

مدیریت کیفیت در ورزش

علی جلالی

زنجیره ورزش بسیار وسیع است، به طوری که می‌تواند شامل باشگاه ورزشی، مدرسه فوتبال، فدراسیون، نشریات ورزشی، تولیدکنندگان و فروشگاه‌های لوازم ورزشی، اماکن ورزشی، سازندگان اماکن ورزشی و... باشد؛ که هر کدام از اینها سهم بسزایی در ورزش کشور دارند، اما سوال اینجا است که دلیل موفقیت یا عدم موفقیت ورزش ما چیست؟ ...



چندین سال است که صحبت از مدیریت کیفیت در بخش تولید و خدمات می‌شود و بسیاری از سازمان‌ها به منظور ارتقای کیفیت محصولات یا خدمات خود، سیستم مدیریت خود را براساس استانداردهای مدیریتی جدید مانند ISO9001 ارتقا داده‌اند.

این موضوع بیشتر در سازمان‌های تولیدی رونق گرفته و در بخش خدمات به ویژه ورزش کمتر به آنها بها داده شده است. در این مقاله سعی بر آن است که نقش و اهمیت نظام مدیریت کیفیت در ورزش تشریح شود.

امروزه ورزش به یک کسب و کار تبدیل شده است. شاید قبلاً کمتر کسی را می‌شد پیدا کرد که با هدف کسب درآمد سراغ ورزش برود و عشق و علاقه حرف اول را می‌زد، ولی در دو دهه اخیر ورزشکاری به عنوان یک شغل شناخته شده است، بنابراین یک نهاد، ارگان، باشگاه یا هر سازمان ورزشی دیگر باید به فکر آن باشد که بتواند آن را مدیریت کند و از آن درآمد حاصل نماید.

زنجیره ورزش بسیار وسیع است، به طوری که می‌تواند شامل باشگاه ورزشی، مدرسه فوتبال، فدراسیون، نشریات ورزشی، تولیدکنندگان و فروشگاه‌های لوازم ورزشی، اماکن ورزشی، سازندگان اماکن ورزشی و... باشد؛ که هر کدام از اینها سهم بسزایی در ورزش کشور دارند، اما سوال اینجا است که دلیل موفقیت یا عدم موفقیت ورزش ما چیست؟ بدون شک یکی از مهم‌ترین دلایل موفقیت یک سازمان ایجاد سیستم مدیریت کیفیت قوی در آن سازمان است. به عبارتی دیگر، ایجاد نظم.

از سال ۱۹۹۴ میلادی، استاندارد مدیریت کیفیت ISO9001 توسط سازمان ISO تدوین شد که از همان ابتدا سازمان‌های تولیدی نسبت به اجرای آن اقدام نمودند و سپس در بخش خدمات نیز توسعه یافت، علاوه بر این استاندارد، استانداردهای مدیریتی دیگر مانند ISO14001 (سیستم مدیریت زیست محیطی) و برخی استانداردهای تخصصی‌تر مانند ISO/TS 16949 (مدیریت کیفیت ویژه زنجیره خودروسازی)، ISO/TS 29001 (مدیریت کیفیت ویژه صنایع نفت، گاز و پتروشیمی) و ISO22000 (مدیریت ایمنی در زنجیره غذایی) تدوین شد، ولی هنوز استاندارد مدیریتی ویژه ورزش توسط سازمان ایزو تدوین نشده است. هر چند که سازمان‌های ورزش نیز می‌توانند نسبت به اخذ گواهینامه ISO 9001:2008 اقدام نمایند.

اخیراً برخی باشگاه‌های ورزشی براساس سیستم‌های مدیریت کیفیت فعالیت می‌کنند و حتی موفق به دریافت گواهینامه ISO9001 هم شده‌اند. که می‌توان به باشگاه فولاد مبارکه سپاهان در کشور خودمان نیز اشاره نمود. برخی دیگر این سیستم را پیاده‌سازی نموده‌اند، ولی به دنبال اخذ گواهینامه نرفته‌اند!

در زنجیره ورزش، باشگاه‌های ورزشی مهم‌ترین نقش را ایفا می‌نمایند. تصور نمایید که یک باشگاه ورزشی خواهان آن باشد که سیستم مدیریت خود را براساس استانداردهای جدید مدیریتی طراحی و پیاده‌سازی کند. در این صورت باید موضوعات زیر را در راس فعالیت‌های خود قرار دهد:

رعایت الزامات قانونی و مقرراتی

برای هر ورزشی، الزامات قانونی بین‌المللی وجود دارد. مثلاً فدراسیون بین‌المللی فوتبال FIFA اعلام نموده است که طول زمین فوتبال باید ۱۰۰-۱۱۰ متر و عرض آن ۶۴-۷۵ متر و حداقل نور پروژکتور در شب ۱۲۰۰ لوکس باشد. این یک الزام قانونی است که رعایت آن الزامی است. متأسفانه الزامات قانونی و مقرراتی قوی در کشور ما وجود ندارد



تحلیل داده‌ها

این موضوع در ورزش از اهمیت به‌سزایی برخوردار است، به طوری که بسیاری از باشگاه‌های ورزشی اقدام به استخدام تحلیل‌گر می‌نمایند. تحلیل داده‌ها می‌تواند براساس عملکرد فرآیندها و رضایت اسپانسرها نیز صورت گیرد، شرایط روانی بازیکنان، آب و هوا، بازی‌های قبلی، عملکرد بازیکنان از جمله مواردی هستند که در تجزیه و تحلیل داده‌ها مدنظر قرار می‌گیرند.

فرآیندگرایی

فرآیند مجموعه‌ای از فعالیت‌ها می‌باشد که ورودی را به خروجی تبدیل می‌نماید؛ بنابراین یک فرآیند از مولفه‌های ورودی، خروجی، منابع و شاخص‌های پایش و هدف برخوردار است. در واقع هر سازمانی از چندین فرآیند اصلی، پشتیبانی و مدیریتی برخوردار است، به عنوان مثال یک باشگاه ورزشی دارای فرآیندهای استخدام و جذب مربی یا بازیکن، آموزش و تمرین دادن، تامین غذا و لباس و ... می‌باشد. کلیه فرآیندها باید شناسایی و به‌صورت دوره‌ای مورد پایش قرار گیرند. در حقیقت اگر فرآیندها به خوبی کار کنند، می‌توان به ارائه خدمات بهتر و در نهایت دستیابی به اهداف آن باشگاه امیدوار بود.

رهبری

مدیران ارشد یک باشگاه ورزشی یعنی اعضای هیات‌مدیره، مربیان و کاپیتان تیم نقش مهمی را در دستیابی به اهداف سازمان به عهده دارند. تدوین خط مشی و اهداف کیفی، ایجاد انگیزه در بازیکنان، تامین منابع لازم و انجام اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه از جمله این موارد می‌باشند. مدیر ارشد باشگاه باید بتواند در موقع بحران به کمک سازمان بیاید. مسوولیت‌ها و اختیارات کلیه افراد باید تعیین گردند تا همگی در محیطی با نشاط بتوانند در جهت دستیابی به اهداف باشگاه تلاش نمایند.

در حال حاضر اکثر سازمان‌های ورزشی به روش سنتی مدیریت می‌شوند. بدون شک استقرار سیستم مدیریت کیفیت در باشگاه‌های ورزشی و سایر سازمان‌های مرتبط با ورزش می‌تواند کمک شایانی به موفقیت آنها نماید.

بزرگ‌ترین مزیت آن، این است که آن سازمان قائم به فرد نبوده و با جابه‌جایی افراد، خلل چندانی در دستیابی به اهداف آن سازمان ایجاد نمی‌نماید. /

که این امر موجب می‌شود، باشگاه‌های ورزشی بتوانند سلیقه خود را اعمال نمایند. هرچند که الزامات قانونی بین‌المللی تا حدودی مانع از آن می‌شود.

منابع کافی

منابع بر ۲ نوع است: (۱) زیرساخت (۲) نیروی انسانی باشگاه‌های ورزشی موفق منابع کافی در اختیار دارند. در حال حاضر بیشترین مزد به یک ورزشکار حرفه‌ای تعلق می‌گیرد، به طوری که فاصله آن با سایر مشاغل مانند پزشکان و مهندسان زیاد است. تامین امکانات مانند ساختمان، فضای ورزشی، امکانات تمرین نوعی تامین زیرساخت محسوب می‌گردند. تامین مربیان با شایستگی بالا و بازیکنان خوب نیز به معنای منابع انسانی است. شایستگی افراد به ۴ عامل مهارت، تحصیلات، آموزش و تجربه بستگی دارد که در ورزش عامل مهارت و آموزش برای بازیکنان از اهمیت بالاتری برخوردار است.

توجه به اهداف کیفی

سازمان‌های موفق برای خود اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت تعریف می‌کنند. این اهداف می‌تواند شامل مثلا کسب عنوان قهرمانی، افزایش میزان رضایت اسپانسرها و افزایش تعداد طرفداران تیم ورزش برای یک باشگاه ورزشی باشد. برای دستیابی به این اهداف باید مسوولیت افراد، منابع مورد نیاز و مدت زمان آن مشخص گردد. این امر در بسیاری سازمان‌های ورزشی به علت جابه‌جایی‌های زودرس مدیران و مربیان امکان‌پذیر نیست. یکی از اهداف سیستم مدیریت کیفیت آن است که سازمان قائم به فرد نباشد.

مشتری‌گرایی

مشتری واقعی کسی است که در قبال دریافت خدمات، پول پرداخت می‌نماید. بنابراین مشتری واقعی یک باشگاه ورزشی همان اسپانسرها هستند. هر چند که نباید از سایر اشخاص ذی‌نفع مانند مردم تماشاچیان و هواداران و ... صرف‌نظر نمود، برآورده کردن نیاز مشتریان باید در راس سیستم مدیریت یک سازمان ورزشی قرار گیرد؛ چراکه اگر اسپانسر که همان مشتری است، حمایت ننماید، پایه‌های سازمان دچار تزلزل خواهد گردید.