

نیازسنجی از جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب استان ایلام در سال ۱۴۰۲

حسن چاوشیان^۱، سجاد منصوری^۲

^۱ دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات جوانان دانشگاه گیلان

چکیده

امروزه پر مسلم است که فرایند مهم نیازسنجی یکی از ارکان‌های مهم در بحث تصمیم‌گیری و مدیریت کارآمد است. از این‌رو، با توجه به اهمیت شناخت و آگاهی از نیازهای گوناگون شهروندان هر جامعه‌ای در زمینه تهیه و تدوین راهبردهای برنامه‌ریزی توسعه شهری از یکی سو و با عنایت به اینکه تاکنون هیچ پژوهش جامعی که به بررسی و شناسایی نیازهای جمعیت جوانان شهرستان ایوان غرب بپردازد انجام نشده است؛ بنابراین هدف از پژوهش حاضر نیازسنجی از جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب استان ایلام در سال ۱۴۰۲ می باشد. این پژوهش برپایه مطالعات کتابخانه‌ای، پیمایشی و میدانی انجام خواهد شد. روش انجام این پژوهش به صورت تحلیلی - توصیفی بوده و به «بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی از نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب واقع در استان ایلام طی سال ۱۴۰۲» که هدف اصلی آن است، خواهد پرداخت. نتایج نشان داد که مهم‌ترین نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب به ترتیب اولویت و به تفکیک جنسیت را شامل امکان داشتن یک شغل خوب و باثبات، امکان کسب درآمد، توانایی تأمین مخارج زندگی، امکان صاحب‌خانه‌شدن و تهیهٔ منزل مسکونی، امکان خرید خودروی مناسب، گسترش امنیت اجتماعی، توسعه و افزایش سلامت روانی و اجتماعی، فراهم‌بودن زمینهٔ ازدواج، وجود برنامه‌های مشارکت جوانان و شرایط مناسب استفاده از فضای مجازی دانستند. جوانان، از روحی پاک و قلبی زلال برخوردارند و مایلند با مبدأ هستی و پروردگار متعال رابطه‌ای روشن، قابل درک و مستمر برقرار نمایند، این نیاز اصیل‌ترین، احتیاج روحی آنان محسوب می‌شود. نیاز به خود شکوفایی (تحقق خویشتن): اگر شرایط برای جوانان به گونه‌ای فراهم شود که آنان بتوانند، همه ظرفیت‌های درون و استعداد های مکنون خود را بشناسند، در حقیقت تحقق نفس در آن‌ها، تجلی یافته است.

کلمات کلیدی: نیاز سنجی، ایوان غرب، ایلام، جمعیت جوان، جوانان

مقدمه

در سالیان اخیر، نسل جوانان جمعیت ایران، تغییرات سریع جمعیتی، اجتماعی و اقتصادی را تجربه کرده است. جوان بودن جمعیت کشور و متنوع بودن نیازهای آن‌ها جامعه را با انبوهی از خواسته‌ها و نیازها روبه‌رو کرده است که باعث می‌شود پاسخ‌گویی به نیازهای نسل جوان اهمیت فراوانی بیابد. جامعه‌ای که بتواند پنج نیاز اولیه اعضای خود را برآورده کند و اعضاء آن جامعه دغدغه نیازهای اولیه فرزندان خود مانند آموزش، بهداشت و درمان، مسکن، اشتغال و معیشت شامل خوراک و پوشاک را نداشته باشند، چنین جامعه‌ای جمعیت متناسب دارد و با داشتن این ساختار می‌تواند تفکر افزایش جمعیت در حد متناسب یا تا حدودی بیشتر خود را داشته باشد. به نظر می‌رسد ارائه تعریف دقیق و روشنی از واژه نیاز، آسان نباشد و به همین دلیل از مفهوم نیاز ممکن است تعبیر و تفاسیر گوناگون و متفاوتی ارائه شود. نیاز به معنی خواسته‌ها و نظرات افراد و نیازسنجی به مفهوم تعیین و مشخص کردن برداشت‌ها، نظرات و ترجیحات افراد است. در واقع، نیاز، عبارت است از فاصله بین وضع موجود و آنچه که باید باشد.

مبانی نظری

مفهوم هویت‌یابی

یکی از وظایف مهم در تعلیم و تربیت یک نسل، یاری دادن آن برای یافتن هویت خویش است. روان‌شناسان، دوره جوانی یعنی حد فاصل بین ۱۳ تا ۱۸ سالگی را دوره حساسی برای یافتن هویت می‌دانند. در صورتی که جوان بتواند در این مدت برای خویش تصویری رضایت‌بخش و امید آفرین به دست آورد، مراحل بعدی زندگی را با تعادل، پرشور و پرتحرک آغاز خواهد کرد. جوان در چنین وضعیتی قدم در دوره‌های جهانی خواهد گذاشت، به گونه‌ای که می‌داند چه می‌خواهد و می‌داند که چه راهی پیش رو دارد و چه باید بخواهد. در صورت تحقق ناپذیری این هویت، جوان دچار «آشفستگی نقش» خواهد شد. یعنی درمورد خود ونحوه رفتاری که می‌باید داشته باشد، دچار تردیدی می‌شود. در چنین صورتی، انتخاب یک الگوی مشخص برای او مشکل خواهد شد به همین لحاظ ممکن است هرچند صباحی، به رنگی و شکلی درآید. (آرابزادیو^۱، ۲۰۲۲: ۳۶)

نابرابری‌های اجتماعی

به دلیل محدودیت در منابع، ناتوانی در اجرای یک مدیریت فراگیر، نبود توزیع عادلانه و کارآمد و برخی دلایل دیگر فرصت‌های تحصیلی، اشتغال، ازدواج، امکانات رفاهی و تفریحی و... به صورت مساوی در اختیار همه جوانان قرار نگرفته و نیازهای برخی از جوانان در جامعه بی‌پاسخ مانده است. (قرشی میناباد و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۴۰-۱۴۲)

این مسأله باعث ایجاد سرخوردگی و ناکامی در آن‌ها شده و این ناکامی به خشم منجر می‌شود. جوانان با این سرخوردگی‌های عدیده، جایی برای تخلیه خشم و انرژی‌های مخرب ناشی از شکست و ناکامی را ندارند. جوانی که نتواند خشم خود را تخلیه کند، مجبور است آن را به درون خود بریزد.

آسیب‌های اجتماعی در رابطه با جنس مخالف

سازگاری یک پسر با همسالان و همکلاسانش معمولاً بستگی به رابطه او با پدرش دارد. دختران هم بیشتر تحت تأثیر روابط با مادرشان قرار دارد. این مسئله هم که فرهنگ یک جامعه جوانان را چگونه می‌پذیرد و تا چه حد به آن‌ها آزادی می‌دهد نیز در شخصیت آن‌ها تأثیر دارد. بسیاری از پسران به صورت طبیعی تا سن دبیرستان توجهی به جنس مخالفشان نشان نمی‌دهند. این مطلب در مورد دختران نیز صدق می‌کند. مهمترین اضطرابی که باعث پرهیز از جنس مخالف می‌شود این واهمه است که مبدا شخص به اندازه کافی جذاب و خواستنی نباشد.

¹ Arabzadiu

مفهوم جوانی

جوان در لغت به معنای برنامه تازه، نو و چیزی است که از عمر آن چندان نگذشته باشد. جوانی زمانی است که پاره‌ای از قابلیت‌های ذهنی انسان به اوج می‌رسد، زمانی که شخص بخش عمده‌ای از بحران‌های گذشته را پشت سر گذاشته و اکنون باید با مشکلات جدیدی روبرو شود، این دوره زمانی است که فرد عملاً سبک زندگی خود را مشخص می‌کند و به نقشه‌هایی که قبلاً در ذهن خود تدارک دیده جامه عمل بپوشاند. (خواجه نوری و مقدس، ۱۳۹۸: ۳۴-۳۶)

جوانی و رشد آن در اسلام

دین مبین اسلام همواره به جوانی و آغاز ورود به آن اهمیت ویژه‌ای قائل شده است که آن را در احکام فقه به عنوان مکلف به تکلیف شدن می‌نامیم. آیات و روایات مختلفی در خصوص قدرت و توانمندی‌های وسیع دوران جوانی ذکر شده است. پیامبر اکرم (ص) در خصوص جوانان در حدیثی می‌فرماید: مرزبندی آدمی در هفت سال اول آقا و سرور والدین است، در هفت سال دوم (دوران جوانی) فرمانبردار و در هفت سال سوم (دوران جوانی) وزیر و مشاور والدین شمرده می‌شوند. (حمیدی، ۱۳۹۹: ۱۵)

شرایط ذهنی جوانی

تحولات سریع ذهنی که از دوران جوانی و حتی زودتر از آن در او آغاز شده بود هم چنان ادامه و سیری روبه پیشرفت دارد. هوش او از حدود سنین ۱۴-۱۶ به بالاترین مرحله خود رسیده (بینه، سیمون، ترمین) و از آن بابت صورت تجربی زندگی آن را به صورت عقل درآورده که دائماً روبه افزایش است. طبق تحقیق کنراد، هوش از ۱۸-۲۱ مجدداً رو به افزایش است. کنجکاوی او شدیدتر از پیش است و مهم‌تر از آن چراجوئی اوست. اصل تحقیق و تجسس است و می‌خواهد از عمق مسأله‌ای سردر آورد و حوادث و رویدادها را بررسی و تجربه کند. در برابر جریانات حساس است و این حساسیت با همه فوایدی که جنبه کشف دارند گاهی موجب ناراحتی او هستند و روح او را می‌آزارند.

شرایط عاطفی و اخلاقی جوانی

جوانی دوره اوج عواطف و احساسات است. دوستی‌های داغ و آتشین، در کنار خصومت‌های جدی است. با وجود جرأت‌ها و تهورهای مهم ترس‌هاست. تضاد تمایلات، تأثیرپذیری جدید، کم‌ثباتی عاطفی و حتی پریشانی عاطفی، تشنج در هراس و اضطراب در کنار خوش‌بینی‌ها و فرورفتن در آینده است و او همه چیز را بیشتر از درجه عینک احساس می‌بیند و این امر تا حدی است که گاهی تعقل را تحت الشعاع قرار می‌دهد.

نیازهای دوره جوانی (۱۸ تا ۲۴ سالگی)

۱. پرورش حسن تعاون و همیاری و مشارکت اجتماعی
۲. اصلاح ناهنجاری‌ها و نابسامانی‌های اجتماعی و مبارزه با بیعدالتی
۳. ازدواج
۴. خدمت نظام وظیفه
۵. میهن دوستی و حفظ محیط زیست و منابع طبیعی
۶. نیاز و ارتباط و انس با خداوند
۷. دوستیابی، رفاقت، عشق ورزی
۸. یادگیری فنون و صنایع و انتخاب حرفه مطابق ذوق و استعداد فردی. (مولا^۲، ۲۰۲۲: ۶۰)

² Molla

پیشینه پژوهش‌های انجام شده

بررسی پیشینه پژوهش، نه تنها پژوهشگر را از نظر تشخیص و تعریف متغیرها و عملیاتی کردن آن‌ها، بلکه در تشخیص و چگونگی ارتباط متغیرهایی که هم از لحاظ مفهومی و هم از لحاظ علمی مهم است را یاد می‌دهد.

هدف از گنجاندن بخش پیشینه پژوهش عبارت است از:

۱. برقراری ارتباط منطقی میان اطلاعات پژوهش‌های قبلی با مساله تحقیق

۲. آشنایی با چارچوب نظری و یا تجربی مساله پژوهش

۳. آشنایی با روش‌های پژوهش مورد استفاده در پژوهش‌های گذشته

۱. با استناد به خسته و رضائیان (۱۳۸۶)، پیشینه مطالعات نیازسنجی در جهان به دوران پس از جنگ جهانی دوم برمی‌گردد. در این دوران جامعه‌شناسان و پژوهشگران علوم سیاسی در امریکا به‌طور گسترده به استفاده از مطالعات نیازسنجی پرداختند. ازسوی دیگر، از آغاز دهه ۱۹۵۰ میلادی و با گسترش فعالیت‌های تولیدی صنایع و بنگاه‌های اقتصادی کشورهای صنعتی، لزوم توسعه فعالیت‌های بازاریابی در کشورهای دیگر و درک رفتار و ذائقه مصرف‌کنندگان، مطالعه نیازسنجی نیز ابعاد گسترده‌تری پیدا کرد. موضوع مطالعات نیازسنجی در ایران مبحثی نسبتاً جدید است و به‌مراتب کمتر و بیشتر در قالب تعدادی مقاله، پایان‌نامه و کتاب کار شده است. در زیر به برخی از مطالعات پیشین خارجی و داخلی در رابطه با موضوع نیازسنجی اشاره شده است.

۲. پروانه کرمی ۱۳۸۰ در پژوهشی به بررسی نیازهای فرهنگی مسافران قطار پرداخته است

۳. کوثر نظریور ۱۳۸۴ به بررسی نیازسنجی فرهنگی جهت تاسیس یک فرهنگ‌سرا در شهر بابلسر پرداخته است.

۴. نسیم امیرفتحی ۱۳۸۵ د پژوهشی به بررسی نیازسنجی فرهنگی و هنری دانشجویان دانشگاه تربیت معلم با روش پیمایشی پرداخته و به این نتیجه رسیده است که بین جنسیت افراد و بازی‌های مورد علاقه آنها تفاوت معناداری وجود داشته ولی در بین دیگر نیازها رابطه‌ای یافت نشده است.

۵. سواری (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان توصیف وضعیت ورزش همگانی استان خوزستان و تدوین راهبردهای توسعه آن بیان می‌دارد که در استان خوزستان با ۴۳۰۰۰۰۰ نفر جمعیت تنها ۱۲۵۰۰۰ هزار نفر ورزشکار در ورزش همگانی شرکت می‌کنند و به ازای هر ۴۶ ورزشکار، یک مربی در زمینه ورزش همگانی فعالیت دارد. همچنین، یادآور می‌شود مهم‌ترین راهبردهای لازم برای توسعه ورزش همگانی خوزستان عبارت‌اند از: تدوین برنامه راهبردی برای توسعه ورزش همگانی، توسعه و ترویج فرهنگ ورزش از طریق رسانه‌ها و تغییر ساختار ورزش همگانی.

۶. آقابابی (۱۳۸۵) در پژوهشی به بررسی نیازهای فرهنگی سالمندان تهران با استفاده از روش پیمایشی و در دو سطح اکتشافی و توصیفی پرداخته است. وی در سطح اکتشافی به مطالعه برخی ویژگی‌ها از جمله سن، جنس، تاهل و غیره پرداخته است. همچنین نامبرده در سطح توصیفی یادآور می‌شود که بین ویژگی‌های فردای و اجتماعی با نیازهای سالمندان رابطه وجود دارد.

۷. مرادی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان نیازسنجی توسعه فضاهای فرهنگی شهر نجف آباد به این نتیجه رسیدند که تعداد فضاهای فرهنگی موجود کمتر از سطح متوسط پاسخگوی نیازهای شهروندان است و از نظر آمایش، بیش از نیمی از این فضاها در بخش مرکزی قرار دارند که دسترسی به این فضاها برای بسیاری از شهروندان مشکل و دشوار است. مهمترین مکان برای کودکان، شهر بازی است. نامبرده یادآور می‌شود که از نظر شهروندان نیاز آموزشی- فرهنگی و تفریحی و فضاهایی همچون پارک و زمین ورزش از اهمیت بسیاری برخوردار است.

۸. بل و همکاران (۲۰۰۶) در مقاله‌ای با عنوان فضاهای عمومی و سبز: نقشه‌ها و اولویت‌ها، فضاهایی همچون: پارک‌ها و باغ‌ها، فضاهای طبیعی و نیمه طبیعی، محوطه‌سازی‌های بیرونی اماکن و فضاهای ورزشی و فضاهای باز برای بازی کودکان و جوانان را به‌عنوان نوعی فضای عمومی و سبز برای انجام فعالیت‌های مختلف تفریحی و ورزشی معرفی کرده‌اند.

روش تحقیق

روش‌های پژوهش در علوم رفتاری را معمولاً با توجه به دو ملاک هدف و ماهیت تقسیم‌بندی می‌کنند. براساس هدف پژوهش‌ها به پژوهش‌های بنیادی و کاربردی تقسیم می‌شوند. البته زهره سرمد معتقد است پژوهش‌ها براساس هدف به سه دسته تقسیم می‌شوند: پژوهش بنیادی، پژوهش کاربردی و پژوهش توسعه. با عنایت به توضیحات زیر می‌توان گفت پژوهش و توسعه خود یک نوع پژوهش کاربردی است.

این پژوهش برپایه مطالعات کتابخانه‌ای، پیمایشی و میدانی انجام خواهد شد. روش انجام این پژوهش به صورت تحلیلی - توصیفی بوده و به «بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی از نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب واقع در استان ایلام طی سال ۱۴۰۲» که هدف اصلی آن است، خواهد پرداخت.

روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

نمونه‌گیری دارای روش‌هایی است که به طور کلی به دو دسته تقسیم می‌شوند: تصادفی و غیر تصادفی. نمونه تصادفی، نمونه‌ای است که در آن، همه اعضای جامعه، شانس انتخاب شدن در نمونه را داشته باشند. برعکس، نمونه غیر تصادفی، نمونه‌ای است که براساس احتمالات ریاضی انتخاب نمی‌شود و همه اعضای جامعه، شانس انتخاب شدن در آن را ندارند.

روش نمونه‌گیری ما در این پژوهش استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بود.

ممکن است جامعه آماری از نظر تعداد افراد یا مواردی که باید مشاهده شود، بزرگ یا کوچک باشد. برای صرفه جویی در نیروی انسانی، هزینه، وقت و رعایت سایر ملاحظات اجرایی، به جای مطالعه در مورد تمام افراد جامعه می‌توان نمونه‌ای از افراد جامعه را انتخاب و مورد تحقیق قرار داد. نمونه، معمولاً گروهی از افراد جامعه است که معرف آن جامعه بوده و کم و بیش ویژگی‌های افراد جامعه را داراست. از راه مشاهده و تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به نمونه، می‌توان بر اساس اصول و قواعد معینی، مشخصات جامعه را استنباط کرد. اندازه‌های به دست آمده درباره‌ی صفات و متغیرهای نمونه را شاخص آماری و اندازه‌هایی را که از روی شاخص آماری نمونه، درباره‌ی جامعه استنباط یا برآورد می‌شود پارامتر می‌نامند.

با توجه و عنایت به اینکه جامعه آماری این پژوهش را جوانان سطح شهرستان ایوان غرب استان ایلام در سال ۱۴۰۲ تشکیل می‌دهند، لذا حجم نمونه آماری شامل ۳۸۴ نفر از جوانان سطح شهرستان ایوان غرب تشکیل می‌دهند.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های جمع‌آوری شده اعداد و ارقامی بدون معنی می‌باشند که از آمار برای معنی‌دار آن‌ها به منظور تحقق اهداف پژوهش‌ها و پژوهش‌های کمک گرفته می‌شود. تجزیه و تحلیل اطلاعات بعنوان بخشی از فرآیند روش پژوهش علمی یکی از پایه‌های اصلی هر مطالعه و پژوهش به شمار می‌رود که به وسیله آن کلیه فعالیت‌های پژوهشی تا رسیدن به یک نتیجه، کنترل و هدایت می‌شوند. نخستین اقدامی که بایستی پس از گردآوری داده‌ها انجام دهید، بررسی و پردازش داده‌های گردآوری شده است تا بتوان تحلیل آماری را درباره آن‌ها به کار برد. در این مرحله با استفاده از شیوه‌های پیمایشی و میدانی (طراحی پرسش‌نامه و مصاحبه) داده‌های مورد نیاز گردآوری شده و سپس با استفاده از نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل خواهند شد.

اهداف پژوهش

هدف اصلی

بررسی و تحلیل جامعه شناختی از نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب واقع در استان ایلام طی سال ۱۴۰۲

اهداف فرعی

۱. تحلیل جامعه شناختی نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب به ترتیب اولویت و به تفکیک جنسیت
۲. تحلیل جامعه شناختی نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب به ترتیب اولویت و به تفکیک میزان تحصیلات
۳. تحلیل جامعه شناختی نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب، براساس جنسیت و میزان تحصیلات

۴. تحلیل جامعه شناختی عوامل محیطی موثر در بُروز نیازهای جوانان شهرستان ایوان غرب

هدف کاربردی

هدف کاربردی در این پژوهش بکارگیری نتایج به دست آمده در سازمان‌ها، نهادها و افرادی است که می‌توانند از نتایج این پژوهش بهره‌مند گردند.

سوالات پژوهش

با توجه به موضوع پژوهش که به بررسی نیازسنجی از جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب استان ایلام در سال ۱۴۰۲ می‌پردازد سوالات پژوهش به صورت ذیل می‌باشند:

سوال اصلی

نیازسنجی از جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب استان ایلام در سال ۱۴۰۲ کدامند؟

سوالات فرعی

۱. مهم‌ترین نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب به ترتیب اولویت و به تفکیک جنسیت کدام‌اند؟
۲. مهم‌ترین نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب به ترتیب اولویت و به تفکیک میزان تحصیلات کدام‌اند؟
۳. بین نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب، جنسیت و میزان تحصیلات چه رابطه‌ای وجود دارد؟
۴. مهم‌ترین عوامل محیطی موثر در بُروز نیازهای جوانان شهرستان ایوان غرب کدام‌اند؟

تجزیه و تحلیل داده های پژوهش

آمار استنباطی پژوهش

در ادامه توصیف متغیرهای پژوهش، در این بخش سازه‌ها و ابعاد پژوهش را مورد بررسی قرار می‌دهیم. با هدف تبیین وضعیت ابعاد و سازه‌های پژوهش، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی برای آن‌ها محاسبه و در جدول زیر نمایش داده شده است:

جدول شماره ۱: نتایج آزمون میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش

انحراف معیار	میانگین	حداکثر	حداقل	ابعاد و سازه‌ها
۰/۴۱۶۰۸	۳/۶۹۲۵	۴/۸۹	۲/۲۸	نیازهای اقتصادی
۰/۳۷۶۰۰	۳/۶۰۷۲	۴/۶۷	۲/۳۳	نیازهای اجتماعی
۰/۴۳۶۲۵	۴/۱۸۲۹	۴/۷۳	۲/۸۰	نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری
۰/۳۶۹۳۲	۳/۸۲۷۵	۴/۶۷	۲/۶۱	نیازهای تفریحی - ورزشی

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۱ که به بررسی نتایج آزمون میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش پرداخت نشان می‌دهد که وضعیت شاخص‌های موثر بر نیازسنجی از جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب استان ایلام در سال ۱۴۰۲ نسبتاً مناسب بوده است به منظور تحلیل بهتر این محاسبات را در بخش آمار استنباطی پژوهش به دقت با استفاده از ضریب همبستگی پیرسیون و تحلیل رگرسیون سازه‌های پژوهش می‌پردازیم:

توصیف متغیرهای پژوهش

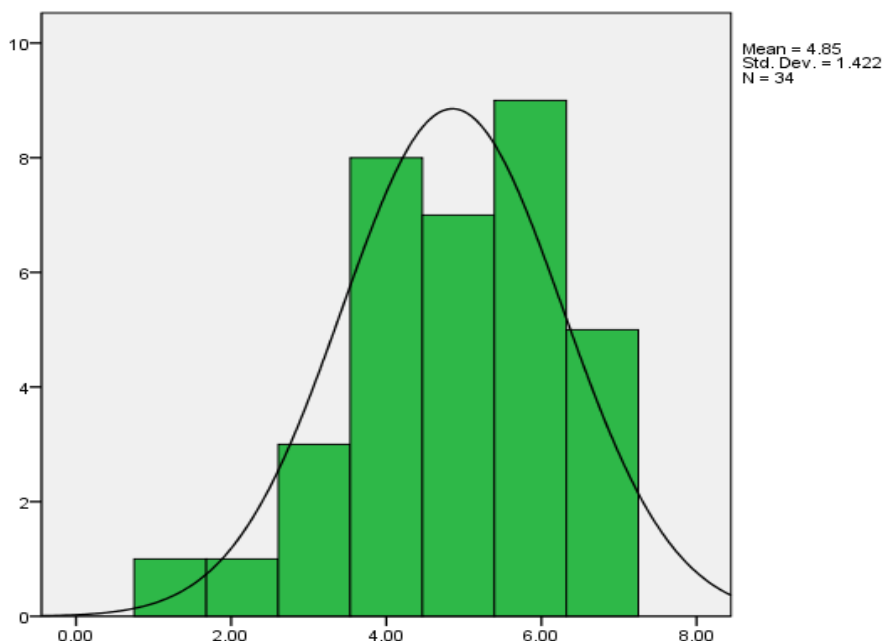
در این بخش به توصیف متغیرهای اصلی پژوهش پرداخته می‌شود:

توصیف متغیر نیازهای اقتصادی

جدول شماره ۲: توصیف متغیر نیازهای اقتصادی

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشدگی
نیازهای اقتصادی	۳۸۴	۱	۷	۴/۸۵۲۹	۱/۴۲۲۳۸	۲/۰۲۳	- ۰/۳۶۳	۰/۲۴

منبع: یافته‌های پژوهش



منبع: یافته‌های پژوهش

نمودار شماره ۱: هیستوگرام متغیر نیازهای اقتصادی

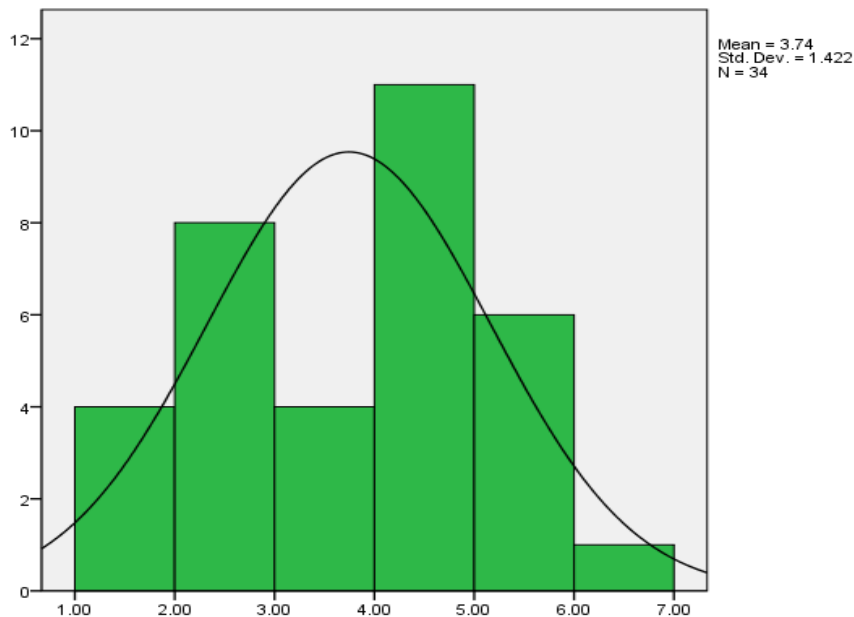
مطابق جدول شماره ۲ میانگین امتیاز متغیر نیازهای اقتصادی از نظر پاسخ‌دهندگان ۴/۸۵۲۹ انحراف معیار ۱/۴۲۱۲۳۸ و واریانس برابر ۲/۰۲۳ می باشد. میانگین به دست آمده بیشتر از میانگین مورد انتظار است و همچنین کمترین امتیاز مربوط به متغیر نیازهای اقتصادی از نظر پاسخ‌دهندگان معادل ۱ و بیشترین امتیاز معادل ۷ می باشد.

توصیف متغیر نیازهای اجتماعی

جدول شماره ۳: توصیف متغیر نیازهای اجتماعی

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشدگی
نیازهای اجتماعی	۳۸۴	۱/۳۳	۶/۸۳	۳/۷۴۴۱	۱/۴۲۱۹	۲/۰۲۲	- ۰/۰۰۹	- ۰/۷۸۷

منبع: یافته‌های پژوهش



منبع: یافته‌های پژوهش

نمودار شماره ۲: هیستوگرام متغیر نیازهای اجتماعی

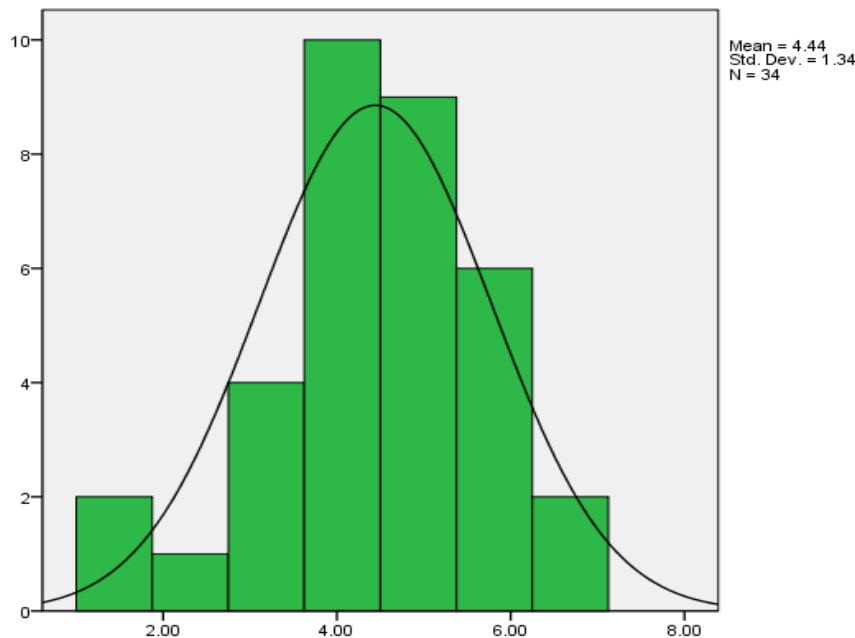
مطابق جدول شماره ۳ میانگین امتیاز متغیر نیازهای اجتماعی از نظر پاسخ دهندگان ۳/۷۴۴۱، انحراف معیار ۱/۴۲۱۹ و واریانس برابر ۲/۰۲۲ می باشد. میانگین به دست آمده پایین تر از میانگین مورد انتظار است و همچنین کمترین امتیاز مربوط به متغیر نیازهای اجتماعی از نظر پاسخ دهندگان معادل ۱/۳۳ و بیشترین امتیاز معادل ۶/۸۳ می باشد.

توصیف متغیر نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری

جدول شماره ۴: توصیف متغیر نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشدگی
نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری	۳۸۴	۱	۷	۴/۴۴۱۲	۱/۳۴۰۱۹	۱/۷۹۶	- ۰/۳۶۵	۰/۴۳۶

منبع: یافته‌های پژوهش



منبع: یافته‌های پژوهش

نمودار شماره ۳: هیستوگرام متغیر نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری

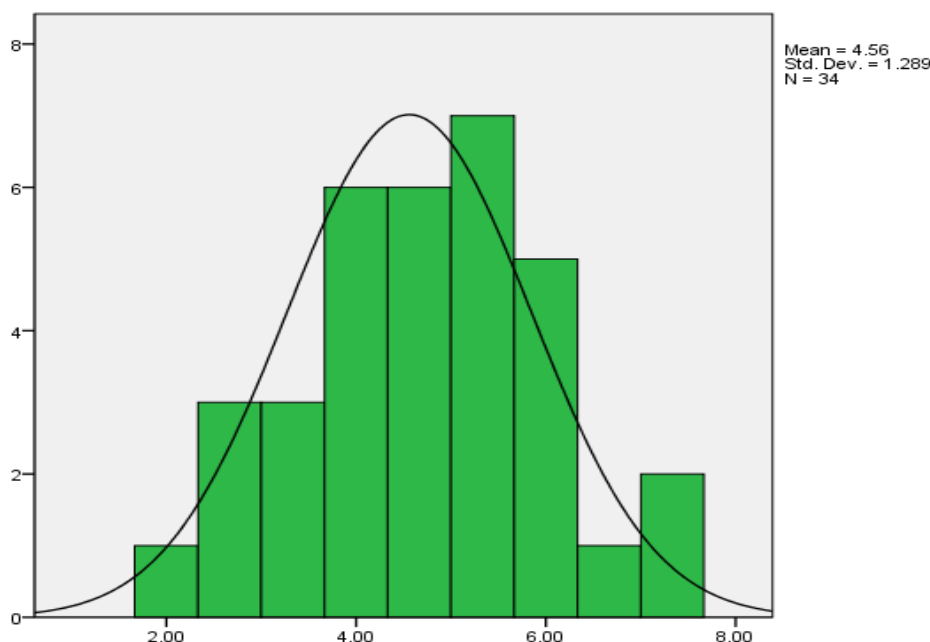
مطابق جدول شماره ۴ میانگین امتیاز متغیر نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری به اطلاعات از نظر پاسخ دهندگان ۴/۴۴۱۲، انحراف معیار ۱/۳۴۰۱۹ و واریانس برابر ۱/۷۹۶ می‌باشد. میانگین به دست آمده بیشتر از میانگین مورد انتظار است و همچنین کمترین امتیاز مربوط به متغیر نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری به اطلاعات از نظر پاسخ دهندگان معادل ۱ و بیشترین امتیاز معادل ۷ می‌باشد.

توصیف متغیر نیازهای تفریحی - ورزشی

جدول شماره ۵: توصیف متغیر نیازهای تفریحی - ورزشی

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشیدگی
نیازهای تفریحی - ورزشی	۳۸۴	۲	۷	۴/۵۵۸۸	۱/۲۸۸۹۶	۱/۶۶۱	- ۰/۱۶	- ۰/۳۸۹

منبع: یافته‌های پژوهش



منبع: یافته‌های پژوهش

نمودار شماره ۴: هیستوگرام متغیر نیازهای تفریحی - ورزشی

مطابق جدول شماره ۵ میانگین امتیاز متغیر نیازهای تفریحی - ورزشی از نظر پاسخ دهندگان ۴/۵۵۸۸، انحراف معیار ۱/۲۸۸۹۶ و واریانس برابر ۱/۶۶۱ می باشد. میانگین به دست آمده بیشتر از میانگین مورد انتظار است و همچنین کمترین امتیاز مربوط به متغیر نیازهای تفریحی - ورزشی از نظر پاسخ دهندگان معادل ۲ و بیشترین امتیاز معادل ۷ می باشد.

بررسی پیش نیازهای انجام آزمون تحلیل رگرسیون

با توجه به اینکه در پژوهش حاضر به منظور آزمون سوالات از تکنیک تحلیل رگرسیون استفاده خواهد شد، لازم است شرایط جهت استفاده از تحلیل‌های رگرسیونی مورد بررسی قرار گیرد. اینکه مقیاس اندازه‌گیری همه متغیرها حداقل رتبه‌ای بوده است. زیرا همه متغیرهای پژوهش با استفاده از پرسشنامه‌ای که دارای پنج گزینه حداقل خیلی کم تا حداکثر خیلی زیاد طراحی شده است و در مرحله تحلیل به گزینه‌ها امتیاز ۱ تا ۵ اختصاص داده شده است.

جدول شماره ۶: آزمون کولموگروف - اسمیرنف متغیر وابسته پژوهش

متغیر وابسته	آماره آزمون	سطح معنی‌داری
نیازهای جمعیت جوان	۰,۷۸۶	۰,۵۶۸

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه جدول شماره ۶ که به آزمون کولموگروف - اسمیرنف متغیر وابسته پژوهش پرداخت مشاهده می‌شود که مقدار سطح معنی‌داری برای متغیر نیازهای جمعیت جوان بالاتر از پنج صدم می‌باشد، یعنی متغیر نیازهای جمعیت جوان در نمونه دارای توزیع نرمال می‌باشند.

جدول شماره ۷: آزمون کولموگروف - اسمیرنف برای متغیرهای مستقل پژوهش

نیازهای اقتصادی	نیازهای اجتماعی	نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری	نیازهای تفریحی - ورزشی	آماره آزمون
۰/۷۴۲	۰/۸۵۳	۰/۴۴۸	۰/۴۶۱	

سطح معنی داری	۰/۶۴	۰/۴۶۱	۰/۹۸۸	۰/۹۸۴
---------------	------	-------	-------	-------

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول شماره ۶ که به آزمون کولموگروف - اسمیرنف متغیرهای مستقل پژوهش پرداخت نشان می‌دهد که مقادیر سطح معنی داری که تمامی ابعاد متغیر نیازهای جمعیت جوان بیشتر از پنج صدم می‌باشند، در نتیجه می‌توان گفت که متغیرهای مستقل پژوهش نیز دارای توزیع نرمال می‌باشند.

آزمون رگرسیون خطی

وجود رابطه خطی بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته، به این معنی که ابتدا باید بررسی شود که متغیرهای مستقل با متغیر وابسته رابطه خطی دارند تا بتوان از رگرسیون خطی استفاده نمود:

جدول شماره ۸: ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل

نیازهای جمعیت جوان	همبستگی پیرسون	نیازهای اقتصادی	نیازهای اجتماعی	نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری	نیازهای تفریحی - ورزشی
	۰/۵۱۹	۰/۳۴۳	۰/۳۵۷	۰/۴۰۱	
	۰/۰۰۲	۰/۰۴۷	۰/۰۳۸	۰/۰۱۹	
	تعداد	۳۴	۳۴	۳۴	۳۴

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول شماره ۸ که به ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل پرداخت مشاهده می‌شود که رابطه تمامی ابعاد متغیرهای نیازهای اقتصادی، نیازهای اجتماعی، نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری و نیازهای تفریحی - ورزشی با متغیر نیازهای جمعیت جوان رابطه معنی داری داشته‌اند و میزان روابط بین بازه ۰/۳۴۳ تا ۰/۶۰۷ قرار دارد.

آزمون دوربین - واتسون

اینکه مشاهدات مستقل از یکدیگر بوده‌اند که این موضوع با آزمون دوربین - واتسون مورد بررسی و تأیید قرار گرفت:

جدول شماره ۹: آماره دوربین - واتسون

مدل	مقدار R	مربع R	دوربین - واتسون
۱	۰/۷۳۶	۰/۵۴۱	۲/۳۸

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج جدول شماره ۹ آزمون دوربین - واتسون بین دو متغیر نشان داده است که مشاهدات مستقل از یکدیگر هستند زیرا آماره این آزمون بین (۲/۵ - ۱/۵) قرار گرفته است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف ما از انجام این پژوهش نیازسنجی از جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب استان ایلام در سال ۱۴۰۲ بود. هر انسانی در زندگی روزمره خود با بی شماری از خواسته‌ها و آرزوها روبه روست؛ از این رو تمامی تلاش خویش را برای نیل و دستیابی بدان‌ها به کار می‌بندد. به راستی چرا این خواسته‌ها تا این حد اهمیت دارند؟ به عنوان مثال: چرا افراد، ساعت‌های طولانی کار می‌کنند؟ و یا چه چیزی افراد را وادار می‌دارد تا جان خود را برای نجات فردی دیگر به خطر اندازند؟ احساس نیاز به بقا، رشد و پیشرفت در هر دو بُعد آدمی، یگانه پاسخ به این دسته سؤالات است. در بُعد جسمی برای زنده ماندن و رشد و سلامت جسمانی باید به دنبال غذا گشت و نیازهای جسمانی را برآورده ساخت. در بُعد دوم برای دستیابی به سلامت روحی و روانی، نیاز به ایمن بودن از خطرات و دوری از موقعیت‌های هراسناک و دلهره آور داریم. این موقعیت خطرناک، گاهی برای دیگران رخ می‌دهد ولی ما برای آن که به کمال روحی

و آرامش خاطر به عنوان یکی از نیازهای انسانی مان پاسخ دهیم به کمک وی می‌شتابیم؛ پس رضایت خاطر خود و بالاتر از آن، رضای خداوند متعال برای ما یک نیاز به شمار می‌رود.

امکان دارد که هر فرد بنابر سلیقه و علاقه خود، فهرستی از نیازها را برای خود و یا دیگران مرتب کند، ولی در تشخیص آنها به عنوان نیازهای واقعی خود، اشتباه کند؛ بدین معنا که او می‌پندارد در صورت برآورده شدن این نیازها به این نوع پیشرفت یا کمال دست می‌یابد اما در واقع، پس از دست یافتن و برطرف شدن آن نیاز، هیچ پیشرفتی هم صورت نگیرد. پس می‌توان آن را از فهرست نیازهای حقیقی انسان حذف کرد؛ چه آن که در پاره‌ای موارد، نه تنها هیچ پیشرفتی صورت نمی‌گیرد بلکه او را ورطه هلاک نیز خواهد افکند؛ همچون کسانی که برای دست یافتن به آرامش روانی، به مواد مخدر پناه می‌برند. آن‌ها در این تشخیص نیاز خود، اشتباه کرده و عمر خود را تباه ساخته‌اند و نه تنها به پیشرفتی نایل نگشته‌اند بلکه از هر پیشرفتی بازمانده‌اند و مرگ بر سر آنان، سایه افکنده است.

از آنجا که جوانی دوره ای زیربنایی برای دوران بزرگسالی به شمار می‌آید و مرحله‌ای است که شخصیت در آن شکل می‌گیرد، بنابراین، توجه به نیازهای ایشان با هدف کمک به تأمین آن‌ها و نیز شناخت مشکلات این نسل، کانون همت روان‌شناسان، فیلسوفان، جامعه‌شناسان و علمای دینی قرار دارد. از طرفی آن‌ها بالاترین سرمایه هر ملتی محسوب می‌گردند و آینده و سرنوشت فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کشورها به این نسل، بستگی دارد؛ لذا دولت مردان هم با آگاهی از توانایی‌های ویژه ایشان سعی در برآورده کردن نیازهای این نسل دارند.

در ابتدا به نظر می‌رسد جوانان باید شیوه نگاه به مسائل و محیط خود را بیاموزند و در آن، تأمل نمایند و ارتباط آن مسئله را با مسائل و نیازهای ضروری خود بیابند. در این صورت، فارغ از هرگونه جبر محیط و تحمیل شدن شرایط بر وی، خواهند توانست به درستی تصمیم گرفته، مبادرت به عمل نمایند. این روش، کمک خواهد نمود تا جوانان، مسائل را به دور از هرگونه هیجانات کاذب بررسی نمایند و در نتیجه، نیازهای کاذب در ایشان رو به افول نهد (زرنندی و جیوان، ۲۰۱۵).

در صورت عدم توجه به این قشر، جوان و نوجوان برای ارضای نیازهای روانی خود بیشتر به سمتی کشیده می‌شود که به آن ابراز محبت شود، احساس و روحیات آن را به درستی درک و زبان آن‌ها را بفهمد و تأیید کند در این صورت اگر خانواده‌ها و جامعه دیر به فکر جبران برآیند، صدمات قابل توجهی به خانواده‌ها و جامعه کشور وارد خواهد شد. متأسفانه به دلیل محدودیت‌هایی که از سوی والدین و جامعه بر قشر جوان و نوجوان اعمال می‌شود تب این دوره در آن‌ها نهادینه شده و والدین و نهادهای مدنی با این قشر وارد یک دوره طولانی لجاجت شده‌اند. خانواده‌ها و نهادهای مسئول اطلاع‌چندانی از شرایط دوران بلوغ نوجوانان و احساس جوان امروز ندارند و این مساله به نقطه چالش برانگیزی برای مقابله با جمعیتی که پایه و اساس یک کشور به شمار می‌رود، تبدیل شده است.

نتایج مبتنی بر سوالات پژوهش

نتایج مبتنی بر سوال اول

جمعیت جوان به عنوان یکی از عوامل مهم اقتدار کشورها به شمار می‌رود. نیروی مولد و جوان به عنوان یکی از پایه‌های اصلی قدرت و رشد اقتصادی - اجتماعی کشورها محسوب می‌شود. قدرت و توسعه هر کشور در رابطه با نیروی انسانی و جمعیت معنا پیدا می‌کند. حرکت به سمت توسعه همه جانبه نیاز جدی به توسعه و ارتقاء سرمایه انسانی دارد. یکی از مهم‌ترین مولفه‌های سرمایه انسانی، وضعیت سلامت مردم است. خوشبختانه امید به زندگی زنان و مردان در کشورمان در طول ۴۵ سال گذشته افزایش چشمگیری داشته و در حال حاضر امید به زندگی به بیش از ۷۵ سال رسیده است. مهم‌ترین نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان‌غرب به ترتیب اولویت و به تفکیک جنسیت را شامل امکان داشتن یک شغل خوب و باثبات، امکان کسب درآمد، توانایی تأمین مخارج زندگی، امکان صاحب‌خانه‌شدن و تهیه منزل مسکونی، امکان خرید خودروی مناسب، گسترش امنیت اجتماعی، توسعه و افزایش سلامت روانی و اجتماعی، فراهم‌بودن زمینه ازدواج، وجود برنامه‌های مشارکت جوانان و شرایط مناسب استفاده از

فضای مجازی دانستند. نتایج این سوال با نتایج پژوهش مرادی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان نیازسنجی توسعه فضاهای فرهنگی شهر نجف آباد مطابقت دارد و با نتایج آن همسو و هم راستا می باشد.

نتایج مبتنی بر سوال دوم

جوانی، مهم ترین بخش زندگی آدمی است و در این دوران، مهمترین مسأله برای جوانان، نیازهای روحی آن هاست؛ و باز مهمترین مسأله در این حوزه، نحوه تأمین و اقتناع مطلوب این قبیل نیاز پها است. شیوه های شناخت و معرفت نیازها، از اهمیتی همانند نیازها برخوردار است، روش های عمده شناخت نیاز ها عبارتند از مشاهده رفتار و حالات جوانان، معرف بخشی از احتیاجات روانی و اساسی آن ها است. در موقعیت های گوناگون، غالباً می توان از ورای رفتار ظاهری به احتیاج باطنی و از جلوه های بیرونی شخصیت آنان به نیازهای درونی شان پی برد. گفتگو با جوانان، فرصت ارزنده ای را برای شناخت نیازهایشان فراهم می آورد. شایسته است، هر زمان که موقعیت برای همدلی با آنان مهیا می شود، گفت و شنود هایی صمیمانه و موثر ترتیب داد تا از خلال کلمات و عبارات جوانان، به دنیای درونی شان نفوذ کنیم حضرت علی - علیه السلام - در این مورد جمله زیبایی دارند و می فرمایند: «انسان در زیر زبانش نهفته است» (المرء مخبوء تحت لسانه، غرر الکم و درر الکلم، ترجمه محمد علی انصاری). یعنی هر جمله ای که از زبان جوانان بیان می شود، می تواند به ما در شناخت نیازهای روحی آنها، کمک نماید. در نهایت مهم ترین نیازهای جمعیت جوان شهرستان ایوان غرب به ترتیب اولویت و به تفکیک جنسیت را کارکرد اجتماعی (کسب منزلت و موقعیت های بهتر اجتماعی)، فرهنگی (کسب دانش و ذهن باز و خلاق)، سیاسی (قدرت فردی و سازمانی) و اقتصادی (فرصت شغلی مناسب، درآمد کافی و کارایی در جامعه) به ترتیب در اولویت کارکردهای تحصیلات دانشگاهی از دید تمامی جوانان قرار دارند. جنسیت، سن، مقطع تحصیلی (دانش آموز، دانشجو و فارغ التحصیل)، وضعیت تاهل، وضعیت اشتغال و علاقه برای ورود به دانشگاه بر میزان کارکردهای تحصیلات دانشگاهی را دانستند. نتایج این سوال با نتایج پژوهش سواری (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان توصیف وضعیت ورزش همگانی استان خوزستان و تدوین راهبردهای توسعه مطابقت دارد و با نتایج آن همسو و هم راستا می باشد.

نتایج مبتنی بر سوال سوم

در نگاه اول، نیازهای آنان را می توان به دو دسته با عناوین «نیازهای اولیه» و «نیاز های ثانویه» تقسیم نمود. منظور از «نیازهای اولیه»، احتیاجات زیستی و یا فیزیولوژیکی نظیر احتیاج به هوا (اکسیژن)، آب، غذا، استراحت، خواب و برخی ضرورت های غریزی دیگر می باشد. «نیاز های ثانویه»، در حقیقت، همان نیازهای اساسی روانی می باشند که عمدتاً شامل موارد ذیل می باشد: نیاز به امنیت (ایمنی خاطر): به این مفهوم که جوانان در کلیت زندگی، بتوانند نسبت به محرک هایی که از محیط خانواده، جامعه، آموزشگاه و گروه همسالان دریافت می کنند، پاسخ مناسب داده و از نوعی آرامش درونی برخوردار شوند و بر نگرانی های خاص این سنین فائق آیند. نیاز به مقبولیت (پذیرش): با این توضیح که نسل جوان از جایگاه و منزلت قابل قبولی در نزد خانواده، جامعه و آموزشگاه و به ویژه گروه همسالان برخوردار باشد و این موقعیت از سوی نهادهای مذکور، به خوبی پذیرفته شده باشد. نیاز به موفقیت و پیشرفت: جوانان، جویای نام، افتخار و کامیابی هستند و هر عاملی که بتواند احساس تعالی را در آن ها ارضاء نماید، مورد اقبالشان واقع می شود هر نوع پیشرفت نسبی جوانان، چنان چه مورد تأیید اطرافیان و تشویق آن ها واقع شود، آنان را در اتخاذ گام های بلند و اساسی به سوی آینده یاری خواهد نمود. نیاز به داد و ستد عاطفی: احتیاج به دوست داشتن و دوست داشته شدن، مکمل یکدیگرند. جوانان به همان اندازه که مایلند با دیگران، رابطه ای مبتنی بر عواطف پاک و سالم برقرار نمایند، نیاز دارند تا متقابلاً مورد لطف و محبت دیگران نیز واقع شوند. ابراز محبت در جلوه های مختلف قلبی، زبانی و عملی، موجب اطمینان خاطر آنان می شود. نیاز به تحصیل یک فلسفه حیاتی ارضاء کننده: اگر جوانان بدانند که «چرا» باید زندگی کنند، قادر خواهند بود با هر «چگونه ای» بسازند، یعنی با مشکلات خاص زندگیشان به خوبی مقابله نمایند. لازم است. اندیشه جوانان را در مورد مسایلی نظیر فلسفه خلقت (آفرینش)، فلسفه زندگی و فلسفه مبارزه برای زندگی، تقویت نموده و در جهات اقتناع کننده ای آن ها را هدایت نمود. نیاز به معنویت: جوانان، از روحی پاک و قلبی زلال برخوردارند و مایلند با مبدأ هستی و پروردگار متعال رابطه ای روشن، قابل

درک و مستمر برقرار نمایند، این نیاز اصیل ترین، احتیاج روحی آنان محسوب می‌شود. نیاز به خود شکوفایی (تحقق خویشین): اگر شرایط برای جوانان به گونه‌ای فراهم شود که آنان بتوانند، همه ظرفیت‌های درون و استعداد های مکنون خود را بشناسند، در حقیقت تحقق نفس در آن‌ها، تجلی یافته است. نتایج این سوال با نتایج پژوهش نسیم امیرفتاحی (۱۳۸۵) پژوهشی به بررسی نیازسنجی فرهنگی و هنری دانشجویان دانشگاه تربیت معلم مطابقت دارد و با نتایج آن همسو و هم راستا می‌باشد.

نتایج مبتنی بر سوال چهارم

جوانان کسانی هستند که از وابستگی دوران کودکی و نوجوانی رها شده‌اند و به عنوان عضوی از جامعه به استقلال یک فرد بزرگسال دست یافته‌اند. معمولاً پژوهشگران و دانشمندان از بازه‌ی سنی ۱۵ تا ۲۹ سالگی به عنوان دوره‌ی جوانی نام می‌برند. بعضی هم افراد ۲۰ تا ۴۰ ساله را جوانان می‌دانند؛ اما تعدادی از جامعه‌شناسان ملاک اصلی را اشتغال و زندگی مستقل می‌دانند؛ و این چنین بیان می‌کنند که با شروع اشتغال، مرحله‌ی جوانی پشت‌سر گذاشته می‌شود و بزرگسالی آغاز می‌شود. جوانی دوره پرچالشی است. انسان‌ها در این دوران بیشتر از همیشه در اجتماع وقت می‌گذرانند و زندگی از همیشه جدی‌تر می‌شود. همین جدیت زندگی می‌تواند مشکلات و دغدغه‌های بسیاری به همراه داشته باشد. اگر یک جوان رشد ذهنی سالمی را طی نکرده باشد و دوران کودکی و نوجوانی پرتنش را پشت‌سر گذاشته باشد، ممکن است به اعتیاد و روابط اجتماعی خطرناک رو بیاورد. اگر آن‌ها تحصیلاتشان را با موفقیت پشت سر نگذارند و شغل باثباتی پیدا نکنند، ممکن است دچار اختلالات روانی‌ای چون اختلال اضطراب، اختلال خواب یا افسردگی بشوند. همچنین در این سنی که نیازهای جنسی بسیار قوی هستند، برطرف نشدن این نیازها به شیوه‌ای صحیح می‌تواند افراد را دچار انواع بیماری‌های جسمی و روانی کند. تغییرات در دوران جوانی با سرعت بالا رخ می‌دهند و این تغییرات در عین اینکه شیرین هستند و باعث رشد فرد می‌شوند، ممکن است به عدم تعادل در زندگی هم بی‌انجامند. به همین دلیل مهم است که به جوانان اهمیت بدهیم. آن‌ها بیشترین تأثیر را بر یک جامعه می‌گذارند و سلامتشان با سلامت جامعه گره خورده است. در نهایت مهم‌ترین عوامل محیطی موثر در بروز نیازهای جوانان شهرستان ایوان‌غرب شامل نیازهای اقتصادی، نیازهای اجتماعی، نیازهای آموزشی، فرهنگی و هنری و نیازهای تفریحی - ورزشی می‌باشند. نتایج این سوال با نتایج پژوهش خمسه و رضائیان (۱۳۸۶) پیشینه مطالعات نیازسنجی در جهان به دوران پس از جنگ جهانی دوم مطابقت دارد و با نتایج آن همسو و هم راستا می‌باشد.

پیشنهادهای پژوهش

پیشنهادهای براساس سوالات پژوهش

۱. براساس نتایج سوال فرعی اول پژوهش پیشنهاد می‌شود در فرآیند اجتماعی شدن و تشکیل یک زندگی مستقل، جوانان از لحاظ اقتصادی به ثبات برسند و روی پای خودشان بایستند زیرا آن‌ها برای برطرف کردن این نیاز، به یک شغل امن و متناسب با تحصیلات، توانمندی‌ها و مهارت‌هایشان احتیاج دارند.
۲. براساس نتایج سوال فرعی دوم پژوهش پیشنهاد می‌شود جوانان به استقلال برسند زیرا آن‌ها در این بازه سنی به صورت معمول باید از خانواده جدا شوند، تحصیلاتشان را به اتمام برسانند، شغل پیدا کنند و با ازدواج یا غیر از آن زندگی‌ای جدا از زندگی پدر و مادرشان ایجاد کنند.
۳. براساس نتایج سوال فرعی سوم پژوهش پیشنهاد می‌شود هویت جوانان در حقیقت در ارتباط با دیگران شکل بگیرد، زیرا این که آن‌ها چه تصویری از خودشان دارند و دیگران آن‌ها را چگونه می‌بینند، بسیار مهم است و این بستگی به ویژگی‌های شخصیتی و جایگاه آن‌ها در اجتماع دارد. جوانان نیاز دارند که هویت اجتماعی موردنظر خود را در جامعه به دست بیاورند.
۴. براساس نتایج سوال فرعی چهارم پژوهش پیشنهاد می‌شود به مهارت حل مسئله مسلط شوند زیرا این مهارت شاید مهمترین مهارتی است که جوانان می‌توانند در آن پیشرفت کنند قبل از اینکه وارد کار شوند.

پیشنهادهای کاربردی پژوهش

۱. مهارت های شهروندی جهانی: در گذشته، کارمندان فقط با مردم منطقه خود رو به رو می شدند، اکنون جوانان در سراسر جهان با مردم همکاری می کنند. جوانان از طریق سفر و ارتباط با مردم فرهنگ های مختلف، شهروندی جهانی را می آموزند.
۲. کار آفرینی جوانان: در حالیکه همه جوانان وارد کار نمی شوند، اما همه جوانان برای موفقیت در نیروی کار امروز، به یک احساس کار آفرینی احتیاج دارند. به این معنی که جوانان باید در مشاغل خود انگیزه پیدا کنند.
۳. کنجکاوی و عشق به یادگیری: یکی از مهمترین مهارت های مورد نیاز برای مشاغل آینده، کنجکاوی و عشق به یادگیری است و جوانان باید آن را یاد بگیرند و دائما به دنبال دانش و یادگیری چیزهای جدید باشند.
۴. مهارت های ارتباطی: مهم نیست که اهداف یا ایده های یک فرد چقدر خوب باشند، اگر فرد نتواند به طور مؤثر ارتباط برقرار کند، بسیاری از مهارت های دیگر اهمیت ندارد.
۵. سازگاری و انعطاف پذیری شناختی: برای اینکه جوانان موفق باشند، باید بتوانند به راحتی با تغییرات سازگار شوند. بسیاری از شرکت ها همیشه نحوه انجام کارها را تغییر می دهند و به کارمندانی احتیاج دارند که بتوانند با تغییرات سازگار شوند. همچنین جوانان باید از انطاف پذیری شناختی برخوردار باشند. آن ها باید به هنگام بروز مشکلات و موقعیت های جدید، بتوانند تفکر خود را تغییر دهند. آن ها باید بتوانند از زوایای مختلف به موقعیت نگاه کنند.
۶. دسترسی، ارزیابی و تحلیل اطلاعات: نه تنها جوانان باید بدانند که چگونه به اطلاعات دسترسی پیدا کنند بلکه باید بتوانند اطلاعات را نیز تجزیه و تحلیل کنند تا مشخص کنند که به چه معنی است و چگونه می توانند از آن استفاده کنند.
۷. خود شناسی و هوش هیجانی: جوانان باید خود را به اندازه کافی خوب بشناسند تا نقاط قوت و ضعف خود را بشناسند. جوانانی که خود را می شناسند، نه تنها می دانند که چگونه به مشکلات نزدیک شوند و حل کنند، بلکه توانایی همکاری با دیگران را نیز دارند.

پیشنهادهای برای تحقیقات آتی

۱. مطالعه ظرفیت جذب دانش نیازسنجی از جمعیت جوان در سطح یک صنعت، یک استان و در سطح کشور، از جمله حوزه هایی است که پژوهش در آن ها می تواند آثار مثبتی بر بهبود فرآیند مدیریت راهبردی داشته باشد و با گسترش جامعه پژوهش می توان به نتایج محکم تری دست یافت.
۲. در محیط رقابتی و دانش محور امروز، نیازسنجی از جمعیت جوان یکی از برون دادهای مهم سازمان است که در این پژوهش مورد توجه قرار گرفت، بنابراین پیشنهاد می شود تا در مطالعات آینده، به دیگر خروجی های مهم چون عملکرد و انعطاف پذیری توجه شود.
۳. جامعه آماری این پژوهش، تنها طیف جوانان شهر ایوان غرب استان ایلام را در بر داشت که بهتر است مدل پژوهش در یک گروه خاص مورد سنجش قرار گیرد تا به طور مشخص برای هر گروه از صنعت، بتوان به طور مستقل برنامه ریزی نمود.

پیشنهادهای برای محققین آتی

۱. از آنجایی که پژوهش حاضر در مقطع زمانی خاص صورت گرفته، پیشنهاد می شود تا تحقیقات آینده در فواصل زمانی مختلفی انجام شده تا نتایج بهتری حاصل گردیده و همچنین نتایج آن در زمان های مختلف با هم مقایسه گردد.
۲. از آنجایی که مدل های متنوعی برای نیازسنجی از جمعیت جوان وجود دارد لذا پیشنهاد می شود که با استفاده از دیگر مدل های نیازسنجی از جمعیت جوان بپردازند.
۵. پیشنهاد می شود تا در راستای توسعه دانش نیازسنجی از جمعیت جوان، با انجام پژوهش هایی بنیادی، این مفهوم را پیرامون منابع کلیدی سازمان مانند دانش، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و... مورد مطالعه قرار دهند، تا بدین ترتیب، جایگاه ایجاد منابع

به ظاهر زائد را در عرصه سازمان و مدیریت، به جامعه علمی معرفی نموده و به دنبال آن مجریان امور را گامی در جهت توسعه، یاری دهند.

پیشنهادهای روش‌شناختی

۱. آزمون سوالات تحقیق در دیگر جوامع پژوهشی و بهره‌گیری از قانون بازآزمایی مجدد در راستای تعمیم‌دهی یافته‌ها صورت پذیرد؛

۲. پیشنهاد می‌شود که این تحقیق بر اساس متغیر نیازسنجی از جمعیت جوان بررسی بیشتری گردد؛

۳. پیشنهاد می‌شود هر یک از مؤلفه‌های نیازسنجی از جمعیت جوان به صورت ویژه مورد بررسی قرار گیرد و موانع مشارکت از دو دیدگاه جوانان و خانواده‌ها بررسی گردد؛

۴. در نهایت پیشنهاد می‌شود که اقدامات و راه‌کارهای موثری در زمینه افزایش پیشرفت نیازسنجی از جمعیت جوان در میان خانواده‌ها ارائه شود.

منابع و مأخذ

۱. اصنافی، امیر (۱۳۹۸). نیازسنجی، مفهومی اساسی در علوم اجتماعی، رشد آموزش علوم اجتماعی، مجله علوم انسانی و روانشناسی اسلامی (۴)، ۱۲، ۳۲-۳۵.
۲. منصوری، رضا (۱۳۹۷)؛ تغییرات مورفولوژی ساحلی جنوب‌خاوری دریای خزر در راستای مدیریت یکپارچه منطقه ساحلی (ICZM)، رساله دکتری تخصصی (Ph.D)، رشته ژئومورفولوژی/ مدیریت محیطی، استاد راهنما: محمدرضا ثروتی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم زمین، گروه جغرافیای طبیعی.
۳. ناجی اصفهانی، زهرا، جلالی، مینا، ژیانپور، مهدی. (۱۳۹۸). نیازسنجی در شهر: مرور نظام‌مند مطالعات انجام‌شده درباره سنجش نیازهای شهری. راهبرد اجتماعی فرهنگی، (۴)، ۸، ۵-۲۹.
۴. افتخاری و کیلی، پژمان (۱۴۰۲). مجموعه اقامت‌تفریحی جهت برگزاری اردوهای دانش آموزی. پایان‌نامه دانشگاه مشهد. کارشناسی ارشد. رشته معماری
۵. معماری براتی، مینا (۱۳۹۹). بررسی چگونگی گذران اوقات فراغت تابستانی دانش آموزان مقاطع راهنمایی و متوسطه استان خراسان رضوی. طرح اداره کل آموزش و پرورش استان خراسان رضوی.
۶. زرنندی، محمد و زرنندی، مریم، (۱۴۰۲)، نقش مزیت رقابتی با مدیریت استراتژیک در صنعت آموزش، سومین کنفرانس ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار، تهران، <https://civilica.com/doc/2017181>.
۷. بلداجی فرود، نادر (۱۴۰۱). عوامل فرهنگی-اجتماعی و آموزشی مؤثر بر ترک تحصیل دانش آموزان مدارس راهنمایی عشایری شهرستان لردگان و اردل. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبائی
۸. داودی، کریم؛ شهلائی، جواد و غفوری، فرزاد (۱۴۰۰). مقایسه و تعیین نیازهای ورزشی و تفریحی دانشجویان با برنامه های ورزشی ارائه شده در دانشگاه های دولتی شهر تهران. مدیریت ورزشی. دوره ۷، شماره ۴. صص ۵۳۱-۵۱۳
۹. حمیدی، فریده (۱۳۹۹). بررسی مقایسه ای نیازهای جسمانی، عاطفی، اجتماعی و مذهبی نوجوانان مناطق محروم بر اساس جنسیت. پژوهش زنان دوره ۳، شماره ۲- صص ۱۷۹-۱۵۹
۱۰. خواجه نوری، بیژن؛ مقدس، علی اصغر (۱۳۹۸). بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر میزان گذران اوقات فراغت؛ مورد مطالعه: دانش آموزان دبیرستانی شهرستان آباد. پژوهشنامه ی علوم انسانی و اجتماعی "ویژه نامه پژوهش های اجتماعی". دوره ۸، شماره ۲. صص ۱۵۶-۱۳۳

۱۱. عباسزاده، محمد؛ مبارک بخشایش، مرتضی؛ معروف پور، مینا (۱۴۰۲). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی با نحوه گذران اوقات فراغت در بین دانش آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر نigde (۹۰-۱۳۸۹). مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دهم، شماره سی و هشتم. صص ۱۶۱-۱۲۶
۱۲. فتحی واجارگاه؛ کوروش (۱۳۹۹). نیازسنجی پژوهشی (مسئله‌یابی پژوهشی و اولویت‌بندی طرح‌های تحقیقاتی). نشر آییژ. نیازسنجی در برنامه ریزی آموزشی و درسی. تهران. انتشارات آییژ
۱۳. قرشی میناباد، محمد باسط؛ میرواسع، سیده طیبه (۱۴۰۰). نقش اردو در غنی‌سازی اوقات فراغت دانش آموزان (مطالعه موردی: دانش آموزان ناحیه دو رشت). چشم انداز جغرافیایی، سال ششم، شماره ۱۶۰. صص ۹۹-۱۱۴
۱۴. کیانی، مریم (۱۴۰۲). مقایسه نحوه گذراندن اوقات فراغت دانش آموزان مدارس عادی و استعداد درخشان شهر یزد. جامعه شناسی آموزش و پرورش. شماره ۴- صص ۱۳۹-۱۷۴
۱۵. مادوانی، عباس و رمضانی، علیرضا (۱۴۰۲). ارزیابی موانع و راهکارهای توسعه سهم فعالیت های ورزشی اوقات فراغت دانشجویان. پژوهش در ورزش های دانشگاهی. شماره ۳. صص ۲۸-۱۳
۱۶. متقی، شکوفه؛ یزدی، منور؛ بنی جمالی، شکوه؛ درويزه، زهرا (۱۴۰۰). ارتباط معلم -دانش آموز و تصمیم به ادامه یا ترک تحصیل: نقش واسطه ای: نقش واسطه های انگیزش خودتعیین گری و عملکرد تحصیلی. دوره ۸، شماره ۲۷. صص ۵۸-۳۵
۱۷. نیک آیین، زینت؛ سجادی هزاره، سید حمید؛ متکلمی، بهناز؛ صراحی، دل آرام؛ سعیدی، تهمینه (۱۴۰۳). نیازسنجی از مشاغل حوزه نظام سلامت جهت غنی سازی با فعالیت ورزشی: مطالعه موردی فوریت‌های پزشکی استان گیلان. دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. سال پنجم. شماره دوم. پیاپی ۹. صص ۲۳۰-۲۱۱

۱۸. (ب) منابع لاتین

19. Josiassen. A. & George. Assaf & Cvelbar (2018). CRM and the Bottom Line : Do All CRM Dimensions Affect Firm Performance? International Journal of Hospitality Management. Vol. 36 PP. 130-136
20. Arabzadiu (2022). Information Technology (IT) as Improvement Tool Customer Relationship Management (CRM). Procedia - Social and Behavioral Sciences Vol 41 pp 59 – 64
21. Basar & Ozok (2021). A measurement tool for customer relationship management processes. Industrial Management & Data Systems Vol 111. No. 6. pp. 943-960
22. Peltier Debra & Lehmann. Donald (2022). Organizational Learning and CRM Success: A Model for Linking Organizational Practices, Customer Data Quality, and Performance. Journal of Interactive Marketing Vol27 pp 1-13
23. Akkeren (2020) Factors affecting the Adoption of E-commerce Technologies by Small Business in Australia – An Empirical Study.
24. Canoun (2022) “The Stages Theory of SME Internationalization: A Northern Ireland Case Study”, International Journal of Management Cases. Vol. ۷ No. ۱ pp. 13-23.
25. Chaffey (2021). "E-Business E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice."Prentice-Hall. London.
26. Caroline and Swatman M.C Paula (2022) "From EDI to internet Commerce: the BHP steel experience." internet Research: Electronic Networking Applications and policy. Vol.10 No.1

27. Courtney & Fintz J. (2020). "Small Businesses' Acceptance and Adoption of E-Commerce in the Western-Cape Province of South-Africa." *Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*
28. Cooper & Burgess. (2022) A Model of Internet Adoption (MICA) Chapter in *Electronic Commerce Opportunities and Challenges*. 189-201.
29. Khalfan. M.M.A (2021). *Benchmarking and Readiness Assessment for Concurrent Engineering in Construction (BEACON)* Ph.D. Thesis. Loughborough University. UK.
30. Stroeken. JHM (2020) "The diffusion and adoption of information technology in small- and medium –sized enterprises through IT Scenarios". *Technology Analysis & Strategic Management*. vol.13. no.2. pp. 227-246.
31. Margi Powell Philip (2022) Exploring Internet Adoption a Contingent Model Internet adoption. in both large and small firms (SMEs) is promoted as a means to" *Electronic Markets* vol13no2 .pp173-181.
32. Martin & Maltay (2021) Blanket Approches to Promoting ICT in Small Firms Some Lessons the Ladder Adoption Model in the UK *Internet Research*.11:5399-410.
33. Merriam & Courtenay. (2017).” Adaptation to HIV infection: The development of coping strategies over time”. *Qualitative Health Research* 3. 344-361.
34. Mitchell (2016) Guillotine Subdivisions Approximate Polygonal Subdivisions: A Simple New Method for the Geometric k-MST Problem”. *7th Annual ACM-SIAM Symp.*
35. Molla A., Licker P. (2022). "E-Commerce systems success: an attempt to extend and respecify the delone and macleane model of IS success " *Journal of Electronic Commerce Research*. VOL. 2. NO. 4. pp 131-141.
36. Neergaard (2022). "Microcomputers in small and medium size companies: benefits achieved and problems encountered". In: *Proceedings of the Third Australian Conference on Information Systems Wollongong*. pp.579–604.
37. Peters (2021) *comparisson of e-readiness model*”. *Information Technology for Development*. Volume 10.
38. Rothwell R. Dodgson M. (2022). "Technology-Based SMEs: Their Role in Industrial and Economic Change". *Int. J. Technol. Manage.. Special Publication on Small Firms and Innovation*. pp. 8–22.
39. Zarandi, M., & Jivan, S. E. (2015). *Effective Factors on Managers Decision-Making Style in Organizations (Viewpoints of Senior Executives using AHP Technique)*.