

ارائه مدل مسئولیت اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز ایران

سمیه ارجمند^۱، شهرام نظری^{۲*}، اسدالله اسدی گرمارودی^۳

- ۱- کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه غیرانتفاعی ایوانکی، تهران، ایران.
- ۲- استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه فرهنگیان پردیس شهید چمران، تهران، ایران.
- ۳- استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه فرهنگیان پردیس شهید چمران، تهران، ایران.

(دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۰۶ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۰۹)

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر ارائه مدل مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز بود. روش انجام پژوهش حاضر، روش آمیخته بود که از استراتژی آمیخته - اکتشافی استفاده شد. جامعه آماری اساتید مدیریت ورزشی، اساتید علوم اجتماعی، ورزشکاران نخبه و مدیران ورزشی بودند که در بخش کیفی، ۱۴ نفر به شیوه نمونه‌گیری هدفمند، انتخاب شدند. در بخش کمی نیز تعداد ۳۸۷ نمونه، نمونه‌گیری در دسترس، وارد مطالعه شدند. ابزار بخش کیفی مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. در بخش کمی نیز از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شد که ۳۶ سؤال داشت. در این تحقیق برای انجام تحلیل داده‌های کیفی، از تحلیل تماتیک استفاده شد. در بخش کمی نیز از آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد، فراوانی، درصد فراوانی و ...) و آمار استنباطی (ضرایب آلفای کرونباخ، تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم، آزمون‌های تی تک‌نمونه‌ای و آزمون فریدمن) استفاده شد. نتایج نشان داد که از تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی تعداد ۵۳ مقوله فرعی به دست آمده است که در ۱۲ مقوله اصلی قرار گرفته شد. در نهایت نیز از مقوله‌های به‌دست آمده، ۵ مفهوم اصلی مسئولیت‌های توسعه پایدار، دیپلماتیک، اجتماعی، بهداشتی و سازمانی به‌دست آمد. همچنین مشخص شد که مدل نهایی تحقیق از برآزش کافی برخوردار است. با توجه به نتایج، اولویت‌بندی ابعاد مسئولیت اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز به این ترتیب است: ورزشی، سازمانی، قانونی و اقتصادی، سیاسی، بین‌المللی، فرهنگی - اجتماعی، رسانه‌ای، زیست محیطی، بشردوستانه، بهداشتی و اخلاقی. نتایج این تحقیق می‌تواند به عنوان نقشه راهی برای فدراسیون تنیس روی میز در جهت ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود، باشد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگی - اجتماعی، مسئولیت بشردوستانه، سازمانی، فدراسیون.



مقدمه

امروزه سازمان‌ها علاوه بر انجام دادن وظایف سنتی خود، ملزم به انجام دادن فعالیت‌های دیگری نیز هستند که هدف از آن‌ها پاسخ‌گویی به انتظارات جامعه است. علاوه بر این، سازمان‌های پیش‌رو فراتر از الزامات قانونی حرکت می‌کنند. آن‌ها در امور اجتماعی و فعالیت‌های خیرخواهانه برای کمک به نیازمندان حضور فعال دارند. آن‌ها در به‌کارگیری منابع به منافع نسل‌های آینده می‌اندیشند و پیامدهای حاصل از فعالیت‌های اقتصادی را در جهت سلامت، ایمنی و محیط‌زیست در نظر می‌گیرند و در برخورد با تعارض‌ها بر پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی توجه دارند (والترز^۱، ۲۰۰۹). در مفهوم آکادمیک به رعایت این اصول، «مسئولیت اجتماعی» گفته می‌شود که در تعاریف سازمان‌ها بسیار ظهور یافته است.

مسئولیت اجتماعی مفهومی است که سازمان‌های امروزی آن را بسیار مدنظر قرار داده‌اند و مصلحت و منافع جامعه را از طریق مسئولیت‌پذیری در برابر اثراتی که فعالیت‌هایشان بر مصرف‌کنندگان، عرضه‌کنندگان، کارمندان، سهامداران، جامعه و محیط می‌گذارد، تحت تأثیر قرار می‌دهند (منتظری، ۲۰۱۷). مسئله‌ای که امروزه در بُعد اجتماعی ورزش مطرح شده و توانسته است سازمان‌های ورزشی و افراد را به خود مشغول کند، مسئولیت اجتماعی است. مسئولیت اجتماعی شرکت به‌عنوان بخشی از روابط داوطلبانه شرکت در جامعه و ذینفعان اجتماعی برای به حداقل رساندن یا حذف اثرهای مضر و به حداکثر رساندن مزایای طولانی‌مدت به جامعه است؛ یعنی مسئولیت اجتماعی شرکت راهی برای مدیریت و پاسخ‌گویی به تقاضاهای اجتماعی و ذینفعان است (واکر و پرنس^۲، ۲۰۱۰). فیلیروز و فیشنه^۳ (۲۰۱۴) بیان کردند کرده‌اند که رابطه بین ورزش و مسئولیت اجتماعی دو قابلیت کاربردی و ویژگی کلیدی دارد: اول، مسئولیت اجتماعی از طریق ورزش است که برای سازمان‌های تجاری غیرمرتبط با ورزش کاربرد دارد که می‌توانند با استفاده از ورزش با مشتریان خود ارتباط برقرار کنند، شهرت خود را گسترش دهند و درک و تصور عمومی از نام تجاری خود را بهبود بخشند که در نهایت به بهبود عملکرد مالی سازمان منجر می‌شود؛ دومین مورد، مسئولیت اجتماعی در ورزش است که هدف آن توضیح و توصیف رابطه بین نهادهای ورزشی و ذینفعان آن در جامعه و مشخص کردن نقش و وظایف نهادهای مرتبط با ورزش در آن جامعه است (منتظری، ۲۰۱۷). مسئولیت اجتماعی به دنبال ایجاد موقعیت‌های برد - برد برای سازمان‌ها و جامعه است و در جست‌وجوی شناخت در مورد

1. Walters
2. walker & Parent
3. Filizöz & Fişne

دانستن شیوه‌های تجاری خوب و اثرات آن به‌عنوان کمک به شهرت و عملکرد شرکت است (ابراهیم و المرشد^۱، ۲۰۱۴). داشتن مسئولیت اجتماعی بدان معناست که سازمان باید علاوه بر استانداردهای اقتصادی، به استانداردهای معنوی، اخلاقی و اجتماعی که توسط ذینفعان تعیین می‌شود نیز پای‌بند باشد (واکر و پرت، ۲۰۱۰). نقش منحصربه‌فرد ورزش در جامعه به‌روشنی نشان داده است که ادغام ورزش و مسئولیت اجتماعی امکانات بسیار زیادی را فراهم می‌کند؛ از آنجا که ورزش محبوبیت جهانی دارد فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی ورزشی مورد توجه رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرد و با قدرت ارتباط را برای بینندگان فراهم می‌کند. مسئولیت اجتماعی ورزشی، جوانان را به خود جلب می‌کند. اگر یک فعالیت مسئولیت اجتماعی به یک سازمان، تیم یا شخصیت ورزشی متصل باشد، جوانان بیشتر درگیر آن می‌شوند. ورزش شرکت‌کنندگان را به سمت آگاهی از محیط‌زیست و پایداری سوق می‌دهد (ابراهیم و همکاران، ۲۰۱۴). از نظر کارول^۲ مسئولیت اجتماعی شرکتی دارای چهار بُعد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه است. مسئولیت اقتصادی به سودبخش بودن سازمان اشاره دارد؛ مسئولیت قانونی به‌طور اساسی به‌وسیله قوانین و مقررات برآورده می‌شود. مسئولیت اخلاقی انتظار می‌رود سازمان‌ها فراتر از قوانین و مقررات، منصفانه عمل کنند. مسئولیت بشردوستانه به فعالیت‌های داوطلبانه و خدمت به جامعه اشاره دارد (فونت و همکاران، ۲۰۱۲).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مناسبات و روابطی که بین فرد و جامعه وجود دارد، در مقوله پاسخ‌گویی، در نظر گرفته می‌شود. بدون تردید، مسئولیت اجتماعی، مزایای دوجانبه‌ای خواهد داشت، به‌طوری که هم فرد از رویکرد اخلاقی‌تر و منسجم‌تر خود نفع می‌برد و هم جامعه و ذینفعان نظر و برداشت بهتری از عملکرد و نقاط قوت سازمان خواهند داشت (رزمی، ۲۰۱۵). امروزه ارتقای ارزش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به بحثی مهم در میان مجامع علمی تبدیل شده است. محققان بسیاری به بررسی ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی پرداخته و به‌خصوص بُعد بشردوستانه و داوطلبانه آن را که می‌تواند با رفتار شهروندی مرتبط باشد موردنقد و بررسی قرار داده‌اند. این بعد از مسئولیت‌پذیری اجتماعی توانسته به‌طور هم‌زمان در جهت ایجاد مزیت رقابتی و افزایش رفاه جامعه به‌کار برده شود. مسئولیت اجتماعی به‌طور اعم، به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که فرد به‌صورت داوطلبانه، به‌عنوان یک عضو مؤثر و مفید در جامعه، انجام می‌دهند (بخشنده، ۲۰۱۵). به دلیل نقش منحصربه‌فرد ورزش در جامعه و افزایش به رسمیت شناختن توانایی ورزش در شناسایی و بررسی مسائل اجتماعی، بین مسئولیت اجتماعی

1. Ibrahim & Almorshed

2 . Carroll



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 این‌رو، 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 (فیلیپوز و فیشنه، ۲۰۱۱). در ابتدا، مفهوم مسئولیت اجتماعی عمدتاً مربوط به نگرانی‌های اجتماعی یا محیطی بود، در حال حاضر این مفهوم دربرگیرنده تمامی انواع تأثیراتی است که یک سازمان ممکن است در جامعه داشته باشد. در تعریف مسئولیت اجتماعی شرکت، مؤلفه جامعه به دو بُعد اشاره دارد: بُعد بیرونی که در آن سازمان‌ها می‌توانند ذینفعان را به‌عنوان شرکای تجاری یا تأمین‌کنندگان تحت تأثیر قرار دهند و در هزینه‌های اجتماعی هر چیزی که بر جامعه تأثیر می‌گذارد، مشارکت داشته باشند و بُعد درونی که در آن شرکت‌ها مسئول کارکنان خود هستند. در بسیاری موارد سازمان‌ها علاقه‌ای به اجرای مسئولیت‌های اجتماعی برای کارکنان خود ندارند و به آن به‌عنوان فعالیت‌های برون‌محور می‌نگرند. اگرچه برخی از کشورها شروع به تصویب قانون در رابطه با مسئولیت‌های اجتماعی کرده‌اند، اما تاکنون بی‌اثر بوده است، زیرا این قوانین بیشتر کمیت را به‌جای کیفیت اجرای مسئولیت‌ها، مبنا قرار داده‌اند (اوبرد سی^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). قربانی و همکاران (۱۳۹۷) دریافتند که در روند پذیرش مسئولیت اجتماعی در میان کارکنان، مؤلفه رعایت اخلاق کسب‌وکار در اولویت اول و مؤلفه نیازهای اقتصادی در اولویت آخر جای گرفتند. علوی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود به شناسایی ابعاد مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مشهور پرداختند و هشت مقوله اصلی مسئولیت سیاسی، اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستی، زیست‌محیطی، رسانه‌ای - خبری و آموزشی - ورزشی را شناسایی کردند. نظری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی نقش مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای در ارتقای سرمایه اجتماعی معلمان تربیت بدنی شهر تهران پرداختند و نشان دادند که بین مسئولیت‌پذیری با اخلاق حرفه‌ای ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و مسئولیت اجتماعی از طریق متغیر میانجی اخلاق حرفه‌ای بر سرمایه اجتماعی معلمان تربیت بدنی شهر تهران اثر مثبت و معناداری دارد. سلطانی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان ارائه مدل مسئولیت اجتماعی سلبریتی‌های ورزشی نتایج این پژوهش نشان داد که با توجه به معروفیتی که سلبریتی‌های ورزشی در سطح جامعه دارند و به‌عنوان الگو در بخش زیادی از جامعه مطرح هستند و از دامنه نفوذ اجتماعی قابل توجهی نیز برخوردارند، مسئولیت‌پذیری آن‌ها در حوزه‌های مختلف اجتماعی،

1 . Obrad & Gherheş

اقتصادی، بشردوستانه، زیست‌محیطی و غیره... باعث خواهد شد تا شرایط بسیار مناسبی برای جامعه ایجاد شود و جامعه به سمت توسعه پایدار حرکت کند. گودرزی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان طراحی الگوی توسعه مسئولیت اجتماعی اداره کل تربیت بدنی دانشگاه پیام نور یافته‌ها نشان داد که عوامل مؤثر بر ارتقای مسئولیت اجتماعی اداره تربیت بدنی دانشگاه پیام نور متشکل از ۵ بعد ذی‌نفعان، اجتماعی، توجه به محیط زیست، اقتصادی و داوطلبانه است که با توجه به نتیجه آزمون فریدمن به ترتیب ابعاد اجتماعی، داوطلبانه، محیط زیستی، ذی‌نفعان و اقتصادی از اولویت برخوردارند. و شاخص‌های برآزش مدل از مقدار قابل قبول و مطلوب برخوردار بوده و مدل تحقیق مورد تأیید است. زرگر و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی طراحی و تدوین منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران انجام دادن 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 هستند. در انتها، منشور مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی طراحی شد. به سازمان‌های ورزشی کشور پیشنهاد می‌شود از منشور مسئولیت اجتماعی پژوهش حاضر، به‌منظور توسعه مسئولیت اجتماعی سازمان خود استفاده کنند. زمانی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان تأثیر مسئولیت اجتماعی باشگاه پرسپولیس بر رفتارهای حمایتی با نقش میانجی نگرش هواداران: نقش تعدیل‌گر عدالت اجتماعی انجام دادن نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی بر رفتارهای حمایتی از برند و نگرش هوادار اثرگذار بوده است، همچنین نگرش هواداران بر رفتارهای حمایتی از برند تأثیرگذار بوده و نقش میانجی نگرش هواداران در رابطه با تأثیر مسئولیت اجتماعی بر رفتارهای حمایتی مورد تأیید قرار گرفت. در نهایت عدالت اجتماعی نقش تعدیل‌گری بین تأثیر مسئولیت اجتماعی باشگاه بر رفتارهای حمایتی از برند هواداران دارد. رضایی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان طراحی مدل مسئولیت اجتماعی فدراسیون ورزش دانش‌آموزی با رویکردی آمیخته (کیفی و کمی) انجام دادن نتایج نشان داد که نقطه اشباع در نمونه کیفی ایجاد ۳۶ کد اولیه، ۴ عامل (اقتصادی، بشردوستانه، قانونی و اخلاقی) و ۱ کد محوری (مسئولیت اجتماعی فدراسیون ورزش دانش‌آموزی) متفاوت می‌کند که در مجموع ۴۲۲ فراوانی کلی را در مصاحبه‌ها دارند. همچنین فرضیه‌های شناسایی شده در بخش کیفی به‌صورت کمی مورد تأیید قرار گرفتند. نتایج این پژوهش برای سیاست‌گذاری و تدوین برنامه راهبردی به‌منظور توسعه مسئولیت اجتماعی در بین کارکنان فدراسیون، ذی‌نفعان، معلمان و انجمن‌ها و هیئت‌های ورزشی در ورزش دانش‌آموزی کاربردی خواهد بود. موگوا^۱ (۲۰۱۷)

1 . Mugova



مسئولیت اجتماعی را در دو طبقه با عنوان‌های مسئولیت اجتماعی داخلی و مسئولیت اجتماعی خارجی دسته‌بندی می‌کند. مسئولیت اجتماعی داخلی آنچه مربوط به بهبود رفاه نیروی کار، کیفیت زندگی کارکنان، بهره‌وری و سودآوری در داخل سازمان مربوط است. مسئولیت اجتماعی خارجی دستیابی به تأثیرات مثبت بر جامعه از جمله اقتصادی و محیط‌زیست است. این فعالیت‌ها شامل ایجاد زیرساخت‌های ورزشی در مناطق کم‌برخوردار، مبارزه با چاقی کودکان، مبارزه با نژادپرستی و سایر اشکال بی‌عدالتی اجتماعی، راه‌های مقابله با فقر و گسترش فرصت‌های کاری، همکاری با سازمان‌های غیرانتفاعی، تلاش برای رسیدگی به مسائل زیست‌محیطی و کمک به آموزش و تحصیلات کودکان و نوجوانان برای رفتن به دانشگاه یا مدرسه است. علوی و همکاران (۲۰۱۸) در یک بررسی کیفی به بررسی ابعاد مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مشهور پرداخته و در نهایت هشت مقوله اصلی که شامل مسئولیت سیاسی، اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستانه، زیست‌محیطی، رسانه‌ای - خبری و آموزشی - ورزشی را به‌عنوان ابعاد مسئولیت اجتماعی این ورزشکاران شناسایی کردند. منتظری و همکاران (۲۰۱۷)، معتقدند که مسئولیت اجتماعی در فوتبال در نگرش هواداران نقش مثبت و مؤثری دارد. به‌علاوه، مسئولیت اجتماعی به‌صورت غیرمستقیم بر وفاداری نگرشی هواداران اثرگذار بود و در این میان، تصویر تیم و هویت تیمی نقش میانجی ایفا کردند؛ بر این اساس، مسئولیت اجتماعی اثری مثبت هم به‌طور مستقیم و هم به‌طور غیرمستقیم بر ذهن و نگرش هواداران دارد؛ از این‌رو، به مدیریت تیم‌های ورزشی توصیه می‌شود علایق هواداران در مسائل و موضوع‌های اجتماعی را در نظر داشته باشند و طرح‌های مختلف مسئولیت اجتماعی را در برنامه‌های بلندمدت خود قرار دهند. ارتور و بالسام^۱ (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. 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 به پیشرفت منجر می‌شود. اگر سازمان‌های ورزشی حرفه‌ای بتوانند تکنیک‌های مسئولیت اجتماعی در ورزش SRS را به اشتراک بگذارند و در برنامه‌های مسئولیت

1 . Arthur & Balsam

اجتماعی ورزشی همکاری کنند، می‌توانند بر تغییرات اجتماعی تأثیر قابل توجهی بگذارند و الگویی برای صنایع دیگر باشند. لیو^۱ 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 به سود بیشتر یا حمایت عمومی بیشتر منجر شود. تابش و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق دیگری به مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی پرداختند. از آنجاکه باشگاه‌ها برای جذب مشتری و موفق شدن در بازار محلی و ملی باهم در حال رقابت هستند، بنابراین باشگاه‌های ورزشی برای داشتن مزیت رقابتی و موفق شدن باید توجه به فعالیتهای در زمینه مسئولیت اجتماعی را در اولویت قرار داده و آن‌ها را انجام دهند. رایمو^۲ و همکاران (۲۰۲۰) تحلیل موردی چندگانه بر اساس ۱۴ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار مادرید که با سازمان‌های غیردولتی مختلف همکاری داشته‌اند، انجام شد. نتایج نشان می‌دهد که این مشارکت‌ها عمدتاً باهدف ارائه حمایت غذایی، بهداشتی، اجتماعی و فناوری به جامعه و افراد آسیب‌پذیر انجام می‌شود. آبدگارسیا^۳ و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و عملکرد در صنعت هتلداری، نقش میانجی مدیریت منابع انسانی و پیامدهای محیطی انجام دادند. نتایج این تحقیق که بر روی کارکنان هتل‌های کشور اسپانیا انجام گرفت حاکی از آن بود که مدیریت منابع انسانی هم به‌صورت مستقیم و هم به‌صورت غیرمستقیم تحت تأثیر فعالیتهای مسئولیت اجتماعی قرار دارد. زیمرس^۴ و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان «عوامل سازمانی برای اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی در فدراسیون‌های ورزشی: تحلیل مقایسه‌ای کیفی» انجام دادند این مطالعه چهار پیکربندی مرتبط با اجرای مسئولیت اجتماعی بالا و سه پیکربندی با اجرای مسئولیت اجتماعی کم را شناسایی می‌کند. ظرفیت نوآوری یک عامل سازمانی ضروری برای اجرای مسئولیت اجتماعی است که باید با استقلال مالی، دانش و منابع انسانی ترکیب شود. این مطالعه نشان می‌دهد که اندازه سازمانی یک شرط کلیدی مرتبط با اجرای مسئولیت اجتماعی نیست. مورد دوم لزوماً به تعداد قابل توجهی از کارکنان حرفه‌ای نیاز ندارد تا زمانی که سازمان مبتکر و

- 1 . Liu
- 2 . Raimo
- 3 . Úbeda-García
- 4 .Zeimers



از نظر مالی مستقل باشد. هازا^۱ و همکاران (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان «بررسی ادراکات کارکنان از مسئولیت اجتماعی خرد در سازمان‌های ورزشی غیرانتفاعی: نقش واسطه‌ای سرمایه روان‌شناختی» انجام دادند. یافته‌ها نشان می‌دهد که سرمایه روان‌شناختی رابطه بین ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی و درگیری شغلی، رضایت شغلی و رفتارهای شهروندی سازمانی را واسطه می‌کند. باربو^۲ و همکاران (۲۰۲۲) تحقیقی تحت عنوان «پایداری و مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی رومانیایی» انجام دادند. نتایج نشان داد که مسئولیت اجتماعی و پایداری برای مدیریت پایدار سازمان‌های ورزشی ضروری است و به‌طور قابل‌توجهی بر عملکرد کلی سازمان تأثیر می‌گذارد. از جمله ارکان پایداری، عملکرد اجتماعی و انسانی با توجه به ویژگی‌های سازمان‌های ورزشی (شامل توده‌های زیادی از مردم) است. علاوه بر این، مسئولیت‌های حقوقی و بشردوستانه به‌طور قابل‌توجهی بر مسئولیت اجتماعی و عملکرد سازمانی در بین مسئولیت‌های CSR تأثیر می‌گذارد. مسئولیت‌پذیری نقش بسیار مهمی در زندگی فردی و اجتماعی ما دارد. مسئولیت‌پذیری، مفهومی است که انسان‌ها همواره در زندگی فردی و اجتماعی خود با آن ارتباط دارند. رشد و پیشرفت هر فردی و اجتماعی خود با آن ارتباط دارند. رشد و پیشرفت هر جامعه‌ای در گرو انسان‌های مسئولیت‌پذیر است. بنابراین با توجه به مطالب ذکرشده و پیشینه تحقیق، سازمان‌های ورزشی به‌عنوان بخش مهمی از جامعه به‌ویژه با ارائه خدمات ورزشی به‌عنوان وجهه مثبت اجتماعی، رسالت مهمی در انجام مسئولیت اجتماعی دارند. توسعه مسئولیت اجتماعی و اقدامات آن در سازمان‌های ورزشی می‌تواند پیامدهای مثبتی را برای این سازمان‌ها به همراه داشته باشد که از جمله آن می‌توان به افزایش وفاداری، رضایت و وابستگی شغلی کارکنان اشاره کرد. بنابراین در صورتی که فضای حاکم بر سازمان بر اثر پای‌بندی به اصول اخلاقی و اجتماعی باشد. سازمان‌ها تلاش می‌کنند که با به‌کارگیری مسئولیت اجتماعی سبب تقویت روابط و تعهد سازمانی در کارکنان شوند که نتیجه آن بهبود عملکرد کارکنان برای آن سازمان است. همچنین این تحقیق با برشمردن پیامدهای مسئولیت اجتماعی، در پی آشنا کردن مدیران فدراسیون و مجموعه آن‌ها از فواید و لزوم اجرای مسئولیت‌های اجتماعی هر فدراسیون چه از لحاظ قانونی، شرعی یا اخلاقی است. این تحقیق می‌تواند مدیران را به پیامدهای منطقی ناشی از انجام مسئولیت‌های اجتماعی واقف و با توجه به وضعیت فدراسیون خود، آن‌ها را به انجام آن ترغیب کند و دورنمای منطقی را پیش روی آنان قرار دهد.

1. Hazzaa
2. Barbu

روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نوع پژوهش‌های آمیخته (کیفی - کمی) با رویکرد اکتشافی بود. این مطالعه در دو بخش اصلی (بخش اول کیفی و بخش دوم کمی) انجام شده است. جامعه آماری در بخش کیفی متشکل از اساتید رشته مدیریت ورزشی، علوم اجتماعی، ورزشکاران نخبه و مدیران ورزشی که ۱۴ نفر به شیوه نمونه‌گیری هدفمند، انتخاب شدند. در بخش کمی نیز تعداد ۳۸۷ اساتید رشته مدیریت ورزشی، علوم اجتماعی، ورزشکاران نخبه و مدیران ورزشی نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار بخش کیفی مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. در بخش کمی نیز از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شد که ۳۶ سؤال داشت. در این تحقیق برای انجام تحلیل داده‌های کیفی، از تحلیل تماتیک استفاده شد. در بخش کمی نیز از آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد، فراوانی، درصد فراوانی و ...) و آمار استنباطی (ضرایب آلفای کرونباخ، تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم، آزمون‌های تی تک‌نمونه‌ای و آزمون فریدمن) استفاده شد. در این پژوهش از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. نسخه ۲۶ در بخش آمار توصیفی، تحلیل عاملی اکتشافی، آزمون‌های تی تک‌نمونه‌ای و فریدمن بهره گرفته شده و از نرم‌افزار ایموس نسخه ۲۴ نیز به منظور اجرای تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم استفاده شد.

نتایج و یافته‌ها

در جدول‌های زیر توصیف مختصری از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش که در قالب: جنسیت، سن، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، سابقه فعالیت و حوزه فعالیت آنان (اساتید مدیریت ورزشی، اساتید علوم اجتماعی، مدیران ورزشی صاحب‌نظر و ورزشکاران نخبه) ارائه شد.



جدول ۱. توصیف ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان بخش کیفی

حوزه فعالیت					سابقه فعالیت	سطح تحصیلات	سن	جنسیت	کد مصاحبه‌شونده
ورزشکار نخبه	مدیر ورزشی	استاد علوم اجتماعی	استاد مدیریت ورزشی	ورزشی					
-	-	-	x	-	۲۸ سال	دکتری	۵۹ سال	مرد	P1
-	-	-	x	-	۲۵ سال	دکتری	۵۵ سال	مرد	P2
-	-	-	x	-	۲۱ سال	دکتری	۴۹ سال	مرد	P3
x	-	-	-	-	۱۰ سال	کارشناسی ارشد	۲۹ سال	مرد	P4
x	-	-	-	-	۱۵ سال	کارشناسی ارشد	۳۲ سال	مرد	P5
-	x	-	-	-	۳۰ سال	دکتری	۵۸ سال	مرد	P6
-	-	x	-	-	۲۴ سال	دکتری	۵۶ سال	مرد	P7
-	-	x	-	-	۲۹ سال	دکتری	۶۰ سال	زن	P8
-	-	-	x	-	۲۳ سال	دکتری	۵۳ سال	زن	P9
-	-	-	x	-	۱۵ سال	دکتری	۴۹ سال	زن	P10
x	-	-	-	-	۱۰ سال	کارشناسی	۲۸ سال	مرد	P11

P12	زن	۳۰	دکتری	۱۴	-	-	x	-
		سال		سال				
P13	مرد	۵۳	کارشناسی	۲۲	-	-	x	-
		سال	ارشد	سال				
P14	زن	۴۹	دکتری	۱۷	-	-	x	-
		سال		سال				

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که تعداد مصاحبه‌شوندگان ۱۴ نفر بودند که از این تعداد ۶۴/۲۸ مردان (۹ نفر) و ۳۵/۷۲ زنان (۵ نفر) تشکیل می‌دادند. ۲۱/۴۲ درصد (۳ نفر) در رده سنی زیر ۳۰ و زیر ۳۰ سال، ۷/۱۴ درصد در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ (۱ نفر)، ۲۱/۴۲ درصد (۳ نفر) رده سنی ۴۱ تا ۵۰ و ۵۰ درصد (۷ نفر) باقی‌مانده، رده سنی بالای ۵۰ سال را تشکیل می‌دادند. به لحاظ سطح تحصیلات؛ کارشناسی با ۷/۱۴ درصد (۱ نفر)، کارشناسی ارشد با ۲۱/۴۲ درصد (۳ نفر)، دکتری با ۷۱/۴۲ درصد (۱۰ نفر) بودند. همچنین به لحاظ سابقه کاری ۳۵/۷۱ درصد دارای سابقه ۱۵ و زیر ۱۵ سال بودند (۵ نفر) و ۴۲/۸۵ درصد بین ۱۶ تا ۲۵ سابقه بودند (۶ نفر) و ۲۱/۴۲ درصد باقی‌مانده (۳ نفر)، گروه بالای ۲۵ سال را به خود اختصاص دادند. حوزه فعالیت نمونه‌های پژوهش ۳۵/۷۱ درصد (۵ نفر) استاد مدیریت ورزشی، ۱۴/۲۸ درصد (۲ نفر) استاد علوم اجتماعی، ۲۸/۵۷ درصد (۴ نفر) را مدیران ورزشی صاحب‌نظر تشکیل می‌دادند و ۲۱/۴۲ درصد (۳ نفر) را ورزشکاران نخبه شامل می‌شود.

جدول ۲. توصیف ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان بخش کمی

متغیر	دامنه سن	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۲۱۸	۵۶/۳
	زن	۱۶۹	۴۳/۷
سن	۱۵ تا ۲۵ سال	۳۹	۱۰/۱
	۲۶ تا ۳۵ سال	۸۷	۲۲/۵
	۳۶ تا ۴۵ سال	۱۲۵	۳۲/۳
	۴۶ تا ۵۵ سال	۷۴	۱۹/۱
	۵۶ تا ۶۵ سال	۵۵	۱۴/۲
	بیشتر از ۶۵ سال	۷	۱/۸
	زیر دیپلم و دیپلم		۸۶



۸/۸	۳۴	کاردانی	تحصیلات
۲۶/۱	۱۰۱	کارشناسی	
۲۹/۲	۱۱۳	کارشناسی ارشد	
۱۳/۷	۵۳	دکتری	
۱۰/۳	۴۰	اساتید رشته مدیریت ورزشی	حوزه فعالیت
۴/۷	۱۸	اساتید رشته علوم اجتماعی	
۵۴/۰	۲۰۹	ورزشکاران حرفه‌ای	
۳۱/۰	۱۲۰	مدیران و کارشناسان ورزشی	

با توجه به نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که از ۳۸۷ نفر از نمونه تحقیق، ۳۲/۳ درصد (۱۲۵ نفر) ۳۶ تا ۴۵ سال سن داشتند که بیشترین فراوانی در بین نمونه‌های تحقیق است. همچنین کمترین فراوانی مربوط به نمونه‌های بیشتر از ۶۵ سال بوده است (۷ نفر، ۱/۸ درصد). در مجموع با توجه به یافته‌های می‌توان گفت ۳۹ نفر (۱۰/۱ درصد) کم‌تر از ۲۵ سال، ۲۱۲ نفر (۵۴/۸ درصد) بین ۲۶ تا ۴۵ سال، ۱۲۹ نفر (۳۳/۳ درصد) بین ۴۶ تا ۶۵ سال و ۷ نفر (۱/۸ درصد) بیشتر از ۶۵ سال داشتند. همچنین در بخش جنسیت ۲۱۸ نفر (۵۶/۳ درصد) مرد و ۱۶۹ نفر (۴۳/۷ درصد) زن بودند. بر اساس نتایج تحقیق جدول ۲ مشاهده شد که به ترتیب ۲۹/۲ درصد (۱۱۳ نفر) مدرک کارشناسی ارشد، ۲۶/۱ درصد (۱۰۱ نفر) مدرک کارشناسی، ۲۲/۲ درصد (۸۶ نفر) دیپلم و زیر دیپلم، ۱۳/۷ درصد (۵۳ نفر) مدرک دکتری و ۸/۸ درصد (۳۴ نفر) مدرک کاردانی داشتند. همچنین بر اساس حوزه فعالیت مشاهده شد که ۵۴ درصد (۲۰۹ نفر) از ۳۸۷ نفر نمونه تحقیق ورزشکاران حرفه‌ای بودند که بیشترین فراوانی در بین نمونه‌های تحقیق بودند. همچنین به ترتیب ۱۲۰ نفر (۳۱ درصد) مدیران و کارشناسان ورزشی، ۴۰ نفر (۱۰/۳ درصد) اساتید رشته مدیریت ورزشی و ۱۸ نفر (۴/۷ درصد) اساتید رشته علوم اجتماعی بودند.

جدول ۳. بررسی نوع توزیع داده‌ها (نرمال و غیرنرمال بودن داده‌ها)

متغیرهای تحقیق	میانگین ^۱	میان ^۲	کجی ^۳	خطای استاندارد چولگی ^۴	خطای استاندارد کشیدگی ^۵	خطای استاندارد کشیدگی ^۶
اقتصادی	۳/۴۵۸	۳/۶۶۷	-۰/۲۲۴	۰/۱۲۴	-۰/۵۰۰	۰/۲۴۷
سیاسی	۳/۴۶۹	۳/۳۳۳	-۰/۲۴۸	۰/۱۲۴	-۰/۷۶۸	۰/۲۴۷
اخلاقی	۳/۲۵۱	۳/۳۳۳	-۰/۰۱۸	۰/۱۲۴	-۰/۶۷۸	۰/۲۴۷
بین‌المللی	۳/۴۴۷	۳/۳۳۳	-۰/۰۵۱	۰/۱۲۴	-۰/۷۷۴	۰/۲۴۷
بشردوستانه	۳/۲۸۸	۳/۰۰۰	-۰/۱۱۰	۰/۱۲۴	-۰/۸۴۶	۰/۲۴۷
زیست‌محیطی	۳/۳۹۲	۳/۳۳۳	-۰/۱۱۴	۰/۱۲۴	-۰/۶۴۷	۰/۲۴۷
ورزشی	۳/۶۲۷	۳/۶۶۷	-۰/۳۱۴	۰/۱۲۴	-۰/۵۶۶	۰/۲۴۷
بهداشتی	۳/۱۷۷	۳/۰۰۰	-۰/۰۵۴	۰/۱۲۴	-۰/۸۳۶	۰/۲۴۷
رسانه‌ای	۳/۳۹۱	۳/۳۳۳	-۰/۲۲۳	۰/۱۲۴	-۰/۷۰۸	۰/۲۴۷
قانونی	۳/۴۸۹	۳/۶۶۷	-۰/۳۰۳	۰/۱۲۴	-۰/۸۵۲	۰/۲۴۷
فرهنگی - اجتماعی	۳/۴۳۶	۳/۳۳۳	-۰/۱۱۶	۰/۱۲۴	-۰/۸۴۰	۰/۲۴۷
سازمانی	۳/۵۸۷	۳/۶۶۷	-۰/۲۹۷	۰/۱۲۴	-۰/۵۰۹	۰/۲۴۷

در جدول ۳ شاخص‌های توصیفی کجی و کشیدگی، میانگین و میانۀ متغیرهای مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز گزارش شده است. همان‌طور که گفته از مقادیر کجی و کشیدگی می‌توان به‌منظور بررسی نوع توزیع داده‌ها (نرمال بودن یا غیر نرمال بودن داده‌ها) استفاده کرد؛ بنابراین با توجه به مقادیر کجی (بین ۱ و -۱) و مقادیر کشیدگی (بین ۳ و -۳) در متغیرهای تحقیق می‌توان گفت که توزیع داده‌های به‌صورت نرمال است.

1. mean
2. median
3. skewness
4. standard error of skewness
5. kurtosis
6. standard error of kurtosis



جدول ۴. مدل مرتبه اول مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز

مؤلفه‌ها	گویه	عبارت گویه	کجی	کشیدگی	بار	مقدار t
اقتصادی	q1	ارائه یارانه خرید کالاهای ورزشی به اقشار کم‌بضاعت	-۰/۲۱۵	-۰/۲۷۱	۰/۸۳۲	-
	q2	استفاده از کالاهای ورزشی داخلی برای ورزشکاران	-۰/۴۰۱	-۰/۵۹۷	۰/۸۵۹	۲۰/۳۵۶
	q3	حمایت و تبلیغ از کالاهای ورزشی ایرانی	-۰/۲۳۶	-۰/۶۱۶	۰/۸۱۶	۱۸/۸۵۰
سیاسی	q4	همسویی و حمایت فدراسیون از نظام یا حاکمیت کشور	-۰/۲۵۴	-۰/۸۲۸	۰/۸۵۶	-
	q5	مشارکت اثربخش فدراسیون در امور سیاسی کشور	-۰/۴۰۳	-۰/۴۶۷	۰/۸۷۶	۲۲/۶۲۰
	q6	مشارکت در هموارسازی برنامه‌های کشور	-۰/۴۰۸	-۰/۶۹۷	۰/۸۴۵	۲۱/۲۶۵
اخلاقی	q7	حفظ اطلاعات و حریم شخصی ورزشکاران	-۰/۵۶۴	-۰/۱۵۱	۰/۷۴۹	-
	q8	کنترل و بازداشتن ورزشکاران از دوپینگ	۰/۱۲۲	-۰/۶۶۹	۰/۶۴۵	۱۲/۷۶۷
	q9	انجام بازی جوانمردانه و اخلاقی با دیگر کشورها	-۰/۰۶۶	-۰/۸۳۰	۰/۸۸۴	۱۸/۳۰۹
بین‌المللی	q10	حفظ و معرفی زبان و فرهنگ ایرانی - اسلامی	-۰/۲۹۴	-۰/۴۵۹	۰/۸۰۹	-

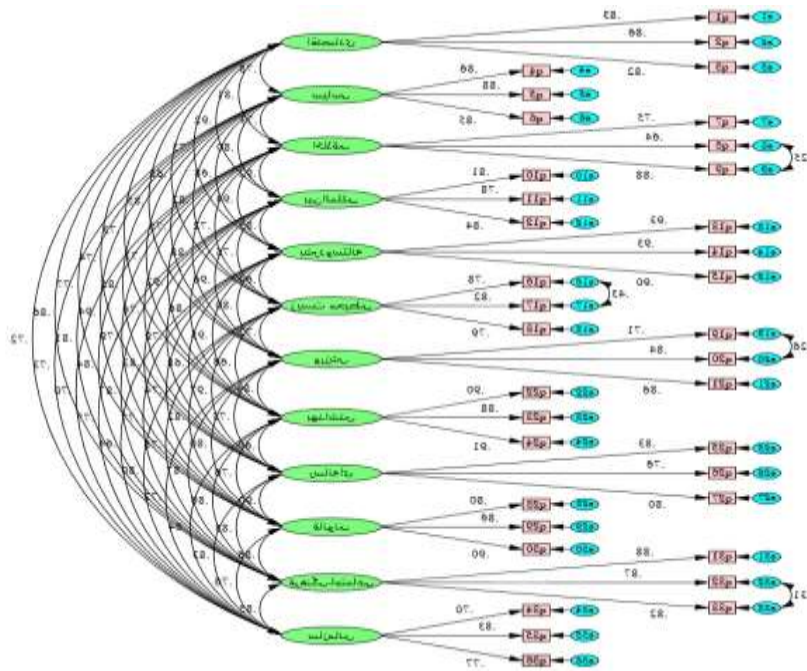
۱۷/۷۸۶	۰/۷۸۴	-۰/۶۸۲	-۰/۱۴۲	تبلیغ سنبل‌ها و آیین مرسوم کشور	q11	--	بشر دوستانه
۱۹/۴۶۳	۰/۸۳۵	-۰/۷۹۲	-۰/۰۱۶	کمک به صحنه‌گذاری و خوش‌نامی ایران	q12	--	
-	۰/۹۲۹	-۰/۷۷۹	-۰/۲۱۴	تأسیس بنیاد خیریه یا حمایت از سایر بنیادهای خیریه	q13	--	
۳۳/۱۴۱	۰/۹۲۷	-۰/۸۳۰	-۰/۱۳۹	حضور مستقیم مدیران و اعضای فدراسیون در فجایع طبیعی مثل زلزله	q14	--	
۳۰/۰۸۱	۰/۸۹۹	-۰/۷۵۱	-۰/۱۸۱	برگزاری بازی‌های خیریه	q15	--	
-	۰/۷۷۶	-۰/۷۲۱	-۰/۱۳۱	استفاده از انرژی‌های سبز مانند انرژی خورشیدی در سازمان	q16	--	زیست‌محیطی
۲۲/۶۸۶	۰/۸۲۳	-۰/۶۸۲	-۰/۳۱۹	بهره‌گیری از تجهیزات مناسب جهت بهینه‌سازی مصرف انرژی در سازمان	q17	--	
۱۶/۱۱۲	۰/۷۹۱	-۰/۶۹۴	-۰/۲۰۸	بهره‌گیری از ابزارهای بازاریابی سبز	q18	--	
-	۰/۷۱۰	-۰/۴۲۱	-۰/۵۳۵	استعدادیابی از تمامی طبقات اجتماعی	q19	--	ورزشی
۱۸/۰۶۰	۰/۸۴۱	-۰/۴۶۶	-۰/۵۰۸	کمک به توسعه رشته تنیس در کشور	q20	--	
۱۵/۹۲۸	۰/۸۵۸	-۰/۷۴۹	-۰/۱۹۳	بهبود مداوم قابلیت‌های فنی فدراسیون	q21	--	



۰/۹۰۵	-۰/۸۱۰	-۰/۰۳۷	حمایت مالی از تولیدکنندگان تجهیزات بهداشتی	q22	--	
۲۶/۸۰۷	۰/۸۸۴	-۰/۶۸۱	اختصاص بودجه به سازمان‌های بهداشتی مانند کمک مالی به بیمارستان‌ها	q23	--	بهداشتی
۲۹/۰۱۵	۰/۹۱۲	-۰/۸۷۷	درج نمادهای بهداشتی بر لوگوی سازمان یا بر روی پیراهن ورزشکار	q24	--	
-	۰/۸۲۹	-۰/۶۸۲	پاسخ‌گویی و ارتباط مداوم با مشتریان سازمان	q25	--	
۱۷/۱۰۵	۰/۷۵۵	-۰/۷۷۰	ارسال محتوای اجتماعی در فضاهای مجازی سازمان	q26	--	رسانه‌ای
۱۸/۴۳۰	۰/۷۹۵	-۰/۷۶۰	فعالیت رسانه‌ای به‌منظور آگاهی‌بخشی ورزشی به مردم	q27	--	
-	۰/۷۹۶	-۰/۶۱۴	مبارزه فدراسیون با فعالیت‌های غیرقانونی ورزشکاران مانند دوپینگ	q28	--	
۱۹/۴۵۸	۰/۸۵۵	-۰/۸۳۶	پرداخت مالیات به‌موقع	q29	--	قانونی
۲۰/۷۸۳	۰/۸۹۶	-۰/۸۱۲	شفافیت در قراردادهای مالی ورزشکاران و کارکنان فدراسیون	q30	--	
-	۰/۸۸۳	-۰/۷۴۸	جهت‌گیری سازمان علیه نژادپرستی	q31	--	فرهنگی - اجتماعی
۲۳/۷۱۸	۰/۸۷۲	-۰/۷۵۰	حمایت سازمان از برابری جنسیتی	q32	--	

۲۱/۰۲۹	۰/۸۲۱	-۰/۷۰۱	-۰/۱۵۹	ترویج فرهنگ ایرانی - اسلامی	q33	--	
						-	
						<	
-	۰/۶۹۹	-۰/۲۹۰	-۰/۵۳۷	فرصت برابر در فدراسیون برای گروه‌های قومی و زنان جهت رشد سازمانی	q34	--	
						-	
						<	
۱۴/۵۱۱	۰/۸۳۱	-۰/۶۶۹	-۰/۱۳۵	عدالت در ارائه خدمات به مشتریان فدراسیون	q35	--	
						-	
						<	
۱۳/۵۶۴	۰/۷۶۶	-۰/۴۲۶	-۰/۲۲۳	توجه سازمان به کیفیت زندگی و سلامت کارکنان	q36	--	
						-	
						<	

سازمانی



شکل ۱. مدل مرتبه اول مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده)



بر اساس نتایج **Error! Reference source not found.** در مورد نرمال بودن توزیع داده م مشاهده می‌شود تمامی مقادیر کجی مربوط به متغیرها تحقیق (گویه‌ها) در دامنه ۱ تا ۱- بوده و همچنین مقادیر مربوط به کشیدگی نیز در دامنه ۳ تا ۳- قرار دارد، بنابراین با توجه به این مقادیر می‌توان گفت که توزیع داده‌های گویه‌ها به صورت نرمال بوده است. همچنین نتایج تحلیل عاملی مندرج در **Error! Reference source not found.** نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌های مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز از مقدار t و بار عاملی مورد قبولی برخوردارند و برای سنجش این مؤلفه‌ها (اقتصادی، سیاسی، اخلاقی، بین‌المللی، بشردوستانه، زیست‌محیطی، ورزشی، بهداشتی، رسانه‌ای، قانونی، فرهنگی - اجتماعی، سازمانی) شاخص‌های مناسبی محسوب می‌شوند.

جدول ۵. شاخص برازش مدل مرتبه اول مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز

شاخص‌های برازش	مقدار مطلوب	مقادیر شاخص‌ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو) ^۱	-	۱۱۱۸/۷۸۴	-
درجه آزادی ^۲	-	۵۲۴	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	کم‌تر از ۵	۲/۱۳۵	مطلوب
شاخص نیکویی برازش ^۳ (GFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰۵	مطلوب
شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده ^۴ (AGFI)	بیشتر از ۰/۸	۰/۸۵۰	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد ^۵ (RMSEA)	کم‌تر از ۰/۱	۰/۰۵۴	مطلوب
ریشه دوم میانگین مجذورات باقیمانده ^۶ (RMR)	کم‌تر از ۰/۰۵	۰/۰۴۶	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی ^۷ (CFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵۵	مطلوب

1. Chi-Square
2. degrees of freedom (df)
3. Goodness of Fit (GFI)
4. Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)
5. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
6. Root Mean Squared Residuals (RMR)
7. Comparative Fit Index (CFI)

تفسیر	مقادیر شاخص‌ها	مقدار مطلوب	شاخص‌های برازش
مطلوب	۰/۹۱۹	بیشتر از ۰/۹	شاخص برازش هنجار شده ^۱ (NFI)
مطلوب	۰/۹۵۵	بیشتر از ۰/۹	شاخص برازش افزایشی ^۲ (IFI)

نتایج جدول ۵ برازش مدل مرتبه اول مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز نشان می‌دهد شاخص‌های نیکویی برازش (GFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) به‌عنوان شاخص‌های اصلی برازش بالاتر ۰/۹ بوده که نشان از برازش مطلوب مدل است. همچنین سایر شاخص برازش (AGFI, NFI, IFI) از مقادیر قابل قبولی برخوردار هستند. در نهایت بر اساس مقادیر ریشه میانگین مجذور باقیمانده ($RMR=0/046$) و ریشه دوم میانگین خطای برآورد ($RMSEA=0/054$) می‌توان گفت که مدل از برازش کافی برخوردار است.

جدول ۶. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای (بررسی وضعیت موجود مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز)

متغیر	آماره				
	میانگین	میانگین متوسط	درجه آزادی	مقدار t	تفاوت میانگین معناداری
اقتصادی	۳/۴۵۸	۳	۳۸۶	۹/۴۳۰	۰/۴۵۸
سیاسی	۳/۴۶۹	۳	۳۸۶	۸/۷۶۶	۰/۴۶۹
اخلاقی	۳/۲۵۱	۳	۳۸۶	۴/۹۰۰	۰/۲۵۱
بین‌المللی	۳/۴۴۷	۳	۳۸۶	۴/۴۹۷	۰/۴۴۷
بشر دوستانه	۳/۲۸۸	۳	۳۸۶	۶/۶۴۵	۰/۲۸۸
زیست محیطی	۳/۳۹۲	۳	۳۸۶	۷/۷۴۵	۰/۳۹۲
ورزشی	۳/۶۲۷	۳	۳۸۶	۱۲/۶۳۶	۰/۶۲۷
بهداشتی	۳/۱۷۷	۳	۳۸۶	۲/۷۳۲	۰/۱۷۷
رسانه‌ای	۳/۳۹۱	۳	۳۸۶	۷/۶۳۴	۰/۳۹۱
قانونی	۳/۴۸۹	۳	۳۸۶	۸/۸۲۷	۰/۴۸۹
فرهنگی - اجتماعی	۳/۴۳۶	۳	۳۸۶	۸/۵۴۹	۰/۴۳۶

1. Normed of Fit Index (NFI)
2. Incremental of Fit Index (IFI)



سازمانی	۳/۵۸۷	۳	۳۸۶	۱۳/۲۰۰	۰/۵۸۷	۰/۰۰۱
---------	-------	---	-----	--------	-------	-------

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای در جدول ۶ مشاهده می‌شود در مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز بین میانگین مشاهده‌شده با میانگین مطلوب آن‌ها در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ در تمامی عوامل تفاوت معناداری وجود دارد. با توجه به مقادیر میانگین مشاهده‌شده در عوامل «اقتصادی، سیاسی، اخلاقی، بین‌المللی، بشردوستانه، زیست‌محیطی، ورزشی، بهداشتی، رسانه‌ای، قانونی، فرهنگی - اجتماعی، سازمانی» میانگین‌های مشاهده‌شده بالاتر از میانگین مطلوب در نظر گرفته‌شده هستند؛ بنابراین می‌توان گفت این عوامل وضعیت مطلوبی دارند. در ادامه بررسی سؤال دوم تحقیق به‌منظور اولویت‌بندی مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز از آزمون فریدمن استفاده شد.

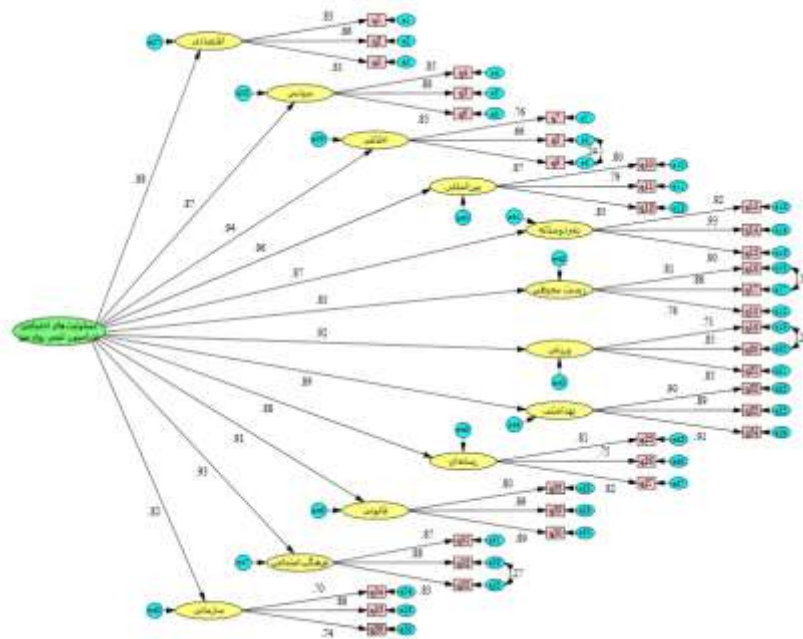
جدول ۷. اولویت‌بندی مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز (نتایج آزمون فریدمن)

رتبه	مؤلفه‌ها	میانگین رتبه	تعداد	کای اسکوار آزادی (X ²)	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	ورزشی	۷/۶۰	۳۸۷	۱۵۶/۱۵۲	۱۱	۰/۰۰۱
۲	سازمانی	۷/۳۹				
۳	قانونی	۶/۸۹				
۴	اقتصادی	۶/۷۳				
۵	سیاسی	۶/۶۶				
۶	بین‌المللی	۶/۶۰				
۷	فرهنگی - اجتماعی	۶/۵۵				
۸	رسانه‌ای	۶/۳۰				
۹	زیست‌محیطی	۶/۱۹				
۱۰	بشردوستانه	۶/۰۹				
۱۱	بهداشتی	۵/۵۲				
۱۲	اخلاقی	۵/۵۰				

بر اساس یافته‌های حاصل از آزمون فریدمن جدول ۷ بین مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز از نظر نمونه‌های تفاوت معناداری وجود دارد ($\chi^2=156/152$, $Sig=0/001$). با توجه به میانگین رتبه به دست آمده از دیدگاه نمونه تحقیق جدول ۷ مشاهده می‌شود که مهم‌ترین مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز به ترتیب، «ورزشی»، «سازمانی»، «قانونی» و «اقتصادی» بوده و مسئولیت‌های «بهداشتی» و «اخلاقی» از نظر میزان اهمیت از نظر نمونه‌های تحقیق اهمیت کم‌تری در فدراسیون تنیس روی میز دارند.

جدول ۸- مدل مرتبه دوم مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز ایران

مقدار t	بار عاملی	مسیر	
-	۰/۸۸۲	اقتصادی	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۵/۲۱۳	۰/۸۶۷	سیاسی	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۴/۴۵۲	۰/۹۳۹	اخلاقی	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۵/۶۷۹	۰/۹۶۲	بین‌المللی	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۶/۶۲۷	۰/۸۷۰	بشردوستانه	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۳/۶۹۲	۰/۸۲۵	زیست‌محیطی	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۳/۶۲۷	۰/۹۲۲	ورزشی	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۶/۵۸۹	۰/۸۸۷	بهداشتی	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۴/۴۵۲	۰/۸۸۱	رسانه‌ای	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۵/۰۷۸	۰/۹۰۹	قانونی	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---
۱۶/۷۲۲	۰/۹۳۰	فرهنگی-اجتماعی	مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز <---



شکل ۲. مدل مرتبه دوم مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز ایران (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده)

نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد که مدل مرتبه دوم مسئولیت‌های اجتماعی مناسب بوده و تمامی اعداد و پارامترهای مدل از مقادیر تی و بار عاملی قابل قبولی برخوردار بوده و در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ معنادار است. در مجموع با توجه به نتایج می‌توان گفت که مدل مرتبه دوم مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز بر اساس شاخص‌های و عامل‌های شناسایی شده مدل قابل قبولی است. با توجه مقادیر بارهای عاملی (ضرایب اثرگذاری) می‌توان گفت که مسئولیت بین‌المللی ($\beta=0/962$)، مسئولیت اخلاقی ($\beta=0/939$)، مسئولیت فرهنگی - اجتماعی ($\beta=0/930$) و مسئولیت ورزشی ($\beta=0/922$) اثرگذارترین مسئولیت‌های اجتماعی و مسئولیت زیست‌محیطی ($\beta=0/825$) و مسئولیت سازمانی ($\beta=0/817$) کم‌اثرترین مسئولیت‌های اجتماعی هستند.

جدول ۹. شاخص برازش مدل مرتبه دوم مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز

شاخص‌های برازش	مقدار مطلوب	مقادیر شاخص‌ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو)	-	۱۸۴۷/۴۱۱	-
درجه آزادی	-	۵۷۸	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	کم‌تر از ۵	۳/۱۹۶	مطلوب
شاخص نیکویی برازش (GFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰۳	مطلوب
شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده (AGFI)	بیشتر از ۰/۸	۰/۸۳۸	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)	کم‌تر از ۰/۱	۰/۰۷۵	مطلوب
ریشه دوم میانگین مجذورات باقیمانده (RMR)	کم‌تر از ۰/۰۵	۰/۰۴۷	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲۳	مطلوب
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰۶	مطلوب
شاخص برازش افزایشی (IFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲۴	مطلوب

مقادیر شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) در جدول ۹ بیشتر از ۰/۹ بوده که نشان‌دهنده برازش مطلوب مدل مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز ایران است. همچنین سایر شاخص برازش (IFI, NFI, AGFI) از مقادیر قابل قبولی برخوردار هستند. در نهایت بر اساس مقادیر ریشه میانگین مجذور باقیمانده ($RMR=0/047$) و ریشه دوم میانگین خطای برآورد ($RMSEA=0/075$) می‌توان گفت که مدل از برازش کافی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

در دنیای پرتلاطم امروزی که رقابت شدید و فزاینده حاکمیت دارد، مدیران شایسته دریافته‌اند که برای بقا و ادامه حیات باید اجرای استراتژی‌هایی را موردعنايت قرار دهند که در راستای مسئولیت اجتماعی شرکت قرار دادند، زیرا افراد جامعه از شرکتی که از امکانات جامعه و محیط‌زیست در جهت پیشرفت خود استفاده می‌کند انتظار باز پس دادن آن منابع را با اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی دارند. این موضوع در همه حوزه‌ها مورد خواست مخاطبان و مشتریان سازمان‌ها و شرکت هستند و چنین انتظاری از شرکت و سازمان‌های فعال در حوزه ورزش نیز وجود دارد و حتی به علت ماهیت وجودی حوزه ورزش، انتظارات و خواست مخاطبان از ارکان و سازمان‌های ورزشی افزون‌تر هم هست. از سوی دیگر، سازمان‌های ورزشی دارای پتانسیل مناسبی در جهت توسعه استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی به‌واسطه بسترسازی گفتمان عمومی است که



پیامد آن می‌تواند اشاعهٔ هنجارهای رفتار مسئولانه در اجتماع باشد (والزل و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین، با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش حاضر به دنبال ارائهٔ مدل مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز بود. نتایج در بخش کیفی تحقیق نشان داد که از تجزیه و تحلیل داده‌ها تعداد ۵۳ کد اولیه (مقوله فرعی) به دست آمده است که در ۱۲ مقولهٔ اصلی قرار گرفته شد. در نهایت نیز از مقوله‌های به دست آمده، ۵ مفهوم اصلی مسئولیت‌های توسعهٔ پایدار، مسئولیت‌های دیپلماتیک، مسئولیت‌های اجتماعی، مسئولیت‌های بهداشتی و مسئولیت‌های سازمانی به دست آمد.

از تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش مسئولیت‌های توسعهٔ پایدار مقوله‌های حمایت‌های اقتصادی (۴ مقولهٔ فرعی) و مشارکت در امور دوستدار محیط‌زیست (۷ مقولهٔ فرعی) به دست آمد. در تبیین این یافته باید خاطر نشان شد که یک از پایه‌ای‌ترین مسئولیت‌های هر سازمان، مشارکت در امور اقتصادی است. سازمان‌ها در وهلهٔ اول می‌بایست به شکوفایی اقتصادی خود و ذی‌نفعان و در مرحلهٔ دوم به فکر سود اقتصادی به جامعه باشند. با توجه به نیاز به توسعهٔ اقتصاد ملی و حمایت از محصولات ایرانی، سازمان‌های ورزشی می‌توانند به عنوان مسئولیت اجتماعی خود، در حمایت اقتصادی گام بردارند. در بخش بعد نیز متخصصان به مسئولیت‌های زیست‌محیطی اشاره کرده‌اند. همان‌طور که می‌دانیم یکی از بحران‌های حاضر و آیندهٔ ایران و جهان مشکلات زیست‌محیطی مانند تغییرات اقلیمی، گرم شدن زمین و آلودگی‌های ناشی از استفاده از سوخت‌های فسیلی است. در این راستا انتظار می‌رود که تمامی سازمان‌ها به عنوان مسئولیت‌های اجتماعی خود، حمایت‌های زیست‌محیطی را در دستور کار خود قرار دهند. در برخی از مدل‌های موجود مانند مدل علوی و همکاران (۱۳۹۹)، کارول، وارنیک و کوکران (شاه‌حسینی و عرب لوی مقدم، ۱۳۹۵)، ریچه^۱ (۲۰۱۴) و همچنین در مطالعهٔ افروزه و همکاران (۱۳۹۵) نیز به مسئولیت‌های اقتصادی اشاره شده است. در این راستا مطالعه‌ای بعد از اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی را شامل صداقت، کنترل و نظارت سازمان، توسعهٔ اقتصادی جامعه، شفافیت، جلوگیری از رشوه‌خواری و فساد، انجام پرداخت‌های لازم به مقامات ملی و محلی، استفاده از تأمین‌کنندگان محلی، استخدام نیروی کار محلی و غیره می‌داند (هاشمی و همراهی، ۱۳۹۵). در مطالعهٔ علوی و همکاران (۱۳۹۹) و طالبی و خوش‌بین (۱۳۹۱) نیز به مسئولیت زیست‌محیطی اشاره شده است. در مطالعه‌ای دیگر گزارش شد که بعد از زیست‌محیطی مسئولیت‌های اجتماعی شامل این موارد است: رویکردهای احتیاط‌آمیز برای جلوگیری یا به حداقل رساندن عوارض نامطلوب، حمایت از اقدامات و ابتکاراتی که مسئولیت‌های بیشتر زیست‌محیطی را ترویج می‌دهند،

1. Reiche

توسعه و انتشار فناوری‌های مطلوب و مساعد زیست‌محیطی و غیره (هاشمی و همراهی، ۱۳۹۵). علاوه بر این، در تحقیقی بر روی مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی نشان داده است که همانند بسیاری از محیط‌های سازمانی، در میان سازمان‌های ورزش حرفه‌ای نیز از لحاظ میزان پذیرش و تصویب مسئولیت اجتماعی شرکت محیط زیست تفاوت وجود دارد. به‌عنوان مثال برخی از تیم‌ها ممکن است در چند فعالیت کوچک مانند کاشت درخت و تشویق حمل‌ونقل عمومی شرکت کنند و برخی دیگر در طرح‌های جامع و یکپارچه‌ای چون ایجاد مشارکت با فروشندگان متمرکز با محیط‌زیست و استفاده از انرژی خورشیدی یا باد مشارکت کنند (ترندفیلووا^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). همچنین از تجزیه‌وتحلیل داده‌ها در بخش مسئولیت‌های دیپلماتیک مقوله‌های نقش‌آفرینی در امور بین‌المللی (۴ مقوله فرعی) و نقش‌آفرینی در امور سیاسی (۳ مقوله فرعی) به دست آمد. از آنجاکه تیم‌های ورزشی و ورزشکاران رشته‌های مختلف در رویدادهای بین‌المللی شرکت می‌کنند و در معرض دید همگان قرار دارند، لازم است این افراد که به‌عنوان نمایندگان یک ملت و یک فرهنگ شناخته می‌شوند، در راستای حفظ فرهنگ ایرانی اسلامی و همچنین معرفی سبیل‌ها و آداب مرسوم کشور، گام‌های اساسی بردارند. اهالی ورزش می‌توانند از فرصت‌های پیش‌آمده جهت معرفی و صحنه‌گذاری کشور گام بردارند که نتیجه این اقدامات، ایجاد تصویر بهتر از کشور و درنهایت پیشرفت ملی خواهد بود. از طرفی دیگر، اهالی ورزش خصوصاً ورزشکاران نخبه، در بین مردم از مقبولیت بالایی برخوردارند و هواداران از آن‌ها پیروی می‌کنند لذا اهالی ورزشی می‌توانند در راستای مسئولیت‌های اجتماعی خود، گام‌های مفیدی جهت ثبات سیاسی و پیشبرد اهداف سیاسی کشور، بردارند. این یافته، در مطالعه علوی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان مسئولیت سیاسی ورزشکاران مشهور، در پژوهش کوثر (۱۳۹۰) با عنوان ارزش سیاسی، در تحقیق طالبی و خوش‌بین (۱۳۹۱) به‌عنوان یکی از مسئولیت‌های اجتماعی جوانان و در تحقیق کاک‌بدس و کولا^۲ (۲۰۰۹) به آن اشاره شده است. همچنین در مطالعه چگنی (۱۳۹۴)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی در پنج بعد؛ جامعه‌ای، فرهنگی، اقتصادی، زیست‌محیطی و سیاسی سنجیده شد که در پایان نتایج نشان داد میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی متفاوت است. بیشترین میزان مسئولیت‌پذیری شهروندان در بعد جامعه‌ای و کم‌ترین میزان در بعد سیاسی است. حوزه سیاست به تنظیم مناسبات اجتماعی بر اساس قدرت مشروع می‌پردازد. در جامعه‌شناسی و رویکرد کارکرد گرایانه به‌طور خاص، سیاست به‌عنوان نهادی اجتماعی به شمار

1. Trendafilova
2. Kakabadse & Kalu



می‌رود که به منظور حفظ نظام اجتماعی دارای کارکرد می‌باشد. روابط افراد، گروه‌ها و جوامع در بستر و موقعیت‌های سیاسی و جبهه سیاسی به خود می‌گیرد. عملکرد سیاسی افراد جامعه می‌تواند طیف وسیعی از آگاهی‌های سیاسی، تصمیم‌گیری‌های سیاسی، تمایلات و خواسته‌های سیاسی و اعمال سیاسی را دربر گیرد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان در بعد سیاسی سطوح گوناگونی دارد. یکی از مهم‌ترین سطوح آن سطح جامع‌هایی است که ناظر به عملکرد شهروندان در ارتباط با دولت - ملت است. در این راستا می‌توان به شاخص‌هایی مانند: مشارکت سیاسی، آگاهی سیاسی، پیگیری اخبار و رویدادهای سیاسی مربوط به کشور و مانند آن اشاره داشت. در اهمیت این بعد از مسئولیت‌پذیری اجتماعی گفته می‌شود که تحقق واقعی مفهوم شهروندی، در این بُعد از مسئولیت‌پذیری اجتماعی نمود پیدا می‌کند (طالبی و خوش‌بین، ۱۳۹۱).

همچنین از تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش مسئولیت‌های اجتماعی مقوله‌های مشارکت در فعالیت‌های بشردوستانه (۵ مقوله فرعی)، رعایت و گسترش اخلاق (۵ مقوله فرعی) و مشارکت‌های فرهنگی - اجتماعی (۴ مقوله فرعی) به دست آمد. در تبیین این یافته باید خاطر نشان شد که کشور ایران همواره درگیر بحران‌های طبیعی مانند زلزله و سیل و همچنین مشکلاتی مانند فقر بوده است. در زمان فجایای طبیعی و بحران‌های اجتماعی، بسیج همگانی و حضور مردمی و سازمانی، می‌تواند راهگشای عبور از چنین بحران‌هایی باشد. همان‌طور که بارها شاهد آن بوده‌ایم، حضور اهالی ورزش در حل بحران‌های اجتماعی مؤثر واقع شده است. اهالی ورزش می‌توانند با مشارکت مستقیم مانند ارائه کمک‌های مالی و یا به صورت واسطه‌ای مانند خبررسانی، به انجام مسئولیت‌های اجتماعی خود بپردازند. سازمان‌های ورزشی با اقبال عمومی همراه هستند و هزاران و شاید میلیون‌ها نفر به‌عنوان تماشاگر یا هوادار آن سازمان به شمار می‌آیند لذا این سازمان‌ها یا افراد ورزشی می‌باید در جهت حفظ شئون اخلاقی تلاش مستمر داشته باشند، چراکه هر رفتار اخلاقی یا غیراخلاقی، می‌تواند به‌عنوان الگویی برای جامعه به حساب آید. بُعد اجتماعی را می‌توان در مدل مسئولیت اجتماعی علوی و همکاران (۱۳۹۹)، (پورفتحی، ۱۳۹۶)، پژوهش افروزه و همکاران (۱۳۹۵) و طالبی و خوش‌بین (۱۳۹۱) مشاهده کرد. در تحقیق هاشمی و همراهی (۱۳۹۵) گزارش شده است که بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی شرکت شامل حقوق بشر، حقوق کارگر، آموزش و توسعه کارگران محلی، کمک به تخصص‌های مربوط به برنامه‌های جامعه و غیره می‌باشد. در مطالعه بخشنده و همکاران (۱۳۹۱) نیز به گرفتن عکس یادگاری توسط ورزشکاران در کنار کودکان و نوجوانان علاقه‌مند اشاره شده است. این بعد در هرم مسئولیت اجتماعی کارول (جیبالا^۱ و همکاران، ۲۰۱۷) قابل مشاهده است و همچنین در

1. Djaballah

مطالعه افروزه و همکاران از این بعد، با عنوان فعالیت‌های خیریه یاد شده است (افروزه و همکاران، ۱۳۹۵). این مفهوم شامل درگیر شدن در کارها و برنامه‌های معطوف به رفاه یا نیک‌روزی انسان‌هاست. نمونه‌های کنش انسان‌دوستانه تخصیص منابع مالی به جامعه، بهسازی کیفیت زندگی، آموزش و کمک به هنر است (علوی، ۱۳۹۷؛ قربان‌نیا، ۱۳۹۳). در این راستا گزارش شده است که مسئولیت بشردوستانه، تلاش داوطلبانه سازمان به‌منظور رسیدگی به مسائل و معضلات جامعه است. این مسئولیت یعنی صرف‌نظر کردن از پول و زمان در جهت خدمات، همکاری‌ها و کمک‌های داوطلبانه و اکثر بحث‌و‌جدل‌ها درباره‌ی مشروعیت و حدود مرز مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بر سر همین موضوع است. شرکت‌ها به‌طور روزافزون سعی می‌کنند کمک‌های خود را در راستای نیازهای مبرم کارکنان و مصرف‌کنندگان قرار دهند (آزور و کاظمی، ۱۳۹۳). بشردوستی در سازمان فعالیتی است گسترده‌تر و ورای آنچه از سازمان خواسته شده است و می‌تواند بر روی جوامعی که سازمان در آن‌ها مشغول به کار است اثر مهم و زیادی بگذارد.

از تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش مسئولیت‌های بهداشتی مقوله‌های مشارکت در امور آموزشی - ورزشی (۵ مقوله فرعی) و مشارکت در فعالیت‌های سلامت‌محور (۴ مقوله فرعی) به دست آمد. همان‌طور که مشاهده می‌شود این بُعد به امور آموزش ورزش و حوزه سلامت اشاره دارد. محصول اصلی هر سازمان ورزشی، ارائه کالا و خدمات ورزشی است و از چنین سازمانی انتظار می‌رود که در امور ورزشی مشارکت فعال داشته باشد. فدراسیون تنیس نیز می‌تواند با آموزش و حمایت از ورزش اقبال آسپ‌پذیر و کم‌بضاعت، مسئولیت‌های اجتماعی خود را ایفا کند. از طرفی دیگر یک سازمان ورزشی به‌عنوان متولی سلامت که هزاران بیننده دارد، می‌تواند در صحنه‌گذاری و ارائه خدمات بهداشتی به عموم مردم، فعالیت کند. جامعه ورزش می‌تواند به طرق مختلف مانند فرهنگ‌سازی از طرق وب‌سایت سازمان و یا از طرق تبلیغات تلویزیونی خود، به مسئولیت خود در بخش فرهنگ‌سازی بهداشتی فعالیت کنند. سازمان‌های ورزشی و یا چهره‌های ورزشی می‌توانند با ارائه خدمات مالی یا خدمات بهداشتی، به یاری اقبال آسپ‌پذیر جامعه بشتابند. مورد بعد به امیدبخشی به جامعه اشاره دارد که بر نقش جامعه ورزش بر بهبود سلامت روانی و شادکامی مردم متمرکز است. کاهش امید به زندگی و افزایش خطرات روانی را می‌توان از نتایج بحران‌های بهداشتی دانست. هر چه مردم بیشتر در معرض اخبار و اتفاقات ناگوار قرار گیرند، این خطرات نیز جدی‌تر خواهد شد. در این زمان جامعه ورزش می‌تواند به‌صورت عملیاتی و گفتاری وارد صحنه شود. در بُعد عملیاتی سازمان‌های ورزشی می‌توانند چالش‌های ورزشی و یا مسابقات ورزشی را به‌صورت آنلاین برگزار کنند که با این مورد اوقات فراغت مردم غنی خواهد شد و در نتیجه آن شادکامی و افزایش امید به زندگی، حاصل خواهد شد. در بخش گفتاری نیز جامعه



ورزش می‌تواند با ایجاد ارتباط مستقیم از طریق فضاهای مجازی، به همدلی و حمایت از مردم بشتابد. از تحقیقات همسو می‌توان به مطالعات آقایی و اجاق (۱۴۰۱)، فیروزیان و همکاران (۱۴۰۱) و تابش و همکاران (۱۳۹۹) اشاره کرد که به لزوم پرداختن به مسئولیت‌های اجتماعی جامعه ورزش در حوزه بهداشت تأکید کرده‌اند. در تحقیقی دیگر هاشمی و همراهی (۱۳۹۵) به گروهی از مسئولیت‌های اجتماعی به نام مسئولیت حرفه‌ای اشاره شده است. این گروه مسئولیت به این نکته اشاره دارد که از همه کارکنان انتظار می‌رود که به بهترین نحو از مهارت‌ها و تجربه خود استفاده و استانداردهای حرفه‌ای را رعایت کنند؛ به‌نوعی مسئولیت‌های حرفه‌ای شرکت با مسئولیت‌های آموزشی - ورزشی تحقیق حاضر همخوانی دارد. همچنین در تحقیق افروزه و همکاران ذکر شده است که «آموزش» مهم‌ترین رکن و شالوده مسئولیت اجتماعی هر باشگاه است که می‌توان این مورد را در قالب‌های گوناگون در باشگاه‌های فوتبال مانند منچستریونایتد، چلسی، بلکپول، ساندرلند، بولتون و استوک سیتی مشاهده کرد (افروزه و همکاران، ۱۳۹۵).

از تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش مسئولیت‌های سازمانی مقوله‌های مشارکت اجتماعی در رسانه (۳ مقوله فرعی)، رعایت امور حقوقی (۵ مقوله فرعی) و حمایت‌های سازمانی (۴ مقوله فرعی) به دست آمد. معمولاً شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌های سازمان‌ها و افراد ورزشی با پیگیری مداوم و اقبال عمومی همراه است که این مورد گویای آن است که فدراسیون تنیس روی میز می‌تواند از این فضا جهت آگاهی‌بخشی و انجام مسئولیت اجتماعی خود، بهره‌گیرد. از طرف دیگر یک سازمان ورزشی می‌بایست در امور قانونی و حقوقی نیز به مسئولیت‌های اجتماعی خود توجه کامل کند و در انجام قراردادهای مالی و همچنین رعایت حقوق مشتریان و ذی‌نفعان کوشا باشد. مورد آخر که می‌تواند در شاخه مسئولیت‌های سازمانی قرار گیرد مربوط به رعایت حقوق سازمانی کارکنان و ایجاد عدالت در سازمان است. این بُعد نیز در مدل‌های مسئولیت اجتماعی علوی و همکاران (۱۳۹۹)، کارول، وارنر و کورن (شاه‌حسینی و عرب لوی مقدم، ۱۳۹۵) و همچنین در مطالعه افروزه و همکاران (۱۳۹۵)، شت و بابیک^۱ (۲۰۱۰) و بابیک و تراندافی^۲ (۲۰۱۱) قابل مشاهده است (افروزه و همکاران، ۱۳۹۵). در این راستا در مطالعه‌ای ذکر شده است که یک بنگاه اقتصادی در عین تمرکز بر سودآوری، ملزم به رعایت قوانین و مقررات وضع شده است. تأمین بهداشت و ایمنی کارکنان و مصرف‌کنندگان، پرهیز از بروز مصادیق تبعیض قومیتی، جنسیتی و توجه به مسائل زیست‌محیطی در تمامی فرایندهای تولید و ارائه خدمات، از جمله مواردی است که در این مقوله قرار می‌گیرد (نجفی و همکاران، ۱۳۹۴).

1. Sheth & Babiak

2. Babiak & Trendafilova

با توجه به نتایج، مقادیر شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) بیشتر از ۰/۹ بوده که نشان‌دهنده برازش مطلوب مدل مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز ایران است. همچنین سایر شاخص برازش (IFI, NFI, AGFI) از مقادیر قابل قبولی برخوردار هستند. در نهایت بر اساس مقادیر ریشه میانگین مجذور باقیمانده ($RMR=0/047$) و ریشه دوم میانگین خطای برآورد ($RMSEA=0/075$) می‌توان گفت که مدل از برازش کافی برخوردار است. با توجه به نتایج تحقیق، مدل ارائه شده در این مطالعه از اعتبار بالایی برخوردار است که می‌توان به مؤلفه‌های آن جهت بررسی مسئولیت اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز بهره برد. در این راستا مطالعه مشابهی یافت نشد که به ارائه مدل مسئولیت اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز بپردازد. باین حال به برخی از مدل‌های مشابه در حوزه مسئولیت اجتماعی اشاره خواهد شد. به‌عنوان مثال کارول یک مدل با چهار سطح مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه تشکیل داد؛ این مدل نشان داد که تعریف مسئولیت اجتماعی فراتر از ملاحظات صرفاً اقتصادی و قانونی است (جیبالا^۱ و همکاران، ۲۰۱۷). وار تیک^۲ و کوکران^۳ (۱۹۸۵) به مدلی اشاره کردند که شامل سطوح اقتصادی، قانونی، اخلاقی و داوطلبانه بود (شاه‌حسینی و عرب لوی مقدم، ۱۳۹۵). مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی لانتوس در سال ۲۰۰۱ ارائه شد. او معتقد است که هر شرکت سه نوع مسئولیت اخلاقی، نوع‌دوستانه و استراتژیک دارد (احمدی کهنعلی و همکاران، ۱۳۹۴). بلکبرن^۴ (۲۰۰۷) در کتاب خود ضمن تأکید بر نقش تعیین‌کننده مسئولیت‌پذیری اجتماعی در رسیدن به توسعه پایدار، اظهار می‌دارد که می‌توان آن را در قالب و ابعاد گوناگون اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بررسی کرد. کاک بدس^۵ (۲۰۰۹) نیز در همین رابطه برحسب موقعیت‌های گوناگون حیات اجتماعی از پنج نوع شهروند سیاسی، شهروند اقتصادی، شهروند اجتماعی، شهروند جهانی و شهروند مجازی یاد می‌کند. بنابراین، از دیدگاه کاک بدس می‌توان پنج نوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل: مسئولیت‌پذیری سیاسی، مسئولیت‌پذیری اقتصادی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مسئولیت‌پذیری جهانی و مسئولیت‌پذیری در فضای مجازی را بازساخت (طالبی و خوش‌بین، ۱۳۹۱).

با توجه به نتایج، اولویت‌بندی ابعاد مسئولیت اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز به این ترتیب است: ورزشی، سازمانی، قانونی و اقتصادی، سیاسی، بین‌المللی، فرهنگی - اجتماعی، رسانه‌ای،

1. Djaballah
2. Wartick
3. Cochran
4. Blackburn
5. kakabadse



زیست‌محیطی، بشردوستانه، بهداشتی و اخلاقی. همان‌طور که مشاهده می‌شود مسئولیت ورزشی در اولویت اول قرار دارد و مسئولیت اخلاقی از نظر میزان اهمیت از نظر نمونه‌های تحقیق اهمیت کم‌تری در فدراسیون تنیس روی میز دارند. در این راستا به دو مطالعه همسو که بر مسئولیت‌های آموزشی و ورزشی تأکید کرده‌اند، اشاره می‌شود. علوی (۱۳۹۷) در تحقیق خود، اولویت‌بندی مسئولیت‌های اجتماعی ورزشکاران مشهور را چنین معرفی کرد: مسئولیت قانونی، مسئولیت ورزشی، مسئولیت بشردوستانه، مسئولیت اجتماعی، مسئولیت زیست - محیطی، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت رسانه‌ای - خبری و مسئولیت سیاسی. گوهر رستمی و همکاران (۱۳۹۳)، اولویت‌های مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های آمادگی جسمانی را به ترتیب بعد سلامت - آموزش، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت حقوقی و قانونی و مسئولیت اقتصادی گزارش کردند. همان‌طور که مشاهده می‌شود در دو تحقیق یادشده، مسئولیت ورزشی و آموزشی از اهمیت بالایی برخوردارند. در برخی دیگر از تحقیقات نتایج نسبتاً مخالفی به‌دست آمده است. چراکه در این مطالعات، مسئولیت اخلاقی در رتبه اول قرار دارد. در مطالعه دامغانی و همکاران (۱۳۹۵) گزارش شد که اولویت مسئولیت اجتماعی باشگاه مس کرمان و آلومینیوم هرمزگان به ترتیب مسئولیت اخلاقی، اقتصادی، قانونی و بشردوستانه است. یافته‌های پژوهش صفاری و نعمت‌زاده (۱۳۹۴) نشان داد که مؤلفه‌های اخلاقی، قانونی و اقتصادی بیشترین رابطه را با وجهه و هویت تیم ملی دارند. از بین مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی به ترتیب مسئولیت اخلاقی، اقتصادی و قانونی بیشترین رابطه را در وجهه و هویت تیم ملی دارند. در ارتباط با شخصیت برند در گام اول مسئولیت اقتصادی ۴۸ درصد از واریانس مؤلفه قانونی شخصیت برند را تبیین می‌کند و در گام دوم مسئولیت اقتصادی و اخلاقی در مجموع ۵۵ درصد از واریانس قانونی شخصیت برند را تبیین کردند. منتظری و همکاران (۱۳۹۵) طی تحقیقی به شناسایی و اولویت‌بندی مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت فوتبال پرداختند. در پایان پنج بُعد اقتصادی، بشردوستانه، اخلاقی، قانونی و زیست‌محیطی شناسایی شد که بُعد اخلاقی با بالاترین میانگین، اولین اولویت و بُعد بشردوستانه با پایین‌ترین میانگین، در اولویت آخر قرار گرفت. دلیل احتمالی تفاوت در این مطالعات با تحقیق حاضر، ممکن است تفاوت در سازمان، محصول سازمان، جامعه آماری، ابزار تحقیق و ابعاد موردبررسی باشد، چراکه در تحقیق حاضر بر مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز اشاره شده است و به اولویت‌بندی ۱۲ بُعد از مسئولیت‌های اجتماعی پرداختیم، اما در سایر مطالعات مشابه، به بررسی مسئولیت‌های اجتماعی باشگاه‌های فوتبال پرداخته شده است. همچنین ابعاد موردبررسی، با تحقیق حاضر همسان نیست. در تحقیق حاضر نیز به ابعاد مسئولیت اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز ایران اشاره شد که در ۵ بُعد اصلی مسئولیت‌های توسعه پایدار، مسئولیت‌های

دیپلماتیک، مسئولیت‌های اجتماعی، مسئولیت‌های بهداشتی و مسئولیت‌های سازمانی خلاصه می‌شوند. نتایج نشان داد که مدل مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز ایران از برآزش کافی برخوردار است. در بخش اولویت‌بندی ابعاد مسئولیت اجتماعی، مشخص شد که مهم‌ترین مسئولیت‌های اجتماعی فدراسیون تنیس روی میز به ترتیب، «ورزشی»، «سازمانی»، «قانونی» و «اقتصادی» بوده و مسئولیت‌های «بهداشتی» و «اخلاقی» از نظر میزان اهمیت از نظر نمونه‌های تحقیق اهمیت کم‌تری در فدراسیون تنیس روی میز دارند. با عنایت به نتایج تحقیق می‌توان فدراسیون تنیس روی میز ایران را با مسئولیت‌های اجتماعی خود آگاه کرد و از این نتایج جهت ایجاد رفاه اجتماعی و همچنین توسعه مسئولیت‌های اجتماعی در سازمان بهره برد.

پیشنهادات کاربردی

۱. به فدراسیون تنیس روی میز پیشنهاد می‌شود که در جهت حفاظت و حمایت از محیط زیست، به بهینه‌سازی مصرف انرژی در سازمان بپردازند و در حد امکان از فناوری‌های سبز مانند انرژی خورشیدی بهره گیرند.
۲. به فدراسیون تنیس روی میز پیشنهاد می‌شود که با عقد قرارداد با سازمان‌ها و بنیادهای متولی ارتقای محیط زیست، همکاری دوجانبه داشته باشند.
۳. به مدیران فدراسیون و ورزشکاران پیشنهاد می‌شود که در عرصه‌های سیاسی مانند راهپیمایی ۲۲ بهمن حضور فعال داشته باشند.
۴. به فدراسیون تنیس روی میز پیشنهاد می‌شود در رویدادهای بین‌المللی، از سنبل‌های کشور بر روی پیراهن ورزشی ورزشکاران، استفاده کند.
۵. به مدیران فدراسیون و ورزشکاران پیشنهاد می‌شود که با ایجاد بنیادهای خیریه، به حمایت‌های مادی (مانند پرداخت هزینه تحصیل کودکان کار) و معنوی (مانند حضور در مکان‌های محروم یا محل نگهداری بیماران، کودکان کار و...) بپردازند.
۶. به ورزشکاران این رشته ورزشی پیشنهاد می‌شود که به رعایت اصول اخلاقی مانند طرز برخورد یا طرز پوشش در محیط‌های عمومی بپردازند.
۷. به ورزشکاران این رشته ورزشی پیشنهاد می‌شود که مهارت‌های ورزشی خود را به صورت آنلاین و رایگان به افراد کم‌بضاعت و اقشار محروم، آموزش دهند.
۸. به فدراسیون تنیس روی میز پیشنهاد می‌شود که در زمان عقد قرارداد شفافیت‌های لازم را از خود نشان دهند و همچنین به ورزشکاران پیشنهاد می‌شود که به تعهدات قانونی خود پای‌بند باشند.



۹. به فدراسیون تنیس روی میز و ورزشکاران این رشته ورزشی پیشنهاد می‌شود که در صفحات اینترنتی خود نسبت به اطلاع‌رسانی درباره اهمیت ورزش و آگاهی‌بخشی درباره بحران‌های بهداشتی مانند کوید - ۱۹، اقدام کنند.
۱۰. با توجه به برآزش بالای مدل تحقیق، به فدراسیون تنیس روی میز پیشنهاد می‌شود که با توجه به ابعاد به‌دست آمده، به ارائه مسئولیت‌های اجتماعی خود بپردازد و از این مدل به‌عنوان نقشه راهی برای مشارکت‌های اجتماعی خود بهره گیرد.
۱۱. به فدراسیون تنیس روی میز پیشنهاد می‌شود که با تقویت کمیته آموزش و استعدادیابی، در راستای آموزش به اقشار مختلف جامعه (خصوصاً قشر آسیب‌پذیر) اقدام کند.
۱۲. از آنجاکه مسئولیت ورزشی از مهم‌ترین ابعاد مسئولیت اجتماعی است، به فدراسیون تنیس روی میز پیشنهاد می‌شود با مشارکت در رویدادهای بین‌المللی و به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص، به توسعه فنی این رشته ورزشی بپردازد.

References

- Alavi, S., Ghafouri, F., Honari, H. (2020). Identification Dimension of Social Responsibility of Celebrities Athletes. *Journal of Sports Management Studies*, 2 (59), 153-176. [Persian].
- Alavi, S., Ghafouri, F., & Henry, H. (2019). Identifying dimensions of social responsibility of famous athletes. *Sports Management Studies*, 12(59), 153-176.[Persian].
- Ahmadi Kohnali, R., Abbas Nejad, T., & Zinda Boudi, M. (2014). Comparative study of CSR corporate social responsibility models. The second national conference and the first international conference on modern researches in humanities, Tehran, Institute of Idea Pardaz Managers of the capital of Vira. [Persian].
- Alavi, S. (2017). Identifying the social responsibilities of famous athletes and formulating a model. Master's thesis, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Allameh Tabatabai University. [Persian].
- Afrozeh, M. S., Safari, M., Aghaei, N., & Mozafari, S. A. A. (2015). Identifying the areas and factors affecting the social responsibility of professional football clubs in Iran. *Two quarterly journals of sports management and development*, 5(2), 69-89. [Persian].
- Afrozeh, M. S., Mozafari, S. A. A., Aghaei, N., & Safari, M. (2015). Compilation of the model of social responsibility development consequences of professional football clubs in Iran. *Sport Management*, 8(6), 977-997. [Persian].
- Azor, H., & Kazemi, M. (2014). Identifying the impact of corporate social responsibility on the quality of employee relations and its consequences (case study: employees of the Engineering and Construction Services Company of Cason). *Business Management*, 6(4), 665-685. [Persian].
- Aghaei, N., & Ajaq, S. A. (1401). Playing the role of social responsibility of sports organizations in Iran through social networks in the era of Covid-19. Research in educational sports. (list of articles ready for publication). [Persian].
- Babiak, K., & Trendafilova, S. (2011). CSR and environmental responsibility: Motives and pressures to adopt green management practices. *Corporate social responsibility and environmental management*, 18(1), 11-24.
- Barbu, M. C. R., Popescu, M. C., Burcea, G. B., Costin, D. E., Popa, M. G., Pășarin, L. D., & Turcu, I. (2022). Sustainability and Social Responsibility of Romanian Sport Organizations. *Sustainability*, 14(2), 643.
- Bakhshande, H. (2015). The Impact of Club Social Responsibility on Team Identity in the Iranian Football League. *Journal of Sport Management Studies*, Vol. 7, Issue 29, 192-175. (Persian)
- Chegni, M. (2014). Socio-cultural factors affecting the social responsibility of the citizens of Yazd city. Master's thesis. Yazd University-Research Institute of Social Sciences. (Persian)
- Bakhsandeh, H. (2011). Examining the status of social responsibility of the selected clubs of Iran's premier football league and its effect on the reaction of fans. Master's thesis, University of Tehran. [Persian].
- Business for Social Responsibility. (2001). Introduction to Corporate Social Responsibility. [http://www.bsr.org/bsrresources/WhitePapers_Issue- Area.cfm](http://www.bsr.org/bsrresources/WhitePapers_Issue-Area.cfm).



- Djaballah, M., Hautbois, C., & Desbordes, M. (2017). Sponsors' CSR strategies in sport: A sensemaking approach of corporations established in France. *Sport Management Review*, 20(2), 211-225.
- Damghani, M., Nezaad Sajjadi, A., & Arbab, G. (2015). Evaluation, prioritization and comparison of the dimensions of social responsibility of Hormozgan Aluminum Football Clubs and Kerman Copper Industry. The first international sports management conference. Shiraz, Narun Expert Managers Training Institute. [Persian].
- Font, X., Walmsley, A., Cogotti, S., McCombes, L., Hausler, N. (2012). Corporate social responsibility: The disclosure-performance gap. *Tourism Management*, 33 (6), 1544-1553.
- Firouzian, M., Afrozeh, M. S., & Safari, H. (2022). A study of the social responsibility of professional athletes during the epidemic of the Covid-19 virus. Research in sports management and movement behavior. (list of articles ready for publication).[Persian].
- Gohar Rostami, H., Puriosfi, K., & Noushin, B. (2013). Prioritizing dimensions of social responsibility in physical fitness clubs. The 8th International Conference on Physical Education and Sports Sciences. Tehran, Research Institute of Physical Education and Sports Sciences.[Persian].
- Gurban-nia, N., (2013). Commitment of governments to provide and accept humanitarian aid. *Comparative law (useful letter)*, 10(2), 21-44.[Persian].
- Gudarzi, M., Hosseini Shokrabi, S.H. (2021). Designing a social responsibility development model of the General Department of Physical Education of Payam Noor University. *Scientific Quarterly Journal of Applied Research in Sports Management*, 4, 119-103. [Persian].
- Green ambidexterity and environmental performance: The role of green human resources. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, (2022), 29(1), 32-45.
- Hazzaa, R. N., Oja, B. D., & Kim, M. (2022). Exploring employees' perceptions of micro corporate social responsibility in non-profit sport organizations: the mediating role of psychological capital. *Managing Sport and Leisure*, 1-16.
- Hashemi, S. A., & Mehradi, M. (2015). Social responsibility. The third international conference on new researches in management, economics and accounting, Istanbul, Turkey.
- Ibrahim, H., & Almarshed, S. O. (2014). Sporting Event as a Corporate Social Responsibility Strategy. *Procedia Economics and Finance*, 11, 3-14. [Persian].
- Kausar, Z. (1390). The relationship between electronic government and social responsibility of the organization. Master's thesis. Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University. (in Persian).
- Khalifa Soltani, M., Godarzi, M., Dehghan Qahfarkhi, A., Ali Dost Qahfarkhi, I. (2021). Presentation of the social responsibility model of sports celebrities. *Scientific Quarterly Journal of Applied Research in Sports Management*, 29, 29-48. (in Persian).
- Kakabadse, A., & Kalu, K. (Eds.). (2009). *Citizenship: A reality far from ideal*. Springer.

- 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.
- Montazeri, A. (2015). Modeling social responsibility and fans' attitude towards the team in the sports industry. PhD Thesis. Mashhad Ferdowsi University. (in Persian).
- Montazeri, A. (2017). Modeling social responsibility and attitude of fans toward team in sport industry (Unpublished doctoral dissertation). Ferdowsi university of Mashhad, Mashhad, Iran. (in Persian).
- Montazeri, A., Talebpour, M., Andam, R., Kazemnejad, A. (2017). Measuring Corporate Social Responsibility in Sport Industry: Development and Validation of Measurement Scale. *Annals of Applied Sport Science*. 2 Mugova Sh, Mudenda M, Sachs P. Corporate Social Responsibility in Challenging Times in Developing Countries, corporate social responsibility in times of crisis. 207-228, 017; 5 (2), 97-114.
- Nazari, Sh., Mahmoudi, A., Kowsaripour, M., Hassani, F. (2020). A Study of the Role of Social Responsibility and Professional Ethics in Promoting the Social Capital of Physical Education Teachers in Tehran. *Journal of Organizational Behavior Management Studies in Sports*, Volume 7, Number 3 - Number Consecutive 27 Fall. pp. 51-60. [Persian].
- Najafi, A., Mohammad Nurbakhsh Langroudi, M., & Janalizadeh, F. (2014). Investigating the dimensions and performance of social responsibility, the first national conference of applied researches in accounting, economic management, Damghan, Islamic Azad University Damghan Branch, Damghan Branch Researchers and Elites Club. [Persian].
- Obrad, C., & Gherheș, V. (2018). A human resources perspective on responsible corporate behavior. Case study: The multinational companies in western Romania. *Sustainability*, 10(3),726.
- Pourfathi, N. (2016). Management of social responsibilities. National Conference on Organizational Culture with a Development Approach, Iran Management Association, Tehran. [Persian].
- Reiche, D. (2014). Drivers behind corporate social responsibility in the professional football sector: a case study of the German Bundesliga. *Soccer & Society*, 15(4), 472-502.
- Raimo, N., Rella, A., & Vitolla, F. (2021). Sánchez-Vicente M-I, García-Sánchez I-M. Corporate social responsibility in the COVID-19 pandemic period: A traditional way to address new social issues. *Sustainability*, 13(12), 65-61.
- Rezaei, Z., Hamidi, M., Ali Dost Qahfarkhi, E., Dehghan Qahfarkhi, A. (2022). designing the social responsibility model of student sports federation with a mixed approach (qualitative and quantitative). *Organizational behavior management studies in sports*, Period 9. Number 2. 34 consecutive. [Persian].
- Razmi, A. (2013). The Relationship between Social Responsibility and Organizational Citizenship Behavior in Shiraz Gas Company., Master's thesis,



- Department of Public Administration, Management Department, Payam Noor University of Tehran. (Persian).
- Shah Hosseini, M. A., & Arablovi Moghadam, S. (2015). Corporate social responsibility (comprehensive approach). Tehran University Press, Tehran. (Persian).
- Sheth, H., & Babiak, K. M. (2010). Beyond the game: Perceptions and practices of corporate social responsibility in the professional sport industry. *Journal of Business Ethics*, 91(3), 433-450.
- Safari, M., and Nematzadeh, S. (2014). The relationship between the social responsibility of the national football team and the image, identity and brand personality of the national football team of Iran. The 9th International Conference on Physical Education and Sports Sciences. Tehran, Research Institute of Physical Education and Sports Sciences. (Persian).
- Tabsh, S., Alavi, S., & Hoseiny, M. (2020). Outbreak Of Covid-19 Virus: Social Responsibility Of Sports Clubs.
- Tabesh, S., Nouri, M., Alavi, Se. H., & Hosseini, M. (2019). The spread of the Covid-19 virus: the social responsibility of sports clubs. *Nurse and doctor in battle*, 8 (26), 20-30. (Persian).
- Trendafilova, S., Babiak, K., & Heinze, K. (2013). Corporate social responsibility and environmental sustainability: Why professional sport is greening the playing field. *Sport Management Review*, 16(3), 298-313.
- Talebi, A. T., & Optimist, Y. (2011). Social responsibility of youth. *Social Science Quarterly*, 0(59), 207-240. . (Persian).
- Úbeda-García, M., Marco-Lajara, B., Zaragoza-Sáez, P.C., Manresa-Marhuenda E, Poveda-Pareja E.
- Walters, G. (2009). Corporate social responsibility through sport: the community sports trust model as a CSR delivery agency. *Journal Corp Citizenship*, 35, 81-94.
- 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.
- Walzel, S., Robertson, J., Anagnostopoulos, C. (2018). Corporate social responsibility in professional team sports organizations: An integrative review. *Journal of Sport Management*, 32(6), 511-30.
- Zeimers, G., Lefebvre, A., Winand, M., Anagnostopoulos, C., Zintz, T., & Willem, A. (2021). Organizational factors for corporate social responsibility implementation in sport federations: a qualitative comparative analysis. *European Sport Management Quarterly*, 21(2), 173-193.
- Zargar, T., & Rin, S. (2021). Designing and compiling the charter of social responsibility of sports organizations of the Islamic Republic of Iran. *Journal of sports management*. (Persian).
- Zamani Dadaneh, Sh., Ismaili, M. R., & Zarei, A. (2021). The effect of Persepolis club's social responsibility on supportive behaviors with the mediating role of fans' attitudes: the moderating role of social justice. *Journal of sports management*. (Persian).

Presenting a model for the social responsibility of the Iranian Table Tennis Federation

Samia Arjamand¹, shahram nazari*², Asadullah Asadi Garmaroudi³

1. Master's degree in sports management, non-profit Ivanki University of Tehran
2. Assistant Professor of Sports Management, Farhangian University, Shahid Chamran Campus, Tehran
3. Assistant Professor of Sports Management, Farhangian University, Shahid Chamran Campus, Tehran

Received: December 27, 2022

Accepted: January 29, 2023

Abstract

The current research aimed to provide a model of the social responsibilities of the table tennis federation. The method of the current study was a mixed method that used a mixed-exploratory strategy. The statistical population was sports management professors, social science professors, elite athletes and sports managers, and in the qualitative part, 14 people were selected by purposeful sampling. In the quantitative part, 387 samples were included in the study. The tool of the qualitative part was a semi-structured interview. In the quantitative section, a researcher-made questionnaire, which had 36 questions, was used. In this research, thematic analysis was used to analyze the qualitative data. In the quantitative part, descriptive statistics (mean, standard deviation, frequency, frequency percentage, etc.) and inferential statistics (Cronbach's alpha coefficients, first- and second-order confirmatory factor analysis, one-sample t-tests, and Friedman's test) were used. The results showed that 53 subcategories were obtained from qualitative data analysis, which were placed in 12 main categories. Finally, from the obtained categories, five main concepts of sustainable development, diplomatic, social, health and organizational responsibilities were obtained. It was also found that

* E- mail:



the final research model has sufficient fit. According to the results, the social responsibility dimensions of the table tennis federation are prioritized as follows: sports, organizational, legal and economic, political, international, social-cultural, media, environmental, humanitarian, health and ethical. The results of this research can serve as a road map for the table tennis federation to fulfill its social responsibilities.

Keywords: Cultural-social, humanitarian responsibility, organization, federation