



Research Paper

Investigating Corporate Social Responsibility of Sports Clubs in Corona Era based on Human Resource Management

Tayebeh Zargar¹, Steven Rynne²

1. Assistant Professor in Sports Management, Department of Physical Education, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
2. The School of Human Movement and Nutrition Sciences, The University of Queensland, Brisbane, Australia.

Received: 28 February 2022

Accepted: 28 May 2022

Extended Abstract

Summary

The aim of this study was to investigate the factors affecting the social responsibility of sports clubs during the Corona era on human resource management. This qualitative research work is done using the Glaserian Approach of data foundation theory. Semi-structured interviews were conducted with a purposeful sampling technique based on theoretical saturation with 13 experts. The result of analyzing the collected data is identifying 39 concepts and 13 categories under the heading of organizational mission, organizational rules, supportive spirit, managers' attitude, individual skills, collective skills, responsible behaviors, dignity and respect, human capital, and information. Therefore, the social responsibility of sports clubs based on manpower management in the Corona period as a product is subject to organizational, behavioral, and cultural inputs.

Introduction

In the framework of the fight against the Covid-19 epidemic, organizations play a central role as part of the economic and social fabric of a country (1). Due to the increasing pressure of the society, the organizations should adopt a socially responsible behavior, and expand their social responsibility policies to adapt to the new conditions (2). Sports clubs as one type of organization offer educational activities in many fields such as meeting the social needs of different strata of society and developing environmental protection activities in the form of social responsibility activities (3). Tabesh *et al.* (2020) have investigated that sports clubs should prioritize social responsibility activities in order to have a competitive advantage and be successful (4). It is mentioning that social responsibility is becoming a strategic area for sports clubs, and the managers of these clubs should not only have sufficient knowledge and understanding of the development of social responsibility but it is also necessary to plan scientific (5), and because the social responsibility of sports clubs in the era of Corona as a staff subordinate to various institutions and sufficient knowledge of these institutions is not available, the present work tries to answer this question, the phenomenon of social responsibility. What factors are human-based sports clubs subject to during the Corona era?

Methodology and Approach

This qualitative research work was done using the Glaserian Approach of data foundation theory. Semi-structured interviews were conducted with purposeful sampling technique based on theoretical saturation with 13 experts (professors and researchers in the field of sports management, managers, heads of sports boards, staff and employees of the General Directorate of Sports and Youth). Lincoln and Guba (1985) evaluation criteria including validity, transfer, reliability, and verification criteria were



used to evaluate the quality and validity of the results. Finally, the three overlapping processes of open, axial, and selective coding were used to analyze the data. Its results were presented in the form of Table 1. According to the existing agreement, the internal agreement rate above 60% indicated the appropriate reliability of the tool, so the results of the following table show that the conducted interviews have an acceptable reliability.

Table 1. Test reliability.

Reliability percentage	Disagreements	Agreements	Number of codes	Interview number
83	2	5	12	3
90	1	5	11	7
93	1	7	15	12
89	4	17	38	<i>sum</i>

Results and Conclusion

Based on the results of descriptive statistics, 10 participants were male and 3 were female. The education level of most of the participants was doctorate (10 people). Also 5 of them were working as the executive managers in sports clubs, and 8 of them were the members of the university faculty. In this research work, the interviews were examined line by line, conceptualization, categorization based on similarity, conceptual connection and common characteristics between open codes, concepts, and categories. Open codes were identified and marked by the researcher. Then by reviewing and aggregating the codes, 39 concepts were obtained in the open coding stage, and 13 sub-categories and 3 main categories were obtained in the axial coding stage under the heading of organizational mission, organizational rules, supportive spirit, managers' attitude, individual skills, collective skills, responsible behaviors, dignity and respect, human capital, and information. One of the factors affecting social responsibility was the organizational factors. Due to the increasing pressure of the society, the organizations adopt a socially responsible behavior and expand their social responsibility policies to adapt them to the new epidemic conditions (6). This main category includes sub-categories, each of which shows a specific responsibility in sports clubs. These categories include the organization's mission, organizational rules, patronage spirit, and managers' attitude. The findings of the research work showed that behavioral factors were among other things that influenced social responsibility. These factors include individual and collective skills, responsible behaviors, and respect. In personal skills, issues such as decision-making skills in critical situations, growth and development of personal skills, and increasing responsible spirit were discussed. Another finding is related to the cultural factors. Among the cultural factors is the human capital, which refers to matters such as determining the importance of the role of different work groups in the organization, the importance of the role of individuals in the club, and the capitalistic view of human resources. Currently, many sports organizations including professional sports, adopt social responsibility programs. Therefore, it can be said that professional sport leagues and clubs have a significant amount of social responsibility programs (7). On this basis, in order to institutionalize the social responsibility of their clubs and to improve the social aspects of their respective clubs, it is suggested to the managers of the sports clubs to put these factors at the forefront of their work in all their actions and programs.

Keywords: Sports clubs, Responsible behavior, Human resource management, Social responsibility, Corona virus.

Ethical Considerations: Compliance with Research Ethical Guidelines. In this study, the research articles that observed ethical points were used and an attempt to clearly report the results of previous studies with no bias. Honesty and fidelity have also been observed in the analysis of texts and citations

Funding: This study received no funding from public, commercial, or nonprofit organizations.



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

Conflicts of interest: The authors declared no conflict of interest

Acknowledgement: We thank all those who helped us in this study.

References

1. García-Sánchez I-M, Raimo N, Marrone A, Vitolla F. How does integrated reporting change in light of COVID-19? A Revisiting of the content of the integrated reports. *Sustainability*. 2020;12(18):7605.
2. Droppert H, Bennett S. Corporate social responsibility in global health: an exploratory study of multinational pharmaceutical firms. *Globalization and health*. 2015;11(1):1-8.
3. Walker MK A. Do fans care? Assessing the influence of corporate social responsibility on consumer attitudes in the sport industry. *Journal of Sport Management*. 2010;23(6):743-69.
4. Li T, Hao L, Kubiczek J, Pietrzyk A. Corporate social responsibility of sports club in the era of coronavirus pandemic. Zagłębie Sosnowiec case study. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 2021:1-20.
5. Tabsh S, Alavi S, Hoseiny M. Outbreak of Covid-19 Virus: Social Responsibility of Sports Clubs. 2020.
6. Hamil S, Morrow S. Corporate social responsibility in the Scottish Premier League: Context and motivation. *European Sport Management Quarterly*. 2011;11(2):143-70.
7. Walker MK, A. Do fans care? Assessing the influence of corporate social responsibility on consumer attitudes in the sport industry. *Journal of Sport Management*,. 2010; 23(6), :743-69.

To cite this article:

Zargar T, Rayyne S. Investigating Corporate Social Responsibility of Sports Clubs in the Corona Era based on Human Resource Management. *Mudiriyyat-i manabi-i insani dar varzish (Human Resource Management in Sport)*. 2022; 9(2):285-300. <http://dx.doi.org/10.22044/shm.2022.11710.2452>

Corresponding Author: **Tayebeh Zargar**

E-mail: zargar_ta@yahoo.com





بررسی مسئولیت اجتماعی باشگاه های ورزشی در دوران کرونا با توجه به مدیریت نیروی انسانی

طیبه سادات زرگر^۱، استون رین^۲

۱. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. دانشیار گروه علوم رفتاری و سلامتی، دانشکده حرکت انسانی و علوم تغذیه، دانشگاه کوئینزلند، برزبین، استرالیا

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۹

چکیده

هدف: این پژوهش با هدف بررسی مسئولیت اجتماعی باشگاه های ورزشی در دوران کرونا با توجه به مدیریت نیروی انسانی انجام شد.

روش شناسی: این پژوهش کیفی با استفاده از رویکرد گلیزری نظریه داده بنیاد انجام شده است. با استفاده از نمونه گیری هدفمند و براساس اشباع نظری با ۱۳ نفر از صاحب نظران (اساتید و پژوهشگران حوزه مدیریت ورزشی، مدیران، رؤسای هیئت های ورزشی، کارمندان ادارات کل ورزش و جوانان) مصاحبه نیمه ساختار یافته انجام شد. جهت بررسی کیفیت و اعتبار بخشی نتایج از معیارهای ارزشیابی لینکلن و گابا (۱۹۸۵) شامل معیارهای اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأیید پذیری استفاده گردید. سرانجام جهت تجزیه و تحلیل داده ها از سه فرایند همپوش کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد.

یافته ها: حاصل تحلیل داده های گردآوری شده شناسایی ۳۹ مفهوم و ۱۳ مقوله فرعی و ۳ مقوله اصلی تحت عنوان مأموریت سازمان، قوانین سازمانی، روحیه حمایت گری، نگرش مدیران، مهارت های فردی، مهارت های جمعی، رفتارهای مسئولانه، عزت و احترام، سرمایه انسانی، اطلاع رسانی، سبک زندگی سالم، نظم و انضباط، فرهنگ اجتماعی بود که در سه مقوله اصلی به نام های شاخص های فرهنگی، رفتاری و سازمانی دسته بندی شدند.

نتیجه گیری: مسئولیت اجتماعی باشگاه های ورزشی مبتنی بر مدیریت نیروی انسانی در دوران کرونا به عنوان یک ستاده تابع نهادهای سازمانی، رفتاری و فرهنگی است و حضور این نهادهای با توجه به شرایط خاص حاکم به دلیل بیماری کرونا ضروری به نظر می رسد. بر این مبنا به مدیران باشگاه های ورزشی پیشنهاد می شود جهت نهادینه سازی مسئولیت پذیری اجتماعی باشگاه های خود و اینکه وجه اجتماعی باشگاه های متبوع خود را بهتر کنند این عوامل در تمامی اقدامات و برنامه های خود را سرحوله کار قرار دهند.

واژه های کلیدی: رفتار مسئولانه، سرمایه انسانی، مسئولیت اجتماعی، فرهنگ اجتماعی، روحیه حمایت گری.

نویسنده مسئول: طیبه سادات زرگر

E-mail: zargar_ta@yahoo.com

تلفن: ۰۹۱۲۳۴۰۳۹۶۳



مقدمه

از ابتدای اعلام سازمان بهداشت جهانی مبنی بر شیوع نوعی از ویروس کرونا به شکل همه‌گیر، کووید-۱۹ تقریباً در همه کشورهای جهان انتشار یافته است و تغییرات اساسی را در سراسر جهان ایجاد کرده است (۱). در حقیقت، همه‌گیری کووید-۱۹ نه تنها باعث مرگ، رنج انسان و انزوای اجتماعی شده است، بلکه شوک‌های جدی برای اقتصاد جهان ایجاد کرده است (۲). اثرات شدید همه‌گیری کووید-۱۹، مردم را به مبارزه با فاجعه بهداشت و بحران مالی سوق داده است. برای مقابله این پدیده نوظهور، مردم در سراسر جهان نیازمند به همکاری و حمایت از یکدیگر هستند (۱). در چارچوب مبارزه با همه‌گیری کووید-۱۹، سازمان‌ها به عنوان بخشی از بافت اقتصادی و اجتماعی یک کشور، نقش محوری را ایفا می‌کنند (۳). با توجه به فشار فزاینده جامعه، سازمان‌ها باید رفتار مسئولانه اجتماعی را اتخاذ کنند و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی^۲ خود را برای تطبیق با شرایط جدید گسترش دهند (۴). به طور خاص، از باشگاه‌ها خواسته می‌شود که همچون سایر سازمان‌ها نه تنها به نفع مشتریان خود، بلکه به منظور حمایت از کل جامعه ابتکاراتی را اتخاذ کنند (۱). پیامدهای شدید همه‌گیری کووید-۱۹، که فقر و نابرابری‌ها را در جامعه افزایش داده است، نیازمند توجه ویژه به افراد آسیب‌پذیر از نظر جسمی یا اقتصادی است (۳). این افراد در واقع با خطرات و عدم قطعیت‌های بیشتری برای سلامتی خود روبرو هستند. برای وضعیت اقتصادی و رفاه آنها و بنابراین، حفاظت از آنها اولویت مطلق برای کشورهای جهان است. سازمان‌ها به عنوان بخشی از سیاست‌های مسئولیت اجتماعی خود، تلاش‌های بیشتری را برای کمک و حمایت فعالانه از نیروی انسانی آسیب‌پذیر انجام می‌دهند (۵). از این منظر، اجرای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی با هدف حفاظت از ضعیف‌ترین‌ها نیز می‌تواند نشان‌دهنده یک استراتژی برد-برد باشد که می‌تواند منافع را برای جامعه تضمین کند (۶). به طور خاص، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، علاوه بر نشان دادن یک نوع مدیریت مسئولیت‌پذیری اجتماعی با هدف حفاظت از ضعیف‌ترین افراد در طول همه‌گیری کووید-۱۹، می‌تواند باعث بهبود شهرت سازمان‌ها شود (۷). شرایط غیرقابل پیش‌بینی، مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها را با چالش‌هایی مواجه کرده است (۸). همه‌گیری کرونا، یکی از مهمترین تغییرات زیست محیطی در تاریخ بازاریابی مدرن را نشان می‌دهد که به طور بالقوه تأثیر زیادی بر مسئولیت اجتماعی سازمان، اخلاق مصرف‌کننده و فلسفه بازاریابی دارد. همچنین، می‌تواند فرصتی عالی برای سازمان‌ها ایجاد کند که با حرکت به سمت کمک‌های بشردوستانه و رفتار مسئولانه نسبت به جامعه، اعتبار سازمان خود را بالا برده و در از بین بردن شرایط اضطراری اجتماعی و زیست محیطی جهانی شرکت کنند (۹). مسئولیت اجتماعی شرکت مفهومی است که به موجب آن شرکت‌ها، دغدغه‌های محیط زیستی و اجتماعی را در عملکردهای کسب و کارشان و در تعامل خود با ذی‌نفعان به صورت داوطلبانه ادغام می‌کنند. صاحبان کسب و کار نیز دریافتند که با انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در سازمان، می‌توان پول بیشتری به دست آورد، خطرپذیری‌های مالی را کاهش داد؛ کارکنان خوب را حفظ کرد، علایم تجاری مورد احترام را ایجاد و با هماهنگی بیشتر با سایر صاحبان کسب و کار همزیستی کرد (۱۰). شرکت‌های درگیر با مسئولیت اجتماعی می‌توانند برای انجام مأموریت اجتماعی خود و پاسخ به انتظارات جامعه، شایستگی کارکنان را بهبود بخشند (۱۱).

مدیریت منابع انسانی فرایندی است که اساساً رویه‌ها، وظایف، فعالیت‌ها و سیاست‌های کلیدی یک سازمان را در رابطه با دارایی‌های اصلی خود یعنی کارمندان پوشش می‌دهد، از جمله استخدام، اخراج، آموزش، ارزیابی عملکرد، تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌های حفظ و نگهداشت کارمندان (۱۲). در پس تولید هر محصول یا خدمتی، ذهن انسان، تلاش و ساعت‌ها (ساعت کار) وجود دارد. هیچ محصول و خدماتی بدون کمک انسان تولید نمی‌شود. انسان منبع اساسی برای ساخت یا تولید هر چیزی است. پرورش و تربیت سرمایه انسانی متخصص و مسئول یکی از وظایف مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها است (۱۲).

1. Covid-19
2. Social Responsibility



اگر نیازهای کارکنان برآورده شود، آنها از کار در سازمان خود رضایت بیشتری خواهند داشت و رضایت خود را به ذی‌نفعان بیرونی منتقل خواهند کرد. شهوازیان و همکاران (۲۰۲۰) در یافته‌های تحقیق خود نشان می‌دهند که مدیران منابع انسانی با بهره‌گیری از استراتژی‌های خاصی همانند آموزش و توانمندسازی منابع انسانی، شناسایی شیوه‌های تأمین مالی و کاهش هزینه و بکارگیری نظام مدیریت منابع انسانی متمایز، همچنین کسب حمایت‌های دولت، می‌توانند اهداف خود را در کلیه سطوح سازمانی محقق کرده و تأثیر منفی بحران کرونا بر عملکرد مدیریت منابع انسانی در هتل‌ها را تعدیل نماید (۱۳).

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 به عنوان 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 به عنوان فعالیت‌های برون‌محور می‌نگرند. اگر چه برخی از کشورها شروع به تصویب قانون در رابطه با مسئولیت‌های اجتماعی کرده‌اند، اما تاکنون بی‌اثر بوده است؛ زیرا این قوانین بیشتر کمیت را به جای کیفیت اجرای مسئولیت‌ها، مبنای قرارداده‌اند (۱۴). تابش و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق دیگری به مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی پرداختند. از آنجا که باشگاه‌ها برای جذب مشتری و موفق شدن در بازار محلی و ملی با هم در حال رقابت هستند، بنابراین باشگاه‌های ورزشی برای داشتن مزیت رقابتی و موفق شدن باید توجه به فعالیت‌ها در زمینه مسئولیت اجتماعی را در اولویت قرار داده و آنها را انجام دهند (۱۵). 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 به عنوان ابعاد مسئولیت اجتماعی این ورزشکاران شناسایی کردند (۱۶). منتظری و همکاران (۲۰۱۷)، معتقدند که مسئولیت اجتماعی در فوتبال در نگرش هواداران نقش مثبت و مؤثری دارد. به‌علاوه، مسئولیت اجتماعی به صورت غیر مستقیم 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 این رو، 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 (۱۷). رایمو^۱ و همکاران (۲۰۲۰) تحلیل موردی چندگانه بر اساس ۱۴ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار مادرید که با سازمان‌های غیردولتی مختلف همکاری داشته‌اند، انجام شد. نتایج نشان می‌دهد که این شرکت‌ها عمدتاً با هدف ارائه حمایت غذایی، بهداشتی، اجتماعی و فناوری به جامعه و افراد آسیب‌پذیر انجام می‌شود (۱۸). آبدآگارسیا^۲ 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 به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم تحت تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی قرار دارد (۱۹).

در حال حاضر تمامی جوامع تحت تأثیر همه‌گیری کووید-۱۹ قرار دارند. بنابراین، سازمانی در رسیدن به اهداف خود می‌تواند موفق باشد که علاوه بر برخورداری از مهارت‌های فنی و تخصصی، به دانش سیاسی و بینش اجتماعی در رابطه با شیوع ویروس کرونا نیز مجهز باشد. از طرفی، از جمله سازمان‌هایی که کارکردهای اجتماعی وسیعی را دارند، باشگاه‌های ورزشی می‌باشند.

1. Raimo
2. Úbeda-García



هر باشگاه ورزشی در چارچوب جامعه شناختی، باید مطلع باشد که ورزش یک پدیده اجتماعی است که جامعه را با خود درگیر می‌کند و ضمن تحمیل تحولاتی عظیم بر ساختار جامعه، نیروی انسانی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. ورزش دارای ویژگی‌هایی است که می‌تواند همچون یک نیروی قدرتمند به طور مثبت بر کیفیت و دامنه فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی تأثیر بگذارد (۲۰). ورزش به عنوان عامل انعکاس‌دهنده و تسهیل‌ساز تغییرات اجتماعی و به عبارتی دیگر، انعکاس‌دهنده تغییرات مثبت و منفی در سرتاسر جهان محسوب می‌شود (۲۱). اسمیت و وستریک^۱ (۲۰۰۷) مشخص نمودند که ورزش یکی از حوزه‌های مهم و اساسی در جهت بهبود مسئولیت اجتماعی می‌باشد (۲۲). گودفری^۲ (۲۰۰۹) نیز مشخص نمودند که ورزش و مسئولیت اجتماعی ارتباطات نزدیکی را دارا می‌باشند. مسئولیت اجتماعی با برخی از انواع ورزش شامل ورزش حرفه‌ای و قهرمانی و ورزش همگانی ارتباطات نزدیکی دارد (۲۳). بریتبارس^۳ و همکاران (۲۰۱۵) نیز مشخص نمودند که سازمان‌ها و حکومت‌ها نقش مهم و اساسی در جهت پاسخگویی به مسئولیت اجتماعی در ورزش را دارا می‌باشند (۲۴).

در سال‌های اخیر، بسیاری از لیگ‌های ورزشی حرفه‌ای و باشگاه‌ها دارای برنامه‌های قابل توجهی از مسئولیت اجتماعی می‌باشند (۲۵). باشگاه‌های ورزشی به عنوان یک سازمان این قابلیت را دارند تا در اکثر مقوله‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی نقش مهمی را ایفا کنند و در دنیای امروز کمتر پدیده‌ای را می‌توان پیدا کرد که از این چنین ویژگی و قابلیت برخوردار باشد، اما در شرایط کنونی این پدیده جهانی با یک چالش جدی به نام کرونا مواجه شده است (۲۸). چالشی که ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی را دچار تغییرات گسترده‌ای کرده است و نمی‌توان از کنار این مسئله به آسانی گذشت. این بیماری تجربه کار را برای اکثریت قریب به اتفاق کارمندان تغییر داده است و سازمان‌ها را در سراسر جهان مجبور کرد تا نحوه سازماندهی کار و نحوه طراحی مشاغل را تغییر دهند (۲۹). در شرایط به وجود آمده مسئله مهم این است که باشگاه‌های ورزشی چه مسئولیت‌های اجتماعی در برابر نیروی انسانی در دوران کرونا دارند. تحقیقات علمی در باب مسئولیت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی، رو به رشد بوده است و بسیاری از محققان در زمینه‌های مختلف به دنبال جستجو و تحلیل این مفهوم هستند در واقع تحقیقاتی که پل‌های ارتباطی بین مدیریت منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی را ایجاد می‌کند، به ویژه مورد استقبال قرار می‌گیرد (۳۰، ۲۹). شایان ذکر است مسئولیت اجتماعی برای باشگاه‌های ورزشی در حال تبدیل شدن به یک حیطه استراتژیک است و مدیران این باشگاه‌ها نه تنها باید نسبت به توسعه مسئولیت اجتماعی و اهمیت استراتژیک آن آگاهی و شناخت کافی داشته باشند، بلکه لازم است با طرح اقدامات علمی و عملی زمینه‌بستگی و نهادینه‌سازی آن را فراهم کنند و به این مسئله توجه داشته باشند که حفظ و نگهداری شهرت سازمانی، متمایز بودن نسبت به سایر باشگاه‌ها، افزایش وفاداری هواداران، ایجاد مزیت رقابتی، بهبود عملکرد مالی، ایجاد تصویری بهتر از باشگاه، بهبود روابط با جامعه صرفاً در سایه توجه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه امکان‌پذیر است (۳۱) و چون مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در دوران کرونا به عنوان یک ستاده تابع نهاده‌های مختلفی و شناخت کافی از این نهاده‌ها در اختیار نیست مطالعه حاضر در صدد است به این سؤال پاسخ دهد که پدیده مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی مبتنی بر نیروی انسانی در دوران کرونا تابع چه عواملی است؟

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر نوع جستجوی داده‌ها، کیفی است که براساس نظریه داده بنیاد انجام گرفت و از حیث هدف از نوع بنیادی-اکتشافی بود. رهیافت داده بنیاد در این پژوهش رهیافت گلیزری که به نوع کلاسیک آن مشهور است، انتخاب شد. از طریق روش نمونه‌گیری هدفمند و براساس اشباع نظری با ۱۳ نفر از صاحب‌نظران (اساتید و پژوهشگران حوزه مدیریت ورزشی، مدیران،

1. Smith and Westerbeek
2. Gofffrey
3. Breitbarth



رؤسای هیئت های ورزشی، کارمندان ادارات کل ورزش و جوانان) مصاحبه نیمه ساختار یافته انجام شد. شیوه انجام مصاحبه به جزء ۳ نفر که مصاحبه با آن ها به صورت تلفنی انجام شد، با دیگر مشارکت کنندگان به صورت انفرادی و در محل کارشان مصاحبه گردید. شرکت در مصاحبه داوطلبانه بود و به مشارکت کنندگان گفته شده بود که می توانند از پاسخ به برخی از پرسش ها امتناع کنند و یا هر زمان می خواهند به مصاحبه ادامه ندهند. به افراد اطمینان داده شد که این مصاحبه در اختیار دیگران قرار نمی گیرد و در صورتی که در نتایج تحقیق نقل قولی صورت بگیرد از اسامی مستعار استفاده خواهد شد. محقق از شرکت کنندگان درخواست می کرد تا توسعه مسئولیت اجتماعی باشگاه های ورزشی را تعریف کرده و به سؤالاتی که پژوهشگر مطرح می کرد پاسخ دهند. پس از هر پرسش، پرسش های دیگر مطرح می شد تا توصیف مشارکت کنندگان دقیق باشد. در جریان مصاحبه، مصاحبه کننده به دقت یادداشت بر می داشت. از تمام مشارکت کنندگان اجازه گرفته شد تا صحبت های آنها ضبط شود. مصاحبه تا زمان دستیابی به اشباع نظری، یعنی کاهش یافتن افکار و ایده های نو و بدیع، ادامه یافت. زمان مصاحبه ها از ۲۰ الی ۵۰ دقیقه متفاوت بود. متن هر یک از مصاحبه ها به صورت نوشته درآمد تا در تحلیل پاسخ شرکت کنندگان از آن استفاده شود. همچنین جهت بررسی کیفیت و اعتبار بخشی نتایج در تحقیق حاضر از معیارهای ارزشیابی لینکلن و گابا^۱ (۱۹۸۵) شامل معیارهای اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأیید پذیری استفاده شد. در ادامه، به برخی راهبردهای مناسب برای برآورده ساختن این معیارها در پژوهش حاضر اشاره شده است (۳۲). اعتبار: برای دستیابی به این معیار، در پژوهش حاضر در فرایند جمع آوری داده ها و اطلاعات و انتخاب نمونه پژوهش برای مصاحبه و طراحی سؤالات مصاحبه از منابع و جنبه های گوناگونی استفاده شد و متن مصاحبه و کدهای استخراج شده برای مشارکت کنندگان در مصاحبه ارسال و نقطه نظرات آنها اعمال شد. در پژوهش حاضر، به منظور دستیابی به معیار انتقال پذیری تمام مراحل پژوهش برای استفاده احتمالی محققان دیگر به صورت مکتوب مستندسازی شد و شرایط جمعیت شناختی مصاحبه شوندها به صورت تفصیلی ارائه شد. همچنین برای دستیابی به قابلیت اعتماد از یکی از متخصصان حوزه مدیریت در فرایند کدگذاری در پژوهش کمک گرفته شد. به صورت تصادفی دو مصاحبه انتخاب شد و پس از آموزش های لازم کدگذاری توسط ایشان انجام گرفت. در هر یک از مصاحبه ها کدهایی که از نظر دو نفر مشابه باشند، با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص شدند و درصد توافق بین دو کدگذار با استفاده از فرمول کاپا محاسبه شد و نتایج آن در قالب جدول شماره ۱ ارائه شد. بنابر توافق موجود، میزان توافق درونی بالای ۶۰ درصد بیانگر پایایی مناسب ابزار بود، بنابراین نتایج جدول زیر نشان می دهد که مصاحبه های انجام شده از پایایی قابل قبولی برخوردار بودند.

جدول ۱. پایایی آزمون

Table 1. Test reliability

شماره مصاحبه	تعداد کدها	توافقات	عدم توافقات	درصد پایایی
۳	۱۲	۵	۲	۸۳
۷	۱۱	۵	۱	۹۰
۱۲	۱۵	۷	۱	۹۳
مجموع	۳۸	۱۷	۴	۸۹

برای بررسی تأیید پذیری در این تحقیق نتایج حاصل شده در اختیار چند تن از اساتید دانشگاه خارج از فرایند پژوهش قرار گرفت و پس از مطالعه و بازبینی نظرات آنها اخذ شد و سرانجام در متن حاضر مراحل پژوهش اعم از جمع آوری داده ها، تحلیل و شکل گیری درون مایه ها، به منظور فراهم آوردن امکان ممیزی پژوهش برای مخاطبان و خوانندگان تشریح شد. سرانجام جهت تجزیه و تحلیل داده ها از سه فرایند همپوش کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد.

یافته ها

در جدول ۲ ویژگی های جمعیت شناختی مشارکت کنندگان نشان داده شده است. براساس نتایج آمار توصیفی، تعداد ۱۰ نفر از مشارکت کنندگان مرد و ۳ نفر زن بودند. سطح تحصیلات بیشتر مشارکت کنندگان دکتری بود (۱۰ نفر). همچنین ۵ نفر از آنها به عنوان مدیران اجرایی مشغول در باشگاه های ورزشی و ۸ نفر نیز عضو هیئت علمی دانشگاه بودند.

جدول ۲. مشارکت کنندگان بخش کیفی

Table 2. Samples of qualitatively section

نمونه ها	سطح تحصیلات	عوامل اجرایی	عوامل دانشگاهی	زن	مرد
نمونه ۱	کارشناسی ارشد	*			*
نمونه ۲	دکتری		*		*
نمونه ۳	دکتری		*		*
نمونه ۴	دکتری		*	*	
نمونه ۵	دکتری		*		*
نمونه ۶	کارشناسی ارشد	*			*
نمونه ۷	دکتری	*			*
نمونه ۸	دکتری		*		*
نمونه ۹	دکتری		*		*
نمونه ۱۰	کارشناسی ارشد	*		*	
نمونه ۱۱	دکتری		*		*
نمونه ۱۲	دکتری	*		*	
نمونه ۱۳	دکتری		*		*

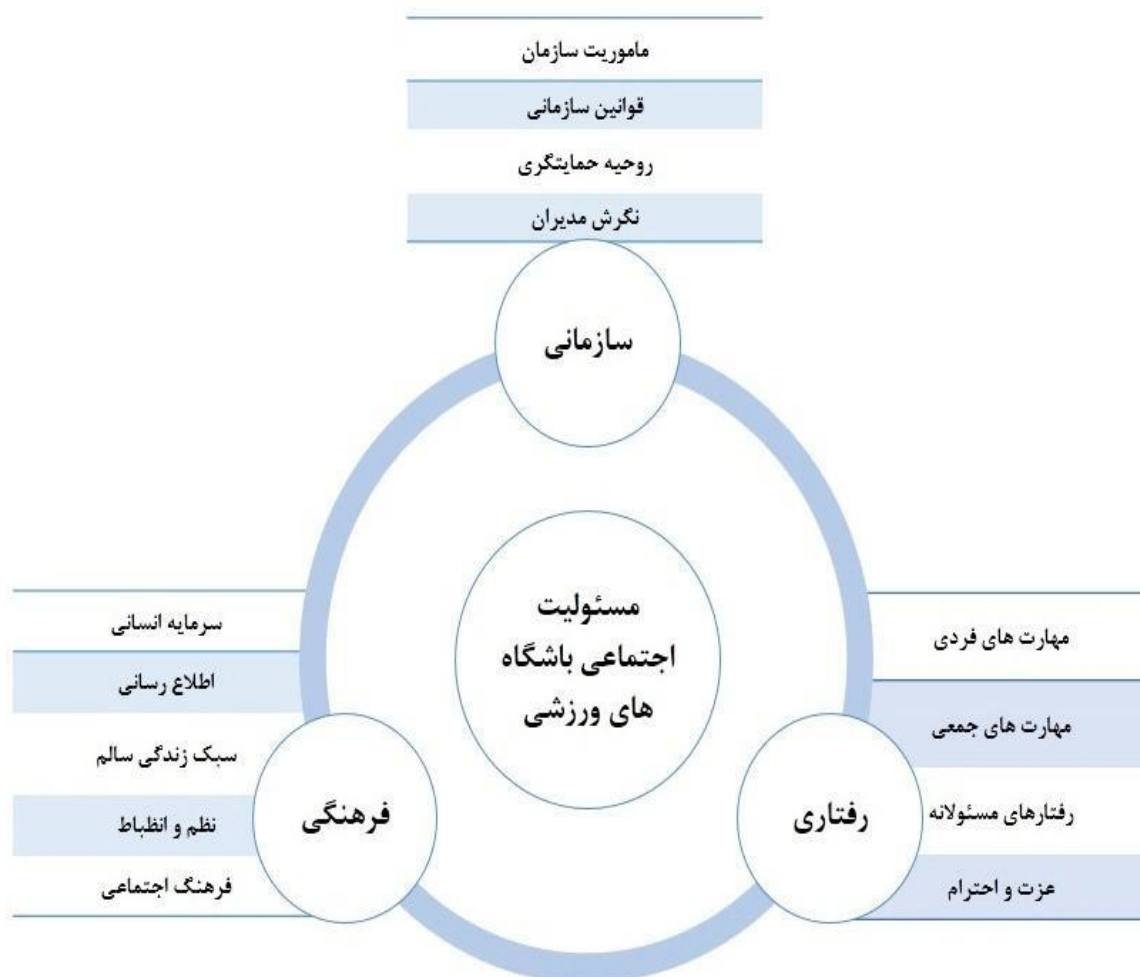
در پژوهش حاضر، چگونگی تحلیل و نام گذاری مفاهیم، دسته بندی و کشف ویژگی ها و ابعاد آنها در داده ها از طریق انجام مقایسه ای ثابت است. در این پژوهش مصاحبه ها سطر به سطر بررسی، مفهوم پردازی، مقوله بندی بر اساس مشابهت، ارتباط مفهومی و خصوصیات مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقولات (طبقه ای از مفاهیم) مشخص شدند که در نهایت همانطور که در جدول شماره ۳ آورده شده است تعداد ۹۱ کد باز توسط پژوهشگر شناسایی و نشانه گذاری شد. سپس با بازنگری و تجمیع کدها، در مرحله کدگذاری باز، ۳۹ مفهوم و در مرحله کدگذاری محوری، ۱۳ مقوله فرعی و ۳ مقوله اصلی به دست آمدند.

جدول ۳. مراحل کدگذاری

Table 3. Steps of coding

مفاهیم	مقوله های فرعی	مقوله های اصلی		
در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی در نیازهای اولیه باشگاه مشخص کردن رسالت باشگاه در زمینه مسئولیت اجتماعی لحاظ کردن نقش مسئولیت اجتماعی انسانی در فعالیت های باشگاه پذیرش مسئولیت اجتماعی انسانی به وسیله استنادات قانونی تاکید بر ضرورت مسئولیت اجتماعی از طریق قوانین مدون نمایش ضرورت مسئولیت اجتماعی مدیریت از طریق مقررات باور مدیران باشگاه به اهمیت منابع انسانی پیشگامی و مشارکت مدیریت باشگاه در مسئولیت پذیری تعهد مدیریت باشگاه به صیانت از مسئولیت اجتماعی نگرش مثبت به روابط انسانی و کارکنان توجه به انگیزش کارکنان صیانت از آرمان های باشگاه	مأموریت سازمان	شاخص های سازمانی		
	رشد و توسعه مهارت های فردی مهارت تصمیم گیری در شرایط بحرانی افزایش روحیه مسئولیت پذیری توسعه آگاهی های افراد در باشگاه توسعه مهارت های ارتباطی همراه کردن مربیان جهت دستیابی به اهداف باشگاه وفاق و همدلی در کار توسط کادر باشگاه وجود تعهد و وفاداری به اهداف باشگاه گرایش به همکاری و مشارکت احترام به سنت های جامعه احترام به قوانین جامعه احترام به فرهنگ	قوانین سازمانی	شاخص های رفتاری	
		روحیه حمایتگری		
		نگرش مدیران		
	تعیین اهمیت نقش گروه های مختلف کاری در سازمان مشخص بودن اهمیت نقش جایگاه اشخاص در باشگاه نگاه سرمایه ای به منابع انسانی آگاهی دادن در مورد حق و حقوق قانونی مربیان و کارکنان اطلاع رسانی موفقیت های مسئولیت اجتماعی باشگاه شرح شرایط و محدودیت های موجود باشگاه ترویج و ترغیب افراد به فعالیت های ورزشی الگوسازی ورزشی مناسب در جامعه تاکید بر اوقات فراغت فعال سرعت و دقت در انجام کارها انجام به موقع کارها و دوری از بی حوصلگی وجود سیستم خود کنترلی فرهنگ سازی در زمینه مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی شناسایی محیط بیرونی و درک انتظارات آن آگاهی از زمینه های فرهنگی اجتماعی جامعه	مهارت های فردی	شاخص های فرهنگی	
		مهارت های جمعی		
		رفتارهای مسئولانه		
		احترام به سنت های جامعه احترام به قوانین جامعه احترام به فرهنگ	عزت و احترام	
			سرمایه انسانی اطلاع رسانی سبک زندگی سالم نظم و انضباط فرهنگ اجتماعی	شاخص های فرهنگی
اطلاع رسانی				
سبک زندگی سالم نظم و انضباط فرهنگ اجتماعی		سبک زندگی سالم	شاخص های فرهنگی	
				نظم و انضباط
				فرهنگ اجتماعی

با اقتباس از متن مصاحبه و کدگذاری محوری و انتخابی الگوی مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی مبتنی بر مدیریت نیروی انسانی در دوران کرونا براساس شکل ۱، طراحی گردید. بر مبنای این مدل سه عامل اصلی سازمانی، رفتاری و فرهنگی جزء مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی مبتنی بر مدیریت نیروی انسانی در دوران کرونا هستند که خود از ترکیب مقوله‌های فرعی تشکیل شده‌اند که در شکل مذکور نمایه شده‌اند.



شکل ۱. مدل مسئولیت اجتماعی باشگاه های ورزشی مبتنی بر مدیریت نیروی انسانی در دوران کرونا

Figure 1. Corporate social responsibility model based on manpower management in the Corona era

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در دوران کرونا با توجه به مدیریت نیروی انسانی انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل سازمانی، رفتاری و فرهنگی بر مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی مؤثر می‌باشند. یکی از عوامل اثرگذار بر مسئولیت اجتماعی، عوامل سازمانی بود. با توجه به فشار فزاینده جامعه، سازمان‌ها رفتار مسئولانه اجتماعی را اتخاذ کرده و سیاست‌های مسئولیت اجتماعی خود را برای تطبیق آنها با شرایط همه‌گیر جدید گسترش می‌دهند (۴). این مقوله اصلی شامل مقوله‌های فرعی است که هر کدام نشان از مسئولیت خاصی در باشگاه‌های ورزشی دارد. این مقوله‌ها شامل مأموریت سازمان، قوانین سازمانی، روحیه حمایت‌گری و نگرش مدیران است. منظور از مأموریت سازمان، در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی در نیازهای اولیه باشگاه، مشخص کردن رسالت باشگاه در زمینه مسئولیت اجتماعی و لحاظ کردن نقش مسئولیت

اجتماعی در حوزه منابع انسانی باید در فعالیتهای باشگاه لحاظ گردد. منظور از قوانین سازمان، پذیرش مسئولیت اجتماعی در حوزه منابع انسانی به وسیله استنادات قانونی، تأکید بر ضرورت مسئولیت اجتماعی از طریق قوانین مدون و نمایش ضرورت مسئولیت اجتماعی مدیریت از طریق مقررات است. روحیه حمایت‌گری به باور مدیران باشگاه به اهمیت منابع انسانی، پیشگامی و مشارکت مدیریت باشگاه در مسئولیت‌پذیری، تعهد مدیریت باشگاه به صیانت از مسئولیت اجتماعی اشاره دارد. در دنیای رقابتی امروز حوزه کسب و کار، رقابت‌پذیری به طرز تفکر و رفتار منابع انسانی بستگی دارد. اگر کارمندان از طرف سازمان دارای ارزش بوده و به آنها پاداش داده شود در این صورت کارمندان احساس آرامش و رضایت بیشتری داشته و از لحاظ احساسی خود را نسبت به سازمان و اهداف سازمانی متعهد می‌دانند. بنابراین کارمندان همواره به رفتارهای مختلفی که از سوی سازمان با آنها می‌شود، توجه زیادی می‌کنند. ادراک کارمندان درباره عملیات مختلف سازمانی، نقش مهمی در طرز تلقی و نگاه آنان نسبت به شغل‌شان داشته و نحوه رفتار کارمندان را تعیین می‌کند. حمایت سازمانی به این نکته اشاره دارد که سازمان به تلاش کارمندان و سهم آنها در جهت نیل به اهداف سازمانی توجه کافی مبذول داشته و از سلامتی و رفاه کارمندان مراقبت می‌نماید. می‌توان گفت حمایت سازمانی به معنی شکل‌گیری یک اعتقاد عمومی در ذهن کارمند است که نشان می‌دهد سازمان تا چه اندازه نسبت به سلامتی کارمندان توجه دارد و برای تلاش کارمندان ارزش قائل می‌شود. نگرش مدیران نیز به عواملی مانند نگرش مثبت به روابط انسانی و کارکنان، توجه به انگیزش کارکنان و صیانت از آرمان‌های باشگاه مربوط می‌شود. مطالعه رایمو و همکاران (۲۰۲۰) نیز بر حمایت اجتماعی اشاره کرده بود. با توجه به اینکه عدم تبعیض جنسیتی در فرصت‌های استخدامی مرتبط، یکی از مواردی بود که در مصاحبه‌ها شرکت‌کنندگان به آن تأکید داشتند و در بحث قوانین سازمانی به دنبال تغییر در رویه‌های استخدامی و بحث پاداش و مزایا بودند، یکی از مواردی است که در سازمان‌ها باید به آن توجه بیشتری گردد. طراحی فرآیندهایی دقیق به دور از اعمال تبعیض می‌تواند باعث ارتقای پیاده‌سازی مسئولیت‌های اجتماعی و رضایت ذی‌نفعان شود. در این رابطه شفاف‌سازی فرآیند از بدو اعلان شغل تا به کارگیری افراد توصیه می‌شود

یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل رفتاری از دیگر موارد تأثیر گذار بر مسئولیت اجتماعی می‌باشد. این عوامل شامل مهارت‌های فردی، جمعی، رفتارهای مسئولانه و احترام و عزت می‌باشد. در مهارت‌های فردی مسائلی چون مهارت تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی، رشد و توسعه مهارت‌های فردی و افزایش روحیه مسئولانه مورد بحث قرار گرفت. مهارت‌های جمعی به توسعه آگاهی‌های افراد در باشگاه، توسعه مهارت‌های ارتباطی و همراه کردن مربیان جهت دستیابی به اهداف باشگاه اشاره دارد. اجرای فعالیتهای مسئولیت اجتماعی با هدف حفاظت از ضعیف‌ترین‌ها نیز می‌تواند نشان‌دهنده یک استراتژی برد-برد باشد که می‌تواند منافع را برای جامعه تضمین کند (۱). به طور خاص، فعالیتهای مسئولیت اجتماعی، علاوه بر نشان دادن یک نوع مدیریت مسئولیت‌پذیری اجتماعی با هدف حفاظت از ضعیف‌ترین افراد در طول همه‌گیری کووید-۱۹، می‌تواند باعث بهبود شهرت سازمان‌ها شود (۷). یکی دیگر از مؤلفه‌های مربوط به عوامل رفتاری عزت و احترام است که مربوط به مواردی نظیر احترام به سنت‌های جامعه، احترام به قوانین جامعه و احترام به فرهنگ است. این نتایج یا تحقیقات لی^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، همیل و مورو^۲ (۲۰۱۱) همسو است (۲۸، ۳۳). در حالی که رفتارهای مسئولانه در باشگاه‌های ورزشی مربوط به وفاق و همدلی در کار توسط کادر باشگاه، وجود تعهد و وفاداری به اهداف باشگاه و گرایش به همکاری و مشارکت است. باشگاه‌های ورزشی، از لحاظ تأثیرات اجتماعی، از صنایع دیگر متفاوت نیست. ورزش شامل ویژگی‌هایی است که باعث می‌شود نیروی قدرتمند به طور مثبت بر کیفیت و دامنه فعالیتهای مسئولیت اجتماعی تأثیر بگذارد (۲۰)؛ به طور پیوسته و به ویژه در شرایط مالی، افزایش مسئولیت‌ها و اهمیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی در زندگی اجتماعی را افزایش داده است (۳۳). در سال‌های اخیر، باشگاه‌های ورزشی،

1. Li
2. Hamil and Morrow



فعالیت‌های آموزشی را در بسیاری از زمینه‌ها مانند نیازهای اجتماعی و توسعه زیست محیطی با انجام برنامه‌های مسئولیت اجتماعی به طور خاص ارائه می‌دهند (۲۵).

یافته دیگر مربوط به عوامل فرهنگی است. از جمله عوامل فرهنگی، سرمایه انسانی است که به مواردی نظیر تعیین اهمیت نقش گروه‌های مختلف کاری در سازمان، مشخص بودن اهمیت نقش جایگاه اشخاص در باشگاه و نگاه سرمایه‌ای به منابع انسانی اشاره دارد. در حال حاضر بسیاری از سازمان‌های ورزشی از جمله ورزش‌های حرفه‌ای، برنامه‌های مسئولیت اجتماعی را اتخاذ می‌کنند. بنابراین می‌توان گفت که لیگ‌های ورزشی حرفه‌ای و باشگاه‌ها دارای مبلغ قابل توجهی از برنامه‌های مسئولیت اجتماعی هستند (۲۷). مؤلفه اطلاع‌رسانی به آگاهی دادن در مورد حق و حقوق قانونی مربیان و کارکنان، اطلاع‌رسانی موفقیت‌های حاصله از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی باشگاه و شرح شرایط و محدودیت‌های موجود باشگاه اشاره دارد. سبک زندگی سالم مؤلفه دیگری است که شامل مواردی نظیر ترویج و ترغیب افراد به فعالیت‌های ورزشی، الگوسازی ورزشی مناسب در جامعه و تأکید بر اوقات فراغت فعال است. فرهنگ اجتماعی نیز شامل گویه‌هایی مانند فرهنگ سازی در زمینه مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی، شناسایی محیط بیرونی و درک انتظارات آن و آگاهی از زمینه‌های فرهنگی اجتماعی جامعه است. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات رایمو و همکاران (۲۰۲۰) واکر و همکاران (۲۰۱۰) مبنی بر اینکه به نهادهای فرهنگی اشاره کرده بودند و آن را بخش جدایی‌ناپذیر از مسئولیت اجتماعی می‌دانند (۱۸). بحث فرهنگ سازی از مواردی است که هم در محیط کار و هم در جامعه باید مورد توجه بیشتری شود. اگر فرهنگ‌سازی از خانواده صورت گیرد، تأثیر بیشتری خواهد داشت، چون نیروی انسانی با فرهنگ مسئولانه وارد سازمان می‌شود و این امر باعث کاهش هزینه‌های آموزش می‌شود. در برخی مواقع، فرهنگ‌سازی می‌تواند جایگاه بهتری نسبت به قوانین و مقررات دارد؛ چون فرهنگ در عمق باور فرد نهفته می‌شود و فرد براساس باوری که دارد رفتار می‌کند، نه از روی اجبار و الزامات قانونی. حرکت از سمت سازمانی که هیچ اعتقادی به مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی ندارد، به سوی سازمانی که مسئولیت اجتماعی مدیریت منابع انسانی از بنیان‌های اصلی آن است، مشکل است ولی غیر ممکن نیست. یکی از پیشنهادهایی که می‌تواند چنین تغییری را در سازمان ایجاد کند، توسعه مدیریت منابع انسانی در سازمان است و این به معنای داشتن مدیرانی است که فقط برجسته بودن در اقدامات و فعالیت‌های عادی و روزمره منابع انسانی برایشان حایز اهمیت نباشد.

با اقتباس از نتایج تحقیق مشخص می‌شود که مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی مبتنی بر مدیریت نیروی انسانی در دوران کرونا به عنوان یک ستاده تابع نهادهای سازمانی، رفتاری و فرهنگی است. به این معنی که این نهادهای بایستی در باشگاه‌های ورزشی وجود داشته باشند که مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های ورزشی رشد پیدا کند. شایان ذکر است این عوامل بر مبنای قرابت معنایی به ترتیب از مأموریت سازمانی، قوانین سازمانی، روحیه حمایت‌گری، نگرش مدیران، مهارت‌های فردی، مهارت‌های جمعی، رفتار مسئولانه، عزت و احترام، سرمایه انسانی، اطلاع‌رسانی، سبک زندگی سالم، نظم و انضباط و فرهنگ اجتماعی تشکیل شده‌اند. بر این مبنای مدیران باشگاه‌های ورزشی پیشنهاد می‌شود جهت نهادینه‌سازی مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشگاه‌های خود و اینکه وجه اجتماعی باشگاه‌های متبوع خود را بهتر کنند، پیشنهاد می‌شود که در تمامی اقدامات و برنامه‌های خود این عوامل را سرحواله کار خود قرار دهند. شایان ذکر است این تحقیق با محدودیت‌های همراه بوده است که لازم است در تعمیم نتایج مورد توجه قرار گیرد. محدودیت اول اینکه این تحقیق صرفاً دیدگاه صاحب‌نظران را منعکس کرده است، لذا نمی‌توان نظرات آنها را به تمامی ذی‌نفعان مسئولیت‌پذیری باشگاه‌های ورزشی به طور خاص تماشاگران و هواداران تعمیم داد. محدودیت دیگر اینکه در این تحقیق شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی با محوریت باشگاه‌های ورزشی به‌عنوان یک سازمان ورزشی بررسی شده است، لذا امکان اینکه این یافته را به سایر سازمان‌های ورزشی تعمیم داد وجود ندارد. از این‌رو پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آتی در

بررسی مسئولیت‌پذیری باشگاه‌های ورزشی دیدگاه تمامی ذی‌نفعان را بررسی کرده و همچنین با استفاده از یک مطالعه تطبیقی شباهت‌ها و تفاوت‌های مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی را بررسی نمایند.

ملاحظات اخلاقی

در پژوهش حاضر از مقالات پژوهشی که نکات اخلاقی را رعایت کرده بودند، استفاده شده است و تلاش شد تا در انتقال یافته‌ها و نتایج مطالعات پیشین، شفافیت لازم برای مخاطبان ایجاد گردد و در گزارش نتایج هیچ‌گونه سوگیری انجام نشود. صداقت و امانت‌داری نیز در تحلیل متون و استناددهی رعایت شده است.

حامی مالی

این پژوهش هیچ‌گونه کمک مالی از سازمان‌های تأمین مالی در بخش‌های عمومی، تجاری یا غیرانتفاعی دریافت نکرد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در طراحی، اجرا و نگارش همه بخش‌های پژوهش حاضر، مشارکت داشته‌اند.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله تعارض منافع ندارد.

تشکر و قدردانی

بر خود لازم می‌دانیم از تمامی کسانی که در انجام دادن این مطالعه ما را یاری نمودند، قدردانی و سپاسگزاری کنیم.

منابع

1. Mahmud A, Ding D, Hasan MM. Corporate social responsibility: Business responses to Coronavirus (COVID-19) pandemic. *SAGE Open*. 2021;11(1):2158244020988710.
2. Manuel T, Herron TL. An ethical perspective of business CSR and the COVID-19 pandemic. *Society and Business Review*. 2020.
3. García-Sánchez I-M, Raimo N, Marrone A, Vitolla F. How does integrated reporting change in light of COVID-19? A Revisiting of the content of the integrated reports. *Sustainability*. 2020;12(18):7605.
4. Droppert H, Bennett S. Corporate social responsibility in global health: an exploratory study of multinational pharmaceutical firms. *Globalization and health*. 2015;11(1):1-8.
5. Pedersen ER. Modelling CSR: How managers understand the responsibilities of business towards society. *Journal of Business Ethics*. 2010;91(2):155-66.
6. Mahmud A, Islam MR. Social stigma as a barrier to Covid-19 responses to community well-being in Bangladesh. *International Journal of Community Well-Being*. 2021;4(3):315-21.
7. Kucharska W, Kowalczyk R. How to achieve sustainability?—Employee's point of view on company's culture and CSR practice. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2019;26(2):453-67.
8. Marnada P, Raharjo T, Hardian B, Prasetyo A. Agile project management challenge in handling scope and change: A systematic literature review. *Procedia Computer Science*. 2022;197:290-300.
9. He H, Harris L. The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of business research*. 2021;116:1176-84.
10. Huang SY, Lee S-C, Lee Y-S. Why can green social responsibility drive agricultural technology manufacturing company to do good things? A novel adoption model of environmental strategy. *Agronomy*. 2021;11(8):1673.



11. Wang C, Zhang Q, Zhang W. Corporate social responsibility, green supply chain management and firm performance: the moderating role of big-data analytics capability. *Research in Transportation Business & Management*. 2020;37:100557.
12. Schoemaker M, Nijhof A, Jonker J. Human value management. The influence of the contemporary developments of corporate social responsibility and social capital on HRM. *management revue*. 2006;448-65.
13. Shahvazian S, Hashemi Gheinani F. The Challenges of Human Resource Management During the Transition Period of Corona Pandemic Crisis and Providing Solutions in Iran Hotel Holding Industry *Tourism Management Studies*. 2020;15(0):217-52
14. Obrad C, Gherheş V. A human resources perspective on responsible corporate behavior. Case study: The multinational companies in western Romania. *Sustainability*. 2018;10(3):726.
15. Tabsh S, Alavi S, Hoseiny M. Outbreak Of Covid-19 Virus: Social Responsibility Of Sports Clubs. 2020.
16. Alavi S, Ghafori F, Honari H. Identification Dimension of Social Responsibility of Celebrities Athletes. *Sport Management Studies*. 2020;12(59):153-76.
17. Montazeri A, Taleb Pour M, Andam R, Kazem Nejad A. The Role of Social Responsibilities in Attitude of Iran Football Fans. *Sport Management Studies*. 2019;11(53):157-80.
18. Raimo N, Rella A, Vitolla F, 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*. 2021;13(12):6561.
19. Úbeda-García M, Marco-Lajara B, Zaragoza-Sáez PC, Manresa-Marhuenda E, Poveda-Pareja E. Green ambidexterity and environmental performance: The role of green human resources. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2022;29(1):32-45.
20. Anagnostopoulos C, Byers T, Shilbury D. Corporate social responsibility in professional team sport organisations: Towards a theory of decision-making. *European Sport Management Quarterly*. 2014;14(3):259-81.
21. McCullough BP, Pfahl ME, Nguyen SN. The green waves of environmental sustainability in sport. *Sport in Society*. 2016;19(7):1040-65.
22. Smith AC, Westerbeek HM. Sport as a vehicle for deploying corporate social responsibility. *Journal of corporate citizenship*. 2007(25):43-54.
23. Rowe K, Karg A, Sherry E. Community-oriented practice: Examining corporate social responsibility and development activities in professional sport. *Sport Management Review*. 2019;22(3):363-78.
24. Breitbarth T, Walzel S, Anagnostopoulos C, van Eekeren F. Corporate social responsibility and governance in sport: "Oh, the things you can find, if you don't stay behind!". *Corporate Governance*. 2015.
25. Babiak K. The role and relevance of corporate social responsibility in sport: A view from the top. *Journal of Management & Organization*. 2010;16(4):528-49.
26. Walker MK A. Do fans care? Assessing the influence of corporate social responsibility on consumer attitudes in the sport industry. *Journal of Sport Management*. 2010;23(6):743-69.
27. Walker MK, A. . Do fans care? Assessing the influence of corporate social responsibility on consumer attitudes in the sport industry. *Journal of Sport Management*,. 2010; 23(6) ,:743-69.
28. Li T, Hao L, Kubiczek J, Pietrzyk A. Corporate social responsibility of sports club in the era of coronavirus pandemic. *Zagłębie Sosnowiec case study. Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*. 2021:1-20.
29. Collings DG, McMackin J, Nyberg AJ, Wright PM. Strategic human resource management and COVID-19: Emerging challenges and research opportunities. *Journal of Management Studies*. 2021.



30. Barbu MCR, Popescu MC, Burcea GB, Costin D-E, Popa MG, Păsărin L-D, et al. Sustainability and Social Responsibility of Romanian Sport Organizations. *Sustainability*. 2022;14(2):643.
31. Omid A, Dal Zotto C. Socially Responsible Human Resource Management :A Systematic Literature Review and Research Agenda. *Sustainability*. 2022;14(4):2116.
32. Lincoln. Y GE. *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park: sage publication. 1985.
33. Hamil S, Morrow S. Corporate social responsibility in the Scottish Premier League: Context and motivation. *European Sport Management Quarterly*. 2011;11(2):143-70.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

زرگر، طیبه سادات و رین، استون. (۱۴۰۱). بررسی مسئولیت اجتماعی باشگاه های ورزشی در دوران کرونا با توجه به مدیریت نیروی انسانی. *مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۲۹(۲)، ۲۸۵-۳۰۰. <http://dx.doi.org/10.22044/shm.2022.11710.2452>

