



فصلنامه علمی - پژوهشی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

- شماره: ۴۱ ● پاییز ۱۳۹۷ ● شاپا: ۲۲۴x - ۱۷۳۵
- صاحب امتیاز: وزارت ورزش و جوانان
- مدیر مسئول: محمدرضا فضلے
- سردبیر: سید نصراله سجادی
- مدیر داخلی و ویراستار: زهرا کمالیان
- صفحه آرا: جعفر خدادی
- چاپ و صحافے: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی

- بزرگراه آفریقا، خیابان سایه، پلاک ۴، ساختمان شماره ۲ وزارت ورزش و جوانان
- تلفن: ۲۲۶۶۲۳۶۹، دورنگار: ۲۲۶۶۲۲۶۰
- رایانامه: strategic.studies@msy.gov.ir
- سامانه ارسال مقاله: <http://faslname.msy.gov.ir>
- اقتباس و درج مطالب با ذکر ماخذ آزاد است

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان دارای اعتبار علمی - پژوهشی ۳/۱۸/۸۰۳۳ از ۱۳۹۳/۱/۲۵ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است و در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه می شود.

هیئت تحریریه: (به ترتیب الفبا)

کیومرث اشتریان

دانشیار گروه علوم سیاسی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

محمد جواد پور

دانشیار گروه روش‌ها و برنامه‌های آموزشی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران

سید نصراله سجادی

دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران و معاون توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای وزارت ورزش و جوانان

مهدی طالب پور

دانشیار گروه رفتار حرکتی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد

محمد حسین عبدالهی

دانشیار گروه روانشناسی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه خوارزمی

فرزاد غفوری

دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی

محمد کشتی دار

دانشیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه بیرجند

محمود گلزاری

دانشیار گروه روانشناسی بالینی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبائی و معاون ساماندهی امور

جوانان وزارت ورزش و جوانان

امیر ملکی

دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور

حبیب هنری

دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی و عضو کمیته علمی-پژوهشی مرکز مطالعات

و پژوهش‌های راهبردی وزارت ورزش و جوانان

مشاوران علمی این شماره:

امیر حسین واعظی، حسن کلاشلو، سید محسن بنی جمالی، حمیدرضا نیکخواه، شهرام فرج زاده موالو، لطیف سعادت‌ی سیدبگلو، مهدی شکرانی، مهدی معینی، رسول صادقی، سام آرام، وحیدرضا میرابی، محمدرضا ربیعی مندجین، لقمان کشاورز، فرشاد تجاری، مهدی نادری نسب، محمد رسول خدادادی، محمد هادی توکلی، نصراله محمدی، حسین اکبری یزدی، رسول فرجی، فراز موسوی، حسن عبدی، کریم زهره وندیان، علی مرادی، مهدی بشیری، علی همتی عقیف، عبدالمهدی نصیرزاده، طاهره جعفری، سهیلا علیرضازاده، فهیمه نظری، زهرا حضرتی صومعه، آذر رشتیانی، مریم مختاری دینانی، فهیمه مومنی فر، فهیمه میرزائی، فریده شریفی فر، فریده عقیلی و لیلا میرآقاسی.

اهداف فصلنامه:

۱. ارتقای دانش علمی و بررسی نقادانه سیاست‌ها و برنامه‌های موجود
۲. کمک به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه ورزش و جوانان
۳. بررسی مسائل و چالش‌های فراروی جوانان و ورزش کشور با ارائه راهکارهای نوین و مفید در این زمینه‌ها
۴. انعکاس جدیدترین یافته‌های جوان پژوهی و ورزشی در داخل و خارج کشور

شرایط چاپ مقالات:

۱. مقالات ارسالی نباید برای هیچ نشریه داخلی یا خارجی ارسال یا در آنها چاپ شده باشد.
۲. مقالات ارسالی، به هیچ وجه مسترد نخواهد شد و پس از طی مراحل ارزیابی و تأیید علمی داوران به چاپ خواهد رسید.
۳. فصلنامه در رد یا پذیرش مقالات و ویرایش مطالب و تغییر عناوین، آزاد است.
۴. مسئولیت مطالب، با نویسندگان است.

راهنمای تنظیم مقالات

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

۱. مقاله‌های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت اند از گزارش‌های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته‌ها، بحث و تفسیر، نتیجه‌گیری و منابع باشند.
۲. حجم مقاله‌ها باید بین ۱۵ تا ۲۵ صفحه A4 (هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word 2007 به پایین با فونت 14 Blotus تایپ شده باشد.
۳. ساختار مقاله‌ها باید شامل اجزای زیر باشد:
 - **صفحه عنوان:** ضروری است که عنوان کامل مقاله در کوتاه‌ترین و زیباترین شکل، نام کامل نویسندگان، بالاترین مدرک، مقطع و رشته تحصیلی، دانشگاه یا سازمان متبوع و رتبه علمی یا پست سازمانی هر یک از نویسندگان (به فارسی و انگلیسی)، نشانی پستی، تلفن ثابت، تلفن همراه، نامبر و نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول درج شود.
 - **چکیده فارسی و انگلیسی:** لازم است که چکیده‌ای سازمان یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسی و انگلیسی در بر گیرنده بخش‌های هدف، روش، یافته‌ها و نتیجه‌گیری به صورت فشرده و منعکس کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه‌ای که مقاله بر مبنای آن نمایه سازی شود) ارائه گردد.
 - **مقدمه:** شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه‌ای از تعاریف، اصول، تئوری‌ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی، چارچوب نظری، فرضیه‌ها یا پرسش‌ها، نتایج، بحث و منابع به صورت کامل ارائه گردد.
 - **روش:** شامل تبیین روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و ابزارهای پژوهش است.
 - **یافته‌ها:** یافته‌های حاصل از روش‌های آماری می‌تواند به صورت متن، جدول (شماره و عنوان در بالای آن) و نمودار (شماره و عنوان در زیر آن) ارائه شود- تعداد جدول‌ها و نمودارها نباید بیشتر از ۶ عدد باشد.
 - **بحث و نتیجه‌گیری:** ضمن مقایسه یافته‌های حاصل از این تحقیق با تحقیقات قبلی از منظر شباهت‌ها و تفاوت‌ها، به درستی یا نادرستی فرضیه‌ها و هدف تحقیق اشاره گردد.
 - **منابع:** تمامی مقاله‌ها باید دارای منابع مستند، صحیح و مرتبط باشند و از آنجا که بررسی صحت و سقم تمامی منابع برای اعضای هیئت تحریریه و داوران ممکن نیست، مسئولیت این امر بر عهده نویسنده مسئول می‌باشد. همچنین، لازم است که منابع مورد استفاده، جدید و از سال ۲۰۰۵ به بعد باشند.

۴. ارجاعات به منابع فارسی و انگلیسی باید به شیوه درون متنی (APA) در داخل پرانتز و به شیوه زیر باشد:
(نام خانوادگی مولف، سال انتشار منبع: شماره صفحه یا صفحات) - چنانچه از نویسنده‌ای در یک سال، بیش از یک اثر منتشر شده باشد، با ذکر حروف الفبا پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.
۵. معادل غیر فارسی واژه‌های تخصصی، اسامی افراد یا مکان‌ها، کتبه نوشت‌ها و سر واژه‌ها، در پاورقی هر صفحه با شماره گذاری مستقل ذکر شود.
۶. هر گونه توضیح اضافی ضروری به ترتیب شماره، در پی نوشت انتهای مقاله، پیش از فهرست منابع بیاید.
۷. فهرست منابع (فارسی یا غیر فارسی) در انتهای مقاله به ترتیب الفبایی نام خانوادگی مولف به شکل زیر تنظیم شود:
- الف. کتاب:** نام خانوادگی مولف، نام (سال انتشار) **عنوان مقاله**. نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). محل انتشار: ناشر
- ب. مقاله:** نام خانوادگی مولف، نام (سال انتشار) «**عنوان مقاله**». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). نام مجله. سال یا دوره، شماره.
- ج. مجموعه مقالات:** نام خانوادگی مولف، نام (سال انتشار) «**عنوان مقاله**». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). در (in) نام و نام خانوادگی ویراستار مجموعه. عنوان مجموعه. محل انتشار: ناشر.
- د. رساله تحصیلی:** نام خانوادگی مولف، نام (سال تدوین) «**عنوان مقاله**». مقطع تحصیلی، دانشکده و دانشگاه محل تحصیل.
- ه. پایگاه اینترنتی:** نام خانوادگی مولف، نام (آخرین زمان به روز نمودن سایت) «**عنوان مقاله**». نشانی پایگاه اینترنتی (تاریخ مراجعه به پایگاه).

مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی

فهرست

مطالعه و بررسی جامعه شناختی رابطه کیفیت زندگی زناشویی با عوامل جمعیت شناختی (مورد مطالعه: زنان ۱۸ تا ۲۹ ساله شهر کرج)

فاطمه رشید، شهلا کاظمی پور ثابت، حسین آقاچانی مرسا ۹

راهبرد سیاستگذاری اشتغال جوانان در ایران

جعفر هزارجریبی، بهمن سبحانی ۲۹

عوامل موثر بر عدم تمایل به ازدواج در بین کارکنان مجرد ادارات شهرستان همدان

اعظم شکوری، اسدالله نقدی، حسین امامعلی زاده، زهرا رحیمی ۴۹

بررسی عوامل فرهنگی- اجتماعی موثر بر ساماندهی ازدواج جوانان (مطالعه موردی: دانشجویان گروه علوم انسانی دانشگاه علوم تحقیقات تهران در سال ۱۳۹۵)

سمیه غلامی قاراب، سید جلیل حسینی اجداد نیاکی ۷۳

مطالعه کیفی پیامدهای استفاده از شبکه های اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه هرمزگان

یونس دانش، مصطفی ظهیری نیا ۸۵

بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر آمادگی سازمان برای پیاده سازی مدیریت دانش در وزارت ورزش و جوانان

معصومه محمدحسن، امیربابک مرجانی ۹۷

طراحی الگوی دیپلماسی فوتبال ایران براساس نظریه زمینه ای

داوود نوری، بهرام قدیمی، معصومه شجاعی ۱۱۳

تدوین مدل عوامل موثر بر سکوت سازمانی با استفاده از رویکرد ترکیبی Fuzzy AHP و ARAS

بهمن نیکخو، سعید جعفری نیا، اکبر حسن پور، حسین عباسیان ۱۳۷

رابطه استراتژی های وزارت ورزش و جوانان با انتخاب سبک رهبری مناسب در ورزش قهرمانی

سید احمد حسینی گل افشانی، سیده ناهید کریمی، داود عزیزی ۱۶۱

پیش بینی تعهد ورزشی دانشجویان تربیت بدنی بر اساس عوامل محیطی

شهرزاد اسماعیلی، فریده اشرف گنجویی، علی زارعی ۱۷۹

تحلیل سطح رضایت و وفاداری استفاده کنندگان ازمحصولات و خدمات باشگاه های طراز اول تهران بر اساس مدل ECSI

مصطفی علی یاری، ابراهیم محمودی، مهدی سوادی ۱۹۱

طراحی مدل مدیریت پیامد های بدینی نسبت به تغییرات سازمان

منیژه جهان بین، محمدحسین مشرف جوادی، سردار محمدی ۲۱۱

تعیین فاکتورهای فرایند استعدادیابی: یک مطالعه اکتشافی در ورزشکاران رزمی (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان)

محمد نوحی، جواد شهلایی باقری، فرزاد غفوری، حبیب هنری ۲۳۳

شناسایی وضعیت موجود و موانع توسعه ورزش همگانی در کشور

محمد بابایی، فروغ فتاحی مسرور، نادر شاکری ۲۳۵



مطالعه و بررسی جامعه شناختی رابطه کیفیت زندگی زناشویی با عوامل جمعیت شناختی (مورد مطالعه: زنان ۱۸ تا ۲۹ ساله شهر کرج)

فاطمه رشید^۱
شهلا کاظمی پور ثابت^۲
حسین آقاجانی مرسا^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۴/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۶/۳

هدف تحقیق حاضر، سنجش کیفیت زندگی زناشویی جوانان با عوامل جمعیت شناختی می باشد. این پژوهش با توجه به ماهیت خود، توصیفی - همبستگی می باشد. جامعه آماری آن کلیه زنان ۱۸ تا ۲۹ ساله شهر کرج می باشند که با توجه به فرمول کوکران، حجم نمونه برابر با ۴۶۵ نفر به روش خوشه ای و سپس تصادفی ساده تعیین شدند. در مبانی نظری از نظریه های کیفیت زندگی، پارسونز، صافی، همسان همسری، دورکیم و... استفاده شده و در پایان مدل نظری تحقیق، با توجه به تئوری های پارسونز، فروم، استتس و براساس رویکرد اول لیو و تعریف عناصر تشکیل دهنده کیفیت زندگی زناشویی و همچنین مدل دوم ایوانز (مدل از پایین به بالا) طراحی گردیده است. این تحقیق با استفاده از روش پیمایشی انجام گرفته است. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته است. پایایی پرسشنامه توسط آلفای کرونباخ برای تمامی ابعاد پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بدست آمد که قابل قبول می باشد. پس از گردآوری داده ها، براساس آمارهای توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم افزار spss،

۱. دانشجوی دکتری جامعه شناسی، گرایش مسائل اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E- mail: Fatemehrashid78@yahoo.com

۲. دانشیار، جامعه شناسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳. استادیار، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. نتیجه فرضیه با آزمون‌های مرتبط نشان می‌دهد که بین کیفیت زندگی و سن، سن ازدواج، فاصله سنی با همسر، مدت ازدواج، سن باروری و محل زندگی رابطه معناداری وجود دارد. طبق آزمون رگرسیون و تحلیل مسیر در بیشترین و قوی‌ترین تأثیر بر کیفیت زندگی زناشویی، می‌توان به ترتیب به تأثیر مستقیم متغیرهای مدت ازدواج (۰/۵۷۲)، فاصله سنی با همسر (۰/۳۸۱) و سن ازدواج (۰/۴۰۴) اشاره نمود.

واژگان کلیدی: کیفیت زندگی زناشویی، عوامل جمعیت شناختی، زنان جوان، سن ازدواج و قومیت

مقدمه

واکنش متقابل اعضای خانواده، چگونگی کیفیت زندگی آن و تأثیر آن بر اجزا و نهادهای دیگر جامعه، اندیشمندان را بر آن داشته است که با رویکردهای مختلف به مطالعه این واحد اجتماعی سرنوشت ساز همت گمارند. یکی از مهمترین رویکردهای مورد توجه اندیشمندان، کیفیت زندگی زناشویی یا رضایت و عدم رضایت آنها از زندگی مشترک می باشد. رضایت زناشویی، وجود یک رابطه دوستانه ی منطقی، تفاهم، درک یکدیگر و ارضای نیازهای مادی و معنوی زن و مرد است. کاپلان و مدوکس^۱ (۲۰۰۲) چنین بیان می کنند: «رضایت زناشویی، یک تجربه فردی در ازدواج است که افراد آن را با توجه به میزان مسرت و خوشی در زندگی زناشویی ارزیابی می کنند.» آن ها اعتقاد دارند که این امر به انتظارات، نیازها و خواسته ها و تمایلات افراد در ازدواجشان بستگی دارد. (میرفردی، احمدی و رفیعی بلداجی، ۱۳۸۹: ۵۹). کیفیت زندگی یک مفهوم مستقیم و دقیق نیست، بلکه فرایندی است که توصیف آن به هیچ وجه ساده نمی باشد. (رابرت^۲، ۱۳۸۹: ۳۷). به طور خلاصه می توان گفت که کیفیت زندگی از دیدگاه افراد، در موقعیت های مختلف متفاوت است و به رضایت فرد از زندگی خود بر می گردد و با عواملی مانند سن، فرهنگ، جنسیت، تحصیلات، وضعیت طبقاتی، محیط اجتماعی و بیماری مرتبط است (سیادت و همایی، ۱۳۸۶: ۱۱۲) اما با شروع زندگی مشترک و ایجاد رابطه زناشویی، رضایت زناشویی به متغیری مهم در رابطه با کیفیت زندگی بدل می شود. رضایت زناشویی، فرایندی است که در طول زندگی زوجین به وجود می آید و لازمه آن انطباق سلیقه ها، شناخت ویژگی های شخصیتی، ایجاد قواعد رفتاری و شکل گیری الگوهای مراوده ای است. (احمدی و همکاران، ۱۳۸۴: ۳۴). مطالعات نشان داده است که رضایتمندی و یا عدم رضایت زناشویی، بر بسیاری از ابعاد زندگی فردی و اجتماعی تأثیر می گذارد؛ برای مثال، نتایج مطالعات در محدوده تأثیر جسمانی نشان داد افراد متأهل که زندگی شان پایدار بوده و استحکام بیشتری داشته است، عموماً عمر طولانی دارند، از نظر جسمانی سالم ترند، شاد هستند و بیشتر احتمال دارد که از سرطان نجات یابند. (احمدی و همکاران، ۱۳۸۴: ۴۵). بی شک، رابطه ای دارای قدرت لازمه می باشد که از سوی هر دو طرف مورد پذیرش قرار گرفته و هر دو آن را با کیفیت لازم اعلام نمایند و این مهم زمانی برآورده می شود که بنیانگذاران خانواده (زن و شوهر) دارای توانمندی های لازمه، مهارت های زندگی، توانایی درک یکدیگر و نیازهای هم، حقوق یکدیگر و توقعات طرف مقابل باشند. چنین رابطه ای به زن و شوهر این اطمینان را می دهد که در معامله زندگی با طرف مقابل ضرر ننموده اند و به اهداف کوتاه مدت و بلند مدت خود در این زندگی خواهند رسید. (جلالی هنومرور، ۱۳۸۵: ۲۴). چنانچه این کیفیت در زندگی زوجین بروز نماید می توان گفت زندگی آنان و روابط آنان از کیفیت لازمه برخوردار بوده و تضمین کننده خوشبختی این دو و به تبع آن فرزندان آنان است. در واقع افزایش کیفیت زندگی زناشویی موجب می شود همسران با سازگاری، احساس خوشبختی، رضایتمندی و آرامش روانی بیشتری در کنایکدیگر زندگی کنند. مسلماً چنین شرایطی زمینه ای مساعد برای پیشرفت فراوان فردی، خانوادگی و اجتماعی به وجود می آورد. (ستوده، ۱۳۸۶: ۴۲). موضوع کیفیت زندگی زناشویی همانند دیگر پدیده های اجتماعی و انسانی متأثر از عوامل و متغیرهای مختلفی است. بررسی سن ازدواج به خصوص در زنان، مشاهده متعدد ازدواج در سنین پایین، کاهش ازدواج های ترتیب یافته و افزایش آزادی در انتخاب همسر، گسترش ویژگی های ساختاری مدرنیزاسیون

1. Kaplan & Maddux

2. Robert

همچون: شهرنشینی، صنعتی شدن، تحرک جغرافیایی و مهاجرت و همچنین گسترش ارزش های مدرن مانند فردگرایی، الگوی جدید همسرگزینی و از طرف دیگر، افزایش نارضایتی، ناسازگاری، بی تعهدی، طلاق و به طور کلی کاهش کیفیت زندگی زناشویی زوج ها، توجه محقق را به مطالعه جامعه شناختی این عوامل متوجه کرد. بنابراین از بین عوامل تاثیر گذار بر کیفیت زندگی زناشویی می توان به نقش غیر قابل انکار عوامل اجتماعی اشاره داشت که در این حوزه می توان گفت سهمی از میزان رضایت یا عدم رضایت زوجین از یکدیگر را در عوامل جمعیت شناختی مانند سن ازدواج، تفاوت قومیتی، نوع خانواده، تعداد سال های زندگی مشترک، فاصله سنی بین زوجین، تعداد افراد خانواده، شیوه همسر گزینی و ... جستجو کرد.

به همین منظور در این تحقیق تلاش می شود تا میزان اثرگذاری این ابعاد اجتماعی شناسایی و نقش آن در کیفیت روابط زوجین تبیین گردد. با توجه به عوامل یاد شده، سوالات اساسی این پژوهش عبارت اند از:

کیفیت زندگی زناشویی در چه حدی است؟ چه رابطه ای بین متغیر کیفیت زندگی زناشویی و متغیرهای جمعیت شناختی مانند سن زن و مرد هنگام ازدواج، اندازه خانواده، فاصله سنی زوجین، سال های زندگی مشترک، قومیت، اولین سن بارداری، ترکیب جنسی فرزندان، نوع خانواده و... وجود دارد؟ بنابراین فقدان یا کاهش احساس رضایتمندی زناشویی، خود می تواند سبب ایجاد محرکی برای تصمیم به جدایی و طلاق شود که آثار مخرب و مهلک آن نیز بر کسی پوشیده نیست (وایت، کلین و دیوید^۱، ۲۰۰۸: ۵۳). با توجه به مباحث بالا می توان گفت اجرای پژوهش هایی از این دست و تاکید و بررسی عوامل جمعیت شناختی برای شناسایی دقیق تر علل طلاق و در نقطه مقابل آن رضایتمندی از زندگی زناشویی در کشور از اهمیت زیادی برخوردار است. بر اساس یافته های حاصل از این قبیل پژوهش ها، از یک سو، می توان هزینه ها و مشکلات مادی و روانی ناشی از اختلافات خانوادگی و پدیده طلاق را کاهش داد و از سوی دیگر، با افزایش معرفت و شناخت به ویژه یافته های حاصل از پژوهش های کاربردی، پیشنهادات مناسبی برای سیاست گذاری ها و برنامه ریزی های کلان اجرایی ارائه کرد تا بنیان های خانواده استحکام بیش تری پیدا کند.

فرضیه های پژوهش

فرضیاتی که در این پژوهش مطرح شده، عبارت اند از:

۱. سن بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر معکوس دارد.
۲. سن ازدواج بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر مستقیم دارد.
۳. فاصله سنی زوجین بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر معکوس دارد.
۴. تعداد سال های زندگی مشترک زوجین بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر معکوس دارد.
۵. تعداد فرزندان، بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر معکوس دارد.
۶. فاصله سنی بین فرزندان، بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر معکوس دارد.
۷. پایین بودن سن زن در اولین بارداری بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر مستقیم دارد.
۸. فاصله سن ازدواج تا تولد فرزند اول، بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر مستقیم دارد.
۹. به نظر می رسد مهاجرت بعد از ازدواج، بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر مستقیم دارد.
۱۰. ازدواج با خویشاوندان، بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر مستقیم و مثبتی دارد.

۱۱. انتخاب همسر با نظر خود فرد، بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر مستقیم دارد.
۱۲. نزدیکی محل سکونت با خانواده همسر، بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر معکوس دارد.
۱۳. قومیت یکسان بین زوجین، بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر مستقیم دارد.

مبانی و چارچوب نظری

دیدگاه‌های مختلفی در جامعه‌شناسی به بررسی کیفیت زندگی زناشویی پرداخته‌اند؛ تئوری‌های مربوط به ازدواج مانند نظریه صافی، تئوری‌های مربوط به خانواده مانند نظریه تالکوت پارسونز، رنه کونینگ، هلموت شلسکی و مارکس هورکهایمر و تئوری‌های مربوط به کیفیت زندگی زناشویی مانند نظریه آنومی دورکیم، نظریه چرخه زندگی، نظریه همسان‌همسری، نظریه انصاف، نظریه مبادله، نظریه مارکسیسم، نظریه فمینیست، نظریه کنش متقابل نمادین و دیدگاه اریک فروم. اما هیچ یک از این نظریه‌ها به تنهایی نمی‌تواند مسئله مورد نظر را تبیین و از جوانب گوناگون بررسی کند. بنابراین، با ایجاد چهارچوبی نظری که تلفیق و ترکیبی از نظریه‌های مطرح شده است، موضوع مورد بررسی قرار می‌گیرد. برادبری، فینچام و بیچ^۱ کیفیت زندگی زناشویی را به عنوان موفقیت و عملکرد یک ازدواج توصیف و بیان کرده‌اند که کیفیت زندگی زناشویی، مفهومی چند بعدی است و شامل ابعاد گوناگون سازگاری یا توافق، انسجام و رضایت از زندگی زناشویی می‌شود. بر طبق نظریه همسان‌همسری، اغلب افراد همواره برای ازدواج خود تمایل به انتخاب فردی را دارند که همسان و شبیه به یکدیگر باشند، چرا که مطابق با این نظریه، همسانی افراد در بسیاری از جهات باعث دوام و پایداری آن ازدواج می‌شود و همین‌طور افزایش رضایت از زندگی زناشویی را نیز به دنبال خواهد داشت و کیفیت زندگی زناشویی را بالا می‌برد. (فالکنر^۲، ۲۰۰۲: ۱۴). در واقع، انسان مایل است همسری برگزیند که بیش‌تر همسان با او باشد تا ناهمسان با وی. همسانی دو فرد نه تنها آن‌ها را به سوی یکدیگر جذب می‌کند، بلکه پیوند و وصلت ایشان را استوارتر می‌نماید. پژوهش‌های بسیاری نیز مؤید این امر است که هر چه میزان همسانی زوجین از جنبه‌های گوناگون مانند سن، نوع خانواده، قومیت، اندازه جمعیت خانواده و... بیش‌تر باشد، میزان رضایت زناشویی بیش‌تری حاصل می‌شود. بر اساس تئوری صافی هر قدر افراد از گروه‌های قومی، نژادی، طبقه اجتماعی و اقتصادی و شرایط سنی همسانی بیش‌تری داشته باشند، کیفیت زندگی زناشویی بیش‌تر می‌شود- همان‌طور که در نظریه همسان‌همسری مطرح شد. (صادقی مهدی، ۱۳۸۴: ۱۷). از دیدگاه جامعه‌شناسی در نظریه چرخه زندگی، زناشویی و رضایت‌مندی از زندگی زناشویی، حاکی از آن است که بین رضایت از ازدواج و دوره‌های زندگی رابطه‌ای منحنی شکل وجود دارد که طبق آن با تولد فرزندان و در دوره‌ای کوتاه از میانسالی، رضایت از ازدواج کاهش می‌یابد و سپس با راه افتادن فرزندان، رضایت از زندگی به نحو چشمگیری افزایش می‌یابد (برناردز^۳، ۱۳۸۴: ۲۴۳). پس می‌توان گفت تعداد سال‌های زندگی مشترک نیز می‌تواند بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر بگذارد. اریک فروم نیز در حوزه کیفیت زندگی معتقد است که عشق بین زوجین شامل ابراز احساسات مثبت، توجه و مراقبت، همدلی و مهربانی، حمایت و قدردانی است. فروم معتقد است که عشق عبارت است از همبستگی و یگانگی با شخص، به شرط نگر داشتن فردیت و موازین شخصیت فردی. عشق بارور همواره بر علائم توجه، مسئولیت، احترام و شناخت و مشارکت و

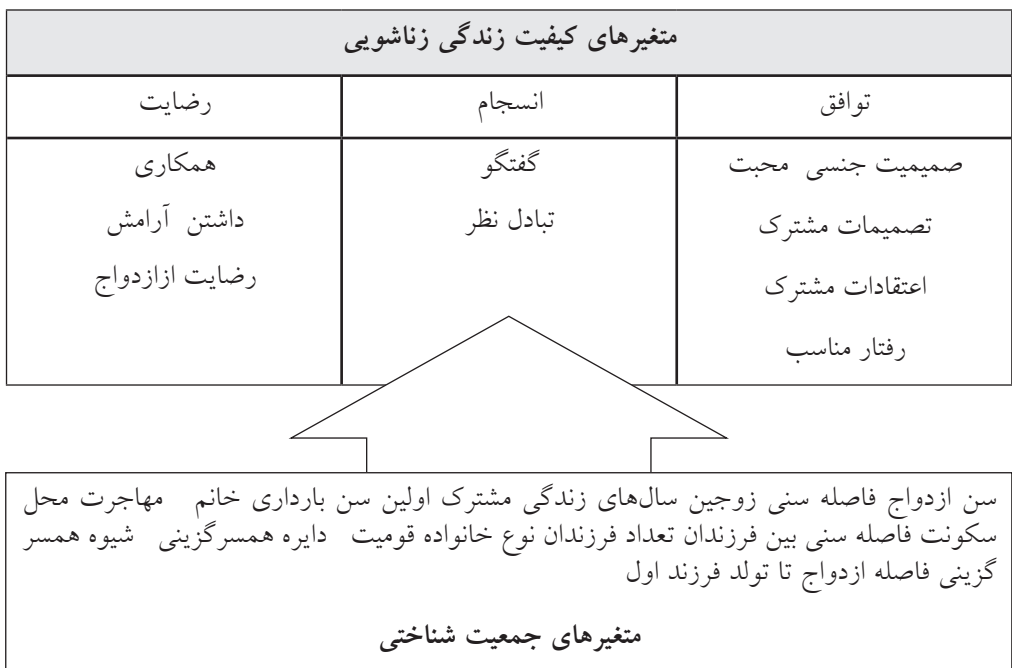
1. Bradbury & Fincham & Beach
2. Faulkner
3. Bernards

همدلی در کارها، صمیمیت جنسی و تفاهم همه جانبه دلالت می‌کند (فروم، ۱۳۸۹: ۹۹). پس بر اساس نظر فروم می‌توان گفت که میزان عشق و علاقه زوجین همراه با ملازمت آن مانند احترام متقابل، همکاری و مشارکت و صمیمیت جنسی و ... بر کیفیت زندگی زناشویی تأثیر دارد. براساس نظریه پارسونز، در خانواده هسته‌ای کیفیت زندگی بالاتر است. پارسونز در کارکرد خانواده هسته‌ای از منظر خرد به عنوان نظامی خاص با طرح نظام شخصیتی در نظریه خود به تعریف رضایت اقدام می‌کند و عنصر اصلی نظام شخصیت را تمایلات می‌داند. بنابراین در چارچوب نظام شخصیتی اگر به فردی پاداش‌هایی از نوع تمجید به عنوان انگیزه داده شود و فرد این تمجیدها را باور کند، رضایت حاصل می‌شود. در زندگی زناشویی هم بر همین اساس با توجه کردن به هم، انجام مسئولیت‌ها، احترام گذاشتن و شناخت و مشارکت و همدلی در کارها، داشتن صمیمیت جنسی و تفاهم در انجام کارها و ... می‌توان رضایت از زندگی زناشویی را مشاهده کرد. (اعزازی، ۱۳۷۶: ۷۲). همچنین می‌توان نظریه آنومی دورکیم را به روشنی با کیفیت زندگی زناشویی بررسی کرد. مفهوم آنومی از دیدگاه دورکیم در سه خصیصه به کار رفته است. تشویش یا اضطراب دردناک، احساس جدایی از معیارها و استانداردهای گروه، احساس بی‌نشانی یا فقدان هدفی معین. می‌توان عنوان کرد که بر اساس دیدگاه دورکیم زن و شوهری که بر اساس ارزش‌ها و اخلاقیات هدایت شوند، از موقعیت و رابطه خود رضایت دارند و این امر بر کیفیت زندگی زناشویی آنها تأثیر دارد. (صادق مقدم و همکاران، ۱۳۸۵: ۵۰). در واقع، کیفیت زندگی زناشویی تابع نوع و شدت رابطه است. می‌توان گفت که از یک سو، با تأمین بسیاری از نیازهای عاطفی و شناختی و حتی مالی افراد توسط همسر در ارتباط است و از سوی دیگر، از طریق مهار تمایلات افراد، از آرزوهای بی‌پایان جلوگیری می‌کند. همچنین می‌توان گفت در جریان انتقال از همبستگی مکانیکی به ارگانیکی به علت عدم انسجام بین زن و مرد، احتمال منزوی بودن آنها و عدم رضایت آنها بیشتر می‌شود و این انزوا موجب می‌شود که کیفیت زندگی زناشویی کاهش یابد. بنابراین همانطور که در تئوری‌های مختلف در بالا بیان شد، عوامل مختلفی مانند طول مدت زندگی مشترک، همسانی در سن ازدواج و قومیت، نوع خانواده، اندازه و جمعیت خانواده، عشق و همکاری بین زوجین در کیفیت زندگی زناشویی تأثیر دارد. از دیدگاه جامعه‌شناسی در نظریه چرخه زندگی، زناشویی و رضایت‌مندی از زندگی زناشویی، حاکی از آن است که بین رضایت از ازدواج و دوره‌های زندگی رابطه‌ای منحنی شکل وجود دارد که طبق آن با تولد فرزندان و در دوره‌ای کوتاه از میانسالی، رضایت از ازدواج کاهش می‌یابد و سپس با راه افتادن فرزندان، رضایت از زندگی به نحو چشمگیری افزایش می‌یابد (برناردز^۱، ۱۳۸۴: ۲۴۳). همچنین ممکن است ویژگی تعاملات میان زوجین برای کیفیت زندگی زناشویی مهم‌تر از صفات اجتماعی یا فردی باشد. در واقع، محبت و همکاری اثربخش بین زوجین و سایر اعضای خانواده و احترام می‌تواند تأثیر مهمی در کیفیت زندگی زناشویی داشته باشد. همچنین، بر اساس نظر دوال و هیل^۲ تأثیر حضور فرزندان و تعداد فرزندان بر کیفیت زناشویی در بین زوجین متفاوت است و به نظر محقق در بین عوامل موثر بر کیفیت زندگی زناشویی، حائز اهمیت باشند- بخصوص با توجه به این موضوع که در جامعه کنونی تشویق به باروری و افزایش تعداد فرزندان مورد توجه مسئولان می‌باشد. بنابراین در این پژوهش سهم عوامل ارتباطی در کیفیت زندگی زناشویی نیز مانند طول مدت ازدواج و تعداد سال‌های زندگی مشترک، تعداد فرزندان، روابط خویشاوندی قبل از ازدواج و فاصله سنی زوجین مطرح شده است. در مورد سن ازدواج، جامعه‌شناسانی مانند شهلا اعزازی در پذیرش این که تفاوت زیاد سنی میان زن و شوهر در اکثر موارد

1. Bernards

2. Dull and Hill

به عنوان عاملی زیانبار بر سلامت خانواده تاثیر می گذارد، هم عقیده هستند. اگر اختلاف و تفاوت سنی زوجین متناسب نباشد و فاصله سنی زوجین تفاوت فاحش داشته باشد، احتمال آسیب به سلامت و دوام خانواده بسیار افزایش می یابد، چراکه فاصله سنی زیاد بین زوجین، فاصله عمیق اجتماعی را به همراه خواهد داشت. به عبارت دیگر، آن دو نفر از دو نسل متفاوت خواهند بود. در مدل نظری با توجه به سه رویکرد لیو^۱ در بررسی کیفیت زندگی، رویکرد اول که عناصر تشکیل دهنده آن مانند شادکامی، رضایتمندی، احترام، صمیمیت جنسی، حمایت همسر، حل تعارض، تفاهم در زندگی و... تعریف می شود، در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است. (مقصودی ۱۳۸۶: ۹۲). همچنین با توجه به دو مدل معروف ایوانز برای توضیح ارتباط بین کیفیت زندگی و دیگر متغیرها که شامل الف: مدل از بالا به پایین - براساس این تئوری، چنین فرض می شود که کیفیت زندگی، ویژگی ثابتی است که باعث خروجی های معینی در زندگی افراد می شود - و ب: مدل از پایین به بالا - اعتقاد بر این است که متغیرهای خاصی کیفیت زندگی افراد را تحت تاثیر قرار می دهد - است، با توجه به هدف این پژوهش که مطالعه کیفیت زندگی زنان متأهل ۱۸ تا ۲۹ و مطالعه آن بر اساس متغیرهای زمینه ای و جمعیت شناختی می باشد، مدل دوم مورد تاکید است. (جمال زاده، ۱۳۹۲: ۵۶). بنابراین الگوی نظری پژوهش این گونه ارائه می شود:



روش شناسی پژوهش

این پژوهش با توجه به ماهیت خود از نوع توصیفی - همبستگی است و داده ها از طریق پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی گردآوری اطلاعات، جمع آوری شد تا با بررسی و تحلیل هر چه دقیق تر آنها، اهداف این پژوهش

به چالش گذاشته و فرضیات این پرسشنامه بررسی شود. در این پژوهش ابتدا از مقیاس کیفیت زندگی زناشویی باسبی و همکاران (RDAS) به منظور سنجش میزان کیفیت روابط زناشویی استفاده شد. بعد این فرم توسط محقق تجدیدنظر گردید و در نهایت از پرسشنامه محقق ساخته در جهت سنجش کیفیت زندگی زناشویی و سنجش متغیرهای جمعیت شناختی بهره گیری شد. پرسشنامه در دو قسمت تهیه شد که بخش اول آن با ۲۰ سوال برای سنجش متغیرهای جمعیت شناختی و قسمت دوم ۶۰ گویه با ۳ خرده مقیاس توافق (۳۰ سوال)، رضایت (۱۲ سوال) و انسجام (۱۸ سوال) شکل گرفت- در مجموع نمره کیفیت زناشویی را نشان می دهند و نمرات بالا نشان دهنده کیفیت زناشویی بالاتر است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه زنان متأهل ۱۸ تا ۲۹ سال ساکن شهر کرج در سال ۹۶-۱۳۹۵ می باشد. بر اساس فرمول کوکران، ۳۶۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند، اما از آنجا که معمولاً در تحقیقات به برخی از پرسشنامه ها به طور کامل پاسخ داده نمی شود و یا به دلیل عدم دقت پاسخگو اطلاعات موجود در آنها قابل استفاده نمی باشد، تصمیم گرفته شد که بیشتر از این حجم نمونه برآورد شده، پرسشنامه توزیع شود. در نتیجه، ۴۶۵ پرسشنامه توزیع شد. روش نمونه گیری این پژوهش، نمونه گیری خوشه ای دو مرحله ای^۱ می باشد که براساس تقسیم بندی صورت گرفته از سوی شهرداری، شهر کرج به ۱۰ منطقه تقسیم می شود. ابتدا از بین ۱۰ منطقه شهر، ۵ منطقه از مناطق به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند (بخش مرکزی کرج، اسلام آباد و عظیمیه، بلوار ارم، مهرشهر و فاز چهار، مصباح تا محدوده کارخانه قند، حسین آباد و شهرک بنفشه) و در مرحله دوم، در هر منطقه انتخاب شده، ۹۳ نفر از زنان متأهل ۱۸ تا ۲۹ سال به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده ها در بخش آمار توصیفی با استفاده از جداول و شاخص های گرایش مرکزی و در بخش آمار استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS از آزمون های تحلیل رگرسیون و ضریب همبستگی روابط بین متغیرها بهره گیری می شود. پایایی پرسشنامه به شیوه آلفای کرونباخ محاسبه شد.

جدول ۱: میزان آلفای کرونباخ متغیرها

عنوان متغیر	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
رضایت	۱۲	۰/۵۸
توافق	۳۰	۰/۸۵
انسجام	۱۸	۰/۸۴
کیفیت زندگی	۶۰	۰/۹۰

یافته های پژوهش

توصیف ویژگی های جامعه مورد مطالعه

از ۴۶۵ زن متأهل شهر کرج خواسته شد که به سوالات پرسشنامه پاسخ دهند که میانگین سنی آنها ۲۴ سال- کم سن ترین ۱۸ و مسن ترین ۲۹ سال- است. میانگین فاصله سنی با همسر پاسخگویان ۴/۷ سال- کم فاصله ترین ۰ و بیشترین فاصله سنی ۱۶ سال- است. میانگین سن ازدواج پاسخگویان ۲۲ سال- کم ترین سن ازدواج

۱۳ سال و بیشترین ۲۹ سال- است. میانگین سن بارداری پاسخگویان ۲۰ سال- کم ترین سن بارداری ۱۴ سال و بیشترین ۲۹ سال- است. میانگین مدت زمان ازدواج پاسخگویان ۱۶ سال- کم ترین مدت ازدواج ۱ ماه و بیشترین ۱۵ سال- است.

۲۰/۶ درصد از پاسخگویان فرزندی ندارند، ۵۳/۱ درصد یک فرزند، و ۲۱/۸ درصد دو فرزند، ۸ درصد هم ۳ و بیش از آن فرزند دارند.

بیشتر پاسخگویان (۷۷/۶ درصد) اعلام کرده اند که با همسر خود خویشاوند نیستند و پاسخ خیر دادند. ۲۲/۴ درصد از پاسخگویان هم بله جواب دادند.

بیشتر پاسخگویان (۳۷/۳ درصد) اعلام کرده اند که نزدیک خانواده همسر خود زندگی می کنند. ۲۶/۰ درصد از پاسخگویان هم نزدیک خانواده خود زندگی می کنند و ۳۶/۷ درصد نزدیک هیچکدام از خانواده های زندگی نمی کنند.

۴۵/۶ درصد اعلام کرده اند که خانه دار هستند و ۵۴/۴ درصد هم شاغل هستند. بنابراین بیشتر پاسخگویان شاغل هستند.

۲۹/۰ درصد اعلام کرده اند که با خانواده همسر خود زندگی می کنند و ۷۱ درصد هم با خانواده همسر زندگی نمی کنند. بنابراین بیشتر پاسخگویان با خانواده همسر خود زندگی نمی کنند. ۰/۳ از افراد برادر یا خواهرشان با آنها زندگی می کند، ۱/۷ درصد پدر یا مادر خود، ۰/۲ برادر یا خواهر همسر، ۵/۴ پدر یا مادر همسر و ۹۰/۳ نفر هم کسی با آنها زندگی نمی کند. بنابراین بیشتر آنها مستقل زندگی می کنند.

۴۳/۵ درصد اعلام کرده اند که بعد از ازدواج مهاجرت کرده اند و ۵۶/۵ درصد هم بعد از ازدواج از محل زندگی خود مهاجرت نکرده اند.

۰/۳ درصد اعلام کرده اند که بلوچ هستند. ۱ درصد ترکمن، ۵/۰ درصد لر، ۳/۰ درصد مازنی، ۴/۳ درصد گیلک، ۷/۹ درصد کرد، ۲۶/۴ درصد آذری، ۵۰/۱ فارس و ۲/۰ درصد عرب هستند. بنابراین بیشتر آنها فارس هستند.

قومیت همسران نیز به این گونه است: ۱/۶ درصد اعلام کرده اند که ترکمن هستند، ۴/۳ درصد لر، ۴/۶ درصد مازنی، ۵/۳ درصد گیلک، ۱۰/۲ درصد کرد، ۲۶/۶ درصد آذری، ۴۵/۷۲ فارس و ۱/۶ درصد عرب هستند. بنابراین بیشتر آنها فارس هستند.

۶/۴ درصد اعلام کرده اند که فرزندان آنها بین یک تا دو سال با هم فاصله دارند. ۲۱/۴ درصد بین دو تا چهار سال، ۲۹/۴ درصد بیشتر از چهار سال، و ۴۲/۸ درصد هم به این سوال پاسخ نداده اند که به احتمال زیاد فرزند ندارند.

توصیف متغیر وابسته (کیفیت زندگی زناشویی جوانان)

کیفیت زندگی زناشویی ۱۳/۲ درصد از پاسخگویان در حد پایین، ۵۴/۳ درصد در حد متوسط و ۳۲/۵ درصد در حد بالا و مطلوب است. میانگین ۲/۱۹۲ و انحراف معیار ۰/۶۴۹ می باشد. بنابراین کیفیت زندگی زناشویی بیشتر پاسخگویان در حد متوسط است.

جدول ۲: توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان برحسب کیفیت زندگی زناشویی

کیفیت زندگی زناشویی جوانان	فراوانی	درصد معتبر	درصد تراکمی	میانگین	انحراف معیار
پایین	۶۰	۱۳/۲	۱۳/۲	۲/۱۹۲	۰/۶۴۹۲۰
متوسط	۲۲۲	۵۴/۳	۶۷/۵		
بالا	۶۴	۳۲/۵	۱۰۰		
جمع	۳۴۶	۱۰۰			

توصیف ابعاد کیفیت زندگی پاسخگویان

جدول زیر بیانگر میانگین پاسخگویان برحسب ابعاد کیفیت زندگی می‌باشد. همان طور که پیداست از سه بعد بررسی شده، میزان انسجام پاسخگویان با میانگین ۱۰۴/۹۳۴ بیشتر از توافق با میانگین ۶۰/۵۵ و رضایت با میانگین ۳۸/۴۷ می‌باشد.

جدول ۳: توزیع میانگین پاسخگویان برحسب ابعاد کیفیت زندگی جوانان

ابعاد کیفیت زندگی	توافق	رضایت	انسجام
میانگین	۶۰/۵۵۳	۳۸/۴۷۱	۱۰۴/۹۳۴
حداقل	۱۸	۱۴	۵۸
حداکثر	۹۰	۶۰	۱۵۱

نتایج فرضیه‌های پژوهش

جدول زیر نشان دهنده رابطه بین متغیرهای مستقل با «کیفیت زندگی زناشویی جوانان» به عنوان متغیر وابسته است که از آزمون‌های مرتبط استفاده شده است. نتیجه آزمون‌ها به طور خلاصه در جدول زیر آمده است:

جدول ۴: خلاصه آزمون فرضیه‌ها

ردیف	فرضیه	نوع آزمون	ضریب	سطح معناداری	قبولی یا ردی
۱	سن و کیفیت زندگی زناشویی	پیرسون	۰/۱۷۷	۰/۰۰۲	تایید
۲	فاصله سنی با همسر و کیفیت زندگی زناشویی	پیرسون	-۰/۱۱۹	۰/۰۳۹	تایید
۳	سال‌های زندگی مشترک و کیفیت زندگی زناشویی	پیرسون	۰/۱۹۵	۰/۰۰۱	تایید

۴	سن ازدواج و کیفیت زندگی زناشویی	پیرسون	۰/۱۲۰	۰/۰۳۹	تایید
۵	تعداد فرزندان و کیفیت زندگی زناشویی	پیرسون	۰/۱۰۸	۰/۰۰۷	رد
۶	فاصله سنی بین فرزندان و کیفیت زندگی زناشویی	اسپیرمن	۰/۰۵۰	۰/۳۹۳	رد
۷	سن بارداری و کیفیت زندگی زناشویی	پیرسون	۰/۱۵۱	۰/۰۱۷	تایید
۸	فاصله سن ازدواج تا تولد اولین فرزند	پیرسون	۰/۰۷۹	۰/۱۸۰	رد
۹	قومیت و کیفیت زندگی زناشویی	آنوا	۰/۵۱۶	۰/۸۴۴	رد
۱۰	محل زندگی پس از ازدواج و کیفیت زندگی زناشویی	آنوا	۳/۱۵۱	۰/۰۴۴	تایید
۱۱	شیوه انتخاب همسر و کیفیت زندگی زناشویی	آنوا	۵/۸۳۵	۰/۰۰۳	تایید
۱۲	ازدواج با خویشاوندان و کیفیت زندگی زناشویی	تی تست	۰/۹۰۶	۰/۳۴۲	رد
۱۳	مهاجرت پس از ازدواج و کیفیت زندگی زناشویی	تی تست	۰/۹۲۵	۰/۰۱۶	تایید

آزمون فرضیه چند متغیره: آزمون رگرسیون چندگانه

در تحلیل رگرسیون چندگانه، با استفاده از روش همزمان (در سطح معناداری قابل قبول) و ترسیم معادله رگرسیون استاندارد، می توان گفت که با افزایش یک واحد تغییر در متغیرهای مستقل، به اندازه ضریب رگرسیون استاندارد واحد در متغیر وابسته افزایش خواهیم داشت. در تحلیل رگرسیون چندگانه، کلیه متغیرهای مستقل و زمینه ای به عنوان متغیر مستقل و کیفیت زندگی زناشویی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند.

جدول ۵: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر کیفیت زندگی زناشویی

مدل	R	R ^۲	R تعدیل شده	انحراف استاندارد
۱	۰/۶۸۵	۰/۳۸۲	۰/۴۵۶	۱/۸۹۶۱۱

در جدول ۵ در کل ضریب تعیین تحلیل مسیر ($R^2 = 1 - 0/618 = 0/382$) عدد ۰/۳۸۲ را نشان می دهد؛ این بدان معناست که متغیرهای مورد بررسی ۳۸/۲ درصد از واریانس میزان کیفیت زندگی زناشویی (متغیر وابسته نهایی) را تبیین نموده (۰/۳۸۲ = مقدار واریانس تبیین شده) و ۳۸/۲ درصد واریانس میزان کیفیت زندگی زناشویی (متغیر وابسته نهایی) مربوط به متغیرهایی است که در تحقیق پیش بینی نشده اند ($1 = 0/618 - 0/382$) مقدار

واریانس تبیین نشده). بنابراین همانطور که در جدول فوق مشاهده می شود، مقدار ضریب تعیین برابر است با: $R^2 = 0/38$ ؛ به این معنی که متغیرهای موجود در این تحقیق می توانند تا ۳۸ درصد میزان مشارکت اجتماعی را توضیح دهند یا تبیین کنند و ۶۲ درصد نیز به عوامل دیگری وابسته است که در این تحقیق نیامده است.

جدول ۶: نتایج آزمون تحلیل واریانس برای عوامل موثر بر کیفیت زندگی زناشویی

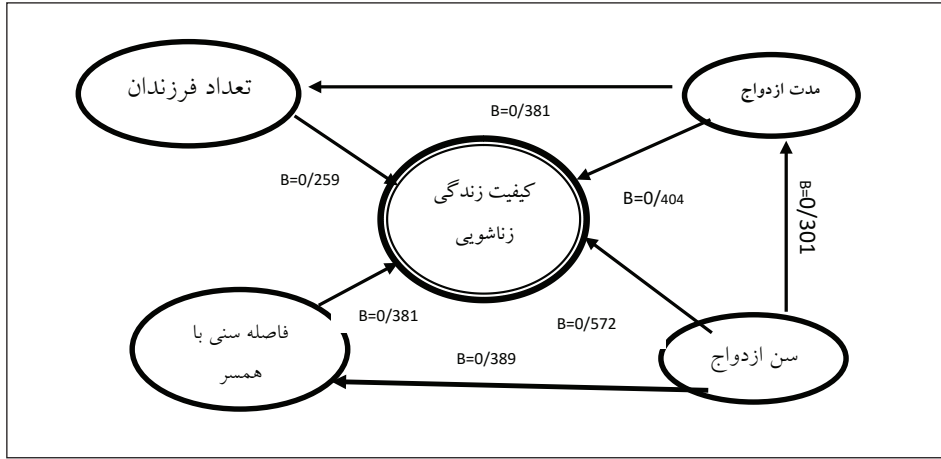
ضرایب	مجموع مجذورات	Df	میانگین	F	سطح معناداری
رگرسیون	۷۱۵ / ۳۱۰	۵	۱۱۹ / ۲۱۸	۹ / ۶۴۲	۰ / ۰۰۰
باقیمانده	۲۹۷۹ / ۸۱۴	۳۵۲	۱۲ / ۳۶۴		
کل	۳۶۹۵ / ۱۲۷	۳۶۰	۰		

جدول ۷: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون چند متغیره کیفیت زندگی زناشویی

عنوان متغیر	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	مقدار T	سطح معناداری
	B	اشتباه استاندارد	Beta		
عدد ثابت (Constant)	۱۰ / ۴۷۳	۱۰ / ۹۹۷	-	۱ / ۲۴۳	۰ / ۰۰۰
سن بارداری	۰ / ۰۰۶	۰ / ۰۰۶	۰ / ۰۵۹	۰ / ۹۸۷	۰ / ۳۲۵
تعداد فرزندان	۰ / ۴۲۱	۰ / ۱۶۷	۰ / ۲۵۹	۵۲۱ / ۲	۰ / ۰۱۲
سن	۰ / ۱۱۸	۰ / ۲۵۳	۰ / ۰۳۷	۰ / ۴۶۹	۰ / ۶۴۰
سن ازدواج	۰ / ۳۷۳	۰ / ۱۶۳	۰ / ۵۸۱	۲ / ۲۸۳	۰ / ۰۰۳
فاصله سنی با همسر	۰ / ۲۹۰	۰ / ۰۹۲	۰ / ۳۸۱	۳ / ۱۵۸	۰ / ۰۰۲
مدت ازدواج	۰ / ۳۴۰	۰ / ۱۹۹	۰ / ۴۰۴	۱ / ۷۱۲	۰ / ۰۱۸

معادله خط رگرسیون عوامل تعیین کننده رضایت زندگی زناشویی در جامعه نمونه آماری
 (سن ازدواج) $0/373 +$ (تعداد فرزندان) $0/421 +$ (کیفیت زندگی زناشویی) $10/473 =$
 (فاصله سنی با همسر) $0/290 +$ (مدت ازدواج) $0/340 +$

مدل تحلیل مسیر عوامل موثر بر میزان کیفیت زندگی زناشویی



تفسیر: بر مبنای مدل تحلیل مسیر عوامل موثر بر کیفیت زندگی زناشویی می توان گفت:

۱. میزان کیفیت زندگی زناشویی تحت تأثیر مستقیم مدت ازدواج (۰/۴۰۴) و تعداد فرزندان (به میزان ۰/۲۵۹)، سن ازدواج به میزان ۰/۵۷۲ و فاصله سنی با همسر به میزان ۰/۳۸۱ می باشد.
۲. شاخص تعداد فرزندان، تحت تأثیر مستقیم مدت ازدواج (به میزان ۰/۳۸۱) قرار دارد.
۳. شاخص مدت ازدواج، تحت تأثیر مستقیم سن ازدواج (به میزان ۰/۳۰۱) قرار دارد.
۴. فاصله سنی با همسر، تحت تأثیر مستقیم سن ازدواج (به میزان ۰/۳۸۹) می باشد.

جدول ۸: تحلیل مسیر تأثیر عوامل موثر بر میزان کیفیت زندگی زناشویی

انواع تأثیر ضرایب مسیر (Bi) بر میزان کیفیت زندگی			
عوامل موثر بر کیفیت زندگی زناشویی	تأثیر مستقیم	اثرات غیر مستقیم	مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم
سن ازدواج	۰/۵۷۲	۰/۳۰۱	۰/۸۷۳
فاصله سنی با همسر	۰/۳۸۱	۰/۳۸۹	۰/۷۷۰
مدت ازدواج	۰/۴۰۴	۰/۴۰۴	۰/۴۰۴
تعداد فرزندان	۰/۲۵۹	۰/۳۸۱	۰/۶۴۰
مجموع تاثیرات	۱/۸۴۰	۱/۰۷۱	-

طبق جدول ۸، سعی شده در قالب تحلیل مسیر عوامل موثر بر کیفیت زندگی زناشویی، به ترسیم نیکویی برازش مدل نظری پرداخته شود. لذا در بیشترین و قوی ترین تأثیر بر کیفیت زندگی زناشویی، می توان به تأثیر

مستقیم متغیر سن ازدواج با میزان $0/572$ ، مدت ازدواج به میزان $0/404$ ، فاصله سنی با همسر به میزان $0/381$ و تعداد فرزندان به میزان $0/259$ اشاره کرد.

بدین ترتیب، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که برای بالا بردن میزان کیفیت زندگی زناشویی باید بر عوامل زیر تاکید کرد: مدت ازدواج، سن ازدواج، فاصله سنی با همسر و تعداد فرزندان؛ چرا که اثرگذاری مستقیم این عوامل به طور آشکار بیشتر از اثرگذاری سایر عوامل بر کیفیت زندگی زناشویی است.

بحث و نتیجه گیری

موضوع کیفیت زندگی جوانان در دهه های اخیر توجه بسیاری از محققان را به خود جلب نموده است. مطالعه کیفیت زندگی، به بررسی تاثیر تمام موضوعاتی می‌پردازد که باعث بالارفتن سطح معنی زندگی، افزایش شادی، خوشی و تناسب شرایط زندگی شهروندان می‌گردد. با شروع زندگی مشترک و ایجاد رابطه زناشویی، رضایت زناشویی به متغیری مهم در رابطه با کیفیت زندگی بدل می‌شود. اهمیت کیفیت زندگی زناشویی یا همان رضایتمندی و عدم رضایت از زندگی زناشویی، در تأثیر آن بر سلامت روانی و جسمانی پدیدار می‌شود. همانطور که گفته شد مطالعات نشان داده است که رضایتمندی و عدم رضایت از زندگی زناشویی، بر بسیاری از ابعاد زندگی فردی و اجتماعی تأثیر می‌گذارد. افراد متأهلی که زندگی شان پایدار بوده و استحکام بیشتری داشته است و از رضامندی زناشویی بالایی برخوردارند، بیشتر عاطفی‌اند و در مقایسه با افراد ناسازگار، کمتر دچار مشکلات روان‌شناختی می‌شوند. طبق نتیجه این تحقیق، از عواملی که در کیفیت زندگی زناشویی موثر است عبارت‌اند از: سن، فاصله سنی با همسر، سال‌های سپری شده از زندگی مشترک، تعداد فرزندان، سن بارداری، محل زندگی پس از ازدواج، شیوه انتخاب همسر و مهاجرت پس از ازدواج. در این تحقیق تلاش شد تا میزان اثرگذاری این ابعاد شناسایی و نقش آن در کیفیت روابط زوجین تبیین گردد، زیرا موضوع کیفیت زندگی زناشویی همانند دیگر پدیده های اجتماعی و انسانی متأثر از عوامل و متغیرهای مختلفی است. در این پژوهش محقق به بررسی کیفیت زندگی زناشویی پرداخته و سپس عوامل جمعیت شناختی و تأثیر آن بر روابط زوجین و کیفیت روابط آنها را مورد مذاقه قرار داده است - هرچند که بسیاری از عوامل جامعه شناختی می‌تواند کیفیت روابط زوجین را تحت الشعاع خود قرار دهد، آن را بهینه سازد و یا تخریب نماید. بالا رفتن درصد طلاق، پایین آمدن مدت زمان عمر خانواده در سالیان اخیر، افزایش خشونت خانوادگی، قتل‌های خانوادگی، خیانت و طلاق عاطفی در خانواده از جمله مواردی است که بیانگر کیفیت پایین زندگی زناشویی می‌باشد.

بین سن و کیفیت زندگی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به سطح شبه فاصله‌ای متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. سطح معنی‌داری برابر $0/002$ Sig و میزان همبستگی پیرسون $0/177$ - است که نشان دهنده رابطه معکوس بین متغیرهاست. بنابراین هرچه سن بالاتر رود، کیفیت زندگی کمتر است. نتیجه آزمون این فرضیه با نتیجه تحقیق گوهر ولی پور مرغملکی (۱۳۹۲) همراستا است.

بین سن بارداری و کیفیت زندگی زناشویی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به آزمون همبستگی پیرسون، سطح معنی‌داری برابر $0/017$ Sig و میزان همبستگی پیرسون $0/151$ است که نشان دهنده همبستگی مثبت بین سن بارداری و کیفیت زندگی زناشویی است. با توجه به سطح معناداری، بین کیفیت زندگی زناشویی و سن زن در اولین بارداری رابطه معنی‌داری وجود دارد. پس پایین بودن سن زن در اولین بارداری بر کیفیت زندگی

زناشویی تاثیر مستقیم دارد.

در مورد آزمون فرضیه فاصله سنی بین فرزندان و کیفیت زندگی زناشویی، سطح معنی داری برابر $Sig=0/393$ و میزان اسپیرمن $0/050$ است. با توجه به بالا بودن سطح معناداری، می توان گفت میان فاصله سنی بین فرزندان و کیفیت زندگی رابطه معناداری وجود ندارد و این فرضیه رد شده است.

بین سال های زندگی مشترک و کیفیت زندگی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به آزمون همبستگی پیرسون، سطح معنی داری برابر $Sig=0/001$ و میزان همبستگی پیرسون $0/195$ - است که نشان دهنده رابطه معکوس بین متغیرهاست. بنابراین هرچه سال های زندگی مشترک بیشتر باشد، کیفیت زندگی کمتر است. طبق نتیجه آزمون فرضیه، سال های سپری شده از زندگی مشترک بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر گذار است. نتیجه آزمون این فرضیه با نظریه استتس همراستاست که بیان کرده کیفیت زندگی زناشویی با گذشت زمان یعنی با طول مدت ازدواج کاهش می یابد. تونینگ^۱ و همکاران (۲۰۰۳) نیز در پژوهش خود با عنوان «رضایت ذهنی و والدین» به این نتیجه دست یافتند که طول مدت ازدواج با رضایت زناشویی رابطه منفی دارد. در پژوهش های انجام شده در مورد کیفیت زندگی زناشویی در داخل نیز برخی به این نتیجه رسیده اند که طول مدت ازدواج، با میزان رضایت از زندگی زناشویی رابطه معنادار دارند. (سیاوش شاه عنایتی، ۱۳۸۸؛ صادق مقدم و همکاران، ۱۳۸۵؛ حسین خوانساری، ۱۳۸۰؛ بهاری، ۱۳۸۶؛ موسوی، ۱۳۸۵). همچنین، با نتیجه پژوهش های خارجی مانند آلدنورف و گایمر^۲ (۲۰۱۲) به نقل از آسوده و همکاران (۱۳۸۹). (فنل^۳، ۱۹۹۳؛ روزن- گاردن^۴، ایرز و هایت^۵، ۲۰۰۴ به نقل از مرادی: ۱۳۷۹) (ویجنتیمالا^۶ و همکاران، ۲۰۰۴؛ وندورف^۷ و همکاران، ۲۰۱۱؛ هیتون^۸، ۱۹۸۴ به نقل از (مرادی: ۱۳۷۹) همخوانی دارد.

بین سن ازدواج و کیفیت زندگی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به آزمون همبستگی پیرسون، سطح معنی داری برابر $Sig=0/039$ و میزان همبستگی پیرسون $0/120$ است که نشان دهنده رابطه مستقیم بین متغیرهاست. بنابراین هرچه سن ازدواج بالاتر رود، کیفیت زندگی بهتر است. نتیجه آزمون این فرضیه با نتیجه تحقیق گوهر ولی پور مرغملکی (۱۳۹۲)، حقیقتیان و جانقربانی (۱۳۹۴) (ویجنتیمالا و همکاران، ۲۰۰۴؛ وندورف و همکاران، ۲۰۱۱؛ هیتون، ۱۹۸۴ به نقل از مرادی: ۱۳۷۹). همراستاست.

در مورد این فرضیه که تعداد فرزندان بر کیفیت زندگی زناشویی تاثیر معکوس دارد، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. با توجه به آزمون همبستگی پیرسون، سطح معنی داری برابر $Sig=0/070$ است که نشان از عدم معنی داری رابطه تعداد فرزندان و کیفیت زندگی می باشد. همچنین، میزان همبستگی پیرسون $0/108$ - است که رابطه منفی را نشان می دهد. همچنین تحقیق حقیقتیان و جانقربانی (۱۳۹۴) نشان داد که تعداد فرزندان بر روی متغیر کیفیت روابط زوجین اثر گذار نمی باشد. تونینگ^۹ و همکاران (۲۰۰۳) نیز در پژوهش خود به این نتیجه

1. Twenge
2. Alendorff and Guimer
3. Phenol
4. Rvzn- Garden
5. Ayres and Hyatt
6. Vignettela
7. Vendorf
8. Heaton
9. Twenge

دست یافتند که تعداد فرزندان با رضایت زناشویی رابطه منفی دارد. بلومر^۱ و همکارانش (۲۰۰۰) در پژوهشی نشان دادند که مراقبت از ۲ فرزند یا بیشتر با امتیاز بالاتر کیفیت زندگی همراه است، ولی با افزایش تعداد فرزندان، کیفیت زندگی خانواده کاهش می‌یابد. (خششنده رو، ۱۳۸۱: ۷۸)

کارنی و برادبوری (۱۹۹۷) معتقدند که تأثیر حضور فرزندان و تعداد فرزندان بر کیفیت زناشویی در بین زوجین متفاوت است. برخی از پژوهش‌های خارجی به این نتیجه رسیده‌اند که تعداد فرزندان با میزان رضایت آن‌ها از زندگی زناشویی رابطه معنادار دارد (براون، ۲۰۰۰؛ اراتینکال و انستینوگن، ۲۰۰۷).

در پژوهش حاضر، رابطه شیوه انتخاب همسر و کیفیت زندگی زناشویی نیز مورد بررسی قرار گرفت که نشان داده شد بین انواع شیوه‌های انتخاب همسر و کیفیت زندگی تفاوت معناداری وجود دارد. با توجه به سطح متغیرها از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه یا F استفاده شد که سطح معنی داری برابر $\text{Sig}=0/003$ است و نشان‌گر معنی داری تفاوت بین شیوه انتخاب همسر و کیفیت زندگی می‌باشد. در این تحقیق شیوه انتخاب همسر در سه گروه انتخاب خودم، انتخاب والدین و انتخاب سایر اعضای خانواده مطرح شد. با توجه به آزمون تعقیبی توکی نشان داده شد، افرادی که همسر خود را با انتخاب سایر اعضا خانواده برمی‌گزینند، کیفیت زندگی بالاتری نسبت به افرادی که با انتخاب خود یا والدین صورت می‌گیرد، دارند. در نظریه صافی نیز اشاره شد که هر قدر افراد از گروه‌های قومی، نژادی، طبقه اجتماعی و اقتصادی و شرایط سنی همسانی بیشتری داشته باشند، کیفیت زندگی زناشویی بیشتر می‌شود.

همان طور که در نظریه همسان همسری مطرح شد، در پژوهش‌های انجام شده در مورد کیفیت زندگی زناشویی در داخل، برخی به این نتیجه رسیده‌اند که داشتن آشنایی قبل از ازدواج و ازدواج فامیلی با میزان رضایت از زندگی زناشویی رابطه معنادار دارند. (سیاوش شاه‌عنایتی، ۱۳۸۸؛ صادق مقدم و همکاران، ۱۳۸۵؛ حسین خوانساری، ۱۳۸۰؛ بهاری، ۱۳۸۶؛ موسوی، ۱۳۸۵). آلدورف و گایمر^۲ (۲۰۱۲) در پژوهشی نشان دادند شیوه انتخاب همسر و رضایت خانواده از انتخاب از عوامل تأثیرگذار در زندگی زناشویی هستند. (آسوده و همکاران، ۱۳۸۹). برخی دیگر از تحقیقات انجام شده پیرامون میزان رضایت از زندگی زناشویی نشان می‌دهند که همگونی فرهنگی و نحوه جامعه‌پذیری جنسیتی با میزان رضایت آن‌ها از زندگی زناشویی رابطه معنادار دارد. (ویسفلد، راسل و ولز، ۱۹۹۲ به نقل از حقیقتیان و جانقربانی: ۱۳۹۴)

در اینجا رابطه ازدواج با خویشاوندان و کیفیت زندگی زناشویی هم مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ازدواج با خویشاوندان، بر کیفیت زندگی زناشویی تأثیر مستقیم دارد. متغیر «ازدواج با خویشاوندان» متشکل از دو مقوله بلی و خیر است که در قالب مقیاس اسمی ساخته شده است. برای بررسی رابطه میان این متغیر و متغیر «کیفیت زندگی» لازم است از آزمون T تست مستقل استفاده شود. با توجه به سطح معناداری آزمون Levenes، $\text{Sig}=0/342$ می‌باشد. پس واریانس‌ها ناهمگن و نابرابرند. بدین ترتیب، فرضیه مبنی بر وجود تفاوت کیفیت زندگی در دو گروه افرادی که با همسران خود خویشاوند هستند و افرادی که نیستند، تأیید نمی‌شود. از سوی دیگر، فرضیه تفاوت بین قومیت و کیفیت زندگی رد شد. با توجه به سطح متغیرها از آزمون تحلیل

1. Blumer
2. Bravmen- Eratinkal and Insinogen
3. Alendorff and Guimer
4. Visfeld, Russell and Wales

واریانس یک طرفه یا F استفاده گردید که سطح معنی داری برابر $\text{Sig} = 0/844$ است و نشان از عدم معنی داری تفاوت بین قومیت و کیفیت زندگی دارد. در این تحقیق قومیت در نه گروه بلوچ، ترکمن، لر، مازنی، گیلک، کرد، آذری، فارس و عرب مطرح گردید. برخلاف نظریه صافی و همسان همسری که اشاره شد، هر قدر افراد از نظر گروه‌های قومی، نژادی، طبقه اجتماعی و اقتصادی و شرایط سنی همسانی بیشتری داشته باشند، کیفیت زندگی زناشویی آنها بیشتر می‌شود. نتیجه آزمون این فرضیه برخلاف برخی از پژوهش‌های خارجی گویای این نتیجه بود که قومیت زوجین با میزان رضایت آن‌ها از زندگی زناشویی رابطه معنادار دارد (براون، ۲۰۰۰؛ اراتینکال و انسینوگن، ۲۰۰۷).

رابطه فاصله سنی با همسر و کیفیت زندگی نیز بررسی شد. با توجه به آزمون همبستگی پیرسون، سطح معنی داری برابر $\text{Sig} = 0/39$ است و نشان از معنی داری رابطه فاصله سنی با همسر و کیفیت زندگی دارد. همچنین میزان همبستگی پیرسون $0/119$ می‌باشد که نشان دهنده رابطه معکوس بین متغیرهاست. بنابراین هرچه فاصله سنی با همسر بیشتر باشد، کیفیت زندگی کمتر است- این نتیجه، موید نظریه صافی و نظریه همسان همسری می‌باشد. تفاوت زیاد سنی میان زن و شوهر در بیشتر موارد به عنوان عاملی زیانبار بر سلامت خانواده تاثیر می‌گذارد. اگر اختلاف و تفاوت سنی زوجین متناسب نبوده و فاصله سنی زوجین تفاوت فاحش داشته باشد، احتمال آسیب به سلامت و دوام خانواده بسیار افزایش می‌یابد؛ چراکه فاصله سنی زیاد بین زوجین، فاصله عمیق اجتماعی را به همراه خواهد داشت. این یافته با نتیجه پژوهش ولی پور مرغملکی (۱۳۹۲) و نوایی نژاد (۱۳۸۸) همسوست، زیرا تناسب سنی میان آن دو آنها را از نظر نیازها و علایق به هم نزدیکتر می‌کند و طبیعتاً در چنین شرایطی توقعات و انتظاراتشان از یکدیگر نیز واقع بینانه تر خواهد بود.

همچنین، کیفیت زندگی در دو گروهی که بعد از ازدواج مهاجرت کرده و نکرده اند با هم متفاوت هستند. متغیر «مهاجرت پس از ازدواج» متشکل از دو مقوله افراد مهاجرت کرده و نکرده است که در قالب مقیاس اسمی ساخته شده است. بنابراین، برای بررسی رابطه میان این متغیر و متغیر «کیفیت زندگی» لازم است از آزمون T تست مستقل استفاده شود. با توجه به سطح معناداری آزمون Levenes ، $\text{Sig} = 0/16$ می‌باشد. پس واریانس‌ها همگن و برابرند. تفاوت کیفیت زندگی در دو گروه افرادی که بعد از ازدواج مهاجرت کرده اند و مهاجرت نکرده اند، تایید می‌شود و طبق مقدار میانگین، کیفیت زندگی افرادی که بعد از ازدواج مهاجرت کرده اند، بیشتر است.

از سوی دیگر، نشان داده شد که بین محل زندگی پس از ازدواج و کیفیت زندگی تفاوت معناداری وجود دارد. با توجه به سطح متغیرها از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه یا F استفاده شده است. سطح معنی داری برابر $\text{Sig} = 0/44$ است و نشان از معنی داری تفاوت بین محل زندگی پس از ازدواج و کیفیت زندگی دارد. در این تحقیق محل زندگی پس از ازدواج در سه دسته در نزدیکی خانواده همسر، در نزدیکی خانواده خودم و هیچکدام مطرح شد. با توجه به آزمون تعقیبی توکی، نشان داده شد افرادی که مستقل و به دور از خانواده‌های خود زندگی می‌کنند، کیفیت زندگی بالاتری نسبت به افرادی که در نزدیکی خانواده همسر یا خود زندگی می‌کنند، دارند.

تداوم تعهد فرد به نظام اجتماعی، ریشه در رضایت از خود، جامعه و به طور کلی رضایت از شرایط زندگی فرد دارد. هر فرد از طریق تحلیل شرایط پیرامون خود، می‌تواند اوضاع فردی خویش را دریابد و به ارزیابی آن بپردازد. عواطف مثبت در مورد شرایط خود اگر چه عنصری ذهنی است، ریشه در شرایط عینی دارد. این حقیقت

را نمی توان نادیده انگاشت که مولفه های اصلی در ارزیابی مثبت و منفی هر فرد، تحلیل و ارزیابی ذهنی او از شرایط خود و جامعه در مقایسه با دیگران است.

رضایت از زندگی، نقش موثری در تکوین یا تغییر رویکردهای توسعه و برنامه ریزی اجتماعی دارد. به عبارتی، تدوین برنامه های توسعه براساس داده های زمینه یابی اجتماعی، نوعی تغییر رویکرد در برنامه ریزی از بالا به پایین به وجود می آورد و منجر به تقویت نگاه از پایین به بالا در برنامه های توسعه و در پی آن، سیاست گذاری اجتماعی می شود. این نوع دگرگونی در رویکرد سیاست گذاری و برنامه ریزی اجتماعی است، چرا که داده های این الگو از پایین به بالا عرضه و طراحی می شوند.

در مجموع، فقدان یا کاهش احساس رضایتمندی زناشویی، خود می تواند سبب ایجاد محرکی برای تصمیم به جدایی و طلاق شود که آثار مخرب و مهلک آن بر کسی پوشیده نیست. باتوجه به نتیجه این تحقیق می توان گفت تاکید و بررسی عوامل جمعیت شناختی برای شناسایی دقیق تر علل طلاق و در نقطه مقابل آن رضایتمندی از زندگی زناشویی در کشور از اهمیت زیادی برخوردار است.

منابع

- آسوده، محمدحسین؛ خلیلی، شیوا؛ دانشپور، منیژه و غلامعلی لواسانی، مسعود. (۱۳۸۹). «عوامل موثر بر ازدواج موفق: از دیدگاه زوجین خوشبخت». دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی. دانشگاه تهران.
- احمدی، خلیل؛ آزاد، اسماعیل؛ ملازمانی، محمود و دیگران. (۱۳۸۴). «بررسی وضعیت ازدواج و سازگاری زناشویی در بین کارکنان سپاه». طب نظامی. صص ۱۴۱-۱۵۲.
- اعزازی، شهلا. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی خانواده، با تاکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر. تهران: روشنگران و مطالعات زنان
- امینی، داریوش. (۱۳۷۴). «بررسی عوامل روانشناختی و جامعه‌شناختی مؤثر بر کیفیت رضایت زناشویی». طرح تحقیقاتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- باقری، افسانه و همکاران. (۱۳۸۳). «رابطه کیفیت زناشویی با موقعیت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی خانواده». فصلنامه خانواده و پژوهش. سال اولف شماره ۱. صص ۸۰-۵۷
- بک گرنسهایم، الیزابت. (۲۰۰۲). شناخت انواع خانواده در جهان امروز. افسر افشار نادری و بینا مدنی. تهران: دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی
- بهاری، فرشاد؛ فاتحی زاده، مریم؛ احمدی، سید احمد؛ مولوی، حسین و بهرامی، فاطمه. (۱۳۹۰). «تأثیر آموزش مهارت‌های ارتباط همسران بر کاهش تعارض‌های زناشویی زوج‌های متعارض متقاضی طلاق». پژوهش‌های روان‌شناسی بالینی و مشاوره (مطالعات تربیتی و روان‌شناسی). صص: ۷۰-۵۹
- جلالی هنومرور، بهار. (۱۳۸۵). «بررسی و شناخت عوامل مؤثر بر رضایتمندی زوجین جوان یزدی از زندگی زناشویی (با تاکید بر سرمایه اجتماعی)». پایان نامه کارشناسی ارشد مطالعات زنان، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا.
- جمال زاده، راضیه و گلزاری، محمود. (۱۳۹۳). «اثربخشی امید درمانی در افزایش شادکامی و رضایت از زندگی در زنان سالمند مستقر در مرکز سالمندان شهرستان بروجن». فصلنامه زن و جامعه. شماره دوم، ۴۱-۳۸
- جواهری، فاطمه؛ سراج زاده، سیدحسین و رحمانی، ریتا. (۱۳۸۹). «تحلیل اثرات اشتغال زنان بر کیفیت زندگی آن». پژوهش زنان. دوره هشت، شماره ۲، تابستان: ۱۶۲، ۱۴۳.
- حقیقتیان، منصور و جانقربانی، نیلوفر. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین سن ازدواج و کیفیت روابط زوجین شهر اصفهان در سال ۱۳۹۳». اولین کنگره علمی پژوهشی سراسری توسعه و ترویج علوم تربیتی و روانشناسی، جامعه‌شناسی و علوم فرهنگی اجتماعی ایران، تهران، انجمن علمی توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- خشنده رو، سکینه. (۱۳۸۱). «بررسی میزان تأثیر آموزش بر کیفیت زندگی بیماران دیابتی دانشکده آموزش بهداشت مراجعه‌کننده به انجمن دیابت ایران». پایان نامه کارشناس ارشد، علوم پزشکی، دانشگاه تربیت مدرس.
- ستوده، هدایت الله. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران. چاپ دوم، تهران: انتشارات ندای آریانا
- سیادت، علی و همایی، رضا. (۱۳۸۶). بررسی میزان رضایت زناشویی در ازدواج‌های دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی شهرکرد و دولتی اصفهان. مجموعه مقالات مشاوره خانواده و ازدواج پنجمین سمینار انجمن مشاوره ایران، تهران: انجمن اولیاء و مربیان.
- سیاوش شاه عنایتی، عاطفه. (۱۳۸۸). «بررسی رضایت از زندگی زناشویی در زوجین جوان تهرانی و عوامل

اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر آن». پایان نامه کارشناسی ارشد رفاه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.

- صادقی، میر محمد مهدی. (۱۳۸۴). آموزش پیش از ازدواج. تهران: سازمان بهزیستی کشور
- صادق مقدم، لیلا؛ عسکری، فریبا؛ معروضی، پرویز؛ شمس، هدایت الله و طهماسبی، سیمین. (۱۳۸۵). «میزان رضایت از زندگی زناشویی در زنان شاغل و خانه دار و همسران آنها در شهر گناباد». افق دانش (مجله دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی، درمانی گناباد). (۱۲) ۲، صص: ۵۰-۴۵.
- عیسی نژاد، امید. (۱۳۸۷). «بررسی اثربخشی غنی سازی روابط بر بهبود کیفیت روابط زناشویی زوجین در شهر اصفهان». مجله علوم رفتاری. سال چهارم، شماره ۱، صص ۱۶-۹ دانشکده روان شناسی، دانشگاه اصفهان.
- غلامعلیان، فهیمه و احمدی، احمد. (۱۳۸۷). «کیفیت زندگی زناشویی». فصلنامه تازه های روان درمانی. شماره ۵۰ و ۴۹.
- فاتحی زاده، مریم و احمدی، سید احمد. (۱۳۸۴). «بررسی رابطه الگوهای ارتباطی ازدواج و میزان رضایتمندی زناشویی زوجین شاغل در دانشگاه اصفهان». نشریه خانواده پژوهی. سال اول، شماره ۲.
- فروم، اریک. (۱۳۸۹). هنر عشق ورزیدن. پوری سلطانی. چاپ ۱۵، تهران: مروارید
- قمری، محمد و خوشنام، امیر حسین. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین عملکرد خانواده اصلی کیفیت زندگی در بین دانشجویان». فصلنامه خانواده پژوهی، شماره ۷.
- کجباف، محمدباقر؛ آقایی، اصغر و محمودی، غفت. (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر آموزش شادکامی بر کیفیت زندگی زوجین مراجعه کننده به مراکز مشاوره شهر اصفهان». فصلنامه خانواده. سال هفتم، شماره ۲۵، بهار.
- مرادی، مریم. (۱۳۷۹). «بررسی آموزش مهارت های زناشویی بر رضایت زناشویی». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا.
- مقصودی، منیژه. (۱۳۸۶). انسان شناسی خانواده و خویشاوندی. چاپ اول، شیراز
- موسوی، اشرف سادات. (۱۳۸۵). «مقایسه سویه های متفاوت رضامندی از زندگی زناشویی در زنان شاغل و خانه دار». مطالعات زنان دانشگاه الزهراء (س). سال ۴، شماره ۲.
- میرفردی، اصغر؛ احمدی، سیروس و رفیعی بلداجی، زهره. (۱۳۸۹). «جهت گیری ارزشی توسعه محور معلمان و عوامل اجتماعی و اقتصادی تأثیرگذار بر آن». پژوهش نامه ارتباطات. سال یازدهم، شماره ۴۳، صص ۲۱۷-۱۹۷.
- نوابی نژاد، شکوه. (۱۳۸۸). روانشناسی زن. تهران: انتشارات جامعه ایرانیان
- یوسفی، ناصر. (۱۳۹۰). «بررسی شاخص های روان سنجی مقیاس کیفیت زناشویی، فرم تجدیدنظر شده (RDAS)». پژوهش های روان شناسی بالینی و مشاوره. ۱ (۲)، ۲۰۰-۱۸۳.
- Faulkner, Rhonda, A. (2002). **Gender-Related Influences On Marital Satisfaction and Marital Conflict Overtime for Husband and Wives**. Athens, Georgia
- Stack, S. & Eshleman, J. R. (1998). "Family and Relationships". Journal of Marriage and the Family, Vol pp 527-536.
- White, James M., Klein & David, M. (2008). **Family Theories**. North American: Sage.

راهبرد سیاستگذاری اشتغال جوانان در ایران

جعفر هزارجریبی^۱

بهمن سبحانی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۴/۲۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۶/۱۱

در حال حاضر بیکاری جوانان یکی از مسائل اساسی کشور است و شناسایی چالش‌های سیاستگذاری اشتغال از پیش‌نیازهای اصلی رفع این مشکل به شمار می‌آید. هدف از انجام این تحقیق، شناسایی چالش‌های اساسی اشتغال جوانان و ارائه راهبردی مناسب جهت سیاستگذاری می‌باشد. این پژوهش به روش کیفی انجام شده و داده‌های آن از طریق مصاحبه با ۱۷ نفر از صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه بازار کار و سیاستگذاری اشتغال به دست آمده و برای تحلیل یافته‌های تحقیق از مدل‌های SWOT و AHP بهره گرفته شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که نقاط ضعف درونی بازار کار (با میانگین وزنی ۶۸۹ و وزن نسبی ۰/۷۶۶) اهمیت بیشتری در بازار کار دارد. پس از آن، فرصت‌های خارج از بازار کار (با میانگین وزنی ۶۷۹ و وزن نسبی ۰/۷۵۴) دارای اهمیت است. تهدیدهای خارج از بازار کار (با میانگین وزنی ۶۷۴ و وزن نسبی ۰/۷۴۹) در مرتبه سوم اهمیت قرار دارد و در نهایت نقاط قوت درونی بازار کار (با میانگین وزنی ۶۲۹ و وزن نسبی ۰/۶۹۹) کمترین اهمیت و تأثیر را دارند. در نتیجه باید گفت در هر کدام از عرصه‌ها و ابعاد بازار کار ابتدا باید راهبردهای تغییر جهت (WO) در پیش گرفته شوند. از جمله این راهبردها می‌توان به «تغییر شیوه هدایت تحصیلی دانش‌آموزان از رشته‌های نظری به رشته‌های فنی و حرفه‌ای و مهارتی»، «کاهش ظرفیت پذیرش دانشگاه‌ها به‌خصوص در رشته‌های نظری و غیرفنی»، «برقراری سیستم مالیات متناسب با درآمد به‌خصوص در بخش‌های غیر تولیدی و واسطه‌ای» و «تغییر رویه ایجاد مشاغل سرمایه‌بر به مشاغل کاربر» اشاره نمود.

واژگان کلیدی: سیاستگذاری اشتغال، جوانان، مدل SWOT و مدل AHP

۱. استاد، گروه رفاه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Jafar_hezar@yahoo.com

۲. دانشجوی دکتری، گروه رفاه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

بر اساس نتایج سرشماری سال ۱۳۹۵، جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله حدود یک چهارم (۲۵/۱ درصد) جمعیت ایران را تشکیل می‌دهند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) و نتایج طرح آمارگیری نیروی کار در تابستان ۱۳۹۶ نشان می‌دهد که نرخ بیکاری این گروه سنی ۲۷/۳ درصد است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶). در برآوردهای جهانی نیز، نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله ایران ۲۸/۴ درصد اعلام شده است (سازمان بین‌المللی کار^۱، ۲۰۱۷) که این وضعیت از نظر اجتماعی و اقتصادی پیامدهای منفی زیادی به دنبال دارد. بنابراین، پدیده بیکاری جوانان یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی و اقتصادی کشور است. گستردگی و دامنه تأثیر این وضعیت به حدی است که به یکی از مسائل بدیهی و موضوع گفتگوهای روزمره مردم، رسانه‌ها، دانشگاهیان، سیاستگذاران و ... تبدیل شده است. نکته دیگر به نگرانی از افزایش نرخ بیکاری جوانان به خصوص جوانان دارای تحصیلات دانشگاهی مربوط می‌شود که روز به روز پررنگ‌تر می‌شود و تأثیرات منفی آن بر زندگی جوانان و خانواده‌ها و به طور کلی جامعه آشکارا نمودار است. همچنین باید به مشکل جوانانی اشاره نمود که تحصیلات دانشگاهی ندارند، یعنی به دلایلی از حیطه نظام آموزشی خارج شده‌اند و بدون داشتن مهارت خاصی به دنبال کار می‌گردند و امکان دستیابی به شغل مناسب برای آن‌ها به مراتب پایین‌تر است.

از آنجا که امروزه به کارگیری حداکثری نیروی کار فعال به منظور دستیابی به اشتغال کامل جزو وظایف دولت‌ها محسوب می‌شود، بنابراین آن‌دسته از سیاست‌ها، قوانین، برنامه‌ها و خدماتی که به آماده‌سازی جوانان برای ورود به بازار کار، افزایش دانش و مهارت آن‌ها متناسب با نیازهای بازار کار، ایجاد اشتغال برای جوانان، حمایت از اشتغال پایدار آنان و نیز حمایت‌های ترمیمی حین اشتغال به کار مربوط می‌شود، را می‌توان «سیاستگذاری اشتغال» نامید. بدیهی است که کاهش یا افزایش نرخ بیکاری جوانان به طور مستقیم به نتایج این سیاستگذاری‌ها مربوط است. در واقع، دولت‌ها با داشتن توانایی سیاستگذاری و مداخله در بازار کار می‌توانند اقداماتی جهت کاهش بیکاری جوانان انجام دهند، اما برای این کار، قبل از هرچیز باید عواملی که سبب بروز مشکلات برای ورود جوانان به بازار کار و یافتن کار مناسب است، شناسایی شوند. با شناسایی این عوامل، سیاست‌گذاران کشور مبنایی در زمینه چگونگی مداخله در بازار کار به منظور متعادل نمودن عرضه و تقاضا در اختیار خواهند داشت. در زمینه شناسایی چالش‌های بازار کار و اشتغال در ایران تلاش‌هایی صورت گرفته و پیشنهاداتی برای رفع آن‌ها ارائه شده است. هرنندی و فلاح (۱۳۸۶) سازمان‌نیافته بودن بازار کار کشور و کم‌رنگ بودن نقش مؤسسات کاریابی و مؤسسات محل تحصیل، کم بودن فرصت‌های شغلی، عدم تطابق تحصیلات و آموزش‌های دریافت‌شده جوانان با نیازهای بازار کار، وجود نابرابری و تبعیض جنسیتی در بازار کار را چالش‌های عمده اشتغال جوانان در ایران بر شمرده‌اند. آن‌ها برای رفع این موانع، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی در زمینه ایجاد مشوق‌هایی برای ترغیب جوانان به اشتغال در بخش کشاورزی، اعطای وام‌های خوداشتغالی به جوانان، بهبود سیستم اطلاع‌رسانی بازار کار در هر دو بعد عرضه و تقاضا، ایجاد تغییرات ساختاری در محتوای سیستم آموزش عالی و فنی حرفه‌ای کشور و توسعه آموزش‌های کاربردی منطبق با نیازهای بازار کار را پیشنهاد داده‌اند.

سازمان بین‌المللی کار در سال ۲۰۰۵ در گزارشی با عنوان «راهبرد اشتغال برای جمهوری اسلامی ایران» به رابطه اقتصاد کلان ایران و چالش‌های موجود در بازار کار اشاره نموده است: «لازم است تا این کشور

از طریق سرمایه‌گذاری‌های فشرده در نیروی کار و افزایش جهت‌گیری صادرات، به ویژه در بخش‌های غیر نفتی فرصت‌های اشتغال را گسترش دهد. الزامات کلیدی این امر، از یک‌سو، تغییر مسیر روند گذشته سرمایه‌گذاری‌های وسیع در بخش سرمایه به سمت سرمایه‌گذاری در نیروی کار و از سوی دیگر، تنوع و گسترش تبادلات کالاها و خدمات تحت شرایط محیط اقتصادی جهانی است. این امر مستلزم کاهش تقاضای منابع بخش عمومی از طریق تامین مالی شفاف عمومی و تغییر سیاست از جایگزینی واردات به جهت‌گیری صادرات با تغییر جهت‌گیری بخش بانکی به منظور حمایت از رشد بخش خصوصی است» (سازمان بین‌المللی کار، ۲۰۰۵: ۶۶). همچنین، در این گزارش به وجود چالشی بزرگ در انتقال مهارت‌های بازار کار به جمعیت در حال افزایش فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در مناطق شهری و افراد بی‌سواد در مناطق روستایی اشاره شده است و به همین علت بر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و نقش سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای^۱ در آماده‌سازی طرف عرضه نیروی کار تأکید زیادی نموده است. راهبرد پیشنهادی سازمان برای ایران چهار عنصر کلیدی کار شایسته را با یکدیگر ترکیب نموده است: مرکزیت اشتغال در سیاست‌های اقتصادی؛ تضمین حقوق اساسی در محل کار؛ تعیین کف حمایت اجتماعی و ترویج گفتگوی اجتماعی. در مجموع، راهبردهای ارائه شده، بخش‌های کلان اقتصادی، سیاستگذاری اشتغال و سیاست‌های فعال بازار کار از قبیل ارتقای آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، تقویت بنگاه‌های کوچک و متوسط و بهبود سیستم اطلاعات بازار کار را شامل می‌شود.

امیری و همکاران (۱۳۹۰) مهم‌ترین چالش‌های بازار کار ایران را «نامناسب بودن فضای کسب و کار، جوانی جمعیت، دولتی بودن شدید اقتصاد، پایین بودن نرخ مشارکت نیروی کار و پایین بودن نرخ تشکیل سرمایه، عدم تناسب بین ظرفیت فعلی پذیرش دانشجو در دانشگاه‌ها و نیازهای آتی بازار کار، وجود محدودیت غیرمعارف و غیر اقتصادی خارجی (تحریم‌ها)، بالا بودن هزینه بهینه سازی نیروی کار در بنگاه‌های تولیدی متناسب با سطح تولید، بالا بودن هزینه‌های بالاسری نیروی کار (مانند تعطیلی‌ها و مرخصی‌ها)، نبود شبکه اطلاع‌رسانی مناسب در بازار کار، عدم توسعه بنگاه‌های کارایی خصوصی و عدم توسعه کانون‌های فارغ‌التحصیلان و ناکارآمدی آنها در کارایی و هدایت شغلی» می‌دانند. راهبردهای پیشنهادی آن‌ها برای فائق آمدن بر این چالش‌ها در سه بخش ارائه شده است:

- راهبردهایی در جهت بهبود طرف تقاضای بازار کار: اعطای مشوق‌های لازم برای جذب سرمایه‌های ایرانیان مقیم خارج؛ تسهیل سرمایه‌گذاری خارجی در طرح‌های بزرگ؛ ایجاد سازوکارهای لازم و عملی برای افزایش سرمایه‌گذاری بخش‌های خصوصی و تعاونی؛ در نظر گرفتن تسهیلات ویژه برای سرمایه‌گذاران در طرح‌های کاربر؛ طراحی خوشه‌های تولیدی - صنعتی هدفمند و مدیریت شده و جلوگیری از افزایش بی‌رویه واردات کالاهای مصرفی.
- راهبردهایی در جهت بهبود طرف عرضه بازار کار: ایجاد محدودیت‌های جدی در مهاجرپذیری؛ تسهیل شرایط در جهت صادرات نیروی کار به خارج از کشور؛ ایجاد زمینه‌های مناسب در خود اشتغالی؛ حمایت‌های نظام‌مند از واحدهای موجود در مواقع بحرانی.
- راهبردهایی در جهت بهبود محیط کار: اصلاح قوانین و مقررات کشور در جهت بهبود فضای کسب و کار؛ ایجاد پایگاه اطلاعاتی مناسب جهت شناخت ابعاد و ساختار بیکاری و شفافیت بازار کار؛ ایجاد هماهنگی

بین نظام آموزشی و نیازهای بازار کار؛ فرهنگ‌سازی جهت ارتقای جایگاه کارآفرینی در کشور؛ آزادسازی اقتصادی در کنار خصوصی‌سازی؛ اجتناب از مخدوش نمودن امنیت سرمایه‌گذاری با تحمیل هزینه‌های جدید به کارفرمایان؛ استفاده از فرصت دوره وظیفه عمومی در جهت ارتقای سطح کیفی نیروی کار؛ ایجاد نظام‌های حمایتی کارگران در جهت تأمین امنیت اقتصادی و اجتماعی؛ معتبر دانستن مفاد پیمان‌های دسته‌جمعی فیما بین تشکل‌های کارگری و کارفرمایی و اعمال نظارت سه جانبه «دولت - اتحادیه‌های کارگری - تشکل‌های کارفرمایی» در بازار کار (امیری و همکاران، ۱۳۹۰، ۴۱-۳۵).

مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۳) در پژوهشی به چالش‌های اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهی پرداخته است. در این گزارش پایین بودن وضعیت بهره‌وری اقتصاد کشور به اثربخش نبودن آموزش عالی در ایران نسبت داده شده است و محقق با یک رویکرد جامع‌نگر در پی پاسخ به چرایی این پدیده است. در یک رویکرد، چهار خاستگاه اصلی برای مسائل آموزش اشتغال دانش‌آموختگان ذکر شده است: تقاضای پایین اقتصاد برای دانش‌آموختگان آموزش عالی؛ اشتغال‌پذیری پایین دانش‌آموختگان آموزش عالی؛ ناهماهنگی بازار کار دانش‌آموختگان و بازار خدمات آموزش عالی و فضای نامطلوب فرهنگی، تربیتی، آموزشی و پرورشی که مانع بروز، رشد و شکوفایی استعداد و یادگیری در جوانان می‌شود (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۳). در این تحقیق راهبرد مناسب پیشنهادی برای ارتقای تقاضای اقتصادی برای دانش‌آموختگان، «بهبود کیفیت عرضه خدمات آموزش عالی و ایجاد هماهنگی بین بازار کار و بازار خدمات آموزش عالی و ساخت اقتصاد دانش» است که به باور محقق نیاز به ایجاد جامعه یادگیری دارد.

در مورد این پژوهش‌ها ذکر دو نکته اساسی ضروری است: اول این‌که در آن‌ها اگرچه مسائل بازار کار از جنبه عرضه و تقاضا به طور جامع مورد توجه قرار گرفته‌اند، اما رفع نشدن این چالش‌ها و در مواردی عمیق‌تر شدن آن‌ها در طول زمان، نیاز به بررسی بیشتر و توجه به عوامل دیگری را ایجاب می‌نماید. برای نمونه، عدم تطابق آموزش‌های ارائه شده در نظام آموزش به جوانان با نیازهای بازار کار و ضعف سیستم اطلاع‌رسانی بازار کار به عنوان چالش‌های عمده و اساسی بازار کار از حدود دو دهه قبل شناخته شده بودند و در تحقیقاتی از این دست بارها مورد تأکید قرار گرفته‌اند؛ اما مسئله مهم‌تر این است که بعد از گذشت دو دهه، علیرغم اقداماتی که در راستای رفع این دو مشکل انجام شده، مسئله همچنان به قوت خود باقی است و ظاهراً این اقدامات تأثیری بر رفع مشکلات اشتغال جوانان نداشته‌اند. همچنین، در مورد وارد کردن مهارت‌های اشتغال‌پذیری و کارآفرینی به برنامه‌های درسی و آموزشی در دانشگاه‌ها و در سال‌های اخیر در برنامه درسی مدارس به عنوان راهبردی مناسب جهت افزایش اشتغال جوانان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در حالی مطرح می‌شود که در راهبرد سازمان بین‌المللی کار (۲۰۰۵) در یک دهه پیش اشاره شده بود که هرگونه تغییر در وضعیت اشتغال نیاز به تحرک اقتصادی و افزایش رشد اقتصاد کلان و تغییر جهت سیاست‌های اقتصادی دارد و در صورتی که این تغییر انجام نگیرد، ساخت جامعه یادگیری امکان ندارد و حتی در صورت تحقق کمک‌چندانی به رشد اقتصادی کشور نمی‌نماید. دوم این‌که راهبردهای ارائه شده برای غلبه بر چالش‌ها و موانع اشتغال جوانان، قالب و ساختار مشخصی نداشته و در برخی موارد بدون توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور ارائه شده است. در نتیجه، به حل مشکلات کمک چندانی نکرده‌اند.

با در نظر داشتن دو نکته فوق و نتایج پژوهش‌های یاد شده، این پژوهش به بررسی مسائل و چالش‌های بازار

کار از دیدگاه متخصصان و کارشناسان آشنا به مسائل بازار کار و سیاستگذاری اشتغال می‌پردازد و سعی می‌کند تا به سؤالات زیر پاسخ دهد:

۱. مهم‌ترین چالش‌ها، فرصت‌ها، نقاط قوت و ضعف بازار کار ایران در زمینه اشتغال جوانان کدام‌اند؟
۲. مناسب‌ترین راهبرد سیاستگذاری اشتغال جوانان در شرایط کنونی چیست؟
۳. با توجه به راهبرد انتخابی، چه اقداماتی برای کاهش مشکل بیکاری جوانان می‌توان انجام داد؟

مبانی نظری و مفهومی پژوهش

با در نظر داشتن اهمیت اشتغال در تغییر شاخص‌های رفاهی و اجتماعی، سیاستگذاری اشتغال یکی از مهم‌ترین عرصه‌های این حوزه است. برای نمونه، دیکن^۱ (۱۳۹۱: ۱۴۱) معتقد است: «سیاست‌های اشتغال جایگاهی مهم، اما جنجال برانگیز در مباحثات مربوط به آینده رفاه دارند» و ساپیر^۲ (۲۰۰۵) و بوئری^۳ (۲۰۰۲) برای سنجش میزان موفقیت یک نظام رفاهی، شاخص نرخ اشتغال به کار جمعیت را پیشنهاد می‌دهند. هرچه نرخ اشتغال در یک کشور بالاتر باشد، حاکی از آن است که انگیزه‌ها، مشوق‌ها و پاداش‌های بیشتری برای افراد جهت مشارکت در نیروی کار وجود دارد. از این رو، بررسی اشتغال و بیکاری به‌خصوص در مورد گروه‌های در معرض خطر از جمله جوانان، اهمیت بسیار زیادی می‌یابد (تاج‌زینانی، ۱۳۸۹: ۲۲۰).

مفهوم اشتغال کامل که از مفاهیم اصلی نظریه کلاسیک اقتصاد است، بر جذب کامل متقاضیان کار در بازار مبتنی است و می‌توان گفت هدف نهایی بیشتر سیاست‌گذاری‌ها در اشتغال، رسیدن به آن است (سامتی، ۱۳۸۵: ۹-۸). در این چهارچوب تنها بیکاری مورد قبول، بیکاری اصطلاحی است که در برخی موارد نشانه مطلوب بودن بازار نیروی کار است، چرا که در این حالت افراد در جستجوی شغل‌های بهتر هستند و به نوعی بیکاری ارادی است. به همین منوال، کینز^۴ (۱۹۳۶) بیکاری را امری غیرارادی و ایجاد اشتغال واقعی را نتیجه تقاضای مؤثر بازار برای کار می‌داند. در اقتصاد پست‌کینزی نیز بیکاری غیرارادی به نبود تقاضای مؤثر، بی‌ثباتی نرخ ارز و تحرک مالی بین‌المللی نسبت داده می‌شود که باعث کاهش اطمینان و از بین رفتن اعتماد کارآفرینان به سرمایه‌گذاری برای کاهش بیکاری می‌گردد (دیویدسون^۵، ۱۹۹۸). این امر به همراه برخی نواقص دیگر در بازار به عدم تعادل بازار کار منجر می‌شود که به رابطه بین عرضه و تقاضای نیروی کار اشاره دارد که در آن تحت تأثیر انعطاف‌ناپذیری دستمزدها و کاهش تقاضای نیروی کار در بازار بیکاری تشدید شده و منجر به تخریب بازار می‌شود. نتیجه این تخریب بازار وقوع رکود اقتصادی در جامعه و ایجاد دور باطل تخریب بازار کار، افزایش بیکاری و تشدید عدم تعادل بازار و افت رشد اقتصادی است که بنا به یکی از قوانین مشهور اقتصادی، یعنی قانون اوکان^۶ (۱۹۶۲)، نرخ بیکاری با رشد اقتصادی رابطه معکوس دارد؛ یعنی افزایش در نرخ تولید داخلی یا ملی باعث کاهش درصدی از نرخ بیکاری می‌شود (لنکاسترو و تولیپ^۷، ۲۰۱۵: ۵-۶).

1. Deacon
2. Sapir
3. Boeri
4. Keynes
5. Davidson
6. Okun's Law
7. Lancaster and Tulip

در تلاش برای جستجوی راهی جهت جلوگیری از تخریب بازار کار، مفاهیمی از قبیل بهره‌وری (شومپتر^۱، ۱۹۳۴) و نوآوری (ون‌منگولت^۲، ۱۸۵۵) توسط اندیشمندان ارائه شدند. مفهوم بهره‌وری که در نظریه چرخه کسب و کار واقعی مورد توجه قرار گرفته، عبارت است از این که اگر بهره‌وری کل عوامل رشد نکند، بنگاه‌ها و اقتصاد ناکارآمد می‌شوند و سودآوری فرصت‌های کار و سرمایه‌های موجود کمتر شده و به سمت عرصه‌های اقتصادی دیگر سوق داده می‌شوند. یکی از راه‌های ارتقای بهره‌وری پیشنهادشده در این نظریه، ایجاد شوک‌های تکنولوژیکی در بنگاه‌های تولیدی است (گالی و رابانال^۳، ۲۰۰۴). مفهوم پیشنهادی دیگر برای ارتقای بهره‌وری و کاهش تخریب بازار، نوآوری است که برگرفته از نظریه‌های شومپتر (۱۹۳۴) است. وی معتقد است توسعه به طور عمده در استفاده از منابع موجود صرف نظر از اینکه آیا آن منابع افزایش می‌یابد یا نه، به شیوه‌ای متفاوت است (محمدی^۴، ۲۰۱۱).

در مجموع می‌توان گفت ادبیات اقتصادی توضیحات زیادی برای مشکل بیکاری ارائه می‌دهد. برخی از نظریه‌ها، نظام اقتصادی و برخی دیگر، کارگران بیکار را سرزنش می‌کنند. نظریه‌های دیگر، این مشکل را به منابع خارجی و شوک‌ها یا رویدادهای غیر قابل پیش‌بینی نسبت می‌دهند و برخی دیگر معتقدند که فناوری و نهادهای بازار کار، علل مشکلات بیکاری هستند. نظریه‌های دیگر تصور می‌کنند که کمبود هزینه‌ها و نوآوری‌ها، عوامل ضروری برای توضیح مشکل هستند. فارغ از هرگونه وابستگی نظری، چالش‌ها و دلایل وقوع بیکاری در هر جامعه‌ای وابسته به شرایط خاص آن و نگرش سیاست‌گذاران و اندیشمندان آن جامعه به شرایط است.

از نظر مؤمنی اشتغال، نوعی شاخص سنجش تغییرات در همه عرصه‌های حیات اجتماعی است: «در سطح نظری اشتغال به عنوان متغیری سیستمی تلقی می‌شود. در واقع تقاضا برای اشتغال، از نوع تقاضای مشتقه است؛ یعنی باید ابتدا تحولاتی در سایر عرصه‌های حیات جمعی اتفاق افتاده باشد تا برآیند آن تحولات را در ساختار تقاضا برای اشتغال بتوان ملاحظه نمود. از این زاویه است که تحولات اشتغال به مثابه نمادی برای سنجش روند تغییرات و دگرگونی‌ها در کل عرصه‌های حیات جمعی در نظر گرفته می‌شود» (۱۳۹۴: ۸-۷). در هر صورت، در نظر داشتن شرایط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، محیط جغرافیایی و وقایع انسانی از قبیل انقلاب‌ها، جنگ‌ها و مهاجرت‌ها به تحلیل‌گران کمک می‌کند تا درک درست‌تری از شرایط اشتغال در جوامع داشته باشند و یافتن چالش‌ها، فرصت‌ها و نقاط قوت و ضعف‌ها از گام‌های اولیه و اساسی این فرایند است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به روش کیفی انجام شده و داده‌های آن طریق مصاحبه با صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه بازار کار و سیاستگذاری اشتغال به دست آمده و برای تحلیل یافته‌های تحقیق از مدل‌های SWOT و AHP^۵ بهره گرفته شده است. در این روش، تدوین راهبرد در چهار مرحله انجام خواهد گرفت:

۱. ابتدا مأموریت یا هدف تحقیق یا سازمان مشخص می‌گردد.

1. Schumpeter
2. Von Mangoldt
3. Gali and Rabanal
4. Adil Muhammed
5. Analytical Hierarchy Process

۲. فرصت‌ها^۱ و تهدیدات^۲ بیرونی (محیطی) و نقاط قوت^۳ و نقاط ضعف^۴ درونی شناسایی می‌گردند.
 ۳. مؤلفه‌ها و عوامل کلیدی مرتبط با هر کدام از ابعاد چهارگانه فوق تعیین می‌شوند و ماتریس TOWS ترسیم می‌شود و راهبردهای مقتضی تدوین می‌گردند.

۴. با استفاده از تکنیک فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) اولویت‌بندی راهبردها انجام می‌شود. پس از جمع‌آوری نظر کارشناسان در مورد نقاط قوت، نقاط ضعف فرصت‌ها و تهدیدهای بازار کار و اشتغال جوانان، مؤلفه‌های کلیدی استخراج می‌شود و دوباره پرسشنامه دیگری در اختیار کارشناسان و متخصصان قرار می‌گیرد تا با تعیین اولویت‌های مورد نظرشان (از یک تا ۹) به وزندهی مؤلفه‌ها پرداخته شود. در مرحله بعد، با محاسبه مجموع وزن‌ها و میانگین وزن‌ها به کمک نرم‌افزار اکسل برای هر یک از مؤلفه‌ها به اعدادی دست می‌یابیم که از آن‌ها برای رسم ماتریس TOWS استفاده می‌شود. (برای این کار مؤلفه‌هایی که وزن نسبی بالاتر از میانگین داشته باشند، انتخاب می‌گردند).

	فرصت‌های عمده محیطی (O)	تهدیدهای عمده محیطی (T)
... ۱	... ۱	... ۱
... ۲	... ۲	... ۲
... ۳	... ۳	... ۳
راهبرد (SO)	حداکثر - حداکثر	راهبرد (ST)
... ۱	... ۱	نقاط قوت اساسی درونی (S)
... ۲	... ۲	... ۲
... ۳	... ۳	... ۳
راهبرد (WO)	حدافل - حداکثر	راهبرد (WT)
... ۱	... ۱	نقاط ضعف اساسی درونی (W)
... ۲	... ۲	... ۲
... ۳	... ۳	... ۳

نمودار ۱: ماتریس TOWS

سپس با توجه به قوت هر کدام از مؤلفه‌ها و در نظر داشتن الگوی زیر راهبردهای مؤثر ارائه می‌گردند. هدف، شناسایی یکی از چهار الگوی متمایز در تطبیق بین منابع درونی یک سازمان و وضعیت بیرونی آن است. در مرحله آخر، خود راهبرد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و مناسب‌ترین راهبرد انتخاب خواهد شد و سپس اولویت‌های بعدی تعیین می‌شوند. الگوهای تطبیق بین منابع درونی با وضعیت بیرونی و ویژگی‌های هر الگو به نقل از چوبچیان و مؤمنی هالالی (۱۳۹۵: ۹۰-۸۹) در جدول ۱ ارائه شده است.

1. Opportunities
2. Threats
3. Strengths
4. Weaknesses

جدول ۱: ویژگی‌ها و توصیه‌های مرتبط با انواع راهبردها

خانه	ناحیه	ویژگی‌ها	راهبرد	توصیه
۱	SO	فرصت‌های متعدد محیطی توانایی‌های متعدد	تهاجمی (توسعه)	کارها و فعالیت‌های اجرایی طرح را باید به همین روال و با شدت بیشتری دنبال نمود.
۲	ST	وضعیت نامطلوب محیطی وجود تعدادی نقاط قوت	تنوع (رقابتی)	ضمن تداوم کارها در رویه جاری مراقبت نمود تا از تمرکز نیروها در یک جا پرهیز شود و سعی گردد آن‌ها را پراکنده‌تر ساخت.
۳	WO	فرصت‌های قابل توجه محیطی منابع ضعیف درونی	تغییر جهت (محافظه‌کارانه)	در این استراتژی لازم است در فعالیت‌ها تغییر جهت داد و با توجه به نقاط ضعف موجود با محافظه‌کاری، شرایط را برای دسترسی به فرصت‌ها فراهم نمود.
۴	WT	تهدیدهای عمده محیطی منابع ضعیف	تدافعی (کاهش)	باید از سطح فعالیت‌ها و روندها کاسته شود و گر نه شکست رویه‌های عملکردی در آینده حتمی خواهد بود.

شیوه گردآوری داده‌ها

نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی معمولاً به صورت غیراحتمالی یا غیرتصادفی است و بیشتر به صورت هدف-محور، اطلاعات-محور یا ملاک-محور است (میرزایی، ۱۳۹۵: ۵۳۲). در این پژوهش از شیوه نمونه‌گیری اطلاعات-محور استفاده شده است که در آن نمونه‌ها بر اساس میزان اطلاعات انتخاب می‌شوند و عضو نمونه از موردی خواهد بود که در زمینه ویژگی، پدیده یا رخداد مورد مطالعه از غنای اطلاعاتی بالایی برخوردار است. بنابراین، برای مصاحبه‌ها تعداد ۲۰ نفر (شامل ۱۰ نفر از کارشناسان شاغل در بخش‌های مرتبط با توسعه اشتغال و کارآفرینی و طرح‌های اشتغال‌زایی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و ۱۰ نفر از محققان و دانشجویان در رشته‌های اقتصاد، سیاستگذاری اجتماعی و رفاه اجتماعی) در نظر گرفته شدند. مصاحبه با کارشناسان وزارت رفاه با هماهنگی قبلی در همان محل کار انجام شد و در مورد محققان و دانشجویان، ۵ نفر در محل کار و ۵ نفر به صورت پرسش و پاسخ از طریق ایمیل به سؤالات تحقیق جواب دادند. اما در نهایت، نتایج ۱۷ مصاحبه در تحلیل‌ها مورد استفاده قرار گرفتند. پرسشنامه دوم تحقیق در مورد رتبه‌بندی مؤلفه‌های مربوط به SWOT علاوه بر ۱۷ نفر مصاحبه‌شوندگان مرحله اول، توسط ۸ نفر دیگر از دانشجویان دکتری علوم اجتماعی و اقتصاد تکمیل شد و نتایج کلی آن با تکنیک AHP مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

گام اول - تعیین هدف یا مأموریت

از آن‌جا که هدف این تحقیق، یافتن راهی مؤثر جهت کاهش نرخ بیکاری جوانان در کشور است، بنابراین تدوین راهبردی برای «کاهش بیکاری جوانان در ایران» هدف اصلی است.

گام دوم - شناسایی فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف در این مرحله پس از جمع‌آوری نظرات کارشناسان و متخصصان در جریان مصاحبه‌ها و پرسشنامه شماره یک تحقیق، در مجموع ۵۷ مؤلفه مربوط به محیط خارجی (در این بخش، همه فرصت‌ها و تهدیدهای خارج از بازار کار که متولیان بازار کار کنترلی بر آن ندارند، اما بر اثربخشی سیاست‌های بازار کار و فراز و فرودهای آن مؤثرند، مد نظر قرار می‌گیرد) شامل ۲۱ مورد فرصت و ۳۶ مورد تهدید شناسایی شدند. همچنین ۴۴ مؤلفه مربوط به محیط داخلی (که مربوط به خود بازار کار هستند و برخلاف عوامل خارجی در کنترل متولیان و سیاستگذاران بازار کار هستند) شامل ۱۳ مورد نقطه قوت و ۳۱ مورد نقطه ضعف بر شمرده شده‌اند. فراوانی عوامل شناسایی شده و مؤلفه‌های کلیدی ارائه شده در جدول ۲ دیده می‌شود.

جدول ۲: عوامل و مؤلفه‌های شناسایی شده

زمینه	عوامل	فراوانی عوامل شناسایی شده	فراوانی مؤلفه‌های کلیدی
محیط بیرونی	فرصت‌ها	۲۱	۱۰
	تهدیدها	۳۶	۱۲
محیط درونی	نقاط قوت	۱۳	۶
	نقاط ضعف	۳۱	۱۲

گام سوم - شناسایی مؤلفه‌های کلیدی و وزن‌دهی آن‌ها در این مرحله، عوامل شناسایی شده بر اساس قرابت مفهومی و فراوانی تکرار در قالب چند مؤلفه کلیدی تقسیم‌بندی شدند. بدین ترتیب ۱۰۱ مفهوم شناسایی شده اولیه به ۴۰ عامل کلیدی تقلیل داده شده و در اختیار افراد شرکت‌کننده در تحقیق (۱۵ نفر) و برخی کارشناسان دیگر (۱۰ نفر) قرار گرفتند تا مؤلفه‌های تعیین‌شده را نمره‌گذاری کنند. نتایج پرسشنامه شماره ۲ و وضعیت وزن‌دهی و نمره‌گذاری مؤلفه‌های مورد نظر در جدول‌های ۳ و ۴ ملاحظه می‌شود.

جدول ۳: وزن‌دهی مؤلفه‌های فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی بازار کار

ردیف کلی	ردیف جزئی	مؤلفه‌ها	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	وزن نسبی	رتبه	نماد
فرصت‌ها	اقتصادی	بازار مصرف داخلی	۲۰۲	۸/۰۸	۰/۸۹۸	۳	O5
		امکان جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۱۲۶	۵/۰۴	۰/۵۶۰	۹	O9
		منابع معدنی و ذخایر زیرزمینی	۲۱۰	۸/۴۰	۰/۹۳۳	۱	O4
		بناگاههای اقتصادی نیمه‌فعال یا تعطیل‌شده	۲۰۷	۸/۲۸	۰/۹۲۰	۲	O1
	سیاسی	شکل‌گیری مناسبات جدید منطقه‌ای	۱۱۷	۴/۶۸	۰/۵۲۰	۱۰	O10
		سیاست‌های خصوصی‌سازی	۱۴۱	۵/۶۴	۰/۶۲۷	۸	O8
	اجتماعی	جوانی جمعیت	۱۹۳	۷/۷۲	۰/۸۵۸	۴	O7
		وجود مراکز دانشگاهی و آموزش فنی	۱۵۶	۶/۲۴	۰/۶۹۳	۷	O3
	فرهنگی	تنوع اقلیمی و گوناگونی محصولات	۱۶۹	۶/۸۰	۰/۷۵۱	۶	O6
		فرصت‌های گردشگری طبیعی و تاریخی	۱۷۶	۷/۰۴	۰/۷۸۲	۵	O2
	مجموع		۱۶۹۷	۶۷/۸۸	۷/۵۴۲	-	-
	میانگین تجمعی		۱۶۹/۷	۶/۷۹	۰/۷۵۴	-	-
تهدیدها	اقتصادی	رکود اقتصادی و تورم در دهه گذشته	۲۱۴	۸/۵۶	۰/۹۵۱	۱	T1
		ریسک بالای سرمایه‌گذاری در تولید	۱۹۴	۷/۷۶	۰/۸۶۲	۳	T3
		سودآور بودن حوزه‌های غیر مولد اقتصادی	۲۰۶	۸/۲۴	۰/۹۱۶	۲	T2
		چیرگی ویژه‌خواران و دلالان در اقتصاد	۱۸۱	۷/۲۴	۰/۸۰۴	۵	T5
	سیاسی	تهدیدات و تحریم‌های خارجی	۱۵۹	۶/۳۶	۰/۷۰۷	۸	T8
		عدم شفافیت و وجود فساد اداری	۱۹۰	۷/۶۰	۰/۸۴۴	۴	T4
		گسست سیاست‌های اقتصادی	۱۶۶	۶/۶۴	۰/۷۳۸	۶	T6
	اجتماعی	ترجیح منافع فردی و آنی بر مصالح جمعی	۱۳۴	۵/۳۶	۰/۵۹۶	۱۰	T10
		مهاجرت‌های گسترده (داخلی/خارجی)	۱۲۹	۵/۱۶	۰/۵۷۳	۱۲	T12
		علاقه به استخدام رسمی و دولتی	۱۳۱	۵/۲۴	۰/۵۸۲	۱۱	T11
	فرهنگی	بحران زیست محیطی مانند کمبود آب و ...	۱۶۲	۶/۴۸	۰/۷۲۰	۷	T7
		واقع‌شدن کشور در منطقه بحران‌خیز خاورمیانه	۱۵۶	۶/۲۴	۰/۶۹۳	۹	T9
	مجموع		۲۰۲۲	۸۰/۸۸	۸/۹۸۷	-	-
	میانگین تجمعی		۱۶۸/۵	۶/۷۴	۰/۷۴۹	-	-

جدول ۴: وزن‌دهی مؤلفه‌های نقاط قوت و نقاط ضعف داخلی بازار کار

عوامل کلیدی	مؤلفه‌ها	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	وزن نسبی	رتبه	نماد
فناوری (۱)	اقتصادی	وجود بخش خصوصی آماده به فعالیت	۱۶۵	۶/۶۰	۰/۷۳۳	۳ W3
	اقتصادی	مناطق آزاد تجاری و اقتصادی	۱۵۴	۶/۱۶	۰/۶۸۴	۴ W4
	سیاستی	سیاست‌های حمایت از کارآفرینی و مشاغل دانش بنیان	۱۹۶	۷/۸۴	۰/۸۷۱	۱ W1
	سیاستی	سیاست‌های حمایت از تولید داخل	۱۳۲	۵/۲۸	۰/۵۸۷	۵ W5
	نیروی انسانی	نیروی جوان و دارای تحصیلات عالی	۱۸۴	۷/۳۶	۰/۸۱۷	۲ W2
	نیروی انسانی	انعطاف‌پذیری نیروی کار	۱۱۳	۴/۵۲	۰/۵۰۲	۶ W6
		مجموع	۹۴۴	۳۷/۷۶	۴/۱۹۶	-
		میانگین تجمعی	۱۵۷/۳۳	۶/۲۹	۰/۶۹۹	-
	اقتصادی	کمبود تقاضا برای نیروی کار	۱۹۸	۷/۹۲	۰/۸۸۰	۴ S4
	اقتصادی	کمبود سرمایه و منابع مالی برای تزریق به بازار کار	۲۱۲	۸/۴۸	۰/۹۴۲	۱ S1
نقاط ضعف	اقتصادی	هدایت منابع از تولید به واسطه‌گری و بخش غیررسمی	۱۷۶	۷/۰۴	۰/۸۷۲	۶ S6
	اقتصادی	وابستگی بازار کار به بودجه دولتی	۲۰۷	۸/۲۸	۰/۹۲۰	۲ S2
	سیاستی	عدم ابتناء سیاست‌های اشتغال بر موازین علمی و تحقیقاتی	۱۴۳	۵/۷۲	۰/۶۳۶	۱۰ S10
	سیاستی	عدم شفافیت آمار و اطلاعات بازار کار	۲۰۵	۸/۲۰	۰/۹۱۱	۳ S3
	سیاستی	گسست سیاست‌های اشتغال و عدم هم‌افزایی	۱۵۷	۶/۲۸	۰/۶۹۸	۹ S9
	سیاستی	انحراف از سیاست‌ها و برنامه‌های بازار کار	۱۹۰	۷/۶۰	۰/۸۴۴	۵ S5
	نیروی انسانی	گرایش به استخدام رسمی و دولتی	۱۲۰	۴/۸۸	۰/۵۳۳	۱۲ S12
	نیروی انسانی	مهاجرت‌های گسترده نیروی کار (داخلی/خارجی)	۱۵۸	۶/۳۲	۰/۷۰۲	۸ S8
	نیروی انسانی	ضعف فرهنگ کار و روحیه کارآفرینی	۱۳۲	۵/۲۸	۰/۵۸۷	۱۱ S11
	نیروی انسانی	هدایت نادرست افراد برای ادامه تحصیل	۱۷۱	۶/۸۴	۰/۷۶۰	۷ S7
		مجموع	۲۰۶۹	۸۲/۷۶	۹/۱۹۶	-
		میانگین تجمعی	۱۷۲/۴۲	۶/۸۹	۰/۷۶۶	-

با توجه به داده‌های جدول ۳ ملاحظه می‌شود که وجود منابع معدنی و ذخایر زیرزمینی (با میانگین وزنی ۸/۴۰ و وزن نسبی ۰/۹۳۳) مهم‌ترین فرصت موجود برای بازار کار ایران است. پس از آن، بنگاه‌های اقتصادی نیمه‌فعال یا تعطیل شده (با میانگین وزنی ۷/۷۲ و وزن نسبی ۰/۹۲۰)، بازار مصرف داخلی (با میانگین وزنی ۸/۰۸ و وزن نسبی ۰/۸۹۸) و جوانی جمعیت (با میانگین وزنی ۸/۴۰ و وزن نسبی ۰/۸۵۸) در اولویت‌های دوم تا چهارم فرصت‌ها قرار دارند. از نظر جمعیت نمونه تحقیق، شکل‌گیری مناسبات جدید منطقه‌ای (با میانگین وزنی ۴/۶۸ و وزن نسبی ۰/۵۲۰) کمترین اهمیت را در میان فرصت‌های بازار کار ایران دارد.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که از نظر جمعیت نمونه تحقیق، استمرار رکود اقتصادی و تورم در یک‌دهه گذشته (با میانگین وزنی ۸/۵۶ و وزن نسبی ۰/۹۵۱) مهم‌ترین عامل تهدید بازار کار ایران بوده است. سود آور بودن حوزه‌های غیرمولد اقتصادی (با میانگین وزنی ۸/۲۴ و وزن نسبی ۰/۹۱۶) و ریسک بالای سرمایه‌گذاری در تولید (با میانگین وزنی ۷/۷۶ و وزن نسبی ۰/۸۶۲) در اولویت‌های بعدی قرار دارند که هر دو از تهدیدهای اقتصادی محسوب می‌شوند و عدم شفافیت و فساد اداری (با میانگین وزنی ۷/۶۰ و وزن نسبی ۰/۸۴۴) در اولویت چهارم تهدیدهای بازار کار است. واقع شدن در منطقه بحران خیز خاورمیانه (با میانگین وزنی ۵/۲۴ و وزن نسبی ۰/۵۸۲) و مهاجرت‌های گسترده مردم (با میانگین وزنی ۵/۱۶ و وزن نسبی ۰/۵۷۳) از تهدیدهای کم اهمیت بازار کار محسوب می‌شوند و در رتبه‌های یازدهم و دوازدهم قرار دارند.

داده‌های جدول ۴ نشان می‌دهد که سیاست‌های حمایت از کارآفرینی و مشاغل دانش‌بنیان (با میانگین وزنی ۷/۸۴ و وزن نسبی ۰/۸۷۱) مهم‌ترین نقطه قوت بازار کار ایران محسوب می‌شود. پس از آن وجود نیروی کار جوان و تحصیل کرده (با میانگین وزنی ۷/۳۶ و وزن نسبی ۰/۸۱۷) و وجود بخش خصوصی و خواهان فعالیت (با میانگین وزنی ۶/۶۰ و وزن نسبی ۰/۷۳۳) در اولویت‌های بعدی نقاط قوت قرار گرفته‌اند و انعطاف‌پذیری نیروی کار (با میانگین وزنی ۴/۵۲ و وزن نسبی ۰/۵۰۲) به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت از میان مؤلفه‌های پیشنهادی معرفی شده است.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که از نظر کارشناسان و متخصصان مورد تحقیق، مؤلفه کمبود سرمایه و منابع مالی برای تزریق به بازار کار (با میانگین وزنی ۸/۴۸ و وزن نسبی ۰/۹۴۲) مهم‌ترین نقطه ضعف بازار کار ایران است. وابستگی بازار کار به بودجه دولتی (با میانگین وزنی ۸/۴۰ و وزن نسبی ۰/۹۳۳)؛ عدم شفافیت آمار و اطلاعات بازار کار (با میانگین وزنی ۸/۴۰ و وزن نسبی ۰/۹۳۳) و کمبود تقاضا برای نیروی کار (با میانگین وزنی ۸/۴۰ و وزن نسبی ۰/۹۳۳) نقاط ضعف بعدی بازار کار ایران هستند. گرایش به استخدام رسمی و دولتی (با میانگین وزنی ۴/۸۸ و وزن نسبی ۰/۵۳۳) کم‌اهمیت‌ترین نقطه ضعف بازار کار در ایران معرفی شده است.

نکته دیگری که از جدول‌های ۳ و ۴ دریافت می‌شود این است که نقاط ضعف بازار کار ایران (با میانگین وزنی ۷/۸۹ و وزن نسبی ۰/۷۶۶) اهمیت بیشتری در بازار کار دارد. پس از آن فرصت‌های خارج از بازار کار (با میانگین وزنی ۶/۷۹ و وزن نسبی ۰/۷۵۴) دارای اهمیت است. تهدیدهای خارج از بازار کار (با میانگین وزنی ۶/۷۴ و وزن نسبی ۰/۷۴۹) در مرتبه سوم اهمیت قرار دارد و در نهایت نقاط قوت درونی بازار کار (با میانگین وزنی ۶/۲۹ و وزن نسبی ۰/۶۹۹) از کمترین اهمیت و تأثیر برخوردار است.

گام چهارم - انتخاب راهبرد

در این مرحله ابتدا با توجه به میانگین وزنی و وزن نسبی به دست آمده برای هر کدام از عوامل کلیدی و قرار

دادن در ماتریس SWOT ترتیب انتخاب راهبردها مشخص می‌شود- برای این کار نتیجه تقاطع یا حاصلضرب عوامل محاسبه می‌شود و به ترتیب نزولی اولویت بندی می‌شوند.

جدول ۵: میانگین وزنی و وزن نسبی مؤلفه‌های SWOT

	فرصت‌های عمده محیطی (O)	تهدیدهای عمده محیطی (T)
	میانگین وزنی: ۶/۷۹ وزن نسبی: ۰/۷۵۴	میانگین وزنی: ۶/۷۴ وزن نسبی: ۰/۷۴۹
نقاط قوت اساسی درونی (S)	راهبرد (SO) حداکثر - حداقل ۰/۵۲۷	راهبرد (ST) حداکثر - حداقل ۰/۵۲۳
نقاط ضعف اساسی درونی (W)	راهبرد (WO) حداکثر - حداقل ۰/۵۷۷	راهبرد (WT) حداکثر - حداقل ۰/۵۷۳

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که برای انتخاب راهبرد در هر کدام از عرصه‌ها و ابعاد بازار کار ابتدا باید راهبردهای WO انتخاب شوند. سپس راهبردهای WT در دستور کار قرار گیرند. بعد از آن در اولویت سوم راهبردهای SO انتخاب شوند و راهبردهای ST انتخاب آخر برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران حوزه بازار کار و اشتغال باشد. در ادامه جهت شناسایی راهبردهای مؤثر و قابل ارائه، مؤلفه‌های اساسی هر بخش انتخاب و طبق جدول ۶ در ماتریس SWOT قرار داده شدند- برای این کار مؤلفه‌هایی که وزن نسبی بالاتر از میانگین داشته‌اند، انتخاب شدند.

جدول ۶: ماتریس مؤلفه‌های مهم SWOT بازار کار ایران

فرصت‌های عمده محیطی (O) ۱. منابع معدنی و ذخایر زیرزمینی ۲. بنگاه‌های اقتصادی نیمه‌فعال یا تعطیل شده ۳. بازار مصرف داخلی ۴. جوانی جمعیت ۵. فرصت‌های گردشگری طبیعی و تاریخی	تهدیدهای عمده محیطی (T) ۶. استمرار رکود اقتصادی و تورم در دهه گذشته ۷. سودآور بودن حوزه‌های غیر مولد اقتصادی ۸. عدم شفافیت و وجود فساد اداری ۹. چیرگی ویژه‌خواران و دلالان در اقتصاد
راهبرد (SO) حداکثر - حداکثر راهبرد توسعه‌ای (تهاجمی): توجه و تمرکز بر نقاط قوت و فرصت‌های موجود (اولویت سوم)	راهبرد (ST) حداکثر - حداقل راهبرد تنوع (رقابتی): توجه به تهدیدهای پیش رو و تبدیل تهدیدها به فرصت (اولویت چهارم)
راهبرد (WO) حداقل - حداکثر راهبرد تغییر جهت (محافظه کارانه): تغییر جهت فعالیت‌ها و کاهش نقاط ضعف برای بهره‌برداری از فرصت‌های موجود (اولویت اول)	راهبرد (WT) حداقل - حداقل راهبرد تدافعی (کاهش): کاستن از سطح فعالیت‌های تضعیف‌کننده (اولویت دوم)
	نقاط قوت اساسی درونی (S) ۱. سیاست‌های حمایت از کارآفرینی و مشاغل دانش بنیان ۲. نیروی جوان و دارای تحصیلات عالی ۳. وجود بخش خصوصی آماده به فعالیت
	نقاط ضعف اساسی درونی (W) ۱. کمبود سرمایه و منابع مالی برای تزریق به بازار کار ۲. وابستگی بازار کار به بودجه دولتی ۳. عدم شفافیت آمار و اطلاعات بازار کار ۴. کمبود تقاضا برای نیروی کار ۵. انحراف از سیاست‌ها و برنامه‌های بازار کار ۶. هدایت منابع از تولید به واسطه‌گری و بخش غیررسمی

با توجه به نتایج جدول ۶ و وضعیت کنونی بازار کار ایران، به ترتیب اولویت راهبردهای زیر را می‌توان اتخاذ نمود:

اول: راهبردهای WO (تغییر جهت)

۱. تعیین متولی مستقل و صاحب نفوذ به جای مرکز آمار ایران جهت نظارت، پایش و ارزیابی سیاست‌های بازارکار و گردآوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز و ارائه به برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران؛
۲. تغییر منابع مالی مورد نیاز بازار کار از بودجه دولتی به سایر منابع از جمله بخش خصوصی یا بورس؛

۳. تغییر رویه ایجاد مشاغل سرمایه‌بر به مشاغل کاربر؛

۴. تغییر شیوه هدایت تحصیلی دانش‌آموزان و دانشجویان از رشته‌های نظری به رشته‌های فنی و حرفه‌ای و مهارتی.

دوم: راهبردهای WT (تدافعی)

۱. کاهش نقش دولت در سیاستگذاری بازار کار و ایجاد اشتغال؛

۲. کاهش ظرفیت پذیرش دانشگاه‌ها به‌خصوص در رشته‌های نظری و غیرفنی؛

۳. توقف و یا اصلاح طرح‌های ناکارآمد یا ناموفق در حوزه اشتغال‌زایی.

سوم: راهبردهای SO (توسعه‌ای)

۱. فعال نمودن بنگاه‌های نیمه‌فعال یا تعطیل با کمک بخش خصوصی؛

۲. فعال‌سازی بازار گردشگری کشور با انجام اقدامات زیربنایی و توسعه‌ای داخلی و جذب گردشگران خارجی؛

۳. استفاده از پنجره جوانی جمعیت جهت راه‌اندازی صنایع و کارگاه‌های مبتنی بر استخراج منابع معدنی و زیرزمینی به جای خام‌فروشی.

چهارم: راهبردهای ST (رقابتی)

۱. تلاش برای مهار تورم و گذر از رکود اقتصادی؛

۲. مبارزه با فساد اداری و اقتصادی موجود و نظارت شدیدتر بر فعالیت‌های اقتصادی؛

۳. برقراری سیستم مالیات متناسب با درآمد به‌خصوص در بخش‌های غیر تولیدی و واسطه‌ای.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر و مرور نتایج پژوهش‌های پیشین راجع به چالش‌های بازار کار ایران و راهبردهای پیشنهادی آن‌ها می‌توان پی برد که نقاط قوت بازار کار ایران نسبت به نقاط ضعف آن بسیار ناچیز و کم توان است. از سوی دیگر، تهدیدها و مشکلات محیطی فراوری بازار کار بیشتر از فرصت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه برای تحرک اقتصاد و بهبود وضعیت اشتغال است. در نتیجه، بهتر است به جای ارائه طرح‌های بلندپروازانه و غیرمنطبق بر واقعیت‌های اقتصاد و بازار کار کشور به نقاط ضعف و تهدیدهای موجود جدی‌تر بیندیشیم و بپذیریم که در بسیاری از مواقع سیاستگذاران و مجریان برنامه‌های توسعه اشتغال در کشور (به جز چند نمونه کوچک) نه تنها نتوانسته‌اند تهدیدهای موجود را به فرصت تبدیل کنند، بلکه بسیاری از فرصت‌های موجود در اقتصاد و بازار کار را به چشم تهدید نگاه کرده و آن را از دست داده‌اند. بارزترین این فرصت‌ها «پنجره فرصت جوانی جمعیت» و «افزایش قیمت نفت» در برخی از مقاطع بوده است که به جای استفاده بهینه در جهت رونق تولید و رشد اقتصاد کشور، بر اثر مدیریت نادرست به عنصری زائد و حتی مانع رونق تولید و رشد عمل نموده‌اند. بنابراین، از میان چهار الگوی راهبردی اصلی، در شرایط کنونی اتخاذ الگوی تغییر جهت (WO) در قالب راهبردهای بلندمدت و کوتاه مدت به صورت زیر پیشنهاد می‌شود:

الف. راهبردهای بلندمدت

۱. تغییر شیوه هدایت تحصیلی دانش‌آموزان و دانشجویان از رشته‌های نظری به رشته‌های فنی و حرفه‌ای و مهارتی؛

از آن‌جا که علت بخشی از مسئله بیکاری جوانان به کارکرد نامناسب نظام آموزش عمومی بر می‌گردد و در

نظام آموزشی کشور در انتقال از دوره متوسطه اول به دوره متوسطه دوم، دانش‌آموزان دست به انتخاب شاخه و

رشته تحصیلی می‌زنند، لازم است ملاک‌ها و معیارهای هدایت تحصیلی مورد بازبینی قرار گیرند و در یک بازه زمانی ده ساله از ظرفیت پذیرش دانش‌آموزان در شاخه نظری کاسته و به مدارس فنی و حرفه‌ای افزوده شود؛ به گونه‌ای که بیش از ۷۰ درصد دانش‌آموزان وارد رشته‌های فنی و حرفه‌ای یا کارودانش شوند. بدیهی است که نیازسنجی کشور در تعیین ظرفیت‌های رشته‌های فنی و حرفه‌ای موردنیاز، مقدم بر هر اقدامی در این راستاست. ۲. کاهش ظرفیت پذیرش دانشگاه‌ها به‌خصوص در رشته‌های نظری و غیرفنی

یکی از مسائل اصلی اشتغال جوانان در کشور، وجود فارغ‌التحصیلان زیاد در برخی از رشته‌های نظری و محض است که به دلیل اشباع بازار کار، از یک‌سو و نداشتن مهارت‌های لازم برای ورود به بازار کار، از سوی دیگر اغلب بیکار می‌مانند. آنها در بهترین حالت در مشاغل غیرمرتبط با رشته تحصیلی دانشگاهی خود مشغول به کار می‌شوند و یا برای ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر مجدداً به دانشگاه باز می‌گردند که در هر دو صورت باعث هدررفت منابع مالی و انسانی کشور می‌گردد. حالت دیگر، جذب شدن این افراد به مشاغل غیررسمی و حتی غیرقانونی است که اگرچه منبع درآمدی برای فرد به حساب می‌آید، اما نه تنها کمکی به رشد و بهبود شرایط اقتصاد کشور نمی‌کند، بلکه هزینه‌های زیادی را به جامعه تحمیل می‌نماید. چنان‌چه راهبرد پیشنهادی اول مدنظر قرار گیرد و اجرایی گردد، در یک بازه زمانی ده ساله به تدریج از متقاضیان ورود به دانشگاه (در رشته‌های غیرکاربردی یا محض) کاسته می‌شود و به جای آن می‌توان به گسترش دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای مبادرت نمود که هم ارتباط بیشتری با تولید و اشتغال داشته باشد و هم افراد بتوانند مهارت‌های لازم برای ورود به بازار کار را پیدا کنند. آن‌وقت دیگر نیازی به سرمایه‌گذاری و هزینه در طرح‌هایی مانند کارورزی دانش‌آموختگان، کاج، تاک دانش و ... نیست.

۳. مبارزه با فساد اداری و اقتصادی موجود و نظارت شدیدتر بر فعالیت‌های اقتصادی به‌خصوص بانک‌ها وجود فساد اداری و مالی، عالمانه‌ترین و دقیق‌ترین طرح‌ها و سیاست‌های اجتماعی را با شکست روبه‌رو می‌سازد به‌خصوص در سیاست‌گذاری اشتغال که وابسته به منابع مالی زیاد و طی فرایندهای اداری طولانی و پیچیده است. عدم نظارت دقیق و کافی و نداشتن ارزیابی‌های مستقل و بدون سوگیری از روند اجرای سیاست‌های اشتغال باعث هرز رفتن منابع در بسیاری از طرح‌ها می‌شود. بنابراین، یکی از اقدامات ضروری انجام اصلاحات اداری و مالی است؛ امری که توسط نهادهای مالی بین‌المللی نیز مورد تأکید قرار گرفته است. صندوق بین‌المللی پول^۱ (۲۰۱۸) در گزارش خود از وضع اقتصاد ایران^۲ بر «ضرورت اجرای سریع اصلاحات مالی» تأکید کرده است. این صندوق اصرار دارد ایران باید بدون مسامحه وضعیت سلامت سیستم بانکی را مشخص کند. بعضی از بانک‌های ایران به خاطر حجم عظیم معوقات بانکی که امیدی هم به دریافتشان نیست، عملاً ورشکسته‌اند، ضمن این‌که مؤسسات مالی و اعتباری غیرمجاز و تحمیل تعهدات آن‌ها، شرایط را برای بانک‌ها سخت‌تر از پیش کرده است. این صندوق از ایران خواسته است به بانک‌هایی که امکان ادامه حیات دارند، افزایش سرمایه دهد و تکلیف بقیه را هم زودتر معلوم کند.

از آن‌جا که بروز فساد در یک سیستم اداری و مالی به مرور زمان اتفاق می‌افتد، نباید توقع داشت در زمانی کوتاه

1. International Monetary Fund (IMF)

۲. این صندوق در گزارش خود راجع به ایران از کاهش نرخ تورم در سال ۲۰۱۷ سخن گفته و پیش‌بینی کرده است که نرخ ارز در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ دوباره روند صعودی به خود بگیرد که این اتفاق، تورمی دست کم ۱۲ درصدی را رقم خواهد زد که با رکود فعلی در بخش‌هایی از اقتصاد ایران، این نرخ تورم مشکل‌آفرین خواهد بود (IMF, ۲۰۱۸).

توان به انجام اصلاحات اساسی و همه‌جانبه دست زد. این کار حداقل بین هفت الی ده سال زمان می‌برد و قدم اول را می‌توان همین اجرای اصلاحات سریع مالی و تعیین تکلیف سلامت سیستم بانکی دانست.

۴. برقراری سیستم مالیات متناسب با درآمد به خصوص در بخش‌های غیر تولیدی و واسطه‌ای برخلاف توصیه بسیاری از پژوهش‌ها و ارزیابی‌های بازار کار ایران به عدم انطباق مهارت نیروی کار با نیازهای بازار کار و لزوم افزایش مهارت کارجویان، باید اذعان نمود که بخش تولید برای افراد دارای مهارت و انگیزه کار مولد چندان جذابیت و سودآوری ندارد. در واقع، هزینه‌های مالی و زمانی مورد نیاز برای راه‌اندازی یک کسب و کار رسمی و مولد، بسیار بیشتر از کسب و کار غیررسمی و غیرمولد است. به عنوان نمونه، لزوم پرداخت مالیات در بخش تولید و اشتغال رسمی باعث کاهش جذابیت آن برای شاغلان و سرمایه‌گذاران شده و در عوض بخش غیررسمی بازار کار که معمولاً نظارت چندانی بر آن صورت نمی‌گیرد و امکان عدم پرداخت مالیات در آن بیشتر است، جذابیت بیشتری پیدا می‌کند و عقلانیت‌ابزاری هم حکم می‌کند که فرد در آن حوزه به فعالیت بپردازد. بنابراین، اگر بخش غیررسمی و غیرمولد اقتصاد نسبت به بخش مولد و رسمی اقتصاد همچنان کشش بیشتری داشته باشد، هر قدر مهارت و دانش نیروی کار ارتقا یابد، نمی‌توان به بهبود شرایط اقتصادی کشور امید داشت. از این رو، در راستای اصلاحات مالی و اداری پیشنهاد شده در بخش قبلی، اصلاح نظام پرداخت مالیات و نظارت و ارزیابی مستقل بخش‌های مختلف اقتصاد کشور در یک دوره پنج ساله پیشنهاد می‌شود، اما نه مانند آنچه در مورد ارزیابی استانداران از فعالیت‌های اشتغال‌زایی خود (خودارزیابی) پیشنهاد شده بود.

۵. تغییر رویه ایجاد مشاغل سرمایه‌بر به مشاغل کاربر

واقعیت این است که در حالی که قبلاً تمام پیشرفت‌های دنیوی در امر توسعه، به ظهور انواع خاصی از کار منجر می‌شدند (به عنوان مثال در کشاورزی)، در عصر کنونی، بسیاری از پیشرفت‌ها (به عنوان نمونه در صنعت یا خدمات) به کاهش فرصت‌های کاری منجر شده‌اند. نوآوری و استفاده از فناوری‌های نوین اگرچه به رشد بهره‌وری و پایداری یک صنعت کمک می‌کند، اما از سوی دیگر به بیکار شدن تعداد بیشتری از کارگران و متخصصان منجر می‌شود. به دلیل این که استفاده از فناوری نیاز به کارگر را کاهش می‌دهد، بهتر است در برنامه‌ریزی‌های اشتغال به مشاغل و بخش‌هایی بها داده شود که بیشتر از سرمایه به نیروی کار متکی باشند. به این ترتیب، افراد بیشتری جذب کار شده و بخشی از هزینه‌های تحمیل شده به جامعه کاهش می‌یابد. به عنوان نمونه، یک (۱۳۹۵) مزایای استفاده از انرژی بادی از حیث اشتغال را این گونه بیان می‌کند: «به ازای هر شغلی که از تعطیلی نیروگاه‌های هسته‌ای از دست می‌رود، پنج فرصت شغلی از کاربرد انرژی بادی ایجاد می‌شود. این بخش در عرض پنج سال (منتهی به سال ۲۰۰۰ میلادی) از رشد سالانه صد در صدی برخوردار بوده است که به معنای رشد اقتصادی در جهت صحیح است. علاوه بر این، با هر محاسبه واقع‌گرایانه‌ای می‌توان دریافت که الکتریسیته حاصل از انرژی باد، ارزان‌تر از الکتریسیته حاصل از یک نیروگاه هسته‌ای است» (یک، ۱۳۹۵). در کشور ما هم ظرفیت‌های متعددی در این زمینه وجود دارد؛ از جمله نیروگاه‌های بادی، پالایشگاه‌های فرآوری نفت و مشتقات آن، فرآوری محصولات کشاورزی خاص ایران از جمله پسته، خرما، زعفران و ... که می‌تواند نیروی کار بیشتری را به خود جذب نماید. البته وجود جذابیت کارهای تولیدی و سوآوری آن در مقایسه با مشاغل واسطه‌گری و دلالتی که باعث ترجیح کارآفرینان و سرمایه‌گذاران شود، در اجرای صحیح این راهبرد

اولویت دارد.

محقق مدعی نیست که راهبردهای فوق، تنها گزینه‌های ممکن برای بهتر شدن وضعیت اقتصادی و بازار کار کشور هستند. بی تردید، راهبردهای دیگری وجود دارد که می‌توانند در این زمینه مؤثر باشند، اما سعی شد که راهبردهای ارائه شده با یافته‌های تحقیق همخوانی داشته باشند. در ادامه، با توجه به راهبردهای کلان و بلندمدت فوق، راهبردهایی عملی و قابل اجرا در کوتاه‌مدت (کمتر از پنج سال) نیز در عرصه اشتغال ارائه می‌شود.

ب. راهبردهای کوتاه مدت

۱. افزایش اختیارات شورای عالی اشتغال

علی‌رغم این که شورای عالی اشتغال بالاترین مرجع تدوین سیاست‌های مرتبط با اشتغال کشور است، اما در بررسی‌ها و همچنین مصاحبه‌ها روشن شد اختیارات و نفوذ چندانی بر نهادهای مجری ندارد و در مواردی اقداماتی برخلاف مصوبات و تصمیمات آن انجام می‌گیرد. در هر صورت، یکی از نیازهای مبرم و ضروری بازار کار کشور و اشتغال جوانان این است که در مورد تعیین نیازهای بازار کار و تعیین ظرفیت پذیرش دانش‌آموزان در شاخه فنی و حرفه‌ای و اصلاح شیوه هدایت تحصیلی دانش‌آموزان در مقطع متوسطه و تعیین ظرفیت پذیرش دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی، توصیه‌های این نهاد مورد توجه نهادهای مسئول (شامل وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و سازمان فنی حرفه‌ای کشور) قرار گیرد و شورا از اهرم‌های اجرایی لازم برای پیش‌برد برنامه‌های خود برخوردار باشد. از این رو، پیشنهاد می‌شود تدابیری اتخاذ گردد که اختیارات شورا و نفوذ آن بر نهادهای متولی اشتغال در عمل تحقق یابد.

۲. تعیین متولی مستقل و صاحب نفوذ جهت نظارت، پایش و ارزیابی سیاست‌های بازارکار

یکی از نقاط ضعف در اجرای سیاست‌ها و طرح‌های اشتغال‌زایی، نبود ارزیابی بی‌طرفانه و واقعی توسط یک نهاد مستقل است. همان‌گونه که در مصوبات شورای عالی اشتغال آمده است، مرجع تهیه داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز بازار کار و ارائه آنها به برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران، مرکز آمار ایران و وزارت کار و امور اجتماعی است. همین مسئولیت به نظارت و پایش سیاست‌ها نیز تسری پیدا کرده است، در حالی که باید بحث نظارت را از ارزیابی جدا نمود و توسط نهاد یا مؤسسه‌ای مستقل و در صورت امکان خارج از دولت انجام داد. به عنوان نمونه، در انگلستان مؤسسه‌ای به نام «مؤسسه تحقیقات اقتصادی» به ارزیابی سیاست‌های اجتماعی از جمله سیاست‌های اشتغال می‌پردازد. در کشور ما هم می‌توان از ظرفیت کمیسیون اصل ۹۰ مجلس برای تشکیل هسته ارزیابی سیاست‌های اجتماعی استفاده نمود که بتواند با قدرت اجرایی و نظارتی لازم و بدون وابستگی به دولت به ایفای نقش بپردازد.

۳. استفاده از پنجره جوانی جمعیت جهت راه‌اندازی صنایع و کارگاه‌های مبتنی بر استخراج منابع معدنی و زیرزمینی به جای خام‌فروشی

دارا بودن جمعیت جوان - که به مرور در حال از دست رفتن است - و منابع زیرزمینی و معدنی در کشور می‌تواند فرصتی بسیار گران‌بها برای بهبود وضعیت اقتصادی و اشتغال کشور باشد، اما نیاز به برنامه‌ریزی مسئولانه و مبتنی بر عقلانیت و تجارب موفق کشورهای دیگر دارد. در صورتی که سیاستگذاران فهم درستی از وضعیت اقتصادی کشور پیدا کنند باید تمام انرژی و تلاش خود را صرف فعال‌سازی این دو پتانسیل ارزشمند - که داشتن

یکی از آن‌ها آرزوی سیاستمداران بسیاری از کشورهای دیگر است - بنمایند که بی تردید، توجه به تحقیقات اقتصادی و اجتماعی موجود و آمایش‌های صحیح سرزمینی می‌تواند راهگشا باشد.

۴. توقف و یا اصلاح طرح‌های ناکارآمد یا ناموفق در حوزه اشتغال‌زایی

چنانچه برخی از طرح‌های اشتغال‌زایی به‌خصوص در حوزه خدمات و واسطه‌گری و ... مورد ارزیابی قرار گیرند، مشخص خواهد شد که این مشاغل کمک چندانی به رشد اقتصادی مورد نیاز کشور نمی‌کنند و فقط به درد کاهش نرخ بیکاری در زمان‌هایی خاص می‌خورند. از این رو، پیشنهاد می‌شود بخشی از این طرح‌ها متوقف شود و به جای صرف هزینه و زمان و نیروی انسانی به راه‌های بدیل و جایگزین فکر گردد. لازمه اجرایی شدن این مهم، داشتن نهاد مستقل ارزیابی سیاست‌ها و سپس خواست ایجاد تغییر در روند امور در یک افق بلند مدت است.

۵. کمک گرفتن از متخصصان برنامه‌ریزی سایر کشورها در برنامه‌ریزی اشتغال

برنامه‌ریزی و سیاستگذاری در امور اجتماعی - از جمله اشتغال - نیاز به دانش و تجربه دارد و وضعیت اشتغال کشور نشان می‌دهد در چند دهه اخیر سیاستگذاری‌های اشتغال بیش از دانش علمی و تجربه، بر آزمایش و خطا مبتنی بوده است و بسیاری از برنامه‌ها مبنای منطقی و عقلانی متفن و مشخصی نداشته‌اند. در این زمینه، پیشنهاد می‌شود به جای کپی‌برداری عینی از تجارب کشورهای دیگر، از آن‌ها - به‌خصوص کشورهای در حال گذار یا کشورهای در حال توسعه که در زمینه اشتغال موفق عمل کرده‌اند - بخواهیم که با بررسی وضعیت اقتصادی و بازار کار کشور در زمینه برنامه‌ریزی و سیاستگذاری به ما کمک کنند. بدیهی است تعهد به اجرای صحیح برنامه‌ها و راهبردهای پیشنهادی آن‌ها می‌تواند به دستیابی به هدف منتهی شود و گر نه سرنوشت این تجربه نیز همانند پیشنهادهای چون بنگاه‌های کوچک و زودبازده یا جامعه یادگیری خواهد بود که در نهایت به نتیجه مطلوب ختم نشده‌اند.

منابع

- امیری، میثم؛ یزدانی، پدرام؛ میرزایی، مجید و خوشبخت، فهیمه. (۱۳۹۰). «بررسی چالش‌ها و راهبردهای دستیابی به اشتغال کامل (با تمرکز بر استان تهران)». مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
- بک، الیش. (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی کار*. سعید صادقی جقه و آیت نباتی حصارلو. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- تاج مزینانی، علی‌اکبر. (۱۳۸۹). «گونه‌شناسی نظام‌های رفاهی در جهان». فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. شماره ۶، صص ۲۳۴-۲۰۳.
- چوبچیان، شهلا و مؤمنی هلالی. (۱۳۹۵). *تصمیم‌گیری چندمعیاره: رویکرد فرایند تحلیل سلسله مراتبی و بکارگیری تحلیل سوات*. چاپ اول، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
- دیکن، آلن. (۱۳۹۱). *اشتغال در کتاب جامع سیاستگذاری اجتماعی*. علی‌اکبر تاج مزینانی و محسن قاسمی. جلد دوم، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)
- سامتی، مرتضی. (۱۳۸۵). *اشتغال، بازار کار، سیاست‌های اقتصادی*. چاپ دوم، تهران: انتشارات مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
- مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵). *گزیده نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ایران*.
- مرکز آمار ایران. (۱۳۹۶). *چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار ایران*.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. (۱۳۹۳). «تحلیلی بر چالش‌های اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی».
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، معاونت پژوهش‌های اجتماعی - فرهنگی، گزارش شماره ۱۴۱۶۸.
- مؤمنی، فرشاد. (۱۳۹۴). *اقتصاد سیاسی توسعه در ایران امروز*. چاپ اول، تهران: انتشارات نقش و نگار
- میرزایی، خلیل. (۱۳۹۵). *کیفی پژوهی، پژوهش، پژوهشگری و پژوهش‌نامه نویسی*. دوره دو جلدی، چاپ اول، تهران: نشر فوژان
- هرندی، فاطمه و فلاح محسن‌خانی، زهره. (۱۳۸۶). «اشتغال جوانان و چالش‌های آن». فصلنامه رفاه اجتماعی. سال هفتم، شماره ۲۵، صص ۱۴۶-۱۳۳.
- Davidson, P. (1998). "Post Keynesian Employment Analysis and the Macroeconomics of OECD Unemployment". *The Economic Journal*, 108, 448, 817-831.
- Gali, Jordi. and Rabanal, Pau. (2004). "Technology Shocks and Aggregate Fluctuations: How Well Does the Real Business Cycle Model Fit Postwar U.S. Data?". *NBER Macroeconomics Annual*, 19, 225-288.
- International Labor Organization. (2005). *An Employment Strategy for Islamic Republic of Iran*. Sub regional Office for South Asia, New Delhi.
- International Labor Organization (2017) "Unemployment Rate by Country". The World's Leading Source on Labor Statistics, ILOSTAT.
- International Monetary Fund. (2018). *IMF Executive Board Concludes 2018 Article IV Consultation with the Islamic Republic of Iran*. Washington DC, Press Released No. 18/114.
- Lancaster, D. and Tulip P. (2015). "Okun's Law and Potential Output". Research Discussion Paper, Economic Research Department, Reserve Bank of Australia.
- Mouhammed, Adel, H. (2011). "Important Theories of Unemployment and Public Policies". *Journal of Applied Business and Economics*, vol. 12(5), pp. 100-110.

عوامل موثر بر عدم تمایل به ازدواج در بین کارکنان مجرد ادارات شهرستان همدان

اعظم شکوری^۱
اسدالله نقدی^۲
حسین امامعلی زاده^۳
زهرا رحیمی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۳/۱۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۵/۲

ازدواج از مهم‌ترین دوره‌های زندگی هر فرد است که دیر یا زود اتفاق افتادن یا حتی اتفاق نیفتادن آن پیامدهای گسترده فردی و اجتماعی دارد. در این بین، از تحقیقات پیشین استنباط می‌شود که نداشتن شغل و درآمد از مهم‌ترین موانع ازدواج است، اما مشاهده آمار چشمگیر کارکنان مجرد این سوال را برانگیخت که چرا در گروه شاغلان نیز مجرد وجود دارد. براین اساس، هدف اصلی تحقیق حاضر، بررسی عوامل موثر بر عدم تمایل به ازدواج در بین کارکنان مجرد ادارات شهرستان همدان است. بنیان نظری تحقیق مبتنی بر نظریه گزینش عقلانی، نظریه گذار جمعیت شناختی، دیدگاه نوسازی، نظریه برابری جنسیتی، نظریه تورم رکودی، در دیدگاه نوگرایی و اعتمادیابی گیدنز و نظریه آنومی مرتون قرار دارد. پس از مرور مبانی نظری و تجربی پیرامون موضوع مورد مطالعه، ۹ متغیر و برخی متغیرهای زمینه‌ای که به نظر می‌رسید تعیین کننده وضعیت مجرد کارکنان باشند، انتخاب و در قالب فرضیه‌های تحقیق تدوین شدند. روش تحقیق، پیمایش و ابزار مورد استفاده پرسشنامه و شیوه نمونه‌گیری

۱. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و مدیر مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران دفتر همدان، همدان، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Shakouri2132@gmail.com

۲. دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

۳. دانشجوی دکتری، جامعه‌شناسی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

۴. کارشناس ارشد، جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

ترکیبی از خوشه‌ای و تصادفی ساده بود؛ بدین صورت که ابتدا هر کدام از ادارات همدان به عنوان یک خوشه در نظر گرفته شدند و در گام بعد از طریق قرعه کشی، اداره‌های منتخب و در نهایت افراد پاسخگو متناسب با سهم آن اداره مشخص گردیدند. یافته‌های حاصل از آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای هر فرضیه نشان داد از بین عوامل مورد بررسی، متغیرهای تمکن مالی ناکافی علیرغم داشتن شغل و درآمد، دشواری ازدواج و منوط کردن اقدام به ازدواج به شروطی که برآورده کردن آن‌ها در شرایط امروز جامعه دشوار است، نگرانی زوجین از داشتن ازدواج ناموفق، اعتقاد به وجود هزینه-فرصت بالای ازدواج، لذت از مجردی، معاشرت با جنس مخالف، داشتن انتظارات آرمان‌گرایانه از ازدواج و نوع نگرش به ازدواج از عوامل معنادار مرتبط با مجرد کارکنان می‌باشند.

واژگان کلیدی: تأخیر در ازدواج، تمایل به ازدواج، مجرد، خانواده و شغل

مقدمه

به تصدیق علمای اجتماعی، خانواده کوچک‌ترین، اما مهم‌ترین نهاد اجتماعی است و سنگ بنای هر نظام اجتماعی محسوب می‌شود. در این بین، ازدواج که مبنای تشکیل خانواده می‌باشد، در فقه اسلامی، امری مطلوب و پسندیده است و از اعمال مستحب موكد و در برخی موارد واجب شرعی شمرده می‌شود (نوری همدانی، ۱۳۸۲: ۴۵۶). در جوامع گوناگون، در امر ازدواج و تشکیل خانواده اهداف و انگیزه‌های متعددی مطرح بوده است که به طور عمده می‌توان به میل به داشتن فرزند، عوامل اجتماعی، نیاز اقتصادی و عشق اشاره کرد. البته کم و کیف این عوامل در دوره‌های مختلف متغیر بوده است؛ چنان که در برخی جوامع و دوره‌ها علل اقتصادی و اجتماعی مهم‌ترین عوامل تلقی شده و در تمدن‌های قدیم، زاد و ولد و امروزه برخی مولفه‌های دیگر همچون: عشق، تحرک مادی و اجتماعی و نظایر آن نیز اهمیت یافته است. با این حال، پژوهش‌های جامعه‌شناسی نشان می‌دهد که تغییر جوامع، ماهیت خانواده را تغییر داده است (مارش، ۲۰۰۰: ۵۳۰ به نقل از سرایی و اوجاقلو، ۱۳۹۲: ۲). البته اهداف و انگیزه‌های ازدواج و تشکیل خانواده موضوع پژوهش حاضر نیست، بلکه مسئله محوری، عدم اقدام و تمایل به ازدواج و در واقع تأخیر در سن ازدواج جوانان است. سن ازدواج، سنی است که در آن سن افراد به زندگی زناشویی وارد می‌شوند (میشل، ۱۳۷۸: ۳۳). «در نتیجه تحولات اقتصادی و اجتماعی در کنار پیامدهای انفجار جمعیتی دهه ۶۰ و رسیدن جمعیت دختر و پسر متولد آن دهه به سن ازدواج و مقارن شدن این شرایط با وضعیت رکود تورمی اقتصاد» سیلی از جوانان ازدواج نکرده، افزایش سن ازدواج را تبدیل به یک مسئله کرده است (التجایی و عزیززاده، ۱۳۹۵).

در کشور ما، تأخیر در سن ازدواج پدیده‌ای جدید است. اگر سن ازدواج نسل پدران و مادران با سن ازدواج فرزندان آن‌ها و همچنین افزایش هر ساله میانگین سن ازدواج مقایسه شود، این امر به وضوح نمایان خواهد شد. منظور از تأخیر در سن ازدواج، وقوع ازدواج در سنی است که از نظر عرف جامعه از سن قانونی و عرفی ازدواج در جامعه دیرتر رخ می‌دهد؛ میزان عقب افتادن سن مطلوب ازدواج جوانان در جامعه (اسکندری چراتی، ۱۳۸۷: ۱۲). تا پیش از این نگرانی‌ها در مورد سن ازدواج، عموماً مربوط به ازدواج زودرس بود. صحبت‌ها بر سر این محور می‌چرخید که حداقل سن برای ازدواج باید چقدر باشد، اما در سال‌های اخیر این نگرانی وارونه شده است؛ بدین معنا که میانگین سن ازدواج افزایش چشم‌گیری یافته و منجر به تأخیر در ازدواج شده است. شاخص‌های افزایش میانگین سن ازدواج و کاهش جمعیت حداقل یکبار ازدواج کرده، نشان دهنده تغییرات وسیعی در وضعیت ازدواج و زناشویی در سال‌های اخیر بوده و فرضیه تأخیر در سن ازدواج را تأیید می‌کند (رضادوست و ممبینی، ۱۳۹۰: ۱۴). اگرچه تمایل به جنس مخالف که مبنای ازدواج را تشکیل می‌دهد، تابع شرایط زیست شناختی رشد است و زمان ایجاد این تمایل در هر دو جنس با عنوان «سن بلوغ» معرفی می‌شود، اما همه ازدواج‌ها در سن بلوغ انجام نمی‌گیرند، زیرا ارتباط نکاحی بین دو نفر در قالب ازدواج مسبوق به وجود توافق جمعی درباره آن و همچنین شرایط مناسب و انگیزه‌های کافی است. قواعد اجتماعی حاکم بر ازدواج، تعیین‌کننده اصلی زمان ازدواج‌اند و فاصله گرفتن زمان ازدواج از سن بلوغ ممکن است در زمان‌های مختلف، اشکال متفاوتی پیدا کند (محمودیان، ۱۳۸۳: ۲۳۴).

یکی از ابعاد مسئله‌گون تأخیر در ازدواج، تأثیرات آن بر متغیرهای جمعیتی شناختی است. ساختار سنی جمعیت کشور ما به سمت پیرشدن می‌رود؛ به صورتی که نسبت جمعیت جوان از ۴۴/۳ در سال ۷۰ به ۲۳/۴ در سال ۹۰ رسیده است. تأخیر در ازدواج، علاوه بر ایجاد دگرگونی در الگوهای زاد و ولد و کاهش فراگیر باروری (عباسی شوازی، ۲۰۰۰: ۱۱) موجب افزایش میزان وقوع ناهنجاری‌های مادرزادی و عقب ماندگی در نوزادان است که می‌تواند منحنی سلامت و هوش را در جامعه دچار اختلال نماید (کجباف و همکاران، ۱۳۸۷: ۲). از طرفی، نباید از نظر دور داشت که پدیده افزایش سن ازدواج و در ادامه بروز مجرد قطعی باعث اختلال در کارکرد طبیعی نهاد خانواده می‌شود و به دنبال این امر به طور طبیعی شاهد وجود نابسامانی‌هایی در سطح جامعه هستیم؛ نابسامانی‌هایی چون: شیوع انواع فسادهای اجتماعی، بحران میل جنسی، فرار دختران و غیره (حبیب پور و غفاری، ۱۳۹۰: ۲).

در این میان، نکته قابل توجه این که در بسیاری از تحقیقات انجام گرفته در حوزه افزایش سن ازدواج از جمله تحقیق سازمان ملی جوانان با عنوان «اولویت بندی موانع ازدواج» به متغیرهای اقتصادی به ویژه شغل به عنوان یکی از علل اشاره شده است (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰ به نقل از طیبی نیا، ۱۳۹۰: ۸-۵؛ همچنین کاظمی پور، ۱۳۸۳؛ صادقی و همکاران، ۱۳۸۶؛ اسکندری چراتی، ۱۳۸۷؛ اینجلیس و گرین گلاس، ۱۹۸۹)؛ به صورتی که پسران دلیل عدم ازدواج خود و دختران یا خانواده شان، علت رد خواستگاران را بیکاری بیان کرده‌اند، اما اظهارات مسئولان سازمان ملی جوانان استان همدان حاکی از آن است که در ادارات استان همدان حدود هزار کارمند مجرد (اعم از زن و مرد) وجود دارد. کارکنانی که اغلب استخدام رسمی بوده و در واقع شغل مناسبی دارند و حتی بسیاری از آنها سال‌ها پیش استخدام شده‌اند. این کارکنان، در ادارات دولتی و یا عمومی استان، رده‌های شغلی مختلف، در کنار درآمدهای نسبتاً بالا، از اطمینان شغلی کافی برخوردارند، اما با وجود برطرف شدن یکی از دغدغه‌های اصلی هر جوان یعنی شغل، اقدام به ازدواج نمی‌کنند. با مشاهده چنین وضعیتی، این پرسش مطرح می‌شود که چرا این دسته از افراد که به لحاظ شغلی تأمین هستند، تمایلی به ازدواج ندارند و هنوز مجرد هستند؟

پیشینه تجربی پژوهش

نتیجه جست و جو در پایگاه‌های نمایه کننده مقالات و نشریه‌های حوزه خانواده نشان می‌دهد که در حوزه ازدواج و تبیین کننده‌های آن تحقیقات متعددی انجام شده است.

محقق	یافته‌ها و نتیجه
محمودیان (۱۳۸۳)	میزان تحصیلات به‌ویژه در مقاطع بالای تحصیلی، شهرنشینی، مشارکت زنان در نیروی کار، ازدواج‌های آزادتر، برابری بیشتر جنسیتی و نسبت خویشاوندی دورتر زوجین اثر مستقیمی بر سن ازدواج نداشته‌اند.
کاظمی پور (۱۳۸۳)	بین سن ازدواج، سواد، تحصیلات و به طور کلی پایگاه اقتصادی-اجتماعی افراد ارتباط وجود دارد. ساختمان سنی جمعیت (عدم تناسب بین زنان و مردان ازدواج نکرده) از عوامل تأثیر گذار بر تغییرات سن ازدواج در ایران بوده، اما وضعیت اشتغال تأثیری در این زمینه نداشته است.
شهریزی (۱۳۸۶)	بین سطح تحصیلات عالی، استقلال طلبی، فشار اجتماعی، روش انتخاب همسر و افزایش سن ازدواج دختران رابطه معناداری وجود دارد.
مجدالدین (۱۳۸۶)	مهاجرت پسران، مهم‌ترین عامل افزایش سن ازدواج دختران روستایی است.
اسکندری چراتی (۱۳۸۷)	بین متغیرهای ادامه تحصیل، بالا بودن انتظارات و سخت‌گیری در انتخاب همسر، نداشتن شغل مناسب، فقر خانواده، موقعیت اجتماعی خانواده و وضع ظاهری با تأخیر در سن ازدواج جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.
هزارجریبی و آستین فشان (۱۳۸۸)	مهم‌ترین عوامل موثر بر افزایش سن ازدواج، میزان بیکاری، نرخ مشارکت اقتصادی زنان، میزان تحصیلات عالی و میزان باسوادی بوده است.
حبیب پور و غفاری (۱۳۹۰)	دخترانی که دیرتر ازدواج می‌کنند، از تحصیلات بالاتری برخوردارند، نگرش فرامادی به ازدواج دارند و معتقدند با ازدواج هزینه فرصت‌های ازدست رفته بیش از فرصت ازدواج است.
رضادوست و ممبینی (۱۳۹۰)	بین تأخیر سن ازدواج زنان و متغیرهایی مانند تحصیلات، میزان درآمد، میزان وابستگی اقتصادی خانواده پدری به درآمد زن، میزان اهمیت شرایط اقتصادی همسر، میزان توجه خانواده زن به شرایط اقتصادی داماد و میزان توقعات غیرمادی از همسر آینده رابطه وجود دارد.
مرادی و صفاریان (۱۳۹۱)	بین متغیرهایی چون نگرش افراد به برابری جنسیتی ($I = -0.48$)، تحصیلات ($I = -0.32$)، سطح انتظارات ($I = -0.3$)، میزان سخت‌گیری والدین ($I = -0.41$) و میزان لذت بردن از مجردی ($I = -0.269$) ارتباط معناداری وجود دارد.
سرای و اجاقلو (۱۳۹۲)	یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که نسل زنان متولد ۱۳۶۷ تا ۱۳۷۴، کم‌ترین نمره ارزش ازدواج (۲۵) و زنان نسل قبل از سال ۱۳۴۲، بیش‌ترین نمره ارزش ازدواج (۲۸) را دارا می‌باشند. دینداری رابطه مثبت و تجربه جهانی شدن رابطه منفی بر ارزش ازدواج داشته‌اند.
خلج آبادی فراهانی و همکاران (۱۳۹۲)	تجربه معاشرت پیشرفته قبل از ازدواج، یکی از عوامل تعیین کننده افزایش سن ازدواج در بین دانشجویان است. همچنین، تفاوت جنسیتی واضحی در ارتباط با معاشرت‌های پیشرفته قبل از ازدواج، با تمایل به ازدواج وجود دارد؛ به طوری که معاشرت و دوستی پیشرفته در دختران با تمایل بیشتر به ازدواج رابطه معنادار داشته، در حالی که در پسران معاشرت پیشرفته با تمایل کمتر به ازدواج رابطه معنادار داشته است.
طیبی نیا (۱۳۹۳)	مهم‌ترین موانع ازدواج به ترتیب موانع فرهنگی، موانع اجتماعی، موانع اقتصادی، موانع حاکمیتی و موانع فردی به شمار می‌آیند. در زمینه تمایل جوانان به ازدواج، تمایل آنان بالاتر از میانگین مقیاس بوده و زنان بیشتر از مردان تمایل به ازدواج داشته‌اند.

نگرش مادی فرد، نگرش برابری جنسیتی، نگرش خانواده و دوستان فرد به روابط پیش از ازدواج، میزان فردگرایی، میزان تجددگرایی، میزان بی اعتمادی اجتماعی، میزان پابندی به اعتقادات و ارزش های مذهبی، میزان حضور در فضاهای مجازی، میزان ارتباط با جنس مخالف در فضای مجازی، میزان کاربرد رسانه های جمعی و بی رغبتی جوانان به ازدواج رابطه وجود دارد.	مهدوی و همکاران (۱۳۹۵)
نتایج حاصل از داده های پانل ۲۸ استان ایران طی دوره ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳ نشان می دهد که افزایش متغیرهای تورم و بیکاری موجب افزایش سن ازدواج مردان و زنان می شوند. در مدلی که به جای تورم از رشد مخارج خانوار استفاده می شود نیز این متغیر رفتاری شبیه تورم، ولی کمی ضعیف تر بر سن ازدواج دارد. متغیرهای تحصیلات و سطح درآمد استان، آثار معناداری از خود نشان ندادند.	التجایی و عزیززاده (۱۳۹۵)
نتایج نشان می دهند بین متغیرهای هزینه فرصت، کلیشه های نقش جنسیتی و دینداری با نوع نگرش به ازدواج، رابطه وجود دارد. بیشترین میزان اثرگذاری در نگرش سستی به ازدواج مربوط به متغیر دینداری و برای نگرش مدرن به ازدواج، مربوط به هزینه فرصت است.	نیکخواه و همکاران (۱۳۹۶)

افزایش سن ازدواج در کشورهای اروپایی و آمریکایی و نگاه مسئله-محورانه به آن به دلیل تفاوت های فرهنگی و مختصات اجتماعی خاص خود، کمتر موضوعیت دارد. با این حال، محققانی همچون انجلیس و گرین گلاس (۱۹۸۹) در بررسی انگیزه ازدواج در میان زنان و مردان نشان دادند که موانع ازدواج جوانان عبارت بود از: نداشتن شغل و مسکن، کم شدن آزادی بعد از ازدواج، تعارض بین شغل و ازدواج و نگرش به ازدواج به عنوان یک قمار پرمخاطره. گارینو^۱ (۱۹۹۲) در مطالعه خود با عنوان «تمایل جوانان به ازدواج»، عواملی نظیر میزان رواج طلاق در جامعه و تحصیلات را از موجب دیرتر ازدواج کردن افراد معرفی می کند (به نقل از طیبی نیا، ۱۳۹۳: ۸). هیول در پژوهشی با عنوان «بررسی علل افزایش سن ازدواج»، مهم ترین علل افزایش سن ازدواج را تحصیلات عالی زنان، اشتغال زنان، دشواری دسترسی به زوج مناسب در اثر پدیده های به نام عدم تعادل جنسی و میزان آزادی در انتخاب همسر (ازدواج های ترتیب داده شده نسبت به ازدواج های آزاد در سنین پایین تری اتفاق می افتد) برشمرد (هیول^۲، ۷۸: ۱۳۸۸). جونز^۳ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «تاخیر در ازدواج و میزان پایین باروری در سنگاپور»، به تعویق انداختن ازدواج را مورد بررسی قرار داده است. نتایج تحقیق وی نشان داده است که از مهمترین عوامل تعلل در ازدواج، فعالیت جنسی خارج از زناشویی و داشتن شریک جنسی به عنوان شکلی جدید از روابط می باشد. به زعم وی، رشد روزافزون مصرف گرایی، سکولاریسم و فردگرایی از دیگر فاکتورهای اثرگذار بر بالا رفتن سن ازدواج و افزایش آمار طلاق از مهم ترین دلایل بازدارنده جوانان از ازدواج است.

مائوبریگادس^۴ در پژوهشی دیگر با عنوان «ارتباط بین سن زنان در هنگام ازدواج و پیشرفت اقتصادی» (۲۰۱۵) به بررسی الگوهای ازدواج در هشت کشور آمریکای لاتین پرداخته است. نتایج پژوهش وی حاکی از آن می باشد که از یک سو، افزایش تحصیلات و در نهایت ورود به بازار کار به ویژه برای زنان عاملی اثرگذار در افزایش چشمگیر سن ازدواج است و از سوی دیگر، گسترش روزافزون فرآیند شهرنشینی، رشد اقتصادی و ایجاد فرصت های جدید موجب بالا رفتن سن ازدواج در زنان شده است.

1. Garino
2. Heol
3. Jones
4. Maubrigades

لایجن^۱ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «چرا انتظار؟ یک قرن تحصیلات، زمان ازدواج و نقش‌های جنسیتی» الگوی زمان ازدواج و شکاف تحصیلی را در ایالات متحده نشان می‌دهد. پژوهشگران ادعا کردند که در سراسر قرن بیستم در ایالات متحده آمریکا الگوی سن اولین ازدواج U شکل می‌باشد، در حالی که شکاف تحصیلی جنسی به شکل U وارونه است. دو فرض کلیدی مدل وی عبارت‌اند از: (۱) ازدواج به یک هزینه ثابت نیاز دارد؛ (۲) زوج‌های متأهل نمی‌توانند با هم و همزمان درس بخوانند که با نتایج تجربی بدست آمده نیز سازگار است؛ بدین معنی که تأخیر بیرونی سن ازدواج ناشی از کاهش تفاوت‌های تحصیلی بین زوجین می‌باشد، اما پیشرفت‌های تحصیلی آنها در حال افزایش است.

هپین^۲ (۲۰۱۶) در کار تحقیقی خود با عنوان «نگرش به ازدواج و روابط بلندمدت در میان بزرگسالان نوظهور» با اشاره به تحقیقاتی صورت گرفته پیشین، تأخیر در ازدواج را پیامد عواملی چون رشد اقتصادی و تغییر در ارزش‌های فرهنگی می‌داند. وی اذعان می‌دارد که امروزه ازدواج تا زمانی که افراد تحصیلات دانشگاهی خود را به پایان برسانند، در شغلی استخدام شوند و به استقلال مالی دست یابند، به تأخیر می‌افتد. وی این مرحله جدید را در زندگی بزرگسالی نوظهور می‌نامد. وی همچنین با اشاره به بالا رفتن سن ازدواج زنان و مردان در آمریکا، این امر را نتیجه گذار جمعیتی دوم که از دهه ۱۹۶۰ آغاز شده است، می‌داند و به عواملی چون شریک جنسی، جنسیت، اشتغال زنان، ساختار خانواده، دسترسی به امکانات آموزشی و نژاد به عنوان عناصر تأثیرگذار بر نگرش جوانان به ازدواج و به تأخیر افتادن آن اشاره می‌کند.

گیبل^۳ (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان «گذار از مدرسه به کار و به تأخیر افتادن سن اولین ازدواج در اردن» تغییرات سن ازدواج در بین متولدان سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۸۹ در اردن را بررسی می‌کند. یافته‌ها حاکی از تفاوت‌های جنسی آشکار در الگوی ازدواج و یک گرایش عمومی جهت به تأخیر انداختن آن می‌باشد. همچنین تحصیلات یکی از عواملی است که هم برای مردان و هم برای زنان ازدواج را به تأخیر می‌اندازد. در حالی که رکود و بیکاری از جمله عواملی است که موجب به تأخیر افتادن سن اولین ازدواج برای مردان می‌گردد، اما عدم فعالیت برای زنان موجب کاهش سن ازدواجشان می‌گردد. مردان و زنان شاغل در کارهای دولتی نسبت به افراد شاغل در محیط‌های خصوصی گذار سریع‌تری را برای ازدواج دارند که این تغییرات در تمامی نسل‌ها و دوره‌ها ملاحظه می‌گردد. با این حال، تغییرات در میزان اشتغال و کیفیت کار در بین متولدان تمامی دوره‌ها می‌تواند افزایش سن ازدواج را توجیه کند. لذا استدلال مشهوری که افزایش هزینه‌های ازدواج را عامل تأخیر ازدواج می‌داند، رد می‌شود.

تحقیقات فوق نشان‌دهنده این نکته است که گروهی از آنها به دنبال توصیف موانع ازدواج و گروهی دیگر در پی تبیین علل کاهش تمایل به ازدواج بوده‌اند. تحقیق حاضر، به نوعی شامل هر دو حیطه فوق می‌شود. از طریق شناسایی متغیرهایی که مانع ازدواج هستند، انتظار می‌رود دلایل کاهش تمایل به ازدواج استخراج شوند. همچنین، مرور تحقیقات انجام شده نشان می‌دهند تجرد و عدم تمایل به ازدواج در بین عموم شهروندان یا فقط یک جنس انجام گرفته‌اند. اما تحقیق حاضر با انتخاب جامعه آماری متفاوت یعنی کارکنان قصد دارد به سوال متفاوتی پاسخ دهد. با آن که اغلب گفته می‌شود بیکاری و نداشتن شغل از موانع عمده ازدواج است، پس چرا کارکنان که

1. Lyigun

2. Hippen

3. Gebel

دارای شغل و درآمد ثابتی هستند، تمایلی به ازدواج ندارند؟ بنابراین وجود سوال متفاوت و جامعه آماری متفاوت ضرورت انجام پژوهش حاضر را توجیه می‌نماید.

چارچوب نظری پژوهش

رویکردهای نظری متنوعی در تبیین تأخیر در ازدواج مطرح شده است، اما چارچوب نظری تحقیق حاضر را نظریه انتخاب عقلانی، نظریه گذار جمعیت شناختی، نظریه نوسازی، نظریه تحول سن ازدواج، نظریه برابری جنسیتی، نظریه تورم رکودی، نظریه نوگرایی و اعتمادیابی گیدنز^۱ و نظریه بی‌سازمانی اجتماعی مرتون^۲ شکل می‌دهد.

نظریه گزینش عقلانی سعی دارد با تکیه بر مدل‌های اقتصادی خرد، به تبیین دلایل تعویق و تأخیر ازدواج در بین مردان و به خصوص زنان بپردازد. براساس این نظریه، انسان موجود عقلانی است و مدام در حال برآورد کردن هزینه و سود می‌باشد. این تئوری معتقد است این افراد آگاهانه و هدفمند در هر شرایطی به دنبال بیشینه کردن سود خود هستند (لیتل^۳، ۱۳۷۳: ۶۹). چنانچه سود عملی بیشتر از هزینه آن باشد، به انجام آن متمایل می‌شود و چنانچه هزینه بیش‌تر از سود آن باشد، فرد آن را انجام نمی‌دهد و به تعویق می‌اندازد. در زمینه ازدواج با بهره‌گیری از نظریه گزینش عقلانی می‌توان گفت اگر افراد احساس کنند که با ازدواج منافعی را از دست می‌دهند، تمایلی بدان نخواهند داشت. ذیل این نظریه، نحله‌های گوناگونی را می‌توان نام برد، اما آن چه در بین این گروه‌ها مشترک است، مفاهیم هزینه، فایده، دستاورد و نظایر آن است. مهم‌ترین نظریه‌های اقتصادی که تبیین‌هایی در مورد افزایش سن ازدواج ارائه داده‌اند، عبارت‌اند از: نظریه هزینه-فرصت (محاسبه چه به دست می‌آورد و چه از دست می‌دهد)، نظریه بیشینه سازی سود (رفتار در جهت به دست آوردن حداکثر سود)، فرضیه جذابیت (میزان جذابیت اقتصادی-اجتماعی ازدواج) و انگاره اروپایی ازدواج (به تأخیر انداختن ازدواج تا زمان به دست آوردن امکانات مادی مطلوب).

نظریه گذار جمعیت شناختی ناظر بر تغییراتی است که در سطح ازدواج و باروری رخ می‌دهد. کاهش میزان ازدواج، افزایش در سن اولین ازدواج، افزایش همخانگی‌ها، افزایش طلاق و کاهش ازدواج مجدد از تغییراتی است که رخ می‌دهد. در سطح جامعه نیز، تغییراتی همچون: افزایش استقلال فردی، حرکت به سمت جلوه‌های بیانگرانه و ضعف یکپارچگی اجتماعی، انقلاب جنسی و نقش‌های جنسیتی برابری طلب، از بین رفتن اقتدار مردان، رها سازی زنان و افزایش استقلال اقتصادی آن‌ها در حال وقوع می‌باشد (رهبر، ۱۳۹۳: ۳۳). سکولاریسم، جنبش‌های رهایی بخش، گسترش ارزش‌های فرامادی-نظیر توسعه شخصی و خودشکوفایی-تردید نسبت به نهادها و افزایش بی‌تابی نسبت به دخالت افراد بیرونی در زندگی شخصی-از هر نوع منبع اقتدار-جزو جنبه‌های مختلف تحول در ارزش‌ها هستند که به نوبه خود باعث شده‌اند تا فرد بر طبق اراده آزاد خود برای زندگی اش تصمیم بگیرد (سرای و اوجاقلو، ۱۳۹۲: ۸).

در دیدگاه نوسازی به مهم‌ترین فاکتورهای مدرنیزاسیون یعنی گسترش فرصت‌های تحصیلی، تغییرات در نیروی کار و فعالیت‌های شغلی، اشتغال زنان و شهرنشینی و نقش آن‌ها در کاهش یا افزایش سن ازدواج اشاره

1. Giddens
2. Merton
3. little

شد. فرایند نوسازی، با ترجیح خانواده هسته‌ای و فرد- محوری در مقابل خانواده- محوری، بهبود موقعیت زنان، گسترش تحصیلات عمومی، شهرنشینی و ازدواج‌های با انتخاب آزاد، تشکیل خانواده در سنین بالاتر را تشویق می‌کند؛ بدین معنی که بخش عمده‌ای از تصمیمات مربوط به زندگی اعضای خانواده مانند تصمیم‌گیری در مورد تشکیل خانواده و ازدواج، توسط خود افراد اتخاذ می‌گردد. این ازدواج‌ها با انتخاب آزاد، معمولاً با سنین ازدواج بالاتر همبسته‌اند (دیوید و میر، ۱۳۸۱: ۳۴). بنابراین، براساس دیدگاه همگرایی گود، تغییرات به وجود آمده در سن ازدواج را باید نتیجه دگرگونی‌های به وجود آمده در ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان که خود معلول مدرنیسم است، در نظر گرفت (بهنام، ۱۳۴۸: ۱۲۹).

مفهوم کلیدی دیدگاه برابری جنسیتی، برابری فرصت بین دو جنس است؛ برابری از لحاظ آموزش، اشتغال، مشارکت اجتماعی و غیره. با توجه به این دیدگاه، زنان در زمینه فرصت‌های شغلی، آموزشی و غیره سعی می‌کنند گام به گام مردان پیش روند. در نتیجه این برابری جنسیتی (رقابت جنسیتی)، سن ازدواج زنان به تأخیر می‌افتد. به تأخیر افتادن سن ازدواج هزینه‌ای است که زنان برای دستیابی به برابری فرصت مجبورند پرداخت نمایند (کاظمی پور، ۱۳۸۸: ۹).

نظریه تورم رکودی، تأخیر در سن ازدواج را با اوضاع نابسامان اقتصادی تبیین می‌کند. در دوره‌های رواج و رونق اقتصادی مردم بیشتر ازدواج می‌کنند و در دوره‌های بحران و رکود اقتصادی ازدواج‌ها به تأخیر می‌افتند و یا اصلاً منفی می‌شوند؛ بدین صورت که افزایش بی‌کاری، تورم، قیمت اجاره و خرید مسکن و هزینه‌های هنگفت ازدواج، فرد را به این نتیجه می‌رساند که هنوز برای تشکیل خانواده آمادگی کافی ندارد و این امر را باید به چندین سال آتی موکول کند (گتایی و غفاری، ۱۳۹۰). بروز انواع بحران‌های سیاسی و اقتصادی و شاخص‌های تورم رکودی نظیر حجم نقدینگی، تورم، رکود، کاهش حجم تولید، بیکاری، مصرف‌گرایی و افزایش سطح انتظارات اثرات منفی بر سن ازدواج جوانان گذاشته و موانع و مشکلاتی را در عرصه اقتصادی در سر راه ازدواج جوانان قرار داده است (مجدالدین، ۱۳۸۶: ۴).

در دیدگاه نوگرایی و اعتمادیابی‌گیدنز، فقدان اعتماد و گسترش بی‌اعتمادی و دورویی در روابط اجتماعی و گسترش انواع انحرافات اخلاقی در سطح جامعه به نهاد خانواده و مناسبات انسانی نیز تسری یافته و اساساً کیفیت ارتباط با دیگران را دچار شک و تزلزل کرده است (گیدنز، ۱۳۸۸: ۱۴۴). افزایش اعتیاد، فریبکاری و تجربیات تلخ دیگران در این موارد که هر روزه در صفحه حوادث روزنامه‌ها منتشر می‌شود در کنار توسعه کمی شهرنشینی و افزایش جمعیت که آدم‌ها را با هم بیگانه کرده است، موجب بی‌اعتمادی و حداقل دیراعتمادی افراد به یکدیگر می‌شود که نقطه عطف و حساس این مسئله در ازدواج و وصلت با دیگری خود را نشان می‌دهد. از این رو، شاید بتوان گفت هر قدر اعتماد میان افراد جامعه کمتر باشد، ریسک ازدواج بالاتر می‌رود و افراد محتاط‌تر از پیش اقدام به این کار می‌کنند (صانعی، ۱۳۸۷: ۳). به نقل از کریمی آکندی، (۱۳۹۰: ۱۸). در گذشته طلاق بسیار کم و میزان مهریه پایین بود، اما در حال حاضر، نامطمئن بودن از آینده خود و سنگینی هزینه‌های مربوط به مهریه و ازدواج از عواملی هستند که باعث تأخیر در ازدواج می‌شوند (بهنام، ۱۳۴۸: ۲۰).

براساس نظریه بی‌سازمانی اجتماعی مرتون نیز جامعه باید بتواند اهداف مشخص فرهنگی و راه‌های وصول به آنها را مشخص نماید تا در حالتی متعادل و منسجم حفظ شود. براساس این رهیافت، می‌توان گفت ازدواج زمانی رخ می‌دهد که وسایل و اهداف در یک گروه اجتماعی و یا به طور کلی‌تر در ساختار جامعه، هماهنگ

باشند، ولی چنانچه وسایل دست یابی به اهداف ارزشی جامعه (در اینجا ازدواج) در دسترس نباشند یا دست یابی به آن‌ها دشوار باشد، باید انتظار داشت راه‌های دیگری- از جمله روابط دوستی با جنس مخالف ابداع و انتخاب شوند (مجدالدین، ۱۳۸۶: ۱۴).

فرضیه‌های پژوهش

پس از مرور ادبیات نظری و تجربی مرتبط با تأخیر در ازدواج، فرضیه‌های زیر طرح شد. لازم به ذکر است، هر یک از دیدگاه‌های نظری فوق، مبنای یکی از فرضیه‌های تحقیق است، اگرچه منشأ برخی از فرضیه‌ها در دو یا سه نظریه طرح شده است.

- بین پذیرش برابری جنسیتی و تمایل به ازدواج در بین کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین رضایت از مجردی و تمایل به ازدواج در بین کارکنان رابطه معنادار وجود دارد.
- بین اعتقاد به هزینه- فرصت ازدواج و تمایل به ازدواج در بین کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین تمکن اقتصادی و تمایل به ازدواج در بین کارکنان رابطه معنادار وجود دارد.
- بین دشواری ازدواج و تمایل به ازدواج در بین کارکنان رابطه معنادار وجود دارد.
- بین انتظار آرمان‌گرایانه از ازدواج و تمایل به ازدواج در بین کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین نگرانی از داشتن ازدواج ناموفق و تمایل به ازدواج در بین کارکنان رابطه معنادار وجود دارد.
- بین معاشرت با جنس مخالف و تمایل به ازدواج در بین کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین نگرش به ازدواج و تمایل به ازدواج در بین کارکنان رابطه معنادار وجود دارد.
- بین برخی متغیرهای زمینه‌ای و جمعیت‌شناختی از جمله: سن، جنس، تحصیلات، وضعیت استخدامی کارکنان و میزان حقوق و درآمد آن‌ها و تمایل به ازدواج رابطه معنادار وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

روش مورد استفاده در این پژوهش، پیمایش^۱ می‌باشد. از آنجا که تعداد متغیرها در پژوهش حاضر زیاد است و قصد جمع‌آوری اطلاعات زیاد از یک جمعیت گسترده را داریم، بهترین روش پیمایش خواهد بود. از آنجا که این پژوهش به صورت پیمایشی صورت می‌گیرد، مناسبترین تکنیک، مصاحبه با استفاده از ابزار پرسشنامه خواهد بود تا بتوان مجموعه‌ای از اطلاعات قابل تعمیم به جامعه آماری را به دست آورد. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته بود. لازم به ذکر است که برخی از گویه‌ها نیز از تحقیقات پیشین اخذ شده‌اند. برای تعیین اعتبار از «روش صوری» استفاده شده است. پرسشنامه تهیه شده در اختیار متخصصانی از رشته‌های جامعه‌شناسی و روان‌شناسی قرار گرفت تا ایرادات آن برطرف شود. پایایی ابزار سنجش نیز به کمک آزمون آلفای کرونباخ تأیید شد. با توجه به اینکه همه این ضرایب در آزمون نهایی بزرگ‌تر از ۰/۷ و یا بسیار نزدیک به آن بودند، این موضوع نشان دهنده همبستگی درونی بین گویه‌ها برای سنجش مفاهیم مورد نظر است (حبیبپور و صفریشالی، ۱۳۸۸: ۳۶۶).

جامعه آماری تحقیق حاضر، تمامی کارکنان مجرد ادارات شهرستان همدان هستند که بنا به اظهارات مسئولان سازمان ملی جوانان حدود ۱۱۰۰ می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران (رفعی‌پور، ۱۳۸۷: ۳۸۳)، ۲۱۰ نفر محاسبه شد. شیوه نمونه‌گیری، ترکیبی از نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی ساده می‌باشد. در مجموع، کارکنان

۱۹ اداره شهر همدان مورد بررسی قرار گرفتند که با توجه به حساسیت‌های مسئولان مربوطه و به منظور رعایت اخلاق تحقیق، از اعلام نام ادارات بررسی شده خودداری می‌شود. شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها، بدین صورت بود که پس از جمع‌آوری و بازبینی پرسشنامه‌ها، موارد ناقص و غیردقیق، حذف و مابقی وارد نرم‌افزار SPSS شدند. به منظور شاخص‌سازی، ابتدا موارد بی‌پاسخ با میانگین آن گویه جایگزین و سپس گویه‌های هر متغیر جمع شدند. برای امکان مقایسه نمرات متغیرهای پژوهش و سهولت در گزارش و فهم این نمرات (شاخص‌های توصیفی و آماری)، مقیاس نمره‌ها به دامنه صفر تا صد تغییر داده شد. بر اساس این تغییر مقیاس، کم‌ترین نمره‌ای که هر متغیر به صورت بالقوه به خود اختصاص می‌دهد صفر و بیشترین مقدار ۱۰۰ می‌باشد (چلبی و جنادله، ۱۳۸۶: ۱۴۷). در نهایت، آن شاخص به مقوله‌های ترتیبی ۵ دسته‌ای تبدیل شده است.

یافته‌های پژوهش

سیمای آماری پاسخگویان

در تحقیق حاضر، ۵۷ درصد پاسخگویان را کارکنان زن و ۴۳ درصد را کارکنان مرد تشکیل داده‌اند. در مورد سن نمونه مورد بررسی، ۴۳ درصد بین ۲۳ تا ۳۰ سال و حدود ۳۶ درصد پاسخگویان ۳۱ تا ۳۵ سال و ۲۲ درصد بالاتر از ۳۶ سال داشته‌اند. میانگین سنی پاسخگویان اندکی بیش از ۳۲ سال، کمترین سن ۲۳ و بالاترین سن ۴۸ بود. پرسش از وضعیت تحصیلی کارکنان مورد بررسی نشان داد تنها ۸ درصد آنها دارای مدرک دیپلم یا کاردانی بودند درحالی که نزدیک به نیمی از پاسخگویان (حدود ۴۸ درصد) مدرک تحصیلی کارشناسی و حدود ۴۳ درصد نیز مدارک تحصیلی ارشد و دکتری داشته‌اند.

نوع منزل مسکونی خانواده از آن جهت که تا حدودی نشان دهنده وضعیت مالی خانواده پاسخگوست، می‌تواند مهم باشد. اگرچه ۹ درصد از پاسخگویان نوع منزل مسکونی خانواده خود را مشخص نکردند، اما بیشتر آنها (۸۰ درصد) کارکنان مورد بررسی اعلام کردند که والدین‌شان مالک منزل مسکونی هستند و خودشان نیز همراه با والدین‌شان زندگی می‌کنند و تنها ۱۰ درصد استیجاری بوده است. ۱۸ درصد آنها گفته‌اند که جدای از والدین و در منزل شخصی سکونت دارند.

برای موضوع حاضر، مدت استخدام می‌تواند متغیری تعیین کننده باشد. یافته‌های تحقیق نشان از پراکندگی بالا در متغیر مدت زمان استخدام کارکنان مورد بررسی دارد؛ به صورتی که از ۱ تا ۲۳ سال سابقه را شامل می‌شود. ۲۴ درصد از پاسخگویان کمتر از دو سال است که استخدام شده‌اند، اما از زمان استخدام ۳۱ درصد آنها سه تا ده سال گذشته است. همچنین ۳۷ درصد نیز ده تا ۲۰ سال سابقه شغلی داشته‌اند و حتی حدود ۸ درصد بالاتر از ۲۰ سال سابقه شغلی داشتند! میانگین زمان استخدامی کارکنان مجرد مورد بررسی ۶۵ سال بود. نوع استخدامی ۲۲ درصد از کارکنان مورد بررسی رسمی بود. ۲۹ درصد پیمانی و ۳۵ درصد در قالب وضعیت استخدام قراردادی می‌باشند. جدای از ۳ درصدی که به این سوال پاسخ نداده بودند، ۹ درصد نیز شکل استخدام خود را به صورت پاره وقت بیان کرده بودند.

جدول ۲: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مناسب‌ترین سن ازدواج برای مردان و زنان

مناسب‌ترین سن		درصد معتبر	شاخص‌های آماری سن ازدواج مردان	شاخص‌های آماری سن ازدواج زنان
۱۵ تا ۲۰ سال	برای مردان	۲/۵	مد و میانه= ۳۰	مد و میانه= ۲۵
	برای زنان	۱۳/۲		
۲۱ تا ۲۵ سال	برای مردان	۱۱/۹	میانگین= ۲۹,۶	میانگین= ۲۱/۱۳
	برای زنان	۵۷/۲		
۲۶ تا ۳۰ سال	برای مردان	۶۰/۴	کمترین سن= ۱۵	کمترین سن= ۱۵
	برای زنان	۲۶/۴		
۳۱ تا ۳۵ سال یا بالاتر	برای مردان	۲۵/۲	بیشترین سن= ۵۰	بیشترین سن= ۴۵
	برای زنان	۳/۲		
			انحراف معیار= ۴/۶۱	انحراف معیار= ۴/۶۱

یافته‌ها در مورد مناسب‌ترین سن ازدواج نشان می‌دهد که از دیدگاه کارکنان مورد بررسی، سنین بین ۱۵ تا ۳۵ سالگی بیشترین مطلوبیت را دارند، اگرچه توزیع نظرات در مورد مناسب‌ترین سن برای زنان و مردان کمی متفاوت است؛ چنان که بیشترین فراوانی پاسخ‌ها پیرامون مناسب‌ترین سن ازدواج برای زنان در گروه‌های سنی ۱۵ تا ۳۰ سال و برای مردان ۲۱ تا ۳۵ سال می‌باشد. بارزترین این تفاوت در گروه سنی ۲۱ تا ۲۵ سال برای زنان و گروه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال برای مردان می‌باشد؛ به صورتی که ۴۹ درصد پاسخگویان مناسب‌ترین سن یا بازه سنی ازدواج برای زنان را ۲۱ تا ۲۵ سال بیان کرده‌اند، در حالی که این بازه سنی فقط از سوی ۱۰ درصد پاسخگویان مناسب‌ترین سن ازدواج برای مردان اعلام شد. همچنین، ۵۲ درصد پاسخگویان مناسب‌ترین سن یا بازه سنی ازدواج برای مردان را ۲۶ تا ۳۰ گزارش کرده‌اند، اما این بازه سنی تنها از سوی ۲۳ درصد کارکنان مورد بررسی برای ازدواج زنان مناسب اعلام شده است. اگرچه این میزان تفاوت دیدگاه‌ها در انتخاب مناسب‌ترین سن ازدواج برای زنان و مردان را می‌توان با ارجاع به ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی جامعه تبیین نمود، اما تبیین‌های زیستی را هم باید در نظر داشت.

یافته‌های توصیفی پژوهش

در ادامه، پس از جمع‌بندی و ترکیب پاسخ‌های سوالات هر متغیر، شاخص آنها محاسبه شد. در ادامه، متغیر تمایل به ازدواج در بین کارکنان مجرد مورد بررسی گزارش می‌شود:

متغیرها بسیار پایین	وضعیت در بین نمونه مورد بررسی					پایین	متوسط	بالا	بسیار بالا	وضعیت بسیار بالا	وضعیت پایین
تمایل به ازدواج	۳/۵	۱۲	۲۵/۵	۴۰	۱۹	۶۴	۲۰				
پذیرش برابری جنسیتی	۱	۱۲	۴۰	۴۷	۰	۷۷	۱۵				
رضایت از مجردی	۴	۲۳	۳۵	۲۷	۱۱	۵۴	۲۰				
هزینه-فرصت ازدواج	۲۸	۶۰	۱۱	۰,۵	۰	۲۸	۱۲				
وضعیت تمکن اقتصادی	۱۴	۴۶	۳۳	۸	۰	۳۹	۱۵/۵				
دشواری ازدواج	۲۵/۵	۳۷	۲۸	۹	۰/۵	۳۳	۲۰				
انتظارات آرمان‌گرایانه	۰	۲	۶۷	۳۱	۰	۶۷	۱۰				
نگرانی از ازدواج ناموفق	۴	۲۴,۵	۳۷	۲۴	۱۰	۵۴/۵	۲۱				
گرایش به دوستی با جنس مخالف	۶	۳۲	۴۸	۱۳	۱	۴۴	۱۵				
نگرش به ازدواج	۰/۵	۹	۳۱/۵	۴۰	۱۹	۶۵/۵	۱۸				

یافته‌ها پیرامون سنجش میزان تمایل به ازدواج کارکنان مجرد نشان می‌دهد که ۱۵ درصد پاسخگویان تمایل کمی به ازدواج دارند. این میزان ترکیبی از گرایش کم و بسیار کم است. البته همان‌طور که در جدول آمده است، نزدیک به ۶۰ درصد پاسخگویان دارای گرایش زیادی به ازدواج و تشکیل خانواده هستند و این امر در بین ۲۵ درصد کارکنان در حد متوسط می‌باشد. این یافته نشان دهنده آن است که هم لازم است درباره کسانی که تمایل به ازدواج پایینی دارند، اندیشه کرد و هم راجع به کسانی که گرایش بالایی به ازدواج دارند ولی هنوز مجرد هستند، پژوهش نمود تا موانع شکل‌گیری ازدواج را شناخت.

در زمینه سنجش نگرش کارکنان نسبت به برابری جنسیتی در حوزه خانواده و نقش‌های خانوادگی نشان می‌دهد که ۴۷ درصد پاسخگویان، نگرش مثبتی به برابری جنسیتی داشته‌اند و آن را تا حد زیادی می‌پذیرند و قبول دارند. مشاهده فراوانی ۴۰ درصد در مقابل مقوله بینابین و حد متوسط نشان دهنده حرکت این بخش از پاسخگویان در مرز بین پذیرش برابری جنسیتی و رد آن می‌باشد. به بیان دیگر، می‌توان گفت این گروه، در مواردی برابری جنسیتی بین زن و مرد را پذیرفته، اما در مواردی هم آن را قبول ندارند. در این بین، حدود ۱۳ درصد از پاسخگویان نگرشی کاملاً منفی به برابری جنسیتی دارند و چندان آن را بر نمی‌تابند.

یافته‌ها نشان می‌دهد که تنها ۲۷ درصد از کارکنان مورد بررسی گفته‌اند که از مجرد بودن خود رضایت کمی دارند، در حالی که ۳۸ درصدشان رضایت بالایی را گزارش کرده‌اند. در این بین، ۳۵ درصد نیز در پاسخ به گویه‌های رضایت از مجردی، حد وسط را انتخاب کرده‌اند؛ بدین معنا که آن‌ها در برخی موارد از مجرد بودن

خود خوشحال و در برخی موارد ناراحت هستند و لذتی نمی‌برند.

باتوجه با یافته‌های تحقیق، به نظر می‌رسد کارکنان مورد بررسی اعتقاد کمی به هزینه-فرصت محور بودن ازدواج دارند و معتقدند پس از ازدواج نیز می‌توان به اهداف و خواسته‌های خود رسید؛ به صورتی که ۲۸ درصد گزینه هزینه بسیار کم و ۶۰ درصد گزینه کم را انتخاب کرده‌اند که به زعم آنها فرد پس از ازدواج نیز می‌تواند به اهداف، برنامه‌ها و اموری که مدنظر خویش دارد، برسد. البته ۱۱ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که از این نظر ازدواج تاحدودی هزینه دارد.

نتایج تحقیق در مورد سنجش توان مالی و تمکن اقتصادی کارکنان مجرد نشان می‌دهد که بیشتر آنها اعلام کرده‌اند که تمکن مالی مناسبی ندارند؛ به صورتی که براساس طیف پنج مقوله‌ای ارائه شده، ۶۰ درصد آنها وضعیت تمکن اقتصادی خود را بسیار پایین و پایین گزارش نموده‌اند. این افراد نه تنها خودشان وضعیت مالی خوبی برای اقدام به ازدواج نداشته‌اند، بلکه حمایتی نیز از سوی خانواده خود کسب نمی‌کنند. در این بین، ۳۳ درصد وضعیت خود را متوسط ارزیابی کرده‌اند و تنها ۸ درصد گفته‌اند که در مجموع و با توجه به حقوق دریافتی و حمایت‌های دیگر، شرایط مالی و اقتصادی مناسبی برای ازدواج دارند. بر این اساس، می‌توان گفت که ضعف بنیه مالی در بین کارکنان به وضوح مشخص است.

چندان که پیش‌تر گفته شد، به نظر می‌رسد گاهی دلیل عدم ازدواج، دشوارسازی ازدواج از طریق بالا بردن انتظارات و اعمال شروط خاصی می‌باشد که از عهده آنها برآمدن فرایندی سخت و زمان‌بر خواهد بود. منظور از دشوارسازی، وابسته نمودن وقوع ازدواج به تحقق شروطی یا رسیدن به موقعیتی می‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که کارکنان مورد بررسی، گرایش چندانی به دشوار کردن ازدواج و شرایط آن نداشته‌اند. در این معنا، نزدیک به ۶۳ درصد آنها را می‌توان در طیف خیلی کم یا کم دسته بندی نمود. این افراد شامل کسانی می‌شوند که به دلایل و انتظاراتی از جمله مهریه‌های بالا، داشتن خانه و ماشین پیش از ازدواج و یا انتظار مراسم ازدواجی مجلل، شرایط ازدواج را برای خود دشوار نمی‌نمایند، اما ۹ درصد پاسخگویان در جهت مخالف گروه پیش قرار گرفته‌اند و با اعمال انتظارات و شروطی به دشوارسازی ازدواج خود دست زده‌اند. ۲۸ درصد کارکنان را نیز می‌توان در حد میانی این دو دیدگاه جای داد.

یافته‌ها پیرامون ارزیابی انتظارات کارکنان از ازدواج نشان می‌دهد آنها عموماً ترکیبی از انتظارات آرمان گرایانه و واقع گرایانه از ازدواج داشته‌اند؛ به صورتی که ۶۷ درصد پاسخگویان در این بازه قرار می‌گیرند. اما در این رابطه می‌توان گفت ۳۱ درصد پاسخگویان انتظارات آرمان‌گرایانه‌ای از ازدواج خود دارند که دستیابی به آنها به سختی مقدور است و لذا ممکن است موجب تأخیر در ازدواج شود.

داده‌های در بررسی میزان نگرانی از داشتن یک ازدواج ناموفق نشان می‌دهد که بیشتر کارکنان مورد بررسی نگرانی زیادی در این زمینه ابراز کرده‌اند؛ به صورتی که ۳۴ درصد آنها میزان نگرانی زیاد و ۳۷ درصد نگرانی متوسطی را اعلام نموده‌اند. به بیان دیگر، این عده، در مورد موفقیت آینده زندگی شان پس از ازدواج نگرانی‌هایی دارند، اما ۲۹ درصد کارکنان احتمال کمی نسبت به ناموفق بودن ازدواج شان می‌دهند.

مشاهده وضعیت گرایش به معاشرت‌های دوستانه با جنس مخالف در بین کارکنان مورد بررسی نشان می‌دهد که ۳۸ درصد پاسخگویان مخالفت خود را با معاشرت‌های دوستانه با جنس مخالف اعلام کرده‌اند، اما نزدیک به نیمی از پاسخگویان (۴۸ درصد) به نوعی موافقت محدود و مشروط خود را با برقراری تعاملات دوستانه با جنس

مخالف ابراز نموده‌اند. در نظر این عده، در مواردی و برحسب مصداق و موقعیت می‌توان تعاملاتی برقرار نمود. ۱۴ درصد کارکنان مورد بررسی در زمینه معاشرت با جنس مخالف در قالب روابط دوستانه و شاید جایگزین ازدواج موافق بوده‌اند.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تنها حدود ۱۰ درصد از کارکنان مورد بررسی دارای نگرش منفی و بدبینانه به ازدواج هستند و بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۹ درصد) اعلام کرده‌اند که نگرش مثبت و خوش بینانه‌ای نسبت به ازدواج دارند. در نظر این عده، ازدواج امری جذاب و شیرین و زندگی متأهلی مطلوب‌تر است. ۳۱ درصد هم گفته‌اند نسبت به ازدواج نگرشی نه خوش بینانه و نه بدبینانه بلکه چیزی بین این دو حالت دارند. دیدگاه این افراد را می‌توان این گونه تشریح کرد که در مواردی ازدواج دارای کشش و جذابیت‌های منحصر به فرد است، اما در برخی موارد، ازدواج به معنای محدودیت و گرفتاری است!

یافته‌های تحلیلی و استنباطی

با عنایت به سطح سنجش فاصله‌ای متغیرها- که در بخش روش‌شناسی توضیح داده شد- و با رعایت پیش شرط‌های دیگر از جمله نرمال‌بودن توزیع داده‌ها، برای ارزیابی فرضیه‌ها از آزمون پیرسون^۱ استفاده شد.

جدول ۴: نتیجه آزمون فرضیه‌های پژوهش در رابطه با متغیرهای مستقل و تمایل به ازدواج در بین کارکنان

شاخص آماری فرضیه	ضریب همبستگی (r)	سطح معناداری	نتیجه
پذیرش برابری جنسیتی * تمایل به ازدواج	-۰۶/۰	۱۷/۰	عدم تأیید فرضیه
رضایت از مجردی * تمایل به ازدواج	-۰۵۵/۰	۰۰۱/۰	تأیید فرضیه
اعتقاد به هزینه-فرصت ازدواج * تمایل به ازدواج	-۰۴۳/۰	۰۰۱/۰	تأیید فرضیه
داشتن تمکن مالی * تمایل به ازدواج	۰۲۱/۰	۰۰۱/۰	تأیید فرضیه
دشوارسازی ازدواج * تمایل به ازدواج	۰۳۴/۰	۶۴/۰	عدم تأیید فرضیه
انتظار آرمان‌گرایانه از ازدواج * تمایل به ازدواج	-۰۳۷/۰	۰۰۱/۰	تأیید فرضیه
نگرانی از داشتن ازدواج ناموفق * تمایل به ازدواج	-۰۲۱/۰	۰۰۱/۰	تأیید فرضیه
معاشرت با جنس مخالف * تمایل به ازدواج	-۰۳/۰	۰۰۱/۰	تأیید فرضیه
نگرش به ازدواج * تمایل به ازدواج	۰۷۵/۰	۰۰۱/۰	تأیید فرضیه

در ادامه، با هدف شناسایی عوامل موثر بر تمایل به ازدواج در بین کارکنان، یافته‌های حاصل از آزمون رگرسیون به روش گام‌به‌گام^۱ آمده است که براساس آن می‌توان گفت متغیرهای وارد شده در مدل، ۲۲ درصد از تغییرات متغیر تمایل به ازدواج را تبیین می‌کند. با مرور جدول زیر می‌توان گفت متغیرهای رضایت از مجردی، اعتقاد به هزینه-فرصت ازدواج، نگرانی از داشتن ازدواج ناموفق و معاشرت با جنس مخالف با تأثیر منفی و متغیرهای تمکن مالی، و نگرش به ازدواج از عوامل موثر با تأثیر مثبت بر تمایل به ازدواج اثر دارند. میزان تأثیر کاهنده یا فزاینده را می‌توان در مقادیر بتای استاندارد شده مشاهده کرد. ضریب بتا (b) برای هر یک از متغیرهای مورد بررسی بدان معناست که به ازای هر واحد افزایش در انحراف استاندارد متغیرهای مدل، میزان انحراف استاندارد تمایل به ازدواج چقدر کاهش می‌یابد.

جدول ۵: نتایج رگرسیون تأثیر متغیرهای مورد بررسی بر تمایل به ازدواج

شاخص	ضریب همبستگی (R)	R^2	R^2 تعدیل شده	F	سطح معناداری
مقدار	۰/۴۷	۰/۲۲۱	۰/۲۲	۴۱/۶	۰/۰۰۱

جدول ۶: مشخص‌کننده‌های آماری، میزان و جهت تأثیر متغیرهای مورد بررسی بر تمایل به ازدواج

متغیر	ضریب غیر استاندارد	خطای استاندارد	بتای استاندارد	t	سطح معنی داری
عدد ثابت	-۷/۳	۳/۸۴	-	-۱۳/۳۷	۰/۰۰۱
رضایت از مجردی	-۰/۵۴	۰/۰۸۲	-۰/۲۵	-۶/۱	۰/۰۰۱
اعتقاد به هزینه-فرصت	-۰/۸۸	۰/۰۴	-۰/۳	-۷/۲۴	۰/۰۳
داشتن تمکن مالی	۰/۹۴۱	۰/۰۱۹	۰/۱۶	۳/۲۷	۰/۰۰۱
نگرانی از ازدواج ناموفق	-۰/۱۳۷	۰/۰۶۸	-۰/۲۶	-۶/۱۳	۰/۰۰۱
معاشرت با جنس مخالف	-۱/۲۱	۰/۰۵	-۰/۲۱	-۴/۵	۰/۰۰۱
نگرش به ازدواج	۲/۲۹	۰/۰۸۲	۰/۳۴	۱۱/۴۶۹	۰/۰۰۱

باتوجه به داده‌های جدول فوق، نگرش به ازدواج بیشترین و داشتن تمکن مالی کمترین میزان تأثیر را بر تمایل به ازدواج نشان داده‌اند. سایر اطلاعات در جدول آمده است.

آزمون فرضیه‌های جمعیت شناختی

جدول ۷: بررسی روابط بین متغیرهای جمعیتی و تمایل به ازدواج

متغیرهای جمعیتی	نوع آزمون	مقدار آزمون	سطح معنی داری (Sig)
جنسیت * تمایل به ازدواج	اتا	۱۶/۰	۲۱/۰
سن * تمایل به ازدواج	پیرسون	-۰۸/۰	۲۷۴/۰
تحصیلات * تمایل به ازدواج	تا و سی	۰۹/۰	۱۰۳/۰
وضع استخدامی * تمایل به ازدواج	اتا	۱۵/۰	۱۲/۰
مدت استخدام * تمایل به ازدواج	پیرسون	۰۴/۰	۴۵/۰
حقوق دریافتی * تمایل به ازدواج	پیرسون	۰۷/۰	۳۶/۰
درآمد کلی * تمایل به ازدواج	پیرسون	۰۲۳/۰	۷۷/۰
محل سکونت فعلی * تمایل به ازدواج	اتا	۱۶/۰	۲۱۵/۰

براساس نتایج آزمون‌های مربوطه، همبستگی بین جنسیت و تمایل به ازدواج معنادار نمی‌باشد. از آنجا که رابطه معناداری مشاهده نشد، نمی‌توان به مقایسه میانگین تمایل به ازدواج در بین دو جنس پرداخت. این یافته نشان دهنده این است که زنان و مردان مورد بررسی از گرایش یا عدم گرایش تقریباً یکسانی برخوردار می‌باشند. بررسی همبستگی پیرسون بین سن و تمایل به ازدواج نیز نشان می‌دهد بین این دو رابطه‌ای وجود ندارد و نمی‌توان گفت کدام سنین یا گروه‌های سنی گرایش بیشتری یا کمتری به ازدواج دارند. همچنین، یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که ارتباطی میان تحصیلات کارکنان و تمایل به ازدواج وجود ندارد. به صورت کلی، براساس یافته‌های تحقیق حاضر، گرایش یا عدم تمایل به ازدواج کارکنان مجرد ارتباطی با جنسیت، سن، محل سکونت آن‌ها، تحصیلات، وضعیت استخدام و مدت استخدامی، میزان حقوق و درآمد آن‌ها ندارد. به بیان دیگر، تمایل به ازدواج تحت تأثیر عوامل فوق نبوده و برای تبیین گرایش یا عدم گرایش کارکنان به ازدواج، باید در پی دلایل و متغیرهای دیگر بود.

بحث و نتیجه گیری

ارزیابی فرضیه اول

یافته‌های تحقیق پیرامون آزمون رابطه بین پذیرش برابری جنسیتی و تمایل به ازدواج نشان داد همبستگی معناداری بین این دو متغیر وجود ندارد و لذا نمی‌توان گفت کارکنانی که قائل به برابری جنسیتی هستند/نیستند، گرایش کمتر/بیشتری به ازدواج دارند. تصور بر این است که در پی تغییرات فرهنگی جامعه ایرانی، زنان گرایش به داشتن فرصت و حقوق برابر با مردان دارند، اما مردان براساس ارزش‌های دیرینه مردسالارانه، چندان حاضر به پذیرش این تغییرات نیستند. لذا، انتظار می‌رود زنانی یا مردانی که می‌توانند با این تغییرات کنار بیایند و در واقع آن را می‌پذیرند، گرایش بیشتری به ازدواج داشته باشند؛ اما یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تمایل به ازدواج

مستقل از دیدگاه کارکنان نسبت به برابری جنسیتی بوده و باید به عوامل دیگر توجه داشت. البته این یافته با نتیجه تحقیق محمودیان (۱۳۸۳) و مرادی و صفاریان (۱۳۹۱) مغایرت دارد. در صورت پذیرش صحت نتیجه تحقیق آن‌ها و تحقیق حاضر، شاید دلیل آن به جامعه آماری متفاوت تحقیق حاضر مربوط باشد. کارکنان افرادی تحصیل کرده هستند و براساس تحقیقات مختلف، تحصیلات به صورت مستقیم بر نگرش افراد در حوزه‌های مختلف از جمله پذیرش برابری جنسیتی و کنار آمدن با آن نقش دارد و لذا، تمایل به ازدواج در کارکنان چندان تحت تأثیر این متغیر قرار ندارد. البته گفتنی است یافته تحقیق حاضر به نوعی با نتایج تحقیق حبیب پور و غفاری (۱۳۹۰) در یک راستاست. آنها نشان دادند که متأهلان و مجردان در متغیر پذیرش برابری جنسیتی تفاوت معناداری ندارند.

ارزیابی فرضیه دوم

از دیگر فرضیه‌هایی که در تحقیق حاضر بدان پرداخته شد، ارتباط بین رضایت از مجردی و تمایل به ازدواج بود که یافته‌ها حاکی از وجود رابطه‌ای منفی و نسبتاً قوی بین این دو متغیر بود. براین اساس، می‌توان گفت کارکنانی که گفته بودند از مجرد بودن خود لذت می‌برند، گرایش بسیار کمتری به ازدواج ابراز کرده بودند. این یافته را می‌توان به آن دسته از نظریه‌هایی ارجاع داد که قائل به اولویت فرد و خواسته‌های فردی در دنیای معاصر هستند. براساس نظریه‌های فردگرایی، در پی تغییرات دنیای معاصر، منافع و علایق فرد تعیین کننده رفتارهای او شده و دیگر تحت تأثیر سنت‌ها یا اجبارهای اجتماعی نیست.

ارزیابی فرضیه سوم

نتایج تحقیق نشان داد یک رابطه معکوس و متوسط بین دو متغیر اعتقاد به هزینه-فرصت بالای ازدواج و تمایل به ازدواج وجود دارد. کارکنانی که قائل به هزینه-فرصت بالای ازدواج بودند، گرایش کمتری نیز به ازدواج ابراز کرده‌اند. بر این اساس، هرچه اعتقاد به هزینه-فرصت بالای ازدواج بیشتر باشد، تمایل به ازدواج کمتر خواهد بود و برعکس. این یافته مؤید نظریه انتخاب عقلانی است که براساس آن چنانچه انسان‌ها تصور کنند که هزینه یک فعالیت از سود آن بیشتر است و یا ممکن است از انجام فعالیتی ضرر ببیند، از انجام آن پرهیز می‌کنند. از این رو، به نظر می‌رسد می‌توان عدم گرایش کارکنان به ازدواج را از این زاویه تبیین نمود. این یافته با نتایج تحقیق حبیب پور و غفاری (۱۳۹۰) همراستا می‌باشد.

ارزیابی فرضیه چهارم

نتیجه آزمون فرضیه رابطه معنادار بین داشتن تمکن مالی و تمایل به ازدواج نشان داد که بین این دو متغیر رابطه‌ای معنادار و البته ضعیف وجود دارد؛ به صورتی که هرچه تمکن مالی کارکنان مورد بررسی افزایش می‌یافت، گرایش آن‌ها به ازدواج اندکی بیشتر می‌شد و در واقع به ازدواج علاقمندتر می‌شدند. در ارجاع به نظریه‌های اقتصادی از جمله نظریه تورم رکودی می‌توان گفت بخشی از این نظریه‌ها درست بوده، اما آنچه مهم است اینکه کاملاً تعیین کننده نیستند. براساس یافته‌های تحقیق، چه بسا افرادی که وضعیت اقتصادی مناسبی داشته، ولی تمایلی به ازدواج نداشته باشند. این یافته به نوعی با نتایج پژوهش طیبی نیا (۱۳۹۳) همخوانی دارد. در تحقیق وی، موانع اقتصادی در رتبه سوم قرار گرفته است که بیانگر تعیین کنندگی کمتر آن است.

ارزیابی فرضیه پنجم

یافته‌های تحقیق نشان داد به لحاظ آماری رابطه معناداری بین دو متغیر دشواری ازدواج و تمایل به ازدواج در بین کارکنان مورد مطالعه وجود ندارد. براین اساس، می‌توان گفت گرایش یا عدم گرایش کارکنان به ازدواج

ربطی به میزان به دشوار سازی امر ازدواج از سوی آنها ندارد و تغییرات دو متغیر، مستقل از یکدیگر عمل می‌کند. به بیان دیگر، نمی‌توان گفت کارکنانی که ازدواج خود را منوط به شرایط خاصی کرده‌اند، گرایش کمتر یا بیشتری به ازدواج دارند. این یافته از آن جهت حائز اهمیت است که نشان می‌دهد توصیه‌های اخلاقی و پندگونه مبنی بر اینکه جوانان ازدواج را سخت نگیرند، در بین کارکنان موضوعیت ندارد و نمی‌تواند در افزایش تمایل به ازدواج کارکنان موثر باشد.

ارزیابی فرضیه ششم

یافته‌های تحقیق در باب ارزیابی ارتباط میان انتظار از ازدواج و تمایل به ازدواج نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه‌ای با شدت متوسط وجود دارد؛ بدان معنا که کارکنانی که در زندگی زناشویی مشترک خود انتظاراتی را تعریف کرده‌اند و مایلند به آن‌ها دست یابند، گرایش بیشتری به ازدواج دارند. از آنجا که در تحقیق حاضر انتظار از ازدواج دارای دو بعد انتظارات آرمان گرایانه و واقع گرایانه بود، ارتباط میان این ابعاد با تمایل به ازدواج نیز مورد آزمون قرار گرفت که نتایج نشان داد رابطه اولیه مشاهده شده به اصطلاح تخصیص یافته است. بین بعد انتظارات آرمان گرایانه و تمایل به ازدواج رابطه معناداری مشاهده نشد، اما بین انتظارات واقع گرایانه و تمایل به ازدواج رابطه به مراتب قوی‌تر از رابطه اولیه مشاهده شده به دست آمد. این تفاوت نتیجه دو بعد را شاید بتوان این گونه تبیین نمود که کارکنانی که انتظارات آرمان گرایانه‌تری دارند، تصور می‌کنند که به آن اهداف و آرمان‌ها دست نخواهند یافت و لذا ازدواج فایده‌ای ندارد، اما کسانی که انتظارات واقع گرایانه‌تری دارند، در واقع به واسطه انتظارات معقول خود، می‌دانند دست یابی به آن انتظارات امری دور از دسترس نیست و لذا گرایش بیشتری به ازدواج دارند. این یافته، به نوعی همخوان با پژوهش‌های حبیب‌پور و غفاری (۱۳۹۰)، رضادوست و ممبینی (۱۳۹۰) و مرادی و صفاریان (۱۳۹۱) می‌باشد که معتقدند انتظارات ایده‌آل گرایانه و فرامادی باعث افزایش سن ازدواج شده است.

ارزیابی فرضیه هفتم

یافته‌های تحقیق در رابطه با سنجش ارتباط بین دو متغیر نگرانی از داشتن ازدواج ناموفق و تمایل به ازدواج در بین کارکنان نشان داد بین این دو متغیر یک رابطه معکوس قابل مشاهده است. این بدان معناست که کارکنانی که از آینده ازدواج ابراز نگرانی کرده بودند و احتمال می‌دادند که ازدواج ناموفقی داشته باشند، گرایش کمتری نیز به ازدواج داشته‌اند. این یافته به نوعی تأیید کننده نظریه گیدنز می‌باشد که براساس آن، در شرایط جامعه مدرن و به دلیل مخاطره‌های مختلفی که زندگی فرد را تهدید می‌نماید و تجربه‌های تلخ دیگران، افراد اعتماد خود را از دست داده و به پرهیز از موقعیت‌های غیر مطمئن و خطرزا گرایش می‌یابند. این یافته همراستا با نتایج مطالعات با اینجلیس و گرین گلاس (۱۹۸۹)، (گارینو، ۱۹۹۲) می‌باشد که می‌تواند نشان دهنده قدرت نظریه گیدنز و تعمیم پذیری یافته حاضر باشد.

ارزیابی فرضیه نهم

نتایج تحقیق نشان داد رابطه منفی و معناداری بین گرایش به معاشرت و تعامل با جنس مخالف در قالب روابط دوستانه (خارج از چارچوب خانواده و نظارت والدین) و تمایل به ازدواج وجود دارد؛ به صورتی که با افزایش این قبیل تعاملات، میزان تمایل به ازدواج با شدت متوسطی کاهش می‌یابد و برعکس. کارکنانی که روابط دوستانه با جنس مخالف را مثبت‌تر ارزیابی کرده‌اند و بدان گرایش داشته‌اند، در مقایسه با کسانی که دیدگاه

منفی تری به این قبیل معاشرت‌ها ابراز کرده بودند، میل کمتری به ازدواج داشتند. این یافته که با نتایج برخی پژوهش‌ها از جمله خلیج آبادی فراهانی و همکاران (۱۳۹۲) نیز همخوانی دارد را می‌توان با دیدگاه‌های گذار جمعیت شناختی، نوسازی، دیدگاه گذار ساختاری و نظریه بی‌سازمانی مرتون تبیین نمود. دگرگونی الگوهای جنسی و تغییر ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی و تاثیرپذیری از الگوی رفتاری کشورهای توسعه یافته تاحدودی منجر به جایگزینی روابط دوستانه با جنس مخالف به جای روابط خانوادگی شده است. قرار گرفتن در معرض موقعیت‌های جدید که متأثر از انقلاب‌های صنعتی، اجتماعی و ایدئولوژیک دهه‌های اخیر است، سبب تغییر نگرش افراد و پیروی از ارزش‌های جدید و مردود دانستن ارزش‌های سنتی شده است (دلخمش، ۱۳۸۸: ۱۸). براساس برخی تحقیقات پیرامون اولویت در انگیزه دوستی با جنس مخالف، متغیرهایی نظیر نیاز به دوست داشته شدن، نیاز به ارتباط دوستانه داشتن، لذت جویی، شناخت جنس مخالف، تنهایی، کسب تجربه، و پرکردن اوقات فراغت در رده‌های بالا قرار گرفته و پایه ریزی ازدواج که به نظر می‌رسید عامل اصلی در برقراری رابطه بین دانشجویان باشد، در مقایسه با شاخص‌های فوق از ارزش بالایی برخوردار نبوده است (میرزایی و برغمندی، ۱۳۸۹: ۱۵). بنابراین می‌توان گفت رابطه دوستانه با جنس مخالف عمدتاً به عنوان برآوردن نیازهای روحی روانی و حتی جنسی است و به عنوان جایگزین ازدواج مطرح است. در واقع، معاشرت‌های معمولی و پیشرفته با جنس مخالف می‌توانند جایگزینی برای ازدواج عمل کنند که فرایند آن را می‌توان به سه شکل توضیح داد: ۱. دارا بودن برخی کارکردهای ازدواج (ارضای نیازهای عاطفی و غریزی) ۲. فقدان برخی چالش‌های ازدواج (بار مسئولیت و تعهد کمتر نسبت به ازدواج) و ۳. قدرت اعمال تنوع و گسست روابط بدون چالش‌های طلاق و جدایی (خلیج آبادی فراهانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۶).

ارزیابی فرضیه دهم

چنان که گفته شد، دو متغیر نگرش و گرایش در تعریف و دوری یا نزدیکی به بروز عمل متفاوت از یکدیگر هستند. نگرش‌ها، اموری انتزاعی ترند که تعیین کننده گرایش‌های افرادند. سنجش رابطه دو متغیر نگرش به ازدواج و تمایل به ازدواج نشان از همبستگی قوی بین آن‌ها دارد؛ هر چه که نگرش به ازدواج مثبت‌تر بوده باشد، تمایل به ازدواج نیز بیشتر خواهد بود. نکته جالب آن که رابطه بین متغیرهای مذکور صد در صد به یکدیگر وابسته نیست و برحسب پاسخ‌های کارکنان، افرادی بوده‌اند که نگرشی کاملاً مثبت به ازدواج داشته‌اند، اما گرایشی بدان نداشته‌اند و یا برعکس. افرادی وجود داشته‌اند که نگرشی منفی به ازدواج داشته‌اند، اما با این حال، گفته‌اند تمایل به ازدواج دارند.

چنان که پیش‌تر آمد، میانگین سنی پاسخگویان اندکی بیش از ۳۲ سال بود که در مقایسه با میانگین سن ازدواج کل کشور (حدود ۲۴ سال برای خانم و ۲۷ سال برای آقایان)، می‌توان گفت در سن ازدواج کارکنان تأخیر اتفاق افتاده است. نکته قابل توجه دیگر اینکه، با مراجعه به جدول سن پاسخگویان و میانگین سنی آن‌ها و تطبیق نتایج آن با جدول سن مطلوب ازدواج، به نوعی فرضیه تأخیر در سن ازدواج مشهود به نظر می‌رسد. امری که ظاهراً خود پاسخگویان نیز آن را قبول دارند، زیرا ۵۷ درصد پاسخگویان بیشتر از ۳۱ سال سن داشته‌اند؛ اما - با فرض یکسان بودن پاسخگویان قرار گرفته در آن گروه‌های سنی - تنها حدود ۲۴ درصد پاسخگویان مناسب‌ترین سن ازدواج را بیشتر از ۳۱ سال بیان کرده‌اند.

در مجموع به نظر می‌رسد وضعیت مالی کارکنان، نگرانی و ترس آن‌ها از عدم موفقیت زندگی زناشویی شان،

اعتقاد به هزینه- فرصت بالای ازدواج، رضایت از مجردی، معاشرت با جنس مخالف، کم و کیف انتظارات آن‌ها و در نهایت نگرش آن‌ها به ازدواج، همبسته‌های عدم تمایل به ازدواج و تعیین کننده‌های تجرد در بین کارکنان مجرد باشد. از این رو، هر گونه اقدام عملی و مداخله در جهت کاهش آمار مجردان و افزایش تمایل به ازدواج در بین کارکنان باید معطوف به این متغیرها باشد.

پیشنهاد می‌شود به منظور استخراج راهکارهایی در حوزه متغیرهای مذکور، به برگزاری نشست‌های هم‌اندیشی با حضور افراد صاحب نظر و متخصص و میزگردهایی با حضور افراد خبره، مسئولان مرتبط و حتی تعدادی از کارکنان مجرد اقدام گردد.

حمایت‌های مالی از کارکنان به شیوه‌های مختلف از جمله اعطای اعتبارات مالی، افزایش حقوق به ویژه در حقوق‌های پایین، اعطای مشوق‌های مادی در صورت ازدواج و نظایر آن، برپایی جشن‌های ازدواج گروهی توسط ادارات، بنیادها، و مؤسسه‌ها به منظور کاهش هزینه‌های اولیه ازدواج و آموزش مهارت‌های زندگی و ارتباطی به جوانان- تا دوام و پایداری زندگی مشترک افزایش یابد و امید به ازدواج موفق بیشتر شود- نقش بسزایی دارد، زیرا اگر افراد یاد بگیرند که چگونه با مشکلات خود رو برو شوند و آن‌ها را اداره نمایند، نگرانی از شروع زندگی مشترک کمتر شده و افراد با امیدواری بیشتری تصمیم به ازدواج می‌گیرند.

بخشی از این دیدگاه که افراد تصور می‌کنند با ازدواج ضرر می‌کنند یا منفعتی که می‌توانستند به دست آورند، دیگر نمی‌توانند کسب کنند، غیرواقعی است. اگر چنین بود، کمتر فرد متأهلی باید موفق می‌بود! سعی در فرهنگ سازی و تغییر نگرش افراد نسبت به این دیدگاه از راه‌های مختلف همچون کارگاه‌های مهارت‌های زندگی، الگوسازی از افراد متأهل و غیره می‌تواند راهگشا باشد.

با این حال، انجام این مطالعه به صورت مقایسه‌ای در بین مجردان و متأهلان می‌تواند به یافته‌های دقیق‌تری منجر شود.

منابع

- اسکندری چراتی، آذر. (۱۳۷۸). «بررسی عوامل موثر بر تأخیر سن ازدواج در ایران، نمونه مورد مطالعه استان گلستان». فصلنامه تخصصی جامعه شناسی. سال چهارم، شماره سوم، صص ۲۵-۱.
- بودن، ریموند. (۱۳۷۳). *تحرک اجتماعی*. مومن کاشی. گناباد: نشر مرندیز
- بهنام، جمشید. (۱۳۴۸). *جمعیت شناسی عمومی*. چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه
- التجایی، ابراهیم و عزیززاده، مینا. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل اقتصادی و فرهنگی موثر بر سن ازدواج در ایران: یک مطالعه میان استانی». نشریه جامعه پژوهی فرهنگی. ش ۳، صص ۱۹-۱.
- حبیب پور، کرم و صفری شالی، رضا. (۱۳۸۸). *راهنمای جامع کاربرد spss در تحقیقات پیمایشی*. تهران: نشر لویه
- حبیب پور گتایی، کرم و غفاری، غلامرضا. (۱۳۹۰). «علل افزایش سن ازدواج دختران». زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان). دوره ۹، شماره ۱، صص ۳۷-۷.
- خلیج آبادی فراهانی، فریده؛ کاظمی پور، شهلا و رحیمی، علی. (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر معاشرت با جنس مخالف قبل از ازدواج بر سن ازدواج و تمایل به ازدواج در بین دانشجویان دانشگاه های تهران». فصلنامه خانواده پژوهی. سال نهم، شماره ۳۳، صص ۲۸-۷.
- دلخوش، محمدتقی. (۱۳۸۸). «سلسله مراتب ارزش های ازدواج در جوانان ایرانی». فصلنامه خانواده پژوهی. سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۲۳۰-۲۰۷.
- رضادوست، کریم و ممینی، ایمان. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین تأخیر سن ازدواج و متغیرهای میزان درآمد، میزان تحصیلات و تعدادی دیگر از متغیرها در زنان شاغل». دوفصلنامه مشاوره کاربردی دانشگاه شهیدچمران اهواز. دوره اول، سال اول، شماره ۱، صص ۱۲۲-۱۰۵.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۸۷). *کندو کاوها و پنداشته ها: مقدمه ای بر روش های شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی*. چاپ هفدهم، تهران: نشر شرکت سهامی انتشار
- رهبر، زینب. (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر عوامل تأخیر در سن ازدواج دختران تحصیل کرده و شاغل بر نگرش آن ها نسبت به همسان همسری در دستگاه های اجرایی استان سمنان». دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکز.
- سرایی، حسن و او جاقلو، سجاد. (۱۳۹۲). «مطالعه نسلی تغییر ارزش ازدواج در ایران (مطالعه موردی: زنان شهر زنجان)». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال ۵، شماره ۴، صص ۴۱-۱۹.
- صادقی، رسول؛ قدسی، علی محمد و افشارکهن، جواد. (۱۳۸۶). «واکاوی مسئله ازدواج و اعتبارسنجی یک راه حل». دوفصلنامه پژوهش زنان. دوره ۵، شماره ۱، بهار و تابستان ۸۶، صص ۱۰۸-۸۳.
- طیبی نیا، موسی. (۱۳۹۳). «میزان تمایل جوانان به ازدواج و شناسایی موانع و مشکلات آن». جامعه شناسی مطالعات جامعه شناختی جوانان، دوره ۵، شماره ۱۶، صص ۸۶-۶۳.
- کاظمی پور، شهلا. (۱۳۸۳). «تحول سن ازدواج زنان در ایران و عوامل جمعیتی موثر بر آن». فصلنامه زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان). دوره ۲، شماره ۳، صص ۱۲۴-۱۰۳.
- کاظمی پور، شهلا. (۱۳۸۸). «سنجش نگرش جوانان نسبت به ازدواج و شناخت آثار و پیامدهای آن با

- تأکید بر ازدواج های دانشجویی». فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی. سال ۱۳، شماره ۲، صص ۹۶-۷۵.
- کریمی آکندی، سید جابر. (۱۳۹۰). «بررسی عوامل موثر بر تأخیر در سن ازدواج دختران ۲۹-۲۵ سال شهرستان ساری». پایان نامه برای دریافت کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشکده روان شناسی و علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکز.
 - گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۶). **جامعه شناسی**. منوچهر صبوری. چاپ چهاردهم، تهران: نشر نی
 - گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۸). **پیامدهای مدرنیته**. محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز
 - لوکاس، دیوید و پاول، میر. (۱۳۸۱). **درآمدی بر مطالعات جمعیتی**. حسین محمودیان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
 - مجدالدین، اکبر. (۱۳۸۶). «بررسی دلایل و آثار افزایش سن ازدواج دختران روستایی در آشتیان». فصلنامه پژوهش نامه علوم انسانی. ش ۵۳، صص ۳۸۶-۳۷۵.
 - محمودیان، حسین. (۱۳۸۳). «سن ازدواج در حال افزایش: بررسی عوامل پشتیبان». نامه علوم اجتماعی. زمستان ۱۳۸۳، دوره ۱۱، ش ۴، صص ۵۴-۲۷.
 - مرادی، گل مراد و صفاریان، محسن. (۱۳۹۱). «عوامل اجتماعی و اقتصادی مرتبط با افزایش سن ازدواج جوانان (مطالعه موردی شهر کرمانشاه)». نشریه جامعه شناسی مطالعات جوانان. دوره ۳، شماره ۷، صص ۱۰۸-۸۱.
 - مهدوی، محمدصادق؛ کلدی، علیرضا و جمند، بهاره. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل اجتماعی موثر بر بی رغبتی جوانان شهری به ازدواج (مورد مطالعه: شهر تهران)». نشریه مطالعات جامعه شناختی شهری. ش ۱۹، صص ۶۰-۳۳.
 - میرزایی، خلیلو برغمندی، هادی. (۱۳۸۸). «وابطه با جنس مخالف و عوامل مرتبط با آن». فصلنامه رفاه اجتماعی. دوره نهم، شماره ۳۴، پاییز ۸۸، صص ۱۵۸-۱۳۱.
 - میشل، آندره. (۱۳۷۸). **جامعه شناسی خانواده و ازدواج**. فرنگیس اردلان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
 - نوری همدانی، حسین. (۱۳۸۲). **رساله احکام**. چاپ شانزدهم، قم: انتشارات موسسه مهدی موعود (عج)
 - نیکخواه، هدایت الله؛ فانی، مریم و اصغرپور، احمدرضا. (۱۳۹۶). «سنجش نگرش دانشجویان نسبت به ازدواج و عوامل موثر در آن». نشریه جامعه شناسی فرهنگی. شماره ۳، صص ۹۹-۱۲۲.
 - هزارجریبی، جعفر و آستین فشان، پروانه. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل اجتماعی، اقتصادی موثر بر میانگین سن ازدواج زنان در سه دهه گذشته (۸۵-۱۳۵۵)». فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، زمستان ۸۸، دوره ۱، شماره ۱، صص ۳۲-۱۳.
 - هیول، مک دونالد. (۱۳۸۸). «بررسی علل افزایش سن ازدواج». ویژه نامه علمی استانداری مازندران.

- Abbasi-Shavazi, M. J. (2000). Effects of marital fertility and nuptiality on fertility transition in the Islamic Republic of Iran.
- Gebel, M. (2016). "Delayed transition in times of increasing uncertainty: school-to-work transition and the delay of first marriage in Jordan". Research in social stratification and

Mobility, No: 465, 61-72.

- Hechter, Michael. & Kanazawa , Satoshi. (1997). **“Sociological Rational Choice Theory”**. Annual Review of Sociolog. Vol. 23: 191-214
- Hippen, K.A. (2016). **“Attitudes toward marriage and long-term relationships across emerging adulthood”**. Georgia State University, Department Of Sociology.
- Ingles, A. & Green glass, E. R. (1989). **Motivation for marriage among women.**
- Jones, G. (2012). **“Late marriage and low fertility in Singapore : the lilitis of policy”**. The Japanese Journal of population. Vol.10, No.1.
- Lyigun, M. (2016). **“Why Wait? ACentury of Education, marriage Timing and gender Roles”**. IZA Discussion Papers, No: 9671.
- Maubrigades, Silvana. (2015). **“Connections between women`s age at marriage and social and economic development”**. Título-clave: Documentos de trabajo (Programa de Historia Económica y Social, Unidad Multidisciplinaria, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República), No. 39: 1-39

بررسی عوامل فرهنگی- اجتماعی موثر بر ساماندهی ازدواج جوانان

(مطالعه موردی: دانشجویان گروه علوم انسانی دانشگاه علوم تحقیقات تهران در سال ۱۳۹۵)

سمیه غلامی قاراب^۱

سید جلیل حسینی اجداد نیاکی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۲/۳۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۵/۱۰

هدف اصلی این پژوهش، بررسی عوامل فرهنگی- اجتماعی موثر بر ساماندهی ازدواج جوانان در کلیه دانشجویان گروه علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران در سال ۱۳۹۵ می باشد. پژوهش حاضر توصیفی- همبستگی، از نوع تحقیقات پیمایشی و به لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه دانشجویان گروه علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران تشکیل می دادند که تعداد آنها ۲۸۸ نفر بود. نمونه آماری بر اساس جدول مورگان به تعداد ۱۴۳ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه پژوهشگر ساخته «فاکتورهای اجتماعی» (نگرش خانواده، نگرش دوستان، تحصیلات، وضعیت اقتصادی) که شامل ۴۱ سوال و «فاکتورهای فرهنگی» (دین و مذهب، آداب و رسوم، سنت، اعتقادات و باورها) که شامل ۳۳ سوال و بر اساس طیف پنج ارزشی لیکرت بود در این پژوهش استفاده شده است. یافته های پژوهش بیانگر این امر است که مولفه های دین و مذهب، آداب و رسوم، سنت، اعتقادات و باورها، نگرش خانواده، نگرش دوستان، تحصیلات و وضعیت اقتصادی بر ساماندهی ازدواج جوانان تاثیر دارند. همچنین، نتایج نشان داد که بین هشت مولفه ساماندهی ازدواج جوانان تفاوت معناداری وجود دارد.

۱. کارشناس ارشد امور فرهنگی، برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: S_gholami34@yahoo.com

۲. استادیار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

و وضعیت اقتصادی با میانگین $6/83$ رتبه اول و بهترین رتبه و مولفه سنت با میانگین $1/89$ رتبه آخر و کم‌ترین رتبه را از نظر دانشجویان دارا هستند. می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که هر یک از فاکتورهای دین و مذهب، آداب و رسوم، سنت، اعتقاد و باورها، نگرش خانواده و دوستان، تحصیلات و وضعیت اقتصادی بر ساماندهی ازدواج جوانان تاثیر دارند، ولی درجه تاثیر آنها متفاوت می‌باشد؛ به طوری که اقتصاد و نگرش دوستان می‌تواند تاثیر بیشتری نسبت به سایر مولفه‌ها داشته باشند.

واژگان کلیدی: عوامل فرهنگی و اجتماعی، ازدواج جوانان و دانشجویان

مقدمه

بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی موثر بر ساماندهی ازدواج در بین قشر جوانان، یکی از ملزومات هر کشوری است که این تحقیق نیز با توجه به همین هدف انجام می‌گردد. فرد نه تنها از نظر جسمی و زیستی، بلکه مهم‌تر از آن به لحاظ عاطفی روانی و شخصیتی تحت تاثیر خانواده قرار دارد، چرا که خانواده جایگاهی است که فرد می‌تواند با تکمیل شخصیت خویش، برای بر عهده گرفتن نقش‌های اجتماعی‌اش در جامعه آماده گردد. نقش همسری (زن یا شوهر بودن) از جمله نقش‌هایی است که پس از عمل اجتماعی ازدواج به عهده افراد گذاشته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت که زندگی مشترک تنها در تأمین و رفع نیازهای مادی، اقتصادی و تداوم نسل نقش ندارد، بلکه موجب حس مشارکت و تفاهم برای وسعت نگرش و امکان دست یابی به فرصت‌های بیشتر و ایجاد مامنی برای مهر و عطف است (علیپور، ۱۳۹۲).

۷۵

مارکوس^۱ (۲۰۱۴) معتقد است که بحران‌های اقتصادی و ناتوانی در تأمین مسکن باعث بالا رفتن سن ازدواج می‌شود و بی‌اخلاقی‌هایی را رواج می‌دهد. بی‌تردید گسترش فساد در جامعه، افزایش آمار طلاق و بسیاری از آسیب‌های اجتماعی، بازتاب افزایش تورم و گرانی به ویژه در مسکن هستند (روشن‌نیا، ۱۳۹۵). احمدی و قیصریان (۱۳۹۲) کار و مسکن را دو فاکتور اصلی ازدواج معرفی کرده‌اند که در صورت ناقص بودن هر کدام، ازدواج با مشکل مواجه می‌شود و جوانان را دچار افسردگی‌های پنهان می‌سازد. برخی فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها اصلاً امکان ازدواج ندارند، چون هزینه‌های مسکن به شدت افزایش یافته است. به این ترتیب جوانانی که تحمل بار سنگین گرانی را ندارند، عطای ازدواج را به لقایش می‌بخشند (احمدی و قیصریان، ۱۳۹۳).

از سوی دیگر، با رواج فرهنگ مدرک گرایی، بیشتر جوانان جهت کسب اعتبار و منزلت اجتماعی (تحرك اجتماعی) و احراز شغل مناسب، آرزوی ورود به دانشگاه را در سر می‌پروراند و با تلاش بسیار بهترین سال‌های جوانی خویش را یا پشت درهای بسته کنکور و یا در کسوت دانشجویی صرف می‌نمایند و از پذیرش مسئولیت زندگی و اقدام به ازدواج باز می‌مانند. از نظر بسیاری از دانشجویان، ازدواج امکان ارتقای تحصیلی را کاهش می‌دهد و تحقق بسیاری از آرزوهای آنان را با مشکل مواجه می‌سازد. لذا ازدواج را به زمانی بعد از فارغ‌التحصیلی وا می‌گذارند (مارکوس، ۲۰۱۴).

باید توجه داشت برخی از دختران معتقدند از طریق ازدواج و مخالفت همسر، فرزندآوری و انجام امور خانه، ادامه تحصیل آنان با دشواری‌های بسیاری مواجه می‌شود. همچنین، با افزایش سطح تحصیلات، نگرش فرد نسبت به زندگی و انتخاب همسر تغییر می‌کند و ضمن افزایش سطوح توقعات، از میزان نفوذ و حمایت خانواده در ازدواج فرد کاسته می‌شود. برخی از مردان از انتخاب همسری دارای تحصیلات عالی و شاغل می‌پرهیزند و معتقدند که اشتغال و تحصیل برخی از زنان، منجر به احساس برتری آنها نسبت به همسرشان می‌شود - این طرز تفکر می‌تواند منجر به کاهش فرصت‌های ازدواج شود. به این ترتیب، عدم امکان ازدواج پسران در طول تحصیل، منجر به کاهش نرخ ازدواج دانشجویان دختر می‌گردد، زیرا ملاک انتخاب اغلب دانشجویان دختر با ورود به دانشگاه تغییر می‌کند و انتظار دارند که فرد مقابل آنها دارای تحصیلات عالی همسطح یا بالاتر از آنها باشد؛ ولی از آنجا که اولاً، تعداد دانشجویان پسر نسبت به دانشجویان دختر رو به کاهش است و ثانیاً، اغلب پسران دانشجو نیز امکان ازدواج در زمان دانشجویی را ندارند، این وضعیت فرصت‌های ازدواج دختران را کاهش می‌دهد (سیف‌زاده و قنبری برزین، ۱۳۹۳).

محققان و سیاستگذاران برای مشخص کردن عوامل بروز ناپایداری ازدواج به مخصوص برای گروه‌های آسیب پذیر دست به جستجوی طولانی زده‌اند. تعیین اینکه چگونه شرایط کلان اقتصادی به ویژه نرخ بیکاری بر خانواده‌ها تاثیر گذار است، به فهم ما در مورد اینکه چگونه خانواده‌ها به چرخه‌های تجاری واکنش نشان می‌دهند، کمک می‌کند (هرلستین^۱ و موریل، ۲۰۱۱). در این زمینه می‌توان به مطالعات پژوهشگرانی اشاره داشت که به بررسی عوامل تاثیر گذار بر ازدواج جوانان پرداخته‌اند. محمدی‌نوبری (۱۳۹۳) در پژوهشی عوامل اجتماعی موثر بر ازدواج دیر هنگام در بین جوانان را مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه رسید که عوامل فرهنگی یعنی نگرش‌های افراد به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ازدواج، تاثیری در دیر هنگامی ازدواج ندارد و وضعیت دینداری هر دو گروه مورد مطالعه مجردان و متاهلان تقریباً یکسان است. از میان عوامل اجتماعی نیز توقعات بالای خانواده‌ها و کنترل هنجاری فضای اجتماعی نیز تاثیری در دیر هنگامی ازدواج ندارد، اما دایره همسرگزینی به صورت معکوس دیر هنگامی ازدواج را تحت تاثیر قرار داده است؛ به طوری که هر چه دایره همسرگزینی گسترده‌تر می‌شود، ازدواج بیشتر به تعویق می‌افتد. در مورد عوامل اقتصادی وضع متفاوت‌تر است؛ به این معنا که هزینه‌های ازدواج و وضعیت شغلی مردان، متغیرهای کلیدی در به تعویق افتادن سن ازدواج است- هر چند که استقلال اقتصادی دختران در این زمینه تاثیری ندارد. همچنین، ساه^۲ در پژوهشی (۲۰۱۴) پیرامون عوامل موثر بر سن ازدواج زود هنگام نشان داد که تقریباً ۵۳/۳ درصد از زنان قبل از سن ۱۸ سال ازدواج کرده‌اند.

بین ترتیب، می‌توان گفت که مهم‌ترین عاملی که در ازدواج نقش موثری دارد، عامل فرهنگی و اجتماعی است. چه بسیار خانواده‌هایی که به علت ناهماهنگی در زمینه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی وضع نابسامانی دارند و یک عمر را با نارضایتی و ناراحتی می‌گذرانند. به طور مثال، دین و مذهب یکی از عوامل فرهنگی است که عدم تفاهم در آن در بسیاری از موارد مشکلاتی را هم در زمینه فردی و هم در زمینه اجتماعی و هم در تربیت فرزندان ایجاد کرده است و یا آداب و رسوم و سنت‌ها نیز یکی دیگر از عوامل فرهنگی هستند که باید به آنها توجه ویژه‌ای مبذول شود- در غیر این صورت مشکلاتی را ایجاد می‌کنند. پس تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی در ازدواج را باید جدی گرفت و تلاش کرد که با رفع اختلاف فرهنگی و اجتماعی و شناسایی این عوامل در جهت توسعه هر چه بیشتر ازدواج گام برداشت. از دیدگاه جامعه شناسی، ازدواج یک قرارداد اجتماعی و ضامن بقای نسل انسان است و آرامش و امنیت در یک جامعه، نتیجه ازدواج سالم و محیط آرام بخش خانواده است. از آنجایی که ازدواج عامل پیدایی خانواده و تأخیر و عقب افتادن آن باعث تغییر در پیدایش و شکل گیری خانواده‌های جدید است، موضوع قابل اهمیتی برای بررسی است. بررسی پدیده‌های اجتماعی مثل خانواده و ازدواج از جمله مباحث مهم در جامعه شناسی خانواده است. در جامعه شناسی خانواده به عنوان شاخه‌ای از علوم اجتماعی، مسائلی چون تغییرات ساختی و کارکردی در این نهاد اجتماعی، نظم موجود و ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر فضای خانواده، تحولات تاریخی آن همسرگزینی و عوامل موثر بر آن، سن و میزان ازدواج، ارتباط ازدواج با متغیرهای مختلف و... مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد. در این میان، پدیده ازدواج و عوامل و شرایط موثر بر آن از جمله مهم‌ترین دغدغه‌های جامعه شناسان و محققان رشته‌های علوم اجتماعی است. با توجه به مباحث فوق این پژوهش در پی پاسخگویی به این سوال است که مولفه‌های عوامل فرهنگی و اجتماعی کدام‌اند و سهم هریک در ازدواج چقدر است؟

1. Hellerstein

2. Sah

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی-همبستگی، از نوع تحقیقات پیمایشی و به لحاظ هدف، کاربردی بود. این پژوهش به روش میدانی انجام شد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه دانشجویان گروه علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران تشکیل می دادند که تعداد آنها ۲۸۸ نفر بود. نمونه آماری بر اساس جدول مورگان به تعداد ۱۴۳ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه پژوهشگر ساخته «فاکتورهای اجتماعی» (نگرش خانواده، نگرش دوستان، تحصیلات، وضعیت اقتصادی) که شامل ۴۱ سوال و «فاکتورهای فرهنگی» (دین و مذهب، آداب و رسوم، سنت، اعتقادات و باورها) که شامل ۳۳ سوال و بر اساس طیف پنج ارزشی لیکرت بود در این پژوهش استفاده شده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها توسط ۱۰ نفر از صاحب نظران مورد تایید قرار گرفت و پایایی آنها نیز از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۶ و ۰/۸۳ گزارش شد. همچنین، به منظور بررسی روایی سازه ابزار اندازه گیری از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون چولگی و کشیدگی که در بازه (۲ و -۲) بودند، می توان گفت که داده ها از توزیع نرمال برخوردار هستند (قاسمی، ۱۳۹۲). کلیه تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای Spss و Amos انجام گرفت. می توان دلایل انتخاب نرم افزار آموس را این گونه بیان کرد که مدل سازی معادله ساختاری را به شیوه ای ترسیمی ارائه می دهد؛ به طوری که می توان به سرعت مدل ها را تعریف، محاسبات را انجام و در صورت نیاز آنها را به سادگی اصلاح کرد. نرم افزار آموس به خوبی می تواند بر اساس جدیدترین روش های آماری در مورد نحوه برخورد با داده های مفقود شده به جایگزینی آنها دست زند.

یافته های پژوهش

نتایج حاصل از یافته های توصیفی نشان داد که از ۱۴۳ نفر نمونه آماری، تعداد ۹۱ نفر مرد و تعداد ۵۲ نفر زن بودند. همچنین ۱۱۷ نفر از نمونه آماری متأهل و تعداد ۲۶ نفر مجرد بودند. بیشتر نمونه های پژوهش در محدوده سنی ۳۱ تا ۳۵ سال و کمترین در رده سنی بالای ۴۶ سال قرار داشتند. مدرک تحصیلات بیشتر شرکت کنندگان (۵۱/۳ درصد) کارشناسی و کمترین مدرک تحصیلات شرکت کنندگان (۱۶/۱ درصد) دکتری می باشد. تعداد ۱۹ نفر فاقد شغل، ۴۰ نفر دارای شغل آزاد، ۷۳ نفر دارای شغل دولتی و ۱۱ نفر صاحب کار و یا کارفرما بودند. در ادامه روایی سازه اعتباریابی پرسشنامه ها از طریق تحلیل مؤلفه های اصلی با چرخش واریماکس انجام شد. ابتدا مفروضات آزمون شامل شاخص کایسر-مایر-اولکین^۱ (KMO) و کرویت بارتلت^۲ بررسی و در نهایت تحلیل مؤلفه های اساسی با روش واریماکس انجام پذیرفت. همچنین، از تحلیل عاملی اکتشافی جهت تایید پرسشنامه ها استفاده شد. سپس برای تایید سوالات از تحلیل عامل تاییدی استفاده گردید. مقدار شاخص کایر-مایر-اولکین (KMO) برای پرسشنامه فاکتورهای اجتماعی برابر با ۰/۸۲۴ و برای پرسشنامه فاکتورهای فرهنگی برابر با ۰/۸۰۵ و بزرگتر از ۰/۷۰ گزارش شد. این شاخص، کافی بودن یا نبودن آیت مهایی که توسط هر عامل پیش بینی می شود را نشان می دهد. باید گفت که معنادار بودن آزمون بارتلت نشانی دیگر برای مناسب بودن داده ها در انجام تحلیل عاملی اکتشافی است.

1. Kaiser-Meyer-Olkin
2. Bartlett's Test Of Sphericity

جدول ۱: شناخت امکان تحلیل عاملی بر روی داده‌ها

معناداری	بارتلت	KMO	پرسشنامه
۰/۰۰۲	۳۷۷۸/۷۶۳	۰/۸۲۴	فاکتورهای اجتماعی
۰/۰۰۳	۳۷۲۱/۷۰۱	۰/۸۰۵	فاکتورهای فرهنگی

بر اساس نتایج جدول ۲، مولفه‌های دین و مذهب، آداب و رسوم، سنت، اعتقادات و باورها، نگرش خانواده، نگرش دوستان، تحصیلات و وضعیت اقتصادی با توجه به مقدار تی به دست آمده و سطح معناداری بر ساماندهی ازدواج جوانان تاثیر دارند.

جدول ۲: نتیجه حاصل از آزمون تی تک نمونه برای بررسی میانگین جامعه

ارزش آزمون = ۳						متغیره
در سطح اطمینان ۹۵٪		میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار آماره تی	آماره
حداقل	حداکثر	۴/۴۰	۰/۰۰۱	۱۴۲	۳/۴۵	دین و مذهب
۰/۳۶۶	۱/۱۱۲					
۰/۸۹	۰/۹۸۸	۴/۱۱	۰/۰۰۱	۱۴۲	۲/۴۱	آداب و رسوم
۰/۷۱۲	۱/۵۱	۳/۹۵	۰/۰۰۱	۱۴۲	۲/۲۱	سنت
۰/۶۳۱	۱/۲۴۵	۳/۳۵	۰/۰۰۱	۱۴۲	۲/۳۹	اعتقادات و باورها
۰/۶۴۴	۱/۹۵	۳/۱۸	۰/۰۰۱	۱۴۲	۲/۶۸	نگرش خانواده
۰/۶۹۴	۱/۵۹	۳/۰۶	۰/۰۰۱	۱۴۲	۱/۹۸	نگرش دوستان
۰/۷۸۱	۱/۸۷	۳/۸۶	۰/۰۰۱	۱۴۲	۲/۷۱	تحصیلات
۰/۷۲۲	۱/۶۸	۳/۷۴	۰/۰۰۱	۱۴۲	۲/۱۱	وضعیت اقتصادی

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد با توجه به این که سطح معناداری آزمون تحلیل واریانس فریدمن کوچکتر از میزان خطاست، در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین هشت مولفه ساماندهی ازدواج جوانان تفاوت معناداری وجود دارد. همان گونه که مشاهده می‌شود وضعیت اقتصادی با میانگین ۶/۸۳ رتبه اول و بهترین رتبه و سنت با میانگین ۱/۸۹ رتبه آخر و کم‌ترین رتبه را از نظر دانشجویان دارا هستند.

جدول ۳: اولویت‌بندی مولفه‌ها

میانگین	رتبه	مولفه‌ها
۶/۸۳	۱	وضعیت اقتصادی
۵/۱۴	۲	تحصیلات
۵/۱۳	۳	نگرش دوستان
۳/۶۶	۴	آداب و رسوم
۵/۶۶	۵	دین و مذهب
۵/۰۷	۶	اعتقادات و باورها
۲/۱۹	۷	نگرش خانواده
۱/۸۹	۸	سنت

بحث و نتیجه‌گیری

ازدواج ارتباطی است که در مقایسه با سایر ارتباطات انسانی، تامین‌کننده‌ای بی‌نظیر است که شامل ابعاد زیستی، اعتقادی، عاطفی، روانی و اجتماعی می‌باشد. تمایل به جنس مخالف که مبنای ازدواج را تشکیل می‌دهد، تابع شرایط زیست‌شناختی و رشد است. زمان ایجاد این تمایل در هر دو جنس با عنوان سن بلوغ معرفی می‌شود، اما همه ازدواج‌ها در سنین بلوغ انجام نمی‌گیرد. هنوز در ایران ارتباط نکاحی بین دو نفر بر مبنای توافق جمعی است و قواعد اجتماعی حاکم بر ازدواج تعیین‌کننده زمان‌های مختلف، اشکال متفاوتی هم پیدا می‌کند. بر این اساس الزامات اجتماعی و فرهنگی هر دوره، زمان تشکیل خانواده و الگوهای آن را تعیین می‌کند. بر این اساس هدف این پژوهش بررسی عوامل فرهنگی- اجتماعی موثر بر ساماندهی ازدواج جوانان می‌باشد.

یافته‌ها نشان داد که تحلیل عاملی اکتشافی مورد تایید قرار گرفته است. برای تهیه یک مقیاس معتبر می‌توان از روش تحلیل عامل اکتشافی برای غربال آیت‌ها و انتخاب آیت‌های اصلی استفاده نمود. تحلیل عامل اکتشافی با ایجاد ماتریس همبستگی، نشان می‌دهد که متغیرها به صورت خوشه‌هایی گرد هم آمده‌اند؛ به طوری که متغیرهای هر خوشه با هم همبسته‌اند و با خوشه‌های دیگر همبسته نمی‌باشند. این خوشه‌ها همان ابعاد موضوع مورد بررسی هستند. متغیرهای هر خوشه نیز آیت‌های سنجش آن بعد است (دلاور، ۱۳۹۶). بر این اساس، نتایج نشان داد که مقدار شاخص کایرز- مایر- اولکین (KMO) برای پرسشنامه فاکتورهای اجتماعی برابر با ۰/۸۲۴ و برای پرسشنامه فاکتورهای فرهنگی برابر با ۰/۸۰۵ و بزرگتر از ۰/۷۰ می‌باشد. این شاخص کافی بودن یا نبودن آیت‌هایی که توسط هر عامل پیش‌بینی می‌شود را نشان می‌دهد. باید گفت که معنادار بودن آزمون بارتلت در سطح ۰/۰۵ نشانی دیگر برای مناسب بودن داده‌ها در انجام تحلیل عاملی اکتشافی است. بنابراین بر پایه هر دو ملاک می‌توان نتیجه گرفت که اجرای تحلیل عاملی اکتشافی در گروه نمونه مورد مطالعه قابل توجیه است.

دیگر نتایج بیانگر آن بودند که یکی از فاکتورهایی که بر ازدواج و ساماندهی آن موثر است، دین و مذهب می‌باشد. در واقع، بسیاری از رویدادهای اتفاق افتاده در ازدواج و آداب آن چه قبل و چه بعد از مراسم ازدواج،

ریشه در دیدگاه مذهبی افراد خانواده و اطرافیان دارد. ممکن است است افرادی با ملیت‌های مختلف، مذاهب مختلف، در سایه ازدواج به هم نزدیک شوند و ازدواجی ابدی و بسیار موفق داشته باشند. اما از سوی دیگر، باید تاکید کرد که اختلافات مذهبی و فرهنگی چیزی نیست که بتوان به راحتی از آنها چشم پوشی کرد. همان طور که ازدواج افرادی با شرایط مالی متفاوت، می‌تواند در طول زندگی در دسر آفرین باشد، این امر هم می‌تواند مشکلاتی را در زندگی به وجود بیاورد. این یافته‌ها با نتایج مطالعات محمدی (۱۳۹۳)، کامچولسی (۲۰۱۱) و لامبرت و دولاهیت (۲۰۰۷) همخوان است. کامچولسی (۲۰۱۱) در تحقیق خود مبنی بر فاکتورهای تحت تاثیر بر سن ازدواج در مالایو بیان می‌دارد که مذهب، قومیت و منطقه به عنوان فاکتورهای مهم در ازدواج مطرح هستند. در تحقیقات لامبرت و دولاهیت (۲۰۰۷) زوج‌ها گزارش کردند که باورها و اعمال مذهبی به آنها کمک کرده تا خدا را به عنوان ناظر بر ازدواج خویش قرار دهند، به ازدواج به عنوان یک نهاد مذهبی که دوام دارد، باور داشته باشند و در تعهد نسبت به ازدواج معنا پیدا کنند. نتایج تحقیقات محمدی (۱۳۹۳) نشان داد که دینداری و ابعاد آن رابطه مثبت و معناداری با تعهد زناشویی دارند و پیش بینی کننده مهمی برای تعهد زناشویی می‌باشند؛ بدین صورت که حدود ۳۰ درصد از تغییرات تعهد زناشویی توسط دینداری قابل تبیین می‌باشد. طالب پور و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند که کمبود یا فقدان درک از ازدواج در بین زوجین، کمی اعتقادات و ارزش‌های دینی و مشکلات عدیده اجتماعی-اقتصادی از بالاترین مسائل و مشکلات زوج‌هاست. می‌توان از نتایج این پژوهش این گونه نتیجه گرفت که دین و مذهب، از طریق معیارهای خود نسبت به ساماندهی ازدواج جوانان تاثیر گذارند و بنابراین تفاوت سلیقه‌های مذهبی، ساماندهی ازدواج را به روشنی تحت تاثیر قرار می‌دهد.

دیگر نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که آداب و رسوم بر ازدواج و ساماندهی آن موثر است. در جوامع مختلف، آداب و رسوم متفاوتی رایج است. گاه عقاید یک جامعه با عقاید جامعه دیگر در تضاد می‌باشد و این موضوع بخصوص در مسئله زناشویی قابل توجه است. در فرهنگ غرب اعتقاد به اصل آزادی جنسی، آداب و رسومی را موجب شده است که با عقاید جوامع اسلامی مغایر است و با اعتقادات مسلمانان همخوانی ندارد. دست دادن زن‌ها و مردها اعم از محرم و نامحرم؛ معاشرت زنان و مردان نامحرم، تشکیل جلسات لهو و لعب مختلط، جدا شدن فرزندان از خانواده از سن ۱۸ سالگی و گسیختگی رشته‌های عاطفی آنان با والدین، اهمیت ندادن به صله رحم، عدم همیاری و قطع ارتباط‌های خانوادگی از جمله این آداب و رسوم می‌باشند. نتایج این تحقیق با تحقیقات برین (۲۰۱۴) و احمدی (۱۳۸۸) همخوان است. برین (۲۰۱۴) بیان می‌کند که رسوم و سنت‌ها، نقش مهمی در ساماندهی ازدواج در جامعه سنتی داشته است و معمولاً ازدواج در سنین کمتر و با شرایط سنتی و آداب و رسوم جمعی صورت می‌گیرد. احمدی (۱۳۸۸) بر این باور بود که آداب و رسوم نقش مثبت و معنی‌داری بر روی ساماندهی ازدواج داشته است. در این پژوهش به صراحت مشخص شده است که بسیاری از اختلافات، نتیجه جاری بودن آداب و رسوم مختلف در بین خانواده و اعضای آنها می‌باشد. همچنین، آداب و رسوم، از طریق معیارهای خود بر ساماندهی ازدواج جوانان تاثیر گذار است.

یکی دیگر از عواملی که بر ازدواج و ساماندهی موثر می‌باشد، سنت است. امروزه به دلیل تغییرات اقتصادی و سیاسی بسیاری از ارزش‌ها دست خوش تغییر و تحول شده‌اند. این تغییرات نه تنها بعد اجتماعی زندگی انسان، بلکه خصوصی‌ترین بخش‌های زندگی انسان، از جمله ازدواج را نیز تحت تاثیر قرار داده‌اند. این تأثیرها نه تنها مفهوم ازدواج، بلکه شیوه انتخاب همسر را نیز دگرگون کرده‌اند. ازدواج‌های گذشته (سنتی) توسط خانواده‌ها

تنظیم می‌شدند و ازدواج پیوندی براساس قراردادهای میان دو خانواده بود و چارچوب مشخصی داشت. در ازدواج‌های امروزی (مدرن) جوان‌ها برای انتخاب همسر به خودشان حق می‌دهند که آزادانه عمل کنند و همسرشان را بر مبنای ملاک‌های مورد نظرشان انتخاب کنند. برخی از جوانان معایب ازدواج سنتی را بیش‌تر از ازدواج مدرن می‌دانند، زیرا می‌گویند دختر و پسر می‌خواهند تا آخر عمر با هم زندگی کنند نه خانواده‌های شان! پس بهتر است که تصمیم‌گیری به عهده خودشان باشد نه دیگران. عده‌ای دیگر که هنوز هم بر بسیاری از اصول خانوادگی خود پای بند هستند، مسئولیت انتخاب همسر را به خانواده محول می‌کنند و به گفته خودشان کسی دل سوزتر از خانواده خود نمی‌شناسند که نگران آینده آنها باشند. این جوان‌ها معتقدند وقتی خانواده‌ها خودشان دست به انتخاب می‌زنند یا شخصی را نشان می‌کنند، مطمئناً از نظر اعتقادی و فرهنگی در سطح خودشان است. چهار زانو نشستن و استفاده از کلمات خاص در سخن گفتن و احیاناً دراز کشیدن و لم دادن در مجالس از آداب رایج است که به هیچ وجه این گونه رفتارها برای خانواده‌های فرهنگی قابل تحمل نیست و در نتیجه ازدواج‌هایی که در چنین خانواده‌هایی با آداب و رسوم متفاوت صورت می‌گیرد، برای زوجین و خانواده‌های آنان خوشایند نیست و گاه به صورت مشکل حادی خودنمایی می‌کند که حلاوت زندگی را از زن و شوهر می‌گیرد و خانواده‌های وابسته را نیز ناراحت می‌کند و به عکس العمل‌های ناخوشایند و می‌دارد. این نتایج با تحقیقات احمدی (۱۳۸۸) که آداب و رسوم را در ساماندهی ازدواج موثر می‌داند، همخوانی دارد. تحقیقات ساه (۲۰۱۴) اشاره دارد که سنت‌ها نقش مهمی در ساماندهی ازدواج در بین جامعه سنتی دارند و معمولاً ازدواج در سنین کمتر و با شرایط سنتی و آداب و رسوم جمعی صورت می‌گیرد. احمدی (۱۳۸۸) نیز نشان داد که سنت، نقش مثبت و معنی‌داری بر روی ساماندهی ازدواج داشته است. در این پژوهش نشان داده شد که سنت، از طریق معیارهای خود نسبت به ساماندهی ازدواج جوانان تأثیرگذار است. در واقع، بسیاری از جوانان بر مبنای سنت موجود در جامعه پذیرای سنن خانوادگی و اصول فرهنگی - اجتماعی هستند و تن به ازدواج بر طبق موازین عرفی و سنتی می‌دهند. دیگر نتایج گویای این بود که اعتقادات و باورها بر ساماندهی ازدواج جوانان تأثیر دارد. خانواده‌هایی که به اصطلاح متجدد هستند و از فرهنگ غرب تقلید می‌کنند، با خانواده‌های سنتی نمی‌جوشند. طبقات کارگر و مستضعف از آداب و رسوم و اعتقادات خاص خود پیروی می‌کنند. افراد دارای اعتقادات مختلف نمی‌توانند در زندگی موفق عمل نمایند و اختلافات عقیدتی می‌تواند سبب ابتدال در ایجاد وصلت گردد. افراد با اعتقادات مذهبی، از نظر موازین ازدواج فاصله بسیاری با افراد با اعتقاد غیرمذهبی دارند. با توجه به بررسی نتایج تحقیقات روان‌شناسان و مشاوران خانواده می‌توان به صراحت تمام و با برهانی قاطع و منطقی پذیرفت که بین مذهبی بودن و انتخاب همسر مناسب و متعاقب آن رضایت‌مندی از ازدواج رابطه‌ای مثبت وجود دارد. نتایج این پژوهش با مطالعات ریکاردو (۲۰۱۴) همخوان است. ریکاردو (۲۰۱۴) بیان می‌دارد که اعتقادات و باورها با تأثیر بر روی اندیشه افراد به صورت جمعی، تشکیل خانواده را یک امر مقدس و اجتماعی قلمداد می‌کند و سبب ساز ساماندهی ازدواج می‌شود. به عبارت دیگر، اعتقادات و باورها از طریق معیارهای خود بر ساماندهی ازدواج تأثیرگذار هستند. افراد با اعتقادات نزدیک به هم در ازدواج سازگاری بیشتری دارند و موفق‌تر می‌توانند به امر ازدواج دست یابند.

همچنین، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مولفه نگرش خانواده بر ساماندهی ازدواج جوانان تأثیر دارد. یکی از مهم‌ترین روابطی که همسران را تحت تأثیر قرار می‌دهد، رابطه خانواده‌های آنها با یکدیگر است که اگر مناسب

نباشد، زوجین دچار مشکل می‌شوند. تنها زمانی رابطه خانواده‌ها کمترین تأثیر را دارد که پسر و دختر افرادی مستقل و پخته باشند. شخصیت اخلاقی و معنوی افراد در خانواده شکل می‌گیرد و ویژگی‌های اخلاقی فرزندان، بازتاب تربیت خانوادگی آن‌هاست - گاهی در خانواده‌هایی با شرایط نامناسب، افرادی شایسته رشد می‌یابد و برعکس در خانواده‌های خوب، فرزندان نا صالح بار می‌آیند. تناسب خانواده‌ها بهتر است در این جنبه‌ها باشد: اعتقادات مذهبی و دینی، عوامل فرهنگی، طبقه‌بندی اقتصادی و اجتماعی. اگر وجوه مشترکی بین خانواده‌ها نباشد، در اولین قدم این خود همسران هستند که آسیب می‌بینند به خصوص اگر وجوه متفاوت یکدیگر را درک نکنند و نخواهند که درک بکنند و یا نتوانند درک بکنند. تحقیقات لی و چن (۲۰۱۴) اشاره دارد که نگرش خانواده نقش بسزایی در ساماندهی و یا انفعال نسبت به ازدواج در بین جوانان دارد و این تأثیر مثبت و معنی‌دار است. این پژوهش نیز به نوبه خود با تحقیقات لی و چن سازگاری دارد؛ به طوری که نگرش خانواده یکی از فاکتورهای مهم و تأثیرگذار در سر گرفتن ازدواج است و از طریق معیارهای خود بر ساماندهی ازدواج جوانان تأثیر می‌گذارد. همچنین، تحقیق حاضر نشان داد که نگرش دوستان بر ساماندهی ازدواج جوانان تأثیر دارد. هایپرکلابز معتقد است که امروزه پیدا کردن فردی مناسب و ایده آل به منظور ازدواج کار بسیار مشکلی است، اما دوستان، خانواده و جامعه فشار زیادی به افراد مجرد تحمیل می‌کنند تا با فردی که آنها برایشان در نظر می‌گیرند، ازدواج نمایند که در این میان نقش دوستان بسیار بارز است و حتی می‌تواند این روند برعکس باشد. لی و چن (۲۰۱۴) نقش و نگرش دوستان در ساماندهی ازدواج افراد را مهم دانسته‌اند و بیان می‌دارند که در بیشتر موارد وجود دوستان متاهل توانسته انگیزه‌ای برای ازدواج باشد. محبی (۱۳۹۰) نیز اشاره کرد که نگرش دوستان نقش مثبت و معنی‌داری بر روی ساماندهی ازدواج دارد. می‌توان از نتایج این پژوهش این گونه نتیجه گرفت که نگرش دوستان، از طریق معیارهای خود نسبت به ساماندهی ازدواج تأثیرگذار است و مولفه نگرش دوستان بر ساماندهی ازدواج جوانان اثر دارد؛ یعنی در بیشتر موارد نگرش و تشویق‌های دوستان سبب ازدواج افراد و تشکیل زندگی زناشویی شده است.

نتایج پژوهش نیز نشان داد که تحصیلات بر ساماندهی ازدواج جوانان تأثیر دارد. میزان تحصیلات عامل مهمی در زندگی زناشویی است. بنابراین در انتخاب همسر باید مورد توجه قرار گیرد. مشاوران باید مراجعان را با اهمیت موضوع تحصیل در امر همسرگزینی آشنا سازند و در موارد مختلف به شرح زیر عمل نمایند. با توجه به فرهنگ ایرانی چنانچه مرد تحصیلات بیشتری داشته باشد، در زندگی زناشویی مشکلی ایجاد نمی‌شود. معمولاً مردانی که تحصیلات عالی دارند، میزان تحصیلات همسر خود را در سطح متوسطه، در صورت هماهنگی سایر عوامل می‌پذیرند. مواردی دیده می‌شود که مرد با وجود داشتن تحصیلات عالی، همسر خود را با تحصیلات متوسطه انتخاب می‌کند و مایل نیست که او تخصصی داشته باشد و خارج از خانه شاغل گردد. تمایلات دختر و پسر در مورد سطح تحصیل، در مشاوره همسرگزینی باید مورد توجه قرار گیرد، ولی به هر حال پایین‌تر بودن سطح تحصیلات دختر در مقابل پسر اغلب مشکل اساسی ایجاد نمی‌کند. اما اگر دختر دارای تحصیلات عالی و پسر دارای تحصیلات پایین‌تر باشد، این احتمال وجود دارد که مشکلات عمده‌ای برای آنها به وجود بیاورد. در این زمینه نتایج مطالعات سیمون (۲۰۱۲) و مرتون (۲۰۱۵) نشان دادند که تحصیلات سبب ایجاد نگرش جمعی در افراد نسبت به تحولات اجتماعی، روابط اجتماعی، درک شرایط و زمینه‌ساز عمل به رفتارهای اجتماعی نظیر ازدواج است. رابر (۲۰۱۵) در پژوهش خود اشاره داشت که تحصیلات نقش مثبت و معنی‌داری بر روی

ساماندهی ازدواج داشته است. در این زمینه نیز پژوهش صورت گرفته با پژوهش های مذکور همخوانی داشته است؛ بدان معنی که مولفه تحصیلات در ساماندهی ازدواج نقش مثبت و موثری دارد و می توان گفت که مولفه تحصیلات بر ساماندهی ازدواج جوانان تاثیر دارد.

همچنین نتایج حاکی از آن بود که مولفه وضعیت اقتصادی بر ساماندهی ازدواج جوانان تاثیر دارد. اختلاف سطح اقتصادی در دو خانواده که قصد ازدواج دارند، باید مورد توجه قرار گیرد. توجه نمودن به وضعیت اقتصادی همسر انتخابی از ناحیه جوانان در آستانه ازدواج در روند زندگی محکم و پایدار از اهمیت بالایی برخوردار می باشد، چرا که بعضی مواقع مشاهده می گردد که علت جدایی ها و طلاق ها و اختلاف هایی که لذت بخشی زندگی را از افرادی سلب نموده، عدم توجه به مسائل اقتصادی خانواده همسر بوده است. اودین و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند که عوامل اقتصادی و اجتماعی تحت تاثیر اندازه خانواده در بین جامعه قرار می گیرند و با روند ازدواج شخص ارتباط مستقیم دارند. ویرا و همکاران^۱ (۱۹۸۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که برخلاف باورهای رایج، وضعیت اقتصادی همسران به تنهایی نمی تواند نگرش آنها را به سوی درآمد شوهران نشان دهد، بلکه احترام متقابل نیز عامل تعیین کننده ای در این راستاست. نتایج مطالعات سیمون (۲۰۱۲) و مرتون (۲۰۱۵) حاکی از آن بودند که وضعیت اقتصادی با ساماندهی ازدواج و تقویت رویکرد به آن موثر است.

در پایان، با توجه به نتایج آزمون فریدمن می توان اذعان داشت که عوامل مختلفی مانند وضعیت اقتصادی، تحصیلات، دین و مذهب، مهارت اجتماعی و نگرش دوستان بیشترین ضریب تاثیر را بر شکل گیری ازدواج بین جوانان دارند- در صورتی که کمترین تاثیر در این روند مربوط به فاکتور سنت و بعد از آن مرتبط با نگرش خانواده می باشد. همچنین، عوامل فرهنگی- اجتماعی- علیرغم حجم های بی امان رسانه های جهانی- همچنان زنده و پویا هستند و نقش مهمی را ایفا می نمایند. دنیای امروز دنیای اندیشه، خلاقیت و پیشرفت های عینی است و در شرایطی که انسان ها به ویژه جوانان در پی راهکارهایی برای توانمندسازی خویش در حوزه علم، بهره مندی از تکنولوژی، نقش آفرینی عینی در بخش های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در جهان پیرامونی خویش هستند و دانایی، نرم افزار محوری توسعه پایدار در جهان نوین معرفی شده است، ترویج خواب و خیال، بسط شهوذهای غیر موق، گسترش ارتباطات ساختگی با قدسیان بنام دین خداوندی و عملا بازگشت به دوران پیشا روشن گری نمی تواند پاسخگوی نسل جوان باشد.

با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهاد می شود که خانواده ها بیشتر به فرزندان و ارتباطات آنها اهمیت دهند و بر سنن و رسوم که در جامعه و در بین آنها رایج می باشد اکتفا ننمایند. در واقع، مراکز آموزشی و مشاوره به خانواده های دختر و پسرهای متمایل به ازدواج نیز می تواند در جهت تسهیل در امر ازدواج موثر باشند. اقتصاد و شرایط مالی نیز یکی از قویترین عامل ها در جریان شکل گیری ازدواج بین طرفین می باشد. بنابراین مشاوره در امر آگاه سازی طرفین برای از بین بردن اختلافات در آینده سبب عامل مذکور می تواند بسیار مفید و کارساز باشد.

منابع

- احمدی، وکیل و قیصریان، اسحاق. (۱۳۹۳). «بررسی وضعیت ازدواج و مضیقه آن در استان ایلام». مجله فرهنگ ایلام، دوره ۱۵، شماره ۴۲، ۴۳، ص ۵.
- دلاور، علی. (۱۳۹۶). احتمال و آمار کاربردی در روانشناسی و نسخه جدید آموزشی تهران: انتشارات رشد
- سیف زاده و قنبری برزبان. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان دانشگاه پیام نور محلات در خصوص ازدواج». فصلنامه جامعه شناختی. سال ۵، شماره ۱۵.
- علیپور، بیتا. (۱۳۹۲). «رابطه کارکردهای رضایت جنسی، باورهای ارتباطی و تعارض زناشویی بر تعهد زناشویی دانشجویان متأهل». پایان نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی. دانشگاه علم و فرهنگ.
- قاسمی وحید. (۱۳۹۲). مدل سازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی با استفاده از نرم افزار آموس. تهران: انتشارات جامعه شناسان
- محمدی نوبری، علی. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر ازدواج دیر هنگام در بین جوانان (مطالعه موردی شهرستان طارم)». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم توانبخشی.
- Brian, Guy. (2014). **“What causes marrying?”**. Professional Work, Imperfection Removal, Touch Up Work, Protection, General Detailing, Top Detailing Articles. Coatings Tweet.
- Grossbard, Sh. (2007). **“The Economics of Marriage”**. San Diego State University, pp 1-30
- Hellerstein, J. K., & Morrill, M. S. (2011). **“Dads and daughters the changing impact of fathers on women’s occupational choices”**. Journal of Human Resources, 46(2), 333-372.
- Kumchulesi, G., Palamuleni, M., & Kalule-Sabiti, I. (2011). **“Factors affecting age at first marriage in Malawi”**. In Sixth African Population Conference, Ouagadougou-Burkina Faso (pp. 5-9).
- Leverett, Marcus. (2014). **“10 comments on Coating Application: How To Reduce Marrying?”**. Professional Work, Imperfection Removal, Touch Up Work, Protection, General Detailing, Top Detailing Articles, Coatings Tweet.
- Leverett, A. R., McKay, A. I., & Cole, M. L. (2015). **The stabilization of gallane and indane by a ring expanded carbene**. Dalton Transactions, 44(2), 498-500.
- Merten. H. (2015). **“On gold diggers: Status gain or loss in age heterogamous marriages”**. Journal of Aging Studies, Vol. 1, No. 1, pp. 51-64.
- Sah, R. B., Gaurav, K., Baral, D. D., Subedi, L., Jha, N., & Pokharel, P. K. (2014). **“Factors affecting early age marriage in Dhankuta Municipality, Nepal”**. Nepal Journal of Medical Sciences, 3(1), 26-30.
- Simon, A. (2012). **“Class, Gender and Marriage”**. Review of Economic Dynamics, Vol. 10, No. 4, pp. 549-575.
- Uddin, M. T., Nicolas, Y., Olivier, C., Toupance, T., Servant, L., Müller, M. M. & Jaegermann, W. (2012). **“Nanostructured SnO₂-ZnO hetero junction photo catalysts showing enhanced photo catalytic activity for the degradation of organic dyes”**. Inorganic chemistry, 51(14), 7764-7773.
- Vera, H.; Felix M.; Berardo, D. and Berardo H. (1987). **“On gold diggers: Status gain or loss in age heterogamous marriages”**. Journal of Aging Studies, Vol. 1, No. 1, pp. 51-64.



مطالعه کیفی پیامدهای استفاده از شبکه های اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه هرمزگان

یونس دانش^۱
مصطفی ظهیری نیا^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۴/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۶/۱۸

گسترش و فراگیری شبکه های اجتماعی، نقش مهمی در زندگی روزمره افراد به ویژه جوانان ایفا می کند. پژوهش حاضر با هدف مطالعه پیامدهای استفاده از شبکه های اجتماعی انجام شده است. این مطالعه به شیوه کیفی و به روش پدیدارشناسی با نمونه گیری هدفمند و با استفاده از مصاحبه نیمه سازمان یافته انجام پذیرفته است. پس از تحلیل مصاحبه ها، مقوله های انگیزه کاربران جهت استفاده از شبکه های اجتماعی، پیامدهای منفی و همچنین پیامدهای مثبت استفاده از شبکه های اجتماعی استخراج گردید. فقدان برنامه های جذاب فرهنگی در محل سکونت و کمبود امکانات رفاهی و تفریحی از جمله دلایل ایجاد انگیزه جهت استفاده از شبکه های اجتماعی به شمار می روند. همچنین، امکان برقراری تعاملات اجتماعی آسان به عنوان پیامد مثبت شبکه های اجتماعی و استفاده از ادبیات نامناسب، اختلاف بین اعضای خانواده و مصرف گرایی از جمله پیامدهای منفی استفاده از شبکه های اجتماعی بود. این یافته ها می توانند نمایانگر پیامدهای استفاده از شبکه های اجتماعی باشند.

واژگان کلیدی: شبکه های اجتماعی، تجارب جوانان، پدیدارشناسی و مطالعه کیفی

۱. عضو هیات علمی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه هرمزگان، هرمزگان، ایران
۲. دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه هرمزگان، هرمزگان، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

گسترش روزافزون و استفاده فراگیر از شبکه‌های اجتماعی در جوامع و سیطره رسانه‌ها و تبدیل شدن آنها به مهمترین ابزار گذران اوقات فراغت (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۰) چالش‌های مهمی را در زمینه اثر گذاری آنها و تغییرات فرهنگی واجتماعی جوامع برای اندیشمندان اجتماعی ایجاد نموده است.

در نظریه‌های اولیه، رسانه‌های جمعی به عنوان مجراهای ارتباطی یک طرفه و مستقلى تلقى مى‌شد که اطلاعات را به عامه مردم منتقل مى‌کنند و از این طریق عقاید آنها را شکل مى‌دهند. این نگاه در نظریه‌های بعدی به تدریج تغییر یافته و تداوم آن به مثابه یک چرخش جدید رسانه‌ای بروز پیدا کرده است - این چرخش رسانه‌ای، دگرگونی اساسی در مفهوم رسانه و مخاطب است. رسانه‌های اجتماعی و تعاملی با تغییر محیط زندگی روزمره، فرصت‌های بی‌بدیلی را برای تولید و مصرف محتوا فراهم ساخته‌اند. مخاطبان انبوه و منفعلی که جدا از رسانه‌ها و دریافت‌کننده و مصرف‌کننده پیام‌های رسانه‌ای در نظر گرفته می‌شدند، جای خود را به کاربران بی‌شماری داده‌اند که نه تنها فعال و تولیدکننده پیام هستند، بلکه شاکله هویت رسانه‌ها محسوب می‌شوند. امروزه، الگوهای ارتباطات عمودی جای خود را به ارتباطات افقی، شبکه‌ای و چند لایه داده است. آمار نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی با سرعت بسیار بیشتری نسبت به رسانه‌های قدیمی گسترش یافته‌اند و همگانی می‌شوند. (ذکایی و حسینی، ۱۳۹۴) رشد سریع شبکه‌های اجتماعی نشانگر ورود آن به جریان‌های اصلی فرهنگی و ادغام آن در زندگی روزمره بسیاری از مردم در سرتاسر دنیاست (مکی‌زاده، ۱۳۹۴). امروزه در نتیجه انقلاب ارتباطات و گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، جامعه و فرهنگ ایران نیز در حال تجربه کردن نوعی گذار است. جوانان به دلیل داشتن روحیه کنجکاوی، تنوع طلبی، خلاقیت، نیاز به تعاملات اجتماعی و تجربه روابط اجتماعی متفاوت با دیگران، تمایل بیشتری به عضویت در شبکه‌های اجتماعی دارند. در سال‌های اخیر، دسترسی میلیون‌ها کاربر در سراسر جهان به رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی باعث شده است تا این رسانه‌ها در کانون توجه قرار گیرند و از محبوبیت قابل توجهی بویژه در میان نسل جوان برخوردار شوند (مکی‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۴۰-۱۲۳). سایت آماری *Internet live stats* در نیمه دوم سال ۲۰۱۶ تعداد کاربران اینترنت در ایران را حدود ۳۹ میلیون نفر تخمین زد. به بیان دیگر، نیمی از جمعیت کشور حدود یک درصد از سه و نیم میلیارد کاربر اینترنت را تشکیل می‌دهد یا به عبارتی، از هر صد نفر کاربر اینترنت، یک نفر ایرانی است. (Internet Live Stats, 2016) همچنین، در بین گروه‌های سنی، گروه سنی جوان (۱۸ تا ۲۹ سال) با ۸۱ درصد بیشترین عضویت را در شبکه‌های اجتماعی دارا هستند (ایسپا، ۱۳۹۵). بنابراین انجام چنین پژوهشی در مورد تجارب جوانان از اثرات و پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مسئله‌ای ضروری است که نتایج آن می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی بسیار مفید و اثرگذار باشد. گسترش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عوامل متعددی بستگی دارد، اما یکی از عوامل بسیار اساسی، جلب توجه کاربران و اقبال آنان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. ذکایی و حسینی (۱۳۹۴) به نقش مستقیم کاربران در رشد و افول رسانه‌های اجتماعی اشاره نموده‌اند و از این رو شناخت دلایل کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی را بسیار حائز اهمیت دانسته‌اند. با این حال، اغلب مطالعات انجام شده در حوزه رسانه‌های اجتماعی به ویژه شبکه‌های اجتماعی در کشور با روش‌های کمی به انجام رسیده است و تنها پژوهش‌های اندکی به بررسی تجربیات کاربران در حوزه رسانه‌های اجتماعی آن هم با روش‌های کیفی پرداخته‌اند. بر این اساس مقاله حاضر در صدد است به شیوه کیفی و با روش پدیدارشناسی، تجربیات جوانان را از پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار دهد.

پیشینه پژوهش تحقیقات داخلی

عدلی پور و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «تأثیر شبکه اجتماعی فیسبوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان» با استفاده از روش پیمایش به این نتیجه دست یافتند که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیسبوک و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیسبوک و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار مثبتی وجود دارد؛ یعنی هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیسبوک از سوی کاربران افزایش پیدا می کند، هویت فرهنگی کاربران ضعیف تر می شود.

خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «میزان و نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد)» به بررسی میزان و نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی پرداخته اند. نتایج این تحقیق نشان داد که بین متغیرهایی مانند تنوع و گستردگی، میزان اعتماد، اطلاع رسانی و ارتباط آسان، جنسیت و رشته تحصیلی و میزان استفاده از شبکه های اجتماعی رابطه وجود دارد (خدایاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۲-۱۶۷).

تحقیق پاشایی و همکاران که بر روی جوانان درباره استفاده از اینترنت صورت گرفت، نشان داد که دنیای اینترنت به عنوان دنیای مطلوب مجازی جوانان می باشد و باعث تغییر در سبک زندگی آنان شده است (پاشایی و همکاران، ۱۳۸۷؛ ۳۳۷-۳۳۳).

تحقیقات خارجی

تایسر و همکاران^۱ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «شبکه های اجتماعی مجازی؛ تأثیر علمی و اجتماعی بر سلامت دانشجویان دانشگاه» دریافتند که بین معدل تحصیلی و استفاده از شبکه های مجازی، همبستگی وجود دارد. همچنین دریافتند که بسیاری از مخاطبان از سایت های اجتماعی برای اطلاعات مرتبط با دانشگاه استفاده نمی کنند، در حالی که بسیاری از آنها به داشتن گروه های درسی آنلاین رغبت دارند. یافته های دیگر نشان داد که دانشجویان استفاده کننده از شبکه های اجتماعی مجازی دارای سلامت اجتماعی پایین تری هستند.

چی ین یوئن و یوئن کا^۲ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «شبکه های اجتماعی مجازی در سلامت اجتماعی» دریافتند که شبکه های اجتماعی یک ابزار مهم آموزشی هستند و می توانند بر مولفه های حمایت اجتماعی، روابط شبکه ای و شبکه های اجتماعی تأثیر بگذارند. پس از بررسی پژوهشی دریافتند دانش آموزانی که از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند، از شکوفایی اجتماعی و انسجام بیشتری برخوردارند. همچنین، دانش آموزانی که از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند، از همبستگی اجتماعی بیشتری برخوردارند. همچنین، دانش آموزانی که از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند، از همبستگی اجتماعی و مشارکت اجتماعی بیشتری برخوردارند. این دسته دانش آموزان دارای پذیرش اجتماعی بیشتری نسبت به بقیه هستند.

یافته های پژوهش تیلر (۲۰۱۲) با عنوان «شبکه های اجتماعی و جهانی شدن» نشان می دهد که به واسطه شبکه های اجتماعی مجازی، افراد قابل توجهی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته اند و با فرهنگ و

1. Tyser et al.

2. Chien Yuen & Yoen Ka

عقاید بیگانه روبه رو شده اند و در خصوص از دست دادن هویت‌های ملی و دینی شان احساس خطر کرده اند. پژوهشگران متخصص در حوزه اینترنت مانند لی^۱ و همکاران (۲۰۱۰) بر ماهیت اعتیادآور اینترنت به ویژه در قشر دانشجو تأکید کرده اند.

مبانی نظری پژوهش

شبکه‌های اجتماعی و جوانان

یکی از مسائلی که در سال‌های اخیر مورد توجه جدی اندیشمندان حوزه‌های اجتماعی و رسانه قرار گرفته و محور بسیاری از پژوهش‌ها و مطالعات بوده است، پاسخگویی به این سوال است که شبکه‌های اجتماعی چه تأثیری بر جوانان دارند و جوانان چه استفاده‌ای از شبکه‌های اجتماعی می‌کنند؟ در پاسخ به سوالات فوق، دیدگاه‌های مثبت و منفی متعددی مطرح شده است. درانتر معتقد است که رابطه میان جوانان و رسانه‌ها T دو شکل کلی به خود گرفته است: یکی گفتمان بدبینی فرهنگی و دیگری گفتمان خوش بینی فرهنگی (درانتر به نقل از کلاتری و حسنی، ۱۳۸۷). اکنون به برخی از مهم ترین فرصت‌های که جوانان می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی به دست آورند، اشاره می‌کنیم:

۱. انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی؛
۲. امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ‌های مختلف؛
۳. شکل گیری و تقویت خرد جمعی؛
۴. امکان بیان عقاید به صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها، فکرها و سلیقه‌های دیگران؛
۵. کارکرد تبلیغ محتوا؛
۶. ارتباط مجازی مستمر و سالم با دوستان و آشنایان؛
۷. تبلیغ و توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی؛
۸. یکپارچه سازی بسیاری از امکانات اینترنتی و وبی؛
۹. توسعه مشارکت‌های مفید اجتماعی؛
۱۰. افزایش سرعت در فرایند آموزش و ایجاد ارتباط شبانه روزی میان استاد و شاگرد؛
۱۱. افزایش اعتماد، صمیمیت و صداقت در فضای سایبر (سلیمانی پور، ۱۳۷۹: ۱۹-۱۴)

نظریه استفاده و خشنودی

نظریه استفاده و خشنودی در صدد پاسخگویی به این پرسش است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن‌ها را برای چه منظوری به کار می‌برند؟ این نظریه علت اصلی استفاده مردم از رسانه‌ای خاص را با دلایل کارکردی توضیح می‌دهد و برای مخاطبان نیازهایی را متصور می‌شود که افراد برای رفع آنها به رسانه‌ها روی می‌آورند. حال چنانچه رسانه مورد نظر بتواند نیاز فرد را به خوبی رفع کند و بین محتوای رسانه‌ای و نیاز فرد همخوانی وجود داشته باشد، فرد ارضا و خشنود می‌شود و در غیر این صورت، نیاز وی ارضا نشده باقی می‌ماند و وی از رسانه مورد نظر رویگردان می‌شود. این نظریه بر دو عامل پویایی مخاطب و چند متغیر بودن فرایند ارتباط متکی است. فرض اصلی نظریه استفاده و رضامندی این است که افراد مخاطب، کم و بیش به دنبال

محتوایی هستند که بیشترین رضایت را فراهم کند. درجه این رضایت بستگی به نیازها و علائق فرد دارد (امیرپور و بهرامیان، ۱۳۹۲: ۱۲۱).

با بهره‌گیری از اصول این نظریه می‌توان گفت حضور کاربران جوان در شبکه‌های اجتماعی، انگیزه‌ها و اهداف متفاوتی را دنبال می‌کند. آنها بر اساس انگیزه‌ها و منافع خود از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند و فعال هستند و اگر با منافع و انگیزه‌های آن‌ها متناسب نباشد، از شبکه رویگردان می‌شوند و شبکه اجتماعی تأثیری بر سبک زندگی آن‌ها نخواهد داشت. کاربران بر اساس بافت اجتماعی خود به خصوص پایگاه اقتصادی- اجتماعی و میزان تحصیلات، انگیزه‌ها و اهدافی را به صورت هدفمند و مشخص در استفاده از شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند و بر این اساس بازخوردهای متفاوتی را از شبکه‌های اجتماعی می‌گیرند و در عواطف، ارزش‌ها و شناخت‌های خود از آن‌ها بهره می‌برند.

نظریه ساخت یابی

نظریه ساخت یابی، ازجمله نظریه‌های مهم علوم ارتباطات اجتماعی است که در زمینه بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر جوانان از این نظریه می‌توان استفاده کرد. به منظور درک بهتر نظریه و چگونگی استفاده از آن در تحقیق به اختصار به این رویکرد نظری می‌پردازیم.

گیدنز با ارائه نظریه ساخت یابی در واقع تلفیقی از نظریه خرد و کلان را به وجود آورد و از ساختار و عاملیت یا کردار اجتماعی در نظریه خود استفاده کرد. بر اساس این نظریه، هر چند ساختارها توسط کنش و کردارهای اجتماعی آدمیان ساخته می‌شود، ولی در برخی مواقع رفتار و کنش آدم‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و همین طور، کنش و کردار آدمیان بر روی ساختارها تأثیر می‌گذارند و باعث تغییر، تولید و باز تولید آنها می‌شوند. در نظریه ساخت یابی، فرد و ساخت نظام اجتماعی در زمان و مکان به همدیگر ارتباط پیدا می‌کنند- قلمرو مطالعات علوم اجتماعی، بررسی اعمال اجتماعی است که در پهنه زمان و مکان نظم پیدا کرده اند (استونز، ۱۳۷۹: ۲۴۳).

طبق نظریه ساخت یابی، عامل انسانی و ساخت در ارتباط با یکدیگر قرار می‌گیرند؛ تکرار رفتارهای افراد، ساختارها را بازتولید می‌کند و به واسطه همین بازتولید ساختارها از سوی کنش انسانی، ساختارها برای کنش انسان‌ها محدودیت ایجاد می‌کنند. ساختار اجتماعی عمدتاً ناشی از فعالیت‌های روزمره افراد و تبعیت از قاعده است و ساختار به آن قواعدی برمی‌گردد که در چنین کنشی نهفته است (کرایب، ۱۳۸۱: ۱۴۴) به بیان دیگر، این انسان‌ها هستند که ساختارها را می‌سازند، ولی این کار را تحت شرایط انتخابی شان انجام نمی‌دهند، بلکه این تولید و باز تولید ساختار را تحت شرایط و موقعیت‌هایی که مستقیماً با آن روبرو می‌شوند و از گذشته به آن‌ها منتقل شده است، انجام می‌دهند. به این ترتیب، گیدنز بر فراگردی دیالکتیکی تأکید می‌کند که طی آن ساختار و آگاهی ساخته می‌شوند. به همین دلیل است که وی رابطه عاملیت و ساختار را به صورت فراگردی، پویا و تاریخی در نظر می‌گیرد. (ریتزر، ۱۳۸۳: ۷۰۲)

بر اساس نظریه ساخت رفتار، انسان همیشه در معرض یک انگیزه پر قدرت ناخودآگاهانه، یعنی نیاز به تأمین امنیت وجودی است. امنیت وجودی به وضعیت ذهنی راحت و مناسبی اشاره دارد که در آن فرد به فعالیت‌های بدیهی، در محیطی آشنا و به همراه افراد دیگری که تهدیدی برای او به وجود نمی‌آورند، مشغول است. به طور خلاصه، زمانی که فرد می‌داند چگونه به کار خود ادامه دهد بدون آنکه وقفه و مزاحمتی برای او به وجود آید،

حالت ذهنی و روانی بر وی بروز می‌کند که این حالت همان امنیت وجودی است. چنانچه این فرد بازیگر و عامل، به طور کلی توانایی ادامه فعالیت را از دست بدهد- وضعیتی که ممکن است پیامد زلزله‌ای باشد که به لحاظ اجتماعی همه را فلج کرده یا ناشی از جراحی باشد که فرد را به لحاظ جسمی فلج کرده است- در چنین وضعیتی فرد احساس درماندگی، نگرانی و بی‌ثباتی کامل می‌کند و این حالت ادامه پیدا می‌کند تا فرد دوباره گرفتار شیوه زندگی تهدید و به خطر افتادن امنیت وجودی شود. (استونز، ۱۳۸۲: ۴۳۱-۴۳۰)

با توجه به نظریه ساخت یابی گیدنز، به نظر می‌رسد اگر در جامعه امنیت وجودی نباشد و فرد و عامل به طور کلی توانایی ادامه فعالیت نداشته باشد یا به دلیل مشکلات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی نتواند در جامعه به بیان عقاید، اندیشه‌ها، رفتار و احساسات خود بپردازد و به طور کلی امنیت وجودی نداشته باشد، در چنین شرایطی فرد احساس درماندگی، نگرانی و بی‌ثباتی کامل می‌کند و در صدد پیدا کردن راه حلی بر می‌آید که یکی از این راه حل‌هایی که جوانان به آن پناه می‌برند- باتوجه به قابلیت‌ها و جذابیت‌هایی که دارند- شبکه‌های اجتماعی هستند. با استفاده از نظریه ساخت یابی گیدنز می‌توان استنباط کرد که هرچه کاربران به فعالیت بازتابانه و مشارکت جویانه در شبکه اجتماعی بپردازند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیر پذیری آن‌ها بیشتر است، ولی هرچه کاربران منفعل و غیر مشارکت جویانه در شبکه اجتماعی حضور یابند، بیشتر در بازتولید معنا سهیم هستند و احتمال تأثیر پذیری آن‌ها کمتر خواهد بود.

ظهور شبکه‌های اجتماعی به مثابه بستر امر اجتماعی نوین

امروزه شبکه‌های نوین مجازی، تجربه‌هایی از فرهنگ غیر خودی را به دم دست‌ترین نقطه زیست هر انسان آورده و از درون، چشم اندازه‌ها و منظرهای آنان را تحت تأثیر فرآورده‌های خود قرار داده است و نظام دانایی و صدقی آنان را خدشه دار می‌کند. در نظام نوین اجتماعی، پس از رسانه‌ای شدن چت روم‌ها^۱ یا میدان‌های چند کاربردی مجازی به مثابه شبکه‌های اجتماعی پر طرفدار، مرزهای تازه‌ای در شکل‌گیری خرده فرهنگ‌ها و ارزش و هویت‌های شخصی ایجاد شده است.

می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی نوین به علت دارا بودن خصلت‌هایی همانند گمنامی، سرعت ارتباطات و سیال بودن، پیامدهای گسترده‌ای بر روابط جنسیتی، الگوهای ارتباطی، دوست یابی و تقویت نوعی روابط و نظام کنش اجتماعی غیر وابسته به زمان و مکان داشته‌اند.

جامعه شبکه‌ای، اشکال نوین و بدیعی را از تعبیر صورت‌بندیها و مناسبات اجتماعی خلق می‌کند، زیرا برای بیشتر افراد و گروه‌های اجتماعی، جامعه شبکه‌ای بر مبنای جدایی نظام مند از هنجارهای رسوخ یافته اجتماعی است. بنابراین می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی نوین (پسا رسانه‌ای) به مثابه بستر امر اجتماعی آکنده از «فرصت و تهدید» هستند؛ آکنده از انومی اجتماعی است و کنشگران اجتماعی را در نظام کنش اجتماعی با نوعی نظم در بی‌نظمی مزمن و تیرگی و خاکستری سازی نقش‌ها روبه‌رو کرده است.

به تعبیر بودریار، در این دنیای نوین به جای تجربه مستقیم و شناخت مصداق عینی یا متداول یک رویداد، نگاه‌ها یا معنی دهنده‌ها به جای آن می‌نشینند و به جای صفحه و آینه، بازتاب دهنده صفحه و شبکه وانموده و فراواقعیتی به نام وانمایی جایگزین شده است (ساراپ، ۱۳۸۲: ۲۲۲)

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به شیوه کیفی و از نوع پدیدارشناسی است. هدف تحقیق پدیدارشناسی، درک ماهیت ذهنی تجربه زنده از دیدگاه کسانی است که آن را تجربه کرده اند. این امر از طریق کشف معانی ذهنی و توضیحاتی که افراد در مورد تجربه هایشان می دهند، صورت می گیرد (مرادی پردنجانی و صادقی، ۱۳۹۳) پدیدار شناسی، اساساً به جهان، آنچنان که به وسیله یک فرد زیسته و تجربه می شود، می نگرد نه جهان یا واقعیتی که چیزی جدای از انسان باشد. بنابراین پدیدارشناسی می کوشد تا معانی و تجربیات انسان را آنچنان که در زندگی روزمره تجربه می شوند، توصیف کند.

مشارکت کنندگان در این تحقیق، دانشجویانی هستند که حداقل در سه ماه گذشته، تجربه عضویت و فعالیت در یکی از شبکه های اجتماعی پیام رسان را داشته باشند. به عبارت دیگر، در این تحقیق از روش نمونه گیری هدفمند جهت انتخاب مشارکت کنندگان استفاده شده است. مشارکت کنندگان در پژوهش حاضر، در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ در دانشگاه هرمزگان مشغول به تحصیل بوده اند. از آنجا که در پژوهش های کیفی از ابتدا نمی توان حجم نمونه را تعیین نمود، لذا در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه (۱۶ نفر)، از اشباع نظری داده ها استفاده شده است. به این معنی که فرایند انتخاب افراد نمونه تا جایی ادامه یافت که دیگر داده یا مفهوم تازه ای به وجود نیامد. برای گردآوری داده ها از مصاحبه های نیمه سازمان یافته استفاده شد؛ بدین صورت که پس از پیاده کردن هر مصاحبه و حصول اطمینان از دقت داده ها، متن مصاحبه ها مورد تجزیه و تحلیل قرار می گرفت و مقوله های تحقیق تعیین می شد.

یافته های پژوهش

در پژوهش حاضر، پس از تجزیه و تحلیل داده های حاصل از مصاحبه ها، مقوله های اصلی زیر استخراج گردید:

الف) انگیزه کاربران جهت فعالیت در شبکه های اجتماعی

شرکت کنندگان در پژوهش مقوله هایی مانند عدم وجود برنامه های فرهنگی جذاب، کمبود امکانات رفاهی و تفریحی و سردرگمی و بی برنامه گی در اوقات فراغت را از دلایل روی آوردن به شبکه های اجتماعی بیان کرده اند:

- عدم وجود برنامه های فرهنگی جذاب

تعدادی از شرکت کنندگان دلیل تمایل خود را به استفاده از شبکه های اجتماعی، عدم وجود فضاها و برنامه های فرهنگی مناسب برای جوانان و همچنین جذابیت نداشتن برنامه های فرهنگی در سطح دانشگاه بیان کردند. یکی از شرکت کنندگان اظهار می کرد:

«وقتی جوان برنامه مورد نظرش را در شهر پیدا نمی کند، چاره ای جز پناه بردن به موبایل و تبلت ندارد. اگر برنامه های فرهنگی مانند پخش فیلم های روز و جدید وجود داشته باشد، ما کمتر به موبایل وابسته می شویم و کانال های مختلف را چک می کنیم». (شاهین، ۲۱ ساله)

شرکت کننده دیگری می گفت: «کارهای فرهنگی ما چه در شهر و چه در دانشگاه اصلاً جذابیت ندارد و همش تکراری است. ولی توی تلگرام همیشه منتظر پست های جدیدیم». (حسین، ۲۲ ساله)

- فراهم نبودن امکانات تفریحی مناسب

برخی از شرکت کنندگان، به فراهم نبودن شرایط و امکانات تفریحی مناسب برای پر کردن اوقات فراغت اشاره داشتند. شرکت کننده دختری که در خوابگاه سکونت داشت اظهار می‌کرد:

«هیچ وسیله تفریحی یا رفاهی وجود ندارد. فقط می‌توانیم برویم سالن تلویزیون، تلویزیون تماشا کنیم که آن هم شلوغ است. اگر امکانات دیگری بود، می‌توانستیم انتظار داشته باشیم دختران کمتر توی فضای مجازی باشند». (زهره، ۲۱ ساله)

فرد دیگری اظهار می‌داشت: «من جوان باید بتوانم انرژی‌م را یک جایی تخلیه کنم. اگر خودمان را با ورزش و تفریحات دیگر سرگرم کنیم، کمتر فرصت کار با موبایل و تلگرام داریم. نه باشگاهی، نه وسیله ورزشی، هیچ». (سمیرا، ۲۲ ساله)

۹۲

ب) کارکردهای مثبت شبکه‌های اجتماعی

شرکت کنندگان در اظهاراتشان به اثرات مثبت و کارآمدی شبکه‌های اجتماعی به خصوص برای جوانان اشاره می‌کردند. شرکت کنندگان بر این باور بودند که شبکه‌های اجتماعی، بستری را برای برقراری تعاملات اجتماعی آسان و کم هزینه به ویژه برقراری تعاملات علمی برای جوانان و همچنین امکانی برای بالا بردن دانش عمومی و تخصصی افراد فراهم می‌کند. به زعم شرکت کنندگان در این تحقیق در جامعه امروزی که امکان برقراری تعاملات چهره به چهره کاهش یافته است، شبکه‌های اجتماعی با فرصت تعاملی چند رسانه‌ای که دارند، می‌توانند جایگزین مناسبی برای تعاملات رو در رو باشد. استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای افراد به ویژه جوانان ضرورت بیشتری دارد، چون باعث رشد و افزایش آگاهی آنان می‌شود. در واقع، نمی‌توان اثرات مثبت آن را نادیده گرفت. اغلب شرکت کنندگان در این پژوهش به سهولت برقراری ارتباطات اجتماعی از طریق شبکه‌های اجتماعی اشاره داشتند. یکی از شرکت کنندگان در این پژوهش که دو دستگاه گوشی هوشمند را به طور هم زمان مورد استفاده قرار می‌داد، اظهار می‌کرد:

«به راحتی آب خوردن با دوستانم و با خانواده ام ارتباط دارم. دیگه چی از این بهتر! هر چیزی که بخوام از طریق همین گوشی و برنامه هاش پیدا می‌کنم. همیشه هم آنلاینم. تازه خیلی از چیزهایی هم که نمی‌دانیم، یاد می‌گیریم». (سمیه، ۲۱ ساله)

دیگری اظهار می‌کرد: «این شبکه‌های اجتماعی واقعا کار را راحت کرده؛ جزوه، عکس، فیلم و هر چیزی را می‌فرستیم، خیلی راحت. همیشه هم از همه جا با خبریم». (سجاد، ۲۲ ساله)

یکی دیگر از خانم‌ها می‌گفت: «از طریق همین شبکه‌های اجتماعی با دوستم که در شهر شیراز بود، یک پاورپونت برای ارائه در یکی از کلاس‌ها تهیه کردیم. بستگی به خود آدم داره که چه جوری استفاده کنه». (زهره، ۲۱ ساله)

ج) کارکردهای منفی شبکه‌های اجتماعی

به موازات اثرات مثبتی که شرکت کنندگان در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کردند، به اثرات منفی شبکه‌های اجتماعی مانند بکار بردن الفاظ و ادبیات نامناسب، ایجاد اختلاف بین اعضای خانواده، وقت گیر بودن، اعتیاد آور بودن و ایجاد روحیه مصرف گرایی نیز توجه داشتند؛ به گونه‌ای که اغلب شرکت کنندگان اثرات

منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی را بیشتر از اثرات مثبت آن می‌دانستند. در زیر به مضمون‌هایی که در بر گیرنده اثرات منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌باشد، اشاره می‌شود:

استفاده از ادبیات نامناسب

اغلب شرکت کنندگان بیان می‌کردند که در شبکه‌های اجتماعی می‌توان به راحتی هر گونه پستی را - حتی پست‌هایی که حاوی برخی از جوک‌ها، تصاویر و الفاظ زشت و رکیک است - گذاشت. شرکت‌کننده‌ای اظهار می‌داشت:

«گاهی وقت‌ها برایم جوک‌های بد می‌فرستند که من خوشم نمی‌آید. حتی به همین دلیل از یکی از گروه‌ها لغت دادم، ولی چه کار کنم، همین‌ه دیگه.» (محدثه، ۲۲ ساله)

شرکت‌کننده دیگری نیز می‌گفت: «بعضی هر پیام زشتی را توی گروه می‌گذارند که از نظر من خوب نیست و بی ادبی است. این کارها فرهنگ ما را زیر سوال می‌برد. من به بچه‌های گروه می‌گویم که از این پیام‌ها نفرستند.» (مریم، ۲۰ ساله)

اختلاف بین اعضای خانواده

یکی از مواردی که مشارکت کنندگان در اظهاراتشان به آن اشاره داشتند، توجه نکردن به صحبت‌های دیگران در هنگام استفاده افراد از موبایل و شبکه‌های اجتماعی بود. به زعم برخی از شرکت‌کنندگان این موضوع موجب بروز درگیری لفظی و اختلاف بین افراد و بویژه اعضای خانواده می‌شود.

شرکت‌کننده‌ای می‌گفت: «یک بار داشتم با دوستم پی‌ام می‌دادیم. مادرم چندبار من را صدا زد و من هی بهش می‌گفتم، الان می‌آیم و باز نمی‌رفتم تا اینکه مادرم عصبانی شد و گوشی را از دستم گرفت و پرتش کرد. تا دو روز از دستم ناراحت بود.» (سمیه، ۲۱ ساله)

شرکت‌کننده دیگری اظهار می‌کرد: «من همیشه سرانجام کارهای خونه با خواهرم حرفمون می‌شه، چون توی خونه هیچ کاری نمی‌کنه و فقط با تبلتش ور می‌ره.» (مریم، ۲۰ ساله)

وقت گیر و اعتیاد آور بودن

با استفاده نامتعارف و بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی، به تدریج افراد وقت کمتری برای انجام امور روزمره و ارتباط با دیگران اختصاص می‌دهند؛ به گونه‌ای که حتی اگر به صورت فیزیکی در کنار هم و در یک مکان حضور داشته باشند، فعالیت ممتد آنها در فضای مجازی آنها را از همدیگر دور می‌کند. بنا بر اظهار برخی از شرکت‌کننده‌ها حتی زمانی که در کنار همدیگر هستند، از طریق فضای مجازی با هم ارتباط برقرار می‌کنند. شرکت‌کننده‌ای اظهار می‌کرد:

«وقتی تو نتم، متوجه ساعت نیستم. از درس هم می‌افتم. به این کار عادت کردم. دوست دارم همیشه تو نتم باشم.» (سوده، ۲۳ ساله)

مشارکت‌کننده دیگری می‌گفت: «روزهای اول خیلی برایم سرگرم‌کننده بود. چند برنامه نصب کرده بودم و از همشون استفاده می‌کردم. اما حالا بقیه کمتر پیام می‌دهند. من همش چک می‌کنم و منتظر پیام‌هایشان هستم. معتاد شدم. بعضی وقت‌ها که بقیه پیام نمی‌دهند، آدم کلافه می‌شه، دپرس می‌شه.» (حسین، ۲۲ ساله)

مصرف گرایی

استفاده از شبکه‌های اجتماعی به موازات برقراری تعاملات مجازی، خود به عنوان یکی از بسترهای تبلیغاتی،

کاربران را به مصرف و خرید کالاهای خاص سوق می‌دهد. مشارکت‌کننده‌ای اظهار می‌کرد: «در گروهی که عضو بودم، تقریباً همه اعضای گروه از خوب بودن کرم ضد آفتاب ... تعریف می‌کردند. بعد از چند روز من هم رفتم آن را خریدم.» (سوده، ۲۳ ساله)

شرکت‌کننده دیگری می‌گفت: «من و دوستانم، همه رفتیم کفش اسپورتنی که تو گروه گذاشته بودند خریدیم.» (حسین، ۲۲ ساله)

بحث و نتیجه‌گیری

با توسعه اینترنت، پیدایش شبکه‌های اجتماعی مجازی هم آغاز گردید. اینک، این شبکه‌ها جزء جدایی‌ناپذیری از زندگی بسیاری از دانشجویان شده و بر همه جوانب زندگی آنها تأثیر گذاشته است. استفاده از این شبکه‌های مجازی، سبک زندگی دانشجویان را دچار تغییراتی کرده که با وجود فوائد فراوان، عاملی تهدیدکننده نیز به حساب می‌آید.

در مطالعه حاضر، دانشجویان دلیل تمایل خود را به استفاده از شبکه‌های اجتماعی، عدم وجود فضاها و برنامه‌های فرهنگی مناسب برای جوانان و همچنین جدایی‌ناداشتن برنامه‌های فرهنگی در سطح دانشگاه بیان کردند. برخی از شرکت‌کنندگان، به فراهم نبودن شرایط مناسب و امکانات تفریحی مناسب برای پر کردن اوقات فراغت اشاره داشتند.

شرکت‌کنندگان در اظهاراتشان به اثرات مثبت و کارآمدی شبکه‌های اجتماعی به خصوص برای جوانان اشاره می‌کردند و بر این باور بودند که شبکه‌های اجتماعی، بستری را برای برقراری تعاملات اجتماعی آسان و کم‌هزینه به ویژه برقراری تعاملات علمی برای جوانان و همچنین امکانی برای بالا بردن دانش عمومی و تخصصی افراد فراهم می‌کند. در جامعه امروزی که امکان برقراری تعاملات چهره به چهره کاهش یافته است، شبکه‌های اجتماعی با فرصت تعاملی چند رسانه‌ای که دارند، می‌توانند جایگزین مناسبی برای تعاملات رو در رو باشند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای افراد به ویژه جوانان ضرورت بیشتری دارد، چون باعث رشد و افزایش آگاهی آنان می‌شود و نمی‌توان اثرات مثبت آن را نادیده گرفت. این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که سهولت برقراری ارتباطات اجتماعی از طریق شبکه‌های اجتماعی غیر قابل انکار است.

به موازات اثرات مثبت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، اثرات منفی شبکه‌های اجتماعی مانند بکار بردن الفاظ و ادبیات نامناسب، ایجاد اختلاف بین اعضای خانواده، وقت گیر بودن، اعتیاد آور بودن و ایجاد روحیه مصرف‌گرایی نیز مورد توجه بوده است؛ به گونه‌ای که اغلب دانشجویان اثرات منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی را بیشتر از اثرات مثبت آن می‌دانستند. همچنین می‌توان اضافه کرد که در شبکه‌های اجتماعی می‌توان به راحتی از هر گونه پستی - حتی پست‌هایی حاوی برخی از جوک‌ها، تصاویر و الفاظ زشت و رکیک - استفاده نمود. توجه نکردن به صحبت‌های دیگران در هنگام استفاده افراد از موبایل و شبکه‌های اجتماعی، به زعم افراد مورد بررسی موجب بروز درگیری لفظی و اختلاف بین افراد و بویژه اعضای خانواده می‌شود.

با استفاده نامتعارف و بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی، به تدریج افراد وقت کمتری برای انجام امور روزمره و ارتباط با دیگران اختصاص می‌دهند؛ به گونه‌ای که حتی اگر به صورت فیزیکی در کنار هم و در یک مکان حضور داشته باشند، فعالیت ممتد آنها در فضای مجازی آنها را از همدیگر دور می‌کند. بنا بر اظهار برخی از شرکت

کننده‌ها حتی زمانی که در کنار همدیگر هستند، از طریق فضای مجازی با هم ارتباط برقرار می‌کنند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی به موازات برقراری تعاملات مجازی، خود به عنوان یکی از بسترهای تبلیغاتی، کاربران را به مصرف و خرید کالاهای خاص سوق می‌دهد.

به طور کلی، مفهوم زندگی وابسته به فضای مجازی از نظر کاربران آن ورود به دنیای ایده آل مجازی و غرق شدن در سراب وابستگی، تغییر در عادات زندگی، زندانی شدن در تنهایی و لطمات جسمی و روانی است. فضای مجازی به علت داشتن ویژگی منحصر به فرد از قبیل محتوای تحریک آمیز، سهولت دسترسی و سادگی کارکرد ممکن است اعضای خانواده به خصوص جوانان را به بیراهه و وابستگی به فضای کاذب بکشاند. این صدمات و پیامدهای جبران ناپذیر، کاهش روابط خانوادگی، تنهایی و آسیب‌های جسمی و روانی هستند. هر نوع خدشه بر پیکره خانواده ممکن است سلامت جامعه را در معرض خطر قرار دهد.

ماهیت منحصر به فرد شبکه‌های اجتماعی، نوع استفاده در خلوت و همچنین فقدان نظارت والدین و بعضاً استفاده زیاد خود والدین از این ابزار، دانشجویان را به سمت استغراق در شبکه عظیم مجازی سوق می‌دهد و موجب ایجاد عوارض بسیاری می‌شود. امکانات وسیع دنیای مجازی به حدی است که تمامی افراد خانواده به خصوص جوانان در هر سن و هر نوع تفکر و سلیقه مجذوب و معطوف خود می‌کند.

بنابراین لزوم اتخاذ راهکارهای عملی جهت استفاده هدفمند از این شبکه‌ها و نیز آشنا سازی دانشجویان با عواقب وابستگی به شبکه‌های اجتماعی کاملاً ضروری به نظر می‌رسد. همچنین، برنامه ریزی‌های مناسب توسط مسئولان امور آموزشی، پژوهشی و بهداشتی و فرهنگ سازی استفاده صحیح از این تکنولوژی در جامعه پیشنهاد می‌شود. موفقیت در حل این مشکل می‌تواند به کاهش عوارض ناشی از آن کمک کند و موجب استفاده صحیح از این تکنولوژی با ارزش شود.

پیشنهاد می‌گردد در کنار ارائه انواع حمایت‌ها اعم از حمایت اطلاعاتی، حمایت مالی، مشورتی و عاطفی، اقدامات آموزشی از قبیل آموزش مهارت‌های زندگی جهت بالا بردن سطح توانایی تصمیم گیری، حل مسئله، برقراری رابطه موثر و همچنین توانایی خود آگاهی و مقابله با هیجانات و استرس در دانشگاه‌ها انجام شود.

همچنین پیشنهاد می‌گردد برنامه ریزان اجتماعی، فضای دانشگاه را به گونه‌ای طراحی کنند که دانشجویان به صورت داوطلبانه و خودجوش وارد برنامه‌های مشارکتی شوند و حضور خود را فعال تر نمایند، چرا که گستردگی این فعالیت‌ها باعث می‌شود که دانشجویان روابط خود را در حوزه‌های مختلف فردی، خانوادگی و اجتماعی بهبود بخشند. علاوه بر این که این مشارکت، فرایند اجتماعی شدن آنان را به صورت تکاملی بهبود می‌بخشد.

منابع

- الیاسی، مجید؛ پرده دار، فاطمه؛ ترشیزی، سود؛ خوش فر، غلامرضا و دنکو، مجید. (۱۳۹۰). «بررسی عوامل مؤثر بر مصرف کالاهای فرهنگی در بین جوانان». جامعه پژوهی فرهنگی. سال ۲، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، صص ۷۶-۵۵.
- پاشایی، فاطمه؛ نیک بخت نصرآبادی، علیرضا و توکل، خسرو. (۱۳۸۷). «تجربه جوانان از زندگی با اینترنت: مطالعه کیفی». مجله علوم رفتاری. دوره ۲، شماره ۴، صص ۳۳۷-۳۳۳.
- ذکایی، محمدسعید و حسینی، محمد حسین. (۱۳۹۴). «گونه شناسی کاربران رسانه‌های اجتماعی». فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی. سال پنجم، شماره ۱۷، زمستان ۱۳۹۴، صص ۶۳-۳۷.
- مکی زاده، فاطمه. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه یزد». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال ۲۲ (پیاپی ۸۲)، تابستان ۱۳۹۴، صص ۱۴۰-۱۲۳.
- عدلی پور، صمد؛ قاسمی، وحید و میرمحمدتبار، سیداحمد. (۱۳۹۳). «تأثیر شبکه اجتماعی فیسبوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره هفتم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳، صص ۲۸-۱.
- خدایاری، کلثوم؛ دانشور حسینی، فاطمه و سعیدی، حمیده. (۱۳۹۳). «میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد)». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. ۲۱، (۱)، صص ۱۹۲-۱۶۷.
- کلانتری، عبدالحسین و حسینی، حسین. (۱۳۸۷). «رسانه‌های نوین و زندگی روزمره: تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان». رسانه. شماره ۷۶، صص ۱۳۶-۱۱۹.
- ساراپ، مارن. (۱۳۸۲). «مقدمه‌ای بر پسا ساختارگرایی». محمد رضا تاجیک. تهران: نشر نی
- سلیمانی پور، روح الله. (۱۳۸۹). «شبکه‌های اجتماعی؛ فرصت‌ها و تهدیدها، اطلاع رسانی و کتابداری». ره‌آورد نور. شماره ۳۱، صص ۱۹-۱۴.
- امیریور، مهناز و بهرامیان، شفیع. (۱۳۹۲). «مبانی کلی نظریه‌های ارتباط جمعی». تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- استونز، راب. (۱۳۷۶). «متفکران بزرگ جامعه شناسی». مهرداد میردامادی. تهران: نشر مرکز
- کرایب، یان. (۱۳۸۱). «نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس». عباس مخبر. تهران: نشر آگه
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۳). «نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر». محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- مرادی پردنجانی، حجت الله و صادقی، ستار. (۱۳۹۳). «پدیدارشناسی؛ رویکردی فلسفی، تفسیری و روش شناختی به مطالعات کارآفرینی». دوفصلنامه مطالعات روششناسی دینی، سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۳، صص ۷۲-۶۲.
- Chien, Y., & Yuen, K. (2013). "Impact of virtual social networks in community health". Health and Social Behavior, 44, 275-291.
- Fallahi, V. (2011). "Effects of ICT on the youth: A study about the relationship between internet usage and social isolation among Iranian students". Procedia - Social and Behavioral Sciences, 15, 394-8.
- Li, L.H., Zhang L.P., Liu, Z. I. (2010). "Impact of emotional intelligence on internet addiction disorder among students at a college in weifang". Preventive Medicine Tribune; 16(9): 6-9.
- Tyler, T. (2012). "Social networking and Globalization, Mediterranean". Journal of Social Sciences, Vol. 4, No. 6
- Taysr, R., & Shouiter, W. (2014). Virtual social networks, scientific and social impact on public health students. Handbook of Social Network Technologies and Applications, New York: Springer.



بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر آمادگی سازمان برای پیاده سازی مدیریت دانش در وزارت ورزش و جوانان

معصومه محمدحسن^۱

امیربابک مرجانی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۳/۲۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۵/۱

سرمایه اجتماعی مانند سرمایه‌های دیگر، بستر مناسب را برای دسترسی به فرصت‌ها و اهداف زندگی آماده می‌سازد و یکی از منابع مهم موفقیت سازمانی و اجتماعی محسوب می‌شود. در عصر حاضر، مدیران برای توسعه، بیشتر از آنکه به سرمایه‌های فیزیکی و انسانی نیازمند باشند، به سرمایه اجتماعی نیاز دارند. هدف اصلی این تحقیق، بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر آمادگی سازمان برای پیاده سازی مدیریت دانش در وزارت ورزش و جوانان بوده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه کارکنان بخش ستادی وزارت ورزش و جوانان تشکیل می‌دهند که تعداد آنها ۴۸۰ نفر بود. حجم نمونه براساس فرمول نمونه‌گیری کوکران برابر ۲۱۴ نفر تعیین شد. در این تحقیق به منظور سنجش متغیرهای تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است که روایی این پرسشنامه از طریق روایی محتوایی و پایایی آن بر اساس ضریب آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. در بررسی روابط نیز از تحلیل مسیر در قالب مدل یابی معادلات ساختاری و نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج این بررسی‌ها نشان داده است که بین بعد رفتاری سرمایه اجتماعی و ابعاد تولید، انتشار، ذخیره‌سازی و به کارگیری دانش رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین، رابطه معنی‌داری بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و ابعاد تولید، انتشار، ذخیره‌سازی و به کارگیری دانش مشاهده می‌شود. بنابراین، فرضیه اصلی تحقیق مبنی بر رابطه دار بودن دو متغیر سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش مورد تأیید قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی، مدل یابی معادلات ساختاری و وزارت ورزش و جوانان

۱. کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، گروه مدیریت اجرایی، واحد الکترونیکی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. عضو هیأت علمی، گروه مدیریت اجرایی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

دنایای کسب و کارهای کنونی به شدت در حال تغییر است. سرعت این تغییر به صورتی است که گاهی ماهرترین مدیران نیز نمی توانند پیش بینی های لازم را برای انطباق با این تغییرات اعمال نمایند (ماتوسیاک و همکاران، ۲۰۱۷).

هولت آمادگی را پیش نیاز ضروری برای سازمان برای اینکه در مواجهه با تغییر سازمانی موفق باشد، تعریف کرده است. پیاده سازی مدیریت دانش مستلزم این است که عوامل سازمانی مختلف از جمله: ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، تکنولوژی و منابع انسانی ویژگی های خاصی داشته و از انسجام لازم برخوردار باشند. بنابراین، ناهماهنگی در بین این عوامل، مانع پیاده سازی موفقیت آمیز مدیریت دانش خواهد بود. به بیان دیگر، شناخت عوامل سازمانی از حیث ویژگی های لازم برای پیاده سازی مدیریت دانش می تواند بنیان مستحکمی را برای اقدامات بعدی در این راستا فراهم سازد (هولت، ۲۰۱۲). مدیریت دانش به یک محیط فناوری مؤثر برای خودکار کردن فرایندها و پشتیبانی از هماهنگی و نظم وابسته است. مدیریت دانش، فرصت مناسبی را برای بهسازی عملکرد کارکنان، ارتقای تصمیم گیری، بهبود اثربخشی و کارایی سازمان، بهبود روند نوآوری و خلاقیت، تسریع خدمات رسانی به جامعه در اختیار سازمان ها قرار می دهد.

حال این سؤال مطرح می شود که این سطح از تغییرات را چگونه می توان پوشش داد و براستی راهکار مدیران موفق برای آن چه می باشد؟

وزارت ورزش و جوانان به عنوان یک وزارتخانه بزرگ در ایران، حجم بالایی از نیروی انسانی را چه در حوزه کارکنان فعلی و چه در حوزه خدمات گیرندگان این وزارتخانه (جوانان و ورزشکاران) - که از سرمایه های بالای این مجموعه هستند - دارا می باشد. اما، اجرای مدیریت دانش در مجموعه فوق همانند بسیاری از مجموعه های دولتی با مشکلات متعددی روبه رو بوده است که به نظر محقق می توان یکی از زمینه های اصلی این موضوع را در حوزه سرمایه اجتماعی متصور بود. در این زمینه معمولاً دانش ایجاد شده توسط کارکنان در یک مسیر سیستماتیک در سازمان جریان نمی یابد و افراد کمتر حاضر به انتقال این دانش و در نهایت کاریست آن می باشند. با این حال در برخی موارد نیز این فرآیند انجام می شود، اما اثربخشی لازم را در سازمان ندارد که به نظر می رسد این موضوع را باید بیشتر در مباحث اجتماعی دنبال نمود.

در همین ارتباط باید بیان نمود که در وزارت ورزش و جوانان ثبت تجربیات انجام نمی شود. مشکل حاضر وزارت ورزش و جوانان این است که تجربیات و دانش مدیران و کارشناسان وزارت در حوزه های مختلف ثبت و ضبط نمی شود و در نتیجه در اختیار دیگران قرار نمی گیرد، بنابراین، با ورود افراد جدید به وزارتخانه امکان بهره برداری از تجربیات گذشته در سیاست گذاری ها و برنامه ریزی های آتی امکان پذیر نمی باشد. این امر موجب آزمون و خطا در برنامه ریزی ها و اقدامات خواهد شد و عدم اثربخشی فعالیت ها و اقدامات طرح ریزی شده برای کارکنان و خدمات گیرندگان وزارتخانه را به همراه خواهد داشت. هم اکنون، در وزارت ورزش و جوانان برنامه ریزی و هدف گذاری خاصی برای حل این مشکل و بهبود وضعیت موجود ندارد که این امر موجب می شود که کارایی و اثربخشی سازمان نه تنها بهبود نیابد، بلکه در طول زمان با کاهش رو به رو شود.

همچنین، به علت عدم وجود سیستم ثبت و ضبط، اشتراک دانش و تجربیات توسط کارکنان انجام نمی گیرد و

به علت فقدان سیستم پاداش دهی، انگیزه و تمایلی برای اشتراک گذاری و تسهیم اطلاعات بین کارکنان وجود ندارد. عوامل دیگری که در اجرا نشدن مدیریت دانش در وزارتخانه دخیل هستند، شامل موارد زیر می باشند:

۱. فرهنگ سازمانی؛

۲. عدم شناخت مدیران ارشد نسبت به اهمیت مدیریت دانش در توسعه و بهبود عملکردهای وزارتخانه؛

۳. عدم برخورداری از فناوری مناسب و فقدان بسترهایی آموزشی مناسب در حوزه فناوری اطلاعات.

حال با طرح این موارد، این سؤال مطرح می شود که آیا مدیریت صحیح سرمایه های اجتماعی سازمان می تواند زمینه اجرای اثربخش و کارایی مدیریت دانش را در تمامی ابعاد مورد بررسی ایجاد نماید؟ و اساساً چه راهکارهایی برای دستیابی به این موضوع قابل ارائه می باشد؟

پیشینه پژوهش

موغنی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در دانشگاه علوم پزشکی شیراز» بیان نموده اند که این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی و جامعه آماری پژوهش ۱۳۰۰ نفر از کارکنان شاغل در حوزه ستادی دانشگاه علوم پزشکی شیراز بودند. پس از نمونه گیری از طریق فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۲۹۶ نفر برآورد شد. برای سنجش مؤلفه های پژوهش از دو پرسشنامه استفاده شد: پرسشنامه اول برای سنجش میزان سرمایه اجتماعی و پرسشنامه دوم، پرسشنامه استاندارد برای سنجش مدیریت دانش بود. پایایی پرسشنامه سرمایه اجتماعی از طریق ضریب آلفای کرونباخ، ۰/۶۸۲ و پایایی پرسشنامه مدیریت دانش، ۰/۸۰۳ برآورد شد و برای تعیین روایی پرسشنامه ها از نظر استادان این رشته بهره گرفته شد - داده ها براساس آمار توصیفی و استنباطی و ضریب همبستگی اسپیرمن و با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۹۰، تحلیل شد. نتایج این تحقیق نشان داده است که کارکنان رسمی با ۵۰/۵ درصد بیشترین فراوانی تحقیق را تشکیل دادند. همچنین، کارکنان دارای مدرک کارشناسی با ۵۰/۵ درصد، بیشترین فراوانی را داشتند. مقادیر به دست آمده برای همه متغیرها نشان می دهد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و ابعاد مدیریت دانش وجود دارد و با تأیید رابطه معناداری آماری، هر ۴ فرضیه فرعی تحقیق تأیید می شود.

استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «بررسی و تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری با تأکید بر نقش میانجی مدیریت دانش» بیان نموده اند که هدف از مقاله حاضر، طراحی، تدوین و ارزیابی مدل علی خلاقیت و نوآوری با تأکید بر نقش واسطه ای مدیریت دانش و تحلیل روابط فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش و رابطه مدیریت دانش با خلاقیت و نوآوری است. جامعه پژوهش را کارکنان ادارات آموزش و پرورش استان کردستان تشکیل می دهند که از این جامعه، نمونه ای با حجم ۲۷۸ کارمند با شیوه تصادفی - طبقه ای انتخاب شدند. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع همبستگی و به روش مدل یابی معادلات ساختاری است. جهت سنجش متغیرها، پرسشنامه های فرهنگ سازمانی دنیسون، سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش، خلاقیت و نوآوری به کار گرفته شدند. نتایج نشان داد فرهنگ سازمانی اثر مثبت و معناداری بر سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش دارد. همچنین، فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی اثر مثبت و معناداری بر مدیریت دانش دارند و مدیریت دانش اثر مثبت و معناداری بر خلاقیت و نوآوری دارد. از سوی دیگر، نتایج نشان می دهد خلاقیت بر نوآوری اثر مثبت و معناداری دارد. بنابراین، مدل علی خلاقیت

و نوآوری با تأکید بر نقش واسطه‌ای متغیر مدیریت دانش تأیید می‌شود. زارعی و بردبار (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ارتقای سطح مدیریت دانش در سازمان بهزیستی استان یزد» بیان نموده‌اند که در پژوهش حاضر، تلاش محققان بر آن بوده است تا با مبنای قرار دادن رویکرد ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) به مقوله سرمایه اجتماعی سازمانی، تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش در سازمان بهزیستی استان یزد را تجزیه و تحلیل کنند. جامعه آماری این تحقیق، کارکنان سازمان بهزیستی استان یزد بودند که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۸۱ نفر تعیین شدند و برای دستیابی دقیق به افراد مورد مطالعه، از روش تصادفی طبقه‌ای استفاده گردید. همچنین، برای جمع‌آوری داده‌ها، از پرسشنامه‌های استاندارد مدیریت دانش فیلیوس و همکارانش (۲۰۰۰) و سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) استفاده شد. برای تعیین پایایی ابزار گردآوری داده‌ها، از روش آلفای کرونباخ به کمک نرم افزار SPSS 15.0 استفاده گردید. یافته‌های پژوهش حاضر، حاکی از آن است که رابطه مثبت و معناداری بین مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی سازمانی وجود دارد؛ به‌طوری که بهبود مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی سازمانی به توسعه مدیریت دانش در سازمان بهزیستی استان یزد منجر می‌شود. گسترش سرمایه اجتماعی در سازمان بهزیستی استان یزد، بر توسعه مدیریت دانش تأثیر بسزایی دارد؛ به‌گونه‌ای که بهبود سرمایه اجتماعی در سازمان، موجبات کسب، خلق و انتقال دانش در سازمان را فراهم می‌آورد.

دیانی و همکاران (۱۳۹۱) در بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و میزان اجرای مدیریت دانش در کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی و علوم پزشکی مشهد بیان نموده است که سرمایه اجتماعی از طریق تسهیل، ترکیب و مبادله منابع دانشی سازمان و همچنین، با فراهم‌آوری شرایط لازم از جمله ایجاد اعتماد و تعامل بین اعضای سازمان باعث توسعه مدیریت دانش در سازمان می‌شود. از این‌رو، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و میزان اجرای مدیریت دانش، مورد توجه این پژوهش قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش را کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی و علوم پزشکی مشهد تشکیل می‌دهند. این پژوهش از نوع کاربردی بود و با روش پیمایشی انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات، دو پرسشنامه بود: پرسشنامه اول برای سنجش میزان سرمایه اجتماعی مورد استفاده قرار گرفت. این پرسشنامه بر اساس مدل «ناهایت و گوشال» (۱۹۹۸) طراحی شده است که سرمایه اجتماعی را به سه بعد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری تقسیم می‌کند. پرسشنامه دوم، توسط پژوهشگر طراحی و برای بررسی میزان اجرای مدیریت دانش در کتابخانه‌ها مورد استفاده قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد بین میزان سرمایه اجتماعی و میزان اجرای مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. از میان ابعاد مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی بیشترین ارتباط را با بُعد تولید دانش دارد و کمترین ارتباط نیز میان سرمایه اجتماعی و بعد ارائه دانش به چشم می‌خورد. همچنین، بین ابعاد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری سرمایه اجتماعی با میزان اجرای مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری برقرار است و در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بُعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بیشترین ارتباط را با میزان اجرای مدیریت دانش دارد. الوانی و همکاران (۱۳۸۶) در تحقیقی با عنوان «نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی» بیان نموده‌اند که این مقاله نقش و تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه مدیریت دانش و پنج فرایند اصلی آن شامل کسب، ثبت، خلق، انتقال و کاربرد دانش را بررسی می‌کند. جامعه آماری پژوهش را کارکنان شرکت داده‌پردازی ایران تشکیل می‌دادند و اطلاعات پژوهش با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شد. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده ماهیت متفاوت اقدامات مدیریت دانش است. بر این اساس، اقدامات سخت و اقدامات نرم مدیریت دانش از یکدیگر متمایز شده‌اند. تأثیر سرمایه اجتماعی نیز بر توسعه مدیریت دانش بسته

به ماهیت و نوع این اقدامات، متفاوت بوده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد وجود سرمایه اجتماعی در گروه‌های سازمانی شرکت داده‌پردازی ایران بر توسعه فعالیت‌های نرم مدیریت دانش (شامل فعالیت‌های انتقال و خلق دانش) تاثیرگذار بوده است. با این حال، رابطه معناداری را با توسعه فعالیت‌های سخت مدیریت دانش (شامل فعالیت‌های کسب، ثبت و کاربرد دانش) نشان نداده است.

رمدان و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان «سرمایه فکری، مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی در بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور اردن» به بررسی این موضوع در این بخش پرداخته است. در این تحقیق از ۲۸۱ سوال در قالب یک پرسشنامه استفاده شد که با بهره‌گیری از روش‌های رگرسیونی ارتباط بین متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این تحقیق نشان داده است که ارتباط معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش وجود دارد.

چویی (۲۰۱۶) به بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و رفتار انتشار دانش در آژانس‌های دولتی آمریکایی پرداخته است. در بررسی این موضوع از ابزار پرسشنامه و همچنین، تحلیل رگرسیونی استفاده شده است. نتایج این بررسی نشان داد که ارتباط معناداری بین سرمایه اجتماعی و رفتار انتشار دانش کارکنان وجود دارد.

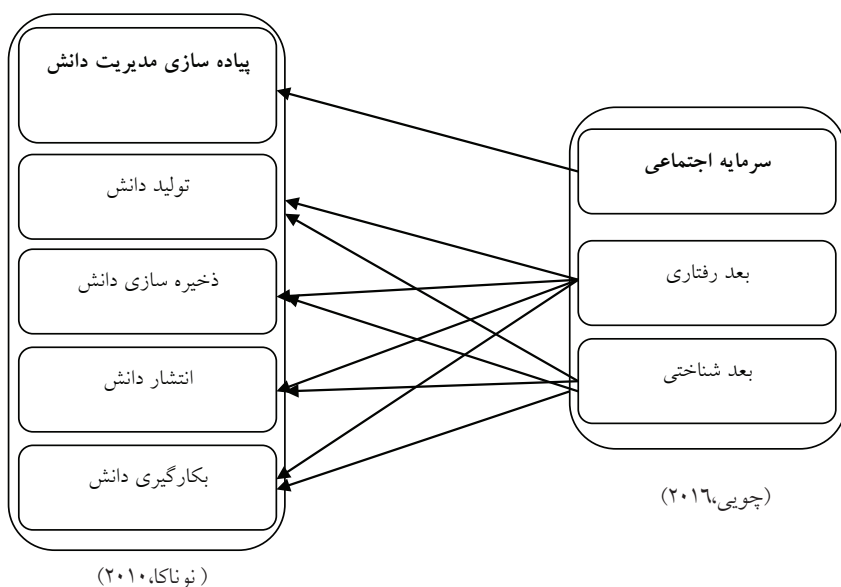
هو و همکاران (۲۰۰۶) به تاثیر انگیزش فردی و سرمایه اجتماعی بر تمایل کارکنان به تسهیم دانش ضمنی و آشکار در صنایع مختلف پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که پاداش سازمانی، تأثیری منفی بر تمایل به تسهیم دانش ضمنی، اما تأثیری مثبت بر تمایل به تسهیم دانش آشکار داشته است. همچنین، نتیجه تحقیق نشان داده است که سرمایه اجتماعی به‌طور معناداری بر افزایش تمایل کارکنان به تسهیم دانش ضمنی و آشکار تأثیر داشته است.

چن (۲۰۰۴) در تحقیق خود به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر تسهیم دانش در شرکت‌های مختلف پرداخته و ابعاد سرمایه اجتماعی را شامل شبکه اجتماعی، اعتماد اجتماعی و اهداف تسهیم در نظر گرفته است - ولی مفهوم مدیریت دانش را به‌طور کلی در نظر گرفته است. نتیجه تحقیق نشان داده است که شبکه اجتماعی و اهداف تسهیم رابطه معناداری با تسهیم دانش سازمانی دارد، اما اعتماد اجتماعی تأثیر مستقیمی بر تسهیم سازمانی ندارد. تنگ و داس (۲۰۰۲) در بررسی ارتباط بین مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی بیان نموده‌اند که وجود سرمایه اجتماعی در سازمان بر تسهیم و انتقال دانش در میان اعضای شبکه‌ها تأثیرگذار است. تنگ و داس (۲۰۰۲) نشان داده‌اند وجود سرمایه اجتماعی در سازمان بر تسهیم و انتقال دانش در میان اعضای شبکه‌ها تأثیرگذار است.

وون ادلر (۲۰۰۲) در پژوهش خود نشان داده‌اند که میان سرمایه اجتماعی و انتقال دانش ارتباط معناداری وجود دارد. لئونارد و همکاران (۲۰۱۰) به شواهد مناسبی مبنی بر ارتباط میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش دست یافته‌اند. با این حال، آنها در پژوهش خود مدیریت دانش را به‌طور کلی و بدون تفکیک ابعاد گوناگون آن مدنظر قرار داده‌اند.

مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی این تحقیق بر اساس مقاله چویی (۲۰۱۶) و همچنین، مدل عمومی مدیریت دانش نوناکا ترسیم شده است. چویی، سرمایه اجتماعی را در دو بعد اصلی سرمایه اجتماعی رفتاری و شناختی دسته‌بندی نموده است. همچنین، نوناکا مدیریت دانش را در چهار بعد تولید، انتشار، ذخیره‌سازی و به کارگیری دسته‌بندی نموده است. این مدل مفهومی در قالب شکل زیر ارائه شده است:



شکل ۱: مدل مفهومی (چوبی و نوناکا، ۲۰۱۶)

فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی

سرمایه اجتماعی بر آمادگی سازمان برای پیاده سازی مدیریت دانش در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است.

فرضیات فرعی

- بعد رفتاری سرمایه اجتماعی بر تولید دانش در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است.
- بعد رفتاری سرمایه اجتماعی بر انتشار دانش در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است.
- بعد رفتاری سرمایه اجتماعی بر ذخیره سازی دانش در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است.
- بعد رفتاری سرمایه اجتماعی بر به کارگیری دانش در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است.
- بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر تولید دانش در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است.
- بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر انتشار دانش در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است.
- بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر ذخیره سازی دانش در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است.
- بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر بکارگیری دانش در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است.

روش شناسی پژوهش

روش مورد استفاده در این تحقیق، توصیفی پیمایشی می باشد. همچنین، این تحقیق از نظر هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری این تحقیق را کلیه کارشناسان ستاد مرکزی وزارت ورزش و جوانان تشکیل می دهند. حجم جامعه آماری تحقیق ۴۸۰ نفر و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۱۴ نفر تعیین شد که به روش

نمونه‌گیری تصادفی ساده شناسایی و با ابزار پرسشنامه‌ای با مشخصات زیر مورد آزمون قرار گرفتند:

جدول ۱: مشخصات پرسشنامه‌ها

نام پرسشنامه	طیف گزینه	منبع	روایی و پایایی
مدیریت دانش	۵ گزینه‌ای لیکرت	چویی (۲۰۱۶)	Alpha Cronbach
سرمایه اجتماعی	۵ گزینه‌ای لیکرت	چویی (۲۰۱۶)	Alpha Cronbach

در این تحقیق به منظور بررسی روایی ابزار تحقیق از روش CVR استفاده شده است. نتایج این بررسی‌ها نشان از روایی ابزار تحقیق داشته است. همچنین، در این پژوهش جهت برآورد پایایی از روش آلفای کرونباخ در نرم افزار SPSS استفاده شده است که مقدار ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه مدیریت دانش ۰/۷۲۱ و سرمایه اجتماعی ۰/۷۴۵ محاسبه شده است و نشان از پایایی ابزار تحقیق دارد. همچنین، جدول زیر نشان‌دهنده وضعیت پایایی ابزار تحقیق در بخش‌های مختلف می‌باشد:

جدول ۲: پایایی ابزار تحقیق

نام مولفه	ضریب آلفا	قبول / رد پایایی
تولید دانش	۰/۷۱۲	تایید
ذخیره سازی دانش	۰/۷۲۳	تایید
انتشار دانش	۰/۷۴۵	تایید
به کارگیری دانش	۰/۷۰۱	تایید
مولفه رفتاری سرمایه اجتماعی	۰/۷۲۵	تایید
مولفه شناختی سرمایه اجتماعی	۰/۷۶۸	تایید
کل پرسشنامه	۰/۷۳۸	تایید

در این تحقیق از روش‌های زیر به منظور تحلیل اطلاعات استفاده شده است:

آمار توصیفی

در این بخش اطلاعات جمعیت شناختی اعضای نمونه آماری همچون تحصیلات با استفاده از جداول و نمودارها تحلیل می‌گردد.

آمار استنباطی

در این بخش با استفاده از آزمون‌های زیر فرضیه‌های تحقیق بررسی می‌شود:

- استفاده از آلفای کرونباخ به منظور پایایی پرسشنامه؛
- استفاده از نرم افزار SPSS و AMOS به منظور انجام تجزیه و تحلیل های مورد نظر و تأیید یا رد فرضیات تحقیق.

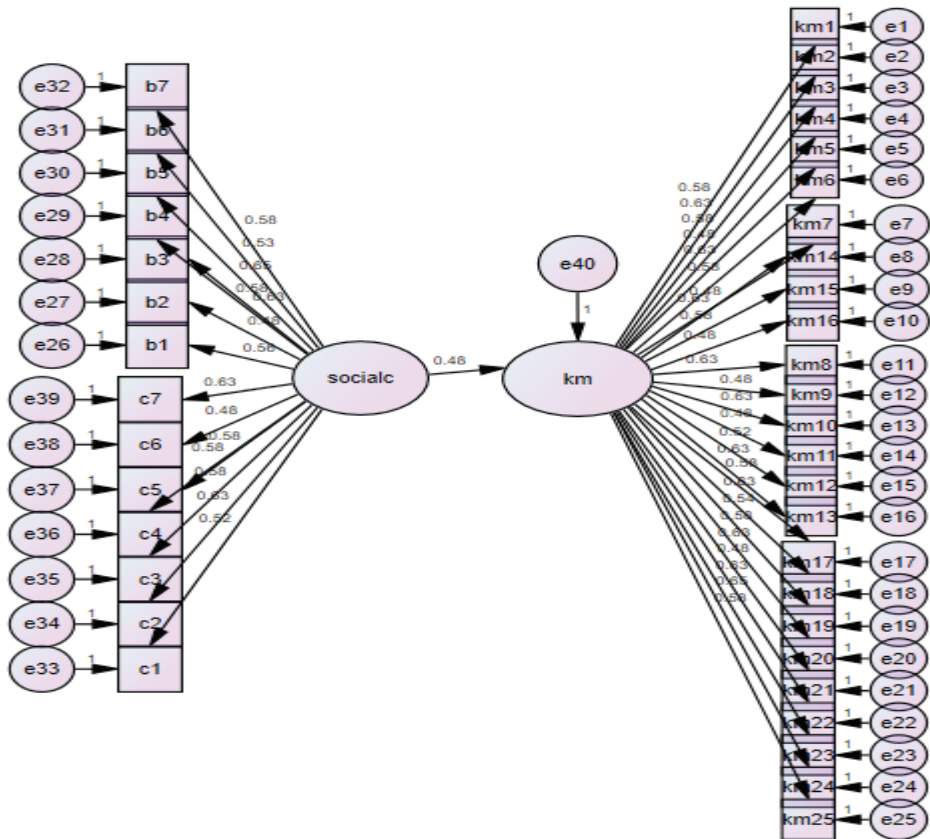
در این پژوهش جهت ارزیابی روایی سازه از نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده می شود. در CFA شاخص های متعدد برازندگی مدل می تواند روایی سازه را مشخص کنند. با استفاده از نرم افزار ایموس برای هر یک از متغیرهای مکنون به همراه هر یک از عوامل آن تحلیل عاملی تأییدی اجرا و مقادیر شاخص های 2χ , NFI, RMSEA, GFI, و SRMR محاسبه می شود. برای به دست آوردن ماتریس الگو از شیوه استخراج بزرگنمایی بیشینه و چرخش غیر متعامد پرومکس به سبب امکان مستقل نبودن عوامل از یکدیگر استفاده می شود.

یافته های پژوهش

در این تحقیق ابتدا به بررسی وضعیت جمعیت شناختی نمونه تحقیق پرداخته شده است. در بررسی وضعیت تحصیلات افراد می توان بیان نمود که ۴۳ درصد افراد دارای مدرک لیسانس و ۵۷ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر می باشند. در بررسی وضعیت سابقه کاری افراد نیز می توان بیان نمود که ۳/۴ درصد افراد دارای زیر ۵ سال ، ۱۵/۴۷ درصد افراد بین ۵ الی ۱۰ سال ، ۲۴/۹۱ درصد افراد بین ۱۰ الی ۱۵ سال ، ۳۳/۲۱ درصد افراد بین ۱۵ الی ۲۰ سال و ۲۳/۰۱ درصد افراد بالاتر از ۲۰ سال سابقه کاری داشتند.

مدل معادلات ساختاری

پس از بررسی و تایید مدل اندازه گیری، مدل تحقیق ترسیم و روابط بین متغیرهای پنهان- که در واقع همان فرضیات پژوهشی می باشند- مورد بررسی قرار می گیرند. در این مورد ابتدا از شاخص های برازش اطمینان حاصل می شود و سپس به بررسی روابط مفروض بین متغیرهای پنهان پرداخته خواهد شد.



نمودار ۲: مدل معادله ساختاری تحقیق

در ادامه به بررسی شاخص‌های برازش مدل می‌پردازیم.

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل معادله ساختاری

شاخص	مقدار کسب شده	وضعیت
CMIN/df	۲/۵۶۷	قبول
RMSEA	۰/۰۷۴۵	قبول

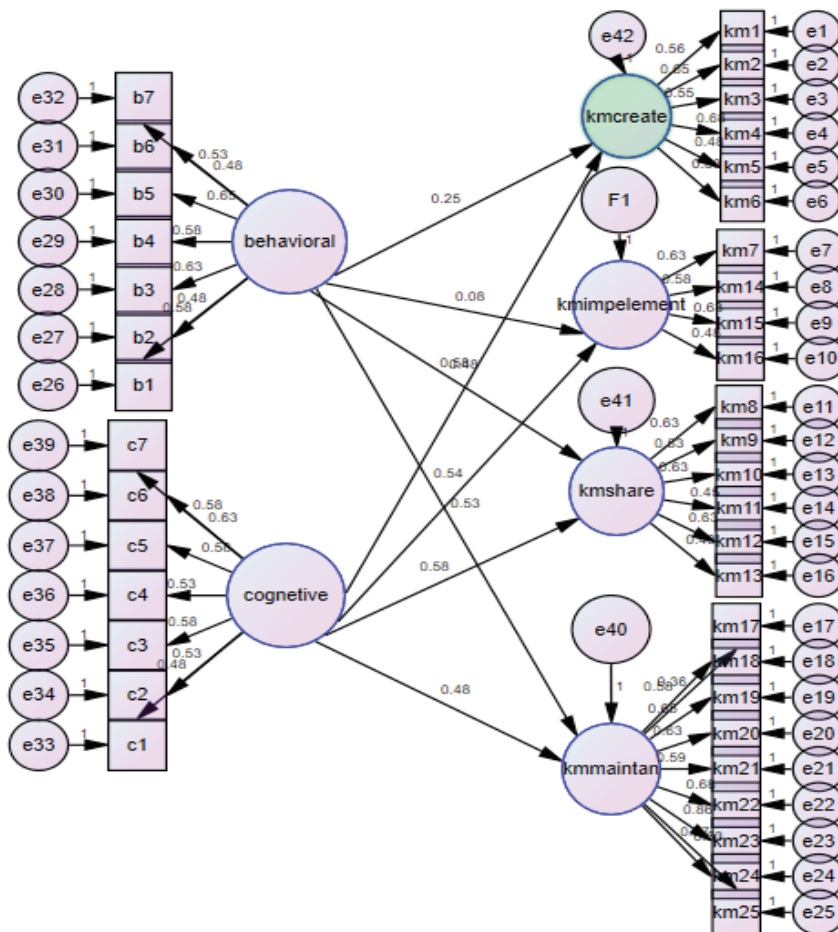
با توجه به جدول فوق، کلیه شاخص‌های مورد بررسی به منظور ارزیابی برازش مدل عاملی تأییدی مورد پذیرش قرار گرفته‌اند. با توجه به این مطلب می‌وان بیان نمود که برازش این مدل تأیید شده است. در جدول زیر میزان ضرایب رگرسیونی که بیانگر میزان اثرگذاری مؤلفه‌ها بر یکدیگر است و معناداری این ضرایب به‌طور خلاصه آورده شده است.

جدول ۴: ضرایب رگرسیونی مولفه‌های تحقیق (آزمون فرضیات)

فرضیه	تاثیر مولفه	بر مولفه	ضریب رگرسیونی	عدد معناداری	نتیجه
۱	سرمایه اجتماعی	مدیریت دانش	۰/۴۸	۵/۸۵	تائید

بررسی ارتباط بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش

در این بخش بعد از محاسبه میانگین ابعاد سرمایه اجتماعی، ارتباط بین این ابعاد با مدیریت دانش مورد بررسی قرار گرفته است.



نمودار ۳: ارتباط بین ابعاد سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش

در ادامه نتایج تحلیل ارتباط بین این متغیرها به تفصیل ارائه شده است:

جدول ۵: ارتباط بین متغیرهای تحقیق

مستقل	وابسته	Estimate	S.E.	C.R.	P	تایید / رد ارتباط
رفتاری	تولید دانش	۰/۲۵	۰/۲۲	۲/۸۷	***	تایید
رفتاری	پیاده سازی	۰/۰۸	۰/۱۲	۱/۱۱	***	رد
رفتاری	انتشار دانش	۰/۴۸	۰/۳۲	۶/۸۵	***	تایید
رفتاری	ذخیره سازی دانش	۰/۵۳	۰/۳۸	۷/۱۲	***	تایید
شناختی	تولید دانش	۰/۵۸	۰/۴۲	۷/۳۵	***	تایید
شناختی	پیاده سازی	۰/۵۳	۰/۳۷	۷/۱۱	***	تایید
شناختی	انتشار دانش	۰/۵۸	۰/۴۳	۷/۳۴	***	تایید
شناختی	ذخیره سازی دانش	۰/۴۸	۰/۳۱	۶/۸۶	***	تایید

درباره فقدان ارتباط بین بعد رفتاری سرمایه اجتماعی و پیاده سازی دانش می توان بیان نمود که در سازمان به وضوح می توان مشاهده نمود که رفتارهای اجتماعی افراد در سطوح مختلف به صورت یک فعالیت تیمی به استفاده از دانش تولید شده سایرین منجر نمی شود و درواقع، افراد کمتر از دانش تولید شده در رفتارهای روزمره خود به منظور اصلاح رفتاری استفاده می کنند.

بحث و نتیجه گیری

فرضیه ۱: نتایج بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش

نتایج این تحلیل نشان داد که با بهبود سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش را نیز می توان بهبود بخشید. در همین زمینه باید بیان نمود که توسعه سرمایه اجتماعی در سازمان بر توسعه فرایند مدیریت دانش بویژه از بعد خلق و انتقال دانش تاثیرگذار است. وجود سرمایه اجتماعی در سازمان و تعامل اثربخش میان افراد سازمان موجب تسهیل تضارب بیشتر آرا، انتقال دانش و خلق دانش در سازمان خواهد شد. سازمان ها برای مدیریت اثربخش دانش سازمانی خویش باید در جهت تقویت سرمایه اجتماعی و اعتماد متقابل در میان کارکنان خویش تلاش کنند. سرمایه گذاری سازمان ها در توسعه سرمایه اجتماعی، از طریق آموزش ارتباطات اثربخش، بهبود فرایند ارتباطات و تعامل میان کارکنان و مدیران در داخل و خارج سازمان، ایجاد فرهنگ و جوی آکنده از همکاری، اعتماد متقابل و کار تیمی و گروهی، همگی موجب توسعه سرمایه اجتماعی سازمان و حرکت سازمان به سمت سازمانی نوآور و یادگیرنده خواهد شد. با این حال، در توسعه و مدیریت مناسب دانش سازمانی عوامل و ابعاد ساختاری و فناوری از اهمیت زیادی برخوردار است. چنانچه سازمان بخواهد مدیریت دانش را در سازمان خویش بکارگیرد، باید علاوه بر بهبود ارتباطات و تعامل اثربخش میان اعضای سازمان و شبکه ها و گروه های سازمانی،

زیرساخت‌های ضروری شامل فرایندها، سیستم‌ها و فناوری‌های لازم را برای کسب، نگهداشتن و به کارگیری دانش سازمانی فراهم آورد. نتایج این بخش با تحقیقات موغنی و همکاران (۱۳۹۴)، استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳)، زارعی و بردبار (۱۳۹۲)، دیانی و همکاران (۱۳۹۱)، رمدان و همکاران (۲۰۱۷)، چویی (۲۰۱۶)، وون ادلر (۲۰۰۲) و چن (۲۰۰۹) همخوان می‌باشد. با توجه به این موارد پیشنهاد می‌شود تا با استفاده و بهبود سرمایه اجتماعی در دو بخش رفتاری و شناختی زمینه‌های لازم را برای مدیریت صحیح و اثر بخش در سازمان فراهم گردد.

فرضیه ۲: نتایج بررسی رابطه بین بعد رفتاری سرمایه اجتماعی و تولید دانش

یکی از ساختارهایی که می‌تواند به تولید دانش در سازمان‌ها کمک نماید، ایجاد روحیه تولیدی دانش ضمنی و عینی براساس رفتارهای آگاهانه کارکنان می‌باشد. در این صورت با تشویق ارائه رفتارهای مثبت از سوی کارکنان می‌توان زمینه‌های تولید دانش سازمانی را ایجاد نمود. بنابراین، برای دستیابی به این مهم استفاده از الگوهای مثبت رفتاری و پاداش‌دهی به این الگوها می‌تواند مؤثر واقع شود. نتایج این بخش با تحقیقات موغنی و همکاران (۱۳۹۴)، استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳)، زارعی و بردبار (۱۳۹۲)، چویی (۲۰۱۶)، وون ادلر (۲۰۰۲) و چن (۲۰۰۹) همسو می‌باشد. با توجه به نتایج این بخش می‌توان پیشنهاد داد تا با ایجاد الگوهای رفتاری در سازمان مورد بررسی زمینه‌های تولید دانش را بهبود بخشید.

فرضیه ۳: بررسی رابطه بین بعد رفتاری سرمایه اجتماعی و به کارگیری دانش

نتایج این بررسی نشان از عدم وجود ارتباط بین دو متغیر دارد. برای به کارگیری دانش در سازمان‌ها نیاز به استفاده از رفتار صحیح و الگوهای رفتاری و حرکتی مناسب می‌باشد. در این راستا زمانی می‌توان دانش ایجاد شده را در سازمان پیاده‌سازی نمود که در نهایت بتوان رفتارهای فردی و سازمانی افراد را به این سمت سوق داد. به همین منظور در وزارتخانه مذکور نیز می‌توان با استناد به این موضوع بیان نمود که بعد رفتاری کارکنان باید به گونه‌ای شکل گیرد تا بر به کارگیری دانش مؤثر واقع شود. نتایج این تحقیق مغایر با تحقیقات موغنی و همکاران (۱۳۹۴)، استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳)، زارعی و بردبار (۱۳۹۲)، دیانی و همکاران (۱۳۹۱)، رمدان و همکاران (۲۰۱۷)، چویی (۲۰۱۶)، وون ادلر (۲۰۰۲) و چن (۲۰۰۹) می‌باشد. در این زمینه بررسی دلایل عدم وجود این ارتباط از سوی سایر محققان لازم است، چرا که این نتایج مغایر با تحقیقات مختلف پیشین بوده است.

فرضیه ۴: نتایج بررسی رابطه بین بعد رفتاری سرمایه اجتماعی و انتشار دانش

نتایج این بررسی نشان‌دهنده رابطه‌ای با شدت متوسط و از نوع مستقیم می‌باشد. برای انتشار دانش در میان کارکنان یکی از مهم‌ترین زمینه‌ها، استفاده از ساختارهای انسانی در انتشار دانش در قالب رفتارهای غیررسمی و رسمی کارکنان می‌باشد. سازمان‌ها به منظور انتشار صحیح دانش تلاش می‌نمایند تا با ارائه سطحی از آموزش‌های بین فردی و سازمانی و همکاری تیمی به افراد، زمینه‌های انتشار صحیح دانش بین فردی و سازمانی را ایجاد نمایند. به همین منظور در سازمان مورد مطالعه نیز با توجه به آموزش‌های ارائه شده می‌توان انتظار داشت تا سطحی از انتشار دانش از طریق کارکنان بخوبی پیاده سازی شود. نتایج این بخش با تحقیقات موغنی و همکاران (۱۳۹۴)، استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳)، زارعی و بردبار (۱۳۹۲)، دیانی و همکاران (۱۳۹۱)، رمدان و همکاران (۲۰۱۷)، چویی (۲۰۱۶)، وون ادلر (۲۰۰۲) و چن (۲۰۰۹) همخوان می‌باشد. در این بخش پیشنهاد می‌شود تا با استفاده از ایجاد روابط چند سطحی در رفتارهای کارکنان زمینه‌های انتشار دانش تولید شده فراهم گردد.

فرضیه ۵: نتایج بررسی رابطه بین بعد رفتاری سرمایه اجتماعی و ذخیره دانش

نتایج این بررسی نشان‌دهنده رابطه‌ای با شدت متوسط و از نوع مستقیم می‌باشد. برای ذخیره سازی در سازمان‌ها لازم است تا کلیه کارکنان از رفتارهایی حمایت نمایند که در نهایت به ذخیره سازی دانش ضمنی و مفهومی در بین کلیه کارکنان در فعالیتهای سازمانی منجر شود. برای مثال، آزمون و خطاهای صورت گرفته در انجام فعالیت‌ها به ایجاد یک دانش تبدیل می‌شود که افراد باید با تکرار این دانش در عملیات اجرایی بعدی خود، به استفاده اثربخش از دانش سازمانی نائل شوند. این دانش استفاده شده باید به صورت کدگذاری شده ذخیره شود. در نهایت، این موضوع می‌تواند به استفاده همگانی از دانش‌های تولید شده در سازمان‌ها منجر شود. نتایج این بخش با تحقیقات موغنی و همکاران (۱۳۹۴)، استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳)، زارعی و بردبار (۱۳۹۲)، دیانی و همکاران (۱۳۹۱)، رمدان و همکاران (۲۰۱۷)، چویی (۲۰۱۶)، وون ادلر (۲۰۰۲) و چن (۲۰۰۹) همسو می‌باشد. در این بخش پیشنهاد می‌شود تا رفتارهای افراد به صورت تشویق‌های مثبت به سمت ذخیره‌سازی دانش سوق داده شود.

فرضیه ۶: نتایج بررسی رابطه بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و تولید دانش

نتایج این بررسی نشان‌دهنده رابطه‌ای با شدت متوسط و از نوع مستقیم می‌باشد. یکی از ساختارهایی که می‌تواند به تولید دانش در سازمان‌ها کمک نماید، ایجاد روحیه تولید دانش ضمنی و عینی براساس توسعه شناخت کارکنان می‌باشد. در این صورت با ارائه آموزش‌های لازم و آگاهی‌رسانی در زمینه اهمیت ایجاد دانش و در نهایت، نتایج آن بر عملکرد کلی سازمان می‌توان شناخت کارکنان به تولید دانش و جایگاه آن در سازمان را بهبود بخشید. نتایج این بخش با تحقیقات موغنی و همکاران (۱۳۹۴)، استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳)، زارعی و بردبار (۱۳۹۲)، دیانی و همکاران (۱۳۹۱)، رمدان و همکاران (۲۰۱۷)، چویی (۲۰۱۶)، وون ادلر (۲۰۰۲) و چن (۲۰۰۹) همخوان می‌باشد. در این بخش پیشنهاد می‌شود تا دانش تولید شده در سازمان به ایجاد یک شناخت بالا از عملکرد سازمانی منجر و در نتیجه این دانش نیز منجر به تولید دانش بیشتر شود.

فرضیه ۷: نتایج بررسی رابطه بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و به کارگیری دانش

نتایج این بررسی نشان‌دهنده رابطه‌ای با شدت متوسط و از نوع مستقیم می‌باشد. به کارگیری دانش در سازمان‌ها نیازمند برخورداری از شناخت مناسب از فعالیت‌ها و جایگاه‌های به کارگیری دانش می‌باشد. در این راستا زمانی می‌توان دانش ایجاد شده در سازمان را پیاده‌سازی نمود که در نهایت بتوان شناخت فردی و سازمانی افراد را به این سمت سوق داد. به همین منظور لازم است تا با ایجاد شناخت و درک عمیق در میان کارکنان به پیاده‌سازی دانش سازمانی دست یافت. نتایج این بخش با تحقیقات موغنی و همکاران (۱۳۹۴)، استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳)، زارعی و بردبار (۱۳۹۲)، دیانی و همکاران (۱۳۹۱)، رمدان و همکاران (۲۰۱۷)، چویی (۲۰۱۶)، وون ادلر (۲۰۰۲) و چن (۲۰۰۹) همسو می‌باشد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود با شناخت دقیق جایگاه‌های پیاده‌سازی دانش در سازمان و با ایجاد یک شناخت کامل از این مسیر، زمینه‌های پیاده‌سازی آن فراهم گردد.

فرضیه ۸: نتایج بررسی رابطه بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و انتشار دانش

نتایج این بررسی نشان‌دهنده رابطه‌ای با شدت متوسط و از نوع مستقیم می‌باشد. یکی از مهم‌ترین زمینه‌های انتشار دانش در میان کارکنان، استفاده از ساختارهای انسانی در انتشار دانش در قالب درک افراد از اهمیت و جایگاه انتشار دانش در عملکرد نهایی سازمان می‌باشد. در این زمینه باید بیان نمود که سازمان‌ها به منظور انتشار صحیح دانش تلاش می‌نمایند تا با ارائه سطحی از آموزش‌های بین فردی و سازمانی و همکاری تیمی افراد

در نهایت زمینه‌های انتشار صحیح دانش بین فردی و سازمانی را ایجاد نمایند. به همین منظور در سازمان مورد مطالعه نیز با توجه به آموزش‌های ارائه شده می‌توان انتظار داشت تا سطحی از انتشار دانش از طریق کارکنان بخوبی پیاده‌سازی شود. نتایج این بخش با تحقیقات موغنی و همکاران (۱۳۹۴)، استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳)، زارعی و بردبار (۱۳۹۲)، دینانی و همکاران (۱۳۹۱)، رمدان و همکاران (۲۰۱۷)، چویی (۲۰۱۶)، وون ادلر (۲۰۰۲) و چن (۲۰۰۹) همخوان می‌باشد. در این بخش پیشنهاد می‌شود تا با شناخت ابعاد دانشی مورد نظر و ایجاد زمینه‌های انتشار دانش در سطوح مختلف، انتشار دانش اثربخش با استفاده از روابط غیررسمی و رسمی محقق گردد.

فرضیه ۹: نتایج بررسی رابطه بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و ذخیره دانش

نتایج این بررسی نشان‌دهنده رابطه‌ای با شدت متوسط و از نوع مستقیم می‌باشد. در این زمینه می‌توان بیان نمود که شناخت صحیح ابعاد دانش مورد استفاده سازمانی و کدشناسی دقیق این دانش در بسترهای عملیاتی در نهایت می‌تواند در ذخیره‌سازی و نگهداری دانش سازمانی مؤثر باشد. نتایج این بخش با تحقیقات موغنی و همکاران (۱۳۹۴)، استاک و عبدالملکی (۱۳۹۳)، زارعی و بردبار (۱۳۹۲)، دینانی و همکاران (۱۳۹۱)، رمدان و همکاران (۲۰۱۷)، چویی (۲۰۱۶)، وون ادلر (۲۰۰۲)، چن (۲۰۰۹) همسو می‌باشد. در این بعد پیشنهاد می‌شود تا با استفاده از آگاهی‌رسانی، از ظرفیت‌های دانش تولیدی و زمینه‌های ذخیره‌سازی آن در نهایت به کدگذاری صحیح برای ذخیره دانش سازمانی کمک شود.

منابع

- استاک؛ روح الله و عبدالملکی، جمال. (۱۳۹۳). «بررسی و تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری با تأکید بر نقش میانجی مدیریت دانش مدیریت سرمایه اجتماعی».
- الوانی، سیدمهدی؛ ناطق، تهمینه و فراچی، محمدمهدی. (۱۳۸۶). «نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی». فصلنامه علوم مدیریت ایران. دوره ۲، شماره ۵، ص ۳۵-۷۰.
- زارعی، محبوبه و بردبار، غلامرضا. (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ارتقای سطح مدیریت دانش در سازمان بهزیستی استان یزد» جامعه شناسی کاربردی. شماره ۲.
- موغلی، علیرضا؛ بهمنیاری، حمید؛ دانشور، بهاره و معصومی، رحیم. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در دانشگاه علوم پزشکی شیراز». دوره ۶، شماره ۲.
- Chen, J., Zhu, Z., Xie, Y. (2004). "Measuring intellectual capital: a new model and empirical study". Journal of Intellectual capital, 5(1):85-100.
- Chien-Ta, Ho. (2002). A Study on the Application of Decision Analysis on Performance Measurement for Small and Medium Business. Department of International Trade Lan-Yang Institute of Technology.
- Choi, Y. (2016). "The impact of social capital on employees' knowledge-sharing behavior: An empirical analysis of US federal agencies". Public Performance & Management Review, 39(2), 381-405.
- Ju, T. L., Lin, B., Lin, C. & Kuo, H. J. (2006). "TQM critical factors and KM value chain activities". Total Quality Management & Business Excellence, 17(3), 373-393.
- Matusiak, M. C., King, W. R. & Maguire, E. R. (2017). "How perceptions of the institutional environment shape organizational priorities: findings from a survey of police chiefs". Journal of Crime and Justice, 40(1), 5-19.
- Ramadan, B. M., Ramadan, B. M., Dahiyat, S. E., Dahiyat, S. E., Bontis, N., Bontis, N. ... & Al-dalalmeh, M. A. (2017). "Intellectual capital, knowledge management and social capital within the ICT sector in Jordan". Journal of Intellectual Capital, 18(2), 437-462.



طراحی الگوی دیپلماسی فوتبال ایران براساس نظریه زمینه ای

داوود نوری^۱
بهرام قدیمی^۲
معصومه شجاعی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۳/۱۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۴/۲۷

هدف از این پژوهش، طراحی الگوی دیپلماسی فوتبال در ایران بود که با به کارگیری نظریه زمینه‌ای و از طریق مصاحبه با ۲۳ نفر از مدیران، صاحب‌نظران، اساتید هیات علمی، کارشناسان قانونگذاری و دستگاه دیپلماسی و فعالان حوزه رسانه- که به روش گلوله برفی و انتخاب خبرگان با حداکثر نوسان انتخاب شدند- به اجرا در آمد. داده‌های حاصل طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخاب از طریق نرم افزار Nvivo 10 تحلیل شد. یافته‌ها، در سه مرحله کدگذاری، و مقوله‌های اصلی و فرعی دیپلماسی فوتبال شناسایی و به یکدیگر مرتبط شدند که عبارت اند از: شرایط علی (ماهیت فوتبال، عوامل ساختاری، سیاست‌های فرهنگی، سیاست‌های بین‌المللی، سیاست‌های مدیریتی، سیاست‌های رسانه‌ای، سیاست‌های ورزش حرفه‌ای)؛ شرایط زمینه‌ای (عوامل اقتصادی، عوامل مرتبط با دولت و سیاست، عوامل فرهنگی و اجتماعی، معیارهای سنجش و سیاست‌های مرتبط با فیفا)؛ راهبردها (اقدامات بین‌المللی، اقدامات ساختاری، اقدامات فرهنگی و اجتماعی، اقدامات مرتبط با تیم‌های اعزامی، اقدامات تجاری و اقتصادی) و پیامدها (منزلت و پرستیژ بین‌المللی، توسعه صلح و دوستی، انزواگریزی، هویت ملی و همگرایی، و توسعه گردشگری ورزشی، توان افزایی و ارتقای مهارت). در پایان نیز پارادایم و الگوی نظری نهایی دیپلماسی فوتبال شکل گرفت.

۱. دانشجوی دکتری تخصصی جامعه‌شناسی ورزش، گروه جامعه‌شناسی ورزش، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران. ایران

۲. دانشیار، گروه جامعه‌شناسی ورزش، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی. تهران. ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: ghadimi.bahram@srbiau.ac.ir

۳. دانشیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه الزهراء، تهران. ایران

در نتیجه می‌توان گفت که دیپلماسی فوتبال در ایران، باتوجه به محدودیت‌های پیش‌روی آن که تحت تأثیر شرایط گوناگون ایجاد شده است، تا رسیدن به وضعیت مطلوب و مورد انتظار فاصله دارد. بنابراین، بکارگیری برخی راهبردها در رسیدن به وضعیت مطلوب موثر خواهد بود و می‌تواند تا حدودی پیامدهای مطلوبی را برای دیپلماسی فوتبال به ارمغان آورد.

واژگان کلیدی: فوتبال، دیپلماسی، دیپلماسی فوتبال، فیفا و روش نظریه زمینه‌ای

مقدمه

امروزه فوتبال به بخشی از زندگی جوامع تبدیل شده است و به نوعی دنیای مدرن بدون فوتبال امکان پذیر نیست. این ورزش نقش مهمی در اقتصاد و در توسعه جوامع دارد و حتی می تواند باز نمودی از فرهنگ جوامع باشد. از این رو می توان گفت جام جهانی فوتبال فرصتی مناسب را در اختیار کشورها قرار داده تا بتوانند از دیپلماسی عمومی بهره ببرند و فرهنگ و ارزش های خود را در عرصه ای گسترده نشان دهند. به تعبیری می توان گفت فوتبال امری جهانی است و توانسته زبان جهانی مشترکی به وجود آورد. فوتبال چیزی را محقق کرده است که فرگه و راسل^۱ - اصحاب حلقه وین - و بسیاری از فیلسوفان تحلیلی سودای تحقق آن را داشته اند. امروز جهان فوتبال، محل آمد و شد بازیکنانی با زبان ها، رنگ ها، مذاهب، ملیت ها و فرهنگ های مختلف شده است (عالم ۱۳۷۹، ۱۵۵)، اما همه در یک زبان و یک هدف مشترک اند و آن فوتبال است. در دنیای فوتبال، گویی همه مرزبندی های دروغین و قرار دادن نژادی، زبانی، قومیتی، طبقاتی فرو می ریزد. فوتبال را درست مثل بسیاری از پدیدارهای مدرن مثل تکنولوژی (فناوری)، رسانه و ... با هیچ نیرویی نمی توان از جهان حذف کرد، چرا که هر پدیداری در این جهان با یک کلیت شبکه ای مرتبط است. در نتیجه با استفاده از دیپلماسی فوتبال می توان گره های ناگشوده بسیاری را در جهت کسب منافع ملی کشورها و ملت ها باز کرد.

دیپلماسی در روزگار ما نیازمند چشم انداز و دیدگاه هایی است که برپایه آن ها بیش از هر چیز باید ارتباط میان ویژگی هر دوره با نیاز انسان به مفاهیمی همچون صلح، انسان دوستی، امنیت جهانی، آزادی، دموکراسی و تعامل دولت ها با یکدیگر را مورد نظر قرار دهد. به همین دلیل دیپلماسی یکی از ابزارهایی است که می تواند راهگشا باشد و فضایی ایجاد نماید تا هر کشوری بسته به سهم و بزرگی خود جایگاه مناسبی را در تأمین منافع انسان ها به دست آورد. بدیهی است که دیپلماسی همراه با دگرگونی های گوناگون، شکل عوض می کند و متناسب با اندیشه و فکر هر عصر می تواند برای ایجاد ارتباطی درست، منطقی و مبتنی بر اصول و مفاهیم انسان دوستانه بین کشورها - به بیانی دیگر، برای زندگی صلح آمیز انسان ها در کنار - هم مورد استفاده قرار گیرد (بیژنی ۱۳۸۴، ۱۲۹). بدیهی است فوتبال به عنوان یک ورزش محبوب و فراگیر، یکی از جلوه های جهانی مقدمات آشنایی و افزایش آگاهی اعضا از اهداف مشترک ملی و اجتماعی را فراهم می کند و در عین حال به ایجاد ارتباطات هماهنگ بین اعضا و گروه های مختلف همانند تماشاگران و مردم یک کشور می انجامد. از سویی فوتبال به عنوان یکی از پدیده های جدید عرصه بین الملل و دیپلماسی فوتبال به مثابه یکی از شاخه های نوین دیپلماسی عمومی نقش بسزایی در توسعه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ... هر کشوری دارد.

با وجود این، انگیزه دولت ها برای حمایت از ورزش جهت موفقیت یک کشور در زمینه های ورزشی می تواند برای آن کشور در عرصه بین المللی اعتبار و حیثیت ایجاد کند (هولی هان ۱۳۸۵، ۳۸). به همین دلیل رسیدن به پرستیژ بین المللی به معنای احترام و منزلت دولت ها در جامعه بین المللی وابسته به قدرت ملی کشورها می باشد. به هرحال آشکار است که قدرت، پرستیژ می آورد و البته موفقیت دولت ها در زمینه های مختلف می تواند تأثیر زیادی بر افزایش اعتبار آن ها داشته باشد. از این زمینه ها می توان به موفقیت کشورها در صحنه رقابت های ورزشی مانند المپیک یا آوردگاه های جهانی رشته های مختلف به ویژه فوتبال اشاره کرد. به همین علت کشورها با برنامه ریزی های طولانی مدت و هزینه های زیاد تلاش می کنند به کسب مدال و رکوردهایی در جهان برسند (زرگر ۱۳۹۴، ۱۱-۱۰).

در این راستا، بسیاری از مطالعات صورت گرفته نشان دهنده اهمیت فوتبال در موضوعات مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و سیاسی است. براین اساس، بونیفس^۱ (۲۰۱۲) درباره فوتبال به عنوان یک عامل در سیاست بین‌الملل می‌گوید: «امروزه در پرتو جهانی شدن، فوتبال به منحصر به فردترین پدیده جهانی تبدیل شده است و حتی از پدیده‌هایی چون دموکراسی و اقتصاد بازار که گفته می‌شود بدون مرز هستند، نیز فراتر رفته است. اگرچه از آغاز جام جهانی فوتبال در سال ۱۹۳۰ فوتبال به منزله پدیده جهانی مطرح بوده است، اما در چند دهه اخیر با رشد فناوری‌های اطلاعات و در نتیجه جهانی‌تر و فراگیرتر شدن تأثیر عمیقی بر مردم جهان برجا گذاشته و فوتبال را به پدیده‌ای کاملاً جهانی تبدیل کرده است». همچنین جامعه شناس ایرانی، آزاد ارمکی (۱۳۸۱) در پژوهش خود اذعان دارد که فراگیرترین عرصه بروز رقابت‌های مسالمت آمیز ورزشی، در مسابقات جام جهانی فوتبال بروز می‌یابد. هرچند در جام جهانی، ملت‌های جهان با هم هم‌بازی می‌شوند و از این طریق، آشنایی میان فرهنگ‌ها صورت می‌گیرد و صلح و دوستی تقویت می‌شود، اما مرزهای میان ملت‌ها، در فضای مسالمت آمیز و دوستانه به شکل بارزی برجسته می‌شود و تأکید بر تعلقات ملی و تمایزات بین ملت‌ها پذیرفته شده و تأیید می‌گردد. از این منظر، فوتبال، کارکردی آموزشی «برای یاد دادن قواعد زندگی اجتماعی و شیوه‌های سازگاری با جامعه و مرزبندی مرسوم» پیدا کرده است.

امروزه، به فوتبال به عنوان یکی از مهم‌ترین رشته‌های ورزشی دیگر تنها به عنوان ورزش نگاه نمی‌شود، بلکه آن امری را فرهنگی- اجتماعی می‌دانند؛ به طوری که در سال‌های گذشته روند افزایش ورزشگاه‌ها و باشگاه‌های ورزشی و اختصاص بودجه کشوری برای ایجاد امکانات و شرایط ورزشی نشان از توجه به ورزش فوتبال است. بدین جهت، باید از مزایا و فرصت‌هایی که از رویدادهای ورزشی گوناگون به دست می‌آید، براساس برنامه مدون و مشخص برای پیشبرد منافع ملی بهره برد و در عرصه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی برای توسعه روابط بین‌المللی و ترویج ارزش‌های ایرانی- اسلامی استفاده کرد.

به دلیل فراگیری و محبوبیت فوتبال، تأثیرگذاری آن برافکار عمومی غیرقابل انکار است و بدین سان انتظار می‌رود که بر دیپلماسی عمومی نیز تأثیرگذار باشد. به نظر می‌رسد در استراتژی‌های دستگاه دیپلماسی، ورزش به ویژه فوتبال هنوز به عنوان یک ابزار ارزشمند برای توسعه دیپلماسی عمومی مورد کم توجهی واقع شده است و از اهدافی شفاف، برنامه و ساختار مناسب و شایسته برخوردار نیست و از ظرفیت‌های ورزشی موجود در توسعه ارتباطات بین‌المللی و دیپلماسی عمومی استفاده لازم انجام نمی‌شود- آنچه تاکنون انجام شده بیشتر از روی علایق و سلیقه‌های شخصی برخی از افراد بوده است.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های متعددی پیرامون نقش بین‌المللی ورزش صورت گرفته است؛ مانند کاوتسوس^۲ (۲۰۱۰) که میزبانی یک رویداد بزرگ ورزشی را سبب افزایش میزان شادی و نشاط در جامعه می‌داند. دی بوچرو همکاران^۳ (۲۰۰۹) تأثیر ورزش قهرمانی بر غرور ملی، اعتبار بین‌المللی را خاطر نشان می‌کنند. وینستلی^۴ (۲۰۱۰) ورزش را منبع

1. Boniface
2. Kavetsos
3. De Bosscher, Bottenburg, Shibi & Bingham
4. Winstanley

طبیعی منزلت‌یابی می‌داند. جیم و کروگر^۱ (۱۹۹۹) ورزش را به عنوان یک ابزار شناسایی بین‌المللی و کسب منزلت کشورها در جامعه بین‌الملل می‌دانند. مرکل^۲ (۲۰۰۸) اذعان دارد که دیپلماسی ورزشی باعث تنش زدایی می‌شود. لوی و داگلاس^۳ (۲۰۰۴) در پژوهش خود به نقش موثر فوتبال در توسعه صلح جهانی اشاره کرده‌اند. نات، سوات و ویزر^۴ (۲۰۱۵) به آثار مثبت فوتبال شامل غرور ملی، افزایش وجهه کشور، توسعه ورزش، انسجام و وحدت و توسعه زیرساخت می‌پردازند. ویس^۵ (۱۳۸۹) به گفتمان در ورزش و تونس^۶ (۱۹۴۱) به موضوع وفای اجتماعی (نصیری و بخشی ۱۳۹۱، ۱۹) اشاره می‌کند. فرنکین^۷ (۱۹۶۳) عقیده داشت که ورزش در تقویت صلح جهانی و تفاهم بین‌المللی نقش دارد (انورالخولی ۱۳۸۱، ۷۳-۷۲). زیمل^۸، طرفدار نظریه جامعه‌شناسی صوری^۹ (کوزر ۱۳۸۳، ۲۵۰) معتقد است که در روابط و مناسبات اجتماعی است که بحث و گفت‌وگو می‌گردد (نراقی ۱۳۸۸، ۱۳۷). چلادوری^{۱۰} (۱۹۸۴) در پژوهش خود بیان می‌کند که مربیان علاوه بر اجرای مهارت‌های ورزشی، باید به مهارت‌های روانی افراد و تیم توجه کنند. مورای^{۱۱} (۲۰۱۱) ورزش را بخش مهمی از زندگی مدرن می‌داند. کیم^{۱۲} (۲۰۰۱) بیان می‌کند که ورزش و سیاست بر یکدیگر تأثیر دارند. ادن^{۱۳} (۲۰۱۳) تأثیر فوتبال بر اشتغال، گردشگری و اقتصاد را خاطر نشان می‌کند. آزاد ارمکی^{۱۴} (۱۳۸۱) به تأثیرات جام جهانی فوتبال بر توسعه صلح و دوستی، پذیرش تمایز و تعلقات ملت‌ها اشاره می‌کند. همه این موارد نشان از اهمیت این موضوع به عنوان یکی از فعالیت‌های پژوهشگران می‌باشد. به همین منظور کشورها از فوتبال برای تعاملات دیپلماتیک خود استفاده می‌کنند، با این حال گاهی هم اتفاق می‌افتد که کشورها از روابط سیاسی خود برای این ورزش بهره گیرند.

بنابراین، باتوجه به کمبود پژوهش‌های انجام شده در داخل و کم توجهی به بحث دیپلماسی فوتبال، در این پژوهش سعی شده است به جایگاه و نقش فوتبال در پیشبرد اهداف و منافع ملی پرداخته شود. از این رو، در این جا به دنبال طراحی الگوی دیپلماسی فوتبال ایران هستیم تا به این وسیله بتوانیم از ظرفیت این ورزش پرطرفدار و جوان پسند کشورمان بیشترین بهره را ببریم. پژوهشگر در این تحقیق قصد دارد تا ضمن تبیین جایگاه ورزش فوتبال در توسعه تعاملات جامعه‌ی جهانی، الگوی شکل دهنده دیپلماسی فوتبال را شناسایی و توجه تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران سیاسی ایران را به مقوله فوتبال به عنوان ابزاری دیپلماتیک جلب کند. نظر به این که تاکنون هیچ پژوهشی درباره تعامل میان دیپلماسی و فوتبال انجام نشده است و پژوهش‌های انگشت شماری هم که انجام شده درباره دیپلماسی ورزش به صورت کلی بوده است، پژوهش حاضر سعی کرده با بررسی وضعیت دیپلماسی فوتبال در ایران به ارایه یک الگوی نظری یا حداقل یک راهکار کاربردی بپردازد.

1. Jame, Riordan. Arnd, Kruger

2. Merkel

3. Loy and Douglas

4. Knott, Swart., Visser,

5. Veiß

6. Tonnies

7. Frenkin

8. Simmel

9. Formal Sociology

10. Chelladurai

11. Murray

12. Kim

13. Eden

سئوالات پژوهش

آنچه در این پژوهش بررسی می‌کنیم با استفاده از مطالعه کیفی است. به همین دلیل به جای ارائه فرضیه، سئوالات پژوهش را در این جا طرح می‌نماییم. این پژوهش پدیده دیپلماسی فوتبال در ایران را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. بنابراین این سؤال مطرح می‌شود که چه اقداماتی را می‌توان برای ارتقای دیپلماسی فوتبال جمهوری اسلامی ایران انجام داد؟ به عبارت دیگر، سؤال اساسی در این پژوهش این است که چگونه دیپلماسی فوتبال می‌تواند کارآمد باشد؟

این پژوهش، در پی یافتن پاسخ سئوالات زیر است:

۱. الگوی دیپلماسی فوتبال در جمهوری اسلامی چگونه است؟
۲. ابعاد سازه دیپلماسی فوتبال در ایران کدام اند؟
۳. وضعیت موجود دیپلماسی فوتبال در ایران چگونه است؟
۴. علل کارآمدی یا ناکارآمدی دیپلماسی فوتبال در ایران کدام اند؟
۵. پیامدهای استفاده یا عدم استفاده از دیپلماسی فوتبال در ایران کدام اند؟
۶. استراتژی‌های مؤثر استفاده از دیپلماسی فوتبال در ایران کدام اند؟

چارچوب مفهومی

باتوجه به تفاوت‌های پارادایمی دو روش تحقیق کمی و کیفی، در بررسی‌های کیفی به جای استفاده از چهارچوب نظری، از چهارچوب مفهومی جهت استخراج سؤال یا سئوالات تحقیق استفاده می‌شود. چهارچوب مفهومی، مجموعه مفاهیم به هم مرتبطی را شامل می‌شود که بر مفاهیم و تم‌های عمده مورد مطالعه تمرکز دارد و آن‌ها را در قالب یک نظام منسجم و مرتبط معنایی به همدیگر پیوند می‌دهد (محمدپور ۱۳۹۲، ۲۹۰). در این پژوهش از رویکردهای کارکردگرایی و کنش متقابل نمادین برای تدوین چهارچوب مفهومی استفاده شده است.

دیدگاه کارکردگرایی

کارکردگرایان باتوجه به ارتباط متقابل ورزش به عنوان یک نهاد اجتماعی^۱ با سایر نهادهای اجتماعی (کرایب ۱۳۹۱، ۵۷) مانند خانواده، مذهب، آموزش و پرورش، نهادهای اقتصادی و سیاسی (سیف‌اللهی ۱۳۷۳، ۱۳۹) و حتی رسانه‌های گروهی سعی در تحلیل ابعاد اجتماعی ورزش در سطوح مختلف دارند. از نظر کارکردگرایان مهم ترین نقش ورزش در جامعه، کمک به سلامت و بقای افراد، جامعه پذیری و انتقال ارزش‌ها، قوانین، منزلت (ریترز ۱۳۷۹، ۱۳۵) همبستگی گروهی (شویت^۲ ۲۰۰۰، ۲۲)، یگانگی اجتماعی (نیک گهر ۱۳۷۱، ۳۶۶) در سطوح ملی و بین‌المللی و تمامی مواردی است که به حفظ نظام کمک می‌انجامد.

مکتب کنش متقابل نمادین

ارزش‌های نمادین مانند شکست و پیروزی، روحیه و اخلاق ورزشکاری، فعالیت تیمی، ارزش‌های تیمی، هنجارها، تشریفات، تشویق‌ها، نشانه‌ها و علائم، بازی‌ها (آزادارمکی ۱۳۸۳، ۲۴۱)، آمارها و واکنش‌های مربوط به

1. Social Institution

2. Schuyt

شکست و پیروزی، نمایش دادن (جلائی پور و جمالی ۱۳۸۷، ۱۶۲) در عرصه فوتبال جملگی دلایل قانع کننده‌ای برای جلب حمایت تحلیل گران این مکتب به شمار می‌روند. از سویی برخی از نظریه پردازان معتقدند که بازی‌ها و رقابت‌های ورزشی به عرصه منافع طلبی ملت‌ها و دولت‌ها و تظاهرات ایدئولوژیک بدل می‌شود. مانند ورزش القا کننده روحیه سرمایه‌داری در جامعه است (ادیبی و انصاری ۱۳۸۷، ۱۳۴) یا در جامعه سرمایه‌داری ورزش درگیر بازی‌ها و رقابت‌های سیاسی، نظم نوینی مبتنی بر سرمایه داری جهانی (دیلینی ۱۳۸۷، ۱۳۶) می‌شود.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش کیفی^۱ و برای درک و تبیین پدیده‌های اجتماعی به دست آمده از داده‌ها از مصاحبه‌ها، مستندات، مشاهده‌ها و ... استفاده شد (مارشال و راس من ۱۳۸۱، ۱۰۹). به منظور اجرای پژوهش، مرحله اول به صورت کتابخانه‌ای انجام شد و اقدام به توصیف و تحلیل پژوهش‌های مرتبط (طیبی و دیگران ۱۳۹۵، ۱۴۵) با دیپلماسی فوتبال گردید. تحلیل‌های انجام شده توسط محقق برای تفسیر و سازمان دادن داده‌ها در مرحله اول منجر به ارتقای دانش و نیز تدوین راهنمای مصاحبه‌ها (اشتراوس و کوربین ۱۳۹۵، ۳۳) شد. در مرحله دوم (مصاحبه‌های کیفی)، برای ساخت الگوی پیشنهادی پژوهش (کیوی و کامپنهود ۱۳۹۰، ۶۸) از نظریه زمینه‌ای (گرند تئوری^۲) به عنوان راهبردی برای تحقیق کیفی (ادواردس و اسکینر ۱۳۹۲، ۴۰۴) استفاده گردید.

بعد از مرور پیشینه و ادبیات تحقیق، پژوهشگر به مصاحبه‌های هدفمند با جامعه هدف، افراد آگاه به موضوع و صاحب‌نظران پس از انجام ۲۳ مصاحبه در زمینه تحقیق پرداخت که اشباع نظری حاصل شد. سپس تحلیل داده‌ها حین مصاحبه که شامل کدگذاری باز^۳، محوری^۴ و گزینشی^۵ (محمدی ۱۳۹۰، ۱۰۷) از طریق نرم افزار Nvivo 10 انجام پذیرفت. پس از انجام مصاحبه‌ها و پیاده سازی تحلیلی خط به خط متن، کلمات کلیدی و عباراتی که با نظر پاسخ دهندگان مرتبط بودند، شناسایی و از طریق نرم افزار کدگذاری باز صورت گرفت. در کدگذاری محوری مقولات و مفاهیم به دست آمده از مرحله کدگذاری باز باهم مقایسه، ترکیب و ادغام، تقلیل و تلخیص و با خلاقیت فکری و انتزاعی کنار هم قرار گرفت و در نهایت تلخیص و نتیجه‌گیری از یافته‌ها تا شناسایی فهرست نهایی ابعاد و عوامل مرتبط (طالب ۱۳۹۰، ۴۲۶) با دیپلماسی فوتبال انجام شد و در نهایت الگوی فرایندی تحقیق مشخص گردید.

یافته‌های پژوهش

هدف عمده در روش تحقیق کیفی، توصیف واقعیت مورد بررسی است. دستیابی به این توصیف نیازمند فنونی است که به کمک آن بتوان داده‌های گردآوری شده را ساماندهی، تنظیم و تحلیل کرد و به ارائه نظریه مبتنی بر واقعیات و داده‌ها دست یافت. این نوع نظریه را نظریه زمینه‌ای می‌نامند (فلیک ۱۳۹۱، ۲۴۵). در نظریه زمینه‌ای، از سه مرحله کدبندی برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود. در کدبندی باز می‌توان داده‌ها را سطر به سطر به صورت

1. Qualitative Research
2. Grounded Theory
3. Open coding
4. Axial coding
5. Selective coding

یا پاراگرافی کدبندی و مفهوم‌بندی کرد. در مرحله بعد، این مفاهیم کنار یکدیگر گذاشته می‌شوند و براساس اشتراکات، تشابهات یا هم‌پوشی معنایی به صورت مقوله محوری در می‌آیند و در نهایت مقولات عمده انتخاب می‌شود.

پس از کدگذاری باز با برقرار پیوند بین مقولات، به شیوه‌های جدیدی اطلاعات با یکدیگر ربط می‌یابند. این کار با استفاده از یک پارادایم (مدل الگویی یا سرمشق) که متضمن شرایط، محتوا و راهبردهای (استراتژی‌های) کنش/کنش متقابل و پیامدهاست، صورت می‌گیرد (استراوس و کوربین ۱۳۸۵، ۹۷).

براساس تحلیل مصاحبه‌های انجام شده هفت مقوله به عنوان شرایط علی شناسایی شد که باعث ایجاد یا توسعه وضعیت موجود دیپلماسی فوتبال شده است: (۱) ماهیت فوتبال؛ (۲) عوامل ساختاری؛ (۳) سیاست‌های فرهنگی؛ (۴) سیاست‌های بین‌المللی؛ (۵) سیاست‌های مدیریتی؛ (۶) سیاست‌های رسانه‌ای و (۷) سیاست‌های ورزش حرفه‌ای.

جدول ۱: شرایط علی استخراج شده از داده‌ها

کد انتخابی	کد محوری	مفاهیم
۳ ف د ۹	ماهیت فوتبال	کم هزینه بودن
		جهانی شدن فوتبال
		فوتبال به عنوان یک صنعت رقابتی
		جذابیت فوتبال و تعداد بالای هواداران
	عوامل ساختاری	ناتوانی در استفاده از دیپلماسی فوتبال برای منافع ملی
		قائم به فرد بودن مقوله دیپلماسی فوتبال
		فقدان اعتماد حاکمیت به فدراسیون
		دولتی بودن فوتبال
	سیاست‌های فرهنگی	غلبه دیدگاه نتیجه‌گرایی نزد مسئولان تراز اول کشور
		مشکلات فرهنگی برای میزبانی رویدادها
		ترس از ایجاد شوک فرهنگی
		توجه به عناصر فرهنگی ایرانی در رویدادها
		اثرات رفتار نخبگان ورزشی و ورزشکاران بر جامعه
		توجه به فرهنگ سازی به عنوان پیش نیاز دیپلماسی
	سیاست‌های بین‌المللی	غلبه سنت فرهنگ شفاهی
		اتخاذ راهبرد مشخص در منطقه و مجامع بین‌المللی
		هدف‌گذاری برای حضور در رویدادها
		استفاده از فوتبال به مثابه قدرت نرم
		قرار دادن دیپلماسی فوتبال در اولویت سیاست خارجی
		فوتبال به عنوان کانال و فرصت ایجاد ارتباط

کد انتخابی	کد محوری	مفاهیم
رشد	سیاست‌های مدیریتی	ریسک پذیری مدیران
		داشتن قدرت چانه زنی
		توانایی در ارتباطات بین المللی
		ثبات مدیریتی در فوتبال
		حمایت لازم از نخبگان ورزشی
		متخصص و آشنا با ورزش جهانی
		عملکرد علمی قابل قبول و سلیقه‌ای عمل نکردن
	سیاست‌های رسانه‌ای	ارتقای آگاهی مردم درباره دیپلماسی فوتبال
		استفاده صحیح و کارآمد از رسانه
		ضرورت همراهی رسانه ملی و دستگاه دیپلماسی
		بهره گیری از تجارب باشگاه‌های موفق دنیا
		تقویت پورتال دستگاه دیپلماسی
		تولید فیلم‌های مستند و مستندسازی تجارب کسب شده از رویدادها
		ضرورت بروز بودن اطلاعات
	سیاست‌های ورزش حرفه‌ای	استعدادیابی و تربیت و پرورش استعداد
		رویکرد علمی به مسائل فوتبال
		انتقال تجارب به نسل آینده
		تقویت تفکر حرفه‌ای در باشگاه‌داری
		حضور اثر بخش باشگاه‌ها در موضوع دیپلماسی

براساس تحلیل نظرات شرکت کنندگان در این پژوهش، پنج مقوله به عنوان شرایط زمینه‌ای دیپلماسی فوتبال به دست آمد: (۱) عوامل اقتصادی؛ (۲) عوامل مرتبط با دولت و سیاست؛ (۳) عوامل فرهنگی - اجتماعی؛ (۴) معیارهای سنجش و (۵) سیاست‌های مرتبط با فیفا.

جدول ۲: شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر استخراج شده از داده‌ها

کد انتخابی	کد محوری	مفاهیم
شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر	عوامل اقتصادی	بودجه فوتبال در کشور
		دولتی بودن ساختار اقتصاد کشور
		استفاده از صنعت فوتبال
		استفاده از رویدادهای فوتبالی برای توسعه اقتصادی
		توجه به شیوه‌های مختلف و جدید درآمدزایی
	عوامل مرتبط با دولت و سیاست	نگرانی دولت در مورد هدایت جریان‌های سیاسی در فوتبال
		تلاش دولت برای کسب میزبانی رویدادها
		نگاه حیات خلوت گونه به فوتبال
		ترجیح انتصاب مدیران سیاسی در رأس فوتبال
		پیام تبریک مسئولان تراز اول برای قهرمانی‌ها
	عوامل اجتماعی و فرهنگی	تفاوت سیاست دولت‌ها و دوگانگی در قبال دیپلماسی فوتبال
		اهمیت سلامت جسم و روان شهروندان
		کمک به تسکین اجتماعی
		افزایش رضایت از زندگی
		جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی
	عوامل حقوقی و قانونی	حضور در رویداد به عنوان پیام آور سلامتی
		اساسنامه مستقل فدراسیون فوتبال
		وجود شورای عالی ورزش
		انحصار صدا و سیما
		حق پخش تلویزیونی
	معیارهای سنجش	توجه به فوتبال در برنامه‌های توسعه پنج ساله
		وجود واکنش خارجی به جای سیاست خارجی
		وجود عناصر مداخله‌گر در سیاست خارجی
		فعال نبودن بازیگران دیپلماسی فوتبال
		نبود فهم مشترک از دیپلماسی در بین اهالی فوتبال
		پذیرش صرفاً در سطح فردی و عدم پذیرش ساختاری
		وجود تعداد اندک شمار ورزشکاران در تیم‌های خارجی
		اعزام افراد غیرمرتبط به رویدادها
		استفاده حداقلی از دیپلماسی فوتبال
		فعال نبودن مرکز دیپلماسی عمومی
	سیاست‌های فیفا	ایدئولوژی محوری
		تورم قوانین و توصیه نامه‌ها و پیشنهادات و برنامه
		تبعص در اهمیت به رشته‌های ورزشی توسط دستگاه دیپلماسی
		دخالت فیفا در امور فدراسیون‌ها
		سختگیری در دادن میزبانی‌ها
		توجه به تفاوت‌های فرهنگی و سیاسی کشورها توسط فیفا
		ایجاد سلطه بر دیگران

براساس تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، دستیابی به وضعیت مطلوب دیپلماسی فوتبال نیازمند به کارگیری راهبردها در پنج مقوله زیر است: (۱) اقدامات بین‌المللی؛ (۲) اقدامات ساختاری؛ (۳) اقدامات فرهنگی - اجتماعی؛ (۴) اقدامات مرتبط با تیم‌های اعزامی و (۵) اقدامات تجاری و اقتصادی.

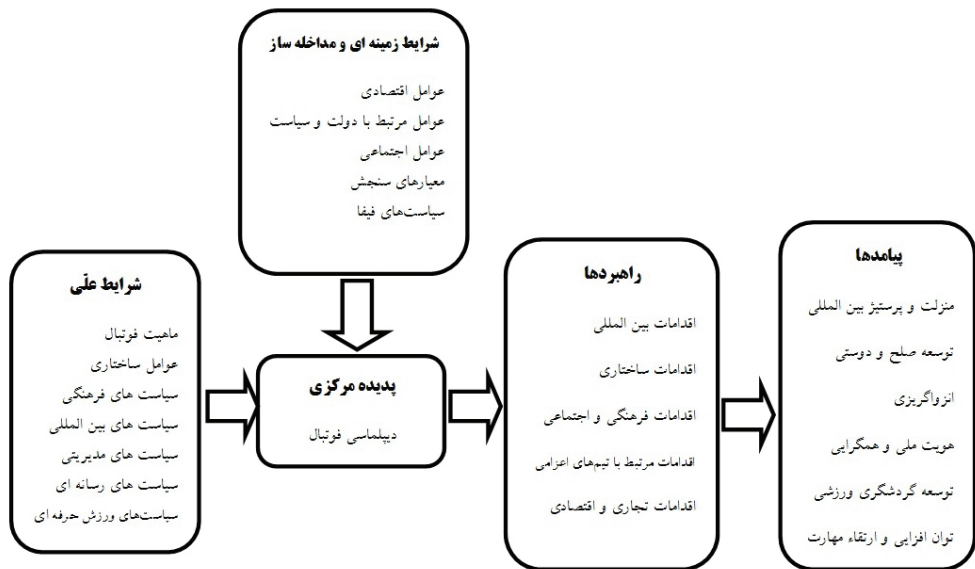
جدول ۳: راهبردهای استخراج شده از داده‌ها

کد انتخابی	کد محوری	مفاهیم
راهبردها	اقدامات بین‌المللی	اثرگذاری مثبت از طریق شرکت و میزبانی رویدادها
		داشتن متحد استراتژیک در قاره و جهان
		رایزنی و برگزاری میهمانی‌ها، لابی برای کسب کرسی‌ها
		تسهیل ارتباط مدیران فدراسیون با طرف‌های خارجی
		استفاده از فوتبال به عنوان ابزار شروع گفتگو
		توجه مقامات کشور برای حل مشکل بازیکنان ملی
		توجه به اهمیت نقش سفارت‌ها
		نگاه به ورزشکاران به مثابه دیپلمات‌ها
	اقدامات ساختاری	توجه به فوتبال مدارس و دانشگاه‌ها
		تدوین، اجرا و نظارت بر نقشه دیپلماسی فوتبال
		تشکیل دپارتمان و واحد دیپلماسی فوتبال
		ایجاد پیوند استراتژیک نهاد ورزش با دیگر نهادها
		توجه به حکمرانی خوب در ورزش
		توجه به منافع ملی
		دوری از شخص محوری
		توجه به استقلال فوتبال
	اقدامات فرهنگی و اجتماعی	استفاده از کارشناسان وزارت خارجه در فدراسیون‌ها
		توجه به اهمیت ادبیات و گفتمان سازی
		استفاده از نمادهای ملی در رویدادها
		انتخاب سفیر فرهنگی برای حضور در رویدادها
		اثر مثبت دادن هدایای فرهنگی به طرف‌های خارجی
		توجه به اهمیت حضور زنان در ورزشگاه
		ارائه الگوی مدون اخلاقی ورزشکاران
		آشنایی ورزشکاران با فرهنگ و خرده فرهنگ‌های کشور میزبان
راهبردها	اقدامات مرتبط با تیم‌های اعزامی	رعایت هنجارها توسط ورزشکاران
		توجه به اهمیت ارتباطات بین‌المللی در نقل و انتقال بازیکنان و مربیان
		توجه به نیازهای سرپرستان تیم‌های اعزامی
		افزایش تعامل و گرفتن بازخورد از تیم‌های اعزامی
		شبکه سازی بین ورزشکاران، مربیان تراز اول در کشور
		برخورد مناسب با افراد اعزامی
		ضرورت تهیه محتوای مورد نیاز در اعزام‌ها
		الزام رعایت پروتکل‌های بین‌المللی توسط ورزشکاران
	اقدامات تجاری و اقتصادی	دنبال کردن اهداف تجاری سازی در فوتبال
		کمک به سرمایه گذاری برای کسب کرسی‌ها و میزبانی‌ها
		کمک به اشتغال زایی از طریق فوتبال
		توجه به جذب اسپانسرینگ
راهبردها	اقدامات تجاری و اقتصادی	جذب سرمایه گذاری خارجی
		اهمیت حضور برندهای معتبر

براساس الگوی پارادایمی پژوهش حاصل از تحلیل نظرات مصاحبه شوندگان، دیپلماسی فوتبال پیامدهایی را در شش مقوله به دنبال خواهد داشت: (۱) منزلت و پرستیژ بین‌المللی؛ (۲) توسعه صلح و دوستی؛ (۳) انزواگرایی؛ (۴) هویت ملی و همگرایی؛ (۵) توسعه گردشگری ورزشی و (۶) توان افزایی و ارتقای مهارت.

جدول ۴: پیامدهای استخراج شده از داده‌ها

کد انتخابی	کد محوری	مفاهیم
۳۳۳	منزلت و پرستیژ بین‌المللی	جلب احترام دیگر کشورها قرار گرفتن در میان کشورهای موفق کمک به کسب کرسی‌ها به عنوان اصل بحث دیپلماسی فوتبال دستیابی به میزبانی‌ها به مثابه استاندارد بودن و داشتن سطح توسعه مطلوب کشور دیده شدن و تصویر مطلوب از کشور توجه به برندینگ بین‌المللی
	توسعه صلح و دوستی	استفاده از فوتبال به عنوان پیام آوران صلح و دوستی ایجاد صلح و رفع منازعات و پرهیز از روحیه برتری نژادی کمک به کاهش تنش‌ها و ایجاد فضای صلح و دوستی اهمیت حضور زنان در مباحث صلح
	انزواگرایی	کاهش پیش فرض‌های غلط و تبلیغات منفی درباره ایران جلوگیری از پناهنده شدن احتمالی ورزشکاران جلوگیری از حق‌کشی ورزشکاران در عرصه‌های بین‌المللی کاهش فشارهای فدراسیون جهانی کاهش تأثیرات تحریم‌های سیاسی بر فوتبال کمک به حضور فعال در ابر رویدادها کمک به برگزاری بازی‌های دوستانه تحکیم و تقویت هویت ملی
	هویت ملی و همگرایی	ارتقای اتحاد، همبستگی و انسجام ملی ترویج و ایجاد فضای گفت‌وگو نمایش ضرورت اجماع رهبران و نخبگان کاهش مرزهای قومی، مذهبی و تعصبات قومی و زبانی کشورها افزایش غرور و عرق ملی ارتقای رونق اقتصادی
	توسعه گردشگری ورزشی	تشویق و ترغیب برای احیا و حفظ سنت‌های فرهنگی ایجاد فرصت‌های شغلی جدید تقویت روحیه اجتماعی، میراث ملی و هویت جامعه باعث شهرت فرهنگی و اجتماعی کشور
	توان افزایی و ارتقاء مهارت	ارتقای اثرگذاری در صورت تسلط به زبان بین‌المللی توجه به مهارت ارتباطی با طرف خارجی ارتقای قابلیت سرپرست تیم برگزاری دوره‌های آموزشی ملی و بین‌المللی دارا بودن صلاحیت نمایندگی کشور داشتن تحصیلات دانشگاهی



شکل ۱: پارادایم کدگذاری محوری دیپلماسی فوتبال ایران

بحث و نتیجه گیری

تحلیل دیدگاه مشارکت کنندگان پژوهش پیرامون موضوع دیپلماسی فوتبال منتج به پیدایش یک الگوی کیفی شد که عوامل آن به قرار زیرند:

۱. عوامل علی

چنان که در نتایج بیان شد، عوامل علی شامل هفت مقوله بود: (۱) ماهیت فوتبال؛ (۲) عوامل ساختاری؛ (۳) سیاست های فرهنگی؛ (۴) سیاست های بین المللی؛ (۵) سیاست های مدیریتی؛ (۶) سیاست های رسانه ای و (۷) سیاست های ورزش حرفه ای.

ترابی و دیگران (۱۳۹۴) فوتبال را یک صنعت درآمدزا می دانند و بیان می کنند که امر معقول و اندیشیده شده ای است که دولت ها بدان مبادرت دارند. ورکیانی (۱۳۸۵) در پژوهش خود ابراز می کند که از دهه ۱۹۶۰، اقتصاد و ورزش به مدد گسترش رسانه ها با یکدیگر به تعامل پرداختند و روند مرسوم به «تجاری شدن» شکل نوینی به خود گرفت. این تعامل برای هر دو نهاد اقتصاد و ورزش سودمندی های متقابلی را به همراه داشت؛ اقتصاد به کمک مخاطب پرشمار در عرصه ورزش، بازار مناسبی برای معرفی و تبلیغ فراورده های خود به دست آورد و ورزش نیز توانست با بهره گیری از سرمایه گذاری های اقتصادی با افزایش توانمندی در بخش زیرساخت ها و رشد و گسترش کمی و کیفی، وضعیت اقتصادی ورزشکاران را متحول کند و فضای جدیدی به نام «حرفه ای شدن» از این طریق شکل بگیرد. نتایج پژوهش نشان داد که سیاست های ساختاری می تواند بر وضعیت دیپلماسی در فوتبال تأثیر بگذارد. در این راستا ساختار دولتی فوتبال که در نتیجه وجود مدیران دولتی موقت و دریافت پول از دولت منجر به رویکرد حفظ وضعیت از سوی مدیران شده، انگیزه پیشرفت و تدوین برنامه های بلندمدت و درآمدزایی

را از بین می برد. علیدوست و همکاران (۱۳۹۲) دولتی بودن باشگاه ها را به عنوان معضل فوتبال بیان نمودند. ریسک پذیری مدیران، داشتن قدرت چانه زنی، توانایی داشتن ارتباطات بین المللی، آشنایی مدیران با دیپلماسی، ثبات مدیریتی در فوتبال، حمایت لازم از نخبگان ورزشی، متخصص و آشنا با ورزش جهانی، عملکرد علمی و سلیقه ای عمل نکردن و عملگرا بودن مدیران نیز از دیگر عوامل عدم وجود برنامه برای به کارگیری دیپلماسی و ارتقای فوتبال کشور به شمار می روند. رضایی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود دولتی بودن باشگاه های حرفه ای فوتبال را موجب ایجاد ملاحظات سیاسی و متعاقب آن، عدم پیگیری حقوق مشروع باشگاه توسط مدیران عالی می دانند. به طور کلی انتخاب مدیران دولتی با نگرش سیاسی توأم است و به دنبال آن با اندیشه حفظ موقعیت شغلی خود سعی بر اعمال رفتارهای سیاسی محافظه کارانه تری خواهند داشت. نبود اتحادیه های قوی و فعال صنفی باشگاه ها در صنعت فوتبال ایران نیز از موانع تحقق دیپلماسی فوتبال در کشور است.

نادری نسب و همکاران (۱۳۹۰) وابستگی شدید به منابع دولتی، نبود نگرش بنیادین در نزد مدیران، کمبود نیروی انسانی متخصص، ارتباطات بین المللی ضعیف فدراسیون فوتبال، عدم استقلال فدراسیون، مدیریت ضعیف، فقدان تحقیقات علمی، فقدان شایسته سالاری در انتصابات مدیران، فقدان برنامه، فقدان ثبات و محدودیت بخش رسانه ای را از ضعف های فوتبال مشترک نیوزلند و چین با ایران نام برده اند.

از سوی دیگر، فوتبال به عنوان یک ورزش رسانه ای با دارا بودن ویژگی هایی مانند کم هزینه بودن، غلبه و جبهه سیاسی، جهانی شدن فوتبال، فوتبال به عنوان یک صنعت رقابتی، جذابیت فوتبال و تعداد بالای هواداران زمینه حضور خود را در عرصه های جهانی و بین الملل ایجاد محرز کرده است. بیشتر مردم اعتقاد دارند که ورزش نقش ها و کارکردهای مهمی را در روابط بین المللی و صلح جهانی ایفا می کند. اما واقعیت های ورزشی به ندرت با ایده آل های آن پیوند دارد. در این راستا لورمور و بودر (۱۳۹۱) ارتباط بین دیپلماسی و ورزش را متقابل می دانند. زرگر (۱۳۹۴) اذعان می کند که دولت ها از دیپلماسی ورزش برای فشار آوردن بر دیگر کشورها استفاده می کنند. البته در ادامه می افزاید نباید در تأثیرگذاری ورزش زیاد مبالغه کرد، ولی می توان از ورزش به عنوان نوعی واسطه یا کاتالیزور نام برد. در واقع، دیپلماسی ورزش نقش تسریع کننده دارد - شاید خود عامل مستقیمی نباشد. این دیپلماسی می تواند با اراده رهبران سیاسی منجر به بهبود روابط و هرگونه تصمیم در زمینه شکل و ماهیت روابط شود و روابط دوستانه را بین کشورها برقرار نماید.

۲. عوامل زمینه ای

شرایط زمینه ای و مداخله گری که در ارتباط با وضعیت موجود دیپلماسی فوتبال در این پژوهش شناسایی شد شامل پنج مقوله زیر بود: (۱) عوامل اقتصادی؛ (۲) عوامل مرتبط با دولت و سیاست؛ (۳) عوامل فرهنگی - اجتماعی؛ (۴) معیارهای سنجش و (۵) سیاست های مرتبط با فیفا.

اصحاب علوم اجتماعی از هنگامی که فوتبال پیش از پیش و مستقیماً با صنعت کالا، خدمات و تبلیغات ارتباطات تنگاتنگی پیدا نمود و نهادهای سیاسی و اجتماعی به صورت های گوناگون آن را جهت نیل به اهداف خود به خدمت گرفتند، از آن به عنوان مسئله ای قابل اعتنا در ارائه انواع تحلیل های جامعه شناختی استفاده کردند؛ از زمانی که به تعبیر «بورديو» این ورزش به میدان رقابت بر سر قدرت تبدیل گردید و در عملی به ظاهر غیرسیاسی دائماً حضور سیاست و سیاستمداران دیده شد. در عصر حاضر، فوتبال در زندگی افراد رسوخ

کرده و از ویژگی منحصر به فردی برخوردار است. این ورزش به دلیل جذابیت ویژه و گسترده‌ی فوق العاده، پرطرفدار، پربیننده‌ترین و پرشارکت‌ترین فعالیت ورزشی و به عنوان ورزشی‌ترین ورزش شناخته می‌شود؛ به گونه‌ای که به پدیده‌ی فراگیر و جهانی مبدل شده است و نمی‌توان برای آن حد و مرزی قائل شد. همچنین فوتبال به دلیل برخورداری از ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی، به شکل کامل از حالت بازی ساده خارج و این امر دلیل ارتقای جهانی آن است. این موضوع فرصت مناسبی برای اعمال عوامل فرهنگی- اجتماعی در دیپلماسی فوتبال فراهم نموده تا به راحتی بتوانند با جامعه جهانی ارتباط برقرار نمایند. از سویی، فلیپ و همکاران (۲۰۰۸) حضور در ورزش را نشانه تمدن و سلامتی و شادکامی یک کشور می‌دانند. فدایی و همکاران (۱۳۹۵) اقدامات رایج دولت‌ها برای مشارکت در ورزش را جهت سلامت جامعه و توسعه اقتصادی- اجتماعی می‌دانند. ملکوتیان (۱۳۸۸) بیان می‌کند که ورزش از طریق ارزش‌های انسانی و همبستگی ملی و افزایش مشارکت مورد توجه است و در زمان برگزاری رویدادهای ورزشی مورد استفاده قدرت‌ها قرار می‌گیرد.

۱۲۷

نتایج پژوهش حاضر، عوامل اقتصادی را نیز از جمله عوامل موثر بر دیپلماسی فوتبال شناسایی نمود. انورالخولی (۱۳۸۱) می‌نویسد: «ورزش‌های پرطرفداری که یک نوع بازی هستند، در عین حال یک فعالیت تجاری هم محسوب می‌شوند. فوتبال که از لحاظ اقتصادی پول‌های زیادی در آن وجود دارد، می‌تواند در توسعه روابط و صلح نقش ایفا نماید». دایسون و گدارد (۲۰۰۱) اذعان دارند که اقتصاددانان به دو دلیل توجه ویژه‌ای به فوتبال دارند: نخست آن که فوتبال به یک صنعت جهانی میلیاردری تبدیل شده است و دوم این که ملاحظات اقتصادی- سیاسی در فوتبال وجود دارد؛ به طوری که امروزه از فوتبال به عنوان ابزاری برای ارتقای قدرت ملت‌ها و وضعیت بین‌المللی استفاده شده است. کوکلی (۱۳۹۳) عقیده دارد که شرکت‌های خصوصی هر ساله میلیون‌ها دلار خرج می‌کنند تا از لحاظ مالی، حامی فعالیت‌های ورزشی باشند- هزینه‌ای را که خرج حمایت از فعالیت‌های ورزشی می‌کنند، سه برابر بیشتر از هزینه‌ای است که برای هنر، فستیوال‌ها، نمایشگاه‌ها و جاذبه‌های ایالات متحده می‌کنند. نادریان (۱۳۹۱) به نقل از تیرگ می‌نویسد: «چنانچه فعالیت‌های ورزشی به مثابه یک کالای سرمایه‌ای و بادوام در جامعه تلقی شود، نتایج آن باید بر ظرفیت تولیدی جامعه آشکار گردد و اثرات مثبت و سودمند آن مشاهده شود». در جام ملت‌های آسیا در سال ۲۰۰۷ میلادی که رقابت‌های رشته فوتبال در کشورهای تایلند، مالزی، اندونزی و سنگاپور برگزار گردید، تصور می‌شد از لحاظ تجاری بین این کشورها اختلاف بوجود آید. در حالی که نه تنها اختلافی رخ نداد، بلکه باعث نزدیک شدن این کشورها به یکدیگر شد. در جام جهانی‌ها نیز کشورهای منطقه و فرمانطقه‌ای وارد روابط و مشارکت‌های اقتصادی می‌شوند. بنابراین، در کشور ما صنعت فوتبال به نداشتن بودجه لازم، سودآوری اقتصادی، سرمایه‌گذاری برای رویدادهای بین‌المللی، اهمیت ندادن به شیوه‌های درآمدزایی به دلیل دولتی بودن اقتصاد و آماده نبودن زیرساخت مناسب سرمایه‌گذاری از عوامل اقتصادی است که مدنظر مسئولان قرار نگرفته است.

دیگر نتایج پژوهش نشان داد که عوامل مرتبط با عوامل حقوقی و قانونی، در زمینه دیپلماسی فوتبال کشور به شمار می‌رود. از سوی دیگر، اسمعیلی (۱۳۹۴) بیان می‌کند که هر پدیده در حال وقوعی نمی‌تواند خارج از قانون و سیاست‌های کلان یک جامعه رخ بدهد. این شرایط را می‌توان با عنوان «عوامل قانونی» دسته‌بندی کرد. تحلیل دیدگاه مشارکت‌کنندگان به استخراج عوامل قانونی انجامید که در دیپلماسی فوتبال تأثیرگذارند و زمینه‌ساز بخشی از محدودیت موجود هستند. بررسی مشکلات مرتبط با این حوزه در کشور نشان می‌دهد که قوانین و

مقرراتی هستند که نخست در شرایط متفاوت تاریخی و اقتضائات زمانی تدوین شده و در نتیجه تحت تاثیر و متناسب با همان شرایط هستند. دوم، مراجع بسیار متعددی خود را دارای صلاحیت حقوقی و قانونی و فنی برای قانونگذاری رسانهای می‌دانند. سوم، میزان اقتدار این مراجع و مصوبات آنها متفاوت و مشکل آفرین است. چهارم، در خصوص موضوعاتی واحد، مقرراتی متفاوت و پراکنده حکومت می‌کند و پنجم اینکه قوانین موجود متناسب با تحول فناوری‌های نوین نیستند. این خلاها و محدودیت‌های قانونی، مشکلاتی را برای فعالیت دیپلماسی فوتبال در عرصه داخلی و بین‌المللی ایجاد کرده است. وضع قانون، عدم امکان حضور در تبلیغات بازرگانی ورزشکاران بر خلاف تمام دنیا، انحصاری بودن صدا و سیما، عدم تدوین قوانین حمایتی از حق پخش و درآمدزایی و استقلال باشگاه‌ها، خصوصی نکردن باشگاه‌ها، عدم صدور مجوز برای احداث شبکه تلویزیونی باشگاه‌ها، خلاهای قانونی در ورزش کشور هستند که راه‌های درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال را محدود می‌کند و موجبات وابستگی بیشتر آنها را به دولت فراهم می‌نمایند.

معیارهای سنجش در فوتبال نشان دهنده آن است که مسائل و مشکلات پیش روی اجرای دیپلماسی فوتبال منجر به استفاده اندک از دیپلماسی فوتبال در کشور شده است. از دیدگاه کوکلی (۱۳۹۱) نظریه پردازان و فعالیت‌های ورزشی به عنوان وسایل فرهنگی برای توسعه و پیشرفت، «برج‌های دیدبانی» ایدئولوژیکی را در ذهن مردم سراسر دنیا شرح داده‌اند. صباغیان (۱۳۹۴) اعتقاد دارد که ورزش‌های بین‌المللی یک عرصه مناسب برای حکومت‌ها به منظور نشان دادن برتری خود بر دیگران در شکل قدرت ورزشکاران یا ایدئولوژی نظام سیاسی آنها فراهم کرده است. عسگریان (۱۳۹۵) اذعان می‌کند که فراگیر شدن فوتبال و اهمیت جایگاه آن در مناسبات بین‌المللی، توجه فراوانی را از ناحیه دولت‌ها متوجه این پدیده ساخته است. مسابقات مختلف قاره‌ای و جهانی و در رأس همه آنها بازی‌های جام جهانی به عرصه رقابت ورزشکاران برگزیده ملت‌ها تبدیل شده است و از این رهگذر، علوم و فنون مختلفی در فوتبال به کار گرفته شده‌اند. موفقیت کشورها در میادین بین‌المللی ورزشی علاوه بر تأثیرات اجتماعی و اقتصادی، نمادی از ثبات و توانمندی‌های همه جانبه آن کشورها محسوب می‌شود و یکی از علل سرمایه‌گذاری بالای کشورها در ورزش قهرمانی و حرفه‌ای از این مورد نشأت می‌گیرد.

نتایج پژوهش نشان داد که عوامل مرتبط با دولت و سیاست، مانعی در زمینه دیپلماسی فوتبال کشور به شمار می‌رود. التیامی‌نیا و عزیزآبادی (۱۳۹۴) در پژوهش خود اذعان دارند که نظام سازمان ملل به حمایت معتقدان به ارزش‌های تربیتی ورزشی، برای همراه ساختن نهادهای ورزشی خصوصی و دولتی به منظور ایجاد باور در نقش حیاتی ورزش در بهبود سلامت بشریت، حفظ پیشرفت‌های انسانی و صلح پایدار نیازمند است. یکی از نگرانی‌های دولت، هدایت جریان‌های سیاسی در فوتبال است. از این رو، گره‌ها (۱۳۸۳) به نقل از کریستیان برومبزه می‌نویسد: «استادیوم‌ها که در دهه اخیر محل بروز ناراضی‌های مهمی بوده‌اند، به دقت تحت نظر هستند. استادیوم‌ها محل نگرانی‌اند». صدیق (۱۹۹۸) می‌گوید شاید یکی از دلایل اشتیاق زیاد به فوتبال در ایران، این باشد که فوتبال به ایرانیان این اجازه را می‌دهد که خودشان را با بقیه جهان مقایسه کنند. آنان به این صورت می‌توانند بخشی از جهان باشند. زارع و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود عوامل زمینه‌ای مقایسه‌ای کشورهای دیگر را این گونه بیان می‌کنند: در اسپانیا ساختار نامناسب باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال، فقدان قوانین و مقررات مرتبط مالی و اقتصادی و حق پخش رسانهای و حامیان مالی. در مورد پرتغال هم می‌نویسند: بررسی‌ها نشان می‌دهد باشگاه‌ها نیاز به حمایت دولت دارند. در مورد مکزیک نیز محیط سیاسی و بی‌ثباتی اقتصادی را گزارش

کرده‌اند. از سوی دیگر، حکومت‌ها از سازمان‌های غیردولتی ورزشی به عنوان ابزار در روابط بین‌المللی با دیگر کشورها استفاده می‌کنند و برای این کشورها ورزش همانند یک ابزار سیاسی به شمار می‌رود که توسط کشورهای کمونیستی به وفور استفاده شده است.

نتایج پژوهش از تأثیرگذاری سیاست‌های فیفا در دیپلماسی فوتبال کشور حکایت دارد. فیفا به عنوان سازمان ورزشی که اعضای آن بیشتر از اعضای سازمان ملل است، توانایی‌های ویژه‌ای در روابط بین‌المللی دارد. ملکو تیان (۱۳۸۸) باور دارد که قدرت‌های جهانی، ورزش را همچون سازمان بین‌المللی از قبیل سازمان ملل متحد در تسخیر خود گرفته‌اند و ورزش به وسیله‌ای در جهت گسترش هژمونی و سلطه جهانی آن‌ها تبدیل گردیده است. از سوی دیگر، برگزاری مسابقات جهانی منافع مستقیم برای این قدرت‌ها دارد. این امر از نقش قدرت‌های بزرگ در تعیین مکان و کشور بازی‌هایی مانند جام جهانی و غیره آشکار است. این نکته در هنگام پذیرش پکن به عنوان مکان برگزاری بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ که چین به سرعت در حال تبدیل شدن به یک کشور باز و میانه رو است، نشان از بده و بستان‌های سیاسی است. یوسفی و همکاران (۱۳۹۵) چارچوب آمادگی درخواست میزبانی رویدادهایی که حداقل یک سال با سخت‌گیری‌های خاص طول می‌کشد، رقابت شدیدی بین کشورهای و شهرهای مختلف برای کسب میزبانی‌ها ایجاد می‌کند. تبعیض‌های صورت گرفته از سوی کنفدراسیون آسیا با فوتبال ایران در سال‌های اخیر نشانگر ضعف دیپلماسی فوتبال و همچنین روابط سیاسی موجود در ساختار بین‌المللی فوتبال است.

۳. راهبردها

بر اساس نتایج پژوهش، دستیابی به وضعیت مطلوب دیپلماسی فوتبال نیازمند به کارگیری راهبردهایی است که در پنج مقوله می‌توان آنها را دسته‌بندی کرد: (۱) اقدامات بین‌المللی؛ (۲) اقدامات ساختاری؛ (۳) اقدامات فرهنگی - اجتماعی؛ (۴) اقدامات مرتبط با تیم‌های اعزامی و (۵) اقدامات تجاری و اقتصادی.

به اعتقاد مشارکت‌کنندگان پژوهش، بهبود وضعیت دیپلماسی فوتبال و رسیدن به وضعیت مطلوب نمی‌تواند بدون اقدامات دولت در زمینه روابط بین‌الملل، تیم‌های اعزامی و ساختارهای مرتبط با فوتبال صورت گیرد. لذا فراهم سازی زیرساخت‌ها، اصلاح ساختار فدراسیون فوتبال، تدوین خط و مشی‌های بین‌المللی و بهبود ضمانت اجرایی این برنامه‌ها از جمله اقدامات اصلی دولت در این زمینه گزارش شده است. بخش دیگری از ساز و کارهای رسیدن به وضعیت مطلوب دیپلماسی فوتبال، به تیم‌های اعزامی مربوط می‌شود که انجام امور مشخصی را متعهد می‌شوند. در نظر گرفتن این امور کمک می‌کند که طرفین، ضمن انتخابی بهتر به وظایف و مسئولیت‌های خود در قبال یکدیگر و جامعه نیز آگاه باشند. به گفته چلادوری (۱۹۸۴) میزان رضایت ابراز شده از سوی ورزشکاران درباره عملکردشان با نحوه تعاملات در تیم گره خورده است. از این رو، حفظ رضایت ورزشکاران در طول رقابت‌ها به درک ورزشکار از عملکردش و نوع تعاملات با افراد مهم مانند مربی و هم تیم‌ها بستگی دارد. نوروزی (۱۳۹۵) در پژوهش خود اذعان می‌کند که ورزشکاران به عنوان مهم‌ترین و با ارزش‌ترین اجزای هر تیم، مهم‌ترین مزیت رقابتی و کمیاب‌ترین منبع قلمداد می‌شوند که در صورت هر نوع تبعیضی در برابر آن‌ها رضایت‌شان را با مشکل مواجه خواهد کرد.

همچنین اقداماتی در راستای توسعه فرهنگی و اجتماعی مورد نیاز است. این ساز و کارها می‌توانند با ایجاد

تحول و خلق ارزش‌ها، روابط اخلاقی و هنجارهای متناسب با جامعه ایران، زمینه‌های لازم را برای این پدیده فراهم سازند. در این راستا، آموزش‌های دیپلماتیک برای گروه‌های هدف حایز اهمیت بسزایی است. ساداتی (۱۳۸۸) بر این باور است که مطلب قابل تأمل درباره ورزشکاران، مقام‌های قهرمانی کسب شده آن‌ها و همچنین اخلاق و رفتارشان است، زیرا ورزشکاران به عنوان نمایندگان یک کشور حتی در جنبه‌های ملی و سیاسی به حساب می‌آیند. شناخت نیاز ورزشکاران و برانگیختن آنان با تکیه بر همین نیازها، شکوفا ساختن استعدادها و نتایج‌گیری از تلاش‌های خود و گروه ورزشکاران، مربیان را ملزم به شناخت مسائل آنان خواهد ساخت. انورالخولی (۱۳۸۱) بیان می‌کند برخی از کشورها از ورزشکاران و مربیان برجسته خود که شهرت جهانی دارند، به عنوان دیپلمات یا فرستاده خود در هیأت‌های بین‌المللی یا به عنوان سفیر سیار استفاده می‌کنند. حتی وزارت خارجه آمریکا برای تأمین هزینه سفرهای این دیپلمات‌های ورزشی اعتبارات مالی تخصیص می‌دهد. جمهوری خلق چین نیز با قهرمانان تنیس روی میز خود به همین نحو عمل می‌کند. صباغیان (۱۳۹۴) در پژوهش خود اذعان می‌کند که وزارت خارجه ژاپن از فوتبال برای غلبه کردن بر کلیشه‌های امپریالیستی استفاده کرده است. وزارت خارجه آمریکا از ورزش به منزله ابزاری دیپلماتیک جهت متحدسازی به طور تهاجمی بهره برده است. جمهوری خلق چین از زمان تأسیس از ورزشکاران به منزله یک ابزار دیپلماتیک با تأکید بر این که اول دوستی، بعد رقابت استفاده کرده است.

مرادی (۱۳۸۸) در تحقیق خود عامل بازدارنده سرمایه‌گذاری خارجی در فوتبال کشور را به سه دسته تقسیم کرده است: ساختار اقتصادی و مشکلات مربوط با آن - که مهم‌ترین موانع ولی خارج از ساختار فوتبال کشور و فراتر از آن است؛ ساختار صنعت ورزش کشور و صنعت فوتبال کشور.

به طور کلی، فدراسیون فوتبال باید با شناسایی ماهیت و ضرورت دیپلماسی در فوتبال، راهبردهایی متناسب با اهداف دیپلماتیک را تدوین و اجرا نماید. در این راستا، آن چه در این پژوهش نیز به دست آمد این است که یک راهبرد واحد در زمینه دیپلماسی فوتبال، برای بهره‌گیری از دیپلماسی در فوتبال مناسب نیست و تمامی دستگاه‌هایی که به نوعی با فوتبال در ارتباط هستند باید متناسب با نیازهای موجود در عرصه بین‌المللی و حتی ملی خود به تدوین راهبرد کمک نمایند. همچنین جهت اطمینان از این موضوع، به طور مرتب این راهبردها را نظارت و ارزیابی نمایند.

۴. پیامدهای دیپلماسی فوتبال

بر اساس نتایج این پژوهش، دیپلماسی فوتبال در وضعیت موجود و مطلوب آن می‌تواند پیامدهای شش‌گانه‌ای زیر را به دنبال داشته باشد: (۱) منزلت و پرستیژ بین‌المللی؛ (۲) توسعه صلح و دوستی؛ (۳) انزواگریزی؛ (۴) هویت ملی و همگرایی؛ و (۵) توسعه گردشگری ورزشی و (۶) توان افزایش و ارتقای مهارت.

ادیبی و انصاری (۱۳۸۷) اذعان دارند فوتبال به عنوان یک پدیده جامعه‌شناختی، نشان‌گر ورود افراد به شبکه روابط اجتماعی است. این ورزش عرصه ظهور رفتارها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و بازنمایی‌هایی معنادار قرن بیست و یکم عنوان می‌باشد. این پدیده چند بعدی، آن چنان در متن زندگی انسان‌ها رسوخ و نفوذ نموده که امروزه می‌توان باتوجه به نگرش و فعالیت‌های ورزشی افراد، طرز تفکر، سبک زندگی و میزان سرمایه اجتماعی افراد را بازشناسی و از روی رفتارها و فعالیت‌های ورزشی، سایر فعالیت‌های حیات زندگی اجتماعی را پیش‌بینی و به

وسیله آن وفاق و همبستگی اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو، با رویکردی جامعه‌شناسانه و تحلیل بازی‌ها و ورزش‌ها، می‌توان بخش عمده‌ای از ویژگی‌های افراد و جامعه‌ای که ورزش‌ها در آن پدیدار شده‌اند را باز شناخت. بدین جهت، ورزش یک موضوع ساده که در حوزه زندگی خصوصی یک فرد بازی می‌شود نیست؛ بلکه مسئله‌ای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و دیپلماتیک است. با ظهور و گسترش جهانی شدن، بازیگران جدیدی همچون سازمان غیردولتی، شرکت‌های چند ملیتی، سازمان‌های بین‌المللی و حتی شخصیت‌های با نفوذ ظهور یافته‌اند. یکی از این بازیگران، ورزشکاران و دست‌اندرکاران حوزه ورزش هستند.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که فوتبال اغلب به منظور ابزاری برای دیپلماسی، ایدئولوژی، ملت‌سازی، توسعه صلح و دوستی و دسترسی به عرصه بین‌الملل و کسب منافع تجاری اقتصادی مطرح می‌شود. از سوی دیگر، استفاده از بازیکنان و مربیان مشهور در عرصه بین‌المللی، موضوعی است که می‌تواند برای رفع معضلات و مشکلات با دیگر کشورها مورد استفاده قرار گیرد. بر اساس نتایج، دیپلماسی فوتبال با پتانسیل‌هایی که دارد، می‌تواند دستیابی به اهداف عرصه بین‌المللی، اقتصادی برای بهره‌گیری در راستای منافع ملی را میسر سازد و از این رهگذر موجب توسعه و تعامل بین‌المللی و اقتصادی کشور گردد. فوتبال از طریق مطرح کردن ارزش‌های جدید اجتماعی، پا به عرصه دانش اقتصاد و هنر نیز گذاشته است. جذابیت‌های پیدا و پنهان ناشی از این تحول، موجب برانگیختن احساسات و به وجود آمدن گرایش‌های خاص در بین تمامی جوامع نسبت به رویدادهای ورزشی شده است. عبدالله خانی و حجازی (۱۳۹۶) اذعان دارند که جهان به یک بازار بزرگ تبدیل شده است. پیش رفتن سریع به سوی جهانی شدن بدان معنی است که هر کشور، شهر و منطقه باید به سهم خود در بازار مصرف جهانی، در زمینه کسب و کار، اوقات فراغت، صنعت توریسم، کارآفرینی، دانشجویان، رویدادهای بین‌المللی و ورزشی، رویدادهای تجاری-فرهنگی و ... به رقابت پردازد و مردم نقاط مختلف دنیا را به خود جلب کند. در همه حوزه‌های اشاره شده فوتبال پتانسیل لازم را برای عملیاتی کردن آن‌ها را دارد. محرم زاده (۱۳۸۵) اذعان می‌کند افراد و فرهنگ‌ها در رخدادهای ورزشی در صلح به یکدیگر می‌پیوندند. به باور رونی (۲۰۱۲) یکی از نقش‌های مهم فوتبال در روابط بین‌الملل، نقش دیپلماسی عمومی است. بدین سان این ورزش فعالیتی برای همکاری و تعامل بین‌المللی است. از این رو، در نظام بین‌الملل، کشورها به دنبال افزایش قدرت، ثروت، جایگاه و منزلت خود هستند و برای نیل به این اهداف از تمامی ابزارهای در دسترس استفاده می‌کنند.

از سوی دیگر، استفاده از دیپلماسی فوتبال برای مقاصد سیاسی و تأمین منافع ملی در این پژوهش مورد تأکید قرار گرفته است. میزبانی رویدادهای بین‌المللی و جهانی، ابزار مناسبی برای دستیابی به اهداف این نوع دیپلماسی است. دانیل (۲۰۱۴) می‌نویسد: «قطر با تصمیم فدراسیون فوتبال این شانس را پیدا کرد که میزبان پربیننده‌ترین رویداد ورزشی دنیا باشد». اصغرثانی و رنجکش (۱۳۹۳) اذعان دارند پیام قطر که تقریباً از دو دهه پیش شروع کرده بود، این بود که ما خواهان تغییر نگاه‌های منفی نسبت به کشورهای کوچک با جمعیت محدود و تبدیل آن به نگاه مثبت بودیم. علاوه بر این، قطر برای میزبانی بازی‌های المپیک ۲۰۲۰ نیز اقدام کرد. قطر برای بازی‌های آسیایی ۲۰۰۶، مبلغ ۲/۸ میلیارد دلار هزینه کرد که سومین رویداد بین‌المللی مهم ورزشی بعد از جام جهانی و بازی‌های المپیک به شمار می‌آید. قطری‌ها ۶۰ میلیون دلار برای پیراهن تیم بارسلونا هزینه کرد. همچنین ۳ میلیارد دلار برای آماده سازی و ۱۷ میلیارد برای ساخت هتل‌ها برای جام جهانی در نظر گرفته شد. همانگونه که ال مولا- رئیس ارتباطات قطر- فلسفه رهبران قطری را چنین توصیف می‌کند: «ورزش راه مفید و سریعی برای شناساندن

و فرستادن پیام و تبلیغی برای کشورمان به حساب می آید. وقتی صحبت از خاورمیانه می شود به تروریست می اندیشند. برای همین رهبران مملکتی می خواهند قطر از شهرت و محبوبیت در جهان برخوردار باشد.»

به طور کلی، بر اساس عوامل به دست آمده در این پژوهش می توان نتیجه گرفت که حل مسائل و مشکلات مرتبط با دیپلماسی فوتبال، نیازمندی طی کردن فرآیندهای تصمیم گیری دشوار و طولانی است که در دست گروه های ناهمگونی از ذی نفعان قرار دارد. علاوه بر این، پیچیدگی های خاص سیاسی مربوط به حکومت داری، مسائل جامعه شناختی و مدیریت باعث شده که فوتبال و دیپلماسی نتوانند همگام با روندهای بین المللی همانند کشورهای دارای دیپلماسی فوتبال به پیش روند. در این میان، وابستگی بیش از حد فوتبال به دولت و وجود مشکلات ساختاری، حل مسئله دیپلماسی فوتبال را نیازمند همکاری بین قوا و نیز متولیان حوزه های مختلف اجرایی کشور ساخته است.

منابع

- ادواردس، آلان و اسکینر، جیمز. (۱۳۹۳). تحقیقات کیفی در مدیریت ورزش. فرشاد تجاری. تهران: انتشارات جامعه شناسان
- ادیبی، حسین و انصاری، عبدالمعبود. (۱۳۸۷). نظریه‌های جامعه‌شناسی. چاپ سوم، تهران: نشر دانژه
- استراس، آنسلم و کورین، جولیت. (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها. بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- اسمعیلی، محمدرضا. (۱۳۹۴). تاریخ تربیت بدنی و ورزش. تهران: سمت
- اسلک، ترور. (۱۳۹۱). تجاری‌سازی ورزش. سیدمحمدحسین رضوی و سکینه نوبختی. مازنداران: نشر شمال پایدار
- اصغری ثانی، حسین. رنجکش، محمدجواد. (۱۳۹۳). «نقش عوامل نرم‌افزاری در تحول منزلت ملی قطر (۲۰۱۱-۱۹۹۵)». دو فصلنامه مطالعات قدرت نرم. شماره ۲۵.
- التیامی، رضا و عزیزآبادی، مهدی. (۱۳۹۴). «نقش تبعی و تسریع‌کننده‌ی ورزش در فراهم کردن شرایط صلح در بین ملت‌ها». فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی. شماره ۲۲.
- انورالحوالی، امین. (۱۳۸۱). ورزش و جامعه. حمیدرضا شیخی. تهران: انتشارات سمت
- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی. چاپ سوم، تهران: سروش
- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۸۱). «فوتبال: پارادوکس نو سازی». نامه علوم اجتماعی. شماره ۱۹.
- بیدالله خانی، آرش. حجازی، نصرالله. (۱۳۹۶). «شورای نوردیک و سیاست‌گذاری ساخت تصویر ملی و برندینگ بین‌المللی؛ دریچه خوشبختی به جهان معاصر». فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی. شماره ۲۲.
- بیژنی، مریم. (۱۳۸۴). «دیپلماسی در گذر زمان». اطلاعات اقتصادی-سیاسی. شماره ۲۲۱ و ۲۲۲.
- بهشتی، سیدصمد و رضایت، غلامحسین. (۱۳۹۴). تحلیل داده‌های کیفی با نرم افزار Nvivo 10. تهران: انتشارات سخنوران
- ترابی، تقی. (۱۳۹۴). «روش‌های نوین تأمین مالی باشگاه‌های فوتبال در کشورهای توسعه‌یافته و بررسی تطبیقی آن با کشورهای در حال توسعه». فصلنامه دانش سرمایه‌گذاری. شماره ۱۳.
- جلالی‌پور، حمیدرضا و محمدی، جمال. (۱۳۹۱). نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی. چاپ سوم، تهران: نشر نی
- دیلینی، تیم. (۱۳۸۸). نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی. بهرنگ صدیقی. تهران: نشر نی
- رضایی، علی اکبر و زهره‌ای، محمدعلی. (۱۳۹۰). دیپلماسی فرهنگی نقش فرهنگ در سیاست خارجی و ارائه مدل راهبردی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- ریتزر، جورج. (۱۳۷۹). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. چاپ چهارم، تهران: انتشارات علمی
- زارع، امین و همکاران. (۱۳۹۳). «شناسایی و رتبه‌بندی چالش‌های موجود در روند خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال کشور بر اساس مدل PEST». مدیریت ورزشی. شماره ۶.
- زرگر، افشین. (۱۳۹۴). «ورزش و روابط بین‌الملل: جنبه‌های مفهومی و تئوریک». فصلنامه علوم سیاسی.

شماره ۱۱.

- ساداتی، سیدشهاب‌الدین. (۱۳۸۸). «ورزش از دیدگاه مکتب فرانکفورت». مجله گلستانه. شماره ۱۰۲.
- سیف‌اللهی، سیف‌الله. (۱۳۷۳). جامعه‌شناسی مسایل اجتماعی ایران. تهران: جامعه پژوهان سینا
- طبیبی، سیدجمال‌الدین. ملکی، محمدرضا. دلگشایی، بهرام. (۱۳۹۵). تدوین پایان نامه، رساله، طرح پژوهشی و مقاله علمی. تهران: فردوس
- صباغیان، علی. (۱۳۹۳). «دیپلماسی ورزش». مطالعات فرهنگ-ارتباطات. شماره ۳۱.
- عالم، عبدالرحمن. (۱۳۷۹). بنیادهای علم سیاست. چاپ ششم، تهران: نشرنی
- علیدوست، ام و همکاران. (۱۳۹۲). «تحلیل موانع فرهنگی و اجتماعی موثر بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۰.
- فدایی، معصومه. عیدی، حسین. عباسی، همایون. (۱۳۹۵). «ارائه مدل غرور ملی با تأکید بر جایگاه ورزش». مدیریت ورزشی. شماره ۸.
- فلیک، اووه. (۱۳۹۱). درآمدی بر تحقیق کیفی. هادی جلیلی. چاپ چهارم. تهران: نشرنی
- کرایب، یان. (۱۳۹۱). نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس. عباس مخبر. چاپ هفتم، تهران: نشر آگه
- کوکلی، جی. (۱۳۹۳). ورزش در جامعه ۱ و ۲. بهرام قدیمی. تهران: انتشارات بامداد کتاب
- کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک وان. (۱۳۷۹). روش تحقیق در علوم اجتماعی. عبدالحسین نیک گهر. چاپ پنجم، تهران: نشر توتیا
- گرهات، مارکوس. (۱۳۸۳). «ورزش و جامعه مدنی در ایران». فصلنامه گفت‌وگو. شماره ۴۲.
- لورمور، روگر و آدرین، بودر. (۱۳۹۶). ورزش و روابط بین‌الملل. نصرالله سجادی. چاپ دوم، تهران: نشر علوم ورزشی (حتمی)
- مارشال، کاترین و ب. راس‌من، گرچن. (۱۳۸۱). روش تحقیق کیفی. علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. چاپ دوم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- محمدرپور، احمد. (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش. جلد دوم. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- محمدی، بیوک. (۱۳۹۰). درآمدی بر روش تحقیق کیفی. چاپ دوم، تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- محرم زاده، مهرداد. (۱۳۸۵). مبانی روانی-اجتماعی در تربیت بدنی. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور
- ملکوتیان، مصطفی. (۱۳۸۸). «ورزش و سیاست». فصلنامه سیاست. دوره ۳۹، شماره ۲.
- نادری نسب، مهدی و همکاران. (۱۳۹۰). «تعیین رویکرد مناسب توسعه فوتبال جمهوری اسلامی ایران و مقایسه آن با رویکردهای چند کشور منتخب». مدیریت ورزشی. شماره ۱۰.
- نادریان جهرمی، مسعود. (۱۳۸۹). مبانی جامعه‌شناسی ورزش. تهران: انتشارات بامداد کتاب
- نصیری، بهاره و بخشی، جهانگیر. (۱۳۹۱). بررسی مفهومی و نظری وفاق اجتماعی. چاپ دوم، تهران: پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام
- نقدی، یزدان. (۱۳۹۲). «تحلیل عوامل اقتصادی موثر بر درآمد باشگاه‌های فوتبال (باشگاه‌های منتخب جهان)». دو فصلنامه- تخصصی اقتصاد و توسعه و برنامه ریزی. شماره ۱.

- نوروزی، رسول؛ موسوی، کیوان و فتاحی، فروغ. (۱۳۹۵). «طراحی مدل تبعیض در تیم‌های ورزشی». مدیریت ورزشی. شماره ۸.
- نیک گهر، عبدالحسین. (۱۳۷۱). مبانی جامعه‌شناسی. چاپ سوم، تهران: انتشارات رایزن
- ورکیانی، فرحناز. (۱۳۸۵). «جامعه‌شناسی ورزش در ایران». مجله رشد آموزش علوم اجتماعی. شماره ۲.
- وروانی، معصومه. (۱۳۸۶). «ورزش و گردشگری: سهم ناچیز ایران از تورسیم ورزشی جهان». روزنامه ایران. شماره ۳۷۱۰.
- ویس، اتمار. (۱۳۸۹). مبانی جامعه‌شناسی ورزش. کرامت الله راسخ. تهران: نشر نی
- هولی‌هان، باری. (۱۳۸۵). «دخالت سیاست در ورزش تربیت بدنی و تفریحات». مجله رشد آموزش علوم اجتماعی. شماره ۲.
- یوسفی، بهرام؛ عیدی، حسین و کوشا، محمد. (۱۳۹۵). «بررسی زیرساخت‌های شهر تهران برای میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی مردان». مدیریت ورزشی. شماره ۸.

- Boniface, Pascal. (2012). **Football & Mondialisation**. Paris: Armand Colin
- Boniface, Pascal. (1998). "Football as a Factor (and a Reflection) of International Politics". The International Spectator 33.4.
- Chelladurai, P. (1984). "Discrepancy between Preferences and Perceptions of Behavior and Satisfaction of Athletes in Varying Sports". Journal of Sport Psychology. 6(1).
- De Bosscher V. De knop, Van Bottenburg, M, Shibi, S, & Bingham, J. (2009). "Explaining International Sporting Success. An International Comparison of Elite Sport Systems and Policies in Six Countries. Sport Management Review". Elsevier, 12(3)
- Eden, Jon Theis. (2013). **Soccer & International Relations**. Canada: University of Ottawa.
- Kavetsos G., Szymanski. (2010). "National Well-Being and International Sport Events". Journal of Economic Psychology, 31(2).
- Kim, B.-C. (2001). **Sport, Politics, and the New Nation: Sport Policy in the Republic of Korea, 1961-1992**. Diss: The Ohio State University.
- Knott, B. Swart, k. Visser, W. (2015). "The impact of sport meaga-events on the quality of life for host city residents: reflections on the 2010 fifa world cup, Africa". Journal of Hospitality. Tourism and Leisure 4(1).
- Loy, Jihn. Booth, Douglas. (2004). **Social structure and social theory in Richard, Giulianotti**. Sport and Modern Social Theorists. Palgrave Macmillan.
- Jame, Riordan. Arnd, Kruger. (1999). **The International Politics of Sport in the Twentieth Century**. London: Taylor and Francis Group.
- Merkel, Udo. (2008). "The Politics of Sport Diplomacy and Reunification in Divided Korea".

International Review for the Sociology of Sport, 43(3).

- Murray, Stuart. (2011). **“Sports-Diplomacy:a Hybrid of Two Halves”**. Journal Diplomacy & Statecraft, Volume 23, Issue 3.
- Rooney, Paul. (2012). **Sport for evelopment and Peace: the case of Northern Lreland**
Rosenau, James. The National Interest. In The Scientific Study of Foreign Policy. New York, MacMillan Press, 1961.
- Schuyt, T.; Smit, J.; Bekkers, B. (2000). **“Constructing a Philanthropy-scale: Social Responsibility and Philanthropy”**. Vrije Universities, Department of Philanthropy, Faculty of Social Sciences, Amsterdam, the Netherlands.
- Winstanley, Katharine.l. (2010). **“Sport, (Middle) Power and Prestige:The Olympics and Canadian Identity”**. Paper presented at the Canadian Political Science Association Conference, Concordia University, Montreal, QC, 1-3.



تدوین مدل عوامل موثر بر سکوت سازمانی با استفاده از

رویکرد ترکیبی Fuzzy AHP و ARAS

بهمن نیکخو^۱

سعید جعفری نیا^۲

اکبر حسن پور^۳

حسین عباسیان^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۳/۲۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۵/۲۷

یکی از مشکلات عمده ای که در حال حاضر سازمان ها به خصوص بخش های منابع انسانی با آن درگیرند، تمایل نداشتن کارکنان به مشارکت در بحث های سازمانی است. سکوت سازمانی، فرآیند سازمانی ناکارآمدی است که هزینه ها و تلاش های انجام شده را از بین می برد. هدف اصلی این پژوهش، کمک به سازمان ها جهت آشنایی با مهم ترین عوامل اثرگذار بر پدیده سکوت سازمانی و تلاش برای کاهش آن در سازمان می باشد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی - پیمایشی می باشد. به منظور دستیابی به هدف پیش رو در مطالعه حاضر، در گام اول با بررسی های جامع کتابخانه ای و ارزیابی مطالعات گذشته، ۳۶ عامل موثر بر سکوت سازمانی استخراج گردید. به منظور جمع آوری آرای خبرگان برای پیاده سازی در تکنیک دلفی فازی، از پرسشنامه پنج مقیاسی لیکرت استفاده و عوامل موثر بر سکوت سازمانی غربال شد. در ادامه، پرسشنامه خبره سنجی برای تعیین وزن عوامل تهیه و در بین خبرگان توزیع گردید. سپس پرسشنامه دوم در قالب طیف لیکرت ۵ گزینه ای در اختیار خبرگان قرار گرفت. پاسخ دهندگان به مسائل تصمیم گیری خبرگان، مدیران

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش رفتار سازمانی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

۲. استادیار، گروه آموزشی مدیریت منابع انسانی و کسب و کار، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: shamsj58@yahoo.com

۳. استادیار، گروه آموزشی مدیریت منابع انسانی و کسب و کار، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

۴. استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

و اساتیدی هستند که در زمینه مورد بحث صاحب نظر می‌باشند. بنابراین افراد واجد شرایط ذاتاً محدود هستند و در بیشتر موارد کمتر از ۱۰ کارشناس در دسترس قرار دارند- این رویکردی متعارف در حل مسائل تصمیم‌گیری چند معیاره است. در نهایت، ۱۲ نفر از خبرگان به عنوان پاسخ دهنده انتخاب شدند. خبرگان تحقیق، متخصصان حوزه منابع انسانی و رفتاری، عضو هیئت علمی گروه مدیریت و یا دارای سمت مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های واقع در استان تهران می‌باشد. نمونه‌گیری پژوهش از نوع غیراحتمالی و گلوله برفی می‌باشد. روایی پرسش نامه با استفاده از نظرات خبرگان تایید و پایایی آن طبق نرخ ناسازگاری حاصل از مقایسات زوجی عدد $0/089765$ به دست آمد و با توجه به اینکه کمتر از $0/1$ است، قابل قبول می‌باشد. بعد از غربال سازی با تکنیک دلفی فازی، ۲۳ عامل طبق نظر خبرگان جهت اولویت بندی مورد پذیرش قرار گرفتند. در نهایت براساس اوزان به دست آمده با روش AHP فازی و با استفاده از تکنیک ARAS عوامل انتخاب شده اولویت‌بندی گردید. طبق نتایج تحقیق، ترس مدیران از بازخورهای منفی، نبود مدیران انگیزاننده و عوامل محیطی- فرهنگی، مفاهیم مرتبط با روان شناسی و تصور از ناتوانی مدیر در انجام کار بیشترین اولویت را داشتند.

واژگان کلیدی: سکوت سازمانی، AHP فازی و ARAS

مقدمه

یکی از مشکلات عمده ای که در حال حاضر سازمان ها به خصوص بخش های منابع انسانی با آن درگیرند، تمایل نداشتن کارکنان به مشارکت در بحث های سازمانی است. سکوت سازمانی، فرآیند سازمانی ناکارآمدی است که هزینه ها و تلاش های انجام شده را از بین می برد و می تواند شکل های متفاوتی به خود بگیرد؛ مانند سکوت دسته جمعی در یک ملاقات، نرخ پایین مشارکت در نظرخواهی ها و میزان کم ابراز ایده ها و نظرات. زمانی که بیشتر افراد در سازمان ترجیح می دهند تا نسبت به مسائل سازمانی سکوت پیشه کنند، سکوت تبدیل به پدیده ای جمعی می شود که به آن «سکوت سازمانی» می گویند (دنیز^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). بی تردید، سرمایه داری دانش سازمانی، رمز ماندگاری در دنیای بسیار رقابتی است. مأخذ تولید دانش، تالارهای گفتمان سازمانی است که در خود گفتمان های متعدد و در عین حال متفاوتی را جای داده است. اگر بر افواه سازمانی مهر سکوت زده شود، اذهان کارکنان که موتور مولد دانش سازمانی هستند، فسیل خواهند شد. وقتی کارکنان به عنوان سرمایه استراتژیک سازمان سکوت می کنند، مدیریت باید خطر بزرگ مدیریتی خود را حس کند (دانایی فرد و پناهی، ۱۳۸۹). در سازمان های کنونی، بسیاری از کارکنان گوشه گیر و منزوی شده اند و در عمل تمایلی به صحبت و اظهار عقیده ندارند و متأسفانه، برخی از مدیران این موضوع را ساده می انگارند و بی تمایلی در اظهار نظر کارکنان و مشارکت نکردن در بحث ها را نوعی رضایت سازمانی می پندارند. هرچند در فرهنگ ایرانی از دیرباز، سکوت با رضایت توأم دانسته شده است (دامغانیان و روزبان، ۱۳۹۴)، اما این مسئله منحصر به ایران نیست. به طور کلی در برخی مطالعات، مفهوم سکوت با تعهد و وفاداری هم راستا انگاشته شده اند، اما مطالعات اخیر پیرامون کارکنان ساکت، مؤکد ایجاد ناتوانی در دستیابی به عملکرد مورد انتظار و نارضایتی شغلی در اثر سکون در سازمان است (کاراکا^۲، ۲۰۱۳). به رغم آنکه فراهم آوردن شرایط مناسب برای ترغیب کارکنان به مشارکت بیشتر در محیط های سازمانی و همچنین ایده پردازی آنان در قالب ارائه نظرات و پیشنهادات، خود از جمله ضرورت هایی است که در حوزه دانش سازمان و مدیریت در سالیان اخیر بدان تأکید فراوان شده است، ولی بسیاری از سازمان ها از کارکنانشان انتظار دارند که فقط حرف ها و صحبت های معینی را به ویژه در راستای تأیید شرایط و وضعیت کنونی سازمان بیان کنند و برای این منظور از سازوکارهای پاداش و تنبیه متعددی نیز بهره می جویند (پیران نژاد و همکاران، ۱۳۹۶). همچنین، سکوت سازمانی به وسیله ممانعت از بازخورد منفی مانع تغییرات و توسعه سازمانی مؤثر می شود. از این رو، سازمان توانایی بررسی و تصحیح خطاها را ندارد. بنابراین بدون بازخوردهای منفی، خطاها بیشتر شده و حتی شدیدتر می شوند- به دلیل آنکه فعالیت های اصلاحی در زمان ضرورت انجام نمی گیرند. پس می توان گفت موضوع سکوت سازمانی و یافتن راه های رفع آن از اهمیت شایانی در مباحث سازمانی معاصر برخوردار است و توجه جدی مدیران سازمان را می طلبد (دانایی فرد و پناهی، ۱۳۸۹).

برای درک دقیق پدیده سکوت سازمانی و ارائه راهکارهایی برای مقابله با آن، ابتدا باید عوامل متعدد شکل دهنده آن در سازمان ها در ابعاد مختلف مورد توجه قرار گیرد. سکوت، پدیده تازه شناخته شده ای است و بسیاری از پژوهشگران در این حوزه به دنبال دلایل، پیامدها و راه های برطرف کردن آن هستند. در ادبیات تحقیق هر جا از

سکوت سازمانی صحبتی به میان آمده است، با بحث فرهنگ، عدالت، قدرت، هویت سازمانی و گفتمان همراه بوده است (موآسا^۱، ۲۰۱۳). اهمیت این موضوع سبب شده است تا مطالعات متعددی در زمینه شناسایی عوامل موثر بر سکوت سازمانی و ارائه مدل‌های مختلف برای آن انجام شود. اما هنوز سازمان‌های بسیاری با پیامدهای سکوت سازمانی دست به گریبانند، درحالی که ممکن است حتی از وجود عوامل گسترش آن در سازمان خود بی اطلاع باشند (رستگار و علی اکبری نوری، ۱۳۹۵). درحالی که پدیده سکوت کارکنان، سازمان‌ها را در بر گرفته است، هنوز بررسی علمی کمی درباره سکوت کارکنان انجام شده است. موريسون و ميلیکن می‌گویند: «سکوت به یک نیروی قدرتمند در سازمان‌ها تبدیل شده است، اما هنوز بررسی و پژوهش خیلی جدی درباره آن انجام نشده است». (پیران نژاد و همکاران، ۱۳۹۶) پیندر و هارلوس نیز معتقدند در حالی که سکوت در سازمان‌ها گسترده شده، ولی عموماً توسط محققان نادیده گرفته می‌شود. حتی زمانی که سکوت مورد تصدیق قرار گرفته است، اغلب محققان با بی توجهی از کنار آن رد می‌شوند (پیندر و هارلوس^۲، ۲۰۰۱). نوآوری تحقیق پیش رو این است که در تحقیقات داخلی تاکنون به اولویت بندی عوامل موثر بر سکوت سازمانی پرداخته نشده است. به علاوه، استفاده از رویکرد ترکیبی AHP فازی و آراس برای اولویت‌بندی نیز در این حوزه کمتر مورد استفاده قرار گرفته است. بر اساس آنچه گفته شد و با توجه به اهمیت پدیده سکوت در محیط سازمانی، این پژوهش در پی شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر سکوت کارکنان می‌باشد. از این رو سوالات تحقیق به صورت زیر مطرح می‌شوند:

۱. عوامل موثر بر سکوت کارکنان کدام اند؟
۲. عوامل موثر بر سکوت کارکنان دارای چه اولویت‌هایی هستند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سکوت سازمانی نخستین بار در مطالعات موريسون و ميلیکن (۲۰۰۰) این گونه تعریف شد: «نوعی اقدام آگاهانه که کارکنان انتخاب می‌کنند اطلاعات، باورها، افکار، ایده‌ها و تجربه‌های مرتبط با کارشان یا بهبود محیط کاری را به اشتراک نگذارند. آنها سکوت را پدیده‌ای در سطح جمعی می‌دانند که در آن، کارکنان از ارائه اطلاعات، عقاید و دغدغه‌های خود در رابطه با مسائل و مشکلات بالقوه کاری خودداری می‌کنند.» (برنسفیلد^۳، ۲۰۰۹) ون داین سکوت سازمانی را این گونه تعریف می‌کند: «اجتناب عمدی از بیان ایده‌های مرتبط با کار، اطلاعات و دیدگاه‌ها.» (وکولا و بورداس^۴، ۲۰۰۵) هزن تعریف دیگری از سکوت دارد: «سکوت به معنی حرف نزدن، نوشتن و یا... نیست؛ بلکه شامل صحبت‌ها و نوشته‌های زودگذر، بدون هویت، اعتماد و اقتدار است (هزن^۵، ۲۰۰۶). به عبارتی دیگر، سکوت سازمانی پدیده‌ای جمعی است که بر اثر آن سازمان برای حل مسائل جدیدی که با آن روبرو می‌شود، فعالیت و همفکری کمتری انجام می‌دهد.» (دایکون و هنریکسون^۶، ۲۰۰۶)

مفهوم سکوت سازمانی اولین بار در دهه ۸۰ میلادی در قالب نظریه‌های عدالت اداری مطرح شد که در اثر رسوایی‌های اخلاقی و اداری آن دوره شکل گرفته بود. در سال ۲۰۰۰ میلادی، موريسون و ميلیکن در پژوهش‌های

1. Moasa
2. Pinder & Harlos
3. Brinsfield
4. Vakola and Bouradas
5. Hazen
6. Daison & Henrikson

خود این مفهوم را در قالب سکوت سازمانی نوین مطرح کردند و توجه محققان سازمان را به این موضوع در قالبی نوین جلب نمودند (بوگوسین^۱، ۲۰۱۲). در ادامه پژوهش‌های خارجی و داخلی صورت گرفته پیرامون موضوع سکوت سازمانی بررسی می‌گردند:

میلیکن و موریسون (۲۰۰۰) در پژوهش خود سکوت سازمانی را پدیده‌ای جمعی در نظر می‌گیرند که در آن کارمندان از ارائه نظر در مورد مشکلات بالقوه سازمانی خودداری می‌کنند. به زعم آنها، در سازمان‌هایی با فرهنگ سکوت، دو عامل اصلی وجود دارد که سبب سکوت کارمندان می‌شود: نخست ترس مدیریت از بازخوردهای منفی که توسط کارمندان ارائه می‌شود و این ترس اقدامی در جهت حفاظت مدیران از منافع و موقعیت خود است و دوم ادراک کارکنان از باورهای ضمنی مدیریت نسبت به آنهاست. این باورهای ضمنی شامل تفکرات مدیریت مبنی بر این است که کارمندان فقط منافع شخصی خود را در نظر می‌گیرند، مدیریت سازمان بیشتر از همه می‌فهمد و بهترین‌ها را می‌داند و اختلاف عقیده‌ها در ماهیت، مسائل مضر برای سازمان است. اگرچه این مسائل باورهای مدیریت هستند و ممکن است در سازمان واقعیت نداشته باشند، عواطف و احساسات مخربی را همچون: ترس، فریب و خشم در سازمان به وجود می‌آورند و در نهایت سبب ایجاد سکوت کارکنان می‌شوند (میلیکن و موریسون^۲، ۲۰۰۰). پیندر و هارلوز (۲۰۰۱) پس از پژوهش در زمینه دلایل سکوت کارکنان در سازمان، مهم‌ترین عامل در خودداری از ارائه اطلاعات، ایده‌ها و نظرهای افراد را انگیزه آنان قلمداد می‌کنند (پیندر و هارلوز، ۲۰۰۱). ون داین و همکارانش (۲۰۰۳) در پژوهش خود، ابعاد سکوت سازمانی را که توسط پیندر و هارلوز ارائه شده بود، گسترش دادند و پیشنهاد کردند که سکوت کارمند می‌تواند از «انگیزه‌های فرا اجتماعی»^۳ نیز ناشی شود. طبق نظر آنها «سکوت فرا اجتماعی» به خودداری از بیان عقاید، اطلاعات و باورهای مرتب با مسائل کاری با هدف منتفع کردن افراد یا سازمان‌های دیگر اشاره دارد (برای نمونه، با انگیزه‌های نوع دوستی و همکاری). نمونه‌ای از این سکوت شامل افشا نکردن اطلاعات داخل سازمان به سازمان‌ها و اعضای غیر خودی، خودداری از انتقال اطلاعات خصوصی دیگران و از بین نبردن اطمینان‌هاست (ون داین^۴ و همکاران، ۲۰۰۳). وکولا و همکاران (۲۰۰۵) از پرسشنامه‌ای جهت سنجش وضعیت سکوت بهره گرفتند. آنها برای جمع‌آوری داده‌های واقعی و کاهش احتیاط‌گری کارکنان در پاسخ‌دهی، ویژگی‌های جمعیت شناختی کارکنان را محدود و موضوع پرسشنامه را چیز دیگری اعلام کردند. نتایج حاکی از آن بود که رفتار سکوت کارکنان در ارتباط با نگرش مدیران و سرپرستان آنها معنی‌دار بوده و همچنین رفتار سکوت کارکنان با فرصت‌های ارتباطی آنها رابطه معکوس دارد - آنها از آزمون‌های همبستگی و رگرسیون استفاده نمودند. در سال ۲۰۰۸ مقاله‌ای با عنوان «سکوت کارکنان روی محیط‌های حساس کاری؛ تاثیر جو عدالت درک شده» در دانشگاه مریلند توسط ریمنیو جم انجام شد. این تحقیق روی ۶۰۶ پرستار با ۳۰ گروه کاری انجام شد. نتایج حاکی از آن است که جو عدالت درک شده روی سکوت کارکنان اثرگذار است (بوگوسین، ۲۰۱۲). در پژوهشی کیفی که یلدیز (۲۰۱۳) از طریق مصاحبه‌های رو در رو با ده کارمند که در بخش بازاریابی صنعت خودرو مشغول به کار بودند انجام داد، اذعان داشت که کارمندان سکوت را تجربه کرده‌اند و دلایل متعددی

1. Bogosian
2. Milliken and Morrison
3. Prsocial motives
4. Vandyne

برای این تجربه بیان نمود. تصور از ناتوانی مدیر در انجام کار، تصور اینکه جواب مثبتی نمی گیرند، تصور اینکه ممکن است به دیگران آسیب برسد و ... از جمله دلایل سکوت ذکر شد. پتیتلا (۲۰۱۳) در پژوهش خود، دلیل سکوت را ترس از دست دادن شغل می داند (لام، ۲۰۱۴). کاراکا (۲۰۱۳) در پژوهش خود، مسائل مدیریتی و سازمانی را عامل اصلی سکوت کارکنان می داند و ایجاد اعتماد و فرصت های ارتباطی را بهترین راه شکستن سکوت قلمداد می کند. چاتین تان (۲۰۱۴) در تحقیق خود با عنوان «عدالت سازمانی به عنوان پیش بینی کننده سکوت سازمانی» به این نتیجه رسید که عدالت تعاملی و رویه ای با سکوت سازمانی همبستگی منفی دارند و نتایج رگرسیون نیز نشان داد که عدالت ادراک شده توسط معلمان می تواند سکوت آنها را پیش بینی کند. ژو و همکاران (۲۰۱۵) بررسی نمودند چگونه سرپرست دارای سوء رفتار با میانجی گری خستگی عاطفی پیش بینی کننده سکوت پیروان است. طبق نتایج به دست آمده، پیروان گزارش کردند که دلیل سوء رفتار رهبر آنها ترجیح داده اند، ساکت بمانند. همچنین، تغییر در تعداد پیروان، عوارض جانبی را بدتر هم می کند. نتایج پژوهش لی و سان (۲۰۱۵) با عنوان «رهبری سستی چینی و صدای رفتار کارکنان» نشان داد رهبری اقتدارگرایانه با آوای سازمانی رابطه منفی دارد. در این میان فاصله، قدرت این رابطه را تعدیل کرده است. در تحقیقی با عنوان «بررسی ارتباط میان پرخاشگری و سکوت سازمانی در بین معلمان» داده های مربوط به ۳۱۲ معلم، نشان داد که میان رفتارهای پرخاشگرانه و بروز سکوت معلمان رابطه معنی داری وجود دارد (سلدا پولات، ۲۰۱۶). در تحقیقی ژوزف پیر (۲۰۱۶) عوامل تعیین کننده سکوت سازمانی برای کارگران غیر استاندارد را بررسی نمود. هدف از این مقاله، شناسایی عوامل تعیین کننده سکوت سازمانی از منظر کارگران غیر استاندارد^۱ بوده است. این مطالعه بر سه موضوع پژوهشی تمرکز دارد: ابتدا، تجزیه و تحلیل انگیزه کارگران غیر استاندارد به سکوت؛ دوم، تجزیه و تحلیل نقش چرخه زندگی کارگران غیر استاندارد در انگیزه برای سکوت، موضوع نهایی ارزیابی تاثیر صدا سازمان از منظر سازمان با استفاده از ترکیب نیروی کار استاندارد و غیر استاندارد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که چگونه کارگران غیر استاندارد مجرب از مرحله بازاریابی چرخه زندگی خود برای ایجاد مکانیزم های صدای سازمانی استفاده می کنند. الوانی (۱۳۸۹) در مقاله ای با عنوان «بررسی رابطه سکوت سازمانی و تعهد (مطالعه موردی در دانشکده های علوم انسانی و مدیریت)» به بررسی نقش سکوت در میزان تعهد پرداخته است. در نتیجه گیری آمده است که رابطه میان تعهد سازمانی و گستردگی رفتار سکوت برای جامعه اساتید در سطح متوسط است و برای جامعه کارکنان اداری در سطح پایینی قرار دارد. در حالی که رابطه میان جو سکوت ادراک شده و گستردگی رفتار سکوت کارکنان برای جامعه اساتید در سطح پایینی است، برای جامعه کارکنان اداری در سطح متوسطی قرار دارد (الوانی، ۱۳۸۹). در مقاله دیگری، خنیفر در سال ۱۳۸۹ یک مدل چهار بعدی با عنوان «مدل بومی از سکوت سازمانی» ارائه داده است که به نقش افراد، گروه ها، مدیریت و سازمان با پدیده سکوت پرداخته است. دانایی فر و پناهی (۱۳۸۹) در تحقیق خود با عنوان «تحلیل نگرش های شغلی کارکنان سازمان های دولتی تبیین جو سکوت سازمانی و رفتار سکوت سازمانی» دریافتند که هر چقدر جو سکوت در سازمان ها مهیا باشد- یا به عبارتی دیگر، نگرش سرپرستان تقویت کننده رفتارهای منجر به سکوت کارکنان باشد و فرصت های ارتباطی در سازمان برای کارکنان کم باشد و نیز نگرش مدیریت عالی در جهت تشویق رفتارهای سکوت آمیز باشد- کارکنان آنها در قبال مسائل اغلب سکوت می کنند و به دنبال آن

1. Lam

2. non-standard workers

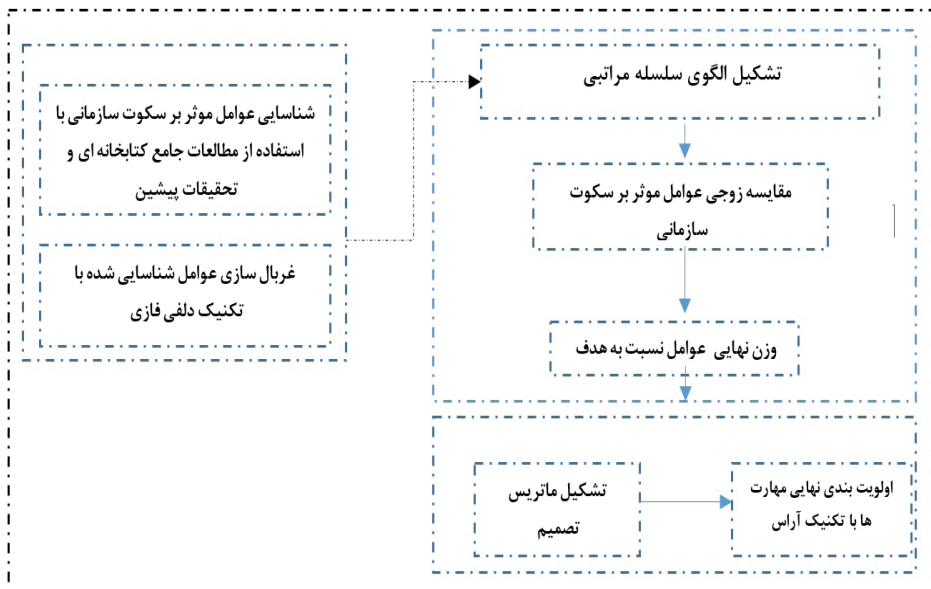
نگرش‌های شغلی کارکنان مثل رضایت شغلی و تعهد سازمانی پایین خواهد بود. زارعی متین و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی و تبیین عوامل ایجادکننده سکوت سازمانی از دیدگاه مدیران و کارکنان بر مبنای مدل سه شاخگی پرداخته‌اند. از بعد رفتاری (حفظ منافع مادی و غیرمادی، بی‌انگیزگی، امنیت شغلی، عدم حاکمیت مدیریت مشارکتی، نامطلوب بودن اختلاف نظر و تعارض، حفظ و تداوم ارتباطات انسانی، ناامیدی در کارکنان، عدم وجود اعتماد به نفس در کارکنان، باورهای فردی کارکنان نسبت به مدیران) از بعد ساختاری (فرایندها و عملیات سازمان، قدرت، ساختار سازمانی، سازوکار جریان اطلاعات، قوانین و مقررات)، از بعد زمینه‌ای (محیط بیرونی ساده و ثابت، توجه بیش از حد به نظرات مشاوران بیرونی) به عنوان عوامل ایجادکننده سکوت طبق مدل شناسایی شده‌اند (زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۱). نتایج پژوهش صلواتی و همکاران (۱۳۹۳) با عنوان «ارتباطات اثربخش و سکوت سازمانی در شبکه بانکی کشور (مورد مطالعه: شهرستان سنندج)» نشان داد رابطه معناداری بین ارتباط اثربخش سازمانی و سکوت سازمانی در جامعه آماری پژوهش آنان وجود دارد. در سال ۱۳۹۳ پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و سکوت کارکنان دانشی» توسط افخمی اردکانی و خلیلی صدرآباد انجام شده است. هدف از پژوهش مزبور، بررسی نقش عوامل شخصیتی در شکل‌گیری سکوت کارکنان بوده است. نتایج پژوهش نشان داده است که ابعاد شخصیتی برون‌گرای، گشودگی و وظیفه‌شناسی رابطه منفی و معناداری با سکوت دارند. در تحقیقی که توسط لقمان (۱۳۹۴) با عنوان «بررسی تاثیر فلات زدگی شغلی بر سکوت سازمانی و میل به ترک خدمت کارکنان سازمان» صورت گرفت، نتایج بر اینکه وجود فلات زدگی شغلی بر میل کارکنان به قصد با تأکید بر نقش میانجی سکوت سازمانی اثر مستقیم و معنی‌دار دارد، صحه گذاشته است (لقمان، ۱۳۹۴). دامغانیان و روزبان (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی علت سکوت کارکنان در ارتباط با مدیر مستقیم» نشان دادند سبک رهبری با سکوت کارکنان در سازمان رابطه مثبت و معنادار دارد. صلواتیان و همکاران (۱۳۹۵) عوامل مؤثر بر سکوت سازمانی نیروهای رسانه‌ای بر مبنای تجربه کارکنان اداره کل روابط عمومی سازمان صدا و سیما را بررسی نمودند. عوامل فردی، عوامل محیطی - فرهنگی و عوامل ساختاری به عنوان سه عامل تاثیرگذار بر سکوت سازمانی معرفی شدند. بابالان و کریمیان پور (۱۳۹۵) در پژوهشی نقش اعتماد سازمانی و عدالت سازمانی در سکوت سازمانی را بررسی نمودند. نتایج تجزیه و تحلیل نشان داد بین عدالت سازمانی با سکوت سازمانی همبستگی معناداری در جهت منفی وجود دارد. همچنین، بین اعتماد سازمانی با سکوت سازمانی همبستگی معناداری در جهت منفی وجود دارد. پیران نژاد و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی سکوت سازمانی، چالش معاصر مدیریت منابع انسانی و شناسایی عوامل و پیامدهای آن پرداختند. پس از انجام تجزیه و تحلیل داده‌ها، عواملی مانند عدم رعایت شایسته‌سالاری، ترس، نبود مدیران انگیزاننده، نگرش‌های ذهنی مدیران، منفعت طلبی کارکنان و یادگیری اجتماعی به عنوان عوامل ایجادکننده و بی‌تفاوتی سازمانی، نارضایتی کارکنان، کاهش عملکرد کارکنان و از دست دادن مشتریان به عنوان پیامدهای سکوت سازمانی مورد شناسایی و بحث قرار گرفته‌اند. در جدول زیر عوامل مؤثر بر سکوت کارکنان که توسط محققان مختلف بیان شده، آمده است.

جدول ۱: عوامل موثر بر سکوت سازمانی با استفاده از ادبیات تحقیق

ردیف	پژوهشگران	عوامل موثر بر سکوت سازمانی
۱	موریسون و میلیکن (۲۰۰۰)	ترس مدیران از بازخورهای منفی، اعتقادات ضمنی مدیران در مورد کارکنان، ساختار سازمانی، ویژگی‌های تیم‌های مدیریت عالی، متغیرهای سازمانی و محیطی
۲	موریسون و میلیکن (۲۰۰۳)	ترس کارکنان از واکنش منفی مدیران، ساختار سازمانی، سرمایه‌های اجتماعی (اعتماد، روابط اجتماعی ضعیف، ضعف در همکاری، سختی در انجام کار و احتمال کاهش شانس پیشرفت شغلی)، فرهنگ، نوع روابط، مفاهیم مرتبط با روان‌شناسی و نوع نگرش‌ها
۳	بوون و بلکمون (۲۰۰۳)	همنوايي با عقايد عمومي
۴	ریچارد (۲۰۰۳)	ترس، خجالت، مسئولیت اخلاقی، تفکر گروهی (دوستان)، فقدان فرصت برای صدا و ارائه پیشنهاد، فقدان مهارت‌های سیاسی و ارتباطی سازمانی
۵	واکولا و بوراداس (۲۰۰۵)	نگرش مدیران ارشد، نگرش سرپرستان و فرصت‌های ارتباطی
۶	هنریکسون و دیتون (۲۰۰۶)	سبک رهبری
۷	گرینبرگ و ادواردز (۲۰۰۹)	جو سازمانی و جویی عدالتی، ساختار گزارش دهی نامشخص، تمرکزگرایی بالا، پایین بودن میزان رسمی سازی، سبک مدیریت استبدادی، ارتباطات ضعیف
۸	یلدیز (۲۰۱۳)	تصور از ناتوانی مدیر در انجام کار، تصور عدم دریافت پاسخ مثبت، احتمال آسیب به دیگران
۹	سینار و همکاران (۲۰۱۳)	ویژگی‌های شخصیتی (کمبود تجربه، جایگاه پایین)، ویژگی‌های سازمانی (ساختار سلسله‌مراتبی، فرهنگ بروکراتیک)، ارتباط با سرپرست (سبک غیر حمایتی، نبود صمیمیت و نزدیکی)
۱۰	کاراکا (۲۰۱۳)	مسائل مدیریتی و سازمانی
۱۱	پنتیلا (۲۰۱۳)	ترس از دست دادن شغل
۱۲	لی و سان (۲۰۱۵)	سبک رهبری
۱۳	ژو و همکاران (۲۰۱۵)	سبک رهبری و سوء رفتار
۱۴	توهیروویچ و همکاران (۲۰۱۶)	فرصت‌های ارتباطی و تنبیه
۱۵	دانایی فرد و پناهی (۱۳۸۹)	نگرش مدیریتی، متغیرهای سازمانی، فرصت‌های ارتباطی
۱۶	زارعی متین و همکاران (۱۳۹۰)	نگرش مدیریتی، متغیرهای سازمانی
۱۷	دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰)	فرهنگ سازمانی و جو اداری
۱۸	افخمی اردکانی و خلیلی (۱۳۹۱)	ویژگی‌های شخصیتی کارکنان و مدیران
۱۹	نصر اصفهانی و آقا باباپور (۱۳۹۲)	هویت سازمانی
۲۰	دوستار و همکاران (۱۳۹۳)	بی‌عدالتی
۲۱	دامغانیان و روزبان (۱۳۹۴)	رهبری آمرانه
۲۲	زاهد بابالان و کریمیان پور (۱۳۹۴)	بی‌عدالتی سازمانی و عدم اعتماد سازمانی
۲۳	افخمی اردکانی و همکاران (۱۳۹۴)	فرهنگ سازمانی، ویژگی‌های شخصیتی مدیر، سبک رهبری
۲۴	صلواتیان و همکاران (۱۳۹۵)	عوامل فردی، عوامل محیطی-فرهنگی و عوامل ساختاری
۲۵	رستگار و علی اکبری نوری (۱۳۹۵)	ساختار سازمان، متغیرهای رفتاری کارکنان، سبک مدیریت
۲۶	پیران نژاد و همکاران (۱۳۹۶)	عدم رعایت شایسته سالاری، احساس بی‌عدالتی، درماندگی آموخته شده، نبود مدیران انگیزاننده، تمرکزگرایی، شفافیت سازمانی پایین، نگرش‌های ذهنی مدیران، ضعف فرهنگ سازمانی، ضعف اعتماد درون سازمانی، یادگیری اجتماعی، منفعت طلبی کارکنان و ترس کارکنان

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی - پیمایشی می باشد. به منظور دستیابی به هدف پیش رو در مطالعه حاضر، در گام اول با بررسی های جامع کتابخانه ای و ارزیابی نتایج مطالعات گذشته مرتبط، عوامل موثر بر سکوت سازمانی شناسایی و استخراج گردید. در گام بعدی با بهره گیری از روش دلفی فازی در میان کارشناسان و صاحب نظران حوزه منابع انسانی و رفتار سازمانی از بین این عوامل، شاخص های اساسی موثر بر سکوت سازمانی شناسایی شدند. در مرحله بعد، با استفاده از ماتریس مقایسات زوجی و در قالب عبارت های کلامی، پرسش نامه خبره سنجی برای تعیین وزن مهارت ها تهیه و در بین خبرگان توزیع شد. خبرگان تحقیق، متخصصان حوزه منابع انسانی و رفتاری که عضو هیئت علمی گروه مدیریت و یا دارای سمت مدیریت منابع انسانی در سازمان های واقع در استان تهران می باشد. نمونه گیری پژوهش از نوع غیراحتمالی و گلوله برفی می باشد. پاسخ دهندگان به مسائل تصمیم گیری خبرگان، مدیران و اساتیدی هستند که در زمینه مورد بحث صاحب نظر می باشند. بنابراین افراد واجد شرایط ذاتاً محدود هستند و در بیشتر موارد کمتر از ۱۰ کارشناس در دسترس است - این رویکردی متعارف در حل مسائل تصمیم گیری چند معیاره است (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۵). در نهایت، در این تحقیق ۱۲ نفر از خبرگان به عنوان پاسخ دهنده انتخاب شدند. در گام نهایی، پرسش نامه دوم در قالب طیف لیکرت ۵ گزینه ای بین خبرگان توزیع شد. لازم به ذکر است روایی پرسش نامه با استفاده از نظرات خبرگان (۵ نفر از اساتید دانشگاه خوارزمی) تایید شد. پایایی آن نیز طبق نرخ ناسازگاری حاصل از مقایسات زوجی عدد 0.89765 به دست آمد و با توجه به اینکه کمتر از 0.1 است، قابل قبول می باشد. سپس براساس اوزان به دست آمده با روش AHP فازی و با استفاده از تکنیک ARAS، اقدام به اولویت بندی عوامل موثر بر سکوت سازمانی شد.



شکل ۱: الگوریتم اجرایی تحقیق

روش دلفی فازی

روش دلفی فازی در دهه ۱۹۸۰ میلادی توسط کافمن و گوپتا ابداع شد (لین و چنگ^۱، ۲۰۰۲). نوردهابن (۱۹۹۵) دریافت که استفاده از روش دلفی فازی برای تصمیمات گروهی می تواند منجر به درک مشترک از نظرات کارشناسان و خبرگان شود (نوردهابن، ۱۹۹۵). همچنین، تصمیم های اتخاذ شده خبرگان بر اساس صلاحیت فردی آنان و به شدت ذهنی است. بنابراین بهتر است داده ها به جای اعداد قطعی با اعداد فازی نمایش داده شوند. مراحل اجرایی روش دلفی فازی در واقع ترکیبی از اجرای روش دلفی و انجام تحلیل ها بر روی اطلاعات با استفاده از تعاریف نظریه مجموعه های فازی است (آذر و فرجی، ۱۳۸۱). در این تحقیق از روشی استفاده شده که در آن تنها یک دور پرسشنامه حاضر است. لذا تنوع آرای کارشناسان بیشتر حفظ می شود. هرچند استفاده از این روش به صورت محدودتر انجام گرفته است، تقریباً اغلب کسانی که همراه دلفی فازی از روش فازی دیگری استفاده می کنند و در تحقیق آن ها دلفی فازی مرحله نخست را شامل می شود، از این روش استفاده کرده اند. هدف آن است که با کمک دلفی فازی از میان انبوه متغیرها یا عوامل آن هایی باقی بمانند که از تاثیر بیشتری برخوردارند؛ به عبارت دیگر، دلفی فازی متغیرهای کلیدی و اصلی را نگاه می دارد و سایر متغیرها حذف می شوند (دهقانی فیروزآبادی و بغیری، ۱۳۹۲).

مراحل اجرایی روش دلفی فازی در واقع ترکیبی از اجرای روش دلفی و انجام تحلیل ها بر روی اطلاعات با استفاده از تعاریف نظریه مجموعه های فازی است (عالم تبریز و شایسته، ۱۳۹۰). فرایند دلفی فازی به شرح مراحل زیر است:

۱. جمع آوری نظرات گروه تصمیم (خبرگان): بدین منظور از یک طیف پنج گزینه ای متغیرهای زبان شناختی استفاده شد. این طیف از گزینه خیلی کم اثر تا گزینه خیلی موثر رتبه بندی گردید.
۲. تبدیل متغیرهای کلامی به اعداد مثلثی فازی: از روش ارائه شده توسط حبیبی و همکاران (۲۰۱۵) استفاده گردید. از آنجایی که خصوصیات متفاوت افراد بر تعابیر ذهنی آنها نسبت به متغیرهای کیفی اثرگذار است، با تعریف دامنه متغیرهای کیفی، خبرگان با ذهنیت یکسان به سوال ها پاسخ داده اند. این متغیرها با توجه به جدول ۲ به شکل اعداد فازی مثلثی تعریف شده اند.

جدول ۲: اعداد فازی مثلثی متغیرهای کلامی

متغیر کلامی	اعداد فازی مثلثی متناظر
خیلی مهم	(۰, ۱/۷۵, ۰/۷۵)
مهم	(۱, ۰/۷۵, ۰/۵)
تا حدودی مهم	(۰/۷۵, ۰/۵, ۰/۲۵)
بی اهمیت	(۰/۵, ۰/۲۵, ۰)
کاملاً بی اهمیت	(۰/۲۵, ۰, ۰)

$$F_{AVE} = \frac{\sum l}{n}, \frac{\sum m}{n}, \frac{\sum u}{n} \quad (۱)$$

۳. خلق عدد فازی مثلثی برای هر خبره: ساده‌ترین روش برای تجميع نظرات خبرگان در فرآیند دلفی فازی، محاسبه میانگین حسابی می‌باشد (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۵). میانگین حسابی در عدد مثلثی فازی، برای اشاره به اجماع گروه متخصصان در مورد هر معیار به کار رفته است.
۴. فازی‌زدایی کردن: یکی از روش‌های پرکاربرد، استفاده از فرمول مینکوسکی است که با استفاده از آن اعداد فازی به اعداد قطعی تبدیل می‌شود (نظری و همکاران، ۲۰۱۲).

$$x = l + \frac{u - m}{4} \quad (۲)$$

۵. یک مقدار آستانه α را به منظور غربال نمودن عوامل نامناسب انتخاب کنید.

۶. الف) عامل تاثیرگذار پذیرفته می‌شود اگر: $S_{ij} > \alpha$

ب) عامل تاثیرگذار پذیرفته نمی‌شود اگر: $S_{ij} \leq \alpha$ باشد.

اساساً، مقدار آستانه با استنباط ذهنی تصمیم‌گیرنده معین می‌شود و مستقیماً بر روی تعداد عواملی که غربال می‌شوند، تاثیر خواهد گذاشت (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۲). هیچ راه ساده یا قانون کلی برای تعیین این مقدار آستانه وجود ندارد. در این تحقیق، میانگین ارزش‌های قطعی شده محاسبه شد و عواملی که دارای ارزش کمتر از میانگین بودند، حذف شدند.

AHP فازی

برنامه ریزی سلسله مراتبی برای اولین بار توسط توماس ال ساعتی ارائه شد و یک ابزار تصمیم‌گیری چند معیاره است که کاربرد فراوانی دارد. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی از زمان ابداع به عنوان یک ابزار در دست تصمیم‌گیرندگان و پژوهشگران در تصمیم‌گیری‌های چند معیاره مورد استفاده قرار گرفته است، اما در واقع تحلیل سلسله مراتبی سنتی نمی‌تواند طرز تفکر بشر را منعکس نماید. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی سنتی در بیان ارزش‌های دقیق عقاید تصمیم‌گیرنده در مقایسه گزینه‌های مختلف ناتوان است. برای رفع مشکلات بالا فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی ارائه شد (ون لاره‌اون و پدریکز، ۱۹۹۳). در سال ۱۹۸۳ دو پژوهشگر هلندی به نام‌های «الهورن و پدریک» روشی را برای فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی پیشنهاد کردند که بر اساس روش حداقل مجذورات لگاریتمی بنا نهاده شده بود. میزان محاسبات و پیچیدگی مراحل این روش باعث شد مورد استقبال قرار نگیرد. در سال ۱۹۹۶ روش دیگری با عنوان «روش تحلیل توسعه‌ای» توسط یک پژوهشگر چینی به نام «چانگ» ارائه شد. اعداد مورد استفاده در این روش، اعداد مثلثی فازی هستند (مومنی، ۱۳۸۵).

در این روش هریک از تصمیم‌گیرندگان، مقایسه‌های زوجی خویش را با کاربرد عبارات‌های زبانی ایجاد می‌کنند که این عبارات به صورت اعداد فازی مثلثی $M=(l,m,u)$ تبدیل می‌گردد. عملکردهای ریاضی در زبان فارسی به صورت زیر تعریف می‌شوند:

$$M_1 + M_2 = (l_1 + l_2, m_1 + m_2, u_1 + u_2) \quad (۳)$$

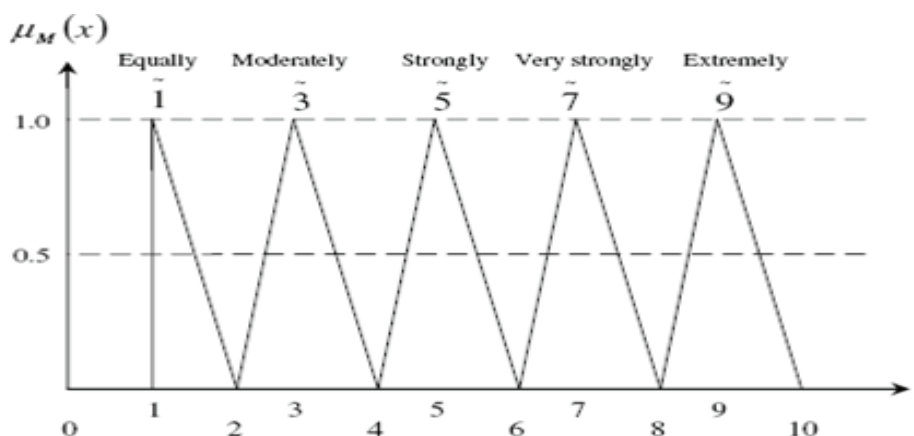
$$M_1 \times M_2 = (l_1 \times l_2, m_1 \times m_2, u_1 \times u_2) \quad (۴)$$

$$M^{-1} = \left(\frac{1}{U_1}, \frac{1}{U_2}, \frac{1}{U_3} \right) \quad (5)$$

قبل از اینکه روش‌های وزن دهی و رتبه بندی بررسی شود، باید توضیحی در مورد اعداد فازی مورد استفاده، ارائه شود. در این مقاله از عبارت‌های کلامی به جای اعداد قطعی برای تعیین وزن شاخص‌ها و همچنین رتبه‌بندی گزینه‌ها استفاده شده است. جدول ۳ عبارت‌های کلامی را جهت توصیف اهمیت معیارها نسبت به یکدیگر ارائه می‌کند.

جدول ۳: عبارت‌های کلامی جهت مقایسه‌های زوجی برای بیان درجه اهمیت (گاموس، ۲۰۰۹)

عدد فازی	متغیر زبانی	مقیاس عدد فازی
۱	برابر	(۱، ۱، ۱)
۲	برتری خیلی کم	(۱، ۲، ۳)
۳	کمی برتر	(۲، ۳، ۴)
۴	برتر	(۳، ۴، ۵)
۵	خوب	(۴، ۵، ۶)
۶	نسبتاً خوب	(۵، ۶، ۷)
۷	خیلی خوب	(۶، ۷، ۸)
۸	عالی	(۷، ۸، ۹)
۹	برتری مطلق	(۸، ۹، ۱۰)



شکل ۲: تابع عضویت مثلثی برای مقادیر زبانی

برای تعیین وزن معیارها با استفاده از این روش به شرح زیر عمل می‌شود:
 ۱. محاسبه ارزش S_i برای هر یک از سطرهاى ماتریس مقایسات زوجی که S_i خود یک عدد فازی مثلثی است و از رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$S_i = \sum_{j=1}^m M_{ji}^j \times \left[\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^m M_{ji}^j \right]^{-1} \quad (6)$$

۲. محاسبه درجه بزرگتری S_i ها نسبت به همدیگر: درجه بزرگتری $M1 = (l1, m1, u1)$ و $M2 = (l2, m2, u2)$ که به شرح زیر تعریف می‌شود:

$$V = (M_2 \geq M_1) = SUP[Min(\mu_{M1}(x), (\mu_{M2}(y)) \quad (7)$$

که آن را می‌توان به شرح زیر نوشت:

$$V = (M_2 \geq M_1) = hgt(M_2 \cap M_1) = \mu_{M_2}(d) = \begin{cases} 1 & \text{if } m_2 \geq m_1 \\ 0 & \text{if } l_1 \geq u_2 \\ \frac{l_1 - u_2}{(m_2 - u_2) - (m_1 - l_1)} & \text{otherwise} \end{cases} \quad (8)$$

محاسبه وزن غیر بهنجار شده معیارها به شرح زیر:
 میزان بزرگی یک عدد فازی مثلثی از k عدد فازی مثلثی دیگر نیز از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$V(m1 \geq M2, \dots, Mk) = Min[V(M1 \geq M2), \dots, V(M1 \geq Mk)] \quad (9)$$

در نظر بگیرید که:

$$d' = (S_i) = \min V(S_i \geq S_k) \quad (10)$$

برای $K=1,2,\dots,n; k \neq i$. سپس وزن به شرح معیارها به شرح زیر به دست می‌آید:

$$W' = (d'(S_1), d'(S_2), \dots, d'(S_n))^T \quad (11)$$

بعد از نرمالایز کردن (تقسیم مقادیر هر عنصر بر مجموع مقادیر) بردار وزن نرمال به دست می‌آید که به شرح زیر است:

$$W = (d(S_1), d(S_2), \dots, d(S_n))^T \quad (12)$$

که در آن وزن‌ها اعداد فازی نیستند (گاموس، ۲۰۰۹). بعد از محاسبه وزن هریک از معیارها با استفاده از روش AHP فازی، به منظور اولویت بندی معیارها از روش آراس استفاده می‌کنیم.

تکنیک آراس (ARAS)

روش آراس توسط زاوادسکاس و ترسکیس در سال ۲۰۱۰ در مقاله‌ای با عنوان «یک روش جدید ارزیابی نرخ افزایشی در تصمیم‌گیری چند معیاره»^۱ ارائه شد. روش آراس به عنوان یکی از جدیدترین، موثرترین و در عین حال ساده‌ترین روش‌ها در تصمیم‌گیری چند معیاره مورد استفاده قرار می‌گیرد. روش مذکور برای حل مسائل تصمیم‌گیری مختلف به کار برده می‌شود (زاوادسکاس و ترسکیس^۲، ۲۰۱۱). این تکنیک روشی قدرتمند در ارائه نرخ عملکرد و درجه مطلوبیت گزینه‌های مختلف نسبت به وضع بهینه است که از سهولت کاربرد نسبی نیز برخوردار است. قابلیت‌های این تکنیک در مطالعات زاوادسکاس و تورسکی (۲۰۱۰) و انتخاب بهترین اتاق کار با مطبوع‌ترین آب و هوا، کرسولین و تورسکی (۲۰۱۱) برای رتبه‌بندی و انتخاب معمار، کرسولین و تورسکی (۲۰۱۴) در انتخاب سر حسابدار مناسب، زاوادسکاس و همکاران (۲۰۱۵) در انتخاب بندر آب‌های عمیق دریای بالتیک شرقی به تأیید رسیده است. الگوریتم تکنیک ARAS به شرح زیر است:

مرحله اول: تعیین ماتریس تصمیم به صورت زیر می‌باشد که m تعداد گزینه‌ها n تعداد معیارها را نشان می‌دهد:

$$X = \begin{bmatrix} x_{01} & \dots & x_{0j} & \dots & x_{0n} \\ \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{i1} & \dots & x_{ij} & \dots & x_{in} \\ \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & \dots & x_{mj} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix}; i = \overline{0, \dots, m}; j = \overline{1, \dots, n} \quad (13)$$

x_{ij} بیانگر ارزش گزینه j ام در معیار i ام می‌باشد و مقدار بهینه نیز به صورت x_{0j} مقدار بهینه هر معیار و به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$x_{0j} = \max_i x_{ij}, \text{ if } \max_i x_{ij} \text{ is preferable} \quad (14)$$

$$x_{0j} = \min_i x_{ij}, \text{ if } \min_i x_{ij} \text{ is preferable}$$

ممکن است در یک مسئله میزان بهینه هر معیار از قبل مشخص شده باشد. در غیر این صورت برای یافتن مقدار بهینه از عبارت بالا استفاده می‌کنیم.

مرحله دوم: نرمال سازی ماتریس تصمیم است که به صورت ماتریس زیر نشان داده می‌شود:

$$\tilde{X} = \begin{bmatrix} \tilde{x}_{01} & \dots & \tilde{x}_{0j} & \dots & \tilde{x}_{0n} \\ \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{x}_{i1} & \dots & \tilde{x}_{ij} & \dots & \tilde{x}_{in} \\ \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{x}_{m1} & \dots & \tilde{x}_{mj} & \dots & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix}; i = \overline{0, \dots, m}; j = \overline{1, \dots, n} \quad (15)$$

معیارهای منفی با طی دو رابطه زیر نرمال می‌شوند:

$$x_{ij} = \frac{1}{x_{ij}^*}, \quad \bar{x} = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=0}^m x_{ij}} \quad (16)$$

مرحله سوم: محاسبه ماتریس نرمال موزون:

$$\hat{x} = \bar{x}_{ij} W_j, \quad i = \overline{0, m} \quad (17)$$

W وزن معیارهاست که با استفاده از روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی در این تحقیق به دست می آید. مرحله چهارم: مقدار بهینگی i امین گزینه از رابطه زیر به دست می آید:

$$S_i = \sum_{j=1}^n \hat{x}_{ij}, \quad i = \overline{0, m} \quad (18)$$

گزینه با S_i بزرگتر مرجح تر است.

درجه مطلوبیت هر گزینه به ترتیب زیر محاسبه می شود:

$$K_i = \frac{S_i}{S_0}; \quad i = \overline{0, m} \quad (19)$$

۱۵۱

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، ۳۶ عامل موثر بر سکوت سازمانی بر اساس ادبیات تحقیق شناسایی شد. با استفاده از مقیاس پنج نقطه‌ای لیکرت، نظرات ۱۲ خبره برای تعیین اهمیت این معیارها گردآوری شد. بعد از اجرای گام‌های روش دلفی فازی، میانگین ارزش‌های قطعی به عنوان حد آستانه در نظر گرفته و معیارهای با ارزش قطعی کمتر از میانگین (حد آستانه برابر با ۰/۳۰۸۶۳۵) حذف شدند و بقیه معیارها جهت انجام مراحل بعدی تحقیق انتخاب گردیدند. نتایج حاصل از اجرای دلفی فازی به شرح جدول زیر آمده است:

جدول ۴: نتایج حاصل از اجرای فرایند دلفی فازی

میانگین فازی نظرات خبرگان					ارزش قطعی	نتیجه
۰/۸۸۷۵	۰/۷۸۷۵	۰/۵۳۷۵	۰/۵۶۲۵	۰/۵۶۲۵	پذیرش	
۰/۶	۰/۳۵	۰/۱۶۲۵	۰/۲۲۵	۰/۲۲۵	رد	
۰/۶۳۷۵	۰/۳۸۷۵	۰/۱۸۷۵	۰/۲۵	۰/۲۵	رد	
۰/۷۸۷۵	۰/۵۵	۰/۳۲۵	۰/۳۸۴۳۷۵	۰/۳۸۴۳۷۵	پذیرش	
۰/۷۸۷۵	۰/۵۷۵	۰/۳۲۵	۰/۳۷۸۱۲۵	۰/۳۷۸۱۲۵	پذیرش	
۰/۵۷۵	۰/۳۳۷۵	۰/۱۶۲۵	۰/۲۲۱۸۷۵	۰/۲۲۱۸۷۵	رد	
۰/۶۵	۰/۴۵	۰/۲۱۲۵	۰/۲۶۲۵	۰/۲۶۲۵	رد	
۰/۵۷۵	۰/۳۸۷۵	۰/۲	۰/۲۴۶۸۷۵	۰/۲۴۶۸۷۵	رد	
۰/۸۱۲۵	۰/۶	۰/۳۶۲۵	۰/۴۱۵۶۲۵	۰/۴۱۵۶۲۵	پذیرش	
۰/۶۳۷۵	۰/۶	۰/۳۶۲۵	۰/۳۷۱۸۷۵	۰/۳۷۱۸۷۵	پذیرش	

رد	۰/۲۳۷۵	۰/۱۷۵	۰/۴۱۲۵	۰/۶۶۲۵	مسئولیت اخلاقی
پذیرش	۰/۳۳۴۳۷۵	۰/۲۷۵	۰/۵	۰/۷۳۷۵	تفکر گروهی (دوستان)
رد	۰/۲۵	۰/۱۸۷۵	۰/۴	۰/۶۵	احتمال آسیب به دیگران
پذیرش	۰/۳۷۱۸۷۵	۰/۳۱۲۵	۰/۵۵	۰/۷۸۷۵	جو بی عدالتی
پذیرش	۰/۳۳۷۵	۰/۲۷۵	۰/۵	۰/۷۵	فرصت‌های ارتباطی
پذیرش	۰/۳۷۱۸۷۵	۰/۳۱۲۵	۰/۵۵	۰/۷۸۷۵	نوع نگرش‌ها
پذیرش	۰/۳۶۲۵	۰/۳	۰/۵۲۵	۰/۷۷۵	سبک رهبری
پذیرش	۰/۳۵	۰/۲۸۷۵	۰/۵۳۷۵	۰/۷۸۷۵	جو سازمانی
رد	۰/۲۳۴۳۷۵	۰/۱۷۵	۰/۳۷۵	۰/۶۱۲۵	فقدان مهارت‌های سیاسی و ارتباطی سازمانی
پذیرش	۰/۳۵	۰/۲۸۷۵	۰/۵۲۵	۰/۷۷۵	تصور از ناتوانی مدیر در انجام کار
رد	۰/۲۲۵	۰/۱۶۲۵	۰/۳۶۲۵	۰/۱۶۲۵	ساختار گزارش دهی نامناسب
پذیرش	۰/۳۵۶۲۵	۰/۳	۰/۵۱۲۵	۰/۷۳۷۵	تصور عدم دریافت پاسخ مثبت
پذیرش	۰/۳۳۱۲۵	۰/۲۷۵	۰/۵	۰/۷۲۵	فقدان فرصت برای صدا و ارائه پیشنهاد
پذیرش	۰/۳۳۴۳۷۵	۰/۲۷۵	۰/۵۱۲۵	۰/۷۵	ویژگی‌های شخصیتی
پذیرش	۰/۳۴۶۸۷۵	۰/۲۸۷۵	۰/۵	۰/۷۳۷۵	نوع ارتباط با سرپرست
پذیرش	۰/۳۲۱۸۷۵	۰/۲۶۲۵	۰/۴۷۵	۰/۷۱۲۵	مسائل مدیریتی و سازمانی
پذیرش	۰/۳۱۲۵	۰/۲۵	۰/۴۸۷۵	۰/۷۳۷۵	جو ادراکی
رد	۰/۲۸۷۵	۰/۲۲۵	۰/۴۳۷۵	۰/۶۸۷۵	هویت سازمانی
پذیرش	۰/۲۴۲۷۵	۰/۲۸۷۵	۰/۵۱۲۵	۰/۷۳۷۵	عدم اعتماد سازمانی
رد	۰/۳۰۶۲۵	۰/۲۵	۰/۴۶۲۵	۰/۶۸۷۵	متغیرهای رفتاری کارکنان
پذیرش	۰/۳۵۹۳۷۵	۰/۳	۰/۵۲۵	۰/۷۶۲۵	عدم رعایت شایسته سالاری
پذیرش	۰/۳۶۲۵	۰/۳	۰/۵۵	۰/۸	ساختار سازمانی
پذیرش	۰/۳۹۳۷۵	۰/۳۳۷۵	۰/۵۶۲۵	۰/۷۸۷۵	نبود مدیران انگیزاننده
رد	۰/۲۸۴۳۷۵	۰/۲۲۵	۰/۴۳۷۵	۰/۶۷۵	شفافیت سازمانی پایین
رد	۰/۲۸۱۲۵	۰/۲۲۵	۰/۴۱۲۵	۰/۶۳۷۵	یادگیری اجتماعی
پذیرش	۰/۳۶۲۵	۰/۳	۰/۵	۰/۷۵	منفعت طلبی کارکنان

بعد از غربال سازی عوامل موثر بر سکوت سازمانی شناسایی شده، مدل تحقیق به شرح زیر تدوین گردید.



شکل ۳: مدل تحقیق

در ادامه، برای تعیین وزن عوامل موثر بر سکوت سازمانی از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی فازی استفاده شد. جدول زیر وزنی که عوامل موثر بر سکوت سازمانی را نشان می دهد.

جدول ۵: وزن شاخص ها نسبت به هدف

مهارت های فرعی	اوزان فازی			اوزان دیفازی	وزن نرمال
ترس مدیران از بازخورهای منفی	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۱۴	۰/۹۲۶۰۳۷	۰/۰۵۱۲۴۸
نبود مدیران انگیزاننده	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۱۴	۰/۹۲۵۱۶۷	۰/۰۵۱۲۳۳
عوامل محیطی - فرهنگی	۰/۰۵	۰/۰۸	۰/۱۵	۰/۹۷۳۶۹۱	۰/۰۵۳۸۸۶
مفاهیم مرتبط با روان شناسی	۰/۰۲	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۴۳۶۳۹۳	۰/۰۲۴۱۵۱

۰/۰۳۲۹۸۹	۰/۰۵۹۶۰۹۳	۰/۱۰	۰/۰۵	۰/۰۳	تصور از ناتوانی مدیر در انجام کار
۰/۰۳۶۵۲۷	۰/۰۶۶۰۰۲۲	۰/۱۰	۰/۰۶	۰/۰۳	عدم رعایت شایسته سالاری
۰/۰۴۱۴۱۴	۰/۰۷۴۸۳۴	۰/۱۱	۰/۰۶	۰/۰۴	جو بی عدالتی
۰/۰۴۹۷۵۳	۰/۰۸۹۹۰۱۵	۰/۱۳	۰/۰۸	۰/۰۴	فرصت‌های ارتباطی
۰/۰۳۰۷۵۹	۰/۰۵۵۵۸	۰/۰۹	۰/۰۵	۰/۰۳	نوع نگرش‌ها
۰/۰۴۴۳۳۸	۰/۰۸۰۱۱۷۷	۰/۱۲	۰/۰۷	۰/۰۴	سبک رهبری
۰/۰۴۹۰۸۱	۰/۰۸۸۶۸۷۲	۰/۱۳	۰/۰۷	۰/۰۴	جو سازمانی
۰/۰۴۲۱۷۷	۰/۰۷۶۲۱۱۶	۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۰۳	فرهنگ سازمانی
۰/۰۴۶۰۸۲	۰/۰۸۳۲۶۷۶	۰/۱۲	۰/۰۷	۰/۰۴	تصور عدم دریافت پاسخ مثبت
۰/۰۴۹۳۹۳	۰/۰۸۹۲۵۱۵	۰/۱۳	۰/۰۸	۰/۰۴	فقدان فرصت برای صدا و ارائه پیشنهاد
۰/۰۴۵۶۱۶	۰/۰۸۲۴۲۶۶	۰/۱۲	۰/۰۷	۰/۰۴	ویژگی‌های شخصیتی
۰/۰۵۰۱۴۹	۰/۰۹۰۶۱۸	۰/۱۴	۰/۰۸	۰/۰۴	نوع ارتباط با سرپرست
۰/۰۵۳۸۰۴	۰/۰۹۷۲۲۱۲	۰/۱۴	۰/۰۸	۰/۰۵	مسائل مدیریتی و سازمانی
۰/۰۴۴۹۳۴	۰/۰۸۱۱۹۳۱	۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۰۳	جو اداری
۰/۰۳۱۰۸۱	۰/۰۵۶۱۶۱۸	۰/۰۹	۰/۰۵	۰/۰۳	عدم اعتماد سازمانی
۰/۰۴۳۲۰۹	۰/۰۷۸۰۷۶۴	۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۰۳	تفکر گروهی (دوستان)
۰/۰۳۶۴۲۳	۰/۰۶۵۸۱۵۴	۰/۱۰	۰/۰۶	۰/۰۳	ساختار سازمانی
۰/۰۵۵۳۴۲	۱	۰/۱۴۷۳۴۲	۰/۰۸۴۶۵۴	۰/۰۴۹۸۵۸	ترس کارکنان
۰/۰۳۶۴۱۳	۰/۰۶۵۷۹۶۵	۰/۱۰۰۷۴۸	۰/۰۵۸۲	۰/۰۳۴۴۵۴	منفعت طلبی کارکنان

نرخ ناسازگاری حاصل از مقایسات زوجی عدد $۰/۰۸۹۷۶۵$ به دست آمد و با توجه به اینکه کمتر از $۰/۱$ است، قابل قبول می‌باشد.

جدول ۶: ماتریس تصمیم نرمال موزون و رتبه بندی عوامل موثر بر سکوت سازمانی

رتبه	Ki	Si	عوامل موثر بر سکوت سازمانی
-	۱	۰/۱۴۷۷۲۸۶۳۴	مقدار بهینه
۱	۰/۳۴۶۹۰۸۶۸۱	۰/۰۵۱۲۴۸۳۴۵	ترس مدیران از بازخورهای منفی
۲	۰/۳۰۷۱۷۳۳۷۲	۰/۰۴۵۳۷۸۳۰۳	نبود مدیران انگیزاننده
۳	۰/۳۱۱۶۳۲۰۲۴	۰/۰۴۶۰۳۶۹۷۳	عوامل محیطی-فرهنگی
۴	۰/۱۸۸۵۴۴۳۲۲	۰/۰۲۷۸۵۳۳۹۵	مفاهیم مرتبط با روان شناسی
۵	۰/۲۷۹۲۴۴۶۵۱	۰/۰۴۱۲۵۲۴۳۱	تصور از ناتوانی مدیر در انجام کار
۶	۰/۳۱۲۳۱۲۱۷۷	۰/۰۴۶۱۳۷۴۵۱	عدم رعایت شایسته سالاری
۷	۰/۲۶۸۱۲۵۰۳۴	۰/۰۳۹۶۰۹۷۴۵	جو بی عدالتی
۸	۰/۳۲۷۷۴۱۷۱۶	۰/۰۴۸۴۱۶۸۳۶	فرصت های ارتباطی
۹	۰/۱۷۶۴۸۱۰۱	۰/۰۲۶۰۷۱۲۹۸	نوع نگرش ها
۱۰	۰/۳۸۱۳۲۰۵۹۵	۰/۰۵۶۳۳۱۹۷	سبک رهبری
۱۱	۰/۲۸۶۰۳۱۹۷۱	۰/۰۴۲۲۵۵۱۱۲	جو سازمانی
۱۲	۰/۳۲۶۹۰۲۳۳۳	۰/۰۴۸۲۹۲۸۳۵	فرهنگ سازمانی
۱۳	۰/۳۱۳۳۲۲۷۳	۰/۰۴۶۳۷۶۸۵۳	تصور عدم دریافت پاسخ مثبت
۱۴	۰/۳۲۵۱۵۶۶۷۸	۰/۰۴۸۰۳۴۹۵۲	فقدان فرصت برای صدا و ارائه پیشنهاد
۱۵	۰/۳۱۸۶۹۵۳۰۳	۰/۰۴۷۰۸۰۴۲۲	ویژگی های شخصیتی
۱۶	۰/۴۴۶۷۹۸۱۹۶	۰/۰۶۶۰۰۴۸۸۷	نوع ارتباط با سرپرست
۱۷	۰/۳۸۳۰۴۱۳۹۳	۰/۰۵۶۵۸۶۱۸۲	مسائل مدیریتی و سازمانی
۱۸	۰/۲۶۳۱۵۳۵۳۱	۰/۰۳۸۸۷۵۳۱۱	جو ادراکی
۱۹	۰/۲۱۹۹۸۲۰۸۶	۰/۰۳۲۴۹۷۶۵۳	عدم اعتماد سازمانی
۲۰	۰/۲۷۳۶۳۶۲۶۲	۰/۰۴۰۴۲۳۹۱۱	تفکر گروهی (دوستان)
۲۱	۰/۳۹۶۴۶۷۰۶۴	۰/۰۵۸۵۶۹۵۳۸	ساختار سازمانی
۲۲	۰/۳۱۷۱۷۳۶۵۱	۰/۰۴۶۸۵۵۶۳	ترس کارکنان
۲۳	۰/۳۷۶۶۴۳۷۱۱	۰/۰۵۵۶۴۱۰۶۱	منفعت طلبی کارکنان

بحث و نتیجه گیری

در جهان در حال تغییر امروز، سازمان ها نیازمند کارکنانی هستند که عقاید خود را بیان کنند و فرهنگ سکوت را بشکنند. همچنین، کارکنان سازمان هایی را برای اشتغال برمی گزینند که امکان اظهار نظر برای آنها را فراهم کنند. در سازمان هایی که سکوت حاکم نمی باشد، هم کارکنان و هم مدیران از انگیزه و عملکرد بالایی برخوردارند. کارکنان اغلب در ارتباط با مسائل کاری سکوت می کنند. سکوت آنها در حوزه هایی مثل تعارض با همکاران، مخالفت با تصمیمات سازمانی، ضعف بالقوه دانش شخصی در روند کاری، نگرانی درباره رفتارهای غیر قانونی و شکایات شخصی گسترش می یابد. تحقیقات اخیر نشان می دهد که بالای ۸۵ درصد از مدیران و حرفه ای ها، حداقل در ارتباط با نگرانی های کاری تصمیم به سکوت می گیرند. سکوت کارکنان همچنین به عنوان کاهش دهنده بار اضافی اطلاعات مدیران و تعارضات بین فردی و افزایش اطلاعات شخصی کارکنان می تواند مفید باشد. اما اغلب از سکوت به عنوان یک پدیده مضر و دردناک یاد می شود. در این تحقیق به دنبال شناسایی و تبیین اهمیت و اولویت عوامل موثر بر پدیده سکوت سازمانی بوده ایم. در این راستا بعد از شناسایی عوامل موثر از پیشینه پژوهش های صورت گرفته، از روش دلفی فازی جهت غربال سازی عوامل استفاده شد. سپس برای تعیین وزن و اولویت بندی عوامل غربال شده، از مدل های تصمیم گیری چند معیاره استفاده شد- با این تفاوت که در این تحقیق برای رتبه بندی نهایی عوامل از روش آراس استفاده شد که در تحقیقات قبلی بی سابقه است. برای پاسخ گویی به این سوال که عوامل موثر بر سکوت کارکنان کدام اند، با بررسی های جامع کتابخانه ای و ارزیابی مطالعات گذشته، ۳۶ عامل موثر بر سکوت سازمانی استخراج گردید.

در بین عوامل اولویت بندی شده، مهمترین عاملی که خبرگان به آن اشاره کردند، ترس مدیران از بازخورهای منفی از سوی کارکنان می باشد. این عامل از جمله عواملی است که موریسون و میلیکن (۲۰۰۰) نیز در تحقیق خود به عنوان عاملی تاثیرگذار بر سکوت کارکنان به آن اشاره کرده اند. بنابراین یک عامل مهم که ایجاد فضای سکوت را در سازمان ها تسهیل می نماید، ترس مدیریت ارشد از دریافت بازخور منفی به ویژه از زیردستان است. شواهد قوی حکایت از آن دارند که افراد در اثر بازخور منفی احساس ترس می کنند؛ چه این اطلاعات درباره شخص آنها باشد و چه درباره اقدامی که انجام داده اند. آرگریس و شون بیان می دارند که بسیاری از مدیران، از شرمندگی، تهدید و احساس آسیب پذیری یا عدم صلاحیت، ترسان و گریزان هستند. از این رو، از شنیدن اطلاعاتی که ممکن است نشانگر ضعف آنها باشد، اقدامات فعلی آنها را زیر سؤال ببرد و یا تهدیدی علیه قدرت و اعتبار آنها باشد دوری می جویند (خنifer، ۱۳۸۹). دومین عامل مهم، نبود مدیران انگیزاننده می باشد که پیران نژاد و همکاران (۱۳۹۶) نیز در تحقیق خود به آن اشاره کرده اند. وجود مدیرانی که به کارکنان، انگیزه لازم را بدهند و شرایط بروز خلاقیت و بیان ایده ها و نظرات را برای کارکنان فراهم کنند؛ لازم و ضروری است. اگر مدیران، روحیه پویا، توانمندی و تخصص لازم را نداشته باشند، کارکنان نیز پس از مدتی انگیزه و علاقه خود را از دست می دهند و منفعل می شوند. نبود مدیران مشوق و حرکت دهنده در سازمان، نداشتن روحیه انتقادپذیری مدیران، توانمندی پایین مدیران و دخالت مدیر در کار کارشناسان از عواملی هستند که انگیزه کارکنان را از بیان ایده ها و نظرات به میزان زیادی کاهش می دهند (پیران نژاد و همکاران، ۱۳۹۶). سومین عامل مهم، عوامل محیطی- فرهنگی می باشد. مطابق پژوهش صلواتیان و همکاران (۱۳۹۵) این عامل یکی از عوامل سه گانه موثر بر سکوت سازمانی نیروهای رسانه ای بوده است. همچنین دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۰) نیز در تحقیق خود به آن اشاره کرده اند. توسعه نیافتگی، سوء پیشینه های فرهنگی، برچسب

خوردن و ضعف فرهنگ کار گروهی از مفاهیم معرفی شده عامل محیطی - فرهنگی می‌باشند.

پیشنهادهای

با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود:

- ایجاد جو اعتماد یکی از مواردی است که در ایجاد شرایط مطلوب به مدیر کمک می‌کند. اعتماد به واسطه دادن بازخورد مثبت و تحسین کردن‌ها در کنار دادن بازخور منفی به روشی مفید، ایجاد می‌شود. همچنین سازمان‌ها باید محیطی مملو از عدالت رویه‌ای و توزیعی باشند. زمانی که کارکنان نتیجه کار خود را عادلانه ببینند، مشتاق ترند که در مبادلات اجتماعی شرکت کنند که فراتر از انتظارات عادی از نقش آنهاست. ایجاد تشکلهای صنفی نیز به کارکنان کمک می‌کند تا امنیت بیشتری را احساس کنند و به طور بالقوه از رفتارهای خود حفاظتی مرتبط با سکوت تدافعی اجتناب کنند.
- ترغیب کارکنان به بیان نظرات و ایده‌های خود و ایجاد روال مشخصی برای اظهار نظر (مانند تشکیل جلسات، وجود وبلاگ‌ها برای نظرخواهی و ...) و کارهایی از این قبیل سکوت سازمانی را کاهش می‌دهد.
- با توجه به نقش تأثیرگذار جو سازمانی بر سکوت سازمانی، پیشنهاد می‌شود جو سازمانی به گونه‌ای تقویت گردد که کارکنان بدون نگرانی از مورد انتقاد قرار گرفتن توسط همکاران و بالادستان، اظهار نظر کنند و بدون ترس و مشکلات ناشی از آن، در مواقع لزوم اطلاعات خود را ارائه نمایند. بدین طریق، زمینه‌ای ایجاد می‌شود تا کارکنان بدون هراس از دست دادن موقعیت خود، ایده‌ها و عقایدشان را بیان نمایند. مهم شمردن عقاید جدید باعث می‌شود تا افراد به این باور برسند که ارائه ایده‌های آنها نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌ها دارد و نگرش‌های منفی در این زمینه اصلاح شود. در همین راستا می‌توان نظام پاداش دهی مناسبی نیز برای بیان نظرات و ارائه پیشنهادها، خلافتان ایجاد کرد.
- ایجاد تغییراتی در سازمان که کارکنان خود را مسئول منفعت و بقای سازمان بدانند و حتی بیشتر از وظایف محوله‌شان برای سازمان فعالیت نمایند؛ مانند شراکت در سهام سازمان، بها دادن به کارکنان سازمان و ایجاد شرایط مناسب کاری، افزایش سطح رفاه کارکنان در سازمان و
- به مدیران سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود در انتخاب افراد برای پست‌های و مسئولیت‌های شرکتی، ویژگی‌های فردی و شخصیتی کارکنان را مورد توجه قرار دهند.
- تشکیل کارگاه‌های آموزشی مهارت‌های برقراری ارتباط برای مدیران و سرپرستان؛
- تقویت و ایجاد روابط سازمانی مناسب از طریق کاهش قوانین زائد و سلسله مراتب پیچیده سازمانی، تشویق افراد به برقراری رابطه با یکدیگر و تشکیل گروه‌های کاری؛
- از آنجا که یکی از انواع سکوت سازمانی، سکوت تدافعی است که ترس از مدیریت یکی از مولفه‌های آن می‌باشد، حمایت مدیر می‌تواند منجر به بهبود شرایط شود که طی آن کارکنان آزادانه و بدون هیچگونه ترس و نگرانی عقاید خود را ابراز کنند. در نتیجه سرپرستان و مدیران سطح بالا باید محل کاری را به وجود آورند که کارمندان برای بیان دیدگاه‌هایشان احساس امنیت کنند و برای ارائه ایده‌ها و پیشنهادها تشویق شوند.
- به مدیران سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود برای کاهش سکوت کارکنان برنامه‌های مدیریت و بهسازی منابع انسانی در راستای افزایش مهارت‌های ارتباطی و تصمیم‌گیری را در اولویت قرار دهند.

منابع

- آذر، عادل و فرجی، حجت. (۱۳۸۱). علم مدیریت فازی. مرکز مطالعات و بهره‌وری ایران: انتشارات اجتماع
- پیران نژاد، علی؛ داوری، الهه و افخمی، مهدی. (۱۳۹۶). «سکوت سازمانی، چالش معاصر مدیریت منابع انسانی؛ شناسایی عوامل و پیامدهای آن». فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی. سال ششم، شماره ۱، ۱۷۶-۱۴۷.
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال و بغیری، علی. (۱۳۹۳). «شناسایی عوامل کلیدی جنگ داخلی در خاورمیانه عربی با استفاده از روش دلفی فازی». فصلنامه آفاق امنیت، سال هفتم، شماره بیست و چهارم، ۱۷۸-۱۵۱.
- دامغانیان، حسین و روزبان، فرناز. (۱۳۹۴). «بررسی علت سکوت کارکنان در ارتباط با مدیر مستقیم: کاربرد پژوهش آمیخته». فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی. سال چهارم، شماره ۳، ۱۷۵-۱۹۴.
- دانایی فرد، حسن و پناهی، بلال. (۱۳۸۹). «تحلیل نگرش‌های شغلی کارکنان سازمان‌های دولتی: تبیین جو سکوت سازمانی و رفتار سکوت سازمانی». پژوهشنامه مدیریت تحول. سال دوم، شماره سوم: ۱۹-۱.
- رستگار، عباسعلی و علی اکبری نوری، فهیمه. (۱۳۹۵). «تحلیل روابط بین عوامل کلیدی مؤثر بر سکوت سازمانی با قواعد فازی». فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی. سال پنجم، شماره دوم: ۱۱۹-۱۴۴.
- فکور ثقیه، امیر محمد؛ الفت، لعلیا؛ فیضی، کامران و امیری، مقصود. (۱۳۹۳). «مدلی برای قابلیت ارتجاعی رنجیره تامین برای رقابت پذیری در شرکت‌های خودرو سازی ایران». مدیریت تولید و عملیات، ۵(۸)، ۱۶۴-۱۴۳.
- صلواتیان، سیاوش؛ نعمتی انارکی، داوود و نیستانی اصفهانی، کامیار. (۱۳۹۵). «عوامل مؤثر بر سکوت سازمانی نیروهای رسانه‌ای بر مبنای تجربه کارکنان اداره کل روابط عمومی سازمان صدا و سیما». نشریه مدیریت دولتی. دوره ۸، شماره ۴، ۶۶۵-۶۹۰.
- عالم تبریز، اکبر و شایسته، رویا. (۱۳۹۰). «ارزیابی و اولویت بندی برون سپاری فرآیندهای کاری مالیات ستانی در سازمان امور مالیاتی با رویکرد TOPSIS فازی». پژوهشنامه مالیات. دوره ۵۸، شماره ۱۰، ۱۸۹-۲۲۰.
- مومنی، منصور. (۱۳۸۵)، مباحث نوین در پژوهش عملیات. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

- Brinsfield, C.T., Edwards, M.E., & Greenberg, J.(2009). **Voice and silence in organizations: Historical review and current conceptualizations**. Emerald Group publishing limited, 1, 3-33.
- Bogosian, Robert. (2012). **Engaging Organizational Voice: A Phenomenological Study of Employee's Lived Experiences of Silence in Work Group Settings**. The Faculty of Graduate School of Education and Human Development of the George Washington University.
- Cheng, C. H., & Lin, Y. (2002). "Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation". European journal of operational research, 142(1), 174-186.
- Deniz, N., Noyanb, A., and Ertusun, O. (2013). "The Relationship between Employee Silence and Organizational Commitment in a Private Healthcare Company". International Strategic

Management Conference, pp 691-700.

- Dyne, L. V., Ang, S., & Botero, I. C. (2003). **“Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs”**. Journal of management studies, 40(6), 1359-1392.
- Gumus, A. T. (2009). **“Evaluation of hazardous waste transportation firms by using a two step fuzzy-AHP and TOPSIS methodology”**. Expert systems with applications, 36(2), 4067-4074.
- Habibi, A., Jahantigh, F. F., & Sarafrazi, A. (2015). **“Fuzzy Delphi Technique for Forecasting and Screening Items”**. Asian Journal of Research in Business Economics and Management, 5(2), 130-143.
- Hazen, M.A. (2006). **“Silences, perinatal loss and polyphony: a postmodern perspective”**. Journal of organizational change management, Vol.19, No.2, pp: 237-249.
- Karaca, Hasan. (2013). **“An exploratory study on the impact of organizational silence in hierarchical organizations: Turkish national police case”**. European Scientific Journal, vol.9, No.23, p 38-50.
- Kersulienė, V. and Turskis, Z. (2011). **“Integrated fuzzy multiple criteria decisionmaking model for architect selection”**. Technol. Econ. Dev. Econ. 17 (4): 645-666.
- Kersulienė, V. and Turskis, Z. (2014). **“An integrated multi-criteria group decision making process: selection of the chief accountant”**. Procedia- Social and Behavioral Sciences, 110: 897-904.
- Laarhoven, P. M., and Pedrycz, W. (1993). **“A Fuzzy Extension of Saaty's Priority Theory”**. Fuzzy Sets and Systems, 11(1), 229–241.
- Moasa, Horia. (2013). **Struggling for Organizational Identity: Employee Voice and Silence**. Lumen International Conference Logos Universality Mentality Education Novelty.
- Murry, T. J., Pipino, L. L., & Gigch, J. P. (1985). **“A pilot study of fuzzy set modification of Delphi”**. Human Systems Management, 5(1), 76-80.
- Nazari, A., Salarirad, M. M., & Bazzazi, A. A. (2012). **“Landfill site selection by decision-making tools based on fuzzy multi-attribute decision-making method”**. Environmental Earth Sciences, 65(6), 1631-1642.
- Pinder, C.C. & Harlos, K. P. (2001). **“Employee silence: Quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice”**. In (ed.) *Research in Personnel and Human Resources Management. (Research in Personnel and Human Resources Management, Volume 20)*, 331-369.
- Rowe, G., Wright, G., & Bolger, F. (1991). **“Delphi: a re-evaluation of research and theory”**. Technological Forecasting and Social Change, 39, 235-251.

- Vakola, M. and Bouradas, D. (2005). **“Antecedents and consequences of organizational silence: an empirical investigation”**. Employee relations journal, Vol.27, No.5.
- Xu, A. J., Loi, R., & Lam, L. W. (2015). **“The bad boss takes it all: How abusive supervision and leader–member exchange interact to influence employee silence”**. The Leadership Quarterly, 26(5), 763-774.
- Yıldız, Ebru. (2013). **“Enigma of Silence in Organizations: What Happens To Whom and Why?”**. Beykent University Journal of Social Sciences, Vol.6 No.2, 30-44.
- Zavadskas, E. K. and Turskis, Z. (2010). **“A new additive ratio assessment (ARAS) method in multicriteria decision-making”**. Ukio Technologinis ir Ekonominis Vystymas, 16(2): 159-172.
- Zavadskas, E. K.; Turskis, Z. and Bagocius, V. (2015). **“Multi-criteria selection of a deep-water port in the Eastern Baltic Sea”**. Applied Soft Computing, 26: 180–192.
- Zavadskas, E. K., & Turskis, Z. (2011). **“Multiple criteria decision making (MCDM) methods in economics: an overview”**. Technological and economic development of economy, 17(2), 397-427.

رابطه استراتژی‌های وزارت ورزش و جوانان با انتخاب سبک رهبری مناسب در ورزش قهرمانی

سید احمد حسینی گل افشانی^۱

سیده ناهید کریمی^۲

داود عزیزی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۱۲

هدف از این پژوهش، فراهم کردن یک دیدگاه سازماندهی شده و کامل از تاثیر استراتژی‌های وزارت ورزش بر روی انتخاب سبک رهبری مناسب در ورزش قهرمانی بوده و از ۵۰ مقاله داخلی و خارجی بهره جسته شده است. روش تحقیق حاضر کیفی و داده‌های آن به وسیله کتاب شناسی، سایت شناسی و به روش توصیفی فراهم آمده است. این پژوهش از نظر هدف و ماهیت، کاربردی و از نظر زمان و طول مدت، حال‌نگر و مقطعی است که داده‌های آن به روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. از نظریه داده بنیاد به عنوان یک رویکرد تحقیق کیفی دارای رویه‌های نظام مندی برای نظریه پردازی استقرایی جهت تحلیل داده‌ها استفاده گردیده است. داده‌های تحقیق در سه مرحله کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) شدند و پس از استخراج مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها، نتیجه این فرآیند استقرایی شامل بر مطالعات و انتقادات وارده بر سبک‌های مدیریتی ناشی از استراتژی‌های کلان ورزشی آنهاست. در وزارت ورزش ۵۱ فدراسیون و ۳۱ اداره کل استان‌ها وجود دارد که نتیجه انتخاب سبک رهبری آنها پرورش قهرمانان می‌باشد.

در عمده ترین یافته‌های این پژوهش دریافتیم بین سبک‌های رهبری و ویژگی‌های فردی، ارتباط وجود دارد.

۱. استادیار، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. دانشجوی دکترای مدیریت تکنولوژی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. دانشجوی دکترای مدیریت دولتی، گرایش تصمیم‌گیری و خط مشی دولتی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
E-mail: Davoodazizi2006@yahoo.com (نویسنده مسئول)

نتایج بیانگر وجود ارتباط معنی دار بین سن و سبک رهبری وظیفه گرا که نشان از توجه به وظیفه است، می باشد. همان گونه که در مباحث نظری و پیشینه تحقیق ویژگی های شخصی مانند سن، سابقه مدیریت، دوره های آموزشی و سطح تحصیلات بر سبک های رهبری مدیران موثر است، می توان نتیجه گرفت که مدیران ورزش نیز در به کارگیری سبک های رهبری خود، متأثر از برخی ویژگی های خود عمل می کنند.

واژگان کلیدی: استراتژی، سبک رهبری، ورزش قهرمانی و وزارت ورزش و جوانان

مقدمه

در دهه های اخیر شاهد ظهور رویکردی جدید در استراتژی های کلان ورزشی بوده ایم. مدیران ورزشی موفق، عموماً آرزوهای بلند بالایی دارند. آنها نه تنها افراد را متحد می کنند، بلکه شخصیت را نیز در نظر می گیرند. مدیران ورزشی می بینند و از تجربه های گذشته یاد می گیرند که این تغییر فقط برای مدیران مهم نیست، بلکه مورد نیاز آنان نیز هست. آنها باید مهارت های ارتباطی باور نکردنی داشته باشند و مقوله تحقق و اجرای استراتژی همواره از بحث انگیزترین مباحث مدیریت بوده است (کاپلان^۱، ۲۰۰۴: ۳۷). اجرای استراتژی، فرآیندی است که براساس آن سیاست ها و استراتژی ها، با بهره گیری از برنامه، بودجه و رویه ها به اجرا درمی آیند (دیوید^۲، ۱۳۸۶: ۱۱۲). مطالعات نشان داده است که بیش از ۷۰ درصد از دلایل شکست برنامه های استراتژیک در مرحله اجرای آن نهفته است (چاران^۳، ۱۹۹۹: ۱۲۸). سازمان های امروزی با آگاهی از امکانات و محدودیت های خویش برای نیل به اهداف و رسالت های بلندمدت، در سایه منابع و وحدت رویه ها و فرآیندها رویکرد برنامه ریزی استراتژیک را انتخاب، تنظیم و تدوین کرده اند. البته با این تفکر که تدوین این برنامه ها می تواند آنها را به موقعیت مطلوب برساند، از این نکته غافل مانده اند که تدوین موفق استراتژی نمی تواند اجرای موفقیت آمیز آنها را تضمین کند. طی سال های پیشین، استراتژی های زیادی در سطح سازمان ها طراحی شده است که هیچگاه پیاده نشده یا در رویارویی با موانع تحقق پیدا نکرده اند. امروزه، مهمترین دغدغه بیشتر سازمان ها، اجرای استراتژی هایی است که با توجه به اهداف و چشم اندازها و با تلاش و زحمت فراوان تدوین شده اند (کاپلان^۴، ۱۳۸۶: ۳۹). اجرای استراتژی بدون حمایت همه جانبه مدیران ارشد ممکن نیست و باید دغدغه اصلی آنان باشد. طبق گزارش ها، ۸۵ درصد مدیران ارشد کمتر از یک ساعت از وقت خود را در ماه به بحث درباره استراتژی اختصاص می دهند (رابرت^۵، ۲۰۰۶: ۵۷). مفاهیم مربوط به مدیریت استراتژیک چند سالی است که در فضای مدیریت کشور مطرح شده و تعداد قابل توجهی از سازمان ها نیز تلاش کرده اند تا از این مفاهیم برای اداره بهتر فعالیت های خود بهره گیرند. متأسفانه، این ابزار نیز مشابه بسیاری دیگر از ابزارهای مدیریتی دستاورد مثبت چندانی نداشته است و درصد کمی از سازمان هایی که آن را به کار گرفته اند، به نتایج موفقیت آمیزی دست یافته اند. (غفاریان^۶، ۱۳۸۳: ۸۳). مدیریت راهبردی، فرایندی است که از طریق آن سازمان ها محیط داخلی و خارجی خود را تحلیل و از آن شناخت کسب می کنند. علاوه بر آن، مسیر راهبردی خود را پایه گذاری و راهبردهایی را خلق می کنند که آنها را در رسیدن به اهداف تعیین شده یاری می رساند (هریسون^۷، ۱۳۸۲: ۴۳).

طریقی را که رهبر از نفوذش برای کسب اهداف استفاده می کند، «سبک رهبری» می نامند. به بیان دیگر، نحوه استفاده رهبر از قدرت و نفوذ را سبک رهبری گویند. سبک رهبری، اساساً شیوه نگرش مدیر نسبت به نقش خود و کارکنان است. به طور سنتی دو نوع دیدگاه درباره سبک رهبری وجود دارد: سبک آمرانه و سنتی یا وظیفه مدار و سبک دموکراتیک یا رابطه مدار. (سین^۸، ۲۰۰۸: ۹۹).

1. Kaplan
2. david
3. Charan
4. Robert
5. harison
6. Singh

محققان طبقه بندی و الگوهای متعدد و متنوعی از سبک های رهبری ارائه داده اند. به زعم گرین^۱ و همکاران (۲۰۰۶: ۴۸) سبک های رهبری در هفت طبقه زیر قرار می گیرند: صفات مشخصه، سبکی، وضعیتی، اقتضایی، مسیر هدف، تحولی و مبادله رهبر- پیرو.

در عصر حاضر، سازمان ها به صورت فزاینده ای با محیط های پویا و در حال تغییر مواجه اند. بنابراین به منظور بقا و پویایی خود مجبورند که خود را با تغییرات محیطی سازگار نمایند. به بیان دیگر، باتوجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و... در عصر حاضر، سازمان هایی موفق و کارآمد محسوب می شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی، بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی ها را نیز در آینده پیش بینی کنند و نیز قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده ای بهتر هدایت کنند. (گلمحمدی، ۱۳۹۳: ۷۳) این مهم، از طریق رویکردهای سنتی مدیریت امکان پذیر نیست. تغییرات گسترده و جهانی شدن در دنیای امروز، مستلزم سبک رهبری متفاوت و جدیدی است (میرکمالی، ۱۳۹۰: ۶۷) که بتواند سازمان ها و نگاه های کسب و کار را در جهت دستیابی به اهداف و تعالی سازمانی یاری رساند. رهبری یکی از فرایندهای اصلی هر سازمان محسوب می گردد و بهره وری سازمان به شیوه های رهبری مدیران آن متکی است. مطالعات متعدد حاکی از آن هستند که هر سازمان برای نیل به اهداف، شیوه خاصی از رهبری و مدیریت را لازم دارد. (نیستانی، ۱۳۹۰: ۶۸)

توانایی تفسیر رخدادها و وقایع غیرمرتبط و برنامه ریزی نشده، بزرگترین نشان موفقیت مدیران موفق سازمان های کنونی است و این توانایی ها در واقع همان تفکر استراتژیک در یک سازمان می باشد که خود مبین یک کمبود اساسی برای رساندن یک سازمان به تعالی و توانمندسازی می باشد. (رامیر دانی^۲، ۲۰۱۳: ۱۳۹) این توانایی استراتژیک می تواند به مدیران کمک نماید که بتوانند وقایع آینده را درک، تشخیص، پیش بینی و کنترل نمایند و به جای آنکه تحت تأثیر تغییرات قرار بگیرند، تغییرات آتی را تحت تأثیر خود قرار دهند. (پیسپیا^۳، ۲۰۰۹: ۱۲۷) سازمان هایی موفق و اثربخش خواهند بود که رهبران آنها با اتخاذ سبک رهبری مناسب و نفوذی که بر کارکنان دارند، بتوانند آنها را برانگیزند و تلاش های آنها را در جهت تحقق اهداف و تعالی سازمان همسو و منسجم کنند. لذا برای دستیابی به چنین امری، سازمان ها نیازمند رهبرانی با مهارت تفکر استراتژیک خواهند بود که این مهارت را در سطح سازمان توسعه دهند و مزیت رقابتی برای سازمان خلق کنند. (ژائو^۴، ۲۰۱۲: ۵۷۹۹) برنامه های راهبردی در جهت تجهیز منابع سازمان و وحدت بخشیدن به تلاش های آن برای نیل به رسالت و اهداف بلند مدت، با توجه به امکانات و محدودیت های درونی و بیرونی هر سازمان طراحی می شود. (ویکر^۵، ۲۰۱۴: ۱۱۵) در این فرایند، قوت ها و ضعف های داخلی و فرصت ها و تهدیدهای بیرونی سازمان (سوات)^۶ شناسایی می شوند و با توجه به ماموریت سازمان، اهداف بلند مدت برای آن تدوین می گردد. برای دستیابی به این اهداف، از بین گزینه های مختلف اقدام به انتخاب راهبردهایی می شود که با تکیه به قوت ها و با بهره گیری از فرصت ها، ضعف ها از بین ببرد و از تهدیدها پرهیز شود تا در صورت اجرای

1. green
2. Ramir Dani
3. Pisapia
4. Zhao
5. Wicker
6. SWOT

صحیح باعث موفقیت سازمان گردد. (الوانی، ۱۳۶۷: ۶۸)

مدیریت ورزشی و مربیگری ارتباطات پیچیده‌ای دارند. مدیران ورزشی اغلب دارای پس زمینه در مربیگری هستند و یا به عنوان ورزشکاران، مربیگری می‌شوند. (رات، ۲۰۱۳: ۳۴) در هر صورت، مدیران ورزشی معمولاً درکی ضمنی از آنچه مربی خوب می‌سازند، دارند. اما آیا با استفاده از تکنیک‌های مربیگری موثر در هنگام کار با همکاران و پیروان خود، از آنها استفاده می‌کنید؟ بین دانستن چیزی و انجام آن اختلاف وجود دارد. انجام مربیگری بیشتر در محل کار شما حقیقتاً باعث ایجاد اختلاف زیادی در کارایی شما به عنوان مدیر و رهبر خواهد شد. (دکستر، ۲۰۱۴: ۱۴) یکی از مهمترین تکنیک‌های مربیگری برای مدیران ورزشی، مکالمه مربیگری است که اغلب مدیران معتقدند که زمان- و یا مهارت- برای آنها وجود ندارد. اما اگر شما به عنوان یک مدیر حمایت نکنید و به طور فعال در توسعه کارکنان خود دخالت نکنید (مانند مربی برای توسعه ورزشکار) ممکن است رشد کارکنان را متوجه نشوید و مشارکت و حفظ آن تحت تاثیر قرار گیرد. (آیوا، ۲۰۱۲: ۴۶) پس چگونه می‌توانید اطمینان حاصل کنید که سبک مدیریت ورزشی شما از تکنیک‌های مربیگری موثر استفاده می‌کند؟ همانطور که پیش از این بیان شد، مدیران ورزشی اغلب از مزایای زمینه در ورزش و مربیگری استفاده می‌کنند. فکر می‌کنید که مربی خوب چه چیزی را می‌سازد؟ ویژگی‌های فردی بسیاری وجود دارد که مربیگری موثر را ایجاد می‌کند. (پلاکونا، ۲۰۱۶: ۵۹)

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی

استراتژی‌های وزارت ورزش بر روی انتخاب سبک رهبری مناسب در ورزش قهرمانی تاثیر مستقیم دارد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر روش و استراتژی، توصیفی از نوع کیفی، از نظر هدف و ماهیت، کاربردی و از نظر زمان و طول مدت، حال‌نگر و مقطعی است که داده‌های آن به روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. سهم این پژوهش در حوزه مطالعات مدیریت دولتی، استخراج نظریه‌ای است که تاثیر استراتژی‌های وزارت ورزش بر روی انتخاب سبک رهبری مناسب در ورزش قهرمانی را نشان دهد. منبع اطلاعاتی تحقیق حاضر، مجلات معرفی شده توسط موسسه اطلاعات علمی (ISI) در حوزه مدیریت و ورزش طی سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۲۰ می‌باشد. از نظریه داده بنیاد به عنوان یک رویکرد تحقیق کیفی دارای رویه‌های نظام مندی برای نظریه پردازی استقرایی در تحلیل داده‌ها استفاده شده است. داده‌های تحقیق در سه مرحله کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) شدند و پس از استخراج مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها، نتیجه این فرآیند استقرایی شامل اعتبار شاخص‌ها یا معرف‌های پژوهش از طریق مراجعه به داوران کارآزموده و متخصصان امور ورزش و مدیریت و روایی آن از طریق مقایسه نتایج با تعداد قابل ملاحظه‌ای از مقالات و کتب در این زمینه مورد بررسی و تایید قرار گرفت.

1. Rot
2. Dexter
3. Iowa
4. Plakona

یافته های پژوهش

سبک های مختلف مدیریتی

رئیس لیکرت^۱ بر اساس مطالعات اولیه میشیگان، تحقیقات وسیعی به عمل آورد تا الگوی کلی مدیریت مورد استفاده مدیران شایسته و کارآمد را در مقایسه با الگویی که سایر مدیران بکار می برند، کشف کند. لیکرت در مطالعاتش دریافت که سبک های متداول مدیریت سازمان ها را می توان بر روی پیوستاری از سیستم یک تا چهار نشان داد این سیستم ها را می توان به شرح زیر توصیف نمود (ارشاد، ۱۳۷۷: ۷۱)

- استبدادی آمرانه

در این سبک، تصمیمات به وسیله مدیران رده بالا اتخاذ می شود و به سلسله مراتب پایین تر ابلاغ می شود. زیردستان در تصمیمات سازمانی شرکت داده نمی شوند و سازمان از طریق ترس و تهدید افراد را وادار به کار می کند. در این نوع سیستم افراد در کار تیمی درگیر نمی شوند. (رئوف، ۱۳۸۴: ۳۳)

- استبدادی خیرخواهانه

در این سبک، تصمیمات هنوز به وسیله افرادی که در رده بالای مدیریت سازمان قرار دارند، اتخاذ می شود. پاداش ها و برخی تنبیه ها برای انگیزش کارکنان به کار می رود. اطلاعات ممکن است از زیردستان به مدیران رده بالا منتقل شود، ولی محدود به اطلاعاتی است که مدیران مایل به شنیدن آن هستند. در کل در این سبک، رهبر سازمان فردی است مستبد، اما خیرخواه که مواظب کارکنانش هم هست - شاید الگویی شبیه پدرسالاران خوب ایرانی که برای مدیریت ایرانی بهترین سبک باشد. (رئوف، ۱۳۸۴: ۳۳)

- مشورتی

در این نوع از سیستم، زیردستان از طریق پاداش ها و شرکت در اتخاذ بعضی تصمیم گیری ها انگیزش پیدا می کنند. مدیران به طور سودمندانه از عقاید و ایده های زیردستان استفاده می کنند، اما درگیری زیردستان در اتخاذ تصمیمات، ناقص و هنوز در تصمیمات عمده که به وسیله مدیران رده بالا اتخاذ می شود، شرکت ندارند. (رئوف، ۱۳۸۴: ۳۴)

● مشارکتی

مدیران اطمینان کاملی به زیردستان خود دارند، ارتباطات بین زیردستان و بالا دستان خیلی زیاد است، زیردستان به طور کامل در فرایند تصمیم گیری شرکت داده می شوند و به راحتی عقاید خود را بیان می کنند. در این نوع سیستم، به مقدار زیادی کار تیمی وجود دارد و همه اعضای سازمان برای دستیابی به اهداف سازمان احساس مسئولیت می کنند. کارکنان از طریق پاداش های اقتصادی و شرکت در تصمیم گیری ها و دستیابی به اهداف انگیزش پیدا می کنند. (رئوف، ۱۳۸۴: ۳۴)

شاید مدیریت ژاپنی بهترین مثال باشد - البته به این دلیل که فرهنگ ژاپنی پاسخگوی چنین رفتاری است. سبک رهبری یا مدیریت، تعیین کننده جو حاکم و فرهنگ سازمانی و راهبردهای حاکم بر سازمان است. سبک رهبری مجموعه ای از نگرش ها، صفات و مهارت های مدیران است که بر پایه چهار عامل نظام ارزش ها، اعتماد به کارمندان، تمایلات رهبری و ماهیت و نوع فعالیت و نیز احساس امنیت در موقعیت های مبهم شکل می گیرد. محققان ثابت کرده اند که رهبران می توانند وجه تمایز در سازمان ها نسبت به یکدیگر باشند. (دیتمور^۲، ۲۰۰۹: ۴۴۱)

1. Rennes Likert

2. Dittmore

امروزه سازمان ها به دلیل تغییرات شدید محیط پیرامون و فناوری با مشکلاتی رو به رو هستند که هر روز پیچیده تر می شوند و حل آن ها نیازمند سبک رهبری مناسب و توانایی تفسیر رخدادها و وقایع غیر مرتبط و برنامه ریزی نشده است - این توانایی درواقع همان تفکر استراتژیک در یک سازمان می باشد. (سین^۱، ۲۰۰۸: ۳۵)

● سبک های رهبری بلانچارد

بعدها، بلانچارد مدل اولیه هرسی - بلانچارد را گسترش داد. او در مدل خود بر تأثیرگذاری سطح مهارت و توانایی های پیروان بر سبکی که رهبران باید در پیش بگیرند، تأکید داشت. بلانچارد همچنین چهار سبک یادگیری را به شرح زیر توصیف نمود:

سبک دستوری: سبک دستوری به معنای دستور دادن و انتظار اطاعت داشتن است، اما هیچ گونه راهنمایی و مساعدتی وجود ندارد.

سبک مربی گری: در این سبک فرمان های زیادی صادر می شود، اما رهبران رفتاری حمایت کننده در پیش می گیرند. سبک حمایتی: در این سبک، کمک زیادی به پیروان می شود، اما دستورات زیادی در کار نیست. سبک تفویضی: در این سبک، هدایت و پشتیبانی چندانی از سوی رهبر اعمال نمی شود. (کالیوپ^۲، ۲۰۰۸: ۲۲۱)

تأثیر سبک رهبری بر موفقیت سازمانی

سازمان هایی موفق و اثربخش خواهند بود که رهبران آنها با اتخاذ سبک رهبری مناسب و نفوذی که بر کارکنان دارند، بتوانند آنها را برانگیزند و تلاش های آنها را در جهت تحقق اهداف و تعالی سازمان همسو و منسجم کنند. لذا برای دستیابی به چنین امری سازمان ها نیازمند رهبرانی با مهارت تفکر استراتژیک خواهند بود؛ به طوری که این مهارت را در سطح سازمان توسعه دهند و مزیت رقابتی برای سازمان خلق کنند. با توجه به مطالب یاد شده، هدف اصلی پژوهش حاضر "بررسی رابطه بین سبک های رهبری و تفکر استراتژیک در سطح سازمانی" می باشد. سبک های مدیریت نماد بیرونی تفکرات، خواسته ها و شخصیت مدیران است که به صورت الگوی پایدار در صحنه عمل مورد مشاهده و امتحان همه افرادی که با سازمان سر و کار دارند، قرار می گیرند. (ژائو^۳، ۲۰۱۲: ۵۸۰۲)

برنامه ریزی راهبردی

برنامه های راهبردی در جهت تجهیز منابع سازمان و وحدت بخشیدن به تلاش های آن برای نیل به رسالت و اهداف بلند مدت، با توجه به امکانات و محدودیت های درونی و بیرونی هر سازمان طراحی می شود. در این فرایند، قوت ها و ضعف های داخلی و فرصت ها و تهدیدهای بیرونی سازمان (سوات)^۴ شناسایی می شوند و با توجه به مأموریت سازمان، اهداف بلند مدت برای آن تدوین می گردد. برای دستیابی به این اهداف، از بین گزینه های مختلف اقدام به انتخاب راهبردهایی می شود که با تکیه به قوت ها و با بهره گیری از فرصت ها، ضعف ها از بین برد و از تهدیدها پرهیز شود تا در صورت اجرای صحیح باعث موفقیت سازمان گردد. (الوانی^۵، ۱۳۸۶: ۶۹)

برنامه ریزی راهبردی می تواند به سازمان ها در محیط متلاطم در روشن کردن مسیر آینده بهره مندی از فرصت های کلیدی و کاهش تأثیر تهدیدات محیطی، پیش بینی و ایجاد تغییرات مورد نیاز سرمایه گذاری روی

1. Singh

2. Kalliopi

3. Zhao

4. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

قوت ها و رفع ضعف های داخلی سازمان، تدوین مبنایی منطقی و قابل دفاع برای تصمیم گیری، بوجود آوردن تفکر راهبردی و تدوین راهبردهای موثر، توانایی پاسخ موثر به تغییرات سریع محیطی، تدوین اهدافی روشن برای کارکنان و افزایش انگیزش و رضایت آنها و بهبود عملکرد سازمانی کمک نماید (کریمادیس^۱، ۲۰۰۲: ۳۶) کری (۲۰۰۹) به بررسی سیاست های مدیریت عمومی در دنیایی موسوم به «دهکده جهانی» در زمینه ورزش های همگانی می پردازد؛ سیاست هایی که با توجه به ارزش ها، علت ها و شخصیت های متفاوت، در نهایت به یک هدف که توسعه ورزش های همگانی است، می انجامد. در کشور ما، به ورزش همگانی و تفریحی به طور سازمان یافته، کمتر توجه شده است. مشارکت پایین جامعه در ورزش همگانی و فقدان یک نظام قانونی، یکپارچه و اجرایی برای استعدادیابی و پرورش ورزشکاران، موجب ضعف در ورزش قهرمانی و کاهش زمینه ظهور و بروز استعدادهای ورزشی شده است و نیاز به ایجاد مراکزی برای سیاستگذاری و برنامه ریزی در امر ورزش همگانی و قهرمانی بیش از پیش احساس می گردد. تحقیقات نشان می دهد که عملکرد سازمان هایی که به مدیریت راهبردی می پردازند، بهتر و بالاتر از دیگر سازمان هاست. (هانگر^۲، ۱۳۸۴: ۹۴)

فرآیند ده مرحله ای توسعه ورزش قهرمانی در برنامه های وزیر ورزش

ورزش قهرمانی در نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور، این گونه تعریف شده است: ورزش های رقابتی و سازمان یافته ای که با توجه به قوانین و مقررات خاص برای ارتقای رکوردهای ورزشی و کسب رتبه یا مدال انجام می شود. در بیشتر کشورهای جهان، امر ورزش قهرمانی از طریق کمیته های ملی المپیک و سازمان های وابسته به آن مدیریت و راهبری می شود. (وزارت ورزش، ۱۳۹۲)

با توجه به اهمیت پژوهش در رسیدگی و پاسخگویی به نیازهای جوانان و ورزش کشور و همچنین شناخت وضع موجود و تولید علم و ارائه برنامه های راهبردی مطابق با برنامه توسعه، وزارت ورزش و جوانان و به طور ویژه مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی، به عنوان شاخص ترین دستگاه متولی امور مطالعاتی و پژوهشی سیاست ها، اهداف، وظایف و راهبردهایی را منطبق با جایگاه خود پیش بینی و در جهت اجرای آن همت گمارده است. (وزارت ورزش، ۱۳۹۲)

این ورزش که پهلوان پرور می باشد، دارای فرآیندی ده مرحله ای بدین شرح است:

- ۱- شناسایی استعدادها؛
- ۲- جذب و پرورش استعدادها؛
- ۳- آماده سازی ورزشکاران؛
- ۴- شرکت در مسابقات؛
- ۵- شناسایی ورزشکاران برجسته و ماهر (نخبه گزینی)؛
- ۶- آماده سازی نخبگان؛
- ۷- شرکت در مسابقات رسمی؛
- ۸- حمایت مورد نیاز از استعدادها و نخبگان به عنوان سرمایه های ملی کشور؛
- ۹- ارزیابی ارتقای جایگاه ورزش کشور در رقابت های بین المللی، آسیایی، جهانی و المپیک؛
- ۱۰- اصلاح و بهبود مستمر. (وزارت ورزش، ۱۳۹۲)

1. Kriemadis

2. Hanger

راهبردها و سیاست‌های ورزش قهرمانی در برنامه‌های وزیر ورزش

(راهبرد چهارم) اهتمام به ورزش قهرمانی و حرفه‌ای و ارتقای جایگاه ورزش کشور و تثبیت اقتدار ملی در عرصه‌های بین‌المللی:

سیاست اول- توسعه علمی ورزش، غنی‌سازی پایه‌های حرفه‌ای و تخصصی؛
سیاست دوم- تبیین نظام استعدادیابی و قهرمان پروری در ورزش؛
سیاست سوم- گسترش حمایت‌های مادی و معنوی از حضور در فعالیت‌های رقابتی ملی و بین‌المللی و تقویت تلاش‌های بین‌المللی ورزش قهرمانی و حرفه‌ای؛
سیاست چهارم- تقویت صندوق اعتباری حمایت از ورزشکاران و قهرمانان جهت حمایت از ورزشکاران و پیشکسوتان و سایر دست‌اندرکاران ورزش در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، رفاهی و معیشتی؛
سیاست پنجم- توسعه ورزش پاک و مبارزه با دوپینگ و داروهای مخرب نیروزا؛
سیاست ششم- ایجاد ساز و کار لازم در توسعه مشارکت بخش‌های غیر دولتی در ورزش قهرمانی؛
سیاست هفتم- تبیین جایگاه واقعی ورزش کشور در نظام بین‌المللی ورزش و توجه به رشته‌های پایه و پر مدال. (وزارت ورزش، ۱۳۹۲)

مهم‌ترین برنامه‌های ضروری و کوتاه مدت وزارت ورزش و جوانان در ورزش قهرمانی

- جدی گرفتن و تقویت ورزش قهرمانی برای بانوان؛
- تعامل با وزارت آموزش و پرورش در جهت تعیین راهبردهای ورزش آموزشی.
در این حوزه می‌توان از ورزش و تربیت بدنی به مثابه ابزاری کارا برای تربیت جوانان استفاده نمود و با افزایش امکانات ورزشی در مدارس همراه با مربیان متعهد، علاوه بر آماده‌سازی نوجوانان برای ورود به صحنه قهرمانی، تربیت اسلامی را در آنها نهادینه نمود. (وزارت ورزش، ۱۳۹۲)

برنامه‌های بلند مدت در زمینه ورزش قهرمانی

- بازنگری و به روز رسانی طرح جامع ورزش کشور با اولویت بخشیدن به ورزش همگانی و عمومی، تقویت ورزش قهرمانی، رونق بخشی به ورزش حرفه‌ای و توسعه ورزش پرورشی؛
- توسعه اماکن ورزش روستایی و برنامه ریزی جهت افزایش مشارکت روستاییان در ورزش همگانی و قهرمانی. (وزارت ورزش، ۱۳۹۲)

مطالعات تاثیر استرتژی‌های ورزشی بر روی انتخاب سبک رهبری

بررسی عملکرد برخی از سازمان‌های ورزشی نیز حاکی از این است که سازمان‌هایی که برای انجام مأموریت و دستیابی به اهداف خود از مدیریتی قوی و مبتنی بر برنامه ریزی راهبردی استفاده کردند، در فعالیت‌های مختلف از جمله ورزش قهرمانی به موفقیت‌های چشمگیری دست یافتند. برای نمونه، کشور چین از رتبه چهارم المپیک ۱۹۹۶ آتلانتا به رتبه سوم در المپیک ۲۰۰۰ سیدنی، رتبه دوم در المپیک ۲۰۰۴ آتن و رتبه اول المپیک ۲۰۰۸ پکن دست یافت. استرالیا نیز از رتبه هفتم در المپیک آتلانتا، به رتبه‌های چهارم در المپیک سیدنی و آتن دست یافت. (خسروی زاده، ۱۳۸۷: ۹۶)

تندنویس و همکاران (۱۳۸۴: ۱۹) موارد زیر را مهمترین عوامل توسعه ورزش همگانی و قهرمانی دانستند: بهبود وضعیت اقتصادی اقشار مختلف جامعه، استفاده از رسانه‌های گروهی، توجه به وضعیت خانوادگی (تعداد

فرزند و تأهل)، برگزاری مسابقات ورزشی و اهدای جوایز، گسترش ناوگان حمل و نقل عمومی، اولویت دادن ورزش در اوقات فراغت و استفاده از سرمایه گذاری بخش خصوصی.

محققان طبقه بندی و الگوهای متعدد و متنوعی از سبک های رهبری ارائه داده اند. به زعم گرین^۱ و همکاران (۲۰۰۶: ۵۳) سبک های رهبری در هفت طبقه زیر قرار می گیرند: صفات مشخصه، سبکی، وضعیتی، اقتضایی، مسیر هدف، تحولی و مبادله رهبر-پیرو.

غفوری و همکاران (۱۳۸۳: ۴۷) دریافتند که مهمترین عامل موثر در ورزش همگانی و قهرمانی، تأکید همزمان بر هر دوی آنهاست. رابطه کم-اما معنادار-به میزان ۲۰ درصد و سطح معناداری ۰/۰۱ بین توسعه ورزش همگانی و قهرمانی و رسانه ها وجود دارد؛ به عبارتی، ۲۰ درصد تغییرات در این ورزش ها مربوط به رسانه هاست.

غفرانی و همکاران (۱۳۸۷: ۱۱) گزارش نمودند که از جمعیت ۲/۱ میلیون نفری استان سیستان و بلوچستان، کمتر از ۰/۰۷ مردم در ورزش های همگانی مشارکت دارند. موقعیت خاص جغرافیایی استان، نرخ بیکاری، قاچاق سوخت و مواد مخدر و نیز شیوع انواع بیماری های ناشی از کم تحرکی، از موانع اساسی مشارکت مردم در ورزش همگانی است.

مک کری^۲ (۲۰۰۹: ۴۶۷) به بررسی سیاست های مدیریت عمومی در دنیایی موسوم به دهکده جهانی در زمینه ورزش های همگانی می پردازد. سیاست هایی که با توجه به ارزش ها، علت ها و شخصیت های متفاوت، در نهایت به یک هدف که توسعه ورزش های همگانی است، میانجامد.

در کشور ما، به ورزش همگانی و تفریحی به طور سازمان یافته، کمتر توجه شده است. مشارکت پایین جامعه در ورزش همگانی و فقدان یک نظام قانونی، یکپارچه و اجرایی برای استعدادیابی و پرورش ورزشکاران، موجب ضعف در ورزش قهرمانی و کاهش زمینه ظهور و بروز استعداد های ورزشی شده است و نیاز به ایجاد مراکزی برای سیاست گذاری و برنامه ریزی در امر ورزش همگانی و قهرمانی بیش از پیش احساس می گردد. (تیموری، ۱۳۸۵: ۱۴) میلاجویچ^۳ در سال ۲۰۱۶ در تحقیقی با عنوان «سبک مدیریت در ورزش» نشان می دهد که از نظر آماری، اختلاف معنی داری در ترجیح سبک مدیریت ورزش وجود دارد و مقامات، ورزشکاران و شرکت کنندگان زن بیش از مردان سبک دموکراتیک را ترجیح می دهند.

تیم ورزشی یک گروه رسمی را نشان می دهد که با وظایف خاصی مواجه است. در گروه های ورزشی-بر خلاف بیشتر گروه های رسمی دیگر-نیازمندی قویتری برای توسعه غیر رسمی وجود دارد؛ روابط، به دلیل انسجام و برآوردن نیازهای اجتماعی-عاطفی اعضای گروه ورزشی، تا حد زیادی به اثربخشی آن بستگی دارد (لازارویچ^۴، ۲۰۰۱: ۲۱۳).

گروه به عنوان یک فرآیند تغییرات اجتماعی و روانی ثابت (گروه بندی) تعریف می شود که در حوزه روابط بین فردی، روابط فردی و فردی قرار دارد. در نتیجه، اهداف مشترک به عنوان برآورده کننده سطح توسعه گروهی عمل می کند. میزان تعلق به یک گروه به طور عمده به عوامل جاذبه وابسته است؛ یعنی، جذابیت گروه برای فرد (میلاجویچ^۵، ۲۰۰۴: ۵۱). این جذابیت را می توان با توانایی گروه ها در برآورده سازی نیازهای اعضای خود، از

1. Green
2. Mccree
3. Milojevic
4. Lazarević
5. Milojevic

طریق تطبیق هدف افراد و گروه ها، نگرش های مشترک، منافع و غیره تعیین کرد (کارترایت^۱، ۲۰۱۳: ۲۷). یکی از مهمترین ویژگی های گروه، انعطاف پذیری آن است و انسجام تیم به عنوان فرآیندی پویا در نظر گرفته می شود که در گرایش گروهی به جمع و حفظ وحدت در دستیابی به اهداف و وظایف منعکس می گردد. مایو می گوید: «کارآمدترین گروه با گردآوری تعداد بیشتر اعضا تشکیل نمی شود، بلکه تعامل زیاد همه افراد در آن مهم است. نتایج و یک مدیر ورزشی تأثیر زیادی بر روابط درون گروه ورزشی دارد. برخی مطالعات پیوند بین سبک رهبری و انسجام تیم را تایید می کند. (رمضان نژاد و همکاران، ۱۱۴: ۲۰۰۹)

باقرپور در سال ۱۳۸۷ نشان داد که رقابت، اولین انگیزه شرکت در ورزش قهرمانی ورزشکاران محسوب می شود و پس از آن سایر انگیزه ها قرار دارند. یافته های این تحقیق نشان می دهد که با شناخت انگیزه و دلایل شرکت افراد و همچنین شناخت سایر ویژگی های فردی و اقتصادی - اجتماعی می توان سیاستگذاری و برنامه ریزی خوبی را با توجه به شرایط فرهنگی و زیست بومی هر شهر و منطقه پایه ریزی کرد.

نامراتو^۲ در سال ۲۰۰۹ در تحقیقی با عنوان «سیاست بنیانگذاری ورزش همگانی منطقه ای در جمهوری چک»، فرایندها و سیاست های توسعه ورزش همگانی منطقه ای و نیز ارتباط بین دو بخش ورزش داوطلبانه و ورزش سازمان یافته همگانی را در جمهوری چک بررسی و روش ها و راهبردهایی را در حوزه پشتیبانی از ورزش های همگانی در قالب کمیته ها و کلوپ های ورزشی شناسایی کرد. در نهایت یک روش ایده آل، در توسعه ورزش از طریق ورزش همگانی مشخص شد: تهاجمی، بوروکراسی، سیاسی، وکالتی و حاشیه ای. بر این اساس استراتژی به شرح زیر تدوین شد: راهبرد توافقی، راهبرد عملگرا، راهبرد حاشیه ای و راهبرد تفویضی.

مک - کری^۳ در سال ۲۰۰۹ به بررسی سیاست های مدیریت عمومی در دنیایی موسوم به «دهکده جهانی» در زمینه ورزش های همگانی می پردازد. سیاست هایی که با توجه به ارزش ها، علت ها و شخصیت های متفاوت، در نهایت به یک هدف که توسعه ورزش های همگانی است، میانجامد.

در کشور ما، به ورزش همگانی و تفریحی به طور سازمان یافته، کمتر توجه شده است. مشارکت پایین جامعه در ورزش همگانی و فقدان یک نظام قانونی، یکپارچه و اجرایی برای استعدادیابی و پرورش ورزشکاران، موجب ضعف در ورزش قهرمانی و کاهش زمینه ظهور و بروز استعداد های ورزشی شده است و نیاز به ایجاد مراکزی برای سیاستگذاری و برنامه ریزی در امر ورزش همگانی و قهرمانی بیش از پیش احساس می گردد. (تیموری، ۱۳۸۵: ۳۸) میلاجویچ^۴ در سال ۲۰۱۶ در تحقیقی با عنوان «سبک مدیریت در ورزش» نشان می دهد که از نظر آماری اختلاف معنی داری در ترجیح سبک مدیریت ورزش وجود دارد؛ به طوری که مقامات، ورزشکاران و شرکت کنندگان زن بیش از مردان سبک دموکراتیک را ترجیح می دهند. تیم ورزشی، یک گروه رسمی است که با وظایف خاصی مواجه است. اگرچه ورزش گروهی است - برخلاف بیشتر گروه های رسمی دیگر - اما به دلیل انسجام و برآوردن نیازهای اجتماعی - عاطفی اعضای گروه ورزشی نیازمندی قویتری به توسعه روابط غیر رسمی دارد. تیم به عنوان یک فرآیند تغییرات اجتماعی و روانی ثابت (گروه بندی) تعریف می شود که در حوزه روابط بین فردی، روابط فردی و فردی قرار دارد. در نتیجه، اهداف مشترک به عنوان برآورد کننده سطح توسعه گروهی

1. Cartwright
2. Numerato
3. Mccree
4. Milojevic

عمل می کند. (میلانجویچ، ۲۰۰۴). جذابیت گروه را می توان با توانایی آن در برآورده سازی نیازهای اعضای خود از طریق تطبیق هدف افراد و گروه ها، نگرش های مشترک، منافع و غیره تعیین کرد (کارترایت^۱، ۲۰۱۳: ۱۱۴). اساس مدیریت حرفه ای، توانایی، هوش بیشتر، سازگاری، عزت، قدرت، شجاعت و اعتماد به نفس است؛ ویژگی هایی روانشناختی که اصول یک رویکرد انسانی برای کار و غیره را تشکیل می دهند (میلانجویچ، ۲۰۱۶). در مدیریت استبدادی، رهبر گروه تصمیمات را به خود اختصاص می دهد و به تسلیم کامل، پذیرش و اجرای تصمیماتش نیاز دارد. ارتباط یک طرفه است؛ از مدیران به مرئوسان- در حالی که انواع دیگر ارتباطات کنترل می شوند (لازارویچ^۲، ۲۰۰۱: ۲۲۱). ساختار گروه به شدت سلسله مراتبی است و نتیجه کنترل اجرای وظایف، مجازات است. این نوع مدیریت در ورزش- هر چند گاهی لازم است- می تواند نتایجی به دست آورد، اما به طور کلی ناخوشایند است. (گربلو^۳، ۲۰۱۳: ۹۳)

مطالعات حاکی از این است که مدیران ورزشی که تمرکز بر خودکامگی دارند، از سبک مدیریت کمال گرایی دور هستند و این با عدم سازگاری ورزشکاران ارتباط مستقیم دارد. (تیل^۴، ۲۰۱۴: ۱۸۱)

محمدی در پژوهشی با عنوان «تحلیل تفاوت های جنسیتی زن و مرد در علوم تجربی» دریافت که جنسیت نیز عامل دیگری در استفاده از سبک های مدیریتی است. دختران به دلیل تمایل بیش تر به روابط گروهی و ایثارگرانه، در بازی های گروهی کم تر از پسران به وضع قوانین تمایل دارند. در یک مطالعه میدانی، پسران ۵۰ مرتبه بیش تر از دختران حالت رقابت نشان دادند؛ در حالی که دختران ۲۰ برابر بیش تر از پسران هم صحتی و مشارکت را برگزیدند. زنان در استفاده هم زمان از دو نیمکره مغزشان توانا تر از مردان هستند. به همین دلیل دو نیمکره مغز در آن ها تخصصی نیست. همین امر از سطح تمرکز و دقت زنان در مسائل عمیق و پیچیده می کاهد. (محمدی، ۱۳۹۲: ۲۹) در میان سبک های رهبری زنان و مردان تفاوتی وجود ندارد. زنانی که در پی حرفه غیر سنتی مدیریت هستند، تصور کلیشه ای مربوط به زنانگی را رد می کنند و نیازها، ارزش ها و سبک رهبری آن ها همانند مردانی است که در پی حرفه مدیریت هستند. میان سبک های رهبری و مدیریت زنان و مردان تفاوت های مبتنی بر تصورات قالبی وجود دارد. میان زنان و مردان مدیر، به همان شیوه ای که در تصورات قالبی به تصویر کشیده شده است، تفاوت وجود دارد و در نتیجه، تجارب دوران آغازین زندگی (طی فرایند اجتماعی شدن)، مردانگی در مردان و زنانگی در زنان تقویت می شود (تندنویس، ۱۳۸۴: ۳۱). میان سبک مدیریتی مردان و زنان تفاوت های غیر مرتبط با تصورات کلیشه ای وجود دارد. زنان و مردان مدیر به شیوه هایی مغایر با تصورات قالبی مدیریت می کنند، چون در هنگام فرایند اجتماعی شدن، تجارب نخستین زنان با تجارب نخستین مردان متفاوت است. بنابراین، زنان مدیر باید افراد استثنائی باشند تا بتوانند تجارب نخستین خود را جبران کنند. (پاول^۵، ۲۰۱۶: ۵۳۱)

بحث و نتیجه گیری

امروزه، کشورها دریافته اند که توسعه ورزش قهرمانی و بهره گیری از مزایای مستقیم و غیرمستقیم آن بدون برنامه ریزی و سیاست گذاری مناسب میسر نیست. بنابراین ورزش قهرمانی نیز مانند هر نظام

1. Cartwright
2. Lazarević
3. Greblo
4. Thiel
5. Powell

دیگری نیازمند تدوین اهداف کلان، راهبردها و برنامه‌های عملیاتی است تا ضمن آگاهی از مسیر حرکت بتواند از هرگونه دوباره کاری، بیراهه رفتن و به هدر رفتن منابع مالی، انسانی، فیزیکی و اطلاعاتی خود اجتناب ورزد. پژوهش‌های خارجی زیادی در زمینه تدوین استراتژی توسعه ورزش و تربیت بدنی انجام شده است که از نقاط قوت این تحقیق، یافتن ارتباط ویژگی‌های فردی مدیران بر انتخاب استراتژی و سبک رهبری است که در ادامه به آن اشاره می‌شود. در استرالیا (استراتژی حفظ و نگهداری)، انگلستان (استراتژی رشد و توسعه برابر)، منطقه برنت بریتانیا (استراتژی رشد و توسعه)، ایالت میدی (استراتژی توسعه)، کانادا (جذب و حفظ رهبران و مدیران موثر و تدوین برنامه‌های بلند مدت، کوتاه مدت برای جمع‌آوری کمک‌های مالی)، مالزی (بهبود وجهه و افزایش آگاهی عموم از انجمن المپیک، حرکت به سمت سازمانی پویا، خودکفا و مستقل، توسعه منابع مالی، مصرف صحیح و معقول درآمدها از طریق شناخت عملکرد و پاسخگویی، بهبود ساختار سازمانی و عملکرد، حرکت بسوی اعمال مدیریت تخصصی و حرفه‌ای تر، به کارگیری نیروی انسانی شایسته و ایجاد سیستم پیشرفت مداوم، استفاده بیشتر از نیروهای داوطلب، ارتباط بیشتر با فدراسیون‌های ورزشی و ارائه خدمات به آنها، بهبود و ارتقای جایگاه بین‌المللی، روشن ساختن اقدامات، نقش‌ها و مسئولیت‌ها برای مؤسسات دولتی، گسترش ورزش جوانان، تربیت و پرورش مربیان، ایالات متحده آمریکا و سوئد (استراتژی توسعه) انجام شده است. بررسی عملکرد برخی از سازمان‌های ورزشی نیز حاکی از این است که سازمان‌هایی که برای انجام مأموریت و دستیابی به اهداف خود از سبک‌های مدیریتی مشخص و مناسب استفاده کردند، در فعالیت‌های مختلف از جمله ورزش قهرمانی به موفقیت‌های چشمگیری دست یافتند.

لمبرت^۱ در سال ۲۰۰۷، طی بررسی سبک رهبری مدیران ورزشی و سرمربیان منتخب مسابقات دانشجویی به نتایج زیر دست یافت: ۲۶ درصد از مدیران از سبک رهبری تحولی استفاده می‌کردند و ۶۲/۷ مربیان از سبک رهبری تحولی استفاده نمی‌کردند. بین سبک رهبری و سنوات تجربه و نیز بین سبک رهبری و سطح تحصیلات ارتباط معنی‌دار نبوده است.

بین سبک رهبری وظیفه‌مدار و تفکر استراتژیک مدیران رابطه معنی‌داری وجود ندارد. بین سبک رهبری میانه رو و تفکر استراتژیک مدیران رابطه معنی‌داری وجود ندارد. بین سبک رهبری باشگاهی و تفکر استراتژیک مدیران رابطه مثبتی وجود دارد. بین سبک رهبری تیمی و تفکر استراتژیک مدیران رابطه معنی‌دار و مثبتی وجود دارد. بنابراین مدیران بیشتر از سبک رهبری تیمی استفاده می‌کنند و مدیرانی که این سبک را دارند به طور میانگین از بیشترین میزان تفکر استراتژیک برخوردارند. (سعادت، ۹۳: ۸۰)

نیروی انسانی شایسته و ایجاد پیشرفت سیستمی مداوم، استفاده بیشتر از نیروهای داوطلب، بیشتر با فدراسیون‌های ورزشی و ارائه خدمات به آنها ارتباط دارد (استراتژی توسعه جامعه برای ورزش^۲، ۲۰۰۸). بهبود و ارتقای جایگاه بین‌المللی، روشن ساختن اقدامات، نقش‌ها و مسئولیت‌ها برای مؤسسات دولتی، گسترش ورزش جوانان و تربیت و پرورش مربیان در استراتژی توسعه ایالات متحده آمریکا و سوئد انجام شده است. (جین لوپ^۳، ۲۰۰۴) همچنین در مقایسه تطبیقی کشورهای کانادا، انگلستان، آمریکا

1. Lambert

2. Sporting equals community development strategy for sport

3. Jean loup et

برای تدوین وضعیت مطلوب، بیان شده که استراتژی کشورهای کانادا، انگلستان و آمریکا از نوع استراتژی رشد است. (تونی بلر^۱، ۲۰۰۸: ۳۶۷)

مدیر ورزشی، نقش مهمی در توسعه فرد و گروه بازی می کند و نیازمند ویژگی های خاص است. اساس مدیریت حرفه ای، توانایی، هوش بیشتر، سازگاری، عزت، قدرت، شجاعت و اعتماد به نفس است؛ ویژگی هایی روانشناختی که اصول یک رویکرد انسانی برای کار و غیره را تشکیل می دهند. (منیلویچ^۲، ۲۰۱۱: ۲۱۲)

در مدیریت استبدادی، رهبر گروه تصمیمات را به خود اختصاص می دهد و به تسلیم کامل، پذیرش و اجرای تصمیماتش نیاز دارد. ارتباط یک طرفه است؛ از مدیران به مرئوسان- در حالی که انواع دیگر ارتباطات کنترل می شوند (لازارویچ^۳، ۲۰۰۱: ۲۲۱). ساختار گروه به شدت سلسله مراتبی است و نتیجه کنترل اجرای وظایف، مجازات است. این نوع مدیریت در ورزش- هر چند گاهی لازم است- می تواند نتایجی به دست آورد، اما به طور کلی ناخوشایند است. (گربلو^۴، ۲۰۱۳: ۹۳)

شین باوم^۵ در سال ۲۰۱۱ ادعا می کند که این نوع مدیریت می تواند بازیکنان را به طور کامل منفعل بسازد، آنها از هر گونه مسئولیت پذیری رها کند و حتی اگر مربوط به بازیکنان باشد، به هیچ وجه به توسعه و بلوغ آنها منجر نگردد. ورزشکاران قدیمی تر و بالاتر اغلب سبک مدیریتی انعطاف پذیرتر را ترجیح می دهند و تمرکز بر وظایف دارند، اما در ترکیب با رویکرد مشورتی و دموکراتیک. مطالعات حاکی از آن است که مربیان تمرکز خود را بر خودکامگی می گذارند (گربلو^۴، ۲۰۱۳: ۶۳).

باتوجه به اهمیت برنامه ریزی راهبردی در توسعه مقوله های مختلف از جمله ورزش، ضرورت توجه به این مهم در کشور ما نیز بیش از پیش آشکار است. بدون شک، یکی از مهمترین دلایل عقب ماندن کشورمان در عرصه ورزش، کم توجهی مسئولان به این مقوله مهم است. هرچند در سال های اخیر گام هایی در این راستا برداشته شده است، اما باید بیشتر به این مهم توجه شود. راهکار مناسب، تدوین برنامه راهبردی کشور است که در سال های اخیر به آن پرداخته شده است. استراتژی های وزارت ورزش و راهبردهای آن بر روی انتخاب سبک رهبری در ورزش قهرمانی و نتیجه حاصله تاثیر مستقیم دارد و توجه ویژه این وزارتخانه در دوره جدید به ورزش قهرمانی و تلاش برای بهبود زیرساخت ها و استفاده از مدیران جوان و با میانگین سنی پایین تر که با توجه به تحقیقات فوق در سبک مدیریتی تعاملی موثر است و همچنین توجه بیشتر به بانوان با توجه به استفاده بیشتر بانوان از سبک مدیریتی مشارکتی می تواند امید به توسعه ورزش قهرمانی را بارور کند.

محدودیت های این تحقیق شامل کمبود منابع داخلی و خارجی در مورد نقش استراتژی در انتخاب سبک رهبری چه در متون ورزشی و چه غیر ورزشی و عدم وجود برنامه های راهبردی و استراتژی در سایت فدراسیون ها و ادارات کل اغلب استان ها بود.

برای تحقیقات آینده پیشنهاد می گردد که تحقیقات میدانی پیرامون فدراسیون های موفق و غیر موفق در زمینه سبک رهبری و بررسی نقش استراتژی در آن ها صورت گیرد. همچنین، لازم است که کلیه فدراسیون های ورزشی کشور چشم انداز، استراتژی و برنامه راهبردی خود را تهیه و بر روی سایت رسمی شان قرار دهند.

1. Rt.Hon Tony Blair – Tessa Jowell
2. Manojlović
3. Lazarević
4. Greblo
5. Seungbum

منابع

- ارشاد، طیبه. (۱۳۷۷). «توصیف سبک‌های مدیریت و برخی ویژگی‌های فردی و شخصیتی مسئولان تربیت‌بدنی ادارات آموزش و پرورش تهران، شهرستان ری و اسلام‌شهر». پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تربیت معلم، تهران.
- الوانی، مهدی. (۱۳۶۷). مدیریت عمومی. تهران: نشر نی
- اقربور، محمد مهدی. (۱۳۸۷). «بررسی و مقایسه انگیزه‌های شرکت در ورزش قهرمانی و همگانی مردم رشت». دانشگاه گیلان.
- تندنویس، ف؛ آفرینش خاکی، ا و مظفری، ا. (۱۳۸۴). «مقایسه دیدگاه‌های اعضای هیات علمی، مربیان، ورزشکاران و مدیران در مورد چگونگی توسعه ورزش همگانی». نشریه علوم حرکتی و ورزش. ص ۱-۲۲.
- جکسون، راجر و پالمر، ریچارد. (۱۳۸۰). راهنمای مدیریت ورزشی. خبری و همکاران. تهران: انتشارات کمیته ملی المپیک ایران
- خسروی زاده، اسفندیار. (۱۳۸۷). «مطالعه و طراحی برنامه استراتژیک کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری، دانشگاه تهران.
- دیوید، فرد آر. (۱۳۸۶). مدیریت استراتژیک. علی پارسائیان و محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- رئوف، محمود. (۱۳۸۴). «بررسی ارتباط بین سبک رهبری با تیپ شخصیتی (برونگرایی و درونگرایی) و برخی ویژگی‌های فردی مدیران تربیت‌بدنی دانشگاه آزاد اسلامی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد درود.
- غفاریان، وفا و علیاحمدی، علیرضا. (۱۳۸۳). «بررسی علل شکست برنامه ریزی‌های استراتژیک و ارائه دو یافته جدید». مدرس علوم انسانی. دوره ۶، شماره ۳، صص ۸۳ تا ۹۷.
- کاپلان، رابرت و نورتون، دیوید. (۱۳۸۶). سازمان استراتژی محور. پرویز بختیاری. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی
- گلمحمدی، عماد. محمدی، نشاط. (۱۳۹۱). «تفکر استراتژیک مبنای تحول سازمانی در ایران». اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و تولید ملی، قم.
- میرکمالی، سید محمد؛ نارنجی ثانی، فاطمه و اعالمی، فرنوش. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه رهبری تحول با یادگیری سازمانی (مورد مطالعه شرکت سایپا)». پژوهش‌نامه مدیریت تحول. سال سوم، شماره ۱.
- محمدی، مسلم. (۱۳۹۲). «تحلیل تفاوت‌های جنسیتی زن و مرد در علوم تجربی و آموزه‌های دینی». دوفصلنامه علمی پژوهشی انسان‌پژوهی دینی. شماره ۲۹، ۸۱-۷۱.
- نیستانی، محمد رضا؛ چوپانی، حیدر؛ عالم زاده، حجت و زارع خلیلی، مجتبی. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین با توانمندسازی کارکنان کویرتایر بیرجند». فصلنامه مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد سنندج. سال ۷، شماره ۲۰، ص ۶۸.
- وزارت ورزش. (۱۳۹۲). متن کامل برنامه‌های مسعود سلطانی‌فر وزیر پیشنهادی وزارت ورزش و جوانان.

- هانگر، دیوید؛ ویلن، جی. و توماس، ال. (۱۳۸۴). **مبانی مدیریت استراتژیک**. سید محمد اعرابی و داوود ایزدی. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی
- هریسون، جفری و جان، کارون. (۱۳۸۲). **مدیریت استراتژیک**. بهروز قاسمی. تهران: انتشارات هیئت
- Cartwright, N. (2013). **“Psychology of groups. Belgrade.”** Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Charan, R. and Colvin, G. (1999). **Why CEO s Fail**. Fortune.
- Coleman, D. (2006). **“Review of the book: Interpersonal Psychotherapy for Depressed Adolescents”**. Child and Adolescent Social Work Journal, Vol. 23(1). Pp. 127-130.
- Dexter. J. (2014). **“Analysis of the Perceived Leadership Styles and Levels of Satisfaction of Selected Junior College Athletic Directors and Head Coaches”**. United states sports Academy, Sport Journal, Vol.5, No.2.
- Dittmore, S., Mahony,D., Anderew, D., P.S., Hums, M, A. (2009). **“Examining fairness perceptions of financial resource allocations in U.S. Olympic sport”**. Journal of sport management, (23): 429-456.
- Greblo, Z., Keresteš, G., & Kotzmuth, A. (2013). **“Relationship between coaching behaviors and perfectionism in elite athletes”**. Journal of sport management ,(21):123-145
- Green, C.B, Craven, A. E, & Scott, J. (2006). **“Exploration of the Relationship between LMX and Demographic Variables”**. Journal of Business & Economics Research, 4(12), 37-50.
- Kaplan, Robert; Norton, David. (2004). **“Measuring the Strategic Readiness of Intangible Assets”**. Harvard Business Review Article.
- Kalliopi, S., Shilbury D., Christine, G. (2008). **“Sport Development Systems, Policies and Pathways: An Introduction to the Special Issue”**. Sport Management Review, Vol. 11, pp. 217-223
- Kriemadis, A. (2002). **“Strategic Sport Management”**. International Sports Law Review, 3(6): 8
- Lambert, E. , Hogan, N. ,Griffin M. (2007). **“The impact of distributive and procedural justice on correctional staff job stress”**. job satisfaction and organizational commitment, university of Toledo, department of criminal justice.
- Lazarević, L. J. (2001). **“Psihološke osnove fizičke kulture [Psychological basis of physical culture]”**. Sports coaches college, Belgrade. In Serbian
- Iowa, Williams. (2012) **“The Impact of Youth Sports on Leadership Styles in the Hospitality”**. Industry James , State University
- Milojevic Aleksandar, Markovic Emilija, Slavko, Milojkovic. (2016). **“MANAGEMENT**

STYLES IN SPORT". FACTA UNIVERSITATIS , Vol. 14, No 1 , pp 75-82

- Mccree, R., (2009). **"Sport Policy and the New Public Management in the Caribbean"**. Public Management Review, 4(11): 461–476.
- Milojević, A. (2016). **"Psihologija sporta i vežbanja [Psychology of sports and exercise]"**. Faculty of physical education, University of Niš. In Serbian
- Numerato, D. (2009). **"The institutionalization of regional public sport policy in the Czech Republic"**. International Journal of Sport Policy, 1(1): 13–30
- Pisapia, J, Sun-Keung Pang, N, Hee, T. F , Lin, Y . & Morris, J. D. (2009). **"A Comparison of the Use of Strategic Thinking Skills of School Leaders in Hong Kong, Malaysia, Shanghai, and the United States: Exploratory Study"**. International Education Studies, 2(2)
- Plakona Elena, Aleksandra Ludvig, Ivana Parčina, Amra Tuzović. (2016). **"Developing the citizen athlete"**. International scientific journal of kinesiology, Vol. 16 (2016), Issue 1
- Powell, G. N. (2016). **"Sex, Gender, and the Work-to- Family Interface: Exploring negative and positive interdependencies"**. Academy of Management Journal, 53 (3), 513-534
- Ramzaninezhad, R., & Keshtan, M. H. (2009). **"The relationship between coach's leadership styles and team cohesion in Iran football clubs professional league."** Brazilian journal of Biomotricity, 3(2), 111-120.
- Ramir, Dani. and Zoran, Bujas Days. (2013). **"Book of Abstracts"**. pp. 139. University of Zagreb, Faculty of Philosophy.
- Robert S. and David P. Norton. (2006). **Alignment: Using the Balanced Scorecard to Create Corporate Synergies**. Boston, Mass. Harvard Business School Press. **Psychology of groups**. Belgrade. Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
- Rt.Hon Tony Blair – Tessa, Jowell. (2008). **"A sports and lelsuredevelopment framework for brent."**. februrry
- Seungbum, L., Patrick, W. (2011). **"SWOT and AHP hybrid model for sport marketing outsourcing using a case of intercollegiate sport"**. Sport Management Review, Vol. 73, pp. 1-9
- Singh, k. (2008). **"Relationship between learning organization and transformational leadership: banking organizations in India"**. International Journal of Business and Management Science, 1(1), 97-111.
- Thiel, A., & Mayer, J. (2014). **"Characteristics of voluntary sports clubs management"**. Socio logical perspective.
- Wicker, P., & Breuer, C., & Pawlowski, T. (2014). **"Promoting Sport for All to Age-specific Target Groups: the Impact of Sport Infrastructure"**. European Sport Management Quarterly,

9(2) :103 – 118.

- Whisenant, W. and Jordan, J. (2008). **“Fairness and enjoyment in school sponsored youth sports, International review for the sociology of sport”**. (43)1, PP. 91–100.
- Zhao, H., Peng, Z. & Han,Y. (2012). **“Defining the perceptive aspects of leadermember exchange: A grounded investigation in the People’s Republic of China”**. African Journal of Business Management, Vol. 6(17), 5799-5806

پیش‌بینی تعهد ورزشی دانشجویان تربیت بدنی بر اساس عوامل محیطی

شهرزاد اسماعیلی^۱
فریده اشرف گنجویی^۲
علی زارعی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۵/۳

این تحقیق با هدف پیش‌بینی تعهد ورزشی دانشجویان تربیت بدنی بر اساس عوامل محیطی تدوین گردید. پژوهش حاضر از حیث راهبرد از نوع توصیفی، به لحاظ مسیر اجرا از نوع همبستگی، به لحاظ زمان مقطعی، از حیث گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر هدف کاربردی و از نظر نتایج آینده‌نگر می‌باشد. جامعه آماری تحقیق را کلیه دانشجویان تربیت بدنی ورزشکار دانشکده تربیت بدن دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، شمال و علوم تحقیقات تشکیل می‌دادند (۶۸۰ نفر) که مطابق با جدول مورگان تعداد ۳۸۲ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به علت عدم همکاری برخی افراد (۱۲ نفر) تعداد ۳۷۰ نفر از دانشجویان به صورت تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. از پرسشنامه تعهد ورزشی و پرسشنامه عوامل محیطی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید. روایی محتوای پرسشنامه توسط ۱۰ نفر از اساتید تربیت بدنی تایید و پایایی پرسشنامه‌ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تعهد ورزشی ۰/۸۲ و عوامل محیطی ۰/۸۱ گزارش شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (فراوانی‌ها و درصد فراوانی‌ها، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون) با استفاده از نرم افزار spss استفاده شد. بر اساس آزمون اسپیرمن بین عوامل محیطی و تعهد ورزشی دانشجویان تربیت بدنی رابطه معنی‌دار و مستقیمی

۱. دانش آموخته دکتری مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Ganjouei@yahoo.com

۳. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

وجود دارد. ضریب تعیین (R^2) نشان می‌دهد که ۲۵ درصد از واریانس کل تغییرات تعهد ورزشی مربوط به عوامل محیطی است. همچنین، نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که عامل محیطی توانایی پیش‌بینی تعهد ورزشی دانشجویان را دارد.

واژگان کلیدی: تعهد ورزشی، عوامل محیطی و دانشجویان تربیت بدنی

مقدمه

امروزه در جهان ورزش، برنده‌ها و بازنده‌ها اغلب با دهم‌هایی از ثانیه یا فقط یک شوت یا یک خطای بحرانی از یکدیگر جدا می‌شوند و در سطوح بالای رقابتی، سطح مهارت اغلب برابر و یکسان است. در نتیجه، آنچه سبب تمایز ورزشکاران موفق از کمتر موفق می‌شود، مهارت‌های روانشناختی است (گیل، ۱۹۹۸؛ ترجمه خواجه‌نوند، ۱۳۸۳). تعهد ورزشی به عنوان یک ساختار روانشناختی، نشان‌دهنده میل و خواست فرد جهت شرکت مستمر در فعالیت‌های ورزشی است و به حالت روانشناختی که نشان دهنده میل به مشارکت مستمر در فعالیت‌های ورزشی است گفته می‌شود (حقیقی، ۱۳۹۳). تعهد ورزشی منعکس‌کننده نیروهای انگیزشی فرد برای ادامه مشارکت و نشان دهنده اهمیت زیرساخت‌های روانی مبتنی بر پافشاری بر ادامه یک رفتار یا فعالیت معین است که می‌تواند مربوط به یک برنامه ورزشی، یک رشته ورزشی و یا تعهد به شرکت مستمر در انواع فعالیت‌های ورزشی باشد (جانسون^۱، ۲۰۰۱). لین^۲ (۲۰۰۵) در زمینه تعهد ورزشی آن را جزئی از خلق ورزشکار و مجموعه‌ای از احساسات پایدار دانسته که از نظر شدت و مدت متغیر است و معمولاً آن را طولانی‌تر از هیجان در نظر می‌گیرند و عاملی می‌دانند که در ارزیابی، تفسیر یک موقعیت روانشناختی و چگونگی عملکرد در گذشته، حال و آینده مداخله می‌کند. محتوای خلق و خو به گونه‌ای است که بر شناخت و رفتار افراد و موفقیت و شکست آنها در موقعیت‌های بیرونی تأثیرگذار است. بنابراین، تعهد نگرش و حالت روانی است که به‌منظور توصیف تمایل افراد به رفتارهای مشخص استفاده می‌شود. درواقع، این مفهوم نشان‌دهنده میزان پشتکار و پایداری^۳ افراد برای ادامه مشارکت در یک رفتار خاص است. از دیدگاهی دیگر، تعهد نوعی احساس وابستگی و تعلق خاطر به رفتاری خاص است. با توجه به آنچه در مورد مفهوم تعهد گفته شد، استفاده از این واژه برای مطالعه و پژوهش در زمینه تداوم مشارکت در ورزش مفید به نظر می‌رسد (میرحسینی و همکاران، ۱۳۹۱). در این راستا پژوهش‌های اسکانلان^۴ و همکاران (۱۹۹۳) با بهره‌گیری از مبانی نظری تعهد در رفتار سازمانی و اجتماعی (گیل، ۱۹۹۸) و کاربرد مفهوم تعهد در زمینه‌های ورزشی، به ارائه مدل تعهد ورزشی^۵ منجر شد (کاسپر و بابکز^۶، ۲۰۰۸). در این مدل، پنج عامل به عنوان مؤلفه‌های اصلی تعیین‌کننده تعهد ورزشی منظور شده که با اقتباس از نظریه‌های تئوری تبادل اجتماعی^۷، مدل روابط بین فردی کلی^۸ (۱۹۸۳) و مدل سرمایه‌گذاری روزبولت^۹ (۱۹۸۰) به دست آمده است. این مؤلفه‌ها عبارت‌اند از: لذت ورزشی^{۱۰}، سرمایه‌گذاری شخصی^{۱۱}، فشارهای اجتماعی^{۱۲}، مشغولیات جایگزین^{۱۳} و فرصت‌های مشارکت^{۱۴} (اسکانلان و همکاران، ۲۰۰۳).

1. Johnson
2. KLin
3. Persistence
4. Scanlan et al
5. Sport commitment (SCM)
6. Casper and Babkes
7. Social-exchange theory
8. Kelly s investment model
9. Rubult s investment model
10. Sport enjoyment
11. Personal investment
12. Social constraints
13. Involvement alternative
14. Involvement opportunities

از سوی دیگر، امروزه به‌طور سنتی تلاش‌ها برای مقابله با بی‌حرکی نوجوانان، اغلب متمرکز بر تدارک اطلاعات، آموزش و برنامه‌های مشاوره و بدون درک عمیقی از نقش متغیرهای فردی، اجتماعی و محیطی مؤثر بر فعالیت جسمانی نوجوانان بوده است. از این‌رو، فهم سهم هر یک از عوامل مؤثر بر فعالیت جسمانی در قلمرو متغیرهای روان‌شناختی چون عوامل محیطی در سال‌های اخیر مورد تأکید محققان قرار گرفته است (کیم و کاردینال^۱، ۲۰۱۰). تأثیر عوامل محیطی بر پدیده‌های اجتماعی انکارناپذیر است، زیرا محیط همانند بستر و زمینه‌ای است که پدیده اجتماعی در آن اتفاق می‌افتد و از عوامل محیطی تأثیر می‌پذیرد و بر آن تأثیر می‌گذارد (صفاری، ۱۳۹۱). بر اساس، مدل‌های بوم‌شناختی - اجتماعی^۲، عوامل محیطی - مانند وجود فضاهای ورزشی و امکان دسترسی به آن - دارای اهمیتی خاص در رفتارهای مرتبط با سلامت می‌باشند. مدل‌های بوم‌شناختی کنش‌های مربوط به سلامت و فعالیت‌های جسمانی را حاصل تعامل بین فرد و محیط می‌دانند. بر این اساس، محیط فیزیکی فراهم‌کننده فرصت‌های بالقوه و یا ایجادکننده موانع برای سبک زندگی فعال است (ریمرز^۳ و همکاران، ۲۰۱۲).

در ایران اغلب پژوهش‌ها در مورد عوامل بازدارنده فعالیت جسمانی و بررسی دلایل مشارکت (سعیدی، ۱۳۹۰) و عدم مشارکت (نادریان جهرمی و هاشمی، ۱۳۸۸) است و کمتر عوامل مؤثر بر تعهد در فعالیت‌های ورزشی، نقش عوامل اجتماعی، محیطی و فردی (تیموری و همکاران، ۲۰۱۰) مورد بررسی قرار گرفته شده است. یوسفی و همکاران (۱۳۹۳) طی تحقیقی با عنوان «عوامل محیطی و روانشناختی - اجتماعی همبسته با فعالیت جسمانی در اوقات فراغت دانش‌آموزان» به این نتیجه رسید که همه متغیرهای محیطی و روانی - اجتماعی، به‌طور معنی‌داری باهم همبستگی متقابل و با فعالیت جسمانی رابطه معناداری دارند. کلیه شاخص‌های برازش مدل در دامنه قابل قبولی بوده و به ترتیب عوامل حمایت اجتماعی (دوستان)، خودکارآمدی فعالیت جسمانی و دسترسی به محیط ورزشی، دارای ضریب تأثیر معنادار و پیش‌بینی‌کننده فعالیت جسمانی در اوقات فراغت بودند. کاسپر و بابکز^۴ (۲۰۰۸) طی تحقیقی با عنوان «پیش‌بینی‌کنندگان دموگرافیک تعهد ورزشی شرکت‌کنندگان تفریحی تنیس» نشان دادند که متغیرهای شخصی، اجتماعی و اقتصادی به‌طور مستقیم بر تعهد ورزشی تأثیر می‌گذارند و تعهد در بین شرکت‌کنندگان در ورزش متفاوت است، اما در تمام بخش‌ها، لذت و فرصت‌های مشارکت بیش‌ترین اهمیت را داشتند. همچنین افزایش زمان صرف شده در ورزش و سرمایه‌های پولی تعهد ورزشی را افزایش می‌دهد. کیم و کاردینال^۵ (۲۰۱۰) نیز در تحقیق خود نشان دادند سهم هر یک از عوامل مؤثر بر فعالیت جسمانی در قلمرو متغیرهای روان‌شناختی اجتماعی و محیطی (عوامل محرک تغییر) در سال‌های اخیر مورد تأکید محققان قرار گرفته است. با توجه به اینکه تعهد نیز مانند شروع فعالیت بدنی اهمیت بسزایی دارد و افراد برای دستیابی به مزایای کامل تندرستی باید به‌صورت منظم و مستمر تمرینات ورزشی را ادامه دهند و چون عوامل محیطی از عوامل مهم در افزایش تعهد ورزشی به‌خصوص در جوانان - که هسته اصلی جامعه و آینده‌سازان هستند - می‌باشد، لذا در این مطالعه به دنبال پیش‌بینی تعهد ورزشی بر اساس عوامل محیطی می‌باشیم.

1. Kim and Cardinal
2. Socio-ecological models
3. Reimers et al
4. Casper and babkes
5. Kim and Cardinal

روش شناسی پژوهش

از آنجا که هدف این تحقیق پیش‌بینی تعهد ورزشی از طریق عوامل محیطی است، پژوهش حاضر از حیث راهبرد از نوع توصیفی، به لحاظ مسیر اجرا از نوع همبستگی، به لحاظ زمان مقطعی، از حیث نحوه گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر هدف کاربردی و از نظر نتایج آینده‌نگر می‌باشد. جامعه آماری تحقیق را کلیه دانشجویان تربیت‌بدنی ورزشکار دانشکده تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، شمال و علوم تحقیقات تشکیل می‌دادند که تعداد آنها حدود ۶۸۰ نفر می‌باشد. بر اساس حجم جامعه آماری مطابق با جدول مورگان، تعداد ۳۸۲ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به علت عدم همکاری برخی افراد (۱۲ نفر) تعداد ۳۷۰ نفر از دانشجویان به صورت تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند؛ به طوری که ابتدا واحدهای جامعه مورد مطالعه در طبقه‌هایی که از نظر صفت متغیر همگن‌تر بودند، گروه‌بندی شدند تا تغییرات آن‌ها در درون گروه‌ها کمتر شود. پس از آن از هر یک از طبقه‌ها تعدادی نمونه انتخاب شد. برای سنجش تعهد ورزشی از پرسشنامه تعهد ورزشی اسکانلان و همکاران (۱۹۹۳) استفاده گردید. این پرسشنامه مشتمل بر ۲۶ سؤال ۵ گویه‌ای می‌باشد. ضریب همسانی درونی آن بین ۰/۹۵ گزارش شده است. در بررسی اعتبار سازه‌ای پنج خرده مقیاس آن شامل لذت، تنوع‌طلبی، سرمایه‌گذاری شخصی، الزام اجتماعی و فرصت مشارکت تأیید و ضریب آلفای خرده مقیاس‌های آن بین ۰/۹۳ و برای کل مقیاس ۰/۹۰ گزارش گردیده است. همچنین برای سنجش عوامل محیطی از پرسشنامه ۱۲ سؤالی عوامل اجتماعی محیطی رمیرز و همکاران (۲۰۱۲) که برای تعیین نقش عوامل محیطی در فعالیت جسمانی استفاده گردیده، بهره‌گیری شده است. سوالات این پرسشنامه در طیف ۴ گزینه‌ای از یک (به هیچ وجه) تا چهار (زیاد) قرار دارد که در این تحقیق سوالات ۹-۱۲ پرسشنامه ذکر شده مربوط به عوامل محیطی می‌باشد. برای اعتبار محتوایی و صوری از تأیید استادان راهنما، مشاور و صاحب نظران حوزه مدیریت ورزشی استفاده شده است. همچنین، جهت پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که برای پرسشنامه تعهد ورزشی ۰/۸۲ و عوامل محیطی ۰/۸۱ می‌باشد. اطلاعات حاصل از داده‌های مربوط به پرسشنامه‌ها با استفاده از آمار توصیفی (فراوانی‌ها و درصد فراوانی‌ها، میانگین و انحراف معیار) و در بخش آمار استنباطی، از آزمون کلموگراف-اسمیرنوف برای آزمون طبیعی بودن توزیع داده‌های تحقیق و برای بررسی ارتباط بین متغیرها با توجه به داده‌های غیر نرمال از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. همچنین کلیه تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزارهای اسپس اس اس نسخه ۲۲ انجام گرفت ($p \geq 0.05$).

یافته‌های پژوهش

جدول ۱: توزیع نمونه آماری پژوهش بر حسب وضعیت تأهل

متغیر	مجرد	متأهل	زن	مرد	زیر ۲۰ سال	۲۱ تا ۳۰ سال
فراوانی	۳۵۰	۲۰	۱۸۶	۱۸۴	۲۶۱	۱۰۹
درصد	۹۴/۶	۵/۴	۵۰/۳	۴۹/۷	۷۰/۵	۲۹/۵

مقادیر جدول بالا بیانگر این است $94/6$ درصد از نمونه آماری پژوهش را مجردها و $5/4$ درصد را متأهل‌ها تشکیل داده‌اند. همچنین، $50/3$ درصد از نمونه آماری پژوهش را زن‌ها و $49/7$ درصد را مردها تشکیل داده‌اند. یافته‌های توصیفی بیانگر این است که $70/5$ درصد از نمونه آماری پژوهش کمتر از ۲۰ و $29/5$ درصد ۲۱ تا ۳۰ سال سن دارند. بنابراین، افراد دارای سن کمتر از ۲۰ سال درصد بیشتر و افراد دارای سن ۲۱ تا ۳۰ سال درصد کمتری از نمونه آماری پژوهش را تشکیل داده‌اند (جدول ۱).

جدول ۲: توصیف متغیر تعهد ورزشی و ابعاد آن؛ عوامل محیطی با استفاده از شاخص‌ها

متغیر	شاخص			
	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی
کل تعهد ورزشی	۳/۱۱۰	۰/۵۳۲	-۰/۲۵۹	-۰/۲۴۶
تعهد ورزشی	۳/۴۱۵	۰/۶۷۳	-۰/۲۹۲	-۰/۱۴۹
لذت ورزشی	۲/۴۲۰	۰/۹۰۴	۰/۴۸۲	-۰/۲۴۴
مشغولیات جایگزین	۲/۹۴۳	۰/۸۶۶	-۰/۲۳۹	-۰/۰۶۱
سرمایه گذاری شخصی	۳/۳۱۶	۰/۶۵۸	-۰/۱۳۷	۰/۰۰۸
محدودیت‌های اجتماعی	۳/۰۸۸	۰/۷۸۹	-۰/۱۸۰	-۰/۰۴۲
فرصت‌های مشارکت	۳/۳۶۹	۰/۵۵۹	۰/۱۵۶	۰/۰۹۶
عوامل محیطی	۳/۳۴۷	۰/۷۳۶	-۰/۱۱۵	-۰/۰۸۶

بر حسب مقادیر یافته‌های توصیفی بالا:

۱) میانگین متغیر تعهد ورزشی و ابعاد آن در نمونه آماری پژوهش بالاتر از میانگین فرضی (۳)^۱ است؛ به عبارت دیگر، نمونه آماری تعهد ورزشی و ابعاد آن را بالاتر از حد متوسط ارزیابی کرده‌اند.

۲) مقدار شاخص انحراف معیار مربوط به متغیر تعهد ورزشی و ابعاد آن بیانگر پراکندگی در حد متوسط داده‌های این متغیر از شاخص میانگین است.

۳) مقدار منفی شاخص کجی متغیر تعهد ورزشی و ابعاد آن بیانگر تمایل داده‌های این متغیرها به سمت مقادیر بالاتر از میانگین و مقدار مثبت این شاخص در ارتباط با بعد فرصت‌های مشارکت گویای تمایل داده‌های این متغیر به سمت مقادیر پایین‌تر از میانگین است. مقدار منفی شاخص کشیدگی متغیر تعهد ورزشی و دیگر ابعاد به جز سرمایه‌گذاری شخصی بیانگر توزیع نسبتاً مسطح داده‌های این ابعاد و مقدار مثبت این شاخص در ارتباط با سایر ابعاد نشان دهنده توزیع نسبتاً برآمده داده‌ها این بعد در نمونه آماری پژوهش است. بر حسب مقادیر یافته‌های به دست آمده، میانگین متغیر عوامل محیطی در نمونه آماری پژوهش بالاتر از میانگین فرضی و بالاتر از حد متوسط ارزیابی شده است. همچنین، مقدار شاخص انحراف معیار مربوط به متغیر نیروهای محرک تغییر و ابعاد

۱. مبنای محاسبه میانگین فرضی یا حد متوسط، طیف سنجش این متغیر در پژوهش حاضر است (۱ تا ۵)

آن بیانگر پراکندگی در حد متوسط داده‌های این متغیر از شاخص میانگین است. در این قسمت از تحلیل آماری داده‌های پژوهش ابتدا از حیث وضعیت نرمال بودن بررسی می‌شود.

جدول ۳: وضعیت نرمال بودن داده‌ها

متغیر	تعداد	Z کولموگروف - اسمیرنف	Sig
تعهد ورزشی	۳۷۰	۰/۱۰۸	۰/۰۰۱
لذت ورزشی	۳۷۰	۰/۱۱۱	۰/۰۰۱
مشغولیات جایگزین	۳۷۰	۰/۱۳۲	۰/۰۰۱
سرمایه گذاری شخصی	۳۷۰	۰/۱۱۶	۰/۰۰۱
فشار اجتماعی	۳۷۰	۰/۰۷۴	۰/۰۰۱
فرصت مشارکت	۳۷۰	۰/۱۱۴	۰/۰۰۱
کل تعهد ورزشی	۳۷۰	۰/۰۵۶	۰/۰۰۷
محیطی	۳۷۰	۰/۱۳۰	۰/۰۰۱

نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنف نشان می‌دهد که سطح معناداری به دست آمده برای متغیرهای تحقیق کمتر از ۰/۰۵ است؛ بدین معنی که با ۹۵٪ اطمینان می‌توان گفت توزیع متغیرها غیرنرمال بود (جدول ۳).

جدول ۴: ماتریس همبستگی اسپیرمن عوامل محیطی و تعهد ورزشی جوانان

متغیر	کل تعهد ورزشی	تعهد ورزشی	لذت ورزشی	جایگزین‌های مشارکت	سرمایه گذاری شخصی	محدودیت‌های اجتماعی	فرصت‌های مشارکت
عوامل محیطی	۰/۴۸ **	۰/۳۹ **	۰/۱۷ **	۰/۲۷ **	۰/۳۵ **	۰/۳۹ **	۰/۶۲ **

** معناداری در سطح ۰/۰۱

* معناداری در سطح ۰/۰۵

برای اندازه گیری رابطه بین عوامل محیطی و مولفه‌های آن از آزمون اسپیرمن استفاده شده است. با توجه به نتایج آزمون اسپیرمن و با ۹۵ درصد اطمینان، بین عوامل محیطی تغییر و تعهد ورزشی جوانان ارتباط معناداری وجود دارد. نتایج نشان می‌دهد ارتباط نسبتاً خوبی بین عوامل محیطی و تعهد ورزشی جوانان وجود دارد که این ارتباط مثبت و مستقیم ($r = 0/48$) است. بنابراین نتیجه، می‌توان گفت هرچه عوامل محیطی بیشتر گردد احتمالاً تعهد ورزشی جوانان نیز افزایش پیدا کند؛ به این معنی که اگر عوامل محیطی (عوامل محرک تغییر) بهبود پیدا کند متغیر تعهد ورزشی نیز افزایش پیدا می‌کند یا برعکس اگر عوامل محیطی شرایط خوب و مناسبی نداشته باشد

تعهد ورزشی نیز کاهش می‌یابد. همچنین مشخص شد که رابطه ابعاد تعهد ورزشی، لذت ورزشی، جایگزین‌های مشارکت، سرمایه‌گذاری شخصی، محدودیت‌های اجتماعی و فرصت‌های مشارکت با عوامل محیطی مثبت و معنادار است ($p \geq 0/05$). بر اساس نتایج بین لذت ورزشی، جایگزین‌های مشارکت، سرمایه‌گذاری شخصی، محدودیت‌های اجتماعی و فرصت‌های مشارکت با عوامل محیطی رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۵: خلاصه مدل رگرسیون تأثیر عوامل محیطی بر تعهد ورزشی

مدل رگرسیون	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد	دوربین واتسون	F	سطح معناداری
خطی ساده	۰/۵۰	۰/۲۵۰	۰/۲۴۶	۰/۳۰۴	۱/۹۲۴	۱۰۳/۳۵	۰/۰۰۱

جهت پیش‌بینی تعهد ورزشی بر اساس عوامل محیطی با مد نظر قرار دادن سطح سنجش و وضعیت نرمالیتی (داده‌ها از طریق لگاریتم طبیعی به وضعیت نرمال تبدیل شد) از رگرسیون خطی استفاده گردید. نتایج ضریب همبستگی در جدول ۵ نشان می‌دهد که در حالت کلی بین عوامل محیطی و تعهد ورزشی ارتباط معناداری وجود دارد ($R=0/50$, $Sig=0/001$). همچنین ضریب تعیین (R^2) نشان می‌دهد که ۲۵ درصد از واریانس کل تغییرات تعهد ورزشی به عوامل محیطی و ۷۵ درصد به عوامل خارج از مدل مذکور مربوط می‌شود. همچنین با توجه به معناداری مقدار F ($F=103/35$, $Sig=0/001$) می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از متغیر مستقل (عوامل محیطی) و متغیر وابسته (تعهد ورزشی) مدل خوبی بوده و عوامل محیطی قادر است تغییرات تعهد ورزشی را تبیین کند.

جدول ۶: نتایج رگرسیون

Sig	آمار t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیرهای پیشین	مدل
		Beta	خطای استاندارد	B		۱
۰/۰۰۱	۱۱/۳۷	—	۰/۱۲	۱/۳۸	مقدار ثابت محیطی	
۰/۰۰۱	۵/۶۸	۰/۲۸	۰/۰۳	۰/۲۰		

نتایج رگرسیون نشان می‌دهد که عوامل محیطی تأثیر معناداری بر تعهد ورزشی دارد ($T=11/37$, $Sig=0/001$). شیب خط رگرسیونی (ضرایب تأثیر استاندارد نشده B) نیز نشان می‌دهد که عوامل محیطی اثر مستقیم و مثبتی بر میزان تعهد ورزشی خواهد داشت ($B=0/20$). لذا فرض این که عوامل محیطی توان پیش‌بینی تعهد ورزشی را دارند، تأیید می‌گردد.

$$\text{(محیطی)} = 1/38 + 0/28 \times \text{تعهد ورزشی}$$

بحث و نتیجه گیری

شرکت افراد مختلف در فعالیت‌های جسمانی و ورزشی به عنوان یک رفتار، همواره مورد توجه متخصصان علوم ورزشی بوده است. یکی از مفاهیم مهمی که امروزه به منظور درک و شناخت عوامل تعیین کننده رفتار مشارکت ورزشی به کار می‌رود، تعهد است. تعهد، نگرش و حالتی روانی است که به منظور توصیف تمایل افراد به رفتارهای مشخص استفاده می‌شود. در واقع، این مفهوم نشان دهنده میزان پشتکار و پایداری افراد برای ادامه مشارکت در یک رفتار است. از دیدگاهی دیگر، تعهد نوعی احساس وابستگی و تعلق خاطر به رفتار خاص است. باتوجه به آنچه در مورد مفهوم تعهد ذکر شد، شناخت پیشایندهای این متغیر که در تبیین و پیش‌بینی آن نقش مؤثری دارند، ضروری به نظر می‌رسد. از این‌رو در پژوهش حاضر پیش‌بینی تعهد ورزشی بر اساس عوامل محیطی مورد بررسی قرار گرفت.

نتایج نشان داد که بین عوامل محیطی و تعهد ورزشی رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین بین عوامل محیطی با کلیه مولفه‌های تعهد ورزشی نیز رابطه مستقیمی وجود دارد. نتایج همسو با یافته یوسفی و همکاران (۱۳۹۳) و کیم و کاردینال (۲۰۱۰) می‌باشد. کیم و کاردینال (۲۰۱۰) نیز در تحقیق خود نشان داد سهم هر یک از عوامل موثر بر فعالیت جسمانی در قلمرو متغیرهای روان‌شناختی اجتماعی و محیطی (عوامل محرک تغییر) در سال‌های اخیر مورد تاکید محققان قرار گرفته است و یوسفی و همکاران (۱۳۹۳) به رابطه معنی دار بین عوامل محیطی و فعالیت جسمانی اشاره داشتند. همچنین این نتیجه تا حدودی با نتیجه گارسیا و همکاران^۱ (۲۰۱۰) که رابطه انگیزش بیرونی و درونی را با تعهد و لذت ورزشی بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که متغیرهای یاد شده در تبیین تعهد ورزشی نقش دارند، همخوان است. به طور کلی، عوامل محیطی عواملی است که از محیط‌های داخلی و خارجی نشأت گرفته اند و فرد را ملزم می‌کنند تا خود را با محیط تطبیق دهد. امروزه می‌توان گفت که آنچه افراد را قبل و بعد از تغییر در یک صحنه نگاه می‌دارد، میزان تعهد آنها به آن است، زیرا سطوح پایین تعهد، احتمال ترک در هر جایی را بالا می‌برد. یکی از آماج تعهد، می‌تواند نیروهای محرک تغییر و یا همان عوامل محیطی باشد، چرا که تغییر پایدار بیش از هر چیزی متکی بر پذیرش آن از سوی افراد است و چنانچه این پذیرش نباشد، تغییر عقیم می‌ماند. هولت و همکاران^۲ (۲۰۰۷) معتقد بودند آمادگی برای تغییر باید بر روی سطح فردی متمرکز شود- به دلیل این که فعالیت‌های تغییر توسط افراد شروع می‌شوند و به مرحله اجرا در می‌آیند. لذا لازم است که با ایجاد شرایط و ساخت فضاهای ورزشی و توسعه عوامل و فاکتورهای محیطی در توسعه تعهد ورزشی دانشجویان قدم مهمی برداشت. بنابراین باید محیط و شرایطی فراهم گردد که بتواند موجب لذت بخش شدن فعالیت ورزشی و ارضای نیازها و خواسته‌های فرد در این محیط بشود- به نوعی که به کاهش مشغولیات ذهنی و کاهش فشار بر روی فرد بینجامد. این عوامل چه به لحاظ ساخت سالن یا وضعیت ایمنی و بهداشتی و یا زیبایی سالن‌ها و اماکن ورزشی و یا تامین نیازهای اجتماعی فرد در محیط‌های ورزشی باید طوری باشد که دانشجویان بتوانند با مشارکت در فعالیت ورزشی، به نیازها و خواسته‌های درونی خود پاسخ مثبت دهند و در نهایت موجب تعهد آنها به انجام فعالیت‌های ورزشی بیشتر گردد. لازم است که مدیران و روسای دانشگاه‌ها شرایط لازم برای تحقق نیازهای درونی دانشجویان را فراهم نمایند، جوی لذت‌بخش و دوستانه را در محیط‌های ورزشی ایجاد کنند و با ارائه

1. Garcia et al

2. Holt et al

محیطی مناسب در راستای پاسخگویی به انگیزه‌های بیرونی افراد، تعهد آنها به فعالیت‌های ورزشی را افزایش دهند. نتایج رگرسیون نشان داد که عوامل محیطی قابلیت پیش‌بینی کننده تعهد ورزشی را دارا می‌باشند. همچنین بر اساس نتایج، ۲۵ درصد از واریانس کل تغییرات تعهد ورزشی به عوامل محیطی و ۷۵ درصد به عوامل خارج از مدل مذکور مربوط می‌شود. مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از متغیر مستقل (عوامل محیطی) و متغیر وابسته (تعهد ورزشی) مدل خوبی بوده و عوامل محیطی قادر است تغییرات تعهد ورزشی را تبیین کند و این نتایج همسو با یافته‌های (ریمرز و همکاران، ۲۰۱۲) و یوسفی و همکاران (۱۳۹۳) می‌باشد. یوسفی و همکاران (۱۳۹۳) به این نتیجه رسیدند که همه متغیرهای محیطی و روانی-اجتماعی، به طور معنی‌داری باهم همبستگی متقابل و با فعالیت جسمانی رابطه معناداری دارند و از قابلیت پیش‌بینی کنندگی فعالیت جسمانی برخوردارند. تحقیقات انجام شده در زمینه نقش محیط در فعالیت‌های جسمانی نیز موید رابطه مثبت و معنی‌دار محیط مناسب مانند فضاهای ورزشی و اماکن دسترسی با انجام فعالیت‌های جسمانی در نوجوانان است (پارک و کیم، ۲۰۰۸). بنابراین شرایط مناسب مانند وجود زمین‌ها و سالن‌های ورزشی برای دانشجویان، دسترسی آسان به اماکن و سالن‌های ورزشی، ایجاد فضاهای ورزشی مناسب برای راه پیمایی و ورزش‌هایی چون دوچرخه سواری و تنیس و ... و وجود امنیت در استفاده از تسهیلات ورزشی می‌تواند سبب افزایش گرایش دانشجویان به ورزش و به تبع آن تعهد ورزشی شود. در نتیجه ارائه یک طرح و قالب کلی به جهت مرتفع ساختن مشکلات و معضلات موجود در زمینه ورزش دانشجویان می‌تواند گام موثری در جهت از بین بردن موانع و توسعه مشارکت ورزش دانشجویان به شمار آید. همچنین می‌توان با تعیین اهداف و چشم انداز مناسب در برگزاری مسابقات دانشجویی و عوامل محیطی موجود در این راستا و نیز برنامه‌ریزی صحیح و فراهم نمودن سالن‌های منطقه‌ای مطابق با علاقه دانشجویان در تعهد ورزشی دانشجویان تاثیر مثبتی برجای گذاشت. پیشنهاد می‌گردد که برای تعمیم بهتر نتایج، قلمروهای مکانی و زمانی مختلف در تحقیقات آتی مورد بررسی قرار گیرند.

همچنین، عوامل محیطی برای افزایش تعهد ورزشی تقویت شود، چرا که نتایج نشان داد با افزایش این نیروها تعهد ورزشی افزایش پیدا می‌کند. برای تحقق چنین هدفی لازم است انگیزش بیرونی افراد از جمله تقدیر و تشکر در جمع دیگران، دادن هدایایی برای تلاش انجام شده و ... صورت پذیرد.

پیشنهادهای

- تأسیس اماکن و تأسیسات ورزشی مجزا به دانشجویان این اجازه را می‌دهد که آزادانه و بدون هیچگونه محدودیتی ضمن رعایت ارزش‌های دینی در محیطی سالم و ایمن فعالیت‌های بدنی مورد علاقه خود را دنبال نمایند؛
- افزایش تعداد فضاهای ورزشی مختص دانشجویان با توجه به جمعیت دانشجویان؛
- حضور مربیان، سرپرستان و مدیران مسئول از علل مهم افزایش مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های تفریحی ورزشی می‌باشد و خود سبب تعهد ورزشی می‌گردد؛
- حمایت مدیران دانشگاه از برنامه‌های ورزشی دانشجویان موجب ارتقای سلامت جسمانی و روانی آنان و بهبود کارایی و اثربخشی و تعهد ورزشی آنان می‌شود.

منابع

- حقیقی، صفورا. (۱۳۹۳). «ارتباط کمال گرایی و تعهد ورزشی دانشجویان شهر همدان». پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کردستان.
- سعیدی، علی اصغر. (۱۳۹۰). «بررسی عوامل تأثیرگذار بر میزان گرایش شهروندان به مشارکت در اساتید و کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی». نشریه علوم تربیتی. سال دوم. شماره ۸. صص ۱۴۹-۱۶۷.
- صفاری، مرجان. (۱۳۹۱). «طراحی مدل ورزش همگانی ایران». رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس. صص ۱۳۴ و ۱۳۵.
- گیل، دایان. (۱۹۹۸). پویایی‌های روانشناختی در ورزش. نورعلی خواجهوند. تهران: انتشارات کوثر
- میرحسینی، محمدعلی؛ مظفری، امیراحمد و هادوی، فریده. (۱۳۹۱). «روایی و پایایی مدل تعهد ورزشی در میان دانشجویان ورزشکار». نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۱۵. صص ۱۰۵-۱۲۱.
- نادریان جهرمی، مسعود و هاشمی، هاجر. (۱۳۸۸). «عوامل بازدارنده مشارکت ورزشی زنان کارمند شهر اصفهان». نشریه پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۲۳ (جزء اول). صص ۵۳.
- یوسفی، بهرام؛ صابونچی، رضا؛ سنگ سفیدی، بیتا و عسگری، مریم. (۱۳۹۳). «عوامل محیطی و روانشناختی - اجتماعی همبسته با فعالیت جسمانی در اوقات فراغت دانش آموزان دختر مقطع متوسطه شهر کرمانشاه». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. ۴(۸). صص ۹۳-۱۰۱.
- Casper, J. M., Babkes, S. M. (2008). "Demographic predictors of recreational tennis participants' sport commitment". Journal of Park and Recreation Administration. No 3. Pp 93-115.
- Garcia-Mas, A, Palou, P, Gili, M, Ponseti, X. (2010). "Commitment, Enjoyment and Motivation in Young Soccer Competitive Players". The Spanish Journal of Psychology. Vol 13. No 2. Pp 609-616.
- Holt, D. T., Armenakis, A. A., Feild, H. S., & Harris, S. G. (2007). "Readiness for organizational change the systematic development of a scale". The Journal of applied behavioral science. Vol 43. No 2. Pp 232-255.
- Johnson, M.P. (2001). "Social and cognitive features of the dissolution of commitment to 14 / Scanlan, Carpenter, Schmidt, Simons, and Keeler relationships". In S. Duck (Ed.), Personal relationships: Vol 4. Dissolving personal relationships (Pp. 51-73). London: Academic Press.
- Kelley, H.H. (1983). "Love and commitment". In H.H. Kelley, E. Berscheid, A.Christensen, J.H. Harvey, T.L. Huston, G. Levinger, E. McClintock, L.A. Peplau, & D.R. Petersen (Eds.). Close relationships (pp. 265-314). New York: W.H. Freeman and Company
- Kim, Y-H., & Cardinal, B. J. (2010). "Psychosocial correlates of Korean Adolescents' physical activity behavior". J Exerc Science Fit. Pp 97-104.
- Kline, P. (2005). An easy guide to factor analysis. London: routledge

- Park, H, RN, Kim, N., (2008). **“Predicting Factors of Physical Activity in Adolescents: A Systematic Review”**. Asian Nursing Research. Vol 2. No 2. Pp 113-128.
- Reimers, A, K. Jekauc, D. Mess, F. Mewes, N. Woll, A. (2012). **“Validity and reliability of a self-report instrument to assess social support and physical environmental correlates of physical activity in adolescents”**. BMC Public Health. 12:705. Pp 1-10.
- Scanlan, T., Carpenter, P., Schmidt, G., Simons, J., & Keeler, B. (1993). **“An introduction to the sport commitment model”**. Journal of Sport and Exercise Psychology. Vol 15. Pp 1-15.
- Scanlan, T., Russel, D. G., Wilson, N. C., and Scanlan, L. A. (2003). **“Project on elite athlete commitment (PEAK)”**. Journal of sport and exercise psychology. 25 Pp 360-376.
- Taymoori, P. Rhodes, R. E. Berry, T. R. (2010). **“Application of a social cognitive model in explaining physical activity in Iranian female adolescents”**. Health Education Research. Vol 25. No 2. Pp 257-267.

تحلیل سطح رضایت و وفاداری استفاده کنندگان از محصولات و خدمات باشگاه های طراز اول تهران بر اساس مدل ECSI

مصطفی علی یاری^۱
ابراهیم محمودی^۲
مهدی سوادی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۳/۳۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۴/۱۹

در شرایط رقابتی امروز، کشف نیازهای مشتریان و برآورده ساختن خواسته های آنها قبل از رقبا، یک شرط اساسی موفقیت برای شرکت هاست. هدف این تحقیق، یافتن الگویی برای تبیین رضایت مشتری و اندازه گیری آن بوده است. پژوهش حاضر سعی دارد انتظارهای مشتری از عملکرد محصول یا خدمات، با عملکرد محصول یا خدمات (طبق برداشت مشتری)، طی یک فرآیند، مقایسه شوند. نتیجه این تحقیق، رضایت سنجی مشتریان خواهد بود. در نهایت توجه این مطالعه بر شفاف کردن متغیرهای مرتبط با فرایند رضایت مشتریان می باشد که در نتیجه آن، با اندازه گیری رضایت مشتریان می توان از آن بهره برداری مدیریتی کرد. در این پژوهش به طور خیلی خلاصه ابتدا مفاهیم، اصول نظری و مدل های اندازه گیری رضایت مشتری به منظور تعیین عوامل موثر بر رضایت مشتریان از جنبه نظری بررسی می گردد. سپس الگوی مورد استفاده برای سنجش رضایت مشتریان به عنوان مطالعه فعلی معرفی و نتایج آن تشریح می شود. به منظور تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده به واسطه پرسشنامه های تحقیق، میزان رضایتمندی گروه های مختلف مشتریان در مورد تجهیزات و خدمات مورد مطالعه از منظر شاخص های مدل سنجش رضایت مشتری اروپایی تشریح می گردد. جامعه آماری این پژوهش، با روش

۱. دانشجوی دکتری، مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، قشم، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Mustafa7007@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد، مدیریت اقتصادی، دانشگاه الگرو، پرغال

۳. استادیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، قشم، ایران

نمونه گیری خوشه‌ای انتخاب شده و به تعداد ۷۳ نمونه بسنده گردیده است. در ضمن برای تحلیل داده ها، از روش‌های آماری مقایسه میانگین ها و همبستگی برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

واژگان کلیدی: مشتری، رضایتمندی، وفاداری، شاخص رضایت مشتری و باشگاه

مقدمه

اقتصاد جهانی و بازارهای کسب و کار، طی دوران مختلف دوره‌های گذار گوناگونی را تجربه نموده‌اند. در فضای کسب و کار نوین، هر بنگاه اقتصادی سه فعالیت اصلی را در کسب و کار خود دنبال می‌نماید. یک بخش از فعالیت‌های هر کسب و کاری، توسعه محصولات جدید است. براین اساس، بنگاه‌های اقتصادی در یک فرآیند توسعه‌ای مداوم سعی دارند که محصولاتی را طراحی و یا محصولاتی را از طریق حق لیسانس و مکانیزم‌های تقلیدی یا اعتباری از سایر بنگاه‌ها وارد کنند تا همواره آن بخش از کسب و کارشان که مربوط به طراحی محصولات جدید است، فعال باشد. کسب و کار دیگری که در مجموعه فعالیت‌های سازمان‌ها قرار دارد، زیرساخت‌های تولیدی یا خدماتی می‌باشد. براین اساس، بنگاه‌های اقتصادی در صدد فراهم آوردن بسترهای فنی، تجهیزاتی و تکنولوژیکی کارا و اثربخش جهت تولید و عرضه محصولات و یا ارائه خدمات می‌باشند. فعالیت دیگر در کسب و کار، ارتباط با مشتری است. محور اساسی در این موضوع، آن است که چگونه کسب و کارها می‌توانند از این طریق به طور مداوم مجموعه‌ای از مشتریان را در اختیار داشته باشند، زیرا این مشتریان اند که بیشترین ارزش و درآمد را برای بنگاه اقتصادی تولید می‌کنند.

چنانچه از بالاترین سطح به سازمان‌ها نگاه شود، هر نوع کسب و کاری را می‌توان به سه گونه تفکیک کرد (نهان‌دیان، ۱۳۸۲):

- کسب و کار توسعه محصولات جدید و نوآوری در محصولات؛
- کسب و کار زیرساخت‌های تولیدی و خدماتی؛
- کسب و کار ارتباط با مشتریان.

سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی با توجه به دیدگاه‌های مختلفی که نسبت به این گونه‌های مختلف کسب و کاری دارند، اهداف استراتژیک و عملیاتی متفاوتی را برای خود تبیین و دنبال می‌نمایند. همانگونه که مشاهده می‌گردد یکی از ارکان کلیدی کسب و کارهای امروزی، مشتریان، چگونگی تعامل و برقراری ارتباط با آنها و نیز ارتقای میزان رضایت‌مندی آنها می‌باشد.

در چند سال اخیر، معیارهای رضایت مشتریان در کشورهای گوناگون، در بخش تولید و بخش خدمات، در سطح ملی مورد بررسی و اندازه‌گیری قرار گرفته‌اند. نتایج به دست آمده از بررسی رضایت مشتریان به صورت ملی در اکثر کشورها، راه را برای یافتن بهترین سازمان‌ها هموار ساخته و شاخص‌های اتخاذ تصمیمات استراتژیک جهت اندازه‌گیری و بهبود وضعیت رقابتی را به راحتی ایجاد نموده است. تدوین شاخص ملی رضایت مشتری چه در سطح خرد و چه در سطح کلان، مزایای خود را برای کشورهای توسعه یافته به اثبات رسانده است. در سطح خرد، هر یک از مشتریان با استفاده از چنین شاخصی قادر به اخذ تصمیم مناسب در امر خرید کالاها و خدمات اساسی خویش می‌باشند و در سطح کلان، این شاخص تبدیل به شاخصی جهت ارزیابی وضعیت اقتصادی کل کشور در کنار سایر شاخص‌ها از جمله تولید ناخالص ملی شده است (فانی و همکاران، ۱۳۹۰).

صنعت باشگاه داری آمادگی جسمانی به دلیل اثرگذاری بر سلامت انسان‌ها یکی از ارکان نظام مهم سلامت دنیای امروز می‌باشد. امروزه صنعت ورزش پرورشی و آمادگی جسمانی به عنوان یکی از کلیدی‌ترین و عظیم‌ترین صنایع جهان مطرح است. در اختیار داشتن چنین صنعتی به منزله یکی از معیارهای مهم توسعه یافتگی کشورها شناخته می‌شود. از طرفی، گستردگی طیف مشتریان در زنجیره ارزش آمادگی جسمانی که

پزشکان، مربیان ورزشی، مشاوران تغذیه‌ای و بیماران را به عنوان مصرف کنندگان نهایی خدمات و تجهیزات شامل می‌گردد، سبب گردیده سنجش و پایش رضایت‌مندی کلیه این مشتریان توسط باشگاه‌های ورزشی با چالش‌ها و محدودیت‌هایی روبه‌رو باشد. ضمن آنکه شاخص‌ها و عوامل به کار گرفته شده جهت تحقق این امر نیز در بسیاری موارد از جامعیت لازم و کافی برخوردار نبوده و عموماً برخی حوزه‌ها به صورت دقیق‌تری مورد بررسی قرار گرفته و برخی حوزه‌های دیگر تا حدودی مغفول باقی مانده است. از این رو، در این پژوهش قصد داریم ضمن بررسی مدل‌های مختلف رضایت مشتریان، جامع‌ترین مدل جهت ارزیابی و سنجش رضایت مشتریان در صنعت باشگاه‌های آمادگی جسمانی طراز اول تهران را تعیین نماییم و بواسطه مدنظر قرار دادن طیف اعضا به خصوص پزشکان، مشاوران تغذیه‌ای و مصرف کنندگان به سنجش رضایت مشتریان در مورد تجهیزات سخت افزاری و خدمات نرم افزاری بپردازیم.

به اعتقاد ژوران، رضایت مشتری عبارت است از: حالتی که مشتری احساس می‌کند ویژگی‌های محصول یا خدمات با انتظاراتش سازگار است. به عقیده وی، رضایت و عدم رضایت مشتری، در تضاد با هم نیستند. در واقع، رضایت مشتری، ناشی از ویژگی‌های محصول یا خدمت عرضه شده می‌باشد که او را برای خرید و استفاده از آن ترغیب می‌نماید (مالهوترا، ۲۰۰۹). از سوی دیگر، عدم رضایت مشتری از نقایص و کمبودهای موجود در محصول یا خدمت سرچشمه می‌گیرد که ممکن است موجب دلخوری و شکایت مشتریان شود. نتایج مطالعاتی که در زمینه علل شکست سازمان‌های ناموفق صورت گرفته است، نشان می‌دهد که ۶۶ درصد از آنها رضایت مشتری را یک اولویت نمی‌دانند. در سازمان‌های مشتری مدار، مشتریان کاملاً راضی، در طول دوره یک تا دو ساله، ۶ برابر بیشتر از مشتریان راضی خرید مجدد انجام می‌دهند. سودرلند (۱۹۹۸) نشان داد که همبستگی مثبتی بین رضایت مشتری و سه نوع رفتار او (تبلیغات دهان به دهان، بازخورد به عرضه کننده و وفاداری) وجود دارد. تبلیغات دهان به دهان مثبت، نیاز به هزینه‌های بازاریابی را کاهش می‌دهد و در صورت جذب مشتریان جدید حتی ممکن است موجب افزایش درآمد گردد. به عنوان نخستین گام برای بهبود سطح رضایت مشتریان، ضروری است که سطح فعلی رضایت مشتریان معین شود. خواسته‌ها و انتظارات مشتریان از محصولات و خدمات دلخواه، هر لحظه، در حال تغییر است (فورنل، ۲۰۰۷). به همین دلیل، رضایت مشتری همواره باید مورد سنجش قرار گیرد (بادن اف؛ بولتن جی، ۲۰۰۹). هدف اصلی از سنجش رضایت مشتری آن است که با دریافت بازخورد از مشتریان، فعالیت‌ها و منابع سازمان به گونه‌ای هدایت شود که در نهایت، مهمترین هدف سازمان که همانا حفظ مشتری و برقراری رابطه بلندمدت با اوست، تأمین گردد (چانگ، یوتنگ، ۲۰۰۹).

شاخص رضایت مشتری

تمایل وسیعی در بین کشورهای توسعه یافته و رو به توسعه وجود دارد که شاخص رضایت مشتری (CSI) را برای سطح خرد (بنگاه)، ملی و بین‌المللی تعریف نمایند و صنایع و بنگاه‌های خود را با آن مبنا مورد ارزیابی قرار دهند. اهمیت این شاخص تا بدانجاست که این کشورها این معیار را نه تنها برای سازمان‌ها و صنایع مختلف، بلکه به صورت ملی مورد بررسی قرار داده و جایگاه شاخص ملی رضایت مشتریان را هم بهای تولید ناخالص ملی دانسته و از نتایج آن در برنامه‌ریزی‌های راهبردی خرد و کلان بهره می‌برند (ملکی و دارابی، ۱۳۸۷).

شاخص رضایت مشتری سوئدی (SCSB)

اولین شاخص ملی رضایت مشتری، شاخص رضایت مشتری سوئدی است که در سال ۱۹۸۹ پایه‌ریزی شد.

این شاخص از نظر تاریخی تقریباً شامل ۱۳۰ شرکت از ۳۲ صنعت بزرگ سوئدی بوده است. این مدل شامل دو محرک اولیه از رضایت است: عملکرد (ارزش) درک شده و انتظارات مشتری. معمولاً عملکرد درک شده با ارزش درک شده معادل شمرده می‌شود. ارزش، شاخص رایجی است که مصرف‌کنندگان برای مقایسه مارک‌ها و طبقه‌بندی‌های مشابه به کار می‌برند. پیش‌بینی اساسی آن است که هر قدر ارزش درک شده افزایش یابد، به تبع آن رضایت افزایش یابد. محرک دیگر رضایت آن است که تا چه حد انتظارات مشتری درباره محصول یا خدمات برآورده می‌شود. انتظارات مشتری به عنوان پیش‌بینی‌های مشتری بجای استانداردها یا معیارهای هنجاری تعریف می‌شود. انتظارات رابطه مستقیمی با رضایت مشتری دارد، برای اینکه آنها به عنوان تکیه‌گاه شناختی در ارزیابی فرآیند به کار می‌روند. در حالی که عملکرد درک شده بیشتر از تجربه اخیر ناشی می‌شود، انتظارات مشتریان از تجربه مصرف قبلی مشتری درباره محصولات یا خدمات شرکت، همچنین آگاهی و اطلاعات دهان به دهان ناشی می‌شود (فانی و همکاران، ۱۳۹۰).

شاخص رضایت مشتری آمریکایی (ACSI)

شاخص رضایت مشتری آمریکایی (ACSI) مقیاسی است که رضایت مشتریان خانوار را در مورد کالاها و خدمات رتبه‌بندی می‌کند. روش ACSI نوع جدیدی از سنجش عملکرد بر مبنای بازار برای شرکت‌ها، صنایع، بخش‌های اقتصادی و اقتصادهای ملی است. این شاخص کیفیت کالا و خدمات را به گونه‌ای که توسط مشتریان تجربه شده و مصرف می‌کنند، می‌سنجد. ACSI سه ورودی دارد: کیفیت درک شده، ارزش درک شده و انتظارات مشتری. مشخصه اول رضایت کلی مشتریان، کیفیت یا عملکرد درک شده می‌باشد که ارزیابی بازار سرویس گرفته از تجربه مصرف اخیر است و انتظار می‌رود که تأثیر مثبت و مستقیمی بر رضایت کلی مشتریان داشته باشد. دومین مشخصه رضایت کلی مشتریان، ارزش درک شده یا سطح درک شده از کیفیت تولید در برابر قیمت پرداخت شده می‌باشد. سومین مشخصه رضایت کلی مشتریان، انتظارات بازار سرویس گرفته است. انتظارات بازار سرویس گرفته هم تجربه مصرف اولیه بازار سرویس گرفته از ارائه شرکت - که شامل اطلاعات غیر تجربی در دسترس از طریق منابعی از قبیل آگاهی و ارتباطات توصیه زبانی - و هم پیش‌بینی توانایی عرضه‌کننده برای تحویل دادن کیفیت در آینده را نشان می‌دهد. سازه انتظارات ارتباط مستقیم و مثبتی با ارزیابی تجمعی عملکرد شرکت نظیر رضایت کلی مشتریان دارد. پیامدهای ACSI هم شامل شکایات مشتری و وفاداری مشتری می‌باشد (ملکی و دارابی، ۱۳۸۷).

شاخص رضایت مشتری اروپایی (ECSI)

تجارب موفقیت‌آمیز سوئد و آمریکا در تعیین شاخص رضایت مشتری موجب شد تا سازمان‌های اروپایی همچون مؤسسه کیفیت اروپا (EOQ) و سازمان مدیریت کیفیت اروپا (EFQM)، تحت حمایت اتحادیه اروپایی اقدام به ایجاد شاخص رضایت مشتری در اروپا بنمایند (دیوید هولدفورد، ۲۰۰۳). مدل ECSI از لحاظ نظری تعدیل شده مدل ACSI است. در این مدل کیفیت درک شده به دو بخش تقسیم می‌شود: جزء سخت افزار به معنای کیفیت محصول است، در حالی که جزء نرم افزار با خدمت مرتبط است مانند ضمانت‌ها و یا خدمات بعد از فروش. در اواسط بهار ۲۰۰۰، مؤسسه کیفیت اروپا تصمیم گرفت که برنامه ECSI را رها کند. در نتیجه، سازمان مدیریت کیفیت اروپا (EFQM) و سازمان بین‌المللی کانون مشتری (IFCF) کل برنامه را برعهده گرفتند و بررسی‌های منظمی از ECSI انجام دادند. هدفشان فراتر از رضایت مشتریان بود و شامل "نتایج مردم" و "نتایج

جامعه "مطابق با ابعاد ایجاد شده در مدل تعالی EFQM بود (ملکی و دارابی، ۱۳۸۷) پس از مطالعه و بررسی مدل های اندازه گیری رضایت مشتری و شاخص های ملی کشورهای مختلف، در جداول زیر به مقایسه تطبیقی این مدل ها و شاخص ها با یکدیگر پرداخته شده است.

جدول ۱: مقایسه مدل های مختلف رضایت مشتری (ملکی و دارابی، ۱۳۸۷)

نام مدل	بنیانگذار	ویژگی
کانو	نوریاکی کانو	مقایسه پارامتر کیفیت عملکرد و رضایت مصرف کننده - تعریف کیفیت از سه منظر اساسی، عملکردی و انگیزشی - در اکثر الگوهای رضایت مشتری کاربرد دارد.
فورتل	فورتل	بررسی روابط علت و معلولی در رضایت مشتری - مقایسه پارامتر کیفیت مشتری - تأکید بر همگن سازی شاخص های انتظاری مشتریان و ایجاد قضاوت شهودی و احساسی مشتری - بهترین مدل مفهومی جهت ارائه یک شاخص استاندارد در سطح ملی است.
اسمکپر	اسبورق	ایجاد خلاقیت و نوآوری در ارائه خدمت به مشتری براساس سؤال، ایده و انگیزه
سروکوال	پاراسورامن	طراحی پرسشنامه و سنجش رضایت مشتری به صورت کلان فقط براساس کیفیت خدمات ارائه شده، نه محصول ارائه شده.

جدول ۲: مقایسه شاخص رضایت مشتری کشورهای مختلف

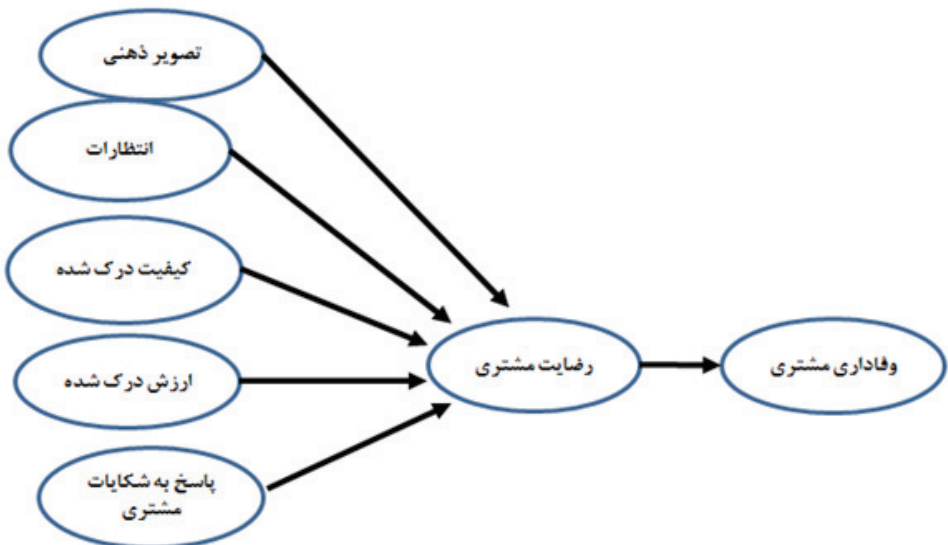
نام شاخص ملی رضایت	انتظارات مشتری	وفاداری مشتری	شکایت مشتری	استنباط مشتری از کیفیت محصول	استنباط مشتریان از کیفیت خدمات	ارزش درک شده	تصویرسازمان عرضه کننده
SCSB	*	*	*	*	*	---	---
ACSI	*	*	*	*	*	*	---
ECSI	*	*	*	*	*	*	*

با توجه به مقایسه تطبیقی صورت گرفته میان شاخص های سنجش رضایت مشتری، یکی از جامع ترین و کامل ترین شاخص ها جهت سنجش رضایت مشتری، شاخص رضایت مشتری اروپایی می باشد. این شاخص هفت مؤلفه کلیدی را شامل می گردد: تصویرذهنی، انتظارات مشتری، تلقی مشتری از کیفیت محصول (سخت افزاری)، تلقی مشتری از کیفیت خدمات جانبی (نرم افزاری)، ارزش ادراک شده، رضایت مشتری و وفاداری مشتری. این در حالی است که شاخص رضایت مشتری آمریکایی، مؤلفه تصویر سازمان و شاخص رضایت سوئدی نیز مؤلفه های ارزش درک شده و تصویر سازمان را پوشش نمی دهند که این امر مبین جامعیت شاخص رضایت اروپایی در میان شاخص های مختلف رضایت مشتری می باشد.

تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

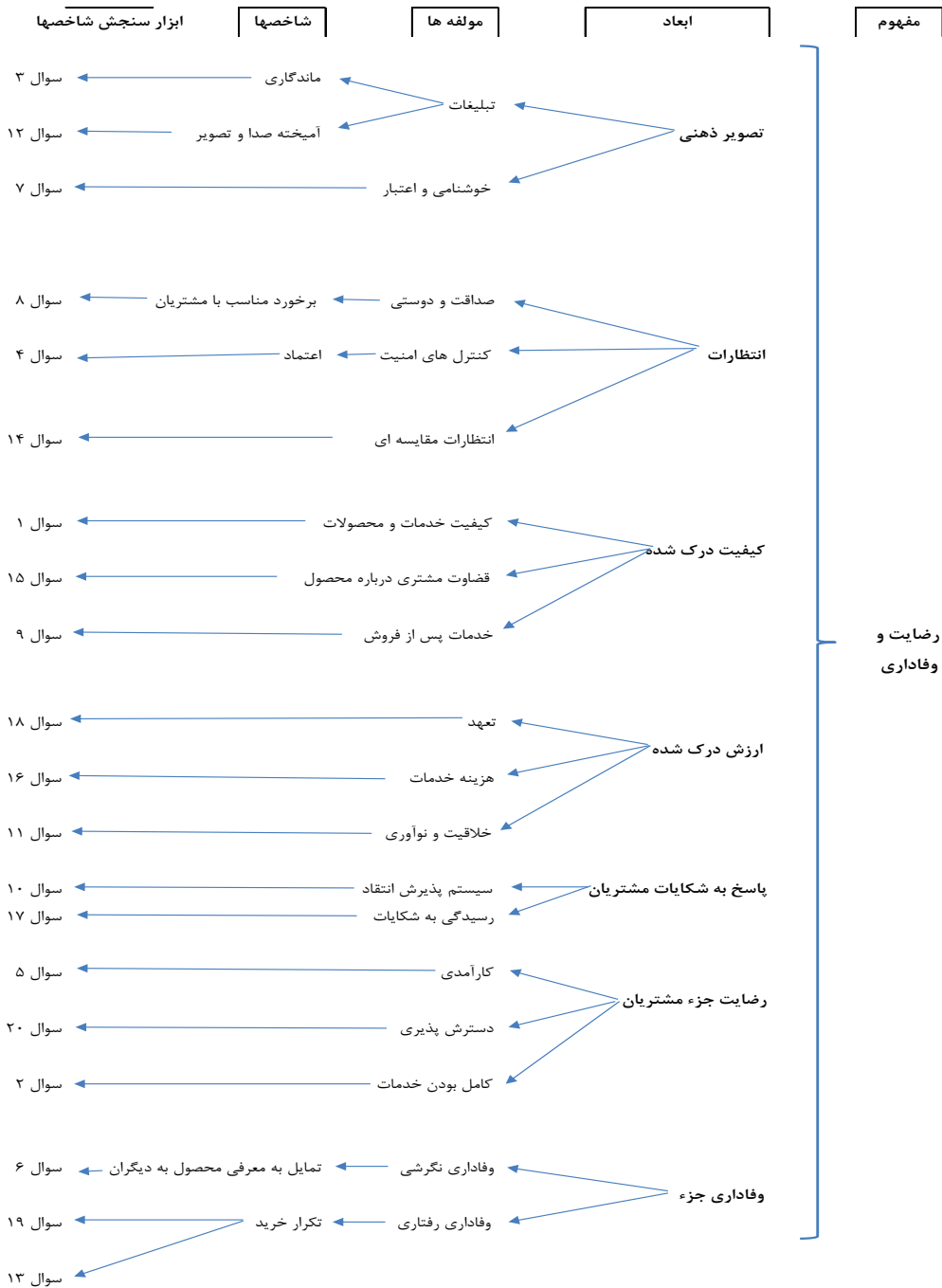
قبل از ورود به مبحث طراحی پرسشنامه، لازم است توضیح مختصری درباره رویکرد سیستمی تبدیل مفهوم به

ابعاد، مولفه ها، شاخص ها و در نهایت، ابزار سنجش شاخص ها که همان سوالات پرسشنامه می باشد توضیحی داده شود. از آنجا که اندازه گیری مستقیم رضایت به عنوان یک مفهوم امری بی معناست، لازم است این مفهوم کلی، به ابعاد ملموس و قابل اندازه گیری شکسته شود. بر اساس مدل یاد شده این ابعاد ۵ یا ۷ بخش می باشند. البته بازهم برخی از این ابعاد مشکل غیرقابل سنجش بودن دارند. به همین دلیل لازم دیده شد برخی مولفه ها مستقیماً به شاخص و سوال تبدیل شوند و برخی دیگر به یک لایه دیگر نیز شکسته شوند تا به متغیرهایی قابل اندازه گیری تبدیل گردند. با چنین رویکردی، عملاً ۷ بعد اصلی مدل طرح، به ۲۰ شاخص و در واقع ۲۰ سوال تبدیل گردید که در صفحات آتی به آن اشاره می شود.



شکل ۱: مدل متغیرهای تاثیرگذار بر رضایت و وفاداری بر اساس شاخص های ECSI

● تحلیل سطح رضایت و وفاداری استفاده کنندگان از محصولات و خدمات باشگاه های طراز اول تهران بر اساس مدل ECSI



شکل ۲: مدل کامل شده متغیرهای تاثیرگذار بر رضایت مشتری بر اساس شاخص های ECSI (بعد، مولفه، شاخص و ابزار)

روش شناسی پژوهش

مطالعه حاضر از نوع توصیفی - کاربردی است که به روش پیمایشی - همبستگی انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل همه مشتریان باشگاه‌های ورزشی طراز اول تهران - به طور مشخص، ساکنان مناطق ۱ تا ۷ شهرداری شهر تهران - می‌باشند. ابزار گردآوری داده‌های تحقیق، پرسشنامه‌ای محقق ساخته شامل ۲۰ سوال مرتبط با متغیرهای اصلی پژوهش و ۵ سوال تیپ و جمعیت شناختی می‌باشد که پس از طراحی اولیه، روایی آن به روشی که توضیح داده خواهد شد مورد تایید کارشناسان و خبرگان قرار گرفته است و پس از توزیع نمونه مقدماتی به تعداد ۳۲ پرسشنامه، پایایی آن آزمون شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که نهایتاً با ضریب $0/78$ تایید گردید.

همانگونه که پیش‌تر اشاره گردید، در این پژوهش قصد داریم ضمن بررسی مدل‌های مختلف رضایت مشتریان، جامع‌ترین مدل جهت ارزیابی و سنجش رضایت مشتریان در باشگاه‌های آمادگی جسمانی طراز اول تهران را تعیین نماییم و به سنجش رضایت مشتریان از تجهیزات و خدمات این باشگاه‌ها بپردازیم. بدین منظور ابتدا با بررسی کتابخانه‌ای، مدل‌های موجود جهت سنجش رضایت مشتریان شناسایی گردید. سپس بواسطه بررسی و مقایسه تطبیقی شاخص‌های گوناگون رضایت مشتری، شاخص رضایت اروپایی به عنوان مناسب‌ترین و جامع‌ترین مدل جهت استفاده در این حوزه انتخاب شد. در ادامه براساس مدل منتخب، متغیرهای اصلی و فرعی شناسایی و برای سنجش هر یک از آنها شاخصی تدوین گردید. سپس بر مبنای نوع مشتریان، پرسشنامه‌ای - با توجه به پرسشنامه‌های استاندارد مدل - تهیه گردید. به منظور گردآوری داده‌های تحقیق براساس روش‌های استاندارد، حجم نمونه مشخص شد و به تعداد آن پرسشنامه جهت توزیع به نمایندگان علمی سپرده و بدین طریق داده‌های مورد نیاز جمع‌آوری گردید. در نهایت، داده‌های گردآوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و یافته‌های تحقیق تشریح شد.

روش آماری

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های ثبت شده در پرسشنامه‌ها، از آمار توصیفی و استنباطی به کمک نرم افزار SPSS نسخه ۲۳ استفاده شده است. برای طبقه‌بندی، توصیف شاخص‌های مرکزی و ترسیم جداول از شاخص‌های آماری توصیفی بهره‌گیری شده است. برای ارزیابی چگونگی توزیع داده‌ها، از آزمون کلموگراف اسمیرنوف استفاده شد. سپس از آزمون t برای مقایسه میانگین‌ها بهره‌برده شد و در نهایت، با استفاده از آزمون‌های همبستگی، متغیرهای متناظر با هم مقایسه شده‌اند. جامعه مورد پژوهش، همه مصرف‌کنندگان محصولات و خدمات باشگاه‌های طراز اول می‌باشند که تعدادشان بر اساس یافته‌های بررسی‌های پیشین حتماً از $30/000$ نفر بیشتر است. طبق جدول مورگان می‌بایست تعداد حداقل 379 نمونه در طرح حاضر شرکت می‌کردند که به دلیل محدودیت زمان، به تعداد 73 نمونه بسنده شد. اگرچه الزام انجام چنین طرح‌هایی این است که نمونه‌گیری به طور کاملاً تصادفی در تمام باشگاه‌های طراز اول انجام شود، اما بازم به دلیل نبود امکان چنین کاری، داده‌ها از باشگاه‌های طراز اول در مناطق ۱ تا ۷ تهران توسط نمایندگان علمی مجری، جمع‌آوری گردید.

برای آزمون روایی پرسشنامه از نقطه نظرات ۷ تن از اساتید دانشگاه و تیم تحقیق که مدیر بازاریابی و کارشناس خبره صنعت بازاریابی ورزشی می‌باشند، استفاده شد. به منظور جمع‌بندی نقطه نظرات تیم از تکنیک شاخص لاوشه که با آن نسبت اعتبار محتوای سوالات یک پرسشنامه اولیه سنجیده می‌شود، سود جسته شد. برای پایایی پرسشنامه هم تعداد ۳۲ نمونه اولیه گرفته شد و پایایی آن در نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ به روش آلفای کرونباخ سنجیده شد.

همانطور که خروجی نرم افزار نشان می دهد، پرسشنامه مذکور با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸ تایید گردید.

یافته های پژوهش

در این بخش، داده های آماری استخراج یافته از پژوهش حاضر مورد مذاقه قرار می گیرد.

توصیف جمعیت شناختی نمونه ها

در این مطالعه، ۷۲/۶ درصد از پاسخ دهندگان را مردان و ۲۷/۴ درصد را زنان تشکیل داده اند. ۱۶/۴ درصد پاسخ دهندگان دارای مدرک تحصیلی دکترا، ۲۱/۹ درصد دارای فوق لیسانس، ۲۰/۵ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۱۱ درصد دارای فوق دیپلم و ۳۰/۱ درصد دارای مدرک تحصیلی دیپلم بوده اند.

در بدو امر به منظور این که ۷ بعد مورد بررسی قابلیت مقایسه باهم پیدا کنند، لازم بود تا به یک نمره واحد تبدیل شوند. در ادامه همان طور که در خروجی نرم افزار SPSS دیده می شود، از تجمیع مولفه های و شاخص هایی که در فصل پیش به آنها اشاره شده بود ابعاد اصلی دوباره شکل گرفتند و از میانگین آنها در کل نمونه آماری، نمرات حاصله استخراج شد. در اینجا لازم است گفته شود که با توجه به اینکه گزینه ها در طیف ۵ گزینه ای لیکرت بودند، نمرات ۱ تا ۵ به آنها داده شد و در نهایت متغیر ترتیبی به متغیر عددی ارتقا یافت. خروجی نرم افزار SPSS نشان می دهد که برای سوالات مندرج در پرسشنامه، میانگین نمرات مولفه های تصویر ذهنی^۱، انتظارات^۲، کیفیت درک شده^۳، ارزش درک شده^۴، پاسخ به شکایات مشتریان^۵، رضایت خرد^۶ و وفاداری خرد^۷ در قالب متغیرهایی جدید ساخته می شود. حال که همه متغیرها، مجددا ساخته شده اند، با توجه به اینکه طیف لیکرت را در ابتدا در نرم افزار SPSS متغیری کمی تعریف کرده بودیم، می توانیم نتایج آنها را با هم مقایسه کنیم و به استنتاجی جدید دست یابیم.

جدول ۳: مقایسه نمرات هفت بعد اصلی مورد بررسی

وفاداری نسبی	رضایت نسبی	پاسخگویی به شکایات	ارزش ادراک شده	کیفیت ادراک شده	انتظارات	تصویر ذهنی	داده
۷۳	۷۳	۷۳	۷۳	۷۳	۷۳	۷۳	داده های صحیح
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	بدون داده
۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳	میانگین
۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳	میان
۲	۳	۳	۳	۳	۳	۳	مد
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	انحراف معیار

1. Mental Image
2. Expectation
3. Perceived Quality
4. Perceived Value
5. Response to Complaint
6. Partial Satisfaction
7. Partial loyalty

بالاترین نمره را تصویرذهنی و پایین ترین نمره را پاسخگویی به شکایات و وفاداری کسب کرده اند. به همین ترتیب می توان در نمونه حاضر، نمره کل رضایت و وفاداری را هم که خود ترکیبی از ۷ نمره انواع متغیرهاست، محاسبه نمود. داده های زیر این اطلاعات را نشان می دهد.

نمره رضایت کلی نمونه های مورد بررسی

رضایت کلی	
داده های صحیح	۷۳
بدون داده	۰
مجموع	۲۰
انحراف معیار	۵
حداکثر	۸
حداقل	۲۹

از آنجا که نمره رضایت کلی بر اساس ماهیت هفت گانه بودن متغیرها، از یک سو و طیف ۵ بخشی لیکرت، از سوی دیگر می بایست حداقل ۷ و حداکثر ۳۵ می شد، نمره ۲۰ در جایی حدود وسط این بازه قرار می گیرد که نشان دهنده متوسط بودن میزان رضایت است. البته تحلیل واقعی در چنین تحقیقاتی بدین معنی است که بازه وسط به معنای خاکستری رنگ بودن نتایج است. به عبارت بهتر، نشان دهنده این است که عملاً رضایتی وجود ندارد؛ یعنی پاسخ دهندگان در حالتی منفعل به مسئله نگریسته اند که به نظر می رسد چندان نوید خوبی برای یک باشگاه ورزشی طراز اول محسوب نشود.

با توجه به اینکه نمرات فوق، تنها در نمونه حاضر قابلیت استناد دارند، لازم است تا در مورد آنها در جامعه تصمیم گرفته شود. همچنین، باید از آزمونی تحلیلی استفاده شود تا مشخص شود آیا داده های حوالی ۳ در ابعاد فوق واقعی هستند یا خیر. به همین منظور از آزمون کالموگراف اسمیرنوف استفاده گردید تا مطمئن شویم آیا نمونه های طرح حاضر توزیع نرمال دارند یا خیر. در صورت نرمال بودن توزیع، نتایج تا حد قابل اطمینانی صحیح خواهند بود. در آزمون کالموگراف اسمیرنوف با مشخصات زیر، نمونه ها را آزمودیم.

فرض صفر این آزمون: نرمال بودن

فرض مقابل: نرمال نبودن متغیر مورد نظر می باشد.

- در صورتی که $p\text{-value}$ کمتر از سطح معنی داری (۰/۰۵) باشد، فرض صفر یا نرمال بودن را رد می کنیم. در صورتی که بیشتر از این مقدار شود، نرمال بودن را می پذیریم.
- در این مثال $\text{sig} = ۰/۲۰۰$ پس متغیر نمره رضایت کل، نرمال می باشد.

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of TotalSatisfaction is normal with mean 20.126 and standard deviation 5.11.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.200 ²	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

¹Lilliefors Corrected

²This is a lower bound of the true significance.

نتایج خروجی آزمون کالموگراف اسمیرنوف به منظور بررسی نرمال بودن نمونه های مورد بررسی

استفاده از آزمون t با یک عدد ثابت

- از آنجا که میانگین نمرات در نمونه ها در هر کدام از متغیرهای هفت گانه حوالی عدد ۳ درآمده بود، می خواهیم ببینیم آیا به احتمال ۹۵ در صد می توانیم در مورد کل جامعه نیز چنین استنباطی داشته باشیم یاخیر. در این موارد از آزمون t با یک عدد ثابت استفاده می کنیم و فرضیات آزمون را به شرح زیر اعلام می کنیم.
- فرض صفر: میانگین نمرات ابعاد ۳ است.
 - فرض مقابل: میانگین نمرات با میانگین واقعی که عدد ۳ است تفاوت دارد.

جدول ۴: نتایج آزمون t تک نمونه ای مستقل

یک - نمونه تست						
	ارزش تست = ۳					
	t	df	Sig. (2-tailed)	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان از ۹۵٪ اختلاف	
					پایین ترین	بالا ترین
تصویر ذهنی	۱/۴۴	۷۲	۰/۱۶	۰/۱۲	-۰/۰۵	۰/۲۹
انتظارات	-۰/۰۹	۷۲	۰/۹۳	-۰/۰۱	-۰/۲۱	۰/۱۹
کیفیت ادراک شده	-۲/۲۲	۷۲	۰/۰۳	-۰/۲۲	-۰/۴۲	-۰/۰۲
ارزش ادراک شده	۰/۶۸	۷۲	۰/۵۰	۰/۰۶	-۰/۱۲	۰/۲۳
پاسخگویی به شکایات	-۲/۷۰	۷۲	۰/۰۱	-۰/۳۴	-۰/۵۸	-۰/۰۹
رضایت نسبی	-۱/۸۷	۷۲	۰/۰۷	-۰/۱۶	-۰/۳۴	۰/۰۱
وفاداری نسبی	-۲/۷۳	۷۲	۰/۰۱	-۰/۳۲	-۰/۵۶	-۰/۰۹

فاصله اطمینان، اختلاف میانگین جامعه با عدد ۳ را می‌دهد که اگر عدد صفر را شامل شود، فرض صفر را می‌پذیریم؛ یعنی میانگین جامعه اختلاف معناداری با ۳ ندارد. بنابراین در مورد سه متغیر کیفیت ادراک شده، پاسخ به شکایات و وفاداری خرد، فرض صفر رد می‌شود و به این معناست که در جامعه احتمالاً میانگین نمرات با عدد ۳ متفاوت خواهد بود، ولی برای چهار متغیر دیگر فرض صفر تایید می‌شود. می‌خواهیم به طور جداگانه همین فرض را درباره نمره کلی رضایت انجام دهیم که به دلیل اهمیت آن به طور مشخص یکبار آزمون t با عدد ثابت برای رضایت کلی انجام شود.

- فرض صفر: میانگین نمره رضایت کل ۳ است.
- فرض مقابل: میانگین نمره رضایت کل با عدد ۳ تفاوت دارد.

نتایج آزمون t تک نمونه‌ای مستقل

یک - نمونه تست						
	ارزش تست = ۳					
	t	df	Sig. (2-tailed)	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان از ۹۵٪ اختلاف	
					پایین ترین	بالا ترین
رضایت کلی	۲۸/۶	۷۲	۰	۱۷/۱	۱۵/۹	۱۸/۳

با توجه به اینکه Sig یا همان P-Value کمتر از ۰/۰۵ شده است، فرض صفر تایید نمی‌شود؛ یعنی احتمالاً میانگین کل رضایت مشتریان در جامعه هم با عدد ۳ تفاوت دارد که البته شاید بتوان استنتاج کرد که با توجه به نمره ۲۰ در بازه بین ۷ تا ۳۵ که از میانگین کمتر است، احتمالاً در جامعه هم میانگین نمره کلی رضایت از ۳ کمتر باشد.

تحلیل‌های همبستگی

در این بخش در نظر داریم نوع دیگری از تحلیل‌ها را از جنس همبستگی بین دو متغیر انجام دهیم. تا اینجا با متغیرهای کمی سرو کار داشتیم. به فایل اصلی محاسبات برمی‌گردیم و متغیرهای اصلی رضایت را به نوع رتبه‌ای Ordinal برمی‌گردانیم. سعی داریم ارتباط بین دو متغیر جنسیت پاسخ دهنده‌ها و رضایت کلی را آزمون کنیم. در چنین مواقعی که یک متغیر اسمی و دیگری رتبه‌ای باشد، ضریب همبستگی توافقی (Contingency Coefficient) را استفاده می‌کنیم. فرضیه‌های آزمون را ابتدا تعریف می‌کنیم.

- فرض صفر این آزمون: بین دو متغیر جنسیت و رضایت کلی ارتباط وجود ندارد.
- فرض مقابل: جنسیت افراد بر رضایت کلی تاثیر دارد.

نتایج آزمون همبستگی دو متغیر جنسیت و رضایت کلی

معیارهای متقارن					
		ارزش	خطای استاندارد تقریبی	Approx. Tb	سیگمای تقریبی
اسمی با اسمی	ضریب احتمالی	۰/۶۸			۰/۱۴
فاصله با فاصله	R پرسون	۰/۰۵	۰/۱۲	۰/۴۳	۰°/۶۷۰
ترتیبی با ترتیبی	همبستگی اسپیرمن	۰/۰۹	۰/۱۲	۰/۷۰	۰°/۴۸۴
N تعداد از نمونه های صحیح		۶۸/۰۰			

۲۰۴

با توجه به اینکه Sig یا همان P-Value بالاتر از ۰/۰۵ شده است، فرض صفر تایید می شود و این بدان معنی است که بین دو متغیر ارتباط وجود ندارد. در آزمون بعدی سعی داریم ارتباط بین دو متغیر رتبه ای میزان تحصیلات و رضایت کلی را آزمون کنیم. وقتی هر دو متغیر رتبه ای باشد، ضریب همبستگی تاوکندال (Kendall Tau) را استفاده می کنیم. فرضیه های آزمون را ابتدا تعریف می کنیم.

- فرض صفر این آزمون: بین دو متغیر میزان تحصیلات و رضایت کلی ارتباط وجود ندارد.
- فرض مقابل: میزان تحصیلات بر رضایت کلی تاثیر دارد.

نتایج آزمون همبستگی دو متغیر رتبه ای تحصیلات و رضایت کلی

همبستگی				
رضایت کلی	مدرک دانشگاهی			
-۰/۰۵۳	۱	ضریب همبستگی	مدرک دانشگاهی	کندال تاو-بی
۰/۵۶۳	۰	Sig. (2-tailed)		
۶۷	۶۷	N		
۱	-۰/۰۵۳	ضریب همبستگی	رضایت کلی	
۰	۰/۵۶۳	Sig. (2-tailed)		
۷۳	۶۷	N		

ضریب همبستگی در این آزمون عدد $0/053-$ شده است. این بدان معنی است که بین دو متغیر ارتباط وجود دارد، اما ضریب همبستگی منفی است و این نشان دهنده آن است با بالاتر رفتن تحصیلات، میزان رضایت کم می شود.

آخرین مرحله از ضریب همبستگی هم بین دو متغیر کمی تعریف می شود. همه متغیرها را به صورت کمی تبدیل می کنیم. سپس می خواهیم همبستگی بین تصویر ذهنی را بر رضایت کلی بسنجیم. در چنین مواردی از ضریب همبستگی پیرسون (Pearson) استفاده می کنیم.

نتایج آزمون همبستگی دو متغیر کمی تصویر ذهنی و رضایت کلی

همبستگی			
رضایت کلی	تصویر ذهنی		
$0/840^{**}$	۱	همبستگی پیرسون	تصویر ذهنی
.		Sig. (2-tailed)	
۷۳	۷۳	N	
۱	$0/840^{**}$	همبستگی پیرسون	رضایت کلی
.		Sig. (2-tailed)	
۷۳	۷۳	N	

ضریب همبستگی $0/840$ شده که بیانگر همبستگی شدید بین این دو متغیر است - باید هم همینطور باشد.

بحث و نتیجه گیری

همان طور که در مبانی نظری توضیح داده شد، نتایج مطالعاتی که در زمینه علل شکست سازمان های ناموفق صورت گرفته است، نشان می دهد که ۶۶ درصد از چنین سازمان هایی رضایت مشتری را یک اولویت نمی دانند. در سازمان های مشتری مدار یا سازمان هایی که مشتریان خود را کاملاً راضی نگه می دارند در یک مقطع دوساله تا ۶ برابر ارتقای فروش نسبت به سازمان هایی وجود دارد که صرفاً مشتریان را راضی نگه می دارند. بنابراین اگر بخواهیم از مرز رضایت مشتری بالاتر رویم و به مشتریان کاملاً راضی برسیم، پدیده وفاداری شکل می گیرد. در واقع، وفاداری صفت خاص مشتریان کاملاً راضی است. اگرچه وفاداری امروزه از دایره المعارف واژگان بازاریابی رخت بر بسته و دارد جای خود را به مفاهیم دیگری می دهد، اما به هر حال نباید از این نکته غافل شد که مشتریان خیلی راضی به خرید خود ادامه می دهند؛ این بدان معنی است که شرکت یا سازمان مورد نظر توانسته به طور منظم منافع مشتریان خود را به گونه رضایت بخشی تامین کند. لذا افزایش مشتریان کاملاً راضی، یکی از سیاست های اصلی در هر کسب و کار موفق می باشد. به منظور حفظ قابلیت رقابت و دستیابی به اهداف عالی در سازمان، سطح رضایت مشتریان همواره باید ارتقا یابد. از سوی دیگر، به عنوان نخستین گام برای بهبود سطح

رضایت مشتریان، ضروری است که سطح فعلی رضایت مشتریان معین شود. خواسته ها و انتظارات مشتریان از محصولات و خدمات دلخواه، هر لحظه در حال تغییر و رو به فزونی است. به همین دلیل، رضایت مشتری همواره باید مورد سنجش قرار گیرد. هدف اصلی از سنجش رضایت مشتری آن است که با دریافت بازخورد از مشتریان، فعالیت ها و منابع سازمان به گونه ای هدایت شود که در نهایت، مهمترین هدف سازمان که همان حفظ مشتری و برقراری رابطه بلندمدت با اوست، تأمین گردد.

در محیط رقابتی امروز، سازمان های خدماتی به دلیل ماهیت ناملموس خدمات خود، نیازمند سنجش رضایت مشتریان از خدمات ارائه شده می باشند. هدف از این مطالعه، طراحی یک مدل چند وجهی برای سنجش رضایت مشتریان در صنعت باشگاه داری مدرن در شهر تهران می باشد. در این مطالعه، مدلی توسعه داده شد که نسبت به مدل های قبلی از یک مزیت مهم برخوردار است. در مدل های پیشنهادی محققانی همچون: آیدین، اوزر، اولوکلین و گوندز، فسیکوا، برون و گراند و سیاولینو و دالگارد تنها برخی از متغیرها مدنظر قرار گرفته اند. با بهره گیری از مدل های پیشنهادی و در نظر گرفتن روابط متغیرهای موجود در مدل های ارائه شده، مدلی جامع شامل تعداد بیشتری از متغیرها ارائه گردید: متغیرهای اثرگذار بر رضایت مشتری (استنباط از کیفیت سخت افزار و نرم افزار خدمات، ارزش دریافت شده، انتظارات مشتری، ذهنیت و عوامل شخصی) و متغیرهای متأثر از رضایت مشتری (شکایات مشتریان، اعتماد، تصویر ذهنی از شرکت و وفاداری مشتری). بررسی ها نشان می دهد که کیفیت خدمات (شامل سخت افزار و نرم افزار) و انتظارات مشتری اثر مثبت و معناداری بر ارزش ادراک شده دارد. کیفیت خدمات (شامل سخت افزار و نرم افزار) و ارزش ادراک شده نیز اثر مثبت و معناداری بر رضایت مشتری دارد. افزون بر این، رضایت مشتری اثر مثبت و معناداری بر اعتماد مشتری و اثر منفی و معناداری بر شکایات مشتری دارد. دیگر اینکه شکایات مشتری، اثر منفی و معنادار بر وفاداری مشتری دارد. گرچه اعتماد مشتری، اثر منفی بر هزینه های جابجایی دار، اما بر وفاداری مشتری اثر مثبت و معناداری دارد. رضایت مشتری نیز بر وفاداری مشتری اثر مثبت و معناداری دارد. تصویر ذهنی از باشگاه یا برند هم بر وفاداری مشتری اثر مثبت و معناداری دارد. نتایج این پژوهش می تواند رهنمودهایی را به مدیران و صاحبان باشگاه هایی ورزشی فوق مدرن در تهران ارائه نماید که بر رضایت مشتریان آنها تاثیرگذار خواهد بود.

رهنمودهایی جهت پاسخگویی به انتظارات و ادراکات مشتریان از کیفیت سخت افزار:

- توجه به ظاهر محیط باشگاه و پرسنل از نظر جذابیت و پاکیزگی و جنبه زیبایی شناسی با در نظر گرفتن راحتی استفاده از تجهیزات؛
- در نظر گرفتن و ایجاد امکانات رفاهی مانند مکانی برای استراحت و نشستن مشتریان، محل پارک خودرو (با توجه به شلوغی و نبود فضای کافی در کلان شهرها به خصوص تهران) و سیستم تهویه مطبوع؛
- تجهیز و بروزرسانی تجهیزات باشگاه که از سایر مسائل از اهمیت بیشتری برخوردار است؛
- رهنمودهایی جهت پاسخگویی به انتظارات و خواسته های مشتریان و ادراک آنان از کیفیت نرم افزار:
- استفاده از پرسنل با تجربه و توجه کافی به آموزش مشتری مداری به آنان از لحاظ نحوه برخورد با مشتریان و توجه به شکایات آنها؛
- توجه به سرعت در ارائه خدمات به مشتریان و جلوگیری از معطلی و در صف ماندن آنها برای دریافت خدمات،

- ارائه اطلاعات مکفی و بروز در مورد تندرستی، ورزشی و پزشکی و تغذیه - نتایج نشان داد که مشتریان به قانع شدن در اجرای برنامه‌های ورزشی و تغذیه‌ای حساسیت دارند و از آن ناراضی هستند؛
- بذل توجه به ایجاد محیطی فرح بخش و نشاط آور.

به مدیران و صاحبان باشگاه‌ها توصیه می‌گردد به دنبال شناسایی مسائل و مشکلاتی باشند که باعث شده‌اند آنها نتوانند به خواسته‌ها و نیازهای مشتریان، به طور جامع پاسخ دهند. در زمینه خواسته‌ها و نیازهای مشتریان در بحث کیفیت خدمات، به مدیران پیشنهاد می‌گردد که از طریق بهبود یکی از ابعاد کیفیت خدمات نیز می‌توانند ادراکات و خواسته‌های مشتریان را در ابعاد دیگر بهبود بخشند - به دلیل همبستگی بالا بین ابعاد. ایجاد میهمانی‌ها، گردهمایی‌ها یا تالارهای گفتگو و باشگاه مشتریان می‌تواند به آموزش کارکنان کمک نماید. در حوزه اعتماد نیز توصیه می‌گردد که به زمان بندی تعهدات در زمینه خدمات باشگاهی دقت نمایند تا بتوانند آنها را زمان مقرر به انجام رسانند. در این راستا، مدیران و مربیان و حتی مشاوران اعم از پزشکان، مشاوران غذایی یا روانشناسان باید استفاده بیشتری از مفاهیم مدیریت زمان و مدیریت برنامه‌ها نمایند. همچنین، باید توجه خاصی به شاخص راستگویی و امانت داری مشتریان در برنامه‌های اجرایی و آموزش‌ها مبذول گردد، بازخوردهای لازم به کارکنان ارائه شود و حساسیت ویژه در زمینه عدم افشای اطلاعات مشتریان وجود داشته باشد. نتایج نشان داد که ابعاد اعتماد - همانند اعتماد به باشگاه، اعتماد به کارکنان و رازداری - نباید جدا از یکدیگر بررسی شوند و اعتماد کلی مشتریان به باشگاه از هم افزایی و طراحی برنامه‌هایی که هم زمان این موارد را مورد هدف قرار می‌دهند، تاثیر می‌پذیرد. نتایج نشان داد که مشتریان باشگاه‌های مدرن معمولاً اعتماد کافی به باشگاه، کارکنان آن‌ها و حفظ اطلاعات خود دارند که سرمانه روانی و اجتماعی بسیار خوبی برای مدیران این مجموعه‌ها محسوب می‌شود.

این پژوهش، همه حوزه‌های خدمات باشگاهی را به طور یکپارچه در نظر نگرفته است و تنها بر حوزه رابطه کسب کار با مصرف کننده B2C متمرکز بوده است. لذا به محققان آتی پیشنهاد می‌شود در حوزه‌های B2G و B2B نیز تحقیقات مشابه نمایند. همچنین، پیشنهاد می‌گردد در سایر حوزه‌های خدماتی همچون بخش پزشکی این مجموعه‌ها، واحد مدیریت تغذیه، خدمات شخصی، خدمات عمومی و ... مطالعات مشابهی صورت پذیرد. تمرکز این تحقیق بیشتر بر مشتریانی است که به صورت سنتی و حضوری به باشگاه‌ها مراجعه نموده و عضو شده‌اند. لذا پیشنهاد می‌گردد تحقیق مشابهی در مورد رضایت مشتریان در محیط سازمانی صورت پذیرد، زیرا عوامل تعیین کننده در حوزه سازمانی ممکن است با عوامل بررسی شده در این تحقیق متفاوت باشد. به علاوه، پیشنهاد می‌گردد بر اساس مدل زنجیره سود - خدمت، نقش کارکنان مدل‌های رضایت مشتری، به صورت تفصیلی تر بررسی شود. پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی نیز مواجه بوده است که برخی از مهم ترین آنها از این قرارند: این مطالعه فقط بر روی مشتریان باشگاه‌های فعال در نیمه شمالی شهر تهران صورت پذیرفته است. لذا نتایج آن فقط قابل تعمیم به باشگاه‌های مشابه در تهران می‌باشد. در برگزاری جلسات گروه کانونی و عدم همکاری خبرگان نیز محقق با مشکلاتی روبرو بوده است. همچنین، عدم همکاری مدیران و کارکنان برخی از باشگاه‌ها برای انجام مصاحبه و پرسشگری از مشتریان در این باشگاه‌ها، جمع آوری داده‌ها را مشکل ساخت.

پیشنهادهای

در پایان پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

۱. تاسیس و حمایت از واحد شکایت مشتری در باشگاه: این واحد سعی دارد اطلاعات مشتریان را جمع آوری نماید و سپس با روش های علمی و آماری صحیح دسته بندی و الویت بندی و پس از آنالیز، نتایج عملیاتی آن را به تمام واحدهای ذیربط انتقال دهد.
۲. با توجه به نبود تبلیغات در اشکال مختلف، ابتدا تبلیغات اثر گذار شناسایی، انتخاب و در توالی زمانی معین و حساب شده به اجرا درآید تا کمکی به ترمیم مولفه تصویر ذهنی شود.
۳. با توجه به تعدد رقبا در صنعت باشگاه های آمادگی جسمانی و اسپاها در نیمه شمالی شهر تهران و ضرورت یک خانه تکانی اساسی در حوزه هایی که مصرف کننده مستقیماً با آنها ارتباط برقرار می کند، لازم است بسته های خدماتی و سرویس های مشتریان به فراخور نیازهای واقعی افراد طراحی گردد.
۴. با توجه به اینکه انجام پروژه برندینگ به شکل علمی و صحیح پروسه ای بین ۵ الی ۷ سال است، از همین امروز این راه سودمند آغاز شود. برخی از مزایای برندینگ، افزایش دارایی های غیر مشهود می باشد که خود به توجیه خرید برای مصرف کننده می انجامد. افزایش قیمت فروش و افزایش سطح اعتماد مصرف کننده می تواند بر روی کیفیت ادراک شده، وفاداری نسبی، تصویر برند و سطح آگاهی برند اثرگذار باشد.
۵. تدوین یک استراتژی مدون از سوی مدیریت مجموعه: البته لازم است خود بدان التزام عملی داشته و ابلاغ آن به تمام سطوح اجرایی و پرسنلی باشگاه به گونه ای باشد که هر مسئولی در هر بخش متناسب با اختیاراتش وظایفی یابد و موظف به انتقال استراتژی کلان به واحد بعدی باشد.

منابع

- کاظمی، مهدی و نوروزی، رامین. (۱۳۹۲). «سنجش رضایت مشتریان بر اساس مدل رضایت مشتری در اروپا (ESCI) مطالعه موردی: اداره بنادر و دریا نوردی استان سیستان و بلوچستان». دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم: دانشگاه پیام نور.
- تقوی فرد، محمدتقی؛ مسرت، نعمت؛ صنیعی منفرد، محمد علی. (۱۳۹۰). «مدل پیش بینی رفتار خرید مجدد مشتریان، مطالعه موردی: شرکت خدمات دهنده اینترنت». مدیریت بازرگانی. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران دوره ۳، شماره ۱۰.
- حیرتی، نیما. (۱۳۸۶). «سنجش رضایت مشتریان با استفاده از مدل ACSI مطالعه موردی سنجش رضایت مشتریان روغن موتور خودرو در ایران». تهران: نشریه کنفرانس ملی ارتباط با مشتری تهران ۲۰۰۷.
- فانی، علی اصغر؛ پورمحمد، اکبر و حسن زاده، علیرضا. (۱۳۹۰). «ارایه شاخص رضایت مشتری ایرانی». منتشر شده در سایت منبع الکترونیکی علوم مدیریت ایران.
- ملکی، آناهیتا و دارایب، ماهان. (۱۳۸۷). «روش های مختلف اندازه گیری رضایت مشتری». ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته. سال اول، شماره ۳.
- نهاوندیان، محمد. (۱۳۸۲). «اقتصاد نوین جهانی، هوشمندی رقابتی بنگاه ها و سازمان ها». ماهنامه تدبیر. شماره ۱۴۱.
- Bastos, J. A., Gallego, P. D. (2008). "Pharmacies Customer Satisfaction and Loyalty". NUEVAS TENDENCIAS EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS.
- Feder Consult Group. (2006). "American Customer Satisfaction Index Recreational Visitors". Army Corps of Engineers.
- Kaveh, M., Mosavi, S. A., Ghaedi, M. (2012). "The application of European customer satisfaction index (ECSI) model in determining the antecedents of satisfaction, trust and repurchase intention in five-star hotels in Shiraz". Iran, African Journal of Business Management, 6103-6113.
- National Quality Research Center. (2005). American Customer Satisfaction Index. Michigan: The Regents of the University of Michigan.
- O'Loughlin, C. (2002). "Application of the European Customer Satisfaction Index to Postal Services". Universitat de Girona.
- Rusike, L. (2007). "The European Performance Satisfaction Index Applied to a Danish Business Club Poland Customer Satisfaction Analysis". Master thesis.
- Yang, C. (2008). "An Exploratory Study of Customer Satisfaction Based on ACSI Model". Department Of Technology and Built Environment, Galve UNiversity.
- Ndubisi, N. O., Malhotra, N. k., & Wah, C. K. (2009). "Relationship Marketing, Customer Satisfaction and Loyalty: A Theoretical and Empirical Analysis From an Asian Perspective".

Journal of International Consumer Marketing, 23, 5-16.

- Yao, H. H., Chiuhsiang, J. L., & James, C. C. (2007). **“Customer Satisfaction Measurement with Neural Network”**. Human Systems Management, 26, 47-52.
- Eklof, J. A., & Westlund, A. (2002). **“The Pan-European Customer Satisfaction Index Programme-Current Work and the Way Ahead”**. Total Quality Management, 38, 1099-1106.
- Fornell, C. (2007). **“A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience”**. Journal of Marketing, 41, 6-21.
- Soderlund, M. (1998). **“Customer Satisfaction & its Consequences on Customer Behaviour”**. International Journal of Service Industry Management, 9, 188-193.
- Baden, F., Bolten, J., Kennerknecht, R., & Spiller, A. (2009). **“Perspectives of Small Retailers in the Organic market Customer Satisfaction and Customer Enthusiasm”**. Journal of Food Products Marketing, 15(3), 267-282.
- Chang, S. E., & Yu-Teng, J. (2009). **“Assesung Customer Satisfaction in a VCommerce Environment”**. Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 15, 30-49
- Mayer, D. M., Ehrhart, M. G. & Schneider, B. (2009). **“Service Attribute Boundary Conditions of the Service Climate– Customer Satisfaction Link”**. Academy of Management Journal, 14, 1034-1050.
- Holdford, David. (2003). **“Identification of the Service Quality of Pharmaceutical Education, Department of Pharmacy”**. Virginia Common Wealth University, American Journal of pharmaceutical Ed., 67(4) Article 108.

طراحی مدل مدیریت پیامدهای بدبینی نسبت به تغییرات سازمان (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان)

منیژه جهان بین^۱
محمدحسین مشرف جوادی^۲
سردار محمدی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۳/۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۷/۱۷

بدبینی سازمانی، یکی از موضوعات مهم رفتاری است که در زمینه‌های مختلفی می‌تواند اتفاق بیفتد. یکی از این موارد، تغییر سازمانی است. بدبینی سازمانی از پدیده‌های نامطلوب بر عملکرد کاری کارکنان در سازمان‌هاست و طراحی مدلی برای شناسایی عوامل موثر بر بدبینی نسبت به تغییرات کنونی یا آتی در سازمان از اهمیت مضاعفی برخوردار است. هدف پژوهش حاضر، بررسی علل و پیامدهای بدبینی در زمینه تغییرات سازمانی وزارت ورزش و جوانان بوده است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان (۸۸۰ نفر) بود که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۳۷۰ نفر برآورد گردید. ابزار سنجش، پرسش‌نامه بود که روایی آن از طریق تحلیل عاملی تاییدی و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ به دست آمد. نتایج تحقیق منجر به طراحی مدل مدیریت پیامدهای بدبینی نسبت به تغییرات سازمانی شد که به ترتیب اولویت دارای ۴ متغیر زیر است: سطح عملکرد شغلی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و افزایش سطح ترک خدمت. همچنین، افزایش بدبینی سازمانی منجر به کاهش رضایت شغلی، تعهد سازمانی و تعهد ترک خدمت و در شرایط عکس آن منجر به افزایش این مولفه‌ها می‌گردد. کاهش بدبینی سازمانی منجر به کاهش احساس از خودبیگانگی شغلی می‌شود.

واژگان کلیدی: بدبینی سازمانی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و وزارت ورزش و جوانان

۱. دکترای مدیریت منابع انسانی، پژوهشکده شاخص پژوه، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Manizhe_jahanbin@yahoo.com

۲. استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
۳. دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه کردستان، کردستان، ایران

مقدمه

برخورداری از کارکنانی متعهد، آگاه و وفادار مهمترین عامل موفقیت سازمان است. اولویت اصلی هر سازمانی باید جلب و حفظ کارکنان متعهد و شایسته باشد. ناکامی در تحقق این امر به معنای از دست دادن کارآیی، عدم رشد و از دست دادن کسب و کار است. موفقیت در دنیای رقابتی متعلق به سازمان هایی است که کارکنان متعهد و وفادار را بزرگترین سرمایه خود بدانند. بسیاری از صاحب نظران معتقدند که منابع انسانی تنها مزیت رقابتی است که سازمان ها باید با اقدامات مناسب و درست، این نیروی بالقوه را به نیروی بالفعل تبدیل و آنان را در جهت سازمان هدایت کنند. سازمان های فاقد منابع انسانی یک مسئله چالش برانگیز است که از آن طریق برای حفظ کارکنان و ساخته های سازمانی جدید رو به تغییر هستند و سازمان ها و منابع انسانی تحت تاثیر تهدیدهای مختلفی قرار گرفته اند. از این رو، مدیریت منابع انسانی یک مسئله چالش برانگیز است که از آن طریق برای حفظ کارکنان و اجرای اهداف سازمانی تلاش می گردد. از جمله تهدیدهای وارده می توان به بدبینی سازمانی اشاره نمود که به عنوان یکی از مهم ترین نگرش های کارکنان بتازگی مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است (Cinar, 2014).

تغییرات سازمانی و الزامات آنها

جهان همواره در حال تغییر و تحول است و ادامه حیات ذرات هستی در گرو همین تغییرات است. تغییر در همه پدیده های جهان جریان دارد و این تنها به طیف خاصی محدود نیست. تغییر پیش از پیدایش بشر وجود داشته و همیشه نیز وجود خواهد داشت. چرا که در غیر این صورت، در هر موقعیت و لحظه از زمان، انتقال به زمان و شرایط بعدی ممکن نخواهد بود. بشر همیشه درصدد ایجاد تغییرات مثبت، مهار تغییرات منفی و مبارزه با آثار آن بوده و سعی نموده است که تغییرات را مدیریت نماید تا از آثار زیان بار آنها در امان بماند. سازمان ها و بنگاه های اقتصادی نیز در دنیای پرشتاب امروزی پیوسته در حال تغییر و تحول هستند و سازمان هایی می توانند باقی بمانند که برای بقای خود مزیت رقابتی به وجود آورند. اکنون سئوالی که به ذهن متبادر می شود این است که آیا تغییر فرایندی مثبت است یا منفی؟ نگرش به تغییر در دنیای مدیریت، نگرشی سیستمی و مبتنی بر فرآیند است. فرآیند از جایی آغاز و در جایی پایان می پذیرد. بنابراین می توان گفت که فرآیند مدیریت تغییر، فرایندی آگاهانه و مبتنی بر رویکردی تعریف شده می باشد. از آن جا که نیروی انسانی در سازمان ها مهم ترین عامل اثربخشی و کارآیی هستند، شناخت عوامل موثر بر عملکرد و واکنش کارکنان از جمله تغییرات درون سازمانی در سطوح مدیریت حائز اهمیت است:

مراحل چرخه حیات یک سازمان عبارت اند از:

۱. مرحله کارآفرینی؛
 ۲. مرحله اشتراک مساعی (همکاری گروهی)؛
 ۳. مرحله رسمی شدن سازمان؛
 ۴. مرحله تدبیراندیشی.
- منظور از تغییر سازمانی، مرحله دوم حیات سازمان یعنی مرحله رشد سازمان است. به محض بوجود آمدن سازمان، تغییر به دو شکل آغاز می شود:
۱. سازمان ها برای بقا خود را با محیط تطبیق می دهند.
 ۲. محیط سازمان ها را برای بقا گزینش می کند.
- مشارکت در تغییرات سازمانی نیازمند احساس و باور اعتماد به توانمندی مدیران و در بیشتر شرایط اطمینان از

خیرخواهی مدیران حامی تغییر است. برخی تغییرات سازمانی ممکن است هیچگاه موفق نشوند، چرا که تجارب مشابه آن تغییرات در گذشته شکست خورده و یا عملاً تعهد و قول‌های ادا شده مدیران در گذشته به حقیقت نپیوسته باشد. در خیلی از این مواقع، ممکن است علت اصلی نه نیت بد مدیران، بلکه فقدان قابلیت‌های لازم برای رهبری اثر بخش تغییرات سازمانی باشد. مدیران و کارکنان زیادی در صدها سازمان، منازعات و درگیری‌ها، موفقیت‌ها، شکست‌ها و ناکامی‌های ناشی از تغییرات در کسب و کار را تجربه کرده اند.

بدبینی در سازمان نسبت به تغییرات

تغییرات و نوآوری که در برگیرنده کیفیت محصول، خدمت به مشتریان، مهندسی مجدد، فرهنگ، کار گروهی و... می‌باشند، ممکن است از دیدگاه افراد به طور متفاوتی نگریسته شود. به عبارت دیگر، سطح شور و شوق برای طرح‌های جدید از فردی به فرد دیگر و از سطح سلسله مراتبی به سطح سلسله مراتبی دیگر متفاوت است. سطوح بالای سازمان ممکن است تغییرات را به عنوان چالش‌های جالب و یا به عنوان پاسخ‌های مناسب و به موقع به تغییر شرایط رقابتی حس کنند، اما سطوح پایین سازمان ممکن است تغییرات را به عنوان عیوب و نواقص ضروری و یا اقدامات غیر قابل درکی از سوی مدیران ارشد سازمان در نظر بگیرند که ارتباطی با اقدامات و کارهای روزانه سازمان در سطوح پایین ندارد (Reichers & et al, 1997). یکی از علل عدم استقبال کارکنان از تغییر سازمانی، بدبینی نسبت به تغییرات و پیامدهای آن است. محققان معتقدند که بدبینی نسبت به تغییر سازمانی متفاوت از شک و تردید است. افراد شکاک در مورد احتمال موفقیت مرددند، اما هنوز هم به شکلی منطقی امیدوار به تغییر مثبت هستند. همچنین بدبینی، متفاوت از مقاومت در برابر تغییر است، چرا که مقاومت در برابر تغییر نتیجه خودشیفتگی، سوء تفاهم و تحمل ذاتی کم برای تغییر است.

بدبینی، تبعات مهمی برای سازمان دارد. بدبینی سازمانی باعث می‌شود کارکنان به سازمان، شغل و عقاید، احساسات و رفتارهای خود نگرش منفی داشته باشند (حسن پور و همکاران، 1388). معمولاً کارکنان در مقابل تغییرات سازمانی از خود مقاومت نشان می‌دهند، اما مقاومت در برابر تغییر متفاوت از بدبینی نسبت به تغییر است. بدبینی به معنای بی اعتقادی، داشتن احساس منفی و بروز رفتار همسو یا باور و احساس منفی است (نجاری، 1394). به عبارت دیگر، در بدبینی، کارکنان نگرش منفی نسبت به سازمان دارند و با یاس و ناامیدی به سازمان نگاه می‌کنند. بنابراین ممکن است افراد در درون سازمان علاوه بر مقاومت در برابر تغییر، نسبت به تغییر بدبین باشند. اگر از دیدگاه روانشناختی به بدبینی نگریسته شود، مفهوم بدبینی بیشتر اشاره دارد به بی اعتمادی نسبت به مردم و اعتقاد به اینکه دیگران خودخواه هستند و ارزش اعتماد و تکیه کردن ندارند (Cook & Medley, 1954). کارکنان بدبین در جهت شخصی کردن دلایل مشکلات سازمانی نقش تعیین کننده‌ای دارند. بنابراین آنها یک کمک اساسی را برای تعیین جهت گیری‌های اشتباه و مشکلات فراهم می‌آورند که برای تغییر سازمانی ضروری می‌باشد (Bommer et al, 2005).

جانسون و اولری کلی (2003)^۱ بدبینی سازمانی را نه فقط احساساتی می‌دانند که افراد بدبین از سازمان به دست می‌آورند، بلکه آن را شکل گیری تجربیات با نگرش‌هایی از زمینه و چارچوب سازمانی بر می‌شمارند. کارترایت و هولمز^۲ (2006) نیز بدبینی را شامل سه بعد باورها، احساس و رفتار می‌دانند. باور به اینکه سازمان فاقد صداقت است و اینکه اقدامات سازمانشان نشان دهنده نبود اصولی مثل عدالت، صداقت و صمیمیت است. بدبینی از طریق احساس و شناخت تجربه می‌شود و قضاوت بی طرفانه درباره سازمان نیست، بلکه می‌تواند شامل واکنش‌های

1. Johnson & O'Leary-Kelly

2. Cartwright & Holmes

عاطفی قوی باشد. همچنین، بدبینی گرایش به رفتار منفی و اغلب بدخواهانه است؛ رفتارهایی مثل مورد انتقاد قرار دادن سازمان و صحبت کردن درباره عدم صداقت و درستی سازمان.

بدبینی سازمانی در زمینه‌های مختلفی می‌تواند اتفاق بیفتد. یکی از این موارد، تغییر سازمانی است. محدود کردن تصورات در مورد بدبینی سازمانی منجر به چشم پوشی از محرومیت‌ها و معایبی می‌شود که افراد بدبین در مورد سازمان خود احساس و بیان می‌کنند. بدبینی سازمانی رفتارهای نهان و آشکاری را در پیام‌های سازمانی مهمی که دارند مجسم می‌کند. اگر بدبینی گسترده‌ای درباره تغییر در یک سازمان خاص وجود داشته باشد، احتمال دارد حتی صادقانه‌ترین و ماهرانه‌ترین تلاش‌ها در جهت تغییر سازمانی به وسیله شیوع بدبینی با ممانعت واقع شود (Wanous, 2002). بدبینی سازمانی یکی از مهم‌ترین پدیده‌های قرن حاضر در مشکلات سازمانی است و عوامل زیادی در پیدایش این بدبینی در سازمان مؤثرند. گراهام و گادکس در بحث روندهای کسب و کار عوامل متعددی را مطرح کردند که نشان دهنده تفاوت سازمان‌های امروزی با سازمان‌های گذشته است. بدین ترتیب، می‌توان گفت که بدبینی سازمانی منجر به پیامدهای مهمی می‌شود که یکی از این پیامدها، پیامدهای نگرشی است. بدبینی کارکنان دارای عواقب منفی متعددی همچون کاهش سطح عملکرد شغلی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و افزایش سطح ترک خدمت است (Chiabaru et al. 2005).

سطح عملکرد شغلی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و ترک خدمت

برخی از مولفه‌های تاثیر پذیر یا تاثیر گذار بر بدبینی سازمانی نسبت به تغییرات عبارت اند از:

سطح عملکرد شغلی

عملکرد مناسب و اثر بخش کارکنان، یکی از کلیدهای موفقیت سازمان هاست. عملکرد خوب به معنی بهره‌وری، کیفیت، سود آوری و مشتری مداری است. به همین دلیل است که سازمان‌های موفق جهان، تلاش می‌کنند تا عوامل موثر بر عملکرد و رفتار کارکنان را شناسایی و مدیریت کنند و با فراهم کردن این عوامل، بر عملکرد کارکنانشان (هم از نظر میزان و هم از نظر کیفیت) بیفزایند. برخی از اندازه‌گیری‌های که اخیراً در بعضی کشورها و شرکت‌ها انجام شده نشان می‌دهد که هنوز ظرفیت بلااستفاده زیادی در منابع انسانی سازمان‌ها وجود دارد که می‌توان آنها را از طریق مدیریت عملکرد فعال کرد و به کار گرفت. برای مثال، بر اساس اطلاعات مطرح شده در سی و پنجمین کنفرانس جهانی مدیریت منابع انسانی (لیسون ۲۰۰۴) فقط ۱۷ درصد از کارکنان انگلیسی با استفاده از همه توان و ظرفیت‌های خود کار می‌کنند و یا بر اساس اطلاعات ارائه شده از موسسه نگرش سنجی گالوپ، سالانه بیش از ۳۸۲ میلیارد دلار هزینه به اقتصاد آمریکا تحمیل می‌شود، چرا که درصد قابل توجهی از کارکنان عملکرد مطلوبی ندارند و این عملکردها و رفتارهای نامطلوب و غیر رضایت بخش به کاهش بهره‌وری و کیفیت، از دست رفتن سهم بازار، دوباره کاری، اتلاف منابع و نارضایتی مشتریان و سایر ذینفعان می‌انجامد.

رضایت شغلی

به واکنش‌های شناختی، عاطفی و سنجشی افراد نسبت به شغلشان اطلاق می‌گردد. عوامل مهم در رضایت شغلی شامل دو گروه اند که توسط زنجیره‌ای از پژوهش‌های مختلف مشخص شده‌اند: عوامل سازمانی و عوامل شخصیتی. از میان عوامل سازمانی می‌توان به سیستم پاداش، کیفیت شخصی پایگاه و ارشدیت، عزت نفس بالا، خوش بین بودن، رضایت از زندگی و عوامل ژنتیکی اشاره کرد. عواملی که بر رضایت‌مندی شغلی تأثیر می‌گذارند را نیز می‌توان به عوامل درونی و بیرونی تقسیم نمود. عوامل بیرونی به نوبه خود، به دو شکل شرایط کاری و مناسبات بین شخصی در کار نمود می‌یابند. از نتایج دیگر رضایت‌مندی شغلی می‌توان رضایت‌مندی کلی از زندگی، سازگاری عاطفی و

غیبت از کار را نام برد. از آنجایی که رضایت‌مندی شغلی می‌تواند منبع فشار باشد و فشار موجب بیماری‌های متعدد جسمی می‌شود، این پیوند منطقی می‌نماید. رضایت شغلی نشان‌دهنده حدی است که افراد از شغل خود راضی هستند و آن را دوست می‌دارند. برخی افراد از کار خود لذت می‌برند و آن را به عنوان محور اصلی زندگی خود تلقی می‌نمایند و برخی از کار خود متنفرند و فقط به این دلیل که مجبورند، آن را انجام می‌دهند. مفهوم رضایت شغلی بیانگر احساسات و نگرش‌های مثبتی است که شخص نسبت به شغلش دارد. وقتی گفته می‌شود که کسی از رضایت شغلی سطح بالایی برخوردار است، یعنی به طور کلی، شغلش را دوست می‌دارد، برای آن ارزش زیادی قائل است و به گونه‌ای مثبت به آن می‌نگرد و در مجموع، از احساس خوب و مطلوبی نسبت به آن برخوردار است.

تعهد سازمانی

آلن و می‌یر یکی از مهم‌ترین مطالعات را در زمینه چند عاملی بودن تعهد انجام داده‌اند. ابعاد تعهد سازمانی بر گرفته شده از مدل آنها شامل تعهد عاطفی، تعهد مستمر و تعهد هنجاری به شرح زیر است:

تعهد عاطفی

آنها تعهد عاطفی را به عنوان وابستگی عاطفی فرد به سازمان و تعیین هویت شدن از طریق آن می‌دانند. اگر تعهد سازمان را چنین تعریف کنیم، تعهد عاطفی شامل سه جنبه می‌شود:

- صورتی از وابستگی عاطفی به سازمان؛
- تمایل فرد برای تعیین هویت شدن از طریق سازمان؛
- میل به ادامه فعالیت در سازمان.

تعهد مستمر (عقلانی)

تعهد مستمر بر مبنای تئوری سرمایه‌گذاری‌های بیکر قرار دارد. این تئوری بر این اساس، با گذشت زمان فرد، سرمایه‌ای را در سازمان انباشته می‌کند. هر چقدر سابقه او بیشتر شود، این سرمایه نیز انباشته‌تر می‌شود و از دست دادن آن برای فرد هزینه بیشتری خواهد داشت. این سرمایه‌گذاری‌ها شامل زمان کسب مهارت‌های ویژه سازمان می‌شود که قابل انتقال نیست. بیکر (۱۹۶۰) تعهد را به عنوان تمایل به انجام مجموعه فعالیت‌های مستمر تعریف می‌کند. این تمایل به دلیل ذخیره شدن اندوخته‌ها و سرمایه‌هاست که با ترک آن فعالیت، این اندوخته‌ها را از بین می‌برد. اصطلاح "سرمایه‌گذاری" اشاره به ارزشی دارد که فرد در سازمان سرمایه‌گذاری کرده است - مثل زمان، تلاش، کوشش، پول و ... که می‌تواند سوخت یا بی ارزش شود.

تعهد هنجاری

سومین بُعد تعهد سازمانی، تعهد هنجاری است که نشان‌دهنده یک نوع احساس تکلیف برای ادامه همکاری با سازمان است. پس کارکنان تا زمانی در سازمان باقی خواهند ماند که از نظر آنان ماندن در سازمان عمل درستی باشد. تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری امروزه به عنوان ابعاد (اجزای) قابل تشخیص تعهد نگرشی بررسی می‌شوند تا اینکه به عنوان انواع تعهد مد نظر قرار گیرند. پس به نظر می‌رسد که ماهیت ارتباط فرد با سازمان در هر یک از اجزای سه‌گانه تعهد (عاطفی، مستمر و هنجاری) متفاوت می‌باشد. کارکنان با تعهد عاطفی قوی به این دلیل با سازمان می‌مانند که به آن تمایل دارند؛ افرادی که تعهد مستمر قوی دارند، به علت نیاز خود در سازمان می‌مانند و آنانی که تعهد هنجاری قوی دارند، به این دلیل در سازمان می‌مانند که احساس می‌کنند باید بمانند و در واقع احساس مسئولیت، دین و تکلیف به ماندن در سازمان می‌کنند.

دیدگاه های کلی در مورد تعهد سازمانی

امروزه دو دیدگاه در مورد تعهد سازمانی وجود دارد:

۱. دیدگاه نگرشی که تعهد را به عنوان امری عاطفی یا نگرشی می داند و معتقد است که تداوم کار افراد در جهت تعقیب اهداف سازمان از آن روست که آنها از طریق سازمان، هویت می یابند. این دیدگاه نوعاً با مقیاس پورتر، عملیاتی و قابل محاسبه شده است.

۲. دیدگاه رفتاری که از دریچه کاملاً متفاوتی به تعهد سازمانی می نگرد و تعهد را بیشتر امری رفتاری در نظر می گیرد تا نگرشی. بر طبق این دیدگاه که ناشی از نظرات بیکر است، افراد برای جلب منافع چون برخورداری از مزایا و ارتقای شغلی، به سازمان وابسته می شوند، نه به علت داشتن احساسات و عواطف مطلوب به آن.

ترک خدمت

از جمله تلاش های مدیریت سازمان ها برای حفظ و نگهداری منابع انسانی که ثروت اصلی هر سازمانی محسوب می شود، ایجاد رضایت و پیشگیری از تمایل ترک خدمت پرسنل می باشد. بدیهی است که عوامل موثر بر آن بسیار متنوع بوده و در سازمان های مختلف متفاوت است. ترک خدمت می تواند به دو شکل صورت گیرد: به صورت مستقیم که در این حالت کارمند با میل و یا علی رغم میل خود محل کار خود را ترک می کند و دیگر حضور فیزیکی در محیط کار خود ندارد.

به صورت غیر مستقیم و یا ترک خدمت مجازی که در این حالت کارمند حضور دارد، ولی ذهن و فکر و تخصص اش حضور ندارد- این حالت خطرناک ترین حالت ممکن هست.

پس به طور خلاصه واژه ترک خدمت چنین تعریف می شود: خروج اختیاری کارکنان از سازمان که موجب وقفه در عملیات سازمان می شود. بدیهی است که جایگزین نمودن افراد برای سازمان پرهزینه می باشد و از نظر فنی و اقتصادی نیز نامطلوب است. ترک خدمت ممکن است ارادی و مربوط به عدم رضایت شغلی باشد و یا دلایل شخصی داشته باشد که از کنترل مدیر خارج است. از طرف دیگر، ترک خدمت می تواند ناشی از مدرنیزه شدن کارخانه، فقدان سفارشات برای تولید، کمبود مواد اولیه و در کل، بر اثر وضعیت دشوار اقتصادی باشد. در چنین مواردی، موضوع ترک خدمت باید به طور جدی مورد رسیدگی قرار گیرد و هر جا که ضرورت دارد، اقدامات اصلاحی صورت پذیرد.

عوامل ارادی و غیر ارادی موثر در ترک خدمت عبارت اند از:

عوامل غیر ارادی:

- بازنشستگی اجباری
- انفصال موقت و دائم از خدمت
- اخراج
- تعدیل و یا کاهش نیروی کار
- از کار افتادگی
- بیماری بلند مدت
- عوارض جسمانی یا روانی
- مرگ

عوامل ارادی:

- درآمد بیشتر در سازمان دیگر
- سازمان مناسب تر
- تعرض و تنش با مدیریت و یا همکاران
- تغییر محل خدمت
- تغییر مسیر شغلی و حرفه ای
- درخواست همسر
- نیاز به حضور در منزل

در پایان، باید گفت اگر چه مدت زیادی است که محققان از وجود بدبینی در سازمان ها و اثرات بسیار گسترده آن در محیط کاری آگاهی دارند، اما در مورد این موضوع که کدامیک از مؤلفه های موثر در ایجاد بدبینی سازمانی نقش پررنگتری نسبت به تغییرات ایفا می کنند، توجه جدی صورت نگرفته است.

با عنایت به اینکه این موضوع در مورد وزارت ورزش و جوانان نیز مصداق دارد و با توجه به مطالعات موجود و سوابق اجرایی محقق در این حوزه طی سالیان دراز به نظر می رسد موضوع بدبینی به عنوان یکی از عوامل منفی در برابر تغییرات سازمانی وزارت ورزش و جوانان نقش قابل توجهی داشته باشد. در این تحقیق سعی شده با توجه به اهمیت موضوع و همچنین رسالت خطیر وزارت ورزش و جوانان به عنوان متولی سلامت و شادابی جسم و روان آحاد جامعه و به عنوان سازمان اصلی متولی ورزش کشور که عملکرد آن در کلیه ابعاد ورزشی از همگانی گرفته تا قهرمانی و حرفه ای تاثیرگذار است و عملکرد آن زمینه ساز دستیابی به اهداف تربیت بدنی و ورزش خواهد بود، اثر بدبینی سازمانی بر تغییرات سازمانی بررسی و مدلی برای مدیریت آن بر اساس مولفه های سطح عملکرد شغلی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و افزایش سطح ترک خدمت طراحی گردد.

روش شناسی پژوهش

هدف پژوهش: طراحی مدلی جهت مدیریت پیامدهای بدبینی در زمینه تغییرات سازمانی وزارت ورزش و جوانان؛

نوع تحقیق: از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی - پیمایشی؛

جامعه آماری: کلیه کارکنان وزارت ورزش و جوانان به تعداد ۸۸۰ نفر؛

نمونه آماری: با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۳۷۰ نفر برآورد گردید؛

ابزار سنجش: پرسش نامه محقق ساخته؛

روایی و پایایی: روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها، توسط ۲۰ نفر از اساتید مدیریت بررسی و پس از اصلاحات، مورد تایید قرار گرفت. پایایی ابزار نیز در یک مطالعه راهنما با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه $\alpha = 0/85$ به دست آمد؛

ابزار تحلیل داده ها: نرم افزار Amos، SPSS22، Lisrel، روش های آماری توصیفی و استنباطی (جهت آزمون فرضیات و مدل سازی معادلات ساختاری).

یافته های پژوهش

به منظور برآورد حجم نمونه از نرم افزار SPSS استفاده گردید. با مدنظر قرار دادن حداکثر متغیر مستقل اثرگذار (شش متغیر) بر متغیرهای وابسته درگیر در مدل های رگرسیونی پژوهش و درصد خطای ۰/۰۵، توان بالاتر از ۰/۸۰ و حجم اثر ۰/۰۵، حجم نمونه تعداد ۳۷۰ نفر برآورد گردید. مطلوب ترین مقدار درصد خطا ۰/۰۵، توان ۰/۸۰ و حجم اثر ۰/۰۵ برای روش های تحلیلی آماری مبتنی بر رگرسیون است.

جدول ۱: برآورد حجم نمونه با نرم افزار SPSS Sample Power

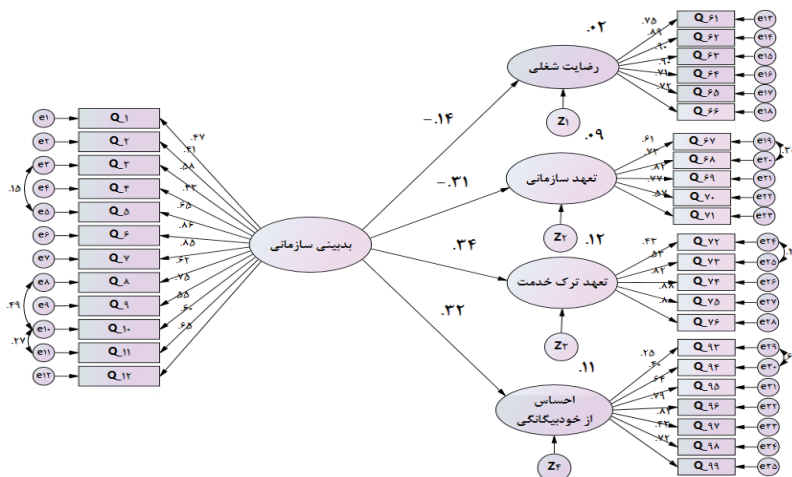
درصد خطا	توان آزمون	حجم اثر	حجم نمونه
۰/۰۵	۰/۸۰	۰/۰۵	۳۷۰

یافته های جمعیت شناختی

نتایج بررسی مشخصات فردی نشان داد که از ۳۷۰ کارکنان وزارت ورزش و جوانان مورد بررسی ۴۵/۷ درصد زن و ۵۴/۳ درصد مرد بودند. همچنین، ۱۵/۴ درصد مجرد و ۸۴/۶ درصد متاهل، به لحاظ تحصیلات، ۸/۱ درصد از کارکنان وزارت ورزش و جوانان دیپلم، ۸/۴ درصد فوق دیپلم، ۵۰ درصد کارشناسی، ۳۲/۴ درصد کارشناسی ارشد و ۱/۱ درصد دکترا داشتند. از لحاظ سابقه کار ۱۲/۲ درصد کمتر از ۵ سال سابقه کار، ۱۷/۸ درصد ۶ تا ۱۰ سال سابقه کار، ۲۲/۷ درصد ۱۱ تا ۱۵ سال سابقه کار، ۲۱/۶ درصد ۱۶ تا ۲۰ سال سابقه کار، ۲۵/۷ درصد ۲۱ تا ۲۵ سال سابقه کار داشتند. همچنین، ۱۳/۵ درصد کمتر از ۳۰ سال، ۴۳/۸ درصد ۳۱ تا ۴۰ سال، ۳۴/۱ درصد ۴۱ تا ۵۰ سال و ۸/۶ درصد بالاتر از ۵۰ سال سن داشتند.

مدل معادلات ساختاری مرتبط با متغیر بدبینی سازمانی

با کمک لیزرل، مدل معادلات ساختاری مرتبط با متغیر بدبینی نسبت به تغییرات سازمانی ترسیم شد:



شکل ۱: مدل ساختاری متغیر بدبینی سازمانی

جدول ۲: شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Holtzer	مقتصد			تطبیقی			مطلق		شاخص
	RMSEA	CMIN/DF	DF	PCFI	CFI	TLI	GFI	CMIN	
۱۷۱	۰/۰۶	۲/۳۲	۵۵۰	۰/۸۲	۰/۹۰	۰/۸۸	۰/۸۹	۱۲۷۶	مقدار

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 می‌شوند. به عبارت دیگر، برازش داده‌ها به مدل برقرار است و همه شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۳: برآورد اثر ابعاد متغیر بدبینی سازمانی بر پیامدهای نگرشی ۱

P. Value	نسبت بحرانی	برآورد		ضریب تعیین	متغیر وابسته	مسیر	تغییر مستقل
		استاندارد	غیراستاندارد				
۰/۰۱۶	-۲/۴۱	-۰/۱۴	-۰/۱۸	۰/۰۲	رضایت شغلی	<---	بدبینی سازمانی
۰/۰۰۱	-۴/۷۳	-۰/۳۱	-۰/۲۵	۰/۰۹	تعهد سازمانی	<---	
۰/۰۰۱	۴/۷۴	۰/۳۲	۰/۲۳	۰/۱۲	تعهد ترک خدمت	<---	
۰/۰۰۱	۳/۴۴	۰/۳۲	۰/۱۲	۰/۱۱	احساس از خودبیگانگی	<---	

مقادیر برآورد شده در جدول بالا بیانگر این است:

- اثر بدبینی سازمانی بر رضایت شغلی

۱) متغیر بدبینی سازمانی در مجموع ۲ درصد از واریانس رضایت شغلی را تبیین می‌کند و با توجه به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار کوچک برآورد می‌شود. به عبارت دیگر، متغیر بدبینی سازمانی در حد پایین توان تبیین واریانس رضایت شغلی را دارد.

۲) اثر متغیر بدبینی سازمانی بر رضایت شغلی به لحاظ آماری معنادار است ($p \geq 0.05$). بنابراین، این فرضیه که بدبینی سازمانی بر رضایت شغلی در وزارت ورزش و جوانان اثر دارد، تأیید می‌شود. با توجه به مقدار ضریب، این اثر معکوس و ضعیف برآورد می‌شود؛ به این معنا که افزایش بدبینی سازمانی منجر به کاهش رضایت شغلی و کاهش بدبینی سازمانی منجر به افزایش رضایت شغلی می‌گردد.

- اثر بدبینی سازمانی بر تعهد سازمانی

۱) بدبینی سازمانی ۹ درصد از واریانس تعهد سازمانی را تبیین می‌کند و با توجه به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار کوچک برآورد می‌شود. به عبارت دیگر، متغیر بدبینی سازمانی در حد پایین توان تبیین واریانس تعهد سازمانی را دارد.

۲) اثر بدبینی سازمانی بر تعهد سازمانی به لحاظ آماری معنادار است ($p \geq 0.05$). بنابراین، فرض پژوهش مبنی بر اینکه بدبینی سازمانی بر تعهد سازمانی در وزارت ورزش و جوانان اثر دارد، تأیید می‌شود. با توجه به این که مقدار ضریب این اثر معکوس و در حد متوسط می‌باشد، افزایش بدبینی سازمانی منجر به کاهش و کاهش

۱. برآورد خودگردان

بدبینی سازمانی منجر به افزایش تعهد سازمانی می‌گردد.

- اثر بدبینی سازمانی بر تعهد ترک خدمت

۱) بدبینی سازمانی ۱۲ درصد از واریانس تعهد ترک خدمت را تبیین می‌کند و با توجه به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار کوچک برآورد می‌شود. به عبارت دیگر، متغیر بدبینی سازمانی در حد پایین توان تبیین واریانس تعهد ترک خدمت را دارد.

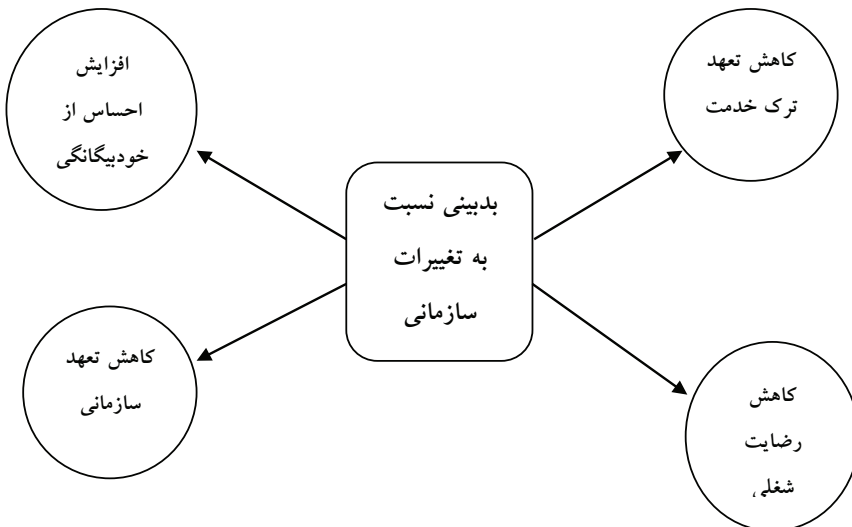
۲) اثر متغیر بدبینی سازمانی بر تعهد ترک خدمت به لحاظ آماری معنادار است ($p \geq 0/05$). بنابراین، این فرض پژوهش که بدبینی سازمانی بر تعهد سازمانی در وزارت ورزش و جوانان اثر دارد، تأیید می‌شود. با توجه به این که مقدار ضریب تأثیر این اثر مستقیم و در حد متوسط برآورد می‌شود، افزایش بدبینی سازمانی منجر به افزایش و کاهش بدبینی سازمانی منجر به کاهش تعهد ترک خدمت می‌گردد.

- اثر بدبینی سازمانی بر احساس از خودبیگانگی

۱) بدبینی سازمانی ۱۱ درصد از واریانس احساس از خودبیگانگی را تبیین می‌کند و با توجه به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار کوچک برآورد می‌شود. به عبارت دیگر، متغیر بدبینی سازمانی در حد پایین توان تبیین واریانس احساس از خودبیگانگی را دارد.

۲) اثر متغیر بدبینی سازمانی بر احساس از خودبیگانگی به لحاظ آماری معنادار است ($p \geq 0/05$). بنابراین فرض پژوهش مبنی بر اینکه بدبینی سازمانی بر احساس از خودبیگانگی در وزارت ورزش و جوانان اثر دارد، تأیید می‌شود. با توجه به مقدار ضریب تأثیر می‌توان گفت این اثر مستقیم و در حد متوسط برآورد می‌شود. به این معنا که افزایش بدبینی سازمانی منجر به افزایش و برعکس کاهش بدبینی سازمانی منجر به کاهش احساس از خودبیگانگی می‌گردد.

به استناد مدل SEM و نتایج فرضیات تحقیق، «مدل مدیریت پیامدهای بدبینی نسبت به تغییرات سازمانی» به صورت زیر طراحی شد:



نتیجه گیری

در دنیای پیچیده امروز که رقابت بسیار زیادی در بین جوامع مختلف در راستای دستیابی به جدیدترین فن آوری ها، با صرفه ترین منابع و مجرب ترین نیروهای انسانی وجود دارد، منابع انسانی به ویژه افراد خلاق، نوآور، کارآفرین و صاحب اندیشه های نو، به مثابه با ارزش ترین سرمایه های انسانی هستند. تاکید بر ظرفیت سازی و ارتقای کیفی منابع انسانی جهت کسب مزیت رقابتی در سراسر جهان از اهمیت بالایی برخوردار است. از این رو، در سازمانی مانند وزارت ورزش و جوانان که مأموریت و رسالت اصلی آن ایجاد زمینه و بستری مناسب برای ارائه خدمات مختلف ورزشی در سراسر کشور به منظور افزایش سطح سلامت آحاد مردم از طریق فعالیت های بدنی و ورزشی است، توجه ویژه به کارکنان به عنوان بزرگترین سرمایه سازمانی و ارتباط بین آنان از اهمیت بالایی برخوردار می باشد. تغییرات سریع و مداوم یکی از چالش های اساسی سازمان های امروزی است. سازمان ها معمولاً دارای اهداف مشترکی چون کیفیت کاری بالا، عملکرد موثر و ارائه خدمات مناسب مشتری در محیطی بسیار پویا و متغیر هستند.

متغیر بدبینی سازمانی در مجموع ۲ درصد از واریانس رضایت شغلی را تبیین می کند و اثر متغیر بدبینی سازمانی بر رضایت شغلی به لحاظ آماری معنا دار است. بنابراین، این فرضیه که بدبینی سازمانی بر رضایت شغلی در وزارت ورزش و جوانان اثر دارد تایید می شود. به این معنا که یافته ها نشان دادند که افزایش بدبینی سازمانی منجر به کاهش رضایت شغلی و کاهش بدبینی سازمانی منجر به افزایش رضایت شغلی می گردد. یافته ها همچنین نشان دادند که افزایش بدبینی سازمانی منجر به کاهش تعهد سازمانی و کاهش بدبینی سازمانی منجر به افزایش تعهد سازمانی می شود - هر چه بدبینی کارکنان کمتر شود، تعهد سازمانی آنها بیشتر می شود. این یافته ها نتایج قبلی را تایید می کند که بدبینی سازمانی منجر به پیامدهای مهمی می شود که یکی از آنها، پیامدهای نگرشی است. بدبینی کارکنان دارای عواقب منفی متعددی همچون کاهش سطح عملکرد شغلی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و افزایش سطح ترک خدمت است (Chiabaru et al. 2005). همچنین، یافته های چیاپورو (۲۰۱۳) نشان داد که بدبینی به طور منفی به رضایت شغلی و تعهد سازمانی مرتبط است و به طور مثبت با تمایلات ترک خدمت ارتباط دارد. او اندازه تاثیرات بزرگتری را برای رضایت شغلی و تعهد سازمانی به نسبت تمایلات ترک خدمت در نظر داشته است.

یافته ها همچنین نشان دادند که افزایش بدبینی سازمانی منجر به افزایش احساس از خود بیگانگی شغلی و بر عکس کاهش بدبینی سازمانی منجر به کاهش احساس از خود بیگانگی شغلی می گردد. یافته های حقیقی (۱۳۹۰) نیز نشان داد که ارتباط معنا داری بین این دو وجود دارد که با یافته های پژوهش حاضر هم خوانی دارد.

منابع

- حسن پور، اکبر؛ نوری، روح الله و کیایی، مجتبی. (۱۳۸۸). «بدبینی سازمانی، علل و پیامدهای آن». فرهنگ مدیریت. سال هفتم، (۱۹)، ۱۱۹-۱۴۲.
- صفاپور، گار و خورکی، طیب. (۱۳۹۲). «طراحی مدل ارتباط بین بدبینی و رفتار شهروندی سازمانی». دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی.
- حقیقی کفاش، مهدی؛ مظلومی، نادر و میرزا محمدی، فرزانه. (۱۳۹۰). «بدبینی سازمانی، علل و پیامدهای بدبینی سازمانی». مطالعات مدیریت بهبود و تحول. (۶۴)، ۱۱۷-۱۳۹.
- زارع، حمید؛ حق گوین، زلفا و کریمی اصل، زهرا. (۱۳۹۳). «شناسایی عوامل موثر بر بدبینی سازمانی و سنجش آن در دستگاه‌های دولتی استان قم». مجله مدیریت فرهنگی سازمانی. (۳۰)، ۱۵۹-۱۸۰.

- Beduk, A. , Cakici, A. B. , & Cicekdagi, H. I. (2015). **An organizational evaluation on cynicism and organizational commitment: example of disaster and emergency employees**. Canadian Center of Science and Education 3, 18-31.
- Bellini, D. , Ramaci, T. , & Bonaiuto, M. (2015). **“The Restorative Effect of the Environment on Organizational Cynicism and Work Engagement”**. Journal of Human Resource and Sustainability Studies, 3(03), 124.
- Banks, G. C. , Whelpley, C. E. , Oh, I. -S. , & Shin, K. (2012). **“(How) are emotionally exhausted employees harmful?”**. International Journal of Stress Management, 19(3), 198.
- Çınar, O., Karcıoğlu, F., & Aslan, I. (2014). **“The relationships among organizational cynicism, job insecurity and turnover intention: A survey study in Erzurum/Turkey”**. Procardia-Social and Behavioral Sciences, 150, 429-437.
- James, M. S., Ferris, G. R., & Hochwarter, W. A. (2005). **Antecedents and consequences of cynicism in organizations: An examination of the potential positive and negative effects on school systems**.
- Schleicher, Deidra J.; Hansen, S. Duane; Fox, Kevin E. (2011). **Job attitudes and work values**. APA handbook of industrial and organizational psychology. Vole 3: Maintaining, expanding, and contracting the organization. APA Handbooks in Psychology. (pp. 137-189). Washington, DC, US: American Psychological Association, viii, 960 pp. [http://dx. doi. org/10. 1037/12171-004](http://dx.doi.org/10.1037/12171-004)
- TEKIN, I. C. & BEDÜK, A. (2015). **“A Study on Measuring Public and Private Hospital Employees’ Organizational Commitment and Organizational Cynicism Levels: The Case of Konya”**. International Journal, V. 1.
- Wanous, J. P. , Reichers, A. E. , & Austin, J. T. (2000). **“Cynicism about organizational change measurement, antecedents, and correlates”**. Group & Organization Management, 25(2), 132-153.

تعیین فاکتورهای فرایند استعدادیابی: یک مطالعه اکتشافی در ورزشکاران رزمی

محمد نوحی^۱
جواد شهلائی باقری^۲
فرزاد غفوری^۳
حبیب هنری^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱/۲۳

شناخت استعدادهای ورزشی برای بهره‌گیری از توانایی بالقوه آنها امری ضروری برای مربیان و متصدیان ورزش هر کشوری محسوب می‌شود. بنابراین هدف از پژوهش حاضر، تعیین فاکتورهای فرایند استعدادیابی به عنوان یک مطالعه اکتشافی در ورزشکاران رزمی بود. روش پژوهش حاضر، اکتشافی و از نوع مدل‌سازی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران فدراسیون‌ها، قهرمانان ورزشی و متخصصان فعال در حوزه استعدادیابی در رشته‌های رزمی در میان‌سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۳ بود که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۲۰۰ نفر (۱۴۲ مرد و ۵۸ زن) پرسشنامه محقق ساخته عوامل استعدادیابی را تکمیل کردند. تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که پرسشنامه عوامل استعدادیابی در ورزشکاران رزمی از یک ساختار چهار عاملی (کشف استعداد، شناسایی استعداد، گزینش، انتخاب و به‌کارگیری) مناسبی برخوردار است که روی هم ۵۴/۹۲ درصد از واریانس ابزار

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Nouhi.mohammad@yahoo.com

۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۳. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۴. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

را تبیین می‌کند. در ادامه، تحلیل عاملی تاییدی نیز نشان داد که مدل تعیین عوامل فرایند استعدادیابی از برازش مطلوبی برخوردار است ($CFI=0/9$ ، $GFI=0/9$ ، $RMSEA=0/09$). همچنین، همسانی درونی پرسشنامه عوامل فرایند استعدادیابی با روش آلفای کرونباخ ($0/87$) به دست آمد که حاکی از همسانی درونی رضایت‌بخش این ابزار است. بنابراین به منظور شناخت عوامل دخیل در فرایند استعدادیابی می‌توان از پرسشنامه عوامل فرایند استعدادیابی استفاده کرد.

واژگان کلیدی: استعدادیابی، ورزشکاران، رزمی و اکتشافی

مقدمه

استعداد، موضوعی است که در دنیای ورزش اهمیت ویژه‌ای دارد. هر فردی می‌تواند نقاشی، خطاطی و یا آواز خواندن را یاد بگیرد، اما افراد کمی هستند که به خبرگی و استادی در آن‌ها می‌رسند. در ورزش نیز مانند هنر، کشف بااستعدادترین افراد و گزینش آن‌ها در سال‌های اول عمر و سپس کنترل و نظارت پیوسته و کمک به آن‌ها در رسیدن به بالاترین سطح از مهارت نکته بسیار مهمی است (براون، ۲۰۰۱). استعدادیابی در ورزش به معنی کشف و به فعالیت رساندن توانایی‌های بالقوه و ویژه فردی و هدایت صحیح آنان در مسیر صحیح است (بومپا، ۲۰۰۰). درواقع استعدادیابی ورزشی فرآیندی است که به‌وسیله آن افراد، بر اساس نتایج آزمون‌های سنجش عوامل ویژه هر رشته ورزشی که احتمال موفقیتشان در آن زیادتر است شناسایی و راهنمایی شوند (هاودی، ۱۳۷۸). فرآیند کشف ورزشکاران بااستعداد برای شرکت در یک برنامه تمرینی سازمان‌دهی شده، یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که امروزه در ورزش مطرح است. بنابراین در ورزش کشف افراد بااستعداد و انتخاب آن‌ها در سنین پایین و سپس هدایت، نظارت و ارزیابی آن‌ها در صعود به بالاترین سطح از مهارت اهمیت زیادی دارد (ابراهیم و حلاجی، ۱۳۸۶). هان و همکاران^۲ (۱۹۹۰) بر این باورند که روش‌های علمی بکار گرفته‌شده در شناسایی و گزینش استعداد ورزشی به احتمال زیاد مؤثر واقع شده‌اند و نقش مهمی در فروپاشی و جابجایی رکوردها و کیفیت بخشی عملکردهای ورزشی مدرن داشته‌اند. امروزه، مدیریت کشف استعدادیابی و پرورش استعدادها باعث گردیده تا فرآیند استعدادیابی جهان تغییر نماید. طی سه دهه گذشته، کشورهای زیادی به‌سوی برنامه‌های جامع و فراگیر استعدادیابی گام‌های بلندی برداشته‌اند (پلتولا، ۲۰۰۱). موفقیت رشته‌های ورزشی و فدراسیون‌های مرتبط درگرو استفاده از یافته‌های جدید علمی در حوزه تربیت بدنی و ورزش قهرمانی است. گزینش و هدایت صحیح منابع انسانی به‌عنوان اصلی‌ترین عامل ارتقای کمی و کیفی، وابسته به کاربست روش‌های علمی و کارآمد در فرآیند شناسایی استعدادهاست (ولینسزی، ۲۰۱۱). مربیان ورزش تلاش دارند تا شناسایی قهرمانان هر رشته به‌صورت تصادفی، بر مبنای علاقه شخصی و خانوادگی نباشد، بلکه با به‌کارگیری روش‌های علمی تعیین و اولویت‌بندی شاخص‌های مختلف صورت گیرد، چراکه در این صورت علاوه بر صرفه‌جویی در وقت و هزینه موفقیت گروه‌ها در رقابت بین‌المللی بهتر بوده و زمان مورد نیاز برای رسیدن به اوج عملکرد ورزشی به‌طور قابل توجهی کاهش خواهد یافت (ایمان زاده، ۱۳۸۶). درواقع تشخیص استعدادها، تعیین میزان آن‌ها و شناسایی تفاوت‌های فردی در استعدادها، مختلف مهم‌ترین کار مربیان و مشاوران است. مربیان باید قبل از اقدام به آموزش، از میزان استعدادها، افراد اطلاع داشته باشند. مشاوران نیز باید قبل از اقدام به عمل راهنمایی، استعدادها، افراد را به کمک آزمون‌های مختلف اندازه بگیرند و آن‌ها را به رشته‌هایی راهنمایی کنند که امکان موفقیتشان بیشتر است. این عمل از اتلاف وقت و صرف هزینه‌های غیرضروری جلوگیری خواهد کرد و هم مانع از شکست افراد در فعالیت‌های آینده خواهد شد (یوسفی، ۱۳۸۲).

استفاده از روش 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. در این سال سازمان تربیت بدنی، طرحی را با عنوان «استانداردهای استعدادیابی ورزش» توسط دفتر پایگاه‌های ورزش قهرمانی و امور باشگاه‌ها به انجام رسانید

1. Bompat
2. Han et al
3. Peltola

(گائینی، ۱۳۸۰). یک دیدگاه در فرآیند استعدادیابی، گزینش افرادی است که از هر جهت شایستگی لازم را برای ادامه در رشته ورزشی موردنظر داشته باشند. به دو طریق می‌توان به این مهم نائل گردید. از یک طرف، تحلیل نیازهای یک رشته معین از لحاظ بدنی، فیزیولوژیکی، روانی و حتی اجتماعی که امکان تعیین معیارهایی را برای گزینش افراد فراهم می‌آورد و از طرف دیگر، داشتن الگوهایی از ورزشکاران نخبه که خصوصیات آنها می‌تواند معیارهای موردنظر را در گزینش افراد تعیین نماید (فرخی، ۱۳۸۴). به منظور شناسایی سطوح بالای عملکردی افراد، نیمرخ‌های خاص زیست‌شناختی ورزشکاران و توانایی‌های زیست حرکتی^۱ و روان‌شناختی آنها مورد نیاز است که در صورت عدم وجود این ویژگی‌ها، حتی با وجود تمرین‌های زیاد و طاقت‌فرسا هم نمی‌توان به سطوح بالای عملکرد دسترسی پیدا کرد (ناکایاما، ۱۳۸۱). در ایران، افراد شرکت‌کننده در رشته ورزشی کاراته اغلب افرادی هستند که بر اساس تمایلات شخصی و تشویق و الگوگیری از دیگران به این ورزش می‌پردازند و بیشتر از سوی خانواده خود تشویق می‌شوند. ثابت شده است که استعداد ورزشی، نه تنها، از عوامل محیطی مانند خانواده تأثیر می‌پذیرد، بلکه از استعدادهای ذاتی کودکان نیز تأثیر می‌گیرد (هادوی، ۱۳۷۹). در ایران بنا به دلایلی، مقوله استعدادیابی و شناسایی افراد مستعد برای رشته‌های ورزشی به‌ویژه رشته رزمی با رکود مواجه است که این موضوع ممکن است در ترویج، توسعه و پیشبرد این رشته ورزشی تأثیر منفی داشته باشد (شیخ، شهبازی، امینی، غلامعلی زاده، ۱۳۸۹). با توجه به بررسی ادبیات پژوهش و فقدان روش و ابزاری مناسب و علمی در بررسی برگ خریدهای استعدادیابی در بسیاری از ورزش‌های رزمی یکی از دغدغه‌های امروزه جامعه ورزشی، دسترسی به ابزاری مدون در راه شناخت و کاربرست استعدادیابی در محیط‌های ورزشی از جمله رشته‌های ورزشی است. از سویی، قربت یافته‌های علمی و دانش تجربی مربیان، شناسایی روش‌ها و شیوه‌های استعدادیابی مؤثر، تعیین و تشخیص شاخص‌های موفقیت در ورزشکاران برجسته، طراحی دستگاه‌های مربوط به استعدادیابی و بسط و گسترش چارچوب‌های عملیاتی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. باین حال، کمبود تحقیقات و عدم نظام هماهنگ برای شناسایی و پرورش استعدادها، سستی بودن روش‌های آموزش و تربیت ورزشکاران از مشکلات اصلی در این مسیر است. شناسایی استعدادها تنها یک مرحله از توسعه ورزش قهرمانی است که پرورش استعدادها مکمل این موضوع می‌باشد. با توجه به ضرورتی که امروزه در جهت توسعه ورزش علمی احساس می‌شود، انتظار می‌رود این تحقیق که با بررسی وضع موجود در رشته‌های رزمی که ورزش پرمخاطب کشور است بتواند مؤثر واقع شود.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، اکتشافی و از نوع مدل‌سازی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران فدراسیون‌ها، قهرمانان ورزشی و متخصصان فعال در حوزه استعدادیابی در رشته‌های رزمی در میان سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۳ بود که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۲۰۰ نفر (۱۴۲ مرد و ۵۸ زن) از این افراد به منظور تکمیل پرسشنامه و نظرخواهی انتخاب شدند.

به منظور تهیه پرسشنامه و برای شناخت عاملهای فرایند استعدادیابی، محقق به بررسی مطالعات و پیشینه فاکتورهای استعدادیابی و نظرخواهی از متخصصان پرداخت که در پایان، چهار عامل کشف استعداد، شناسایی استعداد، گزینش و انتخاب و به‌کارگیری انتخاب شدند و مطابق با آنها، مجموعه‌ای از سؤالات طراحی و تهیه گردید.

در گام بعد، این سؤالات در اختیار اساتید و متخصصان آشنا به مسائل مدیریت استعدادیابی در ورزش با استفاده از روش (CVR) قرار گرفت که پس از بررسی، اصلاح و حذف برخی از سؤالات بنا بر نظر متخصصان، تعداد ۱۶ سؤال برای ۴ عامل (هر عامل ۴ سؤال) در نظر گرفته شده و روایی محتوایی آن مورد تایید قرار گرفت (لاوشه، ۱۹۷۵). شیوه اجرای پژوهش حاضر بدین صورت بود که ابتدا فهرستی از روسای فدراسیون‌های پیشین، قهرمانان رشته‌های رزمی و متخصصان حوزه استعدادیابی تهیه شد و پس از تماس با این افراد، پرسشنامه‌ها از طریق پست یا حضوری در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت. در فرایند توزیع پرسشنامه‌ها ابتدا توضیحاتی در زمینه اهداف و نحوه اجرای پژوهش به شرکت‌کنندگان داده شد و پس از جلب نظر آنان برای همکاری، از آن‌ها دعوت به عمل آورده شد که پرسشنامه فرایند استعدادیابی را تکمیل نمایند. لازم به ذکر است که در فرایند تکمیل پرسشنامه هیچ محدودیت زمانی وجود نداشت و حتی المقدور سعی بر این بود که پرسشنامه در زمانی مناسب و به‌دوراز تنش‌های کاری توسط ورزشکاران و متخصصان تکمیل گردد. به منظور تحلیل داده‌ها و تعیین عوامل فرایند استعدادیابی، از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و برای آزمون پایایی، از روش همسانی درونی با آلفای کرونباخ استفاده شد. همگی تحلیل‌ها با استفاده نرم‌افزار Spss نسخه ۲۱ و لیزرل اجرا شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌ها پژوهش حاضر در بخش آمار توصیفی نشان داد که از ۲۰۰ نفر شرکت‌کننده مورد بررسی، ۷۱ درصد مرد و ۲۹ درصد زن هستند. در جدول ۱، خصوصیات جمعیت شناختی آزمودنی‌ها از جمله تعداد و نسبت آزمودنی‌ها برحسب جنسیت، سن و میزان تحصیلات نمایش داده شده است.

جدول ۱: توصیف ویژگی‌های دموگرافیک (جنسیت، سن و تحصیلات) شرکت‌کنندگان

متغیر	مقوله	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۴۲	۷۱٪
	زن	۵۸	۲۹٪
سن	۱۸-۲۲ سال	۳۵	۱۷/۵٪
	۲۳-۲۷ سال	۶۸	۳۴٪
	۲۸-۳۲ سال	۴۱	۲۰/۵٪
	۳۳-۳۷ به بالا	۳۶	۱۸٪
	۳۸ سال به بالا	۲۰	۱۰٪
تحصیلات	دیپلم	۴۸	۲۴٪
	کاردانی	۴۵	۲۲/۵٪
	کارشناسی	۸۹	۴۴/۵٪
	کارشناسی ارشد	۱۶	۸٪
	دکتری	۲	۱٪

به منظور بررسی عوامل دخیل در فرایند استعدادیابی ورزشکاران، از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده شد.

تحلیل عاملی اکتشافی

به منظور تعیین عامل اصلی فرایند استعدادیابی، از روش تحلیل عاملی اکتشافی^۱ استفاده شد. پیش از اجرای تحلیل عاملی، شاخص کفایت نمونه‌برداری (KMO) و مقدار آزمون کرویت بارتلت محاسبه گردید. در این تحلیل مقدار KMO برابر با ۰/۲۱۰ و مقدار آزمون کرویت بارتلت برابر با ۳۵۰۷/۵۲۴ به دست آمد که با درجه آزادی ۲۱۰ معنی‌دار ($P \leq ۰/۰۰۰۱$) بود. بدین ترتیب علاوه بر کفایت نمونه‌برداری، اجرای تحلیل عاملی بر پایه ماتریس مورد مطالعه نیز قابل توجیه می‌باشد. برای تعیین عوامل اصلی فرایند استعدادیابی شاخص‌های ارزش ویژه، نسبت واریانس تبیین شده توسط هر عامل پس از چرخش واریماکس مورد توجه قرار گرفت. نتایج اولیه تحلیل مؤلفه‌های اصلی در مورد پرسشنامه نشان‌دهنده ارزش ویژه ۴ عامل بود که ۵۴/۹۲ درصد از کل واریانس مشترک پرسشنامه را تبیین می‌نمود. مقدار اشتراک استخراجی برای تمام سؤالات بیشتر از (۰/۵) می‌باشد که هیچ سؤالی از پرسشنامه لازم نیست که کنار گذاشته شود. در نهایت، تعداد ۱۶ سؤال بر روی چهار عامل اصلی بارگذاری شدند. این چهار عامل به ترتیب دارای ارزش ویژه ۴/۲۲، ۳/۰۴، ۳/۰۱، ۱/۸۴ بودند و به ترتیب میزان ۱۷/۳۴، ۱۴/۴۸، ۸/۷۹ و ۱۴/۳۰ درصد از واریانس ابزار را تبیین می‌کردند.

جدول ۲: بارهای عاملی هریک از گویه‌های عوامل فرایند استعداد بایی

سؤالات	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	عامل چهارم	اشتراک استخراجی
	کشف استعداد	شناسایی استعداد	گزینش	انتخاب و به کارگیری	
سؤال ۱	۰/۷۸۲				۰/۷۸۲
سؤال ۲	۰/۷۰۲				۰/۷۰۳
سؤال ۳	۰/۵۴۵				۰/۶۰۴
سؤال ۴	۰/۵۸۴				۰/۵۸۴
سؤال ۵		۰/۶۶۲			۰/۶۶۲
سؤال ۶		۰/۵۷۶			۰/۶۶۵
سؤال ۷		۰/۶۲۴			۰/۷۲۴
سؤال ۸		۰/۶۷۱			۰/۶۷۱
سؤال ۹			۰/۶۸۸		۰/۶۸۸
سؤال ۱۰			۰/۶۵۴		۰/۶۵۴
سؤال ۱۱			۰/۶۶۷		۰/۶۶۷
سؤال ۱۲			۰/۷۱۲		۰/۷۱۲
سؤال ۱۳				۰/۵۹۴	۰/۷۳۵
سؤال ۱۴				۰/۶۱۱	۰/۶۱۱
سؤال ۱۵				۰/۶۷۹	۰/۶۷۹
سؤال ۱۶				۰/۶۹۷	۰/۶۹۷

تحلیل عاملی تأییدی

به منظور تعیین میزان برازش مدل عاملی با داده‌ها از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. شاخص‌های برازندگی ریشه واریانس خطای تقریب^۱ (RMSEA)، ریشه استاندارد واریانس پسمانده^۲ (SRMR)، شاخص برازندگی مقایسه‌ای^۳ (CFI)، شاخص نیکویی برازش^۴ (GFI) و شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده^۵ (AGFI) برای سنجش برازندگی مدل استفاده شد. برای شاخص‌های برازندگی، برش‌های متعددی توسط متخصصان مطرح شده است. برای مثال، مقدار مساوی یا کمتر از ۰/۰۵ برای ریشه واریانس خطای تقریب مقدار مساوی یا بالاتر از ۰/۹۶ برای شاخص برازندگی مقایسه‌ای، مقدار مساوی یا کمتر از ۰/۰۷ برای ریشه استاندارد واریانس پس‌ماند، نشان‌دهنده برازندگی کافی مدل است (جورسکوگ و سوربوم^۶، ۲۰۰۳). از طرف دیگر پیشنهاد شده است که اگر شاخص‌های برازندگی مقایسه‌ای، نیکویی برازش و نیکویی برازش تعدیل‌شده بزرگ‌تر از ۰/۹ و شاخص‌های ریشه واریانس خطای تقریب و ریشه واریانس پس‌ماند کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد، بر برازش بسیار مطلوب و کوچک‌تر از ۰/۱ بر برازش متوسط دلالت دارد (برکلی^۷، ۱۹۹۰).

برای بررسی روایی سازه فرایند استعدایابی از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد؛ بدین صورت که ابتدا برای تمامی مؤلفه‌های فرایند استعدایابی (کشف استعداد، شناسایی استعداد، گزینش، انتخاب و به‌کارگیری) به صورت مجزا و در ارتباط باهم تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول گرفته شد (مدل ۱). تحلیل عاملی که ۴ عامل موجود در تحلیل عاملی اکتشافی را تأیید کرد و نیاز به حذف هیچ سؤالی نبود. نتایج تخمین پارامترها نشان داد که دامنه رابطه‌ها بین ۰/۴۳ تا ۰/۹۱ بود. بنابراین بر اساس الگوی تحلیل عاملی تأییدی، همه متغیرهای فرض شده قادر به پیش‌بینی عامل‌های خود می‌باشند (با توجه به مقدار تی و سطح معناداری).

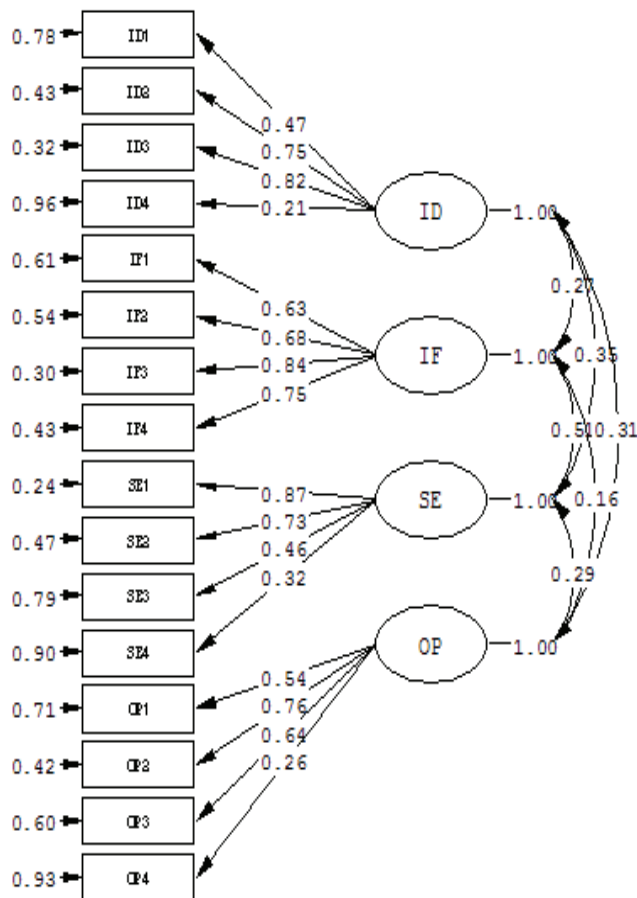
جدول ۳: شاخص‌های برازش تحلیل عاملی

شاخص	Chi-Square	NFI	GFI	CFI	RMSEA	PCFI
مدل	۳۱۱/۶۵ (۰/۰۰۱)	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۹	۰/۶۸

شاخص‌های برازندگی عوامل فرایند استعدایابی بررسی شد. نتایج آماره خبی دو نشان داد که مقدار این آماره در مدل برابر با ۳۱۱/۶۵ بود که با درجات آزادی ۱۸۳، مقدار سطح معنی‌داری آن ۲/۶۷ و ۲/۳۵ به دست آمد که بیانگر برازش مدل با داده‌ها می‌باشد. مقدار شاخص برازش نرم شده (NFI) و (GFI) به همراه شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI) می‌تواند بین صفر و ۱ باشد. مقادیر ۰/۹ و بالاتر، قابل قبول فرض می‌شوند. مقادیر NFI، GFI و CFI در تحقیق حاضر برای مدل به ترتیب برابر با ۰/۹۳، ۰/۹۱ و ۰/۹۱ می‌باشد که این مقادیر قابل قبول

1. Root Mean Square Error of Approximation
2. Standardized Root Mean Square Residual
3. Comparative Fit Index
4. Goodness of Fit Index
5. Adjusted Goodness of Fit Index
6. Joreskog & Sorbom
7. Berkler

فرض می‌شوند. ریشه دوم میانگین مجذورات خطای تقریب (RMSEA) متوسط باقیمانده‌های بین همبستگی، کوواریانس مشاهده‌شده نمونه و مدل مورد انتظار برآورد شده از جامعه را نشان می‌دهد. مقادیر کمتر از ۰/۰۸ را نشان‌دهنده برازش خوب، ۰/۰۸ تا ۰/۱۰ را بیانگر برازش متوسط و بالاتر از ۰/۱۰ را نشان‌دهنده برازش ضعیف می‌داند. مقدار (RMSEA) برای پژوهش حاضر در مدل ۰/۰۹ به دست آمد که بیانگر برازش خوب مدل با داده‌هاست. هم‌چنین شاخص برازش تطبیقی مقتصد (PCFI) مقدار مساوی یا بیشتر از ۰/۵۰ فرض شده است که در پژوهش حاضر مقدار آن برای مدل ۰/۶۸ به دست آمد که حاکی از برازش کافی این شاخص داشت.



شکل ۱: مدل تحلیل عاملی تأییدی عوامل فرایند استعدادیابی

به منظور بررسی روش همسانی درونی فرایند استعدادیابی از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج آن در جدول زیر آمده است.

جدول ۴: ضریب آلفای کرونباخ به تفکیک هریک از عوامل فرایند استعدادیابی

خرده مقیاس‌ها	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
کشف استعداد	۴	۰/۷۱
شناسایی استعداد	۴	۰/۷۲
گزینش	۴	۰/۷۴
انتخاب و به‌کارگیری	۳	۰/۷۱۱
کل	۲۱	۰/۷۳

نتایج نشان می‌دهد که همه عوامل فرایند استعدادیابی از آلفای کرونباخ مناسبی (بیشتر از ۰/۷۰) برخوردار است و بدین ترتیب همه ضرایب آلفا معنی‌دار و مناسب می‌باشند. همچنین، میزان پایایی نمره کل به روش آلفای کرونباخ ۰/۷۳ به دست آمد که نشان از قابلیت مطلوب عوامل استعدادیابی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

حیطه استعدادیابی به‌عنوان موضوع جالب به‌ویژه برای کسانی که با ورزشکاران جوان کار می‌کنند و به سطوح رقابتی چشم دارند، به‌سرعت وارد دنیای ورزش شده است (شیخ، شهبازی، امینی و غلامعلی زاده، ۱۳۸۹). به عقیده پلتولا^۱ (۱۹۹۲) استعدادیابی فرآیندی است که به‌وسیله آن نوجوانان، بر اساس نتایج آزمون‌های موردنظر به شرکت در رشته ورزشی که احتمال موفقیتشان در آن زیادتر است، تشویق می‌شوند. او استعدادیابی را اولین قدم پیشرفت فرد مبتدی به‌سوی قهرمان شدن معرفی می‌کند و توسعه استعدادها را مهم‌ترین مرحله بعدی در روند نیل به موفقیت‌های ورزشی می‌داند. هر فردی مایل است فعالیتی مناسب باعلاقه و استعداد خود برگزیند. از سوی دیگر، مسئولان یا موسسه‌ای که فرد در آن فعالیت می‌کند، در صورت اشتباه در انتخاب باید متحمل شکست و ناکامی و متقبل هزینه‌های سنگین گردند. بنابراین، یافتن افراد مستعد برای انجام یک کار برای فرد، مسئولان و سازمان مربوطه ضرورت پیدا می‌کند. آلابین و همکاران (۱۹۸۰) و هان (۱۹۹۰) اظهار داشتند که روش‌های استعدادیابی مؤثر و کارآمد، در فعالیت‌های ورزشی نوین نقشی مهم ایفا می‌کنند و این امر در چند دهه اخیر، یکی از عوامل عمده برتری کشورهای اروپای شرقی در بسیاری از ورزش‌های المپیک بوده است. بنابراین با توجه به گسترده‌گی حیطه شناسایی استعدادها، روانشناسان همواره با این سؤال روبرو بوده‌اند که چگونه می‌توان درباره رفتار فرد به‌پیش بینی پرداخت و مشخص ساخت که در آینده چگونه عمل خواهد کرد؟

پژوهش حاضر با عنوان «تعیین فاکتورهای فرایند استعدادیابی: یک مطالعه اکتشافی در ورزشکاران رزمی» به بررسی شیوه دستیابی به استعدادیابی علمی می‌پردازد. بر این اساس نتایج نشان داده تعداد ۱۶ سؤال بر روی چهار عامل اصلی کشف استعداد، شناسایی استعداد، گزینش، انتخاب و به‌کارگیری بارگذاری شدند. علاوه بر این، نتایج تحلیل عامل تاییدی نشان داد که دامنه رابطه‌ها بین ۰/۴۳ تا ۰/۹۱ بود. نتایج نشان می‌دهد که همه عوامل فرایند استعدادیابی از آلفای کرونباخ مناسبی (بیشتر از ۰/۷۰) برخوردار است و بدین ترتیب همه ضرایب آلفا معنی‌دار و

مناسب می‌باشند. همچنین، میزان پایایی نمره کل به روش آلفای کرونباخ 0.73 به دست آمد که نشان از قابلیت مطلوب عوامل استعدادیابی دارد.

برای تبیین این نتایج می‌توان اظهار داشت که در گزینش و کشف استعدادها، افراد پذیرفته‌شده یا مردود اعلام می‌شوند؛ مانند پذیرش یا عدم پذیرش فردی در یک شغل یا در یک گروه. اگر امر گزینش به صورت یک‌روند پیوسته (زنجیره‌ای) انجام شود، مراحل اولیه آن سرند کردن^۱ نامیده می‌شود و به مراحل نهایی و عمقی آن در اصطلاح، گزینش می‌گویند. لازم به توضیح است که همیشه به دنبال سرند کردن، گزینش انجام نمی‌شود و گاهی برای انتخاب‌های سریع و کلی نیز از اصطلاح سرند کردن استفاده می‌شود (علوی، ۱۳۷۴). علاوه بر این می‌توان اظهار داشت که در شناسایی استعدادها، توجه به این نکته که تفاوت‌های افراد در استعداد نسبی است اهمیت دارد و نمی‌توان به طور مطلق فردی را با استعداد و فرد دیگری را بی‌استعداد معرفی کرد. از آنجاکه استعدادها تا حدودی اختصاصی هستند، فردی ممکن است برای فعالیت خاصی مستعد و برای فعالیت دیگری کم استعداد باشد. دامنه استعداد در برخی افراد گسترده و در برخی دیگر محدود است. افرادی ممکن است فقط در یک رشته مستعد باشند، در حالی که گروهی دیگر در چند رشته استعداد داشته باشند (علوی، ۱۳۷۴). انتخاب افراد مستعد و داوطلبان واجد شرایط برای انجام یک فعالیت، از وظایف راهنمایان و مشاوران حرفه‌ای است و همیشه احتمال انتخاب فردی که دقیقاً دارای خصوصیات روانی و جسمانی مناسب برای انجام موفقیت‌آمیز یک فعالیت باشد، وجود ندارد (ساعتچی، ۱۳۷۶). همچنین یافته‌های مربوط به انتخاب را می‌توان آن‌گونه تبیین کرد که هرگاه انتخاب باهدف حذف افراد از برنامه خاصی انجام نشود، جایگزینی و طبقه‌بندی صورت می‌گیرد. در این روش، هدف افزایش اثربخشی از طریق جایگزین نمودن افراد در مشاغل مناسب است. با توجه با آنچه ذکر شد، پرسشنامه موردنظر از ویژگی‌های روان‌سنجی مطلوبی برای بررسی استعدادیابی ورزشکاران رزمی برخوردار است. لذا در مجموع می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که افراد موفق، علاوه بر موهبت نبوغ ارثی، بیش از دیگران به گونه‌ای غیرمعمول به سختی کار و تمرین کرده‌اند. بنابراین می‌توان به تأثیر آموزش، تربیت و محیط در پرورش استعدادها، ارثی پی برد. تنها محیط مناسب و مطلوب می‌تواند آن‌ها را بارور سازد (علوی، ۱۳۷۴).

نظر به این‌که هیچ پژوهشی خالی از محدودیت نیست، از جمله محدودیت پژوهش حاضر استفاده از ابزار کاغذ قلمی برای جمع‌آوری داده‌ها می‌باشد. از دیگر محدودیت‌های پژوهش حاضر، اجرای آن در حیطه ورزشکاران نخبه رشته‌های رزمی بوده است. لذا قابلیت تعمیم دهی آن به ورزش‌ها و جامعه‌های دیگر باید با رعایت جوانب احتیاط صورت گیرد. فقدان مطالعات مشابه داخلی در این زمینه به خصوص روی ورزشکاران نخبه رزمی و در نتیجه، عدم امکان مقایسه نتایج پژوهش با سایر تحقیقات انجام‌شده محدودیتی دیگر بود.

پیشنهاده‌ها

با توجه به محدودیت‌های ذکرشده توصیه می‌شود که پژوهشگران بعدی، پژوهش حاضر را در جوامع دیگر و ورزش‌های گروهی نیز انجام دهند تا صحت این اطلاعات در ابعاد وسیع‌تری مورد تأیید قرار گیرد و بدین وسیله دانش جامع‌تر و منسجم‌تری در اختیار جامعه ورزشی و پژوهشگران قرار گیرد. انجام مطالعات آزمایشی در آینده باهدف تدوین برنامه کشف و شناسایی استعداد ورزشکاران سودمند است.

منابع

- ابراهیم، خسرو و حلاجی، محسن. (۱۳۸۶). آشنایی با مبانی و فرآیند استعدادیابی ورزشی. چاپ دوم، تهران: بامداد کتاب
- حسینی نودهی، سیده مریم. (۱۳۹۱). «رابطه برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی با بهره‌وری کارکنان ادارات مرکزی بانک مسکن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- گائینی. (۱۳۸۰). «بررسی وضع موجود و تدوین شاخص‌های استعدادیابی در شنا». طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی و وزارت علوم تحقیقات و فناوری.
- مؤمنی، منصور؛ فعال، علی و قیومی. (۱۳۸۶). تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS. تهران: کتاب نو
- نمازی زاده، مهدی. (۱۳۸۲). «بررسی وضع موجود و تدوین شاخص‌های استعدادیابی در رشته بسکتبال». طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- وینترمارتین، گراهام. (۱۳۸۵). راهنمای عملی روانشناسی ورزشی. محمد کاظم واعظ موسوی. چاپ دوم، تهران: بامداد کتاب
- هادوی، فریده. (۱۳۷۹). استانداردهای استعدادیابی ورزشی. معاونت ورزشی و امور فدراسیون‌ها، دفتر پایگاه‌های قهرمانی و امور باشگاه‌ها.
- Bailey, R., Cope, E. J., & Pearce, G. (2013). "Why do children take part in, and remain involved in sport? A literature review and discussion of implications for sports coaches". International Journal of Coaching Science, 7(1).
- Berger, L.A & Berger, D.R. (Eds). (2004). **The talent management handbook: Creating organizational excellence by identifying, Developing and promoting your best people**. New York: McGraw- Hill
- Bloomfield, D. (1995). "Towards complementarity in conflict management: Resolution and settlement in Northern Ireland". Journal of Peace Research, 32(2), 151-164.
- Bompa, T. O., & Haff, G. G. (2009). **Periodization: Theory and methodology of training**. Human Kinetics Publishers, 273-291.
- Butter, M. C., Valenzuela, E. S., & Quintana, M. G. B. (2015). "Intercultural Talent Management Model: Virtual communities to promote collaborative learning in indigenous contexts". Teachers' and students' perceptions. Computers in Human Behavior, 51, 1191-1197.
- Coopers, P. (2009). **Global city GDP rankings, 2008-2025**. Price water house Coopers
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). **Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory**. Thousand Oaks

- Davis, P. J., & Rabinowitz, P. (2007). **Methods of numerical integration**. Courier Corporation.
- Guay , F., Ratelle , C.F. & chanal , J. (2008). **“Optimal Learning in optimal contexts: the role of self - determination in education”**. Canadian psychology, vol, 49, No,3, 233- 240.
- Lewis, R. E., & Heckman, R. J. (2006). **“Talent management: A critical review”**. Human resource management review, 16(2), 139-154.
- Oehley, A. M. (2007). **“The development and evaluation of a partial talent management competency model”**. Doctoral dissertation, Stellenbosch: University of Stellenbosch.
- Sara Ballesteros, R., & De la Fuente, I. (2010). **“Talents; the key for successful Organization”**. Unpublished thesis, Linnaeus School of Business & Economics, Linnaeus University
- Velenczei, A., andrea, G. (2011). **“New challenges in hungarian sport the case of talent management”**. European journal for sport and society, 4: 281-297.

شناسایی وضعیت موجود و موانع توسعه ورزش همگانی در کشور

محمد بابایی^۱

فروغ فتاحی مسرور^۲

نادر شاکری^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۹/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۱۵

تحقیق حاضر با هدف شناسایی وضعیت موجود و موانع توسعه ورزش همگانی در کشور به صورت یک مطالعه کیفی انجام گرفت. روش پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات به روش کیفی و کمی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق را کلیه اساتید و متخصصان ورزش همگانی و مدیریت ورزشی (۶۰ نفر)، روسای فدراسیون ها (۵۲ نفر)، مدیران کل ورزش و جوانان استان ها (۳۱ نفر)، کارشناسان عالی وزارت ورزش و جوانان (۲۰۰ نفر) تشکیل دادند. در بخش کیفی از دو روش نمونه‌گیری نظری و گلوله برفی استفاده شد. و در بخش کمی ۲۱۷ نفر با توجه به جدول مورگان (حداقل ۱۸۱) انتخاب و به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند. روایی پرسشنامه‌ها به روش روایی سازه و صوری و پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ بر روی یک نمونه ۳۰ نفره با ۰/۸۱ تایید شد. نتایج نشان داد وضعیت ورزش همگانی کشور در برخی موارد مطلوب و در برخی موارد همچون «نهاده شدن ورزش در خانواده‌ها» در سطح نامطلوب قرار دارد. همچنین کمبود اماکن و تجهیزات ورزشی و عدم توجه دیگر سازمان‌ها به ورزش همگانی مهمترین موانع ورزش همگانی در کشور بودند. پیشنهاد می‌شود که با استفاده از راهکارهای مشخص در هر مانع، اثرات تخریبی آن را کاهش داده زمینه رشد و ارتقای ورزش همگانی کشور را فراهم نمایند.

واژگان کلیدی: موانع، توسعه و ورزش همگانی

۱. دکترای مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
 ۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
 ۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

E-mail: Froughfatahim@yahoo.com

مقدمه

ورزش به عنوان بزرگ‌ترین پدیده اجتماعی جهانی در زندگی انسان‌ها نقش بسیار مهمی دارد (ایونا^۱ و همکاران، ۲۰۰۸). در واقع، ورزش از ملزومات زندگی معاصر گردیده است (معین فرد، ۱۳۸۷) و بخشی از فرهنگ و هویت ملل محسوب می‌شود. (بوچ^۲، ۲۰۰۶) تغییر و تحولات جهانی مقوله‌های زندگی معاصر، تربیت بدنی و ورزش را از ضروریاتی ساخته که دوری از آن اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد (مهرآیین، ۱۳۸۸). امروزه ورزش از ضروری‌ترین نیازها و اساسی‌ترین مسائل جوامع بشری است؛ به‌طوری‌که کمتر کشوری را می‌توان یافت که فاقد سازمان ورزشی باشد (غفوری، ۱۳۸۲). در بسیاری از جوامع پیشرفته امروزی جایگاه تربیت بدنی و ورزش برای پیشبرد اهداف کلان هر کشور مشخص و بدیهی است (نصیرزاده، ۱۳۸۷). آنچه علم تربیت بدنی را از سایر علوم معاصر متمایز می‌سازد، خیل عظیم مخاطبان آن در سراسر جهان است (آذرنیا، ۱۳۸۴). امروزه ورزش را به گونه‌های متفاوتی از جمله ورزش پرورشی، همگانی و تفریحی، قهرمانی و ورزش حرفه‌ای می‌توان در جوامع بشری مشاهده کرد. توسعه تربیت بدنی و ورزش به عنوان زمینه‌ساز تأمین و تربیت نیروی انسانی سالم و تندرست، بخشی از برنامه‌های توسعه ملی به شمار می‌آید (سند راهبردی، ۱۳۸۲). توسعه ورزش برای افراد با مشکلات روحی می‌تواند بسیار اثرگذار باشد (تاناکا و همکاران^۳، ۲۰۱۴). ورزش‌های فراغتی^۴ که مترادف ورزش همگانی است، پرداختن به مجموعه‌ای از فعالیت‌های ورزشی ساده، کم‌هزینه، غیررسمی، فرح‌بخش و بانشاط است که امکان شرکت در آن‌ها برای همه افراد وجود داشته باشد. گزارش کمیسیون ورزش استرالیا^۵ در ۱۹۹۸ نشان داد که اگر تعداد شرکت‌کنندگان در ورزش‌های ملایم ۱۰ درصد افزایش یابد، سالیانه ۶۰۰ میلیون دلار در بودجه این کشور صرفه‌جویی می‌شود و هزینه مستقیم مراقبت بهداشتی چهار بیماری ناشی از کم‌تحرکی شامل قلبی - عروقی، سکت، دیابت و سرطان روده ۳۰۶ میلیون دلار برآورد می‌شود (لیندر و سیت^۶، ۲۰۰۶). توسعه و اعتلای تربیت بدنی و ورزش در جامعه ما منوط به تحول سازنده و مثبت در برنامه‌های جاری ورزشی است (هالسویر^۷، ۲۰۰۲) و مشارکت افراد در آن سبب توسعه اجتماعی، شناختی و روانی و بهبود تناسب‌اندام می‌گردد (کوهن و همکاران^۸، ۲۰۱۴). این موضوع باعث شده که سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی برای توسعه ورزش در اکثر کشورها انجام شود. همچنین یکی از برجسته‌ترین ویژگی کشورهای توسعه‌یافته، توجه به دانش مدیریت به‌عنوان یکی از ضروریات بلامنازع پیشرفت، توسعه، رشد اقتصادی و اجتماعی است که در این میان آنچه به‌عنوان اصلی‌ترین کارکرد مدیریت (در سطوح مختلف) هر کشور مورد بحث بوده همانا برنامه‌ریزی و تلاش برای نیل به هدف‌های پیش‌بینی‌شده در آن است (علی نژاد، ۱۳۹۳).

از آنجاکه ورزش همگانی عامل اساسی در سلامت افراد جوامع است، لزوم توسعه بیشتر آن احساس می‌شود. مقامات دولتی و ارگان‌های متولی نباید ورزش همگانی را هزینه اضافی تلقی کنند، بلکه باید آن را سرمایه‌گذاری

1. Ioana
2. Buch
3. Tanaka et al
4. Recreational sports
5. Australian Institute of Sport
6. Lindner & Sit
7. Holzweher
8. Cohen et al.

در جهت بهداشت فردی و عمومی و منافع اجتماعی که منابع اقتصادی را برای کشور فراهم می‌کند بدانند. لازم است سازمان‌های ورزشی، تفریحات سالم و آموزشی و بهداشت و سایر ارگان‌های دخیل در امر ورزش و تربیت بدنی کشور جهت اجرای برنامه‌های ورزش همگانی تشریک مساعی کنند و روابط تنگاتنگی را برای این امر مهم داشته باشند تا موجبات رشد فرهنگ ورزش همگانی کشور فراهم شود (قره، ۱۳۸۳).

به دلیل اهمیت مقوله تربیت بدنی در زندگی روزمره مردم، اصل سوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران دولت را موظف کرده است تا به منظور نیل به اهداف متعالی انسانی، تمامی امکانات خود را جهت تربیت بدنی رایگان برای همه و در تمام سطوح به کار برد- که در حال حاضر این اصل مورد مغفول قرار گرفته است. در این اصل، اهمیت توجه به مسئله تربیت بدنی در کنار مسئله آموزش و پرورش دیده شده که این امر خود حاکی از اهمیت موضوع تربیت بدنی در قانون اساسی است (عراقی و کاشف، ۱۳۹۳). با وجود این، نتایج پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه ورزش همگانی و تفریحات ورزشی در کشورمان نشان می‌دهد که توسعه و تعمیم ورزش با وجود برنامه‌ریزی‌ها، هزینه‌ها و تلاش‌های مختلفی که در سال‌های اخیر صورت پذیرفته است، به نحو مناسبی گسترش نیافته است و کاستی‌ها و ضعف‌های عدیده‌ای دارد (کشکر و سلیمی، ۱۳۹۱). ون تایکوم^۱ (۲۰۱۱) مدل اجتماعی- اقتصادی مشارکت در ورزش را ارائه کرده که براساس آن، اوضاع فرهنگی، اجتماعی و اقتصاد ملی به منزله بیرونی‌ترین لایه و سپس محیط فیزیکی و محیط اجتماعی بر مشارکت فرد در ورزش اثر می‌گذارد.

از سوی دیگر، در قرن بیست و یکم مدیران ارشد بسیاری از سازمان‌ها وقت، انرژی و منابع مالی و انسانی قابل توجهی را صرف تدوین استراتژی و تعیین راهبردهای اساسی سازمان‌های خود می‌کنند، ولی اکثر آن‌ها از عدم اجرای مطلوب استراتژی‌های خود سخن می‌گویند. چشم‌انداز و مأموریتی که مدیران برای خود ترسیم می‌کنند برای خود آن‌ها کاملاً روشن است، ولی آگاهی و درک کارکنان آن‌ها از این چشم‌انداز و مأموریت بسیار کم و همسویی و هم‌دلی آن‌ها برای تحقق اهداف منبعث از این چشم‌انداز و مأموریت بسیار کم است. بنابراین مدیران ارشد همواره در جستجوی راه‌حلی برای حصول از اجرای استراتژی‌های خود بوده و در این میان، روش‌های ارزیابی عملکرد را به عنوان ابزاری جهت کنترل استراتژی‌های خود برگزیده‌اند؛ اما ویژگی‌های قرن حاضر که مبتنی بر دانش و اطلاعات می‌باشد، کارآمدی روش‌های ارزیابی عملکرد سنتی را که در عصر اقتصاد صنعتی برای سازمان‌ها مناسب به نظر می‌رسد، به شدت زیر سؤال برده است (کیانی، ۱۳۸۸). بنابراین، تحقیق حاضر در صدد آن است که وضعیت موجود و موانع توسعه ورزش همگانی در کشور را شناسایی کند و با استفاده از نتایج به دست آمده، در راستای بهبود وضعیت ورزش همگانی کشور گام بردارد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر با هدف شناسایی وضعیت موجود و موانع توسعه ورزش همگانی در کشور به صورت یک مطالعه کیفی انجام گرفت. روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است و گردآوری اطلاعات، به دو روش کیفی و کمی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق (۳۴۳ نفر) را کلیه اساتید و متخصصان مدیریت ورزشی (۶۰ نفر)، روسای فدراسیون‌ها (۵۲ نفر)، مدیران کل ورزش و جوانان استان‌ها (۳۱ نفر) و کارشناسان عالی وزارت ورزش و جوانان (۲۰۰ نفر) تشکیل دادند. در بخش کیفی از دو روش نمونه‌گیری نظری و گلوله برفی استفاده

شد. در بخش کمی ۲۳۸ نفر به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند که از این تعداد ۲۱ پرسشنامه ناقص از روند بررسی خارج شد و تعداد ۲۱۷ پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفتند. روایی پرسشنامه‌ها به روش روایی سازه و صوری و پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ بر روی یک نمونه ۳۰ نفره با ۰/۸۱ تایید شد.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی مربوط به نمونه‌های تحقیق نشان داد که ۵۳ درصد از نمونه‌ها مرد و ۴۷ درصد زن بودند. همچنین، ۳۵ درصد از نمونه‌ها دارای تحصیلات کارشناسی ارشد بودند.

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد فراوانی بر اساس جنسیت

جنسیت	شاخص آماری	فراوانی	درصد فراوانی
زن		۴۲	۱۹/۴
مرد		۱۷۵	۸۰/۶
مجموع		۲۱۷	۱۰۰

جدول ۲: یافته‌های توصیفی و نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای (وضعیت موجود ورزش همگانی از دیدگاه نمونه‌ها در سال ۱۳۹۶)

آزمون تی تک نمونه‌ای (میانگین بهینه=۳)						گویه‌ها
تعداد	میانگین مشاهده	مقدار t	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	
۲۱۷	۳/۱۰	۱/۳۶۷	۲۱۶	۰/۱۷۳	۰/۱۰۱	ورزش همگانی در سال‌های اخیر رشد مناسبی داشته است.
۲۱۷	۳/۶۳	۱۰/۵۱	۲۱۶	۰/۰۰۱	۰/۶۲۷	افزایش آگاهی مردم نسبت به فواید فعالیت بدنی منظم بهبود یافته است.
۲۱۷	۳/۰۱	۰/۲۰۱	۲۱۶	۰/۸۴۱	۰/۰۱۴	دسترسی مردم به امکانات ورزشی افزایش یافته است.
۲۱۷	۳/۳۶	۴/۸۸۶	۲۱۶	۰/۰۰۱	۰/۳۶۴	متولیان ورزش همگانی کشور هدف مشخصی ندارند.
۲۱۷	۳/۸۸	۱۴/۷۳	۲۱۶	۰/۰۰۱	۰/۸۷۶	اقدامات انجام شده ناکافی بوده است.
۲۱۷	۲/۷۵	-۳/۶۸	۲۱۶	۰/۰۰۱	-۰/۲۴۹	ورزش در خانواده‌ها نهادینه شده است.
۲۱۷	۴/۱۵	۲۲/۱۸	۲۱۶	۰/۰۰۱	۱/۱۴۷	سرانه ورزش ناکافی است.

۱/۰۰۱	۰/۰۰۱	۲۱۶	۱۹/۷۶	۴/۰۰	۲۱۷	فعالیت‌های ترویجی ورزش همگانی ناکافی است.
۱/۰۲۸	۰/۰۰۱	۲۱۶	۱۷/۳۸	۴/۰۳	۲۱۷	امکانات ورزشی مناطق مختلف کشور به‌طور متوازن توزیع نشدند.
۰/۵۷۶	۰/۰۰۱	۲۱۶	۷/۷۴۹	۳/۵۸	۲۱۷	تعریف مناسبی از ورزش همگانی وجود ندارد.
۰/۵۳۰	۰/۰۰۱	۲۱۶	۸/۵۵۱	۳/۵۳	۲۱۷	مردم به صورت خودجوش و بدون تأثیر از عملکرد دولت ورزش می‌کنند.
۰/۵۹۰	۰/۰۰۱	۲۱۶	۸/۸۰۸	۳/۵۹	۲۱۷	ورزش همگانی جنبه شعاری پیدا کرده است.
۰/۷۰۵	۰/۰۰۱	۲۱۶	۹/۹۵۵	۳/۷۱	۲۱۷	قوانین حمایتی لازم برای توسعه ورزش همگانی وجود ندارد.

در این تحقیق به‌منظور بررسی وضعیت موجود ورزش همگانی در کشور از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. بر این اساس با توجه به شیوه نمره‌گذاری گویه‌ها (مقیاس ۵ ارزشی لیکرت: کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) میانگین مبنا (بهینه) ۳ در نظر گرفته شد. با توجه به نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در جدول ۱ می‌توان گفت که بین میانگین مشاهده شده جنبه‌های مختلف بررسی وضعیت موجود ورزش همگانی (گویه‌ها) با میانگین بهینه (مبنا) به‌جز گویه‌های «ورزش همگانی در سال‌های اخیر رشد مناسبی داشته است» ($t=1/337$, $Sig=0/173$) و «دسترسی مردم به امکانات ورزشی افزایش یافته است» ($t=0/201$, $Sig=0/841$) در سایر گویه‌ها در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ تفاوت معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج و بررسی تفاوت میانگین‌ها مشاهده می‌شود که به‌جز در گویه «ورزش در خانواده‌ها نهادینه شده است» که میانگین مشاهده شده ($M=2/75$) پایین‌تر از میانگین بهینه ($M=3$) می‌باشد، در سایر گویه‌ها میانگین مشاهده شده بیشتر از میانگین مبنا (بهینه) در نظر گرفته شده می‌باشد. بنابراین با توجه به نتایج و نوع گویه‌ها می‌توان گفت که از نظر نمونه‌های تحقیق، ورزش همگانی در موارد «متولیان ورزش همگانی کشور هدف مشخصی ندارند»، «اقدامات انجام شده ناکافی بوده است»، «ورزش در خانواده‌ها نهادینه شده است»، «سرازم ورزش ناکافی است»، «فعالیت‌های ترویجی ورزش همگانی ناکافی است»، «امکانات ورزش مناطق مختلف کشور به‌طور متوازن توزیع نشده اند»، «تعریف مناسبی از ورزش همگانی وجود ندارد»، «ورزش همگانی جنبه شعاری پیدا کرده است» و «قوانین حمایت لازم برای توسعه ورزش همگانی وجود ندارد» وضعیت مطلوبی ندارد و در موارد «افزایش آگاهی مردم نسبت به فواید فعالیت بدنی منظم بهبود یافته است» و «مردم به صورت خودجوش و بدون تأثیر از عملکرد دولت ورزش می‌کنند» وضعیت مطلوبی دارد. در ادامه موانع شناسایی در توسعه ورزش همگانی بر اساس تحلیل عاملی بررسی و با استفاده از آزمون فریدمن اولویت‌بندی شدند.

جدول ۳: تحلیل عاملی موانع توسعه ورزش همگانی

مقدار t	بار عاملی	گویه	مسیر	
-	۰/۵۸۵	امکانات ورزشی بر اساس گروه‌های سنی فراهم نشده‌اند.	M1	<---
۴/۹۶۵	۰/۵۴۴	امنیت کافی برای ورزش بانوان در پارک‌ها وجود ندارد.	M4	<---
۵/۵۷۴	۰/۷۹۸	فضاهای ورزشی ویژه ورزش بانوان کافی نیستند.	M5	<---
۶/۳۳۳	۰/۷۹۳	فضاهای ورزشی کیفیت پایینی دارند.	M7	<---
۶/۵۹۰	۰/۸۹	نظارت صحیحی بر اداره اماکن ورزشی وجود ندارد.	M11	<---
۹/۵۷۶	۰/۶۲۹	نیروی انسانی متخصص و مشوق به‌اندازه کافی وجود ندارد.	M8	<---
۱۰/۰۵۳	۰/۶۸۴	حضور مدیران ناکارآمد و بدون تخصص در حوزه‌های مدیریتی ورزش همگانی	M21	<---
۹/۲۶۲	۰/۵۹۵	عدم استفاده لازم از مدیران درون‌سازمانی	M23	<---
۸/۲۸۶	۰/۵۱۸	مدیران بر اساس سلايق شخصي تصميم مي‌گیرند.	M3	<---
۸/۶۱۸	۰/۵۳۳	ورزش ارزان وجود ندارد و با اجرای ماده ۸۸ ورزش گران شده است.	M6	<---
۸/۸۶	۰/۵۵۵	ورزش همگانی و سلامت مردم در اولویت مسئولان و متولیان ورزش کشور نیست.	M12	<---
۸/۸۶۲	۰/۵۵۷	برنامه‌های عملیاتی و نظارت‌های لازم بر اساس برنامه ششم توسعه موجود نمی‌باشد.	M18	<---
۹/۹۱۹	۰/۶۶۸	سیاست‌های ناصحیح دولت در امر ورزش همگانی	M22	<---
۹/۶۳۳	۰/۶۳۵	تعامل وزارت ورزش با سایر وزارتخانه‌ها کافی نیست.	M2	<---
۱۰/۰۴	۰/۶۸۲	آموزش و پرورش نقش خود را در ورزش همگانی به‌درستی ایفا نمی‌کند.	M13	<---
۱۰/۱۹	۰/۷	سازمان‌ها توجهی به ورزش کارکنان ندارند.	M20	<---
۹/۹۸۸	۰/۶۷۶	فدراسیون‌های ورزشی به توسعه ورزش همگانی بی‌توجه هستند.	M24	<---
۹/۵۷۶	۰/۶۲۹	سواد حرکتی جامعه در سطح پایینی قرار دارد.	M9	<---
۹/۷۵۵	۰/۶۴۹	زمان اوقات فراغت مردم کاهش یافته است.	M10	<---
۱۰/۶۹	۰/۷۶۹	شرایط پراسترس زندگی بر مشارکت ورزشی مردم تأثیر منفی گذاشته است.	M14	<---
۱۰/۳۴	۰/۷۲۱	فرهنگ عمومی کشور نسبت به اهمیت ورزش همگانی نزول کرده است.	M15	<---
۱۰/۷۷	۰/۷۸	رسانه‌های جمعی در ترویج ورزش همگانی نقش کم‌رنگی دارند.	M16	<---
۹/۷۵۵	۰/۶۴۹	از شبکه‌های مجازی برای فرهنگ‌سازی ورزش استفاده بهینه نمی‌شود.	M17	<---



شکل ۱: تحلیل عاملی موانع توسعه ورزش همگانی

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که مدل موانع توسعه ورزش همگانی مناسب است و تمامی اعداد و پارامترهای مدل از مقادیر تی و بار عاملی قابل قبولی برخوردارند و در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ معنادار است. در مجموع، بر اساس نتایج تحلیل عاملی می‌توان گفت که شاخص‌ها و عوامل شناسایی شده به عنوان موانع توسعه ورزش همگانی از مقادیر قابل قبولی برخوردار هستند.

جدول ۴: شاخص برازش مدل موانع توسعه ورزش همگانی

شاخص‌های برازش	مقدار مطلوب	مقادیر شاخص‌ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو) ^۱	-	۴۳۲/۰۵۷	-
درجه آزادی ^۲	-	۲۲۳	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	بین ۱ تا ۵	۱/۹۳۷	مطلوب
شاخص نیکویی برازش ^۳ (GFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵۱	مطلوب
شاخص نیکویی برازش تعدیل شده ^۴ (AGFI)	بیشتر از ۰/۸	۰/۹۱۳	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد ^۵ (RMSEA)	کمتر از ۰/۱	۰/۰۹۱	مطلوب
ریشه دوم میانگین مجذورات باقیمانده ^۶ (RMR)	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۴۴	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی ^۷ (CFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲۲	مطلوب
شاخص برازش هنجار شده ^۸ (NFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۸۴	مطلوب
شاخص برازش افزایشی ^۹ (IFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲۴	مطلوب

نتایج جدول ۳ پیرامون برازش مدل اندازه‌گیری موانع توسعه ورزش همگانی نشان می‌دهد که مقادیر شاخص‌های نیکویی برازش (GFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) به عنوان شاخص‌های اصلی برازش بالاتر ۰/۹ است که نشان از برازش مطلوب مدل می‌باشد. همچنین سایر شاخص برازش (AGFI, NFI, IFI) از مقادیر قابل قبولی برخوردار هستند. در نهایت بر اساس مقادیر ریشه میانگین مجذور باقیمانده ($RMSEA=0/044$) و ریشه دوم میانگین خطای برآورد ($RMSEA=0/091$) می‌توان گفت که مدل از برازش کافی برخوردار است.

1. Chi-Square
2. Degrees of Freedom (df)
3. Goodness of Fit (GFI)
4. Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)
5. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
6. Root Mean Squared Residuals (RMR)
7. Comparative Fit Index (CFI)
8. Normed of Fit Index (NFI)
9. Incremental of Fit Index (IFI)

جدول ۵: اولویت بندی موانع توسعه ورزش همگانی

رتبه	موانع	میانگین رتبه	تعداد	خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	کمبود اماکن و تجهیزات ورزشی	۴/۰۲	۲۱۷	۴۴/۹۹۲	۵	۰/۰۰۱
۲	عدم توجه دیگر سازمان‌ها به ورزش همگانی	۳/۷۰				
۳	عدم توجه به ورزش در رسانه‌ها	۳/۶۸				
۴	نبود نیروی انسانی کافی و متخصص	۳/۳۳				
۵	نبود سیاستگذاری و برنامه‌ریزی مشخص	۳/۱۵				
۶	عدم آگاهی و سبک زندگی افراد جامعه	۳/۱۲				

براساس یافته‌های حاصل از آزمون فریدمن (جدول ۴) بین موانع توسعه ورزش همگانی دیدگاه نمونه‌های تحقیق تفاوت معناداری وجود داشت ($\chi^2=44/992, Sig=0/001$). همچنین بر اساس و میانگین رتبه به دست آمده مشخص شد که «کمبود اماکن و تجهیزات ورزشی» مهم‌ترین مانع در توسعه ورزش همگانی و «عدم آگاهی و سبک زندگی افراد جامعه» کم اهمیت‌ترین در توسعه ورزش همگانی از نظر نمونه‌های تحقیق می‌باشد.

بحث و نتیجه گیری

تحقیق حاضر با هدف شناسایی وضعیت موجود و موانع توسعه ورزش همگانی در کشور انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد که بین میانگین مشاهده شده جنبه‌های مختلف بررسی وضعیت موجود ورزش همگانی (گویه‌ها) با میانگین بهینه (مبنا) به جز گویه‌های «ورزش همگانی در سال‌های اخیر رشد مناسبی داشته است» ($Sig=0/173$)، $t=1/367$) و «دسترسی مردم به امکانات ورزشی افزایش یافته است» ($t=0/201, Sig=0/841$) در سایر گویه‌ها در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ تفاوت معناداری وجود دارد. در واقع از نظر نمونه تحقیق، ورزش همگانی در سال‌های اخیر رشد و تغییر چشمگیری نداشته است و نمی‌توان گفت که سازمان‌های متولی ورزش همگانی کشور به خوبی از عهده وظایف و برنامه‌های خود برآمده‌اند. هرچند باید توجه داشت که میانگین به دست آمده اندکی بیشتر از میانگین مبناست، اما این اختلاف معنادار نبود. همچنین، با اینکه در سال‌های اخیر شاهد افزایش ساخت و ساز اماکن و تجهیزات ورزشی در کشور بوده ایم و میانگین به دست آمده نیز بیش از میانگین مبنا بوده است، اما نمی‌توان ادعا کرد که دسترسی مردم به امکانات ورزشی به طور معنی داری افزایش یافته است. در واقع به بیان دیگر، ورزش همگانی کشور در موارد یاد شده در وضعیت متوسط قرار دارد و انتظار می‌رود که مسئولان و متولیان ورزش همگانی در بهبود و رشد این موارد برنامه‌های منسجمی را طراحی و به طور بهینه به مرحله اجرا درآورند. در ادامه نتایج و بررسی تفاوت میانگین‌ها مشاهده شد که به جز در گویه «ورزش در خانواده‌ها نهادینه شده است» که میانگین مشاهده شده ($M=2/75$) پایین‌تر از میانگین بهینه ($M=3$) می‌باشد- این به معنای جایگاه ضعیف ورزش همگانی در میان خانواده‌هاست- در سایر گویه‌ها میانگین مشاهده شده بیشتر از میانگین مبنای (بهینه) در

نظر گرفته شده می‌باشد. بنابراین با توجه به نتایج و نوع گویه‌ها می‌توان گفت که از نظر نمونه‌های تحقیق، ورزش همگانی در موارد «متولیان ورزش همگانی کشور هدف مشخصی ندارند»، «اقدامات انجام شده ناکافی بوده است»، «ورزش در خانواده‌ها نهادینه شده است»، «سرانه ورزش ناکافی است»، «فعالیت‌های ترویجی ورزش همگانی ناکافی است»، «امکانات ورزش مناطق مختلف کشور به‌طور متوازن توزیع نشده اند»، «تعریف مناسبی از ورزش همگانی وجود ندارد»، «ورزش همگانی جنبه شعاری پیدا کرده است» و «قوانین حمایت لازم برای توسعه ورزش همگانی وجود ندارد» وضعیت مطلوبی ندارد و در موارد «افزایش آگاهی مردم نسبت به فواید فعالیت بدنی منظم بهبود یافته است» و «مردم به صورت خودجوش و بدون تأثیر از عملکرد دولت ورزش می‌کنند» از وضعیت مطلوبی برخوردار است. در توضیح نتیجه به دست آمده، به نظر می‌رسد که متولیان ورزش همگانی کشور برای توسعه این حوزه از ورزش دارای چشم انداز و اهداف بلند مدت نیستند و نتوانسته اند که هدف مشخصی برای خود تعریف نمایند. همچنین، تاکنون اقدامات انجام شده ناکافی بوده است و باید فعالیت‌ها با شدت و جدیت بیشتری بر اساس برنامه‌های بلند مدت توسعه ورزش همگانی صورت پذیرد. از طرفی دیگر، یکی دیگر از معضلات موجود عدم نهادینه شدن ورزش در خانواده‌هاست. در واقع، هنوز هم ورزش نتوانسته است جایگاه خود در میان خانواده‌ها را پیدا کند و احتمالاً در سبد مصرفی خانوار در رده‌های آخر قرار می‌گیرد. در این باره می‌توان به سرانه ناکافی ورزش و نیز ناکافی بودن فعالیت‌های ترویجی ورزش همگانی اشاره کرد. چنانچه این امور به درستی انجام پذیرد می‌توان به بهبود ورزش همگانی در کشور امیدوارتر بود. از طرفی، امکانات ورزش مناطق مختلف کشور به‌طور متوازن توزیع نشده اند و این موضوع می‌تواند بخشی از جامعه را در معرض ورزش و دیگران را از انجام ورزش همگانی محروم نماید. همچنین، تعریف مناسبی از ورزش همگانی وجود ندارد و ورزش همگانی جنبه شعاری پیدا کرده است. لذا لازم است که تعریفی کامل و منطقی از ورزش همگانی صورت گیرد و از سلیقه‌ای برخورد کردن مسئولان و عوامل و متولیان ورزش همگانی جلوگیری شود. به نظر می‌رسد که نیاز مبرم به قوانین حمایتی وجود دارد، چرا که قوانین حمایتی لازم برای توسعه ورزش همگانی وجود ندارد. علاوه بر نتایج فوق که وضعیت موجود ورزش همگانی کشور را نشان داد، یافته‌های بخش دیگر تحقیق بیانگر این بود که در مسیر توسعه و رشد ورزش همگانی کشور موانعی وجود دارد که به ترتیب اولویت عبارت اند از: کمبود اماکن و تجهیزات ورزشی، عدم توجه دیگر سازمان‌ها به ورزش همگانی، عدم توجه به ورزش در رسانه‌ها، نبود نیروی انسانی کافی و متخصص، نبود سیاست‌گذاری و برنامه ریزی مشخص و عدم آگاهی و سبک زندگی افراد جامعه بود. بر کسی پوشیده نیست که برای انجام فعالیت‌های ورزشی، اماکن و تاسیسات ویژه‌ای مورد نیاز است که متأسفانه در این رابطه، وضعیت موجود در سطح نامطلوبی قرار دارد و نیاز به تأسیس اماکن ورزشی جدید و نیز تجهیز و تعمیر اماکن و ورزشی موجود به شدت احساس می‌شود. به ویژه این موضوع برای زنان ورزشکار اهمیت بیشتری می‌یابد، چرا که شرایط فرهنگی اجتماعی کشور اجازه ورزش کردن در هر مکانی را به زنان نمی‌دهد. مانع دیگری رشد ورزش همگانی کشور را عدم توجه دیگر سازمان‌ها به ورزش همگانی تشکیل می‌دهد. در واقع، برای توسعه ورزش همگانی کشور یک بسیج عمومی از سوی تمام مردم، مسئولان و سازمان‌ها نیاز است. از سوی دیگر، عدم توجه به ورزش در رسانه‌ها به ویژه به ورزش همگانی مشهود است. لذا رسانه‌ها به عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل توسعه فرهنگ ورزش و فعالیت بدنی باید نسبت به تهیه و پخش هرچه بیشتر برنامه‌های ورزشی به ویژه در زمینه ورزش همگانی همت گمارند و در این راستا رسالت خود را به انجام رسانند.

یکی دیگر از موانع رشد و توسعه ورزش همگانی کشور را نبود نیروی انسانی کافی و متخصص تشکیل می‌دهد. در هر سازمانی، مهمترین منبع سازمان را منابع انسانی آن تشکیل می‌دهد و ورزش همگانی نیز از این قاعده مستثنی نیست که برای توسعه آن باید نیروی انسانی متخصص و مربیان کارآموده بیشتری پرورش یافته و در سطح جامعه به کار گمارده شوند. البته ناگفته نماند که در این راستا، وظیفه اصلی بر عهده دولت و متولیان ورزش همگانی است و باید با سیاستگذاری و برنامه ریزی مشخص در جهت بهبود و ارتقای سطح ورزش همگانی کشور گام‌های ارزنده‌ای برداشته شود. در نهایت، عدم آگاهی و سبک زندگی افراد جامعه عامل دیگری است که مانع رشد و توسعه ورزش همگانی شده است. چنانچه خانواده‌ها بتوانند با تغییر فرهنگ و سبک زندگی خود، از فرهنگ ساکن به فرهنگ زندگی فعال روی آورند، گام مهمی در جهت توسعه این سطح از ورزش برداشته می‌شود. برای این منظور نیز سیاستگذاری و برنامه ریزی دولت و حمایت رسانه‌ها می‌توانند بر عامل فرهنگ خانواده‌ها تاثیر بسزایی داشته باشد.

۲۴۵

در یک جمع بندی کلی می‌توان گفت که در حال حاضر، وضعیت ورزش همگانی کشور در سطح نسبتاً نامطلوبی قرار دارد و برای آنکه بتوان میزان و سطح آن را ارتقا داد، باید موانع پیش روی آن را برداشت و از اثرات مخرب آن‌ها جلوگیری نمود.

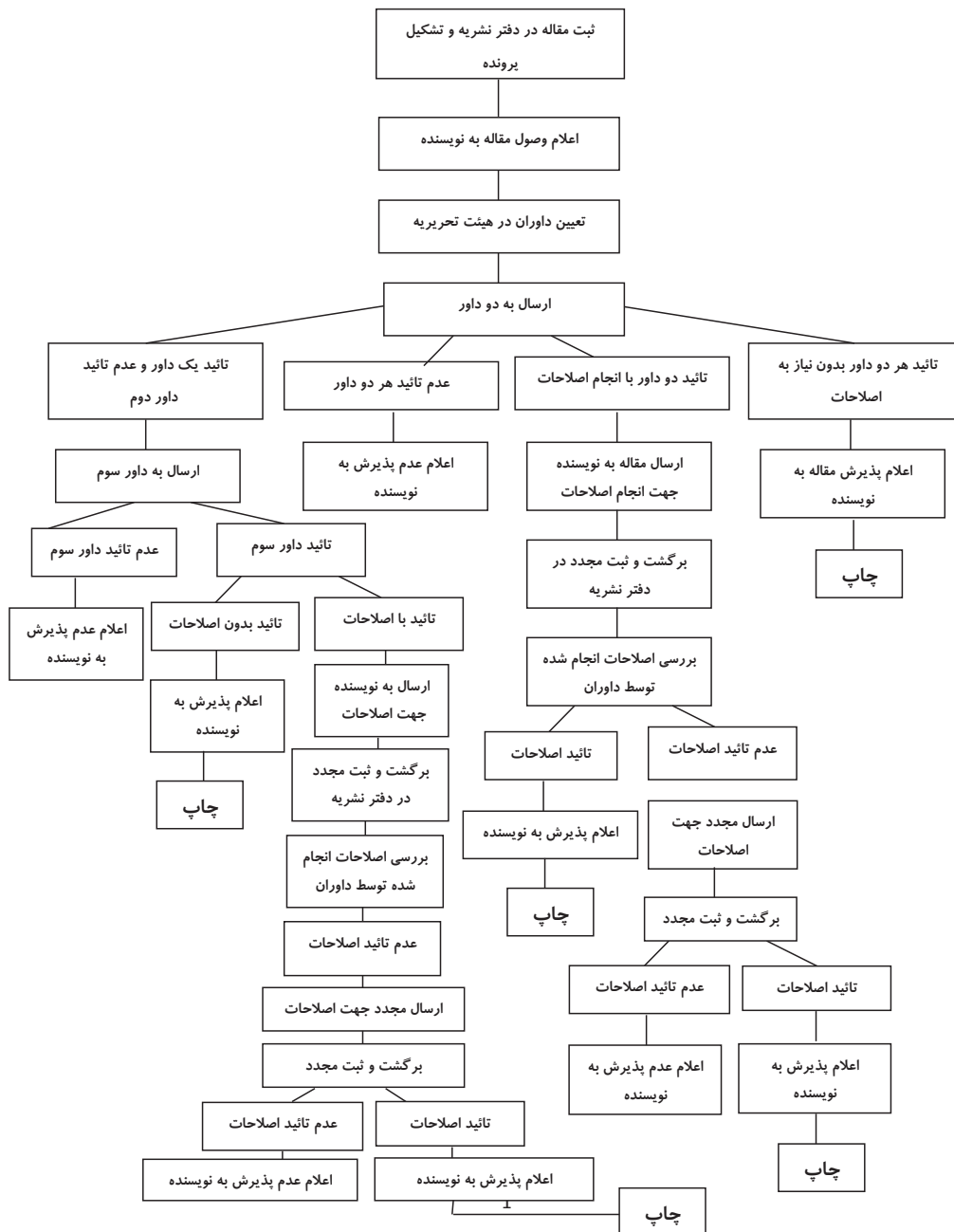
اینک با شناسایی موانع و حتی اولویت بندی آن‌ها، می‌توان به مسئولان و متولیان ورزش همگانی کشور پیشنهاد نمود که با استفاده از راهکارهای مشخص در هر مانع، اثرات تخریبی آن را کاهش دهند و زمینه رشد و ارتقای ورزش همگانی کشور را فراهم نمایند.

منابع

- آذرnia، هدایت. (۱۳۸۴). «بررسی گرایش دانشجویان دانشگاه تبریز به ورزش همگانی». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.
- سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸۲). سند راهبردی نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور.
- علی نژاد، راضیه. (۱۳۹۳). «تدوین برنامه راهبردی گردشگری ورزشی استان مازندران براساس مدل qspm و swot». پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی ساری، ص ۳۹.
- غفرانی، محسن. (۱۳۸۷). «طراحی و تدوین استراتژی توسعه ورزش همگانی و قهرمانی استان سیستان و بلوچستان». رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران.
- غفوری، فرزاد. (۱۳۸۲). «تعیین عوامل موثر بر گرایش مردم به ورزش همگانی و قهرمانی برای تعیین راهبرد های ورزش کشور». رساله دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه تربیت مدرس.
- قره، محمدعلی. (۱۳۸۳). وضعیت ورزش همگانی ایران و مقایسه آن با چند کشور منتخب جهان. رساله دکتری. دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تربیت معلم.
- قره، محمدعلی و شجاع، رضا. (۱۳۸۵). «بررسی چالش ها و موانع فراوری همگانی شدن ورزش در ایران با تأکید بر منابع انسانی و مدیریتی آن». هفتمین همایش ملی تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز.
- کاشف، مجید؛ نقوی الحسینی، سیدجلال و بنیان، عباس. (۱۳۸۲). بررسی وضعیت ورزش صبحگاهی از دیدگاه متخی از معلمان تربیت بدنی و مسئولان مدارس و ارائه راهکار مناسب. معاونت تربیت بدنی و تندرستی وزارت آموزش و پرورش، دفتر تحقیقات و توسعه
- کیانی، خسرو (۱۳۸۸). «بررسی دیدگاه و علایق دانشجویان دانشگاه تهران در خصوص ورزش همگانی». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران، ص ۱۲.
- کاشف، میرمحمد. (۱۳۷۹). «بررسی وضعیت ورزش همگانی ایران و توصیه هایی برای توسعه آن». طرح تحقیقاتی ملی شورای پژوهش های علمی کشور، تهران.
- کشکر، سارا و سلیمانی، مجتبی. (۱۳۹۱). «نقش برنامه خصوصی سازی بر توسعه ورزش های همگانی از دیدگاه کارشناسان». نشریه پژوهش های کاربردی مدیریت و علوم زیستی در ورزش. شماره ۲، ص: ۱۰۴.
- مظفری، میر احمد و قره، محمد علی. (۱۳۸۴). «ورزش همگانی ایران و مقایسه آن با چند کشور منتخب». نشریه علوم حرکتی و ورزش. شماره ۶، صص. ۱۵۱-۱۷۱.
- معتمدین، مختار؛ مددی، بهمن و عسکریان، فریبا. (۱۳۸۸). «توصیف عوامل گرایش یا عدم گرایش شهروندان تبریزی به ورزش همگانی». نشریه علمی پژوهشی، شماره ۲۳، جزء اول، صفحه: ۷۵-۹۸.
- معین فرد، محمدرضا. (۱۳۸۷). «وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران و ارائه الگوی توسعه آن». پایان نامه دکتری، دانشگاه خوارزمی.
- مهرآیین، محمدرضا. (۱۳۸۷). نظریات جدید جامعه شناسی و ورزش. تهران: انتشارات جامعه شناسان
- نصیر زاده، عبدالمهدی. (۱۳۸۷). «طراحی و تدوین استراتژی توسعه ورزش قهرمانی و همگانی استان کرمان». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.

- Buch, T. (2006). **“Resident perception of event impacts: Taupo and Ironman Newzealand”**. Master’s Thesis, AUT University.
- Holzweher, F. (2002). **Sport for all a social change and fitness development institute of sport scenic**. rienna university; Austria
- Ioana, M, Badulescu, A, Bac, O, Bac, D. (2008). **“Qualitative and quantitative analysis of sport tourism from the perspective of Romanian young adults”**. MPRA Paper, No 7641.
- Lindner, K. J. & Sit, C. H. P. (2006). **“Situational state balances and participation motivation in youth sport: A reversal theory perspective”**. British Journal of Educational Psychology, Vol. 76, pp. 369-384.
- Tanaka, NObukO, Mutsuko, Okuda, Tomoko, Sasaki. (2014). **“An International comparative study on the sport Development for people with Mental Health problems in 5 Nations”**. XVIII Isa world congresses of sociology. 13- 19.
- Van Tuyckom,C. (2011). **“Sport for All: Fact or fiction? Individual and cross-national differences in sport participation from a European perspective”**. Submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of Doctor in Sociology and social sciences department of sociology, Gent University.

فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



Identifying the Current Situation and Obstacles to the Development of Sport for All in the Country

Mohammad Babaei

Ph.D. in Sport Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Forough Fattahi Masroor

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Shahre rey Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Nader Shakeri

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 14 Dec. 2017

Accepted: 5 Jan. 2018

21

The study is to identify the status quo and obstacles to the development of general sport in the country as a qualitative study. The methodology of this study was applied in terms of purpose and in terms of qualitative and quantitative method, data collection method was used. The statistical population of the study consisted of all professors and sports management specialists (60), heads of federations (52), managers of sports and youth of the provinces (31) and experts of the Ministry of Sports and Youth (200 persons). In the qualitative section, two methods of theoretical sampling and snowball were used. In a small section, 217 respondents answered the questionnaires. Validity of the questionnaires was confirmed by the structural and formality validity and reliability of the questionnaire by using Cronbach's alpha test on a sample of 30 with 0.81. The results showed that the general state of sport in some cases is desirable and in some cases, such as the "institutionalization of exercise in families", is at an unfavorable level. The lack of space and sports equipment and the lack of attention of other organizations to public sport were the most important barriers to public sport in the country. It is suggested that using the specific strategies at each obstacle, reduce its destructive effects, provide the context for the development and promotion of public sports in the country.

Key Words: Barriers, Development and Sport for All

Determining Factors of the Talent Detection Process: An Exploratory Study on Combat Athletes

Mohammad Nouhi

Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh Tabatabaie, Tehran, Iran

Javad Shahlaee Bagheri

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh Tabatabaie, Tehran, Iran

Farzad Qafouri

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of physical education, University of Allameh Tabatabaie, Tehran, Iran.

Habib Honari

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh Tabatabaie, Tehran, Iran

Received: 30 Jan. 2018

Accepted: 12 Apr. 2018

Evaluating the sporting talents to take advantage of their potential is a necessity for every sport's instructor and practitioner. Therefore, the study is to determine the factors of the talent process as an exploratory study in combat athletes. The method of this research was exploratory and of type of modeling. The statistical population of this study consisted of managers of federations, sports heroes and active experts in the field of martial arts bullying in middle ages of 2005 to 1393. Based on a targeted sampling, 200 people (142 males, 58 females) completed a researcher-made questionnaire of talent identification. Exploratory Factor Analysis showed that the questionnaire of talent identification factors in martial athletes had a fourfold structure (talent discovery, talent identification, selection, selection, and application), which explains 54.92% of the variance of the tool. In addition, the confirmatory factor analysis also showed that the model for determining the factors of the process of scalability is of desirable fit (RMSEA = 0/09, GFI = 0/09, CFI = 0/9). Also, the internal consistency of the questionnaire of the process of apostasy was obtained by Cronbach's alpha (0/87), indicating the satisfactory internal consistency of this tool. Therefore, in order to identify the factors involved in the process of talent identification, a questionnaire of the process of identification can be used.

Keywords: Talent Detection, Athletes, Combat and Exploration

A Model for Managing Consequences of Organizational Cynicism to Organizational Changes (Case Study: Iranian Ministry of Sports and Youth)

Manizhe Jahanbin

Ph.D. in Human Resources Management, Research Institute of Shakhes Pajouh , University of Isfahan, Isfahan, Iran

Mohammad Hossein Moshref Javadi

Ph.D., Assistant Professor of Management Department, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Sardar Mohammadi

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, University of Kurdistan, Kurdistan, Iran

Received:29 May 2016

Accepted:8 Oct. 2016

Organizational cynicism is a belief that an organization lacks integrity, when coupled with a powerful negative emotional reaction, leads to disparaging and critical behavior. Based on this study, the main objective was design of factors affecting organizational cynicism and the consequences of it. The methodology is a combined method. At first, a qualitative meth and then a quantitative method were used. The population consisted of all research staff of the Ministry of youth and sports, and the sample was estimated of 370 people. To collect the data, a questioner was made by researcher, including characteristics of individual and standard- based on questioners of James, Robinson & Maurice, chiaboro, mouse and holds. Content validity of the questioner was done by experts, and for reliability, alpha Cronbach was used. To analyze the qualitative data, the software of MASQDA, SPSS and AMOS were used.

The results of the qualitative section of research showed that there is an index with 16 components and sub components. The findings of the quantitative section showed that in the Ministry of sports and youth, positive work experiences, individual differences, perceived organizational support and negative work experiences, psychological pressure and psychological breach of contracts are of effects on organizational cynicism. Organizational cynicism is also effect on its own implications and dimensions, behavioral implications and job performance. Also, the findings showed that the model was fitted and appropriate to the research. Totally, the factors affecting organizational cynicism leads to significant attitudinal and behavioral implications on the organization.

keyword: Organizational Cynicism, Job Satisfaction, Organizational Commitment, Breach Of Contract, Psychological Attitude, Iranian Ministry Of Sport and Youth

Level of Satisfaction and Loyalty of Users of Products and Services of the First-Class Clubs of Tehran Based on the” ECSI” Model

Mostafa Ali yari

Ph.D. Student in Sport Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

Ebrahim Mahmoodi

Master Degree in Economic Management, Allegro University, Portugal

Mahdi Savadi

Ph.D., Assistant Professor of Sport Management Department, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

18

Received: 21 Jun. 2017

Accepted: 10 Jul. 2017

In today's competitive environment, discovering customer needs and meeting their demands before competitors is a key prerequisite for companies to succeed. The study is to find a model for explaining customer satisfaction and measuring it. The present research attempts to compare customer expectations of product or service performance with product or service performance (according to customer perceptions) during a process. Finally, the focus of this study is on clarifying the variables associated with the process of customer satisfaction which results in a managerial exploitation by measuring customer satisfaction. In this research, first of all, the concepts, theoretical principles and customer satisfaction measurement models are investigated in order to determine the factors affecting customer satisfaction from the theoretical aspect. Then, the model used to assess customer satisfaction as the current study is described and its results are described. In order to analyze the data collected by research questionnaires the satisfaction of different groups of customers regarding the equipment and services studied from the perspective of the indicators of the European customer satisfaction measurement model is described. The statistical population of this study was selected by cluster sampling method and has been sampled in 73 samples. Meanwhile, for data analysis statistical methods for comparison of means and correlation for data analysis have been used.

Keywords: Customer, Satisfaction, Loyalty, Customer Satisfaction Index and Clubs

Prediction of Physical Education Students' Sport Commitment Based on Environmental Factors

Shahrzad Esmaeili

Ph.D. in Sport Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Farideh Ashraf Ganjouei

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Zarei

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 30 May 2017

Accepted: 25 Jul. 2017

17

The study is to predict the sports commitment of physical education students based on environmental factors. This is a descriptive study as a research strategy, in terms of execution path of Correlation type, in terms of time is a section, as data collection is a field, in terms of purpose is applied and in terms of outcomes it is prospective one. The statistical population of the study was all physical education students of physical education faculty in Islamic Azad University of Central and Northern Tehran and Research Science Branches (680 people). According to the Morgan table, 382 people were selected as a statistical sample. Accordingly, due to lack of cooperation (12 students), 370 students were randomly selected as sample. The Athletic Commitment Questionnaire of Scanlan et al. (1993) and the Environmental Factors Questionnaire of Reimers et al. (2006) were used to collect data. Content validity of the questionnaire approved by 10 professors of physical education and the reliability of the questionnaire was 0.82 and 0.81 respectively for the Cronbach's alpha coefficient for the sports commitment questionnaire and the environmental factors. To analyze the data, descriptive statistics (frequency and percentage of frequency, mean and standard deviation), and inferential statistics of Kolmogorov-Smirnov test, Spearman correlation coefficient and regression were used by SPSS software. According to the Spearman test, there is a significant and direct relationship between environmental factors and sport commitment of physical education students. The coefficient of determination (R^2) shows that 25% of the total variance sport commitment changes related to environmental factors. Also, the results of regression test showed that the environmental factor has the ability to predict student sports commitment.

Key Words: Exercise Commitment, Environmental Factors and Physical Education Students

Impact of Ministry of Sports and Youth's Strategies on Choosing Appropriate Leadership Style in Championship Sport

Seyyed Ahmad Hosseini Gol Afshan

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Seyyedeh Nahid Karimi

Ph.D. Student in Technological Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Davood Azizi

Ph.D. Student in Public Administration, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 14 Jan. 2018

Accepted: 1 Feb. 2018

The study is to provide an organized and complete view of the impact of Ministry of Sports and Youth's strategies on choosing the appropriate leadership style in the championship sport and benefiting from 50 internal and external papers. The methodology of this research is qualitative and its data is bibliographic, site-specific and descriptive, in terms of purpose and nature, is applicable in terms of time and duration, monthly and sectional data collected by the library method. The data theory of the Foundation, as a qualitative research approach, has systematic procedures for inductive theorizing, for data analysis. The research data were codified in three stages (open, axial, and selective) and after extracting the concepts, the categories and the theories, the result of this inductive process involves studies and criticisms of management styles derived from their sporting strategies. In Ministry of Sports and Youth, there are 51 federations and 31 departments of the provinces, the result of which is the selection of their leadership style, the cultivation of heroes. In the most recent findings, we found that there is a relationship between leadership styles and individual characteristics. The results indicate that there is a significant relationship between the age and the leadership style of duty, which indicates the attention to duty. As in the theoretical and research topics, personal characteristics such as age, management history, training, and education level are influential on leadership styles of managers, it can be concluded that sports managers also have some of their own characteristics in applying their leadership styles

Key Words: Ministry of Sports and Youth, Strategy, Leadership Style and Championship Sport

Formulation of Factors Affecting Organizational Silence Using Fuzzy AHP and ARAS Combination Approach

Bahman Nik Khoo

Ph.D. Student in Public Administration, Organizational Behavior Management, Kharazmi University, Tehran, Iran

Saeid Jafari Nia

Ph.D., Assistant Professor, Human Resource Management and Business Department, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran

Akbar Hassan Pour

Ph.D., Assistant Professor, Human Resource Management and Business Department, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran

Hosein Abbasiyan

Ph.D., Assistant Professor, Educational Administration Department, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran

Received: 17 Jun. 2018

Accepted: 18 Aug. 2018

One of the major problems that organizations especially human resources are involved with at present is the staff not willing to discuss or participation in the organization. Organizational silence is an inefficient organizational process that reduces costs and effort. The main goal of this research is to help organizations to become familiar with the most important factors affecting the phenomenon of organizational silence and efforts to reduce it in the organization. The present research is applied in terms of purpose and in terms of its nature and descriptive-survey method. In order to achieve the goal, in the first step, a total of 36 factors influencing organizational silence were extracted through comprehensive library studies and evaluations of previous studies. In order to collect experts' opinions to implement the Fuzzy Delphi technique, a Five-Scale Likert questionnaire was used and factors affecting organizational silence were screened. In the next step, the checklist questionnaire was used to determine the weight of the factors and was distributed among the experts. Then, the second questionnaire was presented to the experts in the form of Likert spectrum. Researchers, human resource and behavioral experts who are a member of the scientific management team or have human resource management in organizations located in the province of Tehran. Sampling is unpredictable and snowball type. In this research, 12 experts were selected as respondents. Validity of the questionnaire was confirmed by experts, and the reliability was calculated according to the incompatibility rate obtained from the pairwise comparison of 0/089765. Therefore, considering that it is less than 0/1, it is acceptable. After screening with Fuzzy Delphi technique, 23 factors were accepted according to the experts' opinion for prioritization. Finally, based on the weights obtained by Fuzzy AHP method, the selected factors were selected using the ARAS technique. According to the results of the research, managers' fears of negative feedback, lack of motivational managers and environmental-cultural factors, concepts related to psychology, and the perception of the director's inability to perform the work were the highest priority.

Key Words: Organizational Silence, Fuzzy AHP and ARAS

Designing the Model of Iran's Football Diplomacy Based on Grounded Theory

Davood Noori

Ph.D., student in Sports Sociology, Department of Sports Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran. Iran

Bahram Ghadimi

Ph.D., Associate Professor, Department of Sociology Sport, Faculty of Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University. Tehran. Iran

Masoumeh Shojae

Ph.D., Associate Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Alzahra University, Tehran. Iran

Received: 9 Jun. 2018

Accepted: 18 Jul. 2018

The study is to design a model of football diplomacy in Iran, which is based on the Grounded Theory and through interviews with 23 managers, experts, faculty members, legislators and diplomats and media practitioners who use the Snowball method and selection of experts with maximum oscillation was done. The data were analyzed through three open, axial, and selective coding steps through Nvivo 10 software. The findings, in three stages of coding, identified and categorized the main and secondary categories of football diplomacy: the causal conditions (football nature, structural factors, cultural policies, international politics, Management policies, media policies, professional sport policies); background conditions (economic factors, factors related to government and politics, cultural and social factors, measurement criteria and policies related to FIFA); strategies (international actions, structural actions, cultural and social actions, actions related to expedition teams, business and economic actions), and consequences (dignity and prestige International, development of peace and friendship, isolationism, national identity and convergence, and development of sport tourism, power generation and upgrading of skills). Finally, the paradigm and theoretical model of football diplomacy were formed, As a result of football diplomacy in Iran, according to Progressive constraints that have been affected by different conditions are far from reaching the desired and expected status. Therefore, the application of some strategies will be effective in achieving the desired situation and can somewhat have the desired outcomes for diplomacy.

Keywords: Football, Diplomacy, Football Diplomacy, FIFA and Grounded Theory

Effect of Social Capital on Readiness to Implementation of Knowledge Management in Ministry of Sport and Youth

Masumeh Mohammad Hasan

Master Degree in Administrative Management, Administrative Management Department, Electronic Campus, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Amir Babak Marjani

Academic Member, Administrative Management Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 10 Jun. 2018

Accepted: 23 Jul. 2018

13

Social capital, like other capitals, has prepared a suitable platform for access to opportunities and goals of life and is one of the key sources of organizational and social success. In modern times, managers need more social capital than they require physical and human capital. The study is to examine the effect of social capital on the organization's readiness to implement knowledge management in the Ministry of Sports and Youth. The statistical population of this study is made up of all staff members of the Ministry of Sports and Youth, which numbered 480 people. With regard to this issue, according to the Cochran sampling formula, the sample size is set at 214 people. In this research, a questionnaire was used to measure the variables of the research. The validity of this questionnaire was confirmed through content validity and reliability based on the Cronbach's alpha coefficient. The relationship analysis also uses path analysis in the form of structural equation modeling and SPSS software. The results showed that there was a meaningful relationship between the social behavioral dimension of social capital and the dimensions of production, use and dissemination of knowledge. There was also a significant relationship between the cognitive dimension of social capital and the dimensions of production, application, implementation and dissemination of knowledge. Therefore, the main hypothesis of the research is that the two variables of social capital and knowledge management are correlated.

Key Words: Social Capital, Organization's Readiness, Knowledge Management and Ministry of Sports and Youth

A Qualitative Study on Consequences of Using Social Networks among the Students of Hormozgan University

Younes Danesh

Academic Member, Social Sciences Department, Hormozgan University, Hormozgan, Iran

Mostafa Zahiri Nia

Ph.D., Associate Professor, Social Sciences Department, Hormozgan University, Hormozgan, Iran

Received: 9 Jul. 2018

Accepted: 9 Sep. 2018

12

The expansion and widespread use of social net works plays an important role in the daily lives of young people in particular. The study is to study the consequences of the use of social networks. This qualitative study, using the phenomenological approach with purposive sampling and semi-structured interviews was conducted. After analyzing the interviews, users' motivation categories were extracted to use social networks, negative consequences, as well as positive consequences of using social networks. Lack of cultural programs, attractive location and lack of recreational facilities are motivating reasons to use social networks. The possibility of easy social interaction as a positive consequence of social networks and the use of inappropriate language, differences between family members and consumerism of the consequences of social networks were negative. These findings can reflect the consequences of using social networks.

KeyWords: Social Networks, Consequences, Phenomenological and Qualitative Study

Investigating the Socio-Cultural Factors Affecting the Organization of Youth Marriage

(Case study: All Students of the Humanities Department of Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran in 1395)

Somayyeh Gholami Gharab

Ph.D. Student in Cultural Affairs, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Seyyed Jalil Hosseini Ajdad Niaki

Ph.D., Assistant Professor, South Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

11

Received: 21 May 2018

Accepted: 1 Aug. 2018

The research is to study the socio-cultural factors affecting the organization of marriage among all students of the Humanities Department of Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran in 1395. The present research is descriptive co-relational survey and of purposeful purpose. The statistical population of the present study was all students of the Humanities Department of Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran whose number was 288. The number of samples was 143 who randomly selected based on the Morgan table. Data were collected from two researcher-made questionnaires: 1- social factors (family attitude, friendship, education, economic status) including 41 questions and 2- cultural factors (religion, customs, traditions, beliefs and beliefs) which included 33 questions based on the five-value Likert spectrum used in this study. Findings of the research indicated that the components of religion and religion, customs, traditions, beliefs and beliefs, family attitudes, friends' attitudes, education, and economic status affect the organization of youth marriage. The results also showed that there is a significant difference between the eight components of marriage organizing: the economic situation with a mean of 6/83, the first rank, and the best grade and component of the tradition with the average score of 1/89 and the lowest ranked students. It can be concluded that each of the factors of religion, customs, traditions, beliefs and beliefs, family and friends' attitudes, education and economic status affect the organization of youth marriage, but their degree of influence is different. So, the economics and attitudes of friends can have more impact than other components.

Key words: Cultural and Social Factors, Youth Marriage and Students

Investigating the Factors Affecting Unwillingness to Marriage among Single Employees of Hamedan city offices

Azam Shakouri

Master Degree in Sociology, Head of Iranian Students Polling Agency (ISPA), Hamedan Office, Hamedan, Iran

Asadollah Naghdi

Ph.D., Associate Professor in, Social Sciences Department, Faculty of Economic and Social Sciences, Bu- Ali Sina University, Hamedan, Iran

Hossein Emam Ali Zade

Ph.D. Student in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran

Zahra Rahimi

Master Degree in Sociology, University of Tabriz, Tabriz, , Iran

Received:9 Jun. 2018

Accepted:24 Jul. 2018

Marriage is one of the most important periods of life for each person, which occurs sooner or later, or even if it does not occur, has wide implications on personal and social consequences. In the meantime, what has been learned from previous research is that having jobs and income is one of the most important necessities to marriage, but seeing large numbers of single employees who have jobs has raised the question of why there is also lack of marriage in the workforce. Therefore, the study is to investigate the factors affecting marital neglect between the employees of Hamedan city offices. The theoretical foundations of research based on rational choice theory, demographic transition theory, modernization perspective, gender equality theory, the theory of stagnation inflation, in the view of Giddens modernization and trust, also Durkheim's structural transition perspective and Merton's anomie theory. The research method was survey and data collection tool was questionnaire. After reviewing the theoretical and empirical foundations in relation to the subject matter, 13 factors that seemed to determine the status of employees' civility were selected and formulated in the form of research hypotheses. The findings showed that insufficient financial accountability variables, in spite of having a job and income, difficulty in getting married, and being subjected to marriage, are difficult to meet in today's society, the couple's concern about having a marriage failed, believing in being. The cost of high marriage opportunities, single pleasure, interaction with the opposite sex, having the idealist expectations of marriage, and the type of attitude to marriage are the significant factors associated with employees' civility.

Key Words: Delay in Marriage, Tendency to Marriage, Single, Family and Occupation

Youth Employment Policies Strategy in Iran

Jafar Hezar Jaribi

Ph.D., Full Professor, Social Welfare Department, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Bahman Sobhani

Ph.D. Student, Social Welfare Department, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Received: 11 Jul. 2018

Accepted: 2 Sep. 2018

9

Youth unemployment is currently one of the main issues facing the country, and identification of employment policy challenges is one of the main prerequisites for solving this problem. The research is to identify the basic challenges of youth employment and provide an appropriate policy strategy.

The research is carried out qualitatively and its data were obtained through interviews with 17 experts in the field of labor market and employment policy, and for analyzing the findings of the research, SWOT and AHP models have been used.

The findings showed the internal weaknesses of the labor market (with an average weight of 6/89 and a relative weight of 0/766) are more important in the labor market. After that, opportunities outside the labor market (weighing 6/79 and a relative weight of 0/754) are important. Threats outside the labor market (with a weighted average of 6/74 and a relative weight of 0/749) are important in the third order. Finally, the internal strengths of the labor market (with an average weight of 29/6 and a relative weight of 0/699) are of the least importance and impact.

As the results, in each domains and dimensions of the labor market, Change Direction (WO) Strategies should be selected firstly. "Changing the way of students conduct academic studies from theoretical courses to technical and professional skills", "reducing the acceptance of universities, especially in theoretical and non-technical fields", "Establishment of an income-tax system, especially in non- Manufacturing and interfaces" and "Changing the jobs creation from investor jobs to user jobs" are examples of these strategies.

Key Words: Employment Policy, Youth, SWOT Model and AHP Model

Relationship between the Quality of Marital Life of Youth with Demographic Factors (Case Study: 18-29 Year Old Women in Karaj)

Fatemeh Rashid

Ph.D. Student in Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Shahla Kazemi Pour Sabet

Ph.D., Associate Professor in Sociology, University of Tehran, Tehran, Iran

Hossein Aghajani Mersa

Ph.D., Assistant Professor, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

8

Received: 3 Jun. 2018

Accepted: 27 Jul. 2018

The study is to measure the relationship between the quality of marital life of youth with demographic factors. This research is based on the descriptive-correlation nature. The statistical population contains all married women between the ages of 18 and 29 years living in Karaj. According to the Cochran formula, the sample size is 465 people. The sample was determined by cluster sampling and then by simple random sampling. In theoretical foundations, theories of quality of life, Parsons, Safi, homogeneous, and the like are used. Finally, theoretical model of the research is designed. This research was conducted using a survey method. The data gathering tool was a researcher-made questionnaire. Reliability of the questionnaire was obtained by Cronbach's alpha for all dimensions of the questionnaire above 0/7, which is acceptable. Data were analyzed by descriptive and inferential statistics and analyzed using SPSS software. The result of the hypothesis with related tests shows that there is a significant relationship between quality of life and age, marriage age, age interval with spouse, duration of marriage, fertility age. According to regression and path analysis, the most and the strongest influence on the quality of marital life can be directly related to the direct effect of the variables of the marriage period (0/772), the age difference with the spouse (0/381) and the marriage age (0/440).

KeyWords: Quality of Marital Life, Married Women, Demographic Factors, Marriage Age and Ethnicity

Level of Satisfaction and Loyalty of Users of Products and Services of the First-Class Clubs of Tehran Based on the” ECSI” Model

Mostafa Ali yari: Ph.D. Student in Sport Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran / **Ebrahim Mahmoodi:** Master Degree in Economic Management, Allegro University, Portugal / **Mahdi Savadi:** Ph.D., Assistant Professor of Sport Management Department, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran **18**

A Model for Managing Consequences of Organizational Cynicism to Organizational Changes (Case Study: Iranian Ministry of Sports and Youth)

Manizhe Jahanbin: Ph.D. in Human Resources Management, Research Institute of Shakhess Pajouh, University of Isfahan, Isfahan, Iran / **Mohammad Hossein Moshref Javadi:** Ph.D., Assistant Professor of Management Department, University of Isfahan, Isfahan, Iran / **Sardar Mohammadi:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, University of Kurdistan, Kurdistan, Iran **19**

Determining Factors of the Talent Detection Process: An Exploratory Study on Combat Athletes

Mohammad Nouhi: Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh Tabatabaie, Tehran, Iran / **Javad Shahlaee Bagheri:** Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh Tabatabaie, Tehran, Iran / **Farzad Qafouri:** Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of physical education, University of Allameh Tabatabaie, Tehran, Iran. / **Habib Honari:** Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh Tabatabaie, Tehran, Iran **20**

Identifying the Current Situation and Obstacles to the Development of Sport for All in the Country

Mohammad Babaei: Ph.D. in Sport Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Forough Fattahi Masroor:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Shahre rey Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Nader Shakeri:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **21**

Management Department, Electronic Campus, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Amir Babak Marjani:** Academic Member, Administrative Management Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **13**

Designing the Model of Iran's Football Diplomacy Based on Grounded Theory

Davood Noori: Ph.D., student in Sports Sociology, Department of Sports Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Bahram Ghadimi:** Ph.D., Associate Professor, Department of Sociology Sport, Faculty of Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Masoumeh Shojae:** Ph.D., Associate Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Alzahra University, Tehran, Iran **14**

Formulation of Factors Affecting Organizational Silence Using Fuzzy AHP and ARAS Combination Approach

Bahman Nik Khoo: Ph.D. Student in Public Administration, Organizational Behavior Management, Kharazmi University, Tehran, Iran / **Saeid Jafari Nia:** Ph.D., Assistant Professor, Human Resource Management and Business Department, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran / **Akbar Hassan Pour:** Ph.D., Assistant Professor, Human Resource Management and Business Department, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran / **Hosein Abbasiyan:** Ph.D., Assistant Professor, Educational Administration Department, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran **15**

Impact of Ministry of Sports and Youth's Strategies on Choosing Appropriate Leadership Style in Championship Sport

Seyyed Ahmad Hosseini Gol Afshan: Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Seyyedeh Nahid Karimi:** Ph.D. Student in Technological Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Davood Azizi:** Ph.D. Student in Public Administration, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **16**

Prediction of Physical Education Students' Sport Commitment Based on Environmental Factors

Shahrzad Esmacili: Ph.D. in Sport Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Farideh Ashraf Ganjouei:** Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Ali Zarei:** Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **17**

CONTENTS

Relationship between the Quality of Marital Life of Youth with Demographic Factors (Case Study: 18-29 Year Old Women in Karaj)

Fatemeh Rashid: Ph.D. Student in Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Shahla Kazemi Pour Sabet:** Ph.D., Associate Professor in Sociology, University of Tehran, Tehran, Iran / **Hossein Aghajani Mersa:** Ph.D., Assistant Professor, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **8**

Youth Employment Policies Strategy in Iran

Jafar Hezar Jaribi: Ph.D., Full Professor, Social Welfare Department, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran / **Bahman Sobhani:** Ph.D. Student, Social Welfare Department, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran **9**

Investigating the Factors Affecting Unwillingness to Marriage among Single Employees of Hamedan city offices

Azam Shakouri: Master Degree in Sociology, Head of Iranian Students Polling Agency (ISPA), Hamedan Office, Hamedan, Iran / **Asadollah Naghdi:** Ph.D., Associate Professor in, Social Sciences Department, Faculty of Economic and Social Sciences, Bu- Ali Sina University, Hamedan, Iran / **Hossein Emam Ali Zade:** Ph.D. Student in Sociology, Yazd University, Yazd, Iran / **Zahra Rahimi:** Master Degree in Sociology, University of Tabriz, Tabriz, , Iran **10**

Investigating the Socio-Cultural Factors Affecting the Organization of Youth Marriage (Case study: All Students of the Humanities Department of Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran in 1395)

Somayyeh Gholami Gharab: Ph.D. Student in Cultural Affairs, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Seyyed Jalil Hosseini Ajdad Niaki:** Ph.D., Assistant Professor, South Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **11**

A Qualitative Study on Consequences of Using Social Networks among the Students of Hormozgan University

Younes Danesh: Academic Member, Social Sciences Department, Hormozgan University, Hormozgan, Iran / **Mostafa Zahiri Nia:** Ph.D., Associate Professor, Social Sciences Department, Hormozgan University, Hormozgan, Iran **12**

Effect of Social Capital on Readiness to Implementation of Knowledge Management in Ministry of Sport and Youth

Masumeh Mohammad Hasan: Master Degree in Adminstrative Management, Adminstrative

Editorial Board:

Kiumarsh Ashtarian

Associate Professor of Political Science Department, Faculty of Law and Political Sciences, University of Tehran

Mohammad Javadi pour

Associate Professor of Educational Management and Planning Department, Faculty of Psychology and Education, University of Tehran

Seyyed Nasrollah Sadjadi

Associate Professor of Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran

Mahdi Taleb pour

Associate Professor of Movement Behavior Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Ferdowsi

Mohammad Hossain Abdollahi

Associate Professor of Psychology Department, Faculty of Psychology and Education, University of Kharazmi

Farzad Ghafouri

Associate Professor of Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh

Mohammad Kashti dar

Associate Professor of Physical Education and Sport Sciences Department, Faculty of Literature and Human Sciences, University of Birjand

Mahmood Golzari

Associate Professor of Clinical Psychology Department, Faculty of Psychology and Education, University of Allameh

Amir Maleki

Associate Professor of Social Sciences Department, Payam-e- Noor University

Habib Honari

Associate Professor of Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Allameh



QUARTERLY OF STRATEGIC STUDIES ON YOUTH AND SPORTS

● **No.41** ● **Autumn 2018** ●

● **Concessionaire:** Ministry Of Sports and Youth ●

● **Director:** Mohammad Reza Fazli ●

● **Editor-in-Chief:** Seyyed Nasrollah Sadjadi ●

● **Office Manager:** Zahra Kamalian ●

● **Typist:** Jafar Khodady ●

● **Publication:** Iranian Student Book Agency ●

**MINISTRY OF SPORTS AND YOUTH
STRATEGIC STUDIES AND RESEARCHES CENTER**

● **Add:** No.4. Sayeh St. Afriqa Blvd. Tehran, Iran ●

● **Tel:**+98(21)22662369 ●

● **Fax:** +98(21)22662260 ●

● **<http://faslname.msy.gov.ir>** ●

*In The Name Of Allah
The Beneficent and the
Merciful*