

## بررسی چالش‌های ورزش همگانی در ایران

عباس شعبانی<sup>۱</sup>، دکتر فرزاد غفوری<sup>۲</sup>، دکتر حبیب هنری<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۳۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۴/۳

### چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی چالش‌های داخلی (درون‌سازمانی) و چالش‌های بیرونی (محیطی) ورزش همگانی کشور است. جامعه آماری پژوهش را مدیران سازمان تربیت بدنی، مدیران و متخصصان فدراسیون ورزش‌های همگانی و اعضای هیئت علمی مدیریت ورزش دانشگاه‌های تهران تشکیل می‌دادند که در مجموع، ۷۳ نفر بودند. روش پژوهش توصیفی و از لحاظ هدف، کاربردی بود. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه محقق‌ساخته بود که به صورت مقطعی و در سال ۱۳۸۸ در میان جامعه آماری توزیع شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرات استادان و متخصصان استفاده و نظرات آنها در پرسشنامه اعمال شد. همچنین ۱۸ پرسشنامه به صورت مقدماتی در میان جامعه آماری توزیع و پس از جمع آوری، پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، ۰/۹۱ گزارش شد. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از آمار توصیفی و در بخش آمار استنباطی از آزمون‌های فریدمن، کولموگروف-اسمیرنوف و آزمون یومان ویتنی استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد بین چالش‌های ورزش همگانی در دو بُعد درونی و بیرونی تفاوت معنی‌داری وجود دارد که این چالش‌ها به ترتیب الویت بیان شدند. در نهایت، بین نظرات اعضای هیئت علمی و مدیران ورزشی در استراتژی‌های مطرح شده تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد. استراتژی‌های ورزش همگانی برای مقابله با این چالش‌ها باید به گونه‌ای تدوین شود که بتواند با استفاده مناسب از قوت‌ها و فرصت‌های موجود مانند حمایت‌های قانونی و دینی، وجود متخصصان و کارشناسان و تعدد رسانه‌های ورزشی بتوانند از ضعف‌های سازمان بکاهند و در جهت برخورد با تهدیدات محیطی پیش رو عمل کنند.

**کلیدواژه‌های فارسی:** ورزش همگانی، چالش‌ها، بعد درونی، محیطی.

۱. E-mail: shabani1362@yahoo.com

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی (نویسنده مسئول)

۲ و ۳. استادیار دانشگاه علامه طباطبائی Email: honari\_h@yahoo.com Email: farzadghafouri@yahoo.com

### مقدمه

ورزش و فعالیت‌های جسمانی به عنوان واقعیتی اجتماعی، از زمان‌های بسیار دور، در جوامع بشری وجود داشته و جزئی از زندگی روزمره انسان‌ها را تشکیل می‌داده است. با وجود فواید بسیار زیادی که ورزش و فعالیت بدنی برای انسان و جامعه به ارمغان می‌آورد، یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش رو در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در جوامع امروزی، رواج فرهنگ بی‌حرکی و راحت‌طلبی در میان انسان‌هاست. صنعتی شدن جوامع و ورود به دنیای فناوری‌های مختلف و متنوع تمامی ابعاد زندگی انسان از جمله تحرک او را متأثر کرده است. ورزش همگانی شکلی از فعالیت‌های جسمانی یا حضور منظم در فعالیت‌های جسمانی است که موجب تندرستی و سلامت بدنی و روانی شده، روابط اجتماعی را شکل می‌دهد و نتایج مثبتی در پی دارد. از سوی دیگر، با تقویت بنیه جسمانی و پرورش ابعاد روانی و اجتماعی در این ورزش، با ورزشی که رقابت در آن مطرح است (ورزش قهرمانی) پیوند می‌خورد و با توجه به آن در عرصه‌های مختلف می‌تواند موجب پدید آمدن ارزش‌ها و افتخارات ملی و بین‌المللی گردد (۱).

تاریخ بیانگر تمایل درونی انسان به فعالیت‌های جسمانی است. در جوامع بدوی یا در فرهنگ باستانی، برنامه‌های تربیت بدنی سازمان یافته وجود نداشت، ولی فعالیت‌های بدنی بخش لاینفک زندگی روزمره انسان را تشکیل می‌داده و بدن‌های سالم، قوی و پرورش یافته از ویژگی‌های ظاهری مردم آن زمان بوده است (۲). امروزه، ورزش ابزاری مهم در دست حکومت‌ها و دولت‌ها برای هدایت مردم به سوی اهداف برنامه‌ای است؛ زیرا عمده‌ترین وسیله تربیت همگانی در جامعه معاصر در کشورهای پیشرفته صنعتی ورزش است (۳).

ورزش‌های تفریحی که مترادف ورزش همگانی است، پرداختن به مجموعه‌ای از فعالیت‌های ورزشی ساده، کم‌هزینه، غیررسمی، فرحبخش و بانشاط است که امکان شرکت در آنها برای همه افراد وجود داشته باشد. ورزش همگانی و تفریحی در قالب پنج فعالیت و برنامه جداگانه و مرتبط با هم اجرا می‌شود که عبارتند از: ورزش آموزشی، ورزش غیررسمی، ورزش درون‌بخشی، ورزش برون‌بخشی و ورزش باشگاهی (۴). این فعالیت‌ها معمولاً به صورت انفرادی یا دسته‌جمعی و در مکان‌هایی مانند ورزشگاه، بوستان‌ها، دشت‌ها و مکان‌های طبیعی داخل و خارج شهر انجام می‌شود (۵). با توجه به تعریف‌های مختلفی که در مورد ورزش همگانی و تفریحی وجود دارد، برخی ویژگی‌ها برای آن قابل استنباط است؛ ویژگی‌هایی مانند مشارکت گسترده و گروهی بودن، آزادانه و انتخابی بودن، کم‌هزینه بودن، کم‌اهمیت بودن رقابت و برد و باخت، محدود

نبودن به سن، جنسیت، نژاد، زمان و مکان، و تفریحی، با نشاط و شاد بودن همگی توصیف‌کننده جنبه‌های مختلف ورزش همگانی‌اند (۶).

ورزش همگانی از سال ۱۹۰۰ میلادی تاکنون، در کشورهای مختلف با انگیزه‌های متفاوتی از جمله تأمین سلامت جسمی و روانی، غنی‌سازی اوقات فراغت، گسترش روابط اجتماعی، دور شدن از زندگی ماشینی، بازگشت به طبیعت، افزایش کارایی، زمینه‌سازی برای رشد ورزش قهرمانی و توصیه پزشکان مورد توجه قرار گرفته است. در کشور ما ورزش همگانی از سال ۱۳۵۸ با عنوان ورزش محلات آغاز و در سال ۱۳۶۲ به صورت تشکلی قانونی تحت عنوان جهاد تربیت بدنی رسمیت یافت (۷)، اما تفکر ورزش همگانی و همگانی کردن ورزش به صورت رسمی در اروپا و حتی در جهان برای اولین بار در سال ۱۹۶۶ مطرح شد. در این سال، شورای اروپا نشست برگزار کرد و در سیاست‌های ورزشی خود در جهت توسعه ورزش در سطح جامعه، برای نخستین بار از مفهوم ورزش همگانی به منظور گسترش ورزش در جامعه استفاده کرد (۸). در منابع مختلف برای توسعه ورزش، هرمی در نظر گرفته شده است که در آن ورزش همگانی در پایه و ورزش حرفه‌ای در رأس قرار دارد (۹). مول و همکاران<sup>۱</sup> (۱۹۹۷) در تحقیقی به بررسی تأثیر ورزش همگانی بر ورزش قهرمانی پرداختند. آنها در مدل معروف اوقات فراغت خود، ورزش همگانی را پایه توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای دانستند (۱۰). براساس مطالعات غفوری و همکاران (۱۳۸۶) جمعیت فعال در ورزش همگانی ایران حدود ۲۰ درصد است. این رقم خیلی زیاد نیست، اما نسبت به ده سال پیش افزایش یافته است (۶). تأثیر ورزش همگانی بر ورزش قهرمانی قابل تأمل است. ورزش همگانی می‌تواند پایه و اساسی برای ورزش قهرمانی باشد. در بعضی از کشورهای توسعه یافته برای تعیین تقاضای اجتماعی و برنامه‌ریزی برای آن از مردم نظر سنجی می‌شود. متأسفانه در کشورهای در حال توسعه چنین سازوکاری وجود ندارد. اساساً سازمان‌های ورزشی این کشورها به دلایل مختلف در خدمت توسعه ورزش قهرمانی‌اند، در حالی که نیازهای جامعه و شرایط جدی حاکم بر جهان، چنین تلاشی را ضروری می‌کند. اگرچه تأکید بر ورزش قهرمانی جایگاه کشور را ارتقاء می‌دهد، به دلیل هزینه‌های زیاد، متضمن سلامتی جامعه نخواهد بود؛ برعکس، ذهن برنامه‌ریزان را از ورزش همگانی و مفید برای جامعه، به اشتباه به سوی برنامه‌ریزی صرف برای ورزش قهرمانی هدایت می‌کند (۱۱).

مظفری و قره (۱۳۸۴) درصد افرادی را که در ایران تحت پوشش هیئت‌های ورزش همگانی مردان و زنان ورزش می‌کنند، ۵/۹۲ درصد جمعیت کشور اعلام کردند که در مقایسه با ۲۳

1. Mull, et al.

کشور جهان از همه کمتر بود. درصد شرکت‌کنندگان در ورزش همگانی در ایران از قاره آفریقا بیشتر و از سایر قاره‌ها کمتر بود (۲). از نظر تندنویس و همکاران (۱۳۸۴) عوامل مؤثر در توسعه ورزش همگانی عبارتند از: بهبود وضعیت اقتصادی اقشار مختلف جامعه، استفاده از رسانه‌های گروهی، توجه به وضعیت خانوادگی (تعداد فرزند و تأهل)، برگزاری مسابقات ورزشی و اهدای جوایز، گسترش ناوگان حمل و نقل عمومی، اولویت دادن به ورزش در اوقات فراغت و استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی (۱۲). غفرانی و همکاران (۱۳۸۸) گزارش کردند که از جمعیت ۲/۵ میلیون نفری استان سیستان و بلوچستان، کمتر از ۰/۰۷ درصد مردم در ورزش‌های همگانی مشارکت دارند. موقعیت خاص جغرافیایی استان، نرخ بیکاری، قاچاق سوخت و مواد مخدر و نیز شیوع انواع بیماری‌های ناشی از کم‌تحرکی از موانع اساسی مشارکت مردم در ورزش همگانی است (۱۳). غفوری و همکاران (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان «مطالعه انواع ورزش‌های همگانی و تفریحات مطلوب جامعه و ارائه مدل برای برنامه‌ریزی‌های آینده» مهم‌ترین موانع پرداختن به ورزش را کمبود وقت، نبود فضا و امکانات، زیاد بودن هزینه ورزش و نداشتن انگیزه بیان کردند (۶).

نامراتو<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) به مطالعه «سیاست بنیان‌گذاری ورزش همگانی منطقه‌ای در جمهوری چک» پرداخت و فرآیندها و سیاست‌های ایجاد ورزش همگانی منطقه‌ای و نیز ارتباط بین دو بخش با ورزش داوطلبانه و ورزش سازمان یافته همگانی را در جمهوری چک بررسی و روش‌ها و استراتژی‌های حوزه پشتیبانی از ورزش‌های همگانی را در کمیته‌ها و باشگاه‌های ورزشی شناسایی کرد. در نهایت، پنج روش ایده‌آل، در توسعه ورزش از طریق ورزش همگانی مشخص شد که عبارت بودند از: تهاجمی، بوروکراسی، سیاسی، وکالتی و حاشیه‌ای و بر این اساس چهار استراتژی شد: استراتژی توافقی، استراتژی عمل‌گرا، استراتژی حاشیه‌ای و استراتژی تفویضی (۱۴).

در کشور ما به ورزش همگانی و تفریحی، به‌طور سازمان یافته، کمتر توجه شده است. مشارکت کم جامعه در ورزش همگانی و فقدان نظام قانونی یکپارچه و اجرایی برای استعدادیابی و پرورش ورزشکاران، موجب ضعف ورزش قهرمانی و کاهش زمینه ظهور و بروز استعدادها و ورزشی شده است و نیاز به ایجاد مراکزی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در امر ورزش همگانی و قهرمانی بیش از پیش احساس می‌شود (۱). بر این اساس، در این پژوهش درصددیم چالش‌های ورزش همگانی را از ابعاد درونی (درون‌سازمانی) و بیرونی (محیطی خارجی) بررسی کنیم. همچنین با مقایسه نگرش مدیران ورزشی با خبرگان و استادان دانشگاهی در خصوص

این چالش‌ها، تفاوت نظر این دو گروه را در مورد ورزش همگانی ارزیابی و مشخص کنیم که آیا نظرات این دو گروه تأثیرگذار در ورزش کشور با یکدیگر متفاوت است یا اینکه هر دو گروه در مورد این چالش‌ها اتفاق نظر دارند.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی و از نظر هدف، کاربردی است. در این پژوهش چالش‌های ورزش همگانی در دو بعد درونی (درون‌سازمانی) و بیرونی (محیطی)، از دیدگاه مدیران سازمان تربیت بدنی و خبرگان و استادان دانشگاهی بررسی و نظرات آنان با یکدیگر مقایسه شد. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی مدیران سازمان تربیت بدنی کشور (مدیران ستادی و مدیران عملیاتی سازمان) و مدیران و متخصصان فدراسیون ورزش‌های همگانی بودند که از ۶۰ پرسشنامه ارسالی به این دو سازمان ۵۲ پرسشنامه به‌صورت صحیح و کامل دریافت شد. همچنین، جامعه آماری دیگر این پژوهش استادان مدیریت ورزش دانشگاه‌های شهر تهران بودند که از ۲۷ پرسشنامه توزیعی در مابین آنها ۲۱ پرسشنامه دریافت گردید و در مجموع، ۷۳ پرسشنامه تجزیه و تحلیل شد. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه محقق‌ساخته بود که برای مشخص کردن چالش‌های داخلی و درون‌سازمانی و همچنین چالش‌های خارجی (محیط بیرونی) ورزش همگانی کشور طراحی شده بود. پرسشنامه به‌صورت مقطعی، در سال ۱۳۸۸ در میان جامعه آماری توزیع شد. برای تعیین روایی این پرسشنامه از نظرات استادان و متخصصان استفاده شد و پس از دریافت نظر آنها موارد اشاره شده اصلاح شد. همچنین، ۱۸ پرسشنامه به شکل مقدماتی در میان جامعه آماری توزیع و پس از جمع‌آوری، پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰/۹۱ گزارش شد که نشان‌دهنده قابلیت و اعتماد بالای ابزار اندازه‌گیری پژوهش است. در نهایت برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش نخست، تجزیه و تحلیل توصیفی یافته‌ها ارائه شده است و در بخش آمار استنباطی از آزمون‌های فریدمن برای رتبه‌بندی مهم‌ترین چالش‌های ورزش همگانی استفاده شد. همچنین از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای تعیین طبیعی بودن توزیع داده‌ها و از آزمون یومان ویتنی برای مقایسه میانگین‌های گروه‌ها استفاده شد. تمامی عملیات تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شد.

### یافته‌های پژوهش

در مجموع، ۷۱ درصد از جامعه مورد بررسی را مدیران و ۲۹ درصد را اعضای هیئت علمی تشکیل می‌دادند. ۸ درصد جامعه دارای مدرک فوق دیپلم، ۲۷ درصد کارشناسی، ۳۱ درصد کار و ۳۴ درصد دارای مدرک دکترا بودند. ۳۷ درصد جامعه آماری را زنان و ۶۳ درصد را مردان تشکیل می‌دادند. در نهایت، میانگین سابقه تدریس اعضای هیئت علمی ۱۱ سال و میانگین سابقه مدیران ورزشی حدود ۱۲ سال بود.

چالش‌های درونی ورزش همگانی کشور با استفاده آزمون فریدمن آزمون شد. معنی‌دار بودن این آزمون نشان داد این چالش‌ها در ورزش همگانی با یکدیگر متفاوت‌اند که با توجه به اولویت در جدول ۱ آمده‌اند.

جدول ۱. میانگین رتبه‌ها در آزمون فریدمن در چالش‌های درونی ورزش همگانی

چالش‌های درونی (درون سازمانی) ورزش همگانی کشور	میانگین رتبه‌ها (وزن دهی)
فقدان برنامه‌های مدون برای تشویق و ترغیب مردم به ورزش همگانی	۱۳/۴۷
فقدان مدیریت واحد و سیاست یکسان در زمینه ورزش همگانی	۱۳/۳۰
بهره نگرستن از نیروهای متخصص و کارشناس در ورزش همگانی	۱۳/۲۱
بی‌توجهی به ورزش و فعالیت‌های بدنی در مدارس و دانشگاه‌ها	۱۳/۱۶
بی‌توجهی به ورزش همگانی طبقات کم درآمد	۱۲/۸۱
نداشتن ارتباط مؤثر با مراکز ورزش همگانی دنیا	۱۲/۷۷
عدم تبلیغات در رسانه‌ها برای ورزش همگانی	۱۲/۷۳
بی‌توجهی به ورزش همگانی زنان	۱۲/۰۰
بهره نگرستن از فناوری روزآمد برای آموزش مربوط به ورزش همگانی	۱۱/۹۵
نبود تحقیق و پژوهش در حیطه‌های مختلف ورزش همگانی	۱۱/۸۲
استفاده ناکارآمد از تجهیزات و امکانات و اماکن موجود	۱۱/۷۵
فقدان برنامه مدون و مشخص در خصوص ورزش همگانی	۱۱/۷۳
کمبود بودجه ورزش همگانی	۱۱/۷۳
کافی نبودن نیروهای کارآمد در ورزش همگانی	۱۱/۳۳
نابسامانی ورزش کارمندی	۱۱/۲۹
نداشتن اطلاعات کافی و صحیح در زمینه ورزش همگانی کشور	۱۰/۹۵
عدم دسترسی ارزان همگان به فضاها و امکانات ورزشی	۱۰/۳۲
نبود نظام هماهنگ در برگزاری مسابقات همگانی	۱۰/۲۹
بی‌توجهی به ورزش‌های بومی و سنتی	۹/۹۷
بی‌توجهی به ورزش همگانی معلولان	۹/۰۵
بی‌توجهی به ورزش روستاییان	۸/۸۸
کافی نبودن امکانات و تجهیزات در ورزش همگانی	۸/۵۲

در جدول ۱ مشاهده می‌شود که نبود برنامه‌های مدون برای تشویق و ترغیب مردم به ورزش همگانی، نبود مدیریت واحد و سیاست یکسان در زمینه ورزش همگانی و بهره نرفتن از نیروهای متخصص و کارشناس در زمینه ورزش همگانی از مهم‌ترین ضعف‌ها و چالش‌های شناخته شده است. بی‌توجهی به ورزش روستایی و کافی نبودن امکانات و تجهیزات در ورزش همگانی نیز کمترین اهمیت را در این رتبه‌بندی داشتند.

جدول ۲. معنی‌داری آزمون فریدمن در چالش‌های درونی ورزش همگانی

شاخص‌های آماری	مقادیر محاسبه شده
تعداد	۷۳
مقدار خی دو	۱۰۰/۷۵۶
درجه آزادی	۲۱
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۱

چالش‌های محیطی موجود در ورزش همگانی کشور با استفاده از آزمون فریدمن آزمون شد. با توجه به معنی‌دار بودن آزمون مشخص می‌شود این تهدیدها در ورزش همگانی با یکدیگر متفاوت‌اند که با توجه به اولویت در جدول ۳ مشخص شده‌اند.

جدول ۳. میانگین رتبه‌ها در آزمون فریدمن در چالش‌های بیرونی (محیطی) ورزش همگانی

چالش‌های بیرونی (محیطی) ورزش همگانی کشور	میانگین رتبه‌ها (وزن دهی)
مشکلات اقتصادی جامعه	۷/۴۲
تغییر روش زندگی مردم (رواج زندگی غیرفعال، تفریح غیرفعال)	۷/۲۳
کم بودن آگاهی جامعه در مورد فواید فعالیت‌های بدنی و زبان‌های کم تحرکی	۷/۱۴
افزایش میزان اعتیاد	۷/۰۸
سهم کم رسانه‌ها در ورزش همگانی	۷/۰۷
کاهش ساعت‌های اوقات فراغت به دلیل مشکلات معیشتی	۶/۷۸
افزایش شهرنشینی و کاهش سرانه فضای ورزشی در دسترس شهرها	۶/۷۴
عدم امکان حضور بخش عمده‌ای از بانوان در ورزش همگانی	۶/۴۸
تغییر ساختار شهرها و تخریب فضای قابل استفاده در ورزش همگانی	۶/۳۰
افزایش نرخ بیکاری	۶/۱۵
نبود اتفاق نظر در مورد تعریف‌های ورزش همگانی در بین برنامه‌ریزان کشور	۵/۷۳
نفوذ فرهنگ جوان پسند غربی	۳/۸۸

همان‌طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، مشکلات اقتصادی جامعه و تغییر روش زندگی مردم (رواج زندگی غیرفعال، تفریح غیرفعال) از تهدیدآمیزترین عوامل در ورزش همگانی کشور بودند. نبود اتفاق نظر در مورد تعریف ورزش همگانی در میان برنامه‌ریزان کشور و نفوذ فرهنگ جوان‌پسند غربی نیز از کم‌اهمیت‌ترین چالش‌های محیط بیرونی ورزش همگانی برشمرده شده است.

جدول ۴. معنی‌داری آزمون فریدمن در چالش‌های بیرونی (محیطی) ورزش همگانی

مقادیر محاسبه شده	شاخص‌های آماری
۷۳	تعداد
۷۶/۵۰۶	مقدار خی دو
۱۱	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معنی‌داری

یکی از پیش‌فرض‌های مهم برای استفاده از آزمون‌های پارامتریک، طبیعی بودن توزیع متغیرهاست؛ بنابراین ابتدا از آزمون کولموگروف-اسمیرنف برای این منظور استفاده شد. جدول ۵ نتایج این آزمون را نشان داده است.

جدول ۵. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنف

نتیجه	سطح معنی‌داری	Z	عوامل
غیرطبیعی	۰/۰۰۶	۱/۷۱۷	چالش‌های درونی
غیرطبیعی	۰/۰۴۳	۱/۳۸۵	چالش‌های بیرونی (محیطی)

در هر دو مورد  $p < ۰/۰۵$  است؛ بنابراین متغیرها غیرطبیعی به‌شمار می‌آیند و از آزمون ناپارامتریک یومان ویتنی برای تجزیه و تحلیل آنها و مقایسه دو گروه مستقل استفاده شد.

جدول ۶. نتایج آزمون یومان ویتنی و مقایسه نظرات مدیران و اعضای هیئت علمی

نتیجه	p	z	آماره یومان ویتنی	متغیر
تفاوت معنی‌دار نیست	۰/۳۶۰	-۰/۹۱۶	۳۹۴/۵۰۰	چالش‌های درونی
تفاوت معنی‌دار نیست	۰/۲۹۰	-۱/۰۵۷	۳۸۴/۵۰۰	چالش‌های بیرونی (محیطی)



همان‌طور که در جدول ۶ دیده می‌شود، در هر دو آزمون  $p > 0/05$  است؛ در نتیجه تفاوتی بین دیدگاه‌های مدیران ورزشی و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها مشاهده نشد و هر دو گروه، در مورد چالش‌های درونی و بیرونی ورزش همگانی کشور اتفاق نظر داشتند.

### بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش، ورزش همگانی در بعد درونی، دارای ۲۲ ضعف و چالش می‌باشد که در میان آنها نبود برنامه‌های مدون برای تشویق و ترغیب مردم به ورزش همگانی، نبود مدیریت واحد و سیاست یکسان در ورزش همگانی، بهره نگرفتن از نیروهای متخصص و کارشناس، بی‌توجهی به ورزش و فعالیت‌های بدنی در مدارس و دانشگاه‌ها و بی‌توجهی به ورزش همگانی طبقات کم‌درآمد مهم‌ترین عوامل چالش برانگیز در ورزش همگانی شناخته شده‌اند. یافته‌های این پژوهش با نتایج غفرانی (۱۳۸۸) مبنی بر ضعف در ورزش گروه‌های خاص (معلولان، طبقه کم درآمد و ...)، بهره نگرفتن از متخصصان، ناهماهنگی بین سازمان‌های مربوط و همچنین با یافته‌های مظفری (۱۳۸۴) مبنی بر روزآمد نبودن امکانات و زیرساخت‌های ورزش همگانی و در نهایت، با نتایج پژوهش‌های نامراتو (۲۰۰۹) و شیوو<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) که ضعف نظام اطلاع‌رسانی، تبلیغات و استراتژی‌ها را از مهم‌ترین ضعف‌های ورزش همگانی برشمرده بودند، هم‌خوانی دارد (۲، ۱۳-۱۵). در بیشتر تحقیقات انجام شده در ایران، مانند یافته‌های این پژوهش، کمبود نیروی انسانی متخصص از موانع مهم توسعه ورزش همگانی برشمرده شده است. رضائیان (۱۳۸۷) نیروی انسانی را از ارزشمندترین منابع سازمان بر شمرده است (۱۶) که با تکیه بر آن برنامه‌ریزی، هماهنگی و توسعه فناوری در ورزش همگانی تسهیل خواهد شد. در زمینه ترویج و تشویق مردم به ورزش که از مهم‌ترین ضعف‌های درونی ورزش همگانی است، رسانه‌ها می‌توانند نقش مهم و مؤثری داشته باشند. غفوری و همکاران (۱۳۸۲) نقش رسانه‌ها را در توسعه ورزش همگانی و قهرمانی بسیار مهم برشمردند و همچنین در پژوهش آنها روشن شد رسانه‌ها در ایران مروج ورزش قهرمانی هستند و در توسعه ورزش همگانی موثر نبوده‌اند (۱۷).

نتایج مطالعات واحد (۱۳۸۸) نشان داد نبود برنامه‌ریزی مناسب، کمبود نیروی انسانی و بی‌توجهی مدیران از مهم‌ترین ضعف‌های ورزش همگانی در استان اصفهان است (۱۸). مطالعات تندنویس و همکاران (۱۳۸۴) نشان داد بهبود وضعیت اقتصادی مردم و تشویق رسانه‌ها از عوامل مهم در افزایش میزان مشارکت مردم در ورزش همگانی است (۱۲). در این پژوهش نیز

مشخص شد بی‌توجهی رسانه‌ها و وضعیت اقتصادی مردم از چالش‌های مهم افراد برای پرداختن به ورزش همگانی و فعالیت‌های جسمانی است. یافته‌های این پژوهش همچنین نشان داد که در بخش ورزش همگانی بانوان، امکانات و تجهیزات و نحوه تشویق مردم به ورزش ضعف‌هایی وجود دارد که با یافته‌های پژوهش ممتاز بخش (۱۳۸۶) هم‌خوانی دارد. او در پژوهش خود، تأمین فضای مناسب، تأمین حداقل امکانات، تشویق افراد فعال، تأمین رفاه اقتصادی، اختصاص زمان آزاد و کافی را در ارتقای ورزش همگانی بانوان دانشگاه ضروری دانسته است (۱۹). یافته‌های ممتاز بخش نشان داد میزان مشارکت زنان در ورزش کمتر از مردان است؛ بنابراین توجه به ورزش همگانی زنان به عنوان نیمی از جمعیت کشور ایجاب می‌کند تا در این بخش برنامه‌ریزی مناسبی صورت گیرد.

با توجه به یافته‌های این پژوهش و تحقیقات مشابه در زمینه ورزش همگانی به نظر می‌رسد با استفاده از نیروی متخصص و به کمک رسانه‌ها بتوان گام بلندی در توسعه ورزش همگانی در کشور برداشت و عواملی مانند برنامه‌ریزی، هماهنگی، استفاده کارآمد از تجهیزات و امکانات و اهمیت دادن به ورزش همگانی گروه‌های خاص تسهیل خواهد شد.

کافی نبودن امکانات و تجهیزات در ورزش همگانی، کم‌اهمیت‌ترین مورد چالش برانگیز در بعد درونی ورزش همگانی در کشور شناخته شده است که ممکن است به علت آزادانه و طبیعی بودن ورزش همگانی باشد و با یافته‌های زارعی (۱۳۸۰) مغایرت دارد که بیان کرد امکان ورزشی در پرداختن مردم به ورزش و فعالیت‌های بدنی نقش مهمی دارند و مهم‌ترین عامل جذب دانشجویان به فعالیت‌های تفریحی و فراغتی می‌باشند (۲۰).

بر اساس یافته‌های پژوهش، ورزش همگانی کشور در بعد بیرونی (محیطی) ۱۲ عامل چالش‌برانگیز دارد که در میان آنها مشکلات اقتصادی جامعه، تغییر روش زندگی مردم (رواج زندگی غیرفعال، تفریح غیرفعال)، کم بودن آگاهی جامعه در مورد فواید فعالیت‌های بدنی و زیان‌های کم‌حرکی، افزایش میزان اعتیاد و سهم کم رسانه‌ها در ورزش همگانی، به ترتیب از مهم‌ترین چالش‌های بیرونی و محیطی ورزش همگانی کشور است. چالش‌های شناخته شده در این پژوهش با نتایج تحقیقات واحد (۱۳۸۸) در استان اصفهان مبنی بر مشکلات اقتصادی جامعه، کاهش درآمد افراد و اعتیاد جوانان و همچنین با یافته‌های لیو<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) و مک کری<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) مبنی بر دخالت سیاست در ورزش، تغییر روش زندگی مردم و رشد شهرنشینی هم‌خوانی دارد (۲۱، ۲۲). به نظر می‌رسد وضعیت اقتصادی افراد عامل مؤثری در توسعه

نیافتگی ورزش همگانی در ایران است. علاقه‌بند (۱۳۸۴) با بهره‌گیری از نظریهٔ سلسله مراتبی مازلو بیان می‌کند که نیازهای فیزیولوژیک (مانند نیازهای اقتصادی) نیازهای اساسی افراد است و تا زمانی که ارضا نشوند افراد برای رفع نیازهای دیگر (مانند ورزش) برانگیخته نمی‌شوند (۲۳). همان‌طور که گفته شد مشکلات اقتصادی مردم از مهم‌ترین چالش‌های شناخته شده در زمینهٔ عوامل بیرونی و محیطی ورزش همگانی کشور است. تحقیقات شجاع‌الدین دربارهٔ نحوه گذران اوقات فراغت کارمندان نشان داد که ساعت‌های فراغت کارمندان بسیار کم و شیوهٔ گذران اوقات فراغت آنان رابطهٔ نزدیکی با مشکلات اقتصادی دارد. در حقیقت، این قشر اغلب به دلیل مشکلات اقتصادی، از اوقات فراغت خود استفادهٔ مطلوبی نمی‌کنند (۲۴). معتمدین و همکاران (۱۳۸۸) هزینه‌های مربوط به باشگاه‌ها و مشغلهٔ کاری افراد را از مهم‌ترین علل عدم گرایش مردم تبریز به ورزش همگانی بیان کردند (۲۵).

نتایج این پژوهش و برخی دیگر از تحقیقات داخلی و خارجی، وضعیت بعد اقتصادی را مانعی برای پرداختن به ورزش برشمردند، در حالی که تقوی تکیار (۱۳۸۵) در تحقیقی با عنوان «بررسی وضعیت اجتماعی-اقتصادی و انگیزه‌های شرکت-کنندگان در ورزش همگانی»، کم‌هزینه بودن و تشویق اعضای خانواده را از دلایل اصلی شرکت در ورزش‌های همگانی بیان می‌کند (۲۶).

عطارزاده حسینی و سهرابی (۱۳۸۵) در پژوهشی به سنجش نگرش ۱۰۴۹ مرد و زن بالای ۱۶ سال جامعهٔ شهری مشهد در مورد فعالیت‌های حرکتی ورزشی پرداختند. نتایج نشان داد مهم‌ترین علل شرکت نکردن افراد در فعالیت‌های حرکتی ورزشی، به ترتیب عبارتند از: عقب ماندن از کارهای روزانه، بی‌علاقگی، عادت نداشتن و تنبلی و بی‌حوصلگی. بین نگرش به فعالیت‌های حرکتی ورزشی و سطح تحصیلات، درآمد ماهیانه، هزینهٔ خانوار، هزینهٔ ماهیانهٔ ورزشی، تعداد جلسات تمرین در هفته، مدت زمان تمرین در هر جلسه، رفاه و ایمنی و مکان ورزش و سابقهٔ ورزشی تفاوت معنی‌داری وجود نداشت (۲۷).

در این پژوهش سهم کم رسانه‌ها در ترویج ورزش همگانی از چالش‌های مهم ورزش همگانی برشمرده شده است. غفوری و همکاران (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان «مطالعه و بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی به نقش رسانه‌های جمعی (رادیو، تلویزیون و نشریات) در گرایش مردم به ورزش قهرمانی و همگانی» نقش رسانه‌ها را از مهم‌ترین عوامل مؤثر در روی آوردن افراد به ورزش همگانی بیان کردند (۱۷).

بین نظرات مدیران ورزشی و اعضای هیئت علمی در خصوص چالش‌های موجود در ورزش همگانی کشور تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد و این دو گروه بر سر چالش‌های ورزش‌های

همگانی کشور اتفاق نظر داشتند. این یافته‌ها با پژوهش واحد (۱۳۸۸) هم‌خوانی دارد که بین دیدگاه‌های SWOT ورزش همگانی در میان گروه‌های مختلف پژوهش در شهر اصفهان تفاوت معنی‌داری به‌دست نیاورد (۱۸)؛ بنابراین دو گروه بزرگ و اثرگذار بر ورزش کشور در مورد وجود این چالش‌ها و کاستی‌ها در ورزش همگانی کشور هم‌عقیده‌اند و در جایی که وجود مشکل آشکار باشد و در مورد آن اتفاق نظر وجود داشته باشد، یافتن راه حل و برنامه‌ریزی و هماهنگی برای حل آن آسان‌تر است.

با شناخت چالش‌های ورزش همگانی کشور در هر دو بخش درونی و بیرونی، سیاست‌گذاری و به‌کارگیری استراتژی‌های بلندمدت برای توسعه ورزش همگانی آسان‌تر و عملی‌تر می‌شود. استراتژی‌های ورزش همگانی باید به گونه‌ای تدوین شوند که بتواند در جهت کاهش ضعف‌های ورزش همگانی کشور حرکت کنند و به‌طور مثال با افزایش فعالیت بخش خصوصی در حوزه ورزش‌های همگانی و افزایش کیفیت ایستگاه‌ها، امکانات ورزش همگانی، کیفیت ورزش همگانی بانوان، معلولان و روستاییان، استفاده از متخصصان و همچنین ارتقای پوشش رسانه‌ای و کیفیت اطلاع‌رسانی، بتوانند از ضعف‌های سازمان‌دهی در ورزش همگانی بکاهند و در جهت برخورد با تهدیدات محیطی پیش روند.

### منابع:

۱. تیموری، آتوسا، (۱۳۸۵). بررسی و مقایسه عملکرد مرکز توسعه ورزش همگانی و تفریحی و مرکز توسعه ورزش قهرمانی ایران براساس مدل وایزبرد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۲. مظفری، سید امیراحمد، قره، محمدعلی، (۱۳۸۴). وضعیت ورزش همگانی ایران و مقایسه آن با چند کشور منتخب جهان. حرکت، ۶.
۳. طرح اجمالی سند راهبرد توسعه نظام جامع تربیت بدنی و ورزش، (۱۳۸۱). سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، شرکت راد سامانه آذر.
۴. مطالعات تفضیلی توسعه ورزش همگانی و تفریحی، (۱۳۸۴). سازمان تربیت بدنی، چاپ اول.
۵. محمدعلی‌پور، غلامعلی، (۱۳۸۲). بررسی ورزش همگانی کشور و سیر عملکرد فدراسیون ورزش‌های همگانی در دهه اخیر. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

۶. غفوری، فرزاد، هنرور، افشار، هنری، حبیب، علی، منیره، (۱۳۸۶). مطالعه انواع ورزش‌های همگانی و تفریحات مطلوب جامعه و ارائه مدل برای برنامه‌ریزی‌های آینده. طرح پژوهشی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران.
۷. قره، محمدعلی، (۱۳۸۳). وضعیت ورزش همگانی ایران و مقایسه آن با چند کشور منتخب جهان. پایان‌نامه دکتری، دانشگاه تربیت معلم تهران.
8. Sport England. (2004). Available on: [www.sportengland.com](http://www.sportengland.com).
9. Shilbury, D., Deane, J., Kellett, P. (2006). Sport management in Australia: An organizational overview. Melbourne, Australia: Strategic sport management.
10. Mull, R. (1997). Recreational Sport Management. Champaign: Human Kinetics.
11. Qin, C. (2002). Relationship of Chinese sport for all and elite sport-paper presented in the 9<sup>th</sup> world sport for all congress- the Netherlands.
۱۲. تندنویس، فریدون، آفرینش خاکی، اکبر، مظفری، سید امیراحمد، (۱۳۸۴). مقایسه دیدگاه‌های اعضای هیئت علمی، مربیان، ورزشکاران و مدیران در مورد چگونگی توسعه ورزش همگانی. نشریه علوم حرکتی و ورزش، ۳(۵): ۱-۲۲
۱۳. غفرانی، محسن، گودرزی، محمود، سجادی، سیدنصرالله، جلالی فراهانی، مجید، مقرنسی، مهدی، (۱۳۸۸). طراحی و تدوین راه‌برد توسعه ورزش همگانی استان سیستان و بلوچستان. حرکت، ۳۹: ۱۰۷-۱۳۱.
14. Numerato, D. (2009). The institutionalization of regional public sport policy in the Czech Republic. *International Journal of Sport Policy*, 1(1): 13-30.
15. Shehu, J. (2004). Sport for all in post colony: Is there a place for indigenous games in physical education curriculum and research in Africa. *Africa Education Review*, 1(1): 21 - 33.
۱۶. رضائیان، علی، (۱۳۸۷). «مبانی سازمان و مدیریت». چاپ دوازدهم. تهران: سمت.
۱۷. غفوری، فرزاد، رحمان سرشت، حسین، کوزه چیان، هاشم، احسانی، محمد، (۱۳۸۲)، مطالعه و بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی به نقش رسانه‌های جمعی (رادیو، تلویزیون و نشریات) در گرایش مردم به ورزش قهرمانی و همگانی. حرکت، ۱۶: ۵۷-۷۸.
۱۸. واحد، وحید، (۱۳۸۸). بررسی استراتژی‌ها و راه‌بردهای ورزش همگانی در استان اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد.

۱۹. ممتازبخش، مریم، (۱۳۸۶). بررسی راه‌کارهای ارتقاء و توسعه ورزش همگانی بانوان دانشگاه علوم انتظامی. فصلنامه دانش انتظامی، ۹(۲).

۲۰. زارعی، علی، (۱۳۸۰). نحوه گذران اوقات فراغت دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور با تأکید بر فعالیتهای ورزشی و مقایسه آن با سایر دانشگاه‌های غیر پزشکی. رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

21. Liu, Y., Taylor, P., Shibli, S. (2009). Sport Equity: Benchmarking the Performance of English Public Sport Facilities. *European Sport Management Quarterly*, 9(1): 3 – 21.

22. McCree, R. (2009). Sport Policy and the New Public Management in the Caribbean. *Public Management Review*, 11(4): 461–476.

۲۳. هرسی، پال، بلانچارد، کنث، (۱۳۸۴). «مدیریت رفتار سازمانی». ترجمه علی علاقه‌بند. چاپ بیست و ششم تهران: امیرکبیر.

۲۴. شجاع‌الدین، سید صدرالدین، (۱۳۷۰). بررسی نحوه گذران اوقات فراغت کارمندان ادارات آموزش و پرورش تهران با تأکید بر نقش تربیت بدنی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران.

۲۵. معتمدین، مختار، مددی، بهمن، عسگریان، فریبا، (۱۳۸۸). توصیف عوامل گرایش یا عدم گرایش شهروندان تبریزی به ورزش همگانی. پژوهش در علوم ورزشی، ۲۳.

۲۶. تقوی تکیار، سید امید، (۱۳۸۵). بررسی وضعیت اجتماعی-اقتصادی و انگیزه‌های شرکت‌کنندگان در ورزش همگانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان.

۲۷. عطارزاده حسینی، سید رضا، سهرابی، مهدی، (۱۳۸۵). تبیین نگرش و گرایش مردم شهر مشهد به فعالیتهای حرکتی و ورزشی. نخستین همایش ملی تفریح و شادمانی. ۳ و ۴ خرداد ۱۳۸۵، اصفهان.

## بررسی وضعیت ایمنی اماکن ورزشی دانشگاه‌های استان یزد

فرشته کتبی<sup>۱</sup>، دکتر ابوالفضل فراهانی<sup>۲</sup>، دکتر آذر آقایی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۳۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۷/۱۹

### چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی وضعیت ایمنی اماکن ورزشی دانشگاه‌های استان یزد است. این تحقیق از نوع توصیفی-پیمایشی است و با استفاده از سیاهه ارزیابی و مشاهده حضوری محقق اجرا شد. جامعه آماری تحقیق، تمامی اماکن ورزشی مورد استفاده برای واحدهای درسی تخصصی رشته تربیت بدنی در دانشگاه‌های استان یزد است که رشته تربیت بدنی در مقطع کارشناسی در آنها دایر است. این دانشگاه‌ها عبارتند از: دانشگاه یزد، دانشگاه پیام نور مرکز تفت و دانشگاه آزاد اسلامی واحد تفت. نمونه آماری برابر با جامعه آماری است. پنج رشته ورزشی بسکتبال، فوتسال، والیبال، هندبال و فوتبال برای ارزیابی انتخاب شدند. پس از تأیید اعتبار و ارزیابی پایایی، در نهایت، ۱۰۷۲ سؤال در پنج رشته ورزشی، سیاهه ارزیابی را تشکیل دادند. روایی صوری و محتوایی سیاهه به تأیید صاحب‌نظران رسید و پایایی آن به روش بازآزمایی تعیین شد که ضریب همبستگی به‌دست آمده برابر با ۰/۹۲ بود. سؤالات در چهار گروه طبقه‌بندی شدند که عبارت بودند از: وضعیت ایمنی ساخت و سازها و تأسیسات (۶۲۱ سؤال)، سکوها پوشش‌ها و جایگاه تماشاچیان (۹۹ سؤال)، وضعیت بهداشتی (۹۳ سؤال)، تجهیزات، لوازم، حریم‌ها و خطوط (۲۵۹ سؤال). اطلاعات جمع‌آوری شده، با استفاده از روش‌های آماری توصیفی شده در جداول و نمودارها ثبت و دسته‌بندی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد به‌طور میانگین، وضعیت ایمنی تجهیزات، لوازم، حریم‌ها و خطوط (۷۴/۸۵ درصد ایمنی) بهتر از مؤلفه‌های دیگر است و مؤلفه‌های بهداشت (۶۲/۵۶ درصد ایمنی)، ساخت و سازها و تأسیسات (۶۰/۲۰ درصد ایمنی) و سکوها، پوشش‌ها و جایگاه تماشاچیان (۳۸/۷۷ درصد ایمنی)، به ترتیب، در رده‌های بعدی قرار دارند. در میان رشته‌های ورزشی نیز والیبال (۶۳/۱۳ درصد) و بسکتبال (۶۰/۱۵ درصد) بهترین شرایط ایمنی را دارند و هندبال (۵۷/۶۶ درصد) و فوتبال (۵۴/۷۹ درصد) وضعیت ضعیف‌تری دارند. در مجموع، نتایج تحقیق نشان می‌دهد اماکن ورزشی دانشگاه‌های استان یزد، با توجه به استانداردهای موجود، وضعیت مناسبی ندارند.

**کلیدواژه‌های فارسی:** ایمنی، اماکن ورزشی، دانشگاه‌های استان یزد.

Email: f.kotobi@yahoo.com

۱. کارشناس ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران (نویسنده مسئول)

Email: afarahani@pnu.ac.ir

۲. استاد دانشگاه پیام نور تهران

Email: aghayari@pnu.ac.ir

۳. استادیار دانشگاه پیام نور تهران

### مقدمه

ورزش و فعالیت بدنی، به عنوان نمادی اجتماعی، باید همگام با تغییر و تحولات تدریجی جامعه توسعه یابد. وجود امکانات و زیرساخت‌های ورزشی مناسب و توسعه یافته، جنبه‌ای مهم در ارتقای کمی و کیفی عملکردهای ورزشی است (۱). با توجه به اینکه اماکن و تأسیسات ورزشی از ابزارهای مهم برای برگزاری برنامه‌های ورزشی در دانشگاه‌هاست، باید به نحوی طراحی و ساخته شوند یا توسعه یابند که همه بتوانند از آنها استفاده کنند. چنین تفکری، هم در برنامه‌ریزی و هم در استفاده از اماکن ورزشی ضروری است. افزایش دانشجویان در دانشگاه‌ها پیامدهای خاصی دارد و برای ارائه خدمات مناسب به آنها، به منظور ارتقای سطح سلامتی، کسب مهارت‌ها، افزایش روابط اجتماعی و استفاده بهینه از اوقات فراغت و تفریحات سالم وجود اماکن و تأسیسات ورزشی با برنامه‌ریزی هدفمند ضرورت دارد (۲). مخاطبان اصلی برنامه‌های ورزشی دانشگاه‌ها، دانشجویان می‌باشند که اصلی‌ترین سرمایه ملی و منبع جوشان رشد و توسعه اجتماعی و اقتصادی‌اند. به علاوه، نتایج بسیاری از تحقیقات نشان داده است که دانش‌آموزان دبیرستانی و هنرستانی و دانشجویان، جمعیتی مستعد آسیب‌های ورزشی‌اند (۳)؛ بنابراین توجه به فضاهای ورزشی این قشر جوان و ایمنی آنها اهمیت بسیار زیادی دارد.

نکته مهم در بحث ایمنی این است که چگونه می‌توان از این ابزار برای رشد و توسعه تمامی جوانب ورزش استفاده کرد تا با استانداردهای جهانی مطابق باشد. بی‌اطلاعی از عوامل خطر ساز در فضاهای ورزشی، هیچ‌گاه مدیران و برگزارکنندگان برنامه‌های ورزشی را از مسئولیت سنگینی که بر عهده آنهاست تبرئه نخواهد کرد (۴). امنیت حاضران، مشتریان، تماشاچیان و شرکت‌کنندگان همواره باید از نگرانی‌های اولیه و اصلی مدیران تأسیسات ورزشی باشد؛ زیرا اگر امنیت تأسیسات تأمین نشود، ممکن است این افراد آسیب ببینند (۵). با این حال، هیچ فعالیتی کاملاً عاری از خطر نیست و ممکن است افراد به دلایل فراوان، طی فعالیت‌های ورزشی آسیب ببینند؛ بنابراین حتی اگر وضعیت ایمنی محیط و آمادگی جسمانی ورزشکار مناسب باشد، همچنان امکان بروز آسیب وجود دارد. این آسیب‌ها در اثر برخورد ورزشکاران با یکدیگر، کف سالن، سطح زمین یا تجهیزات ورزشی رخ می‌دهد؛ با وجود این، بسیاری از آسیب‌های ورزشی قابل پیشگیری‌اند (۶).

عواملی بی‌شماری ممکن است ایمنی فضاهای ورزشی را به مخاطره اندازند که از جمله آنها می‌توان به عوامل مربوط به وسایل و تجهیزات زمین‌های ورزشی اشاره کرد؛ برای مثال، تیرک دروازه فوتبال عامل بسیاری از آسیب‌های جدی سر و حتی گاهی، مرگ بازیکنان فوتبال بوده



است. در چند دهه گذشته، بیشتر آسیب‌ها و مرگ‌های پیش‌آمده در فوتبال، به دلیل تماس‌های خطرناک با تیرک دروازه بوده است (۷، ۸). دروازه‌های قابل حمل باید به شکلی مناسب و ایمن، محکم و مهار شوند. از سال ۱۹۷۹ تا ۱۹۹۳، سقوط دروازه فوتبال سبب ۲۷ مورد آسیب شد که ۱۸ مورد آن کشنده بود (۹). اطلاعات موجود نشان می‌دهد از ژانویه ۱۹۹۳ تا جولای ۱۹۹۴، سه کودک بر اثر افتادن دروازه فوتبال کشته شده‌اند. این مسائل سبب شد، برای جلوگیری از بروز حوادث مشابه، راه‌کارهای ویژه‌ای از جمله ساخت تجهیزات مناسب (۱۰)، ارائه شود و تأمین دروازه‌های کاملاً محفوظ و ایمن در زمان بازی و غیر از آن مد نظر قرار گرفت. برای جلوگیری از آسیب در اثر برخورد با تیرک دروازه، تیرک‌های ثابت و قابل حمل باید به میزان کافی لایه‌گذاری شوند. بررسی‌های مقدماتی نشان داده که لایه‌گذاری، آسیب‌های حاصل از برخورد با تیرک دروازه را کاهش داده است (۱۲). برخی دیگر از مشکلات و موانعی که به سادگی اصلاح پذیرند عبارتند از: نصب تیرک والیبال در میان زمین بسکتبال، وجود نیمکت و صندلی در نزدیکی زمین‌ها، تجهیزاتی که به‌درستی نصب نشده‌اند، پریش‌های برق، وجود اجسام بُرنده و سخت در نزدیکی زمین و وجود موانع و اجسام ثابت در حریم غیرقانونی زمین ورزشی در دانشگاه‌ها (۱۳).

تحقیق فارسی و همکاران (۱۳۸۵) نشان داد امکان ورزشی دانشگاه‌های تهران، در مقایسه با استانداردهای موجود، وضعیت مناسبی ندارند (۱۳). الهی و همکاران (۱۳۸۳) در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی وضعیت استادیوم‌های فوتبال کشور در مقایسه با استانداردهای اروپایی» نتیجه گرفتند که بیشتر ورزشگاه‌های کشور در حیطه‌های هفت‌گانه‌ای چون امکانات و تسهیلات مناسب برای تماشاگران عادی، تماشاگران ویژه، خبرنگاران و رسانه‌های گروهی، بازیکنان، مربیان، داوران و غیره وضعیت خوبی ندارند (۱). خبیری و همکاران (۱۳۸۴) در مقایسه وضعیت باشگاه‌های ایران با باشگاه‌های منتخب نشان دادند که باشگاه‌های منتخب خارجی در بسیاری از حیطه‌ها، از نظر معیارهای یوفا، به‌طور معنی‌داری وضعیت بهتری داشته‌اند (۱۴). جابری و همکاران (۳۸۳) نیز وضعیت ایمنی و بهداشتی سالن‌های ورزشی مشهد را ضعیف گزارش کردند (۱۵).

آسیب‌های حاصل از نبود ایمنی، در کشورهای دیگر نیز به وفور روی می‌دهد. آمار آسیب‌ها نشان می‌دهد افتادن روی سطح، دلیل بسیاری از آسیب‌ها و حتی مرگ در زمین‌های بازی است و اغلب مرگ‌های رخ داده در اثر افتادن، به آسیب‌های شدید در ناحیه سر مربوط است (۱۶-۱۸). استفاده از سطوح ایمن، فراوانی و شدت این نوع آسیب‌ها را کاهش می‌دهد (۱۹).

هاوارد<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) تأثیر تجهیزات ایمن‌تر در زمین‌های بازی را بر میزان آسیب‌دیدگی کودکان دبستانی بررسی کرد. نتایج نشان داد استفاده از تجهیزات ایمن، استراتژی مؤثری در پیشگیری از آسیب‌های زمین بازی است (۲۰). مات<sup>۲</sup> (۱۹۹۴) در بررسی میزان بروز و الگوی آسیب‌ها در زمین‌های بازی عمومی که به حضور کودکان در بخش‌های اورژانس منجر شده بود، بیان کرد که دلیل ۱۲۵ مورد از آسیب‌ها سطح زمین بازی بود که ۸۶ مورد مربوط به سطوحی بود که قسمتی از آن کنده شده و ۳۰ مورد مربوط به سطوح بتنی و سفت بود. الگوی آسیب در سطح زمین‌های بازی متفاوت بود: شکستگی‌ها و اسپرین در سطوح کنده شده و خراشیدگی‌ها روی سطوح بتنی رایج بود (۲۱). پتریدو<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) همچنین، در بررسی آسیب‌ها در زمین‌های بازی عمومی و خصوصی دریافت حدود ۵۰٪ از این آسیب‌ها، با تغییرات ساختاری و تجهیزاتی قابل پیشگیری‌اند (۲۲).

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی است. در این تحقیق، اطلاعات مورد نظر، با تهیه سیاهه ارزیابی و حضور در تمام دانشگاه‌های منتخب، جمع‌آوری و با استفاده از روش‌های آمار توصیفی تجزیه و تحلیل شد. جمع‌آوری اطلاعات به صورت مشاهده منظم حضوری انجام شد و داده‌های جمع‌آوری شده جنبه عینی داشت. جامعه آماری تحقیق، تمامی اماکن ورزشی مورد استفاده برای اجرای واحدهای درسی تخصصی رشته تربیت بدنی در دانشگاه‌های استان یزد بود که رشته تربیت بدنی در مقطع کارشناسی در آنها دایر است (دانشگاه یزد، دانشگاه پیام نور مرکز تفت و دانشگاه آزاد اسلامی واحد تفت). این اماکن ورزشی شامل سه سالن سرپوشیده و چندمنظوره مجزا در سه دانشگاه و یک زمین چمن فوتبال اختصاصی دانشگاه یزد بود. نمونه آماری برابر با جامعه آماری بود. جمع‌آوری اطلاعات، با استفاده از سیاهه ارزیابی تهیه شده در پژوهش فارسی انجام شد که اعتبار محتوایی آن، از طریق تکنیک دلفی تأیید شده بود. به‌علاوه، صاحب‌نظران نیز سیاهه ارزیابی را تأیید کردند. همچنین، در تحقیق فارسی، پایایی سیاهه به روش باز آزمایی<sup>۴</sup> تعیین شده بود (که در تمام بخش‌ها ضریب همبستگی بیش از ۸۸٪ بوده است). در این پژوهش نیز از روش باز آزمایی استفاده شد و ضریب همبستگی به‌دست آمده

- 
1. Howard
  2. Mott
  3. Petridou
  4. Test- Retest

( $t=0/92$ ) نشان داد ابزار اندازه‌گیری پایایی بسیار خوبی دارد. سیاهه‌های ارزیابی عبارتند از: سیاهه ارزیابی ایمنی بسکتبال، فوتسال، والیبال، هندبال و فوتبال. در مجموع، برای چهار سؤال اصلی تحقیق، ۱۰۷۲ سؤال تهیه شد که ۶۲۱ سؤال در مورد سؤال اول، ۹۹ سؤال در مورد سؤال دوم، ۹۳ سؤال در مورد سؤال سوم و ۲۵۹ سؤال در مورد سؤال چهارم تحقیق بود. سؤالات تحقیق شامل تعیین وضعیت ایمنی و شاخص‌های مختلف آن است. محقق، برای جمع‌آوری اطلاعات، به مشاهده تمام موارد قابل مشاهده و اندازه‌گیری در سیاهه ارزیابی پرداخت و آنها را تکمیل کرد. به‌طور کلی، در تحقیق حاضر به‌منظور تعیین درصد وجود عوامل خطر ساز در هر مورد، از روش‌های آمار توصیفی استفاده شده است. تمام داده‌ها با استفاده از دو نرم‌افزار SPSS و Excel تجزیه و تحلیل شدند.

### یافته‌های پژوهش

جدول ۱. ایمنی ساخت و سازها و تأسیسات در هر یک از رشته‌های ورزشی

رشته ایمنی	بسکتبال	فوتسال	والیبال	هندبال	فوتبال
تعداد	۲۷۲	۲۴۳	۲۲۲	۲۱۸	۵۶
درصد	۶۱/۶۸	۵۹/۱۲	۶۱/۶۷	۵۹/۵۶	۵۸/۹۵

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، در مؤلفه ساخت و سازها و تأسیسات، بسکتبال با حدود ۶۲ درصد ایمنی بهترین وضعیت را دارد. والیبال با ۶۱/۷ درصد و هندبال با ۵۹/۵ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. وضعیت ایمنی فوتبال و فوتسال در این مؤلفه، ضعیف‌تر از رشته‌های دیگر است.

جدول ۲. ایمنی جایگاه تماشاچیان، سکوها و پوشش‌ها در هر یک از رشته‌های ورزشی

رشته ایمنی	بسکتبال	فوتسال	والیبال	هندبال	فوتبال
تعداد	۱۹	۲۳	۲۴	۲۶	۷
درصد	۳۹/۵۸	۴۰/۳۵	۴۷/۰۶	۳۷/۶۸	۲۹/۱۷

داده‌های جدول ۲ نشان می‌دهد در مؤلفه جایگاه تماشاچیان، سکوها و پوشش‌ها، والیبال با حدود ۴۷ درصد ایمنی بهترین وضعیت را داراست. فوتسال با ۴۰ درصد، بسکتبال با ۳۹/۵

درصد و هندبال با ۳۸ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. در این مؤلفه، وضعیت ایمنی فوتبال، ضعیف‌تر از رشته‌های ورزشی دیگر است.

جدول ۳. وضعیت بهداشتی در زمین‌های ورزشی هر یک از رشته‌های ورزشی

ایمنی / رشته	بسکتبال	فوتسال	والیبال	هندبال	فوتبال
تعداد	۲۷	۳۲	۴۵	۳۵	۱۲
درصد	۶۰	۶۲/۷۵	۶۵/۲۲	۶۴/۸۱	۶۰

با توجه به جدول ۳ مشخص می‌شود در مؤلفه وضعیت بهداشتی، والیبال و هندبال با حدود ۶۵ درصد ایمنی، در بهترین وضعیت قرار دارند. فوتسال با حدود ۶۳ درصد ایمنی در رده بعدی قرار دارد. وضعیت بهداشتی زمین‌های بسکتبال و فوتبال ضعیف‌تر از رشته‌های دیگر است.

جدول ۴. ایمنی لوازم، تجهیزات، حریم‌ها و خطوط زمین در هر یک از رشته‌های ورزشی

ایمنی / رشته	بسکتبال	فوتسال	والیبال	هندبال	فوتبال
تعداد	۱۱۹	۷۰	۹۹	۱۷۹	۳۵
درصد	۷۹/۳۳	۷۷/۷۸	۷۸/۵۷	۶۸/۵۸	۷۰

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، در مؤلفه ایمنی تجهیزات و لوازم ورزشی، بسکتبال با حدود ۸۰ درصد و والیبال با ۷۹ درصد بهترین وضعیت را دارند. فوتسال با ۷۸ درصد ایمنی در رده بعدی قرار دارد. در این مؤلفه، وضعیت ایمنی هندبال و فوتبال ضعیف‌تر از رشته‌های دیگر است.

جدول ۵. ایمنی مؤلفه‌های مختلف در هر یک از رشته‌های ورزشی

مؤلفه‌های ایمنی / رشته ورزشی	بسکتبال	فوتسال	والیبال	هندبال	فوتبال	میانگین
ساخت و سازها	۶۱/۶۸	۵۹/۱۲	۶۱/۶۷	۵۹/۵۶	۵۸/۹۵	۶۰/۲۰
جایگاه تماشاچیان	۳۹/۵۸	۴۰/۳۵	۴۷/۰۶	۳۷/۶۸	۲۹/۱۷	۳۸/۷۷
وضعیت بهداشتی	۶۰	۶۲/۷۵	۶۵/۲۲	۶۴/۸۱	۶۰	۶۲/۵۶
لوازم و تجهیزات	۷۹/۳۳	۷۷/۷۸	۷۸/۵۷	۶۸/۵۸	۷۰	۷۴/۸۵
میانگین	۶۰/۱۵	۶۰	۶۳/۱۳	۵۷/۶۶	۵۴/۷۹	۵۹/۰۹

جدول ۵ درصد ایمنی تمام مؤلفه‌ها را در پنج رشته ورزشی بررسی شده نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، مؤلفه تجهیزات لوازم، حریم‌ها و خطوط ورزشی در بسکتبال بیشترین درصد ایمنی و مؤلفه جایگاه تماشاچیان، سکوها و پوشش‌ها در فوتبال کمترین درصد ایمنی را دارد. میانگین درصد مؤلفه‌های ایمنی نشان می‌دهد تجهیزات و لوازم ورزشی بیشترین درصد ایمنی را دارند و مؤلفه‌های وضعیت بهداشتی و ساخت و سازها و تأسیسات در رده‌های بعدی قرار دارند. همچنین، سکوها، پوشش‌ها و جایگاه تماشاچیان کمترین میزان ایمنی را دارند. در میان پنج رشته بررسی شده، والیبال بهترین و فوتبال بدترین وضعیت ایمنی را دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر، با استفاده از سیاهه ارزیابی، چهار مؤلفه ایمنی در پنج رشته ورزشی در دانشگاه‌های استان یزد بررسی شد. این سیاهه در مجموع، ۱۰۷۲ سؤال برای ارزیابی چهار مؤلفه داشت. مؤلفه تأسیسات و ساخت و سازهای زمین‌های ورزشی، ۶۲۱ سؤال در پنج رشته ورزشی داشت که مواردی از قبیل چگونگی قرارگرفتن سالن‌ها، زمین‌های ورزشی (شمالی-جنوبی)، مصالح ساختمانی، تأسیسات، استحکام و موقعیت جغرافیایی تأسیسات پیرامونی زمین‌ها، ارتفاع سالن‌ها، سیستم‌های صوتی و تصویری، نور، تهویه، امکانات رفاهی، ایمنی، بهداشتی و امکانات معلولان را در بر می‌گرفت. در این مؤلفه که ۵۷/۹۳ درصد کل سؤالات را به خود اختصاص می‌داد، برای رشته بسکتبال ۱۴۷ سؤال، فوتسال ۱۳۷ سؤال، والیبال ۱۲۰ سؤال، هندبال ۱۲۲ سؤال و فوتبال ۹۵ سؤال وجود داشت. در بین رشته‌های مختلف، بسکتبال با ۶۱/۶۸ درصد، بهترین فوتبال ۵۸/۹۵ درصد، ضعیف‌ترین وضعیت ایمنی را داشت. تحقیقات نشان می‌دهد از میان چهار مؤلفه ایمنی، کمترین آسیب‌دیدگی‌ها به تأسیسات و ساخت و سازهای زمین‌های ورزشی مربوط است و هیچ‌یک از آسیب‌ها منجر به مرگ نشده است. به نظر می‌رسد نبود ایمنی در این مؤلفه، بیشتر به آسیب‌های غیرمستقیم و مزمن منجر شود که اغلب به عوامل دیگری ربط داده می‌شود (۲۲).

شناخت افراد آسیب‌پذیر و توجه ویژه به آنان از بدیهی‌ترین ضرورت‌ها و اولویت‌های برنامه‌ریزی است. معلولان در برخی کشورها درصد قابل توجهی از جمعیت را تشکیل می‌دهند که طی سال‌های متمادی، در اثر بیماری، جنگ و حوادث مختلف به قشر آسیب‌پذیر عظیمی تبدیل شده‌اند. شرایط زندگی آنان با افراد دیگر متفاوت است و مقتضیات ویژه‌ای می‌طلبد. مواردی که در مورد معلولان باید مورد توجه خاص قرار گیرد، طراحی و ساخت اماکن و فضاهای ورزشی‌ای است که از یک سو برای سلامتی و حفظ تندرستی مفید باشد و از سوی دیگر، شرایط جسمانی

و محدودیت‌های آنان را در استفاده از تجهیزات و فضاهای ورزشی در نظر بگیرد (۲۳)، ولی متأسفانه، نتایج تحقیق نشان داد امکانات معلولان ضعیف‌ترین زیرمؤلفه ایمنی ساخت و سازها و تأسیسات اماکن ورزشی در پنج رشته است. با توجه به حضور دانشجویان و افراد معلول ناتوان و کم‌توان در دانشگاه‌های کشور، به‌ویژه جانبازان و نیز اهمیت زیاد ورزش و فعالیت بدنی در پیشگیری از گسترش معلولیت، باید در اماکن ورزشی و تفریحی، امکاناتی برای معلولان فراهم شود تا تردد و حضور آنها در فضاهای ورزشی تسهیل شود. در مجموع، میانگین ایمنی مؤلفه ساخت و سازها و تأسیسات ۶۰/۲۰ درصد بود و در میان چهار مؤلفه ایمنی در رتبه سوم قرار گرفت که با نتایج فارسی (۱۳۸۵) هم‌خوانی دارد (۱۳).

مؤلفه دوم، فضاهای محصور، سکوها، پوشش‌ها و جایگاه تماشاچیان در زمین‌های ورزشی است که بیشتر به مؤلفه ساخت و ساز مربوط می‌شود، ولی معمولاً جداگانه بررسی می‌شود. این مؤلفه ۹۹ سؤال در پنج رشته ورزشی داشت که مواردی چون وضعیت ایمنی سالن‌ها، پله‌ها، جایگاه تماشاچیان، وضعیت و چیدمان صندلی‌ها را در بر می‌گرفت. در این مؤلفه، بسکتبال ۱۶ سؤال، فوتسال ۱۹ سؤال، والیبال ۱۷ سؤال، هندبال ۲۳ سؤال، و فوتبال ۲۴ سؤال داشت و تقریباً ۹ درصد سؤالات تحقیق را تشکیل می‌داد. در بین رشته‌های ورزشی، والیبال (۴۷/۰۶) و فوتسال (۴۰/۳۵) وضعیت ایمنی مناسب‌تری داشتند، ولی فوتبال (۲۹/۱۷)، در مقایسه با چهار رشته دیگر، وضعیت ایمنی ضعیف‌تری داشت. لغزیدن، تلوتلو خوردن و زمین خوردن از عوامل حوادث درون و اطراف ساختمان‌هاست. احتمال بروز چنین خطراتی هنگام ازدحام بیش از حد جمعیت بیشتر خواهد شد. در بررسی این مؤلفه دو نکته حائز اهمیت است: اول اینکه با توجه به حضور نداشتن تماشاچی در اغلب تمرینات و واحدهای عملی تربیت بدنی و حتی مسابقات دانشجویی، ممکن است بررسی این مؤلفه چندان مهم تلقی نشود، اما در مواردی مانند مسابقات کشوری و المپیادهای دانشجویی که در دانشگاه‌ها برگزار می‌شود، تماشاچیان زیادی حضور دارند. دوم اینکه به دلیل چندمنظوره بودن سالن‌های ورزشی، رشته‌های بسکتبال، فوتسال، والیبال و هندبال در این مؤلفه و برخی مؤلفه‌های دیگر وضعیت یکسانی دارند و تنها وضعیت فوتبال است. در نهایت، نتایج تحقیق نشان داد میانگین درصد ایمنی پنج رشته ورزشی در مؤلفه فضای محصور سکوها، پوشش‌ها و جایگاه تماشاچیان، ۳۸/۷۷ درصد بود و در رتبه چهارم مؤلفه‌های ایمنی قرار داشت؛ یعنی این مؤلفه ایمنی ضعیفی دارد که با نتایج تحقیق الهی (۱۳۸۳) درباره امکانات و تسهیلات مناسب برای تماشاگران عادی، تماشاگران ویژه و ... همخوان است (۱).

مؤلفه امکانات بهداشتی ۹۳ سؤال در پنج رشته ورزشی داشت که مواردی مانند وضعیت سالن، سرویس‌های بهداشتی، زباله‌دان‌ها، رختکن، دوش‌ها و بهداشت مربیان را در بر می‌گرفت. در این مؤلفه که ۸/۶۸ درصد کل سؤالات را به خود اختصاص می‌داد، بسکتبال ۱۵ سؤال، فوتسال ۱۷ سؤال، والیبال ۲۳ سؤال، هندبال ۱۸ سؤال و فوتبال ۲۰ سؤال داشت. از بین رشته‌های ورزشی، والیبال (۶۵/۲۲٪) و هندبال (۶۴/۸۱٪) بهترین وضعیت بهداشتی را داشتند و بسکتبال (۶۰٪) ضعیف‌ترین وضعیت را داشت. مؤلفه بهداشت را می‌توان از جنبه‌های مختلف بررسی کرد از جمله:

الف- رعایت اصول بهداشت فردی؛

ب- شرایط ساختمانی؛

ج- سرویس‌های بهداشتی (۲۴).

در مجموع، ایمنی امکانات بهداشتی ۶۵/۵۶ درصد بود و در میان چهار مؤلفه ایمنی، در رتبه دوم قرار داشت. نتایج تحقیق جابری و همکاران (۱۳۸۳) نشان داد ۹۵/۳ درصد از متصدیان سالن‌ها گواهی‌نامه بهداشتی نداشتند که با نتایج این پژوهش مطابقت دارد که در آن وضعیت بهداشتی مربیان در پنج رشته ورزشی، کمتر از میانگین بود (۱۵).

مؤلفه حریم‌ها، خطوط، تجهیزات و لوازم ورزشی ۲۵۹ سؤال در پنج رشته ورزشی داشت که مواردی چون اندازه‌های پایه و حلقه، دروازه، تور، اندازه‌های زمین، وضعیت خطوط، توپ، وسایل، وضعیت پایه و حلقه، دروازه‌ها، تورها و میله‌ها و وضعیت پرچم کرنر را در بر می‌گرفت. این مؤلفه تقریباً ۲۴ درصد سؤالات را به خود اختصاص می‌داد و در رشته بسکتبال ۵۰ سؤال، فوتسال ۳۰ سؤال، والیبال ۴۲ سؤال، هندبال ۸۷ سؤال و فوتبال ۵۰ سؤال داشت. از بین تمام رشته‌ها، بسکتبال (۷۹/۳۳٪) در این مؤلفه وضعیت بهتری داشت و کمترین وضعیت ایمنی مربوط به هندبال (۶۸/۵۸٪) بود. در مجموع، ایمنی این مؤلفه ۷۴/۸۵ درصد بود که در مقایسه با مؤلفه‌های دیگر، وضعیت بهتری داشت. این نتیجه با تحقیق فارسی (۱۳۸۵) هم‌خوانی دارد (۱۳). مؤلفه حریم‌ها، خطوط، تجهیزات و لوازم ورزشی را می‌توان به راحتی در حین کار تغییر داد و ساختار بهتری را جایگزین نمود تا از بسیاری از آسیب‌های ورزشی مرتبط با آن پیشگیری کرد. پتریدو (۲۰۰۲) نیز دریافت نزدیک به ۵۰ درصد آسیب‌های زمین‌های بازی با تغییرات ساختاری و تجهیزاتی قابل پیشگیری‌اند (۲۲) و هاوارد (۲۰۰۵) نشان داد تشخیص تجهیزات خطرناک در زمین‌های بازی و جایگزین کردن آن با تجهیزات ایمن‌تر، استراتژی مؤثری در پیشگیری از آسیب‌دیدگی در زمین‌های بازی است (۲۰).

در نهایت، محقق به این نتیجه دست یافت که اماکن ورزشی دانشگاه‌های استان یزد، در مقایسه با استانداردهای موجود، وضعیت مناسبی ندارند که با نتایج پژوهش فارسی (۱۳۸۵) مطابقت دارد (۱۳). خبیری (۱۳۸۴) نیز بیان کرد که باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای ایران نتوانسته‌اند حداقل معیارهای یوفا را داشته باشند و حتی در بعضی از حیطة‌ها، خلأ بسیار زیادی بین وضعیت باشگاه‌های حرفه‌ای ایران و معیارهای یوفا وجود دارد (۱۴). بر پایه نتایج تحقیق حاضر می‌توان راه‌کارهای زیر را برای بهبود وضعیت ایمنی اماکن ورزشی در پیش گرفت:

- در نظر گرفتن عوامل ساختاری، مدیریتی (خدماتی، مالی، نیروی انسانی) و فرهنگی اصولی و مناسب در ساخت اماکن ورزشی و بهره‌وری از آنها؛
- استفاده از فناوری‌های جدید در تأسیسات و تجهیزات اماکن ورزشی؛
- به‌کارگیری روش‌های مناسب برای بازرسی و تأیید ساختارهای مهندسی اماکن ورزشی دانشگاه‌ها؛
- گنجاندن ایمنی به عنوان بخشی از مباحث و برنامه کار در جلسات مدیران ورزشی دانشگاه‌ها؛
- ایجاد تشکیلات منسجم سازمانی برای افزایش ایمنی اماکن ورزشی دانشگاه‌ها؛
- تشکیل کمیته نظارت بر اماکن ورزشی برای بررسی‌های اولیه و اعطای امتیاز به آنها برای اینکه مشخص شود هر یک از آنها امکان برگزاری چه نوع مسابقاتی را دارند؛
- لزوم بازسازی و نوسازی اغلب اماکن ورزشی دانشگاه‌ها؛
- تشکیل کمیته بازرسی ایمنی اماکن ورزشی و تهیه گزارش دقیق علمی و راه‌بردی از ساختار آنها؛
- استفاده از مدیران متخصص و آگاه از مدیریت ایمنی در پست سرپرستی اماکن ورزشی دانشگاه‌ها؛
- استفاده از تجهیزات در جایگاه مخصوص خود و تهیه تجهیزات ورزشی توسط سازمانی واحد برای جلوگیری از غیراستاندارد بودن آنها؛
- بررسی منظم و مستمر وضعیت بهداشتی اماکن ورزشی؛
- در نظر گرفتن فضاهای جانبی در اماکن ورزشی برای سهولت در برنامه‌ریزی‌ها و تأمین امنیت متقاضیان؛
- استفاده از پوشش و محافظ برای دروازه‌های فوتسال، هندبال، تیرک‌های بسکتبال، والیبال و ... که در اماکن ورزشی موجودند؛
- بازسازی و رسیدگی به سیستم‌های صوتی و تصویری سالن‌های ورزشی؛



- آماده کردن جایگاه مناسب و امکانات رفاهی کافی برای تماشاگران و دیگران؛
- تعمیر و رسیدگی به وضعیت دوش‌های سالن‌های ورزشی.

### منابع:

۱. الهی، علیرضا، پورآقایی اردکانی، زهرا، (۱۳۸۳). بررسی وضعیت استادیوم‌های فوتبال کشور در مقایسه با استانداردهای اروپایی. حرکت، ۱۹: ۶۳-۷۹.
۲. شکرچی‌زاده، پریش، کریمیان، جهانگیر، (۱۳۸۴). توصیف امکانات فوق‌برنامه ورزشی دانشگاه‌های علوم پزشکی از دیدگاه مدیران تربیت بدنی. حرکت، ۲۳: ۱۵۷-۱۶۹.
3. Wang, K.M., Huang, Y.C. (2006). knowledge and Needs for Prevention and management of sports injury among High/vocational school students in Taiwan. International Journal of sport and Health science, 4: 286-297
۴. پارکز، ژانت بی، بیورلی، (۱۳۸۳). «مدیریت معاصر در ورزش». ترجمه محمد احسانی. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
5. Lhotsky, G. (2006). An analysis of risk management at NCAA Division at football stadiums. Doctoral dissertation. Florida state university college of Education.
۶. شجاع‌الدین، سید صدرالدین، علیزاده، محمد حسین، مرادی، مهدی، (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین میزان شیوع آسیب‌های ورزشی و عوامل آسیب‌زا در دانشجویان پسر ورزشکار دانشگاه پیام نور. پژوهش در علوم ورزشی، ۱۹: ۷۱-۸۳.
7. Blond, L., Hansen, L.B. (1999). Injuries caused by falling soccer goalposts in Denmark. Sports Med, 33: 2, 110
8. Pediatrics AAo. (2000). Injuries in youth soccer: a subject review. American Academy of pediatrics. Committee on sports Medicine and fitness. Pediatrics, 105:61- 695
9. United States Consumer Product Safety Commission (1994). Injuries associated with soccer goalposts: united states, 1979-1993. MMWR Morb Mortal Wkly Rep, 43:53-155.
10. Caruso, A. (1996). Goal safety checklist. Quaker town, PA: Kwik Goal limited
11. Coalition to promote soccer Goal safety (1995). North palm Beach, fl33408
12. Janda, D.H., Bir, C., Wild, B., et al. (1995). Goal post injuries in soccer. A laboratory and field testing analysis of a preventive intervention. Am J sports Med, 23:340-4.

۱۳. فارسی، علیرضا، (۱۳۸۵). بررسی وضعیت ایمنی اماکن ورزشی دانشگاه‌های تهران و ارائه راه‌کارهای مناسب، گزارش طرح پژوهشی. پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم تحقیقات و فناوری.

۱۴. خیبری، محمد، الهی، علیرضا، (۱۳۸۴). مقایسه وضعیت باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال جمهوری اسلامی ایران با توجه به معیارهای یوفا و باشگاه‌های منتخب ژاپن، کره جنوبی، امارات و ترکیه. پژوهش در علوم ورزشی، ۸: ۱۵-۳۴.

۱۵. جابری، اعظم، صادقی، اردشیر، امام‌وردی، حسین، (۱۳۸۳). بررسی وضعیت بهداشتی و ایمنی سالن‌های ورزشی شهر مشهد. پنجمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، پژوهشکده تربیت بدنی.

16. Laraque, D., Barlow, B., Davidson, L., Welborn, C. (1994). The Central Harlem playground injury prevention project: a model for change. *AM J public Health*, 84:1691-1692.

17. Roseveare, C.A., Brown, J.M., Barclay McIntosh, J.M., Chalmers, D.J. (1999). An intervention to reduce playground equipment hazards. *I J Prev*, 5:124-128.

18. Sibert, J.R., Mott, A., Rolfe, k., James, R., Evans, R., Kemp, A., Dunstan, F.D. (1999). Preventing injuries in public play grounds through partnership between health services and local authority: community intervention study. *BMJ*, 318:1595.

19. Lewis, L.M., Naunheim, R., Standeven, J., Naunheim, K.S. (1993). Quantitation of impact attenuation of different playground surfaces under various environmental conditions using a tri-axial accelero meter. *J Trauma*, 35:932-935.

20. Howard, A.W., Macarthur, C., Willan, A., Rothman, L., Mckeag, A.M., Macpherson, A.k. (2005). The effect of safer play equipment on playground injury rates among school children. *CMAJ*, 172(11):1443-6.

21. Mott, A., Evans, R., Rolfe, k., Potter, D., Kemp, K.W., Sibert, J.R. (1994). Patterns of injuries to children on public play grounds. *Archives of Disease in Childhood*, 71:328-330.

22. Petridou, E., Sibert, J., Dedoukou, X., skalkidis, I., Trichopoulos, D. (2002). Injuries in public and private play grounds: the relative contribution of structural, equipment and human factors, *Acta Paediatrics*, 91: 691-697.

۲۳. کاشف، میرمحمد، (۱۳۸۸). «مدیریت اماکن و فضاهای ورزشی». تهران: بامداد کتاب.

۲۴. وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی، (۱۳۷۹). قوانین و مقررات مربوط به اماکن عمومی ماده ۱۳ قانون مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی، مصوبه مجلس شورای اسلامی.

## مطالعه عوامل مؤثر بر وقوع و رشد فساد اداری و ادراک شده و روش‌های کنترل آن در سازمان‌های ورزشی ایران

دکتر محمود گودرزی<sup>۱</sup>، محمد حسین قربانی<sup>۲</sup>، دکتر حسین پورسلطانی<sup>۳</sup>،  
حمیدرضا صفری<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۲/۶ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۸/۵

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر، مطالعه عوامل مؤثر بر وقوع و رشد فساد اداری و ادراک شده و روش‌های کنترل آن در سازمان‌های ورزشی ایران است. این پژوهش، توصیفی و از نوع پیمایشی است که به شکل میدانی به اجرا در آمده است و در دسته‌بندی تحقیق، بر حسب هدف در دسته تحقیقات کاربردی جای می‌گیرد. جامعه آماری تحقیق را تمامی کارکنان سازمان مرکزی سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و ورزشکاران نخبه (۹۷۵ نفر) تشکیل داده است و نمونه برابر با ۵۲۱ نفر در نظر گرفته شد. ابزار اندازه‌گیری تحقیق پرسشنامه‌ای محقق ساخته بود. برای تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد از بین عوامل پنج‌گانه مختلف، به ترتیب وضعیت اقتصادی کارکنان، ویژگی‌های فرهنگی جامعه، ویژگی‌های سازمانی، کمیت و کیفیت قوانین در وقوع و رشد فساد اداری در سازمان‌های ورزشی ایران نقش دارند. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد از بین عوامل ده‌گانه مؤثر بر کنترل فساد اداری، تمامی آنها در کنترل فساد اداری در سازمان‌های ورزشی نقش دارند و نقش آنها، به ترتیب از بیشترین به کمترین عبارت است از: افزایش حقوق کارکنان سازمان، جلوگیری از فساد استخدامی، برقراری نظام‌های کنترل مالی کارآمد، تدوین قوانین و مقررات کارآمد، آشنایی ارباب رجوع با قوانین و مقررات، سیاست‌زدایی از نظام اداری، ایجاد نهادی مستقل برای مبارزه با فساد اداری در سازمان، آموزش کارکنان درباره فساد اداری، خصوصی‌سازی (کاهش تصدی‌گری در سازمان)، تشدید و افزایش مجازات‌ها. یافته‌های تحقیق حاضر می‌تواند مدیران و سیاست‌گذاران سازمان‌های ورزشی کشور را در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری برای کنترل و جلوگیری از وقوع و رشد فساد اداری و ایجاد سازمانی مملو از سلامت اداری در جهت اعتلای ورزش کشور یاری رساند.

**کلیدواژه‌های فارسی:** فساد اداری، فساد ادراک شده، سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی، ورزشکاران نخبه.

Email: m\_goodarz@yahoo.com

۱. دانشیار دانشگاه تهران

Email: ghorbani\_2@yahoo.com (۲. نویسنده مسئول) و ۴. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه تهران

Email: hamidsafari\_shiraz@yahoo.com

Email: hpszarandi@gmail.com

۳. استادیار پژوهشکده تربیت بدنی

### مقدمه

فساد<sup>۱</sup> پدیده‌ای است که مرزهای زمان و مکان را درنوردیده است و با این ویژگی، به زمان یا جامعه‌ای خاص محدود نمی‌شود. در واقع، می‌توان گفت فساد پدیده‌ای همزاد حکومت‌هاست است؛ یعنی از زمانی که فعالیت‌های بشر شکل سازمان یافته و منسجمی به خود گرفت، فساد نیز همچون جزئی لاینفک در متن سازمان ظهور کرده است؛ بنابراین می‌توان فساد را فرزند ناخواسته سازمان تلقی کرد که در نتیجه تعاملات گوناگون در درون سازمان و نیز تعامل میان سازمان و محیط به وجود آمده است (۱).

مهم‌ترین تقسیم‌بندی فساد، تقسیم آن به سه نوع فساد مالی، سیاسی و اداری است. به‌طور کلی، هر سه نوع فساد ممکن است در سازمان‌ها رخ دهد. درک و ذهنیت افراد را از وجود فساد (اداری، سیاسی و مالی) در سازمان‌ها یا سایر مجموعه‌های اجتماعی فساد ادراک شده می‌گویند. اینکه درک و تفسیر کارکنان یا افراد مجموعه از وجود فساد در آن تا چه اندازه با واقعیت منطبق است، همواره مورد بحث و پژوهش صاحب‌نظران حوزه مدیریت و روان‌شناسی بوده است (۲). پاول<sup>۲</sup> (۱۹۹۲) معتقد است بین شاخص‌های ذهنی و شاخص‌های عینی رابطه مثبتی وجود دارد (۳). رفیع پور (۱۳۸۶) نیز با اندازه‌گیری ذهنی فساد در ایران، این میزان را مقدار فساد موجود تفسیر نموده است (۲).

متأسفانه نظام اداری در ایران به دلایل مسائل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی، چه قبل و چه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، نه تنها به فرآیند توسعه کشور کمک نکرده؛ بلکه به تثبیت عقب‌ماندگی کشور نیز یاری رسانده است. با وجود برنامه‌های انقلاب اداری، اصلاح اداری، پاک‌سازی ادارات و بسط مدیریت اداری، نظام اداری کشور همچنان دچار مشکلات ساختاری و موقعیتی است و تا زمانی که کشور ما نتواند به نظام اداری کارا و سالمی دست یابد، نمی‌تواند اهداف متعالی خود را در چارچوب ارزش‌های اسلامی، آبادانی و استقلال کشور پیاده نماید و بدین منظور، شناخت علمی و بی‌طرفانه عوامل مؤثر بر سلامت نظام اداری ایران برای سامان‌دهی نظام اداری ایران گامی ضروری است (۴).

فساد، بخشی از مسائلی است که همه سازمان‌ها از جمله سازمان‌های ورزشی در دوره عمر خود ناگزیر آن را تجربه می‌کنند. فساد در ورزش موضوع تازه‌ای نیست. اولین موارد ثبت شده فساد در ورزش به اولین دوره‌های المپیک<sup>۳</sup> می‌رسد. همچنین در این

- 
1. Corruption
  2. Powell, T. C
  3. Olympic

دوران، مواردی از فساد در مدیریت ورزش<sup>۱</sup> و در میان برگزارکنندگان مسابقات ورزشی به ثبت رسیده است (۵).

فساد تا حد زیادی از نظام‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تأثیر می‌پذیرد. مثلاً بالا بودن نرخ بیکاری، میزان سلطه روابط غیررسمی و سنتی بر ارتباط میان افراد، میزان بلوغ نظام سیاسی و ... بر حجم فساد اداری جوامع تأثیر مستقیم می‌گذارد. از طرفی، فساد به‌طور مستقیم بر کارایی نظام اداری، مشروعیت نظام سیاسی و مطلوبیت نظام فرهنگی و اجتماعی اثرات ناهنجاری می‌گذارد که این تعامل، باعث ایجاد دوری باطل و مارپیچی نزولی شود که در نهایت، جامعه را به افول خواهد کشاند؛ بنابراین در رویارویی پدیده‌هایی از جنس فساد اداری که ریشه در زمینه‌های گوناگونی دارند، باید با نگرشی نظام‌مند به تدوین راه‌حل‌های جامع اندیشید (۱). مبارزه با فساد به شرط اجرای دو گام اساسی بسیار آسان خواهد بود: اولاً، بتوانیم تعریفی روشن و صریح از فساد ارائه دهیم و ثانیاً، عوامل مؤثر بر بروز این پدیده را در سازمان شناسایی کنیم. پس از طی این مراحل، می‌توانیم علاوه بر شناخت ساختاری از فساد در سازمان خود، موارد فساد و نحوه مبارزه با آن را دریابیم (۶).

با توجه به تنوع فعالیت‌هایی که در زمینه مدیریت ورزشی دیده می‌شود، موارد زیادی از فساد را نیز می‌توان مشاهده نمود. ماینیگ<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) در تحقیقی انواع فسادهای انجام شده در ورزش (در سازمان، تیم‌ها، داوران و ...) را بررسی و بیان کرده است با مرور زمانی فسادهای انجام شده و به ثبت رسیده در ورزش، روندی رو به رشد در فساد سازمان‌های ورزشی، به‌ویژه در سال‌های اخیر، در میان مدیران و کارکنان سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی می‌توان مشاهده نمود (۷). وی روش‌های کنترل فساد در ورزش را به سه دسته «کاهش انحصار در ورزش»، «کاهش حاشیه امنیت و قدرت پنهان‌کاری» و «افزایش پاسخ‌گویی» تقسیم می‌کند. علاوه بر این، وی معتقد است با مرور زمانی فسادهای انجام شده می‌توان فساد در ورزش را در دو طبقه کلی تقسیم کرد: الف) تبانی و فساد در مورد نتیجه رقابت (فساد رقابتی)؛ ب) تصمیم‌ها و اعمال غیرقانونی به‌وسیله افراد و مسئولان ورزشی (فساد مدیریتی). ماینیگ با بیان دلایل این فسادها، نحوه برخورد مدیران ورزشی را با این گونه فسادها مطرح می‌کند. وی در این تحقیق مهم‌ترین روش‌های کنترل فساد را در سازمان‌های ورزشی مانند کمیته بین‌المللی المپیک و فدراسیون‌های بین‌المللی ورزشی<sup>۳</sup> وضع قوانینی با تعریف‌های روشن از رفتارهای خلاف قانون،

- 
1. Sport management
  2. Maennig
  3. International Sport Federations (Ifs)

افزایش کنترل‌ها و ایجاد سازوکارهای مشوق مالی برای ورزشکاران و مسئولان ورزشی معرفی کرد (۵).

بدیهی است در صورتی که از گسترش فساد در جامعه اداری و سازمان‌های ورزشی جلوگیری نشود، مشکلاتی به وجود خواهد آمد که از آن جمله می‌توان به سلطه سرمایه‌داری در ورزش، نقض فلسفه ورزش یعنی رقابت سالم و جوانمردانه، لطمه به شهرت سازمان‌های ورزشی، رشته‌های ورزشی و دست‌اندرکاران ورزش، نقض شایسته‌سالاری و کاهش انگیزه کارکنان سازمان‌های ورزشی و ورزشکاران نوپا، از دست رفتن هواداران، تماشاگران و بینندگان تلویزیونی و در نتیجه، از دست رفتن حمایت حامیان مالی و مقامات شهری اشاره کرد (۳، ۵).

در زمینه فساد اداری، صاحب‌نظران سازمانی به رویکردهایی معتقدند که بیشتر به پیشگیری از وقوع چنین پدیده‌ای می‌پردازد تا اینکه از طریق مجازات کارکنان خاطی با چنین پدیده گسترده‌ای مبارزه کنند. نظام اداری ایران به‌عنوان یکی از نظام‌های جامعه، در تعامل با دیگر نظام‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی عمل می‌کند و عدم تعادل این خرده‌نظام‌ها، نظام اداری را نیز متأثر می‌کند. عوامل و زمینه‌های گوناگونی به‌صورت بالقوه و بالفعل موجب پیدایش و گسترش فساد اداری می‌شود که مهم‌ترین آنها شامل عوامل فرهنگی اجتماعی، اقتصادی، سازمانی، قوانین و مقررات، و ویژگی‌های فردی کارکنان است و بر اساس این عوامل می‌توان راه‌هایی را شناسایی کرد که اثر بیشتری در کاهش یا حذف پدیده فساد اداری در سازمان‌ها دارند (۸).

در زمینه فساد اداری تحقیقی توسط دانیل ماسن و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) در کمیته بین‌المللی المپیک<sup>۲</sup> به‌عنوان یک سازمان ورزشی بزرگ انجام شده است. آنها معتقدند هنگامی که فساد مالی و اداری در میان اعضای این سازمان مشخص می‌شود و رسانه‌ها همگی توجه خود را بر این مطلب متمرکز می‌کنند، حامیان مالی نگران می‌شوند که مبدا بدنامی کمیته بین‌المللی المپیک دامن آنها را نیز بگیرد و این امر در کاهش حمایت آنها از جنبش المپیک بسیار مؤثر است و در نتیجه، زیان‌هایی برای کمیته بین‌المللی المپیک و جنبش المپیک در پی دارد. نتایج این تحقیق بیان می‌کند که اصلاح کمیته و کیفیت قوانین و مقررات کمیته بین‌المللی المپیک برای پیشگیری از وقوع فساد در بین اعضای این نهاد بین‌المللی باید اصلاح شود. ماینیگ تأکید می‌کند باید کمیته‌هایی مستقل، برای شناخت و از بین بردن عوامل فساد در کمیته بین‌المللی المپیک تشکیل شود. حال، این امر در فدراسیون فوتبال نیز به‌عنوان سازمانی ورزشی در

1. Mason, Daniel

2. International Olympic Committee (IOC)

کشورمان می‌تواند اتفاق بیفتد. چه بسا با بدنامی این سازمان در مورد فساد، سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، چه در خود سازمان و چه در بخش‌های تابع، بسیار کاهش می‌یابد که مطمئناً این امر در روند پیشرفت فوتبال و ورزش کشور خلل ایجاد می‌کند (۹).

بالدسون و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) نیز در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که بیشتر بازیکنان بسکتبال در دانشگاه‌های آمریکا به دلیل درآمدهای کم و وضعیت اقتصادی ضعیف در معرض فساد و تبانی قرار می‌گیرند (۱۰). نومراتو<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) نیز در تحقیقی با عنوان «رسانه و فساد در ورزش: طرحی کلی از مفاهیم جامعه‌شناختی» به بررسی نقش رسانه در فرآیند انتشار، نگهداری و کاهش فساد در ورزش با تأکید بر فوتبال آمریکایی پرداخته است. این تحقیق با بررسی چندین نمونه از فسادهای صورت گرفته و منابع دانشگاهی موجود، روشن می‌کند که چگونه رسانه می‌تواند هم به‌عنوان دشمن و هم به‌عنوان تسهیل‌کننده فساد در ورزش عمل نماید (۱۱).

تحقیقاتی در حوزه‌های دیگر توسط خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) و رفیع پور (۱۳۸۶) انجام شده است که عوامل اقتصادی، فرهنگی و روابط نامتعارف اجتماعی را مهم‌ترین عامل فسادزا در سازمان‌های ایرانی دانسته‌اند (۲، ۱۲).

نمونه‌هایی از فساد اداری را می‌توان کم و بیش در هر سازمانی مشاهده کرد. سازمان‌های ورزشی از جمله سازمان تربیت بدنی و فدراسیون‌های ورزشی به‌عنوان بزرگ‌ترین گروه از سازمان‌های ورزشی کشور نیز جزء سازمان‌هایی هستند که به دلیل نقش و مسئولیت مهمی که در توسعه ورزش و تأمین سلامت مردم دارند، ضرر و زیان فساد اداری می‌تواند تأثیر عمیق‌تری بر آنها داشته باشد. این چالش‌ها همواره پیش روی مدیران ورزشی هستند و به دلیل عدم کنترل سازمان بر علل پیدایش آنها، کنترل آنها نیز دشوار است. رویارویی با این مشکل، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است که مستلزم شناخت علمی از ماهیت، علل و پیامدهای آن است؛ بنابراین، این پژوهش بر آن است تا به بررسی عوامل مؤثر بر وقوع و رشد فساد اداری و ادراک شده و همچنین راه‌های کنترل آن در سازمان‌های ورزشی کشور بپردازد.

### روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر، توصیفی و از نوع پیمایشی است که به‌صورت میدانی به اجرا درآمده است. جامعه آماری این تحقیق متشکل از تمامی کارکنان سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی

1. Baldson, E. & Fong, L., & Thayer, M

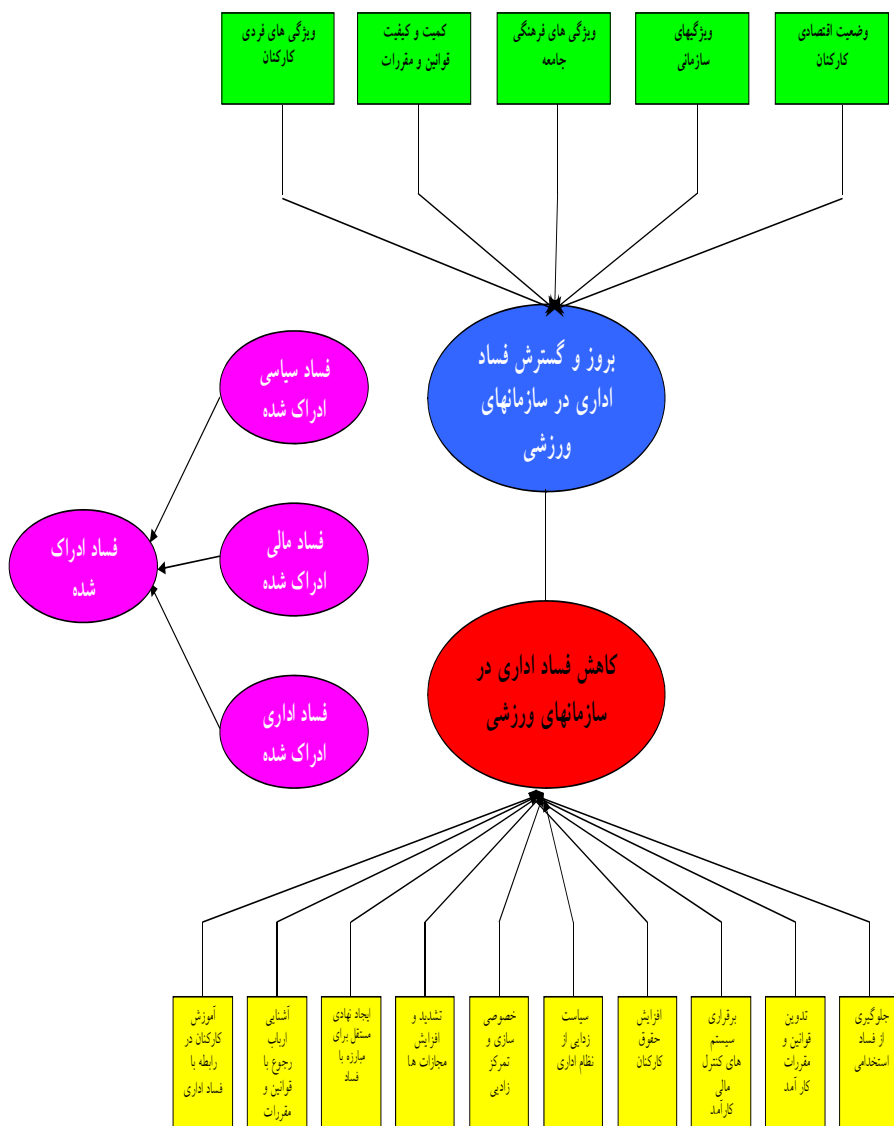
2. Numerato, Dino

ایران، فدراسیون‌های ورزشی و ورزشکاران نخبه کشور است. برای نمونه‌گیری از جدول مورگان استفاده شده است و نمونه آماری را ۱۹۵ نفر از کارکنان سازمان تربیت بدنی (مستقر در ستاد مرکزی) ۱۸۶ نفر از کارکنان فدراسیون‌های ورزشی و ۱۴۰ از ورزشکاران نخبه تیم‌های ملی تشکیل می‌دهد.

ابزار اندازه‌گیری تحقیق پرسشنامه‌ای است که با استفاده از تحقیقات قلبی-پور و نیک رفتار (۱۳۸۵)، فرخ سرشت (۱۳۸۳)، حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) و تحقیقی خارجی روی کمیته بین‌المللی المپیک (ماینیگ، ۲۰۰۵) انجام شده و همچنین یکی از کامل‌ترین تحقیقات انجام شده در زمینه فساد در ورزش توسط ماسن و همکاران (۲۰۰۶) تهیه شده است. این پرسشنامه سه حوزه عوامل مؤثر بر وقوع فساد اداری (عوامل اقتصادی، فرهنگی، فردی، قوانین و مقررات و سازمانی)، روش‌های کنترل (آموزش کارکنان درباره فساد اداری، آشنایی ارباب رجوع با قوانین و مقررات، ایجاد نهادی مستقل برای مبارزه با فساد اداری در فدراسیون‌ها، تشدید و افزایش مجازات‌ها، خصوصی‌سازی و تمرکز زدایی در فدراسیون‌ها، سیاست‌زدایی از نظام اداری، افزایش حقوق کارکنان فدراسیون‌ها، برقراری نظام‌های کنترل مالی کارآمد، تدوین قوانین و مقررات کارآمد، جلوگیری از فساد استخدامی) و فساد ادراک شده شامل درک و ذهنیت افراد از وجود فساد (اداری، سیاسی و مالی) در سازمان‌های ورزشی ایران را بررسی می‌کند. پرسشنامه دارای مقیاس پنج طیفی لیکرت است. روایی پرسشنامه، پس از برخی اصلاحات و تعدیل، توسط ۱۰ نفر از استادان مدیریت ورزشی تأیید شد. تمامی این استادان از دانش لازم در زمینه موضوع این پژوهش و همچنین علم آمار و روش‌های تحقیق برخوردار بودند. برای بررسی پایایی پرسشنامه، مطالعه‌ای مقدماتی روی ۳۰ نفر از افراد جامعه انجام شد و ضریب پایایی پرسشنامه، با استفاده از روش آماری آلفای کرونباخ  $\alpha=0/87$  به دست آمد که بیانگر سطح قابل قبولی از هماهنگی درونی ابزار پژوهش است.



مدل مفهومی تحقیق را می‌توان در شکل ۱ مشاهده کرد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

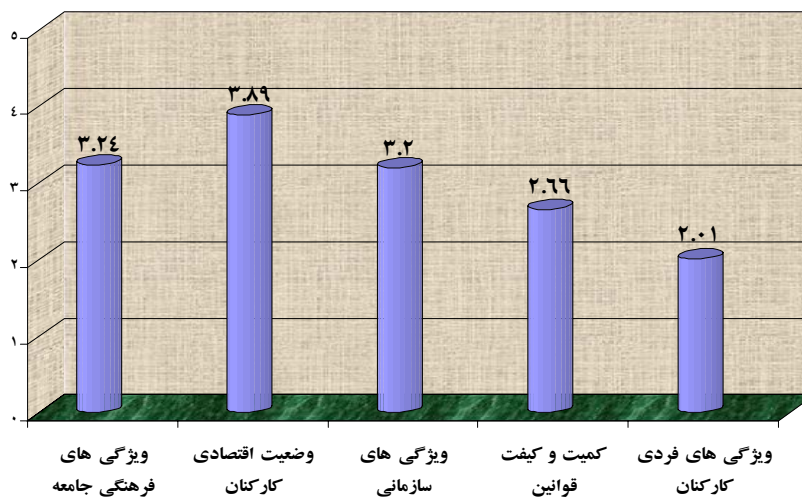
برای تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در بخش نخست، برای تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها از آماره‌های میانگین، فراوانی، فراوانی نسبی، انحراف استاندارد و ... به صورت جدول‌های توزیع فراوانی و نمودارها استفاده شد. در بخش دوم، برای تجزیه و تحلیل استنباطی یافته‌ها و به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق، با توجه به توان آزمون‌های مختلف آماری و پیش‌شرط‌های مورد نیاز برای انجام هر یک از آنها، از آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف (برای بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها)، دوجمله‌ای (برای تعیین نقش هر یک از عوامل) و کروسکال والیس (برای مقایسه هر یک از عوامل در سه نمونه مورد بررسی) استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

ابتدا، نتایج توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق گزارش می‌شود و سپس، نتایج آزمون فرضیه‌های آماری بیان می‌شود:

#### الف- یافته‌های توصیفی پژوهش

در نمودار ۱ میزان تأثیر هر یک از عوامل پنج‌گانه مؤثر بر وقوع و رشد فساد اداری در سازمان‌های ورزشی کشور نمایش داده شده است. همان‌گونه که در این نمودار مشاهده می‌شود، وضعیت اقتصادی کارکنان بیشترین تأثیر و ویژگی‌های فردی کارکنان کمترین تأثیر را در وقوع و رشد فساد اداری دارند.



نمودار ۱. میزان تأثیر عوامل پنج‌گانه در وقوع و رشد فساد اداری از دیدگاه مجموع پاسخ‌دهندگان

میزان تأثیر هر یک از روش‌های ده‌گانه در کنترل فساد اداری در سازمان‌های ورزشی کشور در نمودار ۲ نمایش داده شده است. همان‌گونه که در این نمودار مشاهده می‌شود، افزایش حقوق کارکنان سازمان‌های ورزشی بیشترین تأثیر و تشدید و افزایش مجازات‌ها کمترین تأثیر را در کنترل فساد اداری در سازمان‌های ورزشی کشور دارد.



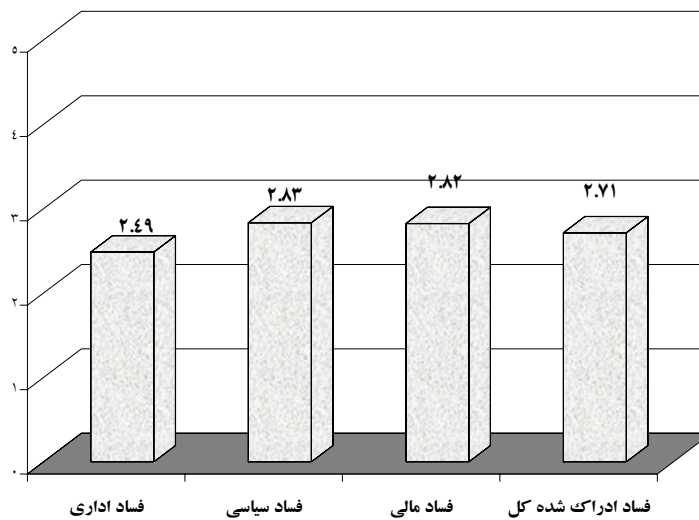
نمودار ۲. نقش هر یک از روش‌های ده‌گانه در کنترل فساد اداری از دیدگاه مجموع پاسخ‌دهندگان

میزان فساد ادراک شده و هر یک از ابعاد آن در سازمان‌های ورزشی ایران، از دیدگاه کارکنان سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و ورزشکاران نخبه در جدول ۱ نمایش داده شده است. نتایج مندرج در این جدول نشان می‌دهد ورزشکاران نخبه، در مقایسه با کارکنان فدراسیون‌ها و سازمان تربیت بدنی، میزان فساد ادراک شده را بیشتر ارزیابی نموده‌اند.

جدول ۱. میزان فساد ادراک شده و هر یک از ابعاد آن در سازمان‌های ورزشی ایران از دیدگاه کارکنان سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و ورزشکاران نخبه

ورزشکاران نخبه		فدراسیون‌های ورزشی		سازمان تربیت بدنی		فساد ادراک شده و ابعاد آن
انحراف معیار	میانگین از ۵	انحراف معیار	میانگین از ۵	انحراف معیار	میانگین از ۵	
۱/۱۳	۲/۴۸	۱/۱۹	۲/۳۶	۱/۳۵	۲/۶۲	فساد اداری
۱/۱۷	۲/۹۱	۱/۰۳	۳/۰۲	۱/۵۴	۲/۵۷	فساد سیاسی
۱/۰۹	۳/۰۷	۴/۷۷	۳/۲۱	۱/۴۰	۲/۱۹	فساد مالی
۰/۶۵	۲/۸۲	۱/۶۴	۲/۸۶	۰/۷۵	۲/۴۶	فساد ادراک شده کل

در نمودار ۳ میزان فساد ادراک شده و هر یک از مؤلفه‌های آن از دیدگاه مجموع پاسخ‌دهندگان نمایش داده شده است. میزان فساد ادراک شده کل در سازمان‌های ورزشی کشور از دیدگاه مجموع پاسخ‌دهندگان برابر با ۲/۷۱ می‌باشد. میزان فساد مالی برابر با ۲/۸۲، فساد سیاسی ۲/۸۳ و فساد اداری ۲/۴۹ است.



نمودار ۳. میزان فساد ادراک شده و هر یک از مؤلفه‌های آن از دیدگاه مجموع پاسخ‌دهندگان

#### ب- آزمون فرضیه‌های پژوهش

بخش اول آزمون فرضیه‌های این پژوهش، به آزمون نقش هر یک از عوامل پنج‌گانه در وقوع و رشد فساد اداری در سازمان‌های ورزشی ایران، با استفاده از آزمون دوجمله‌ای اختصاص دارد. همان‌گونه که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، ویژگی‌های فرهنگی جامعه، وضعیت اقتصادی کارکنان، ویژگی‌های سازمانی و کمیت و کیفیت قوانین در وقوع و رشد فساد اداری در سازمانی ورزشی ایران نقش دارند و ویژگی‌های فردی کارکنان نقش معنی‌داری ندارد.

جدول ۲. آزمون نقش هر یک از عوامل پنج‌گانه در وقوع و رشد فساد اداری در سازمانی ورزشی ایران

متغیر مورد بررسی	سطح معنی‌داری P-value	میزان خطا ( $\alpha$ )	احتمال آزمون	احتمال مشاهده شده	نتیجه‌گیری
ویژگی‌های فرهنگی جامعه	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۸	رد فرضیه صفر
وضعیت اقتصادی کارکنان	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۹	رد فرضیه صفر
ویژگی‌های سازمانی	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۸	رد فرضیه صفر
کمیت و کیفیت قوانین	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۷	رد فرضیه صفر
ویژگی‌های فردی کارکنان	۰/۱۴۰	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۴	تأیید فرضیه صفر

در بخش دوم آزمون فرضیه‌ها، نقش هر یک از روش‌های ده‌گانه کنترل فساد اداری در سازمان‌های ورزشی ایران، با استفاده از آزمون دوجمله‌ای بررسی شد. همان‌گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری برای هر یک از روش‌های ده‌گانه کمتر از میزان خطاست و می‌توان نتیجه‌گیری کرد که تمامی عوامل ده‌گانه در کنترل فساد اداری در سازمان‌های ورزشی کشور نقش دارند.

جدول ۳. آزمون نقش هر یک از روش‌های ده‌گانه در کنترل فساد اداری در سازمان‌های ورزشی ایران

متغیر مورد بررسی	سطح معنی‌داری P-value	میزان خطا ( $\alpha$ )	احتمال آزمون	احتمال مشاهده شده	نتیجه‌گیری
آموزش کارکنان درباره فساد اداری	۰/۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۶	رد فرضیه صفر
آشنایی ارباب رجوع با قوانین و مقررات	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۶	رد فرضیه صفر
ایجاد نهادی مستقل برای مبارزه با فساد اداری در سازمان	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۶	رد فرضیه صفر
تشدید و افزایش مجازات‌ها	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۶	رد فرضیه صفر
خصوصی‌سازی (کاهش تصدی‌گری در سازمان)	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۶	رد فرضیه صفر
سیاست‌زدایی از نظام اداری	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۶	رد فرضیه صفر
افزایش حقوق کارکنان سازمان	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۸	رد فرضیه صفر
برقراری نظام‌های کنترل مالی کارآمد	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۷	رد فرضیه صفر
تدوین قوانین و مقررات کارآمد	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۷	رد فرضیه صفر
جلوگیری از فساد استخدامی	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۷	رد فرضیه صفر
مجموع شیوه‌های ده‌گانه کنترل	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۷	رد فرضیه صفر

در بخش سوم فرضیه‌های آماری، تأثیر هر یک از عوامل پنج‌گانه در وقوع و رشد فساد اداری در سازمان‌های ورزشی کشور از دیدگاه کارکنان سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و ورزشکاران نخبه، با استفاده از آزمون کروسکال والیس مقایسه شد. همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، بین میزان تأثیر ویژگی‌های فرهنگی جامعه و ویژگی‌های فردی کارکنان در سه نمونه مورد بررسی (سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و ورزشکاران نخبه) تفاوت وجود دارد. از سویی دیگر، بین میزان تأثیر وضعیت اقتصادی کارکنان، ویژگی‌های سازمانی و کمیت و کیفیت قوانین در سه نمونه مورد بررسی تفاوتی وجود ندارد.

جدول ۴. آزمون نقش هر یک از عوامل پنج‌گانه در وقوع و رشد فساد اداری

## در سازمان‌های ورزشی کشور

رتبه	میانگین رتبه	میانگین	تعداد	نمونه مورد بررسی	عوامل پنج‌گانه مؤثر بر وقوع و رشد فساد اداری
۳	۱۹۳/۷۱	۷۰	۱۹۵	سازمان تربیت بدنی	ویژگی‌های فرهنگی جامعه
۱	۳۲۸/۲۹	۸۴	۱۸۶	فدراسیون‌های ورزشی	
۲	۲۶۵/۳۳	۷۷/۴	۱۴۰	ورزشکاران نخبه	
			۵۲۱	جمع	
برابر	۲۶۹/۹۸	۸۴/۲	۱۹۵	سازمان تربیت بدنی	وضعیت اقتصادی کارکنان
	۲۵۴/۵۶	۸۳/۲۴	۱۸۶	فدراسیون‌های ورزشی	
	۲۵۷/۰۵	۸۳/۶	۱۴۰	ورزشکاران نخبه	
			۵۲۱	جمع	
برابر	۲۴۹/۰۹	۷۴/۴	۱۹۵	سازمان تربیت بدنی	ویژگی‌های سازمانی
	۲۷۵/۸۷	۷۷/۴	۱۸۶	فدراسیون‌های ورزشی	
	۲۵۷/۸۴	۷۵/۴	۱۴۰	ورزشکاران نخبه	
			۵۲۱	جمع	
برابر	۲۴۷/۲۷	۸۶/۶	۱۹۵	سازمان تربیت بدنی	کمیت و کیفیت قوانین
	۲۷۴/۷۷	۷۱/۲	۱۸۶	فدراسیون‌های ورزشی	
	۲۶۱/۸۳	۷۰	۱۴۰	ورزشکاران نخبه	
			۵۲۱	جمع	
۳	۲۲۶/۵۷	۷۵/۶	۱۹۵	سازمان تربیت بدنی	ویژگی‌های فردی کارکنان
۱	۳۰۵/۱۸	۶۷/۸	۱۸۶	فدراسیون‌های ورزشی	
۲	۲۵۰/۲۶	۶۰/۶	۱۴۰	ورزشکاران نخبه	
			۵۲۱	جمع	

### بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش، با توجه به اهداف تحقیق، نقش پنج متغیر وضعیت اقتصادی کارکنان، ویژگی‌های فرهنگی جامعه، ویژگی‌های سازمانی، مقررات و قوانین و ویژگی‌های فردی در وقوع و رشد فساد اداری و همچنین نقش روش‌های کنترل در کاهش فساد اداری در سازمان‌های ورزشی کشور از دیدگاه کارکنان سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و ورزشکاران نخبه و نیز میزان فساد ادراک شده و هر یک از ابعاد آن بررسی شده است.

نتایج این پژوهش نشان داد از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، وضعیت اقتصادی کارکنان در وقوع و رشد فساد اداری بیشترین نقش را دارد، به عبارت دیگر، هر چه وضعیت اقتصادی کارکنان سازمان‌های ورزشی نامطلوب‌تر باشد، احتمال بروز فساد اداری در آنها افزایش می‌یابد. بدین ترتیب وضعیت اقتصادی کارکنان سازمان‌های ورزشی کشور باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد؛ زیرا کارکنان در صورتی می‌توانند وقت و نیروی خود را صرف خدمت به سازمان‌های خود نمایند که در مقابل، این سازمان‌ها هم نیازهای آنان را در مورد هزینه‌های زندگی تأمین نماید.

کواه<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) در مقاله خود عدم تناسب میان رشد تورم و افزایش حقوق را از مهم‌ترین علل افزایش سطح فساد در سازمان‌ها می‌داند (۱۳). همچنین می‌توان به تحقیقاتی که توسط ریچکهم و ودر<sup>۲</sup> (۱۹۹۷) انجام شده اشاره کرد که بین وضعیت اقتصادی و احتمال وقوع فساد رابطه معنی‌داری یافتند ( $r=0/70$ ,  $p<0/01$ ). درهر و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) نیز بر اهمیت عوامل اقتصادی در وقوع و رشد فساد در سازمان‌های دولتی تأکید دارند (۱۵). تحقیقاتی که در داخل کشور انجام گرفته نیز همسو با این یافته تحقیق است (۱۶). این تحقیقات عبارت‌اند از: فرخ سرشت (۱۳۸۳)، خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰)، رفیع‌پور (۱۳۸۶). تمام این تحقیقات بر اهمیت عوامل اقتصادی در وقوع فساد اداری در سازمان‌های دولتی کشورمان اشاره کرده‌اند.

نتایج پژوهش نشان داد ویژگی‌های سازمانی در وقوع و رشد فساد اداری از دیدگاه کارکنان سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و ورزشکاران نخبه نقش دارند ( $p<0/01$ ). در تبیین این موضوع باید گفت که نبود مواردی از قبیل سازوکارهای کنترل مناسب در سازمان‌های ورزشی، نظام پاداش کارآمد، امنیت شغلی برای کارکنان و همچنین وجود شبکه‌های غیررسمی، از ویژگی‌هایی هستند که می‌توانند سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و سایر سازمان‌های ورزشی را در معرض خطر فساد اداری قرار دهند.

1. Quah, J. S.

2. Rijckeghem, V., & Weder, B.

3. Dreher A., & Kotsogiannis C., & McCorriston S

نتایج نشان داد ویژگی‌های فردی کارکنان در وقوع و رشد فساد اداری در سازمان‌های ورزشی نقش معنی‌داری ندارد. هرچند با توجه به احتمال آزمون دوجمله‌ای این فرضیه تأیید نشد، باید توجه داشت که رد این فرضیه، مبنی بر بی‌تأثیر-به معنی صفر- بودن ویژگی‌های فردی کارکنان در وقوع فساد اداری نیست، بلکه می‌توان آن را چنین تفسیر نمود که قدرت تأثیرگذاری این عامل کمتر از هنجار تعیین شده برای پذیرش یا رد این فرضیه است و می‌توان عوامل دیگر را بر آن مقدم دانست.

از دیگر یافته‌های این پژوهش، معنی‌دار بودن نقش ویژگی‌های فرهنگی در وقوع و رشد فساد اداری در سازمان‌های ورزشی ایران است. وجود بوروکراسی‌ای بی‌کیفیت و غیرایده‌آل در سازمان‌ها -از جمله سازمان‌های ورزشی کشور- می‌تواند نقش عوامل فرهنگی و عرفی جامعه را در سازمان افزایش دهد و آن سازمان را برای وقوع فساد از چنین منابعی مستعدتر نماید (۱۷). در مورد کمیت و کیفیت قوانین و مقررات نیز به عنوان عاملی فسادزا می‌توان گفت با توجه به اینکه میزان سطح معنی‌داری، کمتر از میزان خطا (۰/۰۱) است، این فرضیه تأیید می‌شود. در تفسیر این یافته می‌توان بیان کرد که عواملی مانند ضعف کیفی، بالا بودن کمیت و پیچیدگی قوانین و مقررات سازمان و همچنین ناآشنا بودن ارباب رجوع با این قوانین، شرح شغل‌ها و وظایف کارمندان سازمان‌های ورزشی از عوامل مهم افزایش احتمال فساد اداری در سازمان می‌باشند. قابل ذکر است که کمیت و کیفیت قوانین و مقررات در بسیاری از مطالعات از جمله مسون و همکاران (۲۰۰۶) و ماینیگ (۲۰۰۵) که در سازمان‌های ورزشی انجام شده، مهم‌ترین عامل فسادزا در این سازمان‌ها ذکر شده است. علاوه بر مطالعات فوق، نتایج تحقیقات تانزی<sup>۱</sup> (۱۹۹۸)، هوانگ<sup>۲</sup> (۱۹۹۶)، فرخ سرشت (۱۳۸۳) و خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) با نتایج این یافته تحقیق همسو است.

از دیگر نتایج این پژوهش، معنی‌دار بودن نقش تمامی شیوه‌های ده‌گانه کنترل، در کاهش فساد اداری در سازمان‌های ورزشی ایران نقش دارند. به دلیل پیچیدگی فساد اداری، مبارزه با آن باید به صورت مستمر و در دراز مدت صورت گیرد و استفاده از یک استراتژی که محدود به چند عامل است نمی‌تواند گره‌گشا باشد. البته نباید از یاد برد که تغییر در بعضی از عوامل، نسبت به عوامل دیگری که در وقوع فساد مؤثرند بسیار آسان‌تر است که می‌توان به آنها اولویت داد. مطالعات انجام‌شده توسط مک‌کلوی و مورمان<sup>۳</sup> (۲۰۰۷)، مسون و همکاران (۲۰۰۶)، ماینیگ

1. Tanzi, V.

2. Hwang, K.

3. McKelvey, S., & Moorman, A.



(۲۰۰۵) به نقش برخی از روش‌های کنترل فساد در ورزش از جمله برقراری نظام‌های مالی کارآمد و تدوین مقررات و قوانین جدید اشاره می‌کنند. همچنین در بخش غیرورزشی هوانگ (۱۹۹۶)، تانزی (۱۹۹۸)، فرخ‌سرشت (۱۳۸۳)، خدادادحسینی و فرهادی‌نژاد (۱۳۸۰) و رفیع‌پور (۱۳۸۴) بر تأثیر تمام یا بخشی از روش‌های کنترل یاد شده در کاهش فساد اداری در سازمان‌های دولتی تأکید دارند.

همان‌گونه که بیان شد، از بین عوامل مؤثر بر وقوع و رشد فساد اداری، وضعیت اقتصادی کارکنان بیشترین نقش را دارد. نکته قابل توجه این است که از بین روش‌های کنترل نیز افزایش حقوق کارکنان سازمان‌های ورزشی، به‌عنوان یکی از روش‌های کنترل، اولین رتبه را به خود اختصاص داده؛ بنابراین کاملاً منطقی به نظر می‌رسد که بهترین راه پیشگیری از وقوع فساد اداری در سازمان‌های ورزشی کشور می‌تواند توجه بیشتر به حقوق و مزایای کارکنان این سازمان‌ها باشد. باید توجه داشت که در کشورهایی که از نظر اقتصادی رشد یافته نیستند، حقوق برای کارمندان دولت و اقشار ضعیف و متوسط مهم‌تر از قشر مرفه و سرمایه‌دار است؛ زیرا در این کشورها، عدم تناسب رشد تورم با حقوق کارکنان دولت عرصه را بر افراد، تنگ و احتمال بروز فساد را از سوی آنها برای جبران شکاف طبقاتی افزایش می‌دهد (۲۰). مدیران سازمان‌های ورزشی کشور باید توجه داشته باشند که جبران خدمات مناسب کارکنان از عوامل مهم کاهش فساد در اداره‌های دولتی و وابسته به دولت می‌باشد، کما اینکه اگر فاصله بین دستمزدهای بخش خصوصی و دولتی کم باشد، می‌تواند تا حد زیادی از وقوع فساد در سازمان‌های دولتی جلوگیری کند. این یافته با نتایج مطالعات ریچکهم و ودر (۱۹۹۷) هم‌خوانی دارد. آنها ارتباط بین سطح درآمد و احتمال فساد را به‌صورت تجربی بررسی کردند و ارتباط معنی‌داری بین آن‌ها یافتند ( $r=0/70$ ,  $p<0/01$ ). همچنین نادیم و ساهای<sup>۱</sup> (۱۹۹۶) در پژوهشی ارتباط بین حقوق کارکنان بخش دولتی و احتمال وقوع فساد را بررسی کردند. نتایج تحقیقات آنها نشان داد افزایش حقوق کارکنان دولت، به سهم خود می‌تواند تأثیر چشم‌گیری در میزان کاهش فساد، به‌ویژه در سازمان‌های دولتی داشته باشد. نتایج تحقیقات انجام شده در داخل کشور از جمله: فرخ‌سرشت (۱۳۸۳)، خدادادحسینی و فرهادی‌نژاد (۱۳۸۰) و رفیع‌پور (۱۳۸۴) که سطح درآمد را مؤثرترین عامل فساد کارمندان دولت می‌دانند، با نتایج این پژوهش هم‌خوانی دارد.

میزان فساد ادراک شده کل در سازمان‌های ورزشی کشور، از دیدگاه مجموع پاسخ‌دهندگان برابر با ۲/۷۱ می‌باشد. این میزان قابل توجه است و نشان می‌دهد برای کاهش آن باید تدابیر

1. Adeem, H. & Sahay, R.

لازم اتخاذ شود. علاوه بر این، میزان هر یک از مؤلفه‌های فساد ادراک شده (فساد سیاسی ۲/۸۳، فساد مالی ۲/۸۲ و فساد اداری ۲/۴۹) نیز نشان از وضعیتی نامطلوب دارد. در نهایت، نتایج این تحقیق از طرفی موجب شناسایی عوامل مؤثر بر وقوع و رشد فساد اداری و میزان تأثیر هر یک از آنها در سازمان‌های ورزشی ایران شد و از طرف دیگر، میزان اهمیت هر یک از روش‌های کنترل فساد اداری را از دیدگاه کارکنان سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، فدراسیون‌های ورزشی و ورزشکاران نخبه ارزیابی کرد. یافته‌های تحقیق حاضر می‌تواند به مدیران و سیاست‌گذاران سازمان‌های ورزشی کشور یاری رساند تا برای کنترل و جلوگیری از وقوع و رشد فساد اداری تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کنند و بتوانند سازمان‌هایی مملو از سلامت اداری در راستای اعتلای ورزش کشور ایجاد کنند.

### منابع:

۱. الوانی، سید مهدی، (۱۳۷۶). ارائه یک الگوی نظری برای فساد اداری. اقتصاد و مدیریت، ۴: ۳۵.
۲. رفیع پور، فرامرزی، (۱۳۸۶). سرطان اجتماعی، فساد. تهران: شرکت سهامی انتشار.
3. Powell, T. C. (1992). Organizational alignment as a competitive advantage. *Strategic Management J*, 13: 119–134.
۴. حاجی زاده میمنندی، مسعود، (۱۳۸۱). عوامل مؤثر بر سلامت نظام اداری در ایران. تهران، مجموعه مقالات همایش نظام اداری، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱- ۲۴
5. Maennig, W. (2005). Corruption in International Sports and Sport Management: Forms, Tendencies, Extent and Countermeasures. *European Sport Management Quarterly*, 5(2): 187- 205.
6. Everett, J., Neu, D., Rahaman, A. S. (2007). Accounting and the global Wight against corruption. *Accounting, Organizations and Society*, 32: 513–542.
7. Maennig, W. (2002). On the economics of doping and corruption in international sports. *Journal of Sports Economics*, 4: 61-89.
۸. محمودی، مهدی، (۱۳۸۴). رابطه فرهنگ سازمانی و فساد اداری. تدبیر، ۱۶۰: ۳۷-۴۵.
9. Mason, D. S. Thibault, B. Misener, L. (2006). An Agency Theory Perspective on Corruption in Sport: The Case of the International Olympic Committee. *Journal of Sport Management*, 20: 52-73.

10. Baldson, E. Fong, L., Thayer, M. (2007). Corruption in College Basketball? Evidence of Tanking in Postseason Conference Tournaments. *Journal of Sports Economics*, 8 (1): 19-38
11. Numerato, D. (2009). The Media and Sports Corruption: An Outline of Sociological Understanding. *International Journal of Sport Communication*, 2: 261-273
۱۲. خداداد حسینی، سید حمید، فرهادی نژاد، محسن، (۱۳۸۰). بررسی فساد اداری و روش‌های کنترل آن. *مدرس* ۵ (۱): ۳۸-۵۳.
13. Quah, J. S. T. (2001). Combat corruption in Singapore: What can be learned? *Journal of Contingency and Crisis of Management*. 9(1).
14. Rijckeghem, V., Weder, B. (1997). Corruption and the Rate of Temptation: Do Low Wages in the Civil Service Cause Corruption? IMF Working: 97-103 (Washington: International Monetary Fund).
15. Dreher A., Kotsogiannis C., McCorriston S. (2007). Corruption around the world: Evidence from a structural model. *Journal of Comparative Economics*. 35: 443-466
۱۶. فرخ سرشت، بهزاد، (۱۳۸۳). بررسی عوامل مؤثر در بروز فساد اداری به منظور ارائه الگویی جهت کاهش نقش آن در جلوگیری از توسعه جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه علمی-پژوهشی دانش مدیریت*، ۶۰: ۶۵-۸۴.
17. Tanzi, V. (1998). Corruption around the world: Causes, consequences, scope, and cures. *IMF Staff Papers*, 45: 559-564.
18. Hwang, K. (1996). Administrative corruption in the republic of Korea. University of southern californium, doctor of philosophy thesis. Faculty of public administrative.
19. McKelvey, S., Moorman, A. (2007). Bush-Whacked: A Legal Analysis of the Unauthorized Use of Sport Organizations' Intellectual Property in Political Campaign Advertising. *Journal of Sport Management*, 21: 79-82.
20. Liiv, M. L. (2004). The causes of Administrative corruption. Hypotheses central and eastern Europe. University of Tartu, department of public administration, requirements for the master's degree of public administration.
21. Nadeem, H., Sahay, R. (1996). Do Government Wages Cuts Close Budget Deficits? Costs of Corruption. *Staff Papers, International Monetary Fund*, 43 (December): 754-758.



## اهداف مستقیم و غیرمستقیم حمایت مالی از ورزش در ایران

خاطره جماعت<sup>۱</sup>، دکتر محمد احسانی<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۶/۲۱

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۳/۱

## چکیده

حمایت مالی از ورزش اهداف مستقیم و غیرمستقیمی دارد. هدف مستقیم آن افزایش فروش است، در حالی که اهداف غیرمستقیم؛ اگرچه در نهایت به افزایش فروش ختم می‌شود، بیشتر بر ایجاد آگاهی و خلق تصویر مطلوب از نشان شرکت تمرکز دارد. هدف از تحقیق حاضر، مقایسه دیدگاه مدیران ورزشی و مدیران صنعتی ایران درباره چهار گروه اهداف عمومی، اهداف مرتبط با تولیدات و خدمات، اهداف پوشش رسانه‌ای و اهداف فروش در حمایت مالی از ورزش است که سه گروه اول را اهداف غیرمستقیم و اهداف فروش را هدف مستقیم می‌نامند. تحقیق حاضر، توصیفی-تحلیلی و از نوع کاربردی است. ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای است که اعتبار آن، با استفاده از نظرات اصلاحی استادان مدیریت ورزشی و مدیران تربیت بدنی دانشگاه‌ها تأیید شد و پایایی آن نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، ۰/۸۷ به دست آمد. جامعه آماری شامل مدیران ۴۲ شرکت و رؤسای ۳۴ فدراسیون ورزشی است و با توجه به محدود بودن آن، نمونه آماری برابر با جامعه در نظر گرفته شد. داده‌های جمع‌آوری شده، با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و آزمون‌های لوین، کولموگروف-اسمیرنوف، t مستقل و یومن ویتنی تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان می‌دهد بین دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در مورد تمامی چهار گروه اهداف حمایت مالی از ورزش تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $P \leq 0.05$ ).

**کلیدواژه‌های فارسی:** اهداف مستقیم، اهداف غیرمستقیم، حمایت مالی.

۱. مربی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه (نویسنده مسئول)

۲. دانشیار دانشگاه تربیت مدرس

Email: khaterehjaamat@yahoo.com

Email: mehsaniteh@yahoo.com

### مقدمه

در ابتدای هزاره سوم، جهان ورزش دوران جدید و تازه‌ای را تجربه می‌کند. افزایش فعالیت در عرصه تربیت بدنی و ورزش موجب افزایش تقاضا برای کالا و خدمات مختلف شده است. این فعالیت‌ها به پیدایش صنعت ورزش منجر شده است (۱). برای موفقیت در این صنعت، به کارگیری بازاریابی ورزشی امری ضروری است (۲). حمایت مالی از عناصر ارتباطات بازاریابی است که می‌تواند در موقعیت‌های معین، در کنار عناصر دیگر مانند تبلیغات، ارتقای فروش، فروش شخصی، روابط عمومی و بازاریابی مستقیم (۳، ۴) به عنوان انتخابی سودمند، ابزار لازم را برای تحقق اهداف خاص شرکت‌ها تأمین کند و باعث موفقیت بازاریابان در محیطی آشفته شود (۵).

حمایت مالی از ورزش از تکنیک‌های ارتباط جهانی است که هدفش سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های ورزشی، افراد و رویدادها برای بهره‌برداری بالقوه از مسائل تجاری مربوط به ورزش (۶)، ترغیب تماشاچیان (در ورزشگاه و تماشاچیان تلویزیونی) و ایجاد ارتباط بین حمایت‌شونده (رویداد، تیم ورزشی یا ورزشکار) و حمایت‌کننده است (۷).

سرمایه‌گذاری جهانی در حمایت مالی، روندی رو به رشد داشته و از حدود ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۱۹۸۲، (۸) به ۱۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۹ رسیده (۹) و بیش از ۷۰ درصد مبالغ سرمایه‌گذاری شده برای حمایت مالی، در حوزه ورزش و رویدادهای ورزشی بوده است (۳). به گونه‌ای که امروزه، حمایت مالی از ورزش، شیوه‌ای منحصر به فرد برای تبلیغ است (۱۰). افزایش قیمت تبلیغات رسانه‌ای، افزایش فعالیت‌های فراغتی و رویدادهای ورزشی، به اثبات رساندن حمایت مالی، پوشش رسانه‌ای گسترده رویدادهای حمایت شده و کاهش اثربخشی تبلیغات رسانه‌ای سنتی از عوامل مؤثر بر رشد حمایت مالی ورزشی است (۱۱).

در دهه‌های اخیر، اغلب دولت‌ها، حتی در کشورهای پیشرفته، برای مقابله با مشکل کسری بودجه، اداره بسیاری از بخش‌های دولتی را به بخش خصوصی واگذار کرده‌اند. سرمایه‌گذاری‌های ورزشی نیز از این امر مستثنی نیستند (۱۲). در ایران نیز بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی و برنامه چهارم توسعه، باشگاه‌های ورزشی باید درآمدزا شوند و از آنجا که یکی از راه‌های تأمین بودجه کافی برای انجام فعالیت‌های ورزشی، به‌ویژه فعالیت‌های قهرمانی، جذب شرکت‌ها و سازمان‌ها برای حمایت مالی است، سازمان‌های ورزشی باید بازاریابی و جذب حامیان مالی را جزء وظایف مهم خود قرار دهند (۱۲). با وجود اینکه در سال‌های اخیر، حمایت مالی از ورزش رشد فزاینده‌ای داشته است (۱۳)، وضعیت اقتصادی متزلزل موجب شده است

بسیاری از شرکت‌ها از صنعت کناره‌گیری کنند (۱۴). در این وضعیت، مسئله‌ای که بیش از جذب حامیان مالی اهمیت دارد، حفظ و نگهداری آنهاست؛ بنابراین برای دستیابی به این مهم، درک درست از نیازها، خواسته‌ها و اهداف منحصر به فرد حامیان مالی اهمیت دارد (۱۰). حمایت مالی ورزشی اهداف مستقیم و غیرمستقیمی دارد. هدف مستقیم آن افزایش فروش است؛ در حالی که اهداف غیرمستقیم، به افزایش فروش محصولات از طریق افزایش آگاهی، ایجاد روابط با مشتری و رقابت با سایر شرکت‌ها و... توجه دارد (۱۵). معمولاً، مهم‌ترین اهداف حامیان مالی افزایش آگاهی از نشان شرکت (۱۰، ۱۶-۱۹)، موفقیت در رقابت‌های جهانی (۲۰)، افزایش فروش (۷، ۱۰، ۱۸، ۲۱، ۲۲)، هدف قرار دادن مشتریان از طریق توجه به علایق و شیوه زندگی آنها (۲۳، ۲۴) است، اما اپاستالاپولو و پادامیتریو (۲۰۰۴) معتقدند هدف بیشتر شرکت‌ها افزایش فروش و ارتقای تصویر شرکت است و شناسایی نشان و مشارکت اجتماعی، تنها برای نیمی از شرکت‌ها اهمیت دارد (۲۲). استوتلار (۲۰۰۵) آگاهی، تصویر مثبت و کارکنان را مهم‌ترین اهداف حمایت مالی از ورزش می‌داند (۲۵). آندریو چوی (۲۰۱۰) در بررسی تأثیر تنوع نژادی بر اهداف و استراتژی‌های حامیان مالی انجمن گلف حرفه‌ای زنان نشان داد، برخلاف تصور گروهی از افراد که تنوع زبان و فرهنگ را مانعی برای حمایت مالی می‌دانند، شرکت‌های مورد بررسی آنها به طرز ماهرانه‌ای، از تنوع نژادی به عنوان ابزاری برای دستیابی به اهداف افزایش فروش، ارتقای بازار، جذب مشتری و ایجاد آگاهی از محصولات جدید استفاده کرده‌اند (۲۶)؛ بنابراین به دلیل تأکید بر اهمیت هدف‌گذاری واضح و روشن برای شرکت‌ها، قبل از اقدام به حمایت مالی (۲۵) و آگاهی از اهداف حامیان مالی به عنوان یکی از عوامل موفقیت سازمان‌های ورزشی در جذب حامیان مالی، تحقیق حاضر بر آن است تا ضمن مقایسه دیدگاه‌های رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در مورد اهداف حمایت مالی از ورزش، به بررسی راه‌کارهایی برای افزایش این حمایت‌ها بپردازد.

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی به شمار می‌آید و به شکل میدانی انجام شده است. به‌منظور مقایسه دیدگاه‌های رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در مورد اهداف حمایت مالی از ورزش، از پرسشنامه محقق ساخته‌ای استفاده شده که شامل چهار گروه اهداف کلی است. هر یک از ردیف‌های پرسشنامه، یکی از اهداف حمایت مالی از ورزش را در بر دارد که بر اساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت امتیازبندی شده است. پرسشنامه، بر اساس اطلاعات حاصل از تحقیقات داخلی و خارجی و با راهنمایی استادان

راهنما و مشاور تهیه شد. سپس، برای بررسی روایی محتوایی در اختیار ۱۵ نفر از استادان مدیریت ورزشی و برخی مدیران و مسئولان بازاریابی شرکت‌های حامی قرار گرفت و پس از اعمال پیشنهادات و اصلاحات مورد نظر، در مطالعه‌ای آزمایشی در میان گروه محدودی از مدیران شرکت‌های حامی و رؤسای فدراسیون‌های ورزشی توزیع شد. این افراد از جامعه آماری نهایی حذف شدند. ضریب پایایی پرسشنامه، با استفاده از آلفای کرونباخ، ۰/۸۷ به دست آمد. در مرحله بعد، اصلاحات مورد نیاز انجام و پرسشنامه‌ها در میان نمونه‌های آماری توزیع شد. جامعه آماری شامل رؤسای تمام فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌هایی بود که به‌طور رسمی، از یکی از فدراسیون‌های ورزشی حمایت مالی می‌کنند. با توجه به محدود بودن جامعه آماری، همه جامعه بررسی شد. از میان ۶۰ پرسشنامه‌ای که کارگزاران صندوق اعتباری حمایت از قهرمانان و پیشکسوتان ورزش کشور در میان مدیران شرکت‌های حامی توزیع کردند، ۴۲ پرسشنامه و از میان ۴۵ پرسشنامه توزیع شده توسط محقق در میان رؤسای فدراسیون‌های ورزشی، ۳۴ مورد تکمیل و عودت داده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی و نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده است. برای توصیف آماری داده‌ها از جدول‌های توزیع فراوانی، توزیع نسبی، میانگین و انحراف استاندارد استفاده شده است. در سطح آمار استنباطی، ابتدا، با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف از توزیع طبیعی داده‌ها و آزمون لوین از تجانس واریانس‌ها اطمینان حاصل شد. سپس، برای آزمون فرضیه‌هایی که منحنی توزیع آنها نرمال بود، از آزمون پارامتریک  $t$  مستقل و برای آزمون فرضیه‌هایی که منحنی توزیع آنها نرمال نبود، از آزمون غیرپارامتریک یومن ویتنی استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

با توجه به میزان  $Z$  و سطح معنی‌داری در آزمون یومن ویتنی، نتایج زیر به دست آمده است:  
الف. جدول ۱ نشان می‌دهد در میان عناصر اهداف عمومی حمایت مالی از ورزش، بین دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در مورد ایجاد تصویر مثبت از شرکت در اذهان عمومی، هدف قرار دادن مخاطبان خاص، رقابت با سایر شرکت‌ها، ایجاد انگیزه برای کارمندان شرکت و بهره‌گیری از مزایای معافیت‌های مالیاتی حاصل از تبلیغات ورزشی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در میان این عناصر، از دیدگاه رؤسای فدراسیون‌ها، افزایش آگاهی عمومی از شرکت و از دیدگاه مدیران شرکت‌های حامی، ایجاد تصویر مثبت از شرکت در اذهان عمومی بالاترین میانگین را دارد. همچنین، ملاحظه می‌شود بیشترین اختلاف بین



دیدگاه دو گروه، در بهره‌مندی از مزایای معافیت‌های مالیاتی حاصل از تبلیغات ورزشی است که میانگین فدراسیون‌ها به‌طور قابل ملاحظه‌ای بالاتر است.

جدول ۱. نتایج آزمون یومن ویتنی برای مقایسه دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در خصوص اهداف عمومی حمایت مالی از ورزش

ردیف	اهداف عمومی	گروه	SD ± میانگین	نتایج آزمون یومن ویتنی	
				Z محاسبه شده	Sig
۱	مشارکت اجتماعی	فدراسیون‌ها	۳/۰۶±۱/۲۳	-۰/۰۳۳	۰/۹۷۴
		شرکت‌ها	۲/۹۲±۰/۸۹		
۲	ایجاد تصویر مثبت از شرکت در اذهان عمومی	فدراسیون‌ها	۳/۵۹±۱/۰۸	-۵/۰۰۹	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۴/۷۹±۰/۵۲		
۳	افزایش آگاهی عمومی از شرکت	فدراسیون‌ها	۴/۴۱±۰/۷۵	-۰/۰۷۶	۰/۹۳۹
		شرکت‌ها	۴/۳۱±۰/۹۸		
۴	تغییر طرز فکر و برداشت عمومی از شرکت	فدراسیون‌ها	۳/۶۵±۱/۱۸	-۰/۱۶۶	۰/۸۶۸
		شرکت‌ها	۳/۷۱±۰/۷۱		
۵	پیوند موفقیت شرکت با موفقیت تیم، ورزشکار یا رویداد ورزشی	فدراسیون‌ها	۲/۷۴±۱/۰۸	-۱/۰۵۱	۰/۲۹۳
		شرکت‌ها	۳/۰۵±۰/۵۴		
۶	هدف قرار دادن شنوندگان خاص	فدراسیون‌ها	۳/۳۸±۱/۰۷	-۶/۱۹۷	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۱/۶۶±۰/۶۵		
۷	رقابت با سایر شرکت‌ها	فدراسیون‌ها	۴/۳۵±۰/۹۲	-۳/۲۶۱	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۳/۹±۰/۵۳		
۸	ایجاد انگیزه برای کارمندان شرکت	فدراسیون‌ها	۲/۷۱±۱/۲۴	-۳/۰۰۸	*۰/۰۰۳
		شرکت‌ها	۱/۸۸±۰/۷۷		
۹	بهره‌گیری از مزایای معافیت‌های مالیاتی حاصل از تبلیغات ورزشی	فدراسیون‌ها	۴/۳۸±۰/۸۵	-۷/۵۴۴	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۱/۸۷±۰/۶۱		

\* در سطح  $P \leq 0.05$  معنی‌دار است.

ب. با توجه به داده‌های موجود در جدول ۲، در میان عناصر اهداف مرتبط با تولیدات و خدمات، بین دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در مورد جستجوی بازار جدید، ترکیب کالاها و خدمات با رویدادهای ورزشی، نشان دادن نمونه‌ای از تولیدات و خدمات در طول رویداد و افزایش آگاهی بازار هدف قبلی از محصولات و خدمات جدید تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در این میان، از دیدگاه رؤسای فدراسیون‌ها، جستجوی بازار جدید و از

دیدگاه مدیران شرکت‌ها، به‌دست آوردن بخش بیشتری از بازار بالاترین میانگین را دارد. همچنین، ملاحظه می‌شود که بیشترین اختلاف بین دیدگاه دو گروه، در مورد ترکیب کالاها و خدمات با رویدادهای ورزشی است که البته، رؤسای فدراسیون‌ها دیدگاه بهتری به این هدف دارند.

جدول ۲. نتایج آزمون یومن ویتنی برای مقایسه دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در خصوص اهداف مرتبط با تولیدات و خدمات حمایت مالی از ورزش

ردیف	اهداف مرتبط با تولیدات و خدمات	گروه	SD ± میانگین	نتایج آزمون یومن ویتنی	
				Z محاسبه شده	Sig
۱	جستجوی بازار جدید	فدراسیون‌ها	۴/۴۴±۰/۷۸	-۲/۵۲۳	*./۰۱۲
		شرکت‌ها	۳/۹۸±۰/۸۹		
۲	جا انداختن کالا، خدمتی جدید در بازار	فدراسیون‌ها	۴/۳۲±۰/۹۱	-۱/۲۲۸	۰/۲۱۹
		شرکت‌ها	۴/۱۹±۰/۷۱		
۳	ترکیب کالاها و خدمات با رویدادهای ورزشی	فدراسیون‌ها	۳/۵۳±۰/۷۵	-۳/۸۸۰	*./۰۰۱
		شرکت‌ها	۲/۷۸±۰/۷۲		
۴	نشان دادن نمونه‌ای از تولیدات و خدمات در طول رویداد	فدراسیون‌ها	۳/۶۸±۱/۰۶	-۲/۶۹۶	*./۰۰۷
		شرکت‌ها	۳/۰۵±۰/۵۴		
۵	به‌دست آوردن بخش بیشتری از بازار	فدراسیون‌ها	۴/۱۵±۱/۱	-۱/۲۷۸	۰/۲۰۱
		شرکت‌ها	۴/۵±۰/۷۴		
۶	ایجاد تصویری از کالاها و خدمات در بازار هدف	فدراسیون‌ها	۴/۳±۰/۸۷	-۰/۵۱۳	۰/۶۰۸
		شرکت‌ها	۴/۲۹±۰/۶۳		
۷	افزایش آگاهی بازار هدف قبلی از محصولات و خدمات جدید	فدراسیون‌ها	۴/۱۲±۰/۹۱	-۳/۶۴۴	*./۰۰۱
		شرکت‌ها	۲/۲۹±۰/۸۹		

\*در سطح  $P \leq 0.05$  معنی‌دار است

جدول ۳ نشان می‌دهد در میان عناصر اهداف فروش، بین دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در مورد تمام اهداف فروش، به‌جز عامل افزایش فروش بلندمدت، تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، به‌دست آوردن مشتریان جدید از دیدگاه رؤسای فدراسیون‌ها و افزایش فروش بلندمدت از دیدگاه مدیران شرکت‌ها، بالاترین میانگین را دارد و بیشترین اختلاف بین دیدگاه دو گروه در افزایش فروش کوتاه‌مدت می‌باشد.

جدول ۳. نتایج آزمون یومن ویتنی برای مقایسه دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در خصوص اهداف فروش حمایت مالی از ورزش

ردیف	اهداف فروش	گروه	SD ± میانگین	نتایج آزمون یومن ویتنی	
				Z محاسبه شده	Sig
۱	افزایش فروش کوتاه‌مدت	فدراسیون‌ها	۳/۴۴±۱/۲۸	-۵/۸۹۰	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۱/۶۹±۰/۶۴		
۲	افزایش فروش بلندمدت	فدراسیون‌ها	۴/۲۳±۱/۱۸	-۰/۱۰۸	۰/۹۱۴
		شرکت‌ها	۴/۵±۰/۶۳		
۳	به‌دست آوردن مشتریان جدید	فدراسیون‌ها	۴/۲۶±۰/۹۹	-۳/۲۸۴	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۳/۵۷±۰/۸۶		
۴	مستحکم کردن ارتباط با مشتریان فعلی	فدراسیون‌ها	۳/۸۵±۱/۲۱	-۴/۴۴۸	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۲/۶۹±۰/۷۵		

\*در سطح  $P \leq 0.05$  معنی‌دار است.

د. بر اساس داده‌های موجود در جدول ۴، در میان عناصر اهداف پوشش رسانه‌ای، بین دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در مورد پوشش رسانه‌ای قبل از رویداد، مقابله با تبلیغات منفی و پوشش رسانه‌ای مطبوعاتی-چاپی تفاوت معنی‌داری وجود دارد و در میان عناصر دیگر، دستیابی به پوشش رسانه‌ای صوتی-تصویری از دیدگاه هر دو گروه بالاترین میانگین را دارد. بیشترین اختلاف بین دیدگاه دو گروه در مورد پوشش رسانه‌ای مطبوعاتی-چاپی وجود دارد.

جدول ۴. نتایج آزمون یومن ویتنی برای مقایسه دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در خصوص اهداف پوشش رسانه‌ای حمایت مالی از ورزش

ردیف	اهداف پوشش رسانه‌ای	گروه	SD ± میانگین	نتایج آزمون یومن ویتنی	
				Z محاسبه شده	Sig
۱	پوشش رسانه‌ای قبل از رویداد	فدراسیون‌ها	۳/۹۴±۱/۰۷	-۳/۷۳۵	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۳/۰۲±۰/۹۲		
۲	پوشش رسانه‌ای در طول رویداد	فدراسیون‌ها	۴/۵۲±۰/۱۶	-۰/۳۴۴	۰/۷۳۱
		شرکت‌ها	۴/۵۲±۰/۶۷		
۳	پوشش رسانه‌ای بعد از رویداد	فدراسیون‌ها	۳/۶۷±۱/۰۶	-۱/۶۷۵	۰/۰۹۴
		شرکت‌ها	۴/۰۷±۰/۱۶		
۴	مقابله با تبلیغات منفی	فدراسیون‌ها	۳/۱۷±۱/۳۸	-۳/۸۰۴	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۲±۰/۹۱		
۵	دستیابی به پوشش رسانه‌ای صوتی-تصویری	فدراسیون‌ها	۴/۵۹±۰/۷۸	۰/۰۰۱	۱
		شرکت‌ها	۴/۶۴±۰/۴۸		
۶	دستیابی به پوشش رسانه‌ای مطبوعاتی-چاپی	فدراسیون‌ها	۳/۷۹±۱/۱۸	-۴/۷۸۶	*۰/۰۰۱
		شرکت‌ها	۲/۳۱±۱/۰۴		

\*در سطح  $P \leq 0.05$  معنی‌دار است.

در مجموع، در میان تمام عناصر اهداف حمایت مالی از ورزش، از دیدگاه رؤسای فدراسیون‌ها دست‌یابی به پوشش رسانه‌ای صوتی-تصویری و از دیدگاه مدیران شرکت‌های حامی، ایجاد تصویر مثبت از شرکت در اذهان عمومی مهم‌ترین عامل است.

همان‌طور که در جدول ۵ ملاحظه می‌شود، نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنف در مورد هر سه گروه اهداف غیرمستقیم حمایت مالی از ورزش ایران نشان می‌دهد، با توجه به میزان Z و سطح معنی‌داری، توزیع داده‌ها نرمال است و نتایج آزمون لوین نیز نشان می‌دهد که دو توزیع، پراکندگی یکسانی ندارند؛ از این رو، از آزمون t تصحیح شده استفاده شده است. با توجه به میزان t و سطح معنی‌داری در آزمون t مستقل، فرض صفر رد می‌شود، اما در مورد اهداف مستقیم حمایت مالی از ورزش ایران که شامل اهداف فروش است، همان‌طور که از داده‌های جدول ۶ بر می‌آید، نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنف نشان می‌دهد با توجه به میزان Z و سطح معنی‌داری، توزیع داده‌ها نرمال نیست؛ از این رو، بر خلاف سایر اهداف، از آزمون غیرپارامتریک یومن ویتنی استفاده شده است. با توجه به میزان Z و سطح معنی‌داری در آزمون یومن ویتنی، فرض صفر رد می‌شود؛ در نتیجه بین دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی درباره هر چهار گروه اهداف حمایت مالی از ورزش تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

#### جدول ۵. نتایج آزمون t مستقل برای مقایسه دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران

##### شرکت‌های حامی در خصوص اهداف غیرمستقیم حمایت مالی از ورزش

عنوان	شاخص گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کولموگروف-اسمیرنف		t-test برای مقایسه میانگین‌ها				
					Sig	Z	Sig	F	t محاسبه شده	df	Sig
اهداف عمومی	شرکت‌ها	۴۲	۳/۱۱	۰/۳۱	۰/۱۱	۱/۱۹	۰/۲۴	۵/۳۱	-۴/۷۷۱	۵۱/۹۳۲	*۰/۰۰۱
	فدراسیون‌ها	۳۴	۳/۵۸	۰/۵۱							
اهداف مرتبط با تولیدات و خدمات	شرکت‌ها	۴۲	۳/۷۲	۰/۳	۰/۱۷	۱/۱۱	۰	۲۳/۸۹	-۳/۱۳۹	۴۶/۹۵۸	*۰/۰۰۳
	فدراسیون‌ها	۳۴	۴/۰۷	۰/۵۹							
اهداف پوشش رسانه‌ای	شرکت‌ها	۴۲	۳/۴۲	۰/۳۱	۰/۰۹۷	۱/۲۳	۰/۰۴	۸/۹۱	-۵/۳۸۳	۵۲/۹۱۲	*۰/۰۰۱
	فدراسیون‌ها	۳۴	۳/۹۵	۰/۴۹							

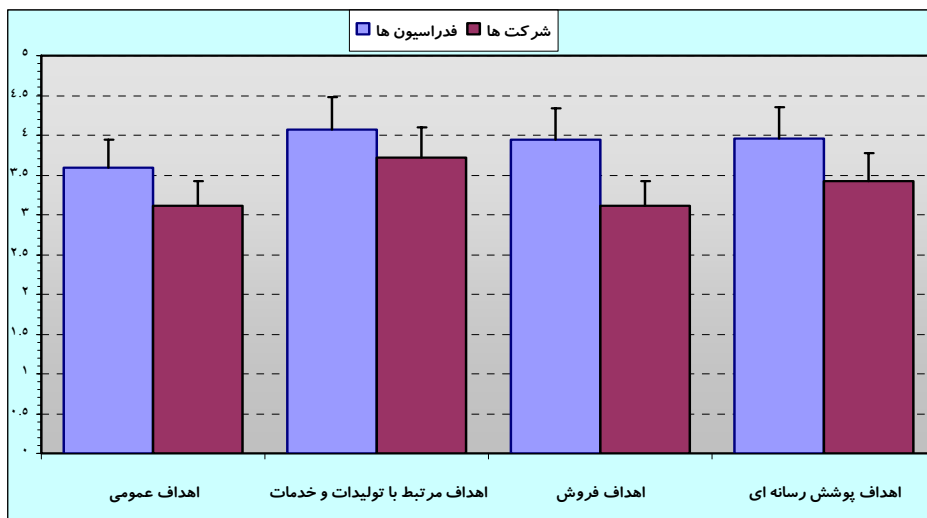
\*در سطح  $P \leq 0.05$  معنی‌دار است.

جدول ۶. نتایج آزمون t مستقل برای مقایسه دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در خصوص اهداف مستقیم حمایت مالی از ورزش

عنوان	شاخص گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنف		آزمون یومن ویتنی	
					Z	Sig	Z محاسبه شده	Sig
اهداف فروش	شرکت‌ها	۴۲	۳/۱۱	۰/۲۵	۱/۸۵	-۴/۲۹۱	*۰/۰۰۱	
	فدراسیون‌ها	۳۴	۳/۹۵	۰/۹۳				

\*در سطح  $P \leq 0.05$  معنی دار است.

همان‌طور که در نمودار ۱ ملاحظه می‌شود، اهمیت تمامی اهداف حمایت مالی از ورزش از دیدگاه رؤسای فدراسیون‌ها بیشتر از مدیران شرکت‌های حامی است. همچنین، اهداف مرتبط با تولیدات و خدمات بالاترین رتبه را از دیدگاه هر دو گروه دارند. اهداف عمومی نیز از دیدگاه هر دو گروه، در پایین‌ترین رتبه قرار گرفته‌اند؛ با این حال اختلاف بین دیدگاه مدیران شرکت‌های حامی و رؤسای فدراسیون‌ها در مورد اهداف فروش، بیش از اهداف دیگر است.



نمودار ۱. مقایسه دیدگاه رؤسای فدراسیون‌های ورزشی و مدیران شرکت‌های حامی در خصوص اهداف حمایت مالی از ورزش

### بحث و نتیجه‌گیری

ماکسل (۲۰۰۹) معتقد است افزایش آگاهی از نشان شرکت و ایجاد تصویر مثبت از آن، مهم‌ترین هدف حامیان مالی است؛ زیرا سبب می‌شود نشان شرکت بیشتر در ذهن بماند و در نتیجه، مصرف کالاها و خدمات آن افزایش یابد (۱۶). در تحقیق حاضر نیز مهم‌ترین هدف شرکت‌ها از حمایت مالی ورزشی، دستیابی به تصویر مثبت در اذهان عمومی است که با نتایج تریو (۲۰۰۷)، ویت و همکاران (۲۰۱۰)، دین (۲۰۰۲)، کارنول و همکاران (۲۰۰۱)، اپاستالاپولو و پاپادمیترو (۲۰۰۴)، استوتلار (۲۰۰۵)، گلدن و ولف (۲۰۰۱) و دیس و همکاران (۲۰۱۰) همسو است (۷، ۱۰، ۱۸، ۱۹، ۲۲، ۲۵، ۲۷، ۲۸). یافته‌های تحقیق جایکو (۲۰۰۸) نشان می‌دهد آگاهی مناسب از نشان شرکت و تصور مثبت از آن بر تمایل خرید مشتریانی که مشارکت فعالی در ورزش دارند، مؤثر است (۱۷). البته، نتایج تحقیقات کارنول (۲۰۰۵) نشان داده است روش‌های بسیاری برای نمایش نشان شرکت وجود دارد، اما آگاهی از نشان به‌تنهایی، نمی‌تواند باعث کارایی و اثربخشی شود (۲۹)؛ بنابراین شرکت‌های حامی برای کارایی بیشتر باید از آگاهی از نشان فراتر روند و تلاش کنند استراتژی‌ای بر مبنای افزایش درک مثبت مشتریانی از نشان داشته باشند. نکتهٔ درخور توجه این است که این هدف برای شرکت‌ها بسیار مهم‌تر از تصور رؤسای فدراسیون‌هاست. رؤسای فدراسیون‌ها تصور می‌کنند که شرکت‌ها فقط به دلیل افزایش فروش به حمایت مالی از ورزش می‌پردازند، در حالی که مدیران شرکت‌ها در بسیاری از مواقع در پی منفعت سریع و قابل برگشت نیستند، بلکه بهبود چشم‌انداز عمومی مد نظر آنهاست.

نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد رقابت با شرکت‌های مشابه، از دیگر اهداف اساسی حمایت مالی از ورزش، از دیدگاه مدیران شرکت‌ها و رؤسای فدراسیون‌هاست که با نتایج تحقیقات میناقان و شیپلی (۱۹۹۹)، روت و سیمونین (۲۰۰۳) و اپاستالاپولو و پاپادمیترو (۲۰۰۴) همسو است (۲۰، ۲۲، ۳۰). تحقیق ایزدی (۱۳۸۳) نشان داده حمایت مالی از فوتبال تا حدودی توانسته است به شرکت‌های حامی در رقابت با شرکت‌های دیگر کمک کند (۳۱)، اما ابودردا (۱۳۸۵) بیان می‌کند که حمایت مالی از ورزش حرفه‌ای بانوان برای شرکت‌های حامی، در رقابت با شرکت‌های دیگر، تأثیری کمتر از متوسط داشته است (۱۲) که احتمالاً به دلیل سرمایه‌گذاری‌های کوتاه مدت و لحظه‌ای، پوشش رسانه‌ای محدود، حضور نداشتن در مسابقات جهانی و المپیک در بیشتر رشته‌ها، تماشاگران و هواداران اندک و ... است.

پیچت (۲۰۰۸) در تحقیق خود نقش رسمی‌تری برای بازاریابی قائل شده است و برای آن دو بُعد داخلی (توجه به انگیزه کارکنان) و خارجی (مشتریان و سهام‌داران) در نظر گرفته و معتقد

است برای اثربخشی حمایت مالی به عنوان ابزاری ارتباطی، باید به هر دو بُعد بازاریابی توجه شود (۳۲). کوتلر معتقد است بازاریابی داخلی باید بر بازاریابی خارجی تقدم یابد (۳۳). واری (۱۹۹۵) نیز به کارگیری بازاریابی داخلی و خارجی را استراتژی مفیدی برای جلوگیری از هدر رفتن منابع می‌داند و معتقد است حمایت مالی می‌تواند ابزاری برای بازاریابی داخلی باشد و به عنوان استراتژی‌ای مدیریتی، در اعضای سازمان انگیزه و توانایی ایجاد کند تا بتوانند خود را با گرایش‌ها و تمایلات مشتریان تطبیق دهند (۳۴).

حمایت مالی از ورزش مورد علاقه کارکنان، علاوه بر ایجاد اشتیاق، انگیزه و توجه به آرمان‌های شرکت، شکل‌گیری ارتباطات داخلی، تغییر و بهبود فرهنگ در سطوح مختلف سازمانی، باعث تغییر در ادراک، گرایش و رفتار کارکنان می‌شود (۳۵)؛ بنابراین حامیان مالی باید علاوه بر جنبه‌های فروش، ارتباطات داخلی و توجه به کارکنان را به عنوان بخشی از مدیریت منابع انسانی در نظر داشته باشند و حتی هنگام انتخاب رشته ورزشی برای حمایت، علاقه کارکنان را در نظر داشته باشند؛ با وجود این در تحقیق حاضر، ایجاد انگیزه برای کارمندان شرکت از جمله اهدافی است که کمتر از اهداف دیگر اهمیت داشته است. این مسئله ممکن است به این دلیل باشد که مدیران شرکت‌های حامی، تنها در اندیشه حمایت مالی از رشته‌هایی هستند که برای آنها سود تجاری به همراه داشته باشد و در این میان، انگیزه و علاقه کارمندان نادیده گرفته می‌شود.

کارنول (۲۰۰۰) معتقد است وقتی سازمان‌ها تیم‌های محبوب را حمایت می‌کنند، در واقع، موفقیت و شناخت تیمی را با خود ادغام کرده‌اند (۳۶)؛ زیرا در این هدف، نام شرکت در کنار نام رویداد ورزشی حمایت شده جای می‌گیرد و تصویر شرکت در حافظه‌ها نقش می‌بندد که نتیجه آن، افزایش فروش است. از دیدگاه تریبو (۲۰۰۷) نیز دستیابی به اهداف حامیان مالی، از طریق انتقال تصویر موفق ورزش به حمایت‌کننده صورت می‌گیرد (۷)، اما باید در نظر داشت که تناسب میان نشان و محصولات شرکت حامی با رویدادهای ورزشی باعث ترغیب بیشتر مردم برای خرید محصولات و خدمات شرکت می‌شود (۳۷-۳۹)؛ بنابراین تناسب و تعامل مناسب بین محصولات شرکت‌های حامی و رویدادهای ورزشی، عاملی است که حامیان مالی و مدیران ورزشی باید در برنامه‌ریزی و تخصیص حمایت مالی در نظر بگیرند.

یکی از اهداف مهم حامیان مالی، دستیابی به مشتریانی با فعالیت‌ها، علایق و عقاید مشترک است (۴) و حتی این اعتقاد وجود دارد که یکی از دلایل افزایش حمایت مالی از ورزش، جذب مشتریان فراوان و گوناگون (برای مثال ۳۷ میلیارد تماشاگر تلویزیونی در جام جهانی ۱۹۹۸) می‌باشد (۴۰)، اما همان‌طور که در نتایج این تحقیق دیده می‌شود، اهمیت این هدف از دیدگاه

رؤسای فدراسیون‌ها بسیار بیشتر از مدیران شرکت‌هاست که احتمالاً به این دلیل است که فدراسیون‌های ورزشی تصور می‌کنند شرکت‌ها به دلیل ذات ورزش و هدف قرار دادن جامعه ورزشی به حمایت مالی از ورزش می‌پردازند، در حالی که شرکت‌های حامی معتقدند دلیل حمایت مالی از ورزش، کم بودن بودن هزینه آن است. با توجه به نتایج تحقیق حاضر و تحقیقات گذشته می‌توان شرکت‌ها را از این نکته آگاه نمود که با حمایت مالی از ورزش، به بازار هدفی بزرگ و همگون دست می‌یابند که مزایای آن بیش از تبلیغات ارزان قیمت است.

دستیابی به پوشش رسانه‌ای، از مهم‌ترین اهداف حمایت مالی از ورزش است (۴۱، ۱۲)؛ بنابراین می‌توان حدس زد چرا شرکت‌ها از رشته‌های دیگر به اندازه فوتبال حمایت نمی‌کنند. با توجه به اهمیت دستیابی به پوشش رسانه‌ای برای حامیان مالی، لازم است سازمان‌های ورزشی با همکاری صدا و سیما و استفاده از انواع روش‌ها، از جمله بازگو کردن اخبار ورزشی تمام رشته‌ها، معرفی قهرمانان و تیم‌های مطرح رشته‌های ورزشی، اختصاص ساعت‌های مناسب‌تری برای پخش مسابقات رشته‌های دیگر و ایجاد سایت‌های اینترنتی فعال برای هر یک از رشته‌ها و فدراسیون‌های ورزشی حامیان مالی را برای رسیدن به اهدافشان یاری کنند تا شاهد ادامه حمایت مالی شرکت‌ها و حمایت آنها از تمام رشته‌ها باشیم.

پوشش رسانه‌ای صوتی-تصویری، در مقایسه با پوشش رسانه‌ای چاپی-مطبوعاتی اهمیت بیشتری دارد. بر اساس تحقیق تندنویس (۱۳۷۸) تماشای تلویزیون و گوش کردن به رادیو، بخش اعظمی از اوقات فراغت افراد را به خود اختصاص می‌دهد، به طوری که می‌توان گفت تماشای تلویزیون عمده‌ترین شکل گذران اوقات فراغت مردم است. گوش کردن به رادیو نیز از اشکال مهم گذران اوقات فراغت است؛ زیرا این فعالیت را می‌توان هم‌زمان با فعالیت‌های دیگر انجام داد و به همین دلیل، برای افراد خانه‌دار، رانندگان و حتی کارمندان و مشاغل آزاد اهمیت زیادی دارد (۴۲)؛ بنابراین با دستیابی به پوشش رسانه‌ای صوتی-تصویری می‌توان به بازار هدف بزرگ‌تری دست یافت که شاید دلیلی برای اهمیت زیاد این هدف باشد.

در تحقیقات اسپارکس و وست گیت (۲۰۰۲)، ویت (۲۰۱۰) و ماکسل (۲۰۰۹) افزایش فروش از مهم‌ترین اهداف شرکت‌ها بوده است (۱۰، ۱۶، ۴۳). البته این موضوع دور از ذهن نیست؛ زیرا تقریباً تمام اهداف حامیان مالی در نهایت، به افزایش فروش ختم می‌شود؛ اگرچه به صورت غیرمستقیم و با واسطه باشد؛ در واقع، شرکت‌ها اهداف بسیاری را دنبال می‌کنند تا در نهایت، میزان فروش خود را افزایش دهند، اما بر خلاف دهه گذشته که اغلب شرکت‌ها اهداف مستقیم (اهداف فروش) را اولین و مهم‌ترین هدف حمایت مالی از ورزش می‌دانستند، نتایج تحقیقات جدید و از جمله تحقیق حاضر بیانگر این است که دستیابی به افزایش فروش، مهم‌ترین هدف



حمایت مالی از ورزش نمی‌باشد و در مقابل، اهداف غیرمستقیم و از همه مهم‌تر، ایجاد تصویر مثبت از شرکت در اذهان عمومی، مهم‌ترین اهداف حامیان مالی است. از طرف دیگر، همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد، در مورد بیشتر اهداف حمایت مالی از ورزش، تفاوت معناداری بین دیدگاه مدیران شرکت‌های حامی و رؤسای فدراسیون‌های ورزشی مشاهده می‌شود؛ بنابراین با بهره‌گیری از نتایج تحقیق حاضر و تحقیقات مشابه می‌توان امیدوار بود که در آینده نزدیک شاهد کاهش تعارض‌های موجود بین سازمان‌های ورزشی و شرکت‌ها و استقبال روزافزون شرکت‌ها برای حمایت مالی از ورزش باشیم.

### منابع:

۱. مطالعات تفضیلی توسعه منابع انسانی، (۱۳۸۲). سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران.
2. Pitts, B., Stotlar, D. (2002). *Fundamentals of Sport Marketing*. 2<sup>nd</sup> Ed.
3. Crompton, J. (2004). Conceptualization and Alternate Operationalizations of the Measurement of Sponsorship Effectiveness in Sport. *Leisure Studies*, 23(3): 267-281.
4. Meenaghan, T. (2001), Understanding Sponsorship Effects. *Psychology & Marketing*, 18(2): 95-122.
5. Seguin, B., Oreilly, N. (2008). The Olympic brand, ambush marketing and clutter. *International Journal Of Sport Management and Marketing*, 4(1/2): 62-84.
6. Strelize, B, (2005). Relationship in sport sponsorship: A marketing perspective. Unpublished doctoral degree dissertation, faculty of management, university of Johannesburg.
7. Tribou, G. (2007). *Sponsoring sportif [sport sponsorship]*. Paris: Economica.
8. Kolah, A. (2003). Maximizing the Value of Sponsorship. *Sport Business Group Limited Publication*, 14(3): 136-142.
9. Shank, M.D. (2009). *Sport marketing: A strategic perspective*. 4<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
10. Weight, E., Taylor, K., Cuneen, J. (2010). Corporate motives for sport sponsorship at mid-major collegiate athletic departments. *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*, 3: 119-130.
11. Jobber, D. (1995). *Principles and Practice of Marketing*. Boston: McGraw-Hill.

۱۲. ابودردا، زینب، (۱۳۸۵). بررسی علل عدم حمایت اسپانسرها از ورزش حرفه‌ای بانوان شهر اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه آزاد واحد خوراسگان.
13. IEG (2007). IEG/Projection, Sponsorship growth to increase for fifth straight year. Sponsorship Report Promo Issue, Jan: 1.
14. Thomaselli, N., Frye, C., Stotlar, D.K. (2004). NCAA corporate sponsor objectives: Are there difference between divisions I-A, I-AA and I-AAA? Sport Marketing Quarterly, 13: 4.
15. Shank, D.M. (1999). Sport Marketing: a Strategic Perspective. New Jersey: Prentice Hall.
16. Maxwell, H., Lough, N. (2009). Signage VS. No signage: an analysis of sponsorship recognition an women's college basketball. Sport Marketing Quarterly, 18: 188-198.
17. Jae, K.O., Yong, et al. (2008). The effect of sport involvement, sponsor awareness and corporate image on intention to purchase sponsors products. International Journal of Sport Marketing and Sponsorship, 1: 79- 94
18. Dean, D. (2002). Association the corporation with a charitable event through sponsorship: Measuring the effects on corporate community relations. Journal of Advertising, 31(4): 77-87.
19. Cornwell, B., Roy, D., Steinhard, E. (2001). Exploring managers perception of the impact of sponsorship on brand equity. Journal of Advertising, 30(2): 41-51.
20. Ruth, J., Simonin, B. (2003). Brought to you by brand A and brand B: Investigating multiple sponsors influence on consumers attitudes toward sponsored events. Journal of Advertising, 32(3): 19-30.
21. Gwinner, K., Swanson, S. (2003). A model of fan identification: antecedents and sponsorship outcome. Journal of Service Marketing, 17: 275-294.
22. Apostolopoulou, A., Papadimitriou, D. (2004). Welcome home: Motivations and objectives of the 2004 grand national Olympic sponsor. Sport Marketing Quarterly, 13: 180-192.
23. Bennett, G., Lachowetz, T. (2004). Marketing to lifestyles: action sport and generation. Sport Marketing Quarterly, 13: 239-243.
24. Roy, D., Cornwell, B. (2004). The effect of consumer knowledge on responses to event sponsorship. Psychology and marketing, 21: 185-207.
25. Stotlar, D.K. (2005). Developing successful sport sponsorship plans. 2<sup>nd</sup> ed. Morgantown, WV: Fitness Information Technology.
26. Choi, Andrew J. (2010). The impact of ethnic diversity on the ladies professional golf association: A case study of Anheuser-Busch and its sponsorship objectives and strategies. Sport Marketing Quarterly, 19 (1): 51-57.

27. Gladden, J., Wolfe, R. (2001). Sponsorship of Intercollegiate Athletics: The Importance of Image Matching. *International Journal of Sport Marketing & Sponsorship*, 13(1).
28. Dees, windy. Bennett, Gregg. & Ferreira, Mauricio.(2010), "Personality fit in NASCAR: An evaluation of driver-sponsor congruence and its impact on sponsorship effectiveness outcomes", *Sport Marketing Quarterly*, 19, 25-35.
29. Cornwell, T.B., Weeks, C.S., Roy, D.P. (2005). Sponsorship linked marketing: Opening the black box. *Journal of Advertising*, 34(2): 21-42.
30. Meenaghan, T., Shiply, D., (1999). Media Effect in Commercial Sponsorship. *Journal of Marketing*, 33 (3): 328.
۳۱. ایزدی، علیرضا، (۱۳۸۳). توصیف عوامل مؤثر بر جذب حمایت مالی شرکت‌های اسپانسر فوتبال حرفه‌ای ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه تربیت معلم تهران.
32. Pichot, L., Tribou, G., Oreilly, N. (2008). Sport sponsorship, internal communications, and human resource management: An exploratory assessment of potential future research. *International Journal of Sport Communication*, 1: 413- 423.
33. Kotler, P. (2000). *Marketing Management: The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
34. Varey, R.J. (1995). Internal marketing: A review and some interdisciplinary research challenges. *International Journal of Service Industry Management*, 6(1): 40-63.
35. Thomas, M., et al. (2005). A social identities perspective on the effects of corporate sport sponsorship on employees. *Sport Marketing Quarterly*, 14: 148-157.
36. Cornowell, T.B., Relyea, G.E. Irwin, R.L., Maignan, I. (2000). Understanding Long-term Effects of Sports Sponsorship: The role of experience, involvement, enthusiasm, and clutter. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 2(2):127-144.
37. Koo, G., Quarterman, J., Flynn, L. (2006). Effect of perceived sport event and sponsor image fit on consumers cognition, affect, and behavioral intention. *Sport Marketing Quarterly*, 15: 80-90.
38. Alay, S. (2008). Female consumers evaluations of sponsorship and their response to sponsorship. *South African Journal for Research in Sport. Physical Education and Recreation*, 30 (2): 15-29
39. Gwinner, K., Bennett, G. (2008). The impact of brand cohesiveness and sport identification on brand fit in a sponsorship context. *Journal of Sport Management*, 22: 410-426

40. Lardinoit, T., Derbaix, C. (2001). Sponsorship and recall of sponsor. *Psychology and Marketing*, 18(2): 167-190.
41. McCook, K., Riley, R. (2003). A Look at the Corporate Sponsorship Decision – Making Process. *Cyber Journal of Sport Marketing*
۴۲. تندنویس، فریدون، (۱۳۷۸). جایگاه ورزش در اوقات فراغت دانشجویان کشور. حرکت، ۲.
43. Sparks, R., Westgate, M. (2002). Broad – Based and Targeted Sponsorship Strategies in Canadian Women's Ice Hockey. *International Journal of Sport Marketing & Sponsorship*, 4 (1): 87-96.

## بررسی ورزش‌گرایی و هویت ورزشی ورزشکاران شرکت‌کننده در دومین المپیاد غیرمتمرکز منطقه ۹ دانشگاه آزاد اسلامی

علی اکبر جهان‌دیده<sup>۱</sup>، شبنم همتی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۳/۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۵/۱۷

### چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی ارتباط درونی هویت ورزشی و جهت‌گیری ورزشی ورزشکاران شرکت‌کننده در دومین المپیاد ورزشی غیرمتمرکز منطقه ۹ دانشگاه آزاد اسلامی است. نمونه‌های این پژوهش، ۸۶ ورزشکار دختر (۳۶ نفر) و پسر (۵۰ نفر) در رشته‌های فوتسال و والیبال بودند که به‌طور تصادفی از تیم‌های شرکت‌کننده در مسابقات انتخاب شدند. از پرسشنامه جهت‌گیری ورزشی<sup>۱</sup> گیل و دیتر (۱۹۸۸) برای ارزیابی رقابت‌طلبی، هدف‌گرایی و میل به پیروزی، و از مقیاس اندازه‌گیری هویت ورزشی<sup>۲</sup> برور و همکاران (۱۹۹۳) برای ارزیابی هویت ورزشی استفاده کردیم. در پژوهش حاضر، پایایی (آزمون-آزمون مجدد) پرسشنامه جهت‌گیری ورزشی ۰/۸۳ و پایایی پرسشنامه هویت ورزشی ۰/۸۶ به‌دست آمد. در زیرمقیاس‌های هویت ورزشی بین دختران و پسران والیبال، تفاوتی معنی‌دار مشاهده شد، در صورتی که بین دختران و پسران فوتسال، تفاوت معنی‌دار نبود. در زیرمقیاس‌های رقابت‌طلبی و هدف‌گرایی بین دختران و پسران (هر دو رشته فوتسال و والیبال) تفاوت معنی‌دار بود، اما در زیرمقیاس میل به پیروزی تفاوتی معنی‌دار وجود نداشت. در دختران، هویت شخصی با رقابت‌طلبی و هدف‌گرایی همبستگی داشت (۰/۶۵ و ۰/۵۷)، اما در پسران ارتباط درونی بین انحصارگرایی با رقابت‌طلبی، هدف‌گرایی و میل به پیروزی مشاهده شد (۰/۴۴، ۰/۵۱ و ۰/۶۱). علاوه بر این، هویت اجتماعی نیز با میل به پیروزی همبستگی داشت (۰/۷۲). در نهایت، نتایج این تحقیق نشان داد که در دختران، هویت شخصی قوی، مهم‌ترین زیرمقیاس هویت ورزشی برای موفقیت است در حالی که در پسران هویت اجتماعی و انحصارگرایی قوی، مهم‌ترین زیرمقیاس‌ها هستند.

**کلیدواژه‌های فارسی:** جهت‌گیری ورزشی، هویت ورزشی، رقابت‌طلبی، هدف‌گرایی و میل به پیروزی.

۱. کارشناس ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی (نویسنده مسئول) E-mail: aliakbarjahandideh3@gmail.com

Email: hemmati1363@gmail.com

۲. مدرس دانشگاه آزاد اسلامی قوچان

3. SOQ

4. AIMS

### مقدمه

یکی از زمینه‌های علوم ورزشی که در سال‌های اخیر موجب ارتقای کیفیت اجرای ورزشکاران و برتری آنها در رقابت‌ها شده، علم روان‌شناسی ورزش<sup>۱</sup> است (۱). یکی از مباحث مهم روان‌شناسی که در عمل‌کرد ورزشکاران تأثیری به‌سزا دارد، جهت‌گیری ورزشی<sup>۲</sup> است (۲). مبانی نظری جهت‌گیری ورزشی از نظریه‌های انگیزشی ریشه می‌گیرد و از میان نظریه‌های انگیزشی، نظریه‌های انگیزشی پیشرفت که جزء انگیزه‌های اجتماعی هستند، در توجیه رفتار و جهت‌گیری ورزشی سهم بسیار دارند (۳). انگیزش را به‌طور ساده می‌توان جهت و شدت تلاش فرد تعریف کرد (۴) و به نظر می‌رسد ویژگی‌های فردی بعضی افراد، آنها را به‌سوی موفقیت و سطوح بالای انگیزش سوق می‌دهد، در صورتی که برخی دیگر انگیزش کافی ندارند و اهداف شخصی و آرزو یا خواسته کمی دارند؛ از این رو، آگاهی از اینکه چرا برخی افراد برای دستیابی به اهداف خود از انگیزش زیادی برخوردارند و برخی دیگر فاقد این انگیزش‌اند، اهمیت خاصی دارد (۱).

جهت‌گیری ورزشی از سه زیرمقیاس رقابت‌طلبی<sup>۳</sup>، تمایل به پیروزی<sup>۴</sup> و هدف‌گرایی<sup>۵</sup> تشکیل شده است. جهت‌گیری ورزشی و زیرمقیاس‌های آن از جمله عوامل مؤثر بر عمل‌کرد و شرکت در فعالیت‌های ورزشی به‌شمار می‌آیند و به تلاش فرد برای چیره شدن بر مشکل، کسب مهارت، غلبه بر موانع و عمل‌کردی بهتر نسبت به دیگران اشاره دارد (۲). گیل (۱۹۸۶)، جهت‌گیری ورزشی را «تمایل افراد به تلاش برای موفقیت در کار، پایداری در برابر شکست و کسب پاداش» تعریف کرد (۳). رقابت فرآیندی اجتماعی است و فردی که از معیار مقایسه آگاه و قادر به ارزش‌یابی فرآیند مقایسه است، اجرای ورزشی خود را بر اساس برخی معیارها با فرد دیگر قیاس می‌کند (۵)، در حالی که رقابت‌طلبی «تلاش فرد برای کسب رضایت در برخی معیارهای عالی در حضور داور و قضاوت دیگران» تعریف شده است. بر این اساس، افراد بسیار رقابتی موقعیت و شرایط ورزشی را متفاوت با افراد غیررقابتی تعبیر و تفسیر می‌کنند و نوع ادراک آنها از این شرایط بر رفتار آنها مؤثر خواهد بود (۶). تمایل به پیروزی، اشتیاق فرد را برای پیروزی از طریق مقایسه‌های بین فردی نشان می‌دهد. هدف‌گرایی نیز به عنوان یکی از

- 
1. Sport Psychology
  2. Sport Orientation
  3. Competitiveness
  4. Goal orientation
  5. Win orientation

زیرمقیاس‌های جهت‌گیری ورزشی بر عمل‌کرد فردی تأکید دارد و در واقع بر اهداف شخصی در ورزش متمرکز است و موفقیت را نسبت به خود افراد ارزیابی می‌کند. علاوه بر این، هدف‌گرایی به‌طور ضمنی به اهداف و تلاش‌های فرد برای به دست آوردن عمل‌کرد معین نیز اشاره می‌کند (۷). هدف‌گرایی با تحقیقات ویک<sup>۱</sup> در سال ۱۹۸۰ بر روی دانش‌آموزان مدرسه آغاز شد و سپس برای بزرگسالان در بخش‌های تربیتی و ورزشی توسعه یافت (۷). به‌طور کلی، موفقیت‌گرایی و پیشرفت‌گرایی به تمایل فرد و برخورداری وی از تسلط یا مبارزه‌طلبی برای رسیدن به موقعیتی بهتر اطلاق می‌شود. بر اساس برخی نظریه‌ها این تمایل به‌طور مستقیم به نوع هدف تعیین‌شده از سوی فرد و اهمیت هدف بستگی دارد. پیشرفت در رقابت‌های ورزشی به هدف‌گرایی فرد وابسته است که این هدف‌گرایی یا مبتنی بر تکلیف‌گرایی یا خود‌گرایی است (۸).

محققانی چون نوربخش<sup>۲</sup> (۲۰۰۶)، ماکای<sup>۳</sup> (۲۰۰۶)، پاناگوتیس<sup>۴</sup> و زاهارادیس<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) در مطالعات خود تفاوت‌های بسیاری را در جهت‌گیری ورزشی ورزشکاران رشته‌های مختلف ورزشی مشاهده نمودند (۹-۱۱). در ایران نیز چند پژوهش در این حوزه انجام شده است. رضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۴) جهت‌گیری ورزشی دانشجویان ورزشکار دانشگاه گیلان را بررسی نمودند. نتایج نشان داد بین جهت‌گیری ورزشی افراد با توجه به جنسیت، رشته ورزشی (گروهی یا انفرادی) و رشته تحصیلی (تربیت بدنی و غیرتربیت بدنی) تفاوتی معنی‌دار وجود ندارد (۱۲). فولادیان و همکاران (۱۳۸۸) جهت‌گیری ورزشی را در رشته‌های انفرادی و گروهی و ارتباط آن را با انگیزه مشارکت ورزشی بررسی کردند. نتایج نشان داد ورزشکاران رشته‌های انفرادی رقابت‌طلب‌تر از رشته‌های تیمی‌اند و تمایل به پیروزی در آنها بیشتر است، اما ورزشکاران رشته‌های تیمی هدف‌گراتر از رشته‌های انفرادی‌اند به‌علاوه، بین زیرمقیاس‌های جهت‌گیری ورزشی و انگیزه مشارکت ورزشی ارتباطی معنی‌دار وجود داشت (۸). در مطالعه‌ای دیگر، فولادیان و همکاران (۱۳۸۸) ارتباط انگیزه مشارکت ورزشی را با جهت‌گیری ورزشی بررسی کردند. طبق نتایج آنها، دانشجویان ورزشکار پسر، در مقایسه با دانشجویان ورزشکار دختر در جهت‌گیری ورزشی و در هر سه زیرمقیاس رقابت‌طلبی، میل به پیروزی و هدف‌گرایی میانگین نمرات بیشتری داشتند (۱۳).

- 
1. Week
  2. Naurbakhsh
  3. Mackay
  4. Panagiotis
  5. Zahariadis

به هر حال، جهت‌گیری ورزشی ورزشکاران از موارد مهیم است که به موفقیت ورزشکاران کمک می‌کند، اما می‌توان گفت مواردی غیر از عوامل روانی مانند کسب امتیاز، تشویق و پاداش نیز تمایل به پیروزی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. یکی از مواردی که در پژوهش‌های داخلی کمتر به آن پرداخته شده یا به آن توجه نشده است، موضوع هویت ورزشی در ارتباط با جهت‌گیری ورزشی ورزشکاران است؛ زیرا هویت ورزشی که از آن به‌عنوان میزان درجه وابستگی به ورزش یاد می‌شود (۱۴)، با وجود توجه به زیرمقیاس‌های درونی (هویت شخصی و هیجان‌پذیری منفی)، به مؤلفه‌های بیرونی (انحصارگرایی و هویت اجتماعی) نیز توجه دارد (۱۵). هویت، مفهومی ذهنی از خود به‌عنوان فرد و در واقع، تصویر شخصی از خود است (۱۶). هویت ورزشی<sup>۱</sup>، بر اساس مطالعه<sup>۲</sup> برور<sup>۳</sup> (۱۹۹۳)، معیاری برای سنجش هویت فرد در نقشی ورزشی است (۱۷) و به‌طور تجربی با سلامتی (۱۷)، افزایش شرکت در فعالیت‌های بدنی (۱۸) و افزایش روابط اجتماعی و اعتمادبه‌نفس (۱۹) ارتباط دارد.

هویت ورزشی از چهار زیرمقیاس هویت شخصی<sup>۲</sup>، هویت اجتماعی<sup>۴</sup>، انحصارگرایی<sup>۵</sup> و هیجان‌پذیری منفی<sup>۶</sup> تشکیل شده است. هویت شخصی، باورهای شناختی فرد را در مورد فعالیت‌های ورزشی‌اش ارزیابی می‌کند. هویت اجتماعی نشان می‌دهد که آزمودنی تا چه حد باور دارد که دیگران او را ورزشکار می‌دانند. انحصارگرایی بیان‌گر این موضوع است که فرد تا چه حد ارزش خود را منوط به عمل کردن ورزشی‌اش می‌داند و هیجان‌پذیری منفی، به احساسات نامطلوب و افسردگی ناشی از آسیب ورزشی یا عمل کردن ضعیف ورزشکار مربوط می‌شود (۲۰). تحقیقات گذشته بیان کرده‌اند که افراد با هویت ورزشی قوی، رقابتی‌تر و هدف‌گراتر هستند و میل به پیروزی بیشتری دارند (۲۱). به علاوه، دانیلز<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۰۵) بیان کردند که ساختار هویت ورزشی دختران و پسران نوجوان با یکدیگر متفاوت است (۲۲). لایو<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۰۸) تغییرات هویت ملی را در میان کودکان در سرزمین‌های چین، هنگ‌کنگ و تایوان را قبل، در طی و بعد از بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ پکن بررسی کردند. طبق نتایج آنها، اگرچه بین

- 
1. Athletic Identity
  2. Brewer
  3. Self-Identity
  4. Social Identity
  5. Exclusivity
  6. Negative Affectivity
  7. Daniels
  8. Lau



دو جنس تفاوتی معنی‌دار در هویت ملی وجود نداشت، اما در هویت ورزشی، پسران به‌طور معنی‌داری امتیازهای بالاتری نسبت به دختران داشتند (۲۳). در برخی جوانان نیز تفریح، همراهی با دوستان و یادگیری مهارت‌ها از انگیزه‌های مهم شرکت آنها در ورزش است (۲۴)؛ بنابراین ضروری نیست که افراد با هویت ورزشی قوی، رقابتی باشند و اهداف رقابتی‌شان را حفظ کنند. از آنجا که ارزیابی و موفقیت بخشی مهم از طبیعت ورزش است، انتظار داریم که جهت‌گیری ورزشی با افکار شخصی ما در زمینه ورزش رابطه داشته باشد، با وجود این، هدف از این تحقیق آن است که با بررسی میزان جهت‌گیری ورزشی و هویت ورزشی ورزشکاران دانشجو به پرسش‌های زیر پاسخ دهیم: آیا میزان جهت‌گیری ورزشی و هویت ورزشی ورزشکاران زن و مرد با هم تفاوت دارد؟ آیا بین زیرمقیاس‌های جهت‌گیری ورزشی و زیرمقیاس‌های هویت ورزشی ارتباط درونی وجود دارد؟

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع توصیفی و روش علی-مقایسه‌ای است. جامعه آماری شامل دانشجویان پسر و دختر رشته‌های فوتسال و والیبال شرکت‌کننده در دومین المپیاد ورزشی غیرمتمرکز منطقه ۹ دانشگاه آزاد اسلامی سال ۱۳۸۸ است که از این میان ۳۶ دختر و ۵۰ پسر ورزشکار به‌طور تصادفی از تیم‌های شرکت‌کننده در المپیاد انتخاب شدند. جمع‌آوری اطلاعات در مرحله قبل از شروع بازی‌ها و در مراسم افتتاحیه مسابقات انجام شد تا از تأثیرات نتایج مسابقات بر داده‌ها جلوگیری به عمل آید.

در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های جهت‌گیری ورزشی گیل و دیتز (۱۹۸۸) برای ارزیابی جهت‌گیری ورزش استفاده شد (۲۵). این پرسشنامه شامل ۲۵ سؤال است که با مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت (کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) نمره‌گذاری می‌شود و از سه زیرمقیاس رقابت‌طلبی، هدف‌گرایی و میل به پیروزی تشکیل شده است. زیرمقیاس رقابت‌طلبی شامل ۱۳ سؤال است و احساس فرد را در مورد رقابت با دیگران اندازه‌گیری می‌کند. زیرمقیاس هدف‌گرایی شامل ۶ سؤال است و احساس فرد را از اجرای ورزش به شکل مطلوب نشان می‌دهد و زیرمقیاس میل به پیروزی ۶ سؤال دارد و احساس فرد را درباره کسب موفقیت در رقابت نشان می‌دهد. روایی و پایایی این پرسشنامه در پژوهش بهرام و شفیع زاده (۱۳۸۲) تأیید شده (۲۶) و در مطالعه فولادیان و همکاران (۱۳۸۸) پایایی زمانی ۰/۹۳ و ثبات درونی ۰/۷۱ تا ۰/۹۲ به‌دست آمده است (۸). در مطالعه حاضر، پایایی (آزمون-آزمون مجدد) ۰/۸۳ و

ثبات درونی ۰/۷۲ برای رقابت‌طلبی، ۰/۷۴ برای هدف‌گرایی و ۰/۶۸ برای میل به پیروزی به‌دست آمد.

از مقیاس اندازه‌گیری هویت ورزشی با چهار زیرمقیاس برای اندازه‌گیری هویت شخصی، هویت اجتماعی، انحصارگرایی و هیجان‌پذیری منفی استفاده شد (۲۰). این پرسشنامه شامل ۱۰ سؤال است که با مقیاس هفت ارزشی لیکرت (کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) نمره‌گذاری می‌شود. روایی و پایایی (آزمون-آزمون مجدد) این پرسشنامه در مطالعات مارتین (۱۹۹۷) و یو و آندرسون (۲۰۰۸) تأیید شده (۲۰، ۲۷) و ثبات درونی پرسشنامه نیز در مطالعات ماستن<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) و کوکورایدز<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) در سطحی قابل قبول بوده است (۱۶، ۲۸). در مطالعه حاضر، روایی محتوایی پرسشنامه توسط سه متخصص تربیت بدنی، روان‌شناسی و زبان انگلیسی تأیید شد و پایایی (آزمون-آزمون مجدد) (۰/۸۶) و ثبات درونی برای هویت شخصی ۰/۸۰، هویت اجتماعی ۰/۶۶، انحصارگرایی ۰/۸۶ و برای هیجان‌پذیری منفی ۰/۶۵ به‌دست آمد.

از روش‌های آماری آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی درونی دو پرسشنامه AIMS و SOQ، ضریب همبستگی پیرسون برای اندازه‌گیری ارتباط درونی بین زیرمقیاس‌ها، t همبسته برای تعیین تفاوت بین ورزشکاران والیبالیست و فوتسالیست و تحلیل واریانس چندمتغیره برای تعیین تفاوت جنسیت در زیرمقیاس‌های دو پرسشنامه استفاده شد. کلیه روش‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شد.

### یافته‌های پژوهش

جدول ۱، یافته‌های توصیفی زیرمقیاس‌های شناسایی شده در دو پرسشنامه جهت‌گیری ورزشی و هویت ورزشی دانشجویان ورزشکار دختر و پسر (فوتسال و والیبال) را نشان می‌دهد.

جدول ۱. یافته‌های توصیفی زیرمقیاس‌های پرسشنامه‌های هویت ورزشی (AIMS) و جهت‌گیری ورزشی (SOQ) در دانشجویان ورزشکار

جهت‌گیری ورزشی		هویت ورزشی						
میل به پیروزی	هدف‌گرایی	رقابت‌طلبی	هیجان‌پذیری منفی	انحصارگرایی	هویت اجتماعی	هویت شخصی		
۳/۸۹±۰/۵۰	۴/۴۸±۰/۴۶	۴/۶۷±۱/۰۴	۶/۱۱±۰/۹۶	۵/۱۴±۱/۱۱	۵/۹۲±۰/۹۵	۵/۸۰±۱/۰۱	پسر	فوتسال
۳/۵۴±۰/۴۸	۳/۵۸±۰/۶۹	۳/۶۸±۰/۴۳	۵/۱۶±۱/۸۲	۴/۴۳±۱/۵۶	۵/۲۲±۱/۳۹	۵/۳۸±۱/۵۱	دختر	
۴/۳۴±۰/۸۹	# ۴/۴۸±۰/۵۶	* ۴/۳۸±۰/۵۷	* ۶/۱۸±۱/۱۲	* ۵/۴۸±۱/۰۲	* ۶/۱۸±۱/۱۶	# ۶/۵۴±۰/۴۷	پسر	والیبال
۳/۵۱±۰/۶۴	# ۳/۷۷±۰/۳۵	* ۳/۷۷±۰/۴۹	۴/۶۶±۱/۲۵	۴/۲۵±۱/۳۲	۴/۷۷±۱/۲	۵/۱۶±۱/۲۹	دختر	
۳/۸۳±۰/۷۰	۴/۱۴±۰/۶۵	۴/۱۹±۰/۸۱	۵/۶۱±۱/۳۹	۴/۸۸±۱/۳۹	۵/۵۹±۱/۲۵	۵/۷۷±۱/۱۸	میانگین کل	

\* در سطح  $P < 0/05$  معنادار است. # در سطح  $P < 0/01$  معنی‌دار است.

نتایج نشان داد در زیرمقیاس‌های دو پرسشنامه AIMS و SOQ بین والیبالیست‌ها و فوتسالیست‌ها تفاوتی معنی‌دار وجود ندارد، اما استفاده از تحلیل واریانس چندمتغیره نشان داد که در زیرمقیاس‌های هویت ورزشی شامل هویت شخصی ( $P = 0/004$ )، هویت اجتماعی ( $P = 0/017$ )، انحصارگرایی ( $P = 0/03$ ) و هیجان‌پذیری منفی ( $P = 0/011$ )، بین دختران و پسران والیبالیست تفاوتی معنی‌دار وجود دارد، در صورتی که بین دختران و پسران فوتسالیست تفاوت معنی‌دار نیست (جدول ۱).

در زیرمقیاس‌های رقابت‌طلبی ( $P < 0/05$ ) و هدف‌گرایی ( $P < 0/01$ ) بین دختران و پسران در هر دو رشته فوتسال و والیبال تفاوتی معنی‌دار مشاهده شد، در صورتی که در زیرمقیاس میل به پیروزی در هر دو رشته، بین دختران و پسران ورزشکار تفاوتی معنی‌دار وجود نداشت (جدول ۱).

جدول ۲ نشان می‌دهد در دختران ورزشکار فقط بین هویت شخصی با رقابت‌طلبی و هدف‌گرایی ارتباط مستقیم و معنی‌دار وجود دارد (۰/۶۵ و ۰/۵۷)، در صورتی که در پسران ورزشکار (جدول ۳) علاوه بر ارتباط مستقیم و معنی‌دار بین هویت اجتماعی و میل به پیروزی (۰/۷۲)، انحصارگرایی نیز با هر سه زیرمقیاس جهت‌گیری ورزشی (رقابت‌طلبی، هدف‌گرایی و میل به پیروزی) ارتباطی مستقیم و معنی‌دار دارد (۰/۴۴، ۰/۵۱ و ۰/۶۱). به علاوه، نتایج نشان داد که دختران و پسران ورزشکار با انحصارگرایی قوی، گرایش بیشتری به هیجان‌پذیری منفی دارند (۰/۴۹ و ۰/۵۹).

جدول ۰.۲ ارتباط بین زیرمقیاس‌های هویت ورزشی و جهت‌گیری ورزشی در دانشجویان ورزشکار دختر

میل به پیروزی	مؤلفه‌های جهت‌گیری ورزشی			مؤلفه‌های هویت ورزشی			
	هدف‌گرایی	رقابت‌طلبی	هیجان‌پذیری منفی	انحصارگرایی	هویت اجتماعی	هویت شخصی	
۰/۳۱ P = ۰/۲۰	۰/۵۷* P = ۰/۰۱۳	۰/۶۵ # P = ۰/۰۰۳	-۰/۰۳۷ P = ۰/۸۸	۰/۴۴ P = ۰/۰۶۲	۰/۶۹** P = ۰/۰۰۱	۱	هویت شخصی
۰/۱۳ P = ۰/۵۸	۰/۳۵ P = ۰/۱۵	۰/۳۰ P = ۰/۲۱	۰/۱۴ P = ۰/۵۷	۰/۶۸ # P = ۰/۰۰۲	۱		هویت اجتماعی
۰/۲۹ P = ۰/۲۳	۰/۳۹ P = ۰/۱۰	۰/۱۴ P = ۰/۵۵	۰/۴۹* P = ۰/۰۳۸	۱			انحصارگرایی
۰/۱۲ P = ۰/۶۲	۰/۰۷۳ P = ۰/۷۷	-۰/۰۱۲ P = ۰/۹۶	۱				هیجان‌پذیری منفی
۰/۷۲ # P = ۰/۰۰۱	۰/۶۱ # P = ۰/۰۰۶	۱					رقابت‌طلبی
۰/۶۴ # P = ۰/۰۰۴	۱						هدف‌گرایی

\* در سطح  $P < ۰/۰۵$  معنادار است. # در سطح  $P < ۰/۰۱$  معنادار است.

جدول ۰.۳ ارتباط بین زیرمقیاس‌های هویت ورزشی و جهت‌گیری ورزشی در دانشجویان ورزشکار پسر

میل به پیروزی	مؤلفه‌های جهت‌گیری ورزشی			مؤلفه‌های هویت ورزشی			
	هدف‌گرایی	رقابت‌طلبی	هیجان‌پذیری منفی	انحصارگرایی	هویت اجتماعی	هویت شخصی	
۰/۳۵ P = ۰/۰۹۳	۰/۲۴ P = ۰/۲۵	۰/۳ P = ۰/۱۵	-۰/۰۸۶ P = ۰/۶۹	۰/۲۹ P = ۰/۱۶	۰/۳۸ P = ۰/۰۶۳	۱	هویت شخصی
۰/۷۲ # P = ۰/۰۰۱	۰/۳۳ P = ۰/۱	۰/۴ P = ۰/۰۵۳	۰/۴۷* P = ۰/۰۱۶	۰/۵۹ # P = ۰/۰۰۲	۱		هویت اجتماعی
۰/۶۱ # P = ۰/۰۰۱	۰/۵۱* P = ۰/۰۱۱	۰/۴۴* P = ۰/۰۳	۰/۵۹ # P = ۰/۰۰۲	۱			انحصارگرایی
۰/۳۴ P = ۰/۱	۰/۲۸ P = ۰/۱۷	۰/۲۵ P = ۰/۲۲	۱				هیجان‌پذیری منفی
۰/۴۶* P = ۰/۰۲	۰/۵۱ # P = ۰/۰۰۸	۱					رقابت‌طلبی
۰/۶۱ # P = ۰/۰۰۱	۱						هدف‌گرایی

\* در سطح  $P < ۰/۰۵$  معنادار است. # در سطح  $P < ۰/۰۱$  معنادار است.

### بحث و نتیجه‌گیری

بررسی داده‌های تحقیق نشان داد بین جهت‌گیری ورزشی در دو زیرمقیاس رقابت‌طلبی و هدف‌گرایی ورزشکاران زن و مرد اختلافی معنی‌دار وجود دارد (جدول ۱). هم‌سو با این مطالعه، برخی مطالعات نیز نشان داده‌اند در زیرمقیاس‌های رقابت‌طلبی، هدف‌گرایی و میل به پیروزی بین زنان و مردان ورزشکار تفاوتی معنادار وجود دارد (۲، ۱۳، ۲۹)، در صورتی که رضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۴) در زیرمقیاس‌های جهت‌گیری ورزشی، بین مردان و زنان ورزشکار تفاوتی معنی‌دار مشاهده نکردند (۱۲). آزمودنی‌های این تحقیق که شامل دانشجویان ورزشکار یک منطقه از کشور است، در مقایسه با مطالعهٔ رضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۴) که فقط از آزمودنی‌های یک دانشگاه استفاده کرده بودند در سطحی بالاتر قرار دارند و ناهماهنگی بین مطالعهٔ رضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۴) و مطالعهٔ حاضر، به احتمال زیاد به دلیل تفاوت سطح و کلاس ورزشکاران است.

با توجه به اینکه جهت‌گیری ورزشی شامل سه زیرمقیاس رقابت‌طلبی، هدف‌گرایی و تمایل به پیروزی است این زیرمقیاس‌ها را مجزا بررسی می‌کنیم. در تحقیق حاضر، ترتیب و اولویت جهت‌گیری ورزشی دانشجویان ورزشکار، به ترتیب شامل رقابت‌طلبی، هدف‌گرایی و میل به پیروزی بوده است و نتایج به میانگین ارائه‌شده برای ورزش‌های گروهی در مطالعهٔ فولادیان و همکاران (۱۳۸۸) بسیار نزدیک است. نتایج نشان داد بین رقابت‌طلبی ورزشکاران زن و مرد اختلافی معنی‌دار وجود دارد و ورزشکاران مرد نسبت به ورزشکاران زن رقابت‌طلب‌ترند (جدول ۱). بنا به گفتهٔ رضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۴) در اغلب تحقیقات، رقابت‌طلبی متمایزکننده‌ترین بُعد جهت‌گیری ورزشی معرفی شده و فرهنگ از عوامل مؤثر در رقابت‌طلبی است به طوری که تصور فرد از جامعه و آنچه توسط جامعه تقویت می‌شود، رفتار فرد را شکل می‌دهد (۱۲). از عوامل مؤثر دیگر می‌توان به ویژگی‌های شخصیتی هر فرد در حس رقابت‌طلبی اشاره کرد؛ یعنی افرادی که در مسابقات، اعتمادبه‌نفس بالاتر و سطوح اضطراب پایین‌تر دارند، جهت‌گیری ورزشی قوی‌تری دارند (۱۲). به احتمال زیاد، کمبود تجربه و شرکت نکردن در مسابقات و رقابت نکردن با حریفان مختلف باعث کاهش امتیاز زنان ورزشکار در رقابت‌طلبی شده است.

نتایج نشان داد بین زیرمقیاس هدف‌گرایی ورزشکاران زن و مرد اختلافی معنی‌دار وجود دارد و به عبارت دیگر، ورزشکاران مرد هدف‌گراتر از ورزشکاران زن بودند. دودا<sup>۱</sup> (۱۹۹۳) در نظریهٔ

انگیزش پیشرفت خود بیان کرد افرادی که انگیزه‌های تکلیف‌گرایی بیشتری دارند، اعتمادبه‌نفس بالاتری نیز دارند. بر اساس این نظریه، ممکن است که تفاوت انگیزه‌های تکلیف‌گرایی ورزشکاران زن و مرد عاملی برای بروز تفاوت هدف‌گرایی آنان باشد (۳۰). همچنین بین تمایل به پیروزی ورزشکاران زن و مرد تفاوتی معنی‌دار دیده نشد که با نتایج مطالعات جمشیدی و همکاران (۱۳۸۸) و گیل و دیتر (۱۹۸۸، ۱۹۹۳) هم‌خوانی ندارد (۲، ۲۵، ۳۱). از علل این تفاوت می‌توان به این نکته اشاره کرد که در فرهنگ ورزش دانشگاه و در سطح این مسابقات بر رفتار رقابتی تأکید کمتر و بر رفتارهای همکاری و گروهی تأکید بیشتری می‌شود و شاید دانشجویان، شرکت در این اردوها و رقابت‌های ورزشی را چندان جدی نمی‌گیرند و بیشتر از جنبه تفریحی به آن نگاه می‌کنند و تمایل به پیروزی اهمیت چندانی ندارد.

میانگین نمرات کسب‌شده در زیرمقیاس‌های هویت ورزشی بین دانشجویان ورزشکار زن و مرد قابل مقایسه است، به طوری که در کلیه زیرمقیاس‌های هویت ورزشی، میانگین نمرات مردان بیشتر از زنان بود. با این تفاوت که بین زنان و مردان والیبالست اختلافی معنی‌دار وجود داشت و بین دختران و پسران فوتسالست، اختلاف، معنی‌دار نبود (جدول ۱). هم‌سو با این مطالعه، میلز<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۶) نیز میانگین نمرات بالاتری در هویت ورزشی مردان نسبت به زنان مشاهده کردند (۳۲). به نظر می‌رسد که مردان بیشتر از زنان خود را ورزشکار می‌دانند و اهدافشان منحصراً در رابطه با ورزش است. از سوی دیگر، مردان اگر آسیب ببینند و نتوانند در ورزش شرکت کنند، خیلی افسرده می‌شوند که این تعجب‌آور نیست. طبق مطالعه هورتن<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۰) قدرت هویت ورزشی به تجربیات گوناگون گذشته و حال ورزشکاران و موفقیت یا شکست آنان در زمین ورزش مربوط است (۳۳) و تفاوت در قدرت هویت ورزشی به‌طور معنی‌داری به‌علت جوانتر بودن و کمبود تجربه است (۳۴). همچنان‌که که نتایج میلز و همکاران (۲۰۰۶) نشان داد افراد نخبه ورزشی نسبت به گروه‌های ورزش تفریحی و افراد عادی (عدم شرکت در ورزش) هویت ورزشی قوی‌تری دارند (۳۲)؛ از این رو، با توجه به اینکه زنان در کشور ما کمتر به ورزش می‌پردازند و امکانات کاملاً برای آنان مهیا نیست، کسب میانگین کم در نمرات منطقی به نظر می‌رسد، هرچند نباید از انگیزه درونی افراد به‌عنوان عاملی تأثیرگذار در هویت ورزشی غافل شد (۳۵).

---

1. Mills  
2. Horton

نتایج همبستگی پیرسون نشان داد در دختران و پسران ورزشکار، بین هویت اجتماعی و انحصارگرایی ارتباطی مستقیم و معنی‌دار وجود دارد و هویت اجتماعی قوی سبب می‌شود ورزشکاران خود را بیشتر به ورزش محدود کنند (جدول ۲ و ۳)؛ به عبارت دیگر، ورزشکارانی که نقش خود را به عنوان ورزشکار مهم معرفی می‌کنند احساس می‌کنند که ورزش مهم‌تر از سایر فعالیت‌های روزمره زندگی است. در صحت این موضوع، تئوری‌های متفاوت مطرح نموده‌اند که هویت ورزشی قوی و انحصارگرایی، در بیشتر موارد در ورزشکارانی افزایش می‌یابد که به سطوح بالای ورزشی می‌رسند (۳۶).

از سوی دیگر، ارتباط درونی بین دو مقیاس جهت‌گیری ورزش و هویت ورزشی نشان داد که ورزشکاران دختر با هویت شخصی قوی، رقابت‌طلب‌تر و هدف‌گراتر هستند و گرایش بیشتری برای دستیابی به موفقیت و رضایت‌مندی در ورزش دارند (جدول ۲). همان‌طور که یو و آندرسون (۲۰۰۸) بیان کردند، ادراک ورزشکار از نقش ورزشی خود بیشتر از آنکه تحت تأثیر زیرمقیاس‌های بیرونی هویت ورزشی باشد، متأثر از زیرمقیاس هویت شخصی است (۲۷). در پسران ارتباطی معنی‌دار بین هویت اجتماعی و تمایل به پیروزی مشاهده شد و پسرانی که از لحاظ هویت اجتماعی قوی‌تر بودند، تمایل بیشتری به پیروزی داشتند (جدول ۳). علاوه بر آن، بین انحصارگرایی با سه زیرمقیاس جهت‌گیری ورزشی (رقابت‌طلبی، هدف‌گرایی و تمایل به پیروزی) ارتباطی معنی‌دار در پسران مشاهده شد و افرادی که ورزش از مهم‌ترین بخش‌های زندگی آنهاست، رقابتی‌تر و هدف‌گراتر هستند و تمایلی بیشتر به پیروزی دارند. به طور کلی، طبق نتایج این مطالعه، در دختران ورزشکار مهم‌ترین زیرمقیاس برای موفقیت در ورزش، هویت شخصی است، در صورتی که در پسران ورزشکار، انحصارگرایی و هویت اجتماعی بیشترین نقش را دارند.

از دلایل تفاوت ارتباط جهت‌گیری ورزشی و هویت ورزشی بین زنان و مردان می‌توان به این نکته اشاره کرد که پسران و دختران طی سال‌های اولیه تولد حمایت‌های متفاوتی در زمینه فعالیت بدنی دریافت می‌کنند. پسران از طفولیت برای شرکت در ورزش تشویق می‌شوند. در مقابل، دختران (به‌ویژه در کشور ما) به دلیل مسائل مذهبی و فرهنگی، حمایت‌هایی مشابه برای شرکت در فعالیت‌های بدنی دریافت نمی‌کنند؛ بدین ترتیب در الگوهای مشارکتی، پسران اغلب آشکارا در رقابت‌ها شرکت می‌کنند، در حالی که الگوهای مشارکتی سنتی برای دختران آشکارا باعث اجتناب آن‌ها از رقابت می‌شود (۳۷) و چون پیام‌های اجتماعی متفاوتی در مورد ورزش دریافت می‌کنند؛ در نتیجه، اهدافی متفاوت در ورزش دارند. همچنین در مورد دستیابی به اهداف ورزش برای زنان، لازم است تا فرصت‌های تاریخی آنان را نسبت به پسران

در نظر بگیریم. به نظر می‌رسد زنان برای ورزش‌های رقابتی آسیب‌پذیرترند و ضعف در آنها متداول است (۳۸). هنگامی که زنان در ورزش شرکت می‌کنند، اغلب، ورزش‌های تعریف‌شده‌ای برای آنها در نظر گرفته می‌شود و از ورزش‌های شبیه مردان دور می‌شوند؛ به همین علت، با وجود انتقال‌های نسبی اخیر، امکان ندارد پیام برنده شدن که از اهداف اولیه ورزش است، در ورزش‌های زنان و دختران به اندازه‌ای که در مردان و ورزش‌های مربوط به مردان است، گسترده باشد؛ در نتیجه، رابطه بین جهت‌گیری ورزشی و هویت ورزشی برای مردان و زنان متفاوت است.

در مجموع، این تحقیق نشان داد که دانشجویان ورزشکار زن نسبت به دانشجویان ورزشکار مرد هویت‌های ورزشی متفاوتی دارند و نتایج مطالعه، اهمیت هویت ورزشی را در موفقیت افراد در فعالیت‌های بدنی و ورزش متذکر می‌شود، به طوری که ویژگی‌های شخصیتی هر فرد در حس رقابت‌طلبی مؤثر است و مطابق با تحقیقات گذشته، افراد با هویت ورزشی قوی، رقابتی‌تر و هدف‌گراتر هستند و تمایل بیشتری به پیروزی دارند. به نظر می‌رسد نتایج این تحقیق در به‌کارگیری روش‌های مطلوب‌تر برای شناسایی نیازهای انگیزشی دانشجویان و ورزشکاران مؤثر است و اطلاع‌رسانی سودمند به مربیان ورزشی، زمینه‌ای مساعد برای افزایش شناخت ورزشکاران و دانشجویان فراهم می‌کند؛ بنابراین ضروری است مربیان برای کسب تجربه و آمادگی، فرصت‌ها و چالش‌های رقابتی را فراهم نمایند تا نیازهای ورزشکاران به شیوه‌ای مؤثرتر برآورده شود.

### منابع:

۱. عبدلی، بهروز، (۱۳۸۴). «مبانی روانی - اجتماعی تربیت بدنی». تهران: انتشارات بامداد کتاب.
۲. جمشیدی، اکبر، باقرزاده، فضل‌ا...، عرب عامری، الهه و رستگار، احمد، (۱۳۸۸). مقایسه جهت‌گیری ورزشی ورزشکاران شرکت‌کننده در هشتمین المپید ورزشی دانشجویی. حرکت، ۳۹: ۱۴۴-۱۳۳.
3. Roberts, W., Daniel, C. (1999). Foundation of sport and exercise psychology. Second edition.
۴. گیل، دایان (۱۳۸۳). «پویایی روان شناختی در ورزش». ترجمه نورعلی خواجهوند. چاپ اول. تهران: نشر کوثر.



۵. مارتنز، رینر، (۱۳۸۵). «روان‌شناسی ورزشی». ترجمه محمد خبیری. تهران: بامداد کتاب.
6. Williams, L. (2000). Psychological dynamic of sport and exercise. Champaign: Human kinetics. 2<sup>nd</sup> edition.
7. Finkenber, M. E., Mode, Dinucci, J.M. (1998). Analysis of sport orientation of male and female collegiate athletes.
۸. فولادیان، جواد، سهرابی، مهدی، عطار زاده حسینی، سید رضا، فارسی، علیرضا، (۱۳۸۸). مقایسه سوگیری ورزش (ورزش‌گرایی) ورزشکاران رشته‌های انفرادی و گروهی و ارتباط آن با انگیزه مشارکتی. پژوهش در علوم ورزشی، ۲۲: ۳۷-۴۹.
9. Naurbakhsh, M. (2006). A comparison of participation motivation in sport activities in school and university athletes and its relationship with their sport goal orientations. Olympic, summer.
10. Mackay, (2006). Participation motivation in martial artists in the west midlands region of England. Journal of Sport Science and Medicine, 28-34.
11. Panagiotis, N., Greece, Zahariadis Thessaloniki. (2007). Goal Orientations and Participation Motives in Physical Education and Sport. Journal of Instructional Psychology, 46, 34-46.
- ۱۲.۱۲- رضانی نژاد، رحیم، صادقی، عباس، افقی، نادر و خالقی آرانی، حسین، (۱۳۸۴). مقایسه جهت‌گیری دانشجویان ورزشکار دانشگاه گیلان. حرکت، ۲۴: ۷۲-۵۹.
- ۱۳.۱۳- فولادیان، جواد، سهرابی، مهدی، عطارزاده حسینی، سید رضا، فارسی، علیرضا، (۱۳۸۸). ارتباط انگیزه مشارکت ورزشی با سوگیری ورزشی دانشجویان ورزشکار. المپیک، ۱۷ (پیاپی ۴۸): ۳۹-۲۹.
14. Brewer, B.W, Van Raalte, J.L., Linder, D.E. (1993). Athletic identity: Hercules' muscles or Achilles heel? International Journal of Sport Psychology, 24: 237-254.
- ۱۵.۱۵- شجاع، رضا، سهرابی، مهدی، فولادیان، جواد، (۱۳۸۹). تعیین سلسله مراتب هویت نقش بازیکنان تیم‌های ملی هندبال ایران و رابطه آن با هویت ورزشی، سن و سابقه قهرمانی. المپیک، ۵۰: ۱۱۳-۱۲۴.
16. Masten, R., Tusak, M., Faganel, M. (2006). Impact of Identity on Anxiety in athletes. Kinesiology, 38(2):126-134.
17. Brewer, B. W., Van Raalte, L. L., Linder, D. E. (1993). Athletic Identity: Hercules muscles or Achilles heel? International Journal of Sport Psychology, 24(2): 237-254.

18. Anderson, D. F., Cychosz, C. M. (1990). Prediction of participation in exercise among employees of a medical center from their perceived susceptibility, benefits, social influences, cues to action, physical self-efficacy, and exercise identity. Paper presented at the annual meeting of the North American Society for the Psychology of Sport and Physical Activity, Houston, TX, USA.
  19. Petitpas, A. J. (1978). Identity foreclosure: A unique challenge. *Personnel and Guidance Journal*, 56: 558-561.
  20. Martin, J. J, Ekland, R. C & Muscheltt, C. A. (1997). Factor structure of the Athletic Identity Measurement Scale with athletes with disabilities. *Adapted Physical Activity Quarterly*, 14(1), 74-82.
  21. Brewer, B. W., Boin, P. D., Peptibas, A. J. (1993). Dimensions of Athletic Identity. American Psychological Association annual conference.
  22. Daniels, E.A., Sincharoen, S., Leaper, C. (2005). Sport orientation and athletic identity among adolescent girls and boys. *Journal of Sport Behavior*, 28(4): 315-332.
  23. Lau, P.W., Lam, M.H., Leung, B.W. (2008). National Identity and Beijing Olympics: School children's responses in mainland China, Taiwan and Hong Kong. *Lewi Working Paper Series*. P78.
  24. Weiss, M.R., Chaumeton, N. (1993). Motivational orientations in sport. *Advances in Sport Psychology*, 61-99.
  25. Gill, D. L., Deeter, T. E. (1988). Development of the sport orientation Questionnaire. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 59: 191-202.
- ۲۶.۲۶- بهرام، عباس، شفیع زاده محسن، خلجی، حسن، صنعتکاران، افسانه (۱۳۸۲). تعیین اعتبار و پایایی پرسشنامه ورزش‌گرایی. طرح پژوهش. پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
27. Yue, Li H., Anderson, M. (2008). Athletic identity in China: Examining the AIMS in a Hong Kong sample. *Usep*, 6: 176-188.
  28. Kokaridas, D., Pekros, S., Harbalis, T., Koltsidas, E. (2009). Sport orientation and athletic identity of Greek wheelchair basketball players. *Percept Mot Skills*, 109(3): 887-980.
  29. Sally, A. W., Scott, R. (1996). The relationship between goal orientation, belief about the causes of sport success, and trait anxiety among high school, intercollegiate, and recreation sport participants. *The Sport Psychologist*, 10: 58-72.
  30. Duda, J.L. (1993). Motivation in sport settings. A goal perspective approach. In: G Roberts, *Motivation in sport and exercise* (pp 57-91) Human kinetics.

31. Gill, D. L. (1993). Competitionness and competitive orientation in sport. In R. N. Singer, M. Milledge L. K Tennant (Eds). Handbook of research on Sport Psychology. 314-327. New York. Macmillan.
32. Mills, A.L., Christensen S.A. (2006). Athletic identity and its relationship to sport participation levels. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 9(6): 472-478.
33. Horton, R.S., Mack, D. (2000). Athletic identity in marathon runners: Functional focus or dysfunctional commitment? *Journal of Sport Behavior*, 23(2).
34. Tasiemski, T., Kennedy, P., Gardner, B.P., Rachel, A. (2004). Athletic identity and sports participation in people with spinal cord injury. *Adapted Physical Activity Quarterly*, 21: 364-378.
35. Van de Vliet, P., Van Biesen, D., Vanlandewijck, Y.C. (2008). Athletic identity and self-esteem in Flemish athletes with a disability. *European Journal of Adapted Physical Activity*, 1(1): 9-21.
36. Williams, J.M., Krane, V. (1993). Psychological characteristics of peak performance. In J.M. Williams (Ed.), *Applied sport psychology: Personal growth to peak performance* (pp. 137-147). Mountain View, CA: Mayfield.
37. Rader, B. (1999). *American sports. From the age of folk games to the age of televised sports* (4<sup>th</sup> edition).
38. Leaper, C. (1994). Exploring the consequences of gender segregation on social relationships. In C. Leaper (Ed.), *Childhood gender segregation: Causes and consequences* (New Directions for Child Development, 65: 67-86).



## بررسی و مقایسه کارآیی نسبی استان‌ها در مدیریت کلان ورزشی در طول برنامه سوم و سال‌های ابتدایی برنامه چهارم

اسماعیل شاه‌طهماسبی<sup>۱</sup>، ابوذر غلامعلی زاده<sup>۲</sup>، سارا شمس الهی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۳/۸ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۶/۲۱

### چکیده

امروزه، ورزش و تربیت بدنی به قدری مهم شده است که برخی از جامعه‌شناسان آن را «دین مدنی» جامعه معاصر می‌دانند. با توجه به اهمیت این امر و وجود برخی ناکارآمدی‌های مدیریتی در سطوح کلان ورزشی، در این تحقیق سعی بر آن شد با توجه به کمیت و کیفیت اعتبارات توزیع شده بین استان‌ها در سال‌های ۷۹-۸۶ و در نظر گرفتن برنامه‌های مدون و همچنین منابع موجود در دست‌یابی به اهداف این برنامه‌ها، کارآیی مدیریت ورزشی هر استان با توجه به ورودی و خروجی‌های مربوط محاسبه شود. روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی-تحلیلی است. ابزار گردآوری داده‌ها، اسناد کتابخانه‌ای و سالنامه‌های استانی مرکز آمار ایران است. با در نظر گرفتن دو شاخص ورودی (مکان‌های ورزشی سرپوشیده و روباز و بودجه فصل تربیت بدنی) و چهار شاخص خروجی (مدال‌های المپیک، پارالمپیک، جهانی، آسیایی و ملی؛ مردان و زنان تحت پوشش ورزش قهرمانی؛ نسبت زنان به مردان تحت پوشش ورزش قهرمانی؛ داوران و مربیان آموزش داده شده)، در مدل تحلیل پوششی داده‌ها در دوره پنج-ساله برنامه سوم و سه سال اول برنامه چهارم کارآیی نسبی استان‌ها اندازه‌گیری شد. در برنامه سوم، استان‌های قم، گیلان، قزوین، زنجان، سیستان و بلوچستان به عنوان کارآترین و در سه ساله نخست برنامه چهارم، استان‌های کهگیلویه و بویراحمد، خراسان رضوی، گیلان، همدان، تهران، مازندران، یزد، فارس و اصفهان به این مهم دست یافتند. در نهایت، با تحلیل حساسیت شاخص‌ها مشخص شد، از میان شاخص‌های ورودی، سرانه بودجه بیشترین تأثیر را بر کارآیی استان‌ها دارد. همچنین از میان شاخص‌های خروجی، تعداد مربیان و داوران مهم‌ترین گزینه برای تغییرات و تأثیرات است.

**کلیدواژه‌های فارسی:** کارآیی، تربیت بدنی، بودجه، تحلیل پوششی داده‌ها.

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه تربیت مدرس

۲. کارشناس ارشد دانشگاه تربیت مدرس

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول)

Email: shahtahmasbi @gmail.com

Email: operationresearch1982@yahoo.com

Email: sara\_shamsollahi@yahoo.com

### مقدمه

در حال حاضر، تربیت بدنی و ورزش تنها از منظر حفظ تندرستی و شادابی اقشار مختلف جامعه و پرکردن اوقات فراغت آن‌ها مطرح نیست؛ بلکه امری چندوجهی است در اغلب شئون زندگی اجتماعی از جمله اقتصاد، سیاست، فرهنگ و بهداشت نقش دارد (۱). ورزش از عوامل مهم و اساسی در تأمین سلامت و نشاط جامعه است. ورزش بر بهره‌وری ملی و در نتیجه، بر رونق اقتصادی کشور تأثیر مثبت دارد (۲). این تأثیر نیازمند تخصیص بودجه و هزینه انرژی و برنامه‌ریزی مستمر است. البته، با توجه به جمعیت روزافزون جهان و محدود بودن امکانات، حتی برای کشورهای صنعتی پیشرفته، استفاده بهینه از امکانات موجود، راهی برتر به‌منظور افزایش تولید کالاها و خدمات و در نتیجه، افزایش رفاه جامعه بشری تلقی می‌شود. گرایش کشورهای درحال توسعه به برنامه‌ریزی توسعه، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای حرکت به‌سوی توسعه پایدار است، در حالی که اجرای صحیح این برنامه‌ها اهمیتی دوچندان دارد. گزارش‌هایی که در این کشورها از روند برنامه‌ها ارائه می‌شود، بیشتر به ذکر آمار و ارقامی اکتفا می‌کنند که چندان گویا نیست. تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که ارزیابی برنامه‌ها، در حین و پس از اجرا، نقشی مهم در تصحیح به موقع و اصلاح انحرافات برنامه دارد (۳). همچنین به وضوح در مطالعه طرح نظام جامع تربیت بدنی و ورزش ذکر شده است: « توسعه مدیریت و برنامه‌ریزی در ورزش در گرو بهره‌گیری برتر از منابع و سامان‌دهی مصارف است» (۴).

در این مقاله به بررسی کارآیی نسبی عمل‌کرد مدیریت کلان ورزشی هر یک از استان‌های کشور در طول برنامه سوم و سال‌های ابتدایی برنامه چهارم توسعه می‌پردازیم. اگرچه برنامه سوم و چهارم توسعه بازه زمانی ۱۳۷۹-۱۳۸۸ را پوشش می‌دهد، هنوز تحقیق مناسبی در مورد عمل‌کرد استان‌ها و به‌طور کلی عمل‌کرد کشور در زمینه ورزش صورت نگرفته است و این نیاز همچنان احساس می‌شود. از طرفی، برنامه چهارم توسعه به دلیل ضعف در گردآوری و مستندسازی اطلاعات، هنوز قابلیت بررسی کامل را ندارد. انتخاب مدیریت کلان ورزشی نیز به دلیل وجود مستندات و اطلاعات مستقل و همچنین اهمیت ورزش در توسعه انسانی کشور و به‌خصوص روند صعودی توجه به این مقوله و تبدیل آن به یکی از شاخص‌های اثرگذار بر روح و جسم آحاد جامعه مطرح است. مخاطبان تحقیق، کارگزاران و تأثیرگذاران امر برنامه‌ریزی و ساختاردهی در بخش تربیت بدنی هستند که برای تصمیم‌گیری نیاز به اولویت‌بندی و چارچوب تصمیم دارند؛ بنابراین در این تحقیق با دیدی جامع به بررسی عمل‌کرد استان‌های مختلف

کشور در زمینه مدیریت کلان ورزشی می‌پردازیم و در نهایت، استان‌ها را از نظر کارآیی نسبی، مقایسه و رتبه‌بندی می‌کنیم.

ورزش در آیین و فرهنگ ما و جهان امروز میدانی برای کشف استعدادها و توانایی‌های نهفته انسانی و تربیت اخلاقی و اجتماعی است (۵). با توجه به اینکه برنامه‌های توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ابزاری برای رسیدن به چشم‌انداز بیست‌ساله مدون کشورند، بررسی عملکرد این برنامه‌ها در سطح کلی و سطوح خرد می‌تواند شناسه‌هایی برای ارزیابی گام‌هایی باشد که در جهت رسیدن به این چشم‌اندازها برداشته می‌شود. اهداف بخش تربیت بدنی و ورزش کشور درخصوص چشم‌انداز، سیاست‌های کلی و قانون برنامه چهارم به‌طور خلاصه عبارتند از: دستیابی به جامعه برخوردار از سلامت، تقویت جایگاه زن در صحنه ملی و بین‌المللی ورزش، برنامه‌ریزی برای توسعه فضاهای ورزشی کشور، توسعه و تعمیم ورزش همگانی و بانوان با هدف عمومی کردن ورزش، توجه به ورزش قهرمانی و حرفه‌ای در سطح داخلی و بین‌المللی، جهت‌گیری‌های اصلی در برنامه چهارم توسعه، گسترش عدالت اجتماعی و بهره‌مندی نقاط مختلف کشور از فضاهای ورزشی و توسعه ساختار زیربناها جهت رشد و توزیع محصولات ورزشی توسط بخش خصوصی و تعاونی (۶)

در این پژوهش سعی داریم کارآیی نسبی استان‌های کشور را در دستیابی به اهداف برنامه سوم و سال‌های ابتدایی برنامه چهارم توسعه کشور در مدیریت کلان ورزشی بررسی و مقایسه کنیم که سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۶ را پوشش می‌دهد. دستاورد این روش، مشخص شدن استان‌های کارا، استان‌های ناکارا و الگوهای مناسب برای استان‌های ناکارا در جهت حرکت به سمت کارآیی در بخش مربوطه خواهد بود.

تحقیق حاضر از چند جهت صفات جامع و کاملی دارد که کمبود آن در تحقیقات موجود کاملاً مشهود است. اول آنکه بر اساس منابع هر استان در مورد میزان کارآیی آن استان تصمیم‌گیری می‌کند؛ دوم اینکه بازه‌ای گسترده در پنج سال برنامه سوم و سه سال ابتدایی برنامه چهارم را در تمامی استان‌های کشور در بر می‌گیرد؛ سوم اینکه رویکردی عملیاتی و کاربردی را در انتهای تحقیق تبیین می‌کند و نکته چهارم و اینکه از مدلی کاملاً پذیرفته شده و کارا برای این منظور استفاده می‌کند. در ادامه، چند نمونه از تحقیقاتی که در زمینه استان، تحلیل پوششی داده‌ها (کارآیی)، بازه‌های چندساله و تربیت بدنی انجام شده‌اند، بررسی می‌شود.

- افزایش کارآیی دفاعی یا تهاجمی؛ تحلیلی از فوتبال اسپانیا و ایتالیا (۷). در این مقاله کارآیی فنی لیگ‌های حرفه‌ای فوتبال اسپانیا و ایتالیا در سه فصل اخیر بررسی می‌شود و با

استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها امکان تحقق بررسی کارآیی تجمیعی را برای این منظور فراهم می‌کند.

- مدل کارآیی تقاطعی تحلیل پوششی داده‌ها، رهیافتی برای رتبه‌بندی المپیک (۸). در این تحقیق نویسنده با استفاده از تغییرات در مدل اصلی تحلیل پوششی داده‌ها و بر اساس ورودی‌هایی چون سرانه تولید ناخالص ملی و جمعیت کشور و خروجی‌هایی چون مدال‌های برنز، نقره و طلا و وزن‌دهی به ارزش مدال‌ها، کارآیی کشورهای حاضر در شش المپیک تابستانی گذشته را بررسی می‌کند. مشابه چنین تحقیقی البته با مدل‌های اصلی تحلیل پوششی داده‌ها و در یک یا چند دوره المپیک نیز صورت گرفته است (۹، ۱۰).
- میزان دستیابی به هدف‌های برنامه دوم و سوم توسعه در بخش منابع انسانی، اماکن و تأسیسات و بودجه تربیت بدنی و ورزش آموزش و پرورش استان همدان (۱۱). هدف از انجام این تحقیق، مقایسه شاخص‌ها و عمل‌کردهای برنامه‌های دوم و سوم توسعه در بخش‌های منابع انسانی، اماکن و تأسیسات و بودجه تربیت بدنی و ورزش آموزش و پرورش استان همدان بود.
- ارزیابی کارآیی دانشکده‌ها و گروه‌های آموزشی تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی با استفاده از مدل ریاضی تحلیل پوششی داده‌ها (۱۲). برای اجرای مدل ریاضی تحلیل پوششی داده‌ها در این تحقیق، داده‌های کمی آموزشی، پژوهشی و خدماتی مورد نیاز از ۲۵ دانشکده و گروه آموزشی تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی در سراسر کشور جمع‌آوری شدند. پس از اجرای مدل در سه وضعیت متفاوت با ماهیت خروجی، علاوه بر محاسبه میزان کارآیی مورد انتظار هر یک از واحدها، مجموعه‌های کارا یعنی واحدهایی که با توجه به منابع ورودی خود خروجی متناسب دارند نیز مشخص شدند. در نتیجه تحقیق، میزان کارآیی مورد انتظار در ۱۵ دانشکده و گروه عدد یک را نشان داد.
- بررسی و تحلیل بودجه و اعتبارات فصل تربیت بدنی (و امور جوانان) از سال ۱۳۵۰ تا ۱۳۷۶ (۱۳). هدف از این پژوهش مشخص کردن روند رشد یا کاهش بودجه و اعتبارات اختصاص داده شده به فصل تربیت بدنی (و امور جوانان) است که از این طریق بتوان جایگاه مالی بخش تربیت بدنی و ورزش را از دیدگاه دولت توصیف کرد. این تحقیق قصد دارد تا ضمن ارائه اطلاعات آماری، از نقاط ضعف و راه‌های منطقی و مناسب‌تری برای آینده طرح‌ریزی نماید.



• علاوه بر موارد ذکر شده، به طرح نظام جامع تربیت بدنی و ورزش توجه شده که به‌عنوان یکی از برنامه‌های جامع موجود می‌تواند بر غنای پژوهش موجود بیافزاید. گفتنی است که در این طرح حدود ۷۰۰ کارشناس نقش داشته‌اند (۴).

در این تحقیق سؤالات زیر مطرح شده است:

۱- کارآیی نسبی هر یک از استان‌های کشور در مدیریت کلان ورزشی در طول سال‌های برنامه سوم توسعه کشور و سال‌های ابتدایی برنامه چهارم توسعه بر مبنای مدل DEA چه میزان است؟

۲- بین عمل‌کرد استان‌ها در سطح کلان ورزشی در برنامه سوم و سال‌های ابتدایی برنامه چهارم چه تفاوتی وجود دارد؟

۳- رتبه‌بندی استان‌های کارا چگونه است؟

۴- الگوی هر یک از استان‌های ناکارا برای حرکت به سوی کارآیی، کدام استان یا استان‌ها هستند؟

۵- حساسیت استان‌ها به شاخص‌های ورودی و خروجی چگونه است؟

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی است. قلمرو این تحقیق، کلیه استان‌های کشور است و با توجه به اینکه طرح تحقیق از نوع مدل‌سازی ریاضی است، نمونه‌گیری (به معنای انتخاب برخی از عناصر جامعه آماری) مبنای تحقیق نخواهد بود؛ بنابراین اطلاعات کلیه استان‌های کشور وارد مدل تحلیل پوششی داده‌ها شده، مبنای تحلیل‌ها قرار گرفته است.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات برای تهیه پیشینه و ادبیات نظری این تحقیق، مستندات کتابخانه‌ای و اینترنتی بوده و از اسناد و مدارک برای جمع‌آوری داده‌ها و اندازه‌گیری استفاده شده است. این اسناد و مدارک مربوط به مراجع و منابع رسمی کشور و در رأس آنها مرکز آمار ایران، به‌عنوان مرجع رسمی اطلاعات کشور است که برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به شاخص‌های ورودی و خروجی مدل مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین برای آگاهی از نظر خبرگان در مورد شاخص‌ها از پرسشنامه استفاده شده است.

در مورد روش ریاضی استفاده شده می‌توان گفت روش تحلیل پوششی داده‌ها روشی مدیریتی است که کارآیی هر (DMU) را به‌طور نسبی اندازه‌گیری و راه‌کارهای مدیریتی را ارائه می‌کند. برای انجام این کار، واحد تصمیم‌گیرنده الگو را تعیین می‌کند که این واحد، الگو و مرجع

واحدهای ناکارا معرفی می‌شود تا بدین وسیله واحدهای ناکارا، کارایی خود را از طریق الگوبرداری افزایش دهند و خود را به مرز کارایی برسانند (۱۴). یکی از مهم‌ترین توانایی‌های این روش تحلیل، ارزیابی واقع‌بینانه، نسبت به روش‌های دیگر ارزیابی است. این روش، از مجموعه (DMU)، تعدادی را به‌عنوان کارا معرفی می‌کند و به کمک آنها مرز کارایی را تشکیل می‌دهد، آن‌گاه این مرز را ملاک ارزیابی واحدهای دیگر قرار می‌دهد؛ بنابراین ملاک ارزیابی (DMU) هایی هستند که در شرایط یکسان فعالیت می‌کنند. ویژگی مهم دیگر این تحلیل، ارزیابی توأم مجموعه‌ای از عوامل است و از این رو، کلیه عوامل نهاده‌ای و ستاده‌ای را هم‌زمان ارزیابی می‌کند

یکی دیگر از ویژگی‌های اساسی این تحلیل، ویژگی «جبرانی بودن» مدل‌های آن است؛ به‌عبارت ساده، این ویژگی به هر (DMU) اجازه می‌دهد کمبود یا ضعف هر ستاده یا نهاده خود را به کمک سایر ستاده‌ها یا نهاده‌ها جبران کند. با توجه به اینکه مدل‌های تحلیل پوشش داده‌ها توسط برنامه‌ریزی خطی حل می‌شود، روش برنامه‌ریزی خطی به واحد اندازه‌گیری حساس نیست و به همین دلیل، نهاده‌ها و ستاده‌ها می‌توانند از واحدهای اندازه‌گیری مختلفی استفاده کنند. در مورد انتخاب خروجی‌گرا یا ورودی‌گرا بودن، اغلب این‌گونه استدلال می‌شود که اگر تصمیم محقق بر تحلیل خروجی‌های موجود است و به طور کلی امکان تغییرات و تصمیمات در خروجی‌ها قابل قبول‌تر و منطقی‌تر است، باید از مدل خروجی‌گرا استفاده شود و اگر همین دلایل برای ورودی‌ها وجود دارد باید از مدل ورودی‌گرا استفاده شود. در این تحقیق، چون اهداف در برنامه‌ها بیشتر بر ارتقای نحوه مدیریت در سطح کلان ورزشی تأکید دارند و همچنین امکان تغییر و توجه در عوامل خروجی بیشتر است، از مدل خروجی‌گرا استفاده کرده‌ایم. همچنین در این تحقیق از نرم‌افزار DEA master1 استفاده شده است.

### تعریف ورودی‌ها و خروجی‌های مدل تحلیل پوششی داده‌ها

در این بخش در مورد ورودی‌ها و خروجی‌ها بحث می‌کنیم. بدین منظور هر کدام از بخش‌های ورودی و خروجی را بررسی می‌کنیم:

**ورودی‌ها:** تعیین ورودی‌های مدل تحلیل پوششی داده‌ها معمولاً ساده‌تر از خروجی‌هاست؛ زیرا مشابهت ورودی‌ها کاملاً ملموس است. براین اساس در این طرح با توجه به لزوم معنی‌دار بودن شاخص‌ها در مقایسه استان‌ها، با استفاده از نظرات خبرگان<sup>۱</sup>، شاخص‌های زیر به‌عنوان ورودی-

۱. جامعه خبرگان مورد بحث، استادان دانشگاه در رشته‌های مربوط به تربیت بدنی و اقتصاد ورزش و نیز تعدادی از مدیران و تصمیم‌سازان در بخش تربیت بدنی بوده‌اند.

های مدل تحلیل پوششی داده‌ها تعریف و استفاده می‌شود. این ورودی‌ها عبارتند از:  $X_1$ : سرانه میانگین مساحت مکان‌های ورزشی سرپوشیده و روباز موجود (۸۶-۸۲)؛  $X_2$ : سرانه مجموع بودجه فصل تربیت بدنی (۷۹-۸۶)

ورودی‌هایی که بیان کردیم عمده‌ترین مواردی هستند که توانایی بالقوه هر استان را برای ارتقای ورزشی نشان می‌دهد؛ بدین ترتیب که انتظار می‌رود استان‌هایی که بودجه و امکانات ورزشی بیشتری دارند، کارکرد بیشتری نیز داشته باشند.

**خروجی‌ها:** مطمئناً در صورتی می‌توان شاخص‌های خروجی قابل مقایسه طراحی کرد که این شاخص‌ها بی‌مقیاس باشند؛ بنابراین در این مدل با مشاوره خبرگان سازمان و استادان فن، این هدف تأیید شد که باید متغیرهای خروجی به نحوی در ارتباط مستقیم با هدف‌های برنامه طرح‌ریزی شده باشد. مهم‌ترین اهداف کمی در گزارش اقتصادی سال ۱۳۸۳ مواردی چون تعداد افراد تحت پوشش ورزش همگانی، ورزشکاران تحت پوشش ورزش قهرمانی، کارشناسان، مربیان، داوران و معلمان ورزشی، ظرفیت مکان‌های ورزشی، تعداد مدال‌های آسیایی، جهانی و المپیک، تعداد طرح‌های تحقیقاتی، تعداد دانش‌آموزان و دانشجویان رشته تربیت بدنی و تعداد شرکت‌کنندگان در دوره‌های آموزشی ذکر شده است (۱). در این تحقیق نیز سعی کردیم با توجه به مستندات موجود و نظر کارشناسان موارد زیر را به‌عنوان مهم‌ترین خروجی‌های فصل تربیت بدنی لحاظ کنیم.

$Y_1$ : میانگین وزنی مدال‌های المپیک، پارالمپیک، جهانی، آسیایی و کشوری به ازای هر صد هزار نفر جمعیت (۷۹-۸۶)؛  $Y_2$ : میانگین تعداد مردان و زنان تحت پوشش ورزش قهرمانی به ازای هر هزار نفر جمعیت (۷۹-۸۶)؛  $Y_3$ : نسبت مجموع زنان به مردان تحت پوشش ورزش قهرمانی (۷۹-۸۶)؛  $Y_4$ : مجموع داوران و مربیان آموزش‌دیده به ازای هر هزار نفر جمعیت (۷۹-۸۶).

در اینجا سه نکته حائز اهمیت است: اول اینکه شاخص سوم، یعنی نسبت زنان به مردان در ورزش قهرمانی، به عنوان شاخصی فرهنگی و با توجه به تصریح قانون به گسترش ورزش در سطح بانوان و با نظر کارشناسان انتخاب شده است؛ نکته دوم این‌که با تأکید کارشناسان و با توجه به مستندات مشخص شد که آمارهای موجود در مورد ورزش همگانی کمبودها و تناقضاتی عمده دارند که موجب شد این شاخص کنار گذاشته شود؛ سوم اینکه آمارهای مورد استفاده در ورودی اول یعنی سرانه ورزشی فقط برای سال‌های ۸۲-۸۶ به‌طور مطلوب و مستند موجود بود که بر اساس، همین فاصله زمانی مورد استفاده قرار گرفت. یادآوری می‌شود

که ورودی‌ها و خروجی‌های مذکور بر اساس معیارهای قابلیت پوشش فعالیت‌های ورزشی هر استان و نیز وجود اطلاعات مربوط انتخاب شده است.

### نتایج اجرای مدل

در اینجا با دو تحلیل مواجه هستیم. اول، مقایسه هر استان با استان‌های دیگر در هر برنامه (برنامه سوم و چهارم) و نیز با برنامه بعدی (برنامه سوم با چهارم) و دوم، بررسی و تحلیل حساسیت هر استان در مجموع این برنامه‌ها و تعیین مهم‌ترین ورودی و خروجی‌های هر استان. در اینجا اشاره به این نکته مهم است که با توجه به تقسیمات کشوری در هر برنامه، با ۲۸ استان در برنامه سوم، ۳۰ استان در برنامه چهارم و در تحلیل حساسیت، مقایسه کلی فقط برای استان‌هایی قابل انجام بود که در دو برنامه به صورت یکسان وجود داشته باشند. به همین دلیل استان خراسان و تقسیمات آن از این تحلیل حذف شد.

### تحلیل کارآیی استان‌ها در هر برنامه و مقایسه آن با هم

همان‌طور که در جدول ۱ دیده می‌شود، در برنامه سوم، استان‌های قم، گیلان، قزوین، زنجان و سیستان و بلوچستان بالاترین کارآیی را با مقیاس ثابت داشته‌اند. ذکر این نکته ضروری است که در این تحقیق، برای رتبه‌بندی استان‌های کارا از ضریب اندرسون و پیترسون (A&P) استفاده کردیم که نوعی کارآیی غیرنسبی است و بر اساس مجموع ورودی‌ها و خروجی‌های هر استان و بدون مقایسه محاسبه می‌شود. ترتیب حاصل در این تحلیل در ستون سوم دیده می‌شود. دقت شود که در این برنامه تفاوت بین بیشترین و کمترین کارآیی ۲۵۸ درصد است که این تفاوت در این زمینه بسیار زیاد و قابل تأمل است. در این ستون، حضور استان‌هایی چون سیستان و بلوچستان و زنجان در جرگه استان‌های کارا بسیار جالب است که نشان از استفاده بهینه این استان‌ها از ورودی‌های خود دارد. در این ستون، کاهش قابل توجه کارآیی بین استان یزد و خوزستان به چشم می‌خورد که تفاوت محسوس کارآیی را زیاد می‌کند. در ستون چهارم این جدول کارآیی متغیر به نمایش درآمده است. در این حالت می‌بینید که تعداد بیشتری از استان‌ها در منطقه کارا قرار می‌گیرند. این موضوع نشان‌دهنده متمایزسازی کمتر مدل در این حالت است. در قسمت دوم که مربوط به برنامه چهارم است، تعداد استان‌های کارا بیشتر شده و استان‌هایی چون قم، قزوین، زنجان و سیستان و بلوچستان از حالت کارا خارج و استان‌هایی چون کهگیلویه و بویراحمد، خراسان رضوی، همدان، تهران، مازندران، یزد، فارس و اصفهان جایگزین آنها شده است. این تغییرات می‌تواند دلایل زیادی

داشته باشد که تحلیل بیشتر استان‌های خارج شده از منطقه کارا و استان‌های وارد شده به این منطقه را در آمارهای هر استان طلب می‌کند؛ برای مثال، استان قم بیشترین کاهش کارآیی را داشته که به دلیل افزایش دو و نیم برابری بودجه و کاهش شاخص نسبت زنان به مردان در ورزش قهرمانی است. در این برنامه نیز بین استان‌های کرمانشاه و آذربایجان شرقی شکافی در بین کارآیی‌ها ایجاد شده است. با مقایسه دو برنامه می‌توان گفت بیشترین کاهش کارآیی، به ترتیب مربوط به قم، قزوین، زنجان، کرمانشاه، سیستان و بلوچستان، آذربایجان و بوشهر است و بیشترین افزایش، به ترتیب مربوط به کهگیلویه و بویراحمد، خراسان رضوی، همدان، یزد، مازندران، تهران و مرکزی است. حضور ثابت گیلان در منطقه کارا نشان از کارکرد مناسب سازمان تربیت بدنی در این استان دارد. علاوه بر این، ظهور استان خراسان رضوی را در میان استان‌های کارا می‌توان به جدا شدن بخش‌های شمالی و جنوبی از این استان مربوط دانست که از نظر کارآیی نیز بسیار ضعیف است.

به‌طور کلی، فاصله کارآیی بین بیشترین و کمترین مقدار کارآیی در برنامه چهارم بسیار کمتر شده است (از ۲۵۸ به ۱۴۲). همچنین استان‌های کارا نیز بیشتر شده‌اند که این امر نشان از توزیع مناسب‌تر امکانات در استان‌ها و رشد عمل‌کرد سازمان‌های تربیت بدنی در برنامه چهارم دارد. ستون هشتم هم مانند برنامه سوم درج کارآیی بر اساس شاخص متغیر را به خود اختصاص داده است که در آن ۱۶ استان به صورت کارا درآمده‌اند.

جدول ۱. بررسی کارآیی بر اساس مدل CCR خروجی‌گرا برای سلامتی در برنامه‌های توسعه کشور

کارآیی سال‌های ۸۴-۸۶ (برنامه چهارم توسعه)				کارآیی سال‌های ۷۹-۸۳ (برنامه سوم توسعه)			
کارآیی متغیر	کارآیی ثابت (A&P)	استان‌ها	رتبه	کارآیی متغیر	کارآیی ثابت (A&P)	استان‌ها	رتبه
۱۰۰	(۱۷۱)۱۰۰	کهگیلویه و بویراحمد	۱	۱۰۰	(۲۸۸)۱۰۰	قم	۱
۱۰۰	(۱۵۷)۱۰۰	خراسان رضوی	۲	۱۰۰	(۱۶۳)۱۰۰	گیلان	۲
۱۰۰	(۱۵۶)۱۰۰	گیلان	۳	۱۰۰	(۱۵۵)۱۰۰	قزوین	۳
۱۰۰	(۱۴۱)۱۰۰	همدان	۴	۱۰۰	(۱۳۸)۱۰۰	زنجان	۴
۱۰۰	(۱۳۰)۱۰۰	تهران	۵	۱۰۰	(۱۲۶)۱۰۰	سیستان و بلوچستان	۵
۱۰۰	(۱۱۷)۱۰۰	مازندران	۶	۹۴	۹۴	کرمانشاه	۶
۱۰۰	(۱۱۶)۱۰۰	یزد	۷	۱۰۰	۹۳	فارس	۷
۱۰۰	(۱۱۰)۱۰۰	فارس	۸	۱۰۰	۹۲	تهران	۸
۱۰۰	(۱۰۲)۱۰۰	اصفهان	۹	۹۵	۸۵	اصفهان	۹

کارآیی سال‌های ۸۴-۸۶ (برنامه چهارم توسعه)				کارآیی سال‌های ۷۹-۸۳ (برنامه سوم توسعه)			
کارآیی متغیر	کارآیی ثابت (A&P)	استان‌ها	رتبه	کارآیی متغیر	کارآیی ثابت (A&P)	استان‌ها	رتبه
۱۰۰	۹۵	سیستان و بلوچستان	۱۰	۱۰۰	۸۳	خراسان	۱۰
۱۰۰	۸۷	چهارمحال	۱۱	۹۹	۸۰	چهارمحال	۱۱
۱۰۰	۸۴	زنجان	۱۲	۸۳	۷۸	سمنان	۱۲
۱۰۰	۸۱	مرکزی	۱۳	۷۸	۷۷	مازندران	۱۳
۱۰۰	۷۸	سمنان	۱۴	۱۰۰	۷۵	ایلام	۱۴
۸۴	۷۷	قم	۱۵	۸۴	۷۴	آذربایجان شرقی	۱۵
۹۶	۷۵	قزوین	۱۶	۷۰	۷۰	همدان	۱۶
۷۸	۶۹	لرستان	۱۷	۷۳	۶۵	کرمان	۱۷
۷۰	۶۶	کرمان	۱۸	۶۸	۶۲	کهگیلویه و بویراحمد	۱۸
۱۰۰	۶۵	ایلام	۱۹	۶۴	۶۱	آذربایجان غربی	۱۹
۷۱	۶۴	خوزستان	۲۰	۷۲	۵۹	مرکزی	۲۰
۶۹	۶۳	کردستان	۲۱	۱۰۰	۵۸	بوشهر	۲۱
۶۳	۶۲	آذربایجان غربی	۲۲	۸۵	۵۷	لرستان	۲۲
۱۰۰	۵۸	کرمانشاه	۲۳	۱۰۰	۵۶	یزد	۲۳
۵۵	۴۸	آذربایجان شرقی	۲۴	۵۹	۴۳	خوزستان	۲۴
۶۴	۴۵	گلستان	۲۵	۴۷	۴۲	کردستان	۲۵
۴۹	۴۳	خراسان جنوبی	۲۶	۷۵	۳۲	اردبیل	۲۶
۹۶	۴۰	بوشهر	۲۷	۴۷	۳۱	هرمزگان	۲۷
۷۹	۳۸	اردبیل	۲۸	۶۱	۳۰	گلستان	۲۸
۶۷	۳۲	هرمزگان	۲۹				
۷۵	۲۹	خراسان شمالی	۳۰				

### تحلیل حساسیت استان‌ها در طول دو برنامه و مشخص کردن استان‌های مرجع

در این قسمت با توجه به امکانات نرم‌افزار مورد استفاده، به تحلیل حساسیت کارآیی استان‌ها و تعیین استان‌های مرجع برای استان‌های ناکارا از بین استان‌های کارا می‌پردازیم. هدف از تحلیل حساسیت، تعیین حساسیت شاخص‌های مورد نظر برای هر استان و میزان کارآیی و

کمیابی هر شاخص در کمیت و کیفیت میزان کارآیی است. در اینجا با حذف هر شاخص و تعیین دوباره کارآیی نسبی این هدف دنبال می‌شود. همان‌طور که ذکر شد، این امر بین ۲۷ استان و در طول سال‌های ۷۹-۸۶ صورت می‌گیرد که متعلق به برنامه سوم و سال‌های ابتدایی برنامه چهارم است. با سنجش کلی کارآیی در این هشت سال، کارآیی استان‌ها به صورت مندرج در جدول ۲ درمی‌آید. همان‌طور که دیده می‌شود استان‌های گیلان، کهگیلویه و بویراحمد، قم، تهران، سیستان و بلوچستان، قزوین و مازندران حائز کارآیی کامل و با اولویت شاخص اندرسون و پیترسون هستند. در میان ارقام کارآیی با دو شکاف مقداری مواجه می‌شویم، اول بین استان‌های یزد و ایلام و دوم بین کردستان و بوشهر که مقدار کارآیی را به حداقل خود در استان اردبیل (۳۹ درصد) می‌رساند. علاوه بر این، در ستون کارآیی با شاخص متغیر دیده می‌شود که تعداد استان‌های کارا به ۱۳ استان می‌رسد.

در ستونی که با عنوان استان‌های مرجع مشخص شده، سعی کرده‌ایم با توجه به توانایی‌های نرم‌افزار مورد استفاده به الگوهای عملکردی استان‌های ناکارا برای رسیدن به سطح کارآیی کامل دست پیدا کنیم. منطق این مدل برای رسیدن به چنین کارکردی این‌گونه است که نزدیک‌ترین استان‌های کارا را با توجه به فاصله برداری آنها برای استان‌های ناکارا انتخاب می‌کند، به نحوی که فاصله بین استان ناکارا و سطح پوششی که قرار گرفته‌اند باید حداقل باشد. نرم‌افزار موجود ویژگی ارزش‌گذاری برای تمایز بین الگوها را نیز دارد که در اینجا ترتیب اولویت بر اساس چیدمان از راست به چپ مشخص شده است. قابل ذکر است که برای کاهش حجم جدول در این ستون (ستون چهارم)، به جای ذکر نام استان، از رتبه آنها در میزان کارآیی استفاده شده است؛ مثلاً برای استان گلستان به‌عنوان استانی ناکارا، به ترتیب استان‌های تهران، قزوین، قم و گیلان بهترین الگوها برای رسیدن به منطقه کارا هستند، اما تحلیل حساسیت که ستون‌های شش‌گانه آخر جدول ۲ را به خود اختصاص داده است، از مهم‌ترین بخش‌های استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها است. در اینجا با حذف هر شاخص و به دست آوردن مجدد کارآیی، به تبیین حساسیت هر استان به شاخص مورد نظر می‌پردازیم.

در مورد اولین شاخص تحلیل شده یعنی سرانه بودجه می‌توان به جرأت گفت که حساس‌ترین شاخص موجود بین کل شاخص‌های مدل با ۱۷ مورد تغییر کارآیی است (در جدول، این تغییرات با یک ستاره در کنار اعداد متمایز شده است). تأثیر این شاخص به گونه‌ای بوده که سه استان تهران، قزوین و مازندران از حالت کارا خارج می‌شوند و استانی همچون کرمان به انتهای جدول کارآیی سقوط می‌کند. با توجه به تأثیرات این شاخص، توجه بیشتر تصمیم‌گیرندگان در مورد تقسیم بودجه به این مسئله، به‌خصوص در میان استان‌های حساس و

از میان آنها استان کرمان بسیار اساسی است. در مورد شاخص ورودی دوم که فضای ورزشی را در بر می‌گیرد نیز ۱۷ مورد تغییر در کارآیی‌ها مشاهده می‌شود که این شاخص را نیز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌های موجود در تعیین کارآیی استان‌ها مطرح می‌سازد. همچنین نشان‌دهنده حساسیت اغلب استان‌ها در این مورد و کمبود اماکن ورزشی در سرتاسر کشور است. با کمی دقت مشاهده می‌شود بیشترین تأثیر این شاخص در استان‌های محروم کشور همچون کهگیلویه و بویراحمد، سیستان و بلوچستان، همدان، زنجان، چهارمحال و بختیاری، ایلام، خوزستان و بوشهر است که لزوم سرمایه‌گذاری بیشتر را در این استان‌ها نشان می‌دهد. اولین شاخصی که از مجموع شاخص‌های خروجی تحلیل شده، تعداد مدال‌های هر استان است. برخلاف دو شاخص قبلی، این شاخص کمترین تعداد حساسیت را دارد. فقط استان‌های مازندران، زنجان، ایلام، لرستان و اردبیل حساسیت دارند که نشان‌دهنده پوشش بخش مهمی از کارآیی این استان‌ها از تعداد مدال‌های کسب کرده است. شاخص چهارمی که بررسی شده، تعداد داوران و مربیان آموزش‌دیده است که به‌عنوان مهم‌ترین شاخص خروجی، با ۱۴ مورد تغییر در کارآیی خود را نشان می‌دهد. این شاخص به‌عنوان حساس‌ترین شاخص خروجی بررسی می‌شود که نشان‌گر لزوم توجه بیشتر مسئولان تربیت بدنی استان به این امر در مراکز استان‌ها است.

از مهم‌ترین استان‌هایی که بیشترین تأثیر را از این شاخص داشته‌اند، می‌توان به قزوین، کرمان، سمنان، مرکزی و هرمزگان اشاره کرد، اما شاخص فرهنگی این تحقیق که به‌عنوان یکی از اهداف کیفی و متعالی در تربیت بدنی بررسی شده، با تغییر در کارآیی ۹ استان اهمیتی ویژه برای سازمان‌های تربیت بدنی دارد. این شاخص در استان‌هایی چون خوزستان، آذربایجان غربی، یزد، اصفهان و همدان حساسیت زیادی دارد که توجه بیشتر مسئولان را می‌طلبد. شاخص فرهنگی از نمادهای توسعه کیفی ورزش است که به برنامه‌ریزی‌های بهتر و سوق دادن بودجه‌های دولتی به این زمینه نیاز دارد. در انتها، شاخص نهایی خروجی مورد توجه است که به تعداد ورزشکاران قهرمانی اختصاص دارد. این شاخص نشان‌دهنده توسعه کمی ورزش به صورت سازمان‌یافته بین آحاد جامعه است. برای این شاخص نیز ۸ استان حساس مشخص گردیده است که در زمره آنها و با بیشترین تأثیرات استان‌هایی چون اصفهان، چهارمحال و بختیاری، یزد و آذربایجان غربی وجود دارد.



جدول ۲. تحلیل حساسیت بر اساس مدل CCR خروجی‌گرا برای سلامتی ۸۶-۷۹

رتبه	استان‌ها	کارآیی ثابت (A&P)	کارآیی متغییر	استان‌های مرجع	امتیاز کارآیی بدون در نظر گرفتن شاخص					
					سرانه بودجه	فضای ورزشی	مدال	مربی و داور	نسبت زن به مرد	ورزش قهرمانی
۱	گیلان	۱۰۰(۱۷۱)	۱۰۰		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۲	کهگیلویه و بویراحمد	۱۰۰(۱۶۳)	۱۰۰		۱۰۰	۳۳*	۱۰۰	۹۳*	۱۰۰	۱۰۰
۳	قم	۱۰۰(۱۳۴)	۱۰۰		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۴	تهران	۱۰۰(۱۲۱)	۱۰۰		۶۱*	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۵	سیستان و بلوچستان	۱۰۰(۱۱۷)	۱۰۰		۱۰۰	۴۰*	۱۰۰	۱۰۰	۹۸*	۹۸*
۶	قزوین	۱۰۰(۱۱۳)	۱۰۰		۶۴*	۱۰۰	۱۰۰	۶۵*	۱۰۰	۱۰۰
۷	مازندران	۱۰۰(۱۱۲)	۱۰۰		۸۳*	۱۰۰	۹۸*	۹۷*	۱۰۰	۱۰۰
۸	فارس	۹۸	۹۹	۶-۷-۴	۴۴*	۹۸	۹۸	۹۳*	۹۸	۹۸
۹	همدان	۹۷	۱۰۰	۱-۳-۵	۹۷	۵۰*	۹۷	۹۷	۸۵*	۹۵*
۱۰	اصفهان	۹۶	۹۷	۴-۳-۱	۷۷*	۸۱*	۹۶	۹۶	۷۹*	۸۶*
۱۱	کرمان	۹۱	۹۸	۴-۶	۱۳*	۹۱	۹۱	۴۷*	۹۱	۹۱
۱۲	زنجان	۹۰	۱۰۰	۲-۱	۹۰	۴۸*	۸۳*	۸۶*	۹۰	۹۰
۱۳	سمنان	۸۶	۱۰۰	۲-۶	۵۵*	۷۴*	۸۶	۴۱*	۸۶	۸۶
۱۴	مرکزی	۸۲	۸۴	۱-۴-۶	۵۱*	۸۲	۸۲	۴۵*	۸۲	۸۰*
۱۵	چهارمحال و بختیاری	۸۱	۹۷	-۲-۱-۵ ۳	۸۱	۴۵*	۸۱	۸۱	۷۳*	۷۳*
۱۶	یزد	۸۰	۱۰۰	۴-۳-۱	۶۱*	۶۵*	۸۰	۸۰	۶۱*	۶۸*
۱۷	ایلام	۷۱	۱۰۰	۲-۱	۷۱	۳۸*	۵۸*	۷۱	۷۱	۷۱
۱۸	کرمانشاه	۶۹	۹۲	۴-۶-۳	۴۹*	۶۶*	۶۹	۵۷*	۶۴*	۶۹
۱۹	آذربایجان غربی	۶۸	۷۰	۳-۱-۵	۶۶*	۴۰*	۶۸	۶۸	۵۵*	۵۸*
۲۰	لرستان	۶۵	۸۰	۳-۱	۶۵	۴۸*	۵۷*	۶۵	۶۵	۶۵
۲۱	آذربایجان شرقی	۶۳	۶۴	-۳-۶-۱ ۲	۴۹*	۵۲*	۶۳	۵۰*	۶۳	۶۱*
۲۲	خوزستان	۶۲	۷۵	۱-۳-۵	۶۲	۲۰*	۶۲	۶۲	۴۳*	۶۲
۲۳	کردستان	۶۱	۶۳	-۶-۲-۳ ۱	۵۷*	۴۳*	۶۱	۵۶*	۵۹*	۶۱
۲۴	بوشهر	۵۰	۱۰۰	-۲-۳-۱ ۶	۴۷*	۲۹*	۵۰	۴۲*	۵۰	۵۰
۲۵	گلستان	۴۴	۶۶	-۳-۶-۴ ۱	۲۸*	۴۲*	۴۴	۳۸*	۴۲*	۴۴
۲۶	هرمزگان	۴۰	۵۸	۴-۶	۱۵*	۴۰	۴۰	۲۵*	۴۰	۴۰
۲۷	اردبیل	۳۹	۷۹	۱-۷	۳۱*	۳۹	۳۶*	۳۹	۳۹	۳۹

### بحث و نتیجه گیری

با توجه به تأکید برنامه‌های سوم و چهارم توسعه بر تربیت بدنی و ورزش و همچنین اهداف چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، اهمیت ورزش به‌عنوان عاملی در توسعه انسانی که به توسعه کشور کمک خواهد کرد، مشخص گردید. در همین راستا و با توجه به شاخص‌های مندرج در گزارش‌های اقتصادی و همچنین در نظر گرفتن بودجه اختصاصی استان‌ها و سرانه فضای روباز و سرپوشیده موجود در هر استان، کارآیی استان‌های کشور در دو برنامه سوم و سال‌های ابتدایی برنامه چهارم توسعه محاسبه شد. برای برنامه سوم توسعه، استان‌های قم، گیلان، قزوین، زنجان و سیستان و بلوچستان به‌عنوان کارآترین انتخاب شدند و در سه ساله نخست برنامه چهارم استان‌های کهگیلویه و بویراحمد، خراسان رضوی، گیلان، همدان، تهران، مازندران، یزد، فارس و اصفهان به این عنوان دست یافتند. در مورد تفاوت کارآیی استان‌ها در برنامه‌های سوم و چهارم به کاهش فاصله کمترین و بیشترین مقدار کارآیی در برنامه چهارم و افزایش تعداد استان‌های کارا در این برنامه اشاره شد. در مورد تحلیل حساسیت شاخص‌ها و تعیین استان‌های مرجع نیز در قسمت انتهایی مواردی ذکر و مشخص شد که از میان شاخص‌های ورودی، میزان سرانه بودجه از نظر کمی و کیفی بیشترین تأثیر را بر استان‌ها داراست، ولی نباید از تأثیرات سرانه فضای ورزشی، به‌خصوص در استان‌های محروم کشور نیز گذشت. از میان شاخص‌های خروجی، توجه مسئولان به امر آموزش مربیان و داوران و همچنین نسبت ورزشکاران زن به مرد باید بیشتر جلب شود.

### منابع:

۱. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۴، گزارشات اقتصادی سال ۱۳۸۳، فصل سی و ششم (تربیت بدنی و ورزش)؛ انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، مرکز مدارک علمی، صفحه ۱۵۲۷-۱۵۱۶
۲. سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۸۳، مطالعات تفصیلی توسعه منابع مالی ورزش، انتشارات سیب سبز.
۳. جعفری صمیمی، احمد. طهرانچیان، منصور ۱۳۸۳، بررسی اثرات سیاست‌های پولی و مالی بهینه بر شاخص‌های عمده اقتصاد کلان در ایران، کاربردی از نظریه کنترل بهینه، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۶۵، ص ۲۴۲-۲۱۳.

۴. سازمان تربیت‌بدنی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۳، سند تفصیلی نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور، (توسعه علمی و پژوهشی)، تهران، انتشارات سیب سبز.
۵. کریمیان، جهانگیر- تندنویس، فریدون ۱۳۸۳، روابط بین نیروی انسانی، بودجه هزینه شده، مساحت اماکن و تاسیسات بر افزایش فعالیت‌های فوق برنامه ورزشی دانشگاه‌ها، نشریه علوم حرکتی و ورزش، جلد اول، شماره ۳، ص ۶۵-۷۹.
۶. سازمان مدیریت و برنامه ریزی، ۱۳۸۶، گزارشات اقتصادی سال ۱۳۸۵ و نظارت بر عملکرد دو ساله اول برنامه چهارم توسعه، فصل سی و چهارم (تربیت بدنی و ورزش)، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی، مرکز مدارک علمی، صفحه ۱۱۳۲-۱۱۲۵، ماده ۱۰۴- بند د و ه.
7. Boscá José E, Liern Vicente, Martínez Aurelio, Sala Ramón, 2009, Increasing offensive or defensive efficiency? An analysis of Italian and Spanish football, Omega 37. pp.63- 78.
8. Wu Jie, Liang Liang, Chen Yao, 2009, DEA game cross-efficiency approach to Olympic rankings, , Omega 37, pp.909 – 918.
9. Lins MPE, Gomes EG, Soares de Mello JCCB, Soares de Mello AJR, 2003. Olympic ranking based on a zero sum gains DEA model. European Journal of Operational Research;V.148:pp312-22.
10. Lozano S, Villa G, Guerrero F, Cortes P, 2002. Measuring the performance of nations at the summer Olympics using data envelopment analysis. Journal of the Operational Research Society;53:501-11.
۱۱. زارعی، قربان ۱۳۸۴، میزان دستیابی به هدف‌های برنامه دوم و سوم توسعه در بخش منابع انسانی، اماکن و تاسیسات و بودجه تربیت بدنی و ورزش آموزش و پرورش استان همدان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم.
۱۲. حیدری نژاد، صدیقه- مظفری، امیر احمد- محقر، علی ۱۳۸۵، ارزیابی کارآیی دانشکده ها و گروه‌های آموزشی تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی با استفاده از مدل ریاضی تحلیل پوششی داده ها، فصلنامه المپیک، شماره ۲، ص ۱۷-۷.
۱۳. آزاد فدا، شیوا ۱۳۷۵، بررسی و تحلیل بودجه و اعتبارات فصل تربیت بدنی (وامور جوانان) از سال ۱۳۵۰ تا ۱۳۷۶، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم.
۱۴. مهرگان، محمدرضا ۱۳۸۳، مدل‌های کمی در ارزیابی عملکرد سازمان‌ها (تحلیل پوششی داده‌ها)، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.



## تعیین جایگاه ورزش در بین خانوارهای ساکن شهر اصفهان

سپیده صباغ<sup>۱</sup>، دکتر قاسم رحیمی<sup>۲</sup>، دکتر مجید صامتی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۳/۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۸/۳

## چکیده

این پژوهش به منظور تعیین سهم ورزش در سبد مصرفی خانوار شهر اصفهان انجام شد. تحقیق حاضر از نوع توصیفی است که به روش پیمایشی انجام شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه‌ای محقق ساخته بود. اعتبار محتوایی آزمون با استفاده از آزمون کندال ۰/۸۲ محاسبه شد. برای سنجش پایایی این پرسشنامه از تکنیک آزمون-آزمون مجدد استفاده شد و ضریب همبستگی آن ۰/۸۸ به دست آمد. جامعه آماری این تحقیق بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵، ۴۴۱۸۷۴ خانوار در قالب ۱۱ منطقه برآورد شد که ۸۱۴ خانوار از بین سه منطقه انتخاب شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد بین میزان مخارج ورزشی خانوار بر اساس تفاوت‌های فردی (سن، میزان تحصیلات، تعداد فرزندان) تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $P=0/001$ ). همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین میانگین مخارج مربوط به فعالیت‌های ورزشی به کل مخارج خانوار، بر اساس منطقه محل سکونت تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $P=0/001$ ). بین نگرش خانوارهای اصفهانی به ورزش و فعالیت بدنی، بر اساس منطقه محل سکونت نیز تفاوت معنی‌داری مشاهده می‌شود ( $P=0/001$ ). یافته‌های تحقیق همچنین نشان داد برای گروه درآمدی بیش از ۹۰۰ هزار تومان، ورزش کالایی پست محسوب می‌شود، در حالی که برای گروه‌های درآمدی ۱۰۰ تا ۸۹۹ هزار تومان، کالایی تجملی تا نرمال محسوب می‌شود. به طور کلی، با توجه به یافته‌های این پژوهش ورزش سهم ناچیزی از سبد مصرفی خانوار شهر اصفهان را به خود اختصاص می‌دهد.

**کلید واژه‌های فارسی:** ورزش، سبد مصرفی خانوار، مخارج ورزشی.

Email: sabbagh\_se@yahoo.com

۱. کارشناس ارشد تربیت بدنی (نویسنده مسئول)

۲. استادیار دانشگاه خوارسگان

۳. دانشیار دانشگاه اصفهان

### مقدمه

ورزش و تفریحات سالم صنعتی پردرآمد است که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در توسعه اقتصادی کشورهای پیشرفته دخالت دارد (۱). یکی از مهم‌ترین فواید ورزش، سلامتی و حفظ آن است که مزایای فراوانی برای اقتصاد هر کشور به ارمغان می‌آورد، به‌طوری که می‌توان با کاهش غیبت و افزایش بهره‌وری که مرتبط با سلامتی و نیروی انگیزشی است و کاهش هزینه‌های مراقبت و درمان که به دلیل افزایش سطح آمادگی عمومی جامعه است، سود سرشاری به جامعه تزریق کرد (۲).

از سویی دیگر، ورزش عملاً با جنبه‌های اقتصادی از رسانه‌های گروهی گرفته تا پوشاک، غذا و تجهیزات در هم تنیده است و می‌تواند با تأثیرات اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم مانند ایجاد اشتغال، درآمدزایی، تأثیر خانوار، جذب تماشاگر و گردشگری، شرط‌بندی، کاهش هزینه‌های درمان، ارتقای سطح سلامتی و افزایش عملکرد کارکنان بر اقتصاد ملی کشورها اثرگذار باشد (۳).

امروزه، ورزش در کشورهای صنعتی از شاخه‌های اقتصاد محسوب می‌شود و به‌تنهایی، ۲٪ تولید ناخالص داخلی را بر عهده دارد (۴)؛ به عبارت دیگر می‌توان گفت ورزش به دلایل مختلف اهمیت خاصی پیدا کرده است و مشارکت بیش از ۶۰ درصد مردم در فعالیت‌های ورزشی و اختصاص یافتن بیش از ۹۰ درصد تولید ناخالص داخلی به هزینه‌های ورزشی در برخی از کشورهای پیشرفته موجب رشد چشمگیر صنعت ورزش شده تا جایی که سرانه هزینه ورزشی در برخی کشورهای پیشرفته بیش از ۱۰۰ تا ۳۰۰ دلار است (۵).

از آنجا که هزینه‌های ورزشی خانوار با میزان رواج ورزش در هر کشوری متناسب است (۵) و هر شرکت‌کننده، خریدار محسوب می‌شود؛ بنابراین هزینه‌های ورزشی خانوار به‌طور مستقیم با مشارکت مردم در ورزش ارتباط دارد؛ به عنوان مثال مخارج ورزشی خانوار نسبت به کل هزینه‌های خانوار در کشورهایی مانند اسکاتلند، انگلستان، کانادا و هنگ‌کنگ، به ترتیب ۲/۵، ۲/۴، ۲/۱۸ و ۱/۲۴ درصد است (۲، ۵، ۶). در ایران این میزان، ۰/۱۷ درصد در سال ۱۳۸۰ برآورد شده است و از مهم‌ترین دلایل آن می‌توان به زیاد بودن سهم هزینه‌هایی چون مسکن و خوراکی در سبد هزینه‌های خانوار، کم بودن میزان متوسط درآمد سالانه خانوار نسبت به هزینه‌ها، بالا بودن میزان تورم در کشور و مشارکت نکردن درصد قابل توجه مردم در فعالیت‌های ورزشی، در مقایسه با کشورهای پیشرفته اشاره کرد (۷).

مخارج ورزشی خانوار را می‌توان با اندازه بازار کالاهای ورزشی در هر کشور متناسب دانست (۸)؛ به‌طور مثال در ایران میزان مبادلات بین‌المللی به‌طور معنی‌داری کمتر از کشورهای پیشرفته است که مهم‌ترین دلایل آن را باید کوچک بودن اندازه بازار کالاهای ورزشی و هزینه‌های ورزشی خانوار دانست (۹).

تحقیقات نشان داده است میزان درآمد افراد در مخارج ورزشی خانوار، نقش مهمی ایفا می‌کند، به این صورت که از هر دلار درآمد اضافه‌تر، سه سنت خرج ورزش می‌شود؛ به عبارت دیگر، خانواده‌هایی با درآمد ۲۰ هزار دلار در سال، حدود ۸۰۰ دلار به ورزش اختصاص می‌دهند و برای درآمدهای بالاتر از ۲۰ هزار دلار، به ازای هر ده‌هزار دلار درآمد اضافی، حدود ۳۰۰ دلار به ورزش اختصاص می‌یابد (۱۰).

می‌توان گفت ورزش کالایی در سبد مصرف‌کننده است که می‌تواند جایگاهی ویژه داشته باشد، از این نظر که رابطه جایگزینی و مکملی قوی‌ای با سایر کالاهای مصرفی مانند غذا، لباس، بهداشت، تفریح، مطالعه و ... داشته باشد. مخارج مربوط به ورزش می‌تواند سایر مخارج مصرفی فوق را تحت تأثیر قرار دهد. محدودیت درآمد مصرف‌کننده موجب خواهد شد که هنگام انتخاب، کالاها را به کالاهای ضروری، معمولی یا پست دسته‌بندی کند (۱۱).

در کشورهای در حال توسعه، متأسفانه هر گاه محدودیت‌های درآمد برای مصرف‌کننده ایجاد شود، اولین کالایی که از سبد مصرفی وی حذف می‌شود ورزش است و به دنبال آن تفریح، مطالعه و ...؛ زیرا با این کالای مهم، به‌صورت کالاهای مصرفی و کوتاه مدت نگاه می‌کند و از نبود منابع و خسارات بلندمدت آن که در اقتصاد به پیامدهای خارجی با بیرونی<sup>۱</sup> موسوم است، غافل می‌مانند.

یکی از پیامدهای بیرونی حذف ورزش، مبتلا شدن به بیماری‌های گوناگون است و اگر بتوان نقش ورزش را در سبد مصرفی خانوار پررنگ‌تر کرد، می‌توان صرفه‌جویی قابل ملاحظه‌ای در بخش بهداشت و درمان خانواده داشت. به‌طور مثال میانگین هزینه بهداشت و درمان یک خانوار شهری در سال ۱۳۸۶، ۶۴۷۲۱۵ تومان بوده است. این هزینه برای بخش تفریحات سرگرمی در همان سال، ۹۲۲۸۱ تومان و هزینه بهداشت و درمان هفت برابر تفریحات و سرگرمی بوده است، هزینه ورزش نیز بخشی از این هزینه به شمار می‌رود که قابل تأمل است (۱۲).

این پژوهش درصدد جایگزینی مخارج ورزش با مخارج دیگری است که به دلیل شرکت نکردن در ورزش به‌عنوان مخارج سلامت خانوار هزینه می‌شود؛ بنابراین به دلیل مزایای فراوانی که

برای ورزش شمرده می‌شود، این پژوهش قصد دارد میانگین نسبت مخارج مربوط به فعالیت ورزشی را به کل مخارج خانوار، براساس منطقه محل سکونت تعیین کند.

### روش‌شناسی پژوهش

با توجه به اینکه در این پژوهش، پژوهشگر در صدد بررسی سهم مخارج ورزش از کل مخارج خانوار، با استفاده از نظرات خانواده‌ها بوده است؛ بنابراین، پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های توصیفی است که به روش پیمایشی انجام شده است.

اعتبار محتوایی آزمون، با استفاده از آزمون کندال ۰/۸۲ محاسبه شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه از تکنیک آزمون-آزمون مجدد استفاده شد و ضریب همبستگی آن ۰/۸۸ به دست آمد که نشان‌دهنده اعتبار و پایایی مناسب پرسشنامه است.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمام خانوارهای شهر اصفهان در سال ۱۳۸۷ است که طبق سرشماری سال ۱۳۸۵، تعداد آنها ۴۴۱۷۸۴ خانوار در ۱۱ منطقه شهری است که هر کدام از این مناطق، به یکی از سه بخش برخوردار، نیمه‌برخوردار و محروم تقسیم بندی شده است.

روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای بود، به این ترتیب که با توجه به گستردگی جامعه آماری، طبق تقسیم‌بندی‌های شهرداری از ۱۱ منطقه شهر اصفهان، سه منطقه ۴، ۵ و ۶ به عنوان مناطق برخوردار، چهار منطقه ۱، ۳، ۸، ۱۰ به عنوان مناطق نیمه‌برخوردار و چهار منطقه ۲، ۷، ۹، ۱۱ به عنوان مناطق محروم در نظر گرفته شد. سپس، از میان سه منطقه برخوردار، منطقه ۶، از میان چهار منطقه نیمه‌برخوردار، منطقه ۳ و از میان چهار منطقه محروم، منطقه ۷ به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. پس از آن، با استفاده از نقشه شهری از هر منطقه، پنج خیابان و از هر خیابان چهار کوچه و از هر کوچه حدود چهارده خانوار به صورت تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند و پرسشنامه در اختیار آنها قرار داده شد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول ۱ استفاده شد:

$$\frac{Z^2 S^2}{d^2} = \frac{1/96^2 \times 0/53}{N \times 0/05^2} = 814$$

فرمول ۱. تعیین حجم نمونه



از آنجا که واریانس جامعه مورد بررسی در دسترس نبود، ابتدا ۳۰ پرسشنامه در میان جامعه آماری توزیع شد و از واریانس این نمونه استفاده شد. بر اساس فرمول بالا، حجم نمونه ۸۱۴ خانوار برآورد شد و از این تعداد، ۷۷۷ پرسشنامه به درستی تکمیل و بازگشت داده شد. در مجموع، از منطقه برخوردار ۲۵۷ پرسش نامه، از منطقه نیمه‌برخوردار ۲۶۴ پرسشنامه و از منطقه محروم ۲۵۶ پرسشنامه جمع‌آوری شد؛ بدین ترتیب ۹۵٪ پرسشنامه‌ها بازگشت داده شدند و توزیع مجدد پرسشنامه ضرورتی نداشت. ابزار اندازه‌گیری تحقیق پرسشنامه محقق‌ساخته است. با توجه به اینکه هیچ پرسشنامه استاندارد در زمینه ارزیابی سهم ورزش در سبد مصرفی خانوار وجود نداشت، از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. این پرسشنامه ۲۴ سؤال داشت و در سه قسمت الف) مشخصات فردی شامل سؤالات ۱ تا ۱۱؛ ب) نگرش و میزان فعالیت بدنی شامل سؤالات ۱۲ تا ۱۷ و ج) مخارج ورزشی خانوار شامل سؤالات ۱۸ تا ۲۴ بود. مخارج ورزشی خانوار در قالب هشت گروه شامل پوشاک، کفش، انواع توپ، فراگیری ورزش‌های مختلف، تهیه بلیت، ورودی و حق عضویت، کرایه لوازم، کتاب‌ها، نشریات و سایر تجهیزات ورزشی در پرسشنامه گنجانده شد. همه سؤالات به صورت بسته پاسخ طراحی شد و گزینه‌های آن با توجه به نوع پرسش، متفاوت بود؛ به عبارت دیگر، هر یک از سؤالات این پرسشنامه با گزینه‌های متفاوتی طراحی شده تا بتوانند اهداف پژوهش را دنبال کنند.

داده‌ها با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی با کمک نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. برای توصیف ویژگی‌های فردی خانوارهای شهر اصفهان و نیز سهم ورزش در سبد مصرفی خانوار از شاخص‌های آمار توصیفی مانند فراوانی ساده، فراوانی درصدی، میانگین، انحراف معیار و شکل‌های مربوط استفاده شد. در سطح آمار استنباطی ابتدا، برای اطمینان از وجود تجانس واریانس در بین مخارج ورزشی از آزمون لوین و برای آزمون سؤالات تحقیق از آزمون تحلیل واریانس (F) استفاده شد که به علت معنی‌دار بودن اختلاف از آزمون تعقیبی شفه استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد بین میانگین مخارج ورزشی خانوار شهروندان اصفهان بر اساس سن تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/001$ ) و بر اساس آزمون تعقیبی که انجام شد، میانگین گروه سنی ۳۶ تا ۴۰ سال به‌طور معنی‌داری بزرگ‌تر از گروه‌های سنی دیگر بوده است.

جدول ۱. مقادیر میانگین و انحراف معیار نمرات میزان مخارج ورزشی خانوار بر اساس سن

سطح معنی‌داری	F	درجه آزادی	انحراف معیار	میانگین مخارج ورزشی خانوار (تومان)	شاخص‌های آماری
					سن
۰/۰۰۱	۷/۷۳	۶	۳۸۹۷۹/۹۴	۳۷۳۹۰/۱۹	۲۰-۲۵ سال
			۴۲۸۷۷/۹۷	۴۲۸۳۱/۱۷	۲۶-۳۰ سال
			۲۹۲۰۴/۰۸	۲۹۴۴۸/۲۸	۳۱-۳۵ سال
			۵۰۸۵۹/۱۲	۶۱۴۴۷/۳۷	۳۶-۴۰ سال
			۲۴۰۷۵/۹۷	۲۱۹۱۶/۶۷	۴۱-۴۵ سال
			۳۹۳۸۷/۱۷	۳۰۸۴۲/۵۹	۴۶-۵۰ سال
			۴۱۷۳۵/۸۷	۳۹۴۵۴/۵۵	۵۰ سال و بالاتر

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۲ نشان می‌دهد بین میانگین مخارج ورزشی خانوار شهروندان اصفهان، بر اساس تحصیلات تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/001$ ) و بر اساس آزمون تعقیبی، میانگین میزان مخارج ورزشی افراد با سطح تحصیلات ابتدایی، سیکل و دیپلم به‌طور معنی‌داری کمتر از فوق دیپلم، لیسانس، دکتری و فوق لیسانس است.

جدول ۲. مقادیر میانگین و انحراف معیار نمرات میزان مخارج ورزشی خانوار بر اساس میزان تحصیلات

سطح معنی‌داری	F	درجه آزادی	انحراف معیار	میانگین مخارج ورزشی خانوار (تومان)	شاخص‌های آماری
					میزان تحصیلات
۰/۰۰۱	۱۳/۸۳	۶	۳۰۷۱۰/۷۱	۱۷۰۶۳/۸۳	ابتدایی
			۳۸۰۰۵/۶۵	۳۴۰۴۴/۹۴	سیکل
			۳۶۱۹۵/۲۱	۳۳۸۹۶/۶۸	دیپلم
			۴۵۷۳۸/۸۴	۵۰۸۰۴/۳۵	فوق دیپلم
			۳۸۴۶۵/۸۸	۴۵۱۹۶/۸۱	لیسانس
			۴۶۲۰۹/۸۰	۸۴۲۹۴/۱۲	فوق لیسانس
			۴۲۷۲۵/۸۷	۷۱۵۰۰	دکتری

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد، بین میانگین مخارج ورزشی خانوار شهروندان اصفهان بر اساس تعداد فرزندان تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/001$ ) و بر اساس آزمون تعقیبی، میانگین میزان مخارج ورزشی خانوارهای دارای پنج فرزند به‌طور معنی‌داری کمتر از خانوارهای بدون فرزند تا چهار فرزند است.

جدول ۳. مقادیر میانگین و انحراف معیار نمرات میزان مخارج ورزشی خانوار بر اساس تعداد فرزندان

سطح معنی‌داری	F	درجه آزادی	انحراف معیار	میانگین (تومان)	شاخص‌های آماری تعداد فرزندان
۰/۰۰۱	۴/۹۴	۶	۴۰۰۹۵/۹۷	۴۰۴۵۶/۶۵	بدون فرزند
			۴۴۶۱۸/۸۳	۳۶۱۳۹/۱۳	یک فرزند
			۳۸۱۵۲/۸۸	۴۷۵۶۶/۶۷	دو فرزند
			۴۳۰۲۰/۹۱	۳۵۷۵۷/۷۰	سه فرزند
			۴۱۱۹۲/۴۲	۴۳۹۷۴/۳۶	چهار فرزند
			۱۸۴۴۱	۹۶۰۰	پنج فرزند
			۱۰۱۹۸/۰۴	۷۰۰۰	شش فرزند و بالاتر

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد، بین میانگین نسبت مخارج مربوط به فعالیت‌های ورزشی به کل مخارج خانوار، بر اساس منطقه محل سکونت تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/001$ )، در حالی که خانوارهای منطقه برخوردار، بیشترین میزان مخارج مربوط به فعالیت ورزشی را نسبت به کل مخارج خانوار دارند و خانوارهای منطقه نیمه‌برخوردار کمترین میزان را دارند و در مجموع، ۰/۸۸ درصد کل هزینه خانوارها به مخارج مربوط به فعالیت‌های ورزشی اختصاص دارد.

جدول ۴. مقادیر میانگین و انحراف معیار نسبت مخارج مربوط به فعالیت‌های ورزشی به کل مخارج خانوار بر اساس منطقه محل سکونت

سطح معنی‌داری	F	درجه آزادی	انحراف معیار	میانگین	شاخص‌های آماری محل سکونت
۰/۰۰۱	۱۲/۳۷	۲	۰/۵۸	۱/۲۶	برخوردار
			۰/۶۱	۰/۸۹	نیمه برخوردار
			۰/۴۱	۰/۴۹	محروم

با توجه به اینکه در پرسشنامه، در مورد نگرش به صورت بلی یا خیر سؤال شده بود، فراوانی بلی یا خیر محاسبه شد و به همین دلیل از آزمون مجذور کای استفاده شد. طبق نتایج به دست آمده در جدول ۵،  $\chi^2$  مشاهده شده در سطح  $p \leq 0/05$ ، رابطه معنی‌داری بین نگرش خانوارهای اصفهانی به ورزش، بر اساس منطقه محل سکونت نشان می‌دهد؛ به عبارت دیگر، بین نگرش خانوارهای اصفهانی ساکن مناطق برخوردار و نیمه‌برخوردار و محروم تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۵. نتایج آزمون مجذور کای در خصوص مقایسه نگرش خانوارهای اصفهانی به ورزش بر اساس منطقه محل سکونت

فراوانی	$X^2$	$D_f$	سطح معنی داری
۷۷۷	۲۹/۸۲	۲	۰/۰۰۱

جدول ۶ نشان می‌دهد درصد خانوارهایی که دیدگاهی مثبت به ورزش دارند در بین مناطق برخوردار و نیمه‌برخوردار بیشتر از منطقه محروم است.

جدول ۶. مقادیر فراوانی ساده و درصدی نگرش خانوارهای اصفهانی به ورزش بر اساس منطقه محل سکونت

محل سکونت	بلی		خیر	
	فراوانی ساده	فراوانی درصدی	فراوانی ساده	فراوانی درصدی
برخوردار	۲۴۹	۹۶/۱	۱۰	۳/۹
نیمه‌برخوردار	۲۴۹	۹۴/۷	۱۴	۵/۳
محروم	۲۱۴	۸۳/۹	۴۱	۱۶/۱

در علم اقتصاد برای تعیین نوع بهر کالا به لحاظ ضروری، نرمال، تجملی یا پست بایستی کشش درآمدی را به تفکیک گروه‌های درآمدی مختلف، محاسبه کرد که برای محاسبه کشش درآمدی از فرمول (۲) استفاده شده است. در این رخصص، پارامترهای میانگین طبقه درآمدی، میانگین مخارج ورزشی برای هر گروه، میزان تغییرات درآمد و تغییرات میانگین مخارج ورزشی از هر گروه به گروه دیگر مورد نیاز است. از سوی دیگر، کشش درآمدی تقاضا حساسیت نسبی مقدار تقاضا به تغییر در درآمد است؛ به بیان دیگر تغییر نسبی در مقدار تقاضا تقسیم بر تغییر نسبی درآمد اسمی است. همچنین اگر کشش درآمدی کالایی کم باشد (کمتر از یک)، مقدار تقاضا نسبت به تغییرات درآمد خیلی حساس نیست و مقدار مصرف، صرف‌نظر از سطح درآمد، تقریباً ثابت می‌ماند. این مطلب بیان‌کننده آن است که کالای مورد نظر کالایی ضروری است، اما کالای نرمال به کالایی گفته می‌شود که میزان تقاضای آن به‌طور مستقیم با درآمد حقیقی تغییر کند، در صورتی که کشش درآمدی بیشتر از یک نشان می‌دهد که کالای مورد نظر، کم و بیش کالایی تجملی است. همچنین اگر کشش درآمدی منفی باشد؛ یعنی با افزایش درآمد خانواده مصرف آن کالا کاهش یابد، به این معنی است که آن کالا پست است (۱۱).

بر اساس نتایج موجود در جدول ۷، می‌توان گفت برای گروه درآمدی بیش از ۹۰۰ هزار تومان، کسش درآمدی منفی است؛ بنابراین ورزش برای این گروه درآمدی، کالایی پست محسوب می‌شود، در حالی که برای سایر گروه‌های درآمدی از ۱۰۰ تا ۸۹۹ هزار تومان، کالایی تجملی تا نرمال محسوب شده است.

محاسبه کسش درآمدی ورزش برای گروه‌های کم درآمد، گویای تجملی بودن کالا نیست؛ زیرا معمولاً بر اساس تئوری رفتار مصرف‌کننده، چنانچه کسش درآمدی برای کالایی، بیشتر از یک باشد، تجملی تلقی می‌شود، ولی گروه‌های کم‌درآمد چون نیازهای اولیه ارضا نشده بیشتری دارند، افزایش درآمدهای اولیه خود را صرف آنها می‌کنند و در مراحل بعدی افزایش در آمد، متناسب آن مخارج ورزشی را افزایش خواهند داد.

در جدول ۷ میانگین طبقه درآمدی و میزان درآمد هر گروه را نشان می‌دهد که در فرمول (۲) با (M) نشان داده شده است. (Q) میانگین مخارج ورزشی هر گروه درآمدی است که از اطلاعات موجود در پرسشنامه استخراج شده است. همچنین (ΔM) و (ΔQ)، به ترتیب تغییرات درآمد و تغییرات میانگین مخارج ورزشی از هر گروه به گروه بعدی است.

جدول ۷. کسش درآمدی گروه‌های درآمدی مختلف

کسش درآمدی (εI)	تغییرات میانگین مخارج ورزشی (ΔQ)	تغییرات درآمد (ΔM)	میانگین مخارج ورزشی (Q)	میانگین طبقه درآمدی (M)	شاخص‌های آماری میزان درآمد
			۳۰۴۷۹	۲۰۰	۱۰۰-۲۹۹ هزار تومان
۰/۱۵۷			۳۳۸۳۸	۴۰۰	۳۰۰-۴۹۹ هزار تومان
۰/۵۰۲			۴۱۴۰۰	۶۰۰	۵۰۰-۶۹۹ هزار تومان
۰/۴۵۴۷			۴۷۱۵۳	۸۰۰	۷۰۰-۸۹۹ هزار تومان
-۰/۱۲۶			۴۵۸۴۸	۱۰۰۰	بیش از ۹۰۰ هزار تومان

$$\varepsilon I = \frac{\Delta Q}{\Delta M} \times \frac{M1 + M2}{Q1 + Q2}$$

فرمول ۲. تعیین کسش درآمدی (II)

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق نشان داد، بین میانگین مخارج ورزشی خانوار بر اساس سن افراد مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد (جدول ۱). بررسی میانگین‌ها نشان داد، بیشترین میزان مخارج مربوط به گروه سنی ۳۶ تا ۴۰ سال و کمترین آن مربوط به ۴۱ تا ۴۵ سال است. با توجه به

یافته‌های پژوهش حوزه ویزو (۱۳) مبنی بر اینکه سن، جزء نیازهای غیراقتصادی ورزش محسوب می‌شود، این موضوع با یافته‌های پژوهش وی هم‌خوانی ندارد.

یافته‌ها بر اساس میزان تحصیلات نشان داد بین میزان مخارج ورزشی خانوار بر اساس میزان تحصیلات تفاوت معنی‌داری وجود دارد (جدول ۲). یافته‌ها نشان داد بیشترین میزان مخارج مربوط به افرادی با سطح تحصیلات فوق لیسانس بوده، در حالی که کمترین میزان مربوط به افرادی بوده که تحصیلات آنها در سطح ابتدایی است؛ بنابراین، افرادی که سطح تحصیلات دانشگاهی و عالی داشته‌اند، مخارج بیشتری را به ورزش اختصاص داده‌اند. بعد از افراد فوق لیسانس، بیشترین میزان افراد با سطح تحصیلات دکتری، فوق دیپلم و لیسانس بوده است. بر همین اساس می‌توان چنین گفت که تحصیلات دانشگاهی موجب آگاهی بیشتر افراد در مورد ورزش و تأثیر آن بر سلامت جسمانی و روانی می‌شود و در نتیجه، سهم بیشتری از درآمد خانواده را به مخارج ورزشی اختصاص می‌دهند.

یافته‌ها بر اساس تعداد فرزندان نشان داد بین میزان مخارج ورزشی خانوارها بر اساس تعداد فرزندان تفاوت معنی‌داری وجود دارد (جدول ۳). بررسی میانگین‌ها نشان می‌دهد خانواده‌هایی که دو فرزند دارند، بیشترین میزان مخارج را داشته‌اند، در حالی که خانواده‌های دارای شش فرزند و بیشتر، کمترین میزان مخارج ورزشی را داشته‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد تعداد فرزندان کمتر می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های ورزشی خانواده‌ها تأثیر بگذارد و سبب شود آنها بیشتر به ورزش توجه کنند؛ زیرا بعد از خانواده‌های دو فرزندی، میزان مخارج خانواده‌های تک فرزندی و بدون فرزند نیز مناسب بوده است، در حالی که کمترین میزان مخارج ورزشی مربوط به خانواده‌های پنج و شش فرزندی و بیشتر است و این نشان می‌دهد که هزینه‌های زیاد این خانواده‌ها برای تأمین غذا، پوشاک و مسکن، مانع از صرف هزینه بیشتر برای مخارج ورزشی می‌شود و این خانواده‌ها منابع مالی بیشتری برای تأمین هزینه‌های ورزشی ندارند. این موضوع با یافته‌های پژوهش عسکریان و جعفری (۱۳۸۷) همسو است؛ زیرا آنها نیز یکی از دلایل کم بودن مخارج ورزشی خانواده‌ها را هزینه‌های مسکن، غذا و پوشاک خانواده‌ها گزارش کردند و معتقدند زیاد بودن این هزینه‌ها مانعی برای مخارج ورزشی خانواده‌ها محسوب می‌شود؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تعداد فرزندان کمتر می‌تواند در برنامه‌ریزی ورزشی و مخارج ورزشی خانواده‌ها تأثیر مستقیم بگذارد.

بین نسبت مخارج مربوط به فعالیت ورزشی به کل مخارج خانوار بر حسب سه منطقه برخوردار، نیمه‌برخوردار و محروم تفاوت معنی‌داری مشاهده می‌شود (جدول ۴) که در این خصوص،

بیشترین میزان، نسبت مخارج مربوط به منطقه برخوردار و کمترین آن مربوط به منطقه محروم است.

در منطقه برخوردار بیشترین میزان مخارج مربوط به فعالیت‌های ورزشی به کل مخارج خانواده مشاهده می‌شود که ۱/۲۶ درصد است، در حالی که در منطقه نیمه‌برخوردار، میانگین نسبت مخارج مربوط به فعالیت ورزشی به کل مخارج خانوار ۰/۸۹ درصد و در منطقه محروم ۰/۴۹ درصد است و در مجموع، ۰/۸۸ درصد از کل مخارج خانوارها به فعالیت‌های ورزشی اختصاص داده شده است، در حالی که در کشورهای دیگر این نسبت بیشتر از شهر اصفهان است؛ به‌طور مثال طبق نتایج تحقیق باروس و همکاران (۲۰۰۰)، این نسبت در کشور نروژ ۱/۲۴ درصد است، ساندرسن و همکاران (۲۰۰۰) این میزان را در انگلیس ۲ درصد گزارش کرده‌اند، میلز (۲۰۰۲)، این نسبت را ۱/۴۶ درصد در کشور کانادا و مرکز تحقیقات صنعت گردشگری در اسکاتلند (۲۰۰۱) این نسبت را که بالاترین میزان است، ۲/۵ درصد گزارش داده‌اند. همچنین عسکریان و جعفری (۱۳۸۷) این میزان را در ایران در سال ۱۳۸۰، ۰/۱۷ درصد اعلام کرده‌اند؛ بنابراین نسبت مخارج ورزشی خانوار به کل مخارج در اصفهان، در مقایسه با کشورهای دیگر کم است و این اختلاف می‌تواند به دلیل اختلاف سطح درآمد، رفاه، فرهنگ، تسهیلات و امکانات باشد. کشورهای نروژ، انگلیس، کانادا و اسکاتلند از کشورهایی محسوب می‌شوند که سطح رفاه در آنها بالاست و درآمد مردم درآمد بیشتر از ایران است؛ به همین دلیل هزینه بیشتری برای فعالیت‌های ورزشی پرداخت می‌کنند. از سوی دیگر، در این کشورها برای مشارکت مردم در فعالیت‌های ورزشی امکانات بیشتری وجود دارد و مردم با کمترین مشکل می‌توانند به فعالیت‌های ورزشی بپردازند. این مطلب در کتاب گرتون و تیلور (۲۰۰۰) بیان شده است که دولت باید یارانه‌های فراوانی برای ایجاد تسهیلات در بخش ورزش حرفه‌ای و به‌ویژه ورزش همگانی در نظر گیرد.

یکی از نکات قابل توجه این است که نسبت مخارج ورزشی به کل مخارج خانوار در سال ۱۳۸۰ در ایران ۰/۱۷ درصد گزارش شده و اکنون در اصفهان ۰/۸۸ درصد گزارش می‌شود که این افزایش درصد، با وجود افزایش تورم و گرانی، ممکن است به دلایل مختلفی چون افزایش سطح فرهنگ و تحصیلات مردم و افزایش آگاهی مردم در مورد جایگاه ورزش در سلامت فرد و خانواده باشد. به‌علاوه، عدد به‌دست آمده منحصراً مربوط به شهر اصفهان است و روستاها را در بر نمی‌گیرد. واضح است که در صورت شمول روستاها در این تحقیق، عدد به‌دست آمده کمتر از مقدار فعلی به‌دست می‌آید.

بین نگرش خانوارهای اصفهانی به ورزش و فعالیت‌های بدنی، تفاوت معنی‌داری مشاهده شد (جدول ۵). یافته‌ها نشان داد، میزان نگرش مثبت و تمایل خانوار به ورزش در ساکنین مناطق برخوردار و نیمه‌برخوردار یکسان است، در حالی که سطح نگرش به ورزش در ساکنین مناطق محروم درصد کمتری دارد (جدول ۶)، ولی به لحاظ فراوانی، نگرش آنها نیز به ورزش مثبت است و این نشان می‌دهد که امروز، نگاه به ورزش عاملی برای پیشگیری از بروز رفتارهای ضد اجتماعی و بیماری‌ها در بین تمام اقشار مردم است و آگاهی‌های لازم در مورد ورزش در جامعه افزایش یافته است. در تحقیق بلوم و همکاران (۲۰۰۵) نیز این موضوع مطرح شده که با افزایش نگرش مثبت در بین مردم، می‌توانیم شاهد رشد ارزش‌ها و پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی در جامعه باشیم. در واقع، نگاه مثبت به ورزش از سوی خانواده‌های جوانان، ضرورتی برای سالم سازی جامعه محسوب می‌شود و افزایش و حفظ امنیت جامعه را در پی خواهد داشت. در این خصوص، آلیسون (۲۰۰۶) معتقد است برای افزایش نگرش مثبت به ورزش باید ورزش را در تمامی مناطق و شهرها توسعه داد، به طوری که مناطق محروم و برخوردار، امکانات ورزشی یکسانی داشته باشند. بسیاری از ورزشکاران نخبه از مناطق محروم برخاسته‌اند و علت اصلی آن وجود نگرش مثبت در بین اعضای خانواده‌های این مناطق به ورزش بوده که توانسته است آنها را در سطح اول قهرمانی جهان مطرح کند.

یافته‌ها نشان می‌دهد برای گروه درآمدی بیش از ۹۰۰ هزار تومان، کسب درآمدی منفی است؛ بنابراین ورزش برای این گروه درآمدی کالایی پست محسوب می‌شود، در حالی که برای سایر گروه‌های درآمدی از ۱۰۰ تا ۸۹۹ هزار تومان، ورزش کالایی تجملی تا نرمال تلقی می‌شود (جدول ۷). بر اساس این یافته‌ها به نظر می‌رسد سطح انتظارات گروه‌های پردرآمد از امکانات ورزشی در اختیار یا موجود بیشتر است، بنابراین ورزش برای این گروه خاص می‌تواند کالایی پست تلقی شود. اگر جدا از مسائل بهداشتی- جسمانی ورزش، ورزش را کالایی تفریحی- سرگرمی در نظر بگیریم، شاید برای گروه فوق، امکانات جایگزین مانند استفاده از گردشگاه‌ها، پارک‌های محلی، مسافرت، باغ خصوصی، ویلا و ... توجیه‌پذیر باشد.

نتایج به دست آمده گویای آن است که دامنه درآمدی در انتخاب ورزش، با توجه به دسترسی به آن بسیار مهم است. برای گروه‌های درآمدی کمتر از ۸۹۹ هزار تومان، سایر تفریحات پرهزینه قلمداد می‌شود؛ از این رو، برای پر کردن اوقات فراغت، ورزش‌هایی با هزینه اندک مورد تقاضاست و می‌توان گفت که ورزش برای گروه‌های درآمدی کمتر از ۸۹۹ هزار تومان، کالایی تجملی تا لوکس است، اما برای گروه‌های بالاتر از آن، با توجه به این موضوع، پست تلقی شود. در عین حال باید دانست که بُعد خانوار، به‌ویژه برای گروه‌های درآمدی کمتر از ۸۹۹ هزار



تومان، در اندازه تقاضا بسیار مهم است، به گونه‌ای که سهم مخارج ورزشی را تغییر و در نتیجه، تقاضای فردی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

### منابع:

۱. عسکریان، فریبا، فرجی دانا، احمد، گودرزی، محمود، جعفری، افشار، (۱۳۸۳). بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰. حرکت، ۲۴: ۲۵.
2. Mullholland, E. (2008). What sport can do? First published, Canada, The True Sport Report.
۳. مرکز آمار ایران، (۱۳۷۵). الگوی محاسبه محصول ناخالص داخلی روش تولید. چاپ اول. تهران: دفتر اطلاع‌رسانی و پایگاه اطلاعات آماری.
4. Chappellet, J. (2005). Sport and Economic Development. 2nd Magglingen Conference on Sport and Development Sport and Economic Sport. France, December 4-6.
5. Leisure Industries Research Center. (2001). The Economic Importance of Sport in Scotland. Sport Scotland Caledonia House. Research Digest, No: 95.
6. Sanderson, K., Nana, G., Good child, M. (2002). Economic Impact of Sport, Business and Economic Research, Hong Kong Sports Development Board, 4084.
۷. عسکریان، فریبا، جعفری، افشار، (۱۳۸۷). بررسی اقتصادی هزینه‌های ورزشی خانوار ایرانی در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰. پژوهش در علوم ورزشی، ۱۸: ۷۵-۸۶.
8. Andreff, W. (1994). The economic of sport in Europe, financing and economic impact, 14th Informal Meeting of European Sport Ministers. Strasbourg Council of Europe, September: 20-23.
۹. عسکریان، فریبا، جعفری، افشار. (۱۳۸۶). بررسی میزان مبادلات بین‌المللی کالاهای ورزشی ایرانی در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰. المپیک، ۴: ۹۷-۱۰۳.
10. Bloom, M., Grant, M., Watt, D. (2005). The Socio-economic Benefits of Sport Participation in Canada. The Conference Board of Canada, Publication 015-06: 1-11.
۱۱. فرگوسن، چارلز، (۱۳۸۲). «نظریه اقتصاد خرد». ترجمه روزبهان. چاپ هشتم. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

۱۲. مرکز آمار ایران، (۱۳۸۶). درگاه ملی آمار ایران. (۲۰ خرداد ۱۳۸۸). قابل دسترس از طریق سایت: <http://www.sci.org.ir/portal/faces/public/sci>

13. Jose Viseu, C. (2000). Economic Sport Demand Determination, 8th Congress of the European Association for Sport Management (EASM). University of Republic of San Marino, September 6-10: 1-11.
14. Barros, C., Ibrahim, M., Szymanski, S. (2000). Transatlantic Sport, The comparative economics of North American and European sports. Edward Elgar Association of Sports Economists, Lisbon, Portugal, November 2-3: 35-41.
15. Sanderson, K., Harris, F., Russel, S., Sheryl, C. (2000). The Economic Benefits of Sport. Hong Kong Sports Development Board, and a Review Research Report, 3: 13-15.
16. Mills, D. (2002). Sports in Canada- Everybody's business, leadership, partnership and accountability. Sub-Committee on the Study of Sport in Canada. Standing Committee on Canadian Heritage. No: 1.
17. Gratton, C., Taylor, P. (2000). Economics of sport and Recreation. London: Spon Press.
18. Allison, L. (2006). The political economy of sport. European Consortium for Political Research Joint Sessions of Workshops, Nicosia, Cyprus, April: 22-26.
19. Bloom M., Grant, M., Watt, D. (2005). The socio-economic benefits of sport participation in Canada. The Conference Board of Canada, Publication, 015-06:1-11.

## رابطه خطرپذیری، خودکارآمدی و عملکرد صخره‌نوردان زن و مرد ایرانی

محمد قاسمی<sup>۱</sup>، دکتر حسن محمدزاده<sup>۲</sup>، دکتر فاطمه‌السادات حسینی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۳/۱۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۶/۲۱

### چکیده

امروزه، خطرپذیری و خودکارآمدی به‌عنوان دو مؤلفه مهم و تأثیرگذار بر موفقیت ورزشکاران، مورد توجه روان‌شناسان ورزشی قرار گرفته‌اند. هدف از این پژوهش بررسی رابطه خطرپذیری، خودکارآمدی و عملکرد صخره‌نوردان زن و مرد ایرانی است. شرکت‌کنندگان در این تحقیق شامل ۱۷۰ صخره‌نورد زن و مرد (۱۰۱ نفر مرد و ۶۹ نفر زن) بودند. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه هیجان‌خواهی و تکانشگری زاگرم (۲۰۰۲) و پرسشنامه خودکارآمدی صخره‌نوردان لولین و سانچز (۲۰۰۸) بود. برای تحلیل داده‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، کولموگروف-اسمیرنف و  $t$  مستقل استفاده شد. نتایج نشان داد خطرپذیری ( $p=0/014$ ) و خودکارآمدی ( $p=0/001$ ) رابطه مثبت و معنی‌داری با عملکرد دارند. همچنین همبستگی مثبتی بین خطرپذیری و خودکارآمدی مشاهده شد ( $P=0/001, r=0/69$ ). نتایج آزمون  $t$  مستقل تفاوت معنی‌داری بین خطرپذیری ( $p<0/05$ ) و خودکارآمدی ( $P<0/01$ ) صخره‌نوردان زن و مرد نشان نداد؛ یعنی خطرپذیری و خودکارآمدی صخره‌نوردان زن و مرد ایرانی یکسان است.

**کلیدواژه‌های فارسی:** خطرپذیری، خودکارآمدی، عملکرد، صخره‌نوردان.

### مقدمه

ورزش نقش مهمی در سلامت روانی انسان دارد، به‌طوری که در سال ۲۰۰۲ شعار سازمان بهداشت جهانی «تحرک رمز سلامتی» بود (۱). به‌طور کلی، اجرای بهینه مهارت‌های ورزشی به وجود سه نوع آمادگی جسمانی، مهارتی و روانی وابسته است. از آنجا که روش‌های مختلف تمرینی و شیوه‌های اجرای مهارت، تکامل یافته‌اند و فاصله بین قهرمانان به چند هزارم ثانیه و چند میلی‌متر کاهش یافته است، به نظر می‌رسد تفاوت عملکرد قهرمانان بیش از هر زمانی به

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد تربیت بدنی (نویسنده مسئول) Email: M\_1984gh@yahoo.com

۲ و ۳. استادیار دانشگاه ارومیه Email: fhossini2002@yahoo.com Email: ha.moha64@gmail.com

آمدگی روانی آنها مربوط باشد (۲). یکی از ابعاد مهم و شاید مهم‌ترین بعد علمی ورزش، مبحث روان‌شناسی است. موضوع مهارت‌های روانی در اجرای ورزشی اهمیت به‌سزایی دارد. مهارت‌های روانی، از اجزای اصلی اثبات شده‌ی اجرای پیوسته در سطوح بالای رقابت به شمار می‌روند؛ به عبارت دیگر می‌توان یکی از تفاوت‌های مهم قهرمانان را با ورزشکاران سطوح پایین‌تر، بالا بودن مهارت‌های روانی قهرمانان دانست (۳). به عقیده‌ی هکر<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) اغلب، کمبودهای روانی ورزشکاران نخبه را از اجرای بهینه در تمرین و مسابقه باز می‌دارد نه اشتباهات و کمبودهای فیزیکی (۴). به نظر لئون<sup>۲</sup> مهم‌ترین عامل مؤثر در موفقیت یا عدم موفقیت ورزشکاران نخبه ویژگی‌های روانی آنهاست (۵).

در چند دهه‌ی اخیر، روان‌شناسان ورزشی به ویژگی‌های روانی ورزشکاران توجه زیادی کرده‌اند. از جمله این ویژگی‌ها می‌توان به خطرپذیری<sup>۳</sup> و خودکارآمدی<sup>۴</sup> اشاره کرد. از آنجا که امروزه رواج ورزش‌های پرخطر مانند صخره‌نوردی<sup>۵</sup> افزایش چشمگیری داشته است، توجه محققان روان‌شناسی به ویژگی‌های روانی و عملکردی این ورزشکاران جلب شده است (۶).

خطرپذیری از ویژگی‌های ورزشکاران موفق است. خطرپذیری تابعی از کم کردن حد ایمنی بر حسب آسیب بدنی و هم از لحاظ روانی بر حسب احتمال موفقیت یا شکست است. بررسی مالون<sup>۶</sup> (۱۹۸۸) از نوشتارهای مربوط به خطرپذیری در ورزش نشان داد ادراک ورزشکار از خطر، هیجان و میل به تسلط را می‌آفریند. رقابت ورزشی برای همه‌ی ورزشکاران به‌گونه‌ای ذاتی خطرناک است، اما به نظر می‌رسد ورزشکاران ممتاز بیشتر از دیگران از درگیر شدن در رفتارهای مخاطره‌آمیز به هیجان می‌آیند (۷).

خطرپذیری توسط دو مؤلفه‌ی هیجان‌خواهی<sup>۷</sup> و تکانشگری<sup>۸</sup> تعریف می‌شود (۸). هیجان خواهی ویژگی‌ای از رفتار انسان است که خواهان تنوع، نو و بدیع بودن، شور و شوق زیاد و کسب تجربه از طریق انجام فعالیت‌های بدنی است (۹). مؤلفه‌ی دیگر خطرپذیری، تکانشگری است. تکانشگری طیف گسترده‌ای از رفتارهایی است که روی آن کمتر تفکر شده، به‌صورت رشد نیافته برای دستیابی به پاداش یا لذت بروز می‌کنند، خطر بالایی دارند و پیامدهای ناخواسته قابل توجهی

- 
1. Hacker
  2. Leune
  3. Risk-taking
  4. Self-efficacy
  5. Rock climbing
  6. Malone
  7. Sensation-seeking
  8. impulsivity

در پی دارند (۱۰).

ساختار روان‌شناختی‌ای که می‌تواند بر میزان خطرپذیری ورزشکاران تأثیر داشته باشد، خودکارآمدی است. در واقع، خودکارآمدی گونه‌ای خاص از اعتماد به نفس است که به موقعیت ویژه‌ای مربوط است؛ یعنی اعتقاد شخص مبنی بر اینکه مهارت‌هایی را که برای به-دست آوردن نتایج مطلوب و معینی لازم است، به گونه‌ای موفقیت آمیز اجرا می‌کند (۷). به عقیده بندورا<sup>۱</sup> (۱۹۹۷) عناصر خود پنداره هر شخص، مجموعه باورها و انتظاراتش در مورد توانایی‌های خود برای انجام مؤثر تکالیف و برآورده کردن موارد ضروری است. وی این مؤلفه را خودکارآمدی نامیده است (۱۱). بر اساس نظریه خودکارآمدی وقتی مهارت‌های ضروری و محرک‌های کافی موجود باشند، خودکارآمدی اجرای طبیعی را پیش‌بینی خواهد کرد (۱۲). افرادی که در جستجوی خودکارآمدی بالا هستند، به دنبال مبارزه‌جویی، سخت‌کوشی و پایداری می‌باشند، در صورتی که افراد با خودکارآمدی کم تمایل دارند تا از چالش‌ها اجتناب کنند و وقتی با ناملایمات مواجه می‌شوند، دلسرد، مضطرب و افسرده می‌شوند. نظریه خودکارآمدی بیان می‌کند که راهبردهای متعدد مورد استفاده مربیان، آموزش‌دهندگان و ورزشکاران بر عملکرد و رفتار مؤثرند؛ زیرا بر خودکارآمدی اثر می‌گذارند (۱۱). انتظارات کارآمدی از چهار روش رشد می‌کنند: تجربه‌های موفقیت‌آمیز، تجربه‌های جان‌شینی، ترغیب کلامی و حالت‌های انگ‌بختگی. تغییر در خودکارآمدی نیز بر رفتار واقعی تأثیر می‌گذارد. بیشتر پژوهش‌های روان‌شناسی ورزشی در مورد خودکارآمدی از مدل اصلی بندورا نشئت گرفته‌اند؛ زیرا این مدل بر منابع کارآمدی تأکید می‌کند. اولین پژوهش این حوزه بر چهار منبع؛ یعنی تجربه‌های موفقیت‌آمیز، تجربه‌های جان‌شینی، ترغیب کلامی و برانگیختگی هیجانی و رابطه انتظارات کارآمدی با عملکرد تأکید دارد. تجربه‌های موفقیت‌آمیز مطمئن‌ترین اطلاعات را فراهم می‌آورد و بیشترین تأثیر را بر خودکارآمدی دارد. همچنین، خودکارآمدی می‌تواند از طریق تجربه‌های جان‌شینی یا تماشای فرد دیگری که مهارت را اجرا می‌کند نیز افزایش یابد. ما اغلب برای آموزش مهارت از فنون نمایشی استفاده می‌کنیم و این نمایش باعث کاهش نگرانی و افزایش اعتماد به نفس می‌شود. قدرت ترغیب کلامی کمتر از تجربه است، اما مربیان اغلب هنگام آموزش با جملاتی مانند «شما با استعدادید» یا «من می‌دانم شما توانایی انجام این کار را دارید»، شاگردان را تشویق می‌کنند. نقش چهارمین منبع کارآمدی یعنی برانگیختگی هیجانی کمتر روشن است. بندورا اظهار می‌کند که برانگیختگی یا به‌طور دقیق‌تر ادراک برانگیختگی از طریق انتظارات خودکارآمدی بر رفتار را اثر می‌گذارد (۱۱).

خطرپذیری و خودکارآمدی به عنوان ساختارهای روان‌شناختی می‌توانند بر میزان مشارکت و عملکرد ورزشکاران در ورزش‌های پرمخاطره مثل صخره‌نوردی تأثیر داشته باشند (۱۳). لولین<sup>۱</sup> و سانچز (۲۰۰۷) نشان دادند رابطه خودکارآمدی با عملکرد صخره‌نوردان، به خطر متوسط و زیاد بستگی دارد؛ یعنی هر چه خودکارآمدی صخره‌نورد بیشتر بود، به استفاده از طناب حمایتی نیاز نداشتند که این هم نشانه خطرپذیری زیاد در آنهاست و بر عکس، هر چه خودکارآمدی صخره‌نوردان کمتر بود، به استفاده از طناب حمایتی نیاز دارند که این هم نشانه خطرپذیری کم در آنهاست (۱۳). همچنین سانچز<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۸) نشان دادند بین خودکارآمدی و خطرپذیری همبستگی مثبتی وجود دارد؛ یعنی هر چه خودکارآمدی صخره‌نوردان بیشتر باشد خطرپذیری آنها نیز بیشتر خواهد بود (۱۴). بالاگور و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) دریافتند که خودکارآمدی رابطه مثبتی با درجه‌های اجرا دارد و به‌شکلی معنی‌دار، پیش‌بینی‌کننده اجزای مختلف ورزشکاران است (۱۵). بیوکمپ<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۲) در مطالعه خود روی بازیکنان گلف و در تلاش برای اثبات تئوری بندورا مبنی بر پیش‌بینی اجرا از طریق خودکارآمدی به این نتیجه رسیدند که خودکارآمدی پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای اجرا به‌شمار می‌رود (۱۶).

همچنین روزن‌بلیت<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۰۱) نشان دادند اگر هیجان‌خواهی، به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های خطرپذیری در ورزشکاران زیاد باشد، کیفیت عملکرد آنها افزایش خواهد یافت. همچنین یافته‌های تحقیق آنها نشان داد هیجان‌خواهی در پسران بیش از دختران است (۶). با توجه به اینکه تحقیقات در مورد خطرپذیری و خودکارآمدی ورزشکاران در داخل کشور اندک است و تحقیقاتی که رابطه جنسیت را با این دو مؤلفه در نظر بگیرد، نادر می‌باشد؛ بنابراین ضرورت توجه به تفاوت‌های جنسیتی در خطرپذیری، مؤلفه‌های آن و خودکارآمدی، به ویژه در صخره‌نوردان حرفه‌ای کشورمان احساس می‌شود. با توجه به توضیحات بالا و نتایج تحقیقات پیشین، پژوهش حاضر درصدد است رابطه خطرپذیری و خودکارآمدی و عملکرد صخره‌نوردان ایران را با در نظر گرفتن عامل جنسیت بررسی کند.

- 
1. Liewellyn.
  2. Sanchez
  3. Balagour, et al.
  4. Beaucamp
  5. Rosenblitt

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع همبستگی و علی-مقایسه‌ای است. جامعه آماری تحقیق عبارتند از: صخره‌نوردان زن و مرد ایرانی شرکت‌کننده در مسابقات بین‌المللی دهه فجر در سال ۱۳۸۸ که تعداد آنها ۱۸۲ نفر بود. نمونه آماری برابر با جامعه در نظر گرفته شد. پس از تهیه فهرست صخره‌نوردان و سوابق آنها پرسشنامه در میان جامعه توزیع شد. در نهایت، ۱۷۰ پرسشنامه (۱۰۱ نفر مرد و ۶۹ نفر زن) به صورت کامل بازگردانده شد.

برای جمع‌آوری اطلاعات از دو پرسشنامه استفاده شد. برای ارزیابی خطرپذیری صخره‌نوردان از پرسشنامه ترکیبی IMP-SS<sup>۱</sup> استفاده شد که شامل دو پرسشنامه هیجان‌خواهی و تکانشگری زاگرم (۲۰۰۲) است. زاگرم<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۲) پایایی درونی پرسشنامه را ۰.۸۳ تا ۰.۸۶ گزارش کردند. ضریب بازآزمایی بعد از سه هفته، ۰.۹۴ به دست آمد (۱۷). با توجه به اینکه این پرسشنامه عاملی روانی را می‌سنجد و عامل فرهنگی در آن مؤثر است؛ بنابراین به دست آوردن پایایی آن در کشورمان ضروری به نظر می‌رسید. ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه در تحقیق حاضر برای هیجان‌خواهی ۰.۸۲ و برای مؤلفه‌های ماجراجویی، تجربه‌جویی، بازداری زدایی و حساسیت به کسالت، به ترتیب ۰.۷۸، ۰.۷۲، ۰.۷۰، ۰.۷۵ گزارش شد. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه تکانشگری در تحقیق حاضر ۰.۷۶ گزارش شد.

برای برآورد خودکارآمدی صخره‌نوردان از پرسشنامه خودکارآمدی لولین و سانچز (۲۰۰۸) با عنوان CSES<sup>۳</sup> استفاده شد. پرسشنامه اصلی خودکارآمدی متعلق به آلبرت بندوراست، اما لولین و سانچز در سال ۲۰۰۸ پرسشنامه خودکارآمدی مخصوص صخره‌نوردان و کوه‌نوردان را طراحی کردند. برای این کار مصاحبه‌هایی نیمه‌ساختاری با صخره‌نوردان و مربیان صخره‌نوردی و متخصصان دانشگاهی در محدوده فرضیه‌شناسی اجتماعی انجام شد. برای اندازه‌گیری ثبات درونی از ۳۰ صخره‌نورد فعال (۲۳ مرد و ۷ زن) استفاده شد که در گروه تحقیق اصلی شرکت نداشتند. ثبات درونی پرسشنامه  $\alpha = 0.92$  به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه در تحقیق حاضر ۰/۸۷ گزارش شد.

برای ارزیابی عملکرد صخره‌نوردان به سابقه آنها از نظر کسب مدال مراجعه شد. لولین و سانچز (۲۰۰۸) نیز برای ارزیابی عملکرد صخره‌نوردان به سوابق قهرمانی آزمودنی‌ها مراجعه کرده بودند.

- 
1. Impulsivity sensation seeking
  2. Zuckerman
  3. The Climbing Self Efficacy Scale

در تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آماری استفاده شده است: با توجه به ماهیت پژوهش از آمار توصیفی برای توصیف، طبقه‌بندی و تنظیم نمرات خام از طریق محاسبه میانگین، انحراف استاندارد و رسم نمودارها استفاده شد. در بخش آمار استنباطی برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، t گروه‌های مستقل و آزمون کولموگروف-اسمیرنوف<sup>۱</sup> استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

صخره‌نوردان حاضر در این پژوهش به دو گروه دارای سوابق قهرمانی و فاقد قهرمانی تقسیم شدند. از ۱۷۰ شرکت‌کننده پژوهش، ۷۱ نفر دارای مقام قهرمانی و ۹۹ نفر فاقد مقام قهرمانی بودند. ابتدا، برای اطمینان از توزیع طبیعی داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد که نتیجه آن نشان داد توزیع داده‌ها طبیعی است.

جدول ۱. آزمون t مستقل برای بررسی تفاوت میزان خطرپذیری و خودکارآمدی به تفکیک عملکرد

سطح معنی‌داری	آماره t	آزمون لوین برای برابری واریانس‌ها	SD	M	سوابق قهرمانی		
۰/۰۱۴	۲/۱۰	سطح معنی‌داری	F	۵/۸	۲۳/۵	فاقد قهرمانی	خطرپذیری
	۲/۷۵	۰/۱۶	۱/۹۹	۶/۷	۲۵/۵	دارای مقام قهرمانی	
۰/۰۰۱		۰/۰۶	۳۸/۵	۲۰۳	۶۱۵	فاقد قهرمانی	خودکارآمدی
	۵/۵			۱۱۳	۷۵۲	دارای مقام قهرمانی	

نتایج نشان می‌دهد تفاوت میانگین دو گروه در نمره خطرپذیری معنی‌دار است؛ یعنی بین نمره خطرپذیری صخره‌نوردان دارای مقام قهرمانی و بدون مقام قهرمانی، به احتمال ۹۵ درصد تفاوت معنی‌دار وجود دارد؛ به عبارت دیگر، خطرپذیری صخره‌نوردان دارای مقام قهرمانی به‌طور معنی‌داری بیشتر از صخره‌نوردان بدون مقام قهرمانی است ( $p=۰/۰۱۴$ ).

بر اساس نتایج نشان می‌دهد تفاوت میانگین دو گروه در نمره خودکارآمدی نیز معنی‌دار است؛ یعنی بین نمره خودکارآمدی صخره‌نوردان دارای مقام قهرمانی و بدون مقام قهرمانی به احتمال ۹۹/۹ درصد تفاوت معنی‌داری وجود دارد؛ به عبارت دیگر، خودکارآمدی صخره‌نوردان دارای مقام قهرمانی به‌طور معنی‌داری بیشتر از صخره‌نوردان بدون مقام قهرمانی است ( $p<۰/۰۰۱$ )

(جدول ۱)

1. Kolmogrov\_Smirnov test



جدول ۲. همبستگی بین متغیرهای خطرپذیری و خودکارآمدی

خودکارآمدی	متغیر	
۰/۵۹	ضریب پیرسون	خطرپذیری
۰/۰۰۱	مقدار P	

برای آزمون این فرضیه با توجه به کمی بودن دو متغیر از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. اطلاعات جدول ۲ نشان می‌دهد بین متغیرهای خودکارآمدی و خطرپذیری، با اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنی‌داری وجود دارد ( $p = ۰/۰۰۱ < ۰/۰۵$ ).

جدول ۳. آزمون t مستقل برای بررسی تفاوت میزان هیجان‌خواهی و تکانشگری به تفکیک جنسیت

سطح معنی‌داری	آماره t	آزمون لوین برای برابری واریانس‌ها	SD	M	جنسیت		
۰/۳۲	۰/۹۹	سطح معنی‌داری	F	۵/۵	۲۰/۳	زن	خطرپذیری
	۰/۹۸	۰/۳۹	۰/۷۲	۵/۷	۲۱/۲	مردان	
۰/۱۰	۱/۶	۰/۱۱۶	۵/۹	۱/۴	۳/۴	زن	خودکارآمدی
	۱/۵			۱/۱	۳/۷	مردان	

طبق اطلاعات جدول ۳، بین مؤلفه‌های خطرپذیری (هیجان‌خواهی و تکانشگری) صخره‌نوردان زن و مرد تفاوت معنی‌داری مشاهده نمی‌شود؛ یعنی میانگین نمرات هیجان‌خواهی و انگیزه آنی، بین صخره‌نوردان مرد و زن یکسان است ( $p > ۰/۰۵$ ) و تفاوت مشاهده شده در میانگین‌ها معنی‌دار نیستند.

جدول ۴. آزمون t مستقل برای بررسی تفاوت میزان خودکارآمدی به تفکیک جنسیت

سطح معنی‌داری	آماره t	آزمون لوین برای برابری واریانس‌ها	SD	M	جنسیت		
۰/۱۲	۱/۵	سطح معنی‌داری	F	۱۷۹	۶۹۱	زن	خودکارآمدی
	۱/۵	۰/۶۸	۰/۱۶	۱۸۷	۶۴۶	مردان	

داده‌های جدول ۴ نشان می‌دهد تفاوت میانگین دو گروه در مؤلفه خودکارآمدی معنی‌دار نیست؛ به عبارت دیگر، خودکارآمدی صخره‌نوردان مرد و زن یکسان است.

### بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش تعیین رابطه خطرپذیری، خودکارآمدی و عملکرد صخره‌نوردان زن و مرد ایرانی بود. با توجه به یافته‌های پژوهش، مشخص شد بین خطرپذیری و عملکرد صخره‌نوردان در هر دو جنس زن و مرد رابطه معنی‌دار و مثبتی وجود دارد؛ به عبارت دیگر هر چه خطرپذیری بیشتر باشد، عملکرد و اجرا بهتر خواهد شد و نتایج بهتری به دست خواهد آمد. این نتیجه با یافته‌های اسلانجر و رود استام<sup>۱</sup> (۱۹۹۷) و لولین و همکاران (۲۰۰۸) همسو است که رابطه مثبتی بین خطرپذیری و عملکرد در ورزشکاران رشته‌های ورزشی پرخطر مشاهده کردند. این محققان نشان دادند صخره‌نوردان موفق‌تر و قهرمان خطرپذیری بیشتری دارند و به‌طور کلی، ورزشکاران ممتاز خطرپذیرتر از دیگران‌اند. علت این مسئله در زمینه‌های تحریک‌جویی و رقابت‌گری بیشتر، اعتماد به نفس بالاتر، انتظار موفقیت بیشتر و استفاده از راه‌بردهای شناختی و توانایی تعدیل فشار است (۷). در ورزشکاران ممتاز، به‌ویژه در رشته‌های پرخطر مثل صخره‌نوردی میزان هیجان‌خواهی زیاد است و یکی از راه‌های ارضای این میل، رسیدن به موفقیت و رفتارهای جسورانه است؛ بنابراین میل به پیروزی در آنها بسیار زیاد است (۱۴).

نتایج پژوهش حاضر نشان داد بین خودکارآمدی و عملکرد صخره‌نوردان رابطه معنی‌دار و مثبتی در هر دو جنسیت وجود دارد؛ یعنی هر چه خودکارآمدی بالاتر باشد، اجرا و عملکرد بهتر خواهد بود که با یافته‌های تجاری (۱۳۷۹)، نریمانی و همکاران (۱۳۸۴) و شیخ و همکاران (۱۳۸۴) هم‌خوانی دارد که به‌ترتیب بین خودکارآمدی و اجرای تکواندوکاران، کشتی‌گیران و فوتبالیست‌ها رابطه مثبتی را یافته بودند یافتند (۳، ۱۹، ۲۰). همچنین این نتایج موید یافته‌های فلتز<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۱)، بالاگور و همکاران (۲۰۰۴)، گومز<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۷) و لولین و همکاران (۲۰۰۸) است (۲۱، ۲۲).

نظریه خودکارآمدی بندورا<sup>۴</sup> (۱۹۸۶) بیان می‌کند که وقتی مهارت‌های ضروری و محرک‌های کافی موجود باشند، خودکارآمدی، اجرای طبیعی را پیش‌بینی خواهد کرد. به‌علاوه، دریافت ادراکی از خودکارآمدی نوع تمرین‌ها، تلاش انجام شده و پشتکار به همان خوبی واکنش‌های احساسی و الگوهای فکری، در طول اجرای طبیعی و پیش‌بینی مواجهه با محیط مفید واقع می‌شود پس وقتی افراد خودکارآمدی زیادی داشته باشند، عملکرد آنها در ورزش و اجرای

- 
1. Slanger and Rudestam
  2. Feltz
  3. Gomez
  4. Bandura

مهارت‌های ورزشی افزایش خواهد یافت (۱۲). این نتایج اهمیت ارزیابی میزان خودکارآمدی ورزشکاران توسط مربیان و روان‌شناسان تیم‌ها و آگاه ساختن ورزشکاران از قوت‌ها و ضعف‌های خودکارآمدی‌شان را آشکار می‌کند و لازم است مربیان و روان‌شناسان ورزشی و محققان آن را جدی بگیرند.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد بین خطرپذیری و خودکارآمدی صخره‌نوردان رابطه مثبتی وجود دارد؛ یعنی هر چه خطرپذیری بیشتر باشد، خودکارآمدی نیز بیشتر است و بالعکس. این نتیجه با یافته‌های لولین و سانچز (۲۰۰۷)، اسلانجر و روداستام (۱۹۹۷)، لولین و همکاران (۲۰۰۸) هم‌خوانی دارد که همبستگی مثبتی بین خودکارآمدی و خطرپذیری، به ترتیب در رشته‌های صخره‌نوردی، ورزشکاران ورزش‌هایی پرخطر (موتورسواری، اسکی صحرانوردی و ...) و کوه‌نوردی به دست آوردند.

در پژوهشی تخصصی که لولین و سانچز (۲۰۰۸) روی صخره‌نوردان زن و مرد انجام دادند، تناوب و تکرار صعود و همچنین انتخاب مسیر از لحاظ سختی در میان صخره‌نوردان بررسی شد. آنها نشان دادند صخره‌نوردانی که تکرار صعود بیشتری دارند، خطرهای اضافی را برآورد می‌کنند و مسیر سخت‌تر را انتخاب می‌کنند، به توانایی‌های خود اعتقاد دارند. همچنین مشخص شد خودکارآمدی، پیش‌بینی‌کننده همه رفتارهای صخره‌نوردی است. این یافته با عقاید بندورا (۱۹۹۷) هم‌خوانی دارد که تجربه‌های مستقیم زیاد را از اصلی‌ترین منابع خودکارآمدی می‌داند؛ زیرا افرادی که خطرپذیری بیشتری دارند به تجربه‌جویی بیشتری دست می‌زنند.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد بین مؤلفه‌های خطرپذیری (هیجان‌خواهی و تکانشگری) صخره‌نوردان زن و مرد هیچ تفاوت معنی‌داری وجود ندارد؛ به عبارت دیگر، هیجان‌خواهی و تکانشگری صخره‌نوردان زن و مرد یکسان است. این نتیجه با یافته‌های لولین و سانچز (۲۰۰۷) همسو است که به بررسی و مقایسه هیجان‌خواهی و تکانشگری صخره‌نوردان زن و مرد انگلیسی پرداخته بودند. همچنین انگن<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) مؤلفه‌های هیجان‌خواهی را در میان دانشجویان دختر و پسر کشور ترکیه مقایسه کرد و در سه زیرمقیاس ماجراجویی، تجربه‌جویی و حساسیت به ملالت تفاوت معنی‌داری بین آنها مشاهده نکرد و تنها مردان ترکیه‌ای در مؤلفه عدم بازداری، در مقایسه با دختران امتیاز بیشتری کسب کردند که با یافته‌های این پژوهش هم‌خوانی دارد. در مقابل، یافته‌های روزن‌بلیت<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۱) که هیجان‌خواهی مردان را بیشتر از زنان

1. Ongen

2. Rosenblitt.

یافته بود با نتایج پژوهش حاضر مغایرت دارد. احتمالاً این مغایرت به دلیل نوع آزمودنی‌ها باشد؛ زیرا آزمودنی‌های تحقیق روزن‌بلیت زنان و مردان ورزشکار مبتدی جامعه آمریکا بودند، در حالی که جامعه آماری تحقیق حاضر، صخره‌نوردان زن و مرد ایرانی بودند که در تحقیقات بسیاری از جمله تحقیق حاضر مشخص شده است که میزان خطرپذیری و خودکارآمدی صخره‌نوردان زن و مرد بیشتر از افراد عادی جامعه است (۸).

نتایج نشان داد بین خودکارآمدی صخره‌نوردان زن و مرد ایرانی تفاوتی وجود ندارد؛ به عبارت دیگر، خودکارآمدی صخره‌نوردان زن و مرد ایرانی یکسان است. این نتیجه با یافته‌های شوارزر و شولز<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) همسو است. آنها در تحقیق خود تفاوت خودکارآمدی ۱۶ ملیت و جنسیت را مورد مشاهده قرار دادند (۲۳) و به این نتیجه رسیدند که با توجه به جنسیت، تفاوت معنی‌داری در خودکارآمدی وجود ندارد، اما با یافته‌های حسین‌پور و مهram (۱۳۸۳) که خودکارآمدی پسران را بیشتر از دختران یافتند، مغایرت دارد (۲۴). در تحقیق حسین‌پور و مهram آزمودنی‌ها نوجوانان مقطع پیش‌دانشگاهی عادی بودند که ممکن است مغایرت آن با تحقیق حاضر به همین دلیل باشد. این نتایج با یافته‌های لولین و سانچز (۲۰۰۷) نیز مغایرت دارد که خودکارآمدی صخره‌نوردان مرد را از بیش از صخره‌نوردان زن یافته بودند. آزمودنی‌ها در تحقیق لولین و سانچز صخره‌نوردان زن و مرد انگلیسی بودند. به نظر می‌رسد دلیل این اختلاف در نتیجه، به مسائل فرهنگی مربوط باشد. با توجه به محدودیت‌هایی که برای زنان ایرانی وجود دارد، احتمالاً خودکارآمدی کمی در زنان عادی جامعه وجود دارد. در این میان، دخترانی که با توجه به این محدودیت‌ها وارد ورزش، به‌ویژه ورزش‌های پرخطری مثل صخره‌نوردی می‌شوند احتمالاً خودکارآمدی زیادی دارند. ممکن است یکی دیگر از دلایل ناهم‌خوانی نتایج این باشد که مردان ایرانی خودکارآمدی زیادی ندارند؛ بنابراین نمره‌های آنها با زنان یکسان بوده است؛ زیرا صخره‌نوردان مرد انگلیسی به دلیل امکانات و شرایط خوب، آسان‌تر به منابع خودکارآمدی (تجربه‌های مستقیم و تجربه‌های جانشینی) دست یافته‌اند و در نتیجه، خودکارآمدی بیشتری از خود نشان می‌دهند.

با توجه به این که در پژوهش حاضر نتیجه‌گیری شد که خطرپذیری و خودکارآمدی با موفقیت صخره‌نوردان رابطه مثبت و معنی‌داری دارد، باید مربیان و ورزشکاران به این دو مؤلفه توجه بیشتری کرده، با آگاهی کامل از آنها در پی کسب این دو مؤلفه باشند.

### منابع:

1. Thelwell, R.C, Greenles, L.A. (2003). Developing competitive endurance performance using mental skills training. *The Sport Psychology*, 17: 77- 1318.
۲. جعفری، اکرم، مرادی، محمد رضا، رفیعی نیا، پروین، (۱۳۸۶). مقایسه برخی مهارت‌های روانی تکواندوکاران زن برتر و غیر برتر. المپیک، ۳۷.
۳. نریمانی، محمد، آریاپوران، سعید، (۱۳۸۴). مقایسه خودکارآمدی و تحمل ابهام در ورزشکاران گروهی و انفرادی با افراد غیرورزشکار. حرکت، ۳۲: ۸۶-۹۶.
4. Hacker, C. (2000). Football: introduction to psychology skill. *Journal of Research in Personality and Individual Difference*, 45: 75-81.
5. Leunes, J. Nation, J. (2002). *Sport psychology-Anintroduction*. Chicago, IL: Nelson-Hall Publishers.
6. Rosenblitt, J.C., Soler, H., Johnson, S.E., Quadagno, D.M. (2001). Sensation seeking and hormones in men and women: Exploring the link. *Hormones and behavior*, 40: 396-402.
۷. انشل، مارک . اچ، (۱۳۸۰). «روان شناسی ورزش از تئوری تا عمل». ترجمه سید علی اصغر مسدد. چاپ سوم. تهران: انتشارات اطلاعات.
8. Ongen, D. (2007). The relationships between sensation seeking and Gender Role orientations among Turkish university students. *Springer science*, 57: 111-118.
۹. ریو، جان مارشال، (۱۳۸۲). «انگیزش و هیجان». ترجمه یحیی سید محمدی. تهران: مؤسسه نشر ویرایش.
۱۰. اختیاری، حامد، رضوان فرد، مهرناز، مگری، آذرخش، (۱۳۸۷). تکناسگری و ابزارهای گوناگون ارزیابی آن: بازبینی دیدگاه‌ها و بررسی‌های انجام شده. *مجله روان پزشکی و روان-شناسی بالینی ایران*. ۱۴(۳): ۲۴۷-۲۵۷.
۱۱. گیل، دایان، (۱۳۸۳). «پویایی روان‌شناختی در ورزش». ترجمه نورعلی خواجهوند. چاپ سوم. تهران: انتشارات کوثر.
12. Bandura, A.(1997). Self-efficacy toward unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84: 191-215.
13. Liewellyn, D.J., Sanchez, X. (2007). Individual differences and risk taking in Rock Climbing. *Psychology of Sport and Exercise*, 9: 413-426.

14. Sanchez, X., Liewellyn, D.J, Amand, A., Jones, G. (2008). Self-efficacy, Risk taking and performance in rock climbing. *Journal of Research in Personality and Individual Difference*, 45: 75-81.
15. Balagour, I., Bary, S.T, Duda, J.L. (2004). The relationship of task self-efficacy and role efficacy belief to role performance in Spanish youth soccer. *Journal of Sport Sciences*, 22(5): 429-437.
16. Beau camp, M.R., Bray, R.S, Albinson, J.G. (2003). Pre-competition imagery, self-efficacy and performance in collegiate golfer. *Journal of Sport Sciences*, 20(9): 679-705.
17. Zuckerman, M., Kuhlman, D. (2002). Personality and risk taking: Common biosocial factors'. *Journal of Personality*, 68: 999-1029.
18. Slinger, E., Rudestam, K.E. (1997). Motivation and disinhibition in high risk sport: Sensation seeking and self-efficacy. *Journal of Research in Personality*, 31: 355-374.
۱۹. تجاری، فرشاد، (۱۳۷۹). ارتباط بین خودکارآمدی، اجرای کشتی و اضطراب رقابتی. المپیک، ۳ و ۴: ۳۶-۴۵.
۲۰. شیخ، محمود، باقرزاده، فضل الله، (۱۳۸۴). بررسی اثر برد و باخت و جهت‌گیری هدفی بر میزان احساس خودکارآمدی در فوتبالیست‌های لیگ کشور. حرکت، ۳۰: ۵۹-۶۷.
21. Feltz, D.L, Landers, D.L, Reader, U. (1979). Enhancing self-efficacy in high avoidance motor tasks: A comparison of modeling techniques. *Journal of Sport Psychology*, 1: 112-122.
22. Balagour, I., Bary, S.T., Duda, J.L. (2004). The relationship of task self-efficacy and role efficacy belief to role performance in Spanish youth soccer. *Journal of Sport Sciences*, 22(5): 429-437.
23. Gomez, E., Hill, E., Ackerman, M.S. (2007). An exploration of self-efficacy as motivation for rock climbing and its impact on frequency of climbs. *Proceeding of the North eastern Recreation Research Symposium*. NRS. 23. 306-310.
24. Schwarzer, R. Scholz, V. (2002). Cross-Cultural assessment of coping resources: The general Perceived self-efficacy scale. *European Journal of Psychological Assessment*. 18(3): 242-251.

## اولویت‌بندی و شناخت ارتباط بین انگیزه‌ها و عوامل مؤثر بر حضور هواداران: مطالعه موردی شهر آورد تهران

وحید ساعت‌چیان<sup>۱</sup>، ابوالفضل علیزاده<sup>۲</sup>، امین دهقان قهفرخی<sup>۳</sup>، دکتر علیرضا الهی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۳/۱۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۸/۳

### چکیده

یکی از اهداف برگزاری رویدادهای ورزشی جذب درآمد است. از آنجا که حضور هواداران و خرید بلیت توسط آنها از درآمدهای اصلی رویدادها محسوب می‌شود، توجه به انگیزه‌های هواداران و تقویت آنها می‌تواند باعث حضور بیشتر تماشاگران در رویدادها و درآمدزایی حاصل از آن شود. هدف از این تحقیق، اولویت‌بندی و شناخت ارتباط بین انگیزه‌ها و عوامل مؤثر بر حضور هواداران است. روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری را ۸۰ هزار تماشاگر مسابقه استقلال و پرسپولیس تشکیل می‌داد که در تاریخ ۸۸/۷/۱۰ در ورزشگاه آزادی برگزار شده بود. بر اساس جدول مورگان، از ۴۱۵ پرسشنامه توزیع شده، ۳۸۵ پرسشنامه قابل استفاده تجزیه و تحلیل شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه «انگیزش هواداران ورزش»<sup>۵</sup> وون و کیتامورا (۲۰۰۶) بود که پس از اعمال تغییراتی، برای داوری و تأیید روایی در اختیار استادان مدیریت ورزشی قرار داده شد. پایایی آن نیز با استفاده از آلفای کرونباخ تأیید شد ( $\alpha = 0/81$ ). داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی (توزیع فراوانی، آزمون اسپیرمن و آزمون فریدمن) تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد بین سن و تعداد دفعات حضور در ورزشگاه رابطه معنی‌دار و منفی وجود دارد. انگیزه‌های حمایت از تیم، علاقه به فوتبال، زیبایی فوتبال و هیجان بازی با میزان حضور رابطه دارند و علاقه به تیم شهر خود (شهرگرایی) نیز با استقبال زیادی همراه است. در انگیزه‌های مورد بررسی، علاقه به تیم بیشترین میانگین و علاقه به بازیکن کمترین میانگین را داشت. در مجموع، انگیزه‌های علاقه به تیم، شهرگرایی، علاقه به فوتبال، زیبایی، هیجان مثبت، اجتماعی شدن، سرگرمی، گریز و علاقه به بازیکن، به ترتیب بیشترین میانگین را داشتند.

**کلیدواژه‌های فارسی:** انگیزه هواداری، فوتبال، شهر آورد تهران

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تربیت معلم (نویسنده مسئول) Email:saatchian\_65@yahoo.com

۲ و ۳. دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه تهران Email: ostad.4000@gmail.com

۴. استادیار دانشگاه تربیت معلم تهران Email:alirezaelahi@yahoo.com

5. Sport Fan Motivations

### مقدمه

شادی و نشاط مهم‌ترین عامل روی آوردن افراد به فعالیت‌های ورزشی است (۱). در سرتاسر جهان میلیون‌ها نفر زمان، انرژی و پول خود را برای تماشای ورزش صرف می‌کنند. تماشای هر رویداد ورزشی نیازمند تلاشی وافر است، همان‌طور که برخی برای نشان دادن اشتیاق خود به ورزش، گاهی مسافت‌های طولانی تا محل برگزاری مسابقه را طی کرده، بخش زیادی از درآمد خود را برای هزینه‌های اقامت، تهیه بلیت، غذا و پارکینگ صرف می‌کنند (۲). برخی افراد به‌طور مستقیم در مسابقات شرکت می‌کنند و افرادی که توانایی یا امکان رویارویی مستقیم با حریف را ندارند، آرزوهای خود را در فعالیت‌های فرد یا گروهی از افراد می‌بینند. این گروه، تماشاچیان علاقه‌مندی هستند که با پیروزی تیم مورد علاقه خود فریاد شادی برآورده، در اندوه شکست آن می‌گیرند (۱). فوتبال، یکی از محبوب‌ترین ورزش‌ها در دنیا و پرتعدادترین در ایران است. جذابیت خاص آن سبب می‌شود تعداد زیادی از هواداران از راه‌های دور و نزدیک به تماشای مسابقات این رشته جذاب ورزشی بروند و تیم مورد علاقه خود را تشویق کنند (۴). به ظاهر، همه برای تماشای مسابقات راهی ورزشگاه می‌شوند، اما در واقع، انگیزه‌های متنوعی برای حضور آنها می‌توان یافت.

تماشاگران ورزشی افرادی هستند که به تماشای رویدادهای ورزشی از قبیل مسابقات المپیک، جام جهانی و سایر مسابقات علاقه‌مندند (۱). بنا به تعریف‌های موجود دو نوع تماشاگر وجود دارد:

۱. تماشاچیان<sup>۱</sup>: افرادی که ویژگی بی‌طرفی نسبی بر آنان غالب است؛ یعنی برای آنها هیچ اهمیتی ندارد که کدا یک از دو تیم برنده یا بازنده شود.
۲. تشویق‌گران یا هواداران<sup>۲</sup>: این گروه، به یک تیم یا باشگاه خاص تعصب ویژه می‌ورزند و از تماشاچیان عادی پویاترند. ون<sup>۳</sup> (۱۹۹۵) بین طرفداران و تماشاچیان ورزشی تمایز قائل شده است. به عقیده او طرفداران ورزشی افرادی هستند که به ورزش، تیم یا ورزشکاری خاص علاقه‌مند و وفادارند و آن را دنبال می‌کنند، در مقابل، تماشاچیان ورزشی، رویدادهای ورزشی را به‌طور غیرمستقیم و از طریق رسانه‌ها (رادیو، تلویزیون، و اینترنت) تماشا و دنبال می‌کنند (۳۲).

باید توجه داشت فردی را که برای همراهی با دوستان به تماشای مسابقه خاصی می‌رود و هیچ

---

1. Spectator  
2. Fans  
3. Wann



علاقه‌ای به خود مسابقه ندارد، طرفدار به شمار نمی‌آید، اگرچه می‌توان آنها را در گروه تماشاچیان قرار داد. قطعاً اغلب افرادی که به تماشای مسابقه یا رویدادی می‌روند، طرفدار آن ورزش، یکی از تیم‌ها یا بازیکنان حاضر در آن مسابقه هستند، در حالی که بیشتر تماشاچیان به‌ندرت به تماشای رویدادی ورزشی می‌پردازند (۱۲). معمولاً طرفداران و تماشاچیان ورزشی، حتی توسط برخی نویسندگان ورزشی، به جای یکدیگر استفاده می‌شوند، اما طبق تعریف‌های فوق، تمایز این دو واژه برای شناسایی نیازهای آنها ضروری است.

بنا به تعریف‌های موجود، انگیزش فرآیندی است پویا و رابطه‌ای بین نیاز و رفتار است. انگیزش با ایجاد تنش و فشار، در انسان حرکت و تکاپو ایجاد و او را وادار می‌کند که رفتاری جهت‌دار برای تحصیل نتیجه‌ای خاص بگیرد تا ارضاکنده نیازهای او باشد، بدون اینکه در حالت‌های او تغییری به‌وجود آورد (۱). از طرفی، ایجاد انگیزه‌ها وظایف مدیران است. مدیر رویداد ورزشی، زمانی می‌تواند موفق باشد که با انگیزه‌ها و عوامل مؤثر بر حضور هواداران آشنا باشد و نیازها، موانع و مشکلات حضور طرفداران ورزشی را شناسایی و رفع کند؛ از این رو، شناسایی انگیزه‌ها و تقویت آنها می‌تواند باعث حضور هر چه بیشتر و مداوم‌تر هواداران در رویدادها شود و درآمدزایی حاصل از آن را در پی داشته باشد (۴).

اگر عوامل تأثیرگذار بر حضور هواداران مشخص باشند، بازاریابان ورزشی قادر خواهند بود استراتژی‌های بازاریابی مناسب‌تری برای حضور هواداران در ورزشگاه‌ها طراحی کنند (۲۱). مطالعات انجام شده، عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر حضور هواداران در ورزشگاه‌ها را بررسی کرده‌اند. نمونه‌هایی از این مطالعات در رشته‌های ورزشی مختلف از جمله فوتبال، بسکتبال، کریکت، سافت‌بال و فوتبال آمریکایی و در سطوح مختلف هر رشته ورزشی انجام شده است (۱) ۷، ۱۱، ۱۴، ۱۸، ۲۰، ۲۲، ۲۳، ۲۵). این عوامل را می‌توان به پنج دسته تقسیم کرد:

**الف) عوامل جذاب‌کننده مسابقه:** مانند موقعیت تیم در جدول لیگ، ثبت رکورد توسط تیم، کیفیت بازی تیم و حضور بازیکنان ستاره در تیم مورد نظر (۱، ۸، ۲۳)؛

**ب) عوامل محیطی:** مانند تسهیلات ورزشگاه، برنامه مسابقات و آب و هوا (۱، ۷، ۸، ۱۲، ۱۹)؛

**ج) عوامل انگیزشی و درونی:** مانند هویت بخشی تیم (۱، ۷، ۸، ۱۲، ۱۹)؛

**د) عوامل اقتصادی:** مانند قیمت بلیت (۱، ۱۳، ۲۱، ۲۳)؛

**و) عوامل جمعیت شناختی:** مانند جنسیت، تنوع نژادی، وضعیت تأهل (۱، ۱۳، ۱۸، ۲۳، ۲۴).

عوامل انگیزشی نیز تأثیر قابل توجهی بر میزان حضور هواداران دارند. سرگرمی، استرس مثبت (هیجان)، گریز از روزمرگی و یکنواختی، زیبایی بازی، عزت نفس، بازی پایاپای، پیروزی نیابتی، آگاهی درباره ورزش مورد نظر، عوامل اقتصادی (شرطبندی)، بودن در کنار خانواده و اجتماعی شدن از جمله این عوامل اند که در جدول ۱، شرح داده شده‌اند (۱، ۲۳).

جدول ۱. شرح انگیزه‌های هواداران در رویدادهای ورزشی

اجتماعی شدن	تماشای ورزش، فرصتی برای گذران وقت و تعامل با دیگران فراهم می‌کند.
خانواده	تماشای ورزش، فرصتی برای گذران وقت با خانواده فراهم می‌کند.
زیبایی بازی	فرد برای تماشای ورزش برانگیخته می‌شود؛ زیرا از حرکات هنرمندانه و زیبای ورزشی لذت می‌برد.
عزت نفس	فرد برای تماشای ورزش برانگیخته می‌شود؛ زیرا فرصتی برای احساس در مورد خودش به دست می‌آورد.
عوامل اقتصادی	فرد از دستاوردهای اقتصادی احتمالی که به وسیله شرطبندی ارائه می‌شود، لذت می‌برد.
هیجان	فرد از هیجان و انگیزش هنگام تماشای رویدادهای ورزشی لذت می‌برد.
گریز از روزمرگی	فرد از طریق تماشای ورزش، در زندگی روزمره خود تغییر ایجاد کرده، راه گریزی از مشکلات یا یکنواختی زندگی فراهم می‌کند.
سرگرمی	تماشای ورزش، سرگرمی لذت‌بخشی برای فرد فراهم می‌کند.
پیروزی نیابتی	افرادی که توانایی یا امکان رویارویی مستقیم با حریف را ندارند، آرزوهای خود را در فعالیت‌های فرد یا گروهی از افراد دیده، پیروزی و شکست آنان را به خود نسبت می‌دهند.

پژوهش‌های زیادی در خارج از کشور برای شناخت انگیزه‌های هواداران انجام شده که هر یک، بنا بر شرایط و جامعه تحقیق، انگیزه‌های متفاوتی را مطالعه کرده‌اند. در ایران نیز در مورد انگیزه‌های حضور هواداران در سطح باشگاهی تحقیقات اندکی انجام شده که در جدول ۲ به آنها اشاره شده است.

جدول ۲. تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده در زمینه انگیزه‌های هواداران

معصومی (۱۳۸۷)	در بررسی انگیزه‌های تماشاگران پیروزی و سپاهان دریافت، علاقه به تیم، هیجان، علم فوتبال، پیروزی نیابتی، بازی پایاپای، گریز، خدمات به تماشاگران، سرگرمی و علاقه‌مندی به بازیکن بیشترین میانگین انگیزه‌ها و خدمات رفاهی به تماشاگران، هیجان، علاقه‌مندی به تیم، علاقه‌مندی به بازیکنان، علم فوتبال و بازی پایاپای، به‌ترتیب بیشترین تأثیر را بر میزان حضور تماشاگران دارند (۱).
سومینو و هارادا (۲۰۰۴)	در بررسی تجربه عاطفی هواداران جی لیگ (لیگ فوتبال ژاپن) به این نتیجه رسیدند که وفاداری به تیم، لذت، خشم، هیجان، نگرانی و عشق بر تمایل به حضور مجدد مؤثرند (۱۷).
نیل و فونک (۲۰۰۶)	انگیزه‌های تماشاگران فوتبال استرالیا را بررسی کردند و دریافتند که اجتماعی شدن، سرگرمی و پیروزی نیابتی با تمایل هواداران به حضور مجدد مرتبطند و علاقه به بازیکن و بازی پایاپای رابطه معکوسی با تمایل به حضور مجدد داشتند (۱۵).
وون و کیتامورا (۲۰۰۶)	به بیان عوامل انگیزشی مؤثر بر رفتار مصرفی تماشاگران لیگ‌های فوتبال ژاپن و کره پرداختند و دریافتند علاقه به تیم، پیروزی نیابتی و تعامل اجتماعی از عوامل مؤثر حضور هواداران در بازی‌های جی لیگ و کی لیگ است (۲۳).
وون (۲۰۰۸)	پس از بررسی انگیزه‌های تماشاگران ۱۳ رشته ورزشی در هشت انگیزه به این نتیجه رسید که انگیزه‌های سرگرمی، استرس مثبت (هیجان)، پیوستن به گروه (اجتماعی شدن)، زیبایی، عزت نفس، گریز، بودن با خانواده و عوامل اقتصادی، به‌ترتیب رایج‌ترین انگیزه‌ها بودند (۲۱).
بویان وو (۲۰۰۹)	در مطالعه خود روی انگیزه‌های هواداران دانشگاهی دریافت علاقه به بازیکن، تیم، مربی، دانشگاه، ورزش مورد نظر و سطح مسابقات مهم‌ترین انگیزه‌ها بودند (۳۱).
گالن و همکاران (۲۰۰۹)	در بررسی دلایل حضور تماشاگران فوتبال دانشگاهی، دریافت انگیزه‌های حضور شامل زیبایی، پیروزی نیابتی، بازی پایاپای، گریز، علم به فوتبال، مهارت‌های بدنی و اجتماعی شدن است (۹).
کیم و همکاران (۲۰۰۹)	در مقایسه انگیزه‌های تماشاگران آمریکایی و کره‌ای پی برد که در هواداران کره‌ای علاقه به ورزش، بازی پایاپای و ستایش (قهرمان دوستی) و در هواداران آمریکایی علاقه به ورزش، علاقه به بازیکن و بازی پایاپای، به‌ترتیب ارتباط معنی‌دار و مثبت بیشتری با رفتار استفاده از رسانه (خواندن روزنامه، گوش دادن به رادیو یا تماشای تلویزیون) دارد (۱۳).

بازاریابان نیز به بررسی اهمیت انگیزه‌های حضور در بازی و رویدادها پرداخته‌اند. به‌علاوه روشن است که افراد با دلایل و انگیزه‌های مختلفی در ورزشگاه‌ها حضور یافته، به تماشای مسابقات می‌پردازند. انگیزه‌های رفتار هوادار و تماشاگر به دلیل نیازهای روانی و اجتماعی فرد است و یکی از راه‌های تأمین این نیازها رفتارهای مصرفی ورزشی است (۱). انگیزه‌هایی که نیازهای روانی و

اجتماعی را تأمین می‌کنند عبارتند از: پیروزی نیابتی، به‌دست آوردن علم و آگاهی، زیبایی شناسی، تعامل اجتماعی، نمایش استرس، گریز، خانواده، جذابیت جسمانی شرکت‌کنندگان یا ورزشکاران و مهارت جسمانی ورزشکاران (۱، ۱۵، ۲۳).

از آنجا که تعداد تماشاگران حاضر در ورزشگاه در مسابقه‌های باشگاه‌های پرسپولیس و استقلال بیشتر از باشگاه‌های دیگر است؛ بنابراین تفاوت در این میزان حضور را می‌توان در انگیزه‌های هواداران دانست. در پژوهش حاضر نگارندگان درصدد پاسخ به سؤالاتی از این قبیل‌اند که، چه انگیزه‌هایی باعث حضور هواداران در مسابقات باشگاهی می‌شود، چه رابطه‌ای بین این انگیزه‌ها و میزان حضور آنها وجود دارد و نقش عوامل جمعیت‌شناختی در حضور هواداران چیست؟

### روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل تمامی تماشاگران شهرآورد بزرگ استقلال و پرسپولیس تهران در تاریخ ۱۳۸۸/۷/۱۰ بود. حجم جامعه آماری ۸۰ هزار نفر بود که با توجه به جدول مورگان، ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند (۳). از میان تمام جایگاه‌هایی که هواداران در آنها حضور داشتند، ۱۰ جایگاه به طور تصادفی انتخاب شد، به طوری که ۴۱۵ پرسشنامه در میان هواداران توزیع شد و در نهایت، ۳۸۵ عدد از آنها با صحت و درستی بازگشت داده شد.

برای شناسایی انگیزه‌های هواداران، پس از مطالعه مبانی نظری، پیشینه پژوهش و پرسشنامه‌های متعدد در این زمینه، پرسشنامه انگیزه هواداران ورزشی انتخاب شد. این پرسشنامه را وون و کیتامورا<sup>۱</sup>، استادان دانشگاه جونتندو ژاپن در سال ۲۰۰۶ طراحی کرده‌اند (۲۳). در نهایت، با توجه به انگیزه‌هایی که با فرهنگ کشور هم‌خوانی دارند و به نظر محقق رایج‌ترند، انگیزه شهرگرایی نیز به آن افزوده شد. از این ابزار برای اولین بار در کشور استفاده شده است و ابتداء، توسط محقق و برخی استادان مجرب ترجمه شد و پس از رفع تناقض‌های موجود و برگردان مجدد، در اختیار استادان بازاریابی ورزشی قرار گرفت تا روایی صوری و محتوایی آن را بررسی کنند و سپس، اصلاحات مورد نیاز در آن اعمال شد.

پرسشنامه شامل دو بخش است: در بخش اول، عوامل جمعیت‌شناختی با هفت سؤال (سن، شغل، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، درآمد ماهیانه، میزان حضور در دوره‌های مختلف لیگ فوتبال و میزان حضور در طول یک فصل) سنجیده شد؛ بخش دوم، شامل ۲۸ سؤال بسته پنج گزینه‌ای بود که در ۹ خرده مقیاس بیان شد و به ترتیب، سؤالات ۱ تا ۳ (سرگرمی)، ۴ تا ۶

(هیجان)، ۷ تا ۹ (گریز)، ۱۰ تا ۱۲ (زیبایی فوتبال)، ۱۳ تا ۱۵ (علاقه به فوتبال)، ۱۶ تا ۱۸ (اجتماعی شدن)، ۱۹ تا ۲۲ (شهرگرایی)، ۲۳ تا ۲۵ (علاقه به تیم محبوب) و ۲۶ تا ۲۸ (علاقه به بازیکن) را در بر می‌گیرد. پرسشنامه براساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت (۱ برای خیلی مخالفم و ۵ برای خیلی موافقم) تدوین شد. برای تعیین پایایی<sup>۱</sup> پرسشنامه، ۳۰ عدد آن در مطالعه‌ای مقدماتی<sup>۲</sup> روی هواداران تیم‌های پیروزی و ابومسلم مشهد که به‌طور کاملاً تصادفی انتخاب شده بودند، توزیع شد و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ به‌دست آمد. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی (جدول‌های توزیع فراوانی، آزمون همبستگی اسپیرمن و آزمون فریدمن) استفاده شد. برای رتبه‌بندی انگیزه‌ها از آزمون آماری فریدمن و برای تعیین رابطه انگیزه‌ها با میزان حضور هواداران از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. در نهایت، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و رسم نمودارها از نرم‌افزارهای آماری Excel و SPSS استفاده شد.

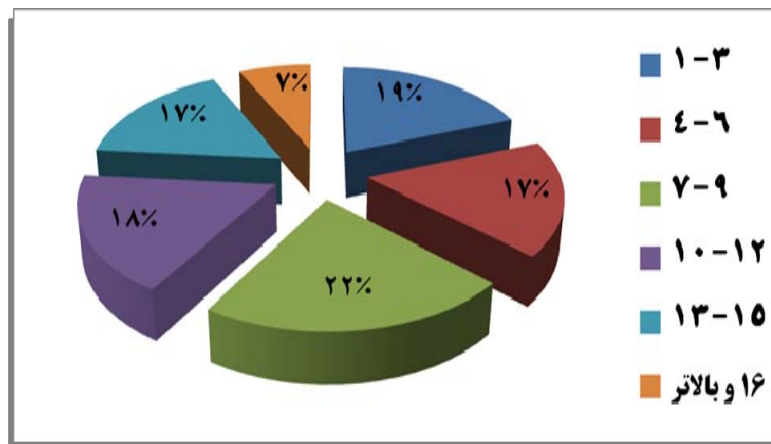
### یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های پژوهش، افراد مجرد حدود ۸۵/۲ درصد و هواداران متأهل کمتر از ۱۵ درصد جمعیت حاضر در ورزشگاه را تشکیل می‌دادند. بر اساس اطلاعات جدول ۳، بیشترین جمعیت هواداران حاضر در ورزشگاه (۳۳/۹ درصد) در گروه سنی ۱۳-۱۸ سال و کمترین جمعیت هواداران (۱/۲ درصد) در گروه سنی بیش از ۴۵ سال قرار داشتند. همچنین، بیشتر هواداران (۲۲ درصد)، ۷ تا ۹ بار در سال و تنها ۷/۲ درصد بیش از ۱۶ بار در سال به ورزشگاه آمده و به نوعی مشتری ثابت ورزشگاه‌ها بوده‌اند.

جدول ۳. توزیع هواداران بر اساس سن و تعداد دفعات حضور در سال

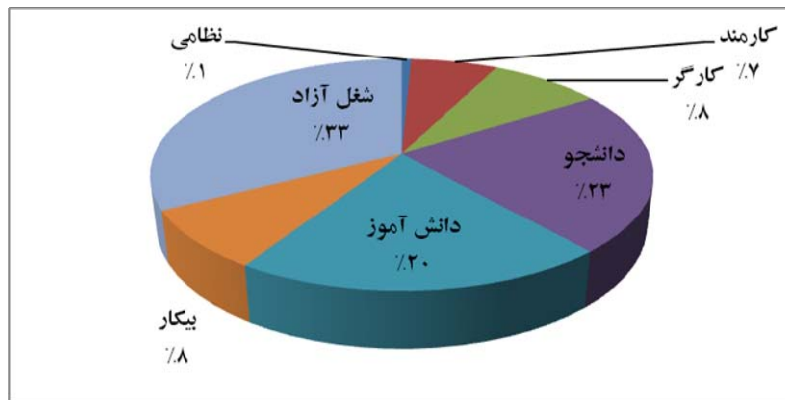
تعداد دفعات حضور در یک سال						سن							
۱۶ و بیشتر	۱۳-۱۵ بار	۱۰-۱۲ بار	۷-۹ بار	۴-۶ بار	۱-۳ بار	تعداد	۲۵ و بیشتر	۲۰-۲۴	۱۵-۱۹	۱۰-۱۴	۵-۹	۱-۴	تعداد
۳۰	۶۹	۷۴	۹۲	۷۳	۸۱	تعداد	۵	۱۳	۲۵	۴۳	۵۲	۱۳۹	۱۴۲
۷/۲	۱۶/۵	۱۷/۷	۲۲	۱۷/۴	۱۹/۳	درصد	۱/۲	۳/۱	۶	۱۰/۳	۱۲/۴	۳۳/۲	۳۳/۹

1. Reliability
2. Pilot study



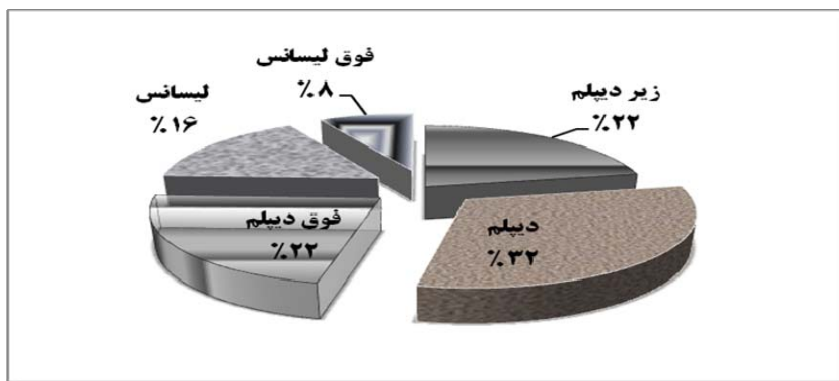
نمودار ۱. درصد دفعات حضور هواداران در ورزشگاه در یک سال

بنا بر اطلاعات نمودار ۱، بیشترین میزان حضور هواداران (۲۲ درصد) بین ۷ الی ۹ بار و کمترین میزان حضور آن‌ها (۷ درصد)، بیش از ۱۶ بار است.



نمودار ۲. درصد فراوانی هواداران بر اساس نوع شغل

بر اساس اطلاعات نمودار ۲، افراد دارای شغل آزاد (۳۳ درصد) و دانشجویان (۲۳ درصد) در مقابل کارمندان (۷ درصد) و نظامیان (۱ درصد)، بیشتر در ورزشگاه حضور داشته‌اند.



نمودار ۳. توزیع هواداران بر اساس سطح تحصیلات

همان‌طور که در نمودار ۳ مشاهده می‌شود، هواداران با سطح تحصیلات دیپلم (۳۲ درصد) و افراد فوق لیسانس (۸ درصد)، به ترتیب، بیشترین و کمترین قشر تحصیل کرده را در ورزشگاه را تشکیل می‌دهند.

به منظور تعیین ارتباط عوامل جمعیت‌شناختی با حضور هواداران، از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتایج موجود در جدول ۴ نشان می‌دهد بین سن، وضعیت تأهل و سطح تحصیلات هواداران با میزان حضور آنها در ورزشگاه رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد ( $P \leq 0/05$ ). سابقه نیز با میزان حضور، رابطه مثبت و معنی‌داری ( $P \leq 0/05$ ) دارد. در عوامل دیگر از جمله درآمد و شغل هواداران، رابطه معنی‌داری مشاهده نشد ( $P \leq 0/05$ ).

جدول ۴. رابطه بین عوامل جمعیت‌شناختی با میزان حضور هواداران

ردیف	عوامل	r	Sig
۱	میزان حضور هواداران	سن	۰/۰۰۱
۲		تأهل	۰/۰۰۳
۳		سابقه	۰/۰۰۱
۴		تحصیلات	۰/۰۰۱
۵		درآمد	۰/۰۵۵
۶		شغل	۰/۰۵۲

\*\* همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است، \*\*\* همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

جدول ۵ نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون را نشان می‌دهد. بنا بر نتایج، بین انگیزه‌های حمایت از تیم، علاقه به فوتبال، زیبایی بازی فوتبال، هیجان بازی و شهرگرایی با میزان حضور

هواداران در ورزشگاه همبستگی معنی‌داری وجود دارد ( $P \leq 0/05$ ). در مورد انگیزه‌های دیگر، رابطه معنی‌داری با میزان حضور هواداران مشاهده نشد.

جدول ۵. رابطه بین انگیزه‌های هواداران با میزان حضور آنها

ردیف	عوامل	ضریب همبستگی $r$	Sig
۱	میزان حضور هواداران	حمایت از تیم	۰/۵۹**
۲		علاقه به فوتبال	۰/۵۰**
۳		زیبایی بازی فوتبال	۰/۳۹**
۴		هیجان بازی	۰/۳۹**
۵		سرگرمی	۰/۰۳
۶		گریز	۰/۰۱
۷		شهرگرایی	۰/۱۲**
۸		اجتماعی شدن	۰/۰۶
۹		علاقه به بازیکن	۰/۶۱

\*\* همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

با توجه به جدول ۶، نتایج آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی انگیزه‌های حضور هواداران نشان داد انگیزه‌های حمایت از تیم، علاقه به فوتبال، زیبایی بازی فوتبال، هیجان بازی، سرگرمی، گریز، شهرگرایی، اجتماعی شدن و علاقه به بازیکن، به ترتیب بیشترین اهمیت را در حضور هواداران داشته‌اند.

جدول ۶. نتایج آزمون فریدمن برای تمام انگیزه‌ها

ردیف	انگیزه‌ها	میانگین رتبه	نتیجه آزمون
۱	حمایت از تیم	۴/۵۴	۱۷۵/۵۳ ۸ کمتر از ۰/۰۰۱
۲	علاقه به فوتبال	۴/۱۷	
۳	زیبایی بازی فوتبال	۳/۶۱	
۴	هیجان بازی	۳/۴۴	
۵	سرگرمی	۳/۲۴	
۶	گریز	۳/۰۵	
۷	شهرگرایی	۲/۶۳	
۸	اجتماعی شدن	۲/۴۵	
۹	علاقه به بازیکن	۲/۲۲	



### بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش اولویت‌بندی و شناخت ارتباط بین انگیزه‌ها و عوامل مؤثر بر حضور هواداران شهرآورد بزرگ تهران (مسابقه استقلال و پرسپولیس) بود. از آنجا که تقسیم‌بندی‌های متنوعی از هواداران در رفتارهای حمایتی بیان شده است، ابتدا، انواع هواداران شناسایی شدند. با توجه به تقسیم‌بندی آلن تاپ (۲۰۰۰) طبق ارزش هواداران و بر اساس تعداد دفعاتی که در یک فصل در ورزشگاه حضور می‌یابند، گروهی را که بین یک تا ۹ بار در فصل برای تماشای مسابقه در ورزشگاه حضور می‌یابند، هواداران «گاه‌گاهی»، بین ۱۰ تا ۱۶ بار هواداران «منظم» و بیش از ۱۶ بار را هواداران «متعصب» می‌نامند (۲۹). بر اساس این تقسیم‌بندی، در پژوهش کنونی ۵۹ درصد، هواداران گاه‌گاهی، ۳۴ درصد، منظم و تنها حدود ۷ درصد متعصب‌اند. وون و کیتامورا (۲۰۰۶) بیان کردند، هوادارانی که به تیم محبوب خود وابستگی زیادی دارند (هواداران متعصب)، آرزوی حضور در تمامی مسابقات را داشته، هزینه بیشتری برای تهیه بلیت متقبل می‌شوند (۲۳).

نتایج بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان داد بیشتر هواداران دارای شغل آزاد، دانش‌آموز یا دانشجویند، در حالی که طیف کارمندان و کارگران کمتر در ورزشگاه حضور داشتند؛ بدین ترتیب جامعه هوادارانی که در استادیوم حضور پیدا می‌کنند، اغلب نوجوان و جوان‌اند؛ بنابراین بهتر است دست‌اندرکاران سازمان لیگ، طبق روال گذشته، روزهای آخر هفته را که معمولاً هواداران و افراد دیگر وقت آزاد و مناسبی برای حضور در ورزشگاه و تماشای مسابقات دارند، برای برگزاری رقابت‌ها برنامه‌ریزی کنند. با توجه به سطح تحصیلات و وضعیت شغلی هواداران می‌توان چنین بیان کرد که هواداران فوتبال از اقشار مختلف جامعه‌اند و تنها محدود به قشری خاص نیستند.

نتایج نشان داد بین انگیزه‌های حمایت از تیم، علاقه به فوتبال، زیبایی فوتبال، هیجان بازی و شهرگرایی با میزان حضور هواداران دو تیم ارتباط معنی‌داری وجود دارد. در مورد انگیزه‌های سرگرمی، گریز، اجتماعی شدن و علاقه به بازیکن با میزان حضور هواداران ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد. این نتایج با یافته‌های معصومی (۱۳۸۷) در زمینه علاقه به تیم، علاقه به بازیکن و هیجان بازی هم‌خوانی دارد (۱). در تحقیق نیل و فونک (۲۰۰۶) اجتماعی شدن و سرگرمی انگیزه‌های بودند که با قصد حضور مجدد هواداران ارتباط داشتند که با نتایج پژوهش کنونی هم‌خوانی ندارد. طبق نتایج وی، امکان خرید بلیت در جایگاه مشابه برای دوستان، روابط اجتماعی حاکم بر هواداران لیگ استرالیا و مقرون به صرفه بودن تماشای رویدادهای ورزشی،

در مقایسه با سرگرمی‌های دیگر می‌تواند پیش‌گویی مناسبی برای حضور مجدد هواداران باشد (۱۵).

یافته‌های پژوهش در مورد اهمیت انگیزه‌ها نشان داد حمایت از تیم، علاقه به فوتبال، زیبایی بازی، هیجان بازی و سرگرمی از مهم‌ترین انگیزه‌های حضور هواداران است و انگیزه‌های گریز، شهرگرایی، اجتماعی شدن و علاقه به بازیکن از اهمیت کمتری دارند. در تحقیق معصومی (۱۳۸۷) نیز علاقه به تیم، بیشترین و علاقه به بازیکن، کمترین میانگین را داشت که با پژوهش کنونی هم‌خوانی دارد. پژوهش معصومی نیز روی هواداران پرسپولیس در بازی‌ای متفاوت با تحقیق حاضر انجام شده بود که مشابهت تقریبی جامعه آماری می‌تواند دلیلی برای این هم‌خوانی باشد (۱).

در مطالعه وون و کیتامورا (۲۰۰۶)، سرگرمی جزء سه انگیزه مهم هواداران دو لیگ ژاپن و کره بود که با نتایج پژوهش حاضر مغایر است. محققان، بهره‌گیری از فرصت‌های بین دو نیمه یا دیگر زمان‌ها را برای برگزاری مراسم شاد و مفرح و رقص‌های محلی در افزایش این انگیزه مؤثر دانسته‌اند (۲۳). در تحقیق دیگری فونک (۲۰۰۹) بیان داشت که بین سرگرمی و حضور بازاریابان ورزشی رابطه وجود دارد؛ از این رو، نیاز هواداران تنها مربوط به قیمت‌گذاری بازی‌ها نیست؛ بلکه شرایط سرگرم‌کننده این بازی‌ها عاملی برای حضور آنهاست. استفاده از مراسم شاد و مفرح در بین دو نیمه، اجرای موسیقی و نمایش‌های محلی می‌تواند به تقویت انگیزه سرگرم‌کنندگی مسابقات بیفزاید (۲۶).

حمایت از تیم، مهم‌ترین انگیزه هواداران است که نشان از اوج وابستگی این گروه به باشگاه‌های مورد علاقه خود دارد. دیاز (۲۰۰۷) و ماهونی (۲۰۰۲) به این نتیجه رسیده‌اند که ایجاد انجمن‌های طرفداران یا کانون‌های هواداری می‌تواند به افزایش طیف هواداران باشگاه‌ها کمک کند. از این طریق باشگاه‌ها به محبوبیت زیادی دست یافته، می‌توانند در جهت تقویت انگیزه علاقه به تیم حرکت کنند (۷، ۳۰)؛ بنابراین با توجه به نتایج پژوهش حاضر، می‌توان گفت مدیرانی که اطلاع‌رسانی خوبی داشته باشند و با طرفداران خود رابطه دوسویه برقرار کنند، وفاداری افزون‌تری در هواداران به‌وجود می‌آورند. همچنین از این طریق، گروه هواداری گسترده‌تری برای حمایت از تیم خود تشکیل می‌دهند.

قدمت دو تیم مورد بررسی، عناوین قهرمانی متعدد و محبوبیت و شهرت زیاد آنها، باعث شده هواداران زیادی از این دو تیم حمایت کنند. با وجود این، طبق نتایج نیل و فونک (۲۰۰۶)، تدوین استراتژی‌های توسعه نام تجاری باشگاه‌ها و توجه به هواداران به‌عنوان بخشی تأثیرگذار بر باشگاه، می‌تواند بیش از پیش عاملی برای تقویت انگیزه حمایت از تیم باشد (۱۵).

علاقه مندی به بازیکنان نمی‌تواند پیش‌گوی مناسبی برای میزان حضور هواداران باشد که این مورد با نتایج وون و کیتامورا (۲۰۰۶) و ماهونی (۲۰۰۲) هم‌خوانی دارد (۲۳ و ۳۰). نیل و فونک (۲۰۰۶) و فونک (۲۰۰۹) بیان کردند که بازیکنان در صورتی به جذب و حضور مجدد هواداران کمک می‌کنند که در خدمت تیم قرار گیرند و با هم همکاری داشته باشند. همچنین استفاده از بازیکنان در موقعیت‌های تبلیغاتی و مکان‌های ترویج (فروشگاه‌ها و مراکز خرید) می‌تواند در جهت تقویت این انگیزه مفید واقع شود (۱۵، ۲۶)، اما در تحقیق بویان وو (۲۰۰۹) علاقه به بازیکن، بیشترین میانگین را در بین انگیزه‌های هواداران دانشگاهی داشته است که مغایر با نتایج پژوهش حاضر است. تفاوت در سطح بازی‌ها و روابط عاطفی هواداران و بازیکنان می‌تواند دلیلی برای این مغایرت باشد (۳۱). شاید بتوان گفت، باشگاه‌ها با استفاده و جذب بازیکنان داخلی و خارجی سرشناس و مشهور می‌توانند وابستگی هواداران را به تیم خود افزایش دهند.

انگیزه شهرگرایی نیز با میزان حضور هواداران رابطه معنی‌داری دارد، اما در مقایسه با به سایر انگیزه‌های مرتبط، اهمیت کمتری دارد. از آنجا که در این بازی هوادارانی از نقاط مختلف کشور حضور دارند، شاید نتوان این عامل را در بیان ارتباط با حضور مجدد کافی دانست. ممکن است این انگیزه در تیم‌های شهرستانی مهم‌تر باشد.

به‌طور کلی، این پژوهش بیان می‌کند که شناسایی انگیزه‌های هواداری از نشانه‌های تعیین‌کننده در رفتار مصرفی هواداران است. بنا بر تفاوت‌های بیان شده در الویت‌بندی انگیزه‌ها از سوی هواداران، می‌توان با هدف قرار دادن انگیزه‌های کم‌اهمیت این گروه، سبب جلب رضایت هواداران و در نتیجه، افزایش حضور آنها شد. بازاریابان ورزشی و پژوهشگران می‌توانند با شناسایی این انگیزه‌ها در مسابقات و رشته‌های ورزشی مختلف، مزایای آن را افزایش دهند و بدین ترتیب، برای تقویت انگیزه‌ها و عوامل مؤثر بر حضور مجدد هواداران، کمک مؤثری به مدیران باشگاه‌ها نمایند.

در سازمان‌های بزرگی مانند فدراسیون فوتبال و باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران که رسالتی عظیم در به حداکثر رساندن روحیه ورزش‌گرایی بر دوش دارند، لازم است به میزان حضور هواداران توجهی خاص شده، در حفظ و نگهداری این سرمایه‌های همیشگی تلاش شود. کمترین نتیجه حضور این تفکر در باشگاه‌ها، جذب هواداران ثابت در تمام مسابقات لیگ برتر است که درآمدزایی را به دنبال دارد.

**منابع:**

۱. معصومی، سیاوش، (۱۳۸۷). بررسی انگیزه‌ها و عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران در بازی فوتبال. پایان‌نامه (چاپ نشده) کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۲. حسن زاده، مهرداد، (۱۳۸۴). «بازاریابی ورزشی». تهران: انتشارات پرسمان.
۳. مؤمنی، منصور، (۱۳۸۷). تحلیل داده‌های آماری با استفاده از اس پی اس اس. تهران: انتشارات کتاب نو.
4. Beccarini, C., Ferrand, A. (2006). Factors Affecting Soccer Club Season Ticket Holders' Satisfaction: The Influence of Club Image and Fans' Motives. *European Sport Management Quarterly*, 6(1): 1-22.
5. Bogdanov, D. (2005). Measuring nationalism as a sport fan motive. Thesis of Sport Management, for the degree of MA, the Florida State University.
6. Cohen, A., Abraham, A. (2005). Soccer fans motivation as a predictor of behavior in soccer-related activities: a behavior examination. *Social Behavior ASD personality*, 33(5): 419-434.
7. Diaz, Á. R. (2007). Football Fan Groups in Andalusia. *Soccer & Society*, 8(2/3): 351-365.
8. Funk, D. C., Nakazawa, M., Mahony, D. F., Thrasher, R. (2006). The impact of the national sports lottery and the FIFA World Cup on attendance, spectator motives and J. League marketing strategies. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 267-285.
9. Galen, B. W., Trail, T. Kwon, H. and Anderson, D. (2009). Testing Models of Motives and Points of Attachment among Spectators in College Football. *Sport Marketing Quarterly*, t8: 38-53.
10. Groot, M. Robinson, T. (2008). Sport Fan Attachment and the Psychological Continuum Model: A Case Study of an Australian Football League Fan. *Leisure*, 32: 117-138.
11. Hoyer, R., Lillis, K. (2008). Travel motivations of Australian football league fans: an exploratory study. *Managing leisure*, 13: 13-22.
12. James, J. D, Ridinger, L. (2002). Female and male sport fans: A comparison of sport consumption motives. *Journal of Sport Behavior*, 25(3): 260.
13. Kim, S., Andrew, P. S., Greenwell, C. (2009). An analysis of spectator motives and media consumption behavior in an individual combat sport: cross-national differences between American and South Korean Mixed Martial Arts fans. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*. 10(2): 157-170.

14. Menus, I. (2004). Sociability and Excitement Motives of Spectators Attending Entertainment Sport Events: Spectators of Soccer and Ski-jumping. *Journal of Sport Behavior*, 28(4): 331-351.
15. Neale, L. Funk, D. (2006). Investigating motivation, attitudinal loyalty and attendance behavior with fans of Australian Football. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*. 7(4): 307-317.
16. Shank, M.D. (2001). *Sports marketing: A strategic perspective*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
17. Sumino, M., Harada, M. (2004). Affective experience of J. League fans: the relationship between affective experience, team loyalty and intention to attend. *Managing Leisure*, 9: 181-192.
18. Sutton, W. A., McDonald, M. A., Milne, G. R., Cimperman, J. (1997). Creating and fostering fan identification in professional sports. *Sport Marketing Quarterly*, 6(1): 15-22.
19. Robinson, M. J., Trail, G. T. (2005). Relationships among Spectator Gender, Motives, Points of Attachment, and Sport Preference. *Journal of Sport Management*, 19: 58-80.
20. Wakefield, K.L, Sloan, H.J. (1995). The effects of team loyalty and selected stadium factors on spectator attendance. *Journal of Sport Management*, 9: 72-153.
21. Wann, D. L., Grieve, F. G., Zapalac, R. K., and Pease, D. G. (2008). Motivational Profiles of Sport Fans of Different Sports. *Sport Marketing Quarterly*, 17: 6-19.
22. Welfare, H., O'Reilly', N., Kaptan, A. Nadeau, J. (2008). "If You Can't Win, Why Should I Buy a Ticket?" .*International Journal of sport finance*, 3: 106-118.
23. Won, J., Kitamura, K. (2006). Motivational Factors Affecting Sports Consumption Behavior of K-League and J-League Spectators. *International Journal of Sport and Health Science*, 4: 233-251.
24. Yong Koo, G. and Hardin, R. (2008). Difference in Interrelationship between Spectators' Motives and Behavioral Intentions Based on Emotional Attachment. *Sport Marketing Quarterly*, 17: 30-43.
25. Zhang, J., Pease, D. G., Hui, S. C. (1996). Value dimensions of professional sport as viewed by spectators. *Journal of Sport and Social Issues*, 21: 78-94.
26. Daniel C. Funk, Kevin Filo, Anthony A. Beaton, and Mark Pritchard. (2009). Measuring the Motives of Sport Event Attendance: Bridging the Academic-Practitioner Divide to Understanding. *Sport Marketing Quarterly*, 18: 126-138.

27. Jung-uk Won, Kaoru Kitamura. (2007). Comparative Analysis of Sport Consumer Motivations between South Korea and Japan. *Sport Marketing Quarterly*, 16: 93-105.
28. Kenneth, A., Hunt, T.B. (1999). A conceptual approach to classifying sports fans. *Journal of services marketing*, 13(6).
29. Alan, Tapp. (2000). From carefree casuals to professional wanderers: segmentation possibility for football supporters. *European journal of sport marketing*, 35: 1248-1269.
30. Mahony, D. F., Nakazawa, M., Funk, D. C., James, J. D., Gladden, J. M. (2002). Motivational factors influencing the behavior of J-league spectators. *Sport Management Review*, 5: 1-24.
31. Boyun Woo, Galen, T. Trail, Hyungil Harry Kwon, Dean Anderson. (2009). Testing Models of Motives and Points of Attachment among Spectators in College Football. *Sport Marketing Quarterly*, 18: 38-53.
32. Wann, D. L. (1995). Preliminary Validation of the Sport Fan Motivation Scale. *Journal of Sport & Social Issues*, 19(4): 377-396.

## ارائه الگوی عوامل مرتبط با انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی ایران

دکتر سردار محمدی<sup>۱</sup>، دکتر سید امیر احمد مظفری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۳/۳۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۴/۳۰

### چکیده

برای انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی، شناخت عوامل تأثیرگذار و تسهیل‌کننده آن الزامی است. به‌منظور ارائه الگوی عوامل مرتبط با انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی ایران، تحقیقی از نوع همبستگی اجرا شد که ۱۷۶ نفر مدیر و ۱۹۴ نفر کارشناس، با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی در آن شرکت کردند. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که گروهی از صاحب‌نظران دانشگاهی روایی صوری و محتوایی آن را تأیید کردند. برای تحلیل داده‌ها از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، آزمون همبستگی چندگانه، رگرسیون چندمتغیری و برای مدل‌سازی از الگوی تحلیل مسیر استفاده شد. یافته‌ها نشان دادند بین عوامل مرتبط (نگرش، ساختار سازمانی و جو سازمانی و مؤلفه‌های آنها) با انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به‌طور کلی می‌توان گفت انتشار فناوری اطلاعات باعث افزایش کیفیت ارتباطات اداری کارمندان، کاهش ارتباطات چهره به چهره، افزایش انجام کار در فضای خارج از سازمان، سرعت پاسخ‌گویی به مشتریان، سرعت پاسخ‌گویی کارکنان به یکدیگر، صرفه‌جویی در زمان انجام کارها و کاهش زمان انجام فعالیت‌ها می‌شود که در نتیجه، سازمان را مجاب به استفاده از این فناوری‌ها می‌نماید.

**کلیدواژه‌های فارسی:** فناوری اطلاعات، انتشار، سازمان‌های ورزشی.

1. استادیار دانشگاه کردستان (نویسنده مسئول)

2. دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

Email: sardarmohammadi@gmail.com

Email: Mozafari amir44@yahoo.com

### مقدمه

امروزه، مهم‌ترین اقدام برای اصلاح و تقویت هر سازمانی در جهان حرکت به سوی جامعه اطلاعاتی است (۱). این حرکت باعث توسعه روزافزون فناوری اطلاعات و پیشروی جوامع صنعتی به سوی فناوری پیشرفته و کسب اطلاعات بیشتر و بهتر می‌شود. اهمیتی که این فناوری‌ها در فرآیندهای تصمیم‌گیری راهبردی دارند، باعث ایجاد نقش حیاتی آنها در سازمان‌ها شده است. امروزه، بدون وجود نظام ارتباطی و اطلاعاتی گسترده و فعال هیچ تلاشی برای دستیابی به اهداف در سازمان‌ها به موفقیت نمی‌رسد، به گونه‌ای که می‌توان گفت فناوری اطلاعات و انتشار آن موتور خلاقه هر سازمانی به حساب می‌آید (۲).

حدود فناوری هر سازمان متناسب با حد متوسط دانایی آن سازمان است و نباید این مسئله را فراموش کرد که هدف از رشد و گسترش فناوری اطلاعات در سازمان‌ها، ارتقا سطح کارایی و اثربخشی آنها و ارتقای سطح آگاهی، دانش و مهارت‌های کارمندان است (۳). از طرفی، فناوری اطلاعات تمامی فعالیت‌های سازمان را متأثر می‌کند و معمولاً در سازمان‌های پیشرفته، وظایف فناوری اطلاعات در تمام بخش‌ها و واحدها با مدیریت عالی‌ترین مقام بسط داده می‌شود. از طرف دیگر، کمبود دانش مدیران در زمینه فناوری اطلاعات مانع انتشار آن در سازمان‌ها می‌شود (۴). بیشتر مدیران به اندازه کافی نقش فناوری اطلاعات را در سازمان نمی‌دانند، کارکنان نیز نیازهای اطلاعاتی مربوط به مدیران را درست درک نمی‌کنند و فهم راهبردی ناچیزی از فناوری اطلاعات دارند؛ در نتیجه، همکاری بین واحدها نیز کاهش می‌یابد؛ بنابراین به علت دانش کم مدیران و اعتقاد نداشتن آنها به فناوری اطلاعات از یک طرف و ساختار عمودی و سلسله‌مراتبی به جای تخصصی و کارشناسی از طرف دیگر، همراه با مقاومت در برابر تغییر، نگرش منفی و فضای بی‌اعتمادی باعث شده تا به کارگیری و گسترش فناوری اطلاعات در سازمان‌ها، به‌ویژه سازمان‌های ورزشی با مشکل مواجه شود که این امر ضرورت تحقیقاتی از این نوع را برای روشن شدن این عوامل ضروری می‌نماید.

موضوعی که امروزه سازمان‌های ورزشی با آن مواجه‌اند این است که مدیران برای حل مسئله انتشار فناوری اطلاعات به درک عوامل مرتبط با انتشار و تعیین علل پیدایش آنها نیاز دارند. عوامل مرتبط با انتشار فناوری اطلاعات عبارتند از: نگرش (برداشت ذهنی از مفید بودن، برداشت ذهنی از آسانی استفاده)، ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز، پیچیدگی)؛ جو سازمانی (ارتباطات باز، حمایت مدیران).



یکی از این عوامل، نگرش کارشناسان و مدیران سازمان‌های ورزشی به انتشار فناوری اطلاعات است؛ بنابراین مدیریت عقلایی در زمینه ورود فناوری اطلاعات به این بخش و انتشار آن، پیش از هر چیز نیازمند شناخت نگرش کارشناسان و مدیران به کارایی این فناوری در سازمان‌های ورزشی است. نگرش، آمادگی ویژه فرد از نظر روانی برای رویارویی با پدیده‌ها، مسائل، وقایع و عکس‌العمل‌های توأم با هیجان در برابر آنها است که در گذشته افراد و تجربیات مختلف آنها در زندگی ریشه دارد (۵). در واقع، تعریف‌های گوناگونی که از نگرش ارائه شده مبتنی بر این اصل است که نگرش را واقعیتی آموختنی و نسبتاً بادوام در نظر می‌گیرند که به عنوان گرایشی از سوی فرد اظهار می‌شود و بر اساس آن، شخص به گونه‌ای مثبت یا منفی درباره پدیده‌ها داوری می‌کند (۶). اساس نگرش را دو تصور یا عقیده خاص تشکیل می‌دهد. این دو تصور، برداشت ذهنی از مفید بودن (احتمال ذهنی شکل گرفته در کاربران درباره مفید بودن نظامی وابسته به فناوری اطلاعات) (۷) و برداشت ذهنی از آسانی استفاده (احتمال ذهنی شکل گرفته در کاربران درباره آسانی استفاده از نظامی وابسته به فناوری اطلاعات) (۸) است که از عوامل اصلی مرتبط با رفتارهای پذیرش فناوری اطلاعات‌اند.

یافته‌های محققان نشان داده است افرادی که برداشت ذهنی درستی از مفید بودن و آسانی استفاده و در پی آن، نگرشی مثبت به فناوری اطلاعات دارند، بیشتر از این فناوری در سازمان استفاده می‌کنند و بهتر آن را انتشار می‌دهند (۷). همچنین برخی دیگر بیان داشتند که انتشار فناوری اطلاعات بیش از اینکه به مهارت کارشناسان و مدیران مربوط باشد، به تغییر نگرش آنها وابسته است (۷). نگرش مثبت مدیران و کارشناسان آنها را قادر می‌سازد حتی اگر مهارت اندکی در به‌کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان داشته باشند، به استفاده از آن علاقه‌مند باشند (۸). این عامل، نه تنها عاملی کلیدی در استفاده از فناوری اطلاعات در سازمان است، بلکه باعث جلوگیری از مقاومت در برابر استفاده از رایانه و اینترنت نیز می‌شود (۸).

ساختار سازمانی (یکی دیگر از عوامل مرتبط با انتشار) رابطه حاکم بر افراد و گروه‌هایی است که برای دستیابی به اهداف تلاش می‌کنند و به دو بُعد ساختاری (رسمیت، پیچیدگی، تمرکز) و محتوایی (اندازه، فناوری، محیط، استراتژی) تقسیم می‌شود (۱). ابعاد ساختاری بیانگر ویژگی‌های درونی سازمان‌اند و مبنایی به دست می‌دهند که می‌توان بدان وسیله سازمان‌ها را اندازه‌گیری و یا با یکدیگر مقایسه کرد. ابعاد محتوایی معرف کل سازمان و اهداف آن است که بر ابعاد ساختاری اثر می‌گذارد. ساختار سازمانی باید به گونه‌ای طراحی شود که اطلاعات مناسب، به موقع در اختیار مدیران قرار گیرد. نیازهای اطلاعاتی مدیران، بر حسب ماهیت کار، سطح سازمانی آنها و هدفی که دنبال می‌کنند، متفاوت است. افق دید و نگرش مدیران سطوح بالایی

نسبت به سازمان و مأموریت‌هایش به مراتب وسیع‌تر از مدیران سطوح دیگر است؛ بنابراین، اطلاعاتی که در اختیار این دسته از مدیران قرار می‌گیرد، باید متناسب با چنین وسعت نظر و کل‌نگری‌ای باشد (۹). یافته‌های برخی محققان نشان داد بین ساختار سازمانی و انتشار فناوری‌های اطلاعات ارتباط معنی‌داری وجود دارد. این مطالعات بر اهمیت ساختار سازمانی به عنوان مؤلفه‌ای کلیدی در پیاده‌سازی و انتشار فناوری اطلاعات تأکید داشتند (۹). به هر حال، مسئله و مشکل فعلی سازمان‌های ورزشی این است که به دلیل نارسایی‌ها و ابهامات موجود در سیستم‌ها، فرآیندها و روش‌های انجام کار، غیرمدون بودن روابط و رفتارها، غیرشفاف بودن عملیات، تنوع قوانین و مقررات سنتی و ناکارآمد، همچنین حاکمیت عادت‌ها و سلیقه‌های مجریان ضرورت تدوین و بهبود فرآیندها و روش‌های انجام کار، خودکار کردن فعالیت‌ها و بهره‌گیری از فناوری‌های مناسب اجتناب‌ناپذیر است.

جو سازمانی (از عوامل مرتبط با انتشار) از مفاهیم مهم سازمانی است که مطالعه علمی و دقیق آن ضمن مشخص کردن عوامل اصلی تشکیل دهنده این مفهوم، میزان اثربخشی سازمان را افزایش داده، کسب اهداف سازمانی را تسهیل می‌کند. جو سازمانی، ویژگی نسبتاً بادوامی است که هر سازمان از سازمان‌های دیگر متمایز می‌کند (۱۰). یافته‌ها آشکار کردند در سازمان‌هایی که از نظر انتشار فناوری اطلاعات در سطح بالایی بوده، به اصطلاح موفق‌اند، دیدگاه و نگرش مدیران مثبت و مطلوب است، تصمیم‌گیری سریع و به موقع انجام می‌شود، میزان حمایت مدیران زیاد است و جو ارتباطی بازی دارند (۱۱). جو ارتباطات باز به این دلیل مطلوب است که روابط انسانی مفید، تبادل و انتشار اطلاعات در سازمان و بهره‌وری و روحیه همکاری را افزایش می‌دهد (۱۲).

با توجه به اینکه تحقیقات نشان داده‌اند انتشار فناوری اطلاعات باعث صرفه‌جویی در زمان، افزایش بهره‌وری و بازدهی، اجرای کامل‌تر کارها و غیره در سازمان می‌شود، یکی از مباحث مهم محافل مدیریتی عصر حاضر توجه به فناوری‌های پیشرفته، استفاده از آنها در سازمان‌ها، آشنا نمودن کارکنان با نحوه استفاده از ابزارهای آن در محیط کار، ایجاد محیطی باز با ارتباطات درست جهت انتقال و انتشار صحیح آن است (۱۳)، اما مشکلی که سازمان‌ها امروزی با آن مواجه‌اند، اعتقاد نداشتن مدیران به فناوری اطلاعات، حمایت نکردن مدیران از استفاده و انتشار آن، ترس از هرگونه تغییر، ایجاد فضای بسته و داشتن دیدی سنتی و عدم توجه به یافتن راه‌هایی برای اجرا و استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات در سازمان است (۱۴).

به هر حال، اگرچه تحقیقات نسبتاً گسترده‌ای در مورد به‌کارگیری عوامل حیاتی موفقیت و نظام‌های اطلاعات مدیریت انجام شده، ولی در مورد به‌کارگیری روش استفاده از ابزارهای

فناوری اطلاعات و انتشار آن در سازمان‌های ورزشی تحقیقات اندکی انجام شده است (۱۵-۲۱) با توجه به پراکندگی و قدیمی بودن این نوع پژوهش‌ها در خارج از کشور، اجرا نشدن آنها در سازمان‌های ورزشی و همچنین نبود دانش و اطلاعات کافی در این زمینه به نظر می‌رسد انجام پژوهشی که هدف آن ارائه الگوی عوامل مرتبط با انتشار فناوری اطلاعات در مدیران و کارشناسان سازمان‌های ورزشی ایران باشد حائز اهمیت است. به‌طور کلی، این مقاله در پی پاسخ به این پرسش‌هاست که عوامل مرتبط با انتشار کدام‌اند؟ آیا با این عوامل، امکان ارائه الگو وجود دارد؟ در نهایت، این الگو چند درصد از واریانس انتشار را در سازمان‌های ورزشی تبیین می‌کند؟

### روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نوع همبستگی است. جامعه آماری آن شامل ۲۳۳ نفر از مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی، مدیران فدراسیون‌های ورزشی و اداره کل تربیت بدنی مدارس و ۳۴۱ نفر از کارشناسان ستادی سازمان تربیت بدنی و اداره کل تربیت بدنی مدارس (N=۵۷۴) بود که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی و براساس جدول کرجسای و مورگان ۱۷۶ نفر مدیر و ۱۹۴ نفر کارشناس (N=۳۷۶) به عنوان نمونه انتخاب شدند. این انتخاب به دلیل مؤثر بودن آنان در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری کشور در این حوزه‌ها بوده است. ابزار اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق شامل: ۱- پرسشنامه محقق ساخته ویژگی‌های فردی؛ ۲- پرسشنامه استاندارد نگرش (دیویس، ۱۹۹۳) (۷)؛ ۳- پرسشنامه محقق ساخته ساختار سازمانی؛ ۴- پرسشنامه محقق ساخته جو سازمانی؛ ۵- پرسشنامه محقق ساخته انتشار فناوری اطلاعات بود. به‌منظور تعیین روایی و پایایی پرسشنامه‌ها و تشخیص و برطرف کردن ابهامات احتمالی، مطالعه مقدماتی روی ۵۰ نفر از مدیران و کارشناسان سازمان‌های ورزشی انجام شد. برای تعیین روایی صوری و محتوایی از نظرات متخصصان و برای روایی سازه از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش واریماکس برای مقیاس‌های نگرش (KMO=۰/۹۱۶، ۲/۶۱۲، df=۱۰۵، KB=۰/۰۰۱، P=۰/۰۰۱)؛ ساختار سازمانی (KMO=۰/۶۸۷، ۱/۴۶۶، df=۱۰۵، KB=۰/۰۰۱، P=۰/۰۰۱)؛ جو سازمانی (KMO=۰/۹۱۶، ۳/۸۵۱، df=۱۹۰، KB=۰/۰۰۱، P=۰/۰۰۱)؛ انتشار فناوری اطلاعات (KMO=۰/۸۷۴، ۵/۳۷۴، df=۳۵۱، KB=۰/۰۰۱، P=۰/۰۰۱) معنی‌دار بود. مقادیر تحلیل عاملی تأییدی برای مقیاس‌های نگرش (AGFI=۰/۹۶۷، df=۵۳، P=۰/۰۰۰)؛ ساختار سازمانی (AGFI=۰/۹۱۰، df=۱۶۹، P=۰/۰۰۰)؛ جو سازمانی (AGFI=۰/۹۸۷، df=۷۴، P=۰/۰۰۰)؛ انتشار فناوری اطلاعات (AGFI=۰/۹۷۶، df=۱۳۳، P=۰/۰۰۰) به‌دست آمد. همچنین برای

تعیین پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج آن برای پرسشنامه‌های نگرش ( $\alpha=0/91$ )، ساختار سازمانی ( $\alpha=0/78$ )، جوّ سازمانی ( $\alpha=0/93$ ) و انتشار فناوری اطلاعات ( $\alpha=0/93$ ) بود. در پرسشنامه نگرش، ضرایب آلفای برداشت ذهنی از مفید بودن ( $\alpha=0/93$ ) و برداشت ذهنی از آسانی استفاده ( $\alpha=0/88$ ) و در پرسشنامه ساختار سازمانی، ضرایب آلفای رسمیت ( $\alpha=0/79$ )، تمرکز ( $\alpha=0/78$ ) و پیچیدگی ( $\alpha=0/79$ ) و در پرسشنامه جوّ سازمانی، ضرایب آلفای حمایت مدیران ( $\alpha=0/87$ ) و ارتباطات باز ( $\alpha=0/91$ ) به دست آمد. به منظور سازمان دادن و خلاصه کردن داده‌ها از آمار توصیفی و در بخش آمار استنباطی از تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی برای بررسی روایی سازه، از آزمون همبستگی چندگانه برای بررسی رابطه متغیرهای نگرش، ساختار سازمانی و جوّ سازمانی در سازمان‌های ورزشی مذکور با انتشار فناوری اطلاعات و از رگرسیون چند متغیری برای تعیین سهم هر یک از متغیرهای پیش‌بین برداشت ذهنی از مفید بودن، برداشت ذهنی از آسانی استفاده، رسمیت، تمرکز، پیچیدگی، حمایت مدیران، ارتباطات باز) در پی پیش‌بینی متغیر ملاک (انتشار فناوری اطلاعات) استفاده شد. به منظور تحلیل‌های تکمیلی داده‌ها در حیطه مدل معادلات ساختاری از الگوی تحلیل مسیر و رگرسیون چند متغیری برای مدل‌سازی با تأکید بر نرم‌افزار «LISREL» نسخه ۸/۵ و «SPSS» نسخه ۱۶ استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق

جدول ۱ ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان در سه سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و اداره کل تربیت بدنی مدارس را توصیف می‌کند. یافته‌ها نشان دادند بین نگرش و مؤلفه‌های آن از دیدگاه مدیران در سازمان تربیت بدنی و فدراسیون‌های ورزشی با انتشار فناوری اطلاعات رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، ولی این رابطه در مدیران اداره کل تربیت بدنی مدارس معنی‌دار نیست. همچنین بین نگرش و مؤلفه‌های آن از دیدگاه کارشناسان در سازمان تربیت بدنی و اداره کل تربیت بدنی مدارس رابطه معنی‌داری وجود دارد (جدول ۲).

جدول ۱. آمار توصیفی ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان در سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و اداره کل تربیت بدنی مدارس

پست سازمانی			سابقه خدمت (M±SD)	سن (M±SD)	مدرک تحصیلی			جنسیت			نمونه آماری سازمان
درصد	تعداد	پست			درصد	تعداد	مدرک	درصد	تعداد	جنسیت	
۲۱/۶	۴۵	مدیر	۱۰/۶ ± ۴/۹	۳۴/۶۶ ± ۵/۴	۸/۲	۱۷	کاردانی	۳۹/۴	۸۲	زن	سازمان تربیت بدنی
۷۸/۴	۱۶۳	کارشناس			۶۳/۹	۱۳۳	کارشناسی	۶۰/۶	۱۲۶	مرد	
۱۰۰	۱۰۹	مدیر	۹/۵ ± ۴/۲	۳۲/۱۷ ± ۴/۳	۲۰/۲	۲۲	کاردانی	۱۵/۶	۱۷	زن	فدراسیون‌های ورزشی
					۵۰/۵	۵۵	کارشناسی	۸۴/۴	۹۲	مرد	
					۱۶/۵	۱۸	ارشد و بالاتر				
۲۳/۳	۷	مدیر	۱۴/۵ ± ۶/۳	۴۲/۲ ± ۶/۶	۱۰	۳	کاردانی	۴۶/۷	۱۴	زن	اداره کل تربیت بدنی مدارس
					۷۶/۷	۲۳	کارشناس	۵۳/۳	۱۶	مرد	
					۳۳/۳	۱۰	ارشد و بالاتر	۵۳/۳	۱۶	مرد	

جدول ۲. میانگین، انحراف استاندارد و ماتریس همبستگی مربوط به نگرش و مؤلفه‌های آن با انتشار فناوری اطلاعات در مدیران و کارشناسان سازمان‌های ورزشی

P	r	انتشار فناوری اطلاعات (M±SD)	M ± SD	متغیر	سازمان‌های ورزشی	پست سازمانی
*.۰/۰۰۳	.۰/۳۷۹	۸۱/۳۴ ± ۵/۲۵	۴۷/۰۷ ± ۱/۹۳	نگرش	سازمان تربیت بدنی	مدیر
*.۰/۰۱۸	.۰/۳۰۱		۲۶/۲۹ ± ۱/۶۳	برداشت ذهنی از مفید بودن		
*.۰/۰۲۸	.۰/۲۸۲		۲۵/۲۰ ± ۲/۷۰	برداشت ذهنی از آسانی استفاده		
*.۰/۰۱۱	.۰/۲۴۸	۸۰/۴۴ ± ۵/۹۶	۴۶/۰۴ ± ۱/۸۹	نگرش	فدراسیون‌های ورزشی	مدیر
*.۰/۰۲۵	.۰/۲۱۹		۲۷/۱۹ ± ۲/۴۱	برداشت ذهنی از مفید بودن		
*.۰/۰۱۸	.۰/۲۳۲		۲۵/۰۴ ± ۲/۲۰	برداشت ذهنی از آسانی استفاده		
.۰/۳۱۸	.۰/۴۴۵	۸۰/۲۹ ± ۳/۶۸	۴۲/۲۹ ± ۰/۷۶	نگرش	اداره کل تربیت بدنی مدارس	مدیر
.۰/۴۶۵	.۰/۳۳۳		۲۳/۷۱ ± ۰/۷۶	برداشت ذهنی از مفید بودن		
.۰/۹۸۸	.۰/۰۰۷		۲۳/۸۶ ± ۱/۷۷	برداشت ذهنی از آسانی استفاده		
*.۰/۰۰۷	.۰/۲۲۱	۸۱/۸۴ ± ۵/۶۷	۴۷/۰۱ ± ۱/۹۹	نگرش	سازمان تربیت بدنی	کارشناس
*.۰/۰۱۹	.۰/۱۹۴		۲۵/۲۰ ± ۲/۶۵	برداشت ذهنی از مفید بودن		
*.۰/۰۱۱	.۰/۲۰۹		۲۶/۸۴ ± ۱/۹۹	برداشت ذهنی از آسانی استفاده		
*.۰/۰۱۳	.۰/۵۱۰	۷۸/۶۵ ± ۳/۰۵	۴۶/۲۶ ± ۱/۲۹	نگرش	اداره کل تربیت بدنی مدارس	کارشناس
*.۰/۰۲۷	.۰/۴۶۱		۲۵/۶۵ ± ۱/۵۶	برداشت ذهنی از مفید بودن		
*.۰/۰۲۶	.۰/۴۶۲		۲۶/۴۴ ± ۱/۵۰	برداشت ذهنی از آسانی استفاده		

\*.۰/۰۵ ≤ α

نتایج حاصل از آزمون رگرسیون چند متغیری با روش ورود هم‌زمان، برای پیش‌بینی انتشار فناوری اطلاعات از روی متغیرهای برداشت ذهنی از مفید بودن و برداشت ذهنی از آسانی استفاده از دیدگاه مدیران سازمان تربیت بدنی ( $F_{2,58} = 6.011, P = 0.004, r^2 = 0.172$ ) و فدراسیون‌های ورزشی ( $F_{2,101} = 4.021, P = 0.021, r^2 = 0.074$ ) و از دیدگاه کارشناسان سازمان تربیت‌بدنی ( $F_{2,144} = 11.826, P \leq 0.001, r^2 = 0.144$ ) و اداره کل تربیت بدنی مدارس ( $F_{2,20} = 4.558, P \leq 0.023, r^2 = 0.313$ ) معنی‌داری برای انتشار فناوری اطلاعات باشند. همچنین این نتایج نشان دادند که این متغیرها می‌توانند پیش‌بینی‌کننده‌های معنی‌داری برای دیدگاه مدیران اداره کل تربیت بدنی مدارس نمی‌توانند پیش‌بینی‌کننده‌های معنی‌داری برای انتشار فناوری اطلاعات باشند ( $F_{2,4} = 0.315, P = 0.747, r^2 = 0.136$ ) (جدول ۳).

جدول ۳. ضرایب رگرسیون مرتبط با پیش‌بینی «انتشار فناوری اطلاعات» بر اساس «مؤلفه‌های نگرش»

مدیران و کارشناسان سازمان‌های ورزشی

پست سازمانی	سازمان‌های ورزشی	متغیر پیش‌بین	میزان B	ضریب بتا	میزان t	p
مدیر	سازمان تربیت بدنی	برداشت ذهنی از مفید بودن	۰/۹۸۰	۰/۳۰۴	۲/۵۴۱	۰/۰۱۴*
		برداشت ذهنی از آسانی استفاده	۰/۵۵۴	۰/۲۸۵	۲/۳۸۳	۰/۰۲۰*
	فدراسیون‌های ورزشی	برداشت ذهنی از مفید بودن	۰/۳۷۹	۰/۲۷۴	۱/۴۷۶	۰/۰۴۳*
		برداشت ذهنی از آسانی استفاده	۰/۴۷۰	۰/۲۵۳	۱/۶۷۵	۰/۰۴۱*
کارشناس	سازمان تربیت بدنی	برداشت ذهنی از مفید بودن	۰/۷۶۱	۰/۳۴۵	۴/۱۶۸	$\leq 0.001$ *
		برداشت ذهنی از آسانی استفاده	۰/۹۷۹	۰/۳۵۶	۴/۰۳۹	$\leq 0.001$ *
	اداره کل تربیت‌بدنی مدارس	برداشت ذهنی از مفید بودن	۰/۶۸۷	۰/۳۳۸	۱/۷۰	۰/۰۱۵*
		برداشت ذهنی از آسانی استفاده	۰/۶۶۶	۰/۳۴۰	۱/۷۱	۰/۰۱۲*

$\alpha \leq 0.05$ \*

جدول ۴. میانگین، انحراف استاندارد و ماتریس همبستگی مربوط به ساختار سازمانی و مؤلفه‌های آن با

انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی

P	r	انتشار فناوری اطلاعات (M±SD)	M ± SD	متغیر	سازمان‌های ورزشی
۰/۰۰۱*	۰/۳۱۸	۸۳/۷۰ ± ۵/۵۴	۵۴/۶۷ ± ۱/۵۵	ساختار سازمانی	سازمان تربیت بدنی
۰/۰۲۷*	۰/۱۵۳		۱۸/۹۰ ± ۳/۰۳	رسمیت	
۰/۰۰۸*	۰/۱۸۴		۲۱/۹۳ ± ۳/۴۰	تمرکز	
۰/۰۰۲*	۰/۲۱۴		۱۶/۶۸ ± ۱/۹۳	پیچیدگی	
۰/۰۰۲*	۰/۲۹۹	۸۰/۱۷ ± ۴/۲۲	۵۳/۲۲ ± ۱/۵۴	ساختار سازمانی	فدراسیون‌های ورزشی
۰/۰۲۹*	۰/۲۰۹		۱۷/۹۰ ± ۲/۶۱	رسمیت	
۰/۰۴۳*	۰/۱۹۴		۲۰/۸۸ ± ۲/۶۳	تمرکز	
۰/۰۳۸*	۰/۱۹۹		۱۵/۶۴ ± ۱/۵۵	پیچیدگی	
۰/۰۲۱*	۰/۴۱۸	۸۴/۰۳ ± ۵/۹۸	۵۴/۷۱ ± ۳/۵۰	ساختار سازمانی	اداره کل تربیت بدنی مدارس
۰/۰۲۴*	۰/۴۱۱		۱۹/۰۷ ± ۲/۴۸	رسمیت	
۰/۰۱۷*	۰/۴۳۲		۲۲/۱۷ ± ۳/۵۲	تمرکز	
۰/۰۰۴*	۰/۵۰۵		۱۶/۷۳ ± ۱/۵۷	پیچیدگی	

$\alpha \leq 0.05$ \*

یافته‌ها نشان دادند بین ساختار سازمانی و مؤلفه‌های آن در سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و اداره کل تربیت بدنی مدارس با انتشار فناوری اطلاعات رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (جدول ۴).

نتایج حاصل از آزمون رگرسیون چند متغیری با روش ورود هم‌زمان، برای پیش‌بینی انتشار فناوری اطلاعات از روی متغیرهای رسمیت، تمرکز و پیچیدگی (مؤلفه‌های ساختار سازمانی) سازمان تربیت بدنی ( $F_{4,203} = 4.373, P = 0.002, r^2 = 0.172$ )، فدراسیون‌های ورزشی ( $F_{4,104} = 3.171, P = 0.017, r^2 = 0.143$ ) و اداره کل تربیت بدنی مدارس ( $F_{4,25} = 6.373, P = 0.001, r^2 = 0.175$ ) نشان داد که این متغیرها می‌توانند پیش‌بینی‌کننده‌های معنی‌داری برای انتشار فناوری اطلاعات باشند (جدول ۵).

جدول ۵. ضرایب رگرسیون مرتبط با پیش‌بینی انتشار فناوری اطلاعات براساس مؤلفه‌های ساختار سازمانی سازمان‌های ورزشی

متغیر پیش‌بین	میزان B	ضریب بتا	میزان t	p	سازمان‌های ورزشی
رسمیت	۰/۳۱۹	۰/۱۷۲	۱/۹۰۳	۰/۰۱۷*	سازمان تربیت بدنی
تمرکز	۰/۳۹۲	۰/۱۶۲	۱/۷۸۳	۰/۰۳۶*	
پیچیدگی	۰/۴۹۵	۰/۱۲۷	۲/۴۳۹	۰/۰۱۶*	
رسمیت	۰/۳۵۴	۰/۳۶۸	۱/۷۶۸	۰/۰۳۹*	فدراسیون‌های ورزشی
تمرکز	۰/۳۷۳	۰/۳۶۷	۱/۷۶۷	۰/۰۳۹*	
پیچیدگی	۰/۶۱۹	۰/۳۶۶	۱/۷۶۴	۰/۰۴۰*	
رسمیت	۰/۵۴۶	۰/۴۲۰	۲/۵۱۶	۰/۰۲۸*	اداره کل تربیت بدنی مدارس
تمرکز	۰/۵۴۴	۰/۴۸۳	۲/۶۱۶	۰/۰۲۲*	
پیچیدگی	۰/۷۸۸	۰/۴۵۶	۳/۱۹۳	۰/۰۱۸*	

\* $\alpha \leq 0.05$

یافته‌ها نشان دادند بین جو سازمانی و مؤلفه‌های آن در سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و اداره کل تربیت بدنی مدارس با انتشار فناوری اطلاعات رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (جدول ۶).

جدول ۶. میانگین، انحراف استاندارد و ماتریس همبستگی مربوط به جو سازمانی و مؤلفه‌های آن با انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی

P	r	انتشار فناوری اطلاعات (M±SD)	M±SD	متغیر	سازمان‌های ورزشی
۰/۰۲۱*	۰/۲۶۰	۸۳/۷۰ ± ۵/۵۴	۵۴/۹۰ ± ۲/۸۹	جو سازمانی	سازمان تربیت بدنی
۰/۰۲۳*	۰/۱۵۷		۳۸/۸۶ ± ۳/۱۱	حمایت مدیران	
۰/۰۰۱*	۰/۲۲۲		۴۶/۰۲ ± ۵/۰۵	ارتباطات باز	
۰/۰۰۱*	۰/۳۵۸	۸۰/۱۷ ± ۵/۹۷	۵۱/۵۸ ± ۳/۸۳	جو سازمانی	فدراسیون‌های ورزشی
۰/۰۱۸*	۰/۲۶۷		۳۷/۰۲ ± ۳/۴۲	حمایت مدیران	
۰/۰۰۵*	۰/۲۲۶		۴۱/۹۱ ± ۶/۰۷	ارتباطات باز	
۰/۰۳۸*	۰/۳۸۰	۸۴/۰۳ ± ۳/۲۲	۵۳/۲۳ ± ۲/۹۲	جو سازمانی	اداره کل تربیت بدنی مدارس
۰/۰۳۴*	۰/۴۷۶		۳۸/۶۷ ± ۱/۷۷	حمایت مدیران	
۰/۰۰۸*	۰/۳۸۹		۴۴/۴۳ ± ۴/۳۱	ارتباطات باز	

$\alpha \leq 0.05^*$

نتایج حاصل از آزمون رگرسیون چند متغیری با روش ورود هم‌زمان، برای پیش بینی انتشار فناوری اطلاعات از روی متغیرهای حمایت مدیران (مؤلفه‌های جو سازمانی) سازمان تربیت بدنی ( $F_{2,205} = 6.671, P = 0.001, r^2 = 0.181$ )، فدراسیون‌های ورزشی ( $F_{2,106} = 6.239, P = 0.003, r^2 = 0.128$ ) و اداره کل تربیت بدنی مدارس ( $F_{2,27} = 12.977, P = 0.001, r^2 = 0.231$ ) نشان داد که این متغیرها می‌توانند پیش‌بینی‌کننده‌های معنی‌داری برای انتشار فناوری اطلاعات باشند (جدول ۷).

جدول ۷. ضرایب رگرسیون مرتبط با پیش‌بینی انتشار فناوری اطلاعات براساس مؤلفه‌های جو سازمانی سازمان‌های ورزشی

p	میزان t	ضریب بتا	میزان B	متغیر پیش‌بین	سازمان‌های ورزشی
۰/۰۳۶*	۲/۱۰۸	۰/۱۴۲	۰/۲۵۴	حمایت مدیران	سازمان تربیت بدنی
۰/۰۰۲*	۳/۱۴۶	۰/۲۱۲	۰/۲۳۳	ارتباطات باز	
۰/۰۴۷*	۲/۵۳۶	۰/۱۸۷	۰/۴۱۲	حمایت مدیران	فدراسیون‌های ورزشی
۰/۰۱۳*	۲/۰۱۳	۰/۲۳۶	۰/۱۸۵	ارتباطات باز	
۰/۰۰۱*	۴/۲۳۸	۰/۵۹۸	۱/۰۹۱	حمایت مدیران	اداره کل تربیت بدنی مدارس
۰/۰۰۱*	۳/۷۳۴	۰/۵۹۹	۰/۳۹۴	ارتباطات باز	

$\alpha \leq 0.05^*$



### بحث و نتیجه گیری

یافته‌ها نشان دادند بین نگرش از دیدگاه مدیران (در سازمان تربیت بدنی و فدراسیون‌های ورزشی) و کارشناسان (در سازمان تربیت بدنی و اداره کل تربیت بدنی مدارس) رابطه معنی‌داری وجود دارد که این رابطه در میان مدیران اداره کل تربیت بدنی مدارس معنی‌دار نبود. برخی محققان به این نتیجه رسیدند که نگرش، نقش ضعیفی در انتشار فناوری اطلاعات ایفا می‌کند (۸، ۲۲). بعضی نیز عامل نگرش را به عنوان مؤلفه مؤثر بر انتشار فناوری اطلاعات مد نظر قرار نداده، بیان داشتند که نگرش نمی‌تواند مؤلفه‌ای مهم و تأثیرگذار بر انتشار فناوری اطلاعات باشد (۲۳). در تقابل با این تحقیقات، محققان زیادی به این نتیجه رسیدند که نگرش از مؤلفه‌های مؤثر بر انتشار فناوری اطلاعات است و با آن ارتباط مثبت دارد (۷، ۲۹، ۳۶، ۳۹). برخی معتقدند تغییرات مطلوبی در نگرش مدیران به برنامه‌های آموزشی، مدیریت و رایانه وجود دارد. همچنین اگر نگرش مدیران نسبت به انتشار فناوری اطلاعات مثبت باشد، تمایل جدی به دریافت اطلاعات جدید و انتشار آن در میان دیگر کارکنان وجود دارد (۲۴). در تحقیقی بیان شده است که نگرش کارکنان بخش‌های ستادی سازمان‌های کره به فناوری اطلاعات و استفاده از آن در این سازمان‌ها مثبت بوده و رابطه نگرش را با انتشار فناوری اطلاعات تأیید کردند (۲۵). یافته‌های دیگر نشان داد که کارشناسان نگرش مثبتی به انتشار فناوری اطلاعات در آموزش دارند. نگرش مثبت کارشناسان در حیطه‌های عاطفی، شناختی و رفتاری آشکار است (۴). اغلب پاسخ‌دهندگان، فناوری اطلاعات را ابزار آموزشی‌ای در دسترس و مناسب برای مدرسه‌ها و کلاس درس می‌دانند. نگرش مثبت دبیران به فناوری رایانه شروعی برای فرآیند تصمیم‌گیری در مورد انتشار است (۴)، اما نتایج پژوهش حاضر نشان داد مؤلفه نگرش، ارتباط معنی‌داری با انتشار فناوری اطلاعات دارد. این یافته‌ها با یافته‌های محققان زیادی (۷، ۲۴، ۲۹، ۳۶، ۳۸، ۳۹) هم‌خوانی دارد که ابراز داشتند نگرش ارتباط معنی‌داری با انتشار فناوری اطلاعات دارد و نشان می‌دهد نگرش شکل گرفته در مدیران و کارشناسان سازمان‌های ورزشی عاملی مهم در انتشار فناوری اطلاعات است؛ بنابراین می‌توان گفت هرچه نگرش مدیران و کارشناسان جامعه پژوهش به استفاده از فناوری اطلاعات مثبت‌تر باشد، در تصمیم خود برای استفاده از این فناوری مصمم‌تر هستند و هر چه مصمم‌تر باشند، بیشتر از این فناوری استفاده می‌کنند و کارکنان سازمان را بیشتر به سمت استفاده و انتشار این فناوری ترغیب می‌کنند. معنی‌دار نبودن یافته‌ها در مورد نگرش از دیدگاه مدیران اداره کل تربیت بدنی مدارس احتمالاً به دلیل نگرش منفی مدیران این سازمان به انتشار فناوری اطلاعات نیست، بلکه می‌توان آن را با تعداد کم پاسخ‌دهندگان (۷ نفر) این سازمان توجیه کرد.

نتایج آزمون رگرسیون چند متغیری با روش ورود هم‌زمان، برای پیش‌بینی انتشار فناوری اطلاعات از روی متغیرهای برداشت ذهنی از مفید بودن و آسانی استفاده (خرده‌مقیاس‌های نگرش) از دیدگاه مدیران و کارشناسان سازمان‌های مذکور نشان داد که این متغیرها می‌توانند پیش‌بینی کننده‌های معنی‌داری برای انتشار فناوری اطلاعات باشند. میزان توان پیش‌بینی انتشار فناوری اطلاعات براساس هر یک از این مؤلفه‌ها در جدول ۳ آمده است. با توجه به میزان  $r^2$  و  $\beta$  و  $p$  در هر دو خرده‌مقیاس می‌توان اظهار نمود که این دو مؤلفه با همدیگر، به ترتیب ۱۷/۲ و ۷/۴ درصد (دیدگاه مدیران)، ۱۴/۱ و ۳۱/۳ درصد (دیدگاه کارشناسان) از سهم واریانس انتشار فناوری اطلاعات را تبیین می‌کنند. همچنین از دیدگاه مدیران این سازمان‌ها، برداشت ذهنی از مفید بودن نسبت به آسانی استفاده اهمیت بیشتری دارد، اما از دیدگاه کارشناسان، آسانی استفاده نسبت به مفید بودن اهمیت بیشتری دارد.

بعضی از محققان (۷، ۸، ۲۹، ۳۵، ۳۶، ۳۷، ۳۹) تأثیر برداشت ذهنی از مفید بودن را بر انتشار فناوری اطلاعات مهم‌تر از برداشت ذهنی از آسانی استفاده دانسته‌اند که این یافته‌ها با نتایج تحقیق حاضر (دیدگاه مدیران) نیز هم‌خوانی دارد. البته این نتیجه معقول به نظر می‌رسد؛ چون بیشتر مدیران سازمان تربیت بدنی و فدراسیون‌های ورزشی مفید بودن هر نظام را بیشتر از استفاده آسان مدنظر قرار می‌دهند؛ به این دلیل که بیشتر مدیران وظایف روزانه مرتبط با فناوری اطلاعات را خودشان انجام نمی‌دهند، بلکه این امور را به زیردستان محول می‌کنند. پس سادگی استفاده از این نظام‌ها اهمیت کمتری برای آنها دارد و در اولویت کار قرار ندارد؛ زیرا از دیدگاه مدیران، نظامی که مفید باشد، انجام وظایف را تسهیل می‌کند و در نتیجه، بهره‌وری سازمان را افزایش خواهد داد.

برخی محققان (۳۱، ۳۵) تأثیر برداشت ذهنی از آسانی استفاده را بر انتشار فناوری اطلاعات، مهم‌تر از مفید بودن دانسته‌اند که با نتایج تحقیق حاضر از دیدگاه مدیران هم‌خوانی ندارد، ولی از دیدگاه کارشناسان هم‌خوانی دارد. البته این عدم هم‌خوانی از دیدگاه مدیران به این دلیل نیست که مدیران سازمان‌های مذکور به مؤلفه برداشت ذهنی از آسانی استفاده اهمیت نمی‌دهند، بلکه موضوع ادراک ذهنی افراد، موقعیت و جایگاه شغلی آنها در سطوح سازمانی است که بر اولویت دادن این دو مؤلفه تأثیر می‌گذارد. پس این ناهم‌خوانی را می‌توان به بهره گرفتن سازمان‌ها از دیدگاه کارشناسان و کارکنان در تحقیقات خود ربط داد، اما هم‌خوانی آن از دیدگاه کارشناسان را می‌توان به این موضوع ربط داد که هر چه نظامی وابسته به فناوری اطلاعات از نظر کارشناسان سازمان‌های مذکور برای بهبود عملکرد کاری‌شان مفیدتر و از نظر یادگیری آسان‌تر تشخیص داده شود، بیشتر از آن استفاده خواهد شد. در واقع، این عوامل بر

نگرش کارشناسان به استفاده از آن نظام تأثیر گذاشته، موجب تصمیم‌گیری آنها برای استفاده از آن نظام و در نهایت، انتشار سریع‌تر فناوری اطلاعات در سازمان می‌شود. یافته‌ها نشان داد بین ساختار سازمانی در سازمان‌های ورزشی با انتشار فناوری اطلاعات رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. تحقیقات در زمینه طرح‌های سازمانی با انتشار فناوری اطلاعات متناقض است. بعضی از محققان (۳۲، ۴۰) بیان کردند که ساختار مکانیکی تمایل بیشتری به انتشار فناوری اطلاعات دارد، در حالی که به اعتقاد بعضی دیگر (۱۳، ۲۶، ۲۷) گرایش ساختار سازمانی به سوی ساختار ارگانیک، تمایل بیشتری به انتشار فناوری اطلاعات در سازمان دارد. از جمله دلایلی که منجر به این تضاد می‌شود عبارتند از: الف) تفاوت بین سازمان‌های دولتی و خصوصی؛ زیرا شاخص‌هایی که در بخش خصوصی کارآیی بهتری دارند، برای بخش دولتی یا ناکارآمدند یا کافی نمی‌باشند؛ ب) نقش نگرش مدیران همراه با جوّ سازمانی در استفاده از فناوری اطلاعات است.

هر چند نتایج تحقیق حاضر با یافته‌های تحقیقات دسته اول (سازمان‌های ورزشی از نظر ماهیت مکانیکی بوده و حفظ کنترل از طریق ساختار سلسله مراتبی) هم‌خوانی دارد (۲۶)، اما بعضی معتقدند اگرچه مدیران در اتخاذ تصمیمات مدیریتی با محدودیت‌هایی مواجه‌اند، همچنان در اتخاذ گزینش‌های خود آزادی عمل قابل ملاحظه‌ای دارند (۲۷). از طرفی بعضی دیگر معتقدند عامل ساختار سازمانی به تنهایی تأثیر چندانی بر انتشار فناوری اطلاعات در سازمان ندارد بلکه زمانی که با نگرش مدیران و حمایت مدیران توأم با برنامه‌ریزی استراتژیک همراه باشد، بر انتشار فناوری اطلاعات و دیگر جنبه‌های سازمان تأثیر خواهد گذاشت (۱۳).

نتایج حاصل از آزمون رگرسیون چند متغیری با روش ورود هم‌زمان، برای پیش‌بینی انتشار فناوری اطلاعات از روی متغیرهای رسمیت، تمرکز و پیچیدگی نشان داد این متغیرها می‌توانند پیش‌بینی‌کننده‌های معنی‌داری برای انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی باشند. با توجه به میزان  $r^2$ ،  $\beta$  و سطح P در هر سه خرده‌مقیاس می‌توان گفت که آنها به ترتیب در سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و اداره کل تربیت بدنی مدارس ۱۷/۲، ۱۴/۳، ۱۷/۵ درصد از سهم واریانس انتشار فناوری اطلاعات را تبیین می‌کنند. همچنین از دیدگاه پاسخ‌دهندگان این سازمان‌ها، تمرکز نسبت به دو مؤلفه دیگر اهمیت و امتیاز بالاتری دارد.

در مورد رابطه رسمیت با انتشار فناوری اطلاعات نتایج ضد و نقیضی وجود دارد. بعضی از محققان (۱۱، ۲۸، ۲۹) اذعان داشتند که رسمیت زیاد با انتشار فناوری اطلاعات در سازمان رابطه دارد و بعضی دیگر (۲۷، ۳۳، ۳۴) اظهار داشتند که رسمیت کم یا عدم رسمیت باعث انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌ها می‌شود. بعضی هم نشان دادند که تدوین دقیق خط

مشی‌ها و سیاست‌ها باعث انتشار بیشتر فناوری اطلاعات در سازمان‌ها می‌شود (۱۲، ۱۴). نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد رسمیت زیاد با انتشار فناوری اطلاعات رابطه دارد و به انتشار این فناوری در سازمان‌ها منجر می‌شود. در نتیجه‌گیری‌ای کلی می‌توان گفت که چون سازمان‌های ورزشی، دولتی بوده و رسمیت زیادی دارند؛ قوانین و مقررات دولتی حاکم بر این سازمان‌ها اجازه کاهش رسمیت را به آنها نمی‌دهد. رسمیت به ابهام کمتر و کارآیی بیشتر توجه دارد (۱۳)، اهدافی که فناوری اطلاعات نقشی اساسی در نیل به آنها دارد. انتشار فناوری اطلاعات، ثبت و بازیابی اطلاعات مربوط به رویدادهای سازمانی، فعالیت‌های کنترل‌کننده رفتار و فرآیندهای توأم با حفظ رسمیت بیشتر را تسهیل می‌کند. فناوری اطلاعات می‌تواند با کاهش هزینه تحقیق و اصلاح رویه‌ها و استانداردها در استفاده بهینه از منابع سازمان نقش مؤثری ایفا کند. از طرف دیگر، انتشار فناوری اطلاعات از طریق کاهش زمان‌های جستجو و وقفه در جریان کار و با کمک منابع اضافی صرفه‌جویی شده حاصل از فناوری اطلاعات، موجب افزایش کارآیی و نوآوری در سازمان گردد (۱۳). از آنجا که سازمان‌های ورزشی مذکور رسمیت زیادی دارند و رسمیت نیز ابه ابهام کمتر، کاهش تعارض و سردرگمی و کارآیی بیشتر تمایل دارد؛ بنابراین تدوین دقیق‌تر سیاست‌ها و شرح مفصل‌تر وظایف (رسمیت بیشتر) باعث انتشار فناوری اطلاعات شده است. پست‌های مدیریتی و اداری نیز باید به صورت آگاهانه‌تر عمل کرده و به کارهای سنگین‌تر دست یازند و آماده حل مشکلات گوناگون باشند.

در مورد رابطه تمرکز با انتشار فناوری اطلاعات نیز نتایج ضد و نقیضی وجود دارد. به عقیده برخی محققان (۲۵) تمرکز زیاد و به عقیده برخی دیگر (۲۹، ۳۳) عدم تمرکز باعث انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌ها می‌شود. بعضی (۱، ۲) نیز معتقدند که تمرکز و عدم تمرکز در ساختار سازمانی می‌تواند به انتشار فناوری اطلاعات در سازمان منجر شود. از آنجا که یافته‌های تحقیق حاضر با نتایج گروه اول هم‌خوانی دارد که بیان داشتند تمرکز زیاد باعث انتشار بیشتر فناوری اطلاعات در سازمان‌ها می‌شود، می‌توان اظهار داشت که مدیران سازمان‌های ورزشی که نظام تصمیم‌گیری متمرکز دارند، می‌توانند از فناوری اطلاعات استفاده نمایند تا اطلاعات بیشتری جمع‌آوری کرده و تصمیمات بیشتری بگیرند که اغلب، مسئولیت بیشتری نیز به همراه دارد. همچنین تمرکز سازمانی، باعث می‌شود انتشار فناوری اطلاعات در سازمان تسهیل شود، پردازش اطلاعات سریع‌تر گردد و اطلاعات بیشتری سازماندهی شود و در نهایت، این امر باعث می‌شود تا سطوح بالای سازمان به اطلاعات رده‌های پایین دست یابند. احتمال تحریف و دست‌کاری در اطلاعاتی که از این طریق به سطوح بالاتر می‌رسد کمتر است.

در مورد رابطه پیچیدگی با انتشار فناوری اطلاعات نیز نتایج ضد و نقیضی وجود دارد. برخی محققان (۱۱، ۲۱) پیچیدگی کم و بعضی دیگر (۳۲، ۲۵) پیچیدگی زیاد را باعث انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌ها می‌دانند که یافته‌های تحقیق حاضر نیز با دسته دوم هم‌خوانی دارد. نتایج بعضی تحقیقات دیگر (۲۲، ۲۳) نشان دادن کاهش مدیران میانی (پیچیدگی کمتر) به انتشار فناوری اطلاعات منجر می‌شود، از طرف دیگر نتایج بعضی دیگر (۹، ۳۲) نشان می‌دهند افزایش تعداد مدیران میانی (پیچیدگی بیشتر) به انتشار فناوری اطلاعات منجر می‌شود که یافته‌های تحقیق حاضر نیز با دسته دوم هم‌خوانی دارد. به‌طور کلی، منطق این نگرش این‌هاست که استوار است که مدیران میانی، تنها رابطی اطلاعاتی بین سطوح مدیریت عملیاتی و مدیریت عالی نیستند، بلکه نقش‌های ارتباطی و تصمیم‌سازی را نیز بر عهده دارند. به‌علاوه، انتشار فناوری اطلاعات می‌تواند بمبارانی اطلاعاتی برای مدیران عالی باشد که در نتیجه، نقش مدیران میانی در مشخص کردن و منظم کردن اطلاعات مرتبط برای مدیران عالی گسترش خواهد یافت؛ بنابراین، وسعت اطلاعات و نیاز به تجزیه و تحلیل آنها، موقعیت‌های بیشتری برای مدیران میانی مهیا می‌کند که بدین وسیله اختیار تصمیم‌گیری آنان افزایش می‌یابد.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد بین جو سازمانی در سازمان‌های ورزشی با انتشار فناوری اطلاعات رابطه مثبتی وجود دارد. جو سازمانی از مفاهیم مهم سازمانی است که مطالعه علمی و دقیق آن میزان اثربخشی سازمان را افزایش داده، دستیابی به اهداف سازمانی را تسهیل و انتشار فناوری اطلاعات را افزایش می‌دهد. اگرچه تحقیقات نسبتاً کمی در مورد رابطه جو سازمانی با انتشار فناوری اطلاعات انجام شده است، تمامی تحقیقات موجود (۱۱، ۲۵، ۱۰، ۲۹، ۳۱) بر ارتباط معنی‌دار بین آنها تأکید داشته، بیان کرده‌اند که جو سازمانی، محیطی است که افراد در آن کار می‌کنند و این محیط منعکس‌کننده نگرش کارکنان، ارتباطات باز آنها با یکدیگر و سبک مدیریت سازمان است. به‌طور کلی می‌توان گفت، اگرچه جو سازمانی به عنوان یکی از عوامل مرتبط با انتشار فناوری اطلاعات، نسبت به دو مؤلفه دیگر در سطح متوسطی قرار دارد، یافته‌های مرتبط با این ساختار با ارزش است و به توجه بیشتری نیاز دارد. برخی نویسندگان (۱۲، ۲۵) ایده جو سازمانی را عاملی مهم در فرآیند انتشار فناوری اطلاعات می‌دانند؛ زیرا توانایی سازمان را برای انتقال مؤثر پیام (مرتبط با انتشار) در میان کانال‌های مختلف ارتباطی به نمایش می‌گذارد و باعث افزایش سرعت انتشار در سازمان می‌شود؛ بنابراین اگر سازمان‌های ورزشی خواهان بالا بردن سرعت انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌اند، همچنین میزان اثربخشی سازمان را افزایش داده و به تبع آن کسب اهداف سازمانی را تسهیل کنند، باید به این مؤلفه را توجه کرده، به نقش آن در سازمان اهمیت دهند.

نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیری با روش ورود هم‌زمان، برای پیش‌بینی انتشار فناوری اطلاعات از روی متغیرهای حمایت مدیران، ارتباطات باز (خرده‌مقیاس‌های جوّ سازمانی) نشان داد این متغیرها می‌توانند پیش‌بینی کننده‌های معنی‌داری برای انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی باشند. با توجه به میزان  $r^2$  و  $\beta$  و سطح  $p$  در هر دو خرده‌مقیاس می‌توان اظهار نمود که آنها با همدیگر، به‌ترتیب در سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و اداره کل تربیت بدنی مدارس ۱/۱۸، ۸/۱۲، ۱/۲۳ درصد از سهم واریانس انتشار فناوری اطلاعات را تبیین می‌کنند.

یافته‌های تحقیق نشان داد بین حمایت مدیران با انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی رابطه معنی‌داری وجود دارد. اگرچه تحقیقاتی نسبتاً کمی در این رابطه وجود دارد، تحقیقات انجام شده نیز به ارتباط معنی‌داری بین حمایت مدیران با انتشار فناوری اطلاعات دست یافته‌اند. به اعتقاد بعضی از محققان سطوح بالایی از حمایت مدیران به‌طور مستقیم با انتشار فناوری اطلاعات و کاربرد آن در سازمان در ارتباط است و آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (۲۸). بعضی نیز معتقدند که حمایت مدیران از عوامل کلیدی در اجرای نظام‌های موفق حمایت از تصمیم‌گیری، اجرای موفق فناوری اطلاعات و انتشار آن در سازمان است (۱). برخی نیز بیان داشتند که اگر مدیری فناوری جدیدی را برای سازمان مطلوب بداند، کارکنان سازمان را مجاب به استفاده از این فناوری می‌کند (۲۹). در نهایت، چون انتشار درون سازمانی ارتباط نزدیکی با یادگیری سازمانی و اجرای فناوری‌های جدید دارد؛ انتظار می‌رود حمایت مدیران از فناوری‌های جدید، انتشار درون سازمانی فناوری اطلاعات را شتاب بخشد. این مطالعات و دیگر مطالعات موجود (۹-۱۱، ۲۵) شواهد دیگری از تأثیر حمایت مدیران بر انتشار مناسب و سریع فناوری اطلاعات در سازمان است که یافته‌های تحقیق حاضر نیز با آنها همسو می‌باشد.

یافته‌ها نشان داد بین ارتباطات باز با انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی رابطه معنی‌داری وجود دارد. اگرچه تحقیقاتی نسبتاً کمی در این رابطه وجود دارد، تحقیقات انجام شده به وجود ارتباط معنی‌دار بین ارتباطات باز با انتشار فناوری اطلاعات دست یافته‌اند. به اعتقاد بعضی محققان میزان حمایت بالای مدیران عالی، وابستگی متقابل بسیار خوب و ارتباطات باز در سازمان‌ها افزایش سطوح آگاهی از انتشار فناوری اطلاعات را تسهیل و سطوح بالایی از این متغیرها نیز اجرای نوآوری و انتشار فناوری اطلاعات را در سازمان‌های ورزشی سرعت می‌بخشد. ارتباطات باز در میان واحدهای سازمان، بازتابی از جهت‌دهی عاطفی اعضای آن با همدیگر است (۲۵). راس معتقد است روابط درونی میان اعضای سازمان، محیط قابل اعتماد و فضای دوستانه در سازمان، محیط مطلوبی برای خلق ایده‌های تازه و تبادل اطلاعات

به وجود می‌آورد که انتشار فناوری اطلاعات را در سازمان تسهیل می‌کند (۳۰). میچل ارتباط مثبتی بین ارتباطات باز با انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی به دست آورد و بیان کرد که جوّ سازمانی از عوامل کلیدی موفقیت در انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی به حساب می‌آید (۲۱). این مطالعات و مطالعات دیگر (۳، ۱۰، ۱۱) شواهد دیگری از تأثیر ارتباطات باز با انتشار مناسب و سریع فناوری اطلاعات در سازمان است که یافته‌های تحقیق حاضر نیز با آنها همسو می‌باشد.

به طور کلی می‌توان گفت اگرچه حمایت مدیران و ارتباطات باز به عنوان خرده مقیاس‌های جوّ سازمانی سهم قابل ملاحظه‌ای در انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی دارند و از آنها به عنوان یکی از عوامل اصلی در موفقیت‌های کلیدی سازمانی نام می‌برند، با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان گفت سازمان‌های مذکور باید به این دو مؤلفه بیشتر اهمیت دهند و به آنها به عنوان عوامل مهم و مؤثر در انتشار فناوری اطلاعات در سطح بالا نگاه کنند. در زمینه حمایت مدیران می‌توان به مواردی از جمله وجود قوانین حمایتی زیاد در مورد فناوری اطلاعات در سازمان، پشتیبانی فنی زیاد از کارکنان در مورد فناوری اطلاعات، اعتماد به کار متخصصان، بالا بودن اعتقاد و باور آنها به فناوری اطلاعات، مشارکت فعال و مستقیم مدیران در فرآیند انتشار فناوری اطلاعات و مواردی دیگر ربط داد، اما در زمینه ارتباطات باز می‌توان به مواردی از جمله اعتقاد و باور مدیر به فضای باز ارتباطی در درون سازمان، ایجاد جوّ مشارکتی و حمایتی و اعتماد بین کارکنان سازمان با سطوح بالاتر سازمان، مشارکت مستقیم و فعالانۀ اعضای سازمان در امور مرتبط با فناوری، صرف وقت کافی، روابط انسانی مطلوب بین کارکنان، روحیۀ کاری بالا و... نیز اشاره کرد.

هدف غایی تحقیق حاضر ارائه الگوی انتشار فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی ایران است؛ بنابراین محقق در مراحل مختلف تحقیق، نتایج را با استفاده از الگوی تحلیل مسیر به صورت الگوی مفهومی جامعی خلاصه نموده است. برای ساخت این الگو پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، ضرایب مسیر تمامی مؤلفه‌های اصلی تحقیق همراه با خرده‌مقیاس‌های آن براساس نظرات متخصصان (مدیران و کارشناسان) در سه سازمان مذکور به دست آمد. در واقع، در این الگوی پیشنهادی، اولویت هر یک از محورهای انتشار فناوری اطلاعات از دیدگاه آزمودنی‌ها براساس میزان  $r^2$  و  $\beta$  مشخص شده است به گونه‌ای که ضریب مسیر ( $r^2$ ) سه مؤلفه نگرش، ساختار سازمانی و جوّ سازمانی بدون تفکیک سازمان‌های ورزشی ۰/۶۱۴ است. این مقدار بدین مفهوم است که این سه مؤلفه بدون در نظر گرفتن تک تک سازمان‌های ورزشی ۶۱/۴٪ از تغییرات انتشار فناوری اطلاعات را تبیین می‌کنند و در این میان، مؤلفه نگرش بیشترین سهم را به خود

اختصاص داده است (۲۸/۱٪). این سه مؤلفه در اداره کل تربیت بدنی مدارس، سازمان تربیت بدنی و فدراسیون‌های ورزشی، به ترتیب ۶۷/۷٪، ۶۴/۲٪ و ۵۸/۴٪ از تغییرات انتشار فناوری اطلاعات را تبیین کردند که در میان آنها اداره کل تربیت بدنی مدارس بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. همچنین زمانی که خرده‌مقیاس‌های مؤلفه‌های نگرش (برداشت ذهنی از مفید بودن، برداشت ذهنی از آسانی استفاده)، ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز، پیچیدگی) و جو سازمانی (حمایت مدیران، ارتباطات باز) برای پیش‌بینی انتشار فناوری اطلاعات بدون تفکیک سازمان‌ها مد نظر قرار گرفتند، مقدار ۰/۷۲۳ به‌دست آمد که بدین مفهوم است که تمامی خرده‌مقیاس‌های مذکور ۷۲/۳٪ از تغییرات انتشار فناوری اطلاعات را تبیین کرده‌اند. زمانی که این خرده‌مقیاس‌ها در سازمان‌های ورزشی بررسی شدند، اداره کل تربیت بدنی مدارس، سازمان تربیت بدنی و فدراسیون‌های ورزشی، به ترتیب ۷۰/۹٪، ۶۹/۳٪ و ۵۴/۱٪ از تغییرات انتشار فناوری اطلاعات را تبیین کردند که در میان آنها اداره کل تربیت بدنی مدارس بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. این نتایج منطقی به نظر می‌رسد؛ زیرا با توجه به اطلاعات رسمی به‌دست آمده از وب‌سایت پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات، وب‌سایت رسمی مخابرات و وزارت آموزش و پرورش (بکفا) سازمان‌های برتر در حوزه استفاده و انتشار فناوری اطلاعات و ارتباطات در سال ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷ در کشور دو سازمان مخابرات و آموزش و پرورش بودند و با توجه به برتر بودن وزارت آموزش و پرورش انتظار بر این بود که اداره کل تربیت بدنی مدارس که یکی از اداره کل‌های وزارت آموزش و پرورش است از نظر وضعیت انتشار فناوری اطلاعات نسبت به دو سازمان ورزشی دیگر نیز در وضعیت خوبی باشد که یافته‌های تحقیق حاضر این امر را تأیید کرد، اما نکته حائز اهمیت این است که سازمان تربیت بدنی نیز از نظر وضعیت انتشار فناوری اطلاعات هم‌ردیف با اداره کل تربیت بدنی مدارس است و از این بعد به جرأت می‌توان اظهار داشت که سازمان تربیت بدنی نیز جزء یکی از سازمان‌های برتر در حوزه فناوری اطلاعات است.

گفتنی است این الگو اقتضایی و مربوط به شرایط موجود است و برای کاربرد آن در سال‌های آتی، به بررسی‌های مجدد، براساس شرایط خاص آن زمان نیاز است. در نهایت، الگوی پیشنهادی بازتابی از دیدگاه پاسخ‌دهندگان در مورد انتشار فناوری اطلاعات و راهنمای رسیدن به مقصود اصلی است که به صورت شماتیک خلاصه شده است. به‌طور کلی از این الگو می‌توان برداشت کرد که سازمان‌های ورزشی نیز به اهمیت فناوری اطلاعات و نقش مؤثر آن در افزایش بهره‌وری سازمان، افزایش کیفیت ارتباطات اداری کارمندان، کاهش ارتباطات چهره به چهره، افزایش انجام کار در فضای خارج از سازمان، سرعت پاسخ‌گویی به مشتریان، سرعت پاسخ‌گویی



کارکنان به یکدیگر، صرفه‌جویی در زمان انجام کارها، کاهش زمان لازم برای انجام فعالیت‌ها پی برده و خود و سازمان را مجاب به استفاده از این فناوری نموده‌اند. نتیجه‌گیری کلی این است که انتشار فناوری اطلاعات می‌تواند با کاهش هزینه تحقیق و جستجو و اصلاح رویه‌ها و استانداردها در استفاده بهینه از منابع سازمان نقش موثری ایفاء نماید و از طریق کاهش زمان جستجو و وقفه در جریان کار و با کمک منابع اضافی صرفه‌جویی شده حاصل از فناوری اطلاعات، موجب افزایش کارایی و نوآوری در سازمان می‌گردد؛ بنابراین به سازمان‌های ورزشی توصیه می‌شود از فناوری اطلاعات به نحو ممکن و مقتضی استفاده کرده، آن را در سازمان انتشار دهند تا در برنامه‌ریزی‌ها، برنامه‌سازی‌ها و سازماندهی‌های سازمانی موفق شده، کارایی و اثربخشی سازمان را بالا برند و به اهداف مورد نظر خود در سازمان دست یابند. پیشنهاد می‌شود مطالعه‌ای تطبیقی با دیگر سازمان‌های برتر در زمینه فناوری اطلاعات در ایران انجام و نتایج آن با سازمان‌های ورزشی و این الگو مقایسه شود. امید است نتایج این تحقیق سازمان‌های ورزشی را به اهمیت فناوری اطلاعات بیشتر آگاه نماید تا بتوانند با برنامه‌ریزی دقیق و راهبردی در جهت به‌سازی انتشار مناسب فناوری اطلاعات در سازمان گام بردارند.

### منابع:

۱. استیفن رابینز، (۱۳۷۸). «تئوری سازمان (ساختار، طراحی، کاربردها)». ترجمه سید مهدی الوانی و حسن دانایی فرد. چاپ پنجم. تهران: انتشارات صفار.
۲. ریچارد، ال، دفت، (۱۳۸۱). تئوری سازمان و طراحی ساختار. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. جلد اول و دوم. تهران: انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
3. AlBellamy. (2004). Exploring the Influence of New Technology Planning and Implementation on the Perceptions of New Technology Effectiveness. *The Journal of Technology Studies*, 2: 32-40.
4. Albirini, A. (2006). Teacher's attitudes toward information and communication technologies: the case of Syrian EFL teachers. *Computers & Education*. 47: 373–398.
5. Aiken, M., Hage, J. (1971). The organic organization and innovation. *Sociology*, 5: 63-82.
6. Ajzen, I., Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

7. Davis, F.D.(1993). User acceptance of information system: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journals Management Machine Studies*, 38: 475-487.
8. Davis, F., Bagozzi, R., Warshaw, P. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8): 982-1003.
9. Chen, Chung-Jen., Huang, Jing-Wen. (2007). How organizational climate and structure affect knowledge management-the social interaction perspective. *International Journal of Information Management*. 27: 104-118.
10. Buchholz, W. (2001). Open communication climate. Bentley College Waltham, Massachusetts.
11. Eder, L.B., Igarria, M. (2001). Determinants of intranet diffusion and infusion. *Omega- The International Journal of Management Science*, 29: 233-242.
12. Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of innovations*. (5th ed.). New York: The Free Press.
13. Todd, D., Gareth, R. J. (2001). The role of information technology in organization: A Review, Model and assessment. *Journal of management*, 27: 313-340.
14. Zmud, R. D. (1995). Diffusion of modern software practices: influence of centralization and formalization. *Management Science*, 28(2): 69-82.
15. Deply, L., Bosett, H. (1988). Sport management and marketing via the World Wide Web. *Sport Marketing Quarterly*, 7(1): 66-71.
16. Duncan, M., & Cambell, R.M. (1999). Internet users: how to reach them and how to integrate the internet into the marketing strategy of sport businesses. *Sport Marketing Quarterly*, 8(2): 35-41.
17. Farrell, P.V., & McCann, D.J., (1997). Computers, the internet and marketing college athletic. *Sport Marketing Quarterly*, 6(3): 45-51.
18. Gladden, J. (1996a). Sports Market bytes: the ever expanding impact of technology on sport marketing, part I. *Sport Marketing Quarterly*, 5(3):13-14.
19. Gladden, J. (1996b). The ever expanding impact of technology on sport marketing, Part II. *Sport Marketing Quarterly*, 5(4): 9-10.
20. Kahle, R.L., Meeske, C., (1999). Sports marketing and the internet: it's a whole new ballgame. *Sport Marketing Quarterly* 8(2): 9-12.
21. Michael, G. Jr. (2002). A comparative framework of information technology in collegiate sport organization. University of Connecticut. *International Dissertation abstract*.

22. Taylor, S., Todd, P. (1995a). Assessing IT usage: the role of prior experience. *MIS quarterly*, 19(4): 516-570.
23. Thong, J. Y. L., Hong, W., Tam, K. (2002). Understanding user acceptance of digital libraries: what are the roles of interface characteristics, organizational context and individual differences? *International journal human-computer studies*. 57(3): 215-242.
24. O'Brien, G. J., Wilde, W. D. (1996). Australian managers' perceptions, attitudes and use of information technology. *Information and Software Technology*, 38: 783-789.
25. Kim, N., Srivastava, R.K. (1998). Managing intra organizational diffusion of technological innovation. *Academy of Management Journal*, 21: 193-210.
۲۶. صابونچی، رضا، هادوی، فریده، مظفری، امیراحمد، (۱۳۸۸). تبیین ساختار سازمانی سازمان تربیت بدنی کشور. *مجله علوم حرکتی و ورزش*، سال هفتم، جلد اول، شماره ۱۳: ۱۳۷-۱۴۴.
27. Thatcher, J. B., Brower, R. S., Mason. R. M. (2006). Organizational Fields and the Diffusion of Information Technologies Within and Across the Nonprofit and Public Sectors A Preliminary Theory. *The American Review of Public Administration*, 36: 437-454.
28. Baker, L. C., Phibbs, C. S.,(2002). Managed care, technology adoption, and health care: The adoption of neonatal intensive care. *RAND Journal of Economics*, 33, (3).pp: 524-48.
29. Mitchell, J.F. (1989). Management Development: A Top-Down Optimal Approach. *Journal of European Industrial Training*, 3(8): 14-17.
30. Ross, P. F. (1974, 2001). Innovation adoption by organizations. *Personnel Psychology*, 27: 21- 47.
31. Wang, Y., Qualls, W. (2007). Towards a theoretical model of technology adoption in hospitality organizations. *Hospitality Management*, 26: 560-573.
32. Pferrer, J., & Huseyen, L.,(1997). Information technology and organizational structure. *Pacific Sociological*.2,(2).pp: 241-242.
33. Walker, R. M. (2007). An Empirical Evaluation of Innovation Types and Organizational and Environmental Characteristics: Towards a Configuration Framework. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 25: 1-25.
34. Tabak, F., Barr, S. H. (1999). Propensity to adopt technological innovations: the impact of personal characteristics and organizational context. *Journal Engineering Technology Management*, 16: 247-270.

35. Venkatesh, V., Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2): 186- 204.
36. Al-Gahtani, S. S. (2004). Computer technology acceptance success factors in Saudi Arabia: An Exploratory study. *Journal of Global Information Technology Management*, 7(1): 60-69.
37. Almutarir, H. (2007). Is the information acceptance model universally applicable: The case of the Kuwaiti Ministries? *Journal of Global Information Technology Management*, 10(2): 57– 80.
38. Nielsen, L. Fuks., Moldrup, C. (2007). The Diffusion of Innovation: Factors Influencing the Uptake of Pharmacokinetics. *Community Genet*, 10: 231–241.
39. Xin Li, T. J., Hess, J., Valacich, S. (2008). Why do we trust new technology? A study of initial trust formation with organizational information systems. *Journal of Strategic Information Systems*, 16: 31-41.
40. Dessler G. (1986). *Organization Theory: Integrating Structure and Behavior*. 2nd ed. Prentice-Hall International.

## رابطه بین توانمندسازی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان تهران

محمدرضا اسمعیلی<sup>۱</sup>، دکتر میر حسن سید عامری<sup>۲</sup>، ابوالفضل قاسم زاده<sup>۳</sup>، پوریا سهرابی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۶/۱۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۸/۲۳

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین توانمندسازی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان تهران است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان تهران تشکیل می‌دادند که از میان آنان ۱۵۰ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی معنی‌دار که برای گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه توانمندسازی اسپریتزر<sup>۵</sup> (۱۹۹۵) و پرسشنامه رفتار شهروندی پودساکف<sup>۶</sup> (۱۹۹۰) استفاده شد. داده‌ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه تجزیه و تحلیل شد. نتایج این تحقیق نشان داد که بین توانمندسازی کارکنان و مؤلفه‌های آن با رفتار شهروندی سازمانی آنان با اطمینان ۰/۹۹، رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد. در تبیین این نتایج می‌توان گفت که هر چه میزان توانمندی کارکنان بیشتر باشد، رفتار شهروندی سازمانی آن‌ها بیشتر خواهد شد. نتایج حاصل از رگرسیون نشان می‌دهد که از میان پنج مؤلفه توانمندسازی «احساس شایستگی»، «معنی‌داری» و «تأثیر» در پیش‌بینی رفتار شهروندی سازمانی معنی‌دار هستند.

**کلیدواژه‌های فارسی:** توانمندسازی کارکنان، مؤلفه‌های توانمندسازی، رفتار شهروندی سازمانی.

۱ و ۴. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه (۱. نویسنده مسئول) Email: reza.sport87@gmail.com

Email: porya\_shiii@yahoo.com

Email: ha\_ameri2003@yahoo.com

۲. دانشیار دانشگاه ارومیه

Email: ghasemzadee@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

5. Spreitzer

6. Podsakoff

### مقدمه

تلاش برای بهبود عمل کرد از روزهای اولیه شکل‌گیری رشته مدیریت اصلی خدشه‌ناپذیر بوده است که هر روز وارد مباحثی جدیدتر می‌شود و حوزه‌های بیشتری را تسخیر می‌کند. در مکتب‌های اولیه مدیریت، افراد با رفتارهایی ارزیابی می‌شدند که در شرح شغل و شرایط احراز آن از شاغل انتظار می‌رفت، ولی امروز رفتارهایی فراتر از آنها مد نظر قرار گرفته است. این رفتارها با مفاهیم رفتارهای پیش‌اجتماعی، رفتارهای فرانقشی، عمل کرد زمینه‌ای، رفتارهای خودجوش یا رفتار شهروندی سازمانی مد نظر قرار گرفته‌اند. امروز این رفتارها جزئی جدایی‌ناپذیر در مدیریت عمل کرد محسوب می‌شوند و در جنبه‌های مختلف سازمانی وارد شده‌اند. بر خلاف گذشته که از کارکنان انتظار می‌رفت تا در حد نقش‌های رسمی عمل کنند، در قراردادهای روان‌شناختی جدید رفتارهای فراتر از نقش مورد انتظار است. تحقیقات کنونی، این رفتارها را تحت عنوان رفتار شهروندی سازمانی مد نظر قرار داده و غفلت از آن‌ها در ارزیابی عمل کرد کارکنان را نمی‌پذیرند و در آن به مشارکت بلندمدت فرد در موفقیت سازمان تأکید می‌ورزند (۱).

رفتار شهروندی سازمانی رفتاری است که به قصد کمک به همکاران یا سازمان توسط یک فرد انجام می‌شود و در حیطه وظایف شغلی نمی‌گنجد (۲)؛ به عبارت دیگر، رفتار شهروندی سازمانی شامل آن بخش از رفتار اداری است که به منظور کمک به همکاران یا سرپرستان انجام می‌شوند. کمک به دیگران، ارائه پیشنهادهایی برای بهبود کار و تلف نکردن زمان کار (۳).

ارگان (۱۹۸۸) رفتار شهروندی کارکنان را به عنوان اقدامات مثبت بخشی از کارکنان برای افزایش بهره‌وری و همبستگی و انسجام در محیط کاری می‌داند که ورای الزامات سازمانی است (۴). جوهره کلیدی در تعریف ارگان از رفتار شهروندی سازمانی این است که چنین رفتاری اثربخشی سازمانی را افزایش می‌دهد. مطالعات تجربی مختلفی که در این زمینه انجام شده است (بورمن و همکاران ۱۹۹۳، ارگان و کونوسکی ۱۹۹۸، پودساکف و مک کنزی ۱۹۹۴، جورج و بنتهاوسن، ۱۹۹۱ و غیره) ضمن تأیید مطلب فوق دلایلی مختلف را بیان می‌کنند که رفتار شهروندی سازمانی ممکن است بر اثربخشی سازمانی تأثیرگذار باشد. برخی از زمینه‌هایی را که رفتار شهروندی سازمانی به موفقیت سازمانی کمک می‌کند می‌توان با توجه به این مطالعات در قالب موارد زیر خلاصه کرد: (۵)

۱. افزایش بهره‌وری مدیریت و کارکنان؛
۲. آزاد نمودن منابع انسانی که می‌تواند برای مقاصد مولدتری مورد استفاده قرار گیرد؛
۳. کاهش نیاز به اختصاص منابع کمیاب به وظایفی که صرفاً جنبه نگهداری دارند؛

۴. کمک به فعالیت‌های هماهنگ‌کنندگی، هم در درون و هم بین گروه‌های کاری؛
۵. تقویت توانایی سازمان‌ها برای جذب و نگهداری کارکنان کارآمد؛
۶. افزایش ثبات عمل کرد سازمان‌ها.

رفتار شهروندی سازمانی در دهه‌های اخیر توسط باتمن وارگان (۱۹۸۳) و اسمیت، ارگان و نیر (۱۹۸۳) مطرح شده است. رفتار شهروندی سازمانی یا همان رفتارهای فراتر از وظیفه کارکنان با وجود تأثیر آشکار بر عمل کرد سازمان‌ها، در گذشته عمدتاً نادیده گرفته می‌شدند. در واقع در تعبیر اولیه، این رفتارها خارج از حوزه شغل ملاحظه می‌شدند (۸). در سال‌های اخیر و به‌ویژه با آغاز قرن بیست‌ویکم تعداد مقالات و پژوهش‌ها در این زمینه رشد زیادی داشته است و این روند همچنان ادامه دارد؛ زیرا محققان زیادی تأثیر مثبت رفتارهای شهروندی سازمانی بر اثربخشی سازمانی را تأیید کرده‌اند (۹). رفتار شهروندی سازمانی به‌طور گسترده‌ای در زمینه سازمانی و صنعتی مورد توجه قرار گرفته است. محققان تأثیر مهم رفتار شهروندی سازمانی را در موفقیت سازمانی به‌علت این‌که سازمان‌ها نمی‌توانند از طریق شرح شغل رسمی کلیه رفتارهای مورد نیاز برای تحقق اهداف را پیش‌بینی کنند تشخیص داده‌اند؛ بنابراین اهمیت عملی رفتار شهروندی سازمانی این است که اثربخشی و کارایی سازمانی را از طریق مشارکت در تغییر و تحول منابع انسانی خلاقیت و سازگاری بهبود می‌بخشد (۱۰). این نوع رفتارها برای هر سازمانی حیاتی و مطلوب است؛ زیرا با متغیرهای سازمانی مهمی همچون رضایت شغلی، نگهداری سیستم و بهره‌وری سازمانی ارتباط دارد. نتایج مطالعات نشان می‌دهد مدیران می‌توانند رفتار شهروندی سازمانی را با ایجاد یا بهبود محیط کاری مثبت پرورش دهند تا به جای توسل به زور و اجبار، به فرآیندهای انتخاب یا استخدام یا جامعه‌پذیری اتکا نمایند و این رفتارها را ایجاد نمایند (۱۱). بر طبق دیدگاه نظریه‌پردازانی همچون ارگان، OCB<sup>۱</sup> می‌تواند کارایی را حداکثر ساخته و عمل کرد مؤثر سازمانی را ارتقاء بخشد (۱۲).

رفتار شهروندی سازمانی دارای پنج حیطه نوع‌دوستی، وظیفه‌شناسی، ادب و مهربانی، جوانمردی و فضیلت مدنی است و از جمع این حیطه‌ها رفتار شهروندی سازمانی کلی حاصل می‌شود (۱۳).

نوع‌دوستی: رفتارهای یاری‌دهنده‌ای هستند که به‌منظور کمک به کارکنان مشخص در رابطه با وظایف و مسائل سازمانی معین (مثلاً فرد به افرادی که کارشان سنگین است کمک می‌کند. با

میل و رغبت وقت خود را در جهت کمک به کسانی که مشکلات کاری دارند صرف می‌کند) توسط عضوی از سازمان انجام می‌شوند.

وظیفه‌شناسی: رفتارهایی هستند که فرد را در انجام دادن وظایف خود در بالاتر از سطح مورد انتظار هدایت می‌کنند (مثلاً فرد ناهار خوردنش را طول نمی‌دهد و جز در موارد ضروری کارش را تعطیل نمی‌کند).

ادب و مهربانی: رفتارهای مؤدبانه‌ای هستند که از ایجاد مسئله و مشکل در محل کار جلوگیری می‌کنند (مثلاً فرد تلاش می‌کند تا از ایجاد مشکل برای همکارانش اجتناب کند و پیش از اقدام به انجام امور با دیگران مشورت می‌کند).

جوانمردی: رفتارهای جوانمردانه‌ای هستند که از شکوه و شکایت زیاد در محل کار جلوگیری می‌کنند (مثلاً فرد وقت زیادی صرف غرولند کردن در مورد موضوعات جزئی و بی‌اهمیت نمی‌کند. هیچ‌وقت از سازمان عیب‌جویی نمی‌کند).

فضیلت مدنی: رفتارهایی هستند که نشان‌دهنده مشارکت فرد در فعالیت‌های مربوط به سازمان هستند (مثلاً فرد خود را با رویدادهای سازمان هماهنگ می‌کند و کارهایی انجام می‌دهد که در حیطه وظایفش نیستند، اما وجهه سازمان را بالا می‌برند) (۳).

سازمان‌های امروزی بر استخدام و حفظ افرادی تأکید می‌کنند که مفید و متعهد هستند و اغلب فراتر از انتظارات عمل می‌کنند (۱۴). اهمیت این رفتارها برای عمل کرد و اثربخشی سازمانی به‌وسیله برنارد (۱۹۳۸)، دیکسون (۱۹۶۴) و کاتز و کاهن (۱۹۶۶) تأکید شده است. به نظر کاتز و کاهن رفتارهای فراتر از خودانگیخته برای اثربخشی سازمانی لازم و ضروری است (۱۸). رفتار شهروندی سازمانی توجه بسیاری از محققان مانند ارگان (۱۹۹۷)، پودساکف و همکاران (۲۰۰۰) و هافمن و همکارانش (۲۰۰۷) را به خود جلب کرده است. بیشتر تحقیقات بر پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار شهروندی سازمانی تأکید کرده‌اند. ویژگی‌های فردی (تعهد سازمانی)، ویژگی‌های کاری (بازخورد کاری)، ویژگی‌های سازمانی (ساختار، پاداش، حمایت سازمانی درک شده)، رفتارهای رهبری (رهبری تحولی) همه این موارد به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های مهم برای رفتار شهروندی سازمانی است (۱۴). پژوهش‌های انجام‌شده در روان‌شناسی اجتماعی رابطه بین کفایت (خودکارآمدی شغلی) و رفتار یاری‌گرانه را بررسی کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که افرادی که احساس می‌کنند کفایت بیشتری دارند، در اغلب موارد تمایل بیشتری به کمک دارند. درک کارکنان از کفایت خود در کار می‌تواند به‌عنوان تمایل به کمک در محیط کار تفسیر شود زیرا فرد تسلط بیشتری بر کار خود دارد (۱۹).



دلایل مفهومی مهمی برای بررسی رابطه بین توانمندسازی و OCB وجود دارد. OCB رفتارهای فراتر از نقش مورد انتظار است و افراد، گروه‌ها یا سازمان‌ها را برای توسعه و نیل به اهداف سازمانی به‌عنوان یک واحد هدایت می‌کند و افراد در مقابل این نوع رفتارها به‌طور واضح دست‌مزد یا پاداش دریافت نمی‌کنند (ارگان، ۱۹۹۰). OCB در سیستم‌های کاری جدید که با کاهش سرپرستی و نظارت و افزایش خودمختاری و استقلال کارکنان همراه است، اهمیتی ویژه دارد. سیستم‌های کاری بر پایهٔ تصمیم‌گیری و درگیری کارکنان در فرآیندهای کاری ممکن است رفتارهایی مشابه با OCB تولید کند (کاپیلی و روجوسکی، ۱۹۹۸). بروفی (۱۹۸۵) بیان می‌کند عقاید معلمان، دانش و انتظارات آن‌ها بر انتخاب اهداف یا مجموعه رفتارهای آن‌ها تأثیر می‌گذارد. عطف به توانمندسازی افزایش انگیزش کاری، هدایت مثبت افراد در نقش کاری‌شان را به همراه خواهد داشت (اسپریتزر، ۱۹۹۵). معلمانی که احساس می‌کنند بر روی کارشان کنترل دارند، سطح بالاتری از عمل‌کرد را از خود نشان می‌دهند (ویلسون و کولینا، ۱۹۹۶، وود و باندورا، ۱۹۸۹). به‌طور مشابه، معلمانی که در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت فعالی دارند کارشان را معنی‌دار یافته‌اند و کسانی که احساس تأثیر بالاتری دارند اغلب تصمیم‌های بهتری در مورد کارشان می‌گیرند (گازیل، ۱۹۹۸، میلر و مونگ، ۱۹۸۶) که به سطوح بالاتری از عمل‌کرد منجر می‌شود (۲۳). در این راستا عقیدهٔ ما در این تحقیق این است که یکی از متغیرهایی که توان بالقوهٔ فراوانی جهت ارتباط و اثرگذاری بر متغیرهای سازمانی و احتمالاً رفتار شهروندی سازمانی دارد، توانمندسازی کارکنان است و قصد داریم ارتباط بین این دو متغیر را بسنجیم. توانمندسازی ظرفیت‌های بالقوه‌ای را برای بهره‌برداری از سرچشمهٔ توانایی انسان در اختیار می‌گذارد (۲۴). توانمندسازی عبارت است از توزیع قدرت تصمیم‌گیری به افرادی که آن‌را در سازمان ندارند (۲۵). توانمندسازی نیروی انسانی به‌عنوان یک مفهوم نظری تأثیر زیادی بر اثربخشی سازمانی و مدیریتی و ابتکار سازمانی دارد (۲۶). اندیشمندان مدیریت تحول و بهسازی سازمان، توانمندی کارکنان را به‌عنوان راهبردی اثرگذار بر عمل‌کرد نیروی انسانی و در نتیجه بر عمل‌کرد سازمانی معرفی کرده‌اند (۲۷). اسپریتزر (۱۹۹۵) پیشنهاد می‌کند اگر توانمندسازی بخواهد کارکرد لازم را داشته باشد باید قبل از آنکه کسی آن‌را تقدیم کند خود فرد باید چنین احساسی را داشته باشد. از نظر او جایگزینی رویکرد نرم‌افزاری نسبت به توانمندسازی به جای دیدگاه سخت‌افزاری به این مهم کمک می‌کند. به عقیدهٔ وی توانمندسازی روان‌شناختی<sup>۱</sup> دربرگیرندهٔ حالات مهم روانی فرد نسبت به محیط

## 1. Psychological empowerment

کاری اوست که در پنج احساس خلاصه می‌شود: احساس معنی‌دار بودن<sup>۱</sup>، احساس شایستگی<sup>۲</sup>، احساس مؤثر بودن<sup>۳</sup>، احساس خودتعیینی<sup>۴</sup> و اعتماد<sup>۵</sup> (۲۸).

احساس معنی‌دار بودن به این معنی است که کارمند برای مقصود یا اهداف فعالیتی که به آن اشتغال دارد ارزش قایل باشد و آرمان‌ها و استانداردهای ذهنی‌اش با آنچه در شغل خود در حال انجام دادن است، متجانس دیده شود. شایستگی عبارت است از احساس کارمند از اینکه قابلیت و تبحر لازم را برای انجام موفق کار خود را داراست. احساس مؤثر بودن عبارت است از حدی که در آن فرد توانایی نفوذ در پیامدهای استراتژیک، اداری یا عملیاتی در کار خود را دارد. احساس خودتعیینی، یعنی احساس کارمند از اینکه در اجرا و نظام بخشیدن به فعالیت‌های مربوط به شغل خود از آزادی لازم برخوردار است. احساس داشتن اعتماد به این معنی است که کارمند مطمئن باشد که با وی منصفانه و یکسان و از منظری بی‌طرفانه رفتار خواهد شد (۲۹، ۳۰).

زونگ<sup>۶</sup> (۲۰۰۹) بیان می‌کند که توانمندسازی نقش میانجی‌گری در رابطه بین تبادل رهبر-پیرو با رفتار شهروندی سازمانی دارد. مدسن و هیپ<sup>۷</sup> (۱۹۹۶) پیشنهاد می‌کنند که توانمندسازی معلمان برای اثربخشی کار معلمان ضروری است و در دیدگاه‌های معلمان در مورد کارشان تأثیر دارد. با توانمندسازی معلمان در سطح بالا می‌توانیم رفتارهای خودانگیختگی معلمان را نشان دهیم و رفتارهایی که می‌توانند به پیشرفت سازمان کمک کنند را به کار گیریم و تلاش‌های قابل توجه و فراتر از انتظارات حداقل اعمال کنیم. همچنین نیلسون<sup>۸</sup> و همکارانش (۲۰۰۹) بیان می‌کنند که رابطه‌ای مثبت بین رفتار شهروندی سازمانی و عمل‌کرد سازمانی وجود دارد (۱۴).

با توجه به مطالبی که گفته شد در سازمان‌های ورزشی ایران همچون دیگر سازمان‌ها و نهادهای دولتی، به‌منظور افزایش و بهبود عمل‌کرد و بهره‌وری سازمانی، مدیران باید به دنبال بهبود و ارتقای رفتار شهروندی سازمانی کارکنان باشند. به این منظور باید پژوهش‌هایی در این زمینه در سازمان‌های ورزشی انجام گیرد. با وجود اهمیت این موضوع تا کنون پژوهش‌های اندکی در این زمینه صورت گرفته است. در همین راستا و برای کمک به مدیران و مسئولان

- 
1. Meaning
  2. Competency
  3. Impact
  4. Self-determining
  5. Trust
  6. Zhong
  7. Madsen & Hipp
  8. Nielsen

ورزش کشور این پژوهش در پی آن است که رابطه بین توانمندسازی با رفتار شهروندی سازمانی را در بین کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان تهران بررسی کند. در این پژوهش مؤلفه‌های توانمندسازی به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین و رفتار شهروندی به‌عنوان متغیر ملاک مطرح است؛ بنابراین پژوهش حاضر در صدد بررسی فرضیه‌های زیر است:

۱. توانمندسازی کارکنان با رفتار شهروندی سازمانی آن‌ها رابطه دارد؛
۲. مؤلفه‌های توانمندسازی کارکنان با رفتار شهروندی سازمانی آن‌ها رابطه دارد؛
۳. رفتار شهروندی سازمانی کارکنان به توانمندسازی آنان بستگی دارد.

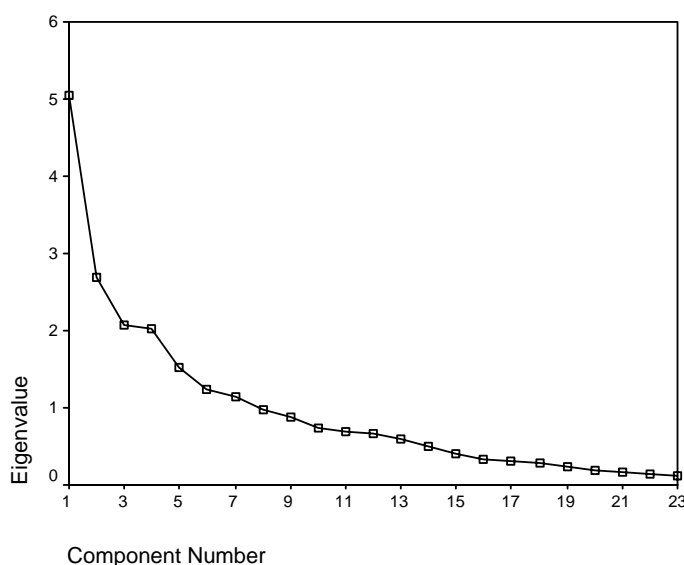
### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است که به شیوه میدانی با استفاده از پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان تهران (حداقل دارای مدرک دیپلم) است که تعداد آن‌ها ۲۴۹ نفر معنی‌دار. این افراد در پنج حوزه مختلف شامل مرکزی، شمال غرب، شمال شرق، جنوب غرب و جنوب شرق توزیع شده بودند. برای محاسبه نمونه آماری از فرمول کوکران استفاده شد؛ بدین ترتیب تعداد ۱۵۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند.

در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز از سه پرسشنامه استفاده شد. به‌منظور اندازه‌گیری توانمندسازی از پرسش‌نامه اسپریتزر (۱۹۹۵) استفاده شد (مشمول بر پنج مؤلفه معنی‌داری، خودتعیینی، شایستگی، مؤثر بودن و اعتماد). این ابزار توسط عبدالهی (۱۳۸۴) در ایران هنجاریابی شده و محققان زیادی از آن استفاده کرده‌اند و در تحقیقات فراوانی روایی صوری، محتوایی و سازه و پایایی این مقیاس گزارش شده است (۳۳). به‌منظور اندازه‌گیری رفتار شهروندی سازمانی از پرسشنامه پودساکف (۱۹۹۰) که مشتمل بر پنج مؤلفه نوع‌دوستی، وظیفه‌شناسی، ادب، جوانمردی و فضیلت مدنی است و پرسشنامه سنجش ویژگی‌های فردی استفاده شد.

برای اطمینان بیشتر درمورد روایی و پایایی پرسشنامه‌ها و اینکه این مقیاس تا چه اندازه با فهم و درک کارمندان ایرانی هم‌خوانی دارد و از آن مهم‌تر، مطابقت واژه‌ها، اصطلاحات و عبارات با فرهنگ جامعه ایرانی ابتدا، در گروهی ۵۰ نفری به‌طور مقدماتی اجرا شد که از جامعه آماری تحقیق انتخاب شده بودند. پاسخ آزمودنی‌ها به هر سؤال در یک طیف پنج-درج‌ای لیکرت (۱ = کاملاً موافقم الی ۵ = کاملاً مخالفم) ثبت و نمره‌گذاری شده است. این مقیاس‌ها در قالب پرسشنامه‌ای دوصفحه‌ای همراه با مقدمه‌ای برای توجیه و راهنمایی

آزمودنی‌ها و نیز اطلاعات جمعیت‌شناختی خواسته شده از آزمودنی‌ها اجرا شد. برای تعیین روایی پرسشنامه‌ها از نظرات استادان دانشگاه ارومیه و برای به‌دست آوردن پایایی آنها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که در مورد پرسشنامه توانمندسازی ضریب پایایی  $0/87$  و در مورد پرسشنامه رفتار شهروندی ضریب آلفا  $0/77$  به‌دست آمد. به‌منظور بررسی روایی سازه پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی، داده‌های حاصل از اجرای این مقیاس در گروه نمونه (۱۵۰ نفر) تحلیل عاملی شدند. این تحلیل به شیوه تحلیل اکتشافی<sup>۱</sup> به روش مؤلفه‌های اصلی<sup>۲</sup> (PC) انجام شد. ضریب  $KMO^3$  برابر با  $0/65$  به‌دست آمد و نشان‌دهنده کفایت نمونه مورد تحلیل است. همچنین مقدار آزمون کرویت بارتلت برابر  $791/5$  بود که در سطح بالایی ( $p < 0/001$ ) معنی‌دار است. بررسی نمودار اسکری گویای امکان استخراج ۵ عامل از داده‌ها بود (نمودار شماره ۱).



نمودار ۱. نمودار اسکری برای استخراج عامل‌ها (پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی)

1. Exploratory Factor Analysis
2. Principle Components
3. Kaiser- Mayer- Olkin Sampling Adequacy

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (میانگین، درصد، جداول) و آمار استنباطی (آزمون کولموگروف-اسمیرنف، ضریب همبستگی، رگرسیون چندگانه) استفاده شد. تمام عملیات آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شده است.

### یافته‌های پژوهش

نمونه آماری این تحقیق شامل ۱۵۰ نفر کارمند بودند که پرسشنامه را تکمیل کردند. از بین پاسخ‌دهندگان ۶۸ درصد نمونه زن و ۳۲ درصد از آن‌ها مرد بودند. میانگین تجربه کاری آن‌ها ۱۲/۹ (SD = ۷/۳) و سابقه خدمت از یک تا ۳۰ سال بود و اغلب آن‌ها (۰/۴۴) دارای مدرک تحصیلی لیسانس بودند.

ابتدا، قبل از اجرای آزمون همبستگی، آزمون ناپارامتری کولموگروف-اسمیرنف برای تعیین نرمال بودن داده‌ها اجرا شد. نتایج این آزمون حاکی از نرمال بودن داده‌ها در متغیرهای مورد مطالعه بود.

جدول ۱. آزمون کولموگروف - اسمیرنف برای متغیرهای پژوهش

گروه	آماره آزمون	P - value
توانمندسازی	۱/۱۳	۰/۱۵۵
رفتار شهروندی سازمانی	۰/۷۱	۰/۷۰

همچنین قبل از انجام تحلیل‌های رگرسیونی، روابط همبستگی بین متغیرهای پژوهش از طریق ارزیابی ماتریس همبستگی بررسی شد. نتایج مربوط به این تحلیل در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. ماتریس همبستگی بین متغیرهای توانمندسازی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان

متغیرها	میانگین	SD	۱	۲	۳	۴	۵
۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	
۱. معنی‌داری	۱۱/۶	۲/۶	۱				
۲. شایستگی	۱۲/۴	۱/۸	۰/۴۴**	۱			
۳. خودتعیینی	۹/۸	۲/۲	۰/۳۰**	۰/۱۹	۱		
۴. مؤثر بودن	۱۰/۲	۲/۴	۰/۴۱**	۰/۳۲**	۰/۶۰**	۱	
۵. اعتماد	۹/۲	۲/۹	۰/۴۷**	۰/۱۳	۰/۲۶**	۰/۴۴**	۱
۶. توانمندسازی	۵۳/۵	۸/۶	۰/۷۸**	۰/۵۴**	۰/۶۵**	۰/۸۱**	۰/۷۱**
۷. رفتار شهروندی	۹۰/۳	۷/۷	۰/۵۰**	۰/۵۱**	۰/۱۴	۰/۵۱**	۰/۲۶**
۸. نوع دوستی	۲۱/۴	۲	۰/۱۷	۰/۳۱**	۰/۱۱	۰/۱۱	۰/۰۳
۹. وجدان	۱۹	۲/۶	۰/۲۵*	۰/۳۹**	۰/۴۵**	۰/۴۰**	۰/۰۷
۱۰. جوانمردی	۱۴/۴	۳	۰/۴۶**	۰/۲۴**	۰/۱۱	۰/۲۸**	۰/۱۱
۱۱. ادب	۱۶/۴	۲/۱	۰/۳۴**	۰/۳۹**	۰/۲	۰/۲۷**	۰/۲۴**
۱۲. فضیلت	۱۸/۶	۲/۷	۰/۲۵**	۰/۲۸**	۰/۱۱	۰/۴۰**	۰/۲۱*

\*\*<0/01, \*< 0/05

جدول ۲ نشان می‌دهد با اطمینان ۹۹ درصد بین چهار مؤلفه‌های توانمندسازی و رفتار شهروندی سازمانی همبستگی مثبت معنی‌دار وجود دارد، اما بین مؤلفه خودتعیینی و رفتار شهروندی سازمانی این رابطه دیده نشد. به‌طور کلی، می‌توان گفت بین مؤلفه‌های توانمندسازی و رفتار شهروندی سازمانی همبستگی معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۳. رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رفتار شهروندی سازمانی کارکنان

از روی مؤثر بودن، معنی‌داری، شایستگی

مدل	ضریب همبستگی R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> تعدیل شده	خطای استاندارد پیش‌بینی شده
شایستگی، مؤثر بودن، معنی‌داری	۰/۵۹	۰/۳۴	۰/۳۲	۵/۷

بر اساس اطلاعات جدول فوق، ضریب همبستگی چندگانه برای پیش‌بینی رفتار شهروندی سازمانی از روی مؤثر بودن، معنی‌داری و شایستگی در سازمان برابر با  $R = 0.59$  و ضریب تعیین مساوی  $R^2 = 0.32$  به‌دست آمده است و نشان می‌دهد تا حدود  $0.32$  از روی متغیرهای پیش‌بین می‌توان رفتار شهروندی سازمانی را در تحقیق حاضر پیش‌بینی کرد و بقیه تغییرات مربوط به متغیرهایی است که در این بررسی در نظر گرفته نشده است (جدول ۳).

جدول ۴. جدول ضرایب استاندارد و غیراستاندارد شده متغیرهای مستقل معنی‌دار

نتیجه آزمون	مقدار p	مقدار آماره t	ضریب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		مدل
			مقدار ضریب β	ضریب خطای معیار	مقدار ضریب B	
رد H <sub>0</sub>	۰/۰۰۰	۱۴		۴/۳	۶۰/۸	مقدار ثابت
	۰/۰۰۱	۳/۳	۰/۳۰	۰/۳۷	۱/۲	شایستگی
	۰/۰۰۷	۲/۷	۰/۲۵	۰/۲۶	۰/۷۲	مؤثر بودن
	۰/۰۲	۲/۴۴	۰/۲۱	۰/۲۶	۰/۵۸	معنی‌داری

همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که متغیرهای شایستگی ( $\beta = 0.30, p < 0.01$ )، متغیر مؤثر بودن ( $\beta = 0.25, p < 0.01$ ) و متغیر معنی‌داری ( $\beta = 0.21, p < 0.05$ ) مؤلفه‌هایی هستند که ضرایب تأثیر معنی‌دار دارند و به ترتیب شدت آورده شده‌اند و به‌صورت مثبت و معنی‌دار رفتار شهروندی سازمانی کارکنان را

پیش‌بینی می‌کنند. به این معنی که این متغیرها ارتباط مثبت و قدرت پیش‌بینی‌کنندگی معنی‌دار با رفتار شهروندی سازمانی دارند؛ به عبارتی ضریب تأثیر مربوط به متغیر شایستگی ۰/۲، ضریب تأثیر مؤثر بودن ۰/۷۲ و معنی‌داری ۰/۵۸ است. با توجه به نتایج جدول ضرایب رگرسیون معادله به صورت زیر درمی‌آید.

$$Y = ۰/۵۸ * (\text{معنی داری}) + ۰/۷۲ * (\text{مؤثر بودن}) + (\text{شایستگی}) * ۱/۲ + ۶۰/۸$$

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین توانمندسازی کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی آنان در اداره کل تربیت بدنی استان تهران است. تجزیه و تحلیل یافته‌ها به‌طور کلی نشان می‌دهد که رابطه یا همبستگی بین توانمندسازی کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی آنها با اطمینان ۹۹٪ معنی‌دار است.

یافته‌های تحقیق حاضر نشان دادند بین توانمندسازی کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی آنها رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار وجود دارد. این بدین معنی است که اگر کارمندی در سطح بالاتری از توانمندسازی قرار داشته باشد، رفتار شهروندی سازمانی وی نیز بالاتر خواهد بود. این موضوع در تحقیقات ایلز<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) و زونگ (۲۰۰۹) تأیید شده است. زونگ بیان می‌کند که توانمندسازی کارکنان با رفتار شهروندی سازمانی آنها رابطه دارد.

همچنین یافته‌های تحقیق حاضر نشان دادند بین تمامی مؤلفه‌های توانمندسازی کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی آنها، به‌جز خودتعیینی، رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد. این بدین معنی است که اگر کارکنان برای مقصود یا اهدافی که به آن اشتغال دارند ارزش قائل باشند و احساس کنند که توانایی و مهارت لازم را برای انجام موفقیت‌آمیز کار خود و توانایی نفوذ در پیامدهای استراتژیک، اداری یا عملیاتی در کار خود را دارند و مطمئن باشند که با آنها منصفانه و یکسان و از منظری بی‌طرفانه رفتار خواهد شد، میزان رفتار شهروندی سازمانی آنان در سطح بالایی قرار خواهد داشت. وینیپرن<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) در تحقیقات خود دریافت دبیرانی که در فرآیند اتخاذ تصمیمات آموزشی مشارکت می‌کنند، رفتار شهروندی سازمانی و انتظارات فرانشی آنها افزایش می‌یابد. سومچ و بوگنر<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) بیان می‌کنند که اگر سطح توانمندی در هر یک از ابعاد آن بیشتر باشد، رفتار شهروندی سازمانی نیز بالا خواهد بود. همچنین یافته‌های این

- 
1. Ilies
  2. Vanyperen
  3. Somech & Bogler



تحقیق با یافته‌های چو و جانسون<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) مبنی بر این که رفتار شهروندی سازمانی با تعهد سازمانی رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار دارد، هم‌سو می‌باشد. از طرفی وانگ<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۹) و چیانگ و سوچنگ<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که بین تعهد سازمانی و توانمندسازی کارکنان رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار وجود دارد. این موضوع بدین معنی است که اگر میزان توانمندی کارمندی زیاد باشد، تعهد سازمانی وی نیز در سطح بالایی خواهد بود و تعهد سازمانی بالا، رفتار شهروندی سازمانی بهتری در پی خواهد داشت. به‌طور کلی، نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات فرهنگی و همکاران (۱۳۸۵)، زارع و همکاران (۱۳۸۶) و مقیمی (۱۳۸۵) هم‌سو است. فرهنگی و همکاران (۱۳۸۵) در تحقیق‌شان به این نتیجه رسیدند که بین مؤلفه‌های معنویت در محیط کار (کار با معنا، احساس همبستگی و هم‌سوایی ارزش‌ها) و رفتار شهروندی سازمانی رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار وجود دارد. زارع و همکاران (۱۳۸۶) در تحقیق‌شان به این نتیجه رسیدند که توانمندسازی روان‌شناختی با کارآفرینی سازمانی کارکنان ارتباطی معنی‌دار دارد. مقیمی (۱۳۸۵) معتقد است از میان مؤلفه‌های مختلف فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، ویژگی مسئولیت‌پذیری قوی‌ترین ارتباط را با مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی دارد؛ بنابراین سازمان‌ها باید بکوشند تا با واگذاری کارهای چالشی و تقویت مرکز کنترلی درونی افراد (نسبت دادن شکست‌ها و موفقیت‌ها با خود)، به همراه افزودن بر غنای شغلی آنها با واگذاری مسئولیت‌های تصمیم‌گیری، ضمن افزایش روحیه مسئولیت‌پذیری، حس شهروندی را در آنها تقویت کنند به‌گونه‌ای که احساس کنند که سازمان جزئی از هویت آنهاست. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد که از میان مؤلفه‌های توانمندسازی کارکنان، مؤلفه‌های شایستگی، مؤثر بودن و معنی‌داری در پیش‌بینی تابعیت رفتار سازمانی معنی‌دار بوده و تا حدود ۰/۳۲ می‌توان رفتار شهروندی سازمانی کارکنان را از روی توانمندسازی آنها پیش‌بینی کرد. این یافته با نتایج تحقیق سومچ (۲۰۰۵) هم‌سو است. وی بیان می‌کند معلمانی که احساس شایستگی و مؤثر بودن خوبی دارند رفتار شهروندی سازمانی آنها نیز بهتر است. همچنین سومچ و بوگلا (۲۰۰۴) در تحقیق‌شان به این نتیجه رسیدند که مؤلفه‌های احساس شایستگی، مشارکت در تصمیم‌گیری و منزلت (حمایت و احترام از طرف دیگران) در پیش‌بینی رفتار شهروندی سازمانی معلمان معنی‌دار است.

1 . Cho & Johanson

2. Wang

3. Chiang and SooCheong

با توجه به نتایج این تحقیق پیشنهاد می‌شود که در سازمان‌های ورزشی برای افزایش و بهبود رفتار شهروندی سازمانی کارکنان که عاملی مهم در جهت بهبود عمل کرد و اثربخشی سازمانی است، مدیران باید از تکنیک‌های توانمندسازی استفاده کنند، برای اینکه توانایی و مهارت لازم را برای انجام موفقیت‌آمیز کار خود داشته باشند در فرآیند استخدام و گزینش کارکنان به توانایی‌های علمی آنان توجه کنند، به توانایی‌های کارکنان اعتماد کنند، نظرات‌شان را مد نظر قرار دهند و آنها را در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار مشارکت دهند. در هر حال رهبران نمی‌توانند پیروان‌شان را توانا کنند مگر اینکه با آنها هم‌دل و هم‌راز باشند و با ایجاد انگیزه به آنها روحیه و دل‌گرمی بدهند و خود با آنها درست‌کار، وفادار و واقعیت‌گرا باشند. علاوه بر این، کارکنان نیز به توانایی‌ها، تجربه و دانش مدیران برای اجرای وظایف محوله و حل مشکلات اطمینان و اعتماد کنند.

### منابع:

۱. حسنی کاخکی، احمد، قلی پور، آرین، (۱۳۸۶). رفتار شهروندی سازمانی: گامی دیگر در جهت بهبود عملکرد سازمان در قبال مشتری. پژوهشنامه بازرگانی، ۴۵: ۱۱۵-۱۴۵.
2. Schnake, M. (1991). Organizational citizenship; a review, proposed model, and research agenda. *Human relations*, 44: 735-759.
۳. شکرکن، حسین و همکاران، (۱۳۸۰). بررسی رابطه خشنودی شغلی با رفتار مدنی سازمانی و عملکرد شغلی در کارکنان برخی از کارخانه‌های اهواز، مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره سوم، سال هشتم، ۳ و ۴: ۱-۲۲.
4. Hodson, R. (2002). Management citizenship behaviour and its consequences. *Work and Occupations*, 29(1): 64-96.
۵. مقیمی، محمد، (۱۳۸۵). بررسی ارتباط رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌های دولتی. نشریه فرهنگ مدیریت، ۴ (۱۳): ۱۷۱-۱۹۲.
6. Bateman, T. S., Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee "citizenship." *Academy of Management Journal*, 26: 587-595.
7. Smith, C. A., Organ, D. W., Near, J. P. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68: 655-663.

8. Bienstock, C.C., DeMoranville, C.W., Smith, R.K. (2003). Organizational citizenship behavior and service quality. *Journal of Service Marketing*, 17(4/5): 357-373.
۹. فرهنگی، علی اکبر، فتاحی، مهدی، بهاره، واثق، (۱۳۸۵). معنویت در محیط کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروندی سازمانی. نشریه فرهنگ مدیریت، ۱۴(۱۳): ۵-۳۶.
10. Chen, S.X., Carey, T.P. (2009). Assessing citizenship behavior in education contexts the role of personality, motivation and culture. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 27.
11. Turnipseed, D., Murkison, G. (1996). Organization Citizenship behaviour: an examination of the influence of the workplace. *Leadership & Organization Development Journal*, 17(2): 42 – 47.
12. Murphy , Athanasou , king. (2002). Job Satisfaction and organizational citizenship behavior. *Journal of Management Psychology*, 17(4): 287 – 297
۱۳. انعامی، عبدالزهرا، شکرکن، حسین، (۱۳۸۵). بررسی رابطه ساده و چندگانه عدالت سازمانی با رفتار مدنی سازمانی در کارکنان یک سازمان صنعتی در شهر اهواز. مجله علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، سال سیزدهم، ۲۹-۹۲.
14. Nielsen, T. M. Hrivnak, G., Shaw. M. (2009). Organizational Citizenship Behavior and Performance A Meta-Analysis of Group-Level Research. *Journal Small Group Research*, 40: 555-578.
15. Barnard, C. I. (1938). *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
16. Dickson, W. J., Roethlisberger, F. J. (1964). *Management and the worker*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
17. Katz, D., Kahn, R. L. (1966). *The social psychology of organizations*. New York: Wiley.
18. Katz, D. (1964). The Motivational Basis of Organizational Behavior. *Behavioral Science*, 9: 131-3.
19. Organ, D. W. (1997). Organizational citizenship behavior: It's construct clean-up time. *Human Performance*, 10: 85-97.
20. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26: 513-563.

21. Hoffman, B. J., Blair, C. A., Meriac, J. P., Woehr, D. J. (2007). Expanding the criterion domain? A quantitative review of the OCB literature. *Journal of Applied Psychology*, 92: 555-566.
۲۲. صنوبری، محمد، (۱۳۸۷). رفتار شهروندی سازمانی. دوماهنامه توسعه منابع انسانی پلیس، سال پنجم، شماره ۱۶: ۷۹-۹۹.
23. Somech, A. (2005). Teacher personal and team empowerment and their relations to organizational outcomes: contradictory, 12: 43-72.
۲۴. اسکات، س.، ژافه، د. (۱۳۷۵). «توانا سازی کارکنان». ترجمه دکتر مهدی ایران نژاد پاریزی. تهران: مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
25. Foy, N. (1997). Empowering people at work. Cambridge: Gower, P25.
26. Conger, J. A., Kanungo, R.N. (1988). The empowerment process: Integrating theory and practice. *Academy of Management Review*, 13: 471-482.
۲۷. نوروزی، مجتبی، (۱۳۸۴). بررسی ارتباط میان عوامل روان شناختی توانمندسازی کارکنان با عملکرد سازمانی در شعب بانک ملت شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
28. Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the work place: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38: 442-1465.
29. Ashforth, B.E. (1989). The experience of powerlessness in organization. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 43: 207-242.
۳۰. کمرون، دیوید، ای، وتن. (۱۳۸۷). «تواناسازی و تفویض اختیار». ترجمه بدرالدین اورعی. تهران: مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
31. Zhong J.A., et al. (2009). Relationship between leader-member exchange And organizational citizenship behaviors. *Asia Pac J Manag*, Springer Science, Business Media ,LLC 2009 .
32. Madsen, J., Hipp, K.A. (1999). The impact of leadership style on creating community in public and private school. *International Journal of Educational Reform*, 8: 260-273.
۳۳. زارع، قاسم و همکاران، (۱۳۸۶). رابطه بین عوامل روان شناختی توانمندسازی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی کشور. نشریه علوم حرکتی و ورزش، سال پنجم، شماره ۹: ۷۱-۸۱.

34. Ilies, R., Nahrgang, J.D., Morgeson, F. P. (2007). Leader-member exchange and citizenship behaviors: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 92: 269-277.
35. Vanyperen, N. W., van den Berg, A. E., Willering, M. (1999). Towards a better understanding of the link between participation in decision-making and organizational citizenship behaviour: A multilevel analysis. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72: 377-392.
36. Somech, A., Bogler, R. (2004). Influence of teacher empowerment on teacher organizational commitment professional commitment and organizational citizenship behavior in schools. *Journal of teaching and teacher education*, 20: 277-289.
37. Cho ,S., Johanson, M. (2008). Organizational Citizenship Behaviors and employee performance :A moderating effect of workstation restaurant employees. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(3): 307-326.
38. Wang. J., Peggy, D.L., (2009). Psychological Empowerment and Job Satisfaction: An Analysis of Interactive Effects. *Group & Organization Management*, 34(3): 271-296.
39. Chiang , C.F., SooCheong. (2008).The Antecedents and Consequences of Psychological Empowerment. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(1): S40-61.
40. Podsakoff, P. M. , Mackenzie, S. B., Moorman, R. H., FetterR, R. (1990). Transformational Leader Behaviors and their Effects on Followers Trust in Leader, Satisfaction, and Organizational Citizenship Behaviors. *Leadership Quarterly*, 1(2):107-42

