

Article history:

Received: 30 August 2023

Received in revised form: 31 October 2023

Accepted: 4 March 2024

Published online: 18 March 2025



Analysis of the dimensions of social responsibility of executive Officials of sports organizations based on ISO 26000 (Study case: Tehran Municipal Sports Organization)

Ehteram Ahmady 

Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Non-Governmental-Non-Profit Ivanki University, Ivanki, Iran. Email: Ahmady.ehteram0417@gmail.com

Shahram Nazari 

Corresponding Author, Department of Physical Education, Shahid Chamran Campus, Farhangian University, Tehran, Iran. E-mail: shahram.nazari@cfu.ac.ir

Rasool Norouzi Seyed Hossini 

Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: rasool.norouzi@modares.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Keywords:

Community engagement.

Human rights.

Sustainable development.

Social responsibility

ABSTRACT

Introduction: The social responsibility of the executive trustees of municipal sports organizations plays an important role in the growth and development of the society. In order to promote sports culture, they should have plans to involve the local community in sports activities and promote a healthy lifestyle and educational and research activities. The purpose of this study was to investigate the analysis of the dimensions of social responsibility of executive Officials of sports organizations based on ISO 26000.

Methods: The research method was descriptive survey, the statistical population was all managers and experts of sports organizations in Tehran municipality. Based on Cochran's limited population size formula, 221 people were selected as a sample using random cluster sampling. The research tools were the demographic characteristics form and the ISO 26000 questionnaire by Niknam Shiri (2010). Descriptive statistics and structural equation modeling were used to analyze the data.

Results: The results showed that the general situation of social responsibility is at an unfavorable level. Also, organizational social responsibility in terms of environment, human rights, organizational governance, work style, fair practice, consumer and community participation, and development are at an undesirable level.

Conclusion: Since the status of all the social responsibility components of Tehran Municipal Sports Organization is at an unfavorable level, it is suggested to address the components (organizational governance, human rights, working methods, environment, fair methods, consumer issues and community development), a unit should be established in each municipal sports organization and follow up on matters related to the organization's social responsibility.

Cite this article: ahmady, E. , Nazari, S. and Norouzi Seyed Hosini, R. (2025). Analysis of the dimensions of social responsibility of executive Officials of sports organizations based on ISO 26000 (Study case: Tehran Municipal Sports Organization). *New Approaches in Sports Mmanagement*, 12(47), 34-49. doi: 10.22034/ntsmj.2024.2037102.1085



Publisher: Iranian Scientific Association of Sports Management

Extended Abstract

Introduction

Given the significant impact of sport, its visibility in society, and its ability to address social issues, sport and social responsibility have become integrated (Ibrahim & Almarshed, 2014). For this reason, sport organizations and stakeholders are developing their understanding of the valuable assets that sport can offer through social responsibility (Su et al., 2017). The sport industry has unique elements for influencing different social spheres. Sport, with its characteristics such as international appeal, mass media coverage, and youth attraction, can improve communication and group participation, have positive effects on health and well-being, promote cultural absorption and acceptance, and raise environmental awareness (Ibrahim & Almarshed, 2014). Sport can also be used in issues such as personal development, health promotion and disease prevention, promotion of gender equality, social integration and development of social capital, peacebuilding and conflict prevention and resolution, post-disease relief and normalization of life, economic development, and communication and social mobilization. In this regard, the United Nations Children's Fund has pointed to sport-based programs to improve the lives of children and strengthen communities around the world (Ngwenya, 2010). It can be argued that social responsibility is an important aspect of all areas of sport. For example, sports federations can implement social responsibility initiatives; professional sports leagues can increasingly use different league programs to solve social problems; different sports clubs can participate in various types of social responsibility activities; and athletes can also contribute to social responsibility through charitable foundations and sports businesses (Onlaor & Rotchanakitumnuai, 2010; Filizöz & Fişne, 2011). Social responsibility in sports refers to the responsibility that organizations and individuals related to the sports industry have towards their society and environment. These factors include issues such as financial transparency, accountability to society, respect for human rights, creating conditions of equality and justice, environmental issues, and other social duties. Accordingly, by using the ISO 26000 standard, sports organizations are able to improve their duties and responsibilities and enhance their social and environmental performance. They can become aware of the status of their organization's social responsibility according to the international standard ISO 26000 and take steps to achieve an ideal state in the field of social responsibility; encourage more informed decision-making based on a better understanding of society's expectations; and contribute to the long-term sustainability of the organization by increasing the sustainability of natural resources and environmental services, helping to produce public goods, and strengthening society and urban institutions. Considering the above, the researcher seeks to answer the question: What is the status of social responsibility of sports organizations in Tehran based on the ISO 26000 standard?

Methods

The present study, considering the type of study and the relationships between variables, is an applied research and, in terms of data collection method, a survey research based on the structural equation model that was conducted in the field. The statistical population was all managers, officials, and experts of the Tehran Municipality Sports Organization. Given the limited size of the research population, 221 people were selected as samples based on Cochran's limited population size formula using cluster random sampling. Thus, Tehran was geographically divided into five regions (clusters) of North, South, West, East, and Center, and the required samples were selected proportionally from these clusters. The Niknam-Shiri (2020) Social Responsibility Questionnaire for Sports Organizations was used to collect data on the dimensions of social responsibilities of executive trustees of sports organizations.

Results

The path coefficients b as well as the t values in the measurement model are presented in Table 1.

Table1. Research measurement model results

Row	Dimension	Beta coefficient	T Statistics
1	Organizational governance	0.86	11.33
2	human rights	0.90	11.99
3	Work Style	0.92	11.90
4	environment	0.93	12.47

5	Fair practical method	0.98	14.31
6	Consumer	0.93	12.53
7	Community participation and development	0.97	12.63

According to table 1, all components of social responsibility in the municipal sports organization were approved as effective components, considering that they were outside the range of +1.96 and -1.96. However, the results of the one-sample t-test (option 1 very low to option 5 very high) to examine the status of each component indicated that the status of social responsibility in the municipal organization was not in a desirable state. The environment component was estimated with an average of 2.18; human rights with 2.25; organizational governance with an average of 2.24; work style with 2.19; fair practice with 2.24; and consumer perspective with 2.38 out of 5, which indicates the low social responsibility of the municipal sports organization.

Conclusion

The purpose of this study was to analyze the dimensions of social responsibility of executive trustees of sports organizations based on ISO 26000. The study examined the status of social responsibility of sports organizations in Tehran based on the ISO 26000 standard. The results showed that the average social responsibility of executive trustees of the Tehran Municipal Sports Organization is low. In general, the results indicated that the overall status of social responsibility of executive trustees in the Tehran Municipal Sports Organization is at an undesirable level. Additionally, organizational social responsibility is at an undesirable level from the perspective of the environment, human rights, organizational governance, work methods, fair practices, consumers, and community participation and development. Since the status of all components of social responsibility of sports organizations in Tehran is at an undesirable level, it is suggested that a unit be established in each sports organization to address the components (organizational governance, human rights, work methods, environment, fair practices, consumer issues, and community development) and follow up on matters related to the organization's social responsibility. In the area of organizational governance, having a strategic plan and annual statement, holding the organization's management accountable for its decisions, paying attention to the principle of merit and equal opportunity for obtaining senior positions in the organization, and implementing a system for tracking and eliminating fraud can improve the governance performance of organizations.

Keywords: Community engagement, Human rights, Sustainable development, Social responsibility.

Ethical Considerations The authors have complied with all ethical requirements.


Funding: NO Funding

Authors' contribution: In this study, the authors contributed equally to the study.

Conflict of interest: There was no conflict of interest in this study.


تحلیل ابعاد مسئولیت اجتماعی متولیان اجرایی سازمان‌های ورزشی براساس ایزو ۲۶۰۰۰ (مورد مطالعه: سازمان ورزش شهرداری تهران)

گروه تربیت بدنی، دانشگاه غیردولتی-غیرانتفاعی ایوانکی، ایوانکی، ایوانکی، ایران Ahmady.ehteram0417@gmail.com


احترام احمدی 

نویسنده مسؤول، گروه آموزش تربیت بدنی، پردیس شهید چمران، دانشگاه فرهنگیان، تهران،

ایران shahram.nazari@cfu.ac.ir

شهرام نظری 

گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران rasool.norouzi@modares.ac.ir

رسول نوروزی سید حسینی 

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه: مسئولیت اجتماعی متولیان اجرایی سازمان ورزش شهرداری‌ها، نقش مهمی در رشد و توسعه جامعه دارند. آن‌ها باید به منظور ارتقای فرهنگ ورزش، برنامه‌هایی برای جذب جامعه محلی در فعالیتهای ورزشی و ترویج سبک زندگی سالم و فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی داشته باشند. هدف از انجام پژوهش حاضر تحلیل ابعاد مسئولیت اجتماعی متولیان اجرایی سازمان‌های ورزشی بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ بود.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

روش: روش تحقیق توصیفی پیمایشی بود، جامعه آماری کلیه مدیران و کارشناسان سازمان‌های ورزش شهرداری شهر تهران بود. براساس فرمول حجم جامعه محدود کوکران تعداد ۲۲۱ نفر به شیوه نمونه‌گیری تصادفی - خوشه‌ای به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش فرم ویژگی‌های جمعیت شناختی و پرسشنامه ایزو ۲۶۰۰۰ نیکنام شبیری (۱۳۹۹) بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و مدل سازی معادله ساختاری استفاده شد.

کلیدواژه‌ها:

توسعه پایدار

حقوق بشر

مشارکت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی

یافته: نتایج نشان داد که وضعیت کلی مسئولیت اجتماعی در سطح نامطلوبی قرار دارد. ابعاد مسئولیت اجتماعی از منظر محیط زیست، حقوق بشر، حاکمیت سازمانی، شیوه کار، شیوه عملی عادلانه، مصرف کننده و مشارکت و توسعه جامعه در سطح نامطلوبی قرار دارند.

بحث و نتیجه گیری: از آنجاکه وضعیت تمامی مولفه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان ورزش شهرداری تهران در سطح نامطلوب قرار دارد، پیشنهاد می‌شود که برای پرداختن به مولفه‌های (حاکمیت سازمانی، حقوق بشر، شیوه کار، محیط زیست، شیوه عادلانه، مسائل مصرف کننده و توسعه جامعه)، یک واحد در هر سازمان ورزش شهرداری ایجاد گردد و امور مرتبط به مسئولیت اجتماعی سازمان را پیگیری نماید.

استناد: احمدی، احترام، نظری، شهرام و نوروزی سیدحسینی، رسول. (۱۴۰۳). تحلیل ابعاد مسئولیت اجتماعی متولیان اجرایی سازمان‌های ورزشی براساس ایزو ۲۶۰۰۰ (مورد مطالعه: سازمان ورزش شهرداری تهران). رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۱۲ (۴۷)، ۳۴-۴۹. doi: 10.22034/ntsmj.2024.2037102.1085



مقدمه

با توجه به عملکرد و تاثیر قابل توجه و همچنین آشکار شدن ورزش در جامعه و توانایی آن برای مقابله با مسائل اجتماعی، ورزش و مسئولیت اجتماعی یکپارچه شده‌اند (جوهانسن و اسونسن^۱، ۲۰۱۸). به همین دلیل سازمان‌های ورزشی و ذینفعان در حال توسعه درکشان از دارایی‌های ارزشمندی هستند که ورزش می‌تواند به وسیله مسئولیت اجتماعی عرضه کند (سو و همکاران^۲، ۲۰۱۷). صنعت ورزش دارای عناصر بی‌نظیری برای اثرگذاری حوزه‌های مختلف اجتماعی است. ورزش با ویژگی‌هایی چون جذابیت و دسترسی بین‌المللی، پخش رسانه‌ای جمعی، جذب‌کنندگی جوانان می‌تواند موجب بهبود ارتباطات و مشارکت گروهی، اثرات مثبتی بر سلامت و تندرستی، جذب و پذیرش فرهنگی، آگاهی زیست محیطی بشود (ابراهیم و المرشد^۳، ۲۰۱۴). همچنین می‌توان از ورزش در مسائلی چون توسعه فردی، ارتقاء سلامت و پیشگیری از بیماری، ترویج برابری جنسیتی، ادغام اجتماعی و توسعه سرمایه اجتماعی، ایجاد صلح و پیشگیری و حل و فصل درگیری، کمک و تسکین پس از بیماری و عادی‌سازی زندگی، توسعه اقتصادی، ارتباطات و بسیج اجتماعی استفاده کرد. در این راستا صندوق کودکان ملل متحد^۴ به برنامه‌های مبتنی بر ورزش برای بهبود زندگی کودکان و تقویت جوامع در سراسر جهان اشاره کرده است (نگینا^۵، ۲۰۱۰). می‌توان استدلال کرد که مسئولیت اجتماعی به عنوان یک جنبه مهم در تمامی ابعاد ورزش وجود دارد. به عنوان مثال فدراسیون‌های ورزشی می‌توانند ابتکارات مسئولیت اجتماعی را پیاده سازی کنند، لیگ‌های حرفه‌ای ورزشی می‌توانند به طور فزاینده‌ای برنامه‌های لیگ‌های مختلف را برای حل مشکلات اجتماعی مورد استفاده قرار دهند، باشگاه‌های مختلف ورزشی می‌توانند در انواع مختلف فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت کنند، ورزشکاران نیز می‌توانند از طریق بنیادهای خیریه و کسب و کارهای ورزشی در مسئولیت اجتماعی شرکت کنند (اونلاور، ۲۰۱۹؛ فیلیوز و فیسنی، ۲۰۱۱).

همانطور که مصرف‌کنندگان و قانون‌گذاران به طور فزاینده‌ای از نقش اجتماعی شرکت‌ها در یک دنیای جهانی شده آگاه می‌شوند، مسئولیت اجتماعی شرکت یک نگرانی رو به افزایش مداوم برای کسب‌وکارها در سراسر جهان است. در نتیجه این آگاهی رو به رشد تلاش‌های زیادی برای تعریف مسئولیت اجتماعی و اینکه شرکت‌ها باید در مورد آن چه کنند، انجام شده‌است. برای برآوردن این نیاز به تعریف و مشاوره، سازمان بین‌المللی استانداردسازی (ISO) وظیفه استانداردسازی مسئولیت اجتماعی را بر عهده گرفت که منجر به انتشار دستورالعمل ایزو ۲۶۰۰۰ مربوط به مسئولیت اجتماعی شد (نیکنام شیری، ۲۰۲۰). مسئولیت اجتماعی توسط ایزو ۲۶۰۰۰ "مسئولیت یک سازمان برای اثرات تصمیمات و فعالیت‌هایش بر جامعه و محیط‌زیست، از طریق رفتار شفاف و اخلاقی" پیشنهاد شده‌است. در این پژوهش نیز همین تعریف از مسئولیت اجتماعی مورد پذیرش می‌باشد (نیکنام شیری، ۲۰۲۰). ایزو ۲۶۰۰۰ جدیدترین نمونه از یک استاندارد جامع مسئولیت اجتماعی است، پیشنهاداتی برای شرکت‌هایی ارائه می‌کند که دنبال افزایش اعتبار ادعاهای مسئولیت اجتماعی خود هستند. به این ترتیب، اتخاذ این استاندارد نه تنها به عنوان یک استراتژی برای افزایش اعتبار ادعای مسئولیت اجتماعی یک شرکت عمل می‌کند، بلکه می‌تواند راهبر بعدی نیز باشد (موراتیس^۶، ۲۰۱۷). این استاندارد شامل هفت موضوع کلیدی (حاکمیت سازمانی، حقوق بشر، شیوه کار، محیط زیست، مسائل مصرف‌کننده، شیوه عملیاتی عادلانه و توسعه و مشارکت جامعه) است که نیازهای مسئولیت اجتماعی را به طور گسترده پوشش می‌دهد (جوهانسن و اسونسن، ۲۰۱۸).

مسئولیت اجتماعی بخش مهمی از اخلاق کسب‌وکار سازمان‌های ورزشی است (بخشنده، ۲۰۱۲). در ورزش هدف اصلی یک سازمان افزایش رفاه از طریق موفقیت ورزشی و موفقیت تجاری است. رفاه یک سازمان ورزشی تنها شامل نتایج ورزشی نیست، بلکه شامل ثبات مالی، فنی یا تجاری نیز هست. بسیاری از سازمان‌های ورزشی که بیش از حد مجذوب رسیدن به اجراهای ورزشی و تجاری مطلوب هستند، علاقه زیادی به مسئولیت اجتماعی نشان نمی‌دهند. بسیاری از سازمان‌های ورزشی به برنده شدن در مسابقات، ثروت و قدرت و داشتن هواداران بیشتر علاقه‌مند هستند، اما متوجه نیستند که این اهداف را می‌توان از طریق یک جهت‌گیری مناسب مسئولیت اجتماعی فعالیت

1 Johansson & Svensson

2 Su, Pan, & Chen

3 Ibrahim, & Almarshed,

4. UNICEF

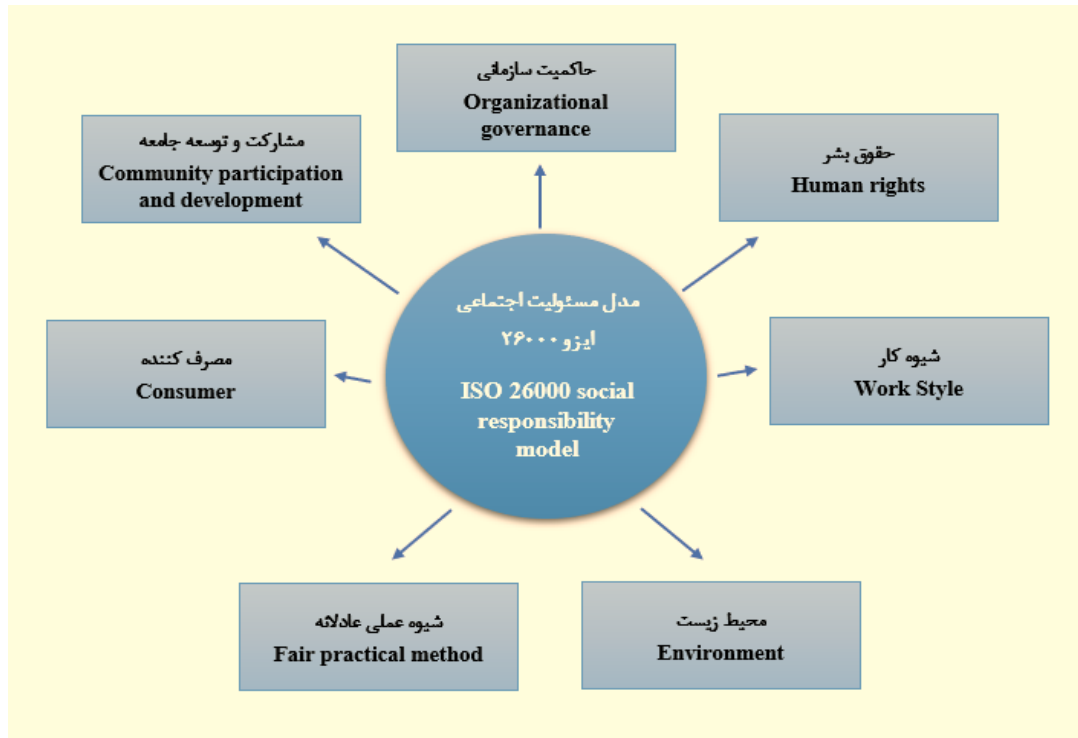
5 Ngwenya

6 Moratis

سازمان، به دست آورد. تجارت موفق و افزایش تعداد هوادار مهم است، اما یک سازمان‌های ورزشی که قصد دارد از نظر اجتماعی مسؤل باشد باید علاوه بر توجه به استانداردهای ورزشی و اقتصادی به استانداردهای اخلاقی و اجتماعی نیز توجه کند. با توجه به اینکه سازمان‌های ورزشی شهر تهران از ظرفیت‌های زیادی جهت ارتقا مفهوم مسؤلیت اجتماعی برخوردارند؛ همچنین توانایی تاثیرگذاری بر ابعاد گوناگون جامعه و محیط را به دلیل جایگاه ویژه‌ی خود دارند، لازم است تا مدیران این سازمان‌ها از میزان فعالیت‌های خود در امور اجتماعی آگاه شوند. بنابراین لزوم استفاده از ابزار استاندارد و جامع جهت بررسی شاخص‌های مسؤلیت اجتماعی سازمان، ضروری می‌باشد. مرور پیشینه تحقیق گویای آن است که محققان ایران و خارجی به حوزه مسؤلیت اجتماعی در ورزش تمایل زیادی نشان داده‌اند و تحقیقات بسیاری در این حوزه صورت گرفته است. به عنوان مثال در تحقیق شعبانی (۲۰۱۸) مشخص شد که مسؤلیت‌پذیری اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌های ورزشی کشور پایین‌تر از استانداردها قرار دارد. همچنین نتایج نشان داد که خط‌مشی و رویه، کدهای اخلاقی، اثربخش بودن ارتباط و رفاه و آسایش مردم، از مهم‌ترین دغدغه‌های سازمان‌های ورزشی کشور و حمایت مالی از انجمن‌های ورزشی محلی، اخلاقی بودن مسائل استخدامی، صرفه‌جویی در انرژی و ارزیابی عملکرد از کمترین اهمیت دغدغه‌های مرتبط با مسؤلیت‌پذیری و اخلاق حرفه‌ای اجتماعی در سازمان‌های ورزشی کشور می‌باشند. افروزه، مظفری، آقایی و صفری (۲۰۱۷)، مسؤلیت اجتماعی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران را به ترتیب شامل حیطه آموزش، خیریه، اجتماعی، ورزشی، سلامتی، زیست محیطی و مدیریتی دانستند. علوی، غفوری و هنری (۲۰۱۹) مسؤلیت اجتماعی ورزشکاران مشهور را در ۸ بُعد مسؤلیت سیاسی، اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستانه، زیست‌محیطی، رسانه‌ای-خبری و آموزشی-ورزشی معرفی کردند. زرگر و رین (۲۰۲۲) در تدوین منشور مسؤلیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی ایران به ابعاد اقتصادی، قانونی، داوطلبانه، اخلاقی، زیست‌محیطی، آموزشی، سلامت فردی و اجتماعی و مدیریت مصرف انرژی اشاره کردند. نتایج تحقیق آقایی و اجاق (۲۰۲۲) نشان داد که در زمان بحران کرونا سازمان‌های ورزشی بیشتر بر مسؤلیت اجتماعی در دو بُعد رعایت پروتکل‌های بهداشتی و کمک‌های عام المنفعه تمرکز کرده‌اند. نتایج تحقیق تابش، نوری، علوی و حسینی (۲۰۱۹) نشان داد که باشگاه‌های ورزشی باید در موقعیت‌های بحرانی به ویژه بحران کوید ۱۹ به انجام ۳۴ مسؤلیت اجتماعی بپردازند. ابین‌پنیس، بابیاک و مارتینز-پاتینو^۱ (۲۰۲۲) تحقیقی با تمرکز بر مسؤلیت اجتماعی و بسیج خیرخواهانه ورزشکاران حرفه‌ای برای رفع نیازهای فوری اجتماعی در بحران کوید ۱۹ انجام دادند. در نهایت به مسؤلیت‌های افزایش آگاهی و حمایت؛ فراخوان به اقدام و مشارکت؛ به اشتراک گذاری اطلاعات و ارتباطات اشاره کردند.

علاو بر این‌که تحقیقات متعددی در حوزه ورزش و مسؤلیت اجتماعی صورت گرفته است، به نظر می‌رسد که تاکنون تحقیقی به منظور پاسخ‌دهی به سوالات تحقیق حاضر، انجام نشده است که این مورد گواهی بر جنبه نوآوری و اهمیت نظری تحقیق حاضر است. به طور کلی وجه تمایز مطالعات پیشین با تحقیق حاضر در اهداف تحقیق، جامعه آماری، روش پژوهش، ابزار تحقیق و قلمرو زمانی آن می‌باشد. لذا می‌توان از نتایج مطالعه حاضر در تکمیل مبانی نظری مسؤلیت اجتماعی در ورزش سود برد. در قالب عمل نیز نتایج تحقیق می‌تواند راه‌گشای مدیران سازمان ورزش شهرداری شهر تهران قرار گیرد. چرا که ایزو ۲۶۰۰۰ یک استاندارد جهانی برای مدیریت مسؤلیت اجتماعی هست که سازمان‌ها را در تعامل با جامعه و محیط زیست همراه با حفظ منافع عمومی و پاسخ به نیازهای متنوع، از جمله شاخص‌های اجتماعی، محیطی، اقتصادی و حقوقی، هدایت می‌کند. مسؤلیت اجتماعی در ورزش به مسؤلیتی اشاره دارد که سازمان‌ها و افراد مرتبط با صنعت ورزش در قبال جامعه و محیط زیست خود دارند. این عوامل شامل مسائلی مانند شفافیت مالی، پاسخگویی به جامعه، احترام به حقوق انسانی، ایجاد شرایط برابری و عدالت، مسائل محیطی و سایر وظایف اجتماعی است. بر این اساس، با استفاده از استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، سازمان‌های ورزشی قادر هستند وظایف و مسؤلیت‌های خود را بهبود داده و عملکرد اجتماعی و محیطی خود را بهبود بخشند. آنها می‌توانند با توجه به استاندارد بین‌المللی ایزو ۲۶۰۰۰ از وضعیت مسؤلیت اجتماعی سازمان خود آگاه شوند و در راستای آن اقداماتی در جهت رسیدن به وضعیت ایده‌آل در زمینه پاسخگویی اجتماعی؛ ترغیب به تصمیم‌گیری آگاهانه تر بر اساس شناخت بهتر از انتظارات و توقعات جامعه و کمک به دوام طولانی مدت سازمان از طریق افزایش تداوم منابع طبیعی و خدمات محیطی و کمک به تولید کالای عمومی و تحکیم جامعه و نهادهای شهری برسند. با توجه به موارد بیان شده محقق بدنبال پاسخ به این سوال است که وضعیت مسؤلیت اجتماعی سازمان‌های

ورزشی شهر تهران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ چگونه است؟ مدل استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰، مدل مفهومی پژوهش را تشکیل می‌دهد که در شکل شماره ۱ قابل مشاهده است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به نوع مطالعه و روابط بین متغیرها از دسته پژوهش‌های کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها در زمره پژوهش‌های پیمایشی مبتنی بر مدل معادلات ساختاری بوده که به صورت میدانی اجرا شده است. جامعه آماری کلیه مدیران، مسئولان و کارشناسان سازمان ورزش شهرداری شهر تهران بود. با توجه به محدود بودن جامعه پژوهش، براساس فرمول حجم جامعه محدود کوکران تعداد ۲۲۱ نفر به شیوه نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. بدین صورت که شهر تهران از منظر جغرافیایی به پنج منطقه (خوشه) شمال، جنوب، غرب، شرق و مرکز تقسیم شد و نمونه‌های مورد نیاز به تناسب از این خوشه‌ها انتخاب شدند.

در این پژوهش از پرسشنامه به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های استفاده شد. پرسشنامه‌های مورد نظر به صورت حضوری و ارتباط مستقیم با اعضای نمونه جمع‌آوری گردیده است. پیش از تکمیل داده‌ها، به افراد نمونه در ارتباط با محرمانه بودن اطلاعات، اطمینان داده شد و این توضیح داده شد که از نتایج آن صرفاً در این پژوهش استفاده می‌شود لذا کلیه افراد به صورت داوطلبانه و با آگاهی کامل، به پرسشنامه مورد نظر پاسخ دادند. گفتمانی است که قبل از پاسخ به آن، توضیحات لازم در ارتباط با اهداف پژوهش و ضرورت پاسخ‌دهی صحیح به سوالات، داده شد. با توجه به این نکته که ممکن است تعدادی از پرسشنامه ناقص بوده یا تکمیل نگردند به منظور دستیابی به تعداد نمونه قابل قبول، ۲۴۰ پرسشنامه تهیه و در اختیار نمونه‌های پژوهش قرار گرفت. در نهایت پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با حذف موارد ناقص و پرسشنامه‌هایی که به صورت کامل تکمیل نشده بودند، تعداد ۲۲۱ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. داده‌ها در نرم‌افزار اسپس‌اس‌اس^۱ نسخه ۲۴ وارد و بر اساس دستورالعمل مربوط به هر کدام از پرسشنامه‌ها اطلاعات مورد نیاز استخراج، امتیازگذاری و به مقیاس‌های قابل اندازه‌گیری تبدیل گردید. در این پژوهش از ۲ پرسشنامه به منظور جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. بخش اول، فرم ویژگی‌های جمعیت شناختی بود که شامل مولفه‌های سن، جنسیت، تاهل، تحصیلات، حوزه فعالیت، وضعیت استخدامی می‌شد. از

1. SPSS

پرسشنامه مسئولیت اجتماعی سازمان های ورزشی نیکنامشیری (۲۰۲۰) جهت گردآوری داده ها در مورد ابعاد مسئولیت های اجتماعی متولیان اجرایی سازمان های ورزشی استفاده شد. این ابزار شامل ۳۲ گویه و هفت بعد است که عبارتند از: ۱) حاکمیت سازمانی: برای این بُعد ۶ گویه در نظر گرفته شده است، ۲) حقوق بشر: برای این بُعد ۴ گویه در نظر گرفته شده است، ۳) شیوه کار: برای این بُعد ۶ گویه در نظر گرفته شده است، ۴) محیط زیست: برای این بُعد ۴ گویه در نظر گرفته شده است، ۵) شیوه های عملی عادلانه: برای این بُعد ۴ گویه قرار داده شده است، ۶) مسائل مربوط به مصرف کننده: برای این بُعد ۴ گویه در نظر گرفته شده است، ۷) مشارکت و توسعه جامعه: برای این بُعد ۴ گویه در نظر گرفته شده است. این پرسشنامه براساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت ارزش گذاری شده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها توسط اساتید ذی ربط بررسی و مورد تأیید قرار گرفت. در این پژوهش به منظور محاسبه پایایی درونی سوالات پرسشنامه ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. در جدول زیر پایایی ابزار جمع آوری داده ها گزارش شده است.

جدول ۱- ضرایب پایایی درونی پرسشنامه های پژوهش (آلفای کرونباخ)

مؤلفه ها	تعداد گویه ها	پایایی در تحقیق حاضر
حاکمیت سازمانی	۶	۰/۷۱۲
حقوق بشر	۴	۰/۷۰۱
شیوه کار	۶	۰/۸۲۱
محیط زیست	۴	۰/۸۰۱
شیوه عملی عادلانه	۴	۰/۷۳۶
مصرف کننده	۴	۰/۷۴۵
مشارکت و توسعه جامعه	۴	۰/۸۳۶
مسئولیت اجتماعی	۳۲	۰/۷۶۳

ضریب پایایی درونی (آلفای کرونباخ) در این پژوهش همان طور که مشاهده می شود برای پرسشنامه کل و ابعاد آن بالای ۷/۰ بوده که نشان از پایایی قابل قبول پرسشنامه مورد استفاده دارد (جدول ۱). به منظور تجزیه و تحلیل داده های آماری مطالعه حاضر، ابتدا داده های حاصل از اجرای پرسشنامه ها استخراج و در جدول اطلاعات کلی تنظیم شده؛ سپس کلیه اطلاعات از طریق نرم افزارهای آماری به ویژه نرم افزارهای اکسل^۱، اسپیس اس اس و لیزرل^۲ با استفاده از روش های توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در تجزیه و تحلیل توصیفی اطلاعات، شاخص های آمار توصیفی (شامل محاسبه جداول توزیع فراوانی، درصدها و محاسبه شاخص های گرایش مرکزی و پراکندگی نظیر میانگین، واریانس و ...) محاسبه می شوند. در بخش تجزیه و تحلیل استنباطی از تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول و دوم و مدل سازی معادله ساختاری استفاده شد.

یافته های پژوهش

براساس یافته های توصیفی، ۷/۳۳ درصد (۷۴ نفر) از پاسخگویان را خانمها و ۳/۶۶ درصد (۱۴۷ نفر) ایشان را آقایان تشکیل می دهند. ۶/۲۲ درصد (۵۰ نفر) از پاسخگویان را مجرد و ۴/۷۷ درصد (۱۷۱ نفر) ایشان را متأهل تشکیل می دهند. سن ۵/۹ درصد (۲۱ نفر) پاسخگویان کمتر از ۳۰ سال، ۲/۴۳ درصد (۹۵ نفر) بین ۳۰ الی ۴۰ سال، ۸/۳۶ درصد (۸۱ نفر) بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۵/۱۰ درصد (۲۳ نفر) بیشتر از ۵۰ سال می باشند. ۵/۰ درصد (۱ نفر) دارای مدرک دیپلم و زیر دیپلم، ۱/۱۷ درصد (۳۸ نفر) از ایشان فوق دیپلم، ۵/۴۳ درصد (۹۶ نفر) کارشناسی، ۷/۳۳ درصد (۷۴ نفر) دارای مدرک فوق لیسانس و ۲/۵ درصد (۱۱ نفر) دارای مدرک دکتری می باشند. ۴/۷ درصد (۱۴ نفر) از پاسخگویان رئیس اداره، ۷/۱۱ درصد (۲۲ نفر) معاون و ۹/۸۰ درصد (۱۵۲ نفر) باقیمانده کارشناس هستند. ۵/۴۳ درصد (۹۶ نفر) از پاسخگویان را پرسنل رسمی و ۵/۵۶ درصد (۱۲۵ نفر) پرسنل قراردادی هستند.

به‌عنوان یک گام پیشین برای مدل‌سازی معادلات ساختاری، تحلیل عاملی تأییدی برای ایجاد اعتبار سازه عوامل، اعتبار همگرا^۱ و اعتبار ممیز^۲، انجام شد. بر مبنای یافته‌های بخش کیفی پژوهش و مدل مفروض ایجادشده، در ابتدا شرایط مناسب و قابل قبول برای هر یک از مقیاس‌ها در جدول زیر تعیین شد تا این جدول سنگ محکی برای بررسی اعتبار هر یک از تحلیل‌های عاملی باشد. جدول ۳ نتایج تحلیل عاملی تأییدی و برخی از مهم‌ترین معیارهای برازش تحلیل عاملی تأییدی را برای هر کدام از ابعاد پژوهش نشان می‌دهد.

جدول ۳- شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول

شاخصه	حاکمیت سازمانی	حقوق بشر	شیوه کار	محیط زیست	شیوه عملی عادلانه	مصرف‌کننده	مشارکت و توسعه جامعه
P-value	۰/۲۴	۰/۱۳	۰/۰۸	۰/۷۰	۰/۵۷	۰/۳۵	۰/۰۸
(χ^2 /df)	۱/۳۱	۲/۰۶	۱/۷۸	۰/۱۵	۰/۵۶	۱/۰۶	۲/۸۸
RMSEA	۰/۰۴	۰/۰۷	۰/۰۶	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۱۷	۰/۰۹
SRMR	۰/۰۱۴	۰/۰۱۵	۰/۰۱۸	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۸	۰/۰۱
CFI	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹
GFI	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹
AGFI	۰/۹۵	۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۷	۰/۹۳
NFI	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹
NNFI	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۸
IFI	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹
RFI	۰/۹۹	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۸

نتایج جدول بالا حاکی از آن است که شاخص‌ها در حد مطلوب گزارش شده‌اند و مدل با داده‌ها برازش بسیار خوبی دارد و این بیانگر همسو بودن گویه‌ها با سازه نظری است.

در جدول ۴، برآورد پارامترهای استانداردشده بارهای عاملی و ضرایب تعیین و مقدار t ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی ارائه شده است. پارامترهای مدل همگی معنادار بودند ($P < 0.05$) و مقدار قابل توجهی از واریانس را برآورد می‌کردند.

جدول ۱- بارهای عاملی استاندارد شده، ضریب تعیین و آماره t ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی

شماره سوال	ابعاد	عنوان سوال	بار عاملی	آماره تی	ضریب تعیین
۱	حاکمیت	تشویق کارکنان به مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به سازمان	۰/۸۷	۱۴/۹۷	۰/۷۵
۲		مسئولیت‌پذیری مدیر سازمان در برابر اثرات تصمیمات و فعالیت‌هایش	۰/۸۶	۱۵/۱۵	۰/۷۴
۳		فرصت برابر گروه‌های قومی و زنان جهت احراز مقامات ارشد سازمان	۰/۸۴	۱۴/۶۷	۰/۷۱
۴		سیستم‌رديابی و حذف سوءاستفاده سازمانی	۰/۸۴	۱۴/۴۲	۰/۷۰
۵		بررسی سالانه بیانیه اهداف و برنامه استراتژیک	۰/۹۰	۱۶/۰۸	۰/۸۰
۶		اجرای سیاست‌های مدیریت ریسک در سازمان	۰/۸۴	۱۴/۵۱	۰/۷۰
۷	حقوق بشر	شیوه‌های در دسترس و موثر برای رسیدگی به شکایات و انتقادات	۰/۸۲	۱۴/۲۲	۰/۶۷
۸		سیاست‌هایی جهت جلوگیری از تبعیض در بین کارکنان و ارباب رجوع	۰/۸۸	۱۵/۸۸	۰/۷۷
۹		وجود عدالت در ارائه خدمات به مشتریان	۰/۸۲	۱۴/۲۹	۰/۶۷

1. Convergent
2. Discriminant validity

۰/۶۵	۱۳/۹۵	۰/۸۱	توجه به استانداردهای سخت افزاری و نرم افزاری معلولین	شیوه کار	۱۰
۰/۶۰	۱۳/۲۱	۰/۷۷	سیاست های سازمان جهت گسترش قابلیت های انسانی (کارآموزی، فرصت های پیشرفت شغلی و ...)		۱۱
۰/۷۱	۱۴/۹۵	۰/۸۴	برنامه های سازمان جهت پیشگیری از آسیب های روانی و جسمانی کارکنان (مانند بی علاقهی، عدم مسئولیت پذیری، فقر حرکتی و فرسودگی شغلی)		۱۲
۰/۷۰	۱۴/۷۶	۰/۸۴	توجه سازمان به ماهیت کار و شرایط و مزایای رفاهی و اجتماعی		۱۳
۰/۷۸	۱۶/۲۱	۰/۸۸	شفاف سازی و منصفانه بودن قراردادهای سازمان با پیمانکاران، تامین-کنندگان و شرکا		۱۴
۰/۶۸	۱۴/۵۶	۰/۸۳	توجه سازمان به استفاده از نیروهای داوطلبی		۱۵
۰/۷۱	۱۴/۸۲	۰/۸۴	برنامه ی آموزشی در زمینه سلامت و ایمنی کارکنان و محیط سازمان		۱۶
۰/۷۶	۱۵/۵۹	۰/۸۷	تجهیزات کارآمد جهت کاهش مصرف انرژی		۱۷
۰/۸۶	۱۶/۹۸	۰/۹۳	بهینه سازی و مدیریت مصرف انرژی		۱۸
۰/۵۶	۱۲/۵۱	۰/۷۵	مشارکت در حفاظت و توسعه محیط زیست (کاشت درختان، بازیابی دریاچه یا رودخانه و ...)		محیط زیست
۰/۵۶	۱۲/۴۷	۰/۷۵	استفاده از ابزارهای بازاریابی سبز در سازمان	۲۰	
۰/۷۶	۱۵/۷۲	۰/۸۷	حمایت سازمان از شیوه های ضدفساد و ایجاد سلامت سازمانی	شیوه عملی عادلانه	۲۱
۰/۸۶	۱۷/۵۳	۰/۹۳	ارتقا مسئولیت اجتماعی در زنجیره تامین (**زنجیره تامین شامل تمام واحدهایی است که در تامین نیاز مشتری، موثر هستند).		۲۲
۰/۷۶	۱۵/۷۵	۰/۸۷	اقدامات در جهت احترام به ضابطه مندی سازمان		۲۳
۰/۶۶	۱۴/۰۸	۰/۸۱	اقدامات در جهت ایجاد عدالت سازمانی (تساوی و برابری در میان کارکنان سازمان)		۲۴
۰/۷۰	۱۴/۷۶	۰/۸۴	ایجاد زیرساخت های مناسب به منظور دسترسی راحت به سازمان		۲۵
۰/۸۴	۱۷/۰۴	۰/۹۱	سهولت در ارائه خدمات به مشتریان	مصرف کننده	۲۶
۰/۷۸	۱۶/۰۳	۰/۸۸	ارائه خدمات فرهنگی و آموزشی برای مشتریان		۲۷
۰/۷۸	۱۶/۰۸	۰/۸۸	حمایت از ایمنی و سلامت مشتریان		۲۸
۰/۶۲	۱۳/۶۷	۰/۷۹	مشارکت در مدیریت بحران و حمایت اجتماعی در شرایط بحران (اعم از حوادث غیر طبیعی و پیش بینی نشده)	مشارکت و توسعه جامعه	۲۹
۰/۹۲	۱۸/۲۸	۰/۹۶	مشارکت و کمک در فعالیت خیرخواهانه و عام المنفعه		۳۰
۰/۸۲	۱۶/۸۳	۰/۹۲	انجام فعالیت های مرتبط با توسعه رفاه اجتماعی		۳۱
۰/۷۶	۱۵/۸۱	۰/۸۷	حمایت از سازمان های مردم نهاد		۳۲

همان طور که ملاحظه می شود بارهای عاملی در سطح مطلوبی هستند و از طرفی با توجه به مقدار آماره t همه سؤالات معنی دار بوده و نیاز به حذف هیچیک از سؤالات نبوده است و این ساختار مورد تایید قرار می گیرد. به منظور تأیید اینکه آیا ابعاد هفتگانه بیانگر ساختار پیش بینی شده هستند یا نه از تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم بهره برده شد. بر اساس این آزمون می توان تعیین نمود سهم هر بعد در تبیین میزان واریانس کل پرسشنامه، به چه میزان است و آن را بر اساس ضرایب استاندارد شده فرموله کرد. در جدول ۵ شاخص های برازندگی و شکل بارهای عاملی آن ارائه شده است.

جدول ۵- شاخص های برازش تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم

مقدار برآورد شده	شاخص ها
۰/۰۰۱	P-value
۱/۹۹	(χ^2 /df)

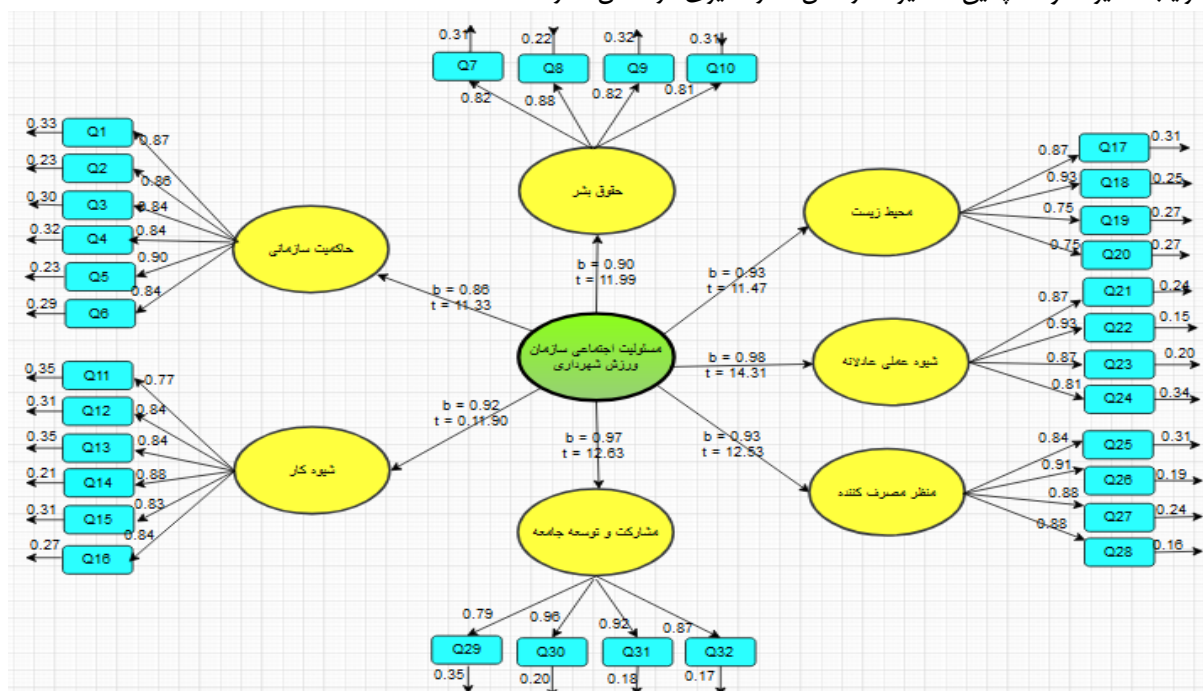
RMSEA	۰/۰۷۴
SRMR	۰/۰۴۲
CFI	۰/۹۹
GFI	۰/۷۶
AGFI	۰/۷۲
NFI	۰/۹۸
NNFI	۰/۹۹
IFI	۰/۹۹
RFI	۰/۹۷

شاخص‌های گزارش شده در تحلیل عاملی مرتبه دوم نشان‌دهنده برازش کاملاً مطلوب داده‌ها با مدل است، در نتیجه ساختار پیش‌بینی شده پرسشنامه بررسی وضعیت مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی شهر تهران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ با ابعاد هفتگانه مورد تایید قرار می‌گیرد. در شکل زیر ضرایب بتا ابعاد و بار عاملی هر مولفه سازنده ارائه شده است. همچنین ضرایب ابعاد که به عنوان ضریب بتا (تاثیر مولفه‌ها بر ابعاد) معرفی می‌شوند در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶- ضرایب بتا ابعاد برازش تحلیل عاملی مرتبه دوم

ردیف	بعد	ضریب بتا t	آماره t
1	حاکمیت سازمانی	۰/۸۶	۱۱/۳۳
2	حقوق بشر	۰/۹۰	۱۱/۹۹
3	شیوه کار	۰/۹۲	۱۱/۹۰
4	محیط زیست	۰/۹۳	۱۲/۴۷
5	شیوه عملی عادلانه	۰/۹۸	۱۴/۳۱
6	مصرف کننده	۰/۹۳	۱۲/۵۲
7	مشارکت و توسعه جامعه	۰/۹۷	۱۲/۶۳

ضرایب مسیر b و همچنین مقادیر t در مدل اندازه‌گیری در شکل ۲ ارائه شده است.



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری در حالت ضرایب استاندارد و ضرایب تی

مطابق با شکل ۲ تمامی مولفه‌های مسئولیت اجتماعی در سازمان ورزش شهرداری با توجه به اینکه در بازه خارج از ۹۶/۱+ و ۹۶/۱- قرار داشتند به عنوان مولفه‌های اثرگذار در سازمان ورزش شهرداری مورد تایید قرار گرفتند؛ با این حال نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای

گزینه ۱ خیلی کم تا گزینه ۵ خیلی زیاد) برای بررسی وضعیت هر مولفه حاکی از این بود که وضعیت مسئولیت اجتماعی در سازمان شهرداری در حالت مطلوبی نیست به طوری که مولفه محیط زیست با میانگین ۱۸/۲؛ حقوق بشر با ۲۵/۲؛ حاکمیت سازمانی با میانگین ۲۴/۲؛ شیوه کار با ۱۹/۲؛ شیوه عملی عادلانه ۲۴/۲ و منظر مصرف کننده با ۳۸/۲ از ۵ برآورد گردید که نشان از پایین بودن مسئولیت اجتماعی سازمان ورزش شهرداری دارد.

بحث و نتیجه گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر تحلیل ابعاد مسئولیت اجتماعی متولیان اجرایی سازمان های ورزشی براساس ایزو ۲۶۰۰۰ بود. بررسی وضعیت مسئولیت اجتماعی سازمان های ورزشی شهر تهران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ بود. نتایج نشان داد که میانگین مسئولیت اجتماعی متولیان اجرایی سازمان ورزش شهرداری تهران پایین است. این یافته با پژوهش شعبانی (۲۰۱۸) همخوانی دارد. شعبانی (۲۰۱۸) در پژوهش های خود به این نتیجه دست یافت که بطور کلی مسئولیت پذیری اجتماعی و اخلاق حرفه ای در سازمان های ورزشی ایران پایین تر از میانگین و استانداردها قرار دارد. در این راستا نتایج تحقیق نیکنام شیری (۲۰۲۰) نشان داد که مسئولیت اجتماعی در باشگاه های منتخب لیگ برتر فوتبال ایران به جز تیم استقلال بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ با استانداردها مطابقت داشته و در وضعیت مطلوبی قرار دارد. اما برای باشگاه استقلال برخلاف دارا بودن میانگینی بالاتر از نقطه برازش تعیین شده به سبب عدم معناداری اختلاف میانگین، نمی توان با قطعیت عنوان نمود که این مؤلفه در وضعیت مناسبی قرار دارد. همچنین نتایج با پژوهش های بخشنده (۲۰۱۲) و دامغانی، نژادسجادی و ارباب (۲۰۱۶) در یک راستا نیست.

بر اساس نتایج، مسئولیت اجتماعی سازمانی از منظر محیط زیست با میانگین ۱۸/۲ از ۵ در سطح کم تعیین گردید. نتایج این تحقیق با پژوهش اولاندر^۱ (۲۰۱۹)، نیکنام شیری (۲۰۲۰)، صالحی عمران، ثابتی و حسن زاده بارانی کرد (۲۰۱۲)، لیو، ویلسون، پلاملی و چن^۲ (۲۰۱۹)، رابرتسون^۳ (۲۰۱۶) و جوما^۴ (۲۰۱۵) در یک راستا است و با نتایج چاکروین^۵ و همکاران (۲۰۱۹) در یک راستا نیست. نیکنام شیری (۲۰۲۰) اشاره کرده است که مسئولیت های محیط زیست در باشگاه های منتخب لیگ برتر فوتبال ایران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ با استانداردها مطابقت نداشته و در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. اولاندر (۲۰۱۹) بیان می کند که خرده فروشی های صنعتی برنامه ای برای مسئولیت زیست محیطی خود ندارند و در این بخش ضعیف عمل می کنند. رابرتسون (۲۰۱۶) بیان می کند که نگرانی های زیست محیطی کم کم توسط برخی تیم ها و لیگ ها مورد توجه قرار می گیرند، چون این موارد در حال تبدیل شدن به موضوعات مرتبط تر با باشگاه ها هستند. مسئولیت اجتماعی زیست محیطی شامل مفاهیم پرورش و پایداری در محیط طبیعی بوده و یک مفهوم مهم مسئولیت اجتماعی است. با این حال، این موضوع برای برخی سازمان های ورزشی حرفه ای بحث برانگیز است. مسایل زیست محیطی در حال حاضر در بسیاری از کسب و کارهای ورزشی در فضای باز از جمله پیست های اسکی، زمین های گلف، شرکت های غواصی و غیره وجود دارد که برای عملکرد موفقیت آمیز به محیط طبیعی متکی هستند. در واقع، بخش بزرگی از ورزش های حرفه ای، ورزش های اجتماعی و تفریحات فعال به محیط طبیعی وابسته هستند تا تسهیلات برای فعالیت ها باشند. بنابراین لازم است مالکان و مدیران ورزشی دانش و آگاهی از محیط زیست خود داشته باشند و نقش رهبری را در حفظ محیط طبیعی ایفا کنند، زیرا صنعت ورزش در موقعیت منحصر به فردی برای برقراری ارتباط با ارزش پایداری زیست محیطی قرار دارد، و می تواند نشان دهد که چگونه این تلاش ها می توانند نشانه برتری سازمانی باشند. در ایالات متحده، آژانس حفاظت از محیط زیست (EPA) سیاستی برای تشویق تمامی شرکت ها و سازمان ها به استفاده عادلانه از منابع طبیعی به دو روش اصلی دارد. اول از همه، آن ها ثبت و مستندسازی سطح مصرف منابع طبیعی که هر سازمان در یک سال انجام می دهد را تشویق می کنند. این شامل مستندسازی چیزی است که در حال حاضر به عنوان رد پای هر سازمان شناخته می شود. این امر توضیح منصفانه ای از میزان منابعی است که یک شرکت در هر موقعیت و در هر دوره استفاده می کند. دوم اینکه، EPA همه شرکت ها و نهادهای آمریکایی را

1. Olander
2. Liu
3. Robertson
4. Jomaa
5. Chakroun

به کاهش سیستماتیک مصرف و استفاده از منابع تشویق می‌کند. نهادهای سازمان‌های ورزشی آمریکایی ملزم به مستندسازی و بررسی اطلاعات محیطی خود هستند (جووما، ۲۰۱۵).

بر اساس نتایج، مسئولیت اجتماعی سازمانی از منظر حقوق بشر با میانگین ۲۵/۲ از ۵ در سطح کم تعیین گردید. این یافته با نتایج چاکروین و همکاران (۲۰۱۹) و لیپونگا^۱ (۲۰۱۵) در یک راستا است، اما این یافته با پژوهش نموت‌ریچدن^۲ (۲۰۱۳) و نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) در یک راستا نیست. در پژوهش‌های چاکروین و همکاران (۲۰۱۹) بیان می‌شود که مسئله حقوق بشر از طریق تعهد به قرارداد جهانی و کنوانسیون ILO و همچنین از طریق کد رفتاری تامین‌کننده شرکت‌های منتخب فنلاندی است. اما در گزارش استراتژیک برخی از شرکت‌ها پوشش داده نشده است. موضوعات حقوق بشر به طور گسترده شامل مدیریت، دسترسی به ورزش، ضد تبعیض، توانایی جنسیت و فرصت‌های شغلی یکسان می‌شود. انتظار می‌رود که سازمان‌های ورزشی به دلیل ماهیت اجتماعی سطح بالاتری از رفتار اخلاقی را نسبت به شرکت‌ها داشته باشند. به همین دلیل رفتار اخلاقی بعنوان زیربنای قوانین ورزش قرار می‌گیرد. در عین حال براساس اظهارات بیان شده رفتارها فاقد آن است که سازمان‌های ورزشی سطح بالاتری از رفتار اخلاقی را نسبت به شرکت‌ها دارند. نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) در تحقیق خود گزارش کرد که سئولیت‌های حقوق بشر در باشگاه‌های منتخب لیگ برتر فوتبال ایران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ با استانداردها مطابقت داشته و در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

بر اساس نتایج، مسئولیت اجتماعی سازمانی از منظر حاکمیت سازمانی با میانگین ۲۴/۲ از ۵ در سطح کم تعیین گردید. این یافته با نتایج پژوهش میچی و اوگتون^۳ (۲۰۰۵) در یک راستا است؛ اما با یافته‌های چاکروین و همکاران (۲۰۱۹)، نیکنام‌شیری (۲۰۲۰)، لیپونگا (۲۰۱۵) در یک راستا نیست. نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) نشان داد که مسئولیت‌های حاکمیت سازمانی در باشگاه‌های منتخب لیگ برتر فوتبال ایران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ با استانداردها مطابقت داشته و در وضعیت مطلوبی قرار دارد. افروزه و همکاران (۲۰۱۷) بیان می‌کنند حاکمیت دو باشگاه مطرح کشور بدست افراد سیاسی است و مسئولیت اجتماعی در این باشگاه‌ها بیشتر یک نمایش سیاسی است و جهت حمایت از جریان خاص انجام می‌گردد. از نظر ایزو ۲۶۰۰۰ "حاکمیت سازمانی مهم‌ترین عامل در توانمندسازی یک سازمان برای قبول مسئولیت اثرات تصمیمات و فعالیت‌هایش و ادغام مسئولیت اجتماعی در سراسر سازمان و روابط آن است" (نیکنام‌شیری (۲۰۲۰)). در همین راستا چاکرون، صالحی، عمار و جربویی^۴ (۲۰۱۹) معتقدند که حاکمیت شرکتی خوب می‌تواند عملکرد مالی یک سازمان را بهبود بخشد. یافته‌های میچی و اوگتون (۲۰۰۵) نشان می‌دهد، پیشرفت‌های قابل توجه در استانداردهای حکمرانی باشگاه‌ها سبب می‌شود تا آن‌ها از بهترین دستورالعمل‌های عملی در زمینه افشای اطلاعات، انتصاب مدیران، ترکیب هیأت‌مدیره، القا و آموزش مدیران، مدیریت ریسک و مشاوره با سهامداران بهره‌مند شوند.

بر اساس نتایج، مسئولیت اجتماعی سازمانی از منظر شیوه کار با میانگین ۱۹/۲ از ۵ در سطح کم تعیین گردید. این نتایج با تحقیق نیکنام‌شیری (۲۰۲۰)، نموت‌ریچدن (۲۰۱۳)، لیو و شوارز (۲۰۲۰)، رابرتسون (۲۰۱۶) و احمدی‌کهنعلی، بهبودی و صادقی (۲۰۱۵) در یک راستا نیست. در این راستا نتایج تحقیق نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) نشان داد که مسئولیت‌های فعالیت کاری نیروی انسانی در باشگاه‌های منتخب لیگ برتر فوتبال ایران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ با استانداردها مطابقت داشته و در وضعیت مطلوبی قرار دارد. از آنجا که نیروی انسانی مهم‌ترین دارایی هر سازمان می‌باشد، توجه به آن باید در اولویت قرار گیرد. یافته‌های پژوهش رابرتسون (۲۰۱۶) نشان می‌دهد، توجه به بهداشت و ایمنی نیروی انسانی، توجه به حقوق و دستمزد مناسب، توجه به آموزش نیروی انسانی و استفاده حداکثری از نیروی داوطلبی، ایجاد برنامه‌های آموزشی و توسعه برای ورزشکاران نخبه تا آن‌ها بتوانند یک پست شغلی برای بازنشستگی خود از یک ورزش مشخص داشته باشند. از موارد مهمی است که باید در مؤلفه فعالیت‌های کاری نیروی انسانی بیشتر به آن پرداخته شود. کارمندان تنها دارایی فعال شرکت هستند. کارمندانی که بازخوردهای تشویق‌کننده قوی را از سرپرستان خود دریافت می‌کنند به احتمال زیاد ایده‌های خلاقانه‌ای را توسعه و اجرا می‌کنند که به طور مثبت بر محیط آن‌ها تأثیر می‌گذارد. پژوهش‌های زور، باستیج و مولژ^۵ (۲۰۱۶) نیز نشان می‌دهد که کار

1. Lipunga
2. Nemoto Rechden
3. Michie & Oughton
4. Chakroun, Salhi, Amar & Jarboui
5. Zore, Bastič & Mulej

برای شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی تعامل کارکنان، مشارکت خلاقانه، روابط بهبود یافته، و تعهد را افزایش می‌دهد، همچنین مسئولیت اجتماعی جذابیت شرکت برای کارمندان آتی را نیز افزایش می‌دهد.

بر اساس نتایج، مسئولیت اجتماعی سازمانی از منظر شیوه عملی عادلانه با میانگین ۲۴/۲ از ۵ در سطح کم تعیین گردید. این یافته با نتایج تحقیقات نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) و رابرتسون (۲۰۱۶) همسو نیست. نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) در پایان تحقیق خود گزارش کرد که مسئولیت‌های شیوه‌های عملیاتی منصفانه در باشگاه‌های منتخب لیگ برتر فوتبال ایران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ با استانداردها مطابقت داشته و در وضعیت مطلوبی قرار دارد. رابرتسون (۲۰۱۶) گزارش کرد که برای یک باشگاه ورزشی از نظر اجتماعی و اخلاقی غیرمسئولانه است که در حوزه نفوذ خود با فساد برخورد نکند، با وجود این که باشگاه به طور مستقیم درگیر آن نشده است. تأثیر اتهامات فساد و فساد در مدیریت ورزش سلامت اخلاقی و مالی آن را تهدید می‌کند. برای مثال، فیفا چندین حامی اصلی خود را به خاطر اتهامات اخیر فساد از جمله سونی، امارات و جانسون از دست داده است. رابرتسون (۲۰۱۶) بیان می‌کند که توسعه فعالیت‌های سازمانی شفاف و پاسخگو و قوانین قابل اجرا برای رسیدگی به فساد در ورزش، جز کلیدی مسئولیت یک سازمان ملی ورزشی در قبال جامعه به شمار می‌رود. بر اساس نتایج، مسئولیت اجتماعی سازمانی از منظر مصرف کننده با میانگین ۳۸/۲ از ۵ در سطح کم تعیین گردید. این یافته با نتایج تحقیق لیپونگا (۲۰۱۵) همسو است. اما با تحقیقات نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) و لیو و شوارز (۲۰۲۰) در یک راستا نیست. نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) مسئولیت‌های مسائل مصرف کننده در باشگاه‌های منتخب لیگ برتر فوتبال ایران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ با استانداردها مطابقت داشته و در وضعیت مطلوبی قرار دارد. بر اساس نتایج، مسئولیت اجتماعی سازمانی از منظر مشارکت و توسعه جامعه با میانگین ۳۷/۲ از ۵ در سطح کم تعیین گردید. این یافته با پژوهش ژانگ^۱ (۲۰۱۲) در یک راستا است. ژانگ (۲۰۱۲) بیان می‌کند که شرکت‌ها مورد مطالعه در چین بدلیل نداشتن استقلال مالی در بخش مشارکت و توسعه جامعه چندان موفق نبوده‌اند. اما با پژوهش‌های لیپونگا (۲۰۱۵)، نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) و محمدی و حکیمی (۲۰۱۷) در یک راستا نیست. نیکنام‌شیری (۲۰۲۰) گزارش کرد که بر اساس آزمون رتبه‌ای نشان ویلکاکسون، مسئولیت اجتماعی سازمانی از منظر مشارکت و توسعه جامعه با مسئولیت‌های مشارکت و توسعه جامعه در باشگاه‌های منتخب لیگ برتر فوتبال ایران بر اساس استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ با استانداردها مطابقت داشته و در وضعیت مطلوبی قرار دارد. در سطح کم تعیین گردید. هدف از مشارکت اجتماعی مشارکت با سهامداران محلی و ایجاد مشارکت در مؤلفه‌های مختلف از جمله مشتریان، ورزش کاران، رسانه‌ها، جامعه محلی و جامعه وسیع‌تری است که یک سازمان ورزشی در آن فعالیت می‌کند. با این حال، مفهوم مشارکت جامعه یک جنبه استراتژیک مهم مسئولیت اجتماعی فراتر از تولید درآمد است. به دنبال همسوسازی ابتکارات اجتماعی یک سازمان ورزشی در راستای استراتژی‌های بلندمدت و شایستگی‌های محوری برای رسیدگی به مسایل اجتماعی جامعه و تبدیل شدن به شهروندان خوب است. برای مثال، در انگلستان، مدل اعتماد اجتماعی ورزشی در صنعت فوتبال یک نمونه عالی از چگونگی رفع استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی یک سازمان ورزشی حرفه‌ای است.

بطور کلی نتایج نشان داد که وضعیت کلی مسئولیت اجتماعی متولیان اجرایی در سازمان ورزش شهرداری تهران در سطح نامطلوبی قرار دارد. همچنین مسئولیت اجتماعی سازمانی از منظر محیط زیست، حقوق بشر، حاکمیت سازمانی، شیوه کار، شیوه عملی عادلانه، مصرف کننده و مشارکت و توسعه جامعه در سطح نامطلوبی قرار دارند. از آنجاکه وضعیت تمامی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی شهر تهران در سطح نامطلوب قرار دارد، پیشنهاد می‌شود که برای پرداختن به مؤلفه‌های (حاکمیت سازمانی، حقوق بشر، شیوه کار، محیط زیست، شیوه عادلانه، مسائل مصرف کننده و توسعه جامعه)، یک واحد در هر سازمان ورزشی ایجاد گردد و امور مرتبط به مسئولیت اجتماعی سازمان را پیگیری نماید؛ در قسمت حاکمیت سازمانی داشتن برنامه استراتژیک و بیانیه سالانه، مسئولیت‌پذیری مدیریت سازمان در قبال تصمیماتش، توجه به اصل شایستگی و فرصت برابر برای کسب مقامات ارشد سازمان، توجه به سیستم رده‌بندی و حذف کلاهدای می‌تواند عملکرد حاکمیتی سازمان‌ها را بهبود بخشد. بر همین اساس در قسمت حاکمیت سازمانی تعریف درست اهداف مربوط به مسئولیت اجتماعی که انتظارات سهامداران مختلف را برآورده می‌کنند در هنگام برنامه‌ریزی استراتژیک اهمیت بسیاری دارد. همچنین، شاخص‌های عملکرد کلیدی مربوطه باید تعریف شوند تا بتوانند ارزیابی کنند که آیا استراتژی مسئولیت اجتماعی با موفقیت اجرا شده است یا خیر؛ در بخش حقوق بشر، ایجاد زیرساخت‌های مناسب جهت تسهیل حضور گروه‌های خاص مانند معلولین در سازمان‌ها، ایجاد شرایطی کاری برابر برای

بانوان، ایجاد محیط‌های ورزشی در دسترس و فراگیر برای همه می‌تواند کارساز باشد؛ در ارتباط با بخش شیوه کار توجه حداکثری به مشارکت نیروی داوطلبی، توسعه برنامه‌های بهزیستی برای کارکنان، داشتن قراردادهای کاری روشن و شفاف می‌تواند مؤثر واقع شود؛ در ارتباط با مشتریان به‌عنوان اصلی‌ترین مصرف‌کنندگان سازمان‌ها، توجه به سلامت و ایمنی آن‌ها، ایجاد زیرساخت‌های مناسب، تأمین خدمات ضروری برای آنها می‌تواند اثرگذار باشد؛ در شیوه‌های عادلانه مبارزه با فساد، احترام به قوانین کشور، شفاف بودن قراردادها و رعایت سقف قراردادهای، ارتقای مسئولیت اجتماعی در زنجیره تأمین می‌تواند عملکرد سازمان‌ها را در این بخش بهبود بخشد؛ با توجه به این موضوع که سازمان‌های ورزشی دارای زیرساخت‌های وسیع، ورزشگاه، زمین چمن و ... می‌باشند. توصیه می‌شود با استفاده از پل‌های خورشیدی، روش‌های تصفیه و استفاده مجدد از آب‌های خاکستری، استفاده از شیرهای آب هوشمند و ... گامی موثرتر جهت کمک به حفظ محیط زیست بردارند؛ در مؤلفه توسعه و مشارکت جامعه کمک به مؤسسات خیریه، حمایت از جامعه در مواجهه با بلایای طبیعی، پرداختن به برنامه‌های سلامتی و ورزش همگانی جهت ارتقای رفاه جامعه می‌تواند مفید واقع شود؛ نظارت و ارزیابی سالانه سازمان‌ها از اجرای مسئولیت اجتماعی و میزان پیشرفت در مؤلفه‌های آن از دیگر پیشنهادات این تحقیق می‌باشد. از جمله محدودیت‌های این تحقیق می‌توان به مواردی مانند وجود مبانی نظری محدود در مطالعات داخلی و خارجی در ارتباط با ایزو ۲۶۰۰۰، دسترسی مشکل به آزمودنی‌ها (با توجه به شرایط قرنطینه) و محدود کردن جامعه پژوهش به شهر تهران اشاره کرد. در این راستا پیشنهاد می‌شود طی پژوهشی کیفی به شناسایی مولفه‌های ۷ گانه مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی پرداخته شود؛ پیشنهاد می‌شود در پژوهش آتی نظر تمام ذینفعان اعم از رسانه، مشتریان، کارکنان، سهامداران، حامیان مالی و ... مورد بررسی قرار گیرد؛ پیشنهاد می‌شود طی مطالعه‌ای جامع به بررسی و رتبه‌بندی مسئولیت اجتماعی تمام سازمان‌های ورزشی کشور از نظر استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ انجام شود.

تقدیر و تشکر

نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از کلیه افرادی که در انجام تحقیق، محققین را همراهی نموده‌اند، تشکر و قدردانی نمایند.

References

- Alavi, S., Ghafouri, F., & Honari, H. (2019). Identification Dimension of Social Responsibility of Celebrities Athletes. *Sport Management Studies*, 12(59), 153-176. (in Persian)
- Afrozeh, M. S., Mozaffari, S. A. A., Aghaee, N., & Saffari, M. (2017). Identify Domains and Factors Affecting on Social Responsibility of Professional Football Clubs Iran. *Sport management and development*, 5(2), 69-89. (in Persian)
- Ahmadi Kahnali, R., Behboodi, M. R., & Sadeghi, Z. (2015). Investigation and analysis of social responsibility based on ISO 26000 with fuzzy approach in Sarkhon and Qeshm Gas Refining Company. The first international conference on management and accounting with a value creation approach. (in Persian)
- Abuín-Penas, J., Babiak, K., & Martínez-Patiño, M. J. (2022). Athlete's philanthropy and social responsibility communication on social media during COVID-19. *Journal of Human Sport and Exercise*, 17(1), 225-234.
- Aghaei N., & Ojagh, S. A. (2022). The role of social responsibility of sports organizations in Iran through social networks in the Covid-19 pandemic. *Research in Educational Sport*. 10(28), 199-228. (in Persian)
- Bakhshandeh, H. (2012). Investigating the social responsibility of the selected clubs of the Iranian Football Premier League and its effect on the reaction of the fans. Master Thesis, University of Tehran. 1-20. (in Persian)
- Chakroun, S., Salhi, B., Amar, A. B., & Jarboui, A. (2019). The impact of ISO 26000 social responsibility standard adoption on firm financial performance: Evidence from France. *Management Research Review*, 43(5), 545-571.
- Damghani, M., Nezaad Sajjadi, A., & Arbab, G. (2016). Evaluate, prioritize and compare the dimensions of social responsibility of Hormozgan Aluminum Football Clubs and Kerman Copper Industry. The First International Conference on Sports Management. Shiraz, Narun Certified Managers Training Institute. (in Persian)
- Filizöz, B., & Fişne, M. (2011). Corporate social responsibility: A study of striking corporate social responsibility practices in sport management. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24(2011), 1405-1417.
- Ibrahim, H., & Almarshed, S. O. (2014). Sporting Event as a Corporate Social Responsibility Strategy. *Procedia Economics and Finance*, 11, 3-14.
- Johansson, M., & Svensson, P. (2018). CSR in Sports Organisations: A Multiple Case Study Aimed to Explore the Factors Influencing Sports Organisations Adoption of CSR. 1-73.
- Jomaa, S. B. (2015). Corporate Social Responsibility in Sports Organizations. *International Journal of Technical Research and Applications*, 3(6), 62-67.
- Lipunga, A. M. (2015). Corporate social responsibility reporting through the lens of ISO 26000: A case of Malawian quoted companies. *International Business Research*, 8(2), 28.

- Liu, D., & Schwarz, E. C. (2020). Assessing the community beliefs about the corporate social responsibility practices of professional football clubs in China. *Soccer & Society*, 21(5), 584-601.
- 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*, 20(2), 353-370.
- Michie, J., & Oughton, C. (2005). The corporate governance of professional football clubs in England. *Corporate governance: An international review*, 13(4), 517-531.
- Moratis, L. (2017). The credibility of corporate CSR claims: a taxonomy based on ISO 26000 and a research agenda. *Total Quality Management & Business Excellence*, 28(1-2), 147-158.
- Mohammadi, H., & Hakimi, A. (2017). Assessing the principles of corporate social responsibility with the standard approach of ISO 26000 (Case study: Mazandaran Province Gas Company). *Journal of Standard and Quality Management*, 7 (1), 16-33. (in Persian)
- Niknam Shiri, Z. (2020). Investigating the social responsibility of the selected clubs of the Iranian Football Premier League based on ISO 26000. Master's thesis, Al-Zahra University. 1-20. (in Persian)
- Nemoto Rechden, E. (2013). Implementing Corporate Social Responsibility (CSR): Assessing Current CSR Status at Haldex. IIIIEE Master thesis.
- Ngwenya Z Z. (2010). The Value Drivers of Investing in sport based Corporate Social Responsibility Initiative, A Research Project Submitted to the Gordon Institute of Business Science in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Business Administration, university of Pretoria.
- Onlaor, W., & Rotchanakitumnuai, S. (2010). Enhancing customer loyalty towards corporate social responsibility of Thai mobile service providers. *World academy of science, engineering and technology*, 40(6), 41-52.
- Olander, L. (2019). The challenge of becoming socially responsible: implementing ISO 26000 in industrial retail.
- Robertson, J. F. (2016). Exploring the Social Responsibility of Sport Organisations (Doctoral dissertation, Victoria University).
- Su, L., Pan, Y., & Chen, X. (2017). Corporate social responsibility: Findings from the Chinese hospitality industry. *Journal of retailing and consumer services*, 34, 240-247.
- Shabani, A. (2018). Study of Social Responsibility and Professional Ethics in Sports Organizations of Iran. *Journal of Social Research*, 10(38), 46-66. (in Persian)
- Salehi Omran, I., Sabeti, A., & Hassanzadeh Barani Kord, S. (2012). Investigating the importance of corporate social responsibility indicators in industrial centers and universities. *Higher Education of Iran*, 4 (2), 1-35. (in Persian)
- Zhang, W. (2012). "Gap Analysis of ISO 26000 in Two Atlas Copco Comp Anies in China: Atlas Copo (Nanjing) Construction and Mining Equipment Co., Ltd". And Wuxi Pnumatech Air/ Gas Purity Equipment Co., Ltd.
- Zore, M., Bastič, M., & Mulej, M. (2016). Seven or Fewer Core Contents of Social Responsibility?. *Naše gospodarstvo/Our Economy*, 62(3), 29-38.
- Zargar, T., & Rynne, S. (2022). Designing and compiling a social responsibility charter for sports organizations in the Islamic Republic of Iran. *Journal of Sport Management*. 14 (4), 360-377. (in Persian)