

بررسی عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان

میترا هنرمند^۱، محمد تقی پور^۲، شهلا غلامی روچی^۳، جلال عبدی^۴، پیمان برزگر^۵

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری.

^۲ دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، تهران، ایران.

^۳ گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

^۴ دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری.

^۵ کارشناس ارشد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل.

نام نویسنده مسئول:

محمد تقی پور

چکیده

سابقه و هدف: هدف این تحقیق بررسی عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان است.

مواد و روش‌ها: روش پژوهش حاضر کاربردی و جمع آوری اطلاعات به دو طریق کتابخانه ای و میدانی صورت گرفته است.

یافته‌ها: عوامل فرهنگی و اجتماعی مهمترین بعد در توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان است. لذا با تاکید بیشتر و اجرای فعالیت هایی جهت ارتقاء عوامل فرهنگی و اجتماعی می توانیم در زمینه ارتقای عوامل دیگر هم موفق شویم.

استنتاج: نتیجه تحقیق نشان می دهد که فرضیه تحقیق تایید می شود، یعنی عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان تاثیر مثبت دارد.

واژگان کلیدی: عوامل فرهنگی، اجتماعی - توسعه خدمات جدید - ورزش کودکان.

مقدمه

واژه کار آفرینی برگرفته از کلمه فرانسوی به معنای متعهد شدن می باشد. تعریف واژه نامه دانشگاهی وبستر کار آفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. جم معتقد است کار آفرینی فرآیندی پویاست که بوسیله آن افراد به طور دائم فرصت های اقتصادی را تعریف کرده و بر مبنای آن به توسعه، تولید و فروش کالا و خدمات می پردازند که لازمه این فرایند ویژگی‌هایی مانند اعتماد به نفس، توانایی خطر کردن و تعهد شخصی بوده و با افزایش سطح خطر پذیری، سطح کار آفرینی فعالیت ها و کسب و کارها نیز افزایش می یابد.

کار آفرینان را می توان عاملان قدرتمند تغییر نامید که سرعت بخش و آسان کننده دگرگونی ها و تحول های بنیادین در جوامع هستند. آنها با ایجاد و راه اندازی کسب و کار های کوچک کارآفرینانه، نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشور ها ایفا می نمایند.

احمد پور داریانی و عرفانیان، ۶۸ معتقدند کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد یک کسب و کار و با بسیج منابع که با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی همراه است، محصول جدید یا خدمت جدید به بازار ارائه می دهد.

کنسرسیونم دیده بان جهانی کار آفرینی به عنوان مهم ترین مرجع از سال ۱۱۱۱ هر ساله فعالیتهای کار آفرینان را در کشورهای مختلف مورد ارزیابی قرار داده و در قالب گزارش سالانه منتشر مینماید. نتایج نشان می دهد ایران اغلب از نیروی کار غیر ماهر و منابع طبیعی استفاده می نماید و مشکلاتی مانند عدم ثبات در بسترها و حمایت های فرهنگی، اجتماعی، رسانه، شاخص کارآفرینی بین المللی و پیچیدگی فرآیندهای اداری صادرات و واردات دارد، همچنین تولیدات ایران اغلب نوآورانه، محصول محور و فناورانه نمی باشد بلکه بیشتر سنتی بوده و نمی تواند ارزش افزوده زیادی برای اقتصاد ایجاد نماید.

خلاقیت فرایند خلق ایده ها و تبلور آنها در قالب اشیای فیزیکی ارزشمند است. اما ابتکار یعنی خلق چیزی از هیچ با باز آفرینی چیزی که قبلا وجود نداشته است.

شناسایی تغییرات در نیازها و خواسته های مصرف کنندگان در بازارهای مختلف، با تداوم رقابت در کسب و کارها و افزایش رونق اقتصادی، منجر به اجرای برنامه های توسعه محصول جدید در شرکتها شده است. هدف از توسعه محصول جدید، میتواند پاسخ به نیاز مشتریان، تطابق با شرایط بازار و تغییرات محیطی، افزایش سود، رضایت مشتریان و مقابله با سیاستهای رقبا باشد.

توسعه و معرفی یک محصول یا خدمت جدید، از مهم ترین تصمیمات استراتژیک است که شرکت ها می توانند اتخاذ کنند (کوپر ۲۰۱۱) با گذشت زمان محصولات در برابر رویدادهایی مانند تغییر نیازها و سلیقه های مشتریان، فناوری های جدید، کوتاه شدن چرخه های عمر محصول و افزایش رقابت صدمه پذیر شده اند.

سیل روزافزون توسعه و تولید محصولات جدید و عرضه تجاری و موفقیت آمیز آنها به بازار باعث کوتاهتر شدن منحنی عمر محصولات و حرکت از تولید انبوه به سفارشی خواهد شد (یان بارکلی و همکاران ۱۳۸۵: ۱۲-۱۱)

ورزش کودکان امروزه از اهمیت بسیار ویژه ای در بین مراکز آموزشی و والدین پیدا کرده است و بررسی عوامل موثر در توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان می تواند باعث تمرکز مدیران روی این عوامل شده و باعث بهبود در این خدمات گردد. با توجه به اهمیت بخش ورزش در اقتصاد به ویژه تولید و اشتغال و اهمیت این بخش برای تعالی جوانان، مساعد کردن محیط کسب و کار در این بخش در دستیابی به هدف های یاد شده اثرگذار است. (یدالهی فارسی، ۱۳۸۹)

در این رابطه شناخت عوامل موثر توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان به سیاست گذاری درست برای توسعه محیط کسب و کارهای ورزشی کمک می کند.

مواد و روش

با توجه به اینکه پژوهش حاضر در صدد است تا به بررسی تدوین و بررسی عوامل توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان بپردازد و با پیشنهادها و راهکارهای لازم به بهبود وضعیت موجود کمک کند، از نوع کاربردی می باشد. متغیر های مستقل در این تحقیق، عوامل تاثیر گذار است و متغیر وابسته در این تحقیق توسعه خدمات جدید است.

جامعه آماری

در این پژوهش دو جامعه آماری مدنظر قرار داده شده است.

جامعه آماری اول خبرگان رشته های مرتبط رشته های مدیریت، ورزشی، کارآفرینی و کودکان است که از بین آنها نمونه اول شامل بیست و پنج نفر از خبرگان رشته های مدیریت، ورزشی، کارآفرینی و کودکان می باشند. تمامی این خبرگان در سال ۱۳۹۶ - ۱۳۹۵ در

یک یا دو یا چند گروه مرجع مشغول به کار هستند. بیشتر این خبرگان به صورت علمی و عملی درگیر مسائل ورزش کودکان هستند. این خبرگان تحصیلات حداقل لیسانس داشته و دارای تجربه حداقل ده ساله در حوزه تخصصی موضوع بوده اند. نمونه گیری جامعه اول نمونه گیری در دسترس و هدفمند بوده است.

جامعه آماری دوم شامل مربیان ورزش می شود که با کودکان کار می کنند. نمونه آماری دوم شامل ۲۱۲ نفر مربی ورزش می شود که با کودکان کار می کنند. تعداد این نمونه با توجه به فرمول جامعه نرمال بدست آمده است (تصادفی - جامعه نامشخص)

روش های تجزیه و تحلیل آماری

در پژوهش حاضر پس از جمع آوری داده ها و قرار دادن آنها در جدول اکسل سنجیده می شود که آیا مولفه ها ولید هستند یا خیر؟ در رابطه با اهمیت داده ها از آزمون T استفاده می شود. این آزمون بیانگر آن است که آیا مولفه مورد نظر مورد تایید پاسخ دهندگان می باشد یا خیر؟ سپس مولفه های مورد تایید توسط تاپسیس اولویت بندی می شوند.

روش های توصیفی

در این قسمت داده های توصیفی جمعیت شناختی استخراج شده، خلاصه و طبقه بندی می شوند.

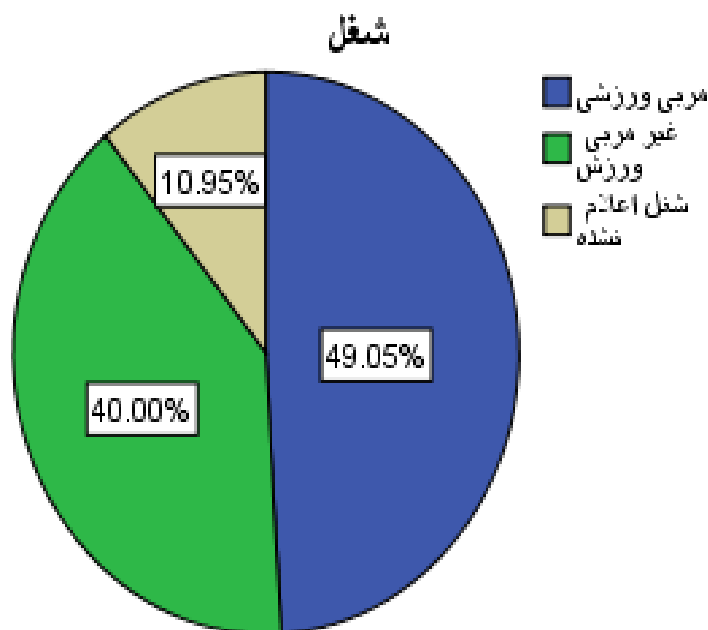
ویژگی های جمعیت شناختی

شغل

توزیع فراوانی و درصد پاسخ دهندگان به تفکیک شغل در جدول (۱) و نمودار (۱) نشان داده شده است.

جدول (۱): توزیع فراوانی و درصد پاسخ دهندگان به تفکیک شغل

جمع	اعلام نشده	غیر مربی ورزش	مربی ورزشی	تعداد
۲۱۲	۲۵	۸۴	۱۰۳	
۱۰۰٪	۱۰٫۸	۳۹٫۶	۴۸٫۶	



نمودار (۱) سطح تحصیلات

به همین ترتیب میزان تحصیلات و میزان سابقه را بررسی می نماییم.

روش‌های استنباطی

آزمون فرضیه

فرضیه تحقیق: عوامل فرهنگی و اجتماعی، از عوامل اصلی توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان است. طبق جدول (۲) آمار توصیفی نشان می‌دهد مقدار میانگین (۳,۱۶۸۰) از ۳ بزرگتر است. که از طریق آزمون استنباطی تایید شود.

جدول (۲): آزمون عوامل فرهنگی و اجتماعی

آماره t تک نمونه ای				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
عوامل فرهنگی و اجتماعی	212	3.1680	.70102	.04815

بر اساس جدول (۳) مقدار آماره t عدد ۳,۴۹۰، درجه آزادی عدد ۲۱۱، sig بدست آمده کوچکتر از ۰.۰۵ است. از این رو H_0 رد می شود بنابر این، ادعا ی اینکه عوامل فرهنگی و اجتماعی، از عوامل اصلی توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان، پذیرفتنی است.

جدول (۳): آمار استنباطی عوامل فرهنگی و اجتماعی با استفاده از آماره t استودنت

آماره t تک نمونه ای						
	Test Value = 3					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
عوامل فرهنگی و اجتماعی	3.490	211	.001	.16805	.0731	.2630

بررسی تحلیل تایید و رد فرضیه

همان طور که در جدول (۴) مشاهده می کنید تمام عوامل از عوامل اصلی توسعه خدمات جدید در ورزش کودکان در سطح معنی داری قرار دارند از این رو فرض آماری رد و فرض تحقیق تایید شدند.

جدول (۴) تایید یا رد فرضیه

H_1	sig	متغیر عامل اول	فرضیه
تایید	.000	عوامل فرهنگی و اجتماعی	۱

نتایج حاصل از آزمون فرضیه

محققان مختلف طی تحقیقات خود به برخی از مهم ترین شاخص های موفقیت در فرآیند توسعه محصول و خدمت جدید اشاره کرده اند که اهم آنها عبارت است از: برنامه ریزی منطقی / شبکه های ارتباطاتی / حل منظم مسائل / توجه به ویژگی های بازار در موقعیت های محیطی / فرآیند ساختارمند توسعه محصول و خدمت جدید (نظیر راهبرد شفاف، راهبردها و برنامه های عملیاتی) / اهداف مشخص / تعریف محصول / دیدگاه بلندمدت (داشتن برنامه برای آینده) / رهبران قوی و توانمند / درک و اطلاع از بازار / پشتیبانی از بازار / پشتیبانی مدیریت ارشد / دخیل بودن مشتری در فرآیند و اهمیت دادن به وی. با توجه به تایید فرضیه و اولویت گذاری ابعاد و اولویت گذاری ابعاد با درجه اولویت نتیجه می گیریم که با تاکید بیشتر و اجرای فعالیت هایی جهت ارتقاء عوامل فرهنگی می توانیم در زمینه ارتقای عوامل دیگر هم موفق شویم.

جدول (۵) اولویت گذاری ابعاد

	$Di+$		$Di-$		Cli	نام ابعاد
$q1$	13908.91		163890.3		0.921772	عوامل فرهنگی و اجتماعی

جدول (۶) اولویت گذاری ابعاد با درجه اولویت

q	$sorted\ Cli$	نام ابعاد
$q1$	0.921772	عوامل فرهنگی و اجتماعی

منابع و مراجع

- [۱] اردکانی سعید، حاتمی نسب سیدحسین، طالعی فر رضا، محمدی فرهنگ (۱۳۹۲) در تحقیق با عنوان بررسی و رتبه بندی عوامل و مولفه های موثر بر فرآیند توسعه محصول جدید در صنایع غذایی و آشامیدنی استان خراسان، نشریه: تحقیقات بازاریابی نوین: بهار ۱۳۹۰، دوره ۱، شماره ۱؛ از صفحه ۱۰۱ تا صفحه ۱۲۶.
- [۲] عموزاده خلیلی محمد (۱۳۸۱) مقایسه رشد شناختی - حرکتی کودکان در مهدکودک های شهری و روستایی سمنان، مجله دانشگاه علوم پزشکی مازندران (نامه دانشگاه): مهر و آبان ۱۳۸۴، دوره ۱۵، شماره ۴۸؛ از صفحه ۷۳ تا صفحه ۸۱.
- [۳] کربلایی، حسینی غیاثوند (۱۳۹۳)، بررسی ویژگی های شهردوست داشتنی از نگاه کودکان، شهرداری قزوین، فصلنامه مطالعات شهری، ۶۸-۵۹.
- [۴] یدالهی فارسی، جهانگیر و غلامی، ناصر، (۱۳۸۹)، مطالعه موانع کارآفرینی در ورزش کشور، توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره دوازدهم، تابستان ۱۳۹۰، از ص ۱۰۵-۱۲۴.
- [5] 5)Barclay I, Dann Z, Holroyd P (2000). New product development: A practical workbook for improving performance.
- [6] 6)Lai, B , Armstrong,C ,Ferris,G , (2015), "A conceptual model of multi- level impression management operation in sports service organisations. Sport Management review 19(2016) 492-505.
- [7] 7)Pilat, D., 2000. "No longer services as usual". The OECD Observer 223, 52-54.
- [8] 8)Reilly,N ,Berger,I, (2013), "An environmental deterministic persepective on the management of youth sport participation.Sport Management Review 18 (2015)291-307.
- [9] 9)Wicker, P (2016), "Volunteerism and volunteer in sport", Sport Management Review.
- [10] 10)Young, D. and H.J.Watson(1995). "Determinates of EIS acceptance. "Information & Management 29(3): 153-164.
- [11] 11)Zhang, J . and Wang, Junqi (2016). "Infiuence of curriculum quality and educational service quality". Journal of Hospitaly , Leisure , Sport &Tourism Education . pp 81-91.