



ارتباط مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده
(مطالعه موردی: بازیکنان والیبال استان خراسان شمالی)

معصومه محمدی^{۱*}، حسن بحرالعلوم^۲ و سید رضا حسینی نیا^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه صنعتی شاهرود

۲- دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه صنعتی شاهرود

۳- استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه صنعتی شاهرود

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۶/۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۲/۱۶

چکیده

هدف: هدف از انجام پژوهش حاضر، تعیین ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده بازیکنان والیبال بود.

روش‌شناسی: روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق را بازیکنان والیبال استان خراسان شمالی در رده سنی بزرگسالان تشکیل دادند که در مسابقات باشگاهی سال ۹۳-۹۴ حضور داشتند (۲۱۶ نفر) و نمونه‌گیری، به صورت کل شمار انجام شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های مسئولیت اجتماعی (کارول، ۱۹۷۹)، با ۱۹ گویه و پنج بعد، جو اخلاقی (ویکتور و کالن، ۱۹۸۷)، با ۲۶ گویه و ۶ بعد و عملکرد ادراک شده (گلن، ۲۰۰۳)، با ۶ گویه در یک طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱=بسیار کم، ۵ = بسیار زیاد) استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها، از آزمون همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد، مسئولیت اجتماعی بر جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده تأثیر مستقیم و معنادار دارد؛ اما تأثیر مستقیم جو اخلاقی و تأثیر غیرمستقیم مسئولیت اجتماعی بر عملکرد ادراک شده معنی‌دار نبود.

نتیجه‌گیری: مدیران و مربیان می‌توانند از طریق اتخاذ سیاست‌های مربوط به ارتقاء مسئولیت اجتماعی بازیکنان بر جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده آن‌ها تأثیر مثبت بگذارند.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، جو اخلاقی، عملکرد ورزشی ادراک شده، بازیکنان والیبال.

مقدمه

امروزه با افزایش سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای، بهبود عملکرد ورزشی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. روانشناسان ورزشی معتقدند، متغیرهای روان‌شناختی نقش کلیدی در عملکرد فردی و تیمی ورزشکاران ایفا می‌کنند؛ همچنین متغیرهای تیمی را نیز در عملکرد و موفقیت تیم نمی‌توان نادیده گرفت؛ زیرا در رشته‌هایی نظیر والیبال، سطح عملکرد تیمی از وضعیت تعاملات و روابط بازیکنان تأثیر می‌پذیرد (طالبی و عبداللهی، ۱۳۹۱). توجه به جو اخلاقی حاکم در میان ورزشکاران، یکی از عوامل مهم در کسب موفقیت حرفه‌ای است که می‌توان به آن اشاره کرد (شعبانی بهار و همکاران، ۱۳۸۹). اخلاق، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای حاکم بر رفتار افراد و گروه‌ها است. همان‌گونه که افراد در تعامل با جامعه‌ای هستند که در آن زندگی می‌کنند، ورزشکاران نیز تحت تأثیر مربیان و هم‌تیمی‌های خود هستند؛ بنابراین ارزش‌ها، باورها و رفتارشان وابسته به نگرش‌ها و تصمیمات و اعمال آن‌هاست. این ارتباطات متقابل می‌تواند یک زمینه کلی را برای اعمال اخلاقی تیم فراهم سازد (راسل^۱، ۲۰۱۴). جارمیلو^۲ و همکاران (۲۰۰۶)، در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که جو اخلاقی مطلوب موجب عملکرد بالا می‌شود. در تحقیقی دیگر مولر و بونستد^۳ (۲۰۰۵)، به این نتیجه دست یافتند که ورزشکاران اغلب به اصول فردی بی‌توجه هستند و نسبت به مربیان و دستیاران خود رفتار انتقادی دارند.

با توجه به این تفکر که تیم‌های ورزشی ویژگی‌های مشابهی نظیر، نیروی انسانی، برنامه‌ریزی مدون و پست‌های مشخص جهت کسب هدف با سازمان‌ها دارند (چلادورای^۴، ۱۹۸۰)، در ادامه به تحقیقاتی اشاره می‌شود که در سطح سازمان انجام شده است. به‌طور مثال، لوئیس^۵ و همکاران (۲۰۰۴) نشان دادند، جو اخلاقی درون یک سازمان، به‌طور معناداری بر رفتارهای اخلاقی کارکنان در محیط کار تأثیر دارد. کالن و ویکتور و برونسون^۶ (۱۹۹۳) معتقدند که جو اخلاقی، یکی از عوامل اصلی گرایش و عدم گرایش کارکنان یک سازمان به رفتارهای مختلف است و جو اخلاقی سازمان مشخص می‌کند تا چه حد بر اساس معیارهای اخلاقی تصمیم‌گیری می‌شود (شیرازی و احمدی زهرانی، ۱۳۹۳).

دونالدسون و دیویس^۷ (۱۹۹۰)، معتقدند که مدیریت ارزش‌های اخلاقی در محیط کار موجب مشروعیت اقدامات مدیریتی شده، انسجام و تعادل فرهنگ سازمانی را تقویت کرده، اعتماد در روابط بین افراد و گروه‌ها را بهبود بخشیده و با پیروی بیشتر از استانداردها، موجب بهبود کیفیت محصولات و در نهایت افزایش سود سازمان می‌شود (به نقل از رحمانسروش، ۱۳۸۸). حاذقی و نادری (۱۳۹۰) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که بین جو اخلاقی با رضایت شغلی و تعهد و عملکرد شغلی، رابطه مثبت و معنی‌دار و با نیت ترک خدمت، رابطه منفی وجود دارد. از نظر محققان فوق، کارکنانی که احساس می‌کنند جو اخلاقی بر سازمانشان حاکم است، روابط و تعاملات سازمان خویش را عادلانه می‌دانند و این موضوع، سبب افزایش رضایت و تعهد کارکنان می‌شود. جو اخلاقی خوب باعث می‌شود، کارکنان نسبت به شغل خود دید مثبتی داشته باشند و مدت بیشتری را در سازمان بگذرانند و در نتیجه کمتر به فکر ترک شغل خود باشند. جارمیلو و سولومان^۸ (۲۰۰۶)، در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که استرس و نگرش شغلی، سازوکارهایی هستند که از طریق آن‌ها جو اخلاقی خوب به عملکرد شغلی بهتر منجر می‌شود.

1. Russell
2. Jaramillo
3. Muller and Bohnstedt
4. Chelladurai
5. Lewis
6. Cullen and victor and Bronson
7. Donaldson and Davis
8. Jaramillo and Soloman

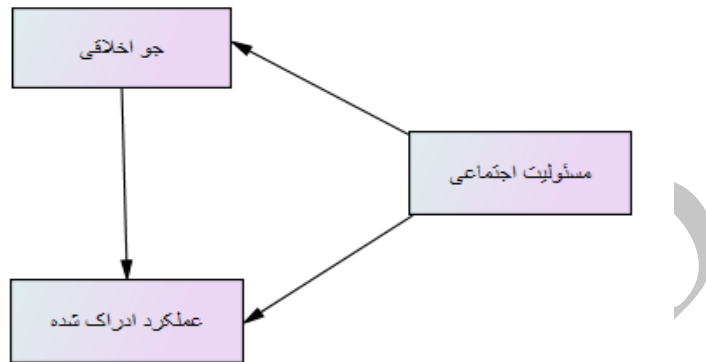
به‌طور کلی، تحقیقات نشان می‌دهد که هر کدام از سازمان‌های ورزشی و ورزشکاران باید به وظایف اخلاقی خود آشنا بوده، آن را به‌تناسب در میدان ورزشی بکار ببرند؛ زیرا اگر سازمان ورزشی دارای قوانین و منشور اخلاقی نباشد، ورزشکاران نیز نمی‌توانند به وظایف خود آشنا بوده، خود را در زمینه ورزش نسبت به مسائل اخلاقی مسئول بدانند. از دیگر عوامل مؤثر بر عملکرد تیم‌ها، می‌توان به مسئولیت اجتماعی اشاره کرد. مسئولیت اجتماعی، مبحثی نوین در کسب و کار امروزی است که اخیراً وارد حوزه مدیریت ورزشی شده است و برداشت‌های گوناگون و متفاوتی از آن وجود دارد (اکانسل^۱، ۲۰۱۰). از نظر اجتماعی مسئول بودن، یعنی افراد و سازمان‌ها باید با حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی، فرهنگی و محیطی رفتار کنند. در سازمان‌ها مسئولیت اجتماعی را می‌توان تعهد و تکلیف مدیریت برای اقداماتی تعریف کرد که هم منافع سازمان را در بردارد و هم موجب بهبود رفاه جامعه می‌شود (ناصری، ۱۳۹۳). در حوزه ورزش نیز، مسئولیت اجتماعی می‌تواند منجر به تعهد نسبت به تیم‌ها و یا سازمان مربوطه شود. تیم‌ها نیز مانند سازمان‌ها، باید به مسائل اجتماعی و محیطی توجه ویژه‌ای داشته باشند (شس^۲ و همکاران، ۲۰۰۶). رسول‌زاده و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی بین ابعاد مسئولیت اجتماعی و عملکرد ارتباط معناداری به دست آوردند. همچنین لام^۳ (۲۰۱۲) در تحقیقی به این نتیجه دست یافت که جو خیرخواهانه، ارتباط معناداری با دیدگاه ذینفعان برای خدمت به منافع عمومی داشته و جو سودمندی، ارتباط کمتری با اخلاق و مسئولیت اجتماعی داشت. به‌طور کلی می‌توان گفت، تیم‌های ورزشی به هر نحوی که عمل نمایند، عملکردشان روی جامعه تأثیرگذار است و این تأثیر چه خوب و چه بد به خود تیم‌ها منعکس می‌شود.

در شرایط کنونی رعایت نشدن برخی معیارهای اخلاقی، نگرانی‌های زیادی را برای جامعه ورزش به وجود آورده است؛ این نگرانی‌ها می‌تواند شامل، لطمه به روح ورزش جوانمردانه، افت عملکرد تیم‌ها، حاکم شدن منطق برنده شدن به هر قیمت و الگوی نامناسب شدن برای اقشار تاثیرپذیر جامعه باشد. دستیابی به عملکرد مطلوب، یکی از دغدغه‌های مهم برای مدیران و مربیان تیم‌های ورزشی در هر سطحی است. از طرفی وجود جو اخلاقی و مسئولیت اجتماعی در بین اعضای تیم از طریق ایجاد عدالت، انسجام، وفاق و تعهد تیمی می‌تواند شرایطی را فراهم کند که اعضای تیم بتوانند از تمام توان خود جهت کسب نتیجه مطلوب استفاده نمایند. سقوط معیارهای رفتاری در محیط‌های ورزشی، پژوهشگران را واداشته تا به دنبال مبنای نظری در این رابطه بوده تا بتوانند مسیر مناسب اجرای آن را فراهم سازند؛ لذا یکی از دغدغه‌های مدیران ورزشی در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای ورزشکاران است تا آن‌ها با حس مسئولیت و تعهد کامل نسبت به رشته خود به فعالیت پرداخته و اصول اخلاقی حاکم بر ورزش را رعایت کنند و عملکرد مطلوبی را از خود نشان دهند. اولین گام در دستیابی به این هدف، درک صحیح مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی و عوامل تحت تأثیر آن‌ها است که هدف از انجام این تحقیق، پاسخ به این سؤال است که آیا بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده بازیکنان والیبالی ارتباطی وجود دارد؟

یکی از مهمترین عواملی که سبب انحلال تیم‌های ورزشی و یا واگذاری آنها به سایر استان‌ها می‌شود، عملکرد تیم‌ها است. اهمیت این تحقیق از آنجا آشکار می‌شود که با شناسایی عوامل و متغیرهای تأثیرگذار بر عملکرد که در مجموع به موفقیت تیم‌ها می‌انجامد، مدیران و مسئولان تیم‌ها می‌توانند این متغیرها را در برنامه‌ریزی برای مشارکت هر چه بیشتر ورزشکاران و در نتیجه انسجام و اتحاد تیمی لحاظ نموده، به بهبود عملکرد تیم‌ها کمک نمایند تا بتوانند در سطح شهر یا استان به فعالیت پرداخته و به اهداف تیمی و اجتماعی خود دست یابند؛ همچنین، از آنجایی که تیم‌های ورزشی دارای پتانسیل زیادی جهت تاثیرگذاری هستند و به‌عنوان الگوهایی برای افراد در جامعه شناخته می‌شوند و در قبال جامعه خود مسئول‌اند؛ می‌توانند با بروز اعمال و رفتارهای مناسب، به اشاعه اخلاق در جامعه و حرکت به سمت تعالی کمک کنند. مبانی نظری و پیشینه تحقیق،

1. Akansel
2. Sheth
3. LAM

نشانگر ارتباط مستقیم مسئولیت اجتماعی با جو اخلاقی و عملکرد ورزشی و همچنین ارتباط مستقیم جو اخلاقی با عملکرد ورزشی است که در قالب یک مدل مفهومی (شکل ۱) با تحلیل مسیر ارزیابی می‌شود. نتایج این مطالعه این امکان را به مدیران، مربیان و مسئولان تیم‌ها می‌دهد تا به این موضوع توجه ویژه مبذول داشته و با نقشی آشنا شوند که مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی می‌تواند بر عملکرد تیم‌ها داشته باشند.



شکل ۱ - مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی

پژوهش حاضر، توصیفی و طرح آن از نوع همبستگی است که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را کلیه بازیکنان والیبال استان خراسان شمالی در سطح جوانان و بزرگسالان (۲۱۶ نفر) حاضر در مسابقات باشگاهی سال ۹۳-۹۴ تشکیل دادند که از روش نمونه‌گیری کل شمار استفاده گردید و کل جامعه آماری در قالب ۱۸ تیم، به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. از تعداد پرسشنامه توزیع شده در کل جامعه آماری، تعداد ۱۹۵ پرسشنامه بازگشت داده شد و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار تحقیق شامل، پرسشنامه ویژگی‌های جمعیت شناختی، پرسشنامه تعدیل‌شده مسئولیت اجتماعی (کارول، ۱۹۷۹) در قالب ۱۹ گویه و پنج بعد (مسئولیت قانونی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت سلامت و ایمنی و مسئولیت بشردوستانه) در یک طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱=کاملاً مخالفم، ۵ = کاملاً موافقم)، پرسشنامه جو اخلاقی (ویکتور و کالن، ۱۹۸۷) در قالب ۲۶ گویه و ۶ بعد (جو مراقبت و توجه، جو قوانین و مقررات، جو ضوابط، جو ابزاری، جو کارایی محور و جو مستقل) در یک طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱=کاملاً مخالفم، ۵ = کاملاً موافقم) و پرسشنامه عملکرد ادراک‌شده تیم (گلن، ۲۰۰۳) در قالب ۶ گویه و در یک طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱=بسیار کم، ۵ = بسیار زیاد) بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها، با استفاده از نظرات ۵ تن از اساتید مدیریت ورزشی تأیید شد. پایایی پرسشنامه‌ها نیز با استفاده از مطالعه راهنما روی ۳۰ نفر از افراد جامعه با آزمون آلفای کرونباخ به ترتیب، ۰/۸۳، ۰/۶۹ و ۰/۸۳ محاسبه شد. به‌منظور خلاصه کردن نمرات خام، از آمار توصیفی و برای بررسی نرمال بودن چندمتغیره داده‌ها از ضریب مردیا، برای تعیین ارتباط بین متغیرهای تحقیق، از ضریب همبستگی پیرسون و برای سنجش ارتباط میان متغیرها در قالب یک مدل علی، از روش تحلیل مسیر بهره گرفته شد. در انجام آزمون‌های فوق، از نرم‌افزارهای آماری اسپس‌اس‌اس نسخه ۱۶ و آموس نسخه ۲۲ استفاده گردید.

یافته‌ها

در جدول (۱) و (۲)، آمار توصیفی مربوط به اطلاعات جمعیت شناختی آزمودنی‌ها و متغیرهای تحقیق گزارش شده است. بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی نشان داد، اکثر نمونه‌ها در دامنه سنی ۲۷ تا ۳۲ سال قرار داشتند و کمترین فراوانی نمونه‌های تحقیق، مربوط به دامنه سنی ۳۹ تا ۴۴ سال بود؛ همچنین اغلب نمونه‌های تحقیق یعنی ۴۴/۶ درصد، دارای سابقه ورزشی ۶ تا ۱۱ سال هستند. ۵۰/۸ درصد از نمونه‌های تحقیق، زن و ۴۹/۲ درصد مرد، ۵۴/۹ درصد از نمونه‌ها، متأهل و ۴۵/۱ درصد از آن‌ها مجرد بودند.

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌های تحقیق

ویژگی‌های جمعیت شناختی	فراوانی	درصد
سن	۲۰ سال و پایین‌تر	۱۰/۸
	۲۱-۲۶ سال	۲۷/۲
	۲۷-۳۲ سال	۴۷/۲
	۳۳-۳۸ سال	۱۴/۴
	۳۹-۴۴ سال	۰/۵
جنسیت	زن	۵۰/۸
	مرد	۴۹/۲
وضعیت تأهل	مجرد	۴۵/۱
	متأهل	۵۴/۹
سابقه ورزشی	۵ سال و پایین‌تر	۲۰
	۶-۱۱ سال	۴۴/۶
	۱۲-۱۷ سال	۲۲/۶
	۱۸-۲۳ سال	۱۲/۸

همچنین نتایج نشان داد، از بین سه متغیر تحقیق، متغیر عملکرد ادراک شده، بیشترین میانگین ($3/77 \pm 0/66$) و مسئولیت اجتماعی، کمترین میانگین ($3/27 \pm 0/48$) را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۲- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
عملکرد ادراک شده	۳/۷۷	۰/۶۶
جو اخلاقی	۳/۳۳	۰/۳۵
مسئولیت اجتماعی	۳/۲۷	۰/۴۸

یکی از مواردی که پیش از به‌کارگیری تحلیل مسیر باید در نظر داشت، فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش است؛ زیرا چنانچه توزیع داده‌های پژوهش تفاوت زیاد و معناداری با توزیع نرمال داشته باشد، نتایج تحلیل‌های آماری بی‌اعتبار خواهد بود. برای تعیین نرمال بودن چند متغیره از ضریب مردیا استفاده شد و با توجه به نسبت‌های بحرانی به دست آمده برای هر متغیر (C.I.) $> 2/58$ ، فرض عدم طبیعی بودن توزیع داده‌ها رد شد (قاسمی، ۱۳۸۹). با توجه به نتایج، فرض نرمال بودن چند متغیره تأیید شد. از دیگر مفروضات تحلیل مسیر، عدم وجود هم‌خطی چندگانه بین متغیرهای مستقل است. عامل تورم واریانس^۱ متغیرهای مستقل، کمتر از ۱۰ و پارامتر تحمل^۲ آن‌ها نیز، بیشتر از صفر و نزدیک به ۱ است که نشان از میزان پایین هم‌خطی بین

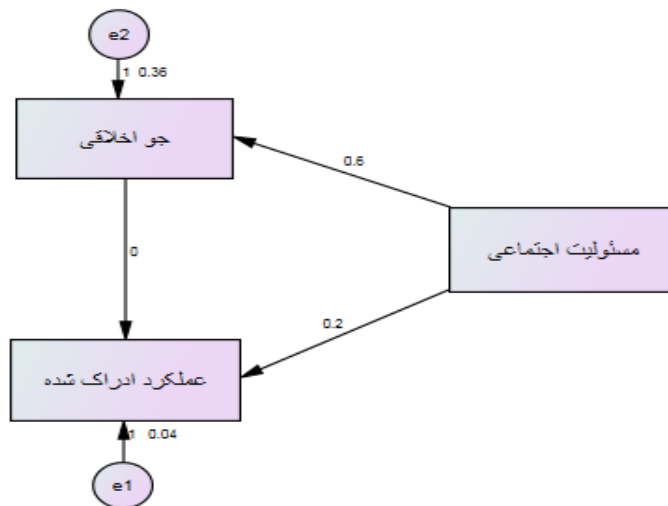
1. Variance inflation factor
2. Tolerance

متغیرهای مستقل دارد. از آنجاکه مبنای تجزیه و تحلیل مدل‌های تحلیل مسیر ماتریس همبستگی است؛ بنابراین ماتریس همبستگی متغیرهای تحقیق در جدول (۳) ارائه شده است. همان‌طور که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود، بین مسئولیت اجتماعی با عملکرد ادراک شده و همچنین بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد، اما بین جو اخلاقی و عملکرد، ارتباط معناداری مشاهده نشد. در این پژوهش، به منظور بررسی اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم و اثرات کل مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی بر عملکرد ادراک شده، از روش تحلیل مسیر استفاده شد.

جدول ۳- ماتریس همبستگی بین متغیرهای تحقیق

متغیر	عملکرد ادراک شده	جو اخلاقی	مسئولیت اجتماعی
عملکرد ادراک شده	۱		
جو اخلاقی	۰/۰۹ (p=۰/۱۸)	۱	
مسئولیت اجتماعی	۰/۲۰ (p=۰/۰۰۶)	۰/۶۰ (p=۰/۰۰۱)	۱

با توجه به شکل (۲)، شاخص‌های نیکویی برازش از قبیل، شاخص χ^2 غیر معنادار با P بزرگ‌تر از (۰/۰۵)، CFI و NFI بزرگ‌تر از (۰/۹۰)، همچنین RMSEA کوچک‌تر از (۰/۰۸)، درجه آزادی (۱) و χ^2/DF (۰/۱۵) نشان از برازش خوب مدل دارند (قاسمی، ۱۳۸۹). به‌طور کلی شاخص‌ها نشان می‌دهند که بین مدل پیشنهادی و مقادیر مشاهده شده، برازش قابل قبول وجود دارد. در جدول (۴)، اثرات مستقیم و غیرمستقیم و همچنین اثرات کل متغیرها گزارش شده است. همان‌طور که در شکل (۲) و جدول (۴) مشاهده می‌شود، مسئولیت اجتماعی تأثیر مستقیم و مثبت بر جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده دارد؛ همچنین در این پژوهش، متغیرها برهم فقط اثر مستقیم دارند؛ بنابراین اثرات کل با اثرات مستقیم برابر شده است. با توجه به ستون مربوط به اثر کل، از بین متغیرهای موجود در مدل، مسئولیت اجتماعی بیشترین اثر را بر جو اخلاقی دارد. با مشاهده مدل تحقیق نیز می‌توان دریافت، به ترتیب ۳۶ درصد و ۴ درصد از واریانس متغیرهای جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده توسط متغیر مسئولیت اجتماعی تبیین شده است.



$$(\chi^2 = 0.15, p = 0.69, RMSEA = 0, NFI = 0.99, CFI = 1)$$

شکل ۲- ضرایب استاندارد تأثیر مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی بر عملکرد ادراک شده

جدول ۴- اثرات مستقیم، غیرمستقیم و اثرات کل متغیرها

اثرات	متغیرها	
	مستقیم	غیرمستقیم
اثر کل	۰/۶۰	۰/۰۰
مسئولیت اجتماعی ← جو اخلاقی	۰/۶۰	۰/۰۰
مسئولیت اجتماعی ← عملکرد ادراک شده	۰/۲۰	۰/۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام تحقیق حاضر، تعیین ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده بازیکنان والیبالی استان خراسان شمالی بود. یافته‌های تحقیق نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد؛ همچنین در مدل تحلیل مسیر ملاحظه شد که مسئولیت اجتماعی بر جو اخلاقی، تأثیر مستقیم و معنادار دارد. امروزه جامعه نسبت به اقدامات مسئولان و متصدیان تیم‌های ورزشی، بسیار حساس‌تر از قبل شده است و به‌ویژه در مقابل فعالیت‌های غیراخلاقی به سرعت و به طرق مختلف واکنش نشان می‌دهد (ابزری و همکاران، ۱۳۸۵). منظور از مسئولیت اجتماعی این است که تیم‌های ورزشی، تأثیر عمده‌ای بر سیستم اجتماعی دارند؛ لذا فعالیت‌های آن‌ها باید به گونه‌ای باشد که در اثر آن زیانی به جامعه نرسد. زمانی که اعضای تیم‌های ورزشی نسبت به جامعه‌ای احساس مسئولیت نمایند که در آن مشغول به فعالیت هستند و به مسائل قانونی و اخلاقی حاکم احترام گذاشته و پایبند باشند، سبب شکل‌گیری یک جو اخلاقی درون تیم خود می‌شوند که حدود و ثغور مشخصی را برای آنها مشخص نموده و به اعمال و رفتارهای آنها جهت می‌دهد. مسئولیت اجتماعی با ورود خود، یک چارچوب حاکمیت اخلاقی را ایجاد می‌کند که بر اساس آن، باشگاه‌ها به فعالیت‌هایی اقدام می‌کنند که وضع جامعه را بهتر کرده، از انجام کارهایی پرهیز می‌کنند که سبب بدتر شدن وضعیت جامعه می‌شود (طوسی، ۱۳۸۱). ایجاد جو اخلاقی در باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی به واسطه مسئولیت اجتماعی منافی نظیر، جذب راحت اسپانسر، خلق جوی سرشار از تفاهم، انسجام و برابری، جلوگیری از محرومیت اعضای تیم، مربیان و تماشاچیان، برای حضور در مکان مسابقات را برای خود تیم‌ها نیز به همراه دارد؛ بنابراین از تیم‌های ورزشی انتظار می‌رود که همچون سایر اعضای جامعه به ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئون اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهند. این یافته با یافته‌های پژوهش (لام، ۲۰۱۲) همخوانی دارد. دیگر نتایج نشان داد، بین جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده، ارتباط مستقیم و معناداری وجود ندارد؛ همچنین در تحلیل مدل ملاحظه شد که جو اخلاقی بر عملکرد ادراک شده تأثیر مستقیم و معناداری را نشان نداد. اخلاق حرفه‌ای، تأثیر چشم‌گیری روی فعالیت‌ها و نتایج باشگاه دارد، بهره‌وری را افزایش می‌دهد، ارتباط‌ها را بهبود می‌بخشد و درجه ریسک را کاهش می‌دهد؛ زیرا هنگامی که اخلاق حرفه‌ای در یک تیم حاکم است، جریان داده‌ها به‌آسانی تسهیل شده، مدیر قبل از ایجاد حادثه از آن آگاه می‌شود (قراملکی، ۱۳۸۲). تحقیقات متعددی به رابطه مثبت و معنادار جو اخلاقی با عملکرد ورزشی اشاره کرده‌اند؛ اما یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش (مولر و همکاران، ۲۰۰۵) و (حاذقی و نادری، ۱۳۹۰) همخوانی ندارد. شاید بتوان علت آن را در استفاده از نحوه اندازه‌گیری متغیر عملکرد دانست. در تحقیق حاضر، از پرسشنامه برای اندازه‌گیری عملکرد ادراک شده استفاده شده و عملکرد واقعی تیم‌ها لحاظ نشده است. همچنین مطالعات گذشته، روی کارکنان سازمان‌ها و مشاغل صورت گرفته، در صورتی که یافته‌های این پژوهش با مطالعه روی تیم‌های ورزشی به‌دست آمده است.

از دیگر یافته‌های این پژوهش، می‌توان به وجود رابطه ضعیف، مثبت و معنادار بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده اشاره کرد. همچنین در تحلیل مدل ملاحظه شد که مسئولیت اجتماعی بر عملکرد ادراک شده، تأثیر مستقیم و معنادار دارد. لازمه موفقیت یک تیم، عملکرد مناسب آن است. در این پژوهش مسئولیت اجتماعی، به‌عنوان یکی از عوامل اثرگذار بر عملکرد

ورزشی شناخته شده است. در واقع تیم‌های ورزشی در عصر اطلاعات و جهانی‌سازی برای دستیابی به موفقیت، باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی، واکنش مناسب نشان دهند و به بهترین شکل این‌گونه انتظارات را با اهداف باشگاه تلفیق کنند تا دستیابی به اهداف بالاتر و والاتری را امکان‌پذیر سازند. از مسئولیت‌هایی که بر دوش اعضای تیم قرار دارد، تلاش و تمرین مستمر جهت کسب نتیجه مطلوب و شاد کردن طرفداران تیم است. وقتی نسبت به جامعه‌ای احساس مسئولیت نمایند که در آن فعالیت می‌کنند، از تمام توان خود استفاده نموده تا با کسب نتیجه مناسب، باعث ایجاد غرور و افتخار در آنها گردند. اعضای تیم با رعایت اخلاق و مسئولیت اجتماعی از راه افزایش مشروعیت اقدامات باشگاه، استفاده از مزایای ناشی از افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، موفقیت تیم‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (رحمانسرشت و همکاران، ۱۳۸۸). این نتیجه با یافته‌های پژوهش (رسول‌زاده و همکاران، ۲۰۱۰) همخوانی دارد؛ همچنین نتایج نشان داد که تأثیر غیرمستقیم متغیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد ادراک‌شده از نظر آماری معنادار نبود. با وجود اینکه متغیر مسئولیت اجتماعی می‌تواند بر جو اخلاقی تأثیر بگذارد و در باشگاه منافع زیادی برای تیم‌ها از بعد اخلاقی، از جنبه‌های بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر افراد و کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل به همراه داشته باشد؛ اما به واسطه جو اخلاقی، نتوانسته است بر عملکرد ادراک‌شده تیم‌ها تأثیر بگذارد.

همچنین نتایج این تحقیق نشان داد که: به ترتیب ۳۶ درصد و ۴ درصد از واریانس متغیرهای جو اخلاقی و عملکرد ادراک‌شده توسط متغیرهای برون‌زا تبیین شده است و مابقی آن توسط متغیرهایی خارج از محدوده این تحقیق قابل تبیین است که پیشنهاد می‌شود، محققان در تحقیقات آتی آن‌ها را مورد بررسی قرار دهند. با توجه به اینکه ملاک سازمان‌ها و افراد بالادستی جهت ارزیابی باشگاه‌ها، عملکرد تیم‌ها است و از آنجایی که یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد، مسئولیت اجتماعی عاملی تأثیرگذار بر عملکرد تیم‌ها است، به سازمان‌ها و ادارات ذی‌ربط (ادارات ورزش و جوانان و باشگاه‌های ورزشی) پیشنهاد می‌شود، جهت بهبود موفقیت تیم‌ها به دنبال راه‌هایی برای تقویت و نهادینه کردن مسئولیت اجتماعی از جمله، ایجاد ارزش‌های مشترک، تسهیم اطلاعات و ارائه الگوهای رفتاری از سوی مربیان و سرپرستان باشند. همچنین با توجه به اینکه بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی ارتباط معناداری وجود دارد و همچنین نظر به اینکه مباحث اخلاقی از جمله مباحثی هستند که اهمیت دادن و رعایت آن فوایدی انکارناپذیر برای باشگاه‌ها دارد، به مربیان، مدیران و مسئولان تیم‌های ورزشی پیشنهاد می‌شود، برای ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی که سه بعد اصلی آن، اقتصادی، اجتماعی و محیط زیست است و بهبود آن اثرات ارزشمندی بر جو اخلاقی و عملکرد تیم‌ها دارد، اقدامات ذیل را انجام دهند: در بعد اقتصادی، شفافیت عملکرد مالی، کاهش هزینه‌ها، بالا بردن کیفیت خدمات و در بعد منافع جامعه و مردم، مشارکت در امور عام‌المنفعه، ارائه طرح‌های داوطلبانه برای ورزشکاران و کادر فنی، مشارکت همگانی در فعالیت‌های ایجاد اشتغال و برنامه‌های کمک به نیازمندان و نیز در زمینه ملاحظات زیست محیطی، کمک به روند بازیافت مواد کارکرده، استفاده بیشتر از منابع تجدید پذیر و به کارگیری ابزارهای مدیریت زیست محیطی و ایفای نقش الگو برای آموزش و ترویج حفاظت از محیط زیست. همچنین پیشنهاد می‌شود، تهیه منشور اخلاقی با ضمانت اجرایی برای باشگاه‌ها تدوین و تصویب شود.

منابع

- حاذقی، فاطمه و نادى، محمدعلی. (۱۳۹۰). الگویی معادله ساختاری روابط بین جو اخلاقی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی با نیت ترک خدمت در بین کارکنان بیمارستان‌های خصوصی شهر شیراز، مدیریت اطلاعات سلامت، ۸(۵): ۶۹۹-۷۰۸.
- رحمان‌سرشت، حسین؛ رفیعی، محمود؛ و کوشا، مرتضی. (۱۳۸۸). مسئولیت اجتماعی، اخلاقیات فرا سازمانی، ماهنامه تدبیر، ۲۲، ۲۰۴(۱۹).

- شعبانی بهار، غلامرضا؛ یعقوبی، ابوالقاسم و فاروقی، حسین. (۱۳۸۹). تعیین ارتباط هوش هیجانی و عملکرد ورزشی ورزشکاران استان همدان. پژوهش در علوم ورزشی، ۲۸، ۸۱-۹۲.
- شیرازی، علی و احمدی زهرانی، مریم. (۱۳۹۳). رابطه جو اخلاقی سازمان با اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی دبیران دوره متوسطه. فصلنامه علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۴(۲۰)، ۴۱-۶۴.
- طالبی، ناهید و عبداللهی، فاطمه. (۱۳۹۱). ارتباط بین رفتار رهبری مربی، انسجام گروهی و عملکرد تیم‌های والیبال لیگ برتر زنان ایران. نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۶، ۶۳-۷۸.
- طوسی، محمد علی. (۱۳۸۱). فرهنگ سازمانی. چاپ سوم، تهران، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- قاسمی، وحید. (۱۳۸۹). مدل‌سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد Amos Graphics. چاپ اول، تهران، انتشارات جامعه شناسان.
- قراملکی، فرامرز. (۱۳۸۲). اخلاق حرفه‌ای. چاپ اول، قم، انتشارات مجنون.
- ناصری، علی. (۱۳۹۳). ارتباط مسئولیت اجتماعی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال با ارزش ادراک شده و رفتار خرید تماشاگران آنان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
- یزدان‌شناس، مهدی و ابزری، مهدی. (۱۳۸۵). مسئولیت اجتماعی و اخلاق کار در مدیریت کیفیت نوین. فرهنگ مدیریت، ۱۱، ۴۲-۵.
- Bohnstedt, K., & Müller, N. (2005). The implementation of ethical and social standards in youth high-performance sport on the basis of Olympic ideals, *The Sport Journal*, 8(1): 32.
- Akansel, B., Ates, E., Tapan, P., & Özden, Y. (2010). Implementation of CSR at European Football Clubs, FIFA/CIES Programme in Sport Management, Bahçeşehir University, İstanbul.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance, *Academy of Management Review*, 4(4): 497-505.
- Glenn, S. D. (2003). Filling the leadership void: The impact of peer and coach leaders on team dynamics and performance, unpublished doctoral dissertation, University of Idaho, Moscow.
- Cullen, J. B., Victor, B., & Bronson, J. W. (1993). The ethical climate questionnaire: An assessment of its development and validity, *Psychological reports*, 73(2): 667-674.
- Chelladurai, P. (1980). Leadership in Sport Organizations, *Canadian Journal of Applied Sport Sciences*, 5(4): 226-231.
- Sheth, H. (2006). Beyond the game: corporate social responsibility in the sports industry, unpublished doctoral dissertation, University of North Carolina.
- Jaramillo, F., Mulki, J. P., & Soloman, P. (2006). The role of ethical climate on salesperson's role stress, job attitudes, turnover intention, and job performance, *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 26(3): 271-282.
- LAM, M. (2012). Ethical climate, the perceived importance of ethics and social responsibility and earnings management, Master's thesis, Lingnan University, Hong Kong.
- Lewis, P., Goodman, S., Fandt, P., & Michlitsch, J. (2004). Management: challenges for tomorrow's leaders, 4th ed, Florence (KY): Cengage Learning.
- Rasoulzadeh, H., Hosseinipour, S. J., Yusof, N. A. M., Soltani, M., & Hashemi, S. (2013). Effect of Dimensions of Corporate Social Responsibility on Organization Performance, *International Journal of Innovative Ideas*, 13(2): 37-47.
- Russell, J. S. (2014). Competitive sport, moral development and peace. *The Bloomsbury Companion to the Philosophy of Sport*, 228-244.
- Victor, B. & Cullen, J. B. (1987). A theory and measure of ethical climate in organizations, *Research in corporate social performance and policy*, 9(1): 51-71.

Weiss, M. R., Smith, A. L. & Stuntz, C. P. (2008). Moral development in sport and physical activity: Theory, research, and intervention, In T.S. Horn (Ed.), *Advances in sport psychology*, 3rd ed, Champaign, IL: Human Kinetics. pp187-210.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

محمدی، معصومه؛ بحر العلوم، حسن و حسینی نیا، سید رضا. (۱۳۹۵). ارتباط مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده (مطالعه موردی: بازیکنان والیبال استان خراسان شمالی). نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش، ۳(۲)، ۱۶۵-۱۷۴.

Archive of SID



Relationship of Social Responsibility and Ethical Climate with Perceived Sport Performance (A case study: Volleyball Players of North Khorasan)

Masoume Mohammadi¹, Hassan Bahrololoum², Seyed Reza Hosseini Nia³

1- MA Student in Sport Management, Shahrood University of Technology

2- Associate Professor in Sport Management, Shahrood University of Technology

3- Assistant Professor in Sport Management, Shahrood University of Technology

Received: 7 March 2016

Accepted: 28 August 2016

Abstract

Objective: The aim of this study was to investigate the relationship between social responsibility and ethical climate with perceived sport performance of volleyball players.

Methodology: The research method used was descriptive and correlational. The population sample of this research work was the volleyball players of the North Khorasan province who attended the club matches in 2014-2015 (N = 216), and all the players were selected as the sample. The data was collected with three questionnaires including social responsibility adjusted (Carroll, 1979) with 19 items and 5 dimensions, ethical climate (Victor & Cullen, 1987) with 26 items and 6 dimensions, and perceived team performance (Glenn, 2003) with 6 items in a range of 5-point Likert (1= very low, 5= very much). To analyze the data, the Pearson's correlation and Path analysis were used.

Results: The results obtained showed that social responsibility had a significant and direct effect on the ethical climate and perceived performance but it did not have a significant and direct effect on the ethical climate and an indirect effect on the perceived performance.

Conclusion: Managers and coaches can affect the ethical climate and perceived performance positively through taking social responsibility promoting policies.

Keywords: Social responsibility, Ethical climate, Perceived performance, Volleyball players.

To cite this article:

Mohammadi, M., Bahrololoum, H., & Hosseini Nia, S. R. (2016). Relationship of Social Responsibility and Ethical Climate with Perceived Sport Performance (A case study: Volleyball Players of North Khorasan). *Journal of Human Resource Management in Sport*, 3(2), 165-174.