

[10.22034/ssys.2022.2174.2553](https://doi.org/10.22034/ssys.2022.2174.2553)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۱۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۲/۲۵

هدف این پژوهش، بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در ایران با روش دیمتل بود. روش این پژوهش، آمیخته و طرح آن از نوع همسوسازی بود. در بخش اول این پژوهش از روش تحلیل مضمون و در بخش کمی از روش توصیفی-پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش را صاحب‌نظران تشکیل می‌دادند که به صورت هدفمند انتخاب شدند و براساس اشباع نظری، مجموع صاحب‌نظران مشارکت‌کننده برابر با ۱۲ نفر بود. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه و پرسش‌نامه بود و داده‌های بخش کیفی با استفاده از کدگذاری و داده‌های بخش کمی با استفاده از روش دیمتل تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی شامل مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اقتصادی، شفافیت، فرهنگی، اخلاقی، قانونی، خیرخواهانه، محیطی و دانشی است. همچنین مسئولیت‌پذیری اخلاقی از بیشترین تأثیرگذاری و تعامل و مسئولیت‌پذیری دانشی از کمترین تأثیرگذاری برخوردار بود. در نهایت مشخص شد مسئولیت‌های فرهنگی، شفافیت، اقتصادی و اجتماعی نقش متغیر علی و مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، محیطی، خیرخواهانه و دانشی نقش متغیر معلول را دارند. با توجه به یافته‌های پژوهش به سازمان‌های متولی پیشنهاد می‌شود ابعاد مسئولیت‌پذیری شناسایی شده در این پژوهش را در اساسنامه باشگاه‌های مربوطه بگنجانند و مسئولیت‌ها را تعریف کنند.

واژگان کلیدی: باشگاه‌های ورزشی، کارکردهای اجتماعی ورزش، مسئولیت اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی.

^۱ استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

E-mail: Zargar_ta@yahoo.com

(نویسنده مسئول)

^۲ دانشیار، علوم رفتاری و سلامتی، دانشکده یادگیری حرکتی و علوم تغذیه، دانشگاه کوپن‌هاگن، برزیل، استرالیا

مقدمه

اگر قبول کنیم که پدیده ورزش به عنوان یک رکن تأثیرگذار در جامعه مدرن امروزی مطرح است، باید کارکردهای آن را نیز مورد توجه قرار دهیم. ورزش دارای کارکردهای مختلفی است که مهم‌ترین آن، کارکرد اجتماعی می‌باشد (دولینگا، روبینسون و واشینگتون^۱، ۲۰۱۳: ۲۷۰). از کارکردهای اجتماعی ورزش می‌توان به ارتباط متقابل و آمیختگی تنگاتنگ آن با نهادهای اصلی و فرعی اقتصادی، سیاسی، خانوادگی، آموزشی و پرورشی و مذهبی اشاره کرد که این ارتباط در شرایط اجتماعی مطلوب و فرهنگ سالم موجب بروز کارکردهای مثبت و سودمند و در شرایط اجتماعی نامطلوب و فرهنگ غلط موجب بروز کارکردهای منفی و زیانبار می‌گردد (کوکل^۲، ۲۰۰۹: ۹۸). مسئله‌ای که امروزه در بعد اجتماعی ورزش مطرح شده و توانسته است سازمان‌های ورزشی و افراد را به خود مشغول کند، مسئولیت اجتماعی است (والکر و پارنت^۳، ۲۰۱۰: ۲۰۲). مسئولیت اجتماعی یک تصمیم راهبردی است که از طریق آن سازمان‌هایی که متعهد به ایفای مسئولیت اجتماعی خود هستند، می‌توانند با هدف تأثیرگذاری مثبت بر افراد خارج از سازمان، به حل مسائل زیست محیطی و اجتماعی و غیره کمک کنند (رمضان، امین و عباس، ۲۰۲۱: ۱). اصول مسئولیت اجتماعی روی این واقعیت تأکید دارد که سازمان‌های ورزشی باید متوجه تأثیر خود بر جامعه باشند و در برابر جامعه مسئولیت‌پذیر باشند (محرم‌زاده، نوری و فتاحی، ۱۳۹۹: ۴۹). بنابراین مشاهده می‌شود امروزه اکثر قریب به اتفاق سازمان‌های ورزشی به طور خاص باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی شکل‌های مختلفی از مسئولیت‌های اجتماعی را در اهداف خود قرار داده‌اند و درگیر اجرای آن‌ها شده‌اند (بابیاک و کیهل^۴، ۲۰۱۸: ۱۲۲).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی به طور کلی از چهار بعد مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اجتماعی و مسئولیت اخلاقی تشکیل شده است (رحیمیان و کاظم‌پور، ۱۳۹۷: ۱۵۵). در بعد اقتصادی، مسئولیت اقتصادی این است که از طریق تولید یا کیفیت خوب و قیمت منصفانه برای مصرف‌کننده سودآوری را به ارمغان آورد. در بعد قانونی، از سازمان انتظار می‌رود که مأموریت اقتصادی خود را در چهارچوب قانون پی‌گیری کند و قوانینی را برای کنترل کسب و کارها تصویب نماید. همچنین بعد اجتماعی، مجموعه وظایف و تعهداتی را شامل می‌شود که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه‌جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور انجام دهد. سرانجام بعد اخلاقی به عنوان انتظارات جامعه از سازمان مبنی بر اینکه ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشد و به آن احترام بگذارد، توصیف می‌شود (علی‌زاده، ۱۳۹۸: ۱۱۸). علیرغم آن مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت ورزش صرفاً در قالب ابعاد

¹ Dowlinga, Robinson & Washington

² Coakly

³ Walker & Parent

⁴ Babiak & Kihl

مورد نظر خلاصه نمی‌شود، چون مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت ورزش با دیگر حوزه‌ها متفاوت است و صنعت ورزش ویژگی‌های دارد که آن را از دیگر سازمان‌ها متمایز می‌کند. لذا لازم است به موازات ابعاد مطرح شده، ابعاد خاص مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای سازمان‌های ورزشی شناسایی شود (والکر و پارت، ۲۰۱۰: ۲۰۳). در این راستا نتایج مطالعه علوی، غفوری و هنری (۱۳۹۹: ۱۵۳) نشان داد ابعاد مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مشهور شامل ۸ مقوله اصلی به نام‌های مسئولیت سیاسی، اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستانه، زیست محیطی، رسانه‌ای- خبری و آموزشی- ورزشی است. پیش‌تر افروزه، مظفری، آقایی و صفاری (۱۳۹۵: ۶۹) مشخص کرده بودند که مقوله فرهنگی- اخلاقی، اقتصادی، فنی، قانونی، سیاسی و ساختاری جزو مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال هستند. همچنین خلیفه سلطانی، گودرزی، دهقان قهرخی و علی‌دوست قهرخی (۱۴۰۰: ۲۹) گزارش کردند که مدل مسئولیت اجتماعی سلبیتی‌های ورزشی شامل مسئولیت اجتماعی، مسئولیت بشردوستانه، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت قانونی، مسئولیت زیست محیطی، مسئولیت فرهنگی، مسئولیت اقتصادی و مسئولیت سیاسی است. در پژوهشی دیگر سبجانی، محمدی و حاتمی (۱۳۹۶: ۳۵۹) نشان دادند موضوعات قانونی، اقتصادی، اخلاقی و بشردوستانه جزو ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی مجموعه‌های ورزشی خصوصی هستند. براخاص، همتی‌نژاد و ایزانلو (۱۳۹۹: ۳۵) گزارش کردند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سه بعد اقتصادی- حقوقی و سلامت و آموزش دارد. افزون بر این، نیازی‌تبار (۱۳۹۷: ۱) نشان داد مسئولیت‌پذیری اخلاقی، فرهنگی، قانونی، اقتصادی- اجتماعی، شفافیت، خیرخواهانه، دانش و اجتماعی- محیطی جزو ابعاد مدل مسئولیت اجتماعی فوتبال هستند. پژوهش نامبرده همچنین نشان داد مسئولیت‌پذیری اخلاقی دارای بیشترین تعداد رابطه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری است و تأثیرگذاری مسئولیت‌پذیری اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری قانونی و مسئولیت‌پذیری شفافیت بیش از سایر روابط است. همچنین آیین‌پناس، بابیک و مارتینز- پاتینو^۱ (۲۰۲۰: ۱) با مطالعه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و فعالیت‌های خبرخواهانه ورزشکاران حرفه‌ای برای رفع نیازهای فوری اجتماعی در بحران کوید-۱۹ نشان دادند ورزشکاران حمایت اجتماعی خود را از سه طریق آگاهی‌بخشی به مردم و حمایت از آن‌ها، کمک‌های مالی و دعوت از دیگران و به اشتراک گذاشتن اطلاعات انجام می‌دهند. کارترز- پونسودا، اسکارتی، خیمنز- اومئدو و کارتل-تورمو^۲ (۲۰۲۱: ۱) نیز نشان دادند مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ورزش به طور خاص فدراسیون‌های ورزشی تابع دو بعد مسئولیت‌پذیری فردی و اجتماعی است. کیزیلوگونز و کواک^۳ (۲۰۲۱: ۷۰) نشان دادند مسئولیت‌پذیری اقتصادی، اخلاقی، قانونی و بشردوستانه جزو مسئولیت- های اجتماعی سازمان‌های ورزشی هستند. آنها همچنین گزارش کردند که فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری

¹ Abuín-Penas, Babiak, & Martínez-Patiño

² Carreres-Ponsoda, Escartí, Jimenez-Olmedo & Cortell-Tormo

³ Kizilgüneş & Koçak

اجتماعی در عرصه ورزش در مقایسه با سایر حوزه‌ها موقعیت بهتری دارد. علیرغم آن فعالیت مسئولیت-پذیری سازمان‌های ورزشی صرفاً در حوزه‌های مربوطه خلاصه نمی‌شود.

با اقتباس از آنچه که بیان شد این گونه استنباط می‌شد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ورزش جزو یکی از سیاست‌های راهبردی است که سازمان‌های ورزشی در عرصه‌های مختلف نیاز است در برنامه-های راهبردی خود آن را بگنجانند. از طرفی امروزه برخلاف گذشته، اکثر قریب به اتفاق سازمان‌های ورزشی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را پذیرفته و در تلاش هستند با عمل بر روی حیطه‌های مختلف آن وجه اجتماعی خود را بهبود بخشند. اما مسئله این است که حیطه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی نزد سازمان‌های ورزشی با دیگر سازمان‌ها یکسان نیست هرچند که ممکن است شباهت‌های نیز با هم داشته باشند، در نتیجه نمی‌توان حیطه‌هایی را که سایر سازمان‌ها بر آن‌ها تأکید می‌کنند، در ورزش مورد تأکید قرار داد. از طرفی بین مسئولیت‌های گزارش‌شده در خود حوزه ورزش نیز اتفاق نظر وجود ندارد و این خود برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در این حوزه را با چالش مواجه کرده است. مسئله دیگر اینکه مشخص نیست ابعاد شناسایی چگونه با هم ارتباط دارند و کدامیک از ابعاد در تبیین مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌های ورزشی به طور خاص باشگاه‌های ورزشی بیشترین سهم را دارند تا با شناخت آن بتوان منابع در اختیار را برای تقویت آن به طور بهینه اختصاص داد. در نتیجه این چالش‌ها مشاهده می‌شود سازمان‌های ورزشی در رأس آن‌ها باشگاه‌های ورزشی مسئولیت اجتماعی خود را در قبال جامعه به درستی انجام نمی‌دهند و اگر هم اقداماتی در این زمینه انجام می‌دهند، مستمر و بادوام نیست. این درحالی است که مسئولیت اجتماعی برای باشگاه‌های ورزشی در حال تبدیل شدن به یک حیطه راهبردی است و مدیران این باشگاه‌ها نه تنها باید نسبت به توسعه مسئولیت اجتماعی و اهمیت راهبردی آن آگاهی و شناخت کافی داشته باشند، بلکه لازم است با طرح اقدامات علمی و عملی زمینه‌بستگی و نهادینه‌سازی آن را فراهم کنند و به این مسئله توجه داشته باشند که حفظ و نگهداری شهرت سازمانی، متمایز بودن نسبت به سایر باشگاه‌ها، افزایش وفاداری هواداران، ایجاد مزیت رقابتی، بهبود عملکرد مالی، ایجاد تصویری بهتر از باشگاه، بهبود روابط با جامعه صرفاً در سایه توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه امکان‌پذیر است. بر این اساس، مطالعه حاضر درصدد است ضمن شناخت ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در باشگاه‌های ورزشی، روابط درونی این ابعاد را برای شناسایی الگوی روابط علی میان ابعاد مورد بررسی قرار دهد.

روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش آمیخته و طرح آن از نوع همسوسازی بود. در بخش اول این تحقیق از روش تحلیل مضمون و در بخش کمی از روش توصیفی-پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق را صاحب‌نظران تشکیل می‌دادند که به‌صورت هدفمند انتخاب گردیدند و براساس اشباع نظری مجموع

بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی باشگاههای ورزشی در ایران با روش دیمتل

صاحب نظران مشارکت کننده برابر با ۱۲ نفر بود. در جدول ۱، اطلاعات جمعیت شناختی این افراد گزارش شده است:

جدول ۱: ویژگی های جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در تحقیق

ردیف	حوزه فعالیت	تحصیلات	سن
۱	مدیر باشگاه	فوق لیسانس	۴۵ سال
۲	مدیر باشگاه	لیسانس	۴۷ سال
۳	عضو هیئت رئیسه	دکتری	۵۳ سال
۴	مدیر باشگاه	دکتری	۴۸ سال
۵	معاون باشگاه	فوق لیسانس	۴۶ سال
۶	عضو هیئت رئیسه	دکتری	۵۱ سال
۷	عضو هیئت رئیسه	فوق لیسانس	۳۹ سال
۸	معاون باشگاه	فوق لیسانس	۴۱ سال
۹	عضو هیئت رئیسه	دکتری	۴۳ سال
۱۰	مدیر باشگاه	دکتری	۵۴ سال
۱۱	معاون باشگاه	دکتری	۴۷ سال
۱۲	معاون باشگاه	لیسانس	۳۸ سال

در بخش کیفی جهت گردآوری داده ها، از مصاحبه عمیق استفاده شد. سؤالات این مصاحبه در دو بخش پرسش های جمعیت شناختی و پرسش های مرتبط با موضوع تحقیق تنظیم شده بود. در بخش کمی از ابزار اندازه گیری پرسش نامه استفاده گردید. اطلاعات این پرسش نامه و ساختار آن منطبق با یافته های بخش کیفی بود. جهت بررسی کیفیت و اعتبار بخشی به نتایج کیفی در تحقیق حاضر از معیارهای ارزشیابی لینکلن و گابا^۱ (۱۹۸۵) شامل معیارهای اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأیید پذیری استفاده شد. اعتبار: برای دستیابی به این معیار در فرایند جمع آوری داده ها و اطلاعات و انتخاب نمونه پژوهش برای مصاحبه و طراحی سؤالات مصاحبه از منابع و جنبه های گوناگونی استفاده شد. انتقال پذیری: به منظور دستیابی به این معیار تمام مراحل پژوهش برای استفاده احتمالی محققان دیگر به صورت مکتوب مستندسازی شد و شرایط جمعیت - شناختی مصاحبه شوندگان به صورت تفصیلی ارائه گردید. قابلیت اعتماد: در پژوهش حاضر دستیابی به این معیار از طریق استفاده از دو کدگذار انجام گرفت. بدین منظور از یکی از متخصصان حوزه مدیریت در فرایند کدگذاری در پژوهش کمک گرفته شد. به صورت تصادفی دو مصاحبه انتخاب شد و پس از آموزش های

¹Lincoln & Guba

لازم کدگذاری توسط ایشان انجام گرفت. در هر یک از مصاحبه‌ها کدهایی که از نظر دو نفر مشابه باشند، با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص شدند. درصد توافق بین دو کدگذار با استفاده از فرمول زیر محاسبه و نتایج آن در قالب جدول ۲ ارائه گردید:

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

جدول ۲: نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

شماره مصاحبه	کل کدها	توافقات	عدم توافقات	درصد پایایی
۶	۹	۴	۱	۰/۸۸۸
۹	۱۴	۶	۲	۰/۸۵۷
مجموع	۲۳	۱۰	۳	۰/۸۶۹

بنابر توافق موجود، میزان توافق درونی بالای ۸۶ درصد بیانگر پایایی مناسب ابزار خواهد بود. تأییدپذیری: برای تحقق این مهم از ارزیابی متخصصان خارج از فرایند پژوهش استفاده شد. علاوه بر این، به‌منظور تأیید اعتبار ابزار اندازه‌گیری در بخش کمی، از روش روایی محتوایی بهره‌گیری شد. همچنین برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری از آلفای کرونباخ استفاده گردید. سرانجام داده‌های بخش کیفی با استفاده از کدگذاری و داده‌های بخش کمی با استفاده روش دیمتل تحلیل شدند.

یافته‌های پژوهش

با استناد به نتایج کدبندی از طریق بازبینی مصاحبه‌های انجام‌گرفته با صاحب‌نظران و ترکیب مضامین فرعی براساس قرابت معنایی ۹ مضمون اصلی در ارتباط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی به‌نام‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اقتصادی، شفافیت، فرهنگی، اخلاقی، قانونی، خیرخواهانه، محیطی و دانشی شناسایی شدند.

جدول ۳: مضامین فرعی و اصلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی نزد باشگاه‌های ورزشی

مضامین اصلی	مضامین فرعی	نشانه‌گر
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	حفظ ارزش‌های اجتماعی	P5, P1, P12
	مشارکت با نهادهای اجتماعی	P1, P2, P5, P6, P8, P9
	دغدغه‌های اجتماعی	P2, P3, P12
	ایفاگر نقشی مثبت در اجتماع	P6, P11
	توجه به منافع کلان جامعه	P5, P7, P8, P10, P11, P12

بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی باشگاههای ورزشی در ایران با روش دیمتل

	اشتراک و همگرایی میان منافع سازمان و منافع جامعه	P6, P11
	تعامل با جامعه	P6, P12
	توجه به عرف جامعه	P5, P7
	مسئول بودن در برابر جامعه	P5
	حمایت از رشد	P1
	رفاه و آسایش مردم در ورزش	P1, P3, P4, P5, P6
	توجه به نیازهای اقتصادی جامعه	P4, P6, P8, P9, P10
مسئولیت پذیری	بهره مندسازی گروه های مردم از فرآیند کار	P4, P5, P7, P8, P11
اقتصادی	اشتغال زایی	P8, P12
	حمایت مالی از تنگدستان	P8, P9, P11
	ایجاد آکادمی برای فوتبال پایه	P8
	مشارکت در طرح های شهری	P8
	عدم پنهان کاری نتایج منفی یک عمل	P1, P5, P9, P8
مسئولیت پذیری	محیط حقوقی و قانونی شفاف	P2, P4, P5, P7, P10
شفافیت	روشن بودن	P2, P3, P4, P8, P11
	شفافیت مالی باشگاه	P2, P3
	گزارش به هوادار و جامعه	P3, P4, P5, P8
	فرهنگ تیم محوری	P3, P4, P5, P12
	فرهنگ جامعه محوری	P2, P5
مسئولیت پذیری	فرهنگ کمک به هم نوع	P6, P7, P9
فرهنگی	بهبود ارزش ها	P6, P11, P4
	نهادینه سازی فرهنگ مسئولیت پذیری اجتماعی	P7, P4, P5
	مدنظر قرار دادن ارزش ها و هنجارهای جامعه	P4, P2
مسئولیت پذیری	انجام کارهای درست	P4, P10
اخلاقی	پایبندی به اصول اخلاقی	P4, P10

	احترام به حقوق مردم	P4, P7, P8, P9, P10, P11
	خدمت به بشریت	P11
	در دسترس قرار دادن الگوی خود	P11
	نهادینه سازی معیارهای بهنجار اخلاقی - انسانی	P4, P7, P12
	در ارکان باشگاه	
	بایبندی به اصول اخلاقی	P10
مسئولیت پذیری قانونی	پیروی از قانون	P4, P9, P12
	رعایت حقوق اقلیت ها	P8
	عدم تبعیضات قومی و جنسی	P4, P8
	صرف درآمد به امور خیره	P4, P5, P7, P8
مسئولیت پذیری خیرخواهانه	کمک های داوطلبانه به دیگران	P4, P6, P8, P10
	خدمت به بشریت	P11
	شرکت در فعالیت های انسان دوستانه	P5, P6, P7, P9, P10, P11
	هم نوع دوستی	P5, P8
مسئولیت پذیری محیطی	توسعه و گسترش فناوری های سازگار محیط زیست	P3, P5, P7, P9, P10
	حفاظت از محیط زیست	P9, P10
	حمایت از نگرش های پیشگیرانه در زمینه چالش های محیط زیست	P9, P11
مسئولیت پذیری دانشی	آموزش و آگاهی	P2, P8, P5, P10
	برنامه های مستمر آموزشی	P9, P4, P7
	بیان اهمیت مرور و بازبینی مسئولیت پذیری اجتماعی	P6, P7, P9, P11
	آموزش در قالب های گوناگون	P3, P4, P8, P9, P11

در ادامه برای تعیین روابط علی، الگوریتم اجرای تکنیک دیمتل در پنج مرحله پیاده سازی شد. در گام نخست برای شناسایی الگوی روابط میان n معیار ابتدا یک ماتریس $n \times n$ تشکیل شد. تاثیر عنصر مندرج در هر سطر بر عناصر مندرج در ستون در این ماتریس درج و از یک طیف با امتیاز ۰ تا ۴ برای امتیازدهی

بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی باشگاههای ورزشی در ایران با روش دیمتل

استفاده شد؛ به طوری که اگر هیچ تأثیری وجود نداشته باشد، عدد صفر و اگر تأثیر بسیار زیاد باشد، عدد ۴ استفاده گردید. همچنین برخلاف تکنیکهای AHP و ANP در اینجا شرط معکوسی برقرار نیست؛ یعنی اگر تأثیر عنصر A بر B برابر ۳ باشد، تأثیر عنصر B بر A لزوماً 1/3 نخواهد بود و ممکن است هر عددی بین صفر تا ۴ باشد. درایه‌های قطر اصلی یعنی تأثیر هر عنصر بر خودش نیز صفر در نظر گرفته شد.

جدول ۴: طیف مورد استفاده در تکنیک دیمتل

بدون تأثیر	تأثیر خیلی کم	تأثیر کم	تأثیر زیاد	تأثیر خیلی زیاد
۰	۱	۲	۳	۴

چون از دیدگاه ۱۲ نفر استفاده شد، هریک از خبرگان ماتریس موجود را تکمیل کردند و سپس از

میانگین ساده نظرات استفاده شد و ماتریس ارتباط مستقیم X تشکیل گردید.

$$X = \begin{bmatrix} 0 & \dots & x_{n1} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{1n} & \dots & 0 \end{bmatrix}$$

در گام دوم برای نرمال‌سازی، ابتدا جمع تمامی سطرها و ستون‌های ماتریس ارتباط مستقیم محاسبه

شد. بزرگترین عدد مجموع سطرها و ستون‌ها با k نمایش داده شد. برای نرمال‌سازی تک‌تک درایه‌های ماتریس ارتباط مستقیم بر k تقسیم شد.

$$k = \max \left\{ \max_{j=1}^n \sum_{i=1}^n x_{ij}, \sum_{i=1}^n x_{ij} \right\}$$

$$N = \frac{1}{k} * X$$

در گام سوم برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا یک ماتریس همانی $n \times n$ تشکیل داده شد.

سپس این ماتریس همانی منهای ماتریس نرمال شد و ماتریس حاصل معکوس گردید. در نهایت ماتریس نرمال در ماتریس حاصل ضرب شد و در نتیجه ماتریس ارتباط کامل تعیین گردید.

$$T = N \times (I - N)^{-1}$$

در گام چهارم برای محاسبه ماتریس روابط داخلی ارزش آستانه محاسبه شد. با این روش این

امکان فراهم شد از روابط جزئی صرف‌نظر شده و شبکه روابط قابل اعتنا یا همان نقشه شبکه روابط (NRM)

ترسیم گردد. گفتنی است تنها روابطی که مقادیر آنها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگتر بود، در NRM

نمایش داده شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شد. بعد از آنکه شدت

آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس T که کوچکتر از آستانه بودند صفر شده یعنی آن رابطه‌ها علی در نظر گرفته نمی‌شد.

سرانجام در آخرین گام نمودار علی چهار جنبه ارائه شد. در این نمودار اطلاعات به شرح زیر

قابل تفسیر بود:

میزان تاثیر گذاری متغیرها: جمع عناصر هر سطر (D) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است.

میزان تاثیرپذیری متغیرها: جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است.

بنابراین بردار افقی (D + R) میزان تاثیر و تائر عامل مورد نظر در سیستم است. به عبارت دیگر، هرچه مقدار D + R عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد.

بردار عمودی (D - R) قدرت تاثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. بطور کلی اگر D - R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود.

در نهایت یک دستگاه مختصات دکارتی ترسیم شد. در این دستگاه محور طولی مقادیر D + R و محور عرضی براساس D - R بود. موقعیت هر عامل با نقطه‌ای به مختصات (D + R, D - R) در دستگاه معین شد. به این ترتیب یک نمودار گرافیکی نیز به دست آمد. در جدول ۵، جمع تمامی سطرها و ستون‌ها محاسبه گردید تا بزرگترین عدد مشخص و تمامی درایه‌های ماتریس بر معکوس این عدد ضرب و ماتریس نرمال شود.

جدول ۵: میانگین نظر خبرگان

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	جمع ردیف‌ها
۱. اجتماعی	۰	۱/۰۸۳	۱/۲۵	۱/۱۶۶	۱/۵۸۳	۱/۴۱۶	۱/۵	۱/۵	۱/۱۶۶	۱۰/۶۶۶
۲. اقتصادی	۰/۵	۰	۱/۱۶۶	۰/۷۵	۱/۳۳۳	۱/۸۳۳	۱/۵۸۳	۰/۹۱۶	۱/۴۱۶	۹/۹۱۶
۳. شفافیت	۱/۱۶۶	۰/۲۵	۰	۱/۴۱۶	۱/۴۱۶	۲/۰۸۳	۱/۶۶۶	۱/۷۵	۱/۳۳۳	۱۱/۰۸۳
۴. فرهنگی	۱/۰۸۳	۱	۰/۵۸۳	۰	۱/۹۱۶	۲/۱۶۶	۱/۶۶۶	۱/۵	۱/۴۱۶	۱۱/۳۳۳
۵. اخلاقی	۱/۴۱۶	۰/۶۶۶	۱/۵	۰/۶۶۶	۰	۱/۵۸۳	۲	۱/۹۱۶	۱/۸۳۳	۱۱/۵۸۳
۶. قانونی	۱	۱/۰۸۳	۱/۰۸۳	۰/۹۱۶	۰/۸۳۳	۰	۱/۵۸۳	۲	۱/۵۸۳	۱۰/۰۸۳
۷. خیرخواهانه	۰/۶۶۶	۰/۸۳۳	۱/۰۸۳	۰/۷۵	۱/۲۵	۰/۹۱۶	۰	۱/۲۵	۱/۴۱۶	۸/۱۶۶
۸. محیطی	۱	۰/۷۵	۰/۸۳۳	۱/۰۸۳	۱/۶۶۶	۱	۱/۰۸۳	۰	۱/۱۶۶	۸/۵۸۳
۹. دانشی	۰/۳۳۳	۰/۶۶۶	۰/۵	۰/۴۱۶	۱/۰۸۳	۱/۰۸۳	۱/۰۸۳	۰/۸۳۳	۰	۶

معکوس بزرگترین عدد مجموع سطر و ستون با k نمایش داده می‌شود. براساس جدول بالا،

بزرگترین عدد ۱۱/۵۸۳ است و تمامی درایه‌های ماتریس بر معکوس این عدد ضرب می‌شود تا ماتریس

بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی باشگاههای ورزشی در ایران با روش دیمتل

نرمال شود.

$$k = \frac{1}{\max \sum_{j=1}^n x_{ij}} = \frac{1}{15.083} = 0.055$$

$$\rightarrow N = 0.055 * X$$

جدول ۶: ماتریس نرمال شده

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. اجتماعی	۰	۰/۰۹۳	۰/۱۰۷	۰/۱۰۰	۰/۱۳۶	۰/۱۲۲	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۰۰
۲. اقتصادی	۰/۴۳۲	۰	۰/۰۶۴	۰/۱۱۵	۰/۱۵۸	۰/۱۳۶	۰/۰۷۹	۰/۱۲۲	۰/۱۲۲
۳. شفافیت	۰/۱۰۰	۰/۰۲۱	۰	۰/۱۲۲	۰/۱۲۲	۰/۱۷۹	۰/۱۴۳	۰/۱۵۱	۰/۱۱۵
۴. فرهنگی	۰/۰۹۳	۰/۰۸۶	۰/۰۵۰	۰	۰/۱۶۵	۰/۱۸۷	۰/۱۴۳	۰/۱۲۹	۰/۱۲۲
۵. اخلاقی	۰/۱۲۲	۰/۰۷۵	۰/۱۲۹	۰/۰۵۷	۰	۰/۱۳۶	۰/۱۷۲	۰/۱۶۵	۰/۱۵۸
۶. قانونی	۰/۰۸۶	۰/۰۹۳	۰/۰۹۳	۰/۰۷۹	۰/۰۷۱	۰	۰/۱۳۶	۰/۱۷۲	۰/۱۳۶
۷. خیرخواهانه	۰/۰۵۷	۰/۰۷۱	۰/۰۹۳	۰/۰۶۴	۰/۱۰۷	۰/۰۷۹	۰	۰/۱۰۷	۰/۱۲۲
۸. محیطی	۰/۰۸۶	۰/۰۶۴	۰/۰۷۱	۰/۰۹۳	۰/۱۴۳	۰/۰۸۶	۰/۰۹۳	۰	۰/۱۰۰
۹. دانشی	۰/۰۲۸	۰/۰۵۷	۰/۰۴۳	۰/۰۳۶	۰/۰۹۳	۰/۰۹۳	۰/۰۹۳	۰/۰۷۱	۰

در ادامه برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا ماتریس همانی $I_{5 \times 5}$ تشکیل شد:

$$I_{5 \times 5} = \begin{bmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 1 \end{bmatrix}$$

سپس ماتریس حاصل از تفریق ماتریس همانی از ماتریس نرمال معکوس گردید و در نهایت

ماتریس نرمال در ماتریس معکوس ضرب شد:

$$T = N \times (I - N)^{-1}$$

جدول ۷: ماتریس شدت ممکن (معکوس)

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. اجتماعی	۱/۳۷۶	۰/۴۲۴	۰/۴۹۷	۰/۴۷۷	۰/۶۸۴	۰/۶۷۷	۰/۶۹۲	۰/۷۱۹	۰/۶۶۴
۲. اقتصادی	۰/۳۹۲	۱/۳۲۸	۰/۴۳۱	۰/۴۶۰	۰/۶۶۲	۰/۶۵۰	۰/۶۱۰	۰/۶۷۲	۰/۶۴۴
۳. شفافیت	۰/۴۷۹	۰/۳۷۳	۱/۴۱۰	۰/۵۰۳	۰/۶۸۴	۰/۷۳۷	۰/۷۲۱	۰/۷۵۴	۰/۶۹۱
۴. فرهنگی	۰/۴۷۸	۰/۴۳۶	۰/۴۶۸	۱/۴۰۰	۰/۷۳۰	۰/۷۵۲	۰/۷۳۰	۰/۷۴۸	۰/۷۰۹

۵. اخلاقی	۰/۵۰۰	۰/۴۰۸	۰/۵۳۳	۰/۴۵۷	۱/۵۸۶	۰/۷۱۰	۰/۷۵۱	۰/۷۷۳	۰/۷۳۵
۶. قانونی	۰/۴۲۱	۰/۳۹۶	۰/۴۴۹	۰/۴۲۸	۰/۵۸۷	۱/۵۱۹	۰/۶۴۷	۰/۷۰۲	۰/۶۴۵
۷. خیرخواهانه	۰/۳۴۲	۰/۳۲۵	۰/۳۹۱	۰/۳۵۶	۰/۵۲۹	۰/۵۰۹	۱/۴۴۲	۰/۵۶۰	۰/۵۴۹
۸. محیطی	۰/۳۸۸	۰/۳۳۸	۰/۳۹۵	۰/۴۰۰	۰/۵۸۱	۰/۵۴۶	۰/۵۶۰	۱/۴۹۶	۰/۵۶۲
۹. دانشی	۰/۲۴۶	۰/۲۵۰	۰/۲۷۳	۰/۲۵۷	۰/۴۰۸	۰/۴۱۱	۰/۴۱۸	۰/۴۱۷	۱/۳۳۲

مچنین ماتریس ارتباط کامل (T) معیارهای اصلی مطابق با نتایج جدول ۸ بود:

جدول ۸: ماتریس روابط کل یا شدت روابط مستقیم و غیرمستقیم

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	سطری (D)
۱. اجتماعی	۰/۳۷۶	۰/۴۲۴	۰/۴۹	۰/۴۷۷	۰/۶۸۴	۰/۶۷۷	۰/۶۹۲	۰/۷۱۹	۰/۶۶۴	۵/۲۱۱
۲. اقتصادی	۰/۳۹۲	۰/۳۲۸	۰/۴۳۱	۰/۴۶۰	۰/۶۶۲	۰/۶۵۰	۰/۶۱۰	۰/۶۷۵	۰/۶۴۴	۴/۸۵۴
۳. شفافیت	۰/۴۷۹	۰/۳۷۳	۰/۴۱۰	۰/۵۰۳	۰/۶۸۴	۰/۷۳۷	۰/۷۲۱	۰/۷۵۴	۰/۶۹۱	۵/۳۵۴
۴. فرهنگی	۰/۴۷۸	۰/۴۳۶	۰/۴۶۸	۰/۴۰۰	۰/۷۳۰	۰/۷۵۲	۰/۷۳۰	۰/۷۴۸	۰/۷۰۹	۵/۴۵۴
۵. اخلاقی	۰/۵۰۰	۰/۴۰۸	۰/۵۳۳	۰/۴۵۷	۰/۵۸۶	۰/۷۱۰	۰/۷۵۱	۰/۷۷۳	۰/۷۳۵	۵/۴۵۷
۶. قانونی	۰/۴۲۱	۰/۳۹۶	۰/۴۴۹	۰/۴۲۸	۰/۵۸۷	۱/۵۱۹	۰/۶۴۷	۰/۷۰۲	۰/۶۴۵	۴/۷۹۸
۷. خیرخواهانه	۰/۳۴۲	۰/۳۲۵	۰/۳۹۱	۰/۳۵۶	۰/۵۲۹	۰/۵۰۹	۱/۴۴۲	۰/۵۶۰	۰/۵۴۹	۴/۰۰۷
۸. محیطی	۰/۳۸۸	۰/۳۳۸	۰/۳۹۵	۰/۴۰۰	۰/۵۸۱	۰/۵۴۶	۰/۵۶۰	۱/۴۹۶	۰/۵۶۲	۴/۲۷۸
۹. دانشی	۰/۲۴۶	۰/۲۵۰	۰/۲۷۳	۰/۲۵۷	۰/۴۰۸	۰/۴۱۱	۰/۴۱۸	۰/۴۱۷	۱/۳۳۲	۶/۰۱۵
ستونی (R)	۳/۶۲۷	۳/۲۸۲	۳/۸۵۱	۳/۷۴۰	۵/۴۶۲	۵/۵۱۶	۵/۵۷۵	۵/۸۴۳	۵/۵۳۵	

علاوه بر تحلیل‌های فوق برای تعیین نقشه روابط شبکه (NRM) ارزش آستانه محاسبه شد. با این روش می‌توان از روابط جزئی صرف‌نظر و شبکه روابط قابل اعتنا را ترسیم کرد. گفتنی است مقدار آستانه روابط یعنی میانگین مقادیر ماتریس T برابر ۰/۵۲۳ به دست آمد. تمامی مقادیر ماتریس T که کوچکتر از ۰/۵۲۳ باشد، صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود.

جدول ۹: ماتریس شدت روابط غیر مستقیم

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. اجتماعی	۰/۳۷۶	۰/۳۳۰	۰/۳۸۹	۰/۳۷۶	۰/۵۴۷	۰/۵۵۵	۰/۵۶۲	۰/۵۹۰	۰/۵۶۳
۲. اقتصادی	۰/۳۴۹	۰/۳۱۴	۰/۳۶۶	۰/۳۴۵	۰/۵۰۴	۰/۵۱۴	۰/۵۳۸	۰/۵۵۰	۰/۵۲۲
۳. شفافیت	۰/۳۷۸	۰/۳۵۱	۰/۴۱۰	۰/۳۸۱	۰/۵۶۲	۰/۵۵۷	۰/۵۷۷	۰/۶۰۳	۰/۵۷۶

بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی باشگاههای ورزشی در ایران با روش دیمتل

۰/۵۸۷	۰/۶۱۸	۰/۵۸۶	۰/۵۶۸	۰/۵۶۴	۰/۴۰۰	۰/۴۱۷	۰/۳۵۰	۰/۳۸۴	۴. فرهنگی
۰/۵۷۷	۰/۶۰۸	۰/۵۷۹	۰/۵۷۳	۰/۵۸۶	۰/۴۰۰	۰/۴۰۳	۰/۳۵۰	۰/۳۷۸	۵. اخلاقی
۰/۵۰۹	۰/۵۲۹	۰/۵۱۰	۰/۵۱۹	۰/۵۱۵	۰/۳۴۸	۰/۳۵۶	۰/۳۰۳	۰/۳۳۵	۶. قانونی
۰/۴۲۷	۰/۴۵۲	۰/۴۴۲	۰/۴۳۰	۰/۴۲۱	۰/۲۹۱	۰/۲۹۷	۰/۲۵۳	۰/۲۸۵	۷. خیرخواهانه
۰/۴۶۱	۰/۴۹۶	۰/۴۶۷	۰/۴۶۰	۰/۴۴۵	۰/۳۰۶	۰/۳۲۳	۰/۲۷۴	۰/۳۰۲	۸. محیطی
۰/۳۳۲	۰/۳۴۵	۰/۳۲۵	۰/۳۱۷	۰/۳۱۵	۰/۲۲۱	۰/۲۳۰	۰/۱۹۳	۰/۲۱۷	۹. دانشی

در پایان، خروجی نهایی و نمودار علی معیارهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی

به صورت زیر قابل تفسیر است:

جدول ۱۰: خروجی نهایی

معیار	D	R	D+R	D-R
اخلاقی	۵/۴۵۷	۵/۴۶۲	۱۰/۹۱۹	-۰/۰۰۴
فرهنگی	۵/۴۵۴	۳/۷۴۰	۹/۱۹۵	۱/۷۱۴
شفافیت	۵/۳۵۴	۳/۸۵۱	۹/۲۰۵	۱/۵۰۳
اجتماعی	۵/۲۱۱	۳/۶۲۷	۸/۸۳۹	۱/۵۸۴
اقتصادی	۴/۸۵۴	۳/۲۸۲	۸/۱۳۶	۱/۵۷۲
قانونی	۴/۷۹۸	۵/۵۱۶	۱۰/۳۱۴	-۰/۷۱۷
محیطی	۴/۲۷۸	۵/۸۴۳	۱۰/۱۲۲	-۱/۵۶۵
خیرخواهانه	۴/۰۰۷	۵/۵۷۵	۹/۵۸۳	-۱/۵۶۸
دانشی	۳/۰۱۶	۵/۵۳۵	۸/۵۵۱	-۲/۵۱۸

مطابق جدول ۱۰، جمع عناصر هر سطر (D) نشانگر میزان تأثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است. براین اساس مسئولیت‌پذیری اخلاقی از بیشترین تأثیرگذاری برخوردار است. معیارهای مسئولیت‌پذیری فرهنگی و شفافیت به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم و سایر معیارها در درجات بعدی تأثیرگذاری قرار داشتند و مسئولیت‌پذیری دانشی نیز کمترین تأثیرگذاری را داشت.

جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تأثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است. براین اساس مسئولیت‌پذیری محیطی از میزان تأثیرپذیری بسیار زیادی برخوردار بود و مسئولیت‌پذیری اقتصادی نیز کمترین تأثیرپذیری را از سایر معیارها داشت.

بردار افقی (D+R) میزان تأثیر و تأثر عامل مورد نظر در سیستم است. هرچه مقدار D+R عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد. براین اساس مسئولیت‌پذیری اخلاقی بیشترین

تعامل را با سایر معیارهای مورد مطالعه داشت- در مقابل مسئولیت‌پذیری اقتصادی کمترین تعامل را با سایر متغیرها داشت.

بردار عمودی (D-R) قدرت تأثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. به طور کلی اگر D-R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود. در این مدل مسئولیت‌های فرهنگی، شفافیت، اقتصادی و اجتماعی نقش متغیر علی و مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، محیطی، خیرخواهانه و دانشی نقش متغیر معلول را داشتند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در ایران با روش دیتمل بود. تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی نشان داد مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در ایران از طریق ابعاد اجتماعی، اقتصادی، شفافیت، فرهنگی، اخلاقی، قانونی، خیرخواهانه، محیطی و دانشی تبیین می‌شود. این یافته با نتایج مطالعات علوی و همکاران (۱۳۹۹: ۱۵۳) مبنی بر اینکه ابعاد اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستی و زیست محیطی را مطرح کرده بودند، افروزه و همکاران (۱۳۹۵: ۶۹) به جهت اینکه به مقوله فرهنگی- اخلاقی، اقتصادی، قانونی اشاره کرده بودند، خلیفه سلطانی و همکاران (۱۴۰۰: ۲۹) در راستای اینکه مسئولیت اجتماعی، بشردوستی، اخلاقی، قانونی، زیست محیطی، فرهنگی، اقتصادی را گزارش کرده بودند، سبحانی و همکاران (۱۳۹۶: ۳۵۹) به جهت اینکه به موضوعات قانونی، اقتصادی و اخلاقی اشاره داشتند، نیازی‌تبار (۱۳۹۷: ۱) مبنی بر اینکه مسئولیت‌پذیری اخلاقی، فرهنگی، قانونی، اقتصادی- اجتماعی، شفافیت، خیرخواهانه، دانش و اجتماعی- محیطی را معرفی کرده بودند، آیین- پناس و همکاران (۲۰۲۰: ۱) به جهت اینکه به کمک‌های مالی و دعوت از دیگران و به اشتراک گذاشتن اطلاعات اشاره کرده بودند و در نهایت کیزیلوگونز و کواک (۲۰۲۱، ۷۰) که نشان دادند مسئولیت‌پذیری اقتصادی، اخلاقی، قانونی و بشردوستانه جزو مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌های ورزشی است، همخوان است. همچنین تحقیق ناهمخوانی در این راستا یافت نگردید جز اینکه بین شاخص‌های معرفی شده در پژوهش‌های گذشته و پژوهش حاضر نوع مسئولیت‌ها تاحدودی متفاوت بود که به نظر می‌رسد جامعه آماری متفاوت مزیت بر علت بوده باشد.

همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های کمی نشان داد که مسئولیت‌پذیری اخلاقی در میان سایر مسئولیت‌پذیری باشگاه‌های ورزشی از اثرگذاری بالاتری برخوردار است؛ به این معنی که بیشتر اقدامات مسئولیت‌پذیری باشگاه‌های ورزشی مبتنی بر مسئولیت‌پذیری اخلاقی است و این مسئولیت‌پذیری نزد باشگاه‌های ورزشی بیشترین اهمیت را دارد. این یافته با نتایج مطالعه نیازی‌تبار (۱۳۹۷: ۱) مبنی بر اینکه نشان داد مسئولیت‌پذیری اخلاقی دارای بیشترین تعداد رابطه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری است و تأثیرگذاری

بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی باشگاههای ورزشی در ایران با روش دیمتل

مسئولیت‌پذیری اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری قانونی و مسئولیت‌پذیری شفافیت بیش از سایر روابط است، همخوان است. مسئولیت اخلاقی آن فعالیت‌ها و استانداردها و سیاست‌ها و اعمالی است که از طرف جامعه پذیرفته یا ممنوع شده باشد، حتی اگر در قانون الزامی برای آن‌ها نباشد. هدف مسئولیت اخلاقی این است که باشگاه‌های ورزشی در برابر تمامی هنجارها و استانداردها و ارزش‌ها و اصول و انتظارات، مسئول و پاسخگو باشند و به آنچه مصرف‌کنندگان و کارکنان و مالکان و جامعه حمایت از حقوق اخلاقی ذینفعان تلقی می‌کنند احترام گذارند. گفتنی است مسئولیت‌های اخلاقی صرفاً ارزش‌های جاری می‌باشند که در نتیجه، همراه با تغییر ارزش‌های جامعه دستخوش تغییر می‌گردند. این مهم را می‌توان صراحتاً در ورزش مشاهده کرد، چرا که سازمان‌های ورزشی همواره در حال اعمال نفوذ به‌منظور خلق محیطی در حال تغییر دائمی هستند تا موارد قابل قبول و غیرقابل قبول را تعیین نمایند. بنابراین مسئولیت‌های اخلاقی باید در در وهله اول بالاتر از هر چیز دیگر توسط سازمان لیگ، مالکان و مدیران هر تیم مورد تبعیت و پیروی قرار گرفته و سپس این مسئولیت‌ها متوجه سازمان‌ها گردد. در صورتی که هر یک از اعضای باشگاه رفتاری غیراخلاقی داشته باشند، خواه این رفتار ناشی از سوء مدیریت سرمایه‌ها باشد یا روش‌های استخدای نامناسب کل باشگاه به‌عنوان یک سازمان غیراخلاقی نگریسته می‌شود. اگرچه ممکن است توصیف مسئولیت‌های اخلاقی کار دشواری باشد، اما عدم تبعیت یک سازمان از اصول اخلاقی را به‌راحتی می‌توان مشاهده نمود و تشخیص داد. در دنیای امروز که سرشار از رسوایی‌های سازمانی است، از سازمان‌ها انتظار می‌رود تا استانداردهای بالایی برای اخلاقیات در نظر بگیرند. در غیر این صورت اصول اخلاقی آنان زیر سؤال خواهد رفت.

علاوه بر این مشخص گردید که مسئولیت‌پذیری محیطی از میزان تأثیرپذیری بسیار زیادی برخوردار است و مسئولیت‌پذیری اقتصادی نیز کمترین تأثیرپذیری را نسبت به سایر مسئولیت‌ها دارد. این یافته با نتایج مطالعه نیازی‌تبار (۱۳۹۷: ۱) به جهت اینکه نشان داد تأثیرگذاری مسئولیت‌پذیری اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری قانونی و مسئولیت‌پذیری شفافیت بیش از سایر روابط است، ناهمخوان می‌باشد، چرا که پژوهش حاضر مسئولیت‌پذیری محیطی بیشترین اثرپذیری را از سایر مسئولیت‌ها دارد. دلیل این نتیجه این است که تمرکز بر موضوعات زیست محیطی رشد سریعی در آغاز قرن بیست و یکم داشته است و سازمان‌های ورزشی نیز این موضوع اجتماعی را مورد توجه قرار داده‌اند. گفتنی است سازمان‌های ورزشی مسئولیت‌های محیطی خود را به دو طریق انجام می‌دهند: ابتدا اثرات منفی فعالیت‌های خود را بر محیط زیست کاهش می‌دهند و دوم سازمان‌های ورزشی برنامه‌ها و طرح‌های زیست محیطی خود را ارائه داده و دیگران را نیز برای مراقبت از محیط زیست تشویق و ترغیب می‌کنند.

سرانجام یافته‌های کمی نشان داد مسئولیت‌های فرهنگی، شفافیت، اقتصادی و اجتماعی نقش متغیر علی و مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، محیطی، خیرخواهانه و دانشی نقش متغیر معلول را داشتند؛ به این معنی که مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی، محیطی، خیرخواهانه و دانشی به نوعی خروجی سیستم مسئولیت-پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی هستند و این مسئولیت‌ها اثرات خود را از مسئولیت‌های فرهنگی، شفافیت، اقتصادی و اجتماعی دریافت می‌کنند که تأییدی بر نقش علی آن‌هاست.

با توجه به یافته‌های تحقیق و در راستای اینکه باشگاه‌های ورزشی بتوانند از ظرفیت بالقوه مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود درست و بهینه استفاده کنند، به سازمان‌های متولی پیشنهاد می‌شود ابعاد مسئولیت‌پذیری شناسایی شده در این پژوهش را در اساسنامه باشگاه‌های مربوطه بگنجانند و مسئولیت‌ها را تعریف کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود که مدیران باشگاه‌های ورزشی در برنامه‌ریزی برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود اولویت مسئولیت‌ها را در نظر گیرند و طبق آن برنامه‌ریزی کنند. علاوه بر این، پیشنهاد می‌شود بهبود و رعایت اخلاقیات به مثابه مهم‌ترین مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی از سوی مدیران باشگاه-های ورزشی مورد توجه قرار گیرد. سرانجام چون در این پژوهش صرفاً دیدگاه متولیان باشگاه‌های ورزشی منعکس گردید و ماهیت مسئولیت‌های فوق به طور جزئی کاوش نشد، به پژوهش‌گران آتی پیشنهاد می‌گردد در بررسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی دیدگاه سایر ذینفعان را بررسی و در یک مطالعه تطبیقی، تفاوت‌ها و شباهت‌های آنان را بررسی نمایند. سرانجام پیشنهاد می‌شود مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های ورزشی به طور جداگانه مورد بررسی قرار گیرد و با تحلیل دقیق‌تر و راهبرد مناسب به بررسی این ابعاد پردازند و بهترین راهکارها را برای مقابله با مسائل پیش‌روی اجرای این مسئولیت‌ها ارائه دهند.

منابع

- افروزه، محمد صادق؛ مظفری، سید امیر احمد؛ آقایی، نجف و صفاری، مرجان. (۱۳۹۵). «شناسایی حیطه‌ها و عوامل مؤثر بر مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران». دوفصل‌نامه مدیریت و توسعه ورزش. سال ۵، شماره ۲، صص ۶۹-۸۹.
- براخاص، حسین؛ همتی‌نژاد، مهرعلی و ایزاللو، زهره. (۱۳۹۹). «بررسی تأثیر بازاریابی سبز بر نیت رفتاری مصرف‌کنندگان برندهای ورزشی با نقش میانجی مسئولیت اجتماعی و ترجیح برند». مطالعات بازاریابی ورزشی. دوره ۱، شماره ۲، صص ۲۶-۵۰.
- خلیفه سلطانی، مرضیه؛ گودرزی، محمود؛ دهقان قهفرخی، امین و علی‌دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۴۰۰). «ارائه مدل مسئولیت اجتماعی سلبریتی‌های ورزشی». دوره ۸، شماره ۱، صص ۲۹-۴۸.
- رحیمیان، نظام‌الدین و کاظم‌پور، مرتضی. (۱۳۹۷). «مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها: مفاهیم، ابعاد، نظریه‌ها و مروری بر مدل‌های آن». پژوهش حسابداری. دوره ۸، شماره ۴، صص ۱۵۲-۱۷۵.
- سبحانی، یزدان؛ محمدی، سردار و حاتمی، سعید. (۱۳۹۶). «طراحی مدل تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی مجموعه‌های ورزشی خصوصی شهر کرمانشاه بر رفتار و نگرش مشتریان». مدیریت ورزشی. دوره ۹، شماره ۲، صص ۳۵۹-۳۷۲.
- علوی، سلمان؛ غفوری، فرزاد و هنری، حبیب. (۱۳۹۹). «شناسایی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران مشهور». مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۱۲، شماره ۵۹، صص ۱۵۳-۱۷۶.

بررسی روابط درونی ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی باشگاههای ورزشی در ایران با روش دیمتل

- علی‌زاده، سیمنا. (۱۳۹۸). «تحلیل کانونی رابطه بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای و ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی». اخلاق در علوم و فناوری. سال ۱۴، شماره ۱، صص ۱۱۷-۱۲۳.
- محرم‌زاده، مهرداد؛ نوریف محمدسیوان و فتحی، فرهاد. (۱۳۹۹). «طراحی مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای رضایتمندی، وفاداری و تمایل به حضور مجدد در بین تماشاگران باشگاه فرهنگی-ورزشی پرسپولیس ایران». فصل‌نامه علوم ورزش. شماره ۳۸، صص ۴۷-۶۶.
- نیازی‌تبار، مریم. (۱۳۹۷). «طراحی مدل مسئولیت اجتماعی فوتبال در ایران با رویکرد نگاشت‌شناختی». رساله دکتری، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود.
- Abuín-Penas, J., Babiak, K., & Martínez-Patiño, M. J. (2020). "Athlete's philanthropy and social responsibility communication on social media during COVID-19". 1-20.
- Babiak, K., & Kihl, L. A. (2018). "A case study of stakeholder dialogue in professional sport: An example of CSR engagement". Business and society review, 123(1), 119-149.
- Carreres-Ponsoda, F., Escartí, A., Jimenez-Olmedo, J. M., & Cortell-Tormo, J. M. (2021). "Effects of a Teaching Personal and Social Responsibility Model Intervention in Competitive Youth Sport". Frontiers in Psychology, 12, 1-12.
- Coakley, J. (2009). Sport in society: Issues and Controversies. (10th ed). New York: McGraw-Hill. 98.
- Dowling, M., Robinson, L., & Washington, M. (2013). "Taking advantage of the London 2012 Olympic Games: Corporate social responsibility through sport partnerships". European Sport Management Quarterly, 13(3), 269-292.
- Glavas, A. (2016). "Corporate social responsibility and organizational psychology: An integrative review". Frontiers in psychology, 7, 144.
- Kizilgüneş, M., & Koçak, F. (2021). "Investigation of Corporate Social Responsibility in Sports within The Scope of Corporate Sustainability". The Journal of Eurasia Sport Sciences and Medicine, 3(2), 70-83.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. sage
- Ramzan, M., Amin, M., & Abbas, M. (2021). "How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan". Research in International Business and Finance, 55, 1-9.
- Walker, M., & Parent, M. M. (2010). "Toward an integrated framework of corporate social responsibility, responsiveness, and citizenship in sport". Sport Management Review, 13(3), 198-213.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروہشکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی