

طراحی مدل تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزش در ایران

مهدی گودرزی*^۱ - مریم شادمانیان^۲

۱. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیامنور، تهران، ایران، ۲. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه پیامنور، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۴، تاریخ تصویب: ۱۴۰۳/۱۰/۱۵)

چکیده

هدف از پژوهش حاضر طراحی مدل تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزش در ایران بود که به روش توصیفی پیمایشی انجام شد. جامعه آماری آن بر اساس گزارش مؤسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی نیمسال ۱۳۹۹-۱۴۰۰ را کلیه اعضای هیئت علمی دانشکده‌ها و گروه‌های تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تابعه وزارت علوم تحقیقات و فناوری به تعداد ۹۶۱ نفر تشکیل داده بود که تعداد نمونه آماری آن بر اساس فرمول کوکران ۲۷۸ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. برای جمع داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که روایی محتوایی آن توسط ۵ نفر از اعضای علمی با درجه استادی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی مورد تأیید قرار گرفت و جهت پایایی آن از ضریب آلفا کرونباخ استفاده شد که برای کل پرسشنامه ۰/۸۴ به دست آمد و با استفاده از آزمون‌های آمار توصیفی، آزمون فریدمن و از مدل سازی معادلات ساختاری بر اساس رویکرد حداکثر درست‌نمایی با نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۳ در سطح خطای ۰/۰۵ و نرم‌افزار مدل معادلات ساختاری Amos نسخه ۲۳ بهره گرفته شد. یافته‌های پژوهش نشان داد شاخص‌های زمینه‌ای با میانگین ۶/۴۳ مهم‌ترین عامل و برون‌داد های شناختی با میانگین ۴/۰۱ کم اهمیت‌ترین عامل می‌باشد. همچنین شاخص‌های زمینه‌ای با اثر کلی ۰/۷۶ بیشترین تأثیر را بر تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزش در ایران دارد همچنین شاخص فضا با ۰/۷۴، شاخص فرآیند با ۰/۷۰، شاخص آموزشی با ۰/۶۵، برون‌داد های شناختی با ۰/۶۰ تأثیر گذار بودند. و در کل مدل تحقیق با توجه به شاخص‌های پرازش نیکویی مدل مناسبی را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج تحقیق می‌توان براساس نیازها موجود در جامعه، به برنامه مناسب، امکانات، فضاهای خوب، متخصصان و جنبه‌های مهم تعلیم و تربیت مربیان تخصصی ورزشی توجه نمایند و در رشد و افزایش کیفیت آموزش نیروی انسانی ورزش کشور با تأسیس دانشگاه کمک نمود.

واژه‌های کلیدی

دانشگاه تخصصی ورزش، شاخص‌های آموزشی و شناختی، مربی ورزش در ایران.

مقدمه

امروزه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی آن‌قدر گسترده و توسعه یافته است که رشته‌های عمومی و محض و برنامه‌هایی که زیر نظرشان هست به‌سختی نیروی انسانی متخصص و مورد نیاز را تربیت و تأمین می‌کنند. روشن است که رشد کمی دانشگاه‌ها و ایجاد رشته‌های جدید در دانشگاه بدون در نظر گرفتن مراحل علمی درست نه تنها رشد این نظام را به‌دنبال نخواهد داشت بلکه مشکلات حال حاضر و آینده نظام آموزش عالی کشور میافزاید، تعداد زیادی از دانش‌آموختگان بیکار؛ نبود تناسب بین آموزش‌های دانشگاهی با نیازمندی‌های جامعه، سرخوردگی جامعه دانشگاهی، بی‌اعتمادی و بی‌اعتنایی به دانش و دانشگاهیان و در کل تلف کردن سرمایه‌های ملی از جمله نتایج ناشی از سیاستگذاری‌های غلط و همچنین نقص در فرایند ایجاد و رشد رشته‌های دانشگاهی خواهد بود (۱).

برنامه ریزی برای رشته‌های گوناگون باید مؤثر و به‌روز باشد. به‌صورتی که دانشجوی بعد از فارغ-سال تحصیلی، دارای مهارت‌های علمی و فنی متناسب با رشته‌ی مورد نظرش باشد و مشکلات جامعه را در حیطه خودش حل کند. در این میان رشته تربیت‌بدنی نیز یکی از شاخه‌های مهم تعلیم و تربیت در نظام آموزشی است که دچار تغییر و تحولات زیادی شده‌است. البته که نیروی انسانی اصلی‌ترین سرمایه‌ی هر کشور به‌حساب می‌آید ولی استفاده‌ی صحیح از این سرمایه در یک سیستم منسجم ضروری است (۲). یکی از بزرگ‌ترین منابع سرمایه‌گذاری روی نیروی انسانی دانشگاه است. در عصر حاضر داشتن اطلاعات به‌روز و رقابتی بودن، حرف اول را در دانشگاه‌ها می‌زند. در دانشگاه‌ها نباید آموزش‌ها به‌طور یکنواخت سرد، بی‌روح، به‌صورت فقط تئوری و عناوین دروس به سبک سنتی باشند و در آخر دانش‌آموختگانی مدرک به

دست و غیرحرفه‌ای بسنده کنند (دانشگاه ایستا) و برای حفظ پویایی این، به برنامه‌ای منعطف و با کیفیت اجرایی بالا که برای آینده‌گان نیازمند است (۳).

از طرف دیگر مربیگری حرفه‌ای جذاب و رضایت‌بخش برای افراد است، زیرا آنها در این حرفه می‌توانند با ورزش کارانی با انگیزه کار کنند، برنامه‌های ورزشی موفق طراحی کنند، از آموزش مهارت‌های ورزشی رضایت کسب کنند و در توسعه ورزشکاران به آنها کمک کنند مربیان معمولاً زمان زیادی را صرف هدایت ورزشکاران می‌کنند، زیرا آنها از اثر مثبت بر زندگی جوانان در زمینه ورزشی و حتی سایر زمینه‌ها لذت می‌برند. علاوه بر آن، ورزشکاران نیز مربیان خود را الگوی خود قرار می‌دهند و تأثیر آنها را به صورت روان‌شناختی، جسمانی و احساسی حس می‌کنند. مربیان در بسیاری از زمینه‌ها مانند ورزش، آموزش و مدیریتی بر افراد تأثیر می‌گذارند و آنها را برانگیخته و تحریک می‌کنند. آنها دارای تخصص در زمینه‌های دانش محتوایی، نحوه آموزش، توسعه انسانی و استراتژی‌های حل مسئله هستند. همچنین مربیان خبره دارای تخصص‌های استثنائی بین فردی و فردی هستند، بازخوردهایی که آنها برای ورزشکاران فراهم می‌آورند نقش به‌سزایی در ارتقای عملکردشان ایفا می‌کند. مربیان جایگاه بالایی در برنامه‌های ورزشی دارند و نقش آنان به حدی مهم است که محور اصلی و سکان‌دار تیم‌های ورزشی تلقی می‌شوند. مربیان محور اصلی و رکن مهم تیم‌های ورزشی هستند. در بین سه عامل ورزشکار، مربی و تماشاگر، مربی در رهبری تیم به‌عنوان سازمان‌دهنده قوی و زیربنای هر پیشرفت مطرح است. مربیان با اتکا به دانش، تجربیات و اطلاعات خویش در جهت رساندن ورزشکار به سکوی افتخار نقض اصلی را ایفا می‌کنند. آنها در توسعه و پیشرفت بازیکنان نقش حیاتی دارند و بازیکنان را با مهارت‌ها و دانش مورد نیاز آشنا می‌کنند و موجب موفقیت

مدارس، فدراسیون‌ها و سایر سازمان‌های فعال به خدمات تخصصی مربیان ورزشی است که این امر از طریق طراحی و ایجاد نظام‌های آموزشی و تربیتی برای پرورش مربیان مورد نیاز در درون جامعه و یا از طریق صادرات و واردات این نیروهای متخصص در بین جوامع مختلف انجام می‌گیرد که همین موضوع به مقوله‌ای پول‌ساز در بین کشورهای دارای اعتبار و نظام کیفی بالا در حوزه تربیت مربی بین‌المللی شده‌است و سالانه با انعقاد قراردادهای مختلف بین‌المللی مربیان‌شان از اثرات مستقیم و غیر مستقیم‌شان در تولید ناخالص ملی برخوردار می‌گردند (۳). دیکسون و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان «همه ما کاملاً انتقادی به آنها نگاه می‌کردیم»: بازتاب مشارکتی در مورد یک برنامه آموزشی مربیان مبتنی بر دانشگاه نشان دادند که تحلیل موضوعی سه موضوع اصلی و شش موضوع فرعی را به شرح زیر نشان داد: فرآیندهای بازتابی (ارزیابی تجربیات همتایان، همکاری از طریق دانش مشترک)، حمایت اجتماعی (حمایت عملی، حمایت عاطفی)؛ و مشارکت (درگیر شدن با کار، فشار ارزیابی). ارزیابی عملکرد مربیگری همتایان از طریق مشاهده، مشارکت و بحث، آگاهی دانش آموزان را از تمرین مربیگری خود افزایش داد. یافته‌ها تمایل دانش‌آموزان به تبادل اطلاعات غیررسمی و موانع متعددی را برای بازتاب جمعی در محیط‌های عملی رسمی نشان می‌دهد. دانش‌آموزان برای کمک به همسالان در مدیریت خواسته‌های ارزیابی‌های مربیگری عملی، حمایت اجتماعی ارائه کردند. دیدگاه‌های مربیان از داده‌های دانش‌آموز پشتیبانی و به چالش می‌کشید، و به توصیه‌هایی برای تقویت بازتاب مشارکتی در داخل و فراتر از یک مازول مطالعه ختم شد (۵). نوصیر و همکاران^۲ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر انتخاب

آنها در ورزش می‌شوند. مربیان برای رسیدن به هدف‌های متفاوت تلاش می‌کنند، آنان به ورزشکاران کمک می‌کنند تا خود را از نظر روانی به بهترین وجه برای مسابقه آماده کنند و انگیزه لازم را داشته‌باشند تا به‌منظور رسیدن به بالاترین حد استعداد بالقوه خود به‌طور واقعی تلاش کنند (۴). در طول دهه‌های اخیر مربیان ورزشی، متخصصان علم تمرین و صاحب نظران علوم ورزشی به طرق مختلف تلاش کرده‌اند تا به کشف و شناسایی استعداد‌های ورزشی در رشته‌های گوناگون بپردازند تا طبق اصول رسمی و علمی با اجرای برنامه‌های آموزشی از پیش مشخص و بر اساس توانایی‌های ذاتی مستعدان را تربیت و پرورش دهند و نتیجه این برنامه‌ها دستیابی به رکوردهای بهتر و عملکردهای موفق و چشمگیر در ورزش‌های مختلف بوده است که در این میان اولین کشورهایی که به‌صورت علمی و منطقی به نظریه‌پردازی، طراحی برنامه و اجرای برنامه‌های لازم پیشگام بودند، کشورهای اروپای شرقی بودند ولی رفته رفته با اوج‌گیری اقتصادهای بلوک غرب و پیدایش صنعت ورزش با شکل‌گیری لیگ‌های حرفه‌ای در کشورهای توسعه یافته همچون آمریکا، انگلیس و اسپانیا و اهمیت ویژه ابر قدرتهای عصر حاضر به قدرت‌نمایی و پیروزی در جنگ سرد با کسب پیروزی‌های مقتدرانه در بازی‌های المپیک و توجه گول‌های رسانه‌ای به استفاده از محتوای رویدادهای ورزشی برای پر کردن برنامه‌های تلویزیونی و توجه به گردشگری ورزشی، سطوحی از عملکرد ورزشکاران را در اجرای مهارت‌های ورزشی به وجود آورد که تنها از طریق فعالیت‌های حرفه‌ای مربیان متخصص و کارآمد در بستر سرمایه‌گذاری‌های اصولی دولت‌ها و بخش‌های انتفاعی محقق شده‌است. نکته قابل توجه در تحولات اخیر صنعت ورزش و رقابت‌های معتبر بین‌المللی در حوزه ورزش، وابستگی باشگاه‌ها،

^۱ Nuseir, M. T., & El Refae, G. A

^۲ Dixon, M., Lee, C., & Corrigan, C

تحصیل در دانشگاه‌های امارات: یک تحقیق تجربی در مورد اتخاذ استراتژی‌های بازاریابی آموزشی به این نتیجه رسید که یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل متعددی مانند شهرت علمی، کمک‌های مالی و بودجه، موقعیت مکانی و نزدیکی، امکانات و خدمات، کانال‌های تبلیغاتی و بازاریابی، انتخاب دانشجویان را برای تحصیل در دانشگاه‌های امارات سوق می‌دهد. این یافته به مدیران دانشگاه‌های خصوصی و دولتی در امارات متحده عربی، به ویژه، و سایر دانشگاه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی به‌طور کلی کمک می‌کند تا به رقابت فزاینده میان مؤسسات آموزش عالی رسیدگی کنند. همچنین به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا سیاست‌ها و استراتژی‌های مؤثری را طراحی کنند تا امارات متحده عربی را به یک مرکز آموزشی بین‌المللی تبدیل کند (۶). مند علیزاده (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان مطالعه تطبیقی رشته‌های علوم ورزشی در دانشگاه‌های ایران و جهان از منظر تنوع رشته‌ای در راستای کاربردی‌سازی این رشته که مطالعه ۱۰۰ دانشگاه مختلف در زمینه ورزش نشان داد بیش از ۸۴ رشته مختلف از علوم ورزشی در مقطع کارشناسی آموزش داده می‌شود، در حالی که در ایران ۱۶ رشته از علوم ورزشی آموزش داده می‌شود. نوع مدارک (کارشناسی علوم، کارشناسی هنر و...)، تنوع رشته و نوع مؤسسه (گروه، دانشکده، مدرسه، دانشگاه) در دوره کارشناسی در دانشگاه‌های ایران و جهان متفاوت است. تنوع رشته‌ای در راستای ایجاد رویکردهای میان رشته‌ای باید مورد توجه قرار گیرد و پیشنهاد می‌شود گستره‌ای از رشته‌های علوم ورزشی متناسب با نیازهای جامعه و فرهنگ ایرانی اسلامی به‌منظور توسعه رویکردهای چند رشته‌ای و میان رشته‌ای ایجاد شود. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که توسعه رشته‌های علوم ورزشی می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای کاربردی‌تر کردن علوم ورزشی در جامعه باشد (۱). دهقان

قهفرخی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با هدف تدوین راهکارهای توسعه کیفی آموزش مربیان ورزشی استان گلستان که تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون فریدمن نشان داد که عوامل مرتبط با ارزیابی اثربخشی آموزش، نیازسنجی آموزشی، برنامه ریزی آموزشی، اجرای آموزش و استانداردسازی فعالیت‌های آموزشی به‌ترتیب بیشترین اهمیت را در آموزش کیفی مربیان ورزشی استان گلستان داشتند. در ادامه، راهکارهای متناظر با هر یک از عوامل آموزش مربیان، شناسایی و اولویت بندی شدند (۷). شکری املشی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان طراحی مدل مدیریت مسیر شغلی مربیان ورزشی که نتایج حاکی از کدهای باز، بیست و هشت مقوله اصلی بود. تحلیل در سطح کدگذاری انتخابی مدل را در چهار سطح، سطح راهبردی (مدیریت استراتژیک توسعه مربیگری، برنامه ریزی با رویکرد سیستمی، برنامه ریزی بلند مدت مربیگری). سطح مدیریتی (مدیریت فناوری و اطلاعات، تجزیه و تحلیل سطوح شغلی مربیگری، برنامه آموزش و توسعه مبتنی بر استانداردها، برنامه ریزی حفظ و نگهداری منابع انسانی). سطح دانشی (برنامه ریزی توسعه و ارتقا پایدار، آموزش و یادگیری پیوسته، پرورش و تربیت مستمر) سطح عملیاتی (بازخورد عملکرد، استاد مربی (منتزینگ)، استعدادیابی، ارزیابی مسیر پیشرفت شغلی) تقسیم نمود. برنامه استقرار و ترویج زیرساخت، شامل: به روز رسانی و توسعه چارچوب، ظرفیت سازی و توانمند سازی و ارزیابی عملکرد می‌باشد. اساس چارچوب مدل طراحی شده ارتباط و همگامی با منابع اطلاعاتی روز، زیرساخت‌ها و بازخورد مدیریتی نهایی در جهت توسعه مسیر شغلی و به‌روز رسانی می‌باشد. خروجی مدل با سازه‌های به‌دست‌آمده همچون استانداردهای مربیگری و بهبود کیفیت، مزیت رقابتی، توسعه مربیگری، چارچوب مرجع

تأکید دارند. همچنین شاخص همکاری‌های بین‌المللی از جمله شاخص‌های نقشه جامع علمی کشور و شاخص‌های توسعه‌ای دیگر از جمله اعزام نیروهای متخصص و مشاورین حرفه‌ای به کشورهای دیگر پرورش نیروی انسانی با استاندارد مهارتی جهانی در حوزه ورزش را که تحقق آن مستلزم روی آوردن سازمان‌های ورزشی ملی به توسعه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی تخصصی است را ایجاب می‌نماید (۹).

در این میان کشور ما و حتی خیلی از کشورهای در حال توسعه دیگر که تمرکز درستی به این حوزه نداشته اند بیشتر به‌عنوان وارد کنندگان مربی در جهان شناخته می‌شوند و با همه محدودیت‌های مالی و قانونی نیز به‌دلیل معیوب بودن نظام پرورش مربی در کشورشان کماکان مبالغ هنگفتی را صرف این موضوع می‌کنند که از نمونه های شاخص در این بحث، قراردادهای سنگین فدراسیون و باشگاه‌های فوتبال ایران با مربیان خارجی این ورزش همچون، کیروش، ویلموتس، استراماچونی، کالدروم و دیگران است و این در حالی است که حدود ۵۰ سال است در دانشگاه‌های ایران رشته تربیت‌بدنی در حال تدریس است و با سرفصل‌هایی به‌دور از نیاز امروز جامعه امری را که دهه‌های قبل بر اساس نیاز به تربیت معلم ورزش برای مدارس تدوین شده‌است را بدون بازنگری بنیادین ادامه می‌دهند و دانش آموختگان این رشته هم با کمترین امکان جذب در وزارت آموزش و پرورش مواجه هستند و از طرفی وظیفه مهم پرورش مربی را در کشور به فدراسیون‌های ورزشی واگذار نموده‌اند که از نظر اساسنامه مورد تأیید دولت، فقط به‌عنوان نهادی غیردولتی و آماتور برای اشاعه ورزشی خاص تعیین شده‌است و نقش وزارت

بین‌المللی می‌باشد (۳). سیتوان و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان تأثیر بازاریابی آموزشی بر عملکرد دانشگاه‌ها به این نتیجه رسید که یافته‌های مطالعه نشان می‌دهد که شهرت دانشگاه عمیقاً در توانایی آن در برآوردن انتظارات ذی‌نفعان نهفته‌است. در محیط بسیار رقابتی کنونی، مدیریت اعتبار برند می‌تواند یک موضوع مهم برای اکثر دانشگاه‌ها در نظر گرفته شود. نتیجه می‌گیریم که نتایج این مطالعه روان‌شناسی دانشجویان را روشن می‌کند و کمپین‌های اطلاع‌رسانی کافی برای همه دانشکده‌ها، سازمان‌های تبلیغاتی و ادارات دولتی ایجاد می‌کند. همچنین به نظارت بر آن فعالیت‌ها برای پاسخ‌گویی بهتر به نیازهای دانشجویان و ارائه دهندگان خدمات کمک می‌کند و آن را برای همه دانشجویان بالقوه در کالج‌های خصوصی جذاب‌تر می‌کند (۸).

در کل با توجه به این مطالعات انجام شده می‌توان تأسیس دانشگاه تربیت مربی را فرایندی سیستمی و کل‌نگر به‌منظور سازماندهی و هدایت فعالیت‌ها و کارکردهای سیستم پرورشی وزارت ورزش و جوانان و توسعه و بهبود قابلیت‌ها و ظرفیت‌های لازم متناسب با شرایط محیطی، نیازها و تقاضای آن و نیز متناسب با مقتضیات درونی جامعه و فدراسیون‌های تابعه برای تأمین منابع انسانی تخصصی بدانیم که برنامه‌ریزی آن در تعامل پویا با محیط بوده و خطوط کلی حرکت دانشگاهی نوین و کاربردی را با رویکرد راهبردی و براساس تشخیص وضعیت نیروی انسانی مورد نیاز ورزش کشور مشخص می‌نماید.

از سوی دیگر، مطالعه در اسناد بالا دستی مرتبط چون سند چشم‌انداز ۲۰ ساله بر توسعه جایگاه جهانی ایران در بخش‌های مختلف از جمله آموزش، پژوهش و ورزش

^۱ Setiawan, R., Cavaliere, L. P. L., Hussaini, T., Villalba-Condori, K. O., Arias-Chavez, D., Gupta, M. & Regin, R

دانشکده‌ی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی در دانشگاه تهران (در رشته‌های ژیمناستیک، دوومیدانی، شنا، کشتی، والیبال و فوتبال) دو دوره جذب دانشجوی صورت گرفته است که از نظر محتوای آموزشی و جایگاه شغلی دارای مطابقت اصولی با نیاز فدراسیون‌ها و جامعه نبوده است لذا این مسئله سبب گردیده است تا تحقیق حاضر با هدف طراحی مدل تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزشی در ایران طراحی و اجرا گردد. لذا سؤال اصلی تحقیق حاضر این می‌باشد که الگوی تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزشی در ایران چگونه می‌باشد؟

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع روش تحقیق اطلاعات توصیفی و از نوع مطالعات تحلیلی است که جمع‌آوری اطلاعات آن به صورت میدانی از طریق پرسش‌نامه انجام گردید. جامعه آماری بخش کیفی شامل تمامی نخبگان آگاه به موضوع پژوهش بودند که این افراد شامل اعضای علمی رشته تربیت‌بدنی با درجه دانشجویی و استادی بودند که بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری، تعداد ۱۴ نفر به عنوان نمونه تحقیق در بخش کیفی (روش دلفی) انتخاب شدند و پرسشنامه باز پاسخ برای گردآوری دیدگاه و محاسبه میانگین دیدگاه آنها، تعیین شدت آستانه و حذف و اضافه شاخص‌ها جهت تنظیم پرسشنامه نهایی در اختیار ایشان قرار گرفت. همچنین جامعه آماری بخش کمی بر اساس گزارش مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی نیمسال ۱۳۹۹-۱۴۰۰ را کلیه اعضای هیئت علمی دانشکده‌ها و گروه‌های تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تابعه وزارت علوم تحقیقات و فناوری که در ۳۸ مرکز آموزشی می‌باشند ۹۶۱ نفر بوده است که تعداد نمونه

ورزش و جوانان نیز فقط صدور و ابلاغ آیین‌نامه‌هایی غیر اصولی برای برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت مربیگری و تأیید مدارک صادر شده توسط فدراسیون‌ها برای انجام خدمات مربیگری در باشگاه‌های دارای جواز کار بدون توجه به نیازهای عمومی مردم و نیازهای تخصصی تیم‌های ملی و حرفه‌ای به مربیان متخصص و کارآمد در سطح استانداردهای بین‌المللی است.

از طرف دیگر در مقوله تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز جامعه توسط وزارتخانه‌های متولی در کشور در حال حاضر سازمان‌های متعددی هستند که مستقیماً مشغول فعالیت در این امر مهم و راهبردی می‌باشند برای مثال وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی که از طریق تأسیس دانشگاه‌های علوم پزشکی، به تربیت پزشکان مورد نیاز جامعه مبادرت می‌نماید، وزارت آموزش و پرورش که با تأسیس دانشگاه فرهنگیان به پرورش معلمان برای استخدام و تأمین نیروی انسانی مدارس اقدام می‌کند، همچنین وزارت علوم، تحقیقات و فناوری که در همه گرایش‌های مرتبط از طریق دانشگاه‌های تابعه به پرورش دانش‌آموخته‌گان مقطع دکتری برای تأمین اعضای هیئت علمی مورد نیاز دانشگاه‌ها می‌پردازد و این در شرایطی است که وزارت ورزش و جوانان که خود را متولی امور تربیت‌بدنی و ورزش کشور می‌داند با آگاهی کامل از اهمیت و ضرورت داشتن مربیان متعهد و متخصص داخلی برای آماده‌سازی و پرورش مردمی سالم، با نشاط، پر تحرک و کارا و دستیابی به افتخارات ورزشی در میدانی بین‌المللی توسط نمایندگان شایسته کشور همچون سایر وزارتخانه‌های مذکور اقدامی ننموده است. همچنین طی سال‌های اخیر در دانشگاه‌های کشور نیز در مقاطع کاردانی و کارشناسی، رشته‌ای تحت عنوان مربیگری ورزشی به صورت تخصصی مشاهده نشده است و فقط در مقطع کارشناسی تربیت‌بدنی با گرایش مربیگری در

ها بوده است. در پژوهش حاضر، داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی مورد ارزیابی قرار گرفت. از آمار توصیفی برای توصیف، طبقه‌بندی، تنظیم نمرات خام از طریق محاسبه میانگین و انحراف معیار جهت رسم جداول و نمودار استفاده شد. به همین منظور از روش‌های آماری آلفای کرونباخ جهت محاسبه ضرایب پایایی و کلموگروف اسمیرونف برای نرمال بودن داده‌ها، تحلیل ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر استفاده شده است. عملیات آماری با استفاده از نرم‌افزار spss نسخه ۲۲ و amos 22 استفاده شد و برای رسم نمودارها از نرم‌افزار excel نسخه ۲۰۱۰ استفاده شد و جداول در نرم‌افزار word نسخه ۲۰۱۰ ترسیم شدند.

یافته‌های پژوهش

اطلاعات مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ۲۶۵ نفر نمونه آماری در جداول ۱ و ۲ ارائه شده است.

آماري آن بر اساس فرمول کوکران ۲۷۸ نفر انتخاب شد. روش نمونه‌گیری در تحقیق به صورت تصادفی بود. پس از پخش و جمع آوری پرسشنامه به صورت حضوری در تهران و نیز از طریق ارسال ایمیل به سایر استان‌ها تعداد ۲۶۵ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس اهداف اختصاصی تربیت‌بدنی در حیطه‌های تربیتی، مطالعه متون و منابع برنامه ریزی درسی، کتب مختلف مربوط به تربیت‌بدنی در دانشگاه‌ها، و نهایتاً برای بررسی اهداف استانداردهای درس تربیت‌بدنی به روش دلفی، پرسشنامه تدوین گردید. این پرسش نامه دارای ۳۲ سؤال است که بر اساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت تنظیم گردیده و شامل ۵ طیف (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد) می‌باشد که نمرات ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ را به ترتیب از خیلی کم تا خیلی زیاد به خود اختصاص دادند. روایی محتوایی پرسشنامه در اختیار ۵ تن از اساتید تربیت‌بدنی و علوم ورزشی قرار گرفت و مورد تأیید قرار گرفت. همچنین در تحقیق حاضر جهت پایایی پرسش نامه از ضریب آلفا کرونباخ استفاده شد که برای کل پرسشنامه ۰/۸۴ به دست آمد که نشان دهنده اعتبار و همبستگی درونی بالای گویه

جدول ۱. توزیع ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌ها (جنسیت، وضعیت تأهل، سن)

سن	تأهل		جنسیت		شناختی متغیرهای جمعیت شناختی عوامل جمعیت
	متأهل	مجرد	مرد	زن	
۴۱ سال و بیشتر	۲۱۳	۵۲	۱۷۷	۸۸	فراوانی
۴۰ سال و کمتر	۸۰/۴	۱۹/۶	۶۶/۸	۳۳/۲	درصد فراوانی
۴۱ سال و بیشتر	۱۶۸	۹۷			
۴۰ سال و کمتر	۶۳/۴	۳۶/۶			

جدول ۲. توزیع ویژگی‌های تحصیلی (نوع استخدام، رتبه علمی، گرایش)

متغیرهای جمعیت شناختی عوامل جمعیت شناختی	نوع استخدام		رتبه علمی					گرایش تحصیلات			
	رسمی	پیمانی	استادیار	دانشیار	استاد	مدیریت ورزشی	فیزیولوژی ورزشی	رفتار حرکتی	بیومکانیک ورزشی	آسیب شناسی	سایر گرایش‌ها
فراوانی	۷۶	۱۸۹	۲۰۲	۵۲	۱۱	۷۳	۸۰	۳۷	۱۷	۳۴	۲۴
درصد فراوانی	۲۸/۷	۷۱/۳	۷۶/۲	۱۹/۶	۴/۲	۲۷/۵	۳۰/۲	۱۳/۹	۶/۴	۱۲/۹	۹/۱

برای بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شد. که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده‌است.

جدول ۳. نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف

وضعیت	Sig	Z	متغیر
نرمال	۰/۴۲۱	۴/۳۱۴	شاخص‌های زمینه‌ای
نرمال	۰/۵۴۷	۴/۵۷۴	شاخص فضا
نرمال	۰/۵۹۸	۴/۷۱۶	شاخص فرآیند
نرمال	۰/۸۷۹	۵/۴۲۷	شاخص آموزشی
نرمال	۰/۶۸۹	۴/۴۹۰	برونداد های شناختی

همچنین برای نیاز سنجی در این پژوهش از روش دلفی استفاده شده‌است. که پس از بررسی‌های روش دلفی و انجام مرحله اول تعداد ۳۲ نیاز به‌عنوان تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزش در ایران مشخص گردید.

بر اساس نتایج جدول ۳، به‌دلیل پایین بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ توزیع داده‌ها نرمال مشخص گردید، بنابراین از آمار پارامتریک در تحقیق حاضر استفاده گردید.

جدول ۴. روش دلفی مرحله اول

مصاحبه شوندگان	شاخص‌ها
n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 11, n 12	میانگین آرزوی تحصیلی دانشجویان
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 8, n 10, n 14	میانگین آرزو و انتظارات تحصیلی دانشجویان
n 5, n 9, n 10, n 11, n 12, n 13, n 14	میانگین سرمایه فرهنگی در اختیار دانشجو
n 4, n 7, n 8, n 9, n 10, n 11, n 12, n 13	میانگین حساسیت تحصیلی (آموزشی)
n 1, n 2, n 6, n 7, n 8, n 9, n 13, n 14	انگیزش نسبت به دانشگاه
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 8, n 10	خودپنداره تحصیلی
n 4, n 5, n 6, n 8, n 11, n 12	رشد اعتقادی و ورزشی
n 5, n 6, n 7, n 8, n 9, n 10, n 11, n 12	تعلق به دانشگاه
n 1, n 2, n 3, n 4, n 8, n 10	نسبت فضای ورزشی دختران به صد دانشجویان دختر
n 1 n 3, n 4, n 5, n 9, n 10, n 12, n 14	نسبت فضای ورزشی پسران به صد دانشجویان پسر
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 8	تراکم کلاسی دانشجویان دختر
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 8, n 9	تراکم کلاسی دانشجویان پسر
n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 10, n 11	احساس دانشجویان درباره رفتار با عدل و انصاف
n 3, n 4, n 5, n 6, n 10, n 11, n 12	ادراک دانشجویان درباره رفتار حمایتی معلم
n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 8, n 10, n 14	ارتباط با کادر
n 3, n 4, n 7, n 8, n 9, n 10, n 11, n 13, n 14	جو انضباطی دانشگاه
n 4, n 5, n 6, n 7, n 8, n 9, n 10, n 12, n 13	انتظارات سطح بالا درباره پیشرفت
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 7	آشنایی با روش‌ها و فنون سازماندهی در ورزش
n 1, n 2 n 5, n 6, n 7, n 8, n 9, n 10 , n 13	آشنایی با برنامه ریزی آموزشی در ورزش
n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 9, n 11, n 12	وجود شیوه‌های مختلف ارزشیابی پیشرفت تحصیلی در رشته تربیت‌بدنی

n 5, n 6, n 7, n 8, n 9, n 10	شناخت بیشتر مدیران و اساتید تربیت بدنی از فرهنگ‌ها، باورها و ارزش‌های اجتماعی حاکم بر ورزش
n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 8, n 12, n 13	درک و پذیرش تفاوت‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان در تربیت بدنی
n 4, n 5, n 6, n 7, n 8, n 9	آشنایی با تئوری‌های انگیزش به منظور ایجاد انگیزه
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6	کسب دانش و اطلاعات درباره مدیریت مشارکتی در ورزش
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 8, n 9	شناخت زمینه تاریخی، فرهنگی و اجتماعی در ورزش
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 9, n 13	آشنایی با تئوری‌ها در ورزش
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 7,	آشنایی با مدل‌های نظارت و راهنمایی در تربیت بدنی
n 1, n 2, n 3, n 4, n 6, n 7, n 8, n 11	کسب دانش و اطلاعات در زمینه ورزش
n 5, n 6, n 7, n 8, n 9, n 13, n 14	آشنایی با ارزشیابی عملکرد به طور صحیح از سوی اساتید و دانشجویان
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 8, n 9	آگاهی کامل از آیین‌نامه‌ها، قوانین و مقررات آموزشی و اداری توسط مدیران و اساتید
n 1, n 2, n 3, n 4, n 5, n 6	بهبود بودجه تربیت بدنی در دانشگاه
n 3, n 4, n 5, n 6, n 7, n 8, n 11, n 12	ایجاد قوانین اختصاصی در خصوص تربیت بدنی

می‌یر - الکین استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

به منظور بررسی نیازهای شناسایی شده از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده گردید. به منظور پی بردن به کفایت نمونه برداری در تحلیل عاملی از آزمون کیزر -

جدول شماره ۵. آزمون کیزر - می‌یر - الکین

شاخص KMO	۰/۸۹۷
----------	-------

است. به منظور پی بردن به همبستگی گویه‌های مورد مطالعه از آزمون بارتلت استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول شماره ۶ نشان داده شده است.

این شاخص نزدیک به یک باشد نشان دهنده مقدار بالای مناسب بودن نمونه گیری می‌باشد و پس نتیجه گرفته می‌شود که داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب

جدول ۶. آزمون بارتلت

تقریبی از آماره کای دو	۱۳۴۱/۶۷۵
درجه آزادی	۱۱۰
سطح معناداری	۰/۰۰۱

※: سطح معناداری پایین‌تر از ۰/۰۵

با این توضیح مشخص شد که کاملاً انجام تحلیل عاملی برای داده‌های این تحقیق مناسب می‌باشد.

در قسمت بعدی عوامل از بین گویه‌های پرسشنامه استخراج می‌شود. جدول شماره ۷ نتایج واریانس‌های تشریح شده را نشان می‌دهد.

همان طور که نتایج آزمون بارتلت نشان می‌دهد با توجه به کوچک بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ بنابراین فرض شناخته بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. بنابراین

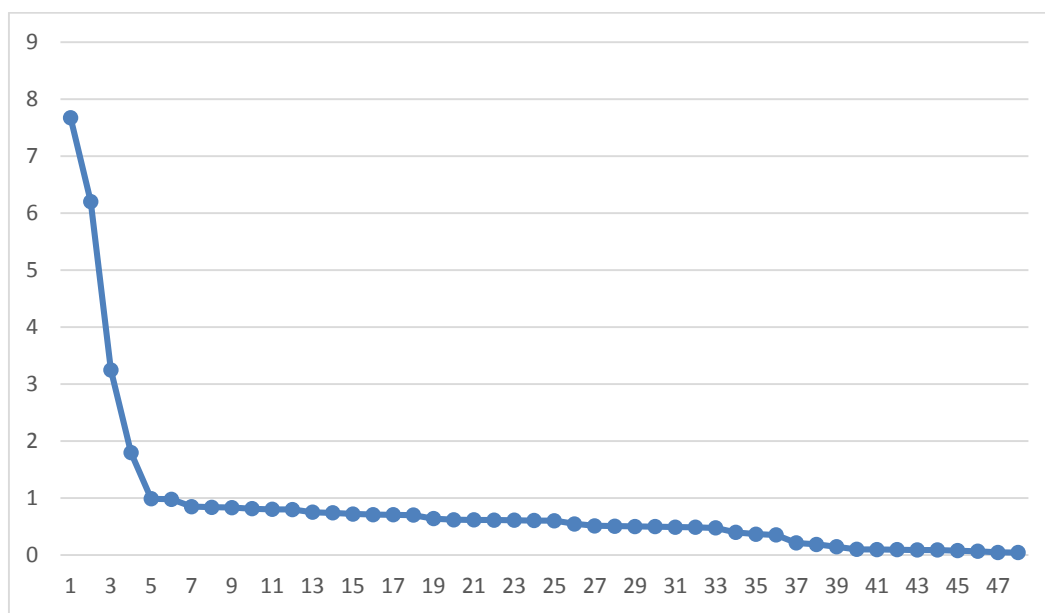
جدول ۷. نتایج واریانس‌های تشریح شده

عوامل	ارزش ویژه	درصدی از واریانس‌ها	درصد تجمعی
شاخص‌های زمینه‌ای	۷/۶۷۵	۳۰/۷۰۰	۳۰/۷۰۰
شاخص فضا	۶/۲۰۳	۲۴/۸۱۱	۵۵/۵۱۱
شاخص فرآیند	۳/۲۵۰	۱۳/۰۰۰	۶۸/۵۱۱
شاخص آموزشی	۱/۷۹۸	۷/۱۹۱	۷۵/۷۰۱
برونداد های شناختی	۱/۴۲۵	۳/۱۵۲	۷۸/۸۵۳

متغیرها را توضیح دهند. نمودار اسکری ۱، این مسئله را نشان می‌دهد.

شناسایی گویه‌های مربوط به هر عامل در روش بدون چرخش ساده نیست بدین منظور از روش واریماکس عامل‌ها را می‌چرخانیم تا قابلیت تفسر آنها بیشتر شود. جدول شماره ۵ عوامل و گویه‌های تحقیق به همراه بار عاملی آنها با چرخش را نشان می‌دهد.

با توجه به نتایج جدول ۴۷ مشخص می‌گردد پس از انجام چرخش واریماکس که جهت بهتر مشخص شدن بار عاملی انجام می‌گردد، مشخص گردید که شش عامل دارای مقادیر ویژه بالاتر از یک هستند و در تحلیل باقی می‌مانند. با توجه به ستون درصد تجمعی مشخص می‌شود که این ۵ عامل می‌تواند ۷۸/۸۵۳ درصد از تغییرپذیری (واریانس)



نمودار ۱: نمودار اسکری استخراج

جدول ۸. بارهای عاملی هر یک از گویه‌ها در عامل‌های باقی مانده با چرخش

ردیف	گویه	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴	عامل ۵
۱	میانگین آرزوی تحصیلی دانشجویان	۰/۸۷				
۲	میانگین آرزو و انتظارات تحصیلی دانشجویان	۰/۷۴				
۳	میانگین سرمایه فرهنگی در اختیار دانشجو	۰/۶۵				
۴	میانگین حساسیت تحصیلی (آموزشی)	۰/۵۲				
۵	انگیزش نسبت به دانشگاه	۰/۸۴				

۶	خودپنداره تحصیلی	۰/۶۳
۷	رشد اعتقادی و ورزشی	۰/۶۱
۸	تعلق به دانشگاه	۰/۵۵
۹	نسبت فضای ورزشی دختران به صد دانشجویان دختر	۰/۸۷
۱۰	نسبت فضای ورزشی پسران به صد دانشجویان پسر	۰/۸۰
۱۱	تراکم کلاسی دانشجویان دختر	۰/۷۶
۱۲	تراکم کلاسی دانشجویان پسر	۰/۶۶
۱۳	احساس دانشجویان درباره رفتار با عدل و انصاف	۰/۸۵
۱۴	ادراک دانشجویان درباره رفتار حمایتی معلم	۰/۷۶
۱۵	ارتباط با کادر	۰/۶۷
۱۶	جو انضباطی دانشگاه	۰/۶۱
۱۷	انتظارات سطح بالا درباره پیشرفت	۰/۵۴
۱۸	آشنایی با روش‌ها و فنون سازماندهی در ورزش	۰/۹۰
۱۹	آشنایی با برنامه ریزی آموزشی در ورزش	۰/۸۲
۲۰	وجود شیوه‌های مختلف ارزشیابی پیشرفت تحصیلی در رشته تربیت بدنی	۰/۷۶
۲۱	شناخت بیشتر مدیران و اساتید تربیت بدنی از فرهنگ‌ها، باورها و ارزش‌های اجتماعی حاکم بر ورزش	۰/۷۰
۲۲	درک و پذیرش تفاوت‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان در تربیت بدنی	۰/۶۳
۲۳	آشنایی با ارزشیابی عملکرد به‌طور صحیح از سوی اساتید و دانشجویان	۰/۸۲
۲۴	آگاهی کامل از آیین‌نامه‌ها، قوانین و مقررات آموزشی و اداری توسط مدیران و اساتید	۰/۸۰
۲۵	بهبود بودجه تربیت بدنی در دانشگاه	۰/۷۵
۲۶	ایجاد قوانین اختصاصی در خصوص تربیت بدنی	۰/۷۰
۲۷	آشنایی با تئوری‌های انگیزش به‌منظور ایجاد انگیزه	۰/۸۷
۲۸	کسب دانش و اطلاعات درباره مدیریت مشارکتی در ورزش	۰/۶۹
۲۹	شناخت زمینه تاریخی، فرهنگی و اجتماعی در ورزش	۰/۶۲
۳۰	آشنایی با تئوری‌ها در ورزش	۰/۶۴
۳۱	آشنایی با مدل‌های نظارت و راهنمایی در تربیت بدنی	۰/۷۴
۳۲	کسب دانش و اطلاعات در زمینه ورزش	۰/۸۳

تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزش در ایران

- شاخص‌های زمینه‌ای
- شاخص آموزش
- شاخص فضای
- شاخص فرآیند
- برون‌داد های شناختی
- به‌منظور تأثیر هر یک از عوامل از آزمون تحلیل مسیر استفاده گردید.

جدول ۹: اثرات متغیرها تحقیق

متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کلی
---------	------------	----------------	---------

بحث و نتیجه‌گیری

در عصر حاضر نیروی انسانی به‌عنوان مهم‌ترین اولویت در تصمیمات و برنامه‌هاست. بر این اساس جهت دوام و بقا در زمینه‌های داخلی و خارجی، باید به پرورش جنبه‌های گوناگون نیروی انسانی توجه شود، چون در سطوح بین المللی، یکی از معیارهای مهم سنجش جوامع، سرمایه انسانی آن جامعه است (۱۰). پس می‌توانند براساس نیازها موجود در جامعه، به برنامه مناسب، امکانات، فضاهای خوب، متخصصان و جنبه‌های مهم تعلیم و تربیت توجه نمایند و در رشد و افزایش کیفیت آموزش نیروی انسانی کمک نمایند. سرعت زیاد محیط اجتماعی متغیر و روند چالش‌ها در ابعاد مختلف دانش و ایجاد گرایش‌های تخصصی و تلفیقی، نیاز به بهره‌گیری از الگوها و راه‌های جدید برنامه ریزی درسی را در آموزش عالی افزایش داده است در ایران کار نظارت، هدایت و تدوین برنامه‌های درسی دانشگاهی را شورای عالی انقلاب فرهنگی به عهده دارد و باتوجه به رشد رشته‌های گوناگون در دانشگاه‌ها، به طراحی و تعیین سرفصل دروس گوناگون می‌پردازد (۷). با توجه به نتایج تحقیق ۵ عامل شاخص‌های زمینه‌ای، شاخص فضا، شاخص فرآیند، شاخص آموزشی، برون‌داد های شناختی به‌عنوان عوامل مؤثر در تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزش در ایران می‌باشند که با یافته‌های حاجی رسولی‌ها (۱۴۰۰)، مهرابی و همکاران (۱۴۰۰)، علی حاجی اکبری و همکاران (۱۳۹۸)، محمدیها و همکاران (۱۳۹۸) و کسمایی (۱۳۹۷) همخوان می‌باشد (۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۵). حاجی رسولی‌ها (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان شناسایی و بررسی مولفه‌های بازاریابی معناگرا در سیستم آموزشی دانشگاه به این نتیجه رسید که نتایج کدگذاری داده‌ها به شناسایی ۱۱ مفهوم منجر شد که در قالب سه مقوله دسته بندی شدند. بر این اساس، ابعاد بازاریابی معناگرا و نحوه آموزش آن

عبارتند از: بازاریابی معناگرای ارزشی، بازاریابی معناگرای اجتماعی و بازاریابی معناگرای مشروع. یکی از اهداف و مسئولیت‌های چهارگانه‌ی آموزش علم بازاریابی، آموزش با هدف ارتقای کیفیت زندگی و پاسخ‌گو بودن جامعه به‌شمار می‌رود و چون پارادایم‌های مسلط این علم پاسخگوی نیازهای در حال تغییر بشر امروز نیستند، توجه به ایجاد معنا در این مفهوم قابل بررسی می‌باشد. در همین رابطه، پژوهش حاضر ابعاد و مولفه‌های بازاریابی معناگرا را شناسایی کرده است. نتایج این پژوهش می‌تواند برای شناسایی، برنامه ریزی و ارائه راهکارهایی برای ترغیب دانشگاهیان و سازمان‌ها به آموزش بازاریابی معناگرا و ارتقا آن در سازمان‌ها و مجامع سیاست‌گذار عمومی قرار گیرد (۱۱). مهرابی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان تحلیل عوامل زمینه‌ای بازاریابی آموزش عالی در مراکز علمی کاربردی به این نتیجه رسید که از آن جا که انتخاب دانشگاه علمی- کاربردی و فرایند تصمیم‌گیری مقوله حائز اهمیتی است که بسیار تحت تاثیر شخصیت برند دانشگاه می‌باشد (۱۲). علی حاجی اکبری و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان تدوین و اعتبار یابی الگوی بازاریابی آموزشی در آموزش فنی و حرفه‌ای به این نتیجه رسید که ضرایب مسیر همه متغیرهای تحقیق در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنادار است. اثر مستقیم عوامل فردی، عوامل ساختاری سازمان، بازاریابی خدمات، منابع مالی، خدمات و محصول آموزشی، رویه و سیاستهای آموزشی، فراگیر محوری و توجه به انتظارات، عوامل حقوقی و قانونی، همسویی سیاستهای بازاریابی و سازمان، عوامل اجتماعی و فرهنگی و پیامدها بر بازاریابی آموزشی مثبت و معنادار است. براساس یافته‌های تحقیق میزان ۰/۹۹ از بازاریابی آموزشی توسط مدل پژوهش تبیین می‌شود (۱۳). محمدیها و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان بازاریابی آموزشی در دانشگاه آزاد راهبردی برای توسعه پایدار به این نتیجه رسید که برنامه

ریزی برای توسعه پایدار مستلزم توجه سیستمی و همچنین شناسایی عوامل تأثیر گذار در سطوح مختلف و تعیین روابط میان آنها می‌باشد تا بتواند با یک رویکرد منسجم، امکانات و فرصت‌های موجود را در جهت تحقق توسعه پایدار سوق دهد. با توجه به انتقال سریع تکنولوژی، لازم است دانشگاه آزاد انعطاف پذیری بیشتری در محتوا و فرایند در جهت توسعه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی داشته‌باشد تا بتواند هرچه بیشتر به اهداف توسعه پایدار نائل گردد. در این راستا با توجه به اینکه بیشترین جمعیت آموزش عالی در کشور مربوط به دانشگاه آزاد می‌باشد لذا توجه به کیفیت در سایه بازاریابی آموزشی دانشگاه آزاد حائز اهمیت است (۱۴).

بابایی کسمایی و نادى (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «اعتباریابی مدل بازاریابی برای مؤسسات آموزش عالی خصوصی که یافته‌های بخش کیفی مطالعه حاکی از این است که بازاریابی آموزش عالی دارای ۲ مضمون اصلی، ۹ مضمون فرعی و ۳۹ مضمون سازمان دهنده و تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم بخش کمی مطالعه به ارتباط بین مفهوم بازاریابی آموزش عالی و مولفه‌های آن پرداخته‌است. تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که هر کدام از ۲ مولفه بازاریابی آموزش عالی یعنی خلق و ارائه ارزش به مشتریان دانشگاه با ۷ عامل زیربنایی و خرده مقیاس‌های مربوط به آن دارای ارتباط معنی‌دار می‌باشد همچنین مولفه دوم یعنی مدیریت ارتباط با مشتریان دانشگاه با ۲ عامل زیربنایی و خرده مقیاس‌های مربوط به آن ارتباط معنی‌دار دارند. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت که سیاست‌گذاران و برنامه ریزان آموزشی توجه بیشتری به همه گروه‌های دانشجویان در بخش تربیت‌بدنی و تاثیرگذارتر و مهمتر بر فرصت‌های برابری مناطق آموزشی مبذول نمایند (۱۵).

نتایج آزمون فریدمن ملاحظه می‌شود و با توجه به میانگین رتبه‌ای مولفه‌های درونی عوامل مؤثر در تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزش در ایران، از دیدگاه پاسخ‌دهندگان،

شاخص‌های زمینه‌ای با میانگین ۶/۴۳ مهم‌ترین عامل و برونداد های شناختی با میانگین ۴/۰۱ کم اهمیت‌ترین عامل می‌باشد. که با یافته‌های نوصیر و همکاران (۲۰۲۱)، سیتوان و همکاران (۲۰۲۱)، رأی و همکاران (۲۰۲۰) همخوان می‌باشد (۶، ۸ و ۱۶). نوصیر و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر انتخاب تحصیل در دانشگاه‌های امارات: یک تحقیق تجربی در مورد اتخاذ استراتژی‌های بازاریابی آموزشی به این نتیجه رسید که یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل متعددی مانند شهرت علمی، کمک‌های مالی و بودجه، موقعیت مکانی و نزدیکی، امکانات و خدمات، کانال‌های تبلیغاتی و بازاریابی، انتخاب دانشجویان را برای تحصیل در دانشگاه‌های امارات سوق می‌دهد. این یافته به مدیران دانشگاه‌های خصوصی و دولتی در امارات متحده عربی، به‌ویژه، و سایر دانشگاه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی به‌طور کلی کمک می‌کند تا به رقابت فزاینده میان مؤسسات آموزش عالی رسیدگی کنند. همچنین به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا سیاست‌ها و استراتژی‌های مؤثری را طراحی کنند تا امارات متحده عربی را به یک مرکز آموزشی بین‌المللی تبدیل کند (۶). سیتوان و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان تأثیر بازاریابی آموزشی بر عملکرد دانشگاه‌ها به این نتیجه رسید که یافته‌های مطالعه نشان می‌دهد که شهرت دانشگاه عمیقاً در توانایی آن در برآوردن انتظارات ذی‌نفعان نهفته‌است. در محیط بسیار رقابتی کنونی، مدیریت اعتبار برند می‌تواند یک موضوع مهم برای اکثر دانشگاه‌ها در نظر گرفته شود. نتیجه می‌گیریم که نتایج این مطالعه روان‌شناسی دانشجویان را روشن می‌کند و کمپین‌های اطلاع‌رسانی کافی برای همه دانشکده‌ها، سازمان‌های تبلیغاتی و ادارات دولتی ایجاد می‌کند. همچنین به نظارت بر آن فعالیت‌ها برای پاسخ‌گویی بهتر به نیازهای دانشجویان و ارائه دهندگان خدمات کمک می‌کند و آن را برای همه

برونداد های شناختی با ۰/۶۰ تأثیر گذار بودند. و در کل مدل تحقیق با توجه به شاخص های برازش نیکویی مدل مناسبی را نشان می دهد. که با یافته های مند عزیزاده (۱۴۰۰)، قهفرخی دهقانی و همکاران (۱۳۹۹)، شگری املشی و همکاران (۱۳۹۹) و نادریان و همکاران (۱۳۹۳) همخوان می باشد (۲، ۱، ۳ و ۷). مند عزیزاده (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان مطالعه تطبیقی رشته های علوم ورزشی در دانشگاه های ایران و جهان از منظر تنوع رشته های در راستای کاربردی سازی این رشته که مطالعه ۱۰۰ دانشگاه مختلف در زمینه ورزش نشان داد بیش از ۸۴ رشته مختلف از علوم ورزشی در مقطع کارشناسی آموزش داده می شود، در حالی که در ایران ۱۶ رشته از علوم ورزشی آموزش داده می شود. نوع مدارک (کارشناسی علوم، کارشناسی هنر و...)، تنوع رشته و نوع مؤسسه (گروه، دانشکده، مدرسه، دانشگاه) در دوره کارشناسی در دانشگاه های ایران و جهان متفاوت است. تنوع رشته های در راستای ایجاد رویکردهای میان رشته ای باید مورد توجه قرار گیرد و پیشنهاد می شود گستره ای از رشته های علوم ورزشی متناسب با نیازهای جامعه و فرهنگ ایرانی اسلامی به منظور توسعه رویکردهای چند رشته ای و میان رشته ای ایجاد شود. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که توسعه رشته های علوم ورزشی می تواند به عنوان ابزاری برای کاربردی تر کردن علوم ورزشی در جامعه باشد (۱). دهقان قهفرخی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با هدف تدوین راهکارهای توسعه کیفی آموزش مربیان ورزشی استان گلستان که تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آزمون فریدمن نشان داد که عوامل مرتبط با ارزیابی اثربخشی آموزش، نیازسنجی آموزشی، برنامه ریزی آموزشی، اجرای آموزش و استانداردهای فعالیت های آموزشی به ترتیب بیشترین اهمیت را در آموزش کیفی مربیان ورزشی استان گلستان داشتند. در ادامه، راهکارهای

دانشجویان بالقوه در کالج های خصوصی جذاب تر می کند (۸). رأی و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان تحلیل روانشناختی برای بازاریابی آموزشی مؤثر به این نتیجه رسید که رابطه ی معنی داری بین بازاریابی آموزشی و مؤلفه های رضایت از تحصیل از قبیل مشارکت دانش آموزی، حمایت معلم و والدین، نظم و انضباط در مدرسه، برنامه آموزشی، منابع یادگیری، دانش معلم، فعالیت های کلاسی، دقت علمی، رابطه دوستانه معلم و دانش آموز و ارتباط با همسالان رابطه ی معناداری وجود دارد (۱۶). هونگ^۲ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان تأثیر بازاریابی آموزشی بر عملکرد دانشگاه ها: شواهدی از کالج های مدیریت خصوصی رویتنام به این نتیجه رسید که یافته های این مطالعه نشان می دهد که اعتبار یک دانشگاه به شدت با آن مرتبط است توانایی برند برای برآوردن انتظارات ذی نفعان؛ مدیریت اعتبار برند ممکن است در حال حاضر به عنوان یک دغدغه مهم برای اکثر دانشگاه ها در نظر گرفته شود جو رقابتی برای مدیران مسئول طراحی دانشگاه سیاست ارتقای رقابت برای حمایت از برنامه ها و برنامه های آموزشی، یافته های مطالعه می تواند ارزشمند باشد. نتیجه می گیریم که یافته های این مطالعه خواهد بود به دنبال تبیین روانشناسی دانش آموزان و ایجاد مناسب کمپین های ارتباطی برای کلیه مدارس خصوصی، آژانس های تبلیغاتی و ادارات آموزش دولتی همچنین نظارت بر برخی را ترویج می کند اقداماتی که بهتر با نیازهای دانش آموزان و ارائه دهندگان خدمات مطابقت دارد و تضمین می کند که همه دانشجویان آینده در کالج های خصوصی مطلوب تر می شوند (۱۷). نتایج نشان می دهد عوامل شاخص های زمینه ای با اثر کلی ۰/۷۶ بیشترین تأثیر را بر تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزش در ایران دارد همچنین شاخص فضا با ۰/۷۴، عوامل شاخص فرآیند با ۰/۷۰، عوامل شاخص آموزشی با ۰/۶۵، عوامل

^۱ Hung, N. T

^۲ Ray, A., Bala, P. K., & Dasgupta, S. A.

سنجی تأسیس رشته کارشناسی‌ارشد حقوق ورزشی در دانشگاه‌های کشور به این نتیجه رسید هفت زمینه کاستی های حقوق ورزش، تجاری شدن ورزش، ایجاد مشاغل جدید، امکانات تخصصی، استقلال رشته حقوق ورزش، آموزش‌های کوتاه‌مدت، دروس حقوق ورزش، مدارک استادان و شرایط کارگاه‌های آموزشی حقوق ورزش شناسایی شد (۲).

در نهایت با توجه به نتایج حاضر در خصوص شاخص های مؤثر بر تأسیس دانشگاه تربیت مربی ورزش پیشنهاد می‌شود با ایجاد جذابیت دانشگاه‌ها از هر نظر، آموزش اساتید برای برخورد مناسب با دانش آموزان در جهت ایجاد نگرش مثبت، علاقه، انگیزه، عزت‌نفس، اعتماد به نفس، بسترسازی توسعه فعالیت‌های فرهنگی و مذهبی بستر سازی و آموزش برای اجرای ارزشیابی‌های عادلانه. همچنین پیشنهاد می‌شود متناسب با رتبه عوامل از نظر برخورداری از شاخص‌های مختلف توسعه فضاهای فیزیکی، تأمین نیروی انسانی تحصیل‌کرده، احداث و تجهیز کتابخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها، نمازخانه‌ها، سالن‌های ورزشی و نیز تخصیص بهینه بودجه‌های آموزشی، پرورشی و عمرانی و جاری اقدامات لازم صورت پذیرد. یعنی توسعه شاخص‌های آموزشی به‌صورت همگن باشد و نیز لزوم توجه به متغیرهای غیر شناختی شامل نگرش‌ها، تمایلات، علایق و عقاید دانشجویان ضروری می‌باشد.

شایان‌ذکر است از محدودیت‌های این پژوهش در زمان ملاقات با نمونه‌ها که به‌دلیل ماهیت شغلی اعضای هیئت علمی گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی اکثراً در ایام برگزاری کلاس‌های درسی جهت پاسخ به پرسشنامه‌ها بود، توأم با فشار کاری و شرایط روحی و فیزیکی متفاوت ایشان بود.

متناظر با هر یک از عوامل آموزش مربیان، شناسایی و اولویت بندی شدند (۷). شکری املشی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان طراحی مدل مدیریت مسیر شغلی مربیان ورزشی که نتایج حاکی از کدهای باز، بیست و هشت مقوله اصلی بود. تحلیل در سطح کدگذاری انتخابی مدل را در چهار سطح، سطح راهبردی (مدیریت استراتژیک توسعه مربیگری، برنامه ریزی با رویکرد سیستمی، برنامه ریزی بلند مدت مربیگری). سطح مدیریتی (مدیریت فناوری و اطلاعات، تجزیه و تحلیل سطوح شغلی مربیگری، برنامه آموزش و توسعه مبتنی بر استانداردها، برنامه ریزی حفظ و نگهداری منابع انسانی). سطح دانشی (برنامه ریزی توسعه و ارتقا پایدار، آموزش و یادگیری پیوسته، پرورش و تربیت مستمر) سطح عملیاتی (بازخورد عملکرد، استاد مربی (منترینگ)، استعدادیابی، ارزیابی مسیر پیشرفت شغلی) تقسیم نمود. برنامه استقرار و ترویج زیرساخت، شامل: به روز رسانی و توسعه چارچوب، ظرفیت سازی و توانمند سازی و ارزیابی عملکرد می‌باشد. اساس چارچوب مدل طراحی شده ارتباط و همگامی با منابع اطلاعاتی روز، زیرساخت‌ها و بازخورد مدیریتی نهایی در جهت توسعه مسیر شغلی و به‌روز رسانی می‌باشد. خروجی مدل با سازه های به‌دست‌آمده همچون استانداردهای مربیگری و بهبود کیفیت، مزیت رقابتی، توسعه مربیگری، چارچوب مرجع بین‌المللی می‌باشد (۳) فروردین و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان ارائه الگوی توسعه موفقیت مربیان فوتبال با استفاده از تئوری داده‌بنیاد که بر اساس نتایج و پس از دسته بندی نهایی مفاهیم تعداد ۲۸ مقوله فرعی به‌دست آمد که در ۶ مقوله‌ی اصلی جای‌گذاری شدند. بر اساس پارادایم شش‌گانه موفقیت مربیان در پیشایندهای موفقیت مربیان، بستر و امکانات، بازدارنده‌ها، استراتژی‌های کاربردی و پیامدهای موفقیت مربیان جمع بندی شده‌است (۱۸). نادریان و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان امکان

نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از کلیه افرادی که در انجام پژوهش محققین را همراهی نموده‌اند، به‌ویژه اعضای علمی گروه علوم ورزشی، تشکر و قدردانی نمایند.

References

1. Mand Alizadeh Z. Investigating and comparing the diversity of sports science disciplines in Iranian and world universities: Toward application of sport sciences. *Appl Res Sport Manag.* 2021;9(4):41-52. doi:10.30473/arsm.2021.7621
2. Naderian M, Rahbari S. The Feasibility of the Establishment of Sports Law's Field in the Master Degree of Iran's Universities. *Interdiscip Stud Humanit.* 2014;6(4):19-32. doi:10.7508/isih.2014.24.002
3. Shokri Amlash S, Elahi A, Akbariyazdi H. A Model for Iranian Sport Coaching Career Path Management: Findings of a Qualitative Research Work. *Hum Resour Manag Sport.* 2020;8(1):183-203. doi:10.22044/shm.2021.9828.2238
4. Hertting K. "More Practice-based Courses and Not Just a Load of Papers to Read": Youth Soccer Coaches Reflections on Coach Education Programs in Sweden. *Phys Cult Sport Stud Res.* 2019;83(1):39-49.
5. Dixon M, Lee C, Corrigan C. 'We were all looking at them quite critically': Collaborative reflection on a university-based coach education program. *Reflective Pract.* 2021;22(2):203-218.
6. Nuseir MT, El Refae GA. Factors influencing the choice of studying at UAE universities: An empirical research on the adoption of educational marketing strategies. *J Mark High Educ.* 2021;1-23.
7. Dehghan Ghahfarokhi A, Tayebi B, Jesmani M. Policies of Qualitative Development of Sport Coaches' Education in Golestan Province. *Sport Manag J.* 2020;12(2):581-600. doi:10.22059/jsm.2020.238180.1899
8. Setiawan R, Cavaliere LPL, Hussaini T, et al. The Impact of Educational Marketing on Universities Performance [Doctoral dissertation]. Petra Christian University; 2021.
9. Arefi M, Azizi A. Feasibility study of the internationalization of public universities in Tehran (case study Shahid Beheshti University & Tehran University). *Strateg Stud Public Policy.* 2018;8(26):41-63.
10. Ciampolini V, Milistetd M, Brasil VZ, Nascimento JV. Teaching strategies adopted in coach education programs: Analysis of publications from 2009 to 2015. *Journal of Physical Education.* 2019;30
11. Haji Rasouliha, M., Kheiri, B., Momeni, M. Identifying and investigating the components of Meaningful marketing in the university's educational system. *Educational Development of Judishapur,* 2021; 12(0): 305-313. doi: 10.22118/edc.2021.284511.1788
12. Mehrabi, S., Hoveida, R., Siadat, S. A. Analysis of the Underlying Factors of Marketing of Higher Education in Applied Academic Centers with regard to the Impact of Brand

- Personality (Case Study: Applied Scientific Centers of Esfahan). *Career and Organizational Counseling*, 2021; 13(1): 89-104. doi: 10.48308/jcoc.2021.100612
13. Ali Haj Akbari N, Soleimani N, Shafizadeh H, Tabatabaei S M. Development and Validation of an Educational Marketing Model in Vocational Education. *Teb va Tazkiyeh [Journal of Medicine and Cultivation]*. 2019;28(1):37-64.
14. Mohammadiha P, Davoudi MA, Mosleh M. Educational Marketing in Azad University: A Strategy for Sustainable Development. *Teb va Tazkiyeh [Journal of Medicine and Cultivation]*. 2019;28(3):84-97.
15. Babaee Kasmaee R, Nadi MA. Developing and validating a marketing model for private higher education institutions: an integrated study. *Future Study Manag.* 2018;113(2):55-70.
16. Ray A, Bala PK, Dasgupta SA. Psychological analytics based technology adoption model for effective educational marketing. In: *Digit Soc Media Mark.* Springer; 2020:163-174.
17. Hung NT. The Impact of Educational Marketing on Universities Performance: Evidence from Private Management Colleges of Vietnam. *Int J Manag.* 2020;11(11).
18. Farvardin MM, Naderian M, Nikseresht A, Dastbarhagh H. Provide a model for developing the success of football coaches using data foundation theory. *Contemp Stud Sport Manag.* 2020;10(19):111-125. doi:10.22084/smms.2020.21616.2588