

Designing and Compiling a Social Responsibility Charter for Sports Organizations in the Islamic Republic of Iran

Taybeh Zargar^{✉1}, Steven Rynne²

1. Corresponding Author, Department of Sports Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
E-mail: zargar_ta@yahoo.com
2. School of Human Movement and Nutrition, Faculty of Behavioral Sciences and Health, Barzbin, Australia
E-mail: s.rynn@uq.edu.au

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

4 January 2022

Received in revised form:

6 March 2022

Accepted:

12 March 2022

Published online:

1 January 2023

Keywords:

Charter,
Regulations,
Social responsibility,
Sports Organization,
Iran

ABSTRACT

Introduction: The present study was conducted with the aim of designing and compiling a social responsibility charter for sports organizations in the Islamic Republic of Iran with a combined approach.

Methods: In terms of applied purpose, the present study was a research method mixed with a sequential exploratory type and a survey collection method. The statistical population in the qualitative part included professors and selected managers of sports organizations (18 people) and in the quantitative part included professors of managers of sports organizations (110 people). To collect information in a quantitative part, a researcher-made questionnaire based on the qualitative part was used, which was divided into two general parts: demographic characteristics and its questions. This questionnaire consists of 30 items and in the form of 8 main components in the form of five Likert options (strongly agree, 5 points to strongly disagree, 1 point) were used. To analyze the findings, the method of structural equations using Smart-PLS software was applied.

Results The results of the analysis of the interviews showed that 30 concept codes, 8 categories (core code) economic, legal, voluntary, ethical, environmental, Education, personal and social health and energy consumption management are the components of social responsibility of sports organizations.

Conclusion: Finally, the Charter of Social Responsibility of sports organizations was designed. It is suggested to the sports organizations of the country to use the charter of social responsibility of the current research in order to develop the social responsibility of their organization.

Cite this article: Zargar, T., & Rynne, S. (2022). Designing and Compiling a Social Responsibility Charter for Sports Organizations in the Islamic Republic of Iran. *Sport Management Journal*, 14 (4), 361-377.

[DOI:http://doi.org/10.22059/JSM.2022.336841.2874](https://doi.org/10.22059/JSM.2022.336841.2874)



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran, Faculty of Sport Sciences and Health.

Extended Abstract

Introduction

Organizations, as intermediate links between individuals and society, are of the fundamental components of today's human social structure, which need society in order to survive and continue their activities, in this regard, leading organizations pay attention to providing new social services at the top of their research and development activities. In other words, since organizations are created based on social needs, and as powerful phenomena, they leave many positive and negative effects on society and its institutions, activities, and processes, it is necessary to be responsible for these decisions and actions that affect the society and take ethical considerations into account. Complying at one time, it was believed that institutions are only responsible to shareholders and employees; but with the increase in population, the limitation of resources and the importance of international competition, new approaches were formed in the field of management and social responsibility can be counted as one of the results of these developments. Social responsibility is the organization's voluntary commitment to perform transparent and non-transparent tasks that the society's expectations contractually assign to the organization.

Methods

In terms of practical purpose, the current research was descriptive, research method and survey collection method, and based on the research approach, it was mixed. In the first stage, a qualitative method was used to build the model, and a descriptive-analytical quantitative method was used to test the model, and a correlation type based on the structural equation model was used. The mixed research method was sequential exploratory; That is, first it was qualitative and then quantitative. The tool used in this research was developed after conducting interviews and reaching theoretical saturation, which includes 30 items and in the form of 8 components, in the form of five Likert options (completely agree, 5 points to completely disagree, 1 point) were used. The interview questions include 1. In your opinion, in what area or areas is the social responsibility of sports organizations in Iran? 2. In what areas should it exist? 3. What points should be observed in the charter of social responsibility of sports organizations? What features should it have? 4. How do you evaluate the performance of sports organizations in formulating and adhering to social responsibility? In the first part (qualitative) to conduct field interviews, the statistical population of the research were the sports management professors (12 people) who had published research (more than one article) in reputable domestic and foreign publications in the field of social responsibility, or written in this had the field of translation and authorship) and selected managers of sports organizations (6 people) whose organizations had taken actions in the field of social responsibility, these people were selected for qualitative interviews on the subject of the research in a purposeful manner were conducted (18 interviews with 18 people and continued until theoretical saturation) and in the second (quantitative) part, after

collecting the information from the qualitative research, a questionnaire was created and this questionnaire was distributed among the managers of sports organizations in Tehran.

Results

To check the fit of the measurement models, three criteria of reliability, convergent validity and divergent validity were used, and the reliability itself was done by checking factor loading coefficients, Cronbach's alpha coefficients, and composite reliability. The results of the analysis of the interviews showed that 30 conceptual codes, 8 categories (core codes) economic, legal, voluntary, ethical, environmental, educational, personal and social health and energy consumption management were among the components of social responsibility of sports organizations. To be in the end, the charter of social responsibility of sports organizations was designed. It is suggested to the sports organizations of the country to use the charter of social responsibility of the current research in order to develop the social responsibility of their organization.

Conclusion

The current research was carried out with the aim of designing and compiling the charter of social responsibility of sports organizations of the Islamic Republic of Iran with a combined approach. The results of the analysis of the interviews showed that 30 conceptual codes, 8 categories (core codes) economic, legal, voluntary, ethical, environmental, educational, personal and social health and energy consumption management are among the components of social responsibility of sports organizations. The results of the present research showed that economic factors are among the dimensions of the charter of social responsibility of sports organizations of the Islamic Republic of Iran. In this regard, it should be stated that economic policy in the field of financing social responsibility programs is one of the factors that should be considered by sports organizations. The results of the present research showed that voluntary factors are among the dimensions of the charter of social responsibility of sports organizations of the Islamic Republic of Iran. In this regard, the formation of voluntary specialized committees, groups and networks in sports organizations to pursue activities related to social responsibility and aligning the organization's policies and practices with the general principles of social responsibility are other important factors in developing the capacity of sports organizations to respond to social responsibility. However, in general, the social responsibility of companies has been one of the most sensitive and attention-grabbing topics in the last few decades, and it has received considerable attention from management researchers.



Sport Management Journal

Online ISSN: 2676-427X

Ethical Considerations

Compliance with Research Ethical Guidelines: This article has been done considering all ethical principles.

Authors' Contribution: All authors have participated in designing, implementing and writing all parts of the present study .

Conflicts of interest: The authors declared no conflict of interest

Acknowledgement: This article is extracted from the doctoral dissertation with the guidance and advice of the author's professors. We would like to thank everyone who helped us with this study.

طراحی و تدوین منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران

طیبه زرگر ، استون رین 

۱. نویسنده مسؤول، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: zargar_ta@yahoo.com
۲. گروه علوم رفتاری و سلامتی، دانشکده حرکت انسانی و علوم تغذیه، دانشگاه برزبین، استرالیا. رایانامه: s.rynne@uq.edu.au

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۴	مقدمه: پژوهش حاضر باهدف طراحی و تدوین منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران با رویکرد ترکیبی اجرا گردید.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۱۲/۱۵	روش پژوهش: پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، روش تحقیق، آمیخته از نوع اکتشافی متوالی و شیوه گردآوری پیمایشی بود. جامعه آماری در بخش کیفی شامل اساتید و مدیران منتخب سازمان‌های ورزشی (۱۸ نفر) و در بخش کمی شامل مدیران سازمان‌های ورزشی (۱۱۰ نفر) بود. برای جمع‌آوری اطلاعات در بخش کمی از پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از بخش کیفی استفاده شد که به دو بخش کلی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سؤال‌های آن تقسیم گردید. این پرسشنامه شامل ۳۰ گویه و در قالب ۸ مؤلفه اصلی به صورت پنج گزینه‌ای لیکرت می‌باشد. از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Smart-PLS برای تحلیل یافته‌ها استفاده شد.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۱	یافته‌ها: نتایج تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد 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.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۰/۱۱	نتیجه گیری: در انتها، منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی طراحی شد. به سازمان‌های ورزشی کشور پیشنهاد می‌گردد از منشور مسئولیت اجتماعی پژوهش حاضر، به منظور توسعه مسئولیت اجتماعی سازمان خود استفاده نمایند.
کلیدواژه‌ها: ایران، سازمان ورزشی، مسئولیت اجتماعی، منشور، نظام‌نامه	

استناد: زرگر، طیبه؛ و استون، رین (۱۴۰۱). طراحی و تدوین منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران. نشریه مدیریت ورزشی، (۴) ۱۴، ۳۶۱-۳۷۷

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2022.336841.2874>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی.

مقدمه

سازمان‌ها به‌عنوان حلقه‌های واسط بین فرد و جامعه، یکی از اجزای بنیادین پیکره اجتماعی بشر امروزی به شمار می‌آیند که به‌منظور بقا و ادامه فعالیت خود به جامعه نیازمندند، در این ارتباط سازمان‌های پیشرو توجه به ارائه خدمات نوین اجتماعی را در رأس فعالیت‌های مربوط به تحقیق و توسعه خود قرار داده‌اند. به‌بیان‌دیگر، از آنجاکه سازمان‌ها بر اساس نیازهای اجتماعی ایجاد و به‌عنوان پدیده‌های قدرتمند تأثیرات مثبت و منفی زیادی بر جامعه و نهادها، فعالیت‌ها و فرآیندهای آن گذاشته و می‌گذارند، ضروری است که نسبت به این تصمیمات و اقدامات اثرگذار خود بر جامعه مسئولیت‌پذیر بوده و ملاحظات اخلاقی را رعایت کنند. زمانی تصور بر این بود که مؤسسات صرفاً در برابر سهامداران و کارکنان مسئول اند؛ اما با افزایش جمعیت، محدودیت منابع و اهمیت یافتن رقابت‌های بین‌المللی، رویکردهای جدیدی در زمینه مدیریت شکل گرفت که مسئولیت اجتماعی را می‌توان جزء نتایج این تحولات برشمرد (رضایی دولت‌آبادی، ۱۳۹۵).

مسئولیت اجتماعی "تعهد داوطلبانه سازمان برای ایفای وظایف شفاف و غیر شفاف است که انتظارات جامعه به‌طور قراردادی بر عهده سازمان نهاده است" (فونسیکا؛ ۲۰۲۲). در این صورت، 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 (ساین، ۲۰۲۲). از نظر فرناندز^۲ (۲۰۲۰) نیز مسئولیت اجتماعی شامل دو بعد می‌باشد: "متعهد بودن" نسبت به جامعه و "یاری‌رسانی مثبت" به اجتماع. مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها از توصیه‌های اصلی دولت‌ها و مؤسسات کسب‌وکار در مواجهه با مشکلات محیطی و اجتماعی است. سرکار^۳ و همکاران (۲۰۲۲) نیز اظهار کردند که مسئولیت اجتماعی شکل داوطلبانه‌ای از برقراری مقررات به‌وسیله خود سازمان‌ها است که مسائلی همچون حقوق بشر و استانداردهای کاری تا محدودیت در انتشار دی‌اکسیدکربن و... را در برمی‌گیرد. در اول نوامبر ۲۰۱۰، اجرای مسئولیت در سطح جهانی به‌وسیله سازمان بین‌المللی استانداردسازی، استاندارد شد و این استاندارد، مسئولیت اجتماعی مؤسسه‌های تمام بخش‌ها (چه بخش‌های دولتی و چه خصوصی) را دربرمی‌گیرد. مطالعه اجرای مسئولیت اجتماعی بر تحولات سازمانی و عوامل موردنیاز برای ادغام اصول مسئولیت اجتماعی متمرکز است؛ به‌طوری‌که پنج شاخص اجرای مسئولیت در این بین نقش‌آفرینی می‌کنند. اول، شاخص بودجه به تعهد منابع و تخصیص بودجه برای مسئولیت اشاره دارد. دوم، شاخص راهبرد به تعهدات رسمی مسئولیت اجتماعی سازمان در اسناد راهبردی مانند برنامه‌های راهبردی اشاره دارد. سوم، وجود هماهنگی سازمانی، مسئولیت را از راه کارکردهای تخصصی شغلی، کارکنان اختصاصی مسئولیت اجتماعی یا بخش‌ها ضبط می‌کند. چهارم ارتباطها، به ارتباطهای خارجی فعالیت‌های مسئولیت از راه وب‌سایت‌ها، رسانه‌های اجتماعی و گزارش‌های سالیانه اشاره دارد. پنجم، شاخص ارزیابی مربوط به راهبرد ارزیابی برنامه‌های مسئولیت است که شامل ممیزی، نظارت، فرایند و ارزیابی عملکرد است (ویزیستودی^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). با این حال طبق تحقیق زیمرس^۵ و همکاران (۲۰۲۰) مسئولیت سازمان‌ها در قبال مردم و جامعه فراتر از ارائه خدمات و کالا می‌باشد و سازمان‌ها باید این مسئولیت را احساس کنند زیرا بخشی از مشکلات جامعه مربوط به مشکلات سازمان می‌باشد، مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به‌منظور انجام وظیفه و فعالیت سازمان‌ها یا انجام وظیفه آن‌ها در قبال ذی‌نفعان می‌باشد.

از سویی ورزش به‌عنوان یکی از حوزه‌های مهم در خصوص مسئولیت اجتماعی مشخص می‌باشد. پینتر^۶ و همکاران (۲۰۲۱) مشخص نمودند که ورزش یکی از حوزه‌های مهم و اساسی در جهت بهبود مسئولیت اجتماعی می‌باشد. یولاه^۷ و همکاران (۲۰۲۱) نیز مشخص نمودند که ورزش و مسئولیت اجتماعی ارتباطات نزدیکی را دارا می‌باشند. مسئولیت اجتماعی با برخی از انواع ورزش شامل ورزش حرفه‌ای

1. Fonseca
2. Fernández
3. Sarkar
4. Widyastuti
5. Zeimers
6. Painter
7. Ullah

و قهرمانی (والکر^۱ و همکاران، ۲۰۱۰؛ روآ و همکاران، ۲۰۱۸) و ورزش همگانی (آناناسوپولو^۲، ۲۰۱۱) ارتباطات نزدیکی دارد. بریتبارس^۳ و همکاران (۲۰۱۵) نیز مشخص نمودند که سازمان‌ها و حکومت‌ها نقش مهم و اساسی در جهت پاسخگویی به مسئولیت اجتماعی در ورزش را دارا می‌باشند. معتمدی و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با همزادپنداری تیمی هواداران باشگاه سپاهان ارتباط معنی‌داری وجود دارد. پورمرادی و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند بین مسئولیت اجتماعی باشگاه با خوشنامی و مصرف محصولات در هواداران در لیگ برتر فوتبال ارتباط معنی‌داری وجود دارد. منتظری و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند مسئولیت اجتماعی در فوتبال بر نگرش هواداران نقش مثبت و مؤثری دارد. به علاوه، اثر غیرمستقیم مسئولیت اجتماعی بر وفاداری نگرشی هواداران معنادار بود و در این میان، تصویر تیم و هویت تیمی نقش میانجی ایفا کردند.

ارتور و بالسام (۲۰۱۸) دریافتند که بیشتر لیگ‌های ورزشی و نهادهای حاکم به‌طور منظم در اهداف اجتماعی مسئولیت دارند. صنعت ورزش اصول مسئولیت اجتماعی خود را متناسب با مشخصات منحصر به فرد و قابل مشاهده برای خدمت‌رسانی به جامعه تطبیق داده است. در نتیجه لیگ‌ها، تیم‌ها و ورزشکاران تلاش می‌کنند تا از ورزش به‌عنوان وسیله‌ای برای، بهبود سواد، فراهم کردن فرصت شغلی برای دیگران، مبارزه با بیماری و فقر، جلوگیری از مصرف مواد مخدر و پاک‌سازی محیط استفاده کنند (آرتور، ۲۰۱۸). اینو و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهش خود دریافتند که تیم‌های ورزشی ایالات متحده، به دو روش اصلی مسئولیت اجتماعی را اتخاذ می‌کنند. اول، تیم‌ها از طریق برقراری ارتباط با جامعه مانند فعالیت‌های داوطلبانه، حمایت از جامعه، برنامه‌های آموزشی جوانان و برنامه‌های زیست‌محیطی اقدام به اجرای مسئولیت اجتماعی می‌کنند. دومین روش ایجاد موسسه‌های خیریه مستقل برای انجام فعالیت‌های بشردوستانه آن‌ها است (اینو و همکاران، ۲۰۱۱). لیو و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیق خود به تجزیه و تحلیل درک هواداران از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی یک باشگاه فوتبال حرفه‌ای پرداختند. نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی باشگاه فوتبال حرفه‌ای شامل حمایت از جامعه، آموزش جوانان و فعالیت‌های خیرخواهانه به‌طور قابل توجهی بر هر سه متغیر قصد حمایت، خرید مکرر و تبلیغات دهان‌به‌دهان هواداران تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین مسئولیت اجتماعی از نظر مالی برای سازمان مناسب است و می‌تواند منجر به سود بیشتر یا حمایت عمومی بیشتر شود (لیو و همکاران، ۲۰۱۹). چانگ (۲۰۱۸) دریافت که مسئولیت اجتماعی یک هدف جمعی و یک تعهد برای کمک به نیازمندان است. سازمان‌های ورزشی حرفه‌ای به‌واسطه دیده شدن در جوامع از قدرت بالایی برای بهبود رفاه عمومی برخوردارند. تعهد به مسئولیت اجتماعی در ورزش به معنای ایجاد فضایی خارج از رقابت است که منجر به پیشرفت می‌شود. اگر سازمان‌های ورزشی حرفه‌ای بتوانند تکنیک‌های مسئولیت اجتماعی در ورزش (SRS) را به اشتراک بگذارند و در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی ورزشی همکاری کنند، می‌توانند بر تغییرات اجتماعی تاثیر قابل توجهی بگذارند و الگویی برای صنایع دیگر باشند (چانگ، ۲۰۱۸).

راتونی اودور و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق خود دریافتند که هر دو باشگاه‌های فوتبال رئال مادرید و دورتموند واقعاً از جامعه مراقبت می‌کنند. آن‌ها از موسسه‌ها، مدارس، برنامه‌های ورزشی حمایت می‌کنند، به افرادی که از محرومیت برخوردار هستند کمک می‌کنند به حمایت از کودکان به‌عنوان نسل‌های آینده از طریق برنامه‌های آموزشی، ورزشی یا اهدایی می‌پردازند. در ارتباط با حفاظت از محیط‌زیست آن‌ها سعی می‌کنند تمام تلاش خود را برای کاهش اتلاف، کاهش انرژی، به حداقل رساندن مصرف آب انجام دهند. به نظر آن‌ها مهم است که به تماشاگران، حامیان مالی و تأمین‌کنندگان در مورد فعالیت‌هایشان مشاوره دهند و الگوی خوبی برای جامعه باشند (راتونی اودور و همکاران، ۲۰۲۰).

لیو و اسپارز (۲۰۱۹) به اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال از دیدگاه شهروندان چینی پرداختند. از دیدگاه شهروندان نتایج نشان داد که در میان عوامل، مسئولیت در برابر تماشاگران مهم‌ترین عامل و پس از آن برنامه‌های آموزشی جوانان، مسئولیت

1. Walker

2. Rowe

3. Athanasopoulou

4. Breitbarth

5. Social responsibility in sports

در قبال کارکنان و مسئولیت مالی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل در نظر گرفته شدند؛ و برنامه‌های بهداشتی، برنامه‌های زیست‌محیطی و فعالیت‌های بشردوستانه کمترین عامل در نظر گرفته شده است (لیو و اسپارز، ۲۰۱۹). مسئولیت اجتماعی شیوه‌ای از مدیریت است که طبق آن، سازمان‌ها فعالیت‌هایی را انجام می‌دهند که اثر مثبتی بر جامعه و ترویج کالاهای عمومی داشته باشند. مسئولیت اجتماعی با ورود خود به سازمان یک چهارچوب حاکمیت اخلاقی را به سازمان اضافه می‌کند که بر اساس آن، سازمان‌ها به انجام فعالیت‌هایی اقدام می‌کنند که وضع جامعه را بهتر می‌کنند و از انجام کارهایی که باعث بدتر شدن وضعیت جامعه می‌شوند، پرهیز می‌کنند. به دلیل نقش منحصر به فرد ورزش در جامعه و افزایش به رسمیت شناختن توانایی ورزش در شناسایی و بررسی مسائل اجتماعی، بین مسئولیت اجتماعی و ورزش تعامل و رابطه‌ای تنگاتنگ به وجود آمده است (والترز، ۲۰۰۹). هم‌اکنون، مسئولیت اجتماعی در حال تبدیل شدن به یک حیطة مهم راهبردی برای نهادهای ورزشی (فدراسیون‌های ورزشی، لیگ‌های ورزشی، باشگاه‌های ورزشی، ورزشکاران و کسب‌وکارهای ورزشی) است؛ از این رو، سازمان‌ها و مدیران ورزشی باید نسبت به توسعه مسئولیت اجتماعی و اهمیت راهبردی آن در ورزش، همانند مدیران تجاری در دیگر صنایع آگاهی و شناخت داشته باشند (فیلیروز و فیشنه، ۲۰۱۱).

حفظ و نگهداری شهرت سازمانی، متمایز بودن نسبت به رقبا، افزایش وفاداری هواداران، ایجاد مزیت رقابتی، بهبود عملکرد مالی (طبر^۱ و همکاران، ۲۰۲۰)، به رسمیت شناختن، ایجاد تصویری بهتر از سازمان، بهبود روابط با جامعه و انجام رفتارهایی انسان دوستانه، برخی از مزایا و فوایدی هستند که نهادهای ورزشی می‌توانند از طریق مسئولیت اجتماعی به آن‌ها دست یابند، لیکن، نتایج تحقیقات مربوط به مسئولیت- اجتماعی در سایر کشورها نشان می‌دهد که تفاوت‌های فرهنگی می‌تواند بر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی باشد؛ بنابراین نتایج مطالعات کشورهای توسعه‌یافته نمی‌تواند بدون اعتباریابی و روایی سنجی در کشورهای در حال توسعه استفاده شود (چن، ۲۰۱۵). به رسمیت شناختن، ایجاد تصویری بهتر از سازمان، بهبود روابط با جامعه و انجام رفتارهایی انسان دوستانه، برخی از مزایا و فوایدی هستند که نهادهای ورزشی می‌توانند از طریق مسئولیت اجتماعی به آن‌ها دست یابند، لیکن، نتایج تحقیقات مربوط به مسئولیت- اجتماعی در سایر کشورها نشان می‌دهد که تفاوت‌های فرهنگی می‌تواند بر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی باشد؛ بنابراین نتایج مطالعات کشورهای توسعه‌یافته نمی‌تواند بدون اعتباریابی و روایی سنجی در کشورهای در حال توسعه استفاده شود. از سویی همسوسازی سیاست‌ها و شیوه‌های سازمان‌های ورزشی با اصول کلی مسئولیت اجتماعی سبب می‌گردد تا تلاشی منظم و جهت‌دار در تمامی ارکان سازمان‌های ورزشی در جهت بهبود و گسترش فعالیت‌ها و رفتارهای مربوط به مسئولیت اجتماعی انجام گردد. در این راستا موری و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیق خود مشخص نمودند که سیاست‌گذاری سازمان‌ها در صورتی که همسو با مسائل مربوط به مسئولیت اجتماعی گردد می‌تواند سبب بهبود و گسترش رفتارهای مبتنی بر مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها گردد که این عامل باعث می‌شود تا دغدغه توجه به مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی ایجاد گردد و این مساله به‌عنوان یکی از پیش‌نیازهای مهم در جهت توسعه مسئولیت اجتماعی سبب گردد تا سازمان‌های ورزشی در خصوص برنامه‌های مبتنی بر مسئولیت اجتماعی از اثربخشی بالایی برخوردار باشند و در این راستا تدوین منشور از جمله راهکارهای التزام به رعایت مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها است. در اصطلاح، منشور شامل حقوقی است که از جانب اقتدار به دریافت‌کننده داده می‌شود و بیان‌کننده آن است که جانب اقتدار، حق ویژه دریافت‌کننده را به رسمیت شناخته و به او اجازه اجرا و استفاده از آن را می‌دهد. تدوین منشور در زمینه مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی می‌تواند باعث اقدامات کاربردی از جانب کارکنان و مدیران در این زمینه و تدارک برنامه‌های مناسب برای بهبود مسئولیت اجتماعی گردد و از طرفی ذینفعان سازمان‌های ورزشی همچون ورزشکاران را دعوت به مشارکت در این حوزه نماید باین‌حال و با توجه به اهمیت توسعه مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی و خلأ تحقیقاتی در زمینه تدوین منشور در مورد آن، هدف از پژوهش حاضر ارائه منشور مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی می‌باشد.

¹. Tabar

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، روش تحقیق، توصیفی و شیوه گردآوری پیمایشی بود و بر اساس رویکرد پژوهش، آمیخته بود. در مرحله اول، برای ساخت الگو از روش کیفی و برای آزمون الگو از روش کمی توصیفی - تحلیلی و از نوع همبستگی مبتنی بر الگوی معادلات ساختاری استفاده گردید. روش پژوهش آمیخته از نوع اکتشافی متوالی بود؛ یعنی ابتدا کیفی و سپس کمی بود. ابزار مورد استفاده در این پژوهش بعد از انجام مصاحبه و رسیدن به اشباع نظری تدوین شد که شامل ۳۰ گویه و در قالب ۸ مؤلفه، به صورت پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، ۵ امتیاز تا کاملاً مخالفم، ۱ امتیاز) تدوین شد. سوالات مصاحبه شامل ۱. به نظر شما مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی در ایران در چه بخش‌ها و حوزه‌هایی وجود دارد؟ ۲. در چه حوزه‌هایی باید وجود داشته باشد؟ ۳. منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی باید چه نکاتی در آن رعایت شود؟ چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد؟ ۴. عملکرد سازمان‌های ورزشی در تدوین و پایبندی به مسئولیت اجتماعی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در بخش اول (کیفی) برای انجام مصاحبه میدانی، جامعه آماری پژوهش را اساتید مدیریت ورزشی (۱۲ نفر که در زمینه مسئولیت اجتماعی پژوهش‌هایی (بیش از یک مقاله) در نشریات معتبر داخلی و خارجی به چاپ رسانده باشند و یا کتبی در این زمینه ترجمه و تألیف داشته‌اند) و مدیران منتخب سازمان‌های ورزشی (۶ نفر) که سازمان آن‌ها در زمینه مسئولیت اجتماعی اقداماتی انجام داده بودند، شامل می‌شوند که این افراد، به صورت هدفمند از نوع معیاری، برای مصاحبه‌های کیفی در موضوع پژوهش انتخاب گردیدند (۱۸ مصاحبه با ۱۸ نفر و تا حد اشباع نظری ادامه یافت) و در بخش دوم (کمی) بعد از گردآوری اطلاعات حاصل از پژوهش کیفی، اقدام به ساخت پرسشنامه نموده و این پرسشنامه در بین مدیران سازمان‌های ورزشی شهر تهران توزیع گردید. در واقع مدیران سازمان‌های ورزشی به پرسشنامه‌ای که در آن میزان پایبندی به مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی را می‌سنجید، پاسخ دادند. مدیران و معاونین تمامی فدراسیون‌های ورزشی، تمامی هیئت‌های ورزشی شهر تهران، کمیته ملی المپیک و پارالمپیک، آکادمی ملی المپیک، وزارت ورزش و جوانان و ادارات ورزش و جوانان شهر تهران که در مجموع شامل ۲۳۰ نفر می‌باشد، به عنوان جامعه آماری انتخاب گردیدند. نمونه‌گیری به صورت تصادفی در دسترس بر اساس جدول مورگان (۱۴۰ نفر) توزیع گردید. نهایتاً ۱۱۰ پرسشنامه به صورت صحیح عودت داده شد. شاخص آزمون KMO، کفایت نمونه‌گیری را می‌سنجد و مقدار ۰/۷۳ برای این آزمون به دست آمد که نشان از کفایت مناسب نمونه‌ها دارد.

در بخش کیفی تحقیق جهت بررسی روایی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأیید پذیری استفاده گردید (جدول ۱).

جدول ۱. روایی و پایایی بخش کیفی (منبع: پاتون، ۲۰۰۲)

نتیجه	روش	
تأیید	تأیید فرایند پژوهش توسط هفت متخصص	قابلیت باورپذیری (اعتبار)
تأیید	استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه	انتقال‌پذیری
تأیید	نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند	تاییدپذیری
تأیید	ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها	مطالعه حساسی فرآیند
تأیید	در اختیار قرار دادن اطلاعات به اساتید راهنما و مشاور	
تعداد کل کدها: ۱۱۰		
تعداد کل توافقات: ۵۰		
تعداد کل عدم توافقات: ۱۰		
پایایی بین دو کدگذار: ۹۰/۹٪	تحلیل سه مصاحبه توسط محقق و همکار و مشخص نمودن کدهای مشابه و غیرمشابه	توافق درون موضوعی دو کدگذار
بیشتر از ۶۰٪ و تأیید پایایی		

در خصوص روایی محتوی پرسشنامه با استفاده از فرم‌های روایی سنجی CVI و CVR^۱ روایی مورد تأیید قرار گرفت. مقدار CVR با توجه به تعداد اساتید (۸ نفر)، ۰/۸۰ و مقدار CVI بیشتر از ۰/۷۹ به دست آمد؛ بنابراین روایی محتوی ابزار ما مورد تأیید قرار گرفت. روایی واگرا و همگرا که مربوط به معادلات ساختاری است، موردسنجش قرار گرفت.

در این پژوهش از دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از جداول توصیفی برای بیان ویژگی‌های دموگرافیک استفاده شد. از شاخص‌های کشیدگی و چولگی به منظور بررسی توزیع داده‌ها (طبیعی و یا غیرطبیعی بودن) استفاده و برای کدگذاری داده‌ها و طراحی مدل از نرم‌افزار QDAMax نسخه Pro و برای بررسی و پاسخ به سؤالات پژوهش و رسم و تدوین مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۴، Smart PLS نسخه ۲/۰ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج بخش توصیفی مربوط به ویژگی‌های جمعیت شناختی بخش کیفی پژوهش نشان داد که ۱۶/۷ درصد از آن‌ها زنان و مابقی مردان بودند. ۱۱/۱ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۸۸/۹ درصد دارای تحصیلات دکتری بودند و سابقه شغلی همه نمونه‌ها بیش از ۲۰ سال بود.

در ادامه در این مرحله، چند کد مفهومی تبدیل به یک مقوله می‌شود. در جداول زیر نتایج کدگذاری باز بر اساس کدهای مفهومی و مقولات آورده شده است.

جدول ۲. کدگذاری ثانویه و شکل‌دهی مقولات

مفاهیم	مقوله‌ها	ردیف
کم نمودن هزینه‌ها	اقتصادی	۱
اشتغال‌زایی		۲
شفافیت مالی		۳
خدمات ورزشی رایگان		۴
خدمات رفاهی کارکنان		۵
حمایت مالی از تیم‌های ورزشی پایه		۶
ارتباط با خیرین ورزشی		۷
کمک‌های مالی به ورزشکاران پیشکسوت		۸
جلوگیری از قوانین دست و پاگیر		۹
قوانین نظارتی دقیق	قانونی	۱۰
تصویب قوانین مبارزه با فساد		۱۱
تشویق به فعالیت‌های داوطلبانه در سازمان	داوطلبانه	۱۲
انجام فعالیت‌های داوطلبانه ورزشی در جامعه		۱۳
حضور داوطلبانه به منظور کمک در بلایای طبیعی (زلزله، سیل و ...)		۱۴
اخلاقی بودن فرایند استخدام در سازمان		۱۵
ترویج اخلاق جوانمردانه و پهلوانی	اخلاقی	۱۶
مبارزه با بی‌اخلاقی در سازمان		۱۷
تفکیک زباله‌ها		۱۸
استفاده از انرژی‌های حامی محیط‌زیست	زیست‌محیطی	۱۹
کاهش آلودگی		۲۰
زیباسازی محیط‌زیست	آموزشی	۲۱
آموزش کارکنان برای ارائه خدمات بهتر		۲۲
آموزش ورزش همگانی به عموم مردم		۲۳

^۱ . Content Validity Ratio & Content Validity Index

^۲ . Qualitative data analysis

آموزش ورزش، ویژه گروه‌های سنی کودکان و نوجوانان	۲۴	
حمایت مالی و غیرمالی از ورزشکاران آسیب‌دیده	۲۵	سلامت فردی و اجتماعی
تدوین بیمه‌های ورزشی	۲۶	
مشارکت ورزشی با مراکز اصلاح و تربیت	۲۷	
جلوگیری از هدر رفت انرژی	۲۸	مدیریت مصرف انرژی
شیوه‌های نوین سیستم‌های گرمایش و سرمایش	۲۹	
چک‌لیست مصرف انرژی در سازمان و واحدهای زیرمجموعه (مجموعه‌های ورزشی و ...)	۳۰	

نهایتاً ۳۰ کد مفهومی و ۸ مقوله اصلی استخراج شد. کدهای محوری پژوهش حاضر در واقع همان مقولات مستخرج شده در مرحله کدگذاری باز می‌باشند.

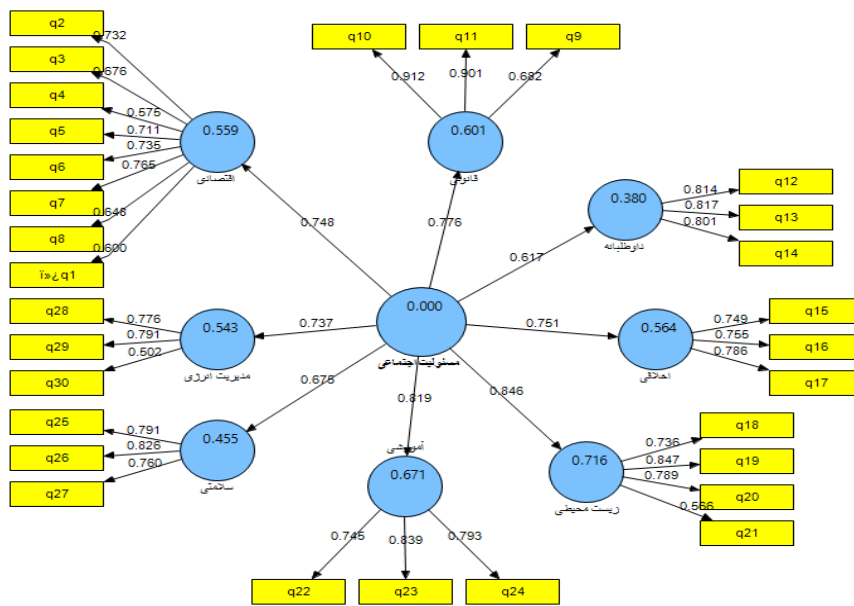
در ادامه از طریق نرم‌افزار SPSS به تحلیل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش و سپس به تحلیل نتایج حاصل از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS به سؤال‌های ایجادشده‌ی پژوهش پاسخ داده خواهد شد.

نتایج توصیفی مربوط به وضعیت جنسیت نمونه‌های تحقیق حاضر نشان داد که ۴/۵ درصد شرکت‌کنندگان در تحقیق زن می‌باشد. بیشتر نمونه‌های پژوهش در رده سنی ۳۵ تا ۵۰ سال بودند (۷۲/۷ درصد). همچنین اگر نمونه‌ها دارای تحصیلات دکتری بودند (۵۰ درصد). برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود و پایایی خود از سه طریق بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی صورت می‌پذیرد. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۴ می‌باشد. برای تمامی سؤال‌ها، ضرایب بارهای عاملی سؤالات از ۰/۴ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. در اینجا هیچ‌یک از سؤال‌ها حذف نگردید. مقدار مربوط به آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها در همه متغیرها، بالاتر از ۰/۷ می‌باشد که حاکی از پایایی مناسب مدل دارد. در این تحقیق پایایی متغیرها در حد مطلوب قرار دارد. از آنجا که پایایی تأیید می‌شود می‌توان به بررسی فرضیات توسط معادلات ساختاری پرداخت و نتیجه قابل‌تعمیم به کل جامعه موردنظر می‌باشد. معیار دوم از بررسی مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا است که به بررسی همبستگی هر متغیر با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد. با توجه به روش فورنل و لارکر که مقدار مناسب برای AVE را ۰/۵ به بالا معرفی کرده‌اند؛ برای تمامی متغیرها، مقدار AVE بیشتر یا مساوی ۰/۵ می‌باشد. روایی واگرا سومین معیار بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری است. روایی واگرا وقتی در سطح قابل‌قبول است که میزان AVE برای هر متغیر بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن متغیر و متغیرهای دیگر در مدل باشد (بنیتز و همکاران، ۲۰۲۰).

جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

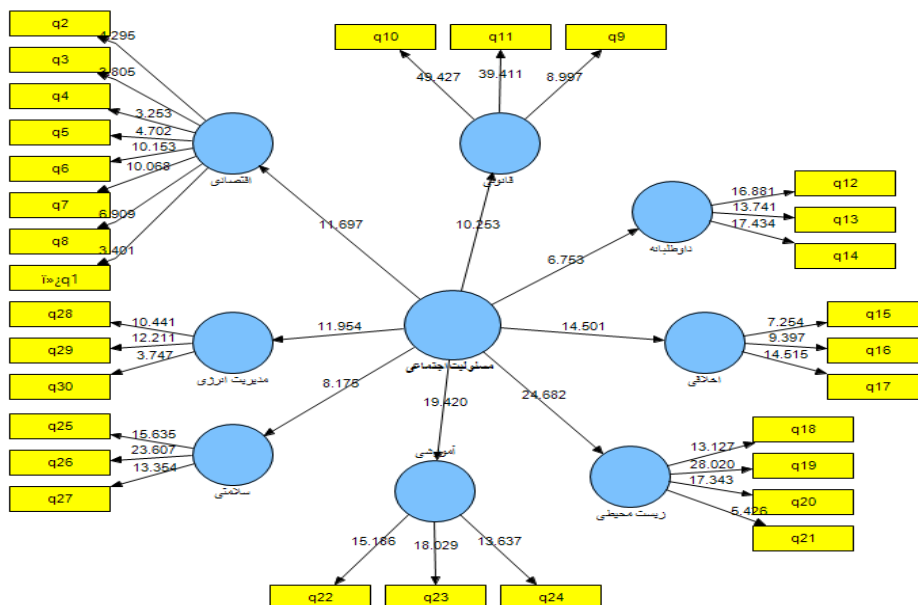
متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
اقتصادی	۰/۸۸	۰/۸۵	۰/۶۱
قانونی	۰/۸۱	۰/۷۳	۰/۵۷
داوطلبانه	۰/۸۰	۰/۷۷	۰/۶۰
اخلاقی	۰/۷۹	۰/۸۱	۰/۶۱
زیست‌محیطی	۰/۸۰	۰/۷۶	۰/۷۳
آموزشی	۰/۷۷	۰/۷۹	۰/۷۰
سلامت فردی و اجتماعی	۰/۸۱	۰/۷۰	۰/۶۶
مدیریت مصرف انرژی	۰/۸۰	۰/۷۷	۰/۶۹

بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می‌رسد. مدل ساختاری برخلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به سؤالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها متغیرهای پنهان همراه با روابط میان آن‌ها را بررسی می‌کند.



شکل ۱. مدل اندازه‌گیری (بررسی ضرایب مسیر مدل پژوهش)

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، ضرایب معنی‌داری t یا همان مقادیر t -values می‌باشد. در صورتی که مقدار این اعداد از $1/96$ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه‌ی بین متغیرها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان $0/95$ است. البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین متغیرها را نمی‌توان با آن سنجید.



شکل ۲. ضرایب معنی‌داری t مقادیر (t -values)

جدول ۴. شاخص‌های برازش مدل ساختاری و کلی

مؤلفه‌ها	R ²	نتیجه	Q ²	نتیجه	GOF	نتیجه
اقتصادی	۰/۵۵	متوسط	۰/۵۲	قوی	۰/۴۳	قوی
قانونی	۰/۶۰	متوسط	۰/۴۹	قوی	۰/۵۱	قوی
داوطلبانه	۰/۳۸	متوسط	۰/۶۰	قوی	۰/۴۶	قوی
اخلاقی	۰/۵۶	متوسط	۰/۵۵	قوی	۰/۴۹	قوی
زیست‌محیطی	۰/۷۱	قوی	۰/۵۳	قوی	۰/۶۰	قوی
آموزشی	۰/۶۷	قوی	۰/۶۰	قوی	۰/۵۹	قوی
سلامت فردی و اجتماعی	۰/۴۵	متوسط	۰/۵۸	قوی	۰/۴۴	قوی
مدیریت مصرف انرژی	۰/۵۴	متوسط	۰/۵۵	قوی	۰/۵۵	قوی

برازش مدل کلی: مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است، در مدل پژوهش، مقدار بیشتر از ۰/۳۶ به دست آمد که نشان از برازش کلی قوی مدل دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف طراحی و تدوین منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران با رویکرد ترکیبی اجرا گردید. نتایج تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد 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.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که عوامل اقتصادی از جمله ابعاد منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. در این راستا می‌بایست اظهار کرد که سیاست‌گذاری اقتصادی در زمینه تأمین بودجه برنامه‌های مسئولیت اجتماعی از جمله عواملی است که می‌بایست مورد توجه سازمان‌های ورزشی قرار گیرد. این نتیجه با نتایج نیرینو و همکاران (۲۰۲۰) همسو است. همچنین کمپل (۲۰۰۷) استدلال می‌کند کمبود منابع شرکت‌ها عامل تعیین‌کننده‌ای برای سرمایه‌گذاری آن‌ها در زمینه مسئولیت اجتماعی است و می‌گوید شرکت‌هایی که در حال حاضر عملکرد مالی به نسبت ضعیفی را تجربه می‌کنند، بعید است اقدام درخور توجهی در زمینه مسئولیت اجتماعی داشته باشند. هونگ و همکاران (۲۰۱۲) هم دریافتند شرکت‌هایی که محدودیت مالی کمتری دارند، مبالغ بیشتری را صرف فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی می‌کنند. به‌طور کلی استدلال می‌شود مزیت رقابتی، منابع غنی و عملکرد مالی بهتر به سازمان‌های پیشرو این امکان را می‌دهد که مبالغ بیشتری را صرف سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بکنند. سرمایه‌گذاری سازمان‌ها در زمینه مسئولیت اجتماعی نه تنها نوعی واکنش در مقابل فشارهای بیرونی است، بلکه ی انتخاب راهبردی درون‌سازمانی برای رشد و توسعه آتی شرکت هم است. سرمایه‌گذاری در زمینه مسئولیت اجتماعی، تصمیم آگاهانه‌ی مدیریت در خصوص تخصیص منابع شرکت است.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که عوامل قانونی از جمله ابعاد منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. در این راستا همسوسازی سیاست‌ها و قوانین سازمان‌های ورزشی با اصول کلی مسئولیت اجتماعی سبب می‌گردد تا تلاشی منظم و جهت‌دار در تمامی ارکان سازمان‌های ورزشی در جهت بهبود و گسترش فعالیت‌ها و رفتارهای مربوط به مسئولیت اجتماعی انجام گردد. موری و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیق خود مشخص نمودند که سیاست‌گذاری سازمان‌ها و قوانین داخلی آن‌ها در صورتی که همسو با مسائل مربوط به مسئولیت اجتماعی گردد می‌تواند سبب بهبود و گسترش رفتارهای مبتنی بر مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها گردد. به نظر می‌رسد همسوسازی سیاست‌ها و قوانین سازمان با اصول کلی مسئولیت اجتماعی سبب می‌گردد تا دغدغه توجه به مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی مرتفع گردد و مدیران امکان بیشتری برای حضور در برنامه‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی داشته باشند و این مسئله به‌عنوان

یکی از پیش‌نیازهای مهم در جهت توسعه مسئولیت اجتماعی سبب می‌گردد تا سازمان‌های ورزشی در خصوص برنامه‌های مبتنی بر مسئولیت اجتماعی از اثربخشی بالایی برخوردار باشند.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که عوامل داوطلبانه از جمله ابعاد منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. در این راستا شکل‌گیری کمیته‌ها، گروه‌ها و شبکه‌های تخصصی داوطلبانه در سازمان‌های ورزشی جهت پیگیری فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی و همسوسازی سیاست‌ها و شیوه‌های سازمان با اصول کلی مسئولیت اجتماعی از دیگر عوامل مهم در جهت توسعه ظرفیت سازمان‌های ورزشی در جهت پاسخگویی به مسئولیت اجتماعی هست. به نظر می‌رسد شکل‌گیری کمیته‌ها، گروه‌ها و شبکه‌های تخصصی داوطلبانه در سازمان‌های ورزشی جهت پیگیری فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی سبب می‌گردد تا فعالیت‌ها و رفتارهای مربوط به مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی شکل منظم‌تری به خود گیرد. از این‌رو شکل‌گیری کمیته‌ها، گروه‌ها و شبکه‌های تخصصی در سازمان‌های ورزشی جهت پیگیری فعالیت‌های مربوط به مسئولیت اجتماعی می‌تواند به‌عنوان یک عامل مهم در ایجاد نظم در سازمان‌های ورزشی در خصوص مسئولیت اجتماعی سبب ایجاد تأثیرات عمیق در سازمان‌های ورزشی جهت اجرا و اثربخشی مسئولیت‌های اجتماعی گردد. زو و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیق خود مشخص نمود که کمیته‌های تخصصی در سازمان‌ها در خصوص مسئولیت اجتماعی می‌تواند به تأثیرگذاری بر بهبود رفتارها در خصوص مسئولیت اجتماعی منجر گردد.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که عوامل اخلاقی از جمله ابعاد منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. این نتیجه با جیمز و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در این راستا می‌توان اظهار کرد که اخلاقیات بیشتر حالت درونی دارند و وقتی کارکنان سازمان مقید به یک سری اصول اخلاقی می‌شوند به ناچار بایستی در قبال آن‌ها مسئولیت‌هایی را بپذیرند و در اینجاست که بعد بیرونی آن نمود پیدا می‌کند و به عبارتی، اخلاق حرفه‌ای از طریق نهادینه‌سازی مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها در افراد، زمینه‌ساز شکل‌گیری مسئولیت‌پذیری در آنان است. در واقع، افراد تنها در قبال خود مسئول نبوده و باید در قبال دیگران نیز احساس مسئولیت کنند. بر اساس رویکرد مسئولیت اجتماعی، مدیران علاوه بر آنکه باید منافع و حقوق سازمان خود را تأمین کنند، باید به‌عنوان یک امر اخلاقی در راه تأمین رفاه، آسایش، نیازها و علائق مردم جامعه نیز مشارکت داشته باشند. همچنین نباید تصمیمات و رفتارهای مدیریتی آن‌ها منجر به وارد کردن خسارت، زیان و آسیب به جامعه و افراد شود. از سویی حضور فضایی تویم با احترام و قدردانی نسبت به زیردستان، به‌کارگیری اصول عدالت سازمانی، در نظر گرفتن تشویق و تقدیر برای کارکنان اخلاقی و باوجدان، اهمیت دادن به کار اصولی و درست و ترویج ارزش‌ها و اصول اخلاقی در سازمان‌ها عاملی در جهت ایجاد مسئولیت‌پذیری بیشتر و درنهایت گرایش به مسئولیت اجتماعی محسوب می‌شوند.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که عوامل زیست‌محیطی از جمله ابعاد منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. در این راستا کوکا کالتان و همکاران (۲۰۲۱)، کانگ و همکاران (۲۰۲۱) توجه به مسائل زیست‌محیطی از جمله عوامل مهم در مسئولیت اجتماعی معرفی کردند. در این راستا اهمیت توجه به محیط در سبب شده است تا بسیاری از سازمان‌ها در مسیر توسعه محیط‌زیست برنامه ریزی مدونی داشته باشند؛ اما در این مسیر منابع انسانی به‌عنوان یک نیروی قوی در سازمان‌ها می‌توانند، میزان دستیابی سازمان‌ها به اهداف زیست‌محیطی سازمان را دستخوش تغییرات دهد. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که عوامل آموزشی از جمله ابعاد منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. این نتیجه با نتایج هوسنی^۱ و همکاران (۲۰۲۰) همسو است. مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان‌ها بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند انجام دهد و در این زمینه می‌بایست کارکنان و مدیران مورد آموزش و دانش‌افزایی قرار گیرند. از سویی برنامه‌های آموزشی موجب افزایش آگاهی منابع انسانی از اهمیت و ضرورت حضور در برنامه‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی می‌شود. همچنین سازمان‌ها مسئول اند که از آلوده کردن محیط‌زیست، اعمال تبعیض در مورد استخدامی، بی‌توجهی به تأمین نیازهای کارکنان خود، تولید

¹. Husni

کردن محصولات زیان آور و نظایر آن که به سلامت جامعه لطمه می‌زند، بپرهیزید و آگاهی در این زمینه‌ها نیازمند آموزش است. از سویی سازمان‌های ورزشی می‌بایست با ایجاد کمپین‌ها و برنامه‌های تبلیغاتی و آموزشی به افزایش مشارکت افراد جامعه در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی کمک کنند و همچنین آگاهی افراد جامعه را از اقدامات صورت گرفته و در دست اجرا آگاه کنند.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که سلامت فردی و اجتماعی از جمله ابعاد منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. توسعه سلامت فردی و اجتماعی افراد از جمله عوامل زمینه‌ساز و اثرگذار بر افزایش مسئولیت‌پذیری افراد است و افزایش مسئولیت‌پذیری می‌تواند زمینه‌گرایی به پذیرش و مشارکت در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی را فراهم کند. سازمان‌ها می‌بایست در ابتدا محیط سازمانی مناسبی را فراهم آورند تا تعهد افراد سازمان افزایش یابد و این تعهد می‌تواند به توسعه مشارکت آن‌ها در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان کمک کند در عین حال این مسئله ناشی از افزایش ضرورت حفاظت از محیط‌زیست هست که منجر شده است تا مسئله حفاظت از محیط‌زیست از یک مسئله مربوط به مسئولیت اجتماعی به عنوان یک تکلیف در سازمان‌های ورزشی مشخص و نمایان شود. لذا می‌بایستی در جهت همسو شدن با این تغییرات اقدامات فرهنگی، مدیریتی و انگیزشی ایجاد گردد. با این توجه می‌توان مشخص نمود که تأثیرگذاری و پتانسیل جنبه‌های فرهنگی، مدیریتی، پاداشی و دانشی بر باورهای افراد در خصوص مسائل محیط‌زیستی و همسوسازی فرایندهای سازمانی با نیازهای زیست‌محیطی باعث می‌شود تا این عوامل را به عنوان عوامل تأثیرگذار بر روند بهبود و گسترش جهت‌گیری زیست‌محیطی مشخص نماید. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که مدیریت مصرف انرژی از جمله ابعاد منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. مسئولیت اجتماعی مرتبط با مدیریت مصرف انرژی یکی از جنبه‌های مهم مسئولیت اجتماعی است که مشروط به بقا و موفقیت سازمان‌ها می‌باشد از این رو، مدیران سازمان‌ها می‌توانند وظایف خود را از طریق ایفای تعهدات خود نسبت به حمایت و حفاظت از انرژی در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی ایفا کنند. در این راستا همچنان که سازمان‌ها سبزتر می‌شوند و مدیران بیشتر و بیشتر در حفظ محیط‌زیست و مدیریت مصرف انرژی تلاش می‌کنند به سمت ایفای مسئولیت اجتماعی گام برمی‌دارند و باعث ایجاد ارتباط نزدیک بین تصمیمات و اقدامات سازمان‌ها و تأثیراتش بر محیط طبیعی می‌شود، به نحوی که امروزه یکی از اساسی‌ترین زمینه‌های مسئولیت اجتماعی، مدیریت مصرف انرژی است.

با این حال و به طور کلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، یکی از موضوعات حساسیت‌برانگیز و روبه توجه در چند دهه اخیر بوده و به طور قابل توجهی مورد توجه پژوهشگران حوزه مدیریت قرار گرفته است. اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی به این خاطر است که یک تعهد مداوم در سازمان را برای همکاری در توسعه اقتصادی فراهم می‌آورد و این موضوع، کیفیت زندگی یک مجموعه از افراد از جمله کارکنان، خانواده‌هایشان، جامعه محلی و در مقیاس‌های وسیع‌تر اجتماع را بهبود می‌بخشد. به دلیل اهمیت این موضوع، واحدهای سازمان‌ها همواره دارای انگیزه‌هایی برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بوده‌اند و لذا تدوین منشور مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌های ورزشی می‌تواند گامی نو و مهم برای بهبود فرایند عملکرد در این مسیر باشد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا سازمان‌های ورزشی، کارگروه ویژه‌ای در جهت برنامه‌ریزی برای توسعه برنامه‌های مرتبط مسئولیت اجتماعی سازمان تدارک دیده و از اتاق فکر تخصصی در این زمینه بهره‌گیرند تا سیاست‌ها و برنامه‌های خود را به صورت شفاف به جامعه ارائه کنند. همچنین سازمان‌های ورزشی می‌بایست ادارات و باشگاه‌ها و ... را به انجام مسئولیت اجتماعی تشویق کرده و اختیارات و امکانات مناسب در اختیار آنها قرار دهند.

در انتها، منشور مسئولیت اجتماعی مخصوص سازمان‌های ورزشی که برگرفته از نتایج بخش‌های قبلی پژوهش حاضر و با نظرسنجی از صاحب‌شوندگان و تأیید آن‌ها می‌باشد، طراحی شده است؛ به منظور استفاده عملی از یافته‌های پژوهش حاضر؛ می‌تواند در اختیار سازمان‌های ورزشی قرار گیرد (شکل ۳).

سخن مقام عالی:

با استعانت از ذات اقدس اله و اقرار به وحدانیت او و رسالت انبیا مرسلینش در جهت کسب رضای الهی به مسئولیت‌های اجتماعی ذیل باور داریم:

- اقتصادی
- قانونی
- داوطلبانه
- اخلاقی
- زیست‌محیطی
- آموزشی
- سلامت فردی و اجتماعی
- مدیریت مصرف انرژی

سازمان ما، بر اساس مسئولیت‌های اجتماعی عنوان شده، مسئولیت‌های اجتماعی ذیل را سرلوحه کار خود قرار می‌دهد و در ادامه از سازمان‌های ذی‌ربط، پایبندی به اجرای مسئولیت‌های ذیل را نیز انتظار داریم.

حقوق:

انتظار داریم که سایر سازمان‌ها در اجرای مسئولیت اجتماعی سازمان ما همکاری نمایند. عموم مردم، درک واقع‌بینانه‌ای از شرایط سازمان داشته باشند و از فعالیت‌های سازمان ما استقبال نمایند تا انگیزه‌ای برای فعالیت بیشتر شود.

تکالیف:

باید در مسائل اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی، زیست‌محیطی و سایر مسئولیت‌های اجتماعی، سرآمد کشور باشیم. لذا باید ارزیابی درستی از مسئولیت‌ها صورت گیرد، رضایت عموم جامعه را به دست آوریم

شکل ۳. منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی ایران

تقدیر و تشکر

از همه عزیزانی که ما را در امر این پژوهش یاری رساندند؛ کمال تقدیر و تشکر را داریم.

References

- Arthur M, Balsam J. (2018). Special Issue: Athlete Activism and Sports Social Responsibility, *Journal of Legal Aspects of Sport*, 28: 118-120.
- Campbell, J.L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 948-967.
- Chaudhary, R. (2020). Green human resource management and employee green behavior: An empirical analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 630-641.
- Chung J. (2018). Social Responsibility in Sports: A Call for a Systematic Approach, *Journal of Legal Aspects of Sport*, 28, 138-150.
- Fernández-Villarino, R. & Domínguez-Gómez, J. A. (2022). A Social Responsibility Map of Spanish Professional Football League Clubs. In *Corporate Responsibility, Sustainability and Markets* (pp. 53-74). Palgrave Macmillan, Cham.
- Fonseca, I. (2020). Modelos de responsabilidad social corporativa en el sector deporte: una revisión sistemática. Retos: nuevas tendencias en educación física, *deporte y recreación*, (43), 1106-1115.
- Huang, S. Y. Lee, S. C. & Lee, Y. S. (2021). Why Can Green Social Responsibility Drive Agricultural Technology Manufacturing Company to Do Good Things? A Novel Adoption Model of Environmental Strategy. *Agronomy*, 11(8), 1673.
- Husni, H. (2020). The effectiveness of the social responsibility program for Islamic religious education through the participatory action research method. *The Social Studies: An International Journal*, 6(1), 103-116.
- Inoue Y, Kent A, Lee S. (2011). CSR and the bottom line: Analyzing the link between CSR and financial performance for professional teams. *Journal of Sport Management*, 25 (6): 531-549.
- Jiménez, D. L. Dittmar, E. C. & Portillo, J. P. V. (2021). New Directions in Corporate Social Responsibility and Ethics: Codes of Conduct in the Digital Environment. *Journal of Business Ethics*, 1-11.
- Kang, E. Y. & Sung, Y. H. (2021). Luxury and sustainability: The role of message appeals and objectivity on luxury brands' green corporate social responsibility. *Journal of Marketing Communications*, 1-22.
- Kucukaltan, B. (2021). Green Initiatives in Logistics Social Responsibility: A Research on the Turkish Logistics Industry. In *Green Marketing in Emerging Markets* (pp. 181-201). Palgrave Macmillan, Cham.
- Liu D, Schwarz Ec. (2019). Assessing the community beliefs about the corporate social responsibility practices of professional football clubs in China, *Soccer and Society*, 1-18.
- Liu D, Wilson R, Plumley D, Chen X. (2019). Perceived corporate social responsibility performance in professional football and its impact on fan-based patronage intentions: An example from Chinese football. *International journal of sports marketing and sponsorship*, 1-38.
- Motamedi, M, Moradi M, Omid A. (2019). The Relationship between Social Responsibility and Fan Team Coexistence (Case Study: Sepahan Club), 3rd National Congress of Sports and Health Science Achievements, *Guilan, Guilan University*. (In Persian).
- Nirino, N, Ferraris, A, Miglietta, N. & Invernizzi, A. C. (2020). Intellectual capital: the missing link in the corporate social responsibility–financial performance relationship. *Journal of Intellectual Capital*.
- Painter, D. L. Sahn, B. & Schattschneider, P. (2021). Framing sports' corporate social responsibility: US women's vs men's soccer leagues. *Corporate Communications: An International Journal*.
- Patton, M. (2002). Qualitative evaluation and research methods. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc
- Pourmoradi, M, Khademipour J. (2019). The Relationship between Club Social Responsibility and Fame and Consumption of Fans' Products in the Football Premier League, The Second International Conference on New Horizons in Basic, Technical and Engineering Sciences, Tehran, New Horizons Science and Technology Association, (In Persian).

- [Sarkar, S. Kiranmai, J. & Mishra, R. K. 92022\). Addressing Social Risks: The Corporate Social Responsibility Way. In A Casebook of Strategic Corporate Social Responsibility \(pp. 39-54\). Springer, Singapore.](#)
- [Singh, K. & Girdhar, T. \(2022\).TATA Steel India: Corporate Social Responsibility Case Study Project. In A Casebook of Strategic Corporate Social Responsibility \(pp. 85-103\). Springer, Singapore.](#)
- [Tabar, M. N. Andam, R. Bahrololoum, H. Memari, Z. & Rezaei Pandari, A. \(2020\). Study of football social responsibility in Iran with Fuzzy cognitive mapping approach. *Sport in Society*, 1-17.](#)
- [Ullah, F. Wu, Y. Mehmood, K. Jabeen, F. Iftikhar, Y. Acevedo-Duque, Á. & Kwan, H. K. \(2021\). Impact of spectators' perceptions of corporate social responsibility on regional attachment in sports: Three-wave indirect effects of spectators' pride and team identification. *Sustainability*, 13\(2\), 597.](#)
- [Widyastuti H. Dewi. F.R. \(2020\). Community satisfaction analysis of the implementation of CSR programs in rembang, in 23rd Asian Forum of Business Education \(AFBE 2019\), *Atlantis Press*.](#)
- [Xu, K. Wang, J. Wang, J. Wang, X. Chi, Y. & Zhang, X. \(2020\). Environmental function zoning for spatially differentiated environmental policies in China. *Journal of environmental management*, 255, 109485.](#)
- [Zeimers G. \(2020\). Organisational factors for corporate social responsibility implementation in sport federations: A qualitative comparative analysis, *European Sport Management Quarterly*, 1-21.](#)