



کارافن

فصلنامه علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

دوره هجدهم - شماره دو - شماره پیاپی ۵۳

تابستان ۱۴۰۰

درجه علمی فصلنامه علمی کارافن طی نامه شماره ۳/۱۸/۶۰۸۳۷ از طرف کمیسیون بررسی
تاریخ ۱۳۹۲/۰۴/۳۰

نشریات علمی کشور، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ابلاغ گردیده است.

فصلنامه علمی کارافن در پایگاه استنادی علوم کشورهای اسلامی (ISC) نمایه می‌شود.

صحت آرا و اندیشه‌های مندرج در هر مقاله، به عهده نویسنده (ها) است.

آدرس: تهران، میدان ونک، خیابان برزیل شرقی، پلاک ۴، سازمان مرکزی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

کد پستی: ۱۴۳۵۷۶۱۱۳۷

تلفن: ۰۲۱-۴۲۳۵۰۴۱۸

پست الکترونیک: karafan@tvu.ac.ir

وبسایت نشریه: <http://karafan.tvu.ac.ir>

فصلنامه علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای
دوره هجدهم - شماره دو - شماره پیاپی ۵۳
تابستان ۱۴۰۰

کارافتن



صاحب امتیاز: دانشگاه فنی و حرفه‌ای
مدیر مسئول: دکتر ابراهیم صالحی عمران
سر دبیر: دکتر نعمت‌اله عزیزی
مدیر داخلی: دکتر آذرچهره صحت

طراحی و اجرای جلد:
مهندس محمد مشتاقی - سمیرا داناسرشت
ویرایش و صفحه‌آرایی:
لامعه هاشمی، عاطفه طهماسبی، مهری پوینده‌کیا
اعضای هیئت تحریریه:

استاد دانشگاه مازندران و دانشگاه فنی و حرفه‌ای
استاد دانشگاه کردستان
استاد دانشگاه صنعتی نوشیروانی بابل
استاد دانشگاه صنعتی نوشیروانی بابل
استاد دانشگاه صنعتی امیرکبیر
استاد دانشگاه تربیت مدرس
استاد دانشگاه تهران
استاد دانشگاه یزد و دانشگاه فنی و حرفه‌ای
دانشیار دانشگاه فنی و حرفه‌ای
دانشیار دانشگاه فنی و حرفه‌ای
دانشیار دانشگاه فنی و حرفه‌ای
دانشیار دانشگاه ارومیه
دانشیار دانشگاه بیرجند
دانشیار دانشگاه تهران

دکتر ابراهیم صالحی عمران
دکتر نعمت‌اله عزیزی
دکتر محسن جهانشاهی
دکتر سید علی اصغر قریشی
دکتر مسعود شفیعی
دکتر حسن مسلمی نائینی
دکتر محمدرضا مهرنیا
دکتر سید حیدر میرفخرالدینی
دکتر ویدا تقوایی
دکتر احمد رضا حقیقی
دکتر اکبر جعفری
دکتر مهدی چهل‌امیرانی
دکتر سید محمد حسین سید کاشی
دکتر مهدی ملکان
اعضای هیئت تحریریه بین‌المللی:

استاد دانشگاه فلوریدای جنوبی
استاد دانشگاه گلاسگو اسکاتلند
استاد دانشگاه گوتنبرگ
استاد دانشگاه دهوک
دانشیار دانشگاه ژوهانسبورگ

دکتر یوحنا لاسونین
دکتر مایکل آزابورن
دکتر پر-اولاف تانگ
دکتر کمال عزیز کیتولی
دکتر ماریوس ووتر

اساتید محترمی که در داوری و ارزیابی مقالات این شماره همکاری داشته‌اند:

فاطمه احمدی، مریم بهمنی، منصوره پورمیری، حمیدرضا پیکری، رضا جامعی، شهربانو جمعه‌پور، سیدحسین حاتمی‌نسب، مهدی حسین‌پور، علی خلخالی، غلامرضا خوش‌فر، علی داوری، مهدی دستگردی، امین دهقان‌قهفرخی، حمید رحیمی، فرهاد سراجی، مهدی شریعتی فیض‌آبادی، ناصر شیربگی، سعید صادقی‌بروجردی، صادق صالحی، پروین صمدی، نعمت‌اله‌عزیزی، سیدحسین علوی، ابراهیم علی‌دوست‌قهفرخی، مجید قادری‌رهقی، علیرضا قلعه‌ای، بهمن کیانی‌راد، مریم لاله‌ماژین، فاطمه محدث، رضا محمدکاظمی، مهتاب معظمی، رضا مهدی، علیرضا میرعرب‌بایگی، حبیب هنری.

راهنمای نگارش و نحوه ارسال مقاله‌های علمی به فصلنامه علمی کارافن

۱. هدف نشریه کارافن انتشار نتایج پژوهش‌ها، مقاله‌ها، تجربه‌های علمی و کاربردی استادان و پژوهشگران دانشگاه و خارج از دانشگاه در محورهای مصوب کارافن است که به دو زبان فارسی و انگلیسی چاپ می‌شود.
۲. زمان فرایند داوری مقالات حداکثر سه ماه است.
۳. مقاله‌ها از طریق پایگاه اینترنتی نشریه (لینک آن در سایت دانشگاه فنی و حرفه‌ای موجود است) به نشانی karafan.tvu.ac.ir قابل ارسال است و تمامی فرایند داوری و پیگیری از طریق سایت امکان‌پذیر خواهد بود.
۴. نویسندگان مسئول مکاتبات ابتدا باید در سامانه کارافن (بخش حساب کاربری) به‌عنوان «نویسنده» ثبت‌نام و پس از تکمیل فرم مربوط به اطلاعات فردی، برای بارگذاری مقاله به قسمت «ارسال مقاله» مراجعه کند. گفتنی است نویسنده باید پیش از بارگذاری فایل‌های مربوط، مقاله را بر اساس راهنمای تدوین مقالات کارافن تنظیم کرده باشد.
۵. آثار ارسالی نباید پیش‌تر در هیچ نشریه‌ای به چاپ رسیده یا هم‌زمان به مجله دیگری ارسال شده باشند.
۶. هر مقاله توسط دو داور متخصص در موضوع مقاله ارزیابی می‌شود و پس از کسب دو نظر موافق و تأیید هیئت تحریریه، در نوبت چاپ قرار خواهد گرفت.
۷. مقاله‌ها باید در نرم‌افزار Microsoft word 2010-2013 یا بالاتر در قطع وزیری تهیه شوند و تعداد کل صفحات بیشتر از بیست صفحه نباشد. تمامی معادله‌ها، عبارت‌های ریاضی و فرمول‌ها با نرم‌افزار Mathtype نگارش و در فایل مقاله ضمیمه شوند.
۸. فایل هر مقاله باید در نسخه‌های الکترونیکی Word و Pdf همراه فرم تعهدنامه نویسنده‌ها که در فایل جداگانه‌ای در قسمت راهنمای نویسنده‌ها قرار گرفته است، در وبگاه مجله بارگذاری شود.
۹. برای داوری منصفانه و علمی مقاله، ضروری است نویسنده مسئول مکاتبات یک نسخه از مقاله (ترجیحاً نسخه word) را بدون بیان مشخصات فردی در سامانه بارگذاری کند. همچنین در نسخه Pdf مقاله، مشخصات فردی نویسنده (ها) (اعم از مرتبه علمی، میزان تحصیلات، شماره تماس، نام سازمان/محل خدمت، ایمیل و...) نگاشته شود.
۱۰. عنوان جداول در بالا، و عنوان تصاویر در پایین آن‌ها نوشته شود که باید شامل منابع و مأخذ مورد استفاده بوده و به ترتیب شماره‌گذاری شوند.

۱۱. در مقاله‌های به زبان فارسی، تمام اعداد در متن و جدول‌ها (بجز فهرست منابع انگلیسی) به صورت فارسی تایپ شوند.

۱۲. هر مقاله باید به ترتیب دارای بخش‌های زیر باشد تا در فهرست مقاله‌های قابل داوری ثبت شود:

عنوان: غیر تکراری، فاقد ابهام و نارسایی و دارای همخوانی با محتوای مقاله باشد.

چکیده: باید دربرگیرنده طرح موضوع، مسئله، هدف، روش تحقیق، یافته‌ها و نتیجه باشد. چکیده فارسی بین ۱۵۰ تا ۲۵۰ کلمه و چکیده انگلیسی نیز برگردان کامل چکیده فارسی باشد.

واژه‌های کلیدی: شامل ۷-۵ کلمه که به صورت تک‌واژه، بیانگر محتوای مقاله بوده و امکان جست‌وجوی مخاطبان را فراهم آورد (به دو زبان فارسی و انگلیسی).

چهارچوب مقاله: تمامی عنوان‌های به‌کاررفته از مقدمه تا نتیجه‌گیری باید به صورت سلسله‌مراتبی شماره‌گذاری شود که بدین شرح است:

مقدمه: شامل مبانی نظری، تجربی و بیان مسئله

اهداف و پرسش‌های پژوهش

روش‌شناسی

یافته‌ها

نتیجه‌گیری: باید منطقی، مفید، روشن‌کننده بحث و بیانگر یافته‌های تحقیق باشد.

تشکر و قدردانی

پی‌نوشت‌ها: شامل اصطلاحات، معادل‌های خارجی و توضیحات ضروری هستند که باید در متن مقاله به ترتیب شماره‌گذاری شده و در همان صفحه آورده شوند.

فهرست منابع: شایسته است از منابع جدید و معتبر به گونه‌ای در تنظیم مقاله‌ها استفاده شود که حداقل نیمی از آن‌ها در پنج سال اخیر منتشر شده باشند. ضروری است منابع مورد استفاده به ترتیب شماره آن در متن مقاله، پشت سر هم قرار گیرند. همچنین در منابع با سال متفاوت انتشار، نگارنده (گان) به ترتیب صعودی سال انتشار آورده شوند. نکته آن که تمامی منابع باید به زبان انگلیسی و در انتهای مقاله تنظیم شوند. چنانچه از منابع فارسی در متن مقاله استفاده گردد، نویسندگان باید آن‌ها را به انگلیسی ترجمه و در انتها عبارت (in Persian) را درج نمایند.

ترتیب نگارش فهرست منابع با استفاده از الگوی APA

کتاب‌ها: نویسنده یا نویسندگان. نام خانوادگی به همراه اولین حرف نام. سال انتشار کتاب (در پرانتز). عنوان کتاب (با حروف کج). نوبت چاپ (در پرانتز)، اگر غیر از اول باشد. ناشر. DOI برای کلیه آثار که

دارای یک DOI هستند، صرف نظر از اینکه از نسخه آنلاین استفاده کرده اید یا از نسخه چاپی استفاده کرده اید. سطر اول هر نقل قول تنظیم می شود. هر خط بعدی ۵-۷ فاصله دارد.

مثال:

[1] Heywood, J. B. (2018). *Internal Combustion Engine Fundamentals* (2nd ed.). McGraw Hill.

مقاله‌ها: نویسنده یا نویسندگان. نام خانوادگی به همراه اولین حرف نام. سال انتشار مقاله (در پرانتز). عنوان مقاله. عنوان مجله (با حروف کج). دوره مجله (با حروف کج). شماره مجله در پرانتز (بدون حروف کج). دامنه صفحه مقاله. DOI یا URL. سطر اول هر نقل قول تنظیم می شود. هر خط بعدی ۵-۷ فاصله دارد.

مثال:

[2] Nasiri, S., Rahimi Asiabaraki, H., & Razaghi, E. (2021). The Effect of Multi-size Valve on Improvement of Swirl Flow for Gas-based EF7 Engine. *Karafan Quarterly Research Journal*, 17(4), 117-132.

مقاله‌های کنفرانس: نویسنده یا نویسندگان مقاله. نام خانوادگی به همراه اولین حرف نام. سال و تاریخ برگزاری کنفرانس (در پرانتز). عنوان مقاله (با حروف کج). عنوان کنفرانس. محل برگزاری. DOI یا URL. سطر اول هر نقل قول تنظیم می شود. هر خط بعدی ۵-۷ فاصله دارد.

مثال:

[3] Maddox, S., Hurling, J., Stewart, E., & Edwards, A. (2016, March 30-April 2). *If mama ain't happy, nobody's happy: The effect of parental depression on mood dysregulation in children*. Southeastern Psychological Association 62nd Annual Meeting, New Orleans, LA, United States.

پایان‌نامه: نویسنده. نام خانوادگی به همراه اولین حرف نام. سال (در پرانتز). عنوان (با حروف کج). سطح پایان نامه یا رساله [در براکت]. دانشگاه، همچنین در [براکت] مستقیماً بعد از سطح پایان نامه، به عنوان مثال [رساله دکتری، دانشگاه ویکتوریا]. نام پایگاه داده یا بیگانی. آدرس اینترنتی. سطر اول هر نقل قول تنظیم می شود. هر خط بعدی ۵-۷ فاصله دارد.

مثال:

[4] Mosek, E. (2017). *Team flow: The missing piece in performance* [Doctoral dissertation, Victoria University]. Victoria University Research Repository. <http://vuir.vu.edu.au/35038/>

۱۳. ارجاع داخل متن

• رشته های فنی و مهندسی، هنر و معماری و کشاورزی:

ارجاع منابع در متن مقاله به شیوه عددگذاری باشد و شماره منبع انتهایی، در داخل متن به شکل

کروشه مانند نمونه قرار بگیرد. مثال: [۴]

• رشته های کارآفرینی و مدیریت (علوم انسانی) و علوم پایه:

نام خانوادگی مؤلف یا نام معروف، تاریخ نشر اثر: صفحه یا صفحات. نیازی به نوشتن «ص» برای شماره صفحات نیست. همچنین اعداد از راست به چپ نوشته شوند؛ مثل (۱۲۲-۱۳۶) متن ارجاعی (نقل قول مستقیم) باید داخل گیومه و نشانی آن به ترتیب گفته شده، داخل پرانتز قرار گیرد؛ مثل (سیف، ۱۳۶۸: ۴۲۶).

اگر در متن به چند اثر از یک نویسنده ارجاع داده شود، هر کدام از آن آثار بر مبنای تفاوت تاریخ نشر تفکیک می شود و در منابع پایانی، با نام اثر مشخص خواهد شد.

در صورتی که به دو اثر چاپ شده از یک مؤلف در یک سال ارجاع داده شود، لازم است ابتدا در منابع پایانی، با نوشتن «الف» و «ب» در کنار سال چاپ، آن ها را از هم متمایز کنید و سپس در منابع داخلی، بعد از نام خانوادگی مؤلف، سال چاپ به همراه «الف» یا «ب» نوشته شود؛ برای مثال (حسینی، ۱۳۸۹ الف: ۲۶) توجه: عکس ها، تصاویر، نمودارها و جداول با کیفیت مناسب و با اشاره به منبع مورد استفاده (نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار، شماره صفحه) تهیه شود.

۱۴. عکس ها، تصاویر و نمودارها حداقل با وضوح ۳۰۰ نقطه در اینچ (300 dpi) با قالب مناسب Tiff و اندازه A5 تهیه و علاوه بر متن، در فایل جداگانه ای ضمیمه مقاله شوند.

۱۵. مسئولیت هر مقاله از نظر علمی، ترتیب اسامی نویسنده ها و پیگیری، به عهده نویسنده مسئول آن خواهد بود. نویسنده مسئول باید تعهدنامه ارسال مقاله را از سایت دانلود و پس از تکمیل، در هنگام ثبت نام ارسال کند.

۱۶. تعداد و ردیف نویسنده های مقاله به همان صورتی که در تعهدنامه ارائه شده است، مورد قبول است. تقاضای حذف یا تغییر در ترتیب اسامی نویسنده ها تنها پیش از داوری نهایی و با درخواست کتبی تمامی نویسنده ها و اعلام علت درخواست، قابل بررسی است.

۱۷. گواهی پذیرش مقاله پس از اتمام مراحل داوری و ویراستاری و تصویب نهایی هیئت تحریریه، توسط مدیر مسئول فصلنامه صادر و به اطلاع نویسنده مسئول خواهد رسید.

۱۸. کارافن، مقاله های تأیید شده را طبق شیوه نامه خود ویرایش می کند.

۱۹. مطالب مطرح شده در مقاله ها، الزاماً بیانگر دیدگاه کارافن نیست.

۲۰. صحت آرا و اندیشه های مندرج در هر مقاله، به عهده نویسنده (ها) است.

۲۱. چاپ مقاله های منتشر شده در کارافن در سایر مجله ها و کتاب ها، با بیان مأخذ بلامانع است.

- ۱۳ ارائه مدل تعاملی شاخص‌های ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری (مورد مطالعه: بانک رفاه)
مرجان محمدی مقدم، سید حیدر میرفخرالدینی، شهناز نایب‌زاده
- ۳۹ ارائه مدل تبیین‌کننده چالش‌های آنتروپی رفتاری حسابرسان سازمان حسابرسی: با استفاده از رویکرد
زمینه‌بنیان
رامین حسینی، علیرضا معطوفی، منصورگرکز، علی خوزین
- ۵۵ تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با تأکید بر ویژگی‌های بازار شرکت‌های بورس
اوراق بهادار تهران
رضا جامعی، نشمین لطفی جو
- ۷۳ بررسی تأثیر محافظه‌کاری بر رابطه بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد
غلامرضا سلیمانی امیری، طیبه جمشیدی، حمزه عنبری
- ۹۱ اهمیت و نقش شبکه‌های اجتماعی به‌منظور اعتماد به تجارت الکترونیکی (B2C)
احسان فولادی کیا، فائزه تقی‌پور، امیررضا نقش
- ۱۱۱ بررسی و تحلیل علل مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست (مطالعه
موردی: شهرستان محمودآباد)
ناصر فتاحی، لیلا ابراهیمی جمنانی، فاطمه زلفعلی پورفر
- ۱۳۳ ارائه مدل کیفی همسویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران
عسگر قنبری، مجید خوروش، احمدرضا عسکری
- ۱۵۳ تأثیر ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی ادارات کل ورزش و جوانان ایران
زینب مندعلی زاده، صدف نقش جواهری
- ۱۶۵ عوامل مؤثر بر برند کارفرمایی خارجی وزارت ورزش و جوانان ایران از منظر دانشجویان
تربیت‌بدنی
شهربانو جمعه پور، محمد خبیری، نصرالله سجادی، مجید جلالی فراهانی
- ۱۸۵ تدوین مدل مفهومی ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های پیشگیری از جرم و ارتقاء امنیت فضاهای ورزشی
طه رزم آراء، آزاد فلاحی، مظفر یکتایار
- ۲۱۱ ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی مؤسسات آموزش عالی کشور براساس تحلیل
سلسله‌مراتبی (AHP) و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) (مطالعه موردی: دانشگاه
فنی‌وحرفه‌ای)
علی مولایی نژاد، نیما ماجدی، زهرا نوبخت رمضانی
- ۲۲۹ تحلیل موانع کارآفرینی در ورزش: از دیدگاه متخصصان ورزشی
میثم نوری خانیوردی، محمد خبیری، ابراهیم علیدوست قهفرخی

- ۲۵۱ موانع پیش‌روی ورزش زنان در استان آذربایجان شرقی
مهتا اسکندرزاده، صفیه ابراهیمی، زهرا حسین زاده
- ۲۷۱ توسعه مدل مفهومی برندسازی آموزش عالی لنکستر و کرت ریل (رویکردی مبتنی بر تحلیل محتوای کیفی قیاسی)
علی کشاورز زاده، خلیل غلامی، نعمت‌الله عزیزی
- ۲۹۷ تجاری‌سازی دانش مبتنی بر نقش دوسوتوانی مدیریتی در آموزش عالی
اکرمه السادات یعقوبی، یلدا دلگشایی، لیلا حسینی طبقدهی، فرشته کردستانی
- ۳۱۹ شناسایی شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور: ارائه یک الگو
انور شاهمحمدی، مه‌ری بهمنی
- ۳۳۷ خودکارآمدی معلمان و ارتباط آن با اجتماع یادگیری حرفه‌ای در محیط‌های یادگیری مجازی: نقش میانجی توسعه حرفه‌ای
ژیار رفاعی، رفیق حسنی، مجید محمدی
- ۳۵۹ استخدام و ماندگاری نیروی انسانی در آموزش و پرورش مناطق کمتر توسعه‌یافته: پژوهشی قوم‌نگارانه
امجد کاظمی، ناصر شیربگی، محمد امجد زبردست

سخن سردبیر

نشریات و مجلات علمی در جهان نقش و کارکرد مهمی در گسترش مرزهای علمی، معرفی دستاوردهای علمی و ایجاد بستر مناسب برای معرفی اساتید و پژوهشگران حوزه های علمی مختلف و در نتیجه گسترش تعاملات علمی و پژوهشی میان آنان دارند. در واقع نشریات علمی با بکارگیری و تقویت یک زبان مشترک علمی تلاش کرده اند تا نه تنها نتایج مطالعات پژوهشی پژوهشگران را به جوامع هدف منعکس و سطح درک و فهم افراد را از پدیده های مورد مطالعات روزآمد کرده و ارتقای بخشند، بلکه کوشیده اند تا بمنزله یک پل ارتباطی پژوهشگران جوامع مختلف را بهم نزدیک ساخته و آنها را به انجام مطالعات مشترک در موضوعات و مسایل مهم و راهبردی در تمامی حوزه های علمی تشویق نمایند. شاید به دلیل چنین کارکرد بی بدیلی است که اهتمام به انتشار مجلات علمی با ضریب تأثیر بالا توسط مراکز دانشگاهی و مؤسسات پژوهشی بمنزله یک سیاست علمی راهبردی تلقی می شود و دانشگاه ها و مراکز علمی تلاش کرده اند تا منابع انسانی، مالی و فنی لازم و کافی را برای استمرار فعالیت آن مجلات پیش بینی و تدارک ببینند. از طرف دیگر مجلات علمی معتبر که با اقبال طیف گسترده ای از مخاطبان فرهیخته و دانشگاهی مواجه می شوند، در ارتقای جایگاه علمی و رتبه مؤسسات نشر دهنده و اشتها اجتماعی آنها نقش عمده داشته و دارند. در همین راستا، شواهد میدانی و نتایج ارزیابی های مستمر کمیسیون نشریات علمی کشور و همچنین بازخورد و میزان رضایت پژوهشگران و دانش پژوهان از کم و کیف فرایندهای علمی در دریافت، بررسی، پذیرش و چاپ مقالات نشان می دهد که فصلنامه کارافن تلاش کرده است تا رسالت علمی خود را به نحو احسن انجام دهد. کسب رتبه «پ» در سال ۱۳۹۸ و احتمال کسب رتبه «الف» در سال ۱۳۹۹ حاکی از هدفمندی و جدیت این نشریه در دوره جدید از فعالیتهای خود است. در کنار تأکید بر استمرار فعلیت بی تردید موفقیت و رشد چشمگیر جایگاه علمی کارافن در سالهای اخیر علاوه بر تلاش خستگی ناپذیر و بی وقفه مدیریت و کارشناسان خبره و ورزیده و بانگیزه فصلنامه، مرهون حمایت بی دریغ ریاست محترم دانشگاه و هیأت رییسه محترم دانشگاه بویژه معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه می باشد. با این حال بنابه برنامه راهبردی فصلنامه کارافن که در حال حاضر تنها نشریه علمی معتبر دانشگاه فنی و حرفه ای محسوب می گردد، مدیریت فصلنامه بی وقفه در تلاش است تا تا پایان سال حداقل بسترهای علمی و اداری لازم برای سه نشریه تخصصی دیگر را فراهم و مراحل مختلف کسب مجوز نشر آنها را از مراجع ذیربط کسب نماید. مسلماً حمایت همه جانبه مسؤلین محترم دانشگاه در این ارتباط می تواند در تحقق این مهم بسیار کارگشا و مؤثر واقع شود.

نعمت الله عزیزی

سردبیر فصلنامه علمی کارافن



Providing an Interactive Model of Performance Appraisal Indicators in the Banking Industry (Case Study: Refah Bank)

Marjan Mohammadi Moghadam¹, Seyed Haidar Mirfakhradini^{2*}, Shahnaz Nayeبزadeh³

¹PhD Student, Department of Industrial Management, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran.

²Professor, Department of Industrial Management, Faculty of Management, Accounting and Economic, Yazd University, Yazd, Iran.

³Professor, Department of Business Management, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 02.18.2021

Revised: 04.07.2021

Accepted: 06.15.2021

Keyword:

Performance
Performance evaluation
Banking industry
Interactive model
Mixed approach

*Corresponding Author:

Seyed Haidar Mirfakhradini

Email: mirfakhr.dr@gmail.com

ABSTRACT

With increasing competition in the Iranian banking system, banks should always evaluate their performance and use appropriate models to rank and compare with organizations that have similar activities. The purpose of this study was to identify the interactive relationships between performance appraisal indicators because in the real world the causes affecting the occurrence of a phenomenon cannot be considered independent of their effects on each other. This study is based on a mixed approach; at the qualitative step, the study seeks to identify indicators, components and dimensions of performance evaluation in the banking industry and at the quantitative step, it seeks to analyze the structure of relationships between dimensions and components using two methods of interpretive structural modeling (ISM) and fuzzy DEMATEL. In the qualitative part of the research, based on the data collected through semi-structured interviews with experts in banking, thematic analysis and MAXQDA software, local indicators, components and dimensions of performance appraisal in the Iranian banking industry consistent with economic, social, cultural structures were identified. Based on the results, the performance appraisal model in the country's banking industry includes six main dimensions. Based on the items extracted and identified from interviews with experts, these dimensions included risk management, economic indicators, operating environment, internal stakeholders, and the production and development of services, along with a forward-looking dimension. In addition, the results of ISM showed that the two dimensions of risk management and internal stakeholders were of the highest importance in the field of performance appraisal in the banking industry. In addition, the results of the fuzzy DEMATEL method showed that the risk management dimension is the most effective and the economic indicators dimension is the most impressionable compared to the other dimensions.





دانشگاه فنی و حرفه‌ای
تکنولوژی و مهارت

کارافان

فصلنامه علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

تابستان ۱۴۰۰، دوره ۱۸، شماره ۲، ۳۷-۱۳

آدرس نشریه: <https://karafan.tvu.ac.ir/>

doi:10.48301/KSSA.2021.131913

20.1001.1.23829796.1400.18.2.12



شاپای الکترونیکی: ۴۴۳۰-۲۵۳۸

شاپای چاپی: ۹۷۹۶-۲۳۸۲

مقاله پژوهشی

ارائه مدل تعاملی شاخص‌های ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری (مورد مطالعه: بانک رفاه)

مرجان محمدی مقدم^۱، سید حیدر میرفخرالدینی^{۲*}، شهناز نایب‌زاده^۳

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت صنعتی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.
- ۲- استاد، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، حسابداری و اقتصاد، دانشگاه یزد، یزد، ایران.
- ۳- استاد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

چکیده

با افزایش رقابت در سیستم بانکداری ایران، بانک‌ها باید همواره عملکرد خود را ارزیابی کنند و با استفاده از مدل‌های مناسب به رتبه‌بندی و مقایسه عملکردی خود بپردازند. هدف از این پژوهش، شناسایی روابط تعاملی میان شاخص‌های ارزیابی عملکرد می‌باشد؛ زیرا در دنیای واقعی نمی‌توان علل و عوامل تأثیرگذار بر بروز یک پدیده را فارغ از تأثیرات آن‌ها بر یکدیگر، مستقل در نظر گرفت. این مطالعه مبتنی بر رویکردی آمیخته، در گام کیفی به دنبال شناسایی شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری است و در گام کمی با استفاده از دو روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری و دیماتل فازی، به بررسی و تحلیل ساختار روابط میان ابعاد و مؤلفه‌ها پرداخته است. در قسمت کیفی پژوهش، مبتنی بر داده‌های گردآوری شده از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه بانکداری و روش تحلیل مضمون (تم) و نرم‌افزار مکس کیودا، شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد بومی، ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری متناسب با ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ... این صنعت در کشور شناسایی گردید. با توجه به نتایج این بخش، مدل ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور دربردارنده شش بعد اصلی می‌باشد. این ابعاد شامل مدیریت ریسک، شاخص‌های اقتصادی، محیط عملیاتی، ذی‌نفعان داخلی و تولید و توسعه خدمات در کنار بعد آینده‌نگری مبتنی بر موارد مستخرج و شناسایی شده از مصاحبه با خبرگان می‌باشد. در قسمت کمی، نتایج روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری نشان داد که دو بعد مدیریت ریسک و ذی‌نفعان داخلی در حیطه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری بالاترین اهمیت را دارند. همچنین نتایج روش دیماتل فازی نشان داد که بعد مدیریت ریسک، تأثیرگذارترین و بعد شاخص‌های اقتصادی تأثیرپذیرترین ابعاد نسبت به سایر ابعاد می‌باشند.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۳۰

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۱۸

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۲۵

کلید واژگان:

عملکرد
ارزیابی عملکرد
صنعت بانکداری
مدل تعاملی
رویکرد آمیخته

*نویسنده مسئول: سید حیدر میرفخرالدینی
پست الکترونیکی:
mirfakhr.dr@gmail.com



© 2021 Technical and Vocational University, Tehran, Iran. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

مقدمه

در ادبیات اقتصادی جهان امروز، اهمیت و جایگاه نظام مالی و بازار پول و سرمایه و به تبع آن مؤسسات مالی و اعتباری همچون بانک‌ها به‌عنوان بازوهای اجرایی این نظام و ابزار رشد و توسعه اقتصادی کشورها کاملاً ملموس است؛ به‌طوری‌که توسعه اقتصاد پایدار و دستیابی به اهداف ناشی از پایداری در اقتصاد بدون رشد و توسعه بازارهای مالی امکان‌پذیر نمی‌باشد. از این رو سازمان‌های مالی و اعتباری همچون بانک‌ها از نقشی محوری در این عرصه برخوردار هستند (فدریکا فارنتی، ۲۰۰۹).^۱ همچنین، بانک‌ها سهم و نقش مهم و ویژه‌ای در زمینه توسعه مستمر و تخصیص بهینه منابع مالی و اعتباری دارند و به این دلیل، کیفیت عملکردی آن‌ها نه تنها می‌تواند در توسعه رقابت‌پذیری در بازارهای به‌شدت رقابتی صنعت بانکداری سهمیم باشد بلکه قادر است تا تأثیرات مستقیمی بر عملکرد اقتصادی کشور داشته باشد (عمار فیضی و علیرضا سلوکار، ۲۰۱۴). از این رو تأمین و حفظ کارایی عملکرد آن‌ها بسیار حائز اهمیت است. همچنین، امروزه بی‌ثباتی و نداشتن اطمینان بدل به جزء جدانشدنی از محیط عملیاتی کسب‌وکارها شده است. شرایط محیط و قواعد بازی رقابت، به‌حدی بی‌رحم، پیچیده، پویا و نامطمئن گردیده که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با نادیده گرفتن تغییرات محیطی، حیات و بقای بلندمدت خود را تضمین کنند (سید حسین علوی، فروغ محمدی، ابوالفضل درویشی و نریمان رحمانی، ۲۰۲۰). همه سازمان‌ها، چه دولتی و چه خصوصی، برای توسعه، رشد و پایداری در عرصه رقابتی امروزی، به نوعی به سیستم ارزیابی عملکرد نیاز دارند (حمیده قنبری، محمدحسن ابراهیمی سروعلیا، مقصود امیری، قاسم بولو و وجه الله قربانی زاده، ۲۰۲۰). ارزیابی عملکرد سازمان‌ها و بررسی نتایج حاصل از عملکرد آنها در یک دوره معین، فرایندی مهم و راهبردی است که ضمن تعیین جایگاه رقابتی سازمان، نقش قابل توجهی در امر بهبود مستمر و افزایش کیفیت و اثربخشی تصمیمات مدیریت دارد. بانک‌ها نیز به‌عنوان مهم‌ترین نهاد بازار پولی، از این امر مستثنی نیستند. از آن جا که کارکرد بهینه بانک‌ها، تأثیر به‌سزایی بر رشد و توسعه اقتصادی کشور بر جای می‌گذارد، ایجاد شرایط و بسترهای لازم در راستای ارتقا کیفی و کمی عملکرد بانک‌ها در سایه فضای رقابتی سالم می‌تواند نقش قابل توجهی در دستیابی به اهداف حضور و توسعه شبکه بانکی داشته باشد. امروزه سازمان‌هایی چون بانک‌ها و مؤسسات مالی در محیط‌هایی دست به فعالیت‌های بازاریابی و فروش خدمات می‌زنند که به دلایل گوناگون ناشی از عواملی چون مشتریان، رقبا و قوانین و عوامل متنوع نهادی (سیاست‌های کلی حاکمیت)، سرشار از موقعیت‌ها و شرایط غیرقابل پیش‌بینی و متغیر هستند و موجب ایجاد وضعیتی می‌شوند که عملکردهای سازمان‌ها دیگر صرفاً بسته به ویژگی‌ها و خصوصیات درونی نباشد و محیط بتواند بخش اعظمی از برون‌دادهای آن‌ها را متأثر از خود سازد (جنیفر گرافتون، آنه ام لیلیس و سالی کی وایدنر، ۲۰۱۰).^۲ مبتنی بر مطالعه (سوزانا پرلوپز، جوزه مانوئل مونتس پیون و کامیلو جوزه وازکز اورداس، ۲۰۰۵)،^۳ محیط بازارهای رقابتی به گونه‌ای است که روندهای آتی بازار و نیز فعالیت‌های رقبا به‌سادگی قابل پیش‌بینی و تفسیر نمی‌باشد. (بیل مرلیز، شارین راندل-تیله و اشلی لی، ۲۰۱۱)،^۴ عدم قطعیت محیطی را تنوع و فراوانی عوامل محیطی و شدت ناپایداری اجزای محیط تعریف کرده‌اند و آن را از ویژگی‌های اساسی بازارهای مالی امروزی و از معضلات عمده بر سر راه توسعه فعالیت‌های بازاریابی سازمان‌هایی چون بانک‌ها برشمرده‌اند. در چنین شرایطی، تدوین و فرموله‌سازی روش‌ها و رویکردهای مؤثر ارزیابی عملکرد که قادرند تا شرکت را در مسیر شناسایی نقاط قوت و ضعف عملکردی خود در بخش‌های مالی و غیرمالی یاری رسانند و به سوی کسب مزیت‌های رقابتی پایدار رهنمون سازند و منجر به کاهش ریسک‌های عملیاتی شرکت در مواجهه با ابهامات بازار گردند. از جمله کلیدی‌ترین فعالیت‌های مدیران و تصمیم‌گیران به‌خصوص در بازارهایی پرقابلی و دارای مشتریان، هدف معین و مشخص می‌باشد؛ زیرا فعالیت‌های ارزیابی عملکردی سازمان‌ها

¹ Federica Farneti, 2009

² Jennifer Grafton, Anne M. Lillis & Sally K. Widener, 2010

³ Susana Pérez López, José Manuel Montes Peón & Camilo José Vazquez Ordás, 2005

⁴ Bill Merrilees, Sharyn Rundle-Thiele & Ashley Lye, 2011

به‌خصوص سازمان‌های تجاری، دربردارنده مجموعه سیاست‌ها و رویکردهایی در راستای دستیابی به شناخت و آگاهی از نقاط قوت و ضعف سازمانی به‌منظور هماهنگ‌سازی و تعامل میان قابلیت‌ها و سرمایه‌های سازمانی و شرایط محیطی می‌باشد و قادر است تا از طریق هماهنگ‌سازی این دو مقوله، سازمان یا شرکت را در زمینه چابک‌سازی رفتاری در برابر تحولات محیطی، به‌خوبی ایمن سازد (دیوید تیس، مارگارت پیتراف و سوهوری لیج، ۲۰۱۶).^۱ پژوهش حاضر با توجه به نقش و اهمیت ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری از یک سو و پراکندگی و تشدید رویکردها و شاخص‌های ارزیابی عملکرد در این صنعت از سوی دیگر و با توجه به این موضوع که در داخل کشور توجه اندکی به تبیین شاخص‌های بومی ارزیابی عملکرد صنعت بانکداری شده است، به استخراج، شناسایی، تعیین روابط تعاملی و اولویت‌بندی شاخص‌های عام و بومی ارزیابی عملکرد صنعت بانکداری پرداخته و تلاش می‌کند تا مبتنی بر رویکردهای نوین رتبه‌بندی عملکردی، شعب بانک تحت مطالعه را مبتنی بر ساختارهای شناسایی شده ارزیابی کند.

آنچه ضرورت مطالعه حاضر را بیش از پیش می‌سازد نبود مطالعات مشابه داخلی از یک سو و پیامدهای منفی بی‌توجهی به اتخاذ رویکردهای سیستماتیک و به‌کارگیری رویکردها و مدل‌های ارزیابی عملکردی عام و غیربومی در صنعت بانکداری می‌باشد؛ از این‌رو می‌توان در زمینه ضرورت مطالعه حاضر، بر نقش این مدل و مدل‌های مشابه در ایجاد نظمی سیستماتیک در فعالیت‌های فردی و واحدی در صنعت بانکداری و کاستن از هدرروی سرمایه‌های سازمانی در مسیر این فعالیت‌ها و دستیابی مطلوب‌تر به اهداف آن تأکید و توجه داشت. به بیان دیگر، علی‌رغم وجود خیل عظیمی از مطالعات در زمینه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور، آنچه به‌عنوان خلأ پژوهشی قابل توجه است بی‌توجهی به به‌کارگیری رویکردهای آمیخته پژوهشی در زمینه ارائه مدل‌های ارزیابی عملکرد به‌منظور بومی‌سازی چنین مدل‌هایی متناسب با فضای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشور می‌باشد.

ارائه مدل‌های مؤثر ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری که مشتریان آن را شهروندان، سازمان‌ها و شرکت‌ها تشکیل داده‌اند و به نوعی روابط موجود در آن از نوع روابط با مشتریان حقیقی و حقوقی، متنوع می‌باشد دارای اهمیت بسیار بالایی است. در این زمینه، مطالعات نشان داده‌اند مدل‌های ارزیابی عملکرد مبتنی بر واقعیت‌های یک صنعت و برآمده از مقتضیات و نیازهای مشتریان داخلی (کارکنان) و خارجی، به‌خوبی قادر به توسعه وفاداری مشتریان (اورفیانی سیاحرفی تمبا، نورلیلی رازاک و هرمان سجاهرالدین، ۲۰۱۹)^۲ می‌باشد و در صنایعی چون صنایع مالی همچون صنعت بانکداری، تدوین مؤثر این مدل‌ها می‌تواند به خلق ارزش برای مشتریان و توسعه روابط رضایت‌بخش میان طرفین معامله بیانجامد (ویلی عرفه، لاکو نوگروهو، رولان تاکایا و سوهارجوتو سوئکاپدجو، ۲۰۱۸)^۳. به‌خصوص این‌که تغییرات پی‌درپی و مداوم در الگوهای رفتاری مشتریان و رقبا در صنایع مالی، به‌روزسازی و اتخاذ رویکردهای استراتژیک انعطاف‌پذیر در بخش عملکرد سازمانی را به یکی از ضروری‌ترین فعالیت‌ها تبدیل کرده است (الئونورا آنونزیاتا، توماسو پوچی، مارکو فری و لورنزو زانی، ۲۰۱۸)^۴. از این‌رو ارائه مدلی در زمینه ارزیابی مؤثر عملکرد در صنعت بانکداری به‌منظور موفقیت در کسب‌وکار بانک‌ها در این صنعت، اهمیتی بالا دارد. در این زمینه به‌منظور دستیابی به نتایجی قابل درک‌تر، بر یک بانک و عملکردهای آن تمرکز خواهد شد. با توجه به توضیحات ارائه شده اهداف موردنظر در این پژوهش عبارتند از:

- ۱- شناسایی و دسته‌بندی شاخص‌های بومی عملکردی در صنعت خدمات مالی و به‌طور خاص صنعت بانکداری در راستای بومی‌سازی مدل ارزیابی عملکرد مبتنی بر رویکرد کیفی
- ۲- مدل‌سازی شاخص‌های عملکردی بومی و عام با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری در راستای تحلیل روابط میان ابعاد

¹ David Teece, Margaret Peteraf & Sohvi Leih, 2016

² Orfyanny Syahreffi Themba, Nurlaely Razak & Herman Sjahruddin, 2019

³ Willy Arafah, Lucky Nugroho, Rowlan Takaya & Soeharjoto Soekapdjo, 2018

⁴ Eleonora Annunziata, Tommaso Pucci, Marco Frey & Lorenzo Zanni, 2018

۳- اجرای روش دیماتل فازی به منظور شناسایی روابط کمی میان ابعاد.

روش شناسایی

آنچه در مطالعه حاضر، بدل به نقطه تمایز گردیده است تمرکز بر اتخاذ رویکردی آمیخته (کیفی و کمی) در راستای شناسایی شاخص‌های عملکردی بومی در صنعت بانکداری کشور متناسب با شرایط و ویژگی‌های محیطی کسب‌وکار کشور و ویژگی‌های ساختاری صنعت بانکداری کشور در ترکیب با شاخص‌های عام و دستیابی به مدلی متناسب با این شرایط در زمینه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور می‌باشد. این موضوع با توجه به مشاهده نشدن مطالعاتی از این دست در کشور، حائز اهمیت و ارزش می‌باشد. به خصوص این که این پژوهش به دنبال شناسایی روابط تعاملی میان شاخص‌های ارزیابی عملکرد نیز می‌باشد؛ زیرا در دنیای واقعی نمی‌توان علل و عوامل تأثیرگذار بر بروز یک پدیده را فارغ از تأثیرات آن‌ها بر یکدیگر، مستقل در نظر گرفت. به این دلیل است که روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری به‌عنوان رویکردی مطلوب در زمینه شناسایی ساختارهای تعاملی میان پدیده‌ها و دسته‌بندی آن‌ها در زمینه تأثیر و تأثر مورد توجه قرار خواهد گرفت. به واقع مدل ساختاری تفسیری ارائه شده قادر خواهد بود تا اطلاعات دقیق و جامعی را در مورد شاخص‌های ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری و سطح و میزان تأثیرگذاری آن‌ها بر یکدیگر را در قالب مدلی شبکه‌ای-سلسله‌مراتبی ارائه کند.

از منظر کمی پژوهش، شناسایی روابط علی و معلولی بین شاخص‌های عام و بومی شناسایی شده، به‌خوبی قادر است تصویری روشن از میزان اهمیت این شاخص‌ها در زمینه سنجش عملکردی در صنعت بانکداری ارائه دهد و تصمیم‌گیران را در زمینه تمرکز بر توسعه شاخص‌های مهم در راستای بهبود اثربخشی و کارایی سازمانی یاری رساند. به این دلیل در پژوهش حاضر در کنار رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری، رویکرد دیماتل فازی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. ضمن این که در بحث کیفی پژوهش، تلاش خواهد شد که مبتنی بر نظرات خبرگان امر، کلیدی‌ترین عوامل مبتنی بر مصاحبه‌های کیفی و ابزارهای تحلیل کیفی مناسب را معرفی کند. مبتنی بر توضیحات ارائه شده در زمینه اهداف مطالعه، می‌توان انتظار داشت که خروجی‌های پژوهش در صنعت بانکداری کشور، از یک سو متشکل از ارائه مدلی جامع برای مدیریت عملکرد فعالیت‌های صنعت بانکداری کشور و به‌طور خاص بانک رفاه و از سوی دیگر، متشکل از اطلاعاتی جامع در خصوص کیفیت و کمیت روابط میان مراحل مختلف ارزیابی عملکرد و نیز اولویت‌های مربوط به شاخص‌های عام و بومی عملکردی خواهد بود. این نتایج بدین معناست که بانک‌ها و مؤسسات مالی درگیر در صنعت بانکداری کشور قادر خواهند بود تا مدل کسب‌وکار خود را مجهز به ابزاری کارآمد در زمینه ارزیابی عملکرد پیوسته کنند و قادر باشند تا نقاط ضعف و قوت عملکردی در راستای کسب مزیت‌های رقابتی از محیط تحت رقابت خود را بشناسند و خود را با شرایط محیطی سازگار سازند. از این رو در مجموع می‌توان پژوهش حاضر را مطالعه‌ای در راستای ارائه مدلی جامع در زمینه تدوین مدل ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور دانست.

رویکرد پژوهش حاضر، به لحاظ فلسفه پژوهشی، استقرایی و به لحاظ روش تحلیل داده‌ها مطالعه‌ای ترکیبی یا آمیخته می‌باشد؛ به واقع این پژوهش در راستای دستیابی به آگاهی و شناخت در زمینه شناسایی عوامل بومی مرتبط با حوزه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور و تفسیر داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌های کیفی مبتنی بر تحلیل تم از رویکرد کیفی و در راستای دستیابی به شناخت و آگاهی از ساختار شبکه روابط میان ابعاد و وزن‌دهی به ابعاد و عوامل موجود در مدل ارزیابی عملکرد از رویکرد کمی استفاده کرده است. همچنین مطالعه حاضر به لحاظ راهبرد گردآوری داده‌ها، مطالعه‌ای میدانی است و نیز پژوهشی موردی محسوب می‌شود و به لحاظ جهت‌گیری پژوهشی، کاربردی- توسعه‌ای می‌باشد. همچنین مطالعه حاضر به لحاظ هدف غایی پژوهش که در پی توصیف وضعیت

فعلی مدل‌های ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور و جهان و نیز تدوین مدل ارزیابی عملکردی خاص این صنعت با توجه به شرایط و ویژگی‌های این صنعت در کشور بوده است؛ بنابراین توصیفی-اکتشافی می‌باشد.

داده‌های پژوهش در قسمت کیفی، مبتنی بر نظرات مدیران خبره صنعت بانکداری شاغل در شعب بانک رفاه گردآوری گردید. خبرگان نیز با توجه به روش گردآوری مصاحبه و براساس میزان تجربه و سابقه کاری و مدرک تحصیلی و آشنایی با مباحث علمی در حوزه ارزیابی عملکرد بانکی، مبتنی بر روش نمونه‌گیری گلوله برفی گزینش شده و با توجه به اشباع نظری صورت پذیرفته در داده‌های گردآوری شده، از نظرات نهایی ۹ خبره در فاز گردآوری داده‌های کیفی استفاده گردید. به‌منظور اطمینان از دسترسی به حداکثر داده‌های ممکن، مصاحبه با دو خبره دیگر نیز ادامه یافت که چون داده‌های افزوده نشد؛ اشباع نظری با انجام مصاحبه با نه نفر خیره، تأیید گردید. داده‌های موردنیاز به‌منظور تحلیل قسمت کیفی پژوهش به روش میدانی و مبتنی بر مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به خبرگان گردآوری گردید. همچنین داده‌های گردآوری شده در بخش کیفی مبتنی بر روش تحلیل مضمون در نرم‌افزار مکس کیودا تحلیل گردیدند. شایان ذکر است که رویکرد مصاحبه کیفی در گام شناسایی شاخص‌های عملکردی بومی در صنعت بانکداری مورد استفاده قرار گرفت. همچنین داده‌های پژوهش در قسمت کمی مبتنی بر نظرات متخصصان و خبرگان مطلع در بانک رفاه به تعداد ۱۲ نفر گردآوری گردید. این افراد براساس روش نمونه‌گیری گلوله برفی و معرفی یک خبره از سوی سایر خبرگان شناسایی گردیدند. داده‌های موردنیاز برای تحلیل قسمت کمی پژوهش به روش میدانی و با کمک ماتریس‌های گردآوری داده مربوط به روش‌های مدل‌سازی ساختاری تفسیری و دیامتل فازی گردآوری شدند. همچنین داده‌های گردآوری شده توسط رویکردهای مدل‌سازی ساختاری تفسیری و دیامتل فازی در نرم‌افزار اکسل تحلیل شدند. به‌طور خلاصه، تحلیل داده‌ها در دو بخش مطالعه به شکل زیر می‌باشد:

۱- تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی گردآوری شده: روش تحلیل تم و با استفاده از نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی مکس کیودا

۲- تجزیه و تحلیل داده‌های کمی گردآوری شده: روش دیامتل فازی و روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری و تحلیل میک‌مک در نرم‌افزار اکسل.

با توجه به معین بودن گام‌ها در روش‌های مدل‌سازی ساختاری تفسیری و دیامتل فازی، گام‌های مربوط به این دو روش به‌طور خلاصه در ادامه معرفی می‌گردد:

در روش مرسوم و معلوم مدل‌سازی ساختاری تفسیری، روابط ضمنی میان واحدهای سیستم تحت مطالعه از طریق فرض وجود روابط دودویی (صفر و یک) میان این واحدها و اجزا مورد توجه و بررسی قرار می‌گیرد. گام‌های این روش به شکل زیر می‌باشد (آن یوان چانگ، کو-جن هو و یون-لین هونگ، ۲۰۱۳):^۱

گام ۱: شناسایی شاخص‌ها، معیارها و عوامل مدنظر پژوهش؛ در این گام معین می‌گردد که قرار است تحلیل روی چه عوامل، شاخص‌ها یا معیارهایی صورت پذیرد.

گام ۲: تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری^۲: این گام به مقایسه زوجی میان ابعاد پژوهش و در زمینه وجود یا نبود رابطه بینشان اختصاص دارد. در این زمینه از خبرگان پژوهش خواسته می‌شود تا نظرات خود را در زمینه وجود رابطه یک‌طرفه، وجود رابطه دوطرفه یا نبود رابطه بین عوامل بیان کنند. پس از این که خبرگان نظرات خود را بیان داشتند، در این زمینه از مشارکت‌کنندگان در پژوهش خواسته می‌شود تا نظرات خود در زمینه وجود یا نبود روابط میان عناصر پژوهش با استفاده از نشانه‌های زیر را بیان کنند:

۷: اگر الف بر ب تأثیر داشته باشد ولی ب بر الف تأثیر نداشته باشد.

^۱ An-Yuan Chang, Kuo-Jen Hu & Yun-Lin Hong, 2013

^۲ Structural Self-Interaction Matrix (SSIM)

A: اگر الف بر ب تأثیر نداشته باشد اما ب بر الف تأثیر داشته باشد.

X: اگر هر دو عنصر بر یکدیگر تأثیر داشته باشند.

O: اگر دو عنصر هیچ تأثیری بر یکدیگر نداشته باشند.

پس از دریافت نظرات خبرگان، از آنجایی که فرایند تصمیم‌گیری به صورت گروهی می‌باشد، این نظرات تجمیع می‌گردند. در این زمینه، روش‌های گوناگونی چون برگزاری جلسه مشترک میان مشارکت‌کنندگان و استفاده از فراوانی نشانه‌ها و ... پیشنهاد شده است.

گام ۳: تشکیل ماتریس دسترس‌پذیری^۱: ماتریس دسترس‌پذیری دربردارنده دو ماتریس دسترس‌پذیری اولیه و دسترس‌پذیری نهایی می‌باشد. ماتریس دسترس‌پذیری اولیه، حاصل تکمیل ماتریس خودتعاملی ساختاری بر مبنای قرار دادن مقادیر ۰ و ۱ در کل درایه‌های این ماتریس بنا بر حروف قرار داده شده می‌باشد. ماتریس دسترس‌پذیری نهایی نیز حاصل به‌کارگیری قانون انتقال‌پذیری است. طبق این قانون، اگر الف با ب، و ب یا جیم در ارتباط باشد آن‌گاه الف نیز با جیم در ارتباط خواهد بود.

گام ۴: افزایش عوامل به سطوح مختلف^۲: در این گام، عناصر پژوهش مبتنی بر ماتریس دسترس‌پذیری نهایی، سطح‌بندی می‌گردند. هر چه یک عنصر در سطح پایین‌تری قرار بگیرد، میزان تأثیرگذاری آن بر دیگر عناصر بیشتر می‌گردد. به بیان دیگر در افزایش سطح مدلسازی ساختاری تفسیری، افزایش شدت تأثیر بر دیگر عوامل از بالا به پایین افزایش می‌یابد. عناصری که در بالاترین سطح قرار می‌گیرند کمترین تأثیر را بر سایر عوامل دارند. برای این‌که بتوان عوامل را سطح‌بندی کرد باید مجموعه‌های زیر را تعریف کرد:

- مجموعه دسترس‌پذیری برای هر عنصر: شامل عناصری است که عنصر الف بر آن‌ها اثر می‌گذارد به‌علاوه خود عنصر الف
 - مجموعه مقدم برای هر عنصر: شامل عناصری است که بر عنصر الف تأثیر می‌گذارند به‌علاوه خود عنصر الف
 - مجموعه اشتراک برای هر عنصر: اشتراک بین دو مجموعه فوق.
- سطح‌بندی بدین گونه است که در هر دور یا راند، عناصری که مجموعه دسترس‌پذیری و اشتراک یکسانی داشته باشند در سطح یک قرار می‌گیرند و از دور بعد کنار گذاشته می‌شوند.
- همچنین گام‌های روش دیماتل فازی به شکل زیر می‌باشد (بتی چانگ، چیه وی چانگ و چیه هونگ وو، ۲۰۱۱)^۳:

گام ۱: طراحی معیارهای زبانی فازی

در این پژوهش، معیارهای پیشنهادی (یو-چنگ لی، می-لان لی، تیه-مین ین و تینگ-هو هوانگ، ۲۰۱۱)^۴ (جدول ۱) به‌کار گرفته شده است.

جدول ۱. مقیاس‌های کلامی برای مقایسات زوجی

عبارات کلامی	مقادیر کلامی
تأثیر خیلی زیاد (VH)	(0.75, 1, 1)
تأثیر زیاد (H)	(0.5, 0.75, 1)
تأثیر کم (L)	(0.25, 0.5, 0.75)
تأثیر خیلی کم (VL)	(0, 0.25, 0.5)
بی‌تأثیر (NO)	(0, 0, 0.25)

¹ Reachability Matrix

² Factors Partitioning

³ Betty Chang, Chih-Wei Chang & Chih-Hung Wu, 2011

⁴ Yu-Cheng Lee, Mei-Lan Li, Tieh-Min Yen, Ting-Ho Huang, 2011

گام ۲: ساخت نظرسنجی از پاسخ‌دهندگان

در این گام از هر پاسخ‌دهنده خواسته می‌شود تا شدت تأثیر مستقیم هر منظر بر منظر دیگر را مشخص کند. نماد $\tilde{d}_{ij} = (l_{ij}, m_{ij}, u_{ij})$ نشان‌دهنده نظر پاسخ‌دهنده در مورد تأثیر عامل i بر عامل j است. برای هر $i=j$ در ماتریس‌ها عدد فازی $(0,0,0.25)$ گذاشته می‌شود.

گام ۳: ساخت ماتریس شدت رابطه مستقیم

این گام شامل ساخت ماتریس تصمیم‌گیری اولیه، با استخراج میانگین ساده از نظرات همه پاسخ‌دهندگان می‌باشد.

گام ۴: نرمال‌سازی ماتریس شدت اثر مستقیم

برای به‌دست آوردن ماتریس نرمال‌ایز شده Z داریم: اگر $\tilde{d}_{ij} = (l_{ij}, m_{ij}, u_{ij})$ درایه‌های ماتریس شدت رابطه مستقیم باشند آنگاه:

$$\tilde{z}_{ij} = \frac{\tilde{d}_{ij}}{r} = \left(\frac{l_{ij}}{r}, \frac{m_{ij}}{r}, \frac{u_{ij}}{r} \right) \quad (1)$$

$$r = \max_{1 \leq i \leq n} \left(\sum_{j=1}^n u_{ij} \right). \quad (2)$$

گام ۵: به‌دست آوردن ماتریس شدت رابطه کلی فازی^۱

این ماتریس برای هر حد فازی $(\tilde{l}_{ij}^*, m_{ij}^*, u_{ij}^*)$ به‌وسیله فرمول‌های زیر محاسبه می‌گردد:

$$\tilde{l}_{ij}^* = \tilde{z}_l \times (I - \tilde{z}_l)^{-1} \quad (3)$$

$$m_{ij}^* = \tilde{z}_m \times (I - \tilde{z}_m)^{-1} \quad (4)$$

$$u_{ij}^* = \tilde{z}_u \times (I - \tilde{z}_u)^{-1} \quad (5)$$

در پایان، هرکدام از حدهای پایین، میانی و بالای این اعداد مثلثی را باهم ترکیب می‌کنیم تا ماتریس مربوطه تشکیل گردد

گام ۶: دی‌فازی سازی

در این زمینه از فرمول ساده زیر به منظور دی‌فازی سازی استفاده می‌گردد.

$$V = \frac{a + 2b + c}{4} \quad (6)$$

¹ Total-relation Fuzzy Matrix

گام ۷: محاسبه حد آستانه^۱

به منظور حذف معیارهای کم اثر در مدل، از حد آستانه استفاده می‌شود. در روش دیمتل، حد آستانه مشترکی برای تمامی درایه‌ها مشخص می‌شود، سپس درایه‌هایی که عدد آن بیشتر از حد آستانه است حد آستانه از اهمیت به‌سزایی برخوردار است؛ حد آستانه بالا موجب حذف بسیاری از روابط و حد آستانه پایین موجب شلوغی بیش از حد شبکه می‌گردد. در این مطالعه از میانگین حسابی مجموعه درایه‌ها استفاده می‌گردد.

یافته‌ها**نتایج بخش کیفی**

مبتنی بر گام‌های معرفی شده، خروجی کیفی پژوهش حاضر براساس مصاحبه‌های صورت گرفته با ۹ خبره (به دلیل اشباع نظری، مجموعه مصاحبه‌های ۹ خبره از ۱۱ خبره مورد توجه قرار گرفت) پژوهش و با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون و شبکه مضامین و تحلیل آن در جدول‌های زیر آورده شده است. انتخاب روش تحلیل تم در این پژوهش بدین دلیل است که هدف پژوهش، شناسایی ایده‌های اولیه و عمیق برای توسعه الگوهایی نظری برای پژوهش‌های تجربی آتی براساس یافته‌های کیفی می‌باشد (آنتونی جی تاکت، ۲۰۰۵).^۲ همچنین دیگر دلیل انتخاب روش تحلیل تم برای این پژوهش این است که این روش به‌طور خاص به منظور ترسیم بینش‌ها و نگرش‌ها از رخدادهای و تجربیات حقیقی و تشریح دقیق‌تر موضوعات اجتماعی دخیل در این رخدادهای و تجربیات به‌شدت مفید و سومند می‌باشد (مگنا ریشی و سانجایا اس گاور، ۲۰۱۲).^۳ در این مرحله نخست مصاحبه‌های صورت گرفته به‌خصوص در حیطه ساختارهای اصلی مدل پژوهش یعنی شاخص‌های ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور مبتنی بر نرم‌افزار مکس کیودا و رویکرد کدگذاری باز مورد تحلیل قرار گرفت تا مضامین یا تم‌ها و کدهای مربوطه و در نهایت عوامل مربوط شناسایی شوند. بدین ترتیب معین گردید که مدل ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور دربردارنده ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی به شرح جدول ۲ می‌باشد.

جدول ۲. خروجی فاز کیفی پژوهش

مضامین اصلی (شاخص‌ها)	مضامین سازمان‌دهنده (مؤلفه‌ها)	مضامین فراگیر (ابعاد)
ریسک‌های سیاسی		
ریسک‌های عملیاتی		
ریسک‌های نقدینگی		
دیدگاه‌های سنتی در جامعه		
تحریم‌های اقتصادی	مدیریت ریسک‌های محیطی	مدیریت ریسک
تغییرات در فناوری		
ریسک اعتباری		
نوسانات در قیمت طلا		
نوسانات قیمت ارز		
افشای اطلاعات	مدیریت ریسک‌های مربوط به شفافیت	

¹ Threshold² Anthony G Tuckett, 2005³ Meghna Rishi & Sanjaya S. Gaur, 2012

مضامین اصلی (شاخص‌ها)	مضامین سازمان دهنده (مؤلفه‌ها)	مضامین فراگیر (ابعاد)
ریسک فساد اقتصادی		
نسبت نقدینگی ساده		
بازگشت سرمایه		
ثبات درآمد		
سود انباشته		
دارایی جاری تقسیم بر کل سرمایه	نسبت‌های مالی	
درآمد خالص		
حاشیه سود		
بازگشت دارایی		
نسبت کفایت سرمایه		
نسبت بازدهی کارکنان		
تفاوت نسبت سود دریافتی و پرداختی		
نسبت بازده دارایی		
نسبت گردش دارایی‌ها		
نسبت درآمد کارمزد به کل درآمد	سودآوری	اقتصادی
درآمدهای مشاع		
درآمدهای غیرمشاع		
سود عملیاتی		
ارزش اموال غیرمنقول شعبه		
ارزش اموال منقول شعبه		
متوسط دارایی جاری نقدی		
متوسط بدهی‌های جاری نقدی		
کل هزینه حقوق و مزایای کارکنان	سودآوری	
جمع هزینه‌های عملیاتی		
درآمد کارمزدها		
کل درآمدها		
هزینه مطالبات		
هزینه بهره‌ای		
نسبت سهم سپرده هر شعبه به مجموع سپرده‌های شعب	سهم بازار	
نسبت تعداد مشتریان هر شعبه و مجموع مشتریان شعب		
تعداد باجه		محیط عملیاتی
متراژ شعبه		
تعداد دستگاه خودپرداز	رضایت مشتری	
تعداد شکایات مشتری		
به‌روز بودن خدمات		
سهولت دسترسی به خدمات		

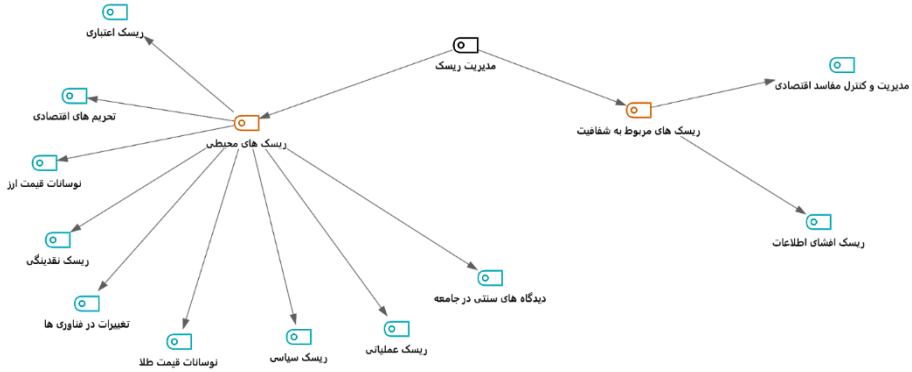
مضامین اصلی (شاخص‌ها)	مضامین سازمان‌دهنده (مؤلفه‌ها)	مضامین فراگیر (ابعاد)
تعداد حساب‌های جدید		
میزان اخذ مشاوره تخصصی مشتریان از شعبه		
تعداد مشاوران شعبه	رهبری خدمات	
کل مبلغ تسهیلات عادی		
کل مبلغ تسهیلات تکلیفی		
مانده ریالی قرض‌الحسنه		
تعداد حساب قرض‌الحسنه		
مانده ریالی بلندمدت		
تعداد حساب بلندمدت		
مانده سایر سپرده‌ها	مزیت‌های عملیاتی	
تعداد سایر سپرده‌ها		
تعداد حساب‌های سپرده مفتوح طی دوره مالی		
مانده حساب جاری		
تعداد حساب جاری		
تعداد شکایات کارکنان		
شکاف حقوق		
شکاف حقوق درخواستی و حقوق واقعی		
جابجایی کارکنان به دلیل نداشتن رضایت شغلی	رضایت کارکنان	
رضایت از شغل		
رضایت از حقوق		
رضایت از همکار		
رضایت از مدیر		ذی‌نفعان داخلی
پایه و مرتبه سازمانی کارکنان		
تجربه کارکنان (سابقه)		
تحصیلات (مدرک)		
شکاف بین تحصیلات کارکنان	مهارت‌های کارکنان	
شکاف تجربه و مهارت		
آموزش ضمن خدمت کارکنان		
شکاف آموزش ضمن خدمت کارکنان		
مهارت‌های ارتباطی کارکنان		
دانش و تخصص کارکنان		
جمع کل سپرده‌ها		
تعداد مشتریان	تولید خدمات	تولید و توسعه خدمات
درآمد کارمزد		
درآمد تسهیلات		

مضامین اصلی (شاخص‌ها)	مضامین سازمان‌دهنده (مؤلفه‌ها)	مضامین فراگیر (ابعاد)
سایر درآمدهای عملیاتی		
نرخ رشد مشتریان		
نرخ رشد حساب قرض‌الحسنه		
نرخ رشد انواع سپرده	توسعه خدمات	
تعداد حساب‌های جدید		
میزان دوباره‌کاری		
نظم زمانی در دستیابی به اهداف	نظم و هماهنگی درون‌سازمانی	
کیفیت اطلاعات در دسترس		
تناسب اطلاعات در دسترس		
پیوستگی دسترسی به اطلاعات		
میزان مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری		
میزان حرکت به سمت عدم تمرکز برای تصمیم‌گیری		
میزان توجه به تیم‌سازی و کار تیمی	آینده‌نگری انسانی	
میزان تشویق کارکنان به ایده‌دهی و ایده‌یابی		
فعالیت نظام پیشنهادها		
کیفیت فرهنگ سازمانی		
میزان سرمایه‌گذاری در تکنولوژی‌های جدید		
میزان سرمایه‌گذاری برای رقابت در آینده		
میزان سرمایه‌گذاری در توسعه بازار جدید		
میزان سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تحقیق و توسعه	آینده‌نگری سازمانی	آینده‌نگری
میزان سرمایه‌گذاری در پروژه‌هایی که ریسک بالا دارند		
توسعه سیستم‌های اطلاعاتی درون‌سازمانی		
سهم مشتریان در گاه‌های الکترونیکی		
سهم تراکنش‌های موفق الکترونیکی		
سهم بانک از کانال‌های بانکداری الکترونیکی		
جدید		
درصد اطمینان از دسترسی‌پذیری خدمات الکترونیکی	بانکداری دیجیتال	
نسبت تراکنش‌های الکترونیک به کل تراکنش‌های بانک		
میزان توجه به امنیت		

همان‌گونه که نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، خروجی حاصل از تحلیل داده‌های پژوهش در قالب ۱۰۹ مضمون اصلی (شاخص)، ۱۸ مضمون سازمان‌دهنده (مؤلفه) و ۶ مضمون فراگیر (بعد) قابل دسته‌بندی می‌باشد. این سازه‌ها را می‌توان در قالب شبکه مضامین مربوط به هر بعد ترسیم کرد تا مدل نهایی ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری را بتوان در قالب

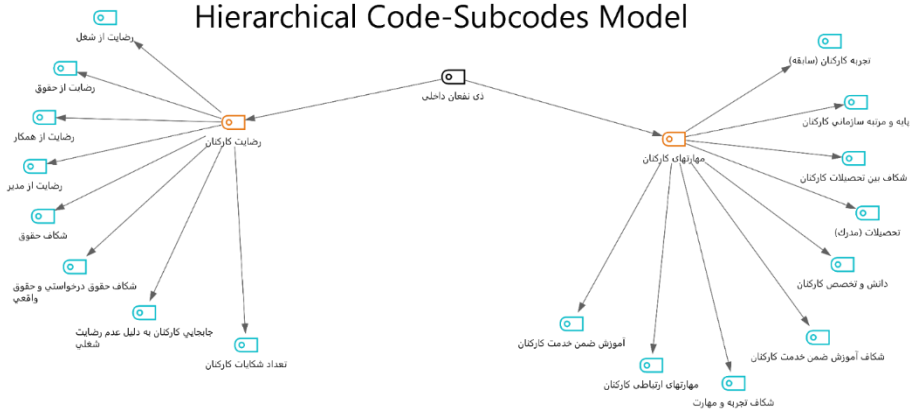
اجزای آن به تصویر کشید. در شکل‌های ۱ تا ۶ شبکه مضامین مربوط به ابعاد شش‌گانه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری مشاهده می‌گردد.

Hierarchical Code-Subcodes Model

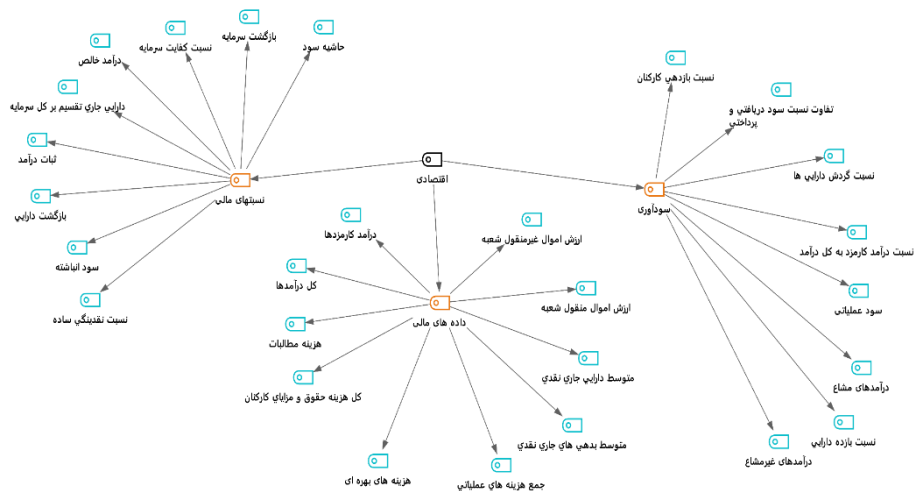


شکل ۱. شبکه مضامین مدیریت ریسک

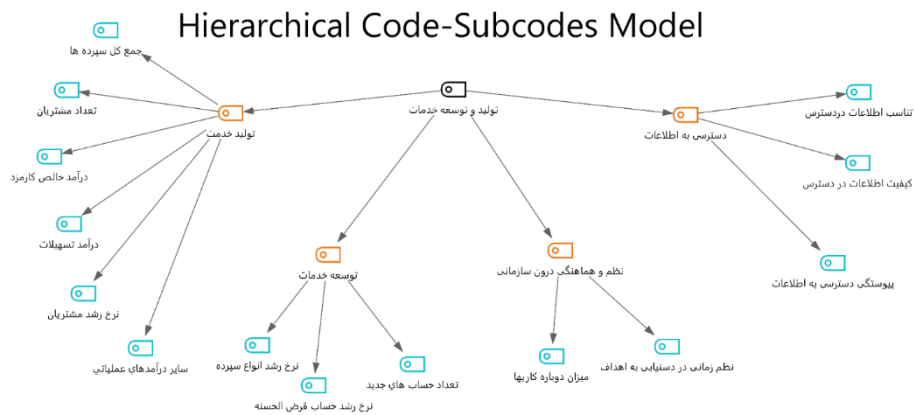
Hierarchical Code-Subcodes Model



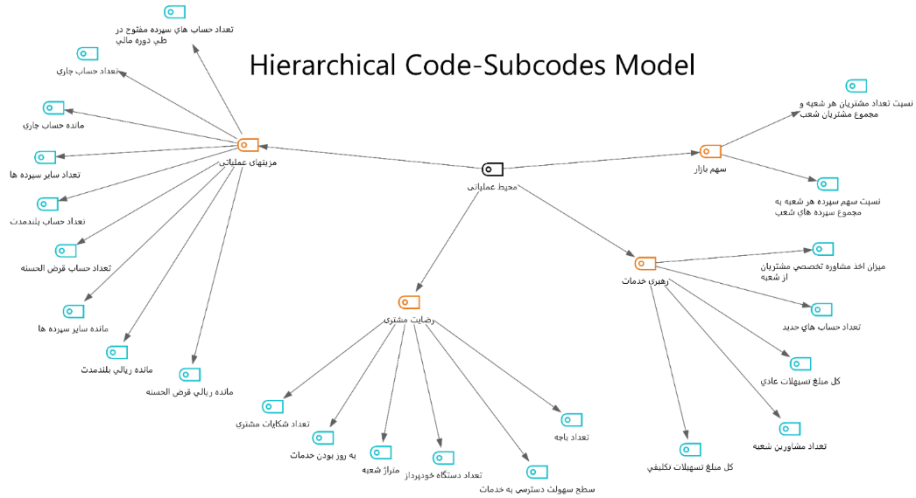
شکل ۲. شبکه مضامین ذی نفعان داخلی



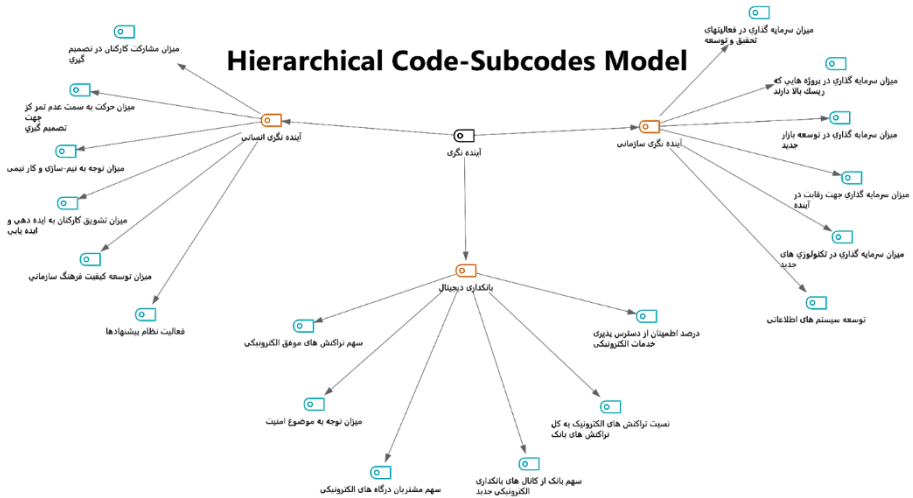
شکل ۳. شبکه مضامین شاخص‌های اقتصادی



شکل ۴. شبکه مضامین تولید و توسعه خدمات



شکل ۵. شبکه مضامین محیط عملیاتی



شکل ۶. شبکه مضامین آینده نگری

نتایج بخش کمی

در این بخش از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری و دیماتل فازی و نظرسنجی از خبرگان در راستای سطح‌بندی ابعاد مدل ارزیابی عملکرد سازمانی در صنعت بانکداری و شناسایی روابط کلی و کمی‌سازی این روابط میان ابعاد ۶ گانه این مدل در صنعت بانکداری کشور استفاده گردید. روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری به‌منظور سطح‌بندی اهمیت ابعاد شش‌گانه در زمینه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری و روش دیماتل فازی به‌منظور تحلیل کمی تأثیرات متقابل ابعاد نسبت به یکدیگر مورد استفاده قرار گرفت.

تحقیق، مبتنی بر روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری به دنبال دستیابی به دو هدف می‌باشد: یکی دستیابی به ساختار سطح‌بندی شده ابعاد شش‌گانه در زمینه سطح اهمیت تأثیرگذاری این ابعاد بر عملکردها در صنعت بانکداری و دیگری شناسایی روابط مستقیم میان ابعاد مختلف در حیطه عملکرد در صنعت بانکداری. در این زمینه، گام نخست گردآوری و تجمیع نظرات خبرگان در زمینه وجود روابط یک‌طرفه یا دوطرفه میان عناصر شش‌گانه بود. در گام بعدی، این نظرات تجمیع و در قالب ماتریس خودتعاملی خلاصه گردید (جدول ۳).

جدول ۳. ماتریس خودتعاملی

مدیریت ریسک	شاخص‌های اقتصادی	محیط عملیاتی	ذی‌نفعان داخلی	تولید و توسعه خدمات	آینده‌نگری
	V	A	O	V	V
		V	V	A	V
			A	X	X
				V	X
					X
					آینده‌نگری

در جدول ۳ نمادها به صورت زیر تفسیر می‌گردند:

V: اگر الف بر ب تأثیر داشته باشد ولی ب بر الف تأثیر نداشته باشد.

A: اگر الف بر ب تأثیر نداشته باشد اما ب بر الف تأثیر داشته باشد.

X: اگر هر دو عنصر بر یکدیگر تأثیر داشته باشند.

O: اگر دو عنصر هیچ تأثیری بر یکدیگر نداشته باشند.

گام بعدی در روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، شکل‌دهی به ماتریس‌های دسترس‌پذیری می‌باشد. ماتریس دسترس‌پذیری اولیه حاصل، تکمیل ماتریس خودتعاملی ساختاری بر مبنای قرار دادن مقادیر ۰ و ۱ در کل درایه‌های این ماتریس بنا بر حروف قرار داده شده می‌باشد. ماتریس دسترس‌پذیری نهایی نیز حاصل به‌کارگیری قانون انتقال‌پذیری است. طبق این قانون، اگر الف با ب در ارتباط باشد و ب با جیم در ارتباط باشد آن‌گاه الف نیز با جیم در ارتباط خواهد بود. در جدول ۴ ماتریس دسترس‌پذیری نهایی مشاهده می‌گردد.

جدول ۴. ماتریس دسترس پذیری نهایی

مدیریت ریسک	شاخص های اقتصادی	محیط عملیاتی	ذی نفعان داخلی	تولید و توسعه خدمات	آینده نگری
مدیریت ریسک	1	1*	1*	1	1
شاخص های اقتصادی	1*	1	1	1*	1
محیط عملیاتی	1	1*	1	1	1*
ذی نفعان داخلی	1*	1*	1	1	1
تولید و توسعه خدمات	1*	1	1*	1	1
آینده نگری	0	1*	1	1	1

گام بعد در روش مدل سازی ساختاری تفسیری، شامل آزاربندی عوامل به سطوح مختلف است. در این گام مبتنی بر ماتریس دسترس پذیری نهایی، عناصر شش گانه سطح بندی می گردند.

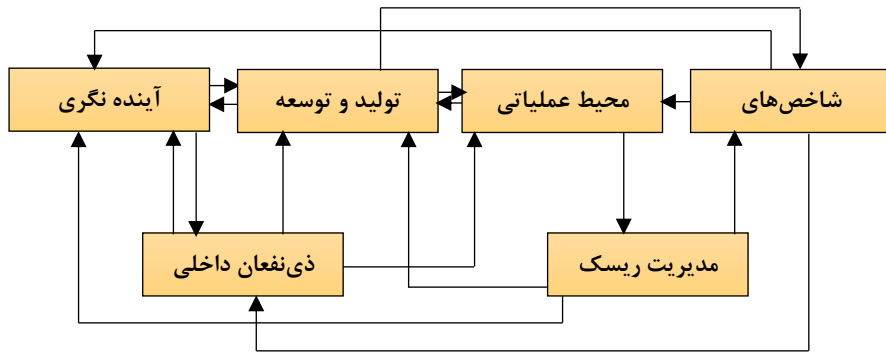
جدول ۵. دور اول سطح بندی

سطح	مجموعه مشترک	مجموعه مقدم	مجموعه دسترس پذیری	عوامل
-	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5	1,2,3,4,5,6	مدیریت ریسک (۱)
1	1,2,3,4,5,6	1,2,3,4,5,6	1,2,3,4,5,6	شاخص های اقتصادی (۲)
1	1,2,3,5,6	1,2,3,4,5,6	1,2,3,5,6	محیط عملیاتی (۳)
-	1,2,4,5,6	1,2,4,5,6	1,2,3,4,5,6	ذی نفعان داخلی (۴)
1	1,2,3,4,5,6	1,2,3,4,5,6	1,2,3,4,5,6	تولید و توسعه خدمات (۵)
1	2,3,4,5,6	1,2,3,4,5,6	2,3,4,5,6	آینده نگری (۶)

جدول ۶. دور دوم سطح بندی

سطح	مجموعه مشترک	مجموعه مقدم	مجموعه دسترس پذیری	عوامل
2	1,4	1,4	1,4	مدیریت ریسک (۱)
2	1,4	1,4	1,4	ذی نفعان داخلی (۴)

مبتنی بر این سطح بندی ها می توان ساختار سلسله مراتبی مربوط به روش مدل سازی ساختاری تفسیری را ترسیم کرد؛ به واقع مبتنی بر سطح بندی ارائه شده و ماتریس دسترس پذیری اولیه (یعنی حذف روابط برآمده از انتقال پذیری)، مدل ساختاری تفسیری مطالعه به شکل ۷ می باشد:



شکل ۷. مدل ساختاری تفسیری ابعاد شش‌گانه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری

همان‌گونه که در شکل ۷ قابل مشاهده است دو بعد مدیریت ریسک و ذی‌نفعان داخلی در سطح ۲ قرار گرفته‌اند و این یعنی در حیطه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری این دو بعد و شاخص‌ها و مؤلفه‌های مربوط به آن‌ها دارای بالاترین اهمیت می‌باشند. همچنین چهار بعد شاخص‌های اقتصادی، محیط عملیاتی، تولید و توسعه خدمات و آینده‌نگری نیز در سطح ۱ قرار دارند که به معنای پایین‌تر بودن اهمیت این عوامل نسبت به دو عامل پیشین در حیطه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری می‌باشد. فلش‌های موجود در شکل برآمده ماتریس دسترس‌پذیری اولیه است و قانون ترسیم بدین گونه است که اگر بین دو عنصر در دو سطح با بیش از یک اختلاف، رابطه غیرمستقیمی وجود داشت؛ از رسم رابطه مستقیم پرهیز می‌گردد. این فلش‌ها به معنای اثرگذاری ابعاد بر یکدیگر می‌باشند. برای مثال فلش بین بعد مدیریت ریسک و شاخص‌های اقتصادی به معنای نقش مدیریت ریسک در زمینه اثرگذاری بر شاخص‌های اقتصادی در صنعت بانکداری و در حوزه ارزیابی عملکرد می‌باشد.

همچنین پژوهشگر با استفاده از رویکرد میک‌مک به دنبال محاسبه قدرت نفوذ و وابستگی هر بعد، ترسیم نمودار قدرت نفوذ-وابستگی ابعاد از روی ماتریس دسترس‌پذیری نهایی و تجزیه و تحلیل آن می‌باشد. در این مرحله، عوامل در چهار گروه طبقه‌بندی می‌شوند: عوامل خودمختار، پیوندی، وابسته و نفوذی. به بیان دیگر، مبتنی بر این تحلیل عوامل در قالب این چهار دسته با توجه به سطح اثرگذاری و اثرپذیری آن‌ها طبقه‌بندی می‌شوند.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده تمامی شش بعد شناسایی شده در زمینه سنجش عملکرد در صنعت بانکداری، از عوامل پیوندی و دارای اثرگذاری و اثرپذیری بالایی نسبت به یکدیگر بودند و این به معنای سطح بالای وابستگی میان این عوامل می‌باشد. به بیان ساده‌تر، ارزیابی یا سنجش عملکرد در صنعت بانکداری، از این عوامل در هم پیچیده و وابسته به یکدیگر به‌شدت اثرپذیر می‌باشد و نمی‌توان بدون در نظر گرفتن بعد یا ابعادی، ارزیابی عملکرد مناسبی را به انجام رساند؛ زیرا سطح و میزان وابستگی عناصر نسبت به یکدیگر به شدت بالا می‌باشد.

گام بعدی در فاز کمی مطالعه، تحلیل کمی روابط کلی میان ابعاد شش‌گانه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری با استفاده از روش دیماتل فازی می‌باشد. رویکرد دیماتل فازی به‌منظور پوشش نقاط ضعف روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری یعنی بی‌توجهی به روابط کلی میان عناصر (مستقیم و غیرمستقیم) و نیز ارائه نشدن تحلیلی عددی و کمی در زمینه این روابط مورد استفاده قرار می‌گیرد. رویکرد دیماتل به‌منظور شناسایی ساختار شبکه‌ای یا علی و معلولی میان ابعاد و نیز مؤلفه‌های مربوط به هر بعد اجرا می‌گردد تا درکی عمیق‌تر در زمینه میزان وابستگی‌های درونی عوامل به‌دست آید.

در این زمینه گام نخست گردآوری نظرات خبرگان در زمینه شدت روابط میان ابعاد شش گانه می‌باشد. بدین منظور نظرات ۱۲ خبره مورد توجه قرار گرفت. خبرگان نظرات خود را در قالب متغیرهای کلامی متناظر با اعداد فازی مثلثی ارائه می‌کنند. این مقادیر در جدول ۱ معرفی شده‌اند. سپس این نظرات در قالب یک ماتریس تجمیع گردید تا ادامه فرایند تحلیل مبتنی بر این جدول صورت پذیرد. پس از آن این ماتریس نرمال می‌گردد تا فارغ از جنس ابعاد بتوان تعاملات میان آن‌ها را تحلیل کرد.

جدول ۸ ماتریس نرمال تجمیع شده نظرات خبرگان را در قالب اعداد فازی مثلثی نشان می‌دهد.

جدول ۸. ماتریس نرمال شده نظرات خبرگان

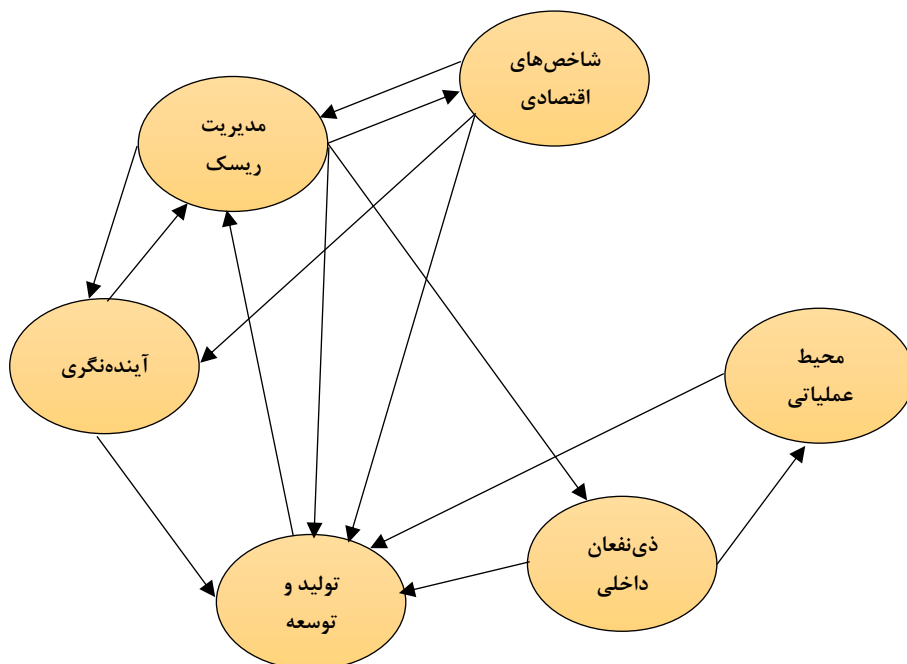
ماتریس نرمال شده	مدیریت ریسک			شاخص‌های اقتصادی			محیط عملیاتی			ذی‌نفعان داخلی			تولید و توسعه خدمات			آینده‌نگری		
مدیریت ریسک	0.00	0.00	0.02	0.02	0.04	0.75	0.01	0.02	0.04	0.03	0.05	0.06	0.04	0.06	0.06	0.05	0.06	0.06
شاخص‌های اقتصادی	0.04	0.05	0.06	0.00	0.00	0.02	0.02	0.03	0.05	0.02	0.03	0.05	0.04	0.06	0.07	0.04	0.05	0.06
محیط عملیاتی	0.02	0.03	0.05	0.01	0.02	0.03	0.00	0.00	0.02	0.02	0.03	0.05	0.04	0.06	0.07	0.03	0.04	0.05
ذی‌نفعان داخلی	0.02	0.03	0.05	0.02	0.03	0.04	0.04	0.05	0.07	0.00	0.00	0.02	0.05	0.07	0.07	0.03	0.04	0.05
تولید و توسعه خدمات	0.03	0.05	0.05	0.02	0.02	0.04	0.02	0.04	0.05	0.03	0.04	0.05	0.00	0.00	0.02	0.03	0.04	0.05
آینده‌نگری	0.04	0.05	0.06	0.02	0.02	0.04	0.02	0.03	0.05	0.02	0.04	0.05	0.05	0.06	0.07	0.00	0.00	0.02

پس از این گام، حدود بالا، میانی و پایین مربوط به تک تک ابعاد تفکیک و در قالب سه ماتریس مجزا، محاسبات مربوط به تشکیل ماتریس شدت روابط اولیه به انجام می‌رسد. ماتریس به دست آمده یعنی ماتریس شدت روابط اولیه حاصل تجمیع سه ماتریس مربوط به حدود بالا، میانی و پایین می‌باشد. این ماتریس سپس غیرفازی گردید و با استفاده از میانگین‌گیری، روابط ضعیف حذف شد و ماتریس شدت روابط کلی نهایی حاصل گردید. این ماتریس در جدول ۹ نمایش داده می‌شود:

جدول ۹. ماتریس شدت روابط کلی

D	آینده‌نگری	تولید و توسعه خدمات	ذی‌نفعان داخلی	محیط عملیاتی	شاخص‌های اقتصادی	مدیریت ریسک	ماتریس شدت روابط نهایی
0.481425	0.084573	0.087267	0.067184	0	0.242402	0	مدیریت ریسک
0.198295	0.063131	0.071948	0	0	0.063217	0	شاخص‌های اقتصادی
0.066918	0	0.066918	0	0	0	0	محیط عملیاتی
0.13693	0	0.076133	0	0.060797	0	0	ذی‌نفعان داخلی
0.055531	0	0	0	0	0.055531	0	تولید و توسعه خدمات
0.130535	0	0.072025	0	0	0.05851	0	آینده‌نگری
	0.147704	0.374291	0.067184	0.060797	0.242402	0.177258	R

مقادیر معرفی شده در جدول ۹ نشان‌دهنده شدت روابط کلی (مستقیم و غیرمستقیم) میان عناصر مطالعه می‌باشد. ستون D نشان‌دهنده شدت تأثیرگذاری یک عامل بر دیگر عوامل و ردیف R نیز نشان‌دهنده شدت تأثیرپذیری یک عامل از دیگر عوامل می‌باشد. همان‌گونه که در جدول ۹ مشخص است، بعد مدیریت ریسک، تأثیرگذارترین عامل بر دیگر عوامل می‌باشد و بعد شاخص‌های اقتصادی تأثیرپذیرترین بعد از سایر ابعاد شناسایی گردید. مبتنی بر ماتریس شدت روابط کلی می‌توان ساختار شبکه‌ای روابط علی و معلولی میان شش عنصر را ترسیم کرد. این ساختار در شکل ۸ قابل مشاهده است.



شکل ۸. ساختار شبکه‌ای تأثیرات تعاملی میان ابعاد شش‌گانه پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

به لحاظ نظری، مطالعات مختلفی بر این موضوع تأکید داشته‌اند که تدوین و اجرای مؤثر فعالیت‌های ارزیابی عملکرد به‌خصوص در محیط‌های پرقابته دارای پیامدهای بالقوه مطلوبی برای شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌باشد. مرور ادبیات نشان می‌دهد استراتژی‌ها و مدل‌های ارزیابی عملکرد مؤثر همراه با بازخوردهای مطلوب دارای تأثیرات معناداری بر عواملی چون کسب مزیت‌های رقابتی توسط سازمان (یانگ لیو و لیتینگ لیانگ، ۲۰۱۵)^۱ و توسعه استراتژی‌های کسب‌وکار (شیائوسانگ ژنگ، ۲۰۱۵)^۲ می‌باشد. با توجه به پیامدهای کلیدی بیان شده، ارائه چارچوب‌هایی به‌منظور تدوین مدل‌های ارزیابی عملکرد به خصوص در بازارهایی که چنین چارچوب‌هایی در آن مشاهده نشده است می‌تواند در ارتقای و بهبود وضعیت کلی آن صنعت سهیم باشد. در این زمینه، مطالعه حاضر بر صنعت بانکداری کشور و شرایط و مقتضیات خاص

¹ Yang Liu & Liting Liang, 2015

² Xiaosong Zheng, 2015

آن متمرکز بود و تلاش داشت تا مدل ارزیابی عملکرد جامعی مبتنی بر رویکردی آمیخته و در راستای بهبود شرایط این صنعت در کشور ارائه کند.

بانک‌ها می‌توانند نقش به‌سزایی در توسعه مستمر و تخصیص بهینه منابع داشته باشند؛ از این رو تأمین و حفظ کارایی عملکرد آن‌ها بسیار حائز اهمیت است. در شرایط خاص برای تعیین رویه‌های سرمایه‌گذاری و حسابدهی، به غیر از عملکرد مالی بانک‌ها، عملکردهای غیرمالی آن‌ها نیز باید برای کلیه سهام‌داران ارزیابی شود که این عملکردها از طریق معیارهایی از قبیل کیفیت خدمات، رضایت مشتری و رضایت پرسنل اندازه‌گیری می‌شود. از این‌رو یکی از مهم‌ترین دلایل اهمیت پژوهش حاضر، ارائه مدلی برای ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری و به‌طور خاص بانک رفاه از طریق شناسایی شاخص‌های عام و بومی عملکردی صنعت بانکداری مبتنی بر رویکردی کیفی، وزن‌دهی به شاخص‌های شناسایی و تأیید شده و رتبه‌بندی عملکردی بانک‌ها مبتنی بر تکنیک‌های کمی و عددی تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه می‌باشد. مطالعه حاضر مبنای خود را بر دستیابی به سه هدف زیر قرار داده بود:

- ۱- شناسایی و دسته‌بندی شاخص‌های بومی عملکردی در صنعت خدمات مالی و به‌طور خاص صنعت بانکداری در راستای بومی‌سازی مدل ارزیابی عملکرد
- ۲- مدل‌سازی شاخص‌های عملکردی بومی و عام با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری
- ۳- اجرای روش دیماتل فازی به‌منظور شناسایی روابط کمی میان ابعاد.

در راستای دستیابی به سه هدف فوق، مطالعه در دو فاز کلی کیفی و کمی به انجام رسید. این مطالعه در فاز کیفی خود به دنبال شناسایی شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد مدل ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور بود. بدین منظور از نظرات خبرگان حوزه بانکداری استفاده گردید. همچنین به‌منظور تحلیل داده‌های گردآوری شده از رویکرد تحلیلی تم در نرم‌افزار مکس کیودا استفاده شد. خروجی حاصل از تحلیل داده‌ها نشان دادند که ارزیابی عملکرد صنعت بانکداری کشور را می‌توان در قالب ۱۰۹ مضمون اصلی (شاخص)، ۱۸ مضمون سازمان‌دهنده (مؤلفه) و ۶ مضمون فراگیر (بعد) دسته‌بندی کرد. بدین ترتیب ۱۰۹ شاخص سنجش ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری شناسایی گردید که این شاخص‌ها می‌توانند در نظام‌های ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری کشور مورد توجه قرار گیرند. این شاخص‌ها در ۱۸ مؤلفه مختلف طبقه‌بندی گردیدند. بدین ترتیب، بانک‌های کشور می‌توانند ارزیابی عملکرد خود را مبتنی بر حیطه‌ها و بخش‌های گوناگون عملیاتی خود به انجام رسانند. برای مثال در حیطه رضایت کارکنان یا در حیطه مهارت‌های کارکنان یا در حیطه‌هایی چون آینده‌نگری انسانی، سازمان می‌تواند عملکردهای خود را به تفکیک ارزیابی کند. از سویی، مطالعه، به دنبال ارائه مدل تعاملی در حیطه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری بود. بدین منظور در مطالعه از دو رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری و دیماتل فازی استفاده گردید. نتایج حاصل از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری نشان داد که دو بعد مدیریت ریسک و ذی‌نفعان داخلی در حیطه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری دارای بالاترین اهمیت می‌باشند. همچنین مبتنی بر نتایج روش دیماتل فازی، بعد مدیریت ریسک، تأثیرگذارترین و بعد شاخص‌های اقتصادی تأثیرپذیرترین ابعاد نسبت به سایر ابعاد شناسایی گردیدند.

نتایج این مطالعه در قسمت کیفی آن نشان داد که ارزیابی عملکرد بانک‌ها می‌تواند در قالب مؤلفه‌ها و شاخص‌های شناسایی شده منطبق با ساختارها و چارچوب‌های صنعت بانکداری کشور به انجام رسد. به بیان دیگر بانک‌ها می‌توانند مبتنی بر بیش از صد شاخص عملکردی شناسایی شده، عملکردهای خود را از زوایا و ابعاد مختلف بررسی و تحلیل کنند. بنا بر نتایج حاصل شده و مبتنی بر فراوانی‌های شناسایی شده در حیطه شاخص‌های عملکردی پرتکرار، ده شاخص برتر شناسایی شده در زمینه ارزیابی عملکرد به‌ترتیب شامل مدیریت ریسک عملیاتی در بانک‌ها، مدیریت نوسانات نرخ ارز، مدیریت تأثیرات تحریم‌های اقتصادی، شاخص بازگشت سرمایه، شاخص حاشیه سود، سهولت دسترسی مشتریان به خدمات بانکی، رضایت کارکنان از حقوق و دستمزد، مدیریت ریسک نقدینگی و کیفیت آموزش

منابع انسانی می‌باشد. در زمینه نتایج بخش کیفی، مطالعاتی چون (جیلنا استانکویچینه و اولینا منکایتیه، ۲۰۱۲)^۱ و (جیاسن سان، چون وانگ، شیانگ جی و جی وو، ۲۰۱۷)^۲ هم‌راستا با نتایج برآمده از مطالعه حاضر نشان دادند که دو عامل کیفیت رهبری خدمات و رضایت کارکنان از بانک از ابعاد کلیدی سنجش عملکرد در صنعت بانکداری به‌خصوص در میان بانک‌های خصوصی می‌باشد. همچنین، همچنین (ته کوانگ چو و آگونگ دارماوان بوچدادی، ۲۰۱۶)^۳، در مطالعه خود در حیطه ارزیابی عملکرد صنعت بانکداری در کشور اندونزی هم‌راستای با این مطالعه نشان داد که کیفیت آینده‌نگری بانک در زمینه ارائه خدمات باید به‌عنوان عاملی کلیدی در جهت سنجش عملکرد در صنعت بانکداری مورد توجه قرار گیرد. با این حال این مطالعه عملاً اشاره‌ای به شاخص‌های سنجش عملکرد بانک در زمینه میزان آینده‌نگری آن نداشته است. همچنین تقریباً تمامی مطالعات صورت پذیرفته در حیطه شاخص‌های ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری بر به‌کارگیری شاخص‌های مالی به خصوص شاخص‌های مربوط به سودآوری تأکید داشته‌اند. در این زمینه می‌توان به مطالعات هم‌سویی چون (میپهر داش، ۲۰۱۷)^۴ و (فاتح تویوزو و نوردان یلدیز، ۲۰۲۰)^۵ اشاره داشت که چهار نسبت مالی سود انباشته، درآمد خالص، بازگشت دارایی و حاشیه سود را به‌عنوان معیارهای سنجش عملکرد مالی در صنعت بانکداری معرفی کردند. از سوی دیگر، مطالعات این حوزه اشارات محدودی نسبت به توانمندی بانک‌ها در مدیریت ریسک به‌عنوان یک عامل کلیدی در زمینه ارزیابی عملکرد داشته‌اند. در این زمینه می‌توان به معدود مطالعاتی چون (جی ان تایو، ای چی اوچاگا، بد یو آچوگامونو، کهنده آدیتلویه و او اوکی، ۲۰۱۷)^۶ اشاره داشت که ریسک عملیاتی در صنعت بانکداری را عاملی کلیدی در حیطه عملکرد بانک‌ها معرفی کرده است. این امر نشان‌دهنده این موضوع است که مسئله ریسک و مدیریت آن در صنعت بانکداری به‌عنوان عاملی کلیدی و تأثیرگذار بر عملکرد این بنگاه‌های اقتصادی نیاز به بررسی و مطالعه گسترده‌تری دارد.

مبتنی بر نتایج حاصل از بخش کمی مطالعه می‌توان این‌گونه دریافت که در حیطه ارزیابی عملکرد در صنعت بانکداری، توجه مدیران و تصمیم‌گیران در این صنعت باید بیشتر متمرکز بر دو بعد مدیریت ریسک و ذی‌نفعان داخلی و شاخص‌ها مربوط به این دو بعد باشد. همچنین نتایج این بخش نشان داد که بعد مدیریت ریسک تأثیرگذارترین عامل بر دیگر عوامل است و بعد شاخص‌های اقتصادی تأثیرپذیرترین بعد از سایر ابعاد می‌باشند. به بیان دیگر، شاخص‌های موجود در بعد مدیریت ریسک نه‌تنها مهم‌ترین شاخص‌ها در زمینه سنجش عملکرد یک بانک شناسایی گردیدند بلکه دارای تأثیرات قابل توجهی بر سایر شاخص‌های عملکردی نیز می‌باشند. شاخص‌های اقتصادی که خود معلول سایر عوامل می‌باشند نیز در نتایج این مطالعه به‌عنوان تأثیرپذیرترین شاخص‌ها از سایر شاخص‌ها شناسایی گردیدند. مطابق با این نتیجه‌گیری، توسعه قابلیت‌ها و توانمندی‌های بانک در زمینه مدیریت ریسک در حوزه‌های مختلف نه‌تنها می‌تواند منجر به بهبود مؤثرتر عملکردهای بانک گردد بلکه قادر است منجر به بهبود و توسعه سایر شاخص‌های ارزیابی عملکرد در بانک نیز گردد. نتایج مطالعه در قسمت کمی آن می‌تواند تا حد زیادی منحصربه‌فرد در نظر گرفته شود؛ زیرا بررسی‌های پژوهشگر نشان داد که مطالعات اندکی به بررسی مسئله عملکرد در صنعت بانکداری و شاخص‌ها و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آن با اتکا به روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری پرداخته‌اند. در میان این مطالعه می‌توان به پژوهش‌هایی چون (جیتش تاکار، اس.جی. دشموک، آ.دی. گوپتا و راوی شانکار، ۲۰۰۷)^۷ اشاره داشت که در آن ساختار روابط میان ابعاد عملکردی در صنعت بانکداری با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری شناسایی گردید. در این مطالعه، پنج بعد کلی

¹ Jelena Stankevičienė & Evelina Mencaitė, 2012

² Jiasen Sun, Chun Wang, Xiang Ji & Jie Wu, 2017

³ Te-Kuang Chou & Agung Dharmawan Buchdadi, 2016

⁴ Mihir Dash, 2017

⁵ Fatih Tüysüz & Nurdan Yıldız, 2020

⁶ JN Taiwo, EG Ucheaga, Bede U Achugamonu, Kehinde Adetiloye & O Okoye, 2017

⁷ Jitesh Thakkar, S. G. Deshmukh, A. D.Gupta & Ravi Shankar, 2007

به‌عنوان ابعاد اصلی مورد توجه قرار گرفت. از سویی، پژوهش‌هایی چون (فو-هسیانگ چن، تسونگ شین هسو و گوو-هشیونگ تزنگ، ۲۰۱۱)^۱ نیز با استفاده از رویکرد دیماتل و در قالب چهار بعد کارت امتیازی متوازن، ساختار روابط میان ابعاد عملکردی در صنعت بانکداری را شناسایی کردند.

مبتنی بر نتایج حاصل شده از این مطالعه، پیشنهاد می‌شود که مدیران در صنعت بانکداری در راستای بهبود و ارتقای عملکردهای مالی و غیرمالی در این صنعت توجه ویژه‌ای به بحث مدیریت ریسک در سازمان از خود نشان دهند؛ زیرا مبتنی بر نتایج به‌دست‌آمده در بخش‌های کیفی و کمی، مدیریت ریسک (در قالب ریسک‌های محیطی و ریسک‌های مربوط شفافیت اقتصادی) نه‌تنها دارای بالاترین ارزش و اهمیت در زمینه سنجش عملکرد در صنعت بانکداری است بلکه دارای بالاترین و بیشترین تأثیرگذاری بر سایر سنجها و شاخص‌های ارزیابی عملکرد می‌باشد. بدین ترتیب که توسعه توانمندی‌های بانک‌ها در زمینه مدیریت ریسک‌ها به‌خصوص ریسک‌های مورد تأکید خبرگان یعنی ریسک‌های اعتباری، ریسک‌های مربوط به تحریم‌های اقتصادی، ریسک‌های مربوط به نوسانات نرخ ارز و ریسک نقدینگی به‌خوبی قادر است تا در بلندمدت عملکرد بانک‌ها را بیش از سایر سنج‌های عملکردی توسعه بخشد و در حیطه ارزیابی عملکرد این صنعت، ریسک‌های نام برده، ارزش و اهمیت بالایی دارند. همچنین همان‌گونه که بیان گردید مبتنی بر نتایج حاصل از روش دیماتل فازی، تمرکز بر مدیریت مؤثر ریسک در صنعت بانکداری دارای اثرات پر قدرتی بر سایر ابعاد ارزیابی عملکردی در این صنعت می‌باشد. ریسک‌ها در فعالیت‌های بانکی اموری مجازی نیستند بلکه واقعیاتی انکارناپذیر می‌باشند که ضرورت مدیریت علمی آنها به دلیل تأثیرات بالقوه و بالفعل ضروری است. استقرار مدیریت ریسک در بانک‌ها منجر به کاهش زیان‌های احتمالی ناشی از ریسک معاملات و فعالیت‌های بانکی می‌گردد که در این صورت زمینه ارتقای سطح عملکرد و افزایش سود و ثروت سهام‌داران فراهم می‌شود؛ بنابراین هر اندازه کنترل ریسک در دستور کار قرار گیرد، با حرکت از عدم‌اطمینان کامل به عدم‌اطمینان نسبی، از میزان ریسک نیز کاسته می‌شود.

مطالعه حاضر در بردارنده محدودیت‌هایی است که پوشش این محدودیت‌ها می‌تواند به‌عنوان حیطه‌هایی جدید برای مطالعات آتی مورد توجه قرار گیرند. مطالعه حاضر در فاز کمی خود صرفاً متمرکز بر نظرات خبرگان حوزه بانکداری در سطح مدیریتی آن بود و نظرات و ایده‌های سایر ذی‌نفعان در صنعت بانکداری را مورد توجه قرار نداد. در این زمینه مطالعات آتی می‌توانند علاوه بر نظرات خبرگان متمرکز بر نظرات سایر ذی‌نفعان صنعت بانکداری و گروه‌های هدف موجود نیز گردند. برای مثال پژوهشگران حوزه بانکداری یا مشتریان حوزه بانکداری (در راستای گردآوری داده‌های مرتبط با کیفیت یا کمیت خدمات و سایر حوزه‌ها) و نیز کارکنان ستادی و کارکنان صفی باتجربه و خبره در این حوزه. همچنین نیاز است تا ساختارهای کیفی شناسایی شده در این مطالعه مبتنی بر رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری اعتبارسنجی گردد. به واقع شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد ارائه شده، کلی بود و نیاز است تا در راستای استفاده کاربردی از این مدل در بانک‌های مختلف، مطالعاتی کاربردی صورت پذیرد.

References

- Alavi, S. H., Mohammadi, F., Darvishi, A., & Rahmani, N. (2020). The mediating role of innovation on the impact of market orientation on the performance of private clubs. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 17(3), 187-201. <https://doi.org/10.48301/kssa.2020.124672>
- Annunziata, E., Pucci, T., Frey, M., & Zanni, L. (2018). The role of organizational capabilities in attaining corporate sustainability practices and economic performance: Evidence


¹ Fu-Hsiang Chen, Tsung-Shin Hsu & Gwo-Hsiung Tzeng, 2011

- from Italian wine industry. *Journal of Cleaner Production*, 171, 1300-1311. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.035>
- Arafah, W., Nugroho, L., Takaya, R., & Soekapdjo, S. (2018). Marketing Strategy for Renewable Energy Development In Indonesia Context Today. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 8(5), 181-186. <https://www.econjournals.com/index.php/jjeep/article/view/6844>
- Chang, A.-Y., Hu, K.-J., & Hong, Y.-L. (2013). An ISM-ANP approach to identifying key agile factors in launching a new product into mass production. *International Journal of Production Research*, 51(2), 582-597. <https://doi.org/10.1080/00207543.2012.657804>
- Chang, B., Chang, C.-W., & Wu, C.-H. (2011). Fuzzy DEMATEL method for developing supplier selection criteria. *Expert Systems with Applications*, 38(3), 1850-1858. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2010.07.114>
- Chen, F.-H., Hsu, T.-S., & Tzeng, G.-H. (2011). A balanced scorecard approach to establish a performance evaluation and relationship model for hot spring hotels based on a hybrid MCDM model combining DEMATEL and ANP. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 908-932. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.02.001>
- Chou, T.-K., & Buchdadi, A. D. (2016). Bank performance and its underlying factors: A study of rural banks in Indonesia. *Accounting and Finance Research*, 5(3), 55-63. <https://doi.org/10.5430/afr.v5n3p55>
- Dash, M. (2017). A model for bank performance measurement integrating multivariate factor structure with multi-criteria PROMETHEE methodology. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 9(1), 310-332. <https://doi.org/10.5296/ajfa.v9i1.11073>
- Faizi, A., & Salukdar, A. (2014). Evaluating the performance of the banking industry with the combined approach of FTOPSIS-FSC Balanced Scorecard (FTOPSIS-BSC). *Financial Engineering and Securities Management*, 5(20), 57-78. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?ID=239436>
- Farneti, F. (2009). Balanced scorecard implementation in an Italian local government organization. *Public Money & Management*, 29(5), 313-320. <https://doi.org/10.1080/09540960903205964>
- Ghanbari, H., Ebrahimi Sarv Oliya, M. H., Amiri, M., Bolo, Gh., & Ghorbanizadeh, V. (2020). Identifying the factors and indicators for evaluating the performance of the Technical and Vocational Education Organization of the country. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 17(3), 13-27. <https://doi.org/10.48301/kssa.2020.125540>
- Grafton, J., Lillis, A. M., & Widener, S. K. (2010). The role of performance measurement and evaluation in building organizational capabilities and performance. *Accounting, Organizations and Society*, 35(7), 689-706. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2010.07.004>
- Lee, Y.-C., Li, M.-L., Yen, T.-M., & Huang, T.-H. (2011). Analysis of fuzzy Decision Making Trial and Evaluation Laboratory on technology acceptance model. *Expert systems with Applications*, 38(12), 14407-14416. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2011.04.088>
- Liu, Y., & Liang, L. (2015). Evaluating and developing resource-based operations strategy for competitive advantage: an exploratory study of Finnish high-tech manufacturing industries. *International Journal of Production Research*, 53(4), 1019-1037. <https://doi.org/10.1080/00207543.2014.932936>
- Merrilees, B., Rundle-Thiele, S., & Lye, A. (2011). Marketing capabilities: Antecedents and implications for B2B SME performance. *Industrial Marketing Management*, 40(3), 368-375. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2010.08.005>

- Pérez López, S., Manuel Montes Peón, J., & José Vazquez Ordás, C. (2005). Organizational learning as a determining factor in business performance. *The Learning Organization*, 12(3), 227-245. <https://doi.org/10.1108/09696470510592494>
- Rishi, M., & Gaur, S. S. (2012). Emerging sales and marketing challenges in the global hospitality industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 4(2), 131-149. <https://doi.org/10.1108/17554211211217316>
- Stankevičienė, J., & Mencaitė, E. (2012). The evaluation of bank performance using a multicriteria decision making model: a case study on Lithuanian commercial banks. *Technological and economic development of economy*, 18(1), 189-205. <https://doi.org/10.3846/20294913.2012.668373>
- Sun, J., Wang, C., Ji, X., & Wu, J. (2017). Performance evaluation of heterogeneous bank supply chain systems from the perspective of measurement and decomposition. *Computers & Industrial Engineering*, 113, 891-903. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2017.05.028>
- Taiwo, J., Ucheaga, E., Achugamonu, B. U., Adetiloye, K., & Okoye, O. (2017). Credit risk management: Implications on bank performance and lending growth. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(5B), 584-590. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3151233
- Teece, D., Peteraf, M., & Leih, S. (2016). Dynamic Capabilities and Organizational Agility: Risk, Uncertainty, and Strategy in the Innovation Economy. *California management review*, 58(4), 13-35. <https://doi.org/10.1525/cmr.2016.58.4.13>
- Thakkar, J., Deshmukh, S. G., Gupta, A. D., & Shankar, R. (2007). Development of a balanced scorecard. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 56(1), 25-59. <https://doi.org/10.1108/17410400710717073>
- Themba, O. S., Razak, N., & Sjahruddin, H. (2019). Increasing customers' loyalty. The contribution of marketing strategy, service quality and customer satisfaction. *Archives of Business Research*, 7(2), 1-15. <https://doi.org/10.14738/abr.72.6114>
- Tuckett, A. G. (2005). Part II. Rigour in qualitative research: complexities and solutions. *Nurse researcher*, 13(1), 29-42. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16220839/>
- Tüysüz, F., & Yıldız, N. (2020). A novel multi-criteria analysis model for the performance evaluation of bank regions: an application to Turkish agricultural banking. *Soft Computing*, 24(7), 5289-5311. <https://doi.org/10.1007/s00500-019-04279-7>
- Zheng, X. (2015). Performance Measurement and Competitive Strategy Development of State-owned Enterprises in China. *European Journal of Business and Economics*, 10(1), 15-19. <https://doi.org/10.12955/ejbe.v10i1.573>



Presenting a Model Explaining the Behavioral Entropy Challenges of Auditors of an Auditing Organization Using Grounded Theory

Ramin Hosseini¹, Alireza Maetoofi^{2*} , Mansour Gerkaz³, Ali Khozin⁴

¹PhD student, Department of Accounting, Gorgan branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

²Assistant Professor, Department of Accounting, Gorgan branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

³Associate Professor, Department of Accounting, Gorgan branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

⁴Assistant Professor, Department of Accounting, Aliabad Katoul branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 12.26.2020

Revised: 02.13.2021

Accepted: 02.28.2021

Keyword:

Entropy
Behavioral entropy
Auditor behavior
Grounded theory

*Corresponding Author:

Alireza Maetoofi

Email:

alirezamaetoofi@gmail.com

ABSTRACT

The present study seeks to investigate the behavioral entropy challenges of auditors in an audit organization using grounded theory. The results of this study show that the behavioral entropy categories of auditors of auditing organizations comprising of level of disclosure, economic factors, infrastructure, audit system, criteria, collective thinking, adherence to principles, professional investment and analytical surveys have been identified as underlying factors. Lack of specialized working group on auditing standards, lack of development of auditing knowledge, institutions' inattention to reports, measuring auditors' efficiency, low level of auditors' knowledge, lack of job security of auditors, non-observance of auditing behavior, lack of specialized auditing committee and lack of experts were introduced as inputs. Limitations on audits, different auditing process, political pressures and communications, inconsistencies and dichotomies between accounting standards and laws and regulations, lack of proper auditing, lack of boundaries, lack of strong communication between auditors, instability of auditors and limitations of intrinsic properties were identified as processes. Consequences of the behavioral entropy of auditors of the auditing organization included failure to achieve goals, diminishing the role of auditors, increasing audit costs and risk, reducing public trust, damaging the auditor's profession and reputation, reducing the efficiency and effectiveness of auditors, adverse decisions, and undesirable comments.





شاپای الکترونیک: ۴۴۳۰-۲۵۳۸

شاپای چاپی: ۹۷۹۶-۲۳۸۲

مقاله پژوهشی

ارائه مدل تبیین‌کننده چالش‌های آنتروپی رفتاری حساب‌رسان سازمان حسابرسی: با استفاده از رویکرد زمینه‌بنیان

رامین حسینی^۱، علیرضا معطوفی^{۲*}، منصور گرکز^۳، علی خوزین^۴

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.
- ۲- استادیار، گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.
- ۳- دانشیار، گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.
- ۴- استادیار، گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

چکیده

پژوهش حاضر، به دنبال بررسی چالش‌های آنتروپی رفتاری حساب‌رسان سازمان حسابرسی، با استفاده از رویکرد زمینه‌بنیان می‌باشد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مقوله‌های آنتروپی رفتاری حساب‌رسان سازمان حسابرسی عبارتند از: سطح افشاجری، عوامل اقتصادی، زیرساخت‌ها، سیستم حسابرسی، معیارها، تفکر جمعی، پایبندی به اصول، سرمایه‌گذاری در حرفه و بررسی‌های تحلیلی به‌عنوان عوامل زمینه‌ای شناخته شده‌اند. فقدان کارگروه تخصصی در استانداردهای حسابرسی، عدم توسعه دانش حسابرسی، بی‌توجهی مؤسسات به گزارش‌ها، اندازه‌گیری کارایی حساب‌رسان، پایین بودن سطح آگاهی حساب‌رسان، نبود امنیت شغلی حساب‌رسان، رعایت نشدن آیین رفتار حسابرسی، نبود کمیته تخصصی و حسابرسی و کمبود متخصص به‌عنوان ورودی‌ها معرفی شدند. محدودیت در رسیدگی‌ها، متفاوت بودن فرایند حسابرسی، فشارها و ارتباطات سیاسی، وجود تناقض و دوگانگی بین استانداردهای حسابداری و قوانین و مقررات کشور، اجرا نشدن حسابرسی صحیح، نبود مرزهای رسیدگی، نبود ارتباط قوی بین حساب‌رسان، عدم ثبات حساب‌رسان و محدودیت‌های ذاتی به‌عنوان فرایندها شناسایی شدند. پیامدهای آنتروپی رفتاری حساب‌رسان سازمان حسابرسی عبارتند از: عدم دستیابی به اهداف، کم‌رنگ شدن نقش حساب‌رسان، افزایش مخارج و ریسک حسابرسی، کاهش اعتماد عمومی، خدشه‌دار شدن حرفه و شهرت حساب‌رسان، کاهش کارایی و اثربخشی حساب‌رسان، تصمیم‌گیری نامطلوب، اظهار نظر نامطلوب است.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۰۶

بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۲۵

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۱۰

کلید واژگان:

آنتروپی
آنتروپی رفتاری
رفتار حساب‌رسان
رویکرد زمینه‌بنیان

*نویسنده مسئول: علیرضا معطوفی

پست الکترونیک:

alirezamaetooft@gmail.com



مقدمه

امروزه رشد روزافزون علوم از یک سو و پیچیده شدن مسائل سازمان‌ها از سوی دیگر باعث شده است که تعامل علوم با یکدیگر افزایش یابد. این تعاملات خود را در قالب وام‌گیری ایده‌ها و استعاره‌های یک علم در سایر علوم نشان می‌دهد. در این میان، واژه سیستم و ویژگی‌های آن که در ترمودینامیک مطرح است کم‌کم در علوم انسانی نیز مورداستفاده قرار گرفته است. پژوهش‌های متعددی با الهام از سیستم موردبحث در ترمودینامیک، سازمان را به‌مثابه یک سیستم در نظر گرفته‌اند و با بهره‌مندی از نکات مرتبط با سیستم در ترمودینامیک به دنبال حل مشکلات سازمان‌ها بوده‌اند. یکی از این استعاره‌ها، واژه «آنتروپی» است.

آنتروپی، در لغت به مفهوم هرج‌ومرج و بی‌نظمی است (بی‌تازگی، وانگ چی، کیان شاه، نینگ چن و لینگژی زو، ۲۰۱۴)^۱. در هر سیستم، عواملی وجود دارند که در خلاف جهت نظم سیستم عمل می‌کنند و در نهایت، می‌توانند موجب سستی سیستم شوند (سیما انصاری فرد، ۲۰۱۵). انسان نیز مانند یک سیستم است که ممکن است دچار آنتروپی شود. اما در مورد انسان، بیان این نکته ضروری است که در حالت طبیعی انسان‌ها کمتر میل به بی‌نظمی دارند ولی ممکن است به دلایل مختلف، مجبور به حرکت در خلاف روال معمول شوند. آنتروپی درجه‌ای از اختلال در هر سیستمی است که طبق قانون ترمودینامیک در طی زمان افزایش می‌یابد. در رفتار انسان نیز ممکن است اختلال‌هایی ایجاد شود که رفتار انسان از ثبات خارج شود و به سمت بی‌ثباتی حرکت کند که می‌تواند تحت عنوان آنتروپی در رفتار مطرح شود (زینب امیری، محمدرضا اسماعیلی، رضا سپهوند و سید نجم الدین موسوی، ۲۰۱۸؛ اولاتونده آمو دورووجو، هینگ کای چان و شیائوچون وانگ، ۲۰۱۲)^۲. آنتروپی به دو گونه تقسیم می‌شود و عبارت است از آنتروپی مثبت^۳ که عملکردش در خلاف جهت نظم سیستم است و آنتروپی منفی یا نگانترپی^۴ که عملکردش در خلاف جهت آنتروپی مثبت است؛ یعنی برای ایجاد تغییرات به‌منظور اصلاح انحرافات و بقای سیستم در محیط عمل می‌کند. در سیستم‌های بسته که در آنها تبدیلی با محیط صورت نمی‌گیرد، آنتروپی مثبت گرایش به افزایش دارد و بر میزان بی‌نظمی داخل سیستم می‌افزاید. تغییر آنتروپی در سیستم‌های بسته همیشه مثبت است و نظم دائماً از بین می‌رود. اگر یک سیستم بسته به حال خود رها شود، سرانجام به‌سوی بی‌نظمی و اغتشاش و تعادل ایستا خواهد رفت و این عاقبتی است که هر سیستم بسته، به آن دچار خواهد شد. از سوی دیگر در سیستم باز، به علت ارتباط داشتن با محیط، آنتروپی مثبت گرایش به کاهش دارد و سیستم باز در قبال محیط خود واکنش‌هایی نشان می‌دهد که منجر به کامل‌تر شدن و پیچیده‌تر شدن سیستم می‌شود. سیستم باز، برخلاف سیستم‌های بسته، گرایش به تعادلی پویا و نیاز به تبادل ماده و انرژی با محیط دارد. از طریق این تبادل با محیط است که میزان آنتروپی مثبت کاهش می‌یابد و بر نظم سیستم افزوده می‌شود (انصاری فرد، ۲۰۱۵). انسان‌ها نیز با برخورداری از ساختاری پیچیده به‌عنوان سیستم پویا و باز در نظر گرفته می‌شوند که ممکن است تحت تأثیر عوامل گوناگونی رفتارهایشان دچار بی‌نظمی، اختلال و عدم تعادل گردد. همانند سیستم‌ها، بحث آنتروپی در سطح افراد نیز قابل طرح است (امیری و همکاران، ۲۰۱۸). در سطح تحلیل فردی به آن دسته عواملی که باعث می‌شود تا رفتار فرد از حالت تعادل و ثبات خارج شود و به سمت بی‌ثباتی سوق پیدا کند «آنتروپی رفتاری» گفته می‌شود که نشان‌دهنده تغییرات رفتار انسان از رفتارهای طبیعی و سازنده به سمت رفتارهای غیرطبیعی و غیرسازنده است که دیگر نمی‌توان انتظار عملکرد بالا از افراد داشت. هنگامی که رفتارهای عادی، کمتر بروز پیدا کند آنتروپی رفتاری فرد افزایش می‌یابد و اعمال غیرسازنده‌تری از خود نشان می‌دهد (رید سیمونز، برت براونینگ، ییلو ژانگ و ورشا سادکار، ۲۰۰۶)^۵. هر

¹ Yi Tang, Wang Qi, Qian Sha, Ning Chen & Lingzhi Zhu, 2014

² Olatunde Amoo Durowaju, Hing Kai Chan & Xiaojun Wang, 2012

³ Positive Entropy

⁴ Negentropy

⁵ Reid Simmons, Brett Browning, Yilu Zhang & Varsha Sadekar, 2006

انسانی دارای سطحی از ثبات و تعادل رفتاری است که این امر از تعادل جسمی و روحی او نشأت می‌گیرد. یکی از شاخص‌های اعتمادساز در روابط ما با دیگران، شاخص ثبات رفتاری است. ثبات رفتاری یعنی قابل پیش‌بینی بودن و قابل تحلیل بودن رفتار فرد است. وقتی بتوان رفتارهای بعدی فرد موردنظر را پیش‌بینی و تحلیل کرد، آن فرد از ثبات رفتاری لازم برخوردار است. رفتار انسان ممکن است از تعادل خارج شود و عدم تعادل در رفتار فردی موجب برهم خوردن تعادل در رفتارهای گروهی و در نهایت رفتارهای سازمانی شود. از لحاظ روانشناسی، برخی از خصوصیات بارز افراد متعادل عبارتند از: ۱- فرد متعادل از توانایی‌های خود، آگاهی دارد. ۲- میان خواسته‌ها و داشته‌های فرد متعادل، نوعی تناسب منطقی برقرار است؛ یعنی شعاع خواسته‌ها و انتظارات فرد از خویش، براساس توانایی‌هایش می‌باشد. ۳- فرد متعادل، روابط خود را با دیگران، براساس توازن و تعادل، برقرار می‌کند و از افراط و تفریط در مناسباتش به‌دور است. ۴- نوعی هماهنگی و هم‌خوانی در کلیه رفتارها و عناصر شخصیتی فرد متعادل، مشاهده می‌شود؛ یعنی نه‌تنها رابطه منطقی میان گفتار و کردار وی وجود دارد بلکه اجزای گفتار وی از یک نوع وحدت و هماهنگی برخوردار هستند و در عملکردهایش نیز تضاد وجود ندارد. هرگونه خروج از تعادل رفتاری را می‌توان یک نوع آنتروپی در رفتار انسان دانست. خروج از حالت تعادل سبب می‌شود که میزان قابلیت پیش‌بینی رفتار انسان کاهش یابد و به‌عبارتی، وقتی فردی دچار آنتروپی شود دیگر نمی‌توان با اطمینان در مورد رفتارهای وی اظهارنظر کرد (آمو دورووچو و همکاران، ۲۰۱۲). از دیدگاه (جولیتا واینهارت و رسا زیگمانتایت، ۲۰۱۵)^۱ ریشه تغییر رفتار کارکنان به سه دسته عوامل سازمانی و مدیریتی، محیطی و رفتاری طبقه‌بندی می‌شود. عوامل سازمانی مانند: ساختار بروکراتیک، نبود فضای فیزیکی مناسب، ساختار جبران خدمات نامناسب، قوانین ناعادلانه، ضعف‌های مدیریتی، سبک‌های مدیریتی استبدادی، جوسازمانی مسموم. عوامل رفتاری نیز مانند: ویژگی‌های شخصیتی کارکنان و مدیران...

با توجه به مطالب فوق، این پژوهش در نظر دارد معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌سازان سازمان حسابرسی را بیان کند.

پژوهش حاضر، به‌منظور دستیابی به ارائه مدل تبیین‌کننده معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌سازان سازمان حسابرسی، با استفاده از رویکرد داده‌بنیان که ضرورت‌هایی در این زمینه برآورده سازد، برنامه‌ریزی گردیده است. برای رسیدن به هدف نهایی پژوهش و دستیابی به مدل مورد نظر، سه مرحله اساسی طی گردید: در مرحله اول، ابتدا مبانی نظری آنتروپی رفتاری حساب‌سازان سازمان حسابرسی و پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، بررسی و مطالعه شد و سپس معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌سازان سازمان حسابرسی، از منابع مذکور استخراج و تبیین گردیدند تا برای نظرخواهی از صاحب‌نظران و خبرگان این حوزه مورد استفاده قرار گیرند. در مرحله دوم، نظرخواهی از افراد خبره و متخصص در حوزه آنتروپی رفتاری حساب‌سازان از طریق مصاحبه انجام گرفت و تجزیه و تحلیل نتایج به‌دست آمده در دستور کار قرار گرفت تا دستیابی به اجماع عمومی در خصوص آرایه مدل تبیین‌کننده معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌سازان سازمان حسابرسی، با رویکرد داده‌بنیان میسر و لزوم رعایت آن عوامل و افشای اطلاعات موردتأیید خبرگان در حسابرسی روشن گردد. بر اساس نتایج به‌دست آمده در این مرحله، گام نهایی پژوهش برداشته شد که معرفی عوامل کلیدی مورداجماع خبرگان و ارائه مدل تبیین‌کننده معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌سازان سازمان حسابرسی در مرحله سوم پژوهش بود.

مبانی نظری پژوهش

یکی از مسائلی که بسیاری از سازمان‌ها با آن مشکل دارند، تغییر رفتار کارکنان آن سازمان به‌مرور زمان است. کارمندی که در شروع کار، رفتاری حرفه‌ای و عالی با مشتریان دارد اما به‌مرور زمان این رفتار تغییر می‌کند و رفتارش

^۱ Jolita Vveinhardt & Rasa Zygmantaite, 2015

نارضایتی ارباب رجوع را به دنبال دارد، یا مدیری که به کار دقیق و شرافتمندانه معروف است اما ناگهان خبری می آید حاکی از این موضوع که این مدیر رشوه گرفته یا اختلاس کرده است.

سؤال اینجاست که علت بروز این رفتارها چیست و چرا برخی اوقات این تغییر رفتارها مشاهده می شود؟ از دیدگاه این موضوع را می توان تحت عنوان آنتروپی رفتاری مطرح کرد که شناخت علت های بروز این رفتارها می تواند موجب جلوگیری از بروز بسیاری از مشکلات در سازمان ها شود (امیری و همکاران، ۲۰۱۸).

این رفتارها اغلب غیرمعارف و نامشروع می باشند و شامل رفتارهای خشونت آمیزی هستند که در درازمدت موجب آسیب های جسمانی و روانی به کارکنان یا صدمات جبران ناپذیری برای سازمان می شوند. فعالیت هایی هستند که در محل کار اتفاق می افتند و ساختارهای اداری، فرهنگی و قوانین سازمان را نقض می کنند و رویه های عملکردی یا تمایلات غالب در سازمان را به چالش می کشند.

همچنین برخی پژوهشگران هم بر این باورند که این رفتارها نه تنها در محل کار ممکن است به یک عضو سازمان ضرر برساند، بلکه فی النفسه با کاهش سطح عملکرد و تعهد سازمانی اعضا می تواند آثار زیان بار دیگری روی سازمان داشته باشد و عواقب آن متوجه افرادی فراتر از آن هایی که مستقیماً در اقدامات دخالت داشته اند، خواهد شد. از این رو، علاوه بر خسارت اقتصادی، روی اعضای سازمان نیز خسارت عاطفی وارد می کند (محسن اکبری، غلامرضا محفوظی و رضوان هوشمند، ۲۰۱۶).

از دیدگاه (چی-تینگ چن، هسین-هوی سانی هو و برایان کینگ، ۲۰۱۸)^۱ کارکنان در ابتدای ورود به سازمان، نیت و قصد رفتارهای خلاف عرف ندارند، آنها تلاش می کنند که خود را با ارزش های سازمان، وفق و تمام تلاش خود را برای انجام هر چه بهتر کارها انجام دهند. آنها معتقدند به مرور زمان ممکن است مسائل و اتفاقاتی در سازمان رخ دهد که منجر به تغییر در نگرش و رفتار آنها شود. در هر سازمان، عواملی وجود دارند که خلاف ذهنیات افراد عمل می کنند و مختل کننده نظم رفتار کارکنان هستند. به این عوامل، ایجادکننده آنتروپی رفتاری می گویند. سه موضوع کلی منبع تغییر رفتار در کارکنان است:

عوامل فردی: مواردی که باعث می شود فرد تصمیم یکباره برای تغییر در خود را حس کند؛ مانند مریضی، مشکلات مالی و مشکلات خانوادگی و عواملی دیگر.

عوامل سازمانی: عواملی که در درون سازمان باعث ایجاد این تغییر رفتارها می شود، مانند نبود قوانین کامل و دقیق، نبود نظارت های مناسب، فشار کاری بیش از حد و ...

عوامل محیطی: مواردی که در محیط وجود دارد مانند اعتیاد، شبکه های مجازی، پیشنهادهای کاری رقیب یا به بیانی دیگر، تغییر رفتار کارکنان، رفتارهای ارادی هستند که هنجارهای سازمانی را نقض، سلامتی سازمان یا کارکنانش یا هر دو را تهدید می کند و به عوامل فردی، گروهی، رهبری، سازمانی و مدیر بستگی دارد. این تغییر رفتارها ارادی هستند زیرا کارکنان، انگیزه های برای تطبیق با انتظارات هنجاری ندارند یا برای نقض این انتظارات برانگیخته می شوند. منظور از هنجارهای سازمانی، هنجارهایی هستند که قوانین سازمانی آنها را تعریف می کند و به عنوان استانداردهای کاری مطرح می شوند.

رفتارهای ناکارآمد حسابرسی در واقع فعالیت های مشخص حسابرسان در یک پروژه، در شرایطی پایین تر از حد استاندارد است (هلیل پاینو، زبیده اسماعیل و مالکوم اسمیت، ۲۰۱۲)^۲. درستکاری و تقلب همان رفتارهای ناکارآمد حسابرسی هستند. بدین ترتیب که حسابرسان به منظور دستیابی به اهدافی که مدنظر دارد، فرایند حسابرسی را دستخوش تغییر می کند، و در نتیجه کیفیت کار کاهش می یابد.

¹ Chi-Ting Chen, Hsin-Hui Sunny Hu & Brian King, 2018

² Halil Paino, Zubaidah Ismail & Malcolm Smith, 2012

آنتروپی، درجه‌ای از اختلال در هر سیستمی است که طبق قانون ترمودینامیک طی زمان افزایش می‌یابد. در رفتار انسان نیز ممکن است اختلال‌هایی ایجاد شود که رفتار انسان از ثبات خارج شود و به سمت بی‌ثباتی حرکت کند که می‌تواند تحت عنوان آنتروپی در رفتار مطرح شود (اولاتونده آمو دورووچو، هینگ کای چان و شیائوچون وانگ، ۲۰۱۲)^۱. آنتروپی به دو گونه تقسیم می‌شود: ۱- آنتروپی مثبت^۲ که عملکردش در خلاف جهت نظم سیستم است و ۲- آنتروپی منفی یا نگانترپی^۳ که عملکردش در خلاف جهت آنتروپی مثبت است؛ یعنی برای ایجاد تغییرات به‌منظور اصلاح انحرافات و بقای سیستم در محیط عمل می‌کند. در سیستم‌های بسته که در آنها تبادلی با محیط صورت نمی‌گیرد، آنتروپی مثبت گرایش به افزایش دارد و بر میزان بی‌نظمی داخلی سیستم می‌افزاید. از سوی دیگر در سیستم باز، برخلاف سیستم‌های بسته، گرایش به تعادلی پویا و نیاز به تبادل ماده و انرژی با محیط وجود دارد. از طریق این تبادل با محیط است که میزان آنتروپی مثبت، کاهش می‌یابد و بر نظم سیستم افزوده می‌شود (انصاری فرد، ۲۰۱۵). انسان‌ها نیز با برخورداری از ساختاری پیچیده به‌عنوان سیستم پویا و باز در نظر گرفته می‌شوند که ممکن است تحت تأثیر عوامل گوناگونی رفتارهایشان دچار بی‌نظمی، اختلال و عدم تعادل گردد (امیری و همکاران، ۲۰۱۸). در سطح تحلیل فردی، به آن دسته عواملی که باعث می‌شوند تا رفتار فرد از حالت تعادل و ثبات خارج شود و به سمت بی‌ثباتی سوق پیدا کند «آنتروپی رفتاری» گفته می‌شود که نشان‌دهنده تغییرات رفتار انسان از رفتارهای طبیعی و سازنده به سمت رفتارهای غیرطبیعی و غیرسازنده است. هنگامی که رفتارهای عادی کمتر بروز پیدا کند آنتروپی رفتاری فرد افزایش می‌یابد و اعمال غیرسازنده‌تری از خود نشان می‌دهد (سیمونز و همکاران، ۲۰۰۶).

به لحاظ روانشناسی، برخی از خصوصیات بارز افراد متعادل، عبارتند از: فرد متعادل از توانایی‌های خود، آگاهی دارد، میان خواسته‌ها و داشته‌های فرد متعادل، نوعی تناسب منطقی برقرار است؛ یعنی شعاع خواسته‌ها و انتظارات فرد از خویش، براساس توانایی‌هایش می‌باشد، فرد متعادل، روابط خود را با دیگران، براساس توازن و تعادل، برقرار می‌کند و از افراط و تفریط در مناسباتش به دور است، نوعی هماهنگی و هم‌خوانی در کلیه رفتارها و عناصر شخصیتی فرد متعادل، مشاهده می‌شود؛ یعنی نه‌تنها رابطه منطقی میان گفتار و کردار وی وجود دارد، بلکه اجزای گفتار وی از نوعی وحدت و هماهنگی برخوردار است و در عملکردهایش نیز تضاد وجود ندارد. هرگونه خروج از تعادل رفتاری را می‌توان یک نوع آنتروپی در رفتار انسان دانست. خروج از حالت تعادل سبب می‌شود که میزان قابلیت پیش‌بینی رفتار انسان کاهش یابد و به عبارتی وقتی فردی دچار آنتروپی شود دیگر نمی‌توان با اطمینان در مورد رفتارهای وی اظهار نظر کرد (آمو دورووچو و همکاران، ۲۰۱۲).

در موقعیت‌هایی که رسیدن به اهداف سازمانی و فردی از راه معمول ممکن نیست، اعمال رفتارهای ناکارآمد ممکن است ضروری نیز به نظر برسد. از طرفی، این رفتارها می‌تواند عکس‌العملی به محیط استرس‌بار ناشی از کنترل‌های شدید مدیریتی باشد (مهدی مرادی، امین رستمی و زهره ابادری، ۲۰۱۶).

با توجه به این‌که امروزه در سازمان‌ها و مؤسسات مالی، رفتارها و سیستم‌های مالی، پیچیده‌تر شده است و در خصوص مطالعه آنتروپی رفتاری حساب‌سازان به‌ویژه در سازمان‌ها و مؤسسات حسابرسی با فقدان پژوهش‌های کاربردی مواجه می‌باشیم؛ بنابراین تدوین مدل این پژوهش می‌تواند یکی از مهم‌ترین موضوعات رفتاری حساب‌سازان را تعیین کند.

پیشینه پژوهش

در ادامه، تحقیقات پیشین که موضوع پژوهش حاضر مرتبط هستند آورده شده است:

¹ Olatunde Amoo Durowoju, Hing Kai Chan & Xiaojun Wang, 2012

² Positive Entropy

³ Negentropy

عوامل مؤثر بر رفتارهای ناکارآمد حسابرسی به‌طور کلی به دو دسته عوامل فردی و عوامل سازمانی قابل تفکیک هستند. عوامل فردی عبارتند از: کانون کنترل، خودارزیابی عملکرد، و میزان چرخش حسابرسان. همچنین سازمان و شرایط حاکم بر آن می‌تواند نقش بااهمیتی در رفتارهای ناکارآمد توسط حسابرسان داشته باشد و زمینه‌ای برای بروز این گونه رفتارها فراهم آورد؛ مثلاً برنامه‌ریزی نامناسب کار می‌تواند محرک رفتارهای ناکارآمد در افرادی باشد که تمایلی درونی به بروز و انجام این گونه رفتارها دارند (پاینو و همکاران، ۲۰۱۲).

(شان ولنتاین و لین گودکین، ۲۰۱۹)^۱ در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه شدت اخلاقی، تصمیم‌گیری اخلاقی و قصد هشداردهی» نشان دادند که شناخت و اهمیت درک‌شده یک مشکل اخلاقی و قضاوت اخلاقی، ارتباط مثبت و معناداری با قصد هشداردهی دارند. همچنین بااهمیت بودن پیامدها نیز بر قصد هشداردهی، تأثیر مثبت و معناداری دارد. (آ.کی یویانتو، اس.کی باوونو و اچ.اس پایو، ۲۰۱۹)^۲ در پژوهشی با عنوان «تجزیه‌وتحلیل تأثیر معنویت محیط کار بر رفتار ناکارآمد حسابرسان و پیامدهای آن در کیفیت حسابرسی» پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که تأثیر معنویت محل کار بر رفتار حسابرسان ناکارآمد، یک مورد مثبت و یک منفی قابل توجه دارد؛ یعنی یک رابطه منفی بین ناکارآمد رفتار حسابرسان و به دنبال آن ناکارآمد رفتار حسابرسان در کیفیت حسابرسی وجود دارد. علاوه بر این، بین معنویت محیط یا محل کار برای کیفیت حسابرسی، رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. مفاهیم حسابرسی کیفیت این است که کیفیت حسابرسی می‌تواند از طریق معنویت در محیط کار و ناکارآمد بهبود یابد. نتیجه‌گیری از پژوهش بیان می‌کند که یک تأثیر قابل توجه معنویت محل کار بر رفتار حسابرسان ناکارآمد وجود دارد.

(امیری و همکاران، ۲۰۱۸) در پژوهشی با رویکرد کیفی و با به‌کارگیری روش داده‌بنیاد تحت عنوان «ارائه الگوی آنتروپی رفتاری در سازمان (شهرداری اصفهان)» با ۲۳ نفر از مدیران ارشد و میانی شهرداری اصفهان و خبرگان دانشگاهی آشنا به مسائل سازمانی و رفتارهای سازمانی مصاحبه‌ای را انجام دادند. تجزیه‌وتحلیل داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام گرفت. براساس آن مدل کیفی پژوهش طراحی شد. در این مدل، مهم‌ترین عوامل علی شامل عوامل فردی، مدیریتی و سازمانی، ضعف‌های منابع انسانی و محیطی بودند. پدیده محوری در بروز آنتروپی رفتاری، بی‌عدالتی سازمانی بود. عوامل زمینه‌ساز نیز شامل عدم شفافیت سازمانی و عدم شایسته‌سالاری و فرهنگ سازمانی بود. در نهایت، پیامدهای آنتروپی رفتار در قالب پیامد درونی فردی، سازمانی، گروهی، خانوادگی و محیطی طبقه‌بندی شدند.

(غلامحسین مهدوی و رضا زمانی، ۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر ویژگی‌های فردی و سازمانی بر پذیرش کمتر از واقع گزارش کردن زمان از جانب حسابرسان» پرداختند که نتایج پژوهش نشان می‌دهد بین سبک رهبری ملاحظات، سبک رهبری ساختار، منبع کنترل درونی و تجربه حسابرسان با پذیرش کمتر از واقع گزارش کردن زمان، رابطه منفی و معنی‌داری برقرار است و بین منبع کنترل بیرونی و حسابرسان غیرعضو جامعه حسابداران رسمی ایران با پذیرش کمتر از واقع گزارش کردن زمان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، بین میزان تحصیلات با پذیرش کمتر از واقع گزارش کردن زمان رابطه‌ای مشاهده نشد.

(محمود لاری دشت بیاض، مهدی صالحی و مرضیه زاهدی، ۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رفتار ناکارآمد حسابرسان و روابط کاری با سرپرستان، نقش تعدیلی جو اخلاقی مدیران» پرداختند که نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که بین روابط کاری با سرپرستان حسابرسی و رفتار ناکارآمد حسابرسان، رابطه معکوس و معنی‌داری وجود دارد. جو اخلاقی در سطوح بالای سازمان، رابطه بین روابط کاری با سرپرستان حسابرسی و رفتار ناکارآمد حسابرسان را کم می‌کند.

¹ Sean Valentine & Lynn Godkin, 2019

² A.K Yudyanto, S.K Bawono & H.S Poppy, 2019

(مرادی و همکاران، ۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر اعمال رفتارهای ناکارآمد حساب‌سازان» به این نتیجه دست یافتند که کوتاهی حساب‌سازان در اجرای صحیح مراحل حساب‌رسی را می‌توان به رفتارهای ناکارآمد حساب‌رسی نسبت داد. این رفتارها کیفیت حساب‌رسی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و نیز به اعتبار حرفه خدشه وارد می‌کند. نتایج حاصل نشان داد که کانون کنترل بیرونی، فشار بودجه زمانی و خودارزیابی عملکرد پایین، رابطه مثبتی با اعمال رفتارهای ناکارآمد حساب‌رسی دارند.

(محمد نمازی و شعله منصوری، ۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان «نظریه آنتروپی از دیدگاه روانشناسی و تأثیر آن در مالی رفتاری» به این نتیجه دست یافتند که نظریه آنتروپی اطلاعات می‌تواند به‌عنوان پایه‌ای برای درک و پیش‌بینی رفتار سرمایه‌گذاران در بازارهای مالی استفاده شود.

جنبه نوآورانه پژوهش حاضر این است با توجه به این که تاکنون موضوعی در ادبیات پژوهش با استفاد از رویکرد زمینه بنیاد گزارش نشده است که به بررسی علل و عوامل بروز آنتروپی رفتاری در حساب‌سازان پرداخته باشد؛ لذا پژوهش حاضر، از دانش‌افزایی لازم برخوردار است. همچنین موضوع آنتروپی، از سطح سیستم به سطح رفتار فردی تعمیم داده شده است که از این لحاظ هم دارای نوآوری می‌باشد.

سوالات پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه تجربی پیش‌گفته، از آنجایی که هدف اصلی این پژوهش، تدوین الگوی آنتروپی رفتاری و عوامل مؤثر بر آنتروپی رفتاری حساب‌سازان است؛ سؤال اصلی این پژوهش به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- ۱- معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌سازان سازمان حساب‌رسی کدام است؟
- ۲- عوامل (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر) مؤثر بر معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌سازان در سازمان حساب‌رسی کدام است؟

روش‌شناسی

این پژوهش از نوع استقرایی^۱ و اکتشافی^۲ است و با روش تئوری داده‌بنیاد^۳ انجام شد. روش داده‌بنیاد به دو شیوه: الف) گلیزر (یا کلاسیک)؛ ب) روش گلیزر و استراوس انجام می‌شود. در روش دوم، دو بخش کدگذاری محوری و پارادایم کدگذاری به روش اول افزوده شده است (جولیت ام. کوربین و آنسلم استراس، ۲۰۱۱)^۴ معتقدند حضور این دو مرحله می‌تواند دانش فزاینده‌ای درباره روابط ارائه کند. لذا در این پژوهش از روش دوم استفاده شد.

مهم‌ترین شرط ورود به تئوری داده‌بنیاد، نداشتن پیش‌فرض از گذشته است. هم‌چنان که گلیزر (۱۹۹۸) معتقد است شروع کار در این حوزه هیچ‌وقت با مسئله از پیش تعیین‌شده و تفکرات گذشته آغاز نمی‌شود. در حقیقت، دو قانون مهم در تئوری داده‌بنیاد مطرح است: الف) مرور نکردن ادبیات حوزه موردنظر در زمان انجام تحقیق ب) مرور ادبیات موردنظر در زمان مرتب کردن و نگارش نظریه و در زمان اتمام پژوهش (گلیزر، ۱۹۹۸) گفت‌وگو و مصاحبه‌های ساختارنیافته از ابزارهای شروع به کار این رویکرد به‌شمار می‌رود.

در این پژوهش به کمک روش گلوله برفی (ارجاع زنجیره‌ای)، افراد خبره و متخصص انتخاب می‌شوند که افراد خبره شامل حساب‌سازان و مدیران بخش حساب‌رسی سازمان حساب‌رسی در تهران و استان‌ها می‌باشند که شرایط خبرگی به‌شرح ذیل را دارا باشند که افراد باید هر سه ویژگی را هم‌زمان دارا باشند:

¹ Inductive

² Exploratory

³ Grounded Theory

⁴ Juliet Corbin & Anselm Strauss, 2011

- ۱- حسابرسان و سرپرستان حسابرسی شاغل در سازمان حسابرسی
- ۲- دارای مدرک تحصیلی لیسانس، فوق لیسانس و بالاتر
- ۳- آشنا به مفهوم آنتروپی رفتاری. همچنین روش نمونه‌گیری از طریق نمونه‌گیری نظری است که دربرگیرنده جمع‌آوری داده‌های مداوم برای خلق نظریه است. داده‌های مورد استفاده در این روش، بسیار وابسته به مشاهدات پژوهشگر است (فرخ برزیده، جعفر بابانی و احمد عبدالهی، ۲۰۱۶). بر این اساس، داده‌ها از طریق مصاحبه چهره‌به‌چهره با افراد خبره که شرایط جامعه آماری را داشته باشند، شروع می‌شود. نمونه‌گیری روش داده‌بنیاد نظری است؛ بنابراین تحلیل‌گر تا رسیدن به کفایت داده‌ها همچنان به مصاحبه با افراد می‌پردازد و زمانی به مصاحبه خاتمه می‌دهد که استدلال کند، مصاحبه‌های بیشتر منجر به افزایش دانش او نمی‌شوند (برزیده و همکاران، ۲۰۱۶). مصاحبه‌ها ماهیتی اکتشافی دارند و با مسئله پژوهش مطرح می‌شوند. به‌منظور غنای پژوهش، تلاش می‌گردد مصاحبه با افرادی که شخصاً موضوع تحقیق را تجربه کرده‌اند، سرلوحه کار قرار گیرد. پس از خاتمه اولین گفت‌وگو، فرایند کدگذاری آغاز می‌شود. مشارکت‌کنندگان در این مصاحبه ۲۹ نفر بودند. پس از آنکه مصاحبه‌ها به انجام رسید و داده‌های مورد نیاز به کفایت گردآوری شد و به نقطه اشباع رسید، نیازی به مصاحبه جدید وجود نداشت (از مصاحبه با نمونه ۲۴ به بعد مفهوم جدیدی اضافه نشد؛ لذا جهت اطمینان محقق، تا نمونه ۲۹ مصاحبه انجام گردید). میانگین زمان مصاحبه‌ها یک ساعت بوده است. جدول ۱ ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان در این تحقیق را نمایش می‌دهد.

جدول ۱. پژوهش‌شناسی جمعیت

درصد فراوانی	تعداد فراوانی	تعداد		شرایط مشارکت‌کنندگان	
		مرد	زن		
٪۱۸	۵	۴	۱	بین ۳۰ - ۴۰ سال	سن
٪۲۴	۷	۵	۲	بین ۴۰ - ۵۰ سال	
٪۳۸	۱۱	۹	۲	بین ۵۰ - ۶۰ سال	
٪۲۰	۶	۵	۱	بیشتر از ۶۰ سال	
٪۱۰۰	۲۹	۲۳	۶	جمع	
٪۵۹	۱۷	۱۳	۴	کارشناسی‌ارشد	میزان تحصیلات
٪۴۱	۱۲	۱۰	۲	دکتری	
٪۱۰۰	۲۹	۲۳	۶	جمع	
٪۳۱	۹	۷	۲	بین ۵ - ۱۰ سال	سابقه کار
٪۲۰	۶	۵	۱	بین ۱۰ - ۱۵ سال	
٪۲۱	۶	۵	۱	بین ۱۵ - ۲۰ سال	
٪۱۴	۴	۳	۱	بین ۲۰ - ۲۵ سال	
٪۷	۲	۱	۱	بین ۲۵ - ۳۰ سال	
٪۷	۲	۲	-	بیشتر از ۳۰ سال	
٪۱۰۰	۲۹	۲۳	۶	جمع	

یافته‌ها

نتایج پژوهش ضمن آنکه موجب بسط مبانی نظری پژوهش‌های گذشته در حوزه آنتروپی رفتاری حسابرسان می‌شود، می‌تواند به توسعه ادبیات حسابداری کشورهای درحال توسعه از جمله ایران کمک شایانی کند. در این مطالعه، مدل آنتروپی رفتاری حسابرسان با رویکرد زمینه‌بنیان طراحی و از طریق مصاحبه با افراد خبره انجام شده است که همین

موضوع، اهمیت پژوهش حاضر را نسبت به پژوهش‌های قبلی متمایز کرده است. این پژوهش با توجه به هدف، کاربردی است و با توجه به تکنیک جمع‌آوری داده‌ها و تکنیک تحلیل از نوع پژوهش‌های کیفی است که به صورت گزند تئوری (داده‌بنیان) انجام می‌گیرد. این تحقیق در نظر دارد یک مدل نظری در خصوص معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌سازان ارائه دهد. این رویکرد به محققان اجازه می‌دهد تا از طریق مصاحبه متخصصان (حساب‌سازان) ابتدا براساس مرحله اول کدگذاری؛ یعنی کدگذاری باز، سؤالات باز را از مصاحبه‌شوندگان بپرسند و سپس براساس کدگذاری محوری، مفاهیم زیاد ایجادشده را مختصر و در مسیر پژوهش هدایت کنند و در نهایت براساس کدگذاری انتخابی، مدل پژوهش را به‌منظور نظریه‌پردازی ارائه دهند.

در مرحله کدگذاری باز مطالب خواننده می‌شود و کلمات، جمله‌ها و حتی خط یا پاراگرافی از متن مصاحبه قابلیت شناسایی به‌عنوان کد را دارد، انتخاب می‌شود. کدهای موردنظر برحسب اهمیت خود می‌توانند به اصلی یا فرعی دسته‌بندی شوند و تشکیل یک نشانه دهند.

- کدگذاری محوری: در این مرحله، نظریه‌پرداز، یک مفهوم از کدگذاری باز را انتخاب می‌کند و آن را در مرکز فرایند در حال بررسی قرار می‌دهد و سپس به ارتباطدهی آن با سایر مفاهیم می‌پردازد.
- کدگذاری انتخابی: در مرحله پایانی، کدگذاری انتخابی (مرحله نظریه‌پردازی) آغاز می‌گردد. در این مقطع، نظریه‌پرداز به‌طور روشن‌بین از ارتباط بین مقوله‌ها و نگارش نظریه می‌پردازد (حسن دانایی فرد و سید مجتبی امامی، ۲۰۰۷)؛ به طوری که برخی از پژوهشگران معتقدند، مرحله کدگذاری انتخابی، فرایند یکپارچه‌سازی بین مفاهیم است. در این مرحله، مفهوم‌پردازی از داده‌ها منجر به تشکیل یک نظریه مقدماتی می‌گردد، نظریه‌ای که هنوز خام است و مراحل نگارش و اعتبارسنجی درباره آن انجام نشده است. در این مرحله، یادداشت برداری، مفاهیم و ایده‌های نظری پژوهشگر بسیار مورد استفاده قرار می‌گیرد.

کدگذاری انتخابی عبارت است از فرایند انتخاب دسته‌بندی اصلی، مرتبط کردن نظام‌مند آن با دیگر دسته‌بندی‌ها، تأیید اعتبار این روابط، و تکمیل دسته‌بندی‌هایی که نیاز به اصلاح و توسعه بیشتری دارند. کدگذاری انتخابی بر اساس نتایج کدگذاری باز و کدگذاری محوری، مرحله اصلی نظریه‌پردازی است. به این ترتیب که مقوله محوری را به شکل نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط می‌دهد و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه می‌کند و مقوله‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند، اصلاح می‌کند.

در این مرحله، تمام مفاهیم‌ها پس از اتمام مصاحبه‌ها به رشته تحریر آمده و پس از پیاده‌سازی یادداشت‌برداری‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوا، سطر به سطر بررسی، مفهوم‌پردازی و مقوله‌سازی شد و براساس مشابهت و ارتباطات بین کدها، بارها و بارها مورد مقایسه مستمر قرار گرفت و در طی فرایند تحقیق، در میان نشانه‌ها و نکات کلیدی استخراج‌شده هم‌پوشانی زیادی در میان یافته‌ها بود؛ لذا به‌منظور حذف مفاهیم مشابه و کشف مقوله‌ها، هر یک از مفاهیم در سطحی بالاتر یعنی در بخش مقوله دسته‌بندی شدند؛ با توجه به اینکه هدف این پژوهش، تدوین و ارائه مدل تبیین‌کننده معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌سازان است برای کدگذاری‌ها انتخاب شدند.

فرایند تحلیل اطلاعات در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد مبتنی بر سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است که در ادامه، نحوه شکل‌گیری مقوله‌های حاصل از مفاهیم شرح داده می‌شود. ابتدا کدگذاری باز و نحوه کدگذاری مصاحبه‌ها تشریح می‌شود و پس از آن به نحوه شکل‌گیری مفاهیم و مقوله‌ها پرداخته خواهد شد. کدگذاری محوری با مقوله‌های مستخرج از کدگذاری باز در بخش عوامل زمینه‌ای، علی، راهبردها، مداخله‌گرا و پیامدها تفکیک شدند و در نهایت در کدگذاری انتخابی به طراحی مدل پرداخته شده است. ابتدا تمام نکات کلیدی مصاحبه‌ها استخراج و کدگذاری شدند و بعد از بررسی و تحلیل آنها کدهای مشابه به مفاهیم خاصی اختصاص داده شد. مقوله مفهومی است

که از سایر مفاهیم انتزاعی تر است. کدگذاری محوری با مقوله‌های مستخرج از کدگذاری باز در بخش عوامل زمینه‌ای، ورودی‌ها، فرایندها، خروجی‌ها و پیامدها تفکیک شدند.

برای درک بهتر فرایند کدگذاری، در نقل و قولی آمده است:

۱- «... به‌طور معمول رفتارهای ناکارآمد، حرکتی هستند که قابلیت اطمینان به شواهد را به خطر می‌اندازند و اغلب رفتارهای ناکارآمد، نتایج فاجعه‌برانگیزی در سطوح سازمان، جامعه و افراد را به بار می‌آورند که این رفتارها در اغلب موارد به‌عنوان تهدید کیفیت رفتار شناخته می‌شوند که با اعمال کم‌گزارش‌دهی مدت حسابرسی، رسیدگی سطحی به مدارک، خاتمه زودهنگام رسیدگی‌ها، پذیرش توضیحات ضعیف مشتری و تخصیص ساعات کاری به موارد دیگر که لطامت جبران‌ناپذیری بر پیکره استفاده‌کنندگان برون‌سازمانی و درون‌سازمانی و از همه مهم‌تر به پیکره سازمان وارد می‌سازد ...».

۲- «... لازم است جهت جلوگیری از رفتارهای ناکارآمد حرکتی، اعمال کنترل‌های بیشتر و نظارت قوی صورت پذیرد. و نیز برای بهتر شدن رفتارها، احکام تنبیهی و تشویقی خاص در نظر گرفته شود و فرهنگ آموزش اعتقادات دینی قوی داشته باشیم و ...».

کدگذاری انتخابی: در کدگذاری انتخابی، متغیر اصلی یا فرایند اساسی نهفته در داده‌ها، چگونگی، مراحل وقوع و پیامدهای آن نمودار می‌شود. براساس روابط به‌دست آمده، مفاهیم حاصل از کدگذاری باز و محوری در مرحله کدگذاری انتخابی، به یکدیگر پیوند داده شد و به صورت یک مدل منعکس گردید. در شکل ۱ نشان داده شده است.



ورودی‌ها	فرایندها	خروجی‌ها	پیامدها
عدم‌اشرافیت کافی حساب‌رسان از قوانین و مقررات سازمان‌ها	عدم‌ارتباط قوی بین حساب‌رسان		تصمیم‌گیری نامطلوب
کمبود متخصص	ضعف در اجرای استانداردهای حسابرسی و حسابداری		اظهاری نظر نامطلوب
عدم‌رعایت آیین رفتار حسابرسی	عدم‌تعامل بین حساب‌رسان		تغییر در تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان
نبود وجود کمیته تخصصی و حسابرسی	عدم‌ثبات حساب‌رسان		کاهش اعتمادپذیری گزارش‌ها
	محدودیت‌های ذاتی		افزایش خطاهای گزارشگری- رسوایی مالی
			افزایش تقلبات و تخلفات

شکل ۱. الگوی طراحی شده برای معضل آنتروپی رفتاری حساب‌رسان (یافته‌های پژوهشگر)

فرایند تحلیل اطلاعات در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، مبتنی بر سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است که در ادامه، نحوه شکل‌گیری مقوله‌های حاصل از مفاهیم شرح داده می‌شود. ابتدا کدگذاری باز و نحوه کدگذاری مصاحبه‌ها تشریح می‌شود و پس از آن به نحوه شکل‌گیری مفاهیم و مقوله‌ها پرداخته خواهد شد. «مفاهیم» به‌دست‌آمده براساس مشابهت‌هایشان در طبقه جداگانه‌ای قرار می‌گیرند، به این کار «مقوله‌پردازی» گفته می‌شود. «مقوله» مفهومی است که از سایر مفاهیم، انتزاعی‌تر است. کدگذاری محوری با مقوله‌های مستخرج از کدگذاری باز در بخش عوامل زمینه‌ای، ورودی‌ها، فرایندها، خروجی‌ها و پیامدها تفکیک شدند و در نهایت در کدگذاری انتخابی به طراحی مدل پرداخته شده است. ضمن توضیحات کدگذاری‌های، در جدول (۲) نمونه مصداقی از این کدگذاری ارائه شده است:

جدول ۲. نحوه تفکیک مقوله‌ها (کدها)

کدگذاری تئوری- طبقه‌بندی اصلی: آنتروپی رفتاری حساب‌رسان		
کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
طبقه‌بندی فرعی	طبقه‌بندی مفهومی	کدهای مفهومی
		مسائل مربوط به بحث مالی و اقتصادی و پولی
		مشکلات اقتصادی و درآمدی
	تورم و رکود	بازار کار نامناسب و ناسالم وضعیت نابه‌سامان اقتصادی
		فشار اقتصادی کشور شرایط اقتصادی کشور
		تعطیلی بنگاه‌های کوچک اقتصادی و کم شدن کار حسابرسی
	وضعیت اقتصادی	وضعیت حاکم بر اقتصاد و شرایط کاری انگیزه مالی و اقتصادی
		رعایت آیین رفتار حرفه‌ای رعایت بی‌طرفی
استقلال حساب‌رسان	استقلال واقعی	مستقل بودن حساب‌رسان از نظر فکری

کدگذاری تئوری- طبقه‌بندی اصلی: آنتروپی رفتاری حسابرسان		
استقلال ظاهری	مستقل بودن حسابرسان از دید اشخاص ثالث	
	خدشه‌دار نکردن حرفه حسابرسی	
تحلیلی	تفکر قائم‌به‌فرد (سلیقه‌ای)	
سطح تفکر	نبود انگیزه	
	نبود دیدگاه جامع	
سیستمی	به‌کارنگرفتن تفکر سیستمی	
	رد گزارش نامطلوب	
اظهاری نظر نامطلوب	پذیرش گزارش نامطلوب	
	محدودیت در رسیدگی	
	نبود مرزهای رسیدگی	
اظهاری نظر مطلوب	وجود دوگانگی در اظهارنظرها	
	محدودیت‌های ذاتی	
سطح اظهارنظر	بی‌توجهی به اظهارنظرها	
	ارائه نکردن اظهارنظر مناسب	
ویژگی‌های فردی	شایستگی	
	اخلاقی حرفه‌ای	
	داشتن تجربه مفید	
	اهل فن	
نیروی متخصص	اعتبار دانشگاهی	متخصص در حرفه
	کمبود متخصص	
	مآزاد نیروی غیرمتخصص	
	تجدیدنظر در قوانین و مقررات	
	کمبود مؤسسات حسابرسی	
	نبود ارتباط قوی بین مؤسسات	
	نبود ارتباط قوی بین حسابرسان	
	نبود ثبات حسابرسان	
مؤسسات حسابرسی	حمایت نکردن از حسابرسان	زیرساخت‌ها
	سرمایه‌گذاری نکردن در حرفه حسابرسی	
	وجود تناقض بین قوانین و استانداردها	
	وجود عوامل محیطی و فیزیکی	
	عدم حمایت و همکاری مدیران	
	نداشتن رضایت و علاقه از حرفه	

کدگذاری تئوری-طبقه‌بندی اصلی: آنتروپی رفتاری حساب‌رسان

 نهادینه کردن جایگاه حساب‌رسی در سطح کشور

 بازار کار نامناسب و ناسالم

 تقویت و تحکیم کمیته‌های حساب‌رسی

 برگزاری دوره‌های آموزشی

نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش، ارائه مدل تبیین‌کننده چالش‌های آنتروپی رفتاری حساب‌رسان سازمان حساب‌رسی با استفاده از رویکرد زمینه‌بنیان است. برای جلوگیری از بی‌نظمی در رفتار انسان لازم است با آنتروپی برخورد شود و به نوعی شرایطی فراهم گردد تا عوامل زمینه‌ساز کاهش یابد (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۴). لذا، بررسی پدیده آنتروپی رفتاری حساب‌رسان به‌منزله بخشی از مسئله پژوهش محسوب می‌شود؛ زیرا برداشت و نگرش در خصوص آنتروپی رفتاری فردی کارکنان در بافت سازمان‌های ایرانی فی‌نفسه، بدیع و روشن به نظر می‌رسد. از معضلات آنتروپی رفتاری حساب‌رسان مطرح شده در سازمان حساب‌رسی شکل (۱) نتیجه‌گیری می‌شود عوامل زمینه‌ای عبارتند از: سطح افشاگری، عوامل اقتصادی، زیرساخت‌ها، سیستم حساب‌رسی، موسسات حساب‌رسی، استقلال حساب‌رسان مستقل، معیارها، تفکر جمعی، پایبندی به اصول، سرمایه‌گذاری در حرفه و بررسی‌های تحلیلی و ... عوامل شناسایی شده در بخش ورودی‌ها شامل فقدان کارگروه تخصصی در استانداردهای حساب‌رسی، توسعه نیافتن دانش حساب‌رسی، بی‌توجهی مؤسسات به گزارش‌ها، اندازه‌گیری کارایی حساب‌رسان، پایین بودن سطح آگاهی حساب‌رسان، نبود امنیت شغلی حساب‌رسان، رعایت نشدن آیین رفتار حساب‌رسی، نبود کمیته تخصصی و حساب‌رسی و کمبود متخصص‌ها و ... هستند. عوامل مرتبط با فرایندها شامل محدودیت در رسیدگی‌ها، متفاوت بودن فرایند حساب‌رسی، فشارها و ارتباطات سیاسی، وجود تناقض و دوگانگی بین استانداردهای حساب‌داری و قوانین و مقررات کشور، اجرا نشدن حساب‌رسی صحیح، نبود مرزهای رسیدگی، نبود ارتباط قوی بین حساب‌رسان، نبود ثبات حساب‌رسان و محدودیت‌های ذاتی و ... می‌باشد. خروجی‌ها شامل فراهم نشدن شرایط لازم برای نظارت، ارائه نشدن اظهارنظر مناسب، تأمین نشدن نیازهای حساب‌رسان، عدم اولویت‌بندی رسیدگی‌ها و شاخص‌های مؤثر، رفتارهای غیرقانونی افراد و ... است. پیامدهای شناسایی شده در پژوهش آنتروپی رفتاری حساب‌رسان سازمان حساب‌رسی عبارتند از: عدم دستیابی به اهداف، کم‌رنگ شدن نقش حساب‌رسان، افزایش مخارج و ریسک حساب‌رسی، کاهش اعتماد عمومی، خدشه‌دار شدن حرفه و شهرت حساب‌رسان، کاهش کارایی و اثربخشی حساب‌رسان، تصمیم‌گیری نامطلوب، اظهارنظر نامطلوب، افزایش خطاهای گزارشگری و رسوایی مالی و باتوجه به معضلاتی که در آنتروپی رفتاری حساب‌رسان در سازمان حساب‌رسی از دیدگاه صاحب‌نظران در این حوزه مطرح شد، در ادامه، پیشنهادها و راهکارهای پیشنهادی خبرگان حرفه‌ای و صاحب‌نظران برای رفع معضلات مذکور، ارائه می‌شود.

پیشنهادها

پیشنهاد می‌گردد که پژوهش حاضر در مؤسسات حساب‌رسی، سازمان حساب‌رسی و سازمان بازرسی کل کشور که خدمات حساب‌رسی و بازرسی ارائه می‌کنند کاربرد بهتری داشته باشند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده به سایر محققان آتی، موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

- ۱- شناسایی آنتروپی رفتاری مدیران مالی و مدیران عامل مؤسسات مالی و حساب‌رسی
- ۲- شناسایی آنتروپی رفتاری مشتریان متقاضی خدمات حساب‌رسی

- ۳- شناسایی خلأها و کمبودهای موجود در آیین رفتار حرفه‌ای و قوانین و مقررات مالی که بستری برای بروز آنتروپی رفتاری حسابرسان است.
- ۴- شناسایی آنتروپی رفتاری حسابرسان با سایر روش‌ها مناسب.

محدودیت‌های پژوهش

- هیچ پژوهشی به‌دوراز محدودیت نیست و پژوهش حاضر نیز از این قاعده مستثنی نمی‌باشد؛ لذا عمده محدودیت‌های موجود، در ادامه بیان می‌گردد.
- ۱- با توجه به شرایط و ویژگی‌های علمی، تخصصی و تجربی، سابقه کار مصاحبه‌شوندگان و کمبود زمان مصاحبه‌شوندگان مشکلاتی در زمینه مصاحبه‌شوندگان وجود داشت.
 - ۲- برخی از مصاحبه‌شوندگان، به مصاحبه علاقه نداشتند و تنها با یادداشت‌برداری صرف، از نظرات استفاده شد که این مسئله منجر به شکل‌گیری محدودیت ذاتی انتقال معنا گردید.
 - ۳- برخی از مصاحبه‌شوندگان، زمان لازم یا آمادگی مصاحبه لازم را نداشتند که این مسئله باعث محدودیت در مصاحبه می‌شد.
 - ۴- برخی از مصاحبه‌شوندگان به دلیل محرمانه بودن و نگهداری اسرار، طبق آیین‌نامه حرفه‌ای، محدودیت‌های داشتند.

References

- Akbari, M., Mahfoozi, G., & Houshmand, R. (2016). Factors Affecting Dysfunctional Behavior and Turnover of Auditors in Audit Institutions. *Empirical Research in Accounting*, 5(19), 103-125. <http://ensani.ir/file/download/article/20161010114620-9891-184.pdf>
- Amiri, Z., Esmaeli, M. R., Sepahvand, R., & Mousavi, S. N. (2018). Presentation of behavioral entropy pattern in organization (Case study: Isfahan municipality). *Quarterly Journal of Public Organizations Management*, 6(4), 37-56. https://ipom.journals.pnu.ac.ir/article_5081_ddb513beb6a271b1e86d44aedaa08dc5.pdf
- Amoo Durowoju, O., Kai Chan, H., & Wang, X. (2012). Entropy assessment of supply chain disruption. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 23(8), 998-1014. <https://doi.org/10.1108/17410381211276844>
- Ansari Fard, S. (2015). Systemic attitude and the concept of entropy in economics. *Comparative Economics*, 1(2), 17-34. https://economics.ihcs.ac.ir/article_684.html?lang=en
- Barzideh, F., Babajani, J., & Abdullahi, A. (2016). Designing an Identity Model in Auditing Judgment with an Approach Based on Data Foundation *Auditing Knowledge*, 5(17), 1-34.
- Chen, C.-T., Hu, H.-H. S., & King, B. (2018). Shaping the organizational citizenship behavior or workplace deviance: Key determining factors in the hospitality workforce. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.003>
- Corbin, J., & Strauss, A (2011). *Principles of Qualitative Research Methodology: Basic Theory, Procedures and Methods* (3rd ed.). Institute of Humanities and Cultural Studies. <https://www.gisoom.com/book/11051298/>
- Danaeifard, H., & Emami, S. M. (2007). Qualitative research strategies: Reflection on data foundation theorizing. *The idea of strategic management*, 1(2), 69-97. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/29286/93/text>

- Lari Dasht Bayaz, M., Salehi, M., & Zahedi, M. (2017). Dysfunctional Auditor Behavior and Working relationships with supervisors, managers moderating role of ethical climate. *Journal of Value and Behavioral Accounting*, 2(3), 111-146. <https://doi.org/10.29252/aapc.2.3.111>
- Mahdavi, G., & Zamani, Reza (2018). The Effect of Individual and Organizational Characteristics on Acceptance of Underreporting Time by Auditor. *Accounting and Auditing Review*, 25(4), 555-570. <https://doi.org/10.22059/acctgrev.2019.247546.1007767>
- Martínez-Berumen, H. A., López-Torres, G. C., & Romo-Rojas, L. (2014). Developing a Method to Evaluate Entropy in Organizational Systems. *Procedia Computer Science*, 28, 389-397. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2014.03.048>
- Moradi, M., Rostami, A., & Abazari, Z. (2016). Investigating the effective factors on the application of inefficient behaviors of auditors. *Financial accounting*, 8(30), 40-64. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=295567>
- Namazi, M., & Mansoori, Sh. (2014). Psychological entropy theory in behavioral finance. *Investment Knowledge*, 3(11), 239-258. https://jik.srbiau.ac.ir/article_7647.html
- Paino, H., Smith, M., & Ismail, Z. (2012). Auditor acceptance of dysfunctional behaviour. *Journal of Applied Accounting Research*, 13(1), 37-55. <https://doi.org/10.1108/09675421211231907>
- Simmons, R., Browning, B., Zhang, Y., & Sadekar, V. (2006, September 17-20). *Learning to predict driver route and destination intent*. 2006 IEEE Intelligent Transportation Systems Conference, Toronto, ON, Canada.
- Tang, Y., Qi, W., Sha, Q., Chen, N., & Zhu, L. (2014). A combination forecast method based on cross entropy theory for wind power and application in power control. *Transactions of the Institute of Measurement and Control*, 36(7), 891-897. <https://doi.org/10.1177/0142331213509830>
- Valentine, S., & Godkin, L. (2019). Moral intensity, ethical decision making, and whistleblowing intention. *Journal of Business Research*, 98, 277-288. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.009>
- Vveinhardt, J., & Zygmantaite, R. (2015). Influence of CSR Policies in Preventing Dysfunctional Behaviour in Organizations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 205, 340-348. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.09.095>
- Yudyanto, A. K., Bawono, S.K., & Poppy, H.S. (2019). Analyze of the Effect of work place spirituality on Auditor Dysfunctional Behavior and its Implication to Audit Quality. *Accounting and business*, 18(2).



The Impact of Political Relations on Auditor's Opinion with Emphasis on Market Characteristics of Companies Listed on the Tehran Stock Exchange

Reza Jamei^{1*}, Nashmin Lotfi Joo²

¹Associated Professor, Department of Accounting, Faculty of Humanities, University of Kurdistan (UOK), Sanandaj, Iran.

²PhD Student, Department of Accounting, Faculty of Humanities, University of Kurdistan (UOK), Sanandaj, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 11.02.2020

Revised: 12.19.2020

Accepted: 02.16.2021

Keyword:

Auditing
Auditor opinion
Political relations
Market characteristics.

***Corresponding Author:**

Reza Jamei

Email: r.jamei@uok.ac.ir

ABSTRACT

The most important and valuable service of the auditing profession is independent and expert comment on the desirability of financial statements. Financial statements are claims made by management. The opinion is made in the form of an audit report. Various factors affect the auditor's opinion. The purpose of this study was to investigate the effect of political relations on the auditor's comments by emphasizing the market characteristics of companies listed on the Tehran Stock Exchange. In order to achieve the research goal, 174 companies were selected from the companies listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2011 to 2017 by systematic removal sampling method and a total of 1218 companies were selected (year – company) for analysis. Logistic regression model was used to investigate the relationships between the variables and the combined data method was used to test the hypotheses. Four criteria of non-governmental ownership, institutional investors, managerial ownership and severe penalties were used to calculate market characteristics. The findings demonstrated that political relations have a negative impact on the auditor's comments. It is more likely that auditors of non-state companies issue desirable reports than the auditors of state companies. The presence of institutional shareholders undermines the impact of political relations on the auditor's comments. In addition, managerial ownership undermines the impact of political relations on the auditor's comments. However, in the presence of severe penalties, political relations have no significant effect on the auditor's opinion.





شاپای الکترونیکی: ۲۵۳۸-۴۴۳۰

شاپای چاپی: ۲۳۸۲-۹۷۹۶

مقاله پژوهشی

تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرس با تأکید بر ویژگی‌های بازار شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران

رضا جامعی^{*۱}، نشمین لطفی جو^۲

- ۱- دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
- ۲- دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

مهم‌ترین و بارزترین خدمت حرفه حسابرسی، اظهار نظر مستقل و کارشناسانه درباره مطلوبیت صورت‌های مالی است. صورت‌های مالی، ادعاهای اظهار شده مدیریت است. اظهار نظر در قالب گزارش حسابرسی صورت می‌گیرد و عوامل مختلفی بر اظهار نظر حسابرس تأثیر می‌گذارند. هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرس با تأکید بر ویژگی‌های بازار شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. به منظور دستیابی به هدف پژوهش، تعداد ۱۷۴ شرکت از میان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۶-۱۳۹۰ به روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک انتخاب و در مجموع ۱۲۱۸ (سال- شرکت) برای انجام تحلیل در نظر گرفته شدند. به منظور بررسی روابط بین متغیرها از مدل رگرسیونی لجستیک نیز برای آزمون فرضیه‌ها از روش داده‌های ترکیبی استفاده شد. برای محاسبه ویژگی‌های بازار، از چهار معیار مالکیت غیردولتی، سرمایه‌گذاران نهادی، مالکیت مدیریتی و مجازات‌های سخت‌گیرانه استفاده گردیده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرس، تأثیر منفی دارد. احتمال صدور گزارش مطلوب توسط حسابرسان در شرکت‌های غیردولتی، بیشتر از شرکت‌های دولتی است. وجود سهامداران نهادی تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرس را تضعیف می‌کند و مالکیت مدیریتی نیز تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرس را تضعیف می‌کند لکن در صورت وجود مجازات‌های سخت‌گیرانه ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرس، تأثیر معناداری ندارد.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۸/۱۲

بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۰۹/۲۹

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

کلید واژگان:

حسابرسی
اظهار نظر حسابرس
ارتباطات سیاسی
ویژگی‌های بازار

*نویسنده مسئول: رضا جامعی

پست الکترونیکی:

r.jamei@uok.ac.ir



مقدمه

گزارش و اظهار نظر حسابرسی، محصول نهایی حسابرسی یک واحد تجاری، گزارشی است که در آن، حسابرسان نسبت به صورت‌های مالی صاحبکار ارائه می‌کنند. شهادت‌دهی حسابرسان در قالب اظهار نظر حرفه‌ای آنها بیان می‌شود. شهادت، بیانگر اظهار نظر و عقیده حسابرس در رابطه با میزان انطباق اطلاعات گزارش شده با معیارهای از قبل تعیین شده است. همچنین، شهادت‌دهی شامل گزارش قضاوتی، بر مبنای شواهد متقاعدکننده توسط فردی مستقل، ذی صلاح و مطلع، در خصوص درجه انطباق تمامی جوانب با اهمیت اطلاعات حسابداری گزارش شده توسط یک بنگاه با معیارهای از قبل تعیین شده (استانداردهای حسابداری) است (یونس بادآور نهندی و وحید تقی زاده خانقاه، ۲۰۱۸). طبق استانداردهای حسابرسی ایران، گزارش حسابرسی به چهار نوع گزارش مقبول، مشروط، مردود و عدم اظهار نظر تقسیم می‌شود. طبق پژوهش‌های قبلی (رضا گلستانی، مهدی مرادی و آرزو فلسفی، ۲۰۱۶). ارتباطات سیاسی کیفیت گزارشگری مالی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و ممکن است ارتباطات سیاسی، اظهار نظر حسابرس را نیز تحت تأثیر خود قرار دهد؛ زیرا حسابرسان به منظور ارائه گزارش حسابرسی، گزارش‌های مالی را بررسی می‌کنند و اگر کیفیت گزارشگری مالی، از مطلوبیت بالایی برخوردار نباشد سبب تغییر در اظهار نظر حسابرس می‌شود؛ بنابراین یکی از عوامل مهمی که بر اظهار نظر حسابرس تأثیر می‌گذارد ارتباطات سیاسی است که در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرس پرداخته شده است. (هوتن کیان، ۲۰۱۱)^۱ نشان داد که مدیران ممکن است از ارتباطات سیاسی، مانند ابزاری برای انتقال ثروت یا سود از شرکت، به نفع خود استفاده کنند و این موضوع موجب تضییع حقوق سهام‌داران می‌شود؛ بنابراین ارتباطات سیاسی می‌تواند در اظهار نظر حسابرس تأثیر ویژه‌ای داشته باشد.

تعدادی از مطالعات نشان داده‌اند که انتخاب و کیفیت حسابرسی توسط ارتباطات سیاسی در شرکت‌های دولتی شکل می‌گیرد. پدیده تغییر حسابرسی، تحت تأثیر عوامل مختلف است. یکی از این عوامل که اخیراً مورد توجه پژوهشگران حوزه حسابرسی قرار گرفته است نفوذ و قدرت سیاسی سهام‌داران و مدیران در تعویض حسابرسی می‌باشد. این پژوهشگران، نفوذ و قدرت سیاسی مدیران واحدهای تجاری را عاملی برای تقاضای خدمات حسابرسی می‌دانند. به عقیده آنها هرچه نفوذ سیاسی مدیران واحدها در محیط کسب‌وکار بیشتر باشد، تقاضا برای خدمات حسابرسی مؤسسات کوچک، افزایش می‌یابد. این موضوع، موجب تغییر حسابرسی از مؤسسات بزرگ حسابرسی به مؤسسات کوچک‌تر می‌گردد (بن سرنیددی، هائو ژانگ و تیانیو ژانگ، ۲۰۱۲)^۲.

دستیابی به رشد بلندمدت و مداوم اقتصادی، نیازمند تجهیز و تخصیص بهینه منابع در سطح اقتصاد ملی است و این مهم بدون کمک بازارهای مالی، به‌ویژه بازار سرمایه گسترده و کارآمد، امکان‌پذیر نیست. در یک اقتصاد سالم، وجود سیستم مالی کارآمد در توزیع مناسب سرمایه و منابع مالی، نقش اساسی دارد. معمولاً بازارهای مالی را سیستمی مرکب از افراد و مؤسسات، ابزار و رویه‌هایی که پس‌اندازکنندگان و قرض‌گیرندگان را در یک جا جمع می‌کند، تعریف می‌کنند. بازار شامل تعدادی از ویژگی‌های مرتبط یا مشخصات یک بازار، تعداد خریداران و فروشندگان، سهام‌دارانی است که ممکن است دولتی باشند یا مدیران که مالکیت غیردولتی و مالکیت مدیریتی را به وجود می‌آورند یا سهام‌داران نهادی (فانگ هو، جنی استوارت و ویچیانگ تان، ۲۰۱۷)^۳؛ بنابراین با توجه به اهمیت بازار و ویژگی‌های آن، بهتر است در کنار توجه به ارتباطات سیاسی ویژگی‌های بازار (شامل مالکیت غیردولتی، سرمایه‌گذاران نهادی، مالکیت مدیریتی و ...) را بر تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرس نیز در نظر گرفت.

¹ Houtan Kian, 2011

² Bin Srinidhi, Hao Zhang & Tianyu Zhang, 2012

³ Fang Hu, Jenny Stewart & Weiqiang Tan, 2017

مطالعات داخلی مبنی بر بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس و همچنین تأثیر تعدیلی ویژگی‌های بازار (شامل مالکیت غیردولتی، سرمایه‌گذاران نهادی، مالکیت مدیریتی و مجازات‌های سخت‌گیرانه) بر این روابط صورت نگرفته است و نیاز به بررسی ارتباط این عوامل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، احساس می‌شود. هدف از این پژوهش، شناسایی تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با تأکید بر ویژگی‌های بازار (مالکیت غیردولتی، سرمایه‌گذاران نهادی، مالکیت مدیریتی و مجازات‌های سخت‌گیرانه) می‌باشد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

رشد فزاینده و پیچیدگی‌های جامعه، نیاز به حسابرسی را به‌عنوان بخشی از فرایند گزارشگری توسعه می‌دهد. از دیدگاه عده‌ای از صاحب‌نظران، نقش حسابرسی، نظارت و کنترل است و خدمات مفیدی در راستای رفاه و آسایش عمومی به جامعه ارائه می‌دهد. به عبارت دیگر، نظارت و حسابرسی بر کنترل و پاسخگویی در روابط انسان‌ها و به‌ویژه در فعالیت‌های اقتصادی مؤثر است. نیاز به اطمینان‌خاطری که از طریق نظارت و حسابرسی حاصل می‌شود در مواردی که مالکیت از مدیریت جداست بدیهی و آشکار است.

گزارش حسابرسی، محصول نهایی و اصلی فرایند حسابرسی و وسیله قضاوت و نظر حسابرس درباره کیفیت و محتویات صورت‌های مالی صاحبکار است و در ایجاد اطمینان و آسودگی خاطر در استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی و در رأس آنها سهام‌داران، نقش بزرگی دارند. گزارش حسابرس باید شامل اظهارنظر صریح و کتبی درباره صورت‌های مالی باشد (استانداردهای حسابرسی، ۱۳۹۷، شماره ۷۰ بند ۴). مبنا و معیار حسابرس برای سنجش مطلوبیت ارائه صورت‌های مالی، استانداردهای حسابداری است. به‌منظور آگاه کردن استفاده‌کنندگان از این امر، اظهارنظر حسابرس باید حاوی عبارت «... طبق استانداردهای حسابداری...» باشد. در مواردی که گزارشگری درباره صورت‌های مالی برای استفاده برون‌مرزی است، اشاره به استانداردهای حسابداری، مبنای تهیه صورت‌های مالی در گزارش حسابرس با استفاده از عبارت «... طبق استانداردهای حسابداری ایران...» صورت می‌گیرد (همان منبع، بند ۴). به‌طور کلی گزارش‌های حسابرسی به دو بخش تقسیم می‌شود: گزارش مقبول و گزارش‌های تعدیل‌شده (استانداردهای حسابرسی تجدیدنظر شده ۱۳۹۷).

با توجه به ماهیت و روابط اقتصادی در فضای کسب‌وکار کشور و با عنایت به این که تفکیکی میان مالکیت و مدیریت، آن هم به‌طور محتوایی در اکثر واحدهای تجاری تحت تملک دولت و نهادهای وابسته به آن وجود ندارد به نظر می‌رسد گزارش‌های حسابرسی و در نتیجه، کیفیت اطلاعات صورت‌های مالی تحت تأثیر نفوذ و قدرت سیاسی مدیران و سهام‌داران وابسته به کانون قدرت باشد و زمانی که کیفیت اطلاعات مالی تغییر یابد اظهارنظر حسابرس نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد؛ بنابراین با توجه به تأثیر ارتباطات سیاسی بر کیفیت اطلاعات مالی و تأثیر کیفیت اطلاعات مالی بر اظهارنظر حسابرس، در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس پرداخته می‌شود (هو و همکاران، ۲۰۱۷).

سرمایه‌گذاران در بورس به دو دسته سهام‌داران حقیقی و حقوقی تقسیم می‌شوند. بخشی از سهام‌داران حقوقی را واحدهای دولتی و شبه‌دولتی مانند بانک‌ها، بیمه تأمین اجتماعی و صندوق‌های بازنشستگی تشکیل می‌دهند (دایان کی. دنیس و جان جی مک کانل، ۲۰۰۳).^۱

مالکیت مدیریتی، به هم‌سویی منافع مدیریتی با سهام‌داران کمک می‌کند (یوجین اف. فاما، ۱۹۸۰؛ مایکل سی. جنسن و ویلیام اچ. مک‌کلینگ، ۱۹۷۶)^۲، تأمین‌کنندگان سرمایه و نهادهای نظارتی مربوط، از روش‌های مختلفی برای کنترل رفتارهای مدیریتی و کاهش مشکلات نمایندگی استفاده می‌کنند (جنسن و مک‌کلینگ، ۱۹۷۶) و با توجه به

¹ Diane K. Denis & John J. McConnell, 2003

² Eugene F Fama, 1980; Michael C. Jensen & William H. Meckling, 1976

مجموعه‌ای از کنترل‌های درون‌سازمانی که می‌تواند برای حل مشکلات نمایندگی به کار رود، مالکان شرکت می‌توانند ترکیبی از سیاست‌های مختلف را اتخاذ کنند؛ به این معنا که مالکیت مدیریتی، اهرم مالی و سیاست تقسیم سود، به‌طور هم‌زمان رخ دهد و این سه متغیر که به‌طور مستقیم با یکدیگر مرتبط هستند برای کاهش هزینه‌های نمایندگی به کار گرفته شوند (کارل آر. چن و توماس ال. اشتاینر، ۱۹۹۹؛ کلر ای کراتچلی و رابرت اس هانسن، ۱۹۸۹؛ جرالدر آر. جنسن، دونالد پی. سولبرگ و توماس اس. زورن، ۱۹۹۲).

پیشینه پژوهش

الف) پیشینه خارجی

(هاینا شی، هاوپینگ خو و شین ژانگ، ۲۰۱۸)^۱، به بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی مدیران و ارزش شرکت پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد بین ارتباطات سیاسی و ارزش شرکت، رابطه منفی وجود دارد. (چو مینگ تی، فردیناند آ. گل، ی بون فو و چی گی ته، ۲۰۱۷)^۲، تأثیر ارتباطات سیاسی شرکت بر رابطه مالکیت نهادی و حق الزحمه حسابرسی طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۱ در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار مالزی را بررسی کردند. نتایج این پژوهش بیانگر وجود رابطه مثبت و معنادار بین مالکیت نهادی و حق الزحمه حسابرسی بود، همچنین ارتباطات سیاسی شرکت، رابطه بین مالکیت نهادی و حق الزحمه حسابرسی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. (هو و همکاران، ۲۰۱۷)^۳، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که دریافت گزارش مقبول با ارتباطات سیاسی مدیرعامل در ارتباط است و این ارتباط در شرکت‌های غیردولتی نسبت به شرکت‌های دولتی قوی‌تر است، همچنین توسعه‌یافتگی بازار و مجازات‌های سخت‌گیرانه بر رابطه ارتباطات سیاسی و اظهارنظر حسابرس، تأثیرگذار است.

(عارف رحمان خان، دوان محبوب حسین و جاوید صدیق، ۲۰۱۱)^۴، به بررسی رابطه بین تمرکز مالکیت و حق الزحمه حسابرسی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد بین مالکیت نهادی و حق الزحمه حسابرسی، رابطه منفی وجود دارد. شرکت‌ها تا زمانی که تحت حمایت سرمایه‌گذاران نهادی هستند، حق الزحمه پایین‌تری را پرداخت می‌کنند. (الفرد بو و دیوش شارما، ۲۰۰۸)^۵، به بررسی حاکمیت شرکتی و حق الزحمه حسابرسی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد مدیران دولتی به دلیل نظارت قوی، نیاز به تلاش بیشتر حسابرس را احساس نمی‌کنند و هیچ‌گونه رابطه‌ای بین مالکیت دولتی و حق الزحمه حسابرسی یافت نشد.

ب) پیشینه داخلی

(محمد رضا مهربانپور، محمد جندقی قمی و منصور محمدی، ۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان «سرمایه اجتماعی و حق الزحمه حسابرسی» به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی نشأت گرفته از دین‌داری، جمع‌گرایی و رابطه با سایر شرکت‌ها، بر حق الزحمه حسابرسی، تأثیر منفی و معناداری دارد اما سایر شاخص‌های سرمایه اجتماعی، اثر معناداری مشاهده نشد.

¹ Carl R. Chen, Thomas L. Steiner, 1999; Claire E Crutchley & Robert S Hansen, 1989; Gerald R. Jensen, Donald P. Solberg & Thomas S. Zorn, 1992

² Haina Shi, Haoping Xu & Xin Zhang, 2018

³ Chwee Ming Tee, Ferdinand A. Gul, Yee-Boon Foo & Chee Ghee Teh, 2017

⁴ Arifur Rahman Khan, Dewan Mahboob Hossain & Javed Siddiqui, 2011

⁵ El'Fred Boo & Divesh Sharma, 2008

(بادآور نهندی و تقی زاده خانقاه، ۲۰۱۸)، به تأثیر ارتباطات سیاسی شرکت بر سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد و عملکرد شرکت طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۵ پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری، بیش‌ازحد تأثیر مثبت و معناداری دارد و بر عملکرد شرکت تأثیر منفی دارد.

(محمود لاری دشت بیاض و جواد اورادی، ۲۰۱۷)، ویژگی‌های کمیته حسابرسی و حق‌الزحمه حسابرسی را بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تخصص مالی و استقلال کمیته حسابرسی، ارتباط مثبت و معناداری با حق‌الزحمه حسابرسی دارند ولی ارتباط معناداری بین اندازه کمیته حسابرسی و حق‌الزحمه حسابرسی مشاهده نشد.

(مریم بهمنی و سعیده سادات نظام طاهری، ۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی تأثیرات هموارسازی سود با استفاده از رویکردهای حداکثرسازی و حداقل‌سازی سود بر کاهش ریسک پرداختند. این پژوهش نشان داد بین هموارسازی سود و ریسک سقوط قیمت سهام در شرکت‌هایی با رویکرد حداقل‌سازی سود، رابطه معنی‌داری وجود دارد.

براساس مبانی نظری، پیشینه پژوهش به شرح زیر است:

- ۱) ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس، تأثیر دارد.
- ۲) ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با لحاظ مالکیت غیردولتی، تأثیر دارد.
- ۳) ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با لحاظ مالکیت سهامداران نهادی، تأثیر دارد.
- ۴) ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با لحاظ مالکیت مدیریتی، تأثیر دارد.
- ۵) ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با لحاظ مجازات‌های سخت‌گیرانه، تأثیر دارد.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-همبستگی است. همچنین این پژوهش از لحاظ زمان انجام پژوهش، از نوع پژوهش‌های پس‌رویدادی (غیرتجربی) است و از لحاظ نوع استدلال برای نتیجه‌گیری، جزو پژوهش‌های استقرایی تلقی می‌شود. داده‌های موردنیاز پژوهش از نرم‌افزار ره‌آورد نوین، کتابخانه بورس اوراق بهادار تهران، صورت‌های مالی و اطلاعیه‌های منتشرشده توسط شرکت‌ها در سایت کدال متعلق به سازمان بورس اوراق بهادار به‌دست آمده است. در این پژوهش، تعداد ۱۷۴ شرکت از میان شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۹۶ به روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک انتخاب و در مجموع ۱۲۱۸ (سال-شرکت) برای انجام تحلیل در نظر گرفته شده است. این پژوهش، از روش رگرسیون لجستیک به‌عنوان روش آماری استفاده می‌شود. پس از جمع‌آوری اطلاعات، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و استخراج آمار توصیفی و آمار استنباطی، از نرم‌افزارهای اکسل^۱ و ای‌ویوز^۲ استفاده می‌شود.

جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۹۶ هستند. در این پژوهش با استفاده از روش حذف سیستماتیک، نسبت به تعیین حجم نمونه براساس معیارهای زیر اقدام شده است: جزو شرکت‌های مالی (مانند بانک‌ها، مؤسسات مالی) و شرکت‌های سرمایه‌گذاری یا شرکت‌های واسطه‌گری مالی نباشد، طی دوره موردبررسی (۱۳۹۶-۱۳۹۰) در بورس اوراق بهادار فعالیت داشته باشند، به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه، دوره مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفندماه باشد، طی محدوده زمانی پژوهش تغییر سال مالی نداشته باشد، اطلاعات مالی آن قابل دسترس باشد.

¹ Excel

² Eviews

الگوها و متغیرهای پژوهش

برای بررسی رابطه بین متغیرها از مدل‌های زیر استفاده شده است. با توجه به تحقیق (هو و همکاران، ۲۰۱۷) برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از مدل‌های رگرسیونی لجستیک زیر استفاده شده است:

مدل رگرسیونی فرضیه اول: برای آزمون فرضیه اول از مدل شماره ۱ استفاده می‌شود:

$$\begin{aligned} \text{Audit_Opinions}_{it+1} &= \gamma_0 + \gamma_1 PC_{it} + \gamma_2 Size_{it} + \gamma_3 Roe_{it} \\ &+ \gamma_4 Current_Ratio_{it} + \gamma_5 Inventory_{it} + \gamma_6 Loss_{it} \\ &+ \gamma_7 Age_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad \text{مدل شماره ۱}$$

مدل رگرسیونی فرضیه دوم: برای آزمون فرضیه دوم از مدل شماره ۲ استفاده می‌شود:

$$\begin{aligned} \text{Audit_Opinions}_{it+1} &= \gamma_0 + \gamma_1 PC_{it} + \gamma_2 NSOE_{it} + \gamma_3 (PC_{it} * NSOE_{it}) \\ &+ \gamma_4 Size_{it} + \gamma_5 Roe_{it} + \gamma_6 Current_Ratio_{it} \\ &+ \gamma_7 Inventory_{it} + \gamma_8 Loss_{it} + \gamma_9 Age_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad \text{مدل شماره ۲}$$

مدل رگرسیونی فرضیه سوم: برای آزمون فرضیه سوم از مدل شماره ۳ استفاده می‌شود:

$$\begin{aligned} \text{Audit_Opinions}_{it+1} &= \gamma_0 + \gamma_1 PC_{it} + \gamma_2 NSOE_{it} + \gamma_3 (PC_{it} * NSOE_{it}) \\ &+ \gamma_4 Size_{it} + \gamma_5 Roe_{it} + \gamma_6 Current_Ratio_{it} \\ &+ \gamma_7 Inventory_{it} + \gamma_8 Loss_{it} + \gamma_9 Age_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad \text{مدل شماره ۳}$$

مدل رگرسیونی فرضیه چهارم: برای آزمون فرضیه چهارم از مدل شماره ۴ استفاده می‌شود:

$$\begin{aligned} \text{Audit_Opinions}_{it+1} &= \gamma_0 + \gamma_1 PC_{it} + \gamma_2 MGO_{it} + \gamma_3 (PC_{it} * MGO_{it}) \\ &+ \gamma_4 Size_{it} + \gamma_5 Roe_{it} + \gamma_6 Current_Ratio_{it} \\ &+ \gamma_7 Inventory_{it} + \gamma_8 Loss_{it} + \gamma_9 Age_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad \text{مدل شماره ۴}$$

مدل رگرسیونی فرضیه پنجم: برای آزمون فرضیه پنجم از مدل شماره ۵ استفاده می‌شود:

$$\begin{aligned} \text{Audit_Opinions}_{it+1} &= \gamma_0 + \gamma_1 PC_{it} + \gamma_2 Dishonest_{it} + \gamma_3 (PC_{it} \\ &* Dishonest_{it}) + \gamma_4 Size_{it} + \gamma_5 Roe_{it} \\ &+ \gamma_6 Current_Ratio_{it} + \gamma_7 Inventory_{it} + \gamma_8 Loss_{it} \\ &+ \gamma_9 Age_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad \text{مدل شماره ۵}$$

به‌طور خلاصه، متغیرهای پژوهش به شرح زیر است:

متغیر وابسته

اظهارنظر حسابرس^۱: اگر اظهارنظر حسابرس مقبول نسبت به صورت‌های مالی ارائه شده باشد متغیر وابسته، عدد یک می‌گیرد و اگر اظهارنظر غیرمقبول ارائه گشته باشد، متغیر وابسته، مقدار صفر می‌گیرد.

متغیر مستقل

ارتباطات سیاسی (PC): برای سنجش ارتباطات سیاسی شرکت، از دو معیار بدهی بلندمدت و نیز وجود اعضای هیئت‌مدیره وابسته به دولت به شرح زیر استفاده شده است: نسبت بدهی‌های بلندمدت به کل بدهی‌ها در هر سال برای هر شرکت و نسبت اعضای هیئت‌مدیره وابسته به دولت به کل اعضای هیئت‌مدیره در هر سال برای شرکت، شرکت‌هایی که نسبت بدهی‌های بلندمدت به کل بدهی‌های آنها و نیز نسبت اعضای هیئت‌مدیره وابسته به دولت به کل اعضای هیئت‌مدیره آنها بیشتر از میانه سایر شرکت‌ها باشد، به‌عنوان شرکت‌های دارای روابط سیاسی می‌باشند و به آنها عدد یک و به سایر شرکت‌ها عدد صفر اختصاص می‌یابد.

متغیرهای تعدیل‌گر

مالکیت غیردولتی (NSOE): اگر شرکت، غیردولتی باشد عدد یک، در غیر این صورت عدد صفر (هو و همکاران، ۲۰۱۷) اگر بیشتر از ۵۰ درصد سهام شرکت در اختیار دولتی یا شرکت‌های دولتی باشد شرکت دولتی محسوب می‌شود، در غیر این صورت شرکت، غیردولتی محسوب می‌شود.

سرمایه‌گذاران نهادی (IS): درصد سهام در دست سهام‌داران نهادی که براساس قانون بازار سرمایه جمهوری اسلامی ایران، سرمایه‌گذاران نهادی عبارتند از: بانک‌ها و بیمه‌ها، هلدینگ‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق بازنشستگی، شرکت تأمین سرمایه و صندوق‌های سرمایه‌گذاری ثبت‌شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار، هر شخص حقیقی یا حقوقی که بیش از ۵ درصد یا بیش از ۵ میلیارد ریال از ارزش اسمی اوراق بهادار در دست انتشار ناشر را خریداری کند، سازمان‌ها و نهادهای دولتی و عمومی، شرکت‌های دولتی و اعضای هیئت‌مدیره و مدیران ناشر یا اشخاصی که کارکرد مشابه دارند محاسبه شده است.

مالکیت مدیریتی (MGO): نسبت تعداد سهام در اختیار هیئت‌مدیره بر تعداد کل سهام منتشره شرکت. **مجازات‌های سخت‌گیرانه^۲:** اگر جایگاه شرکت در بورس اوراق بهادار تهران، تنزل پیدا کرده باشد عدد ۱ و در غیر این صورت عدد صفر.

متغیرهای کنترلی

بازده سرمایه (ROE): از تقسیم سود خالص شرکت بر سرمایه شرکت به‌دست می‌آید. **نسبت جاری^۳:** عبارت است از نسبت دارایی‌های جاری به بدهی‌های جاری شرکت. **موجودی^۴:** از تقسیم موجودی کلای شرکت به کل دارایی‌های شرکت به دست می‌آید.

¹ Audit-opinion

² Dishonest

³ Current-Ratio

⁴ Inventory

زیاندهی^۱: متغیر دامی، برابر با یک اگر شرکت زیان داشته باشد، در غیر این صورت صفر.
سن شرکت^۲: تعداد سال‌هایی که شرکت در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده است.
اندازه شرکت^۳: لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌ها.

یافته‌ها

آمار توصیفی

آمار توصیفی در جدول ۲ ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین اظهار نظر حسابرس تقریباً ۴۳ درصد بوده است که نشان‌دهنده این موضوع است که ۴۳ درصد گزارش‌های حسابرسی در دوره مورد بررسی مقبول بوده است. در ارتباط با متغیر ارتباطات سیاسی میانگین ۰/۷۶ را نشان می‌دهد. ۷۶ درصد از شرکت‌ها دارای روابط سیاسی هستند و تقریباً ۹۳ درصد شرکت‌ها در نمونه مورد بررسی غیردولتی هستند. در ارتباط با متغیر سرمایه‌گذاران نهادی میانگین ۰/۷۲ را شاهد هستیم که نشان‌دهنده نفوذ بالای این دسته از سهام‌داران در شرکت و توجه به نقش آنان در شرکت می‌باشد. در ارتباط با مالکیت مدیریتی میانگین برابر است با ۰/۰۴ که نشان می‌دهد ۴ درصد از شرکت‌های مورد بررسی، مالکیت مدیریتی دارند. در ارتباط با متغیر مجازات‌های سخت‌گیرانه نیز میانگین برابر است با ۰/۰۲ که نشان می‌دهد ۲ درصد از شرکت‌های مورد بررسی تخلف داشته‌اند. نتایج ضریب همبستگی متغیرهای پژوهش نیز در جدول ۳ ارائه شده است.

شاخص دیگری که پراکندگی و تمرکز متغیرها (ثبات و نوسان متغیر) را نشان می‌دهد انحراف معیار است. برای مثال با توجه به داده‌های به‌دست‌آمده برای متغیرهای پژوهش نشان از مقدار کم پراکندگی و نوسان از میانگین این متغیرها دارد.

توجه به ضریب چولگی متغیرها نشان می‌دهد که ارتباطات سیاسی؛ مالکیت غیردولتی و سهام، متعلق به سهام‌داران نهادی، بازدهی سرمایه، سن شرکت دارای چولگی منفی (میانگین > میانه) و متغیرهای اظهار نظر حسابرس، مالکیت مدیریتی، مجازات‌های سخت‌گیرانه و اندازه شرکت، نسبت جاری، نسبت موجودی، زیاندهی چوله به راست (میانگین < میانه) هستند.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	تعداد مشاهدات	میانگین	میانه	ماکزیمم	مینیمم	چولگی	کشیدگی	انحراف معیار
Audit-opinions	۱۲۱۸	۰/۴۶۳	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۱۴۴	۱/۰۲۰	۰/۴۹۸
Pc	۱۲۱۸	۰/۷۶۲	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	-۱/۲۳۱	۲/۵۱۵	۰/۴۲۵
NSOE	۱۲۱۸	۰/۹۲۶	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	-۳/۲۵۷	۱۱/۶۰۸	۰/۲۶۱
IS	۱۲۱۸	۰/۷۲۴	۰/۷۵۹	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	-۱/۴۱۰	۵/۶۹۹	۰/۱۸۵
MGO	۱۲۱۸	۰/۰۴۲	۰/۰۰۰	۰/۹۵۱	۰/۰۰۰	۴/۰۶۴	۱۹/۷۲۲	۰/۱۴۹
Dishonest	۱۲۱۸	۰/۰۲۵	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۶/۰۲۱	۳۷/۲۵۹	۰/۱۵۷
Size	۱۲۱۸	۱۴/۰۵۳	۱۳/۸۳۵	۱۹/۱۳۳	۱۰/۰۳۱	۰/۷۷۰	۲/۸۷۰	۱/۵۹۱
ROE	۱۲۱۸	۰/۲۰۲	۰/۲۵۷	۹/۴۸۶	-۷۲/۶۹۵	-۳۰/۲۹۱	۹۹۹/۹۵۳	۲/۲۱۴

¹ Loss

² Age

³ Size

نام متغیر	تعداد مشاهدات	میانگین	میانه	ماکزیمم	مینیمم	چولگی	کشیدگی	انحراف معیار
Current-Ratio	۱۲۱۸	۱/۴۷۷	۱/۲۳۱	۱۳/۱۵۰	۰/۲۲۲	۴/۷۳۶	۳۷/۳۴۹	۱/۰۹۱
Inventory	۱۲۱۸	۰/۲۳۳	۰/۲۱۵	۰/۸۷۱	۰/۰۰۰	۰/۸۹۴	۴/۰۱۰	۰/۱۴۳
Loss	۱۲۱۸	۰/۱۲۳	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۲/۲۹۲	۶/۲۵۷	۰/۳۳۸
Age	۱۲۱۸	۲/۷۶۳	۲/۷۷۲	۳/۸۹۱	۰/۶۹۳	-۰/۱۲۲۵	۳/۸۴۱	۰/۴۷۲

در متغیرهای پژوهش، همه ضرایب دارای کشیدگی مثبت هستند. این امر نشان می‌دهد که پراکندگی توزیع متغیرهای تحقیق کمتر از توزیع نرمال می‌باشد و تمرکز داده‌ها حول میانگین از توزیع نرمال بیشتر است.

آمار استنباطی

در این بخش، با استفاده از آزمون‌های آماری، به تجزیه و تحلیل مدل رگرسیونی پژوهش و بررسی معناداری مدل رگرسیون و ضرایب متغیرهای پژوهش پرداخته می‌شود و اقدام به تأیید یا رد فرضیه‌ها می‌گردد. شایان ذکر است که در آزمون‌های آماری، سطح معناداری ۵ درصد در نظر گرفته شده است.

آزمون فرضیه‌ها

در این مرحله از پژوهش، پس از تعیین و محاسبه متغیرهای مستقل و وابسته به آزمون فرضیه‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل آنها پرداخته می‌شود. برای این منظور، از روش رگرسیون لجستیک برای تعیین رابطه ریاضی بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده گردید. در واقع، تجزیه و تحلیل رگرسیون کمک می‌کند تا رابطه خطی بین متغیرها را در صورت وجود چنین رابطه‌ای پیدا شود.

فرضیه اول: نتایج تخمین الگوی رگرسیون لجستیکی فرضیه اول پژوهش به روش داده‌های ترکیبی، در جدول ۴ ارائه شده است. در فرضیه اول با استفاده از یک مدل لجستیک، تأثیر ارتباطات سیاسی شرکت بر اظهار نظر حسابرس بررسی می‌شود. مهم‌ترین عواملی که ممکن است ارتباطات سیاسی شرکت را تحت تأثیر قرار دهند در رگرسیون کنترل شده‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود مقدار شاخص عامل تورم واریانس برای تمامی متغیرها کمتر از ۱۰ به دست آمده؛ از این رو می‌توان نتیجه گرفت که وجود این هم‌خطی، مشکلی را برای نتیجه‌گیری بر مبنای مدل ایجاد نخواهد کرد. نتایج مربوط به آزمون هاسمر-مشو و اندروز، بیانگر معنادار بودن کل مدل است.

با توجه به آماره LR به دست آمده (۸۰/۶۷۹) و همچنین سطح معناداری آن (۰/۰۰۰)، با ضریب اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد که مدل معنی‌دار می‌باشد و از اعتبار بالایی برخوردار است. بنا بر نتایج به دست آمده، مشاهده می‌شود که ضریب تعیین مک فادن مدل تقریباً ۰/۰۴۹ می‌باشد. این نتیجه بیان می‌کند که ۰/۰۴۹ تغییرات متغیر وابسته، به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی مدل، توضیح داده می‌شود.

جدول ۴. نتایج تخمین فرضیه اول

متغیر	ضرایب	آماره والد	سطح معناداری	عامل تورم واریانس
α_0 عرض از مبدأ	۱/۲۹۵	۱/۷۷۰	۰/۰۷۷	-
ارتباطات سیاسی	-۰/۳۹۵	-۲/۶۶۰	۰/۰۰۸	۱/۰۴۸
اندازه شرکت	-۰/۰۹۳	-۲/۴۰۲	۰/۰۱۶	۱/۱۴۸
بازدهی سرمایه	۰/۰۴۰	۰/۳۲۳	۰/۷۴۶	۱/۰۶۵
نسبت جاری	-۰/۱۸۷	-۲/۴۶۴	۰/۰۰۸	۱/۰۹۵

متغیر	ضرایب	آماره والد	سطح معناداری	عامل تورم واریانس
نسبت موجودی	۳/۰۴۸	۶/۳۳۱	۰/۰۰۰	۱/۱۳۰
زیان‌دهی	-۰/۴۲۶	-۲/۲۰۴	۰/۰۲۷	۱/۱۰۹
سن شرکت	-۰/۱۳۹	-۱/۰۶۷	۰/۲۸۶	۱/۰۳۴
R^2 مک فادن			۰/۰۴۹	
آماره نسبت درست‌نمایی			۸۰/۶۷۹	
سطح معناداری مدل			۰/۰۰۰	
آماره هاسمر- لمشو (معناداری با درجه آزادی ۸)			(۰/۵۰۲) ۲۴/۰۱۴	
آماره اندروز (معناداری با درجه آزادی ۱۰)			(۰/۵۰۴) ۲۵/۸۸۰	

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، ضریب ارتباطات سیاسی به‌عنوان متغیر مستقل پژوهش ۰/۳۹۵- حاصل گردید و با توجه به سطح معناداری آن که کمتر از ۵ درصد می‌باشد می‌توان اظهار داشت که ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرِس، تأثیر معکوس و معناداری دارد. بنابراین شرکت‌هایی که فاقد ارتباطات سیاسی هستند اظهار نظر حسابرِس مطلوب‌تری دارند. مطابق با این شواهد فرضیه اول پژوهش که مبنی بر وجود تأثیر ارتباطات سیاسی شرکت بر اظهار نظر حسابرِس است تأیید می‌شود.

از میان متغیرهای کنترلی، نسبت موجودی‌ها، رابطه مثبت و معنادار و اندازه شرکت، نسبت جاری و زیان‌دهی، رابطه منفی و معناداری با اظهار نظر حسابرِس دارد اما بین متغیر وابسته با سایر متغیرهای کنترلی پژوهش، رابطه معناداری یافت نشد.

فرضیه دوم: نتایج تخمین الگوی رگرسیون لجستیکی فرضیه دوم پژوهش به روش داده‌های ترکیبی، در جدول ۵ ارائه شده است. در این فرضیه، با استفاده از یک مدل لجستیک غیردولتی بودن شرکت بر تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرِس بررسی می‌شود. مقدار شاخص عامل تورم واریانس برای تمامی متغیرها کمتر از ۱۰ به دست آمد؛ از این رو می‌توان نتیجه گرفت که وجود این هم‌خطی، مشکلی را برای نتیجه‌گیری بر مبنای مدل ایجاد نخواهد کرد. نتایج آزمون هاسمر- لمشو و اندروز در جدول ۵ ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مقایسه سطح معناداری مقدار احتمال آماره هاسمر- لمشو و اندروز بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد؛ در نتیجه، فرض صفر و قابلیت تبیین مطلوب مدل، پذیرفته می‌شود. با توجه به آماره LR به‌دست‌آمده (۹۱/۵۴۷) و همچنین سطح معناداری آن (۰/۰۰۰)، با ضریب اطمینان ۹۵ درصد می‌توان بیان کرد که الگو در کل از معناداری خوبی برخوردار است. همچنین نتایج مندرج در جدول ۵ نشان می‌دهد که ضریب تعیین مک فادن (با علامت R^2 مک فادن نشان داده شده است)، برابر ۰/۰۵۵ می‌باشد. این ضریب، بیانگر میزان توضیح‌دهندگی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش است.

با توجه به سطح معناداری غیردولتی بودن که برابر ۰/۰۰۱ است می‌توان به این نتیجه رسید که غیردولتی بودن شرکت بر اظهار نظر حسابرِس، تأثیر دارد؛ از طرفی با توجه به منفی بودن این رابطه باید استنتاج کرد که بین غیردولتی بودن شرکت و اظهار نظر حسابرِس، رابطه منفی و معناداری وجود دارد اما سطح معناداری برای ارتباطات سیاسی* غیردولتی بودن شرکت، به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر در این پژوهش، برابر ۰/۰۰۴ حاصل گردید که مقدار آن کمتر از ۵ درصد است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرِس با تأکید بر غیردولتی بودن تأثیر دارد؛ بنابراین فرضیه دوم پژوهش، پذیرفته می‌شود و با توجه به ضریب مثبت این متغیر (۱/۲۴۴) می‌توان دریافت که مالکیت غیردولتی، تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهار نظر حسابرِس را تضعیف می‌کند.

در مورد متغیرهای کنترلی نیز مشخص گردید که اندازه شرکت، نسبت جاری و زیان‌دهی شرکت، رابطه منفی و معناداری با اظهارنظر حسابرس دارند و نسبت موجودی‌های شرکت با اظهارنظر حسابرس، دارای رابطه مثبت و معنادار می‌باشد؛ اما بین متغیر وابسته با سایر متغیرهای کنترلی پژوهش، رابطه معناداری یافت نشد.

جدول ۵. نتایج تخمین فرضیه دوم

متغیر	ضرایب	آماره والد	سطح معناداری	عامل تورم واریانس
α_0 عرض از مبدأ	۲/۹۷۳	۳/۳۲۹	۰/۰۰۱	-
ارتباطات سیاسی	-۱/۵۵۸	-۳/۶۰۵	۰/۰۰۰	۸/۲۶۸
مالکیت غیردولتی	-۱/۴۴۵	-۳/۳۰۰	۰/۰۰۱	۳/۰۹۸
مالکیت غیردولتی*ارتباطات سیاسی	۱/۲۴۴	۲/۸۸۳	۰/۰۰۴	۹/۹۵۱
اندازه شرکت	-۰/۱۱۴	-۲/۷۹۲	۰/۰۰۵	۱/۲۴۵
بازدهی سرمایه	۰/۰۶۳	۰/۴۹۷	۰/۶۱۹	۱/۰۷۱
نسبت جاری	-۰/۱۸۱	-۲/۵۹۲	۰/۰۰۹	۱/۰۹۹
نسبت موجودی	۳/۱۶۶	۶/۵۷۵	۰/۰۰۰	۱/۱۳۸
زیاندگی	-۰/۴۰۹	-۲/۱۰۱	۰/۰۳۵	۱/۱۱۳
سن شرکت	-۰/۱۶۱	-۱/۲۰۸	۰/۲۲۶	۱/۰۴۹
R^2 مک فادن			۰/۰۵۵	
آماره نسبت درستیابی			۹۱/۵۴۷	
سطح معناداری مدل			۰/۰۰۰	
آماره هاسمر- لمشو (معناداری با درجه آزادی ۸)			۱۸/۲۴۴ (۰/۵۱۹)	
آماره اندروز (معناداری با درجه آزادی ۱۰)			۱۹/۸۲۴ (۰/۵۳۱)	

فرضیه سوم: نتایج تخمین الگوی رگرسیون لجستیکی فرضیه سوم پژوهش، به روش داده‌های ترکیبی در جدول ۶ ارائه شده است. در این فرضیه با استفاده از یک مدل لجستیکی، تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با تأکید بر سرمایه‌گذاران نهادی بررسی می‌شود. با توجه به مقدار شاخص عامل تورم واریانس برای تمامی متغیرها کمتر از ۱۰ به دست آمد؛ از این رو می‌توان نتیجه گرفت که وجود این هم‌خطی، مشکلی را برای نتیجه‌گیری بر مبنای مدل ایجاد نخواهد کرد. نتایج آزمون هاسمر- لمشو و اندروز مربوط به مدل کیوتوبین در جدول ۶ ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقایسه سطح معناداری مقدار احتمال آماره هاسمر- لمشو و اندروز بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد؛ در نتیجه، فرض صفر و قابلیت تبیین مطلوب مدل، پذیرفته می‌شود. با توجه به آماره LR به دست آمده (۹۶/۲۸۴) و همچنین سطح معناداری آن (۰/۰۰۰)، با ضریب اطمینان ۹۵ درصد می‌توان بیان کرد که الگو در کل از معناداری خوبی برخوردار است. نتایج مندرج در جدول ۶ نشان می‌دهد که ضریب تعیین مک فادن (با علامت R^2 مک فادن نشان داده شده است)، برابر ۰/۰۵۸ می‌باشد. این ضریب، بیانگر میزان توضیح‌دهندگی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش می‌باشد.

جدول ۶. نتایج تخمین فرضیه سوم

متغیر	ضرایب	آماره والد	سطح معناداری	عامل تورم واریانس
α_0 عرض از مبدأ	۰/۶۶۵	۰/۸۳۹	۰/۴۰۱	-

متغیر	ضرایب	آماره والد	سطح معناداری	عامل تورم واریانس
ارتباطات سیاسی	-۱/۰۸۷	-۳/۲۲۴	۰/۰۰۱	۵/۶۵۵
مالکیت نهادی	۰/۷۵۸	۲/۱۲۶	۰/۰۳۳	۱/۴۶۰
مالکیت نهادی*ارتباطات سیاسی	۰/۸۶۴	۲/۰۴۵	۰/۰۴۰	۶/۵۵۰
اندازه شرکت	-۰/۱۰۱	-۲/۵۲۸	۰/۰۱۱	۱/۱۵۳
بازدهی سرمایه	-۰/۰۰۷	-۰/۰۵۳	۰/۹۵۷	۱/۰۸۰
نسبت جاری	-۰/۱۷۴	-۲/۵۹۱	۰/۰۰۹	۱/۱۰۱
نسبت موجودی	۲/۸۹۲	۶/۰۰۰	۰/۰۰۰	۱/۱۴۲
زیان دهی	-۰/۳۸۳	-۱/۹۴۱	۰/۰۵۲	۱/۱۱۴
سن شرکت	-۰/۰۴۵	-۰/۳۴۴	۰/۷۳۰	۱/۰۷۰
R^2 مک فادن			۰/۰۵۸	
آماره نسبت درست‌نمایی			۹۶/۲۸۴	
سطح معناداری مدل			۰/۰۰۰	
آماره هاسمر- لمشو (معناداری با درجه آزادی ۸)			۱۸/۳۲۸ (۰/۵۱۹)	
آماره اندروز (معناداری با درجه آزادی ۱۰)			۲۰/۲۴۴ (۰/۵۲۷)	

در متغیر سرمایه‌گذاران نهادی شرکت به‌عنوان یک متغیر تعدیلگر، سطح معناداری ۰/۰۳۳ وجود دارد. با توجه به این موضوع می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه‌گذاران نهادی بر اظهارنظر حسابرِس، تأثیر دارد؛ از طرفی با توجه به مثبت بودن این تأثیر باید استنتاج کرد که سرمایه‌گذاران نهادی بر اظهارنظر حسابرِس، تأثیر مثبت و معناداری دارد. سطح معناداری برای ارتباطات سیاسی* سرمایه‌گذاران نهادی، به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر در این پژوهش، برابر ۰/۰۴۰ حاصل گردید که مقدار آن کمتر از ۵ درصد است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرِس با تأکید بر سرمایه‌گذاران نهادی، تأثیر معناداری دارد و با توجه به ضریب مثبت این متغیر (۰/۸۶۴)، سرمایه‌گذاران نهادی، تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرِس را تضعیف می‌کند. می‌توان گفت در شرکت‌هایی که سرمایه‌گذاران نهادی، نفوذ بیشتری دارند، تأثیر منفی ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرِس، کمتر می‌باشد. با توجه به نتایج بالا و به دلیل این‌که منبای فرضیه‌های پژوهش وجود تأثیر معنادار است، فرضیه سوم پژوهش پذیرفته می‌شود.

در مورد متغیرهای کنترلی نیز مشخص گردید که اندازه شرکت و نسبت جاری شرکت، رابطه منفی و معناداری با اظهارنظر حسابرِس دارند و نسبت موجودی‌های شرکت با اظهارنظر حسابرِس دارای رابطه مثبت و معنادار می‌باشد اما بین متغیر وابسته با سایر متغیرهای کنترلی پژوهش، رابطه معناداری یافت نشد.

فرضیه چهارم: نتایج تخمین الگوی رگرسیون لجستیکی فرضیه چهارم پژوهش به روش داده‌های ترکیبی، در جدول ۷ ارائه شده است. در این فرضیه، با استفاده از یک مدل لجستیک، تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرِس با تأکید بر مالکیت مدیریتی بررسی می‌شود. مقدار شاخص عامل تورم واریانس برای تمامی متغیرها کمتر از ۱۰ به دست آمد؛ از این رو می‌توان نتیجه گرفت که وجود این هم‌خطی، مشکلی را برای نتیجه‌گیری بر مبنای مدل ایجاد نخواهد کرد. نتایج آزمون هاسمر- لمشو و اندروز مربوط به مدل کیوتوبین، در جدول ۷ ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقایسه سطح معناداری مقدار احتمال آماره هاسمر- لمشو و اندروز بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد؛ در نتیجه، فرض صفر و قابلیت تبیین مطلوب مدل، پذیرفته می‌شود. نتایج مندرج در جدول ۷ نشان می‌دهد که ضریب تعیین مک فادن (با

علامت R2 مک فادن نشان داده شده است)، برابر ۰/۰۵۵ می‌باشد. این ضریب، بیانگر میزان توضیح‌دهندگی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش است.

جدول ۷. نتایج تخمین فرضیه چهارم

متغیر	ضرایب	آماره والد	سطح معناداری	عامل تورم واریانس
(α_0) عرض از مبدأ	۱/۳۵۹	۱/۸۳۹	۰/۰۶۶	-
ارتباطات سیاسی	-۰/۶۰۹	-۳/۶۷۳	۰/۰۰۰	۱/۲۶۲
مالکیت مدیریتی	-۱/۴۵۷	-۲/۸۱۰	۰/۰۰۵	۱/۳۵۸
مالکیت مدیریتی*ارتباطات سیاسی	۱/۹۱۱	۲/۰۳۹	۰/۰۴۱	۱/۲۱۱
اندازه شرکت	-۰/۰۹۲	-۲/۳۵۷	۰/۰۱۸	۱/۱۸۱
بازدهی سرمایه	۰/۰۲۰	۰/۱۵۹	۰/۸۷۳	۱/۰۶۸
نسبت جاری	-۰/۲۰۴	-۲/۸۳۳	۰/۰۰۵	۱/۱۰۸
نسبت موجودی	۳/۲۶۴	۶/۴۹۴	۰/۰۰۰	۱/۱۵۱
زیان‌دهی	-۰/۴۵۳	-۲/۳۳۷	۰/۰۱۹	۱/۱۱۱
سن شرکت	-۰/۰۹۹	-۰/۷۵۷	۰/۴۴۹	۱/۰۴۹
R ² مک فادن			۰/۰۵۵	
آماره نسبت درست‌نمایی			۹۱/۱۲۵	
سطح معناداری مدل			۰/۰۰۰	
آماره هاسمر- لمشو (معناداری با درجه آزادی ۸)			۲۶/۷۳۸ (۰/۲۰۱)	
آماره اندروز (معناداری با درجه آزادی ۱۰)			۳۱/۶۸۷ (۰/۲۰۱)	

در متغیر مالکیت مدیریتی که نقش یک متغیر تعدیل‌گر را بازی می‌کند، سطح معناداری ۰/۰۰۵ را شاهد هستیم. با توجه به این موضوع نتیجه می‌گیریم که مالکیت مدیریتی بر اظهارنظر حسابرس، تأثیر معناداری دارد؛ از طرفی با توجه به منفی بودن این تأثیر می‌توان اظهار کرد که مالکیت مدیریتی بر اظهارنظر حسابرس، تأثیر منفی و معناداری دارد اما سطح معناداری برای ارتباطات سیاسی*مالکیت مدیریتی، به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر در این پژوهش، برابر ۰/۰۴۱ حاصل گردید که مقدار آن کمتر از ۵ درصد است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با لحاظ مالکیت مدیریتی تأثیر معناداری دارد و با توجه به ضریب مثبت این متغیر (۱/۹۱۱) درمی‌یابیم که مالکیت مدیریتی، تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس را تضعیف می‌کند؛ بنابراین فرضیه چهارم پژوهش، پذیرفته می‌شود.

در مورد متغیرهای کنترلی نیز مشخص گردید که اندازه شرکت، نسبت جاری و زیان‌دهی شرکت، رابطه منفی و معناداری با اظهارنظر حسابرس دارند و نسبت موجودی‌های شرکت با اظهارنظر حسابرس، دارای رابطه مثبت و معنادار می‌باشد اما بین متغیر وابسته با سایر متغیرهای کنترلی پژوهش، رابطه معناداری یافت نشد.

فرضیه پنجم: نتایج تخمین الگوی رگرسیون لجستیکی فرضیه پنجم پژوهش به روش داده‌های ترکیبی، در جدول ۸ ارائه شده است. در این فرضیه با استفاده از یک مدل لجستیک، تأثیر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با تأکید بر مجازات‌های سخت‌گیرانه بررسی می‌شود. مقدار شاخص عامل تورم واریانس برای تمامی متغیرها کمتر از ۱۰ به‌دست آمد؛ از این‌رو می‌توان نتیجه گرفت که وجود این هم‌خطی، مشکلی را برای نتیجه‌گیری بر مبنای مدل ایجاد نخواهد کرد. نتایج آزمون هاسمر- لمشو و اندروز مربوط به مدل کیوتوبین در جدول ۸ ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود

مقایسه سطح معناداری مقدار احتمال آماره هاسمر- لمشو و اندروز بیشتر از ۰/۰۵ می باشد؛ در نتیجه، فرض صفر و قابلیت تبیین مطلوب مدل، پذیرفته می شود. نتایج مندرج در جدول ۸ نشان می دهد که ضریب تعیین مک فادن (با علامت R2 مک فادن نشان داده شده است) برابر ۰/۰۶۹ می باشد. این ضریب، بیانگر میزان توضیح دهندگی متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش است.

جدول ۸. نتایج تخمین فرضیه پنجم

متغیر	ضرایب	آماره والد	سطح معناداری	عامل تورم واریانس
(α) عرض از مبدأ	۰/۸۴۰	۱/۰۸۳	۰/۲۷۸	-
ارتباطات سیاسی	-۰/۹۵۸	-۶/۰۹۴	۰/۰۰۰	۱/۰۶۳
مجازات‌های سخت‌گیرانه	۰/۶۸۶	۰/۹۳۵	۰/۳۴۹	۷/۴۳۰
مجازات‌های سخت‌گیرانه*ارتباطات سیاسی	-۰/۱۵۹	-۰/۲۰۱	۰/۸۴۰	۷/۵۰۰
اندازه شرکت	-۰/۱۱۹	-۲/۸۶۵	۰/۰۰۴	۱/۱۵۱
بازدهی سرمایه	۰/۰۹۶	۰/۹۱۱	۰/۳۶۱	۱/۰۱۵
نسبت جاری	-۰/۰۹۵	-۱/۴۸۹	۰/۱۳۶	۱/۰۹۳
نسبت موجودی	۲/۶۲۱	۵/۶۵۰	۰/۰۰۰	۱/۱۲۵
زیان‌دهی	-۰/۹۲۲	-۴/۵۴۶	۰/۰۰۰	۱/۰۷۵
سن شرکت	-۰/۱۶۳	-۱/۲۴۶	۰/۲۱۲	۱/۰۲۸
R ² مک فادن			۰/۰۶۹	
آماره نسبت درست‌نمایی			۱۱۵/۱۶۷	
سطح معناداری مدل			۰/۰۰۰	
آماره هاسمر- لمشو (معناداری با درجه آزادی ۸)			۸/۷۲۲ (۰/۳۶۶)	
آماره اندروز (معناداری با درجه آزادی ۱۰)			۸/۷۴۲ (۰/۵۵۶)	

در متغیر مجازات‌های سخت‌گیرانه که نقش یک متغیر تعدیل‌گر را بازی می کند، سطح معناداری ۰/۳۴۹ را شاهد هستیم. از طرفی، سطح معناداری برای ارتباطات سیاسی*مجازات‌های سخت‌گیرانه، به‌عنوان متغیر تعدیلگر در این پژوهش، برابر ۰/۸۴۰ حاصل گردید که مقدار آن بیشتر از ۵ درصد است؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس با تأکید بر مجازات‌های سخت‌گیرانه ندارد؛ بنابراین فرضیه پنجم پژوهش، رد می شود.

در مورد متغیرهای کنترلی نیز مشخص گردید که اندازه شرکت و زیان‌دهی شرکت، رابطه منفی و معناداری با اظهارنظر حسابرس دارند و نسبت موجودی‌های شرکت با اظهارنظر حسابرس دارای رابطه مثبت و معنادار می باشد اما بین متغیر وابسته با سایر متغیرهای کنترلی پژوهش، رابطه معناداری یافت نشد.

نتیجه گیری

همان گونه که در مبانی نظری مطرح شد ارتباطات سیاسی، کیفیت گزارشگری مالی را تحت تأثیر خود قرار می دهد و کیفیت گزارشگری مالی نیز اظهارنظر حسابرس را تحت تأثیر قرار می دهد که در پژوهش حاضر به بررسی ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس پرداخته شد و نتایج پژوهش نشان داد که طبق تخمین فرضیه اول، ارتباطات سیاسی شرکت سبب صدور گزارش تعدیل شده توسط حسابرس شرکت می شود که این نتیجه هم‌سو با نتیجه پژوهش و

(سرینیدی و همکاران، ۲۰۱۲) می‌باشد و با نتایج پژوهش‌های (آی کی نورزیاتون، اس سوسلا دیوی و چان وای منگ، ۲۰۱۵)^۱، (گلستانی و همکاران، ۲۰۱۶) و (هو و همکاران، ۲۰۱۷) ناسازگار است.

مطابق نتیجه فرضیه دوم، در شرکت‌های غیردولتی، احتمال صدور گزارش مطلوب توسط حسابرسان بیشتر است؛ در واقع شرکت‌های غیردولتی، تحت تأثیر فشار بیشتری برای انجام حسابرسی باکیفیت هستند. از طرفی، با توجه به اینکه این شرکت‌ها برای جذب سرمایه‌گذار، نیاز به اعتمادسازی دارند، بهترین گزینه برای جلب سرمایه، ارائه اظهارنظر مطلوب حسابرسان است؛ این نتیجه با یافته‌های (هو و همکاران، ۲۰۱۷)، (هونگ بین لی، لینگسنگ منگ، کیان وانگ و لی آن ژوئه، ۲۰۰۸)^۲ همخوانی دارد.

مطابق نتیجه فرضیه سوم، از آنجایی که سهام‌داران نهادی، اطلاعات به‌دست‌آمده از شرکت را به‌صورت تخصصی، بررسی و تجزیه و تحلیل می‌کنند، شرایط فعلی شرکت را بهتر از سایر سهام‌داران تشخیص می‌دهند. همچنین با توجه به اطلاعات محرمانه‌ای که در ارتباط با شرایط آتی، سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت و اقدامات لازم در ارتباط با روابط سیاسی را از طریق کانال‌هایی همانند اعضای مشترک هیئت‌مدیره به‌دست می‌آورند، چشم‌انداز مناسبی از آینده شرکت برآورد می‌کنند. پس می‌توان اظهار داشت که سرمایه‌گذاران نهادی می‌توانند روابط سیاسی را کنترل کنند و این کار آنها برای شرکت اظهارنظر مطلوب حسابرس را به دنبال خواهد داشت. این نتیجه با یافته‌های همخوانی دارد اما با نتیجه پژوهش (جانسیس هو، پیتر ورهون و افیزل اسودی عبدالوهاب، ۲۰۱۴)^۳ همخوانی ندارد.

مطابق نتیجه فرضیه چهارم، در شرکت‌هایی که مدیریت، تعداد سهام بیشتری را در اختیار دارد، تأثیر ارتباطات سیاسی شرکت بر اظهارنظر حسابرس تضعیف می‌شود. به‌عبارتی، هرچه مدیران شرکت، نفوذ بیشتری داشته باشند، ارتباطات سیاسی، بر اظهارنظر مطلوب حسابرس، تأثیر منفی کمتری می‌گذارد؛ بنابراین، در شرکت‌های با مالکیت مدیریتی بیشتر، احتمال صدور گزارش مطلوب توسط حسابرسان بیشتر است.

مطابق نتیجه فرضیه پنجم، اگر جایگاه شرکتی، به دلیل تخلف تقلب‌هایی که کرده است، در بورس اوراق بهادار تهران، تنزل یابد، این تنزل با توجه به نتایج پژوهش، تأثیری بر اثر ارتباطات سیاسی بر اظهارنظر حسابرس ندارد. شاید ذکر این نکته کمک کند که نبود یا کمبود آگاهی در مورد مجازات‌های سخت‌گیرانه، بی‌توجهی حسابرسان، سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و مشارکت‌کنندگان بازار سرمایه در بررسی شرکت‌ها از نظر جایگاه آنان در بورس اوراق بهادار تهران و بی‌توجهی به تنزل یا ارتقای این جایگاه و نبود قوانین دقیق درباره افشای این گونه اطلاعات از سوی شرکت‌ها، باعث می‌شود که مدیران خود را فارغ از مسئولیت پاسخ‌گویی در این مورد بدانند و وظایف نظارتی خود را به‌درستی انجام ندهند و این موضوع باعث شود مجازات‌های سخت‌گیرانه، تأثیری در رابطه ارتباطات سیاسی و اظهارنظر حسابرس نداشته باشد. این نتیجه تا حدی با نتیجه پژوهش (هو و همکاران، ۲۰۱۷) در تضاد است.

پیشنهاد‌های پژوهش

با توجه به اینکه روابط سیاسی بالا باعث تعدیل اظهارنظر حسابرس شرکت می‌شود، به سرمایه‌گذاران، سهام‌داران، اعتباردهندگان و سایر ذی‌نفعان توصیه می‌شود که هنگام سرمایه‌گذاری یا اعطای وام، روابط سیاسی شرکت را در نظر بگیرند و با توجه به این روابط در شرکت سرمایه‌گذاری کنند.

سهامداران جزء و کوچک، در اقدام به معامله و خرید و سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌های بورسی معاملات سهامداران نهادی با اهداف بلندمدت را رصد کنند و چنانچه به علت روابط سیاسی شرکت اظهارنظر تعدیل شده توسط حسابرس گزارش شد، در سرمایه‌گذاری تصمیمات لازم را اتخاذ کنند.

¹ IK Norziation, S Susela Devi & Chan Wai Meng, 2015

² Hongbin Li, Lingsheng Meng, Qian Wang & Li-An Zhou, 2008

³ Janice How, Peter Verhoeven & Effiezal Aswadi Abdul Wahab, 2014

با توجه به اینکه ارتباطات سیاسی شرکت‌ها بر گزارش حسابرسان تأثیرگذار است، بررسی تأثیر روابط سیاسی شرکت بر استقلال حسابرسان می‌تواند موضوع پژوهش‌های آتی باشد.

محدودیت‌های پژوهش

اطلاعات جمع‌آوری شده در این تحقیق شامل شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ می‌باشد. از آنجایی که با افزایش اطلاعات و تعداد مشاهدات نتایج آزمون و به تبع آن، نتیجه پژوهش از اعتبار بالاتری برخوردار می‌گردد ممکن است با افزایش دوره زمانی، نتایج متفاوتی حاصل گردد. برای انتخاب نمونه از میان شرکت‌های جامعه آماری، ویژگی‌هایی که به آن‌ها اشاره شد مبنای قرار داده شده است؛ لذا تعمیم نتایج پژوهش به آن گروه از شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران که دارای ویژگی متفاوتی با نمونه موردنظر هستند، باید با احتیاط صورت گیرد. با توجه به ماهیت متغیرها و نیز محدودیت تعداد شرکت‌های واجد شرایط پژوهش، انتخاب نمونه به صورت حذفی و نه تصادفی انجام شده است و این موضوع می‌تواند از محدودیت‌های پژوهش برای تعمیم نتایج باشد.

References

- Badavar Nahandi, Y., & Taghizadeh Khanqah, V. (2018). The impact of political connections on overinvestment and firm performance. *Journal of Accounting and Auditing Review*, 25(2), 181-198. <https://doi.org/10.22059/acctgrev.2018.252255.1007834>
- Bahmani, M., & NezamTaheri, S. S. (2020). Evaluating the Effect of Earning Smoothing Using Maximization and Minimization of Earnings Approaches to Reduce Stock Price Crash Risk in Companies Accepted in Tehran Stock Exchange. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 16(46), 253-274. https://karafan.tvu.ac.ir/article_105729_379d82d24a52acf40d3e0743bd38c076.pdf
- Boo, E. F., & Sharma, D. (2008). The association between corporate governance and audit fees of bank holding companies. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 8(1), 28-45. <https://doi.org/10.1108/14720700810853383>
- Chen, C. R., & Steiner, T. L. (1999). Managerial Ownership and Agency Conflicts: A Nonlinear Simultaneous Equation Analysis of Managerial Ownership, Risk Taking, Debt Policy, and Dividend Policy. *Financial Review*, 34(1), 119-136. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6288.1999.tb00448.x>
- Crutchley, C. E., & Hansen, R. S. (1989). A test of the agency theory of managerial ownership, corporate leverage, and corporate dividends. *Financial Management*, 18(4), 36-46. <https://doi.org/10.2307/3665795>
- Denis, D. K., & McConnell, J. J. (2003). International Corporate Governance. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 38(1), 1-36. <https://doi.org/10.2307/4126762>
- Fama, E. F. (1980). Agency problems and the theory of the firm. *Journal of political economy*, 88(2), 288-307. <https://doi.org/10.1086/260866>
- Golestani, R., Mardani, M., & Falsafi, A. (2016, February 27). *The Impact of board political connections on the relationship between audit committee and audit fees of companies listed in Tehran Stock Exchange*. 2nd International Conference On modern Research in Management, Economics & Humanities, Tehran, Iran. <https://vilica.com/doc/493501/>

- How, J., Verhoeven, P., & Abdul Wahab, E. A. (2014). Institutional investors, political connections and analyst following in Malaysia. *Economic Modelling*, 43, 158-167. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2014.07.043>
- Hu, F., Stewart, J., & Tan, W. (2017). CEO's political connections, institutions and audit opinions. *Pacific Accounting Review*, 29(3), 283-306. <https://doi.org/10.1108/PAR-04-2016-0047>
- Jensen, G. R., Solberg, D. P., & Zorn, T. S. (1992). Simultaneous Determination of Insider Ownership, Debt, and Dividend Policies. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 27(2), 247-263. <https://doi.org/10.2307/2331370>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Khan, A. R., Hossain, D. M., & Siddiqui, J. (2011). Corporate ownership concentration and audit fees: The case of an emerging economy. *Advances in Accounting*, 27(1), 125-131. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2011.04.007>
- Kian, H. (2011). Iran Solidarity: Javid Houtan Kian's letter from prison. In.
- Lari Dasht Bayaz, M., & Oradi, J. (2017). Audit Committee Characteristics and Audit Fee: Evidence from Tehran Stock Exchange. *Empirical Research in Accounting*, 6(4), 69-94. <https://doi.org/10.22051/jera.2016.9939.1283>
- Li, H., Meng, L., Wang, Q., & Zhou, L.-A. (2008). Political connections, financing and firm performance: Evidence from Chinese private firms. *Journal of Development Economics*, 87(2), 283-299. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2007.03.001>
- Mehrabanpour, M., Jandaghi Ghomi, M., & Mohammadi, M. (2017). Political Connections and Abnormal Transactions by Related Parties. *Journal of Value and Behavioral Accounting*, 2(3), 147-168. <https://doi.org/10.29252/aapc.2.3.147>
- Norziaton, I., Devi, S. S., & Meng, C. W. (2015). Audit committee and audit fees in Malaysia: The moderating role of political connection. *Journal of Management Research*, 7(2), 530-547. <https://doi.org/10.5296/jmr.v7i2.6991>
- Shi, H., Xu, H., & Zhang, X. (2018). Do politically connected independent directors create or destroy value? *Journal of Business Research*, 83, 82-96. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.009>
- Srinidhi, B., Zhang, H., & Zhang, T. (2012). Auditor choice and earnings quality in politically connected firms, evidence from private sector firms in China. 1-55. http://www.capa.net/download/2011papers/Srinidhi_Zhang_and_Zhang_2011.pdf
- Tee, C. M., Gul, F. A., Foo, Y.-B., & Teh, C. G. (2017). Institutional Monitoring, Political Connections and Audit Fees: Evidence from Malaysian Firms. *International Journal of Auditing*, 21(2), 164-176. <https://doi.org/10.1111/ijau.12086>



Investigating the Effect of Conservatism on the Relationship Between Operating Cash Flow and Cash Value

Gholamreza Soleimani Amiri¹, Tayebeh Jamshidi^{2*} , Hamzeh Anbari³

¹Associate Professor, Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economics, Al-Zahra University, Tehran, Iran.

²PhD student, Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economics, Al-Zahra University, Tehran, Iran.

³PhD student, Department of Accounting, Faculty of Accounting, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 10.26.2020

Revised: 12.01.2020

Accepted: 02.20.2021

Keyword:

Cash value

Operating cash flow

Conservatism

Accounting principles

Accounting profit

*Corresponding Author:

Tayebeh Jamshidi

Email:

taibhjamshidi@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the effect of conservatism on the relationship between operating cash flow and cash value in companies admitted to the Tehran Stock Exchange. In order to test the hypotheses of this research, 184 companies were selected during the period 2015-2019 using a systematic elimination method from the companies accepted on the Tehran Stock Exchange and for analyzing the data, a multiple regression model based on data technique compilation was used. The results show that in the first hypothesis, cash flow and cash value of the company are related and have a positive and significant relationship, so the zero hypothesis is based on the lack of correlation between operating cash and cash value. In the second hypothesis, conservatism influences the relationship between cash flow and cash value and strengthens this relationship. Therefore, the second hypothesis of non-conservative effect on the relationship between operating cash and cash value is rejected. Conservatism can also be described as a structure that, if done appropriately, will lead to the resolution of many representation issues and information asymmetries that generally result from the growing gap between managers and funders of business units. According to the general results of the article, it can be seen that conservatism affects the relationship between operational cash and cash value and strengthens this relationship.





دانشگاه فنی و حرفه‌ای
تکنولوژی و مهندسی

کارافان

فصلنامه علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

تابستان ۱۴۰۰، دوره ۱۸، شماره ۲، ۸۹-۷۳

آدرس نشریه: <https://karafan.tvu.ac.ir/>

doi:10.48301/KSSA.2021.128444

20.1001.1.23829796.1400.18.2.4.5



شاپای الکترونیک: ۴۴۳۰-۲۵۳۸

شاپای چاپی: ۹۷۹۶-۲۳۸۲

مقاله پژوهشی

بررسی تأثیر محافظه‌کاری بر رابطه بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد

غلامرضا سلیمانی امیری^۱، طیبه جمشیدی^{۲*}، حمزه عنبری^۳

- ۱- دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.
- ۲- دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.
- ۳- دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده حسابداری، واحد مبارکه، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی تأثیر محافظه‌کاری بر رابطه بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌های این پژوهش، تعداد ۱۸۴ شرکت در بازه زمانی ۱۳۹۸-۱۳۹۴ با استفاده از روش حذف سیستماتیک از بین شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران انتخاب شد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل رگرسیونی چندگانه مبتنی بر تکنیک داده‌های تلفیقی استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که در فرضیه اول، وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد شرکت، مرتبط هستند و رابطه مثبت و معناداری دارند؛ بنابراین فرضیه صفر مبنی بر نبود ارتباط میان وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد، رد می‌گردد. در فرضیه دوم، محافظه‌کاری بر رابطه وجه نقد عملیاتی و ارزش نقد تأثیرگذار است و موجب تقویت این رابطه می‌گردد؛ بنابراین فرضیه دوم مبنی بر تأثیرگذار نبودن محافظه‌کاری بر رابطه بین وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد، رد می‌گردد. همچنین می‌توان از محافظه‌کاری به‌عنوان ساختاری نام برد که اگر به‌درستی عمل شود به حل بسیاری از مسائل نمایندگی و عدم‌تقارن اطلاعاتی منجر خواهد شد که به‌طور کلی از شکاف روزافزون بین مدیران و تأمین‌کنندگان منابع مالی واحدهای تجاری، ناشی می‌شود. با توجه به نتایج کلی مقاله می‌توان دریافت که محافظه‌کاری بر رابطه وجه نقد عملیاتی و ارزش نقد، تأثیرگذار است و موجب تقویت این رابطه می‌گردد.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۸/۰۵

بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۰۹/۱۱

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۰۲

کلید واژگان:

ارزش وجه نقد
جریان نقد عملیاتی
محافظه‌کاری
اصول حسابداری
سود حسابداری

*نویسنده مسئول: طیبه جمشیدی

پست الکترونیک:

taibhjamshidi@yahoo.com



© 2021 Technical and Vocational University, Tehran, Iran. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

مقدمه

سود حسابداری، یکی از اساسی‌ترین معیارها برای ارزیابی تداوم فعالیت، عملکرد واحد تجاری و پیش‌بینی فعالیت‌های آتی واحد تجاری می‌باشد. سود خالص هر بنگاه اقتصادی، همواره به‌وسیله سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان، حرفه حسابداری، مدیران مالی و تحلیل‌گران بازار سهام مورد استفاده قرار می‌گیرد (داریوش دموری، زهره عارف منش و خلیل عباس موصولو، ۲۰۱۱). شرکت‌هایی که براساس اطلاعات نهایی از سودآوری بالای خود مطلع می‌شوند، سود سهام پرداخت می‌کنند و بازار، آن را علامتی برای خبر خوب تلقی می‌کند و به این ترتیب سهام آن شرکت با قیمت بالاتری، ارزش‌گذاری می‌شود (کاوستاو سن، ۲۰۰۹).^۱

طبق مطالعه بیتس، (کی سی جان وی و یی ژانگ، ۲۰۰۸)^۲، شرکت‌های آمریکایی که مقدار زیادی وجه نقد نگهداری می‌کنند، در پروژه‌ها سرمایه‌گذاری نمی‌کنند یا این وجوه را بین سهام‌داران توزیع نمی‌کنند؛ بنابراین با در نظر گرفتن احتمال سوءاستفاده مدیران اجرایی از این وجوه، سؤالاتی در مورد عملکرد افزایش وجوه نقد نگهداری شده مطرح می‌شود (پائولو اف ولپین، ۲۰۰۲).^۳ محافظه‌کاری حسابداری را به‌عنوان یک عامل مؤثر در افزایش ارزش وجه نقد شرکت، مطرح ساختند. با توجه به اصول حسابداری محافظه‌کار، شرکت‌ها زیان خود را به موقع تشخیص می‌دهند اما سود را با تأخیر شناسایی می‌کنند و تشخیص می‌دهند. این روش، به نام زمان‌بندی نامتقارن شناخته شده است و اثر محافظه‌کارانه بر سود دارد. محافظه‌کار بودن حسابداری به شکل زیان به‌موقع / سود با تأخیر یکی از آسیب‌های مشکلات نمایندگی است (روس ال واتس، ۲۰۰۳).^۴ این روش، مانع از آن می‌شود که مدیران، زیان‌های صورت‌گرفته را پنهان کنند و همچنین از دستکاری داده‌های مالی به‌منظور سلب مسئولیت جلوگیری می‌کند. در نتیجه، روش‌های حسابداری محافظه‌کارانه، به‌عنوان حل مشکلات نمایندگی و افزایش ارزش شرکت از طریق کاهش مقدار وجوه نقد نگهداری شده و سرمایه‌گذاری از محل این وجوه، مورد توجه قرار گرفت (ولپین، ۲۰۰۲). با توجه به اینکه یکی از معیارهای اساسی برای تصمیم‌گیری در بورس، بازده سهام است، بازده سهام به‌تنهایی محتوای اطلاعاتی دارد و بیشتر سرمایه‌گذاران بالفعل و بالقوه در تجزیه و تحلیل مالی و پیش‌بینی‌ها از آن استفاده می‌کنند. همچنین هدف سرمایه‌گذاران از سرمایه‌گذاری، کسب سود و در نهایت به حداکثر رساندن ثروت است. برای تحقق این امر، سرمایه‌گذاران در دارایی‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که بازده بالا و ریسک نسبتاً پایینی دارد. چنانچه نرخ بازده یک سرمایه‌گذاری، بیش از نرخ بازده مدنظر باشد، ارزش آن دارایی، بیشتر است و ثروت سرمایه‌گذار، افزایش می‌یابد. پژوهشگران، رویکردهای مختلفی را در ارزیابی این محتوای اطلاعاتی در پیش می‌گیرند و الگوهای مختلفی نیز برای اثبات ادعاهای خود به‌کار می‌برند که از پرکاربردترین این الگوها، الگوهای مبتنی بر بازده غیرعادی سهام است. پیامدهای اقتصادی محافظه‌کاری بر ارزش سهام نیز به درک مزایا و هزینه‌های محافظه‌کاری می‌تواند کمک کند. پژوهش‌های قبلی نشان داده‌اند در مواقع بحران مالی، مدیران واحدهای تجاری مایل هستند با انتشار اخبار خوب؛ مانند شناسایی سودهایی که هنوز تحقق نیافته‌اند، سود شرکت را مثبت نشان دهند. (فرزین رضائی، خدیجه عیدان ترک زاده و ناصر نصیری، ۲۰۱۱) ادعا می‌کنند «گزارشگری مالی محافظه‌کارانه، یک سازوکار قراردادی مؤثر است که توانایی مدیران را برای دستکاری و غلو عملکرد مالی، کاهش می‌دهد و باعث افزایش جریان نقدی و ارزش شرکت می‌شود». از سوی دیگر، مخالفان محافظه‌کاری استدلال می‌کنند که چون محافظه‌کاری، گزارش‌های مالی متعصبانه است، عدم‌تقارن اطلاعات را افزایش می‌دهد و به استنباط نادرست استفاده‌کنندگان گزارش‌های مالی از جمله سرمایه‌گذاران خارجی منجر می‌شود. در نتیجه، محافظه‌کاری به‌طور بالقوه می‌تواند به تخصیص منابع ناکارآمد و کاهش ارزش شرکت منجر شود. شرکت‌های دارای بحران مالی با اتخاذ حسابداری محافظه‌کارانه‌تر، زیان

¹ Kaustav Sen, 2009

² K. C. John Wei & Yi Zhang, 2008

³ Paolo F. Volpin, 2002

⁴ Ross L Watts, 2003

ارزش کمتری در مقایسه با شرکت‌های بدون بحران مالی خواهند داشت. شرکت‌هایی که روش محافظه‌کاری در حسابداری را اتخاذ می‌کنند احتمال کمتری دارد در فعالیت‌های دارای سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر، شرکت کنند؛ زیرا تشخیص به‌موقع زیان، مقدار پول نقد در دسترس مدیران را محدود می‌کند. علاوه بر این، هنگامی که شیوه‌های محافظه‌کاری حسابداری مورد استفاده قرار می‌گیرند، به احتمال زیاد، سهام‌داران و هیئت‌مدیره هر دو برای شناسایی پروژه‌های سرمایه‌گذاری نامناسب (مثلاً سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد یا پروژه دارای ارزش فعلی خالص منفی) اقدام و سعی می‌کنند تصمیمات مدیریتی بهتری را اتخاذ کنند (ولپین، ۲۰۰۲). همچنین مدیران با سرمایه‌گذاری در طرح‌ها و پروژه‌های مختلف تلاش دارند تا سودآوری و جریان وجه نقد آتی شرکت را نیز تأمین کنند؛ لذا گاهی مدیران، اقدام به سرمایه‌گذاری‌های بیش‌ازاندازه در موجودی‌های شرکت‌ها می‌کنند که باعث بروز مسائلی از جمله کاهش وجه نقد نگهداری شده در شرکت می‌شود (لقمان محمد پور و آزاد نوری، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر، استفاده از اصل محافظه‌کاری در گزارشگری مالی در صورتی که موجب کاهش عدم‌تقارن اطلاعاتی گردد، تأمین مالی را برای شرکت‌ها تسهیل می‌کند و میزان نگهداری وجه نقد توسط شرکت‌ها را کاهش می‌دهد. همچنین (مریم بهمنی و سعیده سادات نظام طاهری، ۲۰۲۰) بر این باورند که بهای تمام‌شده تاریخی، مدیران را قادر به مخفی کردن اخبار بد در مورد پروژه‌های غیرسودآور می‌کند که این نشان از محافظه‌کاری مدیر در ارائه اطلاعات است. برخی از مطالعات انجام‌شده (مایکل فاولکندر و رانگ وانگ، ۲۰۰۶)^۱ نشان می‌دهد که ارزش بازار یک ریال سرمایه‌گذاری در وجه نقد، کمتر از ارزش اسمی یک ریال است؛ یعنی به‌ازای هر واحد افزایش در وجه نقد، ارزش نهایی به مبلغ کمتری افزایش می‌یابد. این یافته، منطبق با فرضیه جریان نقد آزاد جنسن است که بیان می‌کند جریان‌های نقدی آزاد، تأثیر معکوسی بر کارایی تصمیمات سرمایه‌گذاری دارند. مطالعات (هنوک لوئیس، امی. ایکس سان و اوکتای اورکان، ۲۰۱۲)^۲ نشان می‌دهد که محافظه‌کاری می‌تواند باعث تعدیل در میزان کاهش ارزش نهایی وجه نقدی شود که به‌ازای افزایش در موجود نقد اتفاق می‌افتد (سمانه الهی رودپشتی و مهدی مشکی میاوقی، ۲۰۱۴). از طرفی (جان آر. مایر و ادوین کوه، ۲۰۱۳)^۳، در پژوهشی نشان دادند که محافظه‌کاری بر رابطه بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد در شرکت‌ها و بر رابطه بین دارایی نقدی و وجه نقد، تأثیرات زیادی می‌گذارد.

در این مقاله مشخص می‌کنیم که آیا محافظه‌کاری بر رابطه بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد تأثیر دارد یا خیر؟

چارچوب نظری

ارزش وجه نقد

موجودی نقد، یکی از سیال‌ترین دارایی‌های مالی شرکت‌ها می‌باشد. این ویژگی موجودی نقد، اهمیت فوق‌العاده‌ای را به آن بخشیده، توانایی اخذ تصمیمات مالی بهینه و به‌موقع، به مقدار زیادی تحت تأثیر این ویژگی قرار دارد. در صورتی که شرکتی با کمبود وجه نقد مواجه بوده باشد، قادر نخواهد بود از فرصت‌های سرمایه‌گذاری خود استفاده کند یا دیگر نیازهای مالی خود را تأمین نماید؛ بنابراین این کمبود، تأثیر منفی بر ارزش شرکت خواهد گذاشت. هر چند وجود موجودی نقد در تراز مالی همه شرکت‌ها مهم و ضروری است اما میزان اهمیت وجود این دارایی می‌تواند برای شرکت‌های مختلف تغییر کند.

¹ Michael Faulkender & Rong Wang, 2006

² Henock Louis, Amy X. Sun & Oktay Urcan, 2012

³ John R. Meyer & Edwin Kuh, 2013

وجود وجه نقد مازاد برای یک شرکت می‌تواند نشانه‌های مبهم برای بازار، تلقی شود؛ زیرا هم می‌تواند دارای جنبه‌های مثبت و هم جنبه‌های منفی باشد. نگهداشت وجه نقد مازاد در شرکت‌ها می‌تواند از سوی بازار نشانه‌ای باشد مبنی بر اینکه این‌گونه شرکت‌ها از ریسک کمتری برخوردار هستند؛ زیرا توانایی بیشتری در مواجهه با مشکلات مالی احتمالی آتی دارند. از طرف دیگر، وجود وجه نقد مازاد در شرکت‌ها می‌تواند تأثیر منفی بر عملکرد شرکت‌ها به واسطه بروز مشکلات نمایندگی برای آنها داشته باشد (مایکل سی جنسن، ۱۹۸۶).^۱ (وین اچ. میکلسون و ام. مگان پارچ، ۲۰۰۳)^۲ در پژوهش خود نشان دادند شرکت‌هایی که سطح بیشتری از وجه نقد را نگهداری می‌کنند، عملکرد بهتری از خود نشان می‌دهند. آنها بر این باورند که سطح بهینه وجه نقد برای شرکت‌ها وجود ندارد و عملکرد شرکت‌ها با افزایش در سطح نگهداشت وجه نقد، افزایش می‌یابد (الهی رودپشتی و مشکلی میاوقی، ۲۰۱۴).

مهم‌ترین عامل نگهداری وجه نقد مازاد، عدم تقارن اطلاعاتی و مشکلات ناشی از آن است. وجود عامل فوق، منجر به تحصیل وجه نقد پرهزینه می‌شود؛ در چنین شرایطی شرکت ممکن است دارایی‌های جاری خود را به قصد کاهش هزینه‌های تأمین مالی برون‌سازمانی، افزایش دهد. مزیت عمده نگهداری وجه نقد در بازارهای سرمایه ناکارا افزایش توانایی شرکت برای استفاده از فرصت‌های سرمایه‌گذاری ارزشمند و پرهیز از تأمین مالی خارجی گران‌قیمت است. با این وجود، نگهداری وجه نقد، هزینه‌هایی نیز دارد؛ برای مثال ممکن است مدیران و سهام‌داران کنترلی، با انگیزه‌های فرصت‌طلبانه و سودجویانه در راستای دستیابی به اهداف شخصی خود، اقدام به نگهداری وجه نقد کنند؛ اهدافی که لزوماً منطبق با اهداف شرکت نمی‌باشد (سیمون جانسون و تاد میتون، ۲۰۰۳).^۳ براین اساس نگهداری بیش‌ازاندازه وجوه نقد می‌تواند نشانه‌ای از عدم تخصص کارای منابع باشد و هزینه‌هایی را بر شرکت تحمیل کند.

نتایج پژوهش (آیدین اوزکان و نسلیهان اوزکان، ۲۰۰۴)^۴ نشان می‌دهد که افزایش عدم تقارن اطلاعاتی، انگیزه نگهداری دارایی‌های نقدی بالایی را برای شرکت‌ها ایجاد می‌کند؛ به عبارت دیگر، وجود عدم تقارن اطلاعاتی باعث افزایش هزینه سرمایه شرکت می‌شود و تأمین وجوه از بازارهای مالی، به نفع شرکت نخواهد بود. پس شرکت‌ها ترجیح می‌دهند دارایی نقدی زیادی را نگهداری کنند تا در مواقع لازم، وجوه موردنیاز خود را از منابع داخلی تأمین کنند. از سوی دیگر، استفاده از اصل محافظه‌کاری در گزارشگری مالی، در صورتی که موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی گردد، تأمین مالی را برای شرکت‌ها تسهیل می‌کند و میزان نگهداری وجه نقد توسط شرکت‌ها را کاهش می‌دهد. برخی از مطالعات انجام‌شده (فاولکندر و وانگ، ۲۰۰۶) نشان می‌دهند که ارزش بازار یک ریال وجه نقد سرمایه‌گذاری‌شده، کمتر از ارزش اسمی یک ریال است؛ یعنی به‌ازای هر واحد افزایش در وجه نقد، ارزش نهایی آن به مبلغ کمتری افزایش می‌یابد. مطالعات لوریس و ارکان نشان می‌دهد که محافظه‌کاری می‌تواند باعث تعدیل در میزان کاهش ارزش نهایی وجه نقدی شود که به‌ازای افزایش در موجودی نقد اتفاق می‌افتد.

محافظه‌کاری

تاریخچه محافظه‌کاری، مفهومی است که در حسابداری، سابقه‌ای طولانی دارد. محافظه‌کاری زمانی ایجاد شد که ترازنامه، مهم‌ترین و اغلب تنها صورت مالی بود و اجزای سود یا سایر نتایج عملیات به‌ندرت در خارج از شرکت‌ها ارائه می‌شد. اولین کاربرد صورت‌های مالی برای بانک‌داران و دیگر اعتباردهندگان بوده است. انگیزه آنها از کاربرد محافظه‌کاری

¹ Michael C Jensen, 1986

² Wayne H. Mikkelson & M. Megan Partch, 2003

³ Simon Johnson & Todd Mitton, 2003

⁴ Aydin Ozkan & Neslihan Ozkan, 2004

اطمینان از آن بوده که سرمایه‌گذاری‌شان به گونه‌ای مناسب، حفظ خواهد شد. از این‌رو، کم‌نمایی خالص دارایی‌ها، مطلوب و حتی شرافتمندانه بود (کاوه مهرانی، محمد حلاج و عباس حسنی، ۲۰۰۹).

محافظه‌کاری، به‌عنوان یکی از اصول محدودکننده حسابداری، سال‌هاست که مورد استفاده قرار می‌گیرد و علی‌رغم انتقادهای فراوان از آن همواره جایگاه خود را بین سایر اصول حسابداری حفظ کرده است؛ به‌طوری که می‌توان دوام و بقای محافظه‌کاری در مقابل انتقادهای وارد شده بر آن طی سالیان طولانی را گواهی بر مبانی بنیادین اصل دانست. همچنین می‌توان از محافظه‌کاری به‌عنوان مکانیزمی یاد کرد که اگر به‌درستی اعمال شود، منجر به حل بسیاری از مسائل نمایندگی و عدم‌تقارن اطلاعاتی خواهد شد که به‌طور کلی از شکاف روزافزون بین مدیران و تأمین‌کنندگان منابع مالی واحد تجاری ناشی می‌شود (علی اسماعیل زاده مقری، محمد محمودی، سید امین هادیان و احمد برگ بید، ۲۰۱۵).

محافظه‌کاری، حسابداری را الزام به داشتن درجه بالایی از تأیید برای شناختن اخبار خوب مانند سود، در مقابل شناختن اخبار بد مانند زیان، تعریف می‌کند. این تعریف محافظه‌کاری، حسابداری را از دیدگاه سود و زیان توصیف می‌کند. اما تعریف دیگر، تعریف محافظه‌کاری حسابداری از دیدگاه ترازنامه است. براساس این دیدگاه، در مواردی که تردیدی واقعی در انتخاب بین دو یا چند روش گزارشگری وجود دارد آن روشی باید انتخاب شود که کمترین اثر مطلوب بر حقوق صاحبان سهام را داشته باشد. تعریف سوم درباره محافظه‌کاری بر پایه دیدگاه ترکیبی تراز نامه و سود و زیان است. در این دیدگاه، محافظه‌کاری حسابداری یک مفهوم حسابداری است که منجر به کاهش سود انباشته گزارش شده از طریق شناخت دیرتر درآمد و شناخت سریع‌تر هزینه، ارزیابی پایین‌داری و ارزیابی بالای بدهی می‌شود.

دسته‌بندی دیگری برای تعریف محافظه‌کاری حسابداری ارائه شده است که عبارت است از: محافظه‌کاری شرطی و محافظه‌کاری غیرشرطی. محافظه‌کاری شرطی، محافظه‌کاری‌ای است که توسط استانداردهای حسابداری الزام شده است؛ یعنی شناخت به‌موقع زیان در صورت وجود اخبار بد و نامطلوب و عدم‌شناخت سود در مواقع وجود اخبار خوب و مطلوب. مثلاً کاربرد قاعده اقل بهای تمام‌شده یا خالص ارزش فروش در ارزیابی موجودی کالا، نوعی محافظه‌کاری شرطی است. به این نوع محافظه‌کاری، محافظه‌کاری سود و زیان یا محافظه‌کاری گذشته‌نگر نیز می‌گویند اما محافظه‌کاری غیرشرطی از طریق استانداردهای حسابداری الزام‌نشده است. این نوع محافظه‌کاری، کمتر از واقع نشان دادن ارزش دفتری خالص دارایی‌ها به‌واسطه رویه‌های ازبیش تعیین‌شده حسابداری است. این محافظه‌کاری، به محافظه‌کاری ترازنامه یا محافظه‌کاری آینده‌نگر نیز معروف است (سید کاظم ابراهیمی، علی بهرامی نسب و منصور احمدی مقدم، ۲۰۱۶).

جریان نقد

در روابط نمایندگی، هدف مالکان، حداکثرسازی ثروت است و لذا به‌منظور دستیابی به این هدف در کار نماینده نظارت می‌کنند و عملکرد او را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. اگر مالکان شرکت را گروه‌های مختلف؛ مانند دولت، مؤسسات مالی، بانک‌ها و شرکت‌های دیگر تشکیل دهند، عملکرد آنها چگونه خواهد بود؟ با دستیابی به جواب این سؤال‌ها می‌توان به‌منظور بهبود عملکرد شرکت، اقدامات مناسب‌تری را به‌عمل آورد و تصمیم‌گیرندگان و سرمایه‌گذاران نیز به‌منظور دستیابی به عملکرد بهینه برای واحدهای اقتصادی، به ترکیب مالکان شرکت‌ها توجه خواهند کرد. میزان سرمایه‌گذاری شرکت‌ها می‌تواند ناشی از عوامل متعددی باشد (رسول برادران حسن زاده، یونس بادآور نهنندی و سمیه اسماعیلی گنجینه کتاب، ۲۰۱۴). در بازار اقتصادی امروز، مدیریت سود را می‌توان به‌عنوان یک معیار برای انتخاب یک گزینه از میان گزینه‌های مشخص سرمایه‌گذاری در نظر داشت. برای دستیابی به بهترین نتیجه مطلوب باید بهترین گزینه انتخاب شود. حال عواملی که باعث انتخاب این گزینه می‌شود به عملکرد مجموعه بستگی دارد تا سرمایه‌گذار را ترغیب به این سرمایه‌گذاری کند. تعدیل بهینه سرمایه نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. در بورس اوراق بهادار، همه افرادی که قصد سرمایه‌گذاری در شرکت را دارند مانند سایر افراد داخل شرکت به اطلاعات دسترسی دارند.

جریان نقد عملیاتی، وجوه نقدی است که شرکت از طریق انجام فعالیت‌های تجاری خود ایجاد می‌کند. جریان نقد عملیاتی را می‌توان برای کنترل کیفیت سود سهام شرکت‌ها مورد استفاده قرار داد. برای مثال، اگر یک شرکت در صورت سود و زیان خود، سود گزارش کند اما جریان نقد عملیاتی آن منفی باشد، ممکن است از تکنیک‌های حسابداری جسورانه استفاده کرده باشد.

پیشینه خارجی و داخلی

(شاوچون ژانگ، سیمون گاوو و یی زونگ، ۲۰۱۹)^۱ در مقاله به بررسی رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری و میزان حساسیت عملکرد نسبت به پاداش مدیر اجرایی با توجه به تأثیر محافظه‌کاری حسابداری بر بهره‌وری قراردادهای پاداش مدیر اجرایی است. این مطالعه با استفاده از مدل رگرسیون چندگانه بر اساس رویکرد (راغاون جی. ایبنگار و ارنست ام. زامپلی، ۲۰۱۰)^۲، (پیتر کلارکسون، جی. داگلاس هانا، گوردون دی. ریچاردسون و رکس تامپسون، ۲۰۱۱)^۳ و (جیکون هوانگ و دارن جی. کیسگن، ۲۰۱۳)^۴ با داده‌های تمامی شرکت‌های غیرمالی ثبت‌شده در چین در طول ۱۰ سال به بررسی رابطه بین محافظه‌کاری حسابداری و حساسیت عملکرد به پاداش مدیر اجرایی می‌پردازند نتایج این مطالعه، رابطه مثبت بین پاداش مدیر اجرایی و اندازه‌گیری عملکرد مبتنی بر حسابداری را نشان می‌دهد. مهم‌تر از همه، نتایج نشان داد که محافظه‌کاری با میزان حساسیت عملکرد به پاداش مدیر اجرایی، پس از کنترل تعدادی از عوامل خاص شرکت و متغیرهای کنترل، رابطه مثبتی دارد. این مطالعه نشان می‌دهد که میزان حساسیت پاداش مدیر اجرایی به عملکرد شرکت در شرکت‌هایی با محافظه‌کاری حسابداری بالاتر، بیشتر است.

دومنیکو لوفر (۲۰۱۸) به بررسی ارتباط بین جریان نقد عملیاتی و ساختار سرمایه در شرکت‌های فرانسوی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که بین هرچه جریان نقد عملیاتی شرکت و نسبت‌های آن بالاتر باشد تأثیر مثبتی بر ساختار سرمایه شرکت‌ها خواهد گذاشت؛ به عبارت دیگر ارتباط مستقیم، مثبت و معناداری بین آنها وجود دارد.

(چو مین لین، مین لی چان، آی هسین چین و کوان هیوا لی، ۲۰۱۸)^۵ به بررسی رابطه بین ارزش وجه نقد و محافظه‌کاری حسابداری: نقش سهام‌داران کنترلی پرداختند. نتایج آنها مشخص کرد که محافظه‌کاری حسابداری موجب افزایش ارزش نقدی شرکت‌ها می‌شود و با در نظر گرفتن سهام‌داران کنترلی یافته‌های به‌دست‌آمده با توجه به نسبت وابستگی مدیران از مشکل نمایندگی و بحران مالی پشتیبانی کرد. به‌طور کلی، اثر انگیزشی سهام‌داران کنترلی با درصد نسبتاً پایین وابستگی مدیریت، پشتیبانی می‌شود در حالی که اثر استحکام در درصد نسبتاً بالای وابستگی تأیید می‌شود با این حال هنگامی که مشکل نمایندگی و بحران مالی در نظر گرفته می‌شود اثر استحکام بر روابط مدنظر، غلبه نمی‌یابد. (رونالد اندرسون و دیوید ریب، ۲۰۰۳)^۶ پژوهشی با عنوان «سطح نگهداشت وجه نقد و سرمایه‌گذاری مبتنی بر کنترل» را به انجام رساندند. نتایج پژوهش نشان داد که رابطه مثبت قوی بین تمرکز مالکیت و سطح نگهداشت وجه نقد وجود خواهد داشت. این موضوع نشان‌دهنده انگیزه احتیاطی از جانب بخشی از سهام‌داران کنترلی بود که اهمیت زیادی به کنترل قائل می‌گردند. همچنین به این نتیجه رسیدند که ارزش بازار شرکت، به صورت مثبت تحت تأثیر میزان دارایی‌های نقدی شرکت هستند. از طرف دیگر، مالکیت مدیریتی هیچ‌گونه تأثیری ندارد. این نتایج با این فرضیه که

¹ Xi Zhang, Simon Gao & Yi Zeng, 2019

² Raghavan J. Iyengar & Ernest M. Zampelli, 2010

³ Peter Clarkson, J. Douglas Hanna, Gordon D. Richardson & Rex Thompson, 2011

⁴ Jiekun Huang & Darren J. Kisgen, 2013

⁵ Cho-Min Lin, Min-Lee Chan, I. HsinChien & Kuan-Hua Li, 2018

⁶ Ronald Anderson & David Reeb, 2003

مالکیت شرکت‌ها به دنبال راهبردهای منطقی برای کاهش هزینه‌های نمایندگی ناشی از امنیت پایین سرمایه‌گذاران می‌باشند، متناسب خواهد بود.

وئیس و همکاران^۱ (۲۰۱۵)، پژوهشی با عنوان «محافظه‌کاری حسابداری و ارزش وجه نقد نگهداری شده» را به انجام رساندند. نتایج پژوهش نشان داد که ارزش یک دلار وجه نقدی که شرکت نگهداری می‌کند کمتر از یک دلار اسمی است و سپس بیان کردند که محافظه‌کاری می‌تواند این کاهش ارزش را تقلیل بدهد.

(رضوان حجازی، ثریا ویسی حصار و علی فاطری، ۲۰۱۹) به بررسی تأثیر سهام‌داران نهادی بر ارتباط بین محافظه-کاری حسابداری و ارزش نگهداشت وجه نقد در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. در راستای بررسی این موضوع، فرضیه‌های پژوهش بر مبنای یک نمونه آماری متشکل از ۱۰۶ شرکت طی دوره ۹ ساله از سال ۱۳۸۸ لغایت ۱۳۹۶ و با استفاده از الگوهای رگرسیونی چندمتغیره مورد آزمون قرار گرفت. نتایج آزمون نشان می‌دهد که محافظه‌کاری حسابداری باعث افزایش ارزش بازار وجه نقد می‌شود. همچنین، سهام‌داران نهادی، بر ارتباط بین محافظه-کاری حسابداری و ارزش بازار وجه نقد، تأثیر منفی و معناداری دارد. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد محافظه‌کاری باعث کاهش تضادهای نمایندگی می‌شود و از واکنش منفی بازار نسبت به نگهداشت وجه نقد می‌کاهد. با این وجود، تأثیر سنگربندی سهام‌داران نهادی باعث کاهش تأثیر مثبت محافظه‌کاری بر ارزش وجوه نقد می‌شود که مؤید فرضیه منافع شخصی است.

(زهره گلچین، صدیقه کویکی و یحیی کامیابی، ۲۰۱۷)، در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه بین ارزش افزوده اقتصادی و نقدشوندگی بازار سهام» با استفاده از اطلاعات مالی ۱۵۴ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ به بررسی روابط بین این متغیرها پرداختند. تعداد نمونه تحقیق آن‌ها شامل ۹۲۴ شرکت-سال می‌باشد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه مثبت و معناداری میان ارزش افزوده اقتصادی و نقدشوندگی بازار سهام وجود دارد و همبستگی قوی و معناداری میان متغیرها و ارزش شرکت نیز تأییدکننده اثرگذاری آن‌ها بر یکدیگر است.

(سید علی واعظ و سید صابر درسه، ۲۰۱۶) به بررسی تأثیر ساختار مالکیتی بر ارتباط بین محافظه‌کاری حسابداری و کارایی سرمایه‌گذاری پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین محافظه‌کاری حسابداری و کارایی سرمایه‌گذاری در هر دو حالت بزرگ‌تر بودن سرمایه‌گذاری نسبت به ارزش خالص سرمایه داخلی و کوچک‌تر بودن سرمایه‌گذاری به نسبت ارزش خالص سرمایه داخلی، رابطه معناداری وجود دارد اما ارتباط بین محافظه‌کاری و کارایی سرمایه‌گذاری با توجه به سطوح مالکیت نهادی و مالکیت مدیریتی تأیید نگردید.

(بیبا مشایخی و فرشاد محمدپور، ۲۰۱۴)، پژوهشی با عنوان «ارزیابی نقش محافظه‌کاری حسابداری و کیفیت سود بر ارزش نهایی نگهداشت وجه نقد در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران» را به انجام رساندند. نتایج پژوهش نشان داده که محافظه‌کاری ارزش نهایی نگهداشت وجه نقد را بهبود می‌بخشند. همچنین افزایش میزان محدودیت در تأمین مالی از نقش محافظه‌کاری در بهبود بخشی به ارزش بازار وجه نقد می‌کاهد. نتیجه دیگر تحقیق، حاکی از رابطه منفی کیفیت سود و ارزش نهایی نگهداشت وجه نقد می‌باشند.

فرضیه‌های پژوهش

به‌منظور حصول اهداف پژوهش فرضیه‌های زیر در نظر گرفته شده است:

فرضیه اول: بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: محافظه‌کاری ارتباط بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد را تعدیل می‌کند.

¹ Eaiys, M

روش تحقیق

الگوها و متغیرهای پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از مدل زیر پیروی می‌کنیم:

$$\Delta C_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_2 CFO_{it} * AC_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 Tangible_{it} + \beta_5 \Delta LOSS_{it} + \beta_6 \Delta prof_{it} + \epsilon_{it} \quad (1)$$

$$\Delta C_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 Tangible_{it} + \beta_4 \Delta LOSS_{it} + \beta_5 \Delta prof_{it} + \epsilon_{it} \quad (2)$$

$$\Delta C_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} * AC_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 Tangible_{it} + \beta_4 \Delta LOSS_{it} + \beta_5 \Delta prof_{it} + \epsilon_{it} \quad (3)$$

متغیر وابسته

جریان نقد عملیاتی (cfo): این متغیر به صورت مستقیم از بخش جریان‌های نقدی عملیاتی صورت جریان وجوه نقد شرکت قابل استخراج است و عبارت است از جریان نقد عملیاتی تقسیم بر کل دارایی‌های شرکت.

متغیر تعدیل‌گر

محافظه‌کاری حسابداری (AC): سطح محافظه‌کاری بر اساس مدل گیولی و هاین و از طریق فرمول ذیل محاسبه می‌گردد. مقدار به‌دست‌آمده از فرمول هر چه بیشتر باشد؛ سطح محافظه‌کاری بالاتر خواهد بود.

$$AC_{it} = \frac{AFCC}{TA} (-1) \quad (4)$$

AC: درجه محافظه‌کاری (AFCC): اقلام تعهدی عملیاتی (تفاوت سود خالص و جریان نقدی عملیاتی به‌علاوه هزینه استهلاک)
TA: ارزش دفتری دارایی‌ها.

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (Size): از طریق لگاریتم کل فروش شرکت محاسبه می‌شود.
نسبت دارایی مشهود (Tangible): برابر است با نسبت اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات به کل دارایی‌های شرکت
متغیر مجازی (LOSS): متغیر مجازی می‌باشد که اگر در سال مالی فعلی، زیان وجود داشته باشد برابر یک و در غیر این صورت صفر است.
سودآوری (prof): نسبت سود خالص به کل دارایی شرکت.

جامعه آماری و نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش را شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، جامعه آماری تحقیق حاضر را شکل می‌دهند. در این تحقیق، یک نمونه از شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی یک دوره ۵ ساله شامل

صورت‌های مالی ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این پژوهش، از نمونه‌گیری آماری استفاده نمی‌شود. شرکت‌های موردبررسی به روش غربالی و بر اساس معیارهای زیر انتخاب می‌گردند:

- جزو شرکت‌های هلدینگ و سرمایه‌گذاری نباشند.
- بانک‌ها به سبب ماهیت خاص فعالیت‌شان حذف می‌شوند.
- طی دوره موردبررسی تغییر سال مالی و توقف عملیات نداشته باشند.
- اطلاعات موردنیاز آنها برای انجام تحقیق در دسترس باشد.

در نهایت، پس از رعایت شرایط فوق و اعمال نمونه‌گیری از شرکت‌های موجود در بورس اوراق بهادار تهران، ۱۸۴ شرکت به عنوان نمونه انتخاب شدند.

این پژوهش، کاربردی است و از نوع همبستگی و با استفاده از رویکرد پس‌رویدادی است. از آنجایی که هدف از این پژوهش، مطالعه میزان همبستگی و برآورد ضرایب برای متغیرهای موردبررسی و در نهایت کشف رابطه بین آنها می‌باشد. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر محافظه‌کاری بر رابطه بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. در مرحله اول، برای تدوین تاریخچه، ادبیات موضوعی و مبانی نظری تحقیق، از کتاب‌ها و پایان‌نامه‌های موجود در کتابخانه‌ها و همچنین از مقالات موجود و پایگاه‌های جستجوی علمی در اینترنت استفاده شده است. مرحله دوم، داده‌های مرتبط با متغیرهای تحقیق از صورت‌های مالی حسابرسی‌شده شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس که از سایت کدال و سازمان بورس استخراج شده است.

یافته‌ها

در بخش آمار توصیفی، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از شاخص‌های مرکزی همچون میانگین و میانه و شاخص‌های پراکندگی انحراف معیار چولگی و کشیدگی انجام پذیرفته‌اند. خلاصه وضعیت آمار توصیفی متغیرهای تحقیق پس از حذف نقاط پرت در جدول ۱ ارائه شده‌اند.

جدول ۱. آمار توصیفی

متغیرها	میانگین	میانه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	آماره جارک - برا	سطح معناداری
وجه نقد	۲/۱۸۱۲۹۵	۱۸۶۹۳	۷/۵	۶۸/۰	۹۹/۲	۷۷/۲	۰۶۷/۰
جریان نقد عملیاتی	۱۱۸۳۱۴۹	۱۶۲۵۹۴	۰۲/۴	۸/۰	۳۷/۲	۱۰/۰	۰۵۵/۰
محافظه‌کاری	-۰/۱۸	-۰/۱۴	۰/۱۵	-۱/۱	۳/۵	۳/۱۲	۰۵۱/۰
اندازه شرکت	۱۴/۳	۱۴/۲۲	۱/۵۵	۰/۷	۳/۵۵	۳/۷۶	۱۱/۰
نسبت دارایی‌های مشهود	۲۵/۰	۰۹/۰	۳۲/۰	۰۸/۲	۱۲/۱۰	۱/۱۲۶۱	۰۰۰/۰
زبان	۴۶/۰	۰۰۰/۰	۴۹/۰	۱۵/۰	۰۲/۱	۴/۰۱۷	۰/۰۷۸
سودآوری	۱۴/۰	۱۲/۰	-۰/۷	۹۸/۰	۵/۲	۱۲/۲	۰/۰۵۹

هر چه میزان انحراف معیار متغیرها کمتر باشد پراکندگی داده‌ها کمتر است و تمرکز داده بیشتر می‌گردد. با توجه به جدول ۱ مشاهده می‌گردد که جریان نقد عملیاتی، بیشترین پراکندگی در داده‌ها و نسبت دارایی‌های مشهود به کل دارایی‌ها، کمترین میزان پراکندگی را دارد.

در خصوص نرمال بودن داده‌ها نیز با توجه به سطح معناداری آزمون جارک برا و اینکه این مقدار برای تمامی متغیرها به جز نسبت دارایی‌های مشهود از ۰/۰۵ بیشتر است می‌توان نتیجه گرفت که تمام متغیر به‌غیر از نسبت دارایی‌های مشهود از توزیع نرمال پیروی می‌کنند.

آمار استنباطی

آزمون مانایی داده‌های پانلی

هنگامی که میانگین، واریانس و کواریانس سری داده‌های پژوهش، تابعی از زمان نباشند داده‌ها مانا هستند. برای بررسی نامانایی، از آزمون‌های لوین، لین و چو (LLC)، ایم، پسران و شین (IPS) و فیشر-فیلیپس پرون (PP) استفاده شده است. این سه آزمون، از مهم‌ترین آزمون‌های ریشه واحد در داده‌های پانل می‌باشد. در تمام این آزمون‌ها فرضیه صفر، مبنی بر وجود یک ریشه واحد می‌باشد.

با توجه به جدول ۲ و سطح معناداری به‌دست‌آمده از آزمون‌ها، چون سطح معناداری آزمون از ۰/۰۵ کمتر است نتیجه می‌شود فرض صفر، مبنی بر نامانایی متغیرهای پژوهش رد می‌شود؛ بنابراین متغیرهای پژوهش در سطح مانا هستند.

جدول ۲. آزمون ریشه واحد داده‌های پانلی

متغیر	نتیجه	لوین، لین و چو	ایم و پسران و شین	فیشر-فیلیپس پرون
محافظة کاری	مانا در سطح	-۹/۴۲	-۸۱/۸	۰۹/۳۴۲
		۰۰۰/۰	۰۰۰۰/۰	۰۰۰/۰
وجه نقد	مانا در سطح	-۳/۲۸	-۸۷	۲۲/۳۵۵
		۰۰۰۰/۰	۰۰۰/۰	۰۰۰/۰
جریان نقد عملیاتی	مانا در سطح	-۲۰/۲۷	-۷۲/۱۰	۴۲/۳۹۹
		۰۰۰۰/۰	۰۰۰۰/۰	۰۰۰/۰
زیان	مانا در سطح	-۱۱/۵۳	-۴/۲	۲۹/۹۹
		۰۰۰/۰	۰۰۱۶/۰	۰۹/۰
سودآوری	مانا در سطح	-۱۵/۹۸	-3/01	۱۱/۲۲۸
		۰۰۰/۰	۰۰۱۳/۰	۰۰۵/۰
اندازه شرکت	مانا در سطح	-۷۷.۶۰	-۱۶.۰۸	۷/۳۱۱
		۰۰۰/۰	۰۰۰/۰	۰۰۰/۰
نسبت دارایی‌های مشهود	مانا در سطح	-۴۶/۹۶	-۹/۳۸	۴/۲۹۳
		۰۰۰۰/۰	۰۰۰۰/۰	۰۰/۰

- آزمون F لیمر

برای انتخاب بین روش‌های داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی، از آزمون F لیمر استفاده شد.

H_0 : روش داده‌های تلفیقی

H_1 : روش داده‌های تابلویی.

جدول ۳. نتایج آزمون لیمر

شرح	آماره F	p-value	نتیجه آزمون	روش
مدل فرضیه اصلی	۲۲/۷	۰/۰۰۰۰	H0 رد می‌شود	ترکیبی (تابلویی)

نتایج آزمون F لیمر بیانگر این است که با توجه به سطح معناداری به دست آمده که از ۰/۰۵ کمتر است، فرض صفر مبنی بر وجود داده‌های تلفیقی، رد می‌شود.

-آزمون هاسمن (انتخاب بین تأثیرات ثابت و تصادفی)
فرض صفر و فرض مقابل برای آزمون هاسمن به شرح زیر می‌باشد:

H0: روش اثرات تصادفی

H1: روش اثرات ثابت

جدول ۴. نتایج آزمون هاسمن

شرح	آماره F	p-value	نتیجه آزمون	روش
مدل فرضیه اصلی	۱/۶۹	۰/۷	H0 رد می‌شود	اثرات تصادفی

بررسی فرضیات پژوهش

فرضیه اول: بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد، ارتباط معناداری وجود دارد.

در جدول ۵ سطح معنی داری آزمون t برای متغیر وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد؛ بنابراین نتیجه می‌شود وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد شرکت مرتبط هستند و دارای رابطه مثبت و معنادار می‌باشند؛ بنابراین فرضیه صفر مبنی بر عدم ارتباط میان وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد، رد می‌گردد.

چنانچه آماره دوربین- واتسون به منظور بررسی استقلال خطاها مورد استفاده قرار می‌گیرد. در صورتی که مقدار آماره دوربین- واتسون در فاصله ۱/۵ تا ۲/۵ باشد فرض همبستگی بین خطاها رد می‌شود و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد که در این فرضیه، مقدار آن برابر با ۱/۶۷ بود که بین این محدوده قرار می‌گیرد؛ بنابراین فرض استقلال خطاها پذیرفته می‌شود.

از طرفی، سطح معنی داری آزمون فیشر کمتر از ۵ درصد است که این بدین معنا است مدل این فرضیه، معنی داری شده است.

جدول ۵. ضرایب معادله رگرسیون جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد

$$\Delta C_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 Tangible_{it} + \beta_4 LOSS_{it} + \beta_5 prof_{it} + \epsilon_{it}$$

متغیر وابسته	متغیر مستقل	B	خطای معیار	T	سطح معنی داری (Prob)
وجه نقد	وجه نقد عملیاتی	۰/۰۷	۰/۰۲	۲/۸	۰/۰۰۲
	اندازه شرکت	-۲/۱۴	۲/۶۲	-۸۱	۰/۴۱
وجه نقد	نسبت دارایی‌های مشهود	۰/۲۰	۰/۰۳	۶/۴	۰/۰۰۵
	زیان	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۹	۰/۶۴	۰/۵۱

$$\Delta C_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 Tangible_{it} + \beta_5 LOSS_{it} + \beta_6 prof_{it} + \epsilon_{it}$$

متغیر وابسته	متغیر مستقل	B	خطای معیار	T	سطح معنی داری (Prob)
سودآوری		۱/۱۴۵	۱/۰۷۴	۰/۸۵	۰/۱۲
ضریب ثابت		۰/۴۶	۰/۰۸	۵/۵	۰/۰۰۰
ضریب تعیین				۰/۸۵	
مقدار فیشر				۱۵۸	
سطح معنی داری فیشر				۰/۰۰۰	
مقدار دوربین واتسون				۱/۹۶	

فرضیه دوم: محافظه کاری، ارتباط بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد را تعدیل می کند.

در این فرضیه، میزان ضریب همه متغیرها بر وجه نقد، مثبت و معنادار می باشد؛ یعنی تمام متغیرها با متغیر مستقل، رابطه مستقیم دارند؛ لذا اگر مقدار آماره دوربین- واتسون در فاصله ۱/۵ تا ۲/۵ باشد فرض همبستگی بین خطاها رد می شود و می توان از رگرسیون استفاده کرد که در این فرضیه، مقدار آن برابر ۱/۹۸ است که بین این رنج قرار می گیرد؛ بنابراین فرض استقلال خطاها پذیرفته می شود. از طرفی، سطح معنی داری آزمون فیشر، کمتر از ۵ درصد است که این بدین معنا است مدل این فرضیه معنی داری شده است.

با توجه به سطح معناداری متغیر اثر متقابل محافظه کاری و وجه نقد عملیاتی و اینکه این مقدار در سطح ۹۵ درصد اطمینان از ۰/۰۵ کمتر است نتیجه می شود محافظه کاری بر رابطه وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد تأثیرگذار بوده است و موجب تقویت این رابطه می گردد؛ بنابراین فرضیه دوم مبنی بر عدم تأثیرگذاری محافظه کاری بر رابطه بین وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد، رد می گردد.

جدول ۶. ضرایب معادله رگرسیون محافظه کاری ارتباط بین جریان نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد

$$\Delta C_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 Tangible_{it} + \beta_5 LOSS_{it} + \beta_6 prof_{it} + \epsilon_{it}$$

متغیر وابسته	متغیر مستقل	B	خطای معیار	T	سطح معنی داری (Prob)
رابطه متقابل محافظه کاری و جریان نقد عملیاتی		۰/۸۵	۰/۴۱	۲/۰۷	۰/۰۳۸
اندازه شرکت		۱/۲	۱/۵	۰/۸۲	۰/۰۶۵
نسبت دارایی های مشهود		۰/۷۹	۰/۵۲	۱/۵۱	۰/۰۵۴
زیان		۰/۶۴	۰/۲۴	۲/۶۶	۰/۰۰۹
سودآوری		۰/۸۹	۰/۸۴	۱/۰۵	۰/۱۲
ضریب ثابت		۲/۱۲	۰/۸۵	۲/۴۹	۰/۰۰۰
ضریب تعیین				۰/۷۷	
مقدار فیشر				۱۶۵	
سطح معنی داری فیشر				۰/۰۰۰	

$\Delta C u = \beta_0 + \beta_1 CFO u AC + \beta_3 SIZE u + \beta_4 Tangible u + \beta_5 LOSS u + \beta_6 prof u + \epsilon u$					
سطح معنی‌داری (Prob)	T	خطای معیار	B	متغیر مستقل	متغیر وابسته
	۱/۹۸				مقدار دوربین واتسون

بحث و نتیجه‌گیری

روش‌های حسابداری محافظه‌کارانه به‌عنوان حل مشکلات نمایندگی و افزایش ارزش شرکت از طریق کاهش مقدار وجوه نقد نگهداری‌شده و انجام سرمایه‌گذاری از محل این وجوه، مورد توجه قرار گرفت. با توجه به اینکه یکی از معیارهای اساسی برای تصمیم‌گیری در بورس، بازده سهام است، بازده سهام خود به‌تنهایی محتوای اطلاعاتی دارد و بیشتر سرمایه‌گذاران بالفعل و بالقوه در تجزیه و تحلیل مالی و پیش‌بینی‌ها از آن استفاده می‌کنند. یکی از راه‌ها برای کاهش مشکل نمایندگی محافظه‌کاری است. می‌توان از محافظه‌کاری به عنوان ساختاری نام برد که اگر به‌درستی عمل شود به حل بسیاری از مسائل نمایندگی و عدم‌تقارن اطلاعاتی منجر خواهد شد که به‌طور کلی از شکاف روزافزون بین مدیران و تأمین‌کنندگان منابع مالی واحدهای تجاری ناشی می‌شود. با توجه به نتایج کلی مقاله می‌توان دریافت که محافظه‌کاری بر رابطه وجه نقد عملیاتی و ارزش نقد تأثیرگذار است و موجب تقویت این رابطه می‌گردد.

نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

در سطح معنی‌داری آزمون t برای متغیر وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد؛ بنابراین نتیجه می‌شود وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد شرکت، مرتبط هستند و رابطه مثبت و معنادار دارند. این نتیجه با نتایج تحقیقات (الهی رودپشتی و مشکی میاوقی، ۲۰۱۴) و همچنین تحقیقات (جنسن، ۱۹۸۶)، هم‌راستا می‌باشد. بنابراین فرضیه صفر مبنی بر نبودن ارتباط میان وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد، رد می‌گردد؛ در این صورت، آماره دوربین-واتسون به‌منظور بررسی استقلال خطاها مورد استفاده قرار می‌گیرد. در صورتی که مقدار آماره دوربین-واتسون در فاصله ۱/۵ تا ۲/۵ باشد فرض همبستگی بین خطاها رد می‌شود و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد که در این فرضیه، مقدار آن برابر ۱/۶۷ است که بین این رنج قرار می‌گیرد؛ بنابراین فرض استقلال خطاها پذیرفته می‌شود. از طرفی سطح معنی‌داری آزمون فیشر، کمتر از ۵ درصد است که این بدین معنا است که مدل این فرضیه، معنی‌دار است.

نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش

در این فرضیه، میزان ضریب همه متغیرها بر وجه نقد، مثبت و معنادار می‌باشد؛ یعنی تمام متغیرها با متغیر مستقل، رابطه مستقیم دارند. این نتیجه با نتایج تحقیقات (الهی رودپشتی و مشکی میاوقی، ۲۰۱۴) و (لین و همکاران، ۲۰۱۸) هم‌راستا است. لذا اگر مقدار آماره دوربین-واتسون در فاصله ۱/۵ تا ۲/۵ باشد فرض همبستگی بین خطاها رد می‌شود و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد که در این فرضیه مقدار آن برابر ۱/۹۸ است که بین این حدود قرار می‌گیرد؛ بنابراین فرض استقلال خطاها پذیرفته می‌شود. از طرفی، سطح معناداری آزمون فیشر، کمتر از ۵ درصد است که این بدین معنا است که مدل این فرضیه، معنی‌دار شده است. با توجه به سطح معناداری متغیر اثر متقابل محافظه‌کاری و وجه نقد عملیاتی و اینکه این مقدار در سطح ۹۵ درصد اطمینان از ۰/۰۵ کمتر است نتیجه می‌شود که محافظه‌کاری بر رابطه وجه نقد عملیاتی و ارزش نقد، تأثیرگذار است و موجب تقویت این رابطه می‌گردد. بنابراین فرضیه دوم مبنی بر عدم‌تأثیرگذاری محافظه‌کاری بر رابطه بین وجه نقد عملیاتی و ارزش وجه نقد، رد می‌گردد.

پیشنهادهای کاربردی

با توجه به نتایج حاصل از این تحقیق می‌توان براساس استفاده‌کنندگان مختلف، پیشنهادهای کاربردی را به شرح زیر بیان داشت:

گروه اولی که می‌تواند نتایج تحقیق حاضر را مدنظر قرار دهند تدوین‌کنندگان استانداردها و نیز قانون‌گذاران سازمان بورس اوراق بهادار هستند؛ با توجه به اینکه تأثیر محافظه‌کاری در کاهش هزینه‌های نمایندگی و به سبب آن، افزایش ارزش وجه نقد مورد تأیید قرار گرفت؛ توجه به این مفهوم، باید بیش‌ازپیش صورت پذیرد.

گروه دوم استفاده‌کنندگان از این پژوهش می‌واند خود شرکت‌ها باشند؛ از آنجا که افزایش ارزش سهام شرکت و به تبع آن، افزایش ثروت سهام‌داران، اهداف اصلی شرکت‌های انتفاعی است؛ شرکت‌ها می‌توانند با الزام به محافظه‌کاری بیشتر در گزارشگری مالی خود، موجب افزایش ارزش وجوه نقد نگهداری‌شده خود شوند که نتیجه آن به شکل افزایش بازده سهام، متجلی خواهد شد.

پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی

پیشنهادهای خود را به محققانی که در آینده این حیطه از موضوعات حسابداری را انتخاب می‌کنند به شرح زیر ارائه می‌دهیم:

- شرکت‌ها را در قالب صنعت‌های مختلف طبقه‌بندی کنند تا امکان بررسی تأثیر صنایع، بر این موضوع به‌وجود آید.
- با توجه به حذف شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و بیمه‌ها، به علت ساختار متفاوت آنها پیشنهاد می‌گردد که موضوع مورد مطالعه، در این گروه از شرکت‌ها به‌صورت خاص بررسی گردد.
- از آنجا که مدل‌های مختلفی برای محاسبه محافظه‌کاری وجود دارد، پژوهشگران آتی می‌توانند با محاسبه شاخص‌های محافظه‌کاری مختلفی که در ایران قابل انجام است، نتایج به‌دست‌آمده را به‌صورت مقایسه‌ای بیان دارند.

References

- Anderson, R., & Reeb, D. (2003). Founding-Family Ownership and Firm Performance: Evidence from the S&P 500. *The journal of finance*, 58(3), 1301-1327. <https://doi.org/10.1111/1540-6261.00567>
- Bahmani, M., & NezamTaheri, S. S. (2020). Evaluating the Effect of Earning Smoothing Using Maximization and Minimization of Earnings Approaches to Reduce Stock Price Crash Risk in Companies Accepted in Tehran Stock Exchange. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 16(46), 253-274. https://karafan.tvu.ac.ir/article_105729.html?lang=en
- Baradaran Hasanzadeh, R., Badavar Nahandi, Y., & Esmaeeli Ganjineh Ketab, S. (2014). The Effect Of Ownership Structure On Audit Quality. *The Financial Accounting And Auditing Researches*, 6(23), 99-115. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=233669>
- Clarkson, P., Hanna, J. D., Richardson, G. D., & Thompson, R. (2011). The impact of IFRS adoption on the value relevance of book value and earnings. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 7(1), 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2011.03.001>

- Demouri, D., Aref Manesh, Z., & Abbas Mosloo, Kh (2011). Investigating the relationship between profit smoothing, profit quality and company value in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Financial Accounting Research*, 3(1), 39-54. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=131469>
- Ebrahimi, S. K., Bahraminasab, A., & Ahmadi Moghadam, M. (2016). The Relationship Between Financing Decisions And The Types Of Earnings Management. *The Financial Accounting And Auditing Researches*, 8(30), 83-102. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=275404>
- Elahi Roodposhti, S., & Meshki Miyoghi, M (2014). Investigating the effect of conservatism on the market value of held cash. *Empirical Accounting Research*, 4(3), 23-43. <https://doi.org/10.22051/jera.2015.1882>
- Faulkender, M., & Wang, R. (2006). Corporate Financial Policy and the Value of Cash. *The journal of finance*, 61(4), 1957-1990. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2006.00894.x>
- Golchin, Z., Kokbi, S., & Kamyabi, Y. (2017). The effect of ownership structure on the relationship between the quality of accruals and agency costs. *Business Management Quarterly*, 9(35), 73-96. http://bmj.iauctb.ac.ir/article_539184.html?lang=fa
- Hejazi, R., Weysihsar, S., & Fateri, A. (2019). The Effect of Institutional Shareholders on the Relationship between Accounting Conservatism and the Value of Cash Holding. *Journal of Financial Accounting Research*, 11(1), 81-100. <https://doi.org/10.22108/far.2019.115164.1391>
- Huang, J., & Kisgen, D. J. (2013). Gender and corporate finance: Are male executives overconfident relative to female executives? *Journal of Financial Economics*, 108(3), 822-839. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2012.12.005>
- Ismailzadeh Moghari, A., Mahmoudi, M., Hadian, S. A., & Barg Bid, A. (2015). The effect of ownership structure on the relationship between free cash flow and management of optimal use of assets. *Financial Accounting and Auditing Research* 7(28), 23-41. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=255872>
- Iyengar, R. J., & Zampelli, E. M. (2010). Does accounting conservatism pay? *Accounting & Finance*, 50(1), 121-142. <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2009.00325.x>
- Jensen, M. C. (1986). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *The American economic review*, 76(2), 323-329. <https://doi.org/10.2139/ssrn.99580>
- Johnson, S., & Mitton, T. (2003). Cronyism and capital controls: evidence from Malaysia. *Journal of Financial Economics*, 67(2), 351-382. [https://doi.org/10.1016/S0304-405X\(02\)00255-6](https://doi.org/10.1016/S0304-405X(02)00255-6)
- Lin, C.-M., Chan, M.-L., Chien, I. H., & Li, K.-H. (2018). The relationship between cash value and accounting conservatism: The role of controlling shareholders. *International Review of Economics & Finance*, 55, 233-245. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2017.07.017>
- Louis, H., Sun, A. X., & Urcan, O. (2012). Value of Cash Holdings and Accounting Conservatism*. *Contemporary Accounting Research*, 29(4), 1249-1271. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2011.01149.x>
- Mashayekhi, B., & Mohammadpour, F. (2014). Financial Reporting Quality, Debt Maturity and Investment Efficiency. *Financial Management Strategy*, 2(4), 1-14. <https://doi.org/10.22051/jfm.2014.1805>
- Mehrani, K., Hallaj, M., & Hassani, A. (2009). Investigating Conservatism in Accounting Profits and Its Relationship with Accruals in Tehran Stock Exchange. *Accounting*

- and Auditing Research, 1(3), 88-107. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=137393>
- Meyer, J. R., & Kuh, Edwin. (2013). *The Investment Decision: An Empirical Study (Harvard Economic Studies)*. Harvard University. <https://www.amazon.com/Investment-Decision-Empirical-Harvard-Economic/dp/0674421175>
- Mikkelson, W. H., & Partch, M. M. (2003). Do Persistent Large Cash Reserves Hinder Performance? *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 38(2), 275-294. <https://doi.org/10.2307/4126751>
- Mohammadpour, I., & Noori, A. (2020). The Impact of Abnormal Growth of Inventories on Expected Stock Returns for Listed Companies on the Tehran Stock Exchange. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 17(3), 221-236. <https://doi.org/10.48301/kssa.2020.124668>
- Ozkan, A., & Ozkan, N. (2004). Corporate cash holdings: An empirical investigation of UK companies. *Journal of Banking & Finance*, 28(9), 2103-2134. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2003.08.003>
- Rezaei, F., Aidan Turkzadeh, Kh., & Nasiri, Nasser. (2011). Investigating the Effect of Ownership Structure on the Profit Sharing Ratio of Companies in the Tehran Stock Exchange. *Stock Exchange*, 4(13), 113-133. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=202586>
- Sen, K. (2009). Earnings surprise and sophisticated investor preferences in India. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 5(1), 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2008.11.001>
- Volpin, P. F. (2002). Governance with poor investor protection: evidence from top executive turnover in Italy. *Journal of Financial Economics*, 64(1), 61-90. [https://doi.org/10.1016/S0304-405X\(02\)00071-5](https://doi.org/10.1016/S0304-405X(02)00071-5)
- Waez, S. A., & Darseh, S. S. (2016). Investigating the effect of auditor expertise in industry on the relationship between accounting conservatism and the risk of future stock price falls in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Financial Accounting Research*, 8(1), 113-139. <https://doi.org/10.22108/far.2016.20617>
- Watts, R. L. (2003). Conservatism in accounting part I: Explanations and implications. *Accounting horizons*, 17(3), 207-221. <https://doi.org/10.2308/acch.2003.17.3.207>
- Wei, K. C. J., & Zhang, Y. (2008). Ownership structure, cash flow, and capital investment: Evidence from East Asian economies before the financial crisis. *Journal of Corporate Finance*, 14(2), 118-132. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2008.02.002>
- Zhang, X., Gao, S., & Zeng, Y. (2019). An empirical study of the relationship between accounting conservatism and executive compensation-performance sensitivity. *International Journal of Accounting & Information Management*, 27(1), 130-150. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-01-2018-0002>



Importance and Role of Social Networks in Trusting E-Commerce (B2C)

Ehsan Fooladikia^{1*}, Faezeh Taghipour², Amir Reza Naghsh³

¹PhD Student in Media Management, Faculty of Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

²Associate Professor, Faculty of Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

³Assistant Professor, Faculty of Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 03.09.2021

Revised: 05.03.2021

Accepted: 05.06.2021

Keyword:

E-Commerce

B2C

Trust

Media

Social Networks

*Corresponding Author:

Ehsan Fooladikia

Email:

ehsanfooladikia@gmail.com

ABSTRACT

The present study was conducted to provide a model for the importance and role of social networks in order to trust e-commerce (B2C) using grounded theory method. Participants were theoretically selected and included 20 experts and specialists based on the criteria considered by the researcher. The data collection tool was an interview and the data analysis method was performed using coding and categorization of categories and themes. The results based on the proposed model showed that familiarity with the internet and cyberspace is one of the requirements and preconditions for entering the field for sellers and buyers in e-commerce. The use of national media to localize e-commerce and promote public media literacy was another result of this study. Other issues included supporting the start-up of internet businesses, building hardware and software infrastructure, implementing security protocols to prevent internet fraud to institutionalize trust in e-commerce in society. Based on the overall results, the media, particularly social networks, are the main tools for transmitting information and ideas at community level, which can help the development process of society by creating new ideas and thinking and promoting it every day.





شاپای الکترونیکی: ۲۵۳۸-۴۴۳۰

شاپای چاپی: ۲۳۸۲-۹۷۹۶

مقاله پژوهشی

اهمیت و نقش شبکه‌های اجتماعی به‌منظور اعتماد به تجارت الکترونیکی (B2C)

احسان فولادی کیا^{۱*}، فائزه تقی‌پور^۲، امیررضا نقش^۳

- ۱- دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
- ۲- دانشیار، دانشکده مدیریت، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
- ۳- استادیار، دانشکده مدیریت، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

چکیده

پژوهش حاضر، به‌منظور ارائه یک الگو برای اهمیت و نقش شبکه‌های اجتماعی در زمینه اعتماد به تجارت الکترونیک (B2C) با استفاده از روش گراند تئوری انجام شد. شرکت‌کنندگان به‌صورت نظری انتخاب شدند و شامل خبرگان و متخصصان صاحب‌نظر براساس معیارهای مد نظر محقق به تعداد ۲۰ نفر بودند. ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه بود و روش تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از کدبندی و دسته‌بندی مقوله‌ها و تم‌ها انجام شد. نتایج براساس مدل ارائه شده نشان داد که آشنایی با اینترنت و فضای مجازی از الزامات و پیش‌شرط‌های ورود به این عرصه برای فروشنده و خریدار در تجارت الکترونیک می‌باشد. همچنین استفاده از رسانه ملی برای بومی‌سازی تجارت الکترونیک و ارتقای سواد رسانه‌ای عمومی نیز از دیگر نتایج این پژوهش بود. سایر موارد؛ از جمله حمایت از راه‌اندازی کسب‌وکار اینترنتی، ایجاد زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، اجرای پروتکل‌های امنیتی برای جلوگیری از کلاهبرداری‌های اینترنتی برای نهادینه شدن اعتماد به تجارت الکترونیک در جامعه می‌باشد. براساس نتایج کلی رسانه‌ها خصوصاً شبکه‌های اجتماعی، ابزار اصلی انتقال اطلاعات و ایده‌ها در سطح جوامع هستند که می‌توانند هر روز با خلق ایده و تفکری جدید و ترویج آن به روند توسعه جامعه کمک کنند.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۱۹

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۱۳

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۱۶

کلید واژگان:

تجارت الکترونیک
B2C
اعتماد
رسانه
شبکه‌های اجتماعی

*نویسنده مسئول: احسان فولادی کیا
پست الکترونیکی:

ehsanfooladikia@gmail.com



مقدمه

شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک‌گذاری محتوا بین یکدیگر، طراحی شده‌اند و مکان‌هایی هستند که کاربران اینترنت، اطلاعات خود را کسب و دائماً از آن بازدید می‌کنند. شرکت‌های بسیاری توانسته‌اند به کمک راه‌اندازی شبکه اجتماعی، سهم خود از بازار را افزایش دهند و دسترسی مردم به محصولات و خدمات ارائه شده خود را به میزان قابل توجهی افزایش دهند (اشکان نصیری، ۲۰۱۹).

استفاده بیش از نیمی از جمعیت کره زمین از شبکه‌های اجتماعی، حاکی از وجود فرصت‌ها و تهدیدهایی برای کسب‌وکارها می‌باشد. کسب‌وکارهایی که بتوانند خود را با این تغییرات وفق دهند و از آن به‌عنوان ابزاری برای تبادل نظر، به اشتراک گذاشتن مهارت‌ها، پیشنهادها و پروژه‌ها و ... استفاده کنند، منجر به روشن شدن جرقه‌های کارآفرینی در ذهن افراد می‌شود (حیدر محمدی، سید محمد موسوی جد و آرمان احمدی زاد، ۲۰۲۰).

محیط تجارت الکترونیک^۱ به دلیل ورود تجارت به بازارهای مجتمع و یکپارچه که از کانال‌های ارتباطی بی‌سیم و وسیله‌های ارتباطی قابل حمل؛ از جمله تلفن‌های موبایل استفاده می‌کنند، هر روز در حال پیچیدگی و پویایی بیشتر است. ایده‌های نو و بدیع در حوزه تجارت الکترونیک می‌تواند روش‌ها و مدل‌های کارا و مفیدی در معاملات تجاری، خصوصاً در مرحله شناسایی نیاز، تبلیغات، شناسایی محصول و عرضه‌کننده آن، انجام مذاکره و توافق، ارائه دهد. یکی از راه‌حل‌های تجارت الکترونیک، به‌کارگیری عامل‌های نرم‌افزاری با قابلیت یادگیری و تصمیم‌گیری هوشمندانه است که می‌توانند در خرید و فروش، ارائه پیشنهاد در مناقصه‌ها و حراجی‌ها، مذاکره و عقد قرارداد به‌کار گرفته شوند. عامل‌های نرم‌افزاری هوشمند، واسطه‌هایی هستند که آرزوی بشر را برای انجام خودکار بسیاری از فعالیت‌ها در تجارت محقق کرده‌اند. عامل‌ها برای انجام خودکار کارهای وقت‌گیر و تکراری کاربران، جستجو، توصیه‌ها و همچنین بازیابی و مدیریت اطلاعات کسب شده برای فرایند خرید و فروش به‌کار گرفته می‌شوند و همچنین در توسعه و گذار مراحل گوناگون فرایند رفتار خرید مشتری، از روش سنتی به روش‌های سازگار با تجارت مدرن الکترونیک بسیار مؤثر بوده‌اند (احسان عزیز، ۲۰۱۱).

مفهوم اعتماد، از جمله مفاهیمی است که مورد توجه و بررسی صاحب‌نظران رشته‌های علمی مختلف قرار گرفته است. اعتماد در مباحث مختلف، تعاریف متفاوتی مطابق با موضوع دارد اما در عین حال، کلیه این نظریات، وجود اعتماد را به‌عنوان یک ارزش تلقی می‌کنند. اعتماد به‌معنای یک رابطه جهت‌دار بین دو گروه ضامن و اعتمادکننده است و این امکان را فراهم می‌سازد تا مردم بتوانند در یک شرایط نامطمئن و ریسک‌پذیر در کنار هم زندگی کنند. همچنین وسیله‌ای را فراهم می‌سازد تا در این دنیای پیچیده، سردرگمی‌ها تا حدی کاهش یابد.

به رغم تنوع و تفاوت این تعاریف، وجه مشترک مهمی در همه آن‌ها می‌توان یافت که بسیار قابل تأمل است و آن، وجود دو عنصر پایه‌ای «امید به دستیابی به نتایج موردانتظار» و «اتکا به صداقت طرف متقابل» است که تقریباً در همه رویکردهای تعریفی به‌طور صریح یا ضمنی لحاظ شده‌اند. به‌طور کلی می‌توان گفت که اعتماد، پذیرفتن دیگران در ارتباط با مصالح فرد است. انتظار رفتار مفید داشتن از دیگران یا دست‌کم مضر نبودن کنش آن‌ها برای مصالح و منافع، اعتماد است و در معنای کلی، بازگوی این باور است که دیگران با کنش خود، به آسایش یا رفاه اعتمادکنندگان، کمک و از آسیب زدن به آنها یا منافعشان خوداری کنند (کبری سبزیلی یمقانی، ۲۰۱۶).

در مورد ارتباط رسانه‌ها و اعتماد اجتماعی، برخی از اندیشمندان و محققان معتقدند که پیدایش و گسترش رسانه‌های جمعی^۲ موجب کاهش گستره اعتماد مبتنی بر اوهام شده است. رسانه می‌تواند با ایجاد اعتماد، زمینه لازم برای قبول ارزش‌های اجتماعی را فراهم سازد. رسانه‌های جمعی به گونه‌ای فزاینده، تبدیل به واسطه‌هایی شده‌اند که افراد به قضاوت

^۱ E-busines

^۲ Mass media

آنها اعتماد می‌کنند. نفوذ و گسترش سینما، تلویزیون و سایر رسانه‌های جمعی مثل شبکه‌های اجتماعی سبب بسط اعتماد اجتماعی میان نسلی در زمینه حوزه‌های مختلف فرهنگ، سیاست و اقتصاد مصرف شده است (معصومه فریدی ثانی و مجید ظروفی، ۲۰۱۵).

رسانه‌های گروهی که یکی از منابع سه‌گانه اطلاعاتی هستند که به‌طور کلی، ارزیابی‌ها، نظرات و قضاوت‌های ارزشی خود از مسائل مختلف را در لابه‌لای برنامه‌ها، گفتارها، خبرها و برنامه‌های تفریحی به‌طور پنهان و آشکار می‌گنجانند. اعتقاد بر این است که رسانه‌های جمعی بر اندیشه و رفتار مخاطبان، تأثیر بیشتری دارند تا ارتباطات قومی، اجتماعی یا فردی (فاطمه جواهری و قادر بالاخانی، ۲۰۰۶).

امروزه با ظهور رسانه‌های پیشرفته‌تر، فضاهای جدید و مؤثرتری برای به خدمت گرفتن افکار عمومی و رفتار همگانی ایجاد شده است. اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و تلویزیون با توجه به گستره پوشش برنامه‌های آن‌ها از این نوع رسانه‌ها هستند. آنتونی گیدنز^۱ از رسانه‌های جمعی و گروهی به‌عنوان ابزارهای اشاعه سرمایه و اعتماد اجتماعی یاد می‌کند. او معتقد است که رسانه‌های جمعی، ابزار شناسایی، استمرار، ترویج، حفظ و انتقال سرمایه‌های اجتماعی هستند (منصور وثوقی و احسان رحمانی خلیلی، ۲۰۱۴).

با توجه به اینکه امروزه میلیون‌ها نفر در گروه‌های سنی و شغلی مختلف، عضو صدها شبکه اجتماعی موجود در فضای مجازی هستند و بخش مهمی از فعالیت روزانه‌شان در این شبکه‌ها صورت می‌پذیرد؛ بنابراین پژوهش‌های متعددی در سراسر دنیا در مورد تجارت الکترونیکی و عوامل مؤثر بر توسعه و موفقیت آن انجام شده است. اما در زمینه اعتماد به تجارت الکترونیکی همچنان خلأ پژوهشی وجود دارد و نپرداختن به مسئله اعتماد در تجارت الکترونیکی به‌طور اخص در این پژوهش‌ها سندی بر این ادعاست. برای مثال می‌توان به پژوهش (گیلیان وارنر-سودر هولم، اندی برتس، اورلین ساو، دوایت لی، ترینا ولف، جاش مایر، جاش اگل و اوپاتی نورمن فاتیلا، ۲۰۱۸)^۲ اشاره کرد که به کاربرد داده‌ها در رسانه‌های اجتماعی و شاخص‌های اعتماد و ارتباط آن با سایر عوامل پرداخته اما الگوی رسانه‌ای ارائه نکرده است (وارنر-سودر هولم، ۲۰۱۸).

با توجه به مسائل مطرح شده در بالا و با نظر به گسترش و توسعه همگانی شبکه‌های اجتماعی و از سویی با هدف کاهش هزینه‌های استفاده از کسب‌وکارهای سنتی و فیزیکی و شرایط و محدودیت‌های به‌وجود آمده از پاندومی کرونا، شبکه‌های اجتماعی، نقش مؤثر و قابل توجهی در افزایش اعتماد به کسب‌وکارهای آنلاین و اینترنتی دارند. بر این اساس، پژوهش حاضر در نظر دارد تا ارائه الگویی در نقش و اهمیت شبکه‌های اجتماعی به‌منظور اعتماد به تجارت الکترونیکی را مورد بررسی قرار دهد.

پیشینه تحقیق

(بابک سهرابی و امیر خانلری، ۲۰۱۰) «شناسایی عوامل اثرگذار بر به‌کارگیری موفق تجارت الکترونیک در بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران» را مورد آزمون قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که بلوغ بازارهای برخط (آنلاین) و زیرساخت فناوری شرکت، دارای بیش‌ترین میزان اثرگذاری و هم‌بستگی هستند.

(محمدصالح ترکستانی، فهیمه مفاخری و فاطمه حقیقت، ۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر رضایت و اعتماد بر وفاداری الکترونیک و خرید آنلاین محصولات گردشگری» نشان دادند که قابلیت وب‌سایت و امنیت درک شده بر اعتماد و رضایت مشتریان الکترونیک، تأثیر دارد. همچنین هزینه و رضایت مشتری الکترونیک، تأثیرگذار است لکن هزینه

¹ Anthony Giddens (1938)

² Gillian Warner-Søderholm, Andy Bertsch, Everlyn Sawe, Dwight Lee, Trina Wolfe, Josh Meyer, Josh Engel & Uepati Normann Fatilua, 2018

بر اعتماد مشتری الکترونیک، تأثیری نداشته است. همچنین نتایج، تأثیر اعتماد و رضایت را بر وفاداری مشتری الکترونیک در این تحقیق تأیید کرده است.

(زهرنا ناصری، علیرضا نوروزی، فاطمه فهیم نیا و امیر مانیان، ۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان «بازاریابی محتوایی: شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد اساسی به‌منظور ارائه مدل مفهومی» نشان داد که به‌منظور اجرای بازاریابی محتوایی، ابعاد و مؤلفه‌های بسیاری در تولید، توزیع و سنجش اثربخشی مورد توجه می‌باشند.

(اومویزا ایچا و آگوا ادوین، ۲۰۱۵)^۱ در «بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار استراتژیک برای مدیریت بازاریابی سازمانی» در دانشگاه کوینانت در نیجریه، رسانه اجتماعی را به‌عنوان ابزاری استراتژیک برای توسعه و تغییر روش‌های بازاریابی سنتی به بازاریابی جدید برشمرده است. وی در این تحقیق که به‌صورت توصیفی و از طریق مطالعات کتابخانه‌ای انجام گرفته است، کاربرد رسانه اجتماعی توسط سازمان‌های دولتی را از جمله عوامل بازاریابی کلیدی برای افزایش سطح ارائه خدمات و تولیدات از طریق روش‌های آنلاین و بالتبع افزایش اعتماد مشتریان و سهام‌داران برشمرده است. در این تحقیق هم‌چنین مزایا و محدودیت‌های رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری استراتژیک در مدیریت بازاریابی اثبات شد.

(ام نایک هاجلی، ۲۰۱۴)^۲ در پژوهشی کیفی تحت عنوان «مطالعه تأثیر رسانه‌های اجتماعی در مصرف‌کنندگان» نسبت به ارائه مدل برای اعتماد و اعتبار، شبکه‌های اجتماعی پرداخت، شبکه‌سازی در سایت‌های رسانه‌های اجتماعی، از مکانیسم اعتماد در تجارت الکترونیک و تصویب تجارت اجتماعی پشتیبانی می‌کند. این تحقیق، نقش کلیدی اعتماد در تجارت الکترونیک و شبکه اجتماعی را نشان داده است.

(سودرهولم و همکاران، ۲۰۱۸) در مقاله‌ای با موضوع «چه کسی به رسانه‌های اجتماعی اعتماد دارد؟» به روش تحقیق کیفی به بررسی اعتماد اولیه از سوی مخاطب به شبکه‌های اجتماعی پرداختند. نتایج مطالعات آنها نشان می‌دهد که رفتار و اخلاق با مشتری، تأثیر زیادی در اعتماد وی به تجارت‌های الکترونیکی دارد. همچنین سایر نتایج نشان داد که زنان بیشتر از مردان و جوانان بیشتر از سالمندان به شبکه‌های اجتماعی اعتماد دارند و افرادی که چندین مرتبه از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند اعتماد بیشتری دارند تا فردی که می‌خواهد برای اولین بار از شبکه استفاده کند.

(آلن یی لونگ چانگ، اولینا لاکا، لی بویینگ و هینگ کای چان، ۲۰۱۸)^۳ در تحقیقی کیفی با عنوان «نقش رسانه‌های اجتماعی در افزایش گوانشی» (گوانشی عمدتاً از فلسفه اجتماعی چینی کنفوسیوسی است که بر اهمیت همبستگی خود با دیگران به‌صورت سلسله‌مراتبی تأکید دارد تا نظم اجتماعی و اقتصادی را حفظ کند) اثربخشی ادراک شده مکانیسم‌های سازمانی تجارت الکترونیک در بازار آنلاین را بررسی کرده‌اند. نتایج این مطالعه نشان داد که فناوری‌های رسانه‌های اجتماعی به خریداران برای ساختن گواهی‌نامه سریع و افزایش درک آنها از نهاد مکانیسم‌ها کمک می‌کند. استفاده از پیام فوری و سیستم بررسی آنلاین برای تعامل و حضور، هر دو تأثیر مثبتی بر اعتماد و ابزارهای مکانیز سازمانی دارند.

(گیلیان سودرهولم، اندی برتس و آنیکا سودرهولم، ۲۰۱۸)^۴ در تحقیقی کمی با عنوان «کاربرد داده‌ها در رسانه‌های اجتماعی پیرامون سن، جنس و شاخص‌های اعتماد شامل شایستگی، یکپارچگی، خیرخواهی و تعیین هویت یا شناسایی» به این نتیجه رسیدند که شاخص‌های سن، جنس، تعداد ساعاتی که مشتری به‌صورت آنلاین می‌باشد و نیز نوع محتوای انتخابی مشتری از جمله عواملی هستند که می‌توانند بر اعتماد مشتری در تجارت‌های الکترونیک تأثیرگذار باشند.

¹ Omoyza Icha & Agwu Edwin, 2015

² M. Nick Hajli, 2014

³ Alain Yee Loong Chong, Ewelina Lacka, Li Boying & Hing Kai Chan, 2018

⁴ Gillian Warner-Søderholm, Andy Bertsch & Annika Søderholm, 2018

(سینجانا یراسانی، دیپتی آپام، مونالیسا سارما و مانوج کومار تیواری، ۲۰۱۹)^۱ در مقاله‌ای تحت عنوان «تخمین و به حداکثر رساندن نفوذ (تأثیر) کاربر در شبکه‌های اجتماعی» به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های بازاریابی چندین استراتژی را با هدف افزایش فروش، کشف کرده‌اند. یکی از این استراتژی‌های نوظهور مشهور بازاریابی رسانه‌های اجتماعی است. احتمال زیادی دارد که افراد، محصولی را براساس پیشنهاد آشنایانشان یا براساس بررسی محصولات، خریداری کنند. روش تخفیف چشمگیر (حریصانه) با هدف‌گیری مشتریان بالقوه به‌منظور حداکثرسازی درآمد و همچنین افزایش همه‌گیری اجتماعی به‌کار برده می‌شود. در اینجا هدف، افزایش تأثیرگذاری بر افراد با ارائه محصول به‌صورت رایگان به خریداران بالقوه‌ای که قادر به تأثیرگذاری بیشتر بر مردم هستند، می‌باشد و سپس محصول با افزایش قیمت ارائه می‌شود؛ یعنی کاهش نرخ‌های تخفیف و افزایش درآمد و رشد نفوذ در میان آشنایان مشتریان.

(ساموئل بی بونسال، جرمیا گرین و کارل آ مولر، ۲۰۲۰)^۲ در مقاله «عدم قطعیت بازار و اهمیت پوشش رسانه‌ای در اعلامیه‌های درآمد» به بررسی اهمیت پوشش رسانه‌ای در رونق و تبلیغات کسب‌وکار پرداختند. نتایج نشان داد که پوشش رسانه‌ای بیشتر، منجر به بهبود آگاهی سرمایه‌گذاران، عدم تقارن اطلاعات و به‌هنگام بودن قیمت بین دوره‌ای و معاملات بیشتر توسط سرمایه‌گذاران خرد و نهادی می‌شود.

با توجه به پیشینه‌هایی که از تحقیقات انجام شده در زمینه تجارت الکترونیک ارائه شد، به نظر می‌رسد هیچ‌یک از تحقیقات بیان شده، منحصراً به مبحث ایجاد و بهبود اعتماد در تجارت الکترونیک در قالب B2C نپرداخته‌اند. این پژوهش، ارائه الگوی رسانه‌ای به‌منظور اعتماد به تجارت الکترونیک را بررسی کرده است که وجه تمایز آن از دیگر پژوهش‌ها می‌باشد.

سؤال تحقیق

ساختار الگوی نقش شبکه‌های اجتماعی به‌منظور اعتماد به تجارت الکترونیک (B2C) دارای چه شاخص‌هایی می‌باشد؟

روش‌شناسی

در این پژوهش، از روش تحقیق زمینه‌یابی یا گراند تئوری که یک نظریه برآمده از داده‌ها است، استفاده شده که علاوه بر ارائه به‌صورت یک داستان، در قالب مدل تصویری نیز ترسیم می‌شود و این تنها از طریق دست‌بندی مقوله‌ها ممکن خواهد بود.

به‌منظور برقراری پیوند بین مقوله‌ها، از مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین و از مصاحبه برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده و به همراه آن، بررسی جامعی از ادبیات و پیشینه در تمام فرایندهای جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفته است. در مطالعات گراند تئوری، تعداد افرادی مورد مصاحبه در ابتدای پژوهش، مشخص نمی‌باشند؛ زیرا محقق، در همان ابتدا، از پایان و انتهای مسیری که تحقیق طی خواهد کرد، مطمئن نیست. برای دست‌بندی اطلاعات در این روش، از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شده است.

الف. کدگذاری باز:^۳ در این روش، نخستین گام در فرایند تجزیه و تحلیل یافته‌ها، مفهوم‌پردازی است. منظور از این کار، اختصاص دادن نزدیک‌ترین مفهوم به کوچک‌ترین جزء بامعنی هر بخش از داده‌های گردآوری شده است. در کدگذاری باز، پژوهشگر به‌صورت مشخص به نام‌گذاری و مقوله‌بندی پدیده‌ها از راه بررسی دقیق داده‌ها می‌پردازد. در این مرحله، نخستین گام تحلیل اولیه برداشته می‌شود و بقیه تجزیه و تحلیل و پیوندها به دنبال آن می‌آید.

¹ Sinjana Yerasani, Deepthi Appam & Monalisa Sarma & Manoj Kumar Tiwari 2019

² Samuel B. Bonsall, Jeremiah Green & Karl A. Muller, 2020

³ Open coding

هدف از کدگذاری باز، تجزیه مجموعه گردآوری شده به کوچک‌ترین جزءهای مفهومی ممکن است کدگذاری باز شامل مرحله‌های خرد کردن، مفهوم‌پردازی، مقایسه و مقوله‌بندی داده‌ها می‌شود. پس از مفهوم‌پردازی داده‌های پژوهش، مفهوم‌ها با یکدیگر مقایسه و مفهوم‌های مشابه در مقوله ویژه‌ای طبقه‌بندی می‌شوند؛ بنابراین، مفهوم‌ها در نظمی بالاتر دسته‌بندی می‌گردند و مقوله‌ها را تشکیل می‌دهند.

ب. کدگذاری محوری^۱: طبقه‌بندی و مقوله‌پردازی در کدگذاری باز به کاهش تعداد واحدهایی می‌انجامد که باید با آنها کار کرد و این کار به روند اجرای نظریه مبنایی، در مرحله کدگذاری محوری کمک می‌کند. در این مرحله، با برقراری پیوند میان مقوله‌ها، اطلاعات به شیوه‌های جدیدی با یکدیگر پیوند می‌یابند. این کار با استفاده از یک پارادایم صورت می‌گیرد.

ج. کدگذاری انتخابی (گزینشی)^۲: کدگذاری انتخابی، آخرین مرحله کدگذاری است که در آن، مقوله اصلی و پیوند با دیگر مقوله‌ها مشخص و تفسیر و بیان رابطه‌ها میان مقوله اصلی و دیگر مقوله‌ها با توجه به مدل ارائه شده پژوهش صورت می‌گیرد؛ زیرا «در کدگذاری محوری اساس کدگذاری انتخابی پی‌ریزی می‌شود».

در این پژوهش، مقوله‌های کاربرد، شناخت، سیستم اطلاع‌رسانی و ارتباطی، ساختار و محتوای داده‌ها، سازمانی، پشتیبانی، حقوقی و مدیریتی، فرهنگی و همچنین اولویت‌های پژوهشی شناسایی شدند. برای تدوین تئوری مفهوم‌سازی بنیادی پنج مرحله تحلیلی وجود دارد که شامل: طرح پژوهش، جمع‌آوری داده‌ها، تنظیم داده‌ها، تحلیل داده‌ها و مقایسه با متون می‌باشد.

روایی و پایایی^۳:

داده‌ها در این روش، براساس چهار معیار کیفیت پژوهش یعنی روایی سازه، روایی درونی، روایی برونی و پایایی ارزیابی شدند. روایی سازه از طریق تدوین واضح رویه‌های عملیاتی مشخص، افزایش داده شد. روایی درونی از طریق ایجاد روابط علی که بدان وسیله شرایط خاصی منجر به شرایط دیگر می‌شود و روابط مصنوعی نیز حذف گردید، افزایش یافت. روایی برونی مستلزم شکل‌دهی قلمرویی است که یافته‌های پژوهش بتواند در آن تعمیم داده شود. در نهایت، پایایی مستلزم آن است که عملیات تحقیق، نظیر رویه‌های جمع‌آوری داده‌ها بتواند با نتایج مشابه تکرار شود.

شرکت‌کنندگان این تحقیق شامل ۲۰ نفر از متخصصان و مدیران تجارت الکترونیک^۴، کارشناسان فنی و مشتریان خرید الکترونیک^۵ بودند که به صورت هدفمند انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. همچنین مصاحبه با صاحب‌نظران و استادان حوزه رسانه با تأکید بر ارائه الگوی رسانه‌ای در این زمینه انجام شده و گردآوری اطلاعات تا رسیدن به اشباع اطلاعات ادامه یافته است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری هدفمند و مبتنی بر معیارهای بیان شده می‌باشد.

مؤلفه‌های مطرح شده در مصاحبه‌ها عبارت بودند از: عوامل فردی شامل عوامل مهارتی مانند تسلط به کار با اینترنت و توانایی در خریدهای اینترنتی، عوامل نگرشی مانند درک از ریسک ناشی از کیفیت پایین خدمات و کالاهای ارائه شده و احتمال گران بودن محصولات و خدمات، عوامل شخصیتی مانند تصمیم‌گیری براساس اطلاعات ناقص، فقدان زمان کافی، احساس خوشحالی از انجام کارهای جدید. عوامل زیرساختی شامل زیرساخت‌های مخابراتی مانند پهنای باند و سرعت استفاده از سایت، زیرساخت مالی مانند خدمات بانکی مناسب برای پرداخت کالاها و خدمات به صورت الکترونیکی،

¹ Axial coding

² Selective coding

³ Reliability and Validity

⁴ Electronic businesses

⁵ Electronic customers

زیرساخت حقوقی و قانونی مانند وجود قوانین و مقررات شفاف و واضح برای خرید الکترونیکی، نظارت بر اجرای قوانین در حوزه تجارت الکترونیک در کشور، زیرساخت حمل‌ونقل مانند امکانات مختلف برای حمل‌ونقل کالاها خریداری شده از سایت‌های فروش اینترنتی، استفاده از اداره پست در راستای تحویل کالاها به مشتریان، زیرساخت‌های اعتباری مانند وجود شرکت‌ها و سایت‌هایی (اعم از دولتی یا غیردولتی) در راستای تأیید فعالیت فروشندگان الکترونیکی. عوامل سازمانی شامل وب سایت مانند سیستم‌های امنیتی مورد استفاده در سایت و سیاست امنیتی (رویه محرمانه نگهداشتن اطلاعات و مشخصات مشتری)، بازاریابی مانند مشهور و معتبر بودن نام‌های تجاری کالاها و خدمات عرضه شده مناسب بودن خدمات پس از فروش ارائه شده از سوی سایت، عوامل شکل‌دهنده اعتماد شامل شایستگی مانند مهارت و توانایی وب‌سایت و وجود دانش تکنولوژیکی انجام معاملات به‌صورت آنلاین در شرکت، حسن نیت مانند وجود احترام و صداقت در رابطه شرکت با مشتری و اعتقاد شرکت به محق بودن مشتری، قابلیت پیش‌بینی مانند مکان پیش‌بینی عملکرد وب‌سایت شرکت با توجه به تجربه قبلی خود از وب سایت.

یافته‌ها

استراتژی‌های رسانه‌ای در اعتماد به تجارت الکترونیکی چیست؟

جدول ۱ استراتژی‌های بیان شده در پژوهش به‌منظور ارائه الگوی رسانه‌ای اعتماد به تجارت الکترونیکی را نشان می‌دهد. در این جدول، مفاهیم هم‌دسته، مقولات، تم‌ها و ابعاد هر یک، در ردیف‌های مختلف آورده شده است. در ذیل جدول و الگوی رسانه‌ای، توضیحات مفصل در مورد هر یک آورده شده است.

جدول ۱. استراتژی‌های بیان شده در پژوهش به‌منظور ارائه الگوی رسانه‌ای اعتماد به تجارت الکترونیکی

مفاهیم هم‌دسته	مقوله	تم	بعد
۱. تأکید بر لزوم سواد رسانه‌ای برای تشخیص فرصت از تهدید	اثبات اهمیت سواد رسانه‌ای		
۲. تأکید بر اهمیت ارتقای سواد رسانه‌ای در جامعه			
۳. افزایش مصونیت جامعه از خطرات با رشد سواد رسانه‌ای			
۴. اثبات نقش رسانه در شناخته شدن یک سلبریتی	اثبات قدرت رسانه در هدایت افکار عمومی		
۵. اثبات قدرت رسانه در هدایت افکار عمومی			
۶. تأیید رسالت رسانه در غنای فرهنگی			
۷. تأکید بر فرهنگ‌سازی استفاده سالم از فضای مجازی			
۷. اثبات نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییر سبک زندگی			
۸. اثبات نقش تبلیغات غیرمستقیم یا نهان در تجارت الکترونیک			
۹. اثبات نقش رسانه‌ها در موفقیت تجارت الکترونیک			
۱۰. تأکید بر دشواری فرهنگ‌سازی در فضای رسانه‌ای	اثبات نقش مؤثر رسانه و شبکه‌های اجتماعی در موفقیت تجارت الکترونیک		
۱۱. اثبات نقش سلبریتی‌ها در تضمین موفقیت استارت‌آپ‌ها			
۱۲. اثبات نقش اینفلوئنسرها در موفقیت برندسازی			
۱۳. اثبات نقش برندهای خوب در شناخته شدن			
۱۴. اثبات اهمیت فعالیت نظام‌مند در سایت یا شبکه اجتماعی			

مدیریت رسانه و فضای مجازی

۴

مفاهیم هم‌دسته	مقوله	تم	بعد
۱۵. اثبات عدم موفقیت رسانه ملی در جلب اعتماد عمومی			
۱۶. اثبات عدم توفیق رسانه ملی در اثبات صداقت خود			
۱۷. اثبات انفعال رسانه دولتی در جذب مخاطب			
۱۸. موفقیت شبکه‌های اجتماعی در سایه بی‌اعتمادی به رسانه ملی	اثبات عدم موفقیت رسانه ملی در جلب اعتماد مخاطب		
۱۹. اثبات لزوم بی‌طرفی رسانه ملی			
۲۰. اثبات تأثیرات سانسور در کاهش مخاطبان رسانه			
۲۱. اثبات ضعف مدیریت نظام‌مند در رسانه			
۲۲. اثبات نقش اعتماد در رشد تجارت الکترونیک در ایران			
۲۳. اثبات عدم موفقیت به دلیل برداشت غلط از شرایط موجود			
۲۴. اثبات نقش اعتماد مشتری در موفقیت کسب‌وکار			
۲۵. اعتمادسازی با انعکاس رضایت مشتریان			
۲۶. اثبات نقش سلبریتی‌ها در جلب اعتماد مردم	اثبات نقش اعتماد در موفقیت تجارت		
۲۷. اثبات دشواری جلب اعتماد در شبکه‌های اجتماعی			
۲۸. اثبات سخت بودن بازگرداندن اعتماد سلب شده			
۲۹. اثبات لطمه به اعتماد عمومی با کلاهبرداری اینترنتی			
۳۰. تأیید اعتماد جامعه به سلبریتی با صداقت			
۳۱. افزایش هم‌گرایی علم و عمل			
۳۲. تأیید وجود برنامه‌ریزی منظم برای فعالیت			
۳۳. تأکید بر نقش فرهنگ‌سازی در رونق تجارت الکترونیک			
۳۴. اثبات نقش مهم دولت در اطلاع‌رسانی در سطح کلان	مزایای تجارت الکترونیک		
۳۵. اثبات اهمیت مشتری‌مداری در تجارت			
۳۶. اثبات لزوم وجود زیرساخت برای تجارت الکترونیک			
۳۷. اثبات جایگاه مهم ایده‌پردازی در کارآفرینی			
۳۸. اثبات امکان مدیریت بحران با تجارت الکترونیک			
۳۹. تأکید بر رسالت خدمت‌رسانی تجارت الکترونیک			
۴۰. لزوم وجود مباحث عملی در دانش الکترونیک			
۴۱. لزوم حمایت دانشگاه‌ها از کسب‌وکار اینترنتی			
۴۲. نقش ابزار و اطلاعات صحیح در موفقیت			
۴۳. لزوم آمارگیری دقیق از کسب‌وکارهای اینترنتی			
۴۴. لزوم کشف نیاز مخاطب با گفتگو	بایدها در تجارت الکترونیک		
۴۵. لزوم مدیریت پویا در سیستم			
۴۶. لزوم پویایی و حضور در ذهن مخاطب			
۴۷. تأثیر مشوق‌ها در نهادینه شدن تجارت الکترونیک			
۴۸. قبول وجود مشکلات در کسب‌وکار اینترنتی			
۴۹. لزوم حمایت دولت از کسب‌وکار سنتی و الکترونیک			

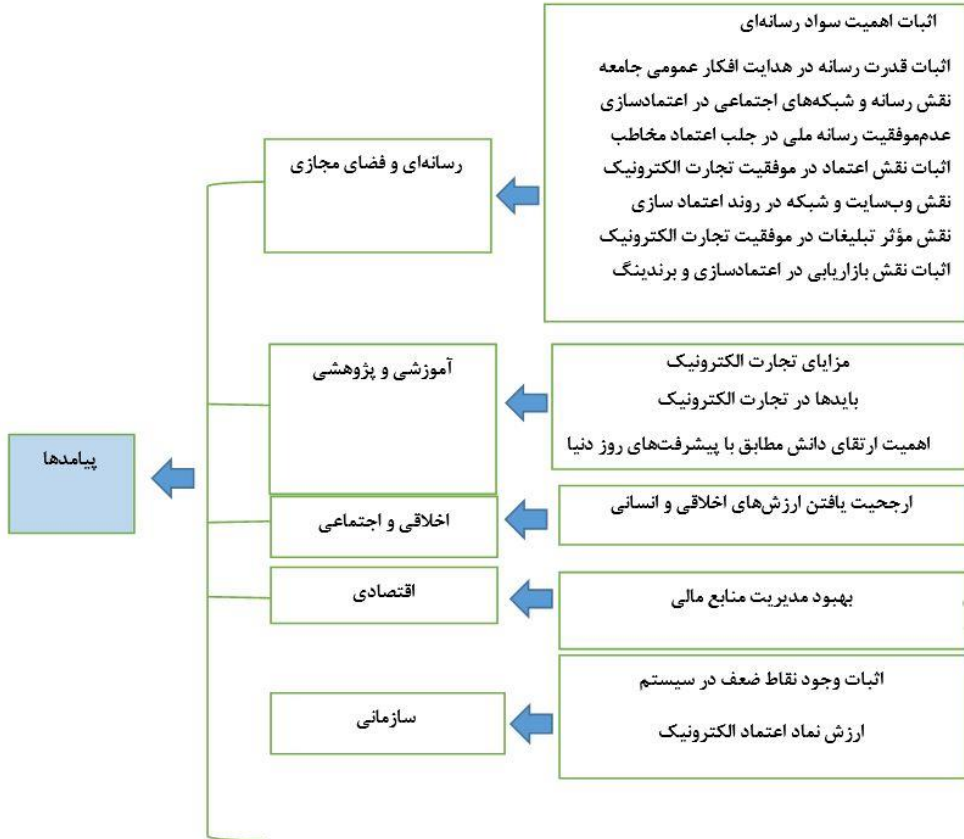
مدیریت رسانه و شبکه‌های اجتماعی

تجارت الکترونیک

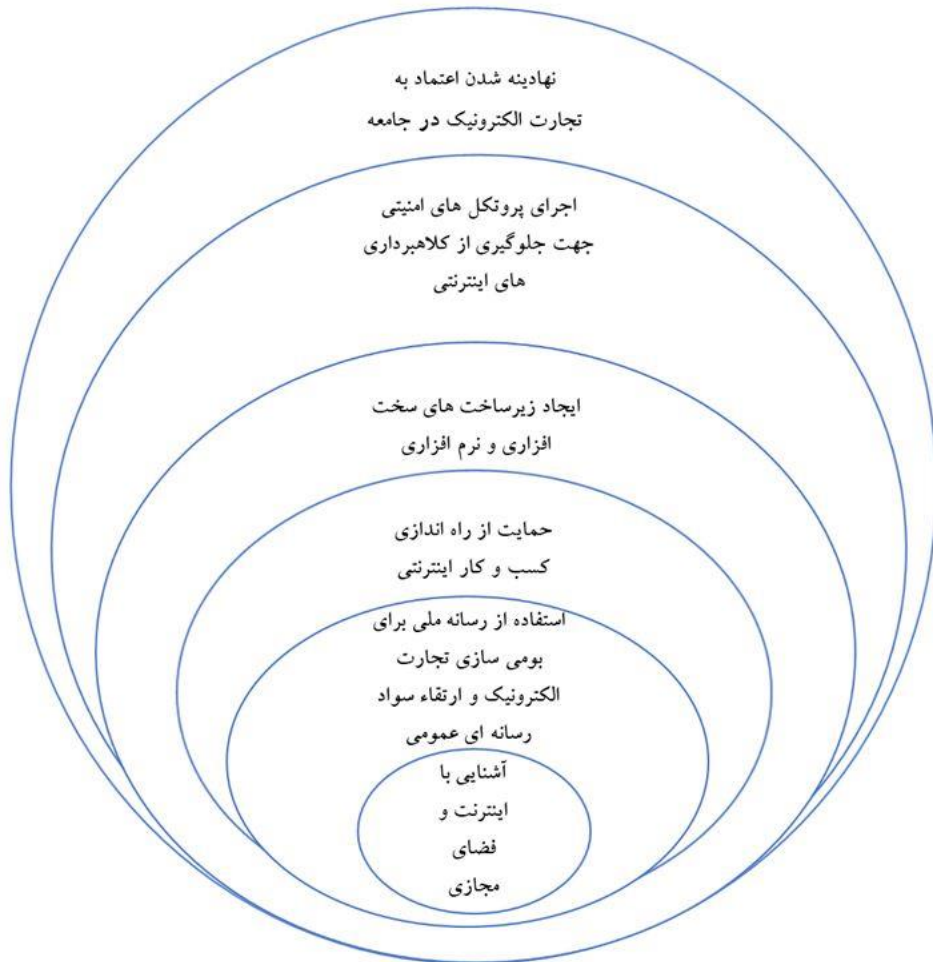
آموزشی و پژوهشی

مفاهیم هم‌دسته	مقوله	تم	بعد
۵۰. اثبات نیاز به ارتقا به سطوح بالاتر	اهمیت ارتقای دانش مطابق پیشرفت‌های روز دنیا	آموزشی و پژوهشی	
۵۱. اثبات پیشرفت تجارت الکترونیک با توسعه و نظارت			
۵۲. اثبات اهمیت ارتقای دانش و روزآمدی			
۵۳. تأکید بر لزوم فراگیری علوم ارتباطات و اینترنت			
۵۴. اثبات اهمیت مطالعه در حوزه تجارت الکترونیک			
۵۵. تأکید بر امکان رشد نامحدود برای تجارت مبتنی بر وب			
۵۶. تأکید بر کسب دانش تجارت الکترونیک			
۵۷. افزایش کسب اطلاعات روان‌شناختی در تعاملات با مشتریان			
۵۸. تأثیر مثبت دایره نفوذ افراد بر یکدیگر	ارجحیت یافتن ارزش‌های اخلاقی و انسانی در تجارت	اخلاقی و اجتماعی	توسعه
۵۹. افزایش اهمیت نیروی انسانی در تجارت الکترونیک			
۶۰. تأکید بر حفظ انگیزه برای کسب نتیجه مطلوب			
۶۱. اثبات اهمیت صداقت فروشنده با مشتری			
۶۲. اثبات جلب اعتماد با صداقت در رفتار			
۶۳. افزایش کمک به رشد و تعالی همکاران			
۶۴. افزایش رشد ارزش‌های انسانی در کار گروهی			
۶۵. اثبات توانایی حل مشکلات با تغییر دیدگاه			
۶۶. اثبات تأثیر صبر و شکیبایی در موفقیت و شکست			
۶۷. تأکید بر حفظ ارزش‌ها در حین انجام کار			
۶۸. اثبات پیشرفت با اتکا به توانایی‌های خود			
۶۹. اثبات کارکرد صداقت در بلندمدت			
۷۰. تأیید لزوم سخت‌کوشی در سال‌های اولیه کسب‌وکار	بهبود مدیریت منابع مالی	اقتصادی	توسعه
۷۱. تأیید کوشش و تلاش مضاعف برای موفقیت			
۷۲. اثبات پیشرفت در تجارت الکترونیک با خودباوری ملی			
۷۳. اثبات موفقیت فروش مویرگی با توجه به نیاز جامعه			
۷۴. تأیید کسب درآمد با ایمیل مارکتینگ			
۷۵. اثبات عدم موفقیت با سرویس‌دهی نامطلوب			
۷۶. اثبات خطرات رقابت با برندهای معتبر			
۷۷. تأکید بر محاسبه هزینه و درآمد			
۷۸. تأکید بر فروش بیشتر با هم‌فکری و رفاقت			
۷۹. اثبات لزوم سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارها			
۸۰. اثبات نتایج مثبت کسب‌وکار اینترنتی			
۸۱. اثبات محاسن تجارت الکترونیک نسبت به تجارت سنتی			
۸۲. اثبات نبود قوانین و فضای اقتصادی شفاف			
۸۳. افزایش اعتماد به امنیت کیف پول الکترونیکی			
۸۴. اثبات لزوم نظرسنجی از مخاطبان سایت			
۸۵. اثبات تبعات منفی پشتیبانی ضعیف برای سایت			
۸۶. افزایش اهمیت طراحی سایت			
۸۷. اثبات موفقیت سایت با خدمات آفلاین			
۸۸. تأکید بر لزوم پشتیبانی فنی ۲۴ ساعته			
۸۹. اثبات نقش طراحی گرافیکی سایت در جذب مخاطب			
۹۰. اثبات اهمیت طراحی سایت کاربرپسند			
۹۱. افزایش نقش پلتفرم‌های نرم‌افزاری در بازدید از سایت			

مفاهیم هم‌دسته	مقوله	تم	بعد
تبلیغاتی	۹۲. اثبات وجود مشکلات در فرایند اخذ نماد اعتماد الکترونیکی	اثبات وجود نقاط ضعف	
	۹۳. اثبات وجود مشکلات ساختاری در اینترنت در ایران		
	۹۴. اثبات دشواری مدیریت فضای مجازی		
	۹۵. اثبات لزوم آگاهی از فرصت‌ها و خطرات نتورک مارکتینگ		
	۹۶. سلب اعتماد مشتریان با کالاهای فاقد گارانتی		
	۹۷. عدم موفقیت با انتخاب نادرست حوزه فعالیت		
	۹۸. اثبات وجود فرصت و تهدید در تجارت الکترونیک		
	۹۹. تأکید بر تسهیل پروسه دریافت نماد اعتماد الکترونیک		
	۱۰۰. اثبات لزوم اعتماد مردم به نماد اعتماد الکترونیک		
	۱۰۱. اعتمادسازی با سابقه کار معتبر		
۱۰۲. اثبات لزوم ارتقای سطح علمی و اجرایی طراحان			
۱۰۳. اثبات اهمیت ایمن بودن سیستم‌های پرداخت			
تبلیغاتی مجازی	۱۰۵. اثبات پرهزینه بودن روش تبلیغ و برندسازی سیل‌آسا	نقش مؤثر تبلیغات در موفقیت تجارت الکترونیک	
	۱۰۶. اثبات کاهش هزینه‌ها با استفاده از تبلیغات اینترنتی		
	۱۰۷. اثبات موفقیت بالای تبلیغات چهره به چهره		
	۱۰۸. تأیید اهمیت وجود واسطه در تبلیغات		
	۱۰۹. اثبات نقش مؤثر سیستم تبلیغاتی گوگل		
	۱۱۰. اثبات چرایی استفاده از نام تجاری مناسب		
	۱۱۱. افزایش موفقیت با تبلیغات گوگل		
	۱۱۲. تأکید بر معرفی خدمات اینترنتی به وسیله تبلیغات		
	۱۱۳. اثبات نقش افراد موفق در جلب اعتماد مخاطب		
	۱۱۴. تأیید تأثیر تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی		
	۱۱۵. اثبات عدم موفقیت به واسطه بازاریابی نامناسب		
	۱۱۶. اثبات موفقیت با بازاریابی ویروسی		
	۱۱۷. اثبات حصول نتیجه مطلوب با بازاریابی صحیح		
	۱۱۸. افزایش اهمیت بازاریابی شبکه‌ای در تجارت الکترونیک		
	۱۱۹. اثبات اهمیت برندسازی در تجارت الکترونیک		
۱۲۰. اثبات ناکارایی روش‌های بازاریابی سنتی			
۱۲۱. اثبات نقش تولید محتوای تخصصی و بی‌طرفانه در برندسازی			
۱۲۲. اثبات نقش تجربه مشتری در موفقیت برندسازی	اثبات نقش بازاریابی در اعتمادسازی و برندینگ		
۱۲۳. اثبات نقش تقسیم وظایف در برندسازی			
۱۲۴. اثبات تأثیر مشوق‌های اقتصادی در فرهنگ‌سازی			
۱۲۵. تأکید بر محدودیت زمان در برندسازی			



شکل ۱. مسیر استقرایی شکل‌گیری پیامدهای حاصل از به‌کارگیری استراتژی‌های مطرح شده در پژوهش



شکل ۲. ماتریس شرطی

این ماتریس تعامل دائمی میان عمل (فرایند) را با شرایط، پیامدها و ماهیت شکل‌گیری پویای رویدادها را نشان می‌دهد.

طبق جدول ۱ تم «استراتژی‌های پیشگیرانه» راهبرد «نبایدها در اعتمادسازی» به شرح ذیل می‌باشد. همان‌گونه که دستورالعمل‌هایی برای اعتمادسازی در تجارت الکترونیک وجود دارد، نبایدهایی نیز در همین راستا وجود دارد. با توجه به نظرات مشارکت‌کنندگان در این پژوهش و تجزیه و تحلیل نظرات، این نتیجه حاصل می‌شود که پرهیز از انجام کارهایی که موجب سلب اعتماد می‌شوند به همان اندازه مهم است که کارهایی که برای اعتمادسازی انجام می‌شوند. در این رابطه می‌توان به برخی کدهای مفهومی اشاره کرد که پرهیز از ایجاد مزاحمت برای مخاطبان با پیامک‌های تبلیغاتی است. طی سال‌های اخیر و فراهم آمدن امکاناتی در بستر وب، عده‌ای از صاحبان کسب‌وکار از این

روش برای تبلیغ محصول یا خدمات خود استفاده می‌کنند. این پیام‌ها در صورت تکرار، به‌شدت در جهت عکس عمل می‌کنند و گاهی باعث بلاک کردن آن سرشناسه پیامکی می‌شوند.

از دیگر خطوط قرمز در اعتمادسازی می‌توان به کد مفهومی پرهیز از دروغ و اغواگری در تجارت الکترونیکی است. باید پذیرفت که سطح سواد عموم جامعه رو به افزایش است و دیگر نمی‌توان به‌سادگی آنان را فریب داد. اثبات هر ادعایی اعم از راست یا دروغ از طرف فروشنده، به‌راحتی با جستجو در شبکه‌های اینترنتی میسر می‌شود. نسبت دادن کیفیت به یک محصول بی‌کیفیت و تبلیغ دروغین درباره آن، یکی از اصلی‌ترین سلب‌کننده‌های اعتماد در تجارت آنلاین به‌شمار می‌رود.

از دیگر مفاهیم این تم، پرهیز از نگاه تئوریک به تجارت الکترونیکی است. موضوع تجارت الکترونیکی را می‌توان از دو منظر بررسی کرد: نخست دیدگاه تئوریک و کلی که دربرگیرنده تعدادی از مفاهیم اقتصادی و رابطه آن با فناوری اطلاعات است. مدل‌های معروف B2B و B2C از آن جمله‌اند. دیدگاه دوم موضوع تجارت الکترونیکی را از منظر کاربردهای عملی و صورت‌های واقعی آن بررسی می‌کند.

در زمینه استفاده از مشوق‌ها می‌توان به کد مفهومی، تشویق تولیدکنندگان خلاق است. در راستای پیشرفت تجارت الکترونیکی، تولیدکنندگانی که با طرح‌های نوآورانه و ابتکاری، گامی در زمینه توسعه تجارت برمی‌دارند نیازمند حمایت و تشویق هستند تا هم انگیزه پیدا کنند و هم دیگران به نوآوری ترغیب شوند. این تشویق می‌تواند به شکل‌های مختلفی صورت پذیرد.

در همین رابطه می‌توان به کد مفهومی، تشویق خریداران با جایزه است. بیشتر فروشگاه‌های بزرگ و برندهای معتبر، حتماً همراه خرید، یک هدیه کوچک به مشتری می‌دهند و این موضوع به وفادارسازی مشتری بسیار کمک می‌کند. از دیگر مشوق‌ها، تخفیف‌های قابل توجه برای مشتری است. شاید بتوان گفت تخفیف، چه از نظر روانی و چه از نظر اقتصادی، بیشترین تأثیر را بر بیشتر مشتریان دارد. استفاده از امکانات شرکت پست، یکی دیگر از مشوق‌هاست. نوع بسته‌بندی، زیبایی و استحکام جعبه برای سالم ماندن محصول در نظر مشتری، بسیار خوشایند می‌باشد و رضایت او را فراهم می‌آورد.

در رابطه با تم «استفاده از رسانه در اعتمادسازی» راهبردها بدین شرح هستند:

راهبرد «اعتمادسازی با شبکه‌های اجتماعی» برای این که بتوان اعتماد مشتریان را جلب کرد باید پست‌هایی باکیفیت از محصولات خود در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشت. برای مثال عکسی که از محصول خود در پست موردنظر به اشتراک گذاشته می‌شود باید کیفیت بالایی داشته باشد. همچنین به این موضوع نیز باید توجه داشت که هر چقدر هم که کیفیت خود محصول بالا باشد در صورتی که پست گذاشته شده در رابطه با این محصول، کیفیت مطلوب را نداشته باشد، باز هم نمی‌توان اعتماد مشتری را به خود جلب کرد. یکی دیگر از قابلیت‌های مهم شبکه‌های اجتماعی، قابلیت برندسازی در آنها است.

سایر یافته‌ها در مورد راهبرد «ارتقای سواد رسانه‌ای» نشان می‌دهد درصد بالایی از جامعه ما سواد رسانه‌ای بالایی ندارند و این اتفاق باید پیگیری شود. افراد جامعه باید سواد رسانه‌ای خود را افزایش دهند تا بتوانند اخبار دروغ یا اخباری که برجسته‌سازی برای مصادره به مطلوب می‌شوند یا تحریف واقعیت‌ها را تشخیص دهند و واکنش‌ها شوند.

در دنیای امروز، رسانه‌ها همه‌گیر شده‌اند و فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی همچون گوشی‌های هوشمند تلفن همراه، تبلت و ... همچنین ظهور شبکه‌های اجتماعی، امکانات جدیدی را در جوامع فراهم کرده است. افراد جامعه نیز برای استفاده از قابلیت این فناوری‌های رسانه‌ای، نیازمند دانش و مهارت‌های جدیدی هستند که به این مهارت‌ها سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی گفته می‌شود. برخی از یافته‌های این بخش از پژوهش دقیقاً به همین موضوع اشاره دارد و البته وظیفه نهادهای آموزشی در ارتقای سواد رسانه‌ای عموم جامعه اشاره می‌کند.

راهبرد «تعامل با مخاطبین از طریق رسانه» تعامل در شبکه‌های اجتماعی آن، زمانی است که کاربران در شبکه اجتماعی به حساب شما واکنشی نشان می‌دهند. این تعامل، به شکل یک مقیاس مانند موارد زیر اندازه‌گیری می‌شود: پسندیدن‌ها، دنبال شدن‌ها، اشتراک‌گذاری‌ها، نظرات، توثیق‌های دوباره، کلیک‌ها. به هر حال، مردم با شما در پلتفرم‌هایی مانند توئیتر، فیس‌بوک و اینستاگرام برای تعامل در شبکه‌های اجتماعی ارتباط برقرار می‌کنند. این مقیاس‌ها برای اندازه‌گیری مؤثر کمپین شبکه‌های اجتماعی شما و تکمیل اهدافی مانند ایجاد مشتریان بالقوه و فروش‌ها ضروری است. تعامل چیزی است که به افراد در توسعه با معنی‌ترین ارتباطات در شبکه اجتماعی با مشتریان جاری و بالقوه کمک خواهد کرد. برخی کدهای این پژوهش کدها به این موضوع اشاره دارند که همگی بر نوع تعاملات فروشنده و خریدار و چگونگی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری از یکدیگر تأکید می‌کنند.

در مورد راهبرد «فعالیت‌های فرهنگی با استفاده از رسانه» می‌توان گفت که برای تغییر در رفتار عمومی ملت باید از تغییر مشخصه‌های فرهنگ آغاز کرد؛ زیرا عناصر فرهنگی، در واقع، زیربنای حرکت‌ها و فعالیت‌های جامعه به‌شمار می‌آیند. بنابراین برای آماده کردن ملتی جهت تحولات جدید، باید باورها و اعتقادات عمومی مردم متحول و دگرگون گردد و مردم، در راستای تغییر و تحولات نوین، سامان فکری یافته و آمال و آرزوهای خویش را در این سو دست‌یافتنی و عملی ببینند تا رفتار و کنش‌های اجتماعی خویش را بر همین پایه سازمان دهند.

درباره مفهوم فعالیت فرهنگی به دلیل گستردگی و تنوع این گونه اقدامات و همچنین گستره وسیع معنای فرهنگ و کلیتی که بر تعاریف و نظریه‌های گوناگون حاکم است، تعریف جامع، مانع، عینی و قابل‌قبول عموم اندیشمندان این حوزه از دانش بشری کمتر به چشم می‌خورد. تعدادی از سازمان‌ها با هدف انجام فعالیت فرهنگی تأسیس شده‌اند. به عبارت دیگر، فلسفه وجودی برخی از سازمان‌ها (نظیر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صدا و سیما، سازمان تبلیغات اسلامی و ...) ایجاد تغییر در ساختار ارزشی، بینشی و رفتاری مردم و جامعه است. در تأیید نقش فرهنگ خصوصاً تولید محتوای کارشناسی شده و استاندارد می‌توان به برخی اشاره کرد که مشخصاً نقش فرهنگ در تأثیرگذاری بر فرهنگ مخاطب را تأیید می‌کند.

در تم «استراتژی‌های مدیریتی» راهبرد «مدیریت فراسازمانی» عبارت است از:

عوامل فراسازمانی، عواملی هستند که خارج از محیط داخلی سازمان بر آن تأثیرگذار است و برخی اوقات، تحمیل می‌شوند. تفاوت عوامل داخلی و خارجی، در توان سازمان بر کنترل آنهاست. عوامل فراسازمانی، عواملی هستند که سازمان، کنترلی بر آنها ندارد و به‌سختی و به‌ندرت می‌تواند آنها را تغییر دهد. در این رابطه می‌توان به کدها اشاره کرد که عوامل فراسازمانی را در قالب چهار دسته کلی تقسیم کرده‌اند: عوامل مربوط به مسئولان، عوامل مربوط به جامعه سازمان‌های دانش‌بنیان، عوامل ناظر به محیط و عوامل ناظر به صنعت. عوامل موفقیت‌ساز در مدیریت فراسازمانی عبارتند از:

- نگرش صحیح مسئولان: نگاه تولید ثروت به علم و فناوری، نگاه راهبردی به تولید فناوری بومی در شرح وظایف مسئولان، نگرش شبکه‌ای به پژوهش و فناوری، حاکمیت نگاه توسعه و محصول‌محوری به جای تحقیق‌محوری، توجه و دغدغه مسئولان به مسئله فناوری و مدیریت آن، از موارد نگرش صحیح مسئولان است.
- ثبت و ضبط کلیه پروژه‌های انجام شده در سازمان توسط سازمان بالادستی: این امر باعث می‌شود که محققان با کارهای انجام گرفته آشنا شوند، خلأها را بشناسند و برای برداشتن گام‌های بعدی برنامه‌ریزی کنند.
- آگاهی بخشی مدیران ارشد نسبت به مسئله وقف در بخش پژوهش و فناوری: بخش پژوهش و فناوری می‌تواند از موارد اختصاص وقف باشد؛ برای مثال، وقف زمین برای فعالیت‌های علمی و پژوهشی.
- نظام ارزیابی مناسب: ارزیابی متمرکز در کشور به تفکیک حوزه‌های دانشی، بررسی فعالیت‌ها و مشکلات و نیازهای حوزه پژوهش و فناوری از طریق گروه منتقدان، انعطاف‌پذیر ساختن سازوکارهای ارزیابی و برنامه‌ریزی به دلیل

- پویایی علم و فناوری، نگاه خروجی‌محور در ارزیابی عملکرد مدیران به معنای محصول به‌عنوان مهم‌ترین عامل ارزیابی فعالیت‌های سازمان، رصد فعالیت‌ها براساس نقشه، ارزیابی مناسب پروژه‌های ارائه شده و اتخاذ نگرشی واقع‌بینانه در ارزیابی مراکز و کشورهای پیشرفته، در این بخش قرار می‌گیرند.
- اصلاح نظام پرداخت به نیروهای نخبه و متخصص: در این زمینه ضروری است که نظام پرداختی متناسب نیروهای نخبه و متخصص برای برقراری عدالت تدوین شود و جنبه انگیزشی هم داشته باشد.
 - شناسایی افراد مدیر و کارآفرین توسط دستگاه‌های مربوط: این عامل به لزوم حمایت از افراد مدیر و کارآفرین و محور قرار دادن افراد کارآفرین در پروژه‌های تحقیقاتی اشاره دارد. طبق نظر کارشناسان، کارآفرین، فردی است واجد ویژگی‌هایی همچون: محقق بودن، توانا در انجام کارهای مهم، مدیر و مدبر بودن، توان در اتصال پروژه‌ها به یکدیگر و تولید خروجی.
 - افزایش خطرپذیری برای انجام تحقیقات و مهندسی معکوس برای استفاده، تولید یا توسعه فناوری در شرایط تحریم: اقدام به کارهای توسعه‌ای و مبتکرانه نیازمند خطرپذیری است؛ لذا ضروری است افراد در این زمینه خطرپذیری بالایی داشته باشند.
 - قرار گرفتن متولی حوزه پژوهش و فناوری در سطح ریاست جمهوری: در این صورت، باعث خواهد شد که اهمیت این مسئله مورد توجه قرار گیرد و در سطح ملی برای آن اقدام شود.
 - اجرای صحیح قانون: تصویب و اجرای صحیح قانون باعث ایجاد امید در شرکت‌های دانش‌بنیان نسبت به حذف لابی‌گری خواهد شد.
 - سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسب: بخش اول در این حوزه، مربوط به رعایت توالی منطقی در سیاست‌گذاری حوزه پژوهش و فناوری به‌صورت تولید علم، تولید فناوری، تولید محصول و تجاری‌سازی است.

تم «استراتژی‌های کاربردی» راهبرد «اتخاذ سیاست‌های اعتمادساز»:

بسیاری از کارشناسان بر این باورند که اعتماد، یکی از مهم‌ترین عوامل در ایجاد محیط کاری یکپارچه، هم‌افزا و اثربخش به‌شمار می‌آید. سازمان‌هایی که میان کارکنان آنان اعتماد وجود دارد معمولاً سازمان‌هایی موفق هستند در غیر این صورت غالباً موفق نخواهند بود. صداقت و اعتمادسازی درونی، به شرطی به وجود می‌آید که مدیران عالی سازمان سرمشق و الگو دیگران باشند و با ایجاد مصادیق، آن الگوها را در واحدها و ادارات عملی سازند.

تم «استراتژی‌های امنیتی» راهبرد «سیاست‌های دولت در تأمین امنیت فضای مجازی»:

مهم‌ترین مسئله در مقابله با جرائم سایبری، مسئولیت‌پذیری دولت در سیاست‌گذاری کارشناسانه و همه‌سویگر برای تدوین سیاست‌ها، قوانین و مقررات مناسب حمایتی، هدایتی و نظارتی است. در این مسیر، بهره‌گیری از تمام توان علمی و اجرایی کشور، رویکرد میان‌رشته‌ای و میان‌بخشی، ضروری است. در این مورد می‌توان به کدهایی اشاره کرد که به نقش دولت در فراهم آوردن امنیت فضای مجازی تأکید می‌کنند. تدوین و اجرای تدابیر امنیتی در قبال تهدیدات گسترده، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای سازمان‌ها و نهادهای کشور محسوب می‌شود. تدابیر مناسب می‌توانند احتمال وقوع مخاطرات را به حداقل برسانند. در صورت وقوع، میزان خسارت وارد شده را در حد بسیار ناچیز نگه دارند و قابلیت واکنش سریع و مؤثر به‌وجود آوردن تا سازمان‌ها برای ترمیم خسارات، از فرایندهای از پیش تعیین شده استفاده کنند تا بهره‌وری و ایمنی اطلاعات افزایش و کسب‌وکار با خیالی آسوده‌تر تداوم یابد. از سوی دیگر، شرط موفقیت هر سیاستی، اهتمام به آموزش خانواده و آموزش کودکان و نوجوانان، تربیت نیروی انسانی متخصص در مقابله با این جرائم و در نهایت سازماندهی جدید نیروی انتظامی و قوه قضائیه برای تأسیس پلیس سایبر و دادسرای جرائم سایبری است.

راهبرد «پروتکل‌های نظارتی و امنیتی» با توجه به اینکه با ایجاد مانع در توسعه فضای مجازی و اینترنت مثل محدود کردن پهنای باند یا عدم توسعه خدمات نوین نمی‌توان جلوی تهدیدات و خطرات بالقوه و بالفعل امنیتی را کاهش و از وقوع آنها جلوگیری کرد.

تم «استراتژی‌های زیرساختی» راهبرد «توسعه و توانمندسازی در بستر فضای مجازی»:
 برخی کارشناسان و فعالان اقتصادی، نبود زیرساخت‌های موردنیاز در کشور را دلیل عدم توفیق این موضوع دانسته‌اند. به عقیده آنها، بستر اصلی تجارت الکترونیک، اینترنت است که ضریب نفوذ آن حتی در دورافتاده‌ترین نقاط کشور باید فراهم باشد؛ بنابراین گستردگی و سهولت دسترسی به این بستر و همچنین جامعیت آن امکان اجرای تمامی انواع تجارت دنیای امروز را مهیا می‌سازد. تدوین قانون، یکی از زیرساخت‌های مهم برای توسعه تجارت الکترونیکی است.

بحث و نتیجه‌گیری

در رابطه با مقوله «نقش رسانه در اعتمادسازی» با تم «رسانه و شبکه‌های مجازی» مواردی مانند «الگوبرداری طیف وسیعی از جامعه از رسانه» رسانه‌ها نیروهای محرک در روند توسعه یک جامعه هستند که می‌توانند زیرساخت‌های فکری- فرهنگی مناسب از قبیل ایجاد کار گروهی، فرهنگ تفکر، فرهنگ کارآفرینی، آینده‌نگری فرهنگ صادرات، فرهنگ نظم و حسابداری و غیره را در جوامع رواج دهند. در واقع رسانه‌ها ابزار اصلی انتقال اطلاعات و ایده‌ها در سطح جوامع هستند که می‌توانند هر روز با خلق ایده و تفکری جدید و ترویج آن به روند توسعه جامعه کمک کنند. همچنین نتایج این بخش از پژوهش با نتایج (ایچا و ادوین، ۲۰۱۵)، (چانگ و همکاران، ۲۰۱۸)، (سودرهلوم و همکاران، ۲۰۱۸)، (سودرهلوم و همکاران، ۲۰۱۸) در یک راستا می‌باشد.

در مقوله «حفظ و ارتقای اعتماد مشتری» با تم «استراتژی‌های اعتمادسازی» مفاهیم از نظر شرکت کنندگان در مصاحبه این پژوهش عبارت بودند از: موفقیت اعتمادسازی سیل‌آسا در ایجاد اعتماد عمومی، بالا بردن اعتماد مصرف‌کنندگان با استراتژی گل به خودی، اعتمادسازی با دسترسی به آدرس و تلفن فروشگاه، اعتمادسازی با ارسال خبرنامه برای مشترکین، اعتمادسازی با تحویل کالا و پرداخت درب منازل، اعتمادسازی با ارائه خدمات رایگان و سایر موارد اعتمادسازی از نظر شرکت کنندگان می‌توان اعتمادسازی با تضمین اصل بودن کالا، اعتمادسازی با تضمین بهترین قیمت، اعتمادسازی با امنیت سایت و درگاه پرداخت، اعتمادسازی با کنجکاوسازی و اطلاع‌رسانی از طریق رسانه، اعتمادسازی با رسانه‌ای کردن رضایت مشتریان از خرید نام برد. در مقوله «نحوه تعاملات با مشتری» با تم «استراتژی‌های اعتمادسازی» مفاهیم عبارتند از: «ارائه جواب مناسب به مشتریان توسط فروشنده، پیگیری مشکل تا حصول رضایت مشتری و اعلام آن، ارائه مشاوره تخصصی در صورت خرید، وفادار نگاه داشتن مشتری با تکریم او و سایر موارد مهم از نظر مشارکت‌کنندگان در رابطه با استراتژی‌های اعتمادسازی شامل، حفظ ارتباط با مشتری از طریق عضویت در سایت و ایمیل، نقش اطلاعات روان‌شناختی در تعاملات با مشتری، ارائه پیشنهادهای روزانه به مشتریان و ایجاد بستر مناسب برای تعاملات مشتری و فروشنده را می‌توان نام برد. نتایج پژوهش‌های (ترکستانی و همکاران، ۲۰۱۶) و (سهرابی و خانلری، ۲۰۱۰) در راستای این بخش از پژوهش بودند و همگی بر مدیریت روابط با مشتری در راستای اعتمادسازی صحنه گذاشته‌اند.

در ارتباط با پیامدهای اعتماد بر رونق تجارت‌های الکترونیکی، با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، موارد زیر را می‌توان مطرح کرد. یکی از مهم‌ترین تأثیرات اقتصادی دولت الکترونیکی، کاهش هزینه و صرفه‌جویی بودجه دولت به‌واسطه تغییر ساختار و اصلاح فرایندهای اداری و نیز فراهم کردن مکانیسم کنترلی مناسب می‌باشد. همچنین ارائه مالیات الکترونیکی به‌عنوان یکی از محصولات دولت الکترونیکی می‌تواند در کنار افزایش درآمدهای مالیاتی، موجب افزایش شفافیت و کاهش فساد و در نهایت، منجر به اعتماد عمومی بیشتر شود. موضوع مهم دیگر در خصوص دولت الکترونیکی کاهش

تقاضای نیروی کار در بخش دولتی می‌باشد. در ابتدا با توجه به سرمایه‌گذاری موردنیاز و فعالیت‌های لازم برای اجرا و توسعه دولت الکترونیکی، تقاضا برای نیروی کار افزایش یافته ولیکن در بلندمدت با اصلاح ساختارهای ارائه خدمات، تقاضا برای نیروی کار در بخش دولتی کاهش می‌یابد. توسعه دولت الکترونیکی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم، موجب افزایش تولید ناخالص داخلی و رشد اقتصادی می‌شود. اثرگذاری مستقیم اجرای این طرح به‌واسطه حجم بالای سرمایه‌گذاری موردنیاز، به‌صورت مستقیم در محاسبه تولید ناخالص داخلی وارد می‌شود. تأثیرات غیرمستقیم ارائه این خدمت نیز آن‌چنان‌که نتایج توسعه دیگر خدمات الکترونیکی مؤید آن است، بسیار بیشتر از اثرگذاری مستقیم این جریان می‌باشد؛ به‌طوری‌که افزایش بهره‌وری ارائه خدمات، موجب افزایش جذابیت کشور از نظر جذب سرمایه خصوصی و خارجی و در نتیجه افزایش رقابت، اشتغال‌زایی و در نهایت بهره‌وری و رشد اقتصادی خواهد شد. نتایج پژوهش‌های (بونسال و همکاران، ۲۰۲۰) و (یراسانی و همکاران، ۲۰۱۹) در راستای این بخش از پژوهش می‌باشند. همچنین نتایج این بخش از پژوهش در ارتباط با راهبردهای اعتمادسازی در بازارهای الکترونیکی در تم «استراتژی‌های پیشگیرانه» راهبرد «تبادها در اعتمادسازی» بدین شرح است: همان‌گونه که دستورالعمل‌هایی برای اعتمادسازی در تجارت الکترونیک وجود دارد، نیایدی‌هایی نیز در همین راستا وجود دارد. با توجه به نظرات مشارکت‌کنندگان در این پژوهش و تجزیه و تحلیل نظرات، این نتیجه حاصل می‌شود که پرهیز از انجام کارهایی که موجب سلب اعتماد می‌شوند به همان اندازه مهم است که کارهایی که برای اعتمادسازی انجام می‌شوند. از دیدگاه شرکت‌کنندگان، موارد ذیل از اهمیت بالایی در اعتمادسازی مؤثرند: پرهیز از ایجاد مزاحمت برای مخاطبان با پیامک‌های تبلیغاتی، پرهیز از دروغ و اغواگری در تجارت الکترونیکی، پرهیز از نگاه تئوریک به تجارت الکترونیکی. موضوع تجارت الکترونیکی را می‌توان از دو منظر بررسی کرد: نخست دیدگاه تئوریک و کلی که دربرگیرنده تعدادی از مفاهیم اقتصادی و رابطه آن با فناوری اطلاعات است. مدل‌های معروف B2B و B2C از آن جمله‌اند.

References

- Azizi, E. (2011, December 10). *E-commerce and its intelligent agents*. <https://www.tabliq.com/amelhayehooshmand/>
- Bonsall, S. B., Green, J., & Muller, K. A. (2020). Market uncertainty and the importance of media coverage at earnings announcements. *Journal of Accounting and Economics*, 69(1), 1-52. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2019.101264>
- Chong, A. Y. L., Lacka, E., Boying, L., & Chan, H. K. (2018). The role of social media in enhancing guanxi and perceived effectiveness of E-commerce institutional mechanisms in online marketplace. *Information & Management*, 55(5), 621-632. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.01.003>
- Faridi Thani, M., & Zorofi, M. (2015). Explaining social capital and its dimensions based on the use of media among school principals in Tehran Region 2. *Sociological studies* 7(26), 119-137. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=280451>
- Hajli, M. N. (2014). A study of the impact of social media on consumers. *International Journal of Market Research*, 56(3), 387-404. <https://doi.org/10.2501/ijmr-2014-025>
- Icha, O., & Edwin, A. (2015). Effectiveness of Social Media Networks as a Strategic Tool for Organizational Marketing Management. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 01, 1-9. <https://doi.org/10.4172/1204-5357.S2-006>
- Javaheri, F., & Balakhani, Q. (2006). Mass Media and Trust, Investigating the Impact of Mass Media on Social Trust. *Journal of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad*, 1(1), 1-29. <https://doi.org/10.22067/jss.v0i0.6260>

- Mohammadi, H., Mosavi jad, S. M., & Ahmadizad, A. (2020). Investigating the role of social networks on entrepreneurial behaviors in small and medium enterprises in Sanandaj city. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 17(3), 155-166. <https://doi.org/10.48301/kssa.2020.124673>
- Nasiri, Z., Noruzi, A., Fahimnia, F., & Manian, A. (2017). Content marketing: Identifying the basic components and dimensions in order to provide conceptual model. *Library and Information Science Research*, 7(1), 280-303. <https://doi.org/10.22067/riis.v7i1.44681>
- Nasiri, A. (2019, November 25). *What are social networks; Types of foreign and Iranian social networks*. <https://iranhost.com/blog/%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%8A%D9%86%D8%A%D8%B1%D9%86%D8%AA%DB%8C/#gref>
- Sabzali Yamghani, K. (2016). Investigating the Impact of Organizational Information Quality System on Trust, Customer Loyalty and Success in Market Performance (Case Study: Tolo Marketing and Research Group). *Studies of Management and Entrepreneurship*, 2(2), 16-33. <https://civilica.com/doc/571006/>
- Sohrabi, B., & Khanlari, A. (2010). Factors affecting the use of e-commerce in small and medium enterprises in Iran. *Entrepreneurship Development*, 3(1), 11-34. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/956472/>
- Torkestani, M., Mafakheri, F., & Haghighat, F. (2016). The Effect Of Satisfaction And Trust On Electronic Loyalty And Tourism Products Online Shopping. *Tourism Management Studies (Tourism Studies)*, 11(34), 93-109. <https://doi.org/10.22054/tms.2016.5731>
- Vosoughi, M., & Rahmani Khalili, E. (2014). The relationship between mass media and social capital in the metropolis of Tehran. *Culture Studies - Communication*, 15(26), 209-233. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=226822>
- Warner-Søderholm, G., Bertsch, A., & Søderholm, A. (2018). Data on social media use related to age, gender and trust constructs of integrity, competence, concern, benevolence and identification. *Data in Brief*, 18, 696-699. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.03.065>
- Warner-Søderholm, G., Bertsch, A., Sawe, E., Lee, D., Wolfe, T., Meyer, J., Engel, J., & Fatilua, U. N. (2018). Who trusts social media? *Computers in Human Behavior*, 81, 303-315. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.026>
- Yerasani, S., Appam, D., Sarma, M., & Tiwari, M. K. (2019). Estimation and maximization of user influence in social networks. *International Journal of Information Management*, 47(3), 44-51. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.12.016>



Investigating and Analyzing the Causes of Citizens' and Tourist's Participation in Environmental Protection (Case Study: Mahmoudabad City)

Naser Fattahi¹, Leila Ebrahimi Jamnani^{2*} , Fatimeh ZolfaliporFar³

¹PhD Student, Department of Geography, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran.

²Assistant Professor, Department of Geography, Chalous Branch, Islamic Azad university, Chalous, Iran.

³PhD Student, Department of Sports Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 07.18.2020

Revised: 12.13.2020

Accepted: 02.13.2021

Keyword:

Citizens' participation
Tourist participation
Environmental protection
Mahmoud Abad city

*Corresponding Author:

Leila Ebrahimi Jamnani

Email: geo.ebrahimi@yahoo.com

ABSTRACT

In recent decades, the issue of participation of people and tourists in environmental protection has attracted the attention of city managers to increase efficiency, cohesion and citizen satisfaction. The purpose of this study was to investigate and analyze the reasons for the participation of citizens and tourists in environmental protection. In terms of developmental-applied purpose and qualitative method, the statistical population of the research included experts and specialists in the field of tourism and environment. Data collection tools in the qualitative part of semi-structured face-to-face interviews with 29 people continued until the stage of theoretical saturation. Six factors (education, management, planning, information, sense of ownership, social) of citizen and tourist participation in environmental protection were identified based on the results. Given the status and importance of providing and facilitating processes for greater citizen and tourist participation in environmental protection, the following recommendations could be useful: increase environmental awareness through education for all stakeholders, interested parties, planners and policy makers, citizens and tourists; explain the environmental conditions and the process of change and the root causes, results and consequences on society and the economy, and ecosystems of Mahmoud Abad region; support and improve the quality of decisions, policies and plans / planning of environmental activities and citizens and tourists who want to participate in environmental protection; and provide extensive information at all levels of society on imminent environmental and ecosystem issues of Mahmoud Abad city.





دانشگاه فنی و حرفه‌ای
تهران

کارافن

فصلنامه علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

تابستان ۱۴۰۰، دوره ۱۸، شماره ۲، ۱۳۲-۱۱۱

آدرس نشریه: <https://karafan.tvu.ac.ir/>

doi:10.48301/KSSA.2021.128436

20.1001.1.23829796.1400.18.2.6.7



شاپای الکترونیکی: ۲۵۳۸-۴۴۳۰

شاپای چاپی: ۲۳۸۲-۹۷۹۶

مقاله پژوهشی

بررسی و تحلیل علل مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست (مطالعه موردی: شهرستان محمودآباد)

ناصر فتاحی^۱، لیلا ابراهیمی جمنانی^۲، فاطمه زلفعلی پورفر^۳

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.
- ۲- استادیار، گروه جغرافیا، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.
- ۳- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت‌الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران.

چکیده

در دهه‌های اخیر، موضوع مشارکت مردم و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست، توجه مدیران شهری را برای افزایش کارایی، انسجام و رضایت شهروندان برانگیخته است. هدف از این پژوهش، بررسی و تحلیل علل مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست است. پژوهش، از نظر هدف، توسعه‌ای- کاربردی و به روش کیفی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش، کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری و محیط‌زیست بودند. روش نمونه‌گیری کیفی، غیرتصادفی از نوع هدفمند و در دسترس بود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته حضوری با ۲۹ نفر تا رسیدن به مرحله اشباع نظری ادامه یافت. نتایج نشان داد ۶ عامل (آموزش، مدیریت، برنامه‌ریزی، اطلاع‌رسانی، احساس مالکیت، اجتماعی) مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست شناسایی گردید. با توجه به جایگاه و اهمیت فراهم‌سازی و تسهیل فرایندها برای مشارکت بیشتر شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست، به نظر می‌رسد که این پیشنهادها می‌توانند مفید باشند: ۱- افزایش آگاهی‌های محیط‌زیستی از طریق آموزش برای کلیه ذی‌نفعان، علاقه‌مندان، برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران، شهروندان و گردشگران توضیح داده شود. ۲- شرایط محیط‌زیست و روند تغییرات آن و علل ریشه‌ای، نتایج و پیامدهای حاصل بر جامعه و اقتصاد و اکوسیستم‌های منطقه محمودآباد بررسی شود. ۳- پشتیبانی و ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و طرح/برنامه‌ریزی فعالان محیط‌زیست و شهروندان و گردشگرانی که خواهان مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست هستند. ۴- در تمام سطوح جامعه در خصوص مسائل قریب‌الوقوع زیست‌محیطی و اکوسیستمی شهرستان محمودآباد اطلاع‌رسانی گسترده صورت گیرد.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۲۸

بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۰۹/۲۳

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۲۵

کلید واژگان:

مشارکت شهروندان
مشارکت گردشگران
حفاظت از محیط‌زیست
شهرستان محمودآباد

*نویسنده مسئول: لیلا ابراهیمی جمنانی

پست الکترونیکی:

geo.ebrahimi@yahoo.com



© 2021 Technical and Vocational University, Tehran, Iran. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

مقدمه

محیط زیست

آشنایی با محیط، دلبستگی به محیط و پیوندهای اجتماعی، با توانایی ساخت بازنمایی ذهنی محیط و حفاظت از آن، بسیار مرتبط است (آدی ویتمن شور و لیات آیالون، ۲۰۲۰).^۱ موقعیت مکانی و محیط زیست، نه تنها پناهگاهی برای فعالیت‌های انسانی است بلکه پدیده‌ای است که انسان با تعامل خود، به آن متصل می‌شود، به آن معنا می‌دهد، حتی گاهی اوقات خود را با آن می‌شناسد. انسان باید تعامل عاطفی با مکانی که در آن زندگی می‌کند برقرار کند یا به تعبیر دیگر، تعلق به مکان داشته باشد و در راستای حفظ محیط زیست خود که مهم‌ترین جنبه تعامل انسان با مکان است تلاش کند که این مهم باید مورد توجه برنامه‌ریزان شهری باشد (امین بهرامیان، سیامک پناهی، جعفر یوسف پور و فرزاد زربخش، ۲۰۱۹). مطالعات آموزش محیط زیست، حاکی از افزایش علاقه به موضوع حس مکان است. حس مکان، از اصطلاحاتی است که در رشته‌های مختلف علوم انسانی، علوم اجتماعی، آموزش، جغرافیا و شهرسازی و معماری کاربرد دارد. مکان، علاوه بر بُعد مادی، از بُعد غیرمادی نیز برخوردار است و احساساتی در ساکنان خود ایجاد می‌کند (آتوسا سلیمانی، احمد نوحه گر و اسماعیل صالحی، ۲۰۱۹)؛ از این رو پژوهشگران اظهار می‌دارند که اگر حس ریشه داشتن در محیط، در مردم وجود داشته باشد آنها نسبت به محیط زیست خود با مسئولیت رفتار خواهند کرد (الکس کودریاوتسوف، ریچارد سی. استدمن و ماریان ای. کراستی، ۲۰۱۲).^۲ محققان با توجه به فلسفه عدالت زیستی، احتمال می‌دهند که روابط عاطفی با مکان، منجر به ایجاد انگیزه در افراد می‌شود تا در مورد موضوعات محیط زیستی محلی آگاه‌تر گردند و تصمیماتی بگیرند که به نفع جوامع آنها است (جنیفر دی آدامز، شلیزا ابراهیم و میون لیم، ۲۰۱۰).^۳ از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی، مشکلات زیست محیطی، بیشتر رفتاری و فرهنگی است تا حاصل رشد تکنولوژی و صنعتی شدن جوامع. البته بی‌شک، این موارد در تخریب محیط زیست نقش داشته‌اند ولی باورها و ارزش‌های افراد، هنجارهای فرهنگی و نهادهای اجتماعی که این فعالیت‌ها را هدایت می‌کنند اهمیت بیشتری دارد (مجید صفاری نیا، علی پولادی ری شهری و زهرا مردانی ولندانی، ۲۰۱۶). به‌طور کلی محقق دیگر بیان می‌دارد که با تبیین شهر هوشمند و راهکارهای حمل‌ونقل هوشمند شهری می‌توان نسبت به محیط زیست کمک شایانی انجام داد (خسرو پورجوان، ۲۰۱۹). که می‌تواند به‌صورت مشارکت شهروندان در شهرها ظاهر شود. پیوند روان‌شناختی پایدار افراد با مکان، دارای کارکردهایی نظیر بقا و امنیت، هدفمندی و انسجام زمانی یا شخصی است (لیلا اسکنل و رابرت گیفورد، ۲۰۱۰).^۴ پژوهش‌های معطوف به زمینه‌های زیست محیطی و اجتماعی و روابط گروهی افراد در مکان، با مفاهیمی نظیر دلبستگی اجتماعی، دلبستگی مکانی-اجتماعی، حس تعلق اجتماعی (وای، رام، پی. بیورک و آ. ویدنفلد، ۲۰۱۶)^۵ و تحقیقات متمرکز بر ویژگی‌های فیزیکی محیط سازه‌ای؛ مانند هویت زیست محیطی، پیوند با طبیعت و دلبستگی با طبیعت است (آدریان بروگر، فلوریان جی. قیصر و نینا روزن، ۲۰۱۱)؛^۶ بدین منظور، عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان و بررسی رفتار زیست محیطی شهروندان جوامع و عوامل مؤثر بر آن، هم‌چنان یکی از اساسی‌ترین موضوعات مورد توجه جامعه‌شناسان در حوزه محیط زیست است (محمد عباس زاده، حسین بنی فاطمه، محمدباقر عزیزاده اقدام و لیلا علوی، ۲۰۱۶). با توجه به افزایش جمعیت شهرنشین در چند دهه گذشته، چنانچه بخواهیم در توسعه شهرها، پاسخگوی احتیاجات‌های امروزی و سهم نسل آینده از شهر و محیط زیست

¹ Adi Vitman-Schorr & Liat Ayalon, 2020

² Alex Kudryavtsev, Richard C. Stedman & Marianne E. Krasny, 2012

³ Jennifer D Adams, Sheliza Ibrahim & Miyoun Lim, 2010

⁴ Leila Scannell & Robert Gifford, 2010

⁵ Y. Ram, P. Björk & A. Weidenfeld, 2010

⁶ Adrian Brügger, Florian G. Kaiser & Nina Roczen, 2011

شهری باشیم باید اداره شهرها را بر پایه مشارکت آگاهانه شهروندان برنامه‌ریزی کنیم. یکی از این زمینه‌ها، مشارکت شهروندی در نظام مدیریت شهری می‌باشد (سعید ملکی و رسول سروستان، ۲۰۱۶). امروزه، مشارکت، از الزامات زندگی شهری به‌شمار می‌رود و می‌تواند مدیریت و برنامه‌ریزی را به‌شدت تحت تأثیر قرار دهد. از این منظر، رویارویی با مسائل و مشکلات شهری همانند آلودگی، ترافیک، مسکن و غیره، با بهره‌گیری مناسب از توان و قابلیت‌های شهروندان در چارچوب برنامه‌های مشارکتی، امکان‌پذیر خواهد بود (سیاوش رضائیان، سیدعلی جوزی و سعید ملامسی، ۲۰۱۹). بنابراین، می‌توان گفت که مشارکت مردم در روند تصمیم‌گیری شهری، یکی از عناصر اصلی حکومت مردمی است و افزایش مشارکت مردم در امور شهری، می‌تواند در ایجاد تعادل شهری، نقش ارزنده‌ای را ایفا کند (مسعود تقوایی، رسول باباناسب و جمران موسوی، ۲۰۰۹).

روشن است که با توجه به گستردگی و پیچیدگی مسائل زیست‌محیطی، پرهزینه بودن روش‌ها و ابزارهای مقابله با آن، بهترین گزینه، بهره‌گیری از مشارکت مردمی است (محمدصادق عزیزیان، ریزان زارعی و شرافت مفاخری، ۲۰۱۵). همچنین می‌توان با استفاده از فرایندهای اقتصاد سبز، فرصت‌های موفقی ایجاد کرد که به ریشه‌کن کردن فقر و حل بحران‌های زیست‌محیطی کمک کند (مریم لاریجانی و لادن رضی کردمحل، ۲۰۱۷).

غفلت از جوامع محلی در فعالیت‌های صنعت گردشگری، خلأیی اساسی در برنامه‌ریزی مشارکتی به‌منظور دستیابی به توسعه پایدار گردشگری محسوب می‌شود. الگوی توسعه گردشگری جامعه‌محور می‌کوشد بخشی از این خلأ اساسی را پر کند (سیمین تولابی، محمد سلیمانی، رحمان جهانی دولت آباد و اسماعیل جهانی دولت آباد، ۲۰۱۷). گردشگری پایدار، روابط بین جامعه میزبان، مکان گردشگری و گردشگران را تنظیم می‌کند؛ زیرا این رابطه ممکن است پویا و سازنده یا مخرب باشد. همچنین گردشگری پایدار، به دنبال تعدیل فشار و بحران بین این عناصر است تا آسیب‌های محیطی و فرهنگی، به حداقل برسد، رضایت بازدیدکنندگان فراهم شود و به رشد اقتصادی ناحیه کمک شود. به سخن دیگر، رهیافت گردشگری پایدار، گردشگری را در اغلب مرزها بررسی می‌کند و رابطه مثلث‌وار را میان جامعه میزبان و سرزمین آن از یک‌سو و جامعه میهمان یعنی گردشگران از سوی دیگر با صنعت گردشگری برقرار می‌سازد و فشار و بحران موجود بین سه ضلع مثلث را تعدیل می‌کند و در طولانی‌مدت، موازنه‌ای برقرار می‌سازد (واراز مرادی مسیحی و علی قاسمی، ۲۰۱۴).

شهر محمودآباد، شهری ساحلی و توریستی است و مسائل زیستی در این شهر، بسیار اهمیت دارد. اگر در این شهر، مسائلی چون دفع زباله‌های شهری، پسماندهای آب، آب‌های سطحی مانند جوی‌های سطح شهر و ... مورد بررسی قرار نگیرند این شهر با مشکلات زیادی روبه‌رو خواهد شد. همان‌طور که می‌دانیم جذب توریسم، به فضای شهر نیز بستگی دارد؛ اگر در شهرهای توریستی، فضای ظاهری شهر، از زباله‌ها و پسماندها انباشته شده باشد چهره شهر را در نظر بینندگان بد جلوه خواهد داد و از نظر جذب توریسم با مشکل روبه‌رو خواهد کرد. از مسائل دیگر این است که بافت شهر، قدیمی است و این بافت قدیمی، یکی از علت‌های جذب توریسم می‌باشد. برای حفظ این ظاهر باید جلوی ساخت‌وسازهای بی‌رویه در این شهر نیز گرفته شود و همه اینها محقق نخواهد شد جز با مشارکت مردمی. با توجه به مسائل گفته‌شده در مورد مشارکت مردمی و گردشگران در بحث مسائل محیط‌زیستی هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان و گردشگران به منظور حفاظت از محیط‌زیست در شهرستان محمودآباد می‌باشد.

مبانی نظری

بشر در مواجهه با طبیعت و محیط‌زیست از آن که بقایش به‌طور اجتناب‌ناپذیری به آن وابسته است، شیوه معقولی را به کار نبرده است و به منفعت‌جویی ناپایدار از آن پرداخته است. پیامد چنین اقداماتی، ایجاد آلودگی‌های مختلف زیست‌محیطی و تخریب شدید منابع طبیعی را به همراه داشته است (سکینه جعفری، محمد نجارزاده، نرگس جعفری و نگار رجبی، ۲۰۱۷). از آن‌جا که طرز نگرش بر نوع رفتار با محیط‌زیست تأثیر به‌سزایی دارد بر برخورداری افراد از اخلاق

زیست‌محیطی مناسب تضمینی درونی برای رفتار درست با دیگر مخلوقات و جلوگیری از صدمه به محیط‌زیست محیطی در گرو تغییر نگرش و ارزش درک‌شده انسان به محیط‌زیست است؛ زیرا این نگرش و ارزش درک‌شده از مهم‌ترین مفاهیم روانشناختی و عامل اصلی تغییر رفتار با محیط‌زیست می‌باشد (زهره معتمدی نیا، عبدالحمید پاپ زن و حسین مهدی زاده، ۲۰۱۴). نگاه مسئولانه نسبت به محیط‌زیست و توجه ویژه به مسائل زیست‌محیطی از نشانه‌های شاخص بسیاری از جوامع قرن بیست‌ویکم است؛ تأکید و توجهی که در بیشتر نهادها، سازمان‌ها و شهروندان جامعه نسبت به محیط‌زیست مشاهده می‌شود، نشان از فزونی مخاطرات زیست‌محیطی و نگرانی‌های موجود نسبت به پیامدهای آن دارد. صاحب‌نظران در حوزه محیط‌زیست معتقدند کیفیت محیط‌زیست و کنترل مؤثر مسائل زیست‌محیطی کاملاً به الگوهای رفتاری انسان‌ها وابسته است؛ مشکلات زیست‌محیطی متنوعی که امروزه با آن‌ها مواجهیم همانند گرم شدن تدریجی زمین و تغییرات آب و هوایی، آلودگی هوا، کمبود آب، کاهش منابع طبیعی و نابودی تنوع اکوسیستمی در جهان، ریشه در رفتار بشری دارند (نیک رملی نیک عبدالرشید و ناجا محمد، ۲۰۱۲)^۱. پژوهشگران بر این باورند که رفتار مسئولانه زیست‌محیطی که ناشی از نگرش‌های مسئولانه در قبال محیط‌زیست باشد، یکی از عناصر کلیدی در فرایند توسعه پایدار جوامع مدرن و در حال توسعه است (رشید و محمد، ۲۰۱۲). البته به نظر می‌رسد که صرفاً با آگاهی از نوع ارزش‌ها و نگرش‌های زیست‌محیطی موردپذیرش افراد، همواره نمی‌توان نوع رفتار و عملکرد آنان را در زمینه حفاظت از محیط‌زیست پیش‌بینی کرد و باید عوامل اجتماعی و محیطی دیگری نیز در تشخیص نوع رفتار زیست‌محیطی شهروندان بررسی کرد. از جمله عواملی که می‌تواند در کنار نگرش مسئولانه زیست‌محیطی بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی تأثیر گذارد یا در مواقعی این تأثیرگذاری را شدت بخشند یا خنثی کنند، بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان به منظور حفاظت از محیط‌زیست می‌باشد.

نهادهای متولی صنعت گردشگری در سراسر دنیا به امور گردشگری در طبیعت و در ورای آن لزوم حفاظت محیط‌زیست بیش از هر زمان دیگری اذعان دارند (شهناز خادمی زاده، فرزانه عبداللهی و زاهد بیگدلی، ۲۰۱۹)؛ لذا ضرورت توجه به حوزه گردشگری، به‌عنوان راهکاری مناسب در راستای توسعه مورد وفاق همه کارشناسان است (بهروز عزیزبان دهکردی، نفیسه زمین دار، زهرا قربانی و لیلیا مصفی، ۲۰۲۰). صنعت گردشگری، امروزه به ابزار قدرتمند اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه تبدیل شده است. به‌منظور توجه به مفهوم مشارکت جوامع محلی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های صنعت گردشگری پایدار، باید بدانیم صنعت گردشگری از جامعه به عنوان یک منبع استفاده می‌کند و آن را مانند یک محصول به فروش می‌رساند و درنهایت بر زندگی هریک از افراد جامعه تأثیر می‌گذارد (جو تاماس ویزانسینگ، ۲۰۰۸)^۲. در مدیریت شهری نهادهای فعلی برای رسیدگی به معضلات توسعه پایدار، ناکافی هستند. در عین حال، نیاز فوری به ایجاد آگاهی و افزایش ظرفیت برای ترویج اقدامات مربوط به حفاظت از محیط‌زیست در سطح محلی وجود دارد که این امر با جلب مشارکت شهروندان تحقق می‌یابد (سونیا رویو، آنا ییتانو و باسیلیو آسرت، ۲۰۱۴)^۳ در عصر حاضر، مشارکت در همه قلمروها نقش عمده‌ای دارد و شهروندان به‌صورت فردی و گروهی، خواهان حاکمیت بر سرنوشت خود هستند. نگاه به مردم در صنعت گردشگری نباید صرف نگاه به مصرف‌کننده باشد یا تنها گروه خاصی از جامعه عهده‌دار تولید و عرضه باشند، بلکه باید مردم را در توسعه این صنعت و فعالیت‌های مربوط به آن وارد کرد تا در اجرای برنامه‌ها مشارکت داشته باشند و با مشکلات، موانع و مزایای حاصل از این صنعت به‌خوبی آشنا شوند (تولایی و همکاران، ۲۰۱۷). مهم‌ترین جنبه‌های مشارکت، فراهم آوردن پیش‌شرط‌های لازم برای استفاده از توانایی بالقوه مالی، علمی، فکری و ... آنان است. سپردن امور به شهروندان، مستلزم روحیه مشارکت‌طلبی و کار جمعی است که تاکنون در جامعه ما زمینه

¹ Nik Ramlı Nik Abdul Rashid & Naja Mohammad, 2012

² Jutamas Wisansing, 2008

³ Sonia Royo, Ana Yetano & Basilio Acerete, 2014

مساعد چندانی برای آن وجود نداشته است (رضائیان و همکاران، ۲۰۱۹). محققان، اکوتوریسم را شکلی از گردشگری معرفی می‌کنند که بر استفاده از منابع طبیعی تمرکز دارد و بر حفظ محیط‌زیست تأکید می‌کند (پیتر بچورک، ۲۰۰۰).^۱ از آنجاکه در گردشگری جامعه‌محور، مشارکت، جایگاه اصلی دارد، توسعه کوچک‌مقیاس است و جوامع محلی، نقطه کانونی در توسعه گردشگری محسوب می‌شوند و به جامعه از دیدگاه جغرافیایی توجه می‌شود. در تأیید این امر در بیانیه ۲۱ محلی نیز بیان شد مردمی که در یک حوزه جغرافیایی مشترک زندگی می‌کنند تقریباً همسانی بیشتری در پاسخ به مشارکت در فرایند توسعه گردشگری دارند (درک آر هال و گریگ ریچاردز، ۲۰۰۰).^۲ به علاوه، حمایت جامعه محلی برای موفقیت برنامه‌های طولانی‌مدت توسعه گردشگری، ضروری است و نیاز به حضور جامعه در تمام فعالیت‌های گردشگری در برنامه‌ریزی‌های مدیریتی و UNDP مرتبط با گردشگری حس می‌شود (کری گادفری و جکی کلارک، ۲۰۰۰).^۳ همچنین در اصول راهنمایی که به‌منظور دستیابی به توسعه پایدار در سال ۱۹۹۱ در انگلستان طراحی شد، همکاری بین صنعت گردشگری و ساکنان بومی در جامعه مقصد، وظیفه محسوب می‌شود (ریچارد شارپلی و جولیا شارپلی، ۱۹۹۷).^۴

در این میان، حفاظت از محیط‌زیست و توسعه صنعت گردشگری، بدون حمایت و مشارکت گردشگران مشکل است؛ زیرا گردشگران برای شناسایی منافع یا هزینه‌های درک شده خود باید اهمیت تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی را از دیدگاه خودشان ارزش‌گذاری کنند. ارزش درک‌شده که به مفهوم ارزیابی کلی گردشگر از ارزش خالص سفر بر مبنای ارزیابی او از آنچه دریافت کرده است و آنچه پرداخت کرده است می‌باشد را می‌توان به عنوان پیش‌عامل واکنش‌های رفتاری در طول زمان بازدید در نظر گرفت (عظیم زارعی، فاطمه قربانی و مینو پدram نیا، ۲۰۱۳). ارزش درک‌شده گردشگر، ارزیابی شخصی او از مشخصه‌های محصولات سفر مانند کیفیت خدمات، قیمت، هیجانانگ و فاکتورهای اجتماعی است. این فاکتورها مشخص می‌کنند که محصولات سفر ارزش صرف هزینه را دارند یا ندارند و رضایت و مشارکت گردشگر را نیز بعد از سفر تحت تأثیر قرار می‌دهند (ین-تینگ هلنا چیو، وای-ای. لی و تسونگ-هسیونگ چن، ۲۰۱۴).^۵ علاوه بر اینکه در جامعه‌شناسی زیست‌محیطی تبیین رفتار افراد در قبال محیط‌زیست، هم به لحاظ نظری و هم از نظر عملی یک مسئله مهم تلقی می‌شود، نکته حائزاهمیت این است که گردشگری در نظام بازار جهانی گردشگری، روند رو به رشدی دارد ولی رفتار مسئولانه زیست‌محیطی و آگاهی زیست‌محیطی گردشگران و همین‌طور مشارکتشان هنوز به‌کندی پیش می‌رود (جعفری و همکاران، ۲۰۱۷). بنابراین چگونگی مشارکت شهروندان و گردشگران برای حفظ محیط‌زیست، موضوعی است که توجه صنعت گردشگری را به خود جلب کرده است که در این پژوهش این مهم در شهرستان محمودآباد بررسی خواهد شد.

معرفی منطقه مورد مطالعه

شهرستان محمودآباد در ناحیه مرکزی استان مازندران بین ۳۶ درجه و ۳۱ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۴۱ دقیقه عرض شمالی و ۵۲ درجه و ۱۱ دقیقه تا ۵۲ درجه و ۲۹ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ واقع شده که از شمال به دریای خزر از جنوب به شهرستان آمل از شرق به شهرستان فریدون‌کنار و از غرب به شهرستان نور محدود می‌شود. شهرستان محمودآباد با مجموع مساحت ۲۶۲۸ کیلومترمربع ۱۰۱ درصد از مساحت استان را به خود اختصاص داده و دارای ۲ بخش، ۵ دهستان، ۲ نقطه شهری و ۸۵ آبادی دارای سکنه می‌باشد. این شهرستان در قسمت جلگه‌ای مازندران

¹ Peter Björk, 2000

² Derek R Hall & Greg Richards, 2000

³ Kerry Godfrey & Jackie Clarke, 2000

⁴ Richard Sharpley & Julia Sharpley, 2000

⁵ Yen-Ting Helena Chiu, Wan- I. Lee & Tsung-Hsiung Chen, 2014

و دشت‌های هموار آبرفتی دارای شیب‌های ملایم و یکنواخت واقع شده که از مهم‌ترین رودخانه‌های این شهرستان رودخانه هراز است که پس از عبور از شهر آمل به دو شعبه اصلی تقسیم می‌شود که یکی از شهر محمودآباد و دیگری از شهر سرخرود می‌گذرد و به دریای خزر می‌ریزد. شهرستان محمودآباد مازندران براساس سرشماری سال ۱۳۹۵ دارای ۹۹۳۶۹ نفر جمعیت می‌باشد. ارتفاع از سطح دریا این شهرستان ۲۲- متر است. شهرستان محمودآباد، یکی از زیباترین نواحی شمال ایران و استان مازندران است که در آن ساحل دریا به باریک‌ترین پهنای خود می‌رسد که از نظر توسعه توریسم ساحلی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. این منطقه به انواع خدمات و تجهیزات گردشگری مجهز است. محمودآباد در گذشته پیش‌بندر بود و به‌عنوان یکی از کانون‌های حمل‌ونقل کالاهای تجاری ایران و روسیه ایفای نقش می‌کرد که با توسعه بنادر نوشهر و انزلی از اهمیت آن کاسته شد.

روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی می‌باشد و داده‌ها به روش کیفی گردآوری شده‌اند. جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از مطالعات اسناد، تحلیل محتوای ۶۱ مورد پژوهش و مصاحبه (مصاحبه نیمه‌ساختاریافته حضوری یا تلفنی از نوع مصاحبه مفهومی^۱ بود که تا رسیدن به مرحله اشباع نظری، ادامه یافت) با ۲۹ نفر خبره و صاحب‌نظر صورت گرفت. با توجه به ماهیت مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست و نیاز به جمع‌آوری داده‌ها از حوزه‌های مختلف، مشارکت‌کنندگان در مطالعه را اعضای هیئت‌علمی رشته‌های محیط‌زیست، آبخیزداری، کشاورزی، جغرافیا، گردشگری، دانشگاه‌های محمودآباد، مدیران سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی، کارفرمایان و پیمانکاران تشکیل داده بودند که به صورت هدفمند انتخاب گردیدند. مصاحبه با طرح سؤالاتی همچون «در مورد فرایند مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در شهر محمودآباد و فرصت‌ها و معضلاتی که ممکن است به همراه داشته باشد چه می‌دانید؟» آغاز و باقی پرسش‌ها بر اساس پاسخ‌های مصاحبه‌شونده طرح می‌شد. فهرست گویه‌های به‌دست‌آمده از مطالعه اسناد و مقالات، تحلیل محتوا و همچنین مرحله مصاحبه، ۶ عامل (در حیطه‌های آموزش، مدیریت، برنامه‌ریزی، اطلاع‌رسانی، احساس مالکیت، اجتماعی) شناسایی گردید. برای تحلیل داده‌ها نیز از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی بهره گرفته شد.

یافته‌ها

همچنان‌که پیشتر گفته شد در این پژوهش، یافته‌های حاصل از مطالعه اسناد و تحلیل محتوای ۶۱ مورد پژوهش و ۲۹ مصاحبه به روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شد و نتایج حاصل از مطالعه اسناد و مدارک و پیشینه پژوهش به همراه خلاصه نتایج کدگذاری باز و محوری داده‌های پژوهش به شناسایی فرصت‌ها و موانع مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست منجر شد. در فرایند کدگذاری باز، متن مصاحبه با دقت خوانده شد و نکات مهم و مورد تأکید مصاحبه‌شوندگان شناسایی و استخراج گردید. در این مرحله تعداد ۱۸۹ کد برای مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست استخراج گردید. در مرحله کدگذاری محوری به هم‌خوانده کردن کدهایی که از لحاظ مفهومی شبیه یکدیگر بودند، پرداخته شد که در نهایت مفاهیم در حیطه‌های آموزش، مدیریت، برنامه‌ریزی، اطلاع‌رسانی، احساس مالکیت، اجتماعی مقوله‌بندی شدند. در مرحله کدگذاری گزینشی نیز چون جزء اصلی تئوری نمایان می‌گردید سعی شد کدگذاری گزیده‌تر انجام شود. نتایج حاصل از کدگذاری‌های باز، محوری و گزینشی مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در هر حیطه در جدول ۱، مشخص شده است.

^۱ Conceptual Interview

جدول ۱. عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در حیطه آموزش

کدگذاری انتخابی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری باز	مصاحبه	داده‌های به‌دست آمده از مطالعه کتابخانه‌ای
منبع محیط‌زیست		۱- توسعه پایدار و محیط زیست	۵	✓
		۲- اهمیت و ضرورت توجه به محیط‌زیست	۵	-
		۳- مسائل حال و آینده محیط‌زیست	۵	-
		۴- حقوق محیط‌زیست و جامعه	۹	-
		۵- استانداردهای محیط‌زیستی صنایع	۸	-
		۶- ملاحظات محیط‌زیستی در مکان‌یابی و استقرار صنایع	۳	
		۷- فاضلاب‌ها و گازهای صنعتی		
آلودگی		۸- مدیریت پسماند	۲	-
		۹- بازیافت	۵	✓
		۱۰- ارزیابی تأثیرات زیست‌محیطی آلودگی‌های صنایع	۶	-
		۱۱- شیوه‌های کنترل و پیشگیری از آلودگی‌های صنایع	۶	-
		۱۲- انواع و اهمیت منابع طبیعی	۲	✓
منابع طبیعی		۱۳- نحوه بهره‌برداری از منابع طبیعی	۲	-
		۱۴- تأثیر صنایع بر منابع طبیعی	۴	-
		۱۵- ارزیابی تأثیرات صنایع بر منابع طبیعی	۳	-
		۱۶- نحوه مصرف انرژی‌ها در صنایع	۳	✓
انرژی		۱۷- انرژی‌های تجدیدپذیر	۳	-
		۱۸- انرژی‌های تجدیدناپذیر	۷	-
		۱۹- انرژی‌های پاک	۶	✓
		۲۰- نحوه مصرف انرژی‌ها در صنایع	۵	✓ -
زیست‌بوم		۲۱- ارزیابی تأثیرات صنایع بر انرژی‌ها	۵	✓
		۲۲- ارزش و اهمیت تنوع زیستی و اکوسیستم‌ها	۵	-
		۲۳- شناخت اکوسیستم‌های ایران	۳	-
		۲۴- تأثیرات صنایع بر اکوسیستم‌ها	۶	-
ملاحظات زیست‌محیطی در زنجیره تأمین		۲۵- مواد اولیه سبز		
		۲۶- تولید سبز		
		۲۷- محصول سبز		
		۲۸- بسته‌بندی سبز		
		۲۹- حمل‌ونقل سبز		
		۳۰- بازاریابی سبز		

عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مطابق جدول (۱) ۲۹ کد باز، ۶ کد گزینشی (دانش مقررات محیط‌زیست، آلودگی، منابع طبیعی، زیست‌بومی و ملاحظات زیست‌محیطی در زنجیره

تأمین) و یک کد انتخابی (آموزش) شناسایی گردید که این عوامل بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مؤثر هستند.

جدول ۲. عوامل شناسایی شده بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در حیطه مدیریت

کدگذاری انتخابی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری باز	مصاحبه	داده‌های به‌دست‌آمده از مطالعه کتابخانه‌ای
		۱-رضایت عمومی جامعه در اثر کاهش ناسازگاری‌ها در تصمیمات	۳	-
		۲-افزایش آگاهی‌های عمومی جامعه درباره حفاظت محیط‌زیست	۲	✓
		۳-روشن شدن فرایند تصمیم‌گیری و تصمیمات نهایی	۳	✓
		۴-جلوگیری از پیامدهای منفی زیست‌محیطی در نتیجه تصمیمات نادرست	۹	-
	۹ ۳ ۸ ۳	۵-ارائه راه‌حل‌های بیشتر برای حل مشکلات زیست‌محیطی توسعه	۲	✓ -
		۶-کاهش هزینه‌های دولت ناشی از اتخاذ تصمیمات اشتباه	۶	✓ -
		۷-کاهش تضادها بین رشد اقتصادی و امنیت زیست محیطی	۵	✓
		۸-ارتباط مستمر و متقابل بین مردم و دولت	۳	-
		۹-گام برداشتن در راستای توسعه پایدار	۳	✓
		۱۰-انتشار فرهنگ حفظ محیط‌زیست با استناد به سنن و عقاید مذهبی	۱	-
		۱۲-اطلاع‌رسانی به مردم	۷	✓
		۱۲-اخذ نظریات شهروندان	۳	✓
		۱۳-مدنظر قرار دادن افکار عمومی	۵	-
		۱۴-ارائه خدمات بهتر	۹	-
	۹ ۳ ۸	۱۵-ارائه پیشنهادها و نظرات به مدیران شهری	۸	✓
		۱۶-مشارکت در نظرسنجی و نظرخواهی	۵	✓
		۱۷-مشارکت شهروندان در زیبا نگه‌داشتن محیط‌زیست	۳	✓
		۱۸-استقبال شهرداری از مشارکت	۶	✓
		۱۹-استحکام رابطه بین شهروندان و شهرداری	۳	✓
		۲۰-منابع آب	۳	-
	۹ ۳ ۲	۲۱-روشنایی	۹	✓
		۲۲-منابع گرمایشی (گاز شهری)	۲	-
		۲۳-ارزیابی تأثیرات صنایع بر منابع طبیعی	۶	-
		۲۴-نحوه مصرف انرژی‌ها در صنایع	۵	-
		۲۵-انرژی‌های تجدیدپذیر	۳	✓
		۲۵-انرژی‌های تجدیدناپذیر	۳	✓

کدگذاری انتخابی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری باز	مصاحبه	داده‌های به‌دست‌آمده از مطالعه کتابخانه‌ای
		۲۶- انرژی‌های پاک	۱	✓
		۲۷- حوزه مصرف انرژی‌ها در صنایع	۵	✓
		۲۸- ارزیابی تأثیرات صنایع بر انرژی‌ها	۵	✓
		۲۹- ارزش و اهمیت تنوع زیستی و اکوسیستم‌ها	۳	✓
		۳۰- تأثیرات صنایع بر اکوسیستم‌ها	۶	-

عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مطابق جدول ۲ دارای ۳۰ کد باز، ۳ کد گزینشی (همراه ساختن، مشورت، انرژی) و یک کد انتخابی (مدیریت) شناسایی گردید که این عوامل بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مؤثر هستند.

جدول ۳. عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در حیطه برنامه‌ریزی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری باز	مصاحبه	داده‌های به‌دست‌آمده از مطالعه کتابخانه‌ای
برنامه‌ریزی	بازمانده‌ی	۱- توسعه پایدار و محیط‌زیست	۳	-
		۲- اهمیت و ضرورت توجه به محیط‌زیست	۵	-
		۳- مسائل حال و آینده محیط‌زیست	۲	✓
		۴- حقوق محیط‌زیست و جامعه	۶	-
		۵- استانداردهای محیط‌زیستی صنایع	۹	✓
		۶- ملاحظات محیط‌زیستی در مکان‌یابی و استقرار صنایع	۲	-
		۷- فاضلاب‌ها و گازهای صنعت	۶	-
		۸- بازیافت	۶	-
		۹- ارزیابی تأثیرات زیست‌محیطی آلودگی‌های صنایع	۸	✓
		۱۰- شیوه‌های کنترل و پیشگیری از آلودگی‌های صنایع	۸	-
ارزیابی	بازمانده‌ی	۱۱- انواع و اهمیت منابع طبیعی	۲	-
		۱۲- ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی و تفسیر	۵	-
		۱۳- رعایت استانداردها در برگزاری تورهای اکوتوریستی	۱	-
		۱۴- آسیب‌شناسی برنامه‌های توسعه	۶	✓
		۱۵- توسعه طرح‌های ارزیابی زیست‌محیطی	۴	-
		۱۶- استفاده از ماشین‌آلات زباله‌سوز	۲	✓
		۱۷- تسویه فاضلاب شهری	۲	-
		۱۸- استفاده از انرژی‌های نو پایدار	۶	-
		۱۹- استفاده از فناوری‌های سازگار با محیط‌زیست	۵	-

عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مطابق جدول ۳ با ۱۹ کد باز، ۳ کد گزینشی (سازماندهی، ارزیابی، تکنولوژی) و یک کد انتخابی (برنامه‌ریزی) شناسایی گردید که این عوامل بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مؤثر هستند.

جدول ۴. عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در حیطه اطلاع‌رسانی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری باز	مصاحبه	داده‌های به‌دست آمده از مطالعه کتابخانه‌ای
		۱- آگاهی از وظایف خود در قبال محیط‌زیست	۵	-
		۲- آگاهی از وظایف سازمان محیط‌زیست	۱	-
		۳- آگاهی از حقوق سازمان محیط‌زیست	۳	-
		۴- آگاهی از آیین‌نامه‌ها، قوانین و مقررات سازمان محیط‌زیست	۷	-
		۵- آشنایی با حیات‌وحش و تنوع زیستی مناطق حفاظت‌شده	۵	-
		۶- تغییر نگرش زیست‌محیطی	۹	-
		۷- ارتقای آگاهی‌های زیست‌محیطی	۵	-
		۸- تقویت جنبه‌های آموزشی محیط‌زیست	۹	-
		ایجاد	۸	-
		۹- نهادینه شدن کدهای اخلاق محیط‌زیست	۵	-
		۱۰- آشنایی با دانش بومی و شیوه‌های حفاظت سنتی	۶	-
		۱۱- تأمین رضایت اکوتوریست‌ها	۸	-
		۱۲- ارتقای کیفیت تأسیسات و تسهیلات در مناطق اکوتوریستی	۵	-
		۱۳- رعایت استانداردها در برگزاری تورهای اکوتوریستی	۶	-
		۱۴- عملکرد مناطق حفاظت‌شده و نظارت بر آنها	۳	-
		۱۵- توسعه طرح‌های ارزیابی زیست‌محیطی	۵	-
		۱۶- کاهش مداخلات انسانی مخرب در مناطق تحت حفاظت	۶	-
		۱۷- برنامه‌ریزی کارآمد بازدید از مناطق	۹	-
		۱۸- حفظ منافع نسل‌های آینده	۶	-
		۱۹- افزایش بهره‌وری پایدار از مناطق اکوتوریستی کم	۲	-
		۲۰- آسیب‌شناسی برنامه‌های توسعه	۵	-
		۲۱- افزایش ارزش اقتصادی میراث طبیعی	۸	-
		۲۲- تعامل محیط‌زیست و اقتصاد پایدار	۵	-
		۲۳- مشارکت در همایش‌ها و جشن‌ها	۳	-
		۲۴- آگاهی از وظایف خود در قبال محیط‌زیست	۳	-
		۲۵- آگاهی از حقوق خود در قبال محیط‌زیست	۲	-

زیست‌محیطی

اطلاع‌رسانی

توسعه

توسعه

آگاهی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری باز	مصاحبه	داده‌های به‌دست آمده از مطالعه کتابخانه‌ای
		۲۶- آگاهی از وظایف محیط‌زیست	۳	-
		۲۷- آگاهی از حقوق محیط‌زیست	۵	-
		۲۸- آگاهی از آیین‌نامه‌ها، قوانین و مقررات محیط‌زیست	۶	-
		۲۹- گرفتن اطلاعات از طریق صدا و سیما	۵	-
		۳۰- شبکه جمع‌آوری و هدایت آب‌های سطحی	۴	-
		۳۱- شبکه جمع‌آوری فاضلاب منطقه به اصلاح	۷	-
		۳۲- تداخل فاضلاب با آب‌های زیرزمینی که سطح آن در منطقه بالاست	۳	-
		۳۳- ایجاد فضاهای سبز و باز به‌منظور تأمین نیازهای ساکنان و شاغلان	۶	-
		۳۴- انباشت غیراصولی زباله	۴	-
		۳۵- خدمات عمومی و اداری	۳	-
		۳۶- فضای باز و سبز و تفریحی	۳	-
		۳۷- حمل‌ونقل و پارکینگ	۵	-
		۳۸- شبکه راه‌ها	۳	-
		۳۹- راهنما و دستورالعمل حفاظت و ارتقای کیفیت محیطی	۶	-
		۴۰- ارتقای آگاهی زیست‌محیطی	۹	-
		۴۱- آشنایی با حیات وحش و تنوع زیستی مناطق حفاظت‌شده	۵	-
		۴۲- تغییر نگرش زیست‌محیطی افراد	۶	-
		تقویت جنبه‌های آموزشی	۵	-
		۴۳- اطلاع‌رسانی و تفسیر	۳	-
		۴۴- نهادینه شدن کدهای اخلاق زیست‌محیطی	۱۰	-

عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مطابق جدول ۴ با ۴۴ کد باز، ۴ کد گزینشی (زیست‌محیطی، حفاظت منابع، پاسخ گویی، آگاهی) و یک کد انتخابی (اطلاع‌رسانی) شناسایی گردید که این عوامل بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست، مؤثر هستند.

جدول ۵. عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در حیطه احساس

مالکیت

کدگذاری انتخابی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری باز	مصاحبه	داده‌های به‌دست آمده از مطالعه کتابخانه‌ای
	۱	۱- تردد وسایل حمل‌ونقل عمومی آلاینده	۳	-
	۲	۲- محدودیت‌های مرکز تاریخی	۲	-

داده‌های به‌دست آمده از مطالعه کتابخانه‌ای	مصاحبه	کدگذاری باز	کدگذاری گزینشی	کدگذاری انتخابی
✓	۳	۳- توسعه شبکه تردد همگانی		
-	۹	۴- تراکم ترافیک		
-	۲	۵- غیرگازسوز بودن وسایل حرارتی در برخی محله‌ها		
-	۳	۶- آلودگی صوتی در ۳۶ واحد آموزشی بالاتر از حد استاندارد		
✓	۱	۷- مرکز درمانی نیز به لحاظ آلودگی صوتی، در حد بالاتر از استاندارد		
-	۷	۸- رونق بازار محصولات محلی		
-	۳	۹- اشتغال‌زایی برای جوامع محلی		
✓	۵	۱۰- مشارکت جوامع محلی در برنامه‌های توسعه‌ای	۳	
-	۹	۱۱- تعامل محیط‌زیست و اقتصاد پایدار		
-	۸	۱۲- آشنایی با حیات‌وحش و تنوع زیستی مناطق حفاظت‌شده		
-	۵	۱۳- کاهش مداخلات انسانی مخرب در مناطق تحت حفاظت		احساس مالکیت
✓	۳	۱۴- آشنایی با دانش بومی و شیوه‌های حفاظت سنتی		
-	۶	۱۵- افزایش ارزش اقتصادی میراث طبیعی		
-	۳			
-	۹	۱۶- نقش جامعه محلی در حفظ جاذبه‌های طبیعی		
-	۵	۱۷- احترام به جوامع محلی و حفظ منافع آنها		
-	۴	۱۸- تغییر نگرش زیست‌محیطی افراد		
✓	۸	۱۹- تقویت جنبه‌های آموزشی اکوتوریسم	۳	
-	۳	۲۰- کاهش تخریب چشمه‌ها و آبشخور حیوانات		
✓	۳	۲۱- تعامل انسان با محیط‌زیست		
-	۶	۲۲- تأمین رضایت اکوتوریست‌ها		
-	۴	۲۳- حفظ منافع نسل‌های آینده		
✓	۴	۲۴- ترویج تولیدات دوستدار محیط‌زیست		
-	۳	۲۵- تردد وسایل حمل‌ونقل عمومی آلاینده		
-	۲	۲۶- محدودیت‌های مرکز تاریخی		

عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مطابق جدول ۵ با ۲۶ کد باز، ۳ کد گزینشی (حمل‌ونقل، جامعه محلی، مالی) و یک کد انتخابی (احساس مالکیت) شناسایی گردید که این عوامل بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست، مؤثر هستند.

جدول ۶. عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در حیطه اجتماعی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری باز	مصاحبه	داده های بدست آمده از مطالعه کتابخانه ای
		۱-ظروف یکبار مصرف	-	-
		۲-تمیز کردن حیاط منزل و پارکینگ	۵	✓
		۳-استفاده از پسماند غذاها را برای خوراک حیوانات	۲	✓
		۴-استفاده از مواد پاک‌کننده نانو	۸	-
	رفتار	۵-کشتن حشرات موذی	۱	-
		۶-خرید از خودرو شخصی	۳	✓
		۷-بتزین بدون سرب جهت سوخت خودرو	۵	-
		۸-خروج زودهنگام زباله‌های منزل	۱	-
		۹-خروج شب‌هنگام زباله‌های منزل	۳	✓
		۱۰-مصرف درست آب در حفظ محیط‌زیست	۲	-
		۱۱-مصرف درست برق در حفظ محیط‌زیست	۱	-
		۱۲-تفکیک زباله‌ها	۱	✓
	آگاهی و نگرش	۱۳-نقش حشره‌کش‌ها در تخریب محیط‌زیست	۲	-
		۱۴-تخریب محیط‌زیست مصرف کود شیمیایی	۳	-
		۱۵-جمع‌آوری زباله‌ها هنگام گردش در طبیعت و مشاهده زباله‌ها	۵	-
		۱۶-اهمیت پاک‌سازی محیط اطراف	۱	✓
		۱۷-آموزش مادران به فرزندان نگهداری طبیعت	۵	-
	اعتقادات دینی	۱۸-کلام آیات قرآن در نصیحت یا آموزش به دیگران جهت صرفه در مصرف	۶	-
		۱۹-حفاظت از حیوانات و گیاهان	۴	-
		۲۰-الگو گرفتن از دوستان یا آشنایان حفاظت از محیط‌زیست	۱	✓
		۲۱-راه‌نمایی از دوستان یا آشنایان حفاظت از محیط‌زیست	۵	✓
	معاشرت	۲۲-توصیه صرفه‌جویی به دوستان یا آشنایان	۵	-

عوامل شناسایی شده مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مطابق جدول ۶ با ۲۲ کد باز، ۴ کد گزینشی (رفتار، آگاهی و نگرش، اعتقادات، معاشرت) و یک کد انتخابی (اجتماعی) شناسایی گردید که این عوامل بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست مؤثر هستند.

جدول ۷. عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط زیست

ردیف	نام حیطة	تعداد گویه‌ها
۱	آموزش	۳۸
۲	مدیریت	۴۵
۳	برنامه‌ریزی	۱۶
۴	اطلاع‌رسانی	۳۹
۵	احساس مالکیت	۲۰
۶	اجتماعی	۳۲
	تعداد کل گویه‌ها	۱۸۹
	تعداد پژوهش‌ها مورد بررسی قرار گرفته	۶۸ مقاله
	بازه زمانی پژوهش‌ها مورد بررسی قرار گرفته	خارجی: سال ۲۰۰۸-۲۰۱۹ داخلی: سال ۱۳۸۸-۱۳۹۶
	تعداد افراد مصاحبه‌شونده	۲۹

بحث و نتیجه‌گیری



شکل ۱. عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان و گردشگران به منظور حفاظت از محیط زیست در شهرستان محمودآباد

یافته‌های پژوهش بر اساس مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که عوامل آموزش، اجتماعی، مدیریت، اطلاعات، برنامه‌ریزی، احساس مالکیت بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط زیست تأثیرگذار می‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان داد عوامل آموزش بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط زیست، تأثیر دارد. این نتیجه با نتایج تحقیق (مرصوصی، ۲۰۱۶)، (آلیس، ۲۰۱۹)، (المن ریچارد و ال. فلدمن دیوید، ۲۰۱۸)^۱، (تولایی و همکاران، ۲۰۱۷)، (مکنزی اف. جانسون، کوری هانا، لزی اکتون، روکساندرا پوپویچی، کیتی کی. کارانت و اریکا واینثال، ۲۰۱۴)^۲، (ریچل ام اسمال، لینکلن آر لارسون، گری تی گرین و آنه ام شنک، ۲۰۱۲)^۳، (او اکومولاف، ۲۰۱۱)^۴، (ابین دوچرتی،

¹ Elelman Richard & L. Feldman David, 2018

² McKenzie F. Johnson, Corrie Hannah, Leslie Acton, Ruxandra Popovici, Krithi K. Karanth & Erika Weinthal, 2014

³ Rachel M Small, Lincoln R Larson, Gary T Green & Anne M Shenk, 2012

⁴ O Akomolafe, 2011

رابینا گودلاد و رونان پدیسون، ۲۰۰۱)، (اف دهزاده، ۲۰۱۷)^۱، (اکبر حسن پور، سیدامیرضا ابطی و فرشید خمویی، ۲۰۱۸)، (زهرامتی و سیدمحمد شبیری، ۲۰۱۶)، (مریم قبادپور، غلامحسین برکت و فروزان فرخیان، ۲۰۱۴)، همراستا می‌باشد. با نتایج تحقیق (ملکی و سروستان، ۲۰۱۶) به جنس و تحصیلات، (نیکلاس الکساندرا اسزیبو، ۲۰۱۵)^۲ اقتصادی، اجتماعی، (کریستین استینس نیلسن، ۲۰۱۷)^۳ روان‌شناختی و (جاناتان پی. اتکینز، داریل باردون، مایک ایوت و آماندا جی. گریگوری، ۲۰۱۱)^۴ خدمات اکوسیستم و منافع اجتماعی و (صدیقه کیانی سلمی و محسن شاطریان، ۲۰۱۷) عوامل اجتماعی- فرهنگی و (ماری ال. اهر، ۲۰۰۷)^۵، (اسکل و گیفورد، ۲۰۱۰) اجتماعی و (اسزیبو، ۲۰۱۵) اقتصادی، اجتماعی، (سیده مریم هاشمیان، حسین بهروان و محسن نوغانی دخت بهمنی، ۲۰۱۳) اجتماعی، شبکه روابط اجتماعی، سن پرداختند و این مسائل از عوامل مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست در نظر گرفتند و همراستا با این تحقیق نمی‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان داد عوامل اجتماعی بر مشارکت شهروندان و گردشگران تأثیر دارد. این نتیجه با نتایج تحقیق (حسین یغفوری، واحد آقائی، مهدی موذنی و احد بدلی، ۲۰۱۷)، (جمال محمدی، کیوان باقری و سامان حیدری، ۲۰۱۵)، (سیدسعید زاهدزاهدانی و سیدمحسن زهری بیدگلی، ۲۰۱۲)، (هاشمیان و همکاران، ۲۰۱۳)، (اهر، ۲۰۰۷)، (صادق صالحی و زهرا قائمی اصل، ۲۰۱۳)، همراستا می‌باشد و با نتایج تحقیق (مرصوصی، ۲۰۱۶)، (آلیس، ۲۰۱۹)، (ریچارد و دیوید، ۲۰۱۸)، (تابیا تورینی، دانیل دورلر، آنت ریشر، فلوریان هیگل و آلتا بن، ۲۰۱۸)^۶، همراستا نمی‌باشد چون عوامل آموزشی از عوامل مؤثر بر مشارکت و (ملکی و سروستان، ۲۰۱۶) به جنس و تحصیلات، (اسزیبو، ۲۰۱۵) اقتصادی، (نیلسن، ۲۰۱۷) روان‌شناختی و (اسزیبو، ۲۰۱۵) اقتصادی و این مسائل از عوامل مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست در نظر گرفتند و همراستا با این تحقیق نمی‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان داد عوامل برنامه‌ریزی بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست تأثیر دارد. با نتایج تحقیق (یغفوری و همکاران، ۲۰۱۷)، (محمدی و همکاران، ۲۰۱۵)، (زاهدزاهدانی و همکاران، ۲۰۱۲)، (هاشمیان و همکاران، ۲۰۱۳)، (اهر، ۲۰۰۷)، (صالحی و قائمی اصل، ۲۰۱۳) همراستا می‌باشد و با نتایج تحقیق (سیتی هاجر سلیمان، تی تنگکو هانیدزا، حافظان جواهر و رستا هارون، ۲۰۱۳)^۷، (اسمال و همکاران، ۲۰۱۲)، (او آکومولاف، ۲۰۱۱)، (کیانی سلمی و شاطریان، ۲۰۱۷) همراستا نمی‌باشد چون عوامل آموزشی از عوامل مؤثر بر مشارکت و (ملکی و سروستان، ۲۰۱۶) به جنس و تحصیلات، (اسزیبو، ۲۰۱۵) اقتصادی، (نیلسن، ۲۰۱۷) روان‌شناختی و (اسزیبو، ۲۰۱۵) اقتصادی و این مسائل از عوامل مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست در نظر گرفتن و همراستا با این تحقیق نمی‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان داد عوامل احساس مالکیت بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست تأثیر دارد. با نتایج تحقیق (مرصوصی، ۲۰۱۶)، (محمدی و همکاران، ۲۰۱۵)، همراستا می‌باشد و با نتایج تحقیق (شهرزاد فریادی، ۲۰۰۵)، (نیلسن، ۲۰۱۷)، (آرمیندا پاگو و تانیا لاورادور، ۲۰۱۷)^۸، (یغفوری و همکاران، ۲۰۱۷)، همراستا نمی‌باشد؛ چون عوامل آموزشی از عوامل مؤثر بر مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست در نظر گرفتن و همراستا با این تحقیق نمی‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان داد عوامل مدیریت بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست تأثیر دارد با نتایج تحقیق (جعفری و همکاران، ۲۰۱۷)، (دانکن سی. مک کینلی، آبه جی. میلر راشینگ، هابدی ال. بالارد و همکاران، ۲۰۱۷)^۹، (اتکینز و همکاران، ۲۰۱۱) همراستا می‌باشد

¹ F Dehzadeh, 2017

² Nicola Alexandra Szibbo, 2015

³ Kristian Steensen Nielsen, 2017

⁴ Jonathan P. Atkins, Daryl Burdon, Mike Elliott & Amanda J.Gregory, 2011

⁵ Mary L Ohmer, 2007

⁶ Tabea Turrini, Daniel Dörler, Anett Richter, Florian Heigl & Aletta Bonn, 2018

⁷ SitiHajar Sulaiman, TI Tengku Hanidza, Hafizan Juahir & Rosta Harun, 2013

⁸ Arminda Paço & Tânia Lavrador, 2017

⁹ Duncan C. McKinley, Abe J. Miller-Rushing, Heidi L. Ballard et al, 2017

و با نتایج تحقیق (محمدی و همکاران، ۲۰۱۵)، (شهرزاد فریادی، ۲۰۰۵)، (نیلسن، ۲۰۱۷)، (پاکو و لاورادور، ۲۰۱۷) (یغفوری و همکاران، ۲۰۱۷)، هم‌راستا نمی‌باشد چون عوامل آموزشی از عوامل مؤثر بر مشارکت و (ملکی و سروستان، ۲۰۱۶) به جنس و تحصیلات، (اسزیبو، ۲۰۱۵) اقتصادی، (نیلسن، ۲۰۱۷)، روان‌شناختی این مسائل از عوامل مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست در نظر گرفتن و هم‌راستا با این تحقیق نمی‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان داد عوامل اطلاع‌رسانی بر مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در رتبه ششم قرار می‌گیرد. با نتایج تحقیق (هاشمیان و همکاران، ۲۰۱۳)، (آلیس، ۲۰۱۹)، (ریچارد و دیوید، ۲۰۱۸)، (تورینی و همکاران، ۲۰۱۸)، (جانسون و همکاران، ۲۰۱۴) هم‌راستا می‌باشد و با نتایج تحقیق (جعفری و همکاران، ۲۰۱۷)، (مک کینلی و همکاران، ۲۰۱۷)، (آتکینز و همکاران، ۲۰۱۱)، (ملکی و سروستان، ۲۰۱۶)، (محمدی و همکاران، ۲۰۱۵)، هم‌راستا نمی‌باشد؛ چون عوامل آموزشی، از عوامل مؤثر بر مشارکت و (ملکی و سروستان، ۲۰۱۶) به جنس و تحصیلات، (اسزیبو، ۲۰۱۵) اقتصادی، (نیلسن، ۲۰۱۷) روان‌شناختی این مسائل از عوامل مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست در نظر گرفتن و هم‌راستا با این تحقیق نمی‌باشد.

در ایران به دنبال افزایش شهرنشینی و سرعت بالای تغییرات در بافت‌های شهری به دلایل مختلف، کیفیت محیط‌زیست در نواحی شهری به‌شدت تنزل یافته است و این امر به‌خصوص در سالیان اخیر توجه خاص مردم و مسئولین را به خود معطوف کرده است. از این‌رو شهر محمودآباد نیز به دلیل رشد شتابان شهرنشینی طی ۴۱ سال اخیر، امروزه با مشکلات گوناگون زیست‌محیطی (مدیریت پسماند، افزایش سرانه فضای سبز ساماندهی صنایع و مشاغل آلاینده، جمع‌آوری حیوانات موزی، توسعه سیستم‌های حمل‌ونقل عمومی، ترمیم محیط‌های آلوده، حفظ منابع ملی، رضایت‌مندی ارباب رجوع، تأمین سلامت پرسنل و محافظت از نیروهای متخصص و کارآمد، جلب رضایت شهروندان و ...) مواجه و همچنین با توجه به برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز در تداوم برنامه سوم، از یک سو «توسعه مشارکت مردم در امور کشور» را در راستای ایجاد زمینه مناسب برای رشد و توسعه کیفیت محیط‌زیست شهری کشور مورد توجه قرار داده است. شهر محمودآباد، شهری ساحلی و توریستی می‌باشد. مسائل زیستی در این شهر بسیار اهمیت دارد. اگر در این شهر، مسائلی چون دفع زباله‌های شهری، پسماندهای آب، آب‌های سطحی مانند جوی‌های سطح شهر و ... مورد بررسی قرار نگیرند این شهر را با مشکلات زیادی روبه‌رو خواهند کرد. همان‌طور که می‌دانیم جذب گردشگر به فضای شهر نیز بستگی دارد. اگر در شهرهای توریستی، فضای ظاهری شهر از زباله‌ها و پسماندها انباشته شده باشد چهره شهر را در نظر بینندگان بد جلوه خواهد داد و از نظر جذب گردشگر با مشکل روبه‌رو خواهیم شد. از مسائل دیگر این است که بافت شهر، قدیمی است و این بافت قدیمی، یکی از علت‌های جذب گردشگر می‌باشد. برای حفظ این ظاهر باید جلوی ساخت‌وسازهای بی‌رویه در این شهر نیز گرفته شود و همه این‌ها محقق نخواهد شد جزء با مشارکت مردمی؛ به عبارت دیگر، مشارکت، وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف توسعه انسانی و یک ارزش مستقل در توسعه جوامع شهری به حساب می‌آید. در اجرای هر طرح که مردم در مراحل آن مشارکت فعالانه داشته باشند؛ غالباً موفقیت حاصل می‌شود و به همین دلیل، مشارکت مردم به‌عنوان مهم‌ترین عامل در موفقیت طرح‌ها به‌شمار می‌رود.

با توجه به جایگاه و اهمیت فراهم‌سازی و تسهیل فرایندها برای مشارکت بیشتر شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست، به نظر می‌رسد که پیشنهادهای ذیل می‌توانند در این خصوص مفید باشند:

- افزایش آگاهی‌های محیط‌زیستی از طریق آموزش برای کلیه ذی‌نفعان، علاقه‌مندان، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران و شهروندان و گردشگران و توضیح درباره شرایط محیط‌زیست و روند تغییرات آن و علل ریشه‌ای، نتایج و پیامدهای حاصل بر جامعه و اقتصاد و اکوسیستم‌های منطقه محمودآباد

- پشتیبانی و ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و طرح/برنامه‌ریزی از فعالان محیط‌زیست و شهروندان و گردشگران خواهان مشارکت در حفاظت از محیط‌زیست
- اطلاع‌رسانی گسترده در تمام سطوح جامعه در خصوص مسائل قریب‌الوقوع زیست‌محیطی و اکوسیستمی شهرستان محمودآباد
- تدوین برنامه‌هایی در سطح شهر و محله‌های شهری در راستای افزایش و تقویت سرمایه‌های اجتماعی در میان شهروندان
- ارائه مشوق‌هایی نظیر معافیت مالیاتی و کاهش عوارض شهرداری یا تخفیف آنها برای شهروندانی که در حفاظت از محیط‌زیست مشارکت بیشتری دارند.
- تدوین برنامه‌هایی در راستای ارزیابی سالانه از فرایند و میزان مشارکت شهروندان و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست در ابعاد مختلف و شناسایی موانع و مشکلات آن
- ایجاد زبان مشترک برای برقراری ارتباط میان شهروندان و گردشگران و طرف‌های درگیر در تمام سطوح، امکان مقایسه شرایط محیط‌زیستی با منطقه‌های دیگر استان مازندران
- ارزیابی مقدماتی از مشارکت شهروندان و گردشگران به تناسب اقدامات و واکنش‌های صورت‌گرفته در مدیریت حفاظت از محیط‌زیست شهرستان محمودآباد
- معرفی محصولات سبز به شهروندان و گردشگران برای تشویق به مشارکت بیشتر در حفاظت از محیط‌زیست
- معرفی فناوری‌های سازگار با محیط‌زیست از طریق مشارکت شهروندان و گردشگران و شبکه‌های اجتماعی
- برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های تخصصی در مورد جذب بیشتر مشارکت بیشتر گردشگران و شهروندان.

References

- Abbaszadeh, M., Bani Fatemeh, H., Alizadeh Aqdam, M. B., & Alavi, L. (2016). Study of Intervening Effect of Environmental Responsible Attitude on the Relationship of between Place Attachment and Environmental Responsible Behavior. *Journal of Applied Sociology*, 27(2), 61-80. <https://doi.org/10.22108/jas.2016.20491>
- Adams, J. D., Ibrahim, S., & Lim, M. (2010). Invoking the ontological realm of place: A dialogic response. In *Cultural Studies and Environmentalism*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-90-481-3929-3_17
- Adrian, B., Florian, G. K., & Nina, R. (2011). One for All? *European Psychologist*, 16(4), 324-333. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000032>
- Akomolafe, O. (2011). Impact of personal factors on environmental education in tertiary institutions in Ekiti State, Nigeria. *International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education*, 1(1), 559-564. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1079.813&rep=rep1&type=pdf>
- Alice. (2019). Participation training for urban environment for environmental protection through online polls Cities. 85(February 2019), 38-50.
- Atkins, J. P., Burdon, D., Elliott, M., & Gregory, A. J. (2011). Management of the marine environment: Integrating ecosystem services and societal benefits with the DPSIR framework in a systems approach. *Marine Pollution Bulletin*, 62(2), 215-226. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2010.12.012>
- Azizian Dehkordi, B., Zamindar, N., Ghorbani, Z., & Mosaffi, L. (2020). Investigation of physicochemical and microbial changes of freshly cut cucumber in a modified atmosphere package made of polypropylene containing clay nanoparticles. *Iranian*

- Journal of Nutrition Sciences and Food Industry*, 15(1), 83-92. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=541444>
- Azizian, M. S., Zarei, R., & Mafakheri, Sh. (2015, February 14). *Study of the role of citizen participation in the protection of the urban environment and provide practical solutions in this field*. The Second International Conference on Cement and Concrete Industry Research and the Second National Conference on Civil Engineering, Urban Planning and Sustainable Development, Tehran, Iran. <https://civilica.com/papers/1-6330/>
- Bahramian, A., Panahi, S., Yousefpour, J., & Zarbakhsh, F. (2019). Defining Elements and Causes of Creating a Sense of Attachment and Belonging to Place by Studying the Interaction between Humans and the Artificial Environment. *International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science*, 8(1), 45-60. <https://doi.org/10.33945/SAMI/IJASHSS.2019.8.4590>
- Björk, P. (2000). Ecotourism from a conceptual perspective, an extended definition of a unique tourism form. *International Journal of Tourism Research*, 2(3), 189-202. [https://doi.org/10.1002/\(SICD\)1522-1970\(200005/06\)2:3<189::AID-JTR195>3.0.CO;2-T](https://doi.org/10.1002/(SICD)1522-1970(200005/06)2:3<189::AID-JTR195>3.0.CO;2-T)
- Chiu, Y.-T. H., Lee, W.-I., & Chen, T.-H. (2014). Environmentally Responsible Behavior in Ecotourism: Exploring the Role of Destination Image and Value Perception. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(8), 876-889. <https://doi.org/10.1080/10941665.2013.818048>
- Dehzadeh, F. (2017). *Environmental Education Needs of Undergraduate Industrial Students* [Master, Humanities]. Ulan Bator, Mongolia.
- Docherty, I., Goodlad, R., & Paddison, R. (2001). Civic Culture, Community and Citizen Participation in Contrasting Neighbourhoods. *URBAN STUDIES*, 38(12), 2225-2250. <https://doi.org/10.1080/00420980120087144>
- Faryadi, S. (2005). Senasi Method of Local Environmental Planning with People's Participation (Biology in the Form of an Environmental Management System). *Journal of Environmental Studies*, 31(37), 137. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?ID=29505>
- Ghobadpour, M., Barakat, Gh. H., & Farrokhan, F. (2014, August 7). *Environmental training needs assessment of male teachers Ahvaz Conservatories* The Second National Conference on Environmental Research, Hamedan, Iran. <https://civilica.com/doc/292694/>
- Godfrey, K., & Clarke, J. (2000). *The tourism development handbook: a practical approach to planning and marketing*. Burns & Oates. <https://www.cengage.co.uk/books/9781844801169/>
- Hall, D. R., & Richards, G. (2000). *Tourism and sustainable community development*. Routledge London. <https://www.routledge.com/Tourism-and-Sustainable-Community-Development/Hall-Richards/p/book/9780415309158>
- Hashemian, S. M., Behravan, H., & Noghani Dokhtbahmani, M. (2013). Factors affecting on the citizens' Social participation in the civic affairs in Mashhad. *Journal of Social Sciences*, 10(1), 173-195. <https://doi.org/10.22067/jss.v0i0.16704>
- Hassanpoor, A., Abtahi, S. A., & Khamoie, F. (2018). Identifying and prioritizing Green training needs of staff using network analysis process (ANP). *Environmental Education and Sustainable Development*, 6(2), 9-24. <https://iranjournals.nlai.ir/handle/123456789/385971>
- Hemmati, Z., & Shobeiri, S. M. (2016). Review the status of environmental education in Iran and comparison with other countries. *Human & Environment*, 14(2), 61-81. <https://h>

- e.srbiau.ac.ir/article_9363_dcadf6eca50820407236ae9cfcfe47d9.pdf
- Jafari, S., Najarzadeh, M., Jafari, N., & Rajabi, N. (2017). The Structural Relationship of Perceived Value and Tourist Satisfaction with Environmentally Responsible Behavior: The Mediating Role of Tourist Activity Involvement. *Tourism Management Studies*, 12(37), 115-151. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.11853.1310>
- Johnson, M. F., Hannah, C., Acton, L., Popovici, R., Karanth, K. K., & Weinthal, E. (2014). Network environmentalism: Citizen scientists as agents for environmental advocacy. *Global Environmental Change*, 29, 235-245. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2014.10.006>
- Khademizadeh, S., Abdolahi, F., & Bigdeli, Z. (2019). The Study of Personal Knowledge Management Status of Shahid Chamran University (of Ahvaz) Staff. *Academic Librarianship and Information Research*, 53(1), 1-1. <https://doi.org/10.22059/jlib.2019.252628.1301>
- Kiani Salmi, S., & Shaterian, M. (2017). Identifying Socio-Cultural Factors Affecting Environmental Protection (Case Study: Citizens of Kashan). *Quarterly Journal of Environmental Education and Sustainable Development*, 6(2), 101-115. <https://iranjournals.njai.ir/handle/123456789/385978>
- Kudryavtsev, A., Stedman, R. C., & Krasny, M. E. (2012). Sense of place in environmental education. *Environmental Education Research*, 18(2), 229-250. <https://doi.org/10.1080/13504622.2011.609615>
- Larijani, M., & Razi Kordmahaleh, L. (2017). Explain the structure of identifying and prioritizing green jobs in the field of renewable energy: Wind energy. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 14(42), 15-32. https://karafan.tvu.ac.ir/article_100503.html?lang=en
- Maleki, S., & Sarvestan, R. (2016). Participation Assessment Of Citizens In Environmental And Services Urban Areas Baghmalek. *Urban Management Studies*, 8(25), 25-38. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=518596>
- Marsousi. (2016). *Comparative evaluation of urban environmental quality and its role in promoting citizen participation in areas 2 and 22 of Tehran metropolis* [Master, Payame Noor University of Central Tehran]. Iran.
- McKinley, D. C., Miller-Rushing, A. J., Ballard, H. L., Bonney, R., Brown, H., Cook-Patton, S. C., Evans, D. M., French, R. A., Parrish, J. K., Phillips, T. B., Ryan, S. F., Shanley, L. A., Shirk, J. L., Stepenuck, K. F., Weltzin, J. F., Wiggins, A., Boyle, O. D., Briggs, R. D., Chapin, S. F., ... Soukup, M. A. (2017). Citizen science can improve conservation science, natural resource management, and environmental protection. *Biological Conservation*, 208, 15-28. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2016.05.015>
- Mohammadi, J., Bagheri, Keyvan., & Heidari, Saman. (2015). Assessing the extent of citizens' participation in urban affairs and the factors affecting it (Case study: Sanandaj city). *Social Analysis of Social Order and Inequality*, 7(2), 179-209. https://jsoa.sbu.ac.ir/article_99200.html
- Moradi Masihi, V., & Ghasemi, A. (2014). The Role of Tourism in the Economic Development of Rural Settlements in Behshahr. *Space Economics and Rural Development*, Third Year, 3(2), 124-105. <https://serd.khu.ac.ir/article-1-2016-fa.html>
- Motamedi Nia, Z., Papzan, A., & Mahdizadeh, H. (2014). Factors Effective on Environmental Attitude of Owners and Managers of Agricultural SMEs in Kermanshah and Ilam Provinces. *Journal of Natural Environment*, 67(1), 91-103. <https://doi.org/10.22059/jne.2014.51002>
- Nielsen, K. S. (2017). From prediction to process: A self-regulation account of environmental

- behavior change. *Journal of Environmental Psychology*, 51, 189-198. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.04.002>
- Ohmer, M. L. (2007). Citizen Participation in Neighborhood Organizations and Its Relationship to Volunteers' Self- and Collective Efficacy and Sense of Community. *Social Work Research*, 31(2), 109-120. <https://doi.org/10.1093/swr/31.2.109>
- Paço, A., & Lavrador, T. (2017). Environmental knowledge and attitudes and behaviours towards energy consumption. *Journal of Environmental Management*, 197, 384-392. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.03.100>
- pourjavan, k. (2019). Explanation of Smart City and Urban Smart Transportation Solutions. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 16(45), 15-34. https://karafan.tvu.ac.ir/article_100529_2b83e2c5d1806975f421e9f37f4c0b21.pdf
- Ram, Y., Björk, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 52, 110-122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.010>
- Rashid, N. R. N. A., & Mohammad, N. (2012). A Discussion of Underlying Theories Explaining the Spillover of Environmentally Friendly Behavior Phenomenon. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 50, 1061-1072. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.106>
- Rezaian, S., Jozi, S.A., & Malmasi, S. (2019). Investigating the role of citizen participation in the protection of the urban environment (Case study: District 9 of Tehran Municipality). *Environment and cross-sectoral development*, 3(62), 59-70. <https://iranjournals.nlai.ir/handle/123456789/95624>
- Richard, E., & David, L. F. (2018). The future of citizen engagement in cities—The council of citizen engagement in sustainable urban strategies (ConCensus). *Futures*, 101, 80-91. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.06.012>
- Royo, S., Yetano, A., & Acerete, B. (2014). E-Participation and Environmental Protection: Are Local Governments Really Committed? *Public Administration Review*, 74(1), 87-98. <https://doi.org/10.1111/puar.12156>
- Saffari Nia, M., Poladi Rey Shahri, A., & Mardani Valandani, Z. (2016, May 16-17). *Spatial attachment, environmental attitudes and environmental protection behaviors*. National Congress of Social Psychology of Iran, Tehran, Iran. <https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?ID=47247>
- Salehi, S., & Ghaemi Asl, Z. (2013). On the role of environmental education in the occurrence of environmental protection behaviors (a case study of high school girls in Babol). *Quarterly Journal of Environmental Education and Sustainable Development*, 1(3), 67-79. <https://iranjournals.nlai.ir/handle/123456789/385899>
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). The relations between natural and civic place attachment and pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 289-297. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.01.010>
- Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997). *Rural tourism: An introduction*. Thomson Learning. https://books.google.com/books/about/Rural_Tourism.html?id=E0EaAQAAMAAJ
- Small, R. M., Larson, L. R., Green, G. T., & Shenk, A. M. (2012). Effects of an environmental educator training workshop on environmental knowledge, awareness, and teaching self-efficacy. *Illuminare*, 10(1), 30-43. <https://scholarwork.siu.edu/journals/index.php/illuminare/article/view/1912>
- Soleimani, A., Nohegar, A., & Salehi, E. (2019). Effects of Place Attachment Component's on Social Participation in Environmental Protection (Case study: Region one of

- Tehran municipality). *Journal of Environmental Science Studies*, 4(1), 1013-1020. http://www.jess.ir/article_86914_7f699b6885bf084e79f3a494bb0b4202.pdf
- Sulaiman, S., Hanidza, T. T., Juahir, H., & Harun, R. (2013). Developing Scales for Measuring Teachers' Acceptance of The Environmental Education (EE) Kit: A Pilot Study in Malaysian Schools. *World Applied Sciences Journal*, 23(6), 726-733. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.388.4103&rep=rep1&type=pdf>
- Szibbo, N. A. (2015). *Livability and LEED-ND: The Challenges and Successes of Sustainable Neighborhood Rating Systems*. University of California, Berkeley. <https://www.proquest.com/openview/c6a548a90d85b5e1c1582236e6c38d0f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>
- Taghvaei, M., Babanasab, R., & Moosavi, C. (2009). An Analysis Of Assessment Of Effective Factors On Citizens' Participation In Civic Management: Case Study Of District 4 Of Tabriz. *Urban-Regional Studies And Research (University Of Isfahan)*, 1(2), 19-36. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=210684>
- Tavalaee, S., Soleimany, M., Jahani Dowlatabad, R., & Jahani Dowlatabad, E. (2017). The role of participation in sustainable tourism industry (Case study: Sarein). *Human Geography Research*, 49(1), 95-113. <https://doi.org/10.22059/jhgr.2017.53814>
- Turrini, T., Dörler, D., Richter, A., Heigl, F., & Bonn, A. (2018). The threefold potential of environmental citizen science - Generating knowledge, creating learning opportunities and enabling civic participation. *Biological Conservation*, 225, 176-186. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2018.03.024>
- Vitman-Schorr, A., & Ayalon, L. (2020). Older adults' mental maps of their spatial environment: Exploring differences in attachment to the environment between participants in adult day care centers in rural and urban environments. *Journal of Housing and the Built Environment*, 35(4), 1037-1054. <https://doi.org/10.1007/s10901-020-09737-5>
- Wisansing, J. (2008). Community driven tourism planning: a critical review. *AU-GSB e-JOURNAL*, 1(1), 47-59. <https://repository.au.edu/handle/6623004553/14710>
- Yaghfoori, H., Aghaei, V., Moazzeni, M., & Badali, A. (2017). The role of management indicators and social capital in promoting citizen's participation in urban affairs (Case Study: Parsabad City). *Regional Planning*, 7(27), 133-146. http://jzpm.miau.ac.ir/article_2461.html?lang=en
- Zahed Zahedani, S. S., & Zohri Bidgoli, S. M. (2012). Urban Management and Explaining the Social Participation of Citizens in Municipality. *Quarterly Journal of Urban Sociological Studies*, 2(5), 83-120. <https://www.noormags.ir/view/en/articlepage/98021/86/image>
- Zarei, A., Ghorbani, F., & Pedramnia, M. (2013). The study of effective factors on visitors' behavioral intentions in tourist destinations. *Tourism Management Studies*, 7(20), 141-166. <https://doi.org/10.22054/tms.2013.3985>



Presenting a Qualitative Model of Alignment of Talent Identification Strategies of Iranian Sports Federations

Asgar Ghanbari¹, Majid Khorvash^{2*}, Ahmadreza Askari³

¹PhD Student in Strategic Management in Sport, Department of Physical Education and Sport Science, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Mobarakeh, Iran.

² Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Science, Majlesi Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

³Associate Professor, Department of Physical Education and Sport Science, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Mobarakeh, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 03.01.2021

Revised: 05.08.2021

Accepted: 05.17.2021

Keyword:

Talent
Federations
Sport
Strategy

***Corresponding Author:**

Majid Khorvash

Email: majid_mmf@yahoo.com

ABSTRACT

The present study was conducted to provide a qualitative framework for qualitative Model Talent Identification Strategies for Iranian Sports Federations adaptation. The research was an exploratory study carried out using Grounded Theory, in-depth interviews and content and structural analysis based on Strauss and Corbin (2008). To gather data, 17 experts were purposefully selected, and by applying the snowball sampling method, the interviews continued till reaching theoretical saturation. Qualitative data analysis was undertaken by MAXQDA software, and the final model was reported. Based on the components of the paradigm model, 4 main factors (financial resource management, specialized management), 6 causal factors (role of media, scientific view of sports), 6 contextual factors (development of public sports, creation of talent identification centers), 7 intervening factors (weak management, attention to athletes' needs), 8 strategic factors (improving the knowledge of coaches, support of federations), 10 consequences (reducing costs, sustainable development of sports) were identified. Based on the overall conclusion, the country's sports authorities should attempt to coordinate and align talent identification strategies in sports federations by providing the main factors and managing the underlying and intervening factors, planning and explaining appropriate talent identification strategies. This can be helpful not only in identifying and nurturing talented individuals in specialized fields, but also in benefiting society from its obvious cultural, social, economic, and political consequences.





ارائه مدل کیفی همسویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران

عسگر قنبری^۱، مجید خوروش^{۲*}، احمدرضا عسکری^۳

- ۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مبارکه، دانشگاه آزاد اسلامی، مبارکه، ایران.
- ۲- استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مجلسی، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
- ۳- استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مبارکه، دانشگاه آزاد اسلامی، مبارکه، ایران.

چکیده

تحقیق حاضر به‌منظور ارائه مدل هم‌سویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران به‌صورت کیفی انجام شد. روش تحقیق حاضر اکتشافی، از نوع نظریه داده‌بنیاد (گراندد تئوری) بود که در قالب مصاحبه و تحلیل محتوایی و ساختاری مصاحبه‌ها با رویکرد استقرایی به روش استراوس و کوربین انجام شد. به‌منظور گردآوری اطلاعات از افراد متخصص، کارشناسان و خبرگان مطلع در حیطه استعدادیابی به تعداد ۱۷ نفر به‌صورت هدفمند و به شیوه گلوله برفی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و مصاحبه‌ها تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. برای تحلیل کیفی، از نرم‌افزار MAXQDA استفاده شد و مدل نهایی گزارش گردید. بر پایه مؤلفه‌های مدل پارادایمی، ۴ عامل اصلی (مدیریت منابع مالی، مدیریت تخصصی)، ۶ عامل علی (نقش رسانه‌ها، نگاه علمی به ورزش)، ۶ عامل زمینه‌ای و بسترساز (توسعه ورزش همگانی، ایجاد مراکز استعدادیابی)، ۷ عامل مداخله‌گر (ضعف مدیریت، توجه به نیازهای ورزشکاران)، ۸ عامل راهبردی (ارتقای دانش مربیان، حمایت فدراسیون‌ها)، ۱۰ پیامد (کاهش هزینه‌ها، توسعه پایدار ورزش) شناسایی شد. براساس جمع‌بندی کلی، متولیان ورزش کشور باید ضمن مهیاسازی عوامل اصلی و مدیریت عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر، با برنامه‌ریزی و تبیین راهبردهای استعدادیابی مناسب، نسبت به هماهنگی و هم‌سوسازی راهبردهای استعدادیابی در فدراسیون‌های ورزشی تلاش کنند تا علاوه بر شناسایی و شکوفایی استعدادها در حوزه‌های تخصصی، جامعه نیز از پیامدهای آشکار فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی آن بهره‌مند گردد.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۱۱

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۱۸

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۲۷

کلید واژگان:

استعدادیابی
فدراسیون‌ها
ورزش
راهبرد

*نویسنده مسئول: مجید خوروش
پست الکترونیکی:
majid_mmf@yahoo.com



مقدمه

معضل‌ها و راه‌حل‌های بهینه‌سازی استعدادیابی و توسعه در ورزش، معطوف به روشن ساختن اهداف و ابتکارات شناسایی استعدادها مانند تعریف استعداد و چگونگی تکامل معنای آن در طول زمان است. در رابطه با سلامت، شناسایی و رشد استعدادها، محققان و پزشکان می‌توانند روش‌هایی را برای بهینه‌سازی رویکرد خود در شناسایی و توسعه استعدادها در نظر بگیرند. به‌طور خلاصه، استعداد یک پدیده پیچیده است که فاقد شواهد تحقیقاتی قوی است و با توجه به نگرانی از بالقوه ناسالم بودن، شناسایی و انتخاب استعداد در سنین پایین توصیه نمی‌شود (کوین تیل و جوزف بیکر، ۲۰۲۰)^۱. امروزه اتخاذ سیاست‌ها، راهبردها و رویه‌های صحیح و کارآمد استعدادیابی در جوامع مختلف به یک مسئله اساسی تبدیل شده است؛ بنابراین شناسایی اجزا و عناصر مدیریت استعداد در جوامع مختلف با زیرساخت‌ها، منابع، مزیت‌ها و بازارهای متفاوت، مهم‌ترین فعالیت مطالعاتی برای تصمیم‌گیری درباره استعدادهاست. از این رو محققان این حوزه به روش‌های مختلف تلاش می‌کنند عوامل مؤثر بر تحرکات فیزیکی نخبگان و نیروهای دانشی را رصد کنند و به روش‌های مستقیم و غیرمستقیم ضمن شناسایی این عوامل، نحوه تصمیم‌گیری و نوع تصمیمات مدیران این حوزه را تحت تأثیر قرار دهند (علی مبینی دهکردی و بهروز طهماسب کاظمی، ۲۰۱۳). در پژوهشی که با عنوان واكوی میزان قدرت و منافع ذی‌نفعان سیستم مدیریت استعداد در ورزش استان گیلان براساس ماتریس مندلو انجام گرفت، نشان داد میان ذی‌نفعان، مربیان، بیشترین قدرت (۴/۲۸) و کارکنان پشتیبانی، کم‌ترین قدرت (۲/۹۵) را دارند. همچنین مدیران ورزش، بیشترین منافع (۴/۱۴) و کارکنان پشتیبانی، کم‌ترین منافع (۳/۰۶) را دارند. همچنین ماتریس مندلو جایگاه قدرت و منافع هر یک از ذی‌نفعان را نشان داد. از نتایج تحقیق می‌توان برای به‌کارگیری استراتژی‌های ارتباطی و رفتارهای سازگارانه به‌منظور پاسخ‌گویی به تقاضاهای مختلف و متضاد در سیستم استعدادیابی ورزش استان گیلان استفاده کرد (مریم فرشید، حمیدرضا گوهررستمی و رحیم رضائی نژاد، ۲۰۲۰). اگر در گذشته سنت‌ها، آمان‌ها، فشار والدین، تشخیص معلم، تجهیزات ورزشی در دسترس در هدایت افراد به سمت ورزشی خاص، ایفای نقش می‌کرد، امروزه روش‌های علمی استعدادیابی مبتنی بر ارزشیابی کیفیت‌های ورزشکار در شاخص‌های اصلی پیشنهاد می‌گردد و روش‌های سنتی و بصری استعدادیابی به چالش کشیده می‌شوند و مورد انتقاد قرار می‌گیرند (پاتریشیا کوتینیو، ایزابل مسکیتا و آنتونیو ام فونسکا، ۲۰۱۶)^۲. بدین منظور در راستای علمی کردن استعدادیابی ورزشی، در تحقیقی از سیستم رایانه‌ای برای استعدادیابی در ورزش استفاده شد و در آن از دو روش فرضی: تشخیص الگو بر اساس بهینه‌سازی چند معیاره و الگوریتم طبقه‌بندی نظارت شده بر یادگیری مدنظر قرار گرفت. انبوهی از تصمیمات و اطلاعات به روش نظام‌مند به‌دست آمد که نتایج آن نشان داد با موفقیت می‌توان از هر دو روش برای استعدادیابی در ورزش استفاده کرد (ماسیچ کاجانوفسکی، ۲۰۱۷)^۳. علوم ورزشی و به دنبال آن استعدادیابی علمی، از اهمیت به‌سزایی برخوردار است که به مهارت و تخصص نیاز دارد. با توجه به فشارهای موجود بر کودکان خردسالی که در سنین پایین برای انتخاب ورزش تخصصی از طرف والدین یا مربیان وجود دارد، در صورتی که به استعداد ذاتی و ویژگی‌های جسمانی توجه نشود ممکن است در آینده به شکست فرد منجر شود؛ بنابراین استعدادیابی علمی، این امکان را فراهم می‌کند تا مربیان ورزشی و والدین در استفاده از روش‌های جدید، برای کشف استعدادها و توسعه مهارت، همکاری لازم را داشته باشند و باعث پرورش آن گردند (کیت دیویدز و دوارته آراوخو، ۲۰۱۹)^۴. همچنان که ورزش می‌تواند فرد را از آسیب‌های اجتماعی مصون دارد (مریم هدائیان و رقیه دادخواه، ۲۰۱۶). گاهی این امکان هم وجود دارد که در اثر

¹ Kevin Till & Joseph Baker, 2020

² Patrícia Coutinho, Isabel Mesquita & António M Fonseca, 2016

³ Maciej Kaczanowski, 2017

⁴ Keith Davids & Duarte Araújo, 2019

عدم استعدادیابی صحیح، موجب آسیب‌های اجتماعی گردد. برخی تحقیقات نشان می‌دهند کودکانی که آسیب‌های روحی را تجربه کرده‌اند یا درست استعدادیابی نشده‌اند، مشارکت در ورزش می‌تواند مکانی برای انحراف، سرخوردگی، از کار افتادگی و آسیب دیدن از طریق شرکت در ورزش باشد. در حالی که بسیاری از تحقیقات عمدتاً بر تأثیرات مثبت ورزش، متمرکز بوده است. محققان در مصاحبه با ۴۱ ورزشکار قدیمی و افراد صاحب‌نظر، به این نتیجه رسیدند که چگونه یک سیستم ورزشی با روش استعدادیابی درست می‌تواند به عدم سرخوردگی در ورزش، جدا شدن از ورزش و آسیب‌های وارد شده توسط ورزش کمک کند (ویلیام وی ماسی و مریدیت آ ویتلی، ۲۰۲۰).^۱

پیدا کردن استعداد ورزشی و آموزش، منجر به کسب توانایی‌های بدنی، فیزیولوژیکی، و بهداشت روانی که کمک زیادی به عملکرد ورزشکار می‌کند، نه تنها می‌تواند به پیروزی تیم منجر شود بلکه اطمینان حاصل می‌شود که افراد همچنان در بهبود استعدادهای خود و اقدامات پیشگیرانه در برابر صدمات مشارکت دارند. با اینکه این خدمات هزینه زیادی دارند، ولی به‌منظور جلوگیری صدمات در طولانی‌مدت و توسعه مناسب عملکرد ورزشکاران مقرون‌به‌صرفه‌تر است (لاله حاکمی، ۲۰۱۵). هزینه‌کرد در ورزش، یک امر اجتناب‌ناپذیر است ولی روش‌هایی نیز برای کاهش هزینه‌ها وجود دارد. نتایج حاصل از تحقیق شاخص‌های اصلی استعدادیابی ژیمناستیک زنان نشان داد که به‌کارگیری روش‌های علمی استعدادیابی، موجب کاهش هزینه‌ها می‌شود (جوهان پیون، آندریاس هومن، تیانبیائو لیو، ماتیو لنوآر و ویرله سگرز، ۲۰۱۷).^۲ همچنین در تحقیقی که با عنوان دانش‌آموزان با استعداد و با استعداد در ورزش در سیستم دبستان اسلوونی انجام شد نتایج نشان داد که معلمان، از نقش و اهمیت کشف و کار با دانش‌آموزان مستعد آگاه هستند اما آنها برای جلوگیری از اشتباهات و مشکلات احتمالی که ممکن است در کار خود داشته باشند، به آموزش حرفه‌ای اضافی نیاز دارند. سهم علمی، نشان‌دهنده سهم مهمی در زمینه کار با دانشجویان با استعداد است؛ زیرا برای اولین بار در اسلوونی نظرات کادر آموزشی و ارزیابی صلاحیت آنها با چنین گروهی از دانشجویان ارائه شد (موجکا کوانجا گابریلجسک، تادجا ولموت و نیکا راجوک، ۲۰۲۱).^۳ در یک مفهوم‌سازی علمی، پیشنهادی از استعداد در ورزش، پنج وجه از استعداد پیشنهاد شد که عبارتند از: ذاتی (یعنی منشأ عناصر بیولوژیکی موجود در بدو تولد)، چند بعدی (شامل ظرفیت‌هایی از طیف وسیعی از مقولات گسترده شناختی، جسمی و روانی)، ظهور (شامل فعل و انفعالات در بین عواملی که با هم ترکیب می‌شوند)، پویا (یعنی در حال تحول در طول زمان توسعه به دلیل تعامل با محیط و بیان ژن تصادفی) و هم‌زیستی (یعنی عوامل فرهنگی و اجتماعی) ارزش‌نهایی استعداد فرد را تعیین می‌کنند (جوزف بیکر، نیک واتی و جوک شورر، ۲۰۱۹).^۴ تحلیل عوامل مؤثر در توسعه استعدادهای موفق لیگ دسته اول و دسته دوم فوتسال زنان ایران نشان داد که در بین مؤلفه‌های پژوهش، بعد فرهنگی با بار عاملی ۰/۷۱، بیشترین و حمایت مالی با بار عاملی ۰/۲۸، کمترین تأثیر را بر توسعه استعدادهای موفق داشتند. به‌طور کلی، براساس نتایج، بازیکنان با استعداد برای فرایند موفقیت خود در رشته ورزشی بیشتر از همه نیازمند تأثیر و توسعه عوامل فرهنگی هستند و شاید این مسئله به‌عنوان یکی از معضلات ورزش زنان در حال حاضر باشد که مدیران ورزش در بخش زنان باید به این نتایج توجه کنند (عذرا افتخاری، حمیدرضا گوهررستمی و ابوالفضل درویشی، ۲۰۱۹). در پژوهشی که با عنوان تبیین عوامل مؤثر بر مدیریت استعداد جهانی با تأکید بر توسعه سرمایه انسانی در سازمان‌های ورزشی ایران انجام دادند. نتایج تحقیق عواملی همچون عوامل برون‌سازمانی و درون‌کشوری، عوامل ساختاری، عوامل محیطی، عوامل رفتاری، عوامل مدیریتی، عوامل خارج از سازمان و کشور، هوشمندی منابع انسانی، هوشمندی رقبا، هوشمندی مشتریان و هوشمندی بازار را

¹ William V Massey & Meredith A Whitley, 2020

² Johan Pion, Andreas Hohmann, Tianbiao Liu, Matthieu Lenoir & Veerle Segers, 2017

³ Mojca Kukanja Gabrijelcic, Tadeja Volmut & Nika Rajovec, 2021

⁴ Joseph Baker, Nick Wattie & Jörg Schorer, 2019

به‌عنوان علل مؤثر مدیریت استعداد جهانی شناسایی کرد. براساس مدل طرح شده توصیه می‌شود که نقش عوامل مختلف مؤثر بر مدیریت استعداد جهانی مدنظر قرار گرفته و برای ترویج و رشد این مهم، تدابیر نظام‌مندی اندیشیده شود (کیوان موسوی چشمه کبودی، محمد حکاک، رضا سپهوند و امیرهوشنگ نظرپوری، ۲۰۲۰). همچنین در تبیین مدل فرایند مدیریت استعداد معلمان تربیت بدنی از ۲۹ شاخص شناسایی شده به‌عنوان مؤلفه‌های فرایند مدیریت استعداد، معلمان تربیت بدنی کشور در پنج بُعد: استراتژی سازمان، شناسایی و ارزیابی، استخدام و به‌کارگیری، توسعه و بهسازی، حفظ و نگهداری استعدادها دسته‌بندی شدند. در نهایت، بررسی و آزمون مدل مفهومی پژوهش نشان داد شاخص‌های کلی برازش مدل مدیریت استعداد در وضعیت مناسب و مطلوبی قرار دارند (علی اکبر آقایی، حسن بحرالعلوم و رضا اندام، ۲۰۲۰). تحقیق دیگری تحت عنوان «مدیریت استعدادیابی هندبال در کشور سوئد» نشان داد که برنامه‌ریزی مدیریت ارشد، تأثیر زیادی بر موفقیت برنامه‌های استعدادیابی دارد (دانیکا کچلی، ۲۰۱۳)^۱. مدیریت استعداد در شکل ورزش بیانگر این است که مهارت‌های ذاتی اهمیت کمتری در استعداد ورزشکاران دارند. اگرچه نقطه شروع استعدادهای ورزشی، ذاتی است اما ویژگی‌های شخصیتی مانند نگرش، اعتمادبه‌نفس و قادر به بازی در یک تیم از مهارت‌های ذاتی مهم‌تر است (آگوئر آنیگو پاسکوال و آندریاس مانکه، ۲۰۱۴)^۲. در طول ۲۰ سال گذشته، مفهوم استعداد ذاتی در ادبیات مورد بحث قرار گرفته است ولی در استعدادیابی ورزشی، عوامل مختلفی از قبیل جسمی، فیزیولوژیکی، روان‌شناختی، انگیزشی و چند بعدی بودن در کنار سن، زمان بلوغ و سابقه آموزش با هم در ارتباط می‌باشند. در شناسایی استعداد، نه‌تنها باید استعداد ذاتی را مد نظر داشته باشیم، بلکه ماهیت چند وجهی و پویایی استعداد را نیز باید مورد توجه قرار دهیم (نیکی رومرز و رولاند راسلر، ۲۰۱۹)^۳. در یک فرایند تحقیقاتی یک ساله که با هدف ایجاد فرهنگ پایدار رشد و پرورش استعداد همراه با مشارکت فعال مدیر و مربیان برجسته آکادمی استعدادهای درخشان دانمارک انجام پذیرفت، پنج فاز مورد بررسی قرار گرفت: فاز اول کاوش و تأمل در تجربیات قبلی استعدادیابی و درک نیازها، فاز دوم مربوط به درک ارزش‌ها و استراتژی‌های گذشته، حال و آینده برای به‌دست آوردن جایگاه و ثبات در زمینه استعدادیابی علمی، فاز سوم ایجاد یک تحلیل فرهنگی برای ساختن هویت آکادمی، فاز چهارم در حال طراحی پوستر قطب‌نما مبتنی بر ارزش و فاز پنجم ایجاد فرهنگ اجتماعی استعدادیابی بومی- محلی با نگاه به آینده بود. این تحقیق نشان داد که یک رویکرد زمینه‌محور برای ایجاد یک محیط تخصصی جهت کشف و رشد استعدادها می‌تواند ماهیت موفقیت‌آمیز فرایند استعدادیابی را تقویت کند (لوئیز کاموک استروم، ۲۰۲۰)^۴. همچنین پژوهشی که با عنوان «تدوین الگویی جامع استعدادیابی در ورزش قهرمانی ایران» انجام شد نتایج کدگذاری باز حاکی از استخراج ۲۹۶ نشان اولیه و ۳۸ نشان نهایی بود. در کدگذاری محوری، نشان‌های نهایی در ۱۲ مفهوم و چهار مقوله اصلی طبقه‌بندی شدند. در نهایت مقوله‌های شناسایی‌شده حاصل از کدگذاری انتخابی، به‌ترتیب شامل فرایند استعدادیابی، مدیریت الگو، عوامل مؤثر محیطی و ذی‌نفعان کلیدی تعیین شدند. الگوی نظری برخاسته از یافته‌های مطالعه حاضر می‌تواند به مدیران و سیاست‌گذاران ورزش قهرمانی کمک کند تا با بهره‌گیری مناسب از ذی‌نفعان و تعیین نقش برای هریک از سازمان‌های متولی به رفع عوامل مداخله‌گر پردازند و توسعه استعدادیابی در ورزش قهرمانی را تسریع بخشند (امین کلانی، علیرضا الهی، سید نصرالله سجادی و حسین زارعیان، ۲۰۲۰). از این رو، رسیدن به اوج عملکرد، افزایش تعداد مدال و پرورش قهرمانان موفق در سطح بین‌المللی از جمله دلایل متداول کشورها برای استفاده از سیستم

¹ Danica Keczelei, 2013

² Aguirre Íñigo Pascual & Andreas Manke, 2014

³ Nikki Rommers & Roland Rössler, 2019

⁴ Louise Kamuk Storm, 2020

شناسایی استعدادهای درخشان است (ام سیرا و جی سدلاک، ۲۰۱۲)^۱. استفاده از روش‌های علمی استعدادیابی در ایران از سال ۱۳۷۹ شمسی آغاز شد. قبل از آن طرح و روش نظام‌مندی برای شناسایی افراد مستعد در ورزش کشور وجود نداشت (محمدرسول خدادادی، ۲۰۱۷). تحقیق شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های استعدادیابی ورزش جودو در ایران نشان داد: ویژگی‌های مهارتی، جسمانی و فیزیولوژیکی، پیکرسنجی و روان‌شناختی در اولویت قرار دارند. با توجه به یافته‌های پژوهش، بدون تردید، نگاه علمی به فرایند استعدادیابی می‌تواند در راه اعتلای ورزش جودو ایران از طریق کسب موفقیت ورزشکاران در مسابقات و رویدادهای ورزشی جودو مفید واقع شود (محمدعلی نوده‌ی، مرتضی دوستی و سید محمدحسین رضوی، ۲۰۱۹). همچنین از نتایج به‌دست‌آمده از تحقیقی که به بررسی تغییرات دو ساله در ارزش‌های تن‌سنجی و توانایی حرکتی به‌عنوان شاخص شناسایی استعداد بازیکنان فوتبال جوانان در دو رده سنی مختلف و در دو نقطه زمانی متفاوت پرداخته شد، حداکثر سرعت دویدن به‌عنوان شاخص استعدادیابی مفید برای بازیکنان فوتبال جوانان در نظر گرفته شد. اما قدرت عضلانی و توانایی حرکتی در طول دوره رشد نشان داد که این پارامترها برای شاخص استعدادیابی، مفید نیستند (نوریکازو هیروس و تایگو سکی، ۲۰۱۶)^۲. در بررسی موانع استعدادیابی ورزش ایران، ۷۰ مانع شناسایی شد که در هفت فاکتور دسته‌بندی شدند و موانع انسانی با میانگین ۵/۴۷ به‌عنوان مهم‌ترین فاکتور شناسایی شد. نتایج پژوهش نشان داد موانع بسیاری در ساختار استعدادیابی ورزش کشور وجود دارد که نیاز به توجه مدیران و سیاستگذاران عرصه ورزش دارد تا با برطرف شدن آنها، ورزش کشور به آنچه برای آن هدف‌گزینی شده است، دست یابد (نوبد اسدی و آرام مرادی، ۲۰۱۹). کشور ایران به لحاظ استعدادهای ورزشی، بسیار غنی می‌باشد و از این حیث، زمینه مناسبی در بخش ورزش آن وجود دارد، اما ریشه مشکل عدم‌بهره‌برداری مناسب از این ظرفیت‌ها را باید در فقدان برنامه‌ریزی شایسته در امر استعدادیابی ورزشی جست‌وجو کرد؛ زیرا استعدادیابی ورزشی در کشور ما، هنوز به‌صورت کاملاً سنتی و با استفاده از مشاهده میدانی انجام می‌گیرد که با وجود مندرجات در طرح جامع ورزش کشور، طرحی یکپارچه، جامع و اجرایی برای استعدادیابی وجود ندارد (مهدی نمازی زاده، ۲۰۰۳). از این رو، باید گفت الگو یا مدل جامع و کاملی که در برگزیده مراحل و نیز تلفیق شاخص‌های موردنظر و روند استعدادیابی با یکدیگر باشد، به‌صورت یکسان‌سازی شده وجود ندارد؛ بنابراین تدوین مدلی برای هم‌سویی راهبردهای استعدادیابی در فدراسیون‌های ورزشی ایران، بسیار مهم و ضروری است.

روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر، اکتشافی از نوع نظریه داده‌بنیاد (گراندد تئوری) است که در قالب مصاحبه و تحلیل محتوایی و ساختاری مصاحبه‌ها با روش استراوس و کوربین انجام شد. از آنجایی که روش تحقیق در این پژوهش، گراند تئوری است رویکرد پژوهش، استقرایی می‌باشد؛ یعنی رسیدن از جز به کل می‌باشد. به‌منظور گردآوری اطلاعات از میان افراد متخصص و خبره، به تعداد ۱۷ نفر به‌صورت هدفمند و به شیوه گلوله برفی به‌عنوان نمونه انتخاب و با سؤالات باز نیمه‌ساختاریافته مصاحبه شدند و مصاحبه‌ها تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. کلیه مصاحبه‌ها کلمه به کلمه روی کاغذ وارد و تجزیه و تحلیل شدند. کسب اجازه ضبط مصاحبه‌ها، رضایت آگاهانه، حفظ گمنامی، محرمانه بودن اطلاعات و تعهدات اخلاقی در همه مصاحبه‌ها مدنظر بود. در این روش، متن مصاحبه‌ها چندین بار مرور شد تا به کوچک‌ترین واحدهای تشکیل‌دهنده و معنادار (تم یا درون‌مایه) شکسته شوند. سپس این کلمات، با هدف یافتن مرکزی در بین آن‌ها، مرور و بر همین اساس، مقوله‌بندی شدند. حرکات قیاسی و استقرایی بین متون اولیه و مقولات

¹ M Sebera & J Sedlacek, 2012

² Norikazu Hirose & Taigo Seki, 2016

نهایی چندین بار تکرار شد تا در نهایت، ثبات قابل قبول مشترک بین پژوهشگران درباره آنچه داده‌ها می‌گویند حاصل شود. در ادامه از روش اسکینر از روایی داده‌های گردآوری شده اطمینان حاصل شد. این عناصر، درگیری طولانی مدت، مشاهده پایدار، بازرسی مجدد مسیر کسب اطلاعات، چک کردن با مشارکت کنندگان، مثلث‌سازی، مقایسه مستمر بود که به طور کامل مورد توجه محقق قرار گرفت. معیار پایایی قابلیت اعتماد به داده‌ها و روش اجرای تحقیق در نظر گرفته شد و از طریق تلاش در اطمینان از انتخاب داده‌های شایسته تحلیل، مقایسه نظام‌مند میان داده‌های حاصل از منابع چندگانه، مستند سازی و گزارش دقیق و مفصل داده‌ها انجام گردید. برای اطمینان از پایایی تحقیق حاضر از فرمول درصد توافقات نیز استفاده شد.

(۱۰۰ / تعداد کل کدها ÷ تعداد توافقات × ۲ = درصد پایایی)

برای محاسبه پایایی با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک فارغ‌التحصیل دکتری مدیریت ورزشی که از آگاهی خوبی در خصوص استعدادیابی ورزشی و روش کیفی برخوردار بود درخواست شد تا به عنوان همکار در کدگذاری تحقیق شرکت کند سپس برای نمونه، سه مورد از مصاحبه‌ها را کدگذاری کرد و درصد توافق درون موضوعی با استفاده از فرمول بالا ۸۱/۱۲٪ محاسبه گردید که با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد بود قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است. در کدگذاری باز، با مرور مجموعه داده‌های گردآوری شده، تلاش شد مفاهیم پنهانی شناسایی شود. در کدگذاری محوری نیز رابطه بین مقوله‌های ایجاد شده در مرحله کدگذاری باز تعیین شد و پدیده مرکزی شناسایی و تفسیر شرایط علی و راهبردهای حاصل شده ارائه گردید. برای تحلیل کیفی، از نرم‌افزار MAXQDA استفاده شد و مدل نهایی گزارش گردید.

یافته‌ها

در این بخش، ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان تحقیق در قالب سمت، رشته تحصیلی، تحصیلات و حوزه فعالیت ارائه شده است.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	سمت	رشته تحصیلی	تحصیلات	حوزه فعالیت اجرائی دانشگاهی
۱	سرمری تیم ملی فوتسال ایران، کویت، بحرین، سر استعدادیاب فوتسال ایران	تربیت بدنی	لیسانس	*
۲	دبیر اسبق فدراسیون بولینگ و بیلارد	بازاریابی ورزشی	دکتری	*
۳	مدرس دانشگاه تبریز و دانشگاه فنی و حرفه‌ای الزهرا	رفتار حرکتی	دکتری	*
۴	عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد تهران مرکز، مدیرمسئول مجله علم و اخلاق در ورزش	بازاریابی ورزشی	دکتری	*
۵	عضو هیئت رئیسه فدراسیون دو و میدانی، رئیس تربیت بدنی سازمان تراکتورسازی تبریز، رکورددار ایران	تربیت بدنی	کارشناس ارشد	*
۶	سرمری تیم ملی فوتسال دانش‌آموزی و استعدادیاب تیم‌های ملی پایه زیر ۱۸ سال	مدیریت ورزشی	دکتری	*

ردیف	سمت	رشته تحصیلی	حوزه فعالیت	
			تحصیلات	اجرائی دانشگاهی
<	عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شاهرود	مدیریت ورزشی	دکتری	*
>	مدرس و کارشناس مطالعات و استانداردهای درس تربیت بدنی وزارت آموزش و پرورش	مدیریت ورزشی	دکتری	*
م	عضو هیئت علمی دانشگاه شهید مدنی تبریز	مدیریت ورزشی	دکتری	*
ب	مسئول آموزش، پژوهش و استعدادیابی اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی	مدیریت ورزشی	دکتری	*
ـ	رئیس تربیت بدنی دانشگاه هنر اسلامی و رئیس هیئت تیراندازی با کمان استان آذربایجان شرقی	مدیریت ورزشی	دکتری	*
ـ	نایب رئیس بازی‌های بومی محلی و هیئت وزنه‌برداری استان آذربایجان شرقی، مدرس دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری	*
ـ	دبیر هنرستان تربیت بدنی، مدرس دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری	*
ـ	دبیر و مدرس دانشگاه و سرگروه آموزشی درس تربیت بدنی استان آذربایجان غربی	فیزیولوژی ورزشی	دکتری	*
ـ	نائب رئیس هیئت تیر و کمان استان آ.ش، مدرس دانشگاه	مدیریت ورزشی	دکتری	*
ـ	مربی ژیمناستیک، مدرس دانشگاه تبریز و دانشگاه فنی و حرفه‌ای، دبیر تربیت بدنی	فیزیولوژی ورزشی	دکتری	*
ـ	مدرس دانشگاه تبریز و دانشگاه فنی الزهرا تبریز	مدیریت ورزشی	دکتری	*

کدگذاری مصاحبه‌ها

در این مرحله ۲۵۶ کد باز استخراج گردید. مرحله دوم کدبندی داده‌ها، به کدبندی محوری مرسوم است. در این مرحله، مقوله‌ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود ضمن انجام تجزیه و تحلیل، پژوهش‌گر به کدهای اولیه متعددی دست یافته است. در این قسمت کدگذاری‌های محوری به صورت ترکیبی و محتوای هر یک از آن‌ها در قالب کدهای نظری قرار داده شدند. در این بخش ۲۲۸ کد ثانویه و ۴۱ کد محوری استخراج گردید. در این قسمت کدگذاری‌های محوری به صورت ترکیبی و محتوای هر یک از آن‌ها در قالب کدهای انتخابی قرار داده شدند. شیوه کدگذاری‌های انتخابی به شرح جدول ۲ است.

جدول ۲. کدگذاری انتخابی (گزینشی)

کد انتخابی	کد محوری	نشانگر
شرایط اصلی	مدیریت مالی	P1 , P2 , P4 , P5 , P6 , P7 , P8 , P9 , P11 , P12 , P13 , P14 , P16
شرایط اصلی	مدیریت تخصصی	P1 , P4 , P5 , P7 , P10 , P11 , P13 , P14 , P15 , P16 , P17
شرایط اصلی	کیفیت ارتباطات	P1 , P4 , P5 , P6 , P7 , P8 , P9 , P10 , P11 , P12 , P13 , P14 , P17
شرایط علی	نقش رسانه‌ها	P1 , P2 , P7 , P10 , P11 , P15
پیامد	حفظ استعدادها	P1 , P2 , P4 , P5 , P6 , P7 , P16
پیامد	کاهش هزینه‌ها	P7 , P8 , P9 , P12 , P15 , P16 , P17
شرایط اصلی	عملکرد آموزش و پرورش	P1 , P7 , P8 , P10 , P15 , P17
راهبرد	ارتقای دانش مربیان	P1 , P2 , P3 , P4 , P5 , P6 , P7 , P10 , P11 , P14 , P15 , P16
شرایط زمینه‌ای	توسعه ورزش همگانی	P1 , P2 , P6 , P7 , P8 , P10 , P11 , P13
شرایط علی	علاقه‌مندی و همکاری خانواده‌ها	P1 , P2 , P3 , P4 , P5 , P6 , P7 , P8 , P9 , P11 , P14 , P15
شرایط زمینه‌ای	ایجاد مراکز استعدادیابی	P1 , P2 , P3 , P4 , P5 , P7 , P9 , P10 , P11 , P12 , P13 , P14 , P15 , P16
شرایط مداخله‌گر	توجه به نیازهای ورزشکاران	P1 , P4 , P5 , P6 , P12 , P13
شرایط علی	نگاه علمی به ورزش	P5 , P8 , P12 , P13 , P14 , P15 , P16 , P17
راهبرد	حمایت فدراسیون‌ها	P1 , P2 , P5 , P13 , P17
شرایط علی	توجه به مربیان	P2 , P3 , P4 , P5 , P6 , P9 , P1 , P13
شرایط مداخله‌گر	ضعف مدیریت	P7 , P9 , P10 , P13 , P14 , P15 , P16
پیامد	استعدادیابی عمومی علمی و عمیق	P11 , P12 , P14 , P16 , P17
شرایط مداخله‌گر	تعهد مربیان	P6 , P8 , P11 , P12
شرایط زمینه‌ای	ایجاد اماکن و تجهیزات استعدادیابی	P3 , P4 , P5 , P6 , P7 , P10 , P11 , P12 , P14
راهبرد	گسترش منابع شبکه‌ای و ارتباطی	P7 , P9 , P14 , P17
شرایط مداخله‌گر	کم‌کاری فدراسیون‌ها	P2 , P4 , P5 , P7 , P8 , P10 , P13
پیامد	توسعه پایدار ورزش	P1 , P2 , P3 , P4 , P5 , P8 , P9 , P13 , P14 , P15 ,
راهبرد	حمایت دولت	P5 , P7 , P8 , P14 , P16
شرایط مداخله‌گر	محدودیت‌ها	P6 , P10 , P11 , P13 , P15 , P16
راهبرد	منابع مکمل	P17
شرایط زمینه‌ای	تقویت و ارتقای تخصص‌ها	P17
شرایط علی	تقویت قابلیت جمعی	P17
پیامد	مزایای مشهود و نامشهود	P11 , P17
شرایط علی	برگزاری منظم مسابقات	P1 , P2 , P3 , P4 , P6 , P7 , P10 , P12 , P13 , P14 , P15
پیامد	قابلیت کارآفرینی	P17
راهبرد	فرآیند منسجم استعدادیابی	P17
پیامد	پوشش نقاط ضعف	P17
راهبرد	تقویت مهارت‌های فنی استعدادیابی	P17
پیامد	قهرمان‌پروری	P2
شرایط مداخله‌گر	مدیریت علمی	P4 , P5 , P8 , P11
پیامد	صرفه‌جویی در زمان	P12 , P16

کد انتخابی	کد محوری	نشانگر
شرایط زمینه‌ای	عمل به تعهدات	P6
پیامد	کاهش آسیب‌های اجتماعی	P6
شرایط مداخله‌گر	فرهنگ‌سازی ورزشی	P6, P11, P12
راهبرد	مزیت رقابتی	P11, P17
شرایط زمینه‌ای	بهبودسازی استعدادیابی	P17

ارائه شماتیک کدهای انتخابی

در این تحقیق برای نمایش کدهای انتخابی و قابل فهم بودن آن‌ها لایه‌های تفکیک شده‌ای ارائه می‌شود و در نهایت براساس قرار گرفتن لایه‌ها در کنار هم، مدل نهایی تحقیق ارائه می‌شود.

شرایط اصلی

منظور از شرایط اصلی، یک صورت ذهنی از پدیده‌ای که اساس فرایند است (حسین دانایی فرد و سید مجتبی امامی، ۲۰۰۷). نشانگرهای مقوله محوری در این تحقیق مشمول مدیریت منابع مالی، مدیریت تخصصی، کیفیت ارتباطات و عملکرد آموزش و پرورش می‌باشد.

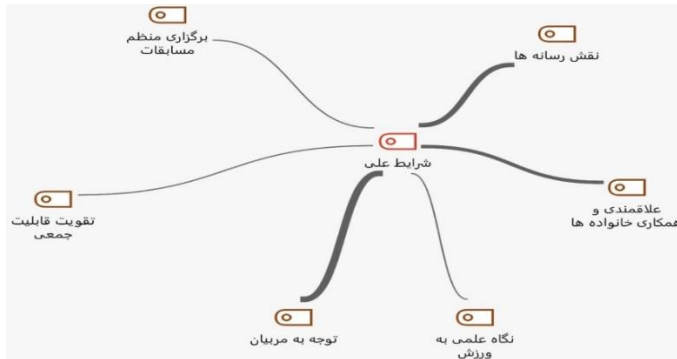


شکل ۱. شرایط اصلی مؤثر بر راهبردهای استعدادی

شرایط علی

منظور از شرایط علی^۱، مقوله‌هایی مربوط به شرایطی است که بر مقوله محوری (استعدادیابی) تأثیر می‌گذارد (دانایی فرد و امامی، ۲۰۰۷). نشانگرهای شرایط علی در این تحقیق مشمول نقش رسانه‌ها، علاقمندی و همکاری خانواده‌ها، نگاه علمی به ورزش، توجه به مربیان، تقویت قابلیت جمعی و برگزاری منظم مسابقات می‌باشد.

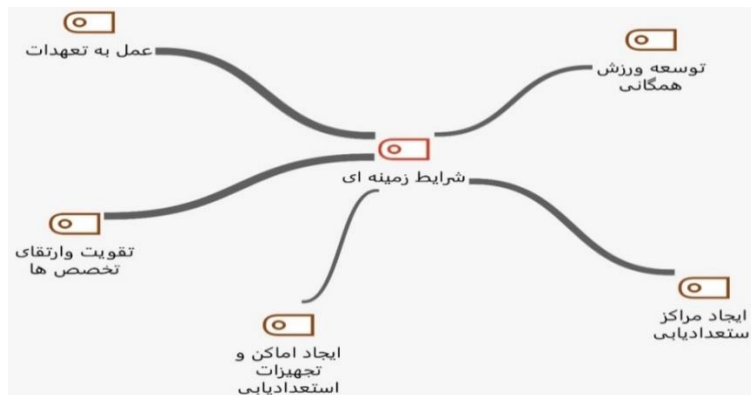
¹ Causal conditions



شکل ۲. شرایط علی مؤثر بر راهبردهای استعدادیابی

شرایط زمینه‌ای

منظور از شرایط زمینه‌ای^۱، شرایط خاصی است که بر راهبردها تأثیر می‌گذارد (دانایی فرد و امامی، ۲۰۰۷). نشانگرهای شرایط زمینه‌ای در این تحقیق مشمول توسعه ورزش همگانی، ایجاد مراکز استعدادیابی، ایجاد اماکن و تجهیزات استعدادیابی، تقویت و ارتقای تخصص‌ها، عمل به تعهدات و بهینه‌سازی استعدادیابی می‌باشد.



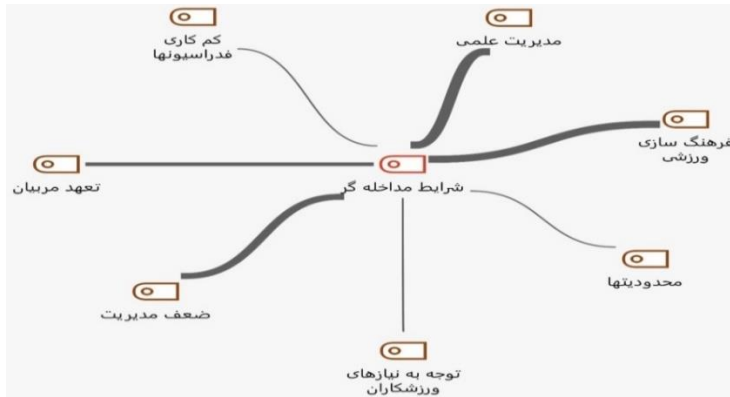
شکل ۳. شرایط زمینه‌ای مؤثر بر راهبردهای استعدادیابی

شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر^۲، شرایطی است که بر راهبردها تأثیر می‌گذارد (دانایی فرد و امامی، ۲۰۰۷). نشانگرهای شرایط مداخله‌ای در این تحقیق، مشمول توجه به نیازهای ورزشکاران، ضعف مدیریت، تعهد مربیان، کم‌کاری فدراسیون‌ها، محدودیت‌ها، مدیریت علمی و فرهنگ‌سازی ورزشی می‌باشد.

^۱ Context conditions

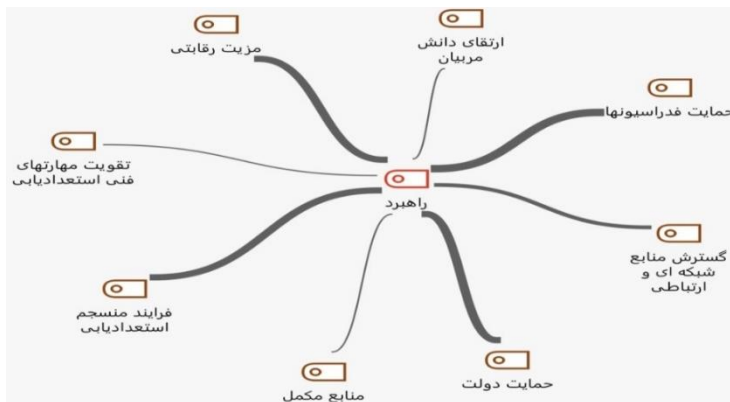
^۲ Intervening conditions



شکل ۴. شرایط مداخله‌ای مؤثر بر راهبردهای استعدادیابی

راهبردها

راهبردها^۱، کنش‌ها یا برهم‌کنش‌های خاصی است که از پدیده محوری منتج می‌شود (دانایی فرد و امامی، ۲۰۰۷). نشانگرهای راهبردها در این تحقیق مشمول ارتقای دانش مربیان، حمایت فدراسیون‌ها، گسترش منابع شبکه‌ای و ارتباطی، حمایت دولت، منابع مکمل، فرایند منسجم استعدادیابی، تقویت مهارت‌های فنی استعدادیابی و مزیت رقابتی می‌باشد.

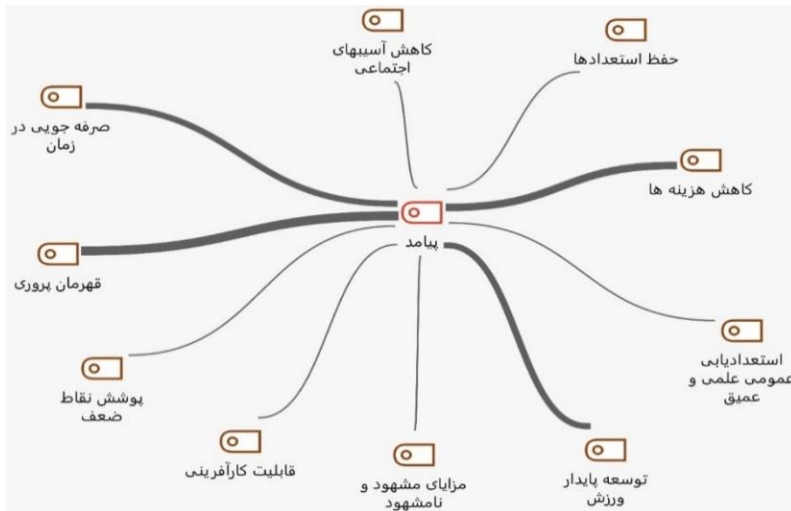


شکل ۵. راهبردهای تعیین‌کننده پیامدهای استعدادیابی

¹ Strategies

پیامدها

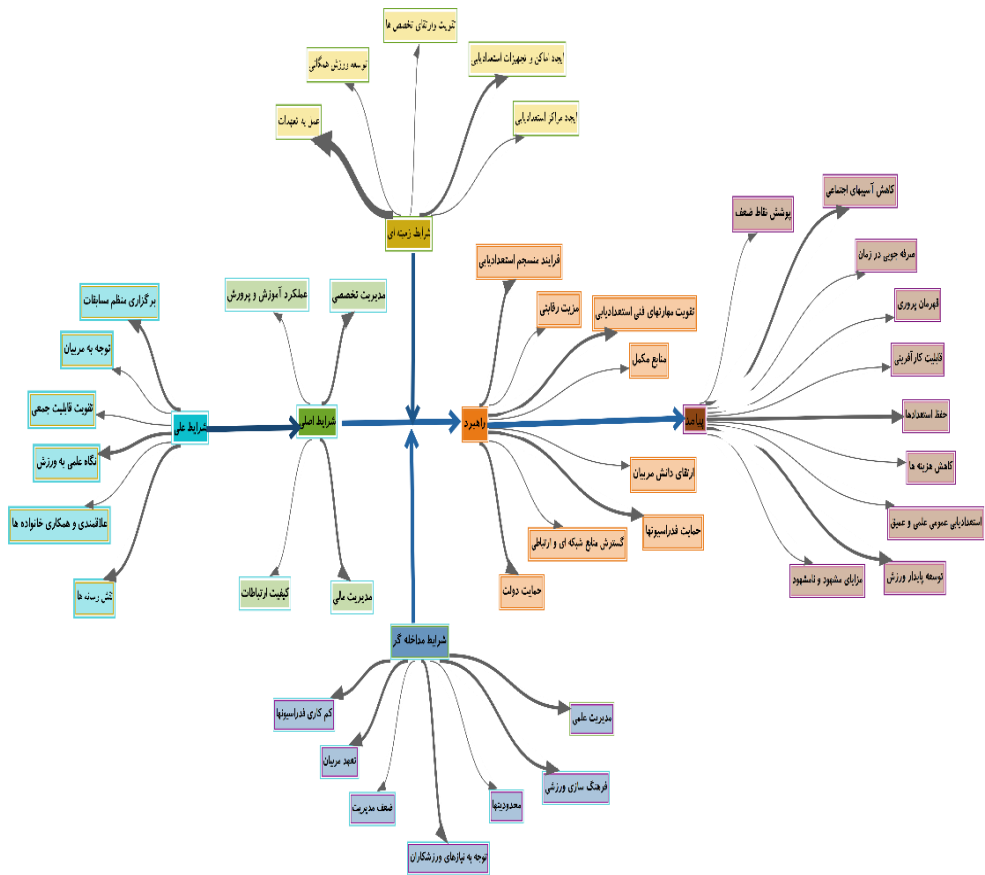
پیامدها، خروجی حاصل از استخدام راهبردها تعریف می‌شوند (دانایی فرد و امامی، ۲۰۰۷). نشانگرهای پیامدها در این تحقیق، مشمول حفظ استعدادها، کاهش هزینه‌ها، استعدادیابی عمومی علمی و عمیق، توسعه پایدار ورزش، مزایای مشهود و نامشهود، قابلیت کارآفرینی، پوشش نقاط ضعف، قهرمان پروری، صرفه‌جویی در زمان و آسیب‌های اجتماعی می‌باشند.



شکل ۶. پیامدهای حاصل از استخدام راهبردهای استعدادیابی

مدل نهایی تحقیق

براساس ترکیب لایه‌های ارائه شده در صفحات قبل، مدل نهایی تحقیق به شرح زیر است:



شکل ۷. مدل نهایی ارائه مدل همسویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه با خبرگان نشان داد که عوامل مدیریت منابع مالی، مدیریت تخصصی، کیفیت ارتباطات و عملکرد آموزش و پرورش به‌عنوان شرایط اصلی در هم‌سویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی شناسایی شدند. بنابراین گمان می‌رود با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از مصاحبه با خبرگان و داشتن بیشترین دغدغه آنها به چهار عامل بیان شده، امروزه ورزش بدون داشتن منابع مالی و بدون درآمدزایی، امکان ادامه حیات و رقابت با کشورهای مختلف را نخواهد داشت. منابع مالی به‌منزله موتور متحرکه ورزش کشور عمل می‌کند. در کنار آن، وجود افراد تحصیل‌کرده، متخصص و خبیره ورزشی در بخش مدیریت‌های کلان ورزشی، به‌ویژه در بحث استعدادیابی که عامل مهمی در موفقیت تیم‌های ورزشی کشور در سطح رقابت‌های مهم بین‌المللی به‌شمار می‌رود، لازم و ضروری است. در این میان، نحوه و کیفیت ارتباطات مسئولین ورزشی با هم و نحوه استفاده از امکانات و تجربیات یکدیگر در امر استعدادیابی و به طبع آن توسعه ورزش کشور نیز مهم جلوه می‌کند. برای مثال به نحوه ارتباط با آموزش و پرورش و نقش آن که رکن اصلی پرورش استعداد در ورزش کشور است می‌توان اشاره کرد.

عوامل اصلی

نتایج تحقیق نشان داد مدیریت منابع مالی، مدیریت تخصصی، کیفیت ارتباطات و عملکرد آموزش و پرورش، عوامل اصلی هم‌سویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران هستند. تعاریف بسیاری برای مفهوم هم‌سویی راهبردی بیان شده است؛ از جمله: هم‌سویی راهبردی به درجه‌ای بازمی‌گردد که در آن برنامه‌ها، اهداف و مأموریت‌های فناوری اطلاعات اهداف و مأموریت‌های کسب‌وکار را تحت حمایت خود قرار می‌دهند و از جانب آنها حمایت می‌شوند (علی عطافر، نعمت الله اکبری و الفت گنجی بیدمشک، ۲۰۱۱). رسیدن به هم‌سویی و هم‌گرایی نیازمند حداکثر کردن عوامل هم‌سویی و حداقل کردن موانع هم‌سویی است (جری لوفتمن، ۲۰۰۳).^۱ نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد بیشترین مشکلات و اصلی‌ترین موانع استعدادیابی، مربوط به منابع مالی و نبود مدیریت‌های تخصصی در سازمان‌های ورزشی کشور و به تبع آن در عرصه استعدادیابی ورزش کشور است. ورود به اتحاد و هم‌سویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌ها باعث گسترش منابع شبکه‌ای و دستیابی به منابع راهبردی می‌شود که تقویت و کیفیت ارتباطات را به دنبال دارد. در مصاحبه با خبرگان، کیفیت ارتباطات را یکی از کارکردهای مهم اتحاد دانستند و بیان کردند که فدراسیون‌ها با دستیابی به دانش جدید (بازار، انسانی و فنی)، یادگیری از مهارت‌های یکدیگر، اثربخشی خدمات ورزشی از راه نوآوری در فرایند استعدادیابی و استفاده از تجهیزات مشترک می‌توانند با هم در ارتباط باشند و این مشارکت، عملکرد برتر فدراسیون‌ها و توسعه ورزش را به دنبال خواهد داشت. توجه به مدیریت صحیح در امر استعدادیابی به‌منظور افزایش قدرت تیم‌های ملی و حفظ توان رقابتی در میادین مختلف ورزشی نیز حیاتی است. با توجه به اینکه باید استعدادها را در سنین پایین، کشف کرد و پرورش داد؛ آموزش و پرورش، جنبه مهمی برای هر دانش‌آموز است. مقررات آموزش و پرورش باید به توسعه ذهنی و فیزیکی دانش‌آموزان به‌منظور ارائه آموزش‌های فردی برای هر دانش‌آموز به‌صورت یکجا احترام گذارد (عاطفه رضوانی، ۲۰۲۰). از این رو با توجه به موارد بیان شده، فدراسیون‌های ورزشی باید با برنامه‌ریزی و همکاری با سایر ارگان‌ها شرایط اصلی راهبردهای استعدادیابی ورزشی را طوری هم‌سو و هدایت کنند که استعدادهای ورزشی هدر نروند و در خدمت ورزش کشور باشند.

عوامل زمینه‌ای

نتایج حاصل از تحقیق نشان داد توسعه ورزش همگانی، ایجاد مراکز استعدادیابی، ایجاد اماکن و تجهیزات استعدادیابی، تقویت و ارتقای تخصص‌ها، عمل به تعهدات و بهینه‌سازی استعدادیابی از عوامل زمینه‌ای هم‌سویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران می‌باشند. تحلیل متن مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که فدراسیون‌ها برای نوآور بودن در زمینه استعدادیابی نمی‌توانند تنها به دانش درونی فدراسیون خود متکی باشند بلکه به دانش بیرونی ناشی از اتحاد راهبردی با دیگر فدراسیون‌ها نیاز دارند. تقویت قابلیت‌های نوآورانه به‌عنوان یکی از خروجی‌های اتحاد، باعث توسعه استعدادیابی در ورزش می‌شود و به فدراسیون‌ها کمک می‌کند تا در محیط متغیر بتوانند به اهداف خود دست پیدا کنند. فدراسیون‌های ورزشی برای بهره‌برداری بهتر از فرصت‌ها، به تقویت قابلیت‌های خود در زمینه ایجاد مراکز استعدادیابی، توسعه اماکن و تجهیزات استعدادیابی، تقویت و ارتقای تخصص‌ها، عمل به تعهدات و بهینه‌سازی استعدادیابی به‌عنوان شرایط زمینه‌ساز راهبردهای استعدادیابی باید تلاش کنند. بزرگ‌ترین سرمایه هر کشور، کودکان و نوجوانان هستند. فدراسیون‌های ورزشی باید بستر مناسبی را برای رشد و پرورش استعدادها، کودکان فراهم کنند. هدایت افراد مستعد در رشته‌های ورزشی به سمت باشگاه‌ها و تمرین زیر نظر مربیان، بستری است که برای پرورش قهرمانان موردنیاز است. فدراسیون‌های ورزشی باید با ارتقای جایگاه ورزش تخصصی و به‌کارگیری افراد متخصص، عمل کردن به تعهدات خود در قبال مربیان و ورزشکاران

^۱ Jerry Luftman, 2003

مقام آور و دادن انگیزه برای تلاش بیشتر گام بردارند و با هم‌سو کردن این راهبردها زمینه را برای کشف و پرورش استعدادها و بهینه‌سازی شیوه‌های استعدادیابی و به‌روز کردن آن با علم روز دنیا تلاش کنند و با یک نگاه اجمالی به کشورهای موفق در این زمینه اقدام کنند.

عوامل مداخله‌گر

نتایج تحقیق نشان داد توجه به نیازهای ورزشکاران، ضعف مدیریت، تعهد مربیان، کم‌کاری فدراسیون‌ها، محدودیت‌ها، مدیریت علمی و فرهنگ‌سازی ورزشی، از عوامل مداخله‌گر هم‌سویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران می‌باشند. توجه به نیازهای مادی و معنوی ورزشکاران به‌عنوان ارزش‌های کلیدی و شاخص در بحث سرمایه انسانی به‌عنوان استعداد، باید از اولویت‌های وزارت ورزش و جوانان باشد. با توجه به مصاحبه‌های انجام یافته، متأسفانه ضعف مدیریت، وجود محدودیت‌ها و علمی نبودن مدیریت ورزشی کشور از جمله معضلات اساسی و شرایط مداخله‌گر در هم‌سویی راهبردهای استعدادیابی ورزش به‌شمار می‌آید. اگر سیستم مدیریتی ورزش تقویت شود و از مدیران متخصص و دلسوز استفاده گردد، نتایج آن در کمترین زمان مشهود خواهد بود که انتخاب مربیان متعدد و کاربلد را یکی از نتایج آن می‌توان نامبرد. هر رویداد فرهنگی و ورزشی در تمامی ابعاد خود به شکل گسترده‌ای مفید و اثربخش می‌باشد (هدائیان و دادخواه، ۲۰۱۶). المپیادهای ورزشی و در کنار آن، استعدادیابی، از این دست رویدادها هستند و زمینه مناسبی برای کشف و پرورش ورزشکاران در راستای درخشش در رقابت‌های بین‌المللی به حساب می‌آیند. امروزه ورزش و تربیت بدنی، یک موضوع مهم فرهنگی می‌باشد که مبنای بسیاری از رفتارها و الگوهای اجتماعی است و نقش مهمی را در توسعه جامعه به خود اختصاص داده است؛ زیرا پیامدهای این پدیده علاوه بر دستاوردهای آشکار فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در بسیاری از زوایای پنهان عرصه‌های ملی و فراملی راه‌گشا هستند و زمینه‌های شکوفایی جامعه را فراهم می‌سازند (انسپیه فلاح دار، ۲۰۱۶).

عوامل علی

نتایج تحقیق نشان داد نقش رسانه‌ها، علاقمندی و همکاری خانواده‌ها، نگاه علمی به ورزش، توجه به مربیان، تقویت قابلیت جمعی و برگزاری منظم مسابقات عوامل علی هم‌سویی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران می‌باشند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد بین میزان گرایش افراد به فعالیت‌های ورزشی و نقش رسانه‌ها ارتباط مستقیمی وجود دارد. برای مثال در سالی که جام جهانی فوتبال یا والیبال برگزار می‌شود، استقبال مردم از مدراس فوتبال و والیبال، به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد (نجمه رضاسلطانی و محسن وحدانی، ۲۰۱۳). این مسئله، میزان قدرت و تأثیرگذاری رسانه‌های ورزشی را در شکل‌گیری این علایق نشان می‌دهد. بیشتر والدین و مربیان دوست دارند که ورزشکاران زنده آنها در مسیر موفقیت خود به اهدافی از جمله قهرمانی در ورزش حرفه‌ای دست یابند؛ به دلیل همین دوراندیشی گاهی ممکن است پول، وقت و انرژی بسیار زیادی صرف رسیدن به اهداف خود کنند (محدثه محمدی، ۲۰۱۹). در این راستا فدراسیون‌ها می‌توانند با به‌دست آوردن پشتوانه رسانه‌ای و با ایجاد زمینه‌های آموزشی به خانواده‌ها در امر استعدادیابی به‌صورت صحیح قدم بردارند و از سردرگمی ورزشکاران در مسیر پیشرفت جلوگیری کنند. فدراسیون‌های ورزشی در برخورداری از نقش رسانه‌ها و علاقمندی خانواده‌ها به ورزش، با ارتقای سطح دانش مربیان استعدادیاب، در آموزش ورزشکاران می‌توانند موفق عمل کنند. همچنین همکاری با وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در برگزاری مستمر و همه‌ساله المپیادهای ورزشی دانش‌آموزان و دانشجویان دختر و پسر، برگزاری منظم مسابقات در بخش‌ها و رده‌های مختلف سنی، استفاده از خرد جمعی و استفاده از تجربه پیشکسوتان ورزش، روند پیشرفت ورزش کشور و کشف ورزشکاران مستعد را سرعت بخشند؛ بنابراین استعدادیابی را

باید در اولویت کارهای خود قرار دهند و با دستیابی به دانش مکمل و بیرونی برای نوآوری، و هم‌سو کردن تمامی عوامل علی‌رهمبردها استعدادیابی، ورزش کشور را از حالت سنتی خارج کنند و قالب علمی‌تری به آن دهند.

عوامل راهبردی

نتایج تحقیق نشان داد ارتقای دانش مربیان، حمایت فدراسیون‌ها، گسترش منابع شبکه‌ای و ارتباطی، حمایت دولت، منابع مکمل، فرایند منسجم استعدادیابی، تقویت مهارت‌های فنی استعدادیابی و مزیت رقابتی، از عوامل راهبردی هم‌سوایی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران می‌باشند. حمایت‌های دولت و گسترش روابط فدراسیون‌ها می‌تواند اطلاعاتی منسجم در مورد استعدادیابی نوین فراهم آورد که باعث عملکرد برتر فدراسیون در امر استعدادیابی می‌شود. همان‌طور که می‌دانیم همه امکانات استعدادیابی برای تمامی فدراسیون‌ها وجود ندارند یا اگر موجود باشد، به‌صورت ناقص، محدود و گاهی به‌صورت بلااستفاده یا خارج از سرویس هستند. نبود این امکانات موجب کم شدن توان اجرایی مدل‌های نوین در استعدادیابی و کاهش توانایی متخصصان در به‌کارگیری آزمون‌ها و روش‌های مختلف استعدادیابی و در نهایت بازگشت و درجا زدن در روش سنتی می‌شود (نوید اسدی، محمود گودرزی، سید نصرالله سجادی و ابراهیم علی دوست قهفرخی، ۲۰۱۷). بنابراین تقویت قابلیت‌های مدیریتی (علمی کردن ورزش و استفاده از علوم به‌روز ورزش در فدراسیون‌ها و ارائه الگوهای مدیریت عملکرد در استعدادیابی و پشتیبانی فنی) و منابع مکمل، همچنین تقویت مهارت‌های فنی استعدادیابی همچون افزایش دانش مدیران و مربیان و افراد درگیر از عوامل راهبردی در استعدادیابی محسوب می‌شوند، همچنین آموزش و ایجاد امکانات و شرایط کاری برای کارشناسان استعدادیاب در راستای رشد بیشتر و ایجاد شرایط رقابت در بحث استعدادیابی بین کارشناسان، آموزش و افزایش دانش استعدادیابی در سطوح مدیریتی و سطوح اجرایی فدراسیون‌ها از راه یادگیری از تجارب و مهارت‌های فدراسیون‌های فعال و موفق، از دیگر عوامل هم‌سوایی راهبردهای استعدادیابی می‌باشند.

پیامد

نتایج تحقیق نشان داد که حفظ استعدادها، کاهش هزینه‌ها، استعدادیابی عمومی علمی و عمیق، توسعه پایدار ورزش، مزایای مشهود و نامشهود، قابلیت کارآفرینی، پوشش نقاط ضعف، قهرمان پروری، صرفه‌جویی در هزینه‌ها و کاهش آسیب‌های اجتماعی، از پیامد هم‌سوایی راهبردهای استعدادیابی فدراسیون‌های ورزشی ایران هستند. با بررسی نتایج، چنین استنباط شد که استعدادیابی ورزشی در ایران باید شکل عمومی علمی، عمیق و ساختاریافته داشته باشد. با ورود دانش‌آموختگان و متخصصان علمی ورزشی به بخش‌های آموزشی به‌ویژه مدارس و دانشگاه‌ها در اندک زمان ممکن، شاهد توسعه پایدار ورزش در کشور خواهیم بود. با افزایش جمعیت و ماشینی شدن زندگی، لزوم توجه به مفهوم پایداری ورزش در بین آحاد مردم جامعه، بیش از پیش نمود پیدا می‌کند که یکی از نتایج مطلوب آن، کاهش آسیب‌های اجتماعی است (هدائیان و دادخواه، ۲۰۱۶). شاخص‌های ارتقا و مزیت‌های مشهود در ورزش قهرمانی، کسب مقام کشوری، عضویت در تیم‌های ملی و کسب مدال‌های رنگی در میادین بین‌المللی به شمار می‌رود. برای رسیدن به این جایگاه باید با صرفه‌جویی زمان و منابع مالی، تمامی نقاط ضعف پوشش کافی داده شود و برنامه‌ریزی دقیق و مدونی صورت گیرد. در این صورت، نتایج هم‌سوایی این راهبردها در روند شناسایی استعدادها و پرورش آنها براساس برنامه‌ای منظم مشهود و ملموس خواهد بود.

References

- Aghaei, A. A., Bahrololoum, H., & Andam, R. (2020). Designing and Explaining the Talent Management Process Model of Physical Education Teachers. *Sport Management Studies*, 12(59), 177-206. <https://doi.org/10.22089/smrj.2018.6339.2295>
- Asadi, N., & Moradi, A. (2019, March 11). *Study of Talent Barriers in in Sports in Iran*. The Fifth National Conference on Sports Science and Physical Education of Iran, Tehran, Iran. <https://civilica.com/papers/1-9848/>
- Asadi, N., Goudarzi, M., Sajadi, S. N., & Alidoust Ghahfarrokhi, E. (2017). An Investigation of the Obstacles to Talent Identification in Sports in Iran. *New Trends in Sport Management*, 5(18), 23-32. <http://ntsmj.issma.ir/article-1-956-en.html> <http://ntsmj.issma.ir/article-1-956-en.pdf>
- Attafar, A., Akbari, N., & Ganji Bidmashk, OI. (2011). Strategic Alignment Gap Diagnosis between Information Technology Strategies and the Organizational Strategies in Esfahan Municipality. *Journal of Strategic Management Studies*, 2(6), 59-80. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=477680>
- Baker, J., Wattie, N., & Schorer, J. (2019). A proposed conceptualization of talent in sport: The first step in a long and winding road. *Psychology of Sport and Exercise*, 43, 27-33. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2018.12.016>
- Coutinho, P., Mesquita, I., & Fonseca, A. M. (2016). Talent development in sport: A critical review of pathways to expert performance. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 11(2), 279-293. <https://doi.org/10.1177/1747954116637499>
- Danaeifard, H., & Emami, S. M. (2007). Qualitative research strategies: Reflection on data foundation theorizing. *The idea of strategic management*, 1(2), 69-97. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/29286/93/text>
- Davids, K., & Araújo, D. (2019). Innate Talent in Sport: Beware of an organismic asymmetry–comment on Baker & Wattie. *Current Issues in Sport Science (CISS)*, 4, 102-102. https://doi.org/10.15203/CISS_2019.102
- Eftekhari, O., Gohar Rostami, H. R., & Darvishi, A. (2019). Analysis of Affecting Factors on the Development of Successful Talent in the First and Second Divisions of Iranian Women's Futsal League. *Sport Management Studies*, 11(55), 117-142. <https://doi.org/10.22089/smrj.2018.6015.2206>
- Fallahdar, E. (2016, May 12). *Culture Building with Sports*. The First National Conference on Sports Science Developments in the Field of Health, Prevention and Championship, Qazvin, Iran. <https://civilica.com/papers/1-6449/>
- Farshid, M., Goharrostami, H. R., & Ramezani Nejad, R. (2020). Analysis the amount of power and interests of Talent Management system stakeholders in Guilan province sport based on Mendelow matrix. *Sport Management Studies*. <https://doi.org/10.22089/smrj.2020.8709.2969>
- Gabrijeljic, M. K., Volmut, T., & Rajovec, N. (2021). Gifted and talented students in sports in the Slovenian primary school system. *Journal for the Education of Gifted Young Scientists*, 9(1), 27-36. <https://doi.org/10.17478/jegys.792203>
- Hakemi, L. (2015, December 15). *Talent Management in Sport* The First International Talent Management congress, Tehran, Iran. <http://shefayekhatam.ir/article-1-837-fa.pdf>
- Hedayian, M., & Dadkhah, R. (2016, February 27). *The role of sports in preventing crime and social harm*. The Second National Conference on Strategies for the

- Development and Promotion of Educational Sciences, Psychology, Tehran, Iran. <https://civilica.com/papers/1-6555/>
- Hirose, N., & Seki, T. (2016). Two-year changes in anthropometric and motor ability values as talent identification indexes in youth soccer players. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 19(2), 158-162. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2015.01.004>
- Kaczanowski, M. (2017). Computer based sport talent identification. *Quality in Sport*, 3(4), 42-56. <https://doi.org/10.12775/QS.2017.022>
- Kalani, A., Elahi, A., Sajjadi, S. N., & Zareian, H. (2020). Developing a comprehensive model of identify talent in Iranian championship sport. *Research on Educational Sport*, 8(20), 33-50. <https://doi.org/10.22089/res.2019.6547.1559>
- Keczelei, D. (2013). Talent management based on therapeutic work with a professional handball team. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 7(1), 63-66. <https://doi.org/10.19041/APSTRACT/2013/1/11>
- Khodadadi, M. (2017). The Feasibility Of Sports Provincial Teams Success In East Azerbaijan In The League And Championship Competitions. *Strategic Studies On Youth And Sports*, 15(34), 41-54. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1434047/>
- Luftman, J. (2003). Assessing It/Business Alignment. *Information Systems Management*, 20(4), 9-15. <https://doi.org/10.1201/1078/43647.20.4.20030901/77287.2>
- Massey, W. V., & Whitley, M. A. (2020). The talent paradox: Disenchantment, disengagement, and damage through sport. *Sociology of Sport Journal*, 38(2), 167-177. <https://doi.org/10.1123/ssj.2019-0159>
- Mobini Dehkordi, A., & Tahmasb Kazemi, B. (2013). The Talents Strategic Management: An Analysis of Approaches, Problems and Features. *Culture strategy*, 6(22), 105-134. http://www.jsfc.ir/article_15387.html?lang=en
- Mohammadi, M. (2019, June 20). *Student's sports talent identification in schools*. The first national congress of science in the field of engineering sciences, Isfahan, Iran. <https://civilica.com/papers/1-10139/>
- Mousavi Cheshmeh Kaboudi, K., Hakkak, M., Sepahvand, R., & Nazarpouri, A. H. (2020). Designing a Model of Global Talent Management in Sports Organizations based on Human Capital Development. *Human Resource Management In Sport Journal*, 7(1), 207-224. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=751551>
- Namazizadeh, M. (2003). *Examining the current situation and determining talent identification indicators in basketball*. <https://ssrc.ac.ir/file/download/page/1572778084-.pdf>
- Noudehi, M. A., Dousti, M., & Razavi, S. M. H. (2019). Identification and Prioritization of Judo Talent Identification Parameters for Judo Sport in Iran. *Sport Management Studies*, 11(53), 99-120. <https://doi.org/10.22089/smrj.2017.3932.1759>
- Pascual, A. Á., & Manke, A. (2014). *Talent management : An illustration through sports* [Master, Linnaeus]. Sweden. <https://www.semanticscholar.org/paper/Talent-management-%3A-A-n-illustration-through-sports-Pascual-Manke/34cfa5518e9e598874f88bbe27bb5d24c89310d2>
- Pion, J., Hohmann, A., Liu, T., Lenoir, M., & Segers, V. (2017). Predictive models reduce talent development costs in female gymnastics. *Journal of sports sciences*, 35(8), 806-811. <https://doi.org/10.1080/02640414.2016.1192669>
- Reza Soltani, N., & Vahdani, M. (2013). Analysis of effective factors on attracting children and teenagers in soccer schools. *Research in sport Management*, 2(6), 107-120. <https://doi.org/10.22054/qsrsm.2013.489>

- Rezvani, A. (2020, June 10). *The effect of virtual education and online talent identification on students in promoting creativity "Case study of Isfahan schools*. National conference on improvement and rebuilding of Organization and Businesses, Tehran, Iran. <https://vilica.com/papers/l-10823/>
- Rommers, N., & Rössler, R. (2019). Innate talent in sport: from theoretical concept to complex reality—comment on Baker & Wattie. *Current Issues in Sport Science (CISS)*, 4(106), 1-3. https://doi.org/10.15203/CISS_2019.106
- Sebera, M., & Sedlacek, J. (2012). Analyze of sport talent selection systems. *Acta Facultatis Educationis Physicae*, 3(1), 13-20 .
- Storm, L. K. (2020). Creating a Sustainable Talent-Development Culture: Context-Driven Sport Psychology Practice in a Danish Talent Academy. *Case Studies in Sport and Exercise Psychology*, 4(1), 58-66. <https://doi.org/10.1123/cssep.2019-0034>
- Till, K., & Baker, J. (2020). Challenges and [possible] solutions to optimizing talent identification and development in sport. *Frontiers in psychology*, 11(664), 1-14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00664>



Original Research

E-ISSN: 2538-4430

ISSN: 2382-9796

The Impact of Information Technology Competency Dimensions on Organizational Innovation in Sport and Youth Departments

Zeinab Mondalizadeh^{1*} , Sadaf Nagsh Javaheri²

¹Assistant Professor, Department of Sport Management, Faculty of Sports Science, Arak University, Arak, Iran.

²PhD Student of Public Administration, Department of Adaptive Management and Development, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 01.01.2021

Revised: 03.06.2021

Accepted: 04.18.2021

Keyword:

Technology knowledge
Technology operations
technology infrastructure
Organizational innovation
Sports departments

***Corresponding Author:**

Zeinab Mondalizadeh

Email:

z-mondalizade@araku.ac.ir

ABSTRACT

The purpose of this paper was to investigate the effect of information technology competency dimensions on organizational innovation in Sports and Youth Departments in Iran. The research method was causal and applied from the perspective of the purpose. For data collection, the Tippins and Sohail Information Technology Competency Questionnaire (2003) and the Wang and Ahmed Organizational Innovation Questionnaire (2004) were used. The statistical population included employees of all Sports and Youth Departments where 223 people were selected. Experts verified the validity of questionnaires, and the Cronbach's alpha coefficient of questionnaires was confirmed. LISREL software version 8.8 was used. The results showed that the competency dimensions of information technology affected organizational innovation in Sports and Youth Departments. Environmental changes and inflammatory conditions in the current era seem to have overshadowed the need to pay attention to innovation in sports organizations, and efforts to improve the competence of information technology in order to create innovation may be able to interact more with the youth, community, and keeping up with environmental change.





شاپای الکترونیکی: ۴۴۳۰-۲۵۳۸

شاپای چاپی: ۹۷۹۶-۲۳۸۲

مقاله پژوهشی

تأثیر ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی ادارات کل ورزش و جوانان ایران

زینب مندعلی زاده*^۱، صدف نقش جواهری^۲

۱- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران.

۲- دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت تطبیقی و توسعه، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف مقاله، بررسی تأثیر ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی در ادارات کل ورزش و جوانان کشور بود. روش تحقیق، علی و از نظر هدف، کاربردی بود. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه شایستگی فناوری اطلاعات تیپنس و سوهای (۲۰۰۳) و پرسشنامه نوآوری سازمانی ونگ و احمد (۲۰۰۴) بود. جامعه آماری، کلیه کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان می‌باشد که ۲۲۳ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. صاحب‌نظران، روایی پرسش‌نامه‌ها را تأیید کردند و ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه‌ها تأیید شد. از نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸/۸ استفاده گردید. نتایج نشان داد ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی در ادارات کل ورزش و جوانان تأثیرگذار بود. تغییرات محیطی و شرایط التهاب‌آور عصر کنونی، لزوم توجه به نوآوری در سازمان‌های ورزشی را تحت‌الشعاع قرار داده و در این راستا تلاش به‌منظور ارتقای ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات در راستای ایجاد نوآوری ممکن است بتواند زمینه تعامل بیشتر با جوانان و جامعه و همگام شدن با تغییرات محیطی را فراهم آورد.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۱۲

بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۲۹

کلید واژگان:

دانش فناوری
عملیات فناوری
زیرساخت فناوری
نوآوری سازمانی
ادارات ورزش

*نویسنده مسئول: زینب مندعلی زاده

پست الکترونیکی:

z-mondalizade@araku.ac.ir



مقدمه

ظهور عصر فناوری اطلاعات، پیشرفت‌ها و تحولات چشمگیری را به‌وجود آورده که موجب به‌وجود آمدن تغییراتی وسیع در جوامع و سازمان‌ها شده است. فناوری اطلاعات، یکی از مهم‌ترین ابزارهای عصر کنونی است که کاربردها و مزایای منحصر به فردی را برای سازمان‌ها ایجاد می‌کند (یوسف محمدی مقدم، جواد ولی اصل و معصومه عابدی، ۲۰۱۶). پیشرفت‌های فناوری اطلاعات، منجر به تحول در کار و تغییر در سازمان‌دهی شده است. محیط سازمان‌های شدیداً پویا، به‌طور فزاینده‌ای پیچیده و تحت تغییرات دائمی است. شتاب پیشرفت فناوری منجر به حضور همه‌جانبه اطلاعات و تعداد زیادی منابع اطلاعاتی می‌شود که می‌تواند خلق‌کننده تحول در سازمان باشد (منال یانیس، عباس ترهینی و عبدالناصر کاسار، ۲۰۱۸)^۱. یکی از این تغییرات در جهان امروز، تلاش برای کنترل بیماری همه‌گیر جهانی (بیماری کووید ۱۹) و تلاش دولت‌ها برای مهار این پاندمی است. در این بحران، اتخاذ فناوری‌های اطلاعات و نیز کاربرد آن در سازمان‌ها با به‌کارگیری سیستم‌های اطلاعاتی و دیدگاه فناوری اطلاعات پرنرگ‌تر شده و در این راستا، فرایندها و استراتژی‌های جدیدی اتخاذ شده است (یوگش کی. دوویدی، دی. لوری هیوز، کریسپین کومبز، یوانا کنستانتیو، یانکینگ دوان، جان اس. ادواردز، بانیتا گوپتا، بانیتا لال، سانتوش میسرا، پراکهار پراشانت، راماکریشنان رامن، نریندرا پی. رانا، سوجیت کی. شارما و نیتین آپادحیای، ۲۰۲۰)^۲.

مدیریت سازمان‌های ورزشی، از این قاعده مستثنا نیست و در این رابطه، مدیریت فناوری اطلاعات به‌عنوان ترکیبی از نرم‌افزارها و سخت‌افزارها، ارتباطات از راه دور، اینترنت و فناوری‌های ارتباط از راه دیگر (علی ربیعی و محیا هوشیان ثابت لاهیجانی، ۲۰۱۸)، مرتبط با جامعه و ذی‌نفعان در نظر گرفته می‌شود که شامل جنبه‌های مختلفی از جمله اطلاعات مهم ورزشکاران، تجهیزات ورزشی، سوابق ورزشکاران و غیره است. هم‌زمان با توسعه روزافزون ورزش در جوامع مدرن، روش‌های مدرن و سنتی برای مدیریت مناسب نیست و فناوری اطلاعات ابزاری برای دستیابی، پردازش، ذخیره‌سازی اطلاعات دیجیتال، در دنیای پیچیده کنونی است. هم‌زمان با گسترش ویروس مرگ‌بار کووید ۱۹، رویدادهای ورزشی از جمله المپیک ۲۰۲۰ و نیز بسیاری از امور سازمان‌های ورزشی تحت تأثیر قرار گرفت (اشلی یینگ-یینگ وونگ، ساموئل کا-کین لینگ، لوبو هونگ-تاک لویی، جورج یینگ-کان لائو، رایموند چی-هونگ سو، دانیل چی-وو لی، فارست چونگ-فای یوی و پاتریک شو-هانگ یونگ، ۲۰۲۰)^۳. در نتیجه به نظر می‌رسد به‌کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی بتواند اثربخشی مدیریت سازمان‌های ورزشی را در این شرایط ارتقا بخشد. در واقع، بهره‌برداری از سیستم مدیریت اطلاعات، اطلاعات موردنیاز برای اثربخشی بیشتر را فراهم می‌کند. به‌طور کلی، فناوری اطلاعات در جمع‌آوری اطلاعات، دسته‌بندی اطلاعات و در نهایت کمک به بهبود تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی به مدیران ورزشی کمک کند (چوانگ لی و ژن وانگ، ۲۰۱۱)^۴ که در این راستا ادارات کل ورزش و جوانان به دلیل مرجع بودن تصمیم‌گیری‌های ورزشی در استان‌ها نقش مهمی در یکپارچگی و انسجام ورزش و اطلاعات مربوط به ورزش و مدیریت ورزشی ایفا می‌کنند. شایستگی فناوری اطلاعات به‌منزله چگونگی استفاده از فناوری‌ها در راستای کنترل مؤثر اطلاعات است که اساساً برای اشاره به برنامه‌ها، رایانه‌ها و ارتباطات از راه دور به کار می‌رود (سوزانا پرز لویز، جوزه مانوئل مونتر پیون و کامیلو جوزه

¹ Manal Yunis, Abbas Tarhini & Abdunasser Kassar, 2018

² Yogesh K. Dwivedi, D. Laurie Hughes, Crispin Coombs, Ioanna Constantiou, Yanqing Duan, John S. Edwards, Babita Gupta, Banita Lal, Santosh Misra, Prakhar Prashant, Ramakrishnan Raman, Nripendra P. Rana, Sujeet K. Sharma & Nitin Upadhyay, 2020

³ Ashley Ying-Ying Wong, Samuel Ka-Kin Ling, Lobo Hung-Tak Louie, George Ying-Kan Law, Raymond Chi-Hung So, Daniel Chi-Wo Lee, Forrest Chung-Fai Yau & Patrick Shu-Hang Yung, 2020

⁴ Chuang Li & Zhen Wang, 2011

واکز اورداس، ۲۰۰۹^۱، به عبارت دیگر شایستگی فناوری اطلاعات، به قابلیت یک سازمان برای جمع، یکپارچه کردن و به کارگیری فناوری اطلاعات به منظور برآورده کردن نیازها و سرمایه‌گذاری فرصت‌های سازمانی برمی‌گردد (هفو لیو، شائوبو وی، ویلینگ که، کواک کی وی و ژونگ شنگ هوا، ۲۰۱۶)^۲. سه بُعد مفهوم شایستگی فناوری اطلاعات؛ شامل دانش فناوری اطلاعات، عملیات فناوری اطلاعات و زیرساخت فناوری اطلاعات است. این ابعاد، منابع تخصصی سازمان را نشان می‌دهد و ظرفیت سازمان را برای درک و استفاده از ابزار لازم در راستای مدیریت اطلاعات را مشخص می‌کند (سوزانا پرز-لوپز و جواکین آلگره، ۲۰۱۲)^۳. دانش فناوری اطلاعات، درک جامع از نیاز به دانش را میان واحدهای سازمانی توسعه می‌دهد و شناسایی منابع دانش را که در واحدهای چندگانه کاربرد دارد، تسهیل می‌کند (چین-تسانگ هو، ۲۰۰۹)^۴. این بُعد به واسطه درک سازمان از توانمندی‌های موجود و فناوری‌ها، ظهور یافته است. آگاهی از امکانات فناوری اطلاعات، گزینه‌هایی از جهان دیجیتال را در اختیار سازمان قرار می‌دهد که موجب انعطاف‌پذیری سریع و تطبیق با فرصت‌های جهانی می‌شود (جف کرافورد، لری ان. کی. لئونارد و کیکو جونز، ۲۰۱۱)^۵ و واحدهای سازمانی را به سرمایه‌گذاری در نوآوری‌های فناوری اطلاعات که برای فرایندهای مدیریت دانش اساسی است، تشویق می‌کند. دانش فناوری اطلاعات، توانایی همانندسازی دانش بیرونی و خلق دانش جدید از تفسیر مجدد است (گانیش دی. بهات و وارون گروور، ۲۰۰۵)^۶.

یکی دیگر از ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات، عملیات فناوری اطلاعات است که شامل به کارگیری فناوری اطلاعات در فرایندهای سازمانی یا کسب‌وکار می‌شود و مسیری را فراهم می‌کند که از طریق آن، سازمان و فناوری اطلاعات می‌توانند با هم ارتباط برقرار کنند؛ به بیان دیگر، عملیات فناوری اطلاعات، زبان مشترک درون سازمان ایجاد می‌کند. زبان مشترک، همکاری درونی را تقویت می‌کند و محیطی فراهم می‌آورد که فرصت‌های سازمانی در سایه درک فناوری اطلاعات بررسی شود. عملیات فناوری اطلاعات، به سازمان‌ها قدرت می‌دهد که بتوانند به نحو بهتری پایگاه مشتری را مدیریت کنند و اطلاعات کارکنان را به شکل ساختاریافته‌تری حفظ کنند و به تسهیم کاراتر دانش درون سازمان بپردازند (کرافورد و همکاران، ۲۰۱۱). این مفهوم به روش‌های مرتبط با فناوری اطلاعات، فرایندها و فتونی برمی‌گردد که برای خلق ارزش لازم است. عملیات فناوری اطلاعات حدی در نظر گرفته شده است که سازمان از فناوری اطلاعات برای بهبود اثربخشی و تصمیم‌گیری استفاده می‌کند (براج پاتراکوسول و سانگ ام. لی، ۲۰۰۹)^۷.

زیرساخت‌های فناوری اطلاعات به‌عنوان بُعد دیگری از شایستگی فناوری اطلاعات مطرح شده است که به مصنوعات، ابزار و منابعی گفته می‌شود که به کسب، پردازش، ذخیره، توزیع و استفاده از اطلاعات کمک می‌کند (چون هوآ هسیائو و چیان یانگ، ۲۰۱۱)^۸. براساس این تعریف، زیرساخت فناوری اطلاعات شامل عناصری مانند سخت‌افزار، نرم‌افزار و حمایت کارکنان می‌شود. در محیط امروزی، ساختار منسجمی از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، دستیابی سریع و اثربخش به اطلاعات را برای اعضای سازمان فراهم می‌آورد و فرایند تبدیل دانش را تسهیل می‌کند. به کمک فناوری، افراد می‌توانند جلسه‌های چهره به چهره را هماهنگ کنند. از فناوری برای فهرست کردن دانش و تخصص اعضای سازمان

¹ Susana Pérez López, José Manuel Montes Peón & Camilo José Vázquez Ordás,

² Hefu Liu, Shaobo Wei, Weiling Ke, Kwok Kee Wei & Zhongsheng Hua, 2016

³ Susana Pérez-López & Joaquin Alegre, 2012

⁴ Chin-Tsang Ho, 2009

⁵ Jeff Crawford, Lori N. K. Leonard & Kiku Jones, 2011

⁶ Ganesh D. Bhatt & Varun Grover, 2005

⁷ Buraj Patrakosol & Sang M. Lee, 2009

⁸ Chun Hua Hsiao & Chyan Yang, 2011

نیز استفاده می‌شود. همچنین دسترسی ساده‌تر افراد را به اطلاعات صحیح، امکان‌پذیر می‌کند و فرایندهای تسهیم دانش را افزایش می‌دهد (سلیمان الحوامده، ۲۰۰۲).^۱

یکی دیگر از مهم‌ترین مباحث پیش روی سازمان‌ها، مقوله نوآوری و مفاهیم مرتبط با آن است. نوآوری به‌عنوان عامل حیاتی و مؤثر برای سازمان‌های امروزی ایفای نقش می‌کند تا به‌وسیله آن، سازمان‌ها به عملکرد بهتر و مزیت رقابتی دست یابند. نوآوری، همیشه برای بقای طولانی‌مدت و رشد سازمان‌ها ضروری بوده است و نقش مهم‌تری را در آینده شرکت برای پیروزی سریع در دگرگونی‌های محیطی، ایفا می‌کند. نوآوری یکی از فاکتورهای مهم برای موفقیت است. نوآوری به‌عنوان یکی از راه‌های تفکر و رفتاری است که ارزش‌ها و گرایش‌های یک سازمان را ایجاد، توسعه و بنا می‌گذارد که شامل پذیرش و حمایت از ایده‌ها و تغییرات بهبوددهنده در عملکرد و کارایی سازمان می‌باشد (فرشید نامیان و صادق فیض الهی، ۲۰۱۵). نوآوری غالباً به‌عنوان معرفی و کاربرد آگاهانه نظر، فرایندها، محصولات یا رویه‌هایی که برای بخش‌های مختلف سازمان جدید می‌باشد و پذیرش آن به‌طور شایان توجهی به ایجاد ارزش برای سازمان منجر می‌شود، تعریف شده است (جیان پینگ پنگ، گوئینگ ژانگ، ژنگ پینگ فو و یونگ تان، ۲۰۱۴).^۲ نوآوری سازمانی، به قابلیت نوآوری کلی سازمان در عرضه آموزش‌های جدید به جامعه یا ایجاد خدمات جدید از طریق ترکیب جهت‌گیری استراتژیک با فرایند و رفتار نوآورانه اطلاق می‌گردد (کاترین ال. وانگ و پرویز کی. احمد، ۲۰۰۴).^۳ در واقع، نوآوری سازمانی به‌منزله توسعه و پذیرش یک نظر یا رفتار جدید در فرایندهای سازمانی در نظر گرفته شده است که برای کل سازمان، نوآورانه محسوب می‌شود (نیلز استیگلitz و کلاوس هینه، ۲۰۰۷).^۴ بنابراین، نوآوری سازمانی را می‌توان فرایندی دانست که ابتکارات سازمانی به‌واسطه آن به محصولات، رویه‌ها، خدمات یا تغییرات سازمانی دارای ارزش‌افزوده یا عرضه‌شدنی به بازار تبدیل می‌شوند (نرگس ایمانی پور، سعیده محمدپور و آرین قلی پور، ۲۰۱۲).

به نظر می‌رسد شناسایی شاخص‌های بحرانی نوآوری به میزان زیادی با فناوری اطلاعات در سازمان‌ها وابسته شده است. چنان‌که اهمیت نوآوری و نقش نوآوری در عملکرد سازمانی در تحقیقات متعددی از جمله پژوهش (سیدحسین علوی، فروغ محمدی، ابوالفضل درویشی و نریمان رحمانی، ۲۰۲۰) و (هومن شبایی، مریم غیاث آبادی فراهانی، پیمان غفاری آشتیانی و آتنا هدایت نژاد ازاندهی، ۲۰۲۱) نیز مطرح شده است. از سوی دیگر، کاربرد فناوری اطلاعات در همه زمینه‌ها منجر به توسعه نوآوری در سازمان یا یک کسب‌وکار شده است؛ زیرا غالباً کاربرد فناوری اطلاعات در یک سازمان منجر به ساختار سازمانی مسطح‌تر و انعطاف‌پذیری بیشتر سازمانی برای درک نوآوری و کاربرد آن در سازمان شده است. برای مثال کاربرد فناوری اطلاعات در برخی سازمان‌ها منجر به دورکاری یا اشکال جدید کار شده است (مارسل آ. اف. دیرکس و جان اچ. ام. استروکن، ۱۹۹۹).^۵ در واقع استفاده سازمان‌ها از فناوری اطلاعات پیش برنده مهمی در راستای تولید دانش و پیامدهای نوآورانه در شرکت‌ها و سازمان‌های کارآفرین است (جان کیو دونگ و چیا-هان یانگ، ۲۰۱۹).^۶ با این حال بررسی ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات به معنای چگونگی به‌کار بردن فناوری‌ها توسط سازمان‌های دولتی، موضوعی است که کمتر به آن پرداخته شده است.

تحقیقات پراکنده‌ای به بررسی نقش فناوری اطلاعات در نوآوری سازمانی اشاره کرده‌اند. در این راستا می‌توان به تحقیق (عبدالمجید مصلح و علیرضا ضیایی، ۲۰۱۲) اشاره کرد که نتایج تحقیق ایشان نشان داد فناوری اطلاعات بر نوآوری تأثیر مؤثری دارد. نتایج تحقیق (یوسف محمدی مقدم، جواد معدنی و معصومه پهلوانی قمی، ۲۰۱۴) نشان داد

¹ Suliman Al-Hawamdeh, 2002

² Jianping Peng, Guoying Zhang, Zhengping Fu & Yong Tan, 2014

³ Catherine L. Wang & Pervaiz K. Ahmed, 2004

⁴ Nils Stieglitz & Klaus Heine, 2007

⁵ Marcel A. F. Dierckx & Jan H. M. Stroeken, 1999

⁶ John Qi Dong & Chia-Han Yang, 2019

که فناوری اطلاعات تأثیر مثبت، مستقیم و معناداری بر عملکرد نوآوری دارد و می‌تواند نقش مؤثری در افزایش عملکرد نوآورانه داشته باشد. (احمدعلی یزدان پناه، حامد گنجی زاده مرادلو و مجید طاغونی، ۲۰۱۴) به این نتیجه رسیدند که فناوری اطلاعات بر نوآوری تأثیر دارد و علاوه بر این، نوآوری بر ساختار سازمان تأثیر دارد. از جمله تحقیقات داخلی که در سازمان‌های ورزشی انجام شده است می‌توان به پژوهش (مریم موسیوند و فاتح فرازبانی، ۲۰۱۵) اشاره کرد که تأثیر مثبت و معنادار مؤلفه‌های فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش در کارکنان سازمان ورزش و جوانان استان همدان را نتیجه گرفتند. (یزدان سبحانی، حبیب هنری، جواد شهلاهی و علیرضا احمدی، ۲۰۱۳) به این نتیجه رسیدند که تجهیز فدراسیون‌های ورزشی به فناوری‌های روز دنیا و امکان آشنایی و کار با این فناوری‌ها برای کارکنان این سازمان‌ها می‌تواند چرخه گردش دانش در بخش‌های مختلف سازمان را تسهیل کند. (حبیب هنری، احمد محمودی، ایوب اسلامی، محمدحسن متقی شهری، ۲۰۱۵) ارتباط بین فناوری اطلاعات و عملکرد سازمانی در سازمان تربیت‌بدنی آموزش و پرورش را نتیجه گرفتند.

تحقیقات خارجی نیز به بررسی موضوع فناوری اطلاعات و نوآوری در سازمان‌ها پرداخته‌اند؛ از جمله پژوهش (جا-شن چن و هونگ-تای تسو، ۲۰۱۲)^۱ که تأثیرات قابلیت فناوری اطلاعات و نوآوری فرایند خدمات و نقش واسطه‌ای خدمت به مشتریان بر عملکرد شرکت را بررسی کردند و نتایج ایشان نشان داد که طرح‌های مدیریتی باید در راستای توسعه فناوری اطلاعات باشد و همچنین نوآوری فرایند خدمات و اعمال نفوذ آن‌ها به‌منظور تسهیل خدمات به مشتریان به‌منظور رسیدن به عملکرد بهتر شرکت‌ها طراحی و اجرا شوند. علاوه بر این، تقویت قابلیت فناوری اطلاعات، نوآوری فرایند خدمات در سطح بالاتری را به دنبال خواهد داشت. (تی. رابچاندرا، ۲۰۱۸)^۲، به این نتیجه رسید که شایستگی فناوری اطلاعات (دانش فناوری اطلاعات، عملیات فناوری اطلاعات، زیرساخت فناوری اطلاعات) رابطه مثبتی با ظرفیت نوآوری دارد و شرکت‌هایی با ظرفیت نوآوری بالاتر، توانایی استفاده از سامانه‌های دیجیتالی خود را به میزان بیشتری دارا هستند. نوآوری فرصت ارزشمندی برای سازمان‌های ورزشی ارائه می‌کند به‌طوری‌که در مطالعه‌ای درباره عوامل تعیین‌کننده عملکرد بالای سازمانی در فدراسیون‌های ورزشی که توسط (متیو ویناند، دیوید کوالیزا، استیون ووس، جرون اسپچیردر و تیری زینتز، ۲۰۱۳)^۳ انجام شد، نتایج نشان داده شد که فعالیت‌های نوآورانه عوامل کلیدی موفقیت بودند. باوجوداین، مطالعات در مورد نوآوری در ورزش اندک است. به‌طور خلاصه، تاکنون تنها مطالعات مرتبط اندکی روی نوآوری برای فدراسیون‌های ورزشی آماتور و هم حرفه‌ای (سارا گیلومر و کلایو گیلسون، ۲۰۰۷؛ لارنا هوپر، آلیسون دوهرتی، اورلند هوپر، ریچارد ولف، کتی میسنر و بانی کامینگز-ویکاریوس، ۲۰۰۹؛ ریچارد ولف، پاتریک ام. رایت و دنیس ال. اسمارت، ۲۰۰۶)^۴ و همین‌طور برای فدراسیون‌های ورزشی منتشر شده است (آران کازا، ۲۰۰۰؛ سو نیول و جکی سوان، ۱۹۹۵)^۵، (ویناند و همکاران، ۲۰۱۳).

جمع‌بندی تحقیقات انجام‌شده نشان می‌دهد که تاکنون به بررسی تأثیر ابعاد فناوری اطلاعات بر نوآوری در سازمان‌های ورزشی دولتی پرداخته نشده است و اهمیت فناوری اطلاعات به‌ویژه در زمان دورکاری و شرایط بحرانی همانند پاندمی بیماری کرونا دوچندان است. زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، دانش و عملیات فناوری اطلاعات می‌تواند در ادارات ورزش و جوانان، جامعه و به‌ویژه جوانان را به‌عنوان ذی‌نفعان خود، هدایت کند و با آن‌ها ارتباط کارا و مؤثری

¹ Ja-Shen Chen & Hung-Tai Tsou, 2012

² T. Ravichandran, 2018

³ Mathieu Winand, David Qualizza, Steven Vos, Jeroen Scheerder & Thierry Zintz, 2013

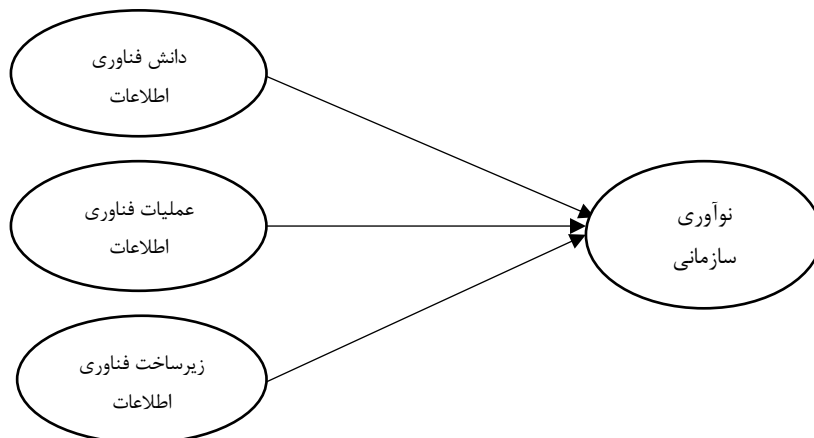
⁴ Sarah Gilmore & Clive Gilson, 2007; Larena Hoerber, Alison Doherty, Orland Hoerber, Richard Wolfe, Katie Misener & Bonnie Cummings-Vickaryous, 2009; Richard Wolfe, Patrick M. Wright & Dennis L. Smart, 2006

⁵ Arran Caza, 2000; Sue Newell & Jacky Swan, 1995

برقرار کند. علاوه بر این به نظر می‌رسد فرایندهای نوآورانه در سازمان‌ها به‌منظور ارتباط بیشتر با ذی‌نفعان می‌تواند از طریق ارتقای زیرساخت‌های فناوری اطلاعات فراهم شود.

سازمان‌ها در محیط متلاطم و پویا فعالیت می‌کنند و ادارات کل ورزش و جوانان نیز با توجه به رسالت خود و سروکار داشتن با تمام اقشار جامعه و به‌عنوان مرجعی برای تمام مناطق یک استان لازم است که به‌روز باشد و بتواند با جامعه به‌صورت بهینه ارتباط برقرار کند و برای موفقیت و رسیدن به اهداف سازمانی باید نوآوری داشته باشد تا کارکنان عملکرد سازمان خود را ارتقا دهند. امروزه، نوآوری به یکی از اجزای اصلی استراتژی سازمان تبدیل شده است و لازمه دست یافتن به موفقیت، اجرای نوآوری به‌صورت پایدار و اثربخش است. به‌کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی باعث می‌شود تا کارکنان همواره آماده بروز تغییرات باشند تا سازمان، فعال و پویا شود. در واقع فناوری اطلاعات در مدیریت ورزشی، رویکردی برای بهبود تصمیم‌گیری سیستم‌های اطلاعاتی است؛ چنان‌که برای مثال، در برگزاری رویدادهای ورزشی از ابزارهای نرم‌افزاری برای مدیریت رویداد، ثبت‌نام بازی‌ها و گزارش عملکرد، مدیریت تیم، گزارش مالی، بازاریابی، توسعه وب‌سایت، برنامه‌ریزی و مدیریت مسابقات، زمین‌ها، سالن‌ها، تیم‌ها و هم‌چنین سیستم بلیت‌فروشی استفاده می‌شود (لورن بروس).

شایستگی فناوری اطلاعات در ایران به‌خصوص در ادارات کل ورزش و جوانان با فناوری‌های روز دنیا مطابقت ندارد؛ به‌گونه‌ای که ضعف در مقوله سواد دیجیتال و باور نداشتن مدیران در کاربرد فناوری‌های نوین اطلاعاتی همچنان احساس می‌شود (هنری و همکاران، ۲۰۱۵)؛ از این رو لزوم بررسی و کاربرد فناوری اطلاعات در سازمان‌های ورزشی، محسوس است. از طرفی با وجود اهمیت این موضوع، تحقیقات پراکنده‌ای در ایران به‌ویژه در سازمان‌های ورزشی در رابطه با فناوری اطلاعات صورت گرفته است، از طرف دیگر با توجه به ضرورت نوآوری در سازمان‌های ورزشی ایران و نیز با توجه به اهمیت فناوری اطلاعات در ادارات کل ورزش و جوانان و نبود تحقیقی در راستای بررسی دو مفهوم شایستگی فناوری اطلاعات و نوآوری در ادارات کل ورزش و جوانان، محققان بر آن شدند تا به بررسی تأثیر ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات بر نوآوری بپردازند تا با ارائه راهکارهایی سازنده به بهبود نوآوری سازمانی کمک کنند. در نتیجه، هدف اصلی تحقیق، بررسی تأثیر ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات (دانش فناوری اطلاعات، عملیات فناوری اطلاعات، زیرساخت فناوری اطلاعات) بر نوآوری سازمانی در ادارات کل ورزش و جوانان است. مدل تحقیق در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی از نوع علی و از منظر هدف کاربردی بود که در این راستا از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان ایران بود که ۹ استان به‌عنوان جامعه در دسترس انتخاب شد (۹ استان کشور؛ تهران، یزد، فارس، ایلام، ارومیه، کهگیلویه و بویراحمد، زنجان، اردبیل، تبریز). تعیین حداقل حجم نمونه لازم برای گردآوری داده‌های مربوط به مدل‌یابی معادلات ساختاری بسیار بااهمیت است؛ اما حداقل ۲۰۰ نمونه قابل دفاع است. در مدل‌یابی معادلات ساختاری حدود ۲۰ نمونه برای هر عامل (متغیر پنهان) لازم است (رکس بی کلاین، ۲۰۱۵)^۱. از رویکرد نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. به این منظور به ادارات کل ورزش و جوانان هر استان مراجعه و به‌صورت حضوری پرسش‌نامه‌ها به کارکنان براساس جامعه آماری داده شد. ۲۵۰ پرسش‌نامه توزیع شد که از این تعداد ۲۲۳ پرسش‌نامه قابل‌بررسی، جمع‌آوری شد.

از پرسشنامه استاندارد ۱۵ سؤالی شایستگی فناوری اطلاعات (مایکل جی. تپینز و روایریت اس. سوهی، ۲۰۰۳)^۲ و از پرسشنامه ۱۶ سؤالی نوآوری سازمانی (وانگ و احمد، ۲۰۰۴) استفاده شده است که مجدداً تأیید متخصصان رسیده است. برای تأیید پایایی به‌وسیله نرم‌افزار SPSS (نسخه ۲۵)، آلفای کرونباخ ۰/۷۳۰ پرسشنامه طبق جدول ۱ بالای ۰/۷ به‌دست آمده است که نشان از تأیید پایایی پرسش‌نامه‌های تحقیق دارد. برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها نیز از لیزرل (نسخه ۸/۸) استفاده شد.

جدول ۱. پایایی پرسشنامه

مفهوم	شماره سؤال	آلفای کرونباخ
دانش فناوری اطلاعات	۴-۱	۰/۷۴۳
شایستگی فناوری اطلاعات	۱۰-۵	۰/۷۲۹
	۱۵-۱۱	۰/۸۲۴
نوآوری سازمانی	۳۱-۱۶	۰/۷۹۱

یافته‌ها

در جدول ۲ و ۳ یافته‌های جمعیت‌شناختی و شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش آورده شده است.

جدول ۲. یافته‌های جمعیت‌شناختی

درصد فراوانی	فراوانی	
۱۸/۸	کمتر از ۱۰ سال	سابقه خدمت
۳۶/۳	بین ۱۱ تا ۲۰ سال	
۴۴/۸	بالای ۲۱ سال	
۱۹/۳	زن	جنسیت
۸۰/۷	مرد	
۱۷	کمتر از ۳۰ سال	سن
۴۹/۳	بین ۳۱-۴۰ سال	
۳۳/۶	بیشتر از ۴۱ سال	
۱۲/۱	دیپلم	مدرک تحصیلی

¹ Rex B Kline, 2015

² Michael J. Tippins & Ravipreet S. Sohi, 2003

فراوانی	درصد فراوانی
فوق دیپلوم	۲۰/۲
لیسانس	۴۴/۴
فوق لیسانس و بالاتر	۲۳/۳

جدول ۳. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

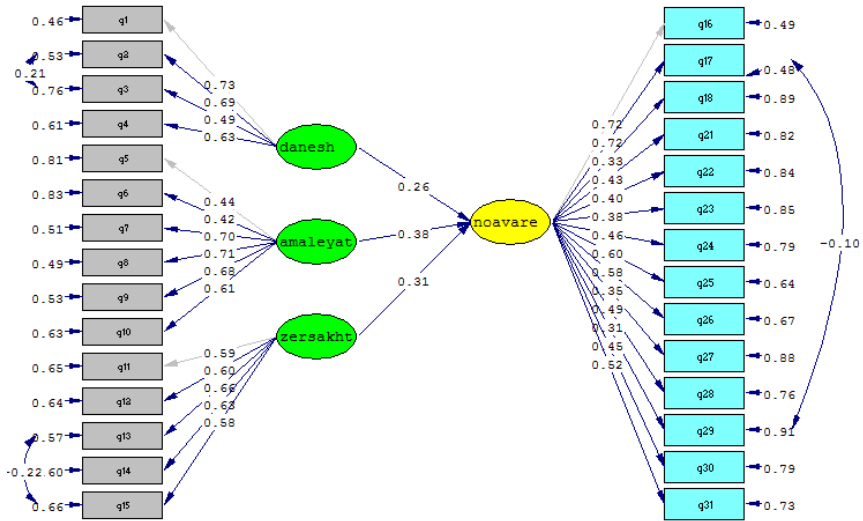
مفاهیم	میانگین	انحراف استاندارد
شایستگی فناوری اطلاعات	دانش فناوری اطلاعات	۳/۶۲
	عملیات فناوری اطلاعات	۳/۶۸
	زیرساخت فناوری اطلاعات	۳/۶۷
نوآوری سازمانی	۲/۵۴	۰/۶۶

با توجه به تحلیل عامل تأییدی، سؤالاتی که دارای بار عاملی نامناسب بودند (سؤالات ۱۹ و ۲۰) حذف شدند. با توجه به شاخص‌های مدل می‌توان نتیجه گرفت که مدل از لحاظ شاخص‌ها، در وضعیت مناسبی قرار دارد. در واقع میزان این شاخص‌ها (برازندگی تطبیقی، شاخص نیکویی برازش، شاخص برازندگی افزایشی، شاخص برازش غیرنرم و شاخص برازش هنجار شده) باید بالاتر از ۰/۹ باشد تا مدل، برازش خوبی داشته باشد (حیدرعلی هومن، ۲۰۱۵). جدول ۴ شاخص‌های برازش برای مدل ساختاری تحقیق نشان داده شده است.

جدول ۴. شاخص‌های برازش برای مدل ساختاری تحقیق

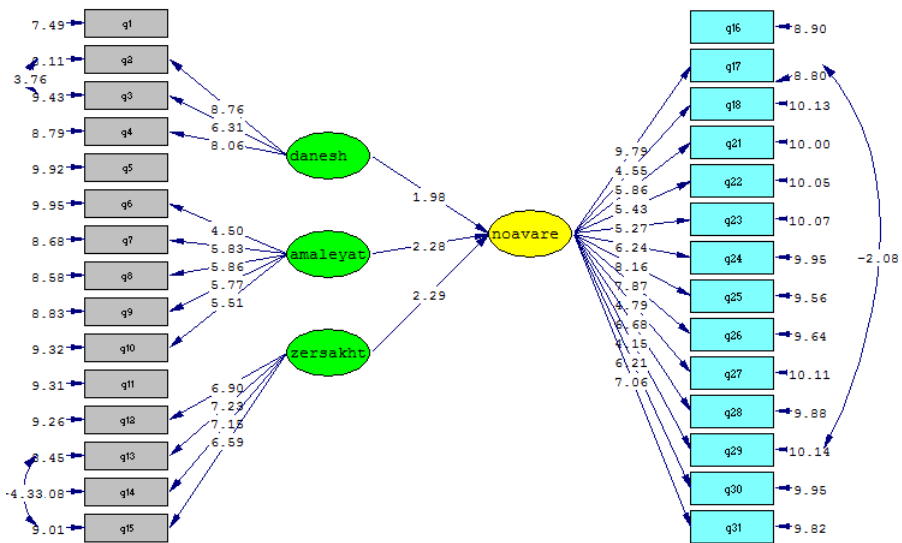
شاخص‌های بررسی شده	میزان استاندارد	مقدار برآورد شده مدل
χ^2/df	کمتر از ۳	۲/۸۷
RMSEA	کمتر از ۰/۱	۰/۰۹۲
CFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۱
IFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۱
GFI	بیشتر از ۰/۸	۰/۹۲
NNFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲

شکل ۲ مدل معادلات ساختاری بر اساس مقادیر استاندارد را نشان می‌دهد.



Chi-Square=1058.97, df=368, P-value=0.00000, RMSEA=0.092

شکل ۲. مدل معادلات ساختاری بر اساس مقادیر استاندارد



Chi-Square=1058.97, df=368, P-value=0.00000, RMSEA=0.092

شکل ۳. مدل معادلات ساختاری بر اساس آماره تی

براساس نتایج حاصل از شکل ۲، نتایج نشان می‌دهد که دانش فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی در ادارات کل ورزش و جوانان تأثیرگذار است و این فرضیه، تأیید می‌شود. علاوه بر این، عملیات فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی در ادارات کل ورزش و جوانان مؤثر است و نیز فرضیه تأیید می‌شود؛ به عبارتی، زیرساخت فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی در ادارات کل ورزش و جوانان تأثیرگذار است. همان‌گونه که شکل ۳ نشان می‌دهد آماره تی در هر سه مسیر بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است؛ در نتیجه، دانش، عملیات و زیرساخت فناوری اطلاعات، تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری در ادارات کل ورزش و جوانان دارد که در جدول ۵ میزان تأثیر متغیرها و مقادیر تی نشان داده شده است.

جدول ۵. میزان تأثیر متغیرها و مقادیر تی

نتیجه	مقدار تی	میزان اثر مستقیم	اثر متغیرها
تأیید	۱/۹۸	۰/۲۶	دانش فناوری اطلاعات <---- نوآوری سازمانی
تأیید	۲/۲۸	۰/۳۸	زیرساخت فناوری اطلاعات <---- نوآوری سازمانی
تأیید	۲/۲۹	۰/۳۳	عملیات فناوری اطلاعات <---- نوآوری سازمانی

بحث و نتیجه‌گیری

فناوری فناوری اطلاعات و به‌کارگیری آن، یکی از مهم‌ترین فناوری‌های قرن بیست‌ویکم در سازمان‌ها شناخته شده است. فناوری اطلاعات ابزاری است که سازمان‌ها به‌صورت گسترده از آن استفاده می‌کنند (لی و وانگ، ۲۰۱۱). ایجاد زیرساخت فناوری اطلاعات توأم با دانش لازم برای فرایندها یا عملیات فناوری اطلاعات، به‌عنوان شایستگی‌های فناوری اطلاعات برای یک سازمان می‌تواند منجر به مدیریت مؤثر منابع و سرمایه‌های سازمان شود (لیو و همکاران، ۲۰۱۶) و به‌گونه‌ای نوآوری در سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار دهد (دونگ و یانگ، ۲۰۱۹). در این راستا، هدف تحقیق حاضر، بررسی تأثیر ابعاد شایستگی فناوری اطلاعات بر نوآوری در ادارات کل ورزش و جوانان بود.

یافته‌های پژوهش نشان داد دانش فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با نتایج تحقیق (علی شامی، جواد خزایی پول، جواد شعبانی نفت چالی، هادی بالویی جام خانه و رضا صالح زاده، ۲۰۱۲)، (نگار السادات مصباحی جهرمی و مرضیه ادیب زاده، ۲۰۱۶) که به بررسی نقش دانش بر نوآوری پرداخته‌اند، همخوانی دارد. به‌علاوه، این تحقیق با پژوهش‌های (راویچاندوران، ۲۰۱۸) و (چن و تسو، ۲۰۱۲) نیز هم‌خوانی دارد. به نظر می‌رسد دانش فناوری اطلاعات به‌عنوان دانش فنی موجود در سازمان از جمله درک کامل از دانش موردنظر در هر واحد سازمانی است تا به یادگیری واحد سازمانی کمک کند و در نتیجه سطح بالاتر یادگیری، نوآوری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در واقع یادگیری منجر به ارتقای نوآوری و در نتیجه بهبود عملکرد کارکنان و بهره‌وری سازمانی می‌شود. فراهم کردن زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات ضمن بهره‌مند ساختن کارکنان از دانش باعث ارتقای بهره‌وری شغلی می‌شود و زمینه بهبود مدیریت دانش را فراهم می‌کند (موسیوند و فرازبانی، ۲۰۱۵). در واقع، دانش، منبع ارزشمندی برای فرایندهای سازمانی از جمله رویکردهای فناوری اطلاعات است. دانش فناوری اطلاعات، ساختارهای ارزشمندی در زمان بحران ایفا می‌کند که یکی از این بحران‌ها، همه‌گیری کووید ۱۹ بوده است (وی-تسانگ وانگ و سو-یینگ وو، ۲۰۲۱)^۱.

عملیات فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با نتایج تحقیقات (مصلح و ضیایی، ۲۰۱۲)، (محمدمقدم و همکاران، ۲۰۱۴)، (یزدان پناه و همکاران، ۲۰۱۴)، (چن و تسو، ۲۰۱۲) (راویچاندوران، ۲۰۱۸) هم‌خوانی دارد. به نظر می‌رسد فرایندهای استفاده از فناوری اطلاعات در ادارات کل ورزش و جوانان به‌منظور مدیریت اطلاعات ذی‌نفعان سازمان، به تسهیل بهتر فرایندهای دانشی، مدیریتی و نیز تحول و بهره‌مندی از دانش موجود کمک

¹ Wei-Tsong Wang & Su-Ying Wu, 2021

کند و چنین رویکردی بتواند نوآوری سازمانی را چه در بحث ورزشی و چه در رویکردهای اجتماعی ارتقا دهد. برای مثال، ثبت و مدیریت فرایند اطلاعات مربوط به خیرین ورزش‌یار در ادارات می‌تواند به تصمیم‌گیری و در نتیجه جهت‌دهی هرچه بیشتر در راستای نوآوری‌های اجتماعی به سازمان کمک کند.

نتایج نشان داد که زیرساخت فناوری اطلاعات بر نوآوری سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری دارد که با تحقیقات (مصلح و ضیایی، ۲۰۱۲)، (یزدان پناه و همکاران، ۲۰۱۴)، (محمدی مقدم و همکاران، ۲۰۱۶)، (چن و تسو، ۲۰۱۲) (راویچاندان، ۲۰۱۸) هم‌خوانی دارد. زیرساخت‌های فناوری اطلاعات به کسب، پردازش، ذخیره، توزیع و استفاده از اطلاعات کمک می‌کند و استفاده از این زیرساخت‌ها می‌تواند زمینه‌های نوآوری را در سازمان به وجود آورد؛ لذا با تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات می‌توان نوآوری در سازمان را ارتقا بخشید. تجهیز سازمان به فناوری‌های به‌روز دنیا و امکان آشنایی و کار با این فناوری‌ها بتواند چرخه گردش دانش در بخش‌های مختلف سازمان را تسهیل کند. استفاده از فناوری‌های مناسب در سازمان، گامی مؤثر در نگهداری دانش آشکار تلقی می‌شود. زیربنای تکنولوژی از فناوری اطلاعات و قابلیت‌های آن تشکیل شده است. فناوری اطلاعات به‌طور گسترده به‌کار گرفته می‌شود. فناوری‌هایی که هم‌اکنون به‌گونه‌ای موفق از آن‌ها استفاده می‌شود گستره‌ای را از کنفرانس و ویدئویی رومیزی، پست الکترونیکی، سیستم‌های مدیریت اسناد، شبکه‌های اینترنت، ابزارهای هوش مصنوعی، موتورهای جستجوی اطلاعات، ابزارهای ذخیره داده‌ها و استخراج داده‌ها را در برمی‌گیرد (محمدی مقدم و همکاران، ۲۰۱۶).

در نتیجه‌گیری کلی به نظر می‌رسد استفاده از توانمندی‌های موجود و فناوری‌های ظهوریافته و آگاهی از امکانات فناوری اطلاعات بتواند به افزایش نوآوری سازمان کمک کند. دانش فناوری اطلاعات به توانایی همانندسازی دانش بیرونی و خلق دانش جدید کمک می‌کند که می‌تواند منجر به ارتقای نوآوری در سازمان شود؛ لذا با تقویت دانش فناوری اطلاعات و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در یک سازمان و در نتیجه به‌کارگیری عملیات فناوری اطلاعات می‌توانیم نوآوری را در سازمان بهبود ببخشیم. در واقع ابعاد فناوری اطلاعات از قبیل دانش کارکنان از فناوری اطلاعات، ایجاد پایگاه داده برای استفاده در سازمان، به‌روز کردن پایگاه داده، میزان به‌کارگیری تکنولوژی اطلاعات توسط کارمندان، نسبت تعداد کامپیوترهای شخصی به تعداد کل کارکنان، سرمایه‌گذاری روی تجهیزات کامپیوتری، تعداد سرورهای اینترنتی، استفاده از ظرفیت فناوری اطلاعات، استفاده از سیستم‌های تصمیم‌گیری در سطح مدیریت، استفاده از نرم‌افزار سیستم مدیریت اطلاعات، اتوماسیون، استفاده از پرونده‌های الکترونیکی، صحت اطلاعات وارد شده برای نظام اطلاعاتی می‌تواند نوآوری و عوامل نوآوری در سازمان را تحت تأثیر قرار دهد؛ به‌عبارت‌دیگر، ابعاد فناوری اطلاعات می‌تواند بر نوآوری در سازمان؛ از جمله نگرش در راستای یادگیری چیزهای جدید، یادگیری فناوری‌های حیاتی و مهم، طراحی خدمات بر اساس نیازهای مشتریان، به اشتراک گذاشتن دانش، فرهنگ نوآوری و سرمایه‌گذاری کلی روی پرسه نوآوری اثر بگذارد. در واقع تأثیر مثبت و معنادار این سه بعد از شایستگی فناوری اطلاعات را می‌توان براساس تئوری تخصیص منابع^۱ توضیح داد که در آن لازم است مدیر یا مجموعه مدیریت در سازمان، منابع نایاب، نامتجانس یا منحصربه‌فرد را به‌کار گیرند تا سازمان به مزیت رقابتی دست پیدا کند (کلینت چادویک، جانیس اف. سوپر و کیووک کوون، ۲۰۱۵).^۲ در این راستا، لازمه شایستگی فناوری اطلاعات و به‌کارگیری آن در سازمان، تلفیق منابع، شایستگی و مدیران سازمانی است که در نهایت منجر به بهبود نوآوری در سازمان می‌شود (لیو و همکاران، ۲۰۱۶). به‌عبارت‌دیگر، هیئت‌مدیره یا مدیران سازمان باید بتوانند منابع سازمانی (سرمایه انسانی، سرمایه مادی و ...) را به‌گونه‌ای هماهنگ به سازمان اختصاص دهند تا فناوری اطلاعات بتواند نیازها و قابلیت‌های سازمانی را به‌منظور ایجاد نوآوری برآورده و ایجاد کند. با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان پیشنهادها کاربردی ذیل را برای ادارات ورزش و جوانان در نظر گرفت:

¹ Resource Orchestration theory

² Clint Chadwick, Janice F. Super & Kiwook Kwon, 2015

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی فناوری اطلاعات در راستای توجه به نقش پراهمیت منابع انسانی
- غنی‌تر کردن زیرساخت‌های فناوری اطلاعات برای کارکنان
- بهبود و کاربردی‌تر کردن ابزارهایی چون راه‌اندازی تالار گفتگوی مجازی و اتاق فکر در ادارات کل ورزش و جوانان
- ایجاد کارگروه دانش‌آفرینی برای کارکنان سازمانی.

References

- Al-Hawamdeh, S. (2002). Knowledge management: re-thinking information management and facing the challenge of managing tacit knowledge. *Information research*, 8(1), 1-21. https://www.researchgate.net/profile/Suliman-Hawamdeh/publication/26387648_Knowledge_management_Re-thinking_information_management_and_facing_the_challenge_of_managing_tacit_knowledge/links/5f2ef09392851cd302ea4d8f/Knowledge-management-Re-thinking-information-management-and-facing-the-challenge-of-managing-tacit-knowledge.pdf
- Alavi, S. H., Mohammadi, F., Darvishi, A., & Rahmani, N. (2020). The mediating role of innovation on the impact of market orientation on the performance of private clubs. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 17(3), 187-201. <https://doi.org/10.48301/kssa.2020.124672>
- Bhatt, G. D., & Grover, V. (2005). Types of Information Technology Capabilities and Their Role in Competitive Advantage: An Empirical Study. *Journal of Management Information Systems*, 22(2), 253-277. <https://doi.org/10.1080/07421222.2005.11045844>
- Brousell, L. Ways big data and analytics will change sports, CIO.
- Caza, A. (2000). Context receptivity: Innovation in an amateur sport organization. *Journal of Sport Management*, 14(3), 227-242. <https://doi.org/10.1123/jsm.14.3.227>
- Chadwick, C., Super, J. F., & Kwon, K. (2015). Resource orchestration in practice: CEO emphasis on SHRM, commitment-based HR systems, and firm performance. *Strategic Management Journal*, 36(3), 360-376. <https://doi.org/10.1002/smj.2217>
- Chen, J.-S., & Tsou, H.-T. (2012). Performance effects of IT capability, service process innovation, and the mediating role of customer service. *Journal of Engineering and Technology Management*, 29(1), 71-94. <https://doi.org/10.1016/j.jengetecman.2011.09.007>
- Crawford, J., Leonard, L. N. K., & Jones, K. (2011). The human resource's influence in shaping IT competence. *Industrial Management & Data Systems*, 111(2), 164-183. <https://doi.org/10.1108/02635571111115128>
- Dierckx, M. A. F., & Stroeken, J. H. M. (1999). Information Technology and Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises. *Technological Forecasting and Social Change*, 60(2), 149-166. [https://doi.org/10.1016/S0040-1625\(98\)00043-2](https://doi.org/10.1016/S0040-1625(98)00043-2)
- Dong, J. Q., & Yang, C.-H. (2019). Information technology and innovation outcomes: is knowledge recombination the missing link? *European Journal of Information Systems*, 28(6), 612-626. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2019.1627489>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, D. L., Coombs, C., Constantiou, I., Duan, Y., Edwards, J. S., Gupta, B., Lal, B., Misra, S., Prashant, P., Raman, R., Rana, N. P., Sharma, S. K., & Upadhyay, N. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on information management


- research and practice: Transforming education, work and life. *International Journal of Information Management*, 55, 102211. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.1.02211>
- Gilmore, S., & Gilson, C. (2007). Finding form: elite sports and the business of change. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), 409-428. <https://doi.org/10.1108/09534810710740218>
- Ho, C. T. (2009). The relationship between knowledge management enablers and performance. *Industrial Management & Data Systems*, 109(1), 98-117. <https://doi.org/10.1108/02635570910926618>
- Hoeber, L., Doherty, A., Hoeber, O., Wolfe, R., Misener, K., & Cummings-Vickaryous, B. (2009, June 25). *An exploration of the nature of innovations in community sport organizations*. North American Society for Sport Management Conference, Columbia.
- Honari, H., Mahmoudi, A., Eslami, A., & Mottaghi Shahri, M. H. (2015). The Relationship Between It And Mis With Organizational Performance In Physical Education Managers Of The Education System. *Organizational Behavior Management In Sport Studies*, 2(7), 89-102. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=506656>
- Hooman, H. A. (2015). *Structural equation modeling using LISREL software* (2 ed.). SAMAT. <http://kharazmi-statistics.ir/fa/modelsazisakhtarb.aspx>
- Hsiao, C. H., & Yang, C. (2011). The intellectual development of the technology acceptance model: A co-citation analysis. *International Journal of Information Management*, 31(2), 128-136. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.003>
- Imanipour, N., Mohammadpour, S., & Gholipour, A. (2012). The role of electronic human resource management on organizational innovation. *Journal of Entrepreneurship Development*, 5(2), 87-105. <https://doi.org/10.22059/jed.2012.28542>
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4 ed.). Guilford publications. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Q61ECgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Principles+and+Practice+of+Structural+Equation+Modeling&ots=jFilXvw7qg&sig=qzDcOhzTDF9pw_0YIEH7cIBDfrY#v=onepage&q=Principles%20and%20Practice%20of%20Structural%20Equation%20Modeling&f=false
- Li, C., & Wang, Z. (2011, December 23-25). *Research on the applications of information technology in sport management*. International Conference on Information and Business Intelligence, Chongqing, China. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-29087-9_37
- Liu, H., Wei, S., Ke, W., Wei, K. K., & Hua, Z. (2016). The configuration between supply chain integration and information technology competency: A resource orchestration perspective. *Journal of Operations Management*, 44, 13-29. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2016.03.009>
- López, S. P., Peón, J. M. M., & Ordás, C. J. V. (2009). Information technology as an enabler of knowledge management: an empirical analysis. In *Knowledge Management and Organizational Learning*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0011-1_8
- Mesbahi Jahromi, N. A., & Adibzade, M. (2016). Impact of Knowledge Management System on Organizational Innovation : Investigating the Role of Organizational Learning. *Knowledge Retrieval and Semantic Systems*, 2(5), 25-43. <https://doi.org/10.22054/jks.2016.2696>
- Mohammadi Moghadam, Y., Vali Asl, J., & Abedi, M. (2016). Examining the Role of Knowledge Sharing on the Organizational Learning Process, Regarding the Mediating Effect of Technology and Social Interaction in Pension Fund of Iranian Oil Industry. *Strategic*

- studies in the oil and energy industry*, 7(28), 147-171. <http://iieshrm.ir/article-1-59-en.html> <http://iieshrm.ir/article-1-59-en.pdf>
- Mohammadi moghaddam, Y., Madani, J., & Pahlevani Qummi, M. (2014). The Role of information technology (IT) in innovation performance Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults. *BI Management Studies*, 2(8), 75-97. https://ims.atu.ac.ir/article_1534_ca7fccal6c9826aecef118c39e1bcc3f.pdf
- Moosivand, M., & Faraziani, F. (2015). The Impact of Information and Communication Technology on the Knowledge Management of the Employees of the Sports and Youth Administration of Hamadan Province, Application of Path Analysis. *Communication management in sports media*, 3(10), 11-21.
- Mosleh, A. M., & Zeiaei, A. (2012, May 27). *The Role of Information Technology in Innovation*. 4th National Conference on Innovation Engineering and Management, Tehran, Research Foundation for Creative Sciences, Triz and Engineering and Innovation Management, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/188347/>
- Namamian, F., & Feizollahi, S. (2015). The effect of organizational culture on organizational performance in the role of mediator innovation (Case study Ilam Industrial companies). *Ilam Culture*, 16(46,47), 161-174. http://www.farhangeilam.ir/article_11655_2d2f837177cbf07b144d2bd22f0c8942.pdf
- Newell, S., & Swan, J. (1995). The Diffusion of Innovations in Sport Organizations: An Evaluative Framework. *Journal of Sport Management*, 9(3), 317-337. <https://web.p.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=08884773&AN=16602255&h=k%2bEEKOm6Vr3g%2fnyhkkPJwuCG8LxjU31NiXFF5J%2ftimfHGD3VPFO5q%2bQ5XGdjgGk2VDFGPIDtmH%2bPjHNOPO7nQ%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrINotAuth&crllhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d08884773%26AN%3d16602255>
- Patrakosol, B., & Lee, S. M. (2009). IT capabilities, interfirm performance, and the state of economic development. *Industrial Management & Data Systems*, 109(9), 1231-1247. <https://doi.org/10.1108/02635570911002298>
- Peng, J., Zhang, G., Fu, Z., & Tan, Y. (2014). An empirical investigation on organizational innovation and individual creativity. *Information Systems and e-Business Management*, 12(3), 465-489. <https://doi.org/10.1007/s10257-013-0227-y>
- Pérez-López, S., & Alegre, J. (2012). Information technology competency, knowledge processes and firm performance. *Industrial Management & Data Systems*, 112(4), 644-662. <https://doi.org/10.1108/02635571211225521>
- Rabiee, A., & Hoshian Sabet Lahijani, M. (2018). *promote knowledge management in organizations using information technology*. Tisa.
- Ravichandran, T. (2018). Exploring the relationships between IT competence, innovation capacity and organizational agility. *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(1), 22-42. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2017.07.002>
- Shababi, H., Ghiasabadi Farahani, M., Ghafari Ashtiani, P., & Hedayat nejad Azandehi, A. (2021). The Impact of Open Innovation on Innovative Performance in Mazandaran Province Industry, Mining and Trade Organization: The Mediating Role of Knowledge Structure. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, (), -. https://karafan.tvu.ac.ir/article_129203.html?lang=en
- Shaemi, A., Khazaei Pool, J., Shabani Naft Chali, J., Balouei Jam Khaneh, H., & Salehzadeh, R. (2012). The effect of knowledge sharing on innovation and performance of small

- and medium enterprises with a balanced scorecard approach. *Improvement and transformation management studies*, 22(69), 59-93. <https://www.sid.ir/fa/journal/VIEWPaper.aspx?id=211312>
- Sobhani, Y., Honari, H., Shahlai, J., & Ahmadi, A. (2013). The Relationship between Information Technology and Knowledge Management in Sports Federations. *Journal of Sport Management*, 5(2), 55-73. <https://doi.org/10.22059/jsm.2013.32167>
- Stieglitz, N., & Heine, K. (2007). Innovations and the role of complementarities in a strategic theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 28(1), 1-15. <https://doi.org/10.1002/smj.565>
- Tippins, M. J., & Sohi, R. S. (2003). IT competency and firm performance: is organizational learning a missing link? *Strategic Management Journal*, 24(8), 745-761. <https://doi.org/10.1002/smj.337>
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313. <https://doi.org/10.1108/14601060410565056>
- Wang, W.-T., & Wu, S.-Y. (2021). Knowledge management based on information technology in response to COVID-19 crisis. *Knowledge Management Research & Practice*, 19(4), 468-474. <https://doi.org/10.1080/14778238.2020.1860665>
- Winand, M., Qualizza, D., Vos, S., Scheerder, J., & Zintz, T. (2013). Fédérations sportives innovantes: attitude, perceptions et champions de l'innovation. *RIMHE: Revue Interdisciplinaire Management, Homme Entreprise*, 6(2), 5-20. <https://www.cairn.info/revue-rimhe-2013-2-page-5.htmUR>
- Wolfe, R., Wright, P. M., & Smart, D. L. (2006). Radical HRM innovation and competitive advantage: The Moneyball story. *Human Resource Management*, 45(1), 111-145. <https://doi.org/10.1002/hrm.20100>
- Wong, A. Y.-Y., Ling, S. K.-K., Louie, L. H.-T., Law, G. Y.-K., So, R. C.-H., Lee, D. C.-W., Yau, F. C.-F., & Yung, P. S.-H. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic on sports and exercise. *Asia-Pacific Journal of Sports Medicine, Arthroscopy, Rehabilitation and Technology*, 22, 39-44. <https://doi.org/10.1016/j.asmart.2020.07.006>
- Yazdanpanah, A. A., Ganjizadeh Moradloo, H., & Taghuni, M (2014, November 20). *The Impact of Information Technology Innovation on Organizational Structure*. National Conference on New Approaches in Business Management, Tabriz, Iran. <https://civilica.com/doc/324809/>
- Yunis, M., Tarhini, A., & Kassar, A. (2018). The role of ICT and innovation in enhancing organizational performance: The catalysing effect of corporate entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 88, 344-356. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.030>



Factors Affecting the Foreign Employer Brand of the Ministry of Sports and Youth of Iran from the Perspective of Physical Education Students

Shahrbanoo Jomeh Pour^{1*} , Mohammad Khabiri², Nasrollah Sajjadi³, Majid Jalali Farahani⁴

¹Faculty Member, Department of Physical Education and Sport Science, Technical and Vocational University (TVU), Tehran, Iran.

^{2,3,4} Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Science, University of Tehran, Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 08.26.2020
Revised: 11.17.2020
Accepted: 02.12.2021

Keyword:

Employer brand
Work-life balance
Public relations
Organizational elements
Ministry of sports and youth

*Corresponding Author:

Shahrbanoo Jomeh Pour

Email:

jomehpourshahrbanoo@gmail.com

ABSTRACT

The present study was aimed at investigating factors affecting the employer brand of the Ministry of Sports and Youth of Iran from an external perspective (potential employees - students of physical education). This research was based on developmental results and descriptive purpose method. The statistical population included all physical education students. The non-probability sampling method was available based on Morgan Table. 246 people were selected. The data collection tool used was the standard Webing questionnaire. The internal consistency of the questions was then examined and confirmed by Cronbach's alpha test. Confirmatory factor analysis indices of first-order and second-order structures were used to analyze the research findings. Effective variables of the foreign employer brand of this research such as the nine elements of organizational brand, social adjustment, expression of values, work-life balance, flexibility, soft skills materialism, public appeal, willingness to work at Ministry of Sports and Youth of Iran and its image were examined. At a level of 95%, the brand of the Ministry of Sports and Youth of Iran can be considered effective. In addition, it was found that the social adjustment factor had the largest share of explanation of the relevant factor in this study.





دانشگاه فنی و حرفه‌ای
تکنولوژی و مهارت

کارافان

فصلنامه علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

تابستان ۱۴۰۰، دوره ۱۸، شماره ۲، ۱۸۴-۱۶۵

آدرس نشریه: <https://karafan.tvu.ac.ir/>

doi:10.48301/KSSA.2021.128441

20.1001.1.23829796.1400.18.2.9.0



شاپای الکترونیکی: ۲۵۳۸-۴۴۳۰

شاپای چاپی: ۲۳۸۲-۹۷۹۶

مقاله پژوهشی

عوامل مؤثر بر برند کارفرمایی خارجی وزارت ورزش و جوانان ایران از منظر دانشجویان تربیت‌بدنی

شهربانو جمعه پور^{۱*}، محمد خبیری^۲، نصرالله سجادی^۳، مجید جلالی فراهانی^۴

۱- عضو هیئت علمی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، تهران، ایران.
۲ و ۳- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر برند کارفرمایی وزارت ورزش و جوانان ایران از منظر خارجی (کارکنان بالقوه - دانشجویان تربیت بدنی) را بررسی می‌کند. این تحقیق بر اساس نتیجه، توسعه‌ای و بر اساس هدف، توصیفی است. جامعه آماری، کلیه دانشجویان رشته تربیت بدنی است. روش نمونه‌گیری غیراحتمالی از نوع در دسترس بوده است. براساس جدول مورگان ۲۴۶ نفر انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد ویننگ^۱ می‌باشد. به‌منظور اعتماد و اطمینان به نتایج حاصل از پرسشنامه، روایی صوری و سازه به عمل آمد. پس از آن هم‌سانی درونی، سوالات از طریق آزمون الفای کرونباخ بررسی و تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق از شاخص‌های تحلیل عاملی تأییدی سازه مرتبه اول و سازه مرتبه دوم استفاده شد. متغیرهای مؤثر برند کارفرمای خارجی این تحقیق همچون عناصر نه‌گانه برند سازمانی، سازگاری اجتماعی، بیان ارزش‌ها، تعادل کار و زندگی، انعطاف‌پذیری، مادی‌گرایی مهارت نرم، جذابیت‌های عمومی، میزان تمایل به کار در وزارت ورزش، تصویر برند کارفرمایی وزارت ورزش بررسی شد و در سطح ۹۵ درصد بر برند کارفرمایی وزارت ورزش و جوانان را می‌توان مؤثر تلقی کرد. علاوه بر این مشخص شد که عامل سازگاری اجتماعی، بیشترین سهم تبیین عامل مربوطه را در این تحقیق به خود اختصاص داده است.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۶/۰۵

بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۰۸/۲۷

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۲۴

کلید واژگان:

برند کارفرمایی
تعادل کار و زندگی
جذابیت‌های عمومی
عناصر سازمانی
وزارت ورزش و جوانان

*نویسنده مسئول: شهربانو جمعه پور

پست الکترونیکی:

jomehpourshahrbanoo@gmail.com

¹ Uebbing



مقدمه

برند کارفرما به دو بخش داخلی و خارجی تقسیم می‌شود. برند داخلی: قول و وعده‌های تحقق یافته، رابطه کارفرما و کارکنان و تجربه‌های کاری منحصربه‌فرد در محیط کار است که برای کارمندان فعلی مطرح است. برند خارجی: تصویر مکان کاری در ذهن کارمند بالقوه است. داوطلبان با استعداد و هوشمند، نه تنها به برند خارجی، بلکه به برند داخلی و تجربه‌های داخل سازمان که ممکن است برای آنها مفید باشد توجه می‌کنند (جواد فقیهی پور و سمیه فقیهی پور، ۲۰۱۵).

منظور از کارکنان بالقوه افرادی است که شاید روزی به کار کردن برای سازمان علاقمند شوند، مانند افرادی که اینک دانشجوی هستند (کریستین بک هاوس و سوریندر تیکو، ۲۰۰۴)^۱. با توجه به اساس پژوهش حاضر که بر کارکنان بالقوه تمرکز دارد، در اینجا انتظارات بالقوه از سازمان یا کارفرما مطرح است. برند کارفرما می‌تواند ابزاری برای مدیریت منابع کمیاب یا همان مدیریت استعداد باشد. برندسازی کارفرما شامل فرایندهای مدیریتی برای ایجاد، اجرا و ارتباط تصویر و هویت کارفرمای جذاب است (آندریاس مولک و مانفرد اور، ۲۰۱۸)^۲.

از یک سو افراد بسیاری در جستجوی کاری هستند که به آن اعتقاد دارند و بتوانند با افتخار و غرور با دیگران در مورد آن صحبت کنند، در سوی دیگر، کارفرمایی وجود دارند که میل به جاودانگی آنان را بر آن داشته است تا برای دستیابی به شایسته‌ترین نیروهای کاری و ایجاد روابطی پایدار با آنان، خود را به کارفرمای منتخب بازار کار تبدیل سازند. در این ارتباط دو سویه، هر دو طرف برای ایجاد جذابیت در خود ابزاری در دست دارند. این ابزار برای نیروی کار دانش، مهارت و تجربه آنان است که در اقتصاد دانش‌بنیان امروز، یکی از مؤلفه‌های اصلی ایجاد جذابیت فردی است و برای کارفرمایان «برند کارفرما» را شکل می‌دهد. در پس این برند کار و محیط دلپذیر آن، فروشنده‌ای وجود دارد که عمر، تجربه، مهارت و دانش خود را می‌فروشد تا بلکه بتواند با دریافت حقوق و دستمزد مناسب، امنیت شغلی یا توسعه شغلی، کار سخت یا کار مفرح، جبران خدمات عالی یا همکاریان دوست‌داشتنی را به دست آورد و اینها همان مؤلفه‌هایی هستند که برند کارفرما را به عنوان مکانی برای کار کردن معنا می‌دهند (لارا موروکو و مارک دی. آنکلز، ۲۰۰۹)^۳.

با توجه به اینکه فرصت‌ها در محیط در دسترس هستند و منتظرند تا کشف شوند، سازمان‌هایی می‌توانند فرصت‌ها را هوشیارانه کشف کنند که سرمایه انسانی برتری داشته باشند. یکی از راه‌های کسب منابع انسانی برتر، برندسازی کارفرماست (دایان آریجس، ایزابل سی. بوترو، آنلین مایکلز و وینسنت مولی، ۲۰۱۸)^۴. اثربخشی تمایل به استخدام یا درخواست یک شغل، بسیار با جذابیت کارفرما در آغاز جذب برای سازمان مرتبط است (محسن علیزاده ثانی و سهیل نجات، ۲۰۱۶). با توجه به مطالعات مختلف، کارکنان بالقوه، جذب سازمان‌هایی می‌شوند که با آنها آشنایی دارند و آن سازمان نیز دارای شهرت است (سامر اسلام، ۲۰۱۵)^۵. از این‌رو، برندسازی کارفرما به ابزار بسیار مهمی برای مدیریت منابع انسانی تبدیل شده است.

در محیط تجاری امروز، برند کارفرما یک رمز رقابتی را برای کسب، تقویت و حفظ استعداد فراهم می‌کند. ترفیع برند درون‌سازمانی منجر به افزایش وفاداری کارمند خواهد شد درحالی که ترفیع برند خارج از سازمان آن را برای کارکنان بالقوه جذاب خواهد کرد. یک کارفرما را زمانی کارفرمای منتخب می‌خوانند که جویندگان کار در هنگام تصمیم‌گیری برای انتخاب شغل در بازار کار، آن کارفرمای خاص را در کمترین زمان ممکن به خاطر بیابارند و به عنوان اولین انتخاب خود مطرح سازند. اگر کارفرمایی بخواهد به یک کارفرمای منتخب تبدیل شود، باید اقدامات هوشمندانه‌ای را در شناخت

¹ Kristin Backhaus & Surinder Tikoo, 2004

² Andreas Molk & Manfred Auer, 2018

³ Lara Moroko & Mark D. Uncles, 2009

⁴ Diane Arijis, Isabel C. Botero, Anneleen Michiels & Vincent Molly, 2018

⁵ Summer Aslam, 2015

عوامل مؤثر در برند کارفرمایی خود و یکپارچه‌سازی انتظارات متقاضیان شغلی و واقعیت‌های کاری اجرا سازد (گرام مارتین، پل جی. گولان و کری گریگ، ۲۰۱۱؛ مارتین گرام و ساسکیا گرون - اینت-وود، ۲۰۱۱).^۱

پژوهشگران بر این باور هستند که افراد جویای شغل، کارفرما را براساس اعتبار و شناختی که از برند کارفرما در ذهنشان شکل می‌گیرد (تصویر برند کارفرما) انتخاب می‌کنند (آنه-مته سیورتن، اتی راگنهیلد نیلسن و انجاچ. اولافسن، ۲۰۱۳).^۲ به عبارت دیگر، خصیصه‌ها و اطلاعاتی که در برند کارفرما نمایان می‌شود بر ادراک افراد جویای شغل تأثیر می‌گذارد. در صورتی که کارکنان بالقوه اطلاعات اشتباه، ناکافی یا متناقضی درباره پیامدهای استخدام شدن در سازمان مربوطه کسب کنند، ریسک ادراکی آنها افزایش می‌یابد و در نتیجه، تصویر نامناسبی از سازمان در ذهن آن افراد شکل می‌گیرد و آنها تصمیم می‌گیرند که آن سازمان را برای استخدام شدن کنار بگذارند و انتخاب نکنند (تیشا فرییر، ۲۰۱۳).^۳ برای اینکه یک سازمان بتواند تصویر مناسبی از برند خود به نمایش بگذارد و نگرانی‌ها و عدم اطمینان کارکنان بالقوه یا همان جویندگان شغل را کاهش دهد باید به انتقال و نشر اطلاعات در رابطه با شایستگی‌ها و ویژگی‌های سازمان در بازار کار بپردازد؛ بنابراین، شرکت‌ها به دنبال سرمایه انسانی با بالاترین صلاحیت هستند. به‌منظور زنده ماندن در این محیط رقابتی، سازمان‌ها در جستجوی منابع انسانی هستند که بتوانند برای به‌دست آوردن مزیت رقابتی پایدار در محیط آنها را مورد استفاده قرار دهند (سیورتن و همکاران، ۲۰۱۳).

شرکت‌ها و سازمان‌هایی که جذابیت برند بالایی دارند، کارکنان بالقوه یا متقاضیان شغل تمایل بیشتری برای استخدام شدن و کار کردن در این سازمان‌ها دارند (فخریه حمیدیان پور، علیرضا ضیایی بیده و محمد سعید اردکانی، ۲۰۱۳).^۴ اکثر پژوهش‌های داخلی صورت گرفته در حوزه ترکیب منابع انسانی و بازاریابی، بیشتر نگاه درونی داشته‌اند اما در پژوهش حاضر سعی شده است این موضوع با نگاهی بیرونی، از دیدگاه نخبگان به‌عنوان کارکنان بالقوه بررسی شود و تحلیل می‌کند که از نظر کارمندان آینده، چه عواملی برند جذاب کارفرمایی را تشکیل می‌دهند. آنها به‌عنوان کارمندان آینده تحصیل کرده، گروه هدفی را تشکیل می‌دهند که سازمان‌ها باید در بازار کار بر آن تمرکز کنند. به همین دلیل، این تحقیق روی متخصصان جوان آینده‌نگر که متعلق به نسل وای (متولدین ۲۰۰۰-۱۹۸۰) هستند و در شرف ورود به بازار کار هستند، متمرکز است. هدف از این مطالعه این است که دریابید کدام عناصر یک سازمان برای آنها واقعاً مهم هستند و در هنگام جستجوی کار به چه مواردی توجه می‌کنند. این پژوهش با رویکردی از بیرون به داخل، موضوع برند کارفرمایی وزارت ورزش و جوانان را از منظر کارکنان بالقوه (دانشجویان تربیت بدنی) بررسی کرده است و مکمل تحقیقاتی است که با رویکرد بررسی فرایندهای داخلی به این موضوع پرداخته‌اند. بنابراین، هدف از تحقیق این است که مشخص کند کدام اطلاعاتی را که سازمانی از طریق برند کارفرمایی خود داده است، دانش‌آموختگان را برای برنامه‌ریزی و پیگیری حرفه خود مهم می‌دانند؟

اسکیلز اکتیو^۵ اعلام کرد که تنها ۲۶ درصد از کارکنان سازمان‌های ورزشی ۴/۵ درصد از شایستگی‌ها و قابلیت‌های شغلی را دارا می‌باشند و از طرف دیگر (کارنیکا تنور و امرش کومار، ۲۰۱۹).^۵ اظهار داشتند که فارغ‌التحصیلان، صنعت ورزش را به‌عنوان بستری جذاب برای کار و فعالیت نمی‌پسندند. در این رابطه، سؤالاتی که می‌تواند مطرح شوند عبارتند از: آیا فارغ‌التحصیلان توانا و مستعد به‌عنوان نیروی انسانی بالقوه، صنعت ورزش را به‌عنوان کارفرما (بهترین محل برای کار) انتخاب نکرده‌اند و آیا صنعت ورزش نتوانسته ویژگی‌های سازمانی خود را به گونه‌ای ارائه کند که برای نیروهای

¹ Graeme Martin, Paul J. Gollan & Kerry Grigg, 2011; Graeme Martin & SASKIA Groen-in't-Woud, 2011

² Anne-Mette Sivertzen, Ety Ragnhild Nilsen & Anja H. Olafsen, 2013

³ Tisha Freer, 2013

⁴ Skills Active

⁵ Karnica Tanwar & Amresh Kumar, 2019

توانمند، جذاب باشد و منجر به ایجاد تصویری مطلوب به عنوان کارفرمای منتخب برای جذب متقاضیان و حفظ کارکنان توانمند و مستعد شود؟

چنانچه وزارت ورزش و جوانان، علاوه بر تأکید بر منابع مادی و فیزیکی، به نیروی انسانی کارآمد، متعهد، و مسئول، به عنوان مهم‌ترین و اساسی‌ترین سرمایه سازمانی خود توجه کند، بی‌تردید در دستیابی به اهداف و رسالت خویش، موفق‌تر از گذشته عمل خواهد کرد. لذا وزارت ورزش و جوانان باید از نگرش کارکنان بالقوه نسبت به برند کارفرمایی خود به عنوان دارایی نامشهود برای جذب افراد نخبه و بااستعداد آگاهی داشته باشند. پس الزام به جذب نیروهای سرآمد، خبره و متخصص و انتخاب کارکنان شایسته، داشتن اطلاعات در زمینه عوامل تأثیرگذار بر تمایل کارکنان بالقوه برای استخدام در وزارت ورزش و جوانان، ضروری به نظر می‌رسد؛ زیرا بدون کارکنان مناسب، سازمان‌ها نمی‌توانند در یک اقتصاد در حال رقابت با دیگران، به مزیت رقابتی ضروری دست یابند (مارتین آر. ادواردز، ۲۰۱۰).^۱

روش‌شناسی

این تحقیق بر اساس نتیجه، توسعه‌ای، براساس هدف، توصیفی و بر اساس نوع داده‌ها، کمی است. در این پژوهش، هدف اصلی آزمون عوامل مؤثر بر برند کارفرمایی در وزارت ورزش و جوانان در نظر گرفته شده است و محقق با اتخاذ از تحلیل عاملی تأییدی به دنبال تأیید عوامل مؤثر بر برند کارفرمایی در وزارت ورزش و جوانان از منظر کارکنان بالقوه (دانشجویان تربیت بدنی) است. مطالعه در بخش کمی به روش پیمایشی و میدانی انجام شده است که در سطح میدانی برای پاسخگویی به سؤالات از نظرات دانشجویان سال آخر مقطع کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد و دکتری تربیت بدنی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه دانشجویان سال آخر مقطع کاردانی کارشناسی و کارشناسی ارشد و دکتری تربیت بدنی دانشگاه تهران، شریعتی و شهید رجایی در سال تحصیلی ۹۷-۹۶ می‌باشد. حجم نمونه براساس جدول مورگان، دانشجویان تربیت بدنی به تعداد ۲۴۶ نفر است که به صورت دسترس از میان جامعه مورد بررسی قرار گرفتند. در این تحقیق، تفاوتی بین دانشجویان کاردانی، لیسانس، فوق لیسانس و دکتری در نظر گرفته نشده است. علاوه بر این، گرایش تحصیلی نیز اهمیتی نداشته است. از مقیاس استاندارد (ماریا یوبینگ، ۲۰۱۵)^۲ استفاده شده است که شامل پرسشنامه‌ای است که در بخش‌های متعددی تنظیم شده است که عمدتاً در خصوص بیان نظرات دانشجویان در خصوص کارفرمای آینده (وزارت ورزش و جوانان) من جمله عناصر نه‌گانه برند: سازگاری‌های اجتماعی، بیان ارزش‌ها، مزایای ملموس و ناملموس، مهارت‌های نرم، جذابیت‌های عمومی، تمایل به کار و تصویر برند کارفرمای وزارت ورزش و جوانان می‌باشد پس از مشخص شدن نمونه پژوهش، پژوهشگر برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز پژوهش به دانشگاه‌های مزبور مراجعه و از دانشجویان درخواست کرد که پرسشنامه برند خارجی وزارت ورزش و جوانان را تکمیل کنند. به‌منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ برای محاسبه هم‌هنگی درونی ابزار اندازه‌گیری استفاده شده است.

برای تأیید عوامل و فاکتورهای استخراج شده مقیاس برند کارفرما، از روش تحلیل عاملی تأییدی بر پایه نرم‌افزار آموس استفاده شد. مشخصه‌های حاصل از اجرای این روش شامل برآورد ضرایب مسیر و شاخص‌های برازندگی مدل بر پایه شاخص برازش مطلق (آماره χ^2) دو شاخص تصحیح‌ایجازی (ریشه مقدار میانگین مربعات خطای برآورد، RMSEA)^۳، شاخص نیکویی برازش مدل (GFI)^۴ و شاخص برازش نرم شده (NFI) می‌باشد.

¹ Martin R. Edwards, 2010

² Maria Uebbing, 2015

³ Root mean square error of approximation

⁴ Goodness of fit index (GFI)

یافته‌ها

آمار توصیفی

نمونه آماری این تحقیق، دانشجویان ترم آخر تربیت بدنی در دانشکده‌های فنی و حرفه‌ای شریعتی، شهید رجایی و تهران هستند که اطلاعات جمعیت‌شناختی مربوط به آنها در جدول ۱ قابل مشاهده است:

جدول ۱. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش (دانشجویان)

ویژگی	ابعاد	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۱۲۱	۴۹.۱۹
	مرد	۱۲۵	۵۰.۸۱
سن	۲۰-۲۵ سال	۱۱۴	۴۶.۳۴
	۲۵-۳۰ سال	۹۷	۳۹.۴۳
	۳۰-۳۵ سال	۲۱	۸.۵۴
	۳۵-۴۰	۱۰	۴.۰۶
	۴۰-۴۵	۳	۱.۲۲
	بالتر از ۴۵ سال	۱	۰.۴۱
تحصیلات	دانشجوی کلردانی	۳۴	۱۳.۸۲
	دانشجوی کارشناسی	۱۳۶	۵۵.۲۸
	دانشجوی کارشناسی‌ارشد	۵۶	۲۲.۷۷
	دانشجوی دکتری	۲۰	۸.۱۳

پس از مطالعات بسیار در زمینه برند کارفرمایی و بررسی مدل‌های پیشین، خارج از دنیای رقابت عوامل مؤثر بر برند کارفرما خارجی وزارت ورزش و جوانان از منظر کارکنان بالقوه که در هنگام جستجوی کار موجب جذابیت این وزارت برای آنها شده در ۱۰ گروه به شرح ذیل دسته‌بندی کرده است تا با شناسایی این عوامل مشخص شود وزارت ورزش و جوانان چه اطلاعاتی را از طریق برند کارفرمایی خود ارائه داده است.

الف) عناصر نه‌گانه سازمانی^۱: (ام ان بروک، ۲۰۱۵)^۲، (سیلک بوستامانت و کلاوس برنینگر، ۲۰۱۳)^۳، (موکش کی. بیسواس و دامودار سوار، ۲۰۱۶)^۴، (یوبینگ، ۲۰۱۵)، (اسکات هایهاس، مارگارت ای. بروکس و گری گریگارس، ۲۰۰۹)^۵
 ب) سازگاری اجتماعی^۶: (بروک، ۲۰۱۵)، (بوستامانت و برنینگر، ۲۰۱۳)، (بیسواس و سوار، ۲۰۱۶)، (یوبینگ، ۲۰۱۵)
 ج) بیان ارزش‌ها^۷: (بروک، ۲۰۱۵)، (بوستامانت و برنینگر، ۲۰۱۳)، (بیسواس و سوار، ۲۰۱۶)، (یوبینگ، ۲۰۱۵)، (هایهاس و همکاران، ۲۰۰۹)، (سهیلا خدای و بهاره اصائلو، ۲۰۱۵)

^۱ Elements of a successful employer brand (ESEB)

^۲ MN Broek, 2015

^۳ Silke Bustamante & Klaus Brenninger, 2013

^۴ Mukesh K. Biswas & Damodar Suar, 2016

^۵ Scott Highhouse, Margaret E. Brooks & Gary Gregarus, 2009

^۶ Social adjustment (SAC)

^۷ Value expression (VEc)

د) تعادل کار و زندگی^۱: (بیسواس و سوار، ۲۰۱۶)، (یوبینگ، ۲۰۱۵)، (هایپاس و همکاران، ۲۰۰۹)، (خدای و اصانلو، ۲۰۱۵)، (تنور و کومار، ۲۰۱۹)

ه) انعطاف پذیری^۲: (یوبینگ، ۲۰۱۵)، (شهنواز ثاقب، محمد ابرار، حضور محمد صابیر، محسین بشیر و سجاد احمد بیگ، ۲۰۱۵)، (جرمی گالبرات، ۲۰۱۰)^۳، (قاسم برغمدی، ۲۰۱۳)

و) مادی گرایی^۴: (ثاقب و همکاران، ۲۰۱۵)، (تنور و کومار، ۲۰۱۹)، (گالبرات، ۲۰۱۰)، (یوبینگ، ۲۰۱۵)، (مارسل ام. روبلز، ۲۰۱۲)

ز) مهارت‌های نرم^۵ و تمایل به کار^۶:

ح) جذابیت‌های عمومی^۷: (بهادر جی اچ آراچیگه و آلان رابرتسون، ۲۰۱۳)^۸، (یوبینگ، ۲۰۱۵)، (بوستانمانت و برنینگر، ۲۰۱۳) (بیسواس و سوار، ۲۰۱۶)، (برغمدی، ۲۰۱۳)، (آلیشا. گاریبالدی و لارس اشمیت، ۲۰۱۴)^۹

ی) تصویر برند کارفرما^{۱۰}: (بوستانمانت و برنینگر، ۲۰۱۳)، (بیسواس و سوار، ۲۰۱۶)، (یوبینگ، ۲۰۱۵)، (هایپاس و همکاران، ۲۰۰۹)، (نیتی لیخا چابرا و سانجیف شارما، ۲۰۱۴)^{۱۱}، (یوبینگ، ۲۰۱۵)، (گالبرات، ۲۰۱۰)، (کاتجا ناگل، ۲۰۱۲)^{۱۲}، (گاریبالدی و اشمیت، ۲۰۱۴)، (آنه هدلاند، ماتیاس ااتگ، اینگ-ماری اندرسون و گونار روزن، ۲۰۱۰)^{۱۳}، (ریتا بندار اویسینه، ریکارد داس کریکشتولایتیس و لیناس تورائوسکاس، ۲۰۱۳)^{۱۴}. برای تحلیل داده‌ها و انتخاب نوع آزمون مربوط ابتدا باید وضعیت نرمال بودن متغیرها بررسی شود. نتایج سنجش نرمال بودن چولگی و کشیدگی داده‌های به‌دست‌آمده در جدول ۲ قابل مشاهده است.

جدول ۲. توصیف متغیرهای برند کارفرمای خارجی با استفاده از شاخص‌های توصیفی

متغیر	شاخص		
	میانگین	انحراف معیار	کجی
عناصر نه‌گانه برند سازمانی	۳/۹۱۷	۰/۵۲۶	۰/۲۴۵
سازگاری اجتماعی	۳/۹۳۰	۰/۶۷۵	-۰/۳۶۹
بیان ارزش‌ها	۳/۴۲۳	۰/۷۳۹	-۰/۳۲۴
تعادل کار و زندگی	۳/۹۰۷	۰/۷۰۷	۱/۱۷۳

¹ Work-life balance (wlb)² Flexibility of working hour's (WFH)³ Shahnawaz Saqib, Muhammad Abrar, Hazoor Muhammad Sabir, Mohsin Bashir & Sajjad Ahmad Baig, 2015⁴ Jeremy Galbreath, 2010⁵ Materialism (MAT) Galbreath⁶ Soft skills (SS)⁷ Intention to apply (ITB)⁸ Arachchige. & Robertson⁹ General attractiveness (GA)¹⁰ Bhadra JH Arachchige & Alan Robertson, 2013¹¹ Alisha Garibaldi & Lars Schmidt, 2014¹² Employer brand image (EBI)¹³ Neeti Leekha Chhabra & Sanjeev Sharma, 2014¹⁴ Katja Nagel, 2012¹⁵ Ann Hedlund, Mattias Ateg, Ing-Marie Andersson & Gunnar Rosén, 2010¹⁶ Rita Bendaravičienė, Ričardas Krikštolaitis & Linas Turauskas, 2013

متغیر	شاخص		
	میانگین	انحراف معیار	کجی
انعطاف‌پذیری	۳۷۸۵	۰/۷۶۲	۰/۵۹۴
مادی‌گرایی	۲/۹۹۸	۰/۴۹۰	۰/۰۸۶
مهارت نرم	۳/۰۵۳	۰/۵۴۹	-۰/۰۴۴
جذابیت‌های عمومی	۳/۲۰۲	۰/۶۰۶	۰/۳۰۹
میزان تمایل به کار	۳/۶۲۶	۰/۵۵۴	۰/۰۳۷
تصویر برند کارفرما	۴۰۸۲	۰/۶۰۱	-۰/۴۴۰

بر حسب مقادیر جدول ۲، الف) میانگین متغیر برند کارفرما (خارجی) و خرده‌مقیاس‌های آن در نمونه آماری پژوهش، بالاتر از میانگین فرضی (۳) است؛ به عبارت دیگر، نمونه آماری عامل‌های نام‌برده را بالاتر از حد متوسط ارزیابی کرده‌اند. ب) با توجه به مقدار شاخص، انحراف معیار پراکندگی داده‌ها از شاخص میانگین در حد معمول یا به عبارتی متوسط برآورد می‌شود. ج) مقدار منفی شاخص کجی، بیانگر تمایل نمره به سمت مقادیر بالاتر از میانگین و مقدار مثبت شکل توزیع بیانگر برآمدگی داده‌ها و بالعکس است، در نهایت اینکه با توجه به شاخص‌های شکل توزیع می‌توان گفت توزیع داده متغیرها به سمت توزیع نرمال تمایل دارند.

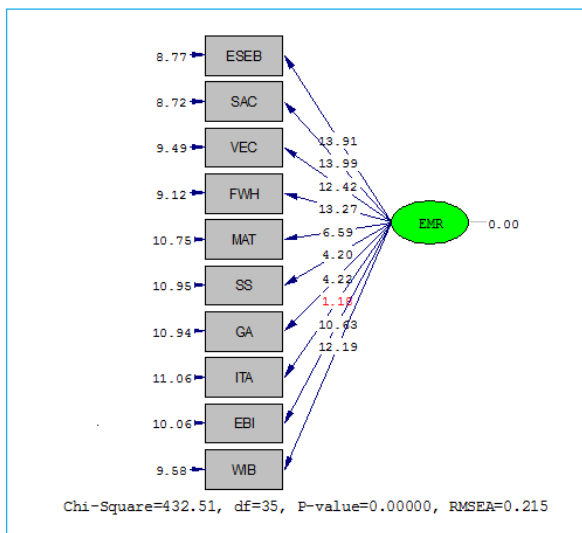
آمار استنباطی

در این قسمت از تحلیل آماری نتایج حاصل از نمونه آماری به جامعه آماری تعمیم داده می‌شود. از آنجایی که در این مطالعه سؤال به جای فرضیه مطرح می‌باشد و در سؤال تحقیق شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه خرده‌مقیاس‌های برند کارفرما در بخش خارجی مدنظر است، برای تشخیص میزان اثرگذاری با علم اینکه از قبل تعداد معرف‌های هر عامل به‌درستی تعیین و دسته‌بندی شده است، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود.

سؤال: عامل‌های مؤثر بر متغیر برند کارفرما (خارجی) وزارت ورزش و جوانان کدامند؟

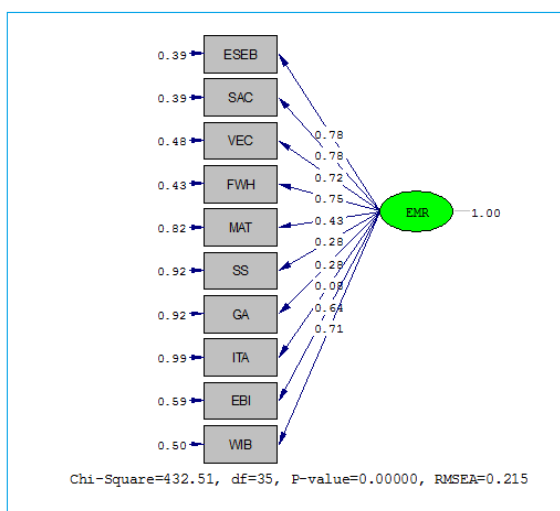
جدول ۳. شاخص‌های برازش گزارش شده برند خارجی کارفرمایی

شاخص برازش	X ² /DF	RMR	NFI	IFI	CFI	RMSEA
مقدار قابل قبول	۵ - ۱	۰۵ <	۰۹ ≥	۰۹ ≥	۰۹ ≥	۰۱ <
مقدار گزارش شده	۱.۹۴۱	۰.۰۴۶	۰.۹۶	۰.۹۷	۰.۹۶	۰.۰۶۲



شکل ۱. مدل اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) در وزارت ورزش و جوانان در حالت معناداری

با توجه به میزان ضرایب معناداری در شکل ۱، تمامی مقادیر t به جز معرف (ITA = میزان تمایل به کار) بیشتر از نقطه برش تعیین شده است. برای این اساس، در حالت معناداری مدل اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) در وزارت ورزش و جوانان کاملاً تأیید نمی‌گردد. شایان ذکر است در این مدل تنها عامل‌ها نشان داده شده است؛ زیرا تعداد معرف‌ها زیاد بود و نرم‌افزار به کار گرفته شده، قادر به ارائه هم‌زمان معرف‌ها و عامل‌های زیاد نبود.

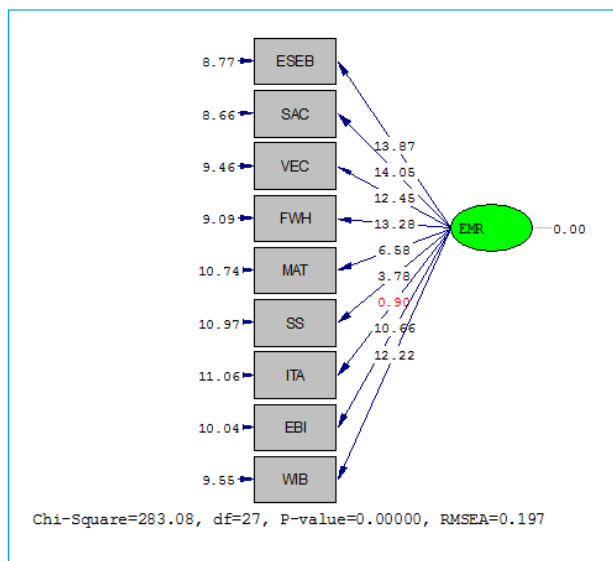


شکل ۲. مدل اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) در وزارت ورزش و جوانان در حالت استاندارد

جدول ۴. شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی)

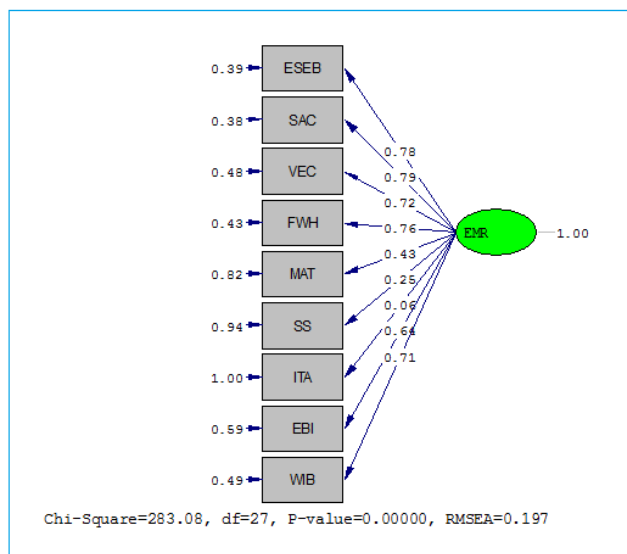
وضعیت	مقدار مطلوب	مقدار	شاخص	
			معادل	معادل فارسی
نامطلوب	< 0.5	۱.۸۱	RMR	ریشه میانگین مربعات باقیمانده
نامطلوب	> 9	۰.۶۷	NFI	شاخص برازش هنجار شده
نامطلوب	> 9	۰.۶۹	IFI	شاخص برازش افزایشی
نامطلوب	> 9	۰.۶۹	CFI	شاخص برازش تطبیقی
نامطلوب	< 1	۰.۲۱۵	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد
نامطلوب	۱-۵	۱۲.۳۵	X2/DF	خی دو به‌هنگار شده

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش، حمایت نمی‌شوند؛ به عبارت دیگر، برازش داده‌ها به مدل برقرار نیست و همگی شاخص‌ها دلالت بر عدم‌مطلوبیت مدل اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) دارند؛ بنابراین لازم است در مرحله بعد مدل اصلاح و دوباره برازش آن بررسی شود تا مدل نهایی استنتاج شود.



شکل ۳. مدل (اصلاحی مرتبه اول) اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) در وزارت ورزش و جوانان در حالت معناداری

با توجه به میزان ضرایب معناداری در شکل ۳، تمامی مقادیر t به جز معرف (SS=مهارت‌های نرم) بیشتر از نقطه برش تعیین شده است. براین اساس، در حالت معناداری مدل اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) در وزارت ورزش و جوانان کاملاً تأیید نمی‌گردد.

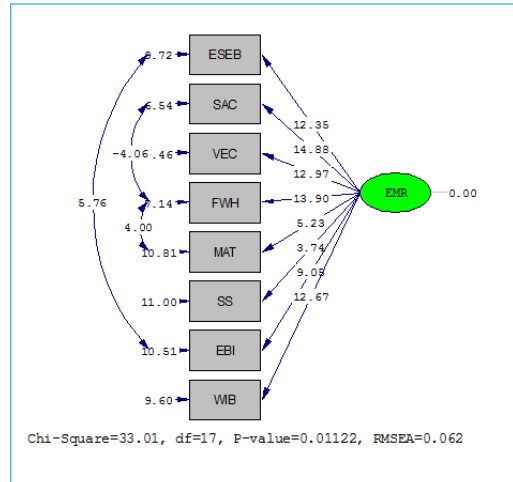


شکل ۴. مدل (اصلاحی مرتبه اول) اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) در وزارت ورزش و جوانان در حالت استاندارد

جدول ۵. شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل (اصلاحی مرتبه اول) اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی)

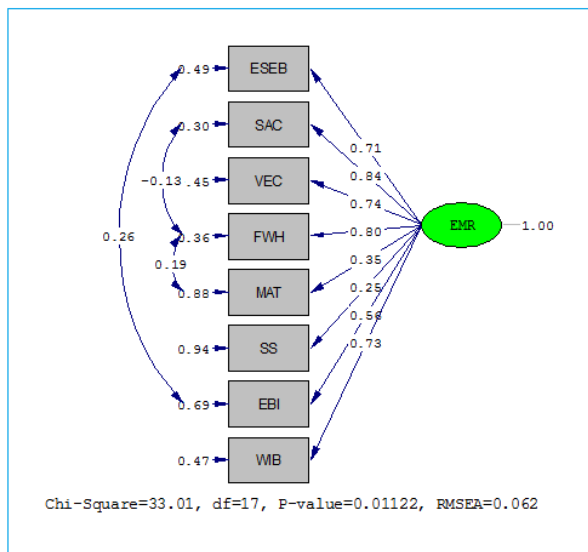
وضعیت	مقدار مطلوب	مقدار	شاخص		
			معادل	معادل فارسی	
نامطلوب	< 0.5	۱.۳۱	RMR	ریشه میانگین مربعات باقیمانده	۱
نامطلوب	> 9	۰.۶۶	NFI	شاخص برازش هنجار شده	۲
نامطلوب	> 9	۰.۷۵	IFI	شاخص برازش افزایشی	۳
نامطلوب	> 9	۰.۷۵	CFI	شاخص برازش تطبیقی	۴
نامطلوب	< 1	۰.۱۹۷	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	۵
نامطلوب	۵-۱	۱۰.۴۸	X2/DF	خی دو به‌هنجار شده	۶

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش، حمایت نمی‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار نیست و همگی شاخص‌ها دلالت بر عدم مطلوبیت مدل (اصلاحی مرتبه دوم) اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) دارند. بنابراین لازم است در مرحله بعد، مدل، اصلاح و دوباره برازش آن بررسی شود تا مدل نهایی استنتاج گردد.



شکل ۵. مدل (اصلاحی مرتبه دوم) اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) در وزارت ورزش و جوانان در حالت معناداری

با توجه به میزان ضرایب معناداری در شکل ۵، تمامی مقادیر t بیشتر از نقطه برش تعیین شده است. براین اساس، در حالت معناداری مدل اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) در وزارت ورزش و جوانان کاملاً تأیید می‌گردد.



شکل ۶. مدل (اصلاحی مرتبه دوم) اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) در وزارت ورزش و جوانان در حالت استاندارد

جدول ۶. شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل (اصلاحی مرتبه دوم) اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی)

شاخص	مقدار		معادل	معادل فارسی	وضعیت
	مقدار مطلوب	مقدار			
۱	ریشه میانگین مربعات باقیمانده	RMR	۰.۰۴۶	< ۰.۰۵	مطلوب
۲	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰.۹۶	> ۰.۹	مطلوب
۳	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰.۹۷	> ۰.۹	مطلوب
۴	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰.۹۷	> ۰.۹	مطلوب
۵	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰.۰۶۲	< ۰.۱	مطلوب
۶	خی دو به‌هنگار شده	X2/DF	۱.۹۴۱	۱-۵	مطلوب

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که داده‌های پژوهش، مدل مفروض تدوین شده را حمایت می‌کنند؛ به عبارت دیگر، برازش داده‌ها به مدل برقرار است و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل (اصلاحی مرتبه دوم) اندازه‌گیری برند کارفرما (خارجی) دارند.

جدول ۷. برآورد تأثیرات عامل‌های متغیر برند کارفرما (خارجی)

معرف	برچسب	عامل	برآورد مستقیم		اثرگذاری
			معناداری	استاندارد	
عناصر نه‌گانه برند سازمانی	ESEB	برند کارفرما (خارجی)	۱۲.۳۵	۰.۷۱	تأیید
سازگاری اجتماعی	SAC		۱۴.۸۸	۰.۸۴	تأیید
بیان ارزش‌ها	VEC		۱۲.۹۷	۰.۷۴	تأیید
انعطاف‌پذیری	FWH		۱۳.۹۰	۰.۸۰	تأیید
مادی‌گرایی	MAT		۵.۲۳	۰.۳۵	تأیید
مهارت نرم	SS		۳.۷۴	۰.۲۵	تأیید
تصویر برند کارفرما	EBI		۹.۰۵	۰.۵۶	تأیید
تعادل کار و زندگی	WIB		۱۲.۶۷	۰.۷۳	تأیید

با استناد به نتایج جدول ۷ عامل‌های نام‌برده توضیح‌دهنده متغیر برند کارفرما (خارجی) هستند. براین اساس، می‌توان این عامل‌ها را در سطح اطمینان ۹۵ درصد مؤثر بر عامل برند کارفرما (خارجی) تلقی کرد. علاوه بر این مشخص شد که عامل (SAC=سازگاری اجتماعی) بیشترین سهم تعیین عامل مربوطه را دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

مجموعه‌ای از کارمندان حرفه‌ای، منجر به مزیت رقابتی سازمان‌ها می‌شوند؛ بنابراین سازمان‌ها برای جذب استعداد‌های مناسب از طریق نام تجاری کارفرما، زمان و هزینه بیشتری را سرمایه‌گذاری می‌کنند. ادبیات موجود اساساً به سازمان‌ها و آنچه آنها از نظر کارکنان بسیار مهم تلقی می‌کنند، متمرکز شده است. در مقابل، هدف این تحقیق، شناسایی عناصری است که از نظر فارغ‌التحصیلان مهم تلقی می‌شوند. برای این منظور، پرسشنامه (N = ۲۴۶) برای دانشجویان در شرف فارغ‌التحصیلی، توزیع و جمع‌آوری شد که شامل دو قسمت بود: بخش اول در خصوص درک آنها

در مورد کارفرمای آینده و آنچه در خصوص عناصر سازمانی مهم می‌دانند متمرکز بود و در بخش دوم هم درکشان را از وزارت ورزش و جوانان توصیف کرده‌اند.

جذابیت سازمانی به عناصر ارائه شده بستگی دارد که به نوبه خود، نظر متقاضیان بالقوه را در جنبه‌های شغلی مربوطه جلب می‌کند (بوستامانت و برنینگر، ۲۰۱۳). یافته‌ها نشان داد که گزینه‌های فرهنگ به اشتراک گذاشتن، انگیزه فعالانه گفتگو، معیار و شهرت مناسب، مدیریت خوب و بهره‌وری، تعادل کار و زندگی به ترتیب برای دانشجویان مهم می‌باشند. نتایج نشان می‌دهد که این عناصر از مزایای نامشهود سازمانی است و همه عناصر نه‌گانه برای دانشجویان در شرف ورود به بازار کار مهم است و باعث غرور آنها می‌شود که این به نوبه خود با نتایج تحقیقات (بیسواس و سوار، ۲۰۱۶؛ بروک، ۲۰۱۵) هم‌خوانی دارد. دانشجویان تربیت بدنی در دوران تحصیل در مدرسه و دانشگاه، اغلب موقعیت‌هایی را تجربه می‌کنند که وظایف به‌طور جمعی باید انجام شود. به همین دلیل، برای دانشجویان تربیت بدنی در حال حاضر اجتماعی شدن اغلب در بسیاری از موقعیت‌های زندگی جزئی جدایی‌ناپذیر است.

گالبرت^۱ نیز به بررسی عوامل مؤثر و مرتبط با سازگاری سازمانی دانشگاه با محیط بیرونی پرداخت. وی سازگاری سازمانی دانشگاه با محیط را با ۹ عامل مدیریت محیط، یادگیری، فرهنگ سازمانی، روابط سازمانی، مشارکت جمعی، استراتژی محوری، مسئولیت‌پذیری، خودسازماندهی و هدفمندی مهم دانست (گالبرت، ۲۰۱۰).

وزارت ورزش و جوانان برای پاسخگویی به نیاز سازگاری اجتماعی متقاضیان بالقوه باید همواره تلاش کند خود را با سازمان یا گروه‌های مهم و مجذوب همراه کند. در زمینه انتخاب شغلی، سازگاری اجتماعی به آگاهی و سطح جویندگان کار یک سازمان خاص که می‌تواند دیگران را نیز برانگیخته کند بستگی دارد. جویندگانی که تمایل دارند ماهیت خودشان را با کار در وزارت ورزش و جوانان در وضعیت سطح بالای سازمانی نشان دهند. تصویر مطلوب در مورد کار کردن برای این وزارتخانه را در ایجاد یک هویت عمومی کمک می‌کند که فرصتی برای تأیید اجتماعی را برای آنها فراهم کند. انتظار می‌رود که مسائل مربوط به سازگاری اجتماعی بخش مهمی از جستجو برای یافتن سازمان مناسب برای درخواست کار دانشجویان باشد. برای اینکه ارزش‌های وزارت ورزش و جوانان صرفاً کلماتی زیبا نباشند، بلکه فرهنگی باشند که کارمندان خود را به آن متعهد بدانند، این وزارتخانه باید راهی عملی و کاربردی همچون مردم‌گرایی. با جذب، حفظ و ارتقای کارمندان شایسته، ارزشمند دانستن آن‌ها و فراهم کردن ابزارها و امکاناتی که برای موفقیت نیاز دارند دریا بد تا هم کارکنان بالفعل و هم کارکنان بالقوه بتوانند به اهداف و ارزش‌های خود در سازمان دست یابند.

(تنور و کومار، ۲۰۱۹) ضمن تبیین رابطه دورکاری با بهبود توازن میان کار و زندگی اجتماعی، عوامل مؤثر بر اجرای موفق دورکاری، مانند تمایل کارکنان به پذیرش دورکاری، حمایت مدیران از دورکاری و میزان مهیا بودن منابع مورد نیاز برای دورکاری بررسی کرد و مزایای حاصل از بهبود توازن کار- زندگی اجتماعی ناشی از به‌کارگیری دورکاری برای سازمان و کارکنان، مانند برخورداری سازمان از نیروی کار پایدارتر و ایجاد فرصت‌های آموزشی و توسعه شغلی برای کارکنان شناسایی کردند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که دورکاری موجب بهبود توازن میان کار و زندگی اجتماعی کارکنان بالقوه می‌شود. بهبود توازن میان کار و زندگی اجتماعی، ناشی از به‌کارگیری دورکاری، به سازمان برای برخورداری از نیروی کاری باثبات‌تر و همچنین به کارکنان برای استفاده از فرصت‌های آموزشی و توسعه شغلی کمک می‌کند.

پذیرش و اجرای برنامه دورکاری در سازمان‌ها و بهبود توازن میان کار و زندگی اجتماعی به‌عنوان یکی از شاخص‌های به‌کارگیری دورکاری، موجب برخورداری سازمان و کارکنان از مزایای آن، همچون کمک به ابقای نیروی کار در سازمان

¹ Galbreath

و امکان بهره‌مندی کارکنان از فرصت‌های آموزشی و توسعه شغلی می‌گردد. این حقیقت، لزوم تداوم به‌کارگیری این شیوه نوین کاری را آشکار می‌کند (سو-یون کیم و هیوجونگ پارک، ۲۰۱۱).^۱

حفظ تعادل بین کار و زندگی می‌تواند مسیر زندگی را هموار کند. همچنین برنامه‌ریزی حفظ نقش‌ها، مسئولیت‌ها را برای افراد به همراه دارند و الگوی رفتاری متفاوتی را می‌طلبند. بنابراین وزارت ورزش و جوانان می‌تواند با بهره‌مندی از سیاست‌های توازن بین کار و زندگی اجتماعی مزیت رقابتی برای جلب نظر کارکنان مستعد بالقوه را فراهم آورد. تحولات سریع و پویایی بازارهای رقابتی دستیابی به انعطاف‌پذیری را برای سازمان‌ها بیش از گذشته ضروری کرده است. انعطاف‌پذیری، پدیده‌ای خودجوش و غیرارادی نیست بلکه سازمان‌ها باید عوامل اثرگذار بر انعطاف‌پذیری را شناسایی و آنها را ایجاد کنند. همچنین از آن جا که سازمان‌ها نقش محوری را در پویایی سیستم‌های اجتماعی، اقتصادی و بوم‌شناختی دارند؛ برای سازمان‌ها حوادث و بحران‌ها، مسائل پیچیده و بحث‌برانگیز می‌باشند. انعطاف‌پذیری سازمانی، هدف مؤثری است که به‌طور مداوم به عملکرد سازمان در طول کسب‌وکار، فجایع و موقعیت‌های بحرانی کمک می‌کند و به عبارتی، انعطاف‌پذیری، سازمان‌ها را قادر می‌سازد که معضلات پیچیده در سازمان را مدیریت کنند (گالبرات، ۲۰۱۰). در فضای بسیار رقابتی و متلاطم جدید، وزارت ورزش و جوانان و دیگر سازمان‌ها باید از قابلیت تطبیق خود با تغییرات محیط برخوردار باشند و در عین حال بکوشند تا در راستای دستیابی به استراتژی‌های خود بر محیط کسب‌وکار نیز مؤثر واقع گردند. این الزامات موجب خواهد شد در آینده، مقوله انعطاف‌پذیری سازمانی بسیار مورد توجه قرار بگیرد.

جامعه آماری پژوهش (بوستامانت و برنینگر، ۲۰۱۳) را کارکنان ادارات نواحی آموزش و پرورش شهر اصفهان تشکیل دادند و نتایج حاکی از آن بود که انصاف کلی با عدالت توزیعی، رویه‌ای، تعاملی، ترک خدمت، رضایت شغلی و مادی‌گرایی رابطه معناداری دارد. (برغمندی، ۲۰۱۳) تأکید کرد که افرادی که دارای گرایش‌های مادی‌گرایانه هستند، رفاه مادی را نشانه موفقیت می‌دانند و به همین دلیل برای دستیابی به مادیات به‌سختی تلاش می‌کنند. ارزش‌های مادی‌گرایانه را در چهل کشور جهان مورد بررسی قرار داد و متوجه شد که ژاپنی‌ها و امریکاییان در مادی‌گرایی شبیه یکدیگر هستند اما امریکایی‌ها و ژاپنی‌ها نسبت به چینی‌ها و کره‌ای‌ها گرایش‌های مادی‌گرایانه کمتری دارند. نتایج این تحقیق هم نشان داد که یکی از عوامل مؤثر در انتخاب کارفرما پیشنهادهای جذاب مادی است. برای رفع نیازهای در حال تغییر و پیچیده در محل کار معاصر امروز، دانشگاه‌های سراسر جهان، ملزم به آموزش فارغ‌التحصیلان با مهارت‌های هستند که نیازهای کارفرمایان را برآورده کنند (بوستامانت و برنینگر، ۲۰۱۳)، (روبلز، ۲۰۱۲). در این زمینه، مهارت‌های سخت می‌تواند به‌عنوان «تخصص فنی و دانش موردنیاز برای یک کار» تعریف شود (برغمندی، ۲۰۱۳). در مقابل، مهارت‌های نرم، ویژگی‌های بین فردی و ویژگی‌های شخصی فرد است. به‌خصوص مهارت‌های نرم‌افزاری به‌عنوان ویژگی‌های حیاتی برای متقاضیان بالقوه مورد توجه قرار می‌گیرند.

برمبنای تغییر شکل اقتصاد صنعتی به یک جامعه اطلاعاتی و یک اقتصاد اداری، کارفرمایان از کارکنان (آینده) خود انتظار دارند تا بر صداقت، ارتباط و انعطاف‌پذیری، متمرکز شوند. پیش‌تر تمرکز صرفاً بر مهارت‌های سخت برای اشتغال حرفه‌ای متمرکز بود اما امروزه مهارت‌های نرم‌افزاری برای عملکرد، حیاتی هستند (بوستامانت و برنینگر، ۲۰۱۳)، (بروک، ۲۰۱۵). اگرچه قابلیت شغلی و مهارت‌های لازم در آن، یک مفهوم کاملاً پیچیده است اما ممکن است مهارت‌های کلیدی نرم نیز در کارآموزی فارغ‌التحصیلان آموزش داده شوند (روبلز، ۲۰۱۲). در تحقیق خود دریافت که این مهارت‌های نرم‌افزاری به‌عنوان مهم‌ترین مهارت‌های نرم‌افزاری مدیران کسب‌وکار در نظر گرفته می‌شوند طی این تحقیق فارغ‌التحصیلان به سوالات مهارت‌های نرم خودشان با اعتمادبه‌نفس پاسخ داده‌اند. این را می‌توان به مطلوبیت اجتماعی بازگرداند. فارغ‌التحصیلان نمی‌خواهند پاسخ منفی دهند؛ زیرا اگر یکی از مهارت‌ها را نداشته باشند، پذیرفته نخواهند شد. با این حال، داشتن چنین مهارت‌های نرم امروز بسیار مهم‌تر می‌شود و به نظر می‌رسد فارغ‌التحصیلان این واقعیت را

¹ Soo-Yeon Kim & Hyojung Park, 2011

پذیرفته‌اند (جیانا دلبیو میتچل، لینه بی اسکینر و بانی بی وایت، ۲۰۱۰)^۱. در حال حاضر توجه بیشتر به مهارت‌های نرم‌افزاری مورد توجه قرار گرفته است. فارغ‌التحصیلان باید برخی از این مهارت‌ها را به کار بگیرند. اگر سازمان‌ها نیاز به مهارت‌های نرم‌افزاری داشته باشند، جذاب‌تر نمی‌شوند اما داشتن مهارت‌های نرم‌افزاری بر ادراک سازمان تأثیر می‌گذارد و به دنبال آن، برداشت مثبت از سازمان در (۱) جذابیت عمومی، (۲) تصویر کارفرما و (۳) تمایل به کار بر سازمان موردنظر تأثیر می‌گذارد (ناگل، ۲۰۱۲)، (چابرا و شارما، ۲۰۱۴) اگر چه پاسخ‌دهندگان با اعتماد به نفس دارا بودن مهارت‌های نرم خود را مدعی شده‌اند اما مهم نیست که یک سازمان چقدر به مهارت‌های نرم و سخت نیاز دارد اما آنچه مهم است سطح جذابیت سازمانی است (بی آیزنبرگ، سی کیلدوف، اس بورلی و کی ویلسون، ۲۰۰۱)^۲.

(بیسواس و سوار، ۲۰۱۶) و (هایهاس و همکاران، ۲۰۰۹) در سطح سازمانی، اعتبار سازمانی یا شهرت می‌تواند به عنوان یک جزء از جذابیت سازمانی در نظر گرفته شوند و می‌تواند یادآور این قضیه باشد که این سازمان شهرت خود را از طریق یک مدیر یا کارفرمای عالی کسب کرده است. در سطح فردی، جذابیت سازمانی به متقاضیانی اشاره دارد که قصد دارند برای این سازمان کار کنند و تلاش زیادی را برای کار کردن از خود نشان دهند. دانشجویان تربیت بدنی با انتخاب گزینه‌های یکی از انتخاب‌های اول من به‌عنوان کارفرما است و تلاش زیادی برای به‌دست‌آوردن کار در وزارت ورزش و جوانان انجام خواهیم داد. علاوه بر این مشخص شد که معرف [۳۷] اگر این وزارت‌خانه من را برای مصاحبه شغلی دعوت کند خواهیم پذیرفت، بیشترین سهم تبیین عامل مربوطه را دارد. معرف [۵۴] وزارت ورزش و جوانان را برای دیگر دوستانی که جویای شغل هستند پیشنهاد خواهیم داد نشان می‌دهند که می‌خواهند خواسته‌های امروز بازار کار وزارت ورزش و جوانان را برآورده کنند. تمایل به تقاضای یک شغل، پیش‌بینی‌کننده قوی رفتار در مرحله جذب فرایند استخدام است و برای درک و فهمیدن انتخاب شغل متقاضی، بسیار حیاتی است. روانشناسان سازمانی و اجتماعی به‌وضوح نشان می‌دهند که قصد و نیت، عمل را پیش‌بینی می‌کند. برند کارفرما تصویری از سازمان به‌عنوان بهترین مکان برای کار، با هدف تأثیر مثبت بر کارکنان فعلی و آتی به‌منظور جذب و حفظ کارکنانی با پتانسیل بالا می‌باشد. زمانی، کارکنان جذب سازمان می‌شوند و در آن خواهند ماند که نگرش مثبتی نسبت به سازمان و کارفرما داشته باشند (برغمندی، ۲۰۱۳).

برندسازی کارفرما در یک محیط ایستا فعالیت نمی‌کند و باید به‌صورت پویا یا سازماندهی‌شده شکل داده شود (بیسواس و سوار، ۲۰۱۶)؛ بنابراین وزارت ورزش نیز نیازمند آن است که برند کارفرمایش را براساس ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود تنظیم کند و نظام‌های بازخوردی و ارزیابی برای آن تأسیس کند. این نظام می‌تواند در بعد خارجی برندسازی کارفرما مانند: جذب کارکنان بالقوه برتر، بررسی دقیق و عمده میزان جذابیت برند کارفرما، رضایت مشتریان مردم از سازمان و سایر عواملی که نشان‌دهنده پیامدهای اجرای موفق برندسازی کارفرما در سازمان دولتی است باشد. نتایج نشان داد که تفاوت‌های جالبی بین گروه‌های مختلف، بین فارغ‌التحصیلان کارشناسی و کارشناسی‌ارشد وجود دارد. در بین فارغ‌التحصیلان کارشناسی‌ارشد به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای، سازگاری اجتماعی، نسبت به فارغ‌التحصیلان لیسانس، اهمیت بیشتری بیان کرده بودند. برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی، بسیار مهم است که برای کارفرمای قابل‌توجه کار کنند. آنها بیشتر از دیگران در مورد شغل خود فکر و توجه می‌کنند که به این واقعیت در ارتباط است که دانشجویان سطوح بالاتر، ادعاهای بیشتری دارند. همچنین نتایج نشان داد که برای این گروه اعتبار و شهرت یک سازمان، تأثیر بیشتری بر تصمیم آنها برای درخواست شغل دارد. علاوه بر این، آنها بیشتر بر مزایای ملموس تمرکز می‌کنند. هر چند (هدلاند و همکاران، ۲۰۱۰)، (ثاقب و همکاران، ۲۰۱۵) و (بندراویسینه و همکاران، ۲۰۱۳) بیان می‌کنند که بهترین

¹ Geana W Mitchell, Leane B Skinner & Bonnie J White, 2010

² B Eisenberg, C Kilduff, S Burleigh & K Wilson, 2001

راه برای مدیریت کارکنان وجود ندارد. یک سازمان باید بنا به شرایط خود، شیوه‌های اشتغال را در راستای ایجاد هویت قابل اعتماد و پاسخگو درسازمان و بیرون از سازمان اقدام می‌کند.

به‌طور کلی یافته‌ها نشان می‌دهد از دیدگاه دانشجویان در شرف ورود به بازار کار (کارکنان بالقوه)، معیارهای اقتصادی صرفاً عامل انتخاب سازمان برای فعالیت نیستند بلکه عواملی مانند سازگاری اجتماعی، بیان ارزش‌ها، مهارت‌های نرم، تعادل کار و زندگی، فرصت‌های شغلی آینده، جو روابط با همکاران و امکان استفاده از آموخته‌ها نیز برای آنها نیز اولویت دارند؛ به‌گونه‌ای که نتایج تحقیقات آسیب‌شناسی انجام گرفته در این حوزه نیز نشان می‌دهد حتی در صورت جذب این نخبگان، بی‌توجهی به عوامل مذکور به کاهش چشمگیر رضایت شغلی و تعهد سازمانی در میان نخبگان جذب شده منجر می‌شود. با توجه به یافته‌های پژوهش، به مدیران و کارگزاران مجموعه وزارت ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود با تقویت عوامل مؤثر بر جذابیت برند کارفرما برای فدراسیون‌ها و ادارت کل تحت پوشش خود می‌تواند به صورت مستقیم و غیرمستقیم، تمایل نخبگان برای فعالیت در صنعت ورزش کشور را افزایش دهد.

پیشنهاد می‌شود با توجه به یافته‌های پژوهش، سازمان‌های عمومی دولتی به‌ویژه وزارت ورزش و جوانان می‌توانند با رویکردی هم‌سو در راهبرد سازمان و برندسازی کارفرما زمینه را برای اجرای هرچه بهتر برندسازی کارفرما ایجاد کنند. مدیران این وزارتخانه می‌توانند با برنامه‌ریزی و اجرای منسجم در تقویت عوامل شناسایی شده تحقیق حاضر که در راستای اجرای راهبرد برندسازی کارفرما تأثیرگذارند، کوشا باشند. وزارت ورزش و جوانان می‌تواند با شکل‌دهی یک دپارتمان تخصصی منابع انسانی در رابطه با برندینگ کارفرما علاوه بر شناسایی استعدادها، ساخت فرایندهای منابع انسانی، نظام‌ها و سامانه‌ها، ساختار و نظام پاداش، برای ارتقا و بهبود برند کارفرمای خود اقدام کند. وزارت ورزش و جوانان با تقویت جذابیت برند کارفرمایی خود می‌تواند به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم، تمایل نخبگان کشور را برای فعالیت در صنعت ورزش کشور افزایش دهد. علاوه بر موارد بیان شده همچنین به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود تا سایر عوامل تأثیرگذار بر جذابیت برند کارفرما و تمایل به استخدام شدن متقاضیان شغل وزارت ورزش و جوانان را شناسایی و رابطه آنها با یکدیگر را بررسی کنند.

قدردانی

مقاله حاضر، منتج از رساله دکتری رشته مدیریت و برنامه‌ریزی تربیت بدنی دانشگاه تهران می‌باشد؛ لذا از کلیه استادان گرانقدری که بزرگوارانه ما را در انجام این پژوهش یاری کرده‌اند بسیار سپاسگزار می‌نماییم.

References

- Alizade Sani, M., & Nejat, S. (2016). The Impact Of Employer Brand Attractiveness On Talent's Intention To Recruitment (The Case Of Subordinate Companies Of Oil Ministry). *Journal Of Business Management*, 8(1), 205-228. <https://doi.org/10.22059/jibm.2016.57535>
- Arachchige, B. J., & Robertson, A. (2013). Employer attractiveness: Comparative perceptions of undergraduate and postgraduate students. *Sri Lankan Journal of Human Resource Management*, 4(1), 33-48. https://www.researchgate.net/publication/283282740_Employer_Attractiveness_Comparative_Perceptions_of_Undergraduate_and_Postgraduate_Students?enrichId=rgreq-2593d8dda45d799d5be971b71e3999c8-XXX&enrichSource=Y29-2ZXJQYWdlOzI4MzI4Mjc0MDtBUzoyODk0MDg5OTg3NTYzNTNAMTQ0NjAxMjUg5MDk1Mw%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf
- Arijs, D., Botero, I. C., Michiels, A., & Molly, V. (2018). Family business employer brand: Understanding applicants' perceptions and their job pursuit intentions with samples

- from the US and Belgium. *Journal of Family Business Strategy*, 9(3), 180-191. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2018.08.005>
- Aslam, S. (2015). Employer branding and intention to apply by usage of social media in banking sector, Pakistan. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 6(5), 400-405. https://www.citefactor.org/journal/pdf/Employer-Brandin_g-and-Intention-to-Apply-by-Usage-of-Social-Media-in-Banking-Sector-Pakistan.pdf
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501-517. <https://doi.org/10.1108/13620430410550754>
- Barghmadi, Q. (2013). *Investigating the role of employer branding on attracting talents in the Welfare Bank* [Master, Tehran]. Iran. <https://www.refah-bank.ir/Upload/Module/s/Contents/asset0/PDF/Maghalat/83.pdf>
- Bendaravičienė, R., Krikštolaitis, R., & Turauskas, L. (2013). Exploring employer branding to enhance distinctiveness in higher education. *European scientific journal*, 9(19), 45-78. <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/1542>
- Biswas, M. K., & Suar, D. (2016). Antecedents and Consequences of Employer Branding. *Journal of Business Ethics*, 136(1), 57-72. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-250-2-3>
- Broek, M. (2015). *From employer attractiveness to employer branding: Results of a mixed methods research* [Master, University of Twente]. Enschede, Netherlands. http://essay.utwente.nl/66622/7/Broek_BA_MB.pdf
- Bustamante, S., & Brenninger, K. (2013, September 12-13). *CSR and its potential role in employer branding. An analysis of preferences of German graduates*. Contributions to the corporate responsibility research conference, Graz, Austria. https://www.researchgate.net/publication/262047599_CSR_and_its_Potential_Role_in_Employer_Branding_-_An_Analysis_of_Preferences_of_German_Graduates-
- Edwards, M. R. (2010). An integrative review of employer branding and OB theory. *Personnel Review*, 39(1), 5-23. <https://doi.org/10.1108/00483481011012809>
- Eisenberg, B., Kilduff, C., Burleigh, S., & Wilson, K. (2001). The role of the value proposition and employment branding in retaining top talent. *Society for Human Resource Management, Alexandria, VA*.
- Faghihipour, J., & Faghihipour, S. (2015). *Employer Branding (History, Dimensions and Functions)*. Parsineh. <https://www.gisoom.com/book/11116394/>
- Freer, T. (2012). Social media gaming – a recipe for employer brand success. *Strategic HR Review*, 11(1), 13-17. <https://doi.org/10.1108/14754391211186269>
- Galbreath, J. (2010). How does corporate social responsibility benefit firms? Evidence from Australia. *European Business Review*, 22(4), 411-431. <https://doi.org/10.1108/09555341011056186>
- Garibaldi, A., & Schmidt, L. (2014). *Employer branding in very simple language*. Selseleh Mehr.
- Hamidianpur, F., Ziaei Bideh, A., & Saeeda Ardakani, M. (2013). Providing a Model for Assessing the Consequences of Employer Brand Equity with Use of SEM Approach. *Journal of Business Administration Researches*, 5(9), 1-20. http://bar.yazd.ac.ir/article_504_fdc1768b54fd570be5d619086a9137c0.pdf
- Hedlund, A., Ateg, M., Andersson, I.-M., & Rosén, G. (2010). Assessing motivation for work environment improvements: Internal consistency, reliability and factorial structure. *Journal of Safety Research*, 41(2), 145-151. <https://doi.org/10.1016/j.jsr.2009.12.005>

- Highhouse, S., Brooks, M. E., & Gregarus, G. (2009). An Organizational Impression Management Perspective on the Formation of Corporate Reputations. *Journal of Management*, 35(6), 1481-1493. <https://doi.org/10.1177/0149206309348788>
- Khodami, S., & Osanloo, B. (2015). Designing a model to create employer attractiveness based on building a distinct client brand. *Organizational Resource Management Research* 5(1), 61-83. <https://ormr.modares.ac.ir/article-28-2538-fa.html>
- Kim, S.-Y., & Park, H. (2011). Corporate Social Responsibility as an Organizational Attractiveness for Prospective Public Relations Practitioners. *Journal of Business Ethics*, 103(4), 639-653. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0886-x>
- Leekha Chhabra, N., & Sharma, S. (2014). Employer branding: strategy for improving employer attractiveness. *International Journal of Organizational Analysis*, 22(1), 48-60. <https://doi.org/10.1108/IJOA-09-2011-0513>
- Martin, G., Gollan, P. J., & Grigg, K. (2011). Is there a bigger and better future for employer branding? Facing up to innovation, corporate reputations and wicked problems in SHRM. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(17), 3618-3637. <https://doi.org/10.1080/09585192.2011.560880>
- Martin, G., & Groen-in't-Woud, S. (2011). Employer branding and corporate reputation management in global companies :A signaling model and case illustration. In *Global talent management*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9780203865682>
- Mitchell, G. W., Skinner, L. B., & White, B. J. (2010). Essential soft skills for success in the twenty-first century workforce as perceived by business educators. *Delta Pi Epsilon Journal*, 52(1), 43-53. <https://web.p.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=00118052&asa=Y&AN=50257612&h=Alj7Xvw7QrwZnNcK6JxD2mZIMPw94KGsKzo%2fJovgzYmyLc%2fnr3Yy4W Xp8ZscWBFirGamMxuuBQMhvDp341M9IQ%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d00118052%26asa%3dY%26AN%3d50257612>
- Mölk, A., & Auer, M. (2018). Designing brands and managing organizational politics: A qualitative case study of employer brand creation. *European Management Journal*, 36(4), 485-496. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2017.07.005>
- Moroko, L., & Uncles, M. D. (2009). Employer branding and market segmentation. *Journal of Brand Management*, 17(3), 181-196. <https://doi.org/10.1057/bm.2009.10>
- Nagel, K. (2012). *Employer Branding: Starke Arbeitgebermarken jenseits von Marketingphrasen und Werbetechniken. Mit 7 Fallbeispielen aus der Praxis*. Linde Verlag GmbH. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=BgaXBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=Employer+branding:+Starke+Arbeitgebermarke+jenseits+von+Marketingphrasen+und+Werbetechniken+Mit+7+Fallbeispielen+aus+der+Praxis&ots=Bp6FiANKt&sig=nf0nUC7ezRYtcCo_ZpZWSK-pppM#v=onepage&q=Employer%20branding%3A%20Starke%20Arbeitgebermarke%20jenseits%20von%20Marketingphrasen%20und%20Werbetechniken%20Mit%207%20Fallbeispielen%20aus%20der%20Praxis&f=false
- Robles, M. M. (2012). Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today's Workplace. *Business Communication Quarterly*, 75(4), 453-465. <https://doi.org/10.1177/1080569912460400>
- Saqib, S., Abrar, M., Sabir, H. M., Bashir, M., & Baig, S. A. (2015). Impact of tangible and intangible rewards on organizational commitment: evidence from the textile sector

- of Pakistan. *American Journal of Industrial and Business Management*, 5(03), 138-147. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2015.53015>
- Sivertzen, A.-M., Nilsen, E. R., & Olafsen, A. H. (2013). Employer branding: employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product & Brand Management*, 22(7), 473-483. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2013-0393>
- Tanwar, K., & Kumar, A. (2019). Employer brand, person-organisation fit and employer of choice. *Personnel Review*, 48(3), 799-823. <https://doi.org/10.1108/PR-10-2017-0299>
- Uebbing, M. (2015). *Employer branding as competitive advantage: Important employer branding elements from the perspective of young professionals* [Master, University of Twente]. Enschede, Netherlands. <https://essay.utwente.nl/68833/1/Uebbing%20Maria%20-s-%201214276%20scriptie.pdf>



Editing a Conceptual Model to Assess the Impact of Crime Prevention Factors and Improve the Security of Sports Facilities

Taha Razmara¹, Azad Fallahi^{2*} , Mozafar Yektayar³

¹PhD Student, Department of Physical Education and Sport Science, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran.

²Faculty Member, Department of law, Saghez Branch, Islamic Azad University, Saghez, Iran.

³Associate professor, Department of Physical Education and Sports Science, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 01.02.2021

Revised: 05.31.2021

Accepted: 06.12.2021

Keyword:

Sports managers
Social security
Environmental factors
Security management
Sport facilities

*Corresponding Author:

Azad Fallahi

Email: fallahi.azad@yahoo.com

ABSTRACT

Today, insecurity and crime at sports venues is one of the most important concerns of security officials and sports managers. A key area causing security problems and criminal behavior is sports facilities. The purpose of this study was to evaluate the effect of crime prevention factors and improve the security of sports facilities. The present study was applied in terms of purpose and used structural equation research method (SEM). The statistical population consisted of all coaches of sports clubs, managers of sports facilities and elite athletes of 4 western provinces of the country. 155 people (sample) were selected purposefully. Three researcher-made questionnaires were employed as the research tool after face validity confirmation by expert professors. For data analysis, SPSS Software Version 22 and Smart PLS 3.2.7 at a significant level ($P \geq 0.05$) were used. Impact coefficients indicate that the components of social security (2.96), monitoring and care (2.93) and care and emergency equipment of the existing space (2.911) have the greatest impact as the top components in reducing crime and increasing security in sports facilities. This study showed that in order to increase the security of sports facilities, a combination of social security of sports, security management in sports and the use of environmental design is appropriate. Therefore, it is necessary to pay attention to the mentioned effective factors.





تدوین مدل مفهومی ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های پیشگیری از جرم و ارتقاء امنیت فضاهای ورزشی

طه رزم آرا^۱، آزاد فلاحی^{۲*}، مظفر یکتایار^۳

- ۱- دانشجوی دکترا، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران.
- ۲- عضو هیئت علمی، گروه حقوق، واحد سقز، دانشگاه آزاد اسلامی، سقز، ایران.
- ۳- دانشیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

امروزه، ناامنی و وجود جرائم در فضاهای ورزشی، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مسئولان امنیتی و مدیران ورزشی است. یکی از عرصه‌های مهم که زمینه ایجاد مشکلات امنیتی و بروز رفتارهای مجرمانه را دارند فضاهای ورزشی هستند. هدف این پژوهش، ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های پیشگیری از جرم و ارتقای امنیت فضاهای ورزشی بود. پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش پژوهش، در زمره پژوهش‌های همبستگی به روش معادلات ساختاری (SEM) می‌باشد. جامعه آماری، متشکل از کلیه مربیان باشگاه‌های ورزشی، مدیران فضاهای ورزشی و ورزشکاران نخبه چهار استان غرب کشور بود که به شکل هدفمند تعداد ۱۵۵ نفر (نمونه) انتخاب شد. ابزار گردآوری پژوهش ۳ پرسش‌نامه محقق‌ساخته پس از تأیید روایی صوری توسط استادان متخصص بود. در تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS ورژن ۲۲ و نرم‌افزار Smart PLS در سطح معنی‌داری ($P \geq 0.05$) استفاده شد. ضرایب تأثیر حاکی از آن است که مؤلفه‌های امنیت اجتماعی (۲.۹۶)، نظارت و مراقبت (۲.۹۳) و مراقبت و تجهیزات اورژانسی فضای موجود (۲.۹۱۱) بیشترین تأثیر را به‌عنوان مؤلفه‌های برتر در کاهش جرائم و افزایش امنیت در فضاهای ورزشی دارد. این تحقیق نشان داد که برای افزایش امنیت فضاهای ورزشی، ترکیبی از امنیت اجتماعی ورزشی، مدیریت امنیت در ورزش و استفاده از طراحی محیطی مناسب می‌باشد؛ بنابراین مستلزم توجه به عوامل مؤثر یاد شده می‌باشد.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۱۳

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۱۰

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۲۲

کلید واژگان:

مدیران ورزشی
امنیت اجتماعی
عوامل محیطی
مدیریت امنیت
اماکن ورزشی

*نویسنده مسئول: آزاد فلاحی
پست الکترونیکی:
falahi.azad@yahoo.com



مقدمه

رفتارهای خشونت‌زا^۱، تخریبی و مجرمانه که از افراد حاضر در فضاهای ورزشی، به‌ویژه تماشاگران مسابقات سر می‌زند از یک سو سطح امنیت اجتماعی را تقلیل می‌دهد و از سوی دیگر، پلیس و سازمان‌های دیگر را با معضلات امنیتی روبه‌رو می‌سازد (سید حسن هراتی، فریده اشرف گنجویی، عبدالرضا امیرتاش و زینت نیکابین، ۲۰۱۹). تقویت امنیت اماکن عمومی نه تنها یکی از ضروری‌ترین نیازهای جامعه امروزی است (پونه قنبری و مینا حکاک زاده، ۲۰۲۰) بلکه از مسائل مهم و مورد توجه جامعه‌شناسان و مدیران فضاهای شهری (اکبر طالب پور، ۲۰۱۷) و از شاخص‌های مهم کیفیت زندگی نیز به‌شمار می‌آید (لیلا سلطانی، حسن بیک محمدی و سمیه حیدری، ۲۰۱۶). یکی از مؤلفه‌های اصلی کیفیت‌بخشی به اماکن و فضاهای ورزشی، ایجاد یک محیط امن است؛ به همین دلیل بسیاری از تلاش‌ها در عرصه شهرسازی به منظور افزایش امنیت و کاهش وقوع جرم از طریق مداخله‌های محیطی مناسب صورت می‌گیرد (پل کوزنز و ترنس لائو، ۲۰۱۵)^۲ و در مقابل، احساس ناامنی، تأثیرات گسترده‌ای بر زندگی شهروندان دارد که می‌توان به کاهش فعالیت‌های اجتماعی، کاهش اعتماد عمومی، شکل‌گیری جامعه امنیتی و آثار اقتصادی اشاره کرد (امیر پانکناهد، ۲۰۱۳). تأمین امنیت فضاهای ورزشی برای ورزشکاران و سایر آحاد جامعه می‌تواند به‌صورت چشم‌گیری مجموعه اتفاقاتی که منجر به خشونت و جرائم می‌شود را کاهش دهد و شرایطی را فراهم آورد تا با آسودگی خاطر در فضایی که به او تعلق دارند بخشی از نیازهای اجتماعی و جسمانی خود را برآورده کنند (سحر قربانی و سید امیر جلالی، ۲۰۱۵). در این راستا ایجاد یک محیط امن ورزشی می‌تواند رضایت سایر اقشار جامعه را نیز به دنبال داشته باشد و یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین منبع درآمد اقتصادی باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی به حساب آید و در مقابل، نبودن امنیت می‌تواند سبب روی‌گردانی عده زیادی از مردم به ورزش شود (مسعود نادریان جهرمی، حسین پورسلطان زرنندی و الهام روحانی، ۲۰۱۳).

امروزه فراهم کردن محیطی امن برای انجام فعالیت‌های ورزشی، امری اساسی و مهم است (اسکندر حسین پور، قدرت اله باقری، ابراهیم علی دوست قهفرخی، مجتبی امیری و مجید جلالی فراهانی، ۲۰۱۹) و هراس و اضطراب نداشتن از تأسیسات، راه‌ها، ساختمان‌ها و اتفاق‌های غیرمترقبه‌ای که امکان وقوع آن‌ها وجود دارد را از معیارهای امنیت می‌توان برشمرد (جی. مک کورمیک، بی. گیلز کورتی، آ. لانگ، تی. اسمیت، کی. مارتین و تی. جی. پیکورا، ۲۰۰۴)^۳. از نظر ویویان، داتری و دون^۴ (۱۹۹۴) واژه امنیت، تعبیر متفاوتی را در محیط انسان شامل می‌شود که مهم‌ترین آنها کنترل عوامل خطرزا (بحران‌ها) است که مجموعه‌ها و سازمان‌ها در هر شرایطی باید برنامه‌های مدونی در زمینه مدیریت خطر و مقابله با حوادث داشته باشند (غلامعلی کارگر، فرزاد غفوری، یوسف محمدی مقدم و غلامرضا مرادی سیاسر، ۲۰۱۷). همچنین از دیدگاه (اس آ هال، ای شوارز و تی جی سیسلاک، ۲۰۰۹)^۵ امنیت، حوزه‌های مختلفی دارد و یکی از حوزه‌های آن امنیت ورزشی است که به معنای برگزاری رویدادها و مسابقات ورزشی به دور از هر گونه خطر، تهدید و دلهره است و معتقدند مدیریت امنیت ورزشی، ماهیت و گستره امنیت و مسائل تهدیدکننده رویدادهای ورزشی مثل تروریسم، جرائم، آشوب و مسائل ازدحام جمعیت را مطالعه و بررسی می‌کند.

^۱ خشونت ناشی از فعل و انفعال پویا بین عوامل ساختاری فردی، بین فردی، موقعیتی، اجتماعی، زیست‌محیطی و اجتماعی است (اسپیچ، ۲۰۱۴).

^۲ Paul Cozens & Terence Love, 2015

^۳ G. McCormack, B. Giles-Corti, A. Lange, T. Smith, K. Martin & T. J. Pikora, 2004

^۴ Vivan. Daugherty & dunn

^۵ SA Hall, E Schwarz & TJ Cieslak, 2009

جرم، حاصل احساس ناامنی است (پاکنهاد، ۲۰۱۳) و خطر وقوع جرم نیز همانند سایر خطرهای جزئی جدانشدنی از زندگی روزمره انسان‌ها است (دیوید گارلند، ۱۹۹۶).^۱ جرم به‌عنوان یک پدیده دائمی و عمومی، مهمان ناخوانده و مزاحم جوامع بشری می‌باشد و نمی‌توان جامعه‌ای را یافت که از پیامدها و تبعات آن در امان باشد (حسین کردلو، سیداحمد سجادی، سیدمحمدحسین رضوی و محمد رمضان زاده، ۲۰۱۶). با توجه به صور گوناگون جرم و تعاریف زیادی که محققان و صاحب‌نظران درباره جرم داده‌اند هنوز تعریف جامعی که پذیرفته همگان باشد، وجود ندارد (هوشنگ شامبیاتی، ۲۰۰۶). (حسن علیپور، ۲۰۱۰) جرم را پدیده‌ای اعتباری و ذهنی می‌داند که ماهیتاً قابل شناسایی نیست و تعاریف آن را براساس باورهای شخصی و برحسب نظر اندیشمندان و رشته‌هایی که جرم را مطالعه می‌کنند متنوع و متفاوت می‌داند. از نگاه راب وایت و فیونا هینز^۲، (۱۹۵۶) جرم، متعلق به مقطع و زمان خاصی نیست و نمی‌توان گفت که جرم قطعی است (محمدرضا سلیمی سبحان، منیر یاری و جهانگیر حیدری، ۲۰۱۵). (بیژن نجفی و قباد نادری، ۲۰۲۰) رفتارهای مخدوش‌کننده که نظم اجتماعی و وجدان عموم افراد اجتماع را جریحه‌دار می‌کنند و به این وسیله آرامش و چارچوب امنیت‌بخش آن را از حالت تعادل و استقرار خارج می‌کنند در زمره جرم معرفی می‌کنند. همچنین (محسن شیرعلی، ۲۰۱۰) اقدام به عملی خلاف موازین و مقررات، قوانین، هنجارها و ارزش‌های یک جامعه را جرم تلقی کرده است. (جرمو مایکل و مورتیمر جی. آدلر، ۱۹۹۳)^۳، فرایند شناخت ماهیت جرم را به همان تعریف قانون از جرم ختم می‌کنند؛ با این وصف، آن‌ها بر این باورند که برخی از حقوق‌دانان اصرار دارند که جرم فقط باید توسط قانون تعریف شود و تنها قانون است که قادر به ارائه تعریفی صریح و دائمی از جرم است. بنابراین مفهوم جرم طبق ماده ۲ قانون مجازات اسلامی به هر فعل یا ترک فعلی که قانون برای آن مجازات یا اقدامات تأمینی، تنبیهی و تربیتی در نظر گرفته باشد، اطلاق می‌شود (ماده ۲ قانون مجازات اسلامی، ۱۳۹۸). (حسین آقایی نیا، ۲۰۱۹) انجام اعمال ورزشکاران، مربیان، مدیران، تولیدکنندگان لوازم ورزشی، تماشاگران در میداين و مراکز ورزشی، مسئولان وسایل ارتباط‌جمعی و همه کسانی که به‌نحوی با ورزش در ارتباط هستند که باعث ناامنی و به مخاطره انداختن جان، اموال، حیثیت، شرافت و سایر حقوق قانونی اشخاص حاضر در محدوده ورزش به‌ویژه ورزشکاران و مربیان می‌شوند مفهوم جرم در ورزش قلمداد می‌کند و مرتکب را قابل مجازات می‌داند. همچنین جرایمی چون سرقت، مصرف الکل و مواد مخدر، تحصیل مال از طریق نامشروع (رشوه)، جعل گواهی، روابط نامشروع، نزاع، ایراد ضرب و جرح عمدی و تخریب اموال (عبدالرضا جوان جعفری و صادق صفری، ۲۰۱۸)، ورود مواد محترقه و سلاح‌های سرد به داخل سالن‌های ورزشی، پرتاب اشیا از سوی تماشاگران، شکستن صندلی‌ها و تخریب سکوی تماشاگران (هراتی و همکاران، ۲۰۱۹) توهین کردن، پرتاب سنگ و نارنجک‌های دستی، اصطلاحات موهن، فحاشی و الفاظ رکیک در فضاهای ورزشی (آقایی نیا، ۲۰۱۹) پاره کردن صندلی اتوبوس، شکستن کیوسک‌های تلفن (احسان رحمانی خلیلی و سیدمیلاد صفویان، ۲۰۱۹) در طول تاریخ ورزش مسئله‌ای بوده است که ابعاد مختلف زندگی ورزشکاران و دست‌اندرکاران این حوزه را تحت تأثیر قرار داده است (حمید باقرنیا و مهدی ساقیان، ۲۰۱۷) و چنین جرائمی در ورزش علاوه بر آثار منفی و مخربی که در پی دارند (محمد سلطان حسینی، مهدی سلیمی و محسن طیبی، ۲۰۲۰) می‌تواند فلسفه ورزش که همانا رقابت سالم و جوانمردانه برای پیروزی و موفقیت است را نقص کند و شایسته‌سالاری در ورزش را نیز از بین ببرد (دانیل اس میسون، لوسی تیبولت و لورا میزنر، ۲۰۰۶؛ استیو مک کلوی و آنتیا ام مورمن، ۲۰۰۷)^۴ و سرانجام می‌تواند خطر نابودی فرهنگ ورزش را در پی داشته باشد (منصور وثوقی و سیدمحسن خسروی نژاد، ۲۰۰۹).

¹ David Garland, 1996

² White, R. D. & Robert, Douglas

³ Jerome Michael & Mortimer J. Adler, 1993

⁴ Daniel S Mason, Lucie Thibault & Laura Misener, 2006; Steve McKelvey, Anita M Moorman, 2007

پیشگیری از جرائم فوق از دیدگاه جرم‌شناسی و مباحث طرح شده در آن، هیچ‌گاه مورد بی‌اعتنایی جرم‌شناسان، جامعه‌شناسان و روان‌شناسان قرار نگرفته است (قدرت الله خسروشاهی و بابک پورقهرمانی، ۲۰۱۱) و یکی از کارهای مهم در این عرصه، شناخت و ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های پیشگیری از جرم و ارتقای امنیت فضاهای ورزشی است که می‌تواند بهبود سیستم امنیتی، راهکارهای پیشگیری از جرائم در ورزشگاه‌ها و فضاهای ورزشی، افزایش حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها، شانس به‌دست آوردن میزبانی رویدادهای بین‌المللی و همچنین افزایش استقبال تیم‌های خارجی برای حضور در انواع تورنمنت‌های (مسابقات چندجانبه) داخل کشور را به ارمغان داشته باشد (مهرعلی همتی نژاد، تریسی تیلور، محمدحسن قلی زاده و رسول فرجی، ۲۰۱۶). مفهوم پیشگیری از جرم شامل مجموعه‌ای از روش‌ها و تدابیر غیرقهرآمیز و کنشی است که به دنبال کاهش، دشوار یا ناممکن ساختن امکان پیشامد جنایی می‌باشد (حسن حاجی تبار، ۲۰۱۹). در حالی که مفهوم پیشگیری از جرائم در ورزش، ممنوعیت انجام برخی از فعالیت‌ها یا اقدامات در حیطه ورزش است که می‌توان به منع شرط‌بندی، ماده ۶۵۴ قانون مدنی، منع تبعیض بند ۲۲ و منع استفاده از مواد نیروزا بند ۲۸ از ماده سوم اساس‌نامه کمیته ملی المپیک اشاره کرد (محمد احسنی افروز، ۲۰۱۹). از انواع راهبردهای پیشگیرانه مکانیکی (وضعی) از جرم و افزایش امنیت در محیط‌ها و فضاهای ورزشی، پیشگیری از جرم از طریق مداخله در عامل‌های محیطی (طراحی محیطی)^۱ (C.P.T.E.D) است. این رویکرد در زمینه طراحی در دهه ۸۰ - ۱۹۷۰ با عنوان جلوگیری از جرم از طریق طراحی محیطی مطرح شد و براساس نظریه‌های نیومن و ری جفری^۲ انتشار یافت. این رویکرد با مداخله و طراحی مناسب محل سکونت و کار افراد، از جرایم ارتكابی در محیط ساخته‌شده پیشگیری کرده (سلیمی سبجان و همکاران، ۲۰۱۵) و علاوه بر آن، موجبات کاهش حقیقی جرائم در محیط‌های شهری و افزایش احساس ایمنی و امنیت (بانی کی‌ال. مک و سی. وای. جیم، ۲۰۱۸)^۳ را فراهم می‌کند و به شکل هدفمند و هوشمندانه، کاهش پتانسیل جرم‌خیزی شهری، بهبود کیفیت زندگی، افزایش رضایت شهروندی، تشویق طبقات اجتماعی به حضور در مکان‌های عمومی، افزایش میزان مشارکت و افزایش فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی را به دنبال خواهد داشت (پل مایکل کوزنز، گریگ ساویل و دیوید هیلیر، ۲۰۰۵)^۴.

عواملی چون نبود مدیریت مناسب در پیشگیری از آشوب و جرایم، کنترل نشدن جمعیت، کنترل نکردن درهای ورودی و کمبود امکانات رفاهی و بهداشتی فضاهای ورزشی، در بروز و تشدید خشونت و رفتارهای مجرمانه در فضاهای ورزشی دخیل هستند که می‌تواند از مصادیق ضعف در مدیریت امنیتی ورزشگاه‌ها به‌شمار روند (محمود شهبایی، امیر ملکی، محمدسعید ذکایی و محمد آخوندی، ۲۰۱۶). (سجاد غلامی ترکسلویه و صدیقه حیدری نژاد، ۲۰۱۵) وضعیت ایمنی و بهداشتی ورزشگاه، (رضا اندام و میترا سلیمی، ۲۰۱۷) عامل‌های محیطی-امنیتی و (رحمانی خلیلی و صفویان، ۲۰۱۹) امکانات رفاهی و بهداشتی موجود در فضاهای ورزشی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در بروز پرخاشگری و جرائم معرفی می‌کنند. زخمی شدن بیش از یک‌صد نفر و کشته شدن ۱ پلیس در درگیری و زدوخورد شدید میان هواداران دو تیم کاتانیا^۵ و پالرمو^۶ در سال ۲۰۰۷ (محمد مهدی رحمتی، ۲۰۰۹)، قتل ۲ نفر از هواداران تیم لیدز یونایتد^۸ با ضربات متعدد چاقو در درگیری هواداران تیم گالتاسرای^۹ ترکیه با هواداران تیم لیدز یونایتد انگلستان در

¹ Tournament

² Crime prevention through environmental (CPTED)

³ Oscar Newman & Ray Jeffery

⁴ Bonnie K. L. Mak & C. Y. Jim, 2018

⁵ Paul Michael Cozens, Greg Saville & David Hillier, 2005

⁶ Calcio Catania

⁷ Palermo FC

⁸ Leeds United

⁹ Galatasaray

میدان تقسیم شهر استانبول در آوریل سال ۲۰۰۰، ۷۵ کشته و صدها زخمی در سال ۲۰۱۲ در درگیری تماشاگران تیم‌های مصری مصر با الاهلی قاهره (رحمانی خلیلی و صفویان، ۲۰۱۹)، کشته شدن ۶۶ نفر از تماشاگران در حادثه استادیوم ایبروکس گلاسکو^۱ در سال ۱۹۷۱ به علت رعایت نکردن نکات ایمنی در خصوص کنترل نشدن جمعیت، راهروها و درب‌های خروجی (دومینیک الیوت و دنیس اسمیت، ۱۹۹۳)^۲، زخمی شدن ۳ نفر و تعداد زیادی از تماشاگران در حادثه ورزشگاه ساری، کشته شدن هفت نفر و مصدومیت بیش از ۴۰ نفر در ورزشگاه آزادی در جریان مسابقه فوتبال بین تیم‌های ملی ایران و ژاپن در سال ۱۳۸۴ به دلیل ازدحام جمعیت و فوت کودک ۶ ساله در مسابقات لیگ سال ۱۳۹۸ به علت برق‌گرفتگی هنگام تماس با داربست‌های متصل به گیت‌های بلیت‌فروشی در ورزشگاه آزادی (رحمانی خلیلی و صفویان، ۲۰۱۹) از این موضوع حکایت دارد که نه تنها ورزشگاه‌ها و فضاهای ورزشی کشور با استانداردهای ایمنی و امنیتی بین‌المللی فاصله زیادی دارند بلکه وضعیت و طراحی ضعیف فضاهای ورزشی را مهم‌ترین عامل به وجود آمدن فاجعه می‌توان برمی‌شمرد (وثوقی و خسروی نژاد، ۲۰۰۹). در نتیجه (کولین فولر و اسکات دراور، ۲۰۰۴)^۳ بر این باور است افزایش اطلاعات پیشگیرانه و امنیتی مدیران فضاهای ورزشی و شرکت‌کنندگان برای کاهش تکرار حوادث رویدادها یا شدت صدمات و افزایش حضور افراد در ورزشگاه‌ها می‌تواند مفید واقع شود؛ بنابراین تمام رویدادهای ورزشی، ظرفیت ایجاد مشکلات امنیتی و مجرمانه را دارند (اریک لیپتون، ۲۰۰۵)^۴ و یکی از عرصه‌های مهم که بستر ایجاد مشکلات امنیتی و بروز رفتارهای مجرمانه را دارند فضاها و مکان‌های ورزشی هستند که نیازمند تدارک سیستم حفاظتی و طراحی مناسب برای جلوگیری از جرائم هستند (ای اف هورنر و اف آ کاسجرو، ۱۹۹۷)^۵. اصطلاح مکان‌های ورزشی از نظر (عادله عظیمی دلار ستاقی، سیدمحمدحسین رضوی، محمدرضا برومند و امید تی تی دژ، ۲۰۱۶) فضاهایی هستند پرشور و نشاط و بیش از هر مکان دیگری می‌توانند در پویایی محیط و فضای اطرافشان نقش داشته باشند. فضاهای ورزشی به فراخور نیاز و سطح مورد نظری که ممکن است وجود داشته باشد، به مقیاس‌های گوناگونی برای هر نوع ورزش وجود دارند؛ از استادیوم‌های ورزشی چند صد هزار نفری گرفته تا سالن‌های ورزشی محلی، این طیف وسیع را در بر می‌گیرند.

در بخش تحقیقات داخلی (قنبری و حکاک زاده، ۲۰۲۰) اشاره کردند نصب دوربین‌های مداربسته در داخل و خارج فضاهای ورزشی و بازرسی مداوم دوربین‌ها موجب تقویت امنیت و نظارت بر فضاهای ورزشی می‌شود. برگزاری دوره‌های آموزشی حقوق برای مربیان، عوامل باشگاه و والدین و ایجاد قوانین مناسب و کارآمد در کاهش مجراهای بروز خشونت و رفتارهای مجرمانه در فضاهای ورزشی توسط تحقیقات (محمدصادق افروزه، حسین زارعیان و بهلول کاظمی کرانی، ۲۰۱۹) تأیید شده است. (حسین پور و همکاران، ۲۰۱۹) الزامات قانونی (قانون‌پذیری) دستورالعمل‌های ایمنی، رعایت اصول بهداشتی، وضعیت فیزیکی، ارگونومی فضا و اقدامات پزشکی را از مقولات ایجاد امنیت و جلوگیری از خشونت در فضاهای ورزشی معرفی کردند. نتایج پژوهش (مجید آقایی، حسین طاهری و رضا اندام، ۲۰۱۹) نشان داد که همه اقدامات مدیریت انتظامی که با رویکرد جرم‌شناختی انجام می‌شوند به‌طور معناداری کاهش جرائم و خشونت تماشاگران فوتبال را تبیین می‌کنند و در این میان، اقدامات پیشگیرانه، بیشترین تأثیر را بر کاهش جرائم و خشونت تماشاگران دارد. نتایج پژوهش (لیلا مصلحی، محمدسلطان حسینی و مهدی سلیمی، ۲۰۲۰) حاکی از این است که پیشگیری اجتماعی و وضعی (طراحی محیطی) لازم و ملزوم یکدیگرند و ترکیبی از آنها برای پیشگیری از بروز جرایم ناشی از خشونت و سوءرفتار تماشاگران ضروری است. یافته‌های تحقیق (هراتی و همکاران، ۲۰۱۹) نشان داد که

¹ Ibrox GLasgow Stadium

² Dominic Elliott & Denis Smith, 1993

³ Colin Fuller & Scott Drawer, 2004

⁴ Eric Lipton, 2005

⁵ EF Hoerner & FA Cosgrove, 1997

کنترل داخلی، محیطی و ورودی زمین بازی توسط نیروهای امنیتی و انتظامی، بازرسی سالن توسط تیم‌های امنیتی، نظارت و کنترل ۲۴ ساعته زمین بازی و جایگاه تماشاگران و نیز جایگاه‌های ویژه خبرنگاران و گزارشگران توسط دوربین‌های مداربسته به‌عنوان مهم‌ترین عوامل جلوگیری از آشوب و افزایش امنیت فیزیکی در امنیت سالن‌های والیبال می‌توانند مورد توجه قرار بگیرند. (جوان جعفری و صفری، ۲۰۱۸) بر این باورند که یک راهبرد کارآمد و موفق برای مقابله با اوباشگری تماشاگران، استفاده از تدابیر پیشگیرانه است. پژوهشگرانی چون (غلامعلی کارگر، فرزاد غفوری، یوسف محمدی مقدم و غلامرضا مرادی، ۲۰۱۷) معتقدند در حوزه ورزش، تأمین امنیت ورزشگاه‌ها و مسابقات در تقویت اعتماد عمومی مردم مؤثر است. در بخش تحقیقات خارج نیز (یونجو چو، هواچین جونگ، آنسوپ چوی و مینکی سونگ، ۲۰۱۹)^۱ در پژوهشی نشان داده‌اند که فضاهایی بیشتر به‌منزله فضاهای جرم‌خیز مطرح هستند که علاوه بر نداشتن نور و روشنایی کافی محیط، هندسه نامنظمی دارند و ساکنان آنها از وجود گوشه‌های جرم‌خیز و پنهان و معابر باریک و بدون دید به اطراف، هراس بیشتری داشته‌اند. (میشل سی. کوندو، النا آندریوا، یوجنیا سی. ساوت، جان ام. مک دونالد و چارلز سی. براناس، ۲۰۱۸)^۲ در مطالعه‌ای نشان دادند طراحی محیطی و مجموعه‌ای از مداخلات برای بازآفرینی فضاهای عمومی چون فضاهای ورزشی می‌تواند تا حدود بسیار زیادی بر کاهش جرم‌خیزی و افزایش امنیت تأثیرگذار باشد. (دیلیو رنجان و جی آنوپا، ۲۰۱۵)^۳ نیز معتقدند تغییر در قوانین و مقررات موجود، ارتقای ارزش‌های اخلاقی در حوزه ورزش حرفه‌ای، استفاده از فناوری‌های بروز و نیز آگاهی‌بخشی عمومی به مردم می‌تواند جامعه ورزشی را از حوادث و تهدیدات تروریستی مصون دارد. (جیمی کلیند و الیس کشمور، ۲۰۱۶)^۴ نشان دادند که تغییر استراتژی طراحی‌های محیطی چون دوربین‌های مداربسته از سال ۱۹۸۰ تقریباً میزان جرائم و پرخاشگری را به نصف کاهش داده است. (هال و همکاران، ۲۰۰۹) در تحقیق خود، ظرفیت‌های کنترل و بازرسی را برای تأمین ایمنی و امنیت در فوتبال انگلیس نام برد. (استیون سی. میلر، برندا جی. ال. بردمایر و دیوید ال. ال. شیلدز، ۱۹۹۷)^۵ یکی از راه‌های افزایش امنیت و کنترل جمعیت را استفاده از دوربین‌های مدار بسته در داخل و خارج ورزشگاه بیان می‌دارد. (اسمیت سو، بلیندا هاپکینز و دیوید کورد، ۲۰۰۶)^۶ بر این باورند که تدارک خدمات کمک‌های اولیه و دسترسی آسان و مستقیم به آمبولانس و خدمات پزشکی، طراحی و انتخاب محل اسکان سرویس‌های پزشکی، آگاهی از ممنوع بودن اشیاء به داخل ورزشگاه و بازرسی بدنی پیش از ورود می‌تواند تا حدودی مسائل و مشکلات داخل ورزشگاه را کاهش دهد.

شناسایی مؤلفه‌های مؤثری چون امنیت اجتماعی، مؤلفه‌های محیطی و مدیریت امنیت در راستای جلوگیری از جرائم و بهبود امنیت فضاهای ورزشی، یکی از مسائل مهم در حوزه مدیریت ورزش است که این موضوع، لزوم انجام پژوهش‌ها در این حوزه را مشخص می‌کند. آمارهای موجود در زمینه شیوع پدیده ناهنجار جرم و ناامنی در ورزش حاکی از آن است که حقوق کیفری برای مقابله با این پدیده با معضلاتی مواجه است که نمی‌تواند از تمام توان و ابزارهای خود برای مقابله با جرایم در ورزش استفاده کند (طه رزم آرا، سید ابراهیم حسینی و سید احمد احمدی، ۲۰۲۰)؛ بنابراین لازم است در حوزه‌های مختلف، راهکارهای پیشگیرانه غیرکیفری برای بهبود وضعیت فضاهای ورزشی ارائه شود. به نظر می‌رسد در این زمینه پژوهشی جامع در راستای جلوگیری از جرائم و ارتقای امنیت در زمینه کاربرد سه عامل (امنیت اجتماعی، عوامل محیطی و مدیریت امنیت) در فضاهای ورزشی وجود ندارد. از این رو پژوهش

¹ Younjo Cho, Hwajin Jeong, Anseop Choi & Minki Sung, 2019

² Michelle C. Kondo, Elena Andreyeva, Eugenia C. South, John M. MacDonald, Charles C. Branas, 2018

³ W Ranjan & J Anupa, 2015

⁴ Jamie Cleland & Ellis Cashmore, 2016

⁵ Stephen C. Miller, Brenda J. L. Bredemeier & David L. L. Shields, 1997

⁶ Smith Sue, Belinda Hopkins & David Curd, 2006

حاضر با هدف ارزیابی عوامل مؤثر در بهبود قابلیت‌های فضاهای ورزشی در راستای جلوگیری از جرائم و توسعه امنیت انجام شده است. بنابراین محققان به دنبال آن هستند ابتدا مؤلفه‌های پیشگیری از جرم و ارتقای امنیت فضاهای ورزشی را ارائه دهد و در نهایت به ارزیابی تأثیر هر کدام از مؤلفه‌های فوق بپردازد. بر همین اساس، سه سؤال اساسی که در این تحقیق بررسی می‌شوند عبارتند از:

- ۱- مهم‌ترین مؤلفه تأثیرگذار امنیت اجتماعی در ورزش برای پیشگیری از جرائم و افزایش امنیت از دیدگاه پاسخگویان کدام است؟
- ۲- مهم‌ترین مؤلفه تأثیرگذار بر عوامل (طراحی) محیطی (CPTED) برای پیشگیری از جرائم و افزایش امنیت از دیدگاه پاسخگویان کدام است؟
- ۳- مهم‌ترین مؤلفه تأثیرگذار بر مدیریت امنیت ورزشی برای پیشگیری از جرم و افزایش امنیت از دیدگاه پاسخگویان کدام است؟

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی، به صورت توصیفی و از لحاظ روش پژوهش در زمره پژوهش‌های همبستگی به روش مدل معادلات ساختاری (SEM) انجام شد. جامعه آماری متشکل از کلیه مربیان و مدیران فضاهای ورزشی و ورزشکاران نخبه چهار استان غرب کشور شامل استان کردستان، استان کرمانشاه، استان همدان و استان آذربایجان غربی شامل ۱۵۵ نفر تخمین زده می‌شد بودند. با توجه به این که تعداد جامعه آماری در سطح بالایی نبود کلیه جامعه موردنظر به‌عنوان نمونه انتخاب گردیدند. برای دستیابی به اهداف پژوهش از پرسش‌نامه‌هایی با عناوین: «پرسش‌نامه عوامل محیطی مؤثر بر کاهش جرم در فضاهای ورزشی شامل ۲۲ گویه و ۷ عامل»، «پرسش‌نامه عوامل مؤثر بر امنیت اجتماعی در ورزش شامل ۳۰ گویه و ۳ عامل» و «پرسش‌نامه مدیریت امنیت در ورزش شامل ۲۴ گویه و ۶ عامل» که به‌صورت دستی (چاپ شده) و به‌صورت آنلاین (تلگرام، ایمیل و ...) ضمن هماهنگی‌های لازم در اختیار نمونه‌های آماری قرار داده شد استفاده شد و براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت (خیلی زیاد ۵ الی خیلی کم ۱) مورد سنجش قرار گرفته است، استفاده گردید. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها به تأیید ۵ نفر از استادان مدیریت ورزش، ۵ نفر از استادان حقوق جزا و ۳ نفر از مهندسان طراحان شهری رسید. پایایی آنها نیز در یک آزمون مقدماتی با ۲۵ آزمودنی و با آلفای کرونباخ محاسبه شد. مقدار آلفا برای هر عامل به‌صورت جداگانه و کلی محاسبه و در (جدول ۱) ارائه شده است. با توجه به اینکه ضرایب به‌دست‌آمده طبق جدول ۱، بزرگ‌تر از ۰/۷۰ است، پایایی قابل قبول بود و این موضوع نشان‌دهنده همبستگی درونی بین متغیرها برای سنجش مفاهیم موردنظر است. به‌منظور سنجش روایی سازه در مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی از نرم‌افزار (Smart PLS) استفاده گردید. بیشتر ۷۶ گویه ابزار پژوهش، ضرایب تأثیر بالای ۰/۳ داشتند و برای تحلیل عاملی تأییدی، بررسی شدند و در نهایت ضرایب تأثیر داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار (Smart PLS) به‌دست آمد. همچنین در این پژوهش برای ارزیابی مدل تحلیل عاملی از شاخص‌های نیکویی برازش^۲ که نشان می‌دهد چه اندازه یک مدل نظری با یک مدل تجربی، سازگاری دارد استفاده گردید. از آزمون‌های شاخص کفایت نمونه‌گیری (Kmo)^۳ و کرویت بارتل^۴ برای کفایت حجم نمونه‌ها و معنادار بودن ارتباط بین گویه‌ها، برای استخراج نتایج داده‌های تحقیق از آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد، فراوانی و درصد)، به‌منظور

¹ Structural Equation Modeling

² Goodness of fit

³ Kaiser-Mayer-Olkin

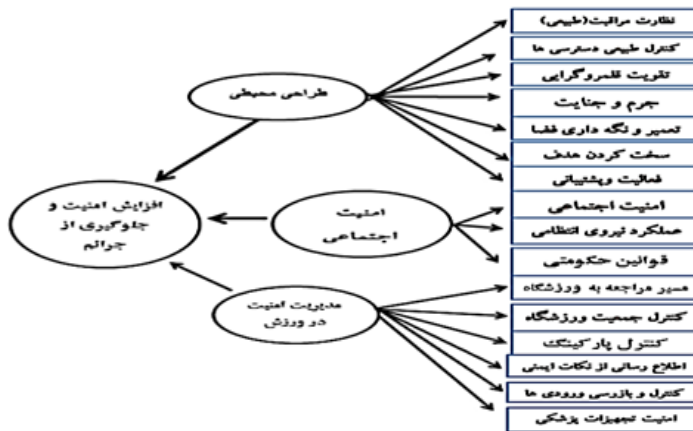
⁴ bartlett test

تجزیه و تحلیل یافته‌ها از آمار استنباطی شامل ماتریس ضریب همبستگی پیرسون و به منظور برآورد نرمال بودن داده‌ها از آماره مقدار z با کمک نرم‌افزار (SPSS) نسخه ۲۲ استفاده شد. پژوهش حاضر با روش آماری با سطح خطای ۰.۰۵ انجام گرفت.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ پایایی پرسش‌نامه‌ها

عامل‌ها	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
عوامل محیطی (طراحی محیطی) مؤثر بر کاهش جرم	۲۲	۰.۷۲۴
امنیت اجتماعی در ورزش	۳۰	۰.۸۴۱
مدیریت امنیت در ورزش	۲۴	۰.۷۹۳

افزون بر این با توجه به اسناد و مدارک، پژوهش‌های داخلی و خارجی الگو و مدل مفهومی^۱ ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های پیشگیری از جرم و ارتقای امنیت فضاهای ورزشی طراحی شد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

یافته‌ها

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود نتایج توصیفی پژوهش، حاکی از آن است که از میان ۱۵۵ نمونه (نفر) بیشترین سن پاسخگویان با دامنه سنی ۳۶ تا ۴۰ سال (۳۰.۳) درصد، از نظر جنسیت نمونه‌های تحقیق مرد با ۱۱۳ نفر (۷۲.۹ درصد)، از لحاظ تحصیلات بالاترین مدرک تحصیلی کارشناسی با ۴۳ نفر (۲۷.۷) درصد و بالاخره از نظر شغلی، بیشتر پاسخگویان کارمند با ۵۶.۸ درصد (۸۸ نفر) بودند.

¹ Conceptual model

جدول ۲. توصیف ویژگی جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

ویژگی جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
سن	زن-مرد	۳
	۴۰ سال تا ۴۷	۰.۳
جنس	مرد	۷
	زن	۲
تحصیلات	کارشناسی (بیشترین)	۲
	زیر دیپلم (کمترین)	۳
	کارمند (بیشترین)	۵
شغل	کارمند (بیشترین)	۵
	بیکار (کمترین)	۳
		۰.۹

با استفاده از آزمون میزان نرمال بودن، چولگی و کشیدگی توزیع عامل‌ها ارزیابی شد؛ بنابراین با توجه به این که آماره برای تمام عامل‌ها بین ۲- تا ۲ می‌باشد؛ پس چولگی و کشیدگی تمام عامل‌ها نرمال به نظر رسیدند (جدول ۳).

جدول ۳. آماره‌های میزان نرمال بودن عامل‌ها

عامل	آماره چولگی	آماره کشیدگی	سطح معنی‌داری	انحراف معیار	آماره مقدار Z
عوامل محیطی (طراحی محیطی)	۰.۱۵۲	۰.۴۴۱	۰.۲۵۷	۸.۸۱	۱.۰۱۲
امنیت اجتماعی ورزشی	۰.۶۲۶	۱.۷۵۹	۰.۱۶۸	۱.۱۱۳	۱.۱۱۳
مدیریت امنیت در ورزش	۰.۲۰۹	۱.۵۴	۰.۱۹۴	۹.۸۷۵	۱.۱۱۶

با توجه به نتایج جدول ۴، آزمون kmo (شاخص کفایت نمونه‌گیری) و آزمون کرویت بارلت با درجه آزادی و سطح معنی‌داری مشخص ارتباط معناداری بین گویه‌ها را نشان داده‌اند و به نظر می‌رسد داده‌های به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه‌های پژوهش را برای تحلیل عاملی، کافی و مناسب تشخیص دادند.

جدول ۴. آزمون kmo و آزمون بارلت عامل‌های پژوهش

عامل	آزمون کرویت بارلت	آزمون kmo
عوامل محیطی (طراحی محیطی)	۱.۵۰۷	۰.۷۳۵
امنیت اجتماعی ورزشی	۴۰۹.۱۲۴	۰.۶۸۹
مدیریت امنیت در ورزش	۱.۵۰۷	۰.۷۵۸

در بررسی همبستگی درونی عامل امنیت اجتماعی ورزشی در سطح معنی‌داری ($P \geq 0/05$) از ماتریس همبستگی پیرسون استفاده شد همچنین در برآورد مقادیر ضرایب ماتریس همبستگی، همه ضرایب همبستگی مثبت و معنادارند و بین گویه‌های عامل امنیت اجتماعی در ورزش رابطه معناداری وجود دارد. بیشترین ضریب همبستگی خرده‌مقیاس‌ها بین امنیت اجتماعی و عملکرد نیروی انتظامی ($r=0.094$) و کمترین بین قوانین حکومتی با عملکرد نیروی انتظامی با ($r=0.445$) مشاهده می‌شود. همبستگی بالا بین این عوامل، حاکی از این است که همه گویه‌های امنیت اجتماعی در ورزش (عملکرد نیروی انتظامی، قوانین حکومتی و امنیت اجتماعی) بر کاهش جرم و افزایش امنیت در فضاهای ورزشی مؤثرند. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود کلیه گویه‌های پنهان سازه عامل امنیت اجتماعی ورزشی، ضرایب تأثیر اکثریت بیش از $0/3$ دارند و نشان‌دهنده آن است که همه گویه‌ها دارای رابطه و همبستگی مناسبی با عامل مربوط به خود می‌باشند و این رابطه همبستگی، معنادار نیز است.

جدول ۵. مشخصات گویه‌های عامل‌های امنیت اجتماعی ورزشی براساس بارهای عاملی استاندارد

عامل	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	گویه	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	نتیجه
			استاندارد نبودن میلمان‌های فضاهای ورزشی شهری از لحاظ امنیتی	۱	۲.۱۷۴	تأیید
			تفراز قدم زدن در پیاده‌روها و خیابان‌ها هنگام بازگشت از ورزش	۱.۳۸	۱.۹۸۷	تأیید
			وجود جرائم مشهود (سرقت، دعوا و ...) در فضاهای ورزشی.	۰.۰۱	۳.۲۵۸	تأیید
			ترس از شب به‌تنهایی به ورزش رفتن	۰.۲۲	۲.۱۳۵	تأیید
			نبود نور و روشنایی کافی در اطراف فضای ورزشی	۲.۱۵	۲.۱۱۶	تأیید
			قرارگیری فضاهای ورزشی در محیط‌های پرتردد و شلوغ	۲.۳۳	۲.۱۲۳	تأیید
			مزاحمت‌های خیابانی هنگام رفتن و بازگشت از ورزش	۲.۱۵	۲.۲۸۴	تأیید
امنیت اجتماعی	۰.۱۵	۲.۹۶	امکان مورد هجوم قرار گرفتن در راه رفتن به ورزشگاه	۱.۱۹	۱.۷۴۲	تأیید
			حضور افراد اراذل و مشکوک در مسیر فعالیت‌های ورزشی شبانه	۰.۱۵	۲.۳۱۶	تأیید
			اضطراب و ترس از کیف‌قاپی و سرقت وسایل شخص در راه رفتن به ورزشگاه	۱.۹۳	۲.۴۲۶	تأیید
			آزار دادن شرارت اراذل و اوباش در سر راه من به سالن ورزشی	-۰.۲۲	۲.۵۴۸	تأیید
			ترس از تردد با ماشین‌های مسافرکشی شخصی در شب، هنگام رفتن یا بازگشت از سالن ورزشی	-۰.۱۴	۳.۲۸۴	تأیید
			امنیت نداشتن میلمان ورزشی پارک‌ها که یک نوجوان به‌تنهایی و در خلوت در آنجا به	-۰.۰۸	۳.۶۶۵	تأیید

عامل	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	گویه	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	نتیجه
ورزش برود						
			مختل بودن امنیت به دلیل حضور افراد الکی و معنادار در اطراف فضاهای ورزشی	۰.۰۰	۳.۱۷۴	تأیید
			امکان سرقت ماشین در جلوی باشگاه ورزشی	-۰.۶۸	۲.۹۱۰	تأیید
			ترس از ادامه تمرین در فضای ورزشی به دلیل ترک طولانی منازل	-۰.۱۷	۳.۴۵۲	تأیید
			دسترسی به مأموران نیروی انتظامی در هر موقعیتی	۰.۰۳	۲.۶۸۴	تأیید
			موقفیت مأموران نیروی انتظامی در تأمین امنیت فضاهای ورزشی	۱	۱.۹۶۸	تأیید
عملکرد نیروی انتظامی	۰.۷۱	۲.۷۸	افزایش امنیت به دلیل حضور مأموران نیروی انتظامی در محوطه فضاهای ورزشی	۰.۸۳	۱.۸۱۳	تأیید
			اعتماد به هم‌باشگاهی‌های خود از نظر امنیتی	۰.۰۹	۲.۷۴۲	تأیید
			حضور سریع نیروهای امنیتی و انتظامی در صورت وقوع جرم در فضاهای ورزشی	۰.۹۲	۲.۱۲۳	تأیید
			نبود امکان بیان آزادانه عقاید و مشکلات ورزشی شهر در ادارات ذی‌ربط	۱	۳.۶۷۷	تأیید
			احترام و پذیرش ارائه مشکلات ورزشی شهر ما از جانب نهادهای رسمی	۱.۳۵	۳.۳۷۴	تأیید
			رعایت و اجرای قوانین یکسان برای همه اقشار و جامعه ورزشی	-۰.۱۶	۲.۸۱۹	تأیید
			اطلاع جامعه ورزشی و شهروندان از حقوق شهروندی خود	-۲.۵۱	۳.۰۴۵	تأیید
قوانین حکومتی	۰.۰۲	۲.۳۴	تأمین امنیت برای شهروندان و ورزشکاران با اتکا به قوانین موجود	-۵.۰۳	۳.۰۹۰	تأیید
			وجود قوانین ویژه برای تأمین امنیت ورزشکاران، مربیان، تماشاگران و ...	-۲.۵۱	۲.۹۰۳	تأیید
			امکان حضور و فعالیت ورزشکاران و جامعه ورزشی در احزاب و گروه‌های قانونی	-۰.۳۷	۲.۶۳۲	تأیید
			امکان انتقاد ورزشکاران، مربیان، داوران و ... از مدیران و مسئولان ورزشی	۰.۰۳	۲.۱۷۴	تأیید

در جدول ۶ مشاهده می‌گردد که بار عاملی کلیه گویه‌های پنهان سازه عامل محیطی مؤثر بر ارتکاب جرم بیش از ۰/۳ است؛ با توجه به این مطلب می‌توان گفت که همه گویه‌های طراحی شده، توانایی سنجش عوامل محیطی مؤثر

بر ارتکاب جرم را دارند. سپس برای بررسی همبستگی درونی این عوامل در سطح معنی‌داری ($P \geq 0/05$) از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. در برآورد مقادیر ضرایب ماتریس همبستگی، همه ضرایب، همبستگی مثبت و معنا دارند و بین عوامل محیطی مؤثر بر کاهش جرم در فضاهای ورزشی، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بیشترین ضریب همبستگی خرده‌مقیاس‌ها بین تعمیر و نگهداری از فضا و کنترل دسترسی ($r = 0.557$) و کمترین بین کنترل دسترسی با نظارت و مراقبت ($r = 0.010$) مشاهده می‌شود. همبستگی بالا بین این عامل‌ها حاکی از این است که همه عامل‌های محیطی بر کاهش جرم و افزایش امنیت در فضاهای ورزشی مؤثرند.

جدول ۶. مشخصات گویه‌های عامل مؤثر محیطی (طراحی محیطی) بر اساس بارهای عاملی استاندارد

عامل	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	گویه	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	نتیجه
		۲.۴۳	شاهد شرارت و جرم در این فضا ورزشی هستیم.	۱		تأیید
		۲.۵۵	در این فضا ورزشی دزدی، سرقت، قتل، آزار و اذیت نوامیس و دیده می‌شود.	۱.۰۹		تأیید
جرم و جنایت	۰.۵۵	۲.۷۴۲	بی‌بندوباری‌های اخلاقی در فضا ورزشی بزه‌کاری و جرم و جنایت یکی از مشخصه‌های این مجموعه ورزشی می‌باشد.	۰.۴۵		تأیید
		۳.۶۶	دور ماندن جرایم از چشم نیروهای پلیس در این مکان ورزشی	۰.۲۴		تأیید
		۲.۱۷	نظارت بر اعمال مجرمان در اطراف مجموعه ورزشی توسط نیروهای پلیس و اطلاعات	-۰.۱۸		تأیید
نظارت و مراقبت	۰.۰۳	۲.۹۳	نظارت گسترده نیروهای پلیس و امنیت بر محوطه و اطراف فضا ورزشی	۱.۷۶		تأیید
		۲.۶۸	کنترل و نظارت سارقان و خلافکاران توسط دوربین‌های مداربسته سالن ورزشی	-۰.۴۲		تأیید
		۳.۳۷	خلافکاران و سارقان کمتر در جاهایی که در معرض دید همه هستند دست به جرم می‌زنند.	۱.۲۳		تأیید
		۳.۰۹	اگر فرد غریبه‌ای وارد باشگاه ورزشی بشود ممکن است درگیر دعوای یا تهدیدهایی بشود.	۱		تأیید
تقویت قلمروگرایی	۰.۲۷	۲.۷۰۵	بعضی از ورزشکاران این باشگاه به محض دیدن یک فرد غریبه و مشکوک با او درگیر می‌شوند.	-۰.۲۵		تأیید
		۱.۹۷	افراد خلافکار در اطراف این مجموعه ورزشی، محله، منطقه و قلمرو شخصی خود دارند	-۰.۱۶		تأیید
تعمیر و	۰.۰۴	۲.۷۷	تلاش‌های مسئولان و مدیران مربوطه برای	۱		تأیید

عامل	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	گویه	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	نتیجه
نگهداری فضا			تعمیر و نگهداری فضاهای ورزشی	۴.۷	۲.۹۰	تأیید
			خرابه‌ها و مناطق متروکه زیادی در این مجموعه ورزشی، به چشم نمی‌خورد.			
			تعمیر و بازسازی فضاهای آسیب‌دیده ورزشی توسط اعضای باشگاه و مسئولان ورزشی	۴.۰۷	۳.۱۷	تأیید
سخت کردن هدف	۰.۱۵۷	۲.۸۷	نگهداری اشیای زینتی و گران‌قیمت ورزشکاران به طوری که دسترسی سارقان به آن سخت باشد.	۱	۲.۲۳	تأیید
	۰.۱۵۷	۲.۸۷	محافظت دقیق و مسئولانه از وسایل گران‌قیمت و عتیقه توسط مدیران فضای ورزشی	۰.۲۲	۲.۹۰	تأیید
فعالیت پشتیبانی و حمایتی	۰.۰۳	۲.۲۸	نگهداری پول‌ها یا اشیای گران‌قیمت ورزشکاران و اعضای مجموعه در گنج‌ها یا گاوصندوق	۱	۲.۲۸	تأیید
	۰.۰۳	۲.۲۸	تشویق جامعه ورزشی از طرف مسئولان قضایی و جزایی برای حضور بیشتر در مکان‌های ورزشی	-۰.۲۲	۳.۴۵	تأیید
کنترل و دسترسی	۰.۳۷	۲.۳۶	حضور فعال‌تر ورزشکاران و سایر آحاد جامعه در فضاهای ورزشی و همکاری با نیروهای پلیس و امنیت	۰.۱۶	۲.۶۸	تأیید
	۰.۳۷	۲.۳۶	حضور خلاف کاران کمتر به علت دسترسی به پلیس در مکان‌های ورزشی	۱	۲.۵۰	تأیید
			برخی فضاهای ورزشی در این شهر دور از دسترسی پلیس‌ها و نیروهای امنیتی است.	۰.۴۲	۱.۶۸	تأیید

جدول ۷. مشخصات گویه‌های عامل مدیریت امنیت در فضاهای ورزشی براساس بارهای عاملی استاندارد

عامل	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	گویه	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	نتیجه
امنیت مسیر به فضا ورزشی	۰.۷۵	۱.۲۴۷	برای حضور در یک مسابقه ورزشی نگران مسائل امنیتی هستم	۱	۲.۱۷۴	تأیید
			وجود امنیت کافی در مسیر ورزشگاه			
	۰.۰۶	۲.۱۲۴	وسایل حمل‌ونقل عمومی از امنیت لازم برخوردار است	-۱	۳.۲۵۸	تأیید
اطلاع‌رسانی و	۰.۰۶	۲.۱۲۴	با امنیت کامل به ورزشگاه می‌روم	۰.۲۷۶	۲.۱۳۵	تأیید
			توصیه‌های لازم توسط مسئولان و	۱.۲۱۷	۲.۱۲۳	تأیید

عامل	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	گویه	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	نتیجه
آگاهی			مدیران ورزشی در خصوص افراد ناشناس و غیرمسئول			
			وجود علائم و آگاهی لازم از اشیا و وسایل ممنوعه برای ورود به ورزشگاه	۱.۰۱۲	۲.۲۸۴	تأیید
کنترل پارکینگ‌ها	۰.۴۱	۲.۵۰۵	وجود علائم و هشدارهای امنیتی لازم در فضاهای ورزشی برای آگاه کردن از نکات ایمنی است.	۱	۱.۷۴۲	تأیید
			وجود نور و روشنایی مناسب و کافی پارکینگ و اطراف ورزشگاه	۱	۳.۰۴۵	تأیید
کنترل جمعیت فضا ورزشی	۰.۱۳	۲.۸۷۱	مناسب و کافی بودن کنترل و مراقبت از وسایل نقلیه تماشاچیان	۱.۶۴۰	۳.۰۹۰	تأیید
			حضور مسئولین انتظامی به مقدار کافی در پارکینگ و اطراف ورزشگاه	۲.۹۹۶	۲.۹۰۳	تأیید
کنترل و بازرسی درهای ورود و خروج	۰.۱۱۲	۲.۷۱۳	مجهر بودن پارکینگ‌های ورزشگاه‌ها به دوربین مدار بسته	۱	۲.۱۱۶	تأیید
			کنترل رفتار و حرکات مشکوک تماشاچیان توسط عوامل امنیتی و انتظامی	۱	۲.۱۲۳	تأیید
کنترل و بازرسی درهای ورود و خروج	۰.۱۱۲	۲.۷۱۳	جداسازی مناسب هواداران تیم‌ها روی سکوها	-۰.۳۱	۲.۴۶۲	تأیید
			کنترل جمعیت به صورت مؤثر	۰.۶۰	۲.۵۴۸	تأیید
کنترل و بازرسی درهای ورود و خروج	۰.۱۱۲	۲.۷۱۳	حضور مسئولان و مأموران امنیتی انتظامی در داخل جمعیت به شکل واضح	۰.۰۲۶	۳.۲۸۴	تأیید
			مناسب بودن تعداد ورودی و خروجی‌های ورزشگاه برای تردد تماشاچیان	۰.۱۷۴	۳.۶۶۵	تأیید
کنترل و بازرسی درهای ورود و خروج	۰.۱۱۲	۲.۷۱۳	نبود موانع فیزیکی هنگام ورود و خروج بر سر راه تماشاچیان	-۰.۳۵۷	۳.۶۷۷	تأیید
			مناسب و مطمئن بودن از بازرسی‌های امنیتی درهای ورزشگاه	۰.۷۶۴	۲.۶۸۴	تأیید
کنترل و بازرسی درهای ورود و خروج	۰.۱۱۲	۲.۷۱۳	بازرسی‌های مناسب در ورودی و خروجی ورزشگاه توسط مدیران و مسئولان	۰.۳۳۶	۳.۴۵۲	تأیید
			حضور پرسنل‌های آموزش‌دیده و متخصص بازرسی در ورزشگاه و سالن‌های ورزشی	۱.۴۱۵	۱.۹۶۸	تأیید

عامل	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	گویه	بار عاملی استاندارد	ضریب تأثیر	نتیجه
			وجود علائم راهنما در صورت تیباز به مراقبت‌های اورژانسی	۱.۱۱۲	۱.۸۱۳	تأیید
امنیت مراقبت‌ها و تجهیزات اورژانسی	۰.۰۴	۲.۰۹۱۱	پیش‌بینی محل درمانی مناسب برای رساندن مصدومین در نزدیکی ورزشگاه	۱	۳.۱۷۴	تأیید
			وجود امکانات اورژانسی و کمک‌های اولیه برای مصدومین در ورزشگاه	۰.۸۰۱	۲.۹۱۰	تأیید
			وجود مسیرهای تخلیه اضطراری چون درها و راه‌پله‌ها	۱.۴۱۵	۱.۹۶۸	تأیید

جدول ۷ حاکی از آن است که ضرایب تأثیر کلیه گویه‌های پنهان سازه عامل‌های مدیریت امنیت در ورزش بیش از ۰/۳ است؛ بنابراین با توجه به این مطلب، می‌توان گفت که همه گویه‌های طراحی شده، توانایی سنجش متغیر مدیریت امنیت در ورزش را دارند. سپس برای بررسی همبستگی درونی گویه‌های این عامل (مدیریت امنیت در ورزش) در سطح معنی‌داری (0/05) از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. مقادیر ضرایب ماتریس همبستگی نشان دادند که همه ضرایب، دارای همبستگی مثبت و معنادارند و بین گویه‌های مدیریت امنیت در ورزش بر کاهش جرم و افزایش امنیت در فضاهای ورزشی، رابطه معناداری وجود دارد. بیشترین ضریب همبستگی خرده‌مقیاس‌ها بین کنترل و بازرسی فضای موجود و کنترل جمعیت در ورزشگاه ($r = 0.091$) وجود دارد و کمترین بین امنیت مراقبت و تجهیزات اورژانسی با کنترل پارکینگ ($r = 0.039$) مشاهده می‌شود. همبستگی بالا بین این عوامل حاکی از این است که همه عوامل مدیریت امنیت در ورزش بر کاهش جرم و افزایش امنیت در فضاهای ورزشی مؤثرند.

جدول ۸. شاخص‌های برازش نیکویی مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش

عامل	شاخص‌های برازش	خی دو (χ^2)	(CMIN/DF)	RMR	CFI	IFI	RMSEA	AGFI
امنیت اجتماعی در ورزش	حد مطلوب	≥ 0.05	≤ 3	نزدیک صفر	≥ 0.9	≥ 0.9	≤ 0.05	≥ 0.9
عوامل محیطی	مقدار گزارش شده	۹۱۶.۷۲۸	۲.۲۸۰	۰.۱۰۳	۱	۰.۹۸	۰.۰۹۱	۰.۹۰۶
مدیریت امنیت ورزشی	حد مطلوب	≥ 0.05	≤ 3	نزدیک صفر	≥ 0.9	≥ 0.9	≤ 0.05	≥ 0.9
	مقدار گزارش شده	۴۳۸.۱۰۶	۲.۱۶۹	۰.۱۲۸	۰.۹۳۰	۰.۹۵۶	۰.۰۴۷	۰.۱۸۲
وضعیت	حد مطلوب	≥ 0.05	≥ 3	≤ 0.05	≥ 0.9	≥ 0.9	≥ 0.05	≥ 0.9
	مقدار گزارش شده	۶۵۹.۱۹۵	۲.۱۳۶	نزدیک صفر	۰.۹۸۹	۰.۹۰۸	۰.۰۴۷	۰.۱۵۲
	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب

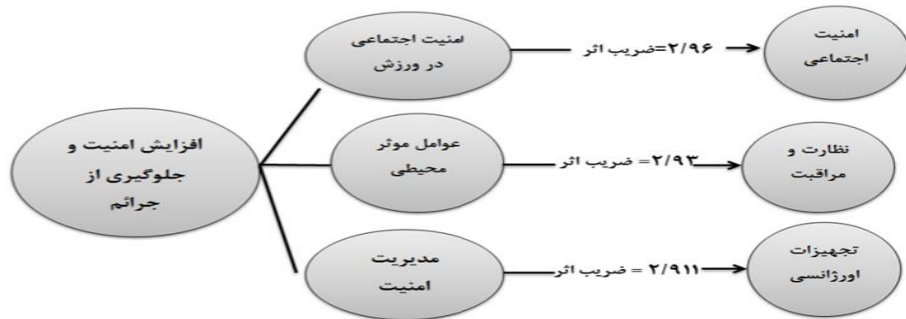
شاخص‌های برازش نیکویی هر سه عامل (جدول شماره ۸)؛ نشان می‌دهد که شاخص‌هایی هم چون نسبت خی دو به درجه آزادی (CMIN/DF) شاخص برازش مطلق یا ریشه میانگین مربعات باقی مانده کمتر از ۰/۰۵، شاخص

های برازش تطبیقی (CFI و IFI) بیشتر از ۰/۹۰ و شاخص RMSEA برابر با ۰/۰۹۱ در سطح قابل قبولی قرار دارند. و این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری است. و می توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری تحقیق دارای برازندگی (برازش) مطلوبی است و ساختار عاملی در نظر گرفته شده مورد قبول بوده است

جدول ۹. خلاصه نتایج آماری ضرایب اثر مدل های اندازه‌گیری عامل های پژوهش

متغیر	عامل ها	بار عاملی استاندارد	ضریب اثر	نتیجه
امنیت اجتماعی در ورزش	امنیت اجتماعی(بیشترین تاثیر)	۰.۱۵	۲.۹۶	تایید
	قوانین حکومتی(کمترین تاثیر)	۰.۰۲	۲.۳۴	تایید
عوامل محیطی(طراحی محیطی)	نظارت و مراقبت(بیشترین تاثیر)	۰.۰۳	۲.۹۳	تایید
	فعالیت و پشتیبانی (کمترین تاثیر)	۰.۰۳	۲.۲۸	تایید
عوامل مدیریت امنیت ورزشی	امنیت و مراقبت ها و تجهیزات اورژانسی(بیشترین تاثیر)	۰.۰۴	۲.۹۱۱	تایید
	اطلاع رسانی و آگاهی (کمترین تاثیر)	۰.۰۶	۲.۱۲۴	تایید

در جدول ۹ خلاصه نتایج آماری ضرایب اثر گویه های پژوهش مشاهده می شود. عامل های نظارت و مراقبت با میزان ضریب اثر (۲.۹۳)، امنیت اجتماعی با میزان ضریب اثر (۲.۹۶)، و عامل مراقبت ها و تجهیزات اورژانسی با میزان ضریب اثر (۲.۹۱۱)، بیشترین مولفه های تاثیرگذار و در مقابل قوانین حکومتی (۲.۳۴)؛ فعالیت و پشتیبانی (۲.۲۸) و اطلاع رسانی و آگاهی (۲.۱۲۴) کمترین ضرایب اثر را در پیشگیری از جرم و افزایش امنیت در فضاهای ورزشی دارند.



شکل ۲. الگوی نهایی حاصل از پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر، تدوین مدل مفهومی ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های پیشگیری از جرم و ارتقای امنیت فضاهای ورزشی بود. به دلیل نتایج و پیامدهای منفی که فقدان امنیت و وجود رفتارهای مجرمانه در فضاها و مکان‌های ورزشی خواهند داشت، ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های پیشگیری از جرم و ارتقای امنیت، از موضوعات مورد توجه مدیران سازمان‌های ورزشی و نیز دیگر محققان علم حقوق ورزش است که دلیل اصلی انجام این پژوهش بود. در این پژوهش

سه عامل (متغیر) به‌عنوان عامل‌های مؤثر در پیشگیری از جرائم و افزایش امنیت در فضاهای ورزشی معرفی شد. سپس گویه‌های فوق در بین نمونه‌های آماری، بررسی و ارزیابی شد.

نتایج بررسی پرسش اول پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی، حاکی از آن است که عامل امنیت اجتماعی با ضریب تأثیر ۲۰۹۶، بیشترین اهمیت را در راستای جلوگیری از جرائم و افزایش امنیت دارد. منظور از امنیت اجتماعی در فضاهای ورزشی، محیطی است که افراد با آسودگی خاطر در فضایی که به آنها تعلق دارد بخشی از نیازهای اجتماعی و جسمانی خود را برآورده کنند؛ بنابراین در تبیین این یافته می‌توان گفت: امنیت اجتماعی در اماکن ورزشی، یکی از مهم‌ترین عواملی است که فراهم آوردن آن‌ها می‌تواند تأثیر زیادی در جذب، گرایش و حضور هرچه بیشتر افراد به سوی ورزش باشد و به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین منابع درآمد باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی به‌شمار آید که (قربانی و جلالی، ۲۰۱۵)، (نادریان جهرمی و همکاران، ۲۰۱۳) و (کارگر و همکاران، ۲۰۱۷) به نتایج مشابه با تحقیق حاضر دست یافته بودند. به نظر می‌رسد عامل امنیت اجتماعی، رکن و اساس حضور شهروندان و ورزشکاران در فضاهای ورزشی است که می‌تواند زمینه‌های کاهش جرائم، افزایش امنیت و میزان افزایش مشارکت در فعالیت‌های ورزشی را فراهم سازد. همچنین احساس امنیت در فضاهای عمومی چون مکان‌های ورزشی می‌تواند در ارتقای الگوی فعالیت‌های اجتماعی مؤثر باشد و مشارکتی بهتر در صحنه اجتماعی به‌وجود آورد. همان‌طور که (مهدی روح الهی، سیدسجاد خانی پور، مهناز باقری و سیدمهدی موسوی داودی، ۲۰۲۰) بر این باورند که هر چه افراد، از آسودگی خاطر بالاتری برخوردار باشند اضطراب و ضعف جسمانی کمتری خواهند داشت؛ در نتیجه می‌توانند با همکاران خود در یک محیط به‌خوبی تعامل داشته باشند؛ بنابراین وجود امنیت در ورزشگاه‌ها علاوه بر کاهش بروز رفتارهای خشونت‌آمیز و مجرمانه، در زمینه افزایش حضور تماشاگران نیز مؤثر می‌باشد که نشان‌دهنده توجه ویژه مدیران به این مؤلفه است.

نتایج تحلیل عاملی حاکی از آن است که بعد از عامل امنیت اجتماعی، عامل عملکرد نیروی انتظامی با ضریب تأثیر ۲۰۷۸ و عامل قوانین و مقررات حکومتی با ضریب تأثیر ۲۰۳۴ از لحاظ اهمیت به‌ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. به نظر می‌رسد مسئولان و مدیران ورزشی نباید به این موضوعات بی‌توجه باشند؛ زیرا هرکدام از مؤلفه‌های فوق، از اهمیت قابل‌ملاحظه‌ای برخوردارند. همان‌طور که (شهابی و همکاران، ۲۰۱۶) معتقدند پلیس برای پیشگیری از جرائم، مدیریت انتظامی امنیت و ناآرامی‌های ورزشی، نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای دارد و با مدیریت مناسب می‌تواند از بروز برخی از جرائم و پرخطرگری‌های ورزشی جلوگیری کند با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد. این یافته حاکی از این است که عملکرد پلیس و عملکرد اجتماعی تأثیر دارند. در راستای افزایش امنیت و احساس آن در جامعه، پلیس نقطه اوج ارتباطات با مردم است و پلیس در کنترل، نظارت و افزایش امنیت ورزشگاه‌ها تأثیر فراوانی دارد؛ بنابراین می‌توان اذعان کرد که عملکرد نیروی انتظامی در فضاهای ورزشی، اهمیت و نقش حساسی در آرام کردن جو ورزشگاه‌ها و افزایش امنیت دارد. هرچه افراد از لحظه ورود تا لحظه خروج از ورزشگاه، وضعیت مناسب‌تر و احساس امنیت بیشتری را تجربه کنند؛ از میزان ارتکاب رفتار مجرمانه نیز کاسته می‌شود که عملکرد نیروی انتظامی در این مورد نقش به‌سزایی دارد. در ارتباط با قوانین و مقررات حکومتی، (باقرنیا و ساقیان، ۲۰۱۷) بر این باورند که تخصیص یک حکم حقوقی و قانونی در امر ورزش، نقش به‌سزایی در حل و فصل مطلوب، دقیق و کم‌هزینه دعاوی ورزشی خواهد داشت. به نظر می‌رسد این مهم برای جلوگیری از جرائم و افزایش امنیت جامعه ورزشی، نیازمند برنامه‌ریزی‌های اصولی و آشنایی بیشتر جامعه ورزش با موازین حقوقی و قانونی است. همچنین (ناصر کاتوزیان، ۱۹۹۹) نقش قوانین و مقررات را در افزایش امنیت ورزشکاران و جامعه ورزشی به صراحت اعلام می‌کند و تکرار حوادث جبران‌ناپذیر، تخلفات و جرایم در ورزش ایران را نشانگر محدود بودن آگاهی دست‌اندرکاران ورزش؛ اعم از ورزشکاران، مربیان، داوران و ... از مسئولیت‌های کیفی و مدنی خود بیان می‌کند و متأسفانه بسیاری از مدیران ورزشی از پیامدهای قانونی حوادث ناشی از رعایت نکردن نکات ایمنی فضاهای ورزشی و جرائم ارتكابی در این اماکن اطلاع و آگاهی کافی ندارند و نداشتن

اطلاع و آگاهی جامعه ورزش از پیامدهای حقوقی تخلفات در ورزش به‌نحوی مصون داشتن مدیران ورزشی از مسئولیت‌های قانونی را با مشکل روبه‌رو خواهد کرد. همان‌گونه که قانون مجازات اسلامی ماده ۱۵۵ بیان داشته که جهل (نداشتن آگاهی و اطلاع) به قانون، رافع مسئولیت نیست؛ بنابراین اطلاعات پیشگیرانه و امنیتی مدیران فضاهای ورزشی و شرکت‌کنندگان برای کاهش تکرار رویدادها یا شدت صدمات و افزایش حضور افراد در ورزشگاه‌ها می‌تواند مفید واقع شود که با نتایج (فولر و دراو، ۲۰۰۴) و (رنجان و آنوپا، ۲۰۱۵) هم‌سو است.

در بررسی پرسش دوم پژوهش، نتایج تحلیل عاملی نشان داده است که عامل نظارت و مراقبت با ضریب تأثیر ۲.۹۳ با اهمیت‌ترین مؤلفه عوامل محیطی در راستای جلوگیری از جرائم و افزایش امنیت است و اهمیت و تأثیرگذاری این مؤلفه در متوقف کردن مجرمان، بسیار مؤثر تلقی شده است که می‌تواند با بهبود روشنایی و نصب دوربین‌های مداربسته اقدام کرد و یکی از راه‌های افزایش امنیت، استفاده از دوربین‌های مداربسته در داخل و اطراف ورزشگاه‌ها می‌باشد. نورپردازی و استفاده از دوربین‌های مداربسته به‌عنوان اهرم بازدارنده جرم و خرابکاری مورد توجه قرار دارد و می‌تواند کمک مناسب و ارزشمندی به پلیس و مجریان قانون کند که این یافته با نتایج پژوهش‌های (قنبری و حکاک زاده، ۲۰۲۰)، (هراتی و همکاران، ۲۰۱۹)، (کلینند و کشمور، ۲۰۱۶) و (میلر و همکاران، ۱۹۹۷) به نحوی می‌تواند همسو باشد. به نظر می‌رسد که تأثیر روشنایی، بیشتر از دوربین مداربسته بوده است که نورپردازی، عامل مهم رسیدن به ایمنی در فضاهای ورزشی است. وضعیت نورپردازی ضعیف اماکن عمومی سبب کاهش ایمنی و امنیت می‌شود. همچنان نتایج تحقیقات (چو و همکاران، ۲۰۱۹) و (معصومه حیدرپورشاده و افشین عموزاده لیچایی، ۲۰۱۵) که بر این باورند که هندسه نامنظم، وجود گوشه‌های جرم‌خیز و پنهان و معابر باریک و تاریک به‌عنوان مؤلفه‌های جرم‌خیز در فضاهای ورزشی به‌شمار می‌آیند با یافته‌ی تحقیق حاضر هم‌خوانی دارد. بعد از عامل نظارت و مراقبت نتایج تحلیل عاملی نشان داد سخت کردن هدف با ضریب تأثیر ۲.۸۷، تعمیر و نگهداری فضا با ضریب تأثیر ۲.۷۷، جرم و جنایت با ضریب تأثیر ۲.۷۴۲، تقویت قلمروگرایی با ضریب تأثیر ۲.۷۰۵، کنترل و دسترسی با ضریب تأثیر ۲.۳۶ و فعالیت پشتیبانی و حمایتی با کمترین ضریب تأثیر ۲.۲۸ به‌ترتیب از اهمیت‌های متفاوتی در راستای جلوگیری از جرائم و افزایش امنیت برخوردارند.

فعالیت‌های حمایتی (فعالیت پشتیبانی) که کمترین میزان ضریب تأثیر (۲.۲۸) از تحلیل عاملی را کسب کرده است حاکی از کم‌اهمیت بودن این عامل از دیدگاه پاسخگویان نیست؛ زیرا تشویق و ترغیب مردم به ورزش و حضور در فضاهای ورزشی، حضور مردم و ساکنان را در چنین فضاهایی بیشتر می‌کند و علاوه بر افزایش احساس تعلق به فضا ورزشی موجب بیشتر شدن چشم‌های ناظر بر خیابان، افزایش فرصت نظارت، تقویت همبستگی اجتماعی و افزایش کنترل اجتماعی غیررسمی می‌شود و مانع از بروز جرم می‌گردد پس یکی از راهکارهای تقویت این مؤلفه، گسترش و القای حس مالکیت از طریق حس مسئولیت‌پذیری، تشویق و ترغیب شهروندان و ورزشکاران برای استفاده و حضور هرچه بیشتر در فضاهای ورزشی است و کمک در راستای افزایش حضور در فضاهای ورزشی موجب می‌شود که افراد مزاحم و مجرمان، این حق را به خود ندهند که به حوزه قلمرو فرد دیگری وارد شوند و باعث کاهش آسیب‌پذیری محیط در مقابل جرم می‌شود که این یافته به نحوی با نتایج پژوهش (کوزنز و همکاران، ۲۰۰۵) و نتایج تحقیق (همتی نژاد و همکاران، ۲۰۱۶) هم‌راستا است.

در بررسی پرسش آخر پژوهش، نتایج تحلیل عاملی پژوهش، گویای این مطلب است که عامل مراقبت‌ها و تجهیزات اورژانسی و پزشکی با ضریب تأثیر ۲.۹۱۱ مهم‌ترین عامل مدیریت امنیت در ورزش در راستای جلوگیری از جرائم و افزایش امنیت است. تجهیز خدمات اورژانس در فضاهای ورزشی، رویکرد فعالی است که به امنیت و جلوگیری از تنش کمک می‌کند و وجود تجهیزات اورژانسی و حضور کادر درمانی در ورزشگاه‌ها باعث امدادسانی سریع به مصدومان می‌شود و میزان ضایعات و حتی میزان رفتارهای پرخطر را کنترل می‌کند و وجود اتاق اورژانس و

تجهیزات کمک‌های اولیه برای مدیریت، برقراری امنیت و کنترل فضاهای ورزشی، ضروری است. پیشنهاد می‌شود امکانات پزشکی و اورژانسی مجهز، حضور آمبولانس به تعداد کافی، تعبیه جعبه کمک‌های اولیه در مسیرهای رفت‌وآمد، سرویس‌های بهداشتی و آبخوری‌های مناسب در فضاهای ورزشی راه‌اندازی شود؛ زیرا این اقدامات در کاهش تحریک و رفتارهای خشونت‌بار و مجرمانه تأثیر به‌سزایی دارند که این یافته با نتایج (هراتی و همکاران، ۲۰۱۹)، (سو و همکاران، ۲۰۰۶)، (غلامی ترکسلویه و حیدری نژاد، ۲۰۱۵)، (رحمانی خلیلی و صفویان، ۲۰۱۹) و (حسین پور و همکاران، ۲۰۱۹) هم‌سو می‌باشد. پس از عامل مراقبت‌ها و تجهیزات اورژانسی که دارای بیشترین ضریب تأثیر (۲.۹۱۱) است عامل‌های کنترل جمعیت فضای ورزشی با ضریب تأثیر (۲.۸۷۱) کنترل و بازرسی درهای ورود و خروج فضای ورزشی با ضریب تأثیر (۲.۷۱۳)، کنترل پارکینگ‌ها با ضریب تأثیر (۲.۵۰۵) و امنیت مسیر به فضای ورزشی با ضریب تأثیر (۱.۲۴۷) به ترتیب از اهمیت‌های متفاوتی در راستای جلوگیری از جرائم و افزایش امنیت برخوردارند.

کنترل جمعیت فضای ورزشی با ضریب تأثیر ۲.۸۷۱ که دومین عامل پراهمیت نتایج پژوهش حاضر در مدیریت امنیت ورزش به‌شمار می‌رود یکی از مسائل مهم روز ورزش دنیا به‌شمار می‌آید؛ بنابراین مدیران فضاهای ورزشی باید برای رفتارهای غیرقابل‌انتظار و پیش‌بینی‌نشده تماشاچیان برنامه‌ریزی کنند. برای افزایش امنیت و جلوگیری از رفتارهای پرخطرانه و مجرمانه پیشنهاد می‌شود مسئولان بلافاصله نشانه‌های مشکل‌ساز را تشخیص دهند تا بتوانند به‌سرعت به وقایع و حوادث پاسخ دهند و رفتار هواداران تیم‌ها (تماشاچیان) روی سکوها کنترل شود و حین ورود به فضای ورزشی، مأمورین بازرسی و امنیتی زبده به شکل مناسبی آن‌ها را بازرسی کنند. مدیران و سازمان‌های دخیل در برگزاری لیگ‌های فوتبال از دهه ۱۹۸۰ میلادی با آغاز برنامه‌ای منظم توانسته‌اند بسیاری از مشکلات و سختی‌های مرتبط با بروز جرائم و خشونت‌های این‌چنینی در قالب فحاشی، توهین و غیره را برطرف کنند. برای نمونه فدراسیون سلطنتی فوتبال اسپانیا^۱ در سال ۲۰۱۶ فهرست موارد ده‌گانه‌ای را در قالب کمیته «ضد خشونت» تصویب کرد که ممنوعیت استعمال دخانیات، جلوگیری از فحاشی به داوران، مربیان، بازیکنان و وابستگان آنها تنها بخشی از آن است. در کشور انگلستان نرم‌افزاری برای موبایل هواداران^۲ طراحی شده است که فهرست الفاظ ممنوعه را به اطلاع تماشاگران می‌رساند و همچنین می‌تواند هر ناهنجاری را از این طریق به مسئولان امنیت ورزشگاه اطلاع دهند. برای نمونه‌ای دیگر، در ورزشگاه سیگنال ایدونا پارک^۳ شهر دورتموند آلمان در کنار صدور بلیت‌های الکترونیکی و شماره‌گذاری دقیق صندلی‌ها، ۳۰۰ دوربین مداربسته^۴ 4K نیز برای نظارت بر رفتارهای تماشاگران استفاده می‌شود (مهدی دستگردی، علیرضا دبیر و مهدی شریعتی فیض آبادی، ۲۰۲۰) که اقدامات و دستاوردهای فوق، اهمیت کنترل جمعیت فضاهای ورزشی را دوچندان می‌کند و می‌تواند با نتایج پژوهش (هراتی و همکاران، ۲۰۱۹)، (رسول فرجی، ۲۰۱۵)، (شهابی و همکاران، ۲۰۱۶) و (همتی نژاد و همکاران، ۲۰۱۶) هم‌راستا باشد؛ بنابراین پس از بیان عوامل دخیل در افزایش امنیت و جلوگیری از جرائم در فضاهای ورزشی می‌توان به پیامدهای مثبت آن نیز توجه کرد که می‌توان به حضور مجدد تماشاگران در فضاهای ورزشی، ایجاد احساس مثبت در تماشاگران، ظرفیت‌های ایجاد شده برای شهر، حضور بیشتر حامیان مالی (اسپانسرها)، پیشگیری از خسارت‌های احتمالی قبل، حین و پس از برگزاری رقابت از سوی تماشاگران، ایجاد محیطی با امنیت بالا برای ورزشکاران شرکت‌کننده در رقابت‌ها و ایجاد امنیت در راستای پیشگیری از فعالیت‌های تروریستی اشاره کرد.

همان‌طور که نتایج پژوهش حاضر نشان داد به نظر می‌رسد پیشگیری از جرائم و افزایش امنیت در فضاهای ورزشی از طریق رعایت مؤلفه‌های عامل‌های محیطی، امنیت اجتماعی و مدیریت امنیت در ورزش لازم و ملزوم

¹ Real Federación Española de Fútbol (RFEF)

² Football fans

³ Signal Iduna Park

⁴ Ultra HD

یکدیگرند و ترکیبی از آنها با ترتیبی که بیان شد برای پیشگیری از بروز جرایم و ناامنی، ضروری است. با این وجود، مدیران سازمان‌های ورزشی و سایر نهادهایی که به نحوی با مدیریت فضاها و اماکن ورزشی در ارتباط هستند می‌توانند با توجهی ویژه به این سه گویه، در بهبود آنها کوشا باشند. با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهادها زیر به‌منظور به‌رهمندی پژوهشگران برای انجام پژوهش‌های آتی ارائه می‌گردد: ۱- برگزاری کلاس‌های آموزش قوانین و مقررات ورزشی به شکل شفاف ۲- تعاملات و همکاری بهتر با پلیس و نیروهای مجرب و آموزش‌دیده ۳- فراهم کردن حداقل تسهیلات و امکانات رفاهی در ورزشگاه همچون امکانات پزشکی و وسائط نقلیه عمومی ۴- ایجاد حس مشترک جمعی از طریق حضور بیشتر در فضاها و ورزشی و گسترش حس مالکیت جامعه ورزشی ۵- آگاهی و اطلاع‌رسانی به‌موقع از طریق جراید، بیلبوردها و سیستم‌های مخابراتی چون موبایل ۶- اینترنتی کردن فروش بلیت مسابقات برای جلوگیری از ازدحام جمعیت ۷- استفاده از موانع مسدودکننده چون حصارها، دیوارها و نرده‌ها در مکان‌هایی چون محل فروش بلیت، محل استقرار تماشاچیان تیم مقابل، اتاق نگهبانی و بازرسی، قسمت‌های حساس چون اتاق‌های مدیریت، سالن جلسات، سالن‌های پذیرایی و خوابگاه‌ها و ... ۸- احداث مراکز انتظامی و قرار دادن کیوسک‌های تلفن و روزنامه‌فروشی‌ها یا دکه‌های سیار در کانون‌های جرم‌خیز فضاها و ورزشی ۹- پیش‌بینی و تعیین خروجی‌ها و پله‌های اضطراری ۱۰- حذف وسایل ارتکاب جرم؛ مانند جمع‌آوری پاره‌آهن‌ها، شیشه‌های شکسته، سنگ‌ریزه و چوب‌ها ۱۱- استفاده از نورپردازی کافی و مطلوب در نقاط تاریک و خلوت چون سالن‌ها ۱۲- کنترل برخی اماکن خاص چون گیت ورود و خروج، گیت‌های بلیت‌فروشی، سکوها و تماشاچیان، حیاط‌های پشتی، پشت‌بام‌ها و محل تجمع افراد مانند اغذیه‌فروشی‌ها با علائم هشداردهنده و دوربین‌های مداربسته.

References

- Aalipour, H. (2010). Nature Of The Crime. *Law & Politics Research Journal*, 12(28), 177-212. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=273560>
- Afrozeh, M. S., Zarean, H., & Kezemi Karani, B. (2019). Identification and Analysis the Dimensions of Violence against Children in the Field of Sport (Foundation-Based of Grounded Theory Approach). *Research on Educational Sport*, 7(16), 213-234. <https://doi.org/10.22089/res.2018.5963.1479>
- Aghaei, M., Taheri, H., & Andam, R. (2019). Role of Police Management in Controlling the Violence of Football Spectators with a Criminological Approach. *Police Management Studies Quarterly*, 14(2), 239-260. http://pmsq.jrl.police.ir/article_20_277_db4e37add8743ce24317234ff8fe2c05.pdf
- Aghaei Nia, H. (2019). *Sport Law* (17 ed.). Mizan. <https://www.mizan-law.ir/Book/Details/262>
- Ahsani Afroz, M. (2019). *Sports law with a view to the sport of Taekwondo* (4, Ed.). Dadgostar. <https://www.adinehbook.com/gp/product/6002820044>
- Andam, R., & Salimi, M. (2017). Study of factors affecting fan behavioral abnormalities in Iranian handball super league competitions. *Sport Management and Development*, 6(1), 175-188. <https://doi.org/10.22124/jsmd.2017.2452>
- Azimi Dollar Staqi, A., Razavi, S. M. H., Boroumand, M. R., & TT Dej, O. (2016). Investigating location criteria in the design and construction of urban sports venues. *Sport Management Research and Motor Behavior*, 12(23), 83-100. http://msb.journals.umz.ac.ir/article_1141_d63cd460e0817b726a9db6cdae4e5321.pdf
- Baghernia, H., & Saqian, M (2017). The Necessity of Establishing a Sports Law Federation and Its Role in the Prevention of Sporting Crime. *Strategic Studies Sports and*

- Youth*, 16(35), 197-210. http://faslname.msy.gov.ir/article_197_e012a97d602545f8578cd9e3b4df0593.pdf
- Cho, Y., Jeong, H., Choi, A., & Sung, M. (2019). Design of a Connected Security Lighting System for Pedestrian Safety in Smart Cities. *Sustainability*, 11(5), 1-11. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/5/1308>
- Cleland, J., & Cashmore, E. (2016). Football Fans' Views of Violence in British Football: Evidence of a Sanitized and Gentrified Culture. *Journal of Sport and Social Issues*, 40(2), 124-142. <https://doi.org/10.1177/0193723515615177>
- Cozens, P., & Love, T. (2015). A Review and Current Status of Crime Prevention through Environmental Design (CPTED). *Journal of Planning Literature*, 30(4), 393-412. <https://doi.org/10.1177/0885412215595440>
- Cozens, P. M., Saville, G., & Hillier, D. (2005). Crime prevention through environmental design (CPTED): a review and modern bibliography. *Property Management*, 23(5), 328-356. <https://doi.org/10.1108/02637470510631483>
- Dastigerdi, M., Dabir, A., & Shariati Feizabadi, M. (2020). The Structural Equation Modelling of Disorders Concepts in Iranian Stadiums. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 16(46), 189-206. https://karafan.tvu.ac.ir/article_105726_669df517c32d0a5b027ba4512eab4676.pdf
- Eliot, D., & Smith, D. (1993). Football Stadium Disasters in UK, Learning From Tragedy? *Industrial and Environmental Crisis Quarterly*, 7(3), 1-4. <http://cidbimena.desastres.hn/pdf/eng/doc9097/doc9097-a.pdf>
- Faraji, R. (2015). *Designing a model for improving the security of Iranian football stadiums* [P.H.D, Guilan]. Iran.
- Fuller, C., & Drawer, S. (2004). The Application of Risk Management in Sport. *Sports Medicine*, 34(6), 349-356. <https://doi.org/10.2165/00007256-200434060-00001>
- Garland, D. (1996). The Limits Of The Sovereign State: Strategies of Crime Control in Contemporary Society. *The British Journal of Criminology*, 36(4), 445-471. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.bjc.a014105>
- Ghanbari, P., & Hakak Zaddeh, M. (2020). Study of Factors Influencing on Capacity Improvement of Sport Spaces for the Development of Urban Security. *Sport Management Studies*, 12(60), 151-168. <https://doi.org/10.22089/smrj.2019.6059.2.214>
- Gholami Torkesaluye, S., & Heydarinejad, S. (2015). Study of Affecting Factors leading to Aggression from the Viewpoint of Football Fans in Ahwaz. *Sport Management Studies*, 7(28), 121-134. https://smrj.ssrc.ac.ir/article_399_3a3f2ecdf104e9b33b829fb25a0fb690.pdf
- Ghorbani, S., & Jalali, S. (2015, December 19). *Investigation of safety and security indicators in a child-friendly city, a case study of Zaytoun Karmandi neighborhood in Ahwaz*. Annual Conference on Architectural, Urban Planning and Urban Management Research, Yazd, Iran. <https://civilica.com/doc/544539/>
- Haidarpourshadi, M., & AmozadehLichaei, A. (2015, March 12). *Presenting a model for crime prevention and crime reduction and promotion of environmental security in residential neighborhoods based on the environmental design approach (C.P.T.E.D)*. First National Conference on Urban Planning, Urban Management and Sustainable Development, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/361561/>
- Hajitabar, H. (2019). Role of Religious Institutions in Preventing Crimes (Challenges and Solutions against it). *Islamic Law & Jurisprudence Researches*, 15(56), 47-68. <https://doi.org/10.22034/ijrj.2019.666893>

- Hall, S., Schwarz, E., & Cieslak, T.J. (2009). *Protective security measures for major sport events: proposing a baseline standard for the United States*. 17th European Association for Sport Management conference, Amsterdam, Netherlands. <http://easm.net/download/2009/91ef68e60331a0e89639391f843d6667.pdf>
- Harati, S. H., Ashraf Ganjoui, F., Amirtash, A., & Nikaeen, Z. (2019). Investigating the Physical Security Dimensions Affecting Volleyball Stadiums Security. *Journal of System Management*, 5(1), 191-210. http://sjsm.iaushiraz.ac.ir/article_545538_6da872f1ef75a3282216716971fcbde.pdf
- Hemati Nezhad, M., Taylor, T., Gholizadeh, M. H., & Faraji, R. (2016). Prioritizing Factors Affecting the Security of Iranian Football Stadiums Using Analytical Hierarchy Process. *Journal of Sport Management*, 8(1), 69-85. <https://doi.org/10.22059/jsm.2016.58249>
- Hoerner, E., & Cosgrove, FA (1997). *International Symposium on Safety in Baseball/Softball*. Astm. <https://www.amazon.com/International-Symposium-Safety-Baseball-Softball/dp/0803153686>
- Hosseinpour, E., Bagheri, Gh., Ali Dost Ghahfarkhi, E., Amiri, M., & Jalali Farahani, M. (2019). Presenting a model for establishing safety in sports environments (using data foundation theory). *Research in educational sports*, 7(16), 107-128. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=513510>
- Javan Jafari, A., & Safari, S. (2018). Challenges of Criminal Law in the Face of Hooliganism Football Fans. *Criminal Law And Criminology Studies*, 48(1), 47-62. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=740165>
- Kargar, G.-A., Ghafouri, F., Mohammadi Moghaddam, Y., & Moradi Siasar, G.-R. (2017). Presenting a Model of Factors Affecting Security of Iranian Sport Events. *Journal of Social Order*, 8(4), 157-190. http://sopra.jrl.police.ir/article_67858_50c401470dd2a889bde4601a6aed663.pdf
- Katozian, N. (1999). Sporting error and sporting responsibility. *Faculty of Law and Political Science*, 43, 37-57. https://jflps.ut.ac.ir/article_12383_db38343f2b8f65002c05ffda55a201d6.pdf
- Khosrow Shahi, G., & Pourgharmani, B. (2011). Social prevention of juvenile delinquency in the Protocol to the Convention on the Rights of the Child (on child trafficking, prostitution and child pornography). *Crime Prevention Studies*, 6(16), 61-82. http://journals.police.ir/article_13534.html?lang=en
- Kondo, M. C., Andreyeva, E., South, E. C., MacDonald, J. M., & Branas, C. C. (2018). Neighborhood Interventions to Reduce Violence. *Annual Review of Public Health*, 39(1), 253-271. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040617-014600>
- Kordlu, H., Sajjadi, S. A., Razavi, S. M. H., & Ramezanzade, M. (2016). The Role Of Sport In Crime Prevention. *Strategic Studies On Youth And Sports*, 15(32), 1-20. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=574642>
- Lipton, E. (2005, March 16). *US report lists possibilities for terrorist attacks and likely toll*. The New York Times Company. <https://www.nytimes.com/2005/03/16/politics/us-report-lists-possibilities-for-terrorist-attacks-and-likely.html>
- Mak, B. K. L., & Jim, C. Y. (2018). Examining fear-evoking factors in urban parks in Hong Kong. *Landscape and Urban Planning*, 171, 42-56. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2017.11.012>

- Mason, D. S., Thibault, L., & Misener, L. (2006). An agency theory perspective on corruption in sport: The case of the International Olympic Committee. *Journal of Sport Management*, 20(1), 52-73. <https://doi.org/10.1123/jsm.20.1.52>
- McCormack, G., Giles-Corti, B., Lange, A., Smith, T., Martin, K., & Pikora, T. J. (2004). An update of recent evidence of the relationship between objective and self-report measures of the physical environment and physical activity behaviours. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 7(1), 81-92. [https://doi.org/10.1016/S1440-2440\(04\)80282-2](https://doi.org/10.1016/S1440-2440(04)80282-2)
- McKelvey, S., & Moorman, A. M. (2007). Bush-Whacked: A Legal Analysis of the Unauthorized Use of Sport Organizations' Intellectual Property in Political Campaign Advertising. *Journal of Sport Management*, 21(1), 79-102. <https://doi.org/10.1123/jsm.21.1.79>
- Michael, J., & Adler, M. J (1933). *Crime, Law, and Social Science* University of Chicago Law Review. <https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1106&context=uclev>
- Miller, S. C., Bredemeier, B. J. L., & Shields, D. L. L. (1997). Sociomoral Education Through Physical Education With At-Risk Children. *Quest*, 49(1), 114-129. <https://doi.org/10.1080/00336297.1997.10484227>
- Moslehi, L., Hosseini, M. S., & Salimi, M. (2020). Identifying and Prioritizing Crime Prevention Strategies in the Field of Offenses Caused by Football Spectators' Violence. *Journal Of Social Order (Entezam-E-Ejtemaei)*, 11(4), 69-90. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=711939>
- Naderiyan Jahromi, M., Poorsoltanzarandi, H., & Rohani, E. (2013). Recognizing Security Indicators and Standards of Sport Facilities. *Journal of Sport Management*, 5(3), 21-36. <https://doi.org/10.22059/jsm.2013.35707>
- Najafi, B., & Naderi, G. (2020). The Impact of Ethics on Criminalization and Decriminalization of Criminal Phenomena. *Jurisprudence, law and criminal sciences*, 5(15), 46-52. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=526725>
- Paknahad, A. (2013). Feeling Of Insecurity And Fear Of Crime. *Criminal Law Doctrines*, 10(5), 155-180. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=471454>
- Rahmani Khalili, E., & Safavian, S. M. (2019). A Sociological Explanation of the Phenomenon of Soccer Hooliganism Case Study: Soccer Spectators of Tehran. *Social Sciences*, 26(86), 123-156. <https://doi.org/10.22054/qjss.2020.43661.2116>
- Rahmati, M. M. (2009). *Sociology of Sports Violence*. Scientific and Cultural Publishing Company. <https://www.gisoom.com/book/1643658/>
- Ranjan, W., & Anupa, J. (2015). The Problem of Violence and Human Right violation in Global Sport. *International Journal of Social Science and Entrepreneurship*, 4(4), 215-226. https://www.researchgate.net/profile/Weerakoon-Ranjan/publication/283490027_The_Problem_of_Violence_and_Human_Right_violation_in_Global_Sport/links/563a415f08ae405111a58206/The-Problem-of-Violence-and-Human-Right-violation-in-Global-Sport.pdf
- Razmara, T., Hosseini, S. I., & Ahmadi, S. A. (2020). *Typology of crimes and punishments in the field of sports "Looking at hypothetical criminal cases in sports*. Nahvi.
- Rouhollahi, M., Khanipour, S. S., Bagheri, m., & Mousavi Davoudi, S. M. (2020). Investigating the Role of Personality Characteristics and Psychological Health on Organizational Citizenship Behavior in Mazandaran Technical and Vocational Training Organization. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 17(3), 61-77. <https://doi.org/10.48301/kssa.2020.124666>

- Salimi Subhan, M. R., Yari, M., & Heydari, J. (2015). Crime prevention approach through environmental design and passivity of urban crime hotspots. *Intelligence and criminal investigations*, 10(3), 35-62. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=316381>
- Shahabi, M., Maleki, A., Zakai, M. S., & Akhundi, M. (2016). Investigating the effective management factors on the role of NAJA in dealing with violent spectator behaviors in football in Tehran. *Social order*, 8(3), 83-108. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=299810>
- Shambiati, H. (2006). *Public Criminal Law* (12 ed.). Zubin .
- ShirAli, M. (2010). Decriminalization and the role of physical education and sports. *Iran Pak* 12, 26-30.
- Soltan Hosseini, M., Salimi, M., & Tayebi, M. (2020). An Investigation of Participation Factors in Sport Betting (Case Study: Football). *New Trends in Sport Management*, 7(27), 147-160. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=749890>
- Soltani, L., Beykmohammadi, H., & Heydari, S. (2016). Spatial Analysis of the Sense of Security in the Different Quarters of the City of Qods. *Strategic Research on Social Problems in Iran University of Isfahan*, 5(3), 87-104. <https://doi.org/10.22108/ssoss.2016.20963>
- Sue, S., Hopkins, Belinda., & Curd, David (2006). *A planning guide for event managers : alcohol, safety and event management*. Queensland Government. https://www.publications.qld.gov.au/dataset/bcf03d20-ff59-4678-bdc7-2adfce2ee520/resource/8333_9b0f-bd15-4d4a-847b-6784f15603fb/download/event-management-planning-guide.pdf
- Talebpoor, A. (2017). The Relationship Between Urban Defenseless Spaces With Sense Of Security (Case Of Study; Tehran Citizens). *Urban Studies*, 7(22), 135-156. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=536975>
- Vosoughi, M., & Khosravi Nejad, M. (2009). Study of cultural-social factors of emotional behavior of football spectators. *Social Science Research Journal*, 3(1), 117-140. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=118143>



Evaluating the Performance of Physical Education Departments of Higher Education Institutions Based on Hierarchical Analysis (AHP) and Structural Equation Modeling (SEM) - Case Study: Technical and Vocational University

Ali Molaeinejad^{1*} , Nima Majedi², Zahra Nobakht Ramezani³

¹PhD student, Department of Physical Education and Sport Science, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

^{2,3}Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Science, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 01.05.2021

Revised: 04.25.2021

Accepted: 06.13.2021

Keyword:

Administration
Performance Appraisal
Questionnaire
Technical and Vocational
Sports

*Corresponding Author:

Ali Molaeinejad

Email: molaeinejad@yahoo.com

ABSTRACT

Employee performance management has many obvious and hidden achievements for the organization because its proper implementation improves employee performance and thus improves the productivity of the organization. The purpose of this study was to design indicators for evaluating the performance of physical education and sports in the provincial administration of the Technical and Vocational University of Iran. The present study was mixed in terms of practical purpose and in terms of data collection (qualitative-quantitative) which was carried out in three stages. In the first stage, semi-open interviews with 8 experts were carried out to extract concepts from their interviews. Then, using 22 experts were interviewed to prioritize and compile indicators using the Fuzzy Delphi technique and hierarchical analysis. Finally, in order to develop a tool to evaluate the performance of physical education departments of the Technical and Vocational University, a sample of 172 people and modeling structural equations ($5q < n < 15q$) in Excel software version 2016, SPSS Version 18 and Lisrel version 8.8 were used. The study tools included 28 concepts in 6 design criteria. According to hierarchical analysis, sports facilities and equipment, material resources, sporting events, educational events, human resources and communication were the most important components of performance evaluation in the order mentioned.





شاپای الکترونیک: ۴۴۳۰-۲۵۳۸

شاپای چاپی: ۹۷۹۶-۲۳۸۲

مقاله پژوهشی

ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی مؤسسات آموزش عالی کشور براساس تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) (مطالعه موردی: دانشگاه فنی و حرفه‌ای)

علی مولایی نژاد^{۱*}، نیما ماجدی^۲، زهرا نوبخت رضانی^۳

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
۲ و ۳- استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

چکیده

مدیریت عملکرد کارکنان برای سازمان، دستاوردهای آشکار و پنهان بسیاری دارد؛ زیرا اجرای صحیح آن موجب بهبود عملکرد کارکنان و در نتیجه، ارتقای بهره‌وری سازمان می‌گردد. هدف از پژوهش حاضر، طراحی مفاهیم ارزیابی عملکرد ورزش و تربیت بدنی ادارات استانی دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور بود. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، آمیخته (کیفی- کمی) بود که در سه مرحله صورت گرفت: در مرحله اول مصاحبه‌های نیمه‌باز با ۸ متخصص و استخراج مفاهیم از مصاحبه‌های آنان صورت گرفت. در ادامه، از نمونه ۳۰ نفره که در نهایت ۲۲ نفر (۷۳/۳ درصد) از متخصصان به‌منظور اولویت‌بندی و تدوین مفاهیم به‌وسیله تکنیک دلفی فازی و تحلیل سلسله‌مراتبی بهره گرفته شد و در نهایت، به‌منظور تدوین ابزار ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای با استفاده از نمونه ۱۷۲ نفره و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) از نرم‌افزارهای اکسل نسخه ۲۰۱۶، اس.پی.اس.اس نسخه ۱۸ و لیزرل نسخه ۸/۸ استفاده گردید. ابزار مطالعاتی شامل ۲۸ مؤلفه در ۶ مفهوم طراحی می‌باشد که از دید متخصصان تحلیل سلسله‌مراتبی، به‌ترتیب فضاها و تجهیزات ورزشی، منابع مادی، رویدادهای ورزشی، رویدادهای آموزشی، منابع انسانی و ارتباطات، مهم‌ترین مؤلفه‌های شکل‌دهنده ارزیابی عملکرد بودند.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۱۶

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۰۵

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۲۳

کلید واژگان:

اداره
ارزیابی عملکرد
پرسش‌نامه
فنی و حرفه‌ای
ورزش

*نویسنده مسئول: علی مولایی نژاد
پست الکترونیک:
molaenejad@yahoo.com



مقدمه

در دنیای پیشرفته امروز، توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی با نیروی انسانی سالم و کارآمد، پیوندی ناگسستنی دارد. در این راستا ورزش جایگاه تأثیرگذاری در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به خود اختصاص می‌دهد. در نگاه بسیاری از صاحب‌نظران در عرصه ورزش، مشکلات ساختاری و مدیریتی عدیده‌ای وجود دارد که توسعه و ترقی آن را تقریباً عقیم می‌سازد (سعید خانم‌رادی، شیرین زردشتیان و عباس همایون، ۲۰۱۵).

ورزش، پدیده‌ای اجتماعی- فرهنگی است که پیوندی پویا با مجموعه نهادها و ساختارهای اجتماعی دارد و باید به‌عنوان بخشی از نیازهای ساختاری انسان مورد توجه جامعه باشد. یکی از علل مهم ترقی و توسعه کشورهای پیشرفته، اهتمام ارکان این جوامع به اصل مهم ورزش و تعمیم آن در سطوح مختلف است. در سال‌های اخیر، توجه زیادی به منابع حوزه تربیت بدنی و ارزیابی عملکرد آنها معطوف شده است. در فرایند ارزیابی عملکرد، شناسایی و کاربرد مفاهیم کلیدی عملکرد برای سازمان‌ها حیاتی است و اطلاعات مهمی برای اندازه‌گیری پیشرفت سازمان فراهم می‌کند. همچنین علاوه بر جمع‌آوری مقدار قابل توجهی از اطلاعات سازمانی در وضعیتی جامع و فراگیر در زمینه اطلاع‌رسانی و گزارش‌دهی فراهم شده، با شناسایی فرصت‌ها و مشکلات، تصمیم‌گیری درباره موضوع‌های پیچیده، تسهیل می‌شود. به نظر می‌رسد با تشخیص نقاط کلیدی و تهیه مفاهیم کمی در فرایند اجرایی ورزش می‌توان با نظارت و ارزشیابی فرایندهای طولانی و پیچیده توسعه ورزش کشور، از میزان حصول به اهداف کمی و کیفی اطمینان حاصل کرد؛ بدین ترتیب، علاوه بر شناسایی واحدهای کارآمد و اثربخش، زمینه بهره‌مندی از نظام تقدیر و پاداش‌دهی در راستای نظارت و کنترل هرچه بیشتر، فراهم خواهد شد. بدین منظور همواره استفاده از برنامه‌های نظام‌دار و قاعده‌مند نظارت، کنترل و ارزشیابی، ضرورت دارد (رسول فرجی و حسین پورسلطانی، ۲۰۱۱). در واقع به‌واسطه پویایی و تعدد ابعاد رشته تربیت بدنی، کیفیت متفاوتی از آن را در فضاهای مختلف به‌ویژه دانشگاه‌ها شاهد هستیم (محمودرضا متقی، محمد صفانیا و رضا نیک بخش، ۲۰۱۸).

امروزه، ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌ها، رسالت مضاعفی را بر عهده دارند؛ زیرا با صنعتی شدن جوامع و گسترش زندگی ماشینی، کارکردهای اجتماعی ورزش گسترش می‌یابد و همچون یکی از نیازهای ضروری جامعه امروز مطرح می‌شود و در برنامه‌های توسعه، پیشرفت اجتماعی و فرهنگی نیز سهم و جایگاه ارزنده‌ای دارد (صدیقه حیدری نژاد، سید امیراحمد مظفری و علی محقر، ۲۰۰۵). تجربه ورزشی دانشجویان به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از جامعه در آموزش، منجر به افزایش مهارت‌ها و توانایی‌های بین فردی آنان می‌شود. انجمن ملی ورزش بین دانشکده‌های^۱ بر این باور است که ورزش در دانشگاه موجب توسعه فاکتورهای مسئولیت‌پذیری، احترام، بردباری، رهبری و جوانمردی در دانشجویان می‌شود و تجربیات وی در زمینه‌های مختلف را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، دانشجویان با توجه به ویژگی و ماهیت فیزیولوژیک و نیاز جسمی ناشی از فشارهای آموزشی، تحصیلی و روحی، نیازمند سلامت و بازیافت مداوم جوانی و انرژی خود هستند که در این میان، ورزش، کم‌هزینه‌ترین و پرفایده‌ترین مسیر است (پل دی ناپ، جو ون هوکه و وورل دی بوش، ۲۰۰۴).^۲ اداره تربیت بدنی دانشگاه، برنامه‌های عملی و امکانات ورزشی را برای دانشجویان فراهم می‌سازد و به‌منظور پاسخگویی بهینه مدیران ورزش دانشگاه، مدیریت بر اساس اصول علمی ضروری و ارزیابی عملکرد بخش جدایی‌ناپذیر این موضوع است. ارزیابی عملکرد اداره تربیت بدنی دانشگاه با توجه نقشی که در وصول اهداف کلان ورزش کشور در دانشگاه دارند، به نیازی ضروری در راستای بهبود وضعیت جسمانی و معنوی دانشجویان، بدل شده است. در واقع چنین ارزیابی می‌تواند از طریق فراهم کردن امکان رتبه‌بندی این اداره، منجر به ایجاد رقابتی سالم گردد که نتیجه آن تلاش روزافزون برای بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری و کارایی است (سوراتمین سوراتمین، ۲۰۱۹).^۳ علی‌رغم اهمیت مفهوم ارزیابی عملکرد

¹ National Association of Intercollegiate Athletics

² Paul De Knop, Jo Van Hoecke & Veerle De Bosscher, 2004

³ Suratmin Suratmin, 2019

در این اداره، فقدان سیستمی نظام‌مند برای انجام چنین فرایند ارزشمندی در دانشگاه، محسوس است و تلاش‌های مطالعاتی اندکی را نیز به خود معطوف کرده است. در چنین شرایطی آنچه مبنای ارزیابی این ادارات قرار می‌گیرد، مؤلفه‌هایی سطحی و ظاهری؛ همانند موفقیت یا شکست تیم‌های ورزشی در صحنه مسابقات یا راهیابی تیم‌های دانشگاهی به مسابقات ملی است. این نوع نگاه به عملکرد، به قضاوت‌های نادرستی در ارتباط با ارزیابی منجر خواهد شد که پیامد آن، نادیده گرفتن بسیاری از جنبه‌های عملکردی همانند موفقیت در زمینه‌های توسعه زیرساخت‌های ورزش، توجه به میزان کارایی مالی، توجه به ورزش بانوان و غیره خواهد بود. حال با در نظر گرفتن چنین وضعی در سیستم ارزیابی اداره تربیت بدنی دانشگاه‌ها می‌توان بیان کرد که تدوین نظامی کارآمد و براساس روش‌های علمی، به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای تعیین میزان دستیابی آنها به اهداف از پیش تعیین شده، در راستای اهداف کلان ورزش کشور، ضروری به نظر می‌رسد. تاکنون پژوهش‌های مختلفی در زمینه تدوین مفاهیم ارزیابی عملکرد در جوامع آماری مختلف دانشگاهی و غیردانشگاهی صورت گرفته است. (عاطفه ابطحی نیا، سیده عذرا میرکاظمی و محمد کشتی دار، ۲۰۱۳)، در پژوهش خود به بهینه‌سازی ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌ها با استفاده از مدل ترکیبی BSC، EFQM و IDEA پرداختند و با مطالعه روی ۱۵ دانشگاه به این نتیجه رسیدند که از ۱۵ دانشگاه شرکت‌کننده در تحقیق، ۱۰ اداره کارا و ۵ اداره ناکارا بودند. همچنین ۸ دانشگاه بازده به مقیاس افزایشی و ۷ دانشگاه بازده به مقیاس آنها کاهش بود. (جهانگیر سلیمانی دامنه، سید احمد نژادی سجادی و مهدی سلیمی، ۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی مفاهیم ارزیابی عملکرد ادارات ورزش و جوانان کشور از دیدگاه صاحب‌نظران با استفاده از مدل AHP» به این نتیجه رسیدند که بوجه و توسعه زیرساخت‌ها به ترتیب در میان مفاهیم ورودی و خروجی، رتبه اول را به خود اختصاص داده است. (سارا بوژمهرانی، محمدحسین رضوی، مرتضی دوستی و حسین اکبریزدی، ۲۰۱۹) در پژوهش خود، به ارزیابی و مقایسه مدیریت کیفیت در فدراسیون‌های پایه و پرمدال ایران براساس رویکرد تلفیقی EFQM-AHP پرداختند که نتایج اولویت‌بندی و تحلیل سلسله‌مراتبی مفاهیم تعالی سازمانی نشان داد که به ترتیب مفاهیم نتایج کلیدی عملکرد، استراتژی، رهبری، نتایج مشتری، نتایج کارکنان، شراکت‌ها و منابع، نتایج جامعه، فرایندها، محصولات و خدمات و کارکنان، بیشترین وزن را داشتند و نتایج خودارزیابی نیز بیانگر این است که فدراسیون‌های شنا، دوچرخه‌سواری، تیراندازی، ژیمناستیک، قایقرانی، دوومیدانی و بوکس به ترتیب بیشترین تا کمترین اولویت را در مؤلفه‌های تعالی سازمانی دارا هستند. (متقی و همکاران، ۲۰۱۸)، در مقاله خود با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی مفاهیم ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور با رویکرد کارت امتیازی متوازن و فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی» با مطالعه ۱۲۰ نفر از کارشناسان ورزش دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور به این نتیجه رسیدند که BSC و AHP روش‌های مناسبی برای ارزیابی عملکرد این نمونه مطالعاتی است. (صدیقه طوطیان اصفهانی، شهرزاد طیاران و طیبه نورسته، ۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان «ارزیابی عملکرد سرمایه فکری در مراکز آموزش عالی با استفاده از روش AHP با مطالعه روی ۱۸۷ نفر از کارکنان دانشگاه پیام نور به این نتیجه رسید که مؤلفه سرمایه انسانی، نوآوری، تقدم بر تعهد و رضایت کارکنان، به ترتیب رتبه اول تا چهارم را دارند. در پژوهش‌های خارجی نیز (کریس کی ال ای و ادوین اچ دلیو چان، ۲۰۰۸)^۱ در پژوهشی با عنوان «به‌کارگیری مدل‌های AHP و TOPSIS به منظور تعیین شایستگی‌های اصلی سازمانی» با بررسی شرکت‌های تجاری تایوانی به این نتیجه رسیدند که تعیین شایستگی‌های سازمانی، مهم‌ترین عامل در بازار رقابتی بوده است. (برایان تی جیریتی و جیم دنیسون، ۲۰۱۲)^۲ در مقاله‌ای به توسعه راهبرد صنعت ورزش با استفاده از مدل AHP و تحلیل سوات پرداختند که در ابتدا با استفاده از تحلیل سوات، فاکتورهای توسعه صنعت ورزش را تعیین کردند و در ادامه با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی نشان دادند ایجاد درآمدزایی ورزشی با مفاهیم متمایز، از

¹ Grace KL Lee & Edwin HW Chan, 2008

² Brian T. Gearity & Jim Denison, 2012

جمله دلایل موفقیت شرکت‌های ورزشی در این صنعت است. (هارولد او فرید، جیمز لامبرینوس و جیمز تینر، ۲۰۰۴)^۱ از مدل سلسله‌مراتبی فازی و ترکیبی از مجموعه سیستم فازی با پیشنهاد الگوریتم جدید داده‌کاوی برای ارزیابی عملکرد اداره تربیت بدنی استفاده کردند و نتایج آنها نشان داد که روش ارزیابی جامع فازی با استفاده از درجه ارتباطی خاکستری بهبود می‌یابد که مانع از پذیرش اصل حداکثر درجه عضویت می‌شود؛ بنابراین، این روش ارزیابی می‌تواند در ارزیابی آموزش ورزش‌های عمومی در کالج‌ها و دانشگاه‌ها به کار رود.

در این میان، دانشگاه فنی‌وحرفه‌ای در مجموع ۳۱ استان کشور، دارای ۱۸۰ دانشکده و آموزشکده و حدود دویست‌هزار دانشجو می‌باشد و در ساختار اداری، یک اداره کل تربیت بدنی در سازمان مرکزی دانشگاه و ۷۴ اداره تربیت بدنی در مراکز تابعه دانشگاه دارد که در عمل به دلیل کمبود اعتبارات مالی و منابع انسانی متخصص در سطح کشور و از طرفی به دلیل برخورداری از جمعیت جوان دانشجویی (۹۰ درصد دانشجویان این دانشگاه دارای سن ۱۷ تا ۲۰ سال و در دوره کاردانی مشغول به تحصیل هستند) از شرایط ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی‌وحرفه‌ای با توجه به نظام ارزشی دانشگاه و ویژگی‌های خاص در امر آموزش و ارائه خدمات ورزشی و مرتبط با سلامت دانشجویان باید به‌طور مستمر به بررسی وضع موجود خود از طریق معیار و استانداردهای از قبل تعیین شده، اقدام و روند تغییرات آن را بررسی و تجزیه و تحلیل کنند و پیش‌بینی‌های لازم را از طریق برنامه‌ریزی‌ها برای رفع کمبودها و نارسایی‌ها در ابعاد مختلف برنامه‌ها و فعالیت‌های تربیت بدنی در دانشگاه به عمل آورند؛ لذا پژوهش حاضر درصدد بود تا با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری بتواند از طریق تعیین مفهوم و معیارهای مهم، نظام ارزیابی کارآمدی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی‌وحرفه‌ای ایجاد کند. نتایج این تحقیق می‌تواند در راستای استقرار نظام ارزیابی عملکرد کارآمد و به‌منظور تدوین مفاهیم مناسب و حذف مؤلفه‌های غیرضروری برای ارزیابی عملکرد، مفید واقع گردد. بر پایه این مفاهیم و اولویت‌ها، مدیران ورزش دانشگاه فنی‌وحرفه‌ای می‌توانند با انجام ارزیابی، به کسب اطلاعات از عملکرد واحد تحت نظارت خود بپردازند.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها آمیخته (کیفی- کمی) بود و برای تبیین مبانی نظری مفاهیم ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی، از منابع موجود شامل گزارش‌ها، وب‌سایت‌ها، مقالات علمی و سایر مدارک مستند استفاده گردید. در این خصوص و به‌منظور روشن‌تر شدن مسیر تحقیق و نیز همسان‌سازی اطلاعات فراهم شده برای شناسایی مفاهیم و گزینه‌های مربوط به ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌ها، جلسات مصاحبه‌ای با برخی از مدیران ادارات تربیت بدنی و استادان دانشگاه و خبرگان (۸ نفر) ترتیب داده شد و ضمن بررسی مفاهیم و گزینه‌های شناسایی شده و جمع‌بندی و خلاصه کردن نتایج پس از تحلیل سلسله‌مراتبی، تعداد ۶ مفهوم و ۲۸ مؤلفه در سه مرحله دلفی برای ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه شناسایی شد و مورد تأیید خبرگان قرار گرفت. جامعه آماری تحقیق، شامل تمامی مدیران و کارشناسان ورزش دانشگاه فنی‌وحرفه‌ای بود که با توجه به محدودیت تعداد کل به‌عنوان جامعه آماری انتخاب گردید (۲۰۴ نفر). با توجه به ماهیت روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی و ضرورت انتخاب افراد خبره تعداد ۳۰ نفر به‌صورت هدفمند به عنوان خبره با ترکیب جدول ۱ انتخاب گردید که در نهایت ۲۲ پرسش‌نامه قابل تحلیل بود.

¹ Harold O.Fried, James Lambrinos & James Tyner, 2004

جدول ۱. مشخصات خبرگان مورد نظر سنجی در این تحقیق

ردیف	سمت فرد خبره	توزیع شده	جمع آوری شده	درصد
۱	مدیر اداره تربیت بدنی	۲۰	۱۴	۷۰
۳	کارشناس خبره	۱۰	۸	۸۰
۴	مجموع	۳۰	۲۲	۷۲/۶

ابتدا با استفاده از روش اسنادی و بررسی مبانی نظری به منظور دستیابی به اطلاعات موجود و قابل دسترس برای شناسایی مفاهیم ارزیابی عملکرد، پرسش نامه اولیه شامل ۳۱ پرسش تدوین شد. پرسش نامه مذکور در سه مرحله به نظر سنجی ۸ نفر از خبرگان به روش فازی دلفی گذاشته شد که در نهایت ۲۸ مؤلفه در ۶ مفهوم تأیید شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات در این مرحله با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گرفت. برای مفاهیم تعیین شده در مرحله قبل، درخت سلسله مراتبی ترسیم شد و براساس آن، پرسش نامه‌ای از مقایسات زوجی، تدوین و در اختیار خبرگان برای اولویت بندی و تعیین وزن نهایی هر یک از مفاهیم قرار گرفت. در نهایت، نتایج با استفاده تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و مدل سازی ساختاری، ابزار ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای، طراحی و مدل نهایی براساس مدل سازی معادلات ساختاری از پردازش مناسبی برخوردار و تأیید گردید.

یافته‌ها

تعداد ۹ مصاحبه با ۸ متخصص باتجربه و مسلط بر حوزه ورزش وزارت علوم، به صورت عام و به طور خاص ورزش دانشگاه فنی و حرفه‌ای انجام گرفت. سایر یافته‌های جمعیت شناختی نمونه مطالعاتی در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲. توصیف نمونه مطالعاتی پژوهش

متغیر	ویژگی	نمونه دلفی فازی		نمونه تحلیل سلسله مراتبی		نمونه مدل سازی ساختاری	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
جنسیت	مرد	۶	۷۵	۱۸	۸۱/۸	۷۸	۴۵/۳
	زن	۲	۲۵	۴	۱۸/۱	۹۴	۵۴/۶
تحصیلات	کارشناسی	۰	۰	۱۳	۵۹/۰	۱۰۲	۵۹/۳
	کارشناسی ارشد	۳	۳۷/۵	۶	۲۷/۲	۴۳	۲۵/۰
وضعیت	دکتر	۵	۶۲/۵	۳	۱۳/۶	۲۷	۱۵/۶
	مجرد	۱	۱۲/۵	۳	۱۳/۶	۳۸	۲۲/۰
تاهل	متاهل	۷	۸۷/۵	۱۹	۸۶/۳	۱۳۴	۷۷/۹
	عضو هیئت علمی	۷	۸۷/۵	۰	۰	۲۳	۱۳/۳
سازمانی	مدیر اداره استانی	۰	۰	۱۴	۶۳/۶	-	-
	کارشناس خبره	۰	۰	۸	۳۶/۳	-	-
	سایر	۱	۱۲/۵	۰	۰	۱۴۹	۸۶/۶
	مجموع	۸		مجموع	۲۲	مجموع	۱۷۲

با توجه به هدف اصلی تحقیق مبنی بر تعیین مفاهیم اصلی ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی واحدهای استانی دانشگاه فنی و حرفه‌ای، طی سه مرحله با استفاده از تکنیک دلفی فازی، نظرات خبرگان، بررسی و جمع‌بندی گردید. در مرحله اول پس از نظرسنجی و جمع‌بندی مبانی نظری، تعداد ۳۱ مؤلفه در ۵ مفهوم منابع انسانی، منابع مادی، رویدادهای ورزشی، فضاها و تجهیزات، شناسایی گردید. در مرحله دوم، تعداد مفاهیم به ۲۸ مؤلفه و ۶ مفهوم تغییر یافت که در آن شاخص ارتباطات نیز به سایرین اضافه گردید. در مرحله نهایی و اجماع نظر خبرگان، تعداد ۶ مفهوم فوق و ۲۸ مؤلفه مورد تأیید و اجماع نظر قرار گرفت ($w = 0/781$ ، $df = 27$ ، $\chi^2 = 904/233$).

ترسیم درخت سلسله‌مراتبی

در ابتدا به‌منظور تدوین پرسش‌نامه زوجی با استفاده از نظرات خبرگان بخش دلفی، درخت سلسله‌مراتبی در ۶ مفهوم و ۲۷ مؤلفه ترسیم گردید. در ادامه، پس از توزیع ابزار مطالعاتی در بین ۲۲ خبره تحلیل سلسله‌مراتبی، پایایی سؤالات براساس نرخ سازگاری تعیین گردید. ماتریس، زمانی سازگار پذیرفته می‌شود که نرخ سازگاری، کمتر از ۰/۱ باشد؛ یعنی خبرگان در مقایسه‌های زوجی، دقت لازم را کرده و به آنچه باید جواب دهند به‌درستی و با روش درست پاسخ داده‌اند. زمانی که نرخ ناسازگاری، بیش از ۰/۱ باشد، با ارجاع موارد ناسازگار، درخواست بررسی مجدد به خبره داده شده است که از میان ۲۲ نفر برای ۳ نفر این موضوع، دوباره تکرار و از خبرگان درخواست شد تا با دقت بیشتری به سؤالات پاسخ دهند. در نهایت، نرخ سازگاری مفاهیم و مفاهیم ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای برای مفاهیم منابع انسانی (۰/۰۲)، منابع مادی (۰/۰۱)، رویداد ورزشی (۰/۰۵)، رویداد آموزشی (۰/۰۳)، فضا و تجهیزات (۰/۰۲) و ارتباطات (۰/۰۱) به‌دست آمد.



شکل ۱. وزن نهایی مفاهیم ارزیابی عملکرد ادارات ورزش دانشگاه فنی و حرفه‌ای

جدول ۳. درخت سلسله‌مراتبی و اولویت‌بندی مفاهیم ارزیابی عملکرد ادارات ورزش دانشگاه فنی و حرفه‌ای

مفهوم	مفهوم	وزن نهایی گزینه‌ها
منابع انسانی	تعداد مدرسان	۰/۰۲۶
	تعداد اعضای هیئت علمی	۰/۰۱۴
	تعداد کارشناسان متخصص مرد و زن	۰/۰۵۵
منابع مادی	تعداد کارشناسان غیرمتخصص مرد و زن	۰/۰۶۱
	تعداد دانشجویان شرکت‌کننده در فعالیت فوق‌برنامه به کل دانشجویان	۰/۰۲۹
	درآمد فعالیت‌های فوق برنامه	۰/۰۵۱
رویدادهای ورزشی	درآمد اجاره فضای ورزشی و تجهیزات	۰/۰۵۴
	درآمد حاصل از حامیان مالی	۰/۰۳۸
	تعداد فعالیت فوق برنامه و تفریحی	۰/۰۲۶
رویدادهای آموزشی	تعداد دانشجویان مشارکت‌کننده در جشنواره همگانی به کل دانشجویان	۰/۰۲۹
	تعداد دانشجویان مشارکت‌کننده در جشنواره قهرمانی به کل دانشجویان	۰/۰۳۷
	تعداد مسابقات استانی برگزار شده	۰/۰۴۱
فضاها و تجهیزات ورزشی	تعداد طرح‌های پژوهشی	۰/۰۰۹
	تعداد دوره‌های مربیگری/داوری	۰/۰۲۸
	طراحی و ساخت تجهیزات ورزشی	۰/۰۱۶
ارتباطات	تعداد کارگاه‌های آموزشی برای دانشجویان	۰/۰۲۲
	تعداد فضای روباز	۰/۰۶۱
	تعداد فضای سرپوشیده	۰/۰۵۸
مفهوم	سرانه ورزشی	۰/۰۵۲
	وضعیت بیمه فضاها و تجهیزات	۰/۰۴۹
	تجهیزات مصرفی	۰/۰۲۲
	تجهیزات غیرمصرفی	۰/۰۱۵
	مشارکت در برگزاری جشنواره‌ها، همایش‌ها و سمینارهای ورزشی	۰/۰۳۳
	کیفیت وبسایت اداره ورزش	۰/۰۱۱
	ارتباط مؤثر استادان/کارکنان و دانشجویان با یکدیگر	۰/۰۱۹
	ارتباط با نهادهای ورزشی و غیرورزشی هم‌جوار از قبیل ادارات ورزش و جوانان استان‌ها	۰/۰۴۹
	میزان پاسخگویی به بخش‌نامه‌ها	۰/۰۳۱

مفاهیم ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

نتایج حاصل از اولویت‌بندی مفاهیم و گزینه‌های ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای نشان داد که فضاها و تجهیزات ورزشی، بیشترین وزن و ارتباطات، کمترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند. پس از هر مصاحبه، نظرات خبرگان به مجموعه سایر مؤلفه‌ها اضافه شد و در نهایت، مصاحبه‌ها تا مرحله اشباع نظری پیش رفت و سرانجام پس از ۹ مصاحبه با ۸ نفر و شناسایی ۳۱ عامل، مرحله اشباع نظری متوقف شد. تیم پژوهش، این ۳۱ عامل را ابتدا به ۳۰ عامل تغییر دادند و سپس ۸ مصاحبه‌گر، مجموعه مؤلفه‌های شناسایی شده را بازبینی مجدد کردند و در نهایت ۲۹ عامل که فاقد هم‌پوشانی بودند باقی ماند (حداقل ۶ نفر باید هر مؤلفه را مناسب تشخیص می‌دادند) (۷۰ درصد). در مرحله بعد، پرسش‌نامه‌ای با ۲۹ مفهوم در اختیار ۸ نفر متخصص که قبلاً با آنها مصاحبه شده بود قرار

گرفت که با سه گزینه (بلی، خیر و نمره‌دهی) از ایشان خواسته شد در ابتدا نسبت به مناسب بودن گویه نظر دهند و سپس میزان اهمیت آن را از ۱ تا ۵ تعیین کنند (برایان پی مک کالو، مادلین اور و نیکالس ام واتانابه، ۲۰۱۹).^۱ پس از جمع‌آوری داده‌ها مؤلفه‌هایی که حداقل ۸ نفر از پاسخ‌دهندگان، آن را مناسب ارزیابی کرده بودند، انتخاب گردیدند. در نهایت پس از ۳ دور گزینش سؤالات، تعداد ۲۸ مؤلفه برای مؤلفه‌های ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای شناسایی شد.

پس از تهیه پرسش‌نامه‌ای با ۲۸ مؤلفه برای مؤلفه‌های ارزیابی عملکرد، در این مرحله به‌منظور تعیین تعداد متغیرها از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده گردید. این حالت اغلب در مراحل اولیه تحقیق به‌عنوان بخشی از فرایند ساخت ابزار استفاده می‌گردد. معمولاً در تحلیل عاملی، تعداد آزمودنی‌های موردنیاز در ارتباط با تعداد متغیرهایی که اندازه‌گیری می‌شوند بررسی می‌گردد. اساساً تعداد موردها (آزمودنی‌ها) همیشه باید از تعداد متغیرها بیشتر باشد. نسبت حداقل ۳ آزمودنی به‌ازای هر متغیر را قابل قبول دانسته‌اند. دیدگاه دیگر در مورد حجم نمونه این است که چون براساس همبستگی است ۱۰۰ تا ۲۰۰ آزمودنی برای اکثر اهداف، کافی است. ۲۷ مؤلفه شناسایی شده در مراحل قبل در قالب پرسش‌نامه‌ای با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (۱ = کم‌اهمیت و ۵ = پراهمیت) تنظیم شد و پس از بررسی روایی صوری و محتوا توسط متخصصان (۵ نفر) طی حدوداً چهار ماه (۲۰ اردیبهشت‌ماه تا ۲۰ شهریورماه ۱۳۹۹) (نمونه داخلی) در بین کارشناسان و مدیران ورزش استانی توزیع گردید. از مجموع ۱۹۰ پرسش‌نامه توزیعی (الکترونیکی و حضوری) ۱۷۲ پرسش‌نامه کامل جمع‌آوری شد که با توجه به توضیحات فوق، تعداد نمونه، مناسب به نظر می‌رسد. پایایی استاندارد شده و نشده برابر با ۰/۷۵۷ است ولی از آنجایی که برای تفسیر نتایج آلفا از مقدار آلفای استاندارد شده استفاده می‌کنند، این میزان برابر با ۰/۹۰۹ است که نشان می‌دهد ۲۸ مؤلفه مرتبط با ارزیابی عملکرد، از میزان پایایی و به‌عبارتی همسازي درونی بالایی برای سنجش این شاخص برخوردارند.

در ادامه، برای تجزیه و تحلیل ۲۸ مؤلفه باقی‌مانده از روش تحلیل عناصر اصلی با چرخش عمودی^۲ و تکنیک واریماکس^۳ استفاده گردید. مقدار شاخص KMO برابر ۰/۹۰۹ شد که نشان‌دهنده کفایت نمونه‌گیری است. مقدار این شاخص همواره بین ۰ و ۱ در نوسان است. در صورتی که KMO کمتر از ۰/۵ باشد داده‌ها برای تحلیل عاملی، مناسب نخواهند بود و اگر مقدار آن بین ۰/۵ تا ۰/۶۹ باشد داده‌ها متوسط هستند و اگر مقدار این شاخص، بزرگ‌تر از ۰/۷ باشد همبستگی موجود در بین داده‌ها برای تحلیل عاملی، مناسب خواهد بود. آزمون کرویت بارتل (آزمونی که به دنبال برآوردن هدف دوم تحلیل عاملی یعنی پس از فراهم کردن امکان تقلیل داده‌ها به برخی عامل‌های پنهانی، بتوان ساختار جدیدی را براساس همبستگی بین متغیرها و عامل‌ها و معنای انضمامی آن‌ها کشف کرد) نیز معنی‌دار به‌دست آمد که گواهی بر تناسب ماتریس همبستگی برای تحلیل عاملی است (۳۰۳۴/۸۶، $\text{sig} = 0.001$).

خروجی دوم در جدول ۴ به‌ترتیب اشتراک اولیه^۴ و اشتراک استخراجی^۵ را نشان می‌دهد. اشتراک، یک متغیر برابر مربع همبستگی چندانگانه (R^2) برای متغیرهای مربوط با استفاده از عامل‌ها (به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده) است. به دلیل اینکه ستون اشتراک اولیه، اشتراک‌ها را پیش از استخراج عامل (یا عامل‌ها) بیان می‌کند؛ تمامی اشتراک‌های اولیه برابر ۱ می‌باشد. هر چه مقادیر اشتراک استخراجی، بزرگ‌تر باشد؛ عامل‌های استخراج شده، متغیرها را بهتر نشان می‌دهند. اگر هریک از مقادیر اشتراک استخراجی، بسیار کوچک (کمتر از ۰/۵) باشد؛ ممکن است استخراج عامل دیگری، الزامی شود.

¹ Brian P McCullough, Madeleine Orr & Nicholas M Watanabe, 2019

² Principle Components Method (PCM)

³Varimax

⁴ Initial

⁵ Extraction

جدول ۴. کل واریانس تبیین شده

Rotation Sums of Squared Loadings			Extraction Sums of Squared Loadings			Initial Eigenvalues			مؤلفه‌ها
ارزیابی	درصد	ارزش	ارزیابی	درصد	ارزش	ارزیابی	درصد	ارزش	
تجمعی	واریانس	ویژه	تجمعی	واریانس	ویژه	تجمعی	واریانس	ویژه	
12/428	12/428	5/004	28/623	28/623	16/888	28/623	28/628	16/880	منابع انسانی
24/328	11/900	4/832	37/617	8/994	5/307	36/617	8/294	9/307	منابع مادی
35/554	11/226	4/636	43/603	5/986	3/532	43/603	6/965	6/536	رویدادهای آموزشی
45/868	10/314	4/345	48/738	5/135	3/030	48/738	5/135	3/030	رویدادهای ورزشی
55/549	9/681	4/175	53/190	4/542	2/626	53/190	4/452	2/268	فضاهای ورزشی
63/560	8/011	4/006	49/118	3/202	2/002	29/165	4/013	2/162	ارتباطات

مطابق جدول ۴ عامل اول یعنی «منابع انسانی» ۱۲/۴۲۸ درصد، عامل دوم «منابع مادی» در حدود ۱۱/۹۰۰ درصد، عامل سوم «رویدادهای آموزشی» در حدود ۱۱/۲۲۶ درصد، عامل چهارم «رویدادهای ورزشی» در حدود ۱۰/۳۱۴ درصد، ۳۶، فضای ورزشی» در حدود ۹/۶۸۱ درصد و ارتباطات ۸/۰۱۱ درصد واریانس را تبیین می‌کند که در واقع نشان‌دهنده میزان اهمیت عامل‌ها در تشکیل سازه (پرسش‌نامه) می‌باشد. در ادامه، ماتریس چرخش یافته عاملی این حوزه‌ها آورده می‌شود که نشان می‌دهد چه سؤالاتی و با چه بار عاملی به این عامل‌ها مرتبط هستند. ماتریس چرخش یافته اجزا^۱ شامل بارهای عاملی هریک از متغیرها در عامل‌های باقی‌مانده پس از چرخش می‌باشد. هرچه مقدار قدر مطلق این ضرایب بیشتر باشد؛ عامل مربوطه نقش بیشتری در کل تغییرات (واریانس) متغیر موردنظر دارد. در واقع چرخش عامل‌ها به منظور به حداکثر رساندن رابطه بین متغیرها و عامل‌ها (عامل‌های موردنظر)، محاسبه بار عاملی^۲ است که مقدار آن باید بیشتر از ۰/۳ (به اعتقاد بعضی از صاحب‌نظران بیشتر از ۰/۴) باشد (رحیم رضانی نژاد، محمدعلی صاحبکاران، ایرج آقائی خلیق، محمد اردمه و مرتضی اکبر، ۲۰۱۴).

جدول ۵. ماتریس چرخش یافته اجزا

سؤال	منابع انسانی	منابع مادی	رویدادهای آموزشی	رویدادهای ورزشی	ارتباطات	فضاهای ورزشی
۲۲	۰/۱۹	۰/۰۵	۰/۱۲	۰/۱۸	۰/۱۰	-۰/۱۸
۱	۰/۳۷	۰/۱۲	۰/۱۸	-۰/۰۸۳	۰/۰۴۳	۰/۰۸۷
۵	۰/۵۳	۰/۱۸	-۰/۲۵	-۰/۱۵	۰/۰۵۴	-۰/۰۸۳

¹ Rotated Component Matrix² Scores

سؤال	منابع انسانی	منابع مادی	رویدادهای آموزشی	رویدادهای ورزشی	ارتباطات	فضاهای ورزشی
۶	۰/۶۲	-۰/۲۵	۰/۰۰۴	۰/۱۰	۰/۰۶۴	۰/۱۰
۸	۰/۶۴	۰/۰۰۴	۰/۰۱۹	۰/۰۴۳	۰/۰۹۳	۰/۰۸۷
۱۱	۰/۰۶	۰/۵۹	۰/۰۳۲	۰/۰۵۴	۰/۱۱	-۰/۰۶۶
۴	-۰/۱۸	۰/۴۷	-۰/۱۸	۰/۰۶۴	-۰/۱۸	۰/۲۲
۷	۰/۰۸۷	۰/۳۷	۰/۰۹	۰/۰۹۳	۰/۰۷۷	۰/۰۵۸
۸	-۰/۰۸۲	۰/۱۴	۰/۵۵	۰/۱۱	-۰/۰۹۳	-۰/۱۲
۱۰	-۰/۰۵۹	۰/۰۸	۰/۳۲	-۰/۱۸	-۰/۰۵۹	۰/۰۷۴
۲	۰/۱۰	۰/۰۷۴	۰/۴۱	۰/۰۸۷	۰/۱۰	۰/۱۰
۳	۰/۰۴۳	۰/۱۰	۰/۸۲	-۰/۰۸۳	۰/۰۴۳	۰/۰۸۷
۱۳	۰/۱۴	۰/۰۸۷	۰/۲۴	۰/۵۹	۰/۱۴	۰/۱۲
۱۴	۰/۲۰	۰/۰۹	۰/۱۱	۰/۴۰	۰/۲۰	۰/۱۸
۱۶	-۰/۱۸	۰/۰۵	۰/۲۷	۰/۳۶	۰/۰۴۵	-۰/۲۵
۲۰	۰/۰۹۳	۰/۱۲	-۰/۱۰	۰/۵۴	-۰/۲۵	۰/۰۰۴
۱۹	۰/۱۱	۰/۱۸	۰/۰۴۳	۰/۲۰	۰/۳۸	۰/۰۱۹
۱۸	-۰/۱۸	-۰/۲۵	۰/۰۵۴	۰/۰۴۵	۰/۳۱	۰/۰۳۲
۱۲	۰/۰۸۷	۰/۰۰۴	۰/۰۸۴	۰/۰۶۱	۰/۴۳	-۰/۱۸
۹	-۰/۰۸۲	۰/۰۱۹	۰/۰۹۳	۰/۱۶	۰/۵۸	۰/۱۲
۲۳	-۰/۰۵۹	۰/۰۳۲	۰/۱۱	۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۱۸
۲۵	۰/۰۲۲	-۰/۱۸	-۰/۱۸	-۰/۰۷۷	۰/۰۵	۰/۰۶
۲۷	۰/۰۴۳	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷	-۰/۰۸۳	۰/۱۲	۰/۴۹
۲۸	۰/۰۵۴	۰/۰۵	۰/۰۵	-۰/۰۵۹	۰/۱۸	۰/۸۱
۲۱	۰/۰۶۴	۰/۱۲	۰/۱۲	۰/۱۵	-۰/۲۵	۰/۵۵
۲۴	۰/۰۹۳	۰/۱۸	۰/۲۸	۰/۲۱	۰/۰۰۴	۰/۴۲
۲۶	۰/۱۱	-۰/۰۸۳	-۰/۲۵	۰/۲۲	۰/۰۱۹	۰/۳۸
۱۷	-۰/۱۸	-۰/۰۵۹	۰/۰۰۴	-۰/۰۸۳	۰/۰۳۲	-۰/۰۶۵

سه مفهوم تجهیزات غیرمصرفی، کیفیت وبسایت اداره و ارتباط مؤثر استادان/کارکنان و دانشجویان با یکدیگر به دلیل بارهای عملی کمتر از ۰/۳ از پرسش‌نامه نهایی حذف شد و مرحله تأییدی با ۲۸ مفهوم صورت گرفت. به علاوه برای اطمینان هرچه بیشتر از همسانی درونی پرسش‌نامه، پایایی هر کدام از مؤلفه‌های به‌دست‌آمده در مرحله قبلی، توسط ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد. پایایی ۶ عامل بالاتر از ۰/۷ به‌دست آمد و پایایی کل پرسش‌نامه ۰/۸۰۹ به‌دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مناسب است.

با توجه به نتایج حاصل از آزمون کولموگروف اسمیرنوف مبنی بر طبیعی بودن توزیع داده‌ها (جدول ۶)، در این قسمت برای بررسی رابطه‌ها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده خواهیم کرد.

جدول ۶. نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای طبیعی بودن توزیع

مؤلفه‌ها	Z KS	آماره خی دو	Sig
منابع انسانی	۰/۸۱۸	-	۰/۸۰۳
منابع مادی	۱/۳۴۳	-	۰/۱۱۸
رویدادهای آموزشی	۱/۳۲۲	-	۰/۲۰۳
رویدادهای ورزشی	۱/۲۰۹	-	۰/۱۰۹
فضاهای ورزشی	۰/۷۶۷	-	۰/۰۸۵
امکانات	۱/۴۹۸	-	۰/۲۰۲
ارزیابی عملکرد	-	۰/۹۹۶	۰/۰۱۸

جدول ۷. ماتریس ضریب همبستگی پیرسون میان مفاهیم پرسش‌نامه ارزیابی عملکرد

متغیرها	منابع انسانی	منابع مادی	رویداد آموزشی	رویداد ورزشی	فضاهای ورزشی	ارتباطات
منابع انسانی	۱					
منابع مادی	۰/۴۷	۱				
رویداد آموزشی	۰/۳۹	۰/۳۶	۱			
رویداد ورزشی	۰/۵۲	۰/۴۴	۰/۳۱	۱		
فضاهای ورزشی	۰/۲۴	۰/۵۸	۰/۴۰	۰/۷۱	۱	
ارتباطات	۰/۵۱	۰/۳۷	۰/۱۶	۰/۴۳	۰/۲۷	۱

براساس یافته‌های پژوهش، ارتباط فضاهای ورزشی با رویدادهای ورزشی، بیشترین همبستگی را در بین متغیرهای ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای دارد ($P < 0/05$ و $r = 0/71$).

مدل نهایی ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

پیوند میان دانش نظری و تجربی به منظور درک بهتر از دنیای واقعی، از ویژگی‌های رویکردی الگویابی معادلات ساختاری است. چنین تحلیلی امکان الگوسازی براساس متغیرهای مکنون^۱ و متغیرهای مشهود^۲ را به‌طور هم‌زمان فراهم می‌سازد و این ویژگی برای تحلیل الگوهای نظری بسیار مناسب است که در بیشتر مواقع، مفاهیم اشاره شده در آنها پدیده‌های غیرقابل مشاهده را خلاصه کرده است. در بررسی مدل ساختاری، ضرایب معناداری Z (مقادیر T-VALUE)، معیار R² و معیار Q² مدل ساختاری بررسی می‌شود. به‌طور کلی ضریب معناداری (T - Value) براساس نقاط بحرانی ۱/۹۶ و -۱/۹۶- تعیین می‌شوند (مک کالو و همکاران، ۲۰۱۹). بدین ترتیب که چنانچه میزان ضریب معناداری، بیشتر از ۱/۹۶ یا کوچک‌تر از -۱/۹۶- باشد فرض صفر پذیرفته و وجود رابطه معنادار، تأیید می‌شود. همچنین ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب^۳ باید کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۲۸ است. با توجه به شاخص‌ها و خروجی‌های نرم‌افزار لیزرل می‌توان گفت مؤلفه‌های انتخاب شده برای ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای از اعتبار لازم برخوردار است و به‌خوبی می‌توانند این مفهوم را بسنجند. با توجه به خروجی لیزرل که در جدول ۷ ارائه شده، مقدار x²/df محاسبه شده ۲/۸۳ است، وجود x²/df کوچک‌تر از ۳ نشان‌دهنده برازش مناسب مدل

¹ Latent Variable

² Manifest Variable

³ RMSEA

می‌باشد. همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌گردد مدل ارائه شده در این پژوهش، توانایی بالایی در پیش‌بینی مؤلفه‌های وابسته و ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای دارد.

جدول ۸. برازش مدل ساختاری

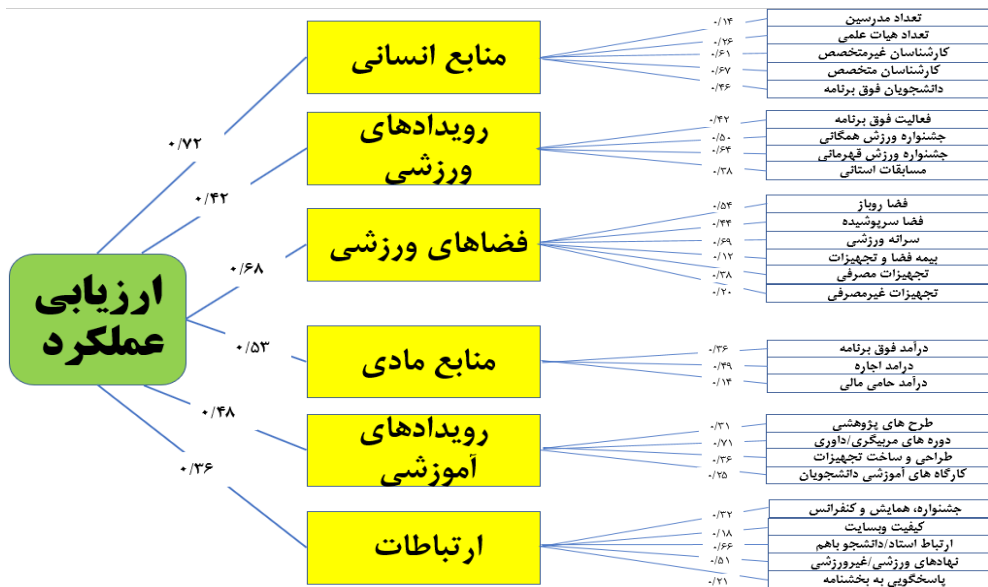
t-value	ضریب تأثیر مسیر	سازه ملاک	AVE	سازه پیش‌بین
۱۰/۶۸	۰/۵۳	منابع مادی	۰/۶۴۹۹	ارزیابی عملکرد
۱۸/۲۵	۰/۷۲	منابع انسانی		
۱۴/۴۰	۰/۴۲	رویداد ورزشی		
۹/۱۲	۰/۴۸	رویداد آموزشی		
۸/۰۵	۰/۳۶	ارتباطات		
۱۶/۲۵	۰/۶۸	فضاهای ورزشی		

جدول ۹ نیز مفاهیم مستخرج از مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۹. مفاهیم برازش ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای

مقدار	آماره
۲۶۷۴/۳۵	Chi-Square
۹۴۵	Df
۲/۸۳	Chi-Square/ Df
۰/۰۲۸	RMSEA

در نهایت، مدل نهایی به‌دست‌آمده برگرفته از جدول ۹ با استفاده از نرم‌افزار لیزرل نیز در شکل ۲ آمده است.



شکل ۲. مدل ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای براساس مقادیر t

بحث و نتیجه گیری

با اینکه بیش از نیم قرن از فعالیت ورزشی دانشگاه‌ها می‌گذرد فرایند ورزش دانشجویی هنوز به صورت کمی ارزیابی نشده است (پر جی اسونسون، فردریک او اندرسون و لوئیس فالک، ۲۰۱۸)^۱. ارزشیابی‌های متداول در بین سازمان‌ها از جمله ادارات تربیت بدنی، بیشتر بر عوامل کیفی تأکید داشته و از کمیت فاصله گرفته‌اند و اغلب ارزیابی آنان در قالب تکمیل فرم‌ها توسط ارزیابان صورت می‌گیرد؛ به طوری که هدف اصلی ارزیابی، در جریان کاغذبازی فراموش می‌شود و مقدار زیادی از منابع در این مسیر به هدر می‌رود. با توجه به تحولات ایجاد شده در نظام ورزش دانشجویی در دهه‌های اخیر و اهمیت و تأثیر آن بر اقبال مختلف جامعه، این تحقیق تلاش کرد تا با نگرش جدید و ایجاد فضای فکری نو، به وسیله روشی جدید و پرکاربرد به تعیین مفاهیم اصلی ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای بپردازد. یافته‌های بخش تحلیل سلسله‌مراتبی نشان داد که مفاهیم: ۱- امکانات و فضاهای ورزشی ۲- منابع مادی ۳- رویدادهای ورزشی ۴- رویدادهای آموزشی ۵- منابع انسانی و ۶- ارتباطات، به ترتیب مهم‌ترین مفاهیم شکل‌دهنده مدل ارزیابی عملکرد از دید متخصصان بودند. یافته‌های این قسمت از پژوهش نشان‌دهنده آن است که از نظر صاحب‌نظران حوزه ورزش در دانشگاه فنی و حرفه‌ای، آنچه در ارزیابی عملکرد، مهم‌تر از سایر موارد است:

۱- توسعه زیرساخت‌ها و فضاهای ورزشی: به عبارت دیگر، افزایش اماکن ورزشی دانشگاه؛ از قبیل فضاهای ورزشی روباز مانند زمین‌های ورزشی چندمنظوره روباز، زمین تنیس، چمن و ... در کنار فضاهای ورزشی سرپوشیده مانند سالن‌های ورزشی، استخرها و غیره مهم‌ترین عامل در بهبود عملکرد دانشکده‌های سراسر کشور است.

¹ Per G Svensson, Fredrik O Andersson & Lewis Faulk, 2018

- ۲- منابع مادی: به طور خاص، اختصاص درآمدهای حاصل از اجاره فضاهای ورزشی به ورزش دانشگاه، هزینه کردن درآمدهای حاصل از فعالیت‌های فوق برنامه ورزشی برای اداره تربیت بدنی دانشگاه و در نهایت، حضور حامیان مالی و خیرین به عنوان بخشی از سرمایه گذاران در حوزه ورزش به عنوان اهرمی برای توسعه اهداف متقابل است.
- ۳- رویدادهای ورزشی: از نگاه کارشناسان ورزش و اعضای هیئت علمی گروه تربیت بدنی دانشگاه، تعداد رویدادهای ورزشی میزبانی شده توسط ادارات، حضور دانشجویان در جشنواره‌های ورزش همگانی و قهرمانی وزارت علوم و دانشگاه و تعداد دانشجویان مشارکت کننده در فعالیت‌های فوق برنامه، از جمله مهم ترین دلایل ارتقای عملکرد ادارات تربیت بدنی و دانشگاه گزارش شده است.
- ۴- رویدادهای آموزشی برگزار شده توسط ادارات تربیت بدنی: برگزاری دوره‌های مربیگری و داوری، کارگاه‌های آموزشی برای دانشجویان و استادان، طراحی و ساخت تجهیزات ورزشی ماحصل طرح‌های پژوهشی نیز از مهم ترین دلایل تقویت عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه از دید نمونه کمی مطالعه حاضر است.
- ۵- منابع انسانی: اگرچه در بسیاری از سازمان‌ها منابع انسانی، مهم ترین سرمایه در توسعه اهداف به شمار می آید اما نتایج این قسمت از پژوهش نشان می دهد که از دید کارشناسان ورزش و اعضای هیئت علمی دانشگاه، منابع انسانی نسبت به چهار عامل پیشین، نقش کمتری در تقویت عملکرد ورزش ادارات استانی دانشگاه دارد. تعداد کارشناسان متخصص و غیرمتخصص زن و مرد، تعداد مدرسان و اعضای هیئت علمی و تعداد دانشجویان شرکت کننده در فعالیت فوق برنامه، از مهم ترین عوامل انسانی است که می توان با توجه بیشتر به آنها با سرعت بیشتری به سمت بهبود عملکرد این واحدهای استانی پیش رفت.
- ۶- بُعد ارتباطات: از دید این نمونه مطالعاتی، آخرین مؤلفه در تقویت عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه بع ارتباطات، گزارش شده است. به عبارت دیگر، مواردی از قبیل میزان پاسخگویی به بخشنامه‌ها، ارتباط با نهادهای ورزشی و غیرورزشی منطقه/استان، کیفیت وبسایت ادارات و مشارکت در برگزاری جشنواره‌ها از مهم ترین عوامل توسعه مؤلفه ارتباطی و در نهایت، افزایش عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای است.
- براساس ضرایب تأثیر مدل ساختاری به دست آمده، منابع انسانی، فضاهای ورزشی، منابع مادی، رویدادهای آموزشی، رویدادهای ورزشی و ارتباطات نیز به ترتیب مهم ترین مفاهیم شکل دهنده ارزیابی عملکرد ادارات تربیت بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای از دید نمونه کمی مطالعاتی هستند. این بخش از پژوهش با نتایج (طوطیان اصفهانی و همکاران، ۲۰۱۹) که به مطالعه سرمایه فکری و ارزیابی عملکرد مراکز آموزش عالی با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی پرداخته بودند همخوانی دارد. این پژوهشگران، سرمایه انسانی را مهم ترین عامل در تقویت سیستم ارزیابی گزارش کردند. (سلیمانی دامنه و همکاران، ۲۰۱۷) نیز در پژوهشی، ضمن شناسایی و اولویت بندی مفاهیم ارزیابی عملکرد ادارات ورزش و جوانان براساس تحلیل سلسله مراتبی توسعه زیرساخت‌ها را مهم ترین عامل در ارزیابی عملکرد آنان گزارش کرده اند که با یافته‌های این قسمت از پژوهش، همخوانی دارد.
- با توجه به یافته‌های سایر پژوهش‌ها از جمله (خانمرادی و همکاران، ۲۰۱۵)، (متقی و همکاران، ۲۰۱۸)، (فرجی و پورسلطانی، ۲۰۱۱)، (محمد علیمردانی، جواد ادبی فیروزجاه و روح اله رضانی، ۲۰۲۰)، (دیوید پیرس و ریچارد اروین، ۲۰۱۶)، (طوطیان اصفهانی و همکاران، ۲۰۱۹) در نمونه‌های آماری متفاوت، لزوم تدوین مقیاسی کمی به عنوان ابزاری برای ارزیابی عملکرد، امری حیاتی است که با نتایج این پژوهش، همخوانی دارد. مطالعات فوق نشان دادند روش تحلیل سلسله مراتبی برای تعیین مفاهیم ارزیابی عملکرد، مناسب است اما در بیشتر این پژوهش‌ها مفاهیم طراحی شده صرفاً براساس نظر متخصصان کیفی بنا شده است که در این پژوهش تلاش گردید تا علاوه بر دریافت متخصصان با تشخیص نقاط کلیدی در فرایند اجرایی فعالیت ورزشی و ترسیم مفاهیم کمی برای آنها می توان فرایند طولانی و پیچیده توسعه ورزش را نظارت و ارزیابی کرد. در نهایت، با توجه به یافته‌های پژوهش:

- به مدیران دانشگاه پیشنهاد می‌گردد با توجه به اولویت‌بندی ابعاد ارزیابی عملکرد، به مهم‌ترین آن یعنی توسعه زیرساخت‌های ورزشی، توجهی دوچندان نمایند که با توجه به فاصله استانداردهای فضای ورزشی دانشگاه فنی‌وحرفه‌ای با وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، توجه به این بعد می‌تواند موجبات افزایش بهره‌وری در عملکرد واحدهای استانی گردد.
- با توجه به اهمیت مباحث مالی و تأکید مصاحبه‌شوندگان بر تخصیص درآمدهای مالی ورزش دانشگاه به این حوزه و تفکیک آن از سایر قسمت‌های مالی دانشگاه، تعیین شناسه مالی مجزا به‌منظور دریافت درآمدهای حاصل از رویدادهای آموزشی و رویدادهای ورزشی می‌تواند کارگشای بسیاری از مسائل و مشکلات ورزش دانشگاه فنی‌وحرفه‌ای در استان‌ها گردد.



References

- Abtahinia, A., Mirkazemi, S. A., & Keshtidar, M. (2013). Optimizing the performance evaluation of university physical education departments with a combined approach of EFQM, BSC and DEA. *Research in University Sports*, 1(4), 27-52. <https://civilica.com/doc/793066/>
- Alimardani, M., Adabi Firouzjeh, J., & Ramezani, R. (2020). Evaluation The Performance And Ranking Sport Boards Of Qom Province. *Applied Research Of Sport Management*, 8(4), 49-59. <https://doi.org/10.30473/arsm.2020.6804>
- Boozhmehrani, S., Razavi, M. H., Doosti, M., & Akbari Yazdi, H. (2019). Assessment and Comparison the Quality Management Status in Basic and Medalist Federations of Iran Based on Integrated approach EFQM-AHP. *Research In Sport Management & Motor Behavior* 8(16), 71-81. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=749084>
- De Knop, P., Hoecke, J. V., & De Bosscher, V. (2004). Quality Management in Sports Clubs. *Sport Management Review*, 7(1), 57-77. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(04\)70045-5](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(04)70045-5)
- Faraji, R., & Poursoltani, H. (2011). Evaluating the performance of all physical education departments in the provinces of Iran based on the EFQM model. *Sports Management Studies*, 3(9), 177-192. <https://civilica.com/doc/764970/>
- Fried, H. O., Lambrinos, J., & Tyner, J. (2004). Evaluating the performance of professional golfers on the PGA, LPGA and SPGA tours. *European Journal of Operational Research*, 154(2), 548-561. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(03\)00188-7](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(03)00188-7)
- Gearity, B. T., & Denison, J. (2012). Educator-Coach as Stranger. *Cultural Studies ↔ Critical Methodologies*, 12(4), 352-356. <https://doi.org/10.1177/1532708612446437>
- Heydarinejad, S., Muzaffari, S. A. A., & Mohaghar, A. (2005). Explaining the performance evaluation indicators of colleges and departments of physical education and sports sciences. *Journal of Motor Science and Sports*, 2(10), 31-46. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=29388>
- Khanmoradi, S., Zardoshtian, S., & Abbasi, H. (2015). The performance assessment of Youth and sports Offices of based on the EFQM model in Kermanshah. *Scientific Journal Of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 2(3), 69-78. https://fmss.journals.pnu.ac.ir/article_2354.html
- Lee, G. K., & Chan, E. H. (2008). The analytic hierarchy process (AHP) approach for assessment of urban renewal proposals. *Social indicators research*, 89(1), 155-168. <https://doi.org/10.1007/s11205-007-9228-x>

- McCullough, B. P., Orr, M., & Watanabe, N. M. (2019). Measuring externalities: The imperative next step to sustainability assessment in sport. *Journal of Sport Management*, 34(5), 393-402. <https://doi.org/10.1123/jsm.2019-0254>
- Mottaghy, M. R., Safania, M., & Nikbakhsh, R. (2018). Identification and Prioritization of Performance Assessment Indicators of Physical Education Institutions at Iranian Medical Sciences Universities Using Balanced Scorecard Approach and Analytical Hierarchy Process. *Journal of Health Promotion Management*, 7(4), 15-23. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=487224>
- Pierce, D., & Irwin, R. (2016). Competency assessment for entry-level sport ticket sales professionals. *Journal of Applied Sport Management*, 8(2), 11. <https://doi.org/10.18666/JASM-2016-V8-I2-6460>
- Ramezani Nezhad, R., Sahebkar, M. A., Aghaei Khaligh, I., Ardmeh, M., & Akbar, M. (2014). Factor analysis of performance evaluation indicators coaches women's volleyball Premier League Iran. *Scientific Journal Of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 1(2), 11-24. https://fmss.journals.pnu.ac.ir/article_880_30b4d7eb8ba547800084081e267ad81f.pdf
- Soleimani-Damaneh, j., Nejad Sajadi, S. A., & Salimi, M. (2017). Identifying and prioritizing the performance evaluation indices of Iranian directorates of sports and youth from the experts' viewpoints using the AHP model. *Sport Management and Development*, 6(1), 53-65. <https://doi.org/10.22124/jsmd.2017.2446>
- Suratmin, S. (2019). Design of Students Sports Club in Bali Province. *ACTIVE: Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 8(2), 55-61. <https://doi.org/10.15294/active.v8i2.28526>
- Svensson, P. G., Andersson, F. O., & Faulk, L. (2018). A quantitative assessment of organizational capacity and organizational life stages in sport for development and peace. *Journal of Sport Management*, 32(3), 295-313. <https://doi.org/10.1123/jsm.2017-0244>
- Tootian Esfahani, S., Tayyaran, S., & Noraste, T. (2019). Intellectual Capital Evaluation In Training Centers Using Ahp. *Journal Of New Approach In Educational Administration*, 10(3), 225-245. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=729270>



Analysis of Barriers to Entrepreneurship in Sports from the Perspective of Sports Experts

Meysam Noori Khanyourdi¹, Mohammad Khabiri², Ebrahim Alidoust Ghahfarrokhi^{3*}

¹M.Sc, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

^{2,3}Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 01.09.2021

Revised: 04.12.2021

Accepted: 05.17.2021

Keyword:

Barriers to entrepreneurship

Sports industry

Unemployment

Economic development

The three-pronged model

***Corresponding Author:**

Ebrahim Alidoust Ghahfarrokhi

Email: e.alidoust@ut.ac.ir

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze barriers to entrepreneurship in sport from the perspective of students, faculty members, and sports managers in Tehran. The present study was applied in nature and descriptive-analytical in terms of purpose. The statistical population consisted of all graduate students, faculty members, and sports managers in Tehran. The sample size was estimated via Morgan's Table to include 332 participants who were selected via random and convenience sampling techniques. A modified standard questionnaire was the research instrument. The content and face validity of the questionnaire were reviewed and confirmed by sport management professors and the reliability of the questionnaires was 0.92 using Cronbach's alpha. The results showed a significant difference between the selected groups in structural and environmental components ($p < 0.001$, $F = 5.034$ and 6.463). However, there was no significant difference between the selected groups in the behavioral component ($p > 0.001$, $F = 1.103$). According to the results of this study, attempting to provide initial capital for sports entrepreneurship, formulating functional policies in the field of sports businesses, implementing sports entrepreneurship training programs in scientific centers, developing sports business culture, stability in-laws, and regulation for the development of sports businesses and managerial stability and efforts to increase self-efficacy and self-confidence can help develop sports entrepreneurship and remove barriers.





شاپای الکترونیکی: ۲۵۳۸-۴۴۳۰

شاپای چاپی: ۲۳۸۲-۹۷۹۶

مقاله پژوهشی

تحلیل موانع کارآفرینی در ورزش: از دیدگاه متخصصان ورزشی

میثم نوری خانیوردی^۱، محمد خبیری^۲، ابراهیم علیدوست قهفرخی^۳

۱- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۲ و ۳- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف پژوهش، تحلیل موانع کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دانشجویان، اعضای هیئت علمی و مدیران ورزشی شهر تهران بود. پژوهش حاضر از نظر ماهیت، کاربردی و به لحاظ هدف از نوع توصیفی-تحلیلی بود. جامعه آماری پژوهش، دانشجویان تحصیلات تکمیلی، اعضای هیئت علمی و مدیران ورزشی شهر تهران بودند. نمونه آماری براساس جدول مورگان شامل ۳۳۲ نفر بود که به صورت تصادفی و در دسترس انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش، پرسش‌نامه استاندارد تعدیل‌یافته بود. روایی محتوایی و صوری پرسش‌نامه را استادان مدیریت ورزشی بررسی و تأیید کردند و پایایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۲ به دست آمد. نتایج نشان داده شد که بین گروه‌های منتخب در مؤلفه ساختاری و محیطی، تفاوت معناداری وجود داشت ($p < 0/001, F = 5.034$)؛ اما بین گروه‌های منتخب در مؤلفه رفتاری، تفاوت معنادار نبود ($p > 0/001, F = 1.103$). با توجه به نتایج این پژوهش، تلاش برای تأمین سرمایه اولیه برای کارآفرینی ورزشی، تدوین سیاست‌های کارکردی در زمینه کسب‌وکارهای ورزشی، اجرای برنامه‌های آموزشی کارآفرینی ورزشی در مراکز علمی، توسعه فرهنگ کسب‌وکار ورزشی، ثبات در قوانین و مقررات برای توسعه کسب‌وکارهای ورزشی و ثبات مدیریتی، تلاش برای افزایش خودکارآمدی و اعتمادبه‌نفس می‌تواند به توسعه کارآفرینی ورزشی و رفع موانع کمک کند.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۲۰

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۲۳

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۲۷

کلید واژگان:

موانع کارآفرینی

صنعت ورزش

بیکاری

توسعه اقتصادی

مدل سه شاخگی

*نویسنده مسئول: ابراهیم علیدوست قهفرخی

پست الکترونیکی:

e.alidoust@ut.ac.ir



مقدمه

در دنیای امروز، شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور به گونه‌ای شده است که لزوم توجه به حل مشکلات و تنگناها در حال و آینده را طلب می‌کند (مرجان امینی، رحیم جمشیدی و صدیقه حیدری نژاد، ۲۰۱۴). یکی از مسائل مطرح در این شرایط، بیکاری می‌باشد که در پاسخ به این معضل، ارگان‌های مسئول، افراد را به قدم نهادن در جهت شاخه‌های خوداشتغالی و کارآفرینی تشویق می‌کنند (اسکات شین، ۲۰۰۹)^۱. (شارون آ. آوارز و جی بی. بارنی، ۲۰۱۴)^۲ اشاره می‌کنند که کارآفرینی ریشه در بینش فردی، فرهنگ و جامعه دارد و به کارگیری فرایندهای نوآورانه، توأم با پذیرش خطر و عامل تغییر در عامل‌های اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود. از نظر (الکساندریا والرپو، برنت پارتون و آلیشیا راب، ۲۰۱۴)^۳، کارآفرینی یک شیوه مدیریتی است که تعقیب فرصت‌ها محسوب می‌شود بدون توجه به منابعی که هم‌اکنون در کنترل است. امروزه مطالعه کارآفرینی به یکی از عمومی‌ترین حوزه‌های پژوهشی در مطالعات مدیریت تبدیل شده است؛ به بیان دیگر، کارآفرینی به دلیل اثرات قابل‌ملاحظه‌ای که بر سطوح خرد و کلان اقتصاد دارد، مورد توجه حوزه‌های مختلف قرار گرفته است (رضا محمدکاظمی، نازنین راسخ و فاطمه اسماعیلی، ۲۰۱۷). یکی از حوزه‌هایی که زمینه ظهور کارآفرینی در آن احساس می‌شود، صنعت ورزش می‌باشد. صنعت ورزش دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی است که آن را از سایر صنایع متمایز می‌کند؛ از جمله: عدم‌اطمینان نتایج، تمایل به رقابتی بودن، تمرکز بر محصول (به جای بازار)، همکاری بین تیم‌ها و سازمان‌ها، عدم کنترل محصول، تمرکز بر عملکرد نسبت به سایر نتایج (برای مثال بازگشت سرمایه)، نقش طرفداران هم به‌عنوان تولیدکننده و هم به‌عنوان مصرف‌کننده و ارتباط متقابل با رسانه‌ها. این ویژگی‌های منحصربه‌فرد رقابتی، صنعت ورزش را شکل می‌دهد و آن را به یک صنعت جالب برای مطالعه تبدیل می‌کند. ویژگی بارز دیگر این است که روش‌های مختلفی برای ارتباط مردم با صنعت ورزش وجود دارد از شرکت به‌عنوان ورزشکار یا مصرف‌کننده گرفته تا دیدن آن به‌عنوان نوعی سرگرمی (جورج بی. کانینگهام، مارلین آ. دیکسون، جان ان. سینگر، کریستی اف. اوشیرو، نایانگ آن و آنتونی ویمز، ۲۰۲۱)^۴.

با توجه به اهمیت کارآفرینی، تولید، حمایت و مانع‌زدایی برای کشور و ضرورت توجه به کارآفرینی و رفع موانع تولید و کارآفرینی، رهبر معظم انقلاب اسلامی سال ۱۴۰۰ را سال «تولید؛ پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها» نام‌گذاری کردند که نشان از اهمیت توجه به مقوله کارآفرینی و مانع‌زدایی‌ها است. اما رسیدن به این امر نیازمند توجه به شرایط و زمینه‌های ویژه است که یکی از این زمینه‌ها شناسایی و تحلیل موانع کارآفرینی در ورزش است که به‌واسطه این کار می‌توان به نحوه شایسته‌تری به رفع موانع اقدام کرد؛ به طوری که در وهله اول برنامه‌ریزان و کارآفرینان ورزشی باید موانع موجود را شناسایی و رفع کنند تا بتوانند مسیر کارآفرینی را هموار کنند و سریع‌تر به اهداف خود برسند. تردیدی نیست که حضور پررنگ دولت در اقتصاد ایران و موانعی که برای رقابت مؤثر بخش خصوصی و کارآفرینان وجود دارد، توسعه کارآفرینی را کند و بلکه ناممکن می‌سازد؛ لذا شناسایی موانع کارآفرینی در ورزش کشور از این نظر ضروری است که به سیاست‌گذاران و محققان بخش ورزش کمک می‌کند تا بتوانند راهکارهای مناسبی برای فائق آمدن بر موانع موجود ارائه کنند.

با توجه به مطالعات پیشین، مشخص است که مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش، مبحث مهمی می‌باشد؛ زیرا به سیاست‌گذاران و محققان بخش ورزش کمک می‌کند تا بتوانند راه‌کارهای مناسبی برای فائق آمدن بر موانع موجود ارائه کنند و گامی مؤثر برای ایجاد کسب‌وکار جدید در این عرصه بردارند؛ در نتیجه ایجاد اشتغال کنند. همچنین ورزش،

¹ Scott Shane, 2009

² Sharon A. Alvarez & Jay B. Barney, 2014

³ Alexandria Valerio, Brent Parton, Alicia Robb, 2014

⁴ George B. Cunningham, Marlene A. Dixon, John N. Singer, Kristi F. Oshiro, Na Young Ahn, Anthony Weems, 2021

فرصت مناسب و متنوعی برای ایجاد اشتغال فراهم می‌کند که با شناخت و برطرف کردن موانع آن می‌توان فرصت‌های جدیدی را به جوانان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی اجتماعی بهره گرفت. اما هنوز در زمینه شناسایی و توصیف موانع کارآفرینی در ورزش کمبود وجود دارد؛ بنابراین در این پژوهش برای برطرف کردن این شکاف، با مطالعه پژوهش‌های پیشین، موانع کارآفرینی ورزشی با رویکرد مدیریتی در سه بعد ساختاری، محیطی و رفتاری بررسی شده است. اما آنچه در پیشینه پژوهش نادیده گرفته شده است، شناسایی موانع کارآفرینی در ورزش هم از نظر دانشجویان و متخصصان این حوزه و هم از نظر مدیران ورزشی و انجام مقایسه بین آن‌ها می‌باشد؛ زیرا بررسی این موضوع با توجه به جامعه آماری دانشجویان، اعضای هیئت علمی و مدیران فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی، رویکرد جامع به این مسئله می‌باشد و مسلماً چنین رویکردی، در شناسایی دقیق‌تر موانع کارآفرینی، کارساز خواهد بود و در نتیجه، یافته‌های این پژوهش می‌تواند در تحول باورها و بینش مدیران و ارتقای سطح مشارکت بخش خصوصی در عرصه ورزش مفید واقع شود و زمینه ورود دانشجویان به عرصه کارآفرینی در ورزش را هموار سازد.

مبانی نظری

تغییر و تحولات سریع علم و فناوری در جهان و تلقی ورزش به‌مثابه یک حرفه از یک طرف و تبدیل آن به یک صنعت از طرف دیگر، دست‌اندرکاران ورزش را با معضلات جدیدی روبه‌رو ساخته است که گذر از آن‌ها نیازمند به‌کارگیری رویکردها و روش‌های خلاقانه است (والریو و همکاران، ۲۰۱۴). هنگام تمرکز بر کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه، دانشجویان ورزشی، شایسته توجه ویژه هستند؛ زیرا ورزش و کارآفرینی، چندین ویژگی مشترک دارند (ماریان هولینکا، جانا هولینکوا و میروسلاو هولینکا، ۲۰۱۸)^۱. از طرفی که (ونسارتن و پل جونز، ۲۰۲۰)^۲ بیان می‌کنند که کارآفرینی ورزشی به‌سرعت، محبوبیت خود را در زمینه‌های کارآفرینی، مدیریت و زمینه‌های ورزشی به‌دست آورده است؛ این بدان معناست که فرایند کارآفرینی ورزشی می‌تواند کارساز باشد؛ زیرا کارآفرینی، فرصت‌های جدید برای اشتغال در زمینه ورزش را ایجاد می‌کند که با توجه به ابعاد گسترده علوم ورزشی می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد در جهان مطرح کرد (محمد زارعی محمودآبادی، کوروش قهرمان تبریزی و سید محمدجواد رضوی، ۲۰۱۳). به‌طور کلی، کارآفرینی در ورزش به‌عنوان شروع یک کسب‌وکار جدید یا سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش تعریف می‌شود (راتن، ۲۰۱۸).

آنچه ورزش را به‌عنوان یک پدیده مهم فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی و سیاسی از دیگر عرصه‌ها جدا می‌کند، پتانسیل‌های بسیار اثرگذار و گاه کم‌نظیر در این عرصه است (مهدی شریعتی و مهدی دستگردی، ۲۰۱۹). در این میان، کارآفرینی به‌عنوان یکی از حوزه‌های بکر اشتغال‌زایی صنعت ورزش در سالیان اخیر مورد توجه بیشتری قرار گرفته و توانسته است در مواردی همچون مدیریت تفریحات، علم تمرین، مدیریت سلامت و غیره کمک قابل توجهی به افزایش و تقویت کسب‌وکار حوزه ورزش کند (دانیل پارنل، کارل اسپراکلن و پیتر میلوارد، ۲۰۱۷)^۳ که بخش بزرگی از این مشکلات می‌تواند ناشی از وجود موانع کارآفرینی در ورزش باشد که با رفع آن می‌توان کمک شایانی به اشتغال دانشجویان کرد؛ به‌طوری که (آی علی، ام آ اجمل و ان اقبال، ۲۰۱۶)^۴ در پژوهش‌های خود ترس از شکست، خطرگریزی، فرار از استرس

¹ Marian Holienka, Jana Holienkova & Miroslav Holienka, 2018

² Vanessa Ratten & Paul Jones, 2020

³ Daniel Parnell, Karl Spracklen & Peter Millward, 2017

⁴ I Ali, MA Ajmal & N Iqbal, 2016

و کار سخت را به عنوان موانع کارآفرینی بیان کردند. همچنین (ایوانا لویا-ووچیک، ۲۰۲۰)^۱ در پژوهش‌های خود، نبود اعتمادبه‌نفس و ترس از شکست را از موانع کارآفرینی بیان کرد.

در واقع، ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند و کارآفرینی نیز از طریق ایجاد کسب‌وکار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی به توسعه صنعت ورزش کمک می‌کند (زارعی محمودآبادی و همکاران، ۲۰۱۳). در نتیجه، کارآفرینی در ورزش، تصمیمات، اقدامات و فرایندهایی است که توسعه محصولات، خدمات و بازارها را منجر می‌شود (گابریلا کاپیوتی، جیمز سی. هایتون، جی. رابرت میچل و آندرس گیازیتزوغلو، ۲۰۱۶)^۲ و موفقیت کارآفرینی در جذب علاقه مدیران و محققان ورزشی، نمایان‌گر نقش مهم آن در ارزش‌افزایی صنعت ورزش می‌باشد (راتن، ۲۰۱۸). کارآفرینی می‌تواند از طریق کشف و گسترش فرصت‌های شغلی مرتبط با ورزش، زمینه‌های رونق اقتصادی و در نتیجه آن، کاهش بیکاری را به ارمغان آورد (الکس مارتیس، رکان زولین، گریت د وال، رزماری فیشر، آرون پرینی و برونین ایگر، ۲۰۱۵)^۳. اما با همه تأثیرات مثبت کارآفرینی در صنعت ورزش، یکی از بزرگ‌ترین معضلات برای نیروی انسانی تحصیل کرده در ورزش، ورود به عرصه کارآفرینی می‌باشد (زارعی محمودآبادی و همکاران، ۲۰۱۳) که حل آن، ریشه در شناسایی موانع کارآفرینی و رفع این موانع دارد. علل افزایش علاقه به کارآفرینی در ورزش، این است که ورزش، ماهیت رقابتی دارد و صنعت ورزش، یکی از بزرگ‌ترین و تغییرپذیرترین صنعت‌هاست. فناوری‌های جدید و نیازهای مصرف‌کننده در ورزش از جمله عوامل اثرگذار بر توسعه ایده‌های جدید برای عرضه خدمات در بازار می‌باشد. محصولات ورزشی سنتی شامل لباس و تجهیزات هستند که تحت تأثیر نوآوری‌های فناورانه و کاربرمحور قرار گرفته‌اند (اوندز دوولتی، ۲۰۱۷)^۴.

شناسایی موانع توسعه کارآفرینی در مطالعات مختلف بررسی شده است و عوامل مختلفی در این زمینه به‌عنوان موانع کارآفرینی معرفی شده‌اند؛ بدین منظور، (نگین فلاح حقیقی، مریم محمودی و مسعود بیژنی، ۲۰۱۸) با استفاده از تحلیل کیفی، پنج طبقه از موانع کارآفرینی را معرفی کردند: ۱- کمبود علاقه، انگیزه و تخصص در مراکز علمی ۲- ضعف در برنامه‌های آموزشی ۳- ضعف عوامل مدیریتی و کمبود مکانیزم‌های مناسب برای ورود به عرصه کارآفرینی ۴- موانع ساختاری و ضعف در برقراری ارتباط بخش‌های اقتصادی و ۵- فرهنگ ضعیف کارآفرینی در کشور. (معصومه شاهرودی، کمریه اسماعیل و محمد قریشی، ۲۰۱۸) موانع کارآفرینی اجتماعی را در کشور مالزی، بررسی کردند و نتایج نشان داد که عدم شایستگی، اعتماد به نفس و کمبود منابع از موانع کارآفرینی در این کشور می‌باشند. (نبیل محمد، جرارد مک لوی و لئوپل دانا، ۲۰۱۷)^۵ با بررسی موانع توسعه و پیشرفت کارآفرینی در پاکستان، عوامل مذهبی، ساختاری و اجتماعی و اقتصادی را عامل سطح پایین کارآفرینی کشور پاکستان دانستند. (یوانیس سیتاریدیس و فوتیس کیسیوس، ۲۰۱۹)^۶ در پژوهش خود نشان دادند که فقدان دانش و مهارت‌های کارآفرینی تأثیر عمده‌ای بر کارآفرینی دانشجویان دارد. برعکس، خود انگیزه نسبت به کارآفرینی به عنوان پادزهر عمل می‌کند.

(تان-توی نگوین، جواد شهرکی، فام ون هانگ و نگوین ون تونگ، ۲۰۲۱)^۷ دسترسی محدود به کانال‌های توزیع و دسترسی محدود به پشتیبانی و فناوری کسب‌وکار را از موانع کارآفرینی بیان کردند. همچنین (ادوین چیگوزی نووکوری و ایکنا کینگزلی آدیوکوو، ۲۰۲۰)^۸ نشان دادند که دسترسی ضعیف به منابع مالی، سیاست‌های متناقض دولت (مانند

¹ Iwona Lupa-Wójcik, 2020

² Gabriella Cacciotti, James C. Hayton, J. Robert Mitchell & Andres Giazitzoglu, 2016

³ Alex Maritz, Roxanne Zolin, Gerrit De Waal, Rosemary Fisher, Aron Perenyi & Bronwyn Eager, 2015

⁴ Ondřej Dvouletý, 2017

⁵ Nabeel Muhammad, Gerard McElwee & Leo-Paul Dana, 2017

⁶ Ioannis Sitaridis & Fotis Kitsios, 2019

⁷ Thanh-Thuy Nguyen, Javad Shahreki, Pham Van Hong & Nguyen Van Tung, 2021

⁸ Edwin Chigozie Nwokorie & Ikenna Kingsley Adiukwu, 2020

مالیات‌های متعدد) و زیرساخت‌های ضعیف از موانع کارآفرینی می‌باشد. (فوک دو تی کیم، ۲۰۲۰)^۱ نشان داد که عوامل فردی، عوامل محیطی و عوامل اجتماعی- فرهنگی از جمله موانع مؤثر بر کارآفرینی می‌باشد. (یونجو چو، زولا کی. مون و تیفانی بوونخونگ، ۲۰۱۹)^۲ نیز در پژوهش‌های خود، ترس از شکست، فقدان دانش مدیریت مالی و انتخاب مکان کسب‌وکار را از موانع کارآفرینی بیان کردند. همچنین (جان هوجنیک، دوریس گومزلیچ امرزل و تینا براتکوویچ کرگار، ۲۰۱۹)^۳ عوامل شخصی، انتظارات/ترس، فضای اقتصادی و سیاسی، سبک زندگی کارآفرینی و محیط اجتماعی را از موانع کارآفرینی بیان کردند.

(جوناس هامراشمیت، فابیان اگریز، ساشا کراوس، پل جونز و ماتیس فیلسر، ۲۰۲۰)^۴ نشان دادند که گرایش به کارآفرینی، رابطه مثبت و معناداری با عملکرد مالی و ورزشی باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای در کشورهای آلمانی زبان دارد. (ابوالفضل فراهانی، مه‌ری صفرزاد و زهرا فراهانی، ۲۰۱۹) موانع کارآفرینی در ورزش را نگرش‌ها و مؤلفه‌های رفتاری جامعه ایرانی در وابستگی به بدنه دولتی و بالا بودن روحیه مطالبه‌گری از دولت، بی‌اعتمادی منابع انسانی به بخش خصوصی از یک طرف و زیاده‌خواهی و منفعت‌طلبی بخش خصوصی، ناکامی دولت در اجرای اصل ۴۴ در واگذاری به بخش خصوصی، باور عمومی جامعه ایرانی به انجام امور به صورت فردی، مقاومت جامعه ورزش در ورود اشخاص غیرورزشی توانمند در حوزه‌های مدیریتی، اقتصادی و مالی و در عین حال فاقد سابقه ورزشی، تمایل دستیابی مدیران به سودهای کوتاه‌مدت و نبود سیستم کنترلی منعطف و ارگانیک بیان کردند. (رحیم شیخ زاده، محمود سلیمی، یعقوب غفوری و احمر ترک فر، ۲۰۱۶)، در زمینه بررسی موانع کارآفرینی ورزش نشان دادند که موانع ساختاری، رفتاری و محیطی، موانع اصلی کارآفرینی در ورزش محسوب می‌شوند. در واقع در پژوهش آن‌ها، عوامل کنترلی، تکنولوژیکی و اقتصادی به ترتیب مهم‌ترین جنبه‌های موانع ساختاری، رفتاری و محیطی در نظر گرفته شدند.

(مارتیس و همکاران، ۲۰۱۵) در پژوهش خود، موانع رایج برای کارآفرینان را عدم حمایت مالی، فقدان اطلاعات در مورد چگونگی شروع یک کسب‌وکار و پیچیدگی مراحل اداری بیان کرد. (فرزاد زیویار، ابوالفضل فراهانی و لقمان کشاورز، ۲۰۱۷) محورها و موانع کارآفرینی در وزارت ورزش و جوانان را مطالعه کردند و نشان دادند که موانع کارآفرینی شامل راهبرد، تصمیم‌گیری، سیستم ارزیابی، ساختار سازمانی، سیستم پاداش، سیستم تحقیق و توسعه، سیستم مالی، فرهنگ سازمان، عوامل شخصیتی و مدیریتی، سبک رهبری، تضاد سازمانی، عوامل سیاسی و قانونی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، فناوریانه می‌باشد. در پژوهش (یاور امید، رضا محمدکاظمی و صغری آزموده، ۲۰۱۶)، موانع محیطی کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان را عوامل سیاسی- قانونی، اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، فناوریانه و بین‌المللی معرفی کردند. (زینب مندعلی زاده و محمد احسانی، ۲۰۱۴) نیز نشان دادند که مهم‌ترین موانع فردی برای کارآفرینی زنان در ورزش، فقدان استقلال مالی، فقدان تجربه و میزان کم اعتمادبه‌نفس در مقایسه با مردان می‌باشد و مهم‌ترین موانع محیطی، فقدان دسترسی به منابع بیان شد. همچنین (جهانگیر یداللهی فارسی، ناصر غلامی، مهرزاد حمیدی و علی کنعانی، ۲۰۱۲) موانع کارآفرینی در ورزش را سرمایه‌گذاری زیربنایی دولت در ورزش، نبود توجه به کیفیت محصولات و خدمات، میزان تشویق جو و فضای عمومی حاکم بر جامعه نسبت به خلق و اجرای ایده‌های جدید، میزان رقابت در بازار ورزشی (تولید تجهیزات ورزشی و باشگاه‌داری) و زیرساخت‌های نامناسب کسب‌وکار (ارتباطات، حمل‌ونقل، خدمات بیمه و خدمات بانک‌داری) معرفی کردند.

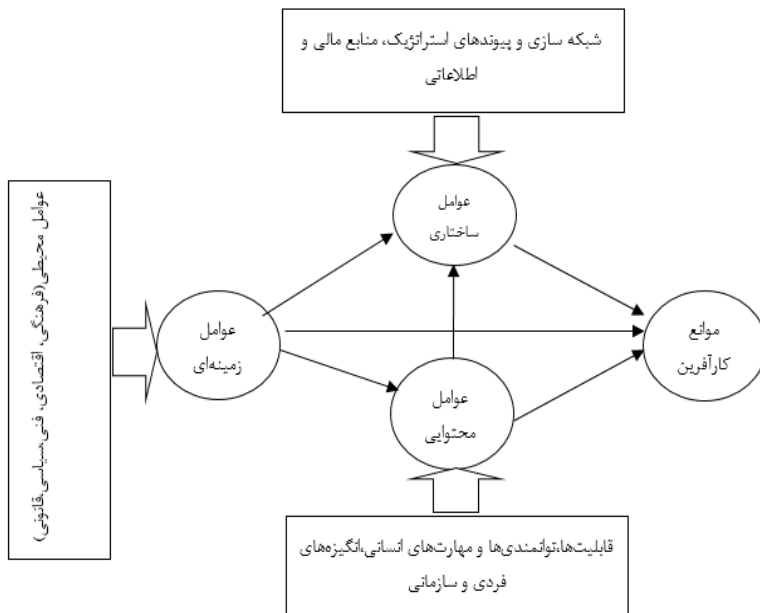
¹ Phuc Do Thi Kim, 2020

² Eunjoo Cho, Zola K. Moon & Tiffany Bounkhong, 2019

³ Jana Hojnik, Doris Gomezelj Omerzel & Tina Bratkovič Kregar, 2019

⁴ Jonas Hammerschmidt, Fabian Eggers, Sascha Kraus, Paul Jones & Matthias Filser, 2020

بستر اساسی مدل مفهومی تحقیق حاضر، بهره‌گیری از مدل سه شاخگی: ساختار، محتوا و زمینه است. منظور از عوامل ساختاری، همه عناصر، عوامل و شرایط فیزیکی و غیرانسانی یا عوامل غیرزنده سازمان است؛ نظیر ساختار سازمانی، قوانین و مقررات، منابع مالی، اطلاعاتی. منظور از عوامل محتوایی یا رفتاری، شامل کلیه عوامل مربوط به نیروی انسانی اعم از مدیریت دانشگاه، اعضای هیئت علمی، کارکنان بخش‌های ستادی و نیز توانمندی‌های نرم دانشگاه‌ها است. منظور از شاخه زمینه، تمام شرایط و عوامل محیطی است که بر سازمان محاط هستند، بستر مهم رشد و توسعه سازمان را تشکیل می‌دهند؛ از قبیل مشتریان با ارباب رجوع، فرهنگ حاکم، بازار، دولت و سایر سیستم‌های محیطی سازمان. علت نامگذاری این مدل به سه شاخگی، آن است که ارتباط بین عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای به نحوی است که هیچ پدیده یا رویداد سازمانی نمی‌تواند خارج از تعامل این سه شاخه صورت گیرد. رابطه بین این سه شاخه، یک رابطه تنگاتنگ و ناگسستگی است و در عمل از هم جدایی‌ناپذیرند؛ بنابراین، تمایز این سه جنبه از حیات سازمانی صرفاً نظری است و فقط به منظور تجزیه و تحلیل و شناخت مفاهیم و پدیده‌های سازمانی انجام می‌شود (حسن میرزایی اهرنجانی و محمدعلی سرلک، ۲۰۰۵).



شکل ۱. چارچوب مفهومی موانع کارآفرینی در ورزش

روش‌شناسی

پژوهش حاضر، براساس اهداف پژوهش، از نوع کاربردی، روش انجام آن توصیفی-پیمایشی و روش جمع‌آوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای-میدانی بود. جامعه آماری تحقیق حاضر را اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های دولتی (۹۰ نفر)، دانشجویان تحصیلات تکمیلی (۴۲۰ نفر) و مدیران اداره کل ورزش و جوانان، فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی شهر تهران (۸۵ نفر) تشکیل می‌دادند. نمونه آماری براساس جدول مورگان اعضای هیئت علمی (۷۶ نفر)، دانشجویان (۱۹۶ نفر) و مدیران ورزشی (۶۰ نفر) برآورد شد. بنابراین تعداد ۴۰۰ پرسش‌نامه در بین نمونه‌های آماری توزیع شد که

از بین آن‌ها تعداد ۳۳۲ پرسش‌نامه به صورت صحیح دریافت و تجزیه و تحلیل شد. برای اولویت‌بندی و تحلیل اولویت‌بندی و تحلیل موانع کارآفرینی در ورزش از دیدگاه اعضای هیئت علمی، دانشجویان و مدیران ورزشی شهر تهران، از پرسش‌نامه استاندارد تعدیل‌یافته (ناصر غلامی، ۲۰۰۸) که روایی صوری و محتوایی آن با استفاده از نظرات استادان مدیریت ورزشی بررسی و تأیید شد، در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار گرفت. پرسش‌نامه شامل ۶۳ سؤال با طیف پنج‌گزینه‌ای (خیلی زیاد، زیاد، تا حدودی، کم و خیلی کم) است و به ترتیب نمره ۵ تا ۱ به آن‌ها تعلق گرفت. این پرسش‌نامه عناصر تأثیرگذار را در سه مؤلفه رفتاری (سؤالات ۱ تا ۲۶)، ساختاری (۲۷ تا ۳۴) و محیطی (۳۵ تا ۶۳)، مورد مطالعه قرار داده است. پایایی درونی این پرسش‌نامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS20 و از طریق آزمون ضریب آلفای کرونباخ ۰.۹۲۰ محاسبه شد که نشان از پایایی بالا و مناسب بودن پرسش‌نامه‌ها دارد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی و آمار استنباطی؛ از قبیل آزمون کولموگروف اسمیرنوف، آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه، آزمون تعقیبی شفه و آزمون فریدمن به کمک نرم‌افزار SPSS20 استفاده شد.

یافته‌ها

نتایج نشان داد که بیشتر جامعه آماری پژوهش در رده سنی ۲۰ تا ۳۰ سال با ۵۹/۵ درصد بود و بعد از آن به ترتیب رده سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با ۲۳/۳ درصد، رده سنی ۵۱ تا ۶۰ با ۸ درصد، رده سنی ۳۱ تا ۴۰ با ۶/۲ درصد و رده سنی ۶۱ تا ۷۰ با ۰/۳ درصد، بیشترین فراوانی در پژوهش حاضر را به خود اختصاص داده‌اند، بقیه اطلاعات در مورد جنسیت، مدرک تحصیلی و شغل نمونه‌های آماری در جدول ۱ گزارش شده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی طبقات جنسیت، سن، تحصیلات و شغل

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۸۲
	زن	۱۵۰
تحصیلات	فوق‌دیپلم	۳
	لیسانس	۲۷
	فوق‌لیسانس	۱۹۸
	دکتر	۱۰۴
شغل (سمت)	دانشجو	۱۹۶
	هیئت علمی	۷۶
	مدیر	۶۰
مجموع	۳۳۲	۱۰۰

برای تعیین چگونگی توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده و نتایج در جدول ۲ ارائه شد.

جدول ۲. آزمون کولموگروف اسمیرنوف در خصوص توزیع طبیعی داده‌ها

شاخص	میانگین	انحراف استاندارد	Z	Sig
موانع کارآفرینی	۳/۴۴	۰/۳۰	۱/۲۸	۰/۰۷۳

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که توزیع داده‌های موانع کارآفرینی ($Z=1/28, Sig=0/073$) طبیعی است. در نتیجه از آزمون‌های پارامتریک برای تحلیل استنباطی داده‌ها استفاده شد.

جدول ۳. رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه محیطی در بین مدیران ورزشی شهر تهران، اعضای هیئت علمی و دانشجویان

مدبران			اعضای هیئت علمی			دانشجویان تحصیلات تکمیلی				
تعداد	آماره خی‌دو	درجه آزادی	میزان P	تعداد	آماره خی دو	درجه آزادی	میزان P	تعداد	آماره خی دو	درجه آزادی
۶۰	۲۰۶/۰۰۲	۲۷	۰/۰۰۱	۷۶	۵۹/۷۹۹	۲۷	۰/۰۰۱	۱۹۶	۲۰۵/۸۵۱	۲۷
مؤلفه			مدبران		هیئت علمی		دانشجویان			
رتبه	میانگین رتبه	رتبه	رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه		
۴	۱۶/۰۸	۱۷	۱۴/۲۹	۱	۱۹/۷۵	۱	۱۹/۷۵	میزان تغییر و تحولات مدیران کلان کشور به‌خصوص در حوزه ورزش		
۳	۱۶/۴۴	۱۰	۱۵/۰۸	۲	۱۸/۵۸	۲	۱۸/۵۸	نیاز به اخذ مجوزهای قانونی برای سرمایه‌گذاری‌های جدید		
۲۴	۱۳/۴۹	۲	۱۶/۷۴	۳	۱۷/۸۷	۳	۱۷/۸۷	تناقض در قوانین دولتی حاکم بر کسب‌وکارهای ورزشی		
۲۶	۱۱/۲۶	۶	۱۵/۶۰	۴	۱۷/۳۶	۴	۱۷/۳۶	برخورداوری افراد جامعه از حقوق یکسان برای اخذ پروانه کار		
۱۱	۱۵/۱۷	۱۸	۱۴/۲۴	۵	۱۶/۸۶	۵	۱۶/۸۶	تأثیر افراد و گروه‌هایی مانند انجمن جمعه، نمایندگان مجلس و ...		
۱۲	۱۵/۱۵	۱۲	۱۴/۷۲	۶	۱۶/۷۱	۶	۱۶/۷۱	تمایل به کسب سودهای کوتاه‌مدت در افراد جامعه		
۲۶	۱۲/۴۵	۱۴	۱۴/۵۱	۷	۱۶/۶۳	۷	۱۶/۶۳	وجود روحیه خودمحوری در جامعه ایرانی		
۱۷	۱۴/۱۷	۱۳	۱۴/۷۰	۸	۱۵/۶۶	۸	۱۵/۶۶	میزان رفاه عمومی جامعه		
۱	۱۶/۷۳	۲۱	۱۳/۴۸	۹	۱۵/۵۴	۹	۱۵/۵۴	فرهنگ توسعه کسب‌وکار در جامعه		
۱۰	۱۵/۲۸	۸	۱۵/۳۳	۱۰	۱۵/۴۳	۱۰	۱۵/۴۳	تعداد افراد موفقی که در جامعه می‌توانند به عنوان الگوی کارآفرینی در عرصه ورزش معرفی شوند		
۹	۱۵/۳۴	۲۴	۱۲/۹۳	۱۱	۱۵/۲۴	۱۱	۱۵/۲۴	میزان فشارهای سیاسی در ورزش کشور		
۷	۱۵/۵۴	۲۵	۱۲/۹۱	۱۲	۱۵/۲۱	۱۲	۱۵/۲۱	میزان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی		
۲۳	۱۳/۵۲	۱	۱۶/۹۰	۱۳	۱۵/۰۹	۱۳	۱۵/۰۹	ثبات قوانین و مقررات کشور در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی		
۲۲	۱۳/۵۲	۴	۱۵/۹۵	۱۴	۱۴/۷۱	۱۴	۱۴/۷۱	تلفی فضای عمومی جامعه، از کار و تلاش به‌عنوان ورزش		
۲۵	۱۳/۱۰	۱۹	۱۳/۷۰	۱۵	۱۴/۱۵	۱۵	۱۴/۱۵	ارزیابی عملکرد افراد موفق در جامعه، بر اساس شاخص‌های علمی		
۲۱	۱۳/۶۸	۲۱	۱۳/۴۳	۱۶	۱۴/۱۳	۱۶	۱۴/۱۳	تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی		
۵	۱۶/۰۷	۳	۱۶/۲۲	۱۷	۱۳/۸۳	۱۷	۱۳/۸۳	ورود تکنولوژی‌های جدید با بررسی‌های دقیق به کشور		
۲	۱۶/۴۷	۵	۱۵/۸۹	۱۸	۱۳/۷۶	۱۸	۱۳/۷۶	میزان همکاری تأمین‌کنندگان مواد اولیه و تجهیزات مورد نیاز		
۲۷	۱۰/۸۸	۲۷	۱۲/۵۶	۱۹	۱۳/۷	۱۹	۱۳/۷	تمایل افراد جامعه نسبت به تغییر عادت‌های رفتاری		
۱۸	۱۳/۹۰	۷	۱۵/۳۹	۲۰	۱۳/۷۳	۲۰	۱۳/۷۳	میزان تشویق جو و فضای عمومی حاکم بر جامعه به خلق و اجرای ایده‌های جدید		
۱۴	۱۴/۹۷	۹	۱۵/۱۳	۲۱	۱۳/۲۹	۲۱	۱۳/۲۹	نگرش مدیران دولتی به ایجاد و توسعه کسب‌وکار ورزشی		
۱۳	۱۵/۱۱	۳۶	۱۲/۵۸	۲۲	۱۲/۹۸	۲۲	۱۲/۹۸	امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی		
۸	۱۵/۳۶	۲۲	۱۳/۱۲	۲۳	۱۲/۵۸	۲۳	۱۲/۵۸	امکان بروز خلاقیت و ابتکار در حوزه ورزش در خانواده‌های ایرانی		
۱۶	۱۴/۱۹	۱۸	۱۳/۸۵	۲۴	۱۲/۲۱	۲۴	۱۲/۲۱	میزان سرعت پیشرفت تکنولوژی در ورزش		
۱۹	۱۳/۸۷	۱۱	۱۴/۷۶	۲۵	۱۰/۸۸	۲۵	۱۰/۸۸	تمایل افراد جامعه به انجام کارها به‌صورت فردی		
۱۵	۱۴/۵۴	۱۵	۱۴/۳۲	۲۶	۸/۹۷	۲۶	۸/۹۷	تلاش رسانه‌های گروهی برای ترویج فرهنگ کارآفرینی		
۶	۱۶/۰۴	۲۳	۱۳/۰۱	۲۷	۷/۳۵	۲۷	۷/۳۵	میزان رقابت در بازار ورزشی (تولید تجهیزات ورزشی و باشگاه‌داری)		

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه محیطی در بین مدیران ورزشی، نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «میزان تغییر و تحولات مدیران کلان کشور به‌خصوص در حوزه ورزش» (۱۹/۷۵) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «میزان رقابت در بازار ورزشی (تولید تجهیزات ورزشی و باشگاه‌داری)» (۷/۳۵) بوده است. همچنین رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه محیطی در بین اعضای هیئت علمی، نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «بی‌ثباتی قوانین و

مقررات کشور در توسعه کسب و کارهای ورزشی» (۱۶/۹۰) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «تمایل افراد جامعه به انجام کارها به صورت فردی» (۱۲/۵۶) بوده است. رتبه‌بندی گویه‌های مؤلفه محیطی در بین دانشجویان، نشان داد که بیشترین میانگین رتبه مربوط به «نبود فرهنگ توسعه کسب و کار در جامعه» (۱۶/۷۳) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «تمایل افراد جامعه نسبت به تغییر عادت‌های رفتاری» (۱۰/۸۸) بوده است.

جدول ۴. رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه ساختاری در بین مدیران ورزشی شهر تهران، اعضای هیئت علمی و دانشجویان

مدیران			اعضای هیئت علمی			دانشجویان تحصیلات تکمیلی																																																																																			
تعداد	آماره	درجه	میزان	درجه	تعداد	آماره	درجه	میزان P																																																																																	
خی‌دو	آزادی	آزادی	P	آزادی	دو	آزادی	دو																																																																																		
۶۰	۲۴/۶۷۷	۷	۰/۰۰۱	۷۶	۳۳/۰۰۹	۷	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱																																																																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">مدیران</th> <th colspan="3">هیئت علمی</th> <th colspan="3">دانشجویان</th> </tr> <tr> <th>میانگین رتبه</th> <th>میانگین رتبه</th> <th>رتبه</th> <th>میانگین رتبه</th> <th>میانگین رتبه</th> <th>رتبه</th> <th>میانگین رتبه</th> <th>میانگین رتبه</th> <th>رتبه</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>۵/۲۳</td> <td>۱</td> <td>۴/۶۱</td> <td>۳</td> <td>۴/۶۹</td> <td>۳</td> <td>۴/۶۹</td> <td>۳</td> <td>۳</td> </tr> <tr> <td>۴/۹۲</td> <td>۲</td> <td>۴/۲۰</td> <td>۶</td> <td>۳/۹۹</td> <td>۶</td> <td>۳/۹۹</td> <td>۶</td> <td>۷</td> </tr> <tr> <td>۴/۷۹</td> <td>۳</td> <td>۵/۴۲</td> <td>۱</td> <td>۴/۵۳</td> <td>۱</td> <td>۴/۵۳</td> <td>۱</td> <td>۵</td> </tr> <tr> <td>۴/۴۴</td> <td>۵</td> <td>۳/۷۹</td> <td>۸</td> <td>۴/۸۶</td> <td>۸</td> <td>۴/۸۶</td> <td>۸</td> <td>۲</td> </tr> <tr> <td>۴/۲۲</td> <td>۶</td> <td>۴/۵۱</td> <td>۴</td> <td>۵/۱۶</td> <td>۴</td> <td>۵/۱۶</td> <td>۴</td> <td>۱</td> </tr> <tr> <td>۴/۱۷</td> <td>۷</td> <td>۵/۰۷</td> <td>۲</td> <td>۴/۲۸</td> <td>۲</td> <td>۴/۲۸</td> <td>۲</td> <td>۶</td> </tr> <tr> <td>۳/۵۲</td> <td>۸</td> <td>۴/۱۷</td> <td>۷</td> <td>۳/۹۷</td> <td>۷</td> <td>۳/۹۷</td> <td>۷</td> <td>۸</td> </tr> </tbody> </table>									مدیران			هیئت علمی			دانشجویان			میانگین رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه	میانگین رتبه	رتبه	۵/۲۳	۱	۴/۶۱	۳	۴/۶۹	۳	۴/۶۹	۳	۳	۴/۹۲	۲	۴/۲۰	۶	۳/۹۹	۶	۳/۹۹	۶	۷	۴/۷۹	۳	۵/۴۲	۱	۴/۵۳	۱	۴/۵۳	۱	۵	۴/۴۴	۵	۳/۷۹	۸	۴/۸۶	۸	۴/۸۶	۸	۲	۴/۲۲	۶	۴/۵۱	۴	۵/۱۶	۴	۵/۱۶	۴	۱	۴/۱۷	۷	۵/۰۷	۲	۴/۲۸	۲	۴/۲۸	۲	۶	۳/۵۲	۸	۴/۱۷	۷	۳/۹۷	۷	۳/۹۷	۷	۸
مدیران			هیئت علمی			دانشجویان																																																																																			
میانگین رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه	میانگین رتبه	رتبه																																																																																	
۵/۲۳	۱	۴/۶۱	۳	۴/۶۹	۳	۴/۶۹	۳	۳																																																																																	
۴/۹۲	۲	۴/۲۰	۶	۳/۹۹	۶	۳/۹۹	۶	۷																																																																																	
۴/۷۹	۳	۵/۴۲	۱	۴/۵۳	۱	۴/۵۳	۱	۵																																																																																	
۴/۴۴	۵	۳/۷۹	۸	۴/۸۶	۸	۴/۸۶	۸	۲																																																																																	
۴/۲۲	۶	۴/۵۱	۴	۵/۱۶	۴	۵/۱۶	۴	۱																																																																																	
۴/۱۷	۷	۵/۰۷	۲	۴/۲۸	۲	۴/۲۸	۲	۶																																																																																	
۳/۵۲	۸	۴/۱۷	۷	۳/۹۷	۷	۳/۹۷	۷	۸																																																																																	

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه ساختاری در بین دانشجویان دولتی دانشگاه‌های شهر تهران، نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «قوانین و مقررات» (۵/۱۶) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «میزان بازرسی دستگاه‌های نظارتی مختلف» (۳/۹۷) بوده است. به علاوه رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه ساختاری در بین اعضای هیئت علمی، نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «سیاست‌های دولت در زمینه کسب و کارهای ورزشی» (۵/۴۲) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «میزان تأمین اعتبارات مورد نیاز توسط بانک‌ها و مؤسسات مالی» (۳/۷۹) بوده است. رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه ساختاری در بین مدیران ورزشی شهر تهران نیز نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «نبود برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در مراکز علمی» (۵/۲۳) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «میزان بازرسی دستگاه‌های نظارتی مختلف» (۳/۵۲) بوده است.

جدول ۵. رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه رفتاری در بین مدیران ورزشی شهر تهران، اعضای هیئت علمی و دانشجویان

مدیران			اعضای هیئت علمی			دانشجویان تحصیلات تکمیلی				
تعداد	آماره خرد	درجه آزادی	میزان P	تعداد	آماره خرد	درجه آزادی	میزان P	تعداد	آماره خرد	درجه آزادی
۶۰	۶۷/۵۵۳	۲۶	۰/۰۰۱	۱۹۶	۶۳۸/۸۲۵	۲۶	۰/۰۰۱	۶۰	۶۷/۵۵۳	۲۶
مؤلفه			مدیران		هیئت علمی		دانشجویان			
رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه	رتبه	میانگین رتبه	رتبه		
۱	۱۶/۲۳	۱	۱۴/۲۶	۱۱	۱۶/۱۴	۶	سطح پایین خودکارآمدی			
۲	۱۶/۲۲	۲	۱۲/۴۳	۲۶	۱۳/۷۴	۱۴	نیاز به تأیید دیگران			
۳	۱۶/۰۳	۳	۱۳/۸۷	۱۴	۱۴/۲۵	۱۳	بیان باورها و اعتقادات همراه با ترس			
۴	۱۵/۷۵	۴	۱۳/۴۱	۱۶	۱۲/۵۱	۲۲	پایبند نبودن به کیفیت و محصولات (خدمات) و مشتری‌محوری			
۵	۱۵/۴۳	۵	۱۲/۰۱	۲۷	۸/۷۹	۲۶	کسب نکردن تخصص و تجربه کافی در زمینه مرتبط			
۶	۱۵/۲۰	۶	۱۵/۳۰	۶	۱۶/۹۴	۴	نبود تجربه			
۷	۱۴/۹۸	۷	۱۴/۲۱	۱۲	۱۴/۸۴	۱۰	علاقه نداشتن به انجام کارها به صورت فردی			
۸	۱۴/۸۳	۸	۱۳/۳۰	۱۸	۱۴/۶۷	۱۲	بی‌اعتمادی به تصمیم‌گیری فردی درباره مطالب مهم			
۱۰	۱۴/۷۷	۱۰	۱۳/۳۴	۱۷	۷/۳۷	۲۷	نداشتن الگویی تشویق‌کننده در بین اطرافیان			
۱۱	۱۴/۶۴	۱۱	۱۴/۳۴	۹	۱۰/۴۸	۲۵	تحصیلات نامرتبط			
۱۲	۱۴/۵۶	۱۲	۱۲/۹۲	۲۴	۱۸/۷۹	۱	فقدان سرمایه			
۱۳	۱۴/۳۶	۱۳	۱۵/۰۵	۷	۱۵/۹۲	۷	بی‌اعتمادی به تجربه شخصی، حتی اگر دیگران بگویند: «این کار نشدنی است»			
۱۴	۱۴/۳۵	۱۴	۱۳/۱۹	۲۱	۱۳/۳۲	۱۹	اقدام نکردن به کارهای جدید، حتی اگر دیگران تا به حال آن‌ها انجام نداده باشند			
۱۵	۱۴/۲۲	۱۵	۱۶/۱۳	۱	۱۷/۷۴	۲	ترس از شکست			
۱۶	۱۳/۹۳	۱۶	۱۵/۵۳	۲	۱۶/۵۰	۵	تمایل نداشتن به انجام کار جدید و هراس‌آور (با ریسک)			
۱۷	۱۳/۶۴	۱۷	۱۳/۲۸	۱۹	۱۵/۲۳	۸	تلاش نکردن برای رفع نیازها به جای انتظار برای رفع آن‌ها توسط دیگران			
۱۸	۱۳/۲۹	۱۸	۱۴/۳۴	۱۰	۱۴/۹۲	۹	علاقه نداشتن به انجام کارها حتی اگر اطرافیان همراهی نکنند			
۱۹	۱۳/۳۶	۱۹	۱۳/۰۱	۲۲	۱۴/۷۳	۱۱	تمایل نداشتن به استقلال مالی			
۲۰	۱۳/۳۲	۲۰	۱۵/۳۴	۴	۱۳/۷۳	۱۵	بی‌اعتمادی به توان و مهارت شخصی و پذیرفتن ریسک آن			
۲۲	۱۲/۷۲	۲۲	۱۳/۷۴	۱۵	۱۱/۹۰	۲۴	نبود خلاقیت			
۲۳	۱۲/۵۹	۲۳	۱۲/۹۹	۲۳	۱۳/۳۸	۱۶	ترس از متفاوت بودن با دیگران			
۲۴	۱۲/۴۵	۲۴	۱۵/۳۲	۵	۱۷/۱۸	۳	دست‌رسی نداشتن به منابع مالی			
۲۵	۱۱/۹۲	۲۵	۱۵/۴۸	۳	۱۳/۳۵	۱۸	ناتوانی در پذیرش خطر مالی حاصل از سرمایه‌گذاری شخصی			
۲۶	۱۱/۸۶	۲۶	۱۳/۹۸	۱۳	۱۲/۶۸	۲۱	بی‌رغبتی به کسب تجارت جدید			
۲۷	۹/۷۵	۲۷	۱۳/۲۳	۲۰	۱۲/۴۷	۲۳	نداشتن پایبندی به اصول اخلاقی (مانند صداقت و ...)			

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه رفتاری در بین مدیران ورزشی نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «سطح پایین خودکارآمدی» (۱۶/۲۳) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «نداشتن پایبندی به اصول اخلاقی (مانند صداقت و ...)» (۹/۷۵) بوده است. رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه رفتاری در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «ترس از شکست» (۱۶/۱۳) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «کسب نکردن تخصص و تجربه کافی در زمینه مرتبط» (۱۲/۰۱) بوده است، رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه

رفتاری در بین دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران، نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «فقدان سرمایه» (۱۸/۷۹) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «نداشتن الگویی تشویق‌کننده در بین اطرافیان» (۷/۳۷) بوده است.

جدول ۶. بررسی تفاوت بین دیدگاه دانشجویان، اعضای هیئت علمی و مدیران ورزشی در مورد مؤلفه محیطی

P	F	انحراف استاندارد	میانگین	گروه
p<0/001	6/463	1/701	3/61	دانشجویان
		1/632	3/60	اعضای هیات علمی
		1/749	3/77	مدیران ورزشی

جدول ۷. بررسی تفاوت بین دیدگاه دانشجویان، اعضای هیئت علمی و مدیران ورزشی در مورد مؤلفه ساختاری

P	F	انحراف استاندارد	میانگین	گروه
p<0/001	5/034	1/148	3/62	دانشجویان
		1/221	3/46	اعضای هیات علمی
		1/219	3/48	مدیران ورزشی

جدول ۸. بررسی تفاوت بین دیدگاه دانشجویان، اعضای هیئت علمی و مدیران ورزشی در مورد مؤلفه رفتاری

P	F	انحراف استاندارد	میانگین	گروه
p>0/001	1/103	1/544	3/74	دانشجویان
		1/224	3/71	اعضای هیئت علمی
		1/855	3/68	مدیران ورزشی

با استفاده از آزمون آنوای یک‌راهه نتایج نشان داده شد که بین گروه‌های منتخب در مؤلفه ساختاری و محیطی (جدول ۶ و ۷) تفاوت معناداری وجود دارد (۶/۴۶۳ و $F=5/034$ ، $p<0/001$)؛ اما بین گروه‌های منتخب در مؤلفه رفتاری (جدول ۸) تفاوت معنادار نبود ($F=5/034$ ، $p>0/001$).

جدول ۹. نتایج تحلیل تعقیبی آزمون شفه

P	تفاوت میانگین	گروه	گروه
P<0/001	۰/۱۵۸	هیئت علمی	دانشجو
P>0/001	۰/۱۳۹	مدیران ورزشی	دانشجو
P<0/001	۰/۰۱۹	هیئت علمی	مدیران ورزشی

با استفاده از آزمون شفه مکان این تفاوت بررسی شد و مشخص گردید که بین گروه‌های دانشجو، هیئت علمی در مؤلفه ساختاری، تفاوت معنادار است ($p<0/001$)، اما بین گروه‌های دانشجو، مدیر و همچنین مدیر، هیئت علمی تفاوت معنادار نیست ($p>0/001$) علاوه بر این بین گروه‌های دانشجو، مدیر و هیئت علمی، مدیر در مؤلفه محیطی، تفاوت معنادار است ($p<0/001$)؛ اما بین گروه‌های دانشجو، هیئت علمی، تفاوت معنادار نیست ($p>0/001$).

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش، تحلیل موانع کارآفرینی در ورزش از دید اعضای هیئت علمی، دانشجویان و مدیران ورزشی شهر تهران بود. در پژوهش حاضر، موانع کارآفرینی در ورزش در سه دسته ساختاری، رفتاری و محیطی و زیرمجموعه‌های مربوط به آن‌ها بررسی شد.

الف) موانع رفتاری کارآفرینی ورزشی

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه رفتاری در بین دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران، نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «فقدان سرمایه» (۱۸/۷۹) و کم‌ترین میانگین رتبه مربوط به «نداشتن الگویی تشویق‌کننده در بین اطرافیان» (۷/۳۷) بوده است که با نتایج (شاهوردی و همکاران، ۲۰۱۸)، (محمد و همکاران، ۲۰۱۷)، (دوسان بوبرا، بوجان لکوچ و نمانجا بربر، ۲۰۱۴)^۱، (جورج کارلیس، ۲۰۰۶)^۲، (دانا وی تسونه، آلن پلات و جورج الکساکیس، ۲۰۰۴)^۳، (علی و همکاران، ۲۰۱۶)، (راشل اس. شینار، اولیویر جیاکومین و فرانک جانسن، ۲۰۱۲)^۴، (آلوارز و بارنی، ۲۰۱۴) هم‌خوانی دارد. نتایج به‌دست‌آمده گویای آن است که یکی از بزرگ‌ترین معضلات کارآفرینان و شاید مهم‌ترین مانع آن‌ها برای راه‌اندازی کسب‌وکار، همواره، کمبود منابع مالی برای تأمین نیازهای سرمایه‌ای می‌باشد و کمبود سرمایه، عامل مهمی در شکست بسیاری از کسب‌وکارهاست. به‌طور کلی، وجود سرمایه اولیه، نقش بسیار مهمی در شروع و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه بر عهده دارد؛ در نتیجه، دانشجویان می‌توانند با روش‌های زیر در تأمین سرمایه اولیه برای شروع کسب‌وکار اقدام کنند: ۱- تأمین منابع مالی از طریق اخذ وام از بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری ۲- تأمین منابع مالی از طریق شرکا و صاحبان سهام ۳- تلاش برای پیدا کردن حامیان مالی.

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه رفتاری در بین اعضای هیئت علمی، نشان داد که بیشترین میانگین رتبه مربوط به «ترس از شکست» (۱۶/۱۳) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «کسب نکردن تخصص و تجربه کافی در زمینه مرتبط» (۱۲/۰۱) بوده است که با نتایج پژوهش‌های (شیخ زاده و همکاران، ۲۰۱۶)، (شینار و همکاران، ۲۰۱۲)، (کاچیوتی و همکاران، ۲۰۱۶)، (راویندرا جین و سید واجید علی، ۲۰۱۳)^۵ هم‌خوانی دارد و با نتایج (جیمز سی هایتون، گابریلا کاچیوتی، آندرس گیازیتزوغلو، جی برات میچل و کریس اینج، ۲۰۱۳)^۶ هم‌خوانی ندارد که دلیل هم‌خوانی نبودن نتایج این پژوهش با پژوهش‌های دیگر می‌تواند متفاوت بودن جامعه و مؤلفه‌های ابزار اندازه‌گیری بیان کرد؛ از طرفی، (هایتون و همکاران، ۲۰۱۳) دیدگاه ترس از شکست برای کارآفرینان را نقض کردند و در عوض آن‌ها استدلال کردند که ترس از شکست می‌تواند به‌عنوان به عامل تحریک‌کننده برای رفتار کارآفرینانه در بین کارآفرینان عمل کند. نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر، گویای این مطلب است که یکی از اساسی‌ترین مشکلات برای کارآفرینی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها ترس از شکست می‌باشد که دلیل این ترس می‌تواند عوامل مختلفی باشد؛ از جمله از دست دادن سرمایه خود، از دست دادن وجهه علمی خود در بین دیگر همکاران، ناتوانی در رقابت با دیگر کارآفرینان، کمبود مهارت‌های مدیریتی و ناتوانی در تأمین سرمایه بیان کرد. یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های افراد صاحب ایده، نگرانی از شکست است. این نگرانی‌ها با مخالفت خانواده‌ها در پذیرش ریسک کارآفرینی، بیشتر می‌شود و در ماه‌های اول، فرد کارآفرین را به خود مشغول می‌کند که در این راستا صنعت بیمه می‌تواند به‌عنوان یک حامی مالی عمل کند؛ به گونه‌ای که کارآفرین اطمینان خاطر داشته

¹ Dusan Bobera, Bojan Lekovic & Nemanja Berber, 2014

² George Karlis, 2006

³ Dana V Tesone, Alan Platt & George Alexakis, 2004

⁴ Rachel S. Shinnar, Olivier Giacomin & Frank Janssen, 2012

⁵ Ravindra Jain & Saiyed Wajid Ali, 2013

⁶ James C Hayton, Gabriella Cacciotti, Andres Giazitzoglu, J Robert Mitchell & Chris Ainge, 2013

باشد که اگر زمانی کسب‌وکار آن‌ها با شکست مواجه شد، صنعت بیمه می‌تواند از وی حمایت و پشتیبانی کند؛ برای این منظور باید ارتباط نزدیکی با صنعت بیمه برقرار شود تا مشکل ترس از شکست به حداقل برسد.

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه رفتاری در بین مدیران ورزشی، نشان داد که بیشترین میانگین رتبه مربوط به «سطح پایین خودکارآمدی» (۱۶/۲۳) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «نداشتن پایبندی به اصول اخلاقی (مانند صداقت و ...» (۹/۷۵) بوده است که با نتایج پژوهش‌های (شاهوردی و همکاران، ۲۰۱۸) و (شیخ زاده و همکاران، ۲۰۱۶) هم‌سو است ولی در این رابطه، نتایج غیرهم‌سوئی گزارش نشده است. در حقیقت، افراد با باور خودکارآمدی قوی‌تر، احساس مسئولیت‌پذیری بالایی دارند و در انجام تکلیف و وظیفه‌های محول شده پشتکار زیادی دارند و به‌خوبی می‌توانند رفتار خود را در راستای رسیدن به هدف‌های از پیش تعیین شده برای دست‌یابی به میزان عملکرد بالا تنظیم کنند. برای موفق شدن در شرایط بسیار پیچیده و در رویارویی با شرایط چند بعدی، باور به خودکارآمدی، اهمیت بسیار بالایی دارد؛ زیرا افراد با باور خودکارآمدی می‌توانند نسبت به رویدادها و معضلاتی که ممکن است در مراحل مختلف به‌ویژه در مراحل اولیه راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار با آن‌ها روبه‌رو شوند، به‌طور مؤثر واکنش نشان دهند.

برای این منظور پیشنهاد می‌شود:

- ۱- با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی، زمینه لازم برای بهبود سطح خودکارآمدی مدیران و در نتیجه رفتار کارآفرینانه در آنان فراهم آید.
- ۲- با توجه به اثربخشی کم روش‌های سنتی تدریس به‌ویژه به‌صورت سخنرانی از روش‌های تدریس اثربخش چون نشست با کارآفرینان، معرفی کسب‌وکارها و طرح‌های کارآفرینی موفق و بازدید از آنان، بحث و کار گروهی، یادگیری تجربی و به‌کارگیری استادان متخصص و باتجربه تا به شکل مطلوبی این باور را در مدیران ایجاد کند که آنان، خودکارآمدی و توانایی لازم برای راه‌اندازی و مدیریت یک کسب‌وکار کارآفرینانه موفق را دارند.

ب) موانع ساختاری کارآفرینی ورزشی

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه ساختاری در بین دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «قوانین و مقررات» (۵/۱۶) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «میزان بازرسی دستگاه‌های نظارتی مختلف» (۳/۹۷) بوده است که با نتایج پژوهش‌های (شیخ زاده و همکاران، ۲۰۱۶)، (سیمون بریج و کن اونیل، ۲۰۱۲)^۱، (هونگ مانه چو، سینتیا بنزینگ و چارلز مک گی، ۲۰۰۷)^۲ و (پیداد کریستینا مارتینز، اریک اسوالدو سالازار و آرماندو میگل بوئلواس، ۲۰۱۸)^۳ هم‌خوانی دارد.

شواهد موجود و بررسی‌های انجام شده در ایران نشان می‌دهد که قوانین و مقررات دولتی نه‌تنها زمینه‌های مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینی و تولیدی را فراهم نکرده است بلکه این قوانین و مقررات به‌عنوان مانعی برای اهداف کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی ایران عمل کرده است. شاید بتوان گفت که کارآفرینان، قبل از آنکه رقابت بخش خصوصی را برای فعالیت‌های خود احساس کنند، موانعی مانند قوانین و مقررات اداری و انحصارات دولتی را مانع کسب‌وکار خود می‌بینند. بنابراین نیاز است قوانین زیر در قبال کسب‌وکارها تدوین شود:

- ۱- تعیین محدوده مجاز فعالیت کسب‌وکارها

¹ Simon Bridge & Ken O'Neill, 2012

² Manh Chu Hung, Benzing Cynthia & Mcgee Charles, 2007

³ Piedad Cristina Martinez, Erick Oswaldo Salazar & Armando Miguel Buelvas, 2018

- ۲- تعیین قوانین و مقررات کنترلی- هدایتی موردنیاز برای حوزه‌های مختلف کسب‌وکار
- ۳- تنظیم سیاست‌های حمایتی برای توسعه و رشد کارآفرینی و بهبود فعالیت کسب‌وکارهای کوچک
- ۴- ساده‌سازی قوانین و رویه‌های اداری
- ۵- تدوین قوانین و مقررات مناسب مانند قوانین مربوط به مالکیت معنوی
- ۶- تدوین قوانین مناسب تجاری، گمرکی و مالیاتی
- ۷- تدوین قوانین مناسب تکنولوژیکی و رقابتی.

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه ساختاری در بین اعضای هیئت علمی نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «سیاست‌های دولت در زمینه کسب‌وکارهای صنعت ورزش» (۵/۴۲) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «میزان تأمین اعتبارات مورد نیاز توسط بانک‌ها و مؤسسات مالی» (۳/۷۹) بوده است که با نتایج (شاهوردی و همکاران، ۲۰۱۸)، (محمد و همکاران، ۲۰۱۷)، (شیخ زاده و همکاران، ۲۰۱۶)، (بوبرا و همکاران، ۲۰۱۴)، (کارلیس، ۲۰۰۶) و (تسونه و همکاران، ۲۰۰۴) همسو است. اساساً سیاست‌ها و برنامه‌های دولتی مرتبط با کارآفرینی درصدد فراهم کردن محیطی مناسب و مشوق برای ظهور کارآفرینان جدید به همراه شرکت‌های نوپنیا و امکان رشد آن‌هاست. این سیاست‌ها می‌توانند محیطی پاسخگو برای کارآفرینان دارای انگیزه فراهم کنند (جاناتان لوی و ارکو اتو، ۲۰۰۸).^۱ به عبارت دیگر، هدف اصلی سیاست‌های کارآفرینی افزایش سطح فعالیت‌های کارآفرینی و ایجاد محیطی مطلوب برای پدیدار شدن شرکت‌های جدید است. به‌طور کلی می‌توان سیاست‌های زیر را برای کارآفرینی اعضای هیئت علمی دانشکده‌های علوم ورزشی اجرا کرد:

- ۱- تدوین سیاست‌ها، راهبردها و راهکارهای لازم برای هم‌سویی نظام آموزشی کشور در سطوح رسمی و غیررسمی با نیازهای بازار کار کشور
- ۲- بسترسازی مناسب به‌منظور ارائه خدمات و تسهیلات در چارچوب قوانین و مقررات ذی‌ربط و ترغیب و تشویق برای ایجاد مراکز خدمات مشاوره و توسعه اشتغال در کشور
- ۳- نظارت بر فعالیت دفاتر مشاوره شغلی و کاربایی‌های غیردولتی و ارائه تسهیلات و امکانات به آنان در چارچوب قوانین و مقررات
- ۴- نظارت بر تهیه و تدوین و پیشنهاد لوائح قانونی و آیین‌نامه‌های مربوط به اشتغال و کارآفرینی با همکاری دستگاه‌های اجرایی.

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه ساختاری در بین مدیران ورزشی، نشان داد که بیشترین میانگین رتبه مربوط به «نبود برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در مراکز علمی» (۵/۲۳) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «میزان بازرسی دستگاه‌های نظارتی مختلف» (۳/۵۲) بوده است که با نتایج (فلاح حقیقی و همکاران، ۲۰۱۸)، (سیتاریدیس و کیسیوس، ۲۰۱۹)، (شیخ زاده و همکاران، ۲۰۱۶) و (کارلیس، ۲۰۰۶) هم‌سو است. (ماریا هوترتاس گونزالس-سرانو، فران کالابویگ مورنو و جوزپ کرسپو هروس، ۲۰۲۱)^۲ معتقدند آموزش کارآفرینی ورزشی اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است؛ زیرا می‌تواند اشتغال را بهبود بخشد. همچنین (کالین جونز و جک انگلیش، ۲۰۰۴)^۳ بیان می‌کنند که با فرایند آموزش کارآفرینی می‌توان افراد را با توانمندی خود برای بازشناسی فرصت‌های تجاری به‌صورت داشتن اعتمادبه‌نفس و عزت‌نفس آشنا کرد. از طرفی (دیو کی، دوتا و مری ام. کراسان، ۲۰۰۵)^۴ بیان می‌دارند که کارآفرینی، فرایندی است که لازمه آن، برنامه‌ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی می‌باشد و اجرای برنامه‌های آن از سطح خانواده، مدرسه تا دانشگاه و سازمان‌ها

¹ Jonathan Levie & Erkkio Autio, 2008

² María Huertas González-Serrano, Ferran Calabuig Moreno & Josep Crespo Hervás, 2021

³ Colin Jones & Jack English, 2004

⁴ Dev K. Dutta & Mary M. Crossan, 2005

گسترده شده است و باعث می‌شود تا افراد با استفاده از تخصص و قدرت ابتکار و خلاقیت، فرصت‌ها و توانمندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند.

ج) موانع محیطی کارآفرینی ورزشی

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه محیطی در بین دانشجویان، نشان داد بیشترین میانگین مربوط به «نبود فرهنگ توسعه کسب‌وکار در جامعه» (۱۶/۷۳) و کمترین میانگین مربوط به «تمایل افراد جامعه نسبت به تغییر عادت‌های رفتاری» (۱۰/۸۸) بوده است که با نتایج پژوهش‌های (آلیسون موریسون، ۲۰۰۰)^۱، (جوزه سی. کاسیاس، آنا ام. مورنو و جوزه ال. باربرو، ۲۰۱۱)^۲، (کلودیا آلوارز، دیوید اوربانو، آلیسیا کودوراس و جوزه روبیز-ناوارو، ۲۰۱۱)^۳، (سیدمحمد مقیمی، ۲۰۰۷) هم‌خوانی دارد. (نورس کروگر، فرانسیسکو لینان و غلام نبی، ۲۰۱۳)^۴ بیان می‌کنند که روحیه کارآفرینی در درون هنجارها و ارزش‌های فرهنگی موجود در یک جامعه قرار دارد و فرهنگ، نقش مهمی در اهداف کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی دارد و به‌طور کلی، رابطه بین جنبه‌های مختلف فرهنگ و فعالیت کارآفرینی ورزشی در توسعه و رشد در کارآفرینی ورزشی، بسیار مهم است؛ به‌طوری که (رحیم رضائی نژاد، محمدرضا برومند و فاطمه احمدی، ۲۰۱۹) بیان می‌کنند که در بین عوامل تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده کارآفرینی ورزشی، فرهنگ عامل بسیار مهم و حیاتی است و می‌تواند بر کارآفرینی ورزشی اثرگذار باشد. همچنین فرهنگ و کارآفرینی ورزشی، ارتباط تنگاتنگی با هم دارند و می‌تواند به‌عنوان به عامل بازدارنده یا سوق‌دهنده عمل کند؛ به‌طوری که (کولین سی. ویلیامز، ۲۰۱۱)^۵ عامل فرهنگ را از موانع مهم کارآفرینی ورزشی بیان می‌کنند. به علاوه (محمدرضا نوروزی و نرگس سریع القلم، ۲۰۱۰) بیان می‌کند که گسترش فرهنگ کارآفرینی، موجب تحرک و گسترش کسب‌وکار می‌شود و در توسعه چنین فرهنگی سطح اشتغال افزایش خواهد یافت.

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه محیطی در بین اعضای هیئت علمی، نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «بی‌ثباتی قوانین و مقررات کشور در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی» (۱۶/۹۰) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «تمایل افراد جامعه به انجام کارها به‌صورت فردی» (۱۲/۵۶) بوده است که با نتایج پژوهش (لئورا کلاپر، لوک لاون و راغورام راجان، ۲۰۰۶)^۶ هم‌سو است. یکی از مشکلات اساسی در حوزه قوانین و مقررات مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی، انباشت قابل‌ملاحظه قوانین و مقررات می‌باشد که هر روز به تعداد آن نیز اضافه می‌شود؛ بنابراین ضروری است در راستای مقررات‌زدایی و همچنین جلوگیری از تغییرات مکرر قوانین و مقررات، محدودیت‌های جدی برای ارائه قوانین و مقررات جدید در سطح دولت و مجلس و همچنین به‌عنوان یک تغییر اساسی، نظام تهیه و تدوین لوائح و قانون‌گذاری کشور مورد بازنگری قرار گیرد.

رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به مؤلفه محیطی در بین مدیران ورزشی نشان داد بیشترین میانگین رتبه مربوط به «میزان تغییر و تحولات مدیران کلان کشور به‌خصوص در حوزه ورزش» (۱۹/۷۵) و کمترین میانگین رتبه مربوط به «میزان رقابت در بازار ورزشی (تولید تجهیزات ورزشی و باشگاه‌داری» (۷/۳۵) بوده است. مدیران کارآفرین، نقش بسیار مهمی در تغییر و رشد اقتصادی دارند. سازمان‌های ورزشی امروزی، به مدیران کارآفرین نیاز دارد؛ مدیرانی که معمولاً هنجارهای موجود را به چالش می‌کشند ولی با توجه به شرایط سیاسی حاکم بر جامعه و برخی شرایط دیگر باعث شده

¹ Alison Morrison, 2000

² José C. Casillas, Ana M. Moreno & José L. Barbero, 2011

³ Claudia Alvarez, David Urbano, Alicia Coduras & José Ruiz-Navarro, 2011

⁴ Norris Krueger, Francisco Linan & Ghulam Nabi, 2013

⁵ Colin C. Williams, 2011

⁶ Leora Klapper, Luc Laeven & Raghuram Rajan, 2006

که مدیران زود به زود تغییر کنند و این تغییر مدیریتی باعث شده که مدیران در کوتاهمدت نتوانند ایده‌های خود را به مرحله نوآوری برسانند و کارآفرینی کنند. مدیریت سازمان‌ها بیش از هر چیز دیگر به ثبات مدیریت نیاز دارد تا بتوانند در آرامش به کارآفرینی بپردازند.

د) مقایسه دیدگاه اعضای هیئت علمی، دانشجویان و مدیران ورزشی شهر تهران

با استفاده از آزمون آنوای یک‌راهه نتایج نشان داده شد که بین گروه‌های منتخب در مؤلفه ساختاری و محیطی، تفاوت معناداری وجود دارد؛ اما بین گروه‌های منتخب در مؤلفه رفتاری، تفاوت معنادار نبود؛ بنابراین در گروه‌های ساختاری و محیطی، وجود تفاوت تأیید می‌شود اما در گروه‌های رفتاری، تفاوتی وجود ندارد. با استفاده از آزمون شفه مکان این تفاوت بررسی شد و مشخص گردید که بین گروه‌های دانشجویان، هیئت علمی در مؤلفه ساختاری، تفاوت معنادار است اما بین گروه‌های دانشجویان، مدیر و همچنین مدیر، هیئت علمی، تفاوت معنادار نیست. علاوه بر این بین گروه‌های دانشجویان، مدیر و هیئت علمی، مدیر در مؤلفه محیطی، تفاوت معنادار است اما بین گروه‌های دانشجویان، هیئت علمی، تفاوت معنادار نیست. دلیل تفاوت دیدگاه دانشجویان با دیدگاه اعضای هیئت علمی به می‌تواند به موقعیت شغلی و تجربیات هر دو گروه ارتباط داشته باشد. به دلیل اینکه دانشجویان در موقعیت متفاوتی نسبت به اعضای هیئت علمی قرار دارند به همین دلیل از فضای حاکم در آن آگاه نیستند. معمولاً دانشجویان نسبت به استادان، کم‌تجربه هستند و در مورد اینکه دانش آن‌ها برای دیگران مفید خواهد بود یا خیر، دچار تردید می‌شوند به همین دلیل، از در اختیار قرار دادن دانش خود، امتناع می‌ورزند ولی اعضای هیئت علمی دارای تجربه کافی هستند و این نیز می‌تواند دلیل بر تفاوت دیدگاه آن‌ها باشد؛ از طرفی کارآفرینی، ممکن است به عنوان یک فعالیت فوق برنامه تلقی شود؛ زیرا مستندسازی، ارتباط برقرار کردن با کسانی که به آن نیاز دارند و از این دست موارد، زمان‌بر هستند؛ به همین دلیل، کارآفرینی، نیازمند انگیزش است که در صورت نبود آن، چنین اتفاقی نخواهد افتاد که این عامل نیز می‌تواند دلیل تفاوت دیدگاه آن‌ها باشد.

و در آخر اینکه ورزش، یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد در جهان است. بسیاری از جنبه‌های ورزش از تغییرات به معضلات مؤثر بر صنعت می‌تواند به‌عنوان اشکال کارآفرینی مطالعه شود. (فیلیپ فان، جینگ ژو و اریک ابراهامسون، ۲۰۱۰)^۱ بیان می‌کنند که «در رشته‌های کسب‌وکار، تحقیق در کارآفرینی، خود را با توجه به تعاملات بین افراد، فرایندها و مؤسسات در ظهور سازمان‌های جدید و شکل‌های سازمانی جدید که ثروت اقتصادی را ایجاد می‌کنند، متمایز می‌کند. برای درک آینده ورزش باید توجه بیشتری به کارآفرینی مبذول گردد. این شامل بهبود انگیزه‌های کارآفرینی ورزشی است.

سپاسگزاری

این پژوهش برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه تهران (کد ۸۱۴۹۲) است. نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از همکاری و مساعدت اعضای هیئت علمی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌های شهر تهران و همچنین مدیران ورزشی شهر تهران که در این پژوهش ما را یاری کرده‌اند سپاسگزاری نمایند.

^۱ Phillip Phan, Jing Zhou & Eric Abrahamson, 2010

References

- Ali, I., Ajmal, M., & Iqbal, N. (2016). Impact Of Psychological Barriers On Entrepreneurial Inclination Of Business Graduates. *Science International*, 28(1), 683-687. <http://www.sci-int.com/pdf/636910994365568953.%20Ali-SS--.pdf>
- Alvarez, C., Urbano, D., Coduras, A., & Ruiz-Navarro, J. (2011). Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), 120-140. <https://doi.org/10.1108/146260011111106460>
- Alvarez, S. A., & Barney, Jay B. (2014). Entrepreneurial Opportunities and Poverty Alleviation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 159-184. <https://doi.org/10.1111/etap.12078>
- Amini, M., Jamshidi, R., & Heydarinejad, S. (2014). Prioritization of entrepreneurship barriers of physical education students by TOPSIS method. *Research on Educational Sport*, 2(6), 15-32. https://res.ssrc.ac.ir/article_188_9581e67614341bc837673b6d97ea09a4.pdf
- Bobera, D., Lekovic, B., & Berber, N. (2014). Comparative analysis of entrepreneurship barriers: findings from Serbia and Montenegro. *Engineering Economics*, 25(2), 167-176. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.25.2.3113>
- Bridge, S., & O'Neill, K. (2012). *Understanding enterprise: Entrepreneurship and small business* (4th ed.). Macmillan International Higher Education. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=4B4dBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Understanding+enterprise:+Entrepreneurship+and+small+business&ots=lwm6AuH8nR&sig=fw839P8FA3rhrAPITPFmKtDvIMI#v=onepage&q=Understanding%20enterprise%3A%20Entrepreneurship%20and%20small%20business&f=false>
- Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2016). A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 302-325. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.02.002>
- Casillas, J. C., Moreno, A. M., & Barbero, J. L. (2011). Entrepreneurial orientation of family firms: Family and environmental dimensions. *Journal of Family Business Strategy*, 2(2), 90-100. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2011.03.002>
- Cho, E., Moon, Z. K., & Bounkhong, T. (2019). A qualitative study on motivators and barriers affecting entrepreneurship among Latinas. *Gender in Management: An International Journal*, 34(4), 326-343. <https://doi.org/10.1108/GM-07-2018-0096>
- Chu, H .M., Benzing, C., & Mcgee, C. (2007). Ghanaian And Kenyan Entrepreneurs: A Comparative Analysis Of Their Motivations, Success Characteristics And Problems. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(03), 295-322. <https://doi.org/10.1142/s1084946707000691>
- Cunningham, G. B., Dixon, M. A., Singer, J. N., Oshiro, K. F., Ahn, N. Y., & Weems, A. (2021). A Site to Resist and Persist: Diversity, Social Justice, and the Unique Nature of Sport. *Journal of Global Sport Management*, 6(1), 30-48. <https://doi.org/10.1080/24704067.2019.1578623>
- Dutta, D. K., & Crossan, M. M. (2005). The Nature of Entrepreneurial Opportunities: Understanding the Process Using the 4I Organizational Learning Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 425-449. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00092.x>

- Dvouletý, O. (2017). Determinants of Nordic entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 12-33. <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2016-0104>
- Fallah Haghighi, N., Mahmoudi, M., & Bijani, M. (2018). Barriers to Entrepreneurship Development in Iran's Higher Education: A Qualitative Case Study. *Interchange*, 49(3), 353-375. <https://doi.org/10.1007/s10780-018-9330-9>
- Farahani, A., Safarnezhad, M., & Farahani, Z. (2019). Analyses the Behavioral Inhibitions of Human Resources in Employment and Entrepreneurship of Iran's Sports Scopes. *Scientific Journal Of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 6(1), 11-21. https://fmss.journals.pnu.ac.ir/article_5717_960683f548619fbca73f9a6f5c665f1b.pdf
- Gholami, N. (2008). *Study of barriers to entrepreneurship in sports in the country* [Master, Tehran]. Iran .
- González-Serrano, M. H., Calabuig Moreno, F., & Crespo Hervás, J. (2021). Sport management education through an entrepreneurial perspective :Analysing its impact on Spanish sports science students. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100271. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.11.007>
- Hammerschmidt, J., Eggers, F., Kraus, S., Jones, P., & Filser, M. (2020). Entrepreneurial orientation in sports entrepreneurship - a mixed methods analysis of professional soccer clubs in the German-speaking countries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 839-857. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00594-5>
- Hayton, J. C., Cacciotti, G., Gazitzoglu, A., Mitchell, J. R., & Ainge, C. (2013). Understanding fear of failure in entrepreneurship: A cognitive process framework. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 33(6), 1. <https://www.enterpriseresearch.ac.uk/wp-content/uploads/2013/12/ERC-RP3-Hayton-et-al-Job-Growth.pdf>
- Hojnik, J., Omerzel, D. G., & Kregar, T. B. (2019). To be or not to be an entrepreneur? Students' perceptions of barriers to entrepreneurship. *International Journal of Innovation and Learning*, 25(4), 430-450. <https://doi.org/10.1504/ijil.2019.099988>
- Holienka, M., Holienkova, J., & Holienka, M. (2018). Sports as a stepping-stone for entrepreneurship: examining sports university students. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 66(6), 1485-1496. <https://doi.org/10.11118/actaun201866061485>
- Jain, R., & Ali, S. W. (2013). A review of facilitators, barriers and gateways to entrepreneurship: directions for future research. *South Asian Journal of Management*, 20(3), 122-163. <https://www.proquest.com/openview/32dfe564531c0dcccad4e39f8bf7e63d6/1?pq-origsite=gscholar&cbl=46967>
- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education + Training*, 46(8/9), 416-423. <https://doi.org/10.1108/00400910410529533>
- Karlis, G. (2006). The future of leisure, recreation and sport in Canada: a SWOT for small sized enterprises. *The sport journal*, 9(2), 7. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20073146765>
- Kim, P. D. T. (2020). *Barriers to Entrepreneurship in Ho Chi Minh City* [Master, Tampere]. Finland. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/121669/PhucDoThiKim.pdf?sequence=4>
- Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2006). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 82(3), 591-629. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2005.09.006>

- Krueger, N., Linan, F., & Nabi, G. (2013). Cultural values and entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9-10), 703-707. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.862961>
- Levie, J., & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9136-8>
- Lupa-Wójcik, I. (2020). Educational Challenges in Shaping the Entrepreneurship of IT Students. *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 16(1), 119-131. <https://doi.org/10.24917/20833296.161.10>
- Mandalizadeh, Z., & Ehsani, M. (2014). Identifying the Environmental and Individual Barriers to Entrepreneurial in Sport for Women and Providing Suggested Strategies. *New Trends in Sport Management*, 1(3), 33-41. <http://ntsmj.issma.ir/article-1-200-en.html> <http://ntsmj.issma.ir/article-1-200-en.pdf>
- Maritz, A., Zolin, R., De Waal, G., Fisher, R., Perenyi, A., & Eager, B. (2015). Senior Entrepreneurship in Australia: Active Ageing and Extending Working Lives. *International Journal of Organizational Innovation*(Special Issue), 1-39. <https://ijoi-online.org/images/stories/SpecialIssues/AlexMaritzMonographFinal.pdf>
- Martinez, P. C., Salazar, E. O., & Buelvas, A. M. (2018). Social Entrepreneurship and Social Inclusion in Peru: A Case Study. In *Evolving Entrepreneurial Strategies for Self-Sustainability in Vulnerable American Communities*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2860-9.ch003>
- Mirzaei Ahranjani, H., & Sarlak, M. (2005). A look at organizational epistemology: evolution, schools and managerial applications. *Peyk Noor Quarterly*, 3(3), 69-78. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=127440>
- Moghimi, S. M. (2007). The Relationship between Environmental Factors and Organizational Entrepreneurship in Non-Governmental Organizations (NGOs) in Iran. *Iranian Journal of Management Studies*, 1(1), 39-55. <https://doi.org/10.22059/ijms.2011.23405>
- Mohammad Kazemi, R., Rasekh, N., & Esmaili, F. (2017). Assessment of Entrepreneurial Attitude among Managers of Women's Sports Clubs in Tehran. *Sport Management Studies*, 9(41), 111-126. <https://doi.org/10.22089/smrj.2017.921>
- Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: what triggers it? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(2), 59-71. <https://doi.org/10.1108/13552550010335976>
- Muhammad, N., McElwee, G., & Dana, L.-P. (2017). Barriers to the development and progress of entrepreneurship in rural Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(2), 279-295. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-08-2016-0246>
- Nguyen, T.-T., Shahreki, J., Van Hong, P., & Van Tung, N. (2021). Rural Entrepreneurship in Vietnam: Identification of Facilitators and Barriers. In *Rural Entrepreneurship and Innovation in the Digital Era*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4942-1.ch009>
- Nowruzi, M. R., & Sari al-Qalam, N. (2010, January 21). *University Entrepreneurship Identifying Barriers to University Entrepreneurship and Strategies to Strengthen It* First International Conference on Executive Management, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/68262/>
- Nwokorie, E. C., & Adiukwu, I. K. (2020). Hospitality and tourism entrepreneurship: Administrative barriers in Imo State, Nigeria. *Turizam*, 24(1), 13-32. <https://doi.org/10.5937/turizam24-22955>

- Omidi, Y., Mohammad kazemi, R., & Azmoudeh, S. (2016). Identifying and Analyzing Contextual Barriers of Organizational Entrepreneurship in Ministry of Sport and Youth. *Journal of Sport Management*, 8(5) ,753-775 .<https://doi.org/10.22059/jsm.2016.60246>
- Parnell, D., Spracklen, K., & Millward, P. (2017). Sport management issues in an era of austerity. *European Sport Management Quarterly*, 17(1), 67-74. <https://doi.org/10.1080/16184742.2016.1257552>
- Phan ,P., Zhou, J., & Abrahamson, E. (2010). Creativity, Innovation, and Entrepreneurship in China. *Management and Organization Review*, 6(2), 175-194. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2010.00181.x>
- Ramzaninejad, R., Boroumand, M. R., & Ahmadi, F. (2019). Entrepreneurship Ecosystem: A New Approach to Entrepreneurship Development in Sport. *Contemporary Studies On Sport Management*, 8(16), 29-40. <https://doi.org/10.22084/smms.2019.17945.2.288>
- Ratten, V. (2018). An Introduction to Sports Entrepreneurship. In *Sport Entrepreneurship*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73010-3_1
- Ratten, V., & Jones, P. (2020). New challenges in sport entrepreneurship for value creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 961-980. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00664-z>
- Shahverdi, M., Ismail, K., & Qureshi, M. (2018). The effect of perceived barriers on social entrepreneurship intention in Malaysian universities: The moderating role of education. *Management Science Letters*, 8(5), 341-352. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.4.014>
- Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141-149. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9215-5>
- Shariati, M., & Dastgerdi, Mahdi .(2019) .*Sports entrepreneurship with a start-up business approach*. Tanin Danesh.
- Sheikhzadeh, R., Salimi, M., Ghafari, Y., & Turk Far, A. (2016). Identifying Barriers of Entrepreneurship in Sports in the Perspective of Administrators and Experts of Sports and Youth Offices. *Journal of Exploratory Studies in Law and Management*, 3(2), 87-92. <https://doi.org/10.20286/jeslm-030287>
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465-493. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x>
- Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2019). Entrepreneurship as a career option for information technology students: Critical barriers and the role of motivation. *Journal of the Knowledge Economy*, 10(3), 1133-1167. <https://doi.org/10.1007/s13132-018-0519-z>
- Tesone, D. V., Platt, A., & Alexakis, G. (2004). The Human capital factor: strategies for dealing with performance challenges in business and sport management. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 9(3) ,22-33 .<https://www.proquest.com/openview/f3e283a2381d873021280539bb43147d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=25565>
- Valerio, A., Parton, B., & Robb, A. (2014). *Entrepreneurship education and training programs around the world*. The World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/18031>

- Williams, C. C. (2011). Entrepreneurship, the informal economy and rural communities. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 5(2), 145-157. <https://doi.org/10.1108/17506201111131578>
- Yadolahi Farsi, J., Gholami, N., Hamidi, M., & Kanaani, A. (2012). Study the barriers to entrepreneurship in sport. *Entrepreneurship Development*. *Entrepreneurship Development*, 4(2), 105-124. https://jed.ut.ac.ir/article_23533.html
- Zarei Mahmoudabadi ,M., Ghahreman Tabrizi, C., & Razavi, S. M. J (2013). Identifying and ranking the factors affecting entrepreneurship in sports with a coherent multi-criteria analysis approach and Copland. *Research on Sport Management and Motor Behavior*, 12(23), 113-130 .http://msb.journals.umz.ac.ir/article_1143.html
- Ziviar, F., Farahani, A., & Keshavarz, L. (2017). A Critical Overview on Organizational Entrepreneurship with Focus on Identifying Components and Obstacles. *Critical Studies in Texts & Programs of Human Sciences and Council for the Study of Humanities Texts and Books*, 17(6), 179-201. https://criticalstudy.ihs.ac.ir/article_2780_efc2aaf63085c9e0a342a97d84e5a61e.pdf



Obstacles to Progress in Women's Sports in East Azerbaijan Province

Mahta Eskandarnejad¹, Safiye Ebrahimi^{2*} , Zahra Hoseinzadeh³

¹ Associate Professor, Department of Motor Behavior, Faculty of Physical Education and Sport Science, Tabriz University, Tabriz, Iran.

² MA, Department of Physical Education and Sport Science, Technical and Vocational University (TVU), Tehran, Iran.

³ PhD student, Department of Motor Learning, Faculty of Physical Education and Sport Science, Tabriz University, Tabriz, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 04.21.2021

Revised: 05.18.2021

Accepted: 05.30.2021

Keyword:

Problems
Women's sports
Individual barriers
Interpersonal barriers
Structural barriers

*Corresponding Author:

Safiye Ebrahimi

Email:

ebrahimi.safiye@gmail.com


ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the obstacles to the advancement of women's sports in East Azerbaijan Province. This study comprised of a descriptive-survey and field research. The statistical population of the study consists of all women in the age range of 25 to 64 years in East Azerbaijan Province using cluster sampling. The statistical population was divided into five geographical regions in East Azerbaijan Province: central, northwest, northeast, southwest and southeast regions. The total survey sample numbered 384 people which was determined through Cochran's formula. A standard Keshtgars questionnaire was used to measure factors preventing women's participation in sports. To analyze the data, descriptive and inferential statistics were used using ANOVA analysis of variance ($P < 0.001$) with the help of SPSS software version 25. The findings showed that there is a significant difference between the rate of problems facing women's sports in large cities, small towns and villages of the province ($F = 130.99$). Women in Tabriz city faced structural barriers alone ($F = 173.56$) while individual barriers ($F = 229.54$) to some extent lead were the problems faced by women in small towns. For rural women however, interpersonal problems ($F = 473.65$) were the main reasons for non-participation in sports.





موانع پیش‌روی ورزش زنان در استان آذربایجان شرقی

مهتا اسکندر نژاد^۱، صفیه ابراهیمی^{۲*} , زهرا حسین زاده^۳

- ۱- دانشیار، گروه رفتار حرکتی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزش، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
- ۲- کارشناسی ارشد، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، تهران، ایران.
- ۳- دانشجوی دکتری، گروه یادگیری حرکتی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>هدف از پژوهش حاضر، بررسی موانع پیش‌روی ورزش بانوان در استان آذربایجان شرقی می‌باشد. این مطالعه از نوع توصیفی- پیمایشی و از شاخه تحقیقات میدانی بوده است. جامعه آماری پژوهش را کلیه زنان در دامنه سنی ۲۵ تا ۶۴ سال استان آذربایجان شرقی تشکیل می‌دهند که با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای و با توزیع جغرافیایی تعداد کل آزمودنی‌های استان آذربایجان شرقی به پنج منطقه مرکزی، شمال‌غرب، شمال‌شرق، جنوب‌غرب و جنوب‌شرق، تعداد ۳۸۴ نفر با کمک فرمول کوکران تعیین گردید. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه عوامل بازدارنده از مشارکت ورزشی کشتگر بود. برای تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی به روش تحلیل واریانس آنوا با (P<۰/۰۰۱)، کمک نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۵ استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که میزان مشکلات پیش‌روی ورزش زنان در شهرهای بزرگ، کوچک و روستاهای استان، تفاوت معنادار دارد (F= ۱۳۰/۹۹)؛ به‌صورتی که موانع ساختاری به تنهایی در میان بانوان شهرستان تبریز (F= ۱۷۳/۵۶) و همراه با موانع فردی (F= ۲۲۹/۵۴) به یک میزان منجر به مشکلاتی در میان بانوان شهرستانی می‌شود؛ این درحالی بود که مشکلات بین فردی (F= ۴۷۳/۶۵) اصلی‌ترین دلیل مشارکت نداشتن بانوان روستایی شناخته شد.</p>	<p>دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۰۱ بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۲۸ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۰۹</p>
	<p>کلید واژگان: مشکلات ورزش زنان موانع فردی موانع بین فردی موانع ساختاری</p>
	<p>*نویسنده مسئول: صفیه ابراهیمی پست الکترونیکی: ebrahimi.safiye@gmail.com</p>



مقدمه

سلامتی انسان، نعمتی است که از مجموعه عوامل زیستی، روانی، اجتماعی و حیات معنوی او تأثیر می‌پذیرد و به همین دلیل یکی از شاخص‌های شناخته شده برای سنجش توفیق یا عدم توفیق در برنامه‌های توسعه بهداشت جامعه است (مهری محمدی، رویا یوریان و مرضیه عارفی، ۲۰۱۱). از جمله مشخصه‌های عصر مدرن که باعث ایجاد مشکلات سلامتی بشر امروز می‌شوند می‌توان به عادات غذایی ناسالم و تغذیه نامناسب، کاهش فعالیت بدنی، مصرف سیگار و مواد مخدر، رفتارهای خشونت‌آمیز، رفتارهای منجر به سوانح و حوادث و رفتار جنسی غیرایمن اشاره کرد که از میان آنها سه عامل خطر رژیم غذایی غیرسالم، کشیدن سیگار و فعالیت بدنی ناکافی به‌عنوان مسئول ۸۰ درصد از موارد سکنه‌های زوددهنگام، ۸۰ درصد دیابت نوع دوم و ۴۰ درصد سرطان‌ها شناخته می‌شوند (محمد مهدی ناصحی، محمود موسی زاده، محمدرضا امیراسماعیلی، محمدرضا پارسایی، رقیه زکی زاده و محمدرضا میرزاجانی، ۲۰۱۲). تحرک و پویایی، بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بشر از دیرباز تاکنون بوده است ولی پیشرفت علم و فناوری و روی آوردن به سمت زندگی ماشینی و جذابیت یک‌جانشینی در بیشتر جنبه‌های زندگی روزانه؛ مانند نشستن روبه‌روی تلویزیون، استفاده از رایانه برای ساعت‌های طولانی و استفاده از آسانسور به جای پله، افراد را از فعالیت بدنی کافی به دور انداخته است. این حجم از فقر حرکتی از یک سو باعث جایگزینی نشاط و شادابی به سمت چاقی و مشکلات و بیماری‌های مربوط به آن چون مشکلات فشارخون، بیماری‌های قلبی-عروقی، دیابت، چاقی، پوکی استخوان، سرطان کولون، سرطان پستان، پروستات و ریه، افسردگی، ضعف عضلانی و بالا رفتن کلسترول خون، پوکی استخوان و کمردرد شده و از سویی دیگر طبق گزارش‌های سازمان بهداشت جهانی، منجر به فوت بیش از دو میلیون نفر در سال می‌شود (زهره حاجتی و وحیده علی پور، ۲۰۱۴؛ آندره ز لاکروس، جان بلتیر، آیلین ریلاناس-سان، چونگزهی دی، کلی آر ایونسون، کورا ای لوئیس، دیوید ام بوچنر، مارسیا ال استفانیک، آی-مین لی و دوری ای روزنبرگ، ۲۰۱۹؛ فاطمه مرادی برزل آباد، حمیدرضا قزلسفلو، فریبا زرنه، مریم غضنفری، نوشین امیری و ریحانه قردان، ۲۰۱۷؛ صغری نیک پور، فهیمه رحیمی ها و حمید حقانی، ۲۰۰۶).^۱

علی‌رغم بیان دلایل ضرورت تشویق افراد به انجام فعالیت بدنی که یکی از راه‌حل‌های غلبه بر این مشکل و کمکی بر فائق آمدن بر فشارهای جسمی، روحی، روانی و اجتماعی ناشی از زندگی شناخته شده است، نتایج مطالعات همچنان حاکی از این است که بیشتر افراد بزرگسال (۱۵-۶۴ سال) جامعه ایرانی به‌طور مؤثر غیرفعال هستند (رابرت بیگلهور، الک اروین و تامسون پرنٹی، ۲۰۰۳؛ نیک پور و همکاران، ۲۰۰۶).^۲ نتایج مطالعه بر جامعه هدف در رابطه با بررسی خطر بیماری‌های غیرواگیر به این مهم دست یافت که ۳۵/۳ درصد افراد مورد مطالعه (۲۴/۳ درصد مردان و ۴۶/۳ درصد زنان) تحرک بدنی ناکافی داشتند و میانگین نمایه توده بدنی آنها ۲۵/۰۸ (۲۴/۳) درصد مردان و ۲۵/۹ (۲۵/۹) درصد زنان) می‌باشد. از طرفی، ۴۶ درصد افراد ۲۵-۶۴ ساله در این مطالعه، اضافه‌وزن داشتند یا چاق بودند (۴۰/۴ درصد مردان و ۵۱/۸ درصد زنان) (ناصری و همکاران، ۲۰۱۲).

به‌موازات پیشرفت زمان و وجود عرصه‌های گوناگون اطلاع‌رسانی و آموزشی و نیز تغییر زمینه فعالیت اجتماعی زنان در ایران در سال‌های اخیر، منجر به تحولاتی در جوامع مختلف گردیده است که حیطه تربیت بدنی نیز مستثنی از این جرگه نیست، به‌خصوص که مسئله ورزش بانوان به‌عنوان یکی از موضوعات بحث‌برانگیز در این حیطه مطرح است. از آنجایی که تقریباً نیمی از جمعیت ایران را دختران و زنان تشکیل می‌دهند، توجه به مشارکت بانوان در زندگی اجتماعی باید جامع‌تر و دقیق‌تر باشد. به‌عبارت‌دیگر، عدم تحرک جسمانی زنان یعنی محروم شدن بخش مهمی از

¹ Andrea Z LaCroix, John Bellettiere, Eileen Rillamas-Sun, Chongzhi Di, Kelly R Evenson, Cora E Lewis, David M Buchner, Marcia L Stefanick, I-Min Lee & Dori E Rosenberg, 2019

² Robert Beaglehole, Alec Irwin, & Thomson Prenti, 2003

جامعه از سلامتی و بهداشت جسمانی و روانی که لطمه‌های جبران‌ناپذیر برای کل جامعه به دنبال خواهد داشت (بتول عرب نرمی، ۲۰۱۶)؛ بنابراین تشویق منظم به پیوستن به تیم‌های ورزشی و انجام فعالیت‌بدنی، یکی از اصلی‌ترین بخش‌های برنامه تندرستی و سلامتی در کشورهای درحال توسعه است (رضا محمدکاظمی، فاطمه آجورلو و بهرام قدیمی، ۲۰۲۱). تحقیقات و مشاهدات علمی (مسعود نادریان جهرمی و هاجر هاشمی، ۲۰۰۹) بیان‌گر این است که بانوان در آمادگی‌های جسمانی، وضعیت قامت از سطح نامطلوبی برخوردار هستند، و با توجه به حفظ ارزش‌های اسلامی و ملاحظات فرهنگی، محدودیت حرکتی مضاعفی نسبت به آقایان دارند (ابوالفضل فراهانی، معصومه حسینی و راضیه مرادی، ۲۰۱۵). همه اینها درحالی است که یافته‌های مختلف نشان داده است که مشارکت در فعالیت‌های بدنی در بانوان، تأثیر عمیقی بر دوران بارداری، شیردهی، کاهش احتمال ابتلا به بیماری‌های قلبی-عروقی، افزایش اعتمادبه‌نفس، کسب روحیه و مبارزه با روند پیری و افسردگی، افزایش خوش‌بینی و همچنین سلامتی در دوران کهنسالی خواهد گذاشت (عرب نرمی، ۲۰۱۶؛ رضوان لار، جیانپهوا ژانگ، تیانران یو، هوان هوان چی و محمدعظیم اشرف، ۲۰۱۹؛ جاشواری تانزر، ۲۰۲۱)^۱. با تمام آنچه گفته شد هنوز جامعه ایران به اهمیت و ضرورت ورزش در بین زنان پی نبرده است. جامعه ایران از لحاظ استعداد انسانی در میان زنان، بسیار غنی است ولی ظاهراً ریشه مشکل را باید در فقدان برنامه‌ریزی شایسته جستجو کرد که خود این مسئله نیز احتمالاً ریشه عمیق‌تری در ناآگاهی نسبت به مشکلات واقعی و اصلی زنان دارد (محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۲۰). در بیشتر جوامع، زنان از فرصت‌های برابر برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی با محدودیت‌هایی مواجهند که منجر به مطرح شدن چارچوب تئوری‌ای با عنوان موانع مشارکت ورزشی توسط کراوفورد، جکسون و گادبی طی یک مدل هرمی شده است. در مدل پیشنهادی آنها موانع با توجه به میزان اهمیت در فرایند تصمیم‌گیری، به سه دسته موانع درون‌فردی، موانع بین‌فردی و موانع ساختاری تقسیم می‌شوند. مبحث موانع درون‌فردی، به صفات و خصوصیات بازدارنده روانی (نگرش‌ها و تصورات فرد از خود) اشاره دارد که از تجارب منفی فردی (استرس و اضطراب و تمایلات مذهبی) ریشه می‌گیرد. موانع بین‌فردی به نبود همراه و نبود روابط اجتماعی مناسب فرد در محیط اجتماعی خود و تعلق گروهی، مربوط می‌شود و در دسته سوم یعنی موانع ساختاری، فراهم نبودن امکانات در ارتباط با پول، وقت و فرصت‌ها، مسئولیت‌ها، اشتغال و سلامتی فرد برای انجام ورزش مطرح است (مایکل جی. مانفردو، بی. ال. درایور و مایکل آ. تارانت، ۱۹۹۶)^۲.

تحقیقات بسیاری در زمینه موانع و مشکلات ورزش همگانی زنان انجام گرفته است. محدودیت‌های ساختاری و مدیریتی (بینگ کوی، ۲۰۰۷؛ مریم منظمی، شهرام علم و ناهید بوشهری، ۲۰۱۱)^۳، محدودیت‌های مالی و امکاناتی (فیونا بارنت و وارویک ال. اسپینکس، ۲۰۰۷؛ سارا گولچوسکی، سیمون کیتر، دبراندرسون و فیلیپا لیون-وال، ۲۰۰۸؛ کارن ال. هیل، ۱۹۹۳؛ مریم صدراتی، ۲۰۰۴)^۴، محدودیت‌های انسانی و تخصصی (منظمی و همکاران، ۲۰۱۱؛ صدراتی، ۲۰۰۴) و محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی (بارنت و اسپینکس، ۲۰۰۷؛ گولچوسکی و همکاران، ۲۰۰۸؛ ماری هاردین، سوزان لین و کریستی والسدورف، ۲۰۰۵؛ جerald اس کینون و بری دی مک فرسون، ۱۹۷۳؛ صدراتی، ۲۰۰۴؛ کریستین والس و کاری فستینگ، ۲۰۰۳)^۵ از جمله آن محرومیت‌ها هستند؛ این محرومیت‌ها در کشور ایران

¹ Rizwan Laar, Jianhua Zhang, Tianran Yu, Huanhuan Qi & Muhammad Azeem Ashraf, 2019; Joshua Ray Tanzer, 2021

² Michael J. Manfredi, B. L. Driver & Michael A. Tarrant, 1996

³ Ying Cui, 2007

⁴ Fiona Barnett & Warwick L. Spinks, 2007; Sara Gollschewski, Simon Kitto, Debra Anderson, Philippa Lyons-Wall, 2008; Karen L. Hill, 1993; Maryam Sedarati, 2004

⁵ Marie Hardin, Susan Lynn & Kristie Walsdorf, 2005; Gerald S Kenyon & Barry D McPherson, 1973; Kristin Walseth & Kari Fasting, 2003

به دلایل مختلف به‌ویژه شرایط فرهنگی اجتماعی حاکم بر کشور، برجستگی بیشتری دارند (محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۲۰؛ منظمی و همکاران، ۲۰۱۱). به‌صورت دقیق‌تر در مطالعات (جرالد رومسا و وین هافمن، ۱۹۸۰)^۱، (محمد احسانی و مریم عزب دفتران، ۲۰۰۳) و (کارلا آ. هندرسون و باربارا ای. اینسورث، ۲۰۰۱)^۲، کمبود وقت، نداشتن علاقه، کمبود امکانات و سرمایه به‌عنوان موانعی برای حضور زنان در فعالیت‌های تفریحی و بدنی معرفی شدند. در همین راستا (مارک اس سیرل و ادگار ال جکسون، ۱۹۸۵)^۳، مهدی‌پور و عتیقه‌چی (سید حبیب اله میرغفوری، حسین صیادی تورانلو و سید حیدر میرفخرالدینی، ۲۰۰۹) از عوامل بازدارنده مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی، نداشتن همراه برای مشارکت در فعالیت‌های ورزشی، تعهدات خانوادگی، کمی اطلاعات، خجالتی بودن، کمبود وسایل نقلیه و ناتوانی جسمی را بیان کردند. (احسانی و عزب دفتران، ۲۰۰۳) و (هندرسون و اینسورث، ۲۰۰۱) اطلاع‌رسانی ناکافی به افراد را یکی از علل بازدارنده فعالیت‌های ورزشی برشمردند. نتایج دیگر تحقیقات در ایران نشان دادند که کمبود علاقه، نداشتن انگیزه لازم، نبود برنامه‌ریزی صحیح در دانشگاه و مخالفت والدین، از عوامل مشارکت نداشتن فعال دانش‌آموزان و دانشجویان دختر در فعالیت‌های ورزشی است (احسانی و عزب دفتران، ۲۰۰۳). درباره دیگر عوامل اثرگذار، (محمد احسانی، افشار هنرور، اسماعیل شریفیان، هاشم کوزه چیان و فرزاد فرزاد، ۲۰۰۹) و (محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۲۰)، نابرابری فرصت مربی‌گری، نابرابری جنسیتی در نبود فرصت برای پرداختن زنان به ورزش حرفه‌ای از نظر تعداد رشته‌های ورزشی و تبعیض در تخصیص اعتبارات به ورزش بانوان را از دیگر مشکلات مربوط به بخش بانوان مطرح کردند. (پی‌شن کو، شنگ-هشیونگ تسار و چانگ-هوآ ین، ۲۰۱۹)^۴ در پژوهشی که بر دختران کالج و مادرانشان انجام دادند، تصویر ذهنی و باور آنها در مورد ظاهرشان و ارتباط آن با عوامل نداشتن مشارکت ورزشی را بررسی کردند و دریافتند که تصویر ذهنی آنان از خود و ظاهر بدنی خویش، عامل مهم بازدارنده آنها از فعالیت ورزشی است. از دیگر سو، (ریتا ساینی، ۲۰۱۲)^۵ در پژوهش خود با عنوان «مشارکت دختران در بازی‌ها و فعالیت‌های بدنی» به این نتیجه رسید که موانع فرهنگی- اجتماعی، نقش مهمی در مشارکت بانوان در ورزش ایفا می‌کند. با توجه به پیشینه مورد مطالعه در بحث ورزش بانوان و با در نظر گرفتن این هدف که رسیدن به جامعه‌ای سالم در گرو سلامت بانوان آن جامعه است و بنابر اهمیت جایگاه زنان در جامعه و نقش آنان در توسعه همه‌جانبه کشور، انجام پژوهش‌های علمی و کارشناسانه در راستای شناسایی همه‌جانبه موانع و مشکلات و عوامل ایجادکننده آن در راستای کمک به برنامه‌ریزی کلان توسعه کشور و بخش ورزش، پژوهش حاضر با هدف بررسی مشکلات پیش‌روی بانوان که منجر به شرکت نکردن آن‌ها در فعالیت ورزشی در استان آذربایجان شرقی می‌شوند، انجام شد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ روش، از نوع توصیفی- پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری آن شامل کلیه بانوان (در دامنه سنی ۲۴ تا ۶۴ سال) در شهرهای بزرگ، کوچک و روستاهای استان آذربایجان شرقی در نیمه دوم سال ۱۳۹۹ بود. نمونه آماری آن با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و از تعداد کل آزمودنی‌های استان آذربایجان شرقی با توجه به توزیع جغرافیایی به پنج منطقه مرکزی، شمال غرب، شمال شرق، جنوب غرب و جنوب شرق تقسیم و تعداد ۳۸۴ نفر با کمک فرمول کوکران تعیین گردید. سپس پرسش‌نامه‌های مورد نظر برای مناطق انتخابی با توجه به جمعیت مناطق پخش گردید که ۴۵ درصد جمعیت استان را شهر تبریز و روستاهایش و ۵۵ درصد باقی‌مانده

¹ Gerald Romsa & Wayne Hoffman, 1980

² Karla A. Henderson & Barbara E. Ainsworth, 2001

³ Mark S Searle & Edgar L Jackson, 1985

⁴ Pi-Shen Ku, Sheng-Hshiang Tsaur & Chang-Hua Yen, 2019

⁵ Rita Saini, 2012

برای شهرستان‌های تبریز و روستاهایش شامل می‌شد و در این میان ۷۲ درصد جمعیت را مناطق شهری و ۲۸ درصد جمعیت را مناطق روستایی تشکیل می‌دادند. پس از انتخاب مناطق برای جمع‌آوری داده‌ها به مناطق موردنظر رفته و پرسش‌نامه‌ها پخش گردید و توضیحات لازم به تمامی شرکت‌کنندگان تحقیق داده شد و برای بی‌سودها نیز توضیحات داده شد و پرسش‌نامه موردنظر طبق گفته آن‌ها پر گردید.

به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق‌ساخته مشکلات پیش‌روی ورزش زنان (سارا کشر و محمد احسانی، ۲۰۰۷) استفاده شد. این پرسش‌نامه، سه عامل عوامل بازدارنده فردی (مربوط به نبود همراه و نبود روابط اجتماعی فرد)، عوامل بازدارنده تصویری (مربوط به پول و امکانات، وقت و فرصت‌ها، مسئولیت‌ها، اشتغال و سلامتی) را اندازه‌گیری و بررسی کرد. برای بررسی روایی محتوایی سؤالات ابزار، از ۱۰ نفر از استادان متخصص رشته مدیریت و برنامه‌ریزی در تربیت بدنی در دانشگاه تربیت مدرس خواسته شده است تا براساس مدل گرافورد، سؤالات را بررسی کنند. با توجه به نظر متخصصان، تعدادی از عوامل شناخته شده به دلیل شباهت با عوامل قبلی، حذف یا در طبقات مربوط قرار گرفتند و در نهایت، پرسش‌نامه‌ای که با روش لیکرت و با ارزش عددی ۱ تا ۵ برای پاسخ هر سؤال امتیازبندی شده بود، تهیه گردید. برای تعیین اعتبار و پایایی پرسش‌نامه تهیه شده که از دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد پارس‌آباد مغان تهیه گردید و نتایج پایایی پرسش‌نامه تحقیق از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۳ اعلام شد، نتایج آلفای کرونباخ عامل بازدارنده فردی ۰/۸۱، بازدارنده بین‌فردی ۰/۸۱ و بازدارنده ساختاری ۰/۸۹ می‌باشد (پروانه شمسی پور دهکردی، ماندانا سنگاری و مهدیه اسلامی نصرت آبادی، ۲۰۱۷). برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۵ در سطح معناداری ۰/۰۵ استفاده شد.

یافته‌های تحقیق

ابتدا توسط آمار توصیفی، تفاوت میانگین و انحراف استاندارد بین تقسیم‌بندی استان (شهرهای بزرگ، کوچک و روستاها) را از نظر مشکلات پیش‌روی زنان بررسی می‌کنیم. با توجه به اینکه شهر تبریز ۴۵ درصد جمعیت را به خود اختصاص داده است به‌عنوان شهر بزرگ در نظر گرفته شد و با شهرستان‌ها و روستاهای استان مقایسه گردید.

جدول ۱. میانگین و انحراف استاندارد متغیر وابسته

تقسیم‌بندی استان	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
شهر تبریز	۱۲۴	۱۲۷/۰۹	۱/۹۶
شهرستان‌ها	۱۵۲	۱۶۸/۱۶	۲/۴۲
روستاها	۱۰۸	۱۳۲/۴۲	۰/۸۲

با توجه به مقادیر جدول ۱ می‌توان گفت تفاوت در میان گروه‌ها در مشکلات پیش‌روی زنان دیده می‌شود و بین شهر تبریز که شهر بزرگ در نظر گرفته شده بود با شهرستان‌ها یا شهرهای کوچک و روستاها تفاوت مشاهده می‌شود. در ادامه برای بررسی میزان مشکلات پیش‌روی زنان در شهرهای بزرگ، کوچک و روستاهای آذربایجان شرقی از تحلیل واریانس آنوا استفاده شد. نتایج تحقیق با پیش‌فرض اول که نرمال بودن توزیع داده‌ها در هر گروه می‌باشد نشان داد که توزیع مشکلات پیش‌روی زنان، طبیعی و توزیع آن، متقارن است (مقدار چولگی ۰/۰۸- و مقدار کشیدگی آن ۰/۶۷ است). همچنین در بررسی واریانس درون گروه‌ها از طریق آزمون لون مشخص شد که واریانس گروه‌ها از تجانس

برخوردار نیستند ($p > 0/05$). به دلیل مشاهده نشدن تجانس واریانس‌ها از طریق آزمون مذکور، از آماره‌های ولج و برون برای بررسی تفاوت بین گروه‌ها استفاده شد.

جدول ۲. نتایج آزمون لون برای تجانس واریانس‌ها و آزمون ولج و برون برای مقایسه گروه‌ها

متغیر	آماره لون	Df1	Df2	معناداری
مشکلات پیش روی زنان	۴۲/۳۳	۲	۳۸۱	۰/۰۰۱
متغیر براساس	آماره	Df1	Df2	معناداری
ولج	۱۰۶/۵۴	۲	۲۲۱/۷۰	۰/۰۰۱
برون	۱۵۱/۱۸	۲	۲۲۹/۴۱	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج جدول ۲، گروه‌ها یعنی شهر تبریز، شهرستان‌ها و روستاها از لحاظ مشکلات پیش روی، با هم تفاوت دارند؛ لذا با توجه به معناداری آزمون بالا و همچنین داشتن نمونه آماری حداکثری می‌توان همگن نبودن واریانس‌ها را نادیده گرفت و فرضیه مذکور را با تحلیل واریانس آنوا ادامه داد (جدول ۳).

جدول ۳. تحلیل واریانس آنوا در گروه‌ها

متغیر	مجموع مجزورات	درجات آزادی	میانگین مجزورات	F	معناداری
بین گروهی	۱۳۸۴۳۴/۷۷	۲	۶۹۲۱۷/۳۸	۱۳۰/۹۹	۰/۰۰۱
مشکلات پیش روی زنان	۲۰۱۳۲۷/۱۶	۳۸۱	۵۲۸/۴۱		
کل	۳۳۹۷۶۱/۹۳	۳۸۳			

براساس نتایج آزمون تحلیل واریانس جدول ۳ می‌توان بیان کرد مشکلات پیش‌روی زنان در سه گروه یعنی شهر بزرگ، شهرستان‌ها و روستاها متفاوت بوده است. حداقل یک میانگین با گروه‌های دیگر، متفاوت است. براساس نتایج آزمون توکی (جدول ۴) می‌توان بیان کرد که بین شهر بزرگ (تبریز)، شهرهای کوچک (شهرستان‌های استان) مشکلات پیش روی زنان، تفاوت معنادار است و همچنین بین شهرستان‌ها و روستاها تفاوت معناداری مشاهده شد ولی در بین شهر تبریز و روستاها تفاوت معناداری مشاهده نشد. همچنین نتایج رتبه‌بندی نشان داد که مشکلات پیش‌روی زنان شهرستان که در رتبه شماره یک قرار گرفته‌اند بیشتر از زنان شهر تبریز و زنان روستایی‌ها می‌باشد با توجه به اینکه در نمره‌دهی میزان مشکلات پیش روی نمره بیشتر نشان‌دهنده موانع سر راه زیاد برای ورزش کردن می‌باشد.

جدول ۴. نتایج آزمون توکی برای مقایسه بین گروهی در متغیر مشکلات پیش‌روی

متغیر	تقسیم‌بندی استان	تفاوت میانگین	خطای استاندارد	معناداری
مشکلات پیش روی	شهر تبریز	شهرستان‌ها	۲/۷۸	۰/۰۰۱
زنان	شهرستان‌ها	روستاها	۳/۰۲	۰/۱۸
	شهرستان‌ها	روستاها	۲/۸۹	۰/۰۰۱

در ادامه بررسی، در زمینه مشخص کردن میزان تفاوت در مشکلات پیش‌روی زنان از لحاظ فردی، بین فردی و ساختاری در شهرهای بزرگ، کوچک و روستاهای آذربایجان شرقی، از تحلیل واریانس آنوا استفاده شد. نتایج نشان داد که در میان گروه‌ها در ارتباط با میزان مشکلات پیش‌روی زنان در جنبه‌های موانع فردی، موانع بین فردی و موانع ساختاری، تفاوت دیده می‌شود و بین شهر تبریز که شهر بزرگ در نظر گرفته شده بود با شهرستان‌ها یا شهرهای کوچک و روستاها تفاوت مشاهده می‌شود. نتایج تحقیق با پیش‌فرض اول که نرمال بودن توزیع داده‌ها در هر گروه می‌باشد تأیید شد؛ بنابراین میزان مشکلات پیش‌روی ورزش زنان در جنبه‌های فردی، بین فردی و ساختاری از کشیدگی نرمال برخوردار است (مقدار چولگی به ترتیب برابر $۰/۰۷۴$ ، $۰/۵۵$ - $۰/۲۶$ - و مقدار کشیدگی $۱/۳۷$ ، $-۱/۳۲$ و $-۱/۲۶$). نتایج آزمون لون و ویلچ و بورون در ارتباط با ثابت و برابر بودن واریانس درون گروه‌ها در جدول ۵ نشان داده شده است. براساس نتایج آزمون واریانس گروه‌ها از تجانس برخوردار نیستند. به دلیل اینکه فرض برابر بودن واریانس‌ها با آزمون لون رد شد از آماره‌های ویلچ و بورون استفاده می‌کنیم تا تفاوت بین گروه‌ها را بررسی کنیم.

جدول ۵. نتایج آزمون لون برای تجانس واریانس‌ها و آزمون ولچ و برون برای مقایسه گروه‌ها

متغیر	آماره لون	Df1	Df2	معناداری	
موانع فردی	۳۰/۱۲	۲	۳۸۱	۰/۰۰۱	
موانع بین فردی	۴۱/۱۳	۲	۳۸۱	۰/۰۰۱	
موانع ساختاری	۳۵/۸۷	۲	۳۸۱	۰/۰۰۱	
متغیر	متغیر بر اساس	آماره	Df1	Df2	معناداری
موانع فردی	ویلچ	۳۳۴/۴۰	۲	۲۲۵/۶۷	۰/۰۰۱
	بورون	۲۴۸/۶۳	۲	۳۱۶/۸۷	۰/۰۰۱
	ویلچ	۱۱۳۱/۳۹	۲	۱۹۵/۲۳	۰/۰۰۱
میان مشکلات	فردی	۵۶۳/۰۷	۲	۲۶۶/۳۸	۰/۰۰۱
	موانع	۳۸۲/۴۳	۲	۲۰۰/۴۱	۰/۰۰۱
پیش‌روی ساختاری	بورون	۲۰۰/۶۷	۲	۲۸۵/۸۳	۰/۰۰۱

 $(P \leq 0/016)$

با توجه به نتایج آزمون ولچ و بورون در سطح معناداری $0/016$ ، بنا به جلوگیری از خطای نوع اول (پلنت، ۲۰۱۰)، گروه‌ها یعنی شهر تبریز، شهرستان‌ها و روستاها از لحاظ میزان مشکلات پیش‌روی زنان در جنبه‌های موانع فردی، موانع بین فردی و موانع ساختاری با هم تفاوت دارند. با توجه به معناداری آزمون بالا و همچنین داشتن نمونه آماری حداکثری می‌توان همگن نبودن واریانس‌ها را نادیده گرفت و فرضیه را با آزمون آماری تحلیل واریانس آنوا آزمون کرد.

جدول ۶. تحلیل واریانس آنوا در گروه‌ها

متغیر	مجموع مجذورات	درجات آزادی	میانگین مجذورات	F	معناداری
موانع فردی	۲۵۵۱۰/۴۸	۲	۱۲۷۵۵/۲۴	۲۲۹/۵۴	۰/۰۰۱

معناداری	F	میانگین مجذورات	درجات آزادی	مجموع مجذورات	متغیر	
		۵۵/۵۶	۳۸۱	۲۱۱۷۱/۴۷	درون گروهی	
			۳۸۳	۴۶۶۸۱/۹۵	کل	
۰/۰۰۱	۴۷۲/۶۵	۱۸۱۰۳	۲	۳۶۲۰۶	بین گروهی	
		۳۸/۲۲	۳۸۱	۱۴۵۶۱/۷۴	درون گروهی	موانع بین فردی
			۳۸۳	۵۰۷۶۷/۷۴	کل	
۰/۰۰۱	۱۷۳/۵۶	۵۹۵۰۸/۵۱	۲	۱۱۹۰۱۷/۰۲	بین گروهی	
		۳۴۲/۸۵	۳۸۱	۱۳۰۶۲۶/۹۳	درون گروهی	موانع ساختاری
			۳۸۳	۲۴۹۶۴۳/۹۵	کل	

(P ≤ ۰/۰۱۶)

بر اساس نتایج آزمون تحلیل واریانس می‌توان بیان کرد میزان مشکلات پیش‌روی زنان بر اساس جنبه‌های موانع فردی، موانع بین فردی و موانع ساختاری در سه گروه یعنی شهر بزرگ، شهرستان‌ها و روستاها متفاوت بوده است. حداقل یک میانگین با گروه‌های دیگر متفاوت است. با استفاده از آزمون توکی برای مقایسه بین گروهی متغیر میزان فعالیت بدنی در جدول ۷، ارائه شده است.

جدول ۷. نتایج آزمون توکی برای مقایسه بین گروهی در متغیر

معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	تقسیم‌بندی استان	متغیر	
۰/۰۰۱	۰/۹	-۱۹/۰۱	شهرستان‌ها	موانع فردی	
۰/۰۰۱	۰/۹۸	-۱۳/۷۴	روستاها		
۰/۰۰۱	۰/۹۳	۵/۲۷	شهرستان‌ها		
۰/۰۰۱	۰/۷۴	-۱۷/۱۱	شهرستان‌ها	موانع بین فردی	مشکلات پیش روی
۰/۰۰۱	۰/۸۱	-۲۳/۸۷	روستاها		
۰/۰۰۱	۰/۷۷	-۶/۷۶	روستاها		
۰/۰۰۱	۲/۲۴	-۱۰/۲۸	شهرستان‌ها	موانع ساختاری	
۰/۰۰۱	۲/۴۳	۳۲/۲۸	روستاها		
۰/۰۰۱	۲/۳۳	۴۲/۵۷	روستاها		

براساس نتایج آزمون توکی در جدول ۷ می‌توان بیان کرد که بین شهر بزرگ (تبریز)، شهرهای کوچک (شهرستان‌های استان) و روستاها در متغیر میزان مشکلات پیش روی در جنبه‌های موانع فردی، موانع بین فردی و موانع ساختاری، تفاوت معنادار است. نتایج رتبه‌بندی نشان داد که میزان مشکلات پیش‌روی زنان براساس جنبه بازدارنده فردی، زنان شهرستانی (شهرهای کوچک) از مشکلات بازدارنده فردی بیشتری نسبت به دو گروه دیگر برخوردار هستند و زنان روستایی نیز نسبت به زنان تبریز، میزان مشکلات بازدارنده فردی بیشتری دارند. در مورد مشکلات پیش روی براساس بازدارنده بین فردی می‌توان گفت زنان روستایی از مشکلات پیش‌روی بین فردی بیشتری برخوردار هستند و زنان شهرستانی نسبت به زنان شهر تبریز، مشکلات پیش‌روی بین فردی بیشتری دارند. در مورد مشکلات پیش‌روی براساس بازدارنده ساختاری می‌توان بیان کرد زنان شهرستانی، مشکلات بازدارنده ساختاری بیشتری نسبت به دو گروه دیگر دارند و زنان شهر تبریز نسبت به زنان روستایی، مشکلات بازدارنده ساختاری بیشتری دارند. در ادامه، با توجه به اینکه مشکلات پیش‌روی زنان استان از لحاظ جنبه‌های بازدارنده فردی، بازدارنده بین فردی و بازدارنده ساختاری در سه گروه متفاوت است. در ادامه ما تک به تک بازدارنده‌ها را بررسی می‌کنیم که بازدارنده فردی مربوط به روانی فرد و مربوط به نگرش و تصورات فرد می‌باشد و بازدارنده بین فردی مربوط به نبود همراه و نبود روابط اجتماعی فرد می‌باشد. همچنین بازدارنده ساختاری مربوط به پول و امکانات، مربوط به وقت و فرصت‌ها، مربوط به مسئولیت‌ها، مربوط به اشتغال و مربوط به سلامتی می‌باشد. ابتدا به مشکلات پیش‌روی در جنبه بازدارنده فردی (مربوط به روانی فرد و مربوط به نگرش و تصورات فرد) را در سه گروه شهرهای بزرگ استان (شهر تبریز)، شهرهای کوچک (شهرستان‌ها) و روستاهای استان را بررسی می‌کنیم.

جدول ۸. تحلیل واریانس آنوا در گروه‌ها

معناداری	F	میانگین مجذورات	درجات آزادی	مجموع مجذورات	متغیر موانع فردی	
/۰۰۱	۷۳/۳	۷۲۷/۷۴	۲	۱۴۵۵/۴۹	بین گروهی	روانی
		۹/۹۲	۳۸۱	۳۷۸۲/۳۱	درون گروهی	
			۳۸۳	۵۲۳۷/۸۱	کل	
/۰۰۱	۲۸۷/۹	۱۰۲۰۰/۸۹	۲	۲۰۴۰۱/۷۹	بین گروهی	نگرش و تصورات
		۳۵/۴۳	۳۸۱	۱۳۴۹۹/۱۹	درون گروهی	
			۳۸۳	۳۳۹۰۰/۹۹	کل	

براساس نتایج آزمون تحلیل واریانس می‌توان بیان کرد میزان مشکلات پیش روی زنان براساس جنبه موانع فردی مربوط به روانی و مربوط به نگرش و تصورات در سه گروه یعنی شهر بزرگ، شهرستان‌ها و روستاها متفاوت بوده است. حداقل یک میانگین با گروه‌های دیگر متفاوت است؛ از این رو با استفاده از آزمون توکی برای مقایسه بین گروهی در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول ۹. نتایج آزمون توکی برای مقایسه بین گروهی در متغیر

معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	تقسیم‌بندی استان	متغیر	
/۰۰۱	۰/۳۸	-۳/۲۷	شهرستان‌ها	موانع فردی	مشکلات پیش روی
/۰۰۸	۰/۴۱	۱/۲۴	روستاها	شهر تبریز	
/۰۰۱	۰/۳۹	۴/۵۲	روستاها	شهرستان‌ها	موانع فردی
/۰۰۱	۰/۷۲	-۱۵/۶۹	شهرستان‌ها	شهر تبریز	

متغیر	تقسیم‌بندی استان	تفاوت میانگین	خطای استاندارد	معناداری
نگرش و تصورات	روستاها	-۱۵/۴۳	۰/۷۸	۰/۰۰۱
	شهرستان‌ها	۰/۲۵	۰/۷۴	۰/۹۳

براساس نتایج آزمون توکی در جدول ۹ می‌توان بیان کرد که بین شهر بزرگ (تبریز)، شهرهای کوچک (شهرستان‌های استان) و روستاها در متغیر میزان مشکلات پیش روی در جنبه‌های موانع فردی، مربوط به روانی و مربوط به نگرش و تصورات، تفاوت معنادار است. فقط در جنبه مربوط به نگرش و تصورات بین زنان شهرستان‌ها و زنان روستاها تفاوت معنادار نیست. همچنین نتایج رتبه‌بندی بازدارنده فردی استان بر اساس آزمون توکی نشان داد که سهم هر کدام از فاکتورهای بازدارنده برای شرکت نکردن در فعالیت ورزشی در شهرهای بزرگ (تبریز) استان، شهرستان‌های استان و روستایی‌های استان نشان داده شده است. همچنین در جدول، عدد بزرگ‌تر نشان‌دهنده مشکلات بیشتر است. همچنین می‌توان گفت بازدارنده فردی مربوط به جنبه روانی در شهرستان‌ها بیشتر مانع ورزش زنان شده است و بعد از زنان شهرستان‌ها شهر تبریز در رتبه بعدی قرار گرفته‌اند و بازدارنده فردی مربوط به نگرش و تصورات در روستاها و شهرستان‌ها بیشتر مانع ورزش نکردن زنان شده است.

نتایج مربوط به تحلیل واریانس آن‌ها نشان داد که بین مشکلات پیش‌رو در جنبه بازدارنده بین فردی (مربوط به نبود همراه و نبود روابط اجتماعی فرد) را در سه گروه شهرهای بزرگ استان (شهر تبریز)، شهرهای کوچک (شهرستان‌ها) و روستاهای استان، تفاوت وجود دارد و حداقل یک میانگین با گروه‌های دیگر متفاوت است (جدول ۱۰)؛ از این رو با استفاده از آزمون توکی به مقایسه بین گروهی که در جدول ۱۰ آورده شده است، پرداخته شد.

جدول ۱۰. تحلیل واریانس آن‌ها در گروه‌ها

متغیر	مجموع مجدورات	درجات آزادی	میانگین مجدورات	F	معناداری
بین گروهی نبود همراه	۷۹۹۳/۶۴	۲	۳۹۹۶/۸۲	۲۷۲/۴۱	۰/۰۰۱
	۵۵۸۹/۹۸	۳۸۱	۱۴/۶۷		
	۱۳۵۸/۶۲	۳۸۳			
بین گروهی نبود روابط اجتماعی فرد	۸۴۵۴/۷۴	۲	۴۲۲۷/۳۷	۲۹۷/۱۸	۰/۰۰۱
	۵۴۱۹/۵۴	۳۸۱	۱۴/۲۲		
	۱۳۸۷/۲۸	۳۸۳			

جدول ۱۱. نتایج آزمون توکی برای مقایسه بین گروهی در جنبه بازدارنده بین فردی

متغیر	تقسیم‌بندی استان	تفاوت میانگین	خطای استاندارد	معناداری
نبود همراه	شهر تبریز	-۷/۴۶	۰/۴۶	۰/۰۰۱
	روستاها	-۱۱/۴۵	۰/۵	۰/۰۰۱
مشکلات پیش روی	شهرستان‌ها	-۳/۹۹	۰/۴۸	۰/۰۰۱
	شهرستان‌ها	-۹/۴۲	۰/۴۵	۰/۰۰۱
نبود روابط اجتماعی فرد	شهر تبریز	-۱۰/۷۳	۰/۴۹	۰/۰۰۱
	شهرستان‌ها	-۱/۳۱	۰/۴۷	۰/۰۰۱

و در ادامه، مشکلات پیش‌رو در جنبه بازدارنده ساختاری (مربوط به پول و امکانات، مربوط به وقت و فرصت‌ها، مربوط به مسئولیت‌ها، مربوط به اشتغال و مربوط به سلامتی) در سه گروه شهرهای بزرگ استان (شهر تبریز)، شهرهای کوچک (شهرستان‌ها) و روستاهای استان بررسی شد.

جدول ۱۲. تحلیل واریانس آنوا در گروه‌ها

معنادار ی	F	میانگین مجدورات	درجات آزادی	جمع مجدورات	متغیر مشکلات پیش روی جنبه ساختاری
۰/۰۰۱	۷۶/۹	۲۴۷۷/۰۷	۲	۴۹۵۴/۱۵	بین گروهی
		۳۲/۲	۳۸۱	۱۲۲۷۱/۸	درون گروهی
			۳۸۳	۱۷۲۲۵	کل
۰/۰۲۴	۳/۷۸	۵۸/۱۹	۲	۱۱۶/۳۸	بین گروهی
		۱۵/۳۶	۳۸۱	۵۸۵۴/۵۴	درون گروهی
			۳۸۳	۵۹۷۰/۹۳	کل
۰/۰۰۱	۸/۶	۳۳۸/۳۶	۲	۶۵۶/۷۲	بین گروهی
		۳۸/۱۸	۳۸۱	۱۴۵۴۷/۱	درون گروهی
			۳۸۳	۱۵۲۰۳	کل
۰/۰۰۱	۱۷ ۱۴	۷۳/۵۶	۲	۱۴۷/۱۳	بین گروهی
		۵/۱۹	۳۸۱	۱۹۷۷/۸۲	درون گروهی
			۳۸۳	۲۱۲۴/۹۵	کل
۰/۰۰۱	۷۹ ۷۹	۱۰۵۸/۶۶	۲	۲۱۱۷/۳۲	بین گروهی
		۱۳/۲۶	۳۸۱	۵۰۵۴/۹۱	درون گروهی
			۳۸۳	۷۱۷۲/۲۴	کل

براساس نتایج آزمون تحلیل واریانس (جدول ۱۲) می‌توان بیان کرد میزان مشکلات پیش روی زنان براساس جنبه موانع ساختاری در پنج عامل مربوط به پول و امکانات، وقت و فرصت‌ها، مسئولیت‌ها، اشتغال و سلامتی در سه گروه یعنی شهر بزرگ، شهرستان‌ها و روستاها متفاوت بوده است. حداقل یک میانگین با گروه‌های دیگر متفاوت است. با استفاده از آزمون توکی مقایسه بین گروهی متغیرها در جدول ۱۳ ارائه شده است.

جدول ۱۳. نتایج آزمون توکی برای مقایسه بین گروهی در بازدارنده ساختاری

معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	تقسیم‌بندی استان		متغیر
۰/۹۹	۰/۶۸	۰/۰۴۵	شهرستان‌ها	شهر تبریز	پول و امکانات
۰/۰۰۱	۰/۷۴	۸/۰۱	روستاها	شهرستان‌ها	مشکلات
۰/۰۰۱	۰/۷۱	۷/۹۶	روستاها	شهر تبریز	پیش روی
۰/۹۴	۰/۴۷	-۰/۱۵	شهرستان‌ها	روستاها	موانع
۰/۰۷	۰/۵۱	۱/۱۳	روستاها	شهرستان‌ها	وقت و فرصت
۰/۰۲	۰/۴۹	۱/۲۸	روستاها	شهرستان‌ها	ساختاری

متغیر	تقسیم‌بندی استان	تفاوت میانگین	خطای استاندارد	معناداری
مسئولیت	شهر تبریز	شهرستان‌ها	۰/۷۴	۰/۰۰۱
	شهرستان‌ها	روستاها	۰/۸۱	۰/۵۱
	شهرستان‌ها	روستاها	۲/۱۰	۰/۰۲
اشتغال	شهر تبریز	شهرستان‌ها	۰/۲۷	۰/۰۰۱
	شهرستان‌ها	روستاها	۰/۳	۰/۰۰۴
	شهرستان‌ها	روستاها	۰/۲۸	۰/۲
سلامتی	شهر تبریز	شهرستان‌ها	۰/۴۴	۰/۶۲
	شهرستان‌ها	روستاها	۵/۴۳	۰/۰۰۱
	شهرستان‌ها	روستاها	۵/۰۲	۰/۰۰۱

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، پایش میزان فعالیت بدنی و مشکلات پیش روی ورزش زنان در سطح استان آذربایجان شرقی در سال ۱۳۹۹ بود. از آنجایی که کشور ما در حال توسعه است، نحوه مشارکت بانوان در فعالیت‌های ورزشی، مسئله پیچیده‌ای است که عوامل زیادی در آن دخالت دارد. نتایج برآمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها بیانگر آن بود که ترتیب عوامل سه‌گانه مدل (دوان دبلیو. کرافورد، ادگار ال. جکسون و جفری گادی، ۱۹۹۱)، ثابت و قطعی نیست و این امر با نتایج پژوهش‌های (کنستانتینوس الکساندریس و باب کارول، ۱۹۹۷)^۱، (جینیفر هابارد و راجر سی. مانل، ۲۰۰۱)^۲ و (ادگار ال. جکسون، ۲۰۰۰)^۳ تا حدودی مغایرت دارد. در این مدل مطرح شده است که اولین عامل بازدارنده، عوامل فردی است و سپس به ترتیب، عوامل بین‌فردی و ساختاری قرار دارند، اما پژوهش حاضر نشان داد که در استان آذربایجان شرقی این ترتیب به صورت عوامل فردی و ساختاری در اولویت به یک میزان درک شدند و عوامل بین فردی در اولویت بعدی قرار گرفتند؛ بنابراین به نظر می‌رسد تعمیم مدل کرافورد به تمام انسان‌ها و شرایط مختلفی که آنها در آن زندگی می‌کنند، امکان‌پذیر نیست. ترتیب و توالی عوامل سه‌گانه، وابسته به شرایطی خاص است که افراد در آن به سر می‌برند و همان‌طور که نظریه مازلو اشاره می‌کند سلسله‌مراتب نیازهای انسانی در جوامع مختلف، تابعی است از شرایط موجود در آن جامعه. با توجه به کمبودهایی که در هر جامعه وجود دارد، اهمیت یک طبقه از نیازهای انسانی، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد و اساساً در جوامعی که از نظر اقتصادی با مشکلاتی جدی مواجه هستند، نیازهای اولیه انسانی بر سایر نیازها غلبه می‌کند و مانع از بروز آنها می‌شود (فراهانی و همکاران، ۲۰۱۵).^۴ به نظر می‌آید در جامعه ما که مشکل اقتصادی، مهم‌ترین مشکل مردم است، شرکت در فعالیت‌های ورزشی تابعی از نیاز اقتصادی، امنیت، سلامت جسمانی و در همان اولویت نوع نگرش فرهنگی و اعتقادات مردم است. بر پایه این برداشت، از آنجا که بروز عوامل بازدارنده به معنای بروز مانع و مشکل در راستای رفع نیازهای دسترسی افراد به محیط‌های ورزشی است؛ لذا اولین نیاز زنان جامعه ما برای حضور در فعالیت‌های ورزشی، رفع هم‌زمان عوامل ساختاری نظیر درآمد کافی، وجود وسیله نقلیه، احراز سلامت جسمانی و هم‌زمان با تغییر نوع نگرش خود زنان، جامعه و وابستگان آنها می‌باشد و در نهایت، عوامل بین فردی که بیانگر لزوم همراه و دوست در فعالیت‌های اوقات فراغت است، مهم

¹ Duane W. Crawford, Edgar L. Jackson & Geoffrey Godbey, 1991

² Konstantinos Alexandris & Bob Carroll, 1997

³ Jennifer Hubbard & Roger C. Mannell, 2001

⁴ Edgar L. Jackson, 2000; Edgar L. Jackson, 2005

تلقی می‌شود. (اروی دونگ و گری چیک، ۲۰۱۲)^۱ (به‌نقل از (محمد احسانی، ۲۰۰۷))، در پژوهش خود روی جامعه منتخبی از چین با کسب نتایج مشابه با این یافته‌ها، مهر تأیید می‌زند. البته، چیک و دانگ علت عدم تطابق ترکیب عوامل سه‌گانه مدل کرافورد را در چین، اختلاف فرهنگی بین جامعه شرق و غرب می‌دانند که شاید این امر در ایران نیز مصداق داشته باشد.

از طرفی، در ادامه تحلیل نتایج در زمینه میزان مشکلات پیش روی در میان گروه‌های بیان شده، نتایج، نشان از وجود موانع بیشتر در میان بانوان شهرستانی این استان داشت. در دسته‌بندی این مشکلات در سه طبقه (مشکلات فردی، بین فردی و ساختاری)، موانع فردی (در زیرعامل روانی) و موانع ساختاری (در زیرعامل‌های مربوط به پول و امکانات، وقت و فرصت، اشتغال و سلامتی) اصلی‌ترین موانع در میان بانوان شهرستانی گزارش شدند؛ این در حالی بود که زیرعامل مسئولیت میان بانوان شهرستانی به‌عنوان رتبه نخست بیشترین اهمیت را به خود گرفت. در ادامه، در بررسی‌های مربوط به بازدارنده‌های مربوط به بانوان شهر تبریز، موانع ساختاری (در زیرعامل‌های مربوط به پول و امکانات، وقت و فرصت، اشتغال و سلامتی) به‌عنوان اولویت برای آنها در نظر گرفته شدند و در رتبه اول این موانع قرار گرفتند. یافته‌های برآمده از این اثر نشان از آن داشت که بالا بودن هزینه اماکن ورزشی به‌عنوان یکی دیگر از زیرعامل‌های موانع ساختاری، با نتیجه برخی تحقیقات مثل (احسانی، ۲۰۰۷)؛ (کشر و احسانی، ۲۰۰۷)؛ (باری هولیهان و میک گرین، ۲۰۰۷)^۲؛ (احسانی و همکاران، ۲۰۰۹)؛ (صدراتی، ۲۰۰۴)؛ (میرغفوری و همکاران، ۲۰۰۹)؛ (نادریان جهرمی و هاشمی، ۲۰۰۹)؛ (منظمی و همکاران، ۲۰۱۱)؛ (سیده زهرا هاشمی زاده، فاطمه رخشانی، علی نویدیان و سید رضا موسوی، ۲۰۱۳)؛ (محبوبه روزبهانی، کتابیون کامکاری و علی اکبر میرزاپور، ۲۰۱۴)؛ (علیرضا موتنی، امین همتی و هادی مرادی، ۲۰۱۴)؛ (محمد پورنجبر، محمدرسلول خدادادی، بهروز قربان زاده و معصومه اعلمی کوشکی، ۲۰۱۶) و (فراهانی و همکاران، ۲۰۱۵) هم‌خوانی داشته است. گزینه اشتغال به‌عنوان اصلی‌ترین زیرعامل از گروه موانع ساختاری در این گروه در اولویت قرار دارد و مانع مشارکت بانوان شهر تبریز در فعالیت‌های بدنی شد. در بررسی زیرساخت‌های مربوط به هر کدام از این موانع می‌توان ادعا کرد موانع ساختاری در حالت کل که مربوط به تجهیزات و وجود قوانین دست و پاگیر یا وجود نیروی متخصص، اولویت دادن کار به ورزش و اهمیت ندادن مسئولان به ورزش بانوان در اولویت‌های عوامل بازدارنده در این حیطه قرار دارد که با نتایج تحقیق (محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۲۰)؛ (نادریان جهرمی و هاشمی، ۲۰۰۹)؛ (فراهانی و همکاران، ۲۰۱۵) هم‌خوانی دارد.

در ادامه بررسی‌ها، نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان دادند که بانوان روستایی در این استان از مشکلات بین فردی (در زیرعامل نبود همراه و بعد اجتماعی) و در مشکلات فردی در رتبه بعدی (در زیرعامل نگرش و تصورات) رنج می‌بردند. همچنین در حیطه عوامل بازدارنده فردی مربوط به نگرش در میان خانواده‌های روستایی و شهرستانی می‌توان به نگرش خانواده آنها در شرکت در فعالیت‌های ورزشی اشاره کرد که به زعم درست بودن این مطلب، پژوهش حاضر با تحقیق (پیتر برامهام، ۲۰۰۹)^۳؛ (کارلا آ هندرسون و کی کینگ، ۱۹۹۸)؛ (مسعود نادریان، وحید ذوالاکتاف و الهام مشکل گشا، ۲۰۰۹)؛ (فراهانی و همکاران، ۲۰۱۵) هم‌خوانی دارد. در این زمینه به نظر می‌رسد افزایش سطح آگاهی عمومی جامعه نسبت به مشارکت ورزشی بانوان و تأثیرات مفید آن در نگرش خانواده‌ها به ورزش بانوان تغییر ایجاد خواهد کرد.

موانع مربوط به عامل اجتماعی، بسیار گیج‌کننده به نظر می‌رسد؛ زیرا در نگاه اول این عوامل، عادی به نظر می‌آیند ولی تأثیرات بسیار مهم و زیادی بر مشارکت ورزشی می‌گذارند؛ بنابراین نگرش منفی یا خنثی جامعه در نداشتن

¹ Erwei Dong & Garry Chick, 2012

² Barrie Houlihan & Mick Green, 2007

³ Peter Bramham, 2009

مشارکت می‌تواند به دلیل وجود فرهنگ‌های دارای تفکرات تبعیض جنسیتی، نبود یک الگوی ورزشی موفق و مشوق در جامعه و حمایت نکردن رسانه‌های جمعی از ورزش با ایجاد احساس نگرانی و خجالت در فرد، ایجاد مزاحمت، ایجاد دلسردی، باعث شود تا فرد از شرکت در فعالیت‌های ورزشی صرف‌نظر کند (محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۲۰؛ روزبهانی و همکاران، ۲۰۱۴). طبق نظریه یادگیری اجتماعی، بهره‌مندی از حمایت اجتماعی از طرف دیگران باعث تقویت یا ممانعت از انجام رفتار می‌شود. در پژوهش (علی نقی انصاری، ۲۰۰۸) بر سالمندان عوامل اجتماعی، مهم‌ترین دلیل نداشتن مشارکت در میان جامعه موردنظر شناخته شده‌اند. در رابطه با موانع اجتماعی میان بانوان روستایی، می‌توان نبود همراه و پایین بودن عامل اجتماعی میان آنها به‌عنوان دلایل نداشتن مشارکت آنها در فعالیت‌های بدنی اشاره کرد. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات (احسانی و همکاران، ۱۹۹۶)؛ (سرلی و جکسون، ۱۹۸۵) (میرغفوری و همکاران، ۲۰۰۹)؛ (احسانی، ۲۰۰۷) و همچنین (روزبهانی و همکاران، ۲۰۱۴) همخوانی دارد. در راستای رفع این موارد، ایجاد مسابقات ورزشی ویژه بانوان در تمامی سطوح، معرفی و تجلیل از ورزشکاران موفق این دوره‌ها، تبلیغات گسترده‌تر رسانه‌های جمعی در زمینه ورزش بانوان با توجه به ویژگی خاص جامعه ایران، مؤثر خواهد بود.

با توجه به پیشینه مطالعات در بیست سال اخیر، موقعیت زنان در نقش‌های اجتماعی به سرعت تغییر یافته اما هنوز حضور آنها در ورزش کم‌رنگ است. از آنجایی که این قشر، نیمی از منابع انسانی مؤثر در توسعه جوامع را تشکیل می‌دهند؛ باید در برنامه‌های توسعه اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی، راه‌های استفاده بهتر از توانایی‌ها و استعداد‌های آنان را هموار ساخت تا امکان حضور مؤثر آنها در فرایند توسعه پایدار در زمینه‌های مختلف اجتماعی میسر شود و زمینه مشارکت مؤثر آنان در توسعه فرهنگی فراهم آید. در این زمینه با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهاد می‌شود مسئولین و برنامه‌ریزان ادارات و سازمان‌ها، رفع موانع ساختاری را در رأس امور خود قرار دهند و ساعتی برای ورزش همگانی در برنامه‌ریزی ساعات اداری یا در پارک‌ها زیر نظر مربی مجرب در نظر بگیرند. علاوه بر آن، با توجه به اینکه زنان در استان آذربایجان شرقی، نگرش و تصورات به ورزش را کم‌اهمیت و نداشتن مسئولیت در خانه و خانواده را نسبت به گرایش به ورزش ارجح می‌دانند، پیشنهاد می‌شود تحقیق مشابهی پس از ایجاد تبلیغات رسانه‌ای و گروهی گسترده در مورد مزایای فعالیت بدنی صورت بگیرد.

تشکر و قدردانی

این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی با شماره ۹۹/۲۰/۷۴۶/ص مورخ ۹۹/۰۲/۲۲ که توسط دانشگاه تبریز تأمین اعتبار گردید؛ بنابراین، بدین وسیله از معاونت محترم پژوهشی دانشگاه تبریز و تمامی بانوان موردآزمون، کمال تشکر و قدردانی به‌عمل می‌آوریم.

References

- Alexandris, K., & Carroll, B. (1997). Demographic differences in the perception of constraints on recreational sport participation: results from a study in Greece. *Leisure Studies*, 16(2), 107-125. <https://doi.org/10.1080/026143697375449>
- Ansari, A. N. (2008). *Comparison of some barriers to participation of youth and the elderly in Shahreza city in recreational sports activities* [Master, Isfahan]. Iran .
- Arabnarmi, B. (2016). Discursive space of Iranian women's physical activity. *Women in Development & Politics*, 14(4), 477-491. https://doi.org/10.22059/jwdp.2016.6096_5
- Barnett, F., & Spinks, W. L. (2007). Exercise self-efficacy of postmenopausal women resident in the tropics. *Maturitas*, 58(1), 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.maturitas.2007.04.003>
- Beaglehole, R., Irwin, A., & Prenti, T. (2003). *The world health report 2003: shaping the future*. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/42789>

- Bramham, P. (2009). Book Review: C. Rojek, S. M. Shaw and A.J. Veal (eds) *A Handbook of Leisure Studies* Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2006, £95.00 hbk (ISBN: 1 4039 0278 X), xiii+578 pp. *Sociology*, 43(2), 405-406. <https://doi.org/10.1177/00380385090430021405>
- Crawford, D. W., Jackson, E. L., & Godbey, G. (1991). A hierarchical model of leisure constraints. *Leisure Sciences*, 13(4), 309-320. <https://doi.org/10.1080/01490409109513147>
- Cui, Y. (2007). Striving and thriving: Women in Chinese national sport organizations. *The International Journal of the History of Sport*, 24(3), 392-410. <https://doi.org/10.1080/09523360601101378>
- Dong, E., & Chick, G. (2012). Leisure Constraints in Six Chinese Cities. *Leisure Sciences*, 34(5), 417-435. <https://doi.org/10.1080/01490400.2012.714702>
- Ehsani, M. (2007). Level of Sport Participation for Women in Iran and Leisure Constraints. *The International Journal of Humanities*, 12(3), 15-28. <http://ejih.modares.ac.ir/article-27-409-en.html> <http://ejih.modares.ac.ir/article-27-409-en.pdf>
- Ehsani, M., & Azb Daftaran, M. (2003). Investigating the factors hindering the participation of female students in sports activities in Islamic Azad University, Khorasgan Branch. *OLYMPIC*, 11(3-4), 29-40. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=1611>
- Ehsani, M., Hardman, K., & Carroll, B. (1996). *A comparative study of leisure constraint factors on the sporting activity of English and Iranian students*. annual comparative study conference, Tokyo, Japan .
- Ehsani, M., Honarvar, A., Sharifian, I., Kozehchian, H., & Farzan, F. (2009). The role of professional sports in the growth and development of Muslim women's sports. *Sports Management Studies*, 6(1), 153-171.
- Farahani, A., Hosseini, M., & Moradi, R. (2015). Prioritization of barriers facing women working in sports activities in Alborz province. *School of Public Health and Institute of Public Health Research*, 1(15), 23-34. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=347709>
- Gollschewski, S., Kitto, S., Anderson, D., & Lyons-Wall, P. (2008). Women's perceptions and beliefs about the use of complementary and alternative medicines during menopause. *Complementary Therapies in Medicine*, 16(3), 163-168. <https://doi.org/10.1016/j.ctim.2007.06.001>
- Hardin, M., Lynn, S., & Walsdorf, K. (2005). Challenge and Conformity on "Contested Terrain": Images of Women in Four Women's Sport/Fitness Magazines. *Sex Roles*, 53(1), 105-117. <https://doi.org/10.1007/s11199-005-4285-6>
- Hashemizadeh, S. Z., Rakhshani, F., Navidian, A., & Mousavi, S. R. (2013). Investigating the effect of education based on transtheoretical model on the level of physical activity of housewives in Zahedan in 2011. *Health system research*, 9(2), 144-152. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=201319>
- Henderson, K. A., & Ainsworth, Barbara E. (2001). Researching Leisure and Physical Activity with Women of Color: Issues and Emerging Questions. *Leisure Sciences*, 23(1), 21-34. <https://doi.org/10.1080/01490400150502225>
- Henderson, K. A., & King, K. (1998). Recreation programming for adolescent girls: rationale and foundations. *Journal of Park and Recreation Administration*, 16(2), 1-14. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19981812705>

- Hill, K. L. (1993). Women in Sport: Backlash or Megatrend? *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 64(9), 49-52. <https://doi.org/10.1080/07303084.1993.10607351>
- Hojjati, Z., & Alipour, V. (2014). Relationship Between Physical Activity And Health Related Anthropometric Indices Of University Female Staffs. *Hormozgan Medical Journal*, 18(2), 159-167. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=370591>
- Houlihan, B., & Green, M. (2007). *Comparative elite sport development*. Routledge. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=EhkjZV8E13wC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Comparative+Elite+Sport+Development&ots=9GS3dezWo1&sig=DDFkuDjqAlPeTPXiTmfBiJ6AMWg#v=onepage&q=Comparative%20Elite%20Sport%20Development&f=false>
- Hubbard, J., & Mannell, R. C. (2001). Testing Competing Models of the Leisure Constraint Negotiation Process in a Corporate Employee Recreation Setting. *Leisure Sciences*, 23(3), 145-163. <https://doi.org/10.1080/014904001316896846>
- Jackson, E. L. (2000). Will Research on Leisure Constraints Still Be Relevant in the Twenty-first Century? *Journal of Leisure Research*, 32(1), 62-68. <https://doi.org/10.1080/00222216.2000.11949887>
- Kenyon, G. S., & McPherson, B. D. (1973). Becoming involved in physical activity and sport: A process of socialization. In *Physical activity: Human growth and development*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-581550-5.50017-9>
- Keshkar, S., & Ehsani, M. (2007). Constraints Inhibiting Women from Participating in Recreational Sports in Tehran Focusing on Personal Attributes. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 5(2), 113-134. <https://doi.org/10.22051/jwsp.2007.1298>
- Ku, P.-S., Tsaur, S.-H., & Yen, C.-H. (2019). Body Image, Beliefs About Appearance, and Leisure Constraints Among Taiwanese Female Adolescents: Does Leisure Self-Efficacy Matter? *Leisure Sciences*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/01490400.2019.1696723>
- Laar, R., Zhang, J., Yu, T., Qi, H., & Ashraf, M. A. (2019). Constraints to women's participation in sports: a study of participation of Pakistani female students in physical activities. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 11(3), 385-397. <https://doi.org/10.1080/19406940.2018.1481875>
- LaCroix, A. Z., Bellettiere, J., Rillamas-Sun, E., Di, C., Evenson, K. R., Lewis, C. E., Buchner, D. M., Stefanick, M. L., Lee, I.-M., & Rosenberg, D. E. (2019). Association of light physical activity measured by accelerometry and incidence of coronary heart disease and cardiovascular disease in older women. *JAMA Network Open*, 2(3), 1-14. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2019.0419>
- Manfredo, M. J., Driver, B. L., & Tarrant, M. A. (1996). Measuring Leisure Motivation: A Meta-Analysis of the Recreation Experience Preference Scales. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 188-213. <https://doi.org/10.1080/00222216.1996.11949770>
- Mirghafoori, S. H. A., Sayyadi Touranlou, H., & Mirfakhreddini, S. H. (2009). The Analysis of Factors Affecting Women's Participation in Sport (Female Students of Yazd University). *Journal of Sport Management*, 1(1), 83-100. https://jrm.ut.ac.ir/article_22135_0ec2e335f4dc3bd0f9fd9db6de0447d0.pdf
- Mohammad Kazemi, R., Ajorloo, F., & Ghadimi, B. (2020). Identifying and Develop a Model of Practical Contextual Factors for the Position of Women's Sports in Improving Development Indicators. *cultural- Social studies of Olympic*, 1(2), 67-82. http://www.olympic-journal.ir/article_119334_5a2f5a5b8602146cf7bd384284159a34.pdf

- Mohammadi, M., Yavarian, R., & Arefi, M. (2011). A Comparison Of Mental Health And Life Expectancy In Employed And Unemployed Women Of West Azerbaijan. *Journal Of Urmia Nursing And Midwifery Faculty*, 9(1), 39-43. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=200116>
- Monazami, M., Alam, S., & Boushehri, N. (2011). The Identification of Effective Factors in the Development of Women's Physical Education and Sport in Islamic Republic of Iran. *Journal of Sport Management*, 3(10), 151-168. https://jsm.ut.ac.ir/article_23799_a50d6d1caf276f6643bdb0878ecfb006.pdf
- Moradi Barzelabad, F., Ghezelsafloo, H., Zarrineh, F., Ghazanfari, M., Amiri, N., & Ghadrnan, R. (2017, June 27). *The effect of exercise on the mental health of female athletes and non-athletes of female students of Gonbad Kavous University*. National Conference on Management and Humanities Research in Iran, Tehran, Iran. <https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?ID=93429>
- Motameni, A., Hemati, A., & Moradi, H. (2014). Identifying and prioritizing the barriers for women's sports activities. *Sport Management Studies*, 6(24), 111-130. https://s.mrj.ssrc.ac.ir/article_145_d70abbd8e3306b975a175753c9028abc.pdf
- Naderian Jahromi, M., & Hashemi, H. (2009). Deterrents to sports participation of female employees in Isfahan. *Sports Management Studies* 6(2) ,137-150 .
- Naderian, M., Zolaktaf, V., & Moshkel Gosha, E. (2009). Barriers to women's sports participation and their relationship with motivation. *Motor science and sports*, 7(13), 145-154. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=90225>
- Nasehi, M. M., Moosazadeh, M., Amiresmaeili, M., parsaeae, M., Zakizadeh, R., & Mirzajani, M. (2012). Prevalence of Five Main Risk Factors of Non-Communicable Diseases in Mazandaran Province: A Population Based Study. *Journal of Mazandaran University of Medical Sciences*, 21(86), 193-202. <http://jmums.mazums.ac.ir/article-1-883-en.html> <http://jmums.mazums.ac.ir/article-1-883-en.pdf>
- Nikpour, S., Rahimiha, F., & Haghani, H. (2006). Comparing the Status of Sport Activities in Women and Men Working at Iran University of Medical Sciences and Health Services. *Razi Journal of Medical Sciences*, 13(52), 205-216. <http://rjms.iums.ac.ir/article-1-631-en.html> <http://rjms.iums.ac.ir/article-1-631-en.pdf>
- Pourranjbar, M., Khodadadi, M., Ghorbanzade, B., & Alamikoshki, M. (2016). The correlation facilitating and inhibiting factors on participation in sports activities of female students in Kerman University of Medical Sciences. *Journal of Health Promotion Management*, 5(3), 60-68 . <http://jhpm.ir/article-1-631-en.html> <http://jhpm.ir/article-1-631-en.pdf>
- Romsa, G., & Hoffman, W. (1980). An Application of Nonparticipation Data In Recreation Research: Testing the Opportunity Theory. *Journal of Leisure Research*, 12(4), 321-328. <https://doi.org/10.1080/00222216.1980.11969458>
- Ruzbahani, M., Kamkari, K., & Mirzapoor, A. A. (2014). Assessment of effective factors of barriers to participate in sport for elder women in recreational sport activities in Alborz Province. *Scientific Journal Of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 1(2), 33-42. https://fmss.journals.pnu.ac.ir/article_896_3cbd1b32bd697e65f76f03399ea9435a.pdf

- Saini, R. (2012). A study on Girls participation in Games and physical Activities: socio-cultural Hindrances. *Golden research thought*, 1(9), 1-4. <http://oldgrt.lbp.world/UploadedData/1073.pdf>
- Searle, M. S., & Jackson, E. L. (1985). Recreation non-participation and barriers to participation: Considerations for the management of recreation delivery systems. *Journal of Park and Recreation Administration*, 3(2). <https://js.sagamorepub.com/jpra/article/view/2016>
- Sedarati, M. (2004). Competitive Anxiety Level of the Female Athletes. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 2(5), 112-127. <https://doi.org/10.22051/jwsp.2004.1231>
- Shamsi Purdehkordi, P., Sangari, M., & Eslami Nasr Abad, M. (2017). *Guide to the application of psychological tests and sports psychology*. Tanin Danesh.
- Tanzer, J. R. (2021). Developing authentic happiness: Growth curve models to assess lifelong happiness. *The Journal of Positive Psychology*, 16(1), 11-19. <https://doi.org/10.1080/17439760.2019.1689419>
- Walseth, K., & Fasting, K. (2003). Islam's View on Physical Activity and Sport: Egyptian Women Interpreting Islam. *International Review for the Sociology of Sport*, 38(1), 45-60. <https://doi.org/10.1177/10126902030381003>



Development of a Conceptual Model of Lancaster and Kurt Rail Higher Education Branding (An Approach Based on Deductive Qualitative Content Analysis)

Ali Keshavarz-zadeh¹, Khalil Gholami^{2*}, Nematollah Azizi³

¹PhD Student of Higher Education Development Planning, Department of Educational, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

²Associate Professor, Department of Education, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

³Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 12.24.2020

Revised: 04.19.2021

Accepted: 05.29.2021

Keyword:

Development
Conceptual modeling
Branding
Higher education
Lancaster and kurt rail
Approach
Deductive qualitative content analysis

*Corresponding Author:

Khalil Gholami

Email:

khalil.gholami@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research was to develop a conceptual model of Lancaster and Kurt Rail Higher Education Branding. The research approach was based on deductive qualitative content analysis. The research population included experts at Sharif University of Technology. Using purposive sampling method, 32 people were selected as the research sample. The data collection tool was a semi-structured interview. Data coding technique was used to analyze the data. The Lancaster and Kurt Rail branding models have three concepts of identity, purpose and response, each of which includes three main categories or core, real and added value. The concept of identity includes a set of signs, symbols and branding slogans. The concept of purpose includes the products, services and products, requirements and marketing of the university. The concept of response means interpreting the market performance of university brand products and services in the market. Based on the research findings, the developed branding model of the university had two stages of brand equity creation planning and brand equity measurement. The concepts of identity and purpose were intended for the planning process. Planning included all the strategies used in the preparation and implementation of the branding planning process of Sharif University of Technology. The planning stage included the variables of naming, location, logo, main and supporting missions, staff, professors, products and services, students, marketing and graduates. In the following sections of this paper, the main and pivotal strategies of the mentioned variables are presented. The concept of response is intended to measure the performance of the university brand. Measuring the specific value of the university brand is a set of measures that provide the final value of the university brand in internal and external dimensions by providing special dimensions and variables. The stage of measuring the brand equity of the university included the basic variables of measuring the brand equity of external and internal dimensions. Scientific credibility, reputation, students' feelings and loyalty were considered external infrastructure strategies while empowerment and efficiency, graduates, student services, infrastructure and financial dimensions were considered internal infrastructure strategies. Finally, the number of extract points to measure the university's brand equity were presented.





توسعه مدل مفهومی برندسازی آموزش عالی لنکستر و کورت ریل (رویکردی مبتنی بر تحلیل محتوای کیفی قیاسی)

علی کشاورز زاده^۱، خلیل غلامی^{۲*}، نعمت‌الله عزیز^۳

- ۱- دانشجوی دکتری برنامه ریزی توسعه آموزش عالی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
- ۲- دانشیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
- ۳- استاد، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

چکیده

هدف پژوهش، توسعه مدل مفهومی برندسازی آموزش عالی لنکستر و کورت ریل است. رویکرد تحقیق، تحلیل محتوای کیفی قیاسی است. جامعه پژوهش، خبرگان دانشگاه صنعتی شریف است که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، ۳۲ تن به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده، مصاحبه نیمه‌ساختارمند است. برای تحلیل داده‌ها از تکنیک کدگذاری داده‌ها استفاده شد. مدل برندسازی لنکستر و کورت ریل، دارای سه مفهوم هویت، هدف و پاسخ است که هر کدام شامل سه مقوله اصلی یا هسته، واقعی و ارزش‌افزوده می‌باشد. مفهوم هویت، شامل مجموعه علائم، نشانه‌ها و شعارهای برندسازی است. مفهوم هدف، شامل محصولات، خدمات و تولیدات، الزامات و بازاریابی دانشگاه است. مفهوم پاسخ به معنای، تفسیر عملکرد بازار محصولات و خدمات برند دانشگاه در بازار است. براساس یافته‌های تحقیق، مدل توسعه‌یافته برندسازی دانشگاه، دو مرحله برنامه‌ریزی خلق ارزش ویژه برند و سنجش ارزش ویژه برند دارد. مفاهیم هویت و هدف برای فرایند برنامه‌ریزی در نظر گرفته شده است. برنامه‌ریزی، شامل تمامی استراتژی‌هایی می‌باشد که باید در مراحل تهیه و اجرای فرایند برنامه‌ریزی برندسازی دانشگاه صنعتی شریف به‌کار گرفت. مرحله برنامه‌ریزی شامل متغیرهای نام‌گذاری، مکان‌یابی، لوگو، مأموریت‌های اصلی و پشتیبان، کارکنان، استادان، محصولات و خدمات، دانشجویان، بازاریابی و فارغ‌التحصیلان می‌باشد. در ادامه، استراتژی‌های اصلی و محوری هر کدام از متغیرهای مذکور ارائه شده است. مفهوم پاسخ، برای سنجش عملکرد برند دانشگاه در نظر گرفته شده است. منظور از سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه، مجموعه‌ای از تابیری است که با ارائه ابعاد و متغیرهای ویژه، ارزش نهایی برند دانشگاه را در ابعاد درونی و بیرونی مورد سنجش قرار می‌دهد. مرحله سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه شامل متغیرهای زیربنایی سنجش ارزش ویژه برند بیرونی و درونی است. اعتبار علمی، شهرت، احساس و عاطفه دانشجویان و وفاداری، استراتژی‌های زیربنایی بیرونی و توانمند و کارآمدسازی، فارغ‌التحصیلان، خدمات دانشجویی، زیرساخت و ابعاد مالی، استراتژی‌های زیربنایی درونی هستند. در نهایت، تعداد گویه‌های استخراجی سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه ارائه داده شده است.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۰۴

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۳۰

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۰۸

کلید واژگان:

توسعه
مدل مفهومی
برندسازی
آموزش عالی
لنکستر و کورت ریل
رویکرد
تحلیل محتوای کیفی قیاسی

*نویسنده مسئول: خلیل غلامی

پست الکترونیکی:

khalil.gholami@gmail.com



مقدمه

پس از سال ۱۹۶۰ میلادی، به دلیل شکل‌گیری محدودیت‌های منابع و انرژی، جهان شاهد افزایش رقابت بین شرکت‌ها بود و در این میان، سازمان‌ها برای بقا و رشد در بازارهای رقابتی به‌وجود آمده، ناگزیر به استفاده مؤثر، مفید و کارآمدتر از دارایی‌های نامشهود خود گردیدند (کوین لین کالر، ۲۰۰۳)^۱. از آن زمان، پیوسته به اهمیت و نقش دارایی‌های نامشهود در اثربخشی و بهبود عملکرد کسب‌وکار صنعت و خدمات افزوده شده است. یکی از دارایی‌های نامشهود و بسیار بااهمیت، برند می‌باشد (کوین لین کالر، ام جی پارامسواران و اساق جیکوب، ۲۰۱۱)^۲. برند از دهه ۱۹۹۰ به بعد به‌عنوان مهم‌ترین حوزه تحقیقاتی در بازاریابی مصرفی و خدماتی بررسی شده است (کالر، ۱۹۹۳). واژه برند معمولاً برای اشاره به محصول یا خدمتی به‌کار می‌رود که ارزش اعتباری و اجتماعی بالایی داشته باشد. به بیان دیگر، برند، دارای ماهیت اجتماعی است و به برندهای قدرتمند، افراد بیشتری حس مالکیت دارند (امبر ال. استفنسون و دیوید بی یرگر، ۲۰۱۴)^۳. برندهای برتر می‌توانند هیجان و عواطف ذی‌نفعان خود را برانگیزند، اعتماد مشتریان را جلب کنند و انتظار خلق ایده‌های نوآوری در محصولاتشان می‌رود (برندی آ. واتکینز و ویلیام جی. گونزباخ، ۲۰۱۳)^۴. برندسازی، تکنیک خاصی است که اعتبار و ارزش محصول و خدمات ویژه یک مؤسسه را به مشتریان انتقال می‌دهد. این مفهوم در طی زمان، تکامل یافته است و به‌عنوان پارادایمی نوین از طریق انتزاع‌سازی، تجرید و مهندسی فرهنگی، محصولات و خدمات ارائه شده را تجسمی از آرمان‌ها و ایده‌آلهایی مصرف‌کننده می‌سازد (جین همسلی- براون و ایزهار اوپلاتکا، ۲۰۰۶؛ داگلاس بی. هولت، ۲۰۰۲)^۵. برندسازی می‌تواند در تمامی زمینه‌هایی که خدمت یا محصولی ارائه می‌شود، به‌کار گرفته شود (لز لی دی چرناتونی، ۲۰۱۰)^۶؛ بنابراین، برندسازی، تکنیکی برای ایجاد برند خاص محصول یا خدمت و مشروعیت‌بخشی به آن می‌باشد که اصل اساسی آن، رضایت مشتری است (کریس چاپلو، ۲۰۱۵)^۷.

آموزش عالی به‌عنوان بخش مهم از حوزه خدمات، نقش اساسی را در جامعه دارد (بورکاک چاگلا گاریپاوغلو، ۲۰۱۶)^۸. هدف نهایی آموزش عالی، ایجاد، توسعه و گسترش دانش است. در شروع قرن بیست‌ویکم، افزایش چشم‌گیر متقاضیان ورود به دانشگاه، باعث پویایی و رشد سریع آموزش عالی شد (رهنما علی چودری، راجر بنت و شارمیلای ساوانی، ۲۰۰۸؛ دنیز ارگون، ۲۰۱۳)^۹. در ادامه با افزایش سطح آموزش عالی، دانشگاه‌ها وارد رقابت تنگاتنگ شدند (جله ممبی، ۲۰۱۸)^{۱۰}. به این ترتیب، جنبشی بنیادین شکل گرفت و دانشگاه‌ها برای جذب تعداد بیشتر دانشجوی ملی و بین‌المللی (سیمون مارگینسون، ۲۰۰۷)^{۱۱}، ارائه رشته‌های متنوع در سطوح مختلف (فیکرت سنسس، ۲۰۰۷)^{۱۲} و در نهایت ورود به عرصه‌های برندسازی (کریس چاپلو، ۲۰۰۷)^{۱۳} تلاش کردند. علاوه بر توسعه رقابت در بین دانشگاه‌ها برای جذب جامعه هدف، تغییرات اجتماعی و تکنولوژیکی، عرصه را برای ورود دانشگاه‌ها به برندسازی،

¹ K.L. Keller, 2003

² Kevin Lane Keller, MG Parameswaran & Isaac Jacob, 2011

³ Amber L. Stephenson & David B. Yerger, 2014

⁴ Brandi A. Watkins & William J. Gonzenbach, 2013

⁵ Jane Hemsley-Brown & Izhar Oplatka, 2006; Douglas B. Holt, 2002

⁶ Leslie De Chernatony, 2010

⁷ Chris Chapleo, 2015

⁸ Burçak Çağla Garipagaoglu, 2016

⁹ Deniz Erguvan, 2013

¹⁰ Jelle Mampaey, 2018

¹¹ Simon Marginson, 2007

¹² Fikret Şenses, 2007

¹³ Chris Chapleo, 2007

ضروری ساخته است (فیلیپا هانکینسون، ۲۰۰۴)^۱. تمامی تغییرات حاضر، آموزش عالی را به منظور فرایند برندسازی، مجبور به مهندسی مجدد ساختارهای کارکردی و سازمانی خود کرده است (براون و اوپلاتکا، ۲۰۰۶). بنابراین، دانشگاه‌ها برای دستیابی و تسهیل نوآوری، کارآفرینی، هماهنگی با استراتژی‌های مشتری‌مداری، فرایند برندسازی را در ابعاد درونی و بیرونی توسعه دادند. به تعبیری دیگر، ابتدا به توسعه برندسازی خود از داخل سازمان و سپس توسعه استراتژی‌های برندسازی خارجی می‌پردازند (کیمبرلی ام. جادسون، تیموتی دبلیو. اوراند، لیندا گورچلز و جفری ال. گوردون، ۲۰۰۸)^۲.

هدف برندسازی آموزش عالی، آگاهی‌بخشی و تمرکز بر تقاطع و هم‌سویی ارزش‌های اصلی دانشگاه با انتظارات جامعه هدف است. در واقع برندسازی، یافتن نقاط اشتراک است میان آنچه دانشگاه و جامعه هدف می‌خواهند (ممپی، ۲۰۱۸). با این وجود، تعاریف متفاوتی برای برندسازی آموزش عالی ارائه شده است که در ادامه بررسی می‌شود: برندسازی دانشگاه با هدف توسعه جایگاه دانشگاه در سطح ملی و بین‌المللی، به خلق برندی می‌پردازد که مورد پذیرش همه گروه‌های هدف باشد (وجیهه جوانی، ۲۰۱۶). برندسازی دانشگاه، مجموعه‌ای از واقعیت‌هایی می‌باشد که ماهیت ذاتی دانشگاه را مشخص می‌کند و شامل الزامات مربوط به ثبت‌نام در دانشگاه، آراستگی فیزیکی، موقعیت اجتماعی، نرخ افت دانشجویی است (گاریپاوغلو، ۲۰۱۶). از نظر (راجر بنت و رهنما علی چودری، ۲۰۰۹) برندسازی، دانشگاه را از دیگر رقبا متمایز می‌کند و انعکاسی از ظرفیت‌ها برای برآوردن نیازهای دانشجویان فعلی و کمک به جذب دانشجویان بالقوه در هنگام ثبت‌نام و انتخاب دانشگاه است.

مهم‌ترین مزیت برندسازی دانشگاه، اطمینان خاطر مشتریان و جامعه هدف در انتخاب بهترین دانشگاه برای ارائه خدمات یا خرید محصولات است (کلر و همکاران، ۲۰۱۱). بر پایه این مزیت، دانشگاه‌ها، توسعه برند را اولویت اصلی قرار دادند (آیسلگ تاس و الیف ارگین، ۲۰۱۲)^۳؛ (ممپی، ۲۰۱۸). بسیاری از محققان از ایده برندسازی آموزش عالی با توجه به همه اهمیت‌ها و ضرورت آن حمایت کردند و در تحقیقات خود این مهم را به اثبات نظری و تجربی رساندند (راجر براون و هلن کاراسو، ۲۰۱۳؛ کریس چاپلو، ۱۹۹۰؛ مری جو هتچ و مازکن شولتز، ۲۰۱۳؛ اچ آ اسماعیل، ۲۰۱۶؛ اما ال. جینز، ۲۰۱۳؛ امیرحسین کیدوری و سیداحمد محمدی حسینی، ۲۰۱۷؛ کلر و همکاران، ۲۰۱۱؛ ممپی، ۲۰۱۸؛ اشرف رحیمیان، ۲۰۱۶؛ دی روزن، ۲۰۱۲؛ حمیده شکاری، ۲۰۱۷؛ دیورا اف اسپاک، آیلین وال مولن، متی جوزف و سایمون جی وایلد، ۲۰۱۰؛ جک استریپلینگ، ۲۰۱۰؛ کتی سوومی، ۲۰۱۴؛ مجتبی تجری و سمیه صاحبی، ۲۰۱۸)^۴. استدلال به‌کارگیری برندسازی در آموزش عالی این است که به دانشگاه کمک می‌کند تا در عرصه رقابت جهانی، خود را از دیگر رقبا متمایز کنند و محصول و خدمات انحصاری، تولید و ارائه دهند (اسماعیل، ۲۰۱۶). باید در نظر داشت که اگر چه ممکن است هدف برندسازی در همه مؤسسات مشابه باشد (سایمون ناکس و دیوید بیکرتون، ۲۰۰۳)^۵. با این وجود، برندسازی در آموزش عالی از نظر ماهیت، مراحل و استراتژی‌های مورد استفاده، متفاوت است (ممپی، ۲۰۱۸). (دیوید آکر، ۲۰۰۴)^۶ خاطر نشان می‌سازد که استفاده از برندهای صنعتی در سیستم‌های آموزشی اشتباه می‌باشد و اساساً بافت فرهنگی و فکری این دو محیط متفاوت است و این مسئله می‌تواند برای دانشگاه به معضل بزرگی تبدیل شود (آریلد وراس و ماریان ان. سولیاک، ۲۰۰۸؛ محمدجواد اقبال، عمران بن مد رسل و عمران

¹ Philippa Hankinson, 2004

² Kimberly M. Judson, Timothy W. Aurand, Linda Gorchels & Geoffrey L. Gordon, 2008

³ Aysegul Tas & Elif Ergin, 2012

⁴ Roger Brown & Helen Carasso, 2013; Chris Chapleo, 1990; Mary Jo Hatch & Majken Schultz, 2013; HA Ismail, 2016; Emma L. Jeanes, 2013; D Rosen, 2012; Deborah F Spake, Eileen Wall Mullen, Matthew Joseph, Simon J Wilde, 2010; Jack Stripling, 2010; Kati Suomi, 2014

⁵ Simon Knox & David Bickerton, 2003

⁶ David A. Aaker, 2004

بن مد ابن حسن رسلی، ۲۰۱۲^۱. بنابراین، برندسازی دانشگاه از نظر ماهیتی، پیچیدگی، ساختار و فرهنگ سازمانی با برندسازی در سایر حوزه‌ها متفاوت است (آکر، ۲۰۰۴).

به‌طور کلی، دو پارادایم اصلی برای بررسی برند دانشگاه‌ها وجود دارد. پارادایم اول، کلاسیک یا برندمدار^۲ می‌باشد. در این پارادایم، نقش برندسازی تنها متمایزسازی محصولات است و بر عوامل سازمانی برای ارائه تولیدات و خدمات خود تأکید دارد (ممپی، ۲۰۱۸؛ جل ممپی و جرون هویسمن، ۲۰۱۶؛ آنتیگونی پاپادیمیتریو، ۲۰۱۴؛ آنتیگونی پاپادیمیتریو، ۲۰۱۸؛ تری وو و ویک نایدو، ۲۰۱۶)^۳. پارادایم دوم، پست‌مدرن یا مشتری‌مداری^۴ است. هدف پارادایم مذکور، برآوردن تمایلات و خواسته‌های مشتریان می‌باشد (پاتریسیو وی لانگا و نلسون سی زاول، ۲۰۱۸)^۵. رویکرد برندسازی کارآفرینانه، مهم‌ترین رویکردهای این پارادایم می‌باشد و هدف اساسی آن، مشتری‌مداری و کارآفرینی نوآورانه است (جنی نگو و دکی آ اسماندویو، ۲۰۱۸). دو رویکرد مهم برندسازی کارآفرینانه شامل رویکرد مدرسه کسب‌وکار^۶ و رویکرد مدرسه شومپتر^۷ است. رویکرد «مدرسه کسب‌وکار» مبتنی بر سنت کمی است و بر پژوهش‌های (دیوید ال بریچ، ۱۹۷۹)^۸؛ (ولیم بی. گارتنر، ۱۹۸۸)؛ (فردریک دلمار، ۱۹۹۶)^۹. این جریان‌ها نظری احتمالاً بهترین گزینه در اقتصاد آموزشی و به‌عنوان راهنمایی برای اتخاذ سیاست‌های اقتصادی سیاستمداران است. در رویکرد مدرسه شومپتر برای تعریف کارآفرینی به رویکرد عملیاتی متوسل شد و نوآوری و به‌روز بودن به‌عنوان اولویت محسوب می‌شود. نوآوری در این رویکرد، شامل مجموعه تغییرات کیفی در طیف گسترده می‌باشد که شامل محصولات جدید، تغییرات تکنولوژیکی، باز کردن بازارهای جدید و منابع مواد اولیه و معرفی مارک‌های جدید است.

براساس دسته‌بندی‌های صورت گرفته، مدل‌های مختلفی برای برندسازی ارائه شده که هر کدام از این مدل‌ها بر عوامل مختلفی تأکید دارند. یکی از این مدل را لنکستر و کرت ریل^{۱۰} در کشور پرتغال ارائه کردند. (پائولو دلنکاستر و آنا کورته-رئال، ۲۰۱۰)^{۱۱} در مفهوم‌سازی عناصر برند، پیش‌تر رفتند و مدلی چند لایه را ارائه کردند. در این مدل، سه مفهوم اساسی برای برندسازی وجود دارد و شامل مفاهیم هویت، هدف و پاسخ است (دلنکاستر و کورته-رئال، ۲۰۱۳). مدل لنکستر و کرت ریل ضمن داشتن گرایش نشانه‌شناختی، به‌طور مؤثر می‌تواند در زمینه آموزش عالی مورد استفاده قرار گیرد. به این دلیل که مدل مذکور به‌خوبی پیچیدگی‌هایی برندسازی دانشگاه را می‌تواند نشان دهد. از نظر (ممپی، ۲۰۱۸) مدل لنکستر و کرت-ریل، مناسب ماهیت ویژه آموزش عالی می‌باشد. با این وجود، تاکنون از این مدل در سیستم آموزش عالی استفاده نشده است؛ بنابراین می‌توان این مدل را در قالب فرایند روش تحقیق مناسب برای برندسازی دانشگاه توسعه داد.

نظر به بررسی‌های صورت گرفته، مدل پایه تحقیق دارای ابعاد و مراحل لازم و کافی برای فرایند برندسازی دانشگاه نمی‌باشد. در ادامه، با توجه به تفاوت‌های فرهنگی موجود بین کشور ارائه‌دهنده مدل و کشور ایران، مدل مذکور توسط

¹ Arild Wæraas, Marianne N. Solbakk, 2008; Muhammad Jawad Iqbal, Amran Bin Md Rasli & Amran Bin Md Ibn-e-Hassan Rasli, 2012

² brand centrality

³ Jelle Mampaey & Jeroen Huisman, 2016; Antigoni Papadimitriou, 2014; Antigoni Papadimitriou, 2018; Terry Wu & Vik Naidoo, 2016

⁴ customer centrality

⁵ Patrício V Langa & Nelson C Zavale, 2018

⁶ the business school approach

⁷ The Schumpeter school approach

⁸ David L Birch, 1979

⁹ Frédéric Delmar, 1996

¹⁰ Lencastre & Côrete-Real

¹¹ Paulo De Lencastre & Ana Côrete-Real, 2010

خبرگان دانشگاهی ایران مورد بازنگری، اصلاح و توسعه قرار خواهد گرفت. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر این است که با مصاحبه با صاحب‌نظران دانشگاه صنعتی شریف، مدل مذکور را توسعه و برای برندسازی دانشگاه پیشنهاد دهد. منظور از توسعه مدل مفهومی برندسازی، مدلی می‌باشد که ضمن در نظر داشتن ماهیت برندسازی دانشگاه‌های صنعتی، از جامعیت و انعطاف بیشتری برخوردار باشد و بتواند حداکثر پیچیدگی‌های برندسازی دانشگاه را نشان دهد. دلیل انتخاب دانشگاه صنعتی شریف برای مطالعه حاضر این است که رقابت عمده برندسازی در این عرصه می‌باشد و بیشترین وظیفه تولید علم و نوآوری وابسته به این نوع از دانشگاه‌ها است. از طرفی، در بین دانشگاه‌های صنعتی سطح کشور، دانشگاه صنعتی شریف، موفق‌ترین دانشگاه برند صنعتی کشور است.

روش‌شناسی

هدف اساسی پژوهش حاضر، توسعه مدل مفهومی برندسازی آموزش عالی لنکستر و کورت ریل (رویکردی مبتنی بر تحلیل محتوای کیفی قیاسی) است. روش پژوهش حاضر، تحلیل محتوای کیفی مبتنی بر رویکرد قیاسی می‌باشد. تحلیل محتوای مبتنی بر قیاس را تحلیل محتوای هدایت شده نیز نامیده‌اند. استفاده از این رویکرد زمانی ضرورت می‌یابد که پیرامون موضوع تحقیق، دیدگاه‌های نظری گوناگونی وجود دارد و هدف از انجام تحقیق، آزمون نظریه‌های پیشین یا بسط آنها در یک زمینه متفاوت است. نظریه‌ها و ادبیات موجود در یک زمینه می‌تواند به پیش‌بینی متغیرها و روابط میان آنها کمک کند. از این رو، می‌توان فرایند مطالعه را به شکلی ساخت‌یافته‌تر و با بهره‌گیری از این دیدگاه‌های پیشینی هدایت کرد (منصوره تبریزی، ۲۰۱۴). بنابراین، هدف این نوع از تحلیل محتوا، معتبر ساختن و گسترش دادن مفهومی چارچوب مدل موردنظر است (محمدتقی ایمان و محمدرضا نوشادی، ۲۰۱۱).

نظر به ضرورت بهره‌گیری از دیدگاه‌های طیف گسترده‌ای از افراد شاخص در این حوزه، مشارکت‌کنندگان پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. بر این اساس، مشارکت‌کنندگان شامل مدیران، برنامه‌ریزان، کارشناسان و پژوهشگران دانشگاه صنعتی شریف می‌باشند. ملاک انتخاب این افراد به‌واسطه موقعیت خود، ارتباط نزدیکی با مسئله پژوهش و آگاهی نسبت به راهبردها، موانع و معضلات برندسازی بوده است. بر این اساس، از اعضای هیئت علمی که حداقل ۳ سال سابقه فعالیت دارند و در حیطه موضوعی برندسازی اشراف لازم را داشته‌اند کارشناسان مطلع دانشگاه‌ها با سابقه ۵ ساله و دانشجویان دکتری تخصصی رشته اقتصادی و مدیریت که درگیر رساله خود بودند و در تعامل مناسب با دانشگاه بودند، برای نمونه پژوهش انتخاب شده است. فرایند نمونه‌گیری تا زمان دستیابی به اشباع نظری انجام گرفت که این امر با انجام مصاحبه با نفر ۳۲ حاصل شد. بنابراین، با توجه به نظری بودن نمونه در نهایت با ۳۲ نفر مصاحبه به عمل آمده که خلاصه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آنان در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

ردیف	مقطع تحصیلی	مرتبه	جنسیت	سنوالات	ردیف	مقطع تحصیلی	مرتبه	جنسیت	سنوالات
۱	دکترای	دانشیار	مرد	۱۷	۱۷	دانشجوی دکتری	مری	مرد	سال چهارم
۲	دکترای	استادیار	زن	۴	۱۸	دانشجوی دکتری	مری	مرد	سال چهارم
۳	دکترای	استادیار	مرد	۵	۱۹	دکتری	دانشیار	مرد	۸
۴	دکترای	استادیار	مرد	۸	۲۰	دکتری	دانشیار	زن	۱۵
۵	دکتری	استادیار	مرد	۵	۲۱	دکتری	دانشیار	زن	۱۳
۶	دکترای	استادیار	مرد	۴	۲۲	دکتری	استادیار	مرد	۱۱
۷	دکتری	استادیار	زن	۹	۲۳	دکتری	استادیار	زن	۹
۸	دکترای	دانشیار	مرد	۱۵	۲۴	دکتری	استاد	مرد	۲۲
۹	دکترای	دانشیار	مرد	۱۰	۲۵	دکتری	استاد	مرد	۲۱
۱۰	دانشجوی دکتری	مری	مرد	سال چهارم	۲۶	کارشناسی ارشد	کارشناس	مرد	۹
۱۱	دانشجوی دکتری	مری	مرد	سال	۲۷	کارشناسی ارشد	کارشناس	مرد	۸

ردیف	مقطع تحصیلی	مرتبۀ	جنسیت	سنوات	ردیف	مقطع تحصیلی	مرتبۀ	جنسیت	سنوات
				چهارم					
۱۲	دانشجوی دکتری	مربی	زن	سال چهارم	۲۸	کارشناسی ارشد	کارشناس	مرد	۶
۱۳	دانشجوی دکتری	مربی	مرد	سال چهارم	۲۹	کارشناسی ارشد	کارشناس	مرد	۴
۱۴	دانشجوی دکتری	مربی	مرد	سال چهارم	۳۰	دکتری	دانشیار	مرد	۱۳
۱۵	دانشجوی دکتری	مربی	زن	سال چهارم	۳۱	دکتری	دانشیار	مرد	۱۶
۱۶	دانشجوی دکتری	مربی	زن	سال چهارم	۳۲	دکتری	دانشیار	مرد	۱۴

به‌منظور برای گردآوری داده‌های موردنیاز از دو مرحله روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده کرده است. شایان ذکر است مصاحبه مذکور دارای پروتکل بوده است.

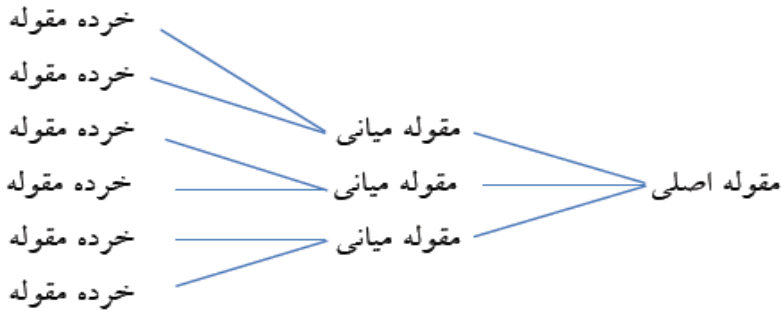
مصاحبه اول به‌منظور تحلیل مدل و گردآوری مفاهیم اصلی، مقولات و متغیرهای پژوهش انجام شده است. به این صورت که از میان ۳۲ تن از مشارکت‌کنندگان پژوهش در این مرحله از تحقیق، ۵ نفر از صاحب‌نظران و خبرگان تحقیق که در زمینه تحقیق از دیگران آگاه‌تر بودند و تمایل به همکاری داشتند، استفاده شد. در ابتدای مصاحبه، توضیحات کلی در مورد تحقیق و هدف‌های آن، به مصاحبه‌شونده ارائه شد و سپس مدل تخلص‌شده برنسدازی پژوهش در قالب منسجم در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت. به مشارکت‌کنندگان سه هفته فرصت داده شد تا به بررسی همه‌جانبه رویکرد برنسدازی لنکستر و کرت ریل بپردازند و در مرحله بعد، مصاحبه توجیهی برگزار و توضیحات لازم در خصوص مدل مذکور و هدف این مرحله از تحقیق ارائه شد. مرحله دوم مصاحبه، با وقت قبلی با خبرگان انجام شد. مصاحبه در مکانی آرام و خلوت و در ساعتی که از نظر کاری برای آن‌ها مناسب بود، دعوت به عمل آمد. همچنین در راستای محرمانه ماندن نام و محتوای مصاحبه، به مشارکت‌کنندگان اطمینان داده شد. مدت‌زمان هر مصاحبه حدود ۴۵ دقیقه بود. مصاحبه براساس سؤالات کلی در زمینه مفاهیم و مقولات مدل آغاز شد. براساس هر کدام از مفاهیم رویکرد برنسدازی لنکستر و کرت ریل، در ابتدا توضیحات مشارکت‌کنندگان دریافت و سؤالات تکمیلی در خصوص از آنها پرسیده شد. سعی شد هر کدام از مفاهیم سه‌گانه هویت، هدف و پاسخ به‌طور جداگانه و با تحلیل مرحله به مرحله پیشنهادهای مشارکت‌کنندگان اخذ شود؛ به این صورت که در ابتدا مفهوم هویت، بررسی شد و پیشنهادهای آنها در این خصوص ارائه گردید و در ادامه براساس تشریح و تفسیر مقولات سه‌گانه در مفهوم هویت، متغیرهای هر کدام از مقولات که در واقع مصادیق آنها در دانشگاه می‌باشد، پیشنهاد و تعریف شد. این فرایند در خصوص دو مفهوم دیگر به همین ترتیب انجام شد. به این ترتیب در این مرحله از مصاحبه تحقیق، مفاهیم، مقولات و متغیرهای رویکرد تحقیق، بازبینی و نهایی شد.

در مرحله دوم مصاحبه، به‌منظور ارائه استراتژی‌های طرح و توسعه برند دانشگاه در خصوص هر کدام از متغیرهای پیشنهادی در ذیل هر کدام از مقولات از مفاهیم سه‌گانه تحقیق انجام شد. بنابراین، در این مرحله از مصاحبه، به‌منظور ارائه پیشنهادهای مشارکت‌کنندگان در خصوص استراتژی‌ها و اظهارنظرات آنها انجام شد. در ابتدای مصاحبه، توضیحات کلی در مورد تحقیق و هدف‌های آن به مصاحبه‌شونده ارائه شد و سپس مدل تخلص‌شده برنسدازی پژوهش در قالب چک‌لیستی منسجم در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت. به مشارکت‌کنندگان، یک هفته فرصت داده شد تا به ارائه نظرات و پیشنهادهای خود در خصوص استراتژی‌های پیشنهادی برای طرح و توسعه برنسدازی هر کدام از متغیرهای نهایی در مرحله قبلی تحقیق بپردازند. در مرحله بعد با مصاحبه تکمیلی برگزار و توضیحات لازم در خصوص چک‌لیست پیشنهادی ارائه شد. مدت‌زمان هر مصاحبه، حدود ۳۰ تا ۴۵ دقیقه بود. مصاحبه با وقت قبلی با

مشارکت‌کنندگان انجام شد. مصاحبه در مکانی آرام و خلوت و در ساعتی که از نظر کاری برای آن‌ها مناسب بود، دعوت به عمل آمد. همچنین، به مشارکت‌کنندگان اطمینان داده شد که نام و محتوای مصاحبه محرمانه می‌ماند. سؤالات مصاحبه براساس مفاهیم، مقولات و متغیرهای مقولات رویکرد لنکستر و کرت ریل تنظیم شده است. به این صورت که ضمن تشریح رویکرد مذکور برای نمونه پژوهش و با بیان هر کدام از متغیرهای رویکرد پژوهش، استراتژی‌های موردنظر آنها برای طرح و توسعه برند دانشگاه سؤال شده است. این استراتژی‌ها مهم‌ترین فعالیت‌هایی هستند که دانشگاه می‌تواند از طریق آنها به طرح و توسعه برند ویژه خود در خصوص هر کدام از متغیرهای تحقیق اقدام کند.

برای روا بودن ابزار جمع‌آوری داده‌ها، نگارش سؤالات بر اساس چارچوب مشخص رویکرد پژوهش صورت گرفت. به‌منظور تضمین قابلیت اعتماد و اطمینان از اعتبار ابزار، تلاش شد که سؤالات و مفاهیمی که در مصاحبه‌ها مورد استفاده و واکاوی قرار می‌گیرند، از ادبیات علمی موضوع، مبانی نظری و چارچوب مشخص رویکرد پژوهش انتخاب گردند. علاوه بر این، به‌منظور بیشینه ساختن دقت و اعتبار ابزار، سؤالات، مفاهیم، مسائل و اصطلاحات مطرح شده در مصاحبه‌ها برای مقایسه و انطباق با اصول و مفاهیم علمی حوزه موضوع موردپژوهش، به پنج نفر از صاحب‌نظران ارائه شد تا مشخص شود که آیا ابزار موردنظر، تمامی ابعاد و متغیرهای برندسازی دانشگاه را پوشش داده‌اند یا خیر. سپس نظرات اصلاحی ایشان در چک‌لیست اعمال و در نهایت، اعتبار ابزار و محتوای حاصل از آن تأیید شد.

برای تجزیه‌وتحلیل مصاحبه‌ها نیز از روش تحلیل محتوای کیفی قیاسی استفاده شد. در فرایند تحلیل محتوای مصاحبه‌های به‌دست‌آمده، کدگذاری اولیه و جمع‌آوری استراتژی‌های پیشنهادی در ذیل هر کدام از متغیرهای رویکرد پژوهش، به ایجاد چندین کد، منجر شد. در مراحل بعدی تحقیق، کدهای مربوطه با یکدیگر مقایسه شدند و تعدادی از آنها که نزدیکی بیشتری دارند، زیرمجموعه مقولات عام‌تری قرار گرفتند (شکل ۱). هر یک از این مقولات میانی، معرف یک بخش یا طبقه خاص از موضوع تحقیق است. این مقولات می‌توانند در ارتباط با هم قرار گیرند و در سطح بالاتری از انتزاع، زیر یک مقوله اصلی جمع شوند (تبریزی، ۲۰۱۴). مقوله اصلی در واقع استراتژی پیشنهادی برای برندسازی هر کدام از متغیرهای رویکرد لنکستر و کرت ریل می‌باشد و در مرحله بعد، میان مقوله‌ها هر کدام از مقوله‌ها یا استراتژی‌های اصلی استخراج و در نهایت، خرده‌مقوله‌های هر کدام از میان مقوله‌ها شناسایی شد. این کار در مورد تمامی متغیرهای رویکرد لنکستر و کرت ریل عملیاتی شده است. هر مقوله اصلی دارای یک یا چند مقوله میانی و هر مقوله میانی دارای یک یا چند خرده‌مقوله می‌باشد. مقوله اصلی در فرایند تحلیل داده‌های میدانی؛ شامل مجموعه تدابیری است که در بالاترین سطح انتزاع‌سازی داده‌ها به‌عنوان استراتژی اصلی برندسازی هر کدام از متغیرهای رویکرد تحقیق پیشنهاد داده شد. در ادامه، منظور از مقولات میانی، بیان هر یک از ویژگی‌ها و زیرمجموعه‌هایی می‌باشد که در کنار یکدیگر، یک استراتژی یا مقوله اصلی را شکل می‌دهند. به تعبیری دیگر، ویژگی‌ها یا هر کدام از زیرمجموعه‌های مربوط به مقوله یا استراتژی اصلی می‌باشد. میان‌مقوله را می‌توان استراتژی‌های محوری برای استراتژی‌های اصلی در نظر گرفت. در نهایت، منظور از خرده‌مقوله در تحقیق حاضر، کدهای باز هر کدام از مقوله‌های میانی یا استراتژی‌های محوری می‌باشد که در فرایند تحلیل داده‌ها استخراج می‌شود. شکل ۱ فرایند تحلیل محتوای مصاحبه‌های به‌دست‌آمده در سه مرحله مقوله اصلی، میان مقوله و مقوله محوری را نشان می‌دهد (تبریزی، ۲۰۱۴).



شکل ۱. فرایند تحلیل محتوای مصاحبه‌ها

به منظور افزایش اعتبار کدگذاری مصاحبه، در مرحله نخست، بررسی تمامی مقوله‌بندی‌های صورت گرفته در فرایندگذاری داده‌ها به صورت مدام با داده‌های مصاحبه مقایسه شد و اصلاحات لازم صورت گرفت. مقوله‌بندی‌های صورت گرفته با دو تن از اعضای تحقیق واگذار شد و براساس توافق بین دو کدگذار می‌توان گفت قابلیت اعتمادی مناسبی بین مقوله‌بندی‌های صورت گرفته وجود دارد. همچنین، برای روایی داده‌های مصاحبه‌ها از روش‌های بررسی توسط دو تن از اعضای شرکت‌کننده تحقیق، مذاکره با همکاران پژوهشی و هم‌سوسازی داده‌ها (استفاده از بهترین نمونه‌های ممکن برای گردآوری داده‌های تحقیق) استفاده شد.

یافته‌ها

از تعداد کل ۳۲ مشارکت‌کننده، ۱۹ نفر دارای درجه دکتری بودند که از این میان ۱۴ مرد و ۵ زن است. همچنین، ۸ نفر دارای درجه استادیاری، ۹ نفر درجه دانشیاری و ۲ نفر درجه استاد تمام می‌باشند. ۹ نفر دانشجوی دکتری و شامل ۶ مرد و ۴ زن می‌باشند که همگی سال چهارم دوره دکتری بودند. همچنین، چهار نفر از کارشناسان رده بالای دانشگاه می‌باشند که هر چهار نفر، مرد و دارای درجه تحصیلی کارشناسی‌ارشد می‌باشند. یافته‌های حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها از طریق تکنیک‌های کدگذاری تجزیه و تحلیل شدند. به این صورت که در ابتدا مفاهیم تحقیق بررسی شد. منظور از مفاهیم، بیان ویژگی‌ها، مراحل یا ابعاد پایه‌ای برندسازی دانشگاه می‌باشد. به این ترتیب، مفاهیم سه‌گانه هویت، هدف و پاسخ، به‌عنوان پایه‌های اصلی برندسازی دانشگاه در نظر گرفته شد. مرحله مفهوم هویت، مجموعه تدابیری برای زمینه‌های هویت‌گذاری قانونی و حمایتی برای ظهور و تولد برند دانشگاه را فراهم می‌شود. در مرحله مفهوم هدف، تمامی محصولات، خدمات و دانشجویان و از طرفی تمامی الزامات برای تولید محصولات و خدمات و بازاریابی برند دانشگاه در نظر گرفته می‌شود. در نهایت، در مفهوم پاسخ، تفسیر عملکرد برند و ارزش ویژه برند دانشگاه در نزد جامعه هدف و ذی‌نفعان دانشگاه انجام می‌شود. شایان ذکر است که با توجه به یافته‌های نهایی تحقیق، مفاهیم هویت و هدف به‌عنوان مرحله برنامه‌ریزی و مفهوم پاسخ به‌عنوان مرحله سنجش ارزش ویژه برند در نظر گرفته شد.

در ادامه، مقولات مدل تحقیق ارائه شد که شامل مقولات اصلی، واقعی و ارزش افزوده است. منظور از مقولات، بیان هر یک از ویژگی‌ها یا ابعاد زیرمجموعه در مفاهیم یا پایه‌های اصلی برندسازی دانشگاه می‌باشد. هر کدام از مقولات تحقیق، در حکم مراحل برندسازی هر کدام از مفاهیم سه‌گانه تحقیق در دو مرحله رویکرد تحقیق است. در ادامه، براساس تشریح و تفسیر مفاهیم و مقولات سه‌گانه تحقیق، متغیرهای برندسازی پیشنهاد و تعریف شد. منظور از متغیر، بیان هر یک از ویژگی‌ها یا زیرمجموعه‌های مربوط به مقوله‌های رویکرد پژوهش می‌باشد. در واقع مصادیق از سیستم دانشگاه می‌باشد که براساس هر کدام از مقولات سه‌گانه رویکرد تحقیق ارائه شده است. بر این اساس، مهم‌ترین

متغیرهای پیشنهادی در مفهوم هویت؛ شامل متغیرهای نام‌گذاری و مکان‌یابی برای مقوله اصلی، متغیر لوگو برای مقوله واقعی، متغیر مأموریت‌های اصلی و پشتیبان برای مقوله ارزش افزوده می‌باشد. همچنین، متغیرهای پیشنهادی برای مفهوم هدف؛ شامل متغیرهای محصولات و خدمات و دانشجویان برای مقوله اصلی، متغیرهای کارکنان و استادان برای مقوله واقعی و متغیرهای فارغ‌التحصیلان و بازاریابی برای مقوله ارزش افزوده است. در نهایت، متغیرهای استخراجی برای مفهوم پاسخ؛ شامل متغیرهای سنجش ارزش برند بیرونی برای مقوله ارزش افزوده و متغیرهای سنجش ارزش برند درونی دانشگاه برای مقوله‌های اصلی و واقعی است.

در مرحله بعد، به‌منظور ارائه استراتژی‌های طرح و توسعه برندسازی دانشگاه در خصوص هر کدام از متغیرهای پیشنهادی تحقیق انجام شد. برای حصول به این مهم، سه سطح، مقوله اصلی یا استراتژی‌های اولیه، مقوله میانی یا استراتژی‌های محوری و در نهایت خرده‌مقوله‌ها در نظر گرفته شد. به این صورت که مقوله اصلی در واقع استراتژی پیشنهادی برای برندسازی هر کدام از متغیرهای رویکرد تحقیق می‌باشد. در مرحله بعد، میان مقوله‌ها هر کدام از مقوله‌ها یا استراتژی‌های اصلی، استخراج و در نهایت، خرده‌مقوله‌های هر کدام، از میان مقوله‌ها شناسایی شد. شایان ذکر است که در این بخش از تحقیق، به دلیل حجم وسیع داده‌ها، فقط مقوله‌ها یا استراتژی‌های اصلی پیشنهادی برای برندسازی در هر کدام از ابعاد یا متغیرهای تحقیق ارائه شده است. با توجه به توضیحات ارائه شده، نتایج کلی تحقیق به شرح جدول ۲ می‌باشد.

جدول ۲. خلاصه یافته‌های به‌دست آمده برای برندسازی دانشگاه صنعتی شریف

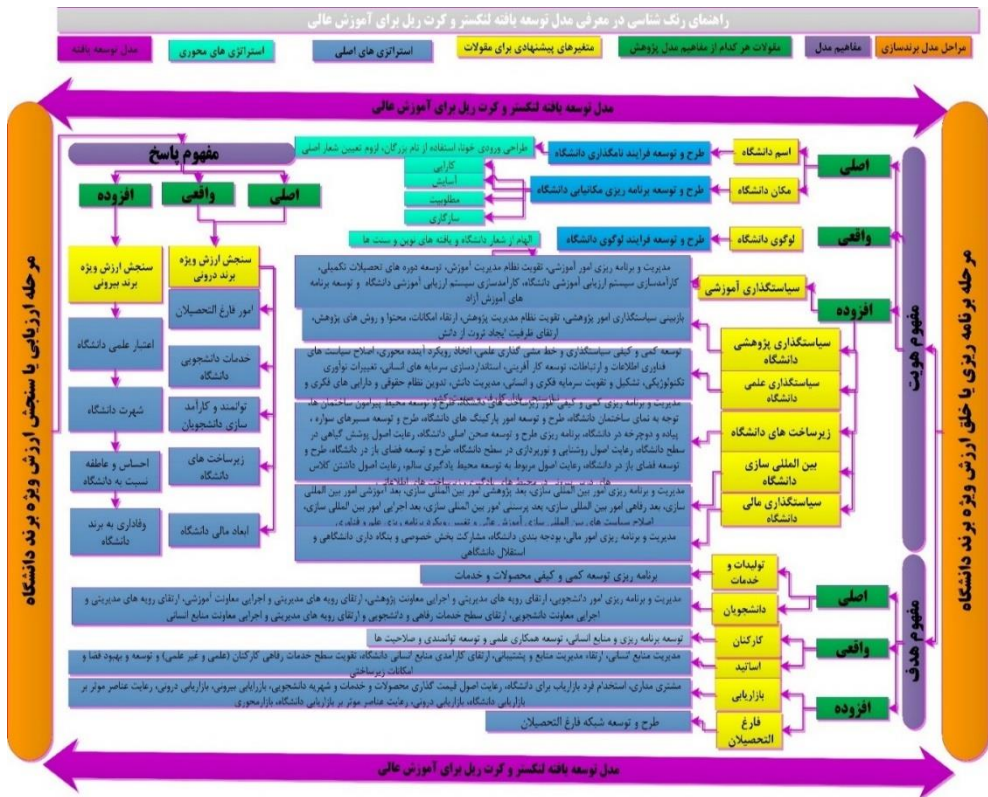
مفاهیم مدل لنکستر	متغیر یا ابعاد	استراتژی‌های اصلی پیشنهادی	استراتژی‌های فرعی پیشنهادی
	نام‌گذاری	طرح و توسعه فرایند نام‌گذاری دانشگاه	-----
		سازگاری	در نظر داشتن استانداردهای محیطی الزام به رعایت عناصر انسانی در برنامه ریزی پردیس جامع
		مطلوبیت	در نظر داشتن چشم اندازه‌های انسانی در مکان یابی
	مکان‌یابی	آسایش	در نظر داشتن عوامل طبیعی در مکان‌یابی در نظر داشتن عوامل آسایش در سطح درون انشگاه
		کارایی	در نظر داشتن عوامل آسایش در سطح بیرون دانشگاه
هویت			رعایت کارایی در مکان‌یابی فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه
			رعایت اصول ایمنی در مکان‌یابی فعالیت‌های دانشگاه
	لوگوی	رعایت اصول علمی در طراحی لوگوی دانشگاه و توسعه عوامل پیرامونی در طراحی لوگوی	---
		بازبینی سیاست‌گذاری امور پژوهشی	اصلاح رویه‌های قانونی موجود و توسعه فرایندهای سیاست‌گذاری
		تقویت نظام مدیریت پژوهش	توسعه فرایندهای سیاست‌گذاری
	پژوهش	هماهنگی کارکردی بین سطوح مختلف ارتقای ظرفیت ایجاد ثروت از دانش برای توسعه برند پژوهشی دانشگاه	---

مفاهیم مدل لنکستر	متغیر یا ابعاد	استراتژی‌های اصلی پیشنهادی	استراتژی‌های فرعی پیشنهادی
آموزش	تغییر رویکرد سیاست‌گذاری امور آموزشی	توسعه دوره‌های تحصیلات تکمیلی	طرح و توسعه برنامه درسی
			توسعه سیاست‌گذاری امور آموزشی در سطح فراملی
			توسعه سیاست‌گذاری امور آموزشی در سطح ملی
			کارآمدسازی سیستم ارزیابی آموزشی
			اصلاح قوانین تحصیلی دانشجوی
			کارآمدسازی سیستم ارائه آموزشی دانشگاه
			ارتقای زیرساخت‌های موجود در مدیریت آموزش
			اصلاح فرایندهای مدیریتی آموزشی
			برنامه‌ریزی برای کاربرد تکنولوژی در فرایند آموزش
			تقویت نظام مدیریت آموزش
بین‌المللی‌سازی	مدیریت و برنامه‌ریزی امور بین‌المللی‌سازی	بعد پژوهشی امور بین‌المللی‌سازی	توسعه فرایندهای مدیریتی برنامه‌ریزی در سطوح خارجی
			توسعه فرایندهای مدیریتی و برنامه‌ریزی در سطوح داخلی
			بعد آموزشی امور بین‌المللی‌سازی
			بعد رفاهی امور بین‌المللی‌سازی
			بعد پرسنلی امور بین‌المللی‌سازی
			بعد اجرایی امور بین‌المللی‌سازی
			اصلاح سیاست‌های بین‌المللی‌سازی آموزش عالی
			توسعه کمی و کیفی سیاست‌گذاری و خط‌مشی‌گذاری علمی
			انتخاب رویکرد آینده‌محوری
			اصلاح سیاست‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات
سیاست‌گذاری علمی	توسعه کارآفرینی	فرآیند ساختن ملزومات نرم‌افزاری توسعه کارآفرینی	فرآیند ساختن ملزومات سخت‌افزاری توسعه کارآفرینی
			فرآیند ساختن الزامات نرم‌افزاری برای استانداردسازی
			فرآیند ساختن الزامات سخت‌افزاری برای استانداردسازی
			توجه به ملاحظات فرهنگی در تغییرات نوآوری تکنولوژیکی و توسعه راهبردهای همه‌جانبه گسترش شبکه نوآوری
			تشکیل و تقویت سرمایه فکری و انسانی
			توسعه کارآفرینی
			استانداردسازی سرمایه‌های انسانی
			توسعه کارآفرینی
			استانداردسازی سرمایه‌های انسانی
			توسعه کارآفرینی

مفاهیم مدل لنکستر	متغیر یا ابعاد	استراتژی‌های اصلی پیشنهادی	استراتژی‌های فرعی پیشنهادی
		مدیریت دانش	استراتژی‌های محوری جذب و سازماندهی دانش
		تدوین نظام حقوقی و دارایی‌های فکری	توسعه و انتشار دانش
		استقلال دانشگاهی	-----
		نیازسنجی بازار کار فن و صنعت کشور	-----
			محوری توسعه کمی و کیفی فضاهای آموزشی و پژوهشی
		توسعه کمی و کیفی زیرساخت‌های دانشگاه	رعایت اصول عمومی در زیرساخت‌های دانشگاه
			توسعه کمی و کیفی فضاهای رفاهی و فوق برنامه
		طرح و توسعه چشم‌انداز محیطی دانشگاه	-----
		طرح و توسعه نمای ساختمان دانشگاه	-----
		طرح و توسعه پارکینگ‌های دانشگاه	-----
		طرح و توسعه مسیرهای سواره، پیاده و دوچرخه در دانشگاه	-----
زیرساخت		برنامه‌ریزی طرح و توسعه صحن اصلی دانشگاه	-----
		رعایت اصول پوشش گیاهی در سطح دانشگاه	-----
		رعایت اصول روشنایی و نورپردازی در سطح دانشگاه	-----
		رعایت اصول مربوط به توسعه محیط یادگیری سالم	-----
		طرح و توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی سخت‌افزاری	-----
		رعایت استانداردهای در دیگر زیرساخت‌های دانشگاه	-----
			استقراض مالی
			سرمایه‌گذاری مالی
			مدیریت سرمایه‌های خود
			استقلال تصمیم‌گیری
			شهریه دانشگاه
		برنامه‌ریزی استقلال مالی دانشگاه	-----
		بودجه بندی دانشگاه	-----
		توسعه بنگاه داری دانشگاهی	-----
		جذب مشارکت بخش خصوصی	-----
		برنامه ریزی توسعه کمی و کیفی ارائه محصولات و خدمات	-----
	محصولات و خدمات		اصلاح و ارتقای سیاست کلان دانشگاه امور دانشجویان
			ارتقای رویه‌های مدیریتی و اجرایی معاونت پژوهشی
			ارتقای رویه‌های مدیریتی و اجرایی معاونت آموزشی
			ارتقای رویه‌های مدیریتی و اجرایی معاونت
هدف	دانشجویان		

مفاهیم مدل لنکستر	متغیر یا ابعاد	استراتژی‌های اصلی پیشنهادی	استراتژی‌های فرعی پیشنهادی
استادان		دانشجویی	---
		ارتقای رویه‌های مدیریتی و اجرایی معاونت منابع انسانی	---
		توسعه کمی و کیفی برنامه‌ریزی منابع انسانی (استادان)	---
		توسعه همکاری علمی	---
		طرح و توسعه صلاحیت‌های حرفه‌ای استادان	---
		توسعه کمی و کیفی مدیریت منابع انسانی (کارکنان دانشگاه)	---
		اصلاح رویه‌ها در مدیریت مالی و اداری دانشگاه	---
		ارتقای توانمندی کارکنان دانشگاه	---
		تقویت سطح خدمات رفاهی کارکنان	---
		توسعه و بهبود فضا و امکانات زیرساختی برای توسعه برند	---
کارکنان		مشتري‌مداری	استراتژی‌های محوری مشتری‌مداری در بخش دانشجویان دانشگاه
		استخدام فرد بازاریاب برای دانشگاه	مشتري‌مداری در بخش سایر ذی‌نفعان دانشگاه
		رعایت اصول قیمت‌گذاری محصولات و خدمات و شهریه	---
		مدیریت استراتژیک بازاریابی	---
بازاریابی		بازاریابی بیرونی دانشگاه	بازارشناسی
		بازاریابی درونی دانشگاه	بازارسازی
		توانمندسازی کارکنان	بازارداری
فارغ‌التحصیلان		توسعه روابط عمومی	توسعه روابط عمومی
		دانشجو‌مداری	دانشجو‌مداری
		رقیب‌محوری	رقیب‌محوری
		هماهنگی محوری	هماهنگی محوری
		طرح و توسعه شبکه فارغ‌التحصیلان	---
		توانمند و کارآمدسازی دانشجویان	---
		امور فارغ‌التحصیلان	---
		خدمات دانشجویی دانشگاه	---
		زیرساخت‌های دانشگاه	---
		ابعاد مالی دانشگاه	---
اعتبار علمی دانشگاه	---		
متغیرهای اصلی سنجش ارزش ویژه برند درونی دانشگاه		اعتبار علمی دانشگاه	شهرت دانشگاه
		شهرت دانشگاه	احساس و عاطفه دانشجویان نسبت به دانشگاه
		احساس و عاطفه دانشجویان نسبت به دانشگاه	وفاداری به برند دانشگاه
		وفاداری به برند دانشگاه	---
متغیرهای اصلی سنجش ارزش ویژه برند بیرونی دانشگاه		اعتبار علمی دانشگاه	شهرت دانشگاه
		شهرت دانشگاه	احساس و عاطفه دانشجویان نسبت به دانشگاه
		احساس و عاطفه دانشجویان نسبت به دانشگاه	وفاداری به برند دانشگاه
		وفاداری به برند دانشگاه	---

با توجه به بررسی یافته‌های پژوهش، مدل پیشنهادی برندسازی دانشگاه، به شرح شکل ۲ خلاصه شد.



شکل ۲. مدل پیشنهادی برندسازی دانشگاه با استفاده از مدل پایه لنکستر و کورت ریل

بحث و نتیجه‌گیری

به‌طور کلی، رویکرد پیشنهادی تحقیق برندسازی آموزش عالی شامل دو مرحله برنامه‌ریزی و سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه است. دو مفهوم هدف و هویت در قالب مرحله برنامه‌ریزی برندسازی دانشگاه، ارزش ویژه برند دانشگاه را شکل می‌دهد. مفهوم سوم در رویکرد پژوهش؛ یعنی مفهوم پاسخ به‌عنوان مرحله ارزیابی ارزش ویژه برند دانشگاه پیشنهاد شده است. هدف اصلی از این مرحله فرایند برندسازی دانشگاه، سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه می‌باشد. در مرحله اول، هدف‌گذاری دانشگاه شکل‌گیری می‌شود. هویت دانشگاه در سه مرحله متوالی در قالب مقوله‌های اصلی، واقعی و ارزش افزوده شکل‌گیری شد و ابعاد و متغیرهای نام‌گذاری، مکان‌یابی، لوگو و مأموریت‌های چندجانبه دانشگاه را مشخص می‌کند. قدم اول در فرایند هویت‌گذاری دانشگاه، مقوله اصلی است. مقوله مذکور شامل متغیرهای نام‌گذاری و مکان‌یابی دانشگاه است. به این ترتیب در قدم اول باید برای دانشگاه، نام و مکان مناسبی انتخاب شود. براساس یافته‌های تحقیق، برای نام‌گذاری دانشگاه باید اصول، نامگذاری دانشگاه براساس بنیان‌گذارنده مؤسسه یا نهاد، وقف و تأمین‌کننده مالی، رهبران مذهبی مورداحترام، شخصیت تاریخی، عضو برجسته کشوری،

سیاستمداران کنونی یا استادان و دیگر رهبران مؤسس و مورداحترام در یک کشور یا جهان، انجام مصاحبه‌های مطبوعاتی و درج مطلب در نشریه‌ها، روزنامه‌ها و خبرنامه‌ها، استفاده از اصول چند زبانه، باز طراحی درب ورودی دانشگاه، تعیین شعار اصلی برای دانشگاه در فرایند نام‌گذاری دانشگاه با توجه به فلسفه صنعتی و فنی بودن دانشگاه، استفاده از اصول اسلیمی، نشانه‌شناختی و به ظرفیت نگارشی، قابلیت تبدیل نام دانشگاه به لوگوی و آرم و تدوین نام دانشگاه به زبان انگلیسی و توجه به مشکلات تلفظی آن را در نظر داشت. دومین متغیری که باید در مرحله مقوله اصلی در هویت‌گذاری دانشگاه در نظر داشت، مکان‌یابی دانشگاه است. براساس یافته‌های تحقیق، در فرایند مکان‌یابی دانشگاه باید استراتژی‌های چهارگانه: سازگاری، مطلوبیت، آسایش و کارایی در نظر گرفته شود.

در دومین مرحله از فرایند هویت‌گذاری دانشگاه، مقوله واقعی باید در نظر گرفته شود. در مقوله مذکور، متغیر لوگوی دانشگاه شکل‌دهی می‌شود. به این ترتیب، در مرحله مقوله واقعی باید لوگوی دانشگاه مشخص شود. براساس یافته‌های تحقیق، برای طراحی و توسعه لوگوی دانشگاه باید از الگوها و طراحی‌های مدرن ترکیبی با اعداد، طراحی‌های سه بعدی، استفاده از استعاره، نمادها و رویکردهای نشانه‌شناختی، طراحی‌های پویا، خلاقیت‌ها در زمینه بهره‌گیری از سال تأسیس دانشگاه و طراحی پیام و شعار دانشگاه استفاده شود.

سومین مرحله از فرایند هویت‌گذاری دانشگاه، مقوله ارزش افزوده است. در مقوله حاضر، مأموریت‌های دانشگاه طراحی می‌شوند. متغیر مأموریت دانشگاه باید در دو بعد اصلی و پشتیبان در نظر گرفته شود. مأموریت‌ها اصلی، نقش اصلی را در تعیین مأموریت‌های دانشگاه دارند و به‌عنوان هسته‌های اولیه در نظر گرفته می‌شوند. بر این اساس، گام سوم در هویت‌گذاری دانشگاه، مشخص کردن مأموریت‌های دانشگاه است. مهم‌ترین ابعاد برندسازی مأموریت‌های دانشگاه شامل ابعاد یا متغیرهای پژوهش، آموزش، بین‌المللی‌سازی و سیاست‌گذاری علمی است. اولین متغیر، پژوهش است. براساس یافته‌های تحقیق، برای طرح و توسعه برند پژوهشی باید بازبینی‌های لازم در امور سیاست‌گذاری پژوهشی، تقویت نظام مدیریت پژوهش، ارتقای امکانات، محتوا و روش‌های پژوهش و نیز ارتقای ظرفیت ایجاد ثروت از دانش برای توسعه برند پژوهشی دانشگاه صورت گیرد. دومین متغیر مربوط به آموزش است. نظر به یافته‌های تحقیق برای طرح و توسعه برند متغیر آموزشی، انتظار بر این است که دانشگاه تغییرات لازم در رویکرد سیاست‌گذاری امور آموزشی، تقویت نظام مدیریت آموزش، توسعه دوره‌های تحصیلات تکمیلی، کارآمدسازی سیستم ارزیابی آموزشی دانشگاه، کارآمدسازی سیستم ارزیابی آموزشی دانشگاه و توسعه برنامه‌های آموزش آزاد، در نظر داشته باشد و برای حصول به آن اقدامات لازم را عملیاتی کند. سومین متغیر، امور بین‌المللی‌سازی می‌باشد. براساس یافته‌های تحقیق در بخش متغیر بین‌المللی‌سازی دانشگاه باید طرح و توسعه امورات مدیریت و برنامه‌ریزی، پژوهشی، آموزشی، رفاهی، پرسنلی، اجرایی و اصلاح سیاست‌های بین‌المللی‌سازی آموزش عالی را نظر داشته باشد. متغیر نهایی مأموریت‌های اصلی دانشگاه، سیاست‌گذاری علمی می‌باشد. براساس یافته‌های تحقیق، برای طرح و توسعه برند متغیر سیاست‌گذاری علمی دانشگاه باید توسعه کمی و کیفی سیاست‌گذاری و خط‌مشی‌گذاری علمی، اتخاذ رویکرد آینده‌محوری، اصلاح سیاست‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، توسعه کارآفرینی، استانداردسازی سرمایه‌های انسانی، تغییرات نوآوری تکنولوژیکی، تشکیل و تقویت سرمایه فکری و انسانی، مدیریت دانش، تدوین نظام حقوقی و دارایی‌های فکری، استقلال دانشگاهی و نیازسنجی بازار کار، فن و صنعت کشور، در نظر گرفته شود.

دومین دسته از مأموریت‌های پیشنهادی برای برندسازی دانشگاه، مأموریت‌های حمایتی یا پشتیبان است. مأموریت‌های مذکور به‌عنوان نقش حمایتی و پشتیبانی در تعیین مأموریت‌های اصلی دانشگاه، از اهمیت مهمی برخوردار می‌باشد. متغیرهای مأموریت دانشگاه، شامل زیرساخت و متغیر سیاست‌گذاری مالی است. اولین متغیر، مربوط به زیرساخت می‌باشد. براساس یافته‌های طراحی طرح و توسعه برند متغیر زیرساخت دانشگاه باید استراتژی‌های توسعه کمی و کیفی زیرساخت‌های دانشگاه، طرح و توسعه چشم‌انداز محیطی دانشگاه، طرح و توسعه نمای ساختمان

دانشگاه، طرح و توسعه پارکینگ‌های دانشگاه، طرح و توسعه مسیرهای سواره، پیاده و دوچرخه در دانشگاه، برنامه‌ریزی طرح و توسعه صحن اصلی دانشگاه، رعایت اصول پوشش گیاهی در سطح دانشگاه، رعایت اصول روشنایی و نورپردازی در سطح دانشگاه، طرح و توسعه فضای باز در دانشگاه، رعایت اصول مربوط به توسعه محیط یادگیری سالم، زیرساخت‌های اطلاعاتی، رعایت استانداردهای در دیگر زیرساخت‌های دانشگاه را در نظر داشت. متغیر سیاست‌گذاری مالی دانشگاه به‌عنوان دومین متغیر مربوط به مأموریت حمایتی و پشتیبان می‌باشد. با توجه به یافته‌های تحقیق، برای طرح و توسعه برند سیاست‌گذاری مالی دانشگاه، برنامه‌ریزی‌های لازم برای استقلال مالی دانشگاه، بودجه‌بندی دانشگاه، توسعه بنگاه‌داری دانشگاهی و جذب مشارکت بخش خصوصی برای توسعه برند سیاست‌گذاری مالی دانشگاه در نظر گرفته شود.

پس از مرحله هویت‌گذاری دانشگاه، در دومین مرحله از برنامه‌ریزی برندسازی دانشگاه، اهداف دانشگاه در نظر گرفته می‌شود. مرحله هدف‌گذاری دانشگاه شامل سه مرحله جداگانه و متوالی: مقوله اصلی، واقعی و ارزش افزوده است. در مرحله مقوله اصلی، ابعاد یا متغیرهای دانشجویی و محصولات و خدمات دانشگاه ارائه شده است. به این ترتیب، در مرحله اول فرایند هدف‌گذاری دانشگاه باید طرح و توسعه برندسازی متغیرهای دانشجویان و محصولات و خدمات دانشگاه صورت گیرد. براساس یافته‌های تحقیق برای برندسازی متغیر دانشجویان باید اصلاح و ارتقای سیاست‌های کلان دانشگاه در خصوص امور دانشجویان، ارتقای رویه‌های مدیریتی و اجرایی معاونت پژوهشی، ارتقای رویه‌های مدیریتی و اجرایی معاونت آموزشی، ارتقای رویه‌های مدیریتی و اجرایی معاونت دانشجویی و ارتقای رویه‌های مدیریتی و اجرایی معاونت منابع انسانی در نظر گرفته شود. دومین متغیر پیشنهادی تحقیق برای مقوله اصلی، محصولات و خدمات دانشگاه است. براساس یافته‌های تحقیق، انتظار بر این است که برای برندسازی دانشگاه در متغیر محصولات و خدمات دانشگاه؛ شامل برنامه‌ریزی توسعه کمی و کیفی ارائه محصولات و خدمات نوآور صورت گیرد.

دومین مرحله از فرایند هدف‌گذاری برند دانشگاه، مقوله واقعی است. برای مقوله واقعی، دو متغیر استادان و کارکنان پیشنهاد شده است. به این ترتیب در مرحله دوم از هدف‌گذاری دانشگاه، برندسازی متغیرهای کارکنان و استادان در نظر گرفته شده است. با توجه به یافته‌های تحقیق، برای برندسازی متغیر کارکنان دانشگاه، توسعه کمی و کیفی مدیریت منابع انسانی در بخش کارکنان دانشگاه، اصلاح رویه‌ها در مدیریت مالی و اداری دانشگاه، ارتقای توانمندی کارکنان دانشگاه، تقویت سطح خدمات رفاهی کارکنان و توسعه و بهبود فضا و امکانات زیرساختی پیشنهاد شده است. همچنین، تحقیق برای برندسازی متغیر استادان دانشگاه، توسعه کمی و کیفی برنامه‌ریزی منابع انسانی در بخش استادان دانشگاه، توسعه همکاری علمی و طرح و توسعه صلاحیت‌های حرفه‌ای استادان را پیشنهاد کرده است.

مرحله نهایی در هدف‌گذاری برند دانشگاه، مقوله ارزش افزوده در نظر گرفته شده و شامل، متغیر یا ابعاد بازاریابی و فارغ‌التحصیلان است. به این ترتیب در مرحله نهایی هدف‌گذاری دانشگاه، برندسازی متغیرهای بازاریابی و فارغ‌التحصیلان مشخص می‌شود. برای برندسازی دانشگاه در متغیر بازاریابی دانشگاه، مهم‌ترین پیشنهادها تحقیق شامل مشتری‌مداری، استخدام فرد بازاریاب برای دانشگاه، رعایت اصول قیمت‌گذاری محصولات و خدمات و شهریه دانشجویی، بازاریابی بیرونی دانشگاه، بازاریابی درونی دانشگاه و بازارمحوری دانشگاه است. در نهایت برای متغیر فارغ‌التحصیلان دانشگاه به‌عنوان متغیر نهایی در مرحله ارزش افزوده، استراتژی اصلی طرح و توسعه شبکه فارغ‌التحصیلان برای توسعه برند فارغ‌التحصیلان دانشگاه ارائه شده است.

دومین مرحله برندسازی دانشگاه، مرحله سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه است. این مرحله از فرایند برندسازی دانشگاه شامل مفهوم پاسخ در رویکرد پایه تحقیق است. هدف اصلی این مرحله از فرایند برندسازی دانشگاه، سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه می‌باشد. در این مرحله از فرایند برندسازی دانشگاه، تفسیر تمامی ابعاد و متغیرهای دو مرحله هدف‌گذاری و هویت‌گذاری برند دانشگاه در بازار به‌وسیله ذی‌نفعان درونی و بیرونی دانشگاه مشخص می‌شود. مفهوم

پاسخ یا مرحله سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه، شامل متغیرهای سنجش ارزش برند بیرونی و متغیرهای سنجش ارزش برند درونی دانشگاه است. به این ترتیب در مرحله نهایی رویکرد تحقیق یا مفهوم پاسخ، سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه در قالب متغیرهای دوگانه درونی و بیرونی انجام می‌شود. متغیرهای سنجش ارزش برند بیرونی دانشگاه شامل چهار استراتژی محوری، اعتبار علمی دانشگاه، شهرت دانشگاه، احساس و عاطفه دانشجویان نسبت به دانشگاه و وفاداری به برند دانشگاه است. همچنین، متغیرهای سنجش ارزش ویژه برند بیرونی دانشگاه شریف شامل پنج استراتژی محوری توانمند و کارآمدسازی دانشجویان، امور فارغ‌التحصیلان، خدمات دانشجویی دانشگاه، زیرساخت‌های دانشگاه و ابعاد مالی دانشگاه می‌باشد. در بخش سنجش ارزش ویژه برند بیرونی دانشگاه، برای سنجش استراتژی محوری اعتبار علمی دانشگاه، ۱۲ خرده‌مقوله، استراتژی محوری شهرت دانشگاه، ۱۲ خرده‌مقوله، استراتژی محوری احساس و عواطف نسبت به دانشگاه، ۹ خرده‌مقوله، استراتژی محوری وفاداری به برند دانشگاه، ۱۳ خرده‌مقوله پیشنهاد شده است. همچنین در بخش متغیرهای زیربنایی سنجش ارزش ویژه برند درونی دانشگاه، برای سنجش استراتژی محوری توانمند و کارآمدسازی دانشجویان ۱۲ خرده‌مقوله، استراتژی محوری امور فارغ‌التحصیلان ۸ خرده‌مقوله، استراتژی محوری خدمات دانشجویی دانشگاه ۱۰ خرده‌مقوله، استراتژی محوری زیرساخت‌های دانشگاه ۴ خرده‌مقوله و در نهایت استراتژی محوری ابعاد مالی دانشگاه ۳ خرده‌مقوله در نظر گرفته شده است.

در مقام مقایسه یافته‌های پژوهش با رویکرد پایه تحقیق حاضر می‌توان اشاره کرد که یافته‌های پژوهش به‌طور منحصراً از نظر تأکید بر مفاهیم سه‌گانه هدف، هویت و پاسخ و مقوله‌های اصلی، واقعی و ارزش افزوده، با رویکرد لنکستر و کرت ریل، تطابق دارد. در ادامه، از نظر ارائه متغیرهای ویژه برای دانشگاه و ارائه استراتژی‌های طرح و توسعه برندسازی دانشگاه با رویکرد لنکستر و کرت ریل، تفاوت دارد. بنابراین، یافته‌های پژوهش به‌طور منحصراً از نظر ارائه مفاهیم و مقولات تحقیق، با رویکرد لنکستر و کرت ریل، تطابق دارد و از نظر ارائه متغیرهای ویژه برای دانشگاه و ارائه استراتژی‌ها و فعالیت‌های طرح و توسعه برندسازی دانشگاه با مدل لنکستر و کرت ریل، تفاوت دارد. همچنین رویکرد ارائه شده پژوهش برای برندسازی تحقیق، رویکرد جامع برای برندسازی دانشگاه قلمداد می‌شود که تمامی مراحل برنامه‌ریزی ایجاد ارزش ویژه برند دانشگاه را شامل می‌شود و علاوه بر این، چارچوب جامع برای سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه را ارائه داده است. شایان ذکر است که پژوهش برای اولین بار به ارائه یافته‌های جامع و نظام‌مند در قالب رویکرد تحقیق علمی پرداخته است که تاکنون در کشور صورت نگرفته و در سطح جهانی، یکی از کامل‌ترین رویکردهای برندسازی آموزش عالی می‌باشد. بنابراین، رویکرد پیشنهادی تحقیق، تصویری نسبتاً جامع از برنامه‌ریزی و ارزیابی برندسازی دانشگاه را ارائه می‌کند و منجر به جریان‌سازی در عرصه برندسازی دانشگاه خواهد شد. باید اضافه کرد که استراتژی‌های ارائه شده برای برندسازی آموزش عالی ضمن داشتن تنوع و جامعیت لازم، برگرفته از شرایط و بافت فکری و فرهنگی جامعه و ماهیت صنعتی دانشگاه هستند و براساس تحلیل شرایط محیط درونی و بیرونی دانشگاه و اهداف دانشگاه طراحی شده‌اند.

پیشنهادهای تحقیق حول دو محور برنامه‌ریزی برندسازی و سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه ارائه می‌شوند. باید در مرحله برنامه‌ریزی برندسازی، هویت‌گذاری و هدف‌گذاری برندسازی دانشگاه صورت گیرد. در بخش هویت‌گذاری دانشگاه پیشنهاد می‌شود هویت دانشگاه در ابتدا براساس متغیرهای نام‌گذاری، مکان‌یابی، لوگو، مأموریت‌های آموزشی، پژوهشی، سیاست‌گذاری علمی، سیاست‌گذاری مالی، زیرساخت‌ها و بین‌المللی‌سازی، طراحی یا بازطراحی شود. در ادامه، براساس یافته‌های تحقیق، مهم‌ترین پیشنهادها در هر کدام از متغیرهای تحقیق به شرح ذیل می‌باشد. در بخش متغیر نام‌گذاری، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود نام‌گذاری دانشگاه براساس یکی از اصول مقابل صورت می‌گیرند؛ مانند نام‌گذاری براساس بنیان‌گذارنده مؤسسه یا نهاد، وقف و تأمین‌کننده مالی، رهبران مذهبی مورداحترام، شخصیت برجسته تاریخی، عضو برجسته کشوری، سیاستمداران کنونی یا استادان و دیگر رهبران مؤسس

و مورد احترام در یک کشور یا جهان می‌باشد. همچنین، در فرایند طرح و توسعه فرایند نامگذاری دانشگاه، مدیران و رؤسای دانشگاه ضمن ارتقای نام و نشان تجاری در اذهان دانشجویان و افکار عمومی جامعه باید برای ایجاد شناخت بیشتر نسبت به دانشگاه از طریق انواع ارتباطات غیرفردی مانند انجام مصاحبه‌های مطبوعاتی و درج مطلب در نشریه‌ها، روزنامه‌ها و خبرنامه‌ها و غیره اقدامات لازم را به عمل آورند. انتظار بر این است که مدیران و مسئولان دانشگاه‌ها در فرایند نام‌گذاری از اصول چند زبانه، بازطراحی درب ورودی دانشگاه، لزوم تعیین شعار اصلی برای دانشگاه در فرایند نام‌گذاری دانشگاه با توجه به فلسفه صنعتی و فنی بودن دانشگاه استفاده کنند. در ادامه، باید در نظر داشت که در طرح دانشگاه باید از اصول اسلیمی و نشانه‌شناختی استفاده کرد و به ظرفیت نگارشی آن توجه کرد. نام دانشگاه باید قابلیت تبدیل به لوگو و آرم را داشته باشد و سعی شود در تدوین نام دانشگاه به زبان انگلیسی، به مشکلات تلفظی آن توجه شود.

در بخش متغیر مکان‌یابی، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود در گام نخست، از سیستم اطلاعات جغرافیایی و تجزیه و تحلیل‌های فضایی با بهره‌گیری از داده‌های مکانی به انتخاب بهترین مکان برای طرح و توسعه دانشگاه استفاده شود و با در نظر گرفتن استراتژی‌های چهارگانه سازگاری، مطلوبیت، آسایش و کارایی برای طرح و توسعه مکان‌یابی دانشگاه اقدام شود. شایان ذکر است که هماهنگی بین سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف شهری و توجه به جمعیت، فرهنگ، مسائل اجتماعی و اقتصادی منطقه مورد مطالعه، از جمله مهم‌ترین اصولی می‌باشد که باید مدیران دانشگاهی در طرح و توسعه مکان‌یابی دانشگاه در نظر بگیرند. همچنین تغییر مکان فعلی نیز در راستای ساماندهی دانشگاه در صورت مقرون به صرفه بودن پیشنهاد می‌شود. با توجه به این که جابه‌جایی و انتقال، بسیار مشکل می‌باشد شاید راه‌حل مناسب برای برخی از حریم‌ها تغییر کاربری مجاور یا رعایت اصول و استانداردهای لازم با توجه به چهار استراتژی پیشنهادی باشد.

در بخش متغیر لوگو، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود مدیران دانشگاه برای طراحی لوگوی دانشگاه، از الگوها و طراحی‌های مدرن ترکیبی با اعداد، طراحی‌های سه بعدی، استعاره، نمادها و رویکردهای نشانه‌شناختی و طراحی‌های پویا استفاده کنند. علاوه بر این، در طراحی‌های لوگوی دانشگاه می‌توان از خلاقیت‌ها در زمینه بهره‌گیری از سال تأسیس دانشگاه و طراحی پیام و شعار دانشگاه استفاده شود. البته نام برند دانشگاهی نباید تغییر کند مگر در موارد خاص مانند خلاصه‌سازی نام ولی لوگو می‌تواند به دلایلی تغییر کند. از آنجا که لوگوی یک برند دانشگاهی برای نشان دادن و حفظ کردن پیوستگی برند دانشگاه به کار برده می‌شود باید در تغییرات خود، بسیار محتاط باشند و با دانش قبلی عمل کنند. این امر وابسته به طراح گرافیک است که با دانش خود و با کنترل علمی تغییرات صورت گرفته، کمترین آسیب را از بازطراحی لوگوی دانشگاه به مخاطبان برند دانشگاه برساند. علاوه بر این پیشنهاد می‌گردد با استفاده از بیلборدهای تبلیغاتی در سطح شهرهای بزرگ کشور، نسبت به شناسایی و جایگاه‌یابی لوگوی دانشگاه در ذهن جامعه هدف، تلاش گردد تا تمامی ذی‌نفعان از طریق به یادآوری سریع لوگوی دانشگاه به یک ترجیح ذهنی از این برند نسبت به رقبا دست یابند که این امر موجب ایجاد وفاداری و ترجیح محصول به محصولات مشابه رقبا می‌گردد.

در بخش متغیر پژوهش، براساس یافته‌های پژوهش توسعه علوم کاربردی، ارتباط دانشگاه با صنعت، کشاورزی و خدمات، توسعه کارآفرینی، سرمایه‌داری علمی، توسعه شرکت‌های زایشی دانشگاهی، سرمایه‌گذاری در تکنولوژی و نوآوری‌ها و توسعه و تسهیل شرایط قانون در این راه می‌تواند از اهمیت به‌سزایی برخوردار باشد. بنابراین، حوزه پژوهش در دانشگاه به‌عنوان مبنایی برای شناسایی نیازهای بازار و جامعه هدف در زمینه‌های مختلف می‌باشد و باید زمینه‌سازی و برنامه‌ریزی‌های لازم برای توسعه برند پژوهشی دانشگاه حسب استراتژی‌های پیشنهادی برای حوزه پژوهش صورت گیرد. لازم است مدیران دانشگاه ضمن بها دادن و اولویت قراردادن امور پژوهشی استادان و دانشجویان،

بسترهای لازم برای تعامل پویای بین تصمیم‌گیرندگان دانشگاهی با پژوهشگران را فراهم کنند. همچنین، نیاز است ساختاری سازمانی و اداری در نظام پژوهشی دانشگاهی ضمن آسیب‌شناسی، راهکارهای تسهیل‌سازی همکاری، استفاده از فرصت‌های پژوهشی، تدارک آسان و به‌موقع منابع علمی و تحقیقاتی را در نظر داشته باشد.

در بخش متغیر آموزش، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود به‌روزرسانی و کارآمدسازی سیستم‌های برنامه آموزشی و درسی، سیستم ارزشیابی، تنوع، نوآوری، سیستم تدریس، سیستم کلاس‌داری، مقاطع و رشته‌های تحصیلی، پویایی سیستم، انعطاف‌پذیری سیستم، سیستم اعتبارسنجی و کیفیت آموزشی در نظر گرفته شود. بنابراین، دانشگاه باید ضمن آسیب‌شناسی وضع موجود در حوزه آموزشی و میزان تناسب آن با ملزومات بازار و رضایت جامعه هدف، به دید جامعی در این زمینه دست یابد و برنامه‌ریزی‌های لازم را در این امور انجام دهد. از جمله دیگر پیشنهادهایی که می‌توان در این زمینه ارائه داشت، تدوین نظام جامع ارزیابی آموزشی می‌باشد. با این مدل می‌توان وضعیت موجود آموزشی را به تصور کشید و تحلیل بیرونی و درونی مناسب را برای آن ارائه داد. با این مکانیسم می‌توان، نیازها، اهداف و برنامه‌های لازم برای طرح و توسعه آموزشی دانشگاه را براساس وضعیت موجود دانشگاه طرح کرد و برای آن پیشنهادهای لازم را ارائه داد.

در بخش متغیر بین‌المللی‌سازی، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود دانشگاه با تحلیل محیط بیرونی و درونی خود و با در نظر داشتن سیاست‌های کلی نظام آموزش عالی کشور و اسناد بالادستی، مجدداً به بازنگری استراتژی‌ها و اهداف دانشگاه در راستای بین‌المللی‌سازی با در نظر گرفتن ماهیت فنی و صنعتی بودن دانشگاه، مدلی مناسب برای توسعه همکاری‌های بین‌المللی دانشگاه، طرح کند و توسعه دهد. این مدل همان‌طوری که اشاره شد باید در ابعاد تحلیل شرایط درونی و بیرونی صورت گیرد و از طرفی، پیشنهادهای مذکور، باید ضمن ارائه راهکارهای مناسب در ابعاد درون دانشگاهی، ملی و فراملی، ارائه پیش‌بایست‌ها و موانع اجرای مطلوب را در نظر داشته باشند و در ادامه، ره‌انگاری و آینده‌نگری لازم در این خصوص صورت گیرد.

در بخش متغیر سیاست‌گذاری علمی، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود تولید دانش و اطلاعات تحلیلی موردنیاز سیاست‌گذاران، طراحی سامانه جامع اطلاعات علمی و توسعه‌ای کشور، تقویت و ارتقای زیرساخت‌های فیزیکی و قانونی، توسعه استقلال حقیقی و حقوقی دانشگاه، مشارکت همه ذی‌نفعان در فرایند سیاست‌گذاری دانشگاه، نفی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان از رویکردهای سطحی و یک‌بعدی، آینده پژوهشی سیاست‌های آموزشی و پژوهشی، رصد تحولات مشاغل در آینده، رصد نیازها و اولویت‌های اساسی جامعه موردهدف، تقویت ارتباط دانشگاه با سه بخش اقتصاد، حمایت از طرح‌های پژوهشی ارائه شده که توان تجاری‌سازی دارند، در اولویت قرار گیرند.

در بخش متغیر زیرساخت، برنامه‌ریزی کالبدی برای توسعه زیرساخت‌های دانشگاهی به‌عنوان مهم‌ترین پیشنهاد برای طرح و توسعه زیرساخت‌های دانشگاه می‌باشد. آنچه در این نوع از برنامه‌ریزی دانشگاهی مهم است ضمن استانداردهای تمامی فضاهای دانشگاهی باید نیازهای فعلی و آینده ذی‌نفعان درونی و بیرونی دانشگاه شناسایی شود. در ادامه، نیاز است در برنامه‌ریزی کالبدی دانشگاه، جایگاه و نقش درآمدهای پایدار را در این فرآیند در نظر گرفته داشت. همچنین، تدوین یکپارچه ضوابط و مقررات زیرساخت‌ها و ضوابط و مقررات به لحاظ توزیع بهینه کاربری‌ها و ساخت سازه‌های متناسب با ماهیت صنعتی دانشگاه مورد نظر باشد. در نهایت باید در نظر داشت که، بکارگیری شیوه مدیریت هوشمند دانشگاه می‌تواند متضمن بهبود مستمر برنامه‌ریزی کالبدی و پاسخی مناسب به تغییر نیازهای مربوط به ایمن‌سازی و مقابله با بحران‌های ناشی از حوادث مختلف و دیگر نیازهای حال حاضر و آتی، حاصل از توسعه دانشگاه باشد.

در بخش متغیر سیاست‌گذاری مالی، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود ایجاد زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری تحقیق و توسعه و نیز توسعه تسهیلات و زیرساخت‌های لازم برای تجاری‌سازی تحقیقات با عضویت

تمامی نخبگان، ذی‌نفعان و متخصصان سه بخش مختلف اقتصاد، رأس حرم سیاست‌گذاری مالی دانشگاه باشد. همچنین توصیه می‌شود سیاست‌های تأمین مالی مستقل و اختصاصی دانشگاه نباید مانع از شانه خالی کردن دولت در اختصاص بودجه برای دانشگاه شود بلکه کمک‌های مالی دولت به دانشگاه باید براساس روش‌های غیرمستقیم و رقابت به دانشگاه‌ها اختصاص پیدا کند. این فرایند دانشگاه می‌تواند با نیازسنجی جامع از نیازها و اولویت‌های کشور و از طرفی، پتانسیل‌های موجود دانشگاه برای تأمین این نیازها و اولویت‌ها، مذاکرات و پیشنهادهای لازم را به دولت ارائه کند و برای آن بودجه لازم دریافت نماید.

مرحله دوم برنامه‌ریزی برندسازی دانشگاه، هدف‌گذاری برندسازی است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود، هدف‌گذاری برند دانشگاه در ابتدا براساس، متغیرهای محصولات و خدمات دانشگاه، دانشجویان، کارکنان، استادان، بازاریابی و فارغ‌التحصیلان، طراحی یا بازرطراحی شود. در ادامه، براساس یافته‌های تحقیق، مهم‌ترین پیشنهادهای پژوهش در هر کدام از متغیرهای تحقیق به شرح ذیل می‌باشد.

در بخش متغیر محصولات و خدمات، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود مدیران و مسئولان دانشگاه باید الزامات لازم برای سرمایه‌گذاری مالی، ارتقای سطح کیفیت علمی، جذب دانشجویان نخبه، ارتقای سطح مهارت‌های دانشجویان، جذب استادان نخبه، توسعه زمینه‌های ارتباط با صنعت و کشاورزی و خدمات، توسعه زمینه‌های کارآموزی علمی در جامعه، رفع مشکلات اساسی جامعه را مهیا دارند. دانشگاه‌ها به این منظور لازم است نسبت به فراهم کردن بسترهای مناسب برای جهش در نهضت علم و جنبش پژوهشی در تولیدات و محصولات خود و علمی‌گرایی محصولات و خدمات دانشگاه در راستای به‌روز شدن با دانش و پاسخ به نیازهای عصری، نسلی، فراعصری و فرانسلی موجود اقدام کنند.

در بخش متغیر دانشجویان، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود زمینه‌های توسعه جذب بودجه مالی، طرح و توسعه خدمات کیفی دانشجویی، قیمت‌گذاری استاندارد خدمات دانشجویی و بازاریابی به منظور جذب جامعه هدف را فراهم آورد.

در بخش متغیرهای کارکنان و استادان، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود بازاریابی داخلی در نظر گرفته است. انتظار بر این است که در فرایند بازاریابی داخلی دانشگاه جذب، توسعه، انگیزش، و تداوم کیفیت کارکنان و استادان از طریق شغل به‌عنوان یک محصول و برآوردن نیازمندی‌های آنها صورت گیرد. به عبارت دیگر، بازاریابی داخلی دانشگاه، فلسفه رابطه و پیمان مشترک بین ذی‌نفعان و کارکنان و استادان (ذی‌نفعان داخلی) دانشگاه است.

در بخش متغیر بازاریابی، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود دانشگاه باید برای جذب بیشترین میزان جامعه هدف خود یعنی دانشجویان و فروش تولیدات و خدمات منحصر به فرد خود، از مدل‌های بازاریابی بومی استفاده کنند. در این مدل‌ها، توجه به طبقات، گروه‌های کاری و جنسیت‌های مختلف، برگزاری همایش‌ها، استفاده از آمیخته بازاریابی، تأکید بر تبلیغات، مشخص کردن قیمت خدمات آموزشی، توجه به شرایط ثبت‌نام در دوره‌ها و توجه به بازاریابی رابطه‌ای، تأکید بر جذب حداکثری، تأکید بر بازاریابی، بازاریابی و بازاریابی مهم‌ترین عناصر در تأکید بر تکنیک‌های بازاریابی بومی در موقعیت‌یابی بازار دانشگاه است.

در بخش متغیر فارغ‌التحصیلان، براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود زمینه‌ها را برای جذب و توسعه و نگهداشت فارغ‌التحصیلان نخبه فراهم کرد. بر این اساس، باید برای حل مشکلات فارغ‌التحصیلان دانشگاه صنعتی شریف از اختیارات و امکانات کلیه سازمان‌های مرتبط به‌منظور تهیه و اجرای طرح جامع و فراگیر در زمینه اشتغال، جذب، توسعه و نگهداشت فارغ‌التحصیلان استفاده شود. در ادامه، پیشنهاد می‌گردد تربیت نیروی انسانی کارآفرین و نوآور به‌عنوان مهم‌ترین هدف تربیت نیروی انسانی موردنیاز در دستور کار سیاست‌گذاری دانشگاه قرار گیرد. در نهایت پیشنهاد می‌گردد سامانه رصد فارغ‌التحصیلان دانشگاه طرح و توسعه یابد.

بخش دوم از برنامه‌ریزی برندسازی دانشگاه، مفهوم پاسخ می‌باشد که وظیفه سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه را به عهده دارد. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که ابتدا سنجش ارزش ویژه برند دانشگاه براساس متغیرهای سنجش ارزش ویژه برند درونی و بیرونی دانشگاه، طراحی یا بازطراحی شود. به‌طور کلی براساس بررسی یافته‌های استراتژی‌های سنجش ارزش ویژه برند، پیشنهاد می‌شود دانشگاه برای تحت تأثیر قرار دادن دانشجویان ابزار آمیخته بازاریابی است. در این میان، پیوندهای سازمانی، نقش مستقیمی در رفتار ذی‌نفعان دانشگاه بازی می‌کند. دانشگاه می‌تواند با افزایش توجه به این مورد بر رفتار دانشجویان به‌صورت مستقیم تأثیر بگذارد. همچنین، اثرگذاری بر ادراک، احساسات، عاطفه بهترین راهکار برای داشتن دانشجویان وفادار در بلندمدت است. در این بین تأکید تضمین کیفیت در ارائه خدمات متنوع دانشگاهی، حس رضایت را در دانشجویان برانگیزد. همچنین، در مورد محصولات و خدمات دانشگاه، دانشگاه باید، عنصر نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی را کانون توجه قرار دهد و از طریق تحقیقات گسترده، زمینه را برای تأثیرگذاری بیشتر و مثبت بر ارزش ویژه برند دانشگاه فراهم کند. یکی از این راهکارها، رصد فعالیت‌های ترویجی مناسب با سلیقه، نیازها و اولویت جامعه هدف می‌باشد. هدف از این کار، آگاهی از برند دانشگاه و تقویت تداعیات شکل گرفته برند دانشگاه می‌باشد.

یافته‌های پژوهش درباره استراتژی‌های برندسازی دانشگاه، پیش از هر چیز در یافتن کمبودها و ارائه راهکارهای مؤثر است. به این دلیل که تصویری نسبتاً جامع از برنامه‌ریزی‌های دانشگاه ارائه و منجر به تقویت نقاط قوت و رفع نقاط ضعف موجود در برندسازی دانشگاه خواهد شد. بر این اساس به‌صورت کلی پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها متشکل از کارشناسان و متخصصان حرفه در زمینه برندسازی را تشکیل دهد تا با شناسایی و ارزیابی نقاط قوت و ضعف ارزش ویژه برند دانشگاه و برنامه‌ریزی اصولی و منطقی، زمینه استفاده هر چه بهتر از فرصت‌ها و تهدیدات موجود فراهم گردد و در نهایت منجر به بهبود برند دانشگاه شود. همچنین باید در نظر داشت که برندسازی، کاری پیچیده و چند وجهی می‌باشد که باید با دقت، صرف سرمایه زمانی و تخصیص مالی لازم و نیز برنامه‌ریزی دقیق انجام شود. باید در نظر داشت که مهم‌ترین مسئله پیش رو برای برندسازی دانشگاه، فقدان استقلال عملیاتی برای اداره امور دانشگاه به نحو مطلوب است. نبود استقلال دانشگاهی و مدیریت سلسله‌مراتبی و متمرکز، آزادی علمی دانشگاه‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها به‌وسیله مذاکره با دولت برای واگذاری اختیارات و استقلال لازم برای طرح و توسعه برنامه‌ریزی برندسازی متناسب با شرایط درونی و بیرونی و از طرفی ماهیت و بافت ویژه خود اقدام کنند.

در نهایت باید اضافه کرد که با توجه به اینکه استراتژی‌های ارائه شده برای برندسازی به‌صورت کلی، تنوع و جامعیت بیشتری نسبت به پژوهش‌های پیشین دارند پیشنهاد می‌شود خصوصیات استراتژی‌های استخراجی با استفاده از فرایند تحلیل عاملی انجام شود. همچنین انتظار بر این است دانشگاه‌ها ضمن استفاده از یافته‌های برندسازی در قالب رویکرد معرفی شده، زمینه را برای پیمایش و برنامه‌ریزی دانشگاه براساس مدل معرفی شده فراهم سازند.

References

- Aaker, D. A. (2004). Leveraging the Corporate Brand. *California management review*, 46(3), 6-18. <https://doi.org/10.1177/000812560404600301>
- Ali-Choudhury, R., Bennett, R., & Savani, S. (2008). University marketing directors' views on the components of a university brand. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 6(1), 11-33. <https://doi.org/10.1007/s12208-008-0021-6>

- Bennett, R., & Ali-Choudhury, R. (2009). Prospective Students' Perceptions of University Brands: An Empirical Study. *Journal of Marketing for Higher Education*, 19(1), 85-107. <https://doi.org/10.1080/08841240902905445>
- Birch, D. L. (1979). The job generation process. In *Small business: Critical perspectives on business and management*. MIT Program on Neighborhood and regional Change. <http://ideasarchive.org/www/Job%20Generation%20Process,%20The%20-%201979%20-%20David%20Birch.pdf>
- Brown, R., & Carasso, H. (2013). *Everything for sale? The marketisation of UK higher education*. Routledge. <https://www.routledge.com/Everything-for-Sale-The-Marketisation-of-UK-Higher-Education/Brown-Carasso/p/book/9780415809801>
- Chapleo, C. (1990, January 1). *Is branding maligned and misunderstood?* THE World University Rankings. <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2013/reputation-ranking/analysis/chris-chapleo>
- Chapleo, C. (2007). Barriers to brand building in UK universities? *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12(1), 23-32. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/nvsm.271>
- Chapleo, C. (2015a). Brands in Higher Education. *International Studies of Management & Organization*, 45(2), 150-163. <https://doi.org/10.1080/00208825.2015.1006014>
- Chapleo, C. (2015b). An exploration of branding approaches in UK universities. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 20(1), 1-11. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/nvsm.1513>
- De Chernatony, L. (2010). *From Brand Vision to Brand Evaluation* (3rd ed.). Taylor & francis. <https://www.sciencedirect.com/book/9781856177733/from-brand-vision-to-brand-evaluation#book-description>
- De Lencastre, P., & Corte-Real, A. (2013). Brand response analysis: A Peircean semiotic approach. *Social Semiotics*, 23(4), 489-506. <https://doi.org/10.1080/10350330.2013.799005>
- De Lencastre, P., & Côte-Real, A. (2010). One, two, three: A practical brand anatomy. *Journal of Brand Management*, 17(6), 399-412. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.1>
- Delmar, F. (1996). *Entrepreneurial Behavior and Business Performance*. EFI, Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm. https://www.researchgate.net/publication/246075162_Entrepreneurial_Behavior_and_Business_Performance?enrichId=rgreq-277398b8d5601632e70b7491da048790-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdldOzI0NjA3NTE2MjtBUzozMzE0MjM5NDQwNTY4MzRAMTQwODM0NTMxOTAzNA%3D%3D&el=1_x_2&esc=publicationCoverPdf
- Erguvan, D. (2013). Perceptions of academics towards the impact of foundation universities on Turkish higher education. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 13(1), 153-160. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1016671>
- Garipağaoğlu, B. Ç. (2016). Branding in higher education: A case study from Turkey. *Higher Education Policy*, 29(2), 254-271. <https://doi.org/10.1057/hep.2015.24>
- Gartner, W. B. (1988). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32. <https://doi.org/10.1177/104225878801200401>
- Hankinson, P. (2004). The internal brand in leading UK charities. *Journal of Product & Brand Management*, 13(2), 84-93. <https://doi.org/10.1108/10610420410529717>
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2013). The dynamics of corporate brand charisma: Routinization and activation at Carlsberg IT. *Scandinavian Journal of Management*, 29(2), 147-162. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2013.03.005>

- Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2006). Universities in a competitive global marketplace. *International Journal of Public Sector Management*, 19(4), 316-338. <https://doi.org/10.1108/09513550610669176>
- Holt, D. B. (2002). Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding. *Journal of Consumer Research*, 29(1), 70-90. <https://doi.org/10.1086/339922>
- Iman, M. T., & Noshadi, M. R. (2011). Qualitative content analysis. *Journal of Research*, 3(2), 15-44. http://pajohesh.nashriyat.ir/sites/pajohesh.nashriyat.ir/files/2_0.pdf
- Iqbal, M. J., Rasli, A. B. M., & Ibn-e-Hassan Rasli, A. B. M. (2012). University branding: A myth or a reality. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 6(1), 168-184. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/188050/1/pjcss082.pdf>
- Ismail, H. (2016). Branding Higher Education Institutions: What It Takes to be Branded. In *Fast forwarding Higher Education Institutions for Global Challenges*, DOI. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-287-603-4_13
- Javani, V. (2016). University branding :A conceptualizing model. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(4), 227-232. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v6-i4/2100>
- Jeanes, E. L. (2013). The construction and controlling effect of a moral brand. *Scandinavian Journal of Management*, 29(2), 163-172. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2013.03.007>
- Judson, K. M., Aurand, T. W., Gorchels, L., & Gordon, G. L. (2008). Building a University Brand from Within: University Administrators' Perspectives of Internal Branding. *Services Marketing Quarterly*, 30(1), 54-68. <https://doi.org/10.1080/15332960802467722>
- Kayzouri, A. H., & Mohammadihosseini, S. A. (2017). Mental image of university academic credibility and its relationship with service improvement in higher education: a test of the mediating role of communication quality. *Educational measurement and evaluation studies*, 7(19), 115-139. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=319595>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of marketing*, 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (2 ed.). Prentice Hall. <https://books.google.com/books?id=WvErOEACAAJ>
- Keller, K. L., Parameswaran, M., & Jacob, I. (2011). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4 ed.). Pearson Education India. <http://thuvien.thanglong.edu.vn:8080/dspace/bitstream/TLU-123456789/27/2/TVS.000886-%20Keller%20Strategic%20Brand%20Management-1.pdf>
- Knox, S., & Bickerton, D. (2003). The six conventions of corporate branding. *European Journal of Marketing*, 37(7/8), 998-1016. <https://doi.org/10.1108/03090560310477636>
- Langa, P. V., & Zavale, N. C. (2018). Branding and the search for competitive advantage in the field of Mozambican higher education through the use of websites. In *Competition in higher education branding and marketing*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-58527-7_6
- Mampaey, J. (2018). Brand Communication in Flemish Higher Education: a Comparison between Types of Institutions. In *Competition in Higher Education Branding and Marketing*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-58527-7_4
- Mampaey, J., & Huisman, J. (2016). Branding of UK higher education institutions. An integrated perspective on the content and style of welcome addresses. *Recherches sociologiques et anthropologiques*, 47(47-1), 133-148. <https://doi.org/10.4000/rsa.1636>

- Marginson, S. (2007). Global Position and Position Taking: The Case of Australia. *Journal of Studies in International Education*, 11(1), 5-32. <https://doi.org/10.1177/1028315306287530>
- Ngo, J., & Ismandoyo, D. A. (2018). Higher Education: The Impacts of Educational Brand on Students' Decision to Enroll Through Advertising Brochures for Higher Education Institutions in Surabaya Indonesia. In *Competition in Higher Education Branding and Marketing*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-58527-7_7
- Papadimitriou, A. (2014). *Branding in the Western Balkan Higher Education on the incorporation of internationalization, quality, and social media* Paper presented at the Annual Conference on Association of the Study of Higher Education (ASHE), Washington, USA .
- Papadimitriou, A. (2018). Using a mixed methods approach to examine the (re) imaging of higher education institutions in the Western Balkans. In *Competition in Higher Education Branding and Marketing* (pp. 81-105). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-58527-7_5
- Rahimian, A. (2016). University branding; New need for higher education (Case study; Payame Noor University, Karaj). *Management and planning in educational systems*, 11(1), 139-158. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=466432>
- Rosen, D. (2012). Branding in higher education: What it is and why it matters. Eduniverse. <http://eduniverse.org/branding-higher-education-what-it-and-why-it-matters>
- Şenses, F. (2007). Uluslararası Gelişmeler Işığında Türkiye Yükseköğretim Sistemi: Temel Eğilimler, Sorunlar, Çelişkiler ve Öneriler. *Economic Research Center Working Papers in Economics*, 7(5), 1-32. https://erc.metu.edu.tr/en/system/files/menu/serie_s07/0705.pdf
- Shekari, H. (2017). Structural Model of Influence of Brand Ambidexterity on Students' Commitment with Considering Mediating Role of Brand performance and Brand Image (Case: Brand of Payame Noor). *Higher Education Letter*, 10(38), 7-32. http://journal.sanjesh.org/article_26658_e5d74379f79349da4927a5cc9d9df0e7.pdf
- Spake, D. F., Mullen, E. W., Joseph, M & , Wilde, S. J. (2010, September 29 - October 1). *Higher education branding: importance of and differences between private and public university students' views*. Marketing Management Association 2010 Fall Educators' Conference Proceedings, Indianapolis, Indiana. <https://researchportal.scu.edu.au/esploro/outputs/conferenceProceeding/Higher-education-branding-importance-of-and/991012820489002368>
- Stephenson, A. L., & Yerger, D. B. (2014). Does brand identification transform alumni into university advocates? *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 11(3), 243-262. <https://doi.org/10.1007/s12208-014-0119-y>
- Stripling, J. (2010, October 19). *Brand New Dilemma*. Inside Higher Ed. <https://www.insidehighered.com/news/2010/10/19/brand-new-dilemma>
- Suomi ,K. (2014). Exploring the dimensions of brand reputation in higher education – a case study of a Finnish master's degree programme. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 36(6), 646-660. <https://doi.org/10.1080/1360080X.2014.957893>
- Tabrizi, M. (2014). Qualitative content analysis from the perspective of deductive and inductive approach. *Journal of Social Sciences*, 21(64), 105-138. <https://doi.org/10.22054/qjss.2014.344>
- Tajri, M., & Sahebi, S. (2018). Explaining the position of university brand personality on students' preferences (case study of Mazandaran University). *Higher Education*

- Quarterly, New Volume, 10(39)*, 61-86. http://journal.sanjesh.org/article_28264_bcff78a4719dbeab16ff0d828b0cbd90.pdf
- Tas, A., & Ergin, E. (2012). Key Factors for Student Recruitment: The Issue of University Branding. *International Business Research*, 5(10), 146-153. <https://doi.org/10.5539/ibr.v5n10p146>
- Wæraas, A., & Solbakk, M. N. (2008). Defining the essence of a university: lessons from higher education branding. *Higher Education*, 57(4), 449-462. <https://doi.org/10.1007/s10734-008-9155-z>
- Watkins, B. A., & Gonzenbach, W. J. (2013). Assessing university brand personality through logos: an analysis of the use of academics and athletics in university branding. *Journal of Marketing for Higher Education*, 23(1), 15-33. <https://doi.org/10.1080/08841241.2013.805709>
- Wu, T., & Naidoo, V. (2016). The role of international marketing in higher education. In *International marketing of higher education*. Springer. https://doi.org/10.1057/978-1-137-54291-5_1



Knowledge Commercialization Based on the Role of Managerial Ambiguity in Higher Education

Akrameh alsadat Yaghubi¹, Yalda Delgoshaei², Leila Hosseinitabaghdehi³, Fereshteh Kordestani⁴

¹PhD Student of Higher Education Management, Department of Educational Management & Higher Education Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

^{2,4}Assistant Professor, Department of Educational Management & Higher Education Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

³Assistant Professor, Department of Educational Management, Ramsar Branch, Islamic Azad University, Ramsar, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 01.03.2021

Revised: 03.03.2021

Accepted: 04.17.2021

Keyword:

Knowledge
Knowledge commercialization
Organizational ambiguity
Managers

*Corresponding Author:

Yalda Delgoshaei

Email: y.delgoshaei@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the role of knowledge commercialization in higher education based on managerial ambiguity. Applied research method was used in terms of purpose with a qualitative approach. Research data was collected using inductive content analysis of knowledge commercialization frameworks and holding two Delphi panel of knowledge commercialization experts based on dual ambiguity. The statistical population included 28 university experts, specialists and personnel working at incubation centers of Mazandaran Province. In this section, purposive sampling method was used considering the theoretical saturation law. Data was collected through a semi-structured questionnaire. The content validity of this questionnaire was confirmed with the help of professors of expert groups. Findings showed that the dimensions of knowledge commercialization based on managerial dual competence had 4 components including managerial support, managerial empowerment measures, managerial motivational measures, opportunistic measures and 28 indicators. In addition, the findings showed that all dimensions, components and indicators were confirmed.





تجاری سازی دانش مبتنی بر نقش دوستوانی مدیریتی در آموزش عالی

اکرمه السادات یعقوبی^۱، یلدا دلگشایی^{۲*} , لیلا حسینی طبقدهی^۳، فرشته کردستانی^۴

۱- دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، گروه مدیریت آموزشی و آموزش عالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲ و ۴- استادیار، گروه مدیریت آموزشی و آموزش عالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۳- استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد رامسر، دانشگاه آزاد اسلامی، رامسر، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف پژوهش حاضر، تجاری سازی دانش مبتنی بر نقش دوستوانی مدیریتی در آموزش عالی بود. روش پژوهش، برحسب هدف، کاربردی با رویکرد کیفی است. داده‌های پژوهش با استفاده از تحلیل محتوای استقرایی چارچوب‌های تجاری سازی دانش و برگزاری دو دوره پتل دلفی خبرگان تجاری سازی دانش مبتنی بر دوستوانی گردآوری شد. جامعه آماری، ۲۸ نفر از خبرگان دانشگاهی، متخصصان و افراد مشغول به کار در مراکز رشد در استان مازندران بودند. در این بخش، از روش نمونه‌گیری هدفمند با در نظر گرفتن قانون اشباع نظری استفاده شد. داده‌ها از طریق اجرای پرسش‌نامه نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. روایی محتوایی این پرسش‌نامه با کمک استادان گروه‌های متخصص تأیید شد. یافته‌ها نشان داد که ابعاد تجاری سازی دانش، مبتنی بر دوستوانی مدیریتی دارای چهار مؤلفه شامل حمایت‌های مدیران، اقدامات توانمندساز مدیر، اقدامات انگیزش‌زای مدیر، اقدامات فرصت‌آفرین و ۲۸ شاخص بود. هم‌چنین، یافته‌ها نشان داد که تمامی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها مورد تأیید قرار گرفتند.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۱۴

بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۱۳

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۲۸

کلید واژگان:

دانش
تجاری سازی دانش
دوستوانی سازمانی
مدیران

*نویسنده مسئول: یلدا دلگشایی

پست الکترونیکی:

y.delgoshaei@gmail.com



مقدمه

در دنیای کسب‌وکار امروزی، دانش به منبعی استراتژیک برای سازمان‌ها و شرکت‌ها تبدیل شده است (بهرورز قلیچ لی و عفت رجبی شهرآبادی، ۲۰۱۴). هم‌چنین، سرعت توسعه فناوری‌های جدید و ارتباطات دیجیتال، منجر به افزایش اهمیت دانش به‌عنوان یک منبع حیاتی برای به‌دست‌آوردن مزیت رقابتی شده است (عبدالرضا صادقی و فرشته راد، ۲۰۱۸). در حقیقت، دانش به محصولات و خدماتی تبدیل می‌شود که در چرخه اقتصاد کشور، مبنای توسعه اقتصاد را تشکیل می‌دهد و باید بستری فراهم شود تا دانش کنونی و دانش جدید به حوزه‌های تجاری و صنایع منتقل شوند و در شکل فناوری‌های نوین، در تولید محصولات و خدمات مختلف به‌کار گرفته شوند (پاملا مولر، ۲۰۰۶)^۱. از این رو، شناخت عوامل تبدیل دانش به ثروت، به یکی از دغدغه‌های جامعه دانشگاهی تبدیل شده است. خط‌مشی‌های جدید دانشگاه‌ها تبدیل دستاوردهای تحقیقاتی خود و فراهم آوردن محیط در راستای رشد اقتصادی، ثروت و رفاه عموم جامعه می‌باشد و باید تلاش‌های زیادی برای انتقال و به‌کارگیری دانش در بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و صنعت انجام دهند (اعظم بطیاری، کیومرث نیازآذری و نگین جباری، ۲۰۱۹). از این تلاش‌ها که به‌عنوان تجاری‌سازی نتایج تحقیقات تعبیر شده است، به‌منزله یکی از رسالت‌ها و کارکردهای اصلی دانشگاه‌ها در کنار آموزش و پژوهش، مورد پذیرش قرار گرفته است (حسین عباسی اسفنجانی و لطف اله فروزنده دهکردی، ۲۰۱۴). به همین دلیل است که امروزه، خلق، توسعه و به‌کارگیری دانش و فناوری، از عملکردهای مهم مدیریت محسوب می‌شود (احمدعلی نعمتی، ۲۰۰۸). در واقع، مهم‌ترین ویژگی‌های عصر اقتصاد دانش را می‌توان مبتنی بودن کلیه فعالیت‌های اقتصادی بر انواع فعالیت‌های دانشی؛ از جمله تولید دانش (پژوهش) توزیع دانش (آموزش)، ترویج دانش (انتشارات)، تبدیل دانش (اختراع) و استفاده از دانش (نوآوری) دانست؛ زیرا پیشرفت سریع فناوری و فراگیری دانش که زمینه‌ساز ورود به عصر اطلاعات و تشکیل جوامع دانش‌بنیان است، در حال ایجاد فضای جدید در سطح جهانی است که پیچیدگی‌های خاص خود را به همراه می‌آورد. پیچیدگی‌های پیش رو به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه، مدیریت جامعه را با معضلات جدیدی مواجه می‌کند (سارا حسینی، ۲۰۱۳). در واقع، معضل مدیریتی اصلی صاحبان و سرمایه‌گذاران دانش این است که چگونه دانش تولیدی و نوین خود را به جریان بازده اقتصادی برای مؤسسان، سرمایه‌گذاران و کارکنان تبدیل کنند (لیلا نامداریان، ۲۰۱۸)؛ به عبارتی، تبدیل دانش به ثروت به‌عنوان یکی از مأموریت‌ها و کارکردهای اصلی دانشگاه‌ها در کنار آموزش و پژوهش مورد پذیرش قرار گرفته است که چگونه می‌توان نتایج دانشگاه را تجاری کرد (بطیاری و همکاران، ۲۰۱۹). در حقیقت، یکی از اساسی‌ترین وظایف مدیران سازمان‌ها برای بقا و موفقیت در فضای آشفته و پیچیده کسب‌وکار عصر حاضر، ایجاد استراتژی سازمانی محکم است (مهمت علی کوسی اوغلو، اریک اس. دبلیو چان، فوزی اوکوموس و مهمت آلتین، ۲۰۱۹)^۲. امروزه، نقش و جایگاه مدیران در سازمان‌ها به گونه‌ای است که حیات و دوام سازمان‌ها در گرو توانمندی‌ها و موفقیت مدیران آنهاست. با بررسی مطالعات اخیر پیداست مدیران عالی سازمان در توسعه محصولات جدید، نقش مهمی ایفا می‌کنند و از طریق فراهم کردن راهنمایی‌های ارزشمند و تشخیص و بهبود ظرفیت کسب‌وکارهایشان می‌توانند سبب رشد فعالیت‌های (سازمان) و شرکت در آینده شوند (حسنعلی آقاجانی، ابوالحسن حسینی و زهرا سروری اشلیکی، ۲۰۱۵). بدیهی است برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثر سازمان‌ها مستلزم داشتن درک و برداشتی سیستماتیک و هدفمند نسبت به تحولات از یک‌سو و شناخت و تحلیل عوامل درون سیستمی از سوی دیگر است (سهیلا خسروآبادی، ۲۰۱۶). بنابراین، سازمان‌ها باید به اندازه کافی، انعطاف‌پذیر باشند تا هم تهدیدات غیرقابل‌پیش‌بینی و هم فرصت‌های موجود در آینده نامطمئن و محیط بی‌ثبات را مدیریت کنند. محققان بیان می‌کنند که سازمان‌های موفق در یک محیط پویا، دوستوان هستند. دوستوانی سازمانی

¹ Pamela Mueller, 2006

² Mehmet Ali Köseoglu, Eric S. W. Chan, Fevzi Okumus & Mehmet Altin, 2019

برای متناسب شدن با محیط پرتلاطم کسب‌وکار، یکی از معضلات اساسی فرا روی مدیران امروز است (مصطفی ابراهیم پور، محمود مرادی و یعقوب ممبینی، ۲۰۱۴)؛ زیرا دوسوتوانی، یک قابلیت مدیریتی است که مدیران سازمان را در بهره‌برداری از فرصت‌های موجود و کشف فرصت‌های جدید، توانمند می‌سازد (لوئیز آ. نمانیچ و دوسیا ورا، ۲۰۰۹).^۱ از این رو، مدیران کلیدی سازمان، نقش مهمی در ایجاد و ارتقای دوسوتوانی ایفا می‌کنند (جهانگیر یداللهی فارسی یداللهی فارسی، هادی زارع. گلناز زارع، ۲۰۱۱). هدف دوسو توانی، یافتن راهی است که سازمان‌ها بتوانند نه تنها مسئول فعالیت‌های کنونی خود؛ مانند سودآوری و بهره‌وری باشند بلکه سازگاری با تغییرات محیط سازمان‌ها را نیز مدیریت کند (خسروآبادی، ۲۰۱۶). دوسوتوانی به‌عنوان قابلیت پویا، توانایی سازمان در استفاده هم‌زمان از هر دو پالایش دانش موجود (بهره‌برداری) برای انجام کسب‌وکارهای فعلی به‌طور مؤثر و هم‌چنین ایجاد دانش جدید (اکتشاف) برای غلبه بر کمبود دانش و ایجاد نوآوری در اجرای کار می‌باشد (مایکل اچ. لوباتکین، زکی شیمشک، یان لینگ و جان اف. ویگا، ۲۰۰۶)^۲ در واقع، رقابتی بودن و سرعت بالای تولید و بهره‌برداری از دانش در دنیای امروز، چگونگی تبدیل آن را به جریان بازده اقتصادی برای محققان، صاحبان و سرمایه‌گذاران دانش به معضل اصلی مدیریتی بدل ساخته است. به عبارتی باید چاره کار را در فرایند تجاری‌سازی و شیوه بهره‌برداری از فرصت‌ها جست‌وجو کرد (جهانگیر یداللهی فارسی و زهرا کلاتهایی، ۲۰۱۲). ازکویترز معتقد است که امروزه، دانشگاه‌ها به دلیل تغییر در ماهیت تولید علم و تولید اقتصادی، علاوه بر پژوهش و آموزش عالی، نقش سومی به نام مشارکت در توسعه اقتصادی و منطقه‌ای، پیدا کرده‌اند (هنری اتزکویترز، ۲۰۰۳)^۳ به باور رایش و برکینشاو^۴ (۲۰۰۸)، به‌منظور دوسوتوان شدن دانشگاه‌ها، نیاز به رهبرانی با ویژگی‌های دوسوتوانی است که تغییرات را مدیریت و در عین حال خلاقیت و نوآوری را پرورش دهند. در عصر حاضر، دانشگاه‌های ما نیاز به رهبران و (مدیرانی) دارند که در شرایط پیچیده بتوانند هم در زمینه مدیریت امور روتین و هم در زمینه انجام فعالیت‌های جدید، تعادل برقرار کنند (ثریا قوره جیلی، محمدحسین رحمتی و جواد پور کریمی، ۲۰۲۰) بنابراین، تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی در دانشگاه‌ها به‌عنوان فرایند دوسویه در نظر گرفته شده است؛ زیرا از یک سو دانشگاه‌ها مأموریت‌های گذشته خود را که فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی است، دنبال می‌کنند و معتقدند دانشگاه‌ها با تأکید بر این مأموریت‌ها می‌توانند به حیات خود ادامه دهند و از سوی دیگر، تقاضاهای تجاری و ایجاد شرکت‌های جدید کارآفرینانه و رقابت بین دانشگاهی آنها را ناگزیر به سمت تجاری‌سازی سوق می‌دهد و در این میان، تعادل بین تقاضاهای متناقض، به یکی از پیچیدگی‌های اساسی در مأموریت دانشگاه‌ها تبدیل شده است (جهانگیر یداللهی فارسی، هادی زارع و سیدرضا حجازی، ۲۰۱۲). دوسوتوانی با در نظر گرفتن مأموریت‌ها و تقاضاهای متناقض و متفاوتی (آموزش و پژوهش- تجاری‌سازی تحقیقات) که دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی با آن روبرو هستند، آنها را در ایجاد تعادل در تقاضاهای متفاوت، رهنمون می‌سازد؛ به عبارت دیگر، در دوسوتوانی هر دو مأموریت دانشگاه‌ها مکمل هم هستند و ارتقای عملکرد دانشگاه‌ها در تجاری‌سازی تحقیقات، نیازمند فرایندی دوسویه است که اجازه دنبال کردن آموزش و پژوهش را به‌عنوان یک فعالیت بهره‌برداری و تجاری‌سازی تحقیقات، به‌عنوان یک فعالیت کاوشگرانه می‌دهد و در آن، دانشگاه صرفاً یک محیط آموزشی و پژوهشی و یک محیط مرتبط با تجاری‌سازی تحقیقات در نظر گرفته نمی‌شود. بنابراین، مدیر دوسوتوان باید تناقض‌ها و اهداف متناقض را مدیریت کند، تفکر دوسوتوانی داشته باشد و بتواند چند وظیفه را انجام دهد. ریش و بیرکینشاو در تحقیق خود نشان دادند که هر چه مدیری، جریان دانش بالا به پایین و پایین به بالا یا بالا به پایین و افقی کسب کند، سطح فعالیت‌های کاوشی و بهره‌برداری که می‌تواند عهده‌دار شود، بیشتر خواهد بود (یداللهی فارسی و همکاران، ۲۰۱۲).

¹ Louise A. Nemanich & Dusya Vera, 2009

² Michael H. Lubatkin, Zeki Simsek, Yan Ling & John F. Veiga, 2006

³ Henry Etzkowitz, 2003

⁴ Raisch & Birkinshaw

مدیران دانشگاهی، از بازیگران اصلی و هسته عمده تصمیم‌گیری در مراکز آموزش عالی محسوب می‌شوند؛ بنابراین توجه به مهارت‌ها و قابلیت‌های آنها و تقویت آن به میزان چشمگیری بر موفقیت نظام آموزش عالی کشور، تأثیرگذار است. این پژوهش سعی دارد به دلیل ضرورت و اهمیت بحث تجاری‌سازی دانش و نقش اساسی این متغیر در اقتصاد مقاومتی، با در نظر گرفتن تمام متغیرهای مؤثر در پیشینه پژوهش‌های گذشته و افزودن متغیر حمایت مدیریت ارشد به این سؤال بپردازد که نقش تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی مدیریتی چگونه است؟

مروری بر ادبیات پژوهش

دوستوانی

مفهوم اصلی دوستوانی، توانایی فرد برای به‌کارگیری هر دو دست به‌طور یکسان است. این اصطلاح را اولین بار رابرت دانکن (۱۹۷۶) مطرح کرد (زکی سیسمک، سیاران هیوی، جان اف. ویگا و دیوید سودر، ۲۰۰۹)^۱ در ادبیات مدیریت، این مفهوم به معنای توانایی سازمان برای انجام فعالیت‌های متضاد (اکتشاف و بهره‌برداری)^۲ به طور هم‌زمان است (بی. گیبسون کریستینا و برکینشاو جولیان، ۲۰۰۴)^۳ که در شرایط عدم‌اطمینان، به‌طور معمول، بر عملکرد، تأثیر مثبت دارد و به عملکرد پایدار، بقا و موفقیت طولانی‌مدت منجر می‌شود (محمد معصوم و نگار نوروزی، ۲۰۲۰). به‌عبارتی، شرکت یا (سازمان) دوستوان، توانایی بهره‌برداری از شایستگی‌های موجود و هم‌چنین، کشف فرصت‌های جدید با مهارت و چابکی برابر را دارد (لوباتکین و همکاران، ۲۰۰۶). در نتیجه، یکی از ایده‌های اساسی در علم سازمانی این است که سازمان‌ها باید بتوانند از قابلیت‌های موجود خود استفاده و در آن واحد توانایی‌های جدید کسب کنند، علاوه بر آن، وظایف گذشته خود را نیز به‌طور دقیق انجام دهند (کیومرث نیازآذری، محمد صالحی و سهیلا خسروآبادی، ۲۰۱۶). (چارلز آ. اوربلی و مایکل ال. توشمن، ۲۰۰۸)^۴ معتقدند مشکل اصلی و اساسی بسیاری از دانشگاه‌ها این است که یک سازمان در آن واحد که به یک کار عادت کرده است (یعنی آموزش و تحقیق علمی) بتواند قابلیت انجام کاری کاملاً متفاوت را در خود پرورش دهد (تجاری‌سازی ایده‌ها و فناوری‌ها) و مشکل دوستوانی در اینجا این است که آنچه دانشگاه‌ها باید انجام دهند، نه کنار گذاشتن یک فعالیت و انجام فعالیت دیگر بلکه پرورش قابلیت انجام دو فعالیت به‌طور هم‌زمان است (یعنی، کار علمی و تجاری‌سازی)؛ بنابراین، تنش وقتی ایجاد می‌شود که در سطح سازمانی باید به‌طور هم‌زمان این دو فعالیت متفاوت را مدیریت کرد. براساس این ایده، ساختارهای مختلفی برای بهره‌برداری و اکتشاف موردنیاز است و سازمان‌ها برای بقای طولانی‌مدت به انطباق هر دو نیازمند هستند (بداللهی فارسی و همکاران، ۲۰۱۲). بنابراین، بقای بلندمدت و موفقیت، نیازمند برخورداری از قابلیت دوستوانی است؛ به این معنی که سازمان در عین حال که قابلیت‌های جدیدی را کشف می‌کند، هم‌زمان از قابلیت‌های موجود، بهترین بهره را برد (هادی مجیدی لیف شاگرد، ۲۰۱۴)؛ زیرا امروزه دانشگاه‌ها علاوه بر پژوهش و آموزش، برای مشارکت در توسعه اقتصادی جامعه به ایفای نقش می‌پردازند. در حقیقت، دانشگاه‌ها به‌طور روزافزونی با افزایش تجاری‌سازی تحقیقات جدید مواجه شدند. این افزایش تجاری‌سازی تحقیق باعث افزایش مسائل خط‌مشی‌گذاری و مدیریتی شده است (عباس میر، مهدی باقری و سیداحمد هاشمی، ۲۰۱۸). امروزه نقش مدیر به‌عنوان رهبر به اندازه‌ای اهمیت پیدا کرده است که بخش‌های دولتی و خصوصی به دنبال مدیرانی هستند که توان رهبری سازمانی را داشته باشند؛ زیرا

¹ Zeki Simsek, Ciaran Heavey, John F. Veiga & David Souder, 2009

² Exploration & Exploitation

³ B. Gibson Cristina & Birkinshaw Julian, 2004

⁴ Charles A. O'Reilly & Michael L. Tushman, 2008

رهبران در امر یکپارچه کردن فعالیت‌های مختلف سازمان، ایجاد هماهنگی و ارتباط بین واحدهای فرعی و کنترل انحراف‌ها نقش‌های مهمی ایفا می‌کنند (قوره جیلی و همکاران، ۲۰۲۰).

تجاری‌سازی و اهمیت تجاری‌سازی دانش

تجاری‌سازی، از راه‌کارهای اجرایی تبدیل علم به ثروت است. توجه به تجاری‌سازی نتایج تحقیقات و نوآوری‌ها یکی از نمودهای رویکرد پذیرش اهمیت علم و فناوری و قبول تأثیر مستقیم آن بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. اقدامات انجام شده در خصوص ترسیم چشم‌انداز ۱۴۰۴، هدف‌گذاری، ایجاد صندوق‌های مالی حمایت از تحقیقات و نوآوری با تصویب و ابلاغ طرح ثبت اختراعات، تصویب لایحه شرکت‌های دانش‌بنیان، تأسیس بنیاد ملی نخبگان و حمایت‌های مالی و حقوقی از نوآوران و تشویق آنان و نیز تصویب آیین‌نامه تجاری‌سازی و نظایر آن، همگی حکایت از اهمیت علم و فناوری در توسعه ملی دارد (عباس جدی کار، مریم تقوایی یزدی و رضا یوسفی سعید آبادی، ۲۰۲۰). به عبارتی، تجاری‌سازی تحقیقات و دانش تولید، فعالیتی اجتناب‌ناپذیر در راستای جبران هزینه‌های تحقیق و توسعه دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی دولتی و خصوصی کشور است که می‌تواند علاوه بر فراهم آوردن امکان سرمایه‌گذاری در فناوری‌های بهتر و پیشرفته‌تر برای محققان و مؤسسات عرضه‌کننده دانش، به توسعه‌یافتگی کشور و رقابت‌پذیر شدن آن در کلیه صنایع، به‌ویژه صنایع پیشرفته کمک شایانی کند (نامداریان، ۲۰۱۸). در حقیقت، تجاری کردن یا تجاری‌سازی، یکی از روش‌هایی است که می‌توان با آن، علم را به اقتصاد گره زد (محمد مهدی محمدپور میر، سامره شجاعی، روح الله سمعی و مجید اشرفی، ۲۰۲۰). امروزه تجاری‌سازی سرمایه‌های فکری در محیط‌های دانشگاهی که اصلی‌ترین نهاد تولیدکننده دانش هستند به هدفی نهادی تبدیل شده است و باید مقدمات هرچه بهتر اجرایی شدن آن با توجه به اهمیت حیاتی دانش به‌مثابه مزیت رقابتی در اقتصاد جهانی فراهم گردد (مریم لامع و اسماعیل کاظم پور، ۲۰۲۰). دانش تولیدی در دانشگاه‌ها برای ایجاد مزیت رقابتی و ایفای نقش توسعه‌ای خود باید توانایی تبدیل به ثروت و درآمد را داشته باشد (هنری اتزکوویتز و لوئت لیدسدورف، ۲۰۰۰).^۱ تجاری‌سازی، فرایندی است که طی آن، ایده و نتیجه با تولیدات حاصل از بخش‌های تحقیقاتی در دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و بخش‌های صنعتی به محصولات قابل عرضه در بازار تبدیل می‌شود و از این طریق، یافته‌های حاصل از تحقیق به بازار آورده می‌شوند و ایده‌های جدید به محصولات جدید با فناوری‌های قابل فروش در سراسر جهان، توسعه می‌یابند (چیه-هونگ هسیه، ۲۰۱۳).^۲ تجاری‌سازی دانش را می‌توان به‌عنوان فرایند تبدیل دانش نظری موجود در نهادهای دانشگاهی به برخی انواع فعالیت‌های اقتصادی یا مجموعه تلاش‌هایی که به‌منظور فروش محصولات دانشگاهی با هدف کسب سود انجام می‌شود، تعریف کرد (مرتضی راعی دهقی، ۲۰۱۹). تجاری‌سازی دانش، مجموعه اقداماتی است که به‌منظور فروش فعالیت‌های دانشگاهی با هدف کسب سود انجام می‌شود (روبا پورنقی و اکرم السادات حجازی، ۲۰۱۷). فرایند تجاری‌سازی، فرایندی پیچیده است که بازیگران متعدد با توانمندی‌های گوناگون در آن، نقش ایفا می‌کنند. هنگامی که دستاوردی، قابلیت ارائه به بازار راه یافت، مرحله تجاری‌سازی آغاز می‌شود. مدیریت همه‌جانبه فرایند ایده تا بازار، شامل سازمان‌دهی و جهت‌دهی منابع انسانی و سرمایه‌ای در راستای اجرای مؤثر همه فعالیت‌های زیر است:

الف) خلق دانش جدید (ب) خلق ایده‌های تکنیکی با هدف ارائه محصولات، فرایندهای تولیدی و خدمات جدید یا بهبود یافته (ج) توسعه ایده‌ها با هدف ساختن نمونه‌های اولیه (کاربردی) (د) انتقال نتایج به سمت صنعت، توزیع و استفاده (توران نوروزی، سهراب دل انگیزان و بیژن رضایی، ۲۰۱۶). به‌طور کلی، تجاری‌سازی، فرایندی است که طی

¹ Henry Etzkowitz & Loet Leydesdorff, 2000

² Chih-Hung Hsieh, 2013

آن ایده و نتیجه یا تولیدات حاصل از بخش‌های تحقیقاتی در دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و بخش‌های صنعتی به محصولات، خدمات و فرایندهای قابل عرضه در بازار تبدیل می‌شود و از طریق آن، یافته‌های حاصل از تحقیق به بازار آورده می‌شوند و ایده‌ها یا یافته‌های جدید به محصولات و خدمات جدید یا فناوری‌های قابل فروش در سراسر جهان، توسعه می‌یابند. لاندوال معتقد است حقیقت تجاری‌سازی دانش، بستر تولید درآمد را برای دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی فراهم کرده است و در نتیجه، منجر به کاهش وابستگی به بودجه عمومی شده است (بنگت-آکه لوندوال، ۲۰۰۴)^۱. البته این امر، تنها زمانی قابلیت اجرا دارد که تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌ها به یک فعالیت نظام‌مند تبدیل شود (اینار راسموسن، اویستاین موئن و مگنوس گلبراندسن، ۲۰۰۶)^۲.

روش‌های تجاری‌سازی

انتقال دانش و فناوری از دانشگاه‌ها به بخش صنعت می‌تواند به شکل‌های مختلفی صورت گیرد که به‌طور گسترده از نظر میزان دسترسی، برنامه‌ریزی، اثربخشی و هزینه با یکدیگر اختلاف دارند. بوزمن^۳ (۲۰۰۰) هشت راه ارتباطی گوناگون را برای فراگرد انتقال دانش و فناوری معرفی کرده است که عبارتند از: ۱. انتشار آزاد نتایج تحقیقات ۲. ثبت اختراع ۳. امتیازهای واگذار شده برای بهره‌برداری از دارایی فکری ۴. جذب فناوری ۵. روش‌های غیررسمی ۶. مبادله نیروی انسانی (انتقال افراد، دانشجویان و پژوهشگران) ۷. ارائه فناوری در محل ۸. ایجاد شرکت‌های تجاری دانشگاهی. دل کامپو و همکاران^۴ استراتژی‌های بالقوه تجاری‌سازی را شامل صدور پروانه‌های بهره‌برداری، همکاری‌های مشترک برای حمایت مالی از تحقیقات و ایجاد شرکت تجاری دانشگاهی دانسته‌اند (راعی دهقی، ۲۰۱۹). گکتپ^۵ (۲۰۰۸) راهبردهای تجاری‌سازی را به دو دسته راهبردهای خاص و عام به شرح زیر تقسیم می‌کند: ثبت اختراع و مجوزدهی آنها به شرکت‌ها، تشکیل شرکت‌های اسپین‌آف.

راهبردهای عام تجاری‌سازی: حضور در کنفرانس‌ها، سمینارها و کارگاه‌های علمی، سرپرستی مشترک پایان‌نامه‌های دانشجویی ارشد و دکتری، استخدام فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در بخش صنعت؛ مشاوره استادان دانشگاهی به بخش صنعت، مشغول به کار شدن استادان دانشگاهی در بخش صنعت، آزمایشگاه‌های تحقیقاتی مشترک با بخش صنعت، آزمایشگاه‌های تحقیقاتی مشترک با بخش صنعت، توافقی‌های انجام پروژه‌های تحقیق و توسعه مشترک، توسعه فناوری مشترک به وسیله قراردادهای رسمی همکاری با بخش صنعت، جابه‌جایی استادان دانشگاهی بین صنعت و دانشگاه (نامداریان، ۲۰۱۸).

(آگراوال آجی و هندرسون ربکا، ۲۰۰۲)^۶ تجاری‌سازی دارایی‌های فکری دانشگاه را مترادف با کارآفرینی دانشگاهی فرض می‌کنند. توجه به این معنا برای کارگزاران ملی، مدیران تحقیق و توسعه، مدیران پروژه و به‌طور کلی مدیران فناوری در کشور ما که تحقیقات صنعتی در آن هنوز نوپاست و چشم‌اندازهای آتی آن امید آینده‌های روشن و تابناک را می‌دهد، امری ضروری است (محمد مهدی محمدپور میر و سامره شجاعی، ۲۰۱۹)؛ بنابراین، زمانی که مدیران توانمند باشند به‌درستی می‌توانند تمام عوامل را مدیریت کنند و تصمیم‌های کاربردی و مناسب اتخاذ کنند که همین امر زمینه‌ساز موفقیت تجاری‌سازی دانش می‌باشد.

¹ Bengt-Åke Lundvall, 2004

² Einar Rasmussen, Øystein Moen & Magnus Gulbrandsen, 2006

³ Bozeman

⁴ Delcampo

⁵ Göktepe

⁶ Agrawal Ajay & Henderson Rebecca, 2002

پیشینه تحقیق

در زمینه تجاری‌سازی، تحقیق‌های گسترده‌ای صورت گرفته است و هر یک، عوامل مختلفی را شناسایی کرده‌اند که نشان از گسترده بودن نظرها پیرامون این موضوع بوده است؛ برای نمونه (علی بیرانوند، ۲۰۲۰) در پژوهش خود، عوامل مؤثر بر روند تجاری‌سازی دانش در دانشگاه را بررسی کرده‌اند. براساس نتایج به‌دست‌آمده، موانع قانونی، موانع اقتصادی، موانع منابع انسانی، موانع فرهنگی، موانع ساختاری و سیاستی و ارتباطی به‌عنوان معیار اصلی شناسایی شدند. همچنین، شاخص‌ها نیز اولویت‌بندی شدند که شامل ضعف چارچوب قانونی برای حمایت از ایده‌های افراد در دانشگاه، ناکارآمدی قوانین و مقررات تجاری‌سازی، قصد کم محققان برای تجاری‌سازی، ناکافی بودن سهم محقق در درآمدهای تجاری‌سازی، فرهنگ ضعیف تحقیق، تنظیم نبودن مقررات مربوط به تقسیم سود مالی حاصل از تجاری‌سازی در میان دانشمندان و ضعف دانشگاه‌ها در ایجاد ثروت و موانع اطلاعاتی بودند.

(افسانه شهریایی، صفیه طهماسبی-لیمونی و سید علی اصغر رضوی، ۲۰۱۹) در پژوهش خود به بررسی عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی پروژه‌های تحقیقاتی در دانشگاه‌های علوم پزشکی پرداختند. یافته‌ها نشان داد که عوامل مختلف و متنوعی از جمله عوامل تحقیقات بازاریابی، عوامل (فردی، محیطی، زمینه‌ای، ساختاری و محتوایی، اجتماعی، فرهنگی، سازمانی، حقوقی، سیاسی، اقتصادی، صنعتی، مالکیت معنوی، مدیریت فناوری و غیره) در تجاری‌سازی پروژه‌های تحقیقاتی و تحقیقات، مؤثر هستند.

(فاطمه صادقیان، ۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان «شناسایی عوامل ساختاری مؤثر بر توسعه شرکت‌های دانشگاهی (مطالعه موردی دانشگاه علامه طباطبائی)» انجام داد. بر مبنای این پژوهش، هفت عامل ساختار نهادی، استراتژی سازمانی، فرایندها و روش‌های کاری، سیستم پژوهشی، سیستم مالی و بودجه‌ای، سیستم مدیریت منابع انسانی و سیستم مدیریت منابع اطلاعاتی به‌عنوان عوامل کلیدی مؤثر بر ایجاد و رشد و توسعه شرکت‌های زایشی دانشگاهی می‌باشند.

(مهدی خیراندیش، الهام تبریزی و فرشید خمویی، ۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سازمانی تجاری‌سازی دانش از طریق روش‌شناسی کیو» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که فرهنگ سازمانی، ساختار و راهبرد سازمانی، منابع انسانی و مدیریت، از مهم‌ترین عوامل تجاری‌سازی دانش در سازمان‌ها هستند.

(زهره علی پور تربیتی، رویا افراسیابی و کامبیز اسماعیل نیا، ۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان «تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاه‌ها در اقتصاد دانش‌بنیان» انجام دادند که نتایج به‌دست‌آمده حاکی از تأثیر عواملی تمرکز بر بازار، فرهنگ سازمانی، مدیریت داخلی و سازمانی، مدیریت حقوق مالکیت فکری، شبکه‌سازی و کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار بر تجاری‌سازی نتایج تحقیقات دانشگاه‌ها و به تبع آن بر اقتصاد دانش‌بنیان است.

(دلارام شمس الهی، ۲۰۱۳) در پژوهشی تحت عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت در تجاری‌سازی دانش و تأثیر آن بر استقلال مالی دانشگاه‌ها» نشان داد عوامل فرهنگ سازمانی، مدیریت داخلی و سازمانی، مدیریت حقوق مالکیت‌های فکری، کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، عوامل کلیدی موفقیت در تجاری‌سازی دانش هستند. براساس نتایج این تحقیق، به جز دو متغیر فرهنگ سازمانی و مدیریت حقوق مالکیت‌های فکری، سایر متغیرها تأثیری مثبت داشتند.

(یداللهی فارسی و همکاران، ۲۰۱۲) پژوهشی تحت عنوان «شناسایی مؤلفه‌های دوستوانی مؤثر بر عملکرد تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی» انجام دادند. مؤلفه‌های شناسایی شده عبارتند از عوامل ساختاری، عوامل زمینه‌ای و مدیریت دوستوانی می‌باشد.

(اسد عباس، آندرس آودیچ، پنگ شیائوبائو، ام. محمودال حسن و وان مینگ، ۲۰۱۹)^۱ در پژوهش خود به همکاری دانشگاه و دولت برای تولید و تجاری‌سازی دانش جدید برای استفاده در صنعت پرداخته است و اینکه همکاری تحقیقاتی دوجانبه چگونه می‌تواند منبع تولید دانش و تجاری‌سازی برای استفاده در صنعت باشد. نتایج نشان می‌دهد که دولت در چین، نقش غالب در روند ایجاد دانش و تجاری‌سازی دارد. هم‌چنین، نتایج نشان داد که همکاری، منبع تولید دانش جدید است و دولت با تأمین بودجه دانشگاه‌ها و ایجاد یک فضای تحقیقاتی، مطابق با الزامات سیاست‌گذاری صنعت امروز نقشی اساسی دارد. به طور خاص دانشگاه‌ها و گروه‌های تحقیقاتی آنها از منابعی مانند نیروی انسانی ماهر، آزمایشگاه‌ها و تجهیزات برای انجام وظایف در یک بازه زمانی مشخص استفاده می‌کنند.

(دانگبو شی و ییانران جی، ۲۰۱۹)^۲ در پژوهش خود به تعامل علمی و تجاری‌سازی در یک محیط انتقال سازمانی: شواهدی از دانشگاه دریایی شانگهای پرداختند. براساس یک نظرسنجی از دانشمندان دانشگاه دریایی شانگهای، نشان داده شد که فعالیت علمی تأثیر مثبتی در تجاری‌سازی دارد و این تأثیر برای دانشمندان ریسک‌گریز بیشتر از سایر محققان ریسک‌جویی است. نتایج نشان می‌دهد که در یک فضای انتقال نهادی، دولت باید تشویق به همکاری دانشگاهی را برای تحریک تجاری‌سازی در نظر بگیرد.

(کیت ام. همیلسکی و ای. ارین پاول، ۲۰۱۸)^۳ عوامل پیشگیرانه تجاری‌سازی دانش را بررسی کردند. با توجه به نتایج تحقیق، عواملی مانند سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، حمایت دولت، ارتباط بین دانشگاه‌ها، مؤسسات تحقیقاتی و صنعت و استفاده از نظر متخصصان، مهم‌ترین تبلیغ‌کنندگان تجاری‌سازی دانش هستند. برعکس، رابطه ضعیف بین صنعت و دانشگاه، عوامل فرهنگی، ضعف در قوانین و مقررات و حمایت ناکافی از سرمایه فکری، مهم‌ترین موانع تجاری‌سازی دانش شناخته شدند.

(کلیتون پیچ، فلدمن ماریان و لو نیکولا، ۲۰۱۸)^۴ عوامل مؤثر در موفقیت یا عدم‌موفقیت در تجاری‌سازی دانش را بررسی کردند. با توجه به نتایج مطالعه مشخص شد که عوامل مختلفی در تعیین موفقیت یا عدم‌موفقیت در پروژه‌های تجاری‌سازی دانش وجود دارد. این عوامل شامل فضای فیزیکی (دستگاه، شتاب‌دهنده و فضای کار مشترک)، ارائه‌دهندگان خدمات تخصصی، شبکه‌های تجاری، ارتباطات، حامی مالی سازمان و بودجه سازمانی است. هم‌چنین آنها تأثیر هر عامل در موفقیت یا عدم‌موفقیت در تجاری‌سازی دانش را بررسی کردند.

(نوراین اسماعیل، محدجیلانی محد نور و صفیه سیدک، ۲۰۱۵)^۵ پژوهشی تحت عنوان «چارچوبی برای تجاری‌سازی موفق محصولات پژوهشی؛ مطالعه موردی: دانشگاه‌های کشور مالزی» انجام دادند. نتایج نشان داد که هشت عنصر برای تجاری‌سازی موفق محصولات پایدار کمک می‌کنند: ۱. دانش، مهارت و ویژگی‌های شخصی پژوهشگر ۲. ایجاد ایده از محصول ۳. توسعه و ارتقای محصول ۴. انتخاب مسیر تجاری‌سازی ۵. مزیت رقابتی در بازار ۶. انتخاب شریک کسب‌وکار ۷. پرورش ارتباط سالم با شریک کسب ۸. کار و امکانات و پشتیبانی.

منابع پژوهش حاکی از آن است که مؤلفه‌های دوستوانی سازمانی بر تجاری‌سازی دانش، تأثیرگذار می‌باشند. هم‌چنین، مطالعات مختلف در زمینه دوستوانی نشان می‌دهد اگر سازمان‌ها به سازمان‌های دوستوانی تبدیل شوند؛ یعنی در قابلیت‌های بهره‌برداری و اکتشاف موفق باشند، بهتر عمل خواهند کرد و به بهترین سطح عملکرد، توان رقابتی و بقای طولانی‌مدت دست خواهند یافت؛ بنابراین، تیم‌های مدیریت ارشد در دانشگاه‌های دوستوان، تفاوت‌ها، ابهامات و

¹ Asad Abbas, Anders Avdic, Peng Xiaobao, M. Mahmudul Hasan & Wan Ming, 2019

² Dongbo Shi & Yeyanran Ge,

³ Keith M. Hmieleski & E. Erin Powell, 2018

⁴ Clayton Paige, Feldman Maryann & Lowe Nichola, 2018

⁵ Norain Ismail, Mohd Jailani Mohd Nor & Safiah Sidek, 2015

تعارض‌ها را شناسایی می‌کنند و آنها را به راهبرد عملی تبدیل می‌کنند. بر این اساس در این مطالعه این سؤال طرح می‌شود که ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل تجاری‌سازی دانش مبتنی بر نقش دوستوانی سازمان کدامند؟

روش‌شناسی

هدف پژوهش حاضر، تجاری‌سازی دانش مبتنی بر نقش دوستوانی مدیریتی در آموزش عالی بود. در این پژوهش، به‌منظور بررسی عمیق و شناخت بیشتر موضوع در زمینه مؤلفه‌ها و شاخص‌های تجاری‌سازی دانش، ابتدا به مطالعه ادبیات و پیشینه مرتبط با موضوع بررسی پرداخته شد و شاخص‌ها و مؤلفه‌های اولیه تجاری‌سازی دانش شناسایی گردید (تحلیل محتوای متن ادبیات و پیشینه)، سپس از تکنیک دلفی به‌مثابه تکنیکی پژوهشی برای اصلاح، تأیید، رد یا اضافه کردن شاخص‌ها و مؤلفه‌های تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی پرداخته شد و بر آن اساس، پرسش‌نامه نهایی تدوین گردید و در نهایت از رویکردهای کمی (توصیفی - پیمایشی) برای تأیید نتایج کیفی و آزمون الگو بهره برده شد. داده‌های پژوهش حاضر با تحلیل محتوای چارچوب‌های تجاری‌سازی دانش و برگزاری دو دوره پنل دلفی خبرگان تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی گردآوری شده است. جامعه آماری شامل خبرگان دانشگاهی، متخصصان و افراد مشغول به کار در مراکز رشد در استان مازندران در سال ۹۹-۱۳۹۸ می‌باشند که گردآوری اطلاعات تا زمان اشباع، ادامه یافته است. برای انتخاب حجم نمونه نیز از روش گلوله برفی استفاده شده است. جامعه پژوهش در بخش جامعه اسنادی، متشکل از چارچوب تجاری‌سازی دانش و در بخش جامعه انسانی متشکل از ۲۸ نفر از خبرگان بود. در این شیوه، محققان با افرادی تماس برقرار می‌کنند که در زمینه موضوع مورد بررسی یا جنبه‌هایی از آن دارای اطلاعات و شناخت مناسب یا تألیفاتی مانند مقاله، کتاب در زمینه تجاری‌سازی دانش مبتنی دوستوانی داشته‌اند. پس از تحلیل و بررسی، از جمع‌بندی این مؤلفه‌ها، پرسش‌نامه دور اول پنل دلفی تنظیم شد و پس از تعیین روایی و محاسبه پایایی پرسش‌نامه، با رعایت اصول برگزاری تکنیک دلفی، در اختیار جامعه پژوهش قرار گرفت. در ادامه، مراحل انجام پنل در قالب پروتکل دلفی به‌طور خلاصه بیان می‌شود:

دور اول دلفی: در این دور فهرستی از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی سازمانی که از طریق تحلیل متن مقالات استخراج شده بود در اختیار اعضای پانل قرار گرفت تا میزان اهمیت هر یک را براساس طیف لیکرت پنج‌تایی (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم و کاملاً موافقم) مشخص کنند. همچنین، از آنها خواسته شد علاوه بر ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مندرج در پرسش‌نامه، مؤلفه دیگر مدنظر دارند که بدان اشاره نشده است، بدون ذکر نام مطرح کردند تا بتوان به‌عنوان استراتژی زایش ایده‌ها عمل کرد. بر این اساس، از روش میانگین نظرات خبرگان، هر یک از شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد شناسایی شدند. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌های برگشتی، پاسخ‌های تکراری ترکیب شدند و نظرات مشابه جمع و تا حد امکان کوتاه شدند. نتیجه این مرحله، مشخص شدن مؤلفه‌های اصلی و شناسایی شاخص‌های مرتبط با مؤلفه‌های تجاری‌سازی دانش بود.

دور دوم دلفی: پس از اجرای مرحله اول دلفی و ارزیابی دیدگاه صاحب‌نظران پانل در مورد عوامل مطرح شده، براساس میانگین نظر صاحب‌نظران، ابعاد، مؤلفه و شاخص‌ها با اهمیت متوسط و پایین (دارای میانگین کمتر از ۳) وجود نداشت. بنابراین، تمامی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های پیشنهادی به همراه میانگین نظر اعضا در دور اول و نظر پسین همان عضو، در اختیار صاحب‌نظران پانل قرار گرفت. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌های دور دوم، کار آنالیز داده‌های حاصل و محاسبه درصد اتفاق نظر کلیه شاخص‌ها انجام شد. در نهایت، در پاسخ به بخش دوم پرسش پژوهش، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر ارتقای تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی سازمانی تعیین شد.

یافته‌ها

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی مدیریتی چهار مؤلفه «حمایت‌های مدیران، اقدامات توانمندساز مدیر، اقدامات انگیزش‌زای مدیر، اقدامات فرصت‌آفرین مدیر و ۲۸ شاخص شناسایی شدند. بعد از شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها، با استفاده از تکنیک دلفی برای اصلاح، تأیید، رد و اضافه کردن شاخص‌ها و مؤلفه‌ها و ابعاد استفاده شد. دور اول دلفی: در این دور، فهرستی از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی سازمانی که از طریق تحلیل متن مقالات استخراج شده بود، در اختیار اعضای پانل قرار گرفت تا میزان اهمیت هر یک را براساس طیف لیکرت پنج‌تایی (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم و کاملاً موافقم) مشخص کنند. هم‌چنین، از آنها خواسته شد تا علاوه بر ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های موجود، نظرات خود را در این فهرست اضافه یا پیشنهاد کنند. بر این اساس از روش میانگین نظرات خبرگان برای هر یک از شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد شناسایی شده استفاده است. از آنجا که از طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت، استفاده شد، مقادیر زیر ۳ مبنای حذف شاخص‌ها خواهد بود.

جدول ۱. خلاصه نتایج تکنیک دلفی دور اول (ابعاد و مؤلفه‌های تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی مدیریتی)

متغیر	ابعاد	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
دوستوانی مدیریتی	حمایت‌های هنجاری مدیران	۲۸	۴/۵	۰/۵۰۹	۴	۵
	اقدامات توانمندساز مدیران	۲۸	۴/۲۹	۰/۱۸۹۷	۱	۵
	اقدامات انگیزشی مدیران	۲۸	۴/۳۶	۰/۱۵۵۹	۳	۵
	اقدامات فرصت‌آفرین مدیران	۲۸	۴/۴۳	۰/۱۵۷۳	۳	۵
	نوآوری بهره‌بردارانه	۲۸	۴/۲۵	۰/۱۵۱۸	۳	۵

جدول ۲. خلاصه نتایج تکنیک دلفی دور دوم (شاخص‌های تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی مدیریتی)

ابعاد	مؤلفه	شاخص‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
حمایت‌های هنجاری مدیران	حمایت‌های هنجاری مدیران	حمایت‌های هنجاری مدیران دانشگاهی مبتنی بر تجاری‌سازی دانش	۲۸	۴/۰۴	۰/۶۳۷	۳	۵
		حمایت‌های اخلاقی مدیران	۲۸	۴/۱۸	۰/۹۰۵	۱	۵
		ایجاد گروه‌های حمایتی و مشاوره‌ای	۲۸	۴/۱۴	۰/۱۵۲۵	۳	۵
		تعهد مدیر به اهداف و راهبردهای تجاری‌سازی دانش	۲۸	۴/۲۵	۰/۱۸۴۴	۱	۵
		حمایت مالی مدیران از ایده‌های نوآور	۲۸	۴/۵	۰/۱۵۰۹	۴	۵
		حمایت همه‌جانبه از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در حمایت از یافته‌های دانشگاهی	۲۸	۴/۳۶	۰/۱۶۲۱	۳	۵
		ایجاد محیطی امن و سالم برای رقابت	۲۸	۴/۲۵	۰/۱۷۵۲	۲	۵
		استفاده از ظرفیت و توان کارکنان از طریق ترغیب آنها به تجاری‌سازی دانش	۲۸	۴/۳۶	۰/۱۵۵۹	۳	۵
		استخدام افراد براساس صلاحیت علمی و دانش تجربه کار در صنایع	۲۸	۴/۲۹	۰/۱۹۳۷	۱	۵
		دوره‌های آموزشی کارآفرینی و مهارت کسب‌وکار برای استاذان و دانشجویان در دانشگاه	۲۸	۴/۲۵	۰/۱۵۸۵	۳	۵
اقدامات توانمندساز مدیران	اقدامات توانمندساز مدیران	انتخاب موضع پایان‌نامه‌ها و رساله‌های تحصیلات تکمیلی در بین طرح‌های ارائه شده	۲۸	۴/۳۶	۰/۱۵۵۹	۳	۵
		الزام استاذان دانشگاهی به تعریف موضوعات کاربردی بر پایه حل مشکلات و کمبودها	۲۸	۴/۰۷	۰/۱۷۶۶	۲	۵

ابعاد	مؤلفه	شاخص‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
اطلاعات انگیزشی مدیران		تشویق اعضای هیئت علمی مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی به انجام تحقیقات کاربردی ضروری در صنعت در راستای ارتقای مرتبه علمی آنها	۲۸	۴/۳۲	۰/۶۷	۳	۵
		آموزش نحوه بازاریابی و جذب سرمایه از خارج	۲۸	۴/۰۴	۰/۶۹۳	۲	۵
		برگزاری دوره‌های مهارت‌های عمومی مرتبط با کسب‌وکار برای توسعه بازار محصول و خدمات	۲۸	۴	۰/۷۷	۲	۵
		سازماندهی گروه‌های تحقیقاتی متنوع در شرکت برای توانمندسازی قابلیت‌ها	۲۸	۴/۰۴	۰/۵۶۷	۳	۵
		ارائه خدمات آموزش مدون و به‌روز کارکنان شرکت	۲۸	۴/۱۱	۰/۷۳۷	۲	۵
		ارتقای شغلی کارکنان مبتنی بر شایستگی دانشی	۲۸	۴/۳۹	۰/۶۸۵	۲	۵
		ایجاد انگیزه در فعالان دانشگاهی نسبت به تجاری‌سازی دانش	۲۸	۴/۲۱	۰/۸۳۳	۲	۵
		توجه به کیفیت‌گرایی در نظام آموزشی به جای کمیت‌گرایی	۲۸	۴/۳۶	۰/۶۲۱	۳	۵
		استفاده از پژوهشگران و اعضای هیئت علمی و دانشجویان نخبه و کارآفرین با مهارت‌های همگرا در مؤسسان شرکت	۲۸	۴/۲۵	۰/۷۰۱	۲	۵
		ایجاد حس رقابت‌طلبی واسطه انگیزه‌های مالی و حقوقی	۲۸	۳/۹۳	۰/۹	۱	۵
اطلاعات فرصت‌آفرین مدیران		دادن فرصت معقول به کارکنان برای کشف روش‌های انجام کار	۲۸	۴/۱۴	۰/۷۵۵	۲	۵
		آزادی عمل استادان برای مشارکت در فعالیت‌های کسب‌وکار	۲۸	۴/۰۴	۰/۹۸	۱	۵
		ایجاد روحیه و ریسک‌پذیری و مدیریت ریسک در دانشگاه	۲۸	۴/۳۴	۰/۶۱۲	۳	۵
		تأسیس صندوق پژوهش نوآوری و صندوق اقدامات مخاطره‌آمیز دانشگاه برای کمک مالی ویژه در مراحل رشد و شروع شرکت	۲۸	۴/۲۱	۰/۸۱۹	۳	۵

نتایج جدول ۱ و ۲ نشان می‌دهد که اعضای پانل، کلیه ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها را دارای میانگین بالاتر از ۳ تشخیص دادند. برای محاسبه هماهنگی دیدگاه خبرگان از ضریب هماهنگی کندال استفاده شد که یکی از معیارهای علمی برای رسیدن به توافق است و در دور اول این ضریب ۰/۱۶۶ به‌دست آمد.

دور دوم دلفی: پس از اجرای مرحله اول دلفی و ارزیابی دیدگاه صاحب‌نظران پانل در مورد عوامل مطرح شده، براساس میانگین نظر صاحب‌نظران، ابعاد، مؤلفه و شاخصی با اهمیت متوسط و پایین (دارای میانگین کمتر از ۳) وجود نداشت؛ بنابراین، تمامی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های پیشنهادی به همراه میانگین نظر اعضا در دور اول و نظر پسین همان عضو در اختیار صاحب‌نظران پانل قرار گرفت. اعضا در این دور نظر خود را درباره میزان هریک از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در طراحی مدل اعلام کردند. نتایج دور دوم، در جدول ۳ و ۴ ارائه شده است.

جدول ۳. خلاصه نتایج تکنیک دلفی دور دوم (ابعاد و مؤلفه‌های تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی مدیریتی)

متغیر	ابعاد	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
دوستوانی مدیریتی	حمایت‌های هنجاری مدیران	۲۸	۴/۵	۰/۴۸۴	۴	۵
	اقدامات توانمندساز مدیران	۲۸	۴/۳۵	۰/۵۲۹	۳	۵
	اقدامات انگیزشی مدیران	۲۸	۴/۳۵	۰/۵۶۲	۳	۵
	اقدامات فرصت‌آفرین مدیران	۲۸	۴/۴۲	۰/۵۵۷	۳	۵

جدول ۴. خلاصه نتایج تکنیک دلفی دور دوم (شاخص‌های تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی سازمانی)

ابعاد	مؤلفه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
حمایت‌های هنجاری مدیران	حمایت‌های هنجاری مدیران دانشگاهی مبتنی بر تجاری‌سازی دانش	۲۸	۴/۰۸	۰/۵۲۸	۳	۵
	حمایت‌های اخلاقی مدیران	۲۸	۴/۲۷	۰/۵۵۴	۴	۵
	ایجاد گروه‌های حمایتی و مشاوره‌ای	۲۸	۴/۱۵	۰/۴۴۳	۳	۵
	تعهد مدیر به اهداف و راهبردهای تجاری‌سازی دانش	۲۸	۴/۳۵	۰/۴۶۲	۴	۵
	حمایت مالی مدیران از ایده‌های نوآور	۲۸	۴/۵	۰/۴۱	۴	۵
	حمایت همه‌جانبه از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در حمایت از یافته‌های دانشگاهی	۲۸	۴/۳۵	۰/۵۲۹	۳	۵
	ایجاد محیطی امن و سالم برای رقابت	۲۸	۴/۳۱	۰/۵۰۸	۲	۵
	استفاده از ظرفیت و توان کارکنان از طریق ترغیب آنها به تجاری‌سازی دانش	۲۸	۴/۳۵	۰/۴۶۲	۳	۵
	استخدام افراد براساس صلاحیت علمی و دانش تجربه کار در صنایع	۲۸	۴/۳۵	۰/۵۸۹	۴	۵
	دوره‌های آموزشی کارآفرینی و مهارت کسب‌وکار برای استادان و دانشجویان در دانشگاه	۲۸	۴/۲۳	۰/۵۰۷	۳	۵
	انتخاب موضع پایان‌نامه‌ها و رساله‌های تحصیلات تکمیلی در بین طرح‌های ارائه شده	۲۸	۴/۳۵	۰/۵۰۲	۳	۵
	الزام استادان دانشگاهی به تعریف موضوعات کاربردی بر پایه حل مشکلات و کمبودها	۲۸	۴/۰۸	۰/۵۲۸	۲	۵
	تشویق اعضای هیئت علمی مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی به انجام تحقیقات کاربردی ضروری در صنعت در راستای ارتقای مرتبه علمی آنها	۲۸	۴/۲۷	۰/۵۶۷	۳	۵
	آموزش نحوه بازاریابی و جذب سرمایه از خارج	۲۸	۴/۰۴	۰/۴۲۸	۲	۵
	برگزاری دوره‌های مهارت‌های عمومی مرتبط با کسب‌وکار برای توسعه بازار محصول و خدمات	۲۸	۴/۱۲	۰/۴۱۶	۲	۵
	سازمان‌دهی گروه‌های تحقیقاتی متنوع در شرکت برای توانمندسازی قابلیت‌ها	۲۸	۴	۰/۴۶۶	۳	۵

حمایت‌های هنجاری مدیران

اقدامات توانمندساز مدیران

تجاری‌سازی دانش مبتنی بر دوستوانی مدیریتی

ابعاد	مؤلفه	شاخص‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
اقدامات انگیزشی مدیران	ارائه خدمات آموزش مدون و بهروز کارکنان شرکت		۲۸	۴/۱۲	۰/۴۸۸	۲	۵
	ارتقای شغلی کارکنان مبتنی بر شایستگی دانشی		۲۸	۴/۴۲	۰/۴۰۴	۲	۵
	ایجاد انگیزه در فعالان دانشگاهی نسبت به تجاری سازی دانش		۲۸	۴/۲۷	۰/۴۳۳	۳	۵
	توجه به کیفیت‌گرایی در نظام آموزشی به جای کمیت‌گرایی		۲۸	۴/۳۵	۰/۵۳۳	۳	۵
	استفاده از پژوهشگران و اعضای هیئت علمی و دانشجویان نخبه و کارآفرین یا مهارت‌های همگرا در مؤسسان شرکت		۲۸	۴/۲۷	۰/۴۳۳	۳	۵
	ایجاد حس رقابت‌طلبی به واسطه انگیزه‌های مالی و حقوقی		۲۸	۴	۰/۵۹۳	۳	۵
اقدامات فرصت‌آفرین مدیران	دادن فرصت معقول به کارکنان برای کشف روش‌های انجام کار		۲۸	۴/۱۵	۰/۵۱۳	۳	۵
	آزادی عمل استادان برای مشارکت در فعالیت‌های کسب و کار		۲۸	۴/۲۷	۰/۵۰۴	۳	۵
	ایجاد روحیه و ریسک‌پذیری و مدیریت ریسک در دانشگاه		۲۸	۴/۲۷	۰/۵۰۴	۳	۵
	تأسیس صندوق پژوهش نوآوری و صندوق اقدامات		۲۸	۴/۱۹	۰/۵۶۷	۳	۵
	مخاطره‌آمیز دانشگاه برای کمک مالی ویژه در مراحل رشد و شروع شرکت		۲۸	۴/۱۹	۰/۵۶۷	۳	۵
	نقوذ محقق در مراجع تصمیم‌گیری		۲۸	۳/۹۶	۰/۴۹۹	۴	۵
	دانش و مهارت حل مسئله و روحیه پژوهشگری		۲۸	۴/۳۵	۰/۵۲۹	۳	۵
	استعداد ذاتی		۲۸	۴/۳۱	۰/۵۰۹	۲	۵
	ارضا نشدن از تحقیق محض		۲۸	۳/۹۲	۰/۵۴۴	۳	۵

نتایج جدول ۳ و ۴ نشان می‌دهد که در دور دوم، میانگین دیدگاه خبرگان بالاتر از ۳ قرار دارد؛ از این رو تمامی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها مورد تأیید خبرگان قرار گرفتند. ضریب هم‌هنگی کندال نیز ۰/۵۷۴ به دست آمد، پس از پایان این دور و دستیابی به اتفاق نظر، روش دلفی تکمیل و مدل تجاری سازی دانش مبتنی بر دوستوانی سازمانی نهایی شد.

دلایل توقف نظرخواهی: نتایج دور اول و دوم دلفی در پژوهش نشان می‌دهد که به دلایل زیر اتفاق نظر میان اعضای پانل حاصل شده است و می‌توان به تکرار دورها پایان داد: در دور دوم بیش از ۷۰ درصد اعضای پانل ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تجاری سازی دانش مبتنی بر دوستوانی سازمانی را دارای میانگین بالاتر از ۳ تشخیص دادند. انحراف معیار پاسخ‌های اعضا درباره میزان اهمیت ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در دور دوم نسبت به دور اول کاهش چشمگیری داشته است. ضریب هم‌هنگی کندال برای پاسخ‌های اعضا درباره اهمیت عوامل شناسایی شده در دور دوم ۰/۶۷۴ به دست آمد. با توجه به این که تعداد اعضای پانل بیش از ۱۰ نفر بودند، این میزان از ضریب کندال کاملاً معنادار به حساب می‌آید.

جدول ۵. نتایج ضریب توافقی کندال در دور اول و دوم

دورها	تعداد شاخص	تعداد خبرگان	ضریب کندال	درجه آزادی	سطح معنی داری
دور اول	۸۲	۲۸	۰/۱۶۶	۸۳	۰/۰۰۰
دور دوم	۸۲	۸	۰/۵۷۴	۸۳	۰/۰۰۰

بر اساس نتایج جدول ۵ مقدار ضریب کندال در دور دوم تکنیک دلفی، ۰/۶۷۴ به دست آمده که نشان می‌دهد وحدت‌نظر میان خبرگان در حد خوبی است. همچنین، سطح معناداری نشان می‌دهد که می‌توان به نتایج دلفی اتکا کرد؛ بنابراین تکنیک دلفی در دور دوم متوقف شد و ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های شناسایی شده برای تحلیل کمی مورد استفاده قرار گرفت.

بحث و نتیجه‌گیری

برای ایجاد تحول در دنیای کنونی، نیازمند سازمان‌های دوستوان هستیم که به صورت هم‌زمان قابلیت‌های جدید و ضروری موردنیاز برای رقابت در محیط پویا را توسعه دهند و از قابلیت‌های موجود خود بهترین استفاده را داشته باشند و عرصه را برای کارآفرینی و ایجاد نوآوری در سازمان مهیا کنند و باعث بهینه شدن عملکرد خود شوند. (اوربلی و توشمن، ۲۰۰۸) استدلال کردند که دوستوانی تنها می‌تواند یک قابلیت پویا و دینامیک باشد، اگر مدیریت به‌طور پی‌درپی و از روی قصد و دانسته، منابع (سازمان) یا شرکت را سازمان‌دهی کند. نتایج این پژوهش نشان داد که دوستوانی مدیریتی با چهار مؤلفه حمایت‌های هنجاری مدیران در قالب حمایت‌های اخلاقی مدیران، ایجاد گروه‌های حمایتی و مشاوره‌ای، تعهد مدیر به اهداف و راهبردهای تجاری‌سازی دانش، حمایت مالی مدیران از ایده‌های نوآور، حمایت همه‌جانبه از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در حمایت از یافته‌های دانشگاهی، ایجاد محیطی امن و سالم برای رقابت، مؤلفه اقدامات توانمندساز مدیر در قالب استفاده از ظرفیت و توان کارکنان از طریق ترغیب آنها به تجاری‌سازی دانش، استخدام افراد براساس صلاحیت علمی و دانش تجربه کار در صنایع، دوره‌های آموزشی کارآفرینی و مهارت کسب‌وکار برای استادان و دانشجویان در دانشگاه، انتخاب موضوع پایان‌نامه‌ها و رساله‌های تحصیلات تکمیلی در بین طرح‌های ارائه شده، الزام استادان دانشگاهی به تعریف موضوعات کاربردی بر پایه حل مشکلات و کمبودها، تشویق اعضای هیئت علمی مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی به انجام تحقیقات کاربردی ضروری در صنعت در راستای ارتقای مرتبه علمی آنها، آموزش نحوه بازاریابی و جذب سرمایه از خارج، برگزاری دوره‌های مهارت‌های عمومی مرتبط با کسب‌وکار برای توسعه بازار محصول و خدمات، سازمان‌دهی گروه‌های تحقیقاتی متنوع در شرکت برای توانمندسازی قابلیت‌ها و ارائه خدمات آموزش مدون و به‌روز کارکنان شرکت، مؤلفه اقدامات انگیزش‌زای مدیران در قالب ارتقای شغلی کارکنان مبتنی بر شایستگی دانشی، ایجاد انگیزه در فعالان دانشگاهی نسبت به تجاری‌سازی دانش، توجه به کیفیت‌گرایی در نظام آموزشی به جای کمیت‌گرایی، استفاده از پژوهشگران و اعضای هیئت علمی و دانشجویان نخبه و کارآفرین با مهارت‌های همگرا در مؤسسان شرکت و مؤلفه اقدامات فرصت‌آفرین مدیران در قالب ایجاد حس رقابت‌طلبی واسطه انگیزه‌های مالی و حقوقی، دادن فرصت معقول به کارکنان برای کشف روش‌های انجام کار، آزادی عمل استادان برای مشارکت در فعالیت‌های کسب‌وکار، ایجاد روحیه و ریسک‌پذیری و مدیریت ریسک در دانشگاه، تأسیس صندوق پژوهش نوآوری و صندوق اقدامات مخاطره‌آمیز دانشگاه برای کمک مالی ویژه در مراحل رشد و شروع شرکت در تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران مؤثر است. در بخش نقش دوستوانی مدیریتی در تجاری‌سازی دانش، یافته‌های پژوهش با یافته‌های (محمدپورمیر و شجاعی، ۲۰۱۹؛ محمدپورمیر و همکاران، ۲۰۲۰)، (خیراندیش و همکاران، ۲۰۱۷)، (یداللهی فارسی و همکاران، ۲۰۱۲)، (شهرابی و همکاران، ۲۰۱۹)،

(صادقیان، ۲۰۱۷)، (شی و جی، ۲۰۱۹)، (همیلسکی و پاول، ۲۰۱۸)، (پیچ و همکاران، ۲۰۱۸)، (اسماعیل و همکاران، ۲۰۱۵) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت مدیران ارشد در ایجاد سازمان‌های دوستوان نقش اساسی را ایفا می‌کنند. به عبارت دیگر، تیم مدیریت ارشد سازمان‌ها نقش کلیدی در توانمند کردن و توسعه دادن شرایط موردنیاز برای دوستوانی سازمانی اجرا می‌کنند (کریستینا و جولیان، ۲۰۰۴؛ لوباتکین و همکاران، ۲۰۰۶؛ وندی کی. اسمیت و مایکل ال. توشمن، ۲۰۰۵).^۱ تحقیقات نشان می‌دهد که تیم‌های مدیریت ارشد جهت‌گیری دوستوان را از طریق فرایند تصمیم‌گیری تحت تأثیر قرار می‌دهند و در تخصیص منابع و تصمیمات طراحی سازمانی درگیر می‌شوند و بین نتایج کوتاه‌مدت و بلندمدت تعادل ایجاد می‌کنند (اسمیت و توشمن، ۲۰۰۵). ولبردا و همکاران (۲۰۰۱) می‌گویند مدیریت ارشد به‌طور آشکار تعادل میان اکتشاف و بهره‌برداری را به وسیله آوردن توانایی‌های جدید به برخی واحدها و استفاده از توانایی‌های قبلی در واحدهای دیگر، مدیریت می‌کند و به مدیرانی اشاره می‌کند که منابع خود را به‌طور پویا میان دارایی‌های موجود و نوآوری تخصیص می‌دهند (ام مراغه چیان، ۲۰۱۷). مدیرانی که توان درک و شناخت نیازهای کسب‌وکار اکتشاف و بهره‌برداری در سازمان‌های پژوهش و فناوری را داشته باشند. این مدیران باید آمیزه‌ای باشند از سخت‌گیری نسبت به هزینه‌ها و کارآفرینانی آزاد فکر و دارای واقع‌بینی لازم برای جرح و تعدیل و مبادله هزینه منفعت. این مدیران البته کم‌یابند، ولی برای اداره کردن سازمان‌های پژوهش و فناوری وجودشان لازم است؛ مدیرانی که به تعبیر یکی از آنها «به‌طور مستمر در تضاد» هستند. تیم ارشد سازمان‌های پژوهش و فناوری باید دوستوان‌وار رفتار کند، حتی اگر کارکنان سازمان‌های پژوهش و فناوری دوستوان نباشند (مجیدی لیف شاگرد، ۲۰۱۴). تأکید مستمر تیم مدیریت ارشد بر چشم‌اندازهای روشن و برانگیزاننده، در پدیدآوردن سازمان‌های دوستوان تأثیر چشمگیری دارد. این نوع چشم‌اندازها موجب اهدافی فراگیر هستند که هم‌زیستی بهره‌برداری و اکتشاف را ممکن می‌گرداند. این چنین چشم‌اندازهایی، چشم‌اندازهایی هستند که بر ضرورت راهبردی سازمان دوستوان و منفعت آن برای همه ذی‌نفعان تأکید دارند. با یکپارچه کردن فعالیت‌های بهره‌برداری و اکتشاف در سطح مدیریت ارشد، جهت‌گیری‌های مختلف این دو بخش به هم نزدیک می‌شوند، چشم‌انداز و اصول ارزشی جنبه اشتراکی پیدا می‌کنند و پاداش‌های مدیریت ارشد نیز حالت اشتراکی می‌یابند (رضا بندریان، ۲۰۱۳).

محدودیت‌ها و پیشنهادهای

این پژوهش در جامعه اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران و افراد مشغول به کار در مراکز رشد استان مازندران انجام شده است؛ لذا پیشنهاد می‌شود در سطح وسیع‌تری شامل دانشگاه‌های دولتی و غیرانتفاعی در سطح استان‌های دیگر کشور مورد توجه قرار گیرند.

به سیاست‌گذاران و مدیران دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی با پرورش قابلیت انجام دادن دو فعالیت کار علمی و تحقیقاتی و تجاری‌سازی به‌طور هم‌زمان این فعالیت را در سطح سازمان و فرد بهبود بخشند، نه اینکه یک فعالیت را کنار بگذارند و فعالیت دیگر را تقویت کنند. هم‌چنین، دوره‌های لازم برای پرورش و مدیریت فردی محققان برگزار شود تا محققان بتوانند زمان خود را با توجه به این دو تقاضا تنظیم کنند.

به سیاست‌گذاران و مدیران دانشگاهی پیشنهاد می‌شود که زمینه‌ای منعطف برای تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی ایجاد کنند که در آن، پژوهشگران دانشگاهی به تقسیم زمان و نقش خود بین آموزش و پژوهش (فعالیت‌های مرتبط با بهره‌برداری در دانشگاه‌ها) و تجاری‌سازی تحقیقات (فعالیت‌های مرتبط با کشف در دانشگاه‌ها) تشویق شوند.

¹ Wendy K. Smith & Michael L. Tushman, 2005

دانشگاه‌ها ضمن منعطف ساختن ساختار سازمانی، رسمیت کم و به‌دور از بوروکراسی خشک اداری و نداشتن تمرکز در تصمیمات، تحولی در سیستم مدیریت خود به‌وجود آوردند تا علاوه بر بهره‌گیری از فرصت‌های موجود خود در راستای کشف فرصت‌های آینده و حرکت در مسیر تغییرات نیز قدم بردارند.

References

- Abbas, A., Avdic, A., Xiaobao, P., Hasan, M. M., & Ming, W. (2019). University-government collaboration for the generation and commercialization of new knowledge for use in industry. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(1), 23-31. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.002>
- Abbasi Esfanjani, H., & Forouzandeh Dehkordi, L. (2014). Identify and Explanation the Factors that Affects in Commercialization of University Research Using Triangulation Model. *Journal of Science and Technology Policy*, 6(4), 33-46. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=233902>
- Aghajani, H. A., Hosseini, A., & Sarwari Ashliki, Z. (2015). Identification and prioritization of factors affecting the commercialization of products of knowledge-based companies with FAHP technique (Experimental control: knowledge-based companies located in growth centers of northern regions of Iran). *Operations research in its applications (applied mathematics)*, 12(3), 85-100. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=264499>
- Agrawal, A., & Henderson, R. (2002). Putting Patents in Context: Exploring Knowledge Transfer from MIT. *Management Science*, 48(1), 44-60. <https://doi.org/10.1287/mnsc.48.1.44.14279>
- Alipor Terbeti, Z., Afrasiabi, R., & Ismail Nia, K. (2017, April 23). *Commercialization of University Research Results in Knowledge-Based Economics*. National Conference on Knowledge -based Architecture and Urbanism, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/641169/>
- Bandarian, R. (2013). Simultaneous ambiguity, an appropriate model for organizing exploration and exploitation activities in the Research and Technology Organization. *Bi-Quarterly Journal of Industrial Technology Development*, 11(22), 21-32. <https://civilica.com/doc/1017276/>
- Batyari, A., Nyazazari, K., & Jabbari, N. (2019). Identifying Effective Factors in Conversion of Knowledge to Wealth from the Experts Viewpoint of Golestan University Universities. *Future study Management*, 30(116), 140-152. https://jmfr.srbiau.ac.ir/article_14189_584a8b88f8187c8e6a992069b7e118c8.pdf
- Biranvand, A. (2020). Factors Affecting Knowledge Commercialisation in University: A Case Study. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 40(2), 421-430. <https://doi.org/10.14429/djlit.40.2.14829>
- Clayton, P., Feldman, M., & Lowe, N. (2018). Behind the Scenes :Intermediary Organizations that Facilitate Science Commercialization Through Entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 32(1), 104-124. <https://doi.org/10.5465/amp.2016.0133>
- Cristina, B. G., & Julian, B. (2004). The Antecedents, Consequences ,and Mediating Role of Organizational Ambidexterity. *Academy of Management Journal*, 47(2), 209-226. <https://doi.org/10.5465/20159573>

- Ebrahimpour, M., Moradi, M., & Mombiniy, Y. (2014). Effect of organizational ambidexterity on the manufacturing industries performance: Investigation the role of environmental dynamics. *Iranian journal of management sciences*, 9(36), 53-76. http://journal.iams.ir/article_197_06337e5fbbf086fb540a8ee5c2e9619.pdf
- Etzkowitz, H. (2003). Research groups as 'quasi-firms': the invention of the entrepreneurial university. *Research Policy*, 32(1), 109-121. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(02\)00009-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(02)00009-4)
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- Ghorehjili, S., Rahmati, M., & PourKarimi, J. (2020). Presentation of the Ambidextrous leadership Model of Universities Based on Grounded Theory (Case Study: Tehran State University). *Public Organizations Management*, 8(2), 143-168. <https://doi.org/10.30473/IPOM.2020.49929.3901>
- Hmieleski, K. M., & Powell, E. E. (2018). The Psychological Foundations of University Science Commercialization: A Review of the Literature and Directions for Future Research. *Academy of Management Perspectives*, 32(1), 43-77. <https://doi.org/10.5465/amp.2016.0139>
- Hosseini, S. (2013). *Investigating the harms and challenges of the relationship between industry and Shahid Chamran University of Ahvaz* [Master, Shahid Chamran]. Ahvaz, Iran.
- Hsieh, C.-H. (2013). Patent value assessment and commercialization strategy. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(2), 307-319. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2012.09.014>
- Ismail, N., Nor, M. J. M., & Sidek, S. (2015). A Framework for a Successful Research Products Commercialisation: A Case of Malaysian Academic Researchers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 283-292. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.163>
- Jedi Kar, A., Taqwaei Yazdi, M., & Yousefi Saeed Abadi, R. (2020). Presenting a Model of the Relationship between Intellectual Property Management and Higher Education Commercialization. *Leadership and Educational Management*, 14(1), 57-76.
- Kheirandish, M., Tabrizi, E., & Khamoie, F. (2017). The Identification and Prioritization of Organizational factors in Knowledge Commercialization according to Q Methodology. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(1), 81-100. <https://doi.org/10.22059/jed.2017.62290>
- Khosrowabadi, S. (2016). *Presenting a model in order to explain the role of organizational ambidexterity in establishment of entrepreneurial university [P.H.D, Islamic Azad]*. Sari, Iran. <http://192.168.0.11/simwebclt/WebAccess/SimWebPortal.dll/DubSrch>
- Köseoglu, M. A., Chan, E. S. W., Okumus, F., & Altin, M. (2019). How do hotels operationalize their competitive intelligence efforts into their management processes? Proposing a holistic model. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 283-292. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.007>
- Lame, M., & Kazempour, E. (2020). A Commercialization Model of Research in the Field of Educational Sciences. *Educational Development of Judishapur*, 11(3), 411-426. <https://doi.org/10.22118/edc.2020.216026.1251>

- Lubatkin, M. H., Simsek ,Z., Ling, Y., & Veiga, J. F. (2006). Ambidexterity and Performance in Small-to Medium-Sized Firms: The Pivotal Role of Top Management Team Behavioral Integration. *Journal of Management*, 32(5), 646-672. <https://doi.org/10.1177/0149206306290712>
- Lundvall ,B.-Å. (2004). Why the New Economy is Learning Economy. In *Techno-Economic Paradigms: Essays in Honour of Carlota Perez*. Anthem Press. <https://doi.org/10.7135/UPO9781843318224.015>
- Majidi Leif Shagard, H. (2014). *Investigating the effect of transformational leadership style and organizational ambiguity on human resources performance (Case study: Fooman Shimi Industrial Group* [M.Sc, Guilan]. Guilan, Iran. <https://www.virascience.com/thesis/807674/>
- Maragheh Chian, M. (2017). *Investigating the Impact of Transformational Leadership on Organizational ambidexterity in the Moderating Role of Adaptive Culture* [M.Sc, Kharazmi]. Tehran, Iran.
- Masum, M., & Nowrozi, N. (2020). New product development through the Pro-innovation culture and organizational ambidexterity (Case study: Sports equipment manufacturers). *Journal Of Business Management*, 12(46), 226-251. http://bmj.iauctb.ac.ir/article_673831_e0c3b5d6f21bbe02140b12d7560cc491.pdf
- Mir, A., Bagheri, M., Hashemi, S. A. (2018). Components affecting student's commercialization of knowledge management. *Quarterly Journal of Educational Leadership and Management*, 12(3), 261-278. http://edu.journals.iau-garmsar.ac.ir/article_545780.html?ang=fa
- Mohammad Pourmir, M. M., Shojaei, S. (2019). Factors affecting the commercialization of innovative academic research based on information technology; A Study in the Faculties of Marine Sciences of the Technical and Vocational University of Iran. *Scientific Quarterly of Marine Science Education*, 6(17), 55-67. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=510515>
- MohammadPoormir, M. M., Shojaei, S., Samiei, R., & Ashrafi, M. (2020). Investigating the underlying factors affecting the commercialization of technological research achievements A Mixed Approach (Case Study: Technical and Vocational University of Iran). *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 16(46), 33-50. https://karafan.tvu.ac.ir/article_105312_496e3b7e60807fcbf5ef61298ed6ae46.pdf
- Mueller, P. (2006). Exploring the knowledge filter: How entrepreneurship and university–industry relationships drive economic growth. *Research Policy*, 35(10), 1499-1508. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2006.09.023>
- Namdarian, L. (2018, October 18). *Investigating the commercialization strategies of research results*. International Conference on Management, Entrepreneurship and Economic Development, Takestan. <https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?ID=94358>
- Nemanich, L. A., & Vera, D. (2009). Transformational leadership and ambidexterity in the context of an acquisition. *The Leadership Quarterly*, 20(1), 19-33. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2008.11.002>
- Nemati, A. A. (2008). Strategies to promote government-university-industry interaction; A framework for the Fifth Construction Plan. *Ministry of Science, Research and Technology Higher Education Research and Planning Institute* .
- Niaz Azari, K., Salehi, M., & Khosrowabadi, S. (2016). Design and implementation of instrumentation to evaluate ambiguity in organizational management. *Urban*

- Management*(44), 195-210. https://irisweb.ir/files/site1/rds_journals/1081/article-1081-209411.pdf
- Norouzi, T., Delangizan, S., & Rezaee, B. (2016). Design a model for the commercialization of the research findings. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(3), 553-572. <https://doi.org/10.22059/jed.2016.60916>
- O'Reilly, C. A., & Tushman, M. L. (2008). Ambidexterity as a dynamic capability: Resolving the innovator's dilemma. *Research in Organizational Behavior*, 28, 185-206. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2008.06.002>
- Pournaghi, R., & Hejazi, A. S. (2017). Investigating the effective factors on knowledge commercialization from the perspective of graduate students of Tarbiat Dabir Shahid Rajaei University. *Information Processing and Management* 34(3), 1023-1050. <http://ensani.ir/fa/article/399861/>
- Qelich Lee, B., & Rajabi Shahrabadi, E. (2014). Study of the relationship between knowledge creation, technology-based innovation and organizational agility (Case study: Iran Alloy Steel Company). *Industrial Management Perspectives*, 4(16), 95-116. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1307285/>
- Raei Dehaghi, M. (2019). Identifying and Prioritizing the Barriers of Academic Research Commercialization. *Journal Of Management Futures Research (Journal Of Management Research)*, 30(117), 69-86. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=693857>
- Rasmussen, E., Moen, Ø., & Gulbrandsen, M. (2006). Initiatives to promote commercialization of university knowledge. *Technovation*, 26(4), 518-533. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2004.11.005>
- Sadeghi, A., & Rad, F. (2018). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management and innovation. *Management Science Letters*, 8(3), 151-160. http://m.growingscience.com/msl/Vol8/msl_2018_3.pdf
- Sadeghian, F. (2017). *Identifying structural factors affecting the development of university companies (Case study of Allameh Tabatabai University)* [Master, Allameh Tabatabai]. Tehran, Iran.
- Shahrabi, A., Tahmasebi-Limooni, S., & Razavi, S. A. A. (2019). Study of Effective Factors of the commercialization of research projects in medical universities. *Clinical Excellence*, 9(2), 38-45. <http://ce.mazums.ac.ir/article-1-458-en.html> <http://ce.mazums.ac.ir/article-1-458-en.pdf>
- Shams Elahi., D. (2013). *Identifying and prioritizing the key factors of success in knowledge commercialization and its impact on financial independence of universities* [Master, Sistan and Baluchestan]. Iran.
- Shi, D., & Ge, Y. (2019). Academic Engagement and Commercialization in an Institutional Transition Environment: Evidence from Shanghai Maritime University. *arXiv preprint arXiv:1901.07725*, 1-30. <https://arxiv.org/abs/1901.07725>
- Simsek, Z., Heavey, C., Veiga, J. F., & Souder, D. (2009). A Typology for Aligning Organizational Ambidexterity's Conceptualizations, Antecedents, and Outcomes. *Journal of Management Studies*, 46(5), 864-894. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00841.x>
- Smith, W. K., & Tushman, M. L. (2005). Managing Strategic Contradictions: A Top Management Model for Managing Innovation Streams. *Organization Science*, 16(5), 522-536. <https://doi.org/10.1287/orsc.1050.0134>
- Yadali Farsi, J., Zare Hadi., & Hejazi, S. R. (2012). Identification of dual power components affecting the commercialization performance of academic research. *Research and*

- planning in higher education*, 18(1), 69-90. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=175787>
- Yadollahi Farsi, J., & Kalathai, Z. (2012). Ranking Indigenous Factors Affecting Technology Commercialization Strategy Selection: A Case Study of the Biotechnology Industry. *New Economy and Trade*, 7(27-28), 1-22.
- Yadollahi Farsi, J., Zare, H., & Zare, G. (2011, February 16). *Analyzing the role of organizational dual power in the commercialization performance of university research* First International Conference on Management and Innovation, Shiraz, Iran. <https://civilica.com/doc/108408/>



Identifying the Competencies Expected of Learners in the Distance Education System: Providing a Model

Anvar Shahmohammadi^{1*} , Mehri Bahmani²

¹Assistant Professor, Department of Education, Payam Noor University (PNU), Tehran, Iran.

²MA, Department of Education, Payam Noor University (PNU), Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 04.11.2021

Revised: 05.16.2021

Accepted: 05.18.2021

Keyword:

Competence

Learner

Individual and personality competencies

Cognitive competencies

Skill competencies

*Corresponding Author:

Anvar Shahmohammadi

Email: anvar1354@pnu.ac.ir

ABSTRACT

Today, most universities are trying to increase the effectiveness of new technologies in their educational activities, and in order for educational activities to be effective, they must pay attention to learners as one of the most important elements involved in education. The purpose of this study was to explain the views of experts on the competencies expected of learners in the distance education system. To achieve the purpose of this study, the qualitative method of basic theory strategy was used. Participants in this study were 15 graduates of the doctoral program in the distance education at Payame Noor University who worked as faculty or experts in universities or distance education centers and based on purposive sampling, criteria was selected and semi-structured interviews conducted. For qualitative data analysis, coding method (open, axial and selective) was used and to ensure validity and reliability, two methods of reviewing participants and reviewing non-participating experts were used. The research findings in the form of a conceptual model showed four main categories of competencies including individual and personality competencies, cognitive competencies, skill competencies and behavioral competencies. These competencies are recommended programs for the growth of learners in the distance education system in accordance with the model proposed in the current research and should be implemented with the priority of required competencies.





شاپای الکترونیکی: ۲۵۳۸-۴۴۳۰

شاپای چاپی: ۲۳۸۲-۹۷۹۶



شناسایی شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور: ارائه یک الگو

انور شاهمحمدی^{*۱} (ID)، مهری بهمنی^۲

- ۱- استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
- ۲- کارشناسی ارشد، گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

چکیده

هدف پژوهش حاضر، تبیین دیدگاه‌های صاحب‌نظران درباره شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور بود. برای نیل به هدف این مطالعه، از روش کیفی راهبرد نظریه‌مبنایی بهره گرفته شد. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش ۱۵ نفر از فارغ‌التحصیلان دوره دکتری آموزش از دور دانشگاه پیام نور بودند که به‌عنوان هیئت‌علمی یا کارشناس در دانشگاه‌ها یا مراکز آموزش از دور فعالیت می‌کردند و براساس نمونه‌گیری هدفمند ملاک‌محور انتخاب شدند و با آنها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به عمل آمد. برای تحلیل کیفی داده‌ها نیز از شیوه کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) و برای تأمین روایی و پایایی، از دو روش بازبینی مشارکت‌کنندگان و مرور خبرگان غیرمشارکت‌کننده، بهره گرفته شد. یافته‌های پژوهش، چهار دسته اصلی: شایستگی‌های فردی و شخصیتی، شایستگی‌های شناختی، شایستگی‌های مهارتی و شایستگی‌های رفتاری را نشان داد که در قالب یک مدل مفهومی ارائه شده است. بنابراین پیشنهاد می‌شود برنامه‌هایی برای بالندگی یادگیرندگان نظام آموزش از دور منطبق با مدل مطرح شده در پژوهش کنونی با اولویت شایستگی‌های احصا شده، به اجرا درآید.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۲۲

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۲۶

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۲۸

کلید واژگان:

شایستگی
یادگیرنده
شایستگی‌های فردی و شخصیتی
شایستگی‌های شناختی
شایستگی‌های مهارتی
شایستگی‌های رفتاری

*نویسنده مسئول: انور شاهمحمدی

پست الکترونیکی:

anvar1354@pnu.ac.ir



مقدمه

با گسترش کاربرد فناوری‌های نوین، تقریباً همه جوانب زندگی بشری، دست‌خوش تغییراتی شده است؛ از جمله، در سطح آموزش باعث شده تا برای رشد و توسعه کشورها تمرکز بر پیشرفت در حیطه آموزش عالی از طریق پذیرش نظام و تکنولوژی‌های جدید آموزش ضرورت یابد (جولی کندی، ۲۰۱۴)^۱. اغلب دانشگاه‌ها امروزه در حال تلاش برای افزایش اثربخشی فناوری‌های جدید در فعالیت آموزشی خود هستند. این گرایش به نحوی است که یادگیری در هر مکان و هر زمان، به شعار یادگیری الکترونیکی شهرت یافته است، ضمن اینکه برای یادگیرندگان و یاددهندگان، این امکان را فراهم می‌سازد که با فعالیت‌های مربوط به یادگیری از دور، به دامنه وسیع‌تری از منابع دسترسی پیدا کنند (شعبان الهی، فاطمه کنعانی و علی شایان، ۲۰۱۱). شکی نیست که افزایش قابلیت‌های آموزش از دور و امکان تحقق هدف‌های آن از این طریق، در گرو در نظر گرفتن ابعاد و جوانب متعدد آن و توجه به عوامل مؤثر در این شیوه آموزشی است (انور شاهمحمدی، علی تقی پورظهیر، نعمت الله عزیزی و عیسی ابراهیم زاده، ۲۰۱۸). ورود یادگیرنده به محیط یادگیری آموزش از دور، مستلزم پیش‌نیازهایی است. برخی از این پیش‌نیازها مستلزم تجربه قبلی است و برخی، وابسته به آمادگی‌های ذهنی یادگیرنده هستند؛ لذا ورود آنها به نظام آموزش از دور بدون داشتن آگاهی و مهارت، پیامدی جز وقت تلف کردن، تضعیف روحیه، کامل نشدن یادگیری و شکست برنامه ندارد. افزون بر این، یادگیرندگانی که آمادگی ورود به عرصه یادگیری از دور را ندارند اما وادار به ورود به آن شده‌اند، تجارب تلخی دارند که حتی می‌تواند بر فرصت‌هایی که در آینده نصیبشان می‌شود، تأثیر منفی بگذارد (محمود بابایی، ۲۰۱۰). یکی از عواملی که می‌تواند باعث موفقیت یا شکست در آموزش شود توجه یا بی‌توجهی به شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان برای حضور در نظام آموزش از دور است (عزت الله قدم پور، علی فرهادی و فاطمه نقی بیرانوند، ۲۰۱۶). نتایج تحقیقات نشان داده است با وجود سپری شدن مدتی از شروع نظام آموزش از دور و انتظار ثبات بهتر این نوع نظام آموزشی و رفع مشکلات آن، نرخ افت تحصیلی این نوع نظام آموزشی، روند بهتری پیدا نکرده است. در میان عواملی که باعث این پیامد شده، بی‌توجهی به ویژگی‌های یادگیرنده به چشم می‌خورد (مهدی عرب پشتکوهی، افسانه زمانی مقدم و علی رجب زاده قطری، ۲۰۱۹).

(ماری برنز، ۲۰۱۱)^۲ معتقد است که در سه مجموعه باید از یادگیرندگان آگاهی پیدا کرد: اولین مجموعه، آگاهی‌های فردی است که در این ویژگی‌ها به شایستگی‌هایی مانند: استقلال، مسئولیت، کنجکاوی، خودکارآمدی، داشتن منبع کنترل درونی که منجر به تداوم یادگیری در آموزش می‌شود اشاره شده است. دومین مجموعه، آگاهی‌های محیطی است که در آن، یادگیرنده باید از ورود به محیط مطالعه از دور، دسترسی به تکنولوژی، دسترسی به پشتیبانی و مواد آموزشی، شناسایی نقش یادگیرنده در آموزش از دور، کنترل خود در داشتن احساس ارتباط در فضای مجازی، آگاهی داشته باشد. سومین آگاهی، ویژگی‌های یادگیری است. در این ویژگی، اینکه یادگیرنده چه انتظاراتی از آموزش از دور دارد و برای دریافت آموزش‌ها بر توانایی تنظیم خود، داشتن مدیریت زمان و مدیریت دانش تأکید می‌شود.

محققان معتقدند با وجود اینکه یادگیری الکترونیک در سال‌های اخیر به شدت افزایش یافته است و بیش از ۶۰ درصد دانشجویان از یادگیری الکترونیک، حداقل به صورت پاره‌وقت استفاده کرده‌اند، هنوز جنبه‌هایی از یادگیری الکترونیک که در موفقیت دانشجویان تأثیرگذارند و انتظارات آنها را برآورده می‌کنند، به‌خوبی شناخته نشده‌اند. این مطالعه نشان می‌دهد که دوره‌های یادگیری الکترونیکی در رسیدن به اهداف اصلی، آن‌چنان که موردانتظار بوده است

¹ Jolie Kennedy, 2014

² Mary Burns, 2011

نرسیده‌اند (مانوئلا پچتر، بریجیت مایر و دانیل ماچر، ۲۰۱۰)^۱. لذا برای دستیابی به اهداف اصلی نظام آموزش از دور، ابتدا باید عواملی که بر موفقیت این نوع نظام آموزشی اثرگذار هستند را شناخت و با توجه ویژه به این عوامل، این نوع نظام آموزشی را تقویت کرد (انور شاهمحمدی، نعمت الله عزیزی، علی تقی پور ظهیر و عیسی ابراهیم زاده، ۲۰۱۹)؛ بنابراین توجه به شایستگی‌های یادگیرندگان به‌عنوان یکی از عوامل اصلی زمینه‌ساز آموزش عالی به‌طور عمده با تضمین کیفیت فرایندهای مؤسسه و نظام‌های ملی دربرگیرنده این مؤسسات، مرتبط می‌شود و در صورت توجه نظام‌مند و اصولی به آنها می‌توان به بهبود، ارتقا و تضمین کیفیت آموزش‌ها دست یافت.

امروزه در دانشگاه‌هایی که اقدام به پذیرش یا برگزاری دوره‌های آموزشی به‌صورت آموزش از دور کرده‌اند توجه به شایستگی‌های یادگیرندگان، اهمیت ویژه‌ای دارد. واژه شایستگی، واژه‌ای روان‌شناسانه است و تعریف جهان‌شمولی ندارد که موردقبول همگان باشد. برخی از صاحب‌نظران، شایستگی را انتقال، شناسایی، ترکیب و فعال کردن مجموعه‌ای از دانش‌ها و مهارت‌ها تعبیر می‌کنند که به حل موقعیت‌های مشکل‌زا منجر می‌شود. آنها تأکید می‌کنند که باید بین شایستگی و مهارت، تفاوت قائل شد (ساشا کیفر و گای تچیبوزو، ۲۰۱۳)^۲. با این وجود، احراز شایستگی‌های مختلف، به ایفای نقش‌های متنوع کمک می‌کند و عنصر اصلی در رقابت، بقا و پیشرفت افراد در دنیای غیرقابل پیش‌بینی به‌شمار می‌آید (لیلیانا ماتا، ۲۰۱۱)^۳. (فرانز راج و رجبنا استاینر، ۲۰۱۳)^۴ معتقدند که شایستگی‌ها، توانایی‌ها و مهارت‌هایی هستند که افراد می‌توانند آنها را به‌منظور حل مسائلی که برایشان اتفاق می‌افتد، کسب کنند. به‌علاوه شایستگی‌ها، تمایلات و مهارت‌های انگیزشی، ارادی و اجتماعی هستند که به‌منظور کاربرد موفقیت‌آمیز و مسئولانه این راه‌حل‌ها در زمینه‌ها و شرایط مختلف در نظر گرفته می‌شوند. (لارنس سی راگان، پائولا می بیگاتل، شانون ای کنان و جانت می دیلون، ۲۰۱۲)^۵، (کارولینا گونزالس، جی ادواردو پادیلو و دیگو آرینکن، ۲۰۱۱)^۶ و (اندرو گونکزی و پاول هاگر، ۲۰۱۰)^۷ معتقدند که شایستگی‌ها مجموعه‌ای از رفتارها، نگرش‌ها و باورهایی هستند که برای موفقیت در کار و حرفه باید در افراد وجود داشته باشد تا آنها در فعالیت‌های خود، عملکرد مؤثر و سطح بالایی داشته باشند؛ بنابراین در آموزش از دور باید شایستگی‌های یادگیرندگان را شناخت تا براساس آنها بتوانند آنچه یاد گرفته‌اند را برای درک بیشتر و بهتر مطالب در سطوح بالاتر به‌کار ببرند. یادگیرندگان باید بتوانند خلاقیت نشان دهند که از سطح و مرز مطالبی که از دور آموزش داده می‌شوند فراتر روند.

به هر حال در راستای شناسایی و معرفی شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان، تلاش شد تا مجموع مطالعات مرتبط با این حوزه نقد و بررسی شود؛ مطالعاتی که به لحاظ کثرت، متعدد اما پراکنده بودند. تأملی بر این مطالعات نشان می‌دهد که دیدگاه جامعی در مورد این شایستگی‌ها وجود نداشته است و هر محقق و اندیشمندی از منظر خاصی به این شایستگی‌ها اشاره کرده است. در واقع یکی از مهم‌ترین دشواری‌ها در بررسی این موضوع، تعدد عوامل و متغیرهای مؤثر و دخیل در این زمینه و دسته‌بندی‌های مختلف و متنوعی است که در موضوع‌های مختلف صورت گرفته است. در این ارتباط، (کریستانتی امبار پوسپیتاساری و بویدی اوتویو، ۲۰۱۸)^۸ در تحلیل ویژگی‌های دانشجویان موفق در نظام آموزش از دور گزارش کرده‌اند که داشتن تجربه و انگیزه بالا برای یادگیری در این نوع نظام آموزشی از دلایل موفقیت این دانشجویان بوده است. (ویلمار آنودی سیدرال، تیاگو اولیوبرا، ماسیو دی فلیسه و مانوئلا پارسیسو،

¹ Manuela Paechter, Brigitte Maier & Daniel Macher, 2010

² Sacha Kiffer & Guy Tchibozo, 2013

³ Liliana Măță, 2011

⁴ Franz Rauch & Regina Steiner, 2013

⁵ Lawrence C Ragan, Paula Mae Bigatel, Shannon S Kennan & Janet May Dillon, 2012

⁶ Karolina González, J. Eduardo Padilla & Diego A. Rincón, 2011

⁷ Andrew Gonczi & Paul Hager, 2010

⁸ Kristanti Ambar Puspitasari & Boedhi Oetoyo, 2018

۲۰۱۸^۱ در مطالعه‌ای با عنوان «عوامل تعیین‌کننده موفقیت در یادگیری الکترونیکی: مطالعه تجربی برزیل» به این نتیجه رسید که داشتن نگرش مثبت نسبت به یادگیری الکترونیکی، در موفقیت آنها مؤثر است. در مطالعه (جی وی شانگرتانا و کی چانداسکار، ۲۰۱۶)^۲ با عنوان «واکوی عوامل مؤثر در موفقیت اجرای یادگیری الکترونیکی در شرکت‌های مستقر در هند» بر نقش مهارت‌های یادگیرندگان در آموزش از دور تأکید شده است. (تاگرید کاتوا، موسی اللوزی و علاالدین الرود، ۲۰۱۶)^۳ در پژوهش خود با عنوان «مروری بر ادبیات آموزش الکترونیکی در سیستم آموزش عالی» به این نتیجه رسیدند که هر نظام آموزش الکترونیکی موفق باید عوامل فردی، اجتماعی، فرهنگی، تکنولوژیکی، سازمانی و محیطی را در نظر بگیرد. (سیگن شک نوسگارد و ریکه اورنگرین، ۲۰۱۵)^۴ در مطالعه‌ای با عنوان «اثربخشی آموزش الکترونیکی: مرور اکتشافی و تلفیقی از تعاریف» روش‌ها و عواملی که باعث تقویت اثربخشی یادگیری الکترونیکی می‌شوند را نشان دادند که ویژگی‌های رفتاری یادگیرندگان در اجرای آموزش از دور تأثیر به‌سزایی دارد. (فوزیه خورشید، ۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت آموزش دانشجویان کارشناسی ارشد در دانشگاه‌های پاکستان» به این نتیجه رسید که توجه به ویژگی‌های رفتاری و میزان آگاهی از آنها نسبت به نظام آموزش از دور در اجرای یادگیری الکترونیکی مؤثر می‌باشد. (لینزی جی کمپ، ۲۰۱۳)^۵ در پژوهشی با عنوان «معرفی یادگیری ترکیبی، به‌عنوان تجربه از نبود قطعیت در یادگیرندگان امارت متحده» نشان داد که آگاهی از مهارت‌های یادگیرندگان به‌عنوان یک عامل مؤثر در این یادگیری است. (توماس ناگونوا و ادا لوگا، ۲۰۱۲)^۶؛ (ثورایا کنان، کرینلا پیسلارو، عائشه عثمان و عبدالسلام الزاوی، ۲۰۱۳)^۷ در پژوهش خود به ویژگی‌های فردی یادگیرندگان و آگاهی از مهارت‌های آنان تأکید دارند.

(شاهمحمدی و همکاران، ۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان «طراحی و اعتباریابی مدل ارزیابی در نظام آموزش از دور (مورد: دانشگاه پیام نور)» نشان دادند که توجه به یادگیرنده، یکی از عوامل مهم در ارزیابی نظام آموزش از دور است. (ملیحه دلیلی صالح، فهیمه حسن نژاد و یاسر تیرایی، ۲۰۱۸) در بررسی آمادگی یادگیری الکترونیکی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی سبزوار نشان دادند که دانشجویان در استفاده از یادگیری الکترونیکی، آمادگی کافی شناختی ندارند و نگرش خوبی نسبت به این نوع یادگیری ندارند. (حامد عباسی کسانی و غلامرضا شمس، ۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان «سنترپژوهی عوامل کلیدی موفقیت یادگیری الکترونیکی: ارائه یک الگو» توجه به بعد رفتاری یادگیرنده را یکی از عوامل مؤثر در موفقیت نظام آموزش از دور معرفی کردند. (خدیجه نورانی، بهمن زندی، محمدرضا سرمدی و فرهاد سراجی، ۱۹۷۰) در پژوهشی با عنوان «ویژگی‌های فرهنگی یادگیرنده ایرانی در نظام الکترونیکی» بر نگرش‌های یادگیرندگان نسبت به نظام آموزش از دور تأکید کرده‌اند. (نجمه ناظری، سارا دری و علیرضا آتشی، ۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر یادگیری الکترونیکی در رشته‌های علوم پزشکی» به توجه به ویژگی‌های یادگیرنده به‌عنوان عامل مؤثر بر یادگیری الکترونیکی تأکید داشتند. (معصومه عیلامی، ۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان «بررسی و مقایسه میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور و دانشگاه علمی- کاربردی مشهد» نشان داد که توجه به مؤلفه‌هایی مانند انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی در دانشجویان دانشگاه پیام نور در آینده شغلی آنها مؤثر است. (آتوسا رسولی، زهرا رهبرنیا و محمد عطاران، ۲۰۱۵) در تحقیق با عنوان «بررسی میزان آمادگی دانشجویان هنر برای شرکت در نظام یادگیری الکترونیکی» بر میزان آمادگی شناختی و مهارت‌های

¹ Wilmar Audye Cidral, Tiago Oliveira, Massimo Di Felice & Manuela Aparicio, 2018

² GV Shangeerthana & K Chandrasekar, 2016

³ Tagreed Kattoua, Musa Al-Lozi & Ala'aldin Alrowwad, 2016

⁴ Signe Schack Noesgaard & Rikke Ørngreen, 2015

⁵ Linzi J Kemp, 2013

⁶ Thomas Nagunwa, & Edda Lwoga, 2012

⁷ Thuraya Kenan, Crinela Pislaru, Aisha Othman & Abdussalam Elzawi, 2013

یادگیرندگان در استفاده از نظام الکترونیکی تأکید داشتند. (مینا موسوی، مهناز محمدزاده نصرآبادی و غلامرضا پزشکی راد، ۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «شناسایی و تحلیل موانع و عوامل بازدارنده به‌کارگیری و توسعه یادگیری الکترونیکی در دانشگاه پیام نور» به این نتیجه رسیدند که نبود اطلاع از میزان مهارت‌ها و نگرش‌های دانشجویان، از موانع توسعه یادگیری الکترونیکی می‌باشد. با مرور نتایج مطالعات انجام شده این خلأ نمایان می‌گردد که این دسته تحقیقات، چارچوب و مبانی نظری خاص را مدنظر نداشته‌اند و بیشتر به موانع و عوامل موفقیت در نظام آموزش از دور اشاره کرده‌اند. در تحقیق حاضر تلاش شد برخلاف تحقیقات قبلی، با رویکرد کیفی به موضوع شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور پرداخته شود و به ارائه یک مدل پارادایمی از شایستگی‌ها برسد؛ زیرا در روش کیفی این فرصت وجود دارد که با افراد درگیر در پدیده از نزدیک ملاقات شود و به نکاتی رسید که از قبل مورد توجه نبوده است. بنابراین، با توجه به محدودیت‌های بیان شده در مطالعات قبلی، پژوهش حاضر بر آن است که با در نظر گرفتن تمامی موانع مربوط و با بهره‌گیری از رویکرد کیفی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد به‌منظور مطلع شدن از دیدگاه صاحب‌نظران بتواند گامی اساسی در راستای شناسایی شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در موضوع حاضر بردارد و به سؤالات اساسی زیر پاسخ دهد:

- ۱- از دیدگاه متخصصان نظام آموزش از دور، ابعاد و مؤلفه‌های مرتبط با شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور کدامند؟
- ۲- الگوی مفهومی مناسب برای نشان دادن این شایستگی‌ها در نظام آموزش از دور چیست؟

روش‌شناسی

این مطالعه به روش کیفی و با به‌کارگیری راهبرد نظریه‌بنایی^۱ به شیوه ساخت‌گرایانه انجام شده است. علت آن این بوده است که این تحقیق به دنبال ابداع نظریه‌علی نبوده بلکه درصد کشف مفهوم‌ها بوده است؛ زیرا در این تحقیق، تحلیل داده‌ها تا سطح طبقه‌بندی مفهومی ادامه پیدا کرده است. جامعه آماری مشارکت‌کنندگان این پژوهش، فارغ‌التحصیلان دوره دکتری آموزش از دور دانشگاه پیام نور بودند که به‌عنوان هیئت علمی یا کارشناس در دانشگاه‌ها یا مراکز آموزش از دور فعالیت داشتند. دلیل انتخاب آن‌ها به‌عنوان جامعه پژوهش، این نکته بود که همگی آن‌ها ارتباط ملموس‌تر و نزدیک‌تری با نظام آموزش از دور داشتند و بنابراین با تکیه بر دانش و دیدگاه‌های آن‌ها می‌توان شناخت واقع‌بینانه‌تری از موضوع داشت. بدین منظور، برای انتخاب مشارکت‌کنندگان در این مطالعه از روش نمونه‌گیری هدفمند و ملاک‌محور استفاده شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود که دلیل انتخاب آن، این بود که علاوه بر اینکه امکان تبادل نظرات و تفکرات وجود دارد می‌توان بحث درباره موضوع را در جهت دستیابی به هدف پژوهش هدایت کرد. به‌منظور انجام مصاحبه، با الهام از ادبیات و مبانی نظری موضوع پژوهش، چند محور برای مصاحبه و دریافت نظرات متخصصان انتخاب شد و این محورها در قالب سؤال کلی (شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور کدامند؟)، شروع می‌شد و در هر یک از شایستگی‌های مورد اشاره، سؤالات اکتشافی مثل «لطفاً در این مورد بیشتر توضیح دهید» برای تشویق مشارکت‌کنندگان و دستیابی به اطلاعات عمیق‌تر پرسیده می‌شد. مدت‌زمان مصاحبه ۴۰ تا ۶۰ دقیقه بود و بیشتر مصاحبه‌ها با کسب اجازه از افراد، ضبط و سپس فایل‌های صوتی در قالب فرم‌های ثبت نتایج ثبت می‌گردید. گردآوری اطلاعات تا زمانی ادامه یافت که فرایند تجزیه، تحلیل و اکتشاف، به اشباع نظری^۲ رسید؛ یعنی داده جدیدی به آنچه در مصاحبه‌های قبلی حاصل شده، اضافه نگردید. به این ترتیب از ۱۵ نفر، مصاحبه به عمل آمد. برای تحلیل متن

¹ Grounded Theory

² Theoretical saturation

مصاحبه‌ها، از روش‌های سه‌گانه کدگذاری (کدگذاری باز، محوری و انتخابی) استفاده شد. به این منظور در مرحله کدگذاری باز، پس از مرور و سازماندهی متون مصاحبه‌ها، کدها یا مفاهیم اولیه شناسایی شدند و در مرحله کدگذاری محوری، کدهای مشابه در طبقه‌های خاصی قرار گرفتند. سپس، در مرحله کدگذاری انتخابی برای هر یک از این طبقات، عناوینی که نمایانگر کل کدهای آن طبقه باشند، انتخاب شد. ارتباط بین پدیده محوری و سایر مقولات و مفاهیم براساس مدل پارادایم مشخص و ارائه شد. لازم به یادآوری است با توجه به اینکه ماهیت پژوهش، نیازمند واکاوی دقیق دیدگاه مشارکت‌کنندگان در خصوص موضوع مورد مطالعه است، روند کدگذاری و تحلیل مصاحبه‌ها، به‌صورت دستی انجام گرفت. در پایان، برای تأمین روایی و پایایی، از دو روش بازبینی مشارکت‌کنندگان^۱ و مرور خبرگان غیرمشارکت‌کننده^۲ در پژوهش استفاده گردید. نخست، یافته‌ها با برخی از شرکت‌کنندگان در میان گذاشته شد سپس برای اطمینان از پایایی این فرایند، از شیوه بازنگری استادانی که تجربه کار کیفی (داده‌بنیاد) را داشتند برای بررسی پارادایم کدگذاری‌های سه‌گانه استفاده شد و در تدوین مدل، اعمال نظر گردید.

یافته‌ها

۱- از دیدگاه متخصصان نظام آموزش از دور، ابعاد و مؤلفه‌های مرتبط با شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور کدامند؟

یافته‌های زیر حاصل چندین گام از قبیل اجرای مصاحبه‌ها، اجرا و غربالگری مفاهیم و تقلیل آنها و سپس تشکیل مقولات و در نهایت مقوله اصلی شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرنده در نظام آموزش از دور به‌عنوان مقوله انتخابی است. شایستگی‌های فردی و شخصیتی، شایستگی‌های شناختی، شایستگی‌های مهارتی و شایستگی‌های رفتاری به‌عنوان مؤلفه‌های محوری می‌باشند و هر کدام از این یافته‌های محوری نیز در برگیرنده ۲۴ زیرمؤلفه هستند که شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرنده در نظام آموزش از دور را بیان می‌کنند که نتایج آن در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. نتایج کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی استخراج شده از دیدگاه صاحب‌نظران

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز استخراج شده از مصاحبه‌ها
		۱-۱- آگاهی از تصورات خود
		۱-۲- دوری از تعصب و پیش‌داوری
		۱-۳- داشتن انگیزه
		۱-۴- داشتن اعتمادبه‌نفس
	۱- شایستگی‌های فردی و شخصیتی	۱-۵- داشتن فکر باز
		۱-۶- کنجکاوی
		۱-۷- خودراهبری
		۸-۱- خودرهبری
		۹-۱- علاقه‌مندی

شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان

¹ Member Checking

² External Audit

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز استخراج شده از مصاحبه‌ها
		۱-۲- سواد رایانه‌ای و فاوا
		۲-۲- داشتن دانش در مورد رشته مورد تقاضا
	۲- شایستگی‌های شناختی	۲-۳- دانش تعاملات
		۲-۴- آگاهی با زبان‌های خارجه
		۲-۵- داشتن دانش در مورد نظام آموزشی از دور
		۳-۱- داشتن مهارت‌های تعاملاتی
		۳-۲- داشتن مهارت‌های موضوعی
	۳- شایستگی‌های مهارتی	۳-۳- داشتن مهارت مطالعه
		۳-۴- داشتن مهارت‌های نوشتاری
		۳-۵- داشتن مهارت‌های رایانه و فاوا
		۴-۱- مسئولیت‌پذیری
		۴-۲- پاسخگویی
	۴- شایستگی‌های رفتاری	۴-۳- وظیفه‌شناسی
		۴-۴- داشتن دقت
		۴-۵- ریسک‌پذیری
	تعداد مقولات: ۴	جمع مفاهیم اولیه: ۲۴

شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان

۱) شایستگی‌های فردی و شخصیتی

یادگیرندگان، پیش از ورود به نظام آموزش از دور باید تصورات شخصیتی خود را از یادگیری در این نوع نظام آموزشی که مبتنی بر استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات است، روشن سازند. آگاهی از این ویژگی‌ها بر عملکرد آنان تأثیر به‌سزایی دارد. اعتمادبه‌نفس و داشتن فکر باز، از شایستگی‌هایی است که مصاحبه‌شوندگان به آنها اشاره کرده‌اند که یادگیرندگان باید برای شرکت در نظام آموزش از دور داشته باشند. اظهارات مصاحبه‌شونده شماره ۷ و ۴ و ۱ مؤید این نکات است:

«یادگیرندگان برای شرکت در نظام آموزش از دور باید از اعتمادبه‌نفس برخوردار باشند و هیچ‌گونه اضطرابی که فرایند یادگیری را مختل می‌سازد، نداشته باشند». «داشتن فکر باز در آموزش از دور این امکان را به آنها می‌دهد که از به اشتراک گذاردن تجارب در دنیای مجازی هراسی به دل راه نمی‌دهند و آماده تبادل اندیشه و تجربه با دیگران هستند». «این یادگیرندگان به‌واسطه تفکر انتقادی، افکار خود و دیگران پیرامون مباحث را به چالش می‌کشند». مصاحبه‌شوندگان به خودراهبری، خودرهبری، کنجکاوی، آگاهی از تصورات خود و دوری از تعصب و پیش‌داوری به‌عنوان شایستگی‌های دیگر اشاره کرده‌اند. مصاحبه‌شونده شماره ۹، ۵ و ۱۵ معتقد هستند:

«خودراهبری، مستلزم تلاش ذهنی برای کسب مهارت است و در فرایند یادگیری، بسیار مهم است. ویژگی که یادگیرندگان نیاز دارند این است که هنگام حضور در فضای آموزش از دور یا انجام فعالیت‌ها به‌صورت فعالانه ذهن خود را با آن درگیر کنند. خودرهبری به توانایی‌ها، مهارت‌ها و ویژگی‌های فردی یادگیرندگان، جهت می‌دهد». «کنجکاوی و

آگاهی از تصورات خود، یادگیری محسوب می‌شود؛ چون کنجکاوی، یکی از نشانه‌های عزم یادگیرنده برای تداوم یادگیری است.» «اگر یادگیرندگان در ایجاد پیوند بین مفاهیم یادگیری، اشکال پیدا کردند باید در حل مسائل پیش آمده، از اهل دانش و جستجو در فضای آموزش از دور راهنمایی بگیرند و نباید هرگز نسبت به آنچه یادگرفته‌اند تعصب داشته باشند.»

۲) شایستگی‌های شناختی

نظام آموزش از دور، بر توجه به یادگیرنده و پاسخگویی به نیازهای او تمرکز دارد و یادگیرنده را در مرکز محیط یادگیری قرار می‌دهد؛ بنابراین داشتن دانش در مورد نظام آموزش از دور، از دیگر شایستگی‌های لازم یادگیرندگان است. ورود یادگیرنده به محیط یادگیری آموزش از دور، مستلزم پیش‌نیازهایی است. برخی از این پیش‌نیازها مستلزم تجربه قبلی هستند و برخی وابسته به آمادگی‌های ذهنی یادگیرنده می‌باشند. ورود یادگیرنده به آموزش از دور بدون داشتن آگاهی و دانش در مورد نظام آموزش از دور، پیامدی جز وقت تلف کردن، تضعیف روحیه، محقق نشدن یادگیری و شکست برنامه ندارد. این شایستگی، مبتنی بر انواع سواد رایانه‌ای و فاوا است. شرکت‌کننده شماره ۹ بیان می‌دارد:

«برای اینکه یادگیرنده بتواند در فضای آموزش از دور، نهایت استفاده را ببرد باید سواد فناوری داشته باشد؛ یعنی باید دانش مربوط به قسمت‌های سخت‌افزاری را یادگرفته باشد، برنامه موردنیاز را بشناسد و چگونگی نصب آنها را بداند. این دانش‌ها را قبل از اینکه وارد این نظام شود باید یاد گرفته باشد تا بتواند در این نظام آموزشی، موفق عمل کند.»

داشتن دانش در مورد رشته مورد تقاضا و داشتن دانش تعاملات، از دیگر شایستگی‌های محوری برای ورود به نظام آموزشی از دور می‌باشد. در این رابطه، مصاحبه‌شونده شماره ۵ بیان کرد:

«برای ایجاد یادگیری در فضای آموزش از دور، یادگیرندگان باید نسبت به دوره و رشته‌ای که مدنظرشان است آگاهی داشته باشند. همه ما می‌دانیم که در کشور ما هنوز فناوری به جایی نرسیده است که بتواند رشته‌های فنی و مهندسی را پشتیبانی کند اما با استفاده از این نوع نظام آموزشی می‌توان رشته‌های علوم رفتاری و انسانی را آموزش داد؛ پس جذب یادگیرنده در رشته‌های علوم انسانی باید بیشتر باشد؛ زیرا در این رشته‌ها آشنایی استفاده از فاوا به یادگیرندگان این امکان را می‌دهد که با مواد آموزشی به‌صورت متعامل کار کنند که بتوانند مطالب موردنیاز خود را از منابع مختلف در سراسر دنیا به‌دست آورند و با استاد یا سایر یادگیرندگان خود، به بحث و تبادل نظر بپردازند.»

آشنایی و کسب آگاهی با این نوع نظام آموزشی، از دیگر شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان است. مصاحبه‌شونده شماره ۱۱ معتقد است:

«این نوع نظام آموزشی، از بسیاری لحاظ مانند فضای آموزشی، مواد و محتوای آموزشی و غیره با نظام آموزش سنتی، متفاوت است؛ بنابراین یادگیرندگان، پیش از ورود به این نوع نظام آموزشی باید شناخت کافی در مورد این نوع نظام آموزشی داشته باشند یا قبل از ورود از طروق مختلف مانند جستجو در اینترنت، اطلاعاتی در این رابطه کسب کنند که آیا توانایی و تمایل به شرکت در این نوع نظام آموزشی را دارند؟»

آشنایی با زبان‌های خارجه، از دیگر شایستگی‌هایی است که دانشجویان این نوع نظام آموزشی باید داشته باشند. بیانات مصاحبه‌شونده شماره ۲ در تأکید بر دارا بودن این شایستگی است:

«آشنایی یادگیرنده با زبان‌های خارجی، خصوصاً زبان محیط الکترونیکی یاددهی- یادگیری و زبان منابع درسی و کمکی، در فرایند یاددهی- یادگیری اهمیت دارد. اگر در این فرایند، از ارتباط گفتاری استفاده شد؛ یادگیرنده باید از مهارت مکالمه نیز برخوردار باشد و گفتار یاددهندگان را کاملاً درک کند.»

همچنین مصاحبه‌شونده شماره ۹ بیان می‌دارد:

«مهم است که یادگیرنده به‌عنوان یک کاربر بتواند با محیط مجازی آموزش و امکانات وابسته به آن ارتباط مؤثر برقرار کند که این جز با تسلط کامل به زبان در آن محیط، امکان‌پذیر نیست. استفاده از منابع کتابخانه مجازی نیز مستلزم آشنایی با زبان این‌گونه منابع است. اگر زبان محیط یادگیری با زبان منابع متفاوت باشد، لازم است یادگیرنده در حد نیاز با آن زبان نیز آشنایی داشته باشد. به هر حال برای برقراری ارتباط در این فضا، داشتن سطح قابل‌قبولی از این مهارت‌ها مؤثر خواهد بود.»

۳) شایستگی‌های مهارتی

یافته‌ها بر داشتن مهارت‌های موردنیاز به‌عنوان یکی دیگر از شایستگی‌های محوری تأکید دارد؛ مهارت‌هایی که یادگیرنده باید داشته باشد تا به‌واسطه آنها بتواند در دوره‌های نظام آموزش از دور شرکت کند و از مزایای آن استفاده ببرد. مصاحبه‌شونده شماره ۷ بیان می‌دارد:

«یادگیرندگان به‌واسطه دانش فناوری باید توانایی استفاده از آنها برای یادگیری بهتر را داشته باشند. داشتن مهارت استفاده از دانش فناوری به آنها اعتمادبه‌نفس می‌دهد و در آنها ایجاد علاقه و انگیزه می‌کند تا برنامه‌ها را برای رسیدن به اهداف یادگیری دنبال کنند.»

به زعم مصاحبه‌شونده شماره ۱۵:

«یادگیرنده باید توانایی کار با فناوری‌های موردنیاز را داشته باشد. این توانایی به تجربه‌های قبلی آنها به‌واسطه آشنایی با سخت‌افزارها و نرم‌افزار برمی‌گردد. هرچه این تجربه بیشتر باشد میزان مهارت آنها در یادگیری در این نظام نیز بیشتر می‌شود. پس به آنها حس موفقیت در یادگیری دست می‌دهد.»

البته شماری از مصاحبه‌شوندگان معتقدند که آشنایی با روش‌های برقراری تعاملات و ارتباطات مؤثر، یکی دیگر از این شایستگی‌ها است که یادگیرندگان باید داشته باشند. به گفته مصاحبه‌شونده شماره ۴ و ۶:

«یادگیرندگان برای اینکه بتوانند در فضای آموزش از دور، نهایت استفاده را ببرند باید شیوه‌های ایجاد تعامل مؤثر را کسب کنند.» یادگیرندگان باید چگونگی ارتباط گرفتن در این فضای آموزشی در حوزه مباحث مطرح شده را بدانند یا کسب کنند. این ارتباط می‌تواند با هم‌کلاسی‌های خود، با استاد یا با محتوای دوره‌های آموزش باشد که باید بتوانند از این تعامل نهایت استفاده را ببرند.»

داشتن مهارت موضوعی، از دیگر یافته‌های مقوله محوری شایستگی‌های مهارتی است. مصاحبه‌شونده‌های ۷ و ۴ معتقدند:

«توانایی یادگیرنده در زمینه محتوای دروس و پیش‌آگاهی از رشته و محتوای این نظام آموزشی نیازمند آشنایی یادگیرنده با مهارت موضوعی است.» «یادگیرنده باید مهارت کافی از دامنه موضوعی مطالبی که در محیط کلاس مجازی مطرح می‌شود را داشته باشد و اگر ندارد آن را کسب کند.»

برخی از مصاحبه‌شوندگان بر داشتن مهارت خواندن و مطالعه و داشتن مهارت‌های نوشتاری تأکید دارند. مصاحبه‌شونده شماره ۱ بیان می‌دارد:

«مهارت خواندن یعنی داشتن درک سریع واژه‌ها؛ چون در نظام آموزش از دور، مطالب از روی صفحه دیجیتالی قابل‌رؤیت است و یادگیرندگان باید با مهارت‌های مطالعه برای درک سریع مطالب آشنا باشند تا بتوانند به‌صورت سریع آنها را درک کنند.»

مصاحبه‌شونده شماره ۵ بر داشتن مهارت مطالعه تأکید دارد:

«مهارت مطالعه با مهارت خواندن، رابطه نزدیک و مستقیمی دارد. این مهارت، زمینه مطالعه ثمربخش‌تری را فراهم می‌کند. داشتن سرعت در تعیین نقاط ثقل مطالعه با توجه به ساختار نگارشی متن و انتقال آنها به حافظه و تحلیل مطالب، بیانگر ایجاد پیوند بین عناصر متن و اندوخته دانش فردی می‌باشد.»

۴) شایستگی‌های رفتاری

شایستگی‌های رفتاری و نحوه عملکردی که یادگیرندگان نسبت به نظام آموزش از دور دارند می‌تواند بر موفقیت این نوع نظام آموزش تأثیر بگذارد. مسئولیت‌پذیری، وظیفه‌شناسی و پاسخگویی، از مؤلفه‌های مقوله موردبحث است که بیانات مصاحبه‌شوندگان شماره ۱۰ و ۸ مؤید این بحث است:

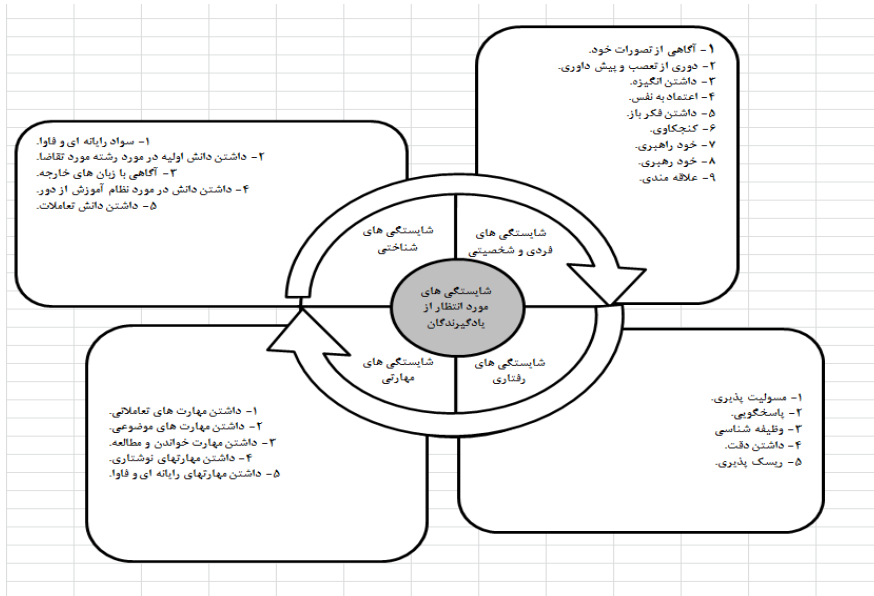
«یادگیرنده در این نظام، به واسطه رسانه یا مجموعه‌ای از رسانه‌ها یاد می‌گیرد؛ چون مثل نظام سنتی نیست که به واسطه بودن در سر کلاس یاد می‌گیرند. در واقع مسئول اصلی یادگیری، خود یادگیرنده است.» «نظام آموزش از دور، نظامی دانش‌محور است؛ یعنی یادگیرنده باید وظیفه‌شناس باشد و نسبت به وظایف خود پاسخگو باشد.»
ریسک‌پذیری و داشتن دقت، از دیگر یافته‌های این مقوله است که مصاحبه‌شوندگان شماره ۱۳ و ۲ اظهار می‌دارند که:

«یادگیرندگان باید درک کنند که بدون ترس از فراموشی باید آمادگی یادگیری هر چیز جدید و تازه‌ای را داشته باشند. آنها باید یاد بگیرند که با ریسک، قدرت رویاروی با مسائل جدید را پیدا می‌کنند.» یادگیرنده در این نظام باید نسبت به آنچه یاد می‌گیرد دقت داشته باشد؛ یعنی بتواند برای خود اهدافی را انتخاب کند و سپس برای رسیدن به آن، دانش و انگیزه و رفتار خود را تنظیم کند.»

۲- الگوی مفهومی مناسب برای نشان دادن شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش

از دور چیست؟

در پاسخ به سؤال مذکور، پس از مطالعه مبانی نظری موجود و مصاحبه با افراد صاحب‌نظر، مقولات اصلی و فرعی مربوط به شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور احصا و مدل مفهومی نهایی به صورت شکل ۱ تدوین شد. مدل ذیل در قالب چهار بعد اصلی نشان داده شده است که لازمه تحقق شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در مرکزیت این مدل قرار گرفته است. تحقق شایستگی‌های موردانتظار، در گرو توجه به شایستگی‌های فردی و شخصیتی، شایستگی‌های شناختی، شایستگی‌های مهارتی و شایستگی‌های رفتاری می‌باشد که لازمه تحقق ابعاد اصلی نیز توجه به زیرمؤلفه‌های هر یک از این ابعاد است که به صورت یک فرایند سیکل‌وار که در تعامل یکدیگر هستند، نشان داده شده است:



شکل ۱. مدل مفهومی شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور

بحث و نتیجه‌گیری

داده‌های پژوهشی درخصوص بررسی شایستگی‌های موردانتظار یادگیرندگان در نظام آموزش از دور در این بخش، بررسی و تحلیل شده است. همچنین نتایج به‌دست‌آمده برای این شایستگی‌ها با نتایج مطالعات انجام شده در این زمینه نیز مقایسه شده است. بنابراین پژوهش حاضر بر آن است که به شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور دست یابد. تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان داد که تدوین الگوی مناسب برای دستیابی شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان در نظام آموزش از دور، منوط به چهار مقوله اصلی: شایستگی‌های فردی و شخصیتی، شایستگی‌های شناختی، شایستگی‌های مهارتی و شایستگی‌های رفتاری است. این نتایج با یافته‌های (شاهمحمدی و همکاران، ۲۰۱۹) و (ناظری و همکاران، ۲۰۱۷) مبتنی بر توجه به ویژگی‌های یادگیرنده در نظام آموزش از دور، هم‌خوانی دارد.

یکی از این مقوله‌ها، شایستگی‌های فردی و شخصیتی هستند. معرف شایستگی‌های این مقوله، داشتن ویژگی‌هایی مانند: آگاهی از تصورات خود، دوری از تعصب و پیش‌داوری، داشتن انگیزه، داشتن اعتمادبه‌نفس، داشتن فکر باز، کنجکاوی، خودراهبری، خودرهبری و علاقه‌مندی است. این شایستگی‌ها به تصورات فردی و شخصیتی خود از یادگیری در این نوع نظام آموزشی برمی‌گردد؛ زیرا نظام آموزش از دور، نظام مبتنی بر یادگیرنده است و آگاهی از این ویژگی‌ها بر عملکرد آنان تأثیر به‌سزایی دارد. از طرفی، این یافته‌ها با یافته‌های (پوسپیتاساری و اوتویو، ۲۰۱۸)، (سیدرال و همکاران، ۲۰۱۸)، (کاتوا و همکاران، ۲۰۱۶)، (ناگونوا و لوگا، ۲۰۱۲)، (کنان و همکاران، ۲۰۱۳)، (دلیلی صالح و همکاران، ۲۰۱۸)، (نورانی و همکاران، ۱۹۷۰)، (عیلامی، ۲۰۱۶) و (موسوی و همکاران، ۲۰۱۱) که در پژوهش‌های خود تأکید بر ویژگی‌های فردی و شخصیتی یادگیرندگان در نظام آموزش از دور را مدنظر قرار داده‌اند، هم‌خوانی دارد. از طرف دیگر نشان داده است که یادگیرندگانی در این نوع نظام آموزشی موفق هستند که نگرش،

اعتمادبه‌نفس و انگیزه بالا برای یادگیری در این نوع نظام آموزشی داشته باشند؛ آگاهی از شایستگی‌های فردی و شخصیتی یادگیرندگان می‌تواند به‌عنوان فرصتی برای توسعه این نوع نظام آموزشی باشد.

یافته دیگر پژوهش، شایستگی‌های شناختی است. شایستگی‌هایی که به دانش و سواد و میزان آگاهی‌های آنها از فناوری اطلاعات و ارتباطات برمی‌گردد. ورود یادگیرنده به محیط یادگیری آموزش از دور، مستلزم پیش‌نیازهای شناختی است. نداشتن این شایستگی‌ها، پیامدی جز وقت تلف کردن، تضعیف روحیه، محقق نشدن یادگیری و شکست برنامه ندارد. یافته‌های این مقوله بر شایستگی‌هایی مانند داشتن سواد رایانه‌ای و فاوا، داشتن دانش در مورد رشته مورد تقاضا، داشتن دانش تعاملات، آشنایی با زبان‌های خارجه و داشتن دانش در مورد نظام آموزش از دور اشاره دارد. این یافته‌ها به شناخت دانش‌هایی که یادگیرنده قبل از اینکه وارد این نظام شود باید یاد گرفته باشد تا بتواند در این نظام آموزشی موفق عمل کند، تأکید دارد. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات (خورشید، ۲۰۱۴)، (دلیلی صالح و همکاران، ۲۰۱۸) و (رسولی و همکاران، ۲۰۱۵) که معتقد هستند توجه به میزان آگاهی دانشجویان از نظام آموزش از دور در اجرای یادگیری الکترونیکی در موفقیت آنها مؤثر می‌باشد، هم‌خوانی دارد.

یافته دیگر پژوهش، شایستگی‌های مهارتی است که جنبه عملی دارد. یادگیرندگان به‌واسطه داشتن این مهارت‌ها و توانایی استفاده از آنها در دوره‌های نظام آموزش از دور شرکت می‌کنند و از مزایای آن استفاده لازم را می‌برند. یافته‌های این مقوله به داشتن مهارت‌های تعاملاتی اشاره دارد. مهارتی که به چگونگی ارتباط گرفتن در این فضای آموزشی پیرامون مباحث مطرح شده تأکید دارد. داشتن مهارت‌های موضوعی، داشتن مهارت خواندن و مطالعه، داشتن مهارت مدیریت زمان، داشتن مهارت‌های نوشتاری، داشتن مهارت‌های رایانه و فاوا، از دیگر شایستگی‌هایی است که یادگیرندگان باید داشته باشند تا به مدد آنها با فناوری‌های موردنیاز کار کنند و با همکلاسی‌های خود، با استاد یا با محتوای دوره‌های آموزش تعامل داشته باشند. همچنین یادگیرنده باید مهارت کافی از دامنه موضوعی مطالبی که در محیط کلاس مجازی مطرح می‌شود را داشته باشد که درک سریع مطالب را به دنبال دارد. از آنجا که مطالب و محتوای آموزشی در نظام آموزش از دور از روی صفحه دیجیتالی قابل‌رویت است؛ یادگیرندگان باید با مهارت‌های مطالعه به درک سریع مطالب برسند و هم‌زمان با آن درک درستی از ساختار نگارشی متن نیز داشته باشند. این نتایج با یافته‌های (شانگرتانا و چاندرااسکار، ۲۰۱۶) مبنی بر نقش مهارت‌های یادگیرندگان در موفقیت اجرای آموزش، هم‌خوانی دارد. (کمپ، ۲۰۱۳)، (ناگونوا و لوگا، ۲۰۱۲)، (کنان و همکاران، ۲۰۱۳) و (موسوی و همکاران، ۲۰۱۱) معتقدند که آگاهی از مهارت‌های یادگیرندگان، عاملی مؤثر در یادگیری در نظام آموزش از دور است که این نتایج با یافته‌های این تحقیق، هم‌خوانی دارد؛ بنابراین با آگاهی از ویژگی‌های افرادی که به‌عنوان یادگیرنده، خواهان آموزش در این نوع نظام آموزشی هستند می‌توان به معیار اثربخشی دست یافت که شایستگی آن افراد خوانده می‌شود؛ یعنی یادگیرندگان شایسته، افرادی هستند که الگوهای مهارتی مطلوبی را ارائه می‌دهند. نبود آگاهی از شایستگی‌های مهارتی می‌تواند نظام آموزش از دور را با معضلات گوناگونی روبه‌رو کند.

یافته پایانی پژوهش، شایستگی‌های رفتاری هستند که بازخورد آنها را نسبت به نظام آموزش از دور نشان می‌دهد. در مجموع، مسئولیت‌پذیری، وظیفه‌شناسی، داشتن دقت، ریسک‌پذیری و پاسخگویی، از مؤلفه‌های مقوله شایستگی‌های رفتاری هستند. از آنجا که یادگیرنده در این نظام به‌واسطه رسانه یا مجموعه‌ای از رسانه‌ها یاد می‌گیرد مسئول اصلی یادگیری، خود یادگیرنده است. در واقع نظام آموزش از دور، نظامی یادگیرنده‌محور است. یادگیرندگان باید درک کنند که بدون ترس از فراموشی باید آمادگی یادگیری هر چیز جدید و تازه‌ای را داشته باشند. آنها باید یاد بگیرند که با ریسک کردن است که قدرت رویاروی با مسائل جدید را پیدا می‌کنند. یادگیرنده در این نظام آموزشی، نسبت به آنچه یاد می‌گیرد دقت دارد؛ یعنی می‌توانند برای خود اهدافی را انتخاب کنند و سپس برای رسیدن به آن دانش و انگیزه و رفتار خود را تنظیم می‌کنند. از طرفی این یافته با یافته‌های (نوسگارد و اورنگرین، ۲۰۱۵)، (خورشید،

۲۰۱۴)، (عباسی کسان و شمس، ۲۰۱۸) و (عیلامی، ۲۰۱۶) مبنی بر توجه به ویژگی‌های رفتاری یادگیرندگان در اجرای آموزش از دور هم‌خوانی دارد. از طرف دیگر توانسته است دید جامعی نسبت به شایستگی‌های رفتاری یادگیرندگان داشته باشد.

در نهایت، با توجه به مقولات به‌دست‌آمده، مقوله مرکزی شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان آموزش از دور در قالب مدل ارائه شده، شکل می‌گیرد. در این مطالعه، شایستگی‌های موردانتظار در تعامل و کنش سایر مقولات نشان داده شده است. این تعامل و تأثیرپذیری، به‌خوبی در مقوله مرکزی که نشان از درهم‌تنیدگی و تعامل سایر مقولات و مؤلفه‌هاست، بیان شده است. بنابراین یادگیرنده شایسته باید تصورات فردی و شخصیتی خود را بشناسد و براساس آن در نظام آموزشی که متفاوت از نظام سنتی است عمل کند. یادگیرنده‌ای می‌تواند موفق باشد که شناخت لازم و کافی را در مورد این نوع نظام آموزشی داشته باشد. تعاملات را بشناسد و با آشنایی که با زبان‌های خارجه دارد، از دوره‌ها بهره لازم را می‌برد. همچنین یادگیرندگان به‌واسطه داشتن مهارت‌ها، توانایی تعاملات، جستجوگری و رفع مشکلات پیش روی در این نظام را دارند. این یادگیرندگان به مدد شایستگی‌های رفتاری، مسئولیت‌پذیر هستند و نسبت به فعالیت‌های واگذار شده، وظیفه‌شناس و پاسخگو می‌باشند. بنابراین نظر به نقش یادگیرندگان به‌عنوان یکی از عناصر نظام آموزش از دور، لازم است به شایستگی‌های آنها در زمینه ایجاد، تقویت و توسعه نظام آموزش از دور توجه شود. یادگیرندگان، از عوامل اصلی و مهم نظام آموزش از دور هستند؛ پس توانمندی و شایستگی‌های آنان بر عملکرد آنها و در نهایت نظام آموزشی، تأثیر مستقیم دارد؛ بنابراین شناخت ابعاد شایستگی آنان هم برای توسعه و هم برای ارزیابی‌شان عاملی اساسی به‌شمار می‌رود. برای جلوگیری از هدر رفتن نیرو و سرمایه و توسعه نظام آموزش از دور کشور آنچه مهم تلقی می‌شود این است که برای ترسیم وضعیت بهینه و مطلوب این نوع نظام آموزشی، بهتر است علاوه بر شناسایی شایستگی‌های به‌روز و کارآمد و ارائه الگوهایی از این شایستگی‌ها به یادگیرندگان، ضوابط و ملاک‌هایی برای انتخاب افراد شایسته که متقاضی یادگیری در این نظام آموزشی هستند، لحاظ شود که در آموزش آنها نیز قابل ارزیابی باشد.

نتایج تحقیقات انجام شده در این زمینه بیانگر این مطلب است که نظام آموزش از دور در ایران از اهمیت قابل‌توجهی برخوردار است و با خلأها و محدودیت‌هایی از قبیل پاسخگویی، ارزشیابی، بهبود، ارتقا و تضمین کیفیت، مواجه است؛ بنابراین سهم نظری و کانون توجه این مطالعه، تحلیل ادراکات و انتظارات صاحب‌نظران نظام آموزش از دور در ارتباط با تبیین شایستگی‌های اساسی چهارگانه شایستگی‌های فردی و شخصیتی، شایستگی‌های شناختی، شایستگی‌های مهارتی و شایستگی‌های رفتاری بوده است. براین اساس پیشنهاد می‌شود:

- ۱- توجه به زمینه‌بستگی یادگیرندگان در نظام آموزش از دور، در پارادایم‌های فکری و مطالعات آینده می‌تواند نگاه به سمت انطباق با شایستگی‌های موردانتظار از یادگیرندگان را در آینده تغییر دهد.
- ۲- برنامه‌هایی برای بالندگی یادگیرندگان نظام آموزش از دور منطبق با مدل مطرح شده در پژوهش کنونی با اولویت شایستگی‌های موردانتظار، در نظر گرفته شود.

محدودیت پژوهش

- ۱- محدودیت جامعه آماری: دانشگاه پیام نور در مقطع دکتری تنها دانشگاه کشور است که در رشته آموزش از دور دانشجو می‌پذیرد و فارغ‌التحصیلان آن به‌عنوان جامعه خبرگان نظام آموزش از دور کشور در نظر شد؛ اگر این رشته در سایر دانشگاه کشور دایر می‌بود و از تجارب فارغ‌التحصیلان این مراکز استفاده می‌شد تعمیم‌پذیری بهتری از نتایج به‌دست می‌آمد.
- ۲- محدودیت منابع: نظر به جستجوهای مختلفی که در ارتباط با موضوع مورد مطالعه صورت گرفت، پرداختن به این موضوع در سطح بین‌المللی و کشور، تازگی دارد و مطالعاتی در مورد این شایستگی‌ها وجود ندارد.

هرچند مطالعات متعدد و پراکنده‌ای در حوزه آموزش از دور وجود دارند اما دیدگاه جامعی به این شایستگی‌ها وجود ندارد؛ بنابراین اگر مطالعات منسجمی در خصوص این شایستگی وجود داشت از تجارب آنها در شناسایی این شایستگی‌ها بهره بیشتری گرفته می‌شد.

References

- Abbasi Kasani, H., & Shams, G. R. (2018). A research synthesis of critical success factors of e-learning: A model development. *Technology of Education Journal (TEJ)*, 13(1), 25-39. <https://doi.org/10.22061/jte.2018.3061.1777>
- Arab Poshtkohi, M., Zamani Moghadam, A., & Rajabzadeh qatri, A. (2019). determine the significance of the components constituting the e-Learning of the Work and Technology course from Experts' Perception. *Technology of Education Journal (TEJ)*, 14(1), 27-35. <https://doi.org/10.22061/jte.2018.3982.1967>
- Babaie, M. (2010). *An Introduction to E-Learning*. Chapar. <https://irandoc.ac.ir/sites/fa/files/attach/book/elearning-irandoc.pdf>
- Burns, M. (2011). *Distance Education for Teacher Training: Modes, Models and Methods*. Education Development Center. <https://www.researchgate.net/publication/259440600>
- Cidral, W. A., Oliveira, T., Di Felice, M., & Aparicio, M. (2018). E-learning success determinants: Brazilian empirical study. *Computers & Education*, 122, 273-290. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.12.001>
- Dalili Saleh, M., Hasan Nezhad, F., & Tabaraei, Y. (2018). E-Learning Readiness Assessment Among Students In Sabzevar University Of Medical Science 2014. *Journal Of Sabzevar University Of Medical Sciences*, 25(3), 429-440. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=604474>
- Elahi, S. b., Kanaani, F., & Shayan, A. (2011). Designing a Framework for Effective Factors on Virtual Students' Tendency to the Electronic Learning and its Assessment. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 17(2), 59-80. <http://journal.irphe.ac.ir/article-1-1183-en.html> <http://journal.irphe.ac.ir/article-1-1183-en.pdf>
- Ghadampour, E., Farhadi, A., & Naghibeiranvand, F. (2016). The relationship among academic burnout, academic engagement and performance of students of Lorestan University of Medical Sciences. *Research in Medical Education*, 8(2), 60-68. <https://doi.org/10.18869/acadpub.rme.8.2.60>
- Gonczi, A., & Hager, P. (2010). The competency model. In P. Peterson, E. Baker, & B. McGaw (Eds.), *International encyclopedia of education*. Elsevier. <http://hdl.voced.edu.au/10707/50475>
- González, K., Padilla, J. E., & Rincón, D. A. (2011). Roles, Functions and Necessary Competences for Teachers' Assessment in b-Learning Contexts. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 29, 149-157. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.219>
- Ilami, M. (2016). Studying and comparing student's entrepreneurship spirit of students of Payame Noor University and University of Applied Science and Technology in Mashhad: (a comparative research). *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 13(40), 37-48. https://karafan.tvu.ac.ir/article_100492_432d764bfc816a36d14daae7f42547a6.pdf

- Kattoua, T., Al-Lozi, M., & Alrowwad, A. a. (2016). A review of literature on E-learning systems in higher education. *International Journal of Business Management & Economic Research*, 7(5), 754-762. <https://www.researchgate.net/publication/309242990>
- Kemp, L. J. (2013). Introducing blended learning: An experience of uncertainty for students in the United Arab Emirates. *Research in Learning Technology*, 21(1), 1-13. <https://doi.org/10.3402/rlt.v21i0.18461>
- Kenan, T., Pislaru, C., Othman, A., & Elzawi, A. (2013). The social impact and cultural issues affecting the e-learning performance in Libyan higher education institutes. *International Journal of Information Technology & Computer Science*, 12(1), 50-56. http://eprints.hud.ac.uk/id/eprint/19339/1/Thuraya_Kenan.pdf
- Kennedy, J. (2014). Characteristics of massive open online courses (MOOCs): A research review, 2009-2012. *Journal of Interactive Online Learning*, 13(1), 1-16. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1032981>
- Khurshid, F. (2014). Factors affecting higher education students' success. *Asia Pacific Journal of Education, Arts and Sciences*, 1(5), 39-47. <http://apjeas.apjmr.com/wp-content/uploads/2014/11/APJEAS-2014-1-084.pdf>
- Kiffer, S., & Tchibozo, G. (2013). Developing the Teaching Competences of Novice Faculty Members: A Review of International Literature. *Policy Futures in Education*, 11(3), 277-289. <https://doi.org/10.2304/pfie.2013.11.3.277>
- Măță, L. (2011). Experimental Research Regarding the Development of Methodological Competences in Beginning Teachers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 29(1), 1895-1904. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.439>
- Mousavi, M., Mohammadzadeh Nasrabadi, M., Pezeshki Rad, Gh. (2011). Identification and analysis of barriers and obstacles to the use and development of e-learning in Payame Noor University. *17(1)*, 137-154. <http://journal.irphe.ac.ir/article-1-1046-fa.html>
- Nagunwa, T., & Lwoga, E (2012). Developing eLearning technologies to implement competency based medical education: Experiences from Muhimbili University of Health and Allied Sciences. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJEDICT)*, 8(3), 7-21. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1084131.pdf>
- Nazeri, N., Dari, S., & Atashi, A. (2017). The effective factors on success of E-learning in medical sciences fields. *Journal of Health and Biomedical Informatics*, 4(2), 98-107. <http://eprints.kmu.ac.ir/id/eprint/28727>
- Noesgaard, S. S., & Ørngreen, R. (2015). The Effectiveness of E-Learning: An Explorative and Integrative Review of the Definitions, Methodologies and Factors that Promote e-Learning Effectiveness. *Electronic Journal of E-learning*, 13(4), 277-289. <https://www.researchgate.net/publication/281676355>
- Noorani, K., Zandi, B., Sarmadi, M., & Seraji, F. (1970). Cultural Features of Iranian Learners in the E-Learning System. *Research in School and Virtual Learning*, 5(1), 85-98. https://etl.journals.pnu.ac.ir/article_3774_8cdfcfea3d9ddb61829d2e76b1acce07.pdf
- Paechter, M., Maier, B., & Macher, D. (2010). Students' expectations of, and experiences in e-learning: Their relation to learning achievements and course satisfaction. *Computers & Education*, 54(1), 222-229. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.08.005>
- Puspitasari, K. A., & Oetoyo, B. (2018). Successful students in an open and distance learning system. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 19(2), 189-200. <https://doi.org/10.17718/tojde.415837>

- Ragan, L. C., Bigatel, P. M., Kennan, S. S., & Dillon, J. M. (2012). From research to practice: Towards the development of an integrated and comprehensive faculty development program. *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 16(5), 71-86. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1000092>
- Rasouli, A., Rahbarnia, Z., & Attaran, M. (2015). Measuring Electronic Learning Readiness Of Art Students. *Journal Of Theory And Practice In Curriculum*, 3(5), 79-110. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?ID=575035>
- Rauch, F., & Steiner, R. (2013). Competences for education for sustainable development in teacher education. *CEPS journal*, 3(1), 9-24. <https://doi.org/10.25656/01:7663>
- Shahmohammadi, A., Azizi, N., Taghipoor Zahir, A., & Ebrahimzadeh, I. (2019). Designing and Validating of Evaluation Model in Distance Education System (Case Study: Payam Noor University). *Iranian Of Higher Education*, 11(1), 99-125. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?ID=744018>
- Shahmohammadi, A., Taghipourzahir, A., Azizi, N., & Ebrahimzadeh, I. (2018). A Critical Reflection of the Appraisal Indicators of Distance Education Systems: A Meta-Synthesis. *Interdisciplinary Journal of Virtual Learning in Medical Sciences*, 9(2), 1-9. <https://doi.org/10.5812/ijvlms.68103>
- Shangeerthana, G., & Chandrasekar, K. (2016). Re-think on critical successful factors of e-learning implementation in India based corporates. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 2(6), 1-9. <https://www.ijariit.com/manuscripts/v2i6/V2I6-1274.pdf>



Teacher's Self-Efficacy and Its Relationship with the Professional Learning Community in Virtual Learning Environments (VLEs): The Mediating Role of Professional Development

Zhiar Rafai¹, Rafigh Hasani^{2*} , Majid Mohamadi³

¹PhD Student in Educational Management, Department of Educational Sciences, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran.

^{2,3}Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 01.21.2021

Revised: 04.09.2021

Accepted: 05.22.2021

Keyword:

Professional development
Professional learning communities
Teachers' self-efficacy

***Corresponding Author:**

Rafigh Hasani

Email:

hasani.rafigh@iausdj.ac.ir

ABSTRACT

This study aimed to investigate the relationship between the professional learning community and teachers' self-efficacy with the mediating role of professional development. The research is applied in terms of purpose and descriptive in terms of method. The statistical population included all teachers in Sanandaj, which numbered 5040 people. 337 of these teachers were selected as the research sample using stratified random sampling. Three tools were used to collect data: the Professional Learning Community Questionnaire, Chamberlain Professional Development Questionnaire (2008), and the Schanen-Moran and Wolflock Teachers' Self-Efficacy Questionnaire (2001). Structural validity and content validity of research tools were confirmed and Cronbach's alpha method was used to ensure their reliability. Kolmogorov-Smirnov statistical tests, Pearson correlation coefficient, and structural equation modeling were used to analyze the data. Findings showed that there was a positive and significant relationship between vocational learning community with professional development and self-efficacy of school teachers in Sanandaj. The results also showed that there was a positive and significant relationship between professional development and self-efficacy of school teachers in Sanandaj. Finally, based on the results, it can be said that professional development in the relationship between the professional learning community and teachers' self-efficacy can play a mediating role. Therefore, it can be concluded that establishing and strengthening learning communities in schools can improve the quality of teachers' work.





شاپای الکترونیکی: ۲۵۳۸-۴۴۳۰

شاپای چاپی: ۲۳۸۲-۹۷۹۶

مقاله پژوهشی

خودکارآمدی معلمان و ارتباط آن با اجتماع یادگیری حرفه‌ای در محیط‌های یادگیری مجازی: نقش میانجی توسعه حرفه‌ای

ژیبار رفایی^۱، رفیق حسینی^{۲*} ID، مجید محمدی^۳

۱- دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران.
۲ و ۳- استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

این پژوهش، با هدف رابطه بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان با نقش میانجی توسعه حرفه‌ای صورت پذیرفت. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و ازلحاظ روش، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه معلمان شهر سنندج (۵۰۴۰ نفر) بودند که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و براساس جدول نمونه‌گیری کرجسی مورگان ۳۳۷ نفر به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسش‌نامه اجتماع یادگیری حرفه‌ای، پرسش‌نامه توسعه حرفه‌ای چامبرلین (۲۰۰۸) و پرسش‌نامه خودکارآمدی معلمان اسچانن-موران و وولفولک (۲۰۰۱) بود. روایی محتوایی و سازه ابزار پژوهش و میزان پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و تأیید شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با آزمون کلموگروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد که بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای با توسعه حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان مدارس شهرستان سنندج، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که بین توسعه حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان مدارس شهرستان سنندج نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و نهایتاً براساس نتایج به‌دست‌آمده می‌توان گفت که توسعه حرفه‌ای در رابطه بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان می‌تواند نقش میانجی را ایفا کند. بنابراین استقرار و تقویت اجتماعات یادگیری در مدارس می‌تواند در بهبود کیفیت کار معلمان مؤثر باشد.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۰۲

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۲۰

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۰۱

کلید واژگان:

توسعه حرفه‌ای
اجتماع یادگیری حرفه‌ای
خودکارآمدی معلمان

* نویسنده مسئول: رفیق حسینی

پست الکترونیکی:

hasani.rafigh@iausdj.ac.ir



مقدمه

در جوامع امروزی، معلمان نقش مهمی در شکل دادن و مدل سازی به عادات، آداب و رسوم و بالاتر از همه، شخصیت دانش آموزان برای تبدیل شدن به انسان های سالم و شایسته ایفا می کنند (سیروس اسدیان، ابوالفضل قاسم زاده و حمزه قلی زاده، ۲۰۱۷). معلمان، مسئولیت هدایت و پرورش یک نسل را در جامعه بر عهده دارند (سید مسعود اعزازی و حبیب ابراهیم پور، ۲۰۱۷). بدون شک، معلمان از مهم ترین عناصر سازنده محیط های آموزشی و مهم ترین عامل برای ایجاد موقعیت مطلوب در تحقق هدف های آموزشی هستند (شیما برهانی، مرضیه دهقانی و پروین صمدی، ۲۰۱۷). از این رو برای اینکه بتوانند به درستی نقش خود را ایفا کنند باید از توانایی ها و مهارت های لازم برخوردار باشند؛ یکی از توانایی هایی که معلمان باید در این زمینه داشته باشند، خودکارآمدی است. خودکارآمدی معلمان، تأثیر به سزایی در تحقق توانایی ها و صلاحیت های فردی و حرفه ای آنان دارد (منصوره نیکوگفتار، ۲۰۱۷). همچنین معلم خودکارآمد می تواند گام مهمی در راستای ارتقای کمی و کیفی مطالب یاد گرفته شده توسط فراگیران داشته باشد (محمدعلی پیرکمالی، حسین مومنی مهمویی و مجید پاکدامن، ۲۰۱۳).

خودکارآمدی، یک محصول یا نتیجه از قضاوت افراد درباره آنچه می توانند با استفاده از مهارت های خود انجام دهند می باشد (هاکی کونتاş و مهمت دمیر، ۲۰۱۵)^۱. بندورا خودکارآمدی را باور فرد در مورد توانایی های خود برای رسیدن به اهداف خاص در وظایف خود تعریف می کند (بینگ فو، پینگ یان، هنگ یین، شو جوان زو، چینگ لیو، یولان لیو، چانیوان دای، گوانشیو تانگ، چونلی یان و جون لی، ۲۰۱۶)^۲. احساس خودکارآمدی، به افراد این توانایی را می دهد تا با استفاده از مهارت ها در برخورد با موانع، کارهای فوق العاده ای انجام دهند. بنابراین، خودکارآمدی درک شده، عامل مهمی برای انجام موفقیت آمیز عملکرد و مهارت های اساسی لازم برای انجام آن است (هان جن نیو، ۲۰۱۰)^۳ و نقش عمده ای در دستیابی به اهداف، وظایف و برخورد با معضلات دارد (داغمار الحموداد، ۲۰۱۵)^۴. فردی که خودکارآمدی زیادی دارد در صورت شکست، تلاش بیشتری می کند در حالی که برای فرد با خودکارآمدی کم، این گونه نیست (رابرت سی. فورد و دانکن آر. دیکسون، ۲۰۱۲)^۵. همچنین افرادی که خودکارآمدی پایینی دارند بیشتر بر موانع به جای فرصت ها تمرکز می کنند، قدرت خود را دست کم می گیرند و تعهد ضعیفی را از خود برای رسیدن به اهداف نشان می دهند (فو و همکاران، ۲۰۱۶)؛ بنابراین کمبود خودکارآمدی در فرد می تواند باعث ایجاد اضطراب و افسردگی شود (مارن هاویگرست، مارسل شوایکر و آندریاس واگنر، ۲۰۱۶)^۶.

با در نظر گرفتن نقش مهم خودکارآمدی در بهبود انجام وظایف آموزشی معلمان، در شرایط ناپایدار و بسیار متغیر کنونی محیط های آموزشی ما به دلیل سیطره فناوری ها بر این محیط ها و به تازگی گسترش اپیدمی ناشی از ویروس های بیماری زا مانند کوید ۱۹ و همچنین تغییر سبک یادگیری یادگیرندگان بر اثر در معرض قرار گرفتن فناوری ها، یکی از دلایل سازگاری و تطابق اندک معلمان با ویژگی های جدید محیط های آموزشی را می توان به ضعف در خصیصه خودکارآمدی آن ها نسبت داد. مصداق این ادعا را می توان در وجود یک نوع سراسیمگی و اضطراب در بین معلمان کشور در یک سال اخیر با روی آوردن اجباری آن ها به ارائه آموزش های مجازی در مدارس کشور قلمداد کرد.

¹ Hakki Kontaş & Mehmet Demir, 2015

² Bing Fu, Pingping Yan, Hang Yin, Shujuan Zhu, Qing Liu, Yulan Liu, Chanyuan Dai, Guanxiu Tang, Chunli Yan & Jun Lei, 2016

³ Han-Jen Niu, 2010

⁴ Dagmar El-Hmoudova, 2015

⁵ Robert C. Ford & Duncan R. Dickson, 2012

⁶ Maren Hawighorst, Marcel Schweiker, Andreas Wagner, 2016

عاملی که می‌تواند بر خودکارآمدی معلمان تأثیر به‌سزایی داشته باشد، اجتماع یادگیری حرفه‌ای است، (کلی سمور، ۲۰۱۷)^۱. جامعه یادگیری حرفه‌ای می‌تواند به‌عنوان یک گروه از اشخاص که با یکدیگر کار می‌کنند با یک هدف مشترک برای تبادل اطلاعات، خلق دانش، توسعه تخصص و حل مشکلات کاری تعریف کرد (جولیان سی. ترنز، آندریا کریستنس، هیال ز. کاکار-کم، سارا ام. فولمر و مگ تروکانو، ۲۰۱۸)^۲. جوامع یادگیری حرفه‌ای، توانایی یادگیری در محیط کاری به‌صورت جمعی است و همچنین اینکه جوامع یادگیری حرفه‌ای یک پیش‌نیاز مهم برای مقابله مؤثر با تغییرات و انجام مسئولیت‌ها می‌باشد (روث ون ویلن، پیتر جی. سی. اسلیگرز و مائک دی. انددیک، ۲۰۱۷)^۳. مطابق دیدگاه (کیث فالد پترسن، سیلوی دوفور، علی حریری، کارول نیلسون-ویلیامز، جیانی فو، شیان-من ژانگ، جیمز دزیورا، ریچارد پی لیفتون و جرالد آی شولمن، ۲۰۱۰)^۴، در جامعه یادگیری حرفه‌ای، معلمان برای کار به‌صورت جمعی گرد هم می‌آیند، به‌منظور رسیدن به نتایج بهتر در قبال دانش‌آموزان، در فرایندهای جاری و مستمر نظیر تحقیق جمعی و فعالیت‌های مشارکتی شرکت می‌کنند (جمال حاتمیان، حسن رضا زین آبادی، بیژن عبداللهی و حسین عباسیان، ۲۰۱۷)^۵. از این‌رو مفهوم اجتماعات یادگیری، دیدگاه مفیدی را در مورد یادگیری و کسب دانش فراهم می‌آورد. براساس این دیدگاه، یادگیری و کسب دانش، پدیده‌ای اجتماعی، مبتنی بر موقعیت و توزیع شده است (فهمه گندمی حسناوردی و سید مهدی سجادی، ۲۰۱۶)^۶؛ بنابراین جوامع یادگیری حرفه‌ای می‌توانند مزایای پایداری برای معلمان فراهم کنند که منجر به افزایش سرمایه انسانی، حرفه‌ای و اجتماعی شود، همچنین می‌توانند باعث کاهش انزوا در میان معلمان، افزایش تعهد به مأموریت و اهداف مدرسه و مسئولیت‌های مشترک شوند (آدریان ویلسون، ۲۰۱۶)^۷. حال به نظر می‌رسد که در رابطه بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان برخی عوامل می‌توانند نقش میانجی را ایفا کنند، یکی از این عوامل توسعه حرفه‌ای معلمان می‌باشد.

توسعه حرفه‌ای، در مفهوم گسترده، به توسعه فرد در نقش حرفه‌ای خود اشاره دارد و شامل تجارب رسمی (مانند شرکت در دوره‌های رسمی، دانشگاهی، کارگاه‌ها و جلسات حرفه‌ای، ارشادگری و نظایر آن) و تجارب غیررسمی (مانند مطالعه نشریات حرفه‌ای، تماشای برنامه‌های تلویزیونی مرتبط به زمینه‌های تحصیلی و نظایر آن) می‌شود؛ به نقل از (فاطمه آخوندی و سعید صفائی موحد، ۲۰۱۶)^۸. توسعه حرفه‌ای عبارت است از استقبال از فرصت‌های یادگیری رسمی و غیررسمی که موجب تعمیق و گسترش شایستگی حرفه‌ای معلمان شامل دانش، باورها، انگیزش و مهارت‌های خودتنظیمی آن‌ها می‌شود (لورا ام. دسیمون، ۲۰۰۹)^۹. رشد یا بالندگی حرفه‌ای عبارت است از کلیه فعالیت‌هایی که به‌منظور غنی کردن و ارتقای سطح حرفه‌ای معلمان طی دوره شغلی آن‌ها انجام می‌شود (بیژن عبداللهی، کبری خیاره و مریم شیرزادگان، ۲۰۱۷). همچنین شامل تمام تجربیات یادگیری طبیعی و فعالیت‌های آگاهانه و برنامه‌ریزی شده‌ای است که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به توسعه فرد، گروه یا مدرسه منجر می‌شود و به کیفیت آموزش در کلاس درس کمک می‌کند (فکده تولی جمدا، ماسیمیلیانو فیوروچی و مارکو کاتارسی، ۲۰۱۴)^{۱۰}؛ و به بهبود مهارت‌ها و شایستگی‌های معلمان برای تولید نتایج آموزشی درخشان برای دانش‌آموزان اشاره دارد (آیک لینگ تان، چو-هونگ چانگ و پل تنگ، ۲۰۱۵)^{۱۱}؛ بنابراین توسعه حرفه‌ای معلمان عبارت است از فرایندها و فعالیت‌های طرح‌ریزی شده به‌منظور افزایش دانش،

¹ Kelli Seymour, 2017

² Julianne C. Turner, Andrea Christensen, Hayal Z. Kackar-Cam, Sara M. Fulmer & Meg Trucano, 2018

³ Ruth van Veelen, Peter J. C. Slegers & Maaike D. Endedijk, 2017

⁴ Kitt Falk Petersen, Sylvie Dufour, Ali Hariri, Carol Nelson-Williams, Jia Nee Foo, Xian-Man Zhang, James Dziura, Richard P Lifton & Gerald I Shulman, 2010

⁵ Adrienne Wilson, 2016

⁶ Laura M. Desimone, 2009

⁷ Fekede Tuli Gameda, Massimiliano Fiorucci & Marco Catarci, 2014

⁸ Aik-Ling Tan, Chew-Hung Chang & Paul Teng, 2015

مهارت‌ها و نگرش‌های حرفه‌ای معلمان تا اینکه بتوانند موجب بهبود یادگیری دانش‌آموزان شوند (داورد رحیمی کینچا، عباس عباس پور، مرتضی طاهری، اسماعیل زارعی زوارکی و علی خورسندی طاسکوه، ۲۰۲۱). توسعه حرفه‌ای، یکی از هشت مؤلفه بسیار مهم شایستگی‌های دیجیتال معلمان در کشورهای توسعه‌یافته قلمداد می‌شود (کریستین ردکر و ایو پونی، ۲۰۱۷)؛ که به تبع آن می‌توان این شایستگی را برای معلمان کشورمان نیز ضروری دانست، با وجود اهمیت توسعه حرفه‌ای به‌عنوان یکی از مهارت‌های ضروری معلمان در عصر حاضر متأسفانه این شایستگی که یکی از کلیدی‌ترین شایستگی‌های کنونی معلمان کشورمان قلمداد می‌گردد بنا به دلایلی که (زهره جعفری فر، اباصت خراسانی و مرتضی رضایی فر، ۲۰۱۷) بیان می‌کنند در محتواها و برنامه‌های توسعه و پرورش معلمان کشورمان مغفول مانده است و این نادیده‌نگری بر کیفیت یادگیری دانش‌آموزان و روش‌های تدریس مبتنی بر فناوری معلمان تأثیر گذاشته و باعث شده است که برون‌دادهای آموزش‌های رسمی مدارس ما افت محسوسی از نظر کیفی داشته باشند. در این میان با گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تسهیل ایجاد اجتماعات حرفه‌ای یادگیری معلمان، پژوهشگران در این پژوهش به دنبال تبیین ارتباط این اجتماعات در بهبود خودکارآمدی و توسعه حرفه‌ای معلمان هستند.

پیشینه پژوهش

در بررسی پیشینه پژوهش‌های انجام‌گرفته در رابطه با متغیرهای پژوهش می‌توان گفت بیشتر پژوهش‌های داخلی و هم‌خارجی به بررسی اثرپذیری اجتماعات حرفه‌ای یا خودکارآمدی معلمان در بهبود برون‌دادهای آموزشی پرداخته‌اند یا در محیط‌های خارج از محیط آموزشی کشورمان به تبیین رابطه بین این دو متغیر پرداخته‌اند. (حاتمیان و همکاران، ۲۰۱۷) به شناسایی، طراحی و آزمون الگوی پیشایندهای جامعه یادگیرنده حرفه‌ای در مدارس ابتدایی به شیوه پژوهش آمیخته پرداخته‌اند. پیشایندها در پنج بعد شامل رهبری آموزشی، فرهنگ‌سازمانی، یادگیری مشارکتی و ساختار سازمانی با الگوی ارتباطی در مدل مفهومی خاصی شناسایی شدند. (شهره حسین پور طولازدهی، حسن زین آبادی، بیژن عبدالهی و حسین عباسیان، ۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان «مدرسه به‌عنوان جامعه یادگیرنده حرفه‌ای پژوهش محور (یک پژوهش پدیدارنگارانه)» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که شاخص‌های جامعه یادگیرنده حرفه‌ای در قالب پنج بعد ارزش‌ها و باورهای مشترک، معلم یادگیرنده حرفه‌ای، گفتگوها و همکاری‌های حرفه‌ای، یادگیری جمعی و بالاخره ارتباطات و تعاملات و نشانگرهای مربوط به هر بعد تعیین گردید.

در برخی پژوهش‌های دیگر، ضروریات ایجاد جامعه یادگیرنده حرفه‌ای پژوهش محور در مدرسه نیز براساس نتایج حاصل از مصاحبه‌ها تبیین شد که برخی از آن‌ها عبارتند از: باور داشتن به نقش پژوهش و اهمیت آن در فرایند آموزش و یادگیری، تمرکز بر یادگیری جمعی، تقویت گفتگوهای حرفه‌ای بین معلمان و کارکنان، تعامل حمایتی مدیر مدرسه، ارتباط مستمر با مراکز علمی.

(جی ام استین، ۲۰۱۷)^۱ پژوهشی با عنوان «توسعه حرفه‌ای معلمان از طریق همکاری در جوامع یادگیری حرفه‌ای» انجام داد. نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش نشان داد که مدارس می‌توانند از طریق ترویج همکاری، یادگیری تیمی و گفت‌وگو در میان کارکنان، ایجاد فرصت‌های یادگیری مداوم، ایجاد سیستم برای یادگیری و به اشتراک‌گذاری یادگیری، از یادگیری معلم و توسعه حرفه‌ای او حمایت کنند

(استین، ۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان یادگیری حرفه‌ای در میان رهبران مدرسه در آموزش متوسطه: تأثیر عوامل فردی و عوامل شرح کار انجام دادند. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که خودکارآمدی به‌طور مثبت تمام چهار فعالیت

¹ Christine Redecker & Yves Punie, 2017

² GM Steyn, 2017

آموزشی را پیش‌بینی کرد. نتایج همچنین نشان داد که حمایت اجتماعی دارای تأثیر دوگانه می‌باشد: پیش‌بینی مثبتی از یادگیری اجتماعی داشت و یادگیری فردی را به‌صورت منفی پیش‌بینی کرد. در نهایت، نتایج نشان داد که خودکارآمدی دارای نقش واسطه‌ای در رابطه بین محیط مدرسه و یادگیری حرفه‌ای است.

وجه متمایز این پژوهش با بیشتر پژوهش‌های انجام‌گرفته در این مورد این است که در این پژوهش علاوه بر تبیین میزان تأثیرگذاری اجتماعات حرفه‌ای یادگیری معلمان با بهبود خودکارآمدی آنان در محیط‌های آموزشی کشورمان، به بررسی نقش یک متغیر سوم با عنوان توسعه حرفه‌ای نیز پرداخته‌شده است تا ضمن بررسی مداخله‌ای این متغیر، اهمیت و ضرورت اجتماعات حرفه‌ای یادگیری معلمان برای ارتقای مهارت خودکارآمدی آنان بیشتر موردتوجه قرار گیرد و همچنین به بررسی این مورد پرداخته شود که آیا می‌توان با تمرکز بر اجتماعات یادگیری معلمان به بهبود توسعه حرفه‌ای و نیز خودکارآمدی معلمان کمک کرد؟ لذا مهم‌ترین سؤالات این پژوهش را می‌توان به‌صورت زیر بیان نمود:

- به چه میزان بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای با توسعه حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان رابطه وجود دارد؟
- به چه میزان توسعه حرفه‌ای در رابطه بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان مدارس می‌تواند نقش میانجی را ایفا کند؟

روش‌شناسی

این تحقیق، از حیث هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از جنبه روش پژوهش، جزء پژوهش‌های توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری در این بخش شامل کلیه معلمان مشغول به تحصیل در سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹ شهر سنجندج ۵۰۴۰ نفر بودند که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و براساس جدول نمونه‌گیری مورگان ۳۳۷ نفر به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند.

جدول ۱. جامعه و نمونه آماری (معلمان شهر سنجندج)

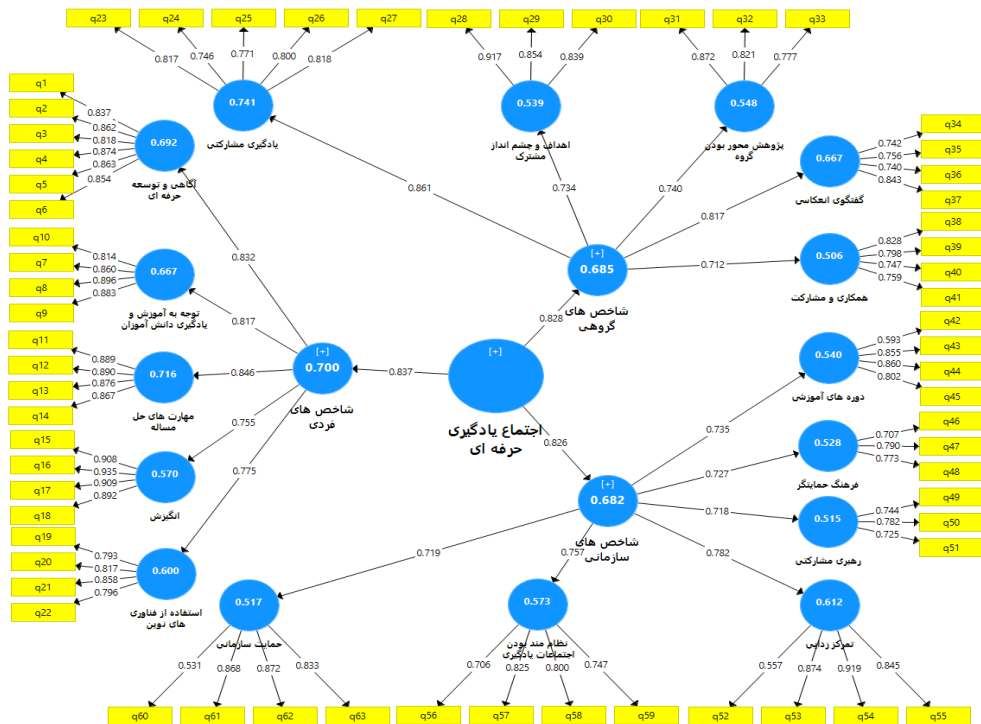
نمونه	جامعه	ناحیه آموزشی
۱۹۲	۲۹۶۳	ناحیه اول
۱۴۵	۲۰۷۷	ناحیه دوم

ابزار پژوهش، شامل پرسش‌نامه‌های زیر بود:

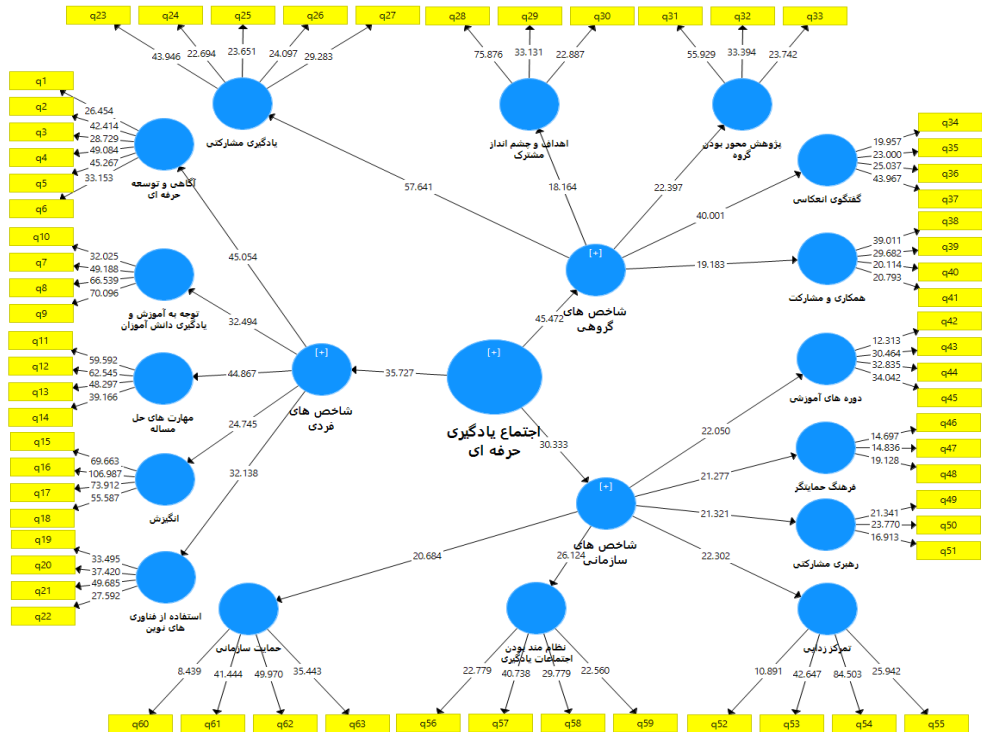
۱- پرسش‌نامه‌های اجتماع یادگیری حرفه‌ای معلمان: این پرسش‌نامه براساس یافته‌های بخش کیفی تدوین و اعتباریابی شد که شامل ۶۳ سؤال بود و سه شاخص اصلی فردی، گروهی و سازمانی اجتماع یادگیری حرفه‌ای معلمان را در برداشت (شایان ذکر است که نتایج این پژوهش قسمتی از رساله دکتری محقق می‌باشد که به روش آمیخته اکتشافی انجام گردید و در این مرحله صرفاً نتایج بخش کمی آمده است). شاخص‌های فردی شامل ۲۲ سؤال بود که مؤلفه‌های آگاهی و توسعه حرفه‌ای، توجه به آموزش و یادگیری دانش‌آموزان، مهارت‌های حل مسئله، انگیزش و استفاده از فناوری‌های نوین را شکل می‌داد. شاخص‌های گروهی شامل ۱۹ سؤال بود که مؤلفه‌های یادگیری مشارکتی، اهداف و چشم‌انداز مشترک، پژوهش‌محور بودن گروه، گفتگوی انعکاسی و همکاری و مشارکت را شکل می‌داد و شاخص‌های سازمانی شامل ۲۲ سؤال بود که مؤلفه‌های دوره‌های آموزشی، فرهنگ حمایتگر، رهبری مشارکتی، تمرکززدایی، نظام‌مند نکردن اجتماعات یادگیری و حمایت سازمانی را شکل می‌داد.

۲- پرسش‌نامه خودکارآمدی: برای سنجش خودکارآمدی معلمان در این پژوهش از پرسش‌نامه خودکارآمدی معلمان اسپانن-موران و وولفولک (۲۰۰۱) که شامل ۲۴ گزاره و سه مؤلفه درگیر کردن فراگیران، روش‌های

- تدریس و مدیریت رده است، استفاده می‌شود. درگیر کردن فراگیر سؤالات ۲-۴-۹-۱۲-۱۴-۲۲، راهبردهای آموزشی سؤالات ۷-۸-۱۰-۱۱-۱۷-۱۸-۲۰-۲۳-۲۴، مدیریت کلاس سؤالات ۱-۳-۵-۱۳-۱۵-۱۶-۱۹-۲۱.
- ۳- پرسش‌نامه توسعه حرفه‌ای معلمان: برای سنجش توسعه حرفه‌ای معلمان در این پژوهش از پرسش‌نامه ادراک از توسعه حرفه‌ای چامبرلین استفاده شد. در ادامه، روایی و پایایی هریک از ابزارهای پژوهش ارائه شده است.
- ۴- برای بررسی روایی در بخش کمی از تحلیل عاملی تأییدی و برای بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب استفاده گردید.
- مدل اندازه‌گیری متغیر اجتماع یادگیری حرفه‌ای در حالت بار عاملی سؤالات شکل (۱) و حالت ضرایب معناداری سؤالات شکل (۲) آورده شده است.

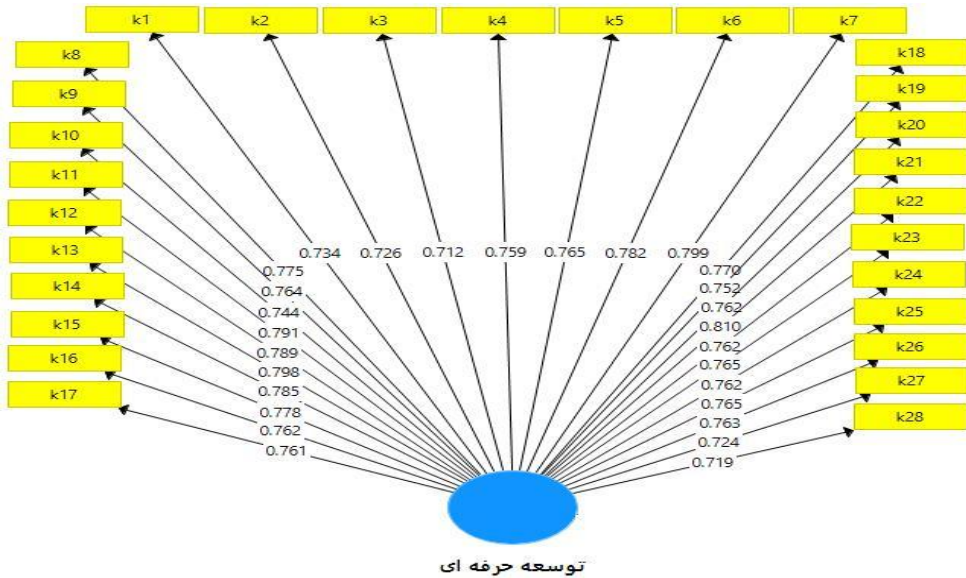


شکل ۱. مدل اندازه‌گیری اجتماع یادگیری حرفه‌ای در حالت تخمین ضرایب استاندارد (بارهای عاملی)

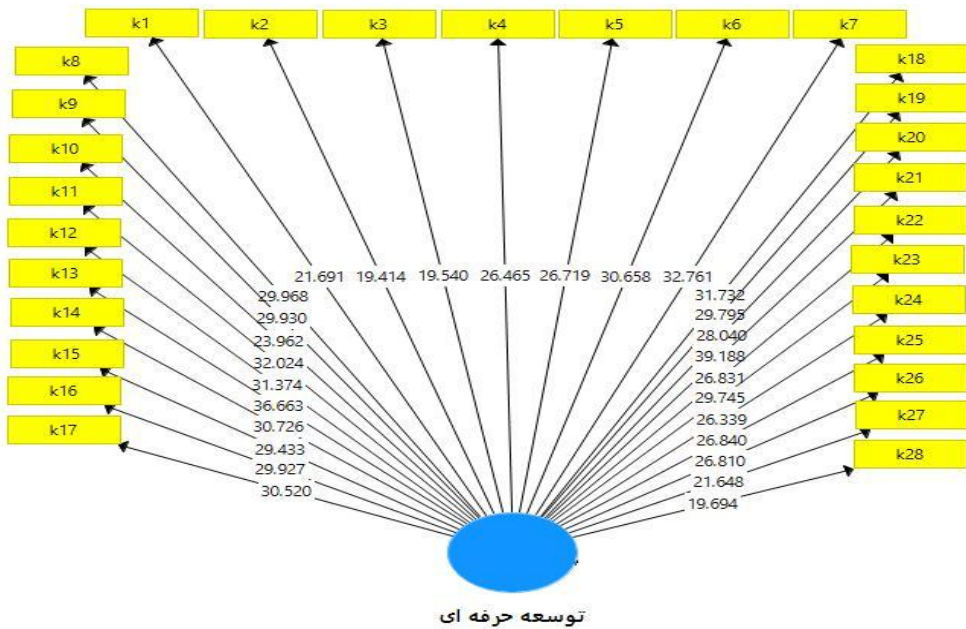


شکل ۲. مدل اندازه گیری اجتماع یادگیری حرفه ای در حالت معناداری ضریب

با توجه به نتایج ارائه شده در شکل ۱ و ۲ تمام ضرایب مسیر استاندارد شده (بار عاملی) بین نشانگرها و شاخص های اجتماع یادگیری حرفه ای بالاتر از ۰/۵ می باشد و همچنین تمامی ضرایب بین شاخص ها با متغیر اجتماع یادگیری حرفه ای و نیز شاخص ها با ابعاد ضرایب مسیر بالاتر از ۰/۵ و مقدار t نیز بالاتر از ۱/۹۶ به دست آمد. مدل اندازه گیری متغیر توسعه حرفه ای در حالت بار عاملی سوالات شکل (۳) و حالت ضرایب معناداری سوالات شکل (۴) آورده شده است.

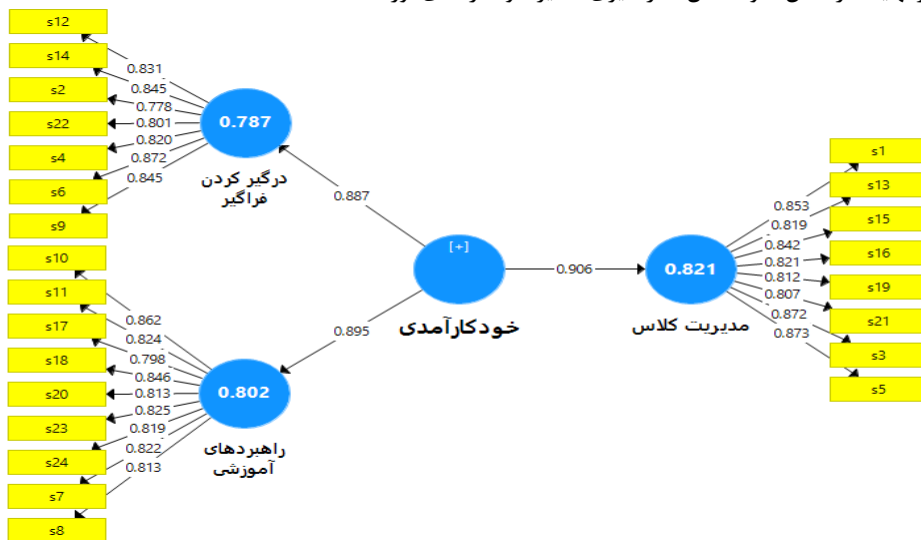


شکل ۳. مدل اندازه‌گیری متغیر توسعه حرفه‌ای در حالت تخمین ضرایب استاندارد (بارهای عاملی)

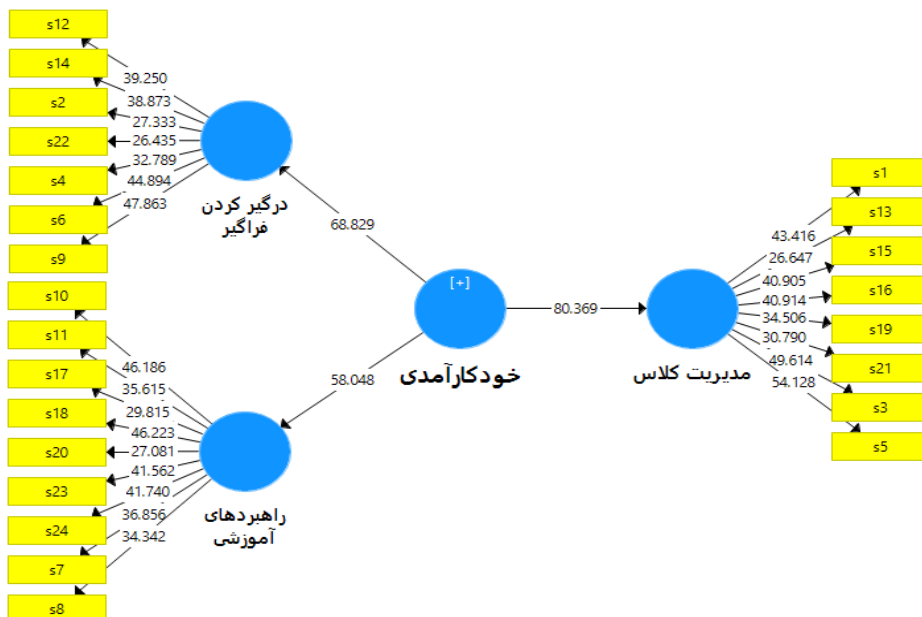


شکل ۴. مدل اندازه‌گیری توسعه حرفه‌ای در حالت معناداری ضریب

در نهایت در شکل ۵ و ۶ مدل اندازه‌گیری متغیر خودکارآمدی آورده شده است.



شکل ۵. مدل اندازه‌گیری خودکارآمدی در حالت تخمین ضرایب استاندارد (بارهای عاملی)



شکل ۶. مدل اندازه‌گیری خودکارآمدی در حالت معناداری ضریب

با توجه به نتایج ارائه شده تمام ضرایب مسیر استاندارد شده (بار عاملی) بین نشانگرها و شاخص‌های خودکارآمدی بالاتر از ۰/۵ هستند و همچنین تمامی ضرایب بین ابعاد با متغیر خودکارآمدی، ضرایب مسیر بالاتر از ۰/۵ و مقدار t نیز بالاتر از ۱/۹۶ می‌باشند.

برای بررسی پایایی ابزار پژوهش از مقادیر ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب استفاده گردید.

جدول ۲. نتایج ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان تحقیق

پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	ابعاد		
۰/۹۴	۰/۹۲	آگاهی و توسعه حرفه‌ای	شاخص‌های فردی	اجتماع یادگیری حرفه‌ای
۰/۹۲	۰/۸۸	توجه به آموزش و یادگیری دانش‌آموزان		
۰/۹۳	۰/۹۰	مهارت‌های حل مسئله		
۰/۹۵	۰/۹۳	انگیزش		
۰/۸۸	۰/۸۳	استفاده از فناوری‌های نوین		
۰/۹۵	۰/۹۴	کل	شاخص‌های گروهی	
۰/۸۹	۰/۸۵	یادگیری مشارکتی		
۰/۹۰	۰/۸۴	اهداف و چشم‌انداز مشترک		
۰/۸۶	۰/۷۶	پژوهش محور بودن گروه		
۰/۸۵	۰/۷۷	گفتگوی انعکاسی		
۰/۸۶	۰/۷۹	همکاری و مشارکت	شاخص‌های سازمانی	
۰/۹۲	۰/۹۱	کل		
۰/۸۶	۰/۷۸	دوره‌های آموزشی		
۰/۸۰	۰/۶۲	فرهنگ حمایتگر		
۰/۷۹	۰/۶۲	رهبری مشارکتی		
۰/۸۸	۰/۸۱	تمرکززدایی	خودکارآمدی	
۰/۸۵	۰/۷۷	نظام‌مند کردن اجتماعات یادگیری		
۰/۸۶	۰/۷۸	حمایت سازمانی		
۰/۹۱	۰/۹۰	کل		
۰/۹۶	۰/۹۵	کل اجتماع یادگیری حرفه‌ای		
۰/۹۵	۰/۹۴	درگیر کردن فراگیر	خودکارآمدی	
۰/۹۵	۰/۹۳	راهبردهای آموزشی		
۰/۹۶	۰/۹۶	مدیریت کلاس		
۰/۹۳	۰/۹۲	کل		

ابعاد	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
-	۰/۹۶	۰/۹۷

توسعه حرفه‌ای

با توجه به این که مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است و این معیارها در مورد متغیرهای مکنون اجتماعات یادگیری حرفه‌ای، خودکارآمدی و توسعه حرفه‌ای و مؤلفه‌های آن‌ها مقدار مناسبی را اتخاذ کرده‌اند؛ پس می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید کرد.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمی، علاوه کاربست شاخص‌های آمار توصیفی همچون جداول و توزیع فراوانی و از شاخص‌های آمار استنباطی نظیر ضریب همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری به منظور تأیید یا رد فرضیه‌ها، استفاده گردید. در پژوهش حاضر از مدل معادلات ساختاری رویکرد آماری جامعی برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط بین متغیرهای مشاهده شده و متغیرهای مکنون استفاده شد. تجزیه و تحلیل با استفاده از نرم‌افزار SPSS23 و SMART PLS2 صورت پذیرفت.

یافته‌ها

مشخصات جمعیت‌شناختی نمونه آماری پژوهش در این مطالعه در نمونه ۳۳۷ نفری در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. توزیع پاسخگویان بر اساس متغیرهای جمعیت‌شناختی

متغیر	سطح	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۱۴۸	۴۳/۹
	مرد	۱۸۹	۵۶/۱
	مجموع	۳۳۷	۱۰۰
تحصیلات	کاردانی	۲۲	۶/۵
	کارشناسی	۲۳۸	۷۰/۶
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۷۷	۲۲/۹
سنوات	مجموع	۳۳۷	۱۰۰
	کمتر از ۱۰ سال	۱۳۵	۴۰/۱
	۱۰ تا ۲۰ سال	۱۱۴	۳۳/۸
	بیشتر از ۲۱ سال	۸۸	۲۶/۱
	مجموع	۳۳۷	۱۰۰

براساس نتایج ارائه شده در جدول (۳) مشاهده می‌شود که از بین نمونه پژوهش، معلمان مرد با ۱۸۹ نفر (۴۳/۹ درصد) و معلمان زن با ۱۴۸ نفر (۴۳/۹ درصد) نمونه پژوهش را تشکیل داده‌اند. از جنبه تحصیلات بیشترین فراوانی، مربوط به تحصیلات کارشناسی است که ۲۳۸ نفر (۷۰/۶ درصد) و کمترین فراوانی، مربوط به تحصیلات کاردانی با ۲۲ نفر (۶/۵ درصد) از معلمان می‌باشد. همچنین تعداد ۷۷ نفر (۲۲/۸ درصد) از نمونه پژوهش نیز دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر بوده‌اند و از جنبه سنوات کاری بیشترین فراوانی، مربوط به سنوات کاری کمتر از ۱۰ سال با

تعداد ۱۳۵ نفر (۴۰/۱) و کمترین فراوانی مربوط به سنوات کاری بالای ۲۱ سال با تعداد ۸۸ نفر (۲۶/۱) درصد) بود. همچنین تعداد ۱۱۴ نفر (۳۳/۸) درصد) از معلمان نمونه پژوهش بین ۱۰ تا ۲۰ سال سنوات کاری داشته‌اند. در ادامه برای بررسی تحلیل داده‌ها و فرضیات پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است.

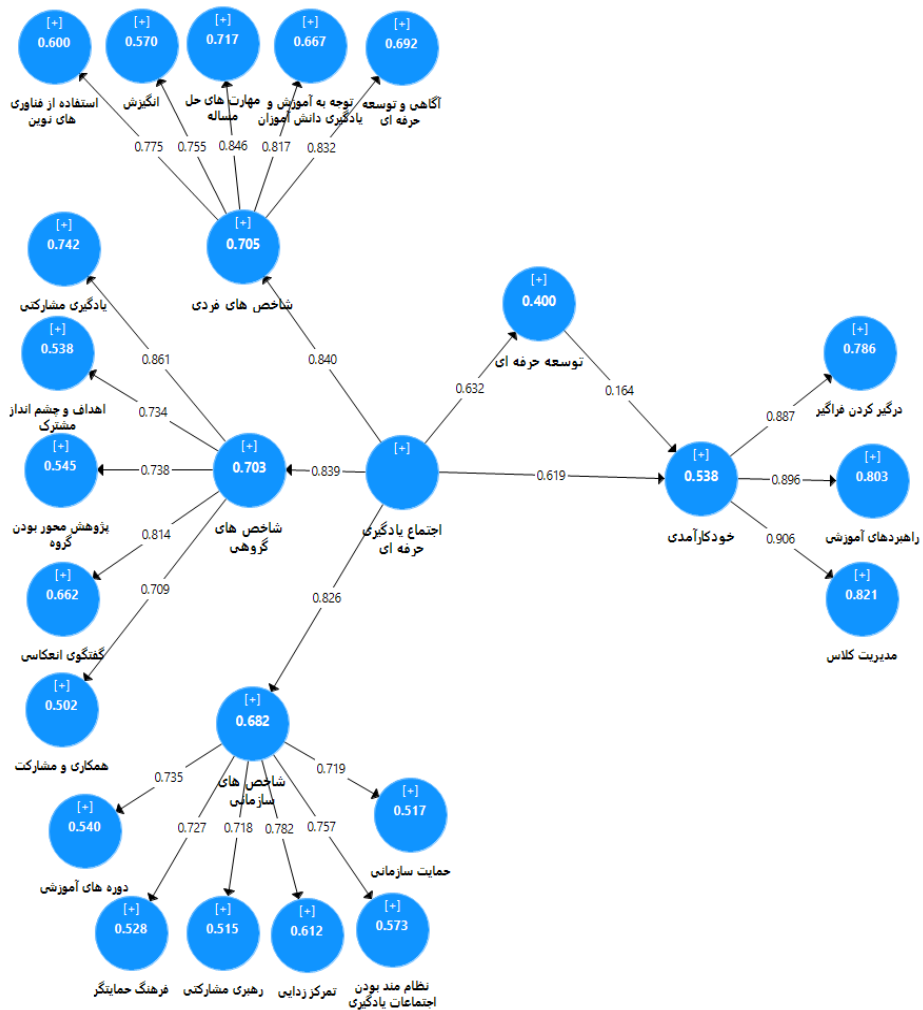
جدول ۴. آزمون همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
اجتماع یادگیری حرفه‌ای	۱								
شاخص‌های فردی	**۰/۷۸۷	۱							
شاخص‌های گروهی	**۰/۸۴۷	**۰/۴۷۹	۱						
شاخص‌های سازمانی	**۰/۸۷۱	**۰/۵۰۱	**۰/۶۵۸	۱					
خودکارآمدی	**۰/۷۱۸	**۰/۶۰۳	**۰/۵۶۷	**۰/۶۲۶	۱				
درگیر کردن فراگیر	**۰/۶۳۳	**۰/۵۳۴	**۰/۵۰۱	**۰/۵۴۸	**۰/۶۳۳	۱			
راهبردهای آموزشی	**۰/۶۴۳	**۰/۵۰۷	**۰/۵۳۲	**۰/۵۷۰	**۰/۶۴۳	**۰/۵۱۴	۱		
مدیریت کلاس	**۰/۶۵۲	**۰/۵۸۳	**۰/۴۸۸	**۰/۵۶۱	**۰/۶۵۲	**۰/۴۸۴	**۰/۹۰۳	۱	
توسعه حرفه‌ای	**۰/۶۳۴	**۰/۴۸۱	**۰/۵۲۷	**۰/۵۷۷	**۰/۵۵۳	**۰/۴۸۶	**۰/۵۱۴	**۰/۴۸۴	۱

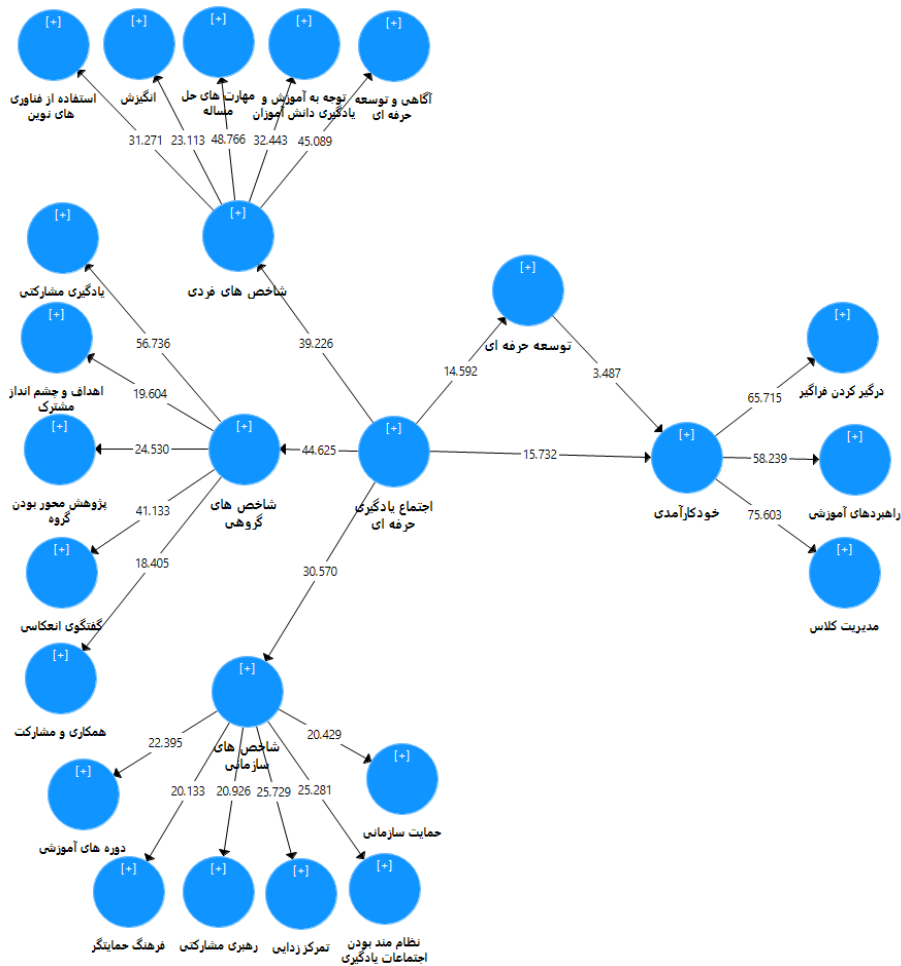
** همبستگی در سطح کمتر از ۰/۰۱

طبق نتایج جدول (۴) اجتماع یادگیری حرفه‌ای با رفتار خودکارآمدی به مقدار ($r = 0.718$, $sig = 0.001$) رابطه مستقیم و مثبت دارند. شاخص‌های فردی، گروهی و سازمانی اجتماع یادگیری حرفه‌ای با خودکارآمدی به ترتیب به مقادیر ($r = 0.603$, $sig = 0.001$)، ($r = 0.567$, $sig = 0.001$) و ($r = 0.626$, $sig = 0.001$) ارتباط مستقیم و مثبت دارند. همچنین طبق نتایج جدول ۴ اجتماع یادگیری حرفه‌ای با رفتار توسعه حرفه‌ای به مقدار ($r = 0.634$, $sig = 0.001$) رابطه مستقیم و مثبت دارند. همچنین شاخص‌های فردی، گروهی و سازمانی اجتماع یادگیری حرفه‌ای با توسعه حرفه‌ای به ترتیب به مقادیر ($r = 0.481$, $sig = 0.001$)، ($r = 0.527$, $sig = 0.001$) و ($r = 0.577$, $sig = 0.001$) ارتباط مستقیم و مثبت دارند.

در ادامه برای بررسی نقش میانجی توسعه حرفه‌ای در رابطه بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان از مدل معادلات ساختاری استفاده گردید که نتایج آن در ادامه آمده است.



شکل ۷. بررسی مدل ساختاری پژوهش در حالت ضرایب مسیر



شکل ۸. بررسی مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری

برازش مدل

نتایج روایی و اگر نشان داد که تمامی مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای متغیرهای مکنون و مؤلفه‌های آن‌ها از ۰/۴ بیشتر می‌باشد؛ برای متغیرهای مکنون و مؤلفه‌های آن‌ها مقدار پایایی ترکیبی (CR) از AVE بیشتر می‌باشد؛ بارهای عملی برای تمام سؤالات معنادار می‌باشد (در قسمت‌های قبلی توضیح داده شد)؛ ضرایب معناداری (مقادیر t-values) برای تمام سؤالات معنادار می‌باشد (در قسمت‌های قبلی توضیح داده شد).

می‌توان بیان کرد که مدل اندازه‌گیری از روایی همگرای مناسبی برخوردار است. معیار دوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی و اگر است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد، اندازه‌ای است که یک سازه به‌درستی از سایر سازه‌ها با معیارهای تجربی متمایز می‌شود. بنابراین تحقق روایی افتراقی نشان می‌دهد که سازه منحصر به فرد بوده و پدیده احاطه‌شده به‌وسیله سایر سازه‌های مدل نشان داده نمی‌شود که در PLS از طریق

آزمون فورنل-لارکر سنجیده می‌شود: در پژوهش حاضر مقدار جذر متغیرهای مکنون (متغیرهای اصلی) که در خانه‌های AVE موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی قرار دارند، بیشتر است.

پس از بررسی روایی و اگر از طریق ماتریس بارهای عرضی معرفیها و همچنین ماتریس روایی و اگر با روش فورنل-لارکر در پژوهش حاضر، می‌توان اظهار داشت که سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر، به بیان دیگر روایی و اگر ای مدل در حد مناسبی است. معیار دیگر برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. مقدار R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شود که نتایج نشان داد مقدار R^2 برای سازه‌های پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، قوی بودن برازش مدل ساختاری را تأیید می‌سازد.

مقدار GOF (برازش مدل کلی) هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{\overline{communalities} \times \overline{R^2}}$$

$\overline{Communalities}$ از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به‌دست آمده می‌آید.

جدول ۵. نتایج برازش مدل کلی

GOF	$\overline{R^2}$	$\overline{Commuality}$
۰/۵۷۴	۰/۶۳۴	۰/۵۲۰
$GOF = \sqrt{0.634 \times 0.520} = 0.574$		

با توجه به مقدار به‌دست‌آمده برای GOF به میزان ۰/۵۵۹، برازش بسیار مناسب و قوی مدل کلی تأیید می‌شود. جدول زیر به بررسی هدف اصلی پژوهش، نقش میانجی توسعه حرفه‌ای در رابطه بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان پرداخته است.

جدول ۶. تحلیل داده مرتبط با سؤال دوم پژوهش

نتیجه	سطح معناداری	ضریب مسیر غیرمستقیم	ضریب مسیر مستقیم	جهت سؤال	اجتماع یادگیری حرفه‌ای
تأیید	۱۵/۷۳۲	۰/۱۰۳	۰/۶۱۹	<--	خودکارآمدی
تأیید	۱۴/۵۹۲	-	۰/۶۳۲	<--	توسعه حرفه‌ای
تأیید	۳/۴۸۷	-	۰/۱۶۴	<--	خودکارآمدی

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که ضریب مسیر اجتماع یادگیری حرفه‌ای با خودکارآمدی و توسعه حرفه‌ای به ترتیب ۰/۶۱۹ و ۰/۶۳۲ می‌باشد و تی معناداری به ترتیب ۱۵/۷۳۲ و ۱۴/۵۹۲ که حاکی از معناداری روابط بین این متغیرها داشت. همچنین ضریب مسیر توسعه حرفه‌ای بر خودکارآمدی ۰/۱۶۴ و تی معناداری ۳/۴۸۷ بود که حاکی از معناداری روابط بین این دو متغیر داشت. در نهایت ضریب غیرمستقیم اجتماع یادگیری حرفه‌ای بر خودکارآمدی با نقش میانجی توسعه حرفه‌ای ۰/۱۰۳ بود که این رابطه نیز معنادار بود و اثر کل رابطه اجتماع یادگیری حرفه‌ای با نقش میانجی توسعه حرفه‌ای بر خودکارآمدی معلمان در مجموع $\{0/619 + (0/164 * 0/722) = 0/722\}$ به دست آمد.

یافته‌ها نشان می‌دهند که برای تقویت خودکارآمدی معلمان در محیط‌های آموزشی ناپایدار کنونی می‌توان بر تشکیل اجتماعات یادگیری و توسعه این اجتماعات و ایجاد شبکه‌سازی بین این اجتماعات بر اساس میزان معناداری به دست آمده در تحلیل داده‌ها تمرکز کرد؛ زیرا ارتباط مستقیم با درجه معناداری بالا بین گسترش اجتماعات حرفه‌ای معلمان و ارتقای خودکارآمدی آنان وجود دارد. همچنین یافته‌های حاصل از برازش مدل پژوهش این اطمینان را به ما می‌دهد که توسعه حرفه‌ای معلمان و آگاهی از تجربیات آموزشی همکاران و پی بردن به نقاط ضعف خویش از راه شرکت در اجتماعات یادگیری حرفه‌ای، امکان‌پذیر است و رابطه معناداری بین این دو موضوع وجود دارد. یکی از یافته‌های جالب پژوهش، تبیین ارتباط بین خودکارآمدی و توسعه حرفه‌ای معلمان است؛ در واقع می‌توان گفت که این دو مهارت اساسی برای معلمان از همدیگر نیز تأثیرپذیر هستند و تقویت یکی از آن‌ها باعث ارتقای دیگری می‌گردد.

بحث و تبیین یافته‌ها

هدف از پژوهش حاضر، نقش میانجی توسعه حرفه‌ای در رابطه بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان مدارس شهر سنجند می‌باشد. با در نظر گرفتن محدودیت‌هایی که در انجام پژوهش وجود داشتند مانند جدید بودن موضوع و نبودن پیشینه قوی در این باره، تلاش شرکت‌کنندگان به ارائه تصویری مطلوب از خویشتن و فاصله گرفتن از واقعیت، محدود بودن جامعه مورد پژوهش به معلمان یکی از مراکز استان‌های کشورمان می‌توان اطمینان داشت که نتایج به دست آمده قابلیت بحث و تعمیم‌پذیری نسبتاً بالایی به نظام آموزش رسمی کشورمان دارند.

در تبیین نتایج به دست آمده می‌توان بیان داشت که لازمه موفقیت تلاش‌های انجام شده در زمینه بهسازی آموزش و پرورش، توسعه حرفه‌ای و افزایش دانش و مهارت معلمان است. یکی از عواملی که می‌تواند تأثیر بسیار مثبت و مؤثری در بهبود سطح توسعه حرفه‌ای معلمان داشته باشد، اجتماع یادگیری حرفه‌ای می‌باشد. اجتماع یادگیری حرفه‌ای زمانی که به درستی فعالیت خود را انجام دهد باعث می‌شود که دانش و معلومات زیادی وارد این اجتماعات شود و معلمان بتوانند از این دانش و معلومات ارائه شده استفاده کنند و با توجه به آن نسبت به رفع نواقص خود اقدام نمایند و جنبه‌های مختلف را در خود توسعه و رشد دهند. همین امر سبب می‌گردد تا معلمان بتوانند به توسعه حرفه‌ای دست پیدا کنند. از سوی دیگر دانشی که در اجتماعات یادگیری حرفه‌ای ارائه می‌شود اولاً مرتبط با شغل معلمی می‌باشد و می‌تواند تمام جنبه‌های که در ارتباط با رفتار معلمان در کلاس درس می‌باشد را پوشش بدهد و دوم اینکه مطالب ارائه شده جدید و نو می‌باشد و مطابق با دانش روز می‌باشد که همین امر سبب می‌گردد معلمان در این اجتماعات به راحتی بتوانند به رشد و پیشرفت دست پیدا کنند. لذا با توجه به مطالبی که بیان گردید می‌توان بیان داشت که بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و توسعه حرفه‌ای معلمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و هرچه این اجتماعات تقویت شوند، معلمانی خواهیم داشت که دارای دانش و معلومات مناسب و به‌روز خواهند که این امر می‌تواند زمینه رشد و پیشرفت دانش‌آموزان و جامعه را نیز مهیا کند.

زمانی که معلمان در این اجتماعات شرکت می‌کنند دانش و معلومات زیادی به آن‌ها منتقل می‌شود که این سبب می‌گردد معلمان تسلط بیشتری بر فعالیت‌های خود پیدا کنند و با اعتمادبه‌نفس بیشتری در کلاس درس حاضر شوند که همین امر خود سبب بهبود وضعیت خودکارآمدی در معلمان خواهد شد و معلمان را با توانایی‌های خود آشنا خواهد

کرد. جنبه دیگری که لازم است به آن توجه شود این است زمانی که معلمان در اجتماعات یادگیری حرفه‌ای شرکت می‌کنند با مشکلات خود آشنا می‌شوند و مشکلاتی را که دارند در این اجتماعات ارائه می‌دهند و برای آن‌ها به دنبال راه‌حل می‌گردند، حال زمانی که مشکلات معلمان در کلاس درس حل شود معلمان روحیه مناسب برای امر تدریس را به دست خواهند آورد و در راستای رشد و بهبود توانایی‌های خود اقدام خواهند کرد که همین امر زمینه‌ساز رشد خودکارآمدی آن‌ها خواهد گردید. لذا با توجه به مطالبی که بیان گردید می‌توان بیان داشت که بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و شرکت معلمان در این اجتماعات زمینه‌ساز خودکارآمدی آن‌ها خواهد بود.

هرچه یک معلم در زمینه فعالیت خود که همانا امور به تدریس و مدیریت کلاس درس می‌باشد توانایی بیشتری داشته باشد و بتواند کلاس درس خود را به شکل مناسبی اداره کند و اطلاعات و دانش لازم را در اختیار دانش‌آموزان خود قرار دهد، خود نیز به تبع آن، رشد و پیشرفت خواهد داشت و به دانش و توانایی‌های خود واقف خواهد شد و توانمندی‌های خود را بروز خواهد داد. به عبارتی، هرچه سطح توسعه حرفه‌ای معلمان افزایش یابد و معلمان رشد و پیشرفت کنند، جنبه‌های نهان خود را بیشتر خواهند شناخت و زمینه مناسب برای بروز آن‌ها را فعال خواهند کرد؛ بنابراین با توجه به مطالب بیان شده قابل قبول است که بین توسعه حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان مدارس، رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد. از سوی دیگر نیز می‌توان این‌گونه بیان داشت تا زمانی که معلم در کار خود حرفه‌ای نشده باشد و دانش لازم را کسب نکرده باشد توانایی اداره کلاس را به شکل مناسبی نخواهد داشت؛ زیرا دانش و معلومات مناسب را که لازمه اداره کلاس می‌باشد ندارد. این امر خود سبب می‌گردد تا سطح خودکارآمدی معلمان کاهش یابد و نتوانند از توانایی‌های خود استفاده مناسب کنند.

نتیجه‌گیری

نتایج به‌دست‌آمده از بررسی فرضیات پژوهش نشان داد که بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و توسعه حرفه‌ای معلمان مدارس شهرستان سنندج، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همسو بود. نتایج همچنین نشان داد که بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان مدارس شهرستان سنندج رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. سایر نتایج نشان داد که بین توسعه حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان مدارس شهرستان سنندج نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نهایتاً نتایج نشان داد که توسعه حرفه‌ای در رابطه بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان می‌تواند نقش میانجی را ایفا کند. بر این اساس می‌توان گفت که اجتماع یادگیری حرفه‌ای به دلیل نحوه فعالیت که دارد زمینه‌ساز رشد و پیشرفت معلمان خواهد بود و هرچه معلمان در این اجتماعات فعالیت بیشتری داشته باشند زمینه رشد و پیشرفت خود را فراهم خواهند کرد که این امر سبب می‌گردد تا معلمان توانایی‌های نهفته خود را بشناسند و در راستای تقویت آن‌ها اقدام کنند، در این رابطه برخی عوامل می‌توانند تأثیرگذار باشند و نقش میانجی را ایفا کنند، یکی از این عوامل توسعه حرفه‌ای معلمان می‌باشد. توسعه حرفه‌ای به‌صورت مستقیم می‌تواند از اجتماعات یادگیری حرفه‌ای تأثیرپذیر باشد و هرچه این اجتماعات قوی‌تر باشد زمینه برای توسعه حرفه‌ای معلمان بیشتر فراهم خواهد شد و از سوی دیگر هرچه توسعه حرفه‌ای معلمان افزایش یابد، خودکارآمدی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد زیرا از این طریق می‌توانند مشکلات خود را رفع کنند و در راستای بهبود توانایی‌های خود اقدام نمایند؛ بنابراین با توجه به مطالبی که بیان گردید می‌توان بیان داشت که توسعه حرفه‌ای در رابطه بین اجتماع یادگیری حرفه‌ای و خودکارآمدی معلمان مدارس می‌تواند نقش میانجی را ایفا کند و تأثیر اجتماعات یادگیری حرفه‌ای را بر خودکارآمدی معلمان افزایش دهد. با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهاد می‌شود در سطح نظام آموزشی کشور بحث مربوط به شکل‌گیری اجتماعات یادگیری حرفه‌ای، پرنسپل‌تر شود و از طریق دستورالعمل‌های مختلف شرایط برای شکل‌گیری این اجتماعات مهیا شود. همچنین پیشنهاد می‌شود برای بهبود توسعه حرفه‌ای معلمان نظارت مناسبی بر فعالیت معلمان در کلاس‌های درس صورت گیرد که این کار می‌تواند

توسط جمعی از معلمان که مورد تأیید همه اعضا باشد صورت گیرد که این امر از نتایج شکل‌گیری اجتماعات یادگیری حرفه‌ای می‌باشد.

References

- Abdillahi, B., Khabareh, K., & Shirzadegan, M. (2017). Exploratory analysis of the role of school principals in the establishment and consolidation of Based on cooperation professional development ,groups of teachers. *The Journal of New Thoughts on Education*, 13(3), 59-88. <https://doi.org/10.22051/jontoe.2017.11257.1409>
- Akhoondi, F., & Safaei Movahhed, S. (2016). The Effect of Perception of Professional Development on Job Involvement, Job Content Plateau and Job Burnout among Primary School Teachers in Kashan. *Journal of Management and Planning in Educational Systems*, 8(2), 83-104. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=297097>
- Asadian, S., Qasemzadeh, A., & Gholizadeh, H. (2017). The role of ethics and professional competencies on teachers' self-efficacy beliefs. *Ethics in science and technology*, 12(3), 34-44. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=504159>
- Azzazi Seyed, M., & Ebrahimpour, H. (2017). Investigating the role of religiosity in developing the efficiency of Ardabil high school teachers. *School Psychology*, 6(4), 7-24. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=320661>
- Borhani, S., Dehghani, M., & Samadi, P. (2017). Investigating the effect of spiritual intelligence and self-efficacy of teachers on their teaching styles with different demographic characteristics in Rudbar city. *New educational approaches*, 12(1), 25-45. <https://doi.org/10.22108/nea.2017.21749>
- Desimone, L. M. (2009). Improving Impact Studies of Teachers' Professional Development: Toward Better Conceptualizations and Measures. *Educational Researcher*, 38(3), 181-199. <https://doi.org/10.3102/0013189x08331140>
- El-Hmoudova, D. (2015). Self-efficacy for Learning vs ILS Results in a group of English Learning Bachelor Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 199, 563-570. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.548>
- Ford, R. C., & Dickson, D. R. (2012). Enhancing customer self-efficacy in co-producing service experiences. *Business Horizons*, 55(2), 179-188. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.11.005>
- Fu, B., Yan, P., Yin, H., Zhu, S., Liu, Q., Liu, Y., Dai, C., Tang, G., Yan, C., & Lei, J. (2016). Psychometric properties of the Chinese version of the Infertility Self-Efficacy Scale. *International Journal of Nursing Sciences*, 3(3), 259-267. <https://doi.org/10.1016/j.ijnss.2016.07.008>
- Gandmi Hassanaroodi, F., & Sajadi, S. M. (2016). Digital Rotation and Its Implications for Teacher Professional Development: Forming Learning Communities among Teachers. *Education Technology (Technology and Education)*, 10(4), 275-291. <http://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=277600>
- Gemeda, F. T., Fiorucci, M., & Catarci, M. (2014). Teachers' professional development in schools: rhetoric versus reality. *Professional Development in Education*, 40(1), 71-88. <https://doi.org/10.1080/19415257.2012.759988>
- Hatamian, J., Zeinabadi, H. R., Abdollahi, B., & Abbassian, H. (2017). Identifying, designing, and testing the progressive patterns of professional learner community in elementary schools:

- A mixed study. *Research in Teacher Education (RTE)*, 1(3), 73-104. http://te-research.cfu.ac.ir/article_545_4e5d5db8adf1aff20e72ff834ae02e8a.pdf
- Hawighorst, M., Schweiker, M., & Wagner, A. (2016). Thermo-specific self-efficacy (specSE) in relation to perceived comfort and control. *Building and Environment*, 102, 193-206. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2016.03.014>
- Hosseinpour Toolazdehi, S., Zeinābadi, H., Abdollahi, B., & Abbāsīān, H. (2017). School as a research-based professional learning community: a phenomenological study. *Educational Innovations*, 16(3), 7-24. http://noavaryedu.oerp.ir/article_79123_7618c9dafed936d127bb1cf84b10f7aa.pdf
- Jafari Far, Z., Khorasani, A., & Rezaeizadeh, M. (2017). Identifying And Ranking Learners' Challenges In A Virtual Human Resource Development Environment. *Journal Of Technology Of Education (Journal Of Technology And Education)*, 11(2), 85-104. <https://www.sid.ir/en/Journal/ViewPaper.aspx?ID=530308>
- Kontaş, H., & Demir, M. (2015). The Effect of Pedagogical Formation Courses upon the Professional Self-efficacy Perception of Pre-service Teachers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 1643-1649. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.816>
- Niko Gofar, M. (2017). Social health and self-efficacy of teachers with emphasis on gender roles. *Social welfare*, 17(64), 255-285. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=359508>
- Niu, H.-J. (2010). Investigating the effects of self-efficacy on foodservice industry employees' career commitment. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 743-750. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.03.006>
- Petersen, K. F., Dufour, S., Hariri, A., Nelson-Williams, C., Foo, J. N., Zhang, X.-M., Dziura, J., Lifton, R. P., & Shulman, G. I. (2010). Apolipoprotein C3 gene variants in nonalcoholic fatty liver disease. *New England Journal of Medicine*, 362(12), 1082-1089. <https://doi.org/10.1056/NEJMoa0907295>
- Pirkmalı, M. A., Momeni Mahmavi, H., & Pakdaman, M. (2013). Investigating the relationship between self-efficacy level of experimental science teachers and motivation, attitude and academic achievement of fifth grade elementary students. *Research in Curriculum Planning (Knowledge and Research in Educational Sciences-Curriculum Planning)*, 10(10), 123-135. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=188336>
- Rahimi Kinchaa, D., Abbaspour, A., Taheri, M., Zaraii Zavaraki, E., & Khorsandi, A. (2021). Challenges of professional development of faculty members of Allameh Tabataba'i University in online teaching. *Technology of Education Journal (TEJ)*, 15(3), 479-490. <https://doi.org/10.22061/jte.2019.5128.2181>
- Redecker, C., & Punie, Y. (2017). *European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu*. P. O. o. t. E. Union. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC107466>
- Seymour, K. (2017). *Shared Leadership, Professional Learning Communities, And Teacher Self-Efficacy: How One Impacts The Other* [Doctor, Middle Tennessee State University]. Murfreesboro, Tennessee. <https://www.proquest.com/openview/808e18b75dba5e4b3b0d32da553a8740/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>
- Steyn, G. (2017). Fostering Teachers' Professional Development Through Collaboration in Professional Learning Communities. In *Teacher Empowerment Toward Professional Development and Practices*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-4151-8_16

- Tan, A.-L., Chang, C.-H., & Teng, P. (2015). Tensions and Dilemmas in Teacher Professional Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 1583-1591. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.808>
- Turner, J. C., Christensen, A., Kackar-Cam, H. Z., Fulmer, S. M., & Trucano, M. (2018). The Development of Professional Learning Communities and Their Teacher Leaders: An Activity Systems Analysis. *Journal of the Learning Sciences*, 27(1), 49-88. <https://doi.org/10.1080/10508406.2017.1381962>
- Veelen, R. v., Slegers, P. J. C., & Endedijk, M. D. (2017). Professional Learning Among School Leaders in Secondary Education: The Impact of Personal and Work Context Factors. *Educational Administration Quarterly*, 53(3), 365-408. <https://doi.org/10.1177/0013161x16689126>
- Wilson, A. (2016). From Professional Practice to Practical Leader: Teacher Leadership in Professional Learning Communities. *International Journal of Teacher Leadership*, 7(2), 45-62. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1137497>



Employment and Retention of Human Resources in Education in Less Developed Areas: Ethnographic Research

Amjad Kazemi¹, Naser Shirbagi^{2*} , Mohammad Amjad Zabardast³

¹PhD Student in Educational Administration, Department of Education, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

²Professor, Department of Education, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

³Assistant Professor, Department of Education, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

ARTICLE INFO

Received: 11.05.2020

Revised: 01.20.2021

Accepted: 02.16.2021

Keyword:

Employment
Retention
Ethnography
Less developed regions

***Corresponding Author:**

Naser Shirbagi

Email: Nshirbagi@uok.ac.ir

ABSTRACT

The issue of employment and retention of human resources in education, particularly in less developed areas is one of the factors of success of the education system. The purpose of this study was to identify and explain cultural factors and new or effective methods in the methods of employment and retention of human resources in less developed areas of education and training for equitable access to facilities and training forces in all areas. An ethnographical research method was employed. The statistical population of this study included teachers in Kurdistan Province who were selected through purposive sampling of 20 teachers from different educational areas to achieve theoretical saturation and information was collected through interviews. The findings of the qualitative analysis showed that six main categories including altruism, socio-occupational identity, inequality and discrimination, corruption, creating favorable support structures and job requirements were important factors that could affect teachers' desire to remain. In conclusion, based on the results, it can be argued that in order to solve the problems in employing and retaining teachers in less developed areas, administrative and systemic problems should be corrected and more social and welfare support should be provided to teachers.





شاپای الکترونیکی: ۲۵۳۸-۴۴۳۰

شاپای چاپی: ۲۳۸۲-۹۷۹۶

مقاله پژوهشی

استخدام و ماندگاری نیروی انسانی در آموزش و پرورش مناطق کمتر توسعه یافته: پژوهشی قوم‌نگارانه

امجد کاظمی^۱، ناصر شیربگی^{۲*}، محمد امجد زبردست^۳

- ۱- دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
- ۲- استاد، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.
- ۳- استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۸/۱۵</p> <p>بازنگری مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۰۱</p> <p>پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸</p> <p>کلید واژگان: ماندگاری قوم‌نگاری نیروی انسانی مناطق کمتر توسعه یافته</p> <p>*نویسنده مسئول: ناصر شیربگی پست الکترونیکی: nshirbagi@uok.ac.ir</p>	<p>مسئله استخدام و ماندگاری نیروی انسانی در آموزش و پرورش به خصوص در مناطق کمتر توسعه یافته، یکی از عوامل موفقیت نظام آموزشی است. هدف این پژوهش، شناسایی و تبیین عوامل فرهنگی و شیوه‌های جدید یا جانشین مؤثر در شیوه‌های استخدام و ماندگاری نیروی انسانی در مناطق کمتر توسعه یافته آموزش و پرورش برای دستیابی عادلانه همه مناطق به امکانات و نیروهای آموزشی است. روش این پژوهش، قوم‌نگاری است. جامعه این پژوهش، معلمان استان کردستان است که از طریق نمونه‌گیری هدفمند ۲۰ نفر از معلمان نواحی مختلف آموزشی تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب شده‌اند و اطلاعات از طریق مصاحبه، جمع‌آوری شده است. نتایج حاصل از تحلیل‌های کیفی نشان می‌دهد که شش مقوله اصلی و مهم شامل نوع‌دوستی، هویت اجتماعی- شغلی، نابرابری و تبعیض، فساد اداری، ایجاد ساختارهای حمایتی مطلوب و الزامات و مقتضیات شغلی، عوامل مهمی هستند که در قالب نقش‌های گوناگون می‌توانند بر میل به ماندگاری معلمان مؤثر باشند. بر اساس یافته‌ها می‌توان استدلال کرد که برای رفع مشکلات به وجود آمده در استخدام و ماندگاری معلمان در مناطق کمتر توسعه یافته باید مشکلات اداری و سیستمی را اصلاح و حمایت اجتماعی و رفاهی بیشتری از معلمان این مناطق به عمل آورد.</p>



مقدمه

آموزش و پرورش، جزء نهادهای بنیادی است که بیشترین منابع انسانی را در هر کشوری به خود اختصاص داده است. وظیفه اصلی این نهاد، تعلیم و تربیت همگانی افراد جامعه جهت آماده شدن برای زندگی در اجتماع است و می‌توان بنیان ترقی و پیشرفت جوامع بشری در عصر حاضر را مبتنی بر یادگیری دانست. امروزه، منابع انسانی به‌عنوان بهترین سرمایه سازمان‌ها شناخته می‌شود و نگاه هزینه‌ای به منابع انسانی در حال از بین رفتن است. برای رقابت در جهان امروز صرفاً کیفیت محصولات با فناوری جدید کفایت نمی‌کند و منابع انسانی به‌عنوان مزیت رقابتی پایدار مطرح است. مفهوم منابع انسانی مؤید این مطلب است که کارکنان منابع کمیاب هستند و می‌توانند برای سازمان ارزش افزوده داشته باشند (آرین قلی پور، ۲۰۱۳).

جذب منابع انسانی، نشان‌دهنده مرحله‌ای است که با یک یا چند پست شغلی آغاز می‌شود و با مشاغل جدید برای سازمان به پایان می‌رسد که در تلاش است کارکنانی را که مایل به دستیابی به اهداف سازمان هستند، حفظ کند (الن-سایبنا تورنیا، ۲۰۱۸)^۱. مدیریت منابع انسانی، یکی از سازوکارهایی است که از طریق آن، منافع افراد و سازمان هم‌سو می‌گردد. در محیط رقابتی که سازمان‌ها دائماً در حال رقابتند آن‌هایی پیش‌تاز خواهند بود که دارای مزیت رقابتی باشند (علیرضا ایرج پور، حمید یزدانیان و توکل محرمی، ۲۰۱۸).

موفقیت هر نظام آموزشی در گرو بهره‌مندی از نیروی‌های انسانی ماندگار و متعهد است. از این رو، امروزه استخدام و ماندگاری منابع انسانی کارآمد و جلوگیری از جابه‌جایی و ترک خدمت، به یکی مسائل مهم مدیریت منابع انسانی تبدیل شده است. کارکنان، اصلی‌ترین عنصر هر سازمان هستند و سازمانی که کارکنان توانمندتر و بهره‌ورتر دارد، در عمل موفق‌تر خواهد بود. فعالیت‌های منابع انسانی، منجر به حرکت سازمان از نقطه فعلی به یک وضعیت پایدارتر و بهتر گردیده و سازمان را در بقای حیات هدایت می‌کند (سید حسن شمس لاهوردی و فاطمه دلشکستگان، ۲۰۱۷).

نتایج یک بررسی در ایران نشان داد که میانگین عدم تمایل به نگهداشت معلمان به‌صورت کل ۴۳ درصد و در میان معلمان دارای مدرک تحصیلی ارشد و دکتری بیش از ۸۰ درصد بوده است (طاهره گلکار، ۱۹۹۶). آمار اعلام‌شده وزارت آموزش و پرورش نیز نشان می‌دهد که تعداد ۵۸ هزار نفر نیرو در مراکز استان‌ها و مناطق برخوردار، به‌صورت مازاد است و این در حالی است که حدود ۵۰ هزار نفر کمبود معلم در مناطق کم‌برخوردار وجود دارد (علی اصغر فانی، ۲۰۱۵). این آمار نشان می‌دهد مانعی جدی و بزرگ به نام عدم نگهداشت و جذب نیروی انسانی به‌موقع در این مناطق وجود دارد که اگر رفع نگردد، آموزش و پرورش را در راه رسیدن به اهداف کلی و آرمانی خود بازمی‌دارد و حتی می‌تواند دیگر سازمان‌ها را متأثر سازد. به نظر (قاسم سلیمانی، ۲۰۱۵) یکی از دلایل چنین وضعیتی می‌تواند به نحوه استخدام غیرصحیح نیروی انسانی در گذشته برگردد که با برگزاری آزمون، افراد از مناطق برخوردار به مناطق محروم فرستاده می‌شدند و بعد از مدتی همین اشخاص خواستار بازگشت به منطقه خود بودند.

وزیر وقت آموزش و پرورش اظهار داشت که این وزارتخانه با کمبود نیروی زیادی در این مناطق مواجه بوده است و این در حالی است که نیرو در مناطق برخوردار مازاد بر نیاز است. این چالش به‌طور مستقیم به نبود برنامه‌های صحیح مدیریتی در منابع انسانی برمی‌گردد که برای رفع آن، نیاز به پژوهش‌ها و بررسی‌هایی است که عوامل کلیدی در رفع این مشکل را مشخص سازد و شیوه‌ها و روش‌هایی را برای حفظ تعادل در استفاده از این نیروی مهم انسانی، مطرح کند (فانی، ۲۰۱۵).

نظری (۲۰۱۵) استدلال می‌کند که کاهش استخدام در سازمان آموزش و پرورش می‌تواند عمده دلیل افزایش سال‌های خدمت معلمان در مناطق محروم باشد. (سلیمانی، ۲۰۱۵) موفقیت آموزش و پرورش را در گرو جذب معلمان

¹ Elena-Sabina Turnea, 2018

در همه مناطق و تلاش در جهت نگهداشت آنان می‌داند. باید در زمینه استخدام نیرو در مناطق محروم منسجم‌تر عمل کرد و متناسب با نیازهای نگهداشت نیروی انسانی، برنامه‌ریزی شود.

کارمندیابی صحیح، از اساسی‌ترین مراحل در پیشبرد هدف‌های هر سازمان است؛ زیرا هیچ برنامه‌ای نمی‌تواند به‌طور موفق به مرحله اجرا درآید مگر آنکه افرادی که مسئول اجرای آن برنامه هستند حائز تخصص و مهارت لازم و نیز دارای انگیزه کافی جهت ایفای وظایف مربوط باشند و با یکدیگر به‌خوبی همکاری کنند. کارمندیابی، مرحله مقدماتی استخدام است که در راستای شناسایی منابع انسانی و جذب افراد به سازمان برای استخدام و پر کردن مشاغل و پست‌های خالی انجام می‌شود. میزان دشواری این مرحله، به کمیّت و کیفیت نیروی کار موردنیاز و مساعد یا نامساعد بودن بازار کار، شرایط محیط و نیازهای سازمان بستگی دارد (روندا اس. بل ایس، لیندا جونز، مولی لانگسترث و جودی نیل، ۲۰۱۵).^۱

فرایند جذب یا کارمندیابی نیروی انسانی در هر سازمان به فعالیت‌ها و فرایندهای قانونی گفته می‌شود که برای یافتن شمار بسنده‌ای از افراد شایسته در جای و زمان شایسته به‌کاربرده می‌شود تا این‌که افراد و سازمان در قالب فواید کوتاه‌مدت و بلندمدت خود بتوانند یکدیگر را برگزینند. نظام جذب مدیریت منابع انسانی به‌عنوان یکی از ارکان اصلی مدیریت منابع انسانی شامل مراحل برنامه‌ریزی، تعیین و تأمین نیروهایی است که باید با گذر از مراحل قانونی پذیرش و برای انجام وظایف موردانتظار در مشاغل مختلف سازمانی آماده‌شده و به کار گمارده شوند (خدایار ابیلی و حسن موفق، ۲۰۱۰؛ عباس منوریان و فروغ تهامی، ۲۰۱۱).

(تونی بوش و دیوید میدلوود، ۲۰۱۴)^۲ در مورد استخدام و انتصاب نیروی انسانی در آموزش و پرورش می‌گوید: هر شکلی از فرایند استخدام و انتصاب که اتخاذ شود، مسئله اصلی این است که باید پاسخگوی نیازهای فرد و سازمان باشد. استخدام و ماندگاری منابع انسانی مجموعه‌ای از تدابیر و اقدامات مدیریتی است که زمینه‌های ماندن و حفظ منابع انسانی را در سازمان آموزشی را میسر می‌سازد. حفظ امنیت، روحیه، علاقه و توان تخصصی افراد نگهداشت نامیده می‌شود. حفظ و نگهداشت، فرایندی است که مدیریت با استفاده از عواملی همچون نظام پرداخت اثربخش، آموزش و بهسازی، ارتقا بر اساس شایستگی و اعطای امکانات رفاهی و خدمات مناسب و ... سعی می‌کند تمایل به تداوم خدمت کارکنان را در سازمان افزایش دهد و نگهداشت ایجاد وضعیت مطلوب اشتغال برای کارکنان است تا به‌واسطه آن، حاضر به انتقال به سازمان دیگر نباشد (میرمحمد میرکمالی، مجتبی حاج خزیمه و صلاح الدین ابراهیمی، ۲۰۱۵).

جذب نیرو از بیرون سازمان دارای چندین مزیت است که از میان آن می‌توان به ورود افرادی با اندیشه‌های تازه اشاره کرد که از روش‌های آگهی‌های رادیو و تلویزیونی، روزنامه‌ها، وب‌سایت‌ها و تملک و ادغام سازمان‌های دیگر می‌توان به کارکنان موردنیاز دست‌یافت (شیمون دولان و رندال شولر، ۱۹۹۷).^۳

شواهد محکمی وجود دارد که نشان می‌دهد یک سازمان آموزشی اثربخش دارای کارکنانی است با ترکیبی متوازن از کارمندان جوان و تازه‌وارد، آنانی که تجارب حرفه‌ای ارزشمند دارند و نیز افرادی که در سال‌های بعد در مسیر شغلی‌شان به بلوغ می‌رسند. ناگفته پیداست که این ترکیب، آمیزه‌ای از اشتیاق و ایده‌های نو، اعتمادبه‌نفس در عمل و واقع‌گرایی ناشی از تجارب طولانی‌مدت است. در برخی کشورهای درحال‌توسعه، به‌موازات بهبود شرایط اقتصادی، آموزش، اهمیت بیشتری می‌یابد، دستمزدها افزایش پیدا می‌کنند و تعداد کمتری از افراد، شغل خود را ترک می‌کنند (نیکلاس فوسکت و جکی لومبی، ۲۰۰۳).^۴

¹ Rhonda S.Bell-Ellis, Linda Jones, Molly Longstreth & Judi Neal, 2015

² Tony Bush & David Midwood, 2014

³ Shimon Dolan & Randall Schuler, 1997

⁴ Nicholas Foskett & Jacky Lumby, 2003

گرچه شمار اندکی از سازمان‌ها هم‌اکنون برای بهبود بهره‌وری و استخدام و ماندگاری منابع انسانی از ساختارهای جانشین بهره می‌گیرند، چنین می‌نماید که این ساختارهای جانشین برای برنامه‌ریزان منابع انسانی راهی گشوده‌اند تا ساختارهای عملی و کاربردی پاسخگوی نیازهای کارکنان را فراهم و در ارزش‌های اجتماعی نیروی کار دگرگونی پدیدآورند (محمدرضا آهنچیان، ۲۰۱۹). برنامه‌های رفاهی ضعیف، مزایای کمی را برای کارمندان ایجاد می‌کند و از توان سازمان در جهت جذب کارکنان می‌کاهد. بی‌توجهی به تمایلات و انگیزه‌های معلمان، سبب نانگهداشت یا ماندن بی‌انگیزه آنان می‌گردد که با مفاهیمی همچون فرسودگی، انتقال و جابه‌جایی درآمیخته است و مشاهده و تکرار آن، عدم تمایل به نگهداشت در حرفه معلمی را نشان می‌دهد (ریچارد ام اینگرسول و توماس ام اسمیت، ۲۰۰۳).^۱

غیر از بخش‌ها و کشورهایی که در آن، جابه‌جایی کارکنان به صورت متمرکز اداره می‌شود و بعد از چند سال معین کارکنان در مدارس دیگری توزیع می‌شوند، مسئله حفظ و نگهداری کارکنان اثربخش، به خصوص در دوره کمبود نیروی کار در حرفه آموزش مشکل است. در چنین شرایطی، مناطق مختلف از ضرورت حفظ کارکنان به دلیل ترس از نبود جانشین، یا کارکنان و حتی حفظ کارکنان دون پایه بیشتر آگاه می‌شوند. در این زمان‌های بحرانی استخدام کارکنان، رهبران تمام سطوح اغلب راهبردهای خاصی را برای حفظ کارکنان اصلی و موجود اتخاذ می‌کنند (بوش و میدلوود، ۲۰۱۴). تعهد یک نظام آموزشی به فراهم کردن رشد حرفه‌ای اثربخش در محل کار که نیازهای فردی و شغلی کارکنان را محقق سازد، تأثیر زیادی بر اشتیاق کارکنان به تعهد آن سازمان دارد. بررسی درباره برنامه کارشناسی ارشد که باعث ایجاد تعهد به ادامه خدمت در محل فعلی کار است، نوعی قدرشناسی درباره فراهم شدن این فرصت را شامل می‌شود. رهبران و مدیران می‌توانند با اهمیت دادن به جنبه‌های فرهنگی همانند تمجید و تصدیق، فرصت‌های مناسب کاری و غیره، کاری کنند تا معلمان احساس کنند که محل فعلی کار آنان دقیقاً همان جایی است که می‌خواهند به کار در آنجا ادامه دهند (دیبلیو، مرسر، ۲۰۰۱).^۲ تأمین و جذب معمولاً تعاریف یکسان دارند، اما در بعضی از منابع، تأمین فرایند کارمندیایی برای تکمیل ظرفیت کاری در سازمان و جذب فرایند ایجاد مخزن متقاضیان قابل و توانمند برای ارزیابی و انتخاب برای مشاغل سازمانی تعریف می‌شود (آلوارو ماتیا، پیتر نایکمپ و مانوئلا سارمنتو، ۲۰۱۱).^۳ علاوه بر این، برخی از محققان، نظام جذب را شامل برنامه‌ریزی منابع انسانی، کارمندیایی، گزینش و توانمندسازی منابع انسانی می‌دانند (ال. بایارز و ال. رو، ۲۰۰۶).^۴ یکی از مؤلفه‌های اصلی مدیریت منابع انسانی جذب منابع انسانی است که در همین زمینه، راه‌های گوناگونی تا به حال مورد استفاده قرار گرفته است اما با توسل به خلاقیت، راه‌های بی‌شماری وجود دارد که می‌تواند ریسک یک استخدام مطلوب را به حداقل برساند (محمد نوری شمس آبادی، ۲۰۰۸). همچنین در صورتی که جذب منابع انسانی اثربخش باشد می‌تواند هر مؤسسه و سازمانی را فارغ از اندازه، صنعت، حوزه یا اهداف زنده نگه دارد (دونالد ال کاروت، گیل دی کاروت و استفانی اس پن، ۲۰۰۸).^۵ بنابراین، جذب نیروی انسانی، به عنوان اصلی‌ترین و مهم‌ترین سرمایه در یک نهاد یا سازمان در راستای توانمندسازی کارکنان اهمیت فراوانی دارد (غلامرضا اصیلی و سید صالح هندی، ۲۰۱۰). برای افزایش ماندگاری، مدیران باید فضای ساختاری سازمان را به سمت سازمان‌های پویا سوق دهند و تلاش کنند ساختار سازمانی منعطفی در سازمان پیاده شود (شهناز شمسی، مهتاب پورآنتشی و اصغر زمانی، ۲۰۲۰).

استان کردستان، استانی مرزی و دارای مناطق دورافتاده و صعب‌العبور است که متأسفانه نیروی انسانی کافی و کارآمد جهت آموزش دانش‌آموزان محروم را نداشته و بیشتر افرادی که به آنجا فرستاده می‌شوند، اقدام به بازگشت

¹ Richard M Ingersoll & Thomas M Smith, 2003

² W. Mercer, 2001

³ Álvaro Matias, Peter Nijkamp & Manuela Sarmento, 2011

⁴ L. Byars & L. Rue, 2006

⁵ Donald L Caruth, Gail D Caruth & Stephanie S Pane, 2008

می‌کنند. این جابه‌جایی‌های مداوم و مکرر، جدای از افزایش هزینه برای سازمان، باعث می‌شود که افراد بعد از پایان تعهد، با تجارب مکتسبه خود، جایشان را به افراد تازه‌کاری بدهد که فاقد تجربه لازم هستند و این دانش‌آموزان همواره فاقد معلمانی باتجربه و کارآمد بودند و نمی‌توانند با برخورداری از آموزش اثربخش، از کیفیت یادگیری بالاتری برخوردار باشند؛ بنابراین، جذب منابع انسانی و سپس نگهداشت افراد موردنیاز در مناطق محروم استان از مسائل مهمی است که امروزه به چالش عدم توزیع عادلانه نیروی انسانی در مناطق استان تبدیل شده است. با توجه به نقش مهم معلمان در نظام آموزشی، مسائل مربوط به جذب آنان و نگهداشتشان در مناطق موردنیاز، مستلزم بررسی و برنامه‌ریزی ویژه‌ای است. با توجه وضعیت کنونی استخدام و ماندگاری نیروی انسانی در این مطالعه قصد داریم راهبردهای نوین استخدام و ماندگاری نیروهای انسانی در مناطق کم‌برخوردار آموزش و پرورش استان کردستان را بر اساس بررسی وضعیت کنونی نیروی انسانی در آموزش و پرورش استان، شناسایی و کشف کنیم. با توجه به این مسئله هدف عمده پژوهشگران شناسایی و تبیین عوامل و شیوه‌های جدید یا جانشین مؤثر در شیوه‌های استخدام بهینه و نگهداشت بلندمدت نیروی انسانی در مناطق کم‌برخوردار آموزش و پرورش جهت دستیابی عادلانه همه مناطق از امکانات و نیروهای آموزشی است که می‌توان با توجه به اهداف تحقیق پاسخ به سؤالات پژوهشی ذیل مدنظر پژوهشگر است:

- ۱- معلمان، کارمندان و مسئولانی که در مناطق کم‌برخوردار کردستان جذب شده و ماندگاری دارند چه ارزش‌ها، سنت‌ها و معانی مشترکی از خدمت در آموزش و پرورش دارند؟
- ۲- نیروهای انسانی مذکور چه تجارب و دیدگاه‌هایی در خصوص شیوه‌های استخدام و ماندگاری در آموزش و پرورش را دارند؟
- ۳- عملکرد و نقش ادارات و مدیران آموزش و پرورش در نگهداشت و جابه‌جایی نیروی انسانی شاغل در مناطق کمتر توسعه‌یافته چیست؟
- ۴- دافعه‌های خدمت در مناطق کم‌برخوردار برای نامزدهای شغل معلمی و شاغل کنونی چیست؟
- ۵- چه راهبردهای حمایتی و تطبیقی (کارمند با سازمان و سازمان با کارمند) برای استخدام و ماندگاری در مناطق کم‌برخوردار لازم است؟
- ۶- راهبردهای جذب نیروی آموزش و پرورش مناطق کم‌برخوردار از طریق جذب از منابع درونی سازمان چیست؟

روش‌شناسی

در پژوهش کیفی حاضر، از راهبرد قوم‌نگاری^۱ بهره‌گیری شده است. انتخاب راهبرد تحقیق عمدتاً به هدف تحقیق، جامعه ویژه، محدودیت جا و مکان، اولویت‌ها و آموزش‌های محققان بستگی دارد. (یوآو واردی و الی ویتز، ۲۰۰۴)^۲ اظهار داشتند که پژوهش قوم‌نگاری به‌طور سنتی با انسان‌شناسی همبسته است. همچنین دلاور می‌گوید که پژوهش قوم‌نگاری گاهی بانام‌های دیگری مانند «پژوهش میدانی» نیز به‌کار می‌رود (علی دلاور، ۲۰۱۶).

میدان موردبررسی در این پژوهش، همه کارکنان سازمان آموزش و پرورش استان کردستان (اعم از رسمی، پیمانی و قراردادی) هستند. در این پژوهش از کارکنان آموزش و پرورش استان کردستان که از لحاظ شرایط منطقه آموزشی در کشور به‌عنوان یک منطقه کم‌برخوردار محسوب می‌شود؛ نمونه انتخاب گردیده است؛ و پژوهشگر با مصاحبه گرفتن از ۲۰ نفر به اشباع نظری رسید.

تحلیل داده‌ها در پژوهش قوم‌نگارانه معمولاً درحالی‌که داده‌ها در جریان گردآوری است آغاز می‌شود و بر فعالیت‌های بعدی گردآوری داده‌ها تأثیر می‌گذارد. پژوهشگر قوم‌نگار ممکن است در حین پژوهش فرضیه‌ها و

¹ Ethnographic

² Yoav Vardi & Ely Weitz, 2004

تفسیرهای خود را تغییر دهد تا بیانگر چیزی باشد که در حوزه تحقیق کشف شده است (جویس گال، مریدیت گال و والتر بورگ، ۲۰۱۵)^۱. مصاحبه آقایان با استفاده از ضبط صوت، ثبت گردید و مصاحبه بانوان بر روی کاغذ نوشته شد. جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی به صورت همزمان انجام شد؛ یعنی به خاطر ارزش نظری آن‌ها، پژوهشگر از شیوه‌نویخته استفاده می‌نماید. این شیوه فرایندی است که در آن پژوهشگر، داده‌هایی را که گردآوری می‌کند بلافاصله مورد تحلیل قرار می‌دهد نه اینکه صبر کند تا تمام داده‌ها گردآوری شود (عباس بازرگان هرندی، ۲۰۱۵). مصاحبه‌ها به روش تحلیل مقایسه‌ای مداوم و مطلق با روش اشتراوس و کوربین^۲ تجزیه و تحلیل شدند (اووه فلیک، ۲۰۲۱)^۳.

در پژوهش کیفی، صحت یافته‌ها با به کار بستن شیوه‌های خاص بررسی می‌شود و برای این که یافته‌های پژوهش از زاویه دید پژوهشگر، شرکت‌کنندگان، یا خوانندگان صحیح باشد پژوهشگر برای به دست آوردن روایی با ارائه مجدد مؤلفه‌های توصیف شده توسط مصاحبه‌شونده دقت مؤلفه‌ها را مورد بررسی قرار خواهد داد. برای به دست آوردن پایایی، موقعیت‌هایی که برای هر مقوله‌بندی و واحد توسط پژوهشگر ارائه می‌شود، توسط افراد دیگری مجدداً ارزیابی شد. در نهایت پس از توافق بر سر موقعیت آن‌ها، واحدها و مقولات کدگذاری شدند و از راهکارهایی مانند مشارکت طولانی محققان در میدان پژوهش، استفاده از ضبط صوت و دوربین برای ثبت داده‌ها، مثلث‌سازی^۴ داده‌ها، تهیه کتابچه کد^۵ برای ایجاد رویه توافق بین کدگذاران، پیدا کردن شواهد ناهمخوان و کسب بازخورد از مشارکت‌کنندگان پس از بارگذاری داده‌ها استفاده شد.

جدول ۱. مشخصات جمعیت‌شناسی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	مصاحبه‌شونده	جنسیت	محل خدمت	مدت مصاحبه	تعداد سال‌های خدمت در مناطق	شیوه مصاحبه		نوع پروتکل مصاحبه	
						ضبط صدا	نوشتن	مهاجرت شده	نیمه‌ساختارمند
۱	مدیر مستقل	مرد	بانه	۴۳	۱۸	*	*	*	*
۲	مدیر مستقل	مرد	سقز	۵۱	۱۴	*	*	*	*
۳	مدیر مستقل	زن	دیواندره	۴۵	۱۶	*	*	*	*
۴	مدیر-آموزگار	مرد	زیویه	۴۲	۲۱	*	*	*	*
۵	مدیر-آموزگار	مرد	بانه	۵۴	۱۹	*	*	*	*
۶	مدیر-آموزگار	مرد	بیجار	۳۸	۱۸	*	*	*	*
۷	مدیر-آموزگار	مرد	مریوان	۴۶	۱۲	*	*	*	*
۸	مدیر-آموزگار	مرد	قروه	۴۵	۱۳	*	*	*	*
۹	آموزگار	مرد	دیواندره	۴۰	۹	*	*	*	*
۱۰	آموزگار	مرد	مریوان	۴۲	۱۱	*	*	*	*
۱۱	آموزگار	مرد	دهگلان	۴۵	۸	*	*	*	*

¹ Joyce Gall, Meredith Gall & Walter Borg, 2015

² Strauss & Corbin

³ O Flick, 2021

⁴ Triangulation

⁵ Codebook

ردیف	مصاحبه‌شونده	جنسیت	محل خدمت	مدت مصاحبه	تعداد سال‌های خدمت در مناطق	شیوه مصاحبه		نوع پروتکل مصاحبه	
						ضبط صدا	نوشتن	هدایت‌شده	نیمه‌ساختارمند
۱۲	آموزگار	مرد	سروآباد	۳۷	۱۴	*	*	*	*
۱۳	آموزگار	مرد	سقز	۳۲	۱۸	*	*	*	*
۱۴	آموزگار	زن	دیواندره	۴۵	۲۳	*	*	*	*
۱۵	آموزگار	زن	موچش	۳۲	۱۷	*	*	*	*
۱۶	آموزگار	زن	بانه	۲۶	۱۳	*	*	*	*
۱۷	آموزگار	زن	مریوان	۴۷	۱۵	*	*	*	*
۱۸	دبیر	مرد	زرینه	۳۹	۱۸	*	*	*	*
۱۹	دبیر	مرد	دیواندره	۴۰	۱۷	*	*	*	*
۲۰	دبیر	مرد	بانه	۳۵	۱۴	*	*	*	*

برای کشف اقدامات و فعالیت‌ها در فرایند مصاحبه‌ها لازم بود داده‌های غنی در تعامل با مشارکت‌کننده‌ها کسب شود؛ از این‌رو داده‌ها از منابع زیر به دست آمد.

۱- **مصاحبه:** در ابتدا برای اولین مصاحبه با مشارکت‌کنندگان از شیوه مصاحبه هدایت‌شده^۱ استفاده گردید که در آن، مصاحبه‌کنندگان چند سؤال کلی را آماده می‌کردند تا راهی برای آغاز پروتکل دوم یعنی مصاحبه نیمه‌ساختارمند^۲ پیدا کنند. سؤالات مطرح‌شده در پروتکل مصاحبه در تقسیم‌بندی پتن^۳ از نوع سؤالات تجربه یا رفتار فرد است (مایکل کوین پاتون، ۲۰۰۲)^۴. با توجه به گوناگونی واحدهای نمونه که شامل مدیر مستقل، مدیر-آموزگار و آموزگار و دبیر می‌شود از همه آنان الزاماً سؤال‌های یکسانی پرسیده نمی‌شد. در این مورد، محققان باید راهی پیدا کنند تا بتوانند ابعاد اطلاعاتی را که در نهایت برای پاسخ به تحقیق استفاده می‌شود، ترسیم کنند و از آنجا که برای ما روش مطالعات قوم‌نگاری است، طبق نظر السن^۵ در قوم‌نگاری ثبت و نوشتن رونوشت‌های عامیانه مصاحبه‌ها بسیار مناسب هستند (کارین اولسون، ۲۰۱۶)^۶. از این‌رو محققان، تمام متن مصاحبه‌ها را با رعایت ملاحظات اخلاقی و رضایت مشارکت‌کنندگان بدون دست‌کاری و رسمی‌سازی پس از ضبط صوتی به‌طور کامل پیاده‌سازی و مکتوب کردند. نمونه‌هایی از تحلیل متن گفتارهای مصاحبه در جدول ۲ آمده است.

۲- **میدان نگاری:** دربرگیرنده نوشته‌های پژوهشگران برای مستندسازی مشاهدات مشارکتی آنان بود. محقق دو سال در این نواحی در میان این معلمان بوده است و همچنین در هنگام حضور در محل خدمت مصاحبه‌شوندگان، علاوه بر اقدام به مصاحبه، از مشاهدات و ادراکات وضعیت زمانی و مکانی موجود در زمان این فرایند بهره گرفته است. نمونه‌ای از این میدان‌نگاری‌ها در جدول ۳ آمده است.

¹ Guided interview

² Semi-structured interview

³ Patton

⁴ Quinn Patton Michael, 2002

⁵ Olson

⁶ Karin Olson, 2016

۳- **یادداشت‌های تأملی**^۱: یک طرح پژوهشی خوب باید مشخص کند که چگونه پرسش‌ها و نظریه‌ها، گردآوری داده‌ها را هدایت می‌کنند (جوزف الکس ماکسول، ۲۰۰۵)^۲. این کار با استفاده از یادداشت‌های تأملی انجام می‌شود که از تحلیل‌ها، تفسیرها، پرسش‌ها و جهت‌گیری‌هایش در گردآوری داده‌ها به‌دست می‌آید (استراس آنسلم و جولیت کوربین، ۱۹۹۸)^۳. نمونه‌ای از یادداشت‌های تأملی در جدول ۴ آمده است. برای تحلیل داده‌ها مراحل زیر طی شد که شایان ذکر است برای مدیریت داده‌ها نرم‌افزار MAXqda استفاده شد. ابتدا با استفاده از کدگذاری مقدماتی، کلیه گفتارهای استخراج‌شده از مصاحبه‌ها و مشاهدات میدانی و یادداشت‌های تأملی در برگه‌های کدگذاری (مانند جدول ۱) ثبت شدند. نکات کدپذیر با مشخص کردن و خط کشیدن کدها شناسایی شدند. بعد کدگذاری دوره اول انجام شد. در این مرحله «کدگذاری بدوی»^۴ پیشنهادی شارماز مورد استفاده قرار گرفت. این نوع کدگذاری با شکستن داده‌های کیفی به بخش‌های جداگانه، به بررسی دقیق آن‌ها و مقایسه آن‌ها برای یافتن شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان می‌پردازد (ناصر شیربیگی و شراره صادقی، ۲۰۲۰). هدف این نوع کدگذاری عبارت است از گشاده بودن به همه جهت‌گیری‌های نظری که خوانش محقق را از داده‌ها محتمل می‌سازد (کتی چارماز، ۲۰۱۴)^۵. در ادامه از کدگذاری دوره دوم که شامل سازمان‌دهی و تحلیل داده‌های کدگذاری شده با استفاده از روش‌های دور اول بود، استفاده گردید که لازمه آن، پیوند واقعیت‌های به‌ظاهر غیرمرتبط و متناسب‌سازی مقولات با یکدیگر است (جانینس ام مورس، ۱۹۹۴)^۶. برون‌داد این مرحله، تحلیل کدهای محوری و گزینشی بود. در جدول ۲ نمونه‌هایی از شیوه کدگذاری‌های دوره اول و دوم به تفکیک نوع داده‌ها و نقش‌های کدهای احصا شده در الگوی نهایی، آمده است. در مجموع تعداد ۴۸۵ کد بدوی، ۴۷ کد محوری و ۶ کد گزینشی از دل داده‌های پژوهشی استخراج گردید و همان‌گونه که جدول ۲ نشان می‌دهد محققان در تحلیل متن گفتارها، بر احصای کدهای استقرایی زنده و فعال، تأکید داشتند.

جدول ۲. نمونه‌ای از کاربرد کدگذاری متن گفتارهای مصاحبه‌شوندگان

کدهای دوره دوم (محوری)	کدهای دوره اول (اولیه)	متن گفتارها
احساسات درونی	بسیار لذت‌بخش	وقتی به کسی چیزی یاد می‌دهیم و خصوصاً اگر آن فرد کودک باشد بسیار لذت‌بخش است. چون نوعی حس مفید بودن و رضایت درونی به همراه می‌آورد.
تعاملات اجتماعی آگاه بودن	رضایت درونی حس مفید بودن تعاملات انسانی ارتباطات اجتماعی به‌روز بودن	در شغل معلمی ارتباطات و تعاملات انسانی و اجتماعی بسیار زیاد است. باید خودمان نیز همیشه به‌روز و در حال یادگیری باشیم تا بتوانیم پاسخ گوی نیازها و سؤالات جدید کودکان باشیم. به‌علاوه ارتباط با دنیای کودکان باعث تلطیف روحیات معلم می‌شود.

¹ Memos

² Joseph Alex Maxwell, 2005

³ Strauss Anselm & Juliet Corbin, 1998

⁴ Initial coding

⁵ Kathy Charmaz, 2014

⁶ Janice M Morse, 1994

کدهای دوره دوم (محوری)	کدهای دوره اول (اولیه)	متن گفتارها
آگاه از سازمان‌دهی دادن امتیازات ویژه ایجاد ارتباط نزدیکی	آگاهی کامل از نحوه سازمان‌دهی‌ها رئیس باید رهبر باشد دادن پست مدیریت به معلمان غیربومی برگزاری نشست صمیمی با این معلمان طرز برخورد مناسب با این معلمان عدم سخت‌گیری از این معلمان	به‌عنوان اختیارات یک رئیس اداره ابتدا باید رئیس به سازمان‌دهی نیروی انسانی آگاهی کافی داشته باشد و فقط ضوابط اداری را در نظر نگیرد. اگر رئیس دلش به‌اندازه کل نیروها بزرگ باشد؛ به‌طوری‌که بتواند بر اساس شرایط رهبری کند مثلاً مشکلات و نیازهای سکونت معلمان را در نظر بگیرد، به معلمان غیربومی پست‌ها و جایگاه‌های ویژه بدهد و حتی خودش نزد معلمان این مناطق برود و با آن‌ها نشست صمیمی برگزار کند. رئیس می‌تواند امکانات خاصی به مناطق بدهد. طرز برخورد با همکاران بسیار مفید است. مثلاً اگر معلمی در این مناطق دو روز نتوانست سرکار برود باید ابتدا جویای حال او شد نه اینکه او را توبیخ کرد؛ در نتیجه، معلمان این مناطق احساس تعلق می‌کنند.
توجه به مدرک بومی‌گزینی رفع نیاز معلمان ایجاد روابط کمک عاطفی تخصص‌گرایی	حفظ معلمان مدرک بالا بومی‌گزینی توجه به نیازهای معلمان ایجاد روابط انسانی و عاطفی بین معلمان و ادارات کمک روحی و روانی به‌کارگیری بر اساس تخصص	معلمان که تحصیلات بالایی دارند حفظ و نگهداری شوند و از توانایی آن‌ها استفاده شود. بومی‌گزینی در زمان استخدام صورت گیرد. به تمام نیازهای معلمان توجه کافی شود. روابط انسانی و عاطفی قوی بین معلمان و ادارات وجود داشته باشد. کمک‌های روحی و روانی به معلمان ارائه شود تا احساس امنیت کنند. در مناطق محروم به‌کارگیری‌ها بر اساس تخصص لازم آن مناطق صورت بگیرد.
مشکلات اداری تفاوت‌های فرهنگی مشکلات خانوادگی	کمبود امکانات رفاهی عدم تطابق فرهنگی تفاوت‌های زبانی مشکلات شغلی و خانوادگی عدم ایجاد ارتباط دوستانه	بحث کمبود امکانات رفاهی و بهداشت و درمان مناسب برای معلمان مهم است؛ و عدم تطابق فرهنگی و حتی تفاوت‌های زبانی و مذهبی و پوشش باعث مشکلاتی برای معلمان می‌شود. مشکلات شغلی و خانوادگی نیز مطرح است. مثلاً معلمی که درجایی خدمت می‌کند شاید همسر و یا فرزندانش نتوانند نزد او بروند. عدم ایجاد ارتباط دوستانه با مردمان این مناطق بر اساس بعضی از تفاوت‌ها باعث بعضی از مشکلات برای معلمان می‌شود.
بومی‌گزینی آینده‌نگری توجه به ارتقای معلم	دورنمای شغلی معلم توجه به تشکیل خانواده توجه به ادامه تحصیل معلم بومی‌گزینی	به نظر من مؤلفه‌های متغیری وجود دارد مثلاً معلمی که برای منطقه‌ای استخدام شده است ابتدا مشکلی ندارد ولی در ادامه با تغییراتی در زندگی مانند ازدواج یا فرزند و حتی تحصیل مشکلات به وجود می‌آید. پس حتماً باید آینده در نظر گرفته شود؛ مثلاً همکاری در بدو استخدام می‌گوید هرچایی می‌توانم بروم ولی بعد از چند سال در زندگی شرایطی پیش می‌آید که نمی‌تواند برود.

جدول ۳ نمونه‌هایی از کدگذاری و تحلیل میدان‌نگاری‌های حاصل از مشاهدات محققان در محیط مدارس و محل خدمت مصاحبه‌شوندگان را نشان می‌دهد. از آنجاکه در پژوهش قوم‌نگاری، به تمام جوانب مختلف و ارزش‌ها و رفتارها و فرهنگ‌ها موارد مورد مطالعه پرداخته می‌شود محققان در کدگذاری‌ها توانستند از کدهای تفسیری استقرایی و قیاسی بهره ببرند.

جدول ۳. نمونه‌ای از کاربرد کدگذاری میدان‌نگاری‌ها توسط پژوهشگران

کدهای دوره دوم (محوری)	کدهای دوره اول (اولیه)	متن میدان‌نگاری
فضای فیزیکی فناوری آموزشی	- فضای مدرسه - شاداب سازی مدرسه	۱- وارد حیاط مدرسه که شدم کف حیاط مدرسه مشاهده کردم که حیاط آسفالت مدرسه در قسمت‌های مختلف به‌مرور زمان تخریب شده و

مدرسه فعال	-استفاده از فناوری -حمایت زیرساختی -فضای کلاسی زنده	گیاه سبز شده بود.۲- دیوار بیرونی مدرسه تزئین شده است.۳- روی میز او یک لب تاب است و تصویر پی‌دی‌اف کتاب درسی روی صفحه پروژکتور نمایان است.۴- مشخص است که از زیرساخت‌های حمایتی خوبی توسط مدیر مدرسه بهره‌مند می‌باشند ۵- کلاس دارای رنگ شاد برای دانش‌آموزان ابتدایی و از کاغذ رنگی استفاده شده است.
تخصص گرایی حمایت سازمانی سلامت سازمانی	-رابطه عاطفی -عدم ترس از معلم -داشتن تخصص ابتدایی -بافت قدیمی مدرسه -تصمیمات مشورتی	۶- تعداد دانش‌آموزان او کم است. دانش‌آموزان رابطه عاطفی خوبی با معلم دارند و برای پرسیدن سؤال استرس ندارند. ۷- اکثر معلمان اینجا از تخصص لازم برای دوره ابتدایی برخوردارند و به‌نوعی مکمل یکدیگر هستند. ۸- مدرسه دارای بافت قدیمی با امکانات کم در زیرساخت اداری است ولی تا حد زیادی مدرسه شاداب‌سازی شده است. ۹- از حرف‌های معلم مشخص است در فضای مدرسه همه تصمیمات، مشورتی انجام می‌شود.
اعتماد سازمانی مدرسه سرزنده و فعال مسئولیت‌پذیری	-نظم و ترتیب -اعتمادسازی -احساس مسئولیت -مسائل فوق‌برنامه	۱۰- پوشه کار دانش‌آموزان با طرح و رنگ‌های مشخص، مرتب و براساس حروف الفبا ترتیب داده شده بودند. ۱۱- به دانش‌آموزان اعتماد می‌شود. ۱۲- دانش‌آموزان احساس مسئولیت می‌کنند تا رضایت معلم را جلب کنند. ۱۳- دیوار سالن و کلاس‌ها با کاغذدیواری‌های دانش‌آموزان تزئین شده بود.
فضای تسهیل‌کننده تشریک‌مساعی	-همکاری گروهی -فضای صمیمانه -ایراز آزادانه عقاید	۱۴- در زمان استراحت معلمان هر کدام به امور دفتری نیز می‌پرداختند و احساس مسئولیت می‌کردند. ۱۵- فضای صمیمانه‌ای بین همکاران وجود داشت. ۱۶- معلمان به‌راحتی ایراز عقیده می‌کنند.

جدول ۴ نمونه‌ای از تحلیل و کدگذاری داده‌های حاصل از یادداشت‌های تأملی محققان کدگذار را نشان می‌دهد. همان‌گونه که شارماز پیشنهاد می‌کند یادداشت‌های تأملی، متن ساده‌ای دارند و می‌توانند شبیه نوشتن نامه‌ای به یک دوست باشند و نیازی به نثر سنگین و سخت دانشگاهی نیست (چارماز، ۲۰۱۴). محققان در کدگذاری یادداشت‌های میدانی همانند میدان‌نگاری‌ها از کدهای تفسیری، استقرایی و قیاسی استفاده کردند.

جدول ۴. نمونه‌ای از کاربرد کدگذاری یادداشت‌های تأملی پژوهشگران

کدهای دوره دوم (محوری)	کدهای دوره اول (اولیه)	یادداشت‌های تأملی
		۱- این معلم را انتخاب کردم چون با تخصص آموزش ابتدایی معلم شده بود و از تدریس لذت می‌برد فهمیدم به توانایی‌های خود در امور تدریس و اداری متکی است.
-رضایت سازمانی -آگاهی شغلی	-تخصص گرایی -اشتیاق شغلی -آینده‌نگری -رضایت شغلی -آگاه از وضعیت	۲- چون با تخصص آموزش ابتدایی معلم شده بود و مشخص بود باعلاقه به این شغل آمده است، نگاه بلندنظرانه به شغلش دارد. ۳- از تربیت معلم فارغ‌التحصیل شده بود. ۴- از وضعیت نقل و انتقالات اطلاع داشت. ۵- از شغلش راضی بود.
سلامت سازمانی	-باتجربه -علاقه‌مند به شغل	۶- هم تدریس کرده و هم مدیر بوده است ۷- مشخص بود که از بودن در اینجا چندان راضی نیست ولی به شغلش بسیار

کدهای دوره اول (اولیه)	کدهای دوره اول (اولیه)	یادداشت‌های تأملی
	-روابط همکارانه -وسایل آموزشی	علاقه نشان می‌داد. ۸- لباس محلی به تن داشت. ۹- مشخص بود با همکاران روابط اجتماعی و همکارانه خوبی دارد. در کلاس برای تدریس اکثراً از پروژکتور استفاده می‌کرد.
	-باسابقه -مشکلات نقل و انتقالات	۱۰- در این ۱۴ سالی که اینجا خدمت می‌کند هر ۱۴ سال در روستا خدمت کرده است. ۱۱- چند سالی است در نقل و انتقالات شرکت کرده است. احساس می‌کنم و مشکلاتی گریبان گیر او است.
مشکلات سازمانی	-قصد بازگشت به زادگاه -عدم اطمینان از کار -عدم حمایت سازمانی	۱۲- در حال حاضر بر اساس شرایط خود قصد داشته به شهر زادگاه خود برگردد؛ و در این راه مشکلاتی داشته است. ۱۳- به آینده شغلی خود در اینجا بسیار امیدوار نیست و احساس می‌کند هیچ حمایتی از ادارات تابعه از او نمی‌شود.
	-تسلط در تدریس -متخصص	۱۴- به ایده‌های نوین تدریس تسلط دارد و مشخص است بر نظریات رشته تخصصی خود مسلط است.
-تخصص گرایی -مشکلات اداری	-عدم توجه همه‌جانبه -عدم آگاهی از موقعیت -دچار سردرگمی	۱۵- کاش می‌شد از تمام جوانب حمایت همه‌جانبه‌ای از ابعاد شخصیتی و موفقیت‌های معلم می‌شد تا احساس تعلق بیشتری کند. ۱۶- در بدو خدمت قبل از حضور در اینجا از شرایط و موقعیت اینجا چندان مطلع نبوده و با مراجعه به اینجا دچار تضاد و سردرگمی شده است.

یافته‌ها

با توجه به اهداف تحقیق پاسخ به سؤالات پژوهشی ذیل مدنظر پژوهشگران است: برای یافتن پاسخ سؤال‌های پژوهش ابتدا عبارات و کلمات مشابه را از پاسخ‌ها استخراج کرده، سپس در قالب مفاهیم دسته‌بندی شده‌اند. در ادامه در جداول زیر مفاهیم استخراج شده برای مؤلفه‌های مورد مطالعه در نظر گرفته شده است.

یافته‌های سؤال اول پژوهش: معلمان، کارمندان و مسئولانی که در مناطق کم‌برخوردار کردستان استخدام و ماندگاری دارند چه ارزش‌ها، سنت‌ها و معانی مشترکی از خدمت در آموزش و پرورش دارند؟ بر اساس جدول ۵ در سؤال اول ارزش‌ها، سنت‌ها و معانی مشترکی که برای معلمان مناطق کم‌برخوردار مورد اولویت است مورد بررسی قرار گرفت که از جملات و عبارات اظهار شده، عباراتی چون خدمت صادقانه، تلاش برای ارتقا و پیشرفت علم، تشریک‌مسابی، کمک به کودکان محروم، خدمت به ساکنان مناطق محروم، خشنودی از خدمت، الگوسازی فرهنگ، توانمندسازی دانش آموزان، رفع محدودیت‌ها و محرومیت‌زدایی و غیره، بر حس نوع‌دوستی معلمان مناطق کم‌برخوردار دلالت دارد و برای آن‌ها از اهمیت ویژه برخوردار بوده و به‌عنوان اولویت‌های مهمی بر ماندگاری آن‌ها در این مناطق است. اظهار این ملاک‌ها از اکثر معلمان نشان می‌دهد ارزش‌های والای معلمی در شرایط، زمان‌ها و مکان‌های متفاوت پایدار است و تحت تأثیر مصائب شغلی قرار نمی‌گیرد و به‌تبع آن نشان‌دهنده ثبات قدم این قشر از جامعه بوده که ریشه در حس نوع‌دوستی آن‌ها در شرایط مختلف دارد. مصاحبه‌شونده شماره ۱۲ می‌گوید خدمت در این مناطق با توجه به محرومیت‌ها و کمبودهایی که دارند و چهره‌های معصوم این کودکان، احساس رضایت‌مندی درونی را به من القا می‌کند که در مناطق برخوردار این احساس وجود ندارد.»

یافته‌های سؤال دوم پژوهش: نیروهای انسانی مذکور چه تجارب و دیدگاه‌هایی در خصوص شیوه‌های استخدام و ماندگاری در آموزش و پرورش را دارند؟

بر اساس جدول ۵ عباراتی چون علاقه به شغل معلمی، علاقه به تدریس، خشنودی از تعاملات در تدریس، لذت بردن از کار با کودکان، معصومیت کودکان، کلاس کم جمعیت تر، کسب پست‌های مدیریتی، کسب امتیازات ویژه، دانش آموزان مشتاق تر، آگاهی شغلی، احترام بیشتر به معلمان، دانش آموزان مؤدب تر، توجه به ارزش‌های انسانی، فضای همکاری و غیره از تجارب و دیدگاه‌هایی بودند که اکثریت معلمان را به خدمت در مناطق کم برخوردار تشویق می‌کند و عاملیت‌هایی بر جذب شدن به شغل معلمی و دلایلی بر ماندگاری آن‌ها شده است که به نوعی نشان‌دهنده هویت اجتماعی- شغلی آن‌هاست. به طوری که این ملاک‌ها سرمشق همه آن‌ها شده است. مصاحبه‌شونده شماره (۱۰) اظهار داشت که: من با توجه به اینکه در مرکز استان نیز تدریس کرده‌ام و خودم اهل آنجا هستم ولی در این منطقه ۱۲ سال است که خدمت می‌کنم احترامی که مردم و همکاران و همچنین دانش‌آموزان این منطقه به معلمان می‌گذارند بسیار بهتر از خدمت در مرکز و شهر زادگاه خودم است.

یافته‌های سؤال سوم پژوهش: عملکرد و نقش ادارات و مدیران آموزش و پرورش در نگهداشت و جابه‌جایی

نیروی انسانی شاغل در مناطق کمتر توسعه یافته چیست؟

بر اساس جدول ۵ عملکرد و نقش ادارات و مدیران آموزش و پرورش در نگهداشت و جابه‌جایی نیروی انسانی شاغل در مناطق کمتر توسعه یافته مورد بررسی قرار گرفت که از جملات و عبارات اظهار شده، عباراتی چون توصیه و سفارش‌های پنهانی، مراحل طولانی اداری، حق خوری، مشکلات سیستم سازمان‌دهی، بی‌برنامگی ادارات، وعده‌های غیرواقعی روسا و مدیران بالا، پارتی‌بازی، عدم توجه مسئولین به شرایط معلمان، عدم بومی‌گزینی، دخالت ارگان‌های دیگر در سازمان‌دهی معلمان، مدیریت ضعیف، سازمان‌دهی نامناسب، نیازسنجی و جذب نامتعادل، پاسخگویی نامناسب، کاغذبازی، بی‌ملاحظگی مسئولین به خواسته‌های معلمان و غیره مواردی هستند که معلمان مناطق کمتر توسعه یافته در موقع مراجعه به ادارات و پیگیری سازمان‌دهی و امورات اداری خود با آن مواجه و به‌عنوان عوامل فساد اداری نام‌گذاری شده‌اند. این موارد باعث عدم اطمینان معلمان مناطق کمتر توسعه یافته به ادارات در جهت رفع مشکلات آن‌ها و ایجاد برنامه‌های حمایتی از طرف آن‌ها شده است.

مصاحبه‌شونده شماره (۱۲) اظهار داشت: «پاسخ‌های دور از شأن معلمی که توسط عوامل اداری به معلمان ما داده می‌شود مثلاً به من می‌گفتند باید اینجا را انتخاب نمی‌کردی حالا که انتخاب کردی باید بمانی.»
مصاحبه‌شونده شماره ۶، ۱۴ و ۱۸ اظهار داشتند وقتی که به رؤسا می‌گفتیم دلیل اینکه در زادگاه خودم خدمت کنم این است که پیش همسرم باشم جواب آن‌ها این بود که «خوب باید در محل کنونی که خدمت می‌کنی ازدواج می‌کردی.»

یافته‌های سؤال چهارم پژوهش: دافعه‌های خدمت در مناطق کم برخوردار برای نامزدهای شغل معلمی و

شاغل کنونی چیست؟

بر اساس جدول ۵ دافعه‌های خدمت معلمان مناطق کم برخوردار مورد بررسی قرار گرفت که از جملات و عبارات اظهار شده، عباراتی چون تحمل اضطراب، دوری از خانواده، فشار روحی، التماس به دیگران، سرگردانی در ادارات، دوری و سختی‌های مسیر، عدم احساس امنیت، ایجاد مشکلات اقتصادی، خطرات جاده‌ای، عدم تطابق فرهنگی و پوششی، نداشتن مسکن و تحمیل هزینه‌های مسکن، حقوق اندک فرهنگیان، هزینه رفت‌وآمد، کمبود امکانات رفاهی، کمبود امکانات ورزشی، کمبود امکانات درمانی، فراهم نبودن شرایط ارتقای علمی و تحصیل، مشکلات خانوادگی و غیره دافعه‌هایی هستند که معلمان مناطق کمتر توسعه یافته را وادار به عدم ماندگاری در این مناطق می‌کند و آن‌ها را به ترک خدمت و درخواست انتقال به مناطق برخوردار و مراکز استان‌ها ترغیب می‌کند و این مسئله در قالب مفهوم نابرابری و تبعیض استخراج شد. مصاحبه‌شونده‌های شماره ۱۱ و ۵ اظهار داشتند که: «در زندگی خیلی از معلم‌ها به‌ویژه خانم‌ها مشکلاتی برای تشکیل خانواده به وجود می‌آید؛ مثلاً وقتی خانمی دور از خانه است واقعاً کسی به

خواستگاری او نمی‌آید و این باعث عقب افتادن او از زندگی می‌شود. برای این بی‌عدالتی‌ها دچار مشکل شده‌ایم و این ندادن جواب درست و حسابی و امروز برو فردا بیا و به قول خودشان نقل و انتقالات سیستمی است، مشکلات زندگی ما را زیاد کرده است.»

مصاحبه‌شونده شماره (۸) اظهار داشت که «خدمت در مناطق دوردست و دور از خانواده بعد از ۱۴ سال باعث ایجاد اختلاف با همسر شد و با وجود ۲ فرزند مجبور به جدایی و طلاق شدیم.»
مصاحبه‌شونده شماره (۳) به کنایه اظهار داشت که: «در دوره‌های بدو خدمت به ما گفتند: اگر برای پول به آموزش و پرورش آمدید این فکر را از ذهن خود دور بریزید چون پول توبیش نیست، خیلی روحیه ما را بهبود بخشید.»
یافته‌های سؤال پنجم پژوهش: چه راهبردهای حمایتی و تطبیقی (کارمند با سازمان و سازمان با کارمند) برای استخدام و ماندگاری در مناطق کم‌برخوردار لازم است؟

بر اساس جدول ۵ در سؤال پنجم راهبردهای حمایتی و تطبیقی که می‌تواند باعث استخدام و ماندگاری معلمان در مناطق کم‌برخوردار شود، مورد بررسی قرار گرفت که جملات و عبارات اظهارشده چون ایجاد ارتباط نزدیک با معلمان، توجه به نیازهای ویژه معلمان، تأمین مسکن، تأمین هزینه رفت‌وآمد، دادن حق انتخاب در امور اداری، سازمان‌دهی آسان و واضح، رفع مشکلات معلمان و غیره باعث ایجاد ساختارهای حمایتی مطلوبی می‌شود که می‌توانند برای بهبود و افزایش وضعیت ماندگاری معلمان در مناطق کمتر برخوردار به کار برده شوند. مصاحبه‌شوندگان اظهار می‌داشتند اگر روسا و مدیران بالا، با معلمان ارتباط همدلانه داشته و به طرق مختلف از وضعیت و مشکلات معلمان آگاه باشند و برای بهتر شدن شرایط مختلف زندگی شخصی و شغلی و رفع مشکلات معلمان اقدام کنند و همچنین آن‌چنان به شرایط نیرو و امکانات در مناطق کمتر توسعه‌یافته اشراف داشته باشند که جذب نیرو و سازمان‌دهی مناسب در بدو خدمت را به بهترین نحوه انجام بدهند، می‌توانند موجبات ماندگاری معلمان را در این مناطق تضمین کنند. مصاحبه‌شونده شماره (۱۳) اظهار داشت: «باید رئیس دلش به اندازه کل نیروها بزرگ باشد به طوری که بتواند در رهبری، شرایطی مثل مشکلات و نیازهای معلمان سکونت را در نظر بگیرد.» مثلاً مصاحبه‌شونده شماره (۸) اظهار داشت که «گاهی اوقات یک لبخند و یک رفتار درست باعث علاقه به کار و دل‌بستگی می‌شود.»

یافته‌های سؤال ششم پژوهش: راهبردهای جذب نیرو آموزش و پرورش مناطق کم‌برخوردار از طریق جذب منابع درونی سازمان چیست؟

بر اساس جدول ۵ در سؤال ششم پژوهش اولویت‌ها و ملاک‌های استخدام و ماندگاری معلمان در مناطق کم‌برخوردار که مورد اولویت است بررسی شد که از جملات و عبارات اظهارشده مشخص شد که پذیرش در زادگاه، نیازسنجی منطقه‌ای، توجه به جنسیت، توجه به تخصص، احترام اجتماعی، دادن حق تصمیم‌گیری، اختصاص پست ویژه، بهبود پرداخت‌ها، توجه به معیشت، تأمین مسکن، پیگیری مشکلات معلمان، کمک عاطفی و روانی، استفاده از کارشناسان مجرب برای جذب، تعیین محل خدمت قبل از استخدام و غیره، از اولویت‌هایی هستند که باعث بهبود استخدام و ماندگاری معلمان در مناطق کمتر توسعه‌یافته شده و به عنوان الزامات و مقتضیات شغلی این معلمان شناخته می‌شود. مصاحبه‌شوندگان اظهار می‌داشتند در وهله اول اگر بومی‌گزینی صورت گیرد مشکلات درخواست جابه‌جایی و تفاوت‌هایی که بین نیروی غیربومی و فرهنگ منطقه کنونی خدمت که باعث ایجاد تضاد و نیازمند تطبیق است، کمتر می‌شود و دیگر مسائلی چون تأمین مسکن و هزینه‌های تحمیلی برای معلمان پیش نمی‌آید. در مسئله جذب، عدم نیازسنجی مناسب برای جذب نیروی زن یا مرد باعث می‌شود که یک جنسیت در آن منطقه مازاد و جنسیت دیگر کمبود داشته باشد که باعث ایجاد مشکلاتی برای ماندگاری معلمان می‌شود. مصاحبه‌شونده شماره (۱۱) اظهار داشت که: «در جامعه امروزی با توجه به حقوق اندک معلمان نسبت به هزینه‌های زیاد زندگی باعث شده است که معلمان در هر شرایطی زندگی کنند و این باعث شده است جامعه به چشم حقارت معلمان را نگاه کنند.»

مصاحبه‌شونده شماره (۴) اظهار داشت که: «شاید بتوان گفت در کل معلمی شغلی بسیار مهم و یک هنر زیبا است که معلم تمام بچه‌ها را در حد فرزندان خود دیده و نهایت تلاش خود را برای یادگیری آن‌ها می‌کند.»

مصاحبه‌شونده شماره (۷) اظهار داشت: «برای هر معلم حتماً باید آینده در نظر گرفته شود. مثلاً همکاری در بدو استخدام می‌گوید هر جایی می‌توانم بروم ولی بعد از چند سال در زندگی شرایطی پیش می‌آید که نمی‌تواند برود.»

مصاحبه‌شونده شماره (۱۹) اظهار داشت: «بعد از قبولی در کنکور و پذیرش در تربیت‌معلم، متأسفانه اصلاً گزینه‌ای برای انتخاب محل خدمت وجود نداشت. پس از گذراندن دوره آموزشی نیز طبق امتیاز چند شهرستان محدود را معرفی کردند که باید یکی از این‌ها را انتخاب می‌کردیم و تعهدی مبنی بر ماندن برای خدمت در آن شهرستان از ما گرفته شد. حال که پنج سال هم تمام شده است و دو برابر و سه برابر آن نیز خدمت کرده‌ایم هنوز به دلیل پارتی‌بازی و بی‌عدالتی ما را به محل زندگی خود انتقال نمی‌دهند و این ظلم در حق آموزش‌یاران نهضت سوادآموزی بسیار بیشتر است.»

جدول ۵. کدهای محوری و مفاهیم احصا شده از داده‌ها

نقش در الگوی نهایی	کدهای گزینشی	کدهای محوری	کدهای اولیه
زمینه‌ای	نوع دوستی	۱- فرهنگ‌سازمانی ۲- توانمندسازی ۳- تعلق سازمانی	۱- خدمت صادقانه ۲- تلاش برای ارتقا و پیشرفت علم ۳- تشریک‌مساعی ۴- کمک به کودکان محروم ۵- خدمت به ساکنان مناطق محروم ۶- خشنودی از خدمت ۷- الگوسازی فرهنگ ۸- توانمندسازی دانش آموزان ۹- رفع محدودیت‌ها و محرومیت‌زدایی ۱۰- احساس رضایت درونی ۱۱- احساس علاقه‌مندی به شغل در مناطق محروم ۱۲- احساس تعلق به سازمان و ارزش‌های آن
زمینه‌ای	هویت اجتماعی- شغلی	۱- علاقه‌مندی شغلی ۲- تعامل آموزشی ۳- احترام اجتماعی ۴- فضای همکاریانه	۱- علاقه به شغل معلمی ۲- علاقه به تدریس ۳- خشنود از تعاملات در تدریس ۴- لذت بردن از کار با کودکان ۵- معصومیت کودکان ۶- کلاس کم‌جمعیت‌تر ۷- کسب پست‌های مدیریتی ۸- کسب امتیازات ویژه ۹- دانش آموزان مشتاق‌تر ۱۰- آگاهی شغلی ۱۱- آگاه ساختن از شرایط مناطق ۱۲- توانمندسازی در شرایط مختلف ۱۳- حرمت بیشتر به معلمان ۱۴- دانش‌آموزان مؤدب‌تر ۱۵- توجه به ارزش‌های انسانی ۱۶- فضای همکاریانه
زمینه‌ای	فساد اداری	۱- مشکلات اداری ۲- مدیریت نامناسب ۳- قربانی زدن‌دهای اداری	۱- توصیه و سفارش‌های پنهانی ۲- مراحل طولانی اداری ۳- حق‌خوری ۴- مشکلات سیستم سازمان‌دهی ۵- بی‌برنامگی ادارات ۶- وعده‌های غیرواقعی رؤسا و مدیران بالا ۷- پارتی‌بازی ۸- بی‌توجهی مسئولین به شرایط معلمان ۹- عدم بومی‌گزینی ۱۰- دخالت ارگان‌های دیگر در سازمان‌دهی معلمان ۱۱- مدیریت ضعیف ۱۲- سازمان‌دهی نامناسب ۱۳- نیازسنجی و جذب نامتعادل ۱۴- پاس‌خگویی نامناسب ۱۵- کاغذبازی ۱۶- بی‌ملاحظه بودن مسئولین نسبت به خواسته‌های معلمان
زمینه‌ای	نابرابری و تبعیض	۱- تفاوت فرهنگی ۲- مشکلات رفاهی و معیشتی ۳- مشکلات خانوادگی	۱- تحمل اضطراب ۲- دوری از خانواده ۳- فشار روحی ۴- التماس به دیگران ۵- سرگردانی در ادارات ۶- دوری و سختی‌های مسیر ۷- عدم احساس امنیت ۸- ایجاد مشکلات اقتصادی ۹- خطرات جاده‌ای ۱۰- عدم تطابق فرهنگی و پوششی ۱۱- نداشتن مسکن و تحمیل هزینه‌های مسکن ۱۲- حقوق اندک فرهنگیان ۱۳- هزینه رفت‌وآمد ۱۴- کمبود امکانات

نقش در الگوی نهایی	کدهای گزینشی	کدهای محوری	کدهای اولیه
			رفاهی ۱۵- کمبود امکانات ورزشی ۱۶- کمبود امکانات درمانی ۱۷- فراهم نبودن شرایط ارتقا علمی و تحصیل ۱۸- مشکلات خانوادگی
فرایندی	ایجاد ساختار حمایتی مطلوب	۱- تعامل بیشتر با معلمان ۲- تأمین امکانات رفاهی ۳- تفویض اختیار بیشتر ۴- دادن امتیازات ویژه ۵- ایجاد فرصت پیشرفت ۶- توجه به ارزش‌های انسانی	۱- ایجاد ارتباط نزدیک با معلمان ۲- توجه به نیازهای ویژه معلمان ۳- حمایت ویژه از معلم هر منطقه ۴- تأمین مسکن ۵- تأمین هزینه رفت‌وآمد ۶- تجهیز مدارس ۷- دادن حق انتخاب در امور اداری ۸- سازمان‌دهی آسان و واضح ۹- طرح‌های تشویقی ویژه ۱۰- عدم‌سخت‌گیری در صورت بروز مشکل ۱۱- حمایت عاطفی از معلم ۱۲- رفع مشکلات معلمان ۱۳- دخیل کردن معلمان در سازمان‌دهی ۱۴- تفویض اختیار به معلمان ۱۵- آماده‌سازی ذهنی ۱۶- افزایش انگیزه خدمت ۱۷- آموزش فرهنگ مناطق خدمت ۱۸- ذکر محاسن و معایب محل خدمت ۱۹- توجه به استفاده ۲۰- توجیه فرایند جابه‌جایی و انتقال ۲۱- عمل به وعده‌های حمایتی ۲۲- ایجاد فرصت پیشرفت
راهبردی	الزامات و مقتضیات شغلی	۱- بومی‌گزینی معلمان ۲- توجه به جنسیت ۳- سیستم اداری متمرکز ۴- شایسته‌گزینی	۱- پذیرش در زادگاه ۲- نیازسنجی منطقه‌ای ۳- توجه به جنسیت ۴- توجه به تخصص ۵- احترام اجتماعی ۵- دادن حق تصمیم‌گیری ۶- اختصاص پست ویژه ۷- بهبود پرداخت‌ها ۸- توجه به معیشت ۹- تأمین مسکن ۱۰- پیگیری مشکلات معلمان ۱۱- کمک عاطفی و روانی ۱۲- استفاده از کارشناسان مجرب برای جذب ۱۳- تعیین محل خدمت قبل از استخدام ۱۴- احراز علاقه‌مندی شخصی و شغلی ۱۵- طراحی سیستم یکپارچه برای جذب و سازمان‌دهی ۱۶- مشخص کردن کار راهه شغلی ۱۷- اخذ تعهد خدمتی قبل از استخدام ۱۸- جذب از تربیت‌معلم و آزمون استخدامی ۱۹- حمایت از معلمان دارای مدرک بالا ۲۰- توجه به ارتقای معلمان

بحث و نتیجه‌گیری

پس از تهیه و تنظیم جدول‌ها به‌عنوان بخشی از تحلیل کیفی داده‌های حاصل از انجام مصاحبه، برای ادامه تحلیل بر اساس اهداف، مفاهیم به‌دست آمده در سطح بالاتر و مجردتر برای دستیابی به مقولات، گروه‌بندی شدند. مقوله‌بندی، فرایندی است که مفاهیم باید گروه‌بندی شوند؛ زیرا در غیر این صورت موجب سردرگمی خواهند شد. چون مصاحبه‌ها به روش تحلیل مقایسه‌ای مداوم و مطلق با روش اشتراوس و کوربین^۱ مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد؛ بنابراین بار دیگر با استفاده از مقایسه مداوم مفاهیم با همدیگر، هر مفهوم با مفاهیم قبل یا بعد خود یا با همه مفاهیم موجود مقایسه شدند تا مقولات کلی استخراج شوند. لذا پس از مقایسه مفاهیم استخراج‌شده، مفاهیم مرتبط در یک مقوله کلی دسته‌بندی شد و بر اساس عناوین موجود در نظریه‌های مرتبط یا مفاهیم برخاسته از ادبیات تحقیق، عناوین کلی برای مقولات در نظر گرفته شد. مقولات مؤثر بر ماندگاری معلمان در شکل ۱ نمایان است:

¹ Strauss & Corbin

مقوله دیگر که نقش زمینه‌ای ایفا می‌کند نابرابری و تبعیض است که نشان‌دهنده وضعیتی است که بر اساس شرایط محیطی و مکانی است که بر معلمان تحمیل می‌شود، به‌طور نمونه شامل مواردی چون فشار روحی، دوری و سختی‌های مسیر، عدم احساس امنیت، ایجاد مشکلات اقتصادی، خطرات جاده‌ای، عدم تطابق فرهنگی و پوششی، نداشتن مسکن و تحمیل هزینه‌های مسکن، حقوق اندک فرهنگیان و غیره است که باعث ایجاد تفاوتی شده‌اند که معلمان مناطق برخوردار یا ادارات دیگر آن را کمتر تجربه کرده یا گرفتار آن نیستند. نمونه‌ای از اظهارات این معلمان نشان‌دهنده وضعیت آن‌هاست: «در زندگی خیلی از معلم‌ها به‌ویژه خانم‌ها مشکلاتی برای تشکیل خانواده به وجود می‌آید؛ مثلاً وقتی خانمی دور از خانه است واقعاً کسی به خواستگاری او نمی‌آید و این باعث عقب افتادن او از زندگی می‌شود. برای این بی‌عدالتی‌ها دچار مشکل شده‌ایم و این ندادن جواب درست و حسابی و امروز برو فردا بیا و به قول خودشان نقل و انتقالات سیستمی است، مشکلات زندگی ما را زیاد کرده است.» مقوله دیگر فساد اداری است که نقش زمینه‌ای دارد و بیان‌کننده مشکلات اداری و سازمانی است که برای معلمان مناطق کمتر توسعه‌یافته پیش می‌آید و در صورت نیاز به مراجعه به ادارات با این مشکلات دست‌وپنجه نرم می‌کنند و باعث نوعی عدم اطمینان آن‌ها به ادارات و مراتب مدیریتی شده است. مواردی چون بی‌توجهی مسئولین به شرایط معلمان، عدم بومی‌گزینی، دخالت ارگان‌های دیگر در سازمان‌دهی معلمان، مدیریت ضعیف، سازمان‌دهی نامناسب، نیازسنجی و جذب نامتعادل، پاسخگویی نامناسب، کاغذبازی و غیره نشان‌دهنده وضعیت نامطلوب توجه ادارات به معلمان مناطق کمتر برخوردار است.

مقوله دیگر ایجاد ساختارهای حمایتی مطلوب است که نقش فرایندی دارند. این ساختارها به‌عنوان راهبردهای حمایتی و تطبیقی نقش اساسی در ماندگاری معلمان دارند چون نشأت گرفته از مواردی چون ایجاد ارتباط نزدیک با معلمان، توجه به نیازهای ویژه معلمان، تأمین مسکن، تأمین هزینه رفت‌وآمد، دادن حق انتخاب در امور اداری، سازمان‌دهی آسان و واضح، رفع مشکلات معلمان و غیره هستند که باعث ایجاد ساختارهای حمایتی مطلوبی می‌شوند و می‌توانند برای بهبود و افزایش وضعیت ماندگاری معلمان در مناطق کمتر برخوردار به کار برده شوند.

در نهایت اینکه مقوله الزامات و مقتضیات شغلی به‌عنوان یک استراتژی از سوی پاسخ‌دهندگان مطرح شده است. استراتژی یا راهبرد فرایندی است که در طول زمان به تقویت یا تضعیف یک پدیده کمک می‌کند. در این پژوهش اولویت‌ها و ملاک‌های استخدام و ماندگاری، راهبردی است که با تعیین آن شرایطی فراهم می‌شود که ماندگاری معلمان را از طریق پذیرش در زادگاه، نیازسنجی منطقه‌ای، توجه به جنسیت، توجه به تخصص، احترام اجتماعی، دادن حق تصمیم‌گیری، اختصاص پست ویژه، بهبود پرداخت‌ها، توجه به معیشت، تأمین مسکن، پیگیری مشکلات معلمان، کمک عاطفی و روانی و غیره، به‌طور مناسب‌تر برای نگهداشت و حفظ میل به ماندگاری برای آنان اجرا می‌شود که پیامد آن افزایش انگیزه معلمان برای ماندگاری و تلاش بیشتر در شغل معلمی است.

به‌طور کلی نتایج حاصل از انجام دادن تحلیل‌های کیفی نشان می‌دهد که شش مقوله اصلی و مهم شامل نوع دوستی، هویت اجتماعی - شغلی، نابرابری و تبعیض، فساد اداری، ایجاد ساختارهای حمایتی مطلوب و الزامات و مقتضیات شغلی، عوامل مهمی هستند که در شرایط زمانی و مکانی متفاوت، در قالب نقش‌های گوناگون می‌توانند بر میل به ماندگاری معلمان مؤثر باشند. بر اساس نتایج می‌توان استدلال کرد که برای رفع مشکلات به‌وجود آمده در استخدام و ماندگاری معلمان در مناطق کمتر توسعه‌یافته باید مشکلات اداری و سیستمی را اصلاح و حمایت اجتماعی و رفاهی بیشتری از معلمان این مناطق به عمل آورد. در این پژوهش محدودیت‌های مانند ترس بعضی از مشارکت‌کنندگان از ابراز انتقادات صریح و مستقیم از مشکلات موجود در آموزش پرورش و همچنین عدم تعمیم نتایج به‌دست‌آمده با توجه به کیفی و موردی بودن روش پژوهش، به‌کل کشور می‌توان بیان کرد. علاوه بر این انجام همین پژوهش در دیگر استان‌ها و کل کشور و همچنین انجام پژوهش در دیگر ارگان‌ها، به‌عنوان پیشنهاد در نظر گرفته شده است.

Reference

- Abili, K., & Movafaghi, H. (2010). *Human resource management (with emphasis on new approaches)*. Tehran: Industrial Management Organization. <https://www.gisoom.com/book/1725889/>
- Ahanchian, M. R. (2019). *Introduction to Educational Management*. Ney Publishing. <https://www.gisoom.com/book/11590258/>
- Anselm, S., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage <https://psycnet.apa.org/record/1999-02001-000>
- Asili, G., & Hindi, S. S. (2010). Comparative study of absorption process and presentation of appropriate model for knowledge organizations "Case Study of Petroleum Industry Research Institute. *Organizational Culture Management*, 8(22), 69-94. https://jomc.ut.ac.ir/article_28747.html
- Bazargan Harandi, A. (2015). *Introduction to Qualitative and Mixed Research Methods: Common Approaches in Behavioral Sciences* (5 ed.). Didar.
- Bell-Ellis, R. S., Jones, L., Longstreth, M., & Neal, J. (2015). Spirit at work in faculty and staff organizational commitment. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 12(2), 156-177. <https://doi.org/10.1080/14766086.2014.992355>
- Bush, T., & Midwood, D. (2014). *Leadership and Education Management*. Roshd. <https://jafaripub.com/book/7823/%D8%B1%D9%87%D8%A8%D8%B1%DB%8C-%D9%88-%D9%85%D8%AF%DB%8C%D8%B1%DB%8C%D8%AA-%D8%A2%D9%85%D9%88%D8%B2%D8%B4>
- Byars, L., & Rue, L. (2006). *Human resource management* (8, Ed.). McGraw-Hill/Irwin .
- Caruth, D. L., Caruth, G. D., & Pane, S. S. (2008). *Staffing the Contemporary Organization: A Guide to Planning, Recruiting, and Selecting for Human Resource Professionals: A Guide to Planning, Recruiting* (3rd ed.). ABC-CLIO. <https://www.abc-clio.com/product/D8952C/>
- Charmaz, K. (2014). Grounded theory in global perspective: Reviews by international researchers. *Qualitative Inquiry*, 20(9), 1074-1084. <https://doi.org/10.1177/1077800414545235>
- Delavar, A. (2016). *Research Methods in Psychology and Educational Sciences* (41nd ed.). Viraish, Ravan, Arasbaran. <https://www.gisoom.com/book/11018856/>
- Dolan, S., & Schuler, R. (1997). *Personnel and human resource management* (2nd ed.). Presidential Public Management Training Center. <https://www.gisoom.com/book/1121592/>
- Fani, A. (2015, September 18). *News of educators and teachers*. Estekhdam .
- Flick, O. (2021). *An Introduction to Qualitative Research* (11 ed.). Ney.
- Foskett, N., & Lumby, J. (2003). *Leading and managing education: International dimensions*. paul chapman publishing. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=M9UrXLYCqBQC&oi=fnd&pg=PP2&dq=+Leading+and+Managing+Education:+international+Dimensions,+London&ots=k8E4sYaDTV&sig=BJS3VLKWw4IPGJsZQnUuDnukxCY#v=onepage&q=Leading%20and%20Managing%20Education%3A%20international%20Dimensions%2C%20London&f=false>
- Gall, J., Gall, M., & Borg, W. (2015). *Quantitative and qualitative research methods in educational sciences and psychology* (9nd ed.). Samat , Shahid Beheshti University. <https://www.gisoom.com/book/11024078/>

- Gholipour, A. (2013). *Human resources management (Concepts, theories and applications)*. Samat. <https://samta.samt.ac.ir/content/9323/>
- Golkar, T. (1996). *Investigating the opinions of master and doctoral experts working in Shiraz education about the rate and some reasons for the tendency of retirees to leave the service of education specialists* [Master, Tehran]. Tehran, Iran .
- Ingersoll, R. M., & Smith, T. M. (2003). The wrong solution to the teacher shortage. *Educational leadership*, 60(8), 30-33 .<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.182.106&rep=rep1&type=pdf>
- Irajpour, A., Yazdaniyan, H., & Moharrami, T. (2018). A quantitative assessment of the effect of human resources strategies on the overall organizational strategy (Case study: Saipa factory). *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 15(43), 85-98. https://karafan.tvu.ac.ir/article_100515_8f9bbbf117a1bfb1d4beadf340c99a61.pdf
- Manourian, A., & Tahami, F (2011). Identify and prioritize critical success factors in establishing a knowledge management system. *Human Resource Studies*, 1(1), 21-40. http://www.jhrs.ir/article_66494.html?lang=fa
- Matias, Á., Nijkamp, P., & Sarmento, M. (2011). *Tourism economics: Impact analysis*. Springer Science & Business Media. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=vzcu fw6qcCoC&oi=fnd&pg=PR3&dq=Tourism+Economics+Impact+Analysis&ots=Ywzk5ko2Z_&sig=nv-igoFB6C59x5hcywmTM8MpvU#v=onepage&q=Tourism%20Economics%20Impact%20Analysis&f=false
- Maxwell, J. A. (2005). *Qualitative research design : an interactive approach* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA : Sage Publications. https://oneseach.library.rice.edu/discovery/fulldisplay/alma991013094129705251/01RICE_INST:RICE
- Mercer, W. (2001). *Retaining your star performers*. Birmingham, Headstart .
- Michael, Q. P. (2002) .*Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications Ltd. <https://www.scielo.br/j/rac/a/76K9TYKYMJBCRw3XBKQFDwc/?lang=pt>
- Mirkamali, S. M., Hajkhozeymh, M., & Ebrahimi, S. (2015). Criteria to identify attract and retain human resources and provide appropriate solutions (case study: staff of Tehran University campus faculties). *Journal of Development & Evolution Mngement*, 7(22), 9-18. http://www.jdem.ir/article_485.html
- Morse, J. M. (1994). Emerging from the data: The cognitive processes of analysis in qualitative inquiry. In *Critical issues in qualitative research methods*. Sage. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/critical-issues-in-qualitative-research-methods/book4198>
- Nouri Shams Abad, M. (2008). Innovation in human resource recruitment. *Tadbir Monthly*(3), 87. <http://www.mgtsolution.com/show/897674376>
- Olson, K. (2016). *Essentials of qualitative interviewing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315429212>
- Shams Lahroudi, S. H., & Delshkasteghan, F. (2017). Investigating Optimal Marketing Strategies in Electronic Markets (Case Study: Small and Medium Companies in Bushehr Province). *Scientific Journal of Research in Management and Social Studies*, 3(8), 9-20.
- Shamsi, S., PoorAtashi, M., & Zamani, A. (2020). The Relationship between Managers Communication Skills and Leadership Style with Human Resource Empowerment in Shariaty School of Engineering. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 16(46),

- 141-160. https://karafan.tvu.ac.ir/article_105318_0e05606c02ced118d779fbb3007200f4.pdf
- Shirbegi, N., & Sadeghi, S. (2020). A qualitative study of the school community members' experience of parallel leadership in schools. *Management of training organizations*, 9(1), 53-90. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=533808>
- Soleimani, Q. (2015, January 27). *Teachers do not stay in deprived areas of Chaharmahal and Bakhtiari*. Iranian Students' News Agency. https://www.isna.ir/news/9311070_3886/
- Turnea, E.-S. (2018). Attraction and Retention of the Employees. A Study based on Multinationals from Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 238, 73-80. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2018.03.009>
- Vardi, Y., & Weitz, E. (2004). *Misbehavior in organizations: Theory, research, and management*. Lawrence Erlbaum Associates. <https://psycnet.apa.org/record/2003-88121-000>

Table of contents

Providing an Interactive Model of Performance Appraisal Indicators in the Banking Industry (Case Study: Refah Bank)	13
Marjan Mohammadi Moghadam, Seyed Haidar Mirfakhradini, Shahnaz Nayebzadeh	
Presenting a Model Explaining the Behavioral Entropy Challenges of Auditors of an Auditing Organization Using Grounded Theory	39
Ramin Hosseini, Alireza Maetoofi, Mansour Gerkaz, Ali Khozin	
The Impact of Political Relations on Auditor's Opinion with Emphasis on Market Characteristics of Companies Listed on the Tehran Stock Exchange	55
Reza Jamei, Nashmin Lotfi Joo	
Investigating the Effect of Conservatism on the Relationship Between Operating Cash Flow and Cash Value	73
Gholamreza Soleimani Amiri, Tayebeh Jamshidi, Hamzeh Anbari	
Importance and Role of Social Networks in Trusting E-Commerce (B2C)	91
Ehsan Fooladikia, Faezeh Taghipour, Amir Reza Naghsh	
Investigating and Analyzing the Causes of Citizens' and Tourist's Participation in Environmental Protection (Case Study: Mahmoudabad City)	111
Naser Fattahi, Leila Ebrahimi Jamnani, Fatimeh ZolfaliporFar	
Presenting a Qualitative Model of Alignment of Talent Identification Strategies of Iranian Sports Federations	133
Asgar Ghanbari, Majid Khorvash, Ahmadreza Askari	
The Impact of Information Technology Competency Dimensions on Organizational Innovation in Sport and Youth Departments	153
Zeinab Mondalizadeh, Sadaf Nagsh Javaheri	
Factors Affecting the Foreign Employer Brand of the Ministry of Sports and Youth of Iran from the Perspective of Physical Education Students	165
Shahrbanoo Jomeh Pour, Mohammad Khabiri, Nasrollah Sajjadi, Majid Jalali Farahani	
Editing a Conceptual Model to Assess the Impact of Crime Prevention Factors and Improve the Security of Sports Facilities	185
Taha Razmara, Azad Fallahi, Mozafar Yektayar	
Evaluating the Performance of Physical Education Departments of Higher Education Institutions Based on Hierarchical Analysis (AHP) and Structural Equation Modeling (SEM) - Case Study: Technical and Vocational University	211
Ali Molaeinejad, Nima Majedi, Zahra Nobakht Ramezani	
Analysis of Barriers to Entrepreneurship in Sports from the Perspective of Sports Experts	229
Meysam Noori Khanyourdi, Mohammad Khabiri, Ebrahim Alidoust Ghahfarrokhi	
Obstacles to Progress in Women's Sports in East Azerbaijan Province	251
Mahta Eskandarnejad, Safiye Ebrahimi, Zahra Hoseinzadeh	
Development of a Conceptual Model of Lancaster and Kurt Rail Higher Education Branding (An Approach Based on Deductive Qualitative Content Analysis)	271
Ali Keshavarz-zadeh, Khalil Gholami, Nematollah Azizi	

Knowledge Commercialization Based on the Role of Managerial Ambiguity in Higher Education 297

Akrameh alsadat Yaghubi, Yalda Delgoshaei, Leila Hosseinitabaghdehi, Fereshteh Kordestani

Identifying the Competencies Expected of Learners in the Distance Education System: Providing a Model 319

Anvar Shahmohammadi, Mehri Bahmani

Teacher's Self-Efficacy and Its Relationship with the Professional Learning Community in Virtual Learning Environments (VLEs): The Mediating Role of Professional Development 337

Zhiar Rafai, Rafigh Hasani, Majid Mohamadi

Employment and Retention of Human Resources in Education in Less Developed Areas: Ethnographic Research 359

Amjad Kazemi, Naser Shirbagi, Mohammad Amjad Zabardast

Karafan

Quarterly Scientific Journal of
Technical and Vocational University
Summer, 2021
Vol. 18, No. 2, Serial Number 53



License Holder: Technical and Vocational University
Director- in-Charge: Ebrahim Salehi Omran (Ph.D)
Editor-in- Chief: Nematollah Azizi (Ph.D)
Journal Internal Manager: Azarchehr Sehat (Ph.D)

Cover designer & implementation:

M. Moshtaghi - S. Danaseresh

Language Editors & Content designer:

L. Hashemi, A. Tahmasbi - M.

Pouyandehkia

Editorial Board:

Dr. Ebrahim Salehi Omran:

Professor of Mazandaran University and Technical and Vocational University

Dr. Nematollah Azizi:

Professor of Kurdistan University

Dr. Mohsen Jahanshahi:

Professor of Babol Noshirvani University of Technology

Dr. Seyed Ali Asghar Ghoreishi:

Professor of Babol Noshirvani University of Technology

Dr. Masoud Shafiee:

Professor of Amir Kabir University of Technology

Dr. Hasan Moslemi Naieni:

Professor of Tarbiat Modares University

Dr. MohammadReza Mehrnia:

Professor of University of Tehran

Dr. SeyedHeydar Mirfakhreddini:

Associate Professor of Yazd University and Technical and Vocational University

Dr. Vida Taghvaei:

Associate Professor of Technical and Vocational University

Dr. AhmadReza Haghghi:

Associate Professor of Technical and Vocational University

Dr. Akbar Jafari:

Associate Professor of Technical and Vocational University

Dr. Mahdi Chehel Amirani:

Associate Professor of Urmia University

Dr. Seyed Mohammad Hossein

Seyed Kashi:

Associate Professor of Birjand University

Dr. Mahdi Malekan:

Associate Professor of University of Tehran

International Editorial Board:

Dr. Johanna Lasonen:

Professor of University of South Florida

Dr. Michael Osborne:

Professor of University of Glasgow

Dr. Per-Olof Thång:

Professor of University of Gothenburg

Dr. Kamal Aziz Ketuly:

Professor of University of Duhok (UoD)

Dr. Marius Venter:

Associate Professor of University of Johannesburg

Dear Reviewers of the articles in this issue:

Fatemeh Ahmadi, SeyedHossein Alavi, Ebrahim AlidostGhahfarokhi, Nematollah Azizi, Maryam Bahmani, Mahdi Dastgerdi, Ali Davari, Amin DehghanGhahfarokhi, Majid GhaderiRahghi, Alireza Ghalei, SeyedHassan Hataminasab, Habib Honari, Mehdi Hosseinpour, Reza Jamei, Shahrbanoo Jomehpour, Ali Khalkhali, GholamReza Khoshfar, Bahman KianiRad, Maryam Lalehmazhin, Reza Mahdi, Alireza MirarabBayegi, Mahtab Moazami, Fatemeh Mohaddes, Reza MohammadKazemi, HamidReza Peykari, Mansoure Pourmiri, Hamid Rahimi, Saeed SadeghiBroujerdi, Sadegh Salehi, Parvin Samadi, Farhad Seraji , Mahdi ShariatiFeizAbadi, Naser Shirbagi.

In the Name of God

Karafan

Quarterly Scientific Journal of
Technical and Vocational University

Summer, 2021

Vol. 18, No. 2, Serial Number 53

Due to certificate No. 3/18/60837 from the scientific
dated 21/07/2013 publications review of Commission of the Ministry of Science,
Research and Technology this journal has been licensed to publish.

Address: Central Organization of Technical and Vocational University, No. 4,
Eastern Brazil St., Vanak Sq., Tehran, Iran

Postal Code: 1435761137

Tel: (+98-21) 42350418

Email: karafan@tvu.ac.ir
Website: <http://karafan.tvu.ac.ir>