

Article history:

Received: 30 June 2024

Received in revised form: 24 September 2024

Accepted: 18 September 2024

Published online: 20 September 2024

**Presenting the model of social responsibility of Iran's sports and youth departments****Mohammd Yaser Yeke Khan** PhD student in sports management, Mashhad branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran. E-mail: Y.yekexhan@gmail.com**Kazem Cheragh Birjandi** Assistant Professor of Sports Management, Birjand Branch, Islamic Azad University, Birjand, Iran. E-mail: kbirjandi@iaubir.ac.ir**Mohammad Keshtidar** Professor of Sports Management, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. E-mail: keshtidar@um.ac.ir**Javad Mohammad Khani** Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran. E-mail: j.mohammadkhani66@mshdiau.ac.ir**Article Info****Article type:**

Research Article

Keywords:Iran,
public trust,
Responsibility,
satisfaction,
social vitality**ABSTRACT****Introduction:** The current research was conducted with the aim of providing a model of social responsibility of Iran's sports and youth departments.**Methods:** This research has been carried out in the framework of qualitative approach and by using the foundational data research method. The statistical population of expert participants present in this research includes: general managers of Iran's sports and youth departments, deputy directors of Iran's general sports and youth department, high and middle level employees and experts in the field of social responsibility with articles and publications. The statistical sample was 15 people who were selected for a semi-structured interview as a purposeful sampling. Data were analyzed at the same time as information was collected using the Strauss and Corbin method. The validity of the data was confirmed based on the intra-subject agreement percentage equal to 0.88**Results:** The results showed that 130 primary codes with 29 sub-categories and 5 main categories in the format of the five dimensions of the paradigm model including: causal conditions, intervening conditions, background characteristics, strategies and consequences, formed the conceptual model of social responsibility of Iran's sports and youth departments. The integration of categories based on the relationships between them around the axis of social responsibility forms a paradigmatic model; which reflects the pattern of all people involved in social responsibility affairs**Conclusion:** Policy making and planning based on the model presented in the research can increase satisfaction with sports and youth departments and public trust. Also, it will create social vitality and create more motivation for athletes.**Cite this article:** Yeke Khan, M. Y. , Cheraghibirjandi, K. , Keshtidar, M. and Mohamad Khani, J. (2024). Presenting the model of social responsibility of Iran's sports and youth departments. *New Approaches in Sports Management*, 12(45), 117-131. doi: 10.22034/ntsmj.2024.2034244.1072

Publisher: Iranian Scientific Association of Sports Management

Extended Abstract

Introduction

The cost of a society with managers who do not feel responsible for it is very high. If organizations and companies do not respect their social goals, environmental pollution, poverty, disease, discrimination and disorder will cover their environment, and if they do not look at the matter with a little foresight, these problems will eventually affect themselves. Managers should be wise and visionary captains who do not see the movements and turbulence of the waves in the vastness of the sea in the distant horizons.

Methods

This research has been carried out in the framework of qualitative approach and by using the foundational data research method. The statistical population of expert participants present in this research includes: general managers of Iran's sports and youth departments, deputy directors of Iran's general sports and youth department, high and middle level employees and experts in the field of social responsibility with articles and publications. The statistical sample was 15 people who were selected for a semi-structured interview as a purposeful sampling. The interviews were conducted face-to-face and face-to-face through virtual networks and face and video calls. The duration of the interviews was between half an hour and 1 hour, and 90% of the interviews took place before noon and between 9 and 12 hours. An interview with experts was conducted with 6 questions regarding the research topic, which were as follows (1. In your opinion, what are the causal factors affecting the social responsibility of the general administrations of sports and youth in Iran? 2. In your opinion, the factors interfering with the social responsibility of the general administrations What are the social responsibility of Iran's sports and youth departments? 4. What are the social responsibility strategies of Iran's sports and youth departments? How do sports and youth departments play a role? 6. What consequences can sports and youth departments have? Data were analyzed at the same time as information was collected using the Strauss and Corbin method. The validity of the data was confirmed based on the intra-subject agreement percentage equal to 0.88

Results

The results showed that 130 primary codes with 29 sub-categories and 5 main categories in the format of the five dimensions of the paradigm model including: causal conditions, intervening conditions, background characteristics, strategies and consequences, formed the conceptual model of social responsibility of Iran's sports and youth departments. The integration of categories based on the relationships between them around the axis of social responsibility forms a paradigmatic model; which reflects the pattern of all people involved in social responsibility affairs

Conclusion

Increasing sports participation from the consequences of social responsibility of sports and youth departments can help create healthy and active youth in the society. This action can lead to improving the physical and mental health of young people, reducing harmful behaviors and addictions, strengthening their personal and social identity, improving communication and team skills, strengthening self-confidence and increasing their motivation. Policy making and planning based on the model presented in the research can increase satisfaction with sports and youth departments and public trust. Also, it will create social vitality and create more motivation for athletes

Keywords: Iran, public trust, Responsibility, satisfaction, social vitality

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: All stages of the research have been carried out based on ethical standards in the research

Authors' contribution: All the authors of the article participated in the process of writing the article

Conflict of interest: that this work has not been published elsewhere and has not been submitted to another publication at the same time. Also, all rights to use the content, tables, images, etc. have been assigned to the publisher.

ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران

دانشجوی دکتری مدیریت ورزش، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. رایانامه: Y.yekexhan@gmail.com

نویسنده مسؤول، استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران. رایانامه: kbirjandi@iaubir.ac.ir

استاد مدیریت ورزش، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: keshtidar@um.ac.ir

استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. رایانامه:

j.mohammadkhani66@mshdiau.ac.ir

محمدیاسر یکه خان

کاظم چراغ بیرجندی

محمد کشتی دار

جواد محمد خانی

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه: پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران انجام شده است.

روش: این پژوهش در چهارچوب رویکرد کیفی و با به کارگیری روش پژوهش داده بنیاد انجام شده است. جامعه آماری شرکت کنندگان خبره حاضر در این پژوهش شامل: مدیران کل ادارات ورزش و جوانان ایران، معاونین اداره کل ورزش و جوانان ایران و کارکنان سطوح عالی و میانی سازمانی و خبرگان در حوزه مسئولیت اجتماعی دارای مقالات و تالیفات؛ بودند. نمونه آماری ۱۵ نفر بودند که به صورت نمونه گیری هدفمند برای مصاحبه نیمه ساختاریافته انتخاب شدند. داده ها همزمان با جمع آوری اطلاعات با استفاده از روش استراس و کوربین تحلیل شدند. اعتبار داده ها براساس درصد توافق درون موضوعی برابر با ۰/۸۸ مورد تأیید قرار گرفت.

یافته: نتایج نشان داد که ۱۳۰ کد اولیه با ۲۹ مقوله فرعی و ۵ مقوله اصلی در قالب ابعاد پنجگانه مدل پارادایمی شامل: شرایط علی، شرایط مداخله گر، ویژگی های زمینه ای، راهبردها و پیامدها، الگوی مفهومی مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران را تشکیل دادند. یکپارچه سازی مقوله ها بر مبنای روابط موجود بین آنها حول محور مسئولیت اجتماعی، شکل دهنده مدل پارادایمی است؛ که الگوی کلیه افراد درگیر در امور مسئولیت اجتماعی را منعکس می کند.

بحث و نتیجه گیری: سیاست گذاری و برنامه ریزی بر اساس مدل ارائه شده در تحقیق می تواند موجبات افزایش رضایت از ادارات ورزش و جوانان و اعتماد عمومی را سبب شود. همچنین، زمینه ساز شادابی اجتماعی و خلق انگیزه بیشتر برای ورزشکاران گردد.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

کلیدواژه ها:

ایران،

اعتماد عمومی،

رضایت مندی،

شادابی اجتماعی،

مسئولیت

استناد: یکه خان، محمد یاسر، چراغ بیرجندی، کاظم، کشتی دار، محمد و محمدخانی، جواد. (۱۴۰۳). ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران.

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۱۲(۴۵)، ۱۱۷-۱۳۱. doi: 10.22034/ntsmj.2024.2034244.1072

ناشر: انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران



مقدمه

طی چند دهه اخیر، فرهنگی تازه‌ای در نتیجه حصول آگاهی از به هم وابسته بودن‌ها، سازمان جامعه و محیط، به عرصه ظهور رسیده است. مردم به تدریج پی برده که اقدامات‌ها سازمان سود و زیان‌هایی برای جامعه در بردارد و لذا توجه وافر برای بهبود بخشیدن به نتیجه خالص تأثیرها سازمان بر جامعه معطوف گردیده است. به عبارت دیگر، جامعه انتظار دارد، سود خالص بیشتری از سازمان‌ها دریافت دارد و این‌ها سود عادلانه توزیع شوند (گودرزی و حسینی شکرابی، ۲۰۲۱). هزینه جامعه‌ای با مدیرانی که نسبت به آن احساس مسئولیت نمی‌کنند، بسیار بالا است. سازمان‌ها و شرکت‌ها اگر به اهداف اجتماعی خود حرمت نهند، آلودگی محیط، فقر، بیماری، تبعیض و نابسامانی محیطشان را فرا خواهد گرفت و اگر با اندکی دوراندیشی به قضیه ننگرند، این مشکلات در نهایت گریبان خودشان را نیز خواهد گرفت. مدیران باید ناخدایان خردمند و دوراندیشی باشند که در افق‌های دور دست، حرکات و تلاطمات امواج را در وسعت بیکران دریا از نظر دور ندارند (قربانی زاده و همکاران، ۲۰۲۲). از این رو، این شرایط موجب شده است تا مقوله مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌ها مهم‌تر شود و چالشی جدید را برای طرفداران مسئولیت اجتماعی^۱ ایجاد کند (ابراهیم، ۲۰۲۰). مسئولیت اجتماعی چگونگی ارتباط سازمان با کارمندان و مشتریانی است که با آن‌ها در ارتباط است و در بردارنده میزان تلاشی است که هر سازمان در حفاظت از محیط پیرامونی خود انجام می‌دهد (سین و گیرهار، ۲۰۲۲). گریفین و بارنی^۲ (۲۰۱۰) مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف کردند: مسئولیت اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه‌ای انجام دهد که در آن فعالیت می‌کند (فونیسیکا^۳، ۲۰۲۲).

ریشه‌های مسئولیت اجتماعی به قبل از جنگ جهانی دوم برمی‌گردد. در سال ۱۹۱۶، کلارک^۴ مقاله مشهور خود را در مجله اقتصاد سیاسی چاپ کرد. او بیان می‌دارد که اگر انسان‌ها برای عواقب کارهایشان مسئول هستند، مسئولیت کسب و کارها نیز باید شامل نتایج فعالیت‌هایشان باشد (مسعود^۵، ۲۰۱۷). مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها از دو بعد درونی و بیرونی قابل بررسی است. مسئولیت اجتماعی بیرونی شامل استراتژی‌های سازمان در قبال ذینفعان بیرونی مانند جامعه، محیط زیست، مشتریان و تامین‌کنندگان است. بعد داخلی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به نیازها و نگرانی‌های معنوی و اخلاقی کارکنان می‌پردازد (ماریانی، السلطان، ماسیس^۶، ۲۰۲۳). بیش از حدود ۳۴ سال از معرفی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها توسط کارول^۷ (۱۹۹۱) می‌گذرد. وی مسئولیت سازمان‌ها را به چهار بعد تقسیم نمود: مسئولیت اقتصادی^۸، مسئولیت قانونی^۹، مسئولیت اخلاقی^{۱۰} و مسئولیت‌های داوطلبانه^{۱۱}. این مدل و تعاریف تا کنون مشهورترین در این حوزه می‌باشند. مفاهیمی مانند توسعه پایدار نیز برگرفته از دیدگاهی است که روی مسئولیت شرکت‌ها در ابعاد اقتصادی، محیط زیستی و اجتماعی تاکید دارد (مادشانی و پرارا^{۱۲}، ۲۰۲۳). مسئولیت اجتماعی راهی است برای ارتقای گرایش اجتماعی برای اعتلای نظم اساسی جامعه و شامل وظایفی می‌شود که چارچوب قانونی و قراردادهای اجتماعی را در برمی‌گیرد (سین و گیرهار^{۱۳}، ۲۰۲۲).

طبق تحقیق زیمرس^{۱۴} و همکاران (۲۰۲۰) مسئولیت سازمان‌ها در قبال مردم و جامعه فراتر از ارائه خدمات و کالا است و سازمان‌ها باید این مسئولیت را احساس کنند؛ زیرا بخشی از مشکلات جامعه مربوط به مشکلات سازمان می‌باشد، مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به منظور انجام وظیفه و فعالیت سازمان‌ها یا انجام وظیفه آنها در قبال ذینفعان است. از سویی ورزش به عنوان یکی از حوزه‌های مهم در خصوص مسئولیت اجتماعی مشخص می‌باشد (زیمرس و همکاران، ۲۰۲۳). پینتر^{۱۵} و همکاران (۲۰۲۱) مشخص نمودند که ورزش یکی از

- 1 . social responsibility
- 2 . Ebrahim
- 3 . Girifin & Barni
- 4 . Fonseca
- 5 . Kelarce
- 6 . Masoud
- 7 . Mariani , Sultan , Massis
- 8 . Carole
- 9 . Economic responsibility
- 10 . legal responsibility
- 11 . moral responsibility
- 12 . voluntary responsibility
- 13 . Madhushani |&, Perara
- 14 . Singh K, Girdhar
- 15 . Zeimers
- 16 . Painter

حوزه‌های مهم و اساسی در جهت بهبود مسئولیت اجتماعی می‌باشد (پینتر و سم، ۲۰۲۲). یولاه^۱ و همکاران (۲۰۲۱) نیز مشخص نمودند که ورزش و مسئولیت اجتماعی ارتباطات نزدیکی را دارا هستند (یولاه و همکاران، ۲۰۲۱). مسئولیت اجتماعی با برخی از انواع ورزش شامل ورزش حرفه‌ای و قهرمانی و ورزش همگانی ارتباطات نزدیکی دارد. مسئولیت‌های اجتماعی ورزشی به طور منظم همکاری‌های گروهی و در نتیجه آن کمک به ارتباطات اجتماعی را درگیر می‌کند. مسئولیت اجتماعی ورزشی می‌تواند به سمت پذیرش و جذب فرهنگ بهتر هدایت شود (لیو و اسوارز^۲، ۲۰۲۰). ورزش به دلیل موقعیت برجسته‌ای که در جامعه دارد می‌تواند بصورت منحصر به فردتری از مقوله مسئولیت اجتماعی بهره مند شود، چرا که ورزش این قدرت را دارد تا مخاطبان بسیاری را با هم همدل کند و فعالیت‌های عام‌المنفعه را توسعه دهد (اسمیت و کاسپر^۳، ۲۰۲۰). به همین جهت، اکثر سازمان‌های ورزشی، تیم‌های ورزشی، لیگ‌های ورزشی و ورزشکاران برنامه‌هایی را در زمینه مسئولیت اجتماعی هر ساله به تصویب می‌رسانند (اسمیت و کاسپر^۳، ۲۰۲۰).

تحقیقات در زوایای مختلف پیرامون مسئولیت اجتماعی در ورزش و سازمان‌های ورزشی توسط محققین داخلی و خارجی صورت گرفته است که برخی از این موارد عبارت‌اند از پژوهش‌های، زرگر و رین (۱۴۰۱) با عنوان، طراحی و تدوین منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران، نشان دادند که ۳۰ کد مفهومی، ۸ مقوله (کد محوری) اقتصادی، قانونی، داوطلبانه، اخلاقی، زیست‌محیطی، آموزشی، سلامت فردی و اجتماعی و مدیریت مصرف انرژی از مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی می‌باشند (زرگر و رین، ۲۰۲۲). قربانی‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) از بین پیامدهای مسئولیت اجتماعی در سطح فردی، به ترتیب، متغیرهای تناسب فرد با سازمان، نوع دوستی و رفتار مشتری‌مدارانه دارای اندازه اثر بالا هستند. از بین پیامدهای مسئولیت اجتماعی در سطح سازمان، به ترتیب، متغیرهای هویت سازمانی، فرهنگ، اعتماد سازمانی، بالندگی سازمانی، مزیت رقابتی، ارزش برند، عملکرد مالی، و تصویر برند دارای اندازه اثر بالا می‌باشند (قربانی‌زاده و همکاران، ۲۰۲۲). اجاق و آقای (۱۴۰۱) چهار بعد آگاهی بخشی، رفتار اخلاقی، همیاری اجتماعی و خدمات‌رسانی از بهترین پیامدهای مسئولیت اجتماعی هستند (اجاق و آقای، ۲۰۲۲) و در پژوهش‌های خارج از کشور، تحقیقات، بارلاس^۴ و همکاران (۲۰۲۳) شرکت‌های موفق شرکت‌هایی هستند که نه تنها به فکر افزایش فروش و سودآوری خود هستند، بلکه به فکر افزایش و تأکید بر تأثیر اجتماعی و بازگرداندن ارزش خود به جامعه هستند (بارلاس و همکاران، ۲۰۲۳). ماداشانی و پریرا (۲۰۲۳) در پژوهش خود با عنوان، مصرف ورزش مسئولانه اجتماعی از طریق حکمرانی خوب: مطالعه موردی فدراسیون‌های ورزشی در سریلانکا دریافتند که مضمون‌های زیادی در حکمرانی خوب از طریق مسئولیت اجتماعی دخیل هستند که مهمترین آنان عبارت‌اند از، روند انتخابات فدراسیون‌های ورزشی کشور، نمایندگی از ذینفعان کلیدی برای رای دادن و برابری جنسیتی، سیاست توزیع مجدد، سیاست مسئولیت زیست‌محیطی و سیاست مسئولیت اجتماعی و تشکیل کمیته حسابرسی داخلی (ماداشانی و پریرا، ۲۰۲۳). البته این موارد تنها تحقیقات صورت گرفته در حوزه مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها نیستند، بلکه تحقیقات، اسماعیل و همکاران (۱۴۰۲)، آقای و همکاران (۱۴۰۱)، قربانی‌زاده (۱۴۰۱)، گودرزی و حسینی (۱۴۰۰)، گودرزی و شجاعی (۱۴۰۰)، فونسکا و برنت (۲۰۲۲)، لی^۵ و همکاران (۲۰۲۲)، اسمیت و کاسپر (۲۰۲۰) هر کدام جنبه‌ای از مسئولیت اجتماعی در ارتباط با سایر متغیرهای مهم سازمانی مورد بررسی قرار دادند و در بسیاری از این تحقیقات به اهمیت مسئولیت اجتماعی و تاثیر گذاشتن آن بر موضوعات اجتماعی و فرهنگی اشاره شد. در این تحقیقات اشاره به کلیت موضوع مسئولیت اجتماعی و توجه به تمامی جوانب آن در پژوهشی دیده نشد، همچنین مرور این تحقیقات نشان داد که خلاء بزرگی در وجود یک مدل کلی از مسئولیت اجتماعی در ادارات ورزش و جوانان وجود دارد که این پژوهش با توجه به ذکر این نکته مهم صورت گرفته است.

سازمان‌های ورزشی به طیف وسیعی از مردم در ارتباط هستند و عملکرد آنان تحت تاثیر بازخوردهای عموم نیز قرار می‌گیرد. مسئولیت‌های اجتماعی این نهادها در جامعه اهمیت آن را دو چندان می‌کند و سازمان‌های ورزشی رسالت خود را اشاعه ورزش در تمامی سطوح جامعه و ایجاد جامعه‌ای سالم و اخلاق مدار می‌داند که می‌تواند با مشارکت یکدیگر به موفقیت و رشد جامعه کمک کند. باید خاطر نشان کرد که مسئولیت اجتماعی در پرو مسئولیت فردی بوده و این دو به عنوان مکمل یکدیگر در هر سازمان ورزشی هستند. مسئولیت

1 . Ullah

2 . Liu D, Schwarz

3 . Smith & Casper

4 . Barlas

5 .Li

اجتماعی با ایجاد یک موضع فعال نسبت به تاثیرگذاری مثبت بر دیگران و محیط بیرون از دارایی خود گسترش پیدا می‌کند. در مورد مسئولیت اجتماعی فردی بایستی به این نکته هم اشاره کنیم که این نوع مسئولیت‌پذیری در جامعه سبب می‌شود که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان گروه‌های مختلف یک جامعه هم به وجود بیاید چون اجتماع از مجموعه افراد تشکیل می‌شود. در نتیجه فرهنگ مسئولیت اجتماعی را مشخص می‌کند. این رابطه آمیخته بین مسئولیت اجتماعی گروهی و فردی است. افراد از نظر اجتماعی مسئولیت‌پذیرتر می‌شوند و در واکنش به این اشتباهات باید برای برآوردن نیازهای افراد توجه بیشتری به حوزه‌های مسئولیت خودشان در جامعه داشته باشند و مسئولیت اجتماعی در ورزش نیز یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌های اجتماعی است که به سلامتی به عنوان یکی از ارکان اصلی زندگی افراد جامعه بستگی دارد. با تمامی نکاتی گفته شده در خصوص مسئولیت اجتماعی و مهم بودن، نبود نقشه راه و سند راهبردی در این زمینه به شدت احساس می‌شود تا به وسیله آن تمامی کارکنان بدون هیچ دغدغه‌ای در مسیر مسئولیت اجتماعی قرار گیرند. از این رو این تحقیق به دنبال پاسخ به این سوال است که الگوی مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف پژوهشی کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات کیفی است و با استفاده از نظریه داده بنیاد انجام گرفته است. نظریه داده بنیاد نوعی راهبرد روش تحقیق کیفی است که به منظور توسعه مجموعه‌ای از مفاهیم منسجم طراحی شده است و از پدیده محوری مورد مطالعه (ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران) تبیین تئوری کاملی را ارائه می‌دهد. در این پژوهش از روش اشتراوس یا عینیت‌گرا برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است، زیرا روشی نظام‌مند دارد. جامعه آماری شرکت‌کنندگان خبره حاضر در این پژوهش شامل: مدیران کل ادارات ورزش و جوانان کشور، معاونین اداره کل ورزش و جوانان کشور که سابقه اجرایی در سطح ستادی حداقل ۱۵ سال را دارا بودند و کارکنان سطوح عالی و میانی سازمانی و خبرگان حوزه مسئولیت اجتماعی که دارای مقالات و تالیفات در حوزه مسئولیت اجتماعی در نشریات معتبر داخلی و خارجی داشتند؛ بودند. نمونه آماری ۱۵ نفر از افراد خبره که به صورت نمونه‌گیری هدفمند برای مصاحبه نیمه ساختاریافته انتخاب شدند. مصاحبه‌ها تا مرحله اشباع نظری ادامه یافتند. داده‌ها همزمان با جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از روش استراس و کوربین تحلیل شدند. اعتبار داده‌ها براساس درصد توافق درون موضوعی برابر با ۸۸/۰ مورد تأیید قرار گرفت. اشباع نظری در این پژوهش با انجام ۱۵ مصاحبه به دست آمد. مصاحبه‌ها به صورت حضوری و غیر حضوری از طریق شبکه‌های مجازی و تماس صورتی و تصویری صورت گرفت. مدت زمان مصاحبه‌ها بین نیم تا ۱ ساعت بود و ۹۰ درصد مصاحبه‌ها در تایم قبل از ظهر و در بین ساعات ۹ تا ۱۲ صورت گرفت. مصاحبه با خبرگان با ۶ سوال در خصوص موضوع تحقیق صورت گرفت که سوالات از این قبیل بودند (۱). از نظر شما عوامل علی مؤثر بر مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران کدامند؟ ۲. از نظر شما عوامل مداخله‌گر بر مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران کدامند؟ ۳. از نظر شما عوامل زمینه‌ای بر مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران کدامند؟ ۴. از نظر شما راهبردهای مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران کدامند؟ ۵. از نظر شما آیا عوامل محیطی کلان در مسئولیت اجتماعی ادارات ورزش و جوانان نقش دارند؟ چگونه؟ ۶. یک مسئولیت اجتماعی اثربخش و نتیجه بخش از سوی ادارات ورزش و جوانان چه پیامدهایی می‌تواند به دنبال داشته باشد؟ (

یافته‌های پژوهش

جدول ۱. مشخصات مصاحبه شونده‌گان

ردیف	جنسیت	سن	تحصیلات	سابقه	عنوان شغلی
۱	مرد	۳۸	کارشناسی ارشد	۱۲	رییس اداره
۲	مرد	۵۲	دکتری	۱۹	هیئت علمی
۳	زن	۳۹	کارشناسی ارشد	۷	هیئت علمی
۴	مرد	۴۰	دکتری	۱۴	رییس اداره
۵	زن	۴۷	کارشناسی ارشد	۲۰	رییس اداره
۶	زن	۳۲	دکتری	۶	هیئت علمی
۷	مرد	۳۵	دکتری	۹	هیئت علمی

ردیف	جنسیت	سن	تحصیلات	سابقه	عنوان شغلی
۸	مرد	۵۰	دکتری	۲۲	رییس اداره
۹	مرد	۴۸	کارشناسی ارشد	۲۱	رییس اداره
۱۰	مرد	۳۰	دکتری	۸	هیئت علمی
۱۱	زن	۳۳	دکتری	۹	هیئت علمی
۱۲	مرد	۴۷	دکتری	۱۸	هیئت علمی
۱۳	مرد	۵۳	کارشناسی ارشد	۲۴	رییس اداره
۱۴	زن	۴۶	دکتری	۱۹	هیئت علمی
۱۵	زن	۳۷	دکتری	۸	هیئت علمی

در مرحله اول پژوهش از روش تحلیل موضوعی برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها استفاده شده است. بر این اساس، ابتدا از طریق کدگذاری باز، مفاهیم به دست آمده در قالب زیرمجموعه‌ها و در مرحله کدگذاری محوری، زیرمجموعه‌ها حول دسته‌های اصلی طبقه‌بندی شدند. در طی فرآیند کدگذاری انتخابی و فرآیند یکپارچه‌سازی برای یکسان‌سازی و اصلاح نظریه، متن مصاحبه‌های انجام شده چندین بار بررسی شد و پس از تعیین پدیده اصلی و استفاده از آن، مقوله‌ها، عبارات و ایده‌هایی که بیانگر روابط بین دسته‌ها بود در نظر گرفته شد. به این ترتیب روابط بین مقوله‌های اصلی و الگوی پاسخ موثر شکل گرفت و نتایج کدگذاری به دست آمده از مصاحبه‌ها با توجه به هر یک از سوالات به شرح زیر حاصل شد:

جدول ۲: عوامل علی موثر بر مسئولیت‌های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران

ردیف	کد نهایی	منبع	مقوله فرعی	مقوله اصلی
۱	توجه به عوامل زیستی	P2-P5	عوامل زیست‌محیطی	عوامل علی
۲	توجه به مدیریت پسماند			
۳	بهبود کارایی انرژی			
۴	مبارزه با بی‌اخلاقی در سازمان	P4-P9	اخلاقی	
۵	توجه به اخلاق در فرآیند استخدام	P14-P6		
۶	احترام به ارباب الرجوع	P15		
۷	عدالت محوری در سازمان‌ها	P2-P5		
۸	رعایت عدالت اداری	P4-P9		
۹	ایجاد اشتغال	P5-P8-P9	شفافیت اقتصادی و سیاسی	
۱۰	توجه به هزینه‌ها	P11-P15		
۱۱	کنترل هزینه‌ها	P1-P2		
۱۲	حضور مدیران در میادین ورزشی	P5	مدیریت	عوامل علی
۱۳	مسئولیت‌پذیری مدیران	P3		
۱۴	دانش مدیریت	P5-P8-P9		
۱۵	اعطای جوایز و پاداش به کارکنان	P7-P9		
۱۶	تفاوت‌های فرهنگی	P14	عوامل جامعه‌شناختی	
۱۷	تبییض	P13-P15		
۱۸	موضوع جوانان	P1-P5-P8-P9		
۱۹	عوامل فرهنگی	P2		
۲۰	توجه به ورزشکاران نخبه و قهرمان	P6		

عوامل مداخله‌گر مجموعه‌ای از وضعیت‌ها هستند که علاوه بر تاثیر آنها بر راهبردها (کنش‌ها) و مقوله اصلی، مداخله‌گری سایر عوامل را راحت، آسان و یا محدود می‌کنند که در این تحقیق با عنوان "عوامل مداخله‌گر موثر بر مسئولیت‌های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان کشور" مورد بررسی قرار گرفته است (جدول ۲).

جدول ۲: عوامل مداخله‌گر موثر بر مسئولیت‌های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران

ردیف	کد نهایی	منبع	مقوله فرعی	مقوله اصلی
۱	بودجه ناکافی	P1-P12-P14	مشکلات اقتصادی سازمان	عوامل مداخله‌گر
۲	عدم هزینه کرد در سازمان	P4		
۳	صرف بودجه‌ها برای اهداف زود گذر و کم بازده	P8-P15		
۴	ضعف مالی	P2- P4-P6		
۵	عدم سرمایه‌گذاری	P13		
۶	عدم مدیریت صحیح (مدیریت آشفته و نامناسب)	P15		
۷	نحوه مدیریت و تخصص مدیران	P1-P3-P5-P6-P14		
۸	عدم شایستگی مدیران (شایسته سالاری)	P8-P10		
۹	تغییر زودهنگام مدیران مجموعه	P1-P4-P7		
۱۰	عدم استقلال کافی در تصمیم‌گیری مسائل	P9-P13		
۱۱	ایجاد محدودیت‌هایی از سمت مدیران	P2		
۱۲	نبود مدیران خبره برای نظارت بر فرایند	P6-P7		
۱۳	مدیران ناکارآمد	P6-P9-P13		
۱۴	شانه خالی کردن از مسئولیت	P14	موانع منابع انسانی	
۱۶	کمبود کارکنان مجرب	P7-P10		
۱۷	نداشتن برنامه‌ریزی درست برای رسیدگی به امور	P8		عوامل مداخله‌گر
۱۸	عدم تخصص و نداشتن مهارت کافی	P11		
۱۹	مقاومت کارکنان به دلیل فقدان مهارت	P13-P14		
۲۰	موانع رفتاری	P5-P13		
۲۱	نداشتن دغدغه لازم برای رسیدن به اهداف لازم	P8-P12		
۲۲	بی‌توجهی به عملکرد عوامل درون سازمان (کارکنان)	P1-P5-P9		
۲۳	کارکنان شرح وظایف خود را نمی‌دانند	P4-P6		
۲۴	موضوع مطرح شده در حیطه توانایی فرد نباشد	P9		
۲۵	پیروی از برنامه‌های از پیش تعیین شده	P3-P7		
۲۶	ضعف تجهیزات	P7-P9-P5		
۲۷	کمبود زیرساخت‌های نرم افزاری و سخت افزاری	P8-P4		
۲۸	نبود برنامه منسجم در بعد کلان	P2-P7-P6	موانع برنامه‌ریزی	عوامل مداخله‌گر
۲۹	برنامه ریزی‌های کوتاه مدت بدون ضمانت اجرایی	P4-P5-P2		
۳۰	پیروی از برنامه‌های از پیش تعیین شده	P6-P1-P8		
۳۱	ارتباطات ضعیف درون سازمانی	P12	موانع بین فردی و رسانه‌ای	
۳۲	توجه به مردم در رسانه‌ها اجتماعی	P14		
۳۳	دور بودن از ورزشکار و جامعه	P14-P13		

منظور از عوامل زمینه‌ای در مدل پارادایمی پژوهش، شرایط ویژه‌ای می باشد که پدیده در آن قرار می‌گیرد که در این پژوهش با عنوان "عوامل زمینه‌ای موثر بر مسئولیت‌های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان کشور" مورد بررسی قرار گرفته است (جدول ۳).

جدول ۳: عوامل زمینه‌ای موثر بر مسئولیت‌های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران

ردیف	کد نهایی	منبع	مقوله فرعی	مقوله اصلی
۱	تخصیص کمک‌های مالی به هیئت‌های ورزشی	P13.P5	کنترل امور مالی	عوامل زمینه‌ای
۲	سرانه هزینه‌ها	P5-P8-P10		
۳	مسائل مالی	P15		
۴	کاهش شکست کسب و کار	P6-P9-P13		
۵	رسانه‌های ورزشی به ویژه رسانه‌های نو و مجازی در ورزش	P7-P10	تعامل با رسانه و سایر سازمان‌ها	

ردیف	کد نهایی	منبع	مقوله فرعی	مقوله اصلی	
۶	توجه به هییت ها و مجموعه های کوچکتر ورزشی	P5	ویژگی های فردی		
۷	تعامل متقابل با فدراسیون و شهرداری ها	P8			
۸	شبکه سازی در سازمان	P11-P14			
۹	وجدان کاری	P4-P7			
۱۰	دوستدار محیط زیست	P1-P5-P14			
۱۱	تعهد و مسئولیت پذیری	P2-P5			
۱۲	جوهره و شخصیت فرد(کارمند)	P4-P9			
۱۳	روحیه خلاق و نوآور	P14-P6			
۱۴	امکانات نرم افزاری و سخت افزاری	P15	تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری	عوامل زمینه ای	
۱۵	نیروی انسانی تحصیل کرده و کارآمد	P1-P4-P5-P8-P10			
۱۶	مجموعه های مختلف و گوناگون تحت نظارت وزارت ورزش و جوانان	P5-P8-P9			
۱۷	عوامل اداری	P11-P15	کارایی اداری و اجتماعی		
۱۸	اثربخشی کنترل داخلی	P1-P2			
۱۹	جلسات هم اندیشی در سازمان	P5			
۲۰	شفافیت اداری	P3			

این مقوله ها در این تحقیق با عنوان راهبردهای مسئولیت های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان کشور مورد بررسی قرار گرفته است (جدول ۴).

جدول ۴: راهبردهای مسئولیت های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران

ردیف	کد نهایی	منبع	مقوله فرعی	مقوله اصلی
۱	بازار رقابتی	P11	توسعه کارآفرینی در ورزش	راهکارها
۲	اشتغال زایی	P13-P14		
۳	نیازسنجی و آرایه خدمات براساس مقایس و خروجی نیاز سنجی	P5-P13		
۴	تامین مالی برای ورزش	P8-P12		
۵	مدیریت کسب و کار ورزشی	P1-P5-P9		
۶	نیروی جوان و ایده های نو	P4-P6		
۷	پژوهش و توسعه در زمینه مسئولیت اجتماعی	P11	آموزش و ارتقاء سطح آگاهی	
۸	دانش نیروی انسانی و مخاطبین شبکه های اجتماعی	P13-P14		
۹	تحقیق و نظارت	P5-P13		
۱۰	حضور شکل های اجتماعی	P2		
۱۱	تعیین پاداش	P4	پاداش	
۱۲	تقدیر و تشکر از کارکنان	P10		
۱۳	دادن ارتقاء که باعث انگیزه در کارمند میشه	P10		
۱۴	حضور در بین مردم و دیدارهای چهره به چهره	P9	برقراری ارتباطات رودررو مسئولان با جامعه	
۱۵	ارتباط حضوری	P12,P13,P14		
۱۶	مردمی بودن اداره	P19		
۱۷	برقراری ارتباط و تعامل موثر بین اداره و مردم	P11,P17		
۱۸	تقویت بخش روابط عمومی سازمان	P5	گسترش زیر ساخت (سخت افزاری و نرم افزاری)	
۱۹	توسعه و گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات	P7-P8		
۲۰	تامین و دسترسی به امکانات	P9		
۲۱	مسئولیت بشر دوستانه	P1-P3	نهیضت داوطلبی و نخبه پروری	
۲۲	ایجاد انگیزه در جوانان ورزشکار	P14		
۲۳	آسیب شناسی با کمک بزرگان و خبرگان	P4-P8		

		P9	حمایت از دواطلبان ورزشی	۲۴
		P12	تشکیل اتاق‌های فکر با دواطلبان و نخبه‌ها	۲۵
		P14	توسعه اهداف اجتماعی	۲۶

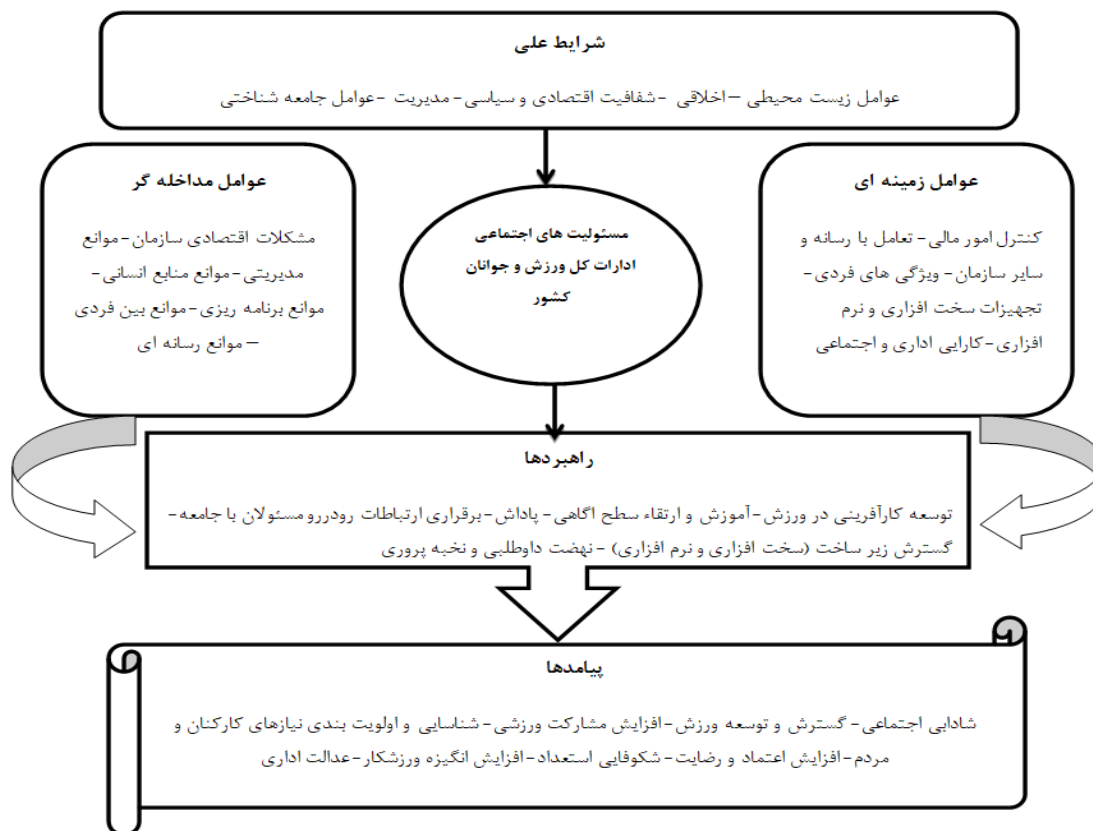
پیامد این عوامل در پژوهش حاضر، مسئولیت‌های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان کشور مورد بررسی قرار گرفت (جدول ۵).

جدول ۵: پیامدهای مسئولیت‌های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران

ردیف	کد نهایی	منبع	مقوله فرعی	مقوله اصلی
۱	نشأت در جامعه	P13-P14	شادابی اجتماعی	پیامد
۲	تداعی امید و مفید بودن در جامعه(بعد فردی و سازمانی)	P5-P13		
۳	ایجاد انگیزه	P2		
۴	سلامت روانی در بین کارکنان	P4		
۵	دوری جستن از عوامل مخرب از قبیل اعتیاد و ..	P10		
۶	پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی	P10		
۷	گسترش و پیشرفت ورزش	P9	گسترش و توسعه ورزش	
۸	توسعه ورزش همگانی	P12,P13,P14		
۹	ترویج شایستگی‌های فنی و حرفه‌ای در ورزش	P19		
۱۰	گسترش ورزش قهرمانی	P9-P8		
۱۱	گسترش و توسعه ورزش دانش‌آموزی	P4-P6	افزایش مشارکت ورزشی	
۱۲	کشیده شدن افراد جدید به عرصه ورزش	P5		
۱۳	جذب بیشتر مخاطب(ورزشکار، مربی، رسانه ها،جامعه دانش آموزی و..)	P2-P15		
۱۴	افزایش کارگروهی	P6		
۱۵	مشتری‌گرایی	P8-P14	شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای کارکنان و مردم	
۱۶	آگاهی و آشنایی به نیاز مشتری(توجه و عدم توجه به نیازمشتری)	P2		
۱۷	اولیت‌بندی نیازهای مشتریان	P5-P9		
۱۸	رضایت‌مندی کارکنان	P12-P15	افزایش اعتماد و رضایت	
۱۹	رضایت بخشی در بین آحاد جامعه	P3-P5		
۲۰	جلب اعتماد در جامعه	P4		
۲۱	افزایش سطح اعتماد و اطمینان ارباب‌رجوع	P6		
۲۲	کشف افراد با استعداد	P10	شکوفایی استعداد	
۲۳	پرورش افراد مستعد	P10-P14		
۲۴	ارائه زمینه مناسب برای کشف و پرورش استعدادها	P12		
۲۵	ایجاد انگیزه و افزایش آن در ورزشکار	P14	افزایش انگیزه ورزشکار	
۲۶	افزایش انگیزه مثبت در ورزشکاران	P14		
۲۷	افزایش نظم و انضباط شخصی	P13		
۲۸	ایجاد رفاه و تسهیلات	P1	عدالت اداری	
۲۹	شفافیت مالی	P3-P14		
۳۰	فرصت‌های آموزشی و شغلی برای همه کارکنان	P2-P6-P9		
۳۱	محیط کاری انعطاف پذیر با تاکید بر توزیع عادلانه منابع	P9-P14		

تبیین مدل

در آخر، پس از انجام کدگذاری‌های باز و محوری و ارتباط دادن آنها با یکدیگر مدل کیفی پژوهش ارائه شد که در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱: طراحی مدل مسئولیت های اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان کشور

بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر، ارائه الگوی مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران بود. در این پژوهش با توجه به روش استراس کوربین شرایط علی در باب مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران عبارتند از: عوامل زیست محیطی، اخلاقی، شفافیت اقتصادی و سیاسی، مدیریت و عوامل جامعه شناختی. تحقیقات ماداشانی و همکاران (۲۰۲۳)، لیو و همکاران (۲۰۲۰)، اسماعیلی و همکاران (۱۴۰۲)، قربانی و همکاران (۱۴۰۲)، زرگر و رین (۱۴۰۱)، گودرزی و حسینی (۱۴۰۰) با نتایج سوال اول تحقیق همخوانی دارند. عوامل زیست محیطی یکی از عوامل علی مهم در مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان است. عوامل زیست محیطی نقش مهمی در مسئولیت اجتماعی سازمان های ورزشی دارند. قربانی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی تأثیرات عوامل زیست محیطی را در مسئولیت پذیری اجتماعی بخش آموزش را تایید کردند و این جزء از عوامل علی را مهم و اساسی در جهت تحقق مسئولیت اجتماعی دانستند. زرگر و رین (۱۴۰۱) و ماداشانی و همکاران (۲۰۲۳) نیز در پژوهش های جداگانه سیاست های زیست محیطی را یکی از مهمترین عوامل در جهت توسعه مسئولیت اجتماعی گزارش نمودند. این عوامل شامل تأثیرات محیطی مختلفی مانند تغییرات اقلیمی، آلودگی هوا و آب، مصرف انرژی و مدیریت پسماند می شوند. ادارات ورزش و جوانان به عنوان یکی از بخش های مهم جامعه، می توانند نقش موثری در حفاظت و حفظ محیط زیست ایفا کنند و از طریق اقدامات مسئولانه، به بهبود و حفظ محیط زیست کمک کنند. به عنوان مثال، سازمان های ورزشی می توانند اقداماتی برای کاهش مصرف انرژی و منابع طبیعی انجام دهند، مانند استفاده از انرژی های تجدیدپذیر و بهینه سازی مصرف انرژی در تجهیزات ورزشی. عوامل اخلاقی یکی دیگر از شرایط علی برای مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان است. ماداشانی و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی، مسئولیت اجتماعی فدراسیون های ورزشی را مورد بررسی قرار دادند و در این پژوهش نشان داده شد که سیاست های اخلاقی فدراسیون ها و موضوعاتی از قبیل برابری جنسیتی از مهمترین اصول در جهت تحقق مسئولیت اجتماعی هستند که با نتایج تحقیق در این بخش همخوانی دارد.

از دیگر عوامل علی تاثیرگذار بر مسئولیت اجتماعی ادارات ورزش و جوانان، شفافیت اقتصادی و سیاسی است. شفافیت اقتصادی و سیاسی در مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی نقش مهمی دارد. این دو عامل می‌توانند به عنوان ابزارهای اصلی برای ایجاد شفافیت، انصاف و مسئولیت‌پذیری در عملکرد و تصمیمات ادارات ورزش و جوانان عمل کنند. اقتصادی بودن یک سازمان ورزشی یعنی اینکه این سازمان باید به صورت شفاف و شفاهی اطلاعات مالی و اقتصادی خود را در اختیار عموم قرار دهد. ارائه گزارش‌ها و اطلاعات مالی به شکل شفاف و قابل درک برای عموم، اعتماد عمومی را به سازمان ورزشی افزایش می‌دهد. این اقدام می‌تواند به ایجاد انگیزه برای حمایت مالی عمومی و حمایت از پروژه‌ها و برنامه‌های اجتماعی ورزشی کمک کند. همچنین، شفافیت اقتصادی می‌تواند از فساد و تبانی در مدیریت مالی ورزشی جلوگیری کند. از سویی سازمان‌های ورزشی باید در تصمیمات سیاسی و مدیریتی خود شفافیت را رعایت کنند. این شامل انتخابات داخلی، انتصاب مدیران و مسئولان، تصمیمات مهم مدیریتی و سیاسی و همچنین ارتباطات با نهادهای دولتی و سیاسی می‌شود. همچنین، این اقدام می‌تواند از تعارض منافع و تبانی در تصمیمات سیاسی و مدیریتی جلوگیری کند. در کل، شفافیت اقتصادی و سیاسی می‌تواند به ایجاد اعتماد عمومی، انصاف و مسئولیت‌پذیری در عملکرد و تصمیمات ادارات ورزش و جوانان کمک کند. این اقدامات می‌توانند به تحقق مسئولیت اجتماعی موثر و مثبت این سازمان‌ها کمک کنند و از تعارض منافع و فساد در مدیریت ورزشی جلوگیری نمایند. در پژوهش‌های زرگر و رین (۱۴۰۱)، قربانی و همکاران (۱۴۰۲) و ماداشانی و همکاران (۲۰۲۳) همه نقش عوامل اقتصادی را در توسعه مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی برجسته دانستند و از این حیث با پژوهش حاضر در این بخش همخوانی دارند.

از نتایج دیگر پژوهش حاضر، شرایط مداخله‌گر دخیل در مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران است که عواملی از قبیل، مشکلات اقتصادی سازمان، موانع مدیریتی، موانع منابع انسانی، موانع برنامه‌ریزی و موانع بین فردی و رسانه‌ای از جمله شرایط مداخله‌گر در پژوهش بود. نتایج تحقیقات، گودرزی و شجاعی (۱۴۰۰)، گودرزی و حسینی (۱۴۰۰)، خلیفه سلطانی و همکاران (۱۴۰۰)، رضایی و همکاران (۱۴۰۱)، اجاق و آقایی (۱۴۰۱) و متاجی نیم ور و همکاران (۱۴۰۲) با تحقیق همخوانی دارند. مشکلات اقتصادی سازمان از شرایط مداخله‌گر مهم در مسئولیت اجتماعی ادارات ورزش و جوانان کشور است. گودرزی و حسینی (۱۴۰۰) و فونسکا و برنت (۲۰۲۲) با انجام پژوهش‌هایی در بخش ورزش نشان دادند که موانع اقتصادی می‌تواند مشکلات جدی در مسیر راه مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی قرار دهد و رفع کردن این موانع از رسالت‌های مهم این سازمان‌ها در جهت رشد و ارتقاء ورزش در جامعه است. مشکلات اقتصادی می‌تواند تأثیر مستقیمی بر مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی داشته باشند. در شرایط اقتصادی نامساعد، سازمان‌های ورزشی ممکن است با مشکلاتی مانند کاهش درآمد، کاهش منابع مالی، کاهش حمایت مالی از طرف حامیان و حتی افزایش هزینه‌ها روبرو شوند. این مشکلات می‌تواند به شکل دهی به استراتژی‌ها و رفتارهای متفاوتی در زمینه مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی منجر شوند.

موانع مدیریتی یکی دیگر از شرایط مداخله‌گر دخیل در مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان کشور است. پژوهش‌های گودرزی و حسینی (۱۴۰۰)، خلیفه سلطانی و همکاران (۱۴۰۰)، زینتی و همکاران (۱۴۰۱) نشان دادند که مدیریت یکی از وزنه‌های مهم در جهت توسعه مسئولیت اجتماعی است و یک مدیر کارا و توانمند می‌تواند مسئولیت اجتماعی را نه تنها در سازمان بلکه در کل جامعه ارتقاء و گسترش خواهد داد. برای مدیریت موانع و رسیدن به مسئولیت اجتماعی، مدیران سازمان‌های ورزشی باید استراتژی‌ها و برنامه‌های مدیریتی مناسبی را تدوین کنند، منابع مالی را بهینه مدیریت کنند، توانایی‌های مدیریتی خود را تقویت کنند و اهداف مسئولیت اجتماعی را به عنوان بخشی از استراتژی‌های کلان سازمان در نظر بگیرند.

یکی دیگر از نتایج این پژوهش، یافتن شرایط زمینه‌ای در مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان ایران بود. ابعاد زمینه‌ای مستخرج از این پژوهش عبارتند از: کنترل امور مالی، تعامل با رسانه و سایر سازمان‌ها، ویژگی‌های فردی، تجهیزات سخت‌افزاری و نرم افزاری و کارایی اداری و اجتماعی. نتایج تحقیقات، اسماعیلی و همکاران (۱۴۰۲)، قربانی و همکاران (۱۴۰۲)، زرگر و رین (۱۴۰۱)، بارلاس و همکاران (۲۰۲۳) با تحقیق حاضر همخوانی دارد. کنترل امور مالی به عنوان یک ابزار مالی مهم در مسئولیت اجتماعی ادارات ورزش و جوانان اهمیت دارد. کنترل مالی در مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی نقش بسیار مهمی دارد. این کنترل مالی به عنوان یک ابزار مدیریتی می‌تواند به بهبود عملکرد مالی و اجتماعی سازمان‌های ورزشی کمک کند. کنترل مالی به سازمان‌های ورزشی کمک می‌کند تا منابع مالی خود را به‌طور موثر و بهینه تخصیص دهند. این امر به این کمک می‌کند که منابع مالی به نحوی تخصیص یابند که بتوانند به بهبود شرایط اجتماعی و محیط زیستی کمک کنند. کنترل مالی امکان ارزیابی دقیق عملکرد مالی سازمان‌های ورزشی را فراهم می‌کند.

این ارزیابی می‌تواند به مدیران و صاحبان سازمان‌های ورزشی کمک کند تا بفهمند که چگونه منابع مالی برای مسئولیت‌های اجتماعی مورد استفاده قرار گرفته‌اند و چه اثراتی داشته‌اند. اسماعیلی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی شفافیت‌های مالی در سازمان و کنترل فرایندهای مالی را از مهمترین عوامل در مسئولیت اجتماعی گزارش کردند که با این نتایج همخوانی دارد.

تعامل با رسانه در مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی نقش بسیار مهمی دارد. اجاق و آقایی (۱۴۰۱) نشان دادند که سازمان‌های ورزشی در ایران در زمان شیوع کرونا ویروس از مقوله مسئولیت اجتماعی غافل نبوده بلکه تسلط بر شبکه‌های اجتماعی و استفاده بهینه از آن را ترویج نموده‌اند. باتوجه به قابلیت و ظرفیت رسانه‌های جمعی در برجسته سازی اطلاعات و پیام‌ها و بخصوص نمایش این مسابقات ورزشی، با میانجی‌گری هویت فردی می‌توانند شدت این تأثیر را بیشتر نمایند. رسانه‌ها به عنوان یک پل ارتباطی بین سازمان‌های ورزشی و جامعه می‌توانند به افزایش آگاهی عمومی از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی این سازمان‌ها کمک کنند. رسانه‌ها می‌توانند به افزایش آگاهی عمومی از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی کمک کنند.

از نتایج دیگر پژوهش، راهبردهایی از قبیل، توسعه کارآفرینی در ورزش، آموزش و ارتقاء سطح آگاهی، پاداش، برقراری ارتباطات رودرو مسئولان با جامعه، گسترش زیر ساخت (سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، نهضت داوطلبی و نخبه پروری در جهت مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان کشور است. تحقیقات ماداشانی و همکاران (۲۰۲۳)، گودرزی و شجاعی (۱۴۰۰)، گودرزی و حسینی (۱۴۰۰)، الهی و همکاران (۱۴۰۰)، قربانی و همکاران (۱۴۰۲) و اسماعیلی و همکاران (۱۴۰۲) در برخی از راهبردها با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. راهبرد توسعه کارآفرینی در ورزش می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مهم در مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی مطرح شود. از آنجایی که بازاریابی و کارآفرینی دو موضوع مکمل هم برای رشد کسب و کارهای ورزشی هستند می‌توان گفت وجود این دو در کنار هم باعث رسیدن به هدف‌های مسئولیت اجتماعی سازمان و شرکت ورزشی می‌شود با توجه به این نکته، پژوهش‌های رضایی صوفی و همکاران (۱۴۰۰) که اشاره به بازاریابی دیجیتال در توسعه مسئولیت اجتماعی، گودرزی و شجاعی (۱۴۰۰) توجه به شبکه‌های اینستاگرام با پژوهش حاضر همخوانی دارند. کارآفرینی در ورزش به معنای ایجاد و توسعه فرصت‌های کسب و کار، نوآوری، رشد و توسعه اقتصادی، اشتغال و ارتقاء فرهنگ ورزشی است.

راهبردهای آموزش و ارتقاء سطح آگاهی در توسعه مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی عواملی به شرح ذیل است. ارتقاء سطح آگاهی در مورد مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی از طریق آموزش مدیران و کارکنان این سازمان‌ها می‌تواند به بهبود فهم آنها از مسئولیت‌های اجتماعی و اثرات مثبت و منفی فعالیت‌های ورزشی بر جامعه کمک کند. برگزاری کارگاه‌ها، همایش‌ها، و رویدادهای آموزشی در مورد مسئولیت اجتماعی و اثرات فعالیت‌های ورزشی بر جامعه می‌تواند به افزایش آگاهی عمومی و توجه به این موضوع کمک کند. ایجاد برنامه‌های آموزشی مستمر در مورد مسئولیت اجتماعی و اخلاق ورزشی برای ورزشکاران، مربیان، داوران و مدیران ورزشی می‌تواند به ارتقاء سطح آگاهی و فهم آنها از این مسائل کمک کند. اجاق و آقایی (۱۴۰۱) در پژوهشی آموزش و آگاهی بخشی را یکی از مهمترین مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌های ورزشی در زمان همه‌گیری کرونا گزارش کردند و از این حیث با تحقیق حاضر همخوانی دارد.

از نتایج دیگر پژوهش حاضر، تدوین پیامدهای حاصل از مسئولیت اجتماعی ادارات کل ورزش و جوانان کشور بود. پیامدهای بدست آمده در این پژوهش عبارتند از: شادابی اجتماعی، گسترش و توسعه ورزش، افزایش مشارکت ورزشی، شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای کارکنان و مردم، افزایش اعتماد و رضایت، شکوفایی استعداد، افزایش انگیزه ورزشکار و عدالت اداری. نتایج تحقیقات، اسماعیلی و همکاران (۱۴۰۲)، زرگر و رین (۱۴۰۱)، قربانی زاده و همکاران (۱۴۰۱)، گودرزی و حسینی (۱۴۰۰)، ماداشانی و همکاران (۲۰۲۳)، فونسکا و برنت (۲۰۲۲) با نتایج این بخش از تحقیق همخوانی دارند. شادابی اجتماعی یکی از پیامدهای مهم در مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی است. فونسکا و برنت (۲۰۲۲) در مدل مسئولیت اجتماعی در ورزش نشان دادند که شادابی اجتماعی از نتایج مسئولیت اجتماعی بوده که می‌تواند در ابعاد تمامی جامعه گسترش یافته و به یک موضوع کلی تبدیل گردد؛ از این رو با تحقیق حاضر همخوانی دارد. ورزش و فعالیت‌های ورزشی می‌تواند ارتباطات اجتماعی را تقویت کند. شرکت در تیم‌های ورزشی، حضور در رویدادهای ورزشی و تشویق به فعالیت‌های ورزشی مشترک می‌تواند به ایجاد ارتباطات مثبت و ارتباطات اجتماعی مفید کمک کند. فعالیت‌های ورزشی می‌تواند به بهبود سلامت جسمی و روحی افراد کمک کند. این امر باعث افزایش انرژی، افزایش اعتماد به نفس و کاهش استرس و اضطراب می‌شود که به طور مستقیم به شادابی اجتماعی کمک می‌کند.

گسترش و توسعه ورزش یکی دیگر از پیامدهای مسئولیت اجتماعی ادارات ورزش و جوانان است. زینتی و همکاران (۱۴۰۱) مسئولیت اجتماعی از طریق ورزش فوتبال را الگوی مناسب برای توسعه ورزش فوتبال گزارش نمودند که با یافته‌های این تحقیق در این بخش همخوانی دارد. توسعه ورزش و فعالیت‌های ورزشی می‌تواند به ارتقای سلامت عمومی جامعه کمک کند. این امر باعث کاهش بیماری‌ها و افزایش سلامت جسمی و روحی افراد می‌شود. گسترش ورزش می‌تواند فرصت‌های شغلی جدید ایجاد کند. این امر می‌تواند به اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی کمک کند. افزایش مشارکت ورزشی از پیامدهای مسئولیت اجتماعی ادارات ورزش و جوانان می‌تواند به ایجاد جوانان سالم و فعال در جامعه کمک کند. این اقدام می‌تواند به بهبود سلامت جسمی و روحی جوانان، کاهش رفتارهای مخرب و اعتیاد، تقویت هویت فردی و اجتماعی آن‌ها، ارتقاء مهارت‌های ارتباطی و تیمی، تقویت اعتماد به نفس و افزایش انگیزه و انگیزش آن‌ها منجر شود. گودرزی و شجاعی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان، ارائه مدل توسعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران بانوی نخبه به این نتیجه رسیدند که توسعه مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی در توسعه مشارکت ورزشی ورزشکاران بانو نقش مهمی دارد. همچنین، افزایش مشارکت ورزشی می‌تواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه کمک کند. این اقدام می‌تواند به ایجاد فرصت‌های شغلی در حوزه ورزش و تفریح، توسعه توریسم و صنعت ورزشی، افزایش تعاملات اجتماعی و فرهنگی، ترویج مفاهیم همیاری و همبستگی و تقویت ارتباطات بین اقشار مختلف جامعه منجر شود.

افزایش اعتماد و رضایت از پیامدهای مسئولیت اجتماعی ادارات ورزش و جوانان می‌تواند به ارتقاء ارتباطات مثبت بین مردم و این ادارات منجر شود. این اقدام می‌تواند به افزایش اعتماد عمومی به ادارات ورزش و جوانان، تقویت روابط اجتماعی و افزایش همبستگی و همکاری در جامعه، ایجاد فضایی مثبت و پویا برای جوانان و افراد مختلف، تقویت ارتباطات میان فرهنگ‌ها و افزایش انگیزه و انگیزش افراد منجر شود. مجدی (۱۴۰۱) مسابقات و رویدادهای ورزشی به عنوان استراتژی مشارکت در مسئولیت‌های اجتماعی در جهت تحقق اعتماد و تعهد دانستند. قربانی زاده و همکاران (۱۴۰۱) از بین پیامدهای مسئولیت اجتماعی در سطح برون سازمانی، به ترتیب متغیرهای مشروعیت سازمان اعتماد عمومی، کیفیت ادراک شده و عملکرد زیست محیطی دارای اندازه اثر بالا هستند که هر دو تحقیق به اعتماد به عنوان یکی از پیامدهای مسئولیت اجتماعی در پژوهشان اشاره نمودند و با نتایج یافته‌های تحقیق همخوانی دارند.

هر پژوهشی در مسیر اجرایی خود با محدودیت‌های روبه‌رو است که محقق باید با تدبیر و صبور بودن خویش بر آن فائق آید، از جمله محدودیت‌های این تحقیق، دسترسی مشکل به خبرگان بود که در تنظیم زمان مناسب برای مصاحبه با چالش‌هایی رو به رو بود. جدا از موضوعات مطرح شده هر پژوهشی نیاز به بررسی بیشتر در سایر جنبه‌ها دارد که شاید مورد توجه محقق صورت نگرفته و با انجام تحقیقات بیشتر باعث غنا بیشتر موضوع مورد بررسی می‌شود، تحقیقات آینده می‌توانند با در نظر گرفتن شاخص‌هایی از متغیرهای مهم جامعه شناختی، اقتصادی، سیاسی، تکنولوژی، جنسیتی و آموزشی به شکل دقیق‌تر و کالبدشکافانه‌تر به مقوله‌ی مسئولیت اجتماعی بپردازند.

تقدیر و تشکر

از تمامی مدیران ادارات ورزش و جوانان، محققین و کسانی که از اطلاعات خود در فرایند مصاحبه دریغ نفرمودند و همچنین کمک شایان توجهی به پژوهشگران این تحقیق کردند و از تمامی کسانی که در اجرای پژوهش مشارکت داشته‌اند کمال تشکر را ابراز می‌داریم.

References

- Aghaii N, Ojagh S.A. (2022). Playing the role of social responsibility of sports organizations in Iran through social networks in the era of Covid-19, 10(28), 191-220. (In Persian)
- Barlas, A., Valakosta, A., Katsionis, C., Oikonomou, A., & Brinia, V. (2023). The Effect of Corporate Social Responsibility on Customer Trust and Loyalty. Sustainability, 15(2), 1036.
- Ebrahim AH, Buheji M.(2020). A pursuit for a 'holistic social responsibility strategic framework' addressing COVID-19 pandemic needs. American Journal of Economics, 10(5):293-304..
- Esmaili S, Bagheri M, Daneshfar K.(2023). Designing a corporate social responsibility model with an organizational transparency approach. Scientific Quarterly Journal of Supervision and Inspection, 63(6):33-64. (In Persian)
- Fonseca I.(2022). Modelos de responsabilidad social corporativa en el sector deporte: una revisión sistemática. Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación, (43):1106-15.
- Godarzi M, Hossini shekarabi H.(2021). Designing the social responsibility development model of the General Department of Physical Education of Payam Noor University. Applied research in sports management, 4(36): 91-106. (In Persian)

- Godarzi M, Shojaii A.(2021). Presenting the development model of social responsibility of elite female athletes on Instagram. *Scientific-research journal of organizational behavior management studies in sports*, 29: 67-86. (In Persian)
- Gorbani zadeh V, Zamani N, Seyed naghavi M, Vaezi R.(2022). Meta-analysis of the consequences of social responsibility in Iranian organizations. *Public management research*,15(57): 31-58. (In Persian)
- Li T, Hao L, Kubiczek J, Pietrzyk A.(2022). Corporate social responsibility of sports club in the era of coronavirus pandemic. *ZagłęRbie Sosnowiec case study. Economic research-Ekonomska istraživanja*;35(1):2073-92.
- Liu D, Schwarz EC.(2020). Assessing the community beliefs about the corporate social responsibility practices of professional football clubs in China. *Soccer & Society*, 3;21(5):584-601.
- Khalifesoltani M, Godarzi M, Dehghanghafarokhi M, Alidosteghfarakhi A.(2021). Presenting the social responsibility model of sports celebrities. *Organizational behavior management studies in sports*, 8(29): 29-48. (In Persian)
- Madhushani AA, Perara BL.(2023). Socially Responsible Sports Consumption Through Good Governance: A Case Study of Sports Federations in Sri Lanka. In *Dealing with Socially Responsible Consumers: Studies in Marketing*, 1 , 357-387. Singapore: Springer Nature Singapore.
- Masoud N.(2017). How to win the battle of ideas in corporate social responsibility: the International Pyramid Model of CSR. *International journal of corporate social responsibility*;2:1-22.
- Mariani MM, Al-Sultan K, De Massis A.(2023). Corporate social responsibility in family firms: A systematic literature review. *Journal of Small Business Management*; 61(3):1192-246.
- Mataji nemor A, Ahnchiyan M, Karami M, Salehi A.(2023). Orientation to the future: the link between the development of human resources and the social responsibility of the organization. *Two scientific quarterly journals of sustainable human resource managemen* ,5(8): 31-54. (In Persian)
- Painter DL, Sahm B, Schattschneider P.(2022). Framing sports' corporate social responsibility: US women's vs men's soccer leagues. *Corporate Communications: An International Journal*. 11;27(1):1-4.
- Rezaii Z, Hamidi M, Dehghan ghafarokhi A, Alidosst ghafarokhi A.(2022). Designing the social responsibility model of the student sports federation with a mixed approach (qualitative and quantitative). *Scientific Research Journal of Organizational Behavior Management Studies in Sports*, 9(34): 41-56. (In Persian)
- Singh K, Girdhar T.(2022). TATA Steel India: Corporate Social Responsibility Case Study Project. *A Casebook of Strategic Corporate Social Responsibility: Towards Business Sustainability*,:85-103.
- Smith DK, Casper J.(2020). Making an impact: An initial review of US sport league corporate social responsibility responses during COVID-19. *International Journal of Sport Communication*. Aug 27;13(3):335-43.
- Ullah F, Wu Y, Mehmood K, Jabeen F, Iftikhar Y, Acevedo-Duque Á, Kwan HK.(2020). Impact of spectators' perceptions of corporate social responsibility on regional attachment in sports: Three-wave indirect effects of spectators' pride and team identification. *Sustainability*, 10;13(2):597..
- Zargar T, Rin A.(2022). The model of green social responsibility in sports organizations, *Scientific quarterly of applied research in sports management*,2(42):78-94. (In Persian)
- Zargar T, Rin A.(2022). Designing and compiling the charter of social responsibility of sports organizations of the Islamic Republic of Iran, *Journal of sports management* ,4(14): 361-377. (In Persian)
- Zeimers G, Lefebvre A, Winand M, Anagnostopoulos C, Zintz T, Willem A.(2021). Organisational factors for corporate social responsibility implementation in sport federations: a qualitative comparative analysis. *European Sport Management Quarterly*, 15;21(2):173-93.