





دانشکده تربیت بدنی

گروه مدیریت ورزشی

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

دانشجو: معصومه محمدی

استاد راهنما:

دکتر حسن بحر العلوم

استاد مشاور

دکتر سیدرضا حسینی نیا

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

شهریور ۱۳۹۴

تقدیم بہ

ہمہ عزیزانم، خانواده ام، پدرم

و

مادر عزیزتر از جانم کہ حرمہ دارم پس از

خدا از آن اوست.

پاس خدای را که هر چه دارم از او ست به امید آنکه توفیق یابم جز خدمت به خلق او نکوشم.

استاد ارجمند جناب آقای دکتر بحر العلوم به پاس نعمت توفیق و ادای وظیفه بر خود لازم می دانم که صمیمانه ترین

قدردانی های خویش را نشر شایانم که دلسوزانه مجموعه علم و دانش خویش را در اختیار من گذاشتید و در تهیه این پایان

نامه اگر موفقتی حاصل گشت قسمت اعظم آن مدیون راهنمایی های بی شائبه شما بوده است.

و همچنین از استاد محترم، جناب آقای دکتر حسینی نیا که مشاوره این پایان نامه را قبل کردن و بار راهنمایی های

دلسوزانه خود این جانب را در تکمیل این تحقیق یاری کردند، تشکر می کنم.

تعهد نامه

اینجانب **معصومه محمدی** دانشجوی دوره کارشناسی ارشد **مدیریت ورزشی** دانشکده تربیت بدنی دانشگاه شاهرود نویسنده پایان نامه **ارتباط مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده (مطالعه موردی: بازیکنان والیبال استان خراسان شمالی)** تحت راهنمایی دکتر **حسن بحر العلوم** متعهد می‌شوم:

- تحقیقات در این پایان نامه توسط اینجانب انجام شده است و از صحت و اصالت برخوردار است.
- در استفاده از نتایج پژوهش‌های محققان دیگر به مرجع مورد استفاده استناد شده است.
- مطالب مندرج در پایان نامه تاکنون توسط خود یا فرد دیگری برای دریافت هیچ نوع مدرک یا امتیازی در هیچ جا ارائه نشده است.
- کلیه حقوق معنوی این اثر متعلق به دانشگاه شاهرود می‌باشد و مقالات مستخرج با نام «دانشگاه شاهرود» و یا «Shahrood University» به چاپ خواهد رسید.
- حقوق معنوی تمام افرادی که در به دست آمدن نتایج اصلی پایان نامه تأثیرگذار بوده‌اند در مقالات مستخرج از پایان نامه رعایت می‌گردد.
- در کلیه مراحل انجام این پایان نامه، در مواردی که از موجود زنده (بافتهای آن‌ها) استفاده شده است ضوابط و اصول اخلاقی رعایت شده است.
- در کلیه مراحل انجام این پایان نامه، در مواردی که به حوزه اطلاعات شخصی افراد دسترسی یافته یا استفاده شده است اصل رازداری، ضوابط و اصول اخلاق انسانی رعایت شده است.

تاریخ

امضای دانشجو

مالکیت نتایج و حق نشر

- کلیه حقوق معنوی این اثر و محصولات آن (مقالات مستخرج، کتاب، برنامه‌های رایانه‌ای، نرم افزارها و تجهیزات ساخته شده است) متعلق به دانشگاه شاهرود می‌باشد. این مطلب باید به نحو مقتضی در تولیدات علمی مربوطه ذکر شود.

چکیده

باشگاه‌های ورزشی برای انجام وظایف با بیشترین کارایی و اثربخشی و در نتیجه تحقق اهداف و مأموریت‌ها علاوه بر رعایت قواعد باشگاه نیاز به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی دارند که آن‌ها را در این امر یاری کرده و با ایجاد هماهنگی حرکت آن‌ها را به سمت وضعیت مطلوب تسهیل سازد. رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت اجتماعی از راه افزایش مشروعیت اقدامات باشگاه، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی موفقیت باشگاه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هدف از انجام این پژوهش تعیین ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده بود. این پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی بوده و به روش میدانی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را بازیکنان والیبال استان خراسان شمالی تشکیل دادند که در مسابقات باشگاهی سال ۹۴-۹۳ حضور داشتند ($N=216$). در این تحقیق از روش نمونه‌گیری کل شمار استفاده شده و کل جامعه آماری در قالب ۱۸ تیم به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها پس از تعیین روایی و پایایی از پرسشنامه تعدیل شده مسئولیت اجتماعی کارول (۱۹۸۹)، پرسشنامه جو اخلاقی ویکتور و کالن (۱۹۸۸) و پرسشنامه عملکرد ادراک شده تیمی گلن (۲۰۰۳)، استفاده شد. پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۶۹ و ۰/۸۳ محاسبه شد. برای آزمون فرضیه‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج نشان داد: بین متغیرهای مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی و همچنین بین متغیرهای مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد؛ اما بین متغیر جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده ارتباط مستقیم و معنا داری وجود ندارد. همچنین بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ورزشی ارتباط غیرمستقیم و معناداری وجود ندارد. در نهایت کلیه شاخص‌های برازش مدل نشان دهنده برازش مطلوب مدل بودند.

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

لیست مقالات مستخرج از پایان نامه:

✓ ارتباط مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده در بازیکنان والیبال استان خراسان

شمالی

فهرست مطالب

فصل اول

۱-۱- مقدمه	۲
۲-۱- بیان مسئله	۳
۳-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق	۶
۴-۱- اهداف تحقیق	۸
۱-۴-۱- هدف کلی	۸
۲-۴-۱- اهداف اختصاصی	۹
۵-۱- فرضیه‌های تحقیق	۹
۶-۱- پیش فرض‌ها	۱۰
۷-۱- محدودیت‌ها	۱۰
۱-۷-۱- محدودیت‌های قابل کنترل	۱۰
۲-۷-۱- محدودیت‌های غیرقابل کنترل	۱۰
۸-۱- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات تحقیق	۱۱
۱-۸-۱- تعاریف مفهومی	۱۱
۲-۸-۱- تعاریف عملیاتی	۱۱

فصل دوم

۱-۲- مقدمه	۱۴
۲-۲- مبانی نظری	۱۴
۱-۲-۲- عملکرد ادراک شده	۱۴
۱-۲-۲-۱- نظریه فاجعه	۱۵
۲-۲-۲- جو اخلاقی	۱۷
۱-۲-۲-۲- قانون جاویدان	۱۸
۲-۲-۲-۲- منفعت گرایی یا تئوری فرجام گرایی	۱۸
۳-۲-۲-۲- تئوری آغاز گرایی	۱۸

۱۸.....	۴-۲-۲-۲- تئوری عدالت توزیعی
۱۹.....	۵-۲-۲-۲- دیدگاه آزادی فردی
۱۹.....	۶-۲-۲-۲- دیدگاه ویکتور و کالن
۲۵.....	۳-۲-۲- مسئولیت اجتماعی
۲۷.....	۱-۳-۲-۲- مسئولیت اجتماعی از دیدگاه فریدمن
۳۰.....	۳-۲- والیبال
۳۲.....	۴-۲- پیشینه تحقیق
۳۲.....	۱-۴-۲- تحقیقات داخلی
۳۴.....	۲-۴-۲- تحقیقات خارجی
۳۶.....	۵-۲- مدل نظری پژوهش
۳۷.....	۶-۲- جمع بندی

فصل سوم

۴۰.....	۱-۳- مقدمه
۴۰.....	۲-۳- روش تحقیق
۴۰.....	۳-۳- جامعه آماری
۴۰.....	۱-۳-۳- نمونه و روش نمونه گیری
۴۱.....	۴-۳- ابزار تحقیق
۴۱.....	۱-۴-۳- پرسشنامه ویژگی‌های جمعیت شناختی
۴۱.....	۲-۴-۳- پرسشنامه عملکرد ورزشی
۴۱.....	۳-۴-۳- پرسشنامه جو اخلاقی
۴۲.....	۴-۴-۳- پرسشنامه مسئولیت اجتماعی
۴۳.....	۵-۳- روایی ابزار تحقیق
۴۳.....	۶-۳- پایایی ابزار تحقیق
۴۳.....	۷-۳- روش اجرای تحقیق
۴۴.....	۸-۳- روش‌های آماری تحقیق
۴۴.....	۱-۸-۳- آمار توصیفی

۴۴.....۳-۸-۲-آمار استنباطی.....

فصل چهارم

۴۶.....۱-۴-مقدمه.....

۴۶.....۲-۴-توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌ها.....

۴۷.....۳-۴-آمار توصیفی متغیرهای تحقیق.....

۴۷.....۱-۳-۴-عملکرد ادراک شده.....

۴۸.....۲-۳-۴-جو اخلاقی.....

۴۸.....۳-۳-۴-مسئولیت اجتماعی.....

۴۹.....۴-۴-آمار استنباطی.....

۴۹.....۱-۴-۴-فرض نرمال بودن تک متغیره و چند متغیره داده‌ها.....

۵۰.....۲-۴-۴-بررسی هم خطی چندگانه متغیرهای تحقیق.....

۵۱.....۳-۴-۴-ماتریس همبستگی متغیرهای تحقیق.....

۵۲.....۴-۴-۴-تحلیل مسیر.....

۵۴.....۵-۴-۴-ضرایب استاندارد اثرات مستقیم و غیرمستقیم و اثرات کل متغیرها.....

۵۵.....۶-۴-۴-شاخص‌های برازندگی مدل تحقیق.....

۵۶.....۵-۴-آزمون فرضیات.....

۵۶.....۱-۵-۴-فرضیه اول.....

۵۷.....۲-۵-۴-فرضیه دوم.....

۵۷.....۳-۵-۴-فرضیه سوم.....

۵۷.....۴-۵-۴-فرضیه چهارم.....

فصل پنجم

۶۰.....۱-۵-مقدمه.....

۶۰.....۲-۵-خلاصه تحقیق.....

۶۳.....۳-۵-بحث و نتیجه گیری.....

۶۷.....۴-۵-پیشنهادهای تحقیق.....

۶۷.....۱-۴-۵-پیشنهادهای کاربردی.....

۶۷.....	۵-۴-۲-پیشنهادهات پژوهشی
۶۹.....	منابع و مراجع
۷۷.....	پیوست‌ها

فهرست جداول

۴۲.....	جدول (۳-۱)، ابعاد پرسشنامه جو اخلاقی
۴۲.....	جدول (۳-۲)، ابعاد پرسشنامه مسئولیت اجتماعی
۴۷.....	جدول (۴-۱)، ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌های تحقیق
۴۸.....	جدول (۴-۲)، آمار توصیفی مربوط به متغیر عملکرد ورزشی
۴۸.....	جدول (۴-۳)، آمار توصیفی مربوط به متغیر جو اخلاقی
۴۸.....	جدول (۴-۴)، آمار توصیفی مربوط به متغیر مسئولیت اجتماعی
۴۹.....	جدول (۴-۵)، نتایج آزمون حد مرکزی جهت نرمال بودن تک متغیره و چند متغیره داده‌ها
۵۰.....	جدول (۴-۶)، شاخص‌های همخطی چندگانه در متغیرهای پیش‌بینی کننده عملکرد ادراک شده
۵۱.....	جدول (۴-۷)، ماتریس همبستگی متغیرهای تحقیق
۵۵.....	جدول (۴-۸)، ضرایب استاندارد اثرات مستقیم، اثرات غیر مستقیم و اثرات کل متغیرهای تحقیق
۵۶.....	جدول (۴-۹)، شاخص‌های نیکویی برازش مدل تحقیق

فهرست اشکال

۳۷.....	شکل (۲-۱)، مدل مفهومی تحقیق
۵۲.....	شکل (۴-۱)، مدل اولیه تحلیل مسیر
۵۴.....	شکل (۴-۲)، مدل اصلاح شده پس از حذف مسیر جو اخلاقی ← عملکرد ادراک شده

فصل اول

طرح تحقیق

تغییر و تحولات جهانی مقوله‌های زندگی معاصر، تربیت بدنی و ورزش را از ضروریاتی ساخته که دوری از آن اجتناب ناپذیر به نظر می‌رسد. تربیت بدنی به‌عنوان فرآیندی آموزشی- تربیتی شامل کسب و پردازش مهارت‌های حرکتی، توسعه و نگهداری آمادگی جسمانی برای تندرستی و سلامت، کسب دانش علمی درباره فعالیت‌های جسمانی و تمرین و توسعه تصور و ذهنیت مثبت از فعالیت‌های جسمانی به‌عنوان وسیله‌ای برای بهبود اجرا و عملکرد انسان است که نقش مؤثر در رشد تعالی افراد دارد (فتیحی، ۱۳۸۸). عملکرد^۱ ورزشکاران یکی از اصلی‌ترین محورهای مطرح شده در ورزش است. به‌ویژه در سطوح قهرمانی اثر آن بر حالات روانی و مهارت‌های حرکتی ورزشکاران مهم است (صنعت کاران، ۱۳۷۶).

از جمله متغیرهایی که در این تحقیق به‌عنوان عوامل تأثیرگذار بر عملکرد ورزشی بررسی خواهند شد جو اخلاقی و مسئولیت اجتماعی است. ورزش در طول تاریخ بر پایه‌ی شالوده‌هایی از ارزش‌های اجتماعی بنا شده است. شکی نیست که بنیاد اخلاقی ورزش از مهم‌ترین بنیادها و تکیه‌گاه‌های اخلاقی است که ورزش در تقویت روند خود بر آن‌ها تکیه کرده است. ارزش‌های اخلاقی در دنیا به‌قدری اهمیت دارند که در بازی‌های المپیک، یعنی بالاترین سطح و چارچوب رقابت ورزشی در سطح جهانی، اخلاق، بازی جوانمردانه، روحیه‌ی ورزشی، برادری و تعالی و سربلندی چارچوب‌های ارزشی هستند که خطوط کلی اندیشه‌ی المپیک را شکل می‌دهند (خوشخوی، ۱۳۹۱). تب و تاب هواداران، رسانه‌ها، قراردادهای مالی سنگین، شکست‌ها و پیروزی‌ها، ورزشکاران و مربیان حرفه‌ای را تحت فشارهای روحی خاصی قرار می‌دهد و نگرش صرفاً برد را در آنان تقویت می‌کند. در چنین فضایی مربیان و ورزشکاران با تضادهای زیادی روبه‌رو هستند که گاهی حفظ اصول اخلاقی و پایبندی به ارزش‌های انسانی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد (لامپکین^۲ و همکاران، ۲۰۱۱). بیشتر محبوبیت روزافزون

^۱ performanc

^۲ Lumpkin

ورزش مبتنی بر رقابتی است که بین تیم‌های رده بالا به نمایش درمی آید و حتی رشد و توسعه بسیاری از سازمان‌های ورزشی و صنعت ورزش نیز تا حد زیادی به عملکرد تیم‌های ورزشی متکی است (جانگ^۱، ۲۰۰۴)؛ اما باید این مهم دوباره مورد توجه قرار گیرد که نگرش برد به هر قیمت علاوه بر آنکه جنبه‌های اخلاقی در ورزش را تحت تأثیر قرار می‌دهد (استول^۲، ۲۰۰۰)، تنها راه حل کوتاه مدت برای رسیدن به موفقیت است و با ضعیف کردن جنبه‌های اخلاقی و شخصیتی در ورزش در دراز مدت عامل شکست مربیان و ورزشکاران خواهد بود (آزاد فدا و همکاران، ۱۳۹۱).

امروزه به دلیل رشد و توسعه مراکز ورزشی و افزایش نقش آن‌ها در اجتماع پیامدهای اجتماعی فعالیت‌های این مراکز و تأثیرات آن‌ها بر ذینفعان مختلف اهمیتی روز افزون یافته است؛ به گونه‌ای که عملکرد اخلاقی و اجتماعی تیم‌ها بر عملکرد کلی باشگاه تأثیرات بزرگی دارد. از طرفی جامعه نیز نسبت به این اقدامات بسیار حساس‌تر از قبل شده است و به‌ویژه در مقابل فعالیت‌های غیراخلاقی به سرعت و به طرق مختلف واکنش نشان می‌دهد. بر همین اساس توجه به معیارهای اخلاقی و اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (ابزری و همکاران، ۱۳۸۵).

این تحقیق بر آن است با مشخص نمودن ارتباط مسئولیت اجتماعی^۳ و جو اخلاقی^۴ با عملکرد ورزشی ادراک شده^۵ گام مهمی را در بهبود عملکرد تیم‌ها و بازیکنان بردارد.

۱-۲- بیان مسئله

باشگاه‌ها یا تیم‌های ورزشی سازمان‌هایی هستند که ورزشکاران کارکنان آن‌ها می‌باشند. در این سازمان همه مدیران، سرپرستان و مربیان و سایر متصدیان باید با شناخت نیازها و انگیزه‌های

¹ zhang

² Stoll

³ socioal responsibility

⁴ Ethical climate

⁵ perceived sport performance

ورزشکاران در جهت رضایتمندی آن‌ها گام بردارند (ریمر و همکاران^۱، ۱۹۸۸) و از این طریق به بهبود عملکرد آن‌ها کمک کنند. شرکت کنندگان در یک مسابقه ورزشی از نظر استعداد، تمرین، انگیزش و ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی با یکدیگر متفاوت هستند؛ اما در این میان به نظر می‌رسد که عملکرد ورزشی نقش تعیین کننده‌ای در کسب نتیجه داشته باشد (ابوالقاسمی و همکاران، ۱۳۸۵). تفاوت زیادی بین عملکرد در تمرین و عملکرد در مسابقه وجود دارد که نشان می‌دهد ورزشکار موقعیت سختی را برای رسیدن به سطح مناسب انگیزتگی دارد و یا بیش از اندازه انگیزته شده است (سرداری پور و همکاران، ۱۳۸۸). از میان عوامل دخیل در کسب موفقیت حرفه‌ای، توجه به جو اخلاقی حاکم در میان ورزشکاران ضروری است (شعبانی بهار و همکاران، ۱۳۸۹). اخلاق مجموعه‌ای از اصول و استانداردهایی از رفتار انسان است که حاکم بر رفتار افراد و گروه‌ها می‌باشد. همان‌گونه که افراد در تأثیر متقابل با جامعه‌ای هستند که در آن زندگی می‌کنند، ورزشکاران نیز در تأثیر متقابل با اشخاص مثل مربیان و هم تیمی‌ها هستند که ارزش‌ها، باورها و رفتارهایشان وابسته به نگرش‌ها و تصمیمات و اعمال آن‌هاست که می‌تواند یک زمینه کلی را برای اعمال اخلاقی تیم فراهم سازد (راسل^۲، ۲۰۰۷). در ورزش، جو اخلاقی اشاره به ویژگی‌های محیط‌های ورزشی دارد که می‌تواند نقش مهمی را در عملکرد اخلاقی شرکت کنندگان بازی کند (ویس و اسمیت^۳، ۲۰۰۲). هر اندازه این محیط‌ها دارای جوی دوستانه و به دور از هرگونه عوامل غیراخلاقی باشد می‌تواند بر موفقیت تیم‌ها تأثیرگذار باشد. بالعکس بی‌توجهی به این مسائل می‌تواند معضلات جدی برای باشگاه و تیم به وجود آورد. از جمله افزایش مسائلی مانند دوپینگ، تبانی در مسابقات، بردگرایی به هر قیمت و... که این مسائل نیز رضایت هواداران از تیم مربوطه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. گرچه حاکمیت اخلاق کار منافع زیادی برای تیم‌ها از بعد داخلی، از جنبه‌های بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت پذیری بیشتر افراد دارد؛ اما از دیدگاه مسئولیت اجتماعی نیز از راه افزایش

¹ Riemer

² Russell

³ Weiss & Smith

مشروعیت باشگاه و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذی‌نفعان، افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی و... موفقیت تیم را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مسئولیت اجتماعی مبحثی نوین در کسب و کار امروزی است که اخیراً وارد حوزه‌ی مدیریت ورزشی شده است و به دلیل گستردگی و پیچیدگی مفهوم آن برداشت‌های گوناگون و متفاوتی از آن وجود دارد (بورثاک^۱، ۲۰۱۰). از نظر اجتماعی مسئول بودن، یعنی افراد و سازمان‌ها باید با اخلاق و حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی فرهنگی و محیطی رفتار کنند. 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 خاصی داشته باشند. در واقع مسئولیت پذیر بودن افراد نه تنها باعث پیشرفت خود تیم خواهد شد؛ بلکه در جامعه نیز اثرات مثبتی را می‌گذارد (دالسی^۲ و همکاران، ۲۰۰۶). 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 می‌گردد. بی‌توجهی به این گونه مسائل تصویر مناسبی از باشگاه را به هواداران منعکس نمی‌کند و در نتیجه روی موفقیت تیم‌ها تأثیر منفی می‌گذارد. مدل مسئولیت اجتماعی کارول^۳ (۱۹۷۹)، از جمله مدل‌هایی است که به بررسی عوامل مختلف مسئولیت اجتماعی پرداخته است. بر اساس این مدل از آنجایی که تیم‌ها خودشان را به‌عنوان رهبرانی در جامعه احساس می‌کنند به انجام مسئولیت‌های اجتماعی به‌ویژه انجام مسئولیت‌های اخلاقی^۴، بشر دوستانه^۵ و قانونی^۶ موظف‌اند. در نتیجه این مدل، مسئولیت اجتماعی فوایدی هم برای تیم‌ها و هم برای جامعه در پی دارد. در این پژوهش سعی شده با بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد در تیم‌های ورزشی پاسخگوی سؤالات زیر باشیم:

¹ Burcak

² Dulcie

³ Carroll

⁴ Ethical responsibility

⁵ Philanthropic

⁶ Legal

۱. آیا بین مسئولیت اجتماعی با جو اخلاقی در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی ارتباط

مستقیم و معناداری وجود دارد؟

۲. آیا بین جو اخلاقی با عملکرد ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی ارتباط

مستقیم و معناداری وجود دارد؟

۳. آیا بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی

ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد؟

۴. آیا بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی

ارتباط غیرمستقیم و معناداری وجود دارد؟

۱-۳- ضرورت و اهمیت تحقیق

ورزش پدیده‌ای فرهنگی - اجتماعی است که پیوندی قوی با مجموعه نهادها و ساختارهای اجتماعی دارد. بدین معنا که دستاوردهای ورزش و فعالیت‌های آن به‌طور کلی یک شاخص عمومی است که از یک سو می‌توان از طریق آن درباره سطح پیشرفت اجتماعی و فرهنگی یک جامعه داوری کرد و از طرف دیگر پیشرفت و ترقی ورزش نیز به داده‌ها و عوامل اجتماعی حاکم بر جامعه وابسته است. یکی از کارکردهای مهم اجتماعی ورزش کمک به ایجاد خودپنداری مثبت در افراد است که می‌تواند نقش اساسی در کاهش تضادهای درونی فرد بازی کند و پیش بینی و انتظارات فرد را از رفتار پذیرفته شده‌ای که می‌بایست در هنگام تعاملش با گروه از او سر زند تقویت کند و بدین ترتیب خودپذیری فرد با پذیرش او در درون گروه یا تیم پیوند می‌خورد. به‌طور کلی فعالیت ورزشی جو تربیتی و فضای پذیرفته‌ای برای تحقق بخشیدن به اعتبار اجتماعی که یکی از اساسی‌ترین نیازهای انسان در طول زندگی است فراهم می‌نماید. از این رو بازیکنی که گرایش‌های پذیرفته شده‌ای همچون افتخار و وفاداری نسبت به تیم یا باشگاه خود کسب می‌کند، می‌کوشد تا از طریق بهینه کردن نقش اجتماعی خود موقعیت و اعتبار خویش را بهبود بخشد و این به‌نوبه خود، هم بازی‌های او را به ایفای نقش‌های

همانند وامی دارد و این امر نیز باعث تقویت و انسجام و وحدت تیم می‌شود (خوشخوی، ۱۳۹۱). امروزه عملکرد افراد در زمینه‌ی ورزش و فعالیت‌های جسمانی، مقوله‌ای مهم و مورد توجه متصدیان تعلیم و تربیت است. تیم‌های ورزشی برای ماندن در صحنه رقابت باید عملکرد بالایی داشته باشند. از این رو شناسایی عوامل مؤثر بر عملکرد می‌تواند نتایج سودمندی داشته باشد. مؤلفه‌های مهمی در روانشناسی ورزش وجود دارد که با عملکرد ورزشکاران در ارتباط هستند (ابوالقاسمی، و همکاران ۱۳۸۵). روانشناسان ورزشی معتقدند متغیرهای روان شناختی ورزشکاران نقشی کلیدی در عملکرد فردی و تیمی ایفا می‌کنند. با این حال متغیرهای گروهی را نیز در عملکرد و موفقیت تیمی نمی‌توان نادیده گرفت؛ زیرا در رشته‌های تیمی نظیر والیبال سطح عملکرد تیمی از وضعیت تعاملات و روابط بازیکنان تأثیر می‌پذیرد (طالبی و عبداللهی، ۱۳۹۱). از میان عوامل دخیل در کسب موفقیت حرفه‌ای، توجه به جو اخلاقی حاکم در میان ورزشکاران ضروری است (شعبانی بهار و همکاران، ۱۳۸۹). مسائل اخلاقی از جمله مسائلی هستند که روز به روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. بازیکنان تیم‌های ورزشی برای اخذ تصمیمات اخلاقی چه در محیط جامعه و چه در حین رقابت‌ها مسئول‌اند. باوجود اهمیت این موضوع که در موفقیت تیم‌ها مؤثر است در کشور ما کمتر به آن توجه شده است و اغلب افراد بر اساس قضاوت‌های ذهنی و فردی برای شرکت در رقابت‌های مختلف گزینش می‌شوند. در حالی که موضوعی با این اهمیت مستلزم شناخت علمی، عینی و دقیق‌تری است (شعبانی بهار و همکاران، ۱۳۸۹). نهادهای ورزشی همچون هیئت‌ها و فدراسیون‌ها و همچنین تیم‌های ورزشی بار سنگینی را در حوزه اخلاق به دوش می‌کشند و مهم‌ترین وظیفه و مسئولیت ایشان در این حوزه ارائه آموزش‌های لازم است. این نهادها باید با تشکیل نهادها و کمیسیون‌های اخلاقی به تشویق و پشتیبانی از رواج اخلاق در ورزش و آموزش جوانان بپردازند (خوشنویس، ۱۳۹۲). نکته مهم در این جا، این است که هرکدام از سازمان‌های ورزشی و ورزشکاران باید به وظایف اخلاقی خود آشنا بوده و آن را به تناسب در میادین ورزشی بکار ببرند؛ زیرا اگر سازمان ورزشی دارای قوانین و منشور اخلاقی نباشد یک ورزشکار هم نمی‌تواند به وظایف خود آشنا بوده و خود را در زمینه‌ی ورزش نسبت به مسائل اخلاقی مسئول بداند.

علاوه بر مسائل اخلاقی، مسئولیت اجتماعی نیز می‌تواند موفقیت تیم‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. مسئولیت اجتماعی بدون شک در صنعت ورزش وجود دارد و از طریق یک رویکرد محلی، استراتژیک و رابطه‌ای برای انجام مسئولیت‌های بشر دوستانه، اخلاقی و قانونی انجام می‌شود. این مسئولیت‌ها در طول زمان تغییر می‌کند (کارول، ۱۹۷۹). عدم توجه به این مسائل در مدیریت تیم‌های ورزشی در جوامعی مانند ایران که از یک سو دارای ارزش‌های اخلاقی غنی بوده از سوی دیگر با کشورهای پیشرفته فاصله قابل توجهی دارند، می‌تواند معضلاتی بزرگ برای باشگاه‌ها به وجود آورد. به‌علاوه جوامع نسبت به مسائلی مانند محیط زیست، حقوق زنان، کودکان، اقلیت‌ها، و معلولان حساس‌تر شده‌اند. بی‌توجهی به این حقوق و عدم رعایت اصول اخلاقی در برخورد با ذی‌نفعان بیرونی می‌تواند مشکلاتی را برای مدیران ایجاد کند و اقدامات آن را مورد پرسش قرار داده در نتیجه موفقیت تیم‌ها را تحت تأثیر قرار دهد (رحمانسرشت و همکاران، ۱۳۸۸).

این مطالعه این امکان را به مدیران، مربیان و مسئولان تیم‌ها می‌دهد تا به این موضوع توجه ویژه را مبذول داشته و با نقش و تأثیر آن آشنا شوند. اهمیت این تحقیق از آنجا آشکار می‌شود که با شناسایی عوامل و متغیرهای تأثیر گذار بر عملکرد که در مجموع به موفقیت تیم‌ها می‌انجامد مدیران و مسئولان تیم‌ها را در برنامه ریزی برای مشارکت هر چه بیشتر ورزشکاران و در نتیجه انسجام و اتحاد تیمی یاری کند و به بهبود عملکرد تیم‌ها بیانجامد و از آنجایی که تیم‌ها به‌عنوان الگوهای برای افراد در جامعه شناخته می‌شوند در قبال جامعه خود مسئول‌اند؛ بنابراین می‌توانند با ایجاد اعمال و رفتارهای مناسب به اشاعه اخلاق در جامعه کمک کنند.

۴-۱- اهداف تحقیق

۴-۱-۱- هدف کلی

هدف از این تحقیق تعیین ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده ورزشکاران رشته والیبال استان خراسان شمالی است.

۱-۴-۲-اهداف اختصاصی

۱. تعیین ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی ورزشکاران رشته والیبال استان خراسان شمالی.
۲. تعیین ارتباط بین جو اخلاقی و عملکرد ورزشی ادراک شده ورزشکاران رشته والیبال استان خراسان شمالی.
۳. تعیین ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ورزشی ادراک شده ورزشکاران رشته والیبال استان خراسان شمالی.
۴. تعیین ارتباط غیرمستقیم بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ورزشی ادراک شده ورزشکاران رشته والیبال استان خراسان شمالی.

۱-۵-فرضیه‌های تحقیق

۱. بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.
۲. بین جو اخلاقی و عملکرد ورزشی ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.
۳. بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ورزشی ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.
۴. بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ورزشی ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی ارتباط غیرمستقیم و معناداری وجود دارد.

۱-۶-پیش فرض‌ها

۱. تمام افراد نمونه صادقانه به سؤالات پاسخ داده‌اند.
۲. پرسشنامه‌ها برای پاسخ دهندگان، روشن و قابل فهم بوده است.
۳. آزمودنی‌ها برداشت یکنواختی از پرسشنامه‌ها داشته‌اند.

۱-۷-محدودیت‌ها

محدودیت‌های این تحقیق به دو دسته تحت کنترل و غیرقابل کنترل تقسیم می‌شود.

۱-۷-۱-محدودیت‌های قابل کنترل

۱. نمونه این تحقیق محدود به رده سنی جوانان و بزرگسالان شد.
۲. استفاده از یک جامعه آماری (استان خراسان شمالی).
۳. به کار گیری تنها یک رشته ورزشی (والیبال).

۱-۷-۲-محدودیت‌های غیرقابل کنترل

۱. به دلیل پراکندگی شهرستان‌های مورد مطالعه پرسشنامه توسط یک نفر توزیع و جمع آوری نشد.
۲. عدم ایجاد شرایط یکسان برای تمام آزمودنی‌ها هنگام تکمیل پرسشنامه.
۳. عدم پاسخگویی کامل برخی آزمودنی‌ها به تمامی سؤالات پرسشنامه.
۴. عدم وجود پیشینه قوی و کمبود منابع در این زمینه.

۸-۱- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات تحقیق

۸-۱-۱- تعاریف مفهومی

عملکرد ورزشی ادراک شده: تلاش جسمانی و روانی یک فرد یا یک گروه و یا تیم ورزشی که به منظور رسیدن به یک هدف مشخص صورت می‌گیرد را می‌توان عملکرد ورزشی نامید (دریاباری، ۱۳۹۲).

جو اخلاقی: اخلاقیات ارتباط نزدیک و تنگاتنگی با ارزش‌ها دارند و به‌عنوان ابزاری نگریسته می‌شوند که ارزش‌ها را به عمل تبدیل می‌کنند. اخلاق یعنی رعایت اصول معنوی و ارزش‌هایی که بر رفتار شخص یا گروه حاکم است، مبنی بر این که درست چیست و نادرست کدام است؟ (دفت^۱، ۱۳۷۴).

مسئولیت اجتماعی: در تعریفی از اندرسون^۲ (۲۰۰۳)، مسئولیت اجتماعی تعهد واحدهای تجاری و جامعه ذینفعان به اعمال قانونی، اخلاقی و انسان دوستانه مناسب در حمایت و بهبود رفاه جامعه و هم واحدهای تجاری است که باید با ساختار اقتصادی و توانمندی بخش‌های ذینفع همراه باشد (حساس و همکاران، ۱۳۹۳).

۸-۱-۲- تعاریف عملیاتی

عملکرد ادراک شده: عملکرد ادراک شده در این پژوهش توسط پرسشنامه ۶ گویه ای (گلن^۳، ۲۰۰۳) که جهت سنجش ادراک ورزشکاران از موفقیت تیم در طول یک فصل طراحی شده است؛ مورد سنجش قرار گرفت. این ابزار بر اساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت، از به سیار کم (۱) تا بسیار زیاد (۵) ارزش گذاری می‌شود.

¹ Daft

² Anderson

³ Glenn

جو اخلاقی: جو اخلاقی در این پژوهش توسط پرسشنامه ۲۶ گویه ای (ویکتور و کالن، ۱۹۸۸)، با ۶ خرده مقیاس جو مراقبت و توجه گویه های (۱-۵)، جو قوانین و مقررات گویه های (۶-۹)، جو ضوابط گویه های (۱۰-۱۳)، جو ابزاری گویه های (۱۴-۱۹)، جو کارایی محور گویه های (۲۰-۲۲) و جو مستقل گویه های (۲۳-۲۶)، سنجیده شده است.

مسئولیت اجتماعی: مسئولیت اجتماعی در این تحقیق توسط پرسشنامه تعدیل شده (کارول، ۱۹۸۹)، با ۱۹ گویه و ۵ خرده مقیاس مسئولیت قانونی گویه های (۱ و ۴)، مسئولیت اخلاقی گویه های (۲ و ۵)، مسئولیت اقتصادی گویه های (۷، ۱۱، ۱۹)، مسئولیت سلامت و ایمنی گویه های (۱۶، ۱۷، ۱۸)، مسئولیت بشردوستانه گویه های (۳، ۶، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵)، سنجیده شده است.

بازیکنان والیبال^۱: بازیکنانی که در مسابقات بین باشگاهی استان خراسان شمالی در رده سنی جوانان و بزرگسالان در سال ۹۴-۹۳ حضور داشتند.

¹ Volleyball players

فصل دوم

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۲-۱- مقدمه

در این فصل مطالب در قالب دو بخش مبانی نظری و پیشینه تحقیق مورد بررسی قرار گرفته شده است. در قسمت مبانی نظری اطلاعاتی در مورد متغیرهای تحقیق و همچنین توضیحاتی در مورد رشته والیبال بیان شده است. در ادامه نیز در مبحث پیشینه به تحقیقاتی که در داخل و خارج از کشور در این زمینه انجام شده اشاره شده است.

۲-۲- مبانی نظری

۲-۲-۱- عملکرد ادراک شده

عملکرد تیمی و پویایی‌های گروهی ورزشکاران یکی از مسائل اصلی علوم ورزشی طی دهه‌های گذشته بوده و شناسایی دلایلی که چرا برخی افراد و گروه‌ها به موفقیت می‌رسند هدف مشترک ادبیات روانشناسی ورزشی است (پاسوز^۱، ۲۰۰۸). لازمه موفقیت یک تیم ورزشی عملکرد مناسب آن است. شاخص‌هایی مانند سودآوری، بقا، رشد، میزان دستیابی به اهداف و قابلیت‌های رقابتی را می‌توان به‌عنوان نتیجه عملکرد مناسب تلقی کرد. برخی از صاحب نظران مانند هیگنز و وینکز^۲ (۱۹۹۳)، بر این باورند که به‌طور کلی عملکرد، نتیجه‌ای است که به‌عنوان برآیند رفتار اتفاق می‌افتد.

نظریه‌های متعددی در مورد عملکرد ورزشی و عوامل تأثیرگذار بر آن مطرح شده است. بر اساس تئوری سائق سه عامل مهم در عملکرد وجود دارد که عبارت‌اند از: پیچیدگی تکلیف، برانگیختگی، عادت‌های آموخته شده (واعظ موسوی و همکاران، ۱۳۹۱).

¹ Passos

² Vincza & Higgins

۲-۱-۱-۲-۱- نظریه فاجعه^۱

یکی از نظریات مرتبط با مکانیزم انگیزتگی در انسان است. عملکرد افراد همواره به عنوان تابعی از انگیزتگی به تدریج نزول نمی کند، بلکه گاهی این کاهش، ناگهانی و سریع است. فیزی و هاردی (۱۹۸۸)، ارتباط بین اضطراب و انگیزتگی فیزیولوژیک و تأثیر نهایی آن ها بر عملکرد را بررسی کردند و نظریه فاجعه را پیشنهاد کردند. در نتیجه افزایش انگیزتگی تا حد بهینه، اوج عملکرد افراد را شاهد هستیم. با افزایش بیشتر انگیزتگی، عملکرد افراد به تدریج نزول نمی کند، بلکه کاهش عملکرد بسیار ناگهانی و به نوعی فاجعه آمیز خواهد بود. همچنین به نظر آن ها تأثیر اضطراب شناختی و جسمانی فقط در عملکرد نیست، بلکه آن ها بر یکدیگر نیز مؤثرند (واعظ موسوی و همکاران، ۱۳۹۱). جمع بندی نظریه فاجعه مشتمل بر این موارد است:

۱. نظریه U وارونه (گنبدی)، در مورد عملکرد در صورت کم بودن اضطراب حالتی شناختی صادق است؛ یعنی در صورت اضطراب شناختی اندک، انگیزتگی فیزیولوژیک تابع منحنی U است.

۲. اگر انگیزتگی فیزیولوژیک کم باشد افزایش اضطراب شناختی حالتی به نفع عملکرد خواهد بود؛ اما اگر انگیزتگی فیزیولوژیک زیاد باشد تأثیر متفاوت است.

۳. در صورتی که اضطراب حالتی شناختی زیاد باشد ادامه افزایش انگیزتگی فیزیولوژیک به میزان زیاد ممکن است به افت فاحش و ناگهانی در عملکرد منجر شود که آن را فاجعه نامیده اند. اگر فاجعه در عملکرد رخ دهد کاهش اندک انگیزتگی عملکرد را به سطح قبلی باز نمی گرداند. ورزشکار باید خود را آرام سازد تا انگیزتگی را به سطح پایین تر از حد فاجعه برساند (واعظ موسوی و همکاران، ۱۳۹۱).

¹ Catastrophe Theory

از دیگر نظریه‌ها می‌توان به رویکرد شناختی و اجتماعی دوئک^۱ اشاره کرد. مفاهیم کلیدی این رویکرد را باورهای هوشی اهداف پیشرفت تشکیل می‌دهند. باورهای هوشی عبارت‌اند از: باور هوشی افزایشی و باور هوشی ذاتی. باور هوشی افزایشی به این مطلب اشاره دارد که هوش، کیفیتی انعطاف پذیر و قابل افزایش است (دوئک و همکاران، ۱۹۸۸). ورزشکارانی که باور افزایشی دارند بر بهبود مهارت‌هایشان تأکید دارند و تا حد امکان برای غلبه بر ناکامی‌ها و شکست‌های گذشته تلاش می‌کنند (ماریان^۲ و همکاران، ۲۰۰۵). در مقابل باور ذاتی در مورد هوش به این مطلب اشاره دارد که هوش، کیفیتی ثابت و غیرقابل افزایش است (دوئک و همکاران، ۱۹۸۸). ورزشکاران با باور هوشی ذاتی برای رسیدن به اهدافشان و غلبه بر مشکلات حداقل تلاش را به خرج می‌دهند (ماریان و همکاران، ۲۰۰۵). دوئک و همکاران (۱۹۸۸)، بر دو نوع هدف توجه دارد: اهداف تبحری و اهداف عملکردی. افرادی که اهداف تبحری را انتخاب می‌کنند بر تبحر یافتن بر تکالیف تأکید دارند. در مقابل افرادی که اهداف عملکردی را انتخاب می‌کنند در صدد نشان دادن توانایی‌های خود به دیگران و به دست آوردن قضاوت‌های مطلوب‌اند.

برخی محققان با تقسیم اهداف عملکردی به دو نوع اهداف رویکرد- عملکرد و اجتناب - عملکرد نظریه اهداف دوئک را گسترش دادند و در پژوهش‌ها بر اهداف تبحری، اهداف رویکرد- عملکرد و اهداف اجتناب- عملکرد تأکید دارند (ماریان و همکاران، ۲۰۰۵، مک گریگور^۳ و همکاران، ۱۹۹۹). افرادی که اهداف رویکرد- عملکرد را انتخاب می‌کنند بر عملکردشان در مقایسه با دیگران توجه دارند؛ اما آن‌هایی که اهداف اجتناب- عملکرد را انتخاب می‌کنند با توانا جلوه دادن خود در صدد اجتناب از تنبیه‌اند (رایان^۴ و همکاران، ۱۹۹۷).

¹ Dweck

² Marian

³ Mc Gregor

⁴ Ryan

۲-۲-۲- جو اخلاقی

انسان به‌طور فطری به ارزش‌های اخلاقی گرایش دارد و زندگی ایجاب می‌کند تا بایدهای اخلاقی مبتنی بر اعتقادات و ضوابط اجتماعی را انجام دهد و از نبایدها اجتناب نماید. ورزش به‌عنوان یکی از پدیده‌های مؤثر در ساخت فرهنگ و اخلاق جامعه می‌تواند نقشی کار ساز در بالندگی جوانان، الگو سازی و تفاخر ملی ایفا نماید. کارکردهای اخلاقی رفتارهای ورزشی همیشه محل تأمل بوده است؛ لیکن میل به موفقیت در ورزش‌های قهرمانی باعث ایجاد چالشی در این زمینه شده است. حاکمیت دیدگاه‌هایی با رویکرد نتیجه گرایی، عقد قراردادهای کلان، رقابت باشگاه‌ها در جذب بازیکنان شاخص از نظر فنی بدون توجه به قابلیت‌های اخلاقی آن‌ها، بهره برداری از ورزش به‌عنوان یک صنعت و تبلیغات تجاری و لذا دور شدن بازیکنان شاخص و قهرمانان از اخلاق و معنویت منجر به شکل گیری نوع جدیدی از ورزشکاران بی‌توجه به اخلاق شده است (فروغی پور و همکاران، ۱۳۹۰).

از دیدگاه روان شناختی، رفتار اخلاقی لازمه‌ی تربیت شخصیت فرد است و از دیدگاه اجتماعی، رفتار اخلاقی با رویکرد وظیفه گرایی بررسی می‌شود. ادوین ساترلند (۱۹۸۵)، انحراف اخلاقی در حیطه‌ی ورزش قهرمانی را تحت تأثیر شبکه‌ای از ارتباطات اجتماعی می‌داند که ناشی از یادگیری اجتماعی، تشویق و ترغیب دوستان، مربیان و غیره است. ورزش قهرمانی به دلیل مراحل خاص آن مانند انتخابی و رقابت و مسابقه و... با حساسیت‌ها، هیجان‌ها، اضطراب و فشارهای روانی زیادی همراه است که می‌تواند عامل بروز ناهنجاری رفتاری گردد. تعارض انتظارات نیز می‌تواند عامل دیگری برای ایجاد مشکلات باشد. ورزشکار در محیط داخلی با رفتارهای متفاوت مدیر، مربی، سرپرست و بازیکنان دیگر رو به روست و در محیط خارجی نیز با انتقادات مدیران مالی، تماشاگران، هواداران و مطبوعات که انتظارات متضادی دارند، مواجه است (فروغی پور و همکاران، ۱۳۹۰).

هسمر^۱ (۱۹۹۳)، یکی از کامل‌ترین دسته بندی‌ها را از تئوری‌های اخلاق این‌گونه ارائه می‌کند:

۲-۲-۲-۱- قانون جاویدان^۲

این دیدگاه که به قانون طلایی نیز مشهور است بدین گونه خلاصه می‌شود که: «با دیگران آن گونه رفتار کن که دوست داری دیگران با تو رفتار کنند».

۲-۲-۲-۲- منفعت گرایی یا تئوری فرجام گرایی^۳

این دیدگاه منطبق با تعریفی از اخلاق است که توسط جرمی بنتم^۴، متفکر بریتانیایی ارائه شده و بر نتایج و فرضیات فردی متمرکز است. بر این اساس اخلاقی بودن یک رفتار بر اساس میزان مطلوبیت آن بیان می‌شود؛ یعنی وقتی منافع یک عمل برای جامعه بیشتر از ضررهای آن باشد، آن عمل اخلاقی است.

۲-۲-۲-۳- تئوری آغاز گرایی^۵

آغازگرایی در برابر فرضیه‌ی فرجام گرایی است. بر اساس این دیدگاه که توسط امانوئل کانت^۶ (۱۹۶۹)، ارائه شد؛ هر عمل به نتایج آن بستگی نداشته، بلکه به نیت شخص تصمیم گیرنده بستگی دارد.

۲-۲-۲-۴- تئوری عدالت توزیعی

در این تئوری که توسط جان رالز^۷ (۱۹۷۱)، پیشنهاد شده، یک عمل را در صورتی که منجر به افزایش همکاری بین اعضای جامعه شود، می‌توان درست و عادلانه و مناسب و بنابراین اخلاقی نامید و عملی را که در جهت مخالف این هدف عمل کند می‌توان نادرست، ناعادلانه و نامناسب و بنابراین

¹ Hessmer

² Eternal Law

³ Utilitarianism

⁴ Jeremy Bentham

⁵ Deontological

⁶ Immanuel Kant

⁷ John Rawls

غیراخلاقی نامید. در این دیدگاه همکاری اجتماعی، اساس منافع اجتماعی و اقتصادی را فراهم می‌آورد و تلاش فردی، کم اهمیت و در مواردی نادیده گرفته می‌شود.

۲-۲-۵- دیدگاه آزادی فردی

بر اساس این دیدگاه که توسط رابرت نوزیک^۱ (۱۹۷۴)، پیشنهاد شد آزادی، نخستین نیاز جامعه است؛ بنابراین هر عملی که آزادی فردی را نقض کند غیراخلاقی است. حتی اگر منافع و رفاه بیشتری برای دیگران ایجاد کند. (هانگر و ویلن^۲، ۲۰۰۶).

۲-۲-۶- دیدگاه ویکتور و کالن

طبق نظر ویکتور و کالن (۱۹۹۷)، جو اخلاقی در سازمان به ادراکات مشترک از رفتارهای صحیح و این که موضوع اخلاقی چگونه باید اداره شود؛ اشاره می‌کند. ویکتور و کالن (۱۹۹۸)، چارچوبی برای اندازه گیری ادراک کارکنان از جهت گیری اخلاقی با ترکیب کردن ساختارهای نظری از رشد شناختی، نظریه اخلاقی و مکان‌های تجزیه و تحلیل را ارائه کردند. آنان یافته‌های خود را از تحقیق کهلبرگ (۱۹۶۹)، به دست آورده‌اند. کهلبرگ (۱۹۶۹)، نشان داد توانایی شناختی افراد برای دلایل اخلاقی، در حال رشد است و جو اخلاقی یا محیط مرحله بالاتر که از سوی جمع ایجاد می‌شود، تعدیل دهنده قدرتمندی در این فرآیند است (مالوی، ۱۹۹۹). جو اخلاقی به‌عنوان چارچوبی برای ایجاد و تقویت هنجارهای قابل قبول، ارزش‌ها و عقایدی است که ممکن است با این دیدگاه نهادی که «کارها چطور باید انجام شود؟» مرتبط شود (السی و آلپکان^۳، ۲۰۰۹).

سه بعد اصلی نظریه اخلاقی ویکتور و کالن به‌موازات الگوی کهلبرگ (۱۹۶۹)، (پیش قراردادی، قراردادی، فوق قراردادی)، ایجاد شده است که شامل خود محوری (لذت جویی)، خیرخواهی

^۱ Robert Nozick

^۲ Hunger & Wheelen

^۳ Elci & Alpan

(سودمندگرایی) و اصولی (اخلاق شناسی) است (مالوی، ۱۹۹۹). کهلبرگ (۱۹۶۹)، معتقد است که رشد اخلاقی، اساساً نشأت گرفته از استدلال اخلاقی است که در طی مراحل مختلف شکل می‌گیرد. وی در واقع ادامه دهنده و تکمیل کننده نظریه رشد اخلاقی پیاژه است. او از تحقیقات خود به این نتیجه رسید که رشد قضاوت اخلاقی، به تدریج و به ترتیب در سه سطح که هر سطح دارای دو مرحله است صورت می‌گیرد. این سطوح سه گانه اخلاقی عبارت‌اند از: استدلال پیش قراردادی: در این سطح فرد هیچ یک از ارزش‌های اخلاقی را در خود درونی نکرده است. استدلال قراردادی: در این سطح فرد تابع هنجارهای درونی شده‌ای است که اساساً از جانب دیگران و محیط به او تحمیل می‌شود. استدلال فوق قراردادی: در این سطح، استدلال اخلاقی به‌طور کامل در فرد درونی شده است (لطف آبادی، ۱۳۸۰).

ویکتور و کالن (۱۹۸۸)، نه نوع جو اخلاقی بر اساس نظریه اخلاقی و موقعیت‌های قابل بررسی مطرح کردند. سه نظریه اخلاقی خود محور، خیرخواه و اصولی در تعامل با سه مرکز تحلیل فردی، محلی و جهانی در واقع مراکزی هستند که افراد در آنجا حضور دارند یا با توجه به آن مرکز، تصمیم‌گیری می‌کنند. هر نه نوع جو، اطلاعات مناسبی را درباره‌ی ادراکی که در رفتار سازمانی تأثیر گذار است فراهم می‌کنند. نخستین نظریه‌ای که در اینجا بررسی می‌شود خودمحوری است. خودمحوری به‌عنوان توجه به نیازها و ترجیح دادن مالکیت شخصی، سازمان یا سیستم اجتماعی بزرگ‌تر تعریف می‌شود که تحت تأثیر منافع شخص، سازمان و یا افزایش اثربخشی برای سازمان است. در این جو اشخاص ممکن است تصمیماتی بر اساس آنچه برای خودشان بهترین است بدون توجه به تأثیر آن در دیگران بگیرند. البته باید در نظر داشت که واژه افراد مختلف مفاهیم متفاوتی دارد که افراد در این صورت بسته به شرایط حاکم و هنجارها جوی را که مساعد با شرایط خودشان باشد انتخاب می‌کنند. جو خود محوری رفتار شخصی را بر اساس جستجو کردن لذت‌های بزرگ و دوری از درد و رنج فردی رشد می‌دهد.

جو خودخواهی، اشخاص را برای تصمیمات بر اساس نیازهای شخصی و توجه حداقلی به آیین نامه‌های سازمان یا حتی قوانین هدایت می‌کند (دبرا و شریل^۱، ۲۰۰۸). دومین نظریه اخلاقی، خیرخواهی است. یک جو خیرخواه جوی است که بر امور ذاتی از تمایلات فردی تأکید می‌کند و نیازمند افرادی است که تأثیر عملکردها و تصمیم‌گیری‌های خود بر دیگران را مورد توجه قرار دهند. این جو شامل رفتاری است که بیشترین لذت و کمترین رنج را برای افراد بیشتری که شامل گروه کاری، سازمان و جامعه است فراهم می‌کند (دبرا و شریل، ۲۰۰۸). بسیاری از عملکردها و تصمیم‌گیری‌های افراد دیگران را تحت تأثیر مستقیم و غیرمستقیم قرار خواهد داد که البته به‌نوعی در صورت صحیح و قابل اجرا بودن به خدمت به مردم و رفع مشکلات عموم خواهد پرداخت. خدمت به مردم از ارزش‌های اخلاقی است؛ که در بحث جو اخلاقی و سیره گذشتگان به آن بسیار سفارش شده است. ویکتور وکالن ملاک خیرخواه را به‌عنوان توجه به دوستی، علاقه تیمی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شناسایی کردند. جو خیرخواه توجه را به گروه‌های کاری، اعضای سازمان، مشتریان و همه سهامداران معطوف می‌دارد (دبرا و شریل، ۲۰۰۸). اصول دینی نیز ملاک خیر خواه بودن را توجه به شرایط و مواردی می‌داند که در آن صلاح و مصلحت دنیوی و اخروی افراد در آن لحاظ شده باشد. تئوری سوم اخلاقی به‌عنوان جو اصولی شناخته شده است. ویکتور و کالن (۱۹۸۸)، این جو را با این عنوان که شخص تحت تأثیر ارزش‌های هدایت شده، نقش‌ها و رویه‌های سازمان، سیستم‌های قانونی یا استانداردهای حرفه‌ای است تعریف کردند. تصمیم‌گیری در این جو بر اصول اخلاقی مبتنی بوده، تصمیم‌گیری بیشتر یک قضاوت به حساب می‌آید تا یک نتیجه و یا پیامد. اصول اخلاقی در این جو هنجارهای نهادی و سازمانی را در برداشته و با توجه به اعتقادات و باورهای جهان شمول افراد است. برای تعیین ابعاد جو اخلاقی، سه تئوری با مراکز قابل بررسی، تجزیه و تحلیل شده‌اند. این مراکز ابعدی را نمایش می‌دهد که در تصمیم‌گیری‌های محلی، شخصی و جهانی استفاده شده است. مراکز فردی، جهت‌گیری لذت‌جویانه را منعکس می‌کند. مراکز محلی، کارگروهی، تعهد فردی و سازمانی را

¹ Debra and Sherril

نمایش می‌دهد و مراکز جهانی ارجاع وسیعی از گروه یا سازمان‌ها را ارائه می‌دهد (دبرا و شریل، ۲۰۰۸). از این نه نوع جو، ویکتور و کالن (۱۹۸۸)، پنج بعد محوری از جو اخلاقی را که شامل ابزارگرایی، دلسوز، استقلال، نقش‌ها، قانون و کد است ایجاد کردند. بعد اول به ابزارگرایی اشاره دارد. جایی که تئوری خود خواهی با مکان‌های قابل بررسی شخصی، محلی و جهانی که در کارکنان و سود سازمان متمرکز است در ارتباط است. جو ابزارگرایی به شکل محدود از رفتار با رویکرد خود محوری حمایت می‌کند. در این جو علائق شخصی، رفتار را هدایت می‌کند. به دلیل این خود محوری، جو ابزارگرایی با فقدان توجه به ارزش‌های اخلاق، حداقل احساس پاسخگویی درون فردی، تأکید بر کارایی یا کنترل هزینه، فقدان توجه به رفاه کارکنان و یک سیستم محرک نتیجه محور را به وجود می‌آورد (کوهن^۱، ۱۹۹۳). افراد در این جو به تأثیر بیرونی قوانین، استانداردهای حرفه‌ای یا انتظارات مشتریان توجه نمی‌کنند. در علایق شخصی موارد روشنی از کلاه برداری و فریبکاری در یک محیط ابزارگرایی اتفاق می‌افتد (دبرا و شریل، ۲۰۰۸). اشخاصی که در محیطی صمیمی همراه با جو غالب عاطفی کار می‌کنند دوستی، مسئولیت اجتماعی، کارایی و علاقه تیمی را بالاتر از سود شخصی و سود سازمانی در نظر می‌گیرند (السی و آلپکان، ۲۰۰۹). هنگامی که سازمان جو اخلاقی دلسوزانه دارد تأکید بر رفاه دیگران با سیاست‌ها، رویه‌ها و استراتژی سازمان حمایت می‌شود. در این محیط نه فقط رویه‌ها و سیاست‌های سازمان را ارتقا می‌دهد، بلکه بیشتر اعضای گروه نیز با این روش رفتار می‌کنند (دبرا و شریل، ۲۰۰۸). بعد سوم جو اخلاقی نیز استقلال نام دارد. جایی که خود انتخابی با روش‌های شخصی در ارتباط است. تصمیم‌گیری در این جو اشخاص را به استفاده عمیق عقاید اخلاقی شخصی برای تصمیمات اخلاقی بدون در نظر گرفتن تأثیر بیرونی این تصمیمات تشویق می‌کند (دبرا و شریل، ۲۰۰۸). در بعد چهارم نقش‌ها، قوانین و رویه‌های سازمانی به کار گرفته شده را با توجه خاصی در تصمیم‌گیری قرار می‌دهند. در این جو نقش‌ها و سیاست‌های سازمانی پایه‌ای برای رفتار هستند و تصمیم‌گیری اخلاقی را هدایت می‌کنند. جنبه‌های منفی این بعد نقش‌های ناآشکار و سیاست‌های

¹ Cohen

درونی است که با قوانین و استانداردهای کارکنان در تضاد است و توجه کمی به دیگران در فرایند تصمیم گیری دارد (دبرا و شریل، ۲۰۰۸). بعد پنجم جو اخلاقی قانون و کدهای حرفه‌ای است. بر این اساس که افراد به اصول و موازین خارجی همچون قانون، کتاب انجیل و استانداردهای حرفه‌ای وفا دارند (السی و آلپکان، ۲۰۰۹). جنبه منفی این بعد این است که افراد ممکن است نسبت به آثار اعمال خود بر دیگران بی‌توجه باشند (دبرا و شریل، ۲۰۰۸). در کشور ما احتمالاً اکثر افراد در درجه اول به موازین، اصول و قوانین دینی و اسلامی توجه می‌کنند که بی‌شک این گونه اصول جزو شرایط خارجی هستند که بر قوانین و اصول حرفه‌ای تأثیر گذارند (نجفی و همکاران، ۱۳۸۹).

با بررسی ادبیات نظری موجود در زمینه‌ی عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی افراد در سازمان درمی یابیم مدل‌های متعددی در این زمینه وجود دارد (تولایی، ۱۳۸۸) که از جمله مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از:

مدل اخلاق در بازاریابی بارتلز^۱ (۱۹۶۷)

مدل تعامل فرد موقعیت ترونیو^۲ (۱۹۸۶)

مدل رفتاری تصمیم گیری اخلاقی، غیراخلاقی بومر، گراتو، گراوند و توتل^۳ (۱۹۸۷)

مدل رفتار اخلاقی استند، ورل و استید^۴ (۱۹۹۰)

مدل تحریک رفتار اخلاقی در سازمان‌های مک دونالد و نیجهوف^۵ (۱۹۹۹)

چهارچوب اخلاق پین تر مورلند^۶ (۲۰۰۱)

¹ Bartels

² Trevino

³ Bommer, Grato, Gravender & Tuttle

⁴ Stead, Worrell & Stead

⁵ MC Donald & Nijhof

⁶ Painter – Morland

اخلاق کار به معنی شناخت درست از نادرست در محیط کار و آن گاه انجام درست و ترک نادرست است (نمارا^۱ ۱۹۹۹). اخلاق کار به عنوان شاخه‌ای از دانش مدیریت از زمان پدیدار شدن نهضت مسئولیت اجتماعی در دهه‌ی ۱۹۶۰ پدیدار شد. در این دهه جنبش‌های آگاهی بخش اجتماعی، انتظارات مردم را از سازمان‌ها بالا برده آن‌ها را به این نتیجه رسانده بود که سازمان‌ها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی مثل فقر، خشونت، حفاظت از محیط زیست، تساوی حقوق، بهداشت عمومی و بهبود وضع تحصیلات استفاده کنند. مردم براین باور بودند که چون شرکت‌ها و مؤسسات با استفاده از منابع کشور به سود دست می‌یابند به کشور بدهکار و مدیون هستند و بایستی برای بهبود اوضاع اجتماعی تلاش کنند (نمارا، ۱۹۹۹).

اگرچه انگیزه و توجه شرکت به رعایت مسائل اخلاقی به سال ۱۹۲۳ و به بنیان‌گذار شرکت مبل‌مان و اثاثیه هرمان میلر دی جی دوپر بر می‌گردد، ولی توجه به اخلاقیات در نوشته‌های مدیریت در کتاب **وظیفه‌های مدیران بارنارد**^۲ (۱۹۳۸) و آثار ماکس وبر به چشم می‌خورد. بارنارد (۱۹۸۹)، براین باور بود که: «ناممکن است سازمان‌های رسمی بتوانند بدون عنصر اخلاقی عمل کنند. رهبری که به اصول اخلاقی عمل نمی‌کند نفوذ خود را از دست می‌دهد و نمی‌تواند برای مدت طولانی دوام آورد» (اشنایدر و بارسو^۳، ۲۰۰۰).

درمجموع با مطالعه مدل‌های متعدد رفتار اخلاقی عوامل اثرگذار متعددی بر رفتار اخلاقی در سازمان شناسایی شده‌اند. در اکثر مدل‌های اخلاقی عوامل مشابهی به عنوان عوامل اثرگذار بر رفتار اخلاقی سازمان‌ها معرفی شده‌اند که می‌توان آن‌ها را در سه دسته کلان، میانی و خرد دسته بندی نمود که در جای خود بحث مفصلی خواهد داشت. از سوی دیگر اخلاق خوب سازمانی تأثیر مثبت و شگرفی بر فعالیت و نتایج سازمانی دارد به طوری که بهره‌وری بهبود می‌یابد، پویایی سازمانی و ارتباطات افزوده می‌شود و ریسک کاهش پیدا می‌کند. یک دلیل این است که اخلاق بخشی از استدلال منطقی

¹ Namara

² Barnard

³ Shneider & Barsoux

می‌شود که گردش اطلاعات را افزایش می‌دهد تا سازمان دریابد در هر زمان چگونه فعالیت می‌کند. افزایش توانمندی استدلال، همراه با اطلاعات اضافی، امروزه به‌عنوان یک مزیت استراتژیک سازمانی محسوب می‌شود؛ بنابراین اخلاق واقعی سازمانی فرآیندی عقلایی برای کشف گزینه‌های تصمیمی و رفتاری و انتخاب بهترین گزینه‌ی ممکن برای همه متصدیان است (رحمانسرشت و همکاران، ۱۳۸۸).

۲-۲-۳- مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی موضوع حساسیت برانگیز و رو به توجه در سال‌های اخیر بوده و عامل اساسی بقای هر سازمانی محسوب می‌شود. سازمان‌های سرآمد به‌عنوان سازمان‌هایی پاسخگو برای شفافیت و پاسخگویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان باید تعهدات خود به مسئولیت اجتماعی را از طریق ارزش‌های خویش ابراز دارند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در سراسر سازمان جاری می‌شوند و به این ترتیب مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای آنان مزایای دو جانبه‌ای خواهد داشت به‌طوری که هم سازمان از رویکرد اخلاقی‌تر و منسجم‌تر خود نفع می‌برد و هم جامعه و طرف‌های ذینفع نیز نظر و برداشت بهتری از عملکرد و نقاط قوت سازمان خواهند داشت (رؤیایی و همکاران، ۱۳۸۸). امروزه مسئولیت اجتماعی مفهومی وسیع‌تر از فعالیت‌های گذشته دارد. مسئولیت اجتماعی به‌طور اعم به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود؛ که صاحبان سرمایه و بنگاه‌های اقتصادی به‌صورت داوطلبانه، به‌عنوان یک عضو مؤثر و مفید در جامعه انجام می‌دهند.

استوارت و سالمون^۱ (۱۹۹۷)، مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می‌کنند: «شیوه‌ای از مدیریت که طبق آن سازمان‌ها فعالیت‌هایی را انجام می‌دهند که اثر مثبتی بر جامعه و ترفیع کالاهای عمومی داشته باشد». در واقع نگرش استوارت و سالمون، بر این مبنا بود که خواهان حذف آثار منفی سازمان بر جامعه هستند و سعی بر آن داشتند، بتوانند تغییر نگرش و رفتار مصرف‌کنندگان را در پی داشته باشند. فرنچ و هیزساورد (۱۹۹۸)، در کتاب **فرهنگ مدیریت** در مورد مسئولیت اجتماعی

¹ Stuart & solomon

می‌نویسند: «مسئولیت اجتماعی، وظیفه‌ای است بر عهده مؤسسات خصوصی». به این معنا که تأثیر سوء بر زندگی اجتماعی که در آن کار می‌کنند نگذارد. میزان این وظیفه عموماً مشتمل است بر وظایفی مانند آلوده نکردن محیط زیست، تبعیض قائل نشدن در استخدام، نپرداختن به فعالیت‌های غیراخلاقی و آگاه کردن مصرف کننده از کیفیت محصولات. همچنین وظیفه‌ای است مبتنی بر مشارکت مثبت در زندگی افراد جامعه (رحمانسرشت و همکاران، ۱۳۸۸). در متون مدیریت استراتژیک، مسئولیت‌های اجتماعی به گونه عام و اصول اخلاقی به گونه خاص به بخش جدایی ناپذیر از مباحث تدوین و اجرای استراتژی تبدیل شده است. صاحب نظران مسئولیت اجتماعی در دو دسته مخالفان و موافقان قرار می‌گیرند. برخی از طرفداران اقتصاد بازار مانند میلتون^۱ و فریدمن^۲، با مسئولیت اجتماعی مخالف بوده آن را با مکانیسم‌های اقتصاد آزاد در تضاد می‌دانند. فریدمن، کاهش قیمت محصول برای کاهش تورم، استخدام برای مبارزه با بیکاری و هزینه کردن برای کاهش آلودگی محیط زیست را هدر دادن پول و سرمایه سهامداران می‌داند. او از مسئولیت اجتماعی به عنوان یک دکترین اساساً ویرانگر نام می‌برد. فریدمن، تنها مسئولیت اجتماعی شرکت تجاری را استفاده از منابع جامعه و مشارکت در فعالیت‌هایی که برای افزایش سود با رعایت قواعد بازی بدون نیرنگ و فریب طراحی شده‌اند می‌داند. در مقابل کارول که از طرفداران مسئولیت اجتماعی است براین باور است که مدیران، چهار مسئولیت اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و فداکاری کردن دارند. کارول این چهار مسئولیت را به ترتیب اولویت فهرست می‌کند و بر این باور است که مسئولیت اخلاقی و فداکاری امروز ممکن است در آینده به ترتیب به مسئولیت‌های حقوقی و اخلاقی تبدیل شوند. هم فریدمن و هم کارول، مدعی‌اند که با توجه به تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی بر سود شرکت، نظریه خود را ساخته و مطرح کرده‌اند. فریدمن می‌گوید: اقدامات از نظر اجتماعی مسئولانه به کارایی شرکت آسیب می‌رساند. کارول باور دارد که بی‌توجهی به مسئولیت‌های اجتماعی موجب افزایش دخالت دولت و در نتیجه کاهش

¹ Milton

² Friedman

کارایی می‌شود. اگر شرکت، داوطلبانه به برخی مسئولیت‌های اجتماعی و اخلاقی خود عمل کند می‌تواند به سود مورد نظر خود دست یابد (هانگر و ویلن، ۲۰۰۶).

توجه به رفاه عمومی در اصول اخلاقی و اعتقادات و ارزش‌های مذهبی وجود داشته و در جای‌جای مکتب و نوشته‌های اجتماعی و مذهبی ما به این مهم تأکید و توجه شده است. خداوند متعال در کتاب آسمانی خود، مسلمانان را نسبت به یکدیگر مسئول دانسته و با صراحت و دقت مسئولیت آنان را نسبت به یکدیگر تعیین و مشخص نموده است. بدین جهت بسیاری از مردم معتقدند که سازمان‌ها و نهادهای اقتصادی باید در بهبود و گسترش رفاه عمومی جامعه مشارکت داشته باشند. مشارکت در مسائلی همچون کمک به مؤسسات و انجمن‌های خیریه و غیرانتفاعی، فقرا و مستضعفان، افراد سالخورده و کودکان بی‌بضاعت (باقری و همکاران، ۱۳۸۷).

۲-۳-۱- مسئولیت اجتماعی از دیدگاه فریدمن^۱

مسئولیت اجتماعی یک دکترین کاملاً مخرب است... روندهای اندکی می‌توانند این گونه باعث تحلیل رفتن مبانی جامعه آزاد شوند. بدین طریق که سازمان‌ها به بهانه مسئولیت اجتماعی به جای توجه به ذینفعان خود صرفاً مبادرت به ایجاد یک سری واحدهای سازمانی می‌نمایند (فریدمن، ۱۹۶۲). از نظر فریدمن تنها مسئولیت اجتماعی سازمان ایجاد سود است. هر چیز دیگری فراتر از این کار باعث انحراف از وظیفه می‌شود. یک تعبیر بیمارگونه که نهایتاً ثبات اقتصادی و جامعه را از بین می‌برد. از سوی دیگر، افرادی مانند فردریک^۲ (۱۹۹۴)، معتقد بودند که منابع موجود باید در جهت اهداف وسیع اجتماعی مورد استفاده قرار گیرند نه صرفاً برای منافع افراد خاص و شرکت‌های خصوصی (کارول، ۱۹۹۶). همچنین فریمن و لدکا^۳ (۱۹۹۱)، دلایل مختلفی را در خصوص این که چرا اغلب مفهوم مسئولیت اجتماعی مورد توجه قرار نمی‌گیرد، ارائه نمودند. یکی از آن دلایل این بود که مسئولیت اجتماعی

^۱ Friedman

^۲ Frederick

^۳ Ledtka

موجب مشخص شدن بی‌لیاقتی مدیران می‌شود؛ زیرا موجب می‌گردد که مدیران در حوزه‌ای فراسوی تخصص خود وارد شوند؛ یعنی حوزه التیام دردهای جامعه. وود^۱ و ال‌من^۲ (۱۹۹۱)، نشان می‌دهند که تاریخچه طولانی در خصوص مسئولیت اجتماعی وجود دارد که آن را با بحث مدیریت کیفیت درهم تنیده است. این مسئله منجر شده تا مسائل و مباحث مختلفی وارد عرصه مسئولیت اجتماعی شوند؛ مسائلی همچون محل کار، نیروی کار، مشتریان، عرضه‌کنندگان، محیط زیست، جامعه، اخلاقیات، حقوق بشر و بقای سازمانی.

بنابراین مسئولیت اجتماعی فشاری را بر سازمان‌ها وارد می‌سازد که فراسوی دیدگاه‌های نئوکلاسیک و مدرنیستی در خصوص مسائل مختلفی بیندیشند که سازمان‌ها با آن‌ها سروکار دارند. زئیری و پیترز (۲۰۰۲)، معتقدند که تعهد اخلاقی باید دربرگیرنده موضوعات غیرسازمانی باشد؛ زیرا سازمان‌ها مهارت‌ها و منابعی را در اختیار دارند و باید نسبت به آن‌ها متعهد باشند. در همین رابطه فردریک (۱۹۹۴)، به یک انتقال تاریخی از الزام و تعهد سازمانی به‌سوی نوعی پاسخگویی پویاتر در ارتباط با انسانی شدن و اقتصادی اشاره می‌نماید و نهایتاً به این نتیجه می‌رسد که مسئولیت اجتماعی برای ارتقا و توسعه باید به یک لنگر اخلاقی مجهز باشد. مفهوم این لنگر اخلاقی در ارتباط مستقیم با رضایت ذینفعان قرار می‌گیرد. این ذینفعان می‌توانند گروه‌های داخل سازمان مانند کارکنان، مدیران و سهامداران و گروه‌های خارج مانند گروه‌های اجتماعی و گروه‌های فشار باشند. در این رویکرد یک وضعیت متعادل کلی با توجه به نظر ذینفعان به دست می‌آید (کارول، ۱۹۹۶). چارچوب نظری اتخاذ شده در این پایان‌نامه بر مبنای دیدگاه کارول می‌باشد. به تعبیر کارول مسئولیت اجتماعی ۴ مؤلفه دارد:

^۱ Wood

^۲ Ulman

نیازهای اقتصادی

رعایت قوانین و مقررات عمومی

رعایت اخلاق کسب و کار

مسئولیت‌های بشردوستانه

نیازهای اقتصادی

در این مورد سازمان‌ها موظف‌اند نیازهای اقتصادی جامعه را برآورده کنند و کالاها و خدمات مورد نیاز آن را تأمین نمایند و انواع گروه‌های مردم را از فرایند کار بهره‌مند سازند.

قوانین و مقررات عمومی

در این مورد آن‌ها وظیفه دارند به بهداشت ایمنی کارکنان و مصرف کنندگان خود توجه کنند، محیط زیست را نیالایند، از معاملات درون سازمانی پرهیزند و مرتکب تبعیض نشوند.

اخلاق کسب و کار

سومین مؤلفه، اخلاق کسب و کار است. در این قلمرو اصولی چون صداقت، انصاف و احترام جا دارد. اگر کسب و کار با جو سالم همراه باشد اقدامات آینده سازمان نیز تضمین خواهد شد.

مسئولیت‌های بشردوستانه

چهارمین مؤلفه، مسئولیت اجتماعی بشردوستانه است؛ یعنی مشارکت سازمان در انواع فعالیت‌هایی که معضلات جامعه را فرو کاهد و کیفیت زندگی آن را بهبود بخشد.

مسئولیت سلامت و ایمنی

بعد دیگری که در این تحقیق بررسی می‌شود؛ بعد سلامت ایمنی است. در مجموعه زمینه‌های مسئولیت اجتماعی باشگاه‌ها نسبت به جامعه احساس مسئولیت نسبت به هواداران از اهمیت خاصی برخوردار است. چرا که اساس یک باشگاه بر اساس یک خواسته اجتماعی به وجود می‌آید؛ به عبارت دیگر شکل‌گیری تیم‌ها به خاطر هوادارانشان است و این می‌تواند ملاک خوبی برای تعهد خدمت مدیران به شمار رود. اگر مدیران و متصدیان تیم‌ها به‌درستی به مسئولیت خود عمل نکنند اولاً رضایت هواداران خود را ازدست‌داده ثانیاً باعث می‌شود که دولت با قوانین و مقررات و مجازات‌های مختلف را مجبور به انجام این مهم کند. بر این اساس جامعه از تیم‌ها انتظار دارد که در زمینه‌های مختلف نسبت به هواداران احساس مسئولیت کنند. ازجمله اینکه به‌موقع و به‌درستی خواسته‌های هواداران را بشناسند و در هنگام تماشای مسابقات امکانات مناسب و خدمات درست به آن‌ها عرضه کنند. (کشاورز پور، ۱۳۹۲). همچنین وظیفه دارند فعالیت‌هایشان را در راستای رضایت‌مندی هواداران به انجام برسانند.

۲-۳- والیبال

والیبال یک ورزش تیمی و پنج‌مین ورزش محبوب و گسترده‌ترین ورزش در بیشتر کشورهای جهان است که در آن بازیکنان در دو تیم شش‌نفره در دو سوی توری قرار می‌گیرند و تلاش می‌کنند تا طبق قوانین بازی، توپ را از روی تور در زمین تیم مقابل فرود آورند. طول زمین والیبال ۱۸ متر و عرض آن ۹ متر است. هر تیم باید ۳ ست (دست) از ۵ پنج ست ۲۵ امتیازی (در بازی‌هایی که تا ۵ ست طول می‌کشد، ست آخر ۱۵ امتیازی است) هر بازی را برنده تا بتواند پیروز مسابقه شود. بازیکنان والیبال در پست‌های مختلفی از جمله: لیبرو، پاسور، پشت خط زن، مدافع میانی، دریافت‌کننده بیرونی (قدرتی زن)، فعالیت می‌کنند. هر مسابقه والیبال دو داور اصلی دارد. یکی داور اول که در بالای تور است و دیگری داور دوم است که روبروی داور اول می‌ایستد و در مواقعی خاص اجازه سوت زدن نیز دارد.

چهار داور خط، دور تا دور زمین والیبال می‌ایستند و با پرچم، داور اول را در امر قضاوت یاری می‌دهند. دو داور هم پشت میز منشی هستند. یکی داور منشی و دیگری هم کمک منشی که کار ثبت امتیازات، تعویض‌ها و اخطارها را بر عهده دارند. سرداور هم به‌عنوان ناظر می‌بایست در تمام دیدارها حضور داشته باشد. رشته والیبال در سال ۱۸۹۵ در کشور آمریکا^۱ و توسط ویلیام مورگان^۱ ابداع شد. سپس به‌سرعت فراگیر شد به‌طوری که در المپیک تابستانی ۱۹۶۴، برای نخستین بار در برنامه بازی‌های المپیک قرار گرفت و امروزه تقریباً در تمام دنیا بازی می‌شود. این رشته تقریباً برای تمام گروه‌های سنی مناسب است و وسایل بازی شامل توپ و تور است. امروزه بیش از ۸۰۰ میلیون بازیکن والیبال در سراسر جهان وجود دارند که ۴۶ میلیون نفر از آن‌ها از ایالات متحده آمریکا هستند. بر اساس اطلاعات کمیته المپیک، والیبال بالاتر از فوتبال، تنیس و دیگر ورزش‌ها، محبوب‌ترین ورزش بازی‌های المپیک است. والیبال قهرمانی جهان قدیمی‌ترین و مهم‌ترین رویداد والیبال پس از بازی‌های المپیک است که هر چهار سال یک‌بار با شرکت تیم‌های ملی والیبال مردان و زنان برتر دنیا، در یکی از کشورهای جهان برگزار می‌شود. علاوه بر این، جام جهانی، لیگ جهانی و جام بزرگ قهرمانان جهان به ترتیب معتبرترین تورنومنت‌های والیبال در جهان هستند. لیگ‌های متعددی از جمله لیگ سری آ و پرو آ در کشورهای مختلف به وجود آمده‌اند که جزو مسابقات داخلی آن کشور محسوب می‌شوند.

^۱ William G. morgan

۲-۴- پیشینه تحقیق

۲-۴-۱- تحقیقات داخلی

رسول زاده و همکاران (۱۳۹۲)، پژوهشی را با عنوان بررسی ابعاد مسئولیت اجتماعی بر عملکرد سازمان انجام دادند. یافته‌ها نشان داد بین ابعاد مسئولیت اجتماعی و عملکرد ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.

آزاد فدا و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی با عنوان ارتباط بین سبک رهبری خدمت‌گزار با اثربخشی تیمی و عملکرد ۱۷۳ نفر از بازیکنان والیبال لیگ برتر مردان ایران به این نتیجه دست یافتند که درک بازیکنان و کمک مربیان از رهبری خدمت‌گزار تیم‌ها، به ترتیب در سطح متوسط و عالی است و بین رهبری خدمت‌گزار با اثربخشی تیمی و عملکرد تیمی رابطه آماری مثبت و معنادار وجود داشت. رهبری خدمت‌گزار پیش بین معناداری نیز برای اثربخشی تیمی و عملکرد تیمی بود.

نادی و همکاران (۱۳۹۰)، در تحقیقی با عنوان الگویابی معادله ساختاری روابط بین جو اخلاقی رضایت شغلی و تعهد سازمانی با نیت ترک خدمت در بین کارکنان بیمارستان‌های خصوصی شهر شیراز، به این نتیجه دست یافتند که بین جو اخلاقی با رضایت شغلی و تعهد و عملکرد شغلی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت و با نیت ترک خدمت رابطه منفی و معکوس وجود داشت. ابزار گردآوری اطلاعات شامل: مقیاس جو اخلاقی کوالز و پاتو^۱، مقیاس رضایت شغلی چرچیل^۲ و همکاران، مقیاس تعهد سازمانی مؤدی^۳ و همکاران و مقیاس ترک خدمت بلادرن^۴ بود.

مرتضوی و همکاران (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان بررسی نقش تعدیل‌گری متغیر اهمیت مسئولیت اجتماعی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی در واحدهای تولید مواد غذایی

^۱ Qulls & Puto

^۲ Churchill

^۳ Mowday

^۴ Bluedorn

مستقر در شهر مشهد به این نتیجه دست یافتند که در مطالعه حاضر اثر مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی با در نظر گرفتن مسئولیت پذیری نسبت به ذینفعان بر مبنای نظریه هویت اجتماعی به وسیله هشت فرضیه از طریق تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی آزمون شد. یافته‌های این تحقیق نشان داد که مسئولیت پذیری اجتماعی در قبال ذینفعان اجتماعی و غیراجتماعی، کارکنان، دولت و مشتریان پیش بینی کننده‌ای قوی برای تغییرات تعهد سازمانی محسوب می‌شود. هم چنین این یافته‌ها شاهی بر استحکام نظریه هویت اجتماعی است که با درک مسئولیت پذیری اجتماعی توسط سازمان و رعایت آن تعهد نیز افزایش می‌یابد.

شعبانی بهار و همکاران (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان تعیین ارتباط هوش هیجانی با عملکرد ورزشی ۲۰۰ ورزشکار در رشته‌های گروهی و ۸۵ نفر در رشته‌های انفرادی به این نتیجه دست یافتند که بین هوش هیجانی و عملکرد ورزشی ورزشکاران ارتباط مستقیم وجود دارد. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه (هوش هیجانی بار - اون ۱۹۷۷) و پرسشنامه‌ی عملکرد ورزشکاران (چاربونیو ۲۰۰۱)، استفاده شد.

کریمی و همکاران (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین ابعاد جو سازمانی و رفتار اخلاقی در بین کارکنان ستادی دانشگاه‌های اصفهان و علوم پزشکی اصفهان این نتیجه را گرفتند که از میان ابعاد جو سازمانی، مسئولیت استاندارد و تضاد، رابطه معنی داری را با رفتار اخلاقی دارند. بین ابعاد دیگر رابطه‌ای وجود نداشت. ابزار جمع آوری اطلاعات شامل پرسشنامه جو سازمانی لیتوین و استرینجر ۱۹۶۸ و پرسشنامه رفتار اخلاقی لوزیر ۲۰۰۰، بود.

رحمانسروش و همکاران (۱۳۸۸)، در تحقیقی با عنوان مسئولیت اجتماعی، اخلاقیات فراسازمانی به این نتیجه دست یافتند که اخلاق بر فعالیت انسانها تأثیر قابل توجهی دارد و لازمه عملکرد مناسب، تعهد و مسئولیت پذیری کارکنان است.

همچنین رستگار و همکاران (۱۳۸۷)، در پژوهشی با عنوان تعیین ارتباط متغیرهای شناختی- انگیزشی با عملکرد ورزشی دانش آموزان پایه سوم رشته ریاضی (۲۵۰ نفر دختر و نفر ۲۵۰ پسر) دبیرستان‌های شهر شیراز که از نظر جسمانی سالم بودند به این نتیجه دست یافتند که از میان متغیرهای پژوهش، تلاش بیشترین اثر مستقیم را بر عملکرد ورزشی دارد.

۲-۴-۲- تحقیقات خارجی

کیتاک کیم^۱ و همکاران (۲۰۱۴)، در تحقیقی با عنوان تأثیر عملکرد تیم‌های ورزشی و مسئولیت اجتماعی بر میزان وفاداری هواداران رویدادهای حرفه‌ای بسکتبال کره جنوبی به این نتیجه دست پیدا کردند که عملکرد و مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبتی بر میزان وفاداری هواداران دارد.

همچنین لامو^۲ (۲۰۱۲)، در تحقیقی با عنوان تأثیر جو اخلاقی سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر روی ۲۱۱ نفر از حسابداران و مدیر عاملان صنعت خصوصی به این نتیجه دست یافتند که جو خیر خواه ارتباط معناداری با دیدگاه ذینفعان برای خدمت به منافع عمومی داشت. جو سودمندی ارتباط کمتری با اخلاق و مسئولیت اجتماعی داشت.

در تحقیقی دیگر نوربرت مولر^۳ و همکاران (۲۰۰۸)، با عنوان اجرای استانداردهای اخلاقی و اجتماعی در عملکرد ورزشی بالای جوانان، بر اساس آرمان‌های المپیک، به این نتیجه دست یافتند که ورزشکاران اغلب به اصول فردی بی‌توجه هستند و نسبت به مربیان و دستیاران خود رفتار انتقادی دارند. پایبندی به اصول اخلاقی بستگی به شخصیت فرد دارد که روی عملکرد ورزشی تأثیر می‌گذارد.

¹ Kitak kim

² Lammo

³ Norbert Müller

فردریخ و لیر ۱ (۲۰۰۸)، دریافتند که تصمیم گیری‌های اخلاقی افراد و ادراکات فردی، سازمانی و اجتماعی آنان، دارای تأثیر متقابل بر یکدیگر بوده و از این رو تأثیر یک طرفه ادراک محیطی بر تصمیم گیری اخلاقی را مورد تردید قرار می‌دهد.

جارمیلو و سولومان ۲ (۲۰۰۶)، در پژوهش خود با عنوان تأثیر جو اخلاقی بر استرس کاری، نگرش شغلی و عملکرد شغلی فروشندگان در ۶۸ مغازه از ۱۶ ایالت آمریکا به این نتیجه رسیدند که استرس و نگرش شغلی سازوکارهایی هستند که از طریق آن‌ها جو اخلاقی خوب، به عملکرد شغلی بهتر منجر می‌شود. نتایج نشان داد که جو اخلاقی به تعارض کاری پایین‌تر و ابهام کاری کمتر و رضایت شغلی بیشتر منجر می‌شود.

یافته‌های پایان نامه **هلا شس ۳ (۲۰۰۶)**، با عنوان بررسی مسئولیت اجتماعی در صنعت ورزش که بر روی تیم‌های حاضر در لیگ‌های فوتبال، هاکی و همچنین تیم‌های حاضر در لیگ حرفه‌ای بسکتبال NBA انجام شد؛ نشان داد: از آنجایی که تیم‌ها خودشان را به‌عنوان رهبرانی در جامعه احساس می‌کنند، به انجام مسئولیت‌های اجتماعی موظف‌اند. آن‌ها به‌منظور انجام مسئولیت‌های اخلاقی، بشر دوستانه و قانونی رابطه نزدیکی بین شیوه‌های ارتباطی، محلی و استراتژی برقرار کردند. در نتیجه مسئولیت اجتماعی فوایدی هم برای تیم‌ها و هم برای جامعه در پی دارد.

بروک ۴ و همکاران (۲۰۰۵)، در تحقیقی با عنوان: بررسی جو اخلاقی تیم‌های ورزشی دانشگاهی با تمرکز بر هنجارهای اخلاقی و اجتماعی تیم‌های دانشگاهی سافت بال مردان این نتیجه را گرفتند که احساسات قوی هر دو تیم نسبت به بسیاری از فضائل اخلاقی مانند مراقبت و مسئولیت در قبال دیگران نشان داد که تیم‌های زیادی دارای یک پایه اخلاقی هستند. بر اساس نتایج این پایان نامه

¹ Fraedrich & Lyer

² Jaramillio & soloman

³ Hela sheth

⁴ Brookee

ارتباط با مربی توسط اعضای تیم می‌تواند به تسهیل فضای اخلاقی در میان طرفداران منجر شود. در این تحقیق از پرسشنامه جو تیمی (TAQ)، استفاده شده است.

فری^۱ و همکاران (۲۰۰۳)، در تحقیق که تحت عنوان استفاده از مهارت‌های روانی و ادراک از موفقیت، بر روی ۱۹۹ دانشجوی ورزشکار عضو تیم‌های بیسبال و سافت بال انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که وقتی که ورزشکاران مهارت‌های روانی را در تمرین و شرایط مسابقه به کار برده‌اند ادراک بهتری از موفقیت داشتند و به‌طور معناداری ادراک آن‌ها از موفقیت افزایش یافته بود.

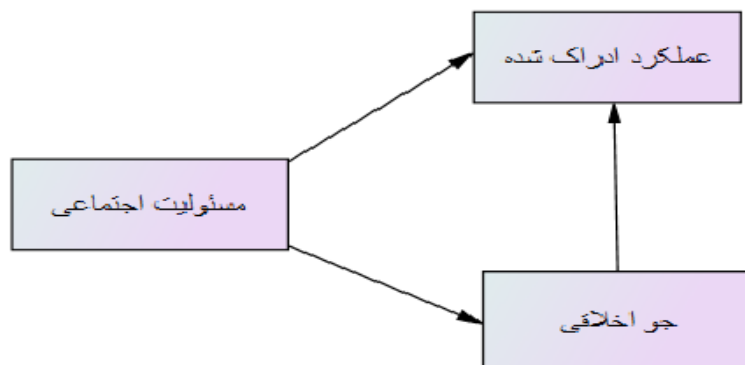
جونز^۲ (۱۹۹۱)، در راستای طراحی الگوی تصمیم‌گیری اخلاقی خود، مشاهده کرده است که ادراک افراد نسبت به محیط‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سازمانی، به‌عنوان مهم‌ترین عوامل تأثیر گذار بر تشخیص مسائل اخلاقی محسوب می‌شود.

۲-۵- مدل نظری پژوهش

مدل نظری، مدلی است که پژوهشگر با توجه به مبانی و چارچوب نظری موضوع، آن را تعریف می‌کند. این مدل عمدتاً شامل متغیرهای پنهان، معرف‌های مرتبط و همچنین روابط بین آن‌ها می‌شود. در این مدل تعریف می‌کنیم که متغیرهای پنهان با کدام معرف‌ها اندازه‌گیری می‌شوند و یا اینکه متغیرهای پنهان و متغیرهای آشکار چگونه با یکدیگر ارتباط دارند و یا همدیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در این تحقیق با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق، متغیر عملکرد ادراک شده تحت تأثیر متغیرهای جو اخلاقی و مسئولیت اجتماعی می‌باشد. به این ترتیب مدل تدوین شده توسط پژوهشگر با توجه به نمادهای ترسیمی مورد استفاده در مدل سازی به شکل زیر است:

¹ Frey

² Jones



شکل (۲-۱)، مدل مفهومی تحقیق

۲-۶- جمع بندی

بامطالعه پیشینه تحقیق متوجه می‌شویم تحقیقات محدودی در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی و تأثیر آن بر عملکرد ورزشی در خارج و به‌خصوص در داخل کشور انجام شده است. این در حالی است که مسائل اخلاقی و همچنین موضوع افزایش کارایی و عملکرد از دغدغه‌های اصلی مدیران است. امروزه در شرایط جهانی شدن و شبکه‌های گسترده‌ی اطلاعاتی از باشگاه‌ها، انتظار می‌رود در برابر مسائل محیط زیست، رعایت منافع جامعه، حقوق اقلیت‌ها و ... حساسیت داشته و واکنش نشان دهند. به‌علاوه این شبکه‌ی گسترده، تمام فعالیت‌های باشگاه‌ها را زیر نظر دارد و به‌راحتی می‌تواند از راه انجمن‌ها و مجامع مختلف چهره تیم‌ها را در انظار عمومی خراب کند؛ بنابراین مسئولان مجبور به انجام اقدامات وسیع و گسترده برای جلب افکار عمومی هستند که وجه غالب آن‌ها، نشان دادن وجهه

اخلاقی کارهای باشگاه است. (انبس^۱، ۲۰۰۵). رفتار غیراخلاقی، رفتار محیط را بر ضد خود تحریک کرده، موجب کاهش موفقیت می‌شود (باکلی^۲، ۲۰۰۱).

با توجه به اهمیت این مباحث و اینکه تحقیقات اندکی در این زمینه به‌ویژه در حیطه مسئولیت اجتماعی و رابطه آن با عملکرد در حوزه ورزش انجام شده است در این تحقیق سعی شده رابطه مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ادراک شده بررسی شود.

¹ Nbes

² Buckley

فصل سوم

روش تحقیق

۳-۱- مقدمه

در این فصل که به بررسی مبانی روش شناختی پژوهش اختصاص دارد به بیان روش تحقیق بکار رفته در این پژوهش اعم از جامعه آماری و نمونه آماری، روش نمونه گیری، ابزارهای جمع آوری داده‌ها، روایی و پایایی سؤالات، ابزارهای تحقیق و روش تحلیل اطلاعات پرداخته شده است.

۳-۲- روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و به لحاظ طرح از نوع طرح‌های غیرآزمایشی و به‌طور دقیق‌تر همبستگی از نوع تحلیل مسیر است که به شکل میدانی انجام شده است.

۳-۳- جامعه آماری

جامعه آماری مورد استفاده در این تحقیق را کلیه بازیکنان والیبال استان خراسان شمالی در رده سنی جوانان و بزرگسالان که در مسابقات باشگاهی سال ۹۳-۹۴ حضور داشتند تشکیل دادند (N=۲۱۶).

۳-۳-۱- نمونه و روش نمونه گیری

در تحلیل مسیر ادعاهای مختلفی جهت انتخاب نمونه وجود دارد. کلاین^۱ (۲۰۰۵) تعداد ۱۵۰-۱۰۰ نمونه را در مدل سازی معادلات ساختاری کافی می‌داند ولی با توجه به اینکه در تحلیل مسیر، هر چقدر حجم نمونه بیشتر باشد صحت و دقت نتایج بیشتر می‌شود از روش نمونه گیری کل شمار استفاده گردید و کل جامعه آماری در قالب ۱۸ تیم (۲۱۶ نفر)، به‌عنوان نمونه انتخاب شدند که از این ۲۱۶ پرسشنامه به ۱۹۵ پرسشنامه پاسخ داده شد و مورد تحلیل قرار گرفت.

¹ kline

۳-۴- ابزار تحقیق

ابزار جمع آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه است که مشتمل بر چهار بخش زیرمی باشد:

۳-۴-۱- پرسشنامه ویژگی‌های جمعیت شناختی

۵ سؤال شامل (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، سابقه ورزشی، رشته ورزشی).

۳-۴-۲- پرسشنامه عملکرد ورزشی

برای سنجش عملکرد ورزشی از پرسشنامه موفقیت ادراک شده تیم (گلن، ۲۰۰۳)، استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۶ گویه است. این گویه ها در یک طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱=بسیار کم، ۵ = بسیار زیاد)، تنظیم شده‌اند.

۳-۴-۳- پرسشنامه جو اخلاقی

برای سنجش جو اخلاقی از پرسشنامه جو اخلاقی ویکتور و کالن (۱۹۸۸)، استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۲۶ گویه و ۶ بعد می‌باشد. در جدول (۳-۱)، اطلاعات مربوط به این پرسشنامه آورده شده است.

جدول (۱-۳)، ابعاد پرسشنامه جو اخلاقی

شماره گویه	ابعاد جو اخلاقی
۱-۵	جو مراقبت و توجه
۶-۹	جو قوانین و مقررات
۱۰-۱۳	جو ضوابط
۱۴-۱۹	جو ابزاری
۲۰-۲۲	جو کارایی محور
۲۳-۲۶	جو مستقل

این سؤالات در یک طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱=کاملاً مخالفم، ۵=کاملاً موافقم)، تنظیم شده‌اند. در این پرسشنامه گویه های (۱۴،۱۵،۱۶،۲۴)، به‌عنوان گویه های معکوس شناسایی شدند (۱=کاملاً موافق، ۵=کاملاً مخالف).

۳-۴-۴- پرسشنامه مسئولیت اجتماعی

برای سنجش مسئولیت اجتماعی از پرسشنامه تعدیل شده مسئولیت اجتماعی کارول (۱۹۷۹)، استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۱۹ گویه با پنج بعد می‌باشد. اطلاعات مربوط به این پرسشنامه در جدول (۲-۳)، ارائه شده است.

جدول (۲-۳)، ابعاد پرسشنامه مسئولیت اجتماعی

شماره گویه	ابعاد مسئولیت اجتماعی
۱ و ۴	مسئولیت قانونی
۵ و ۲	مسئولیت اخلاقی
۷، ۱۱، ۱۹	مسئولیت اقتصادی
۱۶، ۱۷، ۱۸	مسئولیت سلامت و ایمنی
۳، ۶، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵	مسئولیت بشردوستانه

این سؤالات در یک طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱=کاملاً مخالفم، ۵=کاملاً موافقم)، تنظیم شده‌اند.

۳-۵- روایی ابزار تحقیق

روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها توسط ۱۰ تن از اساتید و کارشناسان صاحب نظر بررسی و پس از اعمال نظرات و پیشنهادهای پرسشنامه نهایی تهیه و توزیع گردید. در مورد پرسشنامه مسئولیت اجتماعی سه سؤال حذف و یک سؤال اضافه گردید. چرا که با توجه به نظر متخصصین مربوطه برخی از این سؤالات دارای ارتباط بسیار نزدیکی بودند و در واقع یک چیز را می‌سنجیدند و یا اینکه برای سنجش مسئولیت اجتماعی مناسب نبودند (پیوست ب).

۳-۶- پایایی ابزار تحقیق

به‌منظور سنجش پایایی ابزار تحقیق از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه از جامعه آماری بود که از طریق نرم افزار spss16، برای هر سه متغیر تحقیق محاسبه شد. پس از بررسی‌های انجام شده، ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha=0/83$) برای عملکرد ورزشی، ($\alpha=0/69$) برای جو اخلاقی و ($\alpha=0/83$) برای مسئولیت اجتماعی به دست آمد. در این تحقیق، آلفای کرونباخ به دست آمده برای هریک از پرسشنامه‌ها نشان دهنده پایایی نسبتاً خوب پرسشنامه‌ها می‌باشد.

۳-۷- روش اجرای تحقیق

توزیع پرسشنامه‌ها در هنگام حضور ورزشکاران در محل تمرین و با هماهنگی مربی آن‌ها انجام گردید و پس از توضیحات لازم مبنی بر اهمیت موضوع تحقیق شرح نحوه تکمیل پرسشنامه و اطمینان بخشیدن به ورزشکاران مبنی بر محرمانه بودن اطلاعات، پرسشنامه‌ها توسط آن‌ها تکمیل شد. برای انجام این پژوهش ۲۱۶ پرسشنامه بین جامعه آماری توزیع گردید که با توجه به علت عدم برگشت ۲۱ پرسشنامه، ۱۹۵ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت.

۳-۸- روش‌های آماری تحقیق

۳-۸-۱- آمار توصیفی

به‌منظور سازمان دادن، خلاصه کردن، طبقه بندی نمرات خام و توصیف اندازه‌های نمونه، از آمار توصیفی (فراوانی، میانگین، درصدها، انحراف استاندارد و رسم جدول) استفاده شده است. همچنین برای تعیین چگونگی توزیع داده‌ها از آزمون چولگی^۱ و کشیدگی^۲ استفاده گردید.

۳-۸-۲- آمار استنباطی

با توجه به قضیه حد مرکزی و اینکه اگر چولگی و کشیدگی در محدوده $|۳|$ و $|۱۰|$ باشد داده‌ها در وضعیت نرمال قرار دارند داده‌ها نرمال فرض شد بنابراین در ادامه تحلیل‌ها برای تعیین همبستگی بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون و برای پیش بینی سهم و نقش متغیر پیش بین بر متغیر ملاک از روش تحلیل مسیر استفاده گردید. در این راستا از دو نرم افزار Amos 22 و SPSS 16 کمک گرفته شد.

^۱ Skewness

^۲ Kurtosis

فصل چهارم

تجزیه و تحلیل داده‌ها

۴-۱-مقدمه

در این فصل، ابتدا به توصیفی از نمونه مورد بررسی، بر اساس متغیرهای زمینه‌ای (جنسیت، سن، وضعیت تأهل، سابقه ورزشی)، می‌پردازیم. بدین ترتیب که با استفاده از جداول، به ارائه برخی از نتایج توصیفی همراه با آماره‌های لازم خواهیم پرداخت. سپس از آمار توصیفی به منظور توصیف عملکرد ادراک شده، مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی استفاده خواهد شد. بعد از آن روابط متغیرهای مستقل و وابسته مورد بررسی و آزمون قرار می‌گیرند.

۴-۲-توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌ها

همان گونه که در جدول (۴-۱)، مشاهده می‌شود، ۴۷/۲ درصد از نمونه‌های تحقیق در دامنه سنی ۲۷-۳۲ سال، ۲۷/۲ درصد در دامنه سنی ۲۶-۳۱ سال، ۱۴/۴ درصد در دامنه سنی ۳۳-۳۸ سال، ۱۰/۸ درصد در دامنه سنی ۲۰ سال و پایین‌تر و ۰/۵ درصد افراد در دامنه سنی ۳۹-۴۴ سال قرار دارند؛ بنابراین اکثر نمونه‌ها در دامنه ۲۷-۳۲ سال قرار دارند و کمترین فراوانی نمونه‌های تحقیق در دامنه سنی ۳۹-۴۴ سال می‌باشند. اکثریت نمونه‌های تحقیق یعنی ۴۴/۶ درصد دارای سابقه ورزشی ۱۱-۶ سال هستند. ۵۰/۸ درصد از نمونه‌های تحقیق را خانم‌ها و ۴۹/۲ درصد را آقایان تشکیل می‌دهند. همچنین ۵۴/۹ درصد از نمونه‌ها متأهل و ۴۵/۱ درصد از آن‌ها مجرد می‌باشند.

جدول (۱-۴)، ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌های تحقیق

نام متغیر	وضعیت	فراوانی	درصد
سن	۲۰ سال و پایین‌تر	۲۱	۱۰/۸
	۲۱-۲۶ سال	۵۳	۲۷/۲
	۲۷-۳۲ سال	۹۲	۴۷/۲
	۳۳-۳۸ سال	۲۸	۱۴/۴
	۳۹-۴۴ سال	۱	۰/۵
جنسیت	زن	۹۹	۵۰/۸
	مرد	۹۶	۴۹/۲
وضعیت تأهل	مجرد	۸۸	۴۵/۱
	متأهل	۱۰۷	۵۴/۹
سابقه ورزشی	۵ سال و پایین‌تر	۳۹	۲۰
	۶-۱۱ سال	۸۷	۴۴/۶
	۱۲-۱۷ سال	۴۴	۲۲/۶
	۱۸-۲۳ سال	۲۵	۱۲/۸

۳-۴- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

۳-۴-۱- عملکرد ادراک شده

همان‌طور که در جدول (۲-۴)، مشاهده می‌شود، می‌توان بیان کرد متغیر عملکرد ادراک شده با میانگین $(3/77 \pm 0/66)$ ، در سطح قابل قبولی قرار دارد.

جدول (۲-۴)، آمار توصیفی مربوط به متغیر عملکرد ورزشی

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
عملکرد ادراک شده	۳/۷۷	۰/۶۶

۴-۳-۲-جو اخلاقی

همان طور که در جدول (۳-۴)، مشاهده می‌شود می‌توان بیان کرد متغیر جو اخلاقی با میانگین (۳/۳۳±۰/۳۵)، در سطح متوسطی قرار دارد.

جدول (۳-۴)، آمار توصیفی مربوط به متغیر جو اخلاقی

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
جو اخلاقی	۳/۳۳	۰/۳۵

۴-۳-۳-مسئولیت اجتماعی

همان طور که در جدول (۴-۴)، مشاهده می‌شود می‌توان بیان کرد متغیر مسئولیت اجتماعی، با میانگین (۳/۲۷±۰/۴۸)، در سطح متوسطی قرار دارد.

جدول (۴-۴)، آمار توصیفی مربوط به متغیر مسئولیت اجتماعی

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
مسئولیت اجتماعی	۳/۲۷	۰/۴۸

از بین سه متغیر تحقیق، متغیر عملکرد ادراک شده بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است (۳/۷۷±۰/۶۶).

۴-۴-آمار استنباطی

۴-۴-۱- فرض نرمال بودن تک متغیره و چند متغیره داده‌ها^۱

یکی از مواردی که پیش از به‌کارگیری داده‌های پژوهش در 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. به همین دلیل پژوهشگر باید از نرمال بودن توزیع‌های تک متغیره و نیز نرمال بودن توزیع‌های چند متغیره اطمینان یابد. نرمال بودن چند متغیره چنین فرض می‌کند که هریک از متغیرها به‌صورت نرمال توزیع شده است. نرمال بودن چند متغیره در مدل سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر، مستلزم آن است که هر نشانگر برای هر مقدار از دیگر نشانگرها به‌صورت نرمال توزیع شده باشد. انحراف از این مفروضه می‌تواند منجر به تورم^۲ یا رکود^۳ در ارزش‌های مجذور کای شود. در واقع نرمال بودن توزیع چند متغیره به آن مفهوم است که نرمال بودن دو متغیر و یا بیشتر از دو متغیر مد نظر قرار گیرد؛ بنابراین زمانی که توزیع چند متغیره نرمال است می‌توان نتیجه گرفت که تک‌تک متغیرهای آن دارای توزیعی نرمال می‌باشند ولی عکس این رابطه نمی‌تواند ضرورتاً درست باشد (قاسمی، ۸۹). روش مورد استفاده برای بررسی نرمال بودن در این تحقیق، آماره‌های چولگی و کشیدگی می‌باشند. اگر مقدار چولگی و کشیدگی خارج از محدوده |۳| و |۱۰| باشد در آن صورت فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها رد می‌شود (کلاین، ۲۰۰۵).

^۱ Multivariate Normality

^۲ inflation

^۳ deflation

جدول (۴-۵)، نتایج آزمون حد مرکزی جهت نرمال بودن تک متغیره و چند متغیره داده ها

متغیر	چولگی	کشیدگی	مقدار بحرانی	نتیجه آزمون
عملکرد ورزشی	-۰/۲۵	۰/۰۳	۰/۰۹	توزیع نرمال است
جو اخلاقی	۰/۷۱	۰/۰۶	۰/۱۹	توزیع نرمال است
مسئولیت اجتماعی	۰/۲۷	۰/۱۶	۰/۴۶	توزیع نرمال است
چند متغیره		۲/۰۵	۲/۶۱	توزیع نرمال است

جدول فوق شاخص چولگی و کشیدگی متغیرهای پژوهش حاضر را نشان می‌دهد. مقادیر به دست آمده برقراری پیش فرض نرمال بودن چند متغیری در داده‌های پژوهش را نیز تأیید می‌کند.

۴-۴-۲- بررسی هم خطی چندگانه^۱ متغیرهای تحقیق

علاوه بر نرمال بودن داده‌های تحقیق، از دیگر مفروضات تحلیل مسیر عدم وجود هم خطی چندگانه متغیرهای تحقیق است. منظور از همپوشی متغیرهای مستقل این تحقیق این است که آیا بین متغیرهای مستقل همبستگی بالایی وجود دارد یا خیر؟ رابطه هم خطی وضعیتی است که نشان می‌دهد یک متغیر مستقل تابعی خطی از سایر متغیرهای مستقل است. برای تشخیص وجود همپوشی باید به بررسی دو شاخص عامل تورم واریانس^۲ و پارامتر تحمل^۳ پرداخت. ضریب تحمل که بین (۰) تا (۱) نوسان دارد، نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل تا چه اندازه رابطه خطی با همدیگر دارند؛ بنابراین، هر چه مقدار آن بیشتر (نزدیک به ۱)، باشد میزان هم خطی کمتر است. همچنین اگر مقدار عامل تورم واریانس بالاتر از ۱۰ باشد بین متغیرها همپوشی وجود دارد. در غیر این صورت متغیرهای مستقل نسبت به هم دارای همپوشی نیستند (قاسمی، ۱۳۸۹).

جدول (۴-۶)، شاخص‌های هم خطی چندگانه در متغیرهای پیش بینی کننده عملکرد ادراک شده

^۱ Multicollinearity

^۲ Variance inflation factor

^۳ Tolerance

متغیر	عامل تورم واریانس	پارامتر تحمل
جو اخلاقی	۱/۵۵	۰/۶۴
مسئولیت اجتماعی	۱/۵۵	۰/۶۴

همان‌طور که در جدول (۴-۶)، مشاهده می‌گردد عامل تورم واریانس متغیرهای مستقل کمتر از ۱۰ و پارامتر تحمل آن‌ها نیز بیشتر از صفر و نزدیک به یک است که نشان از میزان پایین هم خطی بین متغیرهای مستقل، دارد.

۴-۴-۳- ماتریس همبستگی متغیرهای تحقیق

از آنجا که مبنای تجزیه و تحلیل مدل‌های علی، ماتریس همبستگی است بنابراین ماتریس همبستگی متغیرهای تحقیق در جدول (۴-۷)، ارائه شده است.

جدول (۴-۷)، ماتریس همبستگی متغیرهای تحقیق

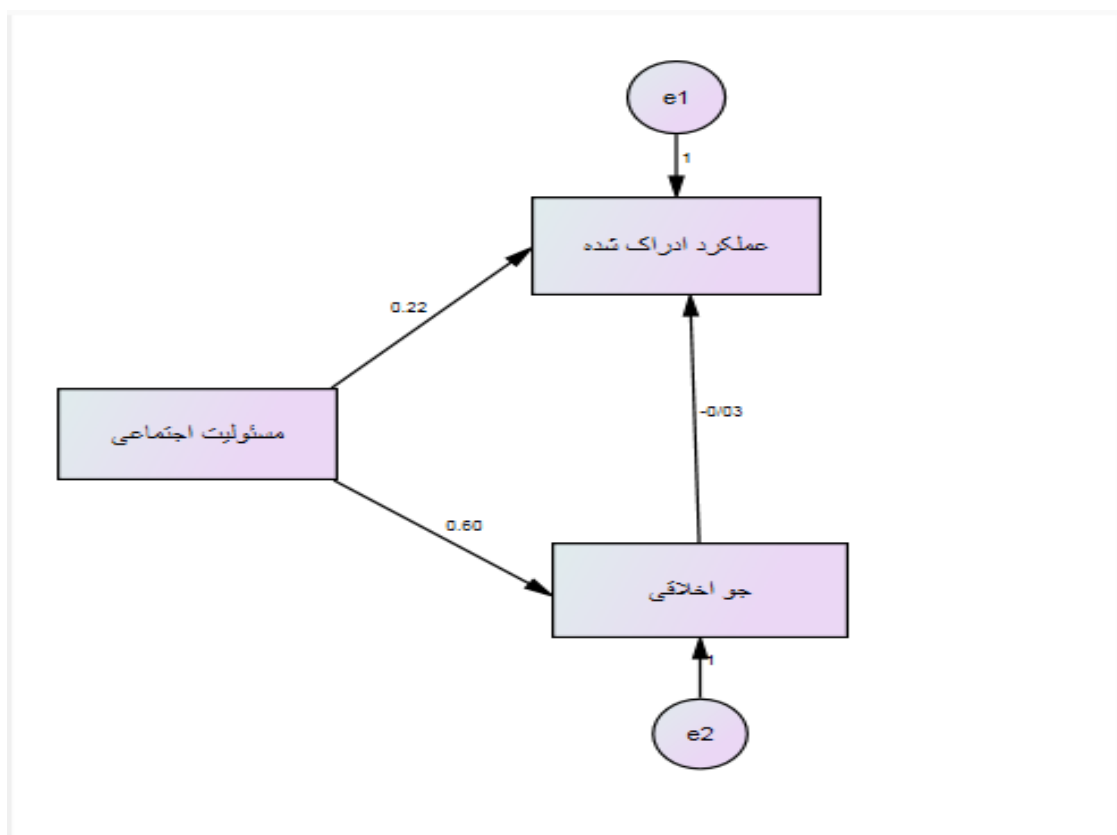
متغیر	۱	۲	۳
۱. عملکرد ادراک شده	۱		
۲. جو اخلاقی	۰/۰۹	۱	
	sig=۰/۱۸		
۳. مسئولیت اجتماعی	۰/۲۰**	۰/۶۰**	۱
	sig=۰/۰۰۶	sig=۰/۰۰۱	
میانگین	۳/۷۷	۳/۳۳	۳/۲۷
انحراف استاندارد	۰/۶۶	۰/۳۵	۰/۴۸

$p \leq 0.01^{**}$

با توجه به جدول (۴-۷)، مسئولیت اجتماعی بالاترین همبستگی را با جو اخلاقی دارد.

۴-۴-۴- تحلیل مسیر

مدل تحلیل مسیر یکی از انواع مدل‌هایی است که می‌توان در تبیین و پیش‌بینی پدیده‌های مختلف از آن‌ها بهره برد. در این پژوهش به‌منظور بررسی اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم و اثرات کل مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی بر عملکرد ادراک شده عملکرد ادراک شده و در ادامه نیز به بررسی تأیید یا عدم تأیید فرضیه‌های تحقیق پرداخته شده و در نهایت شاخص‌های ارزشیابی برازندگی مدل گزارش شده است.

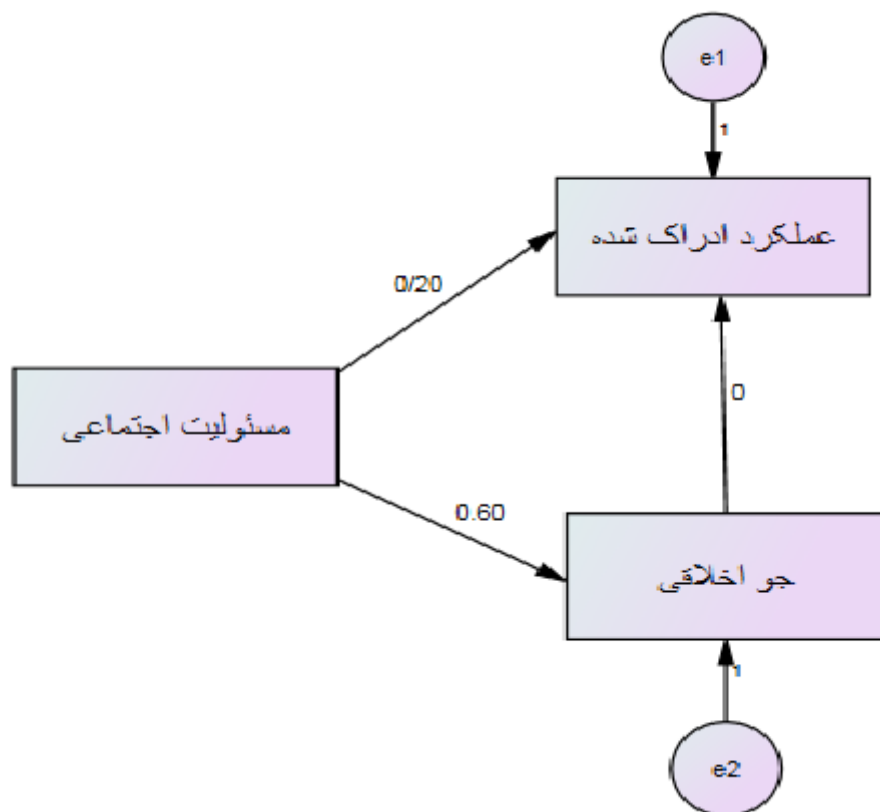


CMIN	P value	RMSEA	CMIN/DF	NFI	CFI
۰/۰۰	-	۰/۳	-	۱/۰۰	۱/۰۰
Estimate		cr		P	
جو اخلاقی → عملکرد ادراک شده		-۰/۰۳	-۰/۳۸	۰/۶۹	

شکل (۴-۱)، مدل اولیه تحلیل مسیر

با توجه به شکل (۴-۱)، مشخص می‌شود مقدار به دست آمده برای شاخص CMIN صفر است که نشان دهنده یک مدل اشباع شده است؛ بنابراین، مدل آزمون شده نیاز به اصلاح دارد.

در خروجی‌های متنی Amos برای کلیه پارامترهای برآورد شده نسبت بحرانی که همان نسبت مقدار برآورد شده برای پارامتر به خطای معیار آن است گزارش می‌شود. می‌توان از این نسبت‌ها و سطح معناداری مرتبط با آن‌ها مشخص کرد که کدام یک از پارامترهای برآورد شده فاقد تفاوت معنادار با مقدار صفر هستند. اگر پارامتری با مقدار صفر فاقد تفاوت معنادار است ($P > 0.05$) پس به لحاظ آماری می‌توان آن را از مدل حذف کرد. حذف چنین پارامتری به معنای ثابت کردن آن به مقدار صفر است. در این مدل (شکل ۴-۱)، ضریب تأثیر متغیر جو اخلاقی بر عملکرد ادراک شده مقدار استاندارد (-0.03) را نشان می‌دهد. نسبت بحرانی مشاهده شده برای این پارامتر (-0.38) با سطح معنادار (0.69) گزارش شده است. این نتایج در مجموع بیانگر فقدان تفاوت معنادار ضریب تأثیر محاسبه شده با صفر است ($P > 0.05$). لذا توجیه آماری برای حذف این پارامتر وجود دارد. با حذف این پارامتر مدل مسیر به شکل زیر تغییر می‌کند.



CMIN	P value	RMSEA	CMIN/DF	NFI	CFI
۰/۱۵	۰/۶۹	۰/۰۰	۰/۱۵	۰/۹۹	۱/۰۰

شکل (۴-۲)، مدل اصلاح شده پس از حذف مسیر جو اخلاقی → عملکرد ادراک شده

۴-۴-۵- ضرایب استاندارد اثرات مستقیم و غیرمستقیم و اثرات کل متغیرها
جدول (۴-۸)، ضرایب استاندارد اثرات مستقیم و غیرمستقیم و اثرات کل متغیرها را نشان می‌دهد. تحلیل مسیر علاوه بر برآورد ضرایب مستقیم قابلیت آن را دارد که اثرات غیرمستقیم متغیرها بر همدیگر را نیز تعیین و برآورد کند. آثار غیرمستقیم به این دلیل به وجود می‌آید که یک متغیر می‌تواند، به عنوان متغیر میانجی رابطه بین متغیرهای دیگر را تعدیل کند.

مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم بر متغیر وابسته اثرات کل آن را تشکیل می‌دهد. در بعضی مواقع، متغیرها بر هم فقط اثر مستقیم و یا فقط اثر غیرمستقیم دارند. در این صورت اثر کل با اثر مستقیم و یا اثر غیرمستقیم برابر است (قاسمی ۱۳۸۹).

با توجه به اطلاعات به دست آمده، اثرات مستقیم، غیرمستقیم و اثرات کل در جدول زیر گزارش شده است.

جدول (۴-۸)، ضرایب استاندارد اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم و اثرات کل متغیرهای تحقیق

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

طبق داده‌های جدول (۴-۸)، اثرات مستقیم مسئولیت اجتماعی بر جو اخلاقی (۰/۶۰) و مسئولیت اجتماعی بر عملکرد ادراک شده (۰/۲۰)، در سطح ۰/۰۱ معنادار است. همچنین در این پژوهش متغیرها برهم فقط اثر مستقیم دارند؛ بنابراین اثرات کل با اثرات مستقیم برابر شده است. از بین متغیرهای موجود در مدل، مسئولیت اجتماعی بیشترین اثر کل (۰/۶۰) را بر جو اخلاقی دارد.

۴-۴-۶- شاخص‌های برازندگی مدل تحقیق

پس از برآورد پارامترها نوبت به اندازه‌گیری برازش مدل می‌شود. جدول (۴-۹)، شاخص‌های نیکویی برازش مدل تحقیق را نشان می‌دهد. با توجه به عدم توافق عمومی و کلی در بین متخصصین مدل‌یابی معادلات ساختاری بر روی بهترین شاخص‌های برازندگی برآورد، کلاین و تامسون (۲۰۰۴)، شاخص‌های برازش χ^2 ، CFI، GFI و NFI و همچنین RMSEA را برای گزارش پیشنهاد

کرده‌اند. در نتیجه، در تحقیق حاضر، از بین شاخص‌های برازندگی مطلق، شاخص χ^2 دو نسبی (χ^2/DF) و شاخص ریشه‌ی میانگین مجذور برآورد تقریب (RMSEA) و از بین شاخص‌های برازندگی تطبیقی، شاخص برازندگی تطبیقی (GFI) و شاخص برازش هنجار شده (NFI) مورد استفاده قرار گرفت (قاسمی، ۱۳۹۲).

جدول (۹-۴)، شاخص‌های نیکویی برازش مدل تحقیق

CMIN	P value	RMSEA	CMIN/DF	NFI	GFI	CFI
۰/۱۵	۰/۶۹	۰/۰۰	۰/۱۵	۰/۹۹	۰/۹۹	۱/۰۰

همان طور که در جدول (۹-۴)، مشاهده می‌شود، می‌توان نتیجه گرفت که شاخص χ^2 دو، غیر معنادار با P بزرگ‌تر از (۰/۰۵)، شاخص‌های CFI، GFI و NFI، بزرگ‌تر از (۰/۹)، همچنین شاخص RMSEA کوچک‌تر از (۰/۰۸) و شاخص χ^2/DF دو نسبی، کمتر از ۳، نشان از برازش خوب مدل دارند. به‌طور کلی شاخص‌ها نشان می‌دهند که بین مدل ارائه شده (شکل ۴-۲)، و داده‌های جمع آوری شده از نمونه آماری برازش قابل قبول وجود دارد.

۴-۵-آزمون فرضیات

با توجه به نتایج فوق می‌توان، به بررسی فرضیه‌های مربوط به مدل پرداخت.

۴-۵-۱ فرضیه اول

فرض صفر (H_0):

بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی در تیم‌های والیبالی استان خراسان شمالی ارتباط مستقیم و معناداری وجود ندارد.

با توجه به مدل تحقیق و جدول (۴-۷)، میزان همبستگی مسئولیت اجتماعی با جو اخلاقی، برابر با ۰/۶۰ است که در سطح ۰/۰۱ معنا دار است؛ بنابراین فرض تحقیق (H_1) تأیید و فرض صفر (H_0) رد می‌شود.

۴-۵-۲-فرضیه دوم

فرض صفر (H_0):

بین جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی ارتباط مستقیم و معنا داری وجود ندارد.

با توجه به مدل تحقیق و جدول (۴-۷)، میزان همبستگی بین متغیر جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده ۰/۰۹ است که در سطح ۰/۰۵ معنادار نیست. مدل تحقیق نیز نشان داد بین این دو متغیر ارتباط مستقیم وجود ندارد؛ بنابراین فرض صفر تأیید می‌شود.

۴-۵-۳-فرضیه سوم

فرض صفر (H_0):

بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی ارتباط مستقیم و معناداری وجود ندارد.

بر اساس جدول (۴-۷)، میزان همبستگی بین متغیر مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده ۰/۲۰ است که در سطح ۰/۰۱ معنا دار است؛ بنابراین فرض تحقیق (H_1) تأیید و فرض صفر (H_0) رد می‌شود. با توجه به مدل تحقیق بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده ارتباط مستقیم وجود دارد به عبارتی مسئولیت اجتماعی سبب افزایش عملکرد بازیکنان والیبال می‌شود.

۴-۵-۴-فرضیه چهارم

فرض صفر (H_0):

بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی ارتباط غیرمستقیم و معناداری وجود ندارد.

با مشاهده مدل تحقیق و جدول (۴-۸)، می‌توان دریافت که بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده در تیم‌های والیبال استان خراسان شمالی، ارتباط غیرمستقیم و معناداری وجود ندارد. همچنین

با توجه به این که ارتباط مستقیم جو اخلاقی بر عملکرد ادراک شده معنادار نیست لذا می توان نتیجه گرفت که ارتباط غیرمستقیم مسئولیت اجتماعی بر عملکرد ادراک شده نیز معنادار نیست؛ بنابراین فرض صفر (H_0) تأیید می شود.

فصل پنجم

بحث و نتیجه گیری

۵-۱- مقدمه

در این فصل ابتدا یافته‌های تحقیق، به صورت خلاصه مطرح شده و با توجه به اهداف ویژه و نتایج تحقیقات دیگران، مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت. در نهایت با توجه به نتایج تحقیق پیشنهادهایی ارائه می‌گردد.

۵-۲- خلاصه تحقیق

باشگاه‌ها یا تیم‌های ورزشی سازمان‌هایی هستند که ورزشکاران کارکنان آن‌ها می‌باشند. در این سازمان همه مدیران، سرپرستان و مربیان و سایر متصدیان باید با شناخت نیازها و انگیزه‌های ورزشکاران در جهت رضایتمندی آن‌ها گام بردارند (ریمر و همکاران^۱، ۱۹۸۸) و از این طریق به بهبود عملکرد آن‌ها کمک کنند. این سازمان‌ها برای انجام وظایف با بیشترین کارایی و اثربخشی و در نتیجه تحقق اهداف و مأموریت‌ها، علاوه بر رعایت قواعد سازمانی نیاز به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی دارند که آن‌ها را در این امر یاری کرده و با ایجاد هماهنگی حرکت آن‌ها را به سمت وضعیت مطلوب تسهیل سازد. رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت اجتماعی از راه افزایش مشروعیت اقدامات سازمان، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، موفقیت سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (رحمانسروش، ۱۳۸۸). تلاش برای برقراری مسئولیت اجتماعی به افراد، سازمان‌ها و دولت کمک می‌کند، تأثیری مثبت بر پیشرفت کار و جامعه داشته باشد. مسئولیت اجتماعی از جمله مهم‌ترین عناصر فلسفه وجودی سازمان‌ها شناخته شده است. (مرتضوی و همکاران، ۱۳۸۹). رسول زاده و همکاران (۱۳۹۲)، پژوهشی را با عنوان بررسی ابعاد مسئولیت اجتماعی بر عملکرد سازمان انجام دادند. یافته‌ها نشان داد: بین ابعاد مسئولیت اجتماعی و عملکرد ارتباط معناداری وجود دارد. نادى و همکاران (۱۳۹۰)، در تحقیقی با عنوان الگو یابی معادله ساختاری روابط بین جو اخلاقی رضایت شغلی و تعهد سازمانی با نیت ترک خدمت در بین کارکنان بیمارستان‌های خصوصی شهر شیراز به این نتیجه دست

¹ Riemer

یافتند که بین جو اخلاقی با رضایت شغلی و تعهد و عملکرد شغلی رابطه مثبت و معنی داری وجود داشت و با نیت ترک خدمت رابطه منفی و معکوس وجود داشت. در تحقیقی دیگر **نوربرت مولر و همکاران (۲۰۰۸)**، با عنوان اجرای استانداردهای اخلاقی و اجتماعی در عملکرد ورزشی بالای جوانان بر اساس آرمان‌های المپیک به این نتیجه دست یافتند که ورزشکاران اغلب به اصول فردی بی‌توجه هستند و نسبت به مربیان و دستیاران خود رفتار انتقادی دارند. پایبندی به اصول اخلاقی بستگی به شخصیت فرد دارد که روی عملکرد ورزشی تأثیر می‌گذارد. **فری و همکاران (۲۰۰۳)**، در تحقیق که تحت عنوان استفاده از مهارت‌های روانی و ادراک از موفقیت، بر روی ۱۹۹ دانشجوی ورزشکار عضو تیم‌های بیسبال و سافت بال انجام دادند به این نتیجه رسیدند که وقتی که ورزشکاران مهارت‌های روانی را در تمرین و شرایط مسابقه به کار برده‌اند ادراک بهتری از موفقیت داشتند و به‌طور معناداری ادراک آن‌ها از موفقیت افزایش یافته بود. از این رو هدف از انجام این پژوهش تعیین ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده بود. تا از این طریق بتوان گامی مؤثر در جهت شناسایی عوامل اثرگذار بر عملکرد ادراک شده برداشت و در نتیجه به بهبود عملکرد و پیشرفت ورزشی تیم‌ها کمک کرد.

این مطالعه این امکان را به مدیران، مربیان و مسئولان تیم‌ها می‌دهد تا به این موضوع توجه ویژه را مبذول داشته و با نقش و تأثیر آن آشنا شوند. 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 را در برنامه ریزی برای مشارکت هر چه بیشتر ورزشکاران و در نتیجه انسجام و اتحاد تیمی یاری کند و به بهبود عملکرد تیم‌ها بیانجامد و از آنجایی که تیم‌ها به‌عنوان الگوهایی برای افراد در جامعه شناخته می‌شوند در قبال جامعه خود مسئول‌اند؛ بنابراین می‌توانند با ایجاد اعمال و رفتارهای مناسب به اشاعه اخلاق در جامعه کمک کنند. این پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی بوده و به روش میدانی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را کلیه بازیکنان والیبال استان خراسان

شمالی در رده سنی جوانان و نوجوانان که در مسابقات باشگاهی سال ۹۴-۹۳ حضور داشتند تشکیل دادند ($N=216$). در این تحقیق از روش نمونه گیری کل شمار استفاده شده و کل جامعه آماری در قالب ۱۸ تیم به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه تعدیل شده مسئولیت اجتماعی کارول (۱۹۸۹)، با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم=۱، کاملاً موافقم=۵)، پرسشنامه جو اخلاقی ویکتور و کالن (۱۹۸۸)، با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم=۱، کاملاً موافقم=۵) و پرسشنامه موفقیت ادراک شده تیم (گلن ۲۰۰۳)، با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت (بسیار کم=۱، بسیار زیاد=۵)، بود. پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۶۹ و ۰/۸۳ محاسبه شد. پس از گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه‌ها به منظور سازمان دادن، خلاصه کردن، طبقه بندی نمرات خام و توصیف اندازه‌های نمونه از آمار توصیفی (فراوانی، میانگین، درصدها، انحراف استاندارد و رسم جداول)، برای بررسی چگونگی توزیع داده‌ها از آزمون چولگی و کشیدگی، برای تعیین ارتباط بین متغیرهای تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون و برای سنجش ارتباط میان متغیرها از مدل تحلیل مسیر بهره گرفته شد. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که اکثر نمونه‌ها در دامنه ۳۲-۲۷ سال قرار دارند و کمترین فراوانی نمونه‌های تحقیق مربوط دامنه سنی ۴۴-۳۹ سال است. اکثریت نمونه‌های تحقیق؛ یعنی ۴۴/۶ درصد، دارای سابقه ورزشی ۱۱-۶ سال هستند. ۵۰/۸ درصد از نمونه‌های تحقیق را خانم‌ها و ۴۹/۲ درصد را آقایان تشکیل می‌دهند. همچنین ۵۴/۹ درصد از نمونه‌ها متأهل و ۴۵/۱ درصد از آن‌ها مجرد هستند. نتایج همچنین نشان داد از بین سه متغیر تحقیق متغیر عملکرد ادراک شده بیشترین میانگین ($3/77 \pm 0/66$) و جو اخلاقی کمترین میانگین ($3/33 \pm 0/35$) را دارند. آزمون فرضیات نشان داد بین متغیرهای مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی و همچنین بین متغیرهای مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد؛ اما بین متغیرهای جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده، ارتباط مستقیم و معناداری وجود ندارد. همچنین بین متغیرهای مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده ارتباط غیرمستقیم و معناداری

وجود ندارد؛ بنابراین از بین فرضیه‌های تحقیق، فرضیه‌های اول و سوم تأیید و فرضیه‌های دوم و چهارم رد شدند. مدل پژوهش نیز از برازش قابل قبولی برخوردار است.

۵-۳- بحث و نتیجه گیری

امروزه عملکرد افراد درزمینه‌ی ورزش و فعالیت‌های جسمانی مقوله‌ای مهم و مورد توجه متصدیان تعلیم و تربیت است. تیم‌های ورزشی همواره به دنبال راه‌هایی برای افزایش عملکرد خود هستند تا از این طریق جایگاه خود را در جامعه تثبیت کرده و رضایت هواداران خود را به دست آورند. مسئولیت‌های اخلاقی و اجتماعی از جمله مواردی هستند که رسیدن به این امر را تسهیل می‌سازند. تیم‌های ورزشی و سازمان‌ها برای انجام وظایف با بیشترین کارایی و اثربخشی و در نتیجه تحقق اهداف و مأموریت‌ها علاوه بر رعایت قواعد سازمانی نیاز به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی دارند که آن‌ها را در این امر یاری کرده و با ایجاد هماهنگی حرکت آن‌ها را به سمت وضعیت مطلوب تسهیل سازد. رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت اجتماعی از راه افزایش مشروعیت اقدامات سازمان، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، موفقیت تیم‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (رحمانسرشت و همکاران، ۱۳۸۸). از این رو هدف از انجام تحقیق حاضر تعیین ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ورزشی ادراک شده بود. تا از این طریق بتوان گامی مؤثر در جهت شناسایی عوامل اثرگذار بر عملکرد ادراک شده برداشت و در نتیجه به بهبود عملکرد و پیشرفت ورزشی تیم‌ها کمک کرد.

تحلیل یافته‌های تحقیق نشان داد: که بین مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد (جدول ۴-۷)، ($r=0/60$ ، $\text{sig}=0/001$).

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 و لذا چگونگی فعالیت‌های آن‌ها باید به گونه‌ای باشد که در اثر آن زیانی به

جامعه نرسد. از باشگاه‌ها و 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. مسئولیت اجتماعی با ورود خود یک چارچوب حاکمیت اخلاقی را اضافه می‌کند که بر اساس آن باشگاه‌ها به فعالیت‌هایی اقدام می‌کنند که وضع جامعه را بهتر کرده از انجام کارهایی که باعث بدتر شدن وضعیت جامعه می‌گردند پرهیز می‌کنند. (طوسی، ۱۳۸۱). این یافته با یافته‌های پژوهش (لامو، ۲۰۱۲)، همخوانی دارد. بسیاری از رفتارها و اقدامات مدیران و کارکنان، متأثر از ارزش‌های اخلاقی بوده ریشه در اخلاق دارد. عدم توجه به اخلاق کار در مدیریت تیم‌های ورزشی در جوامعی مانند ایران که از یک سو دارای ارزش‌های اخلاقی غنی بوده از سوی دیگر با کشورهای پیشرفته فاصله قابل توجهی دارند می‌تواند معضلاتی بزرگ برای باشگاه‌ها به وجود آورد. به علاوه جوامع نسبت به مسائلی مانند محیط زیست، حقوق زنان، کودکان، اقلیت‌ها، معلولان، برابری استخدام و کاهش نیروی انسانی، حساس‌تر شده‌اند. بی‌توجهی مسئولان به این حقوق و عدم رعایت اصول اخلاقی در برخورد با ذی‌نفعان بیرونی می‌تواند مشکلاتی را برای تیم‌ها ایجاد کند و اقدامات آن را مورد پرسش قرار داده در نتیجه سود و موفقیت تیم‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. (رحمانسرشت و همکاران، ۱۳۸۸).

همچنین، با توجه به جدول (۴-۷)، نتایج نشان داد: بین جو اخلاقی و عملکرد ادراک شده ارتباط معناداری وجود ندارد ($r=0/09$, $sig=0/18$).

امروزه داشتن اخلاق حرفه‌ای، به عنوان یک مزیت رقابتی در تیم‌های ورزشی مطرح می‌شود. اخلاق حرفه‌ای تأثیر چشم‌گیری بر 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 به آسانی تسهیل می‌شود و 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 این پژوهش با یافته‌های پژوهش (نوربرت مولر و همکاران، ۲۰۰۸) و (رحمانسروش و همکاران، ۱۳۸۸) و (نادی و حاذقی، ۱۳۹۰) و (جارمیلو و سولومان، ۲۰۰۶)، همخوانی ندارد. شاید بتوان علت آن را در استفاده از ابزار سنجش متفاوت دانست. در این پژوهش برای سنجش جو اخلاقی از پرسشنامه ویکتور و کالن استفاده شده و در مطالعه نادی و حاذقی از پرسشنامه ۷ گویه‌های کوالز و پاتو^۱ (۱۹۸۹)، استفاده شده است. همچنین این مطالعات بر روی کارکنان سازمان‌ها و مشاغل صورت گرفته است در صورتی که یافته‌های این پژوهش با مطالعه بر روی تیم‌های ورزشی به دست آمده است.

از دیگر یافته‌های این پژوهش می‌توان به وجود رابطه مثبت و معنادار بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده، اشاره کرد (جدول ۴-۷)، ($r=0/20$ ، $sig=0/006$).

لازمه موفقیت یک تیم، عملکرد مناسب آن است. شاخص‌هایی مانند سودآوری، بقا، رشد میزان دستیابی به اهداف و قابلیت‌های رقابتی را می‌توان به‌عنوان نتیجه عملکرد مناسب تلقی کرد. در این پژوهش مسئولیت اجتماعی به‌عنوان یکی از عوامل اثر گذار بر عملکرد ورزشی شناخته شده است. در واقع تیم‌های ورزشی در عصر اطلاعات و جهانی سازی برای دستیابی به موفقیت باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی واکنش مناسب نشان دهند و به بهترین شکل این‌گونه انتظارات را با اهداف اقتصادی باشگاه تلفیق کنند تا دستیابی به اهداف بالاتر و والاتری را امکان‌پذیر سازند. رعایت اخلاق کسب‌وکار و مسئولیت اجتماعی از راه افزایش مشروعیت اقدامات باشگاه، استفاده از مزایای ناشی از افزایش چندگانگی و افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی موفقیت تیم‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (رحمانسروش و همکاران، ۱۳۸۸). این یافته، با یافته‌های پژوهش (رسول زاده و همکاران، ۲۰۱۰)، همخوانی دارد. به‌طور کلی فعالیت ورزشی جو تربیتی و فضای پذیرفته‌ای برای تحقق بخشیدن به اعتبار اجتماعی که یکی از اساسی‌ترین نیازهای انسان در طول زندگی است فراهم

¹ Qualls & Puto

می‌نماید. از این رو بازیکنی که گرایش‌های پذیرفته شده‌ای همچون افتخار و وفاداری نسبت به تیم یا باشگاه خود کسب می‌کند می‌کوشد تا از طریق بهینه کردن نقش اجتماعی خود موقعیت و اعتبار خویش را بهبود بخشد و این به نوبه خود، هم بازی‌های او را به ایفای نقش‌های همانند واهی دارد و این امر نیز باعث تقویت و انسجام و وحدت تیم می‌شود (خوشخوی، ۱۳۹۱).

نتایج به دست آمده در جدول (۴-۸)، نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده ارتباط غیرمستقیم و معناداری وجود ندارد. با توجه به محدودیت منابع که در فصل دوم نیز عنوان شد پیشینه‌ای در این مورد یافت نشد؛ اما آنچه مسلم است به گفته کارول، بی‌توجهی به مسئولیت‌های اجتماعی موجب افزایش دخالت دولت و در نتیجه کاهش کارایی می‌شود (هانگر و ویلن، ۲۰۰۶).

به‌طور خلاصه چنان که گفته شد با توجه به نقشی که هواداران یک تیم در موفقیت آن‌ها دارند نوع قضاوت افراد در مورد باشگاه و موضوع فعالیتشان تأثیر بسیار زیادی در کارایی و اثربخشی آن‌ها و در نتیجه کارایی و اثربخشی تیم‌ها دارد. انتظار بروز خلاقیت توسط کسانی که کار خود را از لحاظ اخلاقی ناپسند تلقی می‌کنند واقعی و منطقی نیست. گرچه حاکمیت اخلاق کار بر باشگاه منافع زیادی برای تیم‌ها از بعد داخلی از جنبه‌های بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات، افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر افراد، افزایش چندگانگی و کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل دارد؛ اما از دیدگاه مسئولیت اجتماعی نیز از راه افزایش مشروعیت باشگاه و اقدامات آن، التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذی‌نفعان، افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی و...، توفیق سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد بنابراین از آنجا که مسئولیت اجتماعی بخشی از مقوله اخلاق کار محسوب شده و از آن به‌عنوان اخلاقیات فرا سازمانی یاد می‌شود (رحمانسرشت و همکاران، ۱۳۸۸)، لازم است به این مهم نیز توجه شود و مسئولان تیم‌های ورزشی اقدامات متناسب با خواست و نیازهای جامعه انجام دهند.

۴-۵-پیشنهادهای تحقیق

۴-۵-۱-پیشنهادهای کاربردی

✓ 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 به رعایت آن فوایدی انکار ناپذیر برای باشگاهها دارد به مربیان و مسئولان تیمهای ورزشی پیشنهاد می شود فضایی را فراهم کنند تا افراد درگیر در تیمهای ورزشی نسبت به خود، اطرافیان و محیط بیرون مسئولیت و توجه بیشتری داشته باشند و در صدد راه کارهایی از جمله تدوین بیانیه اصول اخلاقی و دستورالعملها جهت تقویت این امر باشند.

✓ پیشنهاد می شود بازیکنان تیمهای ورزشی در فعالیتهایی مانند کمک به مؤسسات خیریه، شرکت در فعالیتهای محیط زیست و نپرداختن به فعالیتهای غیراخلاقی مشارکت کنند. مسئولان تیمها و همچنین بازیکنان بااهمیت دادن به این مسائل می توانند به بهبود رفاه جامعه کمک کنند.

✓ از دیگر نتایج این تحقیق ارتباط مستقیم و معنادار بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده است. با توجه به اینکه مسئولیت اجتماعی از نکات کلیدی در باشگاههای ورزشی است لازم است مدیران، مربیان و سرپرستان تیمهای ورزشی جهت بهبود موفقیت تیمها به دنبال راههایی برای تقویت و نهادینه کردن مسئولیت اجتماعی باشند از جمله ایجاد ارزشهای مشترک، تسهیم اطلاعات و ارائه الگوهای رفتاری از سوی سرپرستان.

۴-۵-۲-پیشنهادهای پژوهشی

- ✓ بررسی تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی بر عملکرد ادراک شده
- ✓ بررسی تأثیر اخلاق کاری بر مسئولیت اجتماعی و عملکرد ادراک شده
- ✓ ارتباط مسئولیت اجتماعی و جو اخلاقی با عملکرد ادراک شده در سایر تیمهای ورزشی (گروهی و انفرادی).

منابع و مراجع

- آزاد فدا ش، تند نویس ف وکاظم نژاد لیلی ا، (۱۳۹۱)"ارتباط بین سبک رهبری خدمت گزار با اثر بخشی تیمی و عملکرد تیم‌های والیبال لیگ برتر مردان ایران" **فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی**، شماره ۶ (۲۲ پیاپی)، سال سوم (یازده پیاپی).
- ابزری م و یزدان شناس م، (۱۳۸۵)"مسئولیت اجتماعی و اخلاق کار در مدیریت کیفیت نوین" **فرهنگ مدیریت**، شماره یازدهم، سال پنجم: ص ۴۲-۵.
- ابوالقاسمی ع، کیامرثی ا، آریا پوران س و درتاج فریبرز، (۱۳۸۵) "بررسی ارتباط ابهام نقش، تعارض نقش و اضطراب رقابتی با عملکرد ورزشی و پیشرفت تحصیلی دانشجویان ورزشکار" **فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی**، شماره ۲ (پیاپی ۴۰)، سال دوازدهم: ص ۳۹.
- اشنایدر، سوزان سی و ژان سوئی بارسو، (۱۳۷۹) "**مدیریت در پهنه‌ی فرهنگ‌ها**" ترجمه: سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، پژوهش‌های فرهنگی.
- باقری ح و شیخیان ج، (۱۳۸۷) "**راهنمای انجام مسئولیت اجتماعی**".
- تولایی ر، (۱۳۸۸) "عوامل تأثیر گذار بر رفتار اخلاقی کارکنان در سازمان" **دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس**، شماره ۲۵، سال ششم.
- حاذقی ف و نادی م، (۱۳۹۰) "الگو یابی 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**، شماره‌ی پنجم، دوره هشتم.
- حبیب پور ک و صفری شالی ر، (۱۳۹۱) "**راهنمای جامع کاربرد spss در تحقیقات پیمایشی**" نشرلویه، انتشارات متفکران، تهران، ص ۱۹۰.
- حساسی و برزگر ق، (۱۳۹۳) "مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادیم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری" **فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت**، شماره ۲۲، سال هفتم.
- خوشخوی س، (۱۳۹۱) "ورزش و کارکردهای روانی- اجتماعی و جوانان" www.nedayezahedan.com
- خوشنویس ر، (۱۳۹۲) "اخلاق در ورزش" www.ghodssoccer.blogfa.com.
- دریاباری ف، (۱۳۹۲)، <http://robabnaz.persianblog.ir/tag>.
- دفت و ریچارد آل، (۱۳۷۴) "**تئوری سازمان و طراحی ساختار**" ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران.
- رحمانسرشت ح، رفیعی م و کوشا م، (۱۳۸۸) "مسئولیت اجتماعی، اخلاقیات فرا سازمانی" **ماهنامه تدبیر**، شماره ۲۰۴، سال نوزدهم.

- رحمتی م، (۱۳۸۶) "تأملی جامعه شناسانه بر تجاری شدن ورزش" **مجله حرکت**، شماره ۳۲، ص ۱۸۶-۱۶۱.
- رستگار ا، حجازی ا و جمشیدی ا، (۱۳۸۷) "ارتباط متغیرهای شناختی-انگیزی با عملکرد ورزشی دانش آموزان" **المپیک**، شماره ۴۲، ص ۶۳-۷۴.
- رؤیایی ر و مهر دوست ح، (۱۳۸۸) "بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی" **پژوهش نامه علوم اجتماعی**، شماره سوم، سال سوم.
- سرداری پور م، احدی ح و نمازی زاده م، (۱۳۸۸) "بررسی نقش اضطراب شناختی و جسمی در عملکرد ورزشی" **روان شناسی تربیتی**، شماره ۱۵، ص ۱۲۶-۱۰۹.
- شعبانی بهار غ، یعقوبی ا و فاروقی ح، (۱۳۸۹) "تعیین ارتباط هوش هیجانی و عملکرد ورزشی ورزشکاران استان همدان" **پژوهش در علوم ورزشی**، شماره ۲۸، ص ۹۲-۸۱.
- صنعت کارن ا، (۱۳۷۶)، پایان نامه ارشد: "بررسی تأثیر یک دوره آرام سازی در میزان اضطراب حالتی رقابتی و نحوه عملکرد بانوان بسکتبالیست باشگاه‌های تهران"، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی
- طالبی ن و عبداللهی ف، (۱۳۹۱) "ارتباط بین رفتار رهبری مربی، انسجام گروهی و عملکرد تیم‌های والیبال لیگ برتر زنان ایران" **مطالعات مدیریت ورزشی**، شماره ۱۶، ص ۶۳-۷۸
- طوسی م، (۱۳۸۱) "**فرهنگ سازمانی**" چاپ سوم، مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران.
- فتحی س، (۱۳۸۸) "تبیین جامعه شناختی مشارکت ورزشی دانشجویان" **پژوهش نامه علوم اجتماعی**، شماره چهارم، سال سوم.
- فروغی پور ح، صابونچی ر و پاک طینت ز، (۱۳۹۰) "توسعه شناختی و روانی-حرکتی رفتار اخلاقی در ورزش قهرمانی کشور" **فصلنامه تحقیقات علوم ورزشی**، شماره ۲، سال اول.
- قاسمی و، (۱۳۸۹) "**مدل سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد Amos Graphics**" چاپ اول، انتشارات جامعه شناسان، تهران.
- قاسمی و، (۱۳۹۲) "**مدل سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد Amos Graphics**" چاپ دوم، انتشارات جامعه شناسان، تهران.
- قراملکی ف، (۱۳۸۲) "**اخلاق حرفه‌ای**" چاپ اول، انتشارات مجنون، قم.
- کریمی م، رجایی پور س، هویدا ر، (۱۳۸۹) "بررسی رابطه بین ابعاد جو سازمانی و رفتار اخلاقی در بین کارکنان دانشگاه‌های اصفهان و علوم پزشکی اصفهان" **فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی**، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، شماره ۱، سال چهارم: ص ۸۳-۱۰۲.

- کشاورز پور ف، (۱۳۹۲) "شناسایی و تبیین مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی بازاریابی شرکت" نشریه توسعه مهندسی بازار.
- لاوسن، آلن، (۲۰۰۱) "مدیریت اخلاقی در خدمات دولتی" ترجمه: محمدرضا ربیعی مندجین و حسن کیوریان، نشر یکان، تهران.
- لطف آبادی ح، (۱۳۸۰) "رشد اخلاقی، ارزشی دینی در نوجوانی و جوانی" نشر نسل سوم، تهران.
- مرتضوی س، پورآزاد ن، امیر رضوی پ و صادقی مقدم م، (۱۳۸۹) "بررسی نقش تعدیل گری متغیر اهمیت مسئولیت اجتماعی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی" *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد*، ص ۲۱۷-۱۹۳.
- نجفی م، کریمی م، قهرمانی فرد ع و رضوانی م، (۱۳۸۹) "بررسی رابطه بین ابعاد جو اخلاقی و رضایت شغلی در میان کارکنان اداره‌های آموزش و پرورش شهر اصفهان" *رویکردهای نوین آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه اصفهان*، شماره دو، شماره پیاپی ۱۲، سال پنجم: ص ۲۲-۱.
- واعظ موسوی م و مسیبی ف، (۱۳۹۱) "روان شناسی ورزشی" جلد اول، چاپ چهارم، انتشارات سمت، تهران.
- هانگر جی دیوید و توماس آل ویلن، (۲۰۰۶) "مبانی مدیریت استراتژیک" ترجمه‌ی: سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، پژوهش‌های فرهنگی.
- هس مر و آلتی، (۱۹۹۵) "اخلاق در مدیریت" ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- Brooke E. and Crawford B.A., (2005), phd. thesis, "Moral atmosphere and pro-social collective norms: A case study of two collegiate athletic teams", Graduate School of the University of Notre Dame, Indiana,

- Buckley M. R., D. S. Beu. and D. D. Frink (2001) "Ethical Issues in Human Resources Systems" *Human Resource Management Review*, No. 11, 11-29.

- Burcak Akansel., (2010), phd. thesis, "Implementation of CSR at European Football clubs", Bahcesehir university, Istanbul,

- Carroll, A. (1996) "Ethical and stakeholder management" *OH: South-Western Publishers*.

- C.Marian and Dupeyrat.c. (2005)“Implicit theories of intelligence,goal orientation,cognitive engagement and achievement:Atest ofDweck's model withreturning to skool adults”**contemporary Educational psychology**.,30,43-59.
- Cohen, D. V. (1993) “creating and maintaining ethical work climate” **Business ethics Quarterly**., 3, 343-358.
- Debra and W. Sherril (2008)“ An exploratory study of ethical climate perceptions of the mortgage banking industry” **United States: Capella university**.
- Donaldson, T. and Priston, L.E. (1995) “The stakeholder theory of corporation: Concepts” evidence and implications, **Academy of Management Review**., 20 (1), 65-91.
- Dulcie M., Straughan Lois A. and Boynton Jesus Meza, (2006), **phd.thesis“Beyond the game: corporate social responsibility in the sports industry”,University of North Carolina**,
- Dweck,c.s and E.l leggett (1988) “A social cognitive approach to motivation personality” **psychological review**., 95,256-273.
- Elci, M. and Alpkam, L. (2009)“The impact of perceived organizational ethical climate on work satisfaction” **Journal of Business Ethics**., 84: 297-311..
- Fraedrich, J. and Iyer, R. (2008)“ Retailers’ major ethical decision making constructs” **Journal of Business Research**., 61, 834–841.
- Freeman, R.E. and Liedtka, J. (1991) “Corporate social responsibility: A critical approach” **Business Horizons**, July-August., 80-92.
- Frey, M., Laguna, P.L. and Ravizza,k. (2003) “Collegiate athletes mental skill and perception of success: An exploration of the practice and competition setting” **Journal of applied sport psychology**., 15,115-128.
- Friedman, M. (1962), “**Capitalism and freedom**”, IL, University of Chicago.
- Higgins, J M. and Vincze J.W. (1993), “ **Strategic Management Concepts**”, Fort Worth,Tx: Dyden.
- Jaewon Chang, Joon Ho Kang,Yong Jae K and Kitak Kim., (2014) “The Effect of Sport Team Performance and Social Responsibility Perception on Fans' Pride andLoyalty”, North American Society for Sport Management Conference
- Jaramillo, F. Mulki and J. Soloman, p. (2006)“ The role of ethical on salesperson role stress, gob attitudes, turnover intenion, and job performance” **The Journal of Personal Selling Management**.,26(3).44-62.

- Jones, T. M. (1991) "Ethical decision making by individuals in organizations: An issue-contingent model" **Academy of Management Review.**, 16(2): 366-395.
- J.S. Russell, Langara College and Vancouver BC. (2011) "Competitive Sport, Moral Development, and Peace" Talk for the Military World Games – Rio De Janeiro, Keynote Address, **IAPS, Rochester NY.**
- Hadi Rasoulzadeh, Seyed Jafar Hosseinipour, Nor Ashikin Mohamed Yusof, Mohammad Soltani and Seyedemehrsa Hashemi. (2013) "Effect of Dimensions of Corporate Social Responsibility on Organization Performance" **ISSN: 2232-1942 Vol. 13 No. 2.**
- LAM Mo.,(2012), phd. thesis " Ethical climate , the perceived importance of ethics and social responsibility, and earnings management" Lingnan University**
- Lumpkin, A., Stoll, S. K. and Beller, J. M. (2011) " Practical ethics in sport management" **Jefferson,NC: McFarland Pub.**
- Malloy, C. D. (1999) "Ethical work climate dimensions in a not-for- profit organizational" **Journal of Business Ethice.**, 20, (1).34-45.
- Mc Gregor., Elliot.A and S.Gable. (1999) "Achivement goals,study sterategies and exam performance"**A mediational psychology.**,91(3),549-563
- Mc Namara,carter. (1999) "Complete Guide To Ethics Management"
[http://www.management help org/library/ethics/ethxgde.htm](http://www.managementhelp.org/library/ethics/ethxgde.htm)
- NBES.(2005) "National Business Ethics" Survey ,(www.ethics.or/nbes).
- Newman, M. (2010)" Emotional intelligence sports inventory" **Technical paper.**
- Norbert Müller and Kristina Bohnstedt. (2008) " The Implementation of Ethical and Social Standards in Youth High-Performance Sport on the Basis of Olympic Ideals"
- Passos, P., (2008), Phd. Thesis, " Dynamical decision making in rugby: identifying interpersonal coordination patterns", Technical university of Lisbon. <http://hdl.handle.net>**
- P. Athanasopoulou, J. Douvis, and V. Kyriakis. (2011)" Corporate social responsibility (CSR) in sports: antecedents and consequences" **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, Vol. 1 (4) .
- Riemer, H. and Chelladurai, P. (1998) "Development of the athlete satisfaction Questionnaire" **Journal of sport exercise psychology.**, (20): 127-150.

- Ryan A.M and P.R. Pintrich. (1997)“shoud I ask for help? The role of motivation and attudes in adolescent's help seekingin math class”**Journal of educational psychology**.,2,326-341.
- Solomon Michael R. and Stuart Elenara W. (1997)“ Marketing (Real People ,Real Choice” **Prentice-Hall International Inc.**, pp: 5, 83-84, 390.
- Stoll, S. and Beller, J. (2000)“ Do sports build character? In Gordy. J (ed.) Sports in school: the future of an institution” **New York: Teachers College Press.**, pp. 18-30.
- Thornton, P. K., Champion Jr., W. T. and Ruddell. (2012) “Sports Ethics for Sports Management Professionals” **Jones & Bartlett Learning, LLC. USA.**
- Timonhy Teo and Jon Noyes.(2011) “ An assessment of the influence of perceived enjoiment and attitued on the intention to use technology among pre-service teachers: A structural equation modeling approach”**journal homepage:**
www.elsevier.com/locate/compedu
- “Top 10 Most Popular Sports in The World” (2014), **Sporteology. Retrieved.**
- Victor, B. and Cullen, B. (1988)“A theory and measure of ethical climate in organizations” **Administrative Science Quarterly.**, 33, 101-125.
- Weiss, M.R., Smith, A.L., and Stuntz, C.P. (2008)“ Moral development in sport and physical activity” Theory, research, and intervention, In T.S. Horn (Ed.), **Advances in sport psychology.**, Champaign, IL: Human Kinetics .pp. 187-210, 3rd ed.
- Wood, D. (1991) “Corporate social responsiveness revisited” **Academy of Management Review.**, 16, 691-718.
- Zairi, M. and Peters, J. (2002) “The impact of social responsibility on business performance” **Managerial Auditing Journal.**, 17 (4), 422-456.
- Zhang, Z. M. S., (2004), **Doctoral dissertation ,“Trust in Leadership in sport: An empirical study of ethnicity and gender”, The Ohio State Universit**

پیوسته

(پیوست الف)

پاسخگوی محترم

با سلام، پرسش‌هایی که در پیش رو دارید در سه بخش، برای انجام پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی می‌باشد. خواهشمند است، برداشت شخصیتان را راجع به تیم و باشگاه ورزشی خود بر اساس گزینه‌های تعیین شده در هر بخش علامت بزنید.

مشخصات فردی پاسخ دهنده: سن: سال جنسیت: ☐ مرد ☐ زن

وضعیت تأهل: ☐ متاهل ☐ مجرد رشته‌ی ورزشی: سابقه‌ی ورزشی: سال

چنانچه علاقمند به دانستن نتیجه‌ی این پایان نامه هستید لطفاً ایمیل خود را به صورت خوانا قید نمایید:

.....

بخش ۱	عملکرد ورزشی	بسیار کم	کم	نظری ندارم	زیاد	بسیار زیاد
۱	در این دوره مسابقات تا چه حد به اهداف فردی خود دست یافته‌اید؟					
۲	در این دوره مسابقات تیم شما تا چه حد به اهداف تیمی دست یافته است؟					
۳	در این دوره مسابقات مهارت‌های تکنیکی شما چقدر بهبود یافته است؟					
۴	در این دوره مسابقات دانش تاکتیکی شما چقدر بهبود یافته است؟					
۵	تیم شما در این دوره مسابقات از نظر تکنیکی تا چه حد بهبود یافته است؟					
۶	تیم شما در این دوره مسابقات از نظر تاکتیکی تا چه حد بهبود یافته است؟					
بخش ۲	جو اخلاقی (در تیم ما ...)	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم

۱	انتظار می‌رود که بازیکن همیشه آن چیزی را که به نفع همه‌ی اعضای تیم است انجام دهد.				
۲	مهم‌ترین دغدغه، عملکرد خوب همه‌ی افراد، به عنوان یک مجموعه است.				
۳	دغدغه‌ی اصلی همواره آن است که چه چیزی برای دیگران بهترین است.				
۴	بازیکنان به دنبال رشد نیکی‌ها و خوبی‌های یکدیگر هستند.				
۵	بهترین امر برای هر بازیکن، در نظر گرفتن ملاحظات مهم تیم است.				
۶	از بازیکنان انتظار می‌رود فراتر از هر ملاحظه‌ی دیگری، قانون و معیارهای حرفه‌ای را رعایت کنند.				
۷	قوانین و اصول اخلاق حرفه‌ای ملاحظه‌ی اصلی است.				
۸	از بازیکنان انتظار می‌رود تا قوانین و معیارهای حرفه‌ای را به شدت رعایت کنند.				
۹	اولین ملاحظه آن است که هر تصمیمی، قوانین را نقض می‌کند یا خیر.				
۱۰	رعایت ضوابط و خط مشی‌های باشگاه مهم است				
۱۱	بازیکنان موفق، بر اساس ضوابط عمل می‌کنند.				
۱۲	از همه انتظار می‌رود تا ضوابط و خط مشی‌های تیم را رعایت کنند.				
۱۳	بازیکنان کاملاً تابع سیاست‌ها و برنامه‌های ابلاغی باشگاه هستند و آن‌ها را رعایت می‌کنند.				
۱۴	بازیکنان بیش از هر چیز دیگری مراقب حفظ منافع فردی خود هستند.				
۱۵	بازیکنان بیشتر فعالیت‌های شخصی خود را تعقیب و پیگیری می‌کنند.				
۱۶	هیچ فضایی برای اصول اخلاق فردی وجود ندارد.				
۱۷	از بازیکنان انتظار می‌رود برای تقویت منافع تیم، هر کاری بدون توجه به عواقب آن انجام دهند.				

					بازیکنان نگران منافع تیم هستند.	۱۸
					کار تنها زمانی غیر استاندارد قلمداد می شود که به منافع باشگاه آسیب بزند.	۱۹
					از بازیکنان انتظار می رود تا کنترل هزینه ها را در اولویت قرار دهند.	۲۰
					کارآمدترین روش، همواره راه درست و صحیح می باشد.	۲۱
					از همه ی افراد انتظار می رود تا فراتر از هر موضوعی به دنبال انجام کارآمد کارشان باشند.	۲۲
					از بازیکنان انتظار می رود از باورهای شخصی و اخلاقی خود تبعیت کنند.	۲۳
					هر بازیکنی خودش تصمیم می گیرد که چه چیزی درست یا غلط است.	۲۴
					مهم ترین دغدغه در تیم ما، احساس بازیکن نسبت به درست و غلط بودن امور است.	۲۵
					بازیکنان تحت هدایت اصول اخلاقی فردی خود قرار دارند.	۲۶
بخش ۳	مسئولیت اجتماعی				مخالفم کاملاً مخالفم نظری ندارم موافقم کاملاً موافقم	
۱	عمل کردن مطابق با مقررات قانونی برای باشگاه من اهمیت دارد.					
۲	رعایت مسائل اخلاقی در باشگاه من از اهمیت بالایی برخوردار است.					
۳	نوع دوستی برای باشگاه من مهم است.					
۴	اجری همه دستورالعمل های قانونی برای باشگاه من اهمیت دارد.					
۵	برای باشگاه من داشتن معیارهای اخلاقی مهم است.					
۶	برای باشگاه من داشتن یک برنامه راهبردی بشر دوستانه مهم است.					
۷	سود آوری برای باشگاه من مهم است.					

۸	باشگاه من در برنامه‌های ورزشی جوانان همکاری و مشارکت می‌کند.					
۹	باشگاه من در اقدامات و ابتکارات محیط زیست همکاری می‌کند.					
۱۰	باشگاه من به طرح‌های آموزشی و برنامه‌های مدارس کمک می‌کند.					
۱۱	باشگاه من به توسعه اقتصادی کمک می‌کند.					
۱۲	باشگاه من با مؤسسات خیریه همکاری می‌کند.					
۱۳	باشگاه من به افراد نیازمند کمک می‌کند					
۱۴	باشگاه من، در برنامه‌های سلامت جامعه مشارکت می‌کند.					
۱۵	باشگاه من، در هنگام بروز حوادث و بلایایی طبیعی در امر امداد رسانی مشارکت می‌کند.					
۱۶	ایمنی بازیکنان و کارکنان اجرایی برای باشگاه من مهم است.					
۱۷	ایمنی هواداران برای باشگاه من مهم است.					
۱۸	باشگاه من به ایمنی اماکن و تجهیزات ورزشی اهمیت می‌دهد.					
۱۹	اقدامات و شیوه‌های کسب و کار عادلانه برای باشگاه من مهم است.					

(پیوست ب)

سوالات حذف شده از پرسشنامه مسئولیت اجتماعی

۱. رشد اقتصادی در باشگاه من از اهمیت بالایی برخوردار است.
۲. باشگاه من در برنامه‌های هنری، مشارکت می‌کند.
۳. باشگاه من در جنبش‌های حقوق بشر، مشارکت می‌کند.

سوالات اضافه شده در پرسشنامه مسئولیت اجتماعی

۱. باشگاه من به ایمنی اماکن و تجهیزات ورزشی، اهمیت می‌دهد.

The relationship of social responsibility and ethical climate with perceived sport performance

(A case study: volleyball players of north khorasan)

Abstract

The sports clubs to perform tasks with the greatest efficiency and effectiveness, goals and missions achievement, in addition to observance of clubs rules, need a set of ethical guidelines. These guidelines help them and facilitate their movement to the ideal situation. Business ethics and social responsibility observance affect success of club through it's increased legitimacy, profitability and improve competitive advantage. The aim of this study is determination of relationship between social responsibility and ethical climate with perceived sport performance. This study is a correlational and it was done with field method. Volleyball players of North khorasan were population of this research that attended club matches in 93-94 (N=216). All of population was selected in 18 teams as sample. After determination of validity and reliability, to collect data, was used social responsibility adjusted questionnaire (carroll, 1989), ethical climate questionnaire (victor & Cullen, 1988) and Perceived team performance questionnaire (Glenn, 2003). The validity of questionnaires were calculated by Cronbach's alpha 0.83, 0.69 and 0.83 respectively. To test the Hypothesis were used Pearson's correlation coefficient and Path analysis. The results showed there are significant correlation between social responsibility and ethical climate and also between social responsibility and perceived sport performance. But there aren't a directly significant correlation between ethical climate and perceived sport performance. As well as there aren't indirectly significant correlation between two variables social responsibility and perceived sport performance. Finally the model showed a good fit to the data.

Keywords:social responsibility,ethical climate, volleyball player



Shahrood University

Faculty of Physical Education

**The relationship of social responsibility and ethical climate with perceived
sport performance**

(A case study: volleyball players of north khorasan)

Masoume mohammadi

Supervisor:

Hassan bahrololoum

September 2015