



Research Paper

Organizational Attractiveness of Sport Sciences Departments and Faculties of Iranian National Universities from the Perspective of Undergraduate

Mahboobeh Surani^{1*} , Saeed Sadeghi Boroujerdi² , Bahram Yousefi³ ,
Mohammad Soltan hoseini⁴ 

Received: May 08, 2024

Revised: Sep 11, 2024

Accepted: Sep 23, 2024

ABSTRACT

Objective: The purpose of this research was to identify and explain the dimensions of the organizational attractiveness of sport sciences departments and faculties of Iranian national universities from the perspective of undergraduate students.

Methodology: The research method was qualitative and in the form of thematic analysis. The statistical population includes undergraduate students in sport sciences departments and faculties of national universities. The sampling method was purposeful and a semi-structured interview was conducted with 14 participants until theoretical saturation. The coding technique was used to analyze the data.

Results: The findings showed that the organizational attractions of sport sciences faculties include three main themes: structural, conceptual, technology and innovation, which include 16 sub-themes and 65 concepts.

Conclusion: This research can help managers and officials of Faculties and universities to understand the perspective of undergraduate students as external stakeholders, so they can provide better understanding for attracting them and creating, promoting and maintaining well-known organizational attractions.

Keywords: External Stakeholders; Attraction; Physical Education; Thematic Analysis

1. PhD Student of Sports Management, Department of Sport Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Kurdistan, Iran. (**Corresponding author**)
2. Professor of Sports Management, Department of Sport Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Kurdistan, Iran.
3. Associate Professor of Sports Management, Department of Sport Management, faculty of sport science, Razi University, Kermanshah, Iran.
4. Associate Professor of Sports Management, Department of Sport Management, faculty of sport sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

* Corresponding author's e-mail address: suranimahboob@yahoo.com

Cite this article: Surani, M., Sadeghi Broujerdi, S., Yousefi, B., & Soltan Hosseini, M. (2025). Organizational attractiveness of sport sciences departments and faculties of Iranian national universities from the perspective of undergraduate. *Journal of Sport Management and Development*, 14(1), 143-168. DOI: <https://doi.org/10.22124/JSMD.2024.27423.2893>





Extended Abstract

Introduction and State of Problem

Today, universities are exploring alternative approaches to redefine their value propositions in order to attract students (Columbu et al., 2021). Previous research has primarily focused on the attractiveness of higher education and universities in various countries or in the private sector. However, it did not provide insights into the organizational attractiveness of the sport sciences departments and faculties in national universities (Abell & Becker, 2021; Columbu et al., 2021; Lombardi & Ghellini, 2019; Yadav et al., 2024).

sport sciences students seek features that distinguish one faculty from others, both in theoretical and practical aspects. In this context, it is crucial to emphasize and enhance organizational attractiveness as a source of motivation (Perez et al., 2014). Therefore, identifying and promoting organizational attractions to recruit and retain students should become a core strategy for sport sciences faculties.

Methodology

The research method was qualitative and in the form of thematic analysis. The statistical population included undergraduate students in sport sciences departments and faculties of national universities. The sampling method was purposive. Semi-structured interviews were conducted with 14 (11+3) participants until theoretical saturation was achieved. Due to the time constraints, geographical distances, and spatial limitations with some participants, some of the interviews were conducted by telephone. All interviews were implemented and written immediately after completion. To analyze the results with thematic analysis method, the researcher first read the interviews several times in order to fully understand the factors related to organizational attractiveness. In the first stage, the comments of the participants were understood, and then, based on the research questions, codes were extracted, and next, phrases (single words or small collections of several words) were categorized based on semantic units, so that the concepts of the codes were assigned to them. In the next step, these codes are categorized based on themes that are directly related to the research questions. Then the obtained categories were linked again to codes that were more abstract than the codes of the previous stage. At this stage, the codes clearly represent the content of the category, which helps to remember the reference of the category. In order to prepare titles and names for the codes, it has been tried to select titles that are representative and appropriate for their categories in every way. Since the qualitative research process has a non-linear nature, the coding process was repeated many times until finally, after multi-step coding, extracted codes were obtained in the form of concepts, sub-themes and main themes.

Results

The findings of the research showed that the conceptual framework of organizational attractiveness of sport sciences faculties includes three main themes: structural, conceptual, technology and innovation, which include 16 sub-themes and 65 concepts. The results of qualitative data analysis showed that the organizational attractiveness of sport sciences faculties



includes 3 main themes of structural, conceptual, technology and innovation, which includes 16 sub-themes and 65 concepts. The main structural theme refers to the structural features of sport sciences faculties, which include the themes of equipment and organizational facilities, events and sports competitions, departments, welfare amenities, education, comprehensiveness of sport sciences. The main conceptual theme includes the things that are perceptually raised from the perspective of the interviewees. This main theme includes the sub-themes of branding, geographical environment, organizational communication, meritocracy, practicality of sport sciences, sports nutrition. The main theme of technology and innovation includes the sub-themes of organizational climate, up-to-dateness, sports environment, academic sequence.

Discussion and Conclusion

Sport sciences students are important as potential applicants who are at the beginning of the relationship with the faculty and should be given the attention of the officials and staff of sport sciences faculties. Also, the attention and promotion of organizational attractions identified from the perspective of students as the main customers of the faculty show that the faculty directs affairs correctly and this can be motivating for students to stay in the faculty. In this way, it is suggested that according to the obtained results, the attractiveness of organizations in the three main themes of structural, conceptual and technological and innovation should be given special attention. Also, the results obtained include the main categories of equipment and organizational facilities, events and sports competitions, departments, welfare amenities, education, comprehensiveness of sport sciences, branding, geographical environment, organizational communication, meritocracy, practical being, sports nutrition, organizational climate, up-to-dateness, sports environment, academic sequence and paying special attention to the perspectives that raised from the interviews can attract students who are in the early stages of communication better. Creating, maintaining and promoting these attractions can be effective in creating, maintaining and increasing the attraction for students and continuing their studies in the future, followed by recruitment and even future employment in faculties. In addition, in many cases, it will increase the efficiency of student sports, operationalize the resistance economy in university sports, and also reduce the factors of migration of sports elites, such as the use of new technologies, the applicability of sport sciences, and urban location such as being modern and advanced or good job opportunities (Alavi et al., 2024; Kharkan et al., 2023; Mostafaei et al., 2025).

According to the results, it can be said that the benefits of the students from the faculty and sport sciences department, which in a way indicate the provision of higher and better services for them, are attractive for them and should be taken into consideration. On the one hand, the interest of undergraduate students in sports and physical activity and having sports records before entering the faculties shows their compatibility with the sport sciences faculty, so having suitable educational and sports facilities and equipment is important that the interviewees pointed out and emphasized in the results of the research. Therefore, according to the characteristics of sport sciences faculties due to the variety of practical and theoretical courses for undergraduate students, special attention is paid to the attractions that are related to students' practical courses. The results of this research are very important in both theoretical and practical areas. also, these results, solved a part of the huge gap in this field in domestic research, and provides a coherent view of the organizational attractions of sport sciences faculties, which helps managers and



officials of faculties and universities to understand the perspective of undergraduate students as external stakeholders, so that they can create better conditions for attracting them. and create, promote and maintain well-known organizational attractions. Also, the findings of the present research can be considered and used by planners in this field as essential elements for the development of strategies of sport sciences faculties in order to achieve service excellence and create more attractiveness for students.

Originality/Value

This research, for the first time, investigates the organizational attractiveness of sports science faculties from the perspective of undergraduate students. The novelty of this research stems from its emphasis on the distinctive nature of sports science, which integrates theoretical and practical components and entails unique features to foster student engagement. The findings of this study could serve as vital elements in formulating effective strategies to achieve service excellence, enhance organizational appeal, and improve student retention within sports science faculties study, for the first time, investigates the organizational attractiveness of sports science faculties from the perspective of undergraduate students.

Reasech Limitations/Implications

Limitations: One of the limitations of this study was the difficulty in accessing research samples from various faculties across the country, which may have impacted the generalizability of the findings.

Implications: Despite this limitation, the findings of the present study can serve as fundamental elements for developing strategies in sports science faculties aimed at achieving service excellence, increasing attractiveness, and enhancing student retention. These findings can be a valuable resource for planners in this field.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

Informed consent was obtained from all participants who voluntarily agreed to take part in this study.

Funding

This research was conducted without receiving any financial support from governmental, commercial, or non-profit organizations.

Authors' contribution

First Author: Conducted the research, performed data collection and analysis, and wrote the manuscript.

Second Author: Provided continuous guidance, oversight, and support throughout all stages of the research and manuscript preparation.

Third and Fourth authors: During certain stages of the research, consultation was provided and support was offered to advance the research.

Conflict of interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication. of this paper.

Acknowledgments

We would like to express our special gratitude to all the participants in this research.

References

- Abell, D., & Becker, K. (2020). Enhancing university employer attractiveness for the next generation of academics. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 43(5), 457–473. [<https://doi.org/10.1080/1360080X.2020.1847241>]



- Alavi, S.H., Alipour gal, A. & Nikbin, B. (2024). Presenting an efficient model of student sports. *Journal of Sport Management and Development*, 13(1), 91-113. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.2022.22345.2702>] [In Persian]
- Columbu, S., Porcu, M., & Sulis, I. (2021). University choice and the attractiveness of the study area: Insights on the differences amongst degree programmes in Italy based on generalised mixed-effect models. *Socio-Economic Planning Sciences*, 74, 100926. [<https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100926>]
- Kharkan, M., Andam, R., Bahrololoum, H., & Zareian, H. (2023). identifying Components of Resistive Economy in College sport of Iran. *Journal of Sport Management and Development*, 12(4), 245-268. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.2020.14501.2151>] [In Persian]
- Lombardi, G., & Ghellini, G. (2019). The effect of grading policies on Italian universities' attractiveness: A conditional multinomial logit approach. *Electronic Journal of Applied Statistical Analysis*, 12(04), 801-825. [<https://doi.org/10.1285/i20705948v12n4p801>]
- Mostafaei, J., Farzan, F., & Aliverdinia, A. (2025). Design Modeling of Factors Affecting the Migration of Sports Elites in Iran. *Journal of Sport Management and Development*, 13(4), 132-158. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.2023.23139.2734>] [In Persian]
- Perez, E.M., Walton, A.L., Cooper, D. M., & Pacheco, M.R. (2014). Unpacking organizational attraction: A process model. *International Journal of Business and Social Science*, 5(10). [[Link](#)]
- Yadav, R., Shiva, A., & Narula, S. (2024). Exploring private university attractiveness from students' perspective to ensure sustainable institutes: an empirical investigation from Indian perspective. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 16(1), 170-203. [<https://doi.org/10.1108/APJBA-04-2021-0165>]



جذاییت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی از دیدگاه دانشجویان کارشناسی

محبوبه سورانی^۱، سعید صادقی بروجردی^۲، بهرام یوسفی^۳، محمد سلطان حسینی^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۶/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۹

چکیده

هدف: هدف از پژوهش حاضر، شناسایی و تبیین ابعاد جذاییت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی ایران از دیدگاه دانشجویان کارشناسی بود.

روش‌شناسی: روش پژوهش از نوع کیفی و به صورت تحلیل مضمون و جامعه آماری شامل دانشجویان مقطع کارشناسی در گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی می‌باشند. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بود و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۴ مشارکت‌کننده تا اشباع نظری صورت گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک کدگذاری استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که جذاییت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی شامل سه مضمون اصلی ساختاری، مفهومی، فناوری و نوآوری بود که ۱۶ مضمون فرعی و ۶۵ مفهوم را در بر می‌گیرند.

نتیجه‌گیری: این پژوهش به مدیران و مسئولان دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها برای شناخت ادراکات دانشجویان کارشناسی به عنوان ذینفعان خارجی کمک می‌کند تا بتوانند شرایط بهتری را برای جذب آن‌ها و ایجاد، ارتقاء و حفظ جذاییت‌های سازمانی شناخته شده فراهم کنند.

واژه‌های کلیدی: ذینفعان خارجی، جاذبه، تربیت‌بدنی، تحلیل مضمون

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزش، گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، کردستان، ایران. (نویسنده مسئول)
۲. استاد مدیریت ورزش، گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، کردستان، ایران
۳. دانشیار مدیریت ورزش، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۴. دانشیار مدیریت ورزش، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

* نشانی الکترونیک نویسنده مسئول: suranimahboob@yahoo.com

استناد: سورانی، محبوبه؛ صادقی بروجردی، سعید؛ یوسفی، بهرام و سلطان حسینی، محمد. (۱۴۰۴). جذاییت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی از دیدگاه دانشجویان کارشناسی. مدیریت و توسعه ورزش، ۱۴(۱)، ۱۴۳-۱۶۸.

DOI: <https://doi.org/10.22124/JSMD.2024.27423.2893>

نوآوری پژوهش و پیام کلی

این پژوهش برای اولین بار جذاییت سازمانی دانشکده‌های علوم ورزشی را از دیدگاه دانشجویان مقطع کارشناسی و با نگاه از پایین و تمرکز بر ماهیت منحصره‌فرد رشته علوم ورزشی و دانشکده‌های علوم ورزشی شناسایی می‌کند و توجه به یافته‌های پژوهش را برای جذب و حفظ دانشجویان ضروری می‌داند.





مقدمه

جذابیت سازمانی به مجموعه مزایای تجربیات فردی در کار برای یک سازمان خاص گفته می‌شود (سالاس والنا و همکاران، ۲۰۱۷). به عبارتی، جذابیت سازمانی به قدرت جلب توجه متقاضیان برای تمرکز بر برند یک کارفرما و تشویق کارکنان موجود برای ادامه همکاری اشاره دارد (باکاناسکین و همکاران، ۲۰۱۷)؛ در حالی که تنها به رفتارهای واقعی سازمان به عنوان مکانی که افراد به طور بالقوه بتوانند در رابطه با آن‌ها بکار گرفته شوند اشاره ندارد و شامل احساسات و افکار نیز می‌باشد (هایهوس و همکاران، ۲۰۰۳). این بیانگر یک رابطه پویا و فعال^۱ است. رابطه‌ای که معنایی بیشتر از یک رابطه انفعالی^۲ بین فرد و سازمان دارد. به عبارتی، نقطه شروعی برای ارتباط سازمان با ذینفعان داخلی و خارجی در یک فرآیند است. نتایج نشان می‌دهد مهم‌ترین شاخص‌های جذابیت دانشگاه، تدریس، پژوهش و انتشارات، برندسازی و ارتقاء و تنوع در دوره‌های^۳ ارائه شده توسط دانشگاه‌های خصوصی است (یادار و همکاران، ۲۰۲۴). ابل و بیکر^۴ (۲۰۲۰) در بررسی عوامل موثر بر جذابیت دانشگاه‌ها، مصاحبه‌هایی را با دانشگاهیان و دانشجوی دکتری در رشته‌های بازرگانی، حقوق و تجارت در شش دانشگاه استرالیا انجام دادند. آن‌ها در نتایج خود به پنج عامل اساسی اشاره کردند که جذابیت دانشگاه‌ها را در نزد نسل جدید از استعدادها افزایش می‌دهد از جمله شهرت؛ فرهنگ سازمانی؛ ویژگی‌های نقش؛^۵ پیشرفت و رشد شغلی^۶ و ویژگی‌های فیزیکی^۷. آن‌ها بیان کردند که دانشگاه‌ها، صرف نظر از اندازه، مکان و رتبه‌بندی، باید تلاش کنند تا خود و پیشنهادات خود را از یکدیگر متمایز کنند و هنگام استخدام دانشگاهیان بر برخی از پیام‌های اصلی تمرکز کنند.

برخی از این موارد با مطالعه دی لورد و همکاران^۸ (۲۰۱۶) در مورد رضایت شغلی و انگیزه شغلی در پرتغال همسو است، اما شواهدی از عناصر اضافی مربوط به جذابیت دانشگاه نیز وجود دارد. در حالی که این همپوشانی نشان می‌دهد که عوامل موثر بر رضایتمندی نیز به جذابیت مربوط می‌شوند، همچنین تفاوت‌های مهمی بین رضایت شغلی و آنچه دانشگاه را به یک پیشنهاد شغلی جذاب تبدیل می‌کند وجود دارد. این رویکردها بیانگر نگاه بالا به پایین در حوزه جذابیت سازمان است که بیشتر برای به کارگیری و استخدام افراد بکار رفته است. در حالی که امروزه رقابت شدید برای ثبت‌نام دانشجو و بخش تحصیلات تکمیلی، دانشگاه‌ها را ترغیب می‌کند تا به دنبال روش‌هایی برای کسب مزیت رقابتی باشند (لیم و همکاران، ۲۰۲۰).^۹ آن‌ها به دنبال راه‌هایی جایگزین برای تعریف مجدد ارزش پیشنهادی خود یا متفاوت کردن پیشنهاداتشان برای جذب دانشجو هستند (گیلبولت، ۲۰۱۶). بنابراین دانشجویان گزینه‌های زیادی دارند و دانشگاه‌ها برای جذب و نگهداری دانشجویان نیاز به روش‌های متفاوتی دارند. عوامل زیادی از جمله افزایش رقابت، کاهش بودجه

¹ Salas-Vallina et al

² Bakanauskienė et al

³ Highhouse et al

⁴ Dynamic relationship

⁵ Passive relationship

⁶ Teaching, research and publications, branding and promotion, and diversity in courses

⁷ Yadav et al

⁸ Abell & Becker

⁹ Reputation

¹⁰ Organisational culture

¹¹ Role characteristics

¹² Career development and growth

¹³ Physical characteristics

¹⁴ De Lourdes et al

¹⁵ Lim et al

¹⁶ Guilbault



دولت و افزایش هزینه‌ها موجب این رویکرد شده است. از طرفی، دانشجویان به عنوان اصلی‌ترین مشتری دانشگاه‌ها (استروم و همکاران، ۲۰۱۱)، در نقطه شروع ارتباط با دانشگاه قرار دارند. بنابراین معمولاً با آنها متفاوت رفتار می‌شود تا تحلیل بهتری برای انتخاب محل تحصیل خود داشته‌باشند. لذا در پژوهش حاضر، محققان در نظر دارند با رویکرد جدید پایین به بالا در سازمان، جذابیت‌های سازمانی را از دیدگاه دانشجویان کارشناسی که در پایین‌ترین سطح و اولین مرحله ارتباط با دانشکده قرار دارند شناسایی کنند.

با توجه به این رویکرد توجه و ترویج جذابیت‌های سازمانی به عنوان منبع انگیزه حائز اهمیت می‌شود (پرز و همکاران، ۲۰۱۴)؛ زیرا شناخت و درک دیدگاه دانشجویان می‌تواند در قصد آنها برای انتخاب محل تحصیل و یا برای داشتن ارتباطی فعال و پویا با دانشکده و همچنین قصد درخواست برای یک موقعیت شغلی در آینده نقش مهمی داشته باشد که این خود یک تمایز اصلی در این پژوهش نسبت به پژوهش‌های دیگر است. مطالعات در دانشگاه‌های ایتالیا نشان می‌دهد باید ارتباطات متقابل بین سیستم آموزش عالی و بافت تجاری آن را بهبود بخشید. همچنین اگر منطقه‌ای در بخش اشتغال جذاب نیست، دانشگاه‌های آن هم جذاب نیستند (لومباردی و قلینی، ۲۰۱۹). کلوبو و همکاران (۲۰۲۱) با هدف ارائه مجموعه‌ای از شاخص‌های جذابیت موسسات آموزش عالی نشان دادند که شهرت خوب یک برنامه تحصیلی از نظر کفایت دانش کسب شده، عامل حفظ دانشجویان محلی است و تصمیم برای نقل مکان در یک دانشگاه دور شامل یک بار مالی کلی است که می‌تواند برای دانشجویان واجد شرایط بورسیه، بازدارنده باشد. همچنین یافته‌ها تأیید می‌کند که ترکیب دانشگاه‌ها از نظر ارائه تحصیلات و ناهمگنی آنها به شدت بر شاخص جذابیت دانشجویان غیرمحلی تأثیر می‌گذارد. سیاست‌های خوب بین‌المللی سازی منبع معتبری است که می‌تواند جذابیت موسسات را افزایش دهد. در واقع به نظر می‌رسد که بورسیه‌های تحصیلی انگیزه‌ای بیشتر برای دانشجویان محلی/منطقه‌ای نسبت به مهاجران می‌باشد. باکی و برتاکینی (۲۰۲۱) اعتبار دانشگاه را از طریق تجزیه و تحلیل تحرک دانشجویان ارزیابی کردند. آنها یک مدل جاذبه را برای شناسایی چگونگی تأثیرپذیری تحرک از ویژگی‌های دانشگاه، مانند کیفیت ساختارها و کیفیت زندگی در منطقه نفوذ دانشگاه ارائه دادند. به طور کلی، این نتایج نشان می‌دهد که تمایل به مهاجرت عمدتاً تحت تأثیر شرایط بهتر زمینه‌ای هنگامی که تصمیم مربوط به اولین ثبت‌نام در سیستم دانشگاهی است انجام می‌شود، در حالی که تمایل به مهاجرت در طی گذراندن دوره کارشناسی به کارشناسی ارشد عمدتاً توسط شخصیت موضوعات ذاتی دانشگاه‌ها (به عنوان مثال، کیفیت ساختارها و حضور رقبا) تعیین می‌شود.

همان‌طور که بررسی مطالعات خارجی نشان می‌دهد، پژوهش‌های پیشین به صورت کلی به جذابیت آموزش عالی و دانشگاه‌های کشورهای مختلف یا در بخش خصوصی پرداخته‌اند (ابل و بیکر، ۲۰۲۰؛ باکی و برتاکینی، ۲۰۲۱؛ کلوبو و همکاران، ۲۰۲۱؛ لومباردی و قلینی، ۲۰۱۹؛ یاداو و همکاران، ۲۰۲۴). در پژوهش‌های داخلی محققان به نقش بسیار مهم و حیاتی را برای مدیریت و سیاست‌گذاری دانشکده‌ها و گروه‌های تربیت‌بدنی در هدایت انتظارات شغلی دانشجویان پی بردند (فراهانی و همکاران، ۲۰۱۳). کرمی دارماچانی و همکاران (۲۰۲۱) با ارائه شاخص‌های نقش‌آفرینی دانشکده‌های علوم ورزشی کشور در ارتباط با جامعه شامل تولید علم و پرورش نیروی متخصص، آگاهی بخشی و سلامت جامعه، کسب و کار مبتنی بر ورزش، شکوفایی اجتماعی و خدمات، به ارائه پیشنهاداتی از جمله جایگزین کردن آموزش

¹ Ostrom et al

² Perez et al

³ Lombardi & Ghellini

⁴ Columbu et al

⁵ Bacci & Bertaccini

⁶ Mobility



روش‌های نوین را در قالب مراکز رشد برای تقویت استارت آپها پرداختند. در مطالعات انجام شده در دانشکده‌های علوم ورزشی کشور ملانی (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان تأثیر کیفیت خدمات بر خوش‌نامی دانشکده‌ها و تعیین رتبه دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی نشان داد کیفیت خدمات، اثر مثبت و معناداری بر خوش‌نامی دانشکده‌ها دارد و همچنین از نظر وجه احساسی، کیفیت تولیدات و خدمات، برخورداری از منابع مالی مناسب و نیز اهمیت دادن به جامعه و محیط زیست بین دانشکده‌های دانشگاه گیلان تفاوت معنی‌داری وجود داشت. در پژوهش دیگری بیان کردند که هشت عامل (وجه احساسی، عملکرد مالی، چشم‌انداز و رهبری، شفافیت اداری، ساختار تیمی، تولیدات و خدمات، منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی) بر خوش‌نامی دانشکده‌های علوم ورزشی از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی تأثیرگذار هستند (ملایی و بیرامی، ۲۰۱۸). در حالی که برخی محققان اظهار داشتند قدیمی بودن ساختمان دانشکده و کلاس‌ها، ضعف در تجهیزات آزمایشگاهی و مجزانبودن بخش مرجع کتابخانه از سالن مطالعه و امکانات می‌تواند بر ادراک دانشجویان از فضای دانشکده تأثیر منفی گذاشته باشند و دلیلی بر نارضایتی دانشجویان و شکاف منفی کیفیت در این بخش باشند (همتی‌نژاد و همکاران، ۲۰۱۹).

بررسی‌ها نشان می‌دهد پژوهش‌های داخلی و خارجی اطلاعاتی را در مورد جذابیت‌های سازمانی دانشکده‌های علوم ورزشی دولتی کشور در اختیار نمی‌گذارد. بنابراین با توجه به خلأ موجود در این زمینه شناسایی جذابیت‌های سازمانی دانشکده‌ها و گروه‌های علوم ورزشی در دانشگاه‌های دولتی متناسب با ماهیت رشته علوم ورزشی و از دیدگاه دانشجویان-کارشناسی ضروری به نظر می‌رسد. همچنین اهمیت این موضوع در دانشکده‌های علوم ورزشی با توجه به ماهیت نظری-عملی رشته علوم ورزشی بیشتر است. زیرا دانشجویان علوم ورزشی مولفه‌های زیادی برای پیوستن یا حفظ ارتباطشان با یک گروه یا دانشکده در نظر دارند. آنها به دنبال جذابیت‌هایی هستند که یک دانشکده را برای آنها در دو بخش نظری و عملی نسبت به دانشکده‌های دیگر متمایز می‌کند. غیرجذاب بودن دانشکده ممکن است تأثیرات منفی بر تصمیم آنها در ایجاد ارتباط، پیوستن و حفظ ارتباطشان در آینده بگذارد. لذا توجه به جذابیت‌های سازمانی برای جذب و حفظ دانشجویان می‌بایست به یک برنامه ضروری در دانشکده‌های علوم ورزشی تبدیل شود؛ تا بتوانند در فضای رقابتی فزاینده به جذب و حفظ و نگهداری دانشجویان و استعدادهای علمی و ورزشی کشور دست یابند. بنابراین این سوال پیش می‌آید که جذابیت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی کدامند؟

روش‌شناسی

این پژوهش با ماهیت اکتشافی و با هدف بسط دانش و شناخت مفهوم جذابیت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی انجام شد. از آنجایی که روش‌های پژوهش کیفی بر درک معانی شرکت‌کنندگان و انتقال تصویر وسیع‌تری از زمینه پژوهش تأکید دارند (کرسول و کرسول، ۲۰۱۷)، این روش‌ها به‌ویژه برای ارائه درک کاملی از مفهوم جذابیت‌های سازمانی بسیار مناسب هستند. علاوه بر این، با توجه به اینکه پژوهش جامعی در زمینه جذابیت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی در ایران انجام نشده است، روش پژوهش کیفی برای این مطالعه مناسب تشخیص داده شد. در نتیجه پژوهش حاضر با رویکرد کیفی^۱ و اکتشافی^۲ انجام شد (کونینگ، ۱۹۹۴). پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و روش تحلیل مضمون^۳ برای دستیابی به اهداف پژوهش، انتخاب شد. این روش برای شناسایی،

¹ Creswell & Creswell

² Qualitative

³ Exploratory

⁴ Koenig

⁵ Thematic analysis



تحلیل و گزارش دادن الگوهای (مضامین) موجود در داده‌ها (تعدادی مصاحبه یا یک متن) به کار می‌رود. در این پژوهش برای شناخت مضامین از رویکرد استقرایی بهره گرفته شد و از فرآیند تحلیل شش مرحله‌ای که توسط براون و کلارک ارائه شده، استفاده شد (برون و همکاران، ۲۰۱۶).

جامعه آماری پژوهش را کلیه دانشجویان کارشناسی دانشکده‌های علوم ورزشی در دانشگاه‌های دولتی تشکیل می‌دادند. مشارکت‌کنندگان در پژوهش از طریق روش نمونه‌گیری هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری و از بین دانشجویان کارشناسی علوم ورزشی دانشگاه‌های اصفهان، تهران، خوارزمی، شهید باهنر، تبریز، کردستان، رازی، صنعتی شاهرود، گیلان، شهیدچمران، مازندران، شهرکرد و ارومیه انتخاب شدند. محققان برای دستیابی به شناخت مفهوم جذابیت‌های سازمانی دانشکده‌های علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی ایران، نیازمند نظرات و دیدگاه دانشجویان در دانشکده‌های متفاوت بودند. بنابراین دانشجویان از دانشکده‌های مختلف و همچنین از دانشجویانی که حداقل چهار ترم یا دو سال از تحصیلات خود را گذرانده بودند و دارای تجربه زیستی در دانشکده‌های علوم ورزشی بودند انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته تا رسیدن به اشباع نظری و با ۱۴ نفر (۱۱+۳) از مشارکت‌کنندگان انجام شد. با توجه به شرایط زمانی، فاصله جغرافیایی و مکانی با برخی از مشارکت‌کنندگان، چند مورد از مصاحبه‌ها به صورت تماس تلفنی صورت گرفت. همه مصاحبه‌ها بلافاصله پس از اتمام، پیاده‌سازی و نگارش شدند. برای تحلیل نتایج با روش تحلیل مضمون ابتدا محقق اقدام به خواندن چند بار مصاحبه‌ها کرد تا عواملی را که در رابطه با جذابیت‌های سازمانی است، به طور کامل درک کند.

در مرحله اول نظرات شرکت‌کنندگان درک و سپس بر اساس سوالات پژوهش، کدهایی را استخراج شدند که بهره‌گیری از آنها، نتایج ثمربخش‌تری در فرآیند پژوهش دارند (دلیا، ۲۰۱۹)؛ و در ادامه، عبارت‌ها (کلمات منفرد یا مجموعه‌های کوچک از چند کلمه) براساس واحدهای معنایی دسته‌بندی شدند تا مفاهیم کدها به آنها ضمیمه شوند. در مرحله بعد، این کدها بر اساس مضامینی که به طور مستقیم با پرسش‌های پژوهش ارتباط دارند، دسته‌بندی می‌شوند. سپس مقوله‌های به دست آمده مجدداً به کدهایی مرتبط شدند که انتزاعی‌تر از کدهای مرحله قبل بودند. در این مرحله، کدها به شکل بارزی نمایانگر محتوای مقوله شدند که به یادآوری مرجع مقوله کمک می‌کند. برای تهیه عنوان و نام برای کدها، سعی شده است تا عناوینی انتخاب شوند که از هر لحاظ معرف و برازنده مقولات خود است. از آنجایی که فرآیند پژوهش کیفی ماهیتی غیرخطی دارد، فرآیند کدگذاری بارها و بارها تکرار شد تا در نهایت پس از کدگذاری‌های چند مرحله‌ای، کدهای استخراجی به صورت مفاهیم، مضمون فرعی و مضامین اصلی بدست آمد.

در پژوهش حاضر بر اساس معیارهای ارائه شده توسط کرسول و میلر^۱ (۲۰۰۰)، برای حصول از اطمینان از اعتمادپذیری و انتقال‌پذیری (روایی) پژوهش از مشارکتی بودن پژوهش استفاده شد. به طوری که همزمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد. همچنین تطبیق توسط اعضا انجام گرفت و دو نفر از افراد خبره مرحله نخست فرآیند تحلیل و مقوله‌های بدست آمده را بازبینی کردند (کرسول و میلر^۲، ۲۰۰۰). جهت تایید اتکاپذیری (پایایی) پژوهش روش کدگذاری مجدد توسط خود محقق استفاده شد. در این روش پس از یک ماه از کدگذاری هر مصاحبه، محقق مجدداً جهت کدگذاری داده‌ها اقدام نمود. چند مصاحبه به عنوان نمونه در یک بازه زمانی ۳۰ روز مورد کدگذاری مجدد قرار گرفت. به همین منظور پس از ۳۰ روز از کدگذاری هر مصاحبه، محقق مجدداً جهت کدگذاری

¹ Braun et al

² In-depth semi-structured interviews

³ Delia

⁴ Miller & Creswell

⁵ Creswell & Miller



داده‌ها اقدام نمود. پایایی باز آزمون این پژوهش برابر ۸۰ درصد است. باتوجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تایید است (کوال و برینکمن، ۲۰۰۹).
در نهایت برای کسب اطمینان بیشتر، از فرمول اسکات^۱ استفاده شد. بدین منظور ۱۰ درصد از صفحات متن مصاحبه‌ها به‌همراه تعاریف عملیاتی، برای کدگذاری به محقق دیگر داده شد. کدگذاری مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها و نیز شاخص‌ها، برابر دستورالعمل صورت گرفت. درصد توافق میان دو کدگذار از طریق ضریب پایایی اسکات محاسبه شد. از آنجایی که میزان ضریب پایایی اسکات ۸۶ درصد به‌دست آمد، این عدد نشان‌دهنده اتکاپذیری بسیار بالای پژوهش است؛ زیرا در صورتی که ضریب توافق بین آنان بیش از ۷۰ درصد باشد، می‌توان گفت بین کدگذاران توافق وجود دارد (اسکات، ۱۹۵۵).

یافته‌ها

توصیف مختصری از ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌های پژوهش مثل سن، جنسیت و ... در جدول ۱ ارائه شده است. تعداد مصاحبه‌شوندگان ۱۴ نفر بودند که ۷ نفر آنها مرد و ۷ نفر زن بودند. میانگین سنی آن‌ها ۲۲/۲۸ می‌باشد.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان پژوهش
Table 1. Demographic characteristics of the research samples

شماره Number	تحصیلات Education	نام دانشگاه University Name	متاهل/مجرد Marital Status	سن Age	جنسیت Gender	نوع مصاحبه Type of Interview
P۱	ترم ۵	دانشگاه اصفهان	مجرد	۲۳	زن	حضور
P۲	ترم ۵	دانشگاه اصفهان	مجرد	۲۲	مرد	حضور
P۳	ترم ۶	دانشگاه تهران	مجرد	۲۲	مرد	حضور
P۴	ترم ۵	دانشگاه خوارزمی	مجرد	۲۲	زن	حضور
P۵	ترم ۵	دانشگاه شهیدباهنر	مجرد	۲۱	زن	حضور
P۶	ترم ۷	دانشگاه تبریز	مجرد	۲۲	مرد	تلفنی
P۷	ترم ۸	دانشگاه کردستان	مجرد	۲۵	مرد	تلفنی
P۸	ترم ۷	دانشگاه رازی	مجرد	۲۵	زن	تلفنی
P۹	ترم ۷	دانشگاه صنعتی شاهرود	مجرد	۲۲	زن	حضور
P۱۰	ترم ۸	دانشگاه گیلان	مجرد	۲۲	مرد	مجازی
P۱۱	ترم ۶	دانشگاه شهید چمران	مجرد	۲۱	مرد	تلفنی
P۱۲	ترم ۶	دانشگاه مازندران	مجرد	۲۲	زن	حضور
P۱۳	ترم ۷	دانشگاه شهرکرد	مجرد	۲۲	مرد	حضور
P۱۴	ترم ۵	دانشگاه ارومیه	مجرد	۲۱	زن	تلفنی

¹ Kvale & Brinkmann

² Scott



جدول ۲. جدول مضمون ساختاری

Table 2. Structural Thematic Table

مضمون Theme	مقاله اصلی Sub-Theme	مقاله فرعی Concept		
ساختاری: ۶ Structural	تجهیزات و امکانات سازمانی: ۴-۲-۱	در دسترس بودن کلاس‌ها، امکانات و تجهیزات: ۱۴-۹-۸-۳		
		تجهیزات و امکانات مناسب آموزشی و ورزشی: ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰		
		۱۱-۱۲-۱۳-۱۴		
		طراحی مناسب و نقاشی زیبای اماکن: ۱۲-۳-۱		
		دانشکده مستقل: ۱۴-۱۰-۹-۶		
		بهداشت و نظافت اماکن: ۱۴-۳		
		وجود مکان‌های غیررسمی برای گردهمایی و گفت و گو دوستانه: ۱۳-۸-۱		
		مشارکت بالا در مسابقات: ۱۴-۱۲-۹-۷-۶-۱		
		قدردانی و تجلیل از افراد شرکت کننده در مسابقات: ۶		
		حضور روانشناس ورزشی: ۸		
گروه‌ها:	گروه‌ها:	نقش حمایتی، مشاوره و راهنمای اساتید در گروه: ۱۳-۱۲-۱۱-۶-۳-۴-۱		
		در دسترس بودن اساتید (حضور اساتید در دانشکده): ۳		
		داشتن گرایش‌های مختلف علوم ورزشی و قوی بودن در آن: ۱۱-۹-۸-۶-۵		
		ارائه تسهیلات: ۶-۱		
		ارائه خوابگاه: ۳-۲		
		حمل و نقل: ۱۴-۳-۲		
		تحصیل رایگان: ۲		
		امکان استفاده از امکانات ورزشی در خارج از زمان برگزاری کلاس‌ها: ۹-۶-۳		
		۱۲-۱۳-۱۴		
		برگزاری دوره‌های مربیگری، داوری و کارگاه‌های تخصصی: ۱۳-۱۲-۹-۸-۴-۳		
آموزش:	آموزش:	علاقه به علوم ورزشی و ورزش: ۱۴-۱۳-۱۲-۱۱-۹-۸-۶-۴-۳-۲		
		مشارکت‌های کلاسی: ۱۳-۳		
		همراه بودن علم و عمل: ۱۲-۴-۳		
		توانایی اساتید در آموزش و انتقال مطلب: ۱۳-۱۲-۱۱-۹-۵-۴		
		اردوهای آموزشی: ۸-۳		
		دربگیرنده علوم مختلف مثل مدیریت ورزشی، حقوق ورزشی، روانشناسی ورزشی و...: ۱۴-۱۲-۹-۷-۳		
		دربگیرنده رشته‌های مختلف ورزشی: ۱۴-۱۳-۹-۴		
		جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱	جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱	جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱
				جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱
				جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱
جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱				
جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱				
جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱				
جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱				
جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱				
جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱				
جامعیت رشته علوم ورزشی: ۱۲-۹-۱				

جدول ۳. جدول مضمون مفهومی

Table 3. Conceptual Thematic Table

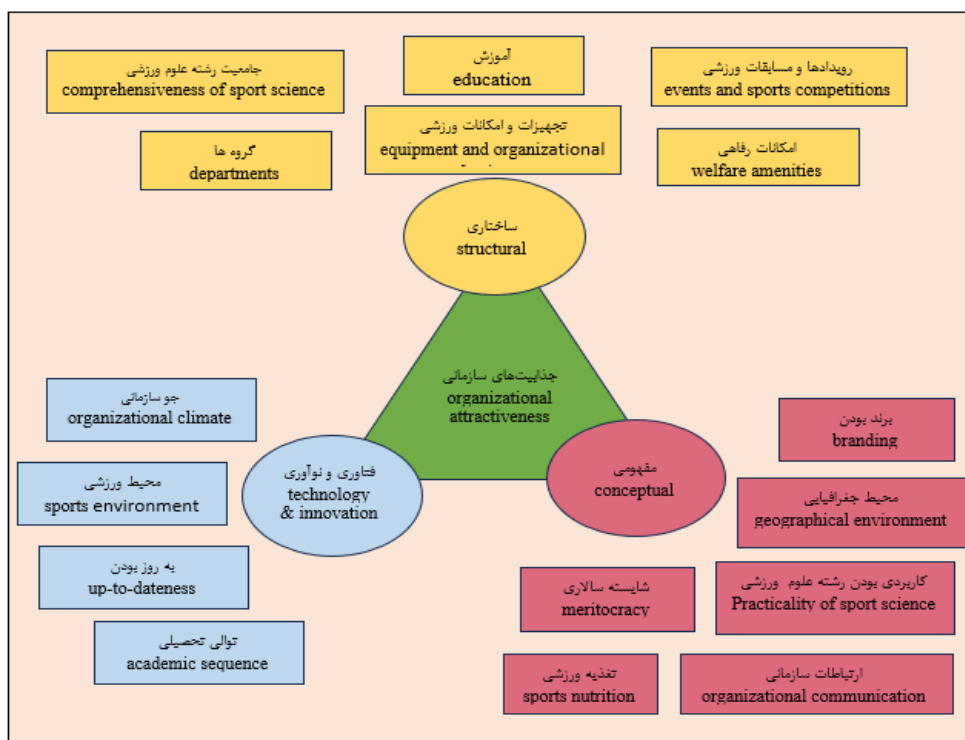
مضمون Theme	مقاله اصلی Sub-Theme	مقاله فرعی Concept
مفهومی (ادراکی) Conceptual	برند بودن	برند بودن دانشگاه: ۴-۵-۱۱
		برند بودن دانشکده: ۵-۱۱
		اساتید شناخته شده و برند: ۴-۱۱-۱۳
	محیط جغرافیایی	موقعیت شهری: ۵-۱۱



آب و هوا: ۳	
ارتباط با سایر سازمان‌ها: ۱۲-۴-۳	ارتباطات سازمانی
ارتباطات غیررسمی: ۹-۱۱-۱۴-۷-۱	
الگو بودن اساتید: ۱۱-۲-۱	
کارکنان وظیفه شناس با مهارت ارتباطی بالا: ۱۳-۹-۱	
سطح علمی بالای اساتید: ۹-۱۱-۴-۵-۸-۲-۱	شایسته سالاری
حضور اساتید ورزشکار: ۷-۸-۱۱-۱۲-۵-۱	
پرورش افراد شایسته برای جایگاه‌های شغلی مختلف در آینده: ۱۳-۳-۴-۱	
ارتقاء سلامت جامعه و رفع مشکلات در این زمینه: ۴-۵-۱۱-۱۳-۱۴-۲	کاربردی بودن رشته
درآمدزایی و داشتن آینده شغلی: ۵-۸-۹-۱۱-۱۴-۲-۱	علوم ورزشی: ۹
سلف غذا: ۳-۲	تغذیه ورزشی: ۶
توجه به کیفیت و کمیت غذا: ۱۱-۴-۵-۹-۳-۲	
وجود مراکزی برای ارائه تغذیه مناسب در دانشکده: ۱۳-۶-۵	

جدول ۴. جدول مضمون فناوری و نوآوری
Table 4. Technology and Innovation Thematic Table

مضمون theme	مقوله اصلی sub-theme	مقوله فرعی Concept
فناوری و نوآوری: ۳ technology and innovation	جو سازمانی:	جو صمیمی و دوستانه: ۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۴-۵-۲-۱
		جو پویا: ۳
		جو رقابتی: ۹-۱۱-۱۲-۱۴-۲-۱
		جو ورزشی: ۱۱-۱۰-۶
محیط ورزشی:	به روز بودن: ۳-۳	جو علمی: ۱۰-۶
		پیشرفت و افزایش تخصص: ۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۷-۹-۵-۶-۲-۱
		استفاده از تجهیزات، وسایل و تکنولوژی به روز و پیشرفته: ۷-۸-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۳
		اساتید به روز: ۹-۶-۳
	توالی تحصیلی: ۹-۳-۴-۷	اینترنت پر سرعت: ۱۲-۱۱-۳
		انجام نو سازی در اماکن مختلف دانشکده: ۱۲-۵-۳
		استارت آپهای ورزشی: ۳
		سازگاری با محیط و داشتن زمینه ورزشی: ۴-۵-۶-۷-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۲-۱
		تعاملات بیشتر افراد: ۷-۱۰-۶-۵-۲
		شادی و نشاط: ۱۲-۱۳-۱۱-۲
		فعالیت گروهی و تیمی: ۵
		ظاهر و پوشش متفاوت و ورزشی دانشجویان و اساتید: ۶-۹-۱۰-۱۴-۴-۵-۲-۱
		ترغیب شدن به انجام فعالیت ورزشی و حفظ سلامتی: ۴-۱۴-۳-۱
		حضور دانشجویان ملی پوش و قهرمان: ۷-۸-۱۱-۱۲-۶-۴
		خلاقیت سازمانی: ۱۱
		کشف استعداد و علایق ورزشی: ۷-۱
		داشتن سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری: ۹-۱۳-۵-۴
		امکان استفاده از تجارب افراد در مقاطع بالاتر: ۵-۶-۱۱-۲-۱
		امکان ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر: ۱۱-۱۳-۶-۴



شکل ۱. چارچوب مفهومی جذابیت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی (مدل برگرفته از پژوهش)

Figure 1. Conceptual Framework of Organizational Attractiveness in Sports Science Departments and Faculties (Model Derived from Research)

پس از اینکه فرآیند کدگذاری بارها تکرار شد، در نهایت پس از کدگذاری‌های چند مرحله‌ای، کدهای استخراجی به صورت مفاهیم، مضمون فرعی و مضامین اصلی به شرح جداول ۲، ۳ و ۴ و شکل ۱ به دست آمد که در آن‌ها تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش (مقوله‌های فرعی، مقوله‌های اصلی و مضامین) در ارتباط با شناسایی جذابیت‌های سازمانی دانشکده‌های علوم ورزشی دانشگاه‌های دولتی از دیدگاه مصاحبه شونده‌گان نمایش داده شده است.

بحث

پژوهش حاضر به تحلیل دیدگاه دانشجویان کارشناسی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی از جذابیت‌های سازمانی پرداخته است. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی نشان داد جذابیت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی شامل ۳ مضمون اصلی ساختاری، مفهومی، فناوری و نوآوری می‌باشد که ۱۶ مضمون فرعی و ۶۵ مفهوم را در برمی‌گیرد. مضمون اصلی ساختاری اشاره به ویژگی‌های ساختاری دانشکده‌های علوم ورزشی دارد که شامل مضامین تجهیزات و امکانات سازمانی، رویدادها و مسابقات ورزشی، گروه‌ها، امکانات رفاهی، آموزش، جامعیت رشته علوم ورزشی می‌باشد. ون هوی و ساکس^۱ (۲۰۱۰) نیز ساختار را از جمله عوامل پیش‌بینی‌کننده جذابیت سازمانی درک شده برای متقاضیان بالقوه صنعت دفاع بلژیک می‌دانند. همچنین باکی و برتاکینی^۲ (۲۰۲۱) اعتبار دانشگاه را از طریق تجزیه و تحلیل تحرک (آنقل

¹ Hoyer & Saks

² Mobility



مکان) دانشجویان ارزیابی کردند. آنها نشان دادند که تمایل به مهاجرت در طی گذراندن دوره کارشناسی به کارشناسی ارشد عمدتاً توسط شخصیت موضوعات ذاتی دانشگاه‌ها به عنوان مثال، کیفیت ساختارها و حضور رقبا تعیین می‌شود. مضمون فرعی تجهیزات و امکانات سازمانی طبق دیدگاه مصاحبه شوندگان به در دسترس بودن کلاس‌ها، تجهیزات و امکانات مناسب آموزشی و ورزشی، طراحی مناسب و نقاشی زیبای اماکن، دانشکده مستقل، بهداشت و نظافت اماکن، وجود مکان‌های غیررسمی برای گردهمایی و گفت و گو دوستانه اشاره دارد. همه مشارکت‌کنندگان به امکانات و تجهیزات مناسب آموزشی و ورزشی تاکید داشتند. زیرا امکانات و زیرساخت‌های خوب و کافی باعث می‌شود که فرآیند یادگیری تربیت‌بدنی به خوبی اجرا شود (خلیفه و همکاران، ۲۰۲۳). از آنجا که بخش زیادی از دروس دانشجویان مربوط به دروس عملی در رشته‌های مختلف ورزشی می‌باشد نیاز به وسایل، تجهیزات و اماکن مخصوص می‌باشد. از طرفی وجود تجهیزات ورزشی در دانشگاه و دانشکده‌ها، کیفیت و کمیت امکانات و تجهیزات ورزشی، فضای آموزشی مناسب از عوامل کارآمدی ورزش دانشجویی و اعتلا و توسعه ورزش در دانشگاه‌ها بیان شده است (علوی و همکاران، ۲۰۲۴؛ چین و همکاران، ۲۰۱۹؛ ماسماندیس و همکاران، ۲۰۰۹، وانگ و لو، ۲۰۱۷) که خود باعث مشارکت فعال و بیشتر دانشجویان می‌شود. علاوه بر این موارد دیدگاه‌های مصاحبه شوندگان نشان داد که زیبایی و نظافت اماکن ورزشی نیز دانشجویان را جذب می‌کند. همچنین در دسترس بودن و مجتمع بودن کلاس‌ها، امکانات و تجهیزات ورزشی در برگزاری هر چه بهتر کلاس‌های دانشکده اثرگذار است. در دسترس بودن باعث کارآمدی بیشتر است (علوی و همکاران، ۲۰۲۴). به طوری که تعدد کلاس‌های عملی و نظری دانشجویان در این مقطع شرکت و جابجایی بین کلاس‌ها برای آن‌ها راحت‌تر و کلاس‌ها کارآمدتر می‌شود. علاوه بر این مستقل بودن دانشکده می‌تواند به بهبود تصمیم‌گیری‌های تخصصی و پیشبرد اهداف تخصصی گروه‌ها و دانشکده‌های تربیت‌بدنی کمک شایانی کند و نهایتاً دانشجویان از آن بهره‌مند شوند. یکی دیگر از موارد ذکر شده وجود مکان‌هایی برای گردهمایی و ارتباط بیشتر افراد جهت بحث و گفت‌وگوهای درسی و غیردرسی است که به جذابیت می‌افزاید. دیدگاه‌های ذکر شده جنبه قابل توجهی را در بحث جذابیت‌سازمانی دانشکده‌های تربیت‌بدنی مطرح می‌کند که نیازمند توجه ویژه برنامه‌ریزان برای جذب دانشجویان کارشناسی می‌باشد.

P^۱: از نظرم جذابیت‌ها یکی امکانات بالایی است که دانشکده‌ها دارن مثلاً پیست دو و میدانی، استخر شنا، سالن چندجانبه، کمدهای برای هر دانشجو و چیزای دیگه.

مضمون فرعی رویدادها و مسابقات ورزشی در دانشکده‌های علوم ورزشی شامل مشارکت بالا در مسابقات، قدردانی و تجلیل از افراد شرکت‌کننده در مسابقات می‌شود. با توجه به تحلیل مصاحبه‌ها دانشجویان علوم ورزشی علاقمند به مسابقات و رویدادهای ورزشی هستند. نتایج نشان می‌دهد از یک طرف با توجه به ساختار دانشکده‌های علوم ورزشی بستر برگزاری مسابقات در دانشکده فراهم می‌شود که موجب مشارکت فعال دانشجویان می‌شود، از طرف دیگر تجلیل از ورزشکاران با مدال و جوایز برای آن‌ها جذاب و انگیزاننده است. علاوه بر این اجرای رویدادهای بزرگ ورزشی، به توسعه ورزش دانشگاه‌ها کمک می‌کند (وانگ و لو، ۲۰۱۷)؛ همچنین با ایجاد شادی و بهترین وضعیت به دنبال آماده سازی دانشجویان برای زندگی موفق، سالم و شاد در جامعه است که به دنبال تنوع بخشی به برنامه‌های فوق برنامه، برگزاری المپیادها و مسابقات ورزشی، مشارکت بخشی در فضای دانشگاه و شادی آفرینی بوجود می‌آید (فتحی، ۲۰۲۰).

P^۶: تمام دانشجویهایی که می‌خوان مسابقه بدن باید خودشان را معرفی کنن، یعنی همه دانشجویها باید بیان سمت دانشکده علوم ورزشی که این خودش خیلی قشنگه.

¹ Khalipah et al

² Chin et al

³ Masmanidis et al

⁴ Wang & Lu



مضمون فرعی گروه‌ها، با توجه به تحلیل مصاحبه‌ها شامل حضور روانشناس ورزشی، داشتن گرایش‌های مختلف علوم ورزشی و قوی بودن در آن، در دسترس بودن اساتید (حضور اساتید در دانشکده)، نقش حمایتی، مشاوره و راهنمایی اساتید و حضور اساتید شناخته شده می‌باشد. توجه به ویژگی‌های ذکر شده در گروه‌های دانشکده می‌تواند به طور ساختاری دانشکده را جذابتر نماید. همان‌طور که مصاحبه‌شوندگان بیان کردند استفاده از اساتید شناخته شده و در دسترس بودن آن‌ها امکان مراجعه به اساتید را برای دانشجویان فراهم می‌کند. نقش حمایتگری اساتید در گروه‌های آموزشی و استفاده از حمایت‌ها و راهنمایی آن‌ها دانشجویان را بیشتر به سمت دانشکده و گروه‌های علوم ورزشی می‌کشاند. همچنین داشتن گرایش‌های مختلف تربیت بدنی و قوی بودن در آن‌ها می‌تواند در ایجاد جذابیت و حفظ دانشجویان در آینده موثر باشد زیرا دانشجویان می‌توانند در گرایش مورد علاقه خود وارد شوند.

P5: من خیلی تحقیق کردم چند تا زیرشاخه اکثر دانشکده‌ها دارن و خب برام مهم بود که اون زیر شاخه در آن دانشکده تاپ باشد و مدرن باشد.

تحلیل مصاحبه‌ها نشان می‌دهد مضمون فرعی امکانات رفاهی بیانگر مفاهیمی همچون ارائه تسهیلات، ارائه خوابگاه، تحصیل رایگان، حمل و نقل، امکان استفاده از امکانات ورزشی در خارج از زمان برگزاری کلاس‌ها است. با توجه به نظر مصاحبه‌شوندگان با شرایط اقتصادی موجود تحصیل رایگان در دانشکده‌های دانشگاه‌های دولتی و ارائه تسهیلات و وام‌های دانشجویی، همچنین حمل و نقل مناسب باعث رفاه حال دانشجویان و جذاب است. در این میان با توجه به نیاز و علاقه دانشجویان کارشناسی به فعالیت بدنی و ورزش ارائه خدمات بیشتر ورزشی مثل امکان استفاده از امکانات ورزشی دانشکده در سانس‌های اضافی یا زمان استراحت فرصت‌هایی را برای برخورداری بیشتر از امکانات برای دانشجویان فراهم می‌کند که نشان دهنده اهمیت به علائق و رفاه حال دانشجویان است که موجب احساس بهتر دانشجویان نسبت به دانشکده و در نتیجه باعث جذابیت بیشتر شود.

P3: زمین چمن خیلی عالی که بچه‌ها می‌تونستن تایم استراحت و زمان‌های دیگه از اون استفاده بکنن. خب این خیلی جذاب بود چون بچه‌ها خیلی فوتبال دوست دارن.

مضمون فرعی آموزش از دیدگاه دانشجویان کارشناسی شامل مفاهیمی همچون برگزاری دوره‌های مربیگری، داوری و کارگاه‌های تخصصی، علاقه به علوم ورزشی و ورزش، مشارکت‌های کلاسی، همراه بودن علم و عمل، توانایی اساتید در آموزش و انتقال مطلب و اردوهای آموزشی است. مصاحبه‌شوندگان معتقدند که علاقه به علوم ورزشی و ورزش در انتخاب دانشکده علوم ورزشی بسیار مهم بوده است تا بخواهند در این زمینه آموزش ببینند. همچنین با توجه به اینکه آموزش‌ها در دانشکده در دوبرخشی عملی و نظری می‌باشد دانشجویان در کنار آموزش‌های تئوری از آموزش عملی دارند که باعث درک بهتر دروس می‌شود. یکی از جذابیت‌های آموزشی مشارکت‌های کلاسی دانشجویان در کلاس‌ها به ویژه دروس عملی می‌باشد و انتقال مطالب آموزشی به دانشجو باعث جذابتر شدن کلاس‌ها برای دانشجویان می‌شود. کلوب و همکاران (۲۰۲۱) نیز نشان دادند که شهرت خوب یک برنامه تحصیلی از نظر کفایت دانش به دست آمده، یک عامل حفظ دانشجویان محلی است. علاوه بر این اردوهای آموزشی مثل بازدید از اماکن ورزشی یا مجموعه‌های بزرگ ورزشی و برگزاری دوره‌های مربیگری و داوری و کارگاه‌های تخصصی از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان از جذابیت‌ها در بعد آموزش می‌باشد. زیرا آن‌ها می‌توانند مدارک مربیگری یا گواهی‌های معتبری را دریافت کنند. در مطالعات دیگری محققان آموزش و توسعه را از مقیاس‌های جذابیت‌سازمانی برای نام تجاری کارفرمایی در آموزش عالی معرفی کرده‌اند (بندارویش و همکاران^۱، ۲۰۱۴). همچنین یاداو و همکاران (۲۰۲۴) نیز به تدریس و تنوع در دوره‌های ارائه شده توسط دانشگاه‌های

¹ Benderaviciene et al



خصوصی به عنوان یکی از مهمترین شاخص‌های جذابیت دانشگاه اشاره کرده‌اند. به نظر می‌رسد توجه به این موارد به عنوان جذابیت‌های سازمانی دانشکده‌های علوم ورزشی برای ایجاد انگیزه در متقاضیان حائز اهمیت است.

P^۳: من خودم ورزش را خیلی دوسداشتم و به نظرم ترکیب تئوری و عملی همیشه بهترین جواب را میدهد.

مقوله اصلی جامعیت رشته علوم ورزشی بیانگر این است که ساختار رشته علوم ورزشی گسترده است و دربرگیرنده علوم مختلف همچنین در برگیرنده رشته‌های مختلف ورزشی است. دانشجویان بیان کردند که یکی از موارد جذاب برای آن‌ها گستردگی علوم ورزشی است که آشنایی با علوم مختلف مثل مدیریت ورزشی، حقوق ورزشی، روانشناسی ورزشی و ... و همچنین آشنایی با رشته‌های مختلف ورزشی را برای آنها فراهم می‌کند. بنابراین می‌توان با بهره‌گیری از ظرفیت جامع رشته علوم ورزشی دانشجویان را با علوم و رشته‌های مختلف ورزشی که در ساختار علوم ورزشی وجود دارد جذب کرد و به جذابیت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی افزود.

P^۹: بنظر من علوم ورزشی جامعترین رشته است چون توش روانشناسی میخونی و همه چی... و مثلاً حقوق ورزشی میخونی...

مضمون اصلی مفهومی شامل مواردی است که به صورت ادراکی از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان مطرح شده است. این مضمون اصلی در برگیرنده مضمون‌های فرعی برنبدون، محیط جغرافیایی، ارتباطات سازمانی، شایسته‌سالاری، کاربردی بودن رشته علوم ورزشی، تغذیه ورزشی می‌باشد.

مضمون فرعی برنبدون بیانگر مواردی مثل برنبدون دانشگاه، برنبدون دانشکده، اساتید شناخته شده و برنبدون است. از آنجا که برنبدون دانشگاه، به مشتریان و جامعه هدف در انتخاب بهترین دانشگاه برای ارائه خدمات یا خرید محصولات اطمینان خاطر می‌دهد دانشگاه‌ها، به توسعه برنبدون توجه دارند (مامپسی، ۲۰۱۸). برنبدون‌سازی به عنوان یکی از مهمترین شاخص‌های جذابیت در دانشگاه‌های خصوصی مطرح است (یاداو و همکاران، ۲۰۲۴). بنابراین برنبدون دانشگاه و دانشکده می‌تواند به عنوان یک عنصر مهم جذابیت سازمانی مد نظر قرار بگیرد. همچنین با توجه به اهمیت اساتید و اعضای هیأت علمی در گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی برنبدون اساتید از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان باعث ایجاد تصویری ذهنی خوبی نسبت به دانشگاه و دانشکده می‌شود و تمایل پیوستن و ادامه فعالیت در دانشکده را بیشتر می‌کند. در نتیجه توجه به دیدگاه‌های مطرح شده و ایجاد و ارتقاء برنبدون دانشگاه، اساتید و دانشکده می‌تواند موجب درک بهتر جذابیت سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی شود.

P^{۱۱}: اولین چیزی که برای من مهم هست اینکه دانشگاه یک دانشگاه مادر باشد و برنبدون باشد خوب دانشگاهی که شناخته شده هست برنبدون هست مطرح هست تو کشور دانشکده علوم ورزشی بهتری داره و اون دانشکده علوم ورزشی هم برنبدون میشه که برای منم مهمه یک دانشکده برنبدون باشد استادهایی با سطح علمی بالا داشته باشد استاداش شناخته‌شده باشد خوب این خیلی جذابه برای من که جایی برم که برنده و استادی به من درس بدن که خودشون شناخته شده هستن.

مضمون فرعی محیط جغرافیایی از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان شامل مواردی همچون آب و هوا، موقعیت شهری می‌باشد. اقلیم و آب و هوا بخصوص زمان انجام فعالیت ورزشی قابل توجه است که فعالیت‌های ورزشی آن‌ها را محدود نکند. لومباردی و قلینی (۲۰۱۹) به جذابیت منطقه‌ای در بخش اشتغال برای وجود جذابیت دانشگاه‌ها برای افراد اشاره دارند. با تحلیل مصاحبه‌ها می‌توان دریافت شهری که دانشکده آنجا است حائز اهمیت است، زیرا امکانات منطقه‌ای و شهری مثل حمل و نقل شهری و موسسات و مراکز مختلف برای دانشجویان دارای اهمیت است و برای آنها شرایط بهتری را برای زندگی و پیشرفت فراهم می‌کند در نتیجه آنها را به سمت دانشکده‌هایی در شهرهای بزرگتر و با امکانات بیشتر

¹ Mampaey



کشیده می‌شوند. توجه به این یافته‌ها برای جذب و نگهداشت دانشجویان و نخبه‌های ورزشی ضروری می‌باشد؛ در غیر این صورت ممکن است آنها برای زندگی در یک شهر مدرن و پیشرفته و داشتن فرصت شغلی بهتر مهاجرت کنند. (مصطفایی و همکاران، ۲۰۲۵).

P۵: من خودم اهل نجف آباد هستم ولی وقتی وارد دانشگاه کرمان شدم من یک شهر بزرگتری بود، خیلی بزرگتر حالا نه اندازه اصفهان ولی بزرگ بود این برام خیلی جالب بود یعنی وارد یک محیط بزرگتر شده بودم و دوست داشتم اونجا بمونم چون از یک جای کوچک در وارد یک جای بزرگ تر با امکانات شده بودم برام خیلی جذابیت داشت.

مضمون فرعی ارتباطات سازمانی دربردارنده عواملی از جمله ارتباط با سایر سازمان‌ها، وجود روابط غیررسمی، الگو بودن اساتید، کارکنان وظیفه شناس با مهارت ارتباطی بالا است. تحلیل مصاحبه‌ها نشان می‌دهد ارتباط اساتید دانشکده با سایر سازمان‌ها مثلاً فدراسیون‌ها یا هیات‌های ورزشی و نفوذ آن‌ها در سایر سازمان‌ها از جذابیت‌های سازمانی دانشکده علوم ورزشی برای دانشجویان است. همچنین اساتید الگو با تجربه حاصل از استفاده مؤثر کانال‌های ارتباطی و با در نظر گرفتن اینکه بر حسب شرایط چطور صحبت کنند و چطور بهترین مؤثرترین رفتار را داشته باشند الگوی دانشجویان می‌شوند. در دانشکده‌های علوم ورزشی با وجود فضای ورزشی و روحیه ورزشی افراد در اماکن ورزشی امکان تعاملات بیشتر فراهم می‌شود. بواسطه این تعاملات اساتید، کارمندان و دانشجویان می‌توانند چه در ساعات اداری و کلاس‌های نظری و عملی و چه بعد از آن بتوانند اطلاعات بیشتری را باهم به اشتراک بگذارند. این تعاملات درون سازمانی علاوه بر اینکه همکاری‌ها و انجام امور و وظایف مختلف را تسهیل می‌کند، روابط غیررسمی‌تری را نیز ایجاد می‌کند. ارتباطات غیررسمی با اساتید و کارکنان فضای دانشکده را برای دانشجویان جذابتر می‌کند. با توجه به دیدگاه‌های مطرح شده توجه به نحوه برخورد و ارتباط با دانشجویان در جذب و حفظ ارتباط با آنها بسیار مهم می‌باشد. بطور طبیعی تعامل بین فردی^۱ بین مشتری و کارمند، ارتباط (تماس یا ارتباط بین دانشجو و اساتید و کارکنان) اغلب بر رضایت‌مندی تأثیر می‌گذارد (وس و همکاران، ۲۰۰۷). بنابراین ارتباطات سازمانی یک استراتژی مناسب در زمینه جذابیت‌های سازمانی دانشکده‌های علوم ورزشی به‌شمار می‌رود زیرا اساتید و کارکنان باید به نیازها و انتظارات دانشجویان پاسخ دهند و با کمک به توسعه و تقویت تعاملات بین سازمان و دانشجویان به عنوان مهمترین مشتریان دانشکده به افزایش رضایت و همچنین جذابیت‌های سازمانی دانشکده‌های علوم ورزشی بیفزایند.

P۱: خیلی استادا انقد خوب صحبت می‌کنن و انقد خوب آدم را راهنمایی می‌کنند. که آدم اون‌ها را الگو قرار می‌ده و دوس داره در آینده شبیه اونا باشه.

مضمون فرعی شایسته‌سالاری نشان دهنده اهمیت توجه به شایستگی و توانمندی‌ها در گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی است و به سطح علمی بالای اساتید، حضور اساتید ورزشکار، پرورش افراد شایسته برای جایگاه‌های شغلی مختلف در آینده اشاره دارد. لیونز و هایهوس^۲ (۲۰۰۳) نیز شایستگی را به عنوان پیش‌بینی‌کننده قابل توجهی از جذابیت‌های سازمانی به عنوان کارفرما در مطالعه خود ارائه می‌کنند. با بررسی دیدگاه مصاحبه‌شوندگان توانمندی علمی و عملی اساتید دانشکده‌های علوم ورزشی مطرح شده است، به طوری که شایستگی‌های اساتید در زمینه‌های آموزشی، ورزشی مورد توجه است. برای مثال در دروس عملی حضور اساتید ورزشکار که مهارت و توانمندی لازم را برای تدریس و اجرای تکنیک‌های ورزشی داشته باشند و به دنبال آن پرورش افرادی که شایستگی‌های لازم را در کلاس‌های درسشان پیدا کنند بیانگر شایسته سالاری در دانشکده می‌باشد و دانشجویان را متقاعد می‌کند که استاد، گروه و دانشکده کار

¹ Interpersonal interaction

² Voss et al

³ Lievens & Highhouse



درست را انجام می‌دهد و آنها می‌توانند توانمندی‌های لازم برای اشتغال در آینده را بدست آورند و به دنبال اشتیاق آنها را برای حضور در کلاس‌ها و دانشکده بیشتر می‌کند.

P۵: از نظر ورزشی هم همین‌طور، کسانی (منظور اساتید است) که یک سری مدال دارند که یک سری مسابقات جهانی و بین‌المللی شرکت می‌کنند کردند و بدن خیلی آماده تری دارند اطلاعات بیشتری دارند و می‌تونن بهتر تفهیم کنند به دانشجو، بهترین حرکات رو یاد بدن و نکات آموزشی بهتری بهشون یاد بدن خیلی بهتره به نظر.

مقوله اصلی کاربردی بودن رشته علوم ورزشی شامل کاربرد آن در ارتقاء سلامت جامعه و رفع مشکلات در این زمینه و درآمدزایی و داشتن آینده شغلی است. در پژوهش‌های جیانگ و ایلز^۱ (۲۰۱۱) یکی از جذابیت‌های کلیدی که باعث می‌شد کارمندان و متقاضیان آینده جذب یک سازمان شوند یا برای کار در شرکت‌های خصوصی در ژجیانگ چین اقدام کنند "ارزش اقتصادی" می‌باشد. علاوه بر این که در برخی یافته‌ها حقوق مناسب و شغل جالب به عنوان کلیدی برای جذابیت کارفرمای شرکت‌های تجاری در لیتوانی معرفی شده است (باکاناسکین و همکاران، ۲۰۱۷). کاربردی کردن علوم از راهکارهای عملیاتی شدن اقتصاد مقاومتی در ورزش دانشگاهی کشور شناخته شده است (خارکن و همکاران، ۲۰۲۳). برای دانشجویان علوم ورزشی نیز تدریس در آینده به عنوان یک فعالیت و فرصت جالب شغلی جذب کننده می‌باشد که بیانگر کاربردی بودن آموخته‌های آنها می‌باشد. همچنین طبق مصاحبه‌های انجام شده کاربرد دروس عملی و نظری فراگرفته شده در محیط بیرون دانشکده و اجتماع و بازار کار و به نوعی کمک به خانواده، اطرافیان و ارتقاء سلامت جامعه برای دانشجویان علوم ورزشی ارزشمند و لذت بخش است و اهمیت حضور و ادامه ارتباط با دانشکده را برای آنها نشان می‌دهد.

P۴: یکی دیگر از جذابیت‌هایی که برای من داشت این بود که ما می‌تونیم افرادی که یک سری ناهنجاری دارند را درمان کنیم. بعد از گذشت چند ترم ما می‌تونیم به آنها کمک کنیم و این خیلی جذابه که ما می‌تونیم به مردم مون کمک کنیم که مردمی سالم و بهتر داشته باشیم.

مقوله اصلی تغذیه ورزشی شامل داشتن سلف غذا، توجه به کیفیت و کمیت غذا و وجود مراکزی برای ارائه تغذیه مناسب در دانشکده است. با توجه به تحلیل مصاحبه‌ها لازم به ذکر است که دانشجویان کارشناسی به واسطه فعالیت‌های بدنی و تمرینات ورزشی نیازمند تغذیه مناسب هستند زیرا اثرات مهمی در کارآیی ورزشی آنها دارد. اشتباهات تغذیه‌ای و عدم دسترسی به تغذیه مناسب قبل یا بعد تمرینات و کلاس‌های ورزشی در کاهش عملکرد ورزشی اثرگذار است. اگر دانشجویان علوم ورزشی از تغذیه خوب و در زمان مناسب برخوردار نباشند عملکرد آنها به ویژه در کلاس‌های ورزشی افت شدیدی خواهد کرد. بنابراین تغذیه‌ی خوب می‌تواند کمک کند تا بدن آنها عملکرد بهتری داشته باشد و بعد از تمرین و ورزش هم سریع‌تر بازیابی شود. بنابراین وجود سلف غذا و یا بوفه یا مراکزی در دانشکده که مواد غذایی و تغذیه مورد نیاز دانشجویان علوم ورزشی را در زمان مناسب به آنها ارائه دهند اهمیت زیادی دارد. علاوه بر ارائه تغذیه مناسب، توجه به کمیت و کیفیت اهمیت زیادی در جذابیت برای دانشجویان کارشناسی پیدا می‌کند. بنابراین با توجه به ساعات بالای کلاس‌های ورزشی دانشجویان مقطع کارشناسی و اهمیت تغذیه مناسب ورزشی توجه به دیدگاه‌های آنها می‌تواند در ایجاد جذابیت بیشتر موثر باشد.

P۵: به نظر من اینکه دانشگاه ما برای دانشجویان علوم ورزشی آیکون‌هایی را در قسمت سلف فعال کرده بود که دانشجویان علوم ورزشی وقتی درخواست می‌دادند می‌تونستند دو پرس غذا بگیرن توی هر وعده. و این به نظر خیلی خوب بود انرژی بیشتری دانشجویان علوم ورزشی صرف می‌کنند نسبت به بقیه مخصوصاً برای بچه‌هایی که خوابگاهی بودن این به نظر خیلی بهتر بود و بالاخره مخصوص پسرها بدن که بدنشون نیاز به انرژی بیشتری داره این که این گزینه را فعال

¹ Jiang & Iles



کرده بودند به نظرم خیلی خوب بود و اینکه بوفه هایی که در سطح دانشکده بودند و نزدیک دانشکده بودند یکسری خوراکی ها و تنقلاتی را می آوردند که بیشتر برای دانشجویان علوم ورزشی مفید بودند.

مضمون اصلی فناوری و نوآوری در برگیرنده مضمون های فرعی جو سازمانی، به روز بودن، محیط ورزشی، توالی تحصیلی می باشد. امروزه نفوذ نوآوری و فناوری را در تمام عرصه ها مشاهده می شود. بخصوص در سیستم های آموزشی جامعه در عرصه علوم ورزشی که نیروی انسانی آن با ضریب تاثیرگذاری بسیار بالا در زمینه های آموزشی و تربیتی ایفای نقش می کنند که به اهمیت آن در سیستم آموزش و پرورش بیشتر اشاره شده است (میرزازاده و همکاران، ۲۰۱۹). بهره گیری از فناوری به ویژه فناوری های جدید برای آموزش همه رشته های ورزشی از عوامل کارآمدی ورزش دانشجویی می باشد (علوی و همکاران، ۲۰۲۴)؛ اما در بخش نظام آموزش عالی کشور و در حوزه علوم ورزشی و تربیت بدنی، با وجود پتانسیل های فراوان، موانع و مشکلات بسیار زیادی در زمینه های نوآوری مشاهده می شود (محمودی یکتا و همکاران، ۲۰۲۰)، بنابراین توجه به نتایج بدست آمده می تواند به برنامه ریزی در جهت بهبود فناوری و نوآوری در دانشکده های علوم ورزشی و ارائه طرح هایی در این راستا کمک کننده باشد.

منظور از مضمون فرعی جو سازمانی مجموعه ویژگی هایی متمایزکننده دانشکده علوم ورزشی است که تقریباً در طول زمان ثابت هستند و رفتار افراد را در دانشکده تحت تاثیر قرار می دهد. جو سازمانی از دیدگاه مصاحبه شونده گان شامل جو صمیمی و دوستانه، جو پویا، جو رقابتی، جو ورزشی، جو علمی می باشد. جو سازمانی خوب باعث تقویت روحیه و انگیزه بیشتر دانشجویان می شود. جو دوستانه و صمیمی در دانشکده علوم ورزشی، بیانگر احساس خوبی که در دانشکده است. جو علمی در کنار پویایی و جو ورزشی و رقابتی که با وجود فعالیت های ورزشی در دانشکده علوم ورزشی به وجود می آید از دیدگاه مصاحبه شونده گان دانشکده را برای آنها محیط مطلوب تری می کند. در مطالعات پیشین به فضای کاری خوب به عنوان یکی از ابعادی که باعث جذابیت سازمان ها به عنوان کارفرمایان در بخش تجاری لیتوانی می شود اشاره می کند که توسط کارکنان آنها درک می شود (باکاناسکین و همکاران، ۲۰۱۷). در نتیجه توجه به دیدگاه های ذکر شده برای ایجاد جو مثبت سازمانی قابل تامل و توجه ویژه است.

P^۹: رقابتیته من عاشق رقابتم. تو بچه های علوم ورزشی مثلاً به نفر بسکتبالیسته، بعد بقیه همه تلاش میکنند که خودشان را بکشن بالا و در حد اون بسکتبالیسته بازی کنن و ازش ببرن و پیشرفت کنن...

مضمون فرعی به روز بودن شامل پیشرفت و افزایش تخصص، استفاده از تجهیزات و تکنولوژی به روز و پیشرفته، اساتید به روز، اینترنت پر سرعت، نو ساز بودن دانشکده، استارت آپ های ورزشی می باشد. ون هوی و ساکس^۱ (۲۰۱۰) نیز در پژوهشی فرصت های پیشرفت را از جمله عوامل پیش بینی کننده جذابیت سازمانی درک شده برای متقاضیان بالقوه صنعت دفاع بلژیک می داند. در پژوهش حاضر مصاحبه شونده گان معتقدند که رشد و پیشرفت و افزایش تخصص دلیلی برای حضور و ادامه ارتباط آنها با دانشکده های تربیت بدنی می باشد. برخورداری از تجهیزات و وسایل به روز و پیشرفته در کلاس های آموزشی به ویژه ورزشی در دانشکده برای آنها حائز اهمیت است؛ همچنین دسترسی به اینترنت پرسرعت که دسترسی آن ها به اطلاعات به روز را تسهیل می کند برای آنها انگیزاننده و جذاب است. علاوه بر موارد ذکر شده استارت آپ های ورزشی و نو ساز بودن کلاس ها و دانشکده، آنجا را محیطی جذاب تری می کند. توجه به دیدگاه های ذکر شده می تواند در نشان دادن دانشکده ای به روز و مجهز به دانشجویان کارشناسی به عنوان اصلی ترین مشتریان بیرونی و جذب آنها کمک کننده باشد.

¹ Van Hoye & Saks



P۲: دانشگاه خیلی نوساز بود و پایه انفورماتیکش خیلی قوی بود. دنیا آمده روی هوش مصنوعی و اونجا یه سایت بزرگ و اینترنت قوی و سیستم خوبی داشتن و این نوسازی در آن خیلی جذاب بود. هم فناوری و هم خود ساختمان که نوآوریش بیشتر بود.

مضمون فرعی محیط ورزشی بیانگر بخش متمایز کننده دانشکده‌های علوم ورزشی نسبت به دیگر دانشکده‌ها است. این مضمون از دیدگاه مصاحبه شوندگان شامل ویژگی‌هایی مثل سازگاری با محیط و داشتن زمینه ورزشی، تعاملات بیشتر افراد، شادی و نشاط، فعالیت گروهی و تیمی، ظاهر متفاوت و ورزشی، ترغیب شدن به انجام فعالیت ورزشی و حفظ سلامتی، حضور دانشجویان ملی پوش و قهرمان، بروز خلاقیت، کشف استعداد و علایق ورزشی دارد که به واسطه ماهیت ورزشی و فعالیت‌های بدنی در دانشکده علوم ورزشی و محیط ورزشی به وجود می‌آیند. مطالعه دی وال (۲۰۱۸) در زمینه تاثیر شادی در محل کار^۱ و جذابیت سازمان نشان می‌دهد که تاثیر مثبتی بر عملکرد سازمان مانند افزایش بهره‌وری، کاهش کارکنان و شکایت کمتر مشتریان دارد. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد محیط ورزشی دانشکده علوم ورزشی افراد را تشویق می‌کند بیشتر ورزش کنند که به دنبال خود نیز شادی و نشاط به همراه دارد و این شادی و نشاط در تمام افراد نفوذ می‌کند و شادی و رضایت دانشجویان را نیز به همراه خواهد داشت.

مصاحبه‌شوندگان معتقدند پوشش و ظاهر متفاوت به صورت ورزشی و غیررسمی‌تر باعث تنوع و جذابیت می‌شود. این جذابیت ظاهری در احساس و نگرش و همچنین رفتار فرد اثر می‌گذارد و این تنوع پوششی نه تنها برای دانشجویان دانشکده حتی برای دانشجویان غیر علوم ورزشی نیز جذاب می‌باشد. بررسی اثر میانجی جذابیت سازمانی بر رابطه بین هویت سازمانی و تناسب فرد-سازمان نشان داد که بین تناسب با هویت سازمانی و جذابیت سازمانی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. همچنین بین جذابیت سازمانی و هویت سازمانی رابطه مثبت و معنی داری مشاهده شد (سینار^۲، ۲۰۱۹). همچنین رنج و مک ایون^۳ (۲۰۰۳) نشان دادند که اهداف، ارزش‌ها و تناسب بین شغل و فرد تاثیر معناداری بر جذابیت سازمانی دارند و افراد بیشتر به سازمان‌های مشابه آنها جذب می‌شوند تا سازمان‌هایی که مشابه آنها نیستند. با توجه به بخش عملی و دروس ورزشی در دانشکده علوم ورزشی دانشجویان مقطع کارشناسی شرایطی را برای تعاملات بالای افراد و انجام کارهای گروهی و تیمی فراهم می‌کند. علاوه بر این به واسطه سوابق ورزشی و فعالیت‌های ورزشی پیشین که دانشجویان کارشناسی داشتند شباهت‌هایی را با دانشکده علوم ورزشی یافتند و این خود باعث جذب آنها به دانشکده‌های علوم ورزشی شده است. به بیان دیگر مطابق با نظر مصاحبه شوندگان سابقه ورزشی دانشجویان موجب احساس سازگاری و احساس تناسب آنها با دانشکده‌های علوم ورزشی می‌باشد. علاوه بر دیدگاه‌های ذکر شد از یک طرف آموزش رشته‌های مختلف ورزشی این فرصت را برای دانشجویان فراهم می‌کند که بتوانند استعدادهای خود را بشناسند و در آن زمینه به صورت تخصصی کار کنند و از طرف دیگر فعالیت و محیط ورزشی با ایجاد موقعیت‌های مختلف و غیرقابل پیش بینی باعث بروز خلاقیت در افراد می‌شود. یکی از موارد دیگر که مصاحبه شوندگان به آن اشاره داشتند حضور دانشجویان قهرمان و ملی پوش است که به عنوان نخبه‌های ورزشی جذابیت کلاس‌ها و دانشکده را دو چندان می‌کنند. به نظر می‌رسد با توجه به ماهیت ورزشی دانشکده‌های علوم ورزشی توجه به دیدگاه‌های مربوط به محیط ورزشی برای جذب بیشتر و بهتر دانشجویان کارشناسی ضروری است.

¹ Waal

² Happiness at work

³ Cinar

⁴ Rentsch & McEwen



P۴: بچه‌های علوم ورزشی هم از لحاظ تیپ و هم شخصیتی و همه اینها خیلی رو فرم تر هستند نسبت به بقیه رشته‌ها این خودش آدم را جذب می‌کند که بروند علوم ورزشی که هم بدنش اوکی شود هم راجع به بدنش بدانند یا مثلاً چه اتفاقی دارد می‌افتد چطور روی بدنش کار کند که بهتر بشود.

مضمون فرعی توالی تحصیلی مطابق با دیدگاه مصاحبه شوندگان، داشتن سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری، امکان استفاده از تجارب افراد در مقاطع بالاتر، امکان ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر را در بر می‌گیرد. با توجه به تحلیل مصاحبه‌ها توالی تحصیلی می‌تواند یک دانشکده را به گزینه‌ای جذاب برای دانشجویان و متقاضیان بالقوه جذب در دانشکده تبدیل کند؛ زیرا ادامه تحصیل در مقطع بالاتر را برای آنها در دانشکده محل تحصیل خود فراهم می‌کند. همچنین دانشجویان مقطع کارشناسی می‌توانند با برقراری ارتباط با دانشجویان در مقاطع بالاتر از تجربیات آنها استفاده کنند و برای آینده تحصیلی و کاری خود تصمیم بهتری بگیرند. بنابراین تلاش مسئولان دانشکده‌ها و گروه‌های علوم ورزشی باید در جهت توسعه دانشکده و داشتن مقاطع مختلف تحصیلی برای دانشجویان تلاش کنند.

P۲: جذابیت دیگه‌ای که داره، دانشجو‌ها دارن دانشجو‌های ارشد و دکترا رو می‌بینن یه جورایی دارن آینده نگری این رشته را هم می‌کنند و تصور می‌کنند که در آینده قراره چی بخونیم و چی بشیم...

از آنجا که جذابیت‌سازمانی به طور بالقوه کمیت و کیفیت متقاضیانی را که در نظر دارند سازمان جذب شوند را بهبود می‌بخشد. بنابراین نتایج این پژوهش در افزایش تعداد متقاضیان برای ورود به دانشکده‌های علوم ورزشی و جذب افراد مستعدتر و توانمندتری از دانشجویان به دانشکده‌های علوم ورزشی به عنوان متقاضیان بالقوه‌ای که در آغاز ارتباط با دانشکده هستند حائز اهمیت است و می‌بایست مورد توجه مسئولان و دست‌اندرکاران دانشکده‌های تربیت‌بدنی قرار بگیرد. گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی شامل دو بخش عملی و نظری هستند و ویژگی‌هایی که برگرفته از خاصیت ورزشی دانشکده‌های علوم ورزشی می‌باشد آن را از دیگر دانشکده‌ها متمایز می‌سازد. نتایج بدست آمده بخشی از خلأ پژوهشی در این حوزه را برطرف کرده و همچنین دیدگاه منسجمی در مورد جذابیت‌های سازمانی گروه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی فراهم می‌کند که به مدیران و مسئولان دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها برای شناخت ادراکات دانشجویان کارشناسی به عنوان دینفعان خارجی کمک می‌کند تا بتوانند شرایط بهتری را برای جذب آنها و ایجاد، ارتقاء و حفظ جذابیت‌های سازمانی شناخته شده فراهم کنند. همچنین توجه و ارتقاء جذابیت‌های سازمانی شناسایی شده از دیدگاه دانشجویان به عنوان اصلی‌ترین مشتریان دانشکده نشان دهد که دانشکده امور را به درستی هدایت می‌کند و این امر می‌تواند برای دانشجویان انگیزاننده باشد تا در دانشکده بمانند یا دانشکده‌ای که این جذابیت‌ها را دارد انتخاب کنند.

نتایج این پژوهش با رویکرد جدید پایین به بالا اطلاعات مفیدی را برای برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران این حوزه فراهم کرده است تا ادراک بهتر و صحیح‌تری از جذابیت‌های سازمانی بدست آورند. بدین ترتیب پیشنهاد می‌شود با توجه به نتایج بدست آمده جذابیت‌های سازمانی در سه مضمون اصلی ساختاری، مفهومی و فناوری و نوآوری مورد توجه ویژه قرار بگیرد. همچنین نتایج بدست آمده شامل مقوله‌های اصلی تجهیزات و امکانات سازمانی، رویدادها و مسابقات ورزشی، گروه‌ها، امکانات رفاهی، آموزش، جامعیت علوم ورزشی، برنبدون، محیط جغرافیایی، ارتباطات سازمانی، شایسته‌سالاری، کاربردی بودن رشته علوم ورزشی تغذیه ورزشی، جو سازمانی، به روز بودن، محیط ورزشی، توالی تحصیلی و توجه ویژه به دیدگاه‌های مطرح شده در مصاحبه‌ها می‌تواند به جذب بهتر دانشجویانی که در مراحل اولیه ارتباط و جذب دانشکده‌های علوم ورزشی قرار دارند کمک‌کننده باشد. ایجاد، حفظ و ارتقاء این جذابیت‌ها می‌تواند به ایجاد، حفظ و افزایش جذابیت برای دانشجویان فراتر از مقطع کارشناسی و ادامه تحصیل در آینده و به دنبال آن جذب شدن و حتی اشتغال آینده در دانشکده‌ها موثر باشد.



یاداو و همکاران (۲۰۲۴) بیان می‌کنند که جذابیت دانشگاه نقش مهمی در افزایش حمایت درک شده از دانشجویان دارد. با توجه به نتایج به دست آمده به طور کلی می‌توان گفت برخورداری‌های دانشجویان از دانشکده و گروه‌های تربیت‌بدنی که به نوعی بیانگر ارائه خدمات بالاتر و بهتری برای آنها می‌باشد برای آنها جذاب است و می‌بایست مورد توجه قرار بگیرد. از یک طرف علاقه دانشجویان کارشناسی به ورزش و فعالیت‌بدنی و داشتن سوابق ورزشی قبل از ورود به دانشکده نشان دهنده تناسب آنها با دانشکده علوم ورزشی می‌باشد در نتیجه برخورداری آنها از امکانات و تجهیزات مناسب آموزشی و ورزشی از جذابیت‌های سازمانی مهمی است که در نتایج پژوهش مصاحبه شونده‌گان بر آن اشاره و تاکید داشتند. بنابراین با توجه به ویژگی دانشکده‌های علوم ورزشی به دلیل تنوع دروس عملی و نظری دانشجویان کارشناسی، توجه ویژه به جذابیت‌هایی که مرتبط با دروس عملی دانشجویان است بسیار قابل تأمل می‌باشد. این دیدگاه‌ها یک مسئله واقعی را برجسته می‌کند که برخورداری‌های دانشجویان در مقوله‌های اصلی بدست آمده برای آنها جذابیت دارد و باید به آن توجه ویژه شود زیرا دانشکده‌ها اغلب رضایت دانشجو را به عنوان یک هدف نمی‌داند و در صورتی که این در شهرت و ماندگاری منعکس می‌شود (حسن و همکاران، ۲۰۰۸). به طور کلی یافته‌های پژوهش حاضر می‌تواند به عنوان عناصر اساسی برای توسعه استراتژی‌های دانشکده‌های علوم ورزشی در جهت دستیابی به تعالی خدمات و ایجاد جذابیت بیشتر و ماندگاری دانشجویان مورد توجه و استفاده برنامه‌ریزان در این حوزه قرار بگیرد.

نتیجه‌گیری کلی و پیام مقاله

این پژوهش با یک رویکرد جدید ادراک بهتری از جذابیت‌های سازمانی دانشکده‌های علوم ورزشی از دیدگاه دانشجویان کارشناسی فراهم می‌کند و سه مضمون اصلی ساختاری، مفهومی و فناوری و نوآوری را معرفی می‌نماید. مقوله‌های اصلی شامل تجهیزات و امکانات سازمانی، رویدادها و مسابقات ورزشی، گروه‌ها، امکانات رفاهی، آموزش، جامعیت رشته علوم ورزشی، برند بودن، محیط جغرافیایی، ارتباطات سازمانی، شایسته‌سالاری، کاربردی بودن رشته علوم ورزشی، تغذیه ورزشی، جو سازمانی، به روز بودن، محیط ورزشی و توالی تحصیلی بودند که باید مورد توجه مسئولان، تصمیم‌گیران و مدیران دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها قرار گیرد. این جذابیت‌ها می‌تواند در ایجاد، حفظ و افزایش جذابیت برای دانشجویان، فراتر از مقطع کارشناسی و ادامه تحصیل در آینده باشد و به دنبال آن جذب و اشتغال آینده دانشجویان در دانشکده‌های علوم ورزشی موثر باشد.

محدودیت‌ها

یکی از محدودیت‌ها، دشواری دسترسی به نمونه‌های پژوهش از همه دانشکده‌ها در شهرهای مختلف در سراسر کشور بود.

پیشنهاد برای مطالعات آتی

پیشنهاد می‌شود در مطالعات آتی جذابیت‌های سازمانی دانشکده علوم ورزشی هر دانشگاه به طور موردی مورد بررسی قرار گیرد.

رعایت دستورالعمل‌های اخلاقی

رضایت آگاهانه از تمامی شرکت‌کنندگان داوطلب، دریافت شد و تمام مسائل مربوط به اخلاق در پژوهش رعایت شد.

منابع مالی

این پژوهش بدون دریافت کمک مالی از سوی سازمان‌های دولتی، تجاری یا غیرانتفاعی انجام شده است.

مشارکت نویسندگان

نویسنده اول: پژوهش را انجام داد، داده‌ها را جمع‌آوری و تحلیل کرد و نسخه نهایی مقاله را نوشته است.

نویسنده دوم: در تمام مراحل پژوهش و آماده‌سازی مقاله، راهنمایی، نظارت و حمایت مداوم داشتند.

نویسنده سوم و چهارم: در مراحل خاصی از پژوهش، مشاوره ارائه دادند و برای پیشبرد پژوهش حمایت کردند.



تعارض منافع

نویسندگان اظهار می‌دارند که هیچ تضاد منافی در ارتباط با انتشار این مقاله وجود ندارد.

تقدیر و تشکر

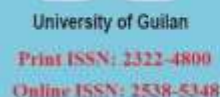
ما به طور ویژه از تمامی شرکت‌کنندگان در این پژوهش تشکر می‌کنیم.

References

- Abell, D., & Becker, K. (2020). Enhancing university employer attractiveness for the next generation of academics. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 43(5), 457–473. [<https://doi.org/10.1080/1360080X.2020.1847241>]
- Alavi, S. H., Alipour gal, A., & Nikbin, B. (2024). Presenting an efficient model of student sports. *Sport Management and Development*, 13(1), 91-113. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.2022.22345.2702>] [In Persian]
- Bacci, S., & Bertaccini, B. (2021). Assessment of the university reputation through the analysis of the student mobility. *Social Indicators Research*, 156(2), 363–388. [<https://doi.org/10.1007/s11205-020-02322-x>]
- Bakanauskiene, I., Bendaravičienė, R., & Barkauskė, L. (2017). Organizational attractiveness: an empirical study on employees attitudes in lithuanian business sector. Problems and perspectives in management, 15(2), 4-18. [[https://doi.org/10.21511/ppm.15\(2\).2017.01](https://doi.org/10.21511/ppm.15(2).2017.01)]
- Bendaraviciene, R., Bakanauskiene, I., & Krikstolaitis, R. (2014). Development of a scale to measure organizational attractiveness for employer branding in higher education. *EURAM 2014: 14th Waves and Winds of Strategic Leadership for Sustainable Competitiveness, Conference Proceedings*, 1–34. Valencia, Spain. [[link](#)]
- Braun, V., Clarke, V., & Weate, P. (2016). Using thematic analysis in sport and exercise research. *Journal of Sport Management and Development*, 13(2), 213–227. [[link](#)]
- Chin, M. K., Edginton, C. R., Tang, M. S., Phua, K. W., & Yang, J. Z. (2019). School and community-based physical education and healthy active living programs: holistic practices in Hong Kong, Singapore, and the United States. *Global Perspectives on Childhood Obesity*, 325–337. Academic Press. [<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-812840-4.00026-8>]
- Cinar, E. (2019). The effect of person-organization fit on the organizational identification: The mediating role of organizational attractiveness. *Eurasian Journal of Business and Management*, 7(1), 74-84. [doi: [10.15604/ejbm.2019.07.01.007](https://doi.org/10.15604/ejbm.2019.07.01.007)]
- Columbu, S., Porcu, M., & Sulis, I. (2021). University choice and the attractiveness of the study area: Insights on the differences amongst degree programmes in Italy based on generalised mixed-effect models. *Socio-Economic Planning Sciences*, 74, 100926. [<https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100926>]
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications. [[Link](#)]
- Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory into practice*, 39(3), 124-130. [https://doi.org/10.1207/s15430421tip3903_2]
- de Lourdes Machado-Taylor, M., Meira Soares, V., Brites, R., Brites Ferreira, J., Farhangmehr, M., Gouveia, O. M. R., & Peterson, M. (2016). Academic job satisfaction and motivation: Findings from a nationwide study in Portuguese higher education. *Studies in Higher Education*, 41(3), 541-559. [doi: [10.1080/03075079.2014.942265](https://doi.org/10.1080/03075079.2014.942265)]
- de Waal, A. (2018). Increasing organisational attractiveness: The role of the HPO and happiness at work frameworks. *Journal of organizational effectiveness: people and performance*, 5(2), 124-141. [doi: [10.1108/JOEPP-10-2017-00801](https://doi.org/10.1108/JOEPP-10-2017-00801)]



- Delia, E. B. (2019). "You can't just erase history": Coping with team identity threat. *Journal of Sport Management*, 33(3), 203-214. [[doi: 10.1123/jsm.2018-0283](https://doi.org/10.1123/jsm.2018-0283)]
- Farahani, A., Gholampour, A., Adel Khani, A. (2013). The Role of Management and Policy Making in Physical Education Colleges and Groups in Guiding Students' Job Expectations (Determining Strategy and Policy). *Applied Research in Sport Management*, 2(2), 121-138. [[link](#)] [In Persian]
- Fathi, M.R., Maleki, M.H., Saberi, A., & Zandagahi, A. (2020). Scenario Planning of University Sports of Iran based on Future Study Approach. *Sport Development and Management*, 9(3), 72-92. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.2020.4376>] [In Persian]
- Guilbault, M. (2016). Students as customers in higher education: reframing the debate. *Journal of Marketing for Higher Education*, 26(2), 132-142. [<https://doi.org/10.1080/08841241.2016.1245234>]
- Hasan, H.F.A., Ilias, A., Rahman, R.A., & Razak, M.Z.A. (2008). Service quality and student satisfaction: A case study at private higher education institutions. *International business research*, 1(3), 163-175. [<https://doi.org/10.5539/ibr.v1n3p163>]
- Hemmatinezhad, M.A., Shabani, S., Faraji, R. (2019). Investigating Educational Services Quality in Faculties of Sport Sciences via Quality Function Deployment (QFD) (Case Study of Faculty of Sport Sciences at University of Guilan). *Research on Educational Sport*, 7(16), 257-84. [<https://doi.org/10.22089/res.2018.5827.1454>] [In Persian]
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E.F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and psychological Measurement*, 63(6), 986-1001. [<https://doi.org/10.1177/0013164403258403>]
- Jiang, T., & Iles, P. (2011). Employer- brand equity, organizational attractiveness and talent management in the Zhejiang private sector, China. *Journal of Technology Management in China*, 6(1), 97-110. [<https://doi.org/10.1108/17468771111105686>]
- Karami Darmachani, N., Eydi, H., & Zardashtian, Sh. (2021). Presentation of Role Modeling of Sport Faculties of Iran in Relation to Community. *Research on Educational Sport*, 9(22), 75-96. [<https://doi.org/10.22089/res.2019.7856.1734>] [In Persian]
- Khalipah, K., Manullang, J.G., & Junaidi, I. A. (2023). Management of Physical Education Laboratory Facilities and Infrastructure at PGRI University Palembang. *Journal of Social Work and Science Education*, 4(3), 604-609. [<https://doi.org/10.52690/jswe.v4i3.596>]
- Kharkan, M., Andam, R., Bahrololoum, H. and Zareian, H. (2023). identifying Components of Resistive Economy in College sport of Iran. *Sport Management and Development*, 12(4), 245-268. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.2020.14501.2151>] [In Persian]
- Koenig, G. (1994). *Production de la connaissance et constitution des pratiques organisationnelles*. Université de Paris-Val-de-Marne. [[Link](#)]
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing*. Sage. [[Link](#)]
- Lievens, F., & Highhouse, S. (2003). The relation of instrumental and symbolic attributes to a company's attractiveness as an employer. *Personnel psychology*, 56(1), 75-102. [<https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2003.tb00144.x>]
- Lim, W.M., Jee, T.W., & De Run, E.C. (2020). Strategic brand management for higher education institutions with graduate degree programs: empirical insights from the higher education marketing mix. *Journal of Strategic Marketing*, 28(3), 225-245. [<https://doi.org/10.1080/0965254X.2018.1496131>]
- Lombardi, G., & Ghellini, G. (2019). The effect of grading policies on Italian universities' attractiveness: A conditional multinomial logit approach. *Electronic Journal of Applied Statistical Analysis*, 12(04), 801-825. [<https://doi.org/10.1285/i20705948v12n4p801>]
- Mahmoudi Yekta, M., Shabani Bahar, G., Honari, H., Shahlayi, J., & Ghafari, F. (2020). Identifying the Effective Factors of the Development of Entrepreneurship in the Educational System of Sports Sciences



- of the Country. *Journal of Sport Management and Development*, 10(4), 22-36. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.2021.5448>] [In Persian]
- Mallaei, M. (2017). The Effect of Service Quality on Reputation of Faculties and Obtaining the Rank of Physical Education and Sport Science Faculty (Case Study: University of Guilan), *Research on Educational Sport*, 5(13), 135-54. [<https://doi.org/10.22089/res.2017.3414.1228>] [In Persian]
- Mallaei, M., & Beirami, L. (2018). Comparing and prioritizing effective indicators on the reputation of the faculty of sport sciences. *Journal of Sport Development and Management*, 8(2), 23-39. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.1970.3549>] [In Persian]
- Mampaey, J. (2018). Brand communication in flemish higher education: A comparison between types of institutions. *Competition in Higher Education Branding and Marketing: National and Global Perspectives*, 63-79. [[Link](#)]
- Masmanidis, T., Gargalianos, D., & Kosta, G. (2009). Perceived constraints of Greek university students' participation in campus recreational sport programs. *Recreational Sports Journal*, 33(2), 150-166. [<https://doi.org/10.1123/rsj.33.2.150>]
- Mirzazadeh, Z.S., Keshtidar, M., & Bazmara, A. (2019). Study of the role of individual factors & information technology on knowledge sharing of Khorasan Razavi Physical Education Teachers. *Sport Development and Management*, 8(4), 158-174. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.1970.3441>] [In Persian]
- Mostafaei, J., Farzan, F., & Aliverdinia, A. (2025). Design Modeling of Factors Affecting the Migration of Sports Elites in Iran. *Journal Sport Management and Development*, 13(4), 132-158. [<https://doi.org/10.22124/jsmd.2023.23139.2734>] [In Persian]
- Ostrom, A.L., Bitner, M. J., & Burkhard, K. A. (2011). Leveraging Service Blueprinting to Rethink Higher Education: When Students Become "Valued Customers," Everybody Wins. *Center for American Progress*. [[Link](#)]
- Perez, E.M., Walton, A.L., Cooper, D.M., & Pacheco, M.R. (2014). Unpacking organizational attraction: A process model. *International Journal of Business and Social Science*, 5(10). [[Link](#)]
- Rentsch, J. R., & McEwen, A. H. (2003). Comparing personality characteristics, values, and goals as antecedents of organizational attractiveness. *International Journal of Selection and Assessment*, 10(3), 225-234. [<https://doi.org/10.1111/1468-2389.00212>]
- Salas-Vallina, A., Alegre, J., & Fernandez, R. (2017). Happiness at work and organisational citizenship behaviour: is organisational learning a missing link?. *International Journal of Manpower*, 38(3), 470-488. [<https://doi.org/10.1108/IJM-10-2015-0163>]
- Scott, W. A. (1955). Reliability of content analysis: The case of nominal scale coding. *Public opinion quarterly*, 19(3), 321-325. [<https://doi.org/10.1086/266577>]
- Van Hoyer, G., & Saks, A.M. (2011). The instrumental- symbolic framework: Organisational image and attractiveness of potential applicants and their companions at a job fair. *Applied Psychology*, 60(2), 311-335. [<https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2010.00437.x>]
- Voss, R., Gruber, T., & Szmigin, I. (2007). Service quality in higher education: The role of student expectations. *Journal of Business Research*, 60(9), 949-959. [<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.01.020>]
- Wang, D.-B., & Lu, W.-J. (2017). The construction and application of functional indexes of colleges and universities in the development of sports industry—analysis based on fuzzy comprehensive evaluation method. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(8), 6027-6036. [<https://doi.org/10.12973/eurasia.2017.01050a>]
- Yadav, R., Shiva, A., & Narula, S. (2024). Exploring private university attractiveness from students' perspective to ensure sustainable institutes: an empirical investigation from Indian perspective. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 16(1), 170-203. [<https://doi.org/10.1108/APJBA-04-2021-0165>]