از پایه های اساسی در نظریات جامعه شناسی شهری و برنامه ریزی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

شهری مطرح است. توجه به ورزش به عنوان یکی از مهمترین راهکارها برای مقابله با پیامدهای منفی شهرنشینی و تحقق توسعه پایدار شهری ضروری میباشد (۲). ولی از طرفی ورزش نیز مانند بسیاری فعالیت های دیگر ممکن است آثار مفید یا زیانبخشی برای محیط زیست داشته باشد. عملکرد مدیران ورزشی، تیم ها و سازندگان تجهیزات و وسایل ورزشی ممکن است پیامدهایی داشته باشد که تاثیر آن بر محیط زیست قابل بررسی است به طوری که تصمیم به فعالیت ورزشی در وهله اول تاثیر چندانی بر محیط زیست ندارد، ولی هنگامی که تعداد انبوهی از ورزشکاران به تمرین، رقابت، سفر برای شرکت در مسابقات یا تأمین و خرید تجهیزات ورزشی می پردازند، تأثیر آن ملموس تر خواهد بود و ممکن است پیامدهای زیادی از قبیل تولید دی اکسید کربن، تولید زباله، آلودگی هوا و... را به دنبال داشته باشد (۳). هم چنین در رویدادهای ورزشی، برنامه های بازیافت علاوه بر کاهش تولید ضایعات در طول برگزاری، به عنوان روشی آموزشی توسعه پایدار برای تماشاگران محسوب شده که به صورت الگو در سایر ابعاد زندگی افراد جامعه می تواند عمل نموده و الهام بخش آنها در اجرای سازگاری های زیست محیطی در زندگی روزمره شان باشد (۴). در حقیقت ورزش و محیط زیست کاملاً با یکدیگر در ارتباط متقابل اند و باید به طور هم زمان از دو جنبه ذکر شده مورد توجه قرار گیرند. از طرفی به علت شرایط محیط زیستی حاکم بر دنیا و کشورمان و مطابق با گزارشات سازمان حفاظت از محیط زیست ایران در رابطه با تغییرات آب و هوا در دنیا و نیز ایران، توسعه صنعتی و تخریب محیط زیست و ایجاد تولید گازهای گلخانه ای در اتمسفر، تشدید فرآیند گرم شدن زمین، ضرر وارده به درآمد ناخالص ملی (به ازای هر درجه افزایش گرمای زمین، افزایش شش درصد مصرف آب و تبخیر و کاهش سه درصدی درآمد ناخالص ملی)، لزوم توجه به مسائل محیط زیستی در کشور افزایش یافته (۵) و با توجه به اهمیت مسایل توسعه زیست محیطی در صنعت ورزش، جوامع امروزی خواستار ایجاد بستر مناسب برای تولید و شتاب لازم جهت رسیدن به توسعه همه جانبه هستند، در ایران نیز به صورت جسته و گریخته توسط وزرات ورزش و جوانان و یا فدراسیون های ورزشی، کارگاه هایی جهت آشنایی ورزشکاران با اصول حفاظت از محیط زیست برگزار شده است، ولی هیچ گونه نظام یا راهبرد جامعی جهت شناسایی عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی ورزش که مبتنی بر یافته های پژوهشی باشد، وجود ندارد. در این راستا، اهمیت مطالعه و تبیین مؤلفه های موثر در سلامت شهروندان و شناسایی این عوامل و پیاده کردن آن در برنامه های آتی، ایجاد انگیزه در جامعه ورزش برای شرکت در فعالیت های مشارکتی زیست محیطی، اجتماعی، اقتصادی و افزایش آگاهی ورزشکاران و دست اندرکاران غیر قابل انکار است و باز خورد آن به صورت اطلاعات علمی و عملی به سیاستگذاران کلان، موجب کمک به مسأله مهم توسعه پایدار کشورهاست.

۲. روش شناسی:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

بررسی حاضر به روش کیفی و با استفاده از ابزار مصاحبه‌ی عمیق با ۱۸ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی آشنا به موضوع پژوهش، متخصصان محیط زیست، مسئولین و مدیران کنونی و سابق سازمان حفاظت از محیط زیست، مسئولین وزارت ورزش و کمیته ملی المپیک در قسمت مربوطه گردآوری شده است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع غیراحتمالی هدفمند نظری و تکنیک گلوله برفی (زنجیره‌ای) برای انتخاب اعضای هیئت مصاحبه استفاده شده است. مصاحبه‌ها تا حد اشباع نظری ۱۸ ادامه یافت، پس از اتمام مصاحبه‌ها اقدام به مطالعه عمیق‌تر مبانی نظری و تحقیقات پیشین شد تا از ترکیب مفاهیم گذشته، تجربیات پژوهشگر و نظرات صاحب‌نظران به مراحل بعدی تحلیل داده‌ها و نهایتاً شناسایی مولفه‌های ثانویه و تم‌های اصلی اقدام شود. روش تحلیل داده‌های گردآوری شده، تحلیل موضوعی یا تماتیک است که از متعارف‌ترین و پرکاربردترین روش تحلیل داده‌های کیفی به ویژه در مردم‌نگاری و یا در تحلیل داده‌های متنی مصاحبه‌ای است. در این پژوهش کیفی، روایی درونی از طریق ارائه نتایج به دست آمده به آزمون‌شوندگان (مشارکت‌کنندگان در پژوهش) بررسی گردید... همچنین برای سنجش پایایی در این پژوهش از روش پایایی بازآزمون استفاده شد که به میزان سازگاری طبقه‌بندی داده‌ها در طول زمان اشاره دارد.

یافته‌ها:

بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته و نتایج موجود در شکل شماره ۱، سه عامل کلی علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر به عنوان عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی قابل شناسایی است. عوامل علی شامل اصالت محیط زیست در توسعه پایدار و وضعیت زیست محیطی موجود، الزامات و کنش متقابل ورزش و محیط زیست، ماهیت توسعه محور رویدادهای ورزشی، عوامل زمینه‌ای شامل زیرساخت‌های سبز و محیط زیست میزبان، الزامات و نظام مندی سیستم زیست محیطی ورزش، نهاد حاکمیتی، سهم ورزش در توسعه‌ی کشور، پیوست فرهنگی و سازمانی توسعه زیست محیطی ورزش، نظام‌نامه مدیریتی و در نهایت عوامل مداخله‌گر شامل ماهیت رویداد و محیط زیست، عوامل محیطی و مالی کلان، منابع داخلی و خارجی در دسترس، نظارت، قانون‌گریزی و لابی‌گری و ساختار صنعت ورزش کشور می‌باشند.

توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی





اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار

Sustainable Development

تندرستی

Health

ورزش

Sport

عوامل، مداخله-

ماهیت رویداد و محیط زیست
عوامل محیطی و مالی کلان
منابع داخلی و خارجی
نظارت، قانون گریزی و لابی گری

عوامل، زمینه‌ها.

زیرساخت‌های سبز و محیط زیست میزبان
الزامات و نظام مندی سیستم
زیست محیطی ورزش
نهاد حاکمیتی

عوامل، علی،

اصالت محیط زیست و وضعیت موجود
الزامات و کنش متقابل ورزش و محیط زیست
ماهیت توسعه محور رویداد

شکل شماره ۱

نتیجه گیری:

بر اساس یافته‌های تحقیق، یکی از عوامل علی شناخته شده، الزامات و کنش متقابل ورزش و محیط زیست می باشد. ورزش - به عنوان فعالیتی تفریحی و جسمانی - از طریق باشگاه‌ها، انجمن‌ها و دیگر سازمان‌ها، افراد بسیاری را در زیر چتر خود گرد می آورد، اما مانند بسیاری دیگر، فعالیت‌های انسانی، به محیط زیست آسیب رسانده است. در حقیقت، ورزش و محیط زیست کاملاً با یکدیگر در ارتباط متقابل اند و باید به طور هم‌زمان مورد توجه قرار گیرند (۶). به طوری که ماهیت توسعه محور رویدادهای ورزشی را در این راستا بایستی بیشتر مد نظر گرفت. در رویدادهای ورزشی، برنامه‌های بازیافت علاوه بر کاهش تولید ضایعات در طول برگزاری شده بلکه به عنوان روشی آموزشی توسعه پایدار برای تماشاگران محسوب شده که به صورت الگو در سایر ابعاد زندگی افراد جامعه می تواند عمل نموده و الهام بخش آنها در اجرای سازگاری های زیست محیطی در زندگی روزمره‌شان باشد (۴). در نتیجه توسعه ورزش می تواند نقش اساسی در توسعه جوامع داشته باشد.

از طرفی اماکن و تجهیزات ورزشی سبز جزو مهم ترین زیرساخت های توسعه پایدار ورزش کشور محسوب می شود که در تحقیق حاضر به علت کمبود چنین زیرساخت‌هایی به عنوان چالشی مهم مورد بحث می باشد (۷).



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
کمیته بین المللی

در این راستا توفیق سیاست های حفاظت از محیط زیست، منوط به الزام بنگاه های خصوصی و دولتی به رعایت ملاحظات زیست محیطی است و از آنجایی که در کشور ما دولت مجری قوانین زیست محیطی می باشد، در الزام بخش های خصوصی و سازمان های ذیربط نقش بسزایی دارد و بر نقش نهاد حاکمیتی تاکید بسیاری صورت می گیرد. از طرفی با توجه به تنوع محیط زیست و جاذبه های طبیعی کشور، هیچ ارگانی به تنهایی قادر به حفاظت از تمامی منظرهای طبیعی نخواهد بود و از آنجا که محیط زیست هسته مرکزی اکوتوریسم را تشکیل می دهد، گسترش فرهنگ حفظ منابع طبیعی و بهینه سازی صنعت اکوتوریسم و توسعه همه جانبه آن در آینده، می بایست بر محور ترویج فرهنگ حفظ محیط زیست، توجه به جامعه محلی و مشارکت مردمی استوار باشد. تبعات چنین نگرشی در دراز مدت موجب بهبود وضعیت اکوتوریسم، محیط زیست و توسعه پایدار در کشور خواهد شد. بنابراین با توجه به تمامی ویژگی های ورزش و تمامی زمینه های تحت تاثیر آن و هم چنین نقش چشم گیر ترویجی آن در توسعه پایدار زیست محیطی کشور، توسعه همه جانبه در این صنعت مهم جهت بهره مندی حداکثری از تمامی مزایای آن با رعایت تمامی ابعاد زیست محیطی توسعه پایدار در این صنعت، ضروری به نظر می رسد و می توان از طریق شناسایی عوامل موثر در دستیابی به توسعه پایدار کل کشور گام های بزرگی را برداشت.

منابع:

4. Moini, J, Hamid, S & Szuchy, K. (2014), Adoption of green strategy by Danish firms. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal, 5(2):197-223.
5. کیخسروی یزد. افسانه (۱۳۹۲). بررسی موانع و محدودیت های ورزش هندبال در شهرستان سبزوار و آرایه راهکارهای توسعه پایدار. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه حکیم سبزواری.
6. Nooij Md, Berg Mvd, Koopmans C. (2013). Bread or games? A social cost-benefit analysis of the World Cup bid of the Netherlands and the winning Russian bid. Journal of Sports Economics. 14(5):521-45.
7. Kellison TB, Kim YK. (2014). Marketing pro-environmental venues in professional sport: Planting seeds of change among existing and prospective consumers. Journal of Sport Management. 28(1):34-48.
8. گزارش راهبردی وزارت ورزش و جوانان (۱۳۹۴)، ورزش و محیط زیست، وزارت ورزش و جوانان، ص



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
پژوهش و توسعه

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۹. بهمن پور، هومن (۱۳۹۴). ورزش و محیط زیست، ویژه‌ی ورزشکاران و مدیران ورزشی، انتشارت دفتر محیط زیست و توسعه‌ی پایدار وزارت ورزش و جوانان، ص ۹.
۱۰. پاداش، دنیا؛ پاداش، امین؛ نادریان، مسعود و سلطان حسینی، محمد (۱۳۹۰). "بررسی اثرات محیط زیستی اماکن ورزشی بر محیط شهری" محیط زیست و توسعه، ۳، ص ۳۱-۳۶.

شناسایی راهبردها و پیامدهای توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی در ایران؛ تحلیل تماتیک

شبیم صدقی*^۱، یعقوب بدری آذرین^۲، محمدرسول خدادادی^۳ و رضا شجاع^۴

۱- دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، آذربایجان شرقی، ایران (*نویسنده مسئول)



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

- ۲- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز،
۳- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز،
۱- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه پیام نور کرج، البرز، ایران
*Email: (Shb_sedghi@yahoo.com)

چکیده

زمینه و هدف: این پژوهش کیفی با هدف شناسایی راهبردها و پیامدهای توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی در ایران با استفاده از تحلیل تماتیک انجام شده است.

روش کار: به این منظور ضمن گردآوری داده ها از طریق انجام مصاحبه عمیق با ۱۸ نفر از متخصصین و مسئولین مدیریت ورزشی و محیط زیست، مجموعه ای از کدها و مفاهیم استخراج گردید و از طریق تحلیل تماتیک در قالب مضامین و مقوله های نهایی راهبردها و پیامدها بدست آمد.

یافته ها: بر اساس یافته های تحقیق، راهبردهای توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی شامل مدیریت سبز رویدادهای ورزشی، سخت افزارهای سبز ورزشی، دولت و نیروهای پشتیبان، سیاست گذاری پایدار ورزشی، توسعه پایدار از طریق رویداد و نظام نامه زیست محیطی رویدادها می باشد. هم چنین پیامدهای توسعه پایدار رویدادها شامل توسعه فرهنگ زیست محیطی، توسعه رویکرد پایدار در جامعه، ارتقای کیفیت محیط زیست کشور، ارتقای کیفیت زندگی افراد جامعه، توسعه آینده نگری، توسعه ورزش کشور می باشند.

نتیجه گیری: با بررسی نتایج این تحقیق و بهره مندی از راهبردهای شناسایی شده، می توان از طریق برنامه ریزی راهبردی و استراتژیک و هم چنین با در نظر گرفتن پیامدهای بدست آمده، می توان در راستای توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی و در نهایت در جهت توسعه پایدار صنعت ورزش کشور گام های موثرتری را برداشت.

کلیدواژه ها: توسعه پایدار، رویداد ورزشی، محیط زیست، راهبرد، تحلیل تماتیک

۱. مقدمه:

در چند سال گذشته، موضوع ورزش و محیط زیست به طور گسترده ای مطرح شده و از ورزش به عنوان ابزاری برای دستیابی به اصول توسعه پایدار نام برده می شود. ورزش و محیط زیست در ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر هستند، چنان که از یک سو آلودگی های محیط زیست بر سلامت و کارایی افراد در زمان تعلیم و اجرای آموزش های



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
کمیته بین المللی

مختلف تاثیر گذار است و سلامت ورزشکاران را به خطر می اندازد (۱) و از طرفی ورزش نیز مانند بسیاری فعالیت های دیگر ممکن است آثار مفید یا زیان بخشی برای محیط زیست داشته باشد. عملکرد مدیران ورزشی، تیم ها و سازندگان تجهیزات و وسایل ورزشی ممکن است پیامدهایی داشته باشد که تاثیر آن بر محیط زیست قابل بررسی است (۲).

هم چنین در رویدادهای ورزشی، برنامه های بازیافت علاوه بر کاهش تولید ضایعات در طول برگزاری، به عنوان روشی آموزشی توسعه پایدار برای تماشاگران محسوب شده که به صورت الگو در سایر ابعاد زندگی افراد جامعه می تواند عمل نموده و الهام بخش آنها در اجرای سازگاری های زیست محیطی در زندگی روزمره شان باشد (۳). از طرفی چنین ضرورتی در تاکید و ترویج مسائل زیست محیطی، در کشورمان نیز بیش از پیش احساس می شود چرا که به علت شرایط محیط زیستی حاکم بر کشور و مطابق با گزارشات سازمان حفاظت از محیط زیست ایران در رابطه با تغییرات آب و هوا در دنیا و نیز ایران، توسعه صنعتی و تخریب محیط زیست و ایجاد تولید گازهای گلخانه ای در اتمسفر، تشدید فرآیند گرم شدن زمین، ضرر وارده به درآمد ناخالص ملی (به ازای هر درجه افزایش گرمای زمین، افزایش شش درصد مصرف آب و تبخیر و کاهش سه درصدی درآمد ناخالص ملی)، لزوم توجه به مسائل محیط زیستی در کشور افزایش یافته (۴) و با توجه به اهمیت مسایل توسعه زیست محیطی در صنعت ورزش، جوامع امروزی خواستار ایجاد بستر مناسب برای تولید و شتاب لازم جهت رسیدن به توسعه همه جانبه هستند، در ایران نیز به صورت جسته و گریخته توسط وزرات ورزش و جوانان و یا فدراسیون های ورزشی، کارگاه هایی جهت آشنایی ورزشکاران با اصول حفاظت از محیط زیست برگزار شده است، ولی هیچ گونه نظام یا راهبرد جامعی جهت شناسایی راهبردهای موثر در توسعه پایدار زیست محیطی ورزش و پیامدهای آن که مبتنی بر یافته های پژوهشی باشد، وجود ندارد و این موضوع بر اهمیت شناسایی راهبردهای موثر در این راستا گشته و امید هست با بهره مندی از نتایج این تحقیق، بتوان در جهت برنامه ریزی های استراتژیک و راهبردی توسعه پایدار و با تاکید بر پیامدهای شناسایی شده، در جهت توسعه پایدار زیست محیطی صنعت ورزش کشور گام های موثری را برداشت.

۲. روش شناسی:

بررسی حاضر به روش کیفی و با استفاده از ابزار مصاحبه عمیق با ۱۸ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی آشنا به موضوع پژوهش، متخصصان محیط زیست، مسئولین و مدیران کنونی و سابق سازمان حفاظت از محیط زیست، مسئولین وزارت ورزش و کمیته ملی المپیک در قسمت مربوطه گردآوری شده است. روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع غیراحتمالی هدفمند نظری و تکنیک گلوله برفی (زنجیره ای) برای انتخاب اعضای هیئت مصاحبه



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

استفاده شده است. مصاحبه‌ها تا حد اشباع نظری ۱۸ ادامه یافت، پس از اتمام مصاحبه‌ها اقدام به مطالعه عمیق‌تر مبانی نظری و تحقیقات پیشین شد تا از ترکیب مفاهیم گذشته، تجربیات پژوهشگر و نظرات صاحب‌نظران به مراحل بعدی تحلیل داده‌ها و نهایتاً شناسایی مولفه‌های ثانویه و تم‌های اصلی اقدام شود. روش تحلیل داده‌های گردآوری شده، تحلیل موضوعی یا تماتیک است که از متعارف‌ترین و پرکاربردترین روش تحلیل داده‌های کیفی به ویژه در مردم‌نگاری و یا در تحلیل داده‌های متنی مصاحبه‌ای است. در این پژوهش کیفی، روایی درونی از طریق ارائه نتایج به دست آمده به آزمون‌شوندگان (مشارکت‌کنندگان در پژوهش) بررسی گردید. هم‌چنین برای سنجش پایایی در این پژوهش از روش پایایی بازآزمون استفاده شد که به میزان سازگاری طبقه‌بندی داده‌ها در طول زمان اشاره دارد.

یافته‌ها:

جدول شماره ۱. یافته‌های حاصل از " راهبردها و استراتژی‌ها "		
مقوله	مفهوم	کد
مدیریت سبز رویدادهای ورزشی	برنامه‌ریزی سبز رویدادهای ورزشی	هدف‌گذاری و ارزیابی اثرات زیست محیطی، راه‌اندازی سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی، لزوم تحلیل عوامل کلان محیطی، برنامه‌ریزی اقتصادی رویدادهای ورزشی
	سازمان‌دهی سبز رویدادهای ورزشی	استقرار نظام سیستماتیک اجرایی، رعایت موازین زیست محیطی در رویدادهای ورزشی، بهره‌مندی بهینه از منابع
	مدیریت منابع انسانی	پیاده‌سازی نظام یکپارچه بهسازی منابع انسانی، بهره‌مندی از سازمان‌های مردم‌نهاد و داوطلبین، وجود مدیران آگاه، لزوم ثبات در مدیریت
	ارزیابی و کنترل	لزوم آسیب‌شناسی و بازخورد، وجود سیستم نظارتی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

مکان یابی و آمایش سرزمین، استانداردسازی زیست محیطی در اماکن ورزشی	اماکن، تجهیزات و استاندارد سبز	سخت افزارهای سبز ورزشی
حمایت مالی دولت، حمایت معنوی و قانونی دولت	نقش دولت	دولت و نیروهای پشتیبان
بهره مندی از شهرداری ها، بهره مندی از نهاد های علمی و دانشگاهی، بهره مندی از حامیان ورزشی سبز	بهره مندی از حامیان مالی و سایر نهادها	
جایگاه مسایل زیست محیطی در ورزش، تعیین سازمان متولی، تعامل سازمان های ورزشی و محیط زیست، سیاست گذاری در نهادهای آموزشی، بهره مندی از مزایای ارتباطات بین المللی، الگوبرداری از نمونه های موفق	نهادینه سازی توسعه پایدار زیست محیطی	سیاست گذاری پایدار ورزشی
توجه به ماهیت صنعت ورزش و رویداد، خصوصی شدن ورزش کشور	ارتقای سطح ورزش کشور	
فرهنگ سازی از طریق رویدادهای ورزشی، ایجاد آگاهی از طریق ورزش، توجه به نقش رسانه ها، صحنه گذاری اقدامات زیست محیطی	بهره مندی از جنبه ترویجی رویدادهای ورزشی	توسعه پایدار از طریق رویداد
تعریف مشوق ها و جرایم زیست محیطی، تدوین ضوابط و استانداردهای زیست محیطی	تدوین قوانین زیست محیطی	نظام نامه زیست محیطی رویداد

بر اساس مصاحبه های صورت گرفته، راهبردهای توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی شامل مدیریت سبز رویدادهای ورزشی، سخت افزارهای سبز ورزشی، دولت و نیروهای پشتیبان، سیاست گذاری پایدار ورزشی، توسعه پایدار از طریق رویداد و نظام نامه زیست محیطی رویدادها می باشد. هم چنین پیامدهای توسعه پایدار رویدادها شامل توسعه فرهنگ زیست محیطی، توسعه رویکرد پایدار در جامعه، ارتقای کیفیت محیط زیست کشور، ارتقای کیفیت زندگی افراد جامعه، توسعه آینده نگری، توسعه ورزش کشور می باشند. نمونه کدگذاری و یافته های مربوط به راهبردهای موثر در توسعه پایدار رویدادهای ورزشی در جدول شماره ۱ آورده شده است.

نتیجه گیری:

بر اساس یافته های تحقیق، یکی از راهبردهای شناسایی شده، مدیریت سبز رویدادهای ورزشی می باشد. در این رابطه بایستی مدیریت سالم محیط زیستی تمامی رویدادهای ورزشی خصوصاً در مراحل اولیه برنامه ریزی تضمین



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

گردد. هر چند بیشتر تاکید باید بر تعدیل روش ها و رفتارها باشد، کاهش اثرات محیط زیستی باید هدف اولیه باقی بماند. این اصل نیازمند آن است که از اثرات محیط زیستی حتی از آغاز هم اجتناب گردد. اگر این امکان وجود ندارد، این قبیل اثرات باید کاهش یافته و یا با دیگر محصولات، نظام های مدیریتی یا تکنولوژی ها جایگزین گردد. هم چنین اقدامات محیط زیستی باید به منظور کاهش اثرات، هم در خلال رویداد ورزشی و هم پس از آن به کار برده شود. یکی دیگر از راهبردهای شناسایی شده سخت افزارهای سبز ورزشی می باشد که شامل اماکن سبز و تجهیزات سبز بوده و اماکن ورزشی سبز نه تنها نشان دهنده یک انتخاب در حوزه مسئولیت اجتماعی است، بلکه یک تصمیم مالی هوشمند می باشد.

از دیگر استراتژی های بدست آمده از مصاحبه شوندگان حمایت دولت و ایجاد نظام نامه زیست محیطی رویداد و سیاست گذاری پایدار ورزشی می باشد. تمامی قوانین و مقررات باید در برنامه ریزی و ترسیم مراحل زیربنایی رشته های مختلف ورزشی یا سازماندهی یک رویداد ورزشی، رعایت شوند و با توجه به دولتی بودن اقتصاد کلان کشور و وجود ساختار متکی بر نفت در سیاستگذاری های خرد و کلان، اکثریت صنایع بزرگ کشور و صنعت ورزش کشور، الزام واحدهای دولتی ورزشی با نوعی چالش مواجه می باشد چرا که قدرت چانه زنی واحدهای تابعه، قدرت قانون گریزی این بخش ها را افزایش می دهد. بنابراین ضمن اصلاحات ساختاری در بخش دولتی ورزش و کاهش حجم تصدی گری دولت در حوزه اقتصاد ورزش، بایستی نقش نظارتی و کنترلی آن را حفظ نموده و تقویت کرد. توسعه پایدار از طریق رویداد از مهمترین راهکارها و فرآیندهایی بود که متخصصان معتقد بودند می تواند در توسعه زیست محیطی رویدادهای ورزشی از آن بهره جست. به این منظور برنامه های هدف گذاری شده باید به گونه ای طراحی شود که متناسب با ویژگی های جغرافیایی و فرهنگی باشد و بر مشارکت داوطلبانه ورزشی به منظور ایجاد شهروندانی فعال تأکید کند (۵). در نتیجه توسعه ورزش می تواند نقش اساسی در توسعه جوامع داشته باشد. برنامه های تدوین شده برای توسعه ورزش در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته مرسوم است اما چگونگی اجرا و ارزیابی آن است که میتواند نقش تعیین کنندهای در راستای توسعه پایدار جوامع داشته باشد.

به گفته افراد مصاحبه شونده، اگر چه صدمات ناشی از ورزش یا صدمات وارده بر ورزش ضرورتاً اجتناب ناپذیر نیستند، اما چنانچه مدیران عالی و دست اندر کاران امر ورزش، ورزشکاران و تماشاچیان درک کنند و حتی بپذیرند که مسئولانه تر عمل کردن آنها بر شرایط محیط زیستی که فعالیت های ورزشی در آن صورت میگیرد، تاثیر مثبت دارد، از طریق استراتژی های یادشده بهبود کیفیت محیط زیست کشور به دور از انتظار نخواهند بود. ورزش تجسم اصول و موازین اخلاقی و نظام ارزشی خاص خود است. ورزشکاران به عنوان ایفاگران اصلی فعالیت های ورزشی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
مؤسسه تحقیقاتی ورزشی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

الگوهای عملکردی مناسبی در این خصوص هستند. از طرفی می توان از طریق توسعه ی زیرساخت های ورزشی، افزایش جامعه ورزش کشور، حضور در سطح بین الملل و ارتقای تصویر ورزش کشور از طریق کسب امتیاز میزبانی رویدادهای مهم، در راستای توسعه ورزش کشور اقدامات موثری را انجام داد. بنابراین از آنجا که عملکردهای زیربنایی مستلزم تصمیم گیری، برنامه ریزی و حمایت در سطوح کلان و خرد می باشد، پیشنهاد می گردد که مدیران و صاحب نظران با استفاده از نتایج این تحقیق و پژوهش های علمی مرتبط، از طریق راهکارهای بدست آمده، در برنامه ریزی های آتی مرتبط با توسعه پایدار زیست محیطی ورزش کشور تاثیر گذار باشند.

منابع:

۱۱. بهمن پور، هومن (۱۳۹۴). ورزش و محیط زیست، ویژه ی ورزشکاران و مدیران ورزشی، انتشارت دفتر محیط زیست و توسعه ی پایدار وزارت ورزش و جوانان، ص ۹.
12. Nooij Md, Berg Mvd, Koopmans C. Bread or games? A social cost–benefit analysis of the World Cup bid of the Netherlands and the winning Russian bid. *Journal of Sports Economics*. 2013;14(5):521-45.
13. Kellison TB, Kim YK. (2014). Marketing pro-environmental venues in professional sport: Planting seeds of change among existing and prospective consumers. *Journal of Sport Management*. 28(1):34-48.
۱۴. گزارش راهبردی وزارت ورزش و جوانان (۱۳۹۴)، ورزش و محیط زیست، وزارت ورزش و جوانان، ص ۲۵.
15. Skinner, J., D. H. Zakus, et al. (2008). "Development through Sport: Building Social Capital in Disadvantaged Communities." *Sport Management Review* 11(3): 253-275.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

بررسی اجمالی توسعه پایدار با توجه به رویکرد اقتصادی در استخرهای استان تهران

پریسا ساریخانی^۱، هانیه اسدبگی، فاطمه دانشگر^۲، حبیب هنری^۳

۱. دانشجوی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه علامه طباطبائی

۲. دانشجوی ارشد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه علامه طباطبائی

۳. دانشیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه علامه طباطبائی

Email: 7.sarikhani@gmail.com

چکیده

زمینه و هدف: دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی، یکی از مهم ترین اهداف برنامه ریزان و مدیران شهری است. **روش کار:** روش پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی است، که در آن تعداد ۳۰ نفر از مدیران به روش تصادفی ساده از بین مدیران استخرهای سرپوشیده استان تهران به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری شامل پرسشنامه محقق ساخته که توسط ۸ نفر از متخصصین مورد تایید قرار گرفت، سپس با آزمون آلفای کرونباخ عدد ۰/۷۶۴ به دست آمد. از آمار توصیفی برای سازمان دادن، طبقه بندی و خلاصه نمودن داده های خام استفاده گردید. روش آماری جهت تجزیه و تحلیل داده ها آزمون فریدمن و T یک گروهی توسط نرم افزار Spss 21 استفاده شد.

یافته ها: یافته ها نشان دادند که معناداری بین میانگین مؤلفه های اقتصادی توسعه پایدار وجود دارد به جز مؤلفه مدیریت انرژی که عدد مربوط به سطح معناداری آزمون ۰/۰۹۳ است و رابطه معناداری وجود ندارد. میانگین تمامی مؤلفه های اقتصادی بالاتر از ۳ است و این مقدار از سطح متوسط بالاتر است لذا مشخص می گردد عوامل مربوط به عامل اقتصادی در توسعه پایدار استخرهای سرپوشیده استان تهران در وضع مطلوبی قرار دارند از میان این مؤلفه ها، بالاترین رتبه مربوط به اشتغال زایی و پایین ترین رتبه مربوط به مدیریت پسماند میباشد.

نتیجه گیری: نتایج حاصل از تحقیق حاکی از این است که عامل اقتصادی از وضعیت مطلوبی برخوردار است با توجه به نتایج به دست آمده از میان مؤلفه های اقتصادی توسعه پایدار، بیشترین توجه مربوط به مؤلفه اشتغال زایی و کم ترین توجه مربوط به مؤلفه مدیریت پسماند در عوامل اقتصادی توسعه پایدار است که مدیران می توانند با تمرکز بیشتر بر انجام فعالیت هایی مرتبط با مدیریت پسماند در بهبود عامل اقتصادی در توسعه پایدار استخرهای سرپوشیده شهر تهران وضعیت مطلوب تری را ایجاد کنند.

کلیدواژه ها: توسعه پایدار، استخر، رویکرد اقتصادی.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

مقدمه:

توسعه مفهومی است که هدف غایی آن بالابردن معیارهای زندگی تمام مردم است. مفهوم توسعه نسبتاً جدید و غربی است و به طور نزدیکی با فرآیند صنعتی سازی نوین مرتبط است. توسعه شهری پایدار بیانگر نوعی توسعه شهر است که جنبه ی پایداری را در خود حفظ کرده است. به عبارت دیگر، نیازهای کنونی را بدون به خطر انداختن توانایی نسل های آینده در تامین نیاز هایشان برطرف می نماید (امیری، رحمانیان و غفاری، ۱۳۹۲). توسعه پایدار برآورنده نیاز و آرمان های انسان ها، نه فقط در یک کشور و یک منطقه که تمامی مردم در سراسر جهان و در حال و آینده است (وگنر، ۲۰۱۳). هدف توسعه پایدار را استفاده معقول و مناسب از منابع طبیعی بدانیم، بنابراین پدیده ای عمدتاً اقتصادی است، بر همین اساس پایداری در اقتصاد را می توان در ایجاد رشد عادلانه و متوازن جامعه انسانی و تضمین بهره مندی تک تک انسان ها در طول زمان، بدون وارد آوردن خدشه به منابع زیستی، طبیعی و فرهنگی تعریف کرد (جعفریان و عبدالحسین پور، ۱۳۸۵).

همه کشورهای عقب مانده تمنا دارند بر ظرفیت و توان مادی و معنوی کشور خود بیفزایند و در پناه تمام ظرفیت ها ، اقتصادی قدرتمند داشته باشند (خرازیان، اخباری، فرجی راد، ۱۳۹۷). توسعه اقتصادی ابعاد کمی و کیفی تغییر در متغیرهای اقتصادی را نه به صورت مکانیکی، بلکه به صورت ارگانیک و زیستی در برمی گیرد. (عطوفی، جاویدان داروگر، ۱۳۹۵). دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی، یکی از مهم ترین اهداف برنامه ریزان و مدیران شهری است که با ایجاد در نظام مدیریت شهری در کنار دسترسی به خدمات و امکانات و بهره برداری از قابلیت های اجتماعی ساکنان محله ای مقدور می گردد (نوابخش و ارجمند سیاه پوش، ۱۳۸۸).

روش شناسی:

روش پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی است، که در آن با شناخت عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه پایدار وضعیت این عوامل در استخرهای استان تهران مشخص شده است، مطالعه پیردازد. جامعه مورد بررسی در این تحقیق شامل مدیران استخرهای سرپوشیده استان تهران است. حجم نمونه تحقیق ۳۰ نفر از مدیران استخرهای سرپوشیده استان تهران بود که به روش تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری شامل پرسشنامه محقق ساخته که توسط ۸ نفر از متخصصین مورد تایید قرار گرفت سپس با آزمون آلفای کرونباخ عدد ۰/۷۶۴ به دست آمد. از آمار توصیفی برای سازمان دادن، طبقه بندی و خلاصه نمودن داده های خام استفاده گردید. روش آماری جهت تجزیه و تحلیل داده ها آزمون فریدمن و T یک گروهی توسط نرم افزار Spss 21 استفاده شد.

یافته ها:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
مؤسسه تحقیقاتی

همانگونه که در جدول ۱ مشاهده می شود عدد مربوط به سطح معناداری آزمون مربوط به اشتغال زایی و درآمدهای مستقیم و مدیریت کاربری اماکن ورزشی ۰/۰۰۰ و عدد مربوط به سطح معناداری آزمون مربوط به درآمدهای غیرمستقیم ۰/۰۰۱ و مدیریت پسماند ۰/۰۰۴ و حفظ نگهداری اکوسیستم ۰/۰۱۷ است و این اعداد از مقدار خطای قابل پذیرش برای آزمون (۰/۰۵) کمتر است، لذا همگی این مولفه ها معنادار بوده به مولفه مدیریت انرژی که داری سطح معناداری ۰/۰۹۳ بیشتر از ۰/۰۵ بوده و معنادار نبوده لذا در این آزمون با توجه به مقیاس پنج گزینه ای لیکرت مقدار آزمون (میانگین) برابر با ۳ در نظر گرفته شده است. مشخص می گردد که میانگین پاسخ ها به سوال های مؤلفه های اقتصادی بر توسعه پایدار استخرهای سرپوشیده استان تهران با عدد ۳ برابر نیست که بیانگر حد متوسط است از آنجا که طبق اطلاعات جدول ۱ میانگین تمامی مولفه های اقتصادی بالاتر از ۳ است و این مقدار از سطح متوسط بالاتر است لذا مشخص می گردد عوامل اقتصادی در توسعه پایدار استخرهای سرپوشیده استان تهران در وضع مطلوبی قرار دارند.

جدول 1. آمار توصیفی متغیرهای اقتصادی در توسعه پایدار استخرهای سرپوشیده استان تهران .

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد
اشتغال زایی	۳۰	۳/۹۸	۰/۶۲	۰/۱۱
حفظ و نگهداری اکوسیستم	۳۰	۳/۸۰	۱/۷۳	۰/۳۱
مدیریت کاربری اماکن ورزشی	۳۰	۳/۶۱	۰/۵۵	۰/۱۰
مدیریت پسماند	۳۰	۳/۶۰	۱/۰۶	۰/۱۹
درآمدهای غیر مستقیم	۳۰	۳/۵۵	۰/۸۱	۰/۱۴
درآمدهای مستقیم	۳۰	۳/۴۵	۰/۵۹	۰/۱۰
مدیریت انرژی	۳۰	۳/۳۱	۰/۹۸	۰/۱۸

جدول 2. آزمون میانگین برای نقش عامل اقتصادی در توسعه پایدار

متغیر	سطوح بحرانی		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون
	سطح بالا	سطح پایین				
اشتغال زایی	۱/۲۲	۰/۷۵	۰/۹۸	۰/۰۰۰	۲۹	۸/۶۲



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۲/۵۲	۲۹	۰/۰۱۷	۰/۸۰	۰/۱۵	۱/۴۴	حفظ و نگهداری اکوسیستم
۶/۰۴	۲۹	۰/۰۰۰	۰/۶۱	۰/۴۰	۰/۸۱	مدیریت کاربری اماکن ورزشی
۳/۰۹	۲۹	۰/۰۰۴	۰/۶۰	۰/۲۰	۰/۹۹	مدیریت پسماند
۳/۷۲	۲۹	۰/۰۰۱	۰/۵۵	۰/۲۵	۰/۸۶	درآمدهای غیر مستقیم
۴/۱۶	۲۹	۰/۰۰۰	۰/۴۵	۰/۲۲	۰/۶۷	درآمدهای مستقیم
۱/۷۳	۲۹	۰/۰۹۳	۰/۳۱	-۰/۰۵	۰/۶۸	مدیریت انرژی

از آنجا که سطح معناداری مورد مشاهده ۰/۰۰۱ است (جدول ۳) و این عدد از سطح خطای قابل پذیرش (۰/۰۵) کم تر است، لذا با احتمال ۹۵ درصد فرض صفر رد و فرض مخالف آن پذیرفته می شود و مشخص می شود رتبه هر یک از مؤلفه ها با یکدیگر متفاوت است شده و به تفکیک رتبه بندی شده اند.

جدول ۳: بررسی معناداری آزمون فریدمن

۲۳/۷۳	آماره آزمون
۶	درجه آزادی
۳۰	تعداد
۰/۰۰۱	سطح معناداری

جدول ۴: رتبه هر یک از مؤلفه های اقتصادی بر توسعه پایدار استخرهای استان تهران

رتبه	شاخص
۵/۵۷	اشتغال زایی
۴/۱۰	مدیریت پسماند
۳/۹۷	حفظ و نگهداری اکوسیستم
۳/۹۰	مدیریت کاربری اماکن ورزشی
۳/۸۷	درآمدهای غیر مستقیم
۳/۴۲	درآمدهای مستقیم



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۳/۱۸

مدیریت انرژی

نتیجه گیری:

تهران-پایتخت ایران-همانند اغلب کلان شهرها در کشورهای در حال توسعه از معضلات زیست محیطی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی فراوانی رنج می برد که نشان دهنده توسعه ناپایدار در این شهر است (امیری، رحمانیان و غفاری، ۱۳۹۲). پژوهش حاضر ضمن قبول روابط متقابل ابعاد سه گانه پایداری (اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی)، به بررسی توسعه پایدار با توجه به رویکرد اقتصادی در استخرهای استان تهران تاکید داشته و به سنجش و ارزیابی این بعد پرداخته است. نتایج حاصل از تحقیق حاکی از این است که عامل اقتصادی از وضعیت مطلوبی برخوردار است با توجه به نتایج به دست آمده از میان مولفه های اقتصادی توسعه پایدار، بیشترین توجه مربوط به مولفه اشتغال زایی و کم ترین توجه مربوط به مولفه مدیریت پسماند در عوامل اقتصادی توسعه پایدار است که مدیران می توانند با تمرکز بیشتر بر انجام فعالیت هایی مرتبط با مدیریت پسماند در بهبود عامل اقتصادی در توسعه پایدار استخرهای سرپوشیده شهر تهران وضعیت مطلوب تری را ایجاد کنند. لازم به ذکر است که افزایش آگاهی در این زمینه برای مسئولین ضروری خواهد بود.

منابع:

- ۱- امیری، مجتبی و رحمانیان، مجید، غفاری، علی (۱۳۹۲). بررسی وضعیت عوامل فرهنگی موثر بر مدیریت توسعه پایدار شهر تهران. مدیریت دولتی، ص ۲۰-۲۱.
- ۲-برزگر، صادق و بخشی، امیر، حیدری، محمدتقی (۱۳۹۸). تبیین پایداری اجتماعی-اقتصادی در شهرهای کوچک با رویکرد توسعه پایدار. فصلنامه مجلس و راهبرد، سال بیست و ششم، شماره نود و هفت، بهار ۱۳۹۸
- ۳-جعفریان، مزدک و عبدالحسین پور، فرید (۱۳۸۵). پایداری شهری با نگاهی به ویژگی های شهرهای ایران، همایش شهر برتر، طرح برتر، همدان، سازمان عمران شهرداری همدان.
- ۴-نوابخش، مهرداد و ارجمند سیاه پوش، اسحق (۱۳۸۸). مبانی توسعه پایدار شهری؛ تهران: جامعه شناسان.
- ۵-عطوفی، غلامرضا و جاویدان داروگر، حمیدرضا (۲۰۱۶). اهمیت و وضعیت امنیت اقتصادی در پیشبرد اقتصاد پایدار، مجله تحقیق ملل، جلد یک، شماره ۶، خرداد ۱۳۹۵. (به زبان فارسی)
- ۶-خرازیان، هوال و اخباری، محمد و فرجی راد، عبدالرضا (۱۳۹۷). تحلیل تاثیر مولفه های توسعه اقتصاد بر امنیت پایدار منطقه مرزی (مورد مطالعه: منطقه مرزی بورالان تاسردشت)، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، علمی-پژوهشی، سال پانزدهم، شماره ۶۰، زمستان ۱۳۹۹



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

بررسی و مقایسه میزان مهارت های فنی، انسانی و ادراکی مدیران ادارات ورزش و جوانان وهیئت های ورزشی استان کردستان

شیرکو میرکی^۱، لقمان کرمی^۲

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

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

*Email: (sherko_miraki@yahoo.com)

چکیده:

زمینه و هدف: مدیریت از مهم ترین تلاش های انسانی در تاریخ حیات اجتماعی بشر است. جوامع بشری از مجموعه ای از سازمان ها با اهداف مختلف تشکیل می شود که هر کدام وظایفی را انجام می دهند. هدف از پژوهش حاضر مقایسه مهارت های فنی، انسانی و ادراکی مدیران ادارات ورزشی و رئیس های هیئت های ورزشی استان کردستان بود.

روش کار: روش پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی و به لحاظ هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و معاونین ادارات ورزش و جوانان استان کردستان بود و همچنین رئیس های هیئت های ورزشی استان بود به منظور تعیین حجم نمونه مدیران؛ کل مدیران و معاونین ۲۲ از روش نمونه گیری تمام شمار استفاده شد و به عنوان جامعه مدیران انتخاب گردید، و از ۳۴۵ نفر شاغل درپست رئیس هیئت های ورزشی استان کردستان، با استفاده از جدول مورگان تعداد ۱۸۱ نفر به عنوان نمونه به در دسترس انتخاب گردیدند. از پرسشنامه مهارت های مدیریتی افشاری (۱۳۹۰) به عنوان ابزار اندازه گیری استفاده شد، جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های تی مستقل استفاده گردید.

یافته ها: یافته ها نشان داد تفاوت معناداری بین متغیرها در دو جامعه مدیران و رئیس های هیئت های ورزشی وجود داشت، که می توان نتیجه گرفت مهارت های فنی، انسانی و ادراکی بین مدیران و رئیس های هیئت ها متفاوت است.

نتیجه گیری: مدیران ادارات ورزش و جوانان و رئیس های هیئت های ورزشی استان کردستان باید بسترهای لازم را به منظور توسعه همه مؤلفه ها به ویژه مؤلفه های مربوط به مهارت های انسانی در مجموعه کاری خود فراهم سازند

کلمات کلیدی: مهارت فنی، مهارت انسانی، مهارت ادراکی، رئیس هیئت ها،



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC
مؤسسه تحقیقاتی و پژوهشی

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

مقدمه: مدیران به مهارت‌های ویژه‌ای برای انجام وظایف و فعالیت‌های مربوط به شغل مدیریت نیاز دارند. رابرت کاتز در تحقیقی نشان داد که مدیران به سه مهارت و شایستگی اساسی ادراکی، انسانی و فنی نیاز دارند. لازمه موفقیت هر سازمان به مهارت‌های مدیر یا مدیران آن سازمان بستگی دارد (احمدی، ۱۳۸۵). یکی از مزیت‌های نسبی، مهم و اساسی سازمان‌ها در چنین محیط رقابتی و نامطمئن، عامل مدیریت آنهاست. با توجه به اینکه در دنیای کنونی در پشت هر ماشین بزرگ اقتصادی نام یک مدیر به چشم می خورد بدون شک اعمال مدیریت اثر بخش و کارا ضامن موفقیت سازمان‌ها در رسیدن به اهداف و استراتژی‌های خود می باشد (رضائیان، ۱۳۸۸) با توجه به اینکه سازمان‌های ورزشی نیز در زمره سازمان‌هایی قرار دارند که به طور مداوم در معرض تغییرات مختلف قرار می گیرند، باید مدیرانی به روز و مجهز به مهارت‌های مختلف مدیریتی داشته باشند تا بتوانند پاسخگوی نیازهای جدید سازمان از یک طرف و جذب و جلب رضایت جامعه با طیف سلاقی مختلف و متنوع از طرف دیگر باشند

روش شناسی تحقیق:

روش پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی و به لحاظ هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و معاونین ادارات ورزش و جوانان استان کردستان بود و همچنین رئیس های هیئت های ورزشی استان بود به منظور تعیین حجم نمونه مدیران؛ کل مدیران و معاونین ۲۲ از روش نمونه گیری تمام شمار استفاده شد و به عنوان جامعه مدیران انتخاب گردید، و از ۳۴۵ نفر به افراد شاغل در پست رئیس هیئت های ورزشی استان کردستان، با استفاده از جدول مورگان تعداد ۱۸۱ نفر به عنوان نمونه به در دسترس انتخاب گردیدند. از پرسشنامه مهارت های مدیریتی افشاری (۱۳۹۰) به عنوان ابزار اندازه گیری استفاده شد، جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های تی مستقل استفاده گردید

نتایج:

جدول ۱: تفاوت میزان مهارت های فنی در بین دو گروه مدیران و رئیس هیاتهای شهرستان و استان



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار
۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

تی مستقل			آزمون لوین						
سطح اطمینان %۹۵	تفاوت انحراف معیار		اختلاف میانگین	Sig	df	آماره t	Sig	F	
	حد بالا	حد پایین							
۰/۷۰۰	۰/۳۴۳	۰/۰۹۰	۰/۵۲۲	۰/۰۰۱	۲۰۱	۵/۷۷۴	۰/۰۵۶	۳/۷۰۸	فرض نابرابری واریانس

جدول ۲: تفاوت میزان مهارت های انسانی در بین دو گروه مدیران و رئیس هیاتهای شهرستان و استان

تی مستقل			آزمون لوین						
سطح اطمینان %۹۵	تفاوت انحراف معیار		اختلاف میانگین	Sig	df	آماره t	Sig	F	
	حد بالا	حد پایین							
۰/۵۲۵	۰/۱۸۰	۰/۰۸۷	۰/۳۵۲	۰/۰۰۱	۲۰۱	۴/۰۳۴	۰/۱۸۰	۱/۸۰۹	فرض نابرابری واریانس

جدول ۳: تفاوت میزان مهارت های ادراکی در بین دو گروه مدیران و رئیس هیاتهای شهرستان و استان

تی مستقل			آزمون لوین						
سطح اطمینان %۹۵	تفاوت انحراف معیار		اختلاف میانگین	Sig	df	آماره t	Sig	F	
	حد بالا	حد پایین							
۰/۵۳۰	۰/۱۹۰	۰/۰۸۶	۰/۳۶۰	۰/۰۰۱	۲۰۱	۱/۱۷۶ ۴	۰/۴۴۵	۰/۵۸۵	فرض نابرابری واریانس

بحث و نتیجه گیری:

نتایج دال بر تفاوت میزان مهارت های فنی، انسانی و ادراکی در بین دو جامعه مدیران و رؤسا است، که با نتایج پژوهش های خضری و همکاران (۱۳۹۴)، شاکری (۱۳۹۳)، هم سو وهمخوان هستند. مهارت فنی در واقع همان همان توانایی فنی است که فایول نیز مطرح می کند. این نوع مهارت



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

نیازمند کار با ابزار بوده و احتمالاً در مقایسه با سایر مهارت ها آشناترین است زیرا معمول ترین مهارت به شمار می آید ، مهارت فنی را توانایی حاصل از تجربیات، آموزش و کارورزی در به کارگیری دانش، روش ها، فنون و تجهیزات لازم برای انجام کارهای خاص می باشد . مهارت های ادراکی قدرت درک موسسه به صورت یک واحد کلی است ؛ یعنی مدیر تشخیص دهد که چگونه هر یک از وظایف مختلف سازمان به دیگری وابسته است و تغییر در هر یک از بخش ها الزاماً قسمت های دیگر را تحت تاثیر قرار می دهد. مهارت انسانی عبارت است از توانایی کار کردن با و از طریق دیگران که شامل درک انگیزش و بکارگیری رهبری اثربخش می شود. در واقع مهارت انسانی، بیانگر توانایی مدیر در ایجاد محیطی که در آن افراد از امنیت و آزادی جهت طرح عقایدشان برخوردار باشند، است. مدیران اغلب اوقات خود را صرف ارتباط با دیگران می کنند. در اینجا منظور از مهارت انسانی توانایی مدیر در ارایه کار اثربخش و ایجاد تفاهم و همکاری در بین گروهی است که هدایت و رهبری آنها بر عهده دارد.

منابع :

۱. احمدی ، مسعود (۱۳۸۵). مبانی سازمان و مدیریت. تهران، انتشارات پژوهش های فرهنگی.
۲. افشاری، مصطفی (۱۳۹۰). ارتباط مهارت های سه گانه مدیریتی با یادگیری سازمانی در سازمان تربیت بدنی و ارائه مدل بر اساس AHP ، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
۳. خضری، نورجهان. طاهری، عبدالمحمد. و جمال زاده، محمد (۱۳۹۴). مقایسه عملکرد مدیران گروه های آموزشی دانشگاه از نظر مهارت های سه گانه مدیریتی. فصلنامه علمی - پژوهشی، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دوره ۶، شماره ۲۲، صفحه ۱۶۵-۱۸۸.
۴. رضاییان، علی (۱۳۸۸). مبانی سازمان و مدیریت ، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت) . چاپ سیزدهم دیریت دانشگاه تهران. ص ۱۸۴-۱۸۶.
۵. شاکری، حمید (۱۳۹۳). بررسی مقایسه ای مهارت های فنی، ادراکی و انسانی دبیران تربیت بدنی (براساس مدل رابرت کاتز). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز - دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

تعیین جایگاه صلح بین المللی در مدل دیپلماسی ورزشی

کامبیز عبدی*، مهدی طالب پور^۲، محمد جواد رنجکش^۳

۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران. (*نویسنده مسئول).

۲. دانشیار گروه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران.

۳. استادیار گروه روابط بین الملل، دانشکده اقتصاد و علوم اداری، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران.

*Email: (ka.abdi@mail.um.ac.ir)

چکیده

زمینه و هدف: دیپلماسی ورزشی یکی از جنبه‌های اساسی هر گونه بازتاب استفاده از ورزش برای ایجاد صلح است. هدف مطالعه حاضر تعیین جایگاه صلح بین المللی در مدل دیپلماسی ورزشی بود.

روش کار: پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش‌های بنیادی، از نظر استراتژی از نوع پژوهش‌های کیفی و از نظر چگونگی جمع آوری داده‌ها از نوع تحقیقات پیمایشی به شمار می آید. جامعه آماری شامل خبرگان بین المللی بود که در حوزه‌های دیپلماسی و دیپلماسی ورزشی مطالعات آکادمیک داشتند. با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند، ۳۰ خبره به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری شامل پرسشنامه محقق ساخت برای جمع آوری نظر خبرگان، به صورت نیمه باز طراحی شد. از روش دلفی فازی برای تحلیل داده‌ها استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج حاصل از تحلیل دو راند دلفی فازی منجر به تثبیت مدل دیپلماسی ورزشی شد. برآمدهای دیپلماسی ورزشی که برابر و بیشتر از حد آستانه ۰/۷ را به دست آوردند در دو گروه برآمدهای صریح/خاص و برآمدهای ضمنی/عمومی دسته بندی شدند.

نتیجه گیری: بر اساس مدل دیپلماسی ورزشی، ایجاد صلح بین ملت‌ها/دولت‌های متخاصم از طریق کاهش تنش و توسعه صلح بین ملت‌ها/دولت‌های دوست از طریق روابط و مبادلات هدف نهایی غالب طرح و ابتکارات دیپلماسی ورزشی است.

کلیدواژه‌ها: دیپلماسی، دیپلماسی ورزشی، صلح، خبرگان، دلفی فازی



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

۱. مقدمه:

دیپلماسی ورزشی یکی از جنبه‌های اساسی هر گونه بازتاب استفاده از ورزش برای ایجاد صلح است زیرا فعال شدن آن بخشی جدایی ناپذیر از یک رویکرد کل نگر به موضوع است؛ به این دلیل که می‌تواند یک محرک پایدار برای اقدامات زمینه‌ای موثر را ایجاد کند. در سطح سیاسی، برقراری صلح، فراتر از هر امور دیگری، از بهبود روابط بین دولت‌ها به دست می‌آید (۱). بنابراین پرسش مشروع این است که کدام ابزار می‌تواند موثر باشد، و ورزش، بدون شک یکی از آنهاست (۲). ورزش یکی از این ابزارها برای اعمال "قدرت نرم" است (۵). التیامی‌نیا و محمدی عزیز آبادی (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند که ورزش می‌تواند نقش سازنده‌ای را در روابط بین المللی به خصوص صلح بازی کند ولی در برخی موارد هم بوده که برای از بین بردن موقعیت‌های صلح آمیز و تحریک دشمنی استفاده شده است. در بخش نتیجه‌گیری، به این موضوع اشاره می‌شود که ورزش به خودی خود نه سازنده است و نه مخرب؛ بلکه ورزش هم از ساخته‌های انسان است. تبادلات ورزشی بین دو کشور نمی‌تواند به عنوان معجزه عمل کند اما این تبادلات نشان داده که ورزش یک ابزار حاشیه‌ای در روابط بین المللی نیست بلکه می‌تواند نقش سازنده‌ای را در روابط بین المللی بازی کند. سازمان ملل باید با تشکیلات بزرگ ورزشی مثل کمیته بین المللی المپیک و فدراسیون‌های بین المللی ورزشی همکاری بیشتری داشته باشد. ایجاد صلح و همکاری، دلایل عمده است که سبب می‌شود تا ملت‌ها مشارکت در رویدادهای ورزشی را کاملاً آشکارا تشویق و ترغیب کنند (۶). سوال اساسی که قابل طرح می‌باشد این است که دیپلماسی ورزشی چگونه و یا از طریق چه مکانیسمی می‌تواند امکان دستیابی به صلح بین ملت‌ها/دولت‌های متخاصم را ایجاد کرده و یا صلح بین کشورهای دوست را توسعه بخشد. در این راستا، مدل دیپلماسی ورزشی عبدی و همکاران (۲۰۱۸) می‌تواند راهگشا باشد (۷). بر اساس مدل دیپلماسی ورزشی عبدی و همکاران (۲۰۱۹) عمده منابع ورزشی را که پتانسیل بهره‌گیری در فرآیند دیپلماسی را داشته‌اند در سه دسته طبقه‌بندی نموده‌اند (۸). همچنین، عبدی و همکاران (۲۰۱۸) مکانیسم‌های لازم را در قالب‌های "استراتژی‌های تبدیل" منابع ورزشی به برآمدهای مطلوب دیپلماتیک ورزشی را به تفصیل معرفی نموده‌اند (۹). پرسشی که باقی می‌ماند این است که در صورت انتخاب یک یا چند منبع دیپلماسی ورزشی و بهره‌گیری از استراتژی‌های هوشمندانه تبدیل، چه برآمدهایی برای طرح‌های دیپلماسی ورزشی قابل تصور است و جایگاه صلح بین المللی در بین برآمدهای محتمل، در کجا قرار خواهد گرفت. از این رو هدف مطالعه حاضر، تعیین جایگاه صلح بین المللی در مدل دیپلماسی ورزشی عبدی و همکاران (۲۰۱۹) می‌باشد.

۲. روش‌شناسی:



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

ISC

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش های کاربردی؛ از نظر استراتژی از نوع پژوهش های کیفی بوده و از نظر چگونگی جمع آوری داده ها از نوع تحقیقات پیمایشی به شمار می آید که به صورت آنلاین انجام شد. جامعه آماری خبرگان بین المللی حوزه دیپلماسی بودند. نمونه آماری این مطالعه شامل ۳۰ خبره بین المللی بودند که با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری شامل پرسشنامه محقق ساخت برای جمع آوری نظر خبرگان، به صورت نیمه باز طراحی شد که شامل سوالاتی ۵ گزینه ای در مقیاس اندازه گیری لیکرت به همراه بخش نظرات/کامنت ها در انتهای هر سوال بود. از روش روش دلفی فازی برای تحلیل داده های جمع آوری شده استفاده شد. مراحل اجرایی، دلایل بهره گیری و نحوه محاسبات در روش دلفی فازی در مطالعه عبدی و همکاران (۲۰۱۸ و ۲۰۱۹) به تفصیل شرح داده شده است. قابل ذکر است که حد آستانه پذیرش و یا رد هر گزاره در روش دلفی فازی در این مطالعه، نمره ۰,۷ بوده است.

یافته ها:

بررسی یافته های توصیفی نشان داد بیشترین فراوانی سن خبرگان مربوط به رده ی سنی ۵۱ تا ۶۰ سال با ۴۳,۶ درصد بود. همچنین، بیشترین فراوانی جنسیت مربوط به مردان با ۶۳ درصد؛ همچنین، بیشترین درصد فراوانی ملیت خبرگان مربوط به کشور ایالات متحده آمریکا با ۲۶,۶۷ درصد بود؛ ۹۳,۳ درصد خبرگان دارای مدرک دکتری داشتند. در بخش دلفی فازی که در دو راند به انجام رسید؛ در راند اول با توجه به بهره گیری از استراتژی محرک^۱ (عبدی و همکاران، ۲۰۱۸) نتایج راند اول دلفی فازی از لحاظ آماری قابل استناد نبود و فقط نظرات خبرگان در مدل اولیه برآمدها اعمال شد. نتیجه تحلیل راند دوم منتج به تثبیت برآمدهای دیپلماسی ورزشی بود. با احتساب نتایج راند دوم دلفی فازی و کسب اجماع از طرف خبرگان، مدل نهایی دیپلماسی ورزشی در شکل ۲ ارائه شده است.

^۱ Stimulus Strategy

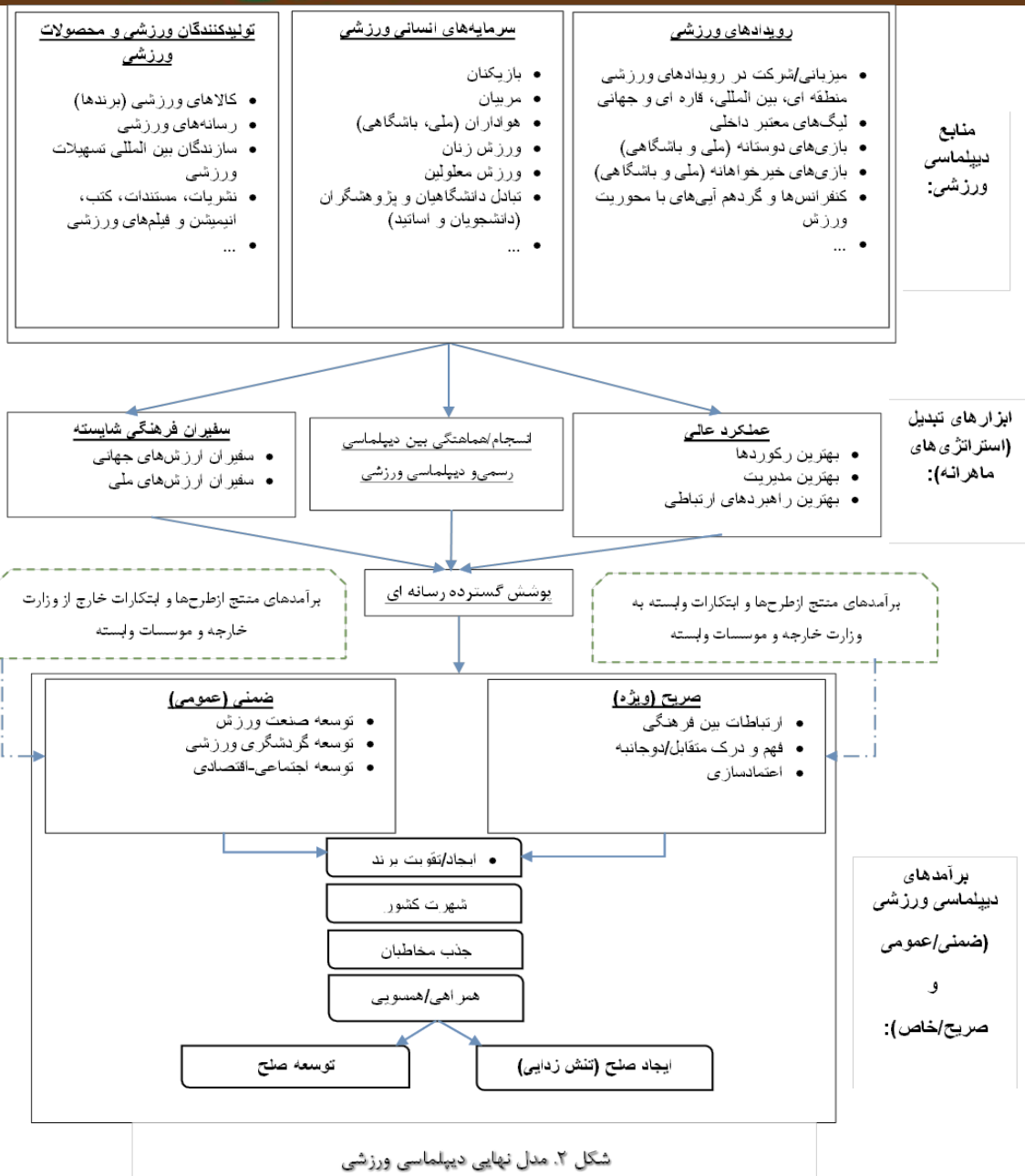


اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار

۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸

توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

ISC
کمیته بین المللی ورزش



شکل ۲. مدل نهایی دیپلماسی ورزشی

نتیجه گیری:

بر طبق مدل معرفی شده، هدف نهایی تلاش های دیپلماسی ورزشی ایجاد و توسعه صلح است. ایجاد صلح بین ملتها/دولتهای متخاصم و توسعه صلح بین ملت ها/دولت های دوست. لازم به یادآوری است که اهداف متنوعی برای تلاش های دیپلماسی ورزشی می توان در نظر گرفت از جمله ارتباطات بین فرهنگی، فهم و درک



اولین همایش بین المللی ورزش و توسعه پایدار ۱ الی ۲ آبان ماه ۱۳۹۸



توسعه پایدار
Sustainable Development
تندرستی
Health
ورزش
Sport

مقابل/دوجانبه، اعتماد سازی، ایجاد/توسعه برند ملی، شهرت کشور و مجذوب ساختن مخاطبان. اگرچه دولت های مختلف اهداف متفاوتی را طراحی و بکارگیری طرح های دیپلماسی ورزشی دنبال می کنند اما کسب صلح از طریق کاهش تنش بین کشورهای متخاصم و توسعه روابط بین کشورهای دوست بسیار قابل توجه است. دیپلماسی فوتبال بین ترکیه و ارمنستان، دیپلماسی فوتبال و کشتی بین ایران و ایالات متحده آمریکا، دیپلماسی کریکت بین هند و پاکستان و ... نمونه های شناخته شده از تلاش های ابتکارات دیپلماسی ورزشی در راستای ایجاد صلح از طریق کاهش تنش و عادی سازی روابط بین کشورهای متخاصم می باشد. مدل دیپلماسی ورزشی عبدی و همکاران (۲۰۱۹) تلاش دارد نمونه های تاریخی را تبیین نماید.

منابع:

1. Gilbert, K., & Bennett, W. (2012). Sport, peace, and development. Champaign, IL: Common Ground Pub. LLC.
2. Grix, J. (2012). 'Image' leveraging and sports mega-events: Germany and the 2006 FIFA World Cup. *Journal of Sport & Tourism*, 17(4), 289-312. doi:10.1080/14775085.2012.760934
3. Mogleiv Nygård, Håvard (2013). Soft Power and Sport Diplomacy. Workshop, PRIO, Oslo, 04 November 2013 14:00-17:45, Available online at <http://www.prio.org/Events/Event/?x=8199>.

۴. التیامی نیا، رضا؛ محمدی عزیزآبادی، مهدی. (۱۳۹۴). نقش تبعی و تسریع کننده ورزش در فراهم کردن شرایط صلح در بین دولت ها، فصلنامه تحقیقات سیاسی بین المللی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا، شماره بیست و دوم، بهار ۱۳۹۴، صص ۱۴۹-۱۷۹.

5. Abdi K. (2019) The Modeling of Soft Power Implementation throughout Sport Diplomacy. Motion behavior and sports management. Ferdowai University of Mashhad.
6. Abdi K, Talebpour M, Fullerton J, et al. (2018) Converting sports diplomacy to diplomatic outcomes: Introducing a sports diplomacy model. *International Area Studies Review* 21: 365-381