

۱۳۸۲/۲/۲۷
۹۴/۱۱/۲۵

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی

تألیف

منیگ‌لی

برندا پیتز

جروم کوارترمان

ترجمه

دکتر حسن اسدی

استاد دانشگاه تهران

دکتر احمدعلی آصفی

استادیار دانشگاه اصفهان





شماره مسلسل ۸۵۲۵

شماره انتشار ۳۶۴۹

انتشارات دانشگاه تهران

Li, Ming

: لی، مینگ

سرشناسه

: روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی / مؤلفان مینگ لی، برندا پیتز، جروم کوارترمن؛ مترجمان حسن اسدی، احمدعلی آصفی.
: تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۴.
: ۶۵۲ ص. : جدول، نمودار.
: انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۳۶۴۹.
: 978-964-03-6825-1

عنوان و نام پدیدآور

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری

روست

شابک

رعیت فهرست‌نویسی : فیبا.

: عنوان اصلی : Research methods in sport management, 2008.

یادداشت

موضوع : ورزش -- مدیریت -- تحقیق -- روش‌شناسی

شناسه افزوده

: پیتز، برندا جی.

شناسه افزوده

Pitts, Brenda G.

شناسه افزوده

: کوارترمن، جروم، ۱۹۴۴ - م.

شناسه افزوده

Quateman, Jerome

شناسه افزوده

: اسدی، حسن، ۱۳۴۱ - مترجم.

شناسه افزوده

: آصفی، احمدعلی، ۱۳۶۱ -

شناسه افزوده

: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات

شناسه افزوده

: الف ۱۳۹۱ - شابک GV ۷۱۱

رده‌بندی کنگره

: ۷۹۶/۰۶۹۰۷۲

رده‌بندی دیویی

: ۳۰۹۵۲۲۵

شماره کتابشناسی ملی

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. شیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در شبکه‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود.

ISBN:978-964-03-6825-1



9 789640 368251

عنوان: روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی

تألیف: مینگ لی - برندا پیتز - جروم کوارترمن

ترجمه: دکتر حسن اسدی - دکتر احمدعلی آصفی

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۴

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مترجمان است»

«کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است»

بها: ۳۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرشی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: http://press.ut.ac.ir

پخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲

فهرست مطالب

پیشگفتار مولفین.....	ظ
پیشگفتار مترجمان.....	ف

فصل اول: مقدمه‌ای بر تحقیق مدیریت ورزشی

هدف و ماهیت تحقیق مدیریت ورزشی.....	۱
تحقیق در زندگی روزمره ما.....	۲
تعریف تحقیق مدیریت ورزشی.....	۳
تحقیق برای بدنه دانش در مدیریت ورزشی.....	۴
اهمیت تحقیق برای دانشجویان مدیریت ورزشی.....	۴
اهمیت تحقیق برای مدیریت ورزشی در عمل.....	۴
ویژگی‌های تحقیق مدیریت ورزشی.....	۵
اهداف اصلی تحقیق مدیریت ورزشی.....	۵
رویکردهای فلسفی در تحقیق مدیریت ورزشی.....	۶
پارادایم اثبات گرایی.....	۶
پارادایم طبیعت گرایی.....	۷
رویکردهای اصلی در تحقیقات مدیریت ورزشی.....	۹
تحقیق پایه و کاربردی در مدیریت ورزشی.....	۹
تحقیق کمی و کیفی در مدیریت ورزشی.....	۱۰
تحقیقات اکتشافی، توصیفی و علی در مدیریت ورزشی.....	۱۱
پیشرفت و آینده تحقیق مدیریت ورزشی.....	۱۲
خلاصه فصل.....	۱۳

فصل دوم: فرایند تحقیق در مدیریت ورزشی.....

تصمیم گیری و متغیرهای تاثیرگذار.....	۱۵
اطمینان در مقابل عدم اطمینان.....	۱۶
ابهام.....	۱۶
فرایند تحقیق در مدیریت ورزشی.....	۱۷
مرحله ۱: شناسایی مشکل یا مسئله.....	۱۷
مرحله ۲: تعریف مشکل یا مسئله.....	۱۸
مرحله ۳: جستجو برای یافتن پاسخ.....	۱۹
مرحله ۴: تعریف اهداف تحقیق.....	۱۹
مرحله ۵: تعیین طرح تحقیق.....	۲۰
روش‌های تحقیق کیفی در مدیریت ورزشی.....	۲۱
مطالعه موردی.....	۲۱
مصاحبه.....	۲۱

۲۲	گروه کانونی.....
۲۲	مشاهده.....
۲۳	روش‌های تحقیق کمی در مدیریت ورزشی.....
۲۳	داده‌های ثانویه.....
۲۳	بیمایش‌ها.....
۲۳	آزمایش.....
۲۴	مرحله ۶: جمع‌آوری داده‌ها.....
۲۵	مرحله ۷: تجزیه و تحلیل داده‌ها.....
۲۵	مرحله ۸: گزارش نتایج.....
۲۵	طرح پیشنهادی تحقیق (بروپوزال).....
۲۸	خلاصه فصل.....
۳۱	فصل سوم: تشریح تحقیقات کیفی در مطالعات مدیریت ورزشی.....
۳۲	تعریف تحقیق کیفی.....
۳۳	تحقیق کیفی در مقابل تحقیق کمی.....
۳۳	انتخاب رویکرد تحقیق کیفی.....
۳۴	انتخاب رویکرد تحقیق کمی.....
۳۵	روش‌های جمع‌آوری داده‌ها در تحقیق کیفی.....
۳۵	قابلیت اعتماد دقت تحقیق کیفی.....
۳۶	ترکیب تحقیق کیفی و کمی.....
۳۶	انتشارات و جهت‌گیری آینده تحقیق کیفی در رشته مدیریت و بازاریابی ورزشی.....
۳۸	خلاصه فصل.....
۳۹	فصل چهارم: مطالعه موردی در مدیریت ورزشی.....
۴۰	مطالعه موردی به عنوان یک طرح تحقیق: ریشه تاریخی.....
۴۱	تعریف مطالعه موردی.....
۴۳	مطالعه موردی به عنوان یک طرح تحقیقی در مدیریت ورزشی.....
۴۴	نظریه پردازی از مطالعه موردی.....
۴۴	نظریه چیست؟.....
۴۴	انواع نظریه‌ها.....
۴۵	ساخت نظریه.....
۴۸	انواع مطالعه موردی.....
۵۰	طراحی / تدوین یک مطالعه موردی.....
۵۱	ارزیابی طرح‌های مطالعه موردی.....
۵۲	قابلیت اعتماد.....
۵۳	قابلیت اعتبار.....
۵۵	اجرای مطالعه موردی.....
۵۵	آمادگی برای جمع‌آوری داده‌ها.....

۵۶	 چارچوب برای مطالعه
۵۶	 انتخاب مورد و اجرای مطالعه مقدماتی
۵۷	 جمع‌آوری شواهد / مدارک
۵۷	 اصول جمع‌آوری داده‌های مطالعه موردی
۵۷	 تطابق همگونی یا تبلوربخشی داده‌ها
۵۸	 پایگاه داده‌ای مطالعه موردی
۵۹	 زنجیره شواهد / مدارک
۵۹	 تحلیل مطالعه موردی
۶۰	 ارائه مطالعه موردی
۶۱	 ارزیابی کیفیت گزارش‌های مطالعه موردی
۶۲	 نگرانی‌های مربوط به مطالعه موردی
۶۲	 خلاصه فصل
۶۵	 فصل پنجم: مصاحبه
۶۶	 ماهیت مصاحبه به عنوان یک روش تحقیق کیفی
۶۶	 اهداف مصاحبه
۶۷	 عوامل تاثیرگذار بر کاربرد مصاحبه‌ها
۶۸	 انواع و اشکال مصاحبه: رودررو، تلفنی، آنلاین
۶۸	 شکل سوال باز پاسخ
۶۹	 شکل سوال جای خالی را پر کنید
۶۹	 شکل سوال دوتایی
۷۰	 شکل سوال با پاسخ مدرج
۷۱	 شکل سوال با پاسخ غیرمدرج
۷۲	 محل‌های انجام مصاحبه
۷۲	 محل اقامت
۷۲	 خیابان
۷۲	 بازار
۷۳	 اماکن ورزشی
۷۳	 دفتر مصاحبه
۷۳	 نقش مصاحبه‌کننده
۷۴	 آموزش مصاحبه‌گر
۷۵	 انجام مصاحبه
۷۵	 مزایای مصاحبه
۷۶	 معایب مصاحبه
۷۶	 هزینه زیاد
۷۶	 زمان طولانی
۷۶	 کاهش حجم نمونه
۷۶	 افزایش زمان سازماندهی

۷۶	محدودیت‌های جغرافیایی
۷۶	خلاصه فصل
۷۹	فصل ششم: تحقیق گروه کانونی
۸۰	ماهیت گروه کانونی به عنوان روش تحقیق کیفی در مدیریت ورزشی
۸۰	اهداف تحقیق گروه کانونی
۸۱	انواع گروه‌های کانونی
۸۱	روش مستقل
۸۱	مکمل پیمایشی
۸۱	طرح روش چندگانه
۸۲	روش‌های گروه‌های کانونی آنلاین
۸۲	انتخاب شرکت‌کنندگان گروه کانونی
۸۲	جذب شرکت‌کنندگان گروه کانونی
۸۳	تعداد گروه‌ها یا جلسات
۸۳	محل برگزاری جلسات گروه کانونی
۸۳	گرداننده (مجری) گروه کانونی
۸۵	فرایند گروه کانونی
۸۷	مزایا و معایب روش تحقیق گروه کانونی
۸۸	یک مورد تحقیق گروه کانونی در مدیریت ورزشی
۸۸	خلاصه فصل
۹۱	فصل هفتم: مشاهده
۹۲	ماهیت مشاهده
۹۲	ویژگی‌های مشاهده به عنوان یک روش جمع‌آوری داده‌های تحقیق
۹۲	مزایا و معایب مشاهده
۹۴	اهداف مشاهده
۹۵	مشاهده رفتار انسان در زمان واقعی
۹۵	ارائه توصیفات بصری
۹۵	کسب اطلاعات اکتشافی
۹۵	شرایط استفاده از مشاهده
۹۶	خود مشکل
۹۶	ویژگی‌ها و مهارت‌های پژوهشگر
۹۶	ویژگی‌های آزمودنی‌ها
۹۶	انواع مشاهده
۹۷	مشاهده مشارکتی یا غیرمشارکتی
۹۷	مشاهده آگاهانه یا ناآگاهانه
۹۸	مشاهده در محیط‌های طبیعی یا ساختگی
۹۹	مشاهده پنهان یا آشکار

۹۹	مشاهده ساختاریافته و بدون ساختار
۱۰۰	مشاهده مستقیم و غیرمستقیم
۱۰۰	طراحی و اجرای تحقیق مشاهده‌ای
۱۰۰	تعریف مشکلات و متغیرهای مشاهده‌ای
۱۰۰	انتخاب روش مشاهده
۱۰۱	آموزش مشاهده‌گران
۱۰۱	اجرا و ثبت مشاهده
۱۰۲	تفسیر نتایج مشاهده
۱۰۲	قوم‌نگاری و مشاهده
۱۰۲	استفاده از روش‌های قوم‌نگاری در مدیریت ورزشی: تحلیل موردی
۱۰۳	خلاصه فصل
۱۰۵	فصل هشتم: داده‌های ثانویه
۱۰۶	ماهیت داده‌های ثانویه در تحقیق مدیریت ورزشی
۱۰۹	منابع داده‌های ثانویه
۱۰۹	مستندات داخلی و داده‌های منتشر شده توسط یک سازمان عمومی
۱۰۹	داده‌های داخلی منتشر شده توسط یک سازمان تجاری خصوصی
۱۱۰	داده‌های داخلی یک شرکت خصوصی
۱۱۱	داده‌های مطالعات قبلی
۱۱۱	تحقیقات منتشر شده قبلی
۱۱۱	نشریات منتشر شده توسط سازمان‌های دولتی
۱۱۲	مزایای داده‌های ثانویه
۱۱۲	صرفه‌جویی در وقت و هزینه
۱۱۲	طرح تحقیق بهتر
۱۱۲	قابلیت دسترسی
۱۱۲	محدودیت‌های داده‌های ثانویه
۱۱۳	تفاوت در تعاریف
۱۱۳	عدم دسترسی
۱۱۳	عدم صحت (دقت)
۱۱۳	قدمت داده‌های ثانویه
۱۱۳	فرایند تحقیق داده‌های ثانویه
۱۱۴	تعریف داده‌ها
۱۱۴	مکان‌یابی داده‌ها
۱۱۴	ارزیابی داده‌ها
۱۱۵	جمع‌آوری، بازبینی و تایید داده‌ها
۱۱۵	نمونه‌ای از پژوهش داده‌های ثانویه در تحقیق مدیریت ورزشی
۱۱۶	خلاصه فصل

۱۱۷	فصل نهم: تحقیق پیمایشی / نظرسنجی
۱۱۸	ماهیت تحقیق پیمایشی
۱۱۹	فعالیت‌های محلی و جهانی برای بهبود روش‌های پیمایش
۱۱۹	پیمایش / نظرسنجی چیست؟
۱۲۲	انواع روش‌های تحقیق پیمایشی
۱۲۲	مصاحبه به عنوان یک روش پیمایش
۱۲۳	روش مصاحبه تلفنی
۱۲۳	روش مصاحبه رو در رو
۱۲۵	پیمایش / نظرسنجی خوداجرا
۱۲۵	نظرسنجی‌های پستی
۱۲۷	نظرسنجی خود انتخابی پاسخگو
۱۲۷	نظرسنجی‌های اجرا شده برای گروه
۱۲۸	نظرسنجی‌های آنلاین
۱۲۸	عوامل تاثیرگذار بر انتخاب روش‌های خاص پیمایش
۱۲۸	مسائل مربوط به جامعه
۱۲۹	مسائل مربوط به نمونه‌گیری
۱۲۹	مسائل مربوط به محتوا
۱۲۹	مسائل مربوط به سوگیری
۱۳۰	مسائل مربوط به اجرا
۱۳۰	انواع خطاها در تحقیق پیمایشی
۱۳۰	خطاهای نمونه‌گیری
۱۳۱	خطای عدم پاسخگویی
۱۳۱	خطای پاسخگویی
۱۳۲	طراحی تحقیق پیمایشی
۱۳۲	تحقیق پیمایشی در مدیریت ورزشی
۱۳۲	خلاصه فصل
۱۳۵	فصل دهم: تحقیق تجربی
۱۳۶	ماهیت تحقیق تجربی
۱۳۶	آزمایش / تجربه: موضوعات اساسی
۱۳۸	اعتبار تجربی
۱۳۸	اعتبار درونی
۱۳۸	عواملی که اعتبار درونی را به خطر می‌اندازد
۱۴۰	اعتبار بیرونی
۱۴۰	عوامل تهدیدکننده اعتبار بیرونی
۱۴۰	طرح‌های تجربی منتخب
۱۴۱	سه طرح پیش‌آزمایشی
۱۴۱	مطالعه موردی یکباره

۱۴۱	طرح پیش آزمون - پس آزمون تک گروهی
۱۴۲	مقایسه گروه ایستا
۱۴۳	سه طرح تجربی یا آزمایشی حقیقی
۱۴۳	طرح پیش آزمون - پس آزمون با گروه کنترل
۱۴۴	طرح پس آزمون با گروه کنترل
۱۴۴	طرح چهار گروهی سالومن
۱۴۵	طرح های شبه تجربی
۱۴۵	طرح سری های زمانی
۱۴۶	طرح سری های زمانی چندگانه
۱۴۶	طرح گروه کنترل نابرابر / غیر هم ارز
۱۴۶	مثالی از تحقیق تجربی در مدیریت ورزشی
۱۴۷	چرا در اغلب موارد تحقیقات تجربی در تحقیق مدیریت ورزشی استفاده نمی شوند؟
۱۴۸	موضوعات اخلاقی در تحقیق تجربی
۱۴۸	خلاصه فصل
۱۵۱	فصل یازدهم: اخلاقیات در تحقیقات و ساریات مدیریت ورزشی
۱۵۲	هدف و ماهیت اخلاقیات
۱۵۲	پارادیم های فلسفی تحقیق اخلاقی
۱۵۳	رویدادهای تاریخی موثر بر رشد روندهای تحقیقی بر روی موضوع انسانی
۱۵۴	تدوین قوانین اخلاقی انجام تحقیق بر روی آزمودنی های انسانی
۱۵۴	قوانین نورمبرگ
۱۵۵	بیانیه ۱۹۶۴ هلسینکی
۱۵۵	گزارش بلمونت
۱۵۵	بررسی اصول اخلاقی
۱۵۶	خودمختاری
۱۵۶	خیرخواهی
۱۵۶	زبان نرساندن
۱۵۶	عدالت
۱۵۶	روش هایی برای اطمینان از اخلاقی بودن تحقیق
۱۵۶	پیروی از دستور العمل های انجمن های حرفه ای
۱۵۷	کسب تایید از هیئت بازنگری سازمانی
۱۵۹	دستورالعمل ها و روش هایی برای حفظ حقوق انسانی در تحقیقات مدیریت ورزشی
۱۵۹	اطمینان از محافظت شرکت کنندگان از آسیب
۱۵۹	اطمینان از حفظ حق محرمانه بودن اطلاعات آزمودنی
۱۶۰	اطمینان از حفظ حق آزمودنی در تعیین سرنوشت خود
۱۶۰	اطمینان از محفوظ بودن حق آزمودنی از افشاء کامل ماهیت و روند تحقیق
۱۶۰	اطلاع یافتن از نتایج مطالعه توسط آزمودنی های تحقیق
۱۶۰	اطمینان از حفظ حق گمنامی آزمودنی

۱۶۰	اطمینان از حفظ حق داوطلبانه بودن شرکت در مطالعه
۱۶۱	اطمینان از حفظ حق خلوت خصوصی آزمودنی
۱۶۱	اطمینان از حفظ حق کناره گیری از مطالعه
۱۶۱	کسب رضایت نامه
۱۶۴	مثالی از تأیید IRB (موسسه هیأت بازنگری) در مطالعات مدیریت ورزشی
۱۶۵	خلاصه فصل

۱۶۷	فصل دوازدهم: سنجش و اندازه گیری در مطالعات مدیریت ورزشی
۱۶۸	سطوح سنتی اندازه گیری
۱۶۸	سطح اندازه گیری اسمی
۱۶۹	سطح اندازه گیری رتبه‌ای
۱۷۰	سطح اندازه گیری فاصله‌ای
۱۷۰	سطح اندازه گیری نسبی
۱۷۰	معیار اندازه گیری در تحقیقات مدیریت ورزشی
۱۷۱	ابعاد اصلی پایایی ابزار
۱۷۲	ماهیت پایایی
۱۷۲	تفسیر پایایی
۱۷۲	شاخص‌های همبستگی بر کاربرد
۱۷۲	پایایی به عنوان ثبات
۱۷۳	پایایی به عنوان هم ارزی
۱۷۴	همسانی درونی
۱۷۵	روایی به عنوان یک معیار اندازه گیری در تحقیقات مدیریت ورزشی
۱۷۶	روایی قضاوتی
۱۷۷	روایی ملاکی
۱۷۹	روایی سازه
۱۷۹	رابطه بین پایایی و روایی
۱۸۰	موردی در مدیریت ورزشی
۱۸۱	خلاصه فصل

۱۸۳	فصل سیزدهم: نگرش سنجی
۱۸۴	ماهیت نگرش
۱۸۴	اجزای نگرش
۱۸۵	جزء شناختی نگرش
۱۸۵	جزء عاطفی نگرش
۱۸۶	جزء رفتاری نگرش
۱۸۶	روش‌های اندازه گیری نگرش در تحقیقات
۱۸۶	درجه بندی
۱۸۶	رتبه بندی

۱۸۷	روش‌های اندازه‌گیری نگرش - جزء عاطفی
۱۸۷	مقیاس‌های غیرمقایسه‌ای
۱۸۷	مقیاس طبقه‌ای
۱۹۲	مقیاس‌های رتبه‌بندی گرافیکی
۱۹۳	مقیاس افتراقی معنایی
۱۹۵	مقیاس لیکرت
۱۹۷	مقیاس معیار اصلی
۱۹۸	مقیاس‌های مقایسه‌ای
۱۹۸	مقیاس‌های ترتیب - رتبه
۱۹۸	مقیاس مقایسه زوجی
۱۹۹	مقیاس مجموع پیوسته
۲۰۰	روش‌های اندازه‌گیری نگرش - جزء رفتاری
۲۰۱	انتخاب یک مقیاس اندازه‌گیری نگرش
۲۰۳	خلاصه فصل
۲۰۵	فصل چهاردهم: طراحی پرسشنامه
۲۰۶	فرآیند ساخت پرسشنامه
۲۰۶	تعریف اهداف تحقیق
۲۰۸	تعیین شکل سوال کردن
۲۰۸	سوالات باز پاسخ
۲۰۹	سوالات بسته پاسخ
۲۰۹	نوشتن سوالات
۲۱۴	ترتیب سوال و گزینه‌های پاسخ
۲۱۵	تعامل با گزینه‌های پاسخ "نظری ندارم" یا "عملی نیست"
۲۱۶	بازنگری پرسشنامه
۲۱۶	پیش‌آزمون پرسشنامه
۲۱۷	نهایی کردن پرسشنامه
۲۱۷	مسائل عملی دیگر مربوط به طراحی پرسشنامه
۲۱۸	روش‌های افزایش میزان پاسخ
۲۱۹	صفحه‌آرایی پرسشنامه
۲۲۰	توصیه‌هایی برای طراحی پرسشنامه‌های وب محور
۲۲۱	طرح پرسشنامه وب سایتی
۲۲۳	نرم افزار تحقیقی Online
۲۲۳	خلاصه فصل
۲۲۹	فصل پانزدهم: شیوه‌ها و روش‌های نمونه‌گیری در تحقیق مدیریت ورزشی
۲۳۰	ماهیت جامعه و نمونه‌ها
۲۳۱	روش‌های اساسی نمونه‌گیری

۲۳۱	 نمونه‌گیری غیراحتمالی
۲۳۲	 نمونه‌گیری احتمالی
۲۳۲	 نمونه‌گیری در دسترس
۲۳۳	 نمونه‌گیری سهمیه‌ای
۲۳۳	 نمونه‌گیری هدفمند یا قضاوتی
۲۳۴	 روش‌های نمونه‌گیری احتمالی
۲۳۴	 نمونه‌گیری تصادفی ساده
۲۳۴	 نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای
۲۳۵	 نمونه‌گیری تصادفی نظامند
۲۳۶	 نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای
۲۳۶	 تعیین اندازه نمونه
۲۳۷	 طرح نمونه‌گیری متناسب: نکات تجربی
۲۳۸	 فرایند نمونه‌گیری
۲۳۸	 خلاصه فصل
۲۴۱	 فصل شانزدهم: ویرایش، کدگذاری و تبدیل داده‌ها
۲۴۲	 نگاه اجمالی بر مراحل آماده‌سازی و تجزیه و تحلیل داده‌ها
۲۴۳	 رواسازی
۲۴۳	 ویرایش
۲۴۳	 همگن‌سازی داده‌ها
۲۴۴	 تکمیل داده‌ها
۲۴۴	 خوانایی داده‌ها
۲۴۴	 دقت یا صحت داده‌ها
۲۴۴	 پرت شدن داده بصورت منطقی
۲۴۴	 پرت شدن داده بوسیله طرح
۲۴۴	 حذف موردی
۲۴۵	 خودداری از پاسخگویی
۲۴۵	 نمی‌دانم
۲۴۶	 پاسخ ناکافی
۲۴۷	 کدگذاری
۲۵۱	 وارد کردن و تجزیه و تحلیل داده‌ها
۲۵۱	 استفاده از تحلیل محتوا: بروی سوالات باز کدگذاری شده
۲۵۱	 مراحل اجرای تحلیل محتوا
۲۵۱	 مرحله ۱: تعیین اهداف
۲۵۲	 مرحله ۲: تعریف اصطلاحات یا واژگان مورد نظر
۲۵۲	 مرحله ۳: شناسایی واحدهای تحلیل
۲۵۲	 مرحله ۴: انتخاب طرح نمونه‌گیری
۲۵۳	 مرحله ۵: ثبت و تجزیه و تحلیل داده‌ها

۲۵۳	مزایای و معایب تحلیل محتوا.....
۲۵۳	موردی از تحلیل محتوا.....
۲۵۴	خلاصه فصل.....
۲۵۷	فصل هفدهم: مقدمه‌ای بر تجزیه و تحلیل آماری در تحقیق مدیریت ورزشی.....
۲۵۸	ماهیت تجزیه و تحلیل آماری.....
۲۵۸	آمار توصیفی و آمار استنباطی.....
۲۵۹	آمار پارامتریک و آمار ناپارامتریک.....
۲۶۰	متغیر مستقل و وابسته.....
۲۶۱	تعریف متغیرهای مستقل و وابسته برای طرحهای غیر تجربی.....
۲۶۲	ماهیت و محتوی فرضیه و آزمون فرضیه.....
۲۶۴	ماهیت و محتوی سوالات تحقیق.....
۲۶۵	سوالات تفاوتی.....
۲۶۵	سوالات ارتباطی.....
۲۶۵	مفهوم معناداری آماری.....
۲۶۷	فهم خطای نوع اول و نوع دوم.....
۲۶۸	خلاصه فصل.....
۲۷۱	فصل هیجدهم: آمار توصیفی در تحقیق مدیریت ورزشی.....
۲۷۲	رویکردهای عمده برای ارائه و اندازه گیری ارتباط داده‌های آمار توصیفی.....
۲۷۲	توصیف داده‌های آماری بوسیله توزیع‌های فراوانی.....
۲۷۴	توصیف داده‌ها بوسیله نمودار.....
۲۷۵	نمودار میله‌ای.....
۲۷۵	هیستوگرام.....
۲۷۷	چندبر فراوانی.....
۲۷۸	نمودار دایره‌ای.....
۲۷۸	توصیف داده‌ها بوسیله اندازه‌های گرایش مرکزی.....
۲۷۸	میانگین.....
۲۷۹	میانه.....
۲۷۹	مد.....
۲۷۹	تشریح داده‌ها بوسیله اندازه‌های پراکندگی.....
۲۷۹	دامنه.....
۲۸۰	واریانس.....
۲۸۰	انحراف استاندارد.....
۲۸۰	توصیف داده‌ها بوسیله نسبت‌های نسبی.....
۲۸۰	درصد.....
۲۸۱	رتبه درصدی.....
۲۸۱	اندازه گیری روابط داده‌ها بوسیله تکنیکهای همبستگی آماری.....

۲۸۲	ضرایب همبستگی.....
۲۸۳	تفسیر ضریب همبستگی در تحقیق مدیریت ورزشی.....
۲۸۳	روش‌های آماری برای تعیین همبستگی.....
۲۸۳	همبستگی گشتاوری پیرسون.....
۲۸۳	همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن.....
۲۸۴	خلاصه فصل.....

۲۸۷	فصل نوزدهم: آزمون آماری تفاوت‌ها.....
۲۸۸	روش‌های آمار پارامتریک.....
۲۸۸	شیوه‌های طبق بندی روش‌های آمار پارامتریک.....
۲۹۰	آزمون تی (یک روش آمار پارامتریک).....
۲۹۱	تحلیل واریانس (ANOVA).....
۲۹۱	ANOVA (تحلیل واریانس) یک رفته.....
۲۹۲	ANOVA (تحلیل واریانس) دوطرفه.....
۲۹۲	آزمونهای تعقیبی معناداری آماری تحلیل واریانس.....
۲۹۳	آزمون Z.....
۲۹۳	روش‌های آماری ناپارامتریک.....
۲۹۳	روش‌های رایج آمار ناپارامتریک.....
۲۹۵	خی دو (X^2).....
۲۹۶	فرمول محاسبه x^2
۲۹۶	آزمون U من ویتنی.....
۲۹۷	آزمون کروسکال والیس.....
۲۹۸	آزمون دقیق فیشر.....
۲۹۹	آزمون رتبه‌های علامت گذاری شده ویل کاکسون.....
۲۹۹	خلاصه فصل.....

۳۰۱	فصل بیستم: تجزیه و تحلیل داده‌های چند متغیره.....
۳۰۲	دسته بندی روش‌های تجزیه و تحلیل چند متغیره.....
۳۰۳	روش‌های تجزیه و تحلیل وابستگی.....
۳۰۳	تحلیل رگرسیون چندگانه.....
۳۰۵	تحلیل رگرسیون لجستیک.....
۳۰۶	تحلیل رگرسیون خطی سلسله مراتبی.....
۳۰۶	تحلیل تشخیصی.....
۳۰۷	تحلیل واریانس چندگانه.....
۳۰۷	تحلیل متفان (هم پیوند).....
۳۰۹	تکنیک‌های تجزیه و تحلیل وابستگی متقابل.....
۳۰۹	تحلیل خوشه‌ای.....
۳۰۹	خوشه‌بندی سلسله مراتبی.....

۳۰۹	خوشه بندی چند میانگینی
۳۱۰	خوشه بندی دو مرحله‌ای
۳۱۱	تحلیل عاملی
۳۱۲	تحلیل عاملی اکتشافی (EFA)
۳۱۳	تحلیل عاملی تائیدی (CFA)
۳۱۴	استفاده موردی از روش تحلیل چند متغیره در تحقیق مدیریت ورزشی
۳۱۵	خلاصه فصل
۳۱۷	فصل بیست و یکم: گزارش نتایج تحقیق، سخنرانی‌ها و گزارش‌های کتبی
۳۱۸	گزارش نتایج تحقیق
۳۱۸	عوامل اثرگذار بر انتخاب روش گزارش‌دهی
۳۲۰	انواع گزارش
۳۲۰	گزارش خلاصه
۳۲۰	گزارش کوتاه
۳۲۱	گزارش بلند
۳۲۲	انواع گزارش‌های کتبی
۳۲۲	اجزاء گزارش تحقیق
۳۲۲	پیشگفتار / دیباچه
۳۲۳	نامه همراه
۳۲۳	صفحه عنوان
۳۲۳	خلاصه اجرایی
۳۲۵	چکیده
۳۲۶	مقدمه
۳۲۷	بیان مساله
۳۲۷	هدف کلی تحقیق
۳۲۷	اهداف اختصاصی تحقیق
۳۲۷	مرور ادبیات تحقیق
۳۲۷	جستجوی اطلاعات
۳۲۸	تحلیل ادبیات موجود
۳۲۸	روش شناسی
۳۲۸	طرح نمونه‌گیری یا آزمودنی‌ها
۳۲۸	طرح تحقیق
۳۲۹	روش جمع‌آوری داده‌ها
۳۲۹	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۳۲۹	محدودیت‌ها
۳۲۹	بخش نتیجه‌گیری
۳۲۹	یافته‌ها / نتایج
۳۳۰	بحث و نتیجه‌گیری

۳۳۰	پیشنهادهات.....
۳۳۰	منابع.....
۳۳۱	جداول، شکل‌ها و نمودارها.....
۳۳۱	ضمائم.....
۳۳۱	فرمت پایان نامه و رساله در برابر فرمت گزارش تجاری یا مقاله مجله‌ای.....
۳۳۱	آماده کردن پوستر و سخنرانی.....
۳۳۱	ارائه پوستر.....
۳۳۲	سخنرانی.....
۳۳۲	آماده کردن سخنرانی.....
۳۳۲	ارائه و اجرا.....
۳۳۳	نمایش اثربخش با جداول، نمودارها، شکل‌ها و غیره.....
۳۳۴	نمایش متنی.....
۳۳۴	جداول، نمودارها و شکل‌ها.....
۳۳۴	سخنرانی موفق با زبان بدون جهت گیری.....
۳۳۶	مقدمه‌ای بر کتابچه‌های راهنمای سبک، نوشتاری.....
۳۳۶	دستورالعمل‌های نشریه انجمن روانشناسی آمریکا.....
۳۳۸	سبک نوشتاری MLA.....
۳۳۸	راهنمای سبک شیکاگو.....
۳۴۰	خلاصه فصل.....

پیشگفتار مولفین

چندین سال است می‌شنویم اساتید و دانشجویان رشته مدیریت ورزشی ناراحت و گلایه‌مند هستند که کتاب یا دوره‌های روش تحقیق خاص خودشان را ندارند. صرف نظر از این، دانشجویان ما کلاس‌های روش تحقیق در تربیت بدنی، تربیت عمومی یا علوم ورزشی را می‌گذرانند. کلاس‌ها برای دانشجویان مشغول به تحصیل در این رشته‌ها خوب بود، اما تمرکز لازم بر صنعت و کسب و کار ورزشی که ما نیازمند آن هستیم را نداشت. بعضی از اساتید این کلاس‌ها به ما اطمینان دادند که مطالبی را در مورد مدیریت ورزشی ارائه خواهند داد یا اجازه خواهند داد دانشجویان مدیریت ورزشی بر روی حیطه مد نظرشان در صنعت ورزش تمرکز کنند. می‌دانیم نسبت به چیزی که ما برای دانشجویانمان نیاز داریم، این نوعی سطح‌نگری است. در این میان دانشجویان نیز پیوسته درباره گذراندن کلاس‌هایی که بر صنعت ورزش تمرکز ندارند، عدم تناسب کلاس‌ها با این نگرش، استادان فاقد دانش مدیریت ورزشی و کمبود کتاب درباره روش تحقیق در صنعت ورزش شکایت می‌کردند. با این حال، از تلاش همکارانمان در این سال‌ها جهت ایجاد محتوا و قضا در مورد این حیطه در کلاس‌هایشان بی نهایت سپاسگذاریم.

سرانجام، صبرمان به پایان رسید و اولین کتاب "روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی" را به این رشته معرفی کردیم. این کار تلاشی است جهت کمک به این رشته تا کسی نیاز به داشتن مطالب تخصصی در روش تحقیق در مدیریت ورزشی را شروع کند. همچنین امیدواریم این کتاب اساتید کلاس‌های روش تحقیقی را که دانشجویان مدیریت ورزشی در آن حضور دارند، جهت استفاده به عنوان منبع درسی تشویق و ترغیب کند. به علاوه و شاید مهمتر از آن، امیدواریم این کتاب اعضای هیات علمی مدیریت ورزشی را جهت برگزاری یک دوره تخصصی روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی ترغیب کند.

تخصص نویسندگان: نویسندگان این کتاب تخصص و اعتبار لازم برای نوشتن کتاب در زمینه روش تحقیق در مدیریت ورزشی را دارند. اولاً، در زمینه اجرای تحقیق، هر نویسنده تخصص عمیق و قابل توجهی دارد. هر کدام شهرت خاصی به عنوان یک محقق خبره در حوزه تخصصی خود از نظر انجام کارهای علمی دارند. هر سه نویسنده تجربه سال‌ها کار به عنوان داوران مجلات علمی - پژوهشی و کنفرانس‌های علمی، اساتید راهنما و مشاور تعداد زیادی از پایان‌نامه‌های دانشجویان ارشد و دکتری و هیئت ممیزه بررسی ارتقای استادیاران، دانشیاران و استادان را دارند. علاوه بر این، هر سه نویسنده تجربه نوشتن و ویراستاری کتاب را دارند، در حقیقت نویسنده، ویراستار و سردبیر نشر بیش از ۲۰ کتاب در مدیریت ورزشی هستند که اکثر این کتاب‌ها در نوبت چاپ‌های بعدی و نشر جهانی قرار دارند و تعدادی از آنها به زبان‌های مختلف ترجمه شده‌اند.

تدریس روش تحقیق: نویسندگان این کتاب سابقه تدریس در کلاس‌های روش تحقیق را دارند. بعضی از کلاس‌ها، کلاس روش تحقیق عمومی در دوره سلامتی، تربیت بدنی و تفریح (HPER¹) بودند که دانشجویان رشته‌های مختلف در آن حضور داشتند و باید از کتاب خاصی در زمینه روش تحقیق در HPER استفاده می‌کردند. متأسفانه، تمرکز تعداد کمی از این کلاس‌ها در مورد روش تحقیق در مدیریت ورزشی بود. به منظور ارائه مطالب و محتوای خاص در این کلاس‌ها باید دوره‌های سنگینی در آن زمینه را می‌گذراندیم. زمانی که قصد نوشتن کتاب را کردیم، خیلی خوشحال بودیم، چرا که می‌توانستیم از تمام یادداشت‌های تدریس، سخنرانی‌ها، تجارب و مطالب تکمیلی دوره استفاده کنیم. بنابراین، از نوشتن این کتاب و تقدیم آن به همکارانمان که تعدادی از آنها انتظار رسیدنش را دارند، بسیار خوشحالیم.

وضعیت تحقیق در مدیریت ورزشی: اغلب مطالب نوشته شده در مورد وضعیت روش تحقیق در مدیریت ورزشی به نظر می‌رسد بر این نکته توافق دارند که تحقیق در این رشته هنوز در مرحله نوزادی خود قرار دارد و منتظر رشد عمیق، گسترده و متنوع آن هم از نظر محتوا و هم روش‌های تحقیق هستند.

خوشیختانه، در سال‌های اخیر مدیریت ورزشی شاهد افزایش زیاد کنفرانس‌ها، انجمن‌ها و مجلات تحقیقی در زمینه صنعت ورزش بوده است. اعتقاد ما بر این است که این رشد برای رشته خوب است. اما آنچه بیشتر نیاز است، بازارهای بیشتر برای

تحقیق است که پیشرفت به سمت گسترش روش‌های مورد استفاده در تحقیق را برانگیزد و گسترش حوزه مباحث، محتویات، مطالب و موضوعات مناسب و مرتبط با ادبیات رشته را تشویق کند.

حال ببینیم ما چه کرده ایم؟ چه چیزی در این کتاب است که آن را نسبت به تمام کتاب‌هایی دیگر در روش تحقیق بی‌همتا می‌گرداند؟ به عبارت دیگر، چرا باید شما این کتاب را به جای کتاب‌های دیگری که اخیراً استفاده می‌کردید، استفاده کنید؟ اجازه دهید مروری بر کتاب و ویژگی‌های منحصر به فردش و چگونگی استفاده بیشتر از آن، داشته باشیم.

چه کسی می‌تواند از این کتاب استفاده کند؟

هر کسی که مدرس کلاس‌های روش تحقیق است و نیاز به مطالب تخصصی‌تر در مورد تحقیق در صنعت ورزش دارد، دانشجویان کلاس‌های روش تحقیقی که نیازمند پژوهش بر روی موضوعات مدیریت ورزشی هستند و متخصصان صنعت که نیازمند یک منبع راهنما جهت انجام تحقیق در کسب و کارشان هستند. مدرسان کتاب را به‌عنوان منبعی سازماندهی شده تخصصی برای ارائه در کلاس‌های روش تحقیق خواهند یافت. این کتاب جهت ارائه مطالبی مقدماتی برای اولین کلاس روش تحقیق برای دانشجویان مقطع لیسانس و دانشجویان فارغ‌التحصیل مدیریت ورزشی طراحی شده است.

دانشجویان کتابی خواهند داشت که به طور تخصصی در زمینه تحقیق در مدیریت ورزشی سخن خواهد گفت - کتاب پر از مطالب، مثال‌ها و روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی است.

متخصصان صنعت کتابی خواهند داشت که می‌تواند به‌عنوان «راهنمای چگونگی انجام تحقیق» عمل کند. کتاب دستورالعمل‌ها و اطلاعات پایه‌ای در زمینه اجرای تحقیق در زمینه‌های مختلف صنعت که نیاز به تحقیق دارد، ارائه می‌کند.

سازمان و محتوای کتاب: این کتاب با هدف معرفی و مرور روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی سازماندهی شده است. کتاب می‌تواند در کلاس‌های روش تحقیق در مدیریت ورزشی استفاده گردد یا به‌عنوان یک کتاب تخصصی مکمل در دیگر کلاس‌ها استفاده شود. نظر به این، ما نیازتان به کتابی که فرایند تحقیق خاص مدیریت ورزشی را پوشش کامل دهد و همچنین به عنوان یک منبع و مرجع ارزشمند شناخته شود را پاسخ گفته ایم.

فصول کتاب در برگیرنده مثال‌ها و مواردی از تحقیقات واقعی هستند. دانشجویان تمایل دارند یاد بگیرند چگونه تحقیق در کسب و کار جهت تصمیم‌گیری و ارائه راه‌حل برای مسائل و مشکلات عملی به کار برده می‌شود. محتوای مثال‌ها و کل فصول منعکس‌کننده عمق و گستردگی صنعت کسب و کار ورزشی، نوع کسب و کار، ورزش‌ها، سازمان، جنسیت، اخلاق، سطح و تعداد دیگری صفت یا ویژگی است که صنعت ما تعیین می‌کند. می‌دانیم که بخش بزرگی از صنعت ورزش را مشارکت‌کنندگان در ورزش‌های آماتور و بسیاری از کسب و کارهایی که به این ورزش‌ها خدمت ارائه می‌دهند، تشکیل می‌دهند. اکثریت دانشجویان ما در این بخش کار می‌کنند. بنابراین، مثال‌ها بر روی مشکلات زندگی واقعی، جایی که دانشجویان ما در آن کار خواهند کرد و به کمک تخصصی نیاز دارند، تمرکز دارد.

آینده اولین چاپ

کاملاً آگاه هستیم که کتاب به کمک‌ها و بازخوردهای شما جهت رفع نواقص و بهبود یافتن در چاپ‌های بعدی نیاز دارد. از شما اساتید، دانشجویان و متخصصان صنعت می‌خواهیم ما را از نظرات و ایده‌های خود جهت بهبود چاپ اول آگاه سازید. در اینجا می‌خواهیم پاره‌ای از مزایا و فوایدی که این چاپ ارائه می‌دهد را ذکر کنیم.

در این کتاب اساتید موارد زیر را احساس خواهند کرد:

- ❖ نمایش سازمان یافته روش‌های تحقیق از روش‌های ابتدایی تا پیچیده،
- ❖ نمایش کاربردهای عملی تحقیق در حوزه صنعت همچنین کاربردها و استفاده علمی،
- ❖ گنجاندن به موقع موضوعات اخلاقی در گزارشات و انجام تحقیق،
- ❖ تاکید بر روی تصمیم‌گیری مناسب در انجام تحقیق،
- ❖ مدل فرایند تحقیق که از تدوین سوال تا روش تحقیق و کاربرد آن راهنمایی می‌کند،

- ❖ موضوعات و مثال‌هایی که عمق و گستردگی صنعت ورزش را پوشش می‌دهد،
- ❖ مجموعه‌ای از کارها و مطالب اساتید مانند پاورپوینت، جزوات درسی و مطالب آزمون شده‌ای که همه می‌توانند برای شروع یادگیری روش تحقیق بکار گرفته شوند.

دانشجویان نیز موارد زیر را حس خواهند شد:

- ❖ کتاب روش تحقیقی که تمرکزش بر رشته خاص مدیریت ورزشی است،
- ❖ کتابی با کاربردهای عملی آنچه در ذهن دارند،
- ❖ مثال‌های عملی و مفید از جهان واقعی صنعت ورزش،
- ❖ دستورالعمل‌های خوب برای یادگیری و کسب دانش و مهارت در انجام تحقیق،
- ❖ کتابی که آنها می‌توانند به عنوان یک منبع راهنما خارج از کلاس و در محیط کاری شان استفاده کنند.

و نهایتاً

هنگامی که کتاب را آماده می‌کنیم، از چالشی که در تهیه اولین کتاب در زمینه روش تحقیق برای رشته مدیریت ورزشی با آن روبه‌رو بودیم، کاملاً آگاهی داشتیم. می‌دانیم که کتاب نقطه شروعی برای آموزش روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی برای دانشجویانمان فراهم خواهد کرد. کاملاً می‌دانیم که اولین چاپ ممکن است با تغییرات و اضافه نمودن مطالب دیگر همراه باشد، لذا از شما می‌خواهیم ایده‌ها و بازخوردهای خود را برای بهبود کتاب و بهره‌مندی ما از اطلاعات ارزشمندتان به ما ارائه دهید. وقتی ما می‌گوییم این کتاب یک نقطه شروع به ما ارائه می‌دهد، بیاید با همدیگر آن را بهتر نماییم و در جهت رو به جلو در رشته خودمان حرکت کنیم.

شاد باشید ... و لطفاً به ما فرصت دهید از شما بشنویم.

مینگ لی، برندا پیتز و جروم کوارترمان

به نام خداوند جان و خرد

کزین برتر اندیشه بر نگذرد

سال‌ها حضور در دانشگاه و در کنار اساتید و دانشجویان مدیریت ورزشی و همچنین گذراندن کلاس‌های روش تحقیق در دوره‌های مختلف تحصیلی این سوال ذهنمان را درگیر کرده بود که آیا کتاب درسی در زمینه روش تحقیق در مدیریت ورزشی وجود دارد که نگاه تخصصی بر روش‌های تحقیق و نیازهای تحقیقی این رشته داشته باشد و بتواند حیطه‌ها و روش‌های انجام مناسب تحقیق با ماهیت گرایش مدیریت ورزشی را مشخص و ارائه نماید. پاسخ مدت‌ها منفی بود و دغدغه نداشتن مطالب تخصصی در زمینه تحقیق در رشته مدیریت ورزشی روز به روز بیشتر می‌شد. چندین کتاب در زمینه روش تحقیق در رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، بیف و ترجمه شده بود، ولی هیچکدام پاسخگوی نیاز اصلی دانشجویان مدیریت ورزشی نبود. جستجوهای این منبع در داخل کشور ما را به جایی نرساند، بنابراین تمرکزمان را بر کتاب‌های انتشار یافته در خارج از کشور نهادیم و بعد از جستجویی گسترده، ناچار به آنچه می‌خواستیم رسیدیم و اولین کتاب روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی که توسط سه تن از بزرگترین متخصصین در زمینه مدیریت ورزشی نوشته شده است را یافتیم. پیدا کردن این کتاب چنان مسرورمان کرد که ما را برای ترجمه کتاب بی‌نهایت ترغیب کرد، بنابراین شروع به ترجمه کتاب کردیم. پیشرفت ترجمه کتاب بیشتر به سوال و دغدغه اصلی ما پاسخ می‌داد. محرویات کتاب نشان داد کتاب به زبانی ساده و قابل فهم روش‌های تحقیق در زمینه مدیریت ورزشی را بیان کرده است و مطالب و مثال‌های کاربردی را برای درک روش‌های تحقیق و محل مناسب کاربردهای آن بیان کرده است. همچنین مشخص شد کتاب راهنمای مناسبی برای بیان چگونگی انجام تحقیق است و می‌تواند هم در زمینه نظری و هم عملی پاسخگوی دغدغه‌های دانشجویان و اساتید باشد. علاوه بر این کتاب می‌تواند منبع بسیار مناسبی برای تدریس در کلاس‌های روش تحقیق در مدیریت ورزشی باشد.

کاملاً آگاهیم که ترجمه کتاب نواقصی دارد و کامل و بدون عیب نیست. به‌این‌که از شما خوانندگان عزیز و محترم کتاب خواهشمندیم نظریات و بازخوردهای خود را برای بهبود کتاب در اختیار ما قرار دهید و ما را از باریک بینی‌ها و دقت نظرهای دلسوزانه و علمی خود بی‌نصیب نسازید. آرزوی موفقیت و پیروزی برای تک‌تک شما عزیزان را داریم.