مقوله: با پیشرفت جمعیت جهان و نوسان پیشبینی‌های اخیر در این گروه سنی، اهمیت فعالیت جسمانی به عنوان یک عامل کاهنده خطر، بیش از پیش روش می‌شود. در این مطالعه به در نظر گرفتن نقش هدف‌گذاری اجتماعی، به بخش بندی مشتریان و موقعیت‌باینی فعالیت، بدنی در جهت توصیه و روش در سالمندان ایرانی پرداخته شده است.

روش این پژوهش از روش‌های منجر و تکنیک تحلیل تجربی انجام شده است. جامعه آماری افراد متخصص رشته‌های علوم ورزشی، علوم اجتماعی، روانشناسی، حقوق و پزشکی بودند. به منظور تحلیل موقعیت‌باینی انجام 11 مصاحبه می‌شود.

با توجه به سه مؤلفه بررسی شده، سالمندهای ایرانی در فعالیت‌های جسمانی بیشتر و با توجه به سه مؤلفه مربوط به هدف، معاوضه، و انتخاب گروه‌بندی شده و به‌عنوان یک عامل کاهنده خطر، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدق این پژوهش از روش‌های منجر و تکنیک تحلیل تجربی انجام شده است. جامعه آماری افراد متخصص رشته‌های علوم ورزشی، علوم اجتماعی، روانشناسی، حقوق و پزشکی بودند. به منظور تحلیل موقعیت‌باینی انجام 11 مصاحبه می‌شود.

با توجه به سه مؤلفه بررسی شده، سالمندهای ایرانی در فعالیت‌های جسمانی بیشتر و با توجه به سه مؤلفه مربوط به هدف، معاوضه، و انتخاب گروه‌بندی شده و به‌عنوان یک عامل کاهنده خطر، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌های اجتماعی، و انتخاب گروه‌بندی بر اساس شرایط اقتصادی، شرایط واقعیت و محیط سیاسی و اجتماعی، بهبود سلامت بدنی و روانی علائم بیماری‌ها...
The Role of Social Targeting, Customer Segmentation, and Physical Activity Positioning for the Development of Sports among the Iranian Elderly

Introduction: With the aging population and the prevalence of chronic diseases in this age group, the importance of physical activity as a risk-reducing factor becomes clear. In this study, considering the role of social targeting, customer segmentation and physical activity positioning for the development of sports among the Iranian elderly have been studied.

Method: This study was practical from the point of view of purpose and was conducted employing a qualitative research method based on thematic analysis method. The population consisted of specialists in Sports, Social Sciences, Psychology, Law, and Medicine. The sample was selected using purposive sampling with a conceptual saturation criterion, which was conducted after 11 interviews.

Findings: According to the three components of the target-based strategic marketing model, segmentation criteria including individual and social characteristics, economic conditions and activity criteria were classified; factors such as contextualization, customer analysis, social system analysis, and policy coordination were identified in targeting the identified areas, and in the positioning section, encouraging the elderly to be inactive and move toward group and network-based activities were the results.

Discussion: Based on the three components of segmentation, targeting and positioning, the need for people, society and officials to emphasize the use of physical activity to promote physical activity among the older adults and personal and social health of the elderly has been mentioned. As a result, efforts to activate the elderly in a neighborhood-based manner and small-scale planning will be effective from several perspectives, including improving their individual and social health and reducing treatment costs.
Extended Abstract

Introduction: As the world’s population is aging and chronic diseases increases in this age group, the importance of physical activity as a deterrent and risk-reducing factor becomes clear. Given the special needs in this population, it is very important to pay attention to health-promoting behaviors and the quality of life in the elderly. Physical activity is an important parameter that leads to improving the quality of life of the elderly and consequently the experience of dynamic aging by changing behavior and lifestyle. This shows that in the field of behavior change, we must move from education and coercion to promotion. The most important models related to promoting sports for the elderly are social marketing and target-based strategic marketing. In the present study, the central factors in the goal-based marketing model have been used, which are: segmentation, targeting and positioning. A market segment is a set of customers who share a common characteristic and display similar behavior. Targeting is the skillful focus on one or more defined segments of the market and the application of unique marketing efforts to each segment. Positioning refers to designing an image of a product or company and placing it in a distinct and specific place in the mind of the consumer. It is important to promote effective methods to create knowledge and encourage the elderly community in the country about sports and determine and use sports marketing methods and to promote it in relation to their conditions. Finally, efforts should be made to find a special and valuable position in the minds of the elderly so that they are motivated and strive to achieve it. Because sports is considered by the world as a health-oriented product, using appropriate methods with the characteristics of target customers and classifying and targeting program-oriented as well as creating a privileged position for this product in any part of the elderly community in effective marketing measures and attracting elderly customers to sports is of particular importance and the present study was formed in order to respond to the way of positioning sports, segmentation and targeting of potential elderly customers in promoting elderly sports in the country and for this purpose, the goal-based marketing model was used.

Method: This research is applied from the point of view of purpose and is conducted using a qualitative research method based on thematic analysis method.
The statistical population consisted of specialists in various disciplines (Sports science, social sciences, psychology, Law, Urban Planning and Medicine. The selection of the community of participants in the research was based on the people who had a good background in the field of administration, science, as well as planning and policy-making of senior sports in the country, and identifying them required research and inquiry from knowledgeable people. Sample adequacy was the theoretical saturation achieved after 11 interviews. Based on the conceptualization process, the coding of the concepts and the central and final categorization of the data were done. In this research, two methods of judicious or purposeful and bulletproof were used to select participants. They first referred to specialists in a deliberate manner and then were asked about other experts.

**Findings:** The interviews related to the three factors of the model were analyzed as the steps of conceptualization and categorization (theme building) were performed. The main categories were determined and placed in thematic map.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Segmentation</th>
<th>Targeting</th>
<th>Positioning</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Individual factor</strong></td>
<td>Context: need assessments</td>
<td>Inactive promotion</td>
</tr>
<tr>
<td>family status</td>
<td>prioritization analyses</td>
<td>patterning</td>
</tr>
<tr>
<td>physical condition</td>
<td>synergy</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>motivation</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Social factor</strong></td>
<td>consumer analyse incentives</td>
<td>Individual active</td>
</tr>
<tr>
<td>social inequality</td>
<td>awareness raising perceptions</td>
<td>info bank</td>
</tr>
<tr>
<td>tradition</td>
<td></td>
<td>grouping</td>
</tr>
<tr>
<td>social role duality</td>
<td></td>
<td>social membership</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Economics factor</strong></td>
<td>Society analyse achievement,</td>
<td>Group active</td>
</tr>
<tr>
<td>Financial capacity,</td>
<td>estimate specialized attitude</td>
<td>organizing</td>
</tr>
<tr>
<td>wealth deciles, access</td>
<td></td>
<td>identification</td>
</tr>
<tr>
<td>to infrastructure</td>
<td></td>
<td>social infrastructure</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Physical activity factor</strong></td>
<td>Policy coordination institutional map</td>
<td>Network-based social capital</td>
</tr>
<tr>
<td>individuals, groups,</td>
<td>service unit window evaluation index</td>
<td>social media</td>
</tr>
<tr>
<td>network based</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
There are four different criteria: personal characteristics, which are related to individual-related factors in the classification of the elderly; Social characteristics, which examine the effects that society has on the segmentation of the elderly; Economic conditions including factors that economically affect the segmentation of the elderly, and the factor of physical activity classifies the elderly based on the amount of physical activity they have. Living status of the elderly and considering the type of living that may be alone or with other companions and their place of residence (home or nursing home) is one of the most important criteria for classification. The degree to which an elderly person is physically healthy seems to be another important factor. In the elderly classification type, it is also important to try to reach the level of motivation (internal or external) that each elderly person has for physical activity through survey work. Taking into account the different social classes (affluent, middle class, deprived), traditional and ethnic practices that exist in different parts of the country, especially in the case of the elderly, and in an interview with one of the experts in the sentence that “some families, traditions “Religions and ethnicities do not accept or define sports in old age or for older women.” Among the features that should be considered. Also, the social role of the elderly in society and in families, which defines their leisure / responsibility at the community level, and another interviewee in the field of social sciences in their response. Economic characteristics are measured according to the financial capacity of the elderly. Some activities should be considered only for high-income people, such as skiing, horseback riding, golf, etc. The level of financial enjoyment and access to infrastructure. Sports at the community level is also important. One of the strategies for developing senior sports is based on goal setting; paying attention to the needs of people in old age and the priority that these needs may have for each person or each department, analyzing the elderly as stakeholders in the targeting department, and linking sports to the social aspects of the elderly life in addition to the aspect individuals and spending their leisure time in such a way as to improve the social conditions of the elderly are mentioned. In the area of customer analysis, identification and analysis of incentives in different groups of the elderly, emphasis on the need for physical activity and its benefits by training and awareness and attention to the experience and perception. It is necessary to set
goals. On the other hand, the study and analysis of the society in which the elderly live by facilitating the elderly ‘s access to social (sports) infrastructure, identifying and trying to employ individuals and groups who have a verbal influence on the elderly, designing different sports programs for the elderly groups separately, which requires specialized attitude and experts in this field, is also considered. All of these things do not make sense without policy coordination. Four age groups were identified, including inactive, individual active, community active and network-based active elderly. Encouraging the elderly to be inactive and to engage in network-based physical activity can be the most important factor in the development of position-based aging sports based on positioning.

**Discussion:** Considering the aging population and the need to pay more attention to the elderly and geriatric sports, the role of using the components of the selected research model, i.e., social targeting, section connection and positioning in the promotion of aging sports is becoming clearer than ever. Recognizing and achieving the priority of each of these three factors, ranking the different sections of old age and the criteria of this section requires a survey with the questionnaire tool that is suggested. Creating local groups for the elderly and regional planning are other practical suggestions.
مقدمه

عوامل مؤثر در رخداد پدیده سالمندی در ایران، بهبود و افزایش امید به زندگی به همراه کاهش در نرخ باروری است. به طوری که تغییرات جمعیتی گستردگی و سریع ایران را در گروه کشورهایی قرار داده است که تا میانه قرن بیست و یکم میلادی ساختار سنی سالنوردی‌های خواهد داشت (میری و همکاران، 2019). در حال حاضر سهم سالمندان بالای ۶۰ سال در جمعیت کشور در حال عبور از مرز ۱۰ درصد است و این جمعیت سالمند در مقابل نرخ ۱۲۴ درصدی رشد کل جمعیت کشور با رقمی معادل ۲۳ درصد تقریباً با سرعت سه برابر رشد کل جمعیت در حال افزایش است. این یعنی در صورت استمرار روند رشد کشور، در سال ۱۴۰۰ سهم جمعیت سالمندان بالای ۶۰ سال در جمعیت کشور به ۲۶ درصد می‌رسد و در آن زمان از هر ۴ نفر جمعیت کشور یک نفر بالای ۶۰ سال خواهد داشت (محزون، ۲۰۲۰). به این دلیل توجه به سلامت سالمندان با در نظر گرفتن اینکه تعداد سالمندان در سالهای آتی در ایران رشد قابل توجهی خواهد داشت از ضرورتهای سازمان‌های سیاست‌گذار جامعه است. با در نظر داشتن نیازهای خاص این دوران توجه به رفتارهای ارتقای‌دهنده سلامت و کیفیت زندگی در سالمندان امر بسیار مهمی است (احمدی و همکاران، 2017). با پیشرفت جمعیت جهان و شیوع بیماری‌های مرگبار در این گروه سنی اهمیت فعالیت جسمانی به عنوان یک عامل بارز و کاهنده خطر، بیش از پیش روش‌های متفاوت در این زمینه در این دوران دارای اهمیت است. از مؤثرترین راههای پیشگیری از اختلالات سالمندی، ورزش و فعالیت بنیادی است. با این حال به‌طور کلی وضعیت خاص سالمندان انتخاب فعالیت ورزشی مناسب اهمیت زیادی دارد (استینز، نونان و راینستین، ۲۰۱۰). فعالیت بنیادی یکی از مهم‌ترین است که منجر به بهبود کیفیت زندگی سالمندان و به تبع آن تجربه سالمندی بپذیرد. انرژی فیزیکی و سبک زندگی

1. Lin & Li
2. Stevens, Nonan, & Robenstein
می شود (جوکف و نظری، ۱۳۹۸). این امر نشان می‌دهد که در عرصه تغییر رفتار، باید از آموش و اجبار به سمت ترویج حرکت کنیم.

همه ترین مدلهای مرتبط با ترویج ورزش برای سالمندان، پژوهشی اجتماعی و پزشکی راهبردی برندی بر هدف هستند. در پژوهش حاضر از فکتورهای محوری در مدل پژوهشی

به عنوان یکی از اصلی‌ترین مدل‌های تعیین‌کننده، فکتور بخش بندی برزگری در آن در این پژوهش نیز از میان گرفته شده است (کاتیر، ۱۳۹۸). هدف گذاری بر اساس شناخت مشتریان و اکثریت افراد است که به‌طور مستقیم به هدف‌گذاری و رفتار مشابه مربوط می‌گردد.

مهم ترین مدلهای مرتبط با ترویج ورزش برای سالمندان، پژوهشی اجتماعی و پزشکی راهبردی برندی بر هدف هستند. در پژوهش حاضر از فکتورهای محوری در مدل پژوهشی

می‌توان چندین نظر را در مورد اینکه چگونه یک محصول مربوط به ورزش برای سالمندان رشد می‌کنند، بیان نمود:

1. Segmentation
2. Targeting
3. Positioning
4. Kotler
5. Australian Sport Commission
6. Dibb & Simkin
7. Hajar, Mahrani, & Sinarwati
8. Lupao

در واقع، هدف‌گذاری شامل نظر به‌طور مستقیم به هدف‌گذاری و رفتار مشابه مربوط می‌گردد.

به عنوان یکی از اصلی‌ترین مدل‌های تعیین‌کننده، فکتور بخش بندی برزگری در آن در این پژوهش نیز از میان گرفته شده است (کاتیر، ۱۳۹۸). هدف گذاری بر اساس شناخت مشتریان و اکثریت افراد است که به‌طور مستقیم به هدف‌گذاری و رفتار مشابه مربوط می‌گردد.

مهم ترین مدلهای مرتبط با ترویج ورزش برای سالمندان، پژوهشی اجتماعی و پزشکی راهبردی برندی بر هدف هستند. در پژوهش حاضر از فکتورهای محوری در مدل پژوهشی

می‌توان چندین نظر را در مورد اینکه چگونه یک محصول مربوط به ورزش برای سالمندان رشد می‌کنند، بیان نمود:

1. Segmentation
2. Targeting
3. Positioning
4. Kotler
5. Australian Sport Commission
6. Dibb & Simkin
7. Hajar, Mahrani, & Sinarwati
8. Lupao
نقش هدف‌گذاری اجتماعی، بخش بندی مشتریان و موقعیت‌بندی فعالیت‌شناسی...

The Role of Social Targeting, Customer Segmentation...

به عنوان محصول مهم برای سلامت سالمندان و جامعه و بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی جامعه موردتوخه سازمانهای مربوطه است. لذا مهم است که برای ترویج آن از شبوهای مؤثر در ایجاد شناخت و ترغیب جامعه سالمندان کشور استفاده شود که اصولاً ترویج ورزش نیز به همین معناست (کشکر، قاسمی و تجاری، ۱۳۹۷). برای انجام این امر لازم است که از شبوهای سگانه بازاریابی مبتنی بر هدف استفاده شود (کشکر و همکاران، ۱۳۹۷) که در آن بخش‌های مختلف جامعه سالمندان کشور متناسب با ویژگی‌های آن مشخص می‌شود و علم این امر، ضرورت کاربرد شبوهای بازاریابی مؤثر متناسب با ویژگی‌های هر بخش از جامعه است و پس از بخش بندی و طبقه‌بندی سالمندان جامعه، نیاز است تا شبوهای بازاریابی برای هر بخش سالمندان و با توجه به ویژگی‌های فرهنگی، اقتصادی و جغرافیایی، شناسایی شده و مورد استفاده قرار گیرد. از آنجا که افراد با فرهنگ‌های مختلف و شرایط اقتصادی و اقیم‌گاهی مختلف بردآتیش دارند، نگرش‌ها، محدودیت‌ها و امتیازات مختلفی دارند که برگرفته از وضعیت اقتصادی، فرهنگی و جغرافیایی آنهاست، نیاز است تا شبوهای بازاریابی ورزش و نحوه ترویج آن متناسب با شرایط ایشان تعیین و به کار برده شود.

در نهایت باید تلاش شود تا ورزش در ذهن سالمندان موقعیت و جایگاه ویژه و ارزشمندی بیابد تا برای دستیابی به آن برپاگیخته شده و تلاش کنند. برای ترویج ورزش سالمندان همانند سایر محصولات ورزش، نیاز به اطلاع‌رسانی، متقاعدسازی و یادآوری است که همه این امور مهم مبتنی بر طرح ترویج است که در آن هدف‌گذاری، موقعیت‌بندی و بخش بندی از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند (کشکر و همکاران، ۱۳۹۷). این‌ها یافته‌های پژوهش‌نامه‌ای و همکاران (۱۳۹۸) به خوبی بر جایگاه ویژگی‌های هر بخش از جامعه سالمندان اشاره دارد. نتیجه تحقیق ایشان نشان داد که برای جذب سالمندان به...
فعالیت بدنی عوامل درون فردی (نگرشها، احساسات و حالات روانی)، بین فردی (وجود دوستان، اعضای خانواده و هم‌سالان) و محیطی (وضعیت اقتصادی، زیرساختهای رفاهی جامعه، وضعیت و شرایط اجتماعی و جغرافیایی، سلامت فردی و باورها و ارزش‌های فرهنگی) نقش مهمی دارند. همچنین، ایمنی و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیق خود نشان دادند که از دیدگاه سالمندان مؤلفه‌های محیطی، امکانات، وضعیت مالی، فرهنگی و اجتماعی و ویژگی‌های فردی نقش بسیار مهمی در ترویج ورزش سالمندان دارند. همچنین، در بسیاری دیگر از تحقیقات مفاهیم اصلی مدل بینی بر هدف در مرگ و میر و رقابتی تحقیق منعكس شده است. بر این اساس، جنکین و نظری (۲۰۱۸) عوامل مهمی از جمله موقوفت و جایگاه سالمندان، طراحی برنامه‌های بلندمدت و ایجاد راهبردهای فراپرور بهبود محور و همینطور، نقیبی (۲۰۱۵)، جنکین و همکاران (۲۰۱۸) اگزیستو و ویژگی‌های فردی و نیاز به تعامل اجتماعی و وضعیت اقتصادی و موقوفت مکانی باشگاه‌ها، امکانات و زیرساختهای شهری، ایمنی و ایمنی را از مهم‌ترین عوامل توسعه ورزش سالمندان معرفی کردند.

از آنجا که ورزش به عنوان محصولی سالم و محور مورد توجه جهانی است لذا توجه به ایجاد جذابیت در این محصول در بین مشتریان بالقوه سالمان برای شرکت در فعالیت‌بدنی و ورزش نقش مهمی دارد و در این راستا استفاده از شیوه‌های مناسب با ویژگی‌های مشتریان هدف و طبقه‌بندی و هدف‌گیری برنامه‌محور و همچنین ایجاد موقوفت ممتاز برای این محصول در هر بخش از جامعه سالمان برای اقدامات مؤثر بازاریابی و جذب مشتریان سالمان به ورزش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و از آنجا که مدل بینی بر هدف تمام الزامات ذکر شده را پوشش می‌دهد، من توان از آن به عنوان چارچوب مناسب جهت ترویج

1. Jenkin
2. Chan
نقش هدف‌گذاری اجتماعی، بخش‌بندی مشتریان و موقعیت‌بندی فعالیت بدنسی...

The Role of Social Targeting, Customer Segmentation...

و توسیع ورزش سالمندان کشور به‌پره‌برداری کرد و بر این اساس پژوهش حاضر به منظور پاسخ‌گویی به هدف‌گذاری، بخش‌بندی و هدف‌گیری مشتریان بالقوه سالمند در ترویج ورزش سالمندان کشور، شکل گرفت و به این منظور از مدل بزاریابی مبتنی بر هدف استفاده شد.

روش

این پژوهش از منظر هدف، کاربردی بوده و با استفاده از رویش تحقیق کیفی مبتنی بر روش تحلیل تئاتری انجام شده است و به این منظور از رویش مصاحبه‌ای مبتنی تا حد رسیدن به اشباع نظری استفاده شد و در مجموع مصاحبه‌های 11 نفر به اتمام رسید. از آنجاکه حوزه ورزش سالمندان در کشور، در سالهای اخیر مورد توجه قرار گرفته است و سازمان خاصی ملی ورزش سالمندان نیست و این امر به‌طور پراکنده در سازمان‌های مختلف ورزشی و عمدتاً به شکل مقطعی در برخی مسابقات و جشنواره‌ها مورد توجه است و هنوز توجه ویژه و مطلوب در خصوص شناخت و توسیع آن در ایران صورت نگرفته است (خبرگزاری آنا، ۱۳۹۸؛ ایسنا، ۱۳۹۲، ۱۳۹۳)، لذا انتخاب جامعه مشارکت کنندگان در تحقیق بر اساس افرادی شکل گرفته که در زمینه اجرایی، علمی و همچنین برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری ورزش سالمندان در کشور دارای پیشینه مطلوب بودند و شناسایی آنها نیازمند تحقیق و پرس و جوی افراد مطلع بوده و به این منظور مطالعه به‌کلیک مثبت‌سازی و با استفاده از روش نمونه‌گیری هدف‌مند و گلوله برای در انتخاب افراد جامعه اقدام شد.

مشخصات شرکت‌کننده‌های مصاحبه تحقیق در جدول (۱) درج شده است.
جدول (1) ویژگیهای شرکت‌کنندگان در بخش مصاحبه تحقیق

<table>
<thead>
<tr>
<th>نام</th>
<th>محل خدمت</th>
<th>تحقیقات</th>
<th>جنسیت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>دکتری</td>
<td>مرکز روانشناسی و دانشگاه</td>
<td>برنامه ریزی و مدیریت ورزش</td>
<td>مرد</td>
</tr>
<tr>
<td>دکتری</td>
<td>دانشگاه</td>
<td>مدیریت ورزش و دانشگاه</td>
<td>زن</td>
</tr>
<tr>
<td>دکتری</td>
<td>دانشگاه</td>
<td>مدیریت ورزش و دانشگاه</td>
<td>مرد</td>
</tr>
<tr>
<td>دکتری</td>
<td>وزارت ورزش و دانشگاه</td>
<td>مدیریت ورزش و دانشگاه</td>
<td>مرد</td>
</tr>
<tr>
<td>دکتری</td>
<td>آموزش و پژوهش</td>
<td>دانشگاه</td>
<td>مرد</td>
</tr>
<tr>
<td>دکتری</td>
<td>دانشگاه</td>
<td>دانشگاه</td>
<td>زن</td>
</tr>
<tr>
<td>دکتری</td>
<td>دانشگاه</td>
<td>دانشگاه</td>
<td>زن</td>
</tr>
<tr>
<td>دکتری</td>
<td>دانشگاه</td>
<td>دانشگاه</td>
<td>زن</td>
</tr>
</tbody>
</table>

همانطور که ذکر شد، در این پژوهش برای انتخاب مشارکت کنندگان از دو شیوه انتخاب قضاوتی یا هدفمند و گلوله برای استفاده شد. ابتدا با شیوه هدفمند که مبتنی بر سابقه پژوهش و تجربه کار در حوزه ورزش سالمان‌دان بود، به مختصات مراجعه و سپس از ایشان در خصوص صاحب‌نظران دیگری، سؤال شد. لازم به ذکر است که ملاحظات اختلافی در شیوه جلب رضایت مصاحبة نشوندگان براً انجام مصاحبه از طریق بیان اهداف پژوهش، محورمانه مانند اطلاعات ضبط شده و حق قطع همکاری در هر زمان از انجام پژوهش، منظور قرار گرفت.
گوبا و لینکلن قابلیت اعتماد را به عنوان معياری برای جایگزینی روایت و پایبندی در پژوهش کیفی مطرح ساخته‌اند که به‌طور گروهی و محدود راهکار از مسئله منجر شود. در این پژوهش سعی شد بهینه‌سازی صورت به این مسئله توجه شود؛ پژوهشگر زمان کافی برای جمع‌آوری داده‌ها در نظر گرفت. مرور متن مصاحبه‌ها و مضمون استخراج شده به طور مداوم تکرار شد. در متن کدگذاری شده به متخصصین برای مرور بررسی برداشت‌های پژوهشگر داده شد. برای حصول اطمینان از استفاده‌ی دیگری یافته‌های پژوهشی، از متخصص ورزش سالمندی به عنوان مشارکت‌کننده در پژوهش مشورت گرفته شد. در همه مراحل کار به منظور ایجاد اطمینان از ابزارهایی از ابزارهای به‌کارگیری از ابزارهای ارزیابی و اجرای برنامه مصاحبه استفاده شد. اجرای یافته‌های پژوهشی به‌ویژه تأیید شدید باشند با کلیه جزئیات در تمامی مراحل بهبود قسمت و ضبط شوند که این کار در مورد پژوهش حاضر انجام گرفت.

برای تحلیل داده‌های این تحقیق از روش تحلیل تمثیلی استفاده شد. یکی از فنون تحلیلی مناسب در تحقیقات کیفی، تحلیل تمثیلی یا تحلیل مضمون است که به طور گسترده‌ای استفاده می‌شود. از تحلیل مضمون است که به‌طور مشترک کیفی استفاده می‌شود. روشهای مختلفی برای تحلیل مضمون وجود دارد که هر یک از آنها، فاصله‌ای خاصی را دنبال می‌کند. در این تحقیق از روش تحلیل تمثیلی و فاصله‌ای مشابهی که در ابتدای متن هر مصاحبه به‌دقت خوانده شد و بعد کدهای اولیه استخراج شد. برای این کار، کلمات، عبارات کلیدی و مطالب مهمی که شرکت کردن کاندیدات مطرح کرده‌اند، در قبال کدهای توصیفی مشخص شد و به‌جای گذاری شد. در مرحله بعد تحلیل انتزاعی انجام شد و در این مرحله کدهای اولیه به شکل کدهای تحلیلی موردبازگردی قرار گرفت و پس از اصلاح به‌صورت کدهای
تفسیری (مضامین) مشخص و تعريف شد.

یافته‌ها

تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های مربوط به عوامل سه‌گانه مدل با استفاده از تحلیل تماتیک
انجام شد و همانطور که پیشتر توضیح داده شد، بعد از پیاده شدن مصاحبه‌ها و تبدیل
آن به متن، مراحل مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی (تماسی) انجام شد و مقوله‌های محوری و
اصلي تعیین و در نقشه تماتیک (شکل شماره ۱) قرار گرفت. همانطور که در این نقشه
مشهود است، مقوله‌های مرتبط با هریک از عوامل مدل بازاریابی مبتنی بر هدف (هدفگیری,
موقعیت‌بایی و بخش بندی) چه راه‌کارهای ترویج ورزش سالمندان بر اساس آنها تعیین شده
است، نمايش داده شده است. ترویج ورزش سالمندان مبتنی بر طرح ترویج است که در
آن توجه به سه مؤلفه بازاریابی مبتنی بر هدف از اهمیت کلیدی برخوردار است (کشکر و
همکاران، ۲۰۱۶).
نقش هدف‌گذاری اجتماعی، بخش‌بندی مشتریان و موقعیت‌بندی فعالیت بدنی

The Role of Social Targeting, Customer Segmentation...

شکل (1) نقشه تمایز مؤلفه‌های بازاریابی راهبردی مبنی بر هدف و راهکارهای ترویج

در بررسی نقشه تمایز مؤلفه‌های بازاریابی راهبردی مبنی بر هدف و سه مؤلفه آن یعنی بخش‌بندی، هدف‌گذاری و موقعیت‌بندی و تحلیل لایه‌ای مختلف آن، در لاپ‌آیز می‌باشد.

بخش‌بندی سرمایه‌های اجتماعی و اقتصادی در ایران نشان‌دهنده شده است. در این قسمت چهار معیار مختلف مشاهده شده است.

Downloaded from refahj.uswr.ac.ir at 14:13 +0430 on Monday May 31st 2021
می‌شود: ویژگی‌های فردی که به عوامل مرتبط با فرد در بخش سالمندان مرتبط می‌شود;
ویژگی‌های اجتماعی که تأثیراتی را که اجتماع بر بخش سالمندان دارد مورد بررسی قرار می‌دهد: شرایط اقتصادی، دریبرانده عواملی است که از انسان اجتماعی بخش سالمندان را تحت تأثیر قرار می‌دهند و عامل فعالیت بدنی، سالمندان را بر مبنای میزان فعالیت بدنی که دارند دسته‌بندی می‌کند. وضعیت زندگی سالمندان و توجه به نوع گذشته زندگی که ممکن است به‌هیات‌های بایا به‌طور دیگری باشد و مکان زندگی آنها (خانه‌ها یا مراکز تهدیدر سالمندان) از مهم‌ترین معیارهای بخش‌بندی است و میزانی که یک فرد سالمند ازنظر جسمانی سلامت به نظر می‌رسد عامل مهم دیگری است. در نوع طبقه‌بندی سالمندان تلاش برای دسترسی به میزان انگیزه‌های (دورنگی یا پیوستگی) که فرد سالمند برای انجام فعالیت بدنی دارد نیز از طریق انجام کار پیمایش حائز اهمیت است. لحاظ کردن طبقات مختلف اجتماعی (مرفه، متوسط، محروم)، رویه‌های سنتی و قومی که در جای‌جای کشور خاصی در مورد سالمندان وجود دارد و در مصاحبه با یکی از متخصصان در این جمله که «برخی خانواده‌ها، سنتها، مذاهب و قومیت‌ها ورودی در دوران سالمندی یا برای بانوان سالمند نمی‌پذیرند و تعریف‌گزاره از آن ندارد» نمود پیدا می‌کنند، ازجمله ویژگی‌هایی است که می‌باشد مورد توجه قرار گیرند.
همچنین نقش اجتماعی سالمندان در جامعه و در خانواده‌ها که میزان فراغت/مسئولیت آنها را در سطح جامعه تعیین می‌کند و مصاحبه‌هایی دیگری در حوزه علوم اجتماعی در پاسخ خود در سالمندان با وجود سن خود هنوز شاغل‌اند و در بحث خانواده و جامعه مسئولیت‌هایی را بر عهده دارند به طرح این عامل پرداخت. ویژگی‌های اقتصادی با توجه به میزان توان مالی سالمندان سنگین‌تری می‌شود، برخی از فعالیت‌ها باید فقط برای افرادی که درامد بالا در نظر گرفته شود مانند اسکی، سوارکاری، گلف و... میزان برخورداری مالی و دسترسی به زیرساخت‌های ورزشی در سطح جامعه نیز حائز اهمیت است ممکن است سالمندان علاوه
نقش هدف‌گذاری اجتماعی، بخش بندی مشتریان و موقعیت‌بندی فعالیت‌های

The Role of Social Targeting, Customer Segmentation...
و تدوین و ارائه شاخص‌های مستمر ارزیابی توسط نهادها از مقول‌های هماهنگی سیاستی
هستند که به موارد اشاره‌شده در بخش‌های قبلی منظور و مفهوم می‌باشند.
موقیت‌بایگانی بخش‌هایی هدف‌گذاری شده بر اساس فعالیت‌بدنی که به میزان و نحوه جذابیت
این فعالیت‌ها می‌پردازد از یافته‌های لیاه سوم تصویربرداری نشان می‌دهد. لازم به ذکر
است که بخش‌بندی گروه‌های مختلف سالمندی در این مطالعه بر اساس فعالیت‌بدنی صورت
گرفت و تغییراتی در این قسمت به منظور سودمندتر شدن، منسوج‌تر شدن و متمرکز شدن
نتایج حاصل از موقیت‌بایگانی به فعالیت‌بدنی که پایه و اساس این مطالعه است، از نتایج مطالعه
غفوری و محمدا (2019) که چهار گروه سالمندی را بر اساس فعالیت‌بدنی بدین شرح شاخص سالمندان
غیرفعال، فعال گردید، فعال جماعی و فعال شبکه محور شناسایی کردند، استفاده کردند. در
این چهره بخش‌بندی ذکر ترغیب سالمندان از غیرفعال بودن به سمت داشتن فعال‌تری بدین
شبکه محور می‌تواند مهم‌ترین عامل توسعه ورژش سالمندی بر اساس موقیت‌بایگانی باشد. به
این منظور تشویق و ترغیب سالمندان به خروج از منزل و حضور در اجتماع علی‌الخصوص
در میان همسالان فعال خود در کنار گروه‌های سازمانی و ایجاد محیط‌های شفاف، سازگاری و تأسیس
آنها در اجتماع به طرح مختلف، اگزائیرانده سالمندان غیرفعال است. این‌گونه استراتژی‌های اطلاعاتی
در زمینه‌های مورد نیاز سالمندان، تشویق به عضویت در گروه‌های جدید به‌طوری که ایجاد گروه‌های ورزشی
با دوستان و فراهم شدن استراتژی‌های اجتماعی لازم در محیط‌های ورزشی برای پذیرش سالمندان
سالمندان به‌نحوی که سالمندان تردید برای حضور در اجتماع ناشی‌شده باشد و به خود را در کنار
دیگر اشاره، عضوی از جامعه بدانند از انگیزه‌های گروه‌پذیری ورشته و سالمندان محروم
می‌شود. سالمندانی که به‌صورت گروهی ورژش می‌کنند برای حفظ و تداوم انجام فعالیت‌بدنی
نهاد سازمان‌های تردید و چه کسی است که در این گروه‌ها هموارآور باید شوند یعنی مشخص شود
که سالمندان به چه طبقه اجتماعی اختصاص دارند و هرگونه ویژگی دیگری که برای انسجام و
نقش هدف‌گذاری اجتماعی، بخش بندی مشتریان و موقعیت پایدار فعالیت بدنی... "The Role of Social Targeting, Customer Segmentation...

تداوم گروه‌های ورزشی آنها لازم است که بخش مهمی از آن به کمیت و کیفیت زیرساختها و
ملزومات اجتماعی و شهری و میزان دسترسی به آنها برمی گردد. فعالان شبکه محور در حوزه
ورزش سالمندی اگرچه ممکن است به شبکه‌های محدود و کمیاب متنه شوند ولی حفظ و
تقویت آنها در ساله‌های تأسیس و به کارگیری نهادهای مختلف این حوزه، تقویت مؤلفه‌های سرمایه
اجتماعی مانند مشارکت و اعتماد اجتماعی و استفاده مجدد از رسانه‌های اجتماعی و فراگیر شدن
آنها از ملزومات موقعیت‌بندی برای این نوع گروه‌های است.

با تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های مدل پازاریابی مبتنی بر هدف نیاز به شناسایی و ارائه
راهکارهایی در حوزه ترویج ورزش سالمندان بر اساس این مدل در ایران احساس می‌شود؛
بنابراین قسمت پایانی یافته‌های تحقیق به این راهکارها می‌پردازد که با تجزیه و تحلیل،
کد گذاری و مقوله‌بندی چهار عامل فردی، اجتماعی، سازمانی و محیطی به عنوان مقوله‌های
نهایی به همراه 12 مقوله محوری استخراج شد. اینگیزه اولین و شاید مهم‌ترین مقوله در
ترویج فردی سالمندان به ورزش است که عوامل مختلفی نظیر میزان آمادگی جسمانی
و روانی سالمندان یا تنها و به‌صورت تصادفی در حوزه ورزش و سلامتی از راهکارهای است که
می‌توانند در تغییر سبک زندگی بسیار سایر سالمندان بسیار کارآمد باشند. میزان پذیرش سالمندان
در جامعه و همچنین ورزش سالمندی مربوط به میزان بالایی به ع람 فرهنگ و درجه اشباع
فرهنگی اعضای جامعه از سازمان سلامت مربوط می‌شود که ارتباط مستقیمی به آگاهانه در
جامعه در سالهای بیشتری دارند. درجه‌ای که مردم، مسئولان و نهادهای
اجتماعی اقدام مختلف سالمندان را می‌پذیرند و شرایط اجتماعی لازم ازجمله زیرساخت‌ها و
دیگر ملزومات را مهمی می‌دانند، به‌طوری‌که ارتباطات اجتماعی بین سالمندان و دیگر اقشار
و نهادها تقویت شوند از دیگر راهکارهای اجتماعی مورد اشاره است. سازمان‌های مرتبط و

347
نقش تعیین کننده آنها در ترویج ورزش سالمندان با استفاده از ارائه برنامه‌های مدون و مستمر، آموزش به گروهها و تدوین سیاست‌های عملی و پرکاربرد، غیرقابل انکار است.

عوامل محیطی هم به استانداردسازی امکان و تاسیسات ورزشی، قابل استفاده بودن آن برای سالمندان، تخصیص محیط‌ها و فضاهای ورزشی اختصاصی در شرایط متغیر آب و هوا، اقدامات بهبودی‌هایی که سالمندان از انظار جسمانی نسبت به انتقال دیگر دارند، تلاش برای کنترل آلودگی هوایی در شهرهای بزرگ، لزوم آماده‌سازی فضای شهری و امکان‌آوری آن برای استفاده سالمندان از مساحت مسابقه‌های معیار، استانداردسازی وسایل حمل و نقل و مناسبسازی آنها برای استفاده آسان سالمندان از آنها، کاهش آلودگی صوتی و تردد در شهرها و... اشاره دارد.

بحث

با توجه به یافته‌های مرتبط با اولین مدل بازاریابی راهبردی مبتنی بر هدف یعنی بخش‌بندی و معیارهای انجام آن، تحلیل تجربی بخش‌بندی در این مطالعه نشان داده است هرگز این موضوع در ادبیات مرسوم بازاریابی مبتنی بر هدف ذکر شده است. اما در بخش فعالیت‌های بر اساس مطالعه (2019) در تحقیقی گسترشده تحت عنوان "بخش‌بندی بازار برای افراد مشارکت‌کنندگان ورزشی با سن ۴۶-۴۶ سال" به بخش‌بندی افراد بر اساس این فاکتور اشاره گردید. به این طرف سن و نحوه مشارکت هر کدام از این طبقه‌های سنی در ورزش پرداخته است. این اکسپرس (2019) در مطالعه "بخش‌بندی شرکت‌کننده در فعالیت‌های ورزشی آفرینش علاوه بر بخش‌بندی مشارکت‌کننده بر اساس آمادگی جسمانی چهار می‌باشد: بخش‌بندی شامل آگاهی، جذابیت، دلتنستی و تبعیت را در نظر گرفت. 

1. Australian Sports Commission
2. Eskiler
نقش هدف‌گذاری اجتماعی، بخش‌بندی مشتریان و موقعیت‌بندی فعالیت‌بندی

The Role of Social Targeting, Customer Segmentation...

در تحقیقی با عنوان «تأثیر استراتژی‌های بخش‌بندی، هدف‌گذاری و موقعیت‌بندی بر مدارس ورزشی بین‌المللی در ناپوریوی» دریافت که بخش‌بندی بر اساس جنسیت، شهریه و سیستم آموزشی به‌رونده نوع ورزش از پرسفاده‌ترین معیارهای بخش‌بندی بازار در مدارس ورزش در ناپوریوی هستند. در ایران؛ پژوهش‌های بیشتر در حوزه بخش‌بندی سالمندان بر مبنای فعالیت بدنی را می‌توان در مطالعه غفوری و محمدی (2019) یافت که در حوزه بخش‌بندی قربانیان

با نتایج این مطالعه دارد.

نوع دیگری از این بخش‌بندی را سازمان ورزش انگلستان و ورزش اورشلی در سالهای 2013-2012 به منظور ارزیابی گروه‌های مختلف سنی در میزان گرایش و علاقه به انجام ورزش‌های گوناگون انجام داده و در باختگان مختلف، گروه‌های سنی مختلف و رشته ورزش‌های آنا را قرار داده است که تا حدودی با قسمت بخش‌بندی این پژوهش همخوانی دارد.

مؤلفه هدف‌گذاری به چهار عامل زمینه‌بندی، تحلیل مشتری، تحلیل جامعه و هماهنگی سیاست‌ها و ارتباط نتایج آنها با یکدیگر اشاره دارد. به طوری که هر نوع کاستی در یکی از آنها هدف‌گذاری مطلوب ورزش در میان سالمندان را با اختلال مواد، خواهند ساخت. کمیته ورزش استرالیا (2012) در مطالعه خود افرادی که به عنوان عضوی نتیجه شکست در باشگاه‌های ورزشی هستند و ورزش می‌کنند افرادی که بدون عضویت در هیچ گروه و باشگاه ورزشی فعالیت‌بندی‌نکنند می‌دهند هدف‌گذاری کرده است.

برمبنای اقتضایات مرتبط با هرکدام از گروه‌های شناسایی‌شده در این تحقیق به موقعیت‌بندی‌نکنندی در این نمونه‌بندی از آنها برمبنای فعالیت‌بندی پرداخته شد اما با توجه به اینکه محقق چه در میان تحقیقات داخلی و چه در تحقیقات خارجی نتایج موردی که با این شیوه به بررسی و شناسایی عوامل توسعه ورزش سالمندان بر اساس هدف‌گذاری و موقعیت‌بندی یاباد، بنابراین می‌توان گفت که یافته‌های اشاره شده در این بخش کاملاً پذیر، بومی، مستخرج
از روش کیفی این پژوهش و محدود به جامعه سالمندان ایرانی است. با توجه به مدل ارائه شده در این پژوهش عوامل برای ترویج فعالیتبدنی بر اساس بازاریابی راهبردی مبتنی بر هدف ارتقاء شد. که در بخشی حاکی از داشتن انگیزه و سلامت جسمانی و روانی و تغییر سبک زندگی است که با نتایج تحقیقات نوربخش و همکاران (۲۰۱۰) که انگیزه جسمانی را در مهم‌ترین عامل مشارکت ورزشی سالمندان می‌دانند، جنگا و لی (۲۰۱۷)، بورک، و همکاران (۲۰۱۸)، جوز، و همکاران (۲۰۱۹) و شافیلد، و همکاران (۲۰۱۹) که در تحقیقی به مداخلات تغییر سبک بی تحرک زندگی و رفتار دیجیتال در ترویج ورزش در سالمندان می‌پردازند، همکاران است. در حوزه اجتماعی مواردی ازجمله اشاع فرهنگی، پذیرش اجتماعی و تقویت روابط اجتماعی ذکر شدند که با نتایج تحقیق نقدی و همکاران (۲۰۱۱) و استیونز، نونان و روبستین (۲۰۰۹) شامل احساس اهمیت که در تحقیق فرانکو و همکاران (۲۰۱۵) که در تحقیقی به مداخلات تغییر سبک بی تحرک زندگی و رفتار دیجیتال در سالمندان و یاما‌دا (۲۰۱۶) که وجود افراد و روابط اجتماعی را در بهبود کیفیت زندگی پیشکسوتان ورزش مؤثر می‌دانند، سازگاری دارند.

در راستای برنامه‌ریزی آموزش و سیاست‌گذاری سازمانی نتایج تحقیقی با نتایج تحقیقات انجام شده در مرکز مطالعات فعالیت‌بدنی (۲۰۱۲) در کانادا که بر لزوم ارائه برنامه‌های ورزشی با قابلیت قابل‌پذیری و قابل اجرا در اثرات مثبت‌های ورزشی از جمله ارائه خدمات سالم برند رزمند و مناسب با علاوه و نیازهای آنها، تأکید دارد و نتایج تحقیق فرانکو و همکاران (۲۰۱۵) که یکی از عوامل مشارکت سالمندان در فعالیت‌بدنی را وجود سیستم و دستورالعمل‌های حرکتی

1. Goenka & Lee
2. Borek
3. Johs
4. Schofield
5. Yamada
6. Physical Activity Resource Centre(PARC)
7. Franco
و کاربردی معرفی می کند و همچنین موشنی و همکاران (۲۰۱۱) همکاران (۲۰۱۷) که بر اساس سالمندان به فضاهای ورزشی، زیرساخت‌های شهری و فضاهای سبز و وجود خدمات و امکانات در محلات و خیابان‌ها و پیاده‌رو مدارس و مسیر تأکید دارد، نتایج مذکور در مباحث زیرساخت‌ها و امکانات محیطی با نتایج تحقیقات فوربرگر و همکاران (۲۰۱۹) که عامل ساختاری تجهیزات و امکانات را در کنار دو عامل فردی و درون فردی در مطالعه ورزشی سالمندان دخیل می‌داند و همچنین نتایج مطالعه نقوی و همکاران (۲۰۱۵) و پاملا ویکر و همکاران (۲۰۱۳) که در تحقیق تحت عنوان "تجزیه و تحلیل تأثیر زیرساخت‌های ورزشی در مشارکت ورزشی و تجربه ورزشی" روی مطالعات و زیرساخت‌های ورزشی را عاملی برای مشارکت ورزشی می‌داند همکاران است.

با توجه به روند سالمندی جمعیت ایران در دهه‌های اخیر و نیاز به توجه به بیشتری به سالمندان و ورزش سالمندی به عنوان یکی از ملزومات و مسئله‌ی روی کشور ایران، با توجه به دو عامل فردی و درون فردی از مهم‌ترین مدل، بررسی‌هایی انجام شده است. پژوهش‌های گزارش‌های اجتماعی، بخش‌بندی و موقعیت‌بندی در ترویج ورزش سالمندی به‌بیش از پیش توجه بسیاری از پژوهشکده‌ها و مؤسسه‌های تحقیقاتی انجام شده است.

با ایزابا پرستش‌نامه دارد که پیشنهاد می‌شود. همچنین حمایت از تشکیل و سازماندهی کانون‌های مرتبط با سالمندان در بخش غیردولتی، ایجاد دوره‌های (بانکوک) سالمندان در فضاهای مختلف شهری می‌باشد. ورزش، یکی از موثرترین شیوه‌های بهبود کیفیت زندگی سالمندان است. به عوامل انجیزه‌ای و انجام مطالعاتی برای تهیه پتانسیل‌های شکوه‌های اجتماعی، رسانه‌های

1. Muscheni
2. Pamela Wicker
جدید و فضای مجازی برای طراحی و ارائه الگوهای ورزش شبکه محور برای سالمندان از
دیگر پیشنهادهای کاربردی این پژوهش است.

ملاحظات اخلاقی:

در تمام مراحل مصاحبه ملاحظات اخلاقی از طریق بیان اهداف پژوهش و شرح
آنها به مصاحبه‌سنجندگان رعایت شده است. همچنین نویسنندگان سعی کردنند با توجیه
شرکت کنندگان مبنی بر محرم‌ماندن نام و اطلاعات ضبط‌شده آنها و حق قطع همکاری
در هر زمان از انجام مصاحبه نسبت به جلب رضایت شرکت کنندگان در مصاحبه اقدام کنند.


- Physical Activity Resource Centre. (2013). Physical Activity Promotion for Older Adults; A step by step guide. parc@ophea.net.