

مدیریت ورزشی - بهار ۱۳۹۸
دوره ۱۱، شماره ۱، ص: ۱۹۴ - ۱۷۵
تاریخ دریافت: ۱۳/۱۰/۹۵
تاریخ پذیرش: ۱۰/۰۲/۹۷

تأثیر آموزش از طریق گیمیفیکیشن بر تفکر استراتژیک مدیران ورزشی کشور

حبيب هنری^۱ - فرزاد غفوری^۲ - پگاه سرکوهی^{۳*}

۱. دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی تهران، تهران، ایران، ۲. دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی تهران، تهران، ایران، ۳. کارشناس ارشد دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی تهران، تهران، ایران

چکیده

هدف این مقاله بررسی تأثیر آموزش تفکر استراتژیک به مدیران ورزشی کشور از طریق بازی‌وارسازی است. روش تحقیق از نوع تحقیقات نیمه‌تجربی است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران ورزشی سراسر کشور که در ادارات کل ورزش و جوانان مشغول فعالیت بودند، است. نمونه تحقیق ۴۵ نفر و به صورت هدفمند از بین جامعه آماری انتخاب شد. در این تحقیق از پرسشنامه محقق‌ساخته که در هفت بخش به صورت الکترونیکی و کاغذی طراحی شده بود، استفاده شد و روایی آن به تأیید متخصصان رسید و پایایی پرسشنامه ۰/۹۸ و بازی کامپیوتری ۰/۹ به دست آمد. برای ارائه داده‌های توصیفی از شاخص آماری فراوانی، درصد فراوانی و همچنین در بخش آمار استنباطی از آزمون شاپیروویلک جهت بررسی توزیع طبیعی داده‌ها استفاده شد. برای بررسی تجانس واریانس از آزمون لون و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و مقایسه میانگین گروه‌های آزمودنی از آزمون یونیوریت (تحلیل کوواریانس) استفاده شد. براساس نتایج آزمون یونیوریت آموزش تفکر استراتژیک از طریق بازی‌وارسازی (بازی‌وارسازی) تأثیر معناداری دارد ($F=52/629, sig=0/01$). با توجه به نتایج می‌توان گفت با توجه به لزوم دارا بودن مدیران ورزشی کشور به تفکر استراتژیک، نوع شیوه آموزشی در میزان یادگیری و انگیزه آنان تأثیرگذار است، که بیانگر اثر بالاتر بازی‌وارسازی در یادگیری تفکر استراتژیک نسبت به روش‌های سنتی است.

واژه‌های کلیدی

آموزش، تفکر استراتژیک، گیمیفیکیشن، مدیران ورزشی، یادگیری.

مقدمه

با توجه به مشکلات عدیده و چندبعدی سازمان‌ها در دنیای پرتکاپو و متغیر امروزی، نیاز به راه‌حل‌های مؤثر و آزمون‌شده، اجتناب‌ناپذیر است. در این میان، برنامه‌ریزی استراتژیک به‌عنوان یک راهکار توسط متخصصان حوزه مدیریت طرح شده و برای پیشبرد امور سازمان‌ها و تحقق اهدافشان، تجویز شده است. برنامه‌ریزی استراتژیک «فرایندی است در جهت تجهیز منابع سازمان و وحدت بخشیدن به تلاش‌های آن برای نیل به اهداف و رسالت‌های بلندمدت، با توجه به امکانات و محدودیت‌های درونی و بیرونی» (۱). سازمان‌های ورزشی، با توجه به مسائل مدیریتی و اجرایی درون و بیرون سازمانی، به دنبال تدوین برنامه راهبردی مناسب با لحاظ ظرفیت‌ها، توانایی‌ها، نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و غیره است. پیاده‌سازی برنامه‌ریزی استراتژیک و دستیابی به نتایج مطلوب آن، منوط به توجه دقیق به بحث جدیدی به نام «تفکر استراتژیک» است. از منظر متخصصان، تفکر استراتژیک جوهره اصلی و جان‌مایه برنامه‌ریزی استراتژیک است (۲) و لازمه تدوین و پیاده‌سازی برنامه استراتژیک در یک سازمان وجود تفکر استراتژیک در میان مدیران تدوین‌کننده برنامه راهبردی سازمان است (۳).

با افزایش مشکلات و پیچیده شدن سازمان‌ها، نیاز به ارائه راه‌حل‌های بهتر و استفاده از ابزارهای قدرتمندتر از برنامه‌ریزی استراتژیک، خودنمایی می‌کند، چراکه مدیران با تفکر استراتژیک با فهم و درک بهتر از برنامه استراتژیک، عملکرد مؤثرتری خواهند داشت و می‌توان گفت تفکر استراتژیک به‌عنوان مکملی برای برنامه‌ریزی استراتژیک، رویکرد مناسب «راهبری» سازمان شمرده می‌شود و می‌تواند در جهت مقابله سیستماتیک با معضلات، درک فرصت‌ها، تخصیص بهینه منابع کمیاب و دستیابی به نتایج موردنظر کمک کند، اما آیا عملکرد مدیران ورزشی برگرفته از تفکر استراتژیک است؟ (۴).

اوهمی^۲ (۱۹۸۲) در کتاب معتبر خود با عنوان تفکر یک استراتژیست اظهار می‌دارد که اگر موضوعات اساسی را تشخیص ندهید، هر قدر به خود و کارمندان فشار روحی و فیزیکی وارد کنید، سرانجام نتیجه‌ای جز سردرگمی و شکست حاصل نخواهد شد. در نهایت می‌توان گفت که تفکر استراتژیک در سطح کل سازمان تعهد عمومی ایجاد می‌کند. منظور از این تفکر، پیش‌بینی آینده نیست، بلکه تشخیص زودهنگام تغییرات بازار و دیدن فرصت‌هایی است که دیگران آن را نمی‌بینند. آنچه مشخص است، تفکر استراتژیک مبنای چشم‌انداز سازمان است و استراتژی سازمان را در جهت آن به حرکت درمی‌آورد (۵).

-
1. Strategic thinking
 2. Ohmi

تلاش‌های متعددی صورت گرفته تا مفهوم تفکر استراتژیک معنادار شود. برای نمونه اوهمی (۱۹۸۲)، مینتزنبرگ^۱ (۱۹۹۴)، بیتس^۲ و دیلارد^۳ (۱۹۹۳)، ریمون^۴ (۱۹۹۶)، لیدتکا (۱۹۹۸) و یلسو^۵ (۱۹۹۴)، هراکلیوس^۶ (۱۹۹۸)، تورست^۷ (۲۰۰۱)، بون (۲۰۰۵) تلاش‌های فراوانی کردند و درصدد برآمدند که تفکر استراتژیک را بیشتر مفهوم‌سازی و آشکار کنند و مدل‌هایی ارائه کنند تا به درک این موضوع کمک کند (۶-۹). براساس نتایج تحقیق انجام‌گرفته با هدف شناسایی مهارت‌های مدیریتی موردنیاز برای مدیران کشورهای آسیایی، تفکر استراتژیک از سوی تمامی پاسخ‌دهندگان به‌عنوان اولین یا دومین مهارت مورد نیاز برای بهبود عملکرد مدیران شناسایی شده است. از دیدگاه مینتزنبرگ، تقویت تفکر استراتژیک به تدوین استراتژی‌های بهتر منجر می‌شود. او معتقد است مدیران مجهز به قابلیت تفکر استراتژیک، قادرند سایر کارکنان را به یافتن راهکارهای خلاقانه برای موفقیت سازمان ترغیب کنند. آنها سازمان را به‌گونه‌ای که باید باشد می‌نگرند و نه به‌گونه‌ای که هست. به این ترتیب می‌توان تفکر استراتژیک را پیش‌درآمدی بر طراحی آینده سازمان دانست. توانایی تفکر استراتژیک برای رقابتی ماندن در محیط متلاطم و جهانی، حیاتی است (۱۰). از این‌رو شناخت چالش‌هایی که پیش‌روی این موضوع مهم وجود دارد و برنامه‌ریزی برای رفع این چالش‌ها، از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. تصمیم‌گیری استراتژیک همواره از جذاب‌ترین زمینه‌ها در مدیریت استراتژیک بوده است. مطالعات اخیر دیدگاه‌های بااهمیتی را در زمینه فرایندهای تصمیم‌گیری عقلایی و عقلایی محدود، نقش قدرت و سیاست و اهمیت شانس و همراستایی اتفاقی حوادث در تصمیم‌گیری استراتژیک ارائه کرده‌اند، لیکن عمده این تحقیقات به بعد مفهومی تصمیم‌گیری، که به چگونگی تفکر تصمیم‌گیران استراتژیک می‌پردازد، اشاره‌ای نکرده‌اند (۳). کریستوفر^۸، جئونگ^۹، جاستین^{۱۰} (۲۰۱۴) بیان کردند از آنجا که یکی از اهداف بازی‌وارسازی تحریک انگیزه و تعامل افراد به سمت آموزش و یادگیری است، پیش‌بینی می‌شود با استفاده از این روش یادگیری افراد افزایش یابد (۱۱).

- 1 . Mitenzberg
- 2 . Bits
- 3 . Dilard
- 4 . Rimon
- 5 . Vilso
- 6 . Heraklius
- 7 . Torest
- 8 . Chritopher
- 9 . Cheong
- 1 . Jastin

به نظر بن^۱ (۱۹۹۶) درک مفهوم تفکر استراتژیک نیازمند رویکردی دوگانه است که از یک سو ویژگی‌های فرد دارای قابلیت تفکر استراتژیک را شناسایی و از سوی دیگر فرایندها و بسترهای سازمانی حاکم بر فرد را بررسی می‌کند (۱۲).

تفکر استراتژیک از مؤلفه‌های متعددی تشکیل شده است، اما در این پژوهش مؤلفه‌های «نوآوری سیستم مولد ارزش» و «آینده‌نگری» مورد توجه قرار گرفت.

یک متفکر استراتژیک باید یک مدل ذهنی از تمام سیستم مولد ارزش، از ابتدا تا انتها را در ذهن داشته باشد و روابط بین اجزای آن را به درستی درک کند. هنر تفکر استراتژیک از این منظر در چهار چیز نهفته است: ۱. درک عمیق عناصر سیستم مولد ارزش؛ ۲. درک عمیق روابط متقابل میان عناصر سیستم مولد ارزش؛ ۳. درک عمیق اهداف سیستم مولد ارزش؛ و ۴. نوآوری در سیستم مولد ارزش با حذف و ایجاد تغییر در یکی از موارد مورد قبلی.

در تفکر استراتژیک در مورد آینده اندیشیده می‌شود. سپس از آینده به اکنون همراه با خاطره‌هایی از آینده و یادگیری از آینده، می‌توان از آینده آموخت (۱۳).

بازی‌وارسازی یعنی انجام کارها با بازی، اما کارهایی که جنبه بازی ندارند. در حقیقت علم استفاده از المان‌های بازی در زمینه‌های غیر بازی بازی‌وارسازی نام دارد. با استفاده از این دانش می‌توان جذابیت بازی‌ها را در کارهای دیگر، اعم از فعالیت‌های خسته‌کننده تا کلاس‌های آموزشی وارد کرد. در این روش مخاطب را با محرک‌های طبیعی به جنب‌وجوش وامی‌دارند. در حال حاضر یکی از روش‌های مورد استفاده برای آموزش و فراگیری دنیای الکترونیک، بازی‌وارسازی است. در صورت استفاده از این روش آموزشی، می‌توان مطالب را به شیوه هیجان‌انگیز و کاربردی برای آموزش ارائه کرد (۱۴).

در همین زمینه براساس گزارش توماس^۲ (۲۰۱۴) دانشجویان مفاهیم دیداری و محیط‌های یادگیری فعال را به سخنرانی منفعل ترجیح می‌دهند. به‌طور میانگین شیوه یادگیری آنها اغلب به آزمایش و خطا شباهت دارد، همانند بازی‌های ویدئویی که افراد بازخورد سریع می‌گیرند (۱۵). همچنین لاندرس^۳، کالن^۴ (۲۰۱۱) با توجه به حضور همه‌جانبه و جذابیت بازی‌ها، به بررسی بازی‌ها در حوزه‌های دیگر پرداختند.

- 1 . bonn
- 2 . Gamification
- 3 . Element
- 4 . Tomas
- 5 . Landers
- 6 . Callan

بازی‌وارسازی شیوه نوینی است که شامل ترکیب عناصر بازی با حوزه‌هایی که جنبه‌های بازی ندارند، می‌شود؛ بنابراین از عناصر بازی در سیستم‌ها یا فعالیت‌ها استفاده می‌شود. این مفهوم به‌طور فزاینده‌ای در فرایندهای یادگیری کاربردی است (۱۶). روبستن (۲۰۱۰) بیان می‌کند بازی‌وارسازی با افزایش انگیزه و تعامل یادگیرنده، یادگیری را افزایش می‌دهد و در عین حال فرایند ساده‌ای نیست و ممکن است در اجرا پیچیده باشد (۵).

موسوی و بردیافر (۱۳۹۴) طی تحقیقی با عنوان «بررسی وضعیت تفکر استراتژیک مدیران انجمن گردشگری ورزشی کشور براساس مدل جین لیدکا» بیان کردند براساس یافته‌های این تحقیق در عین حال که ابعاد مختلف تفکر استراتژیک مدیران گردشگری ورزشی ایران از قوت نسبی برخوردارند، در برخی ابعاد تفکر نسبت به سایر ابعاد ضعیف‌ترن بوده و نیازمند برنامه‌ریزی بیشتر جهت تقویت هستند (۱۷).

کاسی و گلدمن (۲۰۱۰) طی تحقیقی بیان کردند آموزش سنتی به افراد آموزش می‌دهد که چگونه با سیاست‌ها و روندهای موردنظر روبه‌رو شوند و بر شکاف‌های موجود فعلی در سازمان از لحاظ عملکردی تأکید دارد. درحالی‌که آموزش استراتژیک نوعی سیستم تطبیقی است، چراکه مدیران و کارمندان را برای شرایطی که احتمال وقوع آنها در آینده وجود دارد، آماده می‌کند و به آنها می‌آموزد که چگونه همگام با تغییرات شرایط هماهنگ شوند (۱۸).

آپاریکو^۲ و ورباچ^۴ (۲۰۱۲) سه جنبه مهم از اجرای شایسته و صحیح بازی‌وارسازی را: ۱. مخاطب هدف را درک کند، ۲. تعیین اینکه این بازیکن چه کاری را باید انجام دهد، و ۳. استفاده از عناصر بازی مناسب جهت انگیزه دادن به بازیکنان در عین فعالیت بیان کردند (۱۹).

بنیتو و سانچیس^۵ (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان «آموزش تفکر استراتژیک: به روش تجربی» با پیاده‌سازی روش‌های زیر به نتایجی جالبی رسید. این مقاله به بررسی تأثیر آموزش از طریق بازی‌وارسازی بر روی تفکر استراتژیک پرداخته و به مقایسه نحوه بازی کردن دو گروه از ایجننت‌ها از این منظر می‌پردازد. در بخشی از این مقاله نتایج به‌دست‌آمده از یک بازی هشت‌نفره که توسط دو گروه آموزش‌دیده و بدون آموزش قبلی انجام گرفته است، ارائه می‌شود. در ابتدا درصد بازیکنانی که به‌صورت استراتژیک بازی

- 1 . Robertson
- 2 . cassi & goldman
- 3 . Aparicio
- 4 . Werbach
- 5 . Sanchhis

می‌کنند، اندازه‌گیری شده و در ادامه دو گروه مورد آزمایش برای مشاهده اینکه آیا رفتار استراتژیک در راندهای بعدی بازی افزایش پیدا می‌کند یا خیر، بررسی می‌شوند. مقایسه دو گروه مورد تحقیق در تمام راندهای بازی نشان می‌دهد که درصد تصمیم‌گیری استراتژیک در گروه آموزش دیده بالاتر و از نظر آماری اختلاف زیادی بین گروه ایجنت‌های آموزش دیده و گروه آموزش ندیده مشاهده می‌شود. این نوع آموزش دادن از طریق بازی‌وارسازی سبب می‌شود که افراد در تمام مدت بازی به شکل استراتژیک رفتار کنند (۲۰).
 روث^۱ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که بازی‌وارسازی اخیراً مورد توجه افزاینده‌ای در نوآوری در کمپانی‌های بزرگ و تحقیقات تجاری بوده است (۲۱). مارک^۲ و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان «مدلی برای معرفی بازی‌وارسازی در آموزش مجازی در مقاطع تحصیلات عالی» بیان کردند بازی‌وارسازی شامل عوامل مهم تأثیرگذار در آموزش مجازی می‌شود. دلایل بروز خطاها در آموزش مجازی اغلب مرتبط با عوامل ذکر شده در این مدل است (۲۲). آموزش مجازی باید متناسب با پیشرفت نرم‌افزارهای اینترنتی توسعه یابد و اصول بازی‌وارسازی را در برگیرد. مگدالینسکی^۳ (۲۰۱۵) طی تحقیقی به این نتیجه رسید که بازی‌وارسازی می‌تواند در آموزش مدیریت ورزشی نقش ایفا کند و چگونگی کاربرد آن در جهت ایجاد فضای بانشاط برای انگیزه دادن به دانشجویان رشته مدیریت ورزشی را بررسی کرد (۲۳).
 نتایج مطالعه آلسیور و آندرس^۴ (۲۰۱۶) نشان می‌دهد که کاربران آموزش داده شده با استفاده از سیستم مبتنی بر بازی‌وارسازی از کاربرانی که از طریق روش آموزشی مرسوم آموزش داده شده بودند، عملکرد بهتری از خود نشان دادند. آلسیور و آندرس (۲۰۱۶) بیان کردند که سیستم مبتنی بر بازی‌وارسازی برای آموزش ای آر پی، میزان رضایت و یادگیری کاربران در دوره آموزشی را بهبود می‌بخشد (۲۴).
 از نگاه مدیریتی و سازمانی برخی تحقیقات نشان داده است که تئوری بازی می‌تواند به مدیران برای به دست آوردن اندیشه جدید یا فکر بهتر درباره مشکلات رقابتی و استراتژی‌ها کمک کند؛ اما واقعاً تفکر بهتر در مدیریت مفاهیم عصر حاضر به چه معناست؟ به‌طور ساده معنی این جمله جلوگیری از اشتباهات و محاسبات یا شناسایی تعادل‌ها را فراهم می‌کند و پس از آن تئوری بازی‌ها چارچوب آنالیز و تحلیل مناسب را موجب می‌شود. تفکر بهتر به درک جهان کنونی، بهبود خلاقیت‌ها در زمان شناسایی و حل مشکلات اشاره دارد، بنابراین تئوری بازی‌ها در استراتژی‌ها به موضوع مهمی تبدیل شده است (۲۵). ضعف

-
1. Rous
 2. Mark
 3. Magdalinesky
 4. Alesiver and Anderson

تفکر استراتژیک در مدیریت ارشد سازمان‌های ورزشی سبب شده که برنامه‌ریزی استراتژیک به‌عنوان دفترچه‌ای که در قفسه مدیریت خاک می‌خورد، بلااستفاده بماند (۲۳). آموزش همواره به‌عنوان وسیله‌ای مطمئن در جهت بهبود کیفیت عملکرد و حل مشکلات مدیریت مدنظر قرار می‌گیرد و نبود آن نیز از مسائل اساسی و حاد سازمان‌های ورزشی است. بدین سبب به‌منظور تجهیز نیروی انسانی سازمان و بهسازی و بهره‌گیری هرچه مؤثرتر از این نیرو، بی‌شک آموزش از مهم‌ترین و مؤثرترین تدابیر و عوامل برای بهبود امور سازمان به‌شمار می‌رود که امروزه نبود آموزش‌های مؤثر و کاربردی در سازمان‌ها نمود پیدا کرده است. کارکنان در هر سطح سازمان، اعم از مشاغل ساده یا پیچیده-مدیر یا زبردست- محتاج آموزش و یادگیری و کسب دانش و مهارت جدید هستند و همواره باید برای بهتر انجام دادن کار از هر نوع که باشد، روش‌ها و اطلاعات جدیدی را کسب کنند. متأسفانه ضعف آموزش از طریق شیوه‌های مدرن و به‌روز و همچنین آموزش تفکر استراتژیک به‌عنوان پایه و بنیاد اساسی برنامه‌ریزی استراتژیک سازمان‌های ورزشی، در جامعه کنونی ما به‌شدت احساس می‌شود. بیشتر مطالعات به شناسایی عوامل تفکر استراتژیک اختصاص دارد، اما در این تحقیق محقق درصدد آن است تا با ارائه شیوه‌ای نوین با عنوان بازی‌وارسازی، تفکر استراتژیک را به مدیران ورزشی کشور آموزش دهد. در این تحقیق درصدد پاسخگویی به این پرسش بودیم که چگونه آموزش از طریق بازی‌وارسازی در ارتقای سطح تفکر استراتژیک مدیران ورزشی کشور تأثیرگذار است؟

روش تحقیق

با توجه به این موضوع که تفکر استراتژیک برای مدیران ضرورت و اهمیت دارد، جامعه آماری این تحقیق را مدیران ورزشی کشور در سطح میانی و در سال ۱۳۹۴-۱۳۹۵ تشکیل می‌دادند. نمونه‌های تحقیق ۴۵ نفر بودند که براساس نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند و در سه گروه ۱۵ نفری (۲ گروه تجربی، ۱ گروه کنترل) قرار گرفتند. ۱۵ نفر از این مدیران را مدیران وزارت ورزش و جوانان، ۵ نفر از اداره کل تربیت بدنی دانشگاه فرهنگیان، ۵ نفر از اداره کل تربیت بدنی استان فارس، ۵ نفر از اداره کل تربیت بدنی استان اصفهان، ۵ نفر از اداره کل تربیت بدنی استان تهران، ۵ نفر از اداره کل تربیت بدنی استان گیلان، ۳ نفر از اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی، ۲ نفر از اداره کل تربیت بدنی دانشگاه علامه طباطبایی، تشکیل می‌دادند که دامنه سنی آنها از ۲۰ تا ۶۰ سال بود. این مدیران به‌صورت تصادفی در سه گروه قرار گرفتند و بدون آشنایی قبلی با مفهوم گیمیفیکیشن آزمایش شدند.

شایان ذکر است پرسشنامه محقق ساخته بود و پس از تأیید روایی محتوایی، به تأیید ۱۵ نفر از متخصصان این حوزه رسید. این پرسشنامه حاوی ۴۵ سؤال است که برای چهار مؤلفه تفکر استراتژیک آینده‌نگری، هدف‌گرایی، فرصت‌جویی هوشمندانه، ابتکار و نوآوری در سیستم شغلی طراحی شد. به‌منظور بررسی پایایی پرسشنامه نیز از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که پایایی آن، با استفاده از نرم‌افزار spss نسخه ۲۲، ۰/۹۸ به دست آمد.

برای پیاده‌سازی متدهای بازی‌وارسازی از بازی کامپیوتری جهت آموزش تفکر استراتژیک استفاده شد. این بازی محقق ساخته بود و در قالب یک سایت در اختیار نمونه‌های تحقیق قرار گرفت. این بازی از پنج مرحله تشکیل شده بود که هر مرحله متناسب با مؤلفه‌های تحقیق و ویژگی‌های بازی متناسب با متدهای بازی‌وارسازی طراحی شده بود. مطالب هر مرحله نمونه‌های واقعی بودند که از کتاب فرمان‌ها و فنون تفکر استراتژیک گرفته شده بود.

در هر مرحله مدیران با یک سؤال روبه‌رو می‌شدند که آنها را در فضای واقعی قرار می‌داد که متناسب با هر سؤال چهار پاسخ متفاوت در اختیار آنها بود. آنها باید هوشمندانه بهترین پاسخ را به پرسش موردنظر می‌دادند که متناسب با پاسخ‌داده‌شده ستاره می‌گرفتند و به مرحله بعد راه می‌یافتند و مجدداً سؤال دیگر متناسب با مؤلفه بعدی تحقیق که با پاسخ خود ستاره و امتیاز می‌گرفتند و به مرحله بعد راهی می‌شدند. پس از اتمام ۵ مرحله، متناسب با امتیازی که کسب کرده بودند، رتبه‌بندی می‌شدند و در جدول رتبه‌بندی قرار می‌گرفتند و در پایان، زمانی که هر ۱۵ نفر بازی خود را به اتمام رساندند، نفر اول مشخص شد و مدال گرفت.

این بازی در اختیار مدیران قرار گرفت و به آنها پنج روز فرصت داده شد تا بازی را تکمیل کنند، آنها می‌توانستند این بازی را در یک تا پنج روز بازی کنند.

پس از طراحی بازی اقدام به تأیید روایی و گرفتن پایایی آن شد. این بازی نیز پس از تأیید روایی محتوایی، به تأیید ده نفر از متخصصان که در حوزه مدیریت و تفکر استراتژیک و بازی‌وارسازی علم و تخصص علمی داشتند، رسید. ضریب آلفای کرونباخ براساس داده‌های تولیدشده در نرم‌افزار اس پی اس، محاسبه شد و مقدار تقریبی آن معادل ۰/۹ به دست آمد. این میزان آلفا کرونباخ نشان‌دهنده اعتبار پایایی بالای بازی و نرم‌افزار تهیه‌شده بود.

نمونه‌های تحقیق به‌طور تصادفی در سه گروه (دو گروه آزمایش و یک گروه کنترل) قرار گرفتند. هر کدام از این گروه‌ها به شیوه آموزشی خاصی آموزش داده شدند؛ گروه اول از طریق بازی‌وارسازی، گروه

دوم به شیوه مرسوم و سنتی (به آنها جزوه آموزشی با همان محتوایی که گروه اول آموزش دیده بودند قرار می‌گرفت) و گروه سوم گروه کنترل بود و هیچ آموزشی به آنها داده نشد. در ابتدا به وسیله پرسشنامه تفکر استراتژیک، این نوع تفکر در تمام آزمودنی‌ها مورد سنجش قرار گرفت. پس از ۱۴ روز، گروه اول که براساس بازی‌وارسازی آزمایش دیده بودند، بازی کامپیوتری موردنظر را انجام دادند، سپس مجدداً پرسشنامه تفکر استراتژیک به منظور سنجش میزان تغییر اطلاعات آنها در اثر آموزش اجرا شد. گروه دوم نیز در مرحله اول با همان پرسشنامه سنجش شدند و پس از ۱۴ روز جزوه‌ای که شامل همان محتوایی بود که گروه اول آموزش دیده بودند، در اختیار آنها قرار داده شد، با این تفاوت که این جزوه در قالب فایل ورد بود و حاوی شیوه‌های بازی‌وارسازی نبود و آنها ۵ روز فرصت داشتند این مطالب را مطالعه کنند. برای ایجاد تعهد مدیران حجم مطالب را کم، علمی و نو در نظر گرفتیم. پس از مطالعه این جزوه پرسشنامه دوم در مورد آنها اجرا شد.

گروه سوم که گروه کنترل بودند، ابتدا به پرسشنامه مرحله اول پاسخ دادند و پس از ۱۴ روز بدون هیچ آموزشی به پرسشنامه دوم پاسخ دادند.

شایان ذکر است که پرسشنامه اول و دوم یکسان بود. این یکسانی به این دلیل بود تا بتوان از طریق اعداد کمی، نمرات آنها را مقایسه و تأثیر شیوه‌های آموزش را بررسی کرد.

یافته‌های تحقیق

توزیع درصدی وضعیت جنسیتی نمونه‌های تحقیق را نشان می‌دهد که ۴۶ درصد نمونه‌ها زن و ۵۴ درصد نمونه‌ها مرد بودند. همچنین توزیع میزان تحصیلات آزمودنی‌ها نشان داد بیشتر نمونه‌های تحقیق (۷۵/۶ درصد) دارای مدرک دکتری و دانشجوی دکتری بودند. توزیع درصدی سابقه کاری نمونه‌های تحقیق نشان داد که ۴۲/۲ درصد افراد دارای سابقه مدیریتی کمتر از ۱۰ سال هستند و ۵۷/۸ درصد افراد سابقه کاری بیشتر از ۱۰ سال را در کارنامه خود دارند.

آزمون شاپیروویلک به منظور بررسی توزیع طبیعی داده‌ها انجام گرفت که نتایج آن در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. آزمون شاپیروویلیک جهت بررسی توزیع داده‌ها

آزمون شاپیروویلیک				
نتیجه	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون	گروه
طبیعی	۰/۹۶۴	۱۵	۰/۹۷۹	گروه بازی وارسازی
طبیعی	۰/۵۶۵	۱۵	۰/۹۵۳	گروه شیوه سنتی
طبیعی	۰/۳۵۴	۱۵	۰/۹۳۸	گروه کنترل
طبیعی	۰/۰۹۴	۱۵	۰/۹۰۰	گروه بازی وارسازی
طبیعی	۰/۱۲۵	۱۵	۰/۸۶۱	گروه شیوه سنتی
طبیعی	۰/۱۵۱	۱۵	۰/۹۱۳	گروه کنترل
طبیعی	۰/۰۵۷	۱۵	۰/۸۸۶	گروه بازی وارسازی
طبیعی	۰/۳۹۰	۱۵	۰/۹۳۲	گروه شیوه سنتی
طبیعی	۰/۱۶۸	۱۵	۰/۸۹۱	گروه کنترل

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، کلیه متغیرهای تحقیق براساس آزمون شاپیروویلیک از توزیع طبیعی برخوردارند. از این رو برای انتخاب آزمون‌های آماری برای به آزمون گذاشتن فرضیه‌ها از آزمون‌های پارامتریک استفاده شد.

آموزش از طریق بازی وارسازی بر تفکر استراتژیک مدیران ورزش کشور اثر معناداری دارد. به منظور آزمون این فرضیه با توجه به پارامتریک بودن آن از آزمون آماری جهت بررسی تجانس واریانس دو گروه استفاده شد که نتایج آن در جدول ۲ قابل مشاهده است.

جدول ۲. نتایج آزمون لون برای بررسی تجانس واریانس

متغیر	F	درجه آزادی ۱	درجه آزادی ۲	Sig
تفکر استراتژیک	۲/۴۶۷	۲	۴۲	۰/۱۵

با توجه به جدول ۲ بین داده‌های سه گروه تحقیق تجانس واریانس وجود دارد ($Sig=0/15$)، $(F_{(2,42)}=2/47)$ و برای معناداری و عدم معناداری فرضیه تحقیق از آزمون تحلیل کوواریانس یک‌متغیره^۱ استفاده شد. نتایج در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون تحلیل کوواریانس یک‌متغیره برای مؤلفه تفکر استراتژیک

منابع	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	عدد معناداری
مدل همبستگی	۳۲۵۰/۴۴۷	۳	۱۰۸۳/۴۸۲	۳۵/۰۸۹	۰/۰۰۱
اثر پیش‌آزمون	۶۷۳/۹۰۴	۱	۶۷۳/۹۰۴	۲۱/۸۲۵	۰/۰۰۱
تفکر استراتژیک	۱۶۲۵/۰۶۹	۱	۱۶۲۵/۰۶۹	۵۲/۶۲۹	۰/۰۰۱
گروه	۱۳۱۰/۲۶۸	۲	۶۵۵/۱۳۴	۲۱/۲۱۷	۰/۰۰۱
مجموع	۶۱۱۱۹۷/۰۰۰				

*ضریب تعیین = ۰/۶۹۹

همان‌گونه که در جدول ۳ مشخص است، با توجه به سطح معناداری، اثر معناداری در پس‌آزمون گروه‌ها با تعدیل اثرات پیش‌آزمون مشاهده شد ($(F_{(1,41)}=52/63, P=0/001)$). همچنین ضریب تعیین ۰/۶۹۹ است که نشان می‌دهد آموزش بازی‌وارسازی توانسته حدود ۷۰ درصد از واریانس متغیر وابسته را که تفکر استراتژیک است، تبیین کند، بنابراین سایر واریانس (۳۰٪) نمره تفکر استراتژیک مدیران مورد مطالعه در این تحقیق تحت تأثیر عوامل و متغیرهایی است که در این تحقیق بررسی نشده است.

جدول ۴. مقایسه میانگین گروه‌ها برای مؤلفه تفکر استراتژیک

گروه (الف)	گروه (ب)	تفاوت میانگین (الف - ب)	سطح معناداری
بازی‌وارسازی	سنتی	۸/۴۹۵	۰/۰۰۱
بازی‌وارسازی	کنترل	۱۳/۰۳۸	۰/۰۰۱
سنتی	بازی‌وارسازی	-۸/۴۹۵	۰/۰۰۱
سنتی	کنترل	۴/۵۴۴	۰/۰۳۲

جدول ۴ به مقایسه چندگانه تفاوت میانگین مؤلفه تفکر استراتژیک در بین مدیران می‌پردازد. با توجه به نتایج این جدول، میانگین نمره تفکر استراتژیک مدیران در گروه بازی‌وارسازی و گروه سنتی در سطح

1. Univariate analysis Test

کوچک‌تر از ۰/۰۰۱ معنادار است. همچنین، تفاوت میانگین نمره تفکر استراتژیک مدیران در گروه آموزشی بازی‌وارسازی و گروه کنترل در سطح کوچک‌تر از ۰/۰۰۱ معنادار است. با توجه به تفاوت میانگین‌ها می‌توان گفت که میانگین یادگیری در گروه گیمیفیکیشن بیشتر از دو گروه دیگر بود و گروه کنترل کمترین میانگین را در بین گروه‌ها به خود اختصاص داده است. همچنین میانگین یادگیری گروه سنتی (آموزش از طریق جزوه) بیشتر از گروه کنترل (بدون آموزش) است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت آموزش از طریق بازی‌وارسازی تأثیرگذارتر از شیوه آموزش سنتی است. همچنین آموزش بر دانش آزمودنی‌ها تأثیرگذارتر از زمانی است که هیچ آموزشی نبینند.

جدول ۵. نتایج آزمون لون برای بررسی تجانس واریانس

متغیر	F	درجه آزادی ۱	درجه آزادی ۲	Sig
نوآوری سیستم مولد ارزش	۲/۴۵۸	۲	۴۲	۰/۵۴۲

با توجه به جدول ۵ بین داده‌های دو گروه تحقیق تجانس واریانس وجود دارد (Sig=۰/۵۴).
 $F(2,42)=۲/۴۶$ و برای معناداری و عدم معناداری فرضیه تحقیق از آزمون تحلیل کوواریانس یک‌متغیره استفاده شد. نتایج در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶. نتایج آزمون تحلیل کوواریانس یک‌متغیره برای مؤلفه نوآوری سیستم مولد ارزش

منابع	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	عدد معناداری
مدل همبستگی	۴۱۶/۰۲۴	۳	۱۳۸/۶۷۵	۸/۰۷۹	۰/۰۰۰
اثر پیش‌آزمون	۸/۰۵۶	۱	۸/۰۵۶	۰/۴۶۹	۰/۰۲۰
مؤلفه نوآوری سیستم مولد ارزش	۲۰۹/۹۸۰	۱	۲۰۹/۹۸۰	۱۲/۲۳۳	۰/۰۰۱
گروه	۱۹۷/۶۳۸	۲	۵/۷۵۷	۵/۷۵۷	۰/۰۰۶
مجموع	۲۰۵۴۷/۰۰۰	۴۵			

*ضریب تعیین=۰/۳۲۶

همان‌گونه که در جدول ۷ مشخص است، با توجه به سطح معناداری، اثر معناداری در پس‌آزمون گروه‌ها با تعدیل اثرات پیش‌آزمون مشاهده شد ($F(1,41)=۱۲/۲۳$, $P=۰/۰۰۱$). همچنین ضریب تعیین ۰/۳۲۶ است، آموزش بازی‌وارسازی توانسته حدود ۷۰ درصد از واریانس متغیر وابسته را که نوآوری و

سیستم مولد ارزش است، تبیین کند، بنابراین سایر واریانس (۰/۶۷۴) نمره نوآوری و خلاقیت مدیران مورد مطالعه در این تحقیق تحت تأثیر عوامل و متغیرهایی است که در این تحقیق بررسی نشده است.

جدول ۷. مقایسه میانگین گروه‌ها برای مؤلفه نوآوری سیستم مولد ارزش

گروه (الف)	گروه (ب)	تفاوت میانگین (الف - ب)	سطح معناداری
بازی وارسازی	سنتی	۴/۳۴۰	۰/۰۰۶
بازی وارسازی	کنترل	۴/۵۴۶	۰/۰۰۵
سنتی	بازی وارسازی	-۴/۳۴۰	۰/۰۰۶
سنتی	کنترل	۰/۲۰۶	۰/۸۹۲

جدول ۷ به مقایسه چندگانه تفاوت میانگین مؤلفه نوآوری و خلاقیت در بین مدیران می‌پردازد. با توجه به نتایج این جدول، میانگین نمره نوآوری و خلاقیت مدیران در گروه بازی وارسازی و گروه سنتی در سطح کوچک‌تر از ۰/۰۰۶ معنادار است. همچنین، تفاوت میانگین نمره نوآوری و خلاقیت مدیران در گروه آموزشی بازی وارسازی و گروه کنترل در سطح کوچک‌تر از ۰/۰۰۵ معنادار است. با توجه به تفاوت میانگین‌ها می‌توان گفت که میانگین یادگیری در گروه گیمیفیکیشن بیشتر از دو گروه دیگر است و گروه کنترل کمترین میانگین را در بین گروه‌ها به خود اختصاص داده است. همچنین میانگین یادگیری گروه سنتی (آموزش از طریق جزوه) بیشتر از گروه کنترل (بدون آموزش) است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت آموزش از طریق گیمیفیکیشن تأثیرگذارتر از شیوه آموزش سنتی است. همچنین آموزش بر دانش آزمودنی‌ها تأثیرگذارتر از زمانی است که هیچ آموزشی نبینند.

جدول ۸. نتایج آزمون لون برای بررسی تجانس واریانس

متغیر	F	درجه آزادی ۱	درجه آزادی ۲	Sig
آینده‌نگری	۶/۸۰۷	۲	۴۲	۰/۱۱۸

با توجه به جدول ۸ بین داده‌های دو گروه تحقیق تجانس واریانس وجود دارد (Sig=۰/۱۱۸)، $F(2,42)=۶/۸۱$ و برای معناداری و عدم معناداری فرضیه تحقیق از آزمون تحلیل کوواریانس تک‌متغیره استفاده شد. نتایج در جدول ۴-۱۶ نشان داده شده است.

جدول ۹. نتایج آزمون تحلیل کوواریانس تک‌متغیره برای مؤلفه آینده‌نگری

منابع	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	عدد معناداری
مدل همبستگی	۴۵۲/۶۹۶	۳	۱۵۰/۸۹۹	۲۰۰۷/۳۰۹	۰/۰۰۱
اثر پیش‌آزمون	۰/۶۰۲	۱	۰/۶۰۲	۸/۰۰۳	۰/۰۷
آینده‌نگری	۳۳۲/۶۵۱	۱	۳۳۲/۶۵۱	۴۴۲۵/۰۵۱	۰/۰۰۱
گروه	۰/۶۱۹	۲	۰/۳۰۹	۴/۱۱۷	۰/۰۲۳
مجموع	۳۵۱۷/۰۰۰	۴۵			

*ضریب تعیین=۰/۹۹۳

همان‌گونه‌که در جدول ۹ مشخص است، با توجه به سطح معناداری، اثر معناداری در پس‌آزمون گروه‌ها با تعدیل اثرات پیش‌آزمون مشاهده شد ($F(1,41)=4425/05, P=0/001$). همچنین ضریب تعیین ۰/۹۹۳ است، آموزش بازی‌وارسازی توانسته حدود ۷۰ درصد از واریانس متغیر وابسته را که آینده‌نگری است، تبیین کند و بنابراین سایر واریانس (۰/۰۰۷) نمره آینده‌نگری مدیران مورد مطالعه در این تحقیق تحت تأثیر عوامل و متغیرهایی است که در این تحقیق بررسی نشده است.

جدول ۱۰. مقایسه میانگین گروه‌ها برای مؤلفه آینده‌نگری

گروه (الف)	گروه (ب)	تفاوت میانگین (الف - ب)	سطح معناداری
بازی‌وارسازی	سنتی	۰/۰۶۲	۰/۰۴۰
بازی‌وارسازی	کنترل	۰/۳۲۲	۰/۰۱۰
سنتی	بازی‌وارسازی	-۰/۰۶۲	۰/۰۴۰
سنتی	کنترل	۰/۲۰۶	۰/۰۲۲

جدول ۱۰ به مقایسه چندگانه تفاوت میانگین مؤلفه آینده‌نگری در بین مدیران می‌پردازد. با توجه به نتایج این جدول، میانگین نمره آینده‌نگری مدیران در گروه بازی‌وارسازی و گروه سنتی در سطح کوچک‌تر از ۰/۰۴۰ معنادار است. همچنین، تفاوت میانگین نمره آینده‌نگری مدیران در گروه آموزشی بازی‌وارسازی و گروه کنترل در سطح کوچک‌تر از ۰/۰۱۰ معنادار است.

بحث و نتیجه گیری

بررسی‌ها در این مقاله نشان داد فرضیه تأثیر آموزش از طریق بازی‌وارسازی بر تفکر استراتژیک مدیران ورزشی کشور نقش معناداری دارد. موضوع آموزش از مهم‌ترین مسائلی است که به بسیاری از فعالیت‌های افراد جهت می‌دهد؛ ورزش و فعالیت‌های ورزشی نیز از این قضیه مستثنا نیستند. علاوه بر ضرورت مجهز بودن مدیران ورزشی کشور به تفکر استراتژیک، شیوه آموزش این تفکر اهمیت بسیار زیادی دارد. با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان گفت آموزش از طریق شیوه نوین و جدید بازی‌وارسازی بسیار تأثیرگذارتر از شیوه‌های سنتی و متداول است. نتایج به دست آمده با نتایج تحقیقات فاطمی امین و فولادیان (۱۳۸۸)، صبرکش و همکاران (۱۳۹۲)، باقری مجد و همکاران (۱۳۹۲)، موسوی و بردیفر (۱۳۹۴)، کاسی و گلدمن (۲۰۱۰)، رویستن (۲۰۱۰)، بنیتو و سانچیس (۲۰۱۴)، مارک و همکاران (۲۰۱۵)، مگدالینسکی (۲۰۱۵) (۲۶، ۲۷) همسو بود.

بر اساس یافته‌های تحقیق موسوی و بردیفر (۱۳۹۴) در عین حال که ابعاد مختلف تفکر استراتژیک مدیران گردشگری ورزشی ایران از قوت نسبی برخوردارند، در برخی ابعاد تفکر نسبت به سایر ابعاد ضعیف‌ترند و نیازمند برنامه‌ریزی بیشتر جهت تقویت هستند (۱۷). از سوی دیگر، ادبیات این حوزه بر اکتسابی بودن و امکان آموزش این شیوه از تفکر به مدیران ارشد سازمان‌ها تأکید دارد. همچنین هر نوع آموزشی، یادگیری به دنبال ندارد. بنیتو و سانچیس (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان «آموزش تفکر استراتژیک؛ به روش تجربی» با پیاده‌سازی روش‌های زیر به نتایج مهمی رسیدند (۲۰). این پژوهش به بررسی تأثیر آموزش از طریق بازی‌وارسازی بر روی تفکر استراتژیک پرداخته و به مقایسه نحوه بازی کردن دو گروه از ایجنت‌ها از این منظر می‌پردازد. مقایسه دو گروه مورد تحقیق در تمام راندهای بازی نشان می‌دهد که درصد تصمیم‌گیری استراتژیک در گروه آموزش دیده بالاتر است و از نظر آماری اختلاف زیادی بین گروه ایجنت‌های آموزش دیده و گروه آموزش ندیده مشاهده می‌شود. این نوع آموزش دادن از طریق بازی‌وارسازی سبب می‌شود که افراد در تمام مدت بازی به شکل استراتژیک رفتار کنند که با نتایج این مقاله همسو بود.

همچنین در این مقاله آموزش از طریق بازی‌وارسازی فکر مدیران را با مباحث واقعی تفکر استراتژیک درگیر می‌کرد و آنها با انجام بازی کامپیوتری مطالب درسی را آموزش می‌دیدند. با توجه به پرسشنامه نظرسنجی که از آزمودنی‌ها در پایان کار گرفته شد، این شیوه آموزشی برای آنها ناشناخته، جدید و بسیار جذاب بود و آنها ترجیح می‌دادند که از این پس به این شیوه آموزش ببینند. با توجه به نتایج توصیفی،

متدهای بازی‌وارسازی در به‌وجود آوردن انگیزه و یادگیری بیشتر، تأثیر مثبتی دارد و مدیران این حوزه شیوه آموزشی بازی‌وارسازی را به شیوه‌های آموزشی سنتی ترجیح می‌دادند.

بررسی‌ها نشان داد فرضیه تأثیر آموزش از طریق بازی‌وارسازی بر نوآوری سیستم مولد ارزش در مدیران ورزشی اثر معناداری دارد. نوآوری و خلاقیت از مؤلفه‌های تفکر استراتژیک است که درصد زیادی از موفقیت سازمان در گرو نوآفرینی سیستم مولد ارزش است. با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان گفت آموزش از طریق شیوه نوین بازی‌وارسازی بسیار تأثیرگذارتر از شیوه‌های سنتی و متداول است. همچنین نتایج نشان داد یادگیری در گروهی که از طریق بازی‌وارسازی آموزش دیده بودند، بیشتر از گروهی بود که از طریق شیوه‌های متداول و سنتی آموزش دیده بودند. نتایج به‌دست‌آمده با نتایج تحقیقات کیانی و غفاریان (۱۳۸۳)، مشهدی کردی (۱۳۸۷)، عبدالکریمی (۱۳۸۷)، علی‌رضایی و لولایی (۱۳۸۷)، دلاور و قربانی (۱۳۹۰)، نبیپور افروزی و درویش‌متولی (۱۳۹۲)، روبستن (۲۰۱۰)، کاسی و گلدمن (۲۰۱۰)، روث و همکاران (۲۰۱۵)، مارک و همکاران (۲۰۱۵)، آلسیور و اندرس (۲۰۱۶) همسو بود (۲۸-۳۸).

وجود خصوصیات نوآوری و خلاقیت و خلق سیستم مولد ارزش موجب موفقیت در مدیریت ارشد سازمان می‌شود. از همین حیث آموزش تفکر خلاق و نوآور اهمیت زیادی دارد. بازی‌های فکری و محیط‌های بازی‌وار، افراد را خلاق تربیت می‌کند. بازی‌وارسازی نوعی آموزش خلاق و نوآور است که سبب ایجاد تفکر خلاق در افراد می‌شود. متدهای بازی‌وارسازی و طراحی سیستم‌های گیم‌وار شده افراد را مجبور به فکر و ایجاد سیستمی خلاقانه می‌کند. سیستم‌های گیم‌وار شده در راستای آموزش، فکر افراد را به کار درگیر می‌کند و سبب می‌شود برای رسیدن به جواب و حل مسئله خلاقانه تصمیم بگیرند. براساس نتایج این پژوهش آموزش از طریق متدهای بازی‌وارسازی در تفکر خلاق افراد تأثیر مثبت دارد.

در همین زمینه منابع انسانی سازمان‌های ورزشی که اغلب مهم‌ترین منبع توسعه نوآوری در سازمان‌ها هستند، باید در کلیه سطوح به این باور برسند که اصولاً مبنای پایداری و استواری در دنیای رقابتی و بازارهای پیچیده داخلی و بین‌المللی امروز منوط به خلاقیت و نوآوری همگانی است و همه نیروها باید در این جهت فعالیت کنند. همان‌طور که برای ایجاد پایداری و تداوم نوآوری و خلاقیت در سازمان، عادت به تفکر و اندیشیدن را در مدیران و کارشناسان و کارکنان لازم است. اگر تفکر و اندیشیدن خلاق در یک سازمان ورزشی در راستای مأموریت و اهداف سازمان به‌صورت عادت روزمره درآید، همه مدیران و کارشناسان و کارکنان به‌دنبال بهبود و ارتقای سازمان مربوطه خواهند بود. می‌توان گفت که سازمان‌های ورزشی موفق، سازمان‌هایی هستند که مدیران، کارشناسان و کارکنان آنها براساس استراتژی سازمان

همواره در رقابتی پویا به دنبال نوآوری و خلاقیت در سیستم مولد ارزش هستند و تفکر کردن و اندیشیدن در آن سازمان به صورت فرهنگ و وظیفه تلقی می‌شود؛ بنابراین مدیران سازمان‌های ورزشی برای ایجاد تفکر خلاق و نوآور در سازمان خود که از مؤلفه‌های تفکر استراتژیک است، باید آموزش این مهم را در برنامه کاری خود قرار دهند و از آنجا که ذهن ورزشکاران و مدیران ورزشی فعال است، شیوه‌های آموزشی سنتی و خسته‌کننده رضایت آنها را جلب نمی‌کند و در این زمینه بازی‌وارسازی جدیدترین و مؤثرترین روش آموزشی است که می‌تواند به آنها کمک کند و به خلاقیت‌های مکرر آنان منجر شود. از سوی دیگر، زمینه ارتباطات و تعامل بیشتر بین مدیران و کارکنان را فراهم آورد و موجب بهره‌برداری از نبوغ و خلاقیت کارکنان در سازمان شود؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود سازمان‌های ورزشی به منظور آموزش خلاق به منابع انسانی خود، از بازی‌های کامپیوتری استفاده کنند و کلاس‌های ضمن خدمت خود را متناسب با متدهای بازی‌وارسازی برگزار کنند.

بررسی‌ها در این مقاله نشان داد فرضیه تأثیر آموزش از طریق بازی‌وارسازی بر آینده‌نگری در مدیران ورزشی اثر معناداری دارد. یکی از مؤلفه‌های تفکر استراتژیک آینده‌نگری است که درصد زیادی از موفقیت سازمان در گرو این است که مدیران ورزشی بتوانند موقعیت را به خوبی بشناسند و با در نظر گرفتن شرایط بهترین نتیجه و بهره‌وری را از موقعیت داشته باشند. علاوه بر ضرورت و لزوم دارا بودن مدیران ورزشی کشور به این خصیصه، شیوه آموزش این مؤلفه اهمیت بسیار زیادی دارد. با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان گفت آموزش از طریق شیوه نوین بازی‌وارسازی بسیار تأثیرگذارتر از شیوه‌های سنتی و متداول است. نتایج نشان داد یادگیری در گروهی که از طریق بازی‌وارسازی آموزش دیده بودند، بیشتر از گروهی بود که از طریق شیوه‌های متداول و سنتی آموزش دیده بودند. نتایج به دست آمده با نتایج تحقیقات آکادمی تفکر (۱۳۹۰)، افشه و همکاران (۱۳۹۰)، نادری و همکاران (۱۳۹۳)، روبستن (۲۰۱۰)، کاسی و گلدمن (۲۰۱۰)، مارک و همکاران (۲۰۱۵)، آلسیور و آندرس (۲۰۱۶) همسو بود (۳۳-۳۵).

در این پژوهش به مدیران ورزشی مؤلفه آینده‌نگری را به این صورت آموزش دادیم که زمانی شما می‌توانید آینده را مدیریت کنید که گزینه‌های انتخابی خود را گسترش دهید و در زمان‌های بحرانی از آنها استفاده کنید، در واقع در بازی شطرنج شاه زمانی مات می‌شود که گزینه انتخابی دیگری نداشته باشد؛ بنابراین اگر مدیران ورزشی برای موقعیت‌های متفاوت گزینه‌هایی داشته باشند، می‌توانند موقعیت را به راحتی مدیریت کنند. این نگرش را با استفاده از متدهای بازی‌وارسازی آموزش دادیم و طی نظرسنجی از آزمودنی‌ها به این نتیجه رسیدیم که نگرش آنها نسبت به این شیوه آموزش و محتوا مثبت است.

در مجموع تفکر استراتژیک فرایندی خلاقانه و واگرا بوده و با چشم‌انداز و دورنمای طراحی شده توسط رهبران سازمان‌های ورزشی و ادارات تربیت بدنی مرتبط است. این امر مستلزم فراتر رفتن اندیشه مدیران ورزشی از عملیات روزمره با هدف تمرکز بر قصد و نیت استراتژیک بلندمدت موردنظر برای کسب‌وکار است و توسعه استراتژیک منابع انسانی فرایندی است آینده‌نگر و مطابق با استراتژی‌های آینده سازمان که با مسائلی همچون آموزش، ارزیابی عملکرد و تجربیات شغلی و روابط بین‌فردی سروکار دارد.

در نهایت پیشنهاد می‌شود سازمان‌های ورزشی در راستای برگزاری کلاس‌های ضمن خدمت مدیران و کارکنان در جهت آموزش تفکر استراتژیک و مؤلفه‌های آن از سازوکارهای بازی‌وارسازی استفاده کنند. همچنین سازمان‌ها و دانشگاه‌ها پس از شناخت مفاهیم بازی‌وارسازی، قدم‌های کاربردی را مطابق با این مفهوم به‌منظور عملکرد بهینه مدیریت استراتژیک در سازمان، توسعه خدمات و گسترش دانش سازمانی بردارند.

منابع و مآخذ

1. Mobini Dehkordi ASK, Majid An Income on Strategic and Operational Planning. Yas, Second Year. 2014;2(6), [In Persian].
2. Ghaffarian vK, Gholamreza Five Steps for Strategic Thinking. 3 ed. Tehran2008, [In Persian].
3. Bonn I. Improving strategic thinking: a multilevel approach. Leadership & Organization Development Journal. 2005;26(5):336-54.
4. Shahamat Nezhad M. easurement of Strategic Thinking at Tehran Municipality Directors. Journal of Business Management. 2012;4(12), [In Persian].
5. Robertson M. Can'tplay, won'tplaycant-play-wont-play. Hide & Seek. 2010.
6. Rahman seresht Hk, Parviz An Organizational Model for Strategic Thinking. Management Message Magazine 2008(28):47-77, [In Persian].
7. Ohmae K. The Mind of the Strategist. McGraw-Hill. 1982.
8. Mintzberg. H& Ahlstrand. B& Lampel. J. Strategy Safari, A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management 1998.
9. Jeanne L. Strategic Thinking: Can it be Taught? long range planning. Elsevier science ltd. 1998;31(1):120-9.
10. Moshabaki A, Khazae, Anahita Designing the Elements of Strategic Thinking in Iranian Organizations. Commercial Management Journal. 2008;1(1):105-18, [In Persian].
11. Cheong C, Filippou J, Cheong F. Towards the gamification of learning: Investigating student perceptions of game elements. Journal of Information Systems Education. 2014;25(3).

12. Bonn I, Christodoulou C. From strategic planning to strategic management. Long Range Planning. 1996;29(4):543-51.
13. Lashkarboloki M. Strategic Thinking Orders and Strategies. Tehran Nas. 2013;4.
14. Apostol S, Zaharescu L, Alexe I. GAMIFICATION OF LEARNING AND EDUCATIONAL GAMES. Elearning & Software For Education. 2013(2).
15. Moncada SM, Moncada TP. Gamification of learning in accounting education. Journal of Higher Education Theory and Practice. 2014;14(3):9.
16. Landers RN, Callan RC. Casual social games as serious games: The psychology of gamification in undergraduate education and employee training. Serious games and edutainment applications: Springer; 2011. p. 399-423.
17. Mousavi Jf, Bardiafar, Nafiseh A Study of the Strategic Thinking of the Managers of the National Tourism Sport Association Based on the Jane Leydka Model. Contemporary Studies in Sport Management. 2015;5(9):73-81, [In Persian].
18. Goldman EF, Casey A. Building a culture that encourages strategic thinking. Journal of Leadership & Organizational Studies. 2010;17(2):119-28.
19. Aparicio AF, Vela FLG, Sánchez JLG, Montes JLI, editors. Analysis and application of gamification. Proceedings of the 13th International Conference on Interacción Persona-Ordenador; 2012: ACM.
20. Benito-Ostolaza JM, & Sanchis-Llopis, J. A. Training strategic thinking: Experimental evidence. Journal of business research. 2014;67(5):785-9.
21. Roth S, Schneckenberg, D., & Tsai, C. W. The ludic drive as innovation driver: Introduction to the gamification of innovation. Creativity and Innovation Management. 2015;2(24):300-6.
22. Urh M, Vukovic, G., & Jereb, E. The model for introduction of gamification into e-learning in higher education. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2015;197:388-97.
23. Magdalinski T. Gamifying the Sports Management Classroom. Abstract report. 2015(295):440.
24. Alcivar. Isabel AGA. Design and evaluation of a gamified system for ERP training. Computers in Human Behavior. 2016;58:109-18.
25. Alan E S. Game theory and the evolution of strategic thinking. Human Systems Management. 1997;16(1):63.
26. Sabrkoosh AF, Habibollah; Nourmohammadi, Hadi Training and Development of Human Resources in the Organization. Management Studies in Law Enforcement Number Four. 2013;6, [In Persian].
27. Bagheri Majd R, Shahi, Sakineh, Mehr Alizadeh, Yadollah Challenges of E-learning Development in the Higher Education System Case Study of Shahid Chamran University of Ahvaz. 2013;6(12):1-13, [In Persian].
28. Mashhaddi kordi B. The Strategic-Conceptualization Framework. 2008, [In Persian].
29. Abdul Karimi M. Knowledge management-technology-creativity and their role in improving efficiency. 2008, [In Persian].

30. Ali Reza'i A, Tullayi, Ruhollah Solutions to Boost Innovation and Flourishing in an Organization. *Human Resources Management in Industry*. 2008;3:67-96, [In Persian].
31. Delavar SG, Mohammad The Role of Virtual Education in Creative Learning of Students in the Viewpoint of Faculty Members of Universities of Bojnourd. *Journal of Strategic Management Studies*. 2011;9:862-78, [In Persian].
32. Nabipour Afroozi M, Darvishmotuli, Marjan Reviewing the Strategy for Improving Organizational Human Resources, Using Creativity and Innovation. *Management Manuscript*. 2013;10(32), [In Persian].
33. Academy TT. *The Importance of Strategic Thinking for Managers*. 2011.
34. Afshe AK, Farhad; shaeedi, Ali Investigating the Application of Information Technology in Education and its Effect on the Productivity of Free University Students. *Media Fourth Edition*. 2011;25, [In Persian].
35. Naderi ABMSJSM. *The Necessity of Strategic Thinking of Managers in the Development of Ansar Bank. The Developmental Schedule of Monetary and Banking Management*. 2014;4(11), [In Persian].

The Effect of Gamification Training on Strategic Thinking of Sport Managers

Habib Honari¹- Farzad Ghafouri²- Pegah Sarkoohi^{*3}

1,2. Associate Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Alameh Tabataba'i University, Tehran, Iran, 3. MSc, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

(Received: (2018/04/30; Accepted: 2017/01/01)

Abstract

This paper studied the effect of strategic thinking training of sport managers using gamification. In this semi-experimental study, the statistical population consisted of sport managers of Sport and Youth general offices in Iran. The sample was 45 subjects who were selected from the statistical population purposively. A researcher-made questionnaire which was designed in 7 parts electronically and on paper was used. Its validity was confirmed by experts and its reliability was determined as 0.98 and for the computer game was 0.90. Frequency measure and percentage of frequency were used to represent descriptive data and Shaper-Wilk test was used to investigate the normal distribution of data in the inferential statistics. Also, Leven test was used to investigate homogeneity of variance and Univariate test was used to analyze the data and to compare the mean of different study groups. According to the results of Univariate test, strategic thinking training through gamification had a significant effect ($F=52.629$, $sig=0.001$). Given these results, it can be noted that as strategic thinking is needed for sport managers in our country, methodology of training affects their learning and motivation which shows the higher effect of gamification on learning strategic thinking compared with traditional methods.

Keywords

Gamification, learning, sport managers, strategic thinking, training.

* Corresponding Author: Email: p.sarkoohi@gmail.com ; Tel: +989355807641