

بررسی رابطه بین ارتباطات با رویکرد سیاسی و اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران)

* سید رضا موسوی بیوکی^۱، سیده طاهره موسوی راد^۲، ابوالفضل فراهانی^۳

۱. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۳. استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

تاریخ پذیرش: (۱۳۹۸/۱۰/۱۲)

تاریخ دریافت: (۱۳۹۸/۰۸/۲۱)

Investigating the Relationship between Communication and Political Approach and Effectiveness of Football Club Managers (Tehran)

*Seyed Reza Mousavi Biouki¹, Seyedeh Tahereh Mousavi Rad², Abolfazl Farahani³

1. MSc. Department of Sport Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Sport Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

3. Professor, Department of Sport Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Received: (2019/11/12)

Accepted: (2010/01/02)

چکیده

Abstract

This article was conducted to examine the relationship between communication and the political approach and effectiveness of football club managers (Tehran). The study statistical population included the managers of the clubs in the national league competitions with the priority of the Tehran teams in these competitions as well as managers of teams attending in the Asian Vision competitions, Tehran Football's First and Second Divisions (N = 360). Using Cochran formula, 186 subjects were selected randomly. Two standard questionnaires were used to achieve the research objectives, including political communication questionnaire (researcher-made, 1998) and managers effectiveness questionnaire (Talgott Parsons, 1969). The validity of both questionnaires was confirmed by 10 experts and their reliability was calculated in a pilot study with 30 subjects and by Cronbach's alpha as follows: Political communication (0.703) & Effectiveness (0.845). For data analysis, we used statistical inferential and descriptive methods such as Kolmogorov-Smirnov test, one-sample t-test, Pearson correlation coefficient test, and multivariate linear regression. The results showed that political communication has a positive and significant relationship with effectiveness. Also, political communication has the ability to predict the managers' effectiveness variable. Moreover, the state of political communication is above average; the effectiveness level is also above average and desirable. It is suggested that football clubs' managers try to use their political ties intelligently, which in turn adds to the effectiveness of managers.

Keywords: Political Communication, Managers Effectiveness, Football Clubs.

هدف از پژوهش حاضر مطالعه بررسی رابطه بین ارتباطات با رویکرد سیاسی و اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) است. جامعه آماری در این پژوهش مدیران باشگاه‌های حاضر در مسابقات لیگ‌های کشور با اولویت تیم‌های تهرانی حاضر در این مسابقات و همچنین مدیران تیم‌های حاضر در مسابقات آسیا ویزن، دسته اول و دوم تهران (N=۳۶۰) با استفاده از فرمول کوکران ۱۸۶ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. برای دستیابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه‌های استاندارد، ارتباطات سیاسی (محقق ساخته، ۱۳۹۸) و پرسشنامه اثربخشی مدیران (تالگوت پارسونز، ۱۹۶۹) که روایی هر دو پرسشنامه توسط ۱۰ نفر از متخصصان تأیید و پایایی آن‌ها در یک مطالعه مقدماتی با ۳۰ آزمودنی و با آلفای کرونباخ به ترتیب ارتباطات سیاسی (۰/۷۰۳)، اثربخشی (۰/۸۴۵) محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی از جمله کلموگروف اسمیرنوف، t تک نمونه‌ای، آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چند متغیره استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد ارتباطات سیاسی با اثربخشی رابطه مثبت و معنی‌داری دارد و همچنین ارتباطات سیاسی توانایی پیش‌بینی از متغیر اثربخشی مدیران دارا است همچنین وضعیت ارتباطات سیاسی بیش از حد متوسط و اثربخشی بیشتر از حد متوسط و در حد مطلوبی قرار دارد و پیشنهاد می‌شود، مدیران باشگاه‌های فوتبال تلاش کنند ارتباطات سیاسی خود را با هوشمندی به کار بگیرند این خود بر اثربخشی مدیران می‌افزاید.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات سیاسی، اثربخشی مدیران، باشگاه‌های فوتبال.

*Corresponding Author: Syed Reza Mousavi Biouki

E-mail: srmb.msc@gmail.com

*نویسنده مسئول: سید رضا موسوی بیوکی

پست الکترونیک: srmb.msc@gmail.com

مقدمه

ورزش یک فعالیت جسمانی ساختارمند و دارای هدف است که طبق قوانین مشخص اجرا می‌شود (رضوان فرد و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۲). ورزش نقش بسیار مهمی در سلامت روح جسم و زندگی فردی و اجتماعی افراد دارد. ورزش یکی از ارکان اصلی زندگی است. ورزش و اهمیت آن چیزی است که بر کمتر کسی پوشیده مانده است بشر همواره به سلامتی و جاودانگی می‌اندیشد. لذا سعی بر آن دارد تا تن و روان خود را ورزیده کند که این مهم جز با ورزش میسر نمی‌شود. فوتبال یکی از پرطرفدارترین و محبوب‌ترین ورزش‌ها در عرصه بین‌المللی است تا جایی که بسیاری از کشورها آن را از ورزش‌های ملی خود محسوب می‌کنند (الهی و دیگران، ۱۳۸۵: ۱۲). تمایل به این رشته ورزشی، با گذشت زمان بیشتر می‌شود و موجب تغییرات زیادی در آن شده است تا جایی که فوتبال حرفه‌ای در مهر و موم‌های اخیر قابل قیاس با دوران گذشته نیست (خبیری، ۱۳۸۹: ۱۲). بدیهی است توسعه این باشگاه‌ها، به‌طور مستقیم از دو جنبه تجاری و ورزشی، بر توسعه فوتبال تأثیر خواهد داشت برای اینکه باشگاه‌های فوتبال بتوانند نقش تأثیرگذاری‌شان را در جامعه را به‌خوبی ایفا کنند باید به بهترین نحو مدیریت شوند (رضاییان، ۱۳۷۷: ۱۳). از این رو، تغییر فضای تجاری و تحول بازاریابی از طریق مدیریت ارتباط با مشتری به‌منظور افزایش رضایت‌مندی و وفادار مشتریان اماکن ورزشی امری ضروری است (محرّم‌زاده و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۸) مدیران با ارتباطات سیاسی توسعه‌یافته‌تر مدیران موثقت‌تری شناخته می‌شوند در ادبیات موجود مستند شده است که ارتباطات سیاسی از طریق دسترسی آسان به منابع خارجی و قراردادهای مبتنی بر روابط، منابع ارزشمندی برای شرکت فراهم می‌کند و بر تصمیم‌های سرمایه‌گذاری اثر می‌گذارد (کلاسنس، فیجن و لاون، ۲۰۰۸؛ هوستن جیانگ، لین و ما؛ پیوتروسکی و ژانگ، ۲۰۱۴) از سویی، ارتباطات سیاسی می‌تواند به کاهش مشکلات ناشی از محدودیت‌های مالی کمک کند و سرمایه لازم را برای فعالیت‌های سرمایه‌گذاری شرکت فراهم کند. با وجود این دسترسی به سرمایه خارجی، زیاد از طریق ارتباطات سیاسی، شرکت را به سرمایه‌گذاری‌های پایین‌تر از حد بهینه تشویق می‌کند. از سوی دیگر، ارتباطات سیاسی ممکن است با مداخله

شدید دولت و انحراف از اهداف نهایی شرکت همراه باشد. بنابراین، برای دستیابی به اهداف اجتماعی یا سیاسی که دولت آن‌ها علاقه دارد، مدیران ارشد سازمان‌ها مجبور می‌شوند در پروژه‌های غیرسودآور سرمایه‌گذاری کنند؛ پروژه‌هایی که از لحاظ سیاسی مطلوب است ولی موجب ناکارایی سرمایه‌گذاری و عملکرد ضعیف سازمان می‌شود (پن و تیان، ۲۰۱۷). بدین ترتیب سازمان‌های دارای روابط سیاسی دلیل نادیده گرفتن ارزش سازمان، عملکرد پایینی خواهند داشت. از این رو، تأثیر ارتباطات سیاسی بر فرایند سرمایه‌گذاری سازمان متفاوت بوده به تحقیقات بیشتر نیاز دارد.

ارتباطات سیاسی با چهار بعد سیاسی خود به‌عنوان کاتالیزور برای افزایش ارتباطات عمل می‌کند. ارتباطات سیاسی شامل چهار بعد است که شامل: خلوص نیت ظاهری، زیرکی اجتماعی، تأثیرات بین فردی، توانایی شبکه‌سازی (توانایی برقراری روابط با دیگران) است. ارتباطات سیاسی برداشتهای مثبت و واکنش‌های رفتاری در دیگران ایجاد می‌کند که ممکن است قضاوت‌های ذهنی افراد در موفقیت شغلی خود مانند رضایت شغلی و حرفه‌ای را افزایش دهد (السی و دیگران، ۲۰۰۹: ۱۴). به عبارت ساده‌تر، هدف افراد از انجام این رفتار یافتن راهی انحصاری جهت اعمال نفوذ در توزیع مزایا و کاستی‌های درون سازمان است. آنچه مورد توجه بسیاری از اندیشمندان در حوزه ارتباطات سازمانی قرار دارد، این است که ارتباطات سیاسی نه تنها به‌گونه‌ای ذاتی منفی نیست بلکه می‌تواند برای اعضای یک سازمان یا خود سازمان نیز مفید باشد (صمد بهزاد، ۱۳۹۲: ۱۵).

محققان زیادی در این زمینه به پژوهش پرداختند از جمله ترک‌زاده و دیگران (۱۳۹۷) در پژوهشی پیش‌بینی شیوع رفتارهای سیاسی در جوه‌های سازمانی و همچنین خدامیان (۱۳۹۶) ارتباط هوش سیاسی و رفتار سیاسی با عملکرد کارکنان روزنامه‌های ورزشی، باغ خواستی و همکاران (۱۳۹۵) بررسی رابطه بین منابع قدرت مدیران با رفتار سیاسی کارکنان، اکبرزاده (۱۳۹۵) رابطه بین سبک‌های رهبری با اثربخشی باشگاه‌های فوتبال شهر تبریز پرداخته و همچنین پژوهشگران دیگری چون، کیمورا^۵ و دیگران (۲۰۱۸) ترویج سیاست‌های سازمانی و ایجاد انگیزه در اجرای پیش‌بینی

3. Pan & Tian
4. Alakse & et al
5. Kimuraa

1. Claessens, Feijen, & Laeven
2. Piotroski & Zhang

سیاسی نشان‌دهنده یک مهارت مرتبط با رفتار درونی سازمانی است، این مطالعه به بررسی دیدگاه سنتی در ادبیات مربوط به رفتار فروش که تنها بر روی تعامل مبتنی بر مشتری متمرکز است، تکمیل می‌شود. با مطرح‌شدن ورزش و فعالیت‌های بدنی به‌عنوان یک نیاز در جوامع امروزی و آشکار شدن هرچه بیشتر تأثیرات ورزش بر بهداشت و سلامت جسمی، روانی و اجتماعی افراد جامعه از یک‌طرف و توسعه و گسترش سازمان‌های ورزشی از طرف دیگر، توجه به اثربخشی و کارایی فدراسیون‌ها، سازمان‌ها و هیئت‌های ورزشی را امری بدیهی و اجتناب‌ناپذیر کرده است. با توجه به اینکه هم‌اکنون موضوع رابطه ارتباطات سیاسی با اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال به‌عنوان یک نیاز شناخته می‌شود و موضوع جدیدی است و همچنین به دلیل کمبود پژوهش‌های صورت گرفته در رابطه با مدیران باشگاه‌های فوتبال، این موضوع نیازمند بحث بیشتری است. تا از یک‌طرف مدیران ورزشی با مقوله ارتباطات سیاسی آشنا باشند و هم بتوانند اثربخشی خوبی را با توجه به ابعاد ارتباطات سیاسی بهبود بخشند.

یافته‌های پژوهش حاضر می‌تواند در راهکارهای جدیدی برای ارتقای اثربخشی مدیران ورزشی به‌ویژه مدیران ورزشی باشگاه‌های فوتبال کل کشور در تمامی رده سنی از طریق ارتقای ارتباطات سیاسی و اثربخشی ارائه کند. نتایج این پژوهش می‌تواند مورد توجه فدراسیون فوتبال، ادارات ورزش و جوانان، هیئت‌های ورزشی، باشگاه‌ها و سایر مدیران سازمان‌ها قرار گیرد. مدیران ورزشی علاوه بر استفاده از روش‌های رهبری و مدیریتی اثربخش از یک سری شیوه‌های مناسب در غالب ارتباطات سیاسی برای اتخاذ تصمیمات در سازمان استفاده کنند تا منجر به پیشرفت سازمان شوند. مدیران باشگاه‌ها نباید فقط بازگوکننده بخشنامه‌ها، مجری آیین‌نامه‌ها و ناظر بر اجرای برنامه باشند بلکه وظیفه مهم او هدایت امور آموزشی در راستای توسعه مهارت‌های یادگیری و عملکرد ورزشکاران در جامعه است. در این پژوهش شناسایی رابطه میان ارتباطات با رویکرد سیاسی با اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال مورد توجه است. مدیران باشگاه‌های فوتبال نیز که از مدیران ورزشی می‌باشند باید از این روش‌های مدیریتی استفاده کنند و با توجه به مطالب گفته شده در مورد ارتباطات سیاسی مدیران و اثربخشی سؤال اصلی این پژوهش این است که آیا ارتباطات با رویکرد سیاسی رابطه معنی‌داری با اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال استان تهران دارد؟

فروش تطبیقی، سوفیان برهان^۱ (۲۰۱۷) هوش سیاسی زیرساخت نوآوری کارآفرینی، پرداخته‌اند. پژوهش‌های فوق‌الذکر و پژوهش‌هایی دیگر به موضوعاتی نظیر بررسی رابطه میان شخصیت، ارتباطات سیاسی سازمانی و عملکرد تیمی ادراک شده در زمینه ورزش در سازمان‌های نظامی و تاکنون پژوهشی مستقلی در داخل و خارج از کشور در بررسی رابطه بین ارتباطات با رویکرد سیاسی اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) انجام نشده است. ترک‌زاده و دیگران (۱۳۹۷: ۸۳) پیش‌بینی شیوع رفتارهای سیاسی در جوسازمانی. نتایج نشان می‌دهد میان شیوع انواع جوسازمانی و میزان شیوع رفتارهای سیاسی سازمانی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. از دیدگاه کارمندان، جو داخلی و منطقی به‌طور مثبت و معنی‌داری رفتارهای سیاسی سازمانی (بازی‌های سیاسی، بازی‌های قدرت و تاکتیک‌های سیاسی) را پیش‌بینی می‌کند. جو گروهی نیز به‌گونه‌ای مثبت و معنی‌دار، بازی‌های سیاسی و تاکتیک‌های سیاسی را و به‌طور منفی و معنی‌دار، بازی‌های قدرت را پیش‌بینی می‌کند. جو توسعه‌ای، هیچ‌یک از رفتارهای سیاسی سازمانی را به‌طور معنی‌دار پیش‌بینی نمی‌کند.

خداامیان (۱۳۹۶: ۸۳) ارتباط هوش سیاسی و رفتار سیاسی با عملکرد کارکنان روزنامه‌های ورزشی. نتایج پژوهش نشان داد که بین هوش سیاسی و عملکرد کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد و بین هوش سیاسی و رفتار سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتایج همچنین نشان داد که بین رفتار سیاسی و عملکرد کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. بخشعلی‌پور و دیگران (۱۳۹۶) بررسی تأثیر به‌کارگیری شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات با مؤلفه‌های مهارت‌های ارتباطی (مطالعه موردی در دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه پیام نور استان گیلان) نتایج داده‌های آماری نشان داد که میزان دسترسی و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در پسران بالاتر از دختران، اما میزان مهارت‌های ارتباطی در دختران بالاتر از پسران است.

کیمورا و دیگران، (۲۰۱۸: ۸۸) ترویج سیاست‌های سازمانی و ایجاد انگیزه در اجرای پیش‌بینی فروش تطبیقی. نتایج نشان داد رفتار فروش توافقی از عملکرد فروش بالاتر است زمانی که هر دو مهارت سیاسی و انگیزه ذاتی بالا هستند. مهارت

روش پژوهش

پژوهش حاضر در حیطه پژوهش‌های توصیفی و از نوع همبستگی است که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری در این پژوهش مدیران باشگاه‌های حاضر در مسابقات لیگ‌های (برتر، دسته اول، دوم، سوم) کشور با اولویت تیم‌های تهرانی حاضر در این مسابقات و همچنین مدیران تیم‌های حاضر در مسابقات آسیا وژن، دسته اول و دوم تهران است باشگاه‌های تهرانی که تیم‌هایشان در لیگ‌های مختلف حضور دارند، ۷۲ باشگاه فوتبال است که با در نظر گرفتن کلیه مدیران این باشگاه‌ها جامعه آماری ($N=360$) نفر است. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده دلیل انتخاب این روش این است که تمامی مدیران باشگاه‌های فوتبال استان تهران شانس یکسان و برابری برای انتخاب شدن به‌عنوان عضوی از نمونه را دارند. در این پژوهش حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۱۸۶ نفر از مدیران باشگاه‌های فوتبال استان تهران انتخاب گردیدند. برای دستیابی به اهداف پژوهش از دو پرسشنامه ارتباطات سیاسی محقق‌ساخته شامل ۲۱ سؤال و در برگیرنده شش مؤلفه اصلی و اثربخشی مدیران پرسشنامه تالگوت پارسونز، (۱۹۶۹) شامل ۲۸ سؤال و در برگیرنده چهار مؤلفه اصلی ضمناً گویه‌ها براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت است. برای روایی پرسشنامه به تأیید ۱۰ نفر از استادان در حوزه مدیریت ورزشی رسید همچنین پایایی این پرسشنامه‌ها در یک آزمون مقدماتی با ۳۰ آزمودنی به ترتیب با آلفای کرونباخ ارتباطات سیاسی (۰/۷۰۳)، اثربخشی

(۰/۸۴۵) مشخص گردید.

جدول ۱. آلفای کرونباخ پرسشنامه

عامل	آلفای کرونباخ
ارتباطات سیاسی	۰/۷۰۳
اثربخشی مدیران	۰/۸۴۵

در این پژوهش به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده ابتدا از آمار توصیفی که به بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی پژوهش از جمله جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه خدمت استفاده می‌شود و از آزمون کلموگراف اسمیرنوف، آزمون تی تک نمونه‌ای، پیرسان و رگرسیون خطی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد و داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS20 تجزیه و تحلیل قرار خواهند گرفتند.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش نشان داد ویژگی پاسخ‌دهندگان براساس سن ۵۷/۹ درصد بین ۳۰ تا ۵۰ سال بیشترین درصد و ۱۱ درصد از پاسخ‌دهندگان بالاتر از ۵۰ سال کمترین درصد از نظر سن داشتند.

جدول ۲. توزیع فراوانی مربوط به سن پاسخ‌دهندگان

گروه سنی	فراوانی	درصد فراوانی
کمتر از ۳۰ سال	۵۹	۳۱/۱
۳۰ تا ۵۰ سال	۱۱۰	۵۷/۹
۵۰ به بالا	۱۷	۱۱
مجموع	۱۸۶	۱۰۰

برحسب جنسیت ۹۹ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و یک درصد زن هستند که بیشترین درصد با مردان بوده است.

جدول ۳. توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ‌دهندگان

گروه سنی	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۱۸۴	۹۹
زن	۲	۱
مجموع	۱۸۶	۱۰۰

برحسب تحصیلات ۱۷/۹ درصد دیپلم و فوق‌دیپلم که کمترین درصد و ۵۸/۴ درصد لیسانس بیشترین درصد داشته‌اند.

جدول ۴. توزیع فراوانی مربوط به میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
دیپلم و کاردانی	۳۳	۱۷/۹
کارشناسی	۱۰۸	۵۸/۴
کارشناسی ارشد	۴۵	۲۳/۷
مجموع	۱۸۶	۱۰۰

براساس سابقه خدمت، ۵۶/۳ درصد پاسخ‌دهندگان بین ۵ تا ۱۰ خدمت کمترین درصد داشتند. سال بیشترین درصد و ۳/۱ درصد بیشتر از ۲۰ سال سابقه

جدول ۵. توزیع فراوانی مربوط به سابقه خدمت

سابقه تعامل	فراوانی	درصد فراوانی
۵ تا ۱۰ سال	۱۱۱	۵۶/۳
۱۱ تا ۱۵ سال	۵۵	۳۲/۴
۱۶ تا ۲۰ سال	۱۴	۸/۲
۲۰ سال به بالا	۶	۳/۱
مجموع	۱۸۶	۱۰۰

با توجه به نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف، همان‌گونه که در جدول شش مشاهده می‌شود، تمام توزیع‌ها از لحاظ آماری نرمال بوده ($P \geq 0/05$) و از آزمون پارامتریک استفاده می‌شود.

جدول ۶. آماره جدول‌های آزمون کولموگروف اسمیرنوف جهت طبیعی بودن توزیع داده‌ها

شاخص	میانگین	انحراف استاندارد	Z	Sig
ارتباطات سیاسی	۴/۲۳۱	۰/۵۱۲	۰/۶۹۱	۰/۵۰۶
اثربخشی	۴/۳۰۶	۰/۶۳۲	۱/۱۰۲	۰/۵۶۲

با توجه به جدول هفت نتایج آزمون پیرسان درخصوص رابطه بین ارتباطات با رویکرد سیاسی با اثربخشی مدیران رابطه معنی‌داری ($I = 0/507$) وجود دارد توجه به این نتیجه می‌توان گفت اگر ارتباطات سیاسی مدیران باشگاه‌های فوتبال افزایش یابد اثربخشی نیز افزایش می‌یابد. ارتباطات سیاسی می‌تواند اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) را پیش‌بینی کند.

جدول ۷. نتایج آزمون پیرسون در خصوص رابطه بین ارتباطات با رویکرد سیاسی با اثربخشی مدیران

نتیجه	sig	R	متغیرها
بین ارتباطات با رویکرد سیاسی با اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) ارتباط معنی‌داری وجود دارد.	۰/۰۰۱	۰/۵۰۷	

که ۵۲ درصد پیش‌بینی اثربخشی مدیران براساس ارتباطات سیاسی مدیران مربوط می‌شود. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد، لذا، از ضریب تعیین تعدیل شده برای این

مطابق با نتایج جدول هشت در خصوص همبستگی بین متغیرهای پیش‌بین و متغیر وابسته برابر با ۰/۷۱۶ است. ضریب تعیین ۰/۵۲۶ به دست آمده و این مقدار نشان می‌دهد

منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر با ۵۶ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگ‌تر است در نتیجه استقلال

باقیمانده‌ها را نتیجه می‌گیریم. با توجه به شاخص‌هایی که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۸. آزمون رگرسیون جهت پیش‌بینی اثربخشی مدیران براساس ارتباطات سیاسی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران)

Model	ضریب تعیین ضریب همبستگی	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	دوربین واتسون
۱	۰/۷۱۶	۰/۵۲۶	۰/۴۲۲۵۲	۲/۱۲۴

a. پیش‌بینی‌کنندگان: ارتباطات سیاسی

b. متغیر وابسته: اثربخشی

با توجه به جدول حدول نه سطح معنی‌داری محاسبه شده برای این آماره برابر ۰/۰۵ بوده و نشان از معنی‌دار بودن رگرسیون در سطح ۹۹٪ دارد. فرض نرمال بودن داده‌ها تأیید شده است. بنابراین، مدل رگرسیونی خطی برآورد شده موردقبول است و متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون است.

جدول ۹. معنی‌دار بودن رگرسیون به وسیله آزمون F

مدل	مجموع مربعات	درجات آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	Sig.
رگرسیون	۱۱/۱۵۶	۲	۵/۲۱۵	۲۲/۶۶۱	۰/۰۵
باقیمانده	۴۰/۳۶۰	۱۸۳	۰/۲۲۳		
کل	۵۱/۵۱۶	۱۸۵			

a. پیش‌بینی‌کنندگان: ارتباطات سیاسی

b. متغیر وابسته: اثربخشی

می‌توان گفت با ارتقای یک واحد از متغیرهای مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقا پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد ارتباطات سیاسی (۰/۷۱۲) یک واحد انحراف معیار اثربخشی پیش‌بینی خواهد کرد، در نتیجه ارتباط مثبت دارند.

مطابق جدول ده معادله رگرسیونی را می‌توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح زیر محاسبه کرد:

$$Y = a + bx$$

$$+ \beta \text{ ارتباطات سیاسی} = ۲/۳۴۸ + (۰/۷۱۲x) = \text{اثربخشی}$$

جدول ۱۰. محاسبه معادله رگرسیون دو متغیر

مدل	ضریب استاندارد شده	ضریب غیر استاندارد	T	Sig.
B	Beta	Std. Error		
مقدار ثابت	۲/۳۴۸	۰/۳۸۴	۵/۰۵۳	۰/۰۰۱
ارتباطات سیاسی	۰/۷۱۲	۰/۰۸۲	۷/۰۲۰	۰/۰۰۱

a. پیش‌بینی‌کنندگان: ارتباطات سیاسی

b. متغیر وابسته: اثربخشی

نتیجه گرفت که ارتباطات سیاسی مدیران باشگاه‌های فوتبال بیشتر از حد متوسط و در سطح مطلوبی قرار دارد و مقدار t محاسبه شده برای اثربخشی مثبت است، بین میانگین امتیاز اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال و مقدار آزمون از نظر آماری تفاوت معنی‌داری

همچنین با توجه به نتایج جدول یازده که $(P \leq ۰/۰۵)$ و مقدار t محاسبه شده برای ارتباطات سیاسی مثبت است، بین میانگین امتیاز ارتباطات سیاسی مدیران باشگاه‌های فوتبال و مقدار آزمون از نظر آماری تفاوت معنی‌داری وجود دارد. لذا، با اطمینان ۹۵٪ می‌توان

وجود دارد. لذا، با اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال بیشتر از حد متوسط و در سطح مطلوبی قرار دارد.

جدول ۱۱. نتایج آزمون تی تک گروهی بررسی وضعیت ارتباطات سیاسی و اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران)

معنی‌داری	میانگین	انحراف معیار	میانگین	Z	تفاوت میانگین	سطح معنی‌داری	درجه آزادی	t	مختبر	مطلوب	معنی‌داری
۰/۰۳۹۸۹	۰/۳۰۷۱۶	۰/۳۰۷۱۶	۳/۵۰۰۷	۱۸۶	۰/۵۱۶۷۹	۰/۰۵	۱۸۵	۸/۳۱۵	ارتباطات سیاسی	مطلوب	معنی‌داری
۰/۱۳۰۴۶	۰/۵۶۲۸۱	۰/۵۶۲۸۱	۳/۴۹۱۵	۱۸۶	۰/۴۶۱۱۸	۰/۰۵	۱۸۵	۸/۳۵۸	اثربخشی	مطلوب	معنی‌داری

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه بین ارتباطات با رویکرد سیاسی با اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) است. نتایج پژوهش نشان داد بین ارتباطات سیاسی با اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) ارتباط معنی‌داری وجود دارد. آزمون پیرسان در خصوص رابطه بین ارتباطات سیاسی با اثربخشی مدیران رابطه معنی‌داری ($r = 0/507, P \leq 0/05$) وجود دارد. نتایج تحقیقات رضایی (۱۳۹۵)، جلالی و همکاران (۱۳۹۵) با نتایج پژوهش حاضر همسو است. پژوهشی ناهمسو با این پژوهش یافت نگردد. نتایج این پژوهش حاکی از آن داشت که ارتباطات سیاسی در سازمان‌ها وجود دارد و سازمان‌ها باید از این ارتباطات در جهت افزایش بهره‌وری سازمان استفاده و آن را مدیریت کنند.

نتایج پژوهش نشان داد ارتباطات سیاسی می‌تواند اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) را پیش‌بینی کند. همبستگی بین متغیرهای پیش‌بین و متغیر وابسته برابر با ۰/۷۱۶ است. ضریب تعیین ۰/۵۲۶ به دست آمده و این مقدار نشان می‌دهد که ۵۲ درصد پیش‌بینی اثربخشی مدیران براساس ارتباطات سیاسی مدیران مربوط می‌شود. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد. لذا، از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر با ۵۶ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگ‌تر است در نتیجه استقلال باقیمانده‌ها را نتیجه می‌گیریم. با توجه به شاخص‌هایی که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است. نتایج تحقیقات کیمورا و دیگران (۲۰۱۸)، بیکل و دیگران (۲۰۱۰)،

بهرنگی و طباطبایی (۱۳۸۸)، حسینی و افشار (۱۳۹۰)، شعبانی و دیگران، (۱۳۹۱)، هنزوه و دیگران (۱۳۹۴) هم‌راستا است پژوهشی که هم‌راستا با این پژوهش نباشد یافت نگردد.

نتایج پژوهش نشان داد وضعیت ارتباطات سیاسی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) بیشتر از حد متوسط و در سطح مطلوبی قرار دارد؛ که نتایج تحقیقات کشاورز و دیگران (۱۳۹۵)، بیک‌زاده و دیگران (۱۳۹۲)، فانی و دیگران (۱۳۹۳)، بیل با دیگران (۲۰۱۰) همسو است و پژوهشی که ناهمسو با این پژوهش باشد یافت نگردد.

نتایج پژوهش نشان داد وضعیت اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) بیشتر از حد متوسط و در سطح مطلوبی قرار دارد. پژوهشی که اثربخشی مدیران را سنجیده باشد همسو و یا غیرهمسو یافت نگردد. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت که ارتباطات سیاسی در مدیران باشگاه‌های فوتبال ضروری است که این مدیران با اصول علمی مدیریت و سیاست‌آشنایی داشته باشند در حوزه مدیریت رویکردهای مختلفی برای مواجه شدن با موفقیت‌های گوناگون وجود دارد رویکردهای مانند برد - برد، برد - باخت، باخت - برد. در واقع، این نوع رویکرد به‌نوعی بیانگر ارتباطات سیاسی در افراد است باشگاه‌های فوتبال به سبب ارتباط با مربیان، بازیکنان، تماشاگران، حامیان مالی و نیاز دارند که برای بهره‌مندی هرچه بیشتر از تعاملات با آن‌ها از خواسته خود و آن‌ها آشنایی کامل داشته تا بتوانند با اتخاذ یکی از رویکردهای گفته شده با توجه به موقعیت اقتضایی ارتباط مناسب از خود بروز دهند تا در این‌گونه تعاملات مغلوب نشوند و به خواسته‌هایی که منجر به

را تقویت و چرخه رقبا را تضعیف می‌نماید و اثربخشی را افزایش می‌دهد. در جمع بند کلی می‌توان گفت که دست‌یابی به اثربخشی حداکثری مدیران، ابزاری راهبردی برای رسیدن به هدف‌ها و چشم‌انداز است. با توجه به یافته‌های این پژوهش اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال (تهران) برای دست‌یابی به اهداف سازمانی خود باید برای نهادینه کردن گزاره‌های اخلاق کاری کارکنان خود توجه لازم را مبذول دارد و از بین دو مؤلفه تأثیرگذار، به‌طور اخص به مسئله ایجاد دل‌بستگی و علاقه کاری را علت ضریب رگرسیون بالایی آن در جهت اعتلای اثربخشی مدیران خود مورد توجه قرار دهد. با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهاد می‌گردد مدیران باشگاه‌های فوتبال تلاش کنند ارتباطات سیاسی خود را با هوشمندی به کار بگیرند.

مدیران باشگاه‌های فوتبال تلاش کنند در همایش‌ها، سمینارها، نشست‌های علمی، تخصصی، شرکت کرده و از متخصصان و برگزارکنندگان کلاس‌های ضمن خدمت و توزیع بروشور و کتابچه و سی‌دی‌های اطلاعاتی در رابطه با ارتباطات سیاسی در سطح شهر تهران مبادرت ورزند. برای پرهیز از ارتباطات سیاسی مخرب یعنی جلوگیری از ارتباطات نامشروع سیاسی به نظر می‌رسد سیاست‌های کلان باشگاه می‌تواند چاره‌ساز شود. شایسته‌سالاری، تأکید بر اثربخشی به‌جای موفقیت حاکمیت فرهنگ اخلاقی کسب‌وکار کاهش فاصله قدرت و توزیع شایسته قدرت در بین باشگاه‌های فوتبال عطش مدیران پایین‌دستی به کسب و افزایش قدرت را کاهش می‌دهد. برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود قلمرو این پژوهش ارتباطات سیاسی و اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال تعریف شده است این در حالی است که به نظر می‌رسد بخش بزرگی از این ارتباطات، ناشی از تعامل با ارتباطات سیاسی و اثربخشی در سازمان‌های دولتی است. لذا، مطالعه ارتباطات سیاسی و اثربخشی مدیران دولتی کمک شایان توجهی به توسعه دانش در زمینه ارتباطات سیاسی و اثربخشی خواهد کرد. مدیران مورد مطالعه این پژوهش مدیران نمونه بودند. بررسی مدیران و واحدهای ناموفق نیز می‌تواند بخش دیگری از نیمه‌تاریک ارتباطات سیاسی و اثربخشی را روشن نماید.

توفیق و موفقیت این باشگاه‌های می‌گردد دست یابند. بالابردن سطح ارتباطات سیاسی در مدیران این نهاد ورزشی منجر به این خواهد شد اثربخشی آن‌ها نیز ارتقا پیدا کند از سوی دیگر چنانچه مدیران باشگاه‌های فوتبال از ارتباطات سیاسی بهره‌مند باشند پیش‌بینی مواردی هم چون سرعت دادن به تغییرات موردنیاز برای اثربخشی که در آینده اتفاق می‌افتد مفید خواهد بود. لذا، در این باشگاه‌ها سرعت دادن به تصمیم‌گیری‌های منطقی دور از تصور نخواهد بود. باشگاه‌های فوتبال با فرصت‌ها و تهدیدات گسترده داخلی و بین‌المللی روبرو می‌باشند از این‌رو تضمین و تداوم حیات و بقا باشگاه‌ها نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید است. برای نیل به این هدف، مدیران این باشگاه‌ها بایستی به نقش‌هایی رو بیاورند که متناسب با شرایط متحول محیطی باشد.

بالابردن سطح ارتباطات سیاسی در مدیران این نهاد ورزشی منجر به این خواهد شد اثربخشی آن‌ها نیز ارتقا پیدا کند از سوی دیگر چنانچه مدیران باشگاه‌های فوتبال از ارتباطات سیاسی بهره‌مند باشند پیش‌بینی مواردی هم چون سرعت دادن به تغییرات موردنیاز برای اثربخشی که در آینده اتفاق می‌افتد مفید خواهد بود لذا در این باشگاه‌ها سرعت دادن به تصمیم‌گیری‌های منطقی دور از تصور نخواهد بود. ارتباطات سیاسی در مدیران باشگاه‌های ورزشی سبب می‌گردد تا فرهنگ مناسب و به‌خواست کارکنان اجرا شده و منابع باشگاه به‌خوبی مدیریت گردد و از طرفی این مسئله زمینه را در جهت توسعه تصمیم‌گیری‌ها در باشگاه را متناسب‌تر نماید. از این‌رو، انتظار می‌رود که ارتباطات سیاسی در میان مدیران باشگاه‌های فوتبال به‌واسطه ایجاد شرایط متناسب در باشگاه، به‌خوبی بتواند سبب بهبود و توسعه اثربخشی این باشگاه‌ها گردد. یکی از نتایج رشد و افزایش اثربخشی مدیران باشگاه‌های فوتبال رقابت‌پذیر شدن این باشگاه‌ها در بازار رقابت است به‌منظور تداوم این رقابت‌پذیری مدیریت اثربخش باید با استفاده از ارتباطات سیاسی در راستای افزایش منافع و سود سازمانی، تسلط و کنترل کافی بر شرایط و موقعیت بازار رقابتی را به دست آورده بتواند سهمی از این بازار رقابتی را داشته باشد چرا که مدیریت اثربخش به شکل اصولی و صحیح معیاری است که می‌تواند تصویر واضحی از میزان ارتقای اثربخشی و تداوم آن در بازار رقابت و تأثیر مثبت آن بر توسعه اقتصاد را به دست دهد ارتباطات سیاسی این چرخه‌ها

References

1. Acoustarhands, R. (2008). *Managing the Translation Sporting Organizations*. Alireza Elahi, Esfandiar Khosravizadeh. (Persian)
2. Akbarzadeh, A. (2017). *The Relationship between Leadership Styles and Effectiveness of Tabriz Football Clubs*. Masters Thesis, Physical Education and Sport Sciences with Sport Marketing Management Tendency, Tabriz University Campus. (Persian)
3. Baghi Khokhti, F., & Zamani, F. (2016). Investigating the Relationship between Managers 'Power Sources and Employees' Political Behavior, United. (Persian)
4. Bakhshalipour, V., Khodaparast Sorkhak, S., & Rezaei Soufi, M. (2017) *Sport*. Fifth Year, Series 17, 80-73. (Persian)
5. Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, leisure, sport and tourism network*, 1(1), 1-14.
6. Behrangi, M.R. & Tabatabaei, B. (2009). Investigating the Relationship between Entrepreneurship and Effectiveness of Kerman High School Principals. *New Approach to Educational Management*, 1(3), 89-121. (Persian)
7. Beikzad, J., Alavi Matin, Y. & Seyedian, S. H. (2013). Designing and Explaining the Model of Political Behavior of Employees of Technical and Vocational Faculties of East Azarbaijan Province. *Quantitative Management Studies*, 4(14), 192-172. (Persian)
8. Burhan, N. A. S., Razak, R. C., Salleh, F., & Tovar, M. E. L. (2017). The higher intelligence of the 'creative minority' provides the infrastructure for entrepreneurial innovation. *Intelligence*, 6(5), 93-106.
9. Claessens, S., Feijen, E., & Laeven, L., (2008). Political connections and preferential access to finance: The role of campaign contributions. *Journal of Financial Economics*, 88(3), 554-580.
10. Dahi, A. (1999) *Human Resource Management, Practical Attitude, Second Edition*. Practical University Press. (Persian)
11. Drucker, P. F. (1984). Our entrepreneurial economy. *Harvard business review*, 62(1), 58-64.
12. Elahi, A., Gudarzi, M., & Khabiri, M.d (2006) A Study of the Performance of the Professional Football League of the Islamic Republic of Iran and Comparison with the Professional Football League of Japan. *Journal of Movement*, 27(27), 77-51. (Persian)
13. Elanain, H. M. A. (2010). Testing the direct and indirect relationship between organizational justice and work outcomes in a non-Western context of the UAE. *Journal of Management Development*.
14. Fallahi, V., & Rostami, K. (2014). The Role of Emotional Intelligence in the Effectiveness of Middle School Teacher Narrative. *New Approach to Educational Management*, 3(1), 88-168. (Persian)
15. Ferris, G. R., Rogers, L. M., Blass, F. R., & Hochwarter, W. A. (2009). Interaction of job-limiting pain and political skill on job satisfaction and organizational citizenship behavior. *Journal of Managerial Psychology*, 24(7), 584-60.
16. Gandz, J., & Murray, V. V. (1980). The experience of workplace politics. *Academy of Management journal*, 23(2), 237-251.
17. Haghghi, M. A., & Rahimi Nik, M., Kord Rostami, M., Borhani, B., & Safavi, A. (2004) *Management of Organizational Behavior*. Third Jap, Tehran: Terme Publications (Persian)
18. Hazawa, A., & Rasoolzadeh, A. (2015) The Relationship between Political Intelligence with Entrepreneurship and Productivity in Resistance Economics, *First Conference on Management and Entrepreneurship in Resistance Economics*. (Persian)

19. Hosseini, S. H., & Afshari, M. (2011) Investigating the Relationship between Educational Effectiveness and Entrepreneurship Development in Managers of Hamadan Entrepreneurship Companies. *Urban Management Studies*, 3(8), 15-26. (Persian)
20. Houston, J., Jiang, L., Lin, C., & Ma, Y. (2014). Political connections and the cost of bank loans. *Journal of Accounting Research*, 52(1), 193-243.
21. Jalali, S. K., Salavati, A. (2017) On the Role and Influence of Political Behavior on Organizational Performance, First International Conference and Third National Conference on New Ideas in Management and Economics. (Persian)
22. Keshavarz, L., Farahani, A. Shahrzabz, M. (2016) Regression Analysis of Political Intelligence and Political Behavior of FARS Youth and Sports Board Managers, *Organizational Behavior Management Studies in Sport*, 3(1), 23-30. (Persian)
23. Khabiri, M., & Elahi, A. (2010) Comparison of the status of professional soccer league clubs with UEFA criteria and selected clubs from South Korea, Japan, UAE and Turkey. *Research in Sport Science*, 3(8), 15-34. (Persian)
24. Khamadian, A. (2017) *The Relationship between Political Intelligence and Political Behavior with the Performance of Employees of Sports Newspapers*. Postgraduate Thesis in Sport Management, Payam Noor University of Karaj. (Persian)
25. Kimura, T., Bande, B., & Fernández-Ferrín, P. (2019). The roles of political skill and intrinsic motivation in performance prediction of adaptive selling. *Industrial Marketing Management*, 77, 198-208.
26. Moharramzadeh, M., Pashaie, S., & Hosseini, M. D. (2017) The Impact of Customer Relationship Management on the Satisfaction and Loyalty of Customers Referred to Sporting Places, *Communication Management in Sport Media*, 6(24), 6-67. (Persian)
27. Ngah, R., Salleh, Z., & Sarmidy, R. (2016). Comparative study of emotional intelligence and entrepreneurial orientation between Malaysian and Indonesian University students. *Procedia Economics and Finance*, 37, 100-107.
28. Ohlsson, A., Hedlund, E., & Larsson, G. (2016). Examining the relationship between personality, organizational political skill and perceived team performance in a multinational military staff exercise context. *Journal of Military Studies*, 7(1), 24-30.
29. Pan, X., & Tian, G. G. (2017). Political connections and corporate investments: Evidence from the recent anti-corruption campaign in China. *Journal of Banking and Finance*, In Press.
30. Piotroski, J., & Zhang, T. (2014). Politicians and the IPO decision: The impact of impending political promotions on IPO activity in China. *Journal of Financial Economics*, 111(1), 111-136.
31. Premand, P., Brodmann, S., Almeida, R., Grun, R., & Barouni, M. (2016). Entrepreneurship education and entry into self-employment among university graduates. *World Development*, 77, 311-327.
32. Rashad, M., Mashhad, E.d. A., & Sadani, M. (2009). Managers' Perceptions of Personnel and Resistance to Every Third Iranian. *Management Letter*, 16-13. (Persian)
33. Ratten, V. (2010). Developing a theory of sport- based entrepreneurship. *Journal of Management & Organization*, 16(4), 557-565.
34. Rezaian, A. (1998) *The Foundation of Creativity and Innovation: Interdisciplinary Studies*, Research and Writing Academic Textbooks. (Persian)
35. Rezvanfard, M. (2016). Comparing the Risk-taking Relationship with Aggression in Bodybuilding Men and Women. *Journal Cultural Sociology*, 1, 133 -151. (Persian)
36. Samad, B. (2013) *Management of Political*

- Behavior in Organization; Proceedings of the First Scientific Conference of the Iranian Company for Agriculture and Livestock.
(Persian)
37. Schein, V. E. (1977). Individual power and political behaviors in organizations: An inadequately explored reality. *Academy of management review*, 2(1), 64-72.
38. Sofer, C. (1970). *Men in Mid-Career: A Study of British Managers and Technical Specialties*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
39. Tanami, M. M., Abili, K. (1999) Assessing and Effecting Managers' Leadership Style. *Management Knowledge*, 12(45), 53-70. (Persian)
40. Torkzadeh, J., & Fereidouni, F. (2018). Predicting the Prevalence of Organizational Political Behaviors in Different Types of Organizational Atmosphere,. *Journal of Sociology*, 29(3), 117-138. (Persian)