

اندیشه های نوین در ورزش تربیتی

دوره ۱، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳

تدوین الگوی توسعه فوتسال استان تهران براساس روش تحلیل مضمون

امیر علیزاده

۱- دکتری مدیریت ورزشی، مدیرگروه تربیت بدنی، واحد تهران، دانشگاه افسری امام حسین (ع)، دانشکده شهید مطهری، تهران، ایران

چکیده

هدف این پژوهش، تدوین الگوی توسعه فوتسال استان تهران بود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر راهبرد کیفی و از نظر اجراء از نوع تحلیل مضمون است. مشارکت‌کنندگان در تحقیق، صاحب‌نظران و مطلعین حوزه ورزش و بالاخص فوتسال و اساتید دانشگاهی بودند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد و مجموع افراد مشارکت‌کننده ۳۲ نفر بودند. جهت گردآوری داده‌ها، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. پس از نهایی شدن کدگذاری‌ها، ۲۵ مفهوم در قالب هفت مضمون شامل عوامل اقتضایی (فوتسال به عنوان محبوب‌ترین ورزش، پدیده فراگیر و جهانی، افزایش حضور فعال بانوان، توجه به علائق آذربایجانی‌ها به فوتسال، گرایش جامعه به عنوان یک ورزش تفریحی، وجود نیروی جوان با استعداد ورزشی)، تعاملات (توسعه فرهنگی فوتسال، وفاداری هواداران به باشگاه، جذب تماشاگر از بازی با تیم‌های نامدار)، ژانرهای توسعه (الگوپردازی از کشورهای موفق دنیا در فوتسال، توسعه باشگاه‌های حرفه‌ای، اعطای امتیاز)، مراحل توسعه (ایجاد انجمن‌های محلی فوتسال، تربیت کارشناسان فوتسال، آموزش نیروی انسانی متخصص)، موانع توسعه (کمبود وسایل و تجهیزات مختص فوتسال، عدم وجود برنامه‌ریزی‌ها مدون و مستمر، کمبود مربیان و متخصصان آکادمیک، نداشتن روش‌های علمی در استعدادیابی، ضعف مدیریت در زمینه بازاریابی)، ارزش‌ها (ورزش عاملی برای سلامت و نشاط، فعالیت‌های فرهنگی) و منابع (وجود تجهیزات اولیه فوتسال، منابع ناشی از جذب حامیان مالی، امکانات مالی مناسب) استخراج گردید. براساس یافته‌های پژوهش حاضر، برای توسعه این رشته ورزشی در استان تهران، ضمن توجه به عوامل اقتضایی، ضرورت تدوین برنامه‌های توسعه‌ای در حوزه‌های منابع توسعه، مراحل توسعه، ژانرهای توسعه، تعاملات، موانع توسعه و ارزش‌ها وجود دارد.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۹

شماره صفحات: ۹۳-۱۱۳

واژگان کلیدی:

تأمین مالی، بازاریابی ورزشی، هواداری فوتسال، تأسیسات ورزشی، حرفه‌ای‌سازی

استناد به مقاله:

علیزاده، امیر. (۱۴۰۳). تدوین الگوی توسعه فوتسال استان تهران براساس روش تحلیل مضمون. *اندیشه‌های نوین در ورزش تربیتی*، ۱۱۳-۹۳، (۲).



از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید.

DOI: <https://doi.org/10.22034/ntes.2024.455024.1013>

URL: https://ntes.imamreza.ac.ir/article_204773.html

مقدمه

در دهه های اخیر، ارزش بازار جهانی ورزش رشد قابل ملاحظه ای داشته است؛ به طوری که ارزش این بازار از رقم ۳۲۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۱، به رقمی معادل ۴۷۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده است و از بین کشورهای مختلف، ایالات متحده با ۳۲/۵ درصد، بیشترین سهم را از بازار جهانی ورزش به خود اختصاص داده است (بازار جهانی ورزش، ۲۰۱۱ الی ۲۰۱۸). در این بین، جذابیت ذاتی و لذت بخش بودن رشته های توپی از جمله فوتبال و فوتسال از یک سو، و نیز فرصت درآمدزایی بالا برای بازیکنان حرفه ای از سوی دیگر، سبب شده است تا نه تنها تقاضا برای ورود به آکادمی ها و باشگاه های حرفه ای روند رو به رشد داشته باشد، بلکه گرایش عموم مردم به این رشته ها در فعالیت های تفریحی، آموزش ها و تماشای مسابقات نیز افزایش چشمگیری در سطح جهان داشته است. در سطوح حرفه ای این رشته های ورزشی، فعالیت هایی نظیر برگزاری رویداد در سالن ها و اماکن ورزشی مدرن برای جذب حداکثری تماشاگر و فروش بلیط، حق پخش رسانه ای، تبلیغات حین رویدادها، تولید و فروش محصولات ورزشی، جذب حامیان مالی قوی، نقل و انتقال بازیکنان و ورود به بازارهای مالی و افزایش ارزش باشگاه ها در اثر موفقیت های رقابتی از جمله مواردی هستند که فوتبال و فوتسال را به یک صنعت با ارزش بدل کرده اند (استراتژی در صنعت فوتبال، ۲۰۱۵). براساس آخرین تخمین ها، بازار جهانی در سال ۲۰۱۹ در حدود ۱/۸۸۳ میلیارد دلار ارزش گذاری شده است و انتظار می رود ارزش این بازار تا سال ۲۰۲۷ با رشد ۱۸/۳ درصدی در نرخ رشد مرکب سالانه^۱ به ۳/۷۱۲ میلیارد دلار افزایش یابد (آنانند و همکاران، ۲۰۲۱). در بازار فوتسال نیز شرایط مشابهی حاکم است؛ طوری که بازار جهانی آن در سال ۲۰۲۱ در حدود ۳۲۳/۱۷ میلیون دلار برآورد شده و انتظار می رود که ارزش این بازار تا سال ۲۰۲۷ با رشد ۱۳/۹۹ درصدی در نرخ رشد مرکب سالانه به ۷۰۸/۸۱ میلیون دلار افزایش یابد (بازاریابی جهانی ورزش، ۲۰۲۲). شواهد پژوهشی نشان می دهد که سهم صنعت ورزش از تولید ناخالص داخلی کشورهای مختلف بین ۰/۷۵ تا ۴/۴ درصد متغیر بوده است؛ با این حال، دو مطالعه انجام شده در ایران، بیانگر آن است که سهم صنعت ورزش از تولید ناخالص داخلی ایران بین سال های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۴ حدود ۱/۱ درصد بوده است که این میزان به طور معناداری، کمتر از میانگین شاخص جهانی می باشد (کیانمرز و همکاران، ۲۰۰۷). از این گذشته، برآورد صورت گرفته توسط کلاشی و همکاران (۲۰۱۹)، در یک بازه زمانی وسیع تر بین سال های ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۴، نشان داد که حجم اقتصاد ورزش در ایران، سهم اندکی از تولید ناخالص داخلی کشور را به خود اختصاص داده و در بازه زمانی مورد مطالعه، روندی کاهشی داشته است که این میزان با برآوردهای انجام شده در سایر کشورهای جهان، فاصله چشمگیری دارد. صرف نظر از پتانسیل اقتصادی، بهره مندی از مزایای اجتماعی، سلامتی و فرهنگی ورزش، به ویژه در رشته های فوتسال، نیازمند توسعه نظام مند، بلندمدت و پایدار ورزش در کشور می باشد و دست اندرکاران ورزش کشور، با تصویب «نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور» در سال ۱۳۸۲، گام مهمی در این راستا

1. Compound Annual Growth Rate (CAGR)

برداشته‌اند، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که این قانون توفیق چشمگیری در عمل به همراه نداشته است (شبابی و همکاران، ۲۰۱۶).

در حال حاضر، سازمان‌های بین‌المللی و کشورهای متعددی در حال اجرای برنامه‌های بلندمدت برای توسعه فوتسال در سطح بین‌المللی و ملی می‌باشند. برای مثال، فدراسیون بین‌المللی فوتبال (فیفا)^۱ در گام دوم برنامه توسعه خود، با تأکید بر سه اصل «چشم انداز وسیع‌تر، افزایش سرمایه‌گذاری و تأثیرگذاری بیشتر» به دنبال توسعه و حمایت همه‌جانبه از فوتسال می‌باشد. هدف از این برنامه، ارتقاء و حمایت از فوتسال در سراسر جهان است، به طوری که همه ملت‌ها بتوانند به پتانسیل‌های نهفته فوتسالی خود دست یابند. کنفدراسیون فوتسال آسیا^۲ (۲۰۱۹) با طراحی برنامه‌های جدید به طور جدی به دنبال توسعه فوتسال و تبدیل کنفدراسیون به یک سازمان پویا و آینده‌نگر است؛ سازمانی که به طور کامل در کمک به اعضای خود متمرکز شده است تا پیشرفت‌های جدیدی در دهه‌های آینده در آسیا رقم بخورد. روند توسعه در سازمان‌های ملی نیز در کشورهای مختلف به طور جدی پیگیری می‌شود؛ به طوری که کشورهای نظیر ازبکستان و ژاپن موفقیت‌های دور از انتظاری را در جام جهانی رقم زدند. کشور ژاپن، برنامه توسعه بلندمدت فوتسال خود را برای سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۵۰ طراحی و اجرای آن را آغاز کرده است. این کشور، برنامه توسعه فوتسال خود را در راستای تحقق سه هدف متشکل از حضور در جام جهانی، میزبانی جام جهانی فوتسال و سرانجام، برنده شدن در جام جهانی طراحی نموده است تا از این طریق، به عنوان یک قدرت جهانی در فوتسال تثبیت شود (جونور و همکاران، ۲۰۱۷). فدراسیون فوتبال هند^۳، برنامه راهبردی توسعه خود را برای سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۲ با اهداف توسعه مبتنی بر رقابت، ایجاد ظرفیت در انجمن‌های دولتی، فرصت‌های بیشتر برای زنان، توسعه زیرساخت‌ها، تدارک رویدادهای بزرگ و استفاده از فناوری برای تسهیل رشد و توسعه تنظیم و اجرا کرده است (فدراسیون فوتبال هند، ۲۰۱۹). فدراسیون فوتبال نیوزیلند^۴، گام دوم برنامه راهبردی فوتسال خود را با افق ۱۰ ساله برای سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۵ پیش می‌برد. در این مرحله، تمرکز این فدراسیون از تحول و آموزش، به سمت هدایت و همسویی فعالیت‌ها، حمایت از باشگاه‌ها به عنوان پیشران اصلی توسعه فوتسال و در نهایت، افزایش فوتسال‌یست‌های سازمان یافته تغییر یافته است (فدراسیون فوتبال نیوزیلند، ۲۰۱۷).

در ایران، ورزش فوتسال، از زمان بازی در محلات و زمین‌های گل کوچک تا به امروز، تحولات بسیاری را شاهد بوده و به یکی از رشته‌های ورزشی با تشکیلات سازمانی وسیع بدل شده است. تیم ملی فوتسال ایران از سال ۱۹۷۴ در رقابت‌های مقدماتی جام جهانی فوتسال شرکت داشته و در شش دوره، موفق به حضور در مرحله گروهی بازی‌های جام جهانی شده است. با این حال، در آسیا، تیم ملی فوتسال ایران از قدرتمندترین تیم‌ها به‌شمار می‌رود و تا کنون، عنوان بهترین تیم آسیا را به خود اختصاص داده است. فوتسال ایران در مقایسه با فوتسال جهان، به مراتب افتخارات بیشتری را در

1. Federation Internationale de Football Association (FIFA)
2. Asian Football Confederation (AFC)
3. All India Football Federation (AIFF)
4. New Zealand Football Federation (NFF)

عرصه بین‌المللی کسب نموده است. براساس رده‌بندی جهانی در فوریه ۲۰۱۹، ایران در رتبه‌بندی جهانی فوتسال، پس از برزیل و اسپانیا در رده سوم و در رده‌بندی آسیایی در صدر قرار داشت. تیم ملی فوتسال ایران، تاکنون ۱۲ بار در مسابقات قهرمانی فوتسال آسیا به عنوان قهرمانی دست یافته است. با وجود این موفقیت‌های بین‌المللی، به نظر می‌رسد که فدراسیون فوتبال ایران و کمیته فوتسال در ابتدای مسیر توسعه قرار دارد. این فدراسیون، مسئولیت مدیریت و توسعه رشته‌های فوتسال و فوتسال ساحلی مردان و زنان را در چهار رده سنی نوجوانان، جوانان، امید و بزرگسالان برعهده دارد و شاید این گستردگی، در کنار عدم وجود برنامه توسعه بلندمدت و عدم تخصص بودجه‌های مربوطه، از عوامل عمده کندی توسعه در این مجموعه به شمار رود. به طور عمومی، توسعه ورزش مفهومی چند وجهی بوده و جنبه‌های مختلفی نظیر توسعه زیرساخت‌ها، آموزش، استعدادیابی، استعدادپروری، مشارکت همگانی، رقابت‌های قهرمانی و حرفه‌ای را در بر دارد که عملکرد در هر یک از این جنبه‌ها بر سایرین اثرگذار است (پورکیانی و همکاران، ۲۰۱۷). بر این اساس، دستیابی به توسعه پایدار و همه‌جانبه در ورزش‌ها، نیازمند نگاهی کل‌نگرانه، سیستمی و بلندمدت می‌باشد. در جستجوی نویسندگان مقاله حاضر در تارنمای فدراسیون فوتبال با کلیدواژه «راهبردی»، تنها یک سند یافت گردید که این امر، برنامه‌ریزی راهبردی و درازمدت و شفافیت در گزارش‌دهی دست‌اندرکاران این فدراسیون را مورد تردید قرار می‌دهد. در سند یافت شده، فدراسیون فوتبال ایران، دستورالعمل اجرایی سند راهبردی توسعه کمی و کیفی مربیگری و مدیریت را به شرح زیر برای فوتبال، فوتسال و فوتبال ساحلی در اردیبهشت سال ۱۴۰۰ به استان‌ها و شهرستان‌ها ابلاغ نموده است: (۱) تعیین مسئولین متعهد و متخصص برای واحد آموزش؛ (۲) تجهیز واحد آموزش به امکانات آموزشی؛ (۳) ایجاد مکانی دائمی و در اختیار (تحت عنوان آکادمی) طبق استانداردهای ابلاغی فدراسیون؛ (۴) تأکید بر ضرورت تعامل و همکاری و ارزیابی عملکرد شهرستان‌ها براساس راهبردهای تعیین شده؛ (۵) ابلاغ دستورالعمل نظام هماهنگ آموزش و ارتقاء مربیان و مدیران؛ (۶) تدوین برنامه راهبردی برای استان و شهرستان‌ها طبق ضوابط و ملاحظات ابلاغی فدراسیون؛ (۸) تدوین تقویم سالیانه براساس برنامه راهبردی؛ (۹) تهیه محتوای آموزشی و کمک آموزشی؛ (۱۰) ثبت و بایگانی کلیه اطلاعات و اسناد مربیان، مدرسین، مدیران و سایر اشخاص مرتبط با واحد آموزش در سامانه فدراسیون؛ (۱۱) ثبت و بایگانی کلیه اطلاعات و اسناد فعالیت‌های مربوط به مربیگری و مدیریت در سامانه فدراسیون؛ (۱۲) نظارت، ارزیابی و آموزش مستمر و هدفمند مدرسین و مسئولین آموزش؛ و (۱۳) نظارت، ارزیابی و آموزش مستمر و هدفمند مربیان و مدیران. تاکنون پژوهش‌های گوناگونی روی جنبه‌های مختلف مدیریت فوتسال در ایران صورت گرفته است. نادری‌نسب و همکاران (۲۰۱۱) به تعیین رویکردهای محوری توسعه فوتسال جمهوری اسلامی ایران و مقایسه آن با رویکردهای چند کشور منتخب و ارائه رویکردهای مناسب برخاسته از ارزش‌های حاکم بر جامعه پرداختند. براساس یافته‌های این پژوهش، مناسب‌ترین رویکردهای حاکم بر توسعه فوتسال کشور، رویکرد تربیتی- اخلاقی و جامعه‌گرا است که این رویکرد، در توسعه و جهت‌دهی برنامه‌های توسعه‌ای فوتسال کشورهایی چون سوئد، ژاپن، آمریکا، نیوزیلند، کانادا، انگلیس، استرالیا و ایرلند

نقش اساسی دارد. ایزدی و همکاران (۲۰۱۷)، برنامه راهبردی بازاریابی باشگاه‌های لیگ برتر فوتسال ایران را تدوین نمودند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که با توجه به قوت‌ها، (۱۴ مورد از جمله وجود فضای رقابتی لیگ برتر فوتسال و غیرقابل پیش‌بینی بودن آن، پوشش خبری گسترده رسانه‌ای لیگ برتر فوتسال)، ضعف‌ها (۲۲ مورد از جمله نبود حق مالکیت معنوی در ارتباط با کالا و خدمات فوتسالی، فقدان دیدگاه علمی برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و خط مشی اقتصادی و درآمدزایی از بستر فعالیت‌های فدراسیون، کمبود آموزش و تربیت نیروی انسانی فعال در حوزه بازاریابی لیگ برتر)، فرصت‌ها (۱۳ مورد از جمله جذابیت رشته فوتسال برای عموم مردم، امکان درآمدزایی از تبلیغات، اسپانسرشیپ، فروش کالا و خدمات در لیگ برتر کشور، جوان بودن جمعیت کشور)، تهدیدها (۱۰ مورد از جمله نبود نظام جامع باشگاه‌داری در کشور، عدم برنامه‌ریزی منسجم در جهت جذب منابع مالی و اقتصادی غیردولتی). جایگاه بازاریابی باشگاه‌های لیگ برتر فوتسال ایران در موقعیتی تهاجمی قرار دارد و براین اساس، مهم‌ترین هدف بازاریابی لیگ برتر فوتسال می‌بایست بر روی تدوین قوانین حمایتی، تسهیلی و تشویقی برای مشارکت‌کنندگان این حوزه متمرکز گردد. طبیعی-ثانی و همکاران (۲۰۲۰) به شناسایی و تحلیل عوامل اثرگذار بر توسعه فوتسال حرفه‌ای در ایران پرداختند. براساس اولویت‌بندی این پژوهش، به ترتیب عوامل اقتصادی، مدیریتی، هواداری، رسانه-ای و حقوقی، عوامل اثرگذار بر توسعه فوتسال حرفه‌ای در ایران می‌باشند. در پژوهش دیگری، حمیدی و همکاران (۲۰۲۱) با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری، به تدوین نقشه راهبردی آکادمی ملی فوتسال ایران پرداختند. در این نقشه، ۱۰ راهبرد پیشنهادی در چهار سطح/منظر مالی (۲ راهبرد: تعالی وجه و استقرار حقوقی، تشکیلاتی و اداری آکادمی و نقش‌آفرینی آن در رهبری و راهبری فوتسال پایه کشور؛ ظرفیت‌سازی مالی، توسعه بازاریابی، بهره‌مندی از ظرفیت بخش خصوصی و خدمات داوطلبانه خیرین)، ذینفعان (۱ راهبرد: جلب رضایت و حمایت فدراسیون فوتسال به عنوان ذینفع اصلی)، فرایند داخلی (۴ راهبرد: نظام‌مند نمودن مدیریت استعداد و ترسیم مسیر ترقی استعدادهای برتر فوتسال پایه؛ ترویج و تحکیم ارتباطات رسانه‌ای و بهره‌مندی از فناوری-های نوین ارتباطی؛ توسعه مشارکت و همکاری‌های متقابل با آموزش و پرورش، بسیج، باشگاه‌ها و سایر سازمان‌های مرتبط؛ و ترویج مهارت‌های اجتماعی و رفتارهای اخلاقی و آموزه‌های بازی جوانمردانه در نوازمان فوتسال پایه) و رشد و یادگیری (۳ راهبرد: طراحی و استقرار نظام آموزش مدارس فوتسال کشور؛ استقرار نظام توانمندسازی و تعیین صلاحیت حرفه‌ای مدیران، مربیان و استعدادیابان فوتسال پایه کشور؛ و استقرار نظام نظارت، ارزیابی و رتبه‌بندی مدارس فوتسال پایه) پیشنهاد گردید. در خصوص نقش فوتسال در توسعه نیز، پژوهش جامعی توسط آقاخانی و همکاران (۲۰۲۱) صورت گرفته است. در این پژوهش، الگوی نقش فوتسال ایران در دیپلماسی و کسب جایگاه بین‌المللی تدوین گردید. براساس این الگو، دیپلماسی فوتسال در هشت حیطه متشکل از توسعه سیاسی، توسعه فرهنگی، توسعه رسانه، توسعه صلح و دوستی، توسعه اقتصادی، توسعه گردشگری، توسعه وحدت و هویت ملی و کسب جایگاه بین‌المللی تأثیرگذار است.

تاکنون مطالعات محدودی به توسعه فوتسال در سطح استان‌ها اختصاص داشته است. پژوهش‌های مرتبط با توسعه فوتسال محدود به استان‌های غرب ایران (عیدی پور و همکاران، ۱۳۹۴)، گلستان (شفیعی و همکاران، ۲۰۱۷)، سیستان و بلوچستان (نوفرستی و همکاران، ۲۰۱۷) و گیلان (رضانی نژاد و همکاران، ۲۰۱۹) بوده و تنها یک مطالعه به بررسی توسعه فوتسال (رضائی و همکاران، ۲۰۲۰) پرداخته است. به طور اختصاری، عیدی پور و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی چالش‌ها و موانع توسعه و پیشرفت فوتسال در پنج استان غربی ایران (لرستان، کرمانشاه، همدان، کردستان و ایلام) پرداختند. براساس یافته‌های این پژوهش، ۱۲ چالش اساسی در مسیر توسعه فوتسال در این مناطق وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها، عبارتند از: عدم برنامه‌ریزی بلندمدت و نابسامانی نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای، ضعف مدیریتی و ضعف بازاریابی. شفیعی و همکاران (۲۰۷۱) به تحلیل راهبردی فوتسال استان گلستان و تدوین برنامه راهبردی توسعه فوتسال در این استان پرداختند. براساس تحلیل سوات و شناسایی قوت‌ها (۱۹ مورد از جمله تعداد مناسب مدارس فوتسال؛ تعاملات و ارتباط با هیئت‌های فوتسال سایر استان‌ها)، ضعف‌ها (۳۶ مورد از جمله کیفیت نامطلوب سالن‌های فوتسال؛ وضعیت نامناسب مدیریت تیم‌های حرفه‌ای)، فرصت‌ها (۱۳ مورد از جمله جمعیت جوان استان و وجود استعدادهای فراوان؛ مقبولیت عمومی فوتسال زنان)، تهدیدها (۲۶ مورد از جمله تغییر سبک زندگی مردم به سمت بی‌تحركی؛ افزایش قیمت تجهیزات و لوازم فوتسال) و موقعیت راهبردی فوتسال استان گلستان در موقعیت تدافعی تعیین گردید و پیشنهاد شد تا از راهبردهای ثبات، متشکل از تدوین نظام جامع خصوصی‌سازی، تدوین و اجرای نظام جامع جذب، تربیت و بهسازی نیروی انسانی متخصص، افزایش منابع و اعتبارات مالی هیأت فوتبال و حمایت از گسترش فوتبال پاک جهت مدیریت توسعه فوتسال در این استان، استفاده شود (شفیعی و همکاران، ۲۰۱۷). در پژوهش دیگری در استان سیستان و بلوچستان، نوفرستی و غفرانی (۲۰۱۷) به طراحی و تدوین راهبردهای توسعه فوتسال پرداختند. براساس تحلیل سوات و شناسایی قوت‌ها (۱۱ مورد از جمله روحیه وحدت قومی مردم در قبال فوتسال؛ دسترسی همگانی به فضاها و سالن‌های فوتسال)، ضعف‌ها (۱۷ مورد از جمله محدودیت نیروی انسانی متخصص؛ عدم وجود برنامه‌ریزی کوتاه مدت و بلندمدت)، فرصت‌ها (۱۰ مورد از جمله دسترسی استان به آب‌های آزاد جهت مراودات ورزشی با کشورهای منطقه؛ وجود جوانان مستعد)، تهدیدها (۱۰ مورد از جمله نرخ بالای بیکاری و گرایش به قاچاق؛ افزایش هزینه‌های لوازم فوتسال)، جایگاه راهبردی فوتسال استان سیستان و بلوچستان در موقعیت تهاجمی (رشد و ساخت) تعیین و هفت راهبرد برای توسعه فوتسال در این استان پیشنهاد گردید. رضانی نژاد و همکاران (۲۰۱۹) به آسیب‌شناسی راهبردی فوتسال استان گیلان و تعیین استراتژی مطلوب برای توسعه فوتسال در این استان پرداختند. در این پژوهش، ضمن معرفی قوت‌ها (۲۲ مورد از جمله مطلوبیت فناوری اطلاعات)، ضعف‌ها (۳۳ مورد از جمله عدم مطلوبیت کیفیت سالن‌ها)، فرصت‌ها (۱۹ مورد از جمله سیاست‌گذاری خصوصی‌سازی باشگاه‌ها) و تهدیدها (۲۰ مورد از جمله گرایش مردم به سبک زندگی غیرفعال)، جایگاه راهبردی فوتسال استان گیلان در موقعیت

تدافعی تعیین گردید و پیشنهاد شد تا جهت مدیریت توسعه فوتسال استان گیلان، از دو راهبرد ثبات (ساخت اماکن مسقف مربوط به فوتسال یا زمین‌های چمن مصنوعی، تغییر در سیستم بلیط فروشی و تعدیل قیمت بلیط مسابقات) استفاده شود. با این حال، با توجه به نزدیکی موقعیت راهبردی فوتسال این استان به موقعیت تهاجمی، شش راهبرد دیگر نیز به صورت جایگزین پیشنهاد گردید: (۱) توسعه فوتسال پایه با استفاده طرح‌های کارآمد مانند آسیاویژن؛ (۲) بکارگیری مدیران موفق سایر بخش‌های ورزش استان در بخش فوتسال؛ (۳) خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتسال؛ (۴) توسعه فوتسال در فضاهای طبیعی؛ (۵) تعدیل و کاهش موانع توسعه فوتسال بانوان؛ (۶) تأکید بر جنبه‌های پرورشی و رفتاری در سیستم استعدادیابی فوتسال. در خصوص فوتسال، رضایی و همکاران (۲۰۲۰) به تدوین راهبردهای توسعه فوتسال در استان سلیمانیه عراق پرداختند. اهداف کلان برنامه راهبردی توسعه در این پژوهش در پنج محور تعیین گردید: (۱) افزایش تعداد بازیکنان مرد و زن فعال فوتسال؛ (۲) افزایش منابع انسانی متخصص در زمینه مدیریت، مربیگری و داوری فوتسال؛ (۳) توسعه زیرساخت‌های سخت‌افزاری و افزایش ظرفیت استفاده بهره‌ورانه از مجتمع‌های ورزشی؛ (۴) توسعه و تقویت علمی و عملی فعالیت‌ها، فرآیندها، مسابقات و اقدامات مرتبط با فوتسال؛ و (۵) کسب مقام‌ها و رتبه‌های ملی و بین‌المللی. در این پژوهش نقاط قوت (۸ مورد از جمله قابلیت و توانایی در زمینه فوتسال، تجربه برگزاری مسابقات فوتسال در رده‌های سنی مختلف)، ضعف (۱۳ مورد از جمله نبود کمیته برگزاری لیگ فوتسال و عدم برگزاری لیگ فوتسال، ضعف ارتباطی بین فدراسیون فوتبال و مراکز آموزشی، کمبود مربی و داور فوتسال، نبود ساز و کار استعدادیابی و پرورش استعداد)، فرصت‌ها (۸ مورد از جمله امکان توسعه فوتسال در ورزش مدارس و برگزاری مسابقات، برخورداری از قشر جوان و علاقمند، کمک مالی و حمایت دولت از فعالیت‌های ورزشی، کم هزینه بودن فوتسال)، تهدیدها (پنج مورد از جمله درگیری هیأت فوتبال استان سلیمانیه در مسائل حزبی و سیاسی، عدم برخورداری از تماشاچی) و ۲۱ راهبرد مورد شناسایی قرار گرفتند و پیشنهاد گردید تا برای توسعه فوتسال از راهبرد محافظه‌کارانه (بهبود بخشیدن نقاط ضعف داخلی با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود) استفاده شود.

استان تهران بعنوان پایتخت جمهوری اسلامی ایران با جمعیتی حدود هجده میلیون نفر، یکی از استان‌های صنعتی ایران به شمار می‌رود. وجود استعدادهای ورزشی و حضور چندین تیم مطرح در بالاترین سطح فوتسال ایران سبب شده است تا تهران به عنوان یکی از استان‌های فوتسال‌خیز شناخته شود. اگرچه فوتسال تهران بین سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۰ با سرمایه‌گذاری روی تیم‌های پایه، دوران پدرخششی را سپری نمود، اما دهه ۹۰، دوران افول فوتسال در این استان بود. از سال ۱۳۹۷ تاکنون با سرمایه‌گذاری مجدد روی تیم‌های حرفه‌ای، به ویژه تیم سفیر گفتمان و فروش این تیم به بخش خصوصی، نماینده فوتسال استان تهران دوباره به لیگ برتر فوتسال ایران راه یافت. این صعود مجدد، عمدتاً به حضور بازیکنان و مربیان غیربومی نسبت داده می‌شود. چنانچه تحلیل عمیق‌تری روی توسعه فوتسال در استان تهران صورت گیرد، ممکن است این نتیجه‌گیری غیرمنطقی نباشد که با وجود زیرساخت‌های لازم از جمله اماکن ورزشی، جوانان مستعد، باشگاه‌های حرفه‌ای، حامیان

مالی قوی (عمدتاً صنایع مستقر در استان) و هواداران متعصب، فوتسال استان تهران به توسعه مطلوب دست نیافته است. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، از آنجا که دستیابی به توسعه پایدار و همه‌جانبه در ورزش‌ها نیازمند نگاهی کل‌نگرانه، سیستمی و بلندمدت می‌باشد، در پژوهش حاضر سعی گردید تا با رویکردی اکتشافی، عوامل دخیل در توسعه فوتسال استان تهران مورد شناسایی قرار گرفته و الگوی بهینه توسعه فوتسال در این استان تدوین گردد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر راهبرد کیفی و از نظر اجراء از نوع تحلیل مضمون است. جامعه آماری تحقیق، صاحب‌نظران و مطلعین حوزه ورزش و بالاخص فوتسال و اساتید دانشگاهی بودند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و گلوله برفی انجام شد و مجموع افراد مشارکت‌کننده، ۱۶ نفر بودند. در این بخش پس از انجام هر مصاحبه، داده‌های گردآوری شده بررسی گردید و با توجه به بررسی‌های به عمل آمده، مصاحبه بعدی به عمل آمد؛ این فرایند تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. جهت گردآوری داده‌ها، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. جهت بررسی کیفیت و اعتباربخشی نتایج در تحقیق حاضر از معیارهای ارزشیابی لینکلن و گوبا شامل معیارهای اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأییدپذیری استفاده شد (۱۹۹۴). راهبردهای مناسب برای برآورده ساختن این معیارها در تحقیق حاضر به شرح ذیل بودند:

اعتبار: به واقعی بودن توصیف‌ها و یافته‌های پژوهش اشاره دارد و عبارت است از درجه اعتماد شرکت‌کنندگان در پژوهش و زمینه‌ای که این پژوهش در آن انجام شده است. برای دستیابی به این معیار در پژوهش حاضر، از روش‌های زیر استفاده شد: الف) ارزیابی چندجانبه: در فرآیند جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات و انتخاب نمونه پژوهش برای مصاحبه و طراحی سؤالات مصاحبه از منابع و جنبه‌های گوناگونی استفاده شد؛ ب) ارزیابی شرکت‌کنندگان از پژوهش: متن مصاحبه و کدهای استخراج‌شده برای مشارکت‌کنندگان در مصاحبه ارسال و نقطه نظرات آن‌ها اعمال شد. لازم به ذکر است در کدگذاری مقدماتی، شاخص تکرارپذیری و ارتباط مفهوم بیان شده با سؤال طرح شده مبنای انتخاب بود.

انتقال‌پذیری: به این مطلب اشاره دارد که یافته‌های مطالعه تا چه اندازه به گروه‌ها یا مکان‌های دیگر قابل انتقال یا قابل استفاده است. در پژوهش حاضر، به‌منظور دستیابی به این معیار، از روش زیرمستندسازی استفاده شد، طوری که تمام مراحل پژوهش برای استفاده احتمالی محققان دیگر، به صورت مکتوب مستندسازی شد.

قابلیت اعتماد: به پایداری داده‌ها در طول زمان و شرایط متفاوت اشاره دارد. برای دستیابی به این معیار در پژوهش حاضر، از روش دوکدگذار استفاده شد. بدین منظور از یک متخصص حوزه مدیریت ورزشی در فرآیند کدگذاری استفاده شد. در ابتدا، فرآیند کدگذاری توسط متخصص حوزه مدیریت ورزشی آموزش داده شد. سپس دو مصاحبه به صورت تصادفی انتخاب گردید. در هر یک از مصاحبه‌ها، کدهایی که از نظر دو کدگذار مشابه بودند، تحت عنوان «توافق» و کدهای غیرمشابه

تحت عنوان «عدم توافق» مشخص گردید و درصد توافق بین دو کدگذار با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد که نتایج آن در جدول ۱ آمده است. مقادیر پایایی بالای ۰/۶۰ بیانگر پایایی قابل قبول و مقادیر پایایی بالای ۰/۸۰ بیانگر پایایی قابل قبول رویه کدگذاری می باشد. همان طور که در جدول ۱ آمده است، پایایی کدگذاری برای مصاحبه‌های انجام شده، بالاتر از ۰/۸۸۸ بودند که بیانگر پایایی مطلوب و قابلیت اعتماد یافته‌های پژوهش می باشد.

$$\text{میزان پایایی} = \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{100 \times \text{تعداد کل کدها}}$$

جدول ۱. نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

شماره مصاحبه	کل کدها	توافقات	عدم توافقات	میزان پایایی
۳	۲۲	۱۰	۲	۰/۹۰۹
۱۴	۹	۴	۱	۰/۸۸۸
مجموع	۳۱	۱۴	۳	۰/۹۰۳

تأییدپذیری: نشان دهنده ارتباط داده‌ها با منابع نظری می باشد، بدین معنا که ظهور نتایج و تفاسیر براساس منابع نظری صورت گرفته باشد. بدین منظور، در پژوهش حاضر از روش‌های زیر استفاده شد: الف) ارزیابی متخصصان خارج از فرآیند پژوهش: نتایج این پژوهش در اختیار چند تن از اساتید دانشگاه خارج از فرآیند پژوهش قرار گرفت. پس از مطالعه و بازبینی ایشان، نظرات آن‌ها اخذ و اعمال گردید؛ ب) تشریح فرآیند پژوهش: در مقاله حاضر، مراحل پژوهش اعم از جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل و شکل‌گیری درون‌مایه‌ها، به‌منظور فراهم آوردن امکان ممیزی پژوهش برای مخاطبان و خوانندگان تشریح گردید.

شیوه انجام مصاحبه به صورت حضوری و تلفنی انجام شد. شرکت در مصاحبه داوطلبانه بود و به مشارکت‌کنندگان اعلام گردید که می‌توانند از پاسخ به برخی از پرسش‌ها امتناع کنند و یا هر زمان می‌خواهند به مصاحبه ادامه ندهند. به افراد اطمینان داده شد که این مصاحبه در اختیار دیگران قرار نمی‌گیرد و در صورتی که در نتایج تحقیق نقل‌قولی صورت گیرد، از اسامی مستعار استفاده خواهد شد. از شرکت‌کنندگان درخواست شد صرفاً به سؤالاتی که پژوهش‌گر مطرح می‌کند پاسخ دهند. لازم به ذکر است سؤالات مصاحبه براساس مبانی نظری تحقیق تنظیم و تدوین شد. پس از هر پرسش، پرسش‌های دیگر مطرح می‌شد تا توصیف مشارکت‌کنندگان دقیق باشد. در جریان مصاحبه، مصاحبه‌کننده به دقت یادداشت‌برداری می‌کرد. مصاحبه‌ها تا زمان دستیابی به اشباع نظری، یعنی کاهش یافتن افکار و ایده‌های نو و بدیع ادامه یافت. سرانجام جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات کیفی، از روش تحلیل مضمون استفاده شد. این روش از سه مرحله تشکیل شده است.

مراحل سه گانه این الگو عبارت بودند از: مضامین پایه^۱، مضامین سازمان دهنده^۲ و مضامین فراگیر^۳. رابطه میان سطوح مختلف مضامین در شبکه مضامین طرح گردید.

یافته‌ها

به منظور تحلیل مضمون داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، ابتدا داده‌ها به صورت پاراگراف به پاراگراف کدگذاری شدند. سپس، در دو مرحله نسبت به تولید مفاهیم اولیه اقدام شد که در مرحله اول، از ۱۱۵ جمله استخراج شده، ۴۱ مضمون اولیه استخراج گردید. این مفاهیم در مرحله دوم، جهت انسجام بیشتر و تحلیل و تفسیر بهتر، در قالب ۲۵ مفهوم انتزاعی‌تر کدگذاری و در مرحله بعد، در قالب ۱۱ مضمون طبقه‌بندی شدند. مضامین اصلی و نحوه ارتباط آن‌ها با مفاهیم، در جدول ۲ و شکل ۱ آمده است.

جدول ۲. مضامین اولیه (با تعداد تکرار عبارات اولیه استخراجی)

ردیف	مضامین اولیه	تکرار
۱.	ورزش عاملی برای سلامت و نشاط	۷
۲.	محبوبیت فوتسال به عنوان محبوبترین ورزش	۶
۳.	فوتسال به عنوان پدیده فراگیر و جهانی	۶
۴.	ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی فوتسال	۴
۵.	فوتسال به عنوان درآمدزاترین صنایع در قرن حاضر	۳
۶.	فوتسال به عنوان پرطرفدارترین و هیجان‌انگیزترین رشته ورزشی	۳
۷.	وجود تجهیزات اولیه ورزشی فوتسال برای بازی در همه جا	۶
۸.	گرایش جامعه به فوتسال به عنوان یک ورزش تفریحی	۵
۹.	استعدادهای پایه‌ای و قهرمانی فوتسال	۴
۱۰.	سرافرازی، افتخار و روحیه‌آفرینی استانی	۳
۱۱.	تأکید بر علمی شدن ورزش فوتسال	۳
۱۲.	حمایت دولت از ورزش فوتسال	۲
۱۳.	ایجاد همبستگی اجتماعی در بین فوتسال دوستان	۲
۱۴.	مشارکت افراد در ورزش فوتسال استان	۲
۱۵.	فعالیت‌های فرهنگی در زمینه جذب منابع مالی	۵
۱۶.	منابع ناشی از جذب اسپانسرهای ورزشی	۶
۱۷.	درآمد حاصل از بلیط فروشی مستقیم	۳
۱۸.	اعطای امتیاز نام و مارک باشگاه‌های فوتسال برای فعالیت‌های اقتصادی	۴
۱۹.	فرصت‌طلبی از بازی با تیم‌های نامدار کشور برای افزایش جذب تماشاگر	۳
۲۰.	وفاداری هواداران به باشگاه	۵
۲۱.	توسعه باشگاه‌های حرفه‌ای	۴
۲۲.	توجه به ورزشکاران، مربیان، تماشاچیان، طرفداران	۲
۲۳.	آموزش و تربیت کارشناسان ورزش فوتسال	۶

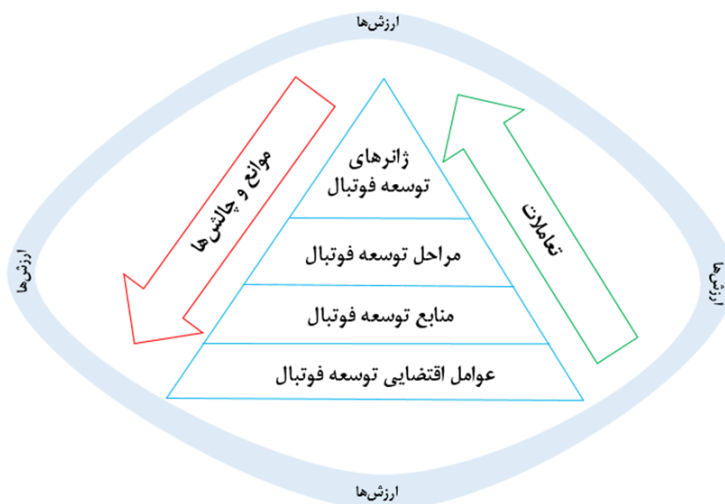
1. Basic Themes
2. Organizing Themes
3. Global Themes

۵	۲۴	توسعه فرهنگی ورزش فوتبال طی برنامه ریزی کلان
۶	۲۵	توجه به امکانات مالی و اقتصادی مناسب
۹	۲۶	وجود نیروی جوان و با استعداد در موفقیت ورزشی
۴	۲۷	بخش خصوصی به عنوان یک مزیت برای جذب اسپانسر
۵	۲۸	عدم وجود برنامه ریزی های مدون و مستمر
۳	۲۹	ضعف مدیریت در زمینه بازاریابی
۹	۳۰	کمبود وسایل و تجهیزات رشته فوتبال در سطح استان و بالاخص در شهرستان ها
۴	۳۱	کمبود مربیان و متخصصان آکادمیک فوتبال
۴	۳۲	نداشتن روش های اصولی و علمی در استعدادیابی فوتبال استان
۳	۳۳	عدم واگذاری درست و اصولی باشگاه های فوتبال به بخش خصوصی
۲	۳۴	محدود بودن اندازه بازار صنعت فوتبال
۵	۳۵	آموزش نیروی انسانی متخصص در زمینه تبیین راهبردها
۳	۳۶	تقویت بُعد اجتماعی با ایجاد کمپین حامیان فوتبال
۲	۳۷	توجه به علائق قوم آذری برای توجه بیش از پیش به ورزش فوتبال
۲	۳۸	ایجاد انجمن های محلی ورزش فوتبال برای برنامه ریزی های منطقه ای و شهرستانی
۲	۳۹	افزایش محیط فوتبال برای بانوان برای حضور فعال بانوان
۲	۴۰	الگوبرداری از کشورهای موفق در فوتبال دنیا
۲	۴۱	تمرکز فدراسیون فوتبال به حمایت از باشگاه ها

جدول ۳. مضامین اولیه، میانی و مضمون اصلی تحقیق

مضمون اصلی	مضامین میانی	مضامین اولیه
توسعه فوتبال استان تهران	عوامل اقتصادی	۱. فوتبال به عنوان محبوب ترین ورزش
		۲. فوتبال به عنوان پدیده فراگیر و جهانی
		۳. افزایش حضور فعال بانوان در محیط فوتبال
		۴. توجه به علائق تهرانی ها به ورزش فوتبال
		۵. گرایش جامعه به فوتبال به عنوان یک ورزش تفریحی
		۶. وجود نیروی جوان با استعداد ورزش
تعاملات		۷. توسعه فرهنگی ورزش فوتبال
		۸. وفاداری هواداران به باشگاه
		۹. جذب تماشاگر از بازی با تیم های نامدار
ژانرهای توسعه		۱۰. الگوبرداری از کشورهای موفق فوتبال دنیا
		۱۱. توسعه باشگاه های حرفه ای
		۱۲. اعطای امتیاز نام باشگاه های فوتبال
		۱۳. ایجاد انجمن های محلی ورزش فوتبال
		۱۴. تربیت کارشناسان ورزش فوتبال
مراحل توسعه		۱۵. آموزش نیروی انسانی متخصص

موانع توسعه	۱۶. کمبود وسایل و تجهیزات مختص فوتسال مانند سالن
	۱۷. عدم وجود برنامه ریزی های مدون و مستمر
	۱۸. کمبود مربیان و متخصصان آکادمیک فوتسال
	۱۹. نداشتن روش های علمی در استعدادیابی
	۲۰. ضعف مدیریت در زمینه بازاریابی
ارزش ها	۲۱. ورزش عاملی برای سلامت و نشاط
	۲۲. فعالیت های فرهنگی
منابع	۲۳. وجود تجهیزات اولیه ورزشی فوتسال
	۲۴. منابع ناشی از جذب حامیان مالی
	۲۵. منابع مالی مناسب



شکل ۱. الگوی توسعه فوتسال در استان تهران

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این تحقیق، تدوین الگوی توسعه فوتسال استان تهران بود. در این راستا، یافته ها نشان داد که پس از نهایی شدن تحلیل ها، ۲۵ مضمون اولیه در قالب هفت مضمون میانی متشکل از عوامل اقتضایی، تعاملات، ژانرهای توسعه، مراحل توسعه، موانع توسعه، ارزش ها و منابع، مضمون اصلی پژوهش حاضر را تبیین نمودند. اولین مضمون استخراج شده، عوامل اقتضایی بود که پنج مفهوم، متشکل از فوتسال به عنوان محبوب ترین ورزش، فوتسال به عنوان پدیده فراگیر و جهانی، افزایش حضور فعال بانوان در محیط فوتسال، توجه به علائق تهرانی ها در ورزش فوتسال، گرایش

جامعه به فوتسال به عنوان یک ورزش تفریحی و وجود نیروی جوان با استعداد ورزشی را در بر داشت. عوامل اقتضایی توسعه، عوامل زمینه‌ای و بنیادی را شامل می‌شود. در واقع، میزان استعداد و علاقه موجود بین مردم استان تهران به فوتسال جزء عوامل اقتضایی به شمار می‌روند و از دیدگاه متخصصین، وجود آن‌ها، نقش مهمی در توسعه فوتسال این استان دارد. در همین راستا، یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار داشت که «... قدرت جذب کودکان و نوجوانان در همه جای دنیا، از ویژگی‌های منحصر به فرد فوتسال هستش، یجورایی این ویژگی رو فوتسال تو ذات خودش داره، بچه‌های استان ما هم ذوق و شوق زیادی برای فوتسال دارن....». همچنین، یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان اعتقاد داشت که «... راه توسعه، ابتدا از افزایش حضور همه مردم در محیط فوتسال می‌گذره، ما اگه می‌خوایم فوتسال تو استان رشد کنه، باید کاری بکنیم خانم‌ها بیان به سمت فوتسال....». نتایج این بخش با یافته‌های ایزدی و همکاران (۲۰۱۷)، شفیعی و همکاران (۲۰۱۷) و نوفرستی و غفرانی (۲۰۱۷) هم‌راستا می‌باشد. در این مطالعات، حضور جامعه جوانان و نوجوانان به عنوان نقطه قوت و فرصت توسعه فوتسال برشمرده شده است. براساس این یافته‌ها، مدیران و مسئولین فوتسال استان تهران باید به ظرفیت‌های موجود در جمعیت استان و علاقه زیادی که نسبت به فوتسال وجود دارد، توجه ویژه نموده و برنامه‌های خود را با توجه به ظرفیت عظیم علاقمندی به فوتسال و هواداری در این استان، پایه‌ریزی نمایند.

دومین مضمون استخراج‌شده، تعاملات بود که از سه مفهوم متشکل از توسعه فرهنگی ورزش فوتسال، وفاداری هواداران به باشگاه، جذب تماشاگر از بازی با تیم‌های نامدار شکل گرفت. این مضمون از یک سو، تعاملات و نحوه ارتباط باشگاه‌ها و از سوی دیگر، مقوله طرفداری در فوتسال و نقش آن در توسعه فوتسال را برجسته می‌کند. مصاحبه‌شوندگان با تأکید بر هواداران پر و پا قرص تیم‌های تهران به ویژه تیم سفیرگفتمان، بر نقش هواداران در توسعه فوتسال این استان تأکید ویژه داشتند که این امر ممکن است با کمیّت و کیفیتی که در استان تهران وجود دارد، در سایر استان‌ها قابل مشاهده نباشد. شواهد عینی حاصل از تجربه حضور تیم سفیرگفتمان تهران در لیگ برتر ایران نشان داده است که بازی‌های رسمی تیم‌های تهران با تیم‌های مطرحی نظیر مس سونگون و گیتی پسند، میزان حضور تماشاگران و وفاداری آنها را ارتقاء می‌دهد. بر این اساس، برنامه‌ریزی و تمرکز بر مسائل فرهنگی مثل کانون هواداران، استفاده از تعصب فوتسالی، تدارک بازی با تیم‌های مطرح و غیره می‌توانند برای توسعه فوتسال در استان تهران به کار گرفته شوند. در این خصوص، یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار داشت که «... با توجه به این که مردمان فوتسال دوست زیادی داریم، مسئولین باید با کار فرهنگی، زمینه توسعه فوتسال استان را از طریق هواداران در کل کشور فراهم کنن و از این ظرفیت بهترین بهره رو ببرن....». این یافته‌ها، با یافته‌های شبانی و همکاران (۲۰۲۲) و رضوی و همکاران (۲۰۲۰) مبنی بر نقش عوامل فرهنگی در توسعه فوتسال همخوان است. هواداری از جمله عوامل مهم و اثرگذار بر توسعه فوتسال حرفه‌ای در ایران شناخته می‌شود (طیبی و همکاران، ۲۰۲۰) و توسعه فرهنگ هواداری یکی از عوامل اثرگذار بر درآمدزایی و توسعه پایدار اقتصادی باشگاه‌ها در کشورهای صاحب فوتسال است (رضوی و همکاران، ۲۰۲۰). نتایج پژوهش

شبابی و همکاران (۲۰۲۲) با هدف شناسایی سازمان‌ها و نهادهای نقش‌آفرین در ارتقاء فرهنگ و آداب حضور در سالن‌های فوتسال ایران نشان داد که وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون فوتبال، باشگاه‌های فرهنگی- ورزشی و مجموعه پلیس و نیروهای انتظامی به عنوان متولیان مستقیم و مجلس شورای اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، رسانه‌ها، نهادهای مذهبی، وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، خانواده‌ها، شهرداری‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد و سازمان‌های مردم‌نهاد و چهره‌های سرشناس به عنوان متولیان غیرمستقیم می‌توانند در الگوسازی فرهنگی و توسعه آداب حضور افراد در سالن‌های فوتسال دخیل باشند. تعامل و اتحاد راهبردی و ارتباطات شبکه‌ای سازمان‌ها و نهادها می‌تواند به واسطه توسعه فرهنگ و آداب حضور افراد در سالن‌های فوتسال، سطح خشونت و پرخاشگری تماشاگران و سایر افراد حاضر در سالن‌ها را کاهش داده و از وقوع حوادث امنیتی که مانع گرایش جامعه به حضور در سالن‌ها می‌گردد، پیشگیری نماید (شبابی و همکاران، ۲۰۲۲). علاوه بر این، براساس الگوی توسعه فرهنگ هواداری در لیگ برتر فوتسال ایران که توسط رضوی و همکاران (۲۰۲۰) ارائه شده است، شرایط علی (ارزش‌های فردی، تخصص‌گرایی، وابستگی، هویت برند و هویت مشترک)، شرایط زمینه‌ای (مقوله‌های بسترهای فرهنگی، بسترهای اجتماعی، بسترهای رسانه‌ای، بسترهای زیرساختی و کیفیت)، شرایط مداخله‌ای (افراد مشهور، سیاسی، نگرش، اقتصادی و گرایش و علاقه‌مندی)، راهبردها (آسیب‌شناسی و ریشه‌یابی، شناخت، به‌کارگیری الگوهای بومی فرهنگ‌سازی، مهارت‌آموزی و یادگیری و حمایت و پشتیبانی) و پیامدها (پیامد رفتاری، پیامد فرهنگی و پیامد اجتماعی) به‌عنوان عوامل مهم در توسعه فرهنگ هواداری برشمرده شده‌اند که باید در طراحی مداخلات فرهنگی- اجتماعی مد نظر قرار گیرند (رضوی و همکاران، ۲۰۲۰). به‌طورکلی، براساس یافته‌های حاصل از مضمون تعاملات، مسئولین و متولیان فوتبال استان تهران می‌توانند با همکاری باشگاه‌ها و دیگر نهادهای مرتبط با فوتسال، برنامه منسجمی برای ارتقاء شرایط فرهنگی و افزایش هواداران فوتسال این استان طراحی کرده و در راستای توسعه فوتسال استان گام بردارند.

ژانرهای توسعه، مضمون سوم استخراج‌شده بود که از سه مفهوم متشکل از الگوبرداری از کشورهای موفق فوتسال دنیا، توسعه باشگاه‌های حرفه‌ای و اعطای امتیاز نام تجاری باشگاه‌های فوتسال تشکیل گردید. این مضمون، بر استفاده از تجربیات کشورهای موفق در فوتسال، حرفه‌ای‌سازی باشگاه‌های فوتسال و استفاده از نشان‌سپاری/فرانچایز (به عنوان یک سیستم بازاریابی برای رشد صنعت) برای توسعه فوتسال در استان تهران تأکید دارد. در خصوص این مضمون، یکی از مصاحبه‌شوندگان عنوان نمود که «... کشف استعدادها و پرورش آن‌ها برای هر باشگاهی حیاتی [است]. الگوبرداری از باشگاه‌های موفق در فوتسال دنیا، گامی اساسی برای استعدادیابی موفق در فوتسال هست، چون هزینه و خرج اضافی تیمو کم می‌کند...». با توجه به این‌که فوتسال ورزش وارداتی به ایران است و کشورهای توسعه‌یافته، چه در بُعد فنی و چه در بُعد مدیریتی، چندین سال از فوتسال

1. Franchise
2. Benchmarking

ایران جلوتر هستند، الگوبرداری از نمونه‌های موفق بنچمارکینگ^۲ در زمینه باشگاه‌داری و همچنین حرفه‌ای‌سازی باشگاه‌ها بر اساس چارچوب و استانداردهای بین‌المللی، مسیر میانبری برای توسعه فوتسال استان تهران فراهم خواهد نمود. این یافته‌ها، با نتایج مطالعات عیدی‌پور و همکاران (۱۳۹۴)، فدراسیون فوتسال نیوزیلند (۲۰۰۷)، آقاخانی و همکاران (۲۰۲۱) مبنی بر نقش حرفه‌ای‌سازی باشگاه‌های فوتسال و استفاده از روش‌های مؤثر بازاریابی همسو می‌باشد. براساس مضمون ژانرهای توسعه، می‌توان به باشگاه‌های فوتسال در تهران پیشنهاد نمود تا با تشکیل یک کارگروه علمی، شیوه‌های مدیریت و توسعه باشگاه حرفه‌ای و مطرح دنیا را مورد بررسی قرار دهند و با در نظر داشتن شرایط کشور و استان، مدل بومی‌سازی شده‌ای برای باشگاه‌ها تدوین نمایند. همچنین انعقاد قراردادهای همکاری با باشگاه‌های مطرح اروپایی به منظور تبادل دانش و استفاده از ظرفیت‌های آن‌ها نیز می‌تواند در حرفه‌ای شدن باشگاه بسیار مؤثر باشد.

چهارمین مضمون شناسایی شده، مضمون مراحل توسعه بود. ایجاد انجمن‌های محلی فوتسال، تربیت کارشناسان فوتسال و آموزش نیروی انسانی متخصص مفاهیمی بودند که در این مقوله قرار گرفتند. وجود انجمن‌های محلی در مناطق کمتر برخوردار می‌تواند بستر توسعه و گسترش رشته‌های فوتسال را از طریق فعالیت‌های آموزش فوتسال، تشکیل تیم و برگزاری رقابت‌های محلی فراهم سازد. از سوی دیگر، وجود نیروی انسانی ماهر و توانمند همواره بخش مهمی از توسعه در تمامی حیطه‌ها به شمار می‌رود. فوتسال نیز از این قاعده مستثنی نبوده و توسعه یکپارچه در آن‌ها، نیازمند نیروی انسانی خبره می‌باشد. در همین راستا، یکی از مصاحبه‌شوندگان درباره اهمیت نیروی انسانی متخصص اظهار داشت که «... نیروهای انسانی توی فوتسال در بخش‌های زیادی وجود دارن، مثل مربیان، بازیکنان، مدیران، کارکنان باشگاه و ... همه اینها نیاز دارن که متخصص باشن وگرنه کارا پیش نمیره و هرچایی که نیروی انسانی خوب داشته باشه، مطمئن باشین ضعف‌ها رو پوشش می‌دن و سازمان رو به جلو میره. به اعتقاد من بدون نیروی انسانی متخصص کار سخت میشه ...». بسیاری از مطالعات انجام شده در کشور، عدم وجود نیروی متخصص را مانعی بر سر راه توسعه ورزش دانسته‌اند. برای مثال، میرزازاده و شجاع (۲۰۱۷) در طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش دانشگاهی در اداره کل تربیت بدنی دانشگاه فردوسی مشهد دریافتند که یکی از ضعف‌های موجود در این سازمان، غیرمتخصص بودن و دانش پایین نیروی انسانی می‌باشد. بنابراین، براساس یافته‌های پژوهش حاضر در خصوص مضمون مراحل توسعه، می‌توان به مدیران و دست‌اندرکاران فوتسال در استان تهران توصیه نمود تا استخدام و پرورش نیروی انسانی خبره را در دستور کار قرار دهند. این امر می‌تواند از طریق شناسایی صلاحیت‌ها و شایستگی‌های مورد نیاز برای پُست‌های مختلف در باشگاه‌ها و هیئت‌های فوتبال و مد نظر قرار دادن آن در جذب نیروی انسانی و برگزاری کلاس‌های دانش افزایی میسر گردد. همچنین فراهم‌سازی منابع اطلاعاتی و سیستم‌های به اشتراک‌گذاری دانش به منظور توانمندسازی نیروی انسانی در باشگاه و سازمان‌های مرتبط با فوتسال می‌تواند فرآیند توسعه را تسهیل و تسریع نماید.

ارزش‌ها، پنجمین مضمون استخراج شده در پژوهش حاضر بود. این مضمون از دو مفهوم ورزش عاملی برای سلامت و نشاط و فعالیت‌های فرهنگی شکل گرفت. ارزش‌ها همواره به عنوان نیروی محرکه عمل کرده و تمامی فعالیت‌های یک سیستم را تحت شعاع قرار می‌دهند. ورزش همواره ابزار بسیار قوی برای توسعه ارزش‌های والای فرهنگی و اجتماعی بر شمرده شده و فوتسال با توجه به جذابیت و محبوبیتش، دستیابی به این ارزش‌ها را تسهیل می‌کند. شاید بتوان مضمون ارزش‌ها را به عنوان جنبه غیرانتفاعی فوتسال معرفی نمود. مصاحبه‌شوندگان ارزش‌هایی که از طریق فوتسال می‌توان بدان دست یافت را ارزش‌های مرتبط با سلامت و شادمانی جامعه و ارزش‌های فرهنگی دانستند. یکی از مصاحبه‌شوندگان معتقد بود که «... ورزش به خوبی به عنوان عاملی برای سلامت و نشاط و هویت‌آفرینی تو جامعه شناخته شده، خب فوتسال به عنوان محبوب‌ترین و جذاب‌ترین ورزش خیلی تو این مورد می‌تونه کارآمد باشه و از اون طرف، همین ظرفیت باعث توسعه خودش هم بشه...». این یافته‌ها با شواهد ارائه شده در مطالعات نوفرستی و غفرانی (۲۰۱۷) و آقاخانی و همکاران (۲۰۲۱) مبنی بر اثرات سلامتی و فرهنگی-اجتماعی فوتسال هم راستا می‌باشد. براساس مضمون ارزش‌ها، می‌توان به طور خاص به دست‌اندرکاران فوتسال استان تهران و به طور عام به تمامی نهادهای مرتبط با فوتسال در تمامی استان‌ها پیشنهاد کرد تا در فعالیت‌های توسعه‌ای خود، با اتخاذ یک رویکرد بُرد-بُرد که هم منابع جامعه و هم منافع فوتسال در آن قابل دستیابی باشند، توجه ویژه‌ای به ارزش‌های مرتبط با سلامت جامعه و مسائل فرهنگی-اجتماعی داشته باشند. به عنوان مثال، فوتسال با توجه به شرایط محیطی مناسب آن برای حضور بانوان (سالن ورزشی)، می‌تواند شمول اجتماعی بانوان را ارتقاء بخشیده و سطح فعالیت بدنی و مشارکت ورزشی آن‌ها را بهبود بخشد. بهره‌مندی از مزایای مشارکت در فوتسال، نه تنها برای بانوان، بلکه برای تمامی رده‌های سنی موضوعیت دارد. همچنین، می‌توان فعالیت‌های فرهنگی متعدد جذابی را در خلال رقابت‌های فوتسال طرح‌ریزی کرد تا ضمن اشاعه فرهنگ و موضوعات اجتماعی، از طریق آن به تعداد تماشاگران و هواداران فوتسال افزود.

ششمین مضمون استخراج شده از دل مصاحبه‌ها، «منابع» نام‌گذاری شد. این مضمون از سه مفهوم متشکل از وجود تجهیزات اولیه فوتسال، منابع ناشی از جذب حامیان مالی و منابع مالی مناسب شکل گرفت. بدون شک، منابع، نقشی کلیدی در توسعه ایفا می‌کنند. دستیابی به توسعه و پیشرفت در هر حوزه، در گام نخست نیازمند فراهم‌سازی سخت‌افزار و امکانات لازم و در کنار آن، پیش‌بینی و تخصص بودجه لازم برای اجرای برنامه‌های توسعه است. هر چند فوتسال را می‌توان با کم‌ترین امکانات بازی کرد، اما اگر هدف توسعه آن باشد، نیاز است که امکانات و تجهیزات لازم برای نقش‌آفرینان فوتسال اعم از بازیکن، مربی، داور و سایرین و همچنین مصرف‌کنندگان اعم از تماشاگران و هواداران فراهم گردد تا در بستر آن، گام‌های توسعه برداشته شود. از این رو، شاید بتوان مضمون منابع را جزو مهم‌ترین و ضروری‌ترین عوامل پیشران در توسعه فوتسال معرفی کرد. اهمیت دسترسی به منابع مطلوب برای توسعه ورزش در مطالعات عیدی‌پور و همکاران (۱۳۹۴)، نوفرستی و

غفرانی (۲۰۱۷)، شفیع و همکاران (۲۰۱۷) و نجورورای (۲۰۱۹) نیز برجسته شده است که با یافته‌های پژوهش حاضر همخوان است. برای مثال، شفیع و همکاران (۲۰۱۷) در بررسی وضعیت فوتسال استان گلستان با استفاده از تحلیل سوات گزارش کردند که ضعف در تشکیلات، منابع مالی، امکانات و تجهیزات باشگاه‌ها و استادیوم‌ها و ضعف در جذب حامیان مالی، نقاط ضعف و موانع فوتسال استان گلستان در مسیر رشد و توسعه هستند. در مجموع، براساس مضمون منابع، به متولیان امر در استان تهران توصیه می‌شود تا در گام نخست، زیرساخت‌های مورد نیاز برای توسعه فوتسال نظیر سالن را از طریق طرح‌های عمرانی و کمک‌های دولتی فراهم کرده و در راستای تأمین مالی، برای فعالیت تیم‌ها و باشگاه‌ها، با توجه به ظرفیت استان تهران از نظر وجود صنایع مختلف، توجه ویژه‌ای به جذب حامیان مالی مبذول دارند. همچنین، تأمین مالی از طریق تسهیلات بانکی برای توسعه امکانات سخت‌افزاری باشگاه‌های فعال ممکن است راه‌گشا باشد.

آخرین مضمون شناسایی شده در پژوهش حاضر، مضمون «موانع توسعه» بود. این مضمون برخلاف مضامین دیگر، ارتباط معکوس با توسعه فوتسال استان تهران داشت و دربرگیرنده پنج مفهوم، متشکل از کمبود وسایل و تجهیزات مختص فوتسال مانند سالن، عدم وجود برنامه‌ریزی مدون و مستمر، کمبود مربیان و متخصصان آکادمیک فوتسال، عدم به‌کارگیری روش‌های علمی در استعدادیابی و ضعف مدیریت در زمینه بازاریابی بود. موانع از جمله عواملی هستند که در صورت عدم توجه به آن‌ها، هر سازمانی را از رسیدن به اهداف خود باز می‌دارند. توسعه فوتسال نیز از این قاعده مستثنی نیست و عدم توجه به موانع توسعه فوتسال، از سرعت نیل به اهداف برنامه‌های توسعه می‌کاهد. نبود برنامه مدون به عنوان یکی از موانع اصلی پیش روی توسعه فوتسال در استان تهران مطرح گردید. بدون شک، رسیدن به اهداف توسعه‌ای بدون برنامه‌ریزی مطلوب ناممکن است. از دیگر موانع، کمبود مربیان و متخصصین با دانش برای پرورش و استعدادیابی بازیکنان در سطح استان بود. این موضوع نه تنها امکان توسعه مطلوب فوتسال در گستره استان را محدود می‌کند، بلکه باشگاه‌های حرفه‌ای استان را به نیروی انسانی سایر استان‌ها و کشورهای متکی می‌کند. همچنین، مقوله ضعف مدیریت بازاریابی که همواره جزء مشکلات ورزش کشور بوده است، به زعم متخصصین در مسیر توسعه فوتسال استان تهران نیز وجود دارد. این در حالی است که ظرفیت استان تهران از نظر جمعیت علاقمند به فوتسال بسیار بالا بوده و در صورت وجود برنامه جامع بازاریابی و اجرای آن توسط باشگاه‌های این استان، می‌تواند بخشی از مشکلات مالی هیأت‌ها و باشگاه‌های فوتسال را مرتفع سازد. موانع شناسایی شده در پژوهش حاضر، در بیشتر مطالعات از جمله پژوهش‌های انجام شده توسط رضوی و همکاران (۲۰۱۶)، عیدی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) و نجورورای (۲۰۱۹) نیز گزارش شده است. براساس موانع شناسایی شده در پژوهش حاضر، به دست‌اندرکاران فوتسال استان تهران توصیه می‌شود تا به منظور رفع موانع موجود، اعم از کمبود مربیان و متخصصان آکادمیک در حوزه استعدادیابی و پرورش بازیکن و ضعف در بازاریابی ورزشی، در گام نخست با بهره‌گیری از نظرات متخصصین مدیریت ورزشی، اقدام به تدوین برنامه توسعه و بهبود منابع انسانی با افق‌های زمانی

میان مدت و بلندمدت نموده و در کوتاه مدت، از نیروی انسانی متخصص غیربومی برای تسریع فرآیند توسعه فوتسال در این استان استفاده نمایند.

الگوی تدوین شده برای توسعه فوتسال در پژوهش حاضر، تابعی از ویژگی های زمینه ای موجود در استان تهران بوده است. بر این اساس، به کارگیری الگوی حاضر در سایر استان ها، نیازمند توجه به ویژگی های زمینه ای استان هدف خواهد بود. میزان علاقمندی به فوتسال و سطح تعصبات ورزشی به تیم های فعال در جمعیت استان تهران در سطح بالایی قرار دارد. این ویژگی، امکان جذب افراد در تمامی رده های سنی به فعالیت های فوتسال را تسهیل می کند. با این حال، فرهنگ مذهبی این استان ممکن است در گسترش فوتسال بین جمعیت بانوان موانعی را ایجاد نماید. همچنین، استان تهران با توجه به داشتن چندین باشگاه و تیم حرفه ای و مسابقاتی که بدلیل حضور این تیم ها در این استان برگزار می شوند، پتانسیل بالایی برای فعالیت های بازاریابی و جذب تماشاگر دارد که ممکن است در برخی استان های دیگر بدین گونه نباشد. عدم وجود باشگاه های حرفه ای فوتسال در برخی استان ها، تمامی دشواری و مسئولیت توسعه را بر عهده هیئت های فوتبال خواهد گذاشت. علاوه بر این، استان تهران یکی از قطب های صنعتی ایران به شمار می رود که پتانسیل بالایی برای جذب حامیان مالی برای این استان فراهم می کند. از این رو، استان های فاقد چنین شرایطی ممکن است نیازمند اتخاذ راهبردها و سیاست های جایگزین برای تأمین مالی و جذب حامیان مالی باشند.

به طور کلی، براساس یافته های پژوهش حاضر، می توان چنین نتیجه گیری کرد که توسعه فوتسال در استان تهران نیازمند تمرکز بر هفت مقوله اساسی، متشکل از عوامل اقتضایی، منابع توسعه، مراحل توسعه، ژانرهای توسعه، تعاملات، موانع توسعه و ارزش ها می باشد که دست اندرکاران فوتسال در این استان می بایست برای هر یک از آنها برنامه مدونی را تدراک ببینند. مطالعات آتی با تمرکز جداگانه روی هر یک از مقولات معرفی شده در پژوهش حاضر و تدوین برنامه های توسعه ای برای اماکن و تأسیسات، بازاریابی فوتسال، استعدادیابی و پرورش بازیکنان، مربیان و داوران، ارزش های فرهنگی و اجتماعی و همچنین حرفه ای سازی باشگاه ها می توانند در پیشبرد توسعه فوتسال در استان تهران کمک شایانی نمایند.

منابع

۱. کیان مرزی، رضا و همکاران (۲۰۰۷). *بررسی وضعیت اقتصاد صنعت ورزش در ایران طی سال های ۱۳۸۰-۱۳۸۴*. ششمین کنگره بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه کیش، ایران: پژوهشکده علوم ورزشی ایران.
۲. کلاشی، محمدحسن و همکاران (۲۰۱۹). *برآورد تولید ناخالص داخلی ورزشی و تغییرات اجزای آن (۱۹۹۶-۲۰۱۵)*. مطالعات مدیریت ورزشی؛ ۱۱ (۵۴): ۱۷-۳۲.
۳. شعبانی، عباس و همکاران (۲۰۱۶). *بررسی سیاست ها و راهبردهای ورزش همگانی در طرح جامع ورزش ایران*. مطالعات مدیریت ورزشی؛ ۶ (۲۷): ۱۵-۳۰.

۴. پورکیانی، محمد و همکاران (۲۰۱۷). تحلیل نقش ورزش قهرمانی و حرفه ای در توسعه ورزش. مطالعات مدیریت ورزشی؛ ۹ (۴۲): ۷۲-۵۵
۵. نادری نسب، مریم و همکاران (۲۰۱۱). تعیین رویکردهای مناسب در توسعه فوتبال ایران و مقایسه با رویکردهای فوتبال در کشورهای منتخب. مجله مدیریت ورزشی؛ ۳
۶. ایزدی، علی و همکاران (۲۰۱۷). تدوین برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی برای برنامه ریزی باشگاه های لیگ برتر فوتبال ایران با تحلیل SWOT. تحقیقات کاربردی در مدیریت ورزشی؛ ۶ (۲): ۲۱-۳۴
۷. طبیبی ثانی، سعید و همکاران (۲۰۲۰). شناسایی و تحلیل عوامل موثر بر رشد حرفه ای فوتبال در ایران. مطالعات فرهنگی-اجتماعی المپیک؛ ۱ (۲): ۱۰۹-۶۶
۸. حمیدی، حسن و همکاران (۲۰۲۱). طراحی سلسله مراتبی علت و معلول نقشه استراتژی آکادمی ملی فوتبال با روش مدل سازی ساختاری تفسیری. مجله مدیریت منابع انسانی در ورزش؛ ۸ (۱): ۲۰۵-۱۷
۹. آقاخانی، علی و همکاران (۲۰۲۱). طراحی الگوی دیپلماسی فوتبال و روابط بین الملل در ایران از دیدگاه صاحب نظران. مطالعات معاصر در مورد مدیریت ورزشی؛ ۱۱ (۲۲): ۱۲۹-۳۹
۱۰. عیدی پور، سعید و همکاران (۲۰۱۵). چالش ها و موانع توسعه فوتبال غرب کشور. مدیریت رفتار سازمانی در مطالعات ورزشی؛ ۲ (۱): ۵۷-۶۴
۱۱. شفیعی، سیمین و همکاران (۲۰۱۷). تحلیل SWOT از فوتبال استان گلستان و ارائه راهکارهای مناسب. مدیریت و توسعه ورزش؛ ۶ (۲): ۱۱۹-۳۹
۱۲. نوفرستی، کاوه و همکاران (۲۰۱۷). طرح و تدوین استراتژی توسعه مسابقات قهرمانی فوتبال ورزشی استان سیستان و بلوچستان. تربیت بدنی و مطالعات علوم ورزشی؛ ۲ (۳): ۱۲۶-۴۰
۱۳. رضائی نژاد، رحیم و همکاران (۲۰۱۹). آسیب شناسی راهبردی فوتبال استان گیلان و تعیین استراتژی مطلوب. مدیریت و توسعه ورزش؛ ۷ (۴): ۱۲۰-۴۰
۱۴. رضایی، سعید و همکاران (۲۰۲۰). طراحی راهبردهای توسعه فوتسال در استان سلیمانیه عراق بر اساس تحلیل SWOT و مدل QSPM. مطالعات معاصر در مورد مدیریت ورزشی؛ ۱۰ (۱۹): ۳۵-۱۷
۱۵. شعبانی، سعید و همکاران (۲۰۲۲). شناسایی سازمان ها و نهادهای دخیل در ترویج و توسعه فرهنگ حضور در استادیوم های فوتبال. مدیریت و توسعه ورزش. ۱۲ (۲۱): ۱۷-۳۵
۱۶. رضوی، سیدرضا و همکاران (۲۰۲۰). طراحی الگوی توسعه فرهنگ هواداری در لیگ برتر ایران. مطالعات مدیریت ورزشی؛ ۱۲ (۶۲): ۲۲۱-۵۰
۱۷. میرزازاده، زهرا، وشجیع، رضا (۲۰۱۷). طراحی و توسعه برنامه راهبردی ورزش دانشگاهی (مطالعه موردی: اداره تربیت بدنی دانشگاه فردوسی). تحقیق در مورد ورزش آموزشی؛ ۵ (۱۲): ۶۱-۷۸
۱۸. رضوی، رضا و همکاران (۲۰۱۶). موانع فروش بلیت مکانیکی در لیگ برتر فوتبال ایران. فیزیولوژی ورزشی و تحقیقات مدیریت؛ ۸ (۳): ۲۰-۹

19. Statista. Market size of the global sports market from 2011 to 2018: Statista; 2019 [Available from: <https://www.statista.com/statistics/1087391/global-sports-market-size/>].
20. Şener I, Karapolatgil AA. Rules of the game: Strategy in football industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2015;207:10-9.
21. Anand K, Deshmukh R. Football market by product type (training ball, match ball, and others), manufacturing process (hand stitched, machine stitched, and thermally bonded), and distribution channel (online and offline): Global opportunity analysis and industry forecast 2021–2027. : Allied Market Research; 2021 [Available from: <https://www.alliedmarketresearch.com/football-market-A11328>].
22. The Express Wire. Global futsal market share 2022, emerging size, new demand, scope and opportunities, growth rate factors, innovative technology, prime players, forecast to 2027: The Express Wire; 2022 [Available from: <https://www.theexpresswire.com/pressrelease/Global-Futsal-Market-Share-2022-Emerging-Size-New-Demand-Scope-and-Opportunities-Growth-Rate-Factors-Innovative-Technology-Prime-Players-Forecast-to-2027-118-Pages-Report-17576382>].
23. Federation Internationale de Football Association (FIFA). The football landscape: FIFA forward programme 2020 [Available from: <https://publications.fifa.com/en/annual-report-2020/the-football-landscape-2020/fifa-forward-programme/>].
24. Asian Football Confederation. New and improved MA development programmes launched 2019 [Available from: https://www.the-afc.com/en/more/news/new_and_improved_ma_development_programmes_launched.html].
25. Junio L, Rodrigues C. The Chinese football development plan: Soft power and national identity. *Holos*. 2017;5:114-24.
26. All India Football Federation (AIFF). All India football federation strategic plan (2019-2022) 2019 [Available from: <https://www.the-aiff.com/media/uploads/2019/12/strategic-plan-aiff.pdf>].
27. New Zealand Football Federation. Shaping football in New Zealand 2017 [Available from: <https://www.sporty.co.nz/v2>].
28. Wikipedia. Iran national football team 2022 [Available from: https://en.wikipedia.org/wiki/Iran_national_football_team].
29. Wikipedia. Iran national futsal team. 2022.
30. Iran Football Federation. A qualitative and quantitative development strategic document was compiled for the coaching discussion: Iran Football Federation; 2021 April 21 [Available from: <http://ffiri.ir/fa/news/7764/>].
31. Guba EG, Lincoln YS. Competing paradigms in qualitative research. In: Denzin N, Lincoln Y, editors. *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications; 1994.
32. Njororai WWS. Organizational factors influencing football development in East African countries. *Soccer & Society*. 2019;20(1):168-88.

Compilation of Futsal development model of Tehran Province based on the theme analysis method Amir Alizadeh

1. PhD in Sports Management, Department of Physical Education, Tehran Branch, Imam Hossein Officer University (AS), Shahid Motahari Faculty, Tehran, Iran

Abstract

The purpose of this research was to develop a futsal development model in Tehran province. In terms of practical purpose, in terms of qualitative strategy, and in terms of execution, this research is of thematic analysis type. The participants in the research were experts and informants in the field of sports, especially futsal, and university professors. Sampling was done purposefully and the total number of participants was 32 people. A semi-structured interview was used to collect data. After the finalization of the coding, 25 concepts in the form of seven themes including contingent factors (futsal as the most popular sport, universal and global phenomenon, increasing the active presence of women, paying attention to the interests of Azerbaijanis in futsal, society's tendency as a sport) entertainment, the existence of young people with sports talent), interactions (cultural development of futsal, loyalty of fans to the club, attraction of spectators from games with famous teams), development genres (modeling successful countries in the world in futsal, development of professional clubs, granting points), development stages (creating local futsal associations, training futsal experts, training specialized human resources), development obstacles (lack of futsal-specific tools and equipment, lack of codified and continuous planning, lack of coaches and academic experts, lack of scientific methods in Talent search, management weakness in the field of marketing), values (sports as a factor for health and vitality, cultural activities) and resources (presence of basic futsal equipment, resources from attracting sponsors, suitable financial facilities) were extracted. Based on the findings of the present research, for the development of this sport in Tehran province, while paying attention to the necessary factors, there is a need to develop development plans in the areas of development resources, development stages, development genres, interactions, development barriers and values.

Keywords: Financing, Sports Marketing, Football Fandom, Sports Facilities, Professionalization.

Corresponding author's email: (dr.amiralizadeh95@gmail.com)