



Research Paper

Development of a social capital return model based on role of sports volunteers in Iran

Yaghoub Badri Azarin¹, Fatemeh Abdavi², Fahimeh Kalantari³

1. Professor in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran.
2. Associate Professor in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran.
3. PhD student in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran.

Received: 18 October 2021

Accepted: 6 March 2022

Extended Abstract

Summary

The present research work is conducted with the general purpose of developing a social capital return model for the role of sports volunteers in Iran. The causal, contextual, and intervening factors of developing the social capital return model for the role of sports volunteers, and finally, determining the strategies and messages related to it are investigated in a specific research format.

In terms of the purpose, the research work includes the category of fundamental research, and in terms of design, it is an exploratory research type, and is carried out using the data theory. An important source of research data collection is the interviews with the university professors, sports managers, and experts in the field of sports volunteering using the purposeful sampling method and the snowball sampling technique. Coding is done in three stages: open coding, focal coding, and theoretical coding. By analyzing the data obtained from 13 semi-structured interviews with the experts and the literature and the theoretical foundations of the subject and documents, the research work tries to provide a model for the return of social capital for sports volunteering.

Introduction

It is believed that voluntary activities promote social cohesion and trust at a wide level of society (1). Sports and recreation represent a very important part of volunteering in the world (2), and is able to create an environment for the development of relationships in the societies, which can lead to an increase in social capital and understanding of common symbols and creating understanding between the people, and ultimately social cohesion (3). The volunteers in sport experience positive outcomes through participation in sport programs for development including growing communication networks, building social capital, and better integration into their local communities (4). Currently, the necessity of dealing with social capital and its importance in the sports industry is more important than in the past, and is recognized as a key element in sports (5, 6).

In fact, the social function of voluntary activities in sports events in the development and strengthening of social relations is an underlying and fundamental function that has significant effects on the structure of society and the existing relations between social strata, and if it is not placed in the right context, it cannot be the correctness expected from social returns and long-term effects in the society. Therefore, the current research work is looking for the question of what role does volunteering in the sports events



play in the return of social capital.

Methodology and Approach

The nature of the current research work was fundamental exploration, and its approach was qualitative, which used the foundation's data strategy. In this work, the systematic plan of Strauss and Corbin strategy was used for data collection and analysis. The participants of the research work were 13 experts and experts in the field of sports volunteering and social capital, and university professors and managers active in the field of sports volunteering, who were selected as the participants in a snowball. Deep, open, and semi-structured interviews were used to collect the data. All interviews were recorded. After the interviews, the findings were analyzed using the logical inductive method. In the first stage, 563 open codes were extracted from the interviews conducted with the experts. The second stage of coding data was into axial coding; then the central codings were combined, and the content of each of them was put in the form of theoretical codes and then selected codes.

Results and Conclusion

The investigated phenomenon of social capital return research is based on the role of sports volunteers. The necessities and challenges that have raised the need to provide a social capital return model based on the role of sports volunteers are considered as the causal conditions, which include organizational incentives such as cost management and succession management; personal motivations such as liberation and development became personal. The categories of behavioral contexts and formal contexts were considered as the background conditions. The background conditions include social factors including collaborative culture, social approval, and social capital. The individual factors are such as personal concept and personal ability; they formed the macro and organizational management factors. The motivational, environmental, and organizational categories act as the intervention conditions that work to improve the investigated phenomenon, i.e. return of social capital based on the role of sports volunteers. The cultural factors are such as mistrust and weak teamwork. The structural factors such as administrative processes and the need for special expertise were mentioned as the intervening conditions in this field. In this research work, training, control, and supervision as well as operational strategies have been considered as a strategy to control and respond to the investigated phenomenon, and the promotion strategies include training and learning and spreading the culture of volunteerism. Appreciation and selection including reward system and promotion system were expressed. Improving individual performance, organization and maintaining volunteering culture, human and financial resource management and organizational flexibility, social reflections such as improvement of social literacy, and return of social capital were among the identified consequences of this research work. It is important to know how people are affected by volunteering, and also how these effects are reflected in the experiences afterwards. Neglecting this discussion makes the volunteer vulnerable after the event and calls for a better management of the final stages of the volunteer trip as an important challenge considering the limitations in volunteering for sports events. Therefore, it is recommended to pay a proper attention to this issue by training and educating the volunteer managers who are aware and alert to this category. The functions of the sports volunteering system are very diverse, which are different from job orientation, knowledge dissemination, legitimization, entrepreneurship, and creativity, and it is a huge source of opportunities that can be the source of huge changes by entering traditional organizations. It is suggested that the officials of the sports system pay special attention to this category.

Keywords: Social reflection, Sports volunteering, Social capital, Participation.

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. Johnson JE, Giannoulakis C, Felver N, Judge LW, David PA, Scott BF. Motivation, satisfaction, and retention of sport management student volunteers. 2017.
2. Smith AC, Westerbeek HM. Sport as a vehicle for deploying corporate social responsibility. *Journal of corporate citizenship*. 2007(25):43-54.
3. Tavakol M, Fahim Devin H, Esmaeilzadeh Ghandehari MR, Peymanizad H. Identify and Explain the Effective Indicators on the Development of Social Capital Through Sport in Urban Society and Presenting Model. *Contemporary Studies on Sport Management*. 2020; 10(20):17-36.
4. Welty Peachey J, Cohen A, Borland J, Lyras A. Building social capital: Examining the impact of Street Soccer USA on its volunteers. *International Review for the Sociology of Sport*. 2013; 48(1):20-37.
5. Gemar A. Social capital networks in sports spectatorship and participation. *International Review for the Sociology of Sport*. 2021 Jun; 56(4):514-36.
6. Forsell T, Tower J, Polman R. Development of a scale to measure social Capital in Recreation and Sport Clubs. *Leisure Sciences*. 2020; 42(1):106-22.

To cite this article:

Development of a Social Capital Return Model based on Role of Sports Volunteers in Iran. *Mudiriyyat-i manabi-i insani dar varzish (Human Resource Management in Sport)*. 2022; 9(2):405-420.
<http://dx.doi.org/10.22044/shm.2022.11567.2432>

Corresponding Author: **Fahimeh Kalantari**

E-mail: fkalantari55@yahoo.com





تدوین مدل بازگشت سرمایه اجتماعی مبتنی بر نقش داوطلبین ورزشی در ایران

یعقوب بدری آذرین^۱، فاطمه عبدوی^۲، فهیمه کلانتری^۳

۱. استاد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۲۶

چکیده

هدف: مطالعه حاضر به منظور تدوین مدل بازگشت سرمایه اجتماعی مبتنی بر نقش داوطلبین ورزشی در ایران انجام شده است. **روش‌شناسی:** تحقیق حاضر از نوع کیفی، که از روش نظریه داده بنیاد و رویکرد استراوس و کوربین استفاده شده است. نمونه‌گیری به شیوه نظری از نوع گلوله برفی صورت گرفت. منابع گردآوری داده‌ها شامل، منابع علمی و مصاحبه‌های عمیق (با ۱۳ نفر از اساتید دانشگاه، متخصصان، مسئولین و مدیران ورزشی، مسئولین داوطلبی در ورزش و جامعه‌شناسی ورزشی) بود. تحلیل داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گردید.

یافته‌ها: نتایج نشان داد شرایط عالی شامل انگیزه‌های سازمانی و انگیزه‌های شخصی، عوامل زمینه‌ای شامل بسترهای اجتماعی، فردی و مدیریتی، شرایط مداخله‌گر شامل عوامل فرهنگی و عوامل ساختاری و عامل استراتژی‌ها شامل ترویج قدرشناسی و انتخاب و پیامدها شامل بهبود عملکرد، مدیریت منابع و بازتاب اجتماعی در قالب پارادایم کدگذاری تعیین شدند.

نتیجه‌گیری: بازگشت سرمایه اجتماعی، طیف گسترده‌ای از منابع برای داوطلب در کار داوطلبانه خود و همچنین سایر جنبه‌های زندگی آنها فراهم می‌کند و همچنین پیامد حاصل از آن باعث توسعه فرهنگ داوطلبی در ورزش کشور می‌گردد. بازگشت سرمایه اجتماعی، رویه‌ای دوسویه دارد. از یک سو طیف گسترده‌ای از منافع برای داوطلب در کار و سایر جنبه‌های زندگی فراهم می‌آورد، از سوی دیگر غفلت از پیامدهای منفی آن همچون اثرات ناگهانی خروج از نقش آینده فرد را متزلزل می‌سازد. از این رو پیشنهاد می‌گردد مسئولین امر علاوه بر جنبه‌های مثبت داوطلبی برای سازمان و فرد، زمینه مدیریت داوطلبی در ایران را پایه‌ریزی کرده تا سرمایه حاصل از آن علاوه بر اعتلای زندگی فرد، در نهایت به جامعه بازگشته و در فرهنگ اجتماعی متبلور شود.

واژه‌های کلیدی: بازتاب اجتماعی، داوطلبی ورزشی، سرمایه اجتماعی، مشارکت.

نویسنده مسئول: فهیمه کلانتری

تلفن: ۰۹۱۲۵۳۱۴۷۵۲

E - mail: fkalantari55@yahoo.com



مقدمه

نیروهای داوطلب بخش مهمی از منابع انسانی بسیاری از سازمان‌های ورزشی و تفریحی را تشکیل می‌دهند. موفقیت سازمان‌های ورزشی و تفریحی در رسیدن به اهداف خود، وابستگی زیادی به مشارکت داوطلبان دارند. همچنین ارزش اقتصادی مشارکت داوطلبی در ورزش و فعالیت‌های تفریحی بسیار مهم است که مدیران باید از مزایای اجتماعی این سرمایه استفاده نمایند (۱). بدیهی است که رویدادهای بزرگ و جشنواره‌های ورزشی بدون کمک داوطلبان با مشکل رو به رو خواهند شد. رویدادهای ورزشی، بر اساس نیاز خود، داوطلبان را جذب می‌کنند و داوطلبان وقت و انرژی خود را برای ارائه خدمات به رویدادها اختصاص می‌دهند (۲). همچنین در سال‌های اخیر توسعه فعالیت‌های ورزشی، افزایش میزان تقاضای افراد جهت شرکت در برنامه‌های ورزشی و عدم توان دولت‌ها در پاسخگویی به همه نیازهای جامعه به ورزش، سبب ایجاد و گسترش نهضت داوطلبی و قرارگرفتن آن در اولویت مدیریت سازمان‌های ورزشی که با طیف وسیعی از مشتریان روبه‌رو هستند شده است (۳). بدین جهت توجه مسئولان و برنامه‌ریزان ورزشی به نقش داوطلبان به منظور توسعه و تعمیم ورزش و اجرای برنامه‌های ورزشی، روز به روز در حال افزایش است (۴). اثرات درک شده از کار داوطلبانه بنگاه‌های اجتماعی، دارای ابعاد بسیاری است. این ابعاد عبارتند از: پیوند اجتماعی پیشرفته، اشتغال، استخدام و کار معنی‌دار، تأثیر اقتصادی، افزایش اعتماد به نفس و عزت نفس، بهبود حس معنای زندگی و کنترل، دسترسی به فضاها و محیط‌های مثبت، دسترسی به خدمات و بهبود سلامت و رفاه (۵). کار داوطلبانه می‌تواند به اعضا فرصت کسب تجربه در شهروندی فعال و در نتیجه ارتقاء انسجام اجتماعی را بدهد، لذا باشگاه‌های ورزشی باید تدابیری را برای ارتقاء شناخت و رهبری به عنوان عوامل بسیار مهم برای همه داوطلبان خود در نظر بگیرند (۶). نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که مشوق‌های مادی (به عنوان مثال مزایای حاشیه‌ای) نسبت به سایر شرایط داوطلبانه با توجه به رضایت داوطلبانه نقش کمتری دارند و داوطلبان ورزشی عمدتاً با اشتیاق مشترک برای ورزش، روابط اجتماعی و عوامل شغلی به این فعالیت‌ها روی می‌آورند (۷).

اعتقاد بر این است فعالیت‌های داوطلبانه، انسجام و اعتماد اجتماعی را در سطح وسیع جامعه ترویج می‌کنند (۸). جوانانی که در برنامه‌های داوطلبانه شرکت می‌کنند به واسطه مشارکت خود، پیشرفت در اعتماد به نفس و مهارت‌های ورزشی، بهبود روابط با همسالان و بزرگسالان، بهبود عزت نفس و کاهش رفتارهای ضد اجتماعی را از خود نشان داده‌اند. همچنین این قبیل فعالیت‌ها از طریق کاهش انگیزه جوانان برای درگیر شدن در رفتارهای منفی، سوء استفاده از مواد مخدر و الکل، ارزش اجتماعی قابل توجهی ایجاد می‌کند که نشان می‌دهد توسعه فرهنگ مشارکت از طریق ورزش و نظام ارزشی موجود در آن، در نگرش مثبت حاکم از سوی جوانان درگیر فعالیت، نقش به‌سزایی دارد (۹). ایده محوری سرمایه اجتماعی، روابط اجتماعی مبتنی بر اعتماد و همدلی است که افراد را قادر به همکاری با یکدیگر می‌سازد (۱۰). سرمایه اجتماعی به روابط منسجم و هنجارها و ارزش‌ها اشاره می‌کند که می‌تواند بر بسیاری از فرایندهای مدیریت تأثیر بگذارد (۹). جامعه شناسان سرمایه اجتماعی را شامل شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات می‌دانند که می‌تواند با به اشتراک گذاشتن اطلاعات میان افراد سازمان، احساس اعتماد و مشارکت و همکاری را میان آن‌ها به وجود آورد (۱۰).

پژوهش‌ها نشانگر این است که حجم قابل توجهی از ادبیات سرمایه اجتماعی معطوف به تأثیر داوطلبی و رفتارهای داوطلبانه، انجمن‌های داوطلبانه، روحیه داوطلبی و داوطلب‌گرایی مدنی و پیامدهای اخلاقی و ارزشی آن بوده است (۱۱). سرمایه اجتماعی به طور کلی به روابط بین افراد، اصطلاحاً شبکه‌های اجتماعی و قوانین اعتماد متقابل بین افراد اشاره می‌کند (۸، ۱۲). کلمن^۱ (۱۹۸۸) سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از منابع دارای دو ویژگی مشترک می‌داند، که برخلاف سایر اشکال سرمایه، سرمایه

1. Coleman



اجتماعی در ساختار روابط بین افراد و میان افراد به وجود می‌آید. این نوع سرمایه در افراد نه به صورت انفرادی یافت خواهد شد و نه به واسطه وسایل فیزیکی تولید می‌شود (۱۳)؛ از این رو، سرمایه اجتماعی یک کالای با مالکیت مشترک است که در مقابل سرمایه مالی یا انسانی، که مالکیت آن شخصی است، قرار دارد و افراد می‌توانند با استفاده از سرمایه اجتماعی خود از طرق مختلف به مهارت و دانش سایرین دسترسی پیدا کنند (۱۴). در این زمینه ظرفیت داوطلبان در داشتن و استفاده از منابع برای دسترسی به شبکه‌ها برای تشکیل سرمایه اجتماعی بسیار مهم می‌باشد. همچنین بخش دیگری از پیامدهای سرمایه اجتماعی افزایش اعتماد مدنی به نهاد رسمی حاکمیت، حس توانمندی، مشارکت مدنی در امور عمومی و سیاسی است که به مشارکت در شبکه‌های غیررسمی و افزایش ارتباطات اجتماعی و تعاملات در سطح فردی منجر می‌گردد (۱۵).

بنابراین با توجه به مطالب اشاره شده، مشارکت مدنی و مشارکت اجتماعی از پیامدهای سرمایه اجتماعی هستند. مشارکت مدنی را می‌توان شامل اقدامات مختلف سیاسی، مانند رأی‌گیری و شرکت در جلسات هم‌اندیشی و برگزاری کمپین‌ها دانست و از سوی دیگر مشارکت اجتماعی به حضور در سازمان‌های اجتماعی مانند عضویت در نهادهای داوطلبانه، انجمن‌ها، گروه‌ها و باشگاه‌های ورزشی اشاره دارد. ورزش و تفریح نمایانگر بخش پراهمیتی از داوطلبی در جهان است (۱۶، ۱۷). در نتیجه داوطلب شدن به یک موضوع مهم و جذاب در مطالعات مدیریت ورزش تبدیل شده و اکنون شواهد بسیاری وجود دارد که ایفای نقش مهم داوطلبان در عملکرد سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی را بیان می‌نماید (۱۸). ورزش قادر به ایجاد محیطی برای توسعه روابط در جوامع است که می‌تواند منجر به افزایش سرمایه اجتماعی و درک نمادهای مشترک و ایجاد تفاهم بین افراد و در نهایت انسجام اجتماعی شود (۱۹). مانولاچی^۱ (۲۰۱۶) معتقد است محیط ورزشی توانایی ایجاد ارتباط بین گروه‌های مختلف و تسهیل توسعه شبکه‌های اجتماعی را دارد. ایشان داوطلبی را عامل مهمی در رهبری، مدیریت و آموزش متخصصان در حوزه ورزش می‌داند که از طریق فعالیت‌های داوطلبانه ورزشی اعضای یک جامعه یا حتی یک ملت گرد هم می‌آورد و اغلب احساس عمومی اتحاد و همبستگی اجتماعی ایجاد می‌نماید (۲۰). ورزش چنان در متن زندگی انسان‌ها رسوخ و نفوذ نموده که امروزه می‌توان با توجه به نگرش و فعالیت‌های ورزشی، طرز تفکر سبک زندگی و میزان سرمایه اجتماعی افراد را بازشناسی کرد و از روی رفتارها و فعالیت‌های ورزشی، سایر فعالیت‌های حیات زندگی اجتماعی را پیش‌بینی نمود که این امر انسجام و همبستگی اجتماعی را تحت تاثیر قرار می‌دهد (۸). همچنین ادبیات موجود گویای آن است که داوطلبان در ورزش از طریق مشارکت در برنامه‌های ورزشی برای توسعه، از جمله رشد شبکه‌های ارتباطی، ایجاد سرمایه اجتماعی و ادغام بهتر در جوامع محلی خود، نتایج مثبتی را تجربه می‌کنند (۲۱).

در حال حاضر ضرورت پرداختن به سرمایه اجتماعی و اهمیت آن در صنعت ورزش نسبت به گذشته ملموس‌تر و به عنوان عنصری کلیدی در ورزش شناخته می‌شود (۲۲ و ۲۳). در این زمینه ژو^۲ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان "سرمایه اجتماعی و مشارکت در رویدادهای ورزشی: توسعه مقیاس و اعتبار" اظهار داشتند، رویدادهای ورزشی مشارکتی می‌تواند مزایای اجتماعی قابل توجهی برای شرکت‌کنندگان ایجاد کند. یک مزیت کلیدی حاصل از رویدادهای ورزشی مشارکتی، توسعه سرمایه اجتماعی است. آنها با استفاده از مقایسه گروه‌های مختلف شرکت‌کنندگان در رویداد ورزشی، مقیاس سرمایه اجتماعی مشارکت در یک رویداد ورزشی را که شامل سه بعد اعتماد، تعامل و شبکه بود، اعتبارسنجی نمودند و ابزار روان‌سنجی به دست آمده را برای درک بهتر تأثیرات اجتماعی مشارکت در رویدادهای ورزشی در اختیار سایر محققان قرار دادند (۱۵). کومار^۳ و همکارانش (۲۰۱۸) اعلام کردند مشارکت در فعالیت‌های ورزشی و به خصوص رویدادهای ورزشی به افزایش و بهبود سرمایه اجتماعی افراد منجر

1. Manolachi
2. Zhou
3. Kumar

می‌شود (۲۴). ژو و کاپلانیدو^۱ (۲۰۱۸) به بیان این موضوع پرداختند که مشارکت در رویدادهای ورزشی به هر شکل؛ داوطلب، هوادار، تماشاچی یا بازیکن به بهبود سرمایه اجتماعی افراد می‌انجامد (۲۵). در تحقیقات داخلی نیز اندام و اکبری (۲۰۱۵)، پژوهشی با عنوان شناسایی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی داوطلبان در انجمن‌های ورزشی دانشگاه‌ها انجام دادند. نتایج نشان داد، مشارکت و کار تیمی، تعهد، کمک و همیاری، اعتماد، هویت، اطلاعات و آگاهی، توانمندسازی و آموزش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی داوطلبان در انجمن‌های ورزشی دانشگاه‌ها است (۸). همچنین محمدی ترکمانی و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان مقایسه سرمایه اجتماعی داوطلبان و غیرداوطلبان شاغل در سازمان‌های ورزشی نشان دادند، سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های خیرخواهی، روابط متقابل و اعتماد و مشارکت در بین داوطلبان و غیرداوطلبان متفاوت است و براساس میانگین رتبه‌ها میزان سرمایه اجتماعی و سه مؤلفه یادشده در گروه داوطلبان بیشتر از گروه غیرداوطلبان است، در عین حال، تفاوت معنی‌داری در میزان «اعتماد به سازمان» بین داوطلبان و غیرداوطلبان مشاهده نشد (۲۶).

با وجود تحقیقات انجام شده باز هم خلاء پژوهشی در زمینه بازگشت سرمایه اجتماعی از طریق داوطلبی ورزشی مشاهده می‌شود چرا که برای دستیابی به ابعاد ارزشمند و ارزش آفرین سرمایه اجتماعی اعم از اعتماد، مشارکت، تعاون، همدلی نباید در سطح رویدادها و روندها متوقف شد؛ بلکه باید به تحلیل و بررسی لایه‌های زیرین و بنیادی‌تر این تفکر، یعنی ساختارها و مدل‌های ذهنی، اهتمام بیشتری داشت (۲۷). در واقع کارکرد اجتماعی فعالیت‌های داوطلبانه در رویدادهای ورزشی در توسعه و تحکیم روابط اجتماعی، کارکردی زیربنایی و بنیادی است که در کل ساختار جامعه و روابط موجود بین اقشار و آحاد اجتماعی اثرات قابل توجهی بر جای می‌گذارد و در صورتی که در بستر صحیح قرار نگیرد، نمی‌توان به درستی انتظار بازده اجتماعی و اثرات بلند مدت در جامعه داشت. بنابراین پژوهش حاضر به دنبال این سوال است که داوطلبی در رویدادهای ورزشی در بازگشت سرمایه اجتماعی کشور چه نقشی ایفا می‌نماید؟

روش‌شناسی

ماهیت پژوهش حاضر، اکتشافی بنیادی و رویکرد آن کیفی بود که از راهبرد داده بنیاد استفاده شد. روش داده بنیاد یک شیوه پژوهش کیفی است که به وسیله آن با استفاده از یک سری داده‌های به دست آمده، نظریه تکوین می‌یابد. در این مطالعه از طرح نظام‌مند راهبرد استراوس و کوربین^۲ برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. فلسفه پژوهش از نوع خردگرایانه و بر پایه قدرت تفکر استوار است. مشارکت‌کنندگان پژوهش افراد متخصص و خبره در زمینه داوطلبی ورزشی و سرمایه اجتماعی، اساتید دانشگاه‌ها و مدیران فعال در حوزه داوطلبی ورزشی بودند که به صورت گلوله برفی به عنوان مشارکت‌کننده انتخاب شدند. در این مطالعه ۱۳ نفر مشارکت‌کننده (به مرور) انتخاب شدند. در واقع از مصاحبه دهم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده گردید، اما برای اطمینان تا مصاحبه ۱۳ ادامه یافت و اشباع نظری حاصل گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها، از مصاحبه‌های عمیق، باز و نیمه ساختاریافته استفاده شد. این نوع مصاحبه به دلیل انعطاف‌پذیری و عمیق بودن مناسب پژوهش‌های کیفی است (۲۸). مصاحبه‌ها به صورت تلفیقی (حضور و تلفنی) بوده و مدت زمان هر مصاحبه از ۴۵ دقیقه تا ۲ ساعت بود (بسته به نظر فرد) و در بعضی موارد در دو جلسه انجام شد. تمامی مصاحبه‌ها ثبت و ضبط شده و برای استخراج نکات کلیدی چندین بار مورد بررسی قرار گرفتند. کسب رضایت آگاهانه و تعهدات اخلاقی در همه مصاحبه‌ها مدنظر بود. در این روش، متن مصاحبه‌ها چندین بار مرور شد تا به کوچک‌ترین واحدهای تشکیل دهنده و معنادار (تم یا درون مایه) شکسته شوند. سپس این کلمات، با هدف یافتن مرکزیتی در بین آن‌ها، مرور و بر همین اساس مقوله‌بندی شدند. حرکات قیاسی و استقرایی بین متون اولیه و مقولات نهایی

1. Zhou and Kaplanidou
2. Strauss and Corbin



چندین بار تکرار شد تا در نهایت، ثبات قابل قبول مشترک بین پژوهشگران درباره آنچه داده‌ها می‌گویند، حاصل شود. پس از انجام مصاحبه، تجزیه و تحلیل یافته‌ها با استفاده از روش استقرایی منطقی صورت گرفت. بدین شکل که پس از اجرا و ویرایش مصاحبه‌ها، نظرات مختلف در گروه‌های مفهومی یکسان‌سازی، کدگذاری، طبقه‌بندی و سپس، به صورت کیفی تحلیل شد. فرایند اصلی در نظریه داده بنیاد به‌عنوان روش تحلیل داده‌ها، فرایند کدگذاری داده‌های خام و استخراج مقوله‌های اصلی و روابط بین آنها در چهارچوب یک نظریه پژوهشگر ساخته است و از سه شیوه کدگذاری؛ کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی استفاده شد. در پژوهش حاضر برای دستیابی به اعتبار پژوهش ترکیبی از معیارهای درگیری پیوسته و طولانی مدت محققان، مشاهده مداوم، بازبینی (کنترل) همکاران، ذهنیت پیش رونده، مشارکت شرکت‌کنندگان و استفاده از منابع اطلاعاتی چندگانه مورد توجه محققان قرار گرفت. اگرچه معیار روشن و واضحی برای مدت زمان درگیری پژوهشگر با فرآیند گردآوری و تحلیل داده‌های پژوهش در تحقیقات کیفی وجود ندارد، اما زمانی که پژوهشگر در نظریه داده بنیاد احساس کند که کدها و مفاهیم به جای اینکه گسترش یابند، تکرار می‌شوند، ممکن است زمان مناسبی برای پایان دادن به مطالعه باشد. در نظر گرفتن شاخص اشباع نظری و عمل کردن بر طبق آن، معیار مناسب دیگری است که در این پژوهش با استفاده از این شاخص به فرآیند جمع‌آوری داده‌ها پایان داده شد. همچنین در مطالعه حاضر کوشش شده است که معیار مشاهده مداوم محقق شود و مستندسازی و یادداشت‌برداری از فرآیندهای کدگذاری در مراحل مختلف نظریه داده بنیاد، شواهدی بر این مدعاست. ماهیت این نوع پژوهش که برگرفته از طرح پژوهشی است، این مرحله را ایجاب می‌کند. ارائه مرحله به مرحله تحلیل داده‌ها و تفسیر یافته‌ها به مسئول اجرایی و ناظر علمی و تخصصی پژوهش طرح و در نظر گرفتن نکات و بازخوردهای آنها در این طرح، تلاشی در جهت نشان دادن توجه به این معیار است. در پژوهش حاضر به منظور حفظ ذهنیت پیش رونده، پژوهشگران بر سازه‌های تدوین شده خود نظارت داشته و فرآیند تغییر از آغاز مطالعه تا پایان آن را مستند ساختند. نگهداری بازخوردهای ارائه شده از جانب ناظران اجرایی طرح و سایر متخصصین همکار، شیوه‌ای برای نشان دادن توجه به این معیار است. همچنین در معیار مشارکت شرکت‌کنندگان، یافته‌های به دست آمده از تحلیل داده‌های گردآوری شده باید مورد تأیید شرکت‌کنندگان در پژوهش قرار گیرد. این روش، عمده‌ترین و متداول‌ترین روش در تعیین اعتبار و اعتماد در روش نظریه داده بنیاد است. در این پژوهش نیز سعی شده تا حد امکان یافته‌ها و نتایج استخراجی در خصوص الگوی طراحی شده در اختیار مصاحبه شونده‌گان در پژوهش قرار گیرد و نظرات و بازخوردهای آنها مورد توجه قرار گرفته شد. در نهایت در این کار پژوهشی به منظور رعایت اصل استفاده از منابع اطلاعاتی چندگانه، از منابع مختلف برای گردآوری داده‌ها از جمله مصاحبه، تحلیل اسناد و تحقیقات میدانی استفاده شده است.

برای سنجش میزان اتکاپذیری در این پژوهش از پایایی بازآزمون استفاده شده است. این شاخص را می‌توان زمانی محاسبه نمود که یک کدگذار یک متن را در دو زمان کدگذاری کرده باشد و یا دو نفر کدگذار یک متن را کدگذاری نمایند. در پژوهش کنونی از پایایی از طریق کدگذاری توسط دو نفر استفاده شده است. برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مصاحبه‌های انجام گرفته چند مصاحبه (۳ مصاحبه) به‌عنوان نمونه انتخاب و هر کدام از آنها توسط دو نفر (۳۰ روز) دو باره کدگذاری شدند. سپس کدهای مشخص شده برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه گردیدند. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه بودند به‌عنوان "توافق" و کدهای غیر مشابه به عنوان "عدم توافق" مشخص شدند. روش محاسبه پایایی بین کدگذاری‌های انجام گرفته به وسیله محقق در دو فاصله زمانی بدین ترتیب است:

$$\text{درصد پایایی باز آزمون} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

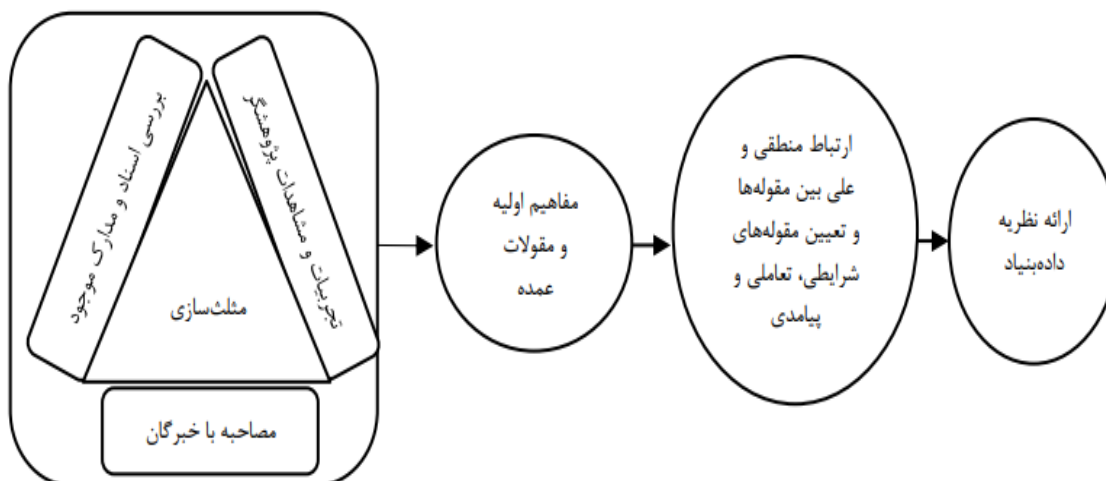
با انتخاب ۳ مصاحبه و کدگذاری مجدد آنها نتایج جدول ۱، بدست آمد.

جدول ۱. میزان درصد پایایی از طریق روش کدگذاری مجدد

Table 1. Reliability percentage through recoding method

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی
۱	P1	۱۵	۶	۲	۰/۸۰
۲	P2	۹	۴	۱	۰/۸۸
۳	P3	۱۰	۴	۱	۰/۸۰
	کل	۳۴	۱۴	۴	۰/۸۲

همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود تعداد کل کدها در سه مصاحبه برابر ۳۴ مورد و تعداد توافقات ۱۴ مورد و عدم توافقات ۴ مورد بود. پایایی باز آزمون در این پژوهش برابر ۸۲ درصد است. در نهایت پژوهشگر بعد از تعیین مقوله‌های هسته‌ای، سایر مقوله‌ها را در قالب یک مدل پارادایمی ترسیم می‌کند (۲۹) که نتایج آن در شکل شماره ۱، نمایش داده شده است. در شکل شماره ۱، به طور خلاصه مراحل و نحوه انجام پژوهش کیفی مشاهده می‌شود.



شکل ۱، مراحل انجام پژوهش کیفی

Figure 1. Stages of qualitative research

یافته‌ها

ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان تحقیق در قالب سمت، رشته تحصیلی، تحصیلات و حوزه فعالیت در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

Table 2. Details of the interviewees

حوزه فعالیت		تحصیلات	رشته تحصیلی	سمت
اجرائی	دانشگاهی			
*		دکتری	مدیریت ورزشی	اجرائی
*	*	دکتری	مدیریت ورزشی	خبیره
*		دکتری	مدیریت ورزشی	اجرائی
*	*	دکتری	مدیریت ورزشی	هیأت علمی
*	*	دکتری	آسیب شناسی	خبیره
*	*	دکتری	فیزیولوژی	مسئول نهضت داوطلبی
*	*	دکتری	مدیریت ورزشی	خبیره
*		دکتری	جامعه شناسی	هیأت علمی
*	*	دکتری	مدیریت ورزشی	مسئول نهضت داوطلبی
*	*	دکتری	روانشناسی ورزشی	هیأت علمی
*		دکتری	مدیریت ورزشی	اجرائی
*	*	دکتری	بیومکانیک ورزشی	هیأت علمی
*		دکتری	مدیریت ورزشی	اجرائی

کدگذاری مصاحبه‌ها

با توجه به مراحل روش تحقیق کیفی در مرحله اول از مصاحبه‌های انجام شده با متخصصان، ۵۶۳ کد باز استخراج گردید. مرحله دوم کدبندی داده‌ها به کدبندی محوری مرسوم است. در این مرحله، مقوله‌ها به صورت یک شبکه در ارتباط با هم قرار می‌گیرند. سپس قسمت کدگذاری‌های محوری به صورت ترکیبی و محتوای هر یک از آن‌ها در قالب کدهای نظری قرار داده شدند. در این قسمت کدگذاری‌های محوری به صورت ترکیبی و محتوای هر یک از آن‌ها در قالب کدهای انتخابی قرار داده شدند. نتایج کدگذاری نهایی و انتخابی در جدول ۳، گزارش شده است.

جدول ۳. مفاهیم اولیه و مقولات عمده تولید شده در مرحله کدگذاری باز نظریه داده‌بنیاد

Table 3. Basic concepts and major categories generated in the data-based coding stage

عوامل علی	
مدیریت هزینه‌های موجود	مدیریت هزینه‌ها
مدیریت بهینه درآمدها	سازمانی
امکان استقلال نسبی بودجه از منابع انسانی	
رصد افراد توانمند در حیطه‌های مختلف مدیریتی و اجرائی	مدیریت
به کار گیری افراد شاخص و توانمند	جانشین‌پروری
ایجاد زمینه پرورش استعداد افراد علاقمند و مرتبط	
رها کردن ذهن از افکار مخرب	رهایی
دور ماندن از بزهکاری	انگیزه‌های شخصی
دوری از انزوا و تنهایی	
جلوگیری از کهنه شدن دانش و تجارب	

توسعه ارتباطات شخصی	توسعه شخصی	
توسعه ارتباطات سازمانی		
نیک‌زیستی ذهنی و اجتماعی		
همکاری با افراد خوشنام و دارای برند شخصی		
کسب اعتماد به نفس		
حضور و مشارکت در رویداد و فعالیت ورزشی معروف و محبوب		
شرایط زمینه‌ای		
علاقمندی به مشارکت در امور خیر و فعالیت‌های عام‌المنفعه	فرهنگ مشارکتی	عوامل اجتماعی
علاقه روزافزون نسبت به ورزش و فعالیت‌های بدنی در جامعه		
پوشش گسترده رسانه‌ای از ورزش و رویدادهای ورزشی		
ایجاد بسترهای مشارکت داوطلبین در امور اجتماعی و ورزشی		
تایید خانواده و اعضای آن بر ورود به داوطلبی	تایید اجتماعی	
تایید گروه‌های همسان (سنی، تحصیلی، جنسی و ...)		
ارزش‌دهی اجتماعی و حمایت جمعی از مشارکت در داوطلبی		
امکان کسب مزایای اجتماعی		
ساختاری (وجود پیوندهای شبکه‌های درون اجتماعی و کانال‌های اطلاعاتی که باعث افزایش و ترغیب و تبادل دانش توسط اعضا و توسعه سرمایه ذهنی می‌شود، را مدنظر دارد).	سرمایه اجتماعی	
رابطه‌ای (انتظارات و توقعات مشترک و متقابل، جامعه‌پذیری، اعتماد، حس تعلق و قواعد و هنجارها را شامل می‌شود).		
شناختی (به ادراک واحد اعضای هر شبکه از اهداف و ارزش‌های حاکم بر آن شبکه اشاره دارد).		
باور حس مفید بودن و ارزشمندی برای جامعه	پنداره شخصی	عوامل فردی
حس نوع دوستی		
حس شکوفایی استعدادها و شخصی		
حس یادگیری اجتماعی از همکاری با دیگران		
خوش‌بینی نسبت به همکاری با دیگران و دید مثبت اجتماعی		
افزایش تعداد افراد دارای تحصیلات مرتبط با امور مختلف ورزشی	توانمندی شخصی	
آشنایی و تجارب قبلی با ورزش و رویدادهای ورزشی		
کسب مهارت جدید از مشارکت به عنوان داوطلب		
توسعه مهارت و توانایی موجود با مشارکت‌های داوطلبی		
سیال شدن و قابلیت انطباق‌پذیری با تغییرات		
خودکارآمدی داوطلبان		
ایجاد فضای باز سیاسی و کاهش مداخله دولتی در امور	کلان	عوامل مدیریتی
چشم‌انداز و نظام یکپارچه ملی به سمت توسعه داوطلبی		
خط مشی دولت در توانمندسازی سازمان‌های غیر دولتی		
چابکی و یکپارچگی سازمانی	سازمانی	
فلسفه شخصی مدیران در ارتباط با تاثیرگذاری داوطلبی		
تربیت مدیریت داوطلبی و بررسی و نظارت بر عملکرد داوطلبان		
ایجاد داوطلبی هوشمندانه		
شرایط مداخله‌گر		
کم‌اعتمادی به سازمان‌ها و اهداف یا نیت آن‌ها	بی‌اعتمادی	عوامل فرهنگی
کم‌اعتمادی اعضای سازمان به یکدیگر		
اعتماد ناکافی سازمان‌ها به داوطلبین و افراد دارای سابقه کم خارج از سازمان		
عدم موفقیت در ایجاد همدلی با اهداف گروه یا پروژه در حال انجام	ضعف کار گروهی	
تعارض منافع		
ناتوانی در همسو کردن فعالیت‌ها و توانایی متفاوت داوطلبان		

تداخل وظایف اصلی و داوطلبی		
ارتباطات غیررسمی و عدم شفافیت		
اقتصاد و روابط مالی غیررسمی		
عدم آمادگی سازمان برای تفویض اختیار و عمل به داوطلبین	فرایندهای اداری	عوامل ساختاری
محدودیت‌های قانونی و حقوقی در رابطه با بکارگیری داوطلبین		
وابستگی به داوطلبان قدیمی و عدم جذب داوطلبان جدید		
نبود دفتر ویژه جذب و مدیریت داوطلبان		
نبود سیستم اطلاعاتی فرایندهای مدیریتی ورزش کشور		
عدم مدیریت صحیح داوطلبان و فرسودگی شغلی		
تبعیض و نابرابری در برقراری پیوندهای اجتماعی		
عدم حمایت از داوطلب و سرخوردگی به واسطه دست نیافتن به نتیجه مورد انتظار		
زیربنایی نبودن آموزش در کتب درسی و رسانه‌ها	نیاز به تخصص ویژه	
محدودیت دانش داوطلبین نسبت به فعالیت یا پروژه مد نظر		
محدودیت سنی نسبت به فعالیت یا پروژه مورد نظر (کم‌سن یا مسن بودن)		
عدم توانایی کافی برای انجام وظایف مورد نظر		
استراتژی‌ها		
آموزش و ارتباط قبل، حین و بعد از رویداد داوطلب	آموزش و یادگیری	ترویج
انتشار و آموزش قوانین و دستورالعمل‌های مختلف مربوطه		
تفہیم خطومشی سازمان و رویداد ورزشی		
آموزش وظایف کلی داوطلبین ورزشی		
آموزش وظایف اختصاصی مورد انتظار		
سیستم رصد دائمی افراد واجد شرایط داوطلبی	اشاعه فرهنگ داوطلبی	
آگاهی‌بخشی نسبت به اهداف ورزش و رویداد ورزشی		
الگوسازی از حضور ارزشمند داوطلبان		
آگاهی‌بخشی نسبت به نهضت داوطلبی و فواید و جنبه‌های مختلف آن		
ترغیب داوطلبان به درگیری آنها با رهبران رویداد		
مشوق‌های ارتباطی با افراد و ستارگان	سیستم پاداش	قدرشناسی و انتخاب
مشوق‌های ارتباطی با سازمان		
مشوق مادی		
مشوق‌های مبتنی بر اعطای مدرک و گواهی حضور		
امکان بهره‌مندی از ظرفیت‌ها و امکانات سازمانی برای داوطلبین		
دستیابی به هویت جمعی توسط داوطلبان	سیستم ارتقا	
تسهیم تجربه و دانش با داوطلبان		
برنامه‌های جامعه‌پذیری برای داوطلبان		
ایجاد شبکه ارتباطات رسمی بین داوطلبین و سازمان		
ایجاد بستر ارتباطات غیرسازمانی داوطلبین		
پیامدها		
توسعه دانش فرد در زمینه فعالیت‌های بدنی و ورزش	عملکرد فردی	بهبود عملکرد
قرار گرفتن در فرایند طراحی، اجرا و ارزشیابی امور ورزشی		
داشتن سابقه و مدرک مشارکت و داوطلبی ورزشی		
انتقال سازمان‌ها از سنتی به پویا	عملکرد سازمانی	
محبوبیت اجتماعی سازمان و کسب حمایت اجتماعی		
کسب تجارب جدید برای سازمان		
امکان شناسایی و بهره‌مندی از متخصصان در فعالیت‌های آینده		
ایجاد پایگاه داده داوطلبی	حفظ فرهنگ داوطلبی	

ثابت و نگهداری نتایج حاصل از داوطلبی ورزشی		
ارزیابی و ارائه بازخورد به برنامه‌های توسعه داوطلبی ورزشی		
مدیریت منابع	منابع انسانی	به روز رسانی دانش نیروی انسانی با ورود داوطلبین جدید و متخصص امکان تجربه‌گردانی و انتقال تجربه به افراد مستعد عضویت در سازمان تشریح تجربه و اطلاعات از طریق داوطلبان مربوط به سازمان‌های متناظر تقویت انگیزش و نگرش از طریق ایجاد فضای جدید و ارتباطی در سازمان
مدیریت بهینه منابع برای امور جاری سازمان		
مدیریت منابع مالی در جهت اهداف و استراتژی‌های سازمانی		
جذب خدمات با هزینه کمتر در راستای مدیریت بهینه عملکرد		
انعطاف‌پذیری سازمانی	منابع مالی	تقویت و چابک‌سازی ساختار با داوطلبین ورزشی کاهش رسمیت از بالا به پایین در سازمان امکان مشارکت متخصصین و فعالیت خارج سازمانی عکس‌العمل و عملکرد سریع با توجه به امکان‌پذیری و راهبری داوطلبان
بازتاب‌های اجتماعی	بهبود سواد اجتماعی	تقویت روحیه جامعه‌پذیری و ادغام اجتماعی افزایش میزان داوطلبی غیر رسمی یا مشارکت مدنی نامرئی درونی سازی هنجارها افزایش فعالیت‌های مشارکتی ارتقاء روحیه مسئولیت‌پذیری و تعهد اجتماعی و اخلاق‌مداری دید مثبت اجتماعی و افزایش امید در جامعه
بازگشت سرمایه اجتماعی	بازگشت سرمایه اجتماعی	افزایش انسجام اجتماعی و ایجاد جامعه مقاوم افزایش اعتماد اجتماعی و گسترش شعاع آن در ورزش و جامعه افزایش پیوند و وفاداری اجتماعی پل زدن سرمایه اجتماعی و تسهیل پیوند بین جوامع مختلف تعامل و مشارکت مدنی

طبقه محوری، معمولاً پدیده مورد بررسی پژوهش است (۲۸)؛ که در این پژوهش، بازگشت سرمایه اجتماعی مبتنی بر نقش داوطلبین ورزشی می‌باشد. بر این اساس آن را به‌عنوان طبقه محوری در نظر گرفته و سایر طبقات به‌عنوان مقولات شرایطی (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر)، تعاملی / فرآیندی و پیامدی بررسی می‌شود.

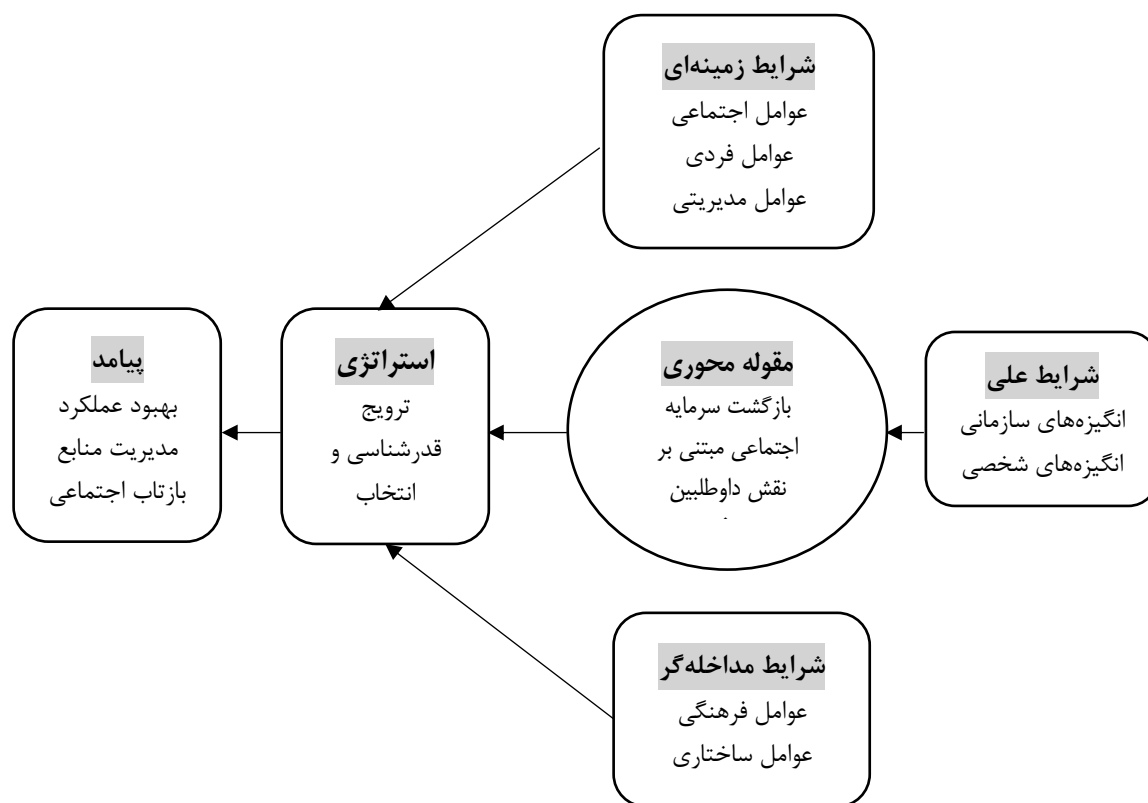
شرایط علی؛ در این پژوهش، ضرورت‌ها و چالش‌ها که لزوم ارائه مدل بازگشت سرمایه اجتماعی مبتنی بر نقش داوطلبین ورزشی را ایجاد نموده است، به‌عنوان شرایط علی در نظر گرفته می‌شود.

شرایط زمینه‌ای؛ در این پژوهش، مقوله‌های بسترهای رفتاری و بسترهای رسمی به‌عنوان شرایط زمینه‌ای در نظر گرفته شده‌اند. شرایط مداخله‌گر؛ مقوله‌های انگیزشی، محیطی و سازمانی به‌عنوان شرایط مداخله‌گری عمل می‌کند که در جهت بهبود پدیده مورد بررسی یعنی بازگشت سرمایه اجتماعی مبتنی بر نقش داوطلبین ورزشی عمل می‌کنند.

استراتژی (فرآیندها / تعاملات)؛ در این پژوهش آموزش، کنترل و نظارت و همچنین استراتژی‌های عملیاتی به‌عنوان استراتژی برای کنترل و پاسخ به پدیده مورد بررسی، در نظر گرفته شده‌اند.

پیامدها؛ در این نظریه، مقوله‌های رشد و توسعه و همچنین رکود به‌عنوان پیامد و نتیجه حاصل از این مدل در نظر گرفته شده است.

همچنین روابط علی معلولی بین مفاهیم و مقولات برخاسته از مرحله کدگذاری محوری در شکل ۲، به نمایش درآمده است که به مدل پارادایمی عمومی نظریه داده بنیاد است.



شکل ۲. ارتباط منطقی بین مقولات عمده در مرحله کدگذاری محوری

Figure 2. The logical relationship between the major categories in the axial coding stage

بحث و نتیجه گیری

هویه^۱ و همکاران (۲۰۱۹) داوطلبی را عملی فطری، نوع دوستانه و معنادار تلقی می‌کنند و برای آن به عنوان یک مبحث مورد توجه جهانی، ارزش بسیاری به ویژه در رابطه با ایجاد و حفظ فرصت‌هایی برای افراد برای شرکت در ورزش، فعالیت بدنی و اوقات فراغت قائل شده‌اند (۳۰). در مقابل این پس‌زمینه، حوزه ورزش و داوطلبی مرتبط با اوقات فراغت، چشم‌اندازی پر جنب و جوش از ایده‌ها، فعالیت‌ها و شرکت‌ها را نشان می‌دهد. بر این اساس، بررسی داوطلبی ورزشی به عنوان فضایی برای تعامل اجتماعی، تجربه و فرصت‌ها ارزشمند است و پیوندهای بین داوطلبی ورزشی، رهبری و تحول اجتماعی سهم منحصر به فردی در ادبیات ورزش، آموزش و جامعه دارد. این ارتباطات هم به نظریه و هم به عمل مربوط می‌شود و با ابتکارات و سیاست‌های دولت برای تشویق داوطلبی، توسعه اجتماعی و پایداری، همسو است (۳۱). تحقیق حاضر به منظور تدوین مدل بازگشت سرمایه اجتماعی مبتنی بر نقش داوطلبین ورزشی در ایران انجام گرفت. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد عوامل علی داوطلبی و بازگشت سرمایه اجتماعی را می‌توان در انگیزه‌های سازمانی و شخصی جستجو کرد. روی آوردن سازمان‌ها در به‌کارگیری نیروهای داوطلبی نقش به‌سزایی در انگیزه‌های هر سازمانی به‌ویژه بارزترین آن در بخش مدیریت هزینه‌ها دارد. سازمان‌های دولتی و خصوصی با چالش‌های پایداری از نظر تأمین اولویت‌های مالی مواجه بوده و هستند و این چالش‌ها سبب استقبال آنها از نیروهای داوطلبی در جهت مدیریت هزینه‌های سازمانی و سعی در مدیریت بهینه درآمدها و نیز استفاده از امکان استقلال نسبی بودجه از منابع انسانی می‌شود. مبحثی که در کشورهای متعدد به عنوان یکی از اصلی‌ترین منافع حاصل از داوطلبی مطرح بوده و در طول سال صرفه‌جویی بالایی را در این زمینه انجام می‌دهند که همسو با نظر چلادوری و کروین^۲ (۲۰۱۷) می‌باشد (۱). در کشور ما کمبود

1. Hoye

2. Chelladurai and Kerwin

منابع مالی و تخصیص ناقص اعتبارات، امکان محدود جذب منابع انسانی به صورت رسمی سبب عدم رشد و یا تضعیف ساختار ورزش در زمینه نیروهای سازمانی خود شده است. این نقصان، آسیب‌های بسیاری در راستای توسعه ورزش، آموزش و فرهنگ‌سازی حاصل از آن به عنوان نیاز اساسی در جامعه به پیکره ورزش وارد نموده است. وجود همین کمبود، سازمان‌ها را به سمت جذب، آموزش و نگهداری نیروهای داوطلب سوق می‌دهد. اگرچه در ابتدا هزینه‌های مربوط به آموزش، ارتقاء سطح دانش، کسب مهارت‌های جدید و تجربه هزینه‌هایی را به سازمان تحمیل می‌کند، اما در نگاه بالادستی این هزینه‌ها سرمایه‌گذاری است که در نهایت عواید آن به صنعت ورزش و در بُعد بزرگتر به جامعه باز می‌گردد. هرچند در بررسی دقیق‌تر استخدام نیروهای انسانی، آموزش و جامعه‌پذیری افراد نیز هزینه‌های هنگفتی ایجاد کرده که با جذب داوطلبین می‌توان تا حدود زیادی این مسئله را مدیریت و منابع مالی محدود موجود را صرف امور گسترش ورزش، نهادینه‌سازی آن و تولید شبکه‌های ارتباطی گسترده در جامعه به منظور تشویق آحاد مردم به امر ورزش نمود. این رویکرد وابستگی سازمان‌ها و بحث مالی که باعث محدودیت فعالیت‌های سازمانی می‌شود را تا حد قابل قبولی مرتفع می‌سازد که همسو با نظر بیکر^۱ و همکاران (۲۰۲۰) می‌باشد که مشارکت‌های جدید و خدمات مرتبط در ورزش، فعالیت بدنی، آموزش و سلامت فراهم کرده و موجب ارتقاء فرصت‌های داوطلبی شده است (۳۲).

از دیگر مقوله‌های مطرح در انگیزه‌های سازمانی مدیریت جانشین‌پروری است که خلاء توجه به این قطعه کمتر پرداخته شده در کشور ما به چشم می‌خورد. رصد افراد توانمند در حیطه‌های مختلف مدیریتی و اجرایی و ایجاد زمینه‌ای برای پرورش استعداد آنها را می‌توان پیش‌مقدمه پرورش جانشین در رویدادها و سازمان‌های ورزشی دانست. امری که نپرداختن به آن باعث شکننده بودن ساختار ورزش و متکی بودن آن به نام و شهرت افراد شده است. حضور در فعالیت‌های داوطلبی فرصت مغتنمی برای سازمان‌ها در شناسایی، آموزش و توانمندسازی و جانشین‌پروری است. داوطلبان ورزشی به فرصت‌های رهبری و مربیگری در زمان فعالیت خود دست پیدا می‌کنند و تجربه این مهم می‌تواند در بلندمدت به سازمان و فرد منفعت رساند.

کوهی و کولیسون^۲ (۲۰۱۹) نقش تثبیت شده داوطلبی را در توسعه ورزش و بالعکس ورزش برای توسعه را تصدیق می‌کنند و مجموعه روش‌های مختلفی را که داوطلبان در ارائه ابتکاراتی در سراسر جهان از ورزش به عنوان ابزار آموزشی ارتقای مشارکت در فعالیت‌های بدنی، ارزش‌ها، رفتارهای اجتماعی، مدنی و همچنین خدمت‌رسانی استفاده کرده‌اند را نشان می‌دهند (۳۳).

تحقیقات هم‌زمان راه‌های مختلفی را نشان می‌دهد که داوطلبان در رویدادهای مرتبط با ورزش از فرصت‌های رهبری و مربیگری فراهم شده برای کسب مهارت‌های حرفه‌ای و شخصی بهره می‌برند و زمینه را برای افراد فراهم می‌سازد تا از طریق تعاملات اجتماعی، اعتماد ایجاد کنند. در هر دو زمینه، دستاوردهای آموزشی قابل توجهی از داوطلبی و تحول اجتماعی وجود دارد که از طریق آموزش و تجربه داوطلبی شکل می‌گیرد (۳۴). فراتر از این، ارائه فرصت‌های رهبری از طریق داوطلبی مرتبط با ورزش نیز به ویژگی برجسته‌تر در برنامه‌های آموزش رسمی تبدیل شده است. در چارچوب آن، تأکید قابل توجهی بر این ایده وجود دارد مهارت‌هایی که از طریق داوطلبی آموزش داده می‌شود، نه تنها انگیزه‌های مربوط به نوع دوستی را برآورده می‌کند، بلکه فرصت‌های توسعه حرفه‌ای و شخصی را نیز فراهم می‌کند که برای رقابت در یک بازار کار رقابتی فزاینده، ضروری تلقی می‌شوند (۳۵، ۳۶).

نیاز به تمرکز بر توسعه آموزشی، سرمایه اجتماعی و فرصت‌های رهبری که از داوطلبی یا در طول کار داوطلبانه ناشی می‌شود و همسو با نظر جیتنر^۳ (۲۰۱۹) است می‌تواند پایه‌گذار تربیت و پرورش جانشینانی قدرتمند در صنعت ورزش شود (۳۷).

در زمینه انگیزه‌های شخصی، تنوع رسیدن به انگیزه مردم برای داوطلبی در برگزاری یک رویداد ورزشی در مقیاس کوچک و تأثیری که افزایش سطح رویداد بر داوطلبی می‌گذارد و نیز دلیل اشتیاق مردم در داوطلبی رویدادهای ورزشی در مقیاس کوچک

1. Baker
2. Kohe and Collison
3. Jaitner



از نظر فارل^۱ و همکاران (۱۹۹۸) توسعه ساختار داوطلبی، انگیزه داوطلبی، رضایت از تجربه قبلی و مدیریت در یک رقابت ورزشی نخبگان عنوان شد (۳۸). متخصصان و خبرگان عرصه ورزش و داوطلبی ورزشی رهاسازی ذهن از افکار مخرب، دوری از بزهکاری و انزوا، در کنار به روز شدن دانش و تجارب؛ توسعه ارتباطات شخصی و سازمانی را همراه با نیک‌زیستی ذهنی و اجتماعی، کسب اعتماد به نفس و حضور و مشارکت در رویداد و فعالیت‌های ورزشی را از انگیزه‌های شخصی در این زمینه بیان می‌دارند. نتایج این بخش از تحقیق با یافته‌های دیویس^۲ و همکاران (۲۰۱۹)، ناگل^۳ و همکاران (۲۰۱۹)، جانسون^۴ و همکاران (۲۰۱۷)، ولتی پیچی^۵ و همکاران (۲۰۱۳)؛ شولنکورف^۶ و همکاران (۲۰۱۱)؛ کی و بردبری^۷ (۲۰۰۹) و گمار^۸ (۲۰۱۵)؛ همسو می‌باشد (۷-۵، ۲۱، ۲۲، ۳۹، ۴۰).

شرایط زمینه‌ای که حضور داوطلبان در عرصه ورزش را مهیا می‌سازند، اجتماعی، فردی و مدیریتی است. فرهنگ مشارکتی در تار و پود جامعه ما هویداست و همواره این وفاق ملی برای حضور در فعالیت‌های عام‌المنفعه دیده می‌شود. امروزه در سایه گسترش پوشش رویدادهای ورزشی در رسانه‌ها و ایجاد موج اشتیاق عموم مردم به شرکت در فعالیت‌های ورزشی، بستر مناسبی برای مشارکت داوطلبین در امور اجتماعی، ورزشی و توسعه آن مهیا شده است. این نتایج نیز با یافته‌های جانسون و همکاران (۲۰۱۷)، نیکلز (۲۰۱۷) که بر توسعه فرهنگ مشارکت از طریق ورزش و گسترش روابط اجتماعی و نقش مؤلفه‌های اجتماعی، مدیریتی و فردی تأکید داشتند، همسو می‌باشد (۷، ۴۱).

از دیگر عواملی که به عنوان عوامل اجتماعی نقش قابل توجهی در توسعه داوطلبی و پیوند آن در بازگشت سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند، تأیید اجتماعی است که از سوی خانواده و گروه همسان و جامعه رقم می‌خورد و مشارکت افراد در این فضا را منزلت می‌بخشد. از موارد غیر قابل انکار در عوامل اجتماعی، سرمایه اجتماعی موجود در بطن جامعه است. سرمایه اجتماعی در ابعاد مختلف ساختاری، رابطه‌ای و شناختی با داوطلبی ورزشی عجین شده است. پیوندهایی که شکل می‌گیرد، جامعه‌پذیری که اتفاق می‌افتد و درک متقابلی که بین اعضای داوطلب از اهداف و ارزش‌ها ظاهر می‌شود، مؤید اهمیت وجود این بستر در فضای سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی است. این نتایج با یافته‌های سباستینو^۹ (۲۰۱۹) که داوطلب بودن را راهی برای تقویت سرمایه اجتماعی عنوان کرد، همسو است (۴۲). همچنین با یافته‌های کی و بردبری (۲۰۰۹) که ادعا کردند، داوطلبی ورزشی توانایی ایجاد ارتباط بین گروه‌های مختلف و تسهیل توسعه شبکه‌های اجتماعی و رشد فردی و مهارتی و پیوند اجتماعی را دارد، در یک راستا می‌باشند (۴۰). علاوه بر عوامل اجتماعی، در شرایط زمینه‌ای، عوامل فردی و مدیریتی نیز نقش مؤثری دارند. پنداره و توانمندی شخصی از عوامل فردی و عوامل کلان و سازمانی از گویه‌های عوامل مدیریتی می‌باشند. این نتایج نیز با ماحصل تلاش کی و بردبری (۲۰۰۹) که رشد مهارت‌های شخصی داوطلبان را بالاتر از غیرداوطلبان بیان کردند و بهره‌مند و همکاران (۲۰۲۱) که پنداره مثبت و شخصیت‌سازی را گویه‌ای از هویت‌بخشی به داوطلب بیان کردند، همپوشانی دارد (۴۰، ۴۳). فرد داوطلب، باور حس مفید بودن برای جامعه و ارزش‌مندی، حس نوع دوستی، حس شکوفایی استعدادها، حس یادگیری اجتماعی از همکاری با دیگران و خوش‌بینی نسبت به همکاری با دیگران و دید مثبت اجتماعی را در ضمیر خویش حس می‌کند. داوطلب ورزشی در پنداره شخصی خود، دید مثبت‌تری نسبت به اجتماع پیدا می‌کند و از سوی دیگر، علاوه بر کسب مهارت‌ها و تجارب

1. Farrell
2. Davies
3. Nagel
4. Johnson
5. Welty Peachey
6. Schulenkorf
7. Kay and Bradbury
8. Gemar
9. Sabatino



جدید، قادر خواهد بود، انطباق‌پذیری مطلوب‌تری با تغییرات محیطی نشان دهد که با یافته‌های ناگل و همکاران (۲۰۱۹)، همسو است (۶).

همچنین عوامل مدیریتی در دو بخش کلان و سازمانی به‌عنوان شرایط زمینه‌ای در عرصه داوطلبی مطرح شده‌اند. عوامل مدیریتی کلان، چه در بحث چشم‌انداز و خط‌مشی سازمان‌های ورزشی و چه در بحث چابکی و یکپارچگی سازمانی، فلسفه شخصی مدیران و تربیت مدیران داوطلبی، حرکت به سمت ایجاد داوطلبی هوشمندانه در نظر خبرگان داوطلبی ورزشی، تسهیل‌کننده زمینه برای حضور فعال داوطلبان ورزشی است. این یافته‌ها با نتایج ویتاکر و هالند اسمیت^۱ (۲۰۱۶) همسو است (۱۷). رویدادها به طور گسترده بر نیروی کار کوتاه مدت و داوطلبان متکی هستند، اگرچه آموزش‌هایی که داوطلبان دریافت می‌کنند می‌تواند بر نتایج کیفیت خدمات تأثیر بگذارد. تصمیمات حاکم بر حوزه آموزشی ارائه شده به داوطلبان، تصمیمات مدیریتی برای کسانی است که نقش‌های رهبری را در سازمان‌های رویداد اشغال می‌کنند و سبک‌های رهبری مدیران رویداد ممکن است بر تصمیم‌گیری در مورد آموزش داوطلبان تأثیر بگذارد.

در این بین، عوامل و شرایط مداخله‌گری همچون عوامل فرهنگی و ساختاری نیز ایفای نقش می‌کنند. بی‌اعتمادی و ضعف کار گروهی از دلایل فرهنگی تأثیرگذار در این مقوله می‌باشد. بی‌اعتمادی نشأت گرفته از کم اعتمادی به سازمان‌های ورزشی و داوطلبین ورزشی است که رابطه‌ای دوسویه دارد و از سوی دیگر تعارض منافع و تفاوت توانمندی‌های افراد و تداخلی که در دو گروه بوجود می‌آید به عنوان ضعف کارگروهی بر توسعه داوطلبی ورزشی سایه می‌اندازد. مقوله اعتماد و کار گروهی که وانگ^۲ و همکاران (۲۰۱۸)، ژوآ و کاکس^۳ (۲۰۱۵)، عباسی و همکاران (۱۴۰۰) و توکلی و همکاران (۱۳۹۵) بر اهمیت نقش آن در سرمایه اجتماعی تأکید کردند و دریافتند اعتماد رکن اصلی سرمایه اجتماعی است، همسو (۴۴، ۴۶، ۱۹ و ۴۵) و با یافته‌های شولنکورف و همکاران (۲۰۱۱) که وخیم شدن روابط گروهی را از تأثیرات داوطلبی ورزشی ذکر کرده بود، ناهمسو است (۳۹). در نگاهی به دیدگاه‌های بین فرهنگی در مورد داوطلبی ورزشی و تأثیر بر تحولات اجتماعی، مشاهده می‌شود که پرداختن به سمت عرضه داوطلبی و شکل‌گیری مشارکت‌های جدید چشم‌اندازی را برای توسعه فرصت‌های رهبری و همکاری ارائه می‌دهد و شامل مدیریت و تعاملاتی است که داوطلبان با سهامداران کلیدی در بخش آموزش رسمی و غیررسمی دارند و با آن‌ها ایجاد شبکه می‌کنند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد در کنار عوامل فرهنگی، عوامل ساختاری نیز می‌توانند در میزان گسترش داوطلبی ورزشی و بازگشت سرمایه آن به اجتماع، نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشند. همانند یافته‌های ژوآ و کاکس (۲۰۱۵) که سطح بالای سرمایه اجتماعی را با میزان تمرکز ساختار سازمان و تفاوت‌های قومی مرتبط دانستند، می‌باشد (۴۶). فرایندهای اداری و نیاز به تخصص ویژه، از سری عوامل ساختاری مداخله‌گر در بازگشت سرمایه اجتماعی حاصل از داوطلبی ورزشی است. این عوامل از عدم آمادگی سازمان برای تفویض اختیار عمل به داوطلبین، محدودیت‌های قانونی و حقوقی در رابطه با بکارگیری داوطلبین تا نبود نظام اطلاعاتی فرایندهای مدیریتی ورزش کشور و تبعیض و نابرابری در برقراری پیوندهای اجتماعی متغیر بود.

با توجه به نظر خبرگان می‌توان ترویج، قدرشناسی و انتخاب را از راهبردهای کارآمد بر بازگشت سرمایه اجتماعی مبتنی بر داوطلبی ورزش دانست. آموزش و یادگیری که به خرده مقیاس‌هایی چون، آموزش و ارتباط قبل، حین بعد از رویداد داوطلب، انتشار و آموزش قوانین و دستورالعمل‌های مختلف مربوطه، تفهیم خط‌مشی سازمان و رویدادهای ورزشی، آموزش وظایف کلی داوطلبین ورزشی در کنار آموزش وظایف تخصصی مورد انتظار اشاره می‌کند. این نتایج با یافته‌های رادفورد^۴ و همکاران (۲۰۱۹)، کراجوناکوا^۵ و همکاران (۲۰۱۸)، سراجی و همکاران (۲۰۲۲)، بهره‌مند و همکاران (۲۰۲۱) و اندام و اکبری (۲۰۱۵) و همسو

1. Whittaker and Holland-Smith
2. Wang
3. Jha and Cox
4. Rutherford
5. Krajiňáková



می‌باشد (۴۷، ۴۸، ۴۳، ۴۹ و ۸). مطالعات هایتون^۱ (۲۰۱۸) و پارکر^۲ و همکاران (۲۰۱۹) نشان می‌دهد که داوطلبان رویدادهای ورزشی به فرصت‌های رهبری و مربیگری دست پیدا می‌کنند تا علاوه بر کسب مهارت‌های حرفه‌ای و شخصی، قادر شوند از طریق تعاملات اجتماعی، اعتماد جدیدی ایجاد کنند. این دستاوردهای قابل توجه داوطلبی و تحول اجتماعی از طریق آموزش و کسب و انتقال تجربه داوطلبی حاصل می‌شود (۳۶، ۳۴). نظام رصد دائمی افراد واجد شرایط داوطلبی ورزشی، آگاهی‌بخشی نسبت به اهداف ورزش و رویداد ورزشی، در کنار الگوسازی از حضور ارزشمند داوطلبان، از خرده مقیاس‌های مقوله اشاعه فرهنگ داوطلبی از راهبرد ترویج است. مقوله‌هایی مهمی که باید در زمینه راهبرد مد نظر قرار گیرد.

راهبرد قدرشناسی و انتخاب دارای دو مقوله نظام پاداش و نظام ارتقا نیز خود دارای مفاهیمی است که پرداختن به آنها می‌تواند ضرورت توجه به داوطلبین و حضور آنها به عنوان داوطلبین وفادار در سازمان‌ها را بیان نماید. در نظام پاداش مشوق‌های ارتباطی با سازمان، افراد و ستارگان، گواهی حضور و امکان بهره‌مندی از ظرفیت‌ها و امکانات سازمانی برای داوطلبین از زیر مجموعه‌های راهبری قدرشناسی و انتخاب است. این نتایج با یافته‌های ژو و کاپلانیدو^۳ (۲۰۱۸) و کومار و همکاران (۲۰۱۸) همسو می‌باشد (۲۵، ۲۴). دستیابی به هویت جمعی توسط داوطلبان، تسهیم تجربه و دانش با داوطلبان، برنامه‌های جامعه‌پذیری برای داوطلبان، ایجاد شبکه ارتباطات رسمی بین داوطلبین و سازمان و ایجاد بستر ارتباطات غیرسازمانی داوطلبین از جمله سیستم ارتقا بحث استراتژی‌هاست. استراتژی ارتقا باید به دستیابی داوطلبین ورزشی به هویت جمعی و برنامه‌های جامعه‌پذیری و تسهیم تجربه و دانش بیانجامد. این نتایج با یافته‌های لیلیانا بودویچی-پویو^۴ (۲۰۱۸) که نشان دادند روابط داوطلبی با سازمان‌های ورزشی نقش مهمی در فرایند جامعه‌پذیری دارد، همسو است (۵۰).

در نهایت آنچه در قالب پیامدهای حاصل از پژوهش می‌توان به آن اشاره نمود، بهبود عملکرد، مدیریت عملکرد و بازتاب‌های اجتماعی است. بهبود عملکردی که نشأت گرفته از عملکرد فردی، سازمانی و حفظ فرهنگ داوطلبی است. پیامدهای حاصل از انعکاس داوطلبی ورزشی در بازگشت سرمایه اجتماعی می‌تواند مدیریت منابع انسانی شامل مفاهیمی چون به‌روز رسانی دانش نیروی انسانی با ورود داوطلبین جدید و متخصص، امکان تجربه‌گردانی و انتقال تجربه به افراد مستعد عضویت در سازمان، تشریح تجربه و اطلاعات از طریق داوطلبان مربوط به سازمان‌های متناظر، تقویت انگیزش و نگرش از طریق ایجاد فضای جدید و ارتباطی در سازمان و مدیریت منابع مالی و مفاهیمی چون مدیریت بهینه منابع برای امور جاری سازمان، مدیریت منابع مالی در جهت اهداف و استراتژی‌های سازمانی، جذب خدمات با هزینه کمتر در راستای مدیریت بهینه عملکرد؛ مقوله انعطاف‌پذیری سازمانی باشد. با مفاهیمی از قبیل تقویت و چابک‌سازی ساختار با داوطلبین ورزشی، کاهش رسمیت از بالا به پایین در سازمان، امکان مشارکت متخصصین و فعالیت خارج سازمانی، عکس‌العمل و عملکرد سریع با توجه به امکان‌پذیری و راهبری داوطلبان و در نهایت، بازتاب‌های اجتماعی یکی از متصورترین پیامدهای حاصل از حضور داوطلبین در ورزش به زعم خبرگان می‌باشد. مقوله‌هایی همچون بهبود سواد اجتماعی حاصل از تقویت روحیه جامعه‌پذیری و ادغام اجتماعی، افزایش میزان داوطلبی غیر رسمی یا مشارکت مدنی نامرئی، درونی‌سازی هنجارها، افزایش فعالیت‌های مشارکتی، ارتقاء روحیه مسئولیت‌پذیری و تعهد اجتماعی و دید مثبت اجتماعی و افزایش امید در جامعه را شامل می‌شود.

در بحث بازگشت سرمایه اجتماعی، افزایش انسجام اجتماعی و ایجاد جامعه مقاوم، افزایش اعتماد اجتماعی و گسترش شعاع آن در ورزش و جامعه، افزایش پیوند و وفاداری اجتماعی، پل زدن سرمایه اجتماعی و تسهیل پیوند بین جوامع مختلف و تعامل و مشارکت مدنی داوطلبین می‌توان اشاره کرد. این یافته‌ها با یافته‌های ولتی پیچی و همکاران (۲۰۱۳)، کی و بردبری (۲۰۰۹)،

1. Hayton
2. Parker
3. Zhou R, Kaplanidou
4. Budevici-Puiu



که نقش داوطلبی ورزش را در بازسازی سرمایه اجتماعی جامعه ثبت کرده و معتقدند ورزش می‌تواند به طور مثبت به جامعه اجتماعی کمک کند (۲۱، ۴۰). با نگاهی ویژه به تأثیرات دوسویه سرمایه اجتماعی و داوطلبی ورزشی، از این تعامل به عنوان ابزاری کارآمد برای دستیابی به اهداف و سیاست مربوط به توسعه داوطلبی در ورزش؛ بهبود آموزش، پشتیبانی و شناخت نقش داوطلبان در یک سازمان ورزشی؛ بهبود ظرفیت داوطلبین برای مشارکت کامل، داشتن یک تجربه مثبت و بنابراین ماندگاری و وفاداری در سازمان با ایجاد یک شبکه مطلوب از روابط ضعیف و قوی، طیف گسترده‌ای از منابع را برای داوطلب در کار خود و همچنین سایر جنبه‌های زندگی او فراهم ساخته و از این رهگذر جامعه نیز از ثمرات حضور آنان بی‌بهره نخواهد ماند. اگر چه ممکن است بسیاری از نیروهای داوطلب ورزشی دارای تخصص ویژه‌ای نباشند، اما گذراندن دوره‌های مختلف و قرار دادن آنها در بونته آزمایش، می‌تواند منجر به کشف استعدادها و متعددی شده و امیدی برای پرورش نسل آینده و نیک‌زیستی داوطلب را به همراه داشته باشد. نظر به اینکه گسترش داوطلبی می‌تواند فرصت‌ها و مشغولیت‌های کاری فراوانی به همراه داشته باشد، احیا، سامان‌دهی و نظام‌مند نمودن فرهنگ داوطلبی در ورزش پیشنهاد می‌گردد. همچنین مهم است که تحقیقات نه تنها دلایل و انگیزه‌های داوطلبی را در نظر بگیرد، بلکه نحوه مقابله و مدیریت شرکت‌کنندگان پس از پایان سفر داوطلبانه‌شان را نیز در نظر بگیرد. «خروج نقش» مقوله‌ای مهم است و بینشی را بر اساس مصاحبه با شرکت‌کنندگان پس از یک رویداد برای درک احساسات و عواطف آنها ارائه می‌کند. اهمیت این پدیده درک احساسات و تجربیات خروج است، اما از آنجایی که تأکید زیادی بر آماده‌سازی داوطلبان قبل از یک رویداد می‌شود، پایان سفر داوطلبانه اغلب ناگهانی است و بنابراین مورد بررسی قرار نمی‌گیرد. برای اطمینان از اینکه نیازهای داوطلبان معاصر به اندازه کافی مدیریت می‌شوند، مهم است که چگونه افراد تحت تأثیر داوطلبی قرار می‌گیرند و همچنین نحوه انعکاس این اثرات در تجربیات پس از آن مهم می‌باشد. غفلت از این بحث داوطلب را پس از رویداد آسیب‌پذیر نموده و نیاز به مدیریت بهتر مراحل پایانی سفر داوطلبانه به عنوان چالشی حائز اهمیت با توجه به محدودیت در داوطلبی رویدادهای ورزشی را می‌طلبد. از این رو توجه شایسته به این موضوع پیشنهاد می‌گردد و لازم است با تربیت و پرورش مدیران داوطلبی آگاه و هوشیار به این مقوله از ورود آسیب‌های احتمالی و بد هنگام این پدیده به سازمان در جریان برگزاری رویدادها جلوگیری کرد و سازوکار ویژه‌ای به کار بست.

کارکردهای نظام داوطلبی ورزش تنوع بسیار دارد که از جهت‌دهی شغلی، انتشار دانش، مشروعیت بخشی، کارآفرینی و خلاقیت پروری متفاوت است و این خود منبع عظیمی از فرصت‌هایی است که می‌تواند با ورود به سازمان‌های سنتی سر منشأ تحولات عظیم ساختاری گردد که پیشنهاد می‌شود، مسئولین نظام ورزش کشور به این مقوله اهتمام ورزند.

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. Chelladurai P, Kerwin S. Human Resource Management in Sport and Recreation [Internet]. Human Resource Management in Sport and Recreation. 2017.
2. Rodrigues RG, Pinheiro P, Gouveia A, Brás RMM, O'Hara KdLS, de Oliveira Duarte PA, et al. Segmentation of Portuguese customers' expectations from fitness programs. *Journal of International Studies*. 2017;10.(۳)
3. Kim H, Choe Y, Kim D, Kim J. For sustainable benefits and legacies of mega-events: A case study of the 2018 PyeongChang Winter Olympics from the perspective of the volunteer co-creators. *Sustainability*. 2019;11(9):2473.
4. Andam R, Hamidi M, Taslimi Z. Volunteer management in sport:(the case study of Sport Administration of Tehran Municipality). 2012.
5. Davies LE, Taylor P, Ramchandani G, Christy E. Social return on investment (SROI) in sport: a model for measuring the value of participation in England. *International Journal of Sport Policy and Politics*. 2019;11(4):585-605.
6. Nagel S, Seippel Ø, Breuer C, Feiler S, Elmoose-Østerlund K, Llopis-Goig R, et al. Volunteer satisfaction in sports clubs: A multilevel analysis in 10 European countries. *International review for the sociology of sport*. 2020;55(8):1074-93.
7. Johnson JE, Giannoulakis C, Felver N, Judge LW, David PA, Scott BF. Motivation, satisfaction, and retention of sport management student volunteers. 2017.
8. Andam R, Akbari A. Identify Factors of Social Capital of Volunteers in University Sport Associations. *Sport Physiology & Management Investigations*. 2015;7(3):35-48.
9. Rahimi E, Zarei Matin H, Parkan H. Explaining the Concept of Reason and Rationalism from the Perspective of Narrations as a Basis for Organizational Capital;(Human, Social, Psychological, Spiritual). *Social Capital Management*. 2018;5(4):579-603.
10. Roshanfekar P, Zokaei S. Youth, social capital and volunteering. *Social Welfare Quarterly*. 2007;6(23):113-46.
11. FEDOR C-G. Social capital and community development: Case study. *Social Research Reports*. 2019;11(1):65-77.
12. Carrillo Álvarez E, Riera Romaní J. La medición del capital social: Nuevas perspectivas. *Gaceta Sanitaria*. 2017;31(1):57-61.
13. Areekul C, Ratana-Ubol A, Kimpee P. Model development for strengthening social capital for being a sustainable lifelong learning society. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2015;191:1613-7.
14. Taylor P, Davies L, Wells P, Gilbertson J, Tayleur W. A review of the social impacts of culture and sport. 2015.
15. Zhou R, Kaplanidou K, Wegner C. Social capital from sport event participation: scale development and validation. *Leisure Studies*. 2021;40(5):612-27.
16. Smith AC, Westerbeek HM. Sport as a vehicle for deploying corporate social responsibility. *Journal of corporate citizenship*. 2007(25):43-54.



17. Whittaker CG, Holland-Smith D. Exposing the dark side, an exploration of the influence social capital has upon parental sports volunteers. *Sport, education and society*. 2016;21(3):356-73.
18. Wicker P, Hallmann K. A multi-level framework for investigating the engagement of sport volunteers. *European sport management quarterly*. 2013;13(1):110-39.
19. Tavakol M, Fahim Devin H, Esmailzadeh Ghandehari MR, Peymanizad H. Identify and Explain the Effective Indicators on the Development of Social Capital Through Sport in Urban Society and Presenting Model. *Contemporary Studies On Sport Management*. 2020;10(20):17-36.
20. Manolachi V. Managementul și dezvoltarea durabilă a sportului (Management and sustainable development of sport). Chișinău: Ed USEFS. 2016.
21. Welty Peachey J, Cohen A, Borland J, Lyras A. Building social capital: Examining the impact of Street Soccer USA on its volunteers. *International Review for the Sociology of Sport*. 2013;48(1):20-37.
22. Gemar A. Social capital networks in sports spectatorship and participation. *International Review for the Sociology of Sport*. 2021 Jun; 56(4):514-36.
23. Forsell T, Tower J, Polman R. Development of a scale to measure social Capital in Recreation and Sport Clubs. *Leisure Sciences*. 2020;42(1):106-22.
24. Kumar H, Manoli AE, Hodgkinson IR, Downward P. Sport participation: From policy ,through facilities, to users' health, well-being, and social capital. *Sport Management Review*. 2018;21(5):549-62.
25. Zhou R, Kaplanidou K. Building social capital from sport event participation: An exploration of the social impacts of participatory sport events on the community. *Sport Management Review*. 2018;21(5):491-503.
26. Mohamadi Torkamani E, Ghorbani MH, Bagheri G, Soroush S. Designing the Model of Bridging Social Capital Promotion for Football Fans. *Social Capital Management*. 2016;3(1):89-111.
27. Mohammadian B, Ardekani MN. Representation of the Social Capital Status in Policymakers' Mental Models: The Case Study of the Discourse Running Through the Iranian Civil Service Management Law. *Social Capital Management*. 2021;8(4):527-53.
28. Corbin J ,Strauss A. Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory: Sage publications; 2014.
29. Mohammad Pour A. Meta method (The philosophic and practical foundation): Tehran: Sociologs Publication; 2010.
30. Hoye R, Cuskelly G, Auld C, Kappelides P, Misener K. *Sport volunteering*: Routledge; 2019.
31. Wise N, Kohe GZ, Koutrou N. sport volunteering, educational leadership and social transformation. Taylor & Francis; 2021. p. 945-51.
32. Baker C, Courtney P, Kubinakova K ,Crone D, Billingham D. Assessing the broader social outcomes of a community health programme through a social-ecological framework. *International Journal of Health Promotion and Education*. 2020;58(3):137-51.
33. Kohe GZ, Collison H. *Sport, education and corporatisation: Spaces of connection, contestation and creativity*: Routledge; 2019.
34. Parker A, Morgan H, Farooq S, Moreland B, Pitchford A. Sporting intervention and social change: Football, marginalised youth and citizenship development. *Sport, Education and Society*. 2019;24(3):298-310.
35. Bush KA, Edwards MB, Jones GJ, Hook JL, Armstrong ML. Service learning for social change: Raising social consciousness among sport management students. *Sport Management Education Journal*. 2016;10(2):127-39.



36. Hayton J. "They do treat us as a bit normal now": Students' experiences of liminality and communitas whilst volunteering on a sports-based outreach project. *International review for the sociology of sport*. 2018;53(7):869-89.
37. Jaitner D. Voluntary sports clubs as 'schools of democracy'? Critique of German sports science. *Sport, Education and Society*. 2019;24(8):867-82.
38. Farrell JM, Johnston ME, Twynam GD. Volunteer motivation, satisfaction, and management at an elite sporting competition. *Journal of Sport Management*. 1998;12(4):288-300.
39. Schlenker N, Thomson A, Schlenker K. Intercommunity sport events: Vehicles and catalysts for social capital in divided societies. *Event management*. 2011;15(2):105-19.
40. Kay T, Bradbury S. Youth sport volunteering: developing social capital? *Sport, education and society*. 2009;14(1):121-40.
41. Nichols G. Volunteering in community sports associations: A literature review. *Voluntaristics Review*. 2017;2(1):1-75.
42. Sabatino M. Economic resilience and social capital of the Italian region. *International Review of Economics & Finance*. 2019;61:355-67.
43. Bahremand M, Keshtidar M, Mostahfzian M, Karimian J. Analysis of effective factors on branding personality traits of sports volunteers in Iranian university sports events. *Journal of Sport Management*. 2021.
44. Wang L, Huang M, Liu M. RETRACTED: How the founders' social capital affects the success of open-source projects: A resource-based view of project teams. Elsevier; 2018.
45. Abbasi S SA, Asadzadeh A. Identifying and prioritizing the components of social capital in the Iranian national handball team. *Social Capital Management*. 2021;21(8):99-121.
46. Jha A, Cox J. Corporate social responsibility and social capital. *Journal of Banking & Finance*. 2015;60:252-70.
47. Rutherford A, Bu F, Dawson A, McCall V. Volunteering for All: national framework-literature review. 2019.
48. Kraňňáková E, Šimkus A, Pilinkienė V, Grabowska M. Analysis of barriers in sports volunteering. *Journal of international studies*. 2018;11(4):254-69
49. Seraji M KGA, Keshkar S, Seyed Naghavi M A, Shabani Bahar, G R. Identifying Components Affecting Volunteer Human Resource Architecture Model in Organizing University Sport Events. *Mudīriyyat-i manābī-i insānī dar varzish (Human Resource Management in Sport)*. 2022;9(1):119-40.
50. Budevici-Puiu L. The importance of adopting national policy papers on dual careers in the field of sport. *Revista Românească pentru Educație Multidimensională*. 2018;10(1):45-53.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

بدری آذرین، یعقوب؛ عبدوی، فاطمه و کلانتری، فهیمه. (۱۴۰۱). تدوین مدل بازگشت سرمایه اجتماعی مبتنی بر نقش داوطلبین ورزشی در ایران. *مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۹(۲)، ۳۷۶-۳۵۵. <http://dx.doi.org/10.22044/shm.2022.11567.2432>

