

کتابچه مقالات مدیریت ورزشی



دانشگاه محقق اردبیلی - اردیبهشت ۹۶

فهرست مقالات

ردیف	عنوان مقالات	صفحه
۱	بررسی جامع اصول مدیریت و برنامه ریزی ورزشی	۵
۲	اصول طرح ریزی، برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک در ورزش با بهره مندی از مدل (SWOT)	۶
۳	بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز	۷
۴	ارتباط هوش چند گانه با رفتار شهروندی سازمانی و رفتار سیاسی مدیران هیئت‌های ورزشی استان اردبیل	۸
۵	اثر تصویر ذهنی برند و تبلیغات، بر وفاداری مشتریان پوشاک های ورزشی استان تهران	۹
۶	تدوین استراتژی‌های توسعه ورزش همگانی در استان اردبیل	۱۰
۷	بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش در سازمان ورزش و جوانان استان اردبیل	۱۱
۸	بررسی نقش سازمانی مربی گرا در سلامت ذهنی و عملکرد تیمی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان اردبیل	۱۲
۹	بررسی رابطه بین بازاریابی رفتاری با عملکرد سازمانی باشگاه های ورزشی استان اردبیل	۱۳
۱۰	بررسی انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار تبریز	۱۴
۱۱	ارزیابی اهمیت اماکن و تاسیسات ورزشی و ارائه راهکارهایی در جهت بهبود فضاهای ورزشی	۱۵
۱۲	بررسی رابطه بین سلامت سازمانی و اثربخشی در اداره کل ورزش و جوانان استان تهران	۱۹
۱۳	عنوان رابطه مشارکت ورزشی با جامعه پذیری و رفتار شهروندی در کارکنان نیروی انتظامی	۲۳
۱۴	بررسی انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار تبریز	۲۷
۱۵	رابطه بین مدیریت دانش و مهارت های مدیریت با کارآیی سازمانی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی	۳۱
۱۶	بررسی رابطه تعهد حرفه‌ای با میزان خلاقیت دبیران تربیت بدنی مدارس متوسطه شهرستان تبریز	۳۲
۱۷	ارتباط مصرف رسانه‌ای با سبک‌های تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی (مطالعه موردی شهر ارومیه)	۳۳
۱۸	عوامل موثر بر توسعه ورزش همگانی بانوان شهر اردبیل	۳۴
۱۹	مقایسه مهارت‌های مدیریتی مدیران ادارات ورزش و جوانان و هیئت‌های ورزشی استان کردستان	۳۸
۲۰	ارتباط مسئولیت اجتماعی باشگاه های لیگ برتر فوتبال با اعتماد و وفاداری هواداران	۴۱
۲۱	موانع توسعه کمی و کیفی ورزش و تربیت بدنی در مدارس استان زنجان	۴۲
۲۲	تاثیر وضعیت اقتصادی - اجتماعی بر میزان فعالیت بدنی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد	۴۵
۲۳	تجزیه و تحلیل استراتژیک، طراحی و انتخاب استراتژی با رویکرد SWOT	۴۶
۲۴	طراحی و تدوین استراتژی های توسعه ورزش همگانی شهر زاهدان	۴۷
۲۵	بررسی وضعیت مناسب سازی اماکن ورزشی شهر تبریز برای استفاده جانبازان و معلولین	۴۸
۲۶	بررسی تحلیل رفتگی شغلی معلمان تربیت بدنی شهر اهر	۴۹

۵۰	تأثیر تبلیغات برند ورزشی آدیداس بر تصمیم به خرید ورزشکاران و غیرورزشکاران	۲۷
۵۳	نقش عناصر آمیخته بازاریابی ورزشی در تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کنندگان محصولات ورزشی استان کردستان	۲۸
۵۷	بررسی و شناسایی راه کارهایی مناسب جهت برنامه ریزی صنعت توریسم و گردشگری در توسعه پایدار شهری شهر اردبیل	۲۹
۵۸	مقایسه برندهای محصولات ورزشی ایران در رقابت با برندهای معروف خارجی از دیدگاه مصرف‌کنندگان...	۳۰
۵۹	بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای توریسم با مداخله طبیعت و تأکید بر توسعه آب درمانی و توریسم درمانی	۳۱
۶۰	ارتباط بین راهبردهای مدیریت تعارض مدیران با عدالت سازمانی از دیدگاه کارکنان اداره کل ورزش و جوانان ...	۳۲
۶۱	رابطه بین وجدان کاری و جو سازمانی با موفقیت شغلی در بین معلمان تربیت بدنی دوره متوسطه استان اردبیل	۳۳
۶۲	رابطه فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت مدیران ادارات تربیت بدنی و رؤسای هیات های ورزشی استان همدان	۳۴
۶۶	بررسی رابطه بین هوش معنوی و اخلاق حرفه‌ای در بین اعضای هیئت‌های ورزشی شهرستان گرمی	۳۵
۶۷	نقش جاذبه های گردشگری ورزشی بر توسعه فرصتهای کسب و کار استان اردبیل	۳۶
۶۸	شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری اطلاعات توسط مدیران باشگاه‌های ورزشی	۳۷
۶۹	بررسی فرصت‌ها و تهدیدات پیش روی فعالیت‌های آموزشی	۳۸
۷۰	بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر عملکرد سازمانی کارکنان سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری استان اردبیل	۳۹
۷۱	ارتباط نگرش به ورزش و امید به آینده در دانشجویان دانشگاه شهرکرد	۴۰
۷۴	ارزیابی توسعه یافتگی ورزش بدمینتون در استان‌های کشور و ارائه ابزار سنجش	۴۱
۷۵	نقش بازاریابی داخلی در وفاداری و هویت برند کارکنان مجموعه های ورزشی شهر قزوین	۴۲
۷۶	ارتباط بین تفکر استراتژیک مدیران و کیفیت خدمات در باشگاه‌های بدن سازی شهر کرج	۴۳
۷۹	بررسی موانع گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی	۴۴
۸۰	بازنگری در چارچوب ارزیابی عملکرد دانشکده‌های علوم ورزشی	۴۵
۸۱	بررسی چالش های فرهنگی در ورزش استان آذربایجان شرقی	۴۶
۸۲	بررسی تاثیر رضایت شغلی و کیفیت زندگی کاری مربیان ژیمناستیک بر روی سبک مدیریت کلاس در...	۴۷
۸۵	رابطه حمایت های سازمانی و جوانگیزی در بین تیم های معلولین استان کرمان	۴۸
۸۶	بررسی رابطه بین برخی مؤلفه های فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت روسای هیئت های ورزشی استان...	۴۹
۸۷	مطالعه آمادگی کارمندان ادارات کل ورزش و جوانان استان های اردبیل ، همدان و زنجان در پذیرش مدیریت ...	۵۰
۸۸	بررسی انگیزه خرید اینترنتی از راه شبکه اجتماعی اینستاگرام	۵۱
۹۱	تاثیر کیفیت رابطه باشگاه های بدنسازی شهر اهواز بر تبلیغات دهان به دهان توسط مشتریان	۵۲
۹۲	کاربرد نوروفیدبک در ورزش	۵۳
۹۵	تاثیر کیفیت رابطه باشگاه های بدنسازی شهر اهواز بر ارزش ادراک شده توسط مشتریان	۵۴
۹۶	تاثیر ارزش ادراک شده توسط مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر اهواز بر تبلیغات دهان به دهان	۵۵
۹۷	رابطه ویژگی های شغلی با رضایت شغلی کارکنان اداره ورزش و جوانان استان اردبیل	۵۶

۵۷	تأثیر چابکی ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات	۱۰۰
۵۸	بررسی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای (SWOT) هیات فوتبال شهرستان پارس‌آباد جهت برنامه‌ریزی ..	۱۰۳
۵۹	بررسی تأثیر قابلیت مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد بازاریابی در باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه	۱۰۶
۶۰	بررسی تأثیر تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی بر بازاریابی ورزشی در بین دانشجویان دانشگاه پیام نور استان کرمانشاه	۱۰۹
۶۱	بررسی ارتباط بین مولفه‌های آمیخته بازاریابی مرتبط با شکل‌گیری تصویر ذهنی مشتریان باشگاه‌های ورزشی...	۱۱۲
۶۲	ارتباط بین تصویر بدنی با انگیزه ورزشی در دانشجویان (مطالعه موردی واحد ملکان)	۱۱۵
۶۳	دسته‌بندی فعالیت‌های خدماتی در رویدادهای ورزشی بین‌المللی	۱۱۶
۶۴	عوامل موثر بر توسعه توریسم ورزشی	۱۲۰
۶۵	نقش فرهنگ سازمانی در ارزش‌های حکمرانی الکترونیک ادارات ورزش و جوانان استان ایلام	۱۲۴
۶۶	نقش هوش معنوی مدیران در بکارگیری و تسهیم دانش در ادارات ورزش و جوانان استان زنجان	۱۲۵
۶۷	بررسی رابطه بین کیفیت خدمات با رفتار شهروندی سازمانی در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز	۱۲۶
۶۸	بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی ملی در استان اصفهان	۱۲۹
۶۹	مقایسه میزان شادکامی و سلامت روانی دبیران تربیت بدنی با دبیران غیر تربیت بدنی مدارس دخترانه...	۱۳۰
۷۰	بررسی وضعیت تحلیل رفتگی شغلی معلمان تربیت‌بدنی شهرستان اهر	۱۳۱
۷۱	طراحی و تدوین استراتژی فناوری اطلاعات اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی	۱۳۲
۷۲	تحلیل وضعیت ورزش همگانی در دانشگاه ارومیه از لحاظ سخت‌افزاری	۱۳۳
۷۳	بررسی وضعیت نظارت، ارزیابی و کنترل بر ورزش همگانی دانشگاه ارومیه	۱۳۶
۷۴	تأثیر مدیریت زمان در عملکرد سازمانی کارکنان معاونت تربیت بدنی و سلامت اداره کل آموزش و پرورش استان...	۱۳۹
۷۵	مقایسه رابطه ایمنی فضاهای ورزشی با آسیب دیدگی دانش‌آموزان	۱۴۰
۷۶	بررسی ایمنی زمین ورزشی مدارس و میزان آسیب دیدگی دانش‌آموزان	۱۴۳
۷۷	بررسی وضعیت ایمنی و بهداشت سالن‌های ورزشی سرپوشیده شهر اردبیل	۱۴۷
۷۸	بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با مدیریت منابع انسانی در دبیران تربیت بدنی آموزش و پرورش خراسان جنوبی	۱۴۸
۷۹	تحلیل نقش رسانه در توسعه ورزش بانوان	۱۵۱
۸۰	نقش بازاریابی سبز بر قصد خرید مشتریان ورزشی شهر تهران	۱۵۲
۸۱	روایی آزمون راهبردهای عملکردی ۲ (TOPS2) در جامعه‌ی ورزشکاران رشته‌های انفرادی ایرانی	۱۵۵
۸۲	تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف توریسم ورزشی استان آذربایجان شرقی (مطالعه موردی: منطقه ارسباران)	۱۵۶
۸۳	بررسی دانش ایمنی مربیان ورزشی والیبال استان آذربایجان غربی	۱۵۷
۸۴	مطالعه کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه ارومیه از دیدگاه دانشجویان کارشناسی و کارشناسی...	۱۵۹
۸۵	ارتباط بین مدیریت تنوع با بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی ناحیه یک شهرستان اردبیل	۱۶۲
۸۶	رابطه سبک رهبری تبدیلی و تبادلی با وجدان کاری دبیران تربیت بدنی	۱۶۵

بررسی جامع اصول مدیریت و برنامه ریزی ورزشی

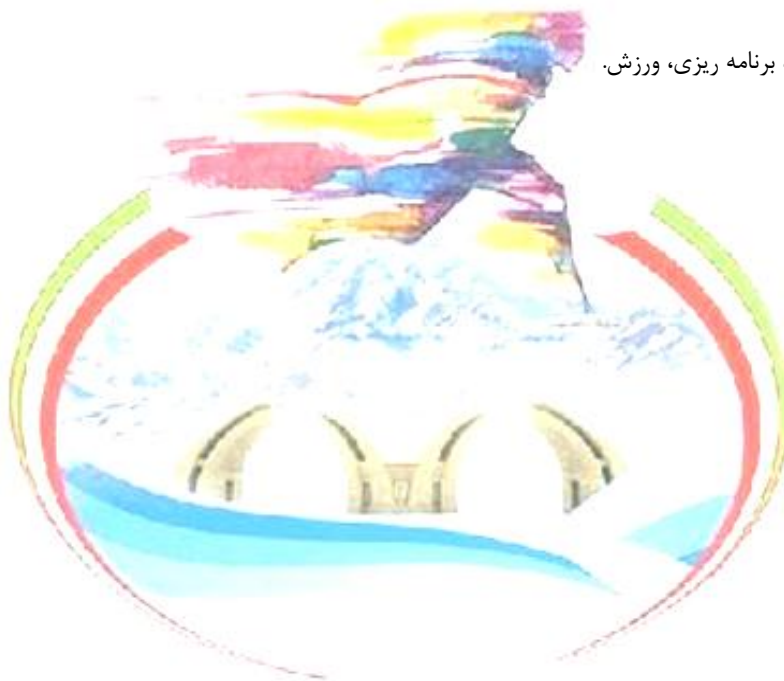
سحر رحیمی گرجان

کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گرایش استراتژیک، دانشگاه آیت الله آملی، واحد علوم و تحقیقات آمل، مازندران، ایران
E-mail: srahimi7168@gmail.com

چکیده کوتاه

برگزاری یک مسابقه ورزشی به یکسری پیش بینی ها، آینده نگری ها و برنامه ریزی هایی نیاز مند است. آنچه مسلم است این است که هیچ مسابقه ای بدون زحمت و تلاش بخوبی برگزار نخواهد شد. لذا برای برگزاری مسابقات می بایستی برنامه ریزی صحیح و گسترده ای در تمامی ابعاد صورت گیرد تا یک مسابقه به خوبی و با کیفیت مطلوب برگزار شود. هدف از این مقاله بررسی اصول مدیریت و برنامه ریزی ورزشی می باشد. مدیریت ورزشی یکی از مدیریتهای جدیدی است که از چند دهه پیش در دانشگاههای معتبر جهانی به عنوان یکی از گرایشها و تخصص های رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی در سطوح مختلف کارشناسی، کارشناسی ارشد و مقطع دکتری جایگاه ویژه ای برای خود یافته است. امروزه نگرش دانشگاهی و علمی به این گرایش دستاوردها و یافته های پژوهشگران و متخصصان این رشته می باشد. مدیریت ورزشی بیان سازماندهی، برنامه ریزی، هدایت و کنترل فعالیتهای ورزشی است و ورزش به عنوان پدیده اجتماعی در ابعاد مختلف تاثیر گذار است. فلسفه وجودی مدیریت در تربیت بدنی بیانگر این حقیقت است که مقوله تربیت بدنی و ورزش به عنوان یک تشکیلات گسترده و در عین حال پیچیده نیاز به داشتن مدیران ماهر و کارآمد در سطوح مختلف دارد. پس بنابراین وجود مدیرانی کارآمد و اثر بخش برای سازمانها و بویژه سازمانهای ورزشی امری بدیهی و اجتناب ناپذیر است.

واژگان کلیدی: مدیریت، برنامه ریزی، ورزش.



اصول طرح ریزی، برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک در ورزش با بهره مندی از مدل (SWOT)

سحر رحیمی گرجان*

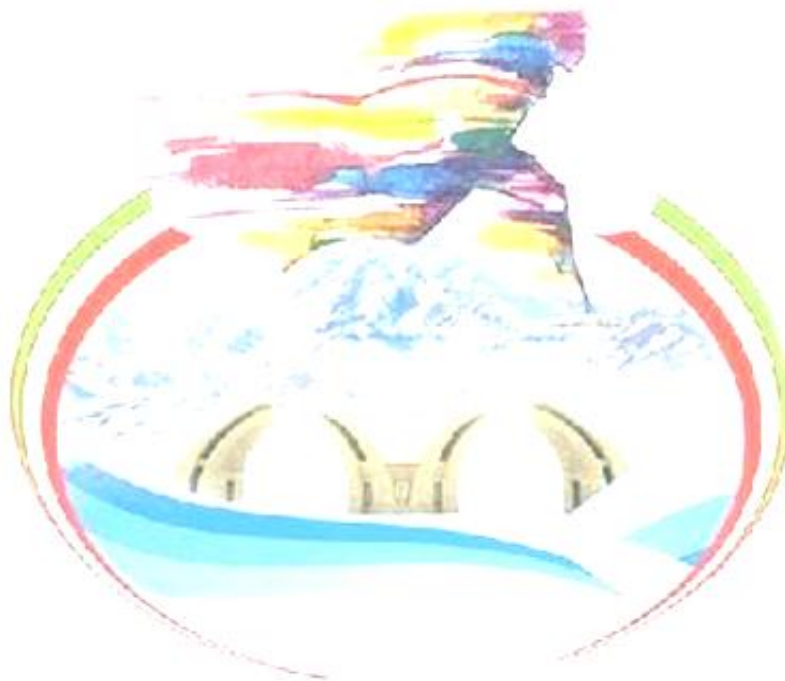
کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، گرایش استراتژیک، دانشگاه آیت الله آملی، واحد علوم و تحقیقات آمل، مازندران، ایران

E-mail: srahimi7168@gmail.com

چکیده کوتاه

تدوین برنامه ریزی استراتژیک، یک فرایند است. برای آنکه سازمان بداند به کجا خواهد رفت باید بداند اکنون دقیقاً کجا قرار گرفته است. پس از آن باید آنچه می خواهد باشد را به درستی تعریف کرده و چگونگی رسیدن به آن جایگاه را مشخص کند. مستندات حاصل از این فرایند را برنامه راهبردی سازمان می نامند. هدف از تحقیق حاضر، آشنایی با مدل SWOT در طرح ریزی برنامه ریزی و مدیریت راهبردی ورزش می باشد. به تحقیق، در دنیای پیشرفته امروز، توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی با نیروهای انسانی سالم و کارآمد پیوندی ناگسستنی دارد. در این راستا تربیت بدنی و ورزش جایگاه مؤثری در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به خود اختصاص می دهد. تجربه کشورهای موفق و پیشرفته ورزشی نمونه بارزی از این واقعیت می باشد. در یک نگاه عمیق و اجمالی، کارکردهای ورزش و تربیت بدنی در یک مدل اجتماعی پیشرفته و سیستمی شامل ورزش پایه، ورزش همگانی، ورزش بانوان، ورزش قهرمانی و ورزش حرفه ای در سه مفهوم ساده و اساسی و در عین حال یکپارچه خلاصه می شود که عبارتند از: سلامتی، دوستی و شادابی، به بیان علمی تجلی مبانی زیستی، روانی و اجتماعی که هر انسان کارآمدی به آنها نیازمند است. به عبارت دیگر، ورزش و تربیت بدنی پیشرفته به دنبال پرورش انسان هایی با این سه ویژگی برتر می باشد که نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران نیز برای تحقق اهداف و آرمانهای ارزشمند خویش به چنین انسانهایی نیازمند است. بدین منظور انجام این تحقیق از جایگاه ویژه ای در ورزش کشور برخوردار می باشد.

واژگان کلیدی: مدیریت، برنامه ریزی راهبردی، ورزش، SWOT



بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز

مهرداد محرم زاده^۱، مهدی پاشائی^۲، سهیلا توحیدی^۲

۱- استاد مدیریت ورزشی دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه محقق اردبیلی

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

E-mail: Mahdi.pashaie@yahoo.com

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی رابطه بین کیفیت خدمات با رفتار شهروندی سازمانی در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز می باشد. روش تحقیق حاضر توصیفی- تحلیلی می باشد. جامعه آماری مورد مطالعه ۶۰۰ نفر، کارکنان شاعل دانشگاه تبریز می باشند. روش نمونه برداری تحقیق به صورت تصادفی ساده و در دسترس می باشد. و حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان برای تعداد ۶۰۰ نفر ۲۳۴ نفر تعیین گردید. برای رسیدن به این حجم ۲۳۴ پرسشنامه در بین جامعه آماری توزیع گردید که از این تعداد ۲۳۴ پرسشنامه جهت تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل فرضیه ها از آزمون های و ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد که بین نوع دوستی با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد. نتایج تحقیق نشان داد که، رضایت شغلی به طور مثبتی بر نوع دوستی تأثیر دارد. بنابراین پیشنهاد می شود که کمک به همکاران و مخصوصا کارکنان جدید الوورد که تجربه کار کردن در سازمان را ندارند را با میل و رغبت بیشتری انجام دهند به طوری که این مسأله در سازمان در بین سایر کارکنان نیز رواج پیدا کند و یک نوع حس محبت و نوع دوستی در بین کارکنان سازمان شکل گیرد.

واژگان کلیدی: کیفیت ارائه خدمات، رفتار شهروندی سازمانی، وظیفه شناسی، نوع دوستی، جوانمردی



ارتباط هوش چند گانه با رفتار شهروندی سازمانی و رفتار سیاسی مدیران هیئت‌های ورزشی استان اردبیل

دکتر غلامرضا شعبانی بهار^۱، دکتر لقمان کشاورز^۲، احدپورایرانی^۳

۱-استاد تمام دانشگاه پیام نور

۲-دانشیار دانشگاه پیام نور

۳-کارشناس ارشد دانشگاه پیام نور

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی هوش چند گانه با رفتار شهروندی سازمانی و رفتار سیاسی مدیران هیئت‌های ورزشی استان اردبیل بود. از لحاظ هدف تحقیق از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی می‌باشد و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق مورد نظر میدانی بود. جامعه آماری شامل کلیه مدیران هیاتهای ورزشی استان اردبیل است که تعداد آنها برابر ۲۷۰ نفر می‌باشد. با استفاده از فرمول کوکران تعداد نمونه آماری بازیکنان برابر ۱۵۵ نفر بدست آمد. روش مورد استفاده برای نمونه گیری روش تصادفی از نوع ساده است. برای بررسی ابعاد هوش چندگانه از پرسشنامه استاندارد گاردنر (۱۹۹۹)، رفتار شهروندی سازمانی از پرسشنامه استاندارد پودساکف (۱۹۹۰) و برای بررسی رفتار سیاسی ترکیبی از پرسشنامه سارا کوک، استیومک کولی و هیلاری کولری کوت (۲۰۰۴) و محقق ساخته دکتر توسط آتش پورتدوین و مورد استفاده شده است. برای تحلیل اطلاعات از نرم افزار SPSS و برای تحلیل فرضیات از ضریب رگرسیون استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین هوش چند گانه با رفتار شهروندی سازمانی و رفتار سیاسی مدیران هیأت های ورزشی استان اردبیل ارتباط معنا دار وجود دارد. مدیران می توانند با آموزش های سازمانی و تقویت توانایی های ادراکی کارکنان، زیرکی یا هوش اجتماعی، نفوذ بین شخصی، توانایی های ارتباطی و شبکه سازی و توانایی انتقال (ابلاغ) برداشت صادقانه (صمیمانه)، آنها را تقویت کرده و در نهایت رفتار شهروندی سازمانی را بهبود بخشند.

واژگان کلیدی: هوش چند گانه، رفتار شهروندی سازمانی، رفتار سیاسی، هیئت‌های ورزشی، اردبیل



اثر تصویر ذهنی برند و تبلیغات، بر وفاداری مشتریان پوشاک های ورزشی استان تهران

سیما شایقی مغاللو

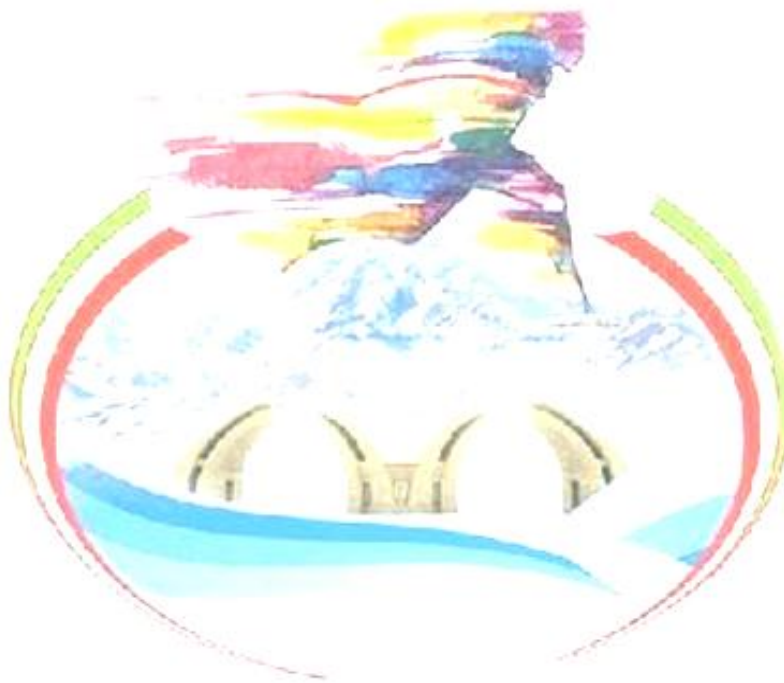
کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا تهران

E-mail: shayeghisima@yahoo.com

چکیده

هدف اصلی این تحقیق تاثیر تصویر ذهنی برند و تبلیغات بر وفاداری مشتریان پوشاک های ورزشی استان تهران در سال ۱۳۹۴ می باشد. روش تحقیق در این مطالعه توصیفی از نوع همبستگی انتخاب شد. جامعه آماری به تعداد ۳۸۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها، ۲ پرسشنامه استاندارد، شامل پرسشنامه تصویر ذهنی برند «با پایایی ۰/۸۸» و پرسشنامه وفاداری مشتریان «با پایایی ۰/۸۵» بود. روش تجزیه و تحلیل داده ها، با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی (شامل: آزمون کولموگروف- اسمیرنف، T تک نمونه و رگرسیون خطی ساده) از طریق نرم افزار SPSS20 انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد تمامی مولفه های تصویر ذهنی برند (وفاداری به برند، آگاهی از برند، تداعی برند و کیفیت ادراک شده) بر وفاداری مشتریان تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: تصویر ذهنی برند، تبلیغات، وفاداری مشتریان، پوشاک های ورزشی



تدوین استراتژی‌های توسعه ورزش همگانی در استان اردبیل

جعفر برقی مقدم

الهام شاهی

چکیده

تحقیق حاضر با هدف تدوین استراتژی‌های توسعه ورزش همگانی استان اردبیل انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران و کارشناسان بخش ورزش استان تشکیل می‌دهند. از پرسش‌نامه نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها و تهدیدها در جهت تدوین استراتژی‌های توسعه ورزش همگانی استفاده شده است. مجموع نمرات ماتریس عوامل داخلی کمتر از $2/5$ ($2/09$) می‌باشد و حاکی از غلبه ضعف‌ها بر قوت‌ها است، یعنی ورزش همگانی استان اردبیل از لحاظ عوامل درونی دارای ضعف است. مجموع نمرات ماتریس عوامل خارجی بیشتر از $2/5$ ($2/61$) می‌باشد و حاکی از غلبه فرصت‌ها بر تهدیدها است، یعنی ورزش همگانی استان اردبیل از لحاظ عوامل بیرونی دارای فرصت می‌باشد با توجه نمره‌ی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ($2/09$) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی ($2/61$) مشخص شد که ورزش همگانی استان اردبیل در ناحیه‌ی WO قرار گرفته است، لذا از استراتژی محافظه کارانه می‌توان بهره برد. مهم‌ترین راهبردهای توسعه ورزش همگانی، ارتقاء فرهنگ ورزش همگانی و تحرک در استان، توسعه کمی و کیفی دسترسی به فضا و امکانات ورزش همگانی، تشویق و ترغیب مردم به شرکت در ورزش همگانی می‌باشد.

ورزش همگانی

کلمات کلیدی: استراتژی ورزش، ورزش همگانی، استان اردبیل.



بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش در سازمان ورزش و جوانان استان اردبیل

عظیم امیدوار

کارمند، دانشگاه محقق اردبیلی
E-mail: azim_omidvar@yahoo.com

چکیده کوتاه

هدف از این پژوهش، بررسی رابطه فناوری اطلاعات و مدیریت دانش در سازمان ورزش و جوانان استان اردبیل بود. روش تحقیق پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق کلیه مدیران و کارکنان سازمان ورزش و جوانان استان اردبیل ۱۱۲ نفر بودند. به علت محدود بودن حجم جامعه کل جامعه بعنوان نمونه مورد بررسی قرار گرفتند، ابزار اندازه گیری پرسشنامه فناوری اطلاعات فتنی (۱۳۸۹)، مدیریت دانش عسگری (۱۳۸۴) دو ضریب اعتبار آنها از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب ۰.۸۱ و ۰.۸۶ به دست آمد. روشهای آمار توصیفی به منظور طبقه بندی نمره های خام و ترسیم جداول و نمودارها و از آمار استنباطی (آزمون کلموگروف - اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس یکطرفه و تحلیل رگرسیون چندگانه) به منظور بررسی فرضیه تحقیق استفاده شد. نتایج نشان می دهد که بین مؤلفه های فناوری اطلاعات و مدیریت دانش در سازمان ورزش و جوانان استان اردبیل همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد ($p < 0.05$). همچنین ضرایب رگرسیون چندگانه حاکی از آن است که مؤلفه های فناوری اطلاعات پیشبینی کننده معناداری برای مدیریت دانش هستند. به نظر می رسد تجهیز سازمان ورزش و جوانان به فناوری های روز دنیا و ایجاد امکان آشنایی و کار با این فناوریها برای کارکنان این سازمان می تواند چرخه گردش دانش در بخش های مختلف سازمان را تسهیل کند.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، مدیریت دانش، سازمان ورزش و جوانان، کارکنان.



بررسی نقش سازمانی مربی گرا در سلامت ذهنی و عملکرد تیمی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان اردبیل

مسعود ایمانزاده^۱، محمد پورپناهی^{۲*}، مریم ملایی^۳، عظیم امیدوار^۴

۱- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

۲- دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی کرج

۳- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

۴- کارمند دانشگاه محقق اردبیلی

E-mail: mpoorpanahi@gmail.com

چکیده کوتاه

هدف کلی این تحقیق بررسی نقش سازمانی مربی گرا در سلامت ذهنی و عملکرد تیمی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان اردبیل بود. روش تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی است به لحاظ هدف کار بردی بوده و به صورت میدانی انجام شده است در این تحقیق جامعه آماری کلیه ی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان اردبیل در نظر گرفته شد که تعداد آن ها ۸۵ نفر بود. به علت محدود بودن حجم جامعه کل جامعه مذکور بعنوان نمونه انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند، بنابراین حجم جامعه با حجم نمونه برابر است. برای جمع آوری داده ها از پرسش نامه میزان مربیگرایی سازمانی (موغلی و همکاران، ۱۳۹۲) و عملکرد تیمی کارکنان (محقق ساخته) و سلامت ذهنی (گلدنبرگ و هیلیر، ۱۹۷۹) استفاده شد. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش آمار توصیفی (جداول فراوانی میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه) استفاده شده است که در آن رابطه سازمانی مربیگرا در سلامت ذهنی و عملکرد تیمی کارکنان با استفاده از نرم افزار SPSS19 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که بین عملکرد تیمی کارکنان و سازمانی مربیگرا رابطه (۲۰.۳۱۴ =) معنی داری وجود دارد ($p < 0.05$). بین سازمانی مربیگرا و بعد جسمانی سلامت ذهنی رابطه (۲۰.۳۵۲ =) معنی داری وجود دارد ($p < 0.05$). بین سازمانی مربیگرا و اضطراب، اختلال در کارکرد های اجتماعی و افسردگی رابطه منفی و معنی داری وجود دارد ($p < 0.05$). همچنین ابعاد سلامت ذهنی با ضریب تبیین ۸۸ درصد توانست میزان سازمانی مربیگرا را پیش بینی نماید.

واژگان کلیدی: سازمانی مربی گرا، سلامت ذهنی، عملکرد تیمی، اداره کل ورزش و جوانان.



بررسی رابطه بین بازارگرایی رفتاری با عملکرد سازمانی باشگاه های ورزشی استان اردبیل

محمد پورپناهی^{۱*}، مسعود ایمانزاده^۲، مریم ملایی^۳، معصومه پور عسکر خیاوی^۴

۱- دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی کرج

۲- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

۳- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

۴- دبیر تربیت بدنی آموزش و پرورش ناحیه یک اردبیل

E-mail: mpoorpanahi@gmail.com

چکیده کوتاه

هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه بین بازارگرایی رفتاری با عملکرد سازمانی باشگاه های متوسط و بزرگ استان اردبیل بود. دیدگاه رفتاری، بازارگرایی را از نظر ابعاد ایجاد اطلاعات، بخش اطلاعات و پاسخگویی مورد مطالعه قرار می دهد. جامعه آماری مورد مطالعه تعداد ۹۸ باشگاه بود که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۷۵ باشگاه به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. میزان بازارگرایی رفتاری با استفاده از پاسخ های دریافتی از مدیران باشگاه های مذکور به پرسشنامه های معروف و استاندارد MARKOR (کهلی - جاورسکی) با ۲۱ گویه و پرسشنامه عملکرد سازمان با ۱۹ گویه و آزمون تی تک متغیره اندازه گیری شده است. به منظور سنجش رابطه بازارگرایی رفتاری با عملکرد سازمانی، آزمون همبستگی و رگرسیون چندگانه مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که میزان رفتاری و ابعاد آن در باشگاه های مذکور بالاتر از حد متوسط بوده و در حد مطلوبی قرار دارد. ارتباط بازارگرایی رفتاری با عملکرد سازمانی مثبت بالا ($r=0.63$) و معنی داری می باشد ($sig<0.05$). همچنین در میان ابعاد بازارگرایی رفتاری، ایجاد اطلاعات ($r=0.64$)، نشر اطلاعات ($r=0.55$) و پاسخگویی ($r=0.32$) با عملکرد سازمانی رابطه مثبت و معنی داری دارند ($sig<0.05$).

واژگان کلیدی: بازارگرایی رفتاری، عملکرد سازمانی، باشگاه های ورزشی، استان اردبیل.



بررسی انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار تبریز

رحیم نجفی

کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز

E-mail: Najafi_rahim@yahoo.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار تبریز بود. جامعه آماری شامل کلیه دانش آموزان دختر و پسر شرکت کننده در مسابقات ورزشی استانی و بین مدرسه ای در سال تحصیلی (۱۳۹۵-۱۳۹۶) می باشد. حضور در مسابقات ورزشی دانش آموزی و حداقل دو سال سابقه ورزشی در رشته خاص و یک تا دو جلسه تمرین منظم در هفته به عنوان ملاک ورزشکاری در نظر گرفته شد. به این منظور تعداد ۸۵۰ پرسشنامه بین شرکت کنندگان در مسابقات مختلف توزیع تکمیل و جمع آوری شد که داده های تعداد ۶۷۵ نفر (پرسشنامه) واجد شرایط به عنوان نمونه تحقیق مورد استفاده قرار گرفت، در این مطالعه تعداد ۳۷۵ دانش آموز پسر و ۳۰۰ دانش آموز دختر شرکت داشته اند.

پژوهش حاضر توصیفی و از نوع علی-مقایسه ای (پس رویدادی) بود. داده های این پژوهش از طریق توزیع و تکمیل پرسشنامه و انگیزه مشارکت ورزشی (PMQ) گیل و همکاران (۱۹۸۳) بین نمونه های آماری به دست آمد. اطلاعات به دست آمده ابتدا به صورت توصیفی در جداول نمودار ها عنوان شده و سپس به وسیله استفاده از نرم افزار SPSS، وبا استفاده از آزمون های آماری کولموگروف-اسمیرنف (تعیین نرمال بودن متغیر ها) و آزمون T مستقل تجزیه و تحلیل شد. نتایج تحقیق نشان داد که بین انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار دختر و پسر تفاوت و معنی دار وجود دارد به گونه ای که ورزشکاران پسر از مشارکت ورزشی بیشتری برخوردار بودند، همچنین بین انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار رشته های ورزشی انفرادی و گروهی نیز تفاوت معنی دار وجود داشت، بگونه ای که تفاوت ها به نفع ورزشکاران رشته های گروهی بود و در نهایت نتایج نشان داد که بین انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار رشته های تحصیلی هنرستان تربیت بدنی تفاوت معنی دار وجود نداشت.

واژگان کلیدی: انگیزه ورزشی، دانش آموزان ورزشکار، رشته های انفرادی، رشته های گروهی .

ارزیابی اهمیت اماکن و تاسیسات ورزشی و ارائه راهکارهایی در جهت بهبود فضاهای ورزشی

مریم مومنی^{۱*}، شیوا بیانی سیس^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اماکن و تاسیسات ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی

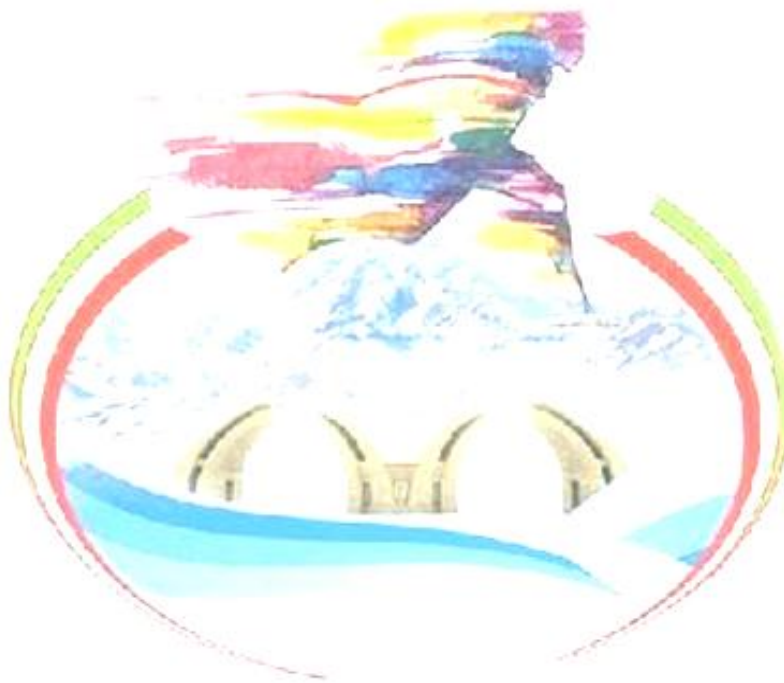
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اماکن و تاسیسات ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی

E-mail: maryammomenii95@gmail.com

چکیده

با گسترش روز افزون علوم و تغییر شیوه زندگی انسان ها از زندگی پرتحرک به سمت شیوه زندگی ماشینی و کم تحرک، توجه به تربیت بدنی و فعالیت های جسمانی برای کاهش عوارض این سبک جدید زندگی بسیار ضروری می باشد. یکی از مسائلی که همواره فعالیت های تربیت بدنی را تحت الشعاع قرار می دهد وضعیت فضاها، امکانات و تجهیزات ورزشی بوده است. به طوری که در بسیاری از اماکن ورزشی اصول و استانداردهای ایمنی و بهداشتی رعایت نشده است. در پژوهش حاضر به ارزیابی اهمیت اماکن و تاسیسات ورزشی و ارائه راهکارهایی در جهت بهبود فضاهای ورزشی پرداخته شده است. روش تحقیق حاضر به لحاظ ماهیت توصیفی بوده و با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و اسناد و مدارک علمی گردآوری شده است. نتایج حاکی از آن بود که مکان یابی درست و رعایت استانداردها و مقررات ورزشی در کارایی این اماکن موثر می باشد و حرکتی در راستای مدیریت بحران و خطر و بهبود این فضاها می باشد. لذا مدیران و متولیان ورزشی باید برای رسیدن به اهداف ایمنی برنامه ریزی هایی اصولی را مدنظر قرار دهند.

واژگان کلیدی: فعالیت ورزشی، اماکن ورزشی، استانداردهای ورزشی، راهکارها



مقدمه

امروزه در شهرها با گسترش روز افزون فناوری پرداختن به فعالیت های جسمانی کاهش و فعالیت های فکری و اشتغالات ذهنی افراد افزایش یافته است. سطح پایین فعالیت جسمی با خطر افزایش بیماری های غیر واگیردار از جمله؛ بیماری انسداد شراین قلب، دیابت نوع ۲ و انواع سرطان ها همراه است و هم چنین عامل تنش های عصبی و بیماری های روانی بسیاری است. بهترین درمان برای این مسئله ورزش است که شاید مانند گذشته نه به عنوان تفریح، بلکه در کنار مشکلات زندگی در عصر صنعت و فناوری به مثابه یک نیاز مطرح می شود. برای به فعل درآوردن نیاز بالقوه انسان به ورزش، یکی از مهم ترین اقدامات توسعه و گسترش مراکز ورزش است (زهره وندیان و همکاران، ۱۳۹۰).

با توجه به اینکه اساسی ترین هدف ورزش و تربیت بدنی توسعه ورزش همگانی به منظور سلامت روحی و سلامت جسمانی اقشار مختلف مردم است، اماکن ورزشی باید به گونه ای طراحی شوند که عموم مردم بتوانند به آن ها دسترسی داشته باشند (قنبر پور نصرتی، ۱۳۸۶). در این خصوص مطالعات هامپل و همکاران (۲۰۰۲) نشان می دهد که دسترسی و کیفیت تسهیلات تفریحی، پارک ها و فضاهای ورزشی در میزان فعالیت بدنی نقش به سزایی دارد. این محقق به این مسئله تاکید داشته که آن دسته از افرادی که فعالیت بدنی زیادی دارند در مجاورت منزلشان امکانات بیشتری نسبت به آن دسته که غیرفعال و بی تحرک بودند داشتند. هم چنین کرامپی و همکاران (۲۰۰۴) به این نتیجه رسیدند که مهم ترین مانع در پرداختن به ورزش در اوقات فراغت بی علافگی است. آن ها اعلام کردند که در دسترس بودن تسهیلات برای تشویق به شرکت در فعالیت های جسمی ضروری است.

به عبارت دیگر با صنعتی شدن جوامع در عصر حاضر انسان ها از طبیعت بکر و دست نخورده که اولین و قدیمی ترین مکان فعالیت های ورزشی است فاصله گرفته و با گسترش شهرنشینی و استفاده از ماشین و فناوری مدرن کم کم خود را بی نیاز از طبیعت دانسته و مکان های ورزشی را در داخل شهر ها و به دور از طبیعت می سازند. به دلیل محدودیت زمین در شهرها در ساخت این اماکن باید بسیار دقت نمود و در مکان یابی آن معیارهایی هم چون دسترسی، ظرفیت و پتانسیل توسعه، هم جوار با سایر کاربری های شهری و ... مورد توجه قرار گیرد. زیرا یکی از مهم ترین مشکلات شهرهای کشور، استقرار نامناسب فضاهای ورزشی در میان سایر کاربری های شهری است. به نحوی که بسیاری از افراد جامعه به علت عدم دسترسی به آن ها نمی توانند از مکان های ورزشی به صورت مطلوب استفاده کنند و حل آن ها به برنامه ریزی و مدیریت در زمینه مکان یابی و سامان دهی فضاهای ورزشی نیاز دارد (قادر، ۱۳۸۱).

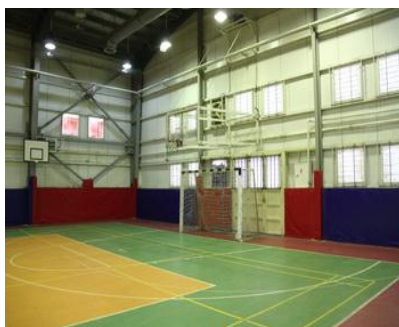
مبانی نظری

فعالیت ورزشی

فعالیت ورزشی رفتاری، چند بعدی و پیچیده است که تحت تاثیر عوامل درونی، فردی، محیطی و سیاسی قرار دارد (Glanz et al, 2008). با اینکه فعالیت ورزشی یک طیف گسترده ای از رفتارها شامل فعالیت های حرفه ای، وظایف خانگی، فعالیت های حمل و نقلی، تمرینات ورزشی و دیگر فعالیت های اوقات فراغت را شامل می شود. اطلاعات برای مشخص کردن نقش محیط در ترویج انواع مختلف فعالیت های ورزشی ناکافی هستند (Belanger et al, 2011). منطقی به نظر می رسد که محیط تاثیری متفاوت روی مشارکت در انواع مختلف فعالیت های ورزشی دارد. زیرا فعالیت های مختلف نیاز به تاسیسات و امکانات خاص و متفاوت دارند و مجاورت مغایر ممکن است امکانات کمتر یا بیش تری برای تسهیل انواع فعالیت های ورزشی فراهم کند. بنابراین برای درک محیط فیزیکی تحقیقات بیشتری نیاز است. فعالیت های ورزشی می تواند هم به صورت سازمان یافته و هم به صورت سازمان نیافته باشد (hardy et al, 2014). فعالیت های ورزشی سازمان یافته نیاز به یک مربی و ساختار دارد و مستلزم هزینه است (Bengoechea, 2010). مشارکت در فعالیت های ورزشی سازمان یافته مثبت بوده و با مهارت های اساسی حرکتی، آمادگی جسمانی، عزت نفس و ارتباط منفی با چاقی، علایم افسردگی در آینده و بیماری همراه است (Brunet et al, 2013). در حالی که فعالیت های ورزشی سازمان نیافته نیاز به مربی ندارد، اغلب بدون ساختار و بدون قاعده هستند (Haugen et al, 2014).

اماکن ورزشی

عبارت است از مکانی روباز یا سرپوشیده که دارای محدوده مشخصی بوده و برای انجام حداقل یک فعالیت ورزشی اختصاص یافته است. از این رو فضاهای ورزشی می تواند یک سالن، یک زمین ورزشی، یک استخر، ورزشگاه، مجموعه ورزشی یا یک قطعه زمینی که مورد استفاده تیم های محل باشد، اطلاق شود (رضانژاد، ۱۳۸۹). تصاویر ۱ و ۲ نمونه ای از اماکن ورزشی را نشان می دهد؛



شکل ۱- نمونه ای از فضای ورزشی روباز
شکل ۲- نمونه ای از فضای ورزشی سرپوشیده

استانداردهای اماکن ورزشی

امروزه ورزش به عنوان پدیده اجتماعی، شیوه زندگی بسیاری از مردم جهان را به طرق فیزیکی، اقتصادی، آموزشی، سیاسی و اجتماعی متأثر ساخته است (غلامی، ۱۳۸۸). بنابراین می توانیم بگوییم ورزش و فعالیت های بدنی نقش مهمی در برقراری و حفظ سلامت افراد ایفا می کند. با این حال نتایج تحقیقات زیادی نشان می دهد که فعالیت های ورزشی با وجود فواید بی شماری که دارد، افراد و ورزشکاران را دچار آسیب جسمانی فراوانی می کند که از مهم ترین عوامل این آسیب ها عدم رعایت استانداردها و اصول ایمنی و بهداشتی در اماکن ورزشی می باشد. به طور کلی استانداردهای لازم در طراحی اماکن ورزشی به شرح زیر می تواند باشد؛

- ❖ مکان یابی اماکن ورزشی بر اساس موقعیت جغرافیایی
- ❖ انتخاب مصالح ساختمانی مقاوم و با کیفیت
- ❖ تجهیز اماکن ورزشی با دستگاه های ورزشی استاندارد
- ❖ مجهز بودن فضاهای ورزشی به اتاق کمک های اولیه
- ❖ رعایت وضعیت بهداشتی اماکن ورزشی
- ❖ نصب تابلوهای خطر (در مواقع نیاز) در اماکن ورزشی
- ❖ پرهیز از بکار بردن رنگ ها و مواد متنوع در فضاهای ورزشی
- ❖ دیوارها باید جاذب صدا باشند و در برابر ضربات سنگین به ویژه در سالن های فوتبال یا ... مقاوم باشند.

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر به لحاظ هدف توصیفی بوده و با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و استاد و مدارک علمی گردآوری شده است تا کمکی برای ارائه اهمیت ورزش و اماکن ورزشی باشد و در این مقاله سعی شده است با استفاده از پشتوانه تئوریک و نظری اهمیت فضاهای ورزشی مورد کنگاش قرار گیرد.

بحث و نتیجه گیری

مدیران ورزشی و به ویژه مسئولان حفاظت و ایمنی باید از استاندارد ها در راستای ایمنی هر چه بیشتر ورزشگاه ها استفاده کنند. چرا که رعایت استانداردها و شاخص های امنیتی در مدیریت بحران و مدیریت خطر حائز اهمیت می باشد. بنابراین پیشنهادهایی در راستای بهبود اماکن ورزشی ارائه گردید که عبارت اند از:

لحاظ نمودن موقعیت و وضعیت اقلیمی در توزیع فضاهای ورزشی
برنامه ریزی و طراحی اماکن ورزشی باید به گونه ای باشد که هزینه ها و منابع مصرفی بالاترین بازده را داشته باشند.
تخصیص منابع مالی در جهت تجهیز مکان های ورزشی موجود
تبلیغات موثر و سازنده متناسب با فضاهای ورزشی
برنامه ریزان و تصمیم گیران فضاهای ورزشی در مکان یابی این فضاها باید کلیه استانداردهای فضاهای ورزشی را رعایت کنند.
متولیان فضاهای ورزشی به منظور احداث فضاهای ورزشی جدید قبل از هر گونه اقدام، ابتدا باید از وضعیت موجود این فضاها از لحاظ میزان سرانه، نحوه پراکندگی و شرایط محیطی و منطقه ای اطلاع حاصل نمایند.
اماکن ورزشی تا حد امکان در کنار کاربری های سازگار هم چون مدارس، پارک ها، محله های مسکونی، فضاهای فرهنگی- تفریحی و ... احداث گردد و از کاربری های ناسازگار هم چون کاربری های بهداشتی- درمانی، صنعتی- کارگاهی و مراکز دفع یا جمع آوری زباله دور باشند.

هم چنین متولیان فضاهای ورزشی در توزیع کاربری های ورزشی در سطح شهر عدالت را رعایت کنند.

منابع

۱. رضا نژاد، علی، ۱۳۸۹، بررسی وضعیت اماکن و تجهیزات ورزشی مدارس شهرستان گناباد و مقایسه با استانداردهای موجود، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
۲. زهره وندیان، کریم، کریم، اسدی، حسن، ابراهیمی، فرشته، صمدی، مهدی، ۱۳۹۴، تعیین و اولویت بندی معیارهای مکان گزینی استقرار اماکن ورزشی جهت تساوی در دسترسی با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، مدیریت ورزشی دوره ۷، شماره ۶.
۳. غلامی، علی نقی، ۱۳۸۸، ارزیابی وضعیت بهداشتی و ایمنی استخرهای شنا در شهر اهواز و مقایسه با برخی از استانداردهای بین المللی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید چمران.
۴. قادری، عمران، ۱۳۸۱، توسعه پایدار شهری و مکان یابی فضاهای ورزشی در شهر، سخنرانی اولین سمینار ورزش، محیط زیست و توسعه پایدار - کمیته ملی المپیک ایران.
۵. قنبر پور نصرتی، امیر، ۱۳۸۶، بررسی وضعیت اماکن ورزشی، تعیین سرانه و چگونگی استفاده از فضاهای ورزشی استان لرستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
6. Bélanger, M., Townsend, N., Foster, C., 2011. Age-related differences in physical activity profiles of English adults. Prev. Med. (Baltim) 52, 247-249.
7. Bengoechea, E.G., Sabiston, C.M., Ahmed, R., Farnoush, M., 2010. Exploring links to unorganized and organized physical activity during adolescence: the role of gender, socioeconomic status, weight status, and enjoyment of physical education. Res. Q. Exerc. Sport 81, 7-16.
8. Brunet, J., Sabiston, C.M., Chaiton, M., Barnett, T.A., O'Loughlin, E., Low, N.C.P., O'Loughlin, J.L., 2013. The association between past and current physical activity and depressive symptoms in young adults: a 10-year
9. Crombie, Iain K., Linda Irvine, Brian Williams, Alison R. Mc Ginnis, Peter W. Slane, Elizabeth M. Alder and Marion E.T. Mc Murdo (2004) Why older people do not participate in leisure time physical activity: A survey of activity levels, Beliefs and Deterrents, 33:287-292, Retrieved from the world wide web(2006):
10. Glanz, Karen. Rimer, BK. Viswanath, K., 2008. Health Behavior and Health Education: Theory, Research and Practice. 4th ed. Jossey-Bass, San Fransisco.
11. Hardy, L.L., O'Hara, B.J., Rogers, K., George, St, Bauman, A., A., 2014. Contribution of organized and nonorganized activity to children's motor skills and fitness. J. Sch. Health 84, 690-696.
12. Haugen, T., Johansen, B.T., Ommundsen, Y., 2014. The role of gender in the relationship between physical activity, appearance evaluation and psychological distress. Child Adolesc. Mental Health 19, 24-30.
13. Humpel, S., Owen, N., & Leslie, E. 2002. Environmental factors associated with adults' participation in physical activity: a review. American journal of preventive medicine, 22, pp 188-199.

بررسی رابطه بین سلامت سازمانی و اثربخشی در اداره کل ورزش و جوانان استان تهران

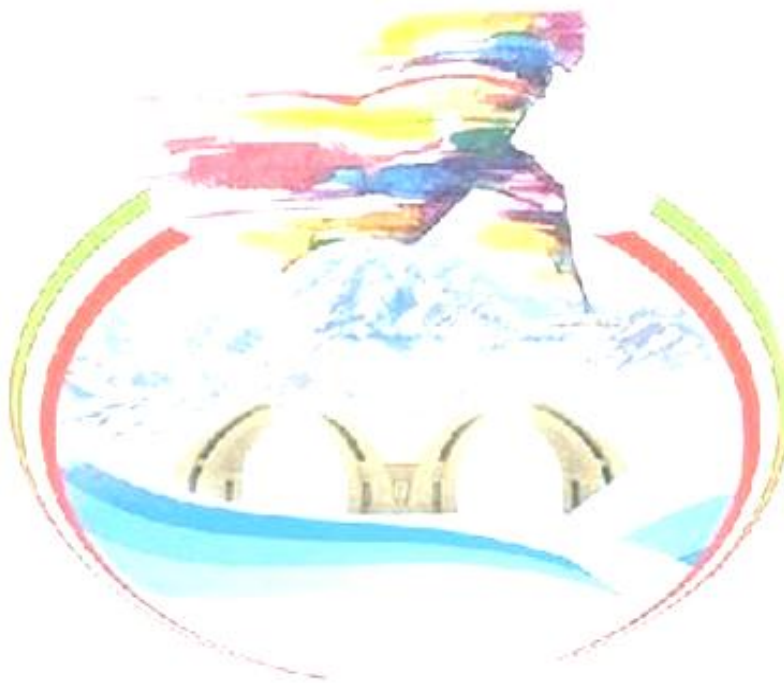
سیما شایقی مغاللو^{*۱}

۱- کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا تهران

E-mail: shayeghisima@yahoo.com

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی ارتباط بین سلامت سازمانی با اثربخشی در اداره کل ورزش و جوانان استان تهران می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه پرسنل اداره کل ورزش و جوانان استان تهران تشکیل می دهند. در این پژوهش برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه سلامت سازمانی که محقق ساخته بوده و از ۵۰ سوال تشکیل شده و دارای ۱۱ بخش می باشد و پرسشنامه اثربخشی با ۴۲ سوال در هشت بخش استفاده شد. ثبات درونی هر دو پرسشنامه در یک مطالعه راهنما و با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۴ و ۰/۹۰ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش از آزمون های آماری کالموگراف اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی در سطح معنی داری $P \leq 0.05$ استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین تمامی ابعاد سلامت سازمانی شامل ارتباط، مشارکت، تعهد، اعتبار، روحیه، اخلاقیات، عملکرد، تعیین هدف، رهبری حمایتی، کارایی و منابع با اثربخشی سازمان ارتباط مثبت و معنی داری وجود داشت و در نهایت بین سلامت سازمانی با اثربخشی رابطه مثبت و معنی داری مشاهده شد. همچنین نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که ابعاد رهبری حمایتی، عملکرد و تعیین هدف پیشبینی کننده مناسبی برای اثربخشی سازمان هستند. در کل نتایج پژوهش از این موضوع حمایت کردند که سلامت سازمانی و ابعاد آن به عنوان یک پیشبینی کننده قوی تا حد زیادی اثربخشی را تحت تأثیر خود قرار می دهند.

واژه های کلیدی: سلامت، سلامت سازمانی، اثربخشی

چکیده بلند

مقدمه

هدف اصلی تمام سازمانها ارتقا اثربخشی و کارایی است. امروزه توجه به کیفیت فعالیت ها باعث تقدم اثربخشی و کارایی گشته است. به خصوص در سازمان های ورزشی که دارای اهداف کیفی بوده و سوددهی جایگاه مهمی را اشغال نمی کند، اثر بخشی عامل مهم و رکن اساسی و در خور توجه است (1).

اثربخشی سازمانی عبارت از میزانی است که یک سازمان با استفاده از منابع خاص و بدون هدر دادن منابع خود و بدون فرسوده کردن غیرضروری اعضا و جامعه خود، اهدافش را برآورده می کند. در واقع اثربخشی سازمانی، درجه نزدیکی یک سازمان به هدف هایش را نشان می دهد (2).

هر سازمانی برای اینکه اثربخش باشد قبل از هر چیز بایستی بتواند در موارد بحرانی ضمن انطباق و سازش با محیط متغیر و مقابله با هر مشکلی بهترین منابع خود را به کار گرفته و با نیروهای تهدیدکننده خارجی به طور موفقیت آمیزی برخورد کرده و نیروی آنها را در جهت هدف اصلی سازمان هدایت کند و همواره با حفظ توانایی های بقای خود، آن را رشد و توسعه دهد و به تعبیری دیگر از سلامتی سازمانی برخوردار باشد. در پنج مدل پیشنهادی پارسونز نیز، در هر زمانی سیستم اجتماعی برای ادامه حیات خود و یا به عبارتی برای تأمین سلامتی و اثربخشی خود ضروری است که چهار مشکل اساسی یعنی انطباق، نیل به هدف، انسجام و یگانگی، و دوام (فرهنگ و ارزشها) خود را حل کند (3).

سلامت سازمان چارچوبی جهت مفهوم سازی جو عمومی سازمان است. مفهوم سلامتی مثبت توجه را به شرایطی جلب می کند که رشد و توسعه سازمان را تسهیل کرده و یا موجب پویایی سازمان می شود. سلامت سازمانی به وضعی فراتر از اثربخشی کوتاه مدت سازمان دلالت داشته و به مجموعه از خصایص سازمانی نسبتاً پردوام اشاره می کند. یک سازمان سالم به این معنا نه تنها در محیط خود پایداری می کند بلکه در دراز مدت قادر است به اندازه کافی با محیط خود سازگار شده و توانایی های لازم را برای بقای خود پیوسته ایجاد کند و گسترش دهد (4).

در این تحقیق، محقق به دنبال این است که آیا بین سلامت سازمانی و اثربخشی در اداره کل ورزش و جوانان استان تهران رابطه وجود دارد؟

روش شناسی تحقیق

با توجه به ماهیت پژوهش می توان بیان نمود که پژوهش حاضر از نوع کاربردی است و به شکل میدانی انجام شد. جامعه و نمونه آماری مورد نظر در این پژوهش، شامل کلیه پرسنل اداره کل ورزش و جوانان استان تهران از سطوح بالای مدیریتی تا پایین ترین سطح سازمان به تعداد ۷۰ نفر می باشد. نمونه آماری در این پژوهش با جامعه آماری برابر است.

ابزار اندازه گیری در این پژوهش از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. در این پژوهش برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه بسته به مقیاس لیکرت استفاده شده است. پرسشنامه اول پرسشنامه سلامت سازمانی میباشد که محقق ساخته بوده و از ۵۰ سوال تشکیل شده و دارای ۱۱ بخش می باشد که بر اساس مدل سلامت سازمانی لایدن و کلینگل طراحی گردید که پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۴ به دست آمد. پرسشنامه دوم، پرسشنامه اثربخشی (عیدی، ۱۳۹۰) بوده که دارای ۴۲ سوال در هشت بخش می باشد که پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۰ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل از آزمونهای اسمیرنوف برای آزمون نرمال بودن توزیع داده ها و آزمونهای آماری ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون برای آزمون فرضیه های پژوهش در سطح معنی داری $P \leq 0.05$ استفاده شده است.

یافته های تحقیق

نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان داد بین تمامی ابعاد سلامت سازمانی با اثربخشی سازمان ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد و این ارتباط در برخی از ابعاد سلامت سازمانی بسیار قوی و در برخی دیگر نسبتاً قوی می باشد (جدول ۱). همچنین پژوهش نشان داد بین سلامت سازمانی با اثربخشی سازمان ارتباط مثبت و مستقیم بالایی وجود دارد (جدول ۲).

جدول (۱) بررسی ارتباط بین ابعاد سلامت سازمانی با اثربخشی سازمان

ابعاد سلامت سازمانی	اثربخشی	سطح معنی داری
رهبری حمایتی	۰/۷۸	۰/۰۱*
بازشناسی عملکرد کارکنان	۰/۷۵	۰/۰۱*
بهبود اخلاقیات	۰/۷۲	۰/۰۱*
آگاهی کارمندان از مسیر هدف	۰/۶۶	۰/۰۱*

۰/۰۱*	۰/۶۶	بهبود و یا توسعه کارایی کارمندان
۰/۰۱*	۰/۶۵	ارتباط مستمر و دوطرفه در بین تمامی کارمندان
۰/۰۱*	۰/۶۴	مشارکت همه کارمندان در تصمیم گیری
۰/۰۱*	۰/۶۲	کاربرد درست منابع
۰/۰۱*	۰/۵۱	اعتبار یا شهرت
۰/۰۱*	۰/۵۱	تعهد و وفاداری کارمندان
۰/۰۱*	۰/۳۰	روحیه کارمندان

جدول (۲) بررسی ارتباط بین سلامت سازمانی با اثربخشی سازمان

سلامت سازمانی	اثربخشی	سطح معنی داری
۰/۸۶	۰/۰۱*	

همانطور که در جدول ۳، مشاهده می شود با توجه به F بدست آمده، ابعاد سلامت سازمانی قابلیت پیش بینی اثربخش سازمانی را دارا هستند.

جدول (۳) جدول تحلیل واریانس مقایسه واقعی با پیش بینی شده

اثربخشی	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	sig
Regression	۲۳/۳۶	۳	۷/۷۸	۶۵/۶۲	۰/۰۱*
Residual	۹/۱۷	۶۲	۰/۱۴		
Total	۵۳۳۲	۶۵			

همچنین با توجه به ضریب تعیین بدست آمده در جدول ۴، برای متغیرهای پیش بینی کننده اثربخشی (۷۱/۰)، نشان میدهد که ابعاد سلامت سازمانی پیش بینی کننده خوبی برای اثربخشی سازمان هستند، و ۷۱/۰ واریانسها، ناشی از متغیر مستقل یعنی ابعاد سلامت سازمانی هستند.

جدول (۴) تحلیل واریانس رگرسیون

اثربخشی	R	R square	Adjusted square
۰/۸۴	۰/۷۱	۰/۷۰	

در جدول ۵، نیز ضرایب متغیرهای مورد استفاده در پیش بینی اثربخشی آورده شده است. این نتایج نشان می دهد که ابعاد رهبری، تعیین هدف و عملکرد مهمترین ابعاد در پیش بینی اثربخشی سازمان هستند.

$$(۰/۲۱۱) + (عملکرد) ۰/۲۷۹ + (تعیین هدف) ۰/۲۱۳ + (رهبری) ۰/۳۱۸ = \text{اثربخشی}$$

جدول (۵) ضرایب متغیرهای مورد استفاده در پیش بینی

کایفوز	B	Std. error	t	sig
ضریب ثابت	۰/۲۱۱	۰/۲۵		۰/۴۰
رهبری	۰/۳۱۸	۰/۱۰	۰/۳۶	۰/۰۱*
تعیین هدف	۰/۲۱۳	۰/۰۸	۰/۲۹	۰/۰۱*
عملکرد	۰/۲۷۹	۰/۰۹	۰/۳۱	۰/۰۱*

بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش نشان داد که بین ارتباط مستمر و دوطرفه در تمامی کارمندان و اثربخشی اداره کل ورزش و جوانان استان تهران رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، این بدان معنی است که با افزایش ارتباطات مستمر و دو طرفه در بین تمامی کارکنان سازمان، اثربخشی سازمانی نیز افزایش می یابد و با کاهش این ارتباطات در سازمان، اثربخشی سازمانی نیز کاهش می یابد. تحقیقات اندکی در رابطه با نتایج فوق در داخل خارج کشور صورت گرفته است. جاهد در سال ۱۳۸۵ در تحقیقی نشان داد که اثربخشی در سازمانی موجب بالا رفتن روحیه همکاری و ایجاد ارتباطات بیشتر میشود و این یک رابطه دو طرفه است. تسلیمی و فرهی بوزنجانی در سال ۱۳۸۹ در تحقیقی به بررسی رابطه بین نقشهایی که مدیران در نظام اداری ایفا میکنند با اثربخشی سازمانی پرداختند و نتایج نشان داد بین اثربخشی سازمان و وظایف ارتباطی مدیران اداری رابطه مثبت و معنیداری وجود دارد. سوی در سال ۲۰۱۰ نشان داد که ارتباط و انسجام در بین گروه های کاری در سازمانها باعث بالا رفتن اثربخشی

می شود؛ و همچنین شیهان و گریفتس در تحقیقی در سال ۲۰۱۱ نشان دادند که ارتباطات مؤثر بر اثربخشی تأثیر مثبت دارد. بنابراین با توجه به نتایج این پژوهش و اکثر پژوهشهایی که در این زمینه صورت پذیرفته است به نظرمی رسد بهبود ارتباطات چه در بین کارمندان و چه در بین رئیس و مرئوس موجب افزایش اثربخشی سازمانها خواهد شد.

منابع

۱. میرکمالی، سیدمحمد، ملکی نیا، عماد، پائیز ۱۳۸۷، بررسی رابطه بین مشارکت کارکنان و سلامت سازمانی در دبیرستانهای پسرانه دولتی شهر تهران، سال ۸۶-۸۷، فصلنامه اندیشههای تازه در علوم تربیتی، سال سوم، شماره ۴.
۲. زاهدی، شمس السادات و دیگران، ۱۳۷۹، فرهنگ جامع مدیریت، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، چاپ دوم، ص ۲۶۹.
۳. یوسفوند، عباس، ۱۳۸۴، مدیریت منابع انسانی، اداری، اجرایی، روابط عمومی، فصلنامه علمی پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال اول، شماره سوم.
۴. الوانی، مهدی، ۱۳۷۹، مدیریت عمومی، انتشارات نی، چاپ چهاردهم، ص ۱۲۰.
۵. تسلیمی، محمدسعید، فرهی بوزنجانی، برزو، ۱۳۸۹، بررسی رابطه بین نقشهای که مدیران در نظام اداری ایفا میکنند با اثربخشی سازمانی، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۴۱ و ۴۲.
۶. جاهد، حسینعلی، ۱۳۸۵، سلامت سازمانی، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۵۹.
7. Sheehan, Michael & Griffiths, John, 2011, Understanding the context of workplace health management as it relates to workplace bullying, 2011 International Journal of Workplace Health Management, Vol. 4, No 1.
8. Sevi, Enrico, 2010, Effects of organizational citizenship behavior on group performance, Journal of Modeling in Management, Vol 5, pp 25-37.



عنوان رابطه مشارکت ورزشی با جامعه پذیری و رفتار شهروندی در کارکنان نیروی انتظامی

محسن شیرمحمدزاده*

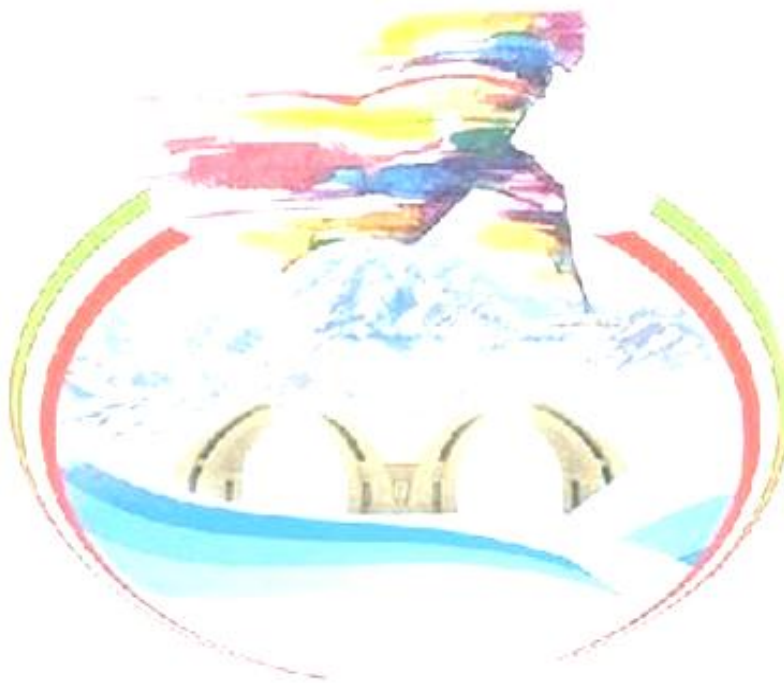
۱- استادیار دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

E-mail: m.szmzade@azaruniv.ac.ir

چکیده کوتاه

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه مشارکت ورزشی با جامعه پذیری و رفتار شهروندی در کارکنان نیروی انتظامی در سال ۱۳۹۴-۱۳۹۵ است. تحقیق از نوع توصیفی بود و به شیوه همبستگی انجام گرفته جامعه این پژوهش شامل کلیه کارکنان نیروی انتظامی شهرستان بناب است که تعداد آن ها ۱۵۰ نفر بوده که از بین آنها ۱۰۸ نفر با استفاده از فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه استفاده شده است در این تحقیق از آمار توصیفی (فراوانی و توزیع پراکندگی)، استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس، رگرسیون) استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد بین مشارکت ورزشی با جامعه پذیری رابطه معنا داری وجود دارد ($0.463/Or, P \geq 0.05$)، و در بین مولفه های مشارکت ورزشی با جامعه پذیری رابطه معنا داری وجود دارد، و همچنین نتایج نشان داد که ارتباط معنا داری بین مشارکت ورزشی با رفتار شهروندی ($0.531/Or, P \geq 0.05$) و بین مولفه های مشارکت ورزشی با رفتار شهروندی رابطه معنا داری وجود دارد. و بین جامعه پذیری و رفتار شهروندی رابطه معنا داری وجود دارد ($0.395/Or, P \geq 0.05$)، و براساس یافته های پژوهش تا حدودی ۰/۸۴۲ از روی متغیر پیش بین مشارکت ورزشی می توان رفتار شهروندی کارکنان نیروی انتظامی را پیش بینی کرد

واژگان کلیدی: مشارکت ورزشی، جامعه پذیری، رفتار شهروندی، کارکنان نیروی انتظامی



چکیده بلند

مقدمه

تغییر و تحولات جهانی مقوله های زندگی معاصر، تربیت بدنی و ورزش را از ضروریاتی ساخت که دوری از آن اجتناب ناپذیر به نظر می رسد. ورزش از فعالیت های فراغتی از نوع فعال است که نقشی تعیین کننده در حفظ سلامت جسمی و روحی انسان ها دارد. داشتن زندگی سالم مستلزم تحرک و فعالیت های ورزشی است اطلاع افراد از تأثیرات مطلوب فعالیت های بدنی بر دستگاه های مختلف بدن موجب شده است که گرایش به فعالیت های ورزشی افزایش یابد (شفیعی، ن؛ و همکاران، ۱۳۹۴)

روش تحقیق

این تحقیق با توجه به نوع مطالعه از نوع همبستگی بوده که به صورت پیمایشی اجرا شده است و روش گردآوری این پژوهش جز روش های تحقیق اسنادی، کتابخانه ای می باشد
جامعه آماری این پژوهش را کارکنان اداره نیروی انتظامی شهرستان بناب در سال ۱۳۹۵-۱۳۹۴ که $N=108$ تشکیل می دهند و برای تعیین حجم نمونه آماری به خاطر همگن بودن از فرمول کوکران استفاده شده است. وبا روش نمونه گیری تصادفی ۱۰۸ نفر انتخاب گردیده است . ابزار اندازه گیری:

1- پرسشنامه مشارکت ورزشی که توسط گیل : جهت مشارکت کارکنان نیروی انتظامی از پرسشنامه مشارکت ورزشی گیل (۱۹۸۳ PMQ) استفاده شده است این پرسشنامه یک مقیاس چند بعدی است که جهت اندازه گیری مشارکت ورزشی کارکنان نیروی انتظامی مورد استفاده قرار می گیرد که با ابعاد موفقیت، تخلیه انرژی، آمادگی،، تفریح، گروه گرایی، عوامل موفقیت، بهبود مهارت، دوستیابی مشتمل بر ۲۷ سوال است و سوال ها، سه گزینه ای شامل اصلا مهم نیست، تا اندازه ای مهم است، خیلی مهم است و روش امتیاز گذاری به ترتیب ۱، ۲، ۳ است. (شفیعی زاده، م، ۱۳۸۵) روایی و پایایی این پرسشنامه از ضریب پایایی آلفا کرونباخ استفاده شد که ضریب $\alpha = 0.804$ محاسبه گردید
2- پرسشنامه جامعه پذیری توسط تائورمینا: جهت جامعه پذیری کارکنان نیروی انتظامی از پرسشنامه جامعه پذیری (۱۹۹۷) استفاده شده است این پرسشنامه یک مقیاس چند بعدی است که جهت اندازه گیری جامعه پذیری کارکنان نیروی انتظامی مورد استفاده قرار می گیرد و مشتمل بر ۱۶ سوال است و سوال ها، چهار گزینه ای از کاملاً مخالفم، مخالفم، موافقم، کاملاً موافقم و روش امتیاز گذاری به ترتیب ۱، ۲، ۳، ۴ استفاده شده است. (آزاده، س؛ و همکاران، ۱۳۹۳) روایی و پایایی این پرسشنامه از ضریب پایایی آلفا کرونباخ استفاده شد که ضریب $\alpha = 0.773$ محاسبه گردید

۳- پرسشنامه رفتار شهروندی توسط پادساکوف جهت رفتار شهروندی کارکنان نیروی انتظامی از پرسشنامه رفتار شهروندی (۲۰۰۲) استفاده شده است این پرسشنامه یک مقیاس چند بعدی است که جهت اندازه گیری رفتار شهروندی کارکنان نیروی انتظامی مورد استفاده قرار می گیرد و مشتمل بر ۲۶ سوال است و سوال ها چهار گزینه ای از کاملاً مخالفم، مخالفم، موافقم، کاملاً موافقم و روش امتیاز گذاری به ترتیب ۱، ۲، ۳، ۴ است. (نادی، م؛ و همکاران، ۱۳۸۸) روایی و پایایی این پرسشنامه از ضریب پایایی آلفا کرونباخ استفاده شد که ضریب $\alpha = 0.828$ محاسبه گردید

نتایج

فرضیه اول : بین مشارکت ورزشی (ومولفه های آن) و جامعه پذیری در کارکنان نیروی انتظامی در شهرستان بناب رابطه معنی داری وجود دارد
فرضیه دوم : بین مشارکت ورزشی (ومولفه های آن) و رفتار شهروندی در کارکنان نیروی انتظامی در شهرستان بناب رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه سوم: بین رفتار شهروندی با جامعه پذیری در کارکنان نیروی انتظامی شهرستان بناب رابطه وجود دارد

فرضیه چهارم: مشارکت ورزشی، جامعه پذیری، سن و سابقه شغلی می توانند رفتاری شهروندی در کارکنان نیروی انتظامی شهرستان بناب را پیش بینی نماید

فرضیه پنجم: مولفه های مشارکت ورزشی می تواند رفتار شهروندی در کارکنان نیروی انتظامی شهرستان بناب را پیش بینی نماید

بحث و نتیجه گیری

در طی دهه های اخیر بالا رفتن آگاهی مردم نسبت به فواید ورزش در زندگی آنان باعث شده تا تعداد افراد شرکت کننده در ورزش هرروز بیشتر شود و مقوله ورزش همگانی را بوجود بیاورد. ورزش همگانی با انگیزه های مختلفی مانند کسب سلامتی، کنترل وزن، نشاط و لذت و نیز تعامل اجتماعی و ... از سوی افراد انجام می شود که عوامل متعددی در گرایش مردم به ورزش همگانی و استمرار شرکت در آن از سوی مردم وجود دارد. از آنجایی که نیروی انتظامی دومین نهاد اجتماعی است که وظیفه جامعه پذیری افراد جامعه را برعهده دارد و همچنین متولی تأمین امنیت اجتماعی و کاهش آسیب های اجتماعی در جامعه نیز هست. بنابراین نیروی انتظامی نیز وجه دیگری از این مثلث (خانواده، آسیب های اجتماعی و پلیس) به شمار می رود. بنابراین همکاری دو نهاد خانواده و پلیس در راستای جامعه پذیری صحیح افراد و افزایش پذیرش اجتماعی در جامعه می تواند نقش مهمی در کاهش آسیب های اجتماعی داشته باشد

تحقیق حاضر نیز تا حدودی نتایج یافته های تحقیقات قبلی را تأیید می کند چراکه با توجه به بررسی های به عمل آمده، بین میزان مشارکت کارکنان نیروی انتظامی به ورزش تفاوت معنی داری وجود دارد به نحوی که کارکنان نیروی انتظامی علاقه بیشتری به مشارکت در ورزش های رزمی دارند. که این یافته در واقع تأیید نظریه گویلد و همچنین با نظریه جامعه پذیری ورزش گریندورفرمی باشد

- یافته های این پژوهش نشان داد بین مشارکت ورزشی (ومولفه های آن) و جامعه پذیری در کارکنان نیروی انتظامی در شهرستان بناب رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد بنابراین ضریب همبستگی بین مشارکت ورزشی و جامعه پذیری $r=0/463$ است و با سطح معنادار $p=0/000$ معناداری باشد. و با تحقیقات کاندریک و همکاران (۲۰۱۳)، سدی و همکاران (۱۳۹۳)، صدیق حاتمی و همکاران (۱۳۹۰)، فولادیان و همکاران (۱۳۸۸)، نادی و همکاران (۱۳۸۸)، پاناگوتیس و همکاران (۲۰۰۷)، گیل و همکاران (۱۹۹۶) همسو دارد.

- یافته های این پژوهش نشان داد بین مشارکت ورزشی (ومولفه های آن) و رفتار شهروندی در کارکنان نیروی انتظامی در شهرستان بناب رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد بنابراین ضریب همبستگی بین مشارکت ورزشی و رفتار شهروندی $r=0/531$ است و با سطح معنادار $p=0/000$ معناداری باشد. و با نتایج تحقیقات و با تحقیقات باقریان فر و همکاران (۱۳۹۴)، صدیق حاتمی و همکاران (۱۳۹۰)، مجیدی (۱۳۸۹)، کاندریک (۲۰۱۳)، پاناگوتیس و همکاران (۲۰۰۷)، گیل و همکاران (۱۹۹۶)، مجیدی (۱۳۸۹) همسوی دارد

- یافته های پژوهش نشان داد بین رفتار شهروندی با جامعه پذیری در کارکنان نیروی انتظامی شهرستان بناب رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد بطوری که ضریب همبستگی برابر $r=0/395$ بین این دو متغیر وجود دارد و با سطح معناداری $p=0/000$ معنی داری باشد و با تحقیقات باقریان فر و همکاران (۱۳۹۴)، سدی و همکاران (۱۳۹۳)، نادی و همکاران (۱۳۸۸)، صدیق حاتمی و همکاران (۱۳۹۰)، فولادیان و همکاران (۱۳۸۸) همسوی دارد

- یافته های این پژوهش به پیش بینی مشارکت ورزشی، جامعه پذیری، سن و سابقه شغلی با رفتاری شهروندی در کارکنان نیروی انتظامی شهرستان بناب پرداخته است و با استفاده از رگرسیون چند گانه $0/415$ درصد از رفتار شهروندی توسط متغیر های پیش بین تبیین می شود. و میزان همبستگی آن $0/644$ بدست آمده است در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با $0/415$ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با $0/390$ بدست آمده است. مقدار F بدست آمده معنی دار است این مطلب بیانگر این است که حداقل یکی از متغیر های پیش بین (سن، سابقه شغلی، مشارکت ورزشی، جامعه پذیری) در پیش بینی متغیر ملاک (رفتار شهروندی) معنی دار است. بنابراین لازم است تک تک متغیر ها مورد بررسی قرار گیر تا سهم آن ها در پیش بینی رفتار شهروندی مشخص شود و همچنین با توجه به ضرایب β معلوم می شود متغیر پیش بین، متغیر مشارکت ورزشی (۰/۳۵۱)، جامعه پذیری (۰/۴۰۲) به شکل معنا داری رفتار شهروندی را تبیین می کنند. و با نتایج تحقیقات مارکوئیس و همکاران (۲۰۱۵)، باقریان فر و همکاران (۱۳۹۴)، سدی و همکاران (۱۳۹۳)، صدیق حاتمی و همکاران (۱۳۹۰)، فولادیان و همکاران (۱۳۸۸) همسوی دارد و با تحقیقات پرنیس (۲۰۱۲) و پاناگوتیس و همکاران (۲۰۰۷) گیل و همکاران (۲۰۰۷) ناهمسوی دارد

یافته های این پژوهش به پیش بینی مولفه های مشارکت ورزشی رفتاری شهروندی در کارکنان نیروی انتظامی شهرستان بناب پرداخته شده است بنابراین با استفاده از رگرسیون چند گانه $0/842$ درصد از رفتار شهروندی توسط متغیر های پیش بین تبیین می شود. و میزان همبستگی آن $0/918$ بدست آمده است در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با $0/842$ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با $0/758$ بدست آمده است. مقدار F بدست آمده معنی دار است این مطلب بیانگر این است که حداقل یکی از متغیر های پیش بین (موفقیت، تخلیه انرژی، آمادگی، تفریح، گروه گرایی، عوامل موفقیت، بهبود مهارت، دوست یابی) در پیش بینی متغیر ملاک (رفتار شهروندی) معنی دار است. بنابراین لازم است تک تک متغیر ها مورد بررسی قرار گیرد تا سهم آن ها در پیش بینی رفتار شهروندی مشخص شود و همچنین با توجه به ضرایب β معلوم می شود متغیر پیش بین، متغیر تفریح ($0/541$)، دوست یابی ($-0/456$) به شکل معنا داری رفتار شهروندی را تبیین می کنند. مارکویس و همکاران (2015)، کاندریک و همکاران (2013)، باقریان فروهمکاران (1394)، مجیدی (1389)، فولادیان و همکاران (1388) گیل و همکاران (2007) همسوی دارد.

منابع

- ۱-آزاده، س؛ و همکاران (1393). تأثیر فرسودگی شغلی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با تأکید بر مدل فن جیو و جینک تسای: پژوهشی در اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان: فصلنامه دیدگاه
- ۲-ایرجی نقندر، ر؛ و همکاران (1392). ارتباط درک حمایت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان مازندران. مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۱. بهمن و اسفند. صص. ۹۶-۸۱
- ۳-باقری، ا. (1381). ضرورت های تدوین شناسنامه ورزش در نیروهای انتظامی و ویژگی های آن (تربیت بدنی نظامی). فصلنامه ی مصباح. سال یازدهم. شماره ی ۴۴. سایت مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی

4-Gerineski, s , and L. Brown (1992). Competition in physical education: An educational contraction. Journal of Physical Education Recreation and dance 639(1):19-17

5-Gill, D.L.; and D.A. Dzewaltowski (1996). "Competitive orientations among intercollegiate athletes: Is winning the only thing?" The Sport Psychologist, 2, 212-221

6-Kondric, M., Sindik, J., Furjan-Mandic, G., & Schiefler, B. (2013). Participation motivation and student's physical activity among sport students in three countries. Journal of sports science & medicine, 12(1), 10



بررسی انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار تبریز

رحیم نجفی

کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز

Najafi_rahim@yahoo.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار تبریز بود. جامعه آماری شامل کلیه دانش آموزان دختر و پسر شرکت کننده در مسابقات ورزشی استانی و بین مدرسه ای در سال تحصیلی (۱۳۹۵-۱۳۹۶) می باشد. حضور در مسابقات ورزشی دانش آموزی و حداقل دو سال سابقه ورزشی در رشته خاص و یک تا دو جلسه تمرین منظم در هفته به عنوان ملاک ورزشکاری در نظر گرفته شد. به این منظور تعداد ۸۵۰ پرسشنامه بین شرکت کنندگان در مسابقات مختلف توزیع تکمیل و جمع آوری شد که داده های تعداد ۶۷۵ نفر (پرسشنامه) واجد شرایط به عنوان نمونه تحقیق مورد استفاده قرار گرفت، در این مطالعه تعداد ۳۷۵ دانش آموز پسر و ۳۰۰ دانش آموز دختر شرکت داشته اند.

پژوهش حاضر توصیفی و از نوع علی-مقایسه ای (پس رویدادی) بود. داده های این پژوهش از طریق توزیع و تکمیل پرسشنامه و انگیزه مشارکت ورزشی (PMQ) گیل و همکاران (۱۹۸۳) بین نمونه های آماری به دست آمد. اطلاعات به دست آمده ابتدا به صورت توصیفی در جداول نمودار ها عنوان شده و سپس به وسیله استفاده از نرم افزار SPSS، وبا استفاده از آزمون های آماری کولموگروف-اسمیرنف (تعیین نرمال بودن متغیر ها) و آزمون T مستقل تجزیه و تحلیل شد. نتایج تحقیق نشان داد که بین انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار دختر و پسر تفاوت و معنی دار وجود دارد به گونه ای که ورزشکاران پسر از مشارکت ورزشی بیشتری برخوردار بودند، همچنین بین انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار رشته های ورزشی انفرادی و گروهی نیز تفاوت معنی دار وجود داشت، بگونه ای که تفاوت ها به نفع ورزشکاران رشته های گروهی بود و در نهایت نتایج نشان داد که بین انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار رشته های تحصیلی هنرستان تربیت بدنی تفاوت معنی دار وجود نداشت.

واژگان کلیدی: انگیزه ورزشی، دانش آموزان ورزشکار، رشته های انفرادی، رشته های گروهی



چکیده بلند

مقدمه

در بسیاری از نظریه های یادگیری از انگیزش به عنوان مهمترین عامل یادگیری یاد شده است. انگیزش را می توان به طور ساده به عنوان جهت و شدت تلاش فرد تعریف کرد. این انگیزش در تمامی فعالیت های انسانی به چشم می خورد ولی میزان و نوع آن بسته به شرایط و افراد متفاوت است. لذا آگاهی از اینکه چرا برخی افراد از انگیزش بالایی برای دستیابی به اهداف خود برخوردارند و برخی دیگر فاقد این انگیزشند از اهمیت خاصی برخوردار است. روانشناسان ورزشی گونه های متعددی از انگیزش را با مفاهیم خاصی مورد توجه قرار می دهند از جمله انگیزه پیشرفت، انگیزه رقابت، انگیزه درونی، انگیزه بیرونی و... موضوع پژوهش حاضر بررسی یکی از مباحث انگیزش با عنوان انگیزه مشارکت ورزشی است. این نوع خاص از انگیزش مربوط به بحث تفاوت های فردی برای شرکت در فعالیت های ورزشی می باشد. زیرا بسته به تفاوت های فردی و رشته های مختلف ورزشی، نوع انگیزش افراد در دستیابی به اهداف (اهداف ورزشی) از اهمیت خاصی برخوردار است. شناخت عواملی همچون تفاوت های رشته های ورزشی، سنی، جنسی و فرهنگی به برنامه ریزی موثر جهت رفع نیاز های آنان کمک خواهد کرد.

روش شناسی

جامعه آماری شامل کلیه دانش آموزان دختر و پسر شرکت کننده در مسابقات ورزشی استانی و بین مدرسه ای در سال تحصیلی (۱۳۹۵-۱۳۹۶) می باشد. داده های تعداد ۶۷۵ نفر (پرسشنامه) واجد شرایط به عنوان نمونه تحقیق مورد استفاده قرار گرفت، در این مطالعه تعداد ۳۷۵ دانش آموز پسر و ۳۰۰ دانش آموز دختر شرکت داشته اند. پژوهش حاضر توصیفی و از نوع علی-مقایسه ای (پس رویدادی) بود. داده های این پژوهش از طریق توزیع و تکمیل پرسشنامه و انگیزه مشارکت ورزشی (PMQ) گیل و همکاران (۱۹۸۳)، بین نمونه های آماری به دست آمد. اطلاعات به دست آمده ابتدا به صورت توصیفی در جداول نمودار ها عنوان شده و سپس با استفاده از نرم افزار SPSS، وبا استفاده از آزمون های آماری کولموگروف-اسمیرنوف (تعیین نرمال بودن متغیر ها) و آزمون T مستقل تجزیه و تحلیل شد.

یافته ها

جدول ۱. یافته های توصیفی در پرسشنامه های انگیزه مشارکت ورزشی (PMQ)

شاخص آماری	دختر	پسر
متغیر	میانگین	میانگین
موفقیت	۴/۱۰	۴/۸۵
جو گروهی	۴/۶۰	۴/۵۲
آمادگی	۴/۲۳	۴/۲۵
رهایی انرژی	۳/۱۲	۴/۶۵
عوامل موقعیتی	۳/۵۲	۳/۸۵
بهبود و توسعه مهارت	۴/۰۸	۴/۴۲
دوست یابی	۴/۰۲	۴/۲۲
تفریح و سرگرمی	۴/۶۳	۴/۲۰

باتوجه به برتری مؤلفه های متفاوت در هر دو جنس، مجموع نتایج حاکی از میانگین بالاتر نمرات انگیزه مشارکت ورزش در دانش آموزان و ورزشکاران پسر است.

جدول ۲: آزمون T در تفاوت انگیزش دانش آموزان ورزشکار دختر و پسر

متغیر	میانگین	T مشاهده شده	P-VALUE
پسر	۲/۳۱	۰/۹۸۶	۰/۰۸۵
دختر	۲/۲۲		

تفاوت ها بین انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزش کار دختر و پسر معنی دار است به گونه ای که دانش آموزان ورزشکار پسر از انگیزه مشارکت ورزشی بیشتری برخوردار اند.

جدول ۳: آزمون T در بررسی تفاوت انگیزش رشته های ورزشی انفرادی و گروهی

متغیر	میانگین	T مشاهده شده	P-VALUE
انفرادی	۴/۱۲	۰/۵۵۰	۰/۰۱۵
گروهی	۴/۵۸		

تفاوت ها بین انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزشکار رشته های ورزشی انفرادی و گروهی معنی دار است به گونه ای که دانش آموزان ورزشکار رشته های ورزشی گروهی از انگیزه مشارکت ورزشی بیشتری برخوردارند

جدول ۴: آزمون T در تفاوت انگیزش رشته های تحصیلی تربیت بدنی و غیر تربیت بدنی

متغیر	میانگین	T مشاهده شده	P-VALUE
تربیت بدنی	۳/۰۵	۰/۶۵۲	۰/۰۱۲
غیر تربیت بدنی	۳/۰۲		

تفاوت ها بین انگیزه مشارکت ورزشی دانش آموزان ورزش کار رشته تحصیلی تربیت بدنی و غیر تربیت بدنی معنی دار نیست.

بحث و نتیجه گیری

نتایج این تحقیق می تواند بکارگیری روش های مطلوب تر در جهت شناسایی نیاز های انگیزشی دانش آموزان و ورزشکاران کمک نماید و از این نتایج می توان در سازماندهی و طرح فعالیت های ورزشی دانش آموزان و ورزشکاران سود برد. علاوه بر این نتایج این تحقیق می تواند با اطلاع رسانی سود مند به مربیان ورزشی زمینه مساعدی را برای افزایش انگیزش ورزشکاران و دانش آموزان فراهم سازد. با توجه به نتایج ارایه شده به نظر می رسد از آنجا که ورزشکاران (رشته های انفرادی و گروهی) در سوگیری ورزشی و انگیزه های مشارکت ورزشی تفاوت دارند ضروری است که مربیان این شرایط و ویژگی های انگیزشی و نیاز های رفتاری ورزشکاران را شناسایی کنند و با در نظر گرفتن این شرایط نیاز های روانی انگیزشی و رفتاری ورزشکاران را به شیوه موثرتری برآورده سازند. لذا به نظر می رسد به منظور شناسایی انگیزه های اصلی گروه های مختلف سنی جنسی مهارتی، بایستی پژوهش های متعددی انجام پذیرد تا زمینه های برنامه ریزی مطلوب و جهت دهی افراد به فعالیت های بدنی و ورزشی و توسعه ورزش همگانی و قهرمانی فراهم آید.

منابع

۱. شفیع زاده محسن، ۱۳۸۵، رساله تعیین اعتبار و پایایی پرسش نامه انگیزه مشارکت ورزشی، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
۲. گیل دایان، ۱۳۸۳، پویایی های روان شناختی در ورزش، ترجمه خواجهی ندنور علی، انتشارات کوثر.
۳. بومپا تیودور، ۱۳۸۱، اصول روش شناسی تمرین از کودکی تا قهرمانی، ترجمه خسرو ابراهیم هاجر دشتی.
۴. اچ انشل مارک، ۱۳۸۰، روانشناسی ورزش از تئوری تا عمل، ترجمه علی اصغر مسدد، انتشارات اطلاعات.
۵. سیاح منصور، ۱۳۸۰، آمادگی روانی برای ورزشکاران حرفه ای، انتشارات اطلاعات.
6. chin-ming change (1997) A study on the motivation of middle school students in participation in track and field competitions Chinese electronically service. 1997. 375-386.
7. duda, J.L (1993) motivation In sport settings .goal perspective approach .in . Roberts ، motivation in sport and exercise(pp57-91)human kinetics.
8. elianni et al (2006) participation motive in leisure center physical activities. The online journal of sport psychology.

9. Escarti Eduardo. (2007) Relationship between the subjective perceptions of the achievement goal orientation. university of Valencia Spain.

10. Gareth W. Jones, Ken S. MacKay. [2006] participation motivation in martial artists in the west midlands region of England. Journal of sports Science and medicine.

دومین همایش ملی پژوهش تازه های در ورزشی علوم



رابطه بین مدیریت دانش و مهارت های مدیریت با کارآیی سازمانی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی

نام و نام خانوادگی محسن شیرمحمدزاده*

۱- استادیار دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

E-mail: m.smzade@azaruniv.ac.ir

چکیده

هدف تحقیق حاضر مطالعه ارتباط بین مدیریت دانش و مهارت های مدیریت با کارآیی سازمانی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی بود. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق توصیفی-همبستگی می باشد و جامعه آماری آن کلیه کارکنان اداره ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی بود (N= ۱۵۹). حجم نمونه ۱۳۹ نفر به شکل سرشماری و به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری داده ها پرسشنامه مدیریت دانش (پاتریک، ۲۰۰۹) و پرسشنامه مهارت های مدیریت اژدری (۱۳۸۵) و پرسشنامه کارآیی شرر (۱۹۸۲) بود. روایی پرسشنامه ها از طریق اساتید و متخصصین در حوزه مدیریت ورزشی تایید شد. پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه مدیریت دانش (پاتریک، ۲۰۰۹) $\alpha = 0/93$ و پرسشنامه مهارت های مدیریت اژدری (۱۳۸۵) $\alpha = 0/91$ و پرسشنامه کارآیی شرر (۱۹۸۲) $\alpha = 0/88$ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده ها، از بسته نرم افزاری SPSS ۱۶ به منظور انجام آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش آمار استنباطی، برای بررسی طبیعی بودن توزیع داده ها از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. که پس از محرز شدن غیر طبیعی بودن داده های تحقیق، از روش آماری ناپارامتریک آزمون همبستگی اسپیرمن برای تعیین ارتباط بین مدیریت دانش و مهارت های مدیریت با کارآیی سازمانی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی استفاده شد. نتایج نشان داد در خصوص ارتباط بین ابعاد مدیریت دانش با کارآیی سازمانی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی رابطه معناداری وجود دارد. $(Sig < 0/05)$ و بین ابعاد مهارت های مدیریت با کارآیی سازمانی در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی رابطه معناداری وجود دارد. $(Sig < 0/05)$.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، مهارت های مدیریت، کارآیی سازمانی، کارکنان ادارات ورزش و جوانان



بررسی رابطه تعهد حرفه‌ای با میزان خلاقیت دبیران تربیت بدنی مدارس متوسطه شهرستان تبریز

محمد رحیم نجف زاده^{۱*}، سمیرا دهقان^۲

۱- استاد یار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت تربیت بدنی

E-mail: najafzadeh@iaut.ac.ir

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه‌ی بین تعهد حرفه‌ای با میزان خلاقیت دبیران تربیت بدنی مدارس متوسطه‌ی شهرستان تبریز می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه‌ی آماری تحقیق، کلیه‌ی دبیران تربیت بدنی مدارس دولتی و غیرانتفاعی متوسطه‌ی دوره‌ی اول و دوم شهرستان تبریز است. حجم جامعه‌ی آماری بر اساس اطلاعات آماری اداره‌ی کل آموزش و پرورش استان آذربایجان شرقی ۲۴۱ نفر برآورد شد. حجم نمونه‌ی آماری پژوهش براساس فرمول کوکران ۱۴۹ نفر برآورد شد، که پرسشنامه‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در اختیار آن‌ها قرار گرفت. ابزار گردآوری داده‌ها در تحقیق حاضر، از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و نیز پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه‌ی مورد استفاده شامل ۳ بخش بود. بخش اول، اطلاعات جمعیت‌شناختی؛ بخش دوم، پرسشنامه‌ی استاندارد تعهد حرفه‌ای آلن، می‌یر و اسمیت (۱۹۹۳)، شامل ۲۱ گویه و در قالب ۳ خرده مقیاس و بخش سوم، پرسشنامه‌ی استاندارد سنجش خلاقیت تورنس (۱۹۷۹) (شامل ۶۰ سؤال در قالب ۴ مؤلفه؛ بود. پس از جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسش‌نامه، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها و از آزمون همبستگی پیرسون و اسپیرمن به منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش استفاده شد. هم‌چنین نتایج حاصله در قالب جداول تحلیلی و نمودار گزارش شد. نتایج حاصل از آمار استنباطی نشان داد، بین تعهد حرفه‌ای با میزان خلاقیت دبیران تربیت‌بدنی مدارس متوسطه‌ی شهرستان تبریز همبستگی معنی‌داری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: تعهد حرفه‌ای، خلاقیت، دبیران، تربیت بدنی



ارتباط مصرف رسانه‌ای با سبک‌های تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی (مطالعه موردی شهر ارومیه)

سید محمد کاشف^۱، عبداله سیدی سیلابی^{۲*}

۱-استاد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

۲-دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

E-mail: aseyyedi1371@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی ارتباط مصرف رسانه‌ای با سبک‌های تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی شهر ارومیه بود. پژوهش حاضر توصیفی - همبستگی بوده و به شیوه میدانی انجام گرفت. جامعه آماری شامل کلیه مصرف‌کنندگان زن و مرد کالاهای ورزشی بالای ۱۸ سال شهر ارومیه و حجم نمونه بر اساس فرمول برآورد حجم نمونه ۳۸۵ انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های پژوهش از پرسشنامه مصرف رسانه‌ای (شجیع ۱۳۹۴) با پایایی ۰/۸۷ و پرسشنامه استاندارد سبک‌های تصمیم‌گیری اسپرولز و کندال (۱۹۸۶) با پایایی ۰/۸۳ استفاده شد. داده‌های تحقیق پس از جمع‌آوری بر اساس فرضیه‌های پژوهش و با استفاده از آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه و نرم‌افزار spss20 در سطح معنی‌داری $\alpha = 0.05$ تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان داد که بین مصرف رسانه‌ای و سبک‌های تصمیم‌گیری کیفیت گرا، برند گرا، مدگرا، لذت‌گرا، کم‌دقت، سردرگم و وفادار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ اما مصرف رسانه‌ای با سبک تصمیم‌گیری قیمت گرا دارای رابطه معکوس می‌باشد. نتایج تحلیل رگرسیونی چندگانه نشان داد که در جامعه آماری پژوهش حاضر، بر پایه مدل اول سبک تصمیم‌گیری مدگرا، بر پایه مدل دوم سبک‌های تصمیم‌گیری مدگرا و برند گرا، و بر پایه مدل سوم سبک‌های تصمیم‌گیری مدگرا، برند گرا و سردرگم به‌طور معنی‌داری توانایی پیش‌بینی مصرف رسانه‌ای شهر ارومیه را دارند.

واژگان کلیدی: مصرف رسانه‌ای، سبک تصمیم‌گیری، مصرف‌کننده، کالای ورزشی



عوامل موثر بر توسعه ورزش همگانی بانوان شهر اردبیل

لیدا فرض اله زاده

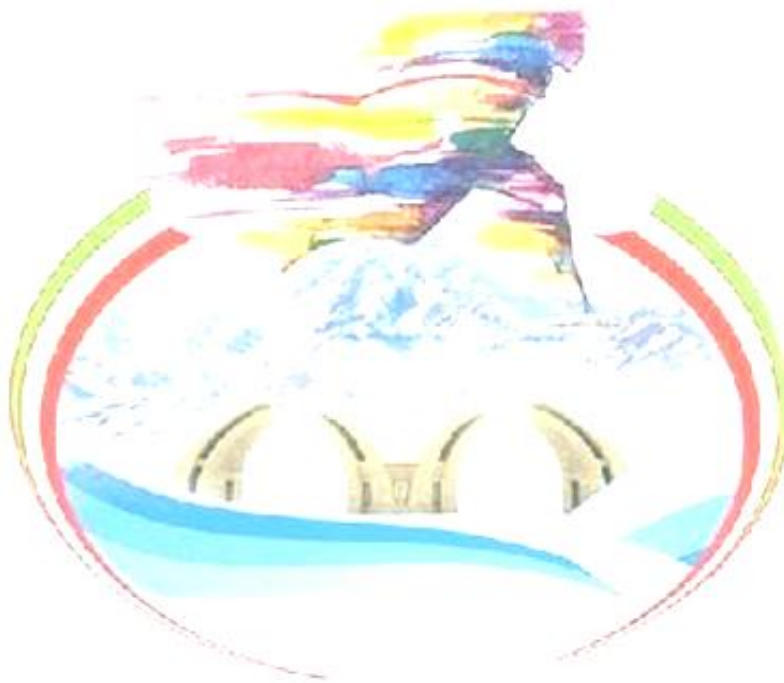
دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی عوامل موثر بر توسعه ورزش همگانی بانوان شهر اردبیل بود. روش تحقیق توصیفی که از نوع همبستگی بود. جامعه آماری این تحقیق بانوان شرکت کننده در ورزش همگانی به تعداد نامحدود و نمونه گیری به صورت تصادفی به تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شدند ابزار اندازه گیری از پرسشنامه ۳۷ گویه ای محقق ساخته عوامل موثر بر توسعه ورزش همگانی که شامل مولفه های ۱. شایستگی مدیریت ۲. مدیریت برنامه ریزی ۳. مسائل علمی و آموزشی ۴. روابط عمومی و رسانه ۵. برگزاری رویدادهای ورزشی می باشد که روایی، محتوایی و صوری پرسشنامه به تائید اساتید مدیریت ورزشی رسیده و پایایی آن به وسیله آلفای کرونباخ ۰.۸۹ بدست آمد. نتایج نشان داد که عوامل های شایستگی مدیریت، مدیریت برنامه ریزی، مسائل علمی و آموزشی، روابط عمومی و رسانه، برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه ورزش همگانی بانوان تاثیر مثبت و معناداری دارند و بنابراین می توان نتیجه گرفت که برای توسعه ورزش همگانی بانوان باید مدیریت و برنامه ریزی و مزایای گرایش بانوان به ورزش همگانی را برای عموم مردم اطلاع رسانی کرد.

کلمات کلیدی: عوامل توسعه، ورزش همگانی، اردبیل.

ورزشی



چکیده بلند

مقدمه

تربیت بدنی یک پدیده انسانی است و ابزاری موثر برای پرورش جسم و ارتقاء فرهنگ، تربیت و اخلاق است و می تواند زمینه ساز هویت ملی ما باشد (زمانی و همکاران، ۱۳۹۱). به تعبیر بسیاری از صاحب نظران، یکی از مشکلات عمده جوامع بشری در قرن کنونی کمبود تحرک است (شاه طهماسب و شمس الهی، ۱۳۹۰). استفاده از وسایل نقلیه ماشینی، پیشرفت در فناوری ساخت وسایل خانگی، فراگیر شدن رایانه و امور مربوط به آن و بسیاری موارد مشابه دیگر سبب شده است که در مجموع زمان بیشتری به صورت نشسته و غیرفعال صرف گردد (منظمی و همکاران، ۱۳۹۰). از آنجائی که پرداختن اصولی به تربیت بدنی و ورزش از نیازهای لازم و ضروری زندگی انسان ها است و انجام ندادن آن در هر قشر و سنی با عوارض جانبی چون چاقی، ضعف عضلات، بیماری های دستگاه گردش خون، تنفس و اختلالات روانی همراه است، بنابراین می توان گفت تربیت بدنی جزء جدا نشدنی انسان هاست (احمدی، ۱۳۸۰ به نقل از مقدس شرق ۱۳۹۱). توجه به تربیت بدنی و ورزش یکی از عوامل موثر در رشد و شکوفایی استعدادها و قابلیت های انسانی می باشد. نقش بارز این عامل تربیتی از دو جنبه قابل بررسی است. جنبه رشد ابعاد قوای جسمانی که به عنوان ابعاد اصلی و انسانی به شمار می رود. جنبه سالم سازی و بهداشتی از دیگر نقش های ارزنده این رشته در جامعه می باشد که با جهت گیری صحیح، عموم افراد جامعه را در سنین مختلف و خصوصا سنین بالا از نیرومندی و سلامتی و شادابی برخوردار می نماید (شاه طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۰). لذا در این پژوهش محقق به دنبال پاسخ به این سوال است که عوامل موثر بر توسعه ورزش همگانی بانوان شهر اردبیل کدام هستند؟

روش شناسی

روش تحقیق حاضر، توصیفی- تحلیلی و از لحاظ هدف کاربردی می باشد که جمع آوری اطلاعات و داده ها به شکل میدانی انجام شده است. با توجه به نبودن منبع مورد نیاز برای تعیین جامعه آماری لذا جامعه آماری به تعداد نامحدود تعیین و نمونه گیری به صورت تصادفی به تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شدند برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته عوامل توسعه ورزش همگانی استفاده شد. پرسشنامه عوامل توسعه ورزش همگانی بانوان شامل ۳۹ سوال، که شامل مولفه های شایستگی مدیریت، مدیریت و برنامه ریزی، مسائل علمی و آموزشی، روابط عمومی و رسانه برگزاری رویداد ورزشی، که پایایی آن وسیله آلفای کرونباخ ۰.۹۲ بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از روش آمار توصیفی (جداول فراوانی، درصدها، میانگین و انحراف استاندارد) و در بخش استنباطی (آزمون کلموگراف- اسمیرنف و آزمون دوجمله ای) استفاده شد.

یافته ها

براساس یافته ها مشاهده شد که زیر ۳۰ سال با فراوانی ۵۹ و ۴۵.۴ درصد بیشترین و بین ۳۰ الی ۴۰ سال با فراوانی ۲۹ و ۲۲.۳ درصد کمترین سن پاسخگویان می باشد.

جدول ۲. آزمون دوجمله ای مربوط به مولفه های عوامل موثر بر توسعه ورزش همگانی

تعداد	احتمال مشاهده	احتمال مشاهده	سطح معنی داری (Sig)
۰	۰.۰۰۰	۰.۵۰	۰.۰۰۰
۱۳۰	۱.۰۰		
۱۳۰	۱.۰۰		
تعداد	احتمال مشاهده	احتمال مشاهده	سطح معنی داری (Sig)
۰	۰.۰۰۰		

مدیریت و برنامه ریزی	گروه دوم	>3	۱۳۰	۱۰۰	۰.۵۰	۰.۰۰۰
	مجموع		۱۳۰	۱۰۰		
مسائل علمی و آموزشی						
گروه اول	گروه اول	≤ 3	۰	۰.۰۰۰	۰.۵۰	۰.۰۰۰
	گروه دوم	>3	۱۳۰	۱۰۰		
	مجموع		۱۳۰	۱۰۰		
روابط عمومی و رسانه						
گروه اول	گروه اول	≤ 3	۰	۰.۰۰۰	۰.۵۰	۰.۰۰۰
	گروه دوم	>3	۱۳۰	۱۰۰		
	مجموع		۱۳۰	۱۰۰		
برگزاری رویداد ورزشی						
گروه اول	گروه اول	≤ 3	۰	۰.۰۰۰	۰.۵۰	۰.۰۰۰
	گروه دوم	>3	۱۳۰	۱۰۰		
	مجموع		۱۳۰	۱۰۰		

براساس جدول بالا مشاهده می شود که عامل شایستگی مدیریت، مدیریت و برنامه ریزی، مسائل علمی و آموزشی، روابط عمومی و رسانه و برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه ورزش همگانی بانوان شه اردبیل تاثیر معناداری دارد.

بحث و نتیجه گیری

در بحث شایستگی مدیریت می توان گفت که مسئولان ورزش همگانی بانوان به موارد های جلوگیری از تغییرات مداوم مدیران هیئت همگانی، عدم وجود اختلاف و تعارض در بین مسئولان ورزش همگانی و ورزش شهر اردبیل، و...توجه کنند که در نتیجه این عوامل می توان شاهد توسعه ورزش همگانی در بخش های مختلف و سنین مختلف بانوان شد. در بحث مدیریت و برنامه ریزی می توان گفت که عامل مدیریت و برنامه ریزی یکی از عوامل موثر در توسعه همگانی بانوان شهر اردبیل است لذا برای کسب موفقیت در توسعه ورزش همگانی تغییرات اساسی در زمینه مدیریت و تعیین برنامه ریزی های مناسب جهت گسترش و توسعه ورزش همگانی در شهر اردبیل اجتناب ناپذیر می باشد. در بحث مسائل علمی و آموزشی می توان گفت که با توجه به روند رو به رشد علم و شکل گیری شیوه های توسعه ورزش همگانی، مربیان و مدیران ورزش همگانی در شهر اردبیل نیز باید به صورت مستمر خود را به این علوم مجهز سازند برگزاری کلاس های بازآموزی علمی و تکنیکی و استفاده از کارشناسان و آموزش های ضمن خدمت برای مدیران می تواند به این مهم کمک کند. در بحث روابط عمومی و رسانه می توان گفت که با توجه به اهمیت رسانه در مهم جلوه دادن یک ورزش و رویدادهای آن، مسئولان صدا و سیما نیز باید عدالت توزیعی را در پخش برنامه های ورزشی همگانی بین مردان و بانوان رعایت کنند. در بحث برگزاری رویدادهای ورزشی می توان گفت که مسئولان و مدیران ورزش همگانی بانوان شهر اردبیل با برگزاری منظم ملی و بین المللی رویدادهای ورزشی در شهر اردبیل، حضور منظم تیم های مختلف رده سنی شهر در میادین ملی و بین المللی، دعوت از تیم های سایر کشور در شهر می توان شاهد توسعه این رشته ورزشی بود.

منابع

- ۱- زمانی، تورج. عیدی، حسین. عسگری، بهمن. (۱۳۹۱). بررسی عملکرد تیم ملی ایران در بازی های المپیک و آسیایی در مقایسه با سایر رقبای آسیایی، طرح تحقیقاتی، دانشگاه آزاد، واحد اسلام آباد غرب.
- ۲- شاه طهماسبی، اسماعیل. شمس الهی، سارا. (۱۳۹۰). بررسی و مقایسه کارایی نسبی استان ها در مدیریت کلان ورزشی در طول برنامه سوم و سال های ابتدایی برنامه چهارم، پژوهش در علوم ورزشی شماره ۱۰، تابستان ۱۳۹۰.
- ۳- مقدس شرق، مصطفی. (۱۳۹۱). بررسی عوامل بازدارنده و تسهیل کننده شرکت در فعالیت های ورزشی کارکنان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی.
- ۴- منظمی، مریم؛ علم، شهرام؛ شتاب بوشهری، سیده ناهید. (۱۳۹۰). تعیین عوامل مؤثر بر توسعه تربیت بدنی و ورزش بانوان جمهوری اسلامی ایران، نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۱۰، صص ۱۵۱-۱۶۸.

دومین همایش ملی پژوهش تازه های در ورزش علوم



مقایسه مهارت‌های مدیریتی مدیران ادارات ورزش و جوانان و هیئت‌های ورزشی استان کردستان

جبار سیف پناهی شعبانی^{۱*}، شیرکو میرکی^۲

۱- استادیار گروه علوم ورزشی دانشگاه زنجان

۲- کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی کردستان (واحد سنندج)

E-mail: jabar_021@yahoo.com

چکیده کوتاه

هدف از انجام این پژوهش مقایسه مهارت‌های مدیریتی مدیران ادارات ورزش و جوانان و هیئت‌های ورزشی استان کردستان بود. این پژوهش به روش توصیفی پیمایشی انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران و معاونان ادارات ورزش و جوانان (۲۲ نفر) و همچنین رئیس هیئت‌های ورزشی فعال (۳۴۵ نفر) استان کردستان بود. روش نمونه‌گیری در مورد مدیران ادارات ورزش، با توجه به محدود بودن آنها به صورت کل شمار و در مورد رئیس‌های هیئت‌های ورزشی، تعداد ۱۸۱ نفر با استفاده از جدول مورگان به صورت در دسترس انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه مهارت‌های مدیریتی افشاری (۱۳۹۰) بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط متخصصین و پایای آن به وسیله آزمون کرونباخ با ضریب ۰/۸۸ مورد تایید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از آزمون تی مستقل و فریدمن انجام شد. تحلیل داده‌ها نشان داد که میزان هر سه مهارت مدیریتی، مدیران و معاونان با رئیس‌های هیئت‌های ورزشی تفاوت معناداری دارد. همچنین نتایج آزمون فریدمن نشان داد در بین مدیران و معاونان مهارت‌های انسانی، ادراکی و فنی و در بین رئیس‌های هیئت‌های ورزشی مهارت‌های انسانی، فنی و ادراکی به ترتیب از رتبه اول، دوم و سوم برخوردار هستند. با توجه به یافته‌ها پیشنهاد می‌شود دوره‌های آموزشی با هدف ارتقای مهارت‌های ادراکی مدیران و معاونان و دوره‌های آموزشی با هدف ارتقای مهارت‌های فنی برای رئیس‌های هیئت‌ها ورزشی استان برگزار شود.

واژگان کلیدی: مهارت ادراکی، مهارت انسانی، مهارت فنی، استان کردستان



چکیده بلند

مقدمه

چنانچه در راس سازمان‌ها، مدیرانی کارآمد، شایسته، ماهر، با تجربه و کاملاً آگاه به اصول و فنون مدیریت قرار گیرند، موفقیت سازمان‌ها در رسیدن به اهداف خود، تضمین خواهد شد. به همین دلیل است که امروزه مدیریت اساس‌ترین پدیده در جوامع و سازمان‌ها به حساب می‌آید و مدیران یک سرمایه استراتژیک محسوب می‌شوند (مارتینا، ۲۰۱۰). مدیران به مهارت‌های ویژه‌ای برای انجام وظایف و فعالیت‌های مربوط به شغل مدیریت نیاز دارند. رابرت کاتز در تحقیقی نشان داد که مدیران به سه مهارت و شایستگی اساسی ادراکی، انسانی و فنی نیاز دارند. موفقیت هر سازمان به مهارت‌های مدیر یا مدیران آن سازمان بستگی دارد (افشاری، ۱۳۹۰). با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش مدیران فوقانی به ترتیب نیازمند مهارت‌های ادراکی، انسانی و فنی هستند و مدیران تحتانی نیز به ترتیب نیازمند مهارت‌های فنی، انسانی و ادراکی هستند (رابینز، ۱۳۹۱). با توجه به این مطلب سوالی که مورد نظر پژوهشگر می‌باشد این است که آیا مهارت‌های مدیران و معاونین ادارات ورزش و جوانان استان کردستان به عنوان مدیران فوقانی ورزش استان با مهارت‌های رئیس‌های هیئت‌های ورزشی استان به عنوان مدیران تحتانی متفاوت است یا خیر؟

روش تحقیق

این پژوهش به روش توصیفی پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران و معاونان ادارات ورزش و جوانان (۲۲ نفر) و همچنین رئیس هیئت‌های ورزشی فعال (۳۴۵ نفر) استان کردستان بود. روش نمونه‌گیری در مورد مدیران ادارات ورزش، با توجه به محدود بودن آنها به صورت کل شمار و در مورد رئیس‌های هیئت‌ها ورزشی، تعداد ۱۸۱ نفر با استفاده از جدول مورگان به صورت در دسترس انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه مهارت‌های مدیریتی افشاری (۱۳۹۰) بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط متخصصین و پایای آن به وسیله آزمون کرونباخ و با ضریب ۰/۸۸ مورد تایید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از آزمون تی مستقل و فریدمن انجام شد.

نتایج

همانطور که از جدول شماره یک مشخص است، نتایج آزمون تی مستقل نشان داد، میزان هر سه مهارت مدیریتی، مدیران و معاونان با رئیس‌های هیئت‌های ورزشی تفاوت معناداری دارد ($Sig=0/001$). همچنین همانطور که از جدول شماره دو مشخص است، نتایج آزمون فریدمن نشان داد در بین مدیران و معاونان مهارت‌های انسانی، ادراکی و فنی و در بین رئیس‌های هیئت‌های ورزشی مهارت‌های انسانی، فنی و ادراکی به ترتیب از رتبه اول، دوم و سوم برخوردار هستند و تفاوت این رتبه‌ها معنادار می‌باشد ($Sig=0/001$).

جدول ۱- نتایج آزمون تی مستقل

مهارت‌های مدیریتی		آزمون لوین			تی مستقل			
		Sig	F	آماره t	df	Sig	اختلاف میانگین	تفاوت انحراف معیار
سطح اطمینان ۹۵٪	حد بالا							
	حد پایین							
مهارت فنی	فرض نابرابری واریانس	۰/۰۵۶	۳/۷۰۸	۵/۷۷۴	۲۰۱	۰/۰۰۱	۰/۵۲۲	۰/۰۹۰
مهارت انسانی	فرض نابرابری	۰/۱۸۰	۱/۸۰۹	۴/۰۳۴	۲۰۱	۰/۰۰۱	۰/۳۵۲	۰/۰۸۷

								واریانس	
۰/۵۳۰	۰/۱۹۰	۰/۰۸۶	۰/۳۶۰	۰/۰۰۱	۲۰۱	۴/۱۷۶	۰/۴۴۵	۰/۵۸۵	فرض نابرابری واریانس
مهارت ادراکی									

جدول ۲- نتایج آزمون فریدمن

گروه	مهارت های مدیریتی	میانگین رتبه	رتبه متغیر	کای اسکوار	sig
رئیس های هیئت های ورزشی	مهارت های فنی	۱/۹۹	۳	۰/۸۲۵	۰/۰۰۱
	مهارت های انسانی	۲/۰۴	۱		
	مهارت های ادراکی	۱/۹۷	۲		
مدیران و معاونین ادارات ورزش و جوانان	مهارت های فنی	۱/۸۴	۳	۱/۹۵۱	۰/۰۰۱
	مهارت های انسانی	۲/۲۳	۱		
	مهارت های ادراکی	۱/۹۳	۲		

بحث و نتیجه گیری

هر چند که مهارت های مدیریتی مدیران و معاونان با رئیس های هیئت های ورزشی تفاوت معناداری دارد. ولی در سطح مدیران و معاونان مهارت ادراکی جایگاه اول را ندارد که این مورد در تضاد با پیشینه و مبانی نظری می باشد (نیک آیین و همکاران، ۱۳۹۵). با توجه به این مطلب پیشنهاد می شود دوره های آموزشی با هدف ارتقای مهارت های ادراکی مدیران و معاونان برگزار شود. در سطح هیئت های ورزشی هم مهارت فنی اولویت اول را ندارد و این مورد هم با مبانی نظری و پیشینه در تضاد است (نیک آیین و همکاران، ۱۳۹۵). با توجه به این مطلب نیز پیشنهاد می شود دوره های آموزشی با هدف ارتقای مهارت های فنی برای رئیس های هیئت های ورزشی استان برگزار شود. همچنین بهتر است قبل از منصوب کردن رئیس های هیئت های ورزشی از میزان مهارت فنی آنها و قبل از منصوب کردن مدیران و معاونان اداره های ورزش و جوانان از میزان مهارت ادراکی آنها با استفاده از ابزار های مناسب همانند پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش اطلاع پیدا کرد و در واگذاری مسئولیت به افراد، میزان مهارت های مدیریتی آنها را در نظر گرفت.

منابع

- ۱- افشاری، م، ۱۳۹۰، ارتباط مهارت های سه گانه مدیریتی با یادگیری سازمانی در سازمان تربیت بدنی و ارائه مدل بر اساس AHP، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- ۲- نیک آیین، ص، تعبدی، م، وارث، م، ۱۳۹۵، رابطه بین مهارت های سه گانه مدیریتی مدیران در سطوح گوناگون مدیریتی با ارزیابی عملکرد نیروی انسانی، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دوره ۷، شماره ۲، ص: ۷۵-۹۴.
۳. رابینز، ا، ۱۳۹۱، مبانی مدیریت. ترجمه سید محمد اعرابی و محمد علی رفیعی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران.
4. Martina H, 2010, Considering human resource management when developing a project – oriented company: case study of a telecommunication company, International Journal of project management, 2, PP: 0 – 09.

ارتباط مسئولیت اجتماعی باشگاه های لیگ برتر فوتبال با اعتماد و وفاداری هواداران

زهره حسینی

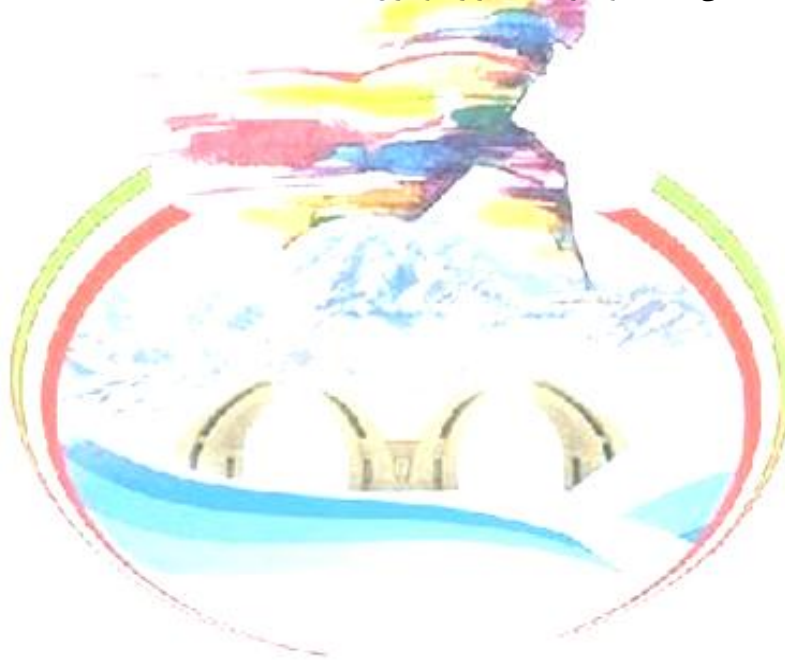
کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران (کرمان)

E-mail: miladkaramoozian@gmail.com

چکیده کوتاه

هدف از این پژوهش، ارتباط مسئولیت اجتماعی باشگاه های لیگ برتر فوتبال با اعتماد و وفاداری هواداران بود. پژوهش حاضر از نوع همبستگی بوده و به صورت میدانی انجام گرفته است. جامعه آماری تمام هواداران تیم های لیگ برتر در سال ۹۳-۹۲ بودند و نمونه آماری از هواداران حاضر در استادیوم های ورزشی انتخاب شد. با توجه به اینکه در هر بازی بطور متوسط ۹۰۰۰ نفر شرکت کردند، حجم نمونه طبق جدول مورگان ۳۸۰ نفر برآورد گردید (هرتیم ۱۹۰)، روش نمونه گیری در دسترس استفاده شد. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد مسئولیت اجتماعی (استوارت، ۲۰۰۳)، با ضریب پایایی (۰/۸۸) که در ایران توسط (بخشنده ۱۳۹۱) اعتبار یابی و روایی محتوایی و سازه این پرسشنامه توسط وی مورد تأیید قرار گرفته بود و پرسشنامه اعتماد هواداران (اسوین و کامپیتز، ۲۰۰۸) با پایایی (۰/۷۶) و پرسشنامه وفاداری هواداران (لت، ۲۰۱۰) با پایایی (۰/۸۵) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها، علاوه بر شاخص های آماری توصیفی، از روش های آماری ضریب همبستگی اسپیرمن، کلموگروف اسمیروف استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین ابعاد مسئولیت اجتماعی باشگاه و اعتماد همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد ($r = 0/38$ و $P = 0/001$). و همچنین ارتباط بین ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی و وفاداری هواداران مثبت و معنادار بود ($r = 0/32$ و $P = 0/001$).

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی، اعتماد، وفاداری، لیگ برتر، هواداران



موانع توسعه کمی و کیفی ورزش و تربیت بدنی در مدارس استان زنجان

جبار سیف پناهی شهبانی

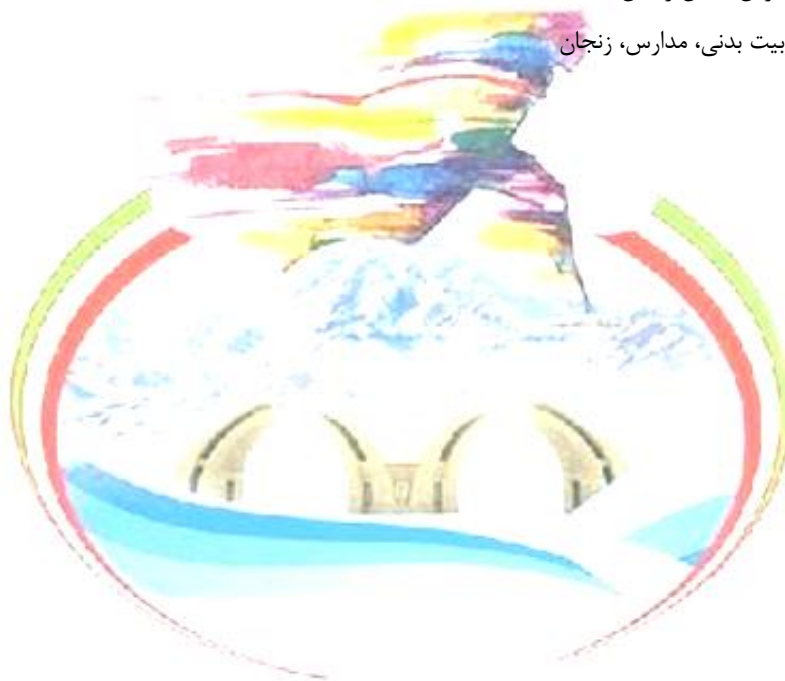
استادیار گروه علوم ورزشی دانشگاه زنجان

E-mail: jabar_021@yahoo.com

چکیده کوتاه

هدف از انجام این پژوهش بررسی موانع توسعه کمی و کیفی ورزش و تربیت بدنی در مدارس استان زنجان بود. روش انجام این پژوهش توصیفی پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش شامل ۶۵۰ معلم ورزش استان زنجان بود که ۲۴۲ نفر از آنها با استفاده از جدول مورگان به صورت تصادفی به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه ای محقق ساخته بود که با مطالعه مبانی نظری و پیشینه های مرتبط با موانع و چالش های ورزش دانش آموزی طراحی شده بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه بوسیله ۱۲ نفر از اساتید علوم ورزشی پس از بحث و تبادل نظر مورد تایید قرار گرفت. پایای پرسشنامه نیز در یک مطالعه مقدماتی و توزیع ۳۰ پرسشنامه در بین نمونه پژوهش با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و با ضریب ۰/۹۳ مورد تایید قرار گرفت. از آزمون آماری فریدمن جهت رتبه بندی موانع توسعه کمی و کیفی ورزش و تربیت بدنی در مدارس استان زنجان استفاده شد. تحلیل داده ها نشان داد مهمترین موانع توسعه ورزش دانش آموزی در استان زنجان به ترتیب دانش تجربی معلمان ورزش و تربیت بدنی، میزان بودجه ورزش و تربیت بدنی در مدارس، کمیت فضای ورزشی مدارس، دیدگاه مدیران و معلمان سایر دروس نسبت به کلاس ورزش و تربیت بدنی، دانش نظری معلمان ورزش و تربیت بدنی، تجهیزات ورزشی مدارس و کیفیت فضاهای ورزشی مدارس می باشد. توجه به موانع مذکور می تواند به مدیران، معلمان ورزش و کلیه مسئولان در جهت توسعه کمی و کیفی ورزش و تربیت بدنی در مدارس استان زنجان کمک نماید.

واژگان کلیدی: ورزش، تربیت بدنی، مدارس، زنجان



چکیده بلند

مقدمه

این واقعیت کاملاً پذیرفته شده است که فعالیت های ورزشی برای عموم مردم لازم، مفید و ارزشمند است. به بیان دیگر همه افراد در هر مقطع سنی که باشند باید به فعالیتهایی بپردازند تا دارای جسم سالم و روحیه ای شاد و بانشاط باشند (خلجی، ۱۳۹۳). بخش بزرگی از جامعه کشورمان (۱۶/۳۵ درصد) را دانش آموزان تشکیل می دهد که تقریباً محدوده سنی افراد ۶ تا ۲۱ سال را تشکیل می دهد (سالنامه آماری کشور، ۱۳۹۴) و چنانچه بتوان این خیل عظیم جامعه را به درستی در مسیر ورزش و فعالیت بدنی مدیریت نمود، می توان به بهبود زندگی آنان نیز امیدوار بود. شرکت دانش آموزان در فعالیتهای ورزشی درون و بیرون محیط آموزشی، در تکمیل فرایندی آموزش و پرورش آنها مفید بوده و باعث پیشرفت تحصیلی و عقلی آنان خواهد شد و از طرف دیگر نیز می تواند زمینه پیشرفت دیگر سطوح ورزش را فراهم نموده و افراد را به سوی سبک زندگی فعال سوق نماید. بنابراین ضروری است که در این زمینه پژوهش هایی صورت پذیرد و عوامل و موانع پیش روی این سطح از ورزش مورد بررسی قرار گیرد.

روش تحقیق

روش انجام این پژوهش توصیفی پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش شامل ۶۵۰ معلم ورزش استان زنجان بود که ۲۴۲ نفر از آنها با استفاده از جدول مورگان به صورت تصادفی به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه ای محقق ساخته بود که محقق با مطالعه مبانی نظری و پیشینه های مرتبط با موانع و چالش های ورزش دانش آموزی طراحی کرده بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه بوسیله ۱۰ نفر از اساتید علوم ورزشی پس از بحث و تبادل نظر مورد تایید قرار گرفت. پایای پرسشنامه نیز در یک مطالعه مقدماتی و توزیع ۳۰ پرسشنامه در بین نمونه پژوهش با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و با ضریب ۰/۹۳ مورد تایید قرار گرفت. از آزمون آماری فریدمن جهت رتبه بندی موانع توسعه کمی و کیفی ورزش و تربیت بدنی در مدارس استان زنجان استفاده شد.

نتایج

موانع توسعه کمی و کیفی ورزش و تربیت بدنی در مدارس استان زنجان در جدول شماره یک نشان داده شده است. همانطور که مشخص است تفاوت رتبه موانع معنادار می باشد ($P < 0/05$).

جدول ۱- نتایج آزمون فریدمن

ردیف	موانع	میانگین رتبه	X^2	DF	P	N
۱	دانش تجربی معلمان ورزش و تربیت بدنی	۱۱/۹۹				
۲	میزان بودجه ورزش و تربیت بدنی در مدارس	۱۰/۸۹				
۳	کمیت فضای ورزشی مدارس	۱۰/۲۷				
۴	دیدگاه مدیران و معلمان سایر دروس نسبت به کلاس ورزش و تربیت بدنی	۹/۹۲				
۵	دانش نظری معلمان ورزش و تربیت بدنی	۹/۸۶				
۶	تجهیزات ورزشی مدارس	۹/۸۰				
۷	کیفیت فضاهای ورزشی مدارس	۹/۴۲				

۲۴۲	۰/۰۰۱	۱۶	۴۳۴/۱۶۸	۹/۱۲	۸	کمیت معلمان ورزش و تربیت بدنی در استان
				۸/۸۵	۹	میزان اشتیاق و علاقه معلمان ورزش و تربیت بدنی به حرفه ی معلمی
				۸/۷۵	۱۰	نحوه هزینه بودجه ورزش و تربیت بدنی مدارس
				۸/۴۵	۱۱	جایگاه ورزش و تربیت بدنی مدارس در جامعه
				۸/۳۳	۱۲	میزان ساعات اختصاص یافته به کلاس ورزش و تربیت بدنی
				۷/۷۱	۱۳	نظارت و ارزیابی کلاس های ورزش و تربیت بدنی
				۷/۴۷	۱۴	تجهیزات آموزشی کلاس های ورزش و تربیت بدنی
				۷/۴۵	۱۵	منابع آموزشی در مورد ورزش و تربیت بدنی در مدارس
				۷/۳۷	۱۶	قوانین حمایتی از ورزش و تربیت بدنی در مدارس
				۷/۳۵	۱۷	اهمیت درس ورزش و تربیت بدنی نسبت به سایر دروس نزد خانواده ها

بحث و نتیجه گیری

درس تربیت بدنی در بین دروس آموزشگاهی برای رسیدن به اهداف نظام آموزش و پرورش از جایگاه ویژه ای برخوردار است. به دلیل داشتن ماهیت عملی و ویژگی منحصر به فرد آن و همچنین به علت سازگار بودن با نیازهای فطری و تمایلات ذاتی دانش آموزان می تواند به عنوان وسیله ای بسیار موثر جهت رسیدن به اهداف تعلیم، تربیت و تربیت عمومی مورد استفاده قرار گیرد (چاکرابورتی و همکاران^۱، ۲۰۱۲). آموزش تربیت بدنی در مدارس اثرات تربیتی و پرورشی قابل توجهی بر دانش آموزان دارد و چنانچه برنامه های اجرایی و عملی آن به صورت اصولی انجام شود، تأثیر بسزایی در جهت رشد و تکامل جسمی، ذهنی، اجتماعی، روانی، تقویت روحیه و شکل پذیری اخلاق در دانش آموزان خواهد داشت (کارگر فرد و نادریان، ۱۳۹۰). توجه به موانع شناسایی شده در این پژوهش می تواند به مدیران، معلمان ورزش و کلیه مسئولان در جهت توسعه کمی و کیفی ورزش و تربیت بدنی در مدارس استان زنجان کمک نماید و شرایط لازم جهت دستیابی به همه مزایای ورزش تعلیم و تربیتی را که محققان مذکور به آن اشاره کرده اند را فراهم نماید.

منابع

- ۱- خلجی، ح، (۱۳۹۳)، اصول و مبانی تربیت بدنی، تهران، انتشارات پیام نور.
- ۲- سالنامه آماری کشور، (۱۳۹۴)، تعداد دانش آموزان به تفکیک دوره های تحصیلی، قابل دسترس در درگاه ملی آمار، آمارهای موضوعی، آموزش، تعداد دانش آموزان به تفکیک دوره های تحصیلی.
- ۳- کارگر فرد، م، نادریان، م، (۱۳۹۰)، تربیت بدنی در مدارس، تهران، انتشارات پیام نور، چاپ پنجم.
- 4- Chakraborty, B., Nandy, S., Adhikari, S. (2012). A Study on Physical Education Teachers Training Programme on Development of Attitude towards Physical Education. IOSR Journal of Humanities and Social Science (JHSS), Volume 2, Issue 4, PP 01-03.

تأثیر وضعیت اقتصادی - اجتماعی بر میزان فعالیت بدنی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد

پریسانگوری

کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد واحد اهر

E-mail: pa.angoori93@gmail.com

چکیده کوتاه

با توجه به ارتباط تنگاتنگ میان وضعیت اقتصادی - اجتماعی با آمادگی جسمانی هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه وضعیت اقتصادی - اجتماعی با میزان فعالیت بدنی دانشجویان دانشگاه آزاد بجنورد می باشد. این تحقیق از نوع توصیفی - همبستگی و به روش میدانی انجام شده است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی در سال تحصیلی ۹۲-۹۳ بودند. حجم نمونه به روش طبقه ای و با استفاده از جدول کرجسی مورگان تعیین شد. ابزار جمع آوری داده ها شامل پرسشنامه مشخصات فردی، پرسشنامه های محقق ساخته وضعیت اقتصادی - اجتماعی بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش آمار توصیفی و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن، تی مستقل، واریانس یک و چند متغیره و رگرسیون چندگانه) استفاده و سطح معنی داری تعیین شد. آزمون رگرسیون میزان درآمد خانواده به تنهایی قوی ترین پیش بینی کننده می باشد، بعلاوه در گام دوم، آزمون رگرسیون نشان می دهد که متغیر سطح تحصیلات پدر هم می تواند، متغیر ملاک یعنی میزان فعالیت بدنی را نیز تبیین نماید. نتایج تحقیق، بین وضعیت اقتصادی - اجتماعی، میزان درآمد خانواده، سطح تحصیلات والدین و طبقه اقتصادی با میزان فعالیت بدنی دانشجویان رابطه مثبت معنی دار نشان داد. آزمون رگرسیون چندگانه، میزان درآمد و تحصیلات پدر را بعنوان قویترین عوامل برای پیش بینی میزان فعالیت بدنی دانشجویان، تعیین کرد.

واژگان کلیدی: وضعیت اقتصادی - اجتماعی، میزان فعالیت بدنی، دانشجویان



تجزیه و تحلیل استراتژیک، طراحی و انتخاب استراتژی با رویکرد SWOT

لیلا بیرامی^{۱*}، سیده شبانی^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه گیلان

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان

E-mail: Leila.beirami@yahoo.com

چکیده کوتاه

هدف از مطالعه حاضر "تجزیه و تحلیل استراتژیک، طراحی و انتخاب استراتژی با رویکرد SWOT است. در این پژوهش از تکنیک تجزیه و تحلیل ANP برای دستیابی به هدف پژوهش استفاده شده است. به این ترتیب که ابتدا با استفاده از تکنیک دلفی مهم‌ترین شاخص‌های مطالعه شناسایی شده است. سپس معیارها و زیرمعیارهای شناسایی شده در قالب یک مدل تحلیل شبکه ارائه گردیده است. با توجه به هدف پژوهش نخست براساس معیارها و زیر معیارهای شناسایی شده به طراحی مدل مناسب تحلیل شبکه در نرم افزار سوپر دسیژن اقدام شده است. نمونه آماری تحقیق ۵۸ نفر، اعم از رئیس و معاونان اداره ورزش و جوانان استان گیلان، رئیس هیئت های شهرستان ها، ورزشکاران و داوران نخبه‌ای استان گیلان بوده‌اند که به علت محدود بودن جامعه آماری، به صورت کل شمار انتخاب شده بودند. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که استراتژی توسعه مدیریت بازاریابی در دو و میدانی با وزن نرمال ۰.۳۸۵، از بیشترین اهمیت برخوردار است. بعد از آن، استراتژی ایجاد لیگ دو و میدانی در همه رده‌های سنی در درجه دوم و استراتژی توسعه حمایت و پشتیبانی منابع انسانی دو و میدانی در درجه سوم اولویت قرار دارد.

واژگان کلیدی: دو و میدانی، تجزیه و تحلیل استراتژیک، مدل SWOT



طراحی و تدوین استراتژی های توسعه ورزش همگانی شهر زاهدان

رضا دوستکامی

دانشجوی دکتری تخصصی، مدیریت ورزشی، آزاد نجف آباد.

E-mail: Doostkam94@gmail.com

چکیده

تغییر و تحولات محیطی که در حال شتاب زیادی به خود گرفته، تصمیمات سازمانی را بسیار پیچیده کرده است؛ بنابراین لزوم به کارگیری برنامه ای جامع برای مواجه شدن با این مسائل بیشتر از گذشته ملموس می شود. برنامه ریزی عملیاتی یکی از اجزای اصلی مدیریت استراتژیک است. پژوهش حاضر با هدف طراحی و تدوین برنامه ی استراتژیک توسعه ورزش همگانی در زاهدان بود. جامعه آماری این پژوهش را اساتید تربیت بدنی دانشگاه، مربیان تحصیل کرده، ورزشکاران تحصیل کرده، فارغ التحصیلان و دانشجویان کارشناسی تربیت بدنیکه مجموع آن ها ۵۰ نفر بودند که به علت محدودیت جامعه آماری، نمونه به صورت کل شمار انتخاب شد. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن توسط چند تن از اساتید صاحب نظر و پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ (۰/۹) تایید گردید. پرسشنامه شامل ۳۲ سوال در زمینه بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای ورزش همگانی شهر زاهدان بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی شامل آزمون مقایسه میانگین ها و آزمون فریدمن استفاده شد و چشم انداز ورزش همگانی شهر زاهدان در ۵ مقوله تهیه شد که عبارتند از: اهداف کلی، کمی، کیفی، بلند مدت و ماموریت. برطبق نتایج پژوهش، ورزش همگانی شهر زاهدان در بعد درونی دارای ۶ نقطه ضعف و ۱۰ نقطه قوت است و در بعد بیرونی دارای ۷ مورد تهدید و ۹ مورد فرصت می باشد که جایگاه ورزش همگانی شهر زاهدان را در مدل سوات، در منطقه WT قرار داد که سازمان را مجبور به گرفتن حالت تدافعی به خود می کند. در پایان با توجه به موقعیت قرار گیری این شهر در مدل سوات، اقدام به تدوین استراتژی های متناسب و قابل اجرا می شود.

واژگان کلیدی: برنامه ریزی استراتژیک، ورزش همگانی، مدیریت.



بررسی وضعیت مناسب سازی اماکن ورزشی شهر تبریز برای استفاده جانبازان و معلولین

علی بریش^{۱*}، مهدی همت جو^۲

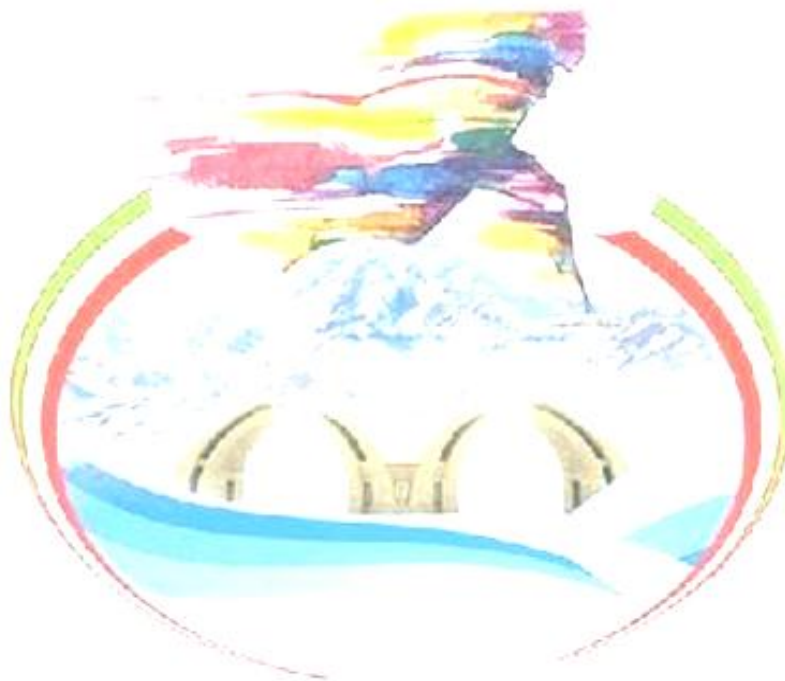
۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز

۲- کاشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

چکیده

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی، از نظر روش توصیفی و از نوع پیمایشی بود که به صورت مقطعی انجام گرفت؛ و از نظر نوع جمع آوری داده ها میدانی است. با توجه به هدف پژوهش که توصیف وضعیت مناسب سازی تمامی سالن های جامعه مورد نظر بود و به دلیل محدودیت تعداد جامعه آماری، تمام جامعه آماری که شامل ۳۹ سالن ورزشی می شد؛ به عنوان نمونه تحقیق در نظر گرفته شد. در این تحقیق گردآوری داده ها به شکل میدانی انجام شده است و از چک لیست محقق ساخته برای بررسی وضعیت مناسب سازی در سالن های ورزشی سرپوشیده استفاده شد. در بخش اول به توصیف ویژگی های جمعیت شناختی نمونه مورد بررسی شامل تاریخ احداث، تاریخ مرمت، نوع مالکیت، جنسیت، سن، سابقه شغلی، رشته تحصیلی و ... سپس در بخش دوم به توصیف سؤال ها و عناوین چک لیست که مناسب سازی را اندازه گیری کردند؛ پرداخته شد. نتایج کلی وضعیت مناسب سازی کلیه سالن های مورد مطالعه نشان داد؛ که وضعیت مناسب سازی سالن های ورزشی شهر تبریز با میانگین (۰/۴۴۸) امتیاز در حد پایین تر از متوسط بوده و از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست. همچنین این مطالعه به هدایت برنامه های مناسب سازی اماکن ورزشی شهر تبریز همراه با توصیف وظایف و فراهم کردن برنامه ها و دستورالعمل های استاندارد کمک می کند و مدیران و مسئولان ورزشی شهر تبریز را با روند مناسب سازی اماکن ورزشی و مشکلات ناشی از عدم وجود آن آشنا خواهد کرد؛ تا بتوانند با به کارگیری آن، محیطی امن برای ورزشکاران و تماشاچیان معلول و جانباز و سایر افراد فراهم و وضعیت مناسب سازی فضاهای ورزشی را به حداقل استانداردهای موجود نزدیک تر کنند.

واژگان کلیدی: مناسب سازی، اماکن ورزشی، جانبازان و معلولین، شهر تبریز



بررسی تحلیل رفتگی شغلی معلمان تربیت بدنی شهر اهر

مهدی همت جو^۱، علی بریش^{۲*}

۱- کاشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

۲- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی وضعیت تحلیل رفتگی شغلی معلمان تربیت بدنی شهرستان اهر می باشد. روش پژوهش حاضر توصیفی - تحلیلی از نوع مقطعی است اما چون به بررسی ارتباط بین متغیرهای دموگرافیک با تحلیل رفتگی شغلی نیز می پردازد؛ در زمره تحقیقات همبستگی نیز قرار می گیرد. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی معلمان تربیت بدنی مرد و زن شهرستان اهر در سال ۱۳۹۴ به تعداد ۵۲ نفر می باشد. که با استفاده از روش نمونه گیری تمام شماری بوده و به دلیل عدم برگشت چند پرسش نامه و حذف تعدادی از پرسش نامه های ناقص تعداد نهایی نمونه آماری ۴۸ نفر می باشد. ابزار گردآوری داده ها پرسش نامه استاندارد تحلیل رفتگی شغلی مسلسل (۱۹۸۱) می باشد. که شامل ۲۲ ماده و سه زیر مولفه است که عبارتند از: خستگی عاطفی، شخصیت زدایی و فقدان موفقیت فردی، همچنین روایی صوری و محتوایی این پرسش نامه توسط چند تن از اساتید مدیریت ورزشی مورد تایید و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۵۲ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از این پژوهش از آزمون کلموگروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و آزمون t تک نمونه ای و t مستقل استفاده شد. نتایج نشان داد که معلمان تربیت بدنی شهرستان اهر در مولفه خستگی هیجانی دارای نمره پایینی هستند به این معنی که وضعیت خستگی عاطفی آنها در وضعیت مطلوبی قرار دارد. ولی در مولفه های مسخ شخصیت و عدم موفقیت فردی دارای نمره بالایی هستند؛ به این معنی که معلمان تربیت بدنی شهرستان اهر در وضعیت نامطلوبی هستند. همچنین بین متغیرهای دموگرافیک و تحلیل رفتگی شغلی معلمان تربیت بدنی ارتباط مثبت و معناداری وجود نداشت. نتایج این تحقیق به مدیران آموزش و پرورش شهرستان اهر نشان می دهد که برای پیشگیری از فرسودگی شغلی معلمان تربیت بدنی در چه زمینه هایی برنامه ریزی و تمهیدات لازم به عمل آورند.

واژگان کلیدی: تحلیل رفتگی، مسخ شخصیت، خستگی عاطفی، عدم موفقیت فردی، معلمان تربیت بدنی



تأثیر تبلیغات برند ورزشی آدیداس بر تصمیم به خرید ورزشکاران و غیرورزشکاران

حوریه دهقانپوری^{۱*}، فاطمه عبدوی^۲، مهتا اسکندر نژاد^۳، صفیه ابراهیمی^۴

۱- دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی ورزشی، دانشگاه ارومیه

۲- استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز

۳- استادیار روان شناسی ورزشی، دانشگاه تبریز

۴- کارشناس ارشد رفتار حرکتی، دانشگاه تبریز

E-mail: h.dehghanpouri@gmail.com

چکیده کوتاه

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر تبلیغات برند ورزشی آدیداس بر تصمیم به خرید ورزشکاران و غیرورزشکاران است. تحقیق حاضر کاربردی است. نمونه‌ی آماری ۴۰ نفر از دانشجویان (۱۰ نفر ورزشکار علاقه‌مند، ۱۰ نفر غیرورزشکار علاقه‌مند به مارک آدیداس، ۱۰ نفر - ورزشکار غیرعلاقه‌مند و ۱۰ نفر غیرورزشکار غیرعلاقه‌مند به مارک آدیداس) بود. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌ی محقق ساخته بود که پایایی آن، با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه‌ی دیدگاه فرد نسبت به برند مورد علاقه برابر ۰/۹۷۲؛ و برای پرسشنامه‌ی اثر تبلیغ بر تصمیم به خرید برابر ۰/۹۶۹ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از نرم افزار spss19 انجام گرفت؛ از آمار استنباطی کلموگروف - اسمیرنوف (K-S) جهت آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها و از آزمون t زوجی برای بررسی فرضیه‌های تحقیق استفاده شد. یافته‌ها نشان داد، توجه مصرف کنندگان به تبلیغات، وسایل تبلیغاتی، شیوه‌های تبلیغاتی و زمان پخش آگهی تبلیغاتی در ورزشکار علاقه‌مند و غیرورزشکار علاقه‌مند در بعد از مشاهده‌ی تبلیغات نسبت به قبل از مشاهده‌ی تبلیغات افزایش معنی داری داشتند، اما توجه مصرف کنندگان به تبلیغات، وسایل تبلیغاتی، شیوه‌های تبلیغاتی و زمان پخش آگهی تبلیغاتی در ورزشکار غیرعلاقه‌مند و غیر ورزشکار علاقه‌مند در قبل و بعد از مشاهده‌ی تبلیغات تفاوت معنی داری نداشت. با ایجاد زمینه‌ی درک همه‌جانبه و بهتر نیازهای مصرف کننده و توسعه‌ی دانش پایه در این حوزه، می‌توان اطلاعاتی را در ذهن مشتری یا مخاطب قرار داد که در تصمیم به خرید آن‌ها تأثیر بگذارد و امکان تحقق و دسترسی اهداف تبلیغاتی را در بخش ورزش در کشور تسهیل کرد.

واژگان کلیدی: تبلیغات، برند، تصمیم به خرید، ورزشکاران



چکیده بلند

هدف بازاریابان درک چگونگی تصمیم‌گیری مربوط به خرید مصرف‌کنندگان است (زلیها^۲ و همکاران، ۲۰۱۱). تصمیم‌گیری مصرف‌کننده تا حد زیادی توسط تجربه‌های قبل حافظه تحت‌تأثیر قرار می‌گیرد (نیلانسی^۳ و همکاران، ۲۰۱۲). تحقیقات مختلفی در زمینه تأثیر تبلیغات بر تصمیم به خرید مشتریان انجام گرفته است (گی‌یووانی^۴، ۲۰۱۱، جوسی^۵، ۲۰۱۱)؛ نتایج پژوهش‌ها نشان داده‌اند، یک کلیپ تبلیغاتی مناسب، بهتر می‌تواند اندیشه‌های خودآگاه و ناخودآگاه مصرف‌کننده را درک و پیام‌های بازاریابی خاص را مناسب‌سازی کند (ارزان^۶، ۲۰۱۲). اما آیا واقعاً این اثرگذاری در برندهای ورزشی هم وجود دارد؟ و آیا مشاهده تبلیغات برند ورزشی در تصمیم‌گیری برای خرید مشتریان نیز مؤثر است؟ هدف در این پژوهش بررسی اثرگذاری تبلیغات برند ورزشی بر تصمیم به خرید ورزشکاران و غیرورزشکاران علاقه‌مند و غیرعلاقه‌مند به برند آدیداس است.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است. ابزار گردآوری داده‌ها، مطالعات کتابخانه‌ای و نیز پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه از ۳ بخش تشکیل شده است. بخش اول پرسشنامه‌ی جمعیت‌شناختی را شامل می‌شود. بخش دوم پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته‌ی دیدگاه فرد نسبت به برند مورد علاقه قبل از مشاهده تبلیغات، شامل ۲۶ سؤال در قالب ۴ مؤلفه (میزان توجه مصرف‌کنندگان به تبلیغات، عامل وسایل تبلیغاتی، عامل شیوه‌های تبلیغاتی و عامل زمان پخش آگهی تبلیغاتی) بود. این مرحله نشان می‌دهد که آزمون‌شوندگان، قبل از مشاهده کلیپ تبلیغاتی علاقه‌مند به برند آدیداس هستند یا نه؟ و این که آیا قصد خرید با مارک آدیداس را دارند یا نه؟ مرحله‌ی بعدی مشاهده کلیپ تبلیغاتی برند ورزشی آدیداس توسط افراد بود. بخش سوم، پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته‌ی اثر تبلیغ بر تصمیم به خرید شامل ۲۶ سؤال در قالب ۴ مؤلفه (میزان توجه مصرف‌کنندگان به تبلیغات، عامل وسایل تبلیغاتی، عامل شیوه‌های تبلیغاتی و عامل زمان پخش آگهی تبلیغاتی) بود. این مرحله ترجیح برند و تصمیم به خرید، پس از مشاهده فیلم تبلیغاتی را از طریق پرسشنامه مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهد. برای کسب اطمینان از روایی محتوایی پرسشنامه‌های مورد استفاده، نظر اساتید صاحب‌نظر در این حیطه به عنوان معیاری برای اعتبار پرسیده شد؛ پس از دریافت و اعمال نظرات ایشان، از روایی محتوا اطمینان حاصل شد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ^۷ محاسبه شد، برای پرسشنامه‌ی دیدگاه فرد نسبت به برند مورد علاقه برابر ۰/۹۷۲ و برای پرسشنامه‌ی اثر تبلیغ بر تصمیم به خرید برابر ۰/۹۶۹ به دست آمد. جامعه‌ی آماری تحقیق، کلیه دانشجویان دانشگاه تبریز شامل علاقه‌مندان و غیرعلاقه‌مندان به مارک آدیداس بود. نمونه‌ی آماری انتخاب شده با توجه به پیشینه‌ی پژوهش (در مبانی نظری مربوط به این موضوع که، پرسشنامه همراه با مشاهده کلیپ تبلیغاتی هست، نمونه‌ی آماری بدون توجه به حجم جامعه‌ی آماری بیش‌تر از ۵۰ نفر نبود)؛ حدود ۴۰ نفر بود. ۱۰ نفر از جامعه‌ی آماری، ورزشکار علاقه‌مند، ۱۰ نفر ورزشکار غیرعلاقه‌مند، ۱۰ نفر غیرورزشکار علاقه‌مند و در نهایت ۱۰ نفر غیرورزشکار غیرعلاقه‌مند به مارک آدیداس بودند. تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS ۱۶ انجام گرفت؛ از آمار توصیفی برای طبقه‌بندی نمره‌های خام، طراحی جدول، توزیع فراوانی و محاسبه‌ی شاخص‌های پراکندگی و از آمار استنباطی کلموگروف - اسمیرنوف^۸ (k-S) جهت آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها و از آزمون t زوجی برای بررسی فرضیه‌های تحقیق استفاده شد.

نتایج

یافته‌ها نشان داد، توجه مصرف‌کنندگان به تبلیغات، وسایل تبلیغاتی، شیوه‌های تبلیغاتی و زمان پخش آگهی تبلیغاتی در ورزشکار علاقه‌مند و غیرورزشکار علاقه‌مند در بعد از مشاهده تبلیغات نسبت به قبل از مشاهده تبلیغات افزایش معنی‌داری داشتند، اما توجه مصرف‌کنندگان به تبلیغات، وسایل تبلیغاتی،

^۲ . Zeliha

^۳ . Nilanthi

^۴ . Giovanni

^۵ . José

^۶ . Orzan

^۷ . Cronbach's alpha

^۸ . One- Sample Kolmogorov- Smirnov Test

شیوه‌های تبلیغاتی و زمان پخش آگهی تبلیغاتی در ورزشکار غیرعلاقه‌مند و غیر ورزشکار غیرعلاقه‌مند در قبل و بعد از مشاهده‌ی تبلیغات تفاوت معنی‌داری نداشت.

بحث و نتیجه گیری

از مهم‌ترین و مؤثرترین عناصری که موجب کارا بودن پیوند ورزش و اقتصاد شده است، موضوع تبلیغ است که این امر به‌منظور توسعه و گسترش آن در فرد یا افکار عمومی صورت می‌گیرد. هماهنگی این مفهوم در عرصه‌ی اقتصاد، به‌ویژه در بازاریابی و فروش کالا و یا خدمت، به‌گونه‌ای است که تحت تأثیر آن نگرش‌های عقلانی به نگرش‌های شرطی تبدیل شود و استعداد و امکانات فرد را برای خرید کالا یا خدمت افزایش دهد (سجادی و همکاران، ۱۳۸۶). بنابراین با توجه به نتایج پژوهش حاضر و یافته‌های سایر پژوهش‌ها می‌توان اظهار کرد، در تبلیغات و استراتژی تبلیغی باید بتوانیم بهترین موضع‌گیری را نسبت به مصرف‌کننده داشته باشیم، به این معنا که مصرف‌کننده را به طرز مناسب و معقولی متقاعد سازیم که چرا کالا یا خدمات مورد تبلیغ از دیگر کالاها یا خدمات مشابه برتر است؛ باید بتوانیم تفکر مصرف‌کننده و یا مخاطب را در مورد کالای تبلیغی خود پیش‌بینی و تحلیل کنیم و با ایجاد زمینه‌ی درک همه‌جانبه و بهتر نیازهای مصرف‌کننده و توسعه‌ی دانش پایه در این حوزه، می‌توان اطلاعاتی را در ذهن مشتری یا مخاطب قرار داد که در تصمیم به خرید آن‌ها تأثیر بگذارد و این‌گونه، امکان تحقق و دسترسی اهداف تبلیغاتی را در بخش ورزش در کشور تسهیل کرد.

منابع

- ۱- سجادی، سیدنصرا... امید، علیرضا، زارع، قاسم. (۱۳۸۶)، "رابطه‌ی بین استفاده از تصاویر ورزش در تبلیغات و رفتار مصرفی تماشاچیان مسابقات ورزشی"، حرکت، زمستان، شماره‌ی ۳۴، صص: ۹۳-۸۳
- 2- Zeliha, Eser a. F. Bahar, Isin. A. Metehan, Tolon. B. (2011). "Perceptions of marketing academics, neurologists, and marketing professionals about neuromarketing", Perceptions of marketing academics, neurologists, and marketing professionals about neuromarketing, Journal of Marketing Management, <http://www.informaworld.com>, P: 854-860
- 3- José Paulo, Santos. Daniela, Seixas. Sofia, Brandão. Luiz, Moutinho. (2011). "Investigating the role of the ventromedial prefrontal cortex in the assessment of brands", Original research article published, www.frontiersin.org, Pp: 1-8
- 4- Nilanthi, Ratnayake. Amanda J, Broderick. Broderick, Mitchell. (2012). "A neurocognitive approach to brand memory", Journal of Marketing Management, <http://www.tandfonline.com>, November, Pp: 1295-1318.
- 5- G, Orzan. IA, Zara. VL, Purcarea. (2012). "Neuromarketing techniques in pharmaceutical drugs advertising. A discussion and agenda for future research", PMID: J Med Life, December, 15; 5(4); Pp: 428-432.
- 6- Giovanni, Vecchiato. Laura, Astolfi. Fabrizio, De. Vico, Fallani. Jlenia, Toppi. Fabio, Aloise. Francesco, Bez. Daming, Wei. Wanzeng, Kong. Jounging, Dai. Febo, Cincotti. (2011). "Enhance of theta EEG spectral activity related to the memorization of commercial advertisings in Chinese and Italian subjects", Biomedical Engineering and Informatics (BMEI), 2011 4th International Conference on, Volume:3

نقش عناصر آمیخته بازاریابی ورزشی در تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کنندگان محصولات ورزشی استان کردستان

سعیده فتاح مدرس^{۱*}، شمامه زمانی^۲

۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد همدان

E-mail: saeedeh_fm9@yahoo.com

چکیده کوتاه

هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش عناصر آمیخته بازاریابی ورزشی در تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کنندگان محصولات ورزشی است. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی است که به صورت پیمایشی انجام شده است. چراکه از طریق بررسی نظرات و دیدگاه‌های خریداران و مصرف‌کنندگان صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه ورزشکاران استان کردستان ۳۷۷ نفر بوده بر اساس جدول مورگان و به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه ۴۰ سؤالی محقق ساخته محرم زاده و همکاران (۱۳۹۴) با طیف پنج گزینه‌ای (خیلی زیاد تا حدودی، کم و خیلی کم) است که عناصر تأثیرگذار در بازاریابی را در ۷ عنصر محصول، قیمت، تبلیغات، مکان، کارکنان، امکانات، تجهیزات و فرآیند را می‌سنجد، استفاده شده است. و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰.۹۰ درصد گزارش شده است. در این پژوهش، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است و به منظور تحلیل استنباطی داده‌های به دست آمده از ابزار اندازه‌گیری روش‌های آماری: آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها، آزمون تی تک متغیره برای آزمون فرضیه‌ها و برای اولویت‌بندی از آزمون آماری فریدمن بهره گرفته شده است. نتایج نشان داد از دیدگاه افراد مورد مطالعه شده چهار مؤلفه‌ی توزیع، ترویج، قیمت و فروشندگان محصولات ورزشی، بیشترین نقش را در میزان تمایل خرید محصولات ورزشی داشته‌اند.

واژگان کلیدی: بازاریابی ورزشی، آمیخته بازاریابی، رفتار مصرف‌کننده، تصمیم‌گیری در خرید



چکیده بلند

مقدمه

جهان در آستانه قرن ۲۱ با تحولات بس شگرفی روبه‌رو شده است. زمانی فاصله تولیدکننده و مصرف‌کننده کوتاه بود، تولیدکننده از نیازها، خواسته‌ها، سلیق، آداب و رسوم مصرف‌کننده مطلع بود و به وجود بازاریابی و مدیریت بازار نیازی احساس نمی‌شد اما در شرایط اقتصادی که بسیاری از شرکت‌های بزرگ مرزهای ملی را برای فعالیت‌های تجاری خود کوچک یافته‌اند، جهانی فکر می‌کنند، جهانی تولید می‌کنند و در سطح جهانی محصولات خود را توزیع می‌نمایند، فعالیت‌های بازاریابی زیادی باید انجام شود تا کالا از تولیدکننده به مصرف‌کننده برسد. مفهوم این تحولات این است که روش‌های دیرین کسب‌وکار در آینده کارایی خود را از دست خواهند داد (تقی زاده، ۱۳۹۰). رابطه آمیخته بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده در بازاریابی پیچیده و رقابتی فعلی، کسب شهرت و اعتبار، بسیار دشوار و از دست دادن آن بسیار آسان است. رسالت واقعی واحدهای بازاریابی درک نیازها و خواسته‌های مشتریان و ارائه راهکارهایی برای تولید محصولاتی متناسب با آن نیازها و خواسته‌هاست. محصول باید مطابق با مزایای مورد انتظار مشتری باشد. قیمت باید متناسب با توانایی‌های خریدار باشد. این محصول باید در دسترس مشتری قرار گیرد تا در خرید آن دچار مشکل نشود و در نهایت ترفیعات لازم انجام گیرد تا مصرف‌کنندگان بالقوه از وجود چنین محصولی باخبر شوند. درواقع مفهوم آمیخته بازاریابی، مسیر عملکرد سازمان را با استفاده از یک سری متغیرهای قابل کنترل در محیطی که عوامل غیرقابل کنترل زیادی دارد (بازار خارجی)، مشخص می‌کند (بنت، ۱۹۹۷: ۱۵۵)^۱ در این زمینه تحقیقات اندکی در بخش محصولات ورزشی صورت گرفته است جلالی فراهانی (۱۵:۱۳۹۲) در تحقیق خود در مورد تأثیر عناصر آمیخته بازاریابی نشان داد که ترویج فروش یکی از عامل کلیدی و تأثیرگذار است. همچنین کشگرو همکاران (۴۹:۱۳۹۴) بر تأثیر عوامل کیفیت و قیمت تأکید داشتند. کوزه چیان و همکاران (۱۰:۱۳۸۹) در تحقیقشان به ارزیابی مؤلفه‌های آمیخته بازاریابی ۷ پی در پی برتر فوتبال ایران پرداختند که یافته‌هایشان مطلوب بودن این مؤلفه‌ها و در لیگ برتر از نظر صاحب‌نظران نشان داد اما در تحقیق تندنویس و همکاران در مورد عنصر قیمت در لیگ حرفه‌ای فوتبال در مقایسه با کشورهای ژاپن و کره جنوبی پرداختند که نتایج مطالعه آن‌ها حاکی از آنست که این مؤلفه در جایگاه مطلوبی قرار ندارد. معادی (۱۳۸۷) و معماری و همکاران (۱۳۸۷) نیز به بررسی عوامل آمیخته بازاریابی پرداختند و هر دو بر مؤثر بودن این عوامل تأکید داشتند و معادی عنصر قیمت را در کشور نامطلوب بیان نموده است. با توجه به مطالعات اندک صورت گرفته در این زمینه و ضرورت ارتباط با مشتریان و همچنین شناسایی عوامل مؤثر در تصمیم خرید مصرف‌کنندگان که به عنوان عوامل موفقیت در بازاریابی می‌باشند. لذا بررسی عوامل مؤثر بر تصمیم خرید ورزشکاران در خصوص انتخاب محصولات ورزشی به طوری که تمایلات مصرف‌کننده در بازار مشخص شود و تولیدکنندگان با چشمی باز محصولی را عرضه کنند که در توسعه بازار آن‌ها مؤثر واقع شود بسیار ضروری و دارای اهمیت است؛ بنابراین پژوهش حاضر در جهت یافتن نقش عناصر آمیخته بازاریابی در تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کنندگان محصولات ورزشی، ورزشکاران استان آذربایجان غربی است.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است و از لحاظ روش توصیفی _ تحلیلی است و به صورت میدانی اجرا شده است. جامعه آماری تحقیق این پژوهش شامل کلیه ورزشکاران استان کردستان ۳۷۷ نفر بوده بر اساس جدول مورگان و به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه ۴۰ سؤالی محقق ساخته محرم زاده و همکاران (۱۳۹۴) با طیف پنج گزینه‌ای (خیلی زیاد تا حدودی، کم و خیلی کم) است که عناصر تأثیرگذار در بازاریابی را در ۷ عنصر محصول، قیمت، تبلیغات، مکان، کارکنان، امکانات، تجهیزات و فرآیند را می‌سنجد، استفاده شده است؛ و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۹۰ درصد گزارش شده است. به منظور تحلیل استنباطی داده‌ها از آزمون

کولموگروف - اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها، آزمون تی تک متغیره برای آزمون فرضیه‌ها و برای اولویت‌بندی از آزمون آماری فریدمن با کمک نرم‌افزار اس پی اس ورژن ۱۶ بهره گرفته شده است.

نتایج

تعداد افراد شرکت کننده در این پژوهش ۳۷۷ نفر می باشد که ۵۶ درصد آن مردها و ۴۴ درصد آن را زن ها تشکیل داده اند. یافته های تحقیق حاکی از آن است که تمامی متغیرهای عناصر آمیخته بازاریابی در ایجاد تمایل به خرید از محصولات ورزشی نقش دارد. با توجه به آزمون فریدمن، نتایج حاصله در خصوص اولویت‌بندی عناصر آمیخته بازاریابی مؤثر در خرید محصولات ورزشی استان کردستان نشان داد از دیدگاه افراد مورد مطالعه به ترتیب اولویت عناصر توزیع، قیمت، ترویج، فروشندگان، فرایند، کیفیت و امکانات قرار دارند.

بحث و نتیجه گیری

از یافته‌های تحقیق و مطابقت نتایج آن با تحقیقاتی که در این زمینه انجام گرفته است، می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه افراد مورد مطالعه شده چهار مؤلفه‌ی توزیع، ترویج، قیمت و فروشندگان محصولات ورزشی بیشترین نقش را در میزان تمایل به خرید از محصولات ورزشی داشتند؛ (یافته‌های ویلسون و همکاران (۲۰۱۳)، توماس و همکاران (۲۰۱۰)، ساغر رفیعی (۱۳۹۱)، کشگر و همکاران (۱۳۹۴)، امین مقیمی (۱۳۸۹)، کوزه چیان و همکاران (۱۳۸۹)، محرم زاده و همکاران (۱۳۹۴)، همخوانی دارد.) و در تحقیقاتی هم که تفاوت وجود داشته است احتمالا به دلیل جامعه انتخاب شده و یا منطقه مورد نظر این اختلاف به وجود آمده است. بنابراین ضمن آنکه توجه تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان محصولات ورزشی را به این نتایج جلب می‌کنیم، پیشنهاد می‌گردد که از عوامل مؤثری که در این تحقیق مشخص شده‌اند به‌عنوان ابزاری برای بهبود تولیدات و عرضه‌ی محصولات ورزشی با توزیع و تبلیغات بالا استفاده کرده و از صرف هزینه‌های اضافی برای آن دسته از عواملی که تأثیری بر تصمیم خرید مصرف‌کنندگان ندارند یا اثر آن‌ها کم است پرهیز کنند.

منابع

۱. خوارزمی، الهه. (۱۳۹۱). تعیین عوامل اساسی وفاداری ورزشکاران تیمهای ملی فدراسیونهای ورزشی نسبت به پوشاک و برندهای ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی. ص ۳۱-۴۶
۲. رضانی، محمد. (۱۳۸۹). "بررسی تاثیر عناصر آمیخته ی بازاریابی بر موفقیت در جذب مخاطبین ورزشی از طریق مدل اسپرت". پایان نامه کارشناسی ارشد.
۳. روستا، آ (۱۳۸۳). رابطه با نقش بازاریابی در تحول ورزش ایران، خلاصه مقالات اولین سمینار ملی بازاریابی و مدیریت ورزش.. شیراز
۴. فراهانی، مجید. (۱۳۹۲). تاثیر عناصر منتخب آمیخته بازاریابی بر ارزش ویژه برند در خدمات ورزشی. پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۶، ۲۰-۱۱
۵. کشگر، سارا، قاسمی، حمید. فرجی زاده، پری. (۱۳۹۴). نقش بسته بندی کفش ورزشی به منزله ی یک رسانه در ترغیب گروه های مختلف ورزشکاران به خرید کفش های ورزشی. مدیریت ورزشی، ۷(۶)، ۹۲۰-۹۰۵
۶. کشگر، سارا، قاسمی، حمید. تجاری، فرشاد. (۱۳۹۰). مدیریت بازاریابی ورزشی. چاپ اول، تهران، انتشارات علم و حرکت.
۷. محرم زاده، مهرداد. ربابه مظفری. (۱۳۹۴). تاثیر عناصر منتخب آمیخته بازاریابی بر تصمیم به خرید. پایان نامه اخذ کارشناسی ارشد. ارومیه
۸. محرم زاده، مهرداد (۱۳۸۵) مدیریت بازاریابی ورزشی. چاپ اول، ارومیه، انتشارات جهاد دانشگاهی.

9. Aaker, D. (2005). "Measuring Brand Equity across Products and Markets. California Management Review; 38(22) p102-20
10. Katlerr, K. L. (2011). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand Equity. Journal of Marketing; 57 (35) p 1-22
11. Mahele, N. SHeohor, J. (2010). Corporate reputation and the stock market. Business

دومین همایش ملی پژوهش تازه های در ورزش علوم



بررسی و شناسایی راه کارهایی مناسب جهت برنامه ریزی صنعت توریسم و گردشگری در توسعه پایدار شهری شهر

اردبیل

شمس غفاری^{۱*}، ماریه عاشوری^۲، مهرداد محرم زاده^۳، نسرين عزيزيان کهن^۴

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه ارومیه

۳- استاد مدیریت ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی

۴- استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی

E-mail: shams_ghaffari@yahoo.com

دومین همایش ملی پژوهش

چکیده کوتاه

تازه های در

در قرن بیست و یکم پیشرفت فناوری موجب می شود تا وقت انسان پیش از پیش آزاد گردد و زمان بیشتری را صرف اوقات فراغت خود نماید. امروزه گردشگری به عنوان یکی از مهمترین صنایع توسعه پایدار، فرصت یزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کلانشهرها از جمله شهر اردبیل بوجود می آورد. براساس چنین ویژگی، امروزه گسترش فضاهای باز جمعی و ایجاد مراکز فراغتی و تفریحی مدرن یکی از اهداف مهم برنامه ریزان مدیریت کلانشهرهای جامعه در حوزه گردشگری شهری است. توسعه گردشگری شهری با ارتقای ابعاد کمی و کیفی با حداکثر بازده یکی از مهم ترین فعالیت های عمده مدیریت اجرایی شهرها در عصر حاضر می باشد. گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی می تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی باشد. گردشگری بخصوص در زمانی که سود فعالیت های دیگر بخش های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. این مقاله بر توسعه پایدار گردشگری تاکید دارد. در این دیدگاه توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به گونه ای است که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی، سلامت محیط زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم محلی را تأمین کرد. این مقاله ضمن تحلیل وضعیت صنعت گردشگری به نقش، کارکردهای آن و موانع و راهکارهای ایجاد صنعت گردشگری پایدار می پردازد.

واژگان کلیدی: اوقات فراغت، برنامه ریزی، توسعه پایدار، گردشگری شهری

مقایسه برندهای محصولات ورزشی ایران در رقابت با برندهای معروف خارجی از دیدگاه مصرف کنندگان

محصولات ورزشی استان آذربایجان غربی

سعیده فتاح مدرس

کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

E-mail: saeedeh_fm9@yahoo.com

چکیده کوتاه

هدف پژوهش حاضر، مقایسه برندهای محصولات ورزشی ایران در رقابت با برندهای معروف جهانی از دیدگاه مصرف کنندگان محصولات ورزشی استان آذربایجان غربی است. روش پژوهش توصیفی _ تحلیلی است که به صورت پیمایشی انجام شده است. چراکه از طریق بررسی نظرات و دیدگاه‌های خریداران و مصرف کنندگان صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه ورزشکاران استان آذربایجان غربی ۴۰۰ نفر بوده بر اساس جدول مورگان و به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه ۳۶ سؤالی ویسی و اکبری (۱۳۹۳) با طیف پنج گزینه‌ای (خیلی زیاد تا محدودی، کم و خیلی کم) است که ۵ بخش کیفیت برند، قیمت برند، شهرت برند، آگاهی از برند و طرح و زیبایی برندهای ورزشی و داخلی و خارجی را می‌سنجد، استفاده شده است. و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۹۰ درصد گزارش شده است. در این پژوهش، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است و به منظور تحلیل استنباطی داده‌های به دست آمده از ابزار اندازه‌گیری روش‌های آماری: آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها، آزمون تی تک متغیره برای آزمون فرضیه‌ها بهره گرفته شده است. براساس نتایج حاصل از تحقیق از افراد مطالعه شده، می‌توان نتیجه گرفت که در بیشتر شاخص‌های مورد بررسی برندهای خارجی از وضعیت مناسبتری برخوردار بودند. بنابراین باید با توجه به نقاط قوت برندهای خارجی و الگوبرداری از آن‌ها براساس نیاز مصرف کنندگان در جهت پیشرفت مطلوب برندهای داخلی گام برداریم

واژگان کلیدی: کیفیت، قیمت، شهرت، آگاهی از برند، طرح و زیبایی



بررسی عوامل موثر بر ارتقای توریسم با مداخله طبیعت و تأکید بر توسعه آب درمانی و توریسم درمانی

شمس غفاری^{۱*}، ماریه عاشوری^۲، میرحسن سیدعامری^۳، نسرين عزيزيان كهن^۴

۱- شمس غفاری، دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی

۲- ماریه عاشوری، دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه ارومیه

۳- میرحسن سیدعامری، استاد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

۴- نسرين عزيزيان كهن، استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی

E-mail: mariyehashouri@yahoo.com

چکیده کوتاه

سفر در طبیعت و هم اقامت در آن و مأنوس شدن با آن در ساختن روح انسان بسیار تأثیرگذار است. امروزه با صنعتی شدن کشورها و بروز دردهای مختلف در روح و بدن انسان ها، بحث توریسم درمانی یکی از بخش های رو به رشد صنعت گردشگری در جهان و ایران به شمار می آید، با این وجود در کشورمان این دغدغه وجود دارد که آیا این بخش از توریست در کشور ما به شکوفایی می رسد یا فراموش می شود؟ ایران از نظر جاذبه های گردشگری، طبیعت، آب و هوا و معماری باستانی جزء ۱۰ کشور برتر جهان است ولی از بازار توریسم سهمی شاخص نبرده است این در حالی است که از توریسم درمانی به عنوان صنعت سوم جهان نامبرده می شود. این مقاله سعی بر آن دارد تا با روش تحلیل محتوا و استناد به مطالعات کتابخانه ای به نقش موثر استفاده از جاذبه های طبیعی در جهت ایجاد فضاهای مناسب از لحاظ معماری و نشان دادن مؤلفه های درمانی در این فضاها و بازتاب حس مکان و ایجاد آرامش در جهت جذب توریست و برانگیختن عزم سفر گردشگران بپردازد. هدف از این مقاله ارائه راهکارهایی است که بتوان با تلفیق هنر، صنعت، معماری و خلق المان های شهری برجسته با استفاده از جاذبه های طبیعی، در راستای حس خاطره و امنیت و آرامش نظرگاه های دلچسپی را برای مسافرین ایجاد کند و آن ها را برا تأمل بیشتر در آن فضا دعوت کند.

واژگان کلیدی: توریسم درمانی، حس مکان، آرامش، المان.



ارتباط بین راهبردهای مدیریت تعارض مدیران با عدالت سازمانی از دیدگاه کارکنان اداره کل ورزش و جوانان

استان اردبیل

رضا بخشی مشهدلو*، ایوب فریدی^۲، مهداد نمازی^۳

۱- دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران

۲- دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد واحد اردبیل

۳- دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد واحد اردبیل

E-mail: rbt.hebtt@yahoo.com

چکیده کوتاه:

هدف از اجرای این تحقیق بررسی ارتباط بین راهبردهای مدیریت تعارض مدیران با عدالت سازمانی از دیدگاه کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان اردبیل بود. روش تحقیق، توصیفی و از نوع همبستگی است و به صورت میدانی انجام شده است. در این تحقیق کلیه کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان اردبیل بعنوان جامعه آماری در نظر گرفته شد که تعداد آن ها ۸۵ نفر بود ($N=n=85$). در این پژوهش از سه پرسش نامه جمعیت شناسی، عدالت سازمانی نیهوف و مورمن (۱۹۹۸) و پرسش نامه راهبردهای مدیریت تعارض پوتنام و ویلسون (۱۹۹۶) به عنوان ابزار پژوهش استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه عدالت سازمانی برابر ۰/۸۱ و برای پرسشنامه راهبردهای مدیریت تعارض برابر ۰/۷۹ به دست آمد.

نتایج یافته ها بیانگر این است که بین راهبرد همکاری با عدالت سازمانی و ابعاد آن (رویه ای، توزیعی و مراوده ای) ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. بین راهبرد مصالحه با عدالت سازمانی و ابعاد آن (رویه ای، توزیعی و مراوده ای) ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. با توجه به نتایج تحقیق می توان گفت که توجه به راهبرد مصالحه و همکاری و ابعاد آنها از سوی مدیران می تواند باعث ایجاد عدالت سازمانی گردد.

واژگان کلیدی: راهبردهای مدیریت تعارض، عدالت سازمانی، اداره کل ورزش و جوانان، رفتار سازمانی، مدیر ورزشی.



رابطه بین وجدان کاری و جو سازمانی با موفقیت شغلی در بین معلمان تربیت بدنی دوره متوسطه استان اردبیل

رضا بخشی مشهدلو^{۱*}، مهین رحیمی دمیرچی درسی^۲، زهرا سپهری

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، علوم و تحقیقات تهران

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد واحد اردبیل

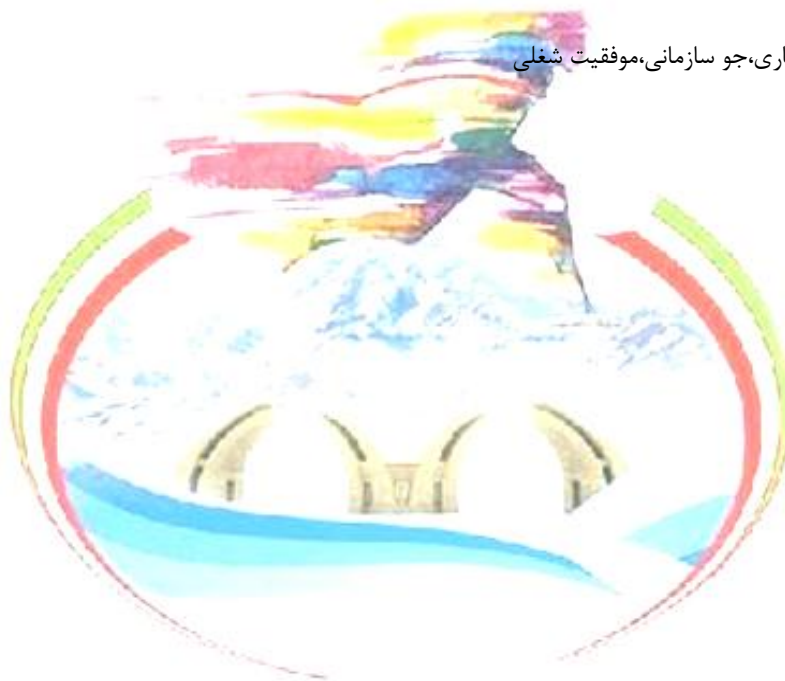
۳- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد واحد اردبیل

E-mail: rbt.hebtt@yahoo.com

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی ارتباط بین وجدان کاری و جو سازمانی با موفقیت شغلی در بین معلمان تربیت بدنی دوره متوسطه استان اردبیل بود. این تحقیق از نوع همبستگی است و اطلاعات آن به صورت میدانی جمع آوری گردید. جامعه آماری این پژوهش را کلیه معلمان تربیت بدنی دوره متوسطه استان اردبیل که در سال تحصیلی ۱۳۹۵ - ۱۳۹۴ در مدارس متوسطه این استان مشغول به تدریس و که تعداد آنها طبق گزارش ۳۲۵ نفر بودند تشکیل می دادند. از این تعداد ۱۱۰ نفر زن و ۲۱۵ نفر مرد بودند. برای جمع آوری داده های تحقیق از پرسشنامه های ویژگی های فردی، وجدان کاری، جو سازمانی و موفقیت شغلی (ایندر بیتزن و فوستر، ۲۰۰۲) استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد که بین وجدان کاری و موفقیت شغلی معلمان ورزش دوره متوسطه استان اردبیل در سطح $r=0.422$ و $P<0.01$ رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین بین جو سازمانی و موفقیت شغلی معلمان ورزش دوره متوسطه استان اردبیل در سطح $r=0.307$ و $P<0.05$ رابطه معنی داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: وجدان کاری، جو سازمانی، موفقیت شغلی



رابطه فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت مدیران ادارات تربیت بدنی و رؤسای هیات های ورزشی استان همدان

موسی عبدالباقی^{۱*}، غلام رضا ابراهیمی^۲

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران

۲- کارشناس ارشد تربیت بدنی، پیام نور تهران.

E-mail: mousa.abdolbaghi@gmail.com

چکیده کوتاه

امروزه شناخت فرهنگ سازمانی برای مدیران اهمیت حیاتی دارد چون فرهنگ یا جو حاکم بر سازمان مبین شیوه زندگی سازمان است. تحقیق حاضر به رابطه فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت مدیران ادارات تربیت بدنی می پردازد. هدف کلی این تحقیق بررسی رابطه بین برخی مولفه های فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت مدیران تربیت بدنی در سازمان های ورزشی می باشد. نوع و روش این پژوهش پیمایشی است و سعی شده است که در آن مولفه های ده گانه فرهنگ سازمانی توصیف شود و میزان همبستگی آن با خلاقیت تعیین گردد. برای تعیین همبستگی بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده و برای تعیین همبستگی تک تک عوامل فرهنگ سازمانی با خلاقیت از ضریب همبستگی اسپیرمن و پیرسون استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق برابر ۸۴ نفر می باشد که مدیران تربیت بدنی استان همدان را تشکیل می دهند. ابزار مورد استفاده در این تحقیق عبارت است از پرسشنامه فرهنگ سازمانی استیفن پی رابینز و پرسشنامه خلاقیت رند سیپ. یافته های تحقیق نشان داد بین فرهنگ و خلاقیت مدیران ادارات تربیت بدنی استان همدان، رابطه معنی داری وجود ندارد. اما شاخص های حمایت، انسجام و پاداش با خلاقیت همبستگی مثبت و معنی داری دارد.

واژه های کلیدی: فرهنگ سازمانی، خلاقیت، مدیران تربیت بدنی



چکیده بلند :

امروزه شناخت فرهنگ سازمانی برای مدیران اهمیت حیاتی دارد چون فرهنگ یا جو حاکم بر سازمان مبین شیوه زندگی سازمان است. در جو حاکم بر سازمان که افراد در آن فعالیت می کنند تا بتوانند به اهداف سازمان جامع عمل بپوشانند. به همین دلیل دانشمندان مدیریت بیان می دارند که اساسی ترین وظیفه مدیریت شکل دهی و هدایت ارزش های اساسی فرهنگ سازمانی است. تحقیق حاضر به رابطه فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت مدیران ادارات تربیت بدنی می پردازد. هدف کلی این تحقیق بررسی رابطه بین برخی مولفه های فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت مدیران تربیت بدنی در سازمان های ورزشی می باشد. اهداف ویژه آن بررسی تک تک مولفه های فرهنگ سازمانی با خلاقیت می باشد. نوع و روش این پژوهش پیمایشی است و سعی شده است که در آن مولفه های ده گانه فرهنگ سازمانی توصیف شود و میزان همبستگی آن با خلاقیت تعیین گردد. برای تعیین همبستگی بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده و برای تعیین همبستگی تک تک عوامل فرهنگ سازمانی با خلاقیت از ضریب همبستگی اسپیرمن و پیرسون استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق برابر ۸۴ نفر می باشد که مدیران تربیت بدنی استان مازندران را تشکیل می دهند. ابزار مورد استفاده در این تحقیق عبارت است از پرسشنامه فرهنگ سازمانی استیفن پی رابینز و پرسشنامه خلاقیت رند سیپ. پس از تکمیل پرسشنامه ها توسط مدیران، اطلاعات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته های تحقیق نشان داد بین فرهنگ و خلاقیت مدیران ادارات تربیت بدنی استان مازندران، رابطه معنی داری وجود ندارد. همچنین شاخص های فرهنگ سازمانی از قبیل: نوآوری، ریسک پذیری، رهبری، کنترل، هویت، سازش و الگوی ارتباط با خلاقیت همبستگی مثبت و معنی داری ندارد. اما شاخص های حمایت، انسجام و پاداش با خلاقیت همبستگی مثبت و معنی داری دارد. یافته های تحقیق نشان داد که بین ویژگی های فردی مدیران (سن، سابقه کار، جنسیت، رشته تحصیلی، سطح تحصیلات) با فرهنگ سازمانی از نظر آماری ارتباط وجود دارد.

مقدمه :

از آنجائی که فرهنگ به عنوان فصل مشترک و زمینه ساز رفتار جوامع مختلف بوده و معیار ارزیابی آنها می باشد نقش بسیار مهمی را در قضاوت جهانی ایفاء می نماید و حفظ و حراست و ایجاد رشد و تعالی و ارتقاء آن از مهمترین وظایف دولت مردان هر جامعه است (جعفری، ۱۳۸۳) و باید در شکل گیری ساختار آحاد جامعه که در دوران کودکی اتفاق می افتد نقش بنیادین و اساسی ایفا نمایند و در تعلیم و تربیت در آن دوران ممارست و دقت لازم معمول گردد تا با توجه به ایجاد یک بستر مناسب نظام ارزشی توسط افراد که در سنین تمیز و تشخیص انجام می گیرد دارای قوام و دوام باشد و از تجمع این دو زمینه رفتار مناسب افراد شکل گیرد و به تبع آن در برقراری ارتباطات از بلوغ کافی برخوردار گردند (شجاعی، ۱۳۸۴) و با توجه به گستردگی ارتباطات، اطلاعات مورد نیاز دریافت و جامعیت و مانعیت آن باعث افزایش توان و انرژی در افراد و در نهایت سازمان و جامعه گردد و افراد از یک نظام خود کنترلی بهره جویند و آنچه که در زمینه فرهنگ لازم است مورد توجه قرار گیرند همانا تغییر در دانش که منجر به تغییر در نگرش و تغییر در رفتار فردی و نهایتا تغییر در رفتار گروهی یعنی اتخاذ شیوه ای در رفتار که مورد پذیرش گروه واقع شود می باشد (آقایی، ۱۳۷۷). بررسی ها و مطالعات نشان می دهد که موسسات و ادارات، فرهنگ های سازمانی مختلفی دارند حتی به گونه ای که فرهنگ سازمانی از یک بخش به بخش دیگر در همان سازمان متفاوت می باشد (کازمی، ۱۳۷۴). ما در این پژوهش سعی داریم تا رابطه بین فرهنگ سازمانی و مولفه های آن را با خلاقیت مقایسه کنیم و مشخص کنیم چه رابطه بین این دو شاخص وجود دارد همچنین اهداف ما در این تحقیق بررسی رابطه بین برخی مولفه های فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت مدیران تربیت بدنی در سازمان های ورزشی می باشد. اهداف ویژه تحقیق بررسی تک تک مولفه های فرهنگ سازمانی با خلاقیت می باشد.

روش تحقیق

این پژوهش توصیفی - همبستگی که به شکل پیمایشی می باشد. برای نرمال بودن مولفه ها از آزمون کولموگراف - اسمیرنوف استفاده شده است. برای تعیین همبستگی بین فرهنگ سازمانی با خلاقیت و همچنین برای تعیین همبستگی بین تک تک مولفه های فرهنگ سازمانی با خلاقیت از ضریب همبستگی اسپیرمن و پیرسون استفاده شده است.

جامعه آماری مورد تحقیق در این پژوهش مدیران تربیت بدنی و معاونان آنها در اداره کل و ادارات شهرستان های استان مازندران و رؤسای هیئت های ورزشی استان مازندران می باشد . با توجه به جامعه آماری نسبت به توزیع ۸۴ پرسشنامه اقدام گردید که پس از کامل شدن مورد بررسی و ارزشیابی قرار گرفتند.

ابزار اندازه گیری : ابزار مورد استفاده در این تحقیق عبارت است از پرسشنامه فرهنگ سازمانی استیفن پی رابینز و پرسشنامه خلاقیت رند سیپ .

متغیر های تحقیق

متغیر پیش بین : متغیر های پیش بین در این تحقیق فرهنگ سازمانی ، سطح تحصیلات ، سابقه خدمت ، سن و جنس می باشد که محقق سعی دارد ارتباط آنها را با متغیر ملاک مورد بررسی قرار دهد .

متغیر ملاک : متغیر ملاک در این تحقیق خلاقیت می باشد که از طریق پرسشنامه مورد ارزیابی قرار می گیرد و ارتباط متغیر پیش بین با آن مورد بررسی قرار می گیرد .

دومین همایش ملی پژوهش تازه های در ورزشی

نتایج

جدول شماره ۱ : ارتباط بین فرهنگ سازمانی مدیران ادارات تربیت بدنی و هیات های ورزشی استان همدان با خلاقیت

متغیر	آماره	خلاقیت
فرهنگ سازمانی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۱۱۲
	سطح معناداری	۰/۲۹۷
	تعداد	۸۴

همانطور که در جدول شماره ۱ ملاحظه می شود باتوجه به ضرایب همبستگی اسپیرمن و سطح معناداری؛ فرض تحقیق رد و فرض صفر تایید می گردد. بنابراین بین فرهنگ سازمانی مدیران ادارات تربیت بدنی و هیات های ورزشی استان همدان با خلاقیت آنان ارتباط معنی دار وجود ندارد.

جدول شماره ۲ : ارتباط بین پاداش مدیران ادارات تربیت بدنی و هیات های ورزشی استان همدان با خلاقیت

متغیر	آماره	خلاقیت
پاداش	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۲۲۴
	سطح معناداری	۰/۰۳۹
	تعداد	۸۴

همانطور که در جدول شماره ۲ ملاحظه می شود باتوجه به ضرایب همبستگی پیرسون و سطح معناداری؛ فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می گردد. بنابراین بین پاداش مدیران ادارات تربیت بدنی و هیات های ورزشی استان همدان با خلاقیت آنان ارتباط معنی دار و مستقیمی وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری

محقق	تحقیقات قبلی	تحقیق حاضر
قهرمان تبریزی	بین فرهنگ و خلاقیت ارتباط معنا داری وجود دارد . از نظر او فرهنگ در جامعه مورد نظرش در حد متوسط و خلاقیت در حد پایین می باشد .	بین فرهنگ و خلاقیت ارتباط معنا داری وجود ندارد .فرهنگ و خلاقیت در حد متوسط قرار دارند .
هاشمیان	بین سبک رهبری با خلاقیت ارتباط معنا داری وجود دارد .	بین رهبری و خلاقیت ارتباط معنا داری وجود ندارد.
عزآبادی	بین بعضی از مولفه های فرهنگ سازمانی با بهره وری رابطه معنا داری وجود دارد.	بین بعضی از مولفه های فرهنگ سازمانی با خلاقیت ارتباط معنا داری وجود دارد
پورآمن	بین رسمیت با خلاقیت ارتباط معنا دار منفی وجود دارد .	بین انسجام و خلاقیت ارتباط معنا داری وجود دارد .
آشوری	بین میزان پاداش با خلاقیت ارتباط معنا داری وجود دارد.	بین سیستم پاداش با خلاقیت ارتباط معنا داری وجود دارد .

منابع

۱. آشوری ، د. ، (۱۳۸۰)تعریف ها و مفهوم فرهنگ ،نشر آگه ،چاپ اول (ویراست دوم)پائیز ص ۱۸-۱۷
۲. آقای فیشانی ،ت(۱۳۷۷)خلاقیت و نوآوری در انسان ها و سازمان ها ،چاپ اول ،تهران ،نشر ترمه ، ص ۲۲ - ۲۶
۳. جعفری ،م (۱۳۸۳)فرهنگ پیرو ،فرهنگ پیشرو ،شرکت انتشارات علمی وفرهنگی،چاپ اول تهران ص ۱۵ .
۴. پورآمن ، ب ، (۱۳۸۰) گزارش نهایی طرح پژوهشی مطالعه و بررسی وضع موجود فرهنگ سازمانی مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران
۵. شجاعی ،م. زیوربارف ، (۱۳۸۴) بررسی و تبیین فرهنگ سازمانی اعضای هیات علمی دانشکده فنی و پردیس علوم،مجله علمی و پژوهشی فرهنگ مدیریت سال سوم شماره ۱۱.
۶. عز آبادی ،ر (۱۳۷۹)رابطه فرهنگ سازمانی با بهره وری مدیران تربیت بدنی آموزش و پرورش سراسر کشور .پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده تربیت بدنی تهران
۷. تبریزی ، ق ، (۱۳۸۴)ارتباط بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت اعضای هیات علمی گروه های تربیت بدنی .پایان نامه کارشناسی ارشد.نشریه علوم حرکتی
۸. کاظمی ،عباس(۱۳۷۴)طراحی الگوی اثر بخشی سازمانی با تاکید بر معیار های فرهنگی سازمان .پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس .
۹. هاشمیان،م ، (۱۳۷۸) بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی اعضای رسمی سپاه پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس .

بررسی رابطه بین هوش معنوی و اخلاق حرفه‌ای در بین اعضای هیئت‌های ورزشی شهرستان گرمی

غلامرضا ابراهیمی^۱، صمدباشکوه اجیرلو^۲، شهرام ملکی^۳

۱-درس دانشگاه، کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، دانشگاه دانشگاه پیام نور گرمی، اردبیل.

۲-مدرس دانشگاه، کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، دانشگاه دانشگاه پیام نور گرمی، اردبیل.

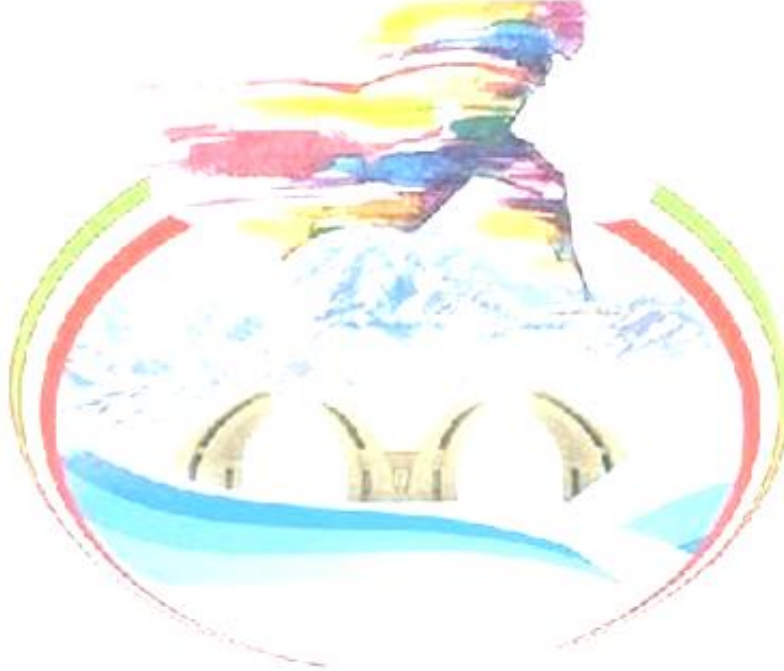
۳-مدرس دانشگاه، کارشناس ارشد، حسابداری، گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور واحد بيله سوار مغان، اردبیل

E-mail:Nazari1362mba@gmail.com

چکیده:

این پژوهش در مورد تبیین هوش معنوی و اخلاق حرفه‌ای، فواید تقویت آن‌ها در افراد است که از مطالعات داخلی و خارجی در این زمینه استفاده شده است. هدف این پژوهش بررسی رابطه بین هوش معنوی و اخلاق حرفه‌ای اعضای هیئت‌های ورزشی شهرستان گرمی است. روش تحقیق حاضر از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه اعضای هیئت‌های ورزشی شهرستان گرمی تشکیل می‌دهند که بر اساس فرمول کوکران تعداد نمونه آماری ۱۸۵ نفر به دست آمد. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه هوش معنوی و اخلاق حرفه‌ای بود. نتایج با استفاده از روش ضریب همبستگی پیرسون نشان دادند بین اکثر مولفه‌های هوش معنوی و اخلاق حرفه‌ای رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. می‌توان ادعا کرد سازمان با اهمیت دادن به تقویت هوش معنوی کارکنان خود و برقراری واحدهایی جهت تنظیم منشور اخلاق حرفه‌ای در سازمان و کنترل بر رعایت مفاد این منشورها، می‌توانند شاهد موفقیت‌های بیشتری برای سازمان خود باشند.

واژگان کلیدی: هوش معنوی، اخلاق حرفه‌ای، هیئت‌های ورزشی شهرستان گرمی



نقش جاذبه های گردشگری ورزشی بر توسعه فرصتهای کسب و کار استان اردبیل

صادق اغنیا^{۱*}، زهرا نوبخت رمضانی^۲، ناشررضایی

۱- دانشجوی دکتری، رشته مدیریت ورزشی مدیریت راهبردی در سازمانها، دانشگاه آزاد واحد قزوین

۲- هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد قزوین، رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی

۳- دانشجوی دکتری، رشته مدیریت ورزشی مدیریت راهبردی در سازمانها، دانشگاه آزاد واحد قزوین

E-mail: sadegh.aghnia@yahoo.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش جاذبه های گردشگری ورزشی بر توسعه فرصتهای کسب و کار استان اردبیل می باشد. این پژوهش که از نوع کاربردی و از لحاظ نوع روش، توصیفی-همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل گردشگران داخلی که به استان اردبیل سفر کرده اند و از شهرهای اردبیل، مشگین شهر و سرعین که کانونهای عمده گردشگری ورزشی در استان به شمار می روند را برای گردشگری ورزشی انتخاب کرده اند و همچنین کارکنان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می باشد. روش مورد استفاده برای نمونه گیری، روش نمونه گیری در دسترس می باشد. که به تعداد ۱۰۰ پرسشنامه در بین گردشگران و ۱۱۰ پرسشنامه در بین کارکنان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری توزیع شده است. پژوهش حاضر در دو بخش نظری و عملی انجام شده است. در بخش نظری، اطلاعات لازم با استفاده از روش کتابخانه ای و اسنادی و در بخش عملی، به شیوه میدانی جمع آوری شده اند گردآوری داده ها به صورت پرسشنامه ای می باشد و برای سنجش متغیرها از پرسشنامه ۶۵ سوالی با طیف لیکرت استفاده شده است تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS از آزمونهای پارامتریک رگرسیون چند گانه استفاده شده است و نتایج پژوهش حاکی از آن است که متغیرهای (استفاده از فناوریهای نوین در برگزاری رویدادهای ورزشی، خوب برگزار شدن رویدادهای ورزشی، وجود امکانات ورزشی در کلیه اماکن ورزشی، برگزاری مسابقه های قهرمانی قاره ای و جهانی و مناسب بودن طبیعت اردبیل) بر توسعه فرصتهای کسب و کار استان اردبیل تاثیر مثبت معنی داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: جاذبه های گردشگری ورزشی، توسعه فرصتهای کسب و کار، استان اردبیل



شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری اطلاعات توسط مدیران باشگاه‌های ورزشی

محمود بنی مسنی^۱، سجاد حاجی زاده^۲

۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی

E-mail: mahmoud.banimasani@yahoo.com

چکیده

به رغم تمام مزیت‌های ذاتی فناوری اطلاعات در بخش ورزش، هنوز به کارگیری آن با مقاومت کارکنان در برابر پذیرش فناوری اطلاعات همراه است. هدف این مطالعه تحلیل عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری اطلاعات توسط مدیران باشگاه‌های ورزشی شهر اصفهان در سال ۱۳۹۳ بود. این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران باشگاه‌های ورزشی شهر اصفهان بودند که جمعاً ۲۱۱ نفر انتخاب شدند و با توجه به کوچک بودن جامعه، از روش کل شمار استفاده کرد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود که روایی و پایایی آن به تأیید رسید. داده‌ها پس از گردآوری توسط روش‌های توصیفی، آزمون پیرسون و الگوی معادلات ساختاری تحلیل شدند. نتایج تحقیق نشان داد ارتباط مستقیم و مثبتی بین برداشت ذهنی از مفید بودن، برداشت ذهنی از سهولت استفاده، نگرش نسبت به استفاده، تمایل به استفاده و استفاده از فناوری اطلاعات وجود دارد و همچنین الگوی موردنظر از برازش مناسب برخوردار بود. با توجه به نتایج به دست آمده به نظر می‌رسد که مدیر ورزشی موفق در این عصر، مدیری است که بهره‌برداری کافی از اطلاعات مربوط به حوزه‌ی کاری خود داشته باشد و ابزار و فنون استفاده از اطلاعات را بشناسد و به کار گیرد.

واژگان کلیدی: باشگاه‌های ورزشی، فناوری اطلاعات، مدل پذیرش فناوری



بررسی فرصت‌ها و تهدیدات پیش روی فعالیت‌های آموزشی

محمود بنی مسنی^{۱*} سجاد حاجی زاده^۲

۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی

E-mail: mahmoud.banimasani@yahoo.com

چکیده

کارآفرینی مهم‌ترین منبع نوآوری، اشتغال‌زایی و رشد و توسعه در همه حوزه‌های اجتماعی از جمله ورزش است. هدف کلی پژوهش بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی فعالیت‌های آموزشی دانشجویان کارشناسی ارشد رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی در دانشگاه‌های اصفهان و آزاد خوراسگان در حوزه کارآفرینی بود.

تحقیق توصیفی و از نوع کاربردی بوده و برای اجرا از روش پیمایشی استفاده شد. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که کارآفرینی را در چهار مؤلفه دانش، توانش، نگرش و خلاقیت کارآفرینی ارزیابی می‌کرد. روایی پرسش‌نامه از طریق نظرات متخصصان و کارشناسان و پایایی پرسشنامه نیز از طریق آلفای کرونباخ محاسبه و ۰/۹۶ به دست آمد. جامعه آماری ۶۰۳ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های تربیت‌بدنی دانشگاه اصفهان و آزاد خوراسگان در سال ۱۳۹۳ بودند. نمونه آماری ۳۳۱ نفر برآورد گردید که از طریق نمونه‌گیری سهم انتخاب شدند.

نتایج پژوهش نشان داد فرصت‌های پیش روی فعالیت‌های آموزشی دانشجویان ارشد در هر چهار مؤلفه دانش کارآفرینی، توانش کارآفرینی، نگرش کارآفرینی و خلاقیت کارآفرینی پایین‌تر از حد متوسط است. بنابراین می‌توان گفت دانشجویان ارشد تربیت‌بدنی در این دو دانشگاه با نوعی تهدید جدی در حوزه کارآفرینی مواجه‌اند.

واژگان کلیدی: باشگاه‌های ورزشی، فناوری اطلاعات، مدل پذیرش فناوری



بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر عملکرد سازمانی کارکنان سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری استان اردبیل

مهناز ایمانی^{۱*}، منصور جبری^۲، سیده زینب پرندک^۳

۱. (گروه مدیریت ورزشی، کارمندان دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران)

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد (گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، اردبیل، ایران)

۳. سیده زینب پرندک (گروه جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، اردبیل، ایران)

E-mail: Mansour.jabri@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی رابطه فناوری اطلاعات و عملکرد سازمانی کارکنان در سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری استان اردبیل بود. روش تحقیق پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق کلیه مدیران و کارکنان سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری استان اردبیل ۱۱۲ نفر بودند. به علت محدود بودن حجم جامعه کل جامعه بعنوان نمونه مورد بررسی قرار گرفتند، ابزار اندازه گیری پرسشنامه فناوری اطلاعات فتحی (۱۳۸۹)، پرسشنامه استاندارد عملکرد سازمانی ۴۲ سوالی هرسی و گلداسمیت استفاده گردید. ضریب اعتبار آنها از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب ۰.۷۴ و ۰.۸۲ به دست آمد. روشهای آمار توصیفی به منظور طبقه بندی نمره های خام و ترسیم جداول و نمودارها و از آمار استنباطی (آزمون کلوموگروف - اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه) به منظور بررسی فرضیه تحقیق استفاده شد. نتایج نشان می دهد که بین مؤلفه های فناوری اطلاعات و عملکرد سازمانی در سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری استان اردبیل همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد ($p < 0.05$). همچنین ضرایب رگرسیون چندگانه حاکی از آن است که مؤلفه های فناوری اطلاعات پیشینی - کننده معناداری برای عملکرد سازمانی هستند. همچنین سیستم های سیستم های شبکه بیشترین همبستگی ($r = 0.42$) و سیستم های پشتیبانی مدیریت ارشد دارای کمترین میزان همبستگی ($r = 0.21$) با عملکرد سازمانی بود. به نظر می رسد تجهیز باشگاه فرهنگی ورزشی شهرداری به فناوری های روز دنیا و ایجاد امکان آشنایی و کار با این فناوریها برای کارکنان این سازمان می تواند عملکرد سازمانی را افزایش دهد.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، عملکرد سازمانی، سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری، کارکنان.



ارتباط نگرش به ورزش و امید به آینده در دانشجویان دانشگاه شهرکرد

محمد رضا مرادی^{۱*}، محمد صادق سعادت^۲

۱- استادیار گروه علوم ورزشی دانشگاه شهرکرد

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهرکرد

Moradi.mr@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی ارتباط میزان نگرش به ورزش و امید به آینده در دانشجویان دانشگاه شهرکرد بود. روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی دانشجویان دانشگاه شهرکرد ۸۰۰۰ نفر بود و نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان ۳۶۷ نفر بودند. ابزار اندازه گیری شامل پرسشنامه نگرش به ورزش احمدی و ملکشاهی (۱۳۹۳) و پرسشنامه امید به آینده اشنایدر (۲۰۰۵) بود. روایی این پرسشنامه ها را ۱۰ تن از اساتید مدیریت ورزش تأیید کردند و پایایی پرسشنامه ها از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۳ و ۰/۷۱ برآورد شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و آزمون های مستقل، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شد. یافته های حاصل از آزمون همبستگی نشان داد که بین تمامی ابعاد نگرش به ورزش و امید به آینده رابطه معناداری وجود دارد. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد مولفه های رشد اجتماعی احساس خوب داشتن و سلامتی واجد شرایط پیش بینی امید به آینده هستند. با توجه به نتایج لازم است شرایطی فراهم گردد تا با ایجاد نگرش مثبت به ورزش در دانشجویان و روی آوردن آن ها به ورزش، امید به آینده در دانشجویان به عنوان یکی از عوامل مهم سلامت روانی و ایجاد کننده توسعه پایدار، تقویت گردد.

واژگان کلیدی: نگرش به ورزش، امید به آینده، دانشجویان، دانشگاه شهرکرد

مقدمه

امید دربردارنده تصورات و توجه افراد به آینده است و با این تصور که احتمال دارد نتایج مثبت حاصل گردد، باعث تلاش فرد می شود. هر نوع مفهوم سازی از امید، ویژگی های چندبعدی، پویایی، آینده نگر و فرایند نگری آن را منعکس می کند (مک کلمنت و چوکنیوف، ۲۰۰۸). در ایشیزاکی و همکاران (۲۰۰۲) گزارش کردند، افرادی که فعالیت بدنی را از طریق ابزار و وسایل کمکی انجام می دهند، در مقایسه با کسانی که به صورت جسمانی درگیر فعالیت بدنی می شوند امیدواری کمتری دارند همچنین بیان کردند که فعالیت بدنی می تواند به صورت مستقیم بر امید به زندگی اثر بگذارد. اسنایدر (۲۰۰۶) گزارش داد که سطوح بالای امید در دانشجویان دانشگاه پیش بینی کننده معدل بالاتر، شانس بالاتری برای فارغ التحصیلی بوده است. از سویی با توجه به تئوری رفتار برنامه ریزی شده که بیان می کند نگرش بر رفتار اثر می گذارد، مطالعه نگرش به ورزش به جهت نقش احتمالی آن در رفتارهای و نگرش های آتی فرد این پژوهش به بررسی ارتباط میزان نگرش به ورزش و امید به آینده در دانشجویان دانشگاه شهرکرد می پردازد.

روش تحقیق

روش اجرای پژوهش توصیفی-همبستگی است، که به صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش، کلیه دانشجویان دانشگاه دولتی شهرکرد بود نمودن آماری با توجه به جدول مورگان ۳۶۷ نفر تعیین شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و آزمون های t مستقل، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شد. به منظور جمع آوری داده ها از پرسشنامه نگرش به ورزش احمدی و ملکشاهی (۱۳۹۳) و پرسشنامه امید به آینده اشنایدر (۲۰۰۵) استفاده شد. برای تأیید روایی، پرسشنامه ها بین ۱۰ تن از متخصصان مدیریت ورزش توزیع شد، برای تعیین پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که برای پرسشنامه نگرش به ورزش $\alpha = 0/83$ و برای پرسشنامه امید به آینده $\alpha = 0/71$ محاسبه شد.

نتایج

خصوصیات جمعیت شناختی نشان داد ۱۹۰ نفر مرد و ۱۷۷ نفر زن، ۱۹۲ نفر کارشناسی، ۱۵۷ نفر کارشناسی ارشد و ۱۸ نفر دکتری، ۳۲۰ نفر مجرد و ۴۷ نفر متأهل در تحقیق حضور داشتند. نتایج آزمون t مستقل نشان داد که در بین دختران و پسران در مورد نگرش به ورزش تفاوت معنادار ($Sig=0/03$) (پسران نگرش مثبت تری به ورزش داشتند) و در مورد امید به آینده تفاوت معناداری ($Sig=0/078$) وجود ندارد. همچنین نتایج نشان داد تمامی شاخص‌های نگرش به ورزش با امید به آینده رابطه معناداری دارند.

جدول ۱: ضریب همبستگی پیرسون بین نگرش به ورزش و ابعاد آن و امید به آینده

امید به آینده	نگرش به ورزش (کلی)	سلامتی	جذابیت ظاهری	لذت بخشی	آرامش	چالش	رشد اجتماعی	رقابت	احساس خوب داشتن	فعالیت بیرونی
۰/۴۵	۰/۲۹	۰/۲۱	۰/۱۹	۰/۲۵	۰/۱۲	۰/۳۶	۰/۲۸	۰/۳۰	۰/۱۳	

با توجه به جدول ۲: نتایج آزمون رگرسیون نشان داد متغیرهای، رشد اجتماعی احساس خوب داشتن و سلامتی واجد شرایط پیش‌بینی امید به آینده هستند. رشد اجتماعی ۱۵ درصد و تندرستی و آمادگی جسمانی ۱۲ درصد و سلامتی ۸ درصد تغییرات امید به آینده را تبیین می‌کنند.

جدول ۱: نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی امید به آینده

Sig	T	ضرایب غیرمعیاری		رگرسیون گام به گام
		ضریب معیاری	Beta	
۰/۰۰۰	۲۲/۳۰	۰/۱۲	۲/۷۲	عرض از مبدأ
۰/۰۰۱	۳/۲۶	۰/۱۵	۰/۰۵۷	رشد اجتماعی
۰/۰۰۵	۳/۲۲	۰/۱۲	۰/۰۴۲	احساس خوب داشتن
۰/۰۱۸	۲/۸۹	۰/۰۸	۰/۳۳	سلامتی

بحث و نتیجه‌گیری

وجود تفاوت معنادار در خصوص نگرش به ورزش بین پسران و دختران می‌توان گفت احتمالاً تجربه‌های گذشته و شرایط و امکانات بیشتر موجود برای ورزش پسران باعث ایجاد این تفاوت شده است. در خصوص امید به آینده با توجه به وضعیت موجود و شرایط اقتصادی و شغلی حال حاضر جنسیت باعث ایجاد تفاوت در امید به آینده نشد و هر دو جنس در این خصوص ادراک یکسانی داشتند. با توجه به این که همیشه مشارکت در ورزش با چالش‌هایی که ایجاد می‌کند و توانایی افراد برای مقابله با سختی‌ها و مشکلات را در افراد تقویت می‌کند و در بیشتر موارد فرد را به داشتن شرایط بهتر در آینده امیدوار می‌کند می‌تواند از دلایل احتمالی رابطه نگرش به ورزش و امید به آینده در دانشجویان باشد. با توجه به اینکه دانشجویان و افراد جوان تحصیل کرده از جمله سرمایه‌های انسانی مهم کشور محسوب می‌شوند و نقش امید به آینده در پیشبرد اهداف جامعه و رسیدن به توسعه پایدار لازم است شرایطی فراهم گردد تا دانشجویان با روی آوردن به ورزش و ایجاد نگرش مثبت به ورزش در آنها امید به آینده در آنها تقویت گردد.

منابع

۱. احمدی ع، ملک‌شاهی م، ۱۳۹۳، توصیف و مقایسه نگرش به فعالیت بدنی دانشجویان با توجه به رشته‌های ورزشی منتخب، مطالعات روانشناسی ورزشی، ۹، ۵۴-۳۹.

2. Ishizaki T, Kai I, Kobayashi Y, 2002 Functional transitions and active life active older adults, Journal of Psychotherapy Integration, 11(22), 319-363

3. McClement S E, Chochinov H M, 2008, Hope in Advanced Cancer Patients, European Journal of Cancer, May, 44(8), 1169- 74.

4. Schneider M C C, Castillo-Salgado et al, 2005, Summary of indicators most used for the measurement of the health inequalities, Epidemiol bull 26(3), 7-10
5. Snyder C.R. Ritschel L.A., Ravid., L.K. and Berg C.J. 2006. Balancing Psychological Assessments: Including strengths and Hope in client Reports. Journal of clinical Psychology, 62(1), 33-46.

دومین همایش ملی پژوهش تازه های در ورزشی علوم



ارزیابی توسعه یافتگی ورزش بدمینتون در استان های کشور و ارائه ابزار سنجش

صادق وقار*^۱، رحیم رضانی نژاد^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان

۲- استاد مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان

چکیده

هدف از این پژوهش تدوین چارچوب ارزیابی توسعه بدمینتون در استان های کشور و سنجش وضع موجود آن بود. روش تحقیق از نوع توصیفی - پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل متخصصان، مدیران، کارشناسان و صاحب نظران حوزه بدمینتون کشور بود. نمونه آماری به صورت نمونه گیری هدفمند و در دسترس انتخاب و نظرخواهی گردید. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بود. روایی ابزار از طریق نظر متخصصان و آلفای کرونباخ تأیید گردید. جهت تحلیل یافته های از روش های توصیفی در محیط نرم افزارهای SPSS و GIS استفاده گردید.

براساس مطالعه کتابخانه ای و پیمایشی چارچوب های لازم از منظرهای مختلف تحلیلی توسعه شامل: تحلیل راهبردی، تحلیل سیستمی، تحلیل ساختاری، تحلیل برنامه ای، تحلیل فرآیندی ارائه و تأیید گردید. همچنین چارچوب شناسایی شده برای ارزیابی توسعه بدمینتون در ابعاد مختلف امکانات، منابع انسانی، منابع مالی، رویداد و ... دسته بندی و تأیید گردید. نتایج نشان داد که بین استان های کشور به توسعه بدمینتون تفاوت معنی داری وجود دارد. به طور کلی براساس یافته می توان گفت که در بین استان های کشور به لحاظ توسعه بدمینتون نابرابری معنی داری وجود دارد و لازم است استراتژی های فدراسیون بدمینتون در آینده به سمت کاهش نابرابری سوق داده شوند.

واژگان کلیدی: ورزش بدمینتون، توسعه بدمینتون، ارزیابی توسعه، بدمینتون استان ها.



نقش بازاریابی داخلی در وفاداری و هویت برند کارکنان مجموعه های ورزشی شهر قزوین

زهرا قلی پور پینوندی^{۱*}، حسین پور سلطان زرنندی^۲، نرگس کاشی پز^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی، دانشگاه پیام نور کرج

۲. استادیار مدیریت ورزش، دانشگاه پیام نور واحد کرج

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی، دانشگاه پیام نور کرج

Email: zahra.gholi1360@gamil.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش بازاریابی داخلی در وفاداری و هویت برند کارکنان مجموعه های ورزشی شهر قزوین بود. جامعه آماری پژوهش را ۱۲۰ نفر از کارکنان مجموعه های ورزشی دولتی و خصوصی شهر قزوین تشکیل می دهند. که نمونه به صورت کل شمار انتخاب شدند. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های پرسشنامه های استاندارد بازاریابی داخلی فورمن و مانی (۱۹۹۵)، وفاداری برندساهیین و همکاران (۲۰۱۱) و هویت برندمیل و آشفورد (۱۹۹۲) استفاده گردید که به منظور روایی پرسشنامه ها از نظرات اساتید در حوزه مدیریت ورزش استفاده شد و پایای نیز با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۷۵ ، ۰/۸۱ و ۰/۸۰ بدست آمد. به منظور تجزیه و تحلیل از روش های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و جداول) و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون ساده) با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس نسخه ۲۴ استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد، بین بازاریابی داخلی با وفاداری و هویت برند مجموعه های ورزشی شهر قزوین رابطه معنادار وجود دارد.

واژگان کلیدی: بازاریابی داخلی، وفاداری برند، هویت برند، مجموعه های ورزشی



ارتباط بین تفکر استراتژیک مدیران و کیفیت خدمات در باشگاه‌های بدن‌سازی شهر کرج

محمدصادق سعادت^{۱*}، محمدرضا مرادی^۲، علیرضا امیدی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهرکرج.

۲- استادیار گروه علوم ورزشی دانشگاه شهرکرج.

۳- استادیار گروه علوم ورزشی دانشگاه شهرکرج.

Email: MohammadSaadat1992@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی ارتباط بین تفکر استراتژیک مدیران و کیفیت خدمات در باشگاه‌های بدن‌سازی شهر کرج است. روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه استفاده کنندگان از باشگاه‌های بدن‌سازی شهر کرج که به دلیل نامعلوم بودن تعداد جامعه نمونه با توجه به فرمول کوکران ۲۸۰ نفر در نظر گرفته شد. ابزار اندازه‌گیری شامل پرسشنامه تفکر استراتژیک گلدمن ۲۰۰۸ و پرسشنامه کیفیت خدمت سرکوال فرانسوی و همکاران ۲۰۱۰ است. آمینی و همکاران (۱۳۹۲) روایی پرسشنامه تفکر استراتژیک به تائید متخصصین و صاحب‌نظران علم مدیریت رساندند و پایایی آن را با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۳ گزارش کردند. رضانیان و همکاران (۱۳۹۲) روایی این پرسشنامه را به تائید چندین تن از متخصصین رشته مدیریت رساندند و پایایی آن را با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۹ گزارش کردند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آزمون‌های آمستقل و ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که بین تفکر استراتژیک و کیفیت خدمات همبستگی مستقیم و معناداری وجود دارد. نتایج رگرسیون نشان داد که مؤلفه‌های عناصر عینی و اعتبار و پاسخگویی کیفیت خدمات را تبیین می‌کنند. با توجه به نتایج به دست آمده لازم است شرایطی فراهم گردد تا مدیران با بالا بردن سطوح تفکر استراتژیک در مدیریت خود باعث بالا رفتن میزان کیفیت خدمات در باشگاه‌ها شده و رضایت مراجعه کنندگان را بیش از پیش جلب کنند.

واژگان کلیدی: تفکر استراتژیک، کیفیت خدمات، باشگاه‌های بدن‌سازی، شهر کرج



چکیده بلند

مقدمه

کیفیت هیچ معنا و مفهومی به جز آنچه مشتری واقعاً می‌خواهد، ندارد. به عبارت دیگر، زمانی محصول یا خدمت باکیفیت است که با خواسته‌ها و نیازهای مشتری انطباق داشته باشد، کیفیت باید به عنوان انطباق با نیاز مشتری تعریف شود (کرسبی، ۲۰۰۴). تحقیقات نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر علاقه‌مندی به کیفیت خدمات در صنعت ورزش نیز کشیده شده است، به گونه‌ای که امروزه کیفیت، یکی از مهم‌ترین جنبه‌های بازاریابی ورزشی محسوب می‌شود (سید جوادین، خانلری، استری، ۱۳۸۹). سازمان‌هایی که با دیدگاه تفکر استراتژیک اداره می‌شوند، هم رضایت مشتری خارجی را مهم می‌دانند و هم رضایت کارکنان به عنوان مشتریان داخلی سازمان را در نظر می‌گیرند. این سازمان‌ها در برابر هر تغییر غیرمنتظره آمادگی لازم را دارند (مرتضوی، نظمی، جعفریان، ۱۳۸۷). از دیدگاه هراکلیوس (۱۹۹۸) تفکر استراتژیک عبارت است از خلق استراتژی‌های ابتکاری و نو که می‌تواند قواعد بازی رقابتی را بازنویسی کرده و چشم‌انداز آینده بالقوه‌ای را ترسیم نماید که به طور قابل توجهی متفاوت از حال باشد. تفکر استراتژیک مدیران را به سوی یادگیری سریع از محیط کسب و کار و به کارگیری خلاقیت برای خلق ارزش‌های جدید فرامی‌خواند. این شیوه تفکر، چشم‌اندازهایی متمایز از رقبا را به همراه دارد. چشم‌اندازهایی که می‌تواند استراتژی‌های نوآورانه و مزیت بخشی را سبب شود. اگر کارکرد استراتژی خلق مزیت رقابتی دانسته شود، تفکر استراتژیک برای بقا و رشد سازمان در محیط پرقابله امروز امری اجتناب‌ناپذیر خواهد بود (غفاریان، احمدی، ۱۳۸۷).

روش تحقیق

این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است که به روش میدانی اجرا خواهد شد. جامعه آماری شامل کلیه مراجعه‌کنندگان به باشگاه‌های بدن‌سازی که حداقل شش ماه از باشگاه استفاده کرده‌اند. نمونه با توجه به فرمول کوکران ۲۸۰ نفر در نظر گرفته شد. ابزار اندازه‌گیری شامل پرسشنامه تفکر استراتژیک گلدمن ۲۰۰۸ و پرسشنامه کیفیت خدمت پارسورمان و همکاران ۱۹۸۵ است. آمینی و همکاران ۱۳۹۲ روایی پرسشنامه تفکر استراتژیک به تائید متخصصین و صاحب‌نظران علم مدیریت رساندند و پایایی آن را با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۳ گزارش کردند. رضانیان و همکاران (۱۳۹۲) روایی این پرسشنامه را به تائید چندین تن از متخصصین رشته مدیریت رساندند و پایایی آن را با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۹ گزارش کردند.

نتایج

خصوصیات جمعیت شناختی نشان داد ۲۰۰ نفر مرد و ۸۰ نفر زن، ۹۸ نفر دیپلم، ۱۴۵ نفر کارشناسی و ۳۵ نفر کارشناسی ارشد و ۲ نفر دکتری، ۱۹۵ نفر مجرد و ۸۵ نفر متأهل در تحقیق حضور داشتند.

با توجه به جدول ۱: نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد، تمامی شاخص‌های تفکر استراتژیک با کیفیت خدمات رابطه معناداری داشتند.

جدول ۱: ضریب همبستگی پیرسون بین تفکر استراتژیک و ابعاد آن و کیفیت خدمات

تفکر استراتژیک	عناصر عینی	اعتبار	پاسخگویی	اطمینان	احساس یگانگی و همدلی
۰/۴۱	۰/۱۸	۰/۲۴	۰/۲۷	۰/۱۷	۰/۲۸

با توجه به جدول ۲: نتایج رگرسیون نشان داد متغیرهای عناصر عینی و اعتبار و پاسخگویی کیفیت خدمات را پیش‌بینی می‌کنند. عناصر عینی ۱۶ درصد و اعتبار ۱۳ درصد و پاسخگویی تغییرات کیفیت خدمات را تبیین می‌کنند.

جدول ۲: نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی امید به آینده

رگرسیون گام به گام	B	Sd. Er	ضرایب غیرمعیاری		T	Sig
			Beta	ضریب معیاری		
عرض از مبدأ	۲/۷۵	۰/۱۳			۲۲/۴۰	۰/۰۰۰

عناصر عینی	۰/۲۰	۰/۵۸	۰/۱۶	۳/۳۰	۰/۰۰۱
اعتبار	۰/۱۷	۰/۴۳	۰/۱۳	۳/۲۶	۰/۰۰۵
پاسخگویی	۰/۱۴	۰/۳۴	۰/۰۹	۲/۹۳	۰/۰۱۸

بحث و نتیجه گیری

با توجه به مطالبی که عنوان شد و نتایج به دست آمده می توان بیان کرد که مراجعه کنندگان به باشگاه های بدن سازی لزوم توجه مدیران به بهبود کیفیت خدمات در باشگاه ها را به صورت مستمر خواهند که توجه به بهبود خدمات با رویکرد تفکر استراتژیک مدیران در رابطه مستقیم قرار دارد؛ پیشنهاد می گردد تفکر استراتژیک و شناسایی فرصت ها و تهدیدات محیطی به صورت منظم مورد توجه مسئولین باشگاه ها بدن سازی قرار گیرد. مدیران و مسئولان این مراکز می توانند با شرکت در کلاس های آموزشی و نیز دعوت از متخصصان و کارشناسان آشنا به موضوع تفکر استراتژیک به تقویت قابلیت شناسایی مسئله و آینده نگری در باشگاه های تحت مدیریت خود کمک بنمایند؛ بنابراین مدیران این مجموعه ها باید با بالا بردن سطح تفکر استراتژیک در مدیریت سطوح کیفیت خدمات را بالا برده تا بتوانند نیاز مشتریان را هرچه بهتر پاسخ دهند.

منابع

- ۱-امینی م، بختیاری ل، درگاهی ح، ۱۳۹۲، سنجش تفکر سیستمی در بین مدیران ارشد ستادی از طریق مدل گلدمن در دانشگاه علوم پزشکی تهران، مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران، ۷، ۱۹۶-۱۸۸.
- ۲-مضانیان م، فرجی ر، خوشنویس ف، دانش ثانی ک، ۱۳۹۲، بررسی کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه ها مبتنی بر مدل سروکوال، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ۴، ۸۳-۶۵.
- ۳-سید جوادین س ر، خانلری ا، استیری م، ۱۳۸۹، مدلی از ارزیابی تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان خدمات ورزشی، نشریه المپیک، ۵۲، ۴۱-۵۴.
- ۴-غفاریان و، احمدی ع، ۱۳۸۲، تفکر استراتژیک، مجله تدبیر، ۱۳۷: ۳۵.
- ۵-مرتضوی، س، نظمی، ش، جعفریان، چ، ۱۳۸۷، بررسی ارتباط تفکر استراتژیک و عملکرد (ROA) در شرکت های پذیرفته شده در بورس مستقر در شهر مشهد، دانشگاه فردوسی مشهد.
6. Crosby Ph, 2004, Quality without Tears: The Art of Hasher Free Management Mc Grow Hill, New York.
7. Fransi, E.C., Adillon, M.J., Thorsson, A., & Ramon, N.D 2010. Measuring service quality in sport management: An application of the SERVQUAL scale, Working papers "New Trends in Accounting and Management", 3, 521
8. Goldman E F, 2008, The power of work experiences: Characteristics critical to developing expertise in strategic thinking, Human Resource Development Quarterly, 19(3), 217-230.
9. Heraclius L.; 1998, Strategic thinking or strategic planning? Long Range Planning: 481,

بررسی موانع گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی

دکتر معصومه حسینی^۱، مریم خوش رفتار^{۲*}

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اماکن ورزشی، دانشگاه پیام نور، واحد شهر ری

Email: Maryam.khoshraftar1339@gmail.com

چکیده

هدف از پژوهش بررسی موانع گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی بود. جامعه آماری مورد پژوهش را کارشناسان خبره ورزشی استان، کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به تعداد ۱۴۰ نفر می باشند که اعضای نمونه به صورت تمام شمار از جامعه آماری انتخاب گردید. در این تحقیق به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته ای که بدین منظور طراحی شده بود استفاده گردید. این پرسشنامه با ۲۰ سوال و در ۳ بعد موانع مربوط به مدیریت، موانع فرهنگی و موانع زیرساختی براساس طیف لیکرت طراحی گردید. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرات ۱۰ متخصصان علم مدیریت ورزش استفاده گردید. به منظور تجزیه و تحلیل از روش های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و جداول) و استنباطی (تحلیل عاملی و فریدمن) با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس نسخه ۲۲ استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد، موانع، فقدان برنامه ریزی صحیح، دقیق و علمی برای توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی، ضعف در سیستم حمل و نقل زمینی، هوایی و ریلی استان و وجود دیدگاه منفی و تبلیغات سوء درمورد استان آذربایجان شرقی به عنوان مهمترین موانع گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی محسوب می گردند. و موانع فرهنگی در اولویت اول موانع گردشگری می باشند.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری ورزشی، موانع گردشگری، موانع فرهنگی



بازنگری در چارچوب ارزیابی عملکرد دانشکده‌های علوم ورزشی

صلاح دستوم^۱، فرهاد حیدری^۲، کاوه قیسوندی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان

۲ و ۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه کردستان

چکیده

هدف از این پژوهش بازنگری چارچوب‌های ارزیابی عملکرد دانشکده‌های تربیت‌بدنی و ارائه چارچوب مناسب براساس مطالعه پیمایشی بود. هویت غالب تحقیق نظری و کیفی بود. به نمونه آماری مشخصی از کارشناسان (۴۵) و مستندات علمی و اجرایی (۷۹) حوزه توسعه علمی ورزش در کشور مراجعه شد. ابزار پژوهش شامل روش کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه متناسب با چارچوب تحلیل مفهومی پژوهش بود. روش‌های تحلیلی استفاده شده چارچوب‌بندی سیستمی همراه با ارزیابی توصیفی کیفی و کمی است.

یافته‌ها نشان داد که چارچوب ارزیابی عملکرد دانشکده‌های تربیت‌بدنی مشتمل بر دو اصلی و نه زیر حوزه فرعی به صورت؛ حوزه عمومی (اداری، مالی، عمرانی، فرهنگی، خدماتی و ارتباطی) و حوزه تخصصی (آموزشی، پژوهشی، کارآفرینی و ورزشی) می‌باشد. علاوه بر این کاربرد انواع الگوها، مقیاس‌ها، معیارها و نرم‌افزارهای ارزیابی عملکرد برای دانشکده‌های تربیت‌بدنی به صورت تطبیقی بررسی شد. براساس یافته‌ها می‌توان گفت که ارزیابی عملکرد دانشکده‌های تربیت‌بدنی نسبت به سایر سازمان‌های ورزشی و دانشگاهی دارای جنبه‌های تخصصی بوده و بنابراین روش‌شناسی تخصصی نیز می‌باشد. بنابراین پیشنهاد می‌شود چارچوب شناسایی شده در دانشکده‌های تربیت‌بدنی بکار گرفته شود.

واژگان کلیدی: مدیریت عملکرد، الگوی ارزیابی، شاخص عملکرد، سیستم عملکرد، دانشکده تربیت‌بدنی



بررسی چالش های فرهنگی در ورزش استان آذربایجان شرقی

دکتر معصومه حسینی^۱، مریم خوش رفتار^{۲*}

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اماکن ورزشی، دانشگاه پیام نور، واحد شهر ری

Email: Maryam.khoshraftar1339@gmail.com

چکیده:

هدف از پژوهش حاضر بررسی چالش های فرهنگی در ورزش استان آذربایجان شرقی بود. جامعه آماری پژوهش ۱۳۵ نفر شامل: کارشناسان، مدیران، صاحب نظران در حوزه مدیریت ورزش، بودند. لذا، با توجه به محدودیتهای موجود در انتخاب آزمودنیهای تحقیق و به علت محدود بودن افراد آگاه به تحقیق، کل جامعه ی آماری بر اساس در دسترس بودن گزینش شدند. گردآوری اطلاعات با استفاده از پرسشنامه احمد زاده و همکاران (۱۳۹۳) صورت گرفت. روایی پرسشنامه به تایید ۱۰ تن از متخصصان مدیریت ورزش و کارشناسان خبره در این زمینه رسید و پایایی نیز در یک مطالعه مقدماتی بر روی ۳۰ نفر ضریب آلفای کرونباخ (۰/۷۹) بدست آمد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که مهمترین فرصت فرهنگی برای ورزش ایتار و از جان گذشتگی ورزشکاران آذربایجان شرقی و مهمترین تهدید فرهنگی برای ورزش استان تحت تاثیر قرار گرفتن تماشاگران از رفتارهای نامناسب ورزشکاران می باشد.

واژگان کلیدی: چالش های فرهنگی، ورزش، آذربایجان شرقی، فرصت، تهدید



بررسی تاثیر رضایت شغلی و کیفیت زندگی کاری مربیان ژیمناستیک بر روی سبک مدیریت کلاس در باشگاه‌های

استان آذربایجان غربی

علیرضا ولی پور قره موسی^{۱*}، محسن شیر محمدزاده^۲

۱- دانشجوی رشته مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد میاندوآب، میاندوآب، ایران.

۲- هیات علمی مدعو، دانشگاه آزاد اسلامی واحد میاندوآب، میاندوآب، ایران.

E-mail: Alirezavalipour2016@gmail.com

چکیده کوتاه

تحقیق حاضر باهدف بررسی تاثیر رضایت شغلی و کیفیت زندگی کاری مربیان ژیمناستیک بر روی سبک مدیریت کلاس در باشگاه‌های استان آذربایجان غربی انجام گرفت. این تحقیق از نظر روش تحقیق توصیفی-همبستگی و کاربردی و به صورت میدانی انجام گرفت. جامعه این تحقیق شامل کلیه مربیان ژیمناستیک استان آذربایجان غربی بود، که بر اساس آمار سال ۱۳۹۵ تعداد ۲۱۱ نفر بودند. در این تحقیق با نمونه گیری کوکران تعداد ۱۳۷ نفر به عنوان نمونه تعیین گردید و بر اساس نمونه برداری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه های استاندارد سبک مدیریت کلاس مک کورو مک (۱۹۹۷)، کیفیت زندگی کاری والتون (۲۰۰۶)، رضایت شغلی پاول دی اسپکتور (۱۹۹۷) بود که روایی پرسشنامه برای اطمینان بیشتر به تایید استاد راهنما رسید و پایایی آنها نیز با ضریب آلفای کرباخ به ترتیب سبک مدیریت کلاس ۰/۸۵۰ و کیفیت زندگی کاری ۰/۸۶۷ و رضایت شغلی ۰/۷۸۱ محاسبه گردید. نحوه توزیع داده ها با آزمون کولموگروف - اسمیرنوف بررسی شد که نتایج نشان دهنده توزیع نرمال داده ها بود. نتایج رگرسیون نشان داد که مولفه های کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی رابطه خطی با سبک مدیریت کلاس مورد استفاده مربیان ژیمناستیک دارد.

واژگان کلیدی: کیفیت زندگی کاری، سبک مدیریت کلاس، ژیمناستیک و رضایت شغلی.



چکیده بلند

مقدمه

فرایند یادگیری و آموزش رشته ژیمناستیک از طریق تعامل در کلاس تمرین صورت می گیرد، بنابراین بایستی عوامل مؤثر بر آن به صورت علمی بررسی شود. یکی از عوامل مؤثر، تجهیز مربیان به مهارت‌های کارآمد مدیریتی است. مدیریت جامع کلاس، میزان فعالیت فراگیران را در فعالیتهای برنامه تمرینی افزایش می دهد و از هدر رفتن زمان برای رفع مشکلات رفتاری جلوگیری می کند. از طرف دیگر، اگر سازمان ورزش و جوانان بخواهد به اهداف خود برسد در درجه اول باید به درونداد اصلی خود یعنی مربیان ورزشی توجه کند. بنابراین تا زمانی که نیازهای روحی و روانی مربیان برآورده نشود هرگز بطور کامل احساس رضایت شغلی نخواهند کرد. همچنین تنها داشتن رضایت شغلی مربیان برای برآورده کردن اهداف سازمانی کافی نیست بلکه باید کیفیت زندگی کاری آنها در سازمان افزایش پیدا کند، تا در سایه افزایش رضایت شغلی و بهبود کیفیت زندگی کاری مربیان ورزشی بتوانند از بهترین شیوه مدیریت کلاس تمرین در جلسات خود استفاده کنند. مربیان با بکارگیری روش مدیریت مناسب کلاس تمرین خود می توانند در پرورش مهارت‌های اجتماعی، خلاقیت ها و توانایی های فراگیران ژیمناستیک نقش مهمی داشته باشند و مشکلات کمتری در جلسات تمرین خود مشاهده کنند.

دیجیگیک و استوجیلکوویک (۲۰۱۲)، در پژوهشی که به منظور طراحی پروتکلی برای ارزیابی سبک های مدیریت معلمان بر اساس سه سبک مداخله گر، غیر مداخله گر و تعامل گرا انجام دادند، تأکید کردند که مدیریت کلاس یکی از مهمترین فاکتورهای تدریس اثر بخش است و پیدا کردن سبک تدریس خاص و پس از آن تلاش برای بهبود اثر بخشی آن بسیار اهمیت دارد. با نگرش فوق و دانستن اهمیت مربیان در تداوم فعالیت و حرکت رو به رشد سازمان ورزشی، بررسی وضعیت رضایت شغلی و کیفیت زندگی کاری مربیان ژیمناستیک در ابعاد مختلف از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد. لذا در این تحقیق تاثیر رضایت شغلی و کیفیت زندگی کاری مربیان ورزش ژیمناستیک در استان آذربایجان غربی بررسی شد.

روش تحقیق

پژوهش از نوع کاربردی و با توجه به ماهیت موضوع توصیفی - پیمایشی می باشد. جامعه آماری را کلیه مربیان ژیمناستیک دارای کارت مربیگری ملی و درجه ۱،۲،۳ در سطح استان آذربایجان غربی تشکیل می دادند که شامل ۲۱۱ نفر بودند، روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای بود که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۳۷ نفر تعیین گردید.

برای جمع آوری اطلاعات و سنجش متغیرهای تحقیق، از پرسشنامه استفاده شد. چون پرسشنامه های استفاده شده در تحقیق استاندارد بود، لذا روایی آنها توسط مقیمی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشنامه مدیریت تایید شده بود. فلذا بنا به پیشنهاد استاد محترم راهنما در این پژوهش روایی صوری به تایید سه نفر از اساتید رشته مدیریت قرار گرفت و ضریب پایایی کلی پرسشنامه ها برای اطمینان بیشتر از طریق ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه سبک مدیریت کلاس ۰/۸۵۰، کیفیت زندگی کاری ۰/۸۶۷ و رضایت شغلی ۰/۷۸۱ محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل از روشهای آمار استنباطی شامل آزمون t و رگرسیون با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده گردید.

نتایج

همانطور که نتایج جدول ۱ نشان می دهد میزان ضریب تعیین محاسبه شده برای کیفیت زندگی کاری برابر با ۰/۳۴۸ می باشد که این میزان نشان می دهد که میزان ۳۴/۸ درصد تغییرات در نحوه سبک مدیریت کلاس تمرین مربیان ژیمناستیک استان آذربایجان غربی تحت تاثیر عامل کیفیت زندگی کاری می باشد. همچنین میزان ضریب تعیین محاسبه شده برای رضایت شغلی برابر با ۰/۴۱۸ می باشد و این میزان نیز نشان می دهد که ۴۱/۸ درصد تغییرات نحوه سبک مدیریت کلاس تمرین مربیان ژیمناستیک تحت تاثیر عامل رضایت شغلی می باشد.

جدول ۱- نتایج ضرایب همبستگی چندگانه در مدل رگرسیون

متغیر	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تصحیح شده	انحراف معیار
کیفیت زندگی کاری	۰/۴۹۸	۰/۳۴۸	۰/۱۲۱	۰/۷۵۲
رضایت شغلی	۰/۴۵۶	۰/۴۱۸	۰/۱۷۴	۰/۳۷۲

بحث و نتیجه گیری

آزمون فرضیه با استفاده از آزمون رگرسیون خطی بیانگر وجود ارتباط مستقیم خطی بین کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی مربیان ژیمناستیک و سبک مدیریت کلاس می باشد. بنابراین می توان نتیجه گرفت که رشد و افزایش کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی مربیان ژیمناستیک منجر می شود که سبک مدیریت کلاس تمرین ژیمناستیک در باشگاه های استان آذربایجان غربی به طور مطلوب افزایش پیدا کند و کاهش کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی مربیان ژیمناستیک باعث کاهش سبک مدیریت کلاس تمرین ژیمناستیک توسط مربیان می شود. بنابراین فرضیه های تحقیق مورد تایید قرار می گیرد. برای مربیانی که زمینه بهبود کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی فراهم است می توانند به رده های بالاتر برسند، زیرا افرادی که دارای کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی بهتری در شغل باشند به موفقیت دست می یابد. نتایج تحقیقات دیجیگیک و استوجیلکوویک (۲۰۱۲) در یک راستا می باشد نتایج تحقیقات این محقق نشان داد که کیفیت زندگی بر روی سبک تدریس خاص و پس از آن تلاش برای بهبود اثر بخشی آن بسیار اهمیت دارد. همچنین با نتایج تحقیقات بندری (۱۳۹۲) در یک راستا می باشد نتایج تحقیقات این محقق نشان داد که رضایت شغلی بر روی سبک تدریس خاص و پس از آن تلاش برای بهبود اثر بخشی آن بسیار اهمیت دارد.

منابع

۱. بندری، فاطمه، ۱۳۹۲، بررسی رابطه ابعاد خودکارآمدی معلمان، روش های مدیریت کلاس و رضایت شغلی معلمان مقطع ابتدایی شهر جاسک، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هرمزگان - دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
2. Djigic, Godana, Stojiljkovic, Snezana, 2012, Protocol for classroom management styles assessment designing. Procedia - Social and Behavioral Sciences 45, 65-74.
3. McCormac, Ann, 1997, <http://www.Getcited.org/pub/103340817>, Classroom management problems, strategies and influences in physical education.
4. Spector . P.D, 1997, perceived control by employees : a metaanalysis of studies concerning autonomy and participation at work , Human Relation 39, PP1005.
5. Walton.E, 1973, An Experimental Approach to organization Development, Conference of the Quality of working life, Third Edition, Prentice-Hall International Editions.

رابطه حمایت های سازمانی و جوانگیزی در بین تیم های معلولین استان کرمان

عطیه حسنی^۱، محسن توکلی^۲

۱- کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران

۲- دکتری مدیریت ورزشی، استادیار گروه تربیت بدنی، هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی بجنورد، بجنورد، ایران

E-mail: miladkaramoozian@yahoo.com

چکیده کوتاه

هدف پژوهش حاضر رابطه حمایت های سازمانی و جوانگیزی در بین تیم های معلولین استان کرمان بود. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی است و از نظر روش یک تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی است که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه تیم های معلولین استان کرمان بود که طبق برآورد حدود ۷۵۰ نفر می باشد که با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه ۲۵۴ نفر تعیین شد. از بین شهرهای استان کرمان ۵ شهرستان انتخاب شدند که شامل رفسنجان، بوم، بافت، سیرجان و جیرفت انتخاب شدند. روش نمونه گیری به صورت خوشه ای بود. در این تحقیق از پرسشنامه استاندارد حمایت سازمانی ادراک شده آیزنبرگر و همکاران (۱۹۸۶) با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۴ و پرسشنامه جوانگیزی سایفریز، دودا و چی (۱۹۹۳) با پایایی ۰/۷۷ استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی انجام شده است. در سطح آمار توصیفی، از شاخص های آماری فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد و طراحی جداول و در سطح آمار استنباطی، از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که، بین حمایت های سازمانی با جو مهارتی تیم های معلولین استان کرمان ارتباط معنادار مستقیم وجود دارد. بین حمایت های سازمانی با جو عملکردی تیم های معلولین استان کرمان ارتباط معنادار مستقیم وجود دارد.

واژگان کلیدی: حمایت های سازمانی، جوانگیزی، تیم های معلولین، استان کرمان



بررسی رابطه بین برخی مؤلفه های فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت روسای هیئت های ورزشی

استان آذربایجان شرقی

شبنم هاشمی ثانی

کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد ملکان

چکیده

هدف این تحقیق، بررسی رابطه بین برخی مؤلفه های فرهنگ سازمانی با میزان خلاقیت روسای هیئت های ورزشی استان آذربایجان شرقی می باشد. جامعه آماری این تحقیق برابر ۴۸ نفر می باشد که با توجه به محدودیت جامعه هدف مورد بررسی، روسای کلیه هیئت های ورزشی موجود استان آذربایجان شرقی (۴۸ هیئت) به صورت دردسترس و غیر تصادفی هدفمند برای این امر انتخاب گردیدند. ابزار اندازه گیری در این تحقیق عبارت است از پرسشنامه فرهنگ سازمانی استیفن پی رابینز و پرسشنامه خلاقیت رند سیپ. برای تعیین همبستگی بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت از ضریب همبستگی اسپرمن استفاده شده و برای تعیین همبستگی تک تک عوامل فرهنگ سازمانی با خلاقیت از ضریب همبستگی اسپرمن و پیرسون استفاده شده است. پس از تکمیل پرسشنامه ها توسط روسا، اطلاعات به وسیله نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته های تحقیق نشان داد بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت روسای هیئت های ورزشی استان آذربایجان شرقی، رابطه معنی داری وجود ندارد. اما شاخص های فرهنگ سازمانی از قبیل: حمایت سازمانی، انسجام و پاداش با خلاقیت، همبستگی مثبت و معنی داری دارد.

واژه های کلیدی: فرهنگ سازمانی، خلاقیت، روسای هیئت های ورزشی



مطالعه آمادگی کارمندان ادارات کل ورزش و جوانان استان های اردبیل ، همدان و زنجان در پذیرش مدیریت

کیفیت جامع

زهرا کیوانی^{۱*}، رضا بخشی^۲

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی ، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی ، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران

E-mail: rbt.hebtt@yahoo.com

چکیده کوتاه

هدف از پژوهش حاضر مطالعه آمادگی کارمندان ادارات کل ورزش و جوانان استان های همدان، زنجان و اردبیل در پذیرش مدیریت کیفیت جامع می باشد. آزمودنی های پژوهش را ۱۲۵ نفر از کارمندان (۴۵ نفر زن و ۸۰ نفر مرد) شاغل در ادارات کل ورزش و جوانان این سه استان تشکیل دادند. برای پاسخ گویی به سوالات پژوهش ، از ابزار اندازه گیری (پرسشنامه) که شامل ده مولفه مدیریت کیفیت جامع و هر مولفه شامل چهار سوال بود، استفاده شد. پس از مطالعه مقدماتی ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) پرسشنامه اولیه ۰/۸۴ بر آورد شد برای توصیف داده ها از روش های آمار توصیفی و برای تعیین و بررسی اختلاف میانگین متغیرهای مورد مطالعه از آزمون t مستقل برای مقایسه دو گروه، و تحلیل واریانس یک سویه برای مقایسه بیش از دو گروه، در سطح معنا داری (۰/۰۵ p) استفاده شد. همچنین برای مقایسه آمادگی پذیرش مولفه های مختلف TQM از سوی کارمندان ادارات کل ورزش و جوانان استان های منتخب از آزمون کروسکال والیس استفاده شد. در نهایت بر اساس یافته های پژوهش ضمن پاسخگویی به سوالات پژوهشی، قضاوت در خصوص میزان آمادگی کارمندان ادارات کل ورزش و جوانان استان های منتخب نسبت به پذیرش TQM و مولفه های آن در سه سطح آمادگی بالا، آمادگی متوسط و آمادگی پایین صورت گرفت. بررسی یافته ها نشان داد که کارمندان ادارات کل ورزش و جوانان استان های منتخب با میانگین ۱۲۸/۴۲ برای پذیرش TQM در ادارات کل ورزش و جوانان استان های منتخب از آمادگی بالایی برخوردارند.

واژگان کلیدی: کیفیت، مدیریت کیفیت جامع، آمادگی پذیرش، کارمند



بررسی انگیزه خرید اینترنتی از راه شبکه اجتماعی اینستاگرام

مهرداد محرم زاده*، سعیده فتاح مدرس^۲

۱- استاد تمام مدیریت ورزشی دانشگاه محقق اردبیل

۲- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

E-mail: saeedeh_fm9@yahoo.com

چکیده کوتاه

امروزه اینستاگرام یکی از شبکه های اجتماعی است که با محوریت اشتراک گذاری عکس، توانسته به بسیاری از پیشبینی ها مبنی بر حرکت شبکه های اجتماعی به سمت سایتهای عکس محور، جامه عمل بپوشاند. هرچند اینستاگرام بعنوان پدیده ای نوظهور برای اشتراک گذاری عکس و فیلمهای کوتاه طراحی شده و هدف از ایجاد آن فروش کالا نبوده است؛ اما استفاده گوناگون کاربران از آن باعث شده به جایگاهی مهم برای معرفی محصولات برندهای گوناگون برسد. فروشگاه های ورزشی در ایران با معرفی کالا و خدمات ورزشی در اینستاگرام توانسته اند از این محیط به عنوان ویتترین خود استفاده کرده، محصولات خود را به نمایش بگذارند. پژوهش حاضر به منظور بررسی انگیزه خرید اینترنتی از راه شبکه اجتماعی اینستاگرام برای خریدهای لذت باور در شهر ارومیه طرح ریزی شد. در این پژوهش عوامل انگیزشی برای ترغیب افراد به خرید لذت باور از راه صفحات اینستاگرام در جامعه دارندگان صفحه اینستاگرام در ارومیه بررسی شد. به علت نامحدود بودن جامعه آماری پژوهش، تعداد نمونه از راه فرمول نسبت مربوط به تعداد نمونه جامعه نامحدود، محاسبه و حجم نمونه ۱۲۰ نفر انتخاب شد. در این پژوهش تعیین شد که چه عواملی، با چه میزان اهمیتی بر انگیزه خرید در این شبکه اجتماعی در شهر ارومیه مؤثرند. در این مقاله دو ارزش لذت باور در خرید از طریق اینستاگرام بررسی شد. برای جمع آوری داده های از پرسشنامه استفاده شد. ضمناً برای تأیید یا رد فرضیه ها، آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان میدهد، خریدهای لذت باور از راه اینستاگرام در ارومیه تحت تأثیر ماجراجویی کاوش و عامل روابط اجتماعی اتفاق می افتد. لذا فروشندگان با ترغیب این دوجنبه در ایجاد صفحات معرفی کالا و خدمات خود در اینستاگرام میتوانند در فروش محصولات و خدمات از جنس لذت باور موفق تر عمل کنند.

واژگان کلیدی: واژگان کلیدی: خرید اینترنتی، انگیزه خرید لذت باور، اینستاگرام



چکیده بلند

مقدمه

امروز یکی از محبوب ترین روشهای تجارت، خرید اینترنتی در دنیای وب است. شما میتوانید در زمانهای گوناگون، در هر زمان و مکان این کار را انجام دهید. به معنای واقعی، هر کسی میتواند صفحه اینترنتی خود را ساخته، کالاهای مورد نیازش را در آن ارایه دهد. تجارت الکترونیک به شکل کنونی در سال ۱۹۹۱ محقق شد. از آن زمان هزاران هزار کسب و کار و تجار وارد این دنیا شدهاند. در میان ابزارهای موجود برای ارتباط با دنیای وب می توان به یکی از جدیدترین و محبوبترین آن؛ یعنی شبکه های اجتماعی اشاره کرد. همانطور که می دانیم، فروش کالا و خدمات درسالهای اخیر تغییرات زیادی کرده است. انواع محصولات را میتوان از راه اینترنت و فروشگاه های اینترنتی خریداری کرد. در این پژوهش سعی شد تأثیر عوامل لذت باور را بر رفتار مصرف کنندگان در خریدهایی که از راه اینستاگرام در ارومیه صورت می پذیرد، مطالعه شود. در این مسیر برای شناسایی متغیرهایی مرتبط با ارزشهای لذت باور از یک طبقه بندی که توسط تو و همکاران (۲۰۰۷) ارائه شده بود، استفاده شد. این پژوهش انگیزه خرید را به دو طبقه انگیزه خرید فایده باور و انگیزه خرید لذت باور دسته بندی کرده است. انگیزه خرید فایده باور خواسته برای ارضای یک نیاز اساسی یا انجام یک وظیفه تعریف می شود (هولبرگ و همکاران ۱۹۸۹) و در مقابل انگیزه خرید لذت باور یک واکنش لذت بخش را برای مصرف کننده ایجاد می کنند. امروزه با وجود شبکه های اجتماعی و در دسترس بودن اینترنت در نسل جوان گرایشی ایجاد شده که به دنبال آن افراد به داشتن سبک زندگی مدرن، مخارج نمادین و خرید محصولات دارای نام و نشان تجاری بزرگ و معروف و محصولات مطابق با مد مشتاق هستند. به همین دلیل تأثیر ارزش های لذت باور بر انتخاب محصول و به دنبال آن رفتار مصرف کننده با اهمیت است.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است و از لحاظ روش توصیفی _ همبستگی است و به صورت میدانی اجرا شده است. جامعه آماری تحقیق این پژوهش شامل افرادیست که از طریق اینستاگرام لوازم و کالاهای ورزشی خود را خریداری نموده اند و باتوجه به نامحدود بودن جامعه بر اساس نسبت مربوط به جامعه نامحدود ۱۲۰ نفر در شهر ارومیه انتخاب شده اند. ابزار اندازه گیری، پرسشنامه پرسشنامه در این پژوهشی از پرسشنامه های موجود در پژوهشهای آرنولد و رینولدز (۲۰۰۳) و کرگانکار و وولین (۱۹۹۹) استفاده شده است که شامل سه بخش است: بخش اول شامل سؤالهای مربوط به مشخصات پاسخ دهنده، شامل: جنسیت، سن، میزان تحصیلات و انواع محصولاتی که به شکل اینترنتی از راه اینستاگرام خریداری می کنند بوده است. بخش دوم و سوم پرسشنامه حاوی سؤالهای مرتبط با فرضیات پژوهش است. پاسخ در قالب طیف با طیف پنج گزینه ای است. به منظور تحلیل استنباطی داده ها از آزمون آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون با کمک نرم افزار اس پی اس ورژن ۱۶ بهره گرفته شده است.

نتایج

در این پژوهش ۳۵ درصد شرکت کنندگان مرد و ۶۵ درصد دیگر زن بودند. میانگین پاسخ های زنان و مردان به سؤالهای اصلی پرسشنامه تفاوت چندانی ندارد و میانگین نظرهای مردان ۵۲/۳ و میانگین نظرهای زنان ۶۳/۳ است. ۴۱ درصد پاسخگویان دارای درجه کارشناسی و ۱۲ درصد پاسخگویان دارای درجه کارشناسی ارشد بودند که در مجموع ۶۶ درصد شرکت کنندگان در این سطوح تحصیلی قرار داشتند.

فرضیات و متغیر ها	ضریب همبستگی	معنی داری	نتیجه آزمون
فرضیه اول: ماجراجویی ، انگیزه لذت باور	۰.۶۹	۰.۰۱	تایید

فرضیه دوم: روابط اجتماعی، انگیزه لذت باور	۰.۵۲	۰.۰۱	تایید
---	------	------	-------

بحث و نتیجه گیری:

نتایج پژوهش نشان می دهد عوامل کاوش و روابط اجتماعی برمحور انگیزه لذت جویانه خرید از شبکه اجتماعی اینستاگرام تاثیر می گذارد. لذات ارضای نفسانی حاصل از ماجراجویی، جستجو و کاوش و کشف هنگام تعامل با این شبکه اجتماعی به عنوان انگیزه لذت جویانه خرید محسوب می شود. در ارتباط با روابط اجتماعی، خریدان احتمالی بر این باورند که جستجو در شبکه های اجتماعی مانند اینستاگرام موجب گسترش روابط اجتماعی شان می شود و با گفتگو و تبادل نظر و برقراری ارتباط با یکدیگر به گسترش روابط دوستی با یکدیگر می پردازند و از این ابزار به عنوان کانال جدید تبادل اطلاعات برای خرید استفاده می کنند که این موضوع به عاملی برانگیزاننده برای خریداران تبدیل می شود. همانطور که نتایج نشان می دهد تجربه خرید اینترنتی می تواند به جستجو و کاوش در صفحات اینستاگرام منجر شود و به طور غیرمستقیم به قصد خرید برنامه ریزی نشده بینجامد. به عبارتی، لذت موجود در خرید باعث ایجاد قصد جستجو می شود که به دنبال آن قصد خرید ایجاد می شود. بنابراین، میتوان ادعا کرد نتایج حاصل از مطالعه انگیزه لذت جویانه می تواند به عنوان مرجعی برای طراحی صفحات اینستاگرام برای معرفی کالا و خدمات باشد. در واقع، با ایجاد محیطی سرگرم کننده در این شبکه اجتماعی می توان محیط جالب و خوشایندی را فراهم نمود تا خریداران از این محیط لذت بیشتری برده، برای جستجو و خرید ترغیب شوند.

منابع:

۱. خاکی، غ. (۱۳۸۸). روش تحقیقی با رویکردی به پایان نامه نویسی، انتشارات مرکز تحقیقات علمی کشور با همکاری کانون فرهنگی انتشاراتی در ایت.
۲. شریفی، ح. و شریفی، ن. (۱۳۷۴). روشهای تحقیق. تهران: انتشارات سخن، چاپ سوم.
۳. حیدرزاده، کامبیز و حسنی پارسا، الهام. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر ارزشهای لذت جویانه بر رفتار خرید مصرف کنندگان. مجله مدیریت بازاریابی، علوم تحقیقات.
4. Alba, J., Lynch, J., Weitz, B., Janiszewski, C., Lutz, R., Sawyer, A., & Wood, S. (۱۹۹۷). Interactive home shopping: consumer, retailer, and manufacture incentives to participate in electronic marketplaces. Journal of Marketing.
5. Babin, B.J. William R.D. Mitch. G. (۱۹۹۴). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. Journal of Consumer Research. ۲۰.
۶. Batra, R. Ahtola. O.T. (۱۹۹۱). Measuring the hedonic and utilitarian sources of customer attitudes. Marketing Letters, ۱۲.
7. Blake.. B.F. Neuendorf. K.A. Valdiserri. C.M. (۲۰۰۵). Tailoring new websites to appeal to those most likely to shop online. Technovation, ۲۵.

تأثیر کیفیت رابطه باشگاه های بدنسازی شهر اهواز بر تبلیغات دهان به دهان توسط مشتریان

فاطمه السادات موسوی^{۱*}، صدیقه حیدری نژاد^۲، امین خطیبی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز،

۲. استاد گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز،

چکیده

کیفیت رابطه اخیرا در ورزش بسیار مورد توجه قرار گرفته است از این سو هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر کیفیت رابطه بر تبلیغات دهان به دهان توسط مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر اهواز بود. جامعه آماری شامل مشتریان مرد باشگاه های بدنسازی دارای مجوز شهر اهواز به تعداد $N=4000$ نفر بود. نمونه گیری به روش تصادفی خوشه ای در مناطق هشت گانه شهر اهواز انجام شد و حجم نمونه با توجه به جدول مورگان ($n=380$) نفر و با رعایت تناسب تخصیصی تعیین شد. ابزار جمع آوری داده ها شامل پرسشنامه استاندارد کیم (۲۰۰۸) برای سنجش کیفیت رابطه و تبلیغات دهان به دهان بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش اسمارت pls استفاده شد. یافته ها نشان داد تمام مولفه های کیفیت رابطه بر تبلیغات دهان به دهان توسط مشتری تأثیر مثبت دارد ($t > 1/96$) که به ترتیب صمیمت، تعهد، عمل متقابل، اعتماد، رضایت رابطه، خود ارتباطی و عشق موثر هستند. با توجه به نتایج تحقیق به مسئولین باشگاه ها پیشنهاد می شود با استفاده از تکنیک های کیفیت رابطه منجر به تبلیغات دهان به دهان مثبت برای باشگاه ها گردند.

واژگان کلیدی: تبلیغات دهان به دهان، باشگاه، کیفیت رابطه، بدنسازی، مشتری



کاربرد نوروفیدبک در ورزش

دکتر نسرین عزیزیان کهن^۱، دکتر مهر داد محرم زاده^۲، دکتر قاسم فتاح زاده^۳، مسعود دارابی^{۴*}

۱- استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی

۲- استاد مدیریت ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی

۳- متخصص مغز و اعصاب، دانشگاه علوم پزشکی اردبیل

۴- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی

E-mail: masouddarabi72@gmail.com

چکیده کوتاه

نوروفیدبک شکل پیچیده ای از بازخورد زیستی می باشد. بازخورد الکتروانسفالو گرافی (EEG) که معمولاً نوروفیدبک نامیده می شود، تکنیکی است که شامل رابط کامپیوتر و مغز می باشد و فعالیت الکتریکی مغز را بازبینی می کند و به طور مجازی به ورزشکار بازخورد لحظه ای مربوط به فعالیت مغزی اش را می دهد. نوروفیدبک، شامل قرارگیری الکترودها بر روی جمجمه به منظور کسب اطلاعاتی در رابطه با فعالیت الکتریکی مغز در آن محل می باشد. در حین تمرین ورزشکار برخی از ویژگی های عملکردی مغز خود را به صورت دیداری یا شنیداری در یک حلقه ی بازخوردی آبی دریافت می کند. در مرحله بعد، مغز یاد می گیرد برخی از امواج خود را تقویت و بعضی را سرکوب کرده تا به هدفی که دستگاه برای او تعیین کرده است برسد. عملکرد ورزشی مطلوب نتیجه تمرینات جسمانی و روانی است. پژوهش های کنترل شده اندکی نیز از این یافته ها حمایت می کنند که نوروفیدبک عملکرد ورزشی را بهبود می بخشد. نوروفیدبک فرصت هایی را در زمینه های مختلف برای ورزشکاران فراهم می کند تا بتوانند از آن نوروفیدبک برای ارتقای عملکرد ورزشی استفاده کنند. در این مقاله مروری، برآنیم که مروری به ادبیات نوروفیدبک داشته و نقش آن را در ورزش بررسی کنیم.

واژگان کلیدی: نوروفیدبک، الکتروانسفالو گرافی (EEG)، ورزش



چکیده بلند

مقدمه

الکتروانسفالو گرافی (EEG) ارتباط خاصی با جریان خون قشری دارد و از این رو، مقیاس خوبی از سطح جریان خون در قسمت های مختلف مغزی می باشد. بنابراین EEG نماینده برتری برای شناسایی حالات مغزی است که با موفقیت و شکست در هر تکلیفی که نیاز به فعال بودن آن نواحی مغزی دارد، مرتبط می باشد. بازخورد الکتروانسفالو گرافی (EEG) که معمولاً نوروفیدبک نامیده می شود، تکنیکی است که شامل رابط کامپیوتر و مغز می باشد و فعالیت الکتریکی مغز را بازبینی می کند و به طور مجازی به ورزشکار بازخورد لحظه ای مربوط به فعالیت مغزی اش را می دهد. نوروفیدبک، شامل قرارگیری الکترودها بر روی جمجمه به منظور کسب اطلاعاتی در رابطه با فعالیت الکتریکی مغز در آن محل می باشد. تنها بررسی کنترل شده EEG در ورزش، پژوهش لندرز و همکاران ۱۹۹۱ می باشد که از بیوفیدبک EEG، برای تعیین اینکه آیا ورزشکاران میتوانند افتراق نیمکره را یاد بگیرند و آیا این مورد بر عملکرد ورزشی اثر می گذارد یا خیر، می باشد. که این پژوهش نشان داد نه تنها EEG می تواند در ورزشکاران باتمرین تغییر داده شود بلکه تغییرات EEG با افزایش عملکرد ورزشکار مرتبط بود. عملکرد و پیشرفت با تمرین EEG نیز توسط ایگنر و گروزلیور در سال ۲۰۰۳ در زمان کار با اجرا کنندگان غیر ورزشکار گزارش شده است (حجتی و رضا سلطانی، ۱۳۹۳). نوروفیدبک شکل پیچیده ای از بازخورد زیستی می باشد و تمرینات نوروفیدبک یکی از کاربردهای بسیار جالب بازخوردی زیستی است. که این امر مستلزم تعدیل و قابل مشاهده کردن برخی جنبه های امواج مغزی فرد با استفاده از تجهیزات خاص می باشد. برخی محققان متوجه شدند که فعالیت موج آلفا در لب گیجگاهی نیمکره چپ در دوره آمادگی برای اجرای مهارت به صورت معنا داری افزایش می یابد (موره^{۱۰}، ۲۰۰۰) که با یافته های محققان روان شناسی ورزشی در دوره آمادگی برای اجرای ضربه گلف (موناسترا، ۲۰۰۵)^{۱۱} و تیراندازی با کمان (ریموند^{۱۲} و همکاران، ۲۰۰۵) همسو می باشد. در نتیجه هدف از پژوهش حاضر بررسی کاربرد نوروفیدبک در ورزش می باشد.

روش تحقیق

روش کتابخانه ای از طریق بررسی مطالعات انجام شده شامل: مقالات و کتاب های موجود در این زمینه می باشد.

نتایج

نتایج تحقیقات با هدف تعیین آثار الگویی امواج مغزی مرتبط با اوج عملکرد در رشته های مختلف ورزشی نشان می دهد، تصویر برداری عصبی اجازه می دهد تا محققان به تفسیر فرایند های روانی در مغز در حال پردازش اطلاعات کسب کنند، برخلاف نظر سنجی که نیاز به قضاوت پاسخ دهندگان در مورد شرایط دارد (ریمن^{۱۳} و همکاران، ۲۰۱۱) نتایج نشان داد استفاده از دستگاه های بازاریابی عصبی می تواند به ورزشکار برای به دست آوردن کنترل کمک کرده و همچنین به عنوان یک روش بالقوه برای حمایت از فرایند یادگیری و بهبود عملکرد در طول آموزش مهارت های شناختی و روانی مورد استفاده قرار بگیرد (حجتی و رضا سلطانی، ۱۳۹۳). برخی محققان متوجه شدند که فعالیت موج آلفا در لب گیجگاهی نیمکره چپ در دوره آمادگی برای اجرای مهارت به صورت معنا داری افزایش می یابد (موره، ۲۰۰۰) که با یافته های محققان روان شناسی ورزشی در دوره آمادگی برای اجرای ضربه گلف (موناسترا، ۲۰۰۵) و تیراندازی با کمان (ریموند و همکاران، ۲۰۰۵) همسو می باشد.

بحث و نتیجه گیری

شواهد معناداری از تغییرات در EEG در طول عملکرد خوب و ضعیف و حتی الگوهای EEG متفاوت بسته به ماهیت ورزش وجود دارد. استفاده از EEG برای بازگشت به حالت اولیه از سندرم پس از ضربه مغزی آغاز شده است (حجتی و رضا سلطانی، ۱۳۹۳). پژوهش های کنترل شده اندکی نیز از این یافته ها حمایت می کنند که نوروفیدبک عملکرد ورزشی را بهبود می بخشد. نوروفیدبک فرصت هایی را در زمینه های مختلف برای ورزشکاران فراهم می کند تا بتوانند از آن نوروفیدبک برای ارتقای عملکرد ورزشی استفاده کنند. (موره، ۲۰۰۵) به طور کلی

10. moore

11. Monastra

12. Raymond

13. Reimann et al

استفاده از نوروفیدبک با بهبود در کنترل حرکتی عالی ورزشکاران ماهر همراه می باشد و تمرین برای افزایش آلفا در نیمکره چپ منجر به ارتقای عملکرد در ورزشکاران تیراندازی می شود. به نظر می رسد نوروفیدبک یک ابزار مفیدی باشد که بوسیله آن می توان علائمی مانند تمرکز تخریب شده، کاهش ظرفیت پردازش اطلاعات، افسردگی و اضطراب ورزشکاران را بعد از تمرین نوروفیدبک کاهش داد.

منابع

1. استریک، ب، لیندن، م، ویلسون، ر، ۱۳۹۳، روان شناسی ورزش، حجتی، ع، رضا سلطانی، ن، دوره چند جلدی، اول، نشر دانژه ، ۳۷۲.
2. Monastra VJ.(2005). "Electroencephalographic biofeedback (neurotherapy) as a treatment for attention deficit hyperactivity disorder: Rationale and empirical foundation". Child Adolesc Psychiatry Clin N Am; 14(1), pp: 55-82.
3. Moore NC.(2000) "A review of EEG biofeedback treatment of anxiety disorders". Clin Electroencephalogr ; 31(1), pp: 1-6.
4. Raymond J, Sajid I, Parkinson LA, "et al. (2005)." Biofeedback and dance performance: a preliminary investigation". Appl Psychophysiol Biofeedback; 30(1), pp:65-74.
5. Reimann, M., Schilke, O., Weber, B., Neuhaus, C., Zaichkowsky, J. (2011). Functional Magnetic Resonance Imaging in Consumer Research: A Review and Application. Psychology & Marketing Wiley Periodicals, 28(6), 608-637

دومین همایش ملی پژوهش تازه های در ورزش علوم



تأثیر کیفیت رابطه باشگاه های بدنسازی شهر اهواز بر ارزش ادراک شده توسط مشتریان

فاطمه السادات موسوی^{۱*}، صدیقه حیدری نژاد^۲، امین خطیبی^۳

^۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز،

^۲. استاد گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

^۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز،

چکیده

امروزه کیفیت رابطه جزء اصلی بازاریابی رابطه مند می باشد. هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر کیفیت رابطه بر ارزش ادراک شده توسط مشتریان در باشگاه های بدنسازی شهر اهواز بود. روش تحقیق توصیفی و جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مشتریان زن و مرد باشگاههای بدنسازی دارای مجوز شهر اهواز به تعداد $N=400$ نفر بودند ابزار جمع آوری داده ها شامل پرسشنامه ویژگی های جمعیت شناختی، پرسشنامه استاندارد کیم (۲۰۰۸) برای سنجش کیفیت رابطه و پرسشنامه استاندارد ارزش ادراک شده از تاسنگ چن و هی یوها (۲۰۱۰) برای سنجش ارزش ادراک شده شامل ۱۸ سوال بود. در تجزیه تحلیل داده ها برای آزمون فرضیه ها از روش مربعات جزئی استفاده شد. پس از آزمون مدل و تایید مدل، آزمون فرضیه ها با بررسی ضرایب معناداری و بررسی ضرایب استاندارد شده تحلیل مسیر انجام شد. یافته ها نشان داد تمام مولفه های کیفیت رابطه بر ارزش ادراک شده توسط مشتری تأثیر مثبت معنادار دارد ($t > 1/96$) که به ترتیب، تعهد، صمیمیت، عمل متقابل، اعتماد، ضایع رابطه، خود ارتباطی و عشق به تر تیب بیشترین تأثیر را بر ارزش ادراک شده توسط مشتریان مرد بدنسازی شهر اهواز دارد.

واژگان کلیدی: ارزش ادراک شده، باشگاه بدنسازی، کیفیت رابطه، مشتریان



تاثیر ارزش ادراک شده توسط مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر اهواز بر تبلیغات دهان به دهان

فاطمه السادات موسوی^{۱*}، صدیقه حیدری نژاد^۲، امین خطیبی^۳

^۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز،

^۲. استاد گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

^۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز،

چکیده

با توجه اینکه ارزش ادراک شده به بررسی رفتارهای مشتریان می پردازد از این سو هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر ارزش ادراک شده بر تبلیغات دهان به دهان توسط مشتریان باشگاه های بدنسازی شهر اهواز است. جامعه آماری شامل مشتریان زن و مرد باشگاههای بدنسازی دارای مجوز شهر اهواز به تعداد $N=10000$ نفر بودند. نمونه گیری به روش تصادفی خوشه ای در مناطق هشت گانه شهر اهواز انجام شد و حجم نمونه با توجه به جدول مورگان ($n=373$) نفر که با رعایت تناسب تخصیصی تعیین شد. بدین منظور از پرسشنامه استاندارد کیفیت رابطه (کیم، ۲۰۰۸) و پرسشنامه ارزش ادراک شده (تاسنگ چن ۲۰۱۰) و پرسشنامه تبلیغات دهان به دهان (چن و یوهان، ۲۰۱۰) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و معادلات ساختاری استفاده شده است یافته ها نشان داد تمام مولفه های ارزش ادراک شده تاثیر مثبتی بر تبلیغات دهان به دهان توسط مشتری دارد ($t > 1/96$) که به ترتیب درک ارزش پول پرداختی توسط مشتری، سرویس دهی، تجهیزات، رفتار پرسنل، و احساس به باشگاه بیشترین تاثیر را بر تبلیغات دهان به دهان دارند. با توجه به نتایج تحقیق به مسولین باشگاه ها پیشنهاد می شود به بهبود درک ارزش های مشتریان از خدمات دریافتی و در نهایت منجر به تبلیغات دهان به دهان مثبت برای باشگاه ها گردند.

واژگان کلیدی: ارزش ادراک شده، تبلیغات دهان به دهان، باشگاه بدنسازی، کیفیت رابطه، مشتری



رابطه ویژگی های شغلی با رضایت شغلی کارکنان اداره ورزش و جوانان استان اردبیل

لیدا فرض اله زاده^۱، زهرا حاجی انزهایی^۲

۱- دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی در سازمان ها و رویدادهای ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه ویژگی های شغلی با رضایت شغلی کارکنان اداره ورزش و جوانان استان اردبیل بود. روش تحقیق توصیفی - همبستگی بود که جامعه آماری را ۱۸۰۱ نفر از کارکنان اداره ورزش و جوانان استان اردبیل تشکیل دادند که نمونه گیری به صورت تصادفی ساده و براساس جدول مورگان به تعداد ۱۲۰ نفر انتخاب شدند. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه ۱۵ گویه ای ویژگی های شغلی هاگمن و اولدهام (۱۹۷۵) و پرسشنامه رضایت شغلی هرزبرگ (دانت و همکاران، ۱۹۹۶) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل از آمار توصیفی شامل فراوانی، میانگین، میانه و از آمار استنباطی شامل کلموگراف اسمیرنف جهت تشخیص نرمال بودن توزیع جامعه آماری و چون توزیع آماری نرمال بودن، از آمار استنباطی پارامتریک پیروسون برای تجزیه و تحلیل فرضیه ها استفاده شد. یافته ها نشان دادند که بین ویژگی های شغلی و هر یک از مولفه های آن با رضایت شغلی کارکنان اداره ورزش و جوانان استان اردبیل رابطه مثبت و معناداری دارند بنابراین می توان نتیجه گرفت که هر چه بیشتر سازمان به ویژگی های شغلی افراد توجه بیشتری داشته باشد و فرصتی فراهم کند که افراد احساس تعهد و پایداری بیشتری به سازمان بکنند در اینصورت عملکرد بهتر و مفیدتری برای سازمان خواهند داشت.

واژگان کلیدی: ویژگی های شغلی، رضایت شغلی، اداره ورزش و جوانان، اردبیل



مقدمه

مدل ویژگی های شغلی بیان می کند که ویژگیهای شغل مانند تنوع شغلی (میزانی که شغل به تنوعی از فعالیتهای برای انجام کار نیازمند است) اهمیت شغل (میزانی که شغل فردروی زندگی و شغل سایر افراد تأثیر می گذارد)، ماهیت شغل (میزانی که شاغل یک کار را به طور کامل انجام می دهد)، آزادی عمل در کار (میزانی که شغل بتواند به هنگام برنامه ریزی کار و تعیین روال کار، به فرد آزادی، استقلال و اختیار دهد) و فیدبک یا بازخورد (مقدار فعالیت های کاری که برای به دست آوردن نتایج کار فرد از طریق اطلاعات مستقیم و روشن درباره اثربخشی اش لازم است) با انگیزش و رضایت شغلی ارتباط دارند (ریتز، ۲۰۰۹). این مدل بیان می کند که هرچه توان بالقوه انگیزشی افراد در سطح بالاتری قرار بگیرد، انگیزش و رضایت شغلی افراد بالاتر است (عنبری و همکاران، ۱۳۹۳). رضایت شغلی یکی از عوامل بسیار مهم در افزایش کارایی و ایجاد نگرش مثبت در فرد نسبت به کارش می باشد. صاحب نظران، رضایت شغلی را از دیدگاه های گوناگون تعریف نموده اند (عقیلی نژاد و همکاران، ۱۳۹۴). مطالعه رسمی رضایت شغلی با مطالعات هائورن در اوایل دهه ۱۹۳۰ شروع شد و از دهه ۱۹۳۰ رضایت شغلی گسترده مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. در اصل رضایت شغلی به این دلیل اهمیت پیدا کرد که طرفداران اولیه رویکرد روابط انسانی، صاحب نظران و مدیران را قانع کردن که کارگر خوشحال، کارگری سودآور است (اسمیت، ۲۰۱۴). هرزبرگ و همکارانش بعد از انجام تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که خود شغل مهمترین عامل ایجاد انگیزش در محل کار است. هرزبرگ دو دسته محرکی را که موجب رضایت یا عدم رضایت شغلی می شد تحت عنوان عوامل برانگیزاننده و عوامل حفاظتی (عوامل بهداشتی) مطرح کرد (هرزبرگ و همکاران، ۱۹۵۹).

روش شناسی

این مطالعه به صورت مطالعه توصیفی - همبستگی در بین کارکنان اداره ورزش و جوانان استان اردبیل در سال ۱۳۹۵ انجام شد. جامعه آماری این تحقیق براساس مرک آمار و اطلاعات آن اداره در سال ۱۳۹۵ به تعداد ۱۸۰ نفر می باشد که نمونه به صورت تصادفی ساده و براساس جدول مورگان به تعداد ۱۲۰ نفر انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری با استفاده از پرسشنامه ویژگی های شغلی هاگمن و اولدهام (۱۹۷۵) که شامل ۵ مولفه های تنوع مهارت، هویت وظایف، اهمیت وظایف، استقلال و بازخورد می باشد و همچنین برای سنجش رضایت شغلی از پرسشنامه هرزبرگ (دانت و همکاران، ۱۹۹۶) که دارای پنج بعد نفس کار، پیشرفت، شناسایی، کسب موفقیت و مسئولیت می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از روش آمار توصیفی (جدول فراوانی، درصدها، میانگین و انحراف استاندارد) و در بخش استنباطی (آزمون کلموگراف- اسمیرنوف و ضریب همبستگی پیرسون) استفاده شد.

یافته های تحقیق

براساس یافته های این تحقیق تعداد فراوانی مرد ۹۸ نفر و زنان ۲۲ نفر را تشکیل دادند و توزیع فراوانی افراد نمونه براساس سابقه خدمت که زیر ۵ سال با فراوانی ۱۲، بین ۵ الی ۱۰ سال با فراوانی ۴۵ ی و بیشتر از ۱۰ سال با فراوانی ۶۳ را تشکیل می دادند. در جدول ۱. نتایج تأثیر ویژگی های شغلی و مولفه های آن بر رضایت شغلی نشان داده شده است.

جدول ۱. آزمون ضریب همبستگی پیرسون مربوط به تأثیر ویژگی های شغلی و مولفه های آن بر رضایت شغلی

رضایت شغلی کارکنان اداره ورزش و جوانان استان اردبیل				
فراوانی	ضریب همبستگی	سطح معنادار	نتیجه آزمون	
۱۲۰	۰.۷۷۶	۰.۰۰۰	رد H_0 و تایید H_1	ویژگی های شغلی
۱۲۰	۰.۴۵۸	۰.۰۰۱	رد H_0 و تایید H_1	تنوع مهارت
۱۲۰	۰.۶۵۲	۰.۰۰۴	رد H_0 و تایید H_1	هویت وظایف
۱۲۰	۰.۷۱۴	۰.۰۰۵	رد H_0 و تایید H_1	اهمیت وظایف
۱۲۰	۰.۵۰۲	۰.۰۰۰	رد H_0 و تایید H_1	استقلال

بازخورد	۱۲۰	۰.۷۰۳	۰.۰۰۱	رد H_0 و تایید H_1
---------	-----	-------	-------	------------------------

براساس جدول بالا مشاهده می شود که عامل های تنوع مهارت، هویت وظایف، اهمیت وظایف، استقلال و بازخورد با رضایت شغلی کارکنان مجتمع ورزشی شرکت ملی گاز استان اردبیل رابطه مثبت و معناداری دارد.

بحث و نتیجه گیری

نتایج تحقیق نشان داد که بین ویژگی های شغلی و عامل های تنوع مهارت، هویت وظایف، اهمیت وظایف، استقلال و بازخورد رابطه مثبت و معناداری با رضایت شغلی کارکنان اداره ورزش و جوانان استان اردبیل دارد. این نتیجه همسو با نتایج تحقیقات عنبری و همکاران (۱۳۹۳)، احمدزاده قصاب و همکاران (۱۳۹۲)، تیموتی (۲۰۰۷)، است. در مورد رابطه تنوع مهارت با رضایت شغلی می توان گفت که اگر یک شغل مستلزم انجام فعالیت های چالش انگیزی و توانایی ها و مهارت های متعدد و متنوع باشد، کارکنان این شغل را با معنا تلقی نموده و موجب افزایش خشنودی شغلیشان می شود. در مورد رابطه هویت وظایف با رضایت شغلی می توان گفت که کارکنان زمانی از شغل خود راضی ترند که، احساس کنند تلاش و کوششان به شکل گیری و کامل شدن کار کمک می کند. در مورد رابطه تاثیر اهمیت وظایف با رضایت شغلی می توان گفت که زمانی که کارکنان، به میزان اهمیت و تاثیر شغل خود بر زندگی یا کار دیگران پی ببرند و برداشت آنان این باشد که کارش آن تاثیر مهمی در آسایش و رفاه دیگران دارد، در نتیجه احساس بامعنا بودن و نیز رضایت شغلی آنان بیشتر می شود. در مورد رابطه استقلال شغلی با رضایت شغلی می توان گفت که وقتی فرد در قبال پیامدهای شغلی خود احساس مسئولیت کند، و جهت برنامه ریزی، زمان بندی و تعیین قواعد کار آزادی عمل داشته باشد، پیامدها را نتیجه کوشش، ابتکار و تصمیم های خود تصور می کند و از رضایت شغلی بیشتری برخوردار است. در مورد رابطه تاثیر بازخورد کاری با رضایت شغلی می توان گفت که اگر فرد از نتایج کارش آگاه شود و سرپرستان اطلاعات روشن و دقیقی از اثربخشی عملکرد وی در اختیارش قرار دهند، رضایت شغلی وی نیز افزایش می یابد.

منابع

۱. احمدزاده قصاب، آزاده؛ حیدری، محید و عباسی مقدم، محمدعلی. (۱۳۹۲). تعیین توان بالقوه انگیزشی مشاغل با استفاده از مدل ویژگی های شغلی و رابطه آن با رضایت شغلی در کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی تهران. مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران، دوره ۷، شماره ۴، ص ۳۲۵-۳۳۶.
۲. عقیلی نژاد، ماشاء...؛ نصیری کاشانی، محمدحسن؛ بهرامی احمدی، امیر؛ شمس پور، مرجان؛ شمس پور، نواب و کبیرمکمل خواه، الهه. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین ویژگی های شخصیتی با رضایت شغلی در بین امدادگران جمعیت هلال احمر استان تهران. فصلنامه علمی تخصصی طب کار، دوره ۷، شماره ۴، ص ۸۲-۸۷.
۳. عنبری، زهرا؛ رحمانی، عبدالرسول؛ عباسی نیا، مرضیه؛ احمدی نژاد، ایمان؛ صادقیان، مرضیه؛ اصغری، مهدی و احمدیان مقدم، سمانه. (۱۳۹۳). تاثیر مدل ویژگی های شغلی بر رضایت شغلی در یک صنعت خودروسازی. دوماهنامه سلامت کار ایران، دوره ۱۱، شماره ۳، ص ۷۱-۸۱.
4. Esmith B (2014). Corrolation betwween personality and commininucations in nurse. J social psychology, vol134: 23-34.
5. Herzberg F, Mausner B, & Synderman B. The motivation to work. New York: Wiley, 1959.
6. Ritz A.O. Public service motivation and organizational performance in Swiss federal government. International Review of Administrative Sciences, 75(1), 53-78, 2009.
7. Timothy, L. (2007). The relationship between job characteristics, job satisfaction and turnover intention among software developer. Free Adobe Reader & Digital Editions. From. [http://: www.google.com](http://www.google.com).

تأثیر چابکی ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات

فهیمة مومنی فرا^{۱*}، نسرین عزیزیان کهن^۲

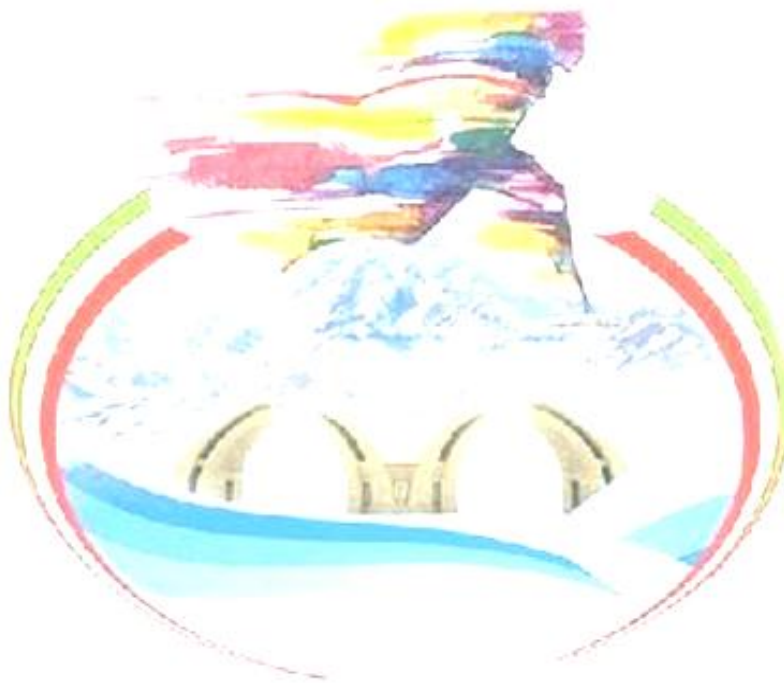
۱- عضو هیأت علمی، دانشگاه پیام نور

۲- عضو هیأت علمی، دانشگاه محقق اردبیلی

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر تاثیر چابکی ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات می باشد. به این منظور از دو متغیر چابکی سازمان و توسعه خدمات، در جهت تبیین این مفاهیم استفاده شده است که متغیر چابکی سازمان شامل توانمندسازی کارکنان، تکنولوژی اطلاعات، فرهنگ مشتری محور و یادگیری سازمانی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی کارکنان ادارات بوده که با استفاده از نمونه گیری مورگان تعداد ۵۰ نفر از آنها به عنوان نمونه انتخاب شدند. با استفاده از پرسشنامه استاندارد داده های اولیه جمع آوری شدند. طرح تحقیق از نوع پیمایشی و از نظر هدف کاربردی بوده و با استفاده از آزمون های ضریب رگرسیون خطی و نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که توانمندسازی کارکنان ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات به طور مثبت تأثیرگذار است. همچنین مشخص شد که متغیرهای تکنولوژی اطلاعات، فرهنگ مشتری محور و یادگیری سازمانی بر توسعه خدمات به طور مثبت تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: چابکی سازمان، توسعه خدمات، توانمندسازی کارکنان، یادگیری سازمانی.



مقدمه

با توجه به بافتی که در حال حاضر بر دنیای کسب و کار سازمان ها حکمفرماست، سازمان ها ناگزیر از انجام تغییراتی در نگرش، دانش، رویکردها و نتایج مورد انتظار خود هستند. ریشه و زادگاه چابکی، ناشی از تولید چابکی است و تولید چابک مفهومی است که طی سال های اخیر عمومیت یافته و به عنوان استراتژی موفق توسط تولیدکنندگانی که خودشان را برای افزایش عملکرد قابل ملاحظه ای آماده می کنند پذیرفته شده است (شهبایی و رجب زاده، ۱۳۸۴). چابکی می تواند به صورت یکی از راه حل های پیشنهاد شده بسیار مهم برای توسعه و ارزش رقابتی باشد. از آنجایی که چابکی گستره وسیعی را دربر می گیرد فاکتورهایی از چابکی سازمان وجود دارند که سازمان را قادر به پیشرفت در زمینه خدمات می نماید. از جمله این فاکتورها می توان به توانمندسازی کارکنان، تکنولوژی اطلاعات، فرهنگ مشتری محور و یادگیری سازمانی اشاره نمود. توسعه خدمات نیازمند به کارگیری رویکردهای جدید مدیریتی است. بنابراین محقق در این تحقیق بر آن است که تأثیر چابکی سازمان را روی توسعه خدمات در ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بسنجد.

روش تحقیق

جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی کارکنان ادارات بوده که با استفاده از نمونه گیری مورگان تعداد ۵۰ نفر از آنها به عنوان نمونه انتخاب شدند. با استفاده از پرسشنامه استاندارد داده های اولیه جمع آوری شدند. طرح تحقیق از نوع پیمایشی و از نظر هدف کاربردی بوده و با استفاده از آزمون های ضریب همبستگی و نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش نمونه گیری در این پژوهش از نوع نمونه گیری تصادفی ساده بوده است. به منظور تحلیل داده ها، ابتدا به وسیله تحلیل عاملی مولفه های اندازه گیری هر یک از متغیرها تعیین شده و سپس فرضیه های تحقیق به وسیله آزمون معادلات ساختاری مبتنی بر ضرایب همبستگی آزمون شده است.

نتایج

جدول ۱. نتایج همبستگی روابط فرضیات تحقیق

فرضیه ها	ضریب معناداری	همبستگی	نتیجه آزمون
چابکی ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات تاثیر دارد.	۰/۰۰۰۱	۸۱/۵۹	قوی و مستقیم
توانمندسازی کارکنان ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات تاثیر دارد.	۰/۰۰۰۱	۹۰/۹۱	قوی و مستقیم
تکنولوژی اطلاعات ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات تاثیر دارد.	۰/۰۰۰۱	۸۵/۲۰	قوی و مستقیم
فرهنگ مشتری محور ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات تاثیر دارد.	۰/۰۰۰۱	۹۳/۱۸	قوی و مستقیم
یادگیری ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات تاثیر دارد.	۰/۰۰۰۱	۸۸/۳۳	قوی و مستقیم

بحث و نتیجه گیری

سازمانها اگرچه به سرعت درگیر استفاده از فناوری اطلاعات و مصادیق آن جهت پاسخگویی به نیازهای بازارهای داخلی و خارجی می باشند، اما لازم است که تاثیر استفاده از ساختارهای این فناوری را در چابکی سازمان ها و توانایی تطبیق و پاسخگویی آن ها به محیط پیرامون خود را مورد بررسی قرار داد. چابکی سازمان به مفهوم توانایی سازمان در ایجاد محصولات و خدمات در زمان کوتاه، قابلیت اطمینان بالا و هزینه و زمان کم می باشد. سازمان ها برای نیل به هدف چابکی نیاز به توانمندسازیهای چابکی دارند که شمار عمده ای از آن ها مستقیماً با ساختارهای فناوری اطلاعات مرتبط می باشد. نتیج این تحقیق نشان دادند که چابکی ادارات تربیت بدنی استان کرمانشاه بر توسعه خدمات تاثیر مثبت و

مستقیم دارد که این مساله در تحقیق الزوبی و دیگران (۲۰۱۱) نیز مورد تایید قرار گرفته است. سازمان های چابک فراتر از انطباق با تغییرات می اندیشند و متمایل به استفاده از فرصت های بالقوه در یک محیط متلاطم و کسب یک موقعیت ثابت به خاطر نوآوری ها و شایستگی های خود هستند. سازمان های چابک درباره ارضای نیازهای مشتریان نیز به گونه ای دیگر می اندیشند. این سازمان ها معتقدند که خدماتشان کامل نیست و به منظور غنی سازی ارزش های دریافتی مشتریان از خدمات و یا ایجاد ارزش افزوده برای آنان سعی در غنی سازی خدمات خود دارند.

منابع

۱- شهابی، بهنام؛ رجب زاده، علی (۱۳۸۴)، بررسی ابعاد ارزیابی چابکی سازمانی در سازمان های دولتی با رویکرد فناوری اطلاعات، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات، اسفندماه، ایران.

2- Alzoubi Abed Elkareem Haider, Firas Jamil Al-otoum & Abdel Karim Fawwaz Albatainh, (2011), “ Factors Associated Affecting Organization Agility On Product Development ” IJRRAS 9 (3) [www.arpapress.com/ Volumes/ Vol9Issue3/ IJRRAS_9_3_20.pdf](http://www.arpapress.com/Volumes/Vol9Issue3/IJRRAS_9_3_20.pdf).

دومین همایش ملی پژوهش
تازه های در
ورزشی



بررسی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای (SWOT) هیات فوتبال شهرستان پارس‌آباد جهت برنامه‌ریزی استراتژیک

اردلان آقایی^۱، محمد جواد فتاحی^۲

۱- دانشجوی ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی

۲- دانشجوی ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی

چکیده:

هدف الویت بندی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای هیات فوتبال شهرستان پارس‌آباد بر اساس مدل SWOT می باشد. تحلیل SWOT ابزاری کار آمد برای شناسایی محیط و توانایی های درونی یک سازمان است. ماهیت قوت و ضعف به درون سازمان و فرصت و تهدید معمولاً محیطی است. این تحقیق از نوع کتابخانه ای و بررسی مطالعات انجام شده و از طریق مصاحبه با مدیران و کارشناسان تربیت بدنی فهرستی از قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای هیات فوتبال شهرستان پارس‌آباد جمع‌آوری شده است. از نقاط قوت می توان به وجود جوانان با استعداد و جمعیت جوان و از فرصت ها می توان به ارتباط خوب این هیات با سایر هیات‌ها و کمیت مربیان و داوران فوتبال اشاره کرد. در پایان توصیه می‌شود مسئولان ورزش برای توسعه‌ی فوتبال به نتایج مطرح شده در پژوهش حاضر توجه کنند.

واژگان کلیدی: نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها، هیات فوتبال.

در ورزش



مقدمه

در عصر حاضر ورزش فوتبال از یک مقوله صرف رویداد ورزشی خارج و به عنوان ابزاری رقابتی و تجاری استفاده می شود به طوری که بسیاری از کشور ها با برنامه ریزی های بلند مدت، حمایت های مالی و سیاسی در تلاش اند سطح فوتبال خود را ارتقاء دهند و بامیزبانی رقابت های مهم علاوه بر ایجاد شور و نشاط در بین جوانان موفقیت و توانمندی های ورزشی خود را به همگان نشان دهند. بر این اساس موفقیت ورزش فوتبال در هر جایی مستلزم شناخت دقیق قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای آن شهر و کشور است.

نتایج پژوهش های باقر پور نشان داد که رقابت اولین انگیزه شرکت در ورزش فوتبال برای ورزشکاران محسوب می شود. نتایج پژوهش های عزیززاده بیانگر این است که برخی از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای شهرستان ها عبارت اند از: وجود پتانسیل بیشتر برای رشته های ورزشی شهرستان ها، کیفیت ضعیف اماکن و تاسیسات ورزشی، کمبود فضاهای ورزشی، حضور نفرات برتر شهرستان در لیگ های برتر، محدودیت منابع مالی و استفاده تمام وقت از امکان ورزشی.

کاپلینا دیوس و کستاس در پژوهشی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها در ورزش را شناسایی کردند. نتایج پژوهش های آن ها نشان داد داشتن اقتصاد قوی، امنیت، زیر ساخت عالی و ثبات سیاسی با عنوان نقاط قوت و ضعف زیر ساخت ها و عدم حمایت اجتماعی را به عنوان نقاط ضعف و توسعه ورزش و سلامت در جامعه را به عنوان فرصت های میزبانی نشان دادند. همچنین تهدیدها را تحمیل هزینه، تخریب محیط و خطر ایجاد نا امنی و جابجا کردن ساکنان بیان داشتند.

نتایج پژوهش های موسوی موید این است که برخی از قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای فوتبال ایران عبارت اند از: کمیت مناسب دوره های آموزشی، حمایت رسانه ها از فوتبال، تماشاگران زیاد و آسیب دیدگی در فوتبال.

روش تحقیق:

روش جمع آوری از نوغ کتابخانه ای و بررسی مطالعات و مصاحبه با مدیران و کارشناسان تربیت بدنی است.

نتایج تحقیق:

جدول (۱) نقاط قوت هیات فوتبال شهرستان پارس آباد

۱	وجود استعداد های فراوان
۲	مشارکت جوانان در فوتبال
۳	وجود مراکز استعدادیابی
۴	ارتقای نسبی سطح تحصیلات مربیان
۵	وضعیت نسبتاً قابل قبول کسب عنوان در فوتبال استان

جدول (۲) نقاط ضعف هیات فوتبال شهرستان پارس آباد

۱	عدم توزیع امکانات ورزشی
۲	ناهماهنگی در برگزاری مسابقات
۳	عدم بهره گیری از متخصصان در سطح مدیریت
۴	مشکلات مالی
۵	عدم توجه به ورزش مدارس

جدول (۳) فرصت های هیات فوتبال شهرستان پارس آباد

۱	اعتبارات مناسب رشته ی فوتبال
۲	وجود افراد تحصیل کرده در این رشته
۳	گرایش جوانان به فوتبال

۴	کثرت جمعیت جوان
۵	وجود مربیان مجرب

جدول ۴) تهدیدهای هیات فوتبال شهرستان پارس آباد

۱	کمبود چمن فوتبال
۲	ضعف مالی خانواده ها
۳	عدم اقبال بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در فوتبال
۴	افزایش هزینه ساخت اماکن ورزشی
۵	افزایش قیمت لوازم و تجهیزات ورزشی

بحث و نتیجه گیری

نتایج نشان می دهد مسولان باید برای توسعه فوتبال استعداد و نیروی جوانی که وجود دارد را مغتنم بشمارند و با توجه به ورزش مدارس و تخصیص منابع نقاط ضعف را سامان دهند و به عنوان فرصت از مربیان مجرب استفاده کنند و با دعوت از بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در فوتبال موجب ترقی آن شوند و کمبود اماکن ورزشی را از طریق بخش خصوصی برطرف کنند تا بتوانند نقاط ضعف را به قوت و تهدیدها را به فرصت ها تبدیل کنند.

منابع:

۱- باقر پور، محمد مهدی، (۱۳۸۷)، بررسی انگیزه های شرکت در ورزش، پایان نامه ارشد دانشگاه گیلان.

۲- علیزاده، فرزاد، (۱۳۹۱)، بررسی عوامل شرکت در ورزش، نشریه مدیریت ورزشی.

۳- غفرانی، محسن، (۱۳۸۹)، طراحی توسعه ورزش استان یزد، نشریه مدیریت ورزشی.

۴- موسوی، حسن، (۱۳۹۱)، نظام جامع ورزش کشور، نشریه مدیریت ورزشی



بررسی تأثیر قابلیت مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد بازاریابی در باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه

فهیمة مومنی فرا^{۱*}، نسرین عزیزیان کهن^۲

۱- عضو هیأت علمی، دانشگاه پیام نور

۲- عضو هیأت علمی، دانشگاه محقق اردبیلی

چکیده

عملکرد بازاریابی به عنوان کلید دستیابی به بهبود موفقیت، یکی از مهمترین ابزارهای سنجش موفقیت سازمان است و نیازمند ارزیابی و سنجش مداوم است. هدف از این پژوهش بررسی تأثیر قابلیت مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد بازاریابی در باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه بوده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان باشگاه های خصوصی ورزشی استان کرمانشاه به تعداد ۱۸۵ نفر می باشند. که با بهره گیری از فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۱۳۱ نفر تعیین شده است. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از روش های آمار توصیفی و نیز از روش های آمار استنباطی استفاده شده است. در واقع در ابتدا با استفاده از نرم افزار SPSS هر متغیر در قالب جداول و شاخص های آماری توصیف شده و سپس جهت تجزیه و تحلیل داده ها، آزمون فرضیه ها و در کل برای تعمیم نتایج از نمونه به جامعه آماری از روش مدل سازی معادله ساختاری به وسیله نرم افزار لیزرل استفاده شده است.

واژگان کلیدی: قابلیت های مدیریت دانش، عملکرد بازاریابی، عملکرد نوآوری.



مقدمه

سازمان های موفق و کامیاب امروزی، سازمان هایی هستند که دانش جدید را خلق و یا کسب کرده و آن را به شیوه های کاربردی برای بهبود فعالیت های خود مبدل کنند؛ آن ها از شیوه های نو و خلاق برای اصلاح ساختار و عملکردشان بهره می برند و از این رو می توانند سرمشق و الگو باشند (راسونا، ۲۰۱۲). در سال های اخیر، سازمان ها و شرکت های مختلف، پیوستن به روند دانش را آغاز کرده اند و مفاهیم جدیدی چون کار دانشی، دانشکار، مدیریت دانش و سازمان های دانش خبر از شدت یافتن این روند می دهند؛ پیتز دراکر، با به کارگیری این واژگان خبر از نوع جدیدی از سازمان ها می دهد که در آن ها به جای قدرت بازو، قدرت ذهن حاکمیت دارد؛ بر اساس این نظریه، در آینده جوامعی می توانند انتظار توسعه و پیشرفت داشته باشند که از دانش بیشتری برخوردار باشند؛ سازمان دانشی، به توانمندی هایی دست می یابد که قادر است از نیروی اندک، قدرتی عظیم بسازد (سید دانش و همکاران، ۱۳۹۲). مدیریت دانش فرآیندی است که به سازمان ها کمک می کند اطلاعات مهم را بیابند، گزینش، سازماندهی و منتشر کنند و واضح است که برای فعلی های چون حل مشکلات، آموختن پویا و تصمیم گیری ضروری است (ابوالمجد، ۲۰۱۲).

هدف از این پژوهش بررسی تأثیر قابلیت مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد بازاریابی در باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه بوده است و مساله اصلی این تحقیق عبارت است از اینکه آیا قابلیت های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد بازاریابی باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه تأثیر دارد؟

روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ اهداف، کاربردی بوده و به لحاظ جمع آوری داده ها از نوع توصیفی می باشد. به منظور جمع آوری داده ها از یک مطالعه میدانی شامل کارکنان باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه استفاده شده است. جهت جمع آوری داده ها در این تحقیق، از پرسشنامه استاندارد بر اساس طیف لیکرت استفاده شده است که شامل ۲۹ سوال بسته بوده و متغیرهای تحقیق را مورد اندازه گیری قرار داده است. جامعه آماری شامل کارکنان باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه به تعداد ۱۸۵ نفر می باشند. که با بهره گیری از فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۱۳۱ نفر تعیین شده است. روش نمونه گیری در این پژوهش از نوع نمونه گیری تصادفی ساده بوده است. به منظور تحلیل داده ها، ابتدا به وسیله تحلیل عاملی مولفه های اندازه گیری هر یک از متغیرها تعیین شده و سپس فرضیه های تحقیق به وسیله آزمون معادلات ساختاری مبتنی بر ضرایب همبستگی آزمون شده است.

نتایج

جدول ۱. نتایج فرضیه های مدل ساختاری

فرضیه ها	برآورد استاندارد	کمیت t	نتیجه آزمون
قابلیت های مدیریت دانش بر عملکرد نوآوری در باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه تأثیر دارد.	۰/۵۵	۴/۸۰	تایید
قابلیت های مدیریت دانش بر عملکرد بازاریابی در باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه تأثیر دارد.	۰/۵۰	۱۲/۲۵	تایید
عملکرد نوآوری بر عملکرد بازاریابی در باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه تأثیر دارد.	۰/۴۹	۱۱/۱۰	تایید
قابلیت های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد بازاریابی باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه تأثیر دارد.	۰/۴۲	۱/۲	تایید

بحث و نتیجه گیری

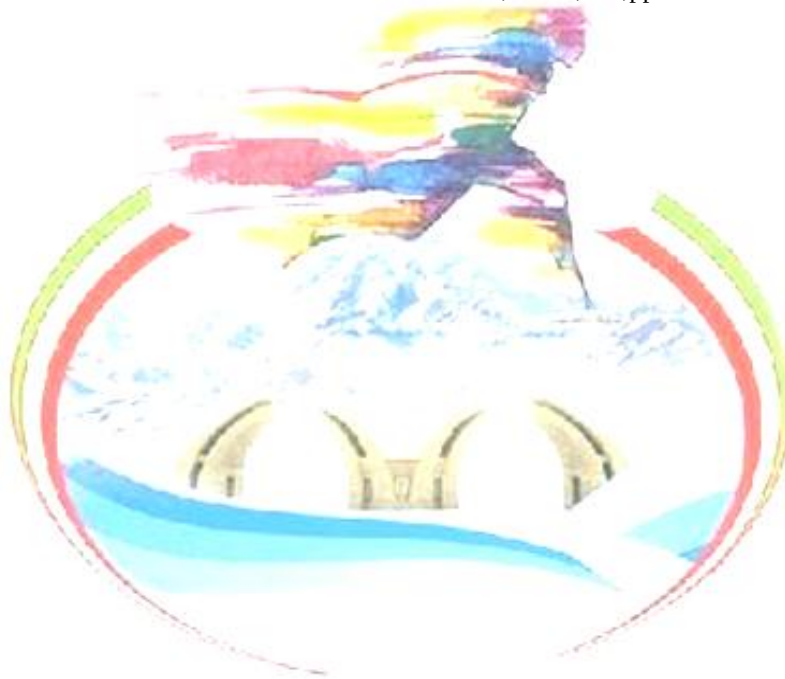
در دنیای رقابتی امروز سازمان ها در انجام مسئولیت ها و وظایف خطیر خود دائماً نیازمند بهبود عملکرد بوده و بدین منظور یکی از راهکارهایی که بتوان با به کارگیری آن نتایجی چون ارتقای عملکرد و عملکرد بازاریابی را دنبال کرد، مدیریت دانش در سازمان است. امروزه مدیران درک کرده اند که نوآوری موفق، نوآوری دانش مدار است. ایجاد، توسعه، تبدیل و کاربرد افکار جدید در قالب کالاها و خدمات قابل فروش که موجب موفقیت سازمان ها، اعتبار اقتصاد یک ملت و پیشرفت و ترقی جامعه می شود، نوآوری دانش محسوب می شود. در عصر حاضر برخورداری از اطلاعات و مدیریت دانش به موقعیتی استوار برای ادامه حیات در سازمان های پویا و نوآور تبدیل شده و حتی توان رقابت در بازارها و تجارت منوط به کسب، توسعه و روزآمدی دانش سازمانی است. تا حدی که دانش جزئی از سرمایه تلقی شود. اگر می خواهیم دانش روز در محیط کار و جامعه ما، نمود پیدا کند باید فضای کاری ما مستعد روندهای جدید باشد. این محیط مساعد ساخته و پرداخته مدیران توانمندی است که توانسته اند نوآوری ها را به طرز صحیحی مدیریت کرده و عملکرد سازمان خود را ارتقا بخشند اصطلاح مدیریت دانش طی دهه گذشته در عرصه کسب و کار مورد توجه قرار گرفته است.

منابع

- سید دانش، س.، حسن زاده، م.، و محبوب شعار، ف. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین استراتژی های مدیریت - دانش و نوآوری بررسی موردی صنایع دارویی استان گیلان، ماهنامه مهندسی مدیریت، ش ۵۲، صص ۴۴-۳۴.

-Aboelmaged, Mohamed Gamal, (2012), Harvesting rganizational knowledge and innovation practices, An empirical examination of their effects on operations strategy, Business Process Management, Journal, Vol. 18 No. 5, pp 712-734.

- Rasona, p. (2012). Development of knowledge capital and innovation culture in Suurpelto during the Project Koulii. DEVELOPMENT AND LEARNING IN ORGANIZATIONS, vol26, no6, pp23-26.



بررسی تأثیر تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر بازاریابی ورزشی در بین دانشجویان دانشگاه پیام نور استان کرمانشاه

امین راجی^{۱*}، نسیرین عزیزیان کهن^۲

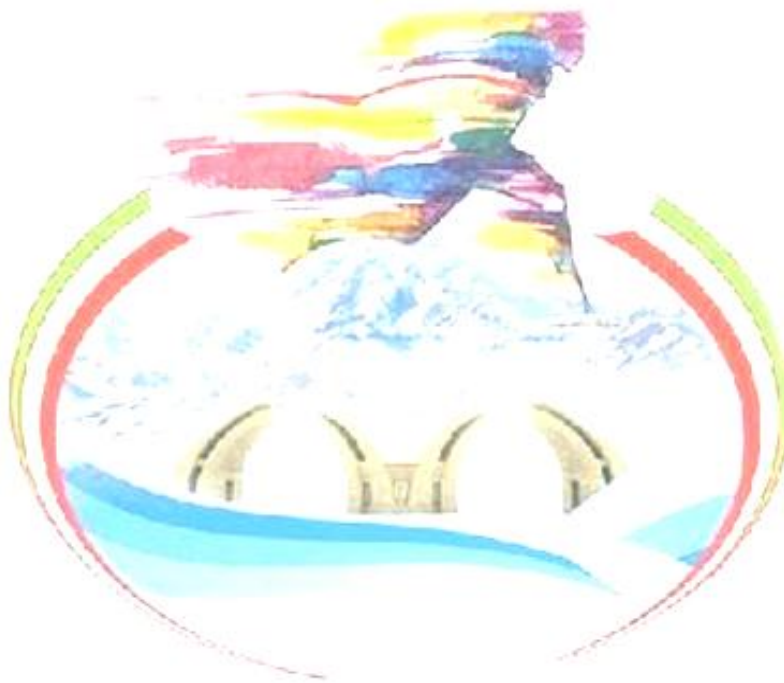
۱- عضو هیأت علمی، دانشگاه پیام نور

۲- عضو هیأت علمی، دانشگاه محقق اردبیلی

چکیده

امروزه شبکه های اجتماعی مجازی به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای ارتباطی در سطح جامعه و جهان تبدیل شده است. از آنجایی که اطلاع دقیقی از میزان تأثیر تبلیغات در شبکه های اجتماعی در بازاریابی ورزشی به منظور معرفی و آرایه خدمات ورزشی مناسب و با کیفیت وجود ندارد این مطالعه با هدف بررسی میزان تأثیر تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر بازاریابی ورزشی در بین دانشجویان دانشگاه پیام نور استان کرمانشاه در نیم سال دوم تحصیلی سال ۱۳۹۵ انجام گرفت. در این مطالعه تعداد ۱۰۰ نفر به طور تصادفی از جامعه آماری انتخاب و در این مطالعه شرکت کردند و پرسشنامه محقق ساخته پس از تایید روایی و پایایی در اختیار آنها قرار گرفت و پس از تکمیل جهت تحلیل آماری در نرم افزار SPSS وارد گردید. پس از تحلیل آماری داده ها مشخص شد که استفاده هدفمند از شبکه های اجتماعی به منظور آشنایی و بهره گیری از خدمات ورزشی در سطح متوسطی قرار دارد. با توجه به میزان آشنایی با شبکه های اجتماعی و میزان استفاده از آنها می توان از ظرفیت بالقوه شبکه های اجتماعی به عنوان بستر بسیار مناسب جهت تبلیغات هدفمند، کاربردی و مدرن در زمینه بازاریابی ورزشی استفاده نمود و با کار اصولی در این زمینه فرهنگ استفاده هدفمند و کاربردی از این شبکه های اجتماعی جهت ارتقای سطح ورزش و به دنبال آن افزایش آگاهی، دانش و سلامتی افراد ایجاد نمود.

واژگان کلیدی: تبلیغات، شبکه های اجتماعی، بازاریابی ورزشی، دانشگاه پیام نور



مقدمه

شبکه های اجتماعی مجازی نسل جدیدی از وب سایتهای اینترنتی هستند. در این وب سایت ها کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی دور یکدیگر جمع می شوند و گروههای آنلاین را تشکیل می دهند (محمد مهدی مولایی، ۱۳۸۹). در واقع شبکه های اجتماعی، شبکه ای متشکل از افراد و گروهها و ارتباط بین آنهاست که می توان آن را یکی از تاثیر گذارترین سرویس های ارایه شده در اینترنت دانست که به نوبه خود تحول شگرفی را در نظام اجتماعی کشورهای جهان ایجاد کرده است. امروزه این شبکه ها به نیرویی قدرتمند در شکل دهی به جنبه های تجارت تبدیل شده اند زیرا بازاریابی دهان به دهان را تقویت کرده و به سرعت در تصمیمات خرید افراد تاثیر می گذارد و بی شک تبلیغات در این شبکه ها فرصت های زیادی را در اختیار صاحبان مشاغل قرار می دهد. در دنیای بازاریابی الکترونیکی مدل های کسب و کار جدیدی معرفی شده اند و گرایشهای جدیدی نیز در حال ظهور می باشند. یکی از آخرین گرایشها، شبکه های اجتماعی هستند که نه تنها تعداد زیادی کاربر و بازدید کننده را جذب کرده اند بلکه مکانی برای قرار دادن تبلیغات آنلاین شرکت ها و کمپانی های مختلف می باشد. شبکه های اجتماعی مردم را با همه انواع مختلف علاقه ها مرتبط کرده و یکی از نواحی در حال گسترش در استفاده از شبکه های اجتماعی، صفحات و موضوعات مرتبط با سازمانها و شرکت های تولیدی و خدماتی می باشد (شیروان، ۱۳۹۲). از انجایی که خدمات ورزشی یک کالای خدمتی نامحسوس می باشد، تبلیغات برای آن باید ظرافت های ویژه ای را به همراه داشته باشد و یکی از روش های تبلیغات برای چنین خدمات ناملموسی، تبلیغات دهان به دهان با تاکید بر اعتماد به رضایتمندی دیگران می باشد و از این رو است که تبلیغات ورزشی در شبکه های اجتماعی پر طرفدار از نظر بازاریابی جایگاه پیدا می کند. در این تحقیق برآنیم تا تاثیر تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر بازاریابی خدمات ورزشی را در آنها بررسی نماییم تا از این طریق بر دیدگاه مدیران آینده نسبت به شبکه های اجتماعی و کاربرد آن در جذب آنها به خدمات ورزشی واقف گردیم.

روش تحقیق

این مطالعه یک پژوهش توصیفی تحلیلی می باشد که در طی نیم سال اول تحصیلی سال ۱۳۹۵ انجام پذیرفت. جامعه آماری دانشجویان رشته دانشگاه پیام نور استان کرمانشاه بودند که ۱۰۰ نفر آنها به صورت تصادفی ساده انتخاب شده و پرسشنامه در اختیارشان قرار گرفت. پرسشنامه این مطالعه محقق ساخته و دارای ۱۷ سوال در مورد ۵ معیار مورد مطالعه (آشنایی با شبکه های اجتماعی، جذابیت تبلیغات در شبکه های اجتماعی، آشنایی با اماکن ورزشی، استفاده از خدمات ورزشی، معرفی اماکن ورزشی از طریق شبکه های اجتماعی به دیگران) می باشد. روایی پرسشنامه از نوع روایی صوری بوده که توسط ۱۵ نفر از صاحب نظران و اساتید این حوزه تایید گردید و جهت بررسی پایایی، ابتدا بین نفر از دانشجویان مورد تست قرار گرفت و میزان آلفای کرونباخ آن ۰/۹۵ بدست آمد. و بدین صورت پایایی آن نیز مورد تایید قرار گرفت. اطلاعات پرسشنامه های تکمیل شده از نمونه آماری در نرم افزار SPSS وارد شد و از روش آماری تحلیل عاملی اکتشافی داده ها و استفاده شد.

نتایج

جدول ۱. نتایج ساختاری

فرضیه ها	برآورد استاندارد	کمیت t	نتیجه آزمون	فرضیه های مدل
اثر تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر آشنایی با شبکه های اجتماعی	۰/۵۷	۶/۹۸	تایید	
اثر تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر جذابیت شبکه های اجتماعی	۰/۵۵	۱۴/۸۷	تایید	
اثر تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر آشنایی با اماکن ورزشی	۰/۴۸	۱۲/۱۰	تایید	
اثر تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر استفاده از اماکن ورزشی	۰/۴۰	۲/۳	تایید	
اثر تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر معرفی به دیگران	۰/۳۹	۱۱/۲۳	تایید	

بحث و نتیجه گیری

جهت بررسی هدف کلی مقاله یعنی تاثیر تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر بازاریابی خدمات آموزشی محققان ناگزیر به اندازه گیری معیارهای ۵ گانه میزان آشنایی با شبکه های اجتماعی، میزان جذابیت تبلیغات در شبکه های اجتماعی، میزان آشنایی با اماکن ورزشی از طریق شبکه های اجتماعی، میزان استفاده از اماکن معرفی شده در شبکه های اجتماعی و میزان معرفی اماکن ورزشی از طریق شبکه های اجتماعی بودند. تحلیل آماری داده ها مشخص کرد که با توجه به میزان آشنایی با شبکه های اجتماعی و میزان استفاده از آنها می توان از ظرفیت بالقوه شبکه های اجتماعی به عنوان بستر بسیار مناسب جهت تبلیغات هدفمند، کاربردی و مدرن در زمینه بازاریابی ورزشی استفاده نمود و با کار اصولی در این زمینه فرهنگ استفاده هدفمند و کاربردی از این شبکه های اجتماعی جهت ارتقای سطح ورزش و به دنبال آن افزایش آگاهی، دانش و سلامتی افراد ایجاد نمود.

منابع

مولایی، مهدی، ۱۳۸۹، شبکه اجتماعی فراتر از ابزار های تکنولوژیکی، سایت گرداب.
توانا شیروان، مهدی، ۱۳۹۲، شبکه های اجتماعی و تاثیر آن در بازاریابی الکترونیکی، www.fumblog.um.ac.ir.

تازه های علمی در ورزش



بررسی ارتباط بین مولفه های آمیخته بازاریابی مرتبط با شکل گیری تصویر ذهنی مشتریان باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه

امین راجی^{۱*}، نسیرین عزیزیان کهن^۲

۱- عضو هیأت علمی، دانشگاه پیام نور

۲- عضو هیأت علمی، دانشگاه محقق اردبیلی

چکیده

با گسترش فناوری در حوزه های تولید و توزیع کالا و نیز تنوع سلاقی مشتریان و اهمیت یافتن بازاریابی محصولات و خدمات و گسترش رقابت برپارائه خدمات، شیوه های تولید و توزیع دگرگون شده اند. هدف از این تحقیق بررسی ارتباط بین مولفه های آمیخته بازاریابی مرتبط با شکل گیری تصویر ذهنی مشتریان باشگاه های ورزشی خصوصی استان کرمانشاه می باشد. جامعه آماری مورد بررسی این پژوهش، مشتریان باشگاه های خصوصی استان کرمانشاه در طی سال ۱۳۹۵ می باشند. جهت تعیین حجم نمونه از جدول نمونه گیری مورگان استفاده گردیده است که طبق جدول موصوف تعداد نمونه ۲۵۰ نفر در نظر گرفته شد. بمنظور توصیف ویژگیهای جمعیتی شناختی افراد نمونه در این تحقیق از جداول و نمودارهای پراکندگی، بمنظور توصیف متغیرهای تحقیق از میانگین، انحراف معیار، میانه، مد و جهت تحلیل استنباطی داده ها از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد. پس از تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS نتایج حاکی از تایید تمام فرضیات بوده است.

واژگان کلیدی: کیفیت، تناسب قیمت با کیفیت، تصویر ذهنی.

مقدمه

آمیخته بازاریابی نمایانگر فعالیتهای اساسی مدیران بازاریابی است. پس از انتخاب یک بازار هدف، مدیران بازاریابی باید یک برنامه سیستماتیک برای فروش به مشتریان و ایجاد روابط بلندمدت تدوین کنند (دولین وانیو؛ ۲۰۰۷). با گسترش فناوری در حوزه های تولید و توزیع کالا و نیز تنوع سلاقی مشتریان و اهمیت یافتن بازاریابی محصولات و گسترش رقابت برای فروش، شیوه های تولید و توزیع دگرگون شده اند. وجود رقابت شدیدی که با اقتصاد امروز جهان حاکم است ارائه خدمات بیشتر به مشتریان دیگر یک ارزش قلمداد نمی شود بلکه ضرورتی انکار نشدنی است (بیرلی ومارتین؛ ۲۰۱۴). ایجاد تصویر ذهنی یک ابزار ضروری برای جذب و حفظ مشتریان است. بنابراین ایجاد رضایت و ایجاد تصویر ذهنی فرآیندهای مرتبط هستند. افراد مختلف تصاویر در ذهن خود را، درباره مایملکهای مختلف مثل محصولات، برندها، سازمانها و زنجیره های (شبکه ها) سازمانها شکل می دهند. بنابراین تصویر ذهنی نیروی انسانی، تاثیر مستقیم و بسزایی بر سازمان دارد. تصویر ذهنی سازمانی را می توان برآیند تصاویر ذهنی انسانهای درون و بیرون مرتبط با سازمان دانست (لمینک و همکاران؛ ۲۰۰۳). تصویر ذهنی منعکس کننده موضوعاتی است که در ذهن مشتری از سازمان وجود دارد، تصویر سازمانی به عنوان فیلتر، ادراکات مشتری از عملیات سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد. (سید جوادین و کیماسی، ۱۳۸۴). امروزه ایجاد تصویر ذهنی یک ابزار ضروری برای جذب و حفظ مشتریان است. بنابراین ایجاد رضایت و ایجاد تصویر ذهنی فرآیندهای مرتبط هستند. تصویر ذهنی شرکت خدماتی به عنوان یک صافی عمل می کند. اگر تصویر ذهنی شرکت در ذهن مشتری خاصی خوب باشد، مشکلاتی که این مشتری در ارتباط با نتیجه یا فرآیند داشته باشد، احتمالاً تا اندازه ای به وسیله تصویر ذهنی، نادیده گرفته می شود. اگر مشکلات به صورت پیوسته روی دهد، تصویر ذهنی مثبت نهایتاً مخدوش، و تصویر ذهنی منفی می شود. در چنین حالتی مشکلات کیفی به احتمال زیاد بدتر از آن چیزی که در واقعیت است ادراک خواهد شد (گرونر؛ ۲۰۱۰). محقق در این پژوهش به دنبال بررسی این مطلب است که آیا

بین متغیرهای مستقل کیفیت خدمات باشگاه ها؛ تناسب قیمت باکیفیت خدمات موجود ، عامل ترفیع فروش (تخفیف باشگاه ها) ، موقعیت مکانی باشگاه ها با متغیروابسته تحقیق (تصورذهنی مشتریان) ارتباطی وجود داردیاخیر؟

روش تحقیق

این تحقیق همبستگی بوده و تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات پیمایشی بوده است که بصورت میدانی انجام شده است . جامعه آماری موردبررسی این پژوهش را مشتریان باشگاه های خصوصی استان کرمانشاه که درطی سال ۱۳۹۵ به باشگاه های خصوصی استان مراجعه نموده بودند، تشکیل داده اند. برای تعیین حجم نمونه ازجدول نمونه گیری مورگان استفاده گردیده است که طبق جدول موصوف تعداد نمونه ۲۵۰ نفر در نظر گرفته شده است. داده های تحقیق با استفاده از روش میدانی و با ابزار پرسشنامه محقق ساخته آمیخته بازاریابی و تصورذهنی مشتریان بین نمونه آماری تحقیق پس از تایید پایایی و روایی توزیع شد.

نتایج دومین همایش ملی پژوهش

جدول ۱. نتایج همبستگی اسپیرمن برای بررسی میزان ارتباط مولفه های آمیخته بازاریابی با شکل گیری تصویر ذهنی مشتریان

رابطه	ضریب همبستگی	تعداد	مقدار خطا	سطح معناداری	تفسیر
کیفیت و شکل گیری تصویر ذهنی مشتریان	۰/۴۵	۲۵۰	۰/۰۵	۰/۰۰۱	رابطه معنادار و مستقیم
تناسب قیمت باکیفیت و تصویر ذهنی	۰/۵۱	۲۵۰	۰/۰۵	۰/۰۰۱	رابطه معنادار و مستقیم
عامل ترفیع فروش و تصویر ذهنی	۰/۴۲۰	۲۵۰	۰/۰۵	۰/۰۰۱	رابطه معنادار و مستقیم
موقعیت مکانی و تصویر ذهنی مشتریان	۰/۴۴۴	۲۵۰	۰/۰۵	۰/۰۰۱	رابطه معنادار و مستقیم

همانطور که در جدول فوق قابل مشاهده است، رابطه تمامی مولفه های آمیخته بازاریابی و شکل گیری تصویر ذهنی مشتریان در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

بحث و نتیجه گیری

امروزه پیام اصلی برای هر سازمان خدماتی ، اقتصادی و تجاری تلاش و کوشش برای دگرگونی در کلیه زمینه های کاری اعم از ارائه کالا و خدمات روش های جمع آوری و توزیع سیستم حمل و نقل و بالا بردن سطح احترام به مشتریان یا مشتری مداری و ارتقای فروش از بستر روشهای ترفیع در فروش و در نهایت جذب مشتری بیشتر است و نهایتا بازاریابی اساس حرکت هر سازمان خدماتی ، اقتصادی و تجاری می باشد. لذا در راستای ارتقای روشهای ترفیعی در باشگاه همسو با ارائه وایجاد یک تصویر ذهنی مناسب در ذهن مشتریان باشگاه پیشنهاد می گردد:

- (۱) پیام تبلیغاتی باشگاه ورزشی باید به ناگاه توجه مخاطب را به خود جلب کند و برای اینکار باید با مخاطبان (مشتریان اصلی) باشگاه و حالات روانی و ذهنی ایشان کاملاً آشنا بود.
- (۲) به مشتریان باشگاه ورزشی اطمینان خاطر داده شود که خدمات بدون کم کاستی و با بهترین کیفیت به ایشان ارائه می شود (اعتماد مشتری جلب شود).
- (۳) متناسب بودن محل باشگاه های ورزشی با هدف (تناسب اجاره بها و یا قیمت خرید زمین که در این صورت هزینه های سنگینی به مجموعه تحمیل نمی شود)
- (۴) هماهنگی و تناسب محل از لحاظ سمت، جهت و اندازه محل باشگاه ها که می تواند بر روی تقویت و یا تضعیف درآمد موثر باشد.

منابع دومین همایش ملی پژوهش

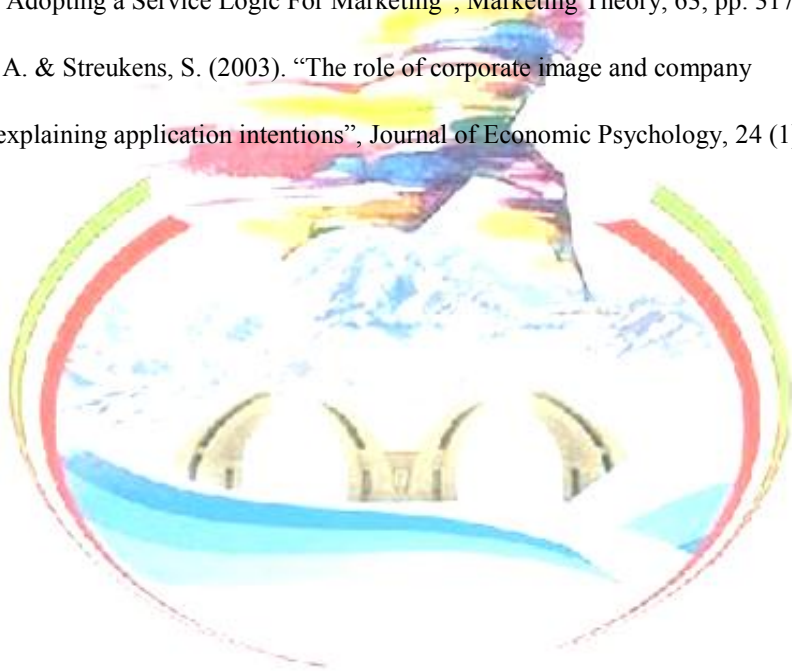
-سید جوادین، س. و کیماسی، م. (۱۳۸۴). مدیریت کیفیت خدمات، انتشارات نگاه دانش، تهران، چاپ اول.

-Beerli, A. & Martin, J. D. (2014). "A model of customer loyalty in the retail banking market", *European Journal of Marketing*, 38 (1-2), pp. 253-275.

-Devlin, J. & Ennew, C. (2007), *Understanding competitive advantage in retail financial services*, *International Journal of Bank Marketing*, Vol.15 No. 3, pp. 73-82.

-Gronroos, C. (2010). "Adopting a Service Logic For Marketing", *Marketing Theory*, 63, pp. 317-333.

-Lemmink, J., Schuijff, A. & Streukens, S. (2003). "The role of corporate image and company employment image in explaining application intentions", *Journal of Economic Psychology*, 24 (1), pp.1-15.



ارتباط بین تصویر بدنی با انگیزه ورزشی در دانشجویان (مطالعه موردی واحد ملکان)

¹امیر دانا، آسر حسین زاده

۱- گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

۲- گروه تربیت بدنی، واحد ملکان، دانشگاه آزاد اسلامی، ملکان، ایران

amirdana@iaut.ac.ir

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین تصویر بدنی با انگیزه ورزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان بود. جامعه پژوهش حاضر را دانشجویان دانشگاه آزاد ملکان تشکیل می دهند که تعداد آنها بر اساس آمار اعلام شده از سوی دانشگاه برابر با ۵۰۰ نفر می باشد. نمونه آماری تحقیق هم شامل ۲۰۴ نفر از دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه آزاد ملکان می باشند که جهت انتخاب نمونه این پژوهش، از روش نمونه گیری "طبقه‌ای تصادفی" استفاده شد. در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌های پژوهش از دو پرسشنامه استاندارد تصویر بدنی کش و همکاران (۱۹۸۳) و انگیزه ورزشی SMS-18 استفاده شده است که روایی پایایی آنها مشخص و معلوم است. نتایج تحقیق نشان داد که بین تصویر بدنی با انگیزه ورزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد، همچنین نتایج حاکی از آن است که بین ارزیابی فرد از بدن (از ابعاد تصویر بدنی) با انگیزه ورزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد، علاوه بر آن نتایج نشان دهنده آن است که بین شناخت فرد از بدن (از ابعاد تصویر بدنی) با انگیزه ورزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد، بین رفتار فرد (از ابعاد تصویر بدنی) با انگیزه ورزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد، بین احساس بیماری (از ابعاد تصویر بدنی) با انگیزه ورزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد. ولی بین آگاهی فرد از سلامتی خود (از ابعاد تصویر بدنی) با انگیزه ورزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان رابطه مثبت معنی‌داری وجود ندارد. همچنین نتایج جانبی پژوهش نشان داد که میزان انگیزه ورزشی دانشجویان بطور معنی‌داری بالاتر از حد متوسط می‌باشد و میزان تصویر بدنی دانشجویان بطور معنی‌داری بالاتر از حد متوسط می‌باشد. همچنین میزان مولفه‌های ارزیابی فرد از بدن، شناخت فرد از بدن، رفتار فرد، آگاهی فرد از سلامتی خود و احساس بیماری دانشجویان بطور معنی‌داری بالاتر از حد متوسط می‌باشد.

واژگان کلیدی: تصویر بدنی، ارزیابی فرد از بدن، شناخت فرد از بدن، رفتار فرد، آگاهی فرد از سلامتی خود و احساس بیماری، انگیزش ورزشی



دسته بندی فعالیت های خدماتی در رویدادهای ورزشی بین المللی

۱. رقیه بخشی، ۲. دکتر فرزاد نوبخت، ۳. معصومه آقازاده

۱. دانشجوی ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی

۳. دانشجوی ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی

چکیده

امروزه رویدادهای ورزشی یکی از جذاب ترین رویدادهایی است که کشورها برای میزبانی آن در تلاش هستند و کمتر کشورهای در حال توسعه این میزبانی نصیبشان می شود. میزبانی یک رویداد بین المللی باعث رشد اقتصادی آن مکان از طریق خدمات و محصولات گوناگونی می شود و اقتصاد آن منطقه را رونق می بخشد. هر سال رویدادهای ورزشی زیادی در نقاط مختلف جهان برگزار می شود و افراد بسیاری مانند سیاستمداران، حامیان مالی، تلویزیون، روزنامه ها و... به دلیل جذابیت و سود آوردن بودن ورزش در بین اقشار مختلف جامعه به سمت رویداد ورزشی کشیده می شود و هدف های خود را از طریق ورزش بدست می آورند به عبارت دیگر از آنجایی که ورزش محبوبیت زیادی در بین عموم مردم دارد توسعه از طریق ورزش بسیار بالاست. از تاثیرات رویدادهای ورزشی بر شهرو کشور میتوان به بهبود زیر ساخت ها، افزایش گردشگران، افزایش اشتغال و... اشاره کرد. ورزش بزرگترین پدیده جهان شناخته می شود که تاثیر آن بر همگان روشن است و نمیتوان اثرات آن را نادیده گرفت چه از جنبه های اقتصادی چه فرهنگی و اجتماعی و نیز نمود رسانه ای یک کشور در سطح بین المللی یا جهانی باعث جذب گردشگر بیشتر به آن منطقه می شود. رویدادهای ورزشی فرصتی برای کشورهاست تا با فرهنگ مختلف جوامع آشنا شوند و در واقع اینگونه رویدادها یک امر صلح آمیز بین جوامع است. خدماتی که در رویدادهای ورزشی انجام می شود در واقع میتواند گفت که فرهنگ و اقتصاد آن جامعه به حساب می آید. و میزان کیفیت این خدمات وجهه خوب یا بد داشتن آن جامعه در نظر همگان می شود. هدف از این پژوهش حاضر اطلاعات در مورد خدمات در رویدادهای بین المللی و دسته بندی آنهاست. روش تحقیق به صورت کیفی با استفاده از کتابها و مقالات موجود در این زمینه می باشد.

واژگان کلیدی: خدمات، ورزش، رویدادهای ورزشی، رویدادهای بین المللی.



مقدمه

جهانی شدن باعث شده است که جهان مانند دهکده جهانی پافراتر از زمان و مکان گذاشته و تمامی کشورها برای انتقال فرهنگ جوامع خود تلاش می کنند. یکی از این تلاش ها در رویدادهای بین المللی میتواند شکل بگیرد. ورزش یکی از بهترین رویدادهای است که فرهنگ یک جوامع را به دیگران معرفی می کند.

کشورها در حوزه ورزش برای بهره برداری و نقش آفرینی در دهکده جهانی از عوامل استفاده می کنند: یکی حضور در رویدادهای بین المللی و دیگری اخذ میزبانی و برگزاری رویدادهای بین المللی که مورد دوم در مقایسه با مورد اول مهم تر است. (لقمان کشاورز، ۱۳۹۳)

رویدادهای بزرگ بین المللی به مسابقاتی مانند بازیهای المپیک، جام جهانی فوتبال، بازیهای آسیایی، یونیورسیادها، دانشجویی، المپیک نظامیان و... اطلاق می شود که در آن ورزشکاران حرفه ای و نخبه ورزشی کشورهای مختلف به رقابت بایکدیگر می پردازند (دولس و همکاران، ۲۰۰۸). میزبانی رویدادهای ورزشی میتواند به اقتصاد آن کشور کمک شایانی بکند مثلاً از طریق جذب حامیان مالی، رسانه ها، جذب گردشگر و...

امروزه رویدادهای بین المللی جذابی وجود دارد که توجه مردم جهان را به خود جلب می کند. بازیهای المپیک بزرگترین رویدادی است که به صورت صلح آمیز ملت های مختلف را در یک شهر دنیا گرد هم جمع می کند. در جام تختی مهمان نوازی تماشاگران از ورزشکاران ایالت متحده به شدت گرم بود و از تیم کشتی ایالت متحده به گرمی و شادی استقبال شد. در این مسابقات کشتی گیران نقش خود را به عنوان سفیران ورزشی احساس کردند و این برنامه از انعکاس رسانه ای بالایی برخوردار شد.

شهرهای بزرگ دنیا با جدیت تلاش های بازاریابی شهر خود را بر رویدادهای بزرگ ورزشی متمرکز کرده اند. برای برگزاری یک دوره مسابقات ورزشی نیاز به برنامه ریزی دقیق و زمان کافی است. در برگزاری هر دوره مسابقات ورزشی با توجه به رشته ورزشی، روش برگزاری، امکانات و تجهیزات، منابع انسانی و مالی، تعداد شرکت کنندگان می توان سازمان خاص و مورد نیاز را طراحی نمود.

به طور حتم کسب میزبانی یک رویداد بزرگ ورزشی بویژه جهانی سوای کسب اعتبار و یافتن هویت جهانی زمینه های توسعه شهرها، احداث اماکن ورزشی، جاده ها، هتل ها و نهایتاً ایجاد ارتباطات بین المللی و توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی می گردد. آنچه مسلم است میزبانی های ورزشی بزرگ حدود ۵ درصد به کشورهای در حال توسعه واگذار می شود.

استرالیا با استفاده از شرکت ها و متخصصان، دارای سابقه در اجرای رویدادهای ورزشی است. از جمله توانایی های کشور استرالیا در این صنعت میتوان به مواردی چون اجرای جشن های اختتامیه و افتتاحیه، مدیریت ایمنی، اورژانس ها و سیاست های اجرایی مسابقات، اجرای زیرساخت ها، آماده سازی برای مسابقات شامل تعمیرات و تجهیز امکانات به نحو حسن است.

محصولات و خدمات در فدراسیون ورزشی ایران به این شکل طبقه بندی شده است. ۱. مسابقات، ۲. آموزش، ۳. امر فرهنگی، ۴. امور توسعه و تجهیز و نگهداری، ۵. امور پژوهشی و تحقیقاتی، ۶. اردوهای تیم ملی، ۷. بازیکنان نخبه، ۸. امور اداری و مالی.

در دهه اخیر، همکارانش (۲۰۱۰) به این نتیجه رسیدند اگر تماشاگران از تسهیلاتی همچون در دسترس بودن، پارکینگ و صندلی های راحت داشته باشند احتمالاً مجدداً در رویداد ورزشی حضور پیدا خواهند کرد.

یاماگوشی (۲۰۰۲) مدلی از متغیرهای اثرگذار بر بازدید مجدداً از رویدادهای ورزشی ارائه نمود و آنها را به دودسته متغیرهای مثبت و متغیرهای منفی تقسیم نمود. متغیرهای مثبت شامل پاداش و اجناس، امنیت، تسهیلات دسترسی آسان، میزبانی با استفاده از نیروهای داوطلب، برنامه های اجتماعی، خدمات مناسب به خانواده ها، خدمات مربوط به غذا و نوشیدنی می شود. متغیرهای منفی پاسخگویی بی ادبانه کارکنان، نامناسب بودن زمان برگزاری، مراسم های طولانی مدت، ضعف اطلاع رسانی به گردشگران، دستشویی های نامناسب، خدمات نامناسب در هتل ها و کمبود تبلیغات را در بر می گیرد.

نه تنها گرفتن میزبانی رویدادها دارای مزایای فراوانی است بلکه درخواست میزبانی رویدادهای بزرگ بین المللی ورزشی نیز دارای اثرات و منافع است (لقمان کشاورز، ۱۳۹۳)

مهم ترین نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای موثر در میزبانی رویدادهای بزرگ بین المللی عبارتند از: مشارکت و علاقه مند افراد جامعه، وجود امکانات اقامتی و ورزشی مناسب، وجود منابع انسانی آموزش دیده، داشتن امکانات تفریحی و اوقات فراغت مناسب، حمل و نقل مناسب، وجود قوانین حقوقی و مدنی و شهروندی مناسب، اعتبار مناسب و وضعیت مالی موجود در کشور است.

نتایج تحقیقات نشان می دهد خدمات مطلوب به تماشاگران مهم ترین عامل برای افزایش تعداد تماشاگر و کسب درآمد اکثر لیگ ها و باشگاه های حرفه ای سراسر دنیا است. ورزشگاههای زیبا و جذاب یک عامل مهم در جذب ورزشکاران گزارش شده و باشگاه ها برای جذب تماشاگر بیشتر باید دارای ورزشگاه های مجهز با امکانات پیشرفته باشند. (حمید سارانی، ۱۳۹۵).

اهداف این تحقیق مشخص نمودن خدماتی است که در رویدادهای بین المللی انجام میگیرد و اینکه این خدمات کدام ها هستند.

روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش از نوع تحلیل محتوایی با استناد بر کتاب ها و اسناد موجود در این زمینه می باشد و نیز از هشت مقاله در این تحقیق استفاده شده است.

یافته ها

جدول - فعالیت های خدماتی در رویدادهای ورزشی

ردیف	قبل از مسابقه	حین مسابقه	بعد از مسابقه
۱	تعیین اهداف و مخاطبان	پذیرش ها	فعالیت های مربوط به برگرداندن میهمانان
۲	شناسایی و دسته بندی کارها	محل اقامت مناسب	ارزیابی برگزاری رویداد
۳	تشکیل کمیته های تخصصی	هماهنگی درست کمیته ها	
۴	واگذاری و تعریف اختیارات و مسولیت ها	اجرای جشن ها و فوق برنامه	
۵	برنامه ریزی	مدیریت ایمنی و امنیت	
۶	بودجه بندی به طور تقریبی	بکارگیری نیروهای داوطلب	
۷	امور هماهنگی	تسهیلات دسترسی آسان	
۸	تبلیغات	خدمات مربوط به غذا و نوشیدنی	
۹	مشخص کردن روش برگزاری	برنامه های گردشگری	
۱۰	آماده سازی و زیباسازی محل مسابقه	بهداشتی و پزشکی	
۱۱	آموزش افراد و کارکنان	تبلیغات	
۱۲	بهبود خدمات آژانس های گردشگری		
۱۳	جذب اسپانسر و بازاریابی		

بحث و نتیجه گیری

در پژوهش حاضر که از ادبیات پیشینه تحقیق بسیاری استفاده شده به دسته بندی فعالیت های قبل، حین و بعد مسابقه پرداخته شده است. این نکته حائز اهمیت است که در میزبانی یک رویداد ورزشی بسیاری از فعالیت های مهم باید قبل از درخواست میزبانی انجام بگیرد و در صورت داشتن شرایط لازم دست به اقدام برای میزبانی آن رویداد در آن شهر بزنند به اینگونه نباشد که بعد از گرفتن میزبانی تمامی کارها را انجام بدهند چه از لحاظ زیباسازی چه از لحاظ امکانات موجود... به گونه ای که در ابتدا یک امکان سنجی داشته باشند و در صورت موفقیت اقدام نمایند. بحث فرهنگی در میزبانی رویداد بسیار مهم است و نمایانگر فرهنگ آن جامعه را منتقل می کند. خدمات مناسبی که در طول مسابقات برگزار می شود عامل بسیار مهمی برای برگشت دوباره افراد به آن جامعه است. داشتن امکانات پیشرفته، امنیت، خدمات مناسب به خانواده ها، برخورد و پاسخگویی مناسب مردم و کارکنان از جمله این عوامل هستند. از جمله امتیازاتی که میزبانی برای یک شهر میتواند داشته باشد میتوانیم به توسعه اماکن ورزشی مناسب، جاده ها، هتل ها، و گردشگری اشاره کنیم. برگزاری یک رویداد بین المللی وجهه یک کشور را در بین ملت های دیگر خوب یا بد نشان میدهد پس مدیران اجرا کنند باید فعالیت هایی را که باعث می شود وجهه بد گذاشته شود را حذف یا به حداقل برسانند و وجهه مثبت را افزایش دهند.

منابع

۱. کشاورز، لقمان، فراهانی، ابوالفضل، رضایی، مرتضی، ذکایی، مبین، (۱۳۹۲)، تحلیل عامل های قوت و ضعف و تهدید و فرصت های اخذ میزبانی رویداد بزرگ بین المللی ورزش در ایران - پژوهشهای کاربردی در مدیریت ورزشی، سال چهارم شماره ۲.
۲. حسینی، سیدامیر (۱۳۸۸)، ورزش و دیپلماسی عمومی، ۱۳۰ دی.
۳. محرم زاده، مهرداد، تدوین خلاصه کتاب، خراسانی، حامد (۲۰۱۲) مدیریت بازاریابی ورزشی، ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه تهران.
۴. کوزه چیان، هاشم، حبیب زاده، مهدی، هنرور افشار، (۱۳۹۰)، نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایتمندی گردشگران ورزشی، پژوهش های مدیریت و علوم حرکتی، شماره ۲۰.
۵. رحیمی، قاسم، (۱۳۸۰)، بررسی عوامل موثر در مدیریت ایمنی استادیوم های فوتبال کشور از دیدگاه تماشاگران، بازیکنان و مدیران اجرایی، رساله دکتری، رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
۶. پورسلیمانی، علی، رشیدی، فرزاد، (۱۳۹۰)، عوامل موثر بر رضایت گردشگران در ایران، بانک فعالان بازاریابی ایران. (<http://www.marketingarticles.ir>)
7. Gabriel Silvestre (2009).the social impacts of mega-Events: towards frame work, sport esociedade'4(10):1-26.
8. Doles' hand sideman ,s (2008): mega-sporting events is Asia-Impacts on society Business and Management :An In trod action :Asian business and Management, volume7, pal grave macmillan.p.p.119-135.



عوامل موثر بر توسعه ورزش

۱. معصومه آقازاده، ۲. دکتر فرزاد نوبخت، ۳. رقیه بخشش

۱. دانشجوی ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی

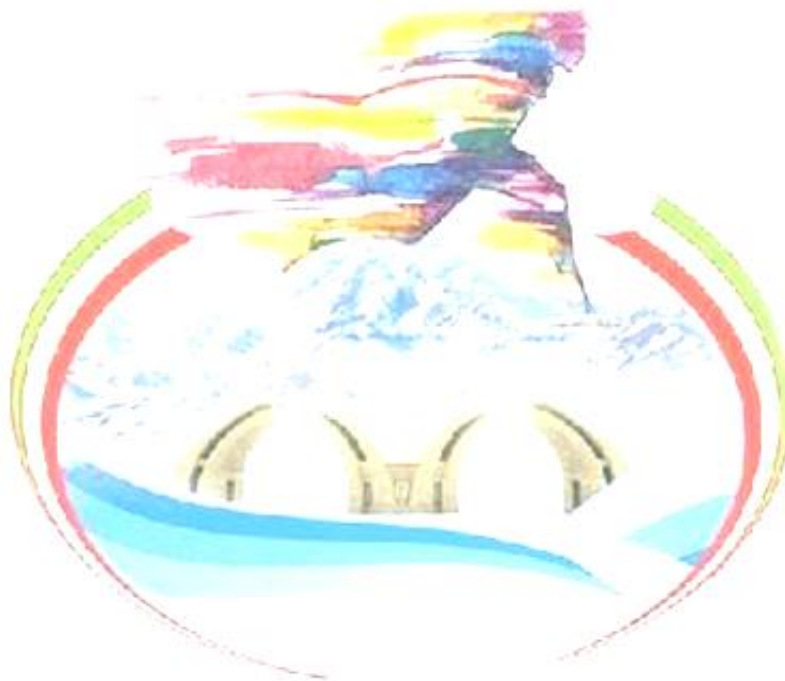
۲. عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی

۳. دانشجوی ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی

چکیده

گردشگری در حال حاضر یکی از سریع‌ترین و پررونق‌ترین صنعت در جهان محسوب می‌شود که باعث اشتغال و درآمدزایی می‌شود. گردشگری از لحاظ اقتصادی، فرهنگی، سیاسی برای کشور میزان مهم است و مزیت زیادی را دارد. و مزیت‌های اقتصادی زیادی را به ارمغان می‌آورد. اهمیت ورزش نیز در جهان بر هیچ‌کسی پوشیده نیست. تقریباً تمامی مردم جهان به ورزش و رویدادهای ورزشی علاقه دارند. عده‌ای به بازی کردن کردن و عده‌ای به تماشا کردن بازی‌ها علاقه نشان می‌دهند. مسئولان و مدیران از هر لحاظ به جذب توریست و رونق دادن به گردشگری به وسیله ورزش به عنوان گردشگری ورزشی هستند و سالانه میزان این گردشگران و درآمدهای حاصل از آنان بیشتر می‌شود. ایران دارای منابع و جاذبه‌های متعدد طبیعی و انسانی به شمار می‌رود. اما متأسفانه به دلیل عدم فقدان شناخت و عدم مدیریت و سود یک برنامه حاصل توجه زیادی به این حیطه نشده است. این پژوهش با هدف شناخت عوامل موثر و تأثیرگذار بر توسعه ورزشی گردآوری شده است. روش تحقیق به صورت تحلیل محتوایی با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و با استناد بر مقالات و کتاب‌های موجود در این زمینه صورت گرفته است.

کلمات کلیدی: توسعه، توریسم ورزشی، گردشگری، ورزش.



مقدمه

بر اساس گزارش WTO تعداد گردشگران جهان سالیانه ۴/۳ درصد رشد دارد و گردشگری ورزشی بین ۲ تا ۱ درصد از تولید ناخالص داخلی را شامل می‌شود (هنرور ۱۳۸۳). در نظریه‌های جدید در زمینه‌ی گردشگری نشان می‌دهد جذابیت‌های گردشگری بر پایه ورزش در مقایسه با دیگر جذابیت‌های فرهنگی، مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری دارد (محرم‌زاده). گردشگری ورزشی صنعتی به نسبت جدید و از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد در صنعت گردشگری است که بر پایه برنامه‌ریزی متعدد در کشورهای در حال توسعه تمرکز دارد و از عوامل بازسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع شهری و روستایی به شمار می‌رود (معین فرد، محمدرضا، ۱۳۸۷).

سازمانها برای اینکه بتوانند با تهدیدات محیطی مقابله کرده و از فرصت‌های احتمالی بهره‌برداری کنند، باید ظرفیت‌ها و توانمندی‌های درونی خود را بشناسند تا نقاط قوت خود را بالا برده و کاستی‌های خود را ترمیم نمایند و (قیامی راد محرم زاده ۱۳۸۶). بسیاری از کشورها این صنعت پویا را منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها می‌دانند (اصفهانی، نوشین، ۱۳۸۹).

کشور ایران با وجود دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ویژه و همچنین داشتن فعالیت‌های طبیعی لازم که از جمله غنی‌ترین کشورهای دنیاست و توان جذب گردشگر بسیاری را دارد و از نظر آب و هوایی نیز نسبت به تمامی کشورهای منطقه و بسیاری از کشورهای جهان مزیت‌هایی دارد. متأسفانه تاکنون در زمینه جذب گردشگر به طور عام و گردشگری ورزشی به طور خاص توفیق چندانی نداشته است (قیامی راد و محرم زاده، ۱۳۸۶).

از جمله عوامل مهم که می‌تواند صنعت گردشگری کشور را توسعه دهد شناخت قابلیت‌ها و توانمندی‌های گردشگری ورزشی است. تحلیل و ارزیابی توانمندی و جاذبه‌های طبیعی ورزشی هر منطقه اولین گام مهم در توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری محسوب می‌شوند. کیفیت خدمات گردشگری ورزشی که شامل کیفیت دسترسی، کیفیت مجموعه ورزشی، کیفیت اقامتگاه و کیفیت مسابقه است از عوامل موثر در گردشگری ورزشی است (زیتونلی، ۱۳۸۶).

هزینه بالای سفر به ایران، ضعف در سیستم حمل و نقل کشور، تغییر کاربری هتل‌ها و واحدهای اقامتی، کمبود تأسیسات اقامتی، عدم ارائه خدمات مناسب، مشکلات آموزشی و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز در بخش گردشگری و مشکل تبلیغات به عنوان مهم‌ترین موانع در توسعه صنعت گردشگری کشور می‌باشد (ناصری، ۱۳۷۵). در توسعه گردشگری عوامل زیادی دخیل هستند در منابع مختلف این عوامل به صورتهای گوناگونی ذکر شده‌اند. هینگ و هیگام عوامل جلب‌کننده و منابع اساسی برای توسعه گردشگری ورزشی را مواردی مانند محیط طبیعی، امکانات ورزشی، حمل و نقل، زیرساخت‌ها و خدمات اطلاع‌رسانی می‌دانند که بایستی به طور هماهنگ در توسعه دراز مدت یک منطقه جهت رونق گردشگری ورزش مد نظر قرار گیرد (نوبخت و همکاران).

در بخش گردشگری ورزشی دسترسی کشور میزبان به دریا و ساحل، متداول بودن ورزش‌های پرطرفدار در آن، وجود مناظر و چشم‌اندازها و مکان‌های دیدنی در کشور میزبان، انجام بازاریابی و خدمات مناسب آژانس‌های گردشگری، همکاری موسسات ورزشی و آژانس‌های گردشگری، وجود تفریحات موجود در شب در کشور میزبان، شناخت نیازهای گردشگران و ارضای آنها، زیباسازی محل برگزاری رویدادها و ارائه خدمات استاندارد، ایجاد موسسه‌ای خاص برای بازاریابی و جذب گردشگران ورزشی مهم‌ترین عوامل جلب‌کننده گردشگران ورزشی به شمار می‌رود (هنرور، ۱۳۸۳). میراندا و اندوز (۲۰۰۵) در بررسی گردشگری ورزشی در کشور اسپانیا دریافتند که عامل جاذبه‌های طبیعی (با ۷۸/۳ درصد)، ورزشهای آبی با ۳۶/۸۴ درصد و گردش و پیاده‌روی با ۳۱/۵۸ درصد از اهمیت بیشتری در جذب گردشگران ورزشی برخوردارند.

عوامل ناشی از منابع طبیعی بابرعاملی ۷۰/۰۷، امکانات و زیرساخت‌ها ۷۵/۱۲، تأسیسات رفاهی ۶۵/۰۷، خدمات اطلاع ۷۰/۵۷، خدمات ورزشی ۷۶/۰۱، حمل و نقل ۵۶/۷۵، عوامل مربوط به تربیت بدنی ۷۸/۵۶، میراث فرهنگی و گردشگری ۷۵/۷۲، سرگرمی و فعالیت‌های تفریحی ۷۸/۶۴، عوامل بازدارنده ۷۷/۴۲، عوامل توسعه ورزشی در تحقیقی در استان اردبیل هستند (نوبخت و همکاران). هدف از این تحقیق بررسی عوامل موثر در توسعه توریسم ورزشی و اینکه این عوامل موثر کدام‌ها هستند.

روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش از نوع تحلیل محتوایی با استناد بر کتاب‌ها و اسناد موجود و مقالات در این زمینه می‌باشد و تعداد مقالات استفاده شده در این تحقیق شامل ده مقاله می‌باشد.

نتایج و یافته‌ها

جدول -عوامل موثر بر توسعه توريسم ورزشی

ردیف	عوامل موثر	ارايه دهندگان نظر
۱	جاذبه های طبیعی	میرانداواندوز (۲۰۰۵)، فرزاد نوبخت، مهرداد محرم زاده، (۱۳۹۲)، هینگ و هیگام.
۲	ورزشهای آبی و دسترسی به دریا و ساحل	میرانداواندوز، (۲۰۰۵)، هنرور، (۱۳۸۳).
۳	زیرساخت ها	نوشین اصفهانی، (۱۳۸۹)، هینگ و هیگام، فرزاد نوبخت، مهرداد محرم زاده، (۱۳۹۲).
۴	امکانات اقامتی	زیتونلی، (۱۳۸۶)، ناصری، (۱۳۷۵)، هینگ و هیگام، نوبخت، محرم زاده، (۱۳۹۲).
۵	تبلیغات	ناصری، (۱۳۷۵)، هینگ و هیگام، نوبخت، محرم زاده، (۱۳۹۲).
۶	برنامه ریزی و هماهنگی	معین فرد، (۱۳۸۷)، هنرور، (۱۳۸۳)، هینگ و هیگام.
۷	اب و هوا و شرایط جغرافیایی	قیامی راد و محرم زاده، (۱۳۸۶)
۸	شناخت قابلیت ها و توانمندیها	زیتونلی، (۱۳۸۶)، هنرور، (۱۳۸۳)، قیامی راد، محرم زاده، (۱۳۸۶)، باقر حسین پور.
۹	کیفیت خدمات ورزشی	زیتونلی، (۱۳۸۶)، ناصری، (۱۳۷۵)، هینگ و هیگام، هنرور، (۱۳۸۳)، نوبخت، محرم زاده، (۱۳۹۲).
۱۰	حمل و نقل	ناصری، (۱۳۷۵)، هینگ و هیگام، زیتونلی، (۱۳۸۶)، نوبخت، محرم زاده، (۱۳۹۲).
۱۱	تفریحات شبانه و روزانه	هنرور، (۱۳۸۳)، نوبخت، محرم زاده، (۱۳۹۲)
۱۲	زیباسازی محل رویداد	ناصری، (۱۳۷۵)، هنرور، (۱۳۸۳).
۱۳	بازاریابی	هنرور، (۱۳۸۳).

بحث و نتیجه گیری:

هدف مهم این پژوهش بررسی عوامل موثر و تأثیرگذار در گردشگری ورزشی است. گردشگری ورزشی امکان استفاده افراد از جاذبه های طبیعی و ورزشی و غیر ورزشی را برای گردشگران فراهم می کند و باعث اشتغال زایی و افزایش درآمد در کشور میزبان می شود. گردشگری ورزشی صنعتی است که برای موفقیت در بهره برداری از آن باید اول به شناسایی و ارزیابی توانمندی ها و قابلیت های موجود پرداخت و متناسب آن عمل کرد. در کشور ما با وجود دارا بودن قابلیت های لازم و پتانسیل های موجود به بحث گردشگری توجه خاصی نشده است و آن می تواند ناشی از عدم شناخت کافی از مزایای این صنعت، عدم وجود متخصصان در این زمینه، کمبود یا نقص اطلاعات برای ارائه به گردشگران، عدم درک دانش واقعی منابع گردشگری ورزشی و ... باشد. ایران باید با توجه به قابلیت ها و پتانسیل هایی که دارد .

منابع

۱. زیتونلی، عبدالحمید، (۱۳۸۶)، شناسایی توانمندی های گردشگری ورزشی استان گلستان، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی، دانشگاه پیام نور تهران.
۲. معین فرد، محمدرضا، (۱۳۸۷)، وضعیت صنعت گردشگری ورزشی و آرایه الگوی مناسب توسعه آن، رساله دکتری تربیت بدنی، دانشگاه تربیت معلم تهران .
۳. ناصری، سید محمود، (۱۳۷۵)، شناسایی عوامل موثر بر توسعه صنعت توريسم ایران و طراحی الگو برای گسترش جذب توريسم، کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۴. هنرور، (۱۳۸۳)، ارزیابی مهمترین شاخص موثر در توسعه بازاریابی گردشگری.
۵. قیامی راد، محرم زاده، (۱۳۸۶)، رابطه دیدگاه مدیران ورزشی و مدیران گردشگری کشور و عوامل ورزشی در ایران، فصل نامه المپیک.
۶. هنری، حبیب، (۱۳۸۹)، نقش گردشگری ورزشی در اشتغال و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران و مدیران و ذی نفعان.

۷. اصفهانی، نوشین، (۱۳۸۹)، تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت جهانگردی ورزشی داخلی و خارجی و آرایه مدل برنامه ریزی استراتژیک در کشور، رساله دکتری دانشگاه تهران، ص ۷۳-۸۳.

۸. نویخت، فرزاد، محرم زاده، مهرداد، امیری، مجتبی، قره خانی، حسن، اشرفی نگار. بررسی عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل و ارائه راهکارهای اجرایی.

9. Andrea & Miranda. 2005, "The role of sport tourism destination chosen by tourists visiting Spain". Journal of Sport Tourism

10. Hench, T & Hingham, J., 2003, "Sport Tourism development", channel view Publication. UK.

دومین همایش ملی پژوهش تازه های در ورزش علوم



نقش فرهنگ سازمانی در ارزش های حکمرانی الکترونیک ادارات ورزش و جوانان استان ایلام

علی احمدی فرد^{۱*}، حسین پورسلطان زرنندی^۲، مریم حاج ابراهیمی^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه ورزشی، دانشگاه پیام نور

۲. استادیار مدیریت ورزش، دانشگاه پیام نور

۳. کارشناس ارشد تربیت بدنی، دانشگاه پیام نور

Email: Ahmadifardali@yahoo.com

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی نقش نقش فرهنگ سازمانی در ارزش های حکمرانی الکترونیک ادارات ورزش و جوانان استان ایلام بود. روش تحقیق توصیفی - همبستگی و جامعه آماری پژوهش را کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان ایلام به تعداد ۱۱۰ تشکیل می دهد. نمونه نیز به دلیل محدود بودن جامعه آماری به صورت تمام شمار انتخاب گردید. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه های فرهنگ سازمانی رابینز و ارزش های حکمرانی الکترونیک جعفری و همکاران (۱۳۹۵) بود. به منظور تعیین روایی محتوی و صوری از نظرات ۱۰ تا اساتید مدیریت ورزش استفاده گردید و پایایی نیز در یک مطالعه مقدماتی بر روی ۳۰ نفر از اعضای نمونه به ترتیب ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۵ و ۰/۸۰ بدست آمد. نتایج تحقیق حاضر نشان داد بین فرهنگ سازمانی با ارزش های حکمرانی الکترونیک ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین متغیر فرهنگ سازمانی ۴۹ درصد تغییرات واریانس متغیر ارزش های حکمرانی الکترونیک را تبیین می نماید.

ورزش

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، حکمرانی الکترونیک، استان ایلام



نقش هوش معنوی مدیران در بکارگیری و تسهیم دانش در ادارات ورزش و جوانان استان زنجان

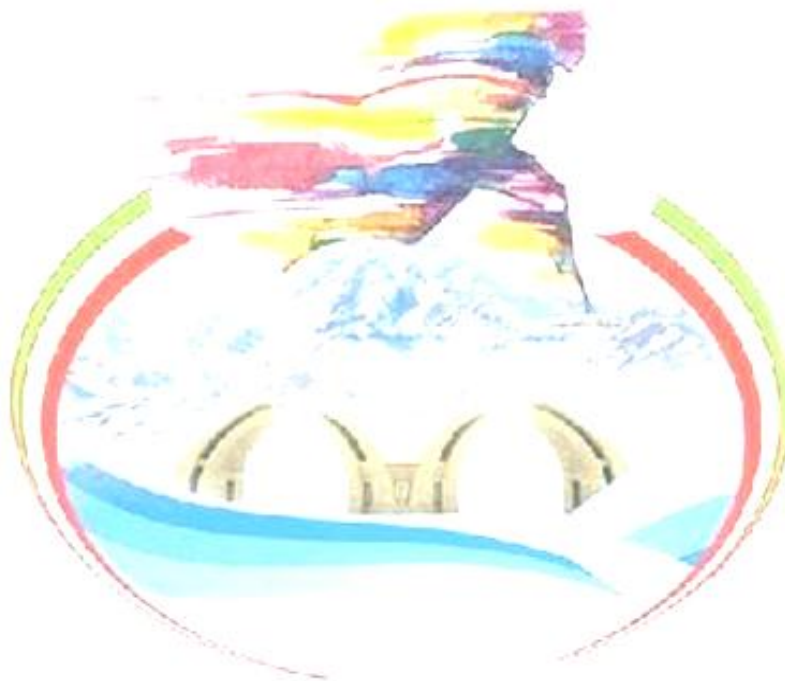
سیده شیدا رونقی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزش، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران

چکیده:

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش هوش معنوی مدیران در بکارگیری و تسهیم دانش در ادارات ورزش و جوانان استان زنجان بود. روش تحقیق توصیفی-همبستگی بود و جامعه آماری تحقیق ۱۱۰ نفر از کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان زنجان بود که نمونه به صورت کل شمار از جامعه انتخاب گردید. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های هوش معنوی هیدبرانت (۲۰۱۱) و بکارگیری و تسهیم دانش بنت و گابریل (۱۹۹۹) استفاده شد. به منظور روایی پرسشنامه ها از نظرات ۱۰ تن از متخصصین مدیریت ورزش و برای تعیین پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی، آزمون های ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون با استفاده از نرم افزار spss نسخه ۲۴ استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که بین هوش معنوی مدیران با دکارگیری و تسهیم دانش در سطح $\alpha=0/05$ ارتباط معنادار و مثبت وجود دارد. توصیه می شود به منظور دستیابی و تسهیم دانش در ادارات ورزش از اهرام های معنویت استفاده شود.

واژه های کلیدی: هوش معنوی، مدیریت دانش، تسهیم دانش



بررسی رابطه بین کیفیت خدمات با رفتار شهروندی سازمانی در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز

مهرداد محرم زاده^۱، مهدی پاشائی^۲، سهیلا نوحیدی^۲

۱- استاد مدیریت ورزشی دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه محقق اردبیلی

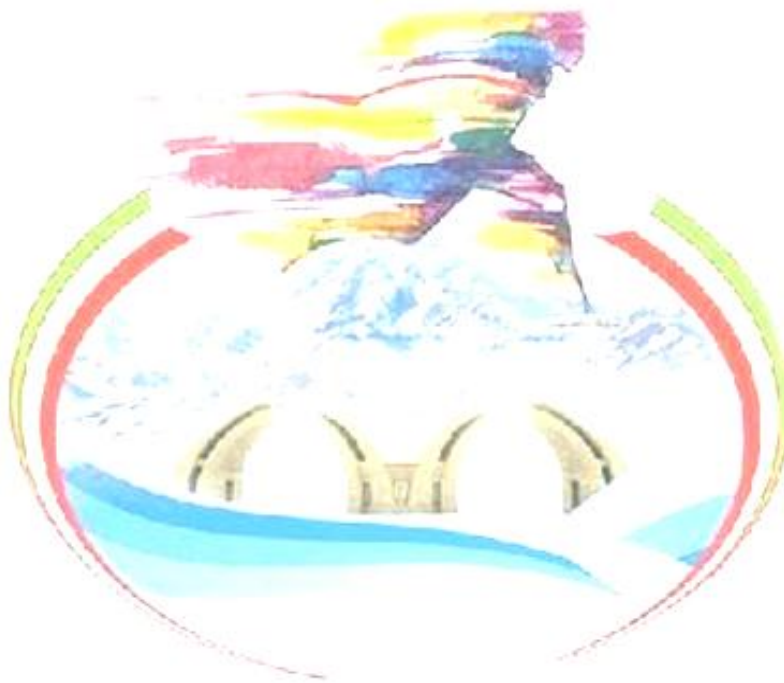
۲- دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

E-mail: Mahdi.pashaie@yahoo.com

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی رابطه بین کیفیت خدمات با رفتار شهروندی سازمانی در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز می باشد. روش تحقیق حاضر توصیفی- تحلیلی می باشد. جامعه آماری مورد مطالعه ۶۰۰ نفر، کارکنان شاعل دانشگاه تبریز می باشند. روش نمونه برداری تحقیق به صورت تصادفی ساده می باشد. و حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان برای تعداد ۲۳۴ نفر تعیین گردید. و از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که روایی و پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰/۸۰، تعیین شد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد که بین کیفیت خدمات و رفتار شهروندی در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد. نتایج تحقیق نشان داد که، رضایت شغلی به طور مثبتی بر نوع دوستی تأثیر دارد. بنابراین پیشنهاد می شود که کمک به همکاران و مخصوصا کارکنان جدید ورود که تجربه کار کردن در سازمان را ندارند را با میل و رغبت بیشتری انجام دهند به طوری که این مسأله در سازمان در بین سایر کارکنان نیز رواج پیدا کند و یک نوع حس محبت و نوع دوستی در بین کارکنان سازمان شکل گیرد

واژگان کلیدی: کیفیت ارائه خدمات، رفتار شهروندی سازمانی، نوع دوستی، جوانمردی



چکیده بلند

مقدمه

یکی از مهمترین عواملی که در رضایت مشتریان سازمان دخالت دارد، ارائه خدمات باکیفیت به آنها است. یکی از ویژگی های امور خدماتی تفکیک ناپذیری خدمت از ارائه دهنده آن است. این خصوصیت بیانگر آن است که در اغلب موارد، مصرف کننده نمی تواند و نمی خواهد که خدمت را از ارائه دهنده آن، وضعیت و شرایط دریافت خدمات جدا کند. حتی در برخی موارد عرضه کنندگان خدمت و خود خدمت به حدی به هم نزد یک هستند که مشتری حاضر به دریافت خدمت از افراد دیگری نیست. لذا این ویژگی های امور خدمات ایجاب می کند که جهت نیل به رضایت مندی مشتریان، به رضایت شغلی کارکنان نیز توجه نمود (اداره کل تربیت بدنی استان تبریز و دفتر برنامه ریزی و توسعه، ۱۳۹۳-۱۳۸۹). مدیریت منابع انسانی به معنای درک اهمیت منابع انسانی یک سازمان است که به برتری سازمان، توجه به مشتری، کارآفرینی، کیفیت و نظایر آن شکل و معنا می بخشد. در حقیقت رشد و پرورش و افزایش سطح توانائی های و سازماندهی نیروی انسانی یک سازمان جهت رسیدن به اهداف سازمان در دیدگاه و سطح فکری مدیریت منابع انسانی خلاصه شده است. (احسانی و شمسی پور، ۱۳۸۴).

روش تحقیق

روش تحقیق از لحاظ حوزه تحقیقات اجتماعی، تحقیق توصیفی و از نظر شیوه نگرش و پرداختن به مساله توصیفی- تحلیلی محسوب می شود. این تحقیق از نظر گردآوری داده ها به روش میدانی انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه این تحقیق، ۶۰۰ نفر کارکنان شاعل دانشگاه تبریز می باشند. و حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان برای تعداد ۲۳۴ نفر تعیین گردید و از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که روایی و پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰.۸۰، تعیین شد جهت تجزیه و تحلیل فرضیه ها از آزمون های و ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS۲۲ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

نتایج

نتایج این مطالعه نشان می دهد که بین جوانمردی کارکنان و کیفیت ارائه خدمات از دیدگاه مشتریان رابطه معنی دار و مستقیمی وجود دارد و همچنین بین نوع دوستی کارکنان و کیفیت ارائه خدمات از دیدگاه مشتریان رابطه معنی دار و مستقیمی وجود دارد. و از سوی نتایج این مطالعه بین وظیفه شناسی کارکنان و کیفیت ارائه خدمات از دیدگاه مشتریان رابطه معنی دار و مستقیمی وجود دارد، و همچنین بین فضیلت مدنی کارکنان و کیفیت ارائه خدمات از دیدگاه مشتریان رابطه معنی دار و مستقیمی وجود داشت. و بین ادب و مهربانی کارکنان و کیفیت ارائه خدمات از دیدگاه مشتریان رابطه معنی دار و مستقیمی وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری

بین نوع دوستی با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز، ۰/۳۹۲ می باشد و با توجه به سطح معنی داری (۰/۰۰۱) که کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه حکم مبنی بر ارتباط معنی دار بین نوع دوستی با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز تایید می شود. یافته های این پژوهش با یافته های علیدوست قهفرخی و احمدی (۱۳۹۱) همسو بود.

بین وجدان کاری با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز، ۰/۴۲۹ می باشد و با توجه به سطح معنی داری (۰/۰۰۱) که کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه حکم مبنی بر ارتباط معنی دار بین وجدان کاری با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز تایید می شود. یافته های این پژوهش با یافته های (۱۳۹۱) سعیدی (۱۳۹۲) همسو بود.

بین ادب یا نزاکت با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز، ۰/۳۱۳ می باشد و با توجه به سطح معنی داری (۰/۰۰۱) که کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه حکم مبنی بر ارتباط معنی دار بین ادب یا نزاکت با کیفیت خدمات در اماکن ورزشی دانشگاه تبریز تایید می شود. یافته های این پژوهش با یافته های لی و همکارانش (۲۰۱۱) همسو بود.

منابع

۱. اداره ی کل تربیت بدنی استان تبریز (دفتر برنامه ریزی و توسعه)، برنامه توسعه بخش تربیت بدنی و ورزش استان در برنامه پنجم توسعه ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور. (۱۳۹۳-۱۳۸۹)
۲. احسانی، محمد و شمسی پور، سمانه؛ (۱۳۸۴). بررسی نظرهای مشتریان سالن های بدنسازی بانوان شهر اصفهان؛ نشریه حرکت، شماره ۲۵، صص ۱۳۵-۱۴.
۳. علیدوست قهفرخی، ابراهیم . احمدیفاوراهیم(۱۳۹۱)"عنوان رابطه بین کیفیت خدمات با رضایتمندی تماشاگران در ورزشگاه های میزبان لیگ قهرمان آسیا"، نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۱، پاییز ۹۱، صص ۳۱-۴۷.
۴. سعیدی، رقیه(۱۳۹۲)"تعیین ارتباط بین کیفیت خدمات با رضایتمندی، وفاداری و قصد آتی مشتریان باشگاه های بانوان استان تبریز"، پایان نامه، دانشگاه تبریز، شهریور ۹۲.
5. Lee , J . – H . , kim , H . – D . , ko , Y . J . , & sagas , M(2011).The influence of service quality on satisfaction and intention : A gender segmentation strategy . sport Management Review , 14(1) , 54 – 63.

دومین نمایش ملی پرومکس
تازه های در ورزش
علوم



بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی ملی در استان اصفهان

محدثه شیخ سید اسلامی^{۱*}، حسین پورسلطان زرنندی^۲

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزش، دانشگاه پیام نور

۲. استادیار مدیریت ورزش، دانشگاه پیام نور

M.sheysayedsalehi@yahoo.com

چکیده:

هدف این پژوهش عبارت است از بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی ملی در استان اصفهان، بدین منظور تعداد ۱۲۰ مدیر و دست اندرکار ورزش از هیئت های ورزشی، مدیران گردشگری و کارشناسان تربیت بدنی آموزش و پرورش که مورد تأیید سازمان های مذکور بودند انتخاب شدند. یافته های پژوهش نشان داد که با نگاهی به موقعیت جغرافیایی و توجه به وضع آب و هوایی و اکولوژیکی منطقه که بستر بسیار مناسبی در جهت توسعه ورزش عمومی به ویژه ورزش های مرتبط با محیط زیست هستند دارد، می توان اهمیت و استعداد صنعت گردشگری را در استان اصفهان به روشنی دریافت. نتایج حاکی از آن است که اهمیت جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی در جذب توریسم و توسعه گردشگری ورزشی است که این عوامل در استان اصفهان از اهمیت فراوانی برخوردارند. و در توسعه گردشگری ورزشی می تواند اهمیت دو چندان داشته باشد و همچنین بین جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی با توسعه گردشگری ناشی ارتباط وجود دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری ورزشی، عوامل سوق دهنده، عوامل جلب کننده، عوامل بازدارنده، قطب ورزشی، جاذبه های طبیعی، استان اصفهان



مقایسه میزان شادکامی و سلامت روانی دبیران تربیت بدنی با دبیران غیر تربیت بدنی مدارس دخترانه مقطع متوسطه شهرستان های آبادان و خرمشهر

علی نقی^۱، فریال جابری پور^۲، میعاد رشیدی^۲

۱- مربی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه پیام نور، ایران

۲- کارشناس تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه پیام نور، ایران

miaad.rashidi733@gmail.com

چکیده

هدف از این تحقیق مقایسه شادکامی دبیران تربیت بدنی با دبیران غیر تربیت بدنی مدارس دخترانه مقطع متوسطه اول شهرستان های آبادان و خرمشهر می باشد. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی - مقایسه ای می باشد. جامعه تحقیق ۱۲۰ نفر بوده که حجم نمونه ۹۲ نفر بودند که به دو گروه دبیران تربیت بدنی و غیر تربیت بدنی تقسیم می شوند. ابزار تحقیق پرسشنامه می باشد که با استفاده از پرسشنامه شادکامی و سلامت روانی آکسفورد (OHT) مورد سنجش قرار گرفت. این پرسشنامه از سه جزء اساسی هیجان مثبت و فقدان هیجان منفی و رضایت از زندگی تشکیل می شد. نتایج پژوهش نشان داد که هیجان مثبت در دبیران تربیت بدنی بیش از دبیران غیر تربیت بدنی می باشد ($p=0/000<0/05$) نتیجه آزمون فرضیه فقدان هیجان منفی نیز تحقیقات حاکی از این است که بین دو گروه دبیران تربیت بدنی و غیر تربیت بدنی تفاوت آماری وجود دارد. یعنی فقدان هیجان منفی در دبیران تربیت بدنی بیش از دبیران غیر تربیت بدنی می باشد ($p=0/000<0/05$) جزء سوم مطالعات به میزان رضایت مندی از زندگی بین دو گروه دبیران تربیت بدنی و غیر تربیت بدنی مربوط می شد که طبق آمار به دست آمده افراد ورزشکار رضایتمندی بیشتری نسبت به افراد غیرورزشکار داشتند. ($p=0/000<0/05$) در خاتمه مقایسه میانگین کل شادکامی و سلامت روانی بین دبیران تربیت بدنی از دبیران غیر تربیت بدنی در ۰/۰۵ مثبت و معنی دار است ($T=5/60$ $p=0/000<0/05$) یعنی می توان گفت که دبیران تربیت بدنی نسبت به دبیران غیر تربیت بدنی از شادکامی بالایی برخوردارند.

واژه های کلیدی: دبیران تربیت بدنی، دبیران غیر تربیت بدنی، شادکامی و سلامت روانی.



بررسی وضعیت تحلیل رفتگی شغلی معلمان تربیت بدنی شهرستان اهر

مهدی همت جو^{۱*}، علی بریش^۲

۱- کارشناس ارشد مدیریت تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه

۲- کارشناس ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی وضعیت تحلیل رفتگی شغلی معلمان تربیت بدنی شهرستان اهر می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی معلمان تربیت بدنی مرد و زن شهرستان اهر در سال ۱۳۹۴ به تعداد ۵۲ نفر می باشد که با استفاده از روش نمونه گیری تمام شماری بوده و به دلیل عدم برگشت چند پرسش نامه و حذف تعدادی از پرسش نامه های ناقص تعداد نهایی نمونه آماری ۴۸ نفر می باشد. روش پژوهش حاضر توصیفی- تحلیلی از نوع مقطعی است. اما چون به بررسی ارتباط بین متغیرهای دموگرافیک با تحلیل رفتگی شغلی نیز می پردازد؛ در زمره تحقیقات همبستگی نیز قرار می گیرد.

ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد تحلیل رفتگی شغلی مسلش (۱۹۸۱) می باشد؛ که شامل ۲۲ ماده و سه زیر مؤلفه است که عبارت اند از: خستگی عاطفی، شخصیت زدایی و فقدان موفقیت فردی. همچنین روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه توسط چند تن از اساتید مدیریت ورزشی مورد تأیید و پایایی آن نیز با استفاده از آزمون ضریب آلفای کرونباخ ۰.۷۵۲ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از این پژوهش از آزمون کلموگروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و آزمون t تک نمونه ای و t مستقل استفاده شد.

نتایج نشان داد که معلمان تربیت بدنی شهرستان اهر در مؤلفه خستگی هیجانی دارای نمره پایینی هستند به این معنی که وضعیت خستگی عاطفی آنها در وضعیت مطلوبی قرار دارد. ولی در مؤلفه های مسخ شخصیت و عدم موفقیت فردی دارای نمره بالایی هستند؛ به این معنی که معلمان تربیت بدنی شهرستان اهر در وضعیت نامطلوبی هستند. همچنین بین متغیرهای دموگرافیک و تحلیل رفتگی شغلی معلمان تربیت بدنی ارتباط مثبت و معناداری وجود نداشت. در ضمن بین تحلیل رفتگی شغلی معلمان زن و مرد تفاوت معناداری وجود نداشت. با توجه به اینکه بیشترین مقدار تحلیل رفتگی شغلی در این معلمان در بعد فقدان موفقیت فردی و مسخ شخصیت بود، پیشنهاد می شود برنامه هایی برای ارتقاء موفقیت فردی و رفع عوامل موثر در مسخ شخصیت معلمان تربیت بدنی در نظر گرفته شود.

واژگان کلیدی: تحلیل رفتگی، مسخ شخصیت، خستگی عاطفی، عدم موفقیت فردی، معلمان تربیت بدنی



طراحی و تدوین استراتژی فناوری اطلاعات اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی

محمدرضا اسماعیل زاده قندهاری^{۱*}، جواد ساقی^۲، محسن ترکی^۳، علی فناویزچی^۴

۱- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

۲- موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر مشهد

۳ و ۴- دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

Reza_ismaeelzadeh@yahoo.com

چکیده کوتاه

مقدمه و هدف: هدف تحقیق حاضر بررسی وضعیت موجود فناوری اطلاعات، در اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی و طراحی استراتژی های پیشنهادی برای توسعه این فناوری می باشد.

روش شناسی: این تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی - پیمایشی و در بعد هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را ۷۸ نفر از کارکنان و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان استان تشکیل می دادند که به روش نمونه گیری تمام شمار مورد بررسی قرار گرفتند و ۶۸ پرسشنامه کامل جمع آوری گردید. ابزار این تحقیق شامل پرسشنامه ۵۳ گویه ای فناوری اطلاعات بوده که روایی آن مورد تایید اساتید مدیریت ورزشی قرار گرفت و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۹ محاسبه گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های آماری فریدمن، ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی و ماتریس SWOT استفاده گردید.

یافته ها: یافته ها حاکی از آن بود که بخش فناوری اطلاعات اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی در موقعیت راهبردی WO قرار داشته و همچنین ۳ استراتژی SO، ۳ استراتژی ST، ۶ استراتژی WO و ۲ استراتژی WT برای بخش فناوری اطلاعات پیشنهاد گردید.

نتیجه گیری: در انتها پیشنهاد می گردد اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی اقداماتی از جمله برنامه ریزی بلند مدت برای بخش فناوری اطلاعات، جذب اعتبارات مالی برای این واحد، بکارگیری کارکنان آشنا به فناوری، توسعه زیرساخت ها و نیازهای نرم افزاری و سخت افزاری فناوری اطلاعات را در دستور کار خود قرار داده و از این طریق در توسعه این بخش از سازمان اقدام نماید.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، موقعیت راهبردی، استراتژی، تجزیه و تحلیل SWOT



تحلیل وضعیت ورزش همگانی در دانشگاه ارومیه از لحاظ سخت افزاری

ریاب یدالله زاده^{۱*}، مهران آذریان سوسهاب^۲، فرهاد نظری^۳

۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی و مربی دانشگاه صنعتی سهند تبریز.

۲ و ۳- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

E-mail: n_yadollahzade@yahoo.com

چکیده کوتاه

شناخت عواملی که مانعی برای توسعه ورزش همگانی در دانشگاه می باشد، به برنامه ریزان کمک خواهد کرد تا با اتخاذ تدابیر مناسب به رفع موانع بپردازند. هدف پژوهش حاضر بررسی وضعیت ورزش همگانی در دانشگاه ارومیه از لحاظ سخت افزاری بود. این پژوهش مقطعی و از نوع توصیفی-تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات میدانی بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان، اعضای هیئت علمی و کارکنان دانشگاه ارومیه بوده و نمونه تحقیق بر اساس جدول کرجسی-مورگان، نمونه تحقیق ۴۸۰ نفر می باشد (۱۱۰ نفر اعضای هیئت علمی، ۱۲۵ نفر کارکنان و ۲۴۵ نفر دانشجویان) که بر اساس نمونه گیری طبقه ای انتخاب شدند. جمع آوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته با پایایی $(\alpha = 0.89)$ بود که جهت تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون فریدمن و همچنین نرم افزار spss22 استفاده شد. یافته های پژوهش نشان داد که اصلی ترین مانع در بعد سخت افزاری ورزش همگانی دانشگاه ارومیه، در نظر گرفتن ساعات اندک برای ورزش همگانی در اماکن و فضاهای ورزشی این دانشگاه می باشد. از دیگر نتایج تحقیق این بود که موارد دیگر که به عنوان اصلی ترین موانع سخت افزاری برای توسعه ورزش همگانی دانشگاه ارومیه هستند عدم نظارت کافی بر طراحی اماکن، کیفیت پایین آنها، اختصاصی نبودن اماکن و عدم توجه به نیازهای استفاده کنندگان در طراحی آنهاست. بر این اساس اداره تربیت بدنی دانشگاه باید در برنامه ریزی های مربوط به اماکن و فضاهای ورزشی دانشگاه به زمان آزاد و فراغت از کاراساتید، کارکنان و دانشجویان توجه کنند و برنامه های فوق برنامه را بر اساس این ساعات تنظیم نمایند.

واژگان کلیدی: ورزش همگانی، اماکن ورزشی، سخت افزاری، دانشگاه ارومیه



چکیده بلند

مقدمه

ورزش همگانی به عنوان یک ابزار کم هزینه و مفرح و در عین حال مؤثر که می‌تواند به عنوان بخشی از برنامه زندگی روزانه افراد سهم بسزایی در ارتقاء سطح سلامتی جسمانی، روانی و اجتماعی آن‌ها داشته باشد (آفرینش خاکی و همکاران، ۱۳۸۴). اما با توجه به تغییرات ساختاری صورت گرفته در آموزش عالی ایران، که مهم‌ترین آنها افزایش تقاضا برای آموزش عالی، افزایش شمار دانشجویان (عماد زاده و همکاران، ۱۳۸۳)، در برنامه های اول تا چهارم توسعه و نیاز آن‌ها برای فعالیت های فوق برنامه است، ضرورت توسعه برنامه‌های فوق برنامه ورزش دانشگاه-ها (ورزش همگانی) بیش از پیش احساس می‌شود. فعالیت بدنی و شرکت در برنامه های ورزش همگانی دانشگاه می‌تواند سهم بسزایی در ارتقا سطح سلامت جسمانی، روانی و اجتماعی جامعه دانشگاهی داشته باشد (بلیک و همکاران، ۲۰۱۶).

از تحقیقاتی که در زمینه ورزش همگانی در دانشگاه صورت گرفته می‌توان به تحقیق رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲)، اشاره کرد که در پژوهشی به بررسی کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه گیلان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که مسئولین دانشگاه باید برای حضور بیشتر دانشجویان در برنامه‌های ورزشی دانشگاه، به بهبود کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه در همه ابعاد آن توجه جدی داشته باشند (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲). همچنین فرن کل و همکاران (۱۹۹۶) در پژوهشی تحت عنوان «وضعیت ورزش دانشگاهی و موانع توسعه آن» اعلام کردند، با افزایش چشمگیر دانشجویان در کشورهای جهان، وضعیت ورزش دانشگاه‌ها را نه تنها از جهت امکانات و تجهیزات، بلکه از نظر کمیت و کیفیت اجرای برنامه‌ها با اشکال مواجه ساخته است و نیز اعلام کردند به منظور حفظ آمادگی جسمانی دانشجویان، ورزش همگانی باید تقویت گردد و برنامه های ورزشی دانشگاه‌ها برای دانشجویان معمولی، متوسط و قهرمان برنامه ریزی شود (فرن کل و همکاران، ۱۹۹۶). ولی باید گفت که برای پرداختن دانشگاهیان به ورزش نیاز به زیر ساخت‌های اساسی، عوامل سخت‌افزاری و اماکن ورزشی مناسب می‌باشد. به همین منظور در این پژوهش به بررسی موانع و مشکلات سخت‌افزاری ورزش همگانی در دانشگاه ارومیه پرداخته می‌شود و به دنبال پاسخ به این سوال هستیم که چه موانعی به عنوان مهم‌ترین موانع سخت‌افزاری ورزش همگانی دانشگاه ارومیه می‌باشند؟

روش تحقیق

این پژوهش مقطعی و از نوع توصیفی - تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات میدانی بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان، اعضای هیئت علمی و کارکنان دانشگاه ارومیه بوده و نمونه تحقیق بر اساس جدول کرجسی-مورگان، نمونه تحقیق ۴۸۰ نفر می‌باشد (۱۱۰ نفر اعضای هیئت علمی، ۱۲۵ نفر کارکنان و ۲۴۵ نفر دانشجویان) که بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند. جمع آوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته با پایایی $(\alpha = 0.89)$ بود که جهت تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون فریدمن و همچنین نرم افزار spss22 استفاده شد.

نتایج

جدول ۱ میانگین رتبه‌ی هر متغیر را نشان می‌دهد که هر چقدر این میانگین بزرگتر باشد، اهمیت آن متغیر بیشتر است.

جدول ۱: میانگین رتبه‌های موانع موجود در بخش سخت‌افزاری

رتبه‌ها	متغیر
۴/۵۴	عدم توجه به نیازهای دانشجویان و اساتید و کارکنان در طراحی و ساخت اماکن ورزشی
۴/۴۱	عدم توجه به عوامل جانبی در طراحی اماکن ورزشی
۴/۷۱	عدم نظارت کافی بر روی طراحی، ساخت و تجهیزات اماکن ورزشی

۴/۶۳	کیفیت پایین وسایل و تجهیزات ورزشی دانشگاه
۴/۵۶	عدم وجود اماکن و فضاهای ورزشی اختصاصی برای خانمها و آقایان در دانشگاه
۴/۷۲	کم بودن ساعات فوق برنامه در فضا های ورزشی دانشگاه
۴/۲۹	عدم توجه به استانداردهای تعیین شده برای طراحی و تجهیزات اماکن ورزشی
۴/۱۳	برخورد نامناسب دست اندرکاران اماکن ورزشی دانشگاه با مراجعه کنندگان

بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج بدست آمده می توان گفت که اصلی ترین مانع در بعد سخت افزاری ورزش همگانی دانشگاه ارومیه، در نظر گرفتن ساعات اندک برای ورزش همگانی در اماکن و فضاهای ورزشی این دانشگاه می باشد که این نتیجه با یافته های پژوهش رمضانیان و همکاران (۱۳۹۲) که نتیجه گرفتند ساعات فوق برنامه در اماکن و فضاهای ورزشی دانشگاه ها کم می باشد، همخوانی دارد (رمضانیان). موارد دیگر که به عنوان اصلی ترین موانع سخت افزاری برای توسعه ورزش همگانی دانشگاه ارومیه هستند عدم نظارت کافی بر طراحی اماکن، کیفیت پایین آنها، اختصاصی نبودن اماکن و عدم توجه به نیازهای استفاده کنندگان در طراحی آنهاست که این نتایج با یافته های پژوهش فرن کل و همکاران (۱۹۹۶) سازگار است. بر این اساس پیشنهاد می شود اداره تربیت بدنی دانشگاه در برنامه ریزی های مربوط به اماکن و فضاهای ورزشی دانشگاه به زمان آزاد و فراغت از کار اساتید، کارکنان و دانشجویان توجه کنند و برنامه های فوق برنامه را بر اساس این ساعات تنظیم نمایند. همچنین برای بیشتر شدن ساعات اختصاصی به فوق برنامه می توان روزهای تعطیل، ساعات ابتدایی روز و قبل از شروع ساعت اداری و ساعات پایانی شب را به ساعات فوق برنامه اماکن و فضاهای ورزشی اضافه کرد.

منابع

آفرینش خاکی ا، تندنویس ف، مظفری ا، ۱۳۸۴، مقایسه دیدگاههای اعضای هیأت علمی، مربیان، ورزشکاران و مدیران در مورد چگونگی توسعه ورزش همگانی، نشریه علوم حرکتی و ورزش، جلد اول، شماره ۵، صص ۱-۲۲.

رمضانیان ر، فرجی ر، خوشنویس ف، دانش ثانی ک، ۱۳۹۲، بررسی کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه ها مبتنی بر مدل سروکوال (مطالعه موردی: دانشگاه گیلان)، مدیریت و توسعه ورزش، دوره ۲، شماره ۱، صص ۶۵-۸۳.

عماد زاده م، بختیاری ص، دل انگیزان س، ۱۳۸۳، نقش دانشگاه ها در جهان در حال تحول، اولین همایش دانشجویی جهانی شدن و اقتصاد، مردادماه، کرمانشاه، دانشگاه رازی.

Frenkl R, Attila S, Arcangelo C, 1996, Deprivation feelings, anxiety, and commitment to various forms of physical activity: A cross-sectional study on the Internet. *Psychologia*, 39, 223-230.

Blake H, Stanulewicz N, McGill F, 2016, Predictors of physical activity and barriers to exercise in nursing and medical students, **Journal of Advanced Nursing**, DOI:10.1111/jan.13181.

بررسی وضعیت نظارت، ارزیابی و کنترل بر ورزش همگانی دانشگاه ارومیه

رباب یدالله زاده^{۱*}، فرهاد نظری^۲، مهران آذریان سوسهاب^۳

۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی و مربی دانشگاه صنعتی سهند تبریز.

۲ و ۳- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

E-mail: n_yadollahzade@yahoo.com

چکیده کوتاه

نظام مدیریت و ارزیابی به عنوان یکی از فرایندهای مدیریتی نقش برجسته ای در کمک به تحقق اهداف و مأموریت های سازمان دارد و در خصوص توسعه اماکن و تاسیسات ورزشی و سایر برنامه های توسعه ای در بخش ورزش این نقش برجسته تر است. هدف پژوهش حاضر بررسی وضعیت نظارت، ارزیابی و کنترل بر ورزش همگانی دانشگاه ارومیه بود. این پژوهش مقطعی و از نوع توصیفی- تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات میدانی بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان، اعضای هیئت علمی و کارکنان دانشگاه ارومیه بوده و نمونه تحقیق بر اساس جدول کرجسی-مورگان، نمونه تحقیق ۴۸۰ نفر می باشد (۱۱۰ نفر اعضای هیئت علمی، ۱۲۵ نفر کارکنان و ۲۴۵ نفر دانشجویان) که بر اساس نمونه گیری طبقه ای انتخاب شدند. جمع آوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته با پایایی $(\alpha = 0.89)$ بود که جهت تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون فریدمن و همچنین نرم افزار spss22 استفاده شد. یافته های پژوهش نشان داد که مهم ترین مانع در نظارت و ارزیابی ورزش همگانی دانشگاه ارومیه، عدم کفایت ناظران در فعالیت ها و برنامه های ورزشی می باشد و عدم نظارت بر نحوه انجام برنامه ها، عدم وجود ابزار مناسب برای این امر، بی توجهی مدیران، عدم وجود فرهنگ بازرسی و عدم استانداردسازی اماکن ورزشی دانشگاه در اولویت های بعدی قرار دارند که لزوم کنترل فعالیت های ورزش همگانی دانشگاه را طلب می نماید.

واژگان کلیدی: ورزش همگانی، نظارت، ارزیابی، کنترل، دانشگاه ارومیه



مقدمه

دانشگاه‌ها به عنوان مراکز توسعه منابع انسانی در هر جامعه‌ای مطرح هستند و ورزش دانشگاهی گوشه‌ای از این رسالت را به عهده دارد و در توسعه و رشد دانشگاهیان اعم از دانشجویان، اساتید و کارکنان دانشگاه نقش موثری دارد (کوزه چیان، ۱۳۸۲). ورزش دانشگاهی به عنوان بخشی از فرآیند تعلیم و تربیت، در پی آن است که با فراهم آوردن زمینه‌های لازم و ایجاد محیط و فرصت مناسب، کلیه دانشگاهیان را در موقعیت‌های تفریحی و رقابتی سالم قرار دهد و با پاسخگویی به نیازهای اساسی آنان، برنامه‌هایی برای تقویت جسم همگام با پرورش روح تأمین کند (حمیدی و همکاران، ۱۳۹۰). بنابراین ارائه خدمات ورزشی مختلف بالاخص ورزش همگانی به چنین افرادی نیازمند وجود نظارت و کنترلی مشخص برای ورزش دانشگاهی و نیز ارزیابی دقیق از میزان موفقیت در این زمینه می‌باشد. از تحقیقاتی که در این زمینه صورت گرفته می‌توان به تحقیق طالب پور و کشتی دار (۱۳۸۸)، اشاره کرد که در پژوهشی به طراحی مدل نظارت و ارزیابی تربیت بدنی و ورزش فوق برنامه دانشگاه‌ها پرداختند و به این نتیجه رسیدند که ارزیابی ورزش دانشگاهها با استفاده از چک لیست ها و مدل های استاندارد صورت گیرد (طالب پور و کشتی دار، ۱۳۸۸). همچنین تانوس و همکاران (۲۰۰۸) طی پژوهشی به ارزیابی ورزش دانشگاهی با استفاده از کارت امتیازی متوازن پرداختند و به این نتیجه رسیدند که ورزش دانشگاهی از لحاظ توجه به نیازهای استفاده کنندگان و نیز از لحاظ مالی دارای اشکال بوده و نیاز به اصلاح دارد (تانوس و همکاران، ۲۰۰۸).

با وجود اینکه نیم قرن از فعالیت ورزشی دانشگاه‌ها در کشور ما می‌گذرد اما هیچ گونه نظارتی بر فرایندهای توسعه ورزش دانشگاهی به صورت کمی صورت نگرفته است. همچنین به منظور آگاهی از اثر بخشی و بهره ور بودن ورزش همگانی در دانشگاه‌ها، نیاز به برنامه‌های نظام دار و قاعده مند نظارت، کنترل و ارزیابی است به همین منظور در این پژوهش به دنبال تعیین وضعیت نظارت و کنترل بر ورزش همگانی دانشگاه ارومیه هستیم تا بتوانیم به این سوال پاسخ دهیم که چه مشکلات و محدودیت هایی در این حیطه نظارت، کنترل و ارزیابی بر ورزش همگانی دانشگاه ارومیه حاکم است؟

روش تحقیق این پژوهش از نوع تجربی - تحلیلی می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات میدانی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان، اعضای هیئت علمی و کارکنان دانشگاه ارومیه بوده و نمونه تحقیق بر اساس جدول کرجسی-مورگان، نمونه تحقیق ۴۸۰ نفر می‌باشد (۱۱۰ نفر اعضای هیئت علمی، ۱۲۵ نفر کارکنان و ۲۴۵ نفر دانشجویان) که بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند. جمع آوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته با پایایی $(\alpha = 0.89)$ بود که جهت تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون فریدمن و همچنین نرم افزار spss22 استفاده شد.

نتایج بر اساس یافته‌های بدست آمده مشکلات موجود در بخش نظارت، ارزیابی و کنترل در ورزش همگانی دانشگاه ارومیه بدین شرح می‌باشد:

جدول ۱: نتایج رتبه بندی موانع موجود در بخش نظارت، ارزیابی و کنترل در ورزش همگانی دانشگاه

موانع و محدودیت‌ها در بخش نظارت، ارزیابی و کنترل	میانگین رتبه
عدم وجود ابزار مناسب برای ارزیابی عملکرد مدیر تربیت بدنی دانشگاه	۳/۴۸
عدم نظارت و ارزیابی بر نحوه اجرای برنامه های ورزش همگانی دانشگاه	۳/۶۰
عدم وجود فرهنگ بازرسی در اداره تربیت بدنی دانشگاه (که بازرسی بیان کاستی‌هاست و نه مچ گیری)	۳/۴۰
عدم کفایت ناظران در حوزه نظارت بر اجرای برنامه‌های ورزشی دانشگاه	۳/۷۶
عدم استانداردسازی اماکن و تجهیزات و ایستگاههای ورزشی دانشگاه	۳/۳۵
بی توجهی مدیران به ارزیابی و کنترل مربیان و متخصصان ورزش دانشگاه	۳/۴۲

بحث و نتیجه گیری

بر اساس یافته‌های بدست آمده مهم‌ترین مانع در نظارت و ارزیابی ورزش همگانی دانشگاه ارومیه، عدم کفایت ناظران در فعالیت‌ها و برنامه‌های ورزشی می‌باشد و عدم نظارت بر نحوه انجام برنامه‌ها، عدم وجود ابزار مناسب برای این امر، بی توجهی مدیران، عدم وجود فرهنگ بازرسی و

عدم استانداردسازی اماکن ورزشی دانشگاه در اولویت های بعدی قرار دارند که لزوم کنترل فعالیت های ورزش همگانی دانشگاه را طلب می نماید، ضمن اینکه بر کیفیت این کنترل و نظارت نیز باید تاکید شود. این نتایج با یافته های طالب پور و کشتی دار (۱۳۸۸) و تانوس و همکاران (۲۰۰۸) همخوانی دارد.

منابع

طالب پور م، کشتی دار م، ۱۳۸۸، طراحی مدل نظارت و ارزیابی تربیت بدنی و ورزش فوق برنامه دانشگاه ها، پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۲۴، صص ۱۳-۳۲.

کوزه چیان ه، ۱۳۸۲، ارزیابی عملکرد انجمن های ورزشی منتخب دانشگاه های کشور از دیدگاه مسئولین انجمن ها، دانشجویان و مربیان دانشگاه های تهران و صاحب نظران، ششمین همایش ملی تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان.

حمیدی م، الهی ع، اکبری یزدی ح، حمیدی م، ۱۳۹۰، ورزش دانشجویی جمهوری اسلامی ایران: چشمانداز و راهبردهای توسعه، مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۲، صص ۱۳-۳۶.

Thanos K, Andreas K, Panayiotis A, 2008, Applying the Balanced Scorecard Strategic Evaluation Method to a University Athletic Department, International Journal Sport Management ,vol 4, num2. Pp: 101-112.

تازه های در ورزشی



تاثیر مدیریت زمان در عملکرد سازمانی کارکنان معاونت تربیت بدنی و سلامت اداره کل آموزش و پرورش استان

همدان

علی مولایی^{۱*}، حسین پورسلطان زرنندی^۲، محمد رمضانخانی^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه های ورزشی، دانشگاه پیام نور، واحد کرج

۲. استادیار مدیریت ورزش، دانشگاه پیام نور، واحد کرج

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه های ورزشی، دانشگاه پیام نور، واحد کرج

چکیده:

هدف از این پژوهش، بررسی تاثیر مدیریت زمان در عملکرد سازمانی کارکنان معاونت تربیت بدنی و سلامت اداره کل آموزش و پرورش استان همدان بود. روش تحقیق توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش را ۷۲ نفر از سازمانی کارکنان معاونت تربیت بدنی و سلامت اداره کل آموزش و پرورش استان همدان تشکیل می دهند. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های استاندارد مدیریت زمان کافمن (۱۹۹۰). و عملکرد سازمانی هرسی و گلداسمیت استفاده گردید که به منظور روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها از نظرات ۱۰ تن از اساتید در حوزه مدیریت ورزش استفاده شد و پایای نیز با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۸ و ۰/۷۷ بدست آمد. به منظور تجزیه و تحلیل از روش های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و جداول) و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون ساده و آزمون تی تک نمونه ای) با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس نسخه ۲۲ استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد، بین مدیریت زمان با عملکرد سازمانی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین مدیریت زمان ۶۱ درصد از تغییرات واریانس متغیر عملکرد سازمانی را تبیین می کند.

واژگان کلیدی: مدیریت زمان، عملکرد سازمانی، معاونت تربیت بدنی



مقایسه رابطه ایمنی فضاهای ورزشی با آسیب دیدگی دانش آموزان

زهراسپهری^۱، رسول ارشادی فرد^۲، مهین رحیمی دمیرچی درسی^۳

۱- دانشجوی مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

۲- دانشجوی مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

۳- دانشجوی مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

E-mail: rasulershadifard@yahoo.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر ارتباط بین وضعیت ایمنی فضاهای ورزشی با میزان آسیب دیدگی دانش آموزان مدارس شهرستان اردبیل بود. جامعه آماری شامل کل مدارس شهرستان اردبیل به تعداد ۵۸۹ مدرسه بود که تعداد ۱۸۲ مدرسه بصورت نمونه‌گیری خوشه ای تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از چک لیست ایمنی فضاهای ورزشی و فرم آسیب دیدگی استفاده شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها، با استفاده از روشهای آماری توصیفی و استنباطی اقدام به تجزیه و تحلیل داده‌ها شد. نتایج آزمون خی دو نشان داد که بین ایمنی این مدارس و میزان آسیب‌دیدگی دانش‌آموزان رابطه معنی‌داری وجود دارد. در بررسی ارتباط بین مولفه‌های ایمنی و عوامل دخیل در آسیب‌دیدگی، نتایج نشان داد که از بین پنج مولفه مربوط به ایمنی فضاهای ورزشی تنها دو مولفه ایمنی زمین ورزشی و ایمنی حریمها با میزان آسیب‌دیدگی دانش‌آموزان ارتباط معنی دار داشتند. این امر ضرورت هرچه بیشتر توجه جدی به مولفه‌های ایمنی مدارس علی‌الخصوص دو مولفه زمین ورزشی و حریمها را بیش از پیش نشان می‌دهد.

واژگان کلیدی: ایمنی، فضاهای ورزشی، آسیب دیدگی

مقدمه

ورزش و فعالیت بدنی هر روز اهمیت بیشتری می‌یابد. در تحقیقات زیادی بر تأثیر مثبت فعالیت بدنی اشاره شده است. موریس و همکاران (۱۹۹۷) و دیشمان^{۱۴} و همکاران (۲۰۰۵، ۲۰۱۵) و مقالات متعددی بر آثار منفی عدم فعالیت بدنی تأکید کرده‌اند (مک‌گینیس و فونگ^{۱۵}، ۲۰۰۴، مک‌گینیس، ۲۰۱۵). همچنین فعالیت بدنی سبب کاهش اضطراب و افسردگی می‌شود و قابلیت انجام تکالیف روزانه زندگی را افزایش می‌دهد. ورزش در محیط‌های آموزشی نیز اهمیت بسزایی داشته و اثر بسیار مثبتی بر یادگیری دارد.

باتوجه به همین فواید مورد انتظار، فعالیتهای ورزشی روز به روز گسترش میابند. در محیط‌های آموزشی مانند مدارس و دانشگاهها نیز توسعه ورزش رونق دارد. با این همه، وقوع حوادث مختلف و بروز خطرها، پدیده اجتناب‌ناپذیر این برنامه‌هاست که هر ساله تعداد زیادی از ورزشکاران و تماشاچیان در سطح جهان با آنها مواجه می‌شوند و میلیاردها دلار بر هزینه‌های سازمانها و باشگاههای ورزشی افزوده می‌شود. به نحوی که گاهی در نزد محققان به‌عنوان یکی از موانع حضور افراد در فعالیتهای ورزش تفریحی تلقی شده است (فرد^{۱۶}، ۱۳۹۲).

روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف از تحقیقات کاربردی و از دیدگاه روش پژوهش از انواع تحقیقات توصیفی-همبستگی بوده و به صورت میدانی انجام شده و در آن برای جمع آوری داده‌ها از چک لیست استفاده شده است. داده‌ها از طریق چک‌لیست و فرم مذکور جمع‌آوری شد. جمع‌آوری

¹⁴ Dishman et al

¹⁵ McGinnis & Foege

¹⁶ Fried

داده‌ها نیز بدین صورت بود که بعد از مشخص شدن نمونه‌ها، طی مراجعه به این مدارس موضوع و اهداف تحقیق برای مدیران و مربیان تربیت بدنی این مدارس تشریح و نحوه تکمیل چکلیست‌ها و اطلاعات توجیهی در رابطه با موضوع تحقیق ارائه گردید تا پاسخگویی و تکمیل چکلیست‌ها بدون ابهام باشد و از مدیران درخواست گردید که چکلیست‌ها را پس از تکمیل در نزد خود نگاه داشته تا جمع آوری نهایی توسط محقق انجام گیرد. محقق با مراجعه حضوری اقدام به جمع آوری چکلیست‌ها نمود که با ریزش ۱۹ پرسشنامه و تعداد ۱۰ پرسشنامه ناقص و مخدوش، تعداد ۱۵۳ پرسشنامه بدست آمد. بنابراین چکلیست‌ها و فرمهای کامل، ۱۵۳ مورد می‌باشد.

نتایج

باید بیش از پیش به ایمنی فضاهای ورزشی مدارس ابتدایی توجه شود چرا که دانش آموزان در این سن از جنب و جوش بیشتری برخوردارند و در نتیجه امکان آسیب دیدگی در آنها بیشتر است. همچنین پوزن (۲۰۰۰) اعلام می‌دارد که خطرات و آسیب‌ها بیشتر به سنین ۵ تا ۹ سال مربوط می‌شود که این کودکان بیشتر در معرض آسیب‌های موجود در مدارس قرار دارند. برای آزمون رابطه بین وضعیت ایمنی مدارس و میزان آسیب‌دیدگی دانش‌آموزان از روش آماری مربع کای (خی‌دو) استفاده شد. جدول متقاطع (Crosstabulation) ۱ فراوانی و درصد وضعیت آسیب‌دیدگی دانش‌آموزان بر حسب رده‌های متغیرهای وضعیت ایمنی (مطلوب و نامطلوب) نشان می‌دهد.

جدول ۱ فراوانی و درصد وضعیت آسیب‌دیدگی دانش‌آموزان بر حسب رده‌های متغیرهای وضعیت ایمنی

وضعیت آسیب		وضعیت ایمنی	
زیاد	کم	مطلوب	نامطلوب
فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۳۴/۲۲	۱۳	۶۵/۷۸	۲۵
۴۵/۲۲	۵۲	۵۴/۷۸	۶۳

بحث و بررسی

جدول ۲ آزمون مربع کای برای بررسی رابطه وضعیت ایمنی با آسیب‌دیدگی دانش‌آموزان

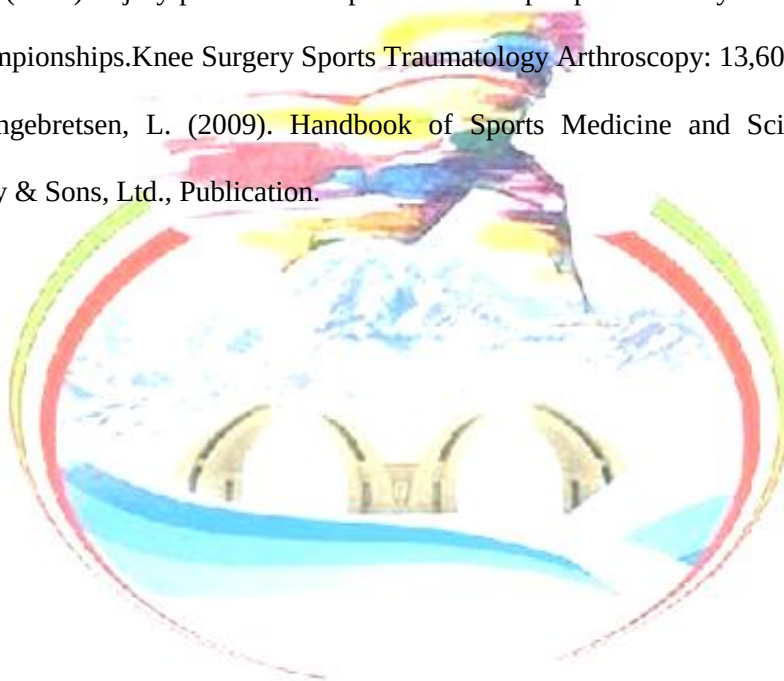
سطح معنی داری	درجه آزادی	مقدار	مربع کای پیرسون
۰/۲۳۴	۱	۱/۴۱۶	

بر اساس اطلاعات بدست آمده از جدول شماره ۲ ملاحظه می‌گردد که میزان مربع کای برابر با ۱/۴۱۶ و سطح معنی داری $p=0/234$ می‌باشد و چون سطح معنی داری از ۰/۰۵ بیشتر است، بنابراین فرضیه صفر تایید شده و فرضیه تحقیق رد فرار می‌گیرد و نتیجه می‌گیریم بین ایمنی فضاهای ورزشی مدارس و میزان آسیب‌دیدگی دانش‌آموزان رابطه معنی‌دار وجود ندارد.

بین ایمنی داخل زمین و سطوح فضاهای ورزشی مدارس شهرستان اردبیل و میزان آسیب‌دیدگی دانش‌آموزان رابطه وجود ندارد. این عامل مواردی مانند صاف بودن زمین، فاقد درز و شکاف بودن زمین، سنگریزه نبودن سطح زمین، پست و بلند نبودن زمین، نصب بودن میله‌های داخل زمین و ... را شامل می‌شود. یافته‌ها نشانگر عدم وجود رابطه معنی‌دار آماری بین این عامل و میزان آسیب‌دیدگی دانش‌آموزان بود.

منابع

- ۱- ارقامی، شیرازه و ظهیریان، قاسم و الله‌وردی، تقی. (۱۳۹۳). استانداردسازی فهرست بازبینی (سیاهه واری) ایمنی فضاهای ورزشی مدارس. فصلنامه بهداشت و ایمنی کار، شماره ۴، صص ۸-۲.
- ۲- افتخاری، سیدجبرئیل. (۱۳۷۷). بررسی و مقایسه امکانات، بودجه و نیروی انسانی تربیت بدنی در دبیرستان‌های پسرانه دولتی و غیرانتفاعی شهرستان کرج. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه اصفهان.
- ۳- آقایی نیا، حسین. (۱۳۷۴). مبانی حقوق ورزشگاه. انتشارات کمیته ملی المپیک.
- ۴- بلالی، شیرزاد. (۱۳۷۹). بررسی امکانات ورزشی و منابع انسانی مدارس متوسطه پسرانه شهرستان تالش و شناخت مشکلات و تنگنای آن. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه تهران.
- 1- Abernethy, L., Mac Auley, D. (2003). "Impact of school sports injury". (Short report). British Journal of Sports Medicine.
- 2- Arriaza, R., Leyes, M. (2005). Injury profile in competitive karate: perspective analysis of three consecutive world karate championships. Knee Surgery Sports Traumatology Arthroscopy: 13, 603-607.
- 3- Bahr, R. and Engebretsen, L. (2009). Handbook of Sports Medicine and Science: Sports Injury Prevention. Wiley & Sons, Ltd., Publication.



بررسی ایمنی زمین ورزشی مدارس و میزان آسیب دیدگی دانش آموزان

زهرا سپهری^۱، رسول ارشادی فرد^۲، مهین رحیمی دمیچی درسی^۳

۱- دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

۲- دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

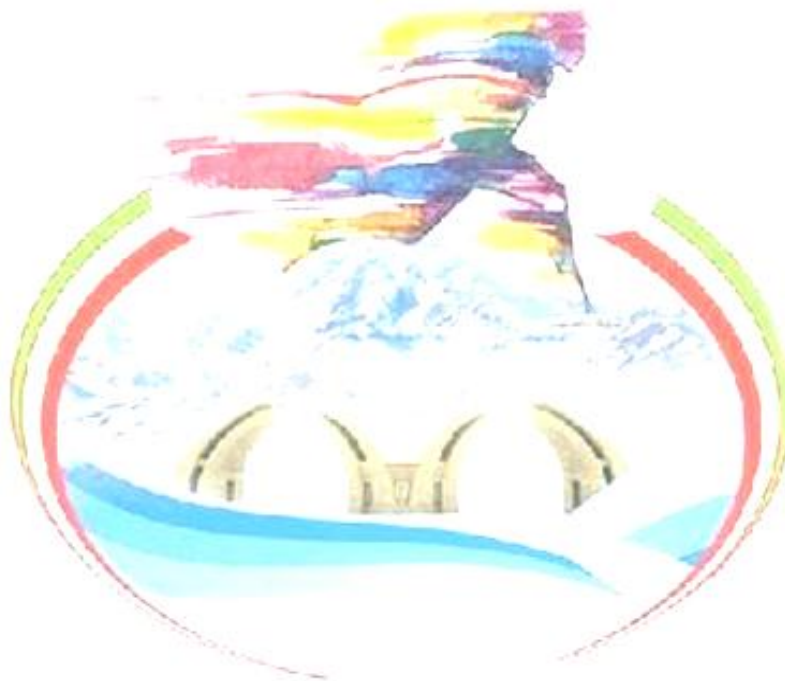
۳- دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

E-mail: rasulershadifard@yahoo.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر ارتباط بین وضعیت ایمنی زمین ورزشی با میزان آسیب دیدگی دانش آموزان مدارس شهرستان اردبیل بود. جامعه آماری شامل کل مدارس شهرستان اردبیل به تعداد ۵۸۹ مدرسه بود که تعداد ۱۸۲ مدرسه بصورت نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از چک لیست ایمنی فضاهای ورزشی و فرم آسیب دیدگی استفاده شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها، با استفاده از روشهای آماری توصیفی و استنباطی اقدام به تجزیه و تحلیل داده‌ها شد. نتایج آزمون خی‌دو نشان داد که بین مولفه‌های ایمنی و عوامل دخیل در آسیب دیدگی، نتایج نشان داد که بین ایمنی زمین ورزشی و آسیب دیدگی رابطه معنی‌داری وجود دارد. و با میزان آسیب دیدگی دانش آموزان ارتباط معنی دار داشتند. این امر ضرورت هرچه بیشتر توجه جدی به مولفه‌های ایمنی مدارس علی‌الخصوص مولفه زمین ورزشی و را بیش از پیش نشان می‌دهد چرا که اگر محدوده زمین‌های ورزشی مشخص شود و حدود فعالیت رسمی با خطوط علامت گذاری گردد می‌تواند میزان آسیب را به حداقل ممکن برساند.

واژگان کلیدی: ایمنی، زمین ورزشی، دانش آموزان



مقدمه

به طور کلی هزینه بیمه آسیب های ورزشی مدارس بیش از ۱۵۰ میلیون یورو برآورد شده است. ازاین رو هزینه های مالی ناشی از آسیب های ورزشی که به علل مختلفی ایجاد می شوند (مک هیو و نیکلاس، ۲۰۰۶)، همیشه مسأله ساز است و باعث رنجش مدیران مدارس و باشگاه ها، مربیان و بویژه ورزشکاران می شود و همچنین به دلیل عقب افتادن ورزشکاران از تمرین ها، گاه حتی آنان از فعالیت ها و ورزش قهرمانی کنار می کشند (آریازا و لیبس، ۲۰۰۸). آبرنتی و مک اولی (۲۰۰۳) بیان می کنند که نیمی از صدمات دانش آموزان در ورزشهای مدارس رخ می دهد و عامل مهمی برای قطع رابطه آنها با ورزش بوده است (فارسی و همکاران، ۱۳۸۶). در پیمایشی در استرالیا ۹۴ درصد والدین طبقات اقتصادی اجتماعی مختلف ملبورن، درباره مکان بازی فرزندانشان و علت انتخاب آن گفته اند که ایمنی، مهمترین علت انتخاب مکان بازی برای فرزندانشان بوده است. در اماکن بیرون از منزل، عواملی مانند حضور بیگانگان، رفت و آمد افراد شرور و تردد نادرست خودروها و موتورهای از مهمترین موانع فضاهای مناسب برای بازی کودکان است. بروز چنین حوادثی نه تنها به لحاظ انسانی و اخلاقی دلخراش است، بلکه سبب ترس جوانان (یا والدین آنها) و ممانعت از مشارکت آنها در ورزشها می شود. همچنین زمین های مسئولیت حقوقی برای مدیران و مربیان ورزش را فراهم می سازد و حتی ممکن است به محکومیت آنها در محاکم قضایی منجر شود (آقایی نیا، ۱۳۷۴).

روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف از تحقیقات کاربردی و از دیدگاه روش پژوهش از انواع تحقیقات توصیفی-همبستگی بوده و به صورت میدانی انجام شده و در آن برای جمع آوری داده ها از چک لیست استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مدارس دولتی و غیر دولتی ناحیه یک و دو شهرستان اردبیل تشکیل می دهند (۵۸۹ مدرسه). حجم نمونه آماری با توجه به فرمول نمونه گیری کوکران برابر ۲۶۵ مدرسه می باشد. لازم به ذکر است که در مراجعه به این مدارس برای جمع آوری داده ها مشخص شد که برخی از واحدهای آموزشی برای دو یا سه مقطع و مدرسه مورد استفاده قرار می گیرند. به منظور جلوگیری از اختلاط آماری، این مدارس از لیست نمونه ها حذف و تنها مدرسی برای جمع آوری داده ها مدنظر قرار گرفتند که تک مقطعی و تک جنسیتی بودند. این امر باعث کاهش تعداد نمونه مطالعه به ۱۸۲ مورد گردید و چک لیستها بصورت خوشه ای تصادفی توزیع شد.

نتایج

در بحث آسیبهای ورزشی این مدارس همانطور که در بالا ذکر شد تعداد آسیبهای ورزشی اتفاق افتاده در مدارس مورد مطالعه در یکسال گذشته معیار تحلیلهای آماری قرار گرفت. جدول ۴-۷ توزیع پراکندگی آسیبهای ورزشی در مدارس مورد مطالعه را به تفکیک عامل دخیل در آسیب نشان می دهد.

جدول ۱: جدول متقاطع ۱ فراوانی و درصد وضعیت آسیب دیدگی دانش آموزان برحسب رده های متغیرهای وضعیت ایمنی داخل زمین و سطوح (مطلوب و نامطلوب) نشان می دهد.

وضعیت آسیب		وضعیت ایمنی
زیاد	کم	
فراوانی درصد		فراوانی درصد

مطلوب	۲۹	۵۸/۰	۲۱	۴۲/۰
نامطلوب	۵۰	۵۲/۶	۴۵	۴۷/۴

نتایج بدست آمده در و مطابق آزمون خی دو انجام شده ملاحظه می گردد که میزان مربع کای مربوطه با درجه آزادی ۱، برابر با ۰/۱۹۵ و سطح معنی داری $p=0/۰۶۵۹$ می باشد و با توجه به اینکه مقدار p بیشتر از ۰/۰۵ می باشد این فرضیه تایید می شود. بعبارت بهتر نتیجه این آزمون نشان داد که بین ایمنی زمین ورزشی و آسیب دیدگی رابطه معنی داری وجود ندارد.

بحث و بررسی

نوع پوشش کف اتاق یا سالن ورزش حدود ۷۶/۸ درصد از مدارس شهرستان های استان تهران که دارای سالن یا اتاق ورزش هستند از جنس موزائیک بوده که امکان سرخوردن و افتادن و به دنبال آن آسیب دیدن برای دانش آموزان در حین فعالیت های ورزشی وجود دارد. بعلاوه فعالیت در روی سطحی که از موزائیک پوشانده شده باعث ایجاد سروصدا و بلند شدن گرد و خاک شده که می تواند مشکلات زیادی را برای دانش آموزان فراهم آورد. نتایج غفوری (۱۳۸۰) نشان داد که درصد نسبتاً قابل ملاحظه ای از آسیب ها به علت افتادن و زمین خوردن ورزشکاران است. ضمن اینکه این عامل در تحقیق فارسی (۱۳۸۶) بالاترین ضریب ایمنی را در بین عوامل ایمنی فضاهای ورزشی دارد و آن را حد مطلوب اعلام کرده است. به هر حال با توجه به پایین بودن ایمنی داخل زمین در این تحقیق علیرغم عدم وجود رابطه معنی دار آن با آسیب دیدگی دانش آموزان و نتایج تحقیقات قبلی به نظر می رسد که این عامل بطور بالقوه می تواند آستان آسیب ها و صدماتی برای دانش آموزان و ورزشکاران شود. در رابطه با عدم وجود رابطه معنی دار این مولفه ایمنی با آسیب دیدگی دانش آموزان بنظر می رسد عوامل دیگری وجود دارند که می توانند در کنار ایمنی زمین در آسیب دیدگی دانش آموزان نقش بازی کنند. از جمله این موارد می توان به عدم توجه برخی از مربیان ورزش مدارس به گرم کردن دانش آموزان قبل از تمرینات ورزشی اشاره نمود. بعلاوه اطلاعات بدست آمده از این مدارس نیز نشان می دهد که علیرغم پایین بودن ایمنی زمین این مدارس با توجه به اینکه در بسیاری از زنگهای ورزش فعالیت خاصی انجام نمی شود میزان آسیب دیدگی هم به تبع آن کاهش می یابد. بالعکس مدرسی وجود دارند که ایمنی زمین در آنها مطلوب است در حالیکه بدلیل بالا بودن حجم تمرینات ورزشی در این مدارس آمار آسیب دیدگی نیز در آنها بالا است.

منابع

- ۱- امیرزاده، فرید و طباطبایی، سیدحمیدرضا. (۱۳۸۵). بررسی بروز علل حوادث در دانش آموزان مدارس راهنمایی شهرستان شیراز، مجله دانشگاه علوم پزشکی کرمان، دوره ۱۴ شماره ۱.
- ۲- بلالی، شیرزاد. (۱۳۷۹). بررسی امکانات ورزشی و منابع انسانی مدارس متوسطه پسرانه شهرستان تالش و شناخت مشکلات و تنگناهای آن. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه تهران.
- ۳- حسینی، اسدالله (مبین) و همتی نژاد، مهرعلی و نوربخش، مهوش و مهدی پور، عبدالرحمن. (۱۳۸۷). توصیف و مقایسه مدیریت ایمنی در کلاس های تربیت بدنی مدارس دوره راهنمایی شهر اهواز. پژوهش نامه علوم ورزشی، شماره ۸.

- ۴- حسین پور، اسکندر و وحدانی، محسن و کاشف، میرمحمد و حضرتی، محمد. (۱۳۹۱). همه گیرشناسی آسیب های ورزشی دانش آموزان در ساعات درس تربیت بدنی مدارس پسرانه مقطع راهنمایی و متوسطه شهر ارومیه. پژوهش در علوم زیستی و فعلیت بدنی، شماره ۲، صص ۳۲-۲۲.
- ۵- حسینی، سیدمحمد (۱۳۹۳). آسیب شناسی ورزشی. انتشارات حتمی. چاپ ششم. ویرایش دوم.

دومین همایش ملی پژوهش تازه های در ورزش علوم



بررسی وضعیت ایمنی و بهداشت سالن های ورزشی سرپوشیده شهر اردبیل**فاطمه نوبخت ساربان^{۱*} - دکترناهد اتقیا^۲ - دکتر مریم مختاری دینانی^۳**

۱- کارشناس ارشد دانشگاه الزهرا(س)

۲-استاد دانشگاه الزهرا (س)

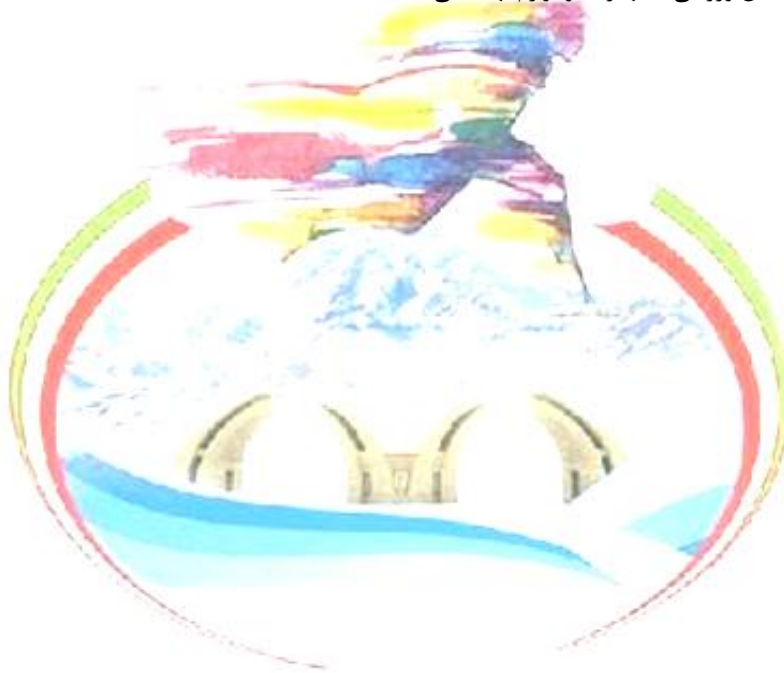
۳-استاد دانشگاه الزهرا(س)

E-mail: Gmail:fatemehnobakht92@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی وضعیت ایمنی و بهداشت سالنهای ورزشی سرپوشیده (سالنهای چند منظوره) شهر اردبیل بود. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی - پیمایشی بود که از طریق پرسشنامه و مشاهده‌ی حضوری محقق در اماکن ورزشی انجام شد. جامعه و نمونه آماری این تحقیق شامل کلیه‌ی اماکن ورزشی شهر اردبیل بود که تعداد آنها بر اساس آمار اداره‌ی کل ورزش و جوانان استان اردبیل در سال (۱۳۹۴)، ۶۸ سالن سرپوشیده بود. برای جمع‌آوری اطلاعات تحقیق حاضر از چک لیست محقق ساخته استفاده شد. که در مجموع شامل ۸۱ سوال در قالب ۶ بخش امکانات بهداشتی، ساختمان و تأسیسات، تجهیزات و لوازم ورزشی، جایگاه تماشاچیان و سکوها، طراحی و ابعاد زمین و ایمنی حریم ها و خطوط زمین بود. روایی صوری و محتوایی توسط اساتید متخصص مدیریت ورزشی بررسی شد جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی استفاده شد.

یافته های تحقیق نشان داد که به طور میانگین سکوها، پوشش ها و جایگاه تماشاچیان (۹۱/۷۱ درصد)، دارای شرایط بهتری نیست به سایر مولفه ها بودند همچنین تجهیزات (۹۰/۲۳ درصد)، طراحی و ابعاد زمین (۸۲ درصد)، حریمها و خطوط (۷۸/۰۷ درصد)، تأسیسات و پوششها و لوازم (۷۶/۱۴ درصد) و مولفه های بهداشت (۵۸/۸۸ درصد)، از نظر ایمنی در رده های بعدی قرار داشتند. در مجموع یافته های تحقیق نشان داد که اماکن ورزشی شهر اردبیل نیست به استاندارد های موجود دارای وضعیت مناسبی هستند.

واژگان کلیدی: ایمنی، اماکن ورزشی، تجهیزات و لوازم بهداشتی

بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با مدیریت منابع انسانی در دبیران تربیت بدنی آموزش و پرورش خراسان جنوبی

صدیقه حجتی^{۱*}، حمید نجاری^۲، حسین ساکی^۳، حجت اله سیاوشی^۴

۱- مربی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲- دانشجوی دانشگاه پیام نور، فردوس، ایران.

۳- کارشناس ارشد فیزیولوژی ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

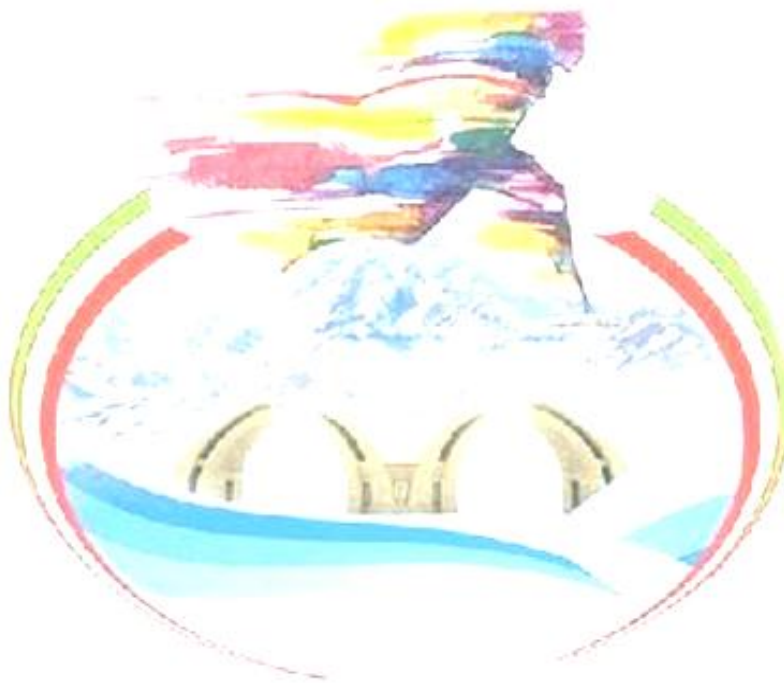
۴- دانشجوی دکترای تخصصی فیزیولوژی ورزشی، پژوهشکده طب ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران.

Email: sedigheh_hojaty@yahoo.com

چکیده کوتاه

پژوهش حاضر به بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با مدیریت منابع انسانی در دبیران تربیت بدنی اداره آموزش و پرورش خراسان جنوبی می پردازد. جامعه مورد نظر پژوهش حاضر متشکل از کلیه کارکنان اداره آموزش و پرورش در خراسان جنوبی می باشد که تعداد ۴۵ نفر از دبیران تربیت بدنی اداره آموزش و پرورش خراسان جنوبی که به ترتیب شهرستان فردوس ۸ نفر، بیرجند ۹ نفر، سه قله ۷ نفر، بشرویه ۱۴ نفر، آیسک ۲ نفر و سرایان ۵ نفر بعنوان نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های فرهنگ سازمانی دنیسون و مدیریت منابع انسانی استفاده شد. و اطلاعات پس از گردآوری توسط نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش حاکی از این است که بین فرهنگ سازمانی و مدیریت منابع انسانی در اداره آموزش و پرورش رابطه مثبت وجود دارد و با افزایش فرهنگ سازمانی نمره کل مدیریت منابع انسانی افزایش و با کاهش فرهنگ سازمانی نمره کل مدیریت منابع انسانی کاهش می یابد.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، مدیریت منابع انسانی، فرهنگ سازمانی دنیسون، آموزش و پرورش.



چکیده بلند

مقدمه

سازمان‌ها به‌عنوان رکن اصلی اجتماعات هستند و عملکرد مدیریت ارشد نتیجه ترکیب صحیح و به‌جای منابع انسانی است و بحث فرهنگ عامل مهمی است که تعیین‌کننده رویه‌های مدیریتی می‌باشد و بر عملکرد مدیریت تأثیر می‌گذارد (صانعی، ۱۳۸۳). فرهنگ سازمانی سیستمی از استنباط یا نظام معنایی مشترکی است که اعضای یک سازمان واجد آن هستند، به‌گونه‌ای که این ویژگی موجب تفکیک سازمان‌ها از یکدیگر می‌شود. (آقاجانی و کجوری، ۱۳۸۳). لزوم توجه به فرهنگ به علت تأثیری که فرهنگ سازمانی بر تمام ابعاد سازمان می‌گذارد، فرهنگ سازمانی می‌تواند سازمان را به جلو راند و یا از حرکت بازدارد و این توان بالقوه به خاطر تأثیری است که فرهنگ بر رفتار دارد (آرمسترانگ، ۱۹۹۳). لذا اگر بخواهیم علل موفقیت و عدم موفقیت سازمان‌ها را مطالعه کنیم باید به بررسی فرهنگ بپردازیم. بنابراین در این مطالعه سعی شده است به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر روی مدیریت منابع انسانی به‌عنوان یکی از فاکتورهای مهم هر سازمانی پرداخته شود.

روش تحقیق

تعداد ۴۵ نفر از دبیران تربیت بدنی ۵۰-۳۰ ساله‌ی اداره آموزش و پرورش خراسان جنوبی به‌صورت تصادفی انتخاب شدند و سپس پرسشنامه‌های پرسشنامه فرهنگ سازمانی دنیسون (دارای دوازده بعد: توانمندسازی، تیم‌گرایی، توسعه‌ی قابلیت‌ها، ارزش‌های بنیادین، توافق، انسجام و هماهنگی، ایجاد تغییر، مشتری‌مداری، یادگیری سازمانی، نیت و جهت استراتژیک، اهداف و مقاصد، چشم‌انداز) و مدیریت منابع انسانی (دارای چهار بعد: جذب نیروی انسانی، به‌کارگیری منابع انسانی، بهسازی منابع انسانی، نگهداری منابع انسانی) توسط آنان تکمیل گردید (صادقی، ۱۳۹۱). سپس تحلیل داده‌ها در آمار استنباطی و توسط ضریب همبستگی پیرسون و با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۸ انجام شد.

نتایج

یافته‌های این پژوهش نشان داد که نمرات فرهنگ سازمانی با نمرات مدیریت منابع انسانی، جذب نیروی انسانی، به‌کارگیری منابع انسانی، بهسازی منابع انسانی، و نگهداری منابع انسانی همبستگی معنی‌داری دارد ($p < 0.05$) (جدول ۱).

جدول (۱) یافته‌های موردپژوهش و نتایج آماری				
فرهنگ سازمانی	مقدار r	مقدار p	میانگین	انحراف استاندارد
نمره‌ی کل فرهنگ سازمانی	۱۸۹/۷۷	۱۸/۱۷	-	-
نمره‌ی کل مدیریت منابع انسانی	۹۰/۱۱	۱۷/۱۳	۰/۴۳**	$p < 0.01$
مؤلفه‌ی جذب نیروی انسانی	۱۲/۵۷	۳/۰۵	۰/۳۰*	$p < 0.05$
مؤلفه‌ی به‌کارگیری منابع انسانی	۱۳/۲۴	۳/۴۵	۰/۳۱*	$p < 0.05$
مؤلفه‌ی بهسازی منابع انسانی	۳۳/۲۸	۷/۲۷	۰/۳۷*	$p < 0.05$
مؤلفه‌ی نگهداری منابع انسانی	۳۱	۷/۸	۰/۳۵*	$p < 0.05$

بحث و نتیجه‌گیری

فرهنگ سازمانی به‌عنوان یک جزء مهم در پیکره یک سازمان محسوب می‌شود. فرهنگ سازمانی تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمان دارد. ازاین‌رو شرط موفقیت در هر سازمان داشتن فرهنگ سازمانی مناسب است (بابائیان، سامانی، کرمی، ۱۳۹۳). مطالعه فرهنگ سازمانی ازجمله مباحث

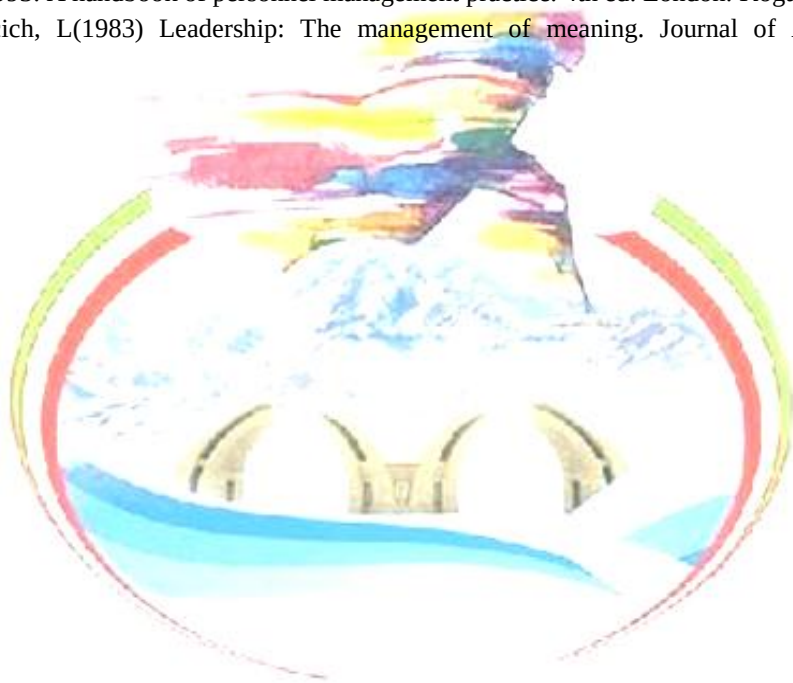
مهمی است که امروزه بخش مهمی از توجه صاحب نظرات را به خود جلب می‌کند. محققان عقیده دارند که افزایش تنوع فرهنگی، چالش‌هایی را برای سازمان ایجاد می‌کند و بسیاری از آن‌ها را مجبور می‌سازد تا از راهبردهای جدید برای مدیریت نیروی انسانی استفاده کنند. سازمان‌ها می‌توانند از راه رویه‌های راهبردی مؤثر مدیریت منابع انسانی قابلیت کارکنان را افزایش دهند؛ بنابراین در سال‌های اخیر فرهنگ موجود در بین کارکنان سازمان مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است (هیرش و اسمیرچ، ۱۹۸۳).

فرهنگ‌سازمانی با آنکه پیشینه‌ای دراز دارد ولی موضوعی است که به‌تازگی در دانش مدیریت و به‌ویژه در قلمرو و بالندگی سازمانی و رفتار سازمانی راه یافته است و اگر به آن توجه شود می‌تواند به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در بهره‌وری سازمان محسوب می‌گردد (شکاری، ۱۳۸۱).

نتایج پژوهش حاکی از این است که بین فرهنگ‌سازمانی و مدیریت منابع انسانی در اداره آموزش و پرورش رابطه مثبت وجود دارد و با افزایش فرهنگ‌سازمانی نمره کل مدیریت منابع انسانی افزایش و با کاهش فرهنگ‌سازمانی نمره کل مدیریت منابع انسانی کاهش می‌یابد.

منابع

۱. آقاجانی، حسینعلی، کجوری، داوود، ۱۳۸۳، مدیریت رفتار سازمانی، مفاهیم نظریات و کاربردها، چالوس، دانشگاه آزاد ص ۱۵۴-۱۵۳.
۲. بابائیان، علی؛ سامانی، یوسف؛ کرمی، ذبیح اله (۱۳۹۳). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی با عملکرد شغلی کارکنان رسته‌های مأموریتی ناجا، فصلنامه منابع انسانی ناجا، نشریه علمی-ترویجی، سال نهم، شماره ۳۷.
۳. شکاری، غلامعباس، ۱۳۸۱، «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و اثر بخشی کسب رهبری استان خراسان» رساله دکتری.
۴. صادقی، محمدصادق (۱۳۹۱). بررسی رابطه هوش هیجانی با عملکرد مدیران راهور تهران بزرگ. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم انتظامی امین.
۵. صانعی، مهدی (۱۳۸۳). مدیریت منابع انسانی در عرصه جهانی، ماهنامه تدبیر، سال هجدهم، شماره ۱۴۵.
6. Armstrong, M. 1993. A handbook of personnel management practice. 4th ed. London: Kogan Page .
7. Hirsh and smircich, L(1983) Leadership: The management of meaning. Journal of Applied Behavioral science.114-112



تحلیل نقش رسانه در توسعه ورزش بانوان

مهدیه شیخی موسی^۱، رسول ارشادی فرد^۲

۱- دانشجوی دکترای جامعه شناسی ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

۲- دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

E-mail: m.sheykhimosa@gmail.com

چکیده

قریب ۵۰ درصد از افراد جامعه حاضر را زنان تشکیل می دهند که نیاز دارند به ورزش گرایش پیدا کرده و در زندگی روزمره به ورزش بپردازند. بررسی و در صورت لزوم بازنگری الگو های رایج انعکاس اخبار و پخش برنامه های ورزشی زنان در جهت حل این معضلات کارساز خواهد بود. ورزش نه تنها اعتماد به نفس را در فرد تقویت می کند بلکه نگرش جامعه را نسبت به زنان دگرگون می سازد. نگرشی که تا چندی پیش از این زنان را به عنوان افرادی وابسته فرض می کردند. بطور خلاصه ورزش نقش مهمی را در سلامت جسم، روح و زندگی فردی و اجتماعی زنان ایفا می کند که به تبع آن در فرایند توسعه فرهنگی و اجتماعی جامعه گام بر می دارد و در این فرایند رسانه های جمعی و خصوصا ورزشی می توانند با برنامه ریزی های بلند مدت خود در جهت اشاعه فرهنگ ورزش در میان جامعه مورد هدف و جذب و هدایت آنان به ورزش، رسالت خود را به انجام برسانند.

واژگان کلیدی: رسانه های جمعی، جامعه مورد هدف، جامعه زنان، فدراسیون زنان



نقش بازاریابی سبز بر قصد خرید مشتریان ورزشی شهر تهران

سیما شایقی مغانلو^{۱*}، مسعود دارابی^۲، سجاد پایدار^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا تهران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی

E-mail: Shayeghisima@yahoo.com

چکیده کوتاه

آلودگی‌های زیست محیطی که در نتیجه تولیدات و مصارف انسانی پدید آمده، از جمله مسائلی هستند که بارها توسط سازمان‌های فعال در این زمینه به عنوان تهدیدی برای بشر شناخته شده‌اند. نگرانی‌ها درمورد محیط زیست بازاریابان را نیز تحت فشار قرار داد تا استراتژی خود تغییر داده و از استراتژی بازاریابی به نام بازاریابی سبز استفاده کنند. از این رو بهترین استراتژی برای بازاریابان ارائه اطلاعات مشروح در مورد اعتبار زیست محیطی محصولاتشان به مشتریان است. از طرفی مصرف کنندگان هم دغدغه‌ی آینده محیط زیست را دارند بنابراین به سمت خرید محصولاتی می‌روند که کم‌ترین اثرات منفی بر محیط را دارد. بر همین اساس این تحقیق نقش بازاریابی سبز بر قصد خرید مشتریان ورزشی شهر تهران را بررسی می‌کند. تحقیق حاضر از نوع توصیفی و روش اجرای آن پیمایشی و به لحاظ هدف کاربردی می‌باشد برای جمع آوری داده‌ها از پرسشنامه فلاح (۱۳۹۲) استفاده شد، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون برای تعیین نوع و شدت رابطه بین متغیرها (در توزیع نرمال) و آزمون‌های Anova و رگرسیون خطی برای تعیین معادله با بکارگیری نرم افزار SPSS21 استفاده شد. نتایج نشان داد که عواملی از قبیل اطلاع رسانی در لحظه خرید به وسیله فروشندگان حرفه‌ای راجع به مزایای خرید سبز، درج پیام‌های تبلیغاتی خلاصانه و مرتبط با خرید سبز بر روی بسته بندی محصولات و ضرورت استفاده از ممیزی‌های داخلی به صورت دقیق و سخت گیرانه بر قصد خرید مشتریان ورزشی نقش بسزایی دارد.

واژگان کلیدی: بازاریابی سبز، قصد خرید، مشتریان ورزشی



چکیده بلند

مقدمه

آلودگی‌های زیست محیطی که در نتیجه تولیدات و مصارف انسانی پدید آمده، از جمله مسائلی هستند که بارها توسط سازمان‌های فعال در این زمینه به عنوان تهدیدی برای بشر شناخته شده‌اند. در این میان برخی از صنایع با به کار گیری اقداماتی، گام‌های لازم را جهت کاهش اثرات نهایی که بر محیط زیست می‌توانند داشته باشند برداشته‌اند. از جمله این اقدامات بازاریابی سبز یا محیط زیست دوستانه است، یعنی؛ توسعه زیست محیطی و طبیعی فعالیت‌های بازاریابی، با به‌کارگیری نقش مسئولیت پذیری زیست محیطی/ اجتماعی شرکت‌ها به منظور توسعه پایدار (کیو، ۲۰۱۱). این نگرانی‌ها درمورد محیط زیست بازاریابان را نیز تحت فشار قرار داد تا استراتژی خود تغییر داده و از استراتژی بازاریابی به نام بازاریابی سبز استفاده کنند (اشراقی و خیری، ۲۰۱۵). در این میان دغدغه‌های مصرف کنندگان در برابر پاسخگویی زیست محیطی که با قوانین زیست محیطی نیز هم راستا شده، تعداد رو به رشد شرکت‌ها را به منظور طراحی و ایجاد برنامه‌های محیط زیست دوستانه تحت فشار قرار داده است (مین و گیل، ۲۰۰۱). طی مطالعاتی که در سال ۱۹۹۴ در کشور استرالیا انجام شد نتایج نشان داد که ۸۴٪ افراد معتقد بودند که در برابر محیط مسئولند، این افراد بیان کردند که رفتارشان را که شامل خرید است به خاطر مسائل محیطی اصلاح کرده‌اند. در سال ۱۹۸۹ نیز طی مطالعاتی که در آمریکا انجام گرفت نتایج نشان داد که ۴۹٪ پاسخ دهندگان به خاطر مسائل محیطی خریدشان را تغییر داده‌اند. بنابراین بهترین استراتژی برای بازاریابان ارائه اطلاعات مشروح در مورد اعتبار زیست محیطی محصولاتشان به مشتریان است (هارتمن و آپولازا، ۲۰۰۶). از طرفی مصرف کنندگان هم دغدغه‌ی آینده محیط زیست را دارند بنابراین به سمت خرید محصولاتی می‌روند که کم‌ترین اثرات منفی بر محیط را دارد. بر همین اساس این تحقیق نقش بازاریابی سبز بر قصد خرید مشتریان ورزشی شهر تهران را بررسی می‌کند.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی و روش اجرای آن پیمایشی و به لحاظ هدف کاربردی می باشد که به شیوه میدانی بوده و با استفاده از پرسشنامه انجام گرفته است. با استفاده از روش مونرو ۳۵۷ نفر از مشتریان فروشگاه‌های ورزشی به صورت تصادفی خوشه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه فلاح (۱۳۹۲) استفاده شد. پایایی این ابزار با استفاده از آزمون آلفای کربناخ ۰/۸۹ به دست آمده است و روایی آن نیز توسط اساتید مدیریت مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون همبستگی پیرسون برای تعیین نوع و شدت رابطه بین متغیرها (در توزیع نرمال) و آزمون‌های Anova و رگرسیون خطی برای تعیین معادله با بکارگیری نرم افزار SPSS21 استفاده شد.

نتایج

نتایج نشان داد که عواملی از قبیل اطلاع رسانی در لحظه خرید به وسیله فروشندگان حرفه‌ای راجع به مزایای خرید سبز (محصولات ورزشی سبز)، درج پیام‌های تبلیغاتی خلاقانه و مرتبط با خرید سبز بر روی بسته بندی محصولات (تبلیغ سبز)، ضرورت استفاده از میزهای داخلی به صورت دقیق و سخت گیرانه (کیفیت محصولات سبز) و تشکیل گروه‌های دوست دار محیط زیست در وبسایت شرکت برای آشنایی بیشتر با محصولات شرکت و ایجاد فرهنگ خرید سبز و نهادینه کردن آن در مشتریان بر قصد خرید مشتریان ورزشی نقش بسزایی دارد.

بحث و نتیجه گیری

توجه به اینکه چه فاکتورهای در انتخاب محصولات ورزشی سبز توسط ورزشکاران نقش دارد مهم می باشد. چراکه مصرف کنندگان محصولات ورزشی بیشتر از قبل نسبت به مسائل زیست محیطی حساس شده‌اند و آگاهی‌های زیست محیطی نیز در میان آنها رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. جهت افزایش سطح دانش زیست محیطی افراد نسبت به گذشته که منجر به روی آوردن مشتریان به سمت کالاهای سبز شده است پیشنهاد می‌شود بازاریابان سازمان، اقداماتی جهت ارتقای دانش و فرهنگ زیست محیطی جامعه انجام دهند. این اقدامات می‌تواند به روز رسانی واحد R&D در زمینه تکنولوژی و روش‌های نوین در واحد تولید و بسته بندی، استفاده از بسته بندی‌هایی که قابلیت کاربرد مجدد توسط تولید کننده و یا استفاده‌ی آن توسط مصرف کننده را داشته باشند و تشکیل گروه‌های دوست دار محیط زیست در وبسایت شرکت برای آشنایی بیشتر با محصولات شرکت و ایجاد فرهنگ خرید سبز و نهادینه کردن آن در مشتریان باشد، که موجب می‌شود بازار بهتری برای آینده

این محصولات رقم خورده و به پیش برد بیشتر بازاریابان و حامیان محیط زیست که در چرخه تولید و مصرف محصولات ورزشی سبز دخیل هستند کمک می کند تا به سمت حفظ محیط زیست و تولید محصولات ورزشی سبز حرکت کنند.

منابع

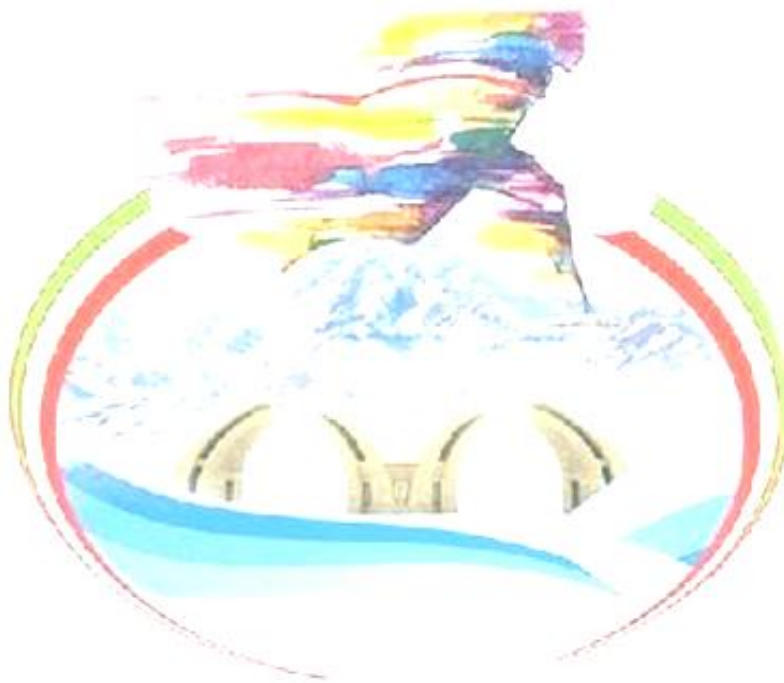
Cao, X. (2011). Does It Pay to Be Green? An Integrated View of Environmental Marketing with Evidence from the Forest Products Industry in China. A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.

Eshraghi, I., & Kheiri, B. (2015). Effect of green consumer's lifestyle on the economic sustainable development. 2^{ed} International E-Conference on Green Economics. Babolsar, Iran.

Hokey min , & William p. galle . (2001). green purchasing practices of us firms. international journal of operations & production management, 21, 1222-1238

Patrick Hartmann , & Vanessa Apaolaza . (2006). view point : Green value added. Marketing Intelligence & Planning, 24, 673-680.

دومین نمایش ملی پژوهش
تازه های در ورزش
علوم



روایی آزمون راهبردهای عملکردی ۲ (TOPS2) در جامعه‌ی ورزشکاران رشته‌های انفرادی ایرانی

محمدرضا اسماعیل زاده قندهاری^{۱*}، جواد ساقی^۲، محسن ترکی^۳، علی فناویزچی^۴

۱- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

۲- موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر مشهد

۳ و ۴- دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

Reza_ismaeelzadeh@yahoo.com

چکیده کوتاه

یکی از ابزارهای بسیار مهم در زمینه‌ی سنجش راهبردهای روان‌شناختی، آزمون راهبردهای عملکردی (TOPS2) می‌باشد. آزمون راهبردهای عملکردی برای ارزیابی دامن‌های گسترده‌ای از مهارت‌ها و تکنیک‌های روان‌شناختی و استفاده‌ی راهبردی آن‌ها توسط ورزشکاران در حین رقابت و تمرین به عنوان مهم‌ترین عوامل روان‌شناختی درگیر در رقابت و تمرین طراحی شده است (۱). هدف از این پژوهش، بررسی روایی آزمون راهبردهای عملکردی (TOPS2) در جامعه‌ی ورزشکاران رشته‌های انفرادی ایرانی بود. TOPS در طول سالیان مختلف و در نقاط مختلف جهان مورد بازبینی، روایی‌یابی و پایایی‌سنجی مجدد قرار گرفته و تغییراتی ملزوم به قصد تکامل در آن ایجاد شده است (۲). در این پژوهش از جدیدترین نسخه‌ی آزمون که در قالب ۸ عامل برای تمرین و ۹ عامل برای رقابت بود، استفاده گردید (۳). آزمون مجموعاً دارای ۶۸ گویه یعنی به ازای هر عامل ۴ گویه بود که پس از ترجمه توسط متخصصین مرتبط و تأیید از جانب کارشناسان زیربسط به مرحله‌ی اجرا درآمد. از جامعه‌ی ورزشکاران ایرانی فعال در رشته‌های انفرادی، تعداد ۱۹۷ نفر به عنوان نمونه به صورت تصادفی (خوشه‌ای)، آزمون مزبور را تکمیل نمودند. این ورزشکاران زن و مرد (میانگین سنی/سال: $29/90 \pm 6/89$) از ۹ شهر ایران بودند که در ۱۳ رشته‌ی ورزشی انفرادی فعالیت می‌کردند. برای برآورد روایی گویه‌های این آزمون از روش تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزار Lisrel استفاده شد. نتایج مدل‌های تحلیل عاملی تأییدی، برازش قابل قبولی برای ساختار مکنون TOPS2 در سطح گویه‌ها و در سطح عوامل آزمون به دست آمد و آزمون مذکور با ۱۷ عامل و ۶۸ گویه در دو بخش تمرین و رقابت مورد تأیید قرار گرفت.

واژگان کلیدی: روایی، آزمون راهبردهای عملکردی ۲ (TOPS2)، رقابت، تمرین، ورزشکاران رشته‌های انفرادی.



تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف توریسم ورزشی استان آذربایجان شرقی (مطالعه موردی: منطقه ارسباران)

وحید مهدیزاده^{۱*}، احمد مهدیزاده^۲

۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی

۲- دانشجوی دکتری برنامه ریزی شهری

E-mail: Vahidmehdizadeh90@yahoo.com

چکیده کوتاه

گردشگری ورزشی سفری است که به صورت رسمی یا غیر رسمی و بر پایه تفریح یا تماشای ورزش صورت می گیرد و به یکی از استراتژی های مهم تجاری و اقتصادی جهت درآمد، اشتغال و توسعه زیر ساخت ها برای اکثر کشورها تبدیل شده است . این جاذبه ها شرط لازم، اما کافی نیستند، عوامل دیگری نیز در کنار جاذبه ها باید باشد؛ تا این صنعت در جامعه ای رونق گیرد. اگر چه بسیاری از مناطق گردشگری از جمله منطقه ارس باران از دیر باز مورد توجه گردشگران بوده و برای بسیاری، جاذبه های آنها شناخته شده است اما بهره برداری از توانمندی ها و جاذبه های گردشگری اگر بدون شناخت و برنامه صورت پذیرد ، منجر به نابودی این قابلیت ها میگردد. در مقاله حاضر کوشش شده با هدف سازماندهی صنعت گردشگری در منطقه ارس باران، ابتدا نقاط قوت و ضعف که از درون منشا می گیرد همراه با فرصت ها و تهدید های بیرونی مورد بررسی و تجزیه تحلیل قرار گرفته و سپس پیشنهادات اساسی به منظور بهره برداری از قوت ها، فرصت ها، کاهش ضعف ها و تهدیدات ارائه گردد. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی با استفاده از مدل برنامه ریزی استراتژیک (SWOT) به ارائه استراتژی ها و راهبرهای موثر در توسعه منطقه ، با استفاده از گردشگری ورزشی پرداخته است. تحلیل SWOT نشان داد می توان با شناخت توانهای محیطی گردشگری در منطقه ارس باران بیش از پیش به رشد و توسعه کمک نمود. نتیجه کلی تحقیق نشان داد که با شناسایی حوزه های توریسم ورزشی می توان با تدوین استراتژی های مناسب به توسعه این صنعت در منطقه ارس باران کمک نمود.

واژگان کلیدی: توریسم ورزشی، نقاط ضعف و قوت، منطقه ارسباران.



بررسی دانش ایمنی مربیان ورزشی والیبال استان آذربایجان غربی

احسن محمدی انگوت^۱، میر محمد کاشف^۲، مالک احمدی^۳، مهران آذریان سوسهاب^۴

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

۲. استاد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

۳. استادیار رفتار حرکتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه

۴. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

E-mail: mohammadi.ahsan@yahoo.com

چکیده کوتاه

ایمنی وعدم ایمنی بزرگترین نگرانی مردم شرکت کننده در ورزش است و در صورتی که مربیان ورزشی از دانش لازم در زمینه پیشگیری از آسیب ها و نیز اقدامات اولیه در زمان وقوع حوادث را داشته باشند از ایجاد بسیاری از مشکلات برای ورزشکاران جلوگیری می شود. این پژوهش مقطعی و از نوع توصیفی - تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات میدانی بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مربیان رویدادهای والیبال تحت نظارت اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی بود که به صورت رسمی برگزار می شد و نمونه تحقیق به صورت تمام شمار ۸۹ نفر می باشد. جمع آوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته با پایایی $(\alpha=0.88)$ بود که جهت تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون t تک نمونه ای و همچنین نرم افزار spss22 استفاده شد. یافته های این پژوهش نشان داد که مربیان والیبال استان آذربایجان غربی از دانش ایمنی مناسبی برخوردار هستند.

واژگان کلیدی: دانش ایمنی، مربیان، والیبال، آذربایجان غربی

چکیده بلند

مقدمه:

جنبش، حرکت و ورزش جزئی جدایی ناپذیر از زندگی روزمره انسان را تشکیل می دهد، ولی باید گفت که شرکت کنندگان در ورزش و فعالیت های ورزشی همواره در معرض بروز حوادث ورزشی می باشند، احتمال وقوع صدمات ورزشی و آمادگی مربیان در مواجهه با چنین حوادثی در ساعات و خارج از ساعات باشگاهی در بین ورزشکاران همواره یکی از دغدغه های اصلی مدیران ورزشی بود است (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۲). برای تأمین امنیت و سلامتی ورزشکاران در فعالیت های مختلف، گروهی که با آن ها کار می کنند اعم از معلم، مربی، کمک مربی و... باید آموزش های لازم ایمنی و بهداشت را دیده و توانایی استفاده از آن را برای موقعیت های اضطراری داشته باشند. معلمان تربیت بدنی و مربیان ورزشی باید از توانایی و دانش بالایی در مواجهه با حوادث و آسیب های ورزشی برخوردار باشند؛ آن ها باید در درجه اول برای ارائه کمک های اولیه آموزش دیده و در درجه بعد باید بتوانند پاسخ های صحیح را در موقعیت آسیب برای فرد مصدوم به کار گیرند (کینتیکس و پیتفور، ۱۹۹۱).

از تحقیقاتی که در زمینه ایمنی و دانش مربیان در زمان وقوع حوادث صورت گرفته میتوان به تحقیق حسنی (۱۳۸۸) اشاره کرد که ایمنی در ورزش والیبال مدارس استان مرکزی را در سطح پایین گزارش نمود، همچنین بیان کرد زمین های ورزشی در مدارس از کف پوش نامناسب برخوردار بوده و نیز مربیان این مدارس از دانش ایمنی مناسبی برخوردار هستند و بین ایمنی ورزش والیبال در مدارس دخترانه و پسرانه تفاوت معنی دار مشاهده نکرد (حسنی، ۱۳۸۸). همچنین وانگ و هانگ (۲۰۰۶) در بررسی آگاهی ها و نیازهای لازم برای پیشگیری و

مدیریت آسیب های ورزشی در دبیرستان های تایوان دانش آموزان دبیرستانی و هنرستانی و دانشجویان را جمعیتی مستعد آسیب های ورزشی عنوان کرده و دانش آن ها را در این زمینه کافی نمی دانند (وانگ و هانگ، ۲۰۰۶). بنابراین با توجه به نقش های اساسی مربیان، ورزشکاران و مسئولین اماکن ورزشی سوالی که مطرح می شود این است که آگاهی مربیان والیبالیست شهرستان ارومیه در برخورد با موقعیت های اضطراری چگونه است؟

روش تحقیق:

این پژوهش مقطعی و از نوع توصیفی - تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات میدانی بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مربیان رویدادهای والیبالیست تحت نظارت اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی بود که به صورت رسمی برگزار می شد و نمونه تحقیق به صورت تمام شمار ۸۹ نفر می باشد. جمع آوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته با پایایی ($\alpha=0.88$) بود که جهت تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون t تک نمونه ای و همچنین نرم افزار SPSS22 استفاده شد.

نتایج: دومین همایش ملی پژوهش

جدول ۱. نتایج آزمون t تک نمونه ای دانش ایمنی مربیان والیبالیست ارومیه

شاخص متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	درجه آزادی	معناداری
دانش مربیان	۸۹	۳/۱۱	۱/۲۳	۰/۹۱	۰/۰۰۱	۰/۳۶۳

بحث و نتیجه گیری: بر اساس یافته های حاصل از این پژوهش دانش مربیان والیبالیست استان آذربایجان غربی، با میانگین ۳/۱۱ و انحراف معیار ۱/۲۳ وجود دارد. t برابر ۰/۹۱ و معناداری آن ۰/۳۶۳ بوده و در حد مطلوبی قرار دارد اما با میانگین جامعه از لحاظ آماری تفاوت معناداری ندارد. این یافته با نتایج حسنی (۱۳۸۸) همخوانی دارد و با نتایج وانگ و هانگ (۲۰۰۶) همخوانی ندارد.

منابع:

۱- حسنی، مبین. (۱۳۸۸). توصیف و مقایسه مدیریت ایمنی در ورزش والیبالیست در مدارس دوره متوسطه استان مرکزی. دومین همایش ملی توسعه علمی والیبالیست. دانشگاه اراک.

2- Andersen JC, Ronald W, et al (2002). Position statement: emergency planning in Athletics. Journal of athletic training national athletic trainer's association

3-Kinetics, H. pettifor, B. (1991). Physical education methods for classroom teachers. Pediatrics. Sep; 36(3):312-315

4-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

مطالعه کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه ارومیه از دیدگاه دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد و

دکتری

احسن محمدی انگوت^۱، مهران آذریان سوسهاب^۲، سجاد محمدی انگوت^۳، رسول خیاطی^۴

۱. دانشجوی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

۳. دانشجوی کارشناسی مدیریت ورزشی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

۴. کارشناسی مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان

mohammadi.ahsan@yahoo.com

چکیده کوتاه

مقدمه: هدف از پژوهش حاضر، مطالعه کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه ارومیه، با استفاده از مدل سروکوال است. روش شناسی: جامعه آماری تحقیق شامل دانشجویان کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری دانشکده تربیت بدنی دانشگاه ارومیه است که بر اساس جدول مورگان، ۱۸۵ نفر از آنها به صورت تصادفی، به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار پژوهش، برای سنجش ادراک و انتظار دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی از پرسشنامه ای استفاده شد که کبریایی (۱۳۸۴) به روش سروکوال تهیه کرده بود و پس از اعمال نظرات، از ر وایی محتوایی اطمینان حاصل شد و پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه و مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه $(\alpha=0/87)$ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های آماری t زوجی، t مستقل، آنووا و آزمون تعقیبی LSD استفاده شده است.

نتایج: نتایج پژوهش نشان میدهد در پنج بُعد کیفیت خدمات آموزشی (تضمین، پاسخ گویی، هم دلی، اطمینان، ملموس) بین وضع موجود و وضع مطلوب شکاف معنیدار و منفی وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری: بیشترین شکاف کیفیت مربوط به بُعد تضمین و کمترین آن مربوط به بُعد ملموس است. بررسی عوامل جمعیت شناختی نیز نشان می دهد شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشجویان زن، به صورت معنی داری کمتر از دانشجویان مرد است، همچنین شکاف کیفیت خدمات گزارش شده در دانشجویان سال چهارم، به صورت معنیداری بیش از دانشجویان سال دوم و سوم است. مقایسه شکاف کیفیت خدمات در عبارت های پرسشنامه، نکات ارزشمندی برای تعیین استراتژیهای بهبود کیفیت در بر دارد.

واژگان کلیدی: کیفیت، خدمات آموزشی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه ارومیه



چکیده بلند

مقدمه: در دو دهه‌ی گذشته، تغییرات اقتصادی، اجتماعی، سرعت گسترش اطلاعات، تغییرات فناوری ها و جهانی شدن اقتصاد از یک سو و تناسب نداشتن محتوای برنامه های آموزشی با نیاز های جامعه و مطلوب نبودن سطح دانش و مهارت های اکتسابی دانش آموختگان دانشگاه ها از سوی دیگر، نظام های آموزش عالی را وارد دوران جدیدی کرده است که رقابت و کیفیت از ویژگی های اصلی آن است. سماوی و همکاران (۱۳۸۷) امروزه، اغلب دانشگاه ها، با استفاده از استراتژی هایی چون تضمین کیفیت تلاش دارند گوی سبقت را از دیگر دانشگاه ها بریابند. کیفیت، مفهومی است پیچیده، پویا و چند بعدی که اغلب، تعریف آن تابع مجموعه ای از عوامل و شرایط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی است. نگرش های سنتی، ویژگی های کالا یا خدمت را کیفیت قلمداد می کردند، ولی نگرش های جدید، کیفیت را خواسته مستری تعریف می کنند. اسکوت و همکاران (۲۰۰۳)

از تحقیقاتی که در زمینه مطالعه کیفیت خدمات آموزشی در مؤسسات آموزشی صورت گرفته میتوان به تحقیق زوار و همکاران (۱۳۸۶) در بررسی کیفیت خدمات مراکز آموزشی دانشگاه های پیام نور استان های آذربایجان شرقی و غربی دریافتند که دانشجویان از کیفیت خدمات مراکز آموزشی پیام نور راضی نیستند. همچنین خطیبی و همکاران (۱۳۹۰) در مطالع کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران از دیدگاه دانشجویان تربیت بدنی دریافتند که در پنج بعد کیفیت خدمات آموزشی (تضمین، پاسخ گویی، هم دلی، اطمینان، ملموس) بین وضع موجود و وضع مطلوب شکاف معنی دار و منفی وجود دارد. بنابراین در تحقیق حاضر ضمن بررسی وضعیت موجود، دیدگاه دانشجویان در ارتباط با اینکه، که آیا بین وضع موجود و مطلوب کیفیت خدمات آموزشی در دانشکده تربیت بدنی دانشگاه ارومیه، از دیدگاه دانشجویان کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری تفاوت معنی داری وجود دارد؟

روش شناسی:

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی است. جمع آوری اطلاعات به صورت میدانی و از طریق پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل دانشجویان کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری دانشکده تربیت بدنی دانشگاه ارومیه است که بر اساس جدول مورگان، ۱۸۵ نفر از آنها به صورت تصادفی، به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار پژوهش، برای سنجش ادراک و انتظار دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی از پرسشنامه ای استفاده شد که کبریایی (۱۳۸۴) به روش سروکوال تهیه کرده بود و پس از اعمال نظرات، از ر وایی محتوایی اطمینان حاصل شد و پایایی آپرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه و مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه $(a=0/87)$ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های آماری t زوجی، t مستقل، آنووا و آزمون تعقیبی LSD استفاده شده است. **نتایج:** نتایج پژوهش نشان میدهد در پنج بعد کیفیت خدمات آموزشی (تضمین، پاسخ گویی، هم دلی، اطمینان، ملموس) بین وضع موجود و وضع مطلوب شکاف معنیدار و منفی وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری:

بیشترین شکاف کیفیت مربوط به بعد تضمین و کمترین آن مربوط به بعد ملموس است. بررسی عوامل جمعیت شناختی نیز نشان می دهد شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشجویان زن، به صورت معنی داری کمتر از دانشجویان مرد است، همچنین شکاف کیفیت خدمات گزارش شده در دانشجویان سال چهارم، به صورت معنیداری بیش از دانشجویان سال دوم و سوم است. مقایسه شکاف کیفیت خدمات در عبارت های پرسشنامه، نکات ارزشمندی برای تعیین استراتژیهای بهبود کیفیت در بر دارد. این یافته ها با تحقیق زوار و همکاران (۱۳۸۷) و تحقیق خطیبی و همکاران (۱۳۹۰) همخوانی دارد.

منابع:

سماوی، حمیده، رضایی مقدم، کوروش، برادران، مسعود، (۱۳۸۷). مشاری مداری و کاربرد آن در نظام آموزشی عالی: مورد آموزش عالی کشاورزی در استان خوزستان. پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۱۲۱-۱۴۳

خطیبی، امین، سجادی، نصراله، سیف پناهی، جبار، (۱۳۹۰) مطالعه کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران از دیدگاه دانشجویان کارشناسی، فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات مدیریت ورزشی، دوره سوم، شماره ۹، بهار ۱۳۹۰

سجادی، نصراله، فلاحتی، علی اصغر، (۱۳۸۷). بررسی دیدگاه دانشجویان ارشد در مورد منابع انسانی، مادی، مدیریتی و آموزشی دانشکده های تربیت بدنی دانشگاه های دولتی شهر تهران، گزارش طرح پژوهشی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران

زوار، تقی، محمدرضا، عسگریان، مصطفی، تادری، عزت اله، (۱۳۸۶). ارزشیابی کیفیت خدمات مراکز آموزشی دانشگاه پیام نور استان های آذربایجان شرقی و غربی از دیدگاه دانشجویان. پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۴۶: ۹۰.

کبریایی، علی، رودباری، مسعود، (۱۳۸۴). شکاف کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان: دیدگاه دانشجویان از وضعیت موجود و مطلوب. آموزش در علوم پزشکی. ۵: ۱۰.

Escotet, M.A., Florida, A.K., Cappon, P., Enrigue, L. (2003). Quality of higher education, meeting of higher education partners Pari

دومین همایش ملی پژوهش تازه های علمی در ورزش علوم



ارتباط بین مدیریت تنوع با بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی ناحیه یک شهرستان اردبیل

مهین رحیمی دمیچی درسی^۱، میترا لعل فام^۲

۱- دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی در سازمان ها و رویدادهای ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

E-mail: rahimi.mahin@yahoo.com

چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی ارتباط بین مدیریت تنوع با بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی می باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی - همبستگی است و جامعه آماری آن را کلیه دبیران تربیت بدنی ناحیه یک شهرستان اردبیل تشکیل می دهند که در سال ۱۳۹۵ مشغول به تدریس بوده و تعداد آنها ۱۴۴ نفر می باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۰۵ نفر بدست آمد و به منظور افزایش اعتبار، نمونه گیری به ۱۱۲ نفر افزایش داده شد و واحدهای نمونه به روش نمونه گیری طبقه ای و در طبقه ها با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. ابزار جمع آوری اطلاعات شامل دو پرسشنامه مدیریت تنوع ویلیامیل (۲۰۰۷) و پرسشنامه بالندگی سازمانی محب زادگان و همکاران (۱۳۹۲) می باشد. روایی محتوایی ابزارهای تحقیق با توجه به نظر متخصصان و اساتید تائید و برای تعیین پایایی آنها از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید که ضریب پایایی برای پرسشنامه های مدیریت تنوع ۰/۸۸ و بالندگی سازمانی ۰/۷۹ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمونهای ضریب همبستگی پیرسون، T، تست مستقل و آزمون ANOVA با بکارگیری نرم افزار SPSS₂₁ استفاده گردید. نتایج نشان داد که بین مدیریت تنوع با بالندگی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p \leq 0/01$). همچنین بین سن و سابقه کار با بالندگی سازمانی دبیران ارتباط مثبت و معناداری وجود داشت. بین میانگین بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی با توجه به جنسیت، تاهل و تحصیلات تفاوت معناداری وجود نداشت ($p \geq 0/05$).

واژگان کلیدی: مدیریت تنوع، بالندگی سازمانی، دبیر تربیت بدنی، اردبیل



مقدمه

شعار عقل سالم در بدن سالم نشان می دهد که توجه به علم در کنار توجه به رشد جسمی و بدنی می تواند شادابی خاصی به جامعه ببخشد و در این بین، بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی عامل موثری در رسیدن به این خواسته می باشد. رشد و بالندگی سازمان ها از راه پرورش مردمانی است که در سازمان به عنوان گرانبها ترین سرمایه به کار می پردازند (طوسی، ۱۳۸۲). تغییر و تحولات سریع محیطی، بهبود و بالندگی سازمانی را در موقعیت های گوناگون اجتناب ناپذیر می سازد (رابینز، ۲۰۱۲). یکی از عواملی که در بالندگی سازمانی دبیران می تواند نقش مؤثر و سازنده داشته باشد مدیریت تنوع است. مدیریت تنوع با بهره گیری از تنوع نیروی کار در مدارس و بر اساس تنوع جمعیت شناختی می تواند استعدادهای موجود را تقویت نماید، مدیریت تنوع ناظر بر روابط میان همکاران، کارکنان و مشتریان یا ارباب رجوع می باشد و گسترش روابط انسانی را مد نظر قرار می دهد. شناخت و استقبال از تنوع نیاز به چشم انداز گسترده ای بر روی تفاوت های میان افراد دارد، ابعاد تنوع شامل سن، سطح تحصیلات، اخلاق، جنسیت، درآمد، خصوصیات فردی، قومیت، توانایی های فیزیکی و ذهنی، نژاد، مذهب و تجربیات کاری می باشد (فوتیونس و همکاران، ۲۰۰۷). در محیطی که اصول مدیریت تنوع رعایت می شود، فرصت های مساوی برای همه ایجاد می شود (بوگرت و ولورگ، ۲۰۰۵). بنابر موارد یاد شده این تحقیق با هدف بررسی ارتباط بین مدیریت تنوع با بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی انجام شده است.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع توصیفی - همبستگی است و جامعه آماری آن را کلیه دبیران تربیت بدنی ناحیه یک شهرستان اردبیل تشکیل می دهند که در سال ۱۳۹۵ مشغول به تدریس بوده و تعداد آنها ۱۴۴ نفر می باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۰۵ نفر بدست آمد و به منظور افزایش اعتبار نمونه گیری به ۱۱۲ نفر (۶۳ آقا و ۴۹ خانم) افزایش داده شد و واحدهای نمونه به روش نمونه گیری طبقه ای و در طبقه ها با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. ابزار جمع آوری اطلاعات شامل دو پرسشنامه مدیریت تنوع ویلیامیل (۲۰۰۷) و پرسشنامه بالندگی سازمانی محب زادگان و همکاران (۱۳۹۲) می باشد. پرسشنامه مدیریت تنوع در هشت مولفه و پرسشنامه بالندگی سازمانی دارای سه مولفه می باشد که از سوال ۱ تا ۶ برای مولفه بالندگی به عنوان یک فرد (بعد فردی)، ۷ تا ۱۲ برای مولفه بالندگی به عنوان یک متخصص (بعد حرفه ای)، ۱۳ تا ۱۸ برای مولفه بالندگی به عنوان یک مدرس (بعد آموزشی) در نظر گرفته شده است. روایی محتوایی ابزارهای تحقیق با توجه به نظر متخصصان و اساتید تأیید و برای تعیین پایایی آنها از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید که ضریب پایایی برای پرسشنامه های مدیریت تنوع ۰/۸۸ و بالندگی سازمانی ۰/۷۹ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمونهای ضریب همبستگی پیرسون، T تست مستقل و آزمون ANOVA با بکارگیری نرم افزار SPSS²¹ استفاده گردید.

نتایج

با توجه به جدول ۱ ضریب همبستگی بین مدیریت تنوع با نمره کل بالندگی سازمانی ۰/۹۲۴ بوده و رابطه مثبت و معناداری بین این دو متغیر وجود دارد ($p = ۰/۰۰۱$). همچنین ضریب همبستگی بین مدیریت تنوع با هر یک از ابعاد فردی، حرفه ای و آموزشی بالندگی سازمانی معلمان تربیت بدنی به ترتیب ۰/۸۵۸، ۰/۸۴۴ و ۰/۸۹۲ بوده و رابطه بین مدیریت تنوع و هر یک از سه بعد بالندگی سازمانی از نظر آماری معنی دار است ($p \leq ۰/۰۰۱$). نتایج همچنین نشان داد که بین میانگین بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی زن و مرد تفاوت معنی داری وجود ندارد ($p = ۰/۰۸۳$) و بین میانگین بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی با توجه به تاهل و تحصیلات نیز تفاوت معناداری وجود نداشت ($p \geq ۰/۰۵$).

جدول ۱: ضریب همبستگی بین مدیریت تنوع با بالندگی سازمانی (بعد فردی، بعد حرفه‌ای و بعد آموزشی)

متغیر مستقل	متغیر وابسته	همبستگی	سطح معنی‌داری	تعداد
مدیریت تنوع	بالندگی سازمانی	**۰/۹۲۴	۰/۰۰۱	۱۱۲
	بعد فردی	**۰/۸۵۸	۰/۰۰۱	۱۱۲
	بعد حرفه‌ای	**۰/۸۴۴	۰/۰۰۱	۱۱۲
	بعد آموزشی	**۰/۸۹۲	۰/۰۰۱	۱۱۲

بحث و بررسی

نتایج مطالعه حاضر با یافته‌های شعبانی بهار و همکاران (۱۳۹۳) که رابطه معناداری را بین مدیریت تنوع و بالندگی سازمانی اعضای هیئت علمی تربیت‌بدنی دانشگاه‌های سراسر کشور گزارش کرده بودند و با نتایج رضائیان و قاسمی (۱۳۸۹) که بیان داشتند، برنامه‌های مدیریت تنوع باعث کاهش تعارض و استرس، افزایش بهره‌وری گروه‌های کاری، بهبود روحیه، رضایت شغلی و بالندگی نیروی انسانی می‌شود، مطابقت دارد. با در نظر گرفتن نتایج تحقیقات مختلف مبنی بر تأثیرات مثبت مدیریت تنوع با تعداد زیادی از مؤلفه‌های رفتار سازمانی (تأثیر مثبت و با اهمیت بر فرد، گروه و پیامدهای سازمانی (دوهرتی و فینگ، ۲۰۱۰)، بهبود تیم مدیریت ارشد (سید و موری، ۲۰۰۸)، تعهد سازمانی (قاسمی، ۱۳۸۹)، دانش آفرینی سازمانی (عدلی، ۱۳۸۸)، به نظر می‌رسد هر چه دبیران در مدارس از مدیریت تنوع بهره‌وری بیشتری ببرند، می‌توانند به بالندگی سازمانی مدارس و تحقق اهداف سازمانی کمک موثری نمایند.

منابع

۱. شعبانی بهار غ، نیکوفر م، عرفانی ن، حمیدی م (۱۳۹۳)، نقش مدیریت تنوع در بالندگی سازمانی اعضای هیات علمی تربیت بدنی دانشگاه‌های سراسر کشور، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال سوم، شماره ۲، صص ۱۳۸-۱۲۷.
۲. طوسی، محمد علی. (۱۳۸۲)، بالندگی سازمانی. تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
۳. عدلی، فریبا و کیومرث نیاز آذری، (۱۳۸۸)، رابطه مدیریت تنوع نیروی کار و دانش آفرینی سازمانی در آموزش عالی ایران، فصلنامه انجمن. آموزش عالی ایران، سال دوم، شماره ۳، صص ۱۳۴-۱۱۵.
۴. قاسمی، محمد، (۱۳۸۹)، طراحی و تبیین مدل تأثیر مدیریت تنوع بر تعهد سازمانی در ایران (مطالعه موردی)، رساله دکتری، دانشگاه شهید بهشتی.
۵. رضائیان، ع. قاسمی، م، (۱۳۸۹)، بررسی رابطه بین مدیریت تنوع و بهره‌وری نیروی انسانی. نشریه چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۴، صص ۸۹-۷۲.
6. Bogaert, S., & Vloeberghs, D. (2005). "Differentiated and Individualized Personnel Management: Diversity Management in Belgium", *European Management Journal*, 23(4), 483-493.
7. Doherty Alison; Fink Janet; Inglis Sue and Pastore Donna, (2010), "Understanding a Culture of Diversity through Frameworks of Power and Change Sport Management Review", 13(4), 368-381.
8. Futunes, T., & Mykletun, Reidar J. (2007). Why diversity management fails", *Hospitality management*, 26(9), 74-99.
9. Robbins, T.L., Crino, M.D., Fredendall, L.D. (2012), an integrative model of the empowerment process, *Human Resource management Vol. 12 N.1.* 419-443.
10. Syed, Jawad; Murray, Peter A., (2008), "A cultural feminist approach towards managing diversity in top management teams Equal Opportunities International" *Patrington*, Vol. 27, Iss. 5; p. 413.
11. Villamil, Astrid, M. A, (2007), Perceptions of Diversity Management and Organizational Attractiveness: Exploring the Effects of Gender, Ethnicity, and Type of Recruitment Advertisement", *University of Kansas, AAT* 1443717.

رابطه سبک رهبری تبدیلی و تبادلی با وجدان کاری دبیران تربیت بدنی

زهراسپهری^۱، مهین رحیمی دمیچی^{۲*}

۱- دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی در سازمان ها و رویدادهای ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

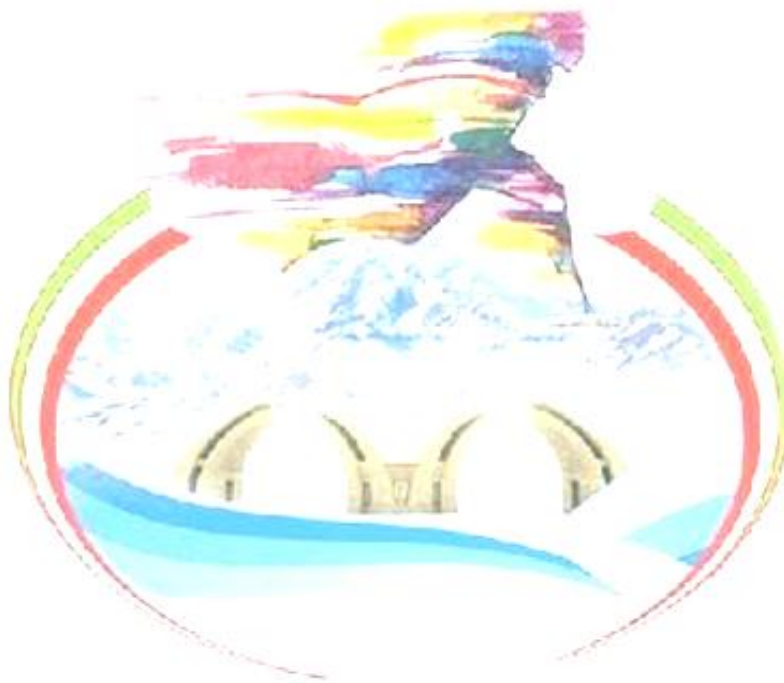
۲- دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی در سازمان ها و رویدادهای ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

E-mail: rahimi.mahin@yahoo.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه سبک رهبری تبدیلی و تبادلی مدیران با وجدان کاری دبیران تربیت بدنی ناحیه یک شهرستان اردبیل بود. در یک پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی کلیه مدیران مدارس و دبیران تربیت بدنی ناحیه یک شهرستان اردبیل که در سال ۱۳۹۵ مشغول به کار بودند به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. حجم نمونه برای معلمان با استفاده از فرمول کوکران ۱۰۵ نفر بدست آمد و به همین تعداد نیز از جامعه مدیران به عنوان نمونه انتخاب گردید واحدهای نمونه به روش نمونه گیری طبقه ای و در طبقه ها با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه رهبری چندعاملی استاندارد شده باس که در اختیار مدیران قرار گرفت و پرسشنامه تعیین وجدان کاری دبیران ایرج سلطانی که حاوی ۵۵ سوال با ۴ گزینه است، استفاده گردید. روایی محتوایی ابزارهای تحقیق با توجه به نظر متخصصان و اساتید تائید و برای تعیین پایایی آنها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که هر دو پرسشنامه مورد تائید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون با بکارگیری نرم افزار SPSS₂₁ استفاده گردید. نتایج نشان داد که بین هر دو سبک های رهبری تبدیلی و تبادلی با وجدان کاری معلمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p \leq 0/05$) و ارتباط بین سبک رهبری تبدیلی با وجدان کاری قوی تر از ارتباط سبک رهبری تبادلی با وجدان کاری می باشد.

واژگان کلیدی: سبک رهبری، وجدان کاری، دبیران تربیت بدنی، اردبیل



مقدمه

موفقیت و شکست سازمان ها تا حدود زیادی به رهبری آن مربوط می شود و پدیده رهبری تاثیر شگفت انگیز بر عملکرد و رفتار انسانها دارد (لیبون، ۲۰۰۱). وجدان کاری نیرویی است که فرد را متعهد می کند یک سری رفتارهای معطوف به هدف را در سازمان انجام دهد و نیز افکار و سلیقه های متفاوت را برای شکل دهی یک رفتار سازنده همگرا سازد (میروهرسکوویچ، ۲۰۰۱). کارکنان با وجدان کاری بالاسخت تر کار می کنند، برای سازمان ارزش قائل هستند و ایراد کمتری در کارشان دیده می شود (مک کنا، ۲۰۰۵). افراد با وجدان کاری بالا اهداف ورزشی های سازمان را اهداف و ارزشهای خود می دانند و برای رسیدن به آنها تلاش می کنند (پالا و همکاران، ۲۰۰۸). افرادی که در جوامع کاریزما خوانده می شوند افراد فرهنگمندی هستند که صفات رهبران تبدیلی (تحول گرا) را دارا هستند این گونه رهبران احساسات پیروان را بر می انگیزند و با ترغیب حامیان به اعتقاد به غیر ممکن ها، باعث ایجاد تغییر می شوند. رهبران تبدیلی (خدمت گزار) مدیرانی هستند که بیشتر در چهارچوب نظام تشویقی و تنبیهی عمل می کنند، آنها ضمن اهتمام به خواسته های پیروان خود، می کوشند نیازهای آنان را در ازای سطوح مورد انتظار عملکرد کاری، برآورده کنند. رهبران خدمت گزار، همراهی زیردستان را در برابر پاداش های محسوس به دست می آورند (بارون، ۲۰۰۶). نتایج پژوهش سعیدیان و مرادی (۱۳۸۸) نشان داد بین سبک رهبری تبدیلی و تبدالی با وجدان کاری مدیران رابطه معناداری وجود دارد. بین سبک رهبری تبدیلی با میزان تعهدات سازمانی و وجدان کاری کارکنان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد (گودوین و همکاران، ۲۰۰۱ و توماس و همکاران، ۲۰۰۰). گودوین و همکاران (۲۰۰۱) در پژوهشی اعلام کردند که با وجود اینکه بین سبک رهبری تبدالی با تعهد سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد ولی ارتباط بین سبک تبدیلی با ابعاد تعهد سازمانی نسبت به رهبری تبدالی قوی تر است. هدف از پژوهش حاضر تعیین رابطه سبک رهبری تبدیلی و تبدالی مدیران مدارس با وجدان کارای دبیران تربیت بدنی مدارس ناحیه یک شهرستان اردبیل می باشد.

روش تحقیق

در یک پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی کلیه مدیران مدارس و دبیران تربیت بدنی ناحیه یک شهرستان اردبیل که در سال ۱۳۹۵ مشغول به کار بودند به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. حجم نمونه برای معلمان با استفاده از فرمول کوکران ۱۰۵ نفر بدست آمد و به همین تعداد نیز از جامعه مدیران به عنوان نمونه انتخاب گردید. واحدهای نمونه به روش نمونه گیری طبقه ای و در طبقه ها با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه رهبری چندعاملی استاندارد شده باس که در اختیار مدیران قرار گرفت و پرسشنامه تعیین وجدان کاری دبیران ایرج سلطانی که حاوی ۵۵ سوال با ۴ گزینه است، استفاده گردید. روایی محتوایی ابزارهای تحقیق با توجه به نظر متخصصان و اساتید تائید و برای تعیین پایایی آنها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که هر دو پرسشنامه مورد تائید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون با یکارگیری نرم افزار SPSS²¹ استفاده گردید.

نتایج

نتایج با توجه به جدول ۱ نشان داد که بین سبک رهبری تبدیلی مدیران با وجدان کاری دبیران تربیت بدنی همبستگی مثبت و معناداری (۰/۰۰۵ < p و ۰/۴۳ = r) وجود دارد. همچنین بین سبک رهبری تبدالی مدیران نیز با وجدان کاری دبیران تربیت بدنی همبستگی مثبت و معناداری وجود داشت (۰/۰۲ = p و ۰/۲۳ = r). البته ارتباط سبک رهبری تبدیلی با وجدان کاری قوی تر از رابطه سبک رهبری تبدالی با وجدان کاری بود. بین سابقه خدمت و سن دبیران با وجدان کاری ارتباط معناداری مشاهده نشد.

جدول ۱: ضریب همبستگی بین سبک رهبری تبدیلی و تبادلی با وجدان کاری دبیران تربیت بدنی

رهبری تبدیلی	رهبری تبادلی	وجدان کاری
۰/۴۳	۰/۲۳	
۰/۰۵	۰/۰۲	سطح معناداری

بحث و بررسی

نتایج پژوهش نشان داد که بین سبک رهبری تبدیلی مدیران و وجدان کاری دبیران تربیت بدنی ناحیه یک شهرستان اردبیل، ارتباط مثبت و معنی دار وجود دارد. یعنی هرچه سبک رهبری تبدیلی مدیران افزایش یابد وجدان کاری دبیران تربیت بدنی تحت بررسی آنها نیز افزایش می یابد این یافته ها با مطالعات نیکوفر (۱۳۸۵) و گودوین و همکاران، (۲۰۰۱) و توماس و همکاران، (۲۰۰۰) همخوانی دارد. همچنین با توجه به نتایج پژوهش، شاید انگیزه های مادی (ترفیع و پاداش) که جزو ویژگی های مدیران تبادلی است به اندازه انگیزه های معنوی و الهامی در رهبران تبدیلی موثر نباشد، اما با توجه به رابطه مثبت و نسبتاً ضعیف سبک مدیریت تبادلی مدیران با وجدان کاری دبیران تربیت بدنی می توان گفت انگیزه های مادی مانند ترفیع و پاداش نیز در افزایش وجدان کاری دبیران تربیت بدنی تاثیر مثبت داشته است که این مهم با پژوهش صحرانورد گرگری و همکاران (۱۳۸۹) و سعیدیان و مرادی (۱۳۸۸) همخوانی دارد. اگرچه این تاثیرات در مقایسه با تاثیرات انگیزه های معنوی نسبتاً کمتر است و اثر مدیریت تبدیلی قویتر است.

منابع

۱. سعیدیان، ن و مرادی م، (۱۳۸۸)، رابطه ی سبک های رهبری باس با وجدان کاری و تعهد کاری مدیران مدارس متوسطه ی شهر اصفهان، فصلنامه پژوهش در برنامه ریزی درسی ۱، (۲۲)
۲. رابرت بارون، دان بیرن، نایلا برنسکامب (۱۳۹۵)، روانشناسی اجتماعی، ترجمه یوسف کریمی، نشر روان.
۳. صحرانورد گرگری آ. کهندل، م، روستایی ز. (۱۳۸۹). ارتباط بین سبک های مدیریتی تبدیلی و تبادلی مدیران با تعهد ازماني کارکنان و استادان تربیت بدنی دانشگاه های آزاد اسلامی منطقه ۱۳. نشریه علمی پژوهشی فصلنامه علوم ورزش. سال دوم، شماره پنجم.
۴. نیکوفر م. (۱۳۸۵). بررسی ارتباط بین مدیریت تبدیلی و تبادلی با تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان، پایان نامه کارشناسی ارشد.
5. Goodwin V.L, Wofford J.C and Whitigton J.L. (2001). Atheoretical and empirical extension to the transformational leadership construct. Journal of organizational behavior, 22:759-779.
6. Leeuwen M.V. (2001). The impact of digital economy on leadership in organization, loss press.
7. Mc Kenna S. (2005). Organisational commitment in the small entrepreneurial business in Singapore. Cross cultural management. 12(2), 16-20.
8. Meyer J.P, Herscovitch L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model. Human resource management review. 11 (3), 299-326.
9. Pala F. , Eker S, Eker M. (2008). The effect of demographic characteristics on organizational commitment and Job satisfaction: An empirical study on Turkish health care staff. The journal of Industrial Relation and Human Resources. 10(2), 54-75.
10. Tomas, G., Hult, M., Ferrel, O.C., Hurley, R.F. and Giunipero, L.C. (2000). Leadership and relationship commitment, Journal industrial marketing management, 29:111-119.