



پژوهش‌های بین‌رشته‌ای در اوقات فراغت

سال اول، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳

صاحب‌امتیاز: دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)

مدیرمسئول: دکتر مهدی اصفهانی (استادیار دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع))

سرمدیر: دکتر وحید ساعت‌چیان (استادیار دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع))

اعضای هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا)

- دکتر مهدی طالب‌پور (عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد)
 - دکتر حبیب هنری (عضو هیات علمی و دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی)
 - دکتر حسین علی محمدی (ادانشیار دانشگاه قم)
 - دکتر حسین عیدی (دانشیار دانشگاه رازی کرمانشاه)
 - دکتر فرزاد فرزاد (عضو هیات علمی دانشگاه مازندران)
 - دکتر محمد کشتی‌دار (عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد)
 - دکتر فریده هادوی (عضو هیات علمی دانشگاه ایوان کی)
- امور اجرایی و ناظر چاپ: مرکز انتشارات کتب و نشریات علمی دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)
- کارشناس نشریه: ریحانه سالاری

صفحه‌آرا: زهرا شجاعی

ویراستار: دکتر آیدا فیروزیان پور اصفهانی

طراح جلد: زهرا شجاعی

شمارگان: محدود

نشانی: مشهد مقدس، خیابان دانشگاه، دانشگاه ۱۵ دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)

تلفن: (۰۵۱-۳۸۰۴۱) (۱۵۱۵)

نمابر: (۰۵۱-۳۸۰۴۱) (۱۵۱۵)

آدرس اینترنتی: <https://ntes.imamreza.ac.ir>

۱	تدوین الگوی سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش های بومی و محلی ایران سیدکریم سعادت میرقدیم، جاوید پور عبدی
۲۳	شناسایی الگوهای ذهنی خبرگان در خصوص عوامل بازدارنده بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی امیر اورلی، مهدی طالب پور، جواد محمدخانی، وحید ساعتچیان، سعید خیاط مقدم
۴۷	تعیین ارتباط بین مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار در معلمان تربیت بدنی امید صفری
۶۱	بررسی تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری در دانش آموزان مقطع ابتدایی حسین اصغرپورعابد، حمید نجات
۸۱	بررسی رابطه بین تجربه‌های مصرف و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان زهرا امینی روشن، جواد غلامیان، رضا یزدی
۱۰۱	پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان مبتنی بر انواع شخصیت علی کروکی

پژوهش‌های بین‌رشته‌ای در اوقات فراغت

دوره ۱، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳

تدوین الگوی سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی ایران

سیدکریم سعادت میرقدیم^{۱*}، جاوید پورعبدی^۲

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزش، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزش، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، ارائه الگوی سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی ایران بود. این پژوهش کیفی، با بهره‌گیری از رویکرد گلیزری نظریه داده‌بنیاد به انجام رسیده است. جامعه آماری تحقیق شامل پژوهشگران، محققان و اساتید دانشگاهی صاحب‌نظر در ارتباط با موضوع مورد بحث بودند که بصورت هدفمند انتخاب شدند. روش گردآوری داده‌ها مبتنی بر مطالعه مبانی نظری مرتبط، اسناد بالادستی و انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با تعداد ۱۰ نفر از خبرگان تحقیق بود که انجام مصاحبه‌ها با آن‌ها تا اشباع نظری ادامه یافت. به منظور تأیید روایی تحقیق، یافته‌ها و نتایج پژوهش، در اختیار ۴ تن از متخصصان حوزه علوم ورزشی قرار داده شد و اعتبار تعاریف و تعمیم‌پذیری یافته‌های تحقیق مورد بررسی و تأیید آن‌ها قرار گرفت. همچنین، از روش ضریب کاپای کوهن به منظور سنجش صحت و قابلیت اعتماد پژوهش استفاده شد که این ضریب ۰/۷ به دست آمد. یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل بازاندیشی آموزشی، حمایت نهادی، صنعت گردشگری روستایی، توسعه منابع انسانی، رشد و توسعه زیرساخت‌ها، پشتیبانی اقتصادی، پوشش رسانه‌ای، تغییرات ساختاری، تقویت جریان پژوهش در ورزش‌های بومی و محلی، ساماندهی رویدادها، ظرفیت تعامل بین‌المللی در ورزش و تقویت هویت‌های قومی و محلی به عنوان سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی ایران معرفی می‌شوند. یافته‌های حاصل از این پژوهش به مدیران ارشد، مسئولین اجرایی و سازمان‌های مرتبط با توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی کمک خواهد کرد تا بتوانند در راستای اجرای هر چه بهتر طرح‌ها و برنامه‌های راهبردی خود تلاش نمایند.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۲

شماره صفحات: ۱-۲۲

واژگان کلیدی:

توسعه، ورزش‌های بومی و محلی، نظریه داده‌بنیاد

استناد به مقاله:

سعادت میرقدیم، سیدکریم و پورعبدی، جاوید. (۱۴۰۳). تدوین الگوی سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی ایران. *اندیشه‌های نوین در ورزش تربیتی*، ۱(۴)، ۱-۲۲.



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

DOI: <https://doi.org/10.22034/NTES.2025.494052.1025>

URL: https://ntes.imamreza.ac.ir/article_۲۲۲۵۰.html

مقدمه

قرن حاضر را باید «قرن ورزش» نامید؛ قرن که در آن ورزش به یکی از برجسته‌ترین و تأثیرگذارترین ساختارهای جامعه تبدیل شده و در زوایای گوناگون زندگی اجتماعی روزمره انسان‌ها جا گرفته است. بر این اساس، می‌توان از این عنصر، به عنوان یکی از معتبرترین مؤلفه‌ها در علوم اجتماعی نام برد (رحمتی و عباس‌زاده، ۱۳۹۴). ورزش به مثابه یک خرده‌فرهنگ، به افراد فرصت خودشناسی، ابراز عقیده، موفقیت شخصی، کسب مهارت، به نمایش گذاردن توانایی‌ها، تعامل اجتماعی و لذت بردن از سلامتی و رفاه را داده و باعث تأثیرگذاری، تعامل با جمع و مسئولیت‌پذیری انسان‌ها می‌شود (ملائتی و موسوی، ۱۳۹۹). همچنین، این پدیده از جمله فعالیت‌های اوقات فراغت به شمار می‌آید که از طریق کاهش خستگی‌های جسمانی و روانی، روح همیاری و همبستگی را در افراد تقویت و اثرات آموزشی، تربیتی و پرورشی را به همراه دارد. بنابراین، کارکرد ورزش به مثابه یکی از جلوه‌های فردی و اجتماعی در حفظ و بقای سلامت افراد جامعه، بر کسی پوشیده نیست (احمدزاده و همکاران، ۱۳۹۲).

ورزش‌های بومی و محلی به عنوان یکی از ماندگارترین پدیده‌های اوقات فراغت و ورزش همگانی به حساب می‌آیند که همواره طرفداران خاص خود را داشته و مورد توجه بسیاری از کشورها، از جمله ایران قرار گرفته است. این ورزش‌ها دارای خصوصیات بالا بوده و از ویژگی‌های مثبت و ارزشمند دیگری برخوردار می‌باشند که به جهت انطباق با علائق ذوقی، هنری و فرهنگی جامعه می‌توانند گسترش و عمومیت پیدا کنند (کاکاویسی و همکاران، ۱۴۰۲). به‌طورکلی، بیش از ۱۵۰ نوع بازی و ورزش سنتی در ایران وجود دارد که با گذشت زمان و تغییر سبک زندگی، نسل امروز با بسیاری از آن‌ها آشنایی ندارند. ساده و در دسترس بودن، عدم وابستگی به ابزار خاص، تقویت استعداد جسمانی و ذهنی، تسهیل در اجرا، از ویژگی‌های محسوس این نوع ورزش‌ها می‌باشند (غفوری و همکاران، ۱۴۰۰). ورزش‌ها و سرگرمی‌های بومی و محلی همچون قدیمی‌ترین گونه فرهنگی به جا مانده از نسل‌های پیشین، یکی از رایج‌ترین و در عین حال سودمندترین و از هر نظر اقتصادی‌ترین نوع گذران اوقات فراغت در گذشته به حساب می‌آمده است (بیگی، ۱۴۰۰). مطالعه و بررسی ورزش‌های بومی و محلی موجب کسب دانش و اطلاعاتی پیرامون هویت فرهنگ جوامع مورد نظر می‌گردد و بستری را ایجاد می‌کند که با کسب اطلاعات بیشتر در مورد آن‌ها از شادی و نشاط جدایی‌ناپذیر این بازی‌ها استفاده شود (غفوری و همکاران، ۱۳۹۸). ورزش‌های بومی و محلی با فرهنگ و آداب و رسوم هر منطقه پیوندی عمیق دارند و بازتاب‌دهنده علائق و سلیقه‌های ذاتی مردم آنجا هستند. این ورزش‌ها همچنان در بخش‌هایی از کشور رایج‌اند و به دلیل تطابق با ذوق، هنر و فرهنگ جامعه، ظرفیت توسعه و تبدیل به بازی‌ها و ورزش‌های عمومی را دارند. با توجه به تنوع و تناسب هر منطقه و امکانات ساده و موجود، این بازی‌ها می‌توانند گروه‌های گسترده‌ای از افراد در سنین مختلف را به بهترین شکل ممکن جذب کنند و مورد پذیرش قرار گیرند (غفوری و همکاران، ۱۴۰۰).

همان‌طور که گفته شد، ورزش‌های بومی و محلی از فرهنگ و میراث جامعه نشأت می‌گیرند و هر منطقه با توجه به زمینه‌های فرهنگی، زبانی و تاریخی، ورزش‌های مختص به خود را دارد (مسلمی و همکاران، ۱۳۹۷). در راستای احیا و اشاعه ورزش‌های بومی و محلی، کشورهای متعددی از جمله چین، ژاپن و کره با اقدامات اساسی خود در این زمینه، بازی‌ها و ورزش‌های بومی خود مانند کونگ-فو، تکواندو، ووشو و سومو را توسعه و ترویج دادند؛ به این دلیل که این مدل از ورزش‌ها برگرفته از هویت فرهنگی هر جامعه در بحث ورزش هستند و به‌عنوان بخشی از میراث فرهنگی در گستره ورزش، یکی از عوامل تشکیل‌دهنده فرهنگ مردم هر منطقه محسوب می‌شوند (غفوری، ۱۳۹۳). این ورزش‌ها به‌عنوان بخشی از فرهنگ هر ملت، متناسب با وضعیت اقلیمی و فرهنگی هر منطقه بر مبنای فلسفه و منطق خاص طراحی شده‌اند و همین هماهنگی و همراهی با جغرافیا و فرهنگ، رمز ماندگاری آن‌ها تاکنون بوده است (غفوری و همکاران، ۱۳۹۸).

در همین راستا، رابطه فرهنگ و ورزش را می‌توان با استفاده از سه مفهوم تحلیل کرد: مفهوم اول، توسعه فرهنگ ورزش می‌باشد که بیانگر آن است که ورزش بخشی از فرهنگ است و لازم است فرهنگ مشارکت ورزشی در انواع فعالیت‌های بدنی و رشته‌های ورزشی و تفریحی به‌عنوان یک فرهنگ عمومی توسعه یابد. بدون تردید، اساس توسعه ورزش، توسعه مشارکت ورزشی و فرهنگ ورزش و فعالیت بدنی است. البته ممکن است توسعه مشارکت ورزشی همیشه به‌طور متوازن با دیگر ابعاد توسعه پیش نرود. مفهوم دوم، به فرهنگ ورزشی یا کارکردهای فرهنگی ورزش در جامعه مانند جامعه‌پذیری، سرمایه اجتماعی، هویت و غیره مربوط می‌شود. در این رویکرد اثبات‌گرایانه، تلاش می‌شود تا کارکردهای اجتماعی و فرهنگی ورزش به‌عنوان نمادهای اجتماعی به حاکمیت توجیه گردند. توسعه فرهنگی در ورزش، مفهوم دیگری است که در نظام‌ها و سازمان‌های ایدئولوژی و رسالت‌محور گسترش یافته و هدف آن توسعه اعتقادات و باورها (سطح بنیادی و عمیق فرهنگ)، هنجارها و ارزش‌ها (سطح بنیادی، سطح میانی و اجتماعی فرهنگ)، نمادها و رفتارهای مورد نظر (سطح بیرونی و ظاهری فرهنگ) در ورزش می‌باشد. در واقع، هدف از توسعه فرهنگی، القاء فرهنگ مورد نظر خود به جامعه یا فرهنگ تخصصی و حرفه‌ای است (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۱). از طرف دیگر، یکی از ابعاد توسعه، تمرکز بر رویکردهای اجتماعی، فرهنگی و تاریخی است. در این راستا، ورزش‌های بومی و محلی با هدف ایجاد ارتباط میان عناصر و روش‌های محلی به‌منظور ارتقاء این نوع ورزش‌ها شکل گرفته‌اند. با این حال، در کشور ما ورزش‌های بومی از بی‌توجهی، فراموشی و عدم توسعه رنج می‌برند. در دیگر کشورها نیز با وجود تأکیدات متعدد، شرایط مشابهی مشاهده می‌شود. امروزه کشورهای پیگیر اصلاحات تلاش کرده‌اند با توسعه و ترویج ورزش‌های سنتی، بومی و محلی، این ورزش‌ها را به‌عنوان جایگزینی برای ورزش‌ها و بازی‌های کشورهای استعمارگر غربی در کشور خود به‌کار گیرند (غفوری و همکاران، ۱۴۰۰). در میان تمامی پدیده‌های اجتماعی، ورزش نیز تحت تأثیر گرایش‌های جامعه قرار دارد. عادات و رفتارهای ورزشی افراد، نگرش‌ها و باورهای آن‌ها در زمینه مسائل ورزشی، همه به‌طور متقابل تحت تأثیر گرایش‌های اجتماعی و رسانه‌ها هستند (منوچهری‌نژاد، ۱۳۹۵). بنابراین، منظور از توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی، ایجاد یک باور

مثبت و همیشگی در میان اقشار مختلف مردم نسبت به این نوع از ورزش‌ها است. در تحلیل پدیده ورزش، باید از رویکرد تحلیل پدیده‌های بی‌نهایت مرتبط استفاده کرد؛ چرا که امروزه ورزش به‌طور حتم با حوزه‌هایی همچون فرهنگ، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، اقتصاد و سیاست ارتباط نزدیکی پیدا کرده است. در حالی که در تحلیل پدیده‌های اجتماعی می‌توان با در نظر گرفتن شرایط مختلف، بسته به نوع پدیده، یک عامل یا شرایط خاص را به‌عنوان عامل اصلی شناسایی نمود.

تحقیقات متعددی پیرامون توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی صورت گرفته است. بر همین اساس، هنرور و همکاران (۱۳۹۳) راهکارهایی در جهت ترویج، ارتقا و احیای ورزش‌های بومی و محلی ارائه دادند. در بحث ترویج، راهکارهای گنجاندن در برنامه‌های آموزش و پرورش، برگزاری در قالب جشنواره‌های ملی و بین‌المللی، آموزش معلمان تربیت‌بدنی و برگزاری در محیط‌ها و فضاهای جذاب، چهار عامل تأثیرگذار بودند. در راستای ارتقاء ورزش‌های بومی و محلی، راهکارهای ایجاد اداره کل ورزش‌های بومی و محلی در وزارت ورزش و جوانان، علمی کردن آن‌ها بر اساس اصول علمی ورزش، تصویربرداری باکیفیت از مسابقات و رویدادها و افزایش بودجه، جزو اولویت‌های این بخش بودند. اندام و همکاران (۱۳۹۴) در بررسی موانع توسعه بازی‌های بومی و محلی از دیدگاه دانشجویان، به این نتیجه رسیدند که عوامل مدیریتی، سازمانی، فرهنگی، درون فردی، محیطی و روانی به ترتیب جزو موانع توسعه این ورزش در کشور می‌باشند. پاپزن و همکاران (۱۳۹۵) دریافتند که برنامه‌ریزی در جهت احیا و ترویج ورزش‌های بومی و محلی می‌تواند پاسخگوی طیف وسیعی از اهداف توسعه روستایی باشد. غفوری و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «تعیین سهم و نقش دستگاه‌های اجرایی در توسعه ورزش همگانی»، به تبیین میزان سهم ارگان‌های اجرایی کشور در اشاعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی و محلی پرداختند. با توجه به نتایج، بالاترین وزن مربوط به وزارت ورزش و جوانان با وزن ۰/۲۱ و پایین‌ترین وزن مربوط به وزارت بهداشت با وزن ۰/۰۹ بود. سلیمانی و همکاران (۱۳۹۹) دریافتند که عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل مدیریتی، آموزش و اطلاع‌رسانی و قوانین و مقررات، در طراحی الگوی توسعه ورزش‌های بومی و محلی جامعه ایران مؤثرند. بیگی (۱۴۰۰) به این نتیجه رسید که کمبود زیرساخت‌های گردشگری ورزشی و فقدان همکاری لازم میان سازمان‌های متولی و جامعه محلی، به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف توسعه ورزش‌های بومی و محلی محسوب می‌شود. کاکاویسی و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان «تدوین مدل ساختاری تفسیری توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی و محلی»، دریافتند که عوامل برگزاری مسابقات و عوامل زیرساختی در سطح اول و عوامل همکاری سازمان‌ها، مدیریتی، نیروی انسانی، آموزشی، رسانه و منابع مالی، به ترتیب در سطوح دوم مدل قرار دارند. ایوانز^۱ و همکاران (۲۰۱۵) بیان کردند که برنامه درسی مدارس استرالیا نقش چشمگیری در آموزش بازی‌ها و ورزش‌های بومی دارد؛ به‌طوری‌که در برنامه درسی بهداشت و تربیت بدنی مصوب سال ۲۰۱۵، آموزش این بازی‌ها و ورزش‌ها برای دانش‌آموزان توصیه شده است. ریگنی^۲ (۲۰۲۰) به این نتیجه رسید قرار گرفتن مردم

1 Evans, J. R.

2 Rigney, D.

بومی و ورزش در یک بافت نژادی تاریخی و سیاسی، بینش‌هایی را در مورد ساخت تاریخی سلطه و نقش نهادهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در جامعه امکان‌پذیر می‌کند. سیلی^۱ (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان «استفاده از ورزش و بازی‌های بومی برای گردشگری جامعه پایدار در باربادوس»، به این نتیجه رسید که از طریق ورزش‌های بومی و محلی می‌توان به توسعه اقتصادی و گردشگری جامعه محلی دست پیدا کرد. اسکایل^۲ (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «ورزش و طبیعت بومی (مطالعه موردی: از یک باشگاه ورزشی بومی)»، با استفاده از یک تفسیر گسترده از آموزش، به بررسی این موضوع پرداخت که چگونه یک باشگاه ورزشی بومی، دانش سنتی زبانی را به اعضای جوان خود آموزش می‌دهد. نتایج نشان داد که دو مورد آموزش با تمرکز بر دقت و کارایی کلمات محلی بر اساس دانش سنتی و آموزش به اشکال مدرن می‌توانند به آموزش مفاهیم بومی و محلی کمک کنند.

ورزش‌های بومی و محلی به‌عنوان بخشی از میراث فرهنگی و اجتماعی ایران، نقشی اساسی در هویت‌بخشی، انسجام اجتماعی و توسعه پایدار جوامع محلی ایفا می‌کنند. با این حال، در دهه‌های اخیر، این ورزش‌ها به دلیل تغییرات سبک زندگی، گسترش ورزش‌های مدرن، کمبود حمایت‌های ساختاری و نبود سیاست‌های منسجم در معرض فراموشی قرار گرفته‌اند. در این راستا، تدوین الگوی سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی در ایران، ضرورتی انکارناپذیر است که می‌تواند به احیای این ورزش‌ها، افزایش مشارکت عمومی، تقویت اقتصاد محلی و ارتقاء جایگاه فرهنگی آن‌ها کمک نماید. این پژوهش به دنبال ارائه الگویی جامع و کارآمد برای سیاست‌گذاری در حوزه ورزش‌های بومی و محلی است تا با بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، راهکارهایی پایدار برای توسعه و ترویج این ورزش‌ها ارائه دهد.

روش‌شناسی

مطالعه حاضر بر اساس هدف، کاربردی و از حیث ماهیت، اکتشافی است که با روش کیفی و توسط استراتژی پژوهشی نظریه داده‌بنیاد^۳ صورت گرفت. نظریه داده‌بنیاد دارای سبک‌های متعددی می‌باشد که در این پژوهش، از رویکرد کلاسیک یا گلیزری استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل پژوهشگران، محققان و اساتید دانشگاهی صاحب‌نظر در موضوع بحث بودند که بصورت هدفمند انتخاب شدند. روش گردآوری داده‌ها، مبتنی بر مطالعه مبانی نظری مرتبط، اسناد بالادستی و انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با تعداد ۱۰ نفر از خبرگان تحقیق بود و انجام مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه پیدا کرد که محقق به اشباع نظری^۴ دست یافت. هدف اصلی از نظریه داده‌بنیاد، تبیین یک پدیده از طریق شناسایی عناصر کلیدی آن (مفاهیم، مقوله‌ها و قضایا) و سپس

1 Seally

2 Skille, E. A.

3 Grounded theory

4 Theoretical saturation

طبقه‌بندی روابط بین این عناصر در بستر و فرآیند مربوط به آن پدیده است. این پژوهش با بهره‌گیری از رویکرد ظاهرشنونده^۱ (گلیزری) در تلاش است تا اهداف خود را دنبال کند، زیرا این رویکرد با وجود چالش‌ها، مدل‌سازی‌های به‌دست‌آمده از آن در مقیاس بسیار وسیعی انجام می‌شود و این امر، افق دید محقق را در تحلیل داده‌ها گسترش می‌دهد. پژوهش با بررسی دقیق و عمیق بخش‌های مختلف مصاحبه‌ها و تحلیل کلمات، عبارات، جملات و پاراگراف‌ها، مفاهیم، کدها و مقوله‌ها صورت گرفت. جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها به‌طور همزمان و آگاهانه انجام شد و فرآیند گردآوری داده‌های اولیه به‌منظور شکل‌گیری روند جمع‌آوری مستمر داده‌ها دنبال گردید. این رویکرد به پژوهشگر این امکان را داد تا فرصت‌هایی برای افزایش کفایت مقوله‌های مناسب فراهم کند. مراحل تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از اجرای مصاحبه‌ها به شرح زیر است:

کدگذاری باز: در ابتدا، محتوای تمامی مصاحبه‌ها به‌طور کامل پیاده‌سازی شد و سپس کدگذاری باز برای آن‌ها صورت گرفت. به این ترتیب که داده‌های جمع‌آوری شده از مصاحبه‌ها، به‌صورت مکتوب بر روی کاغذ درج گردید. سپس، با تجزیه و تحلیل خط به خط و پاراگراف به پاراگراف نوشته‌ها، کدهای باز ایجاد شدند.

کدگذاری/انتخابی: هدف از این مرحله، برقراری ارتباط میان طبقات تولیدشده در مرحله کدگذاری باز بود. در کدگذاری محوری، کدهای تولیدشده در مرحله قبل به‌طور مجدد و به‌گونه‌ای نوین بازنویسی شدند تا ارتباطات میان آن‌ها مشخص گردد. این فرآیند منجر به تشکیل گروه‌ها و مقوله‌های جدید می‌شود.

کدگذاری نظری: پس از این‌که تمامی داده‌ها به‌طور کامل در مراحل کدگذاری باز و انتخابی تحلیل شدند، نوبت به گروه‌بندی آن‌ها رسید. در این مرحله، کدهای محوری استخراج‌شده از مصاحبه‌ها دسته‌بندی شدند و سپس، این گروه‌ها با یکدیگر مقایسه شدند تا گروه‌های اصلی و ابعاد مرتبط با هرکدام، شناسایی و استخراج شوند (کلانته سیفری و محمدی، ۱۴۰۰). در جدول ۱، مشخصات مشارکت‌کنندگان تحقیق بیان گردیده است.

جدول ۱. توصیف مشارکت‌کنندگان پژوهش

ردیف	تعداد
۱	۱
۲	۳
۳	۱
۴	۳
۵	۲

دیدگاه‌های مختلفی از سوی محققان در مورد ملاک‌های ارزیابی فرآیند و نتایج پژوهش‌های کیفی مورد توجه قرار گرفته است. برخی از آن‌ها در قالب مقیاس‌های کلاسیک اعتبار و پایایی و با تجدیدنظر در آن‌ها، ملاک‌هایی برای اعتبار و پایایی پژوهش کیفی نشان دادند که شامل اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، اتکاء‌پذیری، تأییدپذیری می‌باشند (دانایی‌فرد و مظفری، ۱۳۸۷). به جهت تأیید روایی تحقیق، محقق نتایج پژوهش را در قالب جدول و گزارش در اختیار چند تن از صاحب‌ه‌شوندگان قرار داد و اعتبار تعاریف و یافته‌های پژوهش و همچنین تعمیم‌پذیری یافته‌های تحقیق مورد بررسی و تأیید آن‌ها قرار گرفت. همچنین، یافته‌ها در مقام مقایسه با یافته‌های سایر پژوهشگران و تئوری‌های موجود قرار گرفت تا صحت، درستی و معناداری آن‌ها اثبات گردد. همچنین، از آنجایی که تضمین صحت و قابلیت اعتماد مرحله‌ای حیاتی در فرآیند تحلیل داده‌های کیفی صورت می‌پذیرد، برای اندازه‌گیری اعتبار تحقیق، از روش ضریب کاپای کوهن استفاده شد. کاپای کوهن یکی از ابزارهای تصمیم‌گیری آماری به شمار می‌آید که به تعیین میزان توافق و هماهنگی بین دو فرد در یک پدیده می‌پردازد و هر پدیده را به شکل جداگانه یا در بررسی مستقل یک پدیده مورد سنجش قرار می‌دهد. محدوده ضریب کاپا، عددی بین ۱- تا ۱+ است و هر چه خروجی به ۱+ نزدیک‌تر باشد، مبین وجود توافق متناسب و مستقیم و هر چه این عدد به ۱- نزدیک‌تر باشد، بیانگر وجود توافق وارونه و برعکس است. همچنین، ضرایب نزدیک به صفر، نشان‌دهنده عدم توافق می‌باشند (پورعبدی و همکاران، ۱۴۰۰). در همین راستا، محقق پس از طرح سؤالات از روش اجرای پژوهش، آن‌ها را در اختیار ۲ تن از اساتید مدیریت ورزشی قرار داد که پس از محاسبه، ضریب کاپای کوهن ۰/۷ به دست آمد.

یافته‌ها

در این بخش، به تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در تحقیق پرداخته می‌شود. برای این منظور، نظرات و ایده‌های مشارکت‌کنندگان تحقیق براساس روش تئوری گراندد مورد تجزیه و تحلیل دقیق قرار گرفت. یافته‌های پژوهش با استفاده از تحلیل همزمان و همچنین فرآیند کدگذاری و پس از انجام مصاحبه‌ها حاصل گردید. در ادامه، نتایج کدگذاری‌ها به تفکیک ارائه می‌شود و در راستای شناسایی و تبیین سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی، براساس داده‌های استخراج شده از مصاحبه‌های اکتشافی، ۲۰۰ کد اولیه شناسایی شد که در جدول ۲، نمونه‌ای از کدها و مفاهیم حاصل از تحلیل داده‌ها نمایش داده شده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از کدها و مفاهیم حاصل از تحلیل داده‌ها

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ارائه خدمات حمایتی مانند بیمه و امکانات رفاهی برای ورزشکاران محلی ✓ ایجاد فرصت‌هایی برای کارآفرینی محلی از طریق ورزش ✓ تشویق جوانان و زنان به مشارکت در ورزش‌های بومی ✓ تقویت ارتباط بین سازمان‌های دولتی و بخش خصوصی در این حوزه ✓ همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد (NGO) در حمایت از ورزش‌های بومی 	حمایت نهادی	عوامل مدیریتی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ تأسیس نهادها یا کمیته‌های تخصصی برای پیگیری و ارتقاء این ورزش‌ها ✓ تدوین قوانین و آیین‌نامه‌های حمایتی برای توسعه ورزش‌های بومی و محلی ✓ ایجاد شبکه‌های ارتباطی میان جوامع محلی برای تبادل تجارب 	تغییرات ساختاری	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ احداث فضاهای ورزشی محلی ✓ بازسازی و نوسازی زیرساخت‌های موجود ✓ ایجاد کمیته‌های مدیریت زیرساخت‌ها با مشارکت مردم محلی ✓ نظارت مستمر بر عملکرد و نگهداری زیرساخت‌ها ✓ پایداری و حفظ محیط‌زیست در ساخت زیرساخت‌ها 	رشد و توسعه زیرساخت‌ها	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی برای تربیت مربیان حرفه‌ای در ورزش‌های بومی ✓ تربیت داوران و ناظران محلی 		

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ شناسایی و پرورش استعداد‌های جوان ✓ تقویت مهارت‌های اجرایی در مدیریت مسابقات، جشنواره‌ها و رویدادهای مرتبط 	توسعه منابع انسانی	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ تدوین یک تقویم سالانه برای برگزاری مسابقات و جشنواره‌های ورزش‌های بومی ✓ تخصصی‌سازی رویدادها ✓ ترکیب ورزش‌های بومی با دیگر فعالیت‌های فرهنگی مانند موسیقی، غذاهای محلی و ... ✓ تدوین و اجرای قوانین و مقررات مشخص برای برگزاری رویدادهای ورزش‌های بومی ✓ ایجاد لیگ‌ها یا جام‌های ملی برای ورزش‌های بومی ✓ ارائه خدمات مناسب به تماشاچیان، مانند بلیت‌های ارزان یا رایگان 	ساماندهی رویدادها	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ دعوت از تیم‌ها و ورزشکاران خارجی برای شرکت در رقابت‌های محلی ✓ استفاده از رویدادهای بین‌المللی برای ترویج فرهنگ و هویت بومی ✓ امضای تفاهم‌نامه‌های همکاری با کشورهای مختلف برای توسعه و ترویج ورزش‌های بومی ✓ همکاری با سازمان‌های بین‌المللی مانند یونسکو برای حفاظت و ترویج ورزش‌های بومی ✓ تقویت دیپلماسی ورزشی ✓ ثبت ورزش‌های بومی در فهرست میراث فرهنگی ناملموس یونسکو ✓ استفاده از فرصت‌های بین‌المللی برای رشد ورزش‌های بومی 	ظرفیت تعامل بین‌المللی	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ تخصیص بودجه‌های مستقل برای ورزش‌های بومی و محلی ✓ ایجاد صندوق‌های حمایتی ویژه برای خرید تجهیزات محلی موردنیاز ✓ حمایت از تولیدکنندگان بومی تجهیزات ورزشی محلی ✓ ارتقاء مهارت‌های بازاریابی و تبلیغات 	پشتیبانی اقتصادی	عوامل اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ طراحی تورهای گردشگری ورزشی 		

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ تجهیز روستاها به امکانات اقامتی و رفاهی مناسب برای گردشگران علاقه‌مند به ورزش‌های بومی ✓ تشویق جوامع محلی به تولید و فروش صنایع دستی و سوغات مرتبط با ورزش‌های بومی ✓ ایجاد مسابقات کوچک میان گردشگران برای تجربه مستقیم ورزش‌های بومی ✓ ایجاد برنامه‌هایی برای حفظ منابع طبیعی که ورزش‌های بومی به آن‌ها وابسته هستند 	<p>صنعت گردشگری روستایی</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ گنجانیدن ورزش‌های بومی در برنامه‌های درسی مدارس و دانشگاه‌ها ✓ تهیه و انتشار منابع آموزشی و مستندسازی بازی‌های محلی ✓ ادغام ورزش‌های بومی در برنامه‌های تربیت بدنی مدارس و دانشگاه‌ها 	<p>بازاندیشی آموزشی</p>	آموزش و فرهنگ‌سازی
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ایجاد فرصت‌های تحصیلی برای دانشجویان علاقه‌مند به پژوهش در ورزش‌های بومی ✓ همکاری میان دانشگاه‌ها و سازمان‌های مرتبط با ورزش برای احیای ورزش‌های بومی ✓ برگزاری کنفرانس‌ها، سمینارها و کارگاه‌های تخصصی درباره ورزش‌های بومی 	<p>تقویت جریان پژوهش</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ گردآوری تاریخچه، قوانین و نمادهای مرتبط با ورزش‌های بومی ✓ ترویج ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی ✓ تقویت زبان و ادبیات محلی در ورزش ✓ احیای نمادها و آیین‌های سنتی ✓ برندسازی ورزش‌های بومی به‌عنوان نماینده هویت قومی 	<p>تقویت هویت-های قومی و محلی</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ تولید محتواهای رسانه‌ای (فیلم، مستند و برنامه تلویزیونی) برای معرفی ورزش‌های محلی ✓ پوشش زنده مسابقات محلی از طریق شبکه‌های تلویزیونی و پلتفرم‌های دیجیتال ✓ استفاده از شبکه‌های بین‌المللی برای معرفی ورزش‌های بومی به جهان 	<p>پوشش رسانه‌ای</p>	

یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل بازاندیشی آموزشی، حمایت نهادی، صنعت گردشگری بومی و محلی، توسعه منابع انسانی، رشد و توسعه زیرساخت‌ها، پشتیبانی اقتصادی، پوشش رسانه‌ای، تغییرات ساختاری، تقویت جریان پژوهش در ورزش‌های بومی و محلی، سامان‌دهی رویدادها، ظرفیت تعامل بین‌المللی در ورزش و تقویت هویت‌های قومی و محلی در توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی ایران تأثیرگذار هستند. در شکل ۱، مدل پارادایمی توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی ارائه گردیده است که نتیجه فرآیند کدگذاری انتخابی و نظریه‌پردازی مفاهیم و مقولات برآمده از گردآوری اطلاعات تحقیق حاضر است. این نظریه مکانیسمی را نشان می‌دهد که به‌وسیله آن، نهادهای دولتی و غیردولتی سازوکار سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی را بشناسند و در جهت احیا و ارتقاء آن تلاش و کوشش کنند.



شکل ۱. الگوی سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی ایران

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این تحقیق، ارائه الگوی سیاست‌های توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی ایران بود. لذا، در امتداد تجزیه و تحلیل داده‌ها و پس از استخراج مفاهیم از مصاحبه‌ها و تقسیم‌بندی آن‌ها در چارچوب طبقات یا مقولات، برای ایجاد نظریه از تحلیل‌های احصاء شده، مقولات به‌طور نظام‌مند

با یکدیگر ارتباط پیدا نمودند. با تحلیل مفاهیم و مقوله‌هایی که از مصاحبه‌ها حاصل گردید و در جهت توسعه پدیده مورد مطالعه، مدلی کلی ارائه شد که در شکل ۱ ارائه گردید.

یافته‌های پژوهش نشان داد تقویت جریان پژوهش و بازانديشي آموزشي در توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی، تأثیر شگرفی بر حفظ و ارتقاء این ورزش‌ها دارد. پژوهش‌های علمی می‌توانند به شناسایی ویژگی‌های خاص و مزایا و چالش‌های ورزش‌های بومی کمک کنند و همچنین، روش‌های بهینه‌ای برای آموزش و انتقال این ورزش‌ها به نسل‌های جدید ارائه دهند. این تحقیقات به شناسایی نیازها و خواسته‌های جوامع محلی در زمینه آموزش و توسعه این ورزش‌ها پرداخته و راهکارهای علمی و کاربردی برای تقویت مهارت‌ها و افزایش مشارکت عمومی در این حوزه‌ها ارائه می‌دهد. از سوی دیگر، مقوله بازانديشي آموزشي نیز با بررسی روش‌های نوین و مبتنی بر تجربیات علمی، می‌تواند به اصلاح برنامه‌های آموزشی و تربیت مربیان مجرب کمک کند که در نتیجه، باعث تقویت بنیان‌های آموزشی ورزش‌های بومی و محلی می‌شود. همچنین بازانديشي آموزشي و پژوهش‌های مرتبط می‌توانند زمینه‌های جدیدی برای ادغام ورزش‌های بومی در نظام‌های آموزشی رسمی و غیررسمی ایجاد کنند. این فرآیند می‌تواند به تدوین دوره‌های آموزشی متناسب با فرهنگ و تاریخ محلی پرداخته و در عین حال، استانداردهای علمی را رعایت نماید. به‌علاوه، پژوهش‌ها می‌توانند اطلاعات دقیقی در مورد تأثیر ورزش‌های بومی بر سلامت جسمانی، روانی و اجتماعی افراد ارائه دهند که یافته‌های حاصل از این پژوهش‌ها می‌توانند به تصمیم‌گیری‌های سیاست‌گذاران و مسئولین ورزشی کمک کنند. این پژوهش‌ها و بازانديشي‌ها نه تنها موجب تقویت جایگاه ورزش‌های بومی در جامعه می‌شوند، بلکه می‌توانند به ارتقاء کیفیت آموزش و ایجاد الگوهای جدید در جهت توسعه پایدار این ورزش‌ها بیانجامند. در صحنه‌گذاری مطلب مذکور، هنرور و همکاران (۱۳۹۳) و غفوری (۱۳۹۳) دریافتند که اساسی‌ترین اقدامات پیرامون احیای ورزش‌های بومی و محلی شامل آموزش و اطلاع‌رسانی از طریق رسانه‌ها، حمایت از فعالیت‌های پژوهشی، آموزش در مدارس و دانشگاه‌ها و چاپ کتاب، مجله و جزوه آموزشی می‌باشد. در نهایت، جریان پژوهش و بازانديشي آموزشي نه تنها به حفظ و ارتقاء ورزش‌های بومی و محلی کمک می‌کند، بلکه زمینه‌ساز توسعه پایدار آن‌ها از طریق ایجاد الگوهای نوین آموزشی و مدیریتی خواهد شد.

حمایت سازمانی یکی دیگر از مقولات مهم در حفظ و توسعه این ورزش‌ها به شمار می‌رود. این نوع حمایت‌ها می‌توانند از طریق تأمین منابع مالی، برگزاری مسابقات و رویدادهای مرتبط و ارائه آموزش‌های تخصصی به افراد و جوامع محلی انجام شوند. حمایت‌های سازمانی به‌ویژه از نهادهای دولتی، غیردولتی و انجمن‌های ورزشی می‌توانند به شناخته شدن ورزش‌های بومی در سطح ملی و بین‌المللی کمک نمایند. این نوع حمایت‌ها به ورزش‌های بومی و محلی اعتبار می‌بخشند و آن‌ها را

از خطر فراموشی نجات می‌دهند. علاوه بر این، حمایت سازمانی می‌تواند زیرساخت‌های موردنیاز برای توسعه این ورزش‌ها را فراهم کند و با توجه به این‌که ورزش‌های بومی اغلب ریشه‌های فرهنگی و تاریخی عمیقی دارند، حمایت سازمانی می‌تواند به حفظ و ترویج این میراث فرهنگی ارزشمند کمک کرده و باعث افزایش آگاهی مردم از اهمیت و نقش این ورزش‌ها در جامعه شوند. حمایت سازمانی یکی از عوامل کلیدی در پایداری و توسعه ورزش‌های بومی و محلی است. این حمایت‌ها که از سوی نهادهای دولتی، غیردولتی و انجمن‌های ورزشی ارائه می‌شوند، می‌توانند نقش مهمی در تأمین منابع مالی، برگزاری مسابقات و آموزش نیروهای متخصص ایفا کنند. تقویت هویت‌های قومی و محلی در توسعه ورزش‌های بومی و محلی باعث حفظ میراث فرهنگی، افزایش حس تعلق و افتخار اجتماعی و تقویت همبستگی در جوامع می‌شود. این فرآیند با احیای ارزش‌های سنتی و ایجاد فرصت‌هایی برای نمایش تنوع فرهنگی، احترام متقابل و تفاهم میان اقوام را ترویج می‌کنند. در نتیجه، تقویت این هویت‌ها نه تنها میراث فرهنگی را زنده نگه می‌دارد، بلکه زمینه‌ساز توسعه پایدار فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی نیز می‌شود. در همین رابطه، یافته‌های تحقیق احمدزاده و همکاران (۱۳۹۲) و رحمتی و عباس‌زاده (۱۳۹۴) صحنه‌گذار این مقوله هستند. در نهایت، تقویت هویت‌های قومی و محلی در ورزش‌های بومی و محلی فراتر از یک فعالیت ورزشی صرف است و نقش مهمی در حفظ میراث فرهنگی و ارزش‌های سنتی یک جامعه ایفا می‌کند.

ظرفیت تعاملات بین‌المللی در توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی تأثیرات قابل‌توجهی دارد؛ زیرا این تعاملات فرصت‌های بی‌ظنیری برای معرفی و ترویج این ورزش‌ها به جوامع دیگر فراهم می‌آورند. از طریق برگزاری جشنواره‌های بین‌المللی، مسابقات جهانی و برنامه‌های تبادل فرهنگی، ورزش‌های بومی می‌توانند هویت فرهنگی ملت‌ها را به نمایش بگذارند و موجب تقویت حس غرور ملی شوند. همچنین، تعاملات بین‌المللی بستری مناسب برای تبادل تجربیات و دانش فنی میان کشورها فراهم می‌کنند، که این امر می‌تواند به بهبود کیفیت و استانداردسازی ورزش‌های بومی و محلی منجر شود. تعاملات بین‌المللی باعث افزایش آگاهی جهانی از ورزش‌های بومی می‌شوند و آن‌ها را به‌عنوان بخشی از میراث فرهنگی ناملموس در سطح بین‌المللی معرفی می‌کنند. این امر به محافظت از این ورزش‌ها در برابر فراموشی و انقراض کمک می‌کند. همچنین، مشارکت در رویدادهای بین‌المللی می‌تواند فرصت‌هایی برای ارتباط میان فرهنگ‌های مختلف فراهم کند که به هم‌زیستی مسالمت‌آمیز و درک متقابل میان ملت‌ها منجر می‌شود. در نتیجه، تعامل بین‌المللی نه تنها باعث تقویت ورزش‌های بومی و محلی می‌شود، بلکه می‌تواند به تقویت دیپلماسی فرهنگی در ورزش و توسعه روابط میان کشورها نیز کمک کند. نتایج تحقیق غفوری و همکاران (۱۳۹۸) بر اهمیت تعاملات و ارتباطات در ورزش‌های بومی و محلی اشاره دارد که موجب شناساندن

ورزش‌های سنتی و فرهنگ و تمدن ایرانی و تقویت ارتباط با سایر کشورها می‌گردد. بنابراین، تعاملات بین‌المللی در توسعه ورزش‌های بومی و محلی، به‌عنوان یک راهکار کلیدی در حفظ، ترویج و استانداردسازی این ورزش‌ها عمل می‌کنند.

ساماندهی رویدادها یکی دیگر از مقولات برآمده از مصاحبه‌های نخبگان تحقیق بود؛ زیرا این رویدادها بستری مناسب برای معرفی و ترویج این ورزش‌ها فراهم می‌آورند. با برگزاری مسابقات و جشنواره‌های محلی، ورزش‌های بومی می‌توانند به جامعه محلی و حتی فراتر از آن شناسانده شوند. این رویدادها می‌توانند موجب افزایش آگاهی عمومی نسبت به اهمیت حفظ و احیای این ورزش‌ها شوند و افراد را به مشارکت فعال در آن‌ها ترغیب کنند. همچنین، از طریق ایجاد رقابت‌های منظم و سازمان‌یافته، می‌توان زیرساخت‌های لازم برای تمرین و توسعه این ورزش‌ها را بهبود بخشید و استانداردهای اجرایی آن‌ها را ارتقا داد. علاوه بر این، ساماندهی رویدادها می‌تواند تأثیرات اجتماعی و اقتصادی گسترده‌ای داشته باشد. این رویدادها معمولاً منجر به جذب گردشگران داخلی و خارجی می‌شوند که این امر می‌تواند به رونق اقتصادی مناطق محلی کمک کند. به‌طورکلی، ساماندهی منظم و حرفه‌ای رویدادهای مرتبط با ورزش‌های بومی و محلی می‌تواند به حفظ، گسترش، و احیای این میراث فرهنگی کمک کرده و جایگاه آن‌ها را در جامعه و حتی در سطح بین‌المللی تقویت کند. در همین راستا، یافته‌های تحقیقات هنرور و همکاران (۱۳۹۴)، پاپ زن و همکاران (۱۳۹۵)، اندام و همکاران (۱۳۹۴) و مسلمی و همکاران (۱۳۹۷)، بر اهمیت ساماندهی و برگزاری منظم رویدادهای ورزش‌های بومی و محلی تأکید داشتند. به‌طور کلی، برنامه‌ریزی منظم و حرفه‌ای رویدادهای مرتبط با ورزش‌های بومی و محلی می‌تواند در احیای این میراث فرهنگی نقش بسزایی داشته باشد. چنین اقداماتی نه‌تنها جایگاه این ورزش‌ها را در جامعه تقویت می‌کنند، بلکه امکان معرفی آن‌ها در سطح بین‌المللی را نیز فراهم می‌آورد که این امر به پایداری و گسترش آن‌ها در آینده کمک خواهد کرد.

یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که تغییرات ساختاری نقش مهمی در توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی ایفا می‌کنند. یکی از اصلی‌ترین تأثیرات این تغییرات، ایجاد نهادها و سازمان‌های تخصصی برای مدیریت، حمایت و ترویج ورزش‌های بومی است. این نهادها می‌توانند با تدوین سیاست‌ها، قوانین و مقررات مناسب، چارچوبی منسجم برای توسعه این ورزش‌ها ایجاد کنند. همچنین، تغییرات ساختاری به بهبود زیرساخت‌های ورزشی نظیر ساخت زمین‌های مناسب، امکانات آموزشی و تجهیز مراکز ورزشی محلی کمک می‌کنند. در سطح اجتماعی و فرهنگی نیز تغییرات ساختاری می‌توانند موجب افزایش پذیرش و اهمیت ورزش‌های بومی و محلی شوند. برای مثال، ادغام این ورزش‌ها در نظام‌های آموزشی و برنامه‌های فرهنگی محلی می‌تواند به حفظ و انتقال این میراث به نسل‌های آینده کمک کند. همچنین، با فراهم کردن حمایت مالی از سوی دولت یا

بخش خصوصی، ورزش‌های بومی می‌توانند منابع لازم برای توسعه پایدار خود را تأمین کنند. در همین رابطه، نتایج تحقیق هنرور و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد که ایجاد اداره کل ورزش‌های بومی و محلی در وزارت ورزش و جوانان و تحولات ساختاری در این زمینه می‌تواند موجب ارتقاء ورزش‌های بومی و محلی گردد. در مجموع، تغییرات ساختاری به‌عنوان یک راهبرد اساسی، مسیر توسعه ورزش‌های بومی و محلی را هموار کرده و زمینه‌ساز حفظ و گسترش این میراث ارزشمند فرهنگی می‌شود.

پوشش رسانه‌ای یکی از ابزارهای کلیدی در توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی است که با افزایش آگاهی عمومی و جذب توجه به این ورزش‌ها، می‌تواند نقش مهمی در احیا و گسترش آن‌ها ایفا کند. رسانه‌ها از طریق پخش مسابقات، تهیه گزارش‌های مستند و پوشش داستان‌های مرتبط با پیشینه تاریخی و فرهنگی ورزش‌های بومی، به معرفی این ورزش‌ها به جامعه و حتی فراتر از مرزهای ملی کمک می‌کنند. این امر باعث جذب مخاطبان جدید، از جمله جوانان و افرادی که پیش‌تر با این ورزش‌ها آشنایی نداشتند، می‌شود. همچنین، پوشش رسانه‌ای مناسب می‌تواند الهام‌بخش باشد و افراد بیشتری را به مشارکت در این فعالیت‌ها ترغیب کند. رسانه‌ها نقش مهمی در جلب حمایت‌های مالی و جذب پشتیبان‌ها برای ورزش‌های بومی دارند. وقتی این ورزش‌ها از طریق رسانه‌ها به شکلی گسترده معرفی شوند، شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران بیشتری علاقه‌مند به حمایت مالی از آن‌ها می‌شوند. این حمایت‌ها می‌تواند به توسعه زیرساخت‌ها، برگزاری رویدادهای بزرگ‌تر و ارتقاء کیفیت این ورزش‌ها کمک کند. در صحنه‌گذاری مطالب مذکور، عسگری و همکاران (۱۳۹۴) عدم پوشش و حمایت رسانه‌های جمعی از بازی‌های بومی و محلی را در عدم توسعه ورزش‌های سنتی مؤثر دانستند. به‌طور کلی، پوشش رسانه‌ای نه‌تنها به احیای ورزش‌های بومی و محلی کمک می‌کند، بلکه با جلب حمایت‌های اجتماعی و اقتصادی، زمینه‌ساز پایداری و گسترش این ورزش‌ها در نسل‌های آینده نیز می‌شود.

بر اساس تفسیر نگرش شکل‌دهندگان پارادایم تحقیق، پشتیبانی اقتصادی یکی از ارکان اصلی توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی است، زیرا تأمین منابع مالی پایدار می‌تواند به ایجاد زیرساخت‌ها، آموزش نیروی انسانی، و برگزاری رویدادهای مرتبط کمک کند. با پشتیبانی اقتصادی، امکان ساخت و تجهیز اماکن ورزشی مناسب فراهم می‌شود که این امر به افزایش مشارکت و دسترسی عمومی کمک می‌کند. همچنین، سرمایه‌گذاری در برنامه‌های آموزشی برای مربیان و داوران متخصص می‌تواند استانداردهای اجرایی این ورزش‌ها را ارتقا دهد و آن‌ها را جذاب‌تر و حرفه‌ای‌تر کند. پشتیبانی اقتصادی از طریق حمایت‌های دولتی یا سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، به تأمین هزینه‌های برگزاری مسابقات و همایش‌ها کمک کرده و فرصت معرفی این ورزش‌ها به جوامع بزرگ‌تر

را ایجاد می‌کند. تامین منابع مالی کافی، به ایجاد شغل در بخش‌های مرتبط با ورزش‌های بومی، مانند تولید تجهیزات محلی، صنایع دستی مرتبط، و مدیریت رویدادها منجر می‌شود که این امر به تقویت اقتصاد محلی کمک می‌کند. به‌طورکلی، پشتیبانی اقتصادی، نه تنها به احیای ورزش‌های بومی و محلی کمک می‌کند، بلکه با تقویت جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی، این ورزش‌ها را به ابزاری برای توسعه پایدار و هویت‌سازی تبدیل می‌کند. هنرور و همکاران (۱۳۹۳) افزایش بودجه و حمایت مالی مناسب از ورزش‌های بومی و محلی را در ارتقای این ورزش‌ها بسیار ضروری دانستند. همچنین نتایج تحقیق نودهی و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد که کمبود بودجه و منابع مالی و اعتباری در بخش ورزش روستایی یکی از نقاط ضعف در توسعه ورزش روستایی و بومی و محلی استان گلستان شناسایی شد. بنابراین، پشتیبانی اقتصادی نه تنها موجب احیای ورزش‌های بومی و محلی می‌شود، بلکه با تقویت جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی، این ورزش‌ها را به ابزاری مؤثر برای توسعه پایدار و هویت‌سازی تبدیل می‌کند.

نیروی انسانی متخصص و ماهر پایه‌ای‌ترین عامل برای گسترش و حفظ ورزش‌های بومی و محلی است؛ به همین دلیل، توسعه منابع انسانی نقش حیاتی در پیشبرد و تقویت فرهنگ این ورزش‌ها ایفا می‌کند. آموزش و تربیت مربیان، داوران، و مدیران حرفه‌ای در حوزه ورزش‌های بومی می‌تواند به بهبود کیفیت اجرای این ورزش‌ها و افزایش جذابیت آن‌ها برای شرکت‌کنندگان و مخاطبان منجر شود. همچنین، توسعه منابع انسانی می‌تواند از طریق برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی به انتقال دانش و مهارت‌های مرتبط با ورزش‌های بومی کمک کرده و تضمین کند که این دانش به صورت پایدار به نسل‌های آینده منتقل می‌شود. این امر به تقویت هویت فرهنگی و احیای ارزش‌های سنتی مرتبط با این ورزش‌ها کمک می‌کند. علاوه بر این، با تربیت نیروی انسانی ماهر، فرصت‌های شغلی جدیدی در زمینه‌های مرتبط با ورزش‌های بومی ایجاد می‌شود، مانند تولید تجهیزات، آموزش و مدیریت رویدادها. این مسئله به‌ویژه در مناطق روستایی و کم‌برخوردار، که اغلب خاستگاه این ورزش‌ها هستند، می‌تواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه کمک کند. همچنین، منابع انسانی آموزش‌دیده قادر خواهند بود که از این ورزش‌ها به‌عنوان ابزاری برای ترویج سلامت، نشاط اجتماعی، و همبستگی فرهنگی در جامعه استفاده کنند. در همین رابطه، اندام و همکاران (۱۳۹۴) در بررسی موانع توسعه ورزش‌های بومی و محلی به این نتیجه رسیدند که کمبود نیروی انسانی متخصص و آگاه در این زمینه (مربی، داور و ...)، یکی از مهم‌ترین دلایل عدم توسعه این ورزش‌هاست. در مجموع، توسعه منابع انسانی یکی از ارکان‌های اساسی در گسترش و حفظ ورزش‌های بومی و محلی محسوب می‌شود، زیرا نیروی انسانی متخصص و ماهر می‌تواند نقش کلیدی در ارتقاء کیفیت، اجرای صحیح و افزایش جذابیت این ورزش‌ها ایفا کند. آموزش و تربیت مربیان، داوران و مدیران حرفه‌ای نه تنها

موجب بهبود سطح کیفی رقابت‌ها می‌شود، بلکه باعث افزایش مشارکت مردم و ایجاد انگیزه برای یادگیری و تمرین این ورزش‌ها خواهد شد.

یکی دیگر از مقولات برآمده از مصاحبه‌های نخبگان تحقیق، رشد و توسعه زیرساخت‌ها بود، زیرا زیرساخت‌های مناسب، بستری پایدار برای آموزش، تمرین و برگزاری رویدادهای مرتبط فراهم می‌آورند. احداث و تجهیز اماکن ورزشی محلی که با ویژگی‌های خاص ورزش‌های بومی هماهنگ باشند، می‌تواند دسترسی آسان‌تر افراد به این فعالیت‌ها را تضمین کند. این زیرساخت‌ها شامل زمین‌های بازی مناسب، سالن‌های چندمنظوره و تجهیزات تخصصی هستند که باعث می‌شوند ورزش‌های بومی باکیفیت بالاتر و جذابیت بیشتری ارائه شوند. همچنین، زیرساخت‌های مناسب می‌توانند تعداد بیشتری از شرکت‌کنندگان و تماشاگران را جذب کرده و زمینه را برای برگزاری رویدادهای محلی، ملی و حتی بین‌المللی فراهم کنند که به شناخته شدن این ورزش‌ها در مقیاس بزرگ‌تر کمک می‌کند. این زیرساخت‌ها می‌توانند به توسعه گردشگری ورزشی کمک کنند، به‌ویژه اگر ورزش‌های بومی بخشی از میراث فرهنگی منطقه محسوب شوند. رشد و توسعه زیرساخت‌ها، پایه‌ای برای پایداری ورزش‌های بومی و محلی ایجاد می‌کند و به ارتقاء جایگاه آن‌ها به‌عنوان بخشی از فرهنگ و هویت جامعه کمک می‌کند. در صحنه‌گذاری مطلب مذکور، سلیمانی و همکاران (۱۳۹۹) در طراحی الگوی توسعه ورزش‌های بومی محلی در جامعه ایران، تأمین امکانات و ایجاد خانه‌های ورزش را بسیار مؤثر دانستند. همچنین بهشتی و همکاران (۱۴۰۱) دریافتند که فقدان امکانات برای ترویج ورزش‌های روستایی (بومی و محلی) یکی از عوامل اساسی در احیا و ارتقاء این ورزش‌ها می‌باشد. در نهایت، رشد و توسعه زیرساخت‌های ورزشی نه‌تنها زمینه را برای پایداری ورزش‌های بومی و محلی فراهم می‌آورد، بلکه موجب تقویت هویت فرهنگی، افزایش مشارکت اجتماعی و بهبود وضعیت اقتصادی در جوامع محلی می‌شود.

صنعت گردشگری روستایی تأثیر چشمگیری در توسعه ورزش‌های بومی و محلی دارد و می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای معرفی و ترویج ورزش‌های بومی به گردشگران داخلی و خارجی فراهم سازد. بسیاری از ورزش‌های بومی و محلی دارای جذابیت‌های خاصی هستند که می‌توانند به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری در مناطق روستایی معرفی شوند و با برگزاری رویدادهای ورزشی بومی در فضاهای روستایی، گردشگران می‌توانند با فرهنگ و سنت‌های محلی آشنا شوند و این امر به ارتقاء هویت فرهنگی و بومی کمک می‌کند. به‌علاوه، برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات محلی که ورزش‌های بومی در آن‌ها نقش دارند، می‌تواند گردشگران را به سفر به این مناطق ترغیب کرده و به توسعه صنعت گردشگری کمک کند. علاوه بر این، صنعت گردشگری روستایی می‌تواند به ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی در مناطق روستایی منجر شود و با جذب گردشگران، فرصت‌هایی برای توسعه

خدمات گردشگری مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و دفاتر راهنمایی فراهم آورد که به اشتغال‌زایی در این مناطق کمک می‌کند. همچنین، از آنجاکه بسیاری از ورزش‌های بومی ریشه در طبیعت دارند، توسعه گردشگری مرتبط با این ورزش‌ها می‌تواند به حفظ و نگهداری منابع طبیعی کمک کند؛ زیرا نواحی روستایی با تکیه بر میراث فرهنگی و طبیعی خود به‌عنوان مقصد گردشگری معرفی می‌شوند. به‌طورکلی، به نظر می‌رسد با توجه به کدهای استخراج‌شده از تحقیق حاضر، می‌بایست بازنگری اساسی در فرآیندها و خط‌مشی‌گذاری‌ها پیرامون توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی صورت گیرد تا موجب احیای این ورزش‌ها گردد. نتایج تحقیق غفوری و همکاران (۱۴۰۰) نشان داد که بازی‌های بومی و محلی با توسعه گردشگری، ایجاد ارزش، اشتغال‌زایی، درآمدزایی و افزایش تولید به افزایش تولید ناخالص داخلی منجر می‌شوند. همچنین، بازی‌های بومی و محلی با ایجاد مشاغل مرتبط با گردشگری، مشاغل مرتبط با تولید وسایل بازی‌ها، مشاغل مرتبط با نیروی انسانی برگزارکننده بازی‌ها و مشاغل جانبی موجب ایجاد اشتغال خواهند شد. همچنین بیگی (۱۴۰۰) اشاره داشت که مهم‌ترین نقاط قوت توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان، موقعیت جغرافیایی و جاذبه‌های متنوع طبیعی و ورزش‌های کهن بومی- محلی است. بنابراین، ایجاد یک برنامه جامع برای توسعه گردشگری ورزشی روستایی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های آن می‌تواند نقش مهمی در احیای ورزش‌های بومی و محلی و تقویت هویت فرهنگی داشته باشد.

به‌طورکلی، توسعه و حفظ فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی مستلزم رویکردی جامع و همه‌جانبه است که شامل تقویت جریان پژوهش، بازانديشي آموزشي تعاملات بین‌المللی، ساماندهی رویدادها، تقویت هویت‌های قومی و محلی، رشد زیرساخت‌ها، پوشش رسانه‌ای، حمایت‌های سازمانی، پشتیبانی اقتصادی، تربیت نیروی انسانی متخصص و صنعت گردشگری روستایی می‌شود. هر یک از این عوامل به‌طور مستقیم و غیرمستقیم، در ارتقاء جایگاه این ورزش‌ها نقش دارند و می‌توانند به افزایش مشارکت عمومی، جذب سرمایه‌گذاری و رونق گردشگری ورزشی منجر شوند. از سوی دیگر، تغییرات ساختاری و سیاست‌گذاری‌های هدفمند نیز می‌توانند مسیر پایداری برای توسعه این ورزش‌ها ایجاد کنند. درنهایت، با برنامه‌ریزی منسجم و حمایت‌های لازم، ورزش‌های بومی و محلی می‌توانند نه تنها به‌عنوان میراثی ارزشمند حفظ شوند، بلکه به ابزاری برای توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع تبدیل گردند. یافته‌های حاصل از این پژوهش به مدیران ارشد، مسئولین اجرایی و سازمان‌های مرتبط با توسعه فرهنگ ورزش‌های بومی و محلی کمک خواهد کرد تا بتوانند در راستای اجرای هرچه بهتر طرح‌ها و برنامه‌های راهبردی خود تلاش نمایند.

احمدزاده، ا؛ موسوی، س. ج؛ و دوستی، م. (۱۳۹۳). شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های فرهنگی ورزش استان مازندران. پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۴ (۷)، ۱۵-۲۹.

- اندام، ر.؛ عسگری، م. و سلیمی، م. (۱۳۹۴). بررسی موانع توسعه بازی‌های بومی و محلی از دیدگاه دانشجویان. *فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۴ (۲)، ۶۱-۴۹.
- بیگی، ح. (۱۴۰۰). بررسی نقش عرضه داشت‌های ورزشی بومی محلی در توسعه گردشگری استان گیلان بر اساس مدل تلفیقی A'WOT. *مدیریت و توسعه ورزش*، ۱۰ (۲)، ۲۰-۱.
- بهشتی، ر.؛ سمیعی، س.؛ حیدری، ر.؛ و کشتی‌دار، م. (۱۴۰۱). طراحی و تدوین برنامه راهبردی هیأت ورزش‌های روستایی و بازی‌های بومی محلی استان خراسان رضوی و ارائه راهکارهای توسعه. *فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۱۱ (۱)، ۱۰۵-۷۵.
- پاپ‌زن، ع.؛ آگهی، ح. و شاه‌مرادی، م. (۱۳۹۵). توسعه ورزش روستایی با محوریت ورزش‌های بومی و محلی. *مدیریت و توسعه ورزش*، ۴ (۲)، ۲۹-۱۵.
- پورعبدی، ج.؛ ساعت‌چیان، و.؛ و کشتی‌دار، م. (۱۴۰۰). تبیین جایگاه ورزش همگانی در اندیشه رهبر معظم انقلاب با رویکرد تحلیل محتوا. *پژوهش در ورزش تربیتی*، ۹ (۲۴)، ۳۰۰-۲۷۳.
- پورنگ، ع.؛ پورنگ، ن.؛ غیور باغبانی، س. م. (۱۳۹۹). ارائه مدل عوامل مقصد محور مؤثر بر گرایش به مقصد و طول مدت اقامت گردشگران مطالعه موردی: شهر مشهد. *نشریه گردشگری شهری*، ۷ (۲)، ۶۹-۵۱.
- رحمتی، م. م. و عباس‌زاده، م. (۱۳۹۴). توانمندی‌های ورزش روستایی، توسعه محلی و مشارکت اجتماعی (مورد مطالعه: کشتی گیله‌مردی). *توسعه محلی (روستائی-شهری)*، ۷ (۱)، ۷۸-۵۹.
- رضانی نژاد، ر.؛ احمدی، ف.؛ عاشقی، ب. و اسکندری پور، م. (۱۴۰۱). مدیریت پیشرفته در سازمان‌های ورزشی. *تبریز: انتشارات طنین دانش*.
- دانایی فرد، ح.؛ مظفری، ز. (۱۳۸۷). ارتقاء روایی و پایایی در پژوهش‌های کیفی مدیریتی: تاملی بر استراتژی‌های ممیزی پژوهشی. *پژوهش نامه مدیریت*، ۱ (۱)، ۱-۲۰.
- سلیمانی، ن.؛ خاکساری، غ. ر. و افکار، ع. (۱۳۹۹). طراحی الگوی توسعه ورزش‌های بومی- محلی در جامعه ایران. *ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۳ (۴)، ۲۱۴۷-۲۱۶۷.
- عادلخانی، ا.؛ واعظ موسوی، س. م. ک. و فراهانی، ا. (۱۳۹۱). سرمایه فرهنگی شرکت‌کنندگان در ورزش همگانی (سیاست‌گذاری و راهکارها). *مجلس و راهبرد*، ۱۹ (۶۹)، ۳۲-۵.
- غفوری، ف. (۱۳۹۳). الگوی توسعه گردشگری بر مبنای توسعه بازی‌های بومی و محلی در کشور. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۲۴ (۵)، ۱۷۴-۱۵۶.
- غفوری، ف.؛ اسمعیلی، م. و سهرابی، پ. (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی همبستگی و قرابت ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی- محلی ایران و چند کشور منتخب جهان. *فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۸ (۳)، ۸۱-۸۸.

- غفوری، ف.؛ بابایی سلطانقلی، ح. و شهلائی، ج. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر بازی‌های بومی و محلی بر افزایش در تولید ناخالص داخلی و ایجاد اشتغال. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۳ (۶۵)، ۶۲-۷۸
- قزلسفلو، ح. ر. و چوری، ع. (۱۴۰۲). تدوین الگوی جامع گردشگری فرهنگی- ورزشی استان گلستان: فستیوال بومی- سنتی اسب ترکمن. *نشریه مدیریت ورزشی*، ۱۵ (۴)، ۳۵۲-۳۳۲.
- کاکاویسی، پ.؛ بهرامی، ش. و عیدی، ح. (۱۴۰۲). تدوین مدل ساختاری تفسیری توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی و محلی. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۵ (۸۰)، ۱۷-۲۴.
- کشکر، س.؛ قاسمی، ح. و کارگر، غ. ع. (۱۳۹۵). تعریف فرهنگ ورزش و مؤلفه‌های آن با تکیه بر آراء متخصصان، ورزشکاران و دست‌اندرکاران ورزش کشور. *فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۳ (۴)، ۱۱-۲۲.
- کلاته سیفری، م. و محمدی، م. (۱۴۰۰). اثر برنامه نود برآمیخته بازاریابی لیگ برتر فوتبال ایران. *مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی*، ۹ (۱)، ۳۱-۴۶.
- مسلمی، ا.؛ غفرانی، م. و صابری، ع. (۱۳۹۷). طراحی و تدوین استراتژی توسعه ورزش‌های بومی- سنتی استان کرمان. *نشریه مدیریت ورزشی*، ۱۰ (۱)، ۸۵-۱۰۲.
- ملائی، م. و موسوی، ش. (۱۳۹۹). ارتباطات ورزشی با رویکرد بین الملل. تبریز: انتشارات طنین دانش.
- منوچهری نژاد، م.؛ همتی نژاد، م.؛ رحمتی، م. و شریفیان، ا. (۱۳۹۷). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر نهادینه‌سازی فرهنگ ورزش در کودکان و نوجوانان از دیدگاه معلمان تربیت بدنی. *نشریه مدیریت ورزشی*، ۱۰ (۱)، ۱۶۳-۱۷۹.
- نظری، س.؛ رضوی، م. ح.؛ امیرنژاد، س. و رضاییان قیه‌باشی، ا. (۱۳۹۹). سناریوهای ورزش همگانی ایران در افق ۱۴۱۲. *آینده‌پژوهی ایران*، ۵ (۲)، ۳۳۳-۳۰۹.
- نودهی، م. ع.؛ احمدی، م.؛ نودهی، غ. ر. و داداشی، م. ص. (۱۳۹۵). تدوین استراتژی توسعه ورزش روستایی و بومی و محلی استان گلستان. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۱۵ (۳۳)، ۱۶۳-۱۸۸.
- هنرور، ا.؛ غفوری، ف.؛ ططری حسن گاویار، ا. (۱۳۹۳). الگویابی توسعه ورزش‌های بومی و محلی در کشور. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۷ (۳۱)، ۳۳-۴۸.
- Evans, J. R., Wilson, R., Dalton, B., & Georgakis, S. (2015). Indigenous participation in Australian sport: The perils of the Panacea proposition. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, 7(1), 53-79.

- Helgadóttir. G, Sigurðardóttir. I. (2018) .The Riding Trail as Geotourism Attraction: Evidence from Iceland. *Geosciences*, 8, 376.
- Ramshaw. G, Gammon. SJ.(2016). Towards a critical sport heritage: implications for sport tourism, *Journal of Sport & Tourism*. 10(4): 229–241.
- Rigney, D. (2020). Sport, Indigenous Australians and invader dreaming: A critique. In *Sport and postcolonialism* (pp. 45-56). Routledge.
- Sealy, W. C., & Wheeler, P. (2023). Using indigenous sport and games for sustainable community tourism in Barbados. In *Inclusive Community Development Through Tourism and Hospitality Practices* (pp. 273-297). IGI Global.
- Skille, E. Å. (2024). Indigenous sport and nature—a case study of a Sámi sport club. *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning*, 24(4), 580-590.
- Yang. JJ, Chuang. YC, Lo. HW. Lee. TI.(2020). A Two-Stage MCDM Model for Exploring the Influential Relationships of Sustainable Sports Tourism Criteria in Taichung City. *International Journal of Environmental Research.*, N 17: 2-17.

Developing a model for policies to develop indigenous and local sports culture in Iran

Seyed Karim Saadat Mirghadam¹, javid pourabdi²

- 1) PhD student at Shahrood University of Technology
- 2) PhD student at University of Guilan

Abstract

The aim of the present study was to develop a model of policies for the development of indigenous and local sports culture in Iran. The research method is qualitative and uses the Glaserian approach of grounded theory. The statistical population of the study included researchers, scholars, and academic professors who were experts in the subject of discussion, who were selected purposefully. The data collection method was based on studying relevant theoretical foundations, upstream documents, and conducting semi-structured interviews with 10 research experts, with interviews continuing until theoretical saturation. In order to confirm the validity of the study, the findings and results of the study were provided to 4 experts in the field of sports sciences, who examined and approved the validity of the definitions and generalizability of the research findings. Also, the Cohen's kappa coefficient method was used to determine the accuracy and reliability of the study, which was obtained as 0.7. The research findings show that the factors of educational rethinking, institutional support, rural tourism industry, human resource development, infrastructure growth and development, economic support, media coverage, structural changes, strengthening the research flow in indigenous and local sports, organizing events, international interaction capacity in sports, and strengthening ethnic and local identities are introduced as policies for developing indigenous and local sports culture in Iran. The findings of this research will help senior managers, executive officials, and organizations related to the development of indigenous and local sports culture to be able to work towards the best implementation of their strategic plans and programs.

Keywords: Development, Indigenous and Local Sports, Grounded Theory

Corresponding author's email: (<mailto:saadat.sina1376@gmail.com>)

پژوهش‌های بین‌رشته‌ای در اوقات فراغت

دوره ۱، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳

شناسایی الگوهای ذهنی خبرگان در خصوص عوامل بازدارنده بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش-نشانی و خدمات ایمنی

امیر اورلی^۱، مهدی طالب‌پور^{۲*}، جواد محمدخانی^۳، وحید ساعتچیان^۴، سعید خیاط‌مقدم^۵

۱) استادیار گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

۲) استاد تمام گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

۳) استادیار گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

۴) استادیار مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.

چکیده

هدف پژوهش حاضر، شناسایی الگوهای ذهنی خبرگان در خصوص عوامل بازدارنده بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی بود. این تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت، اکتشافی-تحلیلی و از نظر شیوه اجرا، به صورت آمیخته بود. ابتدا، برای شناسایی عوامل، به مطالعه مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان پرداخته شد. افراد مورد مصاحبه شامل مدیران سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی کلان‌شهر شمال شرق کشور (مشهد)، اساتید مدیریت ورزشی و افراد خبره به مفاهیم بهره‌وری سرمایه‌های انسانی بودند. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، با ۱۴ نفر از خبرگان مصاحبه انجام شد و تعداد ۲۶ شرکت‌کننده، پرسشنامه عوامل بازدارنده را تکمیل کردند. با استفاده از چرخش واریمکس و تحلیل عاملی اکتشافی، عوامل شناسایی شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS دسته‌بندی و اولویت‌بندی شدند. یافته‌ها نشان داد که تعداد ۳۳ عامل بازدارنده در بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی در کلان‌شهر شمال شرق کشور نقش دارند. ۷ الگوی ذهنی عوامل بازدارنده شامل عوامل رفاهی، عوامل انگیزشی، عدالت محوری، سیاسی کاری، نظارت، مدیریت دانش و جذب بودند. در نهایت، در یک نتیجه‌گیری کلی باید ذکر کرد که بهره‌وری منابع انسانی از مزایا و معایبی برخوردار است که هر کدام می‌توانند هم عامل توسعه بهره‌وری و هم مانع توسعه بهره‌وری باشند که با تأکید بر الگوهای هفت‌گانه می‌توان به بهترین شکل از وضعیت موجود استفاده کاربردی نمود.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۷

شماره صفحات: ۲۳-۴۵

واژگان کلیدی:

سرمایه انسانی، ورزش، روش‌شناسی کیو، الگوهای ذهنی

استناد به مقاله:

اورلی، امیر؛ طالب‌پور، مهدی؛ محمدخانی، جواد؛ ساعتچیان، وحید و خیاط‌مقدم، سعید. (۱۴۰۳). شناسایی الگوهای ذهنی خبرگان در خصوص عوامل بازدارنده بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی. *اندیشه‌های نوین در ورزش تربیتی*، ۱(۴)، ۴۵-۲۳.



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

DOI: <https://doi.org/10.22034/ntes.2025.495889.1026>

URL: https://ntes.imamreza.ac.ir/article_۲۲۲۵۵۲.html

مقدمه

تردید نیست که منابع نیروی انسانی در دسترس هر ملت، مهم‌ترین دارایی آن ملت محسوب می‌شود. بنابراین، استنباط منطقی این است که کیفیت منابع انسانی در یک سازمان، اغلب مهم‌ترین عاملی است که تعیین می‌کند آیا سازمان موفق خواهد بود یا خیر. همچنین کیفیت این منابع به همان میزان مسئول است که آیا بازدهی رضایت‌بخشی در سرمایه‌گذاری خود محقق خواهد کرد و به اهداف و مقاصد تعیین‌شده خود دست خواهد یافت یا خیر (آکوستو و دیرنزیو^۱، ۲۰۰۸). بنابراین، هر سازمانی باید استراتژی‌های خاصی را برای توسعه منابع انسانی و دانش کارکنان، مطابق با قابلیت‌ها و محدودیت‌های محیط داخلی و خارجی تدوین و اجرا نماید. منابع انسانی در سازمان‌ها، از جمله منابعی هستند که کمیاب بوده و به آسانی توسط سازمان‌های دیگر قابل تکثیر نیستند. عملکرد و بازدهی سازمان‌ها بستگی به دارایی‌های مشهود و نامشهود آنها دارد و این دارایی‌ها، معیار مناسبی برای ارزش‌گذاری آنها محسوب می‌شوند. منابع انسانی از جمله دارایی‌های نامشهود هستند و بدون شک، بهره‌وری منابع انسانی در ایجاد ارزش سازمانی نقش بسزایی دارد. به همین دلیل، نیروی انسانی دارای خلاقیت و پویایی است و از این رو، منابع انسانی بنای اصلی فرآیند افزایش کارایی و اثربخشی و با ارزش‌ترین سرمایه و کلید اصلی رقابت قلمداد می‌شوند (آزرم و همکاران، ۲۰۲۱).

پویایی محیط و تنوع خدمات عمومی ایجاب می‌کند که هر سازمان بخش دولتی همیشه از حداکثر دستاورد با جستجوی حداکثر استفاده از منابع حمایت کند. با این حال، محدودیت‌های سازمان‌های بخش عمومی، مانع از این خواسته‌ها می‌شوند (اوبان^۲، ۲۰۲۰). در واقع نیروی انسانی، اولویت اصلی و تعیین‌کننده دستیابی به عملکرد سازمانی است، زیرا سازمان توسط گروهی از افراد هدایت می‌شود که به عنوان افراد، نقش فعالی در دستیابی به اهداف سازمان ایفا می‌کنند (سامانیو سینگ^۳، ۲۰۱۴). توسعه سرمایه انسانی، فرآیندی مربوط به فعالیت‌های توسعه‌ای است که یک سازمان برای تجهیز و بهبود مهارت‌ها، استعدادها، شایستگی‌ها، دانش و توانایی‌های خلاقانه آن کار می‌کند. همچنین، شامل کلیه فعالیت‌هایی است که فرد برای توسعه مهارت‌ها، شایستگی‌ها، توانایی‌ها، دانش و تخصص خود برای انجام کارها به صورت مؤثر انجام می‌دهد (لیندا^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). لذا، تمام سازمان‌ها به دنبال جذب و از آن مهم‌تر، حفظ و توسعه بهترین

1 Acosta & de Renzio

2 Uban

3 Samnani & Singh

4 Linda

افراد برای انجام فرآیندهای جاری و فعالیت‌های آتی خود هستند، تا از این طریق بتوانند اهداف و استراتژی‌های از پیش تعیین شده را محقق سازند.

میزان توسعه نیروی انسانی هر اقتصاد، مستقیماً مسئول میزان بهره‌وری آن اقتصاد است. انسان، مهم‌ترین عامل تولید را تشکیل می‌دهد. سرمایه‌گذاری روی انسان‌ها، در تسریع توسعه اقتصادی ضروری است. در اصطلاح تجاری دقیق، انسان را کارآفرین یا در اصطلاح عام، ناظر عنصر تولیدی در جامعه یا سازمان می‌نامند. بنابراین، هر کاری که می‌توان انجام داد تا او را به حداکثر بهره‌وری برساند، مهم است. انکارناپذیر است که چشم‌انداز سازمانی و غریزه رفتاری کارکنان، به سرعت در حال تغییر به سمت افزایش عملکرد و بهره‌وری است. در این راستا، کاسیو^۱ (۱۹۸۹) بهبود عملکرد کارکنان را در اجرای برنامه‌های برنامه‌ریزی شده، برای دستیابی به اهداف سازمانی، به همه سطوح نسبت می‌دهد. همزمان با این ادعا، کلمبو و استانکا (۲۰۰۸) استدلال می‌کنند که از آنجایی که توسعه نیروی انسانی به یک متغیر مهم تبدیل شده است، بدیهی است که برای انجام موفقیت‌آمیز اهداف و مقاصد سازمانی، ابزاری اساسی و مؤثر محسوب می‌شود که منجر به بهره‌وری بالاتر می‌شود. پژوهش در این حوزه، در سال‌های اخیر مورد تأکید و توجه می‌باشد. فیلیپ^۲ (۲۰۱۷) در مطالعات خود، با تأکید بر تأثیر توسعه منابع انسانی بر بهره‌وری کارگران، نشان داد که توسعه منابع انسانی برای تولید بهره‌وری کارکنان بسیار مهم است و توصیه می‌شود که بین توسعه منابع انسانی و مهارت‌ها و توانایی کارکنان هم‌افزایی ایجاد شود. آچیچوکو و اچی^۳ (۲۰۱۵) نشان دادند که توسعه منابع انسانی برای سازمان‌هایی که از شرکت‌های کوچک و بزرگ شروع می‌شوند، بسیار حیاتی است. از طرفی، علی‌رغم اهمیت توسعه نیروی انسانی کارکنان، منابعی که در این راه صرف می‌شوند، به هیچ وجه آن‌طور که در اختیار اکثر کارفرمایان قرار دارند، هدر نمی‌روند؛ بلکه، سرمایه‌گذاری‌هایی وجود دارند که استعداد، اطلاعات و اشتیاق کارکنان را به سمت بهره‌وری بالاتر و رضایت شغلی افزایش می‌دهند. از سوی دیگر، تحقیقات جهانی نشان داده‌اند که بین رشد توسعه منابع انسانی و سطح بهره‌وری رابطه مستقیمی وجود دارد. سازمان‌های امروزی برای حفظ خود در دنیای متغیر امروز تلاش می‌کنند. دستیابی به این تلاش در سازمان بستگی به استعداد، انرژی، عملکرد کارکنان، منابع و نیروی انسانی به عنوان یک مزیت رقابتی منحصر به فرد و سرمایه قابل توجه دارد. بنابراین، در یک سازمان پرورش‌یافته، باید مکانیسمی فعال شود که منابع انسانی را به عنوان یک دارایی بی‌پایان و پایدار برای بهره‌وری و پویایی سازمان مورد ارزیابی و استفاده قرار دهد (قلی زاده و

1 Casio

2 Philip, A. A.

3 Achichuko & Echi

همکاران، ۲۰۲۱). روش‌های افزایش بهره‌وری سازمان‌ها، توجه به نیازهای کارکنان و شناخت عوامل و شرایط موجود، همواره مورد توجه محققان و سیاست‌گذاران حوزه مدیریت منابع انسانی سازمان‌ها بوده است. بهره‌جویی از اصول علمی، افزایش توان کاری کارکنان، تأمین کمبودها و به وجود آوردن شرایطی که انجام کارها را از نظر کمیت و کیفیت به بالاترین حد سودمندی برساند، از کارکردهای مهم مدیریت منابع انسانی جهت تحقق اهداف سازمان می‌باشد. اگر به سلامت نیروی انسانی در محیط کار توجه شود، کارایی و اثربخشی فردی و سازمانی افزایش یافته و سازمانی خلاق و پُر بار ایجاد می‌گردد (طالبی، ۲۰۲۰).

چنانچه انسان‌ها نتوانند از ظرفیت‌های خود استفاده مطلوب نمایند، عملاً کارایی مؤثری نخواهند داشت. این مسئله در سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی و سازمان‌های مشابه که عمده فعالیت کارکنان، عملیاتی و میدانی می‌باشد، از اهمیت بسزایی برخوردار است. بر این اساس، مدیران سازمان‌ها بر این باور صحیح اعتقاد دارند که یکی از جنبه‌ها و ابعاد اصلی بهره‌وری، بهره‌وری نیروی انسانی می‌باشد و یکی از عوامل مؤثر بر بهبود بهره‌وری نیروی انسانی و افزایش کارایی و اثربخشی آن‌ها، فنون و روش‌های آموزش منابع انسانی است. از طرفی، مهم‌ترین ویژگی و مشخصه یک سازمان سالم آن است که به همان اندازه که به تولید و بهره‌وری توجه می‌کنند، سلامت جسمی و روانی کارکنان را نیز مورد توجه قرار دهند و بدون توجه به سلامت روانی کارکنان، مدیریت اثربخش محقق نمی‌شود. به بیان دیگر، اگر توانمندی‌های بدنی و روانی افراد منطبق بر نیازهای شغلی آنان نباشد، مشکلات ایمنی و بهداشتی، کاهش بهره‌وری و افزایش هزینه‌های مربوط به برکناری کارکنان ایجاد خواهد شد (ویگاتو^۱ و همکاران، ۲۰۰۷). اندازه‌گیری کارایی و بهره‌وری برای اکثر شرکت‌های خصوصی تولیدکننده کالا، امری کاملاً ساده است. اگر خروجی نسبتاً همگن باشد، می‌توان آن را مستقیماً با ورودی‌های واحدهای تصمیم‌گیری مختلف مقایسه نمود. هر چه خروجی همگن کمتر باشد، اندازه‌گیری کارایی دشوارتر می‌شود. برای سازمان‌های دولتی، خروجی اغلب ناهمگن است. یکی از دلایل احتمالی این است که اغلب خدمات تولید می‌شوند و کیفیت خدمات، بسته به نحوه درک «مصرف‌کننده» از آن متفاوت است. همچنین در بسیاری از سازمان‌های دولتی در ارتباط بین ورودی و خروجی ساختار پیچیده‌ای وجود دارد و ملاک دقیقی وجود ندارد که خروجی‌ها را به طور دقیق اندازه‌گیری می‌کند (بالاگوئر^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). حفاظت در برابر آتش، یکی از نمونه‌های چنین فرآیند تولید پیچیده است. خدمات آتش‌نشانی و امداد و نجات هر دو سعی می‌کنند از وقوع آتش‌سوزی جلوگیری کنند و در صورت وقوع، آن را تا حد امکان به طور مؤثر سرکوب نمایند. با در نظر

گرفتن فعالیت سرکوب، نتیجه را می‌توان به عنوان یک خروجی میانی با استفاده از (به عنوان مثال، سطح سرنشین و زمان پاسخ)، یک خروجی مستقیم (به عنوان مثال، تعداد آتش مهار شده)، به عنوان خروجی نهایی (مانند اموال و جان افراد نجات‌یافته) اندازه‌گیری کرد (جالدل^۱، ۲۰۱۹). بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که تحقیقات مربوط به مدیریت منابع انسانی در خدمات آتش‌نشانی نسبتاً محدود است. آتش‌نشانی یک تجارت سخت، پیچیده و مسئولانه است و آتش‌نشان‌ها، بیش از سایر متخصصان، نیاز به داشتن مهارت‌ها و استعداد‌های جسمی و حرکتی فراوان دارند. هدف فعالیت واحدهای آتش‌نشانی و نجات، نه تنها اطفای حریق و احیای عواقب پس از انفجار، بلکه نجات شهروندان و اموال آن‌ها و سایر مداخلات برای ارتقاء ایمنی مردم، کالاهای طبیعی و مادی است (نیکولیچ و پتکوویچ^۲، ۲۰۱۵). پتر و جولوس^۳ (۲۰۲۲) جهت توسعه نیروی انسانی پیشنهاد کردند که آموزش و بازآموزی نیروی انسانی از طریق بودجه کافی تشویق شوند. همچنین توصیه می‌شود که ترفیعات و جابجایی مناسب کارکنان در اولویت قرار گیرد. همچنین، برانگان و گریکس^۴ (۲۰۲۳) در پژوهش خود، به بررسی استراتژی‌های دولت برای توسعه سرمایه انسانی نشان دادند که سرمایه‌گذاری هنگفت قطر در شرکت‌های کوچک و متوسط به موازات سرمایه‌گذاری در مقیاس بزرگ آن انجام شده است که یک سرمایه‌گذاری دوگانه منحصر به فرد در سرمایه انسانی است که ممکن است در آینده، سود سهام را به همراه داشته باشد. ژانگ^۵ و همکاران (۲۰۲۳) نشان دادند که تخصیص کارآمد منابع ورزشی برای نتایج بهینه‌سازی بهره‌وری منابع انسانی ضروری است.

آتش‌نشانی یا اطفاء حریق، مجموعه اقداماتی است که برای مقابله با آتش بوسیله خاموش کردن، کنترل و یا هدایت آتش‌های ناخواسته انجام می‌گیرد. اهداف آتش‌نشانی، حفاظت از سلامت افراد، جلوگیری از آسیب به اموال و حفاظت از محیط زیست می‌باشد. در همه کشورهای، سازمان آتش‌نشانی وجود دارد که وظیفه مقابله با آتش، سوانح و حوادث مختلف را برعهده دارد. در ایران، اولین سازمان آتش‌نشانی توسط روس‌ها در شهر تبریز ایجاد شد. آتش‌نشانی‌ها زیر نظر شهرداری کار می‌کنند. آتش‌نشان فردی است که دارای انواع مهارت‌های اطفاء حریق و عملیات امداد و نجات می‌باشد. او از افراد و اموال آن‌ها در برابر آتش و سایر خطرات محافظت کرده و در شرایط اضطراری، به آنان کمک می‌کند. همچنین، درباره مسائل ایمنی به مردم آموزش و مشاوره می‌دهد. کار آتش‌نشانی شامل دو بخش اطفاء حریق و عملیات امداد و نجات می‌باشد. در بخش اطفاء حریق، به خاموش

1 Jaldell

2 Nikolic & Petkovic

3 Peter & Julius

4 Brannagan & Grix

5 Zhang

کردن انواع آتش‌ها در مناطق مختلف پرداخته می‌شود. در بخش عملیات امداد و نجات، افرادی که در چاه یا معدن سقوط کرده، در آسانسور یا ارتفاعات گیر کرده، دچار مسمومیت و خفگی شده، زیر آوار مانده و غیره را نجات می‌دهند. همهٔ این موارد نشان می‌دهند که آتش‌نشانان باید از آمادگی بدنی بالایی برخوردار باشند. کارتر و راوش^۱ (۲۰۰۶) بر این باورند که اهداف عملکرد مدیریت پرسنل خدمات آتش‌نشانی این است که اطمینان حاصل کنند که کارکنان کافی برای پیشگیری اضطراری و نیازهای واکنش اضطراری جامعه وجود دارد.

از طرفی، به اعتقاد دانشمندان، هم‌اکنون نشانه‌های افسردگی، عواطف منفی و روان رنجوری در برخی سازمان‌ها به چشم می‌خورد که پیامدهایی نظیر کاهش کارایی و بهره‌وری کارکنان، ترك شغل، غیبت و بسیاری از مشکلات روحی و اجتماعی را با خود به همراه خواهند داشت، به طوری که گویا شادی از محیط کار و جوامع رخت بر بسته و افسردگی جان‌نشین آن شده است (آنجوم^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). از آنجایی که عملکرد و بهره‌وری کارکنان، عامل اصلی حرکت سازمان‌هاست، عوامل متعددی می‌توانند عملکرد کارکنان را تحت تأثیر قرار دهند که از آن جمله می‌توان به عوامل روانی و مقولهٔ شاد بودن در کار را نام برد. این عوامل به عنوان مقدمه رضایت‌مندی در نظر گرفته می‌شوند. شادی در کار، شاخصی از احساس مثبت و تعهدات کاری و آثار مربوط به آن است. علاوه بر آن، شادی در کار در ارتباط با احساس مثبت و تعهد کاری و با در نظر گرفتن عوامل احساسی و شناختی بررسی می‌شود. ضرورت پرداختن به مقولهٔ نشاط و عوامل ایجادکنندهٔ آن، از آن‌جا ناشی می‌شود که هم برای جامعه و هم برای نهادهای آن بسیار مهم است. طبق نظر متخصصان مدیریت، کارکنان شاد، بزرگ‌ترین کلید برای بهره‌وری محسوب می‌شوند. بین شادی در کار و بهره‌وری ارتباط روشنی وجود دارد. از دیگر آثار شادی و نشاط در محیط کار، می‌توان به افزایش سود، افزایش تولید، بهبود توانایی تصمیم‌گیری، افزایش رضایت مشتریان، کاهش غیبت، انجام دادن کارها با اشتیاق بیشتر، بهبود ارتباطات، افزایش تعهد کارکنان به سازمان، تقویت کار تیمی و افزایش خلاقیت و نوآوری در سازمان اشاره نمود. نشاط از يك طرف، عواطف مثبت کارکنان را افزایش می‌دهد و از سویی، موجب کاهش عواطف منفی آنان می‌شود و در نتیجه، افزایش بهره‌وری را سبب می‌شود (اسوالد^۳ و همکاران، ۲۰۱۵). با توجه به مطالبی که بیان شد، ارتباط و جایگاه بهره‌وری سرمایه‌های انسانی در سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی روشن شد. از طرفی، در سازمان آتش‌نشانی، به دلیل سختی و حساسیت کار، عوامل متعددی در بهره‌وری کاری تأثیرگذار هستند که این عوامل در شرایط کنونی،

1 Carter & Rausch

2 Anjum

3 Oswald

می‌توانند از وضعیت متفاوتی برخوردار باشند. بدین خاطر، ممکن است عوامل مؤثر بر بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی در شرایط مطلوبی وجود داشته باشد که بتوان از آن‌ها به بهترین شکل استفاده نمود که از آن‌ها به عنوان عامل «پیش‌برنده» یاد می‌شود. از این رو، پژوهش حاضر در صدد ارائه پاسخی به پرسش‌های زیر است: چه عوامل جامعه‌شناختی پیش‌برنده‌ای وجود دارند که در بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی در کلان-شهر شمال شرق کشور نقش دارند و این عوامل چگونه اولویت بندی می‌شوند؟

روش‌شناسی

این تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت، اکتشافی-تحلیلی و از نظر شیوه اجرا، به صورت آمیخته بود. ابتدا، برای شناسایی عوامل بازدارنده بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی در ورزش، به مطالعه مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان پرداخته شد. افراد مورد مصاحبه شامل مدیران سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی شهر مشهد (به دلیل آگاه بودن از مشکلات و محدودیت‌های کارکنان عملیاتی و سازمانی)، اساتید مدیریت ورزشی و افراد خبره به مفاهیم بهره‌وری سرمایه‌های انسانی بودند. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، با ۱۴ نفر از خبرگان مصاحبه انجام شد و از مصاحبه یازدهم، داده‌ها به اشباع نظری رسیدند و ۳ مصاحبه برای تکمیل اطلاعات انجام شد. در مرحله بعدی، برای دسته‌بندی عوامل شناسایی شده، از روش-شناسی کیو استفاده شد. روش‌شناسی کیو جهت درک راحت سلیقه‌ها و دیدگاه‌های افراد به کار برده می‌شود. در این روش، افرادی که دارای ذهنیت مشترکی هستند، شناسایی می‌شوند و به طور کلی، تحلیل‌ها در این روش بر پایه آمار صورت می‌پذیرد. به‌طورکلی، میان روش‌شناسی کیو و تحقیقات کمی، تفاوت زیادی بین جامعه و نمونه آماری وجود دارد. در این روش، برخلاف روش‌های کمی، لازم نیست نمونه آماری به صورت تصادفی انتخاب شود، زیرا افراد به دلیل داشتن یک نظر خاص درباره موضوع مورد پژوهش، به شکل کاملاً آگاهانه انتخاب می‌شوند. به همین دلیل، اندازه نمونه کوچک است و هدف از آن، تجزیه و تحلیل عمیق تعداد اندکی از افراد متخصص در زمینه مورد مطالعه است. بر این اساس، در پژوهش حاضر، جامعه آماری همان طیف متخصص مورد مصاحبه بودند و پرسشنامه عوامل بازدارنده را ۲۷ نفر تکمیل کردند (قابل ذکر است که پرسشنامه برای ۳۳ نفر ارسال شد و همگی به پرسشنامه کیو پاسخ دادند. اما ۶ پرسشنامه به علت ناقص تکمیل کردن یا پرت بودن داده‌ها، از تحلیل حذف شدند). با استفاده از چرخش واریماکس و تحلیل عاملی اکتشافی، عوامل شناسایی شده، با استفاده از نرم‌افزار SPSS دسته‌بندی و اولویت‌بندی شدند.

یافته‌ها

در جدول ۱، مشخصات افراد مصاحبه‌شونده گزارش شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

کد	سمت	سابقه	تحصیلات	مدت زمان مصاحبه
E1	مدیر منطقه عملیاتی	۲۲ سال	کارشناسی	۴۰ دقیقه
E2	رئیس ایستگاه عملیاتی	۱۶ سال	کارشناسی	۲۳ دقیقه
E3	رئیس اداره کل مناطق عملیاتی	۱۹ سال	کارشناسی	۴۵ دقیقه
E4	مدیر منطقه عملیاتی	۲۲ سال	کارشناسی ارشد	۲۲ دقیقه
E5	رئیس ایستگاه	۱۹ سال	کارشناسی	۲۳ دقیقه
E6	رئیس ایستگاه عملیاتی	۲۲ سال	کارشناسی	۲۷ دقیقه
E7	مدیر منطقه عملیاتی	۲۲ سال	کارشناسی	۴۸ دقیقه
E8	رئیس ایستگاه عملیاتی	۱۹ سال	کارشناسی	۴۰ دقیقه
E9	مدیر منطقه عملیاتی	۲۲ سال	کارشناسی	۴۹ دقیقه
E10	رئیس ایستگاه آتش‌نشانی	۱۶ سال	کارشناسی	۱۵ دقیقه
E11	رئیس ایستگاه آتش‌نشانی	۱۶ سال	کارشناسی	۳۶ دقیقه
E12	استاد مدیریت ورزشی	۱۲ سال	دکتری تخصصی	۲۵ دقیقه
E13	استاد مدیریت ورزشی	۱۰ سال	دکتری تخصصی	۲۲ دقیقه
E14	استاد مدیریت ورزشی	۱۸ سال	دکتری تخصصی	۲۲ دقیقه

با استفاده از مصاحبه و بررسی مبانی نظری تحقیق در جدول ۲، ۳۳ گویه به عنوان عوامل بازدارنده مؤثر بر بهره‌وری سرمایه‌های انسانی در ورزش سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی شهر مشهد با ذکر منبع استخراج عامل شناسایی شدند.

جدول ۲. عوامل بازدارنده بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی

کد عبارت	عوامل	منبع مورد استفاده	
		مصاحبه	مبانی نظری
۱	نبود انگیزه در کارکنان سازمان	*	
۲	وجود حقوق و مزایا براساس سختی شغل	*	دالوند و همکاران (۱۳۹۹)
۳	ایجاد نظام تشبیه و تنبیه عادلانه در سازمان آتش‌نشانی		کربلایی شعبانی و پرندوش (۱۳۹۶)
۴	تبادل دانش بین افراد متخصص با سایر کارکنان	*	
۵	برگزاری کلاس‌های آمادگی جسمانی و تخصصی ورزشی	*	
۶	توجه به بهداشت روانی در جذب و استخدامی‌ها	*	
۷	میزان برخورداری سازمان آتش‌نشانی از سیستم بانک اطلاعاتی		زاهدی و همکاران (۱۳۹۷)
۸	توجه به خدمات شغلی و رفاهی افراد با سابقه سازمان آتش‌نشانی	*	
۹	وجود بخش مدیریت و انتقال دانش برای استفاده از تجربیات همکاران گذشته		
۱۰	جلوگیری از سیاسی کاری در سیستم ارتقاء و جذب کارکنان به دلیل نقش حیاتی در سلامتی جان و مال مردم	*	

کد عبارت	عوامل	منبع مورد استفاده	
		مصاحبه	مبانی نظری
۱۱	ایجاد عدالت سازمانی	*	آزرم و همکاران (۱۴۰۰)
۱۲	وجود مشاور و روانشناس برای تجلی روحی و روانی آتش‌نشانان	*	
۱۳	میزان نظارت و کنترل مستمر فعالیت‌ها توسط مدیر		دالوند و همکاران (۱۳۹۹)
۱۴	مشخص بودن کامل مسیر پیشرفت نیرو در سازمان	*	
۱۵	داشتن شغل دوم در آتش‌نشانان	*	
۱۶	میزان دریافتی و حقوق متناسب برای تمرکز داشتن بر روی کار	*	
۱۷	اعتمادسازی بین مدیر و نیروهای سازمانی	*	آزرم و همکاران (۱۴۰۰)
۱۸	جلوگیری از پست‌های سفارشی برای نیروهای سفارشی	*	
۱۹	تفویض اختیار و داشتن حق نظر کارکنان	*	
۲۰	تخصیص‌گرایی در جذب افراد بجای افراد سفارشی	*	
۲۱	درک متقابل بین مسئولان رده بالا با کارکنان	*	
۲۲	افزایش کارانه و سوبسیت‌های مالی مختلف	*	آزرم و همکاران (۱۴۰۰)

کد عبارت	عوامل	منبع مورد استفاده	
		مصاحبه	مبانی نظری
۲۳	رعایت سلسله‌مراتب پیشرفت و ضوابط‌گرایی بجای روابط‌گرایی	*	
۲۴	ایجاد نظم بیشتر با توجه به ماهیت شبه نظامی سازمان آتش‌نشانی	*	
۲۵	شیوه استخدامی (ابتدا آزمون عملی سپس تئوری)	*	
۲۶	آموزش‌های روانشناسی به آتش‌نشانان با توجه به فشارهای روانی زیاد	*	
۲۷	عدم اعمال سهمیه‌های مختلف در جذب نیروهای انسانی به دلیل حساس بودن شغل	*	
۲۸	ارزیابی علاقه‌مندی و توانایی‌های آتش‌نشانان	*	کربلایی شعبانی و پرندوش (۱۳۹۶)
۲۹	زمینه بروز خلاقیت و نوآوری کارکنان در سازمان		مهرگان و همکاران (۱۳۹۸)
۳۰	میزان نگرش کارکنان نسبت به پیشرفت همکاران	*	دالوند و همکاران (۱۳۹۹)
۳۱	میزان احساس رضایت از شغل و تمام وقت کار کردن	*	دالوند و همکاران (۱۳۹۹)
۳۲	میزان متناسب بودن سطح حقوق و دستمزد و پرداخت پاداش‌های نقدی با عملکرد کارکنان	*	آزرم و همکاران (۱۴۰۰)

کد عبارت	عوامل	منبع مورد استفاده	
		مصاحبه	مبانی نظری
۲۲	وجود معیارهای درست نظارت و ارزیابی عملکرد	*	

فرآیند تحلیل کیو

مانند تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی کیو نیز از دو مرحله تشکیل می‌شود. در مرحله اول، عامل‌ها استخراج شده و در مرحله دوم، چرخش عامل‌ها به طوری که قابل تفسیر باشند، انجام می‌شود. البته، انجام مرحله دوم زمانی ضرورت دارد که تفسیر عامل‌های مرحله دوم به آسانی صورت نپذیرد؛ یعنی، به عنوان ذهنیت‌های مشخصی نتوان آن‌ها را تعریف کرد. برای انجام مرحله ابتدایی تحلیل عاملی کیو، روش مؤلفه‌های اصلی، از رایج‌ترین شیوه‌های استخراج عامل‌ها می‌باشد. (غلامیان و همکاران، ۲۰۲۲). میزان واریانس هر الگوی ذهنی و مقدار ویژه آن در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. میزان واریانس تبیین‌شده هر عامل یا الگوی ذهنی و مقدار ویژه آن

تعداد الگوهای ذهنی پژوهش (عوامل بازدارنده)	گویه	جمع کل	چرخش متعامد عامل‌ها	
			درصد واریانس	واریانس تجمعی
الگوی ذهنی اول: عوامل رفاهی	۹	۵/۵۹	۱۸/۰۲	۱۸/۰۲
الگوی ذهنی دوم: عوامل انگیزشی	۶	۴/۴۰	۱۵/۲۸	۳۳/۲۰
الگوی ذهنی سوم: عدالت محوری	۴	۳/۸۸	۱۳/۶۹	۴۶/۹۹
الگوی ذهنی چهارم: سیاسی‌کاری	۴	۳/۴۸	۱۲/۰۲	۵۹/۰۱
الگوی ذهنی پنجم: نظارت	۴	۲/۶۷	۱۰/۶۵	۶۹/۶۶
الگوی ذهنی ششم: مدیریت دانش	۳	۲/۱۶	۸/۸۸	۷۸/۵۴
الگوی ذهنی هفتم: جذب	۳	۱/۸۹	۵/۰۴	۸۳/۵۸

از شیوه‌های معمول چرخش متعامد عوامل می‌توان به شیوه واریماکس^۱ اشاره نمود. در پژوهش حاضر نیز، جهت قابل تفسیر بودن عوامل، از چرخش متعامد واریماکس استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۴ قابل مشاهده است.

جدول ۴. بار عاملی گویه‌ها و سؤالات استخراج شده عوامل بازرانده

خبرگان	الگوهای ذهنی						
	الگوی ذهنی ۱	الگوی ذهنی ۲	الگوی ذهنی ۳	الگوی ذهنی ۴	الگوی ذهنی ۵	الگوی ذهنی ۶	الگوی ذهنی ۷
M1				۰/۸۲۳			
M2	۰/۸۰۶						
M3						۰/۸۶۶	
M4		۰/۸۶۶					
M5				۰/۷۷۲			
M6	۰/۷۹۹						
M7					۰/۸۴۵		
M8			۰/۸۱۶				
M9							
M10	۰/۹۱۲						
M11						۰/۷۹۵	
M12					۰/۷۶۶		
M13				۰/۸۰۰			
M14		۰/۹۰۰					
M15						۰/۸۱۲	
M16			۰/۷۵۵				
M17							۰/۸۵۵
M18	۰/۸۸۵						
M19	۰/۸۶۳						
M20			۰/۷۳۹				
M21				۰/۸۳۰			
M22			۰/۸۰۳				

M23					۰/۷۷۰	
M24		۰/۷۸۸				
M25		۰/۸۰۵				
M26						۰/۸۹۱

در مطالعه حاضر، هدف از انجام و مطالعه کیو، جهت تفسیر پذیر بودن عوامل، تعداد ۷ ذهنیت متفاوت (الگوی ذهنی) در خصوص عوامل بازدارنده مؤثر بر بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی مشهد در ورزش شناسایی شدند و به خاطر عقاید مشترک و اشتراک نظرات، در قالب‌های مجزا قرار گرفتند. در جدول ۵، الگوهای ذهنی ساخته شده از نمونه‌های کیو و مشارکت‌کنندگان در هر الگوی ذهنی به ترتیب نشان داده شده است.

جدول ۵. الگوهای ذهنی ساخته شده از نمونه‌های کیو به ترتیب اولویت و مشارکت‌کنندگان در هر الگوی ذهنی (عوامل بازدارنده)

الگوی ذهنی	عوامل کیو (بازدارنده)	کدهای کیو	خبرگان
عوامل رفاهی	وجود حقوق و مزایا براساس سختی شغل	Q3	M2, M6, M10, M18, M19
	برگزاری کلاس‌های آمادگی جسمانی و تخصصی ورزشی	Q10	
	توجه به خدمات شغلی و رفاهی افراد با سابقه سازمان آتش‌نشانی	Q15	
	وجود مشاور و روانشناس برای تجلی روحی و روانی آتش‌نشانان	Q23	
	عدم داشتن شغل دوم در آتش‌نشانان	Q28	
	میزان دریافتی و حقوق متناسب برای تمرکز داشتن بر روی کار	Q30	
	افزایش کارانه و سوبسیت‌های مالی مختلف	Q37	
	آموزش‌های روانشناسی به آتش‌نشانان با توجه به فشارهای روانی زیاد	Q44	
	میزان متناسب بودن سطح حقوق و دستمزد و پرداخت پاداش‌های نقدی با عملکرد کارکنان	Q52	
عوامل انگیزشی	ایجاد انگیزه در کارکنان سازمان	Q1	M4, M14, M24, M25
	اعتمادسازی بین مدیر و نیروهای سازمانی	Q31	
	درک متقابل بین مسئولان رده بالا با کارکنان	Q36	

	ارزیابی علاقه‌مندی و توانایی‌های آتش‌نشانان	Q46	
	زمینه بروز خلاقیت و نوآوری کارکنان در سازمان	Q48	
	میزان احساس رضایت از شغل و تمام وقت کار کردن	Q50	
عدالت محوری	ایجاد نظام تشبیه و تنبیه عادلانه در سازمان آتش‌نشانی	Q4	M8, M16, M20, M22
	ایجاد عدالت سازمانی	Q20	
	مشخص بودن کامل مسیر پیشرفت نیرو در سازمان	Q27	
	میزان نگرش کارکنان نسبت به پیشرفت همکاران	Q49	
سیاسی کاری	جلوگیری از سیاسی کاری در سیستم ارتقاء و جذب کارکنان به دلیل نقش حیاتی در سلامتی جان و مال مردم	Q17	M1, M5, M13, M21
	جلوگیری از پست‌های سفارشی برای نیروهای سفارشی	Q32	
	رعایت سلسله‌مراتب پیشرفت و ضوابط‌گرایی بجای روابط‌گرایی	Q38	
	عدم اعمال سهمیه‌های مختلف در جذب نیروهای انسانی به دلیل حساس بودن شغل	Q45	
نظارت	میزان نظارت و کنترل مستمر فعالیت‌ها توسط مدیر	Q25	M7, M12, M23
	تفویض اختیار و داشتن حق نظر کارکنان	Q33	
	ایجاد نظم بیشتر با توجه به ماهیت شبه نظامی سازمان آتش‌نشانی	Q40	
	وجود معیارهای درست نظارت و ارزیابی عملکرد	Q53	
مدیریت دانش	تبادل دانش بین افراد متخصص با سایر کارکنان	Q8	M3, M11, M15
	میزان برخورداری سازمان آتش‌نشانی از سیستم بانک اطلاعاتی	Q12	
	وجود بخش مدیریت و انتقال دانش برای استفاده از تجربیات همکاران گذشته	Q16	
جذب	توجه به بهداشت روانی در جذب و استخدامی‌ها	Q11	M17, M26
	تخصص‌گرایی در جذب افراد بجای افراد سفارشی	Q35	
	شیوه استخدامی (ابتدا آزمون عملی، سپس تئوری)	Q43	

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، شناسایی عوامل بازدارنده بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی بود. از این رو، با استفاده از مصاحبه و بررسی مبانی نظری تحقیق، اقدام به شناسایی

عوامل بازدارنده در بهره‌وری سرمایه‌های انسانی شد. در ادامه، هر یک از عوامل توسط تحلیل عاملی اکتشافی دسته‌بندی شدند و الگوهای ذهنی خبرگان در خصوص عوامل بازدارنده بهره‌وری سرمایه‌های انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی مشخص شدند. در ادامه، به بحث و تحلیل نتایج عوامل بازدارنده پرداخته شد.

نتایج تحلیل عاملی کیو نشان داد که در مجموع ۷ الگوی ذهنی در عوامل بازدارنده وجود دارند. اولین و مهم‌ترین عامل بازدارنده، «عوامل رفاهی» بودند. افرادی که این الگوی ذهنی را داشتند، معتقد بودند مهم‌ترین عامل بازدارنده‌ای که در بهره‌وری منابع انسانی نقش دارد، مربوط به رفاهیات کارکنان است و از حقوق و دستمزد، مشکلات اقتصادی، چندکاره بودن و خدمات مشاوره‌ای به عنوان مهم‌ترین مشکلاتی که کارکنان با آن رو به رو هستند و بهره‌وری آنان را تحت الشعاع شدید قرار می‌دهد، یاد کردند. این نتیجه، کاملاً منطقی است. پژوهش‌های آزر و همکاران (۱۴۰۰)، پورعروجی و همکاران (۱۳۹۹)، مهرگان و همکاران (۱۳۹۸)، زاهدی و همکاران (۱۳۹۷) و پیتر و جولوس (۲۰۲۲) نیز به نتیجه مشابه دست یافته بودند. این یافته نشان می‌دهد که این عامل بازدارنده، نقش زیادی در عدم بهره‌وری کارکنان دارد و یکی از دلایلی که مصاحبه‌شوندگان به تکرار، از آن، به عنوان عدم اشتیاق کارکنان یاد می‌کردند، همین مسائل رفاهی بود. از مهم‌ترین گویه‌های این عامل، می‌توان به وجود حقوق و مزایا براساس سختی شغل، برگزاری کلاس‌های آمادگی جسمانی و تخصصی ورزشی، توجه به خدمات شغلی و رفاهی افراد با سابقه سازمان آتش‌نشانی، وجود مشاور و روانشناس برای تجلی روحی و روانی آتش‌نشانان، عدم داشتن شغل دوم در آتش‌نشانان، میزان دریافتی و حقوق متناسب برای تمرکز داشتن بر روی کار، افزایش کارانه و سوبسیت‌های مالی مختلف، آموزش‌های روانشناسی به آتش‌نشانان با توجه به فشارهای روانی زیاد، میزان متناسب بودن سطح حقوق و دستمزد و پرداخت پاداش‌های نقدی با عملکرد کارکنان اشاره نمود.

دومین الگوی ذهنی در عوامل بازدارنده که اولویت بالایی داشت، «عوامل انگیزشی» بود. قلی‌زاده و همکاران (۱۴۰۰) انگیزه‌های توفیق‌طلبی را از متغیرهای تأثیرگذار بر توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان می‌دانستند. همچنین، آزر و همکاران (۱۴۰۰)، جبران خدمات و عوامل شایستگی را از مؤلفه‌های توسعه سرمایه انسانی که از گویه‌های این الگوی ذهنی می‌باشد، در نظر می‌گرفتند. در بسیاری از مصاحبه‌ها، افراد، عوامل انگیزشی را به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل بهره‌وری کارکنان معرفی می‌کردند و آنان بر این باور بودند که فرد بی‌انگیزه نمی‌تواند به بهره‌وری سازمان کمک کند و بالعکس، اگر برای کارکنان، انگیزه ایجاد شود، به بهترین شکل، سازمان به بهره‌وری خواهد رسید. از مهم‌ترین مصادیق انگیزش می‌توان به ایجاد انگیزه در کارکنان سازمان، اعتمادسازی بین مدیر و نیروهای سازمانی، درک متقابل بین مسئولان رده بالا با کارکنان، ارزیابی علاقه‌مندی و توانایی‌های

آتش‌نشانان، زمینه بروز خلاقیت و نوآوری کارکنان در سازمان، میزان احساس رضایت از شغل و تمام وقت کار کردن و ایجاد نظام تشبیه و تنبیه عادلانه در سازمان آتش‌نشانی اشاره کرد.

سومین الگوی ذهنی شناسایی شده در عوامل بازدارنده، «عدالت محوری» است. افرادی که این الگوی ذهنی را داشتند، معتقد بودند که اگر در سازمان آتش‌نشانی عدالت برقرار شود، بهره‌وری حاصل می‌شود، اما این عدالت محوری برقرار نیست و در بسیاری از موارد، بی‌عدالتی‌هایی وجود دارد که بهره‌وری منابع انسانی را با مشکل مواجه می‌سازد. این یافته با پژوهش اونیکور (۲۰۲۲) همسو بود. وی به مطالعه تأثیر توسعه نیروی انسانی بر روی بهره‌وری، توسعه شغلی و شایستگی کارکنان پرداخت و نشان داد توسعه شغلی بر اساس شایستگی و تبیین عدالت سازمانی بر بهره‌وری کارکنان نقش مثبتی دارد. ایجاد نظام تشبیه و تنبیه عادلانه در سازمان آتش‌نشانی، ایجاد عدالت سازمانی، مشخص بودن کامل مسیر پیشرفت نیرو در سازمان و میزان نگرش کارکنان نسبت به پیشرفت همکاران از مهم‌ترین گویه‌هایی هستند که در عدالت محوری نقش دارند.

یکی دیگر از الگوهای ذهنی شناسایی شده که در مصاحبه‌های زیادی به آن اشاره شد، در قالب «سیاسی کاری» معرفی شد. سیاسی کاری اشاره به آن دارد که در فعالیت‌های کاری و استخدامی، ارتقاء و پاداش کارکنان، مسائل سیاسی کاری نقش زیادی ایفا می‌کنند و باعث جلوگیری از بهره‌وری منابع انسانی می‌شوند. متأسفانه، مسائل زیادی در این قضیه وجود دارند که می‌توان به موارد جلوگیری از سیاسی کاری در سیستم ارتقاء و جذب کارکنان به دلیل نقش حیاتی در سلامتی جان و مال مردم، جلوگیری از پست‌های سفارشی برای نیروهای سفارشی، رعایت سلسله‌مراتب پیشرفت و ضوابط‌گرایی بجای روابط‌گرایی و عدم اعمال سهمیه‌های مختلف در جذب نیروهای انسانی به دلیل حساس بودن شغل اشاره کرد.

پنجمین الگوی ذهنی که در شرایط نامطلوبی قرار دارد، «نظارت» است. افرادی که این الگوی ذهنی را داشتند، معتقد بودند با نظارت صحیح و درست می‌توان به بهره‌وری منابع انسانی سازمان آتش‌نشانی کمک کرد و عدم نظارت صحیح، نتیجه عکس خواهد داد. این یافته منطقی به نظر می‌رسد، زیرا در بسیاری از متون مدیریتی، به نقش نظارت و کنترل مدیریت برای افزایش کارایی و بهره‌وری سازمان اشاره شده است. از مهم‌ترین گویه‌های این الگوی ذهنی، می‌توان به میزان نظارت و کنترل مستمر فعالیت‌ها توسط مدیر، تفویض اختیار و داشتن حق نظر کارکنان، ایجاد نظم بیشتر با توجه به ماهیت شبه نظامی سازمان آتش‌نشانی و وجود معیارهای درست نظارت و ارزیابی عملکرد اشاره کرد.

الگوی ذهنی ششم، «مدیریت دانش» بود. در برخی مصاحبه‌ها، اشاره مستقیمی به این موارد شد که پس از بازنشستگی مدیران قبلی، هیچ سیستمی وجود ندارد که تجربیات آن‌ها به نسل بعدی

منتقل شود و همچنین، به مدیریت دانش در سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی توجهی نمی‌شود. تبادل دانش بین افراد متخصص با سایر کارکنان، میزان برخورداری سازمان آتش‌نشانی از سیستم بانک اطلاعاتی و وجود بخش مدیریت و انتقال دانش برای استفاده از تجربیات همکاران گذشته، از مهم‌ترین گویه‌های این الگوی ذهنی بود.

در نهایت، آخرین الگوی ذهنی «جذب» بود. نیکولیچ و پتکوویچ (۲۰۱۵) در پژوهشی، چالش‌های کلیدی مدیریت منابع انسانی در آتش‌نشانی‌ها را شناسایی و به برخی از جهت‌گیری‌ها برای حل آن‌ها اشاره کرده‌اند. مهم‌ترین چالش‌ها، شامل استخدام و جذب، حفظ و نگهداری، انگیزش، تمرین و آموزش، ایمنی و بهداشت شغلی و تعهد بود. مشکلاتی در جذب و استخدام گاه‌ها وجود دارد که باعث عدم بهره‌وری منابع انسانی می‌شوند. از این رو، باید در هنگام جذب، به بهداشت روانی و مشکلات روانشناختی افراد توجه کرد. به بیان دیگر، ضرورت دارد به جای جذب افراد سفارشی و پارتی‌بازی، به تخصص‌گرایی روی آورد و شیوه استفاده‌ی باید ابتدا مبنی بر آزمون عملی باشد، سپس تئوری.

با توجه به مطالب بیان شده، مشخص شد که بهره‌وری منابع انسانی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی مشهد در ورزش، از معایب زیادی برخوردار است که هر کدام می‌توانند هم عامل توسعه بهره‌وری و هم مانع توسعه بهره‌وری باشند. همان‌گونه که انتظار می‌رفت، با توجه به وضعیت اقتصادی و مشکلات معیشتی اکثر کارکنان سازمان آتش‌نشانی کلان‌شهر شمال شرق کشور، عوامل بازدارنده نمود بیشتری داشت، زیرا اکثر کارکنان برای برآورده کردن نیازهای معیشتی خود و خانواده-یشان مجبور به اخذ شغل‌های دوم و بعضاً سوم بودند و مطلبی که در مصاحبه‌ها بدان اشاره شد، این بود که محل کار فرصتی برای استراحت افراد است تا بتوانند برای مشاغل دیگر خود، انرژی داشته باشند. از این رو، پیشنهادات کاربردی برای کنترل حداکثری عوامل بازدارنده در ادامه ارائه شد:

- ۱- پیشنهاد می‌شود برای کاهش اثر مؤلفه بازدارنده جذب، آمادگی جسمانی افراد مدنظر قرار گیرد. بدین منظور، پیشنهاد کاربردی این است که در جذب افراد، ابتدا به ویژگی‌های فیزیکی و توانایی‌های ورزشی و سپس، به آزمون‌های تئوری توجه نمود. از طرفی، به دلیل شغل پر استرس آتش‌نشانی، پیشنهاد می‌شود ابتدا سلامت روانی و آستانه تحمل مشکلات از طریق تست‌های روانشناسی مورد ارزیابی و سنجش قرار گیرد تا راندمان و بهره‌وری کاری آن‌ها در هنگام جذب، فرسایشی نباشد.
- ۲- پیشنهاد می‌شود برای کاهش اثر مؤلفه بازدارنده جذب، از تناسب شغلی استفاده شود. بدین منظور، پیشنهاد کاربردی این است که از نیروهای جوان و علاقه‌مند به شغل آتش‌نشانی بجای افراد

سفارشی استفاده شود و همچنین، در فرآیند جذب باید از هرگونه پارتی بازی با توجه به حساسیت شغل، اجتناب شود.

۳- پیشنهاد می شود برای ایجاد انگیزه در کارکنان، از خود کارکنان نظرسنجی شود و با توزیع پرسشنامه های سنجش انگیزه، اقدام به شناسایی انگیزه های اصلی کارکنان کنند و در جهت آن، اقدامات مفیدی انجام دهند.

۴- پیشنهاد می شود که با استفاده از سیستم نظارت و ارزشیابی درست، به بهترین شکل به افراد سازمان ارتقاء شغلی داده شود تا کارکنان دچار بی انگیزگی نشوند و همچنین با تمام انرژی کار خود را ادامه دهند.

۵- پیشنهاد می شود که بخشی جهت سیستم انتقال تجربیات و دانش مدیران و کارکنان گنجانده شود تا افراد از نظرات و تجربیات ارزشمند خود و دیگران به نحو احسن بهره گیرند.

منابع

- Acosta, A. M., & de Renzio, P. (2008). Aid, rent and the politics of the budget process. IDS Working Paper 311. Institute of Development Studies at the University of Sussex Brighton.
- Anjum, A., Ming, X., Siddiqi, A. F., & Rasool, S. F. (2018). An empirical study analyzing job productivity in toxic workplace environments. *International journal of environmental research and public health*, 15(5), 1035.
- Azarm, F., Nourbakhsh, P., Noorbakhsh, M., & Sepasi, H. (2021). Designing a model for the development of human capital in Iranian university sport. *Research on Educational Sport*, 9(24), 137-160. [Persian]
- Balaguer-Coll, M. T., D. Prior, and E. Tortosa-Ausina. 2013. "Output Complexity, Environmental Conditions, and the Efficiency of Municipalities." *Journal of Productivity Analysis* 39: 303–324.
- Bradford, D., R. Malt, and W. Oat. 1969. "The Rising Cost of Local Public Services: Some Evidence and Reflections." *National Tax Journal* 22 (2): 185–202.
- Brannagan, P. M., & Grix, J. (2023). Nation-state strategies for human capital development: the case of sports mega-events in Qatar. *Third world quarterly*, 44(8), 1807-1824.
- Dalvand, A. , Abassian, H. R. , Ravanshadniya, M. and Zeyghami, E. (2021). Proposing human capital productivity strategies with

using fuzzy approach in Mission-based organizations. *Strategic Studies of public policy*, 10(37), 42-61.

Jaldell, H. (2019). Measuring productive performance using binary and ordinal output variables: the case of the Swedish fire and rescue services. *International Journal of Production Research*. 57(3): 907-917.

Johansson, L, M., Lingfors, H., Golsater, M., Kristenson, M., Fransson, E, I. (2021). Physical activity related to mastery and vitality in a Swedish adult population with economic difficulties. *BMC Public Health*, 1-10.

Keshtegar, A., Margir, A., Rashidi, M., Jokare, M. (2014). The role of organizational health in the productivity of manpower (A case study of the National Iranian Oil Products Distribution Company in Bushehr region). *A Journal of Economics and Management* ,3(8), 27-42.

Kramer, W.: Human Resource Management, In D. Compton & J. Granito (Eds.), *Managing Fire and Rescue Services* , ICMA, Washington, DC, (2002), pp. 139-165 (14)

Linda, M. R., Thabrani, G., & Firman, F. (2020). The role of human capital and knowledge management in innovation. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 145: 261-267.

Mohammadi, M. R., Pakseresht, Sh., Eskandarian, M. (2015). A study of the impact of marketing elements on job satisfaction: (Case study: Melat Bank). *Bulletin of the Georgian National Academy of Sciences*, 9(1), 192-199.

Nikolic, V. Petkovic, A. (2015). Human resource challenges in Fire Services. Conference: The First International Scientific and Professional Conference, Crises and Emergency situations management – theory and practice, At: Belgrade.

Oswald, A. J., Proto, E., Sgroi, D. (2015). “Happiness and productivity”. *Journal of Labor Economics*, 33(4), pp: 789-822.

Philip, A. A. (2017). The Impact of Human Resources Development on Workers Productivity in Federal Polytechnic Idah, Kogi State Nigeria. *Curr Trends Biomedical Eng & Biosci* , Volume 8, Issue 2.

Popovych, I., Kuzikova, S., Shcherbak, T., Blynova, O., Lappo, V., Bilous, R (2021). Empirical research of vitality of representatives of parachuting and yoga practice: a comparative analysis. *Journal of Physical Education and Sport (JPES)*, Vol. 21 (1), Art 29, 218 – 226

- Popovych, I., Kuzikova, S., Shcherbak, T., Blynova, O., Lappo, V., Bilous, R (2021). Empirical research of vitality of representatives of parachuting and yoga practice: a comparative analysis. *Journal of Physical Education and Sport (JPES)*, Vol. 21 (1), Art 29, 218 – 226
- Qolizadeh, M; Zulfaqari Zafarani, R; Mohammadian Saravi, M (2021). Presenting the human resources development model focusing on productivity in the country's tax affairs organization using the structural equation approach. *Innovation and value creation quarterly*. 185-204. [Persian]
- Samnani, A. K., & Singh, P. (2014). Performance-enhancing compensation practices and employee productivity: The role of workplace bullying. *Human Resource Management Review*, 24(1), 5–16.
- SUDARAT P, SANTIDHORN P (2017). The Human Resource Development in the Learning Organization for the Organizational Development. *International Journal of Business and Economic Affairs (IJBEA)*. 2(3), 183-192.
- Talebi, N. (2020). Effectiveness of Exercise Training along with the program to increase the awareness and attitude of physical activity on the improvement of the workability index of the post company employees. *Clinical Psychology and Personality*, 16(2), 161-168. [Persian]
- Tam, P. T. (2017). Determinants Affecting Human Resource Development of Small and Medium Enterprises in Dong Nai Province. *Social Science Learning Education Journal*, 2(01).
- Uban, Z.N. (2020). The Effect of Organizational Citizenship Behavior and Leadership Effectiveness on Public Sectors Organizational Performance: Study in the Department of Education, Youth and Sports in Maluku Province, Indonesia. *Public Organization Review*. 1-18.
- Van Scheppingen, A, R., de Vroome, E, M, M., ten Have, K, C, J, M., Zwetsloot, G, I, J, M., Bos, E, H., van Mechelen, W. (2014). Motivations for Health and Their Associations with Lifestyle, Work Style, Health, Vitality, and Employee Productivity. *JOEM*, Vol. 56, No. 5, 540-546.
- Vigatto, R., Alexander, N, M., Correa Filho, H, R. (2007). Development of a Brazilian Portuguese Version of the Oswestry Disability Index: Cross- Cultural adaptation, and validity. *Spine (pila P1976)*. 32(4), 481-6.

Witard, O. C., McGlory, C., Hamilton, D. L., & Phillips, S. M. (2016). Growing older with health and vitality: a nexus of physical activity, exercise and nutrition. *Biogerontology*, 17(3), 529-546.

Peter AM, Julius BB. (2022). An impact assessment of manpower development on productivity in the Kogi state civil service commission, 2011–2015. *Zamfara Journal of Politics and Development*. 3(2):9-

Identifying the mental patterns of experts regarding the factors inhibiting the productivity of human capital of the fire department and safety services

Amir Orly¹, Mahdi Talebpour^{2*}, Javad mohammadkhani³, vahid saatchian⁴, Saeid khayatmoghadam⁵

1) Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

2) Department Sport Management, Sport sciences Faculty. Ferdowsi University of Mashhad

3) Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

4) Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran.

5) Associate professor, Department of public Administration, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

Abstract

The aim of the current research was to identify the mental patterns of experts regarding the factors that inhibit the productivity of human capital of the fire department and safety services. This research was mixed in terms of practical purpose, in terms of exploratory-analytical nature and in terms of implementation method. First, to identify the factors, the study of theoretical bases and interviews with experts were conducted. The interviewees included managers of the fire department and safety services of the northeast metropolis (Mashhad), professors of sports management, and experts in the concepts of human capital productivity. Using the purposeful sampling method, interviews were conducted with 14 experts, 26 people completed the questionnaire of inhibiting factors. Using varimax rotation and exploratory factor analysis, the identified factors were categorized and prioritized using SPSS software. The findings showed that 33 inhibiting factors play a role in the productivity of human resources of the fire department and safety services in the northeastern metropolis of the country. 7 mental patterns of inhibiting factors include welfare factors, motivational factors, justice-oriented, work politics, supervision, knowledge management and attraction. Conclusion: In summary, it should be stated that human resource productivity encompasses both advantages and disadvantages, each of which can serve as either a driver or a barrier to productivity development. By emphasizing the seven key models, it is possible to effectively and practically leverage the current circumstances.

Keywords: Human capital, Sport, Q Methodology, Mental Patterns

Corresponding author's email: (mtalebpour@um.ac.ir)

پژوهش‌های بین‌رشته‌ای در اوقات فراغت

دوره ۱، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳

تعیین ارتباط بین مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار در معلمان

تربیت بدنی

امید صفری^{۱*}

۱- استادیار گروه تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، نورآباد ممسنی، ایران

چکیده

هدف از این تحقیق، تعیین ارتباط بین مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار در معلمان تربیت بدنی شهرستان‌های ممسنی و رستم بود. این تحقیق، کاربردی و از نوع توصیفی و همبستگی بود. جامعه آماری این تحقیق، تمامی معلمان تربیت بدنی شهرستان‌های ممسنی و رستم به تعداد ۸۹ نفر بودند، که از این تعداد، ۷۷ نفر به عنوان نمونه و به روش نمونه‌گیری کل شمار با محقق همکاری کردند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌های استاندارد مدیریت جهادی یک‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)، محبوبیت سازمانی اسدی و همکاران (۱۳۹۴) و معنویت در کار نیک‌نام و ناصری (۱۳۹۹) بود. برای توصیف داده‌ها، از روش‌های آمار توصیفی و برای تجزیه استنباطی داده‌ها، از روش‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون و معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که بین مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی و معنویت در کار، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین رابطه بین معنویت در کار با محبوبیت سازمانی مثبت و معنادار بود. در نهایت، نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که ارتباط بین مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار مثبت و معنادار است. بنابراین، شایسته است در جامعه هدف به منظور ایجاد محبوبیت سازمانی، به مدیریت جهادی و معنویت در کار توجه ویژه شود ($P \leq 0/01$).

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۲

شماره صفحات: ۴۷-۶۰

واژگان کلیدی:

مدیریت جهادی، محبوبیت سازمانی، معنویت در کار، معلمان تربیت بدنی

استناد به مقاله:

صفری، امید. (۱۴۰۳). تعیین ارتباط بین مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار در معلمان تربیت بدنی. *اندیشه‌های نوین در ورزش تربیتی*، ۱(۴)، ۶۰-۴۷.



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

DOI: <https://doi.org/10.22034/ntes.2025.496146.1027>

URL: https://ntes.imamreza.ac.ir/article_۲۲۲۵۵۱.html

مقدمه

در رأس اهدافی که صاحب‌نظران برای تحول در نظام‌های تعلیم و تربیت مطرح می‌کنند، معلم^۱ نقطه اتکای هر تغییر و تحولی در نظر گرفته می‌شود. معلم به عنوان هدایت‌کننده و اسوه‌ای امین و بصیر در فرآیند تعلیم و تربیت و مؤثرترین عنصر در تحقق مأموریت‌های نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی نقش ایفا می‌کند (تقی‌پور ظهیر و توکلی، ۱۳۹۰). محبوبیت و مقبولیت سازمان‌های آموزشی و معلمین از عناصری هستند که به آن‌ها در انجام وظایف خود یاری می‌رسانند. عوامل محبوبیت در نظام‌های آموزشی، دین‌داری، گشاده‌رویی و خوش‌رویی، خلق نیکو، تواضع و احترام به دانش‌آموزان، زهد و بی‌رغبتی به دنیا و آراستگی و زیبایی ظاهری جزء عوامل مقبولیت تخصص و وثاقت می‌باشند (اسدی و همکاران، ۱۳۹۴). مفاهیم یک سازمان، تأثیر مهمی بر اشخاص ذی‌نفع آن دارند. این مفاهیم شامل شهرت، اعتبار، پرستیژ و حتی هویت سازمانی می‌شوند. از میان این مفاهیم، تک‌تک اعضا تمایل به حفظ مقبولیت سازمان‌شان دارند. وجود مقبولیت سازمان در بیرون از آن، امری مهم برای اکثر سازمان‌ها به شمار می‌رود؛ به نحوی که سازمان‌ها از پاداش‌ها و پرستیژ بیرونی خود، به منزله نشانه‌ها و علائمی جهت ایجاد و تعمیم هویت هسته‌ای خود در نظر مخاطبان داخلی و خارجی استفاده می‌کنند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶). بنابراین، برای ایجاد محبوبیت سازمانی و افزایش کارایی و اثربخشی هر چه بیشتر در سازمان‌های آموزشی، مجموعه عواملی می‌توانند سهیم باشند که در این پژوهش، به برخی از آن‌ها، از جمله مدیریت جهادی و معنویت در کار پرداخته می‌شود. مدیریت جهادی، یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر محبوبیت سازمانی می‌باشد. مدیریت جهادی به معنای «کار، تلاش، با خدا حساب کردن، به علم تکیه کردن، به درایت و تدبیر تکیه کردن» می‌باشد (بیک‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰). اگر این موارد مهم محقق شوند، امور به بهترین نحو در سازمان‌ها پیش خواهند رفت. امروزه، تحقیقات نشان داده‌اند که سازمان‌ها را نیز می‌توان با کار جهادی مدیریت نمود؛ نه فقط برای ما که در برهه‌ای از زمان قرار گرفته‌ایم که فشارها، تهدیدها و تعصبات خبثات‌آلود قدرت‌های غرب و طاغوت بر ما زیاد است، بلکه برای همه کشورهای و در همه شرایط همین‌طور است (شیرعلی‌نژاد فرسنگی و همکاران، ۱۴۰۰). اساس مدیریت در نظام جهادی، بر پایه رهبری و هدایت انسان‌ها به سوی وظایف خودشان و به سوی سازندگی، پایه‌گذاری شده است (صفری و اسدی، ۱۴۰۳). مدیران در جهاد، وظیفه هدایت، رهبری و سوق دادن انگیزه‌ها به سوی کار و تلاش را دارند. مدیران جهادی در همه عرصه‌ها و زمینه‌ها، تلاش خود را بر این معطوف داشته‌اند که با امر رهبری و اطاعت از ایشان در تمام صحنه‌های حساس حضور و نقش پررنگی داشته باشند. مدیریت سازمان‌ها با استفاده از قدرت

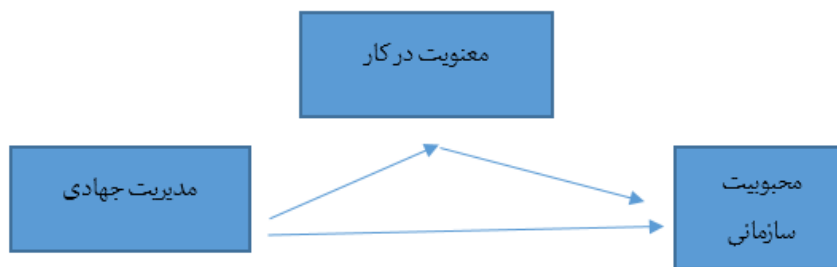
¹ Teacher

کاریزما و ابزارهای ترغیب‌کننده مدیریت جهادی می‌توانند زمینه ایجاد محبوبیت را در بین نیروهای انسانی ایجاد نمایند (عسکری و همکاران، ۱۳۹۷).

معنویت در محیط کار یکی دیگر از متغیرهای تأثیرگذار بر محبوبیت سازمانی می‌باشد. از دلایل قابل‌توجه علاقه به معنویت در محیط کار در سال‌های اخیر هم در میان محققان و هم کارکنان، می‌توان به ناامید شدن نیروی کار، رکود اقتصادی، افزایش عدم اطمینان مدیریت ارشد، افزایش تقاضا برای ساعات کاری بیشتر و سود بیشتر و کاهش سلامت کارکنان اشاره نمود (مشهدی و همکاران، ۱۴۰۰). بسیاری از صاحب‌نظران، معنویت را به عنوان منبعی پایدار برای سازمان دانسته‌اند که می‌تواند در زمان‌های پر تلاطم و آشوب‌زده، به آن یاری رساند و تناقض‌نمایی نظم و بی‌نظمی در سازمان را حل و فصل کند و بدون طرد هر یک، آنان را به صورت مقتضی به کار ببندد؛ چرا که سازمان برای فعالیت مستمر در عرصه‌های مختلف، نیازمند رفت‌وآمد همیشگی بین دو حالت تغییر و ثبات است (شیرعلی نژاد فرسنگی، ۱۴۰۰). معنویت، واقعیتی انکارناپذیر است که نه تنها نقش بسیار مهمی در زندگی سازمانی افراد دارد، بلکه تعیین‌کننده موفقیت و راه دستیابی به بالندگی در سازمان محسوب می‌شود و بایستی به آن توجه ویژه نشان داد و آن را تقویت نمود (فدافن و همکاران، ۱۳۹۹). معنویت سازه مناسبی جهت پاسخگویی به چالش‌های مطرح‌شده در محیط کار است. معنویت در محیط کار می‌تواند به مزایا و منافع منجر شود که برخی از آن‌ها عبارتند از: افزایش خلاقیت، افزایش صداقت و اعتماد، افزایش حس تکامل شخصی، افزایش تعهد سازمانی، بهبود نگرش‌های شغلی کارکنان همچون افزایش رضایت شغلی، مشارکت شغلی و نیز کاهش نیات ترک محیط کار، افزایش اخلاق و وجدان کاری و انگیزه بیشتر. همه این موارد به صورت مستقیم و غیرمستقیم سبب بهبود محبوبیت، سودآوری و اثربخشی سازمانی می‌گردند (سیری پلشت و همکاران، ۱۳۹۵). بنابراین، با عنایت به لزوم حاکمیت ارزش‌های الهی در سازمان‌های اسلامی، ضرورت دارد شیوه خاص مدیریت جهادی و اسلامی در سازمان‌ها اجرا شود تا موفقیت‌های منحصر به فرد سازمان که همان تعالی انسان است، حاصل گردد. مدیریت جهادی و اسلامی چه در سطح کلان و چه در سطح خرد، برآمده از اصول و قوانین مشخصی هستند که بر ملاک‌های اسلامی استوار بوده و سمت و سوی الهی دارند. هدف این نوع مدیریت، ارتقاء انسان در جهت کمال و بهبود نظام‌های اجتماعی است (حاجیان و همکاران، ۱۳۹۲).

متأسفانه در سال‌های اخیر، در سازمان‌های آموزشی، به دلیل برخی از عملکردهای نامناسب، جایگاه و محبوبیت مطلوبی در بین نیروی‌های کاری و ارباب رجوع وجود ندارد. این چالش قطعاً می‌تواند بر کارایی و اثربخشی سازمان‌های مربوطه اثر منفی داشته باشد. این مسئله خود می‌تواند دلایل زیادی از جمله عدم وجود مدیریت جهادی و معنویت در محیط کار در این سازمان‌ها داشته

باشد. بنابراین، برای برون‌رفت از این مسئله، پژوهشگر قصد دارد تا در جامعه هدف به این سؤال پاسخ دهد که آیا بین مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار در معلمان تربیت بدنی شهرستان‌های ممسنی و رستم رابطه معناداری وجود دارد؟ مدیریت جهادی عبارت است از نوعی رهبری مشارکتی. از ویژگی‌های مدیریت جهادی، اعتماد داشتن به نیروهای جهاد، اهمیت دادن و لحاظ کردن نظرات آن‌ها، میدان دادن و تفویض اختیار به جهادگران است (معدنی و حسین‌پور، ۱۳۹۵). این متغیر به عنوان متغیر پیش‌بین می‌باشد و بر محبوبیت سازمانی که عنصری است که معلم را در انجام وظیفه خود یاری می‌دهد، تأثیر می‌گذارد. از عوامل محبوبیت یک معلم، می‌توان به دین‌داری، گشاده‌رویی و خوش‌رویی، خلق نیکو، تواضع و احترام به دانش‌آموزان، زهد و بی‌رغبتی به دنیا و آراستگی و زیبایی ظاهری، تخصص و وثاقت معلم نام برد (اسدی و همکاران، ۱۳۹۴) که در این تحقیق، به عنوان متغیر ملاک می‌باشد. همچنین معنویت در کار، دربرگیرنده تلاش برای جستجو و یافتن هدف غایی در یک فرد برای زندگی کاری، به منظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکاران و دیگر افرادی که به نحوی در کار مشارکت دارند، می‌باشد (فردخیآوری، ۱۴۰۰) و در این تحقیق نیز به عنوان متغیر میانجی می‌باشد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق، کاربردی و از نوع توصیفی و همبستگی بود. جامعه آماری این تحقیق، تمامی معلمان تربیت بدنی شهرستان‌های ممسنی و رستم به تعداد ۸۹ نفر بود که از این تعداد، ۷۷ نفر به عنوان نمونه و به روش نمونه‌گیری کل شمار با محقق همکاری کردند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه استاندارد ۲۲ سؤالی مدیریت جهادی بیک‌زاده و همکاران (۱۴۰۰) در شش بُعد احساس مسئولیت، جهاد کاری، رعایت تقوا، وجدان کاری، برنامه‌ریزی و کار هدفمند و پایبندی به اصول، پرسشنامه استاندارد ۱۵ سؤالی محبوبیت سازمانی اسدی و همکاران (۱۳۹۴) بدون مؤلفه و پرسشنامه استاندارد ۱۵ سؤالی استاندارد معنویت در کار نیکنام و ناصری (۱۳۹۹) در سه بُعد

احساس همبستگی، همسویی با ارزش‌ها و احساس معنا در کار و در مقیاس پنج ارزشی لیکرت (خیلی زیاد=۵ تا خیلی کم=۱) بود. میزان روایی با استفاده از نظرات متخصص مدیریت ورزشی در این رشته تأیید شد و پایایی این پرسشنامه‌ها نیز با استفاده از آلفاکرونباخ، محاسبه گردید که به دلیل بالاتر بودن از ۰/۷، مورد تأیید قرار گرفتند. برای توصیف داده‌ها، از روش‌های آمار توصیفی برای محاسبه فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد. به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق نیز آمارهای استنباطی مانند آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن توزیع داده‌ها، از ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق، از رگرسیون خطی برای پیش‌بینی متغیر ملاک از روی متغیرهای پیش‌بین و از معادلات ساختاری برای تحلیل مسیر و آزمون الگوی مفهومی تحقیق بهره گرفته شد.

یافته‌های تحقیق

بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آزمودنی‌ها نشان داد که ۶۵ درصد از نمونه‌ها مرد، ۳۵ درصد زن، ۹۵ درصد متأهل و ۵ درصد مجرد، ۱۳ درصد دارای مدرک کاردانی، ۵۲ درصد کارشناسی و ۳۵ درصد کارشناسی ارشد به بالا بودند.

بر اساس نتایج جدول ۱، بین متغیر مدیریت جهادی و مؤلفه‌های آن با متغیر محبوبیت سازمانی آزمودنی‌ها رابطه مثبت و معنادار ($P < 0/01$) وجود دارد؛ به طوری که با افزایش توجه به مدیریت جهادی و مؤلفه‌های آن، محبوبیت سازمانی نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۱. نتایج آزمون پیرسون در خصوص رابطه مدیریت جهادی و مؤلفه‌های آن با محبوبیت سازمانی

متغیرها	مدیریت جهادی	احساس مسئولیت	جهاد کاری	رعایت تقوا	وجدان کاری	برنامه‌ریزی و کار هدفمند	پابندی به اصول
r	۰/۵۱۸	۰/۳۷	۰/۵۳	۰/۶۰	۰/۵۰	۰/۴۹	۰/۵۰
Sig	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
نتایج	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه

بر اساس نتایج جدول ۲، بین متغیر مدیریت جهادی و مؤلفه‌های آن با متغیر معنویت در کار، رابطه مثبت و معنادار ($P < ۰/۰۱$) وجود دارد. به طوری که با افزایش توجه به مدیریت جهادی و مؤلفه‌های آن، معنویت در کار نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۲. نتایج آزمون پیرسون در خصوص رابطه مدیریت جهادی و مؤلفه‌های آن با معنویت در کار

متغیرها	مدیریت جهادی	احساس مسئولیت	جهاد کاری	رعایت تقوا	وجدان کاری	برنامه‌ریزی و کار هدفمند	پابندی به اصول	معنویت در کار	
								r	Sig
	۰/۶۶	۰/۴۷	۰/۵۶	۰/۵۳	۰/۴۹	۰/۴۸	۰/۲۹		
	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱		
نتیجه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه		

بر اساس نتایج جدول ۳، بین متغیر معنویت در کار و مؤلفه‌های آن با متغیر محبوبیت سازمانی رابطه مثبت و معنادار ($P < ۰/۰۱$) وجود دارد؛ به طوری که با افزایش توجه به معنویت در کار و مؤلفه‌های آن، محبوبیت سازمانی افزایش می‌یابد.

جدول ۳. نتایج آزمون پیرسون در خصوص رابطه اخلاق کار اسلامی و مؤلفه‌های آن با نوآوری سازمانی

متغیرها	معنویت در کار	احساس همبستگی	همسویی با ارزش‌ها	احساس معنا در کار	محبوبیت سازمانی	
					r	Sig
	۰/۲۳	۰/۲۲	۰/۲۰	۰/۲۷		
	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱		
نتیجه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه	تأیید فرضیه		

جدول ۴، پیش‌بینی نمرات محبوبیت سازمانی بر اساس مدیریت جهادی را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ضریب تعیین (تبیین) بدست آمده برابر است با ۰/۲۶۸. پس می‌توان نتیجه گرفت که ۰/۲۶۸ (تقریباً ۲۷٪) محبوبیت سازمانی از طریق مدیریت جهادی تبیین می‌شود.

جدول ۴. پیش‌بینی نمرات محبوبیت سازمانی بر اساس مدیریت جهادی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین
۰/۵۱۸	۰/۲۶۸

جدول ۵، پیش‌بینی نمرات اخلاق معنویت در کار بر اساس مدیریت جهادی را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ضریب تعیین (تیین) بدست آمده برابر است با ۰/۴۳۵؛ پس می‌توان نتیجه گرفت که ۰/۴۳۵ (تقریباً ۴۳٪) معنویت در کار از طریق مدیریت جهادی تبیین می‌شود.

جدول ۵. پیش‌بینی نمرات معنویت در کار بر اساس مدیریت جهادی

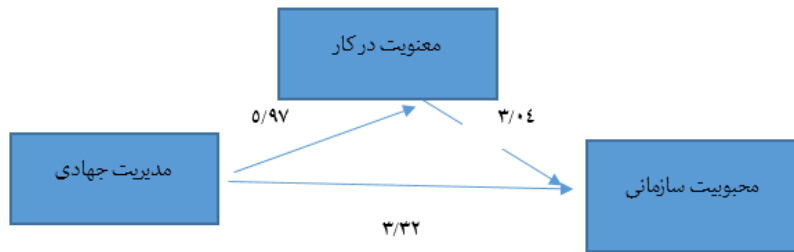
ضریب همبستگی	ضریب تعیین
۰/۶۶	۰/۴۳۵

جدول ۶، پیش‌بینی نمرات محبوبیت سازمانی بر اساس معنویت در کار را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ضریب تعیین (تیین) بدست آمده برابر است با ۰/۱۰۸. پس می‌توان نتیجه گرفت که ۰/۱۰۸ (تقریباً ۱۱٪) محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار تبیین می‌شود.

جدول ۶. پیش‌بینی نمرات محبوبیت سازمانی بر اساس معنویت در کار

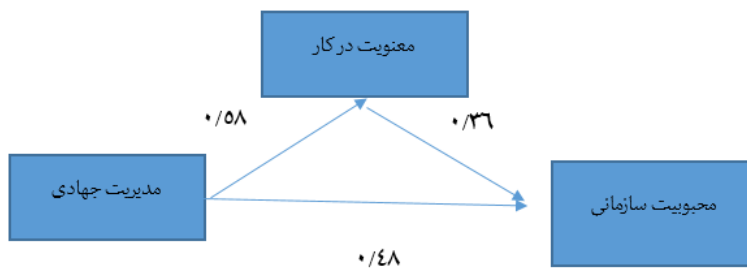
ضریب همبستگی	ضریب تعیین
۰/۳۳	۰/۱۰۸

جدول ۷ و شکل‌های ۱ و ۲، نتایج مدل‌سازی معادله ساختاری مدل نهایی پژوهش را نشان می‌دهند. ضرایب الگوی پژوهش نشان می‌دهد که ضریب مسیر مدیریت جهادی به محبوبیت سازمانی برابر ۰/۴۸ می‌باشد و این نشان می‌دهد که با یک واحد افزایش در مدیریت جهادی، محبوبیت سازمانی به میزان ۰/۴۸ تغییر می‌کند. ضریب مسیر مدیریت جهادی به معنویت در کار برابر ۰/۵۸ می‌باشد و این نشان می‌دهد که مدیریت جهادی به میزان ۰/۵۸ بر معنویت در کار تأثیر مثبت دارد. ضریب مسیر معنویت در کار به محبوبیت سازمانی برابر ۰/۳۶ می‌باشد و این نشان می‌دهد که معنویت در کار به میزان ۰/۳۶ بر محبوبیت سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، تأثیر غیرمستقیم مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار به میزان ۰/۲۰۸ است.



شکل ۲. رابطه علی متغیرها در حالت معناداری

* ملاک معناداری $1/96 \pm$ می باشد.



شکل ۳. رابطه علی متغیرها در حالت استاندارد

جدول ۷. نتایج مدل‌سازی معادله ساختاری متغیرهای پژوهش

ردیف	مسیرهای الگو	ضریب مسیر	t	نتیجه	اثر غیرمستقیم
۱	مدیریت جهادی ← محبوبیت سازمانی	۰/۴۸	۳/۳۲	تأیید فرضیه	-
۲	مدیریت جهادی ← معنویت در کار	۰/۵۸	۵/۹۷	تأیید فرضیه	-
۳	معنویت در کار ← محبوبیت سازمانی	۰/۳۶	۳/۰۴	تأیید فرضیه	-
۴	مدیریت جهادی ← محبوبیت سازمانی	-	-	تأیید فرضیه	۰/۲۰۸

نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف تعیین ارتباط بین مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار در معلمان تربیت بدنی شهرستان‌های ممسنی و رستم انجام شد. یافته‌های پژوهش بیانگر وجود رابطه مثبت و معنادار بین مدیریت جهادی و ابعاد آن با محبوبیت سازمانی آزمودنی‌ها می‌باشند. همچنین، نتایج تحقیق بیانگر قابلیت پیش‌بین معنادار محبوبیت سازمانی از طریق مدیریت جهادی بود. بنابراین، نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت جهادی و ابعاد آن زمینه لازم را جهت ارتقاء

محبوبیت سازمانی در آزمودنی‌ها فراهم می‌نماید. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات نوچمنی و همکاران (۱۴۰۰)، عسکری و همکاران (۱۳۹۷)، محمد داوودی و پیروز ارجمندی (۱۳۹۵)، چن و لین^۱ (۲۰۲۱) و باکاس^۲ و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد. در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان بیان کرد که مدیریت جهادی، آیینه تمام‌نمایی از فرهنگ حاکم بر جامعه است. حال اگر این فرهنگ در مواجهه با ارزش‌های دینی رنگ و بویی تازه یابد، مشتاقان فراوانی را با خود همراه خواهد کرد. در فرهنگ و مدیریت جهادی به عنوان جرئی از فرهنگ مترقی اسلامی، کارمند در برخورد با مسائل، با اخلاص، ایثار، تعاون و تلاش، تعهد، سادگی، پرهیز از اسراف و مشورت و مشارکت، ضمن در نظر گرفتن رضای خدا سعی می‌کند کار را به بهترین شکل ممکن، هم از بُعد سرعت و هم از نظر دقت انجام دهد که این خود می‌تواند زمینه محبوبیت و مقبولیت سازمانی را افزایش دهد.

یافته‌های تحقیق نیز نشان داد که رابطه مثبت و معنادار بین مدیریت جهادی و ابعاد آن با معنویت در کار آزمودنی‌ها وجود دارد. همچنین، نتایج تحقیق بیانگر قابلیت پیش‌بین معنادار معنویت در کار از طریق مدیریت جهادی بود. بنابراین، نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت جهادی و ابعاد آن زمینه لازم را جهت ارتقاء معنویت در کار در آزمودنی‌ها فراهم می‌آورد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات صفری و اسدی (۱۴۰۳)، شیرعلی نژاد فرسنگی و همکاران (۱۴۰۰)، عسکری و همکاران (۱۳۹۷) و معدنی و همکاران (۱۳۹۵) همخوانی دارد. در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان بیان کرد که از شرایط یک مدیر جهادی این است که در جهت رسیدن به اهداف کمال، سعی و تلاش خود را به کار گرفته و از مسئولیتی که به وی داده شده است، شانه خالی نکند. یکی از مسائلی که به وفور در جامعه وجود دارد و اختصاصی هم به مدیران ما ندارد، بحث معنویت در کار است. در یک سازمان یا مجموعه، وقتی مدیر نسبت به انجام کارهای خلاف شرع و یا حتی عرف هیچ عکس‌العمل مناسبی از خود نشان ندهد، سبب می‌شود که یک ناهنجاری تبدیل به هنجار شده و این امر چون در محیط اداره و سازمان ترمیم یا اصلاح نشده نسبت به سایر طبقات اجتماع نیز تسری پیدا می‌کند. بنابراین، انجام وظایف یک مدیر جهادی می‌تواند زمینه بروز معنویت در کار را در سازمان‌ها فراهم کند و این امر باعث کارایی و اثربخشی بیشتر سازمان‌ها می‌شود.

نتایج حاصل از تحقیق نیز نشان داد که بین معنویت در کار و مؤلفه‌های آن، با محبوبیت سازمانی در معلمان تربیت بدنی شهرستان‌های ممسنی و رستم رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. افزون بر این، معنویت در کار قابلیت پیش‌بین معنادار محبوبیت سازمانی آزمودنی‌ها را دارد. بنابراین، نتایج

¹ Chen, S. & Lin, N.

² Bakas, D.

تحقیق نشان داد که معنویت در کار و ابعاد آن زمینه لازم جهت ارتقاء محبوبیت سازمانی در آزمودنی‌ها را فراهم می‌نماید. نتایج این تحقیق، با نتایج تحقیقات ساعدی و همکاران (۱۴۰۰)، فردخیآوری (۱۴۰۰)، نیکنام فدافن و ناصری (۱۳۹۹) و عباس‌پور و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد. در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان بیان کرد که معنویت در کار در برگیرنده تلاش برای جستجو و یافتن هدف غایی در یک فرد برای زندگی کاری، به منظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکاران و دیگر افرادی که به نحوی در کار مشارکت دارند و همچنین سازگاری یا یگانگی بین باورهای اساسی یک فرد با ارزش‌های سازمانی اوست. همچنین، معنویت می‌تواند در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی مد نظر قرار گیرد. در سطح فردی، تلاش برای یافتن معنا و هدف در زندگی کاری است. در سطح گروهی، ارتباط قوی بین همکاران و افرادی که به نحوی در کار مشارکت دارند و در سطح سازمانی، هماهنگی بین اعتقادات و باورهای اصلی و ارزش‌های سازمان است؛ به طوری که تأمین نیازهای معنوی در محیط کار به عواملی از جمله کاربرد اصول مبتنی بر معنویات، و نیز اخلاق و ارزش‌هایی بستگی دارد که در تصمیمات و اقدامات افراد نمود می‌یابند و در صورت تأمین نیازهای معنوی در یک سازمان می‌تواند بستر مقبولیت و محبوبیت آن سازمان را به همراه داشته باشد و در نتیجه، زمینه کارایی و اثربخشی بیشتر سازمان را فراهم آورد.

در نهایت، نتایج حاصل از تحقیق نیز نشان داد که بین مدیریت جهادی با محبوبیت سازمانی از طریق معنویت در کار در معلمان تربیت بدنی شهرستان‌های ممسنی و رستم ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. در این زمینه، تحقیق همسو یا غیر همسویی یافت نشد که این سه متغیر را در کنار هم مطالعه نموده باشد. بنابراین، در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان بیان کرد که پرداختن به پیامدهای مهم کاربرد مدیریت جهادی و معنویت در محیط کار به منظور توجیه منطقی تمامیت و جامعیت این رویکرد و تناسب آن با جامعه اسلامی، درک برخی اصول و مبانی رفتاری مطرح شده در اسلام ضرورت دارد. این رویکرد می‌تواند زمینه بروز محبوبیت و مقبولیت و در نتیجه کارایی و اثربخشی هر چه بیشتر را در سازمان ایجاد نماید.

با توجه به نتایج بدست آمده از این پژوهش و به منظور کمک به ارتقاء محبوبیت سازمانی از طریق مدیریت جهادی و معنویت در کار در آزمودنی‌ها، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

- معلمان از طریق مطالعه و افزایش دانش و آگاهی نسبت به ایجاد روحیه جهادی، روش‌های جدید محبوبیت و مقبولیت سازمانی را شناسایی نموده و از طریق بکارگیری آن‌ها بتوانند زمینه بروز محبوبیت سازمانی را ایجاد نمایند.
- به منظور تبیین اهمیت مدیریت جهادی در سازمان‌ها و تسهیل و ارتقاء هر چه بیشتر شرایط فرهنگی آن، آموزش چگونگی شناسایی، معرفی و ترویج نمادها و ارزش‌های مثبت

مدیریت جهادی و شیوه نهادینه‌سازی آن‌ها در جامعه هدف برنامه ریزی شود تا بتوان با ایجاد فرهنگ مدیریت جهادی، زمینه بروز معنویت در کار و کارایی و اثربخشی هر چه بیشتر محیط‌های آموزشی را فراهم نمود.

- معلمان ابتدا به مقوله خودسازی توجه ویژه داشته باشند تا بتوانند در یک سلامت روانی خوب و ایده‌آل، به تدریس و تربیت دانش‌آموزان بپردازند. سپس، تفکر معنوی را سرلوحه تدریس خود قرار دهند تا در پرتو آن مؤلفه‌ها بتوانند در امر تدریس، سعادتمند بیرون آمده و تأثیر قابل توجهی بر دانش‌آموزان داشته باشند که این خود می‌تواند زمینه بروز محبوبیت و مقبولیت فردی و سازمانی را به همراه داشته باشد.

منابع

- اسدی، س. ص.؛ مجیدی، م. و ابراهیم‌خانی، ل. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مقبولیت و محبوبیت معلم در متون اسلامی. *دومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی، تهران*.
- بیک‌زاده، ج.؛ رزمجو، م. و رحمتی، م. (۱۴۰۰). الگوسازی تأثیر مدیریت جهادی و رفتار سیاسی بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش واسطه‌ای فضیلت سازمانی. *مجله توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی*، ۱۶ (۶۰)، ۲۷-۵۴.
- تقی‌پور ظهیر، ع. و توکلی، ر. (۱۳۹۰). بررسی رابطه ذهنیت فلسفی مدیران با عملکرد دبیران مدارس متوسطه آموزش و پرورش منطقه ۴ تهران. *مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی*، ۴ (۱)، ۶۳-۸۰.
- حاجیان، ط.؛ کریمی، م.؛ آقاحسینی، ت. و موسی‌زاده، س. ج. (۱۳۹۲). بررسی رابطه میان ابعاد مدیریت اسلامی و رفتار شهروند سازمانی در بین کارکنان علوم پزشکی اصفهان. *دو فصلنامه اسلام و مدیریت*، ۲ (۲)، ۱۴۱-۱۶۰.
- سیری پلشت، م.؛ مالکی، م.؛ حسین‌زاده، م. و بخشی‌زاده، ع. ر. (۱۳۹۵). تبیین نقش معنویت در محیط کار و رهبری تحول‌آفرین بر توانمندسازی کارکنان با بررسی نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان ایران. *نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۴ (۱)، ۸۵-۷۱.
- شیرعلی‌نژاد فرسنگی، س.؛ منتظری توکلی، ع. ر.؛ سلاجقه، س. و کمالی، م. ج. (۱۴۰۰). تبیین رابطه مدیریت جهادی بر مبنای معنویت سازمانی بر اساس دیدگاه‌های مقام معظم رهبری و ارائه مدل مطلوب، *فصلنامه آموزش و بهسازی منابع انسانی*، ۲ (۴).

- صفری، ا. و اسدی، ش. (۱۴۰۳). تعیین ارتباط بین مدیریت جهادی با توانمندسازی روانشناختی از طریق معنویت در کار. *فصلنامه مطالعات رفتاری و تعالی سازمانی*، ۱(۴)، ۸۶-۹۵.
- عباس‌پور، ج.؛ عباس‌پور، ح. و شهبازی، ش. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر معنویت سازمانی و ابعاد آن بر وفاداری کارکنان آموزش و پرورش شهر مهران. *فصلنامه مطالعات منابع انسانی*، ۶(۲۶)، ۱۱۰-۸۷.
- عسکری، ح.؛ عباس‌پور، ج.؛ سرابی، ا. و بهروز، ع. (۱۳۹۷). رابطه ویژگی‌های رهبری در مدیریت جهادی با عملکرد سازمانی با تأکید بر معنویت در سازمان تأمین اجتماعی استان ایلام، [دوازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت](#).
- فردخیاوری، ا. (۱۴۰۰). تأثیر معنویت سازمانی بر عملکرد معلمان متوسطه دوره اول مشگین شهر. *فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۵(۱۲)، ۲۴۴-۲۴۷.
- مشهدی، ح. ر.؛ محمدزاده بنی‌طرفی، م. و محمدزاده، ق. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر معنویت بر توانمندسازی حرفه‌ای معلمان. *مجله پژوهش در آموزش معارف و تربیت اسلامی*، ۱(۳).
- معدنی، ج.؛ حسین‌پور، د.؛ یاری، م. (۱۳۹۵). طراحی مدل فرهنگ جهادی مبتنی بر مبانی دینی و ارزش‌های انقلاب اسلامی در دانشگاه اسلامی (مورد مطالعه: دانشگاه علامه طباطبائی^(۵) تهران)، *مدیریت در دانشگاه اسلامی*، ۱۱(۵)، ۴۹-۷۰.
- محمدداوودی، ا. ح. و پیروز ارجمندی، م. (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر شهرت سازمانی در مدیریت آموزش عالی. *همایش پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری*، برلین آلمان.
- موسوی، س. س.؛ قیاسی، م. و خدایاری، م. ع. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر و نقش برند کارفرما بر ایجاد حس پرستیژ سازمانی. *اولین همایش حسابداری، مدیریت و اقتصاد با رویکرد پویایی اقتصاد ملی*، ملایر.
- نوچمنی، ه.؛ بحرالعلوم، ح. و باقری، ه. (۱۴۰۰). تأثیر رهبری اخلاقی و مسئولیت اجتماعی بر شهرت سازمانی ادارات ورزش و جوانان استان گلستان. *نشریه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۸(۳۰)، ۷۹-۹۲.
- نیکنام فدافن، ف. و ناصری، ن. (۱۳۹۹). بررسی نقش مدیریت معنوی و معنویت در کار در آموزش و پرورش. *فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۴۲(۳)، ۱-۱۶.
- Bakas, Dimitrios & Kostis, Pantelis & Petrakis, Panagiotis. (2019). *jehadi Culture and Labour Productivity: An Empirical Investigation. Economic Modelling*. 10.1016/j.econmod.2019.05.020.

-Chen, S. and Lin, N. (2021), " jehadi Culture, productivity and competitiveness: disentangling the concepts", Cross Cultural & Strategic Management, Vol. 28 No. 1, pp. 52-75.

Determining the relationship between jehadi management and organizational popularity through spirituality at work among physical education teachers

omid safari¹

1) Assistant Professor , Department of Physical Education, Nourabad Mamasani Branch , Islamic Azad University, Nourabad Mamasani , Iran

Abstract

The aim of this study was to determine the relationship between jehadi management and organizational popularity through spirituality at work among physical education teachers in the cities of Momsani and Rostam. This study was applied and descriptive. The statistical population of this study was all physical education teachers in the cities of Momsani and Rostam, 89 people, of whom 77 people worked with the researcher as a sample using the total number sampling method. The data collection tools were the standard questionnaires of Jehadi Management by Beekzadeh et al. (2020), Organizational Popularity by Asadi et al. (2015), and Spirituality at Work by Niknam and Nasserri (2010). Descriptive statistics methods were used to describe the data, and Pearson correlation coefficient, regression, and structural equations statistical methods were used to analyze the data inferentially. The results showed that there was a positive and significant relationship between jehadi management and organizational popularity and spirituality at work, and there was a positive and significant relationship between spirituality at work and organizational popularity. The results of the study also showed that the relationship between jehadi management and organizational popularity through spirituality at work is positive and significant. Therefore, it is appropriate to pay special attention to jehadi management and spirituality at work in the target community in order to create organizational popularity ($P \leq 0.01$).

Keywords: jehadi management, organizational popularity, spirituality at work, physical education teachers.

Corresponding author's email: (omidsafari11@yahoo.com)

پژوهش‌های بین‌رشته‌ای در اوقات فراغت

دوره ۱، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳

بررسی تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری در دانش-

آموزان مقطع ابتدایی

حسین اصغریورعابد^{۱*}، حمید نجات^۲

۱- کارشناس ارشد گروه علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.

۲- استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی شهر مشهد بود. پژوهش حاضر، از حیث هدف کاربردی و به لحاظ نوع، توصیفی-همبستگی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری بود که داده‌های آن به صورت میدانی جمع‌آوری شد. جامعه آماری، شامل کلیه دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع ابتدایی (پایه‌های پنجم و ششم) در ناحیه ۴ شهر مشهد بود که با استفاده از روش ۱۰ برابری تعداد گویه‌های ابزار پژوهش (مجموعاً ۳۹ گویه)، تعداد ۳۹۰ نفر از این افراد، به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، از ۴ پرسشنامه توانایی تصویرسازی ورزشی (طهماسبی و همکاران، ۱۴۰۱)، عملکرد حرکتی (فان در لینه و همکاران، ۲۰۱۴)، مهارت تمرکز (سواری و اورکی، ۱۳۹۵) و تکانشگری (کوتلی و همکاران، ۲۰۱۴) استفاده شد. با توجه به نتایج، مشخص گردید که میزان تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، ۰/۶۳، تمرکز، ۰/۵۱ و تکانشگری دانش‌آموزان، ۰/۵۵ است. همچنین، مقدار ضریب معناداری برای این مسیرها به ترتیب برابر با ۲/۳۸، ۸/۳۱ و ۸/۶۵ بود که به عبارتی، می‌توان گفت که توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری دانش‌آموزان، تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین، توانایی تصویرسازی ورزشی به ترتیب توانایی پیش‌بینی ۴۴، ۶۵ و ۷۱ درصد از تغییرات عملکرد حرکتی، مهارت تمرکز و تکانشگری دانش‌آموزان را دارد. با توجه به یافته‌ها، می‌توان بیان داشت که هرچه میزان توانایی تصویرسازی ورزشی در دانش‌آموزان بالاتر باشد، عملکرد حرکتی، مهارت تمرکز و تکانشگری در آن‌ها، از وضعیت بهتری برخوردار خواهد بود.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۱۵

شماره صفحات: ۸۰-۶۱

واژگان کلیدی:

توانایی تصویرسازی ورزشی، عملکرد حرکتی، مهارت تمرکز، تکانشگری، دانش‌آموزان

استناد به مقاله:

اصغریورعابد، حسین و نجات، حمید. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی. *اندیشه‌های نوین در ورزش تربیتی*، ۱(۴)، ۸۰-۶۱.



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

DOI: <https://doi.org/10.22034/ntes.2025.498977.1028>

URL: https://ntes.imamreza.ac.ir/article_۲۲۲۵۵۴.html

*نویسنده مسئول مکاتبات: (hosseinpoorabed76hp@gmail.com)

مقدمه

پژوهش‌های متعددی نشان می‌دهند که نشانه‌های بصری، به بازیابی و به خاطر سپردن بهتر اطلاعات، کمک می‌کنند. تصویرسازی^۱، یک تجربه حسی است که در غیاب محرک‌های خارجی معمول رخ می‌دهد. در استفاده از تصویرسازی، ورزشکاران تجربه‌ای را در ذهن خود ایجاد کرده یا آن را بازسازی می‌کنند که شبیه به زندگی واقعی است. تصویرسازی یک مهارت ورزشی، شبیه به اجرای واقعی آن مهارت است، با این تفاوت که به جای اجرای واقعی مهارت، آن را فقط در ذهن خود تجربه می‌کنیم. ویژگی تصویرسازی، این است که چند حسی بوده، یعنی همه حواس را در برمی‌گیرد. اگرچه، بسیاری از مربیان و ورزشکاران از اصطلاحات تصویرسازی و تجسم^۲ به‌طور هم‌زمان استفاده می‌کنند، اما تصویرسازی چیزی بیش از تجسم است. تصویرسازی، می‌تواند شامل همه حواس باشد و نه فقط حس بینایی (ژوزه و مارتین جوزف^۳، ۲۰۱۸). در واقع، یکی از عوامل کلیدی ایجاد یک تصویر واضح و واقعی، درگیر کردن تمامی حواس از جمله بینایی (بینش)، حرکتی (چگونگی احساس عضله در حین حرکت)، لامسه (لمس کردن)، شنوایی (صدا)، بویایی (بو کشیدن) و چشایی (چشیدن)، است (باک^۴ و همکاران، ۲۰۱۶).

در فرآیند تصویرسازی، علاوه بر حواس اصلی، ورزشکاران می‌توانند احساسات مرتبط با مشارکت ورزشی را نیز تجربه کنند. به‌عنوان مثال، ورزشکاران هنگام آماده شدن برای مسابقه، می‌توانند عصبی بودن و هیجان را در ذهن خود احساس کنند. آن‌ها همچنین می‌توانند رضایت، شادی و غرور مرتبط با عملکرد خوب را در چشم ذهن خود تجربه کنند. تصور کنید که هنگام بحث و جدل با داور عصبانی می‌شوید، در حین آماده شدن برای مسابقه احساس اضطراب می‌کنید، یا از هیجانی که هنگام بازی خوب و با اعتماد به نفس دارید لذت می‌برید. تأثیر تصویرسازی بر روی سیستم عصبی، می‌تواند تقریباً با تجربه واقعی یکسان باشد. در حال حاضر، بیشتر ورزشکاران نخبه از تصویرسازی استفاده می‌کنند و تعداد فزاینده‌ای از ورزشکاران تفریحی نیز شروع به استفاده از تصویرسازی کرده‌اند (ژوزه و مارتین جوزف، ۲۰۱۸).

در واقع، تصویرسازی، ایجاد یا بازآفرینی تمامیت یک تجربه در ذهن فرد است. اندازه‌گیری توانایی تصویرسازی در درجه اول، از طریق استفاده از ابزارهای خودگزارشی، ارزیابی شده است. اندازه‌گیری توانایی تصویرسازی، راهی برای نظارت بر پیشرفت استفاده از تصویرسازی و توانایی تصویرسازی فراهم می‌کند. در بیشتر ورزش‌های رقابتی، نیاز به درگیری عواطف، مبارزه شدید جسمی و روحی برای موفقیت، همکاری، تعالی و برتری وجود دارد. در شکل‌گیری جمعی تصاویر ذهنی، اشکال بیانگر معنای تصویرسازی هستند. در استعدادیابی ورزشی، تمرین تصویرسازی، یکی از مهارت‌های ذهنی و پیش‌بینی‌کننده‌ای مهم است. عادت به فرآیند تصویرسازی، می‌تواند عملکرد ورزشی را افزایش دهد. ورزشکاران در عرصه‌های ورزشی، از تصویرسازی که با عکس و تصاویر ذهنی همراه

1 Imagery

2 Imagination

3 Jose, J. & Martin Joseph, M.

4 Buck, D. J.

است، در تمرینات، مسابقات و توان‌بخشی استفاده می‌کنند (مونرو-چندلر و گوئررو^۱، ۲۰۱۷). وولفولک و همکاران (۱۹۸۵)، تأثیر آموزش تصویرسازی بر یک تکلیف ساده مهارت حرکتی (ضربه زن به توپ گلف) را بررسی کردند. در این پژوهش، ۳۰ دانشجو به سه گروه (الف) تصویرسازی مثبت؛ (ب) تصویرسازی منفی و (ج) کنترل، تقسیم شدند. نتیجه این بود که بین همه گروه‌ها تفاوت معنی‌داری وجود داشت، به طوری که تصویرسازی مثبت، بیشترین بهبود را ایجاد می‌کرد، گروه کنترل بهبود کمتری داشته و گروه تصویرسازی منفی، بدترین عملکرد را به دست آورد.

در همین راستا، عملکرد حرکتی و ورزشی^۲ نیز می‌تواند به واسطه مهارت‌های روانی افزایش یابد. گفته می‌شود که مهارت‌های روانی در کنار نقش فیزیکی، نقشی حیاتی برای موفقیت در عملکرد در طول رقابت دارند. بدون آمادگی روانی، تنها تمرین بدنی برای کسب حداکثر بازده در یک مسابقه کافی نخواهد بود. ورزشکاران، مربیان، تمرین‌دهندگان و سایر افراد مرتبط با ورزش، بدون در نظر گرفتن سن، جنسیت یا سطح مهارت، نه تنها به ویژگی‌های آمادگی جسمانی متکی هستند، بلکه باید تمام پارامترهای روانی را که بر سطوح عملکرد شناختی، رفتاری و عاطفی تأثیر می‌گذارند را شناسایی و تعیین کنند (دووارا و پوکان^۳، ۲۰۱۸).

یکی دیگر از مهارت‌هایی که می‌تواند به واسطه افزایش توانایی تصویرسازی بهبود یابد، مهارت تمرکز^۴ است. برخی از صاحب‌نظران علوم ورزشی، از فعالیت تمرکز به‌عنوان مهم‌ترین عامل موفقیت عملکرد یاد کرده (سانچز و تورگروسا^۵، ۲۰۰۵؛ جکسون و سیزتمیهالی^۶، ۱۹۹۹؛ موران^۷، ۱۹۹۶) و عده‌ای نیز بر اهمیت این مهارت بسیار تأکید کرده‌اند (شوایزر^۸، ۲۰۰۶؛ میکولاس^۹، ۲۰۰۲). در رابطه با اهمیت مهارت تمرکز، برخی از اندیشمندان همچون میکولاس (۲۰۰۲)، اعتقاد دارند که ضعف در مهارت تمرکز، باعث ایجاد اختلال در فعالیت‌هایی نظیر مطالعه، خواب‌آلودگی، از دست دادن کنترل، آشفتگی فکری و ضعف مهارت‌های شنوایی در افراد می‌شود. در تأیید این یافته، برامبک^{۱۰} (۲۰۰۰)، نشان می‌دهد افرادی که نمرات پایینی در آزمون ثبات توجه داشته‌اند، در فعالیت‌هایی همچون خواندن، گوش دادن و تجزیه و تحلیل مسائل با مشکلات جدی مواجه هستند. در همین خصوص، فریدنبرگ و سیلورمن^{۱۱} (۲۰۰۶)، بیان می‌دارند که توانایی تمرکز به عواملی چون تعهد، اشتیاق به تکلیف، مهارت انجام تکلیف، حالت هیجانی، حالت جسمانی، حالت روان‌شناختی و محیط، بستگی دارد. لازم به ذکر است که فراخوانی تمرکز فرد در ابتدای ورود به مدرسه، محدود بوده و با گذشت زمان، توسعه می‌یابد (پیکرینگ^{۱۲}، ۲۰۰۶).

1 Munroe-Chandler, K. & Guerrero, M.

2 Sports and motor performance

3 Duwarah, T. & Phukan, M.

4 Concentration Skill

5 Sanchez, X. & Torregrosa, M.

6 Jackson, S. A. & Csikszentmihalyi, M.

7 Moran, A. P.

8 Schweizer, K.

9 Mikulas, W. L.

10 Brumback, R. A.

11 Friedenber, J. & Silverman, G.

12 Pickering, S. J.

در همین راستا، تکانشگری^۱، مجموعه‌ای از ویژگی‌های رفتاری را در برمی‌گیرد که افراد عادی و همچنین متخصصین می‌توانند آن‌ها را به‌عنوان عاملی کمک‌کننده به آسیب‌شناسی روانی تشخیص دهند. البته، رفتار تکانشی همیشه ناسازگار نیست. مواقعی وجود دارد که پاسخگویی سریع، سودمند است. همانند بسیاری از ساختارهای رفتاری، تکانشگری احتمالاً چندوجهی است. همان‌طور که می‌توان از این تعریف کلاسیک دریافت: «اقداماتی که تصور ضعیفی دارند، زودتر بیان می‌شوند، بی‌اندازه خطرناک یا نامناسب با موقعیت هستند و اغلب منجر به پیامدهای نامطلوب می‌شوند» (دورانا و بارنز^۲، ۱۹۹۳). ساختار شکنی این تعریف، نشان می‌دهد که تکانشگری می‌تواند رفتاری را در برگیرد که به‌اندازه‌ی کافی از شواهد حسی (تکانشگری بازتاب)، شکست در مهار حرکتی (عمل تکانشی)، تمایل به پذیرش پاداش‌های کوچک فوری یا احتمالی در مقابل رفتارهای بزرگ تأخیری یا بعید (انتخاب تکانشی) و رفتار مخاطره‌آمیز در زمینه تصمیم‌گیری (اوندن^۳، ۱۹۹۹)، نمونه‌برداری نکرده است.

بنابراین، با توجه به اینکه در اکثر پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه تصویرسازی ورزشی و توانایی انجام آن، نخبگان ورزشی و ورزشکاران حرفه‌ای مورد بررسی قرار گرفته‌اند، لذا وضعیت توانایی تصویرسازی ورزشی در افراد غیر ورزشکار و غیرنخبه، همچنان نامشخص باقی‌مانده است. اگر پژوهشی بتواند مشخص کند که تصویرسازی ورزشی، واقعاً می‌تواند به بهبود و توسعه عملکرد، تمرکز و تکانشگری دانش‌آموزان کمک کند، فارغ از آن‌هایی که توانایی تصویرسازی ورزشی بالا یا پایین دارند، ایده‌ای نوآورانه در آموزش تربیت‌بدنی خواهد بود. همچنین، با توجه به موارد ذکرشده، مشخص می‌گردد که توانایی تصویرسازی در افراد در حیطه‌های مختلف از جمله در ورزش، می‌تواند بر مهارت‌های مختلف در ورزشکاران تأثیرگذار باشد و موجب بهبود عملکرد حرکتی و ورزشی، مهارت تمرکز و بهبود تکانشگری در افراد گردد. تصویرسازی ورزشی روشی کم‌هزینه است که در صورت آموزش صحیح انجام آن به افراد مختلف در حیطه ورزش، می‌تواند با کم‌ترین هزینه در حوزه‌های مختلف جسمی و روانی شاهد رشد و پیشرفت بود. با توجه به اینکه تا به حال در پژوهشی به‌طور هم‌زمان به بررسی تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، مهارت تمرکز و تکانشگری افراد پرداخته نشده است، خلأ پژوهشی در این زمینه احساس می‌گردد که نیاز به بررسی دارد. همچنین، در این پژوهش سعی می‌گردد تا با بررسی رابطه متغیرهای ذکرشده در دانش‌آموزان، بتوان به درک نسبتاً عمیق و مناسبی رسید و در نهایت، با توجه به نتایج و یافته‌ها، راهکارهای مناسبی در اختیار دانش‌آموزان، والدین، مسئولین مدارس و سایر افراد و عوامل ذینفع قرار داد.

روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت و هدف از نوع کاربردی و به لحاظ روش تحلیل از نوع توصیفی-همبستگی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری می‌باشد که جمع‌آوری داده‌های آن به‌صورت میدانی انجام شد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع ابتدایی

1 Impulsivity

2 Durana, J. H. & Barnes, P. A.

3 Evenden, J. L.

(پایه‌های پنجم و ششم) در ناحیه ۴ شهر مشهد بود که با استفاده از روش ۱۰ برابری تعداد گویه‌های ابزار پژوهش (مجموعاً ۳۹ گویه)، تعداد ۳۹۰ نفر از این افراد، به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که پس از توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، ۲۲۹ پرسشنامه کامل و بدون نقص انتخاب و به‌منظور انجام تحلیل‌های آماری به نرم‌افزار مربوطه وارد شدند.

ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش حاضر، شامل چهار پرسشنامه استاندارد بود که عبارتند از: ۱) پرسشنامه توانایی تصویرسازی ورزشی (طهماسبی و همکاران، ۱۴۰۱) که دارای ۱۵ گویه بوده و براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت (بسیار کم = ۱، کم = ۲، نظری ندارم = ۳، زیاد = ۴ و خیلی زیاد = ۵)، تنظیم گردیده است؛ ۲) پرسشنامه عملکرد حرکتی (فان در لاینده^۱ و همکاران، ۲۰۱۴) که دارای ۸ گویه بوده و براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت (بسیار بد = ۱، بد = ۲، نظری ندارم = ۳، خوب = ۴، و بسیار خوب = ۵) تنظیم گردیده است؛ ۳) پرسشنامه مهارت تمرکز (سواری و اورکی، ۱۳۹۵) که دارای ۷ گویه بوده که براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم = ۱، مخالفم = ۲، نظری ندارم = ۳، موافقم = ۴، و کاملاً موافقم = ۵)، تنظیم گردیده است؛ ۴) پرسشنامه تکانشگری (کوتلی^۲ و همکاران، ۲۰۱۴) که دارای ۹ گویه بوده و براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم = ۱، مخالفم = ۲، نظری ندارم = ۳، موافقم = ۴، و کاملاً موافقم = ۵) تنظیم گردیده است.

در تحقیق حاضر، جهت تعیین روایی ابزار تحقیق، سؤالات پرسشنامه بر اساس مدل تحلیل پژوهش و بررسی ادبیات تحقیق تعیین شد و سپس به تأیید متخصصین این حیطه (مجموعاً ۵ تن) رسید. از این‌رو، روایی صوری و محتوایی آن مورد تأیید می‌باشد. به‌منظور تعیین پایایی ابزار پژوهش نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که ضریب آلفا برای منابع توانایی تصویرسازی ورزشی، عملکرد حرکتی، مهارت تمرکز و تکانشگری به ترتیب، ۰/۸۴، ۰/۷۵، ۰/۸۶ و ۰/۸۱ به دست آمد. جهت تحلیل داده‌ها نیز از آزمون‌های کلموگروف-اسمیرنوف و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. ضمناً کلیه تجزیه و تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزارهای اس. پی. اس. اس^۳، نسخه ۲۴ و اسمارت پی. ال. اس^۴ نسخه ۲، انجام پذیرفت. سطح معناداری تمامی آزمون‌ها نیز ۰/۰۵ در نظر گرفته شد.

یافته‌ها

در ابتدا، به بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد بررسی پرداخته شد که بر این اساس، بیشترین و کمترین فراوانی براساس وضعیت سنی به ترتیب با ۴۵/۹ و ۱۱/۸ درصد مربوط به گروه‌های سنی «۱۲ سال» و «۱۳ سال» می‌باشد. بیشترین و کمترین فراوانی براساس پایه تحصیلی به ترتیب با ۵۲/۴ و ۴۷/۶ درصد مربوط به مقاطع «ششم» و «پنجم» است. همچنین، بیشترین و

1 Van der Linde, B. W.

2 Coutlee, C. G.

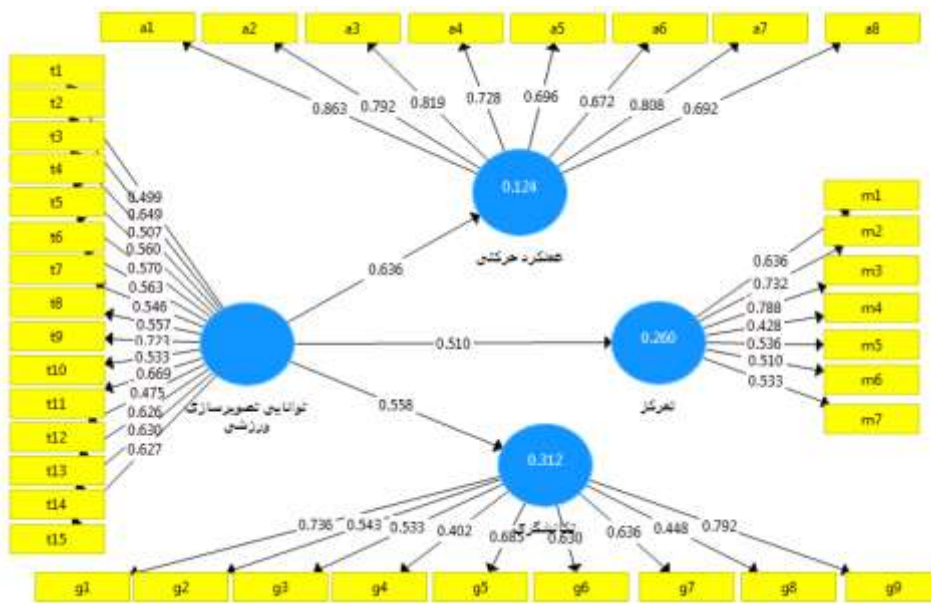
3 SPSS

4 Smart PLS

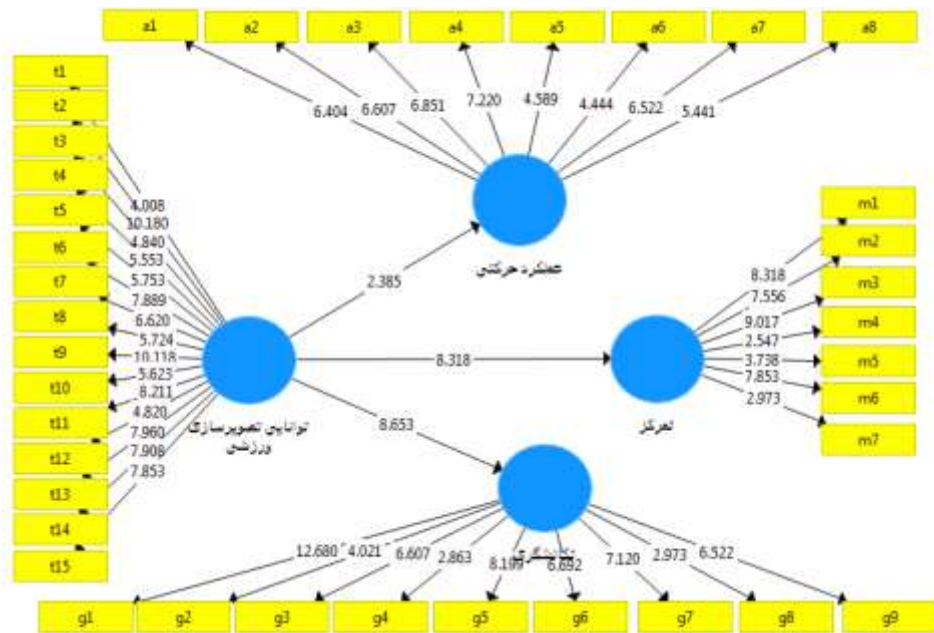
کمترین فراوانی براساس جنسیت به ترتیب با ۵۲/۸ و ۴۷/۲ درصد مربوط به گزینه‌های «دختر» و «پسر» می‌باشد.

در ادامه، با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، به بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها پرداخته شد که با توجه به این‌که مقدار سطح معناداری آزمون برای متغیرهای پژوهش کمتر از ۰/۰۵ بود، مشخص گردید که توزیع متغیرها نرمال نبوده و می‌توان از روش حداقل مربعات جزئی برای آزمون فرضیات پژوهش استفاده کرد.

در بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، از شاخص‌های پایایی و روایی استفاده شد. برای بررسی پایایی، از معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و برای بررسی روایی، از دو معیار روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. ملاک برای مناسب بودن بارهای عاملی، حداقل ۰/۷ است، هر چند چنانچه میانگین واریانس استخراج‌شده و پایایی ترکیبی بالاتر از حد نرمال باشد، بارهای عاملی بین ۰/۴ و ۰/۷ نیز مورد قبول می‌باشد (هیرا و همکاران، ۲۰۲۱).



شکل ۱. مدل اندازه‌گیری در حالت بار عاملی



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری در حالت معناداری

همان‌طور که در شکل ۱ مشخص است، تمامی بارهای عاملی سوالات، بالای ۰/۴ و تمامی مسیرها معنادار می‌باشند. همچنین، ملاک برای مناسب بودن مقدار آلفا، حداقل ۰/۷ است (رجبی و همکاران، ۱۴۰۱). مقدار پایایی ترکیبی نیز، بین صفر و یک در نوسان بوده که مقدار پایایی ترکیبی بالاتر از ۰/۷ قابل قبول می‌باشد.

جدول ۱. شاخص‌های پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج‌شده
توانایی تصویرسازی ورزشی	۰/۸۶	۰/۸۸	۰/۷۵
عملکرد حرکتی	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۵۸
تمرکز	۰/۷۴	۰/۷۳	۰/۶۶
تکانشگری	۰/۷۷	۰/۷۶	۰/۷۲

با توجه به جدول ۱، مقدار ضریب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ برای تمامی ابعاد مدل مورد مطالعه، بیشتر از ۰/۷ است. بنابراین، می‌توان گفت که مدل اندازه‌گیری از پایایی قابل قبولی برخوردار می‌باشد.

در ادامه، به بررسی روایی مدل با استفاده از روایی همگرا و اگر پرداخته شد. روایی همگرا به این اصل برمی‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر، همبستگی میانه‌ای داشته باشند. بنابراین، از شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده^۱ برای سنجش روایی سازه استفاده شد. محققان مقدار ۰/۵

1 AVE

به بالا را برای مناسب بودن این شاخص تعیین نموده‌اند (رجبی و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین، با توجه به شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده، مقادیر بالاتر از ۰/۵ نشان‌دهنده روایی مناسب سازه مورد بررسی است. روایی واگرا، توانایی یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده-پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده‌پذیرهای موجود در مدل می‌سنجد. بدین منظور، از شاخص هتروتیت-مانوتیت^۱ استفاده شد. شاخص جدید بررسی روایی واگرا که معروف به شاخص هتروتیت-مانوتیت می‌باشد، تنها در اسمارت پی. ال. اس. نسخه سوم قابلیت استفاده از آن وجود دارد. در نرم‌افزار پی. ال. اس.، برای محاسبه شاخص هتروتیت-مانوتیت، کافی است رویه بوت‌استرپینگ^۲ کامل را اجرا کرد. حد مجاز معیار هتروتیت-مانوتیت میزان ۰/۸۵ تا ۰/۹ می‌باشد. اگر مقادیر این معیار کمتر از ۰/۹ باشد، روایی واگرا قابل قبول است (قاسمی و همکاران، ۲۰۲۰).

جدول ۲. نتایج آزمون هتروتیت-مانوتیت

متغیر	توانایی تصویرسازی ورزشی	عملکرد حرکتی	تمرکز	تکانشگری
توانایی تصویرسازی ورزشی	-	-	-	-
عملکرد حرکتی	۰/۶۶	-	-	-
تمرکز	۰/۸۷	۰/۶۵	-	-
تکانشگری	۰/۴۴	۰/۳۱	۰/۳۰	-

همان‌طور که در جدول ۲ مشخص است، مقادیر به‌دست‌آمده در جدول کمتر از ۰/۹ می‌باشد. بنابراین، روایی واگرای مدل مورد تأیید است. همچنین، با تأیید روایی همگرا و واگرا، روایی کلی مدل اندازه‌گیری نیز مورد قبول واقع می‌گردد.

در بررسی مدل ساختاری، هیر و همکاران (۲۰۲۱)، معیارهای هم خطی متغیرهای پیش‌بین، معناداری مقادیر T، معیار R² و برای پیش‌بینی قدرت مدل، شاخص Q² را برای بررسی مدل ساختاری ذکر کرده‌اند. در بررسی هم خطی، چنانچه مقدار VIF کمتر از ۵ باشد، نشان از عدم هم خطی می‌دهد و اگر کمتر از ۳ باشد، با اطمینان بیشتری می‌توان عنوان نمود که هم خطی وجود ندارد. در این تحقیق، میزان VIF برای متغیر توانایی تصویرسازی ورزشی برابر ۱ بود که کمتر از ۳ می‌باشد. بنابراین، هم خطی وجود ندارد. در رابطه با معیار R²، چین^۳ (۱۹۹۸)، بیان کرد که R² مهم‌ترین شاخص تست یک مدل علی است که در آن نشان می‌دهد متغیرهای مستقل بر روی هم چقدر از رفتار متغیرهای وابسته را پیش‌بینی می‌کنند و با سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۲۳، ۰/۶۷، به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی مقایسه می‌شود. در این پژوهش، R² متغیرهای عملکرد حرکتی،

1 HTMT
2 Bootstrapping
3 Chin, W. W.

تمرکز و تکانشگری به ترتیب ۰/۴۴، ۰/۶۵ و ۰/۷۱ به دست آمد که نشان می‌دهد متغیر توانایی تصویرسازی ورزشی به ترتیب ۴۴، ۶۵ و ۷۱ درصد از تغییرات عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری دانش‌آموزان را پیش‌بینی می‌کند که این پیش‌بینی‌ها در حد متوسط و قوی بود. همچنین، بسیاری از محققان، R^2 را به‌عنوان معیاری برای قدرت پیش‌بینی مدل خود در نظر می‌گیرند. با این حال، این تفسیر کاملاً درست نیست، زیرا R^2 فقط قدرت توضیحی مدل را در نمونه نشان می‌دهد (رجبی و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین، باید از PLS predict برای ارزیابی قدرت پیش‌بینی خارج از نمونه مدل استفاده شود. تجزیه و تحلیل پی. ال. اس. با ۱۰ برابر و ۱۰ تکرار و تمرکز بر عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری دانش‌آموزان به‌عنوان متغیرهای وابسته، مورد ارزیابی قرار گرفت. در PLS predict، مقدار Q^2 predict مهم بوده و باید بالاتر از صفر باشد (Q^2 predict > 0). همچنین، مقدار آماره خطای میانگین مربع ریشه (RMSE) مدل پی. ال. اس. و مدل خطی (LM)، باهم مقایسه می‌شوند و چنانچه $PLS-SEM < LM$ باشد، مدل دارای قدرت پیش‌بینی بالایی هست. همان‌طور که در جدول ۳ نشان داده شده است، همه مقادیر Q^2 predict بالای صفر بود. همچنین، تمامی موارد موجود در بخش نتایج پی. ال. اس.، خطاهای پیش‌بینی RMSE کوچک‌تر از مقادیر RMSE تحت نتایج LM بود که نشان می‌دهد قدرت پیش‌بینی خارج از نمونه مدل قوی می‌باشد.

جدول ۳. نتایج پی. ال. اس. پردیکت

گویه	LM results		PLS results	
	RMSEPLS- RMSELM	RMSE	RMSE	Q^2 _predict
a1	-.۰۹	۱/۲۸	۱/۱۹	۰/۱۶
a2	-.۰۸	۱/۲۱	۱/۱۳	۰/۰۲۶
a3	-.۱۰	۱/۳۹	۱/۱۹	۰/۰۰۴
a4	-.۱۸	۱/۶۰	۱/۴۲	۰/۰۲۳
a5	-.۰۷	۱/۲۶	۱/۲۹	۰/۰۶۵
a6	-.۰۶	۱/۳۲	۱/۲۶	۰/۰۳۴
a7	-.۰۲	۱/۲۳	۱/۲۱	۰/۰۵۵
a8	-.۰۲	۱/۱۳	۱/۱۱	۰/۰۱۸
m1	-.۰۹	۱/۲۹	۱/۱۸	۰/۰۰۴
m2	-.۱۳	۱/۰۳	۰/۹۰	۰/۱۱
m3	-.۰۹	۱/۳۸	۱/۲۹	۰/۱۷
m4	-.۱۵	۱/۶۸	۱/۵۳	۰/۰۳
m5	-.۱۴	۱/۳۹	۱/۲۳	۰/۰۱۱

m6	0/20	1/49	1/67	-0/18
m7	0/15	1/42	1/49	-0/07
g1	0/22	1/27	1/41	-0/14
g2	0/09	1/30	1/42	-0/12
g3	0/12	1/46	1/57	-0/11
g4	0/29	1/31	1/42	-0/11
g5	0/10	1/24	1/38	-0/14
g6	0/50	1/19	1/26	-0/07
g7	0/14	1/22	1/28	-0/06
g8	0/02	1/26	1/42	-0/17
g9	0/15	1/28	1/44	-0/16

در ادامه، برای بررسی فرضیات، اگر مقدار T بیشتر از قدرمطلق $1/96$ باشد، یعنی اثر مثبت وجود دارد و فرضیه معنی دار است. اگر بین $+1/96$ و $-1/96$ باشد، اثر معنی داری وجود ندارد و اگر کوچک تر از $-1/96$ باشد، یعنی اثر منفی دارد.

جدول ۴. تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری دانش‌آموزان

فرضیه	ضریب مسیر	آماره تی
توانایی تصویرسازی ورزشی -> عملکرد حرکتی	0/63	2/28
توانایی تصویرسازی ورزشی -> تمرکز	0/51	8/31
توانایی تصویرسازی ورزشی -> تکانشگری	0/55	8/65

با توجه به نتایج جدول ۴، می‌توان گفت که میزان تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، $0/63$ ، تمرکز، $0/51$ و تکانشگری دانش‌آموزان، $0/55$ است. همچنین، مقدار آماره T (ضریب معناداری) برای این مسیرها به ترتیب برابر با $2/28$ ، $8/31$ و $8/65$ است که بیشتر بودن این مقادیر نسبت به $1/96$ معناداری آن‌ها را نشان می‌دهد؛ بنابراین، این مسیر در سطح $0/01$ معنادار است. به عبارتی، می‌توان گفت که توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری دانش‌آموزان، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در نهایت، به منظور برازش مدل تحقیق در نرم‌افزار PLS نسخه ۳، معیارهای جدیدی برای بررسی برازش مدل ارائه شده است. شاخص ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده استاندارد، جدیدترین شاخصی است که در نسخه ۳ نرم‌افزار PLS استفاده می‌شود و براساس نظر هنسلا و همکاران

(۲۰۱۴)، اگر مقدار این شاخص کمتر از $0/1$ یا $0/8$ باشد، مناسب قلمداد شده و مدل از برازش مطلوبی برخوردار است. بنابراین، با توجه به نتایج جدول ۵، می‌توان گفت که مدل تحقیق از برازش مطلوبی برخوردار می‌باشد. سایر شاخص‌های برازش مدل نیز محاسبه شده‌اند.

جدول ۵. خلاصه شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌ها	مدل برآورد شده
ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده استاندارد شده (SRMR)	$0/077$
d_ ULS	$0/054$
d_ G	-
خی دو (Chi-Square)	$4628/022$
شاخص نرم شده برازندگی (NFI)	$0/915$

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، به بررسی تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، تمرکز و تکانشگری در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی شهر مشهد پرداخته شد و نتایج نشان داد که توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، مهارت تمرکز و تکانشگری در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی شهر مشهد، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در این راستا، نتایج پژوهش نشان داد که میزان تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی، $0/63$ است. همچنین، مقدار آماره T (ضریب معناداری) برای این مسیر برابر با $2/38$ است که بیشتر بودن این مقدار نسبت به $1/96$ معناداری آن را نشان می‌دهد؛ بنابراین، این مسیر در سطح $0/01$ معنادار است. به عبارتی، می‌توان گفت که توانایی تصویرسازی ورزشی بر عملکرد حرکتی دانش‌آموزان، تأثیر مثبت و معناداری دارد که این یافته با نتایج پژوهش‌های فتحی‌زاده و همکاران (۱۴۰۱)، یزدان‌پناه و همکاران (۱۴۰۱)، پارسایی و همکاران (۱۳۹۷)، لطفی و محمدی خواهان (۱۳۹۷)، شهامت و همکاران (۱۳۹۵)، مقدم و همکاران (۱۳۹۲)، کشاورز مقدم و همکاران (۱۳۹۲)، سیف برقی و همکاران (۱۳۹۲)، افروزه و افروزه (۱۳۸۹)، اکبر و همکاران (۲۰۲۲)، چو و لی (۲۰۲۱) و چانگ (۲۰۱۹)، همسو و با نتایج طالبی و همکاران (۱۳۹۸) و زمانی ثانی و همکاران (۱۳۹۲) ناهم‌سو می‌باشد.

در همین راستا، فتحی‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) بیان داشتند که کاراته‌کارها از توانایی تصویرسازی خوبی به‌ویژه در حفظ مشخصه‌های زمانی حرکت برخوردار بوده و در مسابقات گذشته، به‌ویژه قبل از شروع مسابقه، از تصویرسازی شناختی عمومی و شناختی اختصاصی بهره می‌برده‌اند. همچنین، روش‌های تجزیه و تحلیل ناپارامتری مشخص کردند که در طرح نیمه تجربی، گروه تصویرسازی استراتژی توانستند با اختلاف، امتیاز بالاتری را در پس‌آزمون کسب کنند، اما گروه‌های تصویرسازی مهارت و کنترل تغییر معناداری نداشتند. یزدان‌پناه و همکاران (۱۴۰۱) دریافتند که تصویرسازی هیپنوتیزمی

بر عملکرد ورزشی تأثیر داشته و منجر به بهبود عملکرد ورزشکاران شده است. پارسایی و همکاران (۱۳۹۷) بیان داشتند که در عملکرد نوروهای آینه‌ای با اجرای مهارت دریبل بسکتبال در سرعت‌های تصویرسازی پایین و همسان، ارتباط معنادار وجود دارد. لطفی و محمدی‌خواهان (۱۳۹۷)، با بررسی تأثیر سرعت‌های مختلف تصویرسازی درونی و بیرونی بر عملکرد پرش جفت طولی، بیان داشتند که دو گروه تصویرسازی درونی با سرعت ۵۰ درصد و تصویرسازی بیرونی با سرعت ۱۰۰ درصد به‌طور معناداری بهتر از گروه تصویرسازی درونی با سرعت ۱۰۰ درصد عمل کرده‌اند. همچنین، شهامت و همکاران (۱۳۹۵) دریافتند که تصویرسازی ذهنی همانند تمرینات عملی، اثر معناداری بر بهبود عملکرد تعادلی دارد. مقدم و همکاران (۱۳۹۳) نیز با بررسی تأثیر تصویرسازی ذهنی همراه با تمرین بدنی بر اجرا و یادگیری پرتاب آزاد بسکتبال، بیان داشتند که هر دو گروه دست برتر راست و چپ در اجرا و یادگیری مهارت پرتاب آزاد بهبود داشتند. اما، تصویرسازی ذهنی همراه با تمرین بدنی به‌طور معناداری در گروه چپ‌دست، منجر به اجرای بهتر مهارت پرتاب آزاد بسکتبال شد. کشاورز‌مقدم و همکاران (۱۳۹۲) با بررسی تأثیر تصویرسازی ذهنی بر پیشرفت عملکرد حرکتی ورزشکاران رشته ورزشی ایروبیک، دریافتند که نمرات عملکرد حرکتی در ارزیابی‌های میان‌آزمون، پس‌آزمون و پیگیری، تغییرات معناداری را نشان داد. بنابراین، می‌توان بیان داشت که تصویرسازی ذهنی بر عملکرد حرکتی تأثیر دارد. همچنین، سیف‌برقی و همکاران (۱۳۹۲) با بررسی اثربخشی تصویرسازی ذهنی بر عملکرد ورزشکاران نخبه فوتبال در جوانان و بزرگسالان، بیان داشتند که نتایج حاکی از تغییر قابل‌توجه در عملکرد فوتبالیست‌های رده جوانان بعد از دریافت مداخله نسبت به گروه شاهد بود. در رده بزرگسال، علی‌رغم روند رو به رشد بازیکنان در اجرای ورزشی، تفاوت معنی‌داری میان گروه مداخله و شاهد دیده نشد. افروزه و افروزه (۱۳۸۹) با مقایسه روش تصویرسازی ذهنی پتلپ و سنتی در یادگیری مهارت سرویس کوتاه بدمیتون (بک هند)، دریافتند که در میزان یادگیری مهارت سرویس کوتاه بدمیتون، بین گروه تصویرسازی ذهنی پتلپ و گروه تصویرسازی ذهنی سنتی و گروه تصویرسازی ذهنی سنتی و گروه کنترل، در هر سه مرحله آموزش، تفاوت معنی‌داری مشاهده می‌شود. همچنین، در میزان یادداری مهارت سرویس کوتاه بدمیتون، بعد از یک هفته بی‌تمرینی، بین گروه تصویرسازی ذهنی پتلپ و گروه‌های تصویرسازی ذهنی سنتی و کنترل، تفاوت معنی‌داری مشاهده شد.

همچنین، اکبر و همکاران (۲۰۲۲)، با بررسی تأثیر تصویرسازی ورزشی بر عملکرد در بین ورزشکاران، بیان می‌دارند که تصویرسازی ورزشی به‌طور مثبت پیش‌بینی‌کننده عملکرد ورزشی است. چو و لی (۲۰۲۱)، با بررسی تأثیر آموزش تصویرسازی ورزشی و توانایی تصویرسازی بر بازگشت سرویس بدمیتون در محیط تربیت‌بدنی دوره متوسطه، بیان داشتند که اثرات قابل‌توجهی از توانایی تصویرسازی بر سرعت ضربه، تست عملکرد و تعامل روش تدریس-آزمون عملکرد در دقت ضربه و توانایی تصویرسازی و تست عملکرد در وضعیت تاب دادن دست، به دست آمد. در نتیجه، آموزش تصویرسازی بدمیتون به‌طور مثبت، تأثیرات متفاوتی را بر دانش‌آموزان با توانایی تصویرسازی متفاوت در یک محیط تربیت‌بدنی مبتنی بر مدرسه اعمال می‌کند. همچنین، چانگ (۲۰۱۹) با بررسی کاربرد

تصویرسازی ورزشی در آموزش بدمینتون در درس ورزش دانش‌آموزان دوره متوسطه، دریافت که دقت ضربه فورهند به‌طور قابل‌توجهی تحت تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی برای دانش‌آموزان با توانایی بالا و دانش‌آموزان با توانایی پایین قرار دارد. همچنین، بهبود بهتری در وضعیت نوسان دست دانش‌آموزان با توانایی پایین با استفاده از آموزش تصویرسازی ورزشی نسبت به آموزش معمولی یافت شد.

از سوی دیگر، طالبی و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند که تصویرسازی درونی و بیرونی با سرعت‌های آهسته و واقعی بر عملکرد شرکت‌کنندگان تأثیر معناداری نداشت. همچنین، در تمامی مراحل آزمایش، بین چهار گروه آزمایشی در مهارت پرتاب دارت، تفاوت معناداری مشاهده نشد. بنابراین، سرعت‌های متفاوت تصویرسازی با تأکید بر ابعاد تصویرسازی، منجر به تفاوت‌های معنادار بین گروهی نشد. همچنین، زمانی ثانی و همکاران (۱۳۹۲)، با بررسی تأثیر سرعت‌های مختلف تصویرسازی ذهنی حرکت بر عملکرد، دریافتند که هر دو نوع تصویرسازی با سرعت آهسته و زمان واقعی، منجر به کاهش زمان اجرا شد، ولی تفاوتی در خطای اجرا مشاهده نشد که دلیل این ناهم‌سویی‌ها را می‌توان در تفاوت نمونه‌ها و روش‌های جمع‌آوری داده‌ها یافت.

بنابراین، مشخص می‌گردد که توانایی تصویرسازی ورزشی، توانسته است فعالیت‌هایی همچون درست کردن یک پازل، حرکت دادن مهره‌ها روی یک تخته (مثل منچ بازی کردن)، لی‌لی کردن، طناب‌زنی، پرتاب کردن و گرفتن یک توپ، ضربه زدن به توپ فوتبال و توشله بازی را در دانش‌آموزان موردبررسی بهبود بخشد. در نتیجه، با توجه به این یافته، می‌توان بیان داشت که هر چه توانایی تصویرسازی ورزشی در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی بالاتر باشد، عملکرد حرکتی آنان نیز بهبود خواهد یافت و توانایی تصویرسازی ورزشی می‌تواند ۴۴ درصد از این بهبود را در عملکرد حرکتی دانش‌آموزان تبیین کند.

همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که میزان تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر تمرکز، $0/51$ است. همچنین، مقدار آماره T (ضریب معناداری) برای این مسیر برابر با $8/31$ است که بیشتر بودن این مقدار نسبت به $1/96$ ، معناداری آن را نشان می‌دهد؛ بنابراین، این مسیر در سطح $0/01$ معنادار است. به عبارتی، می‌توان گفت که توانایی تصویرسازی ورزشی بر تمرکز دانش‌آموزان، تأثیر مثبت و معناداری دارد که این یافته، با نتایج پژوهش‌های فتحی و همکاران (۱۳۹۴)، گرین (۲۰۲۳)، زملا و همکاران (۲۰۲۳) و پلوسو و همکاران (۲۰۰۵) همسو می‌باشد.

در این خصوص، فتحی و همکاران (۱۳۹۴)، با بررسی رابطه تصویرسازی ذهنی منفی با کارکردهای اجرایی در افراد دارای اختلال اضطراب اجتماعی، بیان داشتند که دو گروه دارای تصویرسازی ذهنی منفی از لحاظ میزان خطا در تکلیف استروپ و حروف کم‌بسامد و بسامد میانه، به‌طور معنی‌داری ضعیف‌تر از گروه بدون تصویرسازی ذهنی منفی عمل کردند. همچنین، نتایج نشان داد، گروه دارای اضطراب اجتماعی منفی در زمان فکرکردن بعدی آزمون برج لندن از گروه بهنجار دارای تصویرسازی ذهنی عادی، ضعیف‌تر عمل کرد. سه گروه در زمان واکنش استروپ، حروف پُرسامد، زمان فکرکردن قبلی و تعداد حرکات برج لندن تفاوت معنی‌داری نشان ندادند. گرین (۲۰۲۳)، با بررسی تأثیر توجه

بر عملکرد تصویرسازی حرکتی، بیان می‌دارد که ظرفیت حافظه کاری می‌تواند تأثیر قابل‌توجهی بر مؤلفه دست‌کاری تصویرسازی حرکتی داشته باشد. نتایج نشان می‌دهد که نمرات توجه در نمونه مورد مطالعه، به سطح کافی از بی‌توجهی نمی‌رسد که به‌طور مشهودی بر تصویرسازی حرکتی تأثیر بگذارد. همچنین، زملا و همکاران (۲۰۲۳)، با بررسی تأثیر تصویرسازی هدایت‌شده بر استرس، عملکردهای مغز و توجه، بیان می‌دارند که تصویرسازی هدایت‌شده، پتانسیل افزایش کنترل توجه را با افزایش قدرت آلفا و کاهش سطح استرس به همراه دارد. پلوسو و همکاران (۲۰۰۵) نیز با مقایسه‌ی راهبردهای ذهنی در حین اجرای مهارت‌های ورزشی، بیان داشتند که شرکت‌کنندگانی که چندین تکنیک ارتقای عملکرد را اجرا کردند، دقت قرار دادن خود را در ارزیابی‌های نمره تفاوت کلی در مقایسه با شرایط کنترل بدون دستورالعمل، افزایش دادند.

بنابراین، مشخص می‌گردد که توانایی تصویرسازی ورزشی، باعث گردیده تا دانش‌آموزان مورد بررسی اذعان نمایند که هنگام صحبت با کسی، اگر حواسشان پرت شود، فوراً توجه خود را به او برمی‌گردانند، وقتی به حرف‌های دوستشان گوش می‌دهند، بر صحبت‌های متمرکز می‌شوند، در زمانی که صحبت می‌کنند، می‌توانند افکار مزاحم را از ذهن خود پاک کنند، در زمان صحبت کردن هم‌زمان چند نفر، می‌توانند به‌آسانی توجه خود را از یک شخص به شخص دیگر برگردانند، وقتی با کسی صحبت می‌کنند، افکار خود را نادیده می‌گیرند و به حرف‌های او گوش می‌دهند، وقتی در حال تماشای فیلمی هستند، حواس خود را جمع می‌کنند تا بعضی از قسمت‌های آن را از دست ندهند و وقتی به سؤالی پاسخ می‌دهند، آن سؤال را فراموش نمی‌کنند و پاسخ درستی به آن سؤال می‌دهند. در نتیجه، با توجه به این یافته، می‌توان بیان داشت که هرچه میزان توانایی تصویرسازی ورزشی در دانش‌آموزان مورد بررسی بالاتر باشد، توانایی آنان در مهارت تمرکز بهتر و بالاتر خواهد بود و توانایی تصویرسازی ورزشی، ۶۵ درصد از این تغییرات را تبیین می‌کند.

همچنین، مشخص شد که میزان تأثیر توانایی تصویرسازی ورزشی بر تکانشگری، $0/55$ است. همچنین، مقدار آماره T (ضریب معناداری) برای این مسیر برابر با $8/65$ است که بیشتر بودن این مقدار نسبت به $1/96$ ، معناداری آن را نشان می‌دهد. بنابراین، این مسیر در سطح $0/01$ معنادار است. به عبارتی، می‌توان گفت که توانایی تصویرسازی ورزشی بر تکانشگری دانش‌آموزان، تأثیر مثبت و معناداری دارد که این یافته با نتایج پژوهش‌های زرنیدی و همکاران (۱۳۹۸)، رستمی و رضایی (۱۳۹۳) و ژوزه و مارتین جوزف (۲۰۱۸)، همسو می‌باشد.

در این زمینه، زرنیدی و همکاران (۱۳۹۸)، با بررسی اثربخشی آموزش بازی مبتنی بر روش‌شناختی رفتاری بر تکانشگری، بیان داشتند که بین میانگین مشکلات سلوک، مشکلات یادگیری، مشکلات روان‌تنی، تکانشگری و اضطراب انفعال گروه آزمایش و گواه در مرحله پس‌آزمون تفاوت معناداری وجود دارد. رستمی و رضایی (۱۳۹۳)، با پیش‌بینی کارکردهای شناختی و انگیزشی تصویرسازی ورزشی در بسکتبالیست‌ها، دریافتند که متغیر سن با کارکردهای تصویرسازی اختصاصی انگیزشی، عمومی انگیزشی-انگیزشی، خبرگی و تصویرسازی ورزشی، همبسته بود. بالاترین میانگین نمرات به تصویرسازی اختصاصی انگیزشی و کم‌ترین میانگین، به تصویرسازی عمومی شناختی تعلق داشت.

توانایی تصویرسازی بینایی نیز برای کارکرد تصویرسازی اختصاصی انگیزشی نقش پیش‌بینی‌کننده داشت. همچنین، ژوزه و مارتین جوزف (۲۰۱۸)، با بررسی اثرات و مزایای تصویرسازی عملکرد ورزشی و متغیرهای روان‌شناختی، دریافتند که استفاده از تصویرسازی برای هم‌وضعیت روانی و هم‌عملکرد ورزشکاران سودمند و مفید است.

بنابراین، مشخص می‌گردد که توانایی تصویرسازی ورزشی، باعث گردیده تا دانش‌آموزان موردبررسی بیان دارند که کارهای خود را با دقت، برنامه‌ریزی می‌کنند، کارهایشان را بدون فکر کردن انجام نمی‌دهند، حواس‌جمع هستند، رقابت‌طلب هستند، می‌توانند خود را به‌خوبی کنترل کنند، کارهایشان را به‌طور منظم انجام دهند، بدون فکرکردن چیزی نمی‌گویند، دوست دارند درباره مسائل پیچیده فکر کنند و در واکنش به اتفاقات، سریعاً عمل می‌کنند. در نتیجه، با توجه به این یافته، می‌توان بیان داشت که هرچه میزان توانایی تصویرسازی ورزشی در دانش‌آموزان موردبررسی بالاتر باشد، میزان تکانشگری آنان نیز مطلوب‌تر و بهتر خواهد بود و توانایی تصویرسازی ورزشی، ۷۱ درصد از این تغییرات را تبیین می‌کند.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود: ۱) معلمان و مربیان ورزشی بر بهبود توانایی تصویرسازی ورزشی در دانش‌آموزان و ارتقاء مؤلفه‌های آن تمرکز کرده و با ارائه آموزش‌های کاربردی و ساده برای این افراد، آنان را در رشد و توسعه سایر مهارت‌هایشان کمک نمایند؛ ۲) معلمان و مربیان ورزشی بر روی فعالیت‌های حرکتی بیشتر تمرکز کرده و با ارائه آموزش‌های ساده و پایه مربوط به این رده سنی، به این افراد کمک نمایند که عملکرد حرکتی کلی خود را که می‌تواند در تمامی دوران زندگی آنان تأثیرگذار باشد، بهبود بخشند؛ و ۳) معلمان و مربیان ورزشی بر روی تکانشگری دانش‌آموزان موردبررسی تمرکز کرده و آموزش‌های لازم را در راستای ارتقای این مهارت‌ها به دانش‌آموزان خود ارائه دهند.

همچنین، مستند به موارد اشاره‌شده در پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود تا در پژوهشی دیگر، با استفاده از روش‌های مداخله‌ای و نیمه‌تجربی، به بررسی توانایی تصویرسازی ورزشی در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی و مقایسه آن براساس جنسیت پرداخته شود و همچنین، پیشنهاد می‌شود تا در پژوهشی دیگر، به مقایسه متغیرهای موردبررسی در پژوهش حاضر در دو نمونه دانش‌آموزان ورزشکار و غیرورزشکار پرداخته شود.

منابع

- افروزه، م. ص. و افروزه، م. (۱۳۸۹). مقایسه روش تصویرسازی ذهنی پتلیپ و سنتی در یادگیری مهارت سرویس کوتاه بدمینتون (بك هند). *رشد و یادگیری حرکتی*، ۶، ۵-۱۹.
- پارسایی، س.؛ شتاب بوشهری، ن.؛ شجاعی، م.؛ عابدان‌زاده، ر. (۱۳۹۷). ارتباط بین واکنش نوروهای آینه‌ای و سرعت‌های مختلف تصویرسازی ذهنی در عملکرد حرکتی. *مجله دانشگاه علوم پزشکی سبزوار*، ۲۵(۱)، ۳۹-۴۶.

زرندی، ا.؛ قدرتی، س.؛ وطن‌خواه، ح. ر. (۱۳۹۸). اثربخشی آموزش بازی مبتنی بر روش شناختی رفتاری بر تکانشگری کودکان مبتلا به ADHD. *مطالعات ناتوانی*، ۸۶(۹)، ۷-۱.

زمانی ثانی، س. ح.؛ فارسی، ع. ر. و عبدلی، ب. (۱۳۹۲). تأثیر سرعت‌های مختلف تصویرسازی ذهنی حرکت بر عملکرد. *پژوهش در علوم توان‌بخشی*، ۹(۷)، ۱۱۸۹-۱۱۹۹.

سواری، ک. و اورکی، م. (۱۳۹۵). ساخت و اعتباریابی پرسشنامه مهارت تمرکز. *اندازگیری تربیتی*، ۶(۲۲)، ۶۹-۸۳.

سیف برقی، ت.؛ کردی، ر.؛ معماری، ا. ح. (۱۳۹۲). اثربخشی تصویرسازی ذهنی بر عملکرد ورزشکاران نخبه فوتبال در جوانان و بزرگسالان: کارآزمایی بالینی. *مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران*، ۷۱(۳)، ۱۷۱-۱۷۸.

شهامت، م.؛ یآوری، م.؛ دهقانی، ک. و محمودی، ف. (۱۳۹۵). بررسی اثر تصویرسازی ذهنی بر عملکرد تعادلی پویا بر بازیکنان تیم فوتبال فجر شهید سپاسی در لیگ برتر ۹۲-۹۳. *کنفرانس بین‌المللی نوآوری در علوم و تکنولوژی*، بارسلون، اسپانیا، ۸۷۷-۸۸۲.

طالبی، ف.؛ بهرام، ع. و طهماسبی، ف. (۱۳۹۸). تأثیر ابعاد تصویرسازی با سرعت آهسته و واقعی بر یادگیری مهارت پرتاب دارت. *مطالعات روانشناسی ورزشی*، ۲۷، ۹۹-۱۱۲.

طهماسبی، ف.؛ حاتمی، ف. و حاتمی‌شاهمیر، ا. (۱۴۰۱). بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی نسخه فارسی پرسشنامه توانایی تصویرسازی ورزشی (SIAQ). *مطالعات روانشناسی ورزشی*، ۱۱(۴۱)، ۴۳-۶۲.

فتحی، ا.؛ عبدلهی، م. ح.؛ صرامی، غ. ر. (۱۳۹۴). رابطه تصویرسازی ذهنی منفی با کارکردهای اجرایی در افراد دارای اختلال اضطراب اجتماعی. *روانشناسی شناختی*، ۳(۴)، ۲۱-۲۹.

کشاوری‌مقدم، س.؛ آزادفلاح، پ. و دانشمندی، ح. (۱۳۹۲). تأثیر تصویرسازی ذهنی بر پیشرفت عملکرد حرکتی ورزشکاران رشته ورزشی ایروبیک. *روانشناسی شناختی*، ۱(۱)، ۴۶-۵۳.

لطفی، غ. ر. و محمدی خواهان، ر. (۱۳۹۷). تأثیر سرعت‌های مختلف تصویرسازی درونی و بیرونی بر عملکرد پرش جفت طولی. *همایش ملی تازه‌های پژوهش در علوم ورزشی*، ۱۳۲۰-۱۳۲۳.

مقدم، ا.؛ رضایی، م.؛ سارانی‌راد، م. (۱۳۹۳). تأثیر تصویرسازی ذهنی همراه با تمرین بدنی بر اجرا و یادگیری پرتاب آزاد بسکتبال در دو گروه دست برتر راست و چپ. *رفتار حرکتی*، ۱۵، ۸۷-۱۰۰.

یزدان‌پناه، م. ع.؛ صبحی قراملکی، ن.؛ پیرخائفی، ع. ر. (۱۴۰۱). اثربخشی تصویرسازی هیپنوتیزمی بر عملکرد ورزشی ورزشکاران. *روانشناسی نظامی*، ۱۳، ۵۲-۷۵.

Akbar, M., Akhtar, M., Akram Riaz, M., Adeel, I., Batool, K., Waqar, S. (2022). Impact of sports anxiety and sports imagery on performance among athletes. *J. Educ. Soc. Stud.* 3(2), 137-142.

- Brumback, R. A. (2000). Weinberg's syndrome: A disorder of attention and behavior problems needing further research. *Journal of Child Neurology*, 15, 478-480.
- Buck, D. J. M., Hutchinson, J. C., Winter, C. R., Thompson, B. A. (2016). The Effects of Mental Imagery with Video-Modeling on Self-Efficacy and Maximal Front Squat Ability. *Sports (Basel)*, 4(2), 23.
- Chin, W. W. (1998). *The partial least squares approach for structural equation modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Chow, D. H., Li, S. S. W. (2021). Effects of sport imagery training and imagery ability on badminton service return in a secondary-school physical education setting. *Int. J. Sport Psychol.*, 52, 233-247.
- Chung, M. S. (2019). *The applicability of sports imagery in teaching badminton in PE lessons for secondary students*. Submitted to the Education University of Hong Kong for the degree of Programme Title Bachelor of Education.
- Coutlee, C. G., Politzer, C. S., Hoyle, R. H., & Huettel, S. A. (2014). An Abbreviated Impulsiveness Scale constructed through confirmatory factor analysis of the Barratt Impulsiveness Scale Version 11. *Archives of Scientific Psychology*, 2(1), 1-12.
- Durana, J. H., Barnes, P. A. (1993). *A neurodevelopmental view of impulsivity and its relationship to the superfactors of personality*. In *The Impulsive Client; Theory, Research and Treatment*, W.G. McCown, J.L. Johnson, and M.B. Shure, eds. (Washington, D.C.: American Psychological Association).
- Duwarah, T., Phukan, M. (2018). Sports imagery ability status of national and state level Shuttlers in Assam. *International Journal of Physical Education, Sports and Health*, 5(4), 91-93.
- Evenden, J. L. (1999). Varieties of impulsivity. *Psychopharmacology (Berl)*, 146, 348-361.
- Fathizadeh, A., Sohrabi, M., Saberi Kakhki, A. (2022). Effect of Imagining the Strategy of Play and Imagining the Motor Skill on Youths' Sports Performance in Karate. *Journal of Sports and Motor Development and Learning*, 14(2), 1-16.
- Friedenberg, J., Silverman, G. (2006). *Cognitive Science. An Introduction to the study of Mind*. Sage Publications, California.
- Ghasemy, M., Teeroovengadum, V., Becker, J. M., & Ringle, C. M. (2020). This fast car can move faster: A review of PLS-SEM application in higher education research. *Higher education*, 80(6): 1121-1152.

- Green, D. (2023). *Investigating the Influence of Attentiveness on Motor Performance*. Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science, Dalhousie University, Halifax, Nova Scotia.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. (p. 197). Springer Nature.
- Henseler, J., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*, 33(3), 405–431.
- Jackson, S. A., Csikszentmihalyi, M. (1999). *Flow in sports*. Champagne IL: Human Kinetics.
- Jose, J., Martin Joseph, M. (2018). Imagery: its effects and benefits on sports performance and psychological variables: A review study. *International Journal of Physiology, Nutrition and Physical Education*, 3(2), 190-193.
- Mikulas, W. L. (2002). *The Integrative helper: Convergence of eastern and western traditions*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Moran, A. P. (1996). *The psychology of concentration in sports performers*. East Sussex, UK: Psychology Press.
- Munroe-Chandler, K., Guerrero, M. (2017). *Psychological Imagery in Sport and Performance*. Oxford Research Encyclopedia of Psychology. Retrieved 9 Jan. 2025, from <https://oxfordre.com/psychology/view/10.1093/acrefore/9780190236557.001.0001/acrefore-9780190236557-e-228>.
- Peluso, E. A., Ross, M. J., Gfeller, J. D., LaVoie, D. J. (2005). A Comparison of Mental Strategies during Athletic Skills Performance. *Journal of Sports Science and Medicine*, 4, 543-549.
- Pickering, S. J. (2006). *Working Memory and Education*. Academic Press, London.
- Rajabi, M., Rasoolimanesh, S. M., Andam, R. & Abdollahnezhad, F. (2023). A systematic review of PLS in sports management. *Human Resource Management in Sports*, 10(1): 167-192. (Persian).
- Rostami, R., Rezaee, M. (2014). Prediction of Cognitive and Motivational Functions of Sports Imagery in Veteran Basketball Players. *Iranian Journal of War & Public Health*, 6(3), 87-93.
- Sanchez, X., Torregrosa, M. (2005). The influence of psychological factors on sports performance. *Revista de Psicologia del Deporte*, 14(2), 177-194.
- Schweizer, K. (2006). *Performance and performance diagnostic*. Heidelberg, Germany: Springer.
- Van der Linde, B. W., Van Netten, J., Otten, E., Postema, K., Geuze, R. H., Schoemaker, M. M. (2014). Psychometric properties of the DCDDaily-

Q: a new parental questionnaire on children's performance in activities of daily living. *Research in Developmental Disabilities*, 35(7), 1711-1719.

Zemla, K., Sedek, G., Wróbel, K., Postepski, F., Wojcik, G. M. (2023). Investigating the Impact of Guided Imagery on Stress, Brain Functions, and Attention: A Randomized Trial. *Sensors*, 23, 6210.

The Effect of Sports Imagery Ability on Motor Performance, Concentration and Impulsivity in Elementary School Students

Hossein Asghar Poorabed^{1*}, Hamid Nejat²

1) Department of Sports Sciences and Health, Faculty of Humanities, Imam Reza International University, Mashhad, Iran

2) Department of Educational Sciences, Islamic Azad University, Mashhad Branch, Iran

Abstract

This study aimed to investigate the effect of sports imagery ability on motor performance, concentration, and impulsivity in elementary school students of Mashhad City. The research was applied in terms of purpose and descriptive correlation in terms of type, based on structural equation modeling, whose data was collected using questionnaires. The participants included all the male and female students in elementary school (5th and 6th grades) in District 4 of the city of Mashhad, using the method of 10 times the number of items in the instruments (39 items in total), 390 of these people were selected as a sample. To collect data 4 questionnaires on sports imagery ability (Tahmasebi et al., 2022), motor performance (Van der Linde et al., 2014), concentration skill (Savari and Oraki, 2015), and impulsivity (Coutlee et al., 2014) were used. According to the results, it was determined that the effect of sports imagery ability on motor performance (0.63), concentration (0.51) and impulsivity of students (0.55). Also, the significance coefficient for these paths was 2.38, 8.31 and 8.65 respectively, which means that sports imagery ability has a positive and significant effect on motor performance, concentration and impulsivity of students. Also, sports imagery ability has the ability to predict 44, 65 and 71 percent of the changes in motor performance, concentration skills and impulsivity of students, respectively. So, it can be stated that the higher the level of sports imagery ability in students, the better their motor performance, concentration skills, and impulsivity.

Keywords: Sports imagery ability, Motor performance, Concentration skill, Impulsivity, Students.

Corresponding author's email: (hosseinpoorabed76hp@gmail.com)

پژوهش‌های بین‌رشته‌ای در اوقات فراغت

دوره ۱، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳

بررسی رابطه بین تجربه‌های مصرف و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه

مشتریان

رضا یزدی^۱، جواد غلامیان^{۲*}، زهرا امینی روشن^۳

۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، موسسه آموزش عالی سناباد گلپه‌هار، گلپه‌هار، ایران

۲- استادیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۳- استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه فرهنگیان، مشهد، ایران

چکیده

هدف از انجام تحقیق حاضر، بررسی رابطه بین تجربه‌های مصرف و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان بود. جامعه آماری، شامل تمامی مشتریان محصولات پوشاک ورزشی در شهر مشهد مقدس در سال ۱۴۰۲-۱۴۰۳ بودند که تعداد کل آن‌ها نامحدود است. بر اساس نتایج جدول مورگان، حجم نمونه در جامعه آماری بزرگ و با تعداد نامشخص، تعداد ۳۸۴ نفر بود. تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از حیث روش، توصیفی و همبستگی بود، که اطلاعات آن به شیوه میدانی و غیرمیدانی جمع‌آوری شد. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق‌ساخته بود که روایی و پایایی آن مورد بررسی قرار گرفت. پرسشنامه تجربه مصرف دارای ۱۸ سؤال و در ۴ بعد و پرسشنامه ادراک از قیمت دارای ۴۲ سؤال و ۷ بعد بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط ۹ نفر از اساتید مدیریت ورزشی به تأیید رسید و به ترتیب، برای پرسشنامه تجربه مصرف و ادراک از قیمت با ضریب آلفای کرونباخ $0/878$ و $0/822$ مورد تأیید قرار گرفت. همچنین به منظور بررسی روایی سازه، از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده شد. علاوه بر این، آزمون‌های کلموگروف اسمیرنوف و آزمون همبستگی پیرسون مورد استفاده قرار گرفتند. قابل ذکر است که تحلیل داده‌ها در محیط نرم‌افزار SPSS (نسخه ۲۲) و LISREL (نسخه ۱۰) انجام شد. با توجه به یافته‌های آزمون همبستگی پیرسون، مشخص شد که بین تجربه مصرف و ابعاد آن با ادراک از قیمت، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. این ارتباط در بعد تجربه رفتاری، از همه قوی‌تر و در بعد تجربه عاطفی از همه پایین‌تر بود.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۲

شماره صفحات: ۸۱-۱۰۰

واژگان کلیدی:

تجربه‌های مصرف، ادراک از قیمت، پوشاک ورزشی ایرانی، مشتریان

استناد به مقاله:

یزدی، رضا؛ غلامیان، جواد و امینی روشن، زهرا. (۱۴۰۳). بررسی رابطه بین تجربه‌های مصرف و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان. *اندیشه‌های نوین در ورزش تربیتی*، ۱(۴)، ۸۱-۱۰۰.



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

DOI: <https://doi.org/10.22034/ntes.2025.500046.1029>

URL: https://ntes.imamreza.ac.ir/article_222552.html

مقدمه

امروزه تجربه مصرف، جامع‌ترین چارچوب مبتنی بر ادراک مصرف‌کننده نسبت به استفاده از محصول بدون احتساب تجربه برند می‌باشد (عظیمی و عزیزاللهی، ۱۳۹۸) و در واقع، این رویکرد بر پایه این حقیقت شکل گرفته است که زندگی مصرف‌کنندگان تا حدود زیادی تحت تأثیر تجربه‌های قبل، حین و بعد از خرید و مصرف محصولات و خدمات سازمان‌ها و تولیدکنندگان مختلف قرار دارد. تجربه‌های مصرف، واکنش‌های داخلی و ذهنی مصرف‌کننده در قبال تعاملات برقرارشده ناشی از مصرف محصول بوده و یکی از این واکنش‌ها شکل‌گیری ادراکات از قیمت در ذهن مصرف‌کننده نهایی است (حمیدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). تجربه مشتری، به عنوان یک ساختار چند وجهی تعریف می‌شود که در پاسخ‌های شناختی، عاطفی، رفتاری، حسی و اجتماعی بازتاب می‌یابد (لمون و ورجوف^۱، ۲۰۱۷). در گذشته، تجارب مصرف محصول فقط محدود به عوامل منطقی نظیر کیفیت، قیمت و... می‌شد؛ ولی در حال حاضر، بسیاری از محققان به این نتیجه رسیدند که در کنار این عوامل، برخی از عناصر ناملموس که به عنوان ارزش‌های احساسی شناخته می‌شوند نیز می‌توانند به عنوان بخشی از تجارب مصرف محصول روی ترجیحات مشتری، تصمیم‌های خرید و تمایلات رفتاری مشتریان تأثیرگذار باشند (بیکر و جاکولا^۲، ۲۰۲۰). با این حال، شرکت‌ها باید زمینه محرک مصرف‌کنندگان چون حضور در تجربه‌هایی مانند پردازش اطلاعات خوب توسط مشتریان را درک کنند و مزایا، سهولت استفاده درک شده و غیره را فراهم کنند (کیم^۳ و همکاران، ۲۰۱۱). لذا تجربه مشتری، یکی از چارچوب‌های اساسی است که باید توسط مدیر در نظر گرفته شود تا فرصت‌های رقابتی شرکت را بهبود بخشد و آن‌ها را شناسایی نماید (کلینک^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). تجربه مشتری، بیانگر مجموعه‌ای از ارتباطات میان مشتریان و کالاها یا قسمتی از یک سازمان است و عملکرد خاصی را از خود نشان می‌دهد. تجربه مشتری، علم و تجربه‌ای است فردی که بیانگر همکاری مشتریان در زمینه‌های گوناگونی با محوریت عاطفی، جسمانی، روانی و عقلانی می‌باشد (نونکو^۵ و همکاران، ۲۰۲۰). لذا، جهت بررسی و سنجش میزان تجربه مشتریان، باید از متغیرهایی چون تفاوت میان خواسته‌های مشتریان و عوامل انگیزشی که یک سازمان آن را اجرا می‌کند، استفاده نمود. مفهوم تجربه، بیانگر کسب توانایی و علم‌آموزی در برهه‌ای از زمان است و این امر، از راه دیدن و انجام دادن فعالیت‌های مختلف صورت می‌گیرد. تجربه، بیانگر ارائه دیدنی‌های گوناگون، سنجش پدیده‌ها، بررسی جنبه‌های مختلف یک پدیده، بیان تفاوت‌های آن، ارائه ارسال‌المثل، دسته‌بندی و بیان تغییرات مختلف در اشیاء است (بایرامی، ۱۳۹۵). با توجه به زمینه کسب تجارب، مشتریان وانمود می‌کنند که جزء یک گروه هستند و رابطه عمیقی با افراد دیگر برقرار می‌کنند و با آنان گفتگو می‌کنند. بنابراین، عواطف، از ویژگی‌های تجربه است، اما سنجش اندیشه و عملکردهای ذاتی

1 Lemon, K. N. & Verhoef, P. C.

2 Becker, L. & Jaakkola, E.

3 Kim, S.

4 Klink, R. R.

5 Nunkoo, R.

مشتریان نیز از قسمت‌های اصلی تجربه به شمار می‌رود. تجارب، دارای شکلی نهفته و فردی هستند و سبب می‌شوند که مشتریان به آسایش بیشتری دست یابند و بتوانند مسائل روزمره خود را به خوبی حل‌وفصل نمایند و به نیرویی جهت تغییر ذات خود دست یابند. همچنان که لاسال و بیتون^۱ (۲۰۰۲)، معتقدند که تجربه، بیانگر حضور فعال مشتریان در زمینه‌های گوناگون عاطفی، انگیزشی، مالی، عقلایی، دینی و روحانی و نشان‌گر يك ارتباط مستقیم در میان مشتری، کالا و سازمان است. یانگ^۲ (۲۰۰۵) معتقد است که تجارب، نهفته و پنهانی بوده و نحوه شکل‌گیری آن‌ها، به صورت وجود تغییرات فکری در فکر و روان افراد است و هر چه قدر افراد، باتجربه‌تر باشند، آگاهی و علم آن‌ها نیز افزایش می‌یابد (نافونا^۳ و همکاران، ۲۰۱۹). از جمله تجارب نهفته و پنهان مشتریان، تجربه آن‌ها در ارتباط با صنعت پوشاک ورزشی می‌باشد. امروزه، ارزش صنعت پوشاک ورزشی، ۱۳،۵ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود و به طور مداوم، در سراسر جهان در حال رشد است. صنعت پوشاک ورزشی، در تجارت بین‌المللی نقش حیاتی دارد؛ زیرا، این محصولات برای صادرات، مطابق با نیاز بازارهای بین‌المللی تولید شده‌اند. روند تولید پوشاک ورزشی، از انطباق مواد اولیه تا تحویل به مشتریان، ساختار بسیار پیچیده‌ای دارد و این فرآیند، شامل انتخاب بهترین مواد اولیه، طراحی کالا، روند تولید و تحویل به موقع به مشتری می‌باشد (لیو^۴، ۲۰۱۶). بنابراین، ادراک و ترجیحات مصرف‌کننده^۵، یکی از عوامل مؤثر در موفقیت ورزش است و تولیدکنندگان تجهیزات شرکت‌ها، باید از تغییرات درون جامعه آگاه باشند. در این راستا، انداجانی^۶ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی ادراک مدیریت تجربیات مشتری در خرده‌فروشی»، به این نتیجه دست یافت که تجربه مشتری، شامل هر نقطه تماسی است که در آن، مشتری با کسب‌وکار، محصول و یا خدمات تعامل دارد. بنابراین، مفهوم تجربه مشتری، به عنوان یک استراتژی برای تجارت خرده‌فروشی پدیدار می‌شود که با رقابت مواجه است. تجربه مشتری، برای کمک به سازمان‌های تجاری و برای حفظ رضایت مشتریان در درازمدت و این‌که چگونه سازمان می‌تواند یک مزیت رقابتی اضافی را کسب کند، ایجاد می‌شود. همچنین محمدیان و نائلی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی تجزیه و تحلیل تجربه مشتریان و جایگاه آن در ادبیات بازاریابی»، به این نتیجه دست یافتند که تجارب مشتریان می‌تواند در گسترش رفتارهای مادی کسب و کارها مفید باشد و نیز قادر به افزایش ارزش کسب و کارها در ادراک مشتریان بوده و باعث ایجاد تعاملی مؤثر در بین مصرف‌کنندگان می‌شود و بر تعهد مشتری اثرگذار است (محمدیان و نائلی، ۱۳۹۸).

به‌طورکلی، عموم فرآیندهای ادراکی افراد در مواجهه با محصولات یا خدمات تحت تأثیر متغیرهای بسیاری قرار می‌گیرند که یکی از متغیرهای بسیار مهم، قیمت محصولات است (بندک^۷، ۲۰۲۱).

-
- 1 Lassale & Britton
 - 2 Yang
 - 3 Nafuna
 - 4 Liu
 - 5 Consumer perception and preferences
 - 6 Andajani
 - 7 Benedek, J. J.

قیمت^۱، بدون شک، یکی از مهم‌ترین عوامل موجود در ساختار بازاریابی است. درک قیمت برای برخی از مصرف‌کنندگان می‌تواند با نگرانی در مورد نسبت کیفیت دریافتی به قیمت پرداخت شده در خرید معامله مشخص شود (الاجیده^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). بر این اساس، آگاهی از ارزش محصول معنی پیدا کرده و منعکس‌کننده نگرانی از قیمت پرداخت شده نسبت به کیفیت دریافت شده می‌باشد (لی و لیاو^۳، ۲۰۱۷). درک ارزش قیمت، برای همه مصرف‌کنندگان و مشتریان یکسان است؛ اما ارزش مشتری، متفاوت می‌باشد. قیمت، بر اساس سیاست قیمت تعیین می‌شود؛ هزینه بر مقدار واقعی صرف شده برای تولید یک کالای خاص برآورد می‌شود؛ اما برآورد ارزش، بر اساس نظر مشتری است. به علاوه، نوسانات بازار بر قیمت و هزینه هر محصول تأثیر می‌گذارد؛ در حالی که ارزش هم‌چنان دست‌نخورده باقی می‌ماند (هان^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). از این رو، مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که آیا بین تجربه‌های مصرف و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان رابطه وجود دارد؟

روش‌شناسی

در این پژوهش، به بررسی رابطه بین تجربه‌های مصرف و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان پرداخته شد. با توجه به موضوع و فرضیه‌ها، تحقیق حاضر به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و از حیث روش، توصیفی و همبستگی است که اطلاعات آن به شیوه میدانی جمع‌آوری شد. جامعه تحقیق این پژوهش را کلیه مشتریان محصولات پوشاک ورزشی در شهر مشهد مقدس در سال ۱۴۰۲-۱۴۰۳ تشکیل می‌دادند که تعداد کل آن‌ها، نامحدود بود. با توجه به ویژگی‌های جامعه آماری، شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شد؛ به این صورت که تمامی مشتریان انواع برندهای پوشاک ورزشی (هایدی، دایی، مومنتوم، مجید، شرافیت و RNS) در ۳۶ فروشگاه تخصصی پوشاک ورزشی در نواحی مختلف (امامت تا بلوار معلم، بلوار سجاد، بلوار سراب یا سعدی، امام خمینی، علیمردانی و بلوار احمدآباد تا تقی‌آباد) به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند و پرسشنامه‌ها به صورت نمونه در دسترس، در میان آن‌ها توزیع و جمع‌آوری شد. بر اساس نتایج جدول مورگان، حجم نمونه در جامعه آماری بزرگ و با تعداد نامشخص، تعداد ۳۸۴ نفر بود. از این رو، با توجه به چارچوب نمونه‌گیری، تعداد ۴۰۰ نفر انتخاب و پرسش‌نامه بین آن‌ها توزیع شد و در نهایت، پس از پیگیری‌های فراوان، در مجموع ۳۸۴ پرسش‌نامه تکمیل شده به عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند. ابزار تحقیق در این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی و پایایی آن مورد بررسی قرار گرفت. پرسشنامه تجربه مصرف دارای ۱۸ سؤال و در ۴ بعد (تجربه حسی، عاطفی، عقلانی و رفتاری) بود و پرسشنامه ادراک از قیمت دارای ۴۲ سؤال و ۷ بعد (آگاهی از ارزش، آگاهی از قیمت، تمایل استفاده از کوپن، تمایل استفاده از حراج، خیره قیمت، الگوی کیفیت، حساسیت به پرستیژ) به صورت طیف لیکرت

1 price

2 Olajide, S.

3 Le, T. M. & Liaw, S. Y.

4 Han, S.

۵ ارزشی بود که گزینه‌های آن شامل «کاملاً مخالفم»، «مخالفم»، «مخالفاً»، «نظری ندارم»، «موافقم» و «کاملاً موافقم»، به ترتیب با امتیازات ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ ارزش‌گذاری شدند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط ۹ نفر از اساتید مدیریت ورزشی به تأیید رسید و پایایی پرسشنامه‌ها توسط ضریب آلفای کرونباخ برای تجربه مصرف، ۰/۸۷ و برای ادراک از قیمت، ۰/۸۲ به دست آمد که مقدار قابل قبولی است. همچنین برای بررسی روایی سازه تحقیق از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. علاوه بر این، از آزمون‌های کلموگروف اسمیرنوف و آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. قابل ذکر است که تحلیل داده‌ها در محیط نرم‌افزارهای SPSS (نسخه ۲۲) و LISREL (نسخه ۱۰) به انجام رسید.

یافته‌ها

جدول ۱ نشان‌دهنده ویژگی‌های توصیفی شرکت‌کنندگان در مطالعه حاضر است.

جدول ۱. توصیف اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد تکمیل‌کننده پرسشنامه

درصد	فراوانی	دسته‌بندی	ویژگی
۵۰/۸	۱۹۵	مرد	جنسیت
۴۹/۲	۱۸۹	زن	
۱۰۰	۳۸۴	مجموع	
۲۹/۴	۱۱۳	دیپلم	مدرک تحصیلی
۴/۲	۱۶	فوق دیپلم	
۴۷/۷	۱۸۳	لیسانس	
۱۵/۱	۵۸	فوق لیسانس	
۳/۶	۱۴	دکتری	
۱۰۰	۳۸۴	مجموع	
۴/۲	۱۶	کمتر از ۲۵ سال	سن
۱۸	۶۹	۲۵-۳۰	
۴۴/۵	۱۷۱	۳۱-۳۵	
۳۱/۵	۱۲۱	۳۶-۴۰	
۱/۸	۷	بالای ۴۰ سال	
۱۰۰	۳۸۴	مجموع	

در ادامه، با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، به شناسایی شاخص‌ها و تأیید روایی سازه و پایایی پرسشنامه‌های تحقیق پرداخته شد. در جدول‌های ۲ و ۳، نتایج تحلیل عاملی اکتشافی پرسشنامه تجربه مصرف و ادراک از قیمت گزارش می‌شود.

جدول ۲. تحلیل عاملی برای پرسشنامه «تجربه مصرف»

KMO	٪ مقدار تقریبی ۲	df	معناداری آزمون بارتلت	بار عاملی	گویه
۰/۷۵۲	۴۶۵/۸۵۹	۱۵۳	۰/۰۰۰۱	۰/۶۰۲	۱
				۰/۶۹۸	۲
				۰/۶۸۸	۳
				۰/۵۶	۴
				۰/۶۵۲	۵
				۰/۶۵۹	۶
				۰/۶۹۶	۷
				۰/۵۸۴	۸
				۰/۶۸۸	۹
				۰/۶۷	۱۰
				۰/۶۳۹	۱۱
				۰/۶۲۷	۱۲
				۰/۵۹	۱۳
				۰/۷	۱۴
				۰/۶۱۴	۱۵
				۰/۵۰۷	۱۶
				۰/۵۷۸	۱۷
				۰/۵۶۴	۱۸

جدول ۳. تحلیل عاملی برای پرسشنامه «ادراک از قیمت»

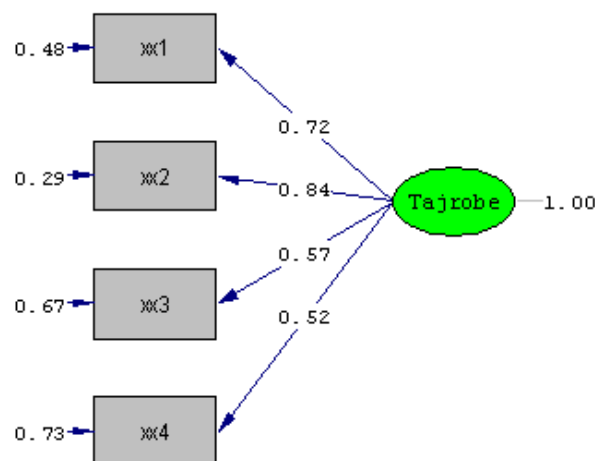
KMO	٪ مقدار تقریبی ۲	df	معناداری آزمون بارتلت	بار عاملی	گویه
۰/۷۶۱	۱۴۸۰/۳۴۶	۸۶۱	۰/۰۰۰۱	۰/۸۰۴	۱
				۰/۸۶	۲
				۰/۹۰۵	۳
				۰/۷۶۱	۴
				۰/۷۸۵	۵

				۰/۶۸۳	۶
				۰/۸۰۹	۷
				۰/۸۱۱	۸
				۰/۸۰۹	۹
				۰/۸۲۳	۱۰
				۰/۸۲۳	۱۱
				۰/۸۱۸	۱۲
				۰/۷۹۷	۱۳
				۰/۷۸۷	۱۴
				۰/۸۳۵	۱۵
				۰/۸۲	۱۶
				۰/۶۰۶	۱۷
				۰/۸۵	۱۸
				۰/۷۴۱	۱۹
				۰/۷۸	۲۰
				۰/۷۰۶	۲۱
				۰/۷۹۳	۲۲
				۰/۷۸۸	۲۳
				۰/۸۱	۲۴
				۰/۸۲۸	۲۵
				۰/۷۲	۲۶
				۰/۸۳۲	۲۷
				۰/۸۲۶	۲۸
				۰/۷۱۶	۲۹
				۰/۸۰۴	۳۰
				۰/۷۰۴	۳۱
				۰/۷۷۲	۳۲
				۰/۷۴	۳۳
				۰/۸۴۷	۳۴
				۰/۷۳۹	۳۵
				۰/۸۰۳	۳۶
				۰/۷۱۸	۳۷

				۰/۶۸۴	۳۸
				۰/۸۴۱	۳۹
				۰/۶۷۱	۴۰
				۰/۶۹۴	۴۱
				۰/۶۸۵	۴۲

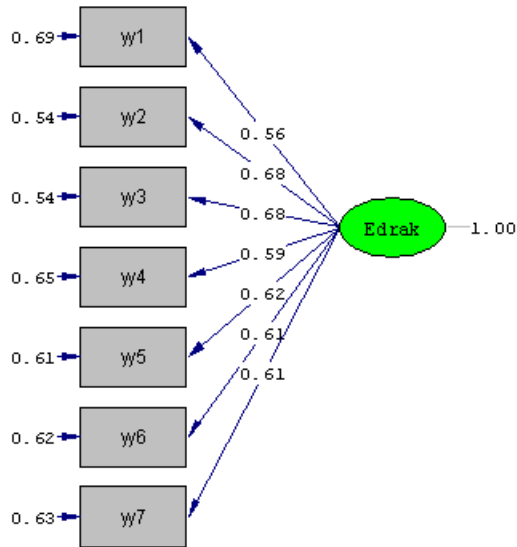
همان‌طور که از نتایج جداول ۲ و ۳ استنباط می‌شود، مشخص شد که اندازه آماره KMO یا کفایت نمونه، معادل ۰/۷۵۲ و ۰/۷۶۱ و میزان آماره بارتلت معادل ۴۶۵/۸۵۹ و ۱۴۸۰/۲۴۶ و سطح معنی‌داری معادل ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که این اعداد نشان‌دهنده مناسب بودن داده‌های جمع‌آوری شده برای تحلیل همبستگی هستند. لازم به ذکر است که بر اساس سایر نتایج، میزان واریانس تبیین‌شده برای پرسشنامه‌های تجربه مصرف و ادراک از قیمت، معادل ۶۶ درصد و ۷۸ درصد است که برای ادامه تحقیق از کفایت لازم برخوردار می‌باشند.

در ادامه، خروجی نرم‌افزار لیزرل برای تحلیل عاملی تأییدی در شکل‌های ۱ و ۲ گزارش شده است و تحلیل عاملی تأییدی، مناسب بودن ابعاد پرسشنامه تحقیق را تأیید کرد؛ زیرا تمامی ابعاد دارای بار عاملی بزرگتر از ۰/۳ بودند و طبق مطالعات مختلف، اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد، رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف‌نظر می‌شود. همچنین اگر بار عاملی بین ۰/۲ تا ۰/۶ باشد، قابل قبول بوده و اگر بزرگتر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است (حبیبی و کلاهی، ۱۴۰۱).



Chi-Square=5.02, df=2, P-value=0.00000, RMSEA=0.059

شکل ۱. خروجی نرم‌افزار لیزرل تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه «تجربه مصرف»



Chi-Square=31.69, df=14, P-value=0.00000, RMSEA=0.042

شکل ۲. خروجی نرم افزار لیزل تحلیل عامل تأییدی پرسشنامه «ادراک از قیمت»

همان‌گونه که از شکل‌های ۱ و ۲ استنباط می‌شود، بار عاملی کلیه ابعاد در شکل، بالاتر از ۰/۳ است. شاخص برازش χ^2/df معادل ۲/۵۱ و ۲/۲۶ شده است. همچنین مقدار آماره RMSEA معادل ۰/۰۵۹ و ۰/۰۴۲ است. ضمناً سطح معنی‌داری آزمون یا همان p-value معادل ۰/۰۰۱ شده است. تا این مرحله، می‌توان این نتیجه را گرفت که مدل از برازش مناسبی برخوردار است و سؤالات و ابعاد مربوط به تجربه مصرف و ادراک از قیمت، بطور مجزا قابل تحلیل هستند. بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد، می‌توان به روایی تأییدی اذعان داشت. با توجه به قبول تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی روایی سازه پرسشنامه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. در جدول ۴، وضعیت هر یک از ابعاد و متغیرهای تحقیق براساس شاخص‌های آمار توصیفی بیان شده است.

جدول ۴. آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق در نمونه تحت بررسی

ردیف	متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
۱	تجربه مصرف	۲/۸۵	۰/۵۹	۱/۲۹	۴/۲۸
۱-۱	تجربه حسی	۲/۸۸	۰/۷۵	۱	۴/۷۵
۱-۲	تجربه عاطفی	۲/۸۵	۰/۷۷	۱	۴/۶
۱-۳	تجربه عقلانی	۲/۸۵	۰/۷۶	۱	۵
۱-۴	تجربه رفتاری	۲/۸۲	۰/۷۷	۱/۲	۴/۶
۲	ادراک از قیمت	۳/۰۲	۰/۳۷	۱/۵۷	۳/۸۸

۲-۱	آگاهی از ارزش	۳/۰۷	۰/۵۸	۱/۴۳	۳/۵۷
۲-۲	آگاهی از قیمت	۲/۸۳	۰/۷۶	۱	۴/۸
۲-۳	تمایل به استفاده از کوپن	۳/۱۱	۰/۷۲	۱/۲	۴/۸
۲-۴	تمایل به استفاده از حراج	۳/۱۴	۰/۶۷	۱	۴/۵
۲-۵	خبره قیمت	۳/۱۱	۰/۶۹	۱	۴/۵
۲-۶	الگوی کیفیت- قیمت	۲/۸۴	۰/۷۹	۱	۵
۲-۷	حساسیت به پرستیژ	۲/۹۷	۰/۵۵	۱/۴۴	۴/۵۹

در ادامه، با استفاده از آزمون کلموگروف اسمیرنوف، وضعیت طبیعی بودن ابعاد و متغیرهای تحقیق بررسی شد که در جدول ۵ گزارش شده است.

جدول ۵. آزمون کولموگروف اسمیرنوف متغیرهای تحقیق

ردیف	متغیرهای تحقیق	آزمون کولموگروف- اسمیرنوف		نتیجه
		آماره Z	سطح معنی داری	
۱	تجربه مصرف	۰/۶۵۲	۰/۷۸۹	نرمال
۱-۱	تجربه حسی	۰/۹۹۲	۰/۲۷۸	نرمال
۱-۲	تجربه عاطفی	۰/۸۴۲	۰/۴۷۸	نرمال
۱-۳	تجربه عقلانی	۱/۲۶۲	۰/۰۸۳	نرمال
۱-۴	تجربه رفتاری	۱/۱۰۶	۰/۱۷۳	نرمال
۲	ادراک از قیمت	۰/۷۴۷	۰/۶۳۳	نرمال
۲-۱	آگاهی از ارزش	۰/۹۲۶	۰/۳۵۷	نرمال
۲-۲	آگاهی از قیمت	۱/۰۴۶	۰/۲۲۴	نرمال
۲-۳	تمایل به استفاده از کوپن	۰/۷۱۲	۰/۶۹۱	نرمال
۲-۴	تمایل به استفاده از حراج	۰/۹۷۷	۰/۲۹۵	نرمال
۲-۵	خبره قیمت	۰/۹۱۲	۰/۳۷۶	نرمال
۲-۶	الگوی کیفیت- قیمت	۱/۲۳۶	۰/۰۵۲	نرمال
۲-۷	حساسیت به پرستیژ	۰/۹۹۲	۰/۲۷۸	نرمال

با توجه به نرمال بودن داده‌ها، از آزمون همبستگی پیرسون برای تعیین ارتباط بین تجربه مصرف و ابعاد آن با ادراک از قیمت استفاده شد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۶ گزارش شده است.

جدول ۶. نتایج آزمون همبستگی پیرسون جهت ارتباط تجربه مصرف و ابعاد آن با ادراک از قیمت

متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	نتیجه‌گیری
تجربه مصرف	ادراک از قیمت	۰/۰۰۱	۰/۸۱	ارتباط مثبت و معنادار
تجربه حسی	ادراک از قیمت	۰/۰۰۱	۰/۷۹	ارتباط مثبت و معنادار
تجربه عاطفی	ادراک از قیمت	۰/۰۰۱	۰/۶۸	ارتباط مثبت و معنادار
تجربه عقلانی	ادراک از قیمت	۰/۰۰۱	۰/۷۲	ارتباط مثبت و معنادار
تجربه رفتاری	ادراک از قیمت	۰/۰۰۱	۰/۸۶	ارتباط مثبت و معنادار

با توجه به نتایج جدول ۶، مشخص شد که بین تجربه مصرف و ابعاد آن با ادراک از قیمت، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. این ارتباط در بعد تجربه رفتاری از همه قوی‌تر و در بعد تجربه عاطفی از همه پایین‌تر بود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام تحقیق حاضر، بررسی رابطه بین تجربه مصرف و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان بود. یافته‌های تحقیق نشان داد بین تجربه مصرف با ادراک از قیمت پوشاک ورزشی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. لذا، می‌توان بیان نمود که قیمت ادراک‌شده، یکی از ابعاد مهم پوشاک ورزشی ایرانی است. بر این اساس، تجربه‌های مصرف، به‌عنوان ساختاری از بازخوردهای ذهنی و روانی مشتریانی در نظر گرفته می‌شوند. ادراکات از قیمت سبب شده تا مشتریان در هنگام خرید پوشاک ورزشی، با متغیرهایی چون قیمت و چگونگی ارائه خدمات آن به مشتریان روبرو شوند. نتایج این پژوهش، با نتایج تحقیقات حمیدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۸)، ویتال^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، کلینک و همکاران^۲ (۲۰۲۰) همسو می‌باشند. در مورد ارتباط بین تجربه حسی و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان، می‌توان بیان نمود که تجربه حسی، مجموعه‌ای از اثرات احساسی هستند که در طی وقایعی در ذهن مشتریان ثبت می‌شود. برخی از

1 Witell, L.

2 Klink, R. R.

عوامل مربوط به محیط خرید عبارتند از: اندازه فروشگاه، طراحی محیط، ساختار فروش^۱، موقعیت خرید^۲، مکان و شرایط خرید^۳ و فعالیت‌های تبلیغاتی درون فروشگاه. معمولاً عوامل موقعیتی از طرف مصرف‌کننده تحت کنترل نیستند، ولی تأثیر مستقیم بر تجربه حسی فرد دارند. آثار موقعیت خرید در فرآیند تصمیم عبارت‌اند از: نقش خرید، عوامل احاطه‌کننده اجتماعی، عوامل احاطه‌کننده فیزیکی (مانند طرز چیدمان، بو، نورپردازی، وضعیت هوا و طرز قرار گرفتن و نوع پوشش و رفتار فروشندگان)، آثار مربوط به زمان، حالت و شرایط خریدار، این‌که خرید برای مصرف خود یا برای دیگری باشد، یا این‌که اشخاص دیگری در زمان خرید حضور داشته باشند. طرز چیدمان و شیوه ارائه محصول در مکان عرضه و شرایط روحی و فرصت زمانی خرید در فرآیند خرید مؤثرند. بافت اجتماعی که خرید در آن رخ می‌دهد نیز در رفتار مصرف‌کننده مؤثر است. به‌طورکلی، عوامل موقعیتی شامل یک سری محرک‌های محیطی‌اند که بیش از محرک‌های خود محصول (مانند تبلیغات و بسته‌بندی) و ویژگی‌های افراد در میزان توجه به کالاها و خدمات در محیط خرید تأثیر می‌گذارند؛ شلوغی و خلوتی محیط از جمله این عوامل‌اند. پاسخ‌های تجربه حسی مصرف‌کنندگان به این ویژگی‌ها، در جوامع و فرهنگ‌های مختلف یکسان و مشابه نیستند. بنابراین، در فرهنگی ممکن است در مکان‌های فروش شلوغ خرید کم‌تری صورت گیرد و تصمیم‌گیری خرید سریع‌تر انجام شود و خریداران فرصت استفاده از اطلاعات ذهنی خرید را نداشته باشند؛ برعکس، ممکن است در اجتماع و فرهنگی دیگر، شلوغی برای خرید موجب تصور بر کیفیت بهتر محصول و رقابت خرید در بین مشتریان باشد و موجب ترغیب خریداران جدید شود. حتی طراحی ویتترین‌ها، نمای داخلی و بیرونی فروشگاه‌ها و مراکز ارائه‌دهنده پوشاک ورزشی ایرانی، عناصر بصری و کیفیت محصول، اثر مفید و مستقیمی بر ادراک از قیمت و خشنودی مشتریان می‌گذارند. وقوع یک خرید این‌گونه تعریف می‌شود: تمایل آنی و غالباً قوی و پایدار مصرف‌کننده به خرید آنی یک کالا. این انگیزه آنی پیچیده است و ممکن است تعارض احساسی^۴ ایجاد نماید. کسی که خرید خود را بر حسب تجربه حسی انجام می‌دهد، با احتمال کمتری پیامدهای قیمت خرید خود را در نظر می‌گیرد و یا درباره آن خرید، به دقت فکر می‌کند. این خرید بدون برنامه، تحت تأثیر عواملی مانند محرک‌های خارجی، محرک‌های داخلی، عوامل روانی، عوامل دموگرافیکی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، عوامل موقعیتی و عوامل مصرف‌گرایی قرار دارد. همچنین نتایج این فرضیه با نتایج تحقیقات اسفیدانی و همکاران (۱۳۹۸)، محمودی و همکاران (۱۴۰۰)، آیوگان و دمیر^۵ (۲۰۲۰)، جین^۶ و همکاران (۲۰۱۹) همسو می‌باشد. در زمینه هم‌راستایی نتایج با پژوهش‌های مرتبط، می‌توان بیان نمود که تجربه حسی، بیان‌گر به‌کارگیری حواس پنج‌گانه مشتریان است. تجربه حسی، از طریق کاربرد احساسات، بدون این‌که قوه منطق و عقلانی مشتریان را تحریک کند، بر ادراک آنان از قیمت تأثیر می‌گذارد و سبب فروش بیش‌تر

1 Sales structure

2 Buying position

3 Buying conditions

4 Emotional conflict

5 Aygun, M. & Demir, E. K.

6 Jin, N.

و به‌روزتر در میان مشتریان می‌شود. تولیدکنندگان محصولات ورزشی، با فراهم کردن زمینه چالش‌ها، حواس پنج‌گانه مشتریان را تحت تأثیر قرار می‌دهند و تجربیات حسی را به شکل آسانی برای‌شان ارائه می‌کنند تا مشکلات و اهداف مشتریان برآورده شود و با توجه به این امر، زمینه ادراک از قیمت و فروش بیشتری را در مشتریان ایجاد می‌نماید. مشتریان، در زمان خرید، تمام دقت خود را معطوف به نرخ قیمت، جنس، کیفیت، نام تجاری پوشاک ورزشی و وجود مانکن می‌کنند. وجود مانکن می‌تواند تمرکز دید مشتریان را گسترش داده و این امر، اثر بسزایی بر قصد خرید آنان خواهد داشت. مشتریان خرید پوشاک ورزشی ایرانی، در طول فرآیند خرید، به دنبال تجربه خریدی مطلوب و موفق از جمله ایجاد حس معروف و خاص بودن و رسیدن به تجربه حسی هستند. تجارب حسی مشتریان، حس وابستگی، تعامل و ارزش را در مشتریان به وجود می‌آورد. ادراک از قیمت، یکی از متغیرهای راهبردی و مهم محسوب می‌شود. محرک‌های حسی متعادل قادرند آرامش، پرهیز از اضطراب، کسب انرژی و سلامت روح مشتریان را به وجود آورند و بر تصمیم‌گیری آن‌ها مؤثر باشند. از طرفی دیگر، ادراک از قیمت، بیانگر خصوصیتی است که می‌تواند بر تصمیم و انتخاب مشتریان تأثیرگذار باشد و همچنین، زمینه جذب بیشتری از مشتریان را فراهم نماید. مشتریان علاقه دارند که پوشاک ورزشی را با قیمت بالاتری خریداری کنند، نه فقط به دلیل کیفیت بالاتر آن‌ها، بلکه برای نمایش دادن بهتر ویژگی‌های احساسی و درونی خود، آن را به کار می‌گیرند. تجربه‌های ادراک از کاهش قیمت و در نظر گرفتن تخفیفات مناسب، بر دقت و تصمیم خرید مشتریان اثر مهمی می‌گذارد.

در ادامه، براساس یافته‌های تحقیق مشخص شد، بین تجربه عاطفی و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. لذا می‌توان بیان نمود که ویژگی‌های عاطفی- فردی مصرف‌کننده می‌توانند به‌عنوان نوعی از ویژگی‌های مستقل غیرقابل کنترل به حساب آورده شوند. غیرقابل کنترل بودن به این امر اشاره دارد که کنترل این عوامل از عهده و توان فروشنده خارج است. این ویژگی‌ها شامل جنسیت، طبقه اجتماعی، قومیت، تحصیلات، سن، درآمد، ارزش‌ها و اعتقادات، دانش و شخصیت می‌باشند. این عوامل که مرتبط با ویژگی‌های شخصی و درونی افراد هستند، عبارتند از: عوامل فردی مانند خلق و خو، انگیزه و لذت خرید، کنترل و خویش‌ن‌داری، برون‌گرایی^۱ و ماده‌گرایی^۲. افرادی که دارای این عوامل هستند، در بروز رفتار خرید موفقند. از طرفی دیگر، علاقه و انگیزه مشتری به یک محصول یا برند خاص باعث خواهد شد که درک مناسبی از قیمت در ذهن خود نداشته باشد و برای رفع حس عاطفی خود، حتی آن کالا را خریداری کند. بنابراین، مراکز تولید و تهیه پوشاک ورزشی ایرانی، باید دقت زیادی در زمینه تولید پوشاک ورزشی با عنوان نام تجاری خاص، عشق و تعهد به نام تجاری و بسته‌بندی و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی خود داشته باشند و در مشتریان، احساس رضایت در زمان بهره‌بردن از پوشاک ورزشی به وجود آورند و طبق آن، تعامل عاطفی و میزان علاقه را در بین مشتریان پوشاک ورزشی ایرانی تقویت نمایند تا از این مسیر، مشتریان بتوانند در ارتباط با نام تجاری شخصی خود، حس

1 Extroversion

2 Materialism

تعهد داشته باشند که در نهایت، منجر به قصد خرید مجدد در مشتریان شوند و به سهم بیشتری از بازار پوشاک ورزشی ایرانی دست پیدا کنند. همچنین، نتایج این فرضیه، با نتایج تحقیقات اسفیدانی و همکاران (۱۳۹۸) و ایوگان و دمیر (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. در زمینه هم‌راستایی می‌توان بیان نمود که تجربه عاطفی بیانگر احساسات و عواطف مشتریان است. تولیدکنندگان با ارزش پوشاک ورزشی ایرانی، از موضوع برقراری ارتباط عاطفی با مشتریان خود کاملاً آگاه هستند؛ زیرا از این طریق می‌توانند زمینه‌های گسترش فعالیت‌های خدماتی و تولیدی خود را افزایش دهند. اگر در درون یک مرکز تولید پوشاک ورزشی ایرانی، تجربه و تعامل عاطفی در میان کارکنان ایجاد شود، به همان میزان، این امر توسط مشتریان بیرون از مؤسسه تولیدی نیز احساس خواهد شد. اگر مراکز تولیدی پوشاک ورزشی ایرانی، تعامل و تجربه عاطفی را در بین کارکنان خود تشویق کنند، تأثیر با ارزش مشابهی نیز بر تجربه مشتریان ایجاد خواهد شد. بهترین تجربه عاطفی ارتباط با مشتری، هنگامی صورت می‌گیرد که میان مشتریان و کارکنان مراکز تولید پوشاک ورزشی ایرانی یک تعامل صحیح عاطفی ایجاد شود و مشتریانی که تجربه عاطفی خوبی از طرف مراکز تولیدی پوشاک ورزشی ایرانی برای آن‌ها ایجاد شده است، به مشتریانی متعهد تبدیل می‌شوند؛ چون هیچ‌گاه حس عاطفی خود را در هنگام خرید و بعد از آن فراموش نمی‌کنند. مشتریان با تجربه عاطفی، بیش‌تر از گذشته خرید انجام می‌دهند و مراکز تولیدی پوشاک ورزشی ایرانی را به دیگر افراد معرفی می‌کنند و تقریباً به میزان قیمت پوشاک ورزشی حساسیت نشان نمی‌دهند؛ چون، برخی از مشتریان تمایل دارند که از پوشاک ورزشی ایرانی مناسب استفاده نمایند؛ اگر چه قیمت زیادی داشته باشد، چون بدین‌گونه می‌توانند جایگاه خود را در برابر دیگر مراکز تولید پوشاک ورزشی ایرانی حفظ کنند.

در مورد تأثیر تجربه عقلانی و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان، می‌توان بیان نمود که ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری می‌توانند به تعیین شدت گرایش به خرید کمک کنند. تمایلات شدید به تجربه عقلانی خرید، به ویژگی‌های روان‌شناختی و رفتاری مانند هوشیاری^۱، نیاز به ساختار، نیاز به استقلال عمل^۲، برون‌گرایی و عمل‌گرایی^۳ مرتبط می‌شود. معیار عواطف مثبت و منفی دارای پیشینه‌ای از کاربرد موفقیت‌آمیز در بازاریابی است که عبارتند از: قلمرو رضایت از محصول و خدمات، عواطف مثبت در تبلیغات و ادراک از قیمت پس از خرید. محرک‌های درونی فرایند تجربه عقلانی خرید شامل وضعیت شناختی و عاطفی فرد می‌شود. محرک‌های درونی با نتایج عاطفی و یا شناختی مصرف‌کننده در خرید پردازش می‌گردند؛ در نتیجه، احساسات ممکن است شامل انگیزه شدید برای خرید، هیجانات مثبت برای خرید و مدیریت خلق‌وخو باشند

1 Consciousness
2 Autonomy
3 Activism

(اعتماد به نفس^۱، تسلط^۲، ثبات عاطفی^۳، تفوق و تسلط^۴، معاشرت‌جویی^۵، پیروزی، خودمختاری^۶، تدافعی بودن^۷، نظم^۸، تغییر، وابستگی^۹، انعطاف‌پذیری^{۱۰}، تفاوت، تجاوزکاری^{۱۱}، شخصیت و خلاقیت از جمله عوامل عقلانی روانشناختی هستند که می‌توانند در تجزیه و تحلیل ادراک برای انتخاب و خرید اغلب کالاها و مارک‌های خاص مفید واقع گردند. ضروری است که تولیدکنندگان پوشاک ورزشی ایرانی، در هنگام طراحی محصول، به تجربه‌هایی که مشتریان با دیدن و خرید پوشاک ورزشی ایرانی کسب می‌کنند و معنایی که آن‌ها در ذهن خود خلق می‌کنند، توجه نمایند. تجربه عقلانی شناسایی شده، اثرات قابل توجهی را بر ادراکات از قیمت توسط مشتریان ایجاد می‌نماید. تجربه عقلانی، به عنوان مجموعه‌ای از عکس‌العمل‌های ذهنی مشتریان در برابر هر گونه ارتباطات ایجاد شده ناشی از خرید پوشاک ورزشی ایرانی، می‌تواند بر ادراکات از قیمت مشتریان بسیار تأثیرگذار باشد. همچنین، نتایج این فرضیه با نتایج تحقیقات محمدیان و نائلی و (۱۳۹۸)، جبین و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۷) و ویکتور و همکاران^{۱۳} (۲۰۱۹) همسو می‌باشد. در زمینه هم‌راستایی می‌توان بیان نمود که مشتریانی که دارای تجربه عقلانی هستند، زمانی که تصمیم به پرداخت پول می‌گیرند، عواطف خودشان را کنار می‌گذارند و بدون دقت به اشتیاقی که به کیفیت محصول مورد نظر دارند، میزان پولی را پرداخت می‌کنند و محصول مورد نظری را که خریده‌اند، مورد بررسی قرار می‌دهند و عقلانی خرید می‌کنند. بنابراین، مشتریان تمام سعی خود را می‌کنند تا پوشاک ورزشی‌ای را به دست بیاورند که دارای کیفیت بالا بوده و قیمت کم‌تری را در قبال آن بپردازند.

در نهایت مشخص شد، بین تجربه رفتاری و ادراک از قیمت، ارتباط مثبت و معنادار قوی وجود دارد. می‌توان بیان نمود که تجربه رفتاری، بر تعارضات و امیال رفتاری مشتریان اثرگذار است. از دلایل تأثیر رابطه بین تجربه رفتاری و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی، توجه به ویژگی‌های پوشاک ورزشی ایرانی چون کیفیت، قیمت و طرح حائز اهمیت است. متغیر تجربه رفتاری و قیمت ادراک شده، تأثیر معناداری بر تمایل به ادامه مصرف مشتری دارد. محرک‌های تجربه رفتاری، بر تصمیم خرید و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان اثرگذاری بهتری دارد. به‌طور کلی، هنگامی که فروشندگان از جملات و کلمات مثبت بهره می‌برند، در زمان دریافت خدمات خود (دریافت پوشاک ورزشی)، رفتار صبورانه‌تری از خود نشان می‌دهند. از آنجایی که مشتریان در

- 1 Self Confidence
- 2 Domination
- 3 Emotional stability
- 4 Mastery
- 5 Sociability
- 6 Autonomy
- 7 Defensive
- 8 Discipline
- 9 Dependence
- 10 Flexibility
- 11 Aggressiveness
- 12 Jain, R.
- 13 Victor, V.

برنامه‌های تشویقی و ترفیعی فروشگاه شرکت می‌کنند، فروشندگان باید با ایجاد محیطی مناسب، به‌خصوص در بستر محرک‌های تجربه رفتاری، زمینه اشتیاق رفتار مشتریان و سبب خرید مجدد آن‌ها را فراهم نمایند. لذا با گسترش زمینه‌های شناخت و تعامل مشتریان از طریق افزایش تجربه‌های مصرف، می‌توان زمینه ایجاد رابطه بین ادراک از قیمت و گسترش کیفیت پوشاک ورزشی ایرانی را به وجود آورد. همچنین، نتایج این فرضیه، با نتایج تحقیقات پارسا و فرخیان (۱۳۹۹)، ویتال و همکاران (۲۰۱۹) و جین و همکاران (۲۰۱۹) همسو می‌باشد. در زمینه هم‌راستایی، می‌توان بیان نمود که تجربه رفتاری، بیانگر مسیرهایی فرعی جهت ارائه خدمات و یا بروز دگرگونی در رفتار مشتریان می‌شود. تجربه رفتار مشتریان، بستگی به خریدهای روزمره آنان دارد. جریان‌ات و تعاملات اجتماعی، عناصر پیش‌فرض مؤثر بر قصد مشتریان برای خرید پوشاک ورزشی ایرانی است. تجربه رفتاری، بیانگر طرز خرید مشتریان در مراکز تولید و فروش پوشاک ورزشی ایرانی می‌باشد. تجربه رفتاری، شامل ارزیابی سبک‌های خرید مشتریان و فروش و چگونگی انجام خدمات در بین مشتریان است. تجربه رفتاری منجر به ظهور مشتریانی می‌شود که اقدام به خرید مجدد می‌کنند، اهل ریسک هستند و میزان قیمت پوشاک ورزشی ایرانی در تصمیم خرید آن‌ها ارزش قابل‌توجهی ندارد؛ زیرا، ادراکات مناسب ناشی از قیمت رخ داده، به گونه‌ای که از دیدگاه مشتریان، قیمت بالای پوشاک ورزشی ایرانی بیانگر کیفیت بی‌نظیر آن است. براساس نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل، پیشنهاد می‌شود که:

- با توجه به ارتباط بین تجربه‌های مصرف و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان، مدیران و محققان، برنامه‌هایی را جهت سنجش نظرات مشتریان درباره نحوه ارزیابی و تأکید بر خدمات انجام گرفته از طرف مراکز فروش پوشاک ورزشی اجرا نمایند.
- با توجه به ارتباط تأثیرگذاری بین تجربه حسی و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان، فروشندگان و تولیدکنندگان مراکز پوشاک ورزشی ایرانی، باید از طریق القاء تجربه حسی مثبت به مشتریان، آن‌ها را از احساس تجربه منفی دور نگه دارند و با انجام خدماتی نظیر ارائه خدمات پس از فروش، بستر نتایج ادراک از قیمت را در بین مشتریان گسترش دهند.
- با توجه به ارتباط و تأثیرگذاری تجربه عاطفی و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان، برنامه‌ها و مدل‌هایی مدون در جهت ایجاد و تأمین تجربه عاطفی مشتریان پوشاک ورزشی ایرانی انجام گیرد.
- با توجه به تأثیر تجربه عقلانی و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان، مدیران تولید پوشاک ورزشی ایرانی، باید بتوانند نقشه‌ها و مدل‌های جامعی را طبق تجربه عقلانی مشتریان در نظر بگیرند و آن‌ها را اجرا کنند.
- با توجه به ارتباط بین تجربه رفتاری و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان، تولیدکنندگان پوشاک ورزشی ایرانی باید بیشتر به تولید پوشاک ورزشی باکیفیت و به تجربه‌های مصرف مشتریان اهمیت دهند و تلاش خود را در جهت ارائه انواع پوشاک ورزشی ایرانی مطابق با تجربه‌های مصرف مختلف مشتریان ارائه نمایند.

در نهایت، پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده، کلیه عوامل و نتایج مؤثر از تجربه‌های مصرف، معرفی و مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند. همچنین پیشنهاد می‌شود که تحقیقی جهت اندازه‌گیری میزان تأثیر تجربه‌های مصرف و ادراک از قیمت پوشاک ورزشی ایرانی از دیدگاه مشتریان صورت پذیرد.

منابع

- اسفیدانی، م. ر.؛ عبدالله‌پور، س. و خمویی، ف. (۱۳۹۸). نقش طرح محصول در تبیین واکنش‌های روان‌شناختی مصرف‌کنندگان: توجه به نقش متغیرهای درگیری محصول و تجربه مصرف. پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۲۳ (۳)، ۱۰۵-۱۲۸.
- بایرامی، م. (۱۳۹۵). بررسی درک قیمت عادلانه بر رضایت مصرف‌کننده. مطالعات مدیریت و کارآفرینی، ۲ (۱)، ۱۲۴-۱۳۳.
- پارسا، آ. و فرحیان، س. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر جنبه‌های مختلف تجربه مصرف بر متغیرهای پس از مصرف (رضایت، شدت دلتنگی، ارتباطات دهان به دهان، نیت رفتاری: مورد مطالعه دانشگاه آزاد اسلامی مشهد. نشریه علمی راهبردهای بازرگانی، ۱۴ (۹)، ۲۹-۴۴.
- حبیبی، آ. و کلاهی، ب. (۱۴۰۱). مدل‌یابی معادلات ساختاری. تهران: جهاد دانشگاهی.
- حمیدی‌زاده، م. ر.؛ اخوان، م. و کاظمی‌گرگی، ا. (۱۳۹۸). شناسایی انواع تجربه‌های مصرف و بررسی تأثیر آن‌ها بر ادراک از قیمت. مدیریت بازرگانی، ۱۱ (۳)، ۵۸۵-۶۰۸.
- عظیمی، ح. و عزیزاللهی، ا. (۱۳۹۸). تأثیر تجربه مصرف بر ارزش ویژه برند مبتنی بر نظر مصرف‌کننده. نشریه علمی کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۱۱ (۲۲)، ۱۷۶-۱۴۹.
- محمدیان، م. و نائلی، م. (۱۳۹۸). تحلیل تجربه مشتری و جایگاه آن در ادبیات بازاریابی. بررسی‌های بازرگانی، ۱۷ (۹۴-۹۵)، ۸۵-۱۰۳.
- محمودی، ا.؛ سالاری‌پور، س. ز.؛ خلیلی‌پور، ح. و حسینی سرتشنیزی، م. (۱۴۰۰). تأثیر محیط فیزیکی بر ادراک از قیمت، رضایت و وفاداری مشتریان (مورد مطالعه: رستوران‌های شهر اهواز). مطالعات رفتار مصرف‌کننده، ۸ (۱)، ۵۹-۸۴.

Andajani, E. (2015). Understanding customer experience management in retailing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 629-633 .

Aygun, M., & Demir, E. K. (2020). Analysing Motivations for Sports Consumption of Students at School of Physical Education and Sports. *Asian Journal of Education and Training*, 6(2), 314-319 .

- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the academy of marketing science*, 48, 630-648 .
- Benedek, J. J.(2021) .*Strategic Marketing in Intercollegiate Athletics: An Analysis of the Football Marketing Directors in the Big Ten Conference*: Indiana University.
- Han, S., Fu, Y., Cao, B., & Luo, Z. (2018). Pricing and bargaining strategy of e-retail under hybrid operational patterns. *Annals of Operations Research*, 270, 179-200 .
- Jain, R., Aagja, J., & Bagdare, S. (2017). Customer experience—a review and research agenda. *Journal of service theory and practice*, 27(3), 642-662 .
- Jin, N., Merkebu, J., & Line, N. D. (2019). The examination of the relationship between experiential value and price fairness in consumers' dining experience. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(2), 150-166 .
- Kim, S., Cha, J., Knutson, B. J., & Beck, J. A. (2011). Development and testing of the Consumer Experience Index (CEI). *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(2), 112-132 .
- Klink, R. R., Zhang, J. Q., & Athaide, G. A. (2020). Designing a customer experience management course. *Journal of Marketing Education*, 42(2). 157-169.
- Lassale & Britton (2002), Priceless: Turning Ordinary Products into Extraordinary Experiences, Harvard Business School Pr . pp.140.
- Le, T. M., & Liaw, S.-Y. (2017). Effects of pros and cons of applying big data analytics to consumers' responses in an e-commerce context. *Sustainability*, 9(5), 798 .
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of marketing*, 80(6), 69-96 .
- Liu, C.-H. S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42-54 .
- Nafuna ,E., Ayub Kutosi Masaba, D., Tumwine, S., Watundu, S., Bonareri, T., & Nakola, N. (2019). Pricing strategies and financial

performance: the mediating effect of competitive advantage. Empirical evidence from Uganda, a study of private primary schools. *Global Journal of Management and Business Research*, 19(1-C), 28-37 .

Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2020). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102414 .

Olajide, S., Lizam, M., & Olajide, E. (2016). Understanding the conceptual definitions of cost, price, worth and value. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 21(09), 53-57 .

Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10).

Victor, V., Thoppan, J. J., Fekete-Farkas, M., & Grabara, J. (2019). Pricing strategies in the era of digitalisation and the perceived shift in consumer behaviour of youth in Poland. *Journal of International Studies (2071-8330)*, 12(3).

Witell, L., Kowalkowski, C., Perks, H., Raddats, C., Schwabe, M., Benedettini, O., & Burton, J. (2020). Characterizing customer experience management in business markets. *Journal of business research*, 116, 420-430 .

Investigating the relationship between consumption experiences and perception of the price of Iranian sportswear from the perspective of customers

Zahra Aminiroshan¹, Javad Gholamiyan^{2*}, reza yazdi³

1) Assistant Professor, Department of Physical Education, Farhangiyen University, Tehran, Iran

2) Assistant Professor, Faculty of Sports Sciences, Ferdowsi University, Mashhad, Iran

3) Sanabad Golbahar Non-Governmental Non-Profit Higher Education Institution, Mashhad, Iran

Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationship between consumer experiences and perceptions of the price of Iranian sportswear from the perspective of customers. The statistical population included all customers of sportswear products in Mashhad in 2023-2024, whose total number is unlimited. Based on the results of Morgan table, the sample size in the statistical population with a large and unknown number is 384 people. The present research is applied in terms of purpose and descriptive and correlational in terms of method, with data collected through both field and non-field methods. The research tool was a researcher-made questionnaire whose validity and reliability were examined. The consumer experience questionnaire had 18 questions in 4 dimensions and the price perception questionnaire had 42 questions and 7 dimensions. The face and content validity of the questionnaire was confirmed by 9 professors of sports management and it was confirmed with Cronbach's alpha coefficient of 0.878 and 0.822 for the consumption experience and price perception questionnaires, respectively. Also, to evaluate the validity of the research construct, the test of excellent exploratory analysis and confirmatory factor analysis were used. In addition, Kolmogorov-Smirnov and Pearson correlation tests were used. It should be noted that data analysis was used in SPSS software version 22 and LISREL version 10. According to the findings of Pearson correlation test, it was found that there is a positive and significant relationship between consumption experience and its dimensions with perception of price. This relationship was the strongest in terms of behavioral experience and the lowest in terms of emotional experience.

Keywords: Consumption experiences, Perception of price, Iranian sportswear, Customers

Corresponding author's email: (j.gholamian@ferdowsi.um.ac.ir)

پژوهش‌های بین‌رشته‌ای در اوقات فراغت

دوره ۱، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳

پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان مبتنی بر انواع شخصیت

علی کروکی^{۱*}

۱- دانش‌آموخته دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی کرمان، کرمان، ایران

چکیده

هدف اصلی تحقیق حاضر، پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان، مبتنی بر انواع شخصیت بود. بر این اساس، در این پژوهش، روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی بوده و از نظر هدف، کاربردی می‌باشد که به صورت میدانی، با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان به تعداد ۷۰ نفر بوده که به روش نمونه‌گیری بصورت تمام شمار انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، شامل دو پرسشنامه استاندارد شخصیت MBTI (۲۰۱۶) و پرسشنامه استاندارد اخلاق حرفه‌ای عیدی و همکاران (۱۳۹۵) بود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون در نرم‌افزار SPSS27 استفاده شد. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که رابطه مثبت معناداری بین شخصیت و ابعاد آن با اخلاق حرفه‌ای وجود دارد. همچنین، شخصیت و ابعاد آن بر اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان تأثیر مثبت معناداری دارد و مدل رگرسیونی تقریباً ۴۱/۲ درصد واریانس متغیر اخلاق حرفه‌ای را تبیین و پیش‌بینی می‌کند. با توجه به تأثیر مثبت و معنادار ابعاد شخصیت بر اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های آموزشی و توسعه‌ای جهت تقویت ویژگی‌های شخصیتی مثبت در بین ورزشکاران، طراحی و اجرا شوند. این برنامه‌ها می‌توانند با هدف ارتقاء اخلاق حرفه‌ای و بهبود عملکرد ورزشی بر جنبه‌هایی مانند مسئولیت‌پذیری، صداقت، تعهد و سایر ویژگی‌های شخصیتی مرتبط با اخلاق حرفه‌ای تمرکز کنند تا زمینه‌ساز رشد فردی و حرفه‌ای بانوان ورزشکار در استان کرمان باشند.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۲

شماره صفحات: ۱۰۱-۱۲۴

واژگان کلیدی:

اخلاقیات حرفه‌ای ورزشی، تیپ‌های شخصیتی، بانوان، ورزشکاران نخبه

استناد به مقاله:

کروکی، علی. (۱۴۰۳). پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان مبتنی بر انواع شخصیت. *اندیشه‌های نوین در ورزش تربیتی*، ۱(۴)، ۱۰۱-۱۲۴.



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

DOI: <https://doi.org/10.22034/ntes.2025.504105.1030>

URL: https://ntes.imamreza.ac.ir/article_223555.html

مقدمه

نوع شخصیت^۱ افراد می‌تواند به طور قابل توجهی بر اخلاق حرفه‌ای آن‌ها تأثیر بگذارد. به عنوان مثال، افراد درون‌گرا ممکن است در محیط‌های کاری آرام و منظم، عملکرد بهتری داشته باشند؛ درحالی‌که افراد برون‌گرا معمولاً در محیط‌های گروهی و تعاملی مؤثرتر عمل می‌کنند. این تفاوت‌ها می‌تواند رفتار حرفه‌ای و اخلاقی آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. افراد با شخصیت حسی، معمولاً براساس اطلاعات ملموس تصمیم می‌گیرند، درحالی‌که افراد شهودی تمایل به شهود دارند (بابکاک و ویلسون^۲، ۲۰۲۰). این تفاوت در شیوه تصمیم‌گیری می‌تواند به شکل‌گیری رویکردهای متفاوتی نسبت به اخلاق حرفه‌ای منجر شود. همچنین، افراد احساسی تصمیمات خود را بر اساس احساسات و ارزش‌های شخصی اتخاذ می‌کنند، در حالی‌که افراد منطقی به منطق و تحلیل تمایل دارند. این تفاوت‌ها در فرآیند تصمیم‌گیری می‌تواند تأثیر مهمی بر اخلاق حرفه‌ای داشته باشد. افراد با شخصیت قضاوتی به برنامه‌ریزی و سازماندهی علاقه دارند، در حالی‌که افراد ادراکی به دنبال تجربیات جدید هستند و انعطاف‌پذیری بیشتری در کار دارند. این تفاوت‌ها نیز می‌تواند رفتار حرفه‌ای و اخلاقی را تحت تأثیر قرار دهد. به طور کلی، شخصیت یکی از عوامل کلیدی در تعیین اخلاق حرفه‌ای است، اما این تأثیرات ممکن است تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند محیط کاری، فرهنگ سازمانی و شرایط دیگر تغییر کند (شاه و انوار^۳، ۲۰۲۲).

اخلاق حرفه‌ای^۴ در ورزش به مجموعه‌ای از اصول و قوانین اخلاقی اشاره دارد که ورزشکاران ملزم به رعایت آن‌ها هستند. این اصول به ورزشکاران کمک می‌کند تا با احترام، صداقت و عدالت رفتار کنند و در عین حال، عملکرد ورزشی خود را بهبود بخشند. رعایت این اصول نه تنها به تقویت روحیه‌ی ورزشی و تعامل مثبت با دیگران منجر می‌شود، بلکه به افزایش کیفیت عملکرد و موفقیت در میدان رقابت نیز کمک می‌کند (صادقی‌کلانی و همکاران، ۱۴۰۱). ابعاد اخلاق حرفه‌ای متشکل از احترام به حقوق دیگران، صداقت و شفافیت، عدالت و برابری و تعهد به قوانین ورزش می‌باشد. در ادامه، هر یک از این ابعاد تعریف خواهند شد. احترام به حقوق دیگران: ورزشکاران حرفه‌ای باید به حقوق دیگران، از جمله حقوق هم‌تیمی‌ها، رقبای، داوران و تماشاگران احترام بگذارند (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). صداقت و شفافیت: ورزشکاران حرفه‌ای باید در تمامی امور ورزشی خود صادق و شفاف باشند. این می‌تواند شامل رفتار در میدان، رفتار خارج از میدان و حتی رفتار در مصاحبه‌ها و گفت‌وگوهای رسانه‌ای باشد. عدالت و برابری: ورزشکاران حرفه‌ای باید با تمامی افراد، بدون توجه

1 Personality

2 Babcock, S. E. & Wilson, C. A.

3 Shah, N. & Anwar, S.

4 Professional ethics

به نژاد، جنسیت، سن، مذهب یا هر عامل تمایز دیگری، رفتار برابری داشته باشند. تعهد به قوانین ورزش: ورزشکاران حرفه‌ای باید به قوانین ورزشی که در آن شرکت می‌کنند، متعهد باشند. این شامل رعایت قوانین بازی، قوانین مربوط به داروهای ممنوعه و قوانین مربوط به رفتار خارج از میدان می‌شود (مکینتاش و برتون، ۱۴۰۰). اخلاق حرفه‌ای در ورزش نقش بسیار مهمی را در ساختار و فرهنگ این حوزه ایفا می‌کند. ورزشکاران به عنوان نمایندگان فرهنگ ورزشی، مسئولیت بالایی در قبول و رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای دارند. این اصول، نه تنها به ایجاد یک محیط سالم و دوستانه در داخل زمین بازی کمک می‌کنند، بلکه به توسعه روحیه رقابتی سالم و تربیت جوانان نیز اهمیت می‌دهند. به دلیل اهمیتی که موضوع اخلاق در بین افراد ورزشکار دارد، پژوهش‌های متعددی در این زمینه صورت گرفته است (کینرک و همکاران^۱، ۲۰۱۸). در شرایط کنونی رعایت نشدن برخی از اصول اخلاقی، نگرانی‌های زیادی را در ورزشکاران به وجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری در بین ورزشکاران، پژوهشگران را واداشته است تا در جستجوی مبانی نظری در این رابطه بوده تا بتوانند مسیر مناسب اجرایی آن را فراهم سازند. لذا، اولین قدم در دستیابی به این اهداف، درک صحیح از مفهوم اخلاق و پاسخگویی فردی بر اساس انواع شخصیت می‌باشد (بازیدی، ۱۳۹۹). اخلاق حرفه‌ای یکی از عوامل مؤثر بر موفقیت ورزشکاران نخبه است. اخلاق حرفه‌ای به معنای رعایت اصول و قواعد اخلاقی در حرفه ورزشی است. این اصول شامل احترام به خود، هم‌تیمی‌ها، حریفان، داوران، مربیان، مسئولان و تماشاگران می‌شوند. ورزشکارانی که اخلاق حرفه‌ای دارند، می‌توانند با خیال راحت و با اعتماد به نفس، به رقابت بپردازند و از ورزش لذت ببرند. همچنین، اخلاق حرفه‌ای می‌تواند تصویر مثبتی از ورزشکار و رشته ورزشی او در جامعه ایجاد کند و به ارتقاء فرهنگ ورزشی کشور کمک نماید (جوویار و جوانمردی، ۱۴۰۲).

اخلاق حرفه‌ای در مربیگری ورزشی، موضوعی است که به طور گسترده در تحقیقات اخیر مورد بررسی قرار گرفته است. بر اساس تحقیقات جدید، مربیان ورزشی نقش مهمی در ترویج ارزش‌های اخلاقی در ورزش دارند. این تحقیقات نشان می‌دهند که مربیان باید به رعایت اصول اخلاقی، همچون احترام به حقوق انسانی، عدم تبعیض و رعایت انصاف، پایبند باشند. رعایت این اصول می‌تواند به تقویت ارتباطات مثبت بین مربی و ورزشکاران کمک کرده و همچنین باعث افزایش اعتماد و انگیزه در تیم شود (کیرنی و همکاران^۲، ۲۰۲۴). اخلاق حرفه‌ای در ورزشکاران، به مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی اشاره دارد که شامل احترام به حقوق و دستاوردهای دیگران، رفتار منصفانه، رعایت قوانین بازی و تلاش برای بهبود محیط ورزشی است. این اصول در تمامی مراحل حضور ورزشکاران،

1 Kinnerk, P.

2 Kearney, P. E.

از آغاز تا پایان مسابقات و نیز در ارتباط با همکاران، حامیان و هواداران باید رعایت شوند (لایت و هاروی^۱، ۲۰۱۹). اخلاق حرفه‌ای به عنوان یکی از اجزای اساسی رفتار حرفه‌ای در ورزشکاران، بویژه بانوان، برجسته محسوب می‌شود. رعایت اصول و استانداردهای اخلاقی در فعالیت‌های حرفه‌ای، منجر به افزایش اعتماد عمومی به ورزش و به‌عبارتی دیگر، رشد و توسعه آن می‌گردد.

تحقیقات نشان داده‌اند که ویژگی‌های شخصیتی ورزشکاران به‌طور مستقیم با الگوهای رفتاری و اخلاق حرفه‌ای آن‌ها در ارتباط است (عیدی و همکاران، ۱۳۹۵). از جمله این تحقیقات می‌توان به تحقیق ییلویی و همکاران (۱۳۹۵) اشاره کرد که رابطه مؤلفه‌های اخلاقی با ویژگی‌های شخصیتی دبیران تربیت بدنی اصفهان را مورد تبیین قرار داده است. همچنین، حیدریور و رجب‌دردی (۱۳۹۶) نیز به رابطه اخلاق حرفه‌ای و ویژگی‌های شخصیتی اشاره کرده‌اند. آقابائی و همکاران (۱۳۹۶) بیان کردند که رابطه اخلاق کاری به شخصیت فرهنگ بستگی دارد. در جوامع با جمع‌گرایی بالاتر مانند ایران، تصمیم‌ها و رفتارهای اخلاقی بیشتر متأثر از عوامل شخصیتی مرتبط با نوع‌دوستی متقابل و ارزش‌های جمع‌گرایانه‌ای چون رعایت انصاف در تعامل با دیگران هستند. عزیزیان‌کهن و همکاران (۱۳۹۹) بیان کردند که ویژگی‌های شخصیتی تأثیر مستقیم معناداری بر اخلاق حرفه‌ای دارند. بازیدی (۱۳۹۹) بیان کرد که بین اخلاق حرفه‌ای با برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، توافق‌پذیری و با وجدان بودن، رابطه مثبت اما با روان‌رنجورخویی رابطه منفی دارد. با این حال، در ایران مطالعات اندکی به بررسی رابطه بین نوع شخصیت و اخلاق حرفه‌ای در بانوان ورزشکار نخبه پرداخته‌اند؛ حتی می‌توان گفت چنین تحقیقی تاکنون انجام نشده است. نوع شخصیت افراد، مجموعه‌ای از ویژگی‌های روانی است که بر نحوه تفکر، احساس و رفتار آن‌ها تأثیر می‌گذارد. برخی از ویژگی‌های شخصیتی مانند وجدان، مسئولیت‌پذیری، صداقت و انصاف با اخلاق حرفه‌ای ارتباط نزدیکی دارند (عیدی و همکاران، ۱۳۹۵). با توجه به رابطه احتمالی بین نوع شخصیت و اخلاق حرفه‌ای، می‌توان نوع شخصیت افراد را به عنوان یک عامل پیش‌بینی‌کننده اخلاق حرفه‌ای در نظر گرفت. به عبارت دیگر، افراد با ویژگی‌های شخصیتی مثبت مرتبط با اخلاق حرفه‌ای، بیشتر احتمال دارد که رفتارهای اخلاقی را در محیط کار خود نشان دهند. در مقابل، افراد با ویژگی‌های شخصیتی منفی مرتبط با اخلاق حرفه‌ای، مانند عدم وجدان، بی‌مسئولیتی، دروغ‌گویی و بی‌انصافی، بیشتر احتمال دارد که رفتارهای غیراخلاقی را در محیط کار از خود بروز دهند. به عنوان مثال، افراد با وجدان بالا بیشتر احتمال دارد که از قوانین و مقررات تبعیت کنند، حتی اگر این کار برای آن‌ها دشوار باشد. همچنین، این افراد بیشتر احتمال دارد که به دیگران کمک کنند و از حقوق آن‌ها دفاع نمایند (عیدی و همکاران، ۱۳۹۵).

در مقابل، افراد بدون وجدان بیشتر احتمال دارد که قوانین را زیر پا بگذارند، از دیگران سوءاستفاده

1 Light, R.& Harvey, S.

کنند و به دنبال منافع شخصی خود باشند. علاوه بر این، افراد مسئولیت‌پذیر بیشتر احتمال دارد که وظایف خود را به درستی انجام دهند و به قول خود عمل کنند. همچنین، این افراد بیشتر احتمال دارد که در صورت بروز مشکل، مسئولیت آن را بر عهده بگیرند. در مقابل، افراد بی‌مسئولیت بیشتر احتمال دارد که وظایف خود را به درستی انجام ندهند، به قول خود عمل نکنند و در صورت بروز مشکل، مسئولیت آن را به گردن دیگران بیندازند (اوکانر^۱، ۲۰۲۲). افراد صادق بیشتر احتمال دارد که حقیقت را بگویند، حتی اگر این کار برای آن‌ها دشوار باشد. همچنین، این افراد بیشتر احتمال دارد که به دیگران اعتماد کنند و به آن‌ها احترام بگذارند. در مقابل، افراد دروغگو بیشتر احتمال دارد که حقیقت را کتمان کنند یا دروغ بگویند، حتی اگر این کار به دیگران آسیب برساند. افراد منصف بیشتر احتمال دارد که با دیگران به طور عادلانه رفتار کنند، صرف‌نظر از این‌که با آن‌ها چه رابطه‌ای دارند. همچنین، این افراد بیشتر احتمال دارد که از تصمیمات عادلانه حمایت کنند. در مقابل، افراد بی‌انصاف بیشتر احتمال دارد که به دیگران به طور ناعادلانه رفتار کنند و از تصمیمات ناعادلانه حمایت کنند (بازیدی، ۱۳۹۹).

تحقیقات متعددی نشان داده‌اند که ویژگی‌های شخصیتی ورزشکاران و دبیران تربیت بدنی به‌طور مستقیم با الگوهای رفتاری و اخلاق حرفه‌ای آن‌ها در ارتباط است. مطالعاتی مانند بیلویی و همکاران (۱۳۹۵)، حیدریپور و رجب‌دری (۱۳۹۶)، و عزیزیان‌کهن و همکاران (۱۳۹۹) تأکید کرده‌اند که مؤلفه‌های اخلاقی و اخلاق حرفه‌ای تحت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی مانند وجدان، مسئولیت‌پذیری و انصاف قرار دارند. همچنین، آقابابائی و همکاران (۱۳۹۶) بیان کردند که اخلاق کاری در جوامع جمع‌گرا مانند ایران، متأثر از ارزش‌های جمع‌گرایانه و نوع‌دوستی متقابل است. بازیدی (۱۳۹۹) نیز به رابطه مثبت اخلاق حرفه‌ای با برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، توافق‌پذیری و وجدان و رابطه منفی آن با روان‌رنجورخویی اشاره کرده است. به‌طور کلی، این تحقیقات نشان می‌دهند که ویژگی‌های شخصیتی، نقش مهمی در شکل‌دهی به رفتارهای اخلاقی و حرفه‌ای افراد دارند. با وجود مطالعات گسترده در زمینه رابطه ویژگی‌های شخصیتی و اخلاق حرفه‌ای، تحقیقات اندکی به بررسی این رابطه در میان بانوان ورزشکار نخبه پرداخته‌اند. حتی می‌توان گفت که تاکنون مطالعه‌ای جامع و اختصاصی در این زمینه انجام نشده است. هدف اصلی این پژوهش، بررسی و پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان بر اساس انواع شخصیت بود. با توجه به اهمیت اخلاق حرفه‌ای در موفقیت فردی و سازمانی و همچنین نقش مؤثر ویژگی‌های شخصیتی در شکل‌گیری رفتارهای اخلاقی، این مطالعه به دنبال آن بود تا رابطه بین این دو متغیر را در میان بانوان ورزشکار نخبه بررسی کند. یافته‌های این پژوهش نه تنها به شناسایی ورزشکارانی که ممکن است در معرض تخلفات

1 O'Connor, J. P.

اخلاقی قرار گیرند کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به طراحی برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای هدفمند برای ارتقاء اخلاق حرفه‌ای و بهبود عملکرد اخلاقی در محیط‌های ورزشی منجر شود. با توجه به رابطه بین نوع شخصیت و اخلاق حرفه‌ای، می‌توان نتیجه گرفت که افراد با ویژگی‌های شخصیتی مثبت مرتبط با اخلاق حرفه‌ای، بیشتر احتمال دارد که رفتارهای اخلاقی را در محیط کار خود نشان دهند. این امر می‌تواند تأثیر مثبتی بر موفقیت آن‌ها در محیط کار داشته باشد. اخلاق حرفه‌ای به عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌ها، اصول و استانداردهای رفتاری، نقش مهمی در موفقیت و عملکرد ورزشکاران نخبه ایفا می‌کند. ویژگی‌های شخصیتی به عنوان یکی از عوامل کلیدی تأثیرگذار بر رفتارهای اخلاقی شناخته می‌شوند، اما رابطه بین انواع شخصیت و اخلاق حرفه‌ای در میان بانوان ورزشکار نخبه، به‌ویژه در استان کرمان، هنوز به‌طور جامع بررسی نشده است و این در صورتی است که این موضوع از اهمیت بسزایی برخوردار می‌باشد، زیرا ورزشکاران نخبه نه تنها به‌عنوان الگوهای اجتماعی نقش‌آفرینی می‌کنند، بلکه عملکرد آن‌ها تحت تأثیر تعهدات اخلاقی و شخصیتی آن‌ها قرار دارد. بنابراین، شناسایی رابطه بین انواع شخصیت و اخلاق حرفه‌ای می‌تواند به درک بهتر عوامل مؤثر بر رفتارهای اخلاقی و حرفه‌ای این گروه کمک کند. محقق به دنبال انجام این تحقیق است، زیرا با وجود مطالعات گسترده در زمینه رابطه ویژگی‌های شخصیتی و اخلاق حرفه‌ای، تحقیقات اندکی به بررسی این رابطه در میان بانوان ورزشکار نخبه، به‌ویژه در استان کرمان، پرداخته‌اند. این خلاء پژوهشی، اهمیت توجه به نقش ویژگی‌های شخصیتی در شکل‌دهی به اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار را نشان می‌دهد. از سوی دیگر، ورزشکاران نخبه به‌عنوان الگوهای اجتماعی و فرهنگی، تأثیر بسزایی بر جامعه دارند و بررسی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای آن‌ها می‌تواند به بهبود عملکرد فردی و اجتماعی آن‌ها کمک کند. همچنین، نتایج این تحقیق می‌تواند به مربیان، مدیران و برنامه‌ریزان ورزشی در طراحی برنامه‌های آموزشی و تربیتی متناسب با ویژگی‌های شخصیتی بانوان ورزشکار کمک کند و زمینه را برای ارتقاء اخلاق حرفه‌ای و عملکرد ورزشی آن‌ها فراهم آورد. بنابراین، هدف از پژوهش حاضر، پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای براساس انواع شخصیت در بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان است. یافته‌های این مطالعه می‌تواند در شناسایی ورزشکارانی که احتمال دارد مرتکب تخلفات اخلاقی شوند و همچنین، در تدوین برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای جهت ارتقاء سطح اخلاق حرفه‌ای در ورزشکاران مؤثر واقع شود. از این‌رو، تحقیق حاضر در صدد پاسخ به این سؤال است که آیا شخصیت و انواع آن، اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان را پیش‌بینی می‌کند؟

هدف پژوهش حاضر، پیش‌بینی اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان مبتنی بر شخصیت و انواع آن بود. روش تحقیق حاضر، توصیفی-تحلیلی بود که از منظر هدف کاربردی بوده و به صورت میدانی با استفاده از توزیع پرسشنامه انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان بود که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. در این پژوهش، تعریف نخبگی، داشتن حداقل یک مقام قهرمانی کشوری بود. از این‌رو، تعداد ۷۰ نفر ورزشکار نخبه در رشته‌های ورزشی مختلف که دارای حداقل یک مقام قهرمانی کشوری بودند، در این تحقیق شرکت کردند. ابزار گردآوری داده‌ها، شامل دو پرسشنامه استاندارد تیپ شخصیتی مایرز بریگز^۱ MBTI (۲۰۱۶) دارای ۸۷ سؤال و ۸ مؤلفه درون‌گرا، برون‌گرا، حسی، شهودی، احساسی، منطقی، قضاوتی و ادراکی بود و نیز، پرسشنامه استاندارد اخلاق حرفه‌ای عیدی و همکاران (۱۳۹۵) دارای ۲۸ سؤال و ۶ مؤلفه خردجمعی، قانون‌مداری، فلسفه‌مربیگری، علاقمندی به حرفه، احترام به ارزش‌ها و هنجارها و روابط انسانی بود. پرسشنامه شخصیت MBTI که در تحقیقات زیادی استفاده شده است، از پایایی و روایی مورد تأیید برخوردار می‌باشد (محمودی‌میمند و همکاران، ۱۳۹۱؛ چراغچی و صدیقی، ۱۴۰۱؛ الیاسی و همکاران، ۲۰۲۳؛ الیاسی و تقی‌پور، ۲۰۲۳). همچنین، در تحقیق حاضر، آلفای کرونباخ به مقدار ۰/۸۱۶ بدست آمد. پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای عیدی و همکاران (۱۳۹۵) نیز در تحقیقات زیادی استفاده و پایایی و روایی آن به تأیید رسیده است (دانا و همکاران، ۱۳۹۷؛ حمزه و همکاران، ۱۴۰۱؛ مرصعی و همکاران، ۱۳۹۱)، که در تحقیق حاضر، آلفای کرونباخ آن، ۰/۸۷ بدست آمد. در این تحقیق، پرسشنامه‌ها به صورت حضوری بین بانوان ورزشکار نخبه در استان کرمان توزیع گردید که پرسشنامه‌ها بلافاصله پس از توزیع، گردآوری شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، ابتدا از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف جهت سنجش نرمالیتی توزیع داده‌ها استفاده شد. سپس، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون در سطح ۰/۰۵ معناداری در SPSS27 استفاده شد. همچنین، پیش‌فرض‌های استفاده از آزمون رگرسیون به شرح ذیل می‌باشد:

کمیت وابسته **Dependent Variable** که به آن پاسخ **Response** و **Y** نیز گفته می‌شود، باید در مقیاس پیوسته **Scale** اندازه‌گیری شود.

کمیت‌های مستقل **Independent Variables** که به آن‌ها پیش‌بینی‌کننده **Predictor** و یا **X** گفته می‌شود نیز باید به صورت پیوسته **Continuous** اندازه‌گیری شده باشند.

باید یک رابطه خطی **linear relationship** بین **X** و **Y** وجود داشته باشد.

نباید نقاط پرت **Outliers** قابل توجهی وجود داشته باشد.

مشاهدات باید از یکدیگر مستقل باشند.

مفهومی به اسم هم‌واریانسی و یا Homoscedasticity برقرار باشد. باقیمانده‌ها یا همان Residuals باید به طور تقریبی نرمال باشند (Approximately Normally).

یافته‌ها

در جدول ۱، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش ارائه شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش

بخش اول: وضعیت سن				
مجموع	کمتر از ۲۰ سال	۲۱ تا ۳۰ سال	۳۱ تا ۴۰ سال	مجموع
۷۰	۲۴	۲۱	۱۵	۷۰
درصد فراوانی	۴۸/۵۷%	۳۰%	۲۱/۴۳%	۱۰۰%
بخش دوم: وضعیت تحصیلات				
مجموع	زیر دیپلم و دیپلم	کاردانی و کارشناسی	ارشد	مجموع
۷۰	۳۷	۲۸	۵	۷۰
درصد فراوانی	۵۲/۸۵%	۴۰%	۷/۱۵%	۱۰۰%
بخش سوم: وضعیت مدال‌های کشوری				
مجموع	یک مدال	دو مدال	سه و بیشتر	مجموع
۷۰	۵۸	۹	۳	۷۰
درصد فراوانی	۸۲/۸۶%	۱۲/۸۶%	۴/۲۸%	۱۰۰%

نتایج جدول ۱، نشان داد که حدود ۴۹ درصد از پاسخ‌دهندگان با بیشترین فراوانی، کمتر از ۲۰ سال سن داشتند و حدود ۵۳ درصد از پاسخ‌دهندگان نیز زیر دیپلم و دیپلم بودند. همچنین، حدود ۸۳ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای حداقل یک مدال کشوری بودند. ابتدا جهت بررسی وضعیت نرمالیتی داده‌های تحقیق، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد (جدول ۲). در این آزمون، چنان‌چه سطح معناداری بیشتر از (۰/۰۵) باشد، بدین معناست که توزیع داده‌ها، نرمال و طبیعی است.

جدول ۲. وضعیت نرمالیتی توزیع داده‌های تحقیق

وضعیت	میانگین	انحراف استاندارد	آماره	سطح معناداری	وضعیت
درون‌گرا	۱/۵۱	۰/۱۱۶۱۲	۰/۱۸۹	۰/۲۹۸	نرمال
برون‌گرا	۱/۴۴	۰/۱۲۵۹۱	۰/۲۰۱	۰/۴۴۱	نرمال
حسی	۱/۴۸	۰/۱۳۴۵۱	۰/۱۴۹	۰/۱۱۷	نرمال

شهودی	۱/۷۴	۰/۲۲۵۷۶	۰/۱۰۶	۰/۵۱۲	نرمال
احساسی	۱/۵۱	۰/۱۵۴۰۳	۰/۲۲۳	۰/۰۶۹	نرمال
منطقی	۱/۲۶	۰/۱۷۲۵۸	۰/۱۴۵	۰/۱۱۹	نرمال
قضاوتی	۱/۳۸	۰/۱۲۴۵۴	۰/۱۸۸	۰/۳۳۵	نرمال
ادراکی	۱/۴۴	۰/۱۵۴۷۸	۰/۱۹۹	۰/۴۰۸	نرمال
انواع شخصیت	۱/۴۸	۰/۱۲۱۵۴	۰/۲۰۸	۰/۲۰۰	نرمال
اخلاق حرفه‌ای	۲/۵۹	۰/۱۰۸۹۵	۰/۳۳۱	۰/۲۰۵	نرمال

نتایج جدول ۲ نشان داد که وضعیت توزیع داده‌های گردآوری شده نرمال و طبیعی می‌باشد و ادعای نرمال بودن توزیع داده‌ها تأیید می‌گردد. بنابراین، بایستی از آزمون‌های پارامتریک استفاده نمود که در این تحقیق از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. ابتدا جهت بررسی روابط بین مؤلفه‌ها، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید.

جدول ۳. نتایج ضریب همبستگی ابعاد شخصیت و اخلاق حرفه‌ای

متغیر	اخلاق حرفه‌ای	
مؤلفه‌ها	آماره پیرسون	سطح معناداری
شخصیت درون‌گرا	۰/۴۱۱	۰/۰۰۱
شخصیت برون‌گرا	۰/۳۵۹	۰/۰۰۱
شخصیت حسی	۰/۳۶۴	۰/۰۰۲
شخصیت شهودی	۰/۲۱۹	۰/۰۳۹
شخصیت احساسی	۰/۲۳۳	۰/۰۲۶
شخصیت منطقی	۰/۶۵۱	۰/۰۰۱
شخصیت قضاوتی	۰/۷۷۱	۰/۰۰۱
شخصیت ادراکی	۰/۲۸۴	۰/۰۰۲

نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین شخصیت و ابعاد آن با اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان در سطح (۰/۰۵) رابطه مثبت معناداری وجود دارد. از آنجایی که رابطه معناداری بین ابعاد شخصیت با اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، از تحلیل رگرسیون جهت بررسی تأثیر و تبیین ابعاد استفاده شد.

جدول ۴. خلاصه مدل رگرسیونی

مدل	R	مربع R	R مربع تنظیم شده	انحراف استاندارد تخمین
۱	۰/۶۴۱	۰/۵۲۹	۰/۴۱۲	۰/۲۵۴۹۱

جدول ۵. آنووا

مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۷/۵۴۱	۱۴	۰/۲۵۴	۴/۸۵۲	۰/۰۰۱
باقیمانده	۱۵/۱۲۷	۱۰۶	۰/۱۹۵		
مجموع	۲۲/۶۶۸	۱۲۰			

جدول ۵. ضرایب رگرسیونی

رگرسیون	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف استاندارد	بتا	تی
ثابت	۶/۲۹۰	۱/۴۶۹		۵/۷۴۶
شخصیت درون‌گرا	۰/۷۴۱	۰/۲۶۴	۰/۲۲۱	۱/۸۳۷
شخصیت برون‌گرا	۰/۶۵۹	۰/۲۴۶	۰/۲۴۹	۱/۷۷۰
شخصیت حسی	۰/۷۴۷	۰/۳۱۹	۰/۲۲۳	۱/۱۸۲
شخصیت شهودی	۰/۵۹۹	۰/۳۴۹	۰/۲۶۱	۱/۰۳۰
شخصیت احساسی	۰/۴۸۹	۰/۴۱۲	۰/۲۴۱	۱/۳۱۵
شخصیت ادراکی	۰/۶۴۴	۰/۳۲۸	۰/۳۲۵	۱/۱۶۴
شخصیت منطقی	۰/۵۴۸	۰/۳۸۴	۰/۳۶۱	۱/۳۴۰
شخصیت قضاوتی	۰/۸۶۳	۰/۴۰۹	۰/۳۷۶	۱/۰۲۳
انواع شخصیت	۰/۶۲۳	۱/۸۸۶	۰/۱۱۳	۲/۰۱۹

با توجه به ضریب استاندارد بتا و سطح معناداری، بطورکلی شخصیت بر اخلاق حرفه‌ای مربیان ورزشی استان کرمان تأثیر مثبت معناداری دارد. در این مدل رگرسیونی، ابعاد شخصیت بر اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان تأثیر معناداری ($P < ۰/۰۵$) نشان داده است و مدل رگرسیونی $۴۱/۲$ درصد واریانس متغیر اخلاق حرفه‌ای را تبیین و پیش‌بینی می‌کند و این تأثیر نسبتاً قوی و قابل توجه می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

شخصیت و انواع آن می‌تواند بر اخلاق حرفه‌ای تأثیرگذار باشد. هر تیپ شخصیتی با ویژگی‌های منحصر به فرد خود می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی، رفتارهای حرفه‌ای و تعاملات تیمی نقش داشته باشد. نتایج تحقیق نشان داد که شخصیت درون‌گرا بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان تأثیر مثبت معناداری دارد؛ بدین معنا که تیپ شخصیتی درون‌گرا می‌تواند اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان را پیش‌بینی و تبیین کند. نتایج حاصل از تحقیق حاضر با نتایج تحقیق بازیدی (۱۳۹۹) همسو است. وی دربارهٔ روابط مستقیم و تأثیر قابل توجه شخصیت درون‌گرا بر اخلاق حرفه‌ای تأکید داشته است. چنین استنباط می‌گردد که شخصیت درون‌گرا می‌تواند تعیین‌کننده‌ای برای سطح اخلاق ورزشکاران باشد. از این‌رو، می‌توان اذعان کرد که احتمالاً شخصیت درون‌گرا می‌تواند به تقویت و حفظ اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان کمک نماید. در این حوزه، تحقیق ناهمسو رؤیت نشد. شخصیت درون‌گرا می‌تواند تأثیرات مثبتی بر رعایت اخلاق حرفه‌ای در میان ورزشکاران نخبه داشته باشد. ورزشکارانی که دارای شخصیت درون‌گرا هستند، معمولاً ترجیح می‌دهند به صورت مستقل و با تمرکز بالا فعالیت کنند. این ویژگی به آن‌ها کمک می‌کند تا بهتر به اصول اخلاقی و حرفه‌ای پایبند بمانند. از آن‌جا که این افراد تمایل بیشتری به خوداندیشی و تحلیل دارند، بهتر می‌توانند با فشارهای روانی و اجتماعی مقابله کرده و در موقعیت‌های حساس، تصمیم‌گیری‌های منطقی‌تری انجام دهند. همچنین، گرایش آن‌ها به تفکر عمیق و مراقبت از خود، توانایی‌شان را در مواجهه با چالش‌های حرفه‌ای و اخلاقی افزایش می‌دهد. از منظر علمی، درون‌گرایی با ویژگی‌هایی مانند تعمق، خوداندیشی و تحلیل دقیق همراه است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که این ویژگی‌ها می‌توانند به فرد در مدیریت استرس و حفظ تعادل روانی کمک کنند. ورزشکاران درون‌گرا معمولاً کمتر به دنبال تأیید اجتماعی هستند و بیشتر بر ارزش‌ها و اصول شخصی خود تکیه می‌کنند. این موضوع می‌تواند به تقویت اخلاق حرفه‌ای آن‌ها منجر شود. از آن‌جا که افراد درون‌گرا زمان بیشتری را به تفکر و برنامه‌ریزی اختصاص می‌دهند، می‌توانند با دقت بیشتری به ابعاد مختلف مسائل اخلاقی توجه کرده و تصمیم‌گیری‌های آگاهانه‌تری انجام دهند. علاوه بر این، مطالعات روانشناسی حاکی از آن است که افراد درون‌گرا معمولاً از مهارت‌های خودکنترلی بالاتری برخوردارند. این مهارت‌ها در محیط‌های پرتنش ورزشی که نیازمند تصمیم‌گیری‌های سریع و حیاتی هستند، بسیار مفیدند. ورزشکاران درون‌گرا به دلیل تمرکز و دقت بالاتر، کمتر در معرض خطاهای اخلاقی قرار می‌گیرند. توانایی آن‌ها در خودکنترلی و خوداندیشی، به آن‌ها کمک می‌کند تا بهتر از ورزشکاران برون‌گرا در برابر وسوسه‌ها و فشارهای خارجی مقاومت کنند

و رفتارهای حرفه‌ای تری از خود نشان دهند. در نهایت، ترکیب این ویژگی‌ها می‌تواند به تقویت و حفظ اخلاق حرفه‌ای در میان ورزشکاران نخبه کمک شایانی نماید.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شخصیت برون‌گرا تأثیر مثبت و معناداری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان دارد. این بدان معناست که تیپ شخصیتی برون‌گرا قادر است اخلاق حرفه‌ای این ورزشکاران را پیش‌بینی و تبیین کند. یافته‌های این پژوهش با نتایج تحقیق عزیزیان کهن و همکاران (۱۳۹۹) همخوانی دارد. آن‌ها نیز بر روابط مستقیم و تأثیر قابل توجه شخصیت برون‌گرا بر اخلاق حرفه‌ای تأکید کرده‌اند. هم‌سو بودن نتایج این دو تحقیق به دلیل تأکید مشترک بر تأثیر مثبت و معنادار شخصیت برون‌گرا بر اخلاق حرفه‌ای است. هر دو پژوهش نشان می‌دهند که شخصیت برون‌گرا به‌طور مستقیم و قابل‌توجهی می‌تواند اخلاق حرفه‌ای را در میان ورزشکاران نخبه تقویت کند.

در این حوزه، تحقیقات هم‌سوی دیگری مشاهده نشده است. شخصیت برون‌گرا می‌تواند تأثیرات مثبتی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه داشته باشد. ورزشکاران برون‌گرا معمولاً اجتماعی، پرانرژی و علاقه‌مند به تعامل با دیگران هستند. این ویژگی‌ها به آن‌ها کمک می‌کند تا روابط مثبت و سازنده‌ای با هم‌تیمی‌ها، مربیان و طرفداران برقرار کنند. ایجاد چنین روابطی می‌تواند به تقویت اخلاق حرفه‌ای آن‌ها بیانجامد، زیرا این ورزشکاران تمایل دارند رفتارهای خود را به گونه‌ای تنظیم کنند که تأثیر مثبتی بر اطرافیان خود بگذارند. علاوه بر این، افراد برون‌گرا معمولاً از حمایت اجتماعی بالایی برخوردارند که این امر خود می‌تواند به آن‌ها در مواجهه با فشارها و چالش‌های حرفه‌ای کمک نماید.

از دیدگاه علمی، برون‌گرایی با ویژگی‌هایی مانند انرژی بالا، تمایل به همکاری و توانایی برقراری ارتباط مؤثر همراه است. تحقیقات نشان داده‌اند که این ویژگی‌ها می‌توانند به بهبود مهارت‌های ارتباطی و همکاری در تیم‌ها کمک کنند. ورزشکاران برون‌گرا به دلیل تعاملات اجتماعی گسترده و تمایل به همکاری، می‌توانند فرهنگ تیمی مثبتی ایجاد کنند که در آن اخلاق حرفه‌ای تقویت شود. همچنین، این ورزشکاران به دلیل تمایل به دیده شدن و تأیید از سوی دیگران، ممکن است بیشتر تلاش کنند تا رفتارهای اخلاقی و حرفه‌ای از خود نشان دهند تا اعتبار و احترام بیشتری کسب کنند. مطالعات روانشناسی نیز نشان می‌دهند که افراد برون‌گرا معمولاً از سطح بالاتری از حمایت اجتماعی برخوردارند. این حمایت می‌تواند به آن‌ها در مدیریت استرس و فشارهای حرفه‌ای کمک کند. در مواقع سختی و بحران‌های اخلاقی، ورزشکاران برون‌گرا می‌توانند به منابع حمایتی خود متکی باشند و تصمیم‌گیری‌های بهتری انجام دهند. همچنین، تمایل آن‌ها به همکاری و تعامل با دیگران، امکان عملکرد مؤثر در محیط‌های تیمی را فراهم می‌کند و به تقویت اخلاق حرفه‌ای در تیم کمک می‌کند.

در مجموع، ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرا می‌تواند به ورزشکاران نخبه کمک کند تا رفتارهای حرفه‌ای و اخلاقی تری از خود نشان دهند و در محیط‌های مختلف ورزشی موفق‌تر عمل نمایند.

نتایج تحقیق نشان داد که شخصیت حسی، تأثیر مثبت و معناداری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان دارد. این بدان معناست که تیپ شخصیتی حسی قادر است اخلاق حرفه‌ای این ورزشکاران را پیش‌بینی و تبیین کند. یافته‌های این پژوهش با نتایج تحقیق آقابائی و همکاران (۱۳۹۶) هم‌خوانی دارد. آن‌ها نیز بر تأثیر مستقیم و قابل توجه شخصیت حسی بر اخلاق حرفه‌ای تأکید کرده‌اند. هم‌سو بودن نتایج این دو تحقیق، احتمالاً به دلیل استفاده از روش‌شناسی مشابه، از جمله نمونه‌گیری، ابزارهای اندازه‌گیری و روش تحلیل داده‌هاست که منجر به نتایج مشابه و تأییدکننده یکدیگر شده است. شخصیت حسی می‌تواند تأثیرات مثبتی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه داشته باشد. ورزشکاران با تیپ شخصیتی حسی، معمولاً به جرئیات توجه بیشتری دارند و بر تجربیات حسی خود تمرکز می‌کنند. این ویژگی‌ها به آن‌ها کمک می‌کند تا در موقعیت‌های ورزشی، دقت بالاتری داشته باشند و تصمیم‌گیری‌های دقیق‌تری انجام دهند. همچنین، این ورزشکاران به طور مستقیم با محیط اطراف خود در ارتباط هستند و بر اساس واقعیت‌های موجود عمل می‌کنند که این امر می‌تواند به رفتارهای حرفه‌ای و اخلاقی پایدارتر منجر شود. از دیدگاه علمی، شخصیت حسی با ویژگی‌هایی مانند توجه به جرئیات، تمرکز بر تجربه‌های حسی و واقع‌گرایی همراه است. تحقیقات نشان می‌دهند که این ویژگی‌ها به ورزشکاران کمک می‌کنند تا با دقت بیشتری به تمرین‌ها و مسابقات بپردازند و از رفتارهای غیراخلاقی پرهیز کنند. ورزشکاران حسی به دلیل تمایل به تحلیل دقیق و جزئی‌نگری، کمتر در معرض اشتباهات اخلاقی قرار می‌گیرند و تصمیم‌های آگاهانه‌تری می‌گیرند. علاوه بر این، مطالعات روانشناسی نشان می‌دهند که افراد با تیپ شخصیتی حسی، معمولاً از مهارت‌های مشاهده و تحلیل بالاتری برخوردارند. این مهارت‌ها در محیط‌های ورزشی که نیاز به واکنش‌های سریع و دقیق دارند، بسیار مفید است. ورزشکاران حسی به دلیل توانایی بالای خود در مشاهده و تحلیل محیط، می‌توانند بهتر به موقعیت‌های بحرانی واکنش نشان دهند و رفتارهای حرفه‌ای‌تری از خود بروز دهند. در نهایت، توجه به جرئیات و تمرکز بر واقعیت‌های حسی، به ورزشکاران حسی کمک می‌کند تا درک بهتری از موقعیت‌ها داشته باشند و با اخلاق حرفه‌ای بالاتری فعالیت کنند. این ویژگی‌ها در کنار هم می‌توانند به تقویت و حفظ اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه کمک کرده و آن‌ها را در مسیر حرفه‌ای‌شان موفق‌تر سازند.

افزون بر این، نتایج تحقیق نشان داد که شخصیت شهودی تأثیر معناداری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان ندارد. به عبارت دیگر، تیپ شخصیتی شهودی قادر به پیش‌بینی یا تبیین اخلاق حرفه‌ای این ورزشکاران نیست. این یافته‌ها با نتایج تحقیق ییلویی و همکاران (۱۳۹۵) که بر تأثیر مثبت و قابل توجه شخصیت شهودی بر اخلاق حرفه‌ای تأکید داشتند، هم‌سو نیست. این ناهم‌خوانی ممکن است ناشی از تفاوت در نمونه‌گیری، روش‌های تحقیق، یا تفاوت‌های فرهنگی

و اجتماعی در زمان و مکان انجام پژوهش‌ها باشد. چنین تفاوت‌هایی می‌توانند منجر به نتایج متناقض در مورد تأثیر شخصیت شهودی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه شوند. در این حوزه، تحقیقات هم‌سوی دیگری مشاهده نشده است. با این حال، شخصیت شهودی می‌تواند به طور کلی تأثیرات مثبتی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه داشته باشد. ورزشکاران با تیپ شخصیتی شهودی معمولاً به دیدگاه‌های بلندمدت و الهام‌بخش توجه دارند و کمتر به جزئیات می‌پردازند. این ویژگی‌ها به آن‌ها کمک می‌کند تا با نگاهی وسیع‌تر، به مسائل اخلاقی بنگرند و تصمیم‌گیری‌های مسئولانه‌تری انجام دهند. این افراد معمولاً به ایده‌ها و مفاهیم نوآورانه علاقه‌مندند و می‌توانند از این ویژگی برای یافتن راه‌حل‌های خلاقانه برای چالش‌های حرفه‌ای و اخلاقی استفاده کنند. از دیدگاه علمی، شخصیت شهودی با ویژگی‌هایی مانند تفکر بلندمدت، خلاقیت و توانایی تشخیص الگوها و ارتباطات پیچیده همراه است. تحقیقات نشان می‌دهند که این ویژگی‌ها می‌توانند به ورزشکاران کمک کنند تا درک عمیق‌تری از مسائل اخلاقی و حرفه‌ای داشته باشند و راه‌حل‌های نوآورانه‌ای برای مشکلات بیابند. ورزشکاران شهودی به دلیل توانایی در دیدن تصویر کلی و درک الگوهای پیچیده، می‌توانند تصمیمات آگاهانه‌تری بگیرند. علاوه بر این، مطالعات روانشناسی نشان می‌دهند که افراد با تیپ شخصیتی شهودی، معمولاً از توانایی بالاتری در پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برخوردارند. این مهارت‌ها در محیط‌های ورزشی که نیازمند استراتژی‌های بلندمدت و تصمیم‌گیری‌های مهم هستند، بسیار مفید است. ورزشکاران شهودی به دلیل توانایی در پیش‌بینی نتایج احتمالی، می‌توانند بهتر به موقعیت‌های بحرانی واکنش نشان دهند و رفتارهای حرفه‌ای‌تری از خود بروز دهند. در نهایت، تفکر بلندمدت و توانایی درک ارتباطات پیچیده می‌تواند به ورزشکاران شهودی کمک کند تا درک بهتری از موقعیت‌ها داشته باشند و با اخلاق حرفه‌ای بالاتری فعالیت کنند. این ویژگی‌ها در کنار هم می‌توانند به تقویت و حفظ اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه کمک کرده و آن‌ها را در مسیر حرفه‌ای‌شان موفق‌تر سازند.

نتایج تحقیق نشان داد که شخصیت احساسی، تأثیر مثبت و معناداری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان ندارد. به عبارت دیگر، تیپ شخصیتی احساسی قادر به پیش‌بینی یا تبیین اخلاق حرفه‌ای این ورزشکاران نیست. این یافته‌ها با نتایج تحقیق کشمیری (۱۳۹۳) که بر تأثیر مثبت و قابل توجه شخصیت احساسی بر اخلاق حرفه‌ای تأکید داشت، هم‌خوانی ندارد. ناهمسو بودن نتایج ممکن است ناشی از تفاوت در روش‌های آماری، ابزارهای اندازه‌گیری، یا ویژگی‌های جمعیت مورد مطالعه باشد. این عوامل می‌توانند منجر به اختلاف در نتایج و دیدگاه‌های متفاوت درباره تأثیر شخصیت احساسی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه شوند. در این حوزه، تحقیقات هم‌سوی دیگری مشاهده نشده است. با این حال، به طور کلی، تأثیر شخصیت احساسی بر اخلاق حرفه‌ای

ورزشکاران می‌توانند متنوع و متغیر باشد. افراد با تیپ شخصیتی احساسی معمولاً توانایی بالاتری در ارتباطات انسانی و درک احساسات دیگران دارند. این ویژگی می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا با هم‌تیمی‌ها، مربیان و دیگر افراد در تیم بهتر همکاری کنند و اخلاق حرفه‌ای بیشتری را رعایت نمایند. از سوی دیگر، این افراد ممکن است در شرایط فشار و استرس، تصمیم‌گیری‌های بهینه‌ای نداشته باشند که این مسئله می‌تواند به اخلاق حرفه‌ای آن‌ها آسیب برساند. از دیدگاه علمی، شخصیت احساسی با ویژگی‌هایی مانند همدلی، حساسیت به احساسات دیگران و اهمیت دادن به روابط اجتماعی همراه است. تحقیقات نشان می‌دهند که این ویژگی‌ها می‌توانند در تقویت تعاملات تیمی و بهبود رفتارهای اخلاقی مؤثر باشند. برای مثال، ورزشکاران احساسی ممکن است به دلیل ارزش‌های اخلاقی قوی‌تر، کمتر به تقلب یا رفتارهای غیرحرفه‌ای تمایل داشته باشند. با این حال، در شرایط پر تنش، ممکن است تصمیم‌گیری‌های آن‌ها تحت تأثیر احساسات قرار گیرد و به رفتارهای غیرحرفه‌ای منجر شود. در مجموع، اگر چه تأثیر شخصیت احساسی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران می‌تواند متغیر باشد، اما این تیپ شخصیتی در صورت همراهی با شرایط مناسب و حمایت مربیان و مدیران تیم، می‌تواند به عنوان عاملی مؤثر در تقویت اخلاق حرفه‌ای عمل کند. برای دستیابی به نتایج دقیق‌تر، انجام تحقیقات بیشتر در این زمینه ضروری است.

نتایج تحقیق نشان داد که شخصیت منطقی، تأثیر معناداری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان ندارد. به عبارت دیگر، تیپ شخصیتی منطقی، قادر به پیش‌بینی یا تبیین اخلاق حرفه‌ای این ورزشکاران نیست. این یافته‌ها با نتایج تحقیق شاه و انوار^۱ (۲۰۲۲) که بر تأثیر مثبت و قابل توجه شخصیت منطقی بر اخلاق حرفه‌ای تأکید داشتند، هم‌خوانی ندارد. تناقض بین نتایج این دو تحقیق ممکن است ناشی از تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی یا جغرافیایی بین جامعه‌های آماری مختلف باشد. همچنین، اختلاف در روش‌شناسی، ابزارهای اندازه‌گیری یا تفاوت در تعریف و ارزیابی شخصیت منطقی و اخلاق حرفه‌ای می‌تواند منجر به نتایج متفاوت شده باشد. در این حوزه، تحقیقات هم‌سوی دیگری مشاهده نشده است؛ با این حال، به‌طور کلی تأثیر تیپ شخصیتی منطقی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران می‌تواند متغیر بوده و به شرایط مختلف و فرهنگ تیمی وابسته باشد. افراد با شخصیت منطقی معمولاً به دقت در تصمیم‌گیری و ارزیابی شرایط می‌پردازند. این ویژگی می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا ارزش‌های اخلاقی و قوانین را به خوبی درک کرده و از رفتارهای نادرست و تقلبی پرهیز کنند. تحقیقات نشان داده‌اند که افراد دارای شخصیت منطقی، معمولاً در مواجهه با تصمیم‌های پیچیده و مسائل اخلاقی، بهترین تصمیمات را می‌گیرند. این افراد از توانایی بالایی در تجزیه و تحلیل مسائل برخوردارند و می‌توانند در ارتباطات تیمی و مدیریت روابط بین بازیکنان و

1 Shah, N. & Anwar, S.

مربیان نقش مثبتی ایفا کنند. برای مثال، در یک تیم ورزشی، ورزشکارانی با شخصیت منطقی معمولاً به قوانین بازی و رفتارهای اخلاقی توجه دقیقی دارند و از هرگونه رفتار ناسازگار با این ارزش‌ها اجتناب می‌کنند. این توانایی تحلیلی می‌تواند به تقویت اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران کمک کند و آن‌ها را در مسیر پیشرفت و ارتقاء کیفیت رفتاری و اخلاقی یاری رساند. البته، این امر مستلزم آن است که مدیریت تیم و مربیان بتوانند این شخصیت را به درستی تشویق و پشتیبانی کنند. در نهایت، اگر چه نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که شخصیت منطقی تأثیر معناداری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان ندارد، اما به طور کلی، این تیپ شخصیتی می‌تواند به عنوان یک عامل مؤثر در افزایش اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران ایفای نقش نماید. این موضوع به ویژه در شرایطی که مدیریت تیم و مربیان بتوانند از ویژگی‌های تحلیلی و تصمیم‌گیری دقیق این افراد بهره‌برداری کنند، مشهود خواهد بود. برای دستیابی به نتایج دقیق‌تر، انجام تحقیقات بیشتر در این زمینه ضروری است.

نتایج تحقیق نشان داد که شخصیت قضاوتی، تأثیر مثبت و معناداری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان دارد. به عبارت دیگر، تیپ شخصیتی قضاوتی قادر است اخلاق حرفه‌ای این ورزشکاران را پیش‌بینی و تبیین کند. این یافته‌ها با نتایج تحقیق لوکاجووا و هلوبوویچووا^۱ (۲۰۱۷) که بر تأثیر مثبت و قابل توجه شخصیت قضاوتی بر اخلاق حرفه‌ای تأکید داشتند، هم‌خوانی دارد. هم‌سو بودن نتایج این دو تحقیق، احتمالاً به دلیل تأکید مشترک بر تأثیر مثبت و معنادار شخصیت قضاوتی بر اخلاق حرفه‌ای است. این هم‌خوانی ممکن است ناشی از شباهت در تعاریف، روش‌های تحقیق و نمونه‌های مورد بررسی در هر دو مطالعه باشد که منجر به تأیید نتایج یکدیگر شده‌اند. در این حوزه، تحقیقات هم‌سوی دیگری مشاهده نشده است. به‌طور کلی، تأثیر تیپ شخصیتی قضاوتی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران می‌تواند از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار گیرد. افراد با شخصیت قضاوتی، معمولاً توانایی بالایی در ارزیابی رفتارها و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی دارند. این ویژگی به آن‌ها کمک می‌کند تا در مواجهه با چالش‌های اخلاقی، بهترین تصمیمات را اتخاذ کنند و به ارزش‌های اخلاقی پایبند بمانند. تحقیقات نشان داده‌اند که افراد دارای شخصیت قضاوتی، معمولاً در تجزیه و تحلیل مسائل اخلاقی مهارت دارند و بهتر می‌توانند عواقب رفتارهای خود را پیش‌بینی کنند. این توانایی به آن‌ها کمک می‌کند تا در موقعیت‌های پیچیده، تصمیم‌گیری‌های آگاهانه‌تری داشته باشند. برای مثال، ورزشکارانی با شخصیت قضاوتی، معمولاً در مواجهه با انتخاب بین تقلب و رفتار اخلاقی، تصمیمات درست‌تری می‌گیرند و به اصول اخلاقی پایبند می‌مانند. این ویژگی می‌تواند به تقویت اخلاق حرفه‌ای در تیم‌های ورزشی کمک کند و فرهنگ رقابت سالم را ترویج دهد. علاوه بر این، افراد قضاوتی به دلیل توانایی در پیش‌بینی نتایج و تحلیل دقیق موقعیت‌ها، می‌توانند

در مدیریت بحران‌های اخلاقی و حرفه‌ای نقش مؤثری ایفا کنند. در نهایت، شخصیت قضاوتی می‌تواند به عنوان یک عامل مثبت در ارتقاء اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران عمل کند. این تیپ شخصیتی به طور طبیعی با تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی سازگار است و می‌تواند در موقعیت‌های مختلف، بهترین تصمیمات را در مسیر پیشرفت ورزشی و اجتماعی اتخاذ کند. با این حال، برای دستیابی به نتایج دقیق‌تر و جامع‌تر، انجام تحقیقات بیشتر در این زمینه ضروری است. نتایج تحقیق نشان داد که شخصیت ادراکی، تأثیر معناداری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان ندارد. به عبارت دیگر، تیپ شخصیتی ادراکی، قادر به پیش‌بینی یا تبیین اخلاق حرفه‌ای این ورزشکاران نیست. این یافته‌ها با نتایج تحقیق مونرو^۱ و همکاران (۲۰۰۷) که بر تأثیر مثبت و قابل توجه شخصیت ادراکی بر اخلاق حرفه‌ای تأکید داشتند، هم‌خوانی ندارد. ناهم‌خوانی نتایج این دو تحقیق ممکن است ناشی از تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی یا ویژگی‌های جمعیت مورد مطالعه باشد. این تفاوت‌ها می‌توانند بر تأثیر شخصیت ادراکی بر اخلاق حرفه‌ای تأثیر گذاشته و منجر به نتایج متناقض شده باشند. همچنین، ممکن است روش‌های تحقیقاتی متفاوت در این دو پژوهش به کار گرفته شده باشد که به نتایج متفاوت منجر شده است. در این حوزه، تحقیقات هم‌سوی دیگری مشاهده نشده است. با این حال، به‌طور کلی، تأثیر تیپ شخصیتی ادراکی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران می‌تواند از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار گیرد. افراد با شخصیت ادراکی، معمولاً توانایی بالایی در درک و فهم احساسات خود و دیگران دارند. این ویژگی می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی، بهترین تصمیمات را اتخاذ کنند و در روابط با دیگران، احترام و توجه به ارزش‌های اخلاقی را مدنظر قرار دهند. تحقیقات نشان داده‌اند که افراد دارای شخصیت ادراکی معمولاً در مواجهه با مسائل اخلاقی و روابط انسانی پیچیده، تصمیم‌گیری‌های بهتری انجام می‌دهند. این افراد از توانایی بیشتری در درک نقاط ضعف و قوت خود و دیگران برخوردارند که می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا در روابط تیمی خود، ارزش‌های اخلاقی را به خوبی حفظ کنند. برای مثال، ورزشکارانی با شخصیت ادراکی، معمولاً به راحتی در تیم‌های مختلف بازی می‌کنند و با همکاری و همدلی، به دستاوردهای بزرگ‌تری دست می‌یابند. این افراد به تأثیرات رفتارهای خود در دیگران حساس هستند و تمایل دارند از ارزش‌های اخلاقی پیروی کنند. این ویژگی‌ها می‌تواند به تقویت اخلاق حرفه‌ای در تیم‌های ورزشی کمک کند و فرهنگ همکاری و احترام متقابل را ترویج دهد. در نهایت، اگرچه نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که شخصیت ادراکی تأثیر معناداری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه استان کرمان ندارد، اما به‌طور کلی، این تیپ شخصیتی می‌تواند به عنوان یک عامل مثبت، در تقویت اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران عمل کند. این موضوع به ویژه در

1 Munro, D.

شرایطی که مدیریت تیم و مربیان بتوانند از ویژگی‌های همدلی و درک بالای این افراد بهره‌برداری کنند، مشهود خواهد بود. برای دستیابی به نتایج دقیق‌تر و جامع‌تر، انجام تحقیقات بیشتر در این زمینه ضروری است.

نتایج تحقیق نشان داد که شخصیت بر اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان تأثیر مثبت معناداری دارد. بدین معنا که شخصیت می‌تواند اخلاق حرفه‌ای بانوان ورزشکار نخبه استان کرمان را پیش‌بینی و تبیین کند. نتایج حاصل از تحقیق حاضر با نتایج تحقیق بازیدی (۱۳۹۹)، عزیزیان‌کهن و همکاران (۱۳۹۹)، آقابابائی و همکاران (۱۳۹۶)، ییلویی و همکاران (۱۳۹۵) و شاه و انوار (۲۰۲۲) همخوانی دارد. محققین در این زمینه تحقیقات مشابهی داشته‌اند و درباره روابط مستقیم و تأثیر قابل توجه شخصیت بر اخلاق حرفه‌ای تأکید کرده‌اند. دلایل همسو بودن نتایج تحقیقات مختلف در زمینه تأثیر شخصیت بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران را می‌توان چنین در نظر گرفت که اعتبار و پایداری روش‌های تحقیق مورد استفاده در مطالعات مختلف، منجر به نتایج مشابه شده است. وجود ارتباط قوی و ثابت بین ویژگی‌های شخصیتی و رفتارهای اخلاقی در محیط‌های حرفه‌ای، به‌ویژه در حوزه ورزش و تأیید مکرر این رابطه در جوامع آماری مختلف که نشان‌دهنده عمومیت و قابلیت تعمیم این یافته‌ها است، می‌تواند به عنوان دلیل نتایج مشابه پژوهش‌ها در نظر گرفته شود. تأثیر شخصیت بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران، یک موضوع پیچیده است که به عوامل مختلفی وابسته است که عبارت است از: شرایط فرهنگی، تربیتی و شخصیتی خود ورزشکاران. شخصیت ورزشکاران می‌تواند به طور قابل توجهی بر اخلاق حرفه‌ای آن‌ها تأثیر بگذارد. شخصیت به مجموعه‌ای از ویژگی‌های روحی و رفتاری اشاره دارد که نقش بسزایی در تصمیم‌گیری‌ها، رفتارها و تعاملات فرد دارد. ورزشکاران با شخصیت‌های قوی‌تر، احتمالاً ارزش‌های اخلاقی مثبت‌تری را در پیش خواهند گرفت و در مواجهه با چالش‌های اخلاقی، بهترین تصمیمات را اتخاذ خواهند کرد. الگوهای رفتاری و شخصیت‌های ورزشکاران بر اساس مطالعات مختلف، اثرات گوناگونی بر اخلاق حرفه‌ای دارند. ورزشکارانی که دارای شخصیت قضاوتی هستند، معمولاً بهترین تصمیمات را در مواجهه با مسائل اخلاقی اتخاذ می‌کنند. این افراد دارای توانایی بیشتری در تجزیه و تحلیل مسائل اخلاقی هستند و ممکن است در مقابل انحرافات اخلاقی، مقاومت بیشتری نشان دهند. ورزشکاران با شخصیت احساسی، معمولاً توانایی بالایی در ارتباطات انسانی دارند و به احترام و همدلی با دیگران توجه می‌کنند. این می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا در موقعیت‌هایی که اخلاقیات اهمیت دارد، به رفتارهای مطلوبی دست یابند. افرادی که دارای شخصیت منطقی هستند، ممکن است در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی، با دقت بیشتری از نظر عواقب و اثرات رفتارهایشان به رقابت و ارزش‌های اخلاقی پرداخته و بهترین گزینه را انتخاب کنند. ورزشکاران با شخصیت ادراکی، ممکن است با دقت احساسات خود و دیگران

را در نظر گیرند. این ادراک می‌تواند آن‌ها را در انتخاب رفتارهایی که با ارزش‌های اخلاقی سازگار هستند، یاری دهد و از تقلب یا رفتارهای ناسازگار با اخلاق جلوگیری کند. بر اساس اطلاعات موجود، شخصیت می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران نخبه داشته باشد. این تأثیر می‌تواند بسته به ویژگی‌های شخصیتی خاص هر ورزشکار، هم مثبت و هم منفی باشد. به طور کلی، برخی صفات شخصیتی مانند وجدان‌گرایی، ثبات عاطفی و گشودگی به تجربه می‌توانند به طور مثبت بر اخلاق حرفه‌ای تأثیر بگذارند؛ در حالی که صفاتی مانند تکانشگری یا خودشیفتگی افراطی ممکن است چالش‌هایی را در این زمینه ایجاد کنند. مطالعات نشان داده‌اند که وجدان‌گرایی بالا با پایبندی بیشتر به قوانین، مسئولیت‌پذیری و تعهد به اهداف بلندمدت ارتباط دارد. ورزشکارانی که در این بعد نمره بالایی دارند، احتمالاً بیشتر به اصول اخلاقی پایبند هستند و کمتر به سمت رفتارهای غیراخلاقی مانند دوپینگ یا تقلب گرایش پیدا می‌کنند. همچنین، ثبات عاطفی (یا نورووتیسیم پایین) می‌تواند به ورزشکاران در مدیریت استرس و فشارهای رقابتی کمک کند که این امر می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری‌های اخلاقی‌تر در شرایط دشوار شود. علاوه بر این، تحقیقات در زمینه روانشناسی ورزشی نشان داده است که گشودگی به تجربه می‌تواند با انعطاف‌پذیری اخلاقی و توانایی درک دیدگاه‌های مختلف ارتباط داشته باشد. ورزشکارانی که در این بعد نمره بالایی دارند، ممکن است بهتر بتوانند پیچیدگی‌های اخلاقی را درک کنند و راه‌حل‌های خلاقانه‌تری برای معضلات اخلاقی پیدا کنند. از سوی دیگر، برون‌گرایی می‌تواند با توانایی کار تیمی و ارتباطات مؤثر مرتبط باشد که این امر می‌تواند به ایجاد یک محیط اخلاقی مثبت در تیم کمک کند. با این حال، باید توجه داشت که ترکیبی متعادل از این صفات شخصیتی احتمالاً بهترین نتیجه را در زمینه اخلاق حرفه‌ای به همراه خواهد داشت؛ زیرا هر یک از این ابعاد شخصیتی می‌توانند در شرایط مختلف مزایا و چالش‌های خاص خود را داشته باشند. در کل، شخصیت، ویژگی‌های انسانی اساسی را که در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و رفتارهای روزمره ورزشکاران تأثیرگذار است، شامل می‌شود و می‌تواند به طور معتبری بر اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران تأثیر بگذارد. از این رو، توسعه و تقویت شخصیت و ارتقاء مهارت‌های انسانی، به عنوان بخشی از آموزش ورزشی و حفظ ارزش‌های اخلاقی، بسیار اهمیت دارد.

محدودیت‌های پژوهش

- عدم کنترل متغیرهای مداخله‌گر: عوامل خارجی مانند فشارهای مالی، سیاسی یا رسانه‌ای ممکن است بر رفتار و اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران تأثیر بگذارند و در تحقیق کنترل نشده باشند.

- نمونه‌گیری محدود: تحقیق تنها بر روی ورزشکاران نخبه استان کرمان متمرکز شده است. بنابراین، تعمیم‌پذیری نتایج به سایر مناطق یا گروه‌های ورزشی ممکن است با مشکل مواجه شود.
- تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی: تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی بین جوامع مختلف می‌تواند بر نتایج تأثیر بگذارد و باعث شود یافته‌ها در سایر مناطق کاربرد نداشته باشد.

پیشنهادات کاربردی

- آموزش و توسعه شخصیت: برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی برای ورزشکاران به منظور تقویت ویژگی‌های شخصیتی مثبت مانند خودکنترلی، تفکر منطقی و همدلی که می‌تواند به بهبود اخلاق حرفه‌ای کمک کند.
- مشاوره روان‌شناختی: ارائه خدمات مشاوره‌ای به ورزشکاران برای درک بهتر ویژگی‌های شخصیتی خود و تأثیر آن بر رفتارهای حرفه‌ای و اخلاقی.
- تقویت فرهنگ تیمی: ایجاد محیط‌های تیمی که ارزش‌های اخلاقی و حرفه‌ای را ترویج می‌دهند و به ورزشکاران کمک می‌کنند تا در تعاملات خود رفتارهای اخلاقی‌تری داشته باشند.
- برنامه‌های مربیگری: آموزش مربیان برای شناسایی و پرورش ویژگی‌های شخصیتی مثبت در ورزشکاران و کمک به آن‌ها در مواجهه با چالش‌های اخلاقی.
- ارزیابی مستمر: انجام ارزیابی‌های دوره‌ای از شخصیت و اخلاق حرفه‌ای ورزشکاران به منظور شناسایی نقاط قوت و ضعف و ارائه بازخوردهای سازنده.
- توسعه ابزارهای اندازه‌گیری: طراحی و استفاده از ابزارهای دقیق‌تر برای سنجش شخصیت و اخلاق حرفه‌ای، به‌ویژه در محیط‌های ورزشی.
- تحقیقات بیشتر: انجام تحقیقات گسترده‌تر در مناطق مختلف و با نمونه‌های متنوع‌تر به منظور درک بهتر تأثیر شخصیت بر اخلاق حرفه‌ای و تعمیم‌پذیری نتایج.
- حمایت روان‌شناختی: ایجاد سیستم‌های حمایتی برای ورزشکاران در مواجهه با فشارهای روانی و استرس‌های ناشی از رقابت‌های ورزشی که می‌تواند بر اخلاق حرفه‌ای آن‌ها تأثیر بگذارد.

منابع

اسماعیل‌زاده، ر.؛ صفایی‌کناری، ع. ر. و درزیانی، م. (۱۳۹۸). اخلاق و حقوق ورزشی. انتشارات حتمی.

آقابابائی، ن.؛ طلائی پاشیری، ا. ر. و کواتس، ک. (۱۳۹۶). بررسی روابط میان ویژگی‌های شخصیتی، بنیان‌های اخلاقی و اخلاق کاری در دانشجویان ایرانی و کانادایی. *روان‌شناسی فرهنگی*، ۱(۲)، ۱-۲۲.

بازیدی، ق. (۱۳۹۹). نقش ویژگی‌های شخصیتی بر رعایت اخلاق حرفه‌ای و پاسخگویی فردی در ادارات ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی گرایش مدیریت راهبردی در سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی، دانشگاه ارومیه.

جویبار، ح. س. و جوانمردی، ر. (۱۴۰۲). ارزش‌ها و اصول اخلاق حرفه‌ای در ورزش. هشتمین همایش بین‌المللی پژوهش‌های نوین در علوم ورزشی و تربیت بدنی، همدان.

چراغچی، م. و صدیقی، م. (۱۴۰۱). گزینش کارکنان در صنعت گردشگری بر اساس مدل MBTI. سومین کنفرانس ملی مدیریت و صنعت گردشگری، دوره برگزاری ۳.

<https://civilica.com/doc/1544267/>

حمزه سبزی، ا.؛ گل‌زاده، ف.؛ آقازاده، ا. و حیدریان بایی، ا. (۱۴۰۱). تبیین الگوی ارتباطی فرهنگ اخلاق سازمانی با اخلاق حرفه‌ای در مربیان ورزشی. *مطالعات روان‌شناسی ورزشی*، ۱۱(۳۹)، ۱۹۵-۲۱۸.

حیدریپور، ف. و رجب‌دري، ح. (۱۳۹۶). رابطه اخلاق حرفه‌ای و ویژگی‌های شخصیتی سرمایه‌گذاران بورس اوراق بهادار. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۲(۲)، ۱۶۱-۱۶۴.

دانا، ا.؛ رفیعی، ص.؛ سبزی، ا. و گوزل‌زاده، ا. (۱۳۹۷). تبیین الگوی ارتباطی سلامت معنوی با اخلاق حرفه‌ای در مربیان ورزشی. *پژوهش در ورزش تربیتی*، ۶(۱۴)، ۱۹۵-۲۱۶.

صادقی‌کلانی، ا.؛ زردشتیان، ش.؛ بهرامی، ش. و صادقی، م. (۱۴۰۱). تدوین مرام‌نامه اخلاق داوری ورزشی در ایران با رویکرد پدیدارشناسی. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۲۱(۵۸)، ۶۷-۸۲.

عزیزیان‌کهن، ن.؛ محرم‌زاده، م.؛ روح‌نواز، س. و طوسی، د. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر اخلاق حرفه‌ای با نقش واسطه‌ای انگیزش شغلی مربیان استخرهای شنا در اردبیل. *مجله اخلاق زیستی- علمی پژوهشی*، ۱۰(۳۵)، ۱-۱۴.

عیدی، ح.؛ شعبانی‌مقدم، ک. و امیری، ج. (۱۳۹۵). هنجاریابی پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای مربیان ورزشی. *فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۵(۱)، ۱۱-۲۲.

کشمیری، م. (۱۳۹۳). *رابطه ویژگی‌های شخصیتی و اخلاق حرفه‌ای با فرسودگی شغلی کارکنان دانشکده فنی شهید رجایی شیراز*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم تربیتی، گرایش مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.

محمودی‌میمند، م.؛ وزیرزنجانی، ح. ر. و خلیلی یادگاری، م. (۱۳۹۱). ابعاد شخصیتی تست مایرز-بریگز (MBTI) و تمایل خرید مشتریان. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۲(۴)، ۱۴۷-۱۶۰.

مرصعی، م.؛ پورسلطانی زرنندی، ح. و شجاع، ر. (۱۳۹۱). تبیین نظام نامه اخلاق حرفه‌ای مربیان شنای ایران. *همایش بین‌المللی تربیت بدنی و ورزش*.

مکینتاش، ا. د. و برتون، ل. ج. (۱۴۰۰). *رفتار سازمانی در مدیریت ورزش*. مترجمان: اعظم خلیل‌پور، سمیرا کرمانشاهی و مجید نامور، انتشارات: مبانی.

<https://pubmabani.ir/product/organizational-behavior-in-sport-management>

یلویی، ب.؛ مستحفظیان، م. و مشکاتی، ز. (۱۳۹۵). رابطه بین مؤلفه‌های اخلاقی با ویژگی‌های شخصیتی. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۱(۱)، ۱۳۷-۱۴۴.

Babcock, S. E., and Wilson, C. A. (2020). "Big five model of personality" in *The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences: Personality Processes and Individual Differences*, 55–60.

<http://dx.doi.org/10.1002/9781119547174.ch186>

Elyasi, S. & TAGHIYAREH, F. (2023). MBTI-Based Personality Assessment through Introducing a Puzzle Game, *INTERNATIONAL CONFERENCE ON WEB RESEARCH*. Issue 9. <https://sid.ir/paper/1046848/en>

Elyasi, S. VarasteNejad, A. Taghiyareh, F. (2023), MBTI-Personality Types and Traits of Professional Software Engineers, *International Journal of Web Research*, Volume:6, Issue:1 Page(s): 9-16, <https://sid.ir/paper/1124392/en>

Kearney, P. E., Logan, O., Dunton, A., & Coughlan, E. K. (2024). The adaptable coach – A critical review of the practical implications for traditional and constraints-led approaches in sports coaching: A commentary. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 19(3), 1255-1261. <https://doi.org/10.1177/17479541241247411>

Kinnerk P, Harvey S, MacDonncha C, et al. (2018), A review of the game-based approaches to coaching literature in competitive team sport settings. *Quest* 2018; 70: 401–418. <http://dx.doi.org/10.1080/00336297.2018.1439390>

Light R, Harvey S. (2019), *Positive pedagogy for sport coaching*. 2nd ed. London: Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9780429266300/positive-pedagogy-sport-coaching-richard-light-stephen-harvey>

- Lukáčová, J., Hlubovičová, K. (2017), Work Ethic of Phd Students and Selected Personality Predictors, available at: <https://www.researchgate.net/publication/320016245>
- Munro, D., Bore, M., Powis, D. (2007), Personality factors in professional ethical behaviour: Studies of empathy and narcissism, Australian Journal of Psychology, volume 57, issue 1, pp: 49-60. <https://doi.org/10.1080/00049530412331283453>
- O'Connor JP. Coaching children in sport: a focus on learning. In: Toms M, Jeanes R (eds) Routledge handbook of coaching children in sport. London: Routledge, 2022, pp.5-15. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003199359-3/coaching-children-sport-focus-learning-justen-connor>
- Shah, N. Anwar, S. (2022), Impact of Personality Traits on Ethical Behavior, The Government: Research Journal of Political Science Vol. VI. <https://www.researchgate.net/publication/364314117>

Prediction of professional ethics of elite women athletes in Kerman province based on personality types

Ali Korooki¹

1) Graduated with a PhD in Sports Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Abstract

The main goal of the current research was to predict the professional ethics of elite women athletes in Kerman province based on personality types. The research method is descriptive-analytical, which is practical from the point of view of the goal, and it was carried out in the field using the distribution of standard questionnaires. The statistical population of the research included all the elite sportswomen of Kerman province in the number of 70 people and the sampling method was full number. The data collection tool included two standard MBTI personality questionnaires (2016) and Eidi et al.'s standard professional ethics questionnaire (2015). To analyze the collected data, Pearson's correlation coefficient test and regression analysis were used in SPSS27 software. The results of the Pearson correlation coefficient test showed that there is a significant positive relationship between personality and its dimensions with professional ethics. Also, the personality and its dimensions have a significant positive effect on the professional ethics of elite women athletes in Kerman province, and the regression model explains and predicts approximately 41.2% of the variance of the professional ethics variable. Given the positive and significant impact of personality dimensions on the professional ethics of elite female athletes in Kerman province, it is suggested that educational and developmental programs be designed and implemented to strengthen positive personality traits among athletes. These programs can focus on aspects such as responsibility, honesty, commitment, and other personality traits related to professional ethics, aiming to enhance professional ethics and improve athletic performance, thereby fostering the personal and professional growth of female athletes in Kerman province.

Keywords: Professional sports ethics, personality types, women, elite athletes.

Corresponding author's email: (Ali.korooki@iauk.ac.ir)

Contents

Developing a model for policies to develop indigenous and local sports culture in Iran	1
Seyed Karim Saadat Mirghadim, javid pourabdi	
Identifying the mental patterns of experts regarding the factors inhibiting the productivity of human capital of the fire department and safety services	23
Amir Orly, Mahdi Talebpour, Javad mohammadkhani, vahid saatchian, Saeid khayatmoghadam	
Determining the relationship between jehadi management and organizational popularity through spirituality at work among physical education teachers	47
omid safari	
The Effect of Sports Imagery Ability on Motor Performance, Concentration and Impulsivity in Elementary School Students	61
Hossein Asghar Poorabed, Hamid Nejat	
Investigating the relationship between consumption experiences and perception of the price of Iranian sportswear from the perspective of customers	81
Zahra Aminiroshan, Javad Gholamiyan, reza yazdi	
Prediction of professional ethics of elite women athletes in Kerman province based on personality types	101
Ali Korooki	

Interdisciplinary Studies in Leisure

Imamreza International University

Vol. (1), No. (4), Winter 2025

Shapa: ISSN3060-6128**Address:** Seasonal Office, No. 2298,

Holy Mashhad, Palestine Square, Shahid Montazeri Boulevard, between 5 and 7

Montazeri, Imam Reza International University (AS)

Tell:0098 51 38041 (1158)**Fax:**0098 51 38041 (1158)**Web:** www.JGK.imamreza.ac.ir**Email:** ntes.imamreza.ac.ir/

Publisher: Imam Reza International University**Editorial Director:** DR Mehdi Esfahani Ph.D) (Assistant Professor, Geography group of Shahid Beheshti University)**Editor-in-chief:** DR Vahid Saatchian*(Ph.D) (Assistant Professor, Geography group of Shahid Beheshti University)*

Editorial Board:

DR Mehdi Talebpoor Professor Sport Management and Motor Behavior

Ferdowsi University of Mashhad

DR Habib Honari Professor of Physical Education and Sports Sciences Allameh

Tabataba'i University

DR Hossein Ali Mohammadi Assistant Professor University of Qom

DR Hossein Eidi Associate Professor, Sport Management, Razi University,

Kermanshah, Iran

DR Farzam Farzan Associate Professor of sport management and leisure studies,

university of mazandaran

DR Mohammad Keshtidar Associate Professor Sport Management and Motor

Behavior Ferdowsi University of Mashhad

DR Faride Hadavi Full professor, Sport Management, Azad university,

Eslamshahr

Executive Director: Reyhane Salari**Editor:** Aida Firozian Poursafahani**layout:** Zahra Shojaei

