

تدوین مدل توسعه برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان

مهدی جلالی^۱، شهرام علم^{۲*}، زهرا هژبرنیا^۳، امیر ندری^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱/۲۲

تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۴/۲۱

ص ص: ۱۴۱-۱۱۵

چکیده

این پژوهش به تدوین مدل و بررسی عوامل موثر برای توسعه برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان پرداخته است. پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها جز تحقیقات توصیفی-علی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران ورزشی استان (اداره کل ورزش و جوانان استان و هیات‌های ورزشی)، خبرگان مدیریت ورزشی استان، و مدیران ارشد و متخصصین صدا و سیما مرکز خوزستان بوده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. به منظور بررسی استاندارد بودن پرسشنامه روایی صوری و همچنین از طریق آزمون آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفته است. پس از توزیع پرسشنامه به صورت سرشماری بین کلیه جامعه آماری تعداد ۲۷۵ پرسشنامه سالم جمع‌آوری شده است و در ادامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. کلیه تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق نرم افزارهای اسپاس ۲۲ و اسمارت پی‌ال‌اس انجام شده است. در بخش مدل سازی معادله ساختاری نتایج نشان داد که هر چهار عامل فردی، مدیریتی، سازمانی و منابع انسانی تاثیر معناداری بر توسعه برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان دارند و در این رابطه متغیرهای عوامل محیطی و عوامل بازاریابی دارای نقش تعدیل‌گر هستند. دستاوردهای این پژوهش نگاهی جامع و بلندمدت به مقوله توسعه برنامه‌های

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

mehdijalali272@gmail.com

۲. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد یادگار امام خمینی(ره) شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، شهری، ایران

shahramalam@yahoo.com*(نویسنده مسئول)

۳. استادیار مدیریت ورزشی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

Zahra7h7@yahoo.com

۴. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد ایذه، دانشگاه آزاد اسلامی، ایذه، ایران

Nadrilakestani@gmail.com



ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان دارد، به طوری که مدل بومی‌سازی شده در این پژوهش می‌تواند راهگشای مدیران در تدوین استراتژی میان مدت و بلند مدت در حوزه تولید محتوا و پخش برنامه‌های ورزشی از ابعاد مختلف باشد.

واژه های کلیدی: برنامه‌های ورزشی، معادلات ساختاری، صدا و سیما، مدیریت ورزشی، ورزش

Designing a model for the development of sports programs in Khuzestan Central Broadcasting

Mehdi Jalali¹, Shahram Alam^{2*}, Zahra Hojabrnia³, Amir Nadri⁴

Abstract

This study has developed a model and examined the effective factors for the development of sports programs in Khuzestan Central Broadcasting. The research is considered as applied research in terms of purpose, and it's considered as descriptive-causal research in terms of data collection. The statistical population of the study included all sports managers of the province (General Department of Sports and Youth of the province and sports delegations), experts of sports management of the province, and senior managers and specialists of Khuzestan Central Broadcasting. The data collection tool was a questionnaire. In order to evaluate the standardization of face validity questionnaire and also through Cronbach's alpha test, the reliability of the questionnaire has been confirmed. After distributing the questionnaire by census among all statistical population, 275 correct questionnaires were collected and then analyzed. All data analysis was performed using SPSS 22 and Smart PLS software. In structural equation modeling, the results showed that all four factors of individual, managerial, organizational and human resources management have a significant effect on the development of sports programs in the

1. PhD student, Department of Physical Education, Shushtar Branch, Islamic Azad University, Shushtar, Iran. mehdijalali272@gmail.com

2. Assistant Professor, Department of Physical Education, Yadegar -e- Imam Khomeini Branch, Shahr-e-Rey, Islamic Azad University, Shahr-e-Rey, Iran.

Corresponding Author*: shahramalam@yahoo.com

3. Assistant Professor, Department of Physical Education, Shushtar Branch, Islamic Azad University, Shushtar, Iran. Zahra7h7@yahoo.com

4. Assistant Professor, Department of Physical Education, Izeh Branch, Islamic Azad University, Izeh, Iran. Nadrilakestani@gmail.com



Khuzestan Central Broadcasting and in this regard, environmental factors and marketing factors have a moderating role. The achievements of this research have a comprehensive and long-term view on the development of sports programs of Khuzestan Central Broadcasting, so that the localized model in this research can pave the way for managers in developing medium and long-term strategies in the field of content production and broadcasting from different dimensions.

Keywords: Sports programs, Structural Equation, Broadcasting, Sports management, Sports

مقدمه

امروزه، ورزش نه فقط مورد توجه بسیاری از سازمان‌های مهم و بزرگ ورزشی مانند کمیته بین‌المللی المپیک^۱ قرار دارد، بلکه همه متخصصان تربیت بدنی و علوم ورزشی مشارکت در انواع فعالیت‌های ورزشی را وسیله ارزشمندی برای ارتقای بهداشت جسمانی و روانی مردم در نظر گرفته‌اند که پیامدهای مثبت و غیر مستقیم اجتماعی و اقتصادی بسیاری به همراه دارد (مونتجوی^۲ و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۱۸؛ پیچی^۳ و همکاران، ۲۰۱۹: ۴). ورزش نه تنها به فواید جسمانی حاصل از شرکت در فعالیت‌های بدنی توجه دارد همچنین به افزایش دانش و آگاهی و ایجاد موقعیت‌های مناسب برای یادگیری و فعالیت مداوم نیز مرتبط است (ساگی و اتزن^۴، ۲۰۱۳: ۲). در این راستا، رسانه‌ها می‌توانند نقش تأثیرگذاری جهت افزایش مشارکت افشار مختلف مردم در فعالیت‌های ورزشی ایفا کنند (هازاری^۵، ۲۰۱۸: ۲).

رسانه‌ها به منبع غالب شکل‌گیری واقعیت‌های اجتماعی در جوامع تبدیل شده‌اند و به لحاظ دارا بودن وسعت دامنه نفوذ، در شکل‌دهی ساختار ذهنی افراد جامعه مؤثرند و اثر مستقیمی بر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دارند و در تغییر آگاهی‌ها و نگرش‌های جامعه نیز نقش بسزایی ایفا می‌کنند (گایتی^۶، ۲۰۱۷: ۲۳۶). در این بین رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون و رادیو و مطبوعات به دلیل دارا بودن وسعت دامنه نفوذ و توانایی تغییر نگرش جامعه نقش بسزایی در توسعه ورزش دارند. برنامه‌های تلویزیون و رادیو، به منزله رسانه دیداری و شنیداری با توانایی جمع کردن افراد خانواده در کنار هم نقش قابل ملاحظه‌ای در ترویج برنامه‌های ورزشی دارند (گانتز و لویز^۷، ۲۰۱۴: ۷۶۶). در مبحث ارتباط رسانه و ورزش، رسانه تلویزیون و رادیو بیش از هر رسانه دیگری در جهانی کردن ورزش و توسعه ورزش اهمیت دارد و بررسی عوامل و پیش‌آیندهای مرتبط با خلاقیت و توسعه برنامه‌های این رسانه‌ها اهمیت بسیار زیادی دارد (کیم و کیم^۸، ۲۰۱۹: ۲۴۳).

1. International Olympic Committee (IOC)
2. Mountjoy
3. Peachey
4. Sage & Eitzen
5. Hazari
6. Gaité
7. Gantz & Lewis
8. Kim & Kim

بررسی بسیاری از پژوهش‌ها نشان می‌دهد که عوامل فردی همچون نقش کارکنان در سازمان تاثیر معناداری بر بهبود توسعه خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها داشته است (پاپامنزولوپولو^۱ و همکاران، ۲۰۱۹: ۹۲). چانگ و چن^۲ (۲۰۲۰: ۵) بیان می‌کنند که سطح خلاقیت و خطر پذیری کارکنان به عنوان یک عامل فردی در بهبود موفقیت سازمان‌ها اثربخش بوده است (پری^۳ و همکاران، ۲۰۰۳: ۴۲۷؛ آخمدوا^۴ و همکاران، ۲۰۱۹: ۳). همچنین در بسیاری از پژوهش‌های انجام شده به اهمیت و نقش مدیریت منابع انسانی در بهبود و توسعه پیامدهای سازمانی اشاره شده است (آرچی بالد^۵ و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۶۲۶). سازمان‌هایی که بر مدیریت منابع انسانی توانا محور تمرکز دارند با بکارگیری نیروی انسانی خلاق، متخصص و توانمند در همه سطوح سازمان توانسته اند محیط کارآفرینانه ای خلق کنند (ما^۶ و همکاران، ۲۰۱۷: ۵۶۶). شیوه های مدیریت منابع انسانی توانا محور با کارایی بالا، که معمولاً با سیستم‌های کاری با عملکرد بالا^۷، سیستم‌های کاری با مشارکت بالا^۸ و سیستم‌های کاری با تعهد بالا^۹ شناخته می‌شوند بعنوان شیوه های منسجمی^{۱۰} تعریف شده است که باعث افزایش مهارت‌های نیروی کار و انگیزه برای ایجاد تلاش‌های اختیاری کارکنان از جمله بهبود خلاقیت در کار می‌شود (ما و همکاران، ۲۰۱۷: ۵۶۷).

شیوه‌های مدیریت منابع انسانی تأثیرات مثبتی بر نتایج سطح فردی (نگرش کارکنان، رفتارها و عملکرد) و نتایج در سطح سازمانی (بهره وری سازمانی، خلاقیت و توسعه سازمانی) دارند به طوری که می‌توانند تأثیرات زمینه بین این متغیرها را تعدیل نمایند (پینینگ^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۳: ۹۲۷). همچنین عوامل سازمانی در بهبود و توسعه خلاقیت در سازمان‌ها تاثیر بسزایی دارند. پیگلیتیله و پیسلو^{۱۲} (۲۰۱۸: ۶۹۲) بیان می‌کنند که زیر ساخت‌های تکنولوژیکی در بهبود خلاقیت سازمانی

-
1. Papamentzelopoulou
 2. Chang & Chen
 3. Perry
 4. Akhmedova
 5. Archibald
 6. Ma
 7. high-performance work systems (HPWS)
 8. high-involvement work systems
 9. high commitment work systems
 10. coherent practices
 11. Piening
 12. Pigliautile & Pisello

نقش موثری دارد. در واقع سازمان‌هایی که ابزارهای اجرایی و زیرساخت‌های مناسب دسترسی دارند توانسته‌اند که در کسب نوآوری و خلاقیت پیش‌تاز باشند (وود ساید^۱، ۲۰۱۰: ۳). همچنین طبق بررسی‌های انجام شده یکی دیگر از مهمترین متغیرهای تاثیر گذار بر بهبود و توسعه فعالیت‌های سازمانی نقش عوامل مدیریتی است (پوترا و چو^۲، ۲۰۱۹: ۳۷؛ کچل برگ و ورنمان^۳، ۲۰۰۰: ۳۵۶).

طبق پژوهش‌های انجام شده بسیاری از متغیرها تاثیرات زمینه‌ای در ارتباط با پیش‌آیندهای مرتبط با توسعه برنامه‌های سازمانی دارند. یکی از متغیرهای تاثیر گذار بر ارتباط متغیرهای مرتبط با توسعه برنامه‌های سازمانی تبلیغات است. در این زمینه الیا^۴ و همکاران (۲۰۲۰: ۳) بیان می‌کنند که تبلیغات مناسب و برندسازی به عنوان یک عامل زمینه‌ای اثر گذار بر بهبود رابطه بین عوامل موثر بر توسعه و خلاقیت سازمانی از طریق جذب مخاطب می‌تواند نقش موثری داشته باشد. همچنین طبق پژوهش‌های انجام شده عوامل محیطی نیز به عنوان یک عامل زمینه‌ای می‌تواند نقش موثری در بهبود ارتباط عوامل موثر بر توسعه برنامه‌های سازمان و پیامدهای مثبت سازمانی داشته باشد. در این زمینه هاتنروت و ریچستین^۵ (۲۰۲۰: ۲) به نقش سیاست‌های دولتی به عنوان یک عامل محیطی تاثیر گذار بر فرایندهای تاثیر گذار بر خلاقیت سازمانی اشاره کرده است. طبق پژوهش‌های انجام شده عوامل استراتژیک نیز به عنوان یک عامل زمینه‌ای می‌تواند نقش موثری در بهبود ارتباط عوامل موثر بر توسعه برنامه‌های سازمان و پیامدهای مثبت سازمانی داشته باشد (گورسی و سوانگر^۶، ۲۰۰۷: ۲۱۴).

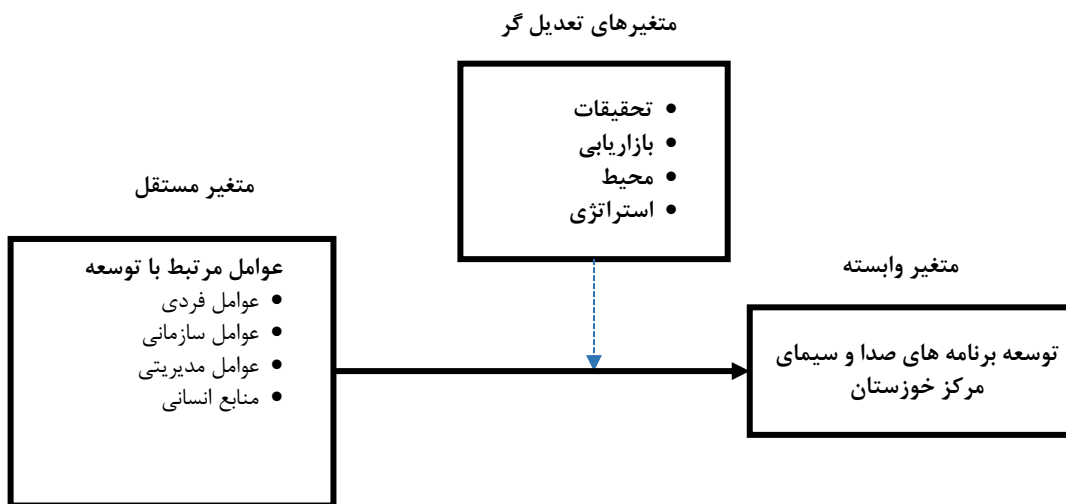
در واقع تدوین استراتژی صحیح همسو با برنامه‌های رقابتی سازمان و هسو با بخش مدیریت منابع انسانی تاثیرات زمینه‌ای بر بهبود ارتباط عوامل موثر بر توسعه برنامه‌های سازمان و پیامدهای مثبت سازمانی دارد. همچنین تحقیق و توسعه به عنوان یکی دیگر از متغیرهای تعدیل کننده ارتباط بین عوامل موثر بر توسعه برنامه‌های سازمان و پیامدهای مثبت سازمانی در برخی پژوهش‌ها مورد تاکید قرار گرفته است. با توجه به مطالب بیان شده این پژوهش در نظر دارد به بررسی تاثیر عوامل موثر توسعه برنامه‌های صدا و سیما مرکز خوزستان با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر متغیرهای عوامل

1. Woodside
2. Putra & Cho
3. Kjellberg & Werneman
4. Elia
5. Hottenrott & Richstein
6. Gursoy & Swanger

استراتژیک، بازاریابی، تحقیقات و محیطی پردازد. لذا سوال اصلی پژوهش به این صورت مطرح می-شود که تاثیر عوامل موثر توسعه برنامه های صدا و سیمای مرکز خوزستان با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر متغیرهای عوامل استراتژیک، بازاریابی، تحقیقات و محیطی به چه صورت خواهد بود؟

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به بررسی ادبیات پژوهش مدل مفهومی پژوهش را به صورت (شکل ۱) نمایش داد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل پژوهشی ارائه شده اهداف پژوهش به صورت زیر تعریف می شود:

بررسی تاثیر عوامل مرتبط با توسعه تاثیر معناداری بر توسعه برنامه های صدا و سیمای مرکز خوزستان.

الف) بررسی تاثیر عوامل فردی بر توسعه برنامه های صدا و سیمای مرکز خوزستان.

ب) منابع انسانی بر توسعه برنامه های صدا و سیمای مرکز خوزستان.

پ) عوامل سازمانی بر توسعه برنامه های صدا و سیمای مرکز خوزستان.

ت) عوامل مدیریتی بر توسعه برنامه های صدا و سیما مرکز خوزستان.

بررسی نقش تعدیل گر عوامل بازاریابی در رابطه بین عوامل مرتبط با توسعه و توسعه برنامه‌های صدا و سیما مرکز خوزستان.

بررسی نقش تعدیل گر عوامل محیطی در رابطه بین عوامل مرتبط با توسعه و توسعه برنامه های صدا و سیما مرکز خوزستان.

بررسی نقش تعدیل گر استراتژی در رابطه بین عوامل مرتبط با توسعه و توسعه برنامه های صدا و سیما مرکز خوزستان.

بررسی نقش تعدیل گر تحقیقات در رابطه بین عوامل مرتبط با توسعه و توسعه برنامه های صدا و سیما مرکز خوزستان.

روش شناسی پژوهش

با توجه به عنوان پژوهش مبنی بر تدوین مدل و بررسی عوامل موثر برای توسعه برنامه های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان که به صورت یک مطالعه موردی است و نتایج آن به صورت پیشنهادات اجرایی برای سازمان مورد مطالعه قابل اجرا خواهد بود، یک تحقیق کاربردی است، همچنین از لحاظ نحوه گردآوری توصیفی-علی است. همچنین از لحاظ زمانی جز تحقیقات مقطعی محسوب می‌شود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران ورزشی استان (اداره کل ورزش و جوانان استان و هیات‌های ورزشی)، خبرگان مدیریت ورزشی استان شامل (اعضای هیات علمی دانشگاهی مرتبط با موضوع، مدیران ارشد ورزشی فعلی و سابق استان، دانشجویان دکترای رشته مدیریت ورزشی و تربیت بدنی مجموعاً به تعداد ۴۲۰ نفر بوده است. پس از توزیع پرسشنامه به صورت سرشماری بین کلیه جامعه آماری در نظر گرفته شده تعداد ۲۷۵ پرسشنامه سالم جمع آوری شده است و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. به روش دلفی از طریق پرسشنامه باز با ۲۰ نفر از خبرگان و متخصصان مدیریت ورزش و مدیران ارشد رسانه و متخصصین ورزش به شناسایی عوامل موثر بر توسعه برنامه‌های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان پرداخته شده است، سپس پرسشنامه‌ای بسته بر اساس یافته‌های و مؤلفه‌های استخراج شده از مصاحبه، تنظیم شد که از دو بخش سوالات عمومی و سوالات اختصاصی تشکیل شده است. در بخش عمومی، جنسیت، سن، میزان تحصیلات، سابقه کار افراد مشخص شده است و بخش سوالات اختصاصی در رابطه با عوامل مؤثر در

توسعه برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان بوده است. پرسشنامه به ترتیب عوامل فردی با ۵ مولفه، عوامل مدیریتی با ۴ مولفه، مدیریت منابع انسانی با ۴ مولفه، تحقیقات با ۵ مولفه، عوامل محیطی با ۳ مولفه، عوامل سازمانی با ۶ مولفه، فعالیت‌های بازاریابی با ۵ مولفه، تدوین استراتژی با ۴ مولفه و متغیر وابسته توسعه برنامه‌های صدا و سیما با ۶ مولفه مورد سنجش قرار گرفته است. به منظور سنجش استاندارد بودن پرسشنامه ابتدا پس از طراحی سوالات، پرسشنامه در اختیار چند نفر از خبرگان و اساتید دانشگاهی قرار گرفته است و پس از حذف و تعدیل سوالات نامفهوم در نهایت روایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفته است. در ادامه یک نمونه ۳۵ تایی پرسشنامه به صورت آزمایشی در بین جامعه آماری مورد نظر توزیع شد و پس از بررسی مقدار آلفای کرونباخ با توجه به بیشتر بودن مقدار آلفای محاسبه شده برای همه متغیرهای پژوهشی از مقدار ۰,۷، در نهایت پایایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفته است و مشخص شد که پرسشنامه استاندارد است. به منظور اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش در پرسشنامه از طیف ۵ تایی لیکرت نمره ۱ (خیلی کم) تا نمره ۵ (خیلی زیاد) استفاده شده است. داده‌های پژوهش در سال ۱۳۹۷، ۱۳۹۸ و نیمه اول سال ۱۳۹۹ برای بررسی و آزمون استفاده شده است

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

ویژگی‌های توصیفی پاسخ‌دهندگان به شرح (جدول ۱) است.

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی

متغیر جمعیت شناختی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۲۰,۹
	زن	۶۶
سابقه کار	۵_۱	۴,۴
	۱۰_۶	۲۲,۲
	۱۵_۱۱	۲۵,۸

۲۲,۲	۶۱	۲۰-۱۵	سن
۲۵,۵	۷۰	> ۲۰	
۱۳,۱	۳۶	۳۰-۲۰	
۳۶,۷	۱۰۱	۴۰-۳۱	
۳۷,۱	۱۰۲	۵۰-۴۱	
۱۳,۱	۳۶	> ۵۰	
۱,۵۰	۴	فوق دیپلم و پایین تر	تحصیلات
۳۸,۵	۱۰۶	لیسانس	
۴۵,۸	۱۲۶	فوق لیسانس	
۱۴,۲	۳۹	دکتر	

همانطور که مشخص است از لحاظ جنسیت بیشترین گروه مربوط به مردان با ۷۶ درصد فراوانی بوده است. از لحاظ سابقه کار بیشترین گروه مربوط به گروه (۱۱-۱۵) سال با ۲۵,۸ درصد فراوانی بوده است. از لحاظ سنی بیشترین گروه مربوط به گروه سنی (۴۱-۵۰) سال با ۳۷,۱ درصد فراوانی بوده است. از لحاظ تحصیلات بیشترین گروه مربوط به گروه تحصیلی فوق لیسانس با ۴۵,۸ درصد فراوانی بوده است.

یکی از پیش‌فرض‌های اصلی تجزیه و تحلیل داده‌ها در مدل‌های معادلات ساختاری بررسی موضوع نرمال بودن متغیرهای پژوهشی است. یکی از این آزمون‌ها، کولموگروف - اسمیرنف^۱ است. این آزمون از دو فرضیه آماری تشکیل شده است. با توجه به اینکه سطح معناداری برای متغیرهای پژوهش از ۰,۰۵ کمتر شده است، لذا فرض غیرنرمال بودن متغیرها (H1) تایید می‌شود و متغیرها غیر نرمال هستند. با توجه به وضعیت غیر نرمال بودن داده‌های پژوهش به منظور بررسی فرضیه‌ها

1. Kolmogorov-Smirnov test

در روش مدل سازی معادلات ساختاری از نرم افزار اسمارت پی ال اس^۱ استفاده شده است. در ادامه مدل اندازه گیری (مدل بیرونی) و مدل ساختاری (مدل درونی) در این نرم افزار مورد بررسی قرار گرفته است.

در مدل های پی ال اس^۲، دو مدل اندازه گیری (مدل بیرونی) و مدل ساختاری (مدل درونی) آزمون می شود که مدل اندازه گیری در ابتدا مورد ارزیابی قرار می گیرد. برآوردهای روایی و پایایی، مدل های اندازه گیری را برحسب معیارهای مطرح در مدل های بیرونی ارزیابی می کنند. وقتی شواهد کافی مبنی بر روایی و پایایی مدل های اندازه گیری به دست آمد، می توان مدل ساختاری (مدل درونی) را ارزیابی کرد (رحیمی، ۱۳۹۵). نتایج مدل اندازه گیری در (جدول ۲) در قالب شاخص های ضریب آلفای کرونباخ (برای تمام نمونه گردآوری شده) و ضریب پایایی مرکب و میانگین واریانس استخراج شده نشان داده می شود.

جدول ۲: شاخص های ارزیابی پایایی و روایی مدل اندازه گیری

متغیرهای پنهان	آلفای کرونباخ	ضریب پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج شده
عوامل فردی	۰,۸۱	۰,۸۶	۰,۶۵
منابع انسانی	۰,۷۵	۰,۸۵	۰,۷۲
عوامل سازمانی	۰,۸۶	۰,۸۹	۰,۶۴
عوامل مدیریتی	۰,۸۱	۰,۸۵	۰,۶۲
بازاریابی	۰,۸۰	۰,۸۹	۰,۵۸
استراتژی	۰,۷۴	۰,۷۸	۰,۷۵

1. Smart PLS

2. PLS

۰,۶۶	۰,۸۶	۰,۸۱	محیطی
۰,۵۴	۰,۸۵	۰,۷۸	تحقیقات
۰,۶۵	۰,۹۲	۰,۸۷	توسعه برنامه های صدا و سیما

با توجه به (جدول ۳) ، مقادیر آلفای کرونباخ پیش‌نمونه و کل نمونه هر متغیر بیشتر از ۰/۷ است که نشان دهنده پایایی پرسشنامه است. مقادیر پایایی مرکب هر متغیر دارای مقدار بیشتر از ۰/۷ است که نشان دهنده پایایی پرسشنامه است. شاخص میانگین واریانس استخراج شده بیان می‌کند متوسط واریانس استخراج شده هر بعد مدل دارای مقدار بیشتر از ۰,۵ است، پس روایی همگرایی مدل تایید می‌شود. روایی واگرا با معیار فورنل-لارکر محاسبه شد. طبق معیار، مقدار میانگین واریانس استخراج شده برای هر سازه بیشتر از توان دوم همبستگی آن سازه با سایر سازه های موجود در مدل است. بنابراین، روایی واگرایی مدل تایید شده است.

پس از آزمون مدل اندازه‌گیری، باید مدل ساختاری ارائه شود که نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است. با توجه به اینکه روایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها توسط روایی سازه تأیید شده است، می‌توان روابط میان این متغیر را بر اساس فرضیه‌های پژوهش بررسی کرد. با استفاده از نتایج مدل ساختاری پژوهش که در (شکل ۲) مشاهده می‌شود، می‌توان فرضیه‌های مستقیم پژوهش را بررسی کرد. از معیارهای آماره t ، ضریب مسیر و ضریب تعیین برای ارزیابی این مدل استفاده شده است.

شکل ۳: مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد و معناداری (بررسی فرضیه‌های فرعی)

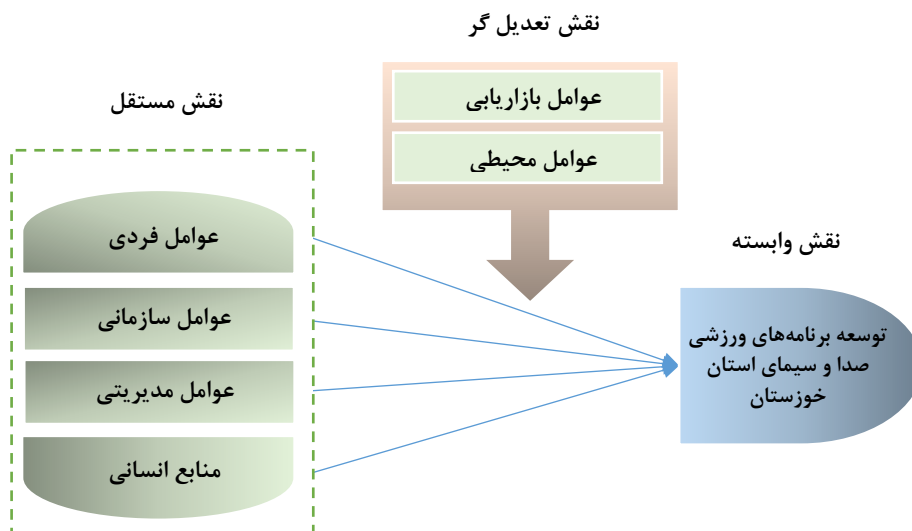
در مورد معناداری ضرایب مسیر بایستی آماره t ، محاسبه و معنی داری ضرایب مسیر مشخص شود (رحیمی، ۱۳۹۵). در کل، مدل آزمون شده با توجه به مقادیر آماره t چنانچه مقدار اعداد معناداری از ۱,۹۶ بیشتر باشد، می‌توان گفت در سطح اطمینان ۰,۹۵ درصد تاثیر متغیرها بر هم معنادار است. (جدول ۵) نتایج معناداری فرضیه‌های پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۳: نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

اثرات	فرضیه‌های پژوهش	ضریب مستقیم	آماره t	خطای استاندارد	وضعیت
مستقیم	عوامل مرتبط با توسعه ← توسعه برنامه‌های صدا و سیما مرکز خوزستان	۰,۳۸۰	۳,۳۶۷	۰,۱۱	تایید
مستقیم (فرعی ۱)	عوامل فردی ← توسعه برنامه‌های صدا و سیما مرکز خوزستان	۰,۳۴۷	۲,۱۶۹	۰,۱۶	تایید
مستقیم (فرعی ۲)	منابع انسانی ← توسعه برنامه‌های صدا و سیما مرکز خوزستان	۰,۲۳۰	۲,۱۴۳	۰,۱۰	تایید
مستقیم (فرعی ۳)	عوامل سازمانی ← توسعه برنامه‌های صدا و سیما مرکز خوزستان	۰,۲۴۷	۱,۹۸	۰,۱۲	تایید
مستقیم (فرعی ۴)	عوامل مدیریتی ← توسعه برنامه‌های صدا و سیما مرکز خوزستان	۰,۱۸۵	۲,۱۴۹	۰,۰۸	تایید
تعدیل گر	عوامل مرتبط با توسعه ← عوامل بازاریابی ← توسعه برنامه‌های صدا و سیما مرکز خوزستان	۰,۲۳۳	۲,۴۱۷	۰,۰۹	تایید
تعدیل گر	عوامل مرتبط با توسعه ← عوامل محیطی ← توسعه برنامه‌های صدا و سیما مرکز خوزستان	۰,۲۳۹	۲,۱۵۳	۰,۱۱	تایید

اثرات	فرضیه های پژوهش	ضریب مستقیم	آماره تی	خطای استاندارد	وضعیت
تعدیل گر	عوامل مرتبط با توسعه ← استراتژی ← توسعه برنامه های صدا و سیمای مرکز خوزستان	۰,۰۴۶	۰,۴۹۶	۰,۰۹	رد
تعدیل گر	عوامل مرتبط با توسعه ← تحقیقات ← توسعه برنامه های صدا و سیمای مرکز خوزستان	۰,۰۱۳	۰,۱۳۴	۰,۰۹	رد

همانطور که نتایج پژوهش نشان می‌دهد برای تمامی فرضیه‌های مستقیم پژوهش مقدار آماره تی محاسبه شده از عدد ۱,۹۶ بیشتر است و مورد تایید قرار گرفتند. در مورد بررسی نقش متغیرهای تعدیل گر با توجه دو فرضیه آخر با توجه به اینکه آماره تی از مقدار ۱,۹۶ کمتر شده است، لذا نقش تعدیل گر عوامل استراتژی و تحقیقات در رابطه بین عوامل مرتبط با توسعه و توسعه برنامه‌های صدا و سیمای مرکز خوزستان مورد تایید قرار نگرفته است. با توجه به نتایج استخراج شده شکل زیر مدل شماتیک عوامل موثر بر توسعه برنامه های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان است.



شکل ۴-مدل شماتیک عوامل موثر بر توسعه برنامه‌های ورزشی صدا و سیمای استان خوزستان

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش به تدوین مدل و بررسی عوامل موثر برای توسعه برنامه های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان پرداخته است. در این بخش به بحث و نتیجه گیری در مورد نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شده است و سپس با توجه به نتایجی که حاصل شده است پیشنهاداتی ارائه می‌شود. در ادامه به بیان مختصری از موانع و محدودیت‌های پژوهش حاضر نیز پرداخته می‌شود.

نتایج پژوهش نشان داد که عوامل مرتبط با توسعه تاثیر معناداری بر توسعه برنامه های صدا و سیما مرکز خوزستان دارد. همچنین نتایج فرعی پژوهش نشان داد که هر چهار عامل (عوامل فردی، مدیریت منابع انسانی، عوامل سازمانی و عوامل مدیریتی) تاثیر معناداری بر توسعه برنامه های صدا و سیما مرکز خوزستان دارند. پیش از این در پژوهش چانگ و چن (۲۰۲۰) و پامنزولوپلو و همکاران (۲۰۱۹) به نقش خلاقیت و خطر پذیری به عنوان یک عامل فردی در بهبود موفقیت سازمان‌ها اشاره شده است. پری و همکاران (۲۰۰۳) در پژوهش خود به نقش رقابت طلبی به عنوان یک عامل فردی در موفقیت و توسعه سازمان اشاره کرده‌اند. همچنین آخمدوا و همکاران (۲۰۱۹) یکی از عوامل دستیابی به موفقیت در سازمان‌ها را انگیزش شغلی بالا توصیف کرده است که با نتایج به دست آمده در این فرضیه در خصوص تاثیر عوامل فردی بر بهبود توسعه برنامه‌های سازمان صدا و سیما مرکز خوزستان همسو است.

بر این اساس پیشنهاد میگردد مدیران صداوسیما مرکز خوزستان افراد شاخص و توانمند استان و کشور در حوزه های مختلف ایده پردازی و برنامه سازی ورزشی رادیو وتلوویزون که از روحیه توفیق طلبی، رقابت جویی، هوش هیجانی بالا و انگیزه بالا در تکمیل وظایف شغلی خود برخوردارند شناسایی و جذب نمایند و با سرمایه گذاری بر روی این نیروهای جوان متعهد و متخصص از آنها در جهت ایجاد خلاقیت و نوآوری در تهیه و تولید برنامه های ورزشی متنوع با استفاده از ایده های بدیع و بکر آنها و بکارگیری متدهای جدید روانشناسی با توجه به سلايق متفاوت و رده های سنی گوناگون مخاطبان برنامه های ورزشی در راستای بالا بردن محبوبیت برنامه های ورزشی بین اقشار مردم و جذب مخاطب بیشتر استفاده نماید.

باتوجه به اینکه یکی از نقاط قوت برنامه های ورزشی موفق، انتخاب و استفاده از مجریان و گزارشگران جوانی است که در امر ورزش از تخصص و تحصیلات دانشگاهی برخوردارند و از سوی دیگر چهره، پوشش و گفتمان مجری برنامه های ورزشی می تواند تأثیر بسزایی در جذب مخاطب به ویژه در تلویزیون داشته باشد و یک مجری توانا و قابل قبول برای مخاطب سیما نیاز به فاکتورهایی از قبیل چهره خوب، تکلم جذاب و فارغ از هر گونه لهجه، دارای سواد گفتمانی، محاوره ای و اجتماعی، صداقت در گفتار و رفتار، سابقه ورزشی و تسلط در اجرا دارد، لذا پیشنهاد میگردد که مدیران صدا و سیمای مرکز خوزستان برای دورشدن برنامه های ورزشی از حالت کلیشه ای که برای مخاطبین کسل کننده است از طریق انتخاب مجریان و گزارشگران شایسته که استعداد و توانایی لازم را ضمن برخورداری از فاکتورهای قابل قبول در زمینه اجرا دارند باعث ایجاد تغییر در شکل و فرم اجرای و برنامه های ورزشی با رویکرد تحول و نوگرایی گردد

در مورد نقش مدیریت منابع انسانی در بهبود و توسعه برنامه های صدا و سیمای مرکز خوزستان پیش از این در پژوهش کوزن و نوتو (۲۰۱۸) به اهمیت نقش رشد و یادگیری به عنوان یک عامل منابع انسانی در بهبود عملکرد اشاره شده است که تا حدودی با نتایج این فرضیه همسو است. آرچی بالد و همکاران (۲۰۱۵) به اهمیت سیستم پرداخت و پاداش اشاره کرده است به طوری که طراحی یک سیستم اثر بخش در حوزه پرداخت و پاداش می تواند موفقیت سازمان برای دستیابی به اهداف خود را تضمین نماید که با نتایج این فرضیه همخوانی دارد. در پژوهش بلوکر^۱ و همکاران (۲۰۱۹): (۱۷۴) در حوزه منابع انسانی به اهمیت توسعه و مسیر ارتقا شغلی در سازمان اشاره شده است که نقش بسیار مهمی در بهبود خلاقیت در سازمان دارد و با نتایج این فرضیه همسو است. همچنین بارنا^۲ و همکاران (۲۰۱۹: ۲) به اهمیت سرمایه فکری به عنوان یک موضوع بسیار مهم در حوزه منابع انسانی در دستیابی به خلاقیت و توسعه سازمانی اشاره کرده اند که با نتایج این فرضیه همسو است.

بر این اساس به مدیران صدا و سیمای مرکز خوزستان پیشنهاد می گردد که ضمن تاکید بر اهمیت جایگاه منابع انسانی، از طریق برگزاری دوره های آموزشی مناسب جهت ارتقای دانش دست اندرکاران و عوامل تولید برنامه های ورزشی با تشکیل تیم های برنامه ساز همگن و تیم های تحلیل محتوای رخدادهای و رویدادهای ورزشی به روز زمینه رشد و یادگیری کارکنان این حوزه را در جهت بهبود و

1. Blokker
2. Barrena

توسعه برنامه‌های ورزشی فراهم سازند. همچنین باتوجه به اینکه یکی از عوامل مؤثر در رضایت کارکنان یک سازمان سیستم پرداخت و پاداش آن سازمان می باشد مدیران صدا و سیما مرکز خوزستان با طراحی سیستم حمایت و تشویق مادی و معنوی از فکرهای برتر کارکنان حوزه برنامه سازی ورزشی به منظور به کارگیری به موقع در فرآیندهای عملیاتی و توزیع عادلانه پاداش بر مبنای عملکرد باهدف حفظ کیفیت کار نیروی انسانی، درصحنه نگه داشتن آنها و برانگیختن آنها به انجام وظایف پیش بینی شده درجهت توسعه و بهبود برنامه های ورزشی اقدام نماید.

مدیران صدا و سیما مرکز خوزستان از طریق طراحی چارچوبی برای تعیین شایستگی های کارکنان که شامل دانش، مهارت، توانایی و برنامه ریزی برای پیشرفت آنها مبتنی بر شایستگی است به دور انحصار طلبی زمینه ارتقاء شغلی و مسیر پیشرفت را بر اساس سلسله مراتب اداری و شایسته سالاری و مطابق با کار راهه شغلی فراهم سازند و با اندازه گیری مستمر سطح شایستگی کارکنان برنامه های جانشین پروری را تقویت نمایند که نتیجه آن بهبود و ارتقای سطح کیفی برنامه های ورزشی خواهد بود.

در مورد نقش عوامل سازمانی در بهبود و توسعه برنامه های صدا و سیما مرکز خوزستان پیش از این در پژوهش پیگلیتیله و پیسلو (۲۰۱۸) به اهمیت زیر ساخت های تکنولوژیکی در بهبود خلاقیت سازمانی اشاره شده است که با نتایج این فرضیه همسو است. وود ساید^۱ و همکاران در بررسی عوامل سازمانی مؤثر به بهبود خلاقیت و توسعه در سازمان‌ها به عامل فرهنگ اشاره کرده اند که در این پژوهش نیز به عنوان یکی از مولفه های مهم سازمانی در نظر گرفته شده است و با نتایج به دست آمده همسویی دارد. در پژوهش پیگلیتیله و پیسلو (۲۰۱۸) به دسترسی به ابزارهای اجرایی به عنوان یک عامل سازمانی در بهبود خلاقیت در سازمان اشاره شده است که با نتایج این فرضیه همسو است. هلبرون و کوشنیروویچ^۲ (۲۰۰۸) نیز در پژوهش خود به نقش فرایندهای انجام امور اداری در توسعه خلاقیت و نوآوری در سازمان اشاره کرده است که در این پژوهش نیز به عنوان یکی از مولفه های مهم عوامل سازمانی به آن اشاره شده است و با نتایج به دست آمده همخوانی دارد.

بر این اساس چنانچه مدیران صدا و سیما مرکز خوزستان در زمینه فراهم ساختن زیر ساخت های فنی، تکنولوژیکی، نرم افزاری و سخت افزاری مناسب در حوزه رسانه تلاش کنند، به عنوان مثال به

1. Woodside

2. Heilbrunn & Kushnirovich

توجه به اینکه دسترسی مطلوب به ابزارهای اجرایی مانند دوربین، استودیو و تجهیزات تصویربرداری، نورپردازی و صداپردازی در حوزه برنامه سازی ورزشی اهمیت بالایی دارد، مدیران بایستی در فراهم ساختن این موارد در راستای افزایش خلاقیت و نوآوری و بالا بردن کیفیت فنی و هنری در ساخت برنامه ها تاکید ویژه ای داشته باشند. حذف تشریفات زاید اداری و تسهیل فرآیند دریافت تاییدیه ها در ساخت برنامه های ورزشی صدا و سیمای مرکز خوزستان باعث بهبود ارتباطات و کسب رضایت ذی نفعان سازمانی در نهایت منجر به بهبود و توسعه برنامه های ورزشی می شود. همچنین بودجه و زمان بیشتر برای تحقیق و توسعه کاربردی و همکاری و تعامل با مراجع و محافل علمی و ورزشی و استفاده از سیستم اطلاعاتی مناسب با هدف کمک به تهیه کنندگان، نویسندگان و سایر عوامل مرتبط در حوزه برنامه سازی اختصاص داده شود

در مورد نقش عوامل مدیریتی در بهبود و توسعه برنامه های صدا و سیمای مرکز خوزستان پیش از این در پژوهش پوترا و چو^۱ (۲۰۱۹) به نقش رهبری اثر بخش در بهبود خلاقیت سازمانی اشاره شده است که در پژوهش حاضر نیز به عنوان یکی از شاخص های سنجش عوامل مدیریتی در نظر گرفته شده بود و نتایج به دست آمده همخوانی دارند. در پژوهش کچل برگ و ورنمان (۲۰۰۰) به اهمیت کار تیمی در بهبود خلاقیت سازمانی اشاره شده است که در این پژوهش نیز به عنوان یک عامل مدیریتی در نظر گرفته شده است و نتایج به دست آمده همسو هستند. در پژوهش رانگ^۲ و همکاران (۲۰۱۷) در مورد نقش عوامل مدیریتی در بهبود خلاقیت کسب و کار به عامل سازماندهی و برنامه ریزی اشاره شده است که با نتایج این پژوهش همسویی دارد. همچنین پیش از این در پژوهش وانگ و وو^۳ (۲۰۱۲) در بررسی توانمندی های مدیریتی در بهبود خلاقیت در سازمان به نقش تعهد در سطوح مدیریت ارشد سازمان اشاره شده است که با نتایج به دست آمده در این پژوهش در ارتباط نقش موثر تعهد در سطوح مدیریت ارشد همخوانی بالایی دارد.

به مدیران ارشد و مسئولین رده بالای سازمان صدا و سیمای مرکز خوزستان در انتخاب مدیران میانی و تهیه کنندگان برنامه های ورزشی بر صلاحیت و کارایی این افراد تاکید داشته باشند چرا که انتخاب مدیران و تهیه کنندگان کارا که از سرمایه فکری بالایی در مقوله برنامه سازی ورزشی

1. Putra & Cho
2. Rong
3. Wang & Wu

برخوردارند، نقش محوری در توانایی حل مسائل، کنترل جهت دهی کارکنان از طریق مدیریت آنها، توانایی ابلاغ و اعلان چشم انداز سازمان به زیر استان و در نتیجه افزایش بهره وری و سودآوری سازمان در حوزه برنامه سازی ورزشی خواهد داشت. مدیران میتوانند با سازماندهی و برنامه ریزی صحیح و دقیق وظایف همواره مشوق استفاده از ساختارهای پیشرفته و مدرن همچون ساختارهای تیمی و پروژه ای در حوزه برنامه سازی ورزشی باشند تا در نهایت منجر به بهبود، توسعه و افزایش خلاقیت در تولید محتوای برنامه های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان شود. صدا و سیما مرکز خوزستان با تولید و تهیه برنامه های چالشی ضمن استفاده از نظرات کارشناسان و صاحب نظران زبده ورزشی با رویکرد شفاف سازی از عملکرد مدیران و رؤسای هیأت های ورزشی آنها را نسبت به مسائل و رخدادهای پیش رو پاسخگو نگه داشته و مسائل و مشکلات مربوط به ورزش استان را نقد، بررسی و تحلیل نمایند.

در مورد نقش متغیرهای تعدیل گر نتایج پژوهش نشان داد که عوامل بازاریابی در رابطه بین عوامل مرتبط با توسعه و توسعه برنامه های صدا و سیما مرکز خوزستان نقش تعدیل گر دارد. پیش از این در پژوهش قی^۱ (۲۰۱۹) و الیا و همکاران (۲۰۲۰) به نقش تبلیغات مناسب و برندسازی به عنوان یک عامل زمینه‌ای اثر گذار بر بهبود رابطه بین عوامل موثر بر توسعه و خلاقیت سازمانی اشاره شده است که با نتایج به دست آمده در این فرضیه همسو است. همچنین بوسیری^۲ و همکاران (۲۰۲۰) اهمیت موضوع زمانبندی و مدیریت اطلاعات بازاریابی را با توجه به نقشی که در تسریع فعالیت‌های خلاقانه در سازمان دارد را مورد اشاره قرار داده‌اند که با نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر نیز همسو است. تبلیغات به عنوان یکی از عناصر آمیخته بازاریابی ورزشی یک فرآیند ارتباطی است و هدف آن رساندن پیغام به مخاطب و ایجاد تغییر مثبت در دیدگاه وی نسبت به کالا و خدمات ارائه شده است.

در این راستا صدا و سیما مرکز خوزستان می تواند با تبلیغ تیزر عنوان برنامه ها، رویدادها و مسابقات ورزشی در طول هفته و در ساعات پر بیننده اهداف تبلیغاتی خود را در راستای آگاهی دادن به مخاطبان ورزشی، ترغیب و تشویق مخاطبان ورزشی به یک ورزش خاص، ایجاد شهرت و محبوبیت برای ورزش و یا یک پدیده ورزشی، تغییر رفتار مخاطبان ورزشی و ترغیب آنها به دیدن

1. Qi
2. Buccieri

برنامه های ورزشی جهت دهی و برنامه ریزی نماید. همچنین از طریق برنامه های بازاریابی ورزشی که شامل بازاریابی فروش محصولات و خدمات ورزشی و بازاریابی محصولات و خدمات غیر ورزشی از طریق ورزش است جهت ایجاد درآمدهای پایدار اقدام نماید. در این راستا فعالیت هدفمند و مستمر واحد مدیریت اطلاعات بازاریابی صدا و سیما نقش بسیار مهمی دارد. این واحد بایستی با تحلیل و آنالیز اینکه مخاطبان ورزشی به دنبال چه هستند و بهترین راه ارائه آن به مخاطبین کدام است از بازاریابی ورزشی که شامل بازاریابی برای برندهای ورزشی، باشگاهها و فروشگاههای ورزشی و تبلیغ تیم هاست به صورت تبلیغات میان برنامه ای با در نظر گرفتن تخفیفات ویژه و یا از طریق تبلیغ در وب سایت ها و رسانه های اجتماعی جهت جذب مخاطب و ایجاد علاقمندی و ترغیب آنها به ورزش و خرید محصولات و خدمات ورزشی استفاده نماید. صدا و سیما مرکز خوزستان می تواند با استفاده از شیوه بازاریابی خدمات و محصولات غیر ورزشی از طریق ورزش با ساخت موزیک تصویر و برنامه های تبلیغاتی مانند تبلیغ یک برند آبمیوه توسط یک قهرمان ورزشی درآمدزایی و کسب سود نماید.

در این پژوهش عوامل محیطی در رابطه بین عوامل مرتبط با توسعه و توسعه برنامه های صدا و سیما مرکز خوزستان نیز نقش تعدیل گر دارد. پیش از این در پژوهش هاتنروت و ریچستین^۱ (۲۰۲۰) به نقش سیاست های دولتی به عنوان یک عامل زمینه تاثیر گذار بر فرایندهای تاثیر گذار بر خلاقیت سازمانی اشاره شده است که در پژوهش حاضر نیز به عنوان یک عامل محیطی به آن اشاره شده است و نتایج به دست آمده همخوانی دارند. در پژوهش ورونیکا^۲ و همکاران (۲۰۱۹) نیز به اهمیت نقش حمایت دولتی از برنامه های سازمانی به منظور تقویت، توسعه و دستیابی به اهداف در سازمان اشاره شده است که در این پژوهش نیز حمایت دولتی به عنوان یک عامل موثر محیطی مورد بررسی قرار گرفته است و نتایج به دست آمده مطابقت بالایی با فرضیه حاضر دارد. باتوجه به اینکه طی چندسال اخیر مشکلات اقتصادی و تحریم ها گریبانگیر ورزش نیز شده است و اکثر هیأت های ورزشی استان با مشکلات مالی مواجه هستند و برخی از تیم های باشگاهی منحل شده اند و حمایت های مالی پایدار و خوبی از رشته های ورزشی در استان صورت نمی گیرد.

-
1. Hottenrott, H., & Richstein
 2. Veronica

لذا پیشنهاد می‌گردد که اداره کل ورزش و جوانان و مسئولین تیم‌های ورزشی و مدیران عامل باشگاهها از طریق تعامل با حامیان مالی به دلیل وجود شرکتهای بزرگ صنعتی و نفتی در این استان در راستای اجرای مسئولیت اجتماعی با مشارکت و همکاری آنها برای استفاده از امکانات، تسهیلات، و اماکن و مجموعه های تفریحی-ورزشی این دسته از شرکتها آنها را جهت حمایت مالی و تأمین بودجه برای رشته‌های ورزشی که علارغم وجود تیم های لیگ های برتری به دلیل عدم وجود اسپانسر و حمایت مالی آمادگی حضور در لیگ را ندارند و یا رشته های ورزشی که کمتر به آنها پرداخته می‌شود و ظرفیت اقتصادی ضعیف‌تری دارند تشویق نمایند تا هیأت های ورزشی بتوانند ضمن برخورداری از اسپانسر و حمایت مالی تمام هزینه های تمرین، اعزام و برگزاری اردوهای مسابقات را تأمین نمایند.

وجود حامیان مالی زمینه رشد و شکوفایی ورزشکاران و رشته های ورزشی که سالیان است به دلیل عدم برخورداری از اسپانسر و حمایت مالی به حاشیه رفته اند فراهم میسازد که به تناسب آن نیز ساخت و پخش برنامه های ورزشی توسعه و بهبود خواهد یافت. از سویی به دلیل اشتراک زبان محلی سایر استان های همجوار با برخی از شهرستانهای استان خوزستان که به عنوان مشخصه ای در جذب مخاطب این استانها و ارتقاء موقعیت فرهنگی استان خوزستان تأثیر فراگیر و حائز اهمیت به جای می‌گذارد، صدا و سیما مرکز خوزستان می‌تواند با همکاری هیأت ورزش روستایی و بازی‌های بومی محلی از طریق پخش گزارش‌های زنده یا غیرزنده برگزاری جشنواره ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی و محلی استان‌های منطقه غرب و جنوب غرب و همچنین بازی‌های بومی و محلی مشترک با استان‌های همجوار مانند دال پلان، کشتی محلی (زوران) آقایان و الختر (خروس جنگی)، دار دارو، خرمن چوش، هفت سنگ و یه قل دوقل (قاچان) بانوان در ساخت برنامه ها و تولیدات استانی جهت برقراری ارتباط و جذب مخاطبین برون استانی استفاده نماید.

با در نظر گرفتن سایر عوامل محیطی از قبیل گرایش مردم به سمت اینترنت و رسانه های مجازی و گسترش آن در سطح جامعه به عنوان یک رسانه تأثیر گذار و همچنین توسعه آموزش عالی در سطح استان و گسترش توقعات و نیازهای مخاطبان و اقشار تحصیلکرده و با توجه به وجود استعدادهای ورزشی برتر و علاقه وافر مردم این استان به ورزش به دلیل وجود تیم های لیگ برتری در رشته های مختلف پیشنهاد می‌گردد از ظرفیت اینترنت و شبکه های مجازی در جهت جذاب کردن بیشتر برنامه ها و جذب مخاطب بیشتر استفاده شود برای این منظور هرکدام از برنامه های ورزشی مرکز

خوزستان میتوانند یک وب سایت بروز با امکان ارتباط با کاربران از طریق تولید محتوا مثل عنوان موضوع برنامه به صورت هفتگی، معرفی مهمان برنامه، خبرهای مربوط به رخدادها و رویدادهای ورزشی بین المللی، ملی و استانی، با امکان ایجاد فرایند نظرسنجی از کاربران درباره مسابقات، بازیکنان، مربیان و ارائه پیشنهاد از سوی کاربران جهت بهبود برنامه های ورزشی با در نظر گرفتن جوایزی برای برندگان و بهترین پیشنهادهای ارائه شده طراحی نمایند. همچنین در برنامه ریزی ها و تصمیم گیری های خود اینترنت و رسانه های اجتماعی را به عنوان مکملی برای توسعه کمی برنامه ها و تولیدات ورزشی در کنار توجه به سطح کیفی آن با هدف جذب و ایجاد علاقمندی در بین مخاطبین مورد توجه قرار دهند.

در پایان با توجه به محدودیت های موجود از قبیل عدم دسترسی و فقدان منابع مشابه خارجی معتبر در خصوص زمینه پژوهش، عدم همکاری برخی مدیران صدا و سیما و اداره کل ورزش و جوانان به لحاظ ملاحظه کاری و عدم اطمینان نسبت به نتایج پژوهش، فقدان تحقیقات مشابه درخصوص تدوین مدل برای برنامه های ورزشی صدا و سیما، عدم وجود پرسشنامه استاندارد درخصوص موضوع پژوهش و استفاده از پرسشنامه محقق ساخته که در این بین ممکن است برخی از متغیرها از دید پژوهشگر ناشناخته و پنهان باقی مانده و در نظر گرفته نشده باشد، به سایر پژوهشگران پیشنهاد می شود به تحلیل وضعیت و شناسایی عوامل توسعه برنامه های ورزشی در شبکه های مختلف استانی و سراسری صدا و سیما پرداخته شود. همچنین پیشنهاد می شود به آسیب شناسی و تدوین الگوی برنامه ریزی برای برنامه سازی موفق در حوزه تولید برنامه های ورزشی صدا و سیما مرکز خوزستان پرداخته شود.

سپاسگزاری

محققان بر خود لازم می‌دانند تا از کلیه مدیران ورزشی استان، خبرنگاران مدیریت ورزشی استان، و مدیران ارشد و متخصصین صدا و سیما مرکز خوزستان با توجه به همکاری که در جمع آوری اطلاعات مورد برای این پژوهش داشته‌اند کمال تشکر و قدردانی را داشته باشند.

منابع

- Akhmedova, A., Cavallotti, R., Marimon, F., & Campopiano, G. (2019). Daughters' careers in family business: Motivation types and family-specific barriers. *Journal of Family Business Strategy*, 100307.
- Archibald, T. W., Possani, E., & Thomas, L. C. (2015). Managing inventory and production capacity in start-up firms. *Journal of the Operational Research Society*, 66(10), 1624-1634.
- Barrena, J., Livio, C., Ferrándiz, E., Greco, M., & Grimaldi, M. (2019). Joint forces: Towards an integration of intellectual capital theory and the open innovation paradigm. *Journal of Business Research*.
- Blokker, R., Akkermans, J., Tims, M., Jansen, P., & Khapova, S. (2019). Building a sustainable start: The role of career competencies, career success, and career shocks in young professionals' employability. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 172-184.
- Buccieri, D., Javalgi, R. G., & Cavusgil, E. (2020). International new venture performance: Role of international entrepreneurial culture, ambidextrous innovation, and dynamic marketing capabilities. *International Business Review*, 29(2), 101639.
- Chang, Y. Y., & Chen, M. H. (2020). Creative entrepreneurs' creativity, opportunity recognition, and career success: Is resource availability a double-edged sword? *European Management Journal*.
- Elia, G., Petruzzelli, A. M., & Urbinati, A. (2020). Implementing open innovation through virtual brand communities: A case study analysis in the semiconductor industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 155, 119994.

Gaite, J. (2017). Penetration of fast projectiles into resistant media: from macroscopic to subatomic projectiles. *Annals of Physics*, 384, 235-253.

Gantz, W., & Lewis, N. (2014). Sports on traditional and newer digital media: Is there really a fight for fans?. *Television & New Media*, 15(8), 760-768.

Gursoy, D., & Swanger, N. (2007). Performance-enhancing internal strategic factors and competencies: impacts on financial success. *International Journal of Hospitality Management*, 26(1), 213-227.

Hazari, S. (2018). Investigating social media consumption, sports enthusiasm, and gender on sponsorship outcomes in the context of Rio Olympics. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.

Heilbrunn, S., & Kushnirovich, N. (2008). The impact of policy on immigrant entrepreneurship and businesses practice in Israel. *International Journal of Public Sector Management*.

Hottenrott, H., & Richstein, R. (2020). Start-up subsidies: Does the policy instrument matter? *Research Policy*, 49(1), 103888.

Hottenrott, H., & Richstein, R. (2020). Start-up subsidies: Does the policy instrument matter?. *Research Policy*, 49(1), 103888.

Kim, B., & Kim, Y. (2019). Growing as social beings: How social media use for college sports is associated with college students' group identity and collective self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 97, 241-249.

Kjellberg, A., & Werneman, A. (2000). Business innovation–innovative teams, competence brokers and beehive structures–in a sustainable work organization. *CIRP annals*, 49(1), 355-358.

Ma, Z., Long, L., Zhang, Y., Zhang, J., & Lam, C. K. (2017). Why do high-performance human resource practices matter for team creativity? The mediating role of collective efficacy and knowledge sharing. *Asia Pacific Journal of Management*, 34(3), 565-586.

Mountjoy, M., Sundgot-Borgen, J., Burke, L., Ackerman, K. E., Blauwet, C., Constantini, N., & Sherman, R. (2018). International Olympic Committee (IOC) consensus statement on relative energy deficiency in sport (RED-S): 2018 update. *International journal of sport nutrition and exercise metabolism*, 28(4), 316-331.

Papamentzelopoulou, M., Apostolou, P., Fostira, F., Dimitrakakis, C., Loutradis, D., Fountzilias, G. & Konstantopoulou, I. (2019). Prevalence and founder effect of the BRCA1 p. (Val1833Met) variant in the Greek population, with further evidence for pathogenicity and risk modification. *Cancer genetics*, 237, 90-96.

Peachey, J. W., Schulenkorf, N., & Hill, P. (2019). Sport-for-development: A comprehensive analysis of theoretical and conceptual advancements. *Sport Management Review*.

Perry, L. G., Neuhauser, C., & Galatowitsch, S. M. (2003). Founder control and coexistence in a simple model of asymmetric competition for light. *Journal of Theoretical Biology*, 222(4), 425-436.

Piening, E. P., Baluch, A. M., & Salge, T. O. (2013). The relationship between employees' perceptions of human resource systems and organizational performance: Examining mediating mechanisms and temporal dynamics. *Journal of Applied Psychology*, 98(6), 926.

Pigliautile, I., & Pisello, A. L. (2018). A new wearable monitoring system for investigating pedestrians' environmental conditions: Development of the experimental tool and start-up findings. *Science of the total environment*, 630, 690-706.

Putra, E. D., & Cho, S. (2019). Characteristics of small business leadership from employees' perspective: A qualitative study. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 36-46.

Putra, E. D., & Cho, S. (2019). Characteristics of small business leadership from employees' perspective: A qualitative study. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 36-46.