

Identifying the behavioral economics model in sports organizations with a jihadi management approach

Abstract

The aim of this research is to identify the behavioral economics model in sports organizations with a jihadi management attitude. This study was conducted with a qualitative case study approach and with the participation of sports managers in the country. Purposeful sampling was conducted using the theoretical saturation technique, during which 10 key informants were selected and interviewed to identify the framework of the behavioral economics model in sports organizations with a jihadi management attitude. The data collection tool included semi-structured interviews (with focus groups) and document study. The Lincoln and Guba assessment method was used to ensure the validity and reliability of the research. The model of this research was designed based on the Strauss and Corbin model. In this model, four main categories including managerial factors, economic factors, cultural factors, and psychological factors were identified that have a direct impact on the behavioral economics model in sports organizations with a jihadi management attitude. Also, structural factors, social factors, marketing factors in sports, and behavioral factors were considered as the main contextual factors. Two categories of macro and micro factors were also identified as intervening factors. The central category of the research includes the human resources dimension, the ethical dimension, the implementation of behavioral economics with a jihadi approach, and trust building. Also, based on the concepts extracted from the interviews and the final codes, the researcher named the subcategory under jihadi leadership in sports. In the final part of the model, the consequences of media coverage of women's sports are examined, which include social effects, economic effects, and the effects of institutional culture and love of service.

Keywords: Behavioral economics, organization, jihadi management

Introduction

In today's world, sports organizations are not only known as institutions for the development of physical activities and sports competitions, but also play an important role in economic, cultural and social dimensions. Therefore, the management of these organizations requires the use of new and efficient management approaches that can maximize efficiency, effectiveness and productivity. One of these approaches is jihadi management, which provides the basis for the transformation and progress of organizations by emphasizing principles such as jihad, sacrifice, commitment, efficiency and service spirit. Along with this approach, the use of behavioral economics knowledge, which studies the psychological, cognitive and emotional effects on economic decision-making, can be a solution to many management challenges in sports organizations. Behavioral economics is based on the assumption that individuals' economic decisions are not always based on rational and logical calculations, but rather cognitive, social and emotional factors can affect these decisions. In the field of sports management, understanding these factors and how they affect the behavior of athletes, managers, fans, and other stakeholders can lead to improved policy and decision-making. In this regard, jihadi management, which is based on ethical values, spiritual motivations, and teamwork, can be used as a complementary framework for the optimal use of behavioral economics findings in sports organizations. From the perspective of jihadi management, the development and improvement of sports organizations' performance requires relying on committed human capital, ethical values, and a proactive approach to facing challenges. This management style emphasizes employee empowerment, creating a jihadi spirit, and promoting a culture of sacrifice and responsibility. Combined with behavioral economics principles, this approach can lead to the development of new models in which decisions are made by considering the cognitive and emotional complexities of humans, while at the same time, jihadi culture is considered as the main driving force for improving organizational performance. One of the most important areas of influence of behavioral economics in sports is the motivation of athletes, employees and fans. The decisions of individuals in sports organizations are strongly influenced by perceptions, emotions and social norms. For example, providing financial incentives is only one motivational tool, and psychological factors such as a sense of belonging, social respect and intrinsic motivation can have a significant impact on behaviors. Jihadi management, by emphasizing the creation of a sense of responsibility and commitment to collective goals, can strengthen these motivations and lead to improved performance and increased productivity. Another area of application of behavioral economics in sports organizations is the improvement of decision-making and policy-making processes. Many management decisions in sports are influenced by behavioral factors such as cognitive biases, social effects and behavioral abnormalities. For example, sports managers may take excessive risks due to optimism bias or avoid independent and rational decision-making under the influence of collective behavior. In this context, jihadi management can facilitate better decision-making in sports organizations by strengthening the spirit of participation, creating transparency and emphasizing ethical values. In addition, another important aspect of behavioral economics in sports organizations is influencing the behavior of fans and their interaction with sports clubs and teams. Sports fans play a key role in the success of clubs not only economically, but also as a social and cultural force. Their decisions to support a team, buy tickets to matches, participate in sponsorship programs and interact in cyberspace are all influenced by numerous behavioral factors. Jihadi management, by emphasizing participatory values and creating a sense of belonging among fans, can lead

to improved communication between clubs and fans and increased loyalty. Overall, combining behavioral economics principles with Jihadi management can lead to the design and development of new models that will empower sports organizations to face the challenges ahead. This approach will not only increase productivity and efficiency in sports management, but will also pave the way for the formation of organizations with a more humane, ethical, and efficient approach. Therefore, a detailed and in-depth examination of these two areas and how to combine them can lead to practical and effective solutions for the development of sports organizations, which will ultimately help improve the overall performance of this sector and enhance the status of sports in society.

Research Method

In this model, four main categories including managerial factors, economic, cultural and psychological factors were identified that have a direct impact on the behavioral economics model in sports organizations with a jihadi management attitude. Also, structural factors, social factors, marketing factors in sports and behavioral factors were considered as the main contextual factors. Two categories of macro factors and micro factors were also identified as intervening factors. The central category of the research includes the human resources dimension, the ethical dimension, the implementation of behavioral economics with a jihadi approach, and trust building. Also, based on the concepts extracted from the interviews and the final codes, the researcher has named the subcategory under jihadi leadership in sports. In the final part of the model, the consequences of media coverage of women's sports are examined, which include social impacts, economic impacts, and the impacts of institutional culture and love of service.

Conclusion

In general, the main consequences of this model include social impacts, economic impacts, institutional cultural impacts, and love of service. These findings indicate that sports organizations in Iran should pay special attention to managerial, economic, cultural, and psychological factors for development and success, and design and implement their management models based on these factors. It is suggested that sports organizations should adjust their management models based on the principles of jihadi management in order to achieve maximum productivity and efficiency. Sports organizations should benefit from the experience of successful countries in the field of behavioral economics and examine international models for localization and use in Iranian sports. Holding training courses for sports managers to better understand behavioral economics and jihadi management can be effective in better implementing this model. Researchers can conduct additional studies by examining new sports marketing methods, sports service consumer behavior, and the effects of behavioral economics on athlete motivation. It is suggested that the government and sports governing bodies develop appropriate support policies for the implementation of behavioral economics and provide the necessary financial and legal frameworks. Sports organizations should adopt transparent financial and management policies and use stronger monitoring and auditing tools to increase public trust.

شناسایی الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان های ورزشی با نگرش مدیریت

جهادی

چکیده

هدف این پژوهش شناسایی الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی است. این مطالعه با رویکرد موردی کیفی و با مشارکت مدیران ورزشی کشور صورت گرفته است. نمونه گیری به روش هدفمند و با استفاده از تکنیک اشباع نظری انجام شد که طی آن، ۱۵ نفر از آگاهی دهندگان کلیدی برای شناسایی چارچوب الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی انتخاب و با آن ها مصاحبه شد. ابزار گردآوری داده ها شامل مصاحبه های نیمه ساختاریافته (با گروه های کانونی) و مطالعه اسناد بوده است. برای تأمین روایی و پایایی پژوهش از روش ارزیابی لینکلن و گوبا استفاده شد. مدل این پژوهش بر اساس الگوی استراوس و کوربین طراحی شده است. در این مدل، چهار مقوله اصلی شامل عوامل مدیریتی، عوامل اقتصادی، فرهنگی و عوامل روان شناختی شناسایی شد که تأثیر مستقیمی بر الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی دارند. همچنین، عوامل ساختاری، عوامل اجتماعی، عوامل بازاریابی در ورزش و عوامل رفتاری به عنوان عوامل زمینه ای اصلی در نظر گرفته شده اند. دو مقوله عوامل کلان و عوامل خرد نیز به عنوان عوامل مداخله گر شناسایی شدند. مقوله محوری پژوهش، شامل بعد منابع انسانی، بعد اخلاق گرایی، پیاده سازی اقتصاد رفتاری با رویکرد جهادی و اعتماد سازی است. همچنین، پژوهشگر بر اساس مفاهیم استخراج شده از مصاحبه ها و کدهای نهایی، مقوله فرعی را تحت رهبری جهادی در ورزش نام گذاری کرده است. در بخش نهایی مدل، پیامدهای پوشش رسانه ای ورزش زنان بررسی شده که شامل تأثیرات اجتماعی، تأثیرات اقتصادی و تأثیرات فرهنگ نهادی و عشق به خدمت است.

کلید واژگان: اقتصاد رفتاری، سازمان، مدیریت جهادی

مقدمه

مدیریت راهبردی، فراتر از صرفاً تعیین مسائل اساسی در یک سازمان است؛ بلکه به عنوان ابزاری برای اطمینان از اجرای موفق راهبردها نیز شناخته می‌شود. امروزه ارزیابی میزان موفقیت سازمان‌ها و اجرای مؤثر استراتژی‌ها به یکی از چالش‌های مهم مدیران، پژوهشگران و مشاوران تبدیل شده است (حکیموویچ^۱، ۲۰۲۴). مدیران ارشد همواره به دنبال راهکارهایی برای اطمینان از تحقق استراتژی‌های خود بوده‌اند و در این راستا، سیستم‌های ارزیابی عملکرد را به عنوان ابزاری برای نظارت و کنترل فرآیندهای اجرایی انتخاب کرده‌اند (الشراری^۲، ۲۰۲۴).

در دنیای رقابتی امروز، تمامی سازمان‌ها برای توسعه، رشد و حفظ پایداری خود به سیستم‌های ارزیابی عملکرد نیاز دارند تا بتوانند میزان کارایی و اثربخشی خود را مورد سنجش قرار دهند (جورج^۳، ۲۰۲۴). مدیریت بدون اندازه‌گیری عملکرد، امکان‌پذیر نیست و در این راستا، ارزیابی عملکرد سازمانی زمینه‌ای برای کاهش نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت فراهم می‌کند و در نهایت، مسیر بهبود مستمر را هموار می‌سازد (اکباروونا^۴، ۲۰۲۴).

با توجه به اینکه بخش قابل توجهی از زندگی انسان در سازمان‌ها سپری می‌شود، نقش این نهادها در تحقق اهداف فردی و اجتماعی روزبه‌روز نمایان‌تر می‌شود. سازمان‌های ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیستند؛ چراکه توسعه کیفی و کمی ورزش، نقشی کلیدی در ارتقای سلامت جسمی و روحی افراد ایفا می‌کند. از این رو، ارتقای اثربخشی این سازمان‌ها نیازمند مدیرانی کارآمد، شایسته و توانمند است (زارع، ۱۴۰۳). سازمان‌های ورزشی برای حفظ بقا و پیشرفت در محیط رقابتی امروز، باید از روش‌ها و الگوهای نوین ارزیابی عملکرد بهره‌برداری کرده و فرآیندهای مدیریتی خود را بهبود بخشند (گرمامو^۵، ۲۰۲۴).

ورزش، علاوه بر تأثیرات گسترده اجتماعی، به عنوان نیرویی اثرگذار در توسعه اقتصادی و سیاست‌گذاری کشورها مطرح است. عملکرد ورزشی ارتباط مستقیمی با تحلیل‌های مدیریتی دارد و برای دستیابی به برتری در مدیریت ورزشی، لازم است ورزش را به عنوان یک سیستم یکپارچه در نظر گرفت که در آن تمامی عناصر کلیدی نقش‌آفرین هستند. در نتیجه، بهبود عملکرد سازمان‌های ورزشی نه تنها امری ضروری بلکه عاملی تعیین‌کننده در موفقیت این سازمان‌ها محسوب می‌شود (رضاپور و همکاران، ۱۴۰۳).

یکی از عوامل مهم در مسیر بهبود عملکرد سازمان‌های ورزشی، نوع مدیریت حاکم بر این سازمان‌ها است. نحوه مدیریت و شیوه‌های اجرایی در سازمان‌های ورزشی تأثیر مستقیمی بر تحقق اهداف و اثربخشی راهبردهای سازمان دارد. علاوه بر این، تغییرات اجتماعی و اقتصادی، سازمان‌ها را ملزم به اتخاذ رویکردهای جدید و انعطاف‌پذیر در مدیریت کرده است (دوتوری^۶، ۲۰۲۴).

در این میان، مدیریت جهادی به عنوان یکی از راهکارهای کلیدی برای بهبود وضعیت سازمان‌ها در تمامی حوزه‌ها، به‌ویژه در شرایط کنونی کشور، مطرح می‌شود. از زمان شکل‌گیری این سبک مدیریتی در کشور حدود سه دهه می‌گذرد. مدیریت جهادی، برخاسته از تفکرات بومی و متناسب با مقتضیات فرهنگی و اجتماعی جامعه ایران است. این

^۱ Hakimovich,

^۲ Alsharari

^۳ George

^۴ Akbarovna

^۵ Garmamo

^۶ Dottori

رویکرد مدیریتی بر ارزش‌های اسلامی استوار بوده و هدف آن ایجاد بستری برای رشد کارکنان و دستیابی به تعالی سازمانی است (عزیزی، ۱۴۰۰).

مدیریت جهادی ویژگی‌هایی همچون خدمت صادقانه، تلاش خستگی‌ناپذیر، استقامت در کار، انعطاف‌پذیری، سرعت عمل، خلاقیت، مدیرپرووری، شجاعت، مسئولیت‌پذیری و اخلاص را شامل می‌شود (آقایی، نصیری و شکیبافر، ۱۳۹۴). تأثیرگذاری مدیریت در هر حوزه‌ای زمانی افزایش می‌یابد که با مؤلفه‌های جهادی همراه باشد. مدیران جهادی، علاوه بر تحقق اهداف مالی، به دنبال نیل به اهداف متعالی سازمانی نیز هستند و این رویکرد، نقشی کلیدی در موفقیت و پیشرفت سازمان‌های ورزشی دارد (مظفری و محمدی، ۱۳۹۵).

در شرایط کنونی و با ورود به دهه چهارم انقلاب اسلامی که به‌عنوان "دهه پیشرفت و عدالت" شناخته می‌شود، مدیریت کلان کشور نیازمند اتخاذ تصمیم‌های راهبردی برای تسریع در تحقق اهداف چشم‌انداز ملی است. تأکید رهبر معظم انقلاب بر ظرفیت‌های داخلی و توانمندی‌های بومی، ضرورت توسعه درون‌زا را در کانون توجه مدیران کشور قرار داده است. انتخاب و اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، نام‌گذاری سال ۱۳۹۳ به‌عنوان "اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی"، و تأکید بر تقویت زیرساخت‌های اقتصادی و مدیریتی، نشان‌دهنده نقش کلیدی مدیریت جهادی در توسعه کشور است (خزائی و همکاران، ۱۳۹۳).

بررسی پژوهش‌های مرتبط نشان می‌دهد که شاخص‌های مدیریت جهادی شامل ارزش‌گرایی، روحیه جهادی، خلاقیت و نوآوری، آرمان‌گرایی و نقش سنت‌های الهی، از عوامل کلیدی در مدیریت سازمان‌های کشور محسوب می‌شوند. پژوهش رستم‌زاد و همکاران (۱۳۹۷) در افق چشم‌انداز ۱۴۰۴ نیز تأکید دارد که این مؤلفه‌ها نقشی تعیین‌کننده در موفقیت سازمان‌های ایرانی خواهند داشت. از این‌رو، نهادینه‌سازی مدیریت جهادی در سازمان‌های ورزشی می‌تواند به بهبود عملکرد، افزایش بهره‌وری و تحقق اهداف متعالی این سازمان‌ها منجر شود. راجی (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های مدیریت جهادی با رویکرد اقتصادی در ورزش کشور که یافته‌ها نشان دادند که شاخص‌های اصلی مدیریت جهادی در ورزش کشور شامل مؤلفه‌های معنوی، مدیریتی و فرهنگی می‌باشد. با توجه به نتایج کلی تحقیق پیشنهاد می‌گردد تا از نتایج تحقیق و شاخص‌های شناسایی شده در پیشرفت ورزش مبتنی بر مدیریت جهادی استفاده گردد تا روند توسعه ورزش کشور با سهولت بیشتری انجام پذیرد. میر جلیلی (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان طراحی الگوی توسعه ورزش در نظام جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب که در مجموع ۴۹۵ گزاره مفهومی از کد باز و ۲۵ محور از فرایند ارتباط بین کدها و ۱۵ کد انتخابی جهت توسعه پدیده اصلی ایجاد شد. نتایج نشان داد ۱۵ عامل نظام انقلابی، روحیه انقلابی، مدیریت جهادی، امید به آینده، امن و ثبات، دینی و مهدوی، مستقل، اخلاقی، ورزش دانش‌بنیاد، اخلاق محوری، اقتصاد ورزشی مقاوم، ارزش محوری، عزت‌مند، عدالت محوری و ورزش تمدن‌ساز بر توسعه ورزش تأثیر دارد. با توجه به نتایج نگاه تاریخی و مبتنی بر گذشته‌نگری به منظور استفاده و درس گرفتن از تجربیات گذشتگان در حوزه ورزش پیشنهاد می‌شود. شکاری (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر سایش اجتماعی کارکنان با توجه به نقش میانجی تبادل رهبر پیرو که یافته‌ها بیانگر این بود که همبستگی معنی‌داری بین تمامی متغیرهای پژوهش وجود دارد. مدیریت جهادی و تبادل رهبر پیرو بر سایش اجتماعی تأثیر منفی و معنی‌دار دارند. مدیریت جهادی بر تبادل رهبر پیرو تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. همچنین متغیر تبادل رهبر پیرو در تأثیر

مدیریت جهادی بر سایش اجتماعی کارکنان نقش میانجی دارد. مدیریت جهادی هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم و از طریق نقش واسطه‌ای متغیر تبادل رهبر پیرو بر سایش اجتماعی کارکنان در محیط کار تاثیر دارد و تاثیر غیرمستقیم آن بیشتر از تاثیر مستقیم می‌باشد. عزیزی (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان «ارایه مدل بهبود مدیریت جهادی در ورزش ایران که نتایج ماتریس همبستگی نشان داد که بیشترین همبستگی بین متغیر بعد اخلاق گرایی و التزام رفتاری (۵۸۷/۰) و کمترین همبستگی بین متغیر التزام رفتاری و بعد زمینه‌ای (۳۴۲/۰) می‌باشد. همچنین بیشترین تأثیر مستقیم مربوط به مسیر مدیریت جهادی-التزام رفتاری و کمترین تأثیر مستقیم مربوط به مسیر بعد ساختاری-مدیریت جهادی است و مدل ارائه شده دارای پرازش مناسبی است. بنابراین مدیریت جهادی در سازمان به معنی سازمانی بومی مبتنی بر فرهنگ ایرانی اسلامی است که به واسطه داشتن ویژگی‌ها و شاخص‌های خاصی زمینه ظهور تلاش معنوی را فراهم کرده و با افزایش انگیزه مدیران و کارکنان، زمینه مشارکت و تلاش بی وقفه را در آن‌ها در راستای اهداف سازمان فراهم می‌آورد. پرز (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان اقتصاد رفتاری: تأثیر آن بر پیش‌بینی نتایج ورزشی که پژوهش حاضر با هدف تحلیل وجود سوگیری‌های شناختی موثر بر پیش‌بینی نتایج ورزشی انجام شده است. آزمایشی در جهت گیری نظری از نوع پیش‌آزمایشی با مشارکت ۶۶ نفر طراحی شد که قرار بود از ۶ سناریو ایجاد شده، نمرات ورزشی را تخمین بزنند. می‌توان نتیجه گرفت که پیش‌بینی‌های ورزشی بر اساس اصل عقلانیت محدود عمل می‌کنند، ویژگی‌های تفکر شهودی را در تصمیم‌گیری‌ها ارائه می‌کنند، همچنین سوگیری‌های اکتشافی و خوش‌بینی، استنتاج بیش از حد، دست داغ و اعداد کوچک را نشان می‌دهند. یافته‌های این پیش‌آزمایش به وجود اعتماد بیش از حد به دانش، تجربه و شهود قبلی، کم‌ارزش شدن اطلاعات آماری و تأثیر مؤلفه‌های عاطفی در تصمیم‌گیری درباره پیش‌بینی ورزش اشاره دارد.. چیکش (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان اقتصاد رفتاری و ورزش که نتایج نشان داد در بخش مولفه‌های اقتصادی، کاهش ساعات کاری و کاهش هزینه‌های ورزشی تاثیر مثبت و معناداری بر تصمیم به مشارکت در فعالیت‌های بدنی داشته است. نتایج نشان داد ارائه کارت تخفیف یا بن خرید، پاداش فوری و اهدا پاداش به خیریه از طرف افراد، تاثیر مثبت و معناداری بر تصمیم به مشارکت در ورزش و فعالیت‌های بدنی داشته است.

در دنیای کنونی، سازمان‌های ورزشی نه تنها به عنوان نهادهایی برای توسعه فعالیت‌های بدنی و رقابت‌های ورزشی شناخته می‌شوند، بلکه نقش مهمی در ابعاد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ایفا می‌کنند. از این رو، مدیریت این سازمان‌ها نیازمند بهره‌گیری از رویکردهای نوین و کارآمد مدیریتی است که بتواند کارایی، اثربخشی و بهره‌وری را به حداکثر برساند. یکی از این رویکردها، مدیریت جهادی است که با تأکید بر اصولی همچون جهاد، ایثار، تعهد، کارآمدی و روحیه خدمت‌رسانی، زمینه‌های تحول و پیشرفت سازمان‌ها را فراهم می‌آورد. در کنار این رویکرد، بهره‌گیری از دانش اقتصاد رفتاری، که به مطالعه تأثیرات روان‌شناختی، شناختی و احساسی بر تصمیم‌گیری‌های اقتصادی می‌پردازد، می‌تواند راهگشای حل بسیاری از چالش‌های مدیریتی در سازمان‌های ورزشی باشد. اقتصاد رفتاری بر این فرض استوار است که تصمیمات اقتصادی افراد همیشه بر پایه محاسبات عقلانی و منطقی صورت نمی‌گیرد، بلکه عوامل شناختی، اجتماعی و احساسی می‌توانند بر این تصمیمات تأثیر بگذارند. در حوزه مدیریت ورزشی، شناخت این عوامل و نحوه اثرگذاری آن‌ها بر رفتار ورزشکاران، مدیران، هواداران و سایر ذی‌نفعان، می‌تواند به بهبود سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌ها منجر شود. در همین راستا، مدیریت جهادی که بر مبنای ارزش‌های اخلاقی، انگیزه‌های معنوی و کار تیمی استوار است،

می‌تواند به عنوان یک چارچوب مکمل برای استفاده بهینه از یافته‌های اقتصاد رفتاری در سازمان‌های ورزشی مورد استفاده قرار گیرد. از منظر مدیریت جهادی، توسعه و بهبود عملکرد سازمان‌های ورزشی نیازمند تکیه بر سرمایه انسانی متعهد، ارزش‌های اخلاقی و رویکردی فعالانه در مواجهه با چالش‌هاست. این سبک مدیریت بر توانمندسازی کارکنان، ایجاد روحیه جهادی و ترویج فرهنگ فداکاری و مسئولیت‌پذیری تأکید دارد. در ترکیب با اصول اقتصاد رفتاری، این نگرش می‌تواند به توسعه الگوهای نوینی منجر شود که در آن‌ها تصمیم‌گیری‌ها با در نظر گرفتن پیچیدگی‌های شناختی و احساسی انسان‌ها انجام شده و در عین حال، فرهنگ جهادی به عنوان نیروی محرکه اصلی بهبود عملکرد سازمان‌ها مورد توجه قرار گیرد. یکی از مهم‌ترین حوزه‌های تأثیرگذاری اقتصاد رفتاری در ورزش، ایجاد انگیزه در ورزشکاران، کارکنان و هواداران است. تصمیمات افراد در سازمان‌های ورزشی به شدت تحت تأثیر ادراکات، عواطف و هنجارهای اجتماعی قرار دارد. به عنوان مثال، ارائه مشوق‌های مالی تنها یکی از ابزارهای انگیزشی است و عوامل روان‌شناختی مانند حس تعلق، احترام اجتماعی و انگیزه‌های درونی می‌توانند تأثیر قابل توجهی بر رفتارها داشته باشند. مدیریت جهادی، با تأکید بر ایجاد حس مسئولیت‌پذیری و تعهد نسبت به اهداف جمعی، می‌تواند این انگیزه‌ها را تقویت کرده و به بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری منجر شود. از دیگر حوزه‌های کاربردی اقتصاد رفتاری در سازمان‌های ورزشی، بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری است. بسیاری از تصمیمات مدیریتی در ورزش تحت تأثیر عوامل رفتاری مانند سوگیری‌های شناختی، اثرات اجتماعی و ناهنجاری‌های رفتاری قرار دارند. به عنوان مثال، مدیران ورزشی ممکن است به دلیل سوگیری خوش‌بینی، ریسک‌های بیش‌ازحدی را بپذیرند یا تحت تأثیر رفتارهای جمعی، از تصمیم‌گیری‌های مستقل و عقلانی اجتناب کنند. در این زمینه، مدیریت جهادی می‌تواند با تقویت روحیه مشارکتی، ایجاد شفافیت و تأکید بر ارزش‌های اخلاقی، تصمیم‌گیری‌های بهتری را در سازمان‌های ورزشی تسهیل کند. علاوه بر این، یکی دیگر از جنبه‌های مهم اقتصاد رفتاری در سازمان‌های ورزشی، تأثیرگذاری بر رفتار هواداران و تعامل آن‌ها با باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی است. هواداران ورزشی نه تنها از لحاظ اقتصادی، بلکه به عنوان یک نیروی اجتماعی و فرهنگی، نقش کلیدی در موفقیت باشگاه‌ها ایفا می‌کنند. تصمیمات آن‌ها برای حمایت از یک تیم، خرید بلیت مسابقات، مشارکت در برنامه‌های حمایتی و تعامل در فضای مجازی، همگی تحت تأثیر عوامل رفتاری متعددی قرار دارند. مدیریت جهادی، با تأکید بر ارزش‌های مشارکتی و ایجاد حس تعلق در بین هواداران، می‌تواند به بهبود ارتباط بین باشگاه‌ها و طرفداران و افزایش وفاداری آن‌ها منجر شود. در مجموع، ترکیب اصول اقتصاد رفتاری با مدیریت جهادی می‌تواند به طراحی و توسعه الگوهای نوینی منجر شود که سازمان‌های ورزشی را در مواجهه با چالش‌های پیش‌رو توانمندتر سازد. این رویکرد نه تنها باعث افزایش بهره‌وری و کارایی در مدیریت ورزشی خواهد شد، بلکه زمینه را برای شکل‌گیری سازمان‌هایی با رویکردی انسانی‌تر، اخلاق‌مدارتر و کارآمدتر فراهم خواهد کرد. بنابراین، بررسی دقیق و عمیق این دو حوزه و چگونگی ترکیب آن‌ها می‌تواند به راهکارهای عملی و مؤثری برای توسعه سازمان‌های ورزشی منجر شود که در نهایت، به بهبود عملکرد کلی این بخش و ارتقای جایگاه ورزش در جامعه کمک خواهد کرد.

روش پژوهش

روش پژوهش کیفی و روش آن، با توجه به اینکه از قبل الگویی وجود نداشته و پژوهشگر درصدد کشف این الگو با رویکرد داده‌بنیاد بر اساس روش نظری برخاسته از داده‌ها به شیوه سیستماتیک که به اشتراوس و کوربن (۱۹۹۰)

می‌باشد. و مشارکت کنندگان مدیران ورزشی کشور هستند. معیارهای اصلی انتخاب این افراد شامل موارد زیر بوده است:

تخصص و تجربه مدیریتی در حوزه ورزش : مشارکت کنندگان باید دارای سوابق مدیریتی مرتبط در فدراسیون‌های ورزشی، وزارت ورزش، کمیته ملی المپیک، باشگاه‌های ورزشی یا رسانه‌های ورزشی باشند. آشنایی با سیاست‌گذاری‌های مدیریت جهادی: افرادی که در فرایندهای تصمیم‌گیری یا تدوین مدیریت جهادی در ورزش نقش داشته‌اند.

تنوع موقعیت‌های شغلی و سازمانی: انتخاب مدیران از نهادهای مختلف ورزشی مانند فدراسیون‌های ملی، کمیته ملی المپیک و باشگاه‌های ورزشی برای دستیابی به دیدگاه‌های متنوع.

با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک اشباع نظری، آگاهی دهندگان کلیدی (شامل ۱۵ نفر) برای شناسایی چارچوب الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان‌های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی انتخاب شده‌اند و با آنها مصاحبه به عمل آمده است. ابزار مورد استفاده برای شناسایی عوامل الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان‌های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی، مصاحبه نیمه ساختمند (با گروه‌های کانونی) و مطالعه اسناد بوده است. برای تامین روایی و پایایی مطالعه از روش ارزیابی لینکلن و گوبا استفاده شد. بدین منظور چهار معیار بدین منظور چهار معیار اعتبار (باورپذیری)، انتقال پذیری، اطمینان پذیری و تأییدپذیری برای ارزیابی در نظر گرفته شد و برای دستیابی به هریک از این معیارهای، اقدامات زیر انجام گرفت:

اعتبارپذیری: معادل روایی در پژوهش‌های کمی است. بدین منظور، پرسش‌ها را اساتید راهنما و مشاور تأیید کردند که میزان موثق بودن داده‌های پژوهش را به حد قابل قبولی افزایش داده است. انتقال پذیری: جایگزین اعتبار بیرونی در پژوهش‌های کمی است. برای این منظور یافته‌های پژوهشی توسط دو متخصص اقتصادی که در پژوهش مشارکت نداشتند، مورد بررسی قرار گرفتند. اطمینان پذیری: معادل پایایی در پژوهش کمی است و به منظور ایجاد اطمینان پذیری، جزئیات پژوهش و یادداشت برداری‌ها ثبت و ضبط شد.

تأییدپذیری: به معنای پرهیز از سوگیری است. بدین منظور تمامی مراحل به دقت ثبت و ضبط شده و همه مستندات به صورت پیوست در اختیار و تأیید اساتید قرار گرفته است (استراس و همکاران^۱، ۱۹۹۸).

برای اخذ مجوز مورد نیاز برای انجام دادن مصاحبه با افراد کانونی، اقداماتی صورت گرفت که در این بخش پس از جلب همکاری صاحب نظران کلیدی برای مصاحبه و جلب اعتماد آنان رای دادن اطلاعات لازم، در زمان مقرر مراجعه و اطلاعات لازم گردآوری شده است. تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌های انجام شده، با روش تحلیل داده بنیاد انجام گرفته است (استراس و کوربین، ۱۹۹۸).

همچنین برای سنجش پایایی داده‌های کیفی در این پژوهش از روش "پایایی بازآزمون" استفاده شد که به میزان سازگاری طبقه بندی داده‌ها در طول زمان اشاره دارد. این شاخص را می‌توان زمانی محاسبه کرد که یک کدگذار یک متن را در دو زمان متفاوت کدگذاری کرده باشد. برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مصاحبه‌های انجام گرفته

^۱ Strauss

چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شده و هر کدام از آنها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص دوباره کدگذاری می شوند؛ سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه ها با هم مقایسه می شوند و از طریق میزان توافقات و عدم توافقات موجود در دو مرحله کدگذاری، شاخص ثبات برای آن پژوهش محاسبه می گردد. در هر کدام از مصاحبه ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه هستند با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص می شوند. شاخص پیشنهادی زیر را برای محاسبه پایایی بازآزمون بین کدگذاری های پژوهشگر در دو فاصله زمانی پیشنهاد داده است.

$$\text{درصد توافق} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 100}{\text{تعداد کل کدها}} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 100}{\text{درون موضوعی}}$$

پژوهشگر در حین انجام این پژوهش و در جریان کدگذاری مصاحبه ها چند مصاحبه را به عنوان نمونه در یک فاصله ۸ روزه مورد کدگذاری مجدد قرار داد. با مراجعه به کدهای اولیه استخراج شده از آن مصاحبه ها و کدهای مجدد آنها جدول زیر به دست آمده است.

جدول ۱: پایایی بازآزمون در بخش کیفی تحقیق

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل داده ها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بازآزمون (درصد)
۱	اول	۱۰۹	۴۳	۲۴	۷۸/۸٪
۲	چهارم	۹۹	۳۸	۱۹	۷۶/۷٪
۳	یازدهم	۸۰	۳۰	۱۳	۷۵/۱٪
	کل	۲۶۰	۱۱۰	۵۷	۸۴/۶٪

برای اخذ مجوز مورد نیاز برای انجام دادن مصاحبه با افراد کانونی، اقداماتی صورت گرفت که در این بخش پس از جلب همکاری صاحب نظران کلیدی برای مصاحبه و جلب اعتماد آنان رای دادن اطلاعات لازم، در زمان مقرر مراجعه و اطلاعات لازم گردآوری شده است. تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از مصاحبه های انجام شده، با روش تحلیل داده بنیاد انجام گرفته است.

یافته های توصیفی پژوهش

داده های کیفی پژوهش از طریق فرایند کدگذاری، تحلیل شد. مراحل تحلیل داده ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری (مدل پارادایمی استراس و کوربین) و کدگذاری گزینشی (انتخاب یک مقوله محوری به عنوان مقوله اصلی و مشخص کردن ارتباط بین هر یک از مقوله های محوری) انجام و به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین پایان یافت. نتایج حاصل از ۱۵ مصاحبه که تا حد اشباع نظری ادامه یافت و از طریق تحلیل محتوا و کدگذاری باز، محوری و انتخابی در قالب پنج مؤلفه ی کلی شرایط علی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، پدیده اصلی، اقدامات و پیامدها انجام شد.

در این مدل شرایط علی رویدادهایی هستند که موقعیت ها و مسائل مرتبط با یک پدیده را خلق کرده و تشریح می کنند که افراد و گروه ها، چرا و چگونه به روشهای خاصی پاسخ می دهند شرایط علی شامل مواردی مقولات

است که به طور مستقیم بر الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی تأثیر می گذارد یا این عوامل به گونه ای ایجاد کننده و توسعه دهنده پدیده هستند. در این پژوهش چهار مقوله عوامل مدیریتی ، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی و عوامل روان شناختی هستند که می تواند بر الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی تأثیر می گذارد. مقوله های مربوط به شرایط علی در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. مقوله ها و مفاهیم مرتبط با شرایط علی

مقوله ها	مفاهیم
شرایط علی	عوامل مدیریتی
	عوامل اقتصادی
	عوامل فرهنگی
	عوامل روان شناختی

✓ کنترل استرس و افزایش تاب‌آوری ورزشکاران از طریق برنامه‌های رفتاری		
✓ افزایش تعامل و ارتباطات مؤثر در سازمان‌های ورزشی بر پایه اصول شناختی		

شرایط زمین‌های بیانگر مجموعه خاصی از ویژگی‌های مربوط به پدیده است که به شکل عمومی به مکان رویدادها و وقایع مربوطه اشاره دارد. ویژگی‌های زمینه‌ای شامل عواملی می‌شوند که بدون آنها تحقق الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان‌های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی امکان‌پذیر نیست و زمینه شرایط خاصی را، که در آن راهبردها برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد، فراهم می‌کنند. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم، مقوله‌ها و متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهند. در این پژوهش عوامل ساختاری، عوامل اجتماعی، عوامل بازاریابی در ورزش و عوامل رفتاری، عوامل اصلی زمینه‌ای هستند که در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. مقوله‌ها و مفاهیم مرتبط با شرایط زمینه‌ای

مقوله‌ها	مفاهیم
شرایط زمینه‌ای	✓ ساختار اداری و بروکراسی حاکم بر سازمان‌های ورزشی ✓ میزان استقلال مالی و اجرایی سازمان‌های ورزشی ✓ نقش و جایگاه مدیریت جهادی در ساختار سازمانی ورزش ✓ سطح شفافیت و پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی ✓ میزان انعطاف‌پذیری در سیاست‌گذاری‌های ورزشی
	✓ میزان پذیرش فرهنگ مدیریت جهادی در ورزش ✓ تأثیر نگرش‌های اجتماعی بر رفتارهای اقتصادی در ورزش ✓ میزان تعهد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران و مدیران ✓ هنجارها و ارزش‌های اجتماعی حاکم بر سازمان‌های ورزشی ✓ تأثیر رسانه‌ها و فضای مجازی بر رفتار اقتصادی و مدیریتی ورزش
	✓ وضعیت حمایت‌های دولتی و سرمایه‌گذاری در ورزش ✓ تأثیر منابع مالی و بودجه‌بندی در تصمیمات سازمان‌های ورزشی ✓ میزان استفاده از روش‌های نوین تأمین مالی (اسپانسرینگ، تبلیغات، برندینگ) ✓ نقش اقتصاد رفتاری در جذب هواداران و افزایش درآمد باشگاه‌ها ✓ تأثیر نوسانات اقتصادی بر تصمیم‌گیری‌های ورزشی و مدیریتی
	✓ میزان آگاهی مدیران و ورزشکاران از اصول اقتصاد رفتاری ✓ تأثیر سوگیری‌های شناختی در تصمیمات مدیریتی و اقتصادی ورزش

✓ میزان انگیزه و تعهد کارکنان و مدیران به اصول مدیریت جهدی		
✓ نقش عوامل رفتاری در ایجاد انگیزه در هواداران و افزایش وفاداری آنها		
✓ اثرات روان‌شناختی سیاست‌های مدیریتی بر عملکرد و تصمیم‌گیری ورزشکاران		

شرایط مداخله گر شامل شرایط عام‌تری همچون زمان، فضا و فرهنگ می‌شود که به عنوان تسهیل‌گر یا محدودکننده راهبردها عمل می‌کنند. این شرایط در راستای تسهیل یا محدودیت‌کنشی / کنشی متقابل در زمینه خاصی عمل می‌کنند. هر یک از این شرایط، طیفی را تشکیل می‌دهند که تأثیر آنها از بسیار دور تا بسیار نزدیک متغیر است. در این پژوهش دو مقوله عوامل کلان و عوامل خرد به عنوان مقوله‌های مداخله گر در نظر گرفته شده است که در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. مقوله‌ها و مفاهیم مرتبط با شرایط مداخله گر

مقوله فرعی	مفاهیم اصلی
عوامل کلان	✓ انتخاب مدیران با حمایت برخی از افراد ذینفوذ ✓ بی‌دقتی و جناحی شدن انتخاب مدیران و اطرافیان آنان ✓ روی کار آمدن برخی از مدیران ناصالح و ناشایست ✓ قدرت طلبی و بی‌تقوایی و میدان دادن به فرصت‌طلبان و جاه‌طلبان ✓ نداشتن روحی‌ایثارگری در مدیران ورزشی ✓ بی‌توجهی به تدابیر و رهنمودهای امام خمینی و مقام معظم رهبری و عدم جدیت در اجرای آنها در مجموعه مطبوع خود
عوامل خرد	✓ عمل نکردن به تکلیف دینی و سازمانی حول محور اسلام و انقلاب ✓ فقدان عشق به خدمت و استمرار و پویایی عدالت‌محوری و آرمانخواهی ✓ فعال و مسئولیت‌پذیر نبودن (عافیت‌طلبی و راحت‌طلبی و شانه خالی کردن از وظایف سخت و سنگین) ✓ نفوذ اندیشه‌های مادی ✓ استحاله معنوی و فرهنگی و فکری برخی از کارکنان و مدیران در نظام اداری ✓ توجه به مسائل نفسانی ✓ عدم خودباوری و پذیرش کارهای بزرگ و مهم

مقوله محوری

پدیده مد نظر باید محوریت داشته باشد، یعنی همه مقوله‌های اصلی دیگر بتوانند به آن ربط داده شوند و به تکرار در داده‌ها ظاهر شود. به این معنا که در همه یا تقریباً همه موارد، نشانه‌هایی وجود دارند که به آن مفهوم اشاره می‌کنند. پدیده محوری، به ایده یا پدیده‌های اطلاق می‌شود که اساس و محور فرایندی است که تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط داده می‌شود. مقوله محوری حاصل از شرایط علی، بعد منابع انسانی، بعد اخلاق گرایی، پیاده سازی اقتصاد رفتاری با رویکرد جهادی و اعتماد سازی در نظر گرفته شده است. جدول ۵ مقوله محوری را نشان می‌دهد.

جدول ۵. مقوله‌ها و مفاهیم مرتبط با مقوله محوری

مفاهیم	مقوله‌ها	
✓ تأکید توأمان بر تعهد گرایی و تخصص گرایی ✓ پذیرش اشتباهات توسط کارکنان و تلاش در جهت رفع آنها ✓ الگو سازی و بهینه سازی سامانه های اداری برای تکامل انسان ✓ برخورداری از منابع انسانی سریع العمل و با اعتماد به نفس زیاد ✓ بهبود و بهسازی عملکرد از طریق کار جهادی و انقلابی ✓ شناسایی و استعداد یابی منابع بالقوه	بعد منابع انسانی	مقوله محوری
✓ پر رنگ شدن میزان التزام عملی مدیران و کارکنان سازمان های ورزشی به رفتارهای دینی و اخلاقی ✓ پر رنگ شدن میزان وجدان کاری و اخلاق حرفه ای ✓ افیت طلبی و راحت طلبی و شانه خالی کردن از زیر بار وظایف سخت و سنگین ✓ تدوین نظام پاداش و تشویق منصفانه و عدالت محور ✓ بهبود نظام مالی ادر فرآیند اجرای برخی از کارها و پروژه ها	بعد اخلاق گرایی	
✓ میزان تعهد و انگیزه مدیران ورزشی به اصول مدیریت جهادی ✓ تأثیر ارزش های جهادی بر تصمیم گیری های مدیریتی در ورزش ✓ میزان استفاده از رویکردهای جهادی در برنامه ریزی استراتژیک ورزشی ✓ نقش فرهنگ جهادی در تقویت تعاملات و همدلی میان اعضای سازمان های ورزشی ✓ تأثیر مدیریت جهادی بر افزایش بهره وری و کارآمدی سازمان های ورزشی	پیاده سازی اقتصاد رفتاری با رویکرد جهادی	
✓ تأکید بر استراتژی برد-برد از سوی مدیران ارشد سازمان ✓ آموزش کارکنان و مدیران سازمان برای افزایش ظرفیت اعتماد سازی سازمان	اعتماد سازی	

✓ استفاده از ساختارهای باز و منعطف		
✓ بازخورگیری از ذینفعان		

راهبردها در واقع طرح‌ها و کنش‌هایی هستند که خروجی مقوله محوری مدل بوده و به پیامدها ختم می‌شوند. راهبردها، مجموعه تدابیری هستند که برای مدیریت، اداره یا پاسخ به پدیده تحت بررسی اتخاذ می‌شوند (۱۹). پژوهشگر با توجه به مجموعه مفاهیمی که از لا به لای مصاحبه‌ها و کدهای نهایی استخراج شده، مقوله فرعی را رهبری جهادی در ورزش نامگذاری کرده است. و جدول ۸ مقوله‌ها و مفاهیم مربوط به راهبردها را نشان می‌دهد

جدول ۸. مقوله‌ها و مفاهیم مرتبط با راهبردها

مفاهیم	مقوله‌ها	
✓ تدوین سیاست‌های کلان ورزشی مبتنی بر ترکیب اصول اقتصاد رفتاری و مدیریت جهادی ✓ بهینه‌سازی فرآیندهای تصمیم‌گیری در سازمان‌های ورزشی بر اساس شناخت سوگیری‌های رفتاری ✓ ایجاد سیستم‌های پاداش‌دهی متناسب با اصول اقتصاد رفتاری برای افزایش انگیزه ورزشکاران و کارکنان ✓ توسعه الگوهای مشارکتی و تیم‌محور در مدیریت ورزشی بر پایه ارزش‌های جهادی ✓ استفاده از ابزارهای داده‌کاوی و تحلیل رفتار برای بهینه‌سازی سیاست‌های مدیریتی ورزشی ✓ طراحی مدل‌های تأمین مالی نوین در ورزش بر اساس نظریه‌های اقتصاد رفتاری ✓ به کارگیری قیمت‌گذاری رفتاری برای افزایش درآمدهای باشگاه‌ها و سازمان‌های ورزشی ✓ کاهش هزینه‌های سازمانی از طریق بهره‌گیری از تصمیم‌گیری‌های رفتاری بهینه و مدیریت منابع ✓ بهینه‌سازی سرمایه‌گذاری‌های ورزشی با توجه به تأثیرات شناختی و روان‌شناختی بر تصمیم‌گیری‌ها ✓ توسعه ابزارهای تشویقی برای جذب اسپانسرها و سرمایه‌گذاران ورزشی با تکیه بر اصول انگیزشی ✓	رهبری جهادی در ورزش	راهبردها

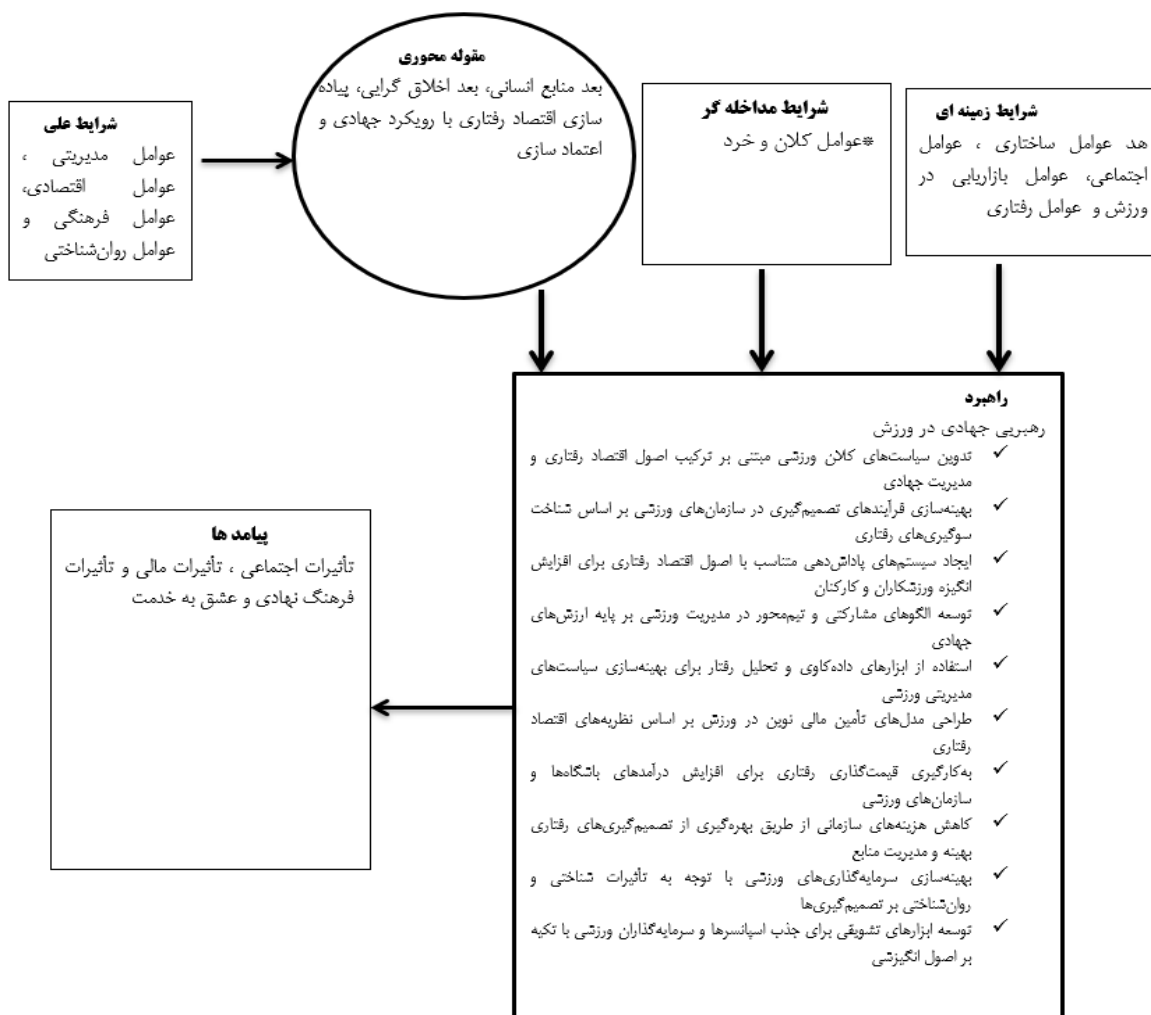
پیامدها

پیامدها همان بروندادها یا نتایج کنش‌ها و واکنش‌ها هستند (استراس، ۱۹۹۸). بخش آخر مدل الگوی اقتصاد رفتاری در سازمان‌های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی شامل پیامدهای تأثیرات اجتماعی، تأثیرات مالی و تأثیرات فرهنگ نهادی و عشق به خدمت است. با توجه به کدگذاری باز، مفاهیم مربوط به پیامدهای مدل استخراج شده‌اند، سپس با توجه به حرکت رفت و برگشت میان تم‌ها و مفاهیم مقوله‌های اصلی استخراج و نامگذاری شده‌اند. جدول ۶ به مقوله‌ها و مفاهیم مربوط به پیامدها می‌پردازد.

جدول ۶. مقوله‌ها و مفاهیم مرتبط با پیامدها

مقوله‌ها	مفاهیم
پیامدها	تأثیرات اجتماعی
	تأثیرات مالی
	تأثیرات فرهنگ نهادی و عشق به خدمت
✓ افزایش کارایی و بهره‌وری سازمان‌های ورزشی از طریق تصمیم‌گیری‌های بهینه	✓ افزایش درآمدهای پایدار باشگاه‌ها و سازمان‌های ورزشی با استفاده از تکنیک‌های اقتصاد رفتاری
✓ کاهش فساد اداری و مالی در مدیریت ورزشی با تکیه بر اصول شفافیت و پاسخگویی	✓ کاهش هزینه‌های اضافی و ناکارآمدی‌های مالی در سازمان‌های ورزشی
✓ بهبود فرآیندهای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در سازمان‌های ورزشی با استفاده از داده‌های رفتاری	✓ تقویت مدل‌های تأمین مالی هوادارمحور و حمایت‌های جمعی
✓ ارتقای سبک رهبری جهادی در مدیریت ورزشی و افزایش تعهد مدیران به توسعه پایدار	✓ افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش با ایجاد الگوهای انگیزشی مؤثر
✓ تسریع در فرآیندهای تصمیم‌گیری با کاهش سوگیری‌های شناختی در مدیران و کارکنان	✓ بهینه‌سازی قیمت‌گذاری بلیت‌ها، محصولات و خدمات ورزشی برای افزایش فروش و مشارکت هواداران
	✓ تلاش برای رفع موانع اجرایی
	✓ محدود نبودن به زمان و مکان در انجام امور
	✓ عدم تأثیر عوامل بازدارنده در عزم و اراده راسخ جهادگران

کدگذاری انتخابی نتایج گام‌های قبلی کدگذاری را به کار برده، مقوله‌های اصلی را انتخاب می‌کند، آن را به شکل نظام مند به سایر مقوله‌ها ارتباط می‌دهد، ارتباطات را اعتبار می‌بخشد و مقوله‌هایی را که نیاز به بست و توسعه بیشتری دارند را توسعه می‌دهد (استراس، ۱۹۹۸). مدل پارادایمی این تحقیق بر اساس الگوی پارادایمی استراوس و کورین طراحی شد. مدل پارادایمی پژوهش به شرح شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل پارادایمی تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

اقتصاد رفتاری در سازمان‌های ورزشی با نگرش مدیریت جهادی مفهومی است که در بستر چالش‌های مدیریتی، فرهنگی، روان‌شناختی و اقتصادی بررسی شده است. این پژوهش نشان داد که سازمان‌های ورزشی در ایران برای بهره‌گیری از الگوی اقتصاد رفتاری نیازمند درک دقیق عوامل مدیریتی، ساختاری، اقتصادی و فرهنگی هستند. با توجه به یافته‌های این مطالعه، چهار مقوله اصلی شامل عوامل مدیریتی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی و عوامل روان‌شناختی نقش کلیدی در تبیین الگوی اقتصاد رفتاری دارند. از منظر عوامل مدیریتی، نتایج پژوهش نشان داد که رویکرد جهادی در مدیریت، تصمیم‌گیری‌های کارآمد، توانمندسازی کارکنان، افزایش بهره‌وری منابع انسانی و اعتمادسازی در سطح سازمانی، درک و اجرای اقتصاد رفتاری را تسهیل می‌کند. همچنین، عوامل اقتصادی، شامل سیاست‌های مالی، تأمین منابع مالی پایدار، استراتژی‌های جذب سرمایه‌گذاری، و شیوه‌های نوین مدیریت هزینه، نقش مؤثری در موفقیت سازمان‌های ورزشی دارند.

در حوزه عوامل فرهنگی، یافته‌ها نشان می‌دهد که سازمان‌های ورزشی ایران باید به ارزش‌های فرهنگی جامعه توجه ویژه‌ای داشته باشند. گسترش فرهنگ جهادی، تقویت حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی، و ایجاد فضای اخلاقی مناسب، از الزامات کلیدی در پیاده‌سازی اقتصاد رفتاری با نگرش مدیریت جهادی است. همچنین، عوامل روان‌شناختی از جمله انگیزه، نگرش کارکنان و

ورزشکاران، اعتمادسازی در میان ذینفعان، و پذیرش رویکردهای جدید مدیریتی، از جمله موارد مهم در به کارگیری این الگو در سازمان‌های ورزشی هستند.

همچنین، عوامل زمینه‌ای شامل عوامل ساختاری، اجتماعی، بازاریابی در ورزش و عوامل رفتاری نیز به طور غیرمستقیم بر اجرای موفقیت‌آمیز این مدل تأثیرگذارند. عوامل کلان و خرد نیز به عنوان عوامل مداخله‌گر شناسایی شدند. مقوله محوری پژوهش، یعنی بعد منابع انسانی، بعد اخلاق‌گرایی، پیاده‌سازی اقتصاد رفتاری با رویکرد جهادی و اعتمادسازی، نشان داد که برای تحقق این الگو، باید برنامه‌ریزی دقیق و راهبردهای مشخصی اتخاذ شود. میرمادی و آذرشب (۱۳۹۳) در پژوهش خود که با هدف مدیریت جهادی از منظر مدیریت اسلامی و ضرورت بررسی آن انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که مؤلفه‌های مدیریت جهادی از منظر مدیریت اسلامی مطرح شده است؛ از جمله مهمترین این مؤلفه‌ها: خدامحوری و تقواگرایی، تواضع، حسن خلق، استقامت همگانی و کار و تلاش، برخورد منصفانه و درک دیگران، هوشیاری نسبت به پیرامون (محیط اجتماعی و فرصت‌ها و تهدیدها) می‌باشند که از منبع و حیاتی و متون دینی تبیین گردیده است که با یافته‌های این مطالعه همخوان می‌باشد. مرادnia (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان تبیین فرهنگ و مدیریت جهادی و شاخص‌های آن با استفاده از بیانات امام خمینی (ره) اقدام به تبیین شاخص‌های فرهنگ و مدیریت جهادی کرد که شاخص‌های مردم‌گرایی، رهبری خدمت‌گزار، فضای اجتماعی را از عوامل مهم مدیریت جهادی معرفی کرد رضوان خواه و فاضلی دهکردی (۱۳۹۰) در مقاله خود حفظ عزتمندی و مسئولیت و ارکان فضای اجتماعی را از ارکان مهم برای مدیریت جهادی عنوان کرد که با یافته‌های این تحقیق همخوان می‌باشد. مرتضوی (۱۳۹۱) در مقاله خود پی برد که فرهنگ سازمانی جهادی با مشخصه‌هایی مانند خدامحوری، دین‌مداری، ولایت‌مداری، انعطاف‌پذیری، مردم‌گرایی، خلاقیت و نوآوری زمینه‌ساز ساعدی را برای بهبود بروکراسی در نظام اداری ایران متناسب با مشخصه‌های فرهنگی بومی ایرانی اسلامی دارد. همچنین نتایج بررسی‌های این پژوهش نشان می‌دهد که سازمان‌های ایرانی در شرایط حاضر از لحاظ شاخص‌های فرهنگ جهادی نمرات مطلوبی کسب نمی‌کنند. حجازی فر (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان شناسایی مؤلفه‌های فرهنگ و مدیریت جهادی با روش فراترکیب به این نتیجه رسید که از شاخص‌های مهم مدیریت جهادی انگیزش، بعد معنویت، هدف‌گذاری، ایمان می‌باشد. با عنایت به این مطالب، باید به علوم انسانی، مخصوصاً مدیریت و سازمان‌نگاهی نو ایجاد شود. باید با نگاهی نو در بستر اندیشه و فرهنگ بومی ایرانی اسلامی زمینه تولد مدل‌ها و رویه‌های نوینی فراهم شود تا فاصله روش کار با بستر اجرای کار به حداقل برسد و در نتیجه بالاترین سطح ممکن بهره‌وری فراهم شود. مدل سازمان جهادی، مدلی برگرفته از تعالیم اسلامی و تفکرات و سیره ائمه اطهار (ع) و فعالیت‌های عملی سازمان‌هایی مانند نهاد جهاد سازندگی در اوایل انقلاب اسلامی می‌باشد که هر چند ریشه در بافت بومی ایران اسلامی دارد و کارکردهای موفقیت‌آمیزی به لحاظ عملی و کاربردی در سال‌های اولیه بعد از پیروزی انقلاب اسلامی داشته است. راجی (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های مدیریت جهادی با رویکرد اقتصادی در ورزش کشور که یافته‌ها نشان دادند که شاخص‌های اصلی مدیریت جهادی در ورزش کشور شامل مؤلفه‌های معنوی، مدیریتی و فرهنگی می‌باشد. با توجه به نتایج کلی تحقیق پیشنهاد می‌گردد تا از نتایج تحقیق و شاخص‌های شناسایی شده در پیشرفت ورزش مبتنی بر مدیریت جهادی استفاده گردد تا روند توسعه ورزش کشور با سهولت بیشتری انجام پذیرد. میر جلیلی (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان طراحی الگوی توسعه ورزش در نظام جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب که در مجموع ۴۹۵ گزاره مفهومی از کد باز و ۲۵ محور از فرایندها و کدها و ۱۵ کد انتخابی جهت توسعه پدیده اصلی ایجاد شد. نتایج نشان داد ۱۵ عامل نظام انقلابی، روحیه انقلابی، مدیریت جهادی، امید به آینده، امن و ثبات، دینی و مهدوی، مستقل، اخلاقی، ورزش دانش‌بنیاد، اخلاق محوری، اقتصاد ورزشی مقاوم، ارزش محوری، عزت‌مند، عدالت محوری

و ورزش تمدن ساز بر توسعه ورزش تاثیر دارد. با توجه به نتایج نگاه تاریخی و مبتنی بر گذشته‌نگری به منظور استفاده و درس گرفتن از تجربیات گذشتگان در حوزه ورزش پیشنهاد می‌شود. شکاری (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان بررسی تاثیر مدیریت جهادی بر سایش اجتماعی کارکنان با توجه به نقش میانجی تبادل رهبر پیرو که یافته‌ها بیانگر این بود که همبستگی معنی‌داری بین تمامی متغیرهای پژوهش وجود دارد. مدیریت جهادی و تبادل رهبر پیرو بر سایش اجتماعی تاثیر منفی و معنی‌دار دارند. مدیریت جهادی بر تبادل رهبر پیرو تاثیر مثبت و معنی‌دار دارد. همچنین متغیر تبادل رهبر پیرو در تاثیر مدیریت جهادی بر سایش اجتماعی کارکنان نقش میانجی دارد. مدیریت جهادی هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم و از طریق نقش واسطه‌ای متغیر تبادل رهبر پیرو بر سایش اجتماعی کارکنان در محیط کار تاثیر دارد و تاثیر غیرمستقیم آن بیشتر از تاثیر مستقیم می‌باشد. عزیزی (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان ارایه مدل بهبود مدیریت جهادی در ورزش ایران که نتایج ماتریس همبستگی نشان داد که بیشترین همبستگی بین متغیر بعد اخلاق گرایی و التزام رفتاری (۰/۵۸۷) و کمترین همبستگی بین متغیر التزام رفتاری و بعد زمینه‌ای (۰/۳۴۲) می‌باشد. همچنین بیشترین تاثیر مستقیم مربوط به مسیر مدیریت جهادی - التزام رفتاری و کمترین تاثیر مستقیم مربوط به مسیر بعد ساختاری - مدیریت جهادی است و مدل ارائه شده دارای برازش مناسبی است. بنابراین مدیریت جهادی در سازمان به معنی سازمانی بومی مبتنی بر فرهنگ ایرانی اسلامی است که به واسطه داشتن ویژگی‌ها و شاخص‌های خاصی زمینه ظهور تلاش معنوی را فراهم کرده و با افزایش انگیزه مدیران و کارکنان، زمینه مشارکت و تلاش بی وقفه را در آن‌ها در راستای اهداف سازمان فراهم می‌آورد.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که سازمان‌های ورزشی ایران می‌توانند با استفاده از الگوی اقتصاد رفتاری، به بهینه‌سازی عملکرد خود پردازند و بهره‌وری را افزایش دهند. این رویکرد، علاوه بر تأثیرات مثبت اقتصادی، دارای پیامدهای اجتماعی و فرهنگی نیز می‌باشد. بر اساس یافته‌ها، پیاده‌سازی این الگو موجب افزایش شفافیت در تصمیم‌گیری‌های مالی و اداری، بهبود مدیریت منابع انسانی، افزایش انگیزه در ورزشکاران و کارکنان، و ارتقای سطح رضایتمندی در میان مخاطبان و ذینفعان خواهد شد.

به‌طور کلی، پیامدهای اصلی این الگو شامل تأثیرات اجتماعی، تأثیرات اقتصادی، تأثیرات فرهنگی نهادی و عشق به خدمت است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که سازمان‌های ورزشی در ایران برای توسعه و موفقیت، باید به عوامل مدیریتی، اقتصادی، فرهنگی و روان‌شناختی توجه ویژه‌ای داشته باشند و بر اساس این عوامل، مدل‌های مدیریتی خود را طراحی و اجرا کنند. پیشنهاد می‌شود سازمان‌های ورزشی، مدل‌های مدیریتی خود را بر اساس اصول مدیریت جهادی تنظیم کنند تا بتوانند به حداکثر بهره‌وری و کارایی دست یابند. سازمان‌های ورزشی باید از تجربه کشورهای موفق در زمینه اقتصاد رفتاری بهره بگیرند و مدل‌های بین‌المللی را برای بومی‌سازی و استفاده در ورزش ایران بررسی کنند. برگزاری دوره‌های آموزشی برای مدیران ورزشی به منظور درک بهتر اقتصاد رفتاری و مدیریت جهادی، می‌تواند در اجرای بهتر این الگو مؤثر باشد. پژوهشگران می‌توانند با بررسی روش‌های نوین بازاریابی ورزشی، رفتار مصرف‌کنندگان خدمات ورزشی و تأثیرات اقتصاد رفتاری بر انگیزه ورزشکاران، مطالعات تکمیلی انجام دهند. پیشنهاد می‌شود که دولت و نهادهای متولی ورزش، سیاست‌های حمایتی مناسبی برای پیاده‌سازی اقتصاد رفتاری تدوین کنند و بسترهای مالی و قانونی لازم را فراهم آورند. سازمان‌های ورزشی باید سیاست‌های شفاف مالی و مدیریتی را اتخاذ کرده و از ابزارهای نظارتی و حسابرسی قوی‌تر برای افزایش اعتماد عمومی بهره بگیرند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچگونه تضاد منافی وجود ندارد.

موازين اخلاقي

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده ها

داده ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

منابع:

- آقایی، علی اکبر؛ نصیری، غلامرضا؛ شکیبافر، مهدی. (۱۳۹۴). مدیریت جهادی، چرایی و چگونگی، همایش سراسری مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری، گرگان، گروه آموزش و پژوهش شرکت مهندسی عمران بنای تدبیر، مرکز آموزش علمی و کاربردی هلال احمر استان گلستان.
- استقامت، اورنگ. (۱۳۹۳). نقش مدیریت جهادی در تحقق اقتصاد مقاومتی با تاکید بر توسعه کشاورزی پایدار، کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار، تهران، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا.
- افتخاری، اصغر؛ زرگرزاده، محمدعلی؛ شمشیری، مهدی. (۱۳۹۷). مؤلفه‌های مدیریت جهادی در بیانات امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، فصلنامه مدیریت انتظامی، ۱۸ (۷۰)، ۵۳-۸۷.
- پورصادق، ناصر؛ ذاکری، زهرا. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر اثربخشی سازمان در سه بعد رهبر، پیرو و زمینه، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۷ (۴)، ۹۵-۱۱۶.
- خزائی، علی اکبر؛ مهرعطا، رضا؛ قاسمی، زهرا. (۱۳۹۳). مدیریت جهادی (مفهوم شناسی، مؤلفه‌ها و الزامات تحقق آن)، همایش بین المللی مدیریت، تهران، موسسه سفیران فرهنگی مبین.
- ضاپور، فاطمه، محرم زاده، مهرداد، عزیزیان کهن، نسرين و نقی زاده باقی، عباس. (۱۴۰۳). الگوی مدیریت استعداد برای شایسته‌سالاری مدیران و رهبران سازمان‌های ورزشی. نشریه مدیریت ورزشی. ۱۵-۳۵، ۱۶ (۴)،
- راجی، امین، مومنی فر، فهیمه و عزیزیان کهن، نسرين. (۱۴۰۲). شناسایی و اولویت بندی شاخص‌های مدیریت جهادی با رویکرد اقتصادی در ورزش کشور. مدیریت دولتی تطبیقی. ۱ (۱)،
- رستم زادمصور، مرجان؛ رضایی سکه روانی، داود؛ چهارمحالی، حسن. (۱۳۹۷). تبیین الگوی مدیریت جهادی در افق چشم انداز ۱۴۰۴، چهارمین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت، تهران، وسسه آموزشی عالی مهر اروند و مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.
- سیدالنگی، سیده ام کلثوم؛ قلی نژاد زوارم، نجمه؛ قلی نژاد زوارم، محسن. (۱۳۹۷). شناخت ارتباط بین هوش معنوی و مدیریت جهادی در بین مدیران سازمان های دولتی شهرستان گرگان، پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، انجمن مدیریت ایران.
- شکاری، حمیده و حسینی، حیدر. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر سایش اجتماعی کارکنان با توجه به نقش میانجی تبادل رهبر پیرو در اداره کل ورزش و جوانان استان یزد. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. ۱۴۸-۱۳۷، ۷ (۱)،
- عبدی، بهنام؛ توکلی، میثم. (۱۳۹۵). مفهوم پردازی مدیریت جهادی در پرتو آموزه های نهج البلاغه، پژوهش های مدیریت انتظامی، ۱۱ (۲)، ۱۹۱-۲۰۵.

- عسگری، حشمت اله؛ عباس پور، جعفر؛ سرابی، امید؛ بهروز، عارف. (۱۳۹۷). رابطه ویژگی های رهبری در مدیریت جهادی با عملکرد سازمانی با تاکید بر معنویت در سازمان مطالعه موردی: سازمان تامین اجتماعی استان ایلام، دوازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران.
- عیدی، ح.، رضائی نژاد، ر.؛ یوسفی، ب.، سجادی، ن.، ملک خلاق، ا. (۱۳۹۰). طراحی مدل اثربخشی سازمانی فدراسیون های ورزشی جمهوری اسلامی ایران بر اساس رویکرد ارزش های رقابتی، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، سال ۷، شماره ۱۴، پاییز و زمستان ۱۵-۳۰.
- عیسی زاده، حمزه، باقری راغب، قدرت الله، کردناهیچ، اسدالله، کریمی، آصف و سلطانی، مرتضی. (۱۴۰۰). طراحی و تدوین مدل چابکی استراتژیک در کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی (پیش آیندها و پس آیندها) نشریه مدیریت ورزشی- (۰) ,
- عزیزی، جلال، بهرامی، شهاب، راسخ، نازنین و اسمعیلی، محسن. (۱۴۰۰). طراحی مدل بهبود مدیریت جهادی بر پایه رهنمود های رهبر انقلاب در ورزش کشور با رویکرد طرح های آمیخته نشریه مدیریت ورزشی- (۰) ,
- میرجلیلی، مهدی، امامی، فرشاد و معصومی، حسن. (۱۴۰۱). طراحی الگوی توسعه ورزش در نظام جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب. پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. ۱۸۰-۱۶۳, 14(۲) ,
- مظفری، محمد مهدی؛ محمدی، بهنام. (۱۳۹۵). مؤلفه های مدیریت جهادی در سازمان جهادی، دومین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران، قم، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی.
- میرمرادی، عیسی؛ آذرشب، معصومه. (۱۳۹۳). مدیریت جهادی از منظر مدیریت اسلامی و ضرورت بررسی آن، سومین همایش ملی سالیانه علوم مدیریت نوین، گرگان، انجمن علمی و حرفه ای مدیران و حسابداران گلستان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول.
- نوربخش، مه.، شجاعی، م.، محمدزاده، ف.، محمودی، س. (۱۳۸۹). بررسی عملکرد رؤسای هیأت های ورزشی بانوان استان تهران و رابطه آن با اثر بخشی از دیدگاه کارکنان، مربیان، داوران و ورزشکاران، فصلنامه علوم ورزش، ۲۳-۲۴, ۲(۳).
- Agarwal, U. (۲۰۱۴). Linking Justice, Trust and Innovative Work Behaviour to Work Engagement. Personnel Review, ۴۳(۱), ۴۱-۷۳.
- Ambrose, M. L., & Schminke, M. (۲۰۰۳). Organization Structure as a Moderator of the Relationship between Procedural Justice, Interactional Justice Perceived Organizational Support, and Supervisory Trust. Journal of Applied Psychology, ۸۸(۲), ۲۹۵-۳۰۵.
- Alsharari, N. M. (۲۰۲۴). The interplay of strategic management accounting, business strategy and organizational change: as influenced by a configurational theory. Journal of Accounting & Organizational Change, ۲۰(۱), ۱۵۳-۱۷۶.
- Akbarovna, N. N. (۲۰۲۴). STRATEGIC MANAGEMENT METHODS IN AN INNOVATIVE ECONOMY. MODERN EDUCATIONAL SYSTEM AND INNOVATIVE TEACHING SOLUTIONS, ۱(۳), ۴۰۷-۴۱۲.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (۲۰۰۷). The Job Demands-Resources Model: State of the Art. Journal of Managerial Psychology, ۲۲(۳), ۳۰۹-۳۲۸. Bakker, A. B., & Demerouti, E. (۲۰۰۸). Towards a Model of Work Engagement. Career Development International, ۱۳(۳), ۲۰۹-۲۲۳.
- Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (۲۰۰۸). Work Engagement: An Emerging Concept in Occupational Health Psychology. Work & Stress, ۲۲(۳),
- Barmola, K. C. (۲۰۱۶). Spirituality and Motivation of College Students. The International Journal of Indian Psychology, ۳(۲), ۸۴-۸۸.

- Benn, S., Teo, S. T., & Martin, A. (୨୦୧୦). Employee Participation and Engagement in Working for the Environment. *Personnel Review*, ୪୪(୧), ୧୧୨-୧୨୧.
- Dottori, M., Sévigny, A., & O'Reilly, N. (୨୦୧୫). Sport public relations: An evolution from media relations to digital image management through co-creational strategy. *Social media in sport*, ୧୨୨-୧୨୫.
- Fahlén, J., & Stenling, C. (୨୦୧୭). (Re) conceptualizing institutional change in sport management contexts: the unintended consequences of sport organizations' everyday organizational life. *European Sport Management Quarterly*, ୧୭(୨), ୨୧୦-୨୮୦.
- Frawley, S., Favaloro, D., & Schlenker, N. (୨୦୧୮). Experience-based leadership development and professional sport organizations. *Journal of Sport Management*, ୩୨(୨), ୧୨୩-୧୩୫.
- George, B., Worth, M. J., Pandey, S., & Pandey, S. K. (୨୦୧୫). Strategic management of social responsibilities: a mixed methods study of US universities. *Public Money & Management*, ୫୫(୧), ୧୦-୨୦.
- Garmamo, M. G., Haddera, T. A., Tola, Z. B., & Jaleta, M. E. (୨୦୧୫). The Relationship Between Strategic Management, Organizational Structure, and Good Governance in Sport in Selected Ethiopian Olympic Sports Federations. *Journal of Global Sport Management*, ୧-୨୨.
- Hakimovich, T. M. (୨୦୧୫). The System Of Key Performance Indicators As A Tool Improvements Management Of The Organization. *Gospodarka i Innowacje*, ୧୨, ୩୦୩-୩୦୮.
- Heslin, P. A. (୨୦୧୦). Mindsets and Employee Engagement: Theoretical Linkages and Practical Interventions. *Handbook of Employee Engagement: Perspectives, issues, Research and Practice*, ୨୧୮.
- Janićijević, N. (୨୦୧୩). The Mutual Impact of Organizational Culture and Structure. *Economic Annals*, ୦୮(୧୭୮), ୩୦-୬୦.
- Král, P., & Cuskelly, G. (୨୦୧୮). A model of transparency: determinants and implications of transparency for national sport organizations. *European Sport Management Quarterly*, ୧୮(୨), ୨୩୨-୨୬୨.
- Kuoppala, J., Lamminpää, A., Liira, J., & Vainio, H. (୨୦୦୮). Leadership, Job WellBeing, and Health Effects—A Systematic Review and a Meta-Analysis. *Journal of Occupational Environmental Medicine*, ୦୦(୮), ୧୦୫-୧୧୦.
- Lee, C., Kang, H.-g., & Seok, W. (୨୦୧୮). How Does Organizational Structure Affect Executive Compensation? *Applied Economics Letters*, ୨୦(୬), ୫୦୦-୫୦୮.
- Masson, R. C., Royal, M. A., Agnew, T. G., & Fine, S. (୨୦୦୮). Leveraging Employee Engagement: The Practical Implications. *Industrial and Organizational Psychology*, ୧(୧), ୦୧-୦୭.
- Meyer, J., & Allen, N. (୧୯୧୨). *Commitment in the Workplace* Thousand Oaks: Sage Publications.
- Millar, P., & Doherty, A. (୨୦୧୬). Capacity building in nonprofit sport organizations: Development of a process model. *Sport management review*, ୧୭(୫), ୩୧୦-୩୨୨.
- Nimon, K., Shuck, B., & Zigarmi, D. (୨୦୧୬). Construct Overlap between Employee Engagement and Job Satisfaction: A Function of Semantic Equivalence? *Journal of Happiness Studies*, ୧୭(୩), ୧୧୨୧-୧୧୨୮.
- Nite, C., & Nauright, J. (୨୦୧୭). Examining institutional work that perpetuates abuse in sport organizations. *Sport Management Review*.
- Raza, M. Y., Akhtar, M. W., Husnain, M., & Akhtar, M. S. (୨୦୧୦). The Impact of Intrinsic Motivation on Employee's Job Satisfaction. *Management and Organizational Studies*, ୨(୩), ୮୦-୮୮.
- Ruyle, K., Eichinger, R., & DeMeuse, K. (୨୦୦୭). *FYI for Talent Engagement: Drivers of Best Practice for Managers and Business Leaders*. Minneapolis, MN: Korn/Ferry International.

- Soane, E., Truss, C., Alfes, K., Shantz, A., Rees, C., & Gatenby, M. (२०१२). Development and Application of a New Measure of Employee Engagement: The ISA Engagement Scale. Human Resource Development International, १०(०), ०२१-०३१.
- Spagnoli, P., & Caetano, A. (२०१२). Personality and Organisational Commitment: The Mediating Role of Job Satisfaction during Socialisation. Career Development International, ११(३), २००-२१०.
- Zenoff, D. B. (२०१३). The Soul of the Organization: How to Ignite Employee Engagement and Productivity at Every Level: Apress.