

تحلیل رابطه هوش فرهنگی و انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان رویدادهای ورزشی

سمیرا فیضی^۱، امیر منتظری^{۲*}، مهرداد حمیدی^۳، رضا اندام^۴

۱. دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه شمال

۲. دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد

۳. دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه تهران

۴. دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه صنعتی شاهرود

تاریخ دریافت: (۹۳/۰۶/۰۶) تاریخ پذیرش: (۹۵/۰۱/۲۲)

Analysis of the relationship between cultural intelligence and achievement motivation of sport event volunteers

S. Feizi¹, A. Montazeri^{2*}, M. Hamidi³, R. Andam⁴

1. Ph.D in Sport Management, Shomal University

2. Ph. D in Sport Management, Ferdowsi University of Mashhad

3. Associate professor of Sport Management, University of Tehran

4. Associate professor of Sport Management, Shahrood University of Technology

Received: (28 August 2014)

Accepted: (10 April 2016)

Abstract

The Purpose of this study was to assess the relationship of cultural intelligence and achievement motivation of sport event volunteers. The method applied in this research was descriptive – correlation. The statistical population consisted of Sport Volunteers at the 11th Iranian Universities Sport Olympiad in summer 2012. Because of low statistical population as the sample population was considered (n=N). The research Instruments was the “cultural intelligence questionnaire” (CCI, 2005) comprised 20 items and “achievement motivation questionnaire” (McClelland) comprised 11 items. The content and face validity of the questionnaire was confirmed by expert university panel. Cronbach’s alpha coefficient was used to test the reliability of the questionnaires in pilot study. The reliability of cultural intelligence questionnaire and achievement motivation questionnaire was 0.72 and 0.74 respectively. Descriptive and inferential statistics were used to analyze data. The research hypotheses were analyzed by regression with stepwise method. The result of regression analysis showed that metacognitive CI and motivational CI was explaining %24 variance of achievement motivation ($F(2,117) = 19.39, p < 0.001; R^2 = 0.249$). The results of this study can be creation of good vision about the importance of developing cultural intelligence and achievement motivation in volunteer management

Keywords

Success, Intelligence, Motivation, Human resources, Regression.

چکیده

هدف از این مطالعه، بررسی رابطه ابعاد هوش فرهنگی با انگیزه توفیق‌طلبی نیروهای داوطلب در رویدادهای ورزشی بود. روش تحقیق توصیفی – همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق کلیه نیروهای داوطلب شرکت‌کننده در یازدهمین المپιάد فرهنگی – ورزشی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه‌های سراسر کشور بودند. به دلیل پایین بودن حجم جامعه آماری، نمونه به صورت تمام‌شمار به دست آمد که در حقیقت نمونه برابر جامعه است؛ بر این اساس تعداد ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری مورد ارزیابی قرار گرفتند. هوش فرهنگی با استفاده از پرسشنامه ۲۰ سؤالی مرکز بین‌المللی مطالعات هوش فرهنگی و انگیزه توفیق‌طلبی نیز با استفاده از پرسشنامه ۱۱ سؤالی مک‌کلند اندازه‌گیری شد. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها توسط گروهی از استادان صاحب‌نظر دانشگاهی بررسی و تأیید شد و در یک مطالعه راهنما و با استفاده از ضریب همبستگی آلفای کرونباخ مقدار پایایی برای پرسش‌نامه هوش فرهنگی ۰/۷۲ و برای پرسش‌نامه انگیزه توفیق‌طلبی ۰/۷۴ محاسبه گردید. ارزیابی داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آزمون رگرسیون به روش گام به گام استفاده شد. بر اساس نتایج تحلیل رگرسیون مشخص شد، هوش فرهنگی فراشناختی و انگیزش هوش فرهنگی در کنار یکدیگر ۲۴ درصد واریانس انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان ورزشی را تبیین می‌کنند ($F(2,117) = 19.39, p = 0.001; R^2 = 0.249$). نتایج تحقیق حاضر می‌تواند، بینش خوبی در مدیران امور داوطلبی در خصوص اهمیت توسعه هوش فرهنگی و انگیزه توفیق‌طلبی در نیروهای کاریشان ایجاد کند.

واژگان کلیدی

موفقیت، هوش، انگیزه، منابع انسانی، رگرسیون.

* نویسنده مسئول: امیر منتظری

*Corresponding Author: Amir Montazeri

مقدمه

افزایش رقابت در عرصه‌های جهانی و تغییراتی مداوم در تجارت و تکنولوژی باعث شد تا شیوه‌های مدیریت سازمان‌ها مورد بازنگری قرارگیرد. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این بازنگری، توسعه مدیریت منابع انسانی بود (چلادورای^۱، ۲۰۰۶، ص. ۲۳۴). منظور از منابع انسانی، کلیه افرادی هستند که در سطوح مختلف یک سازمان مشغول به کار می‌باشند (پاین^۲، ۲۰۰۴، ص. ۱۳۸). از این‌رو مدیران سازمان‌های ورزشی برای غلبه بر مشکل کمبود نیروی انسانی در برگزاری مسابقات و سایر بخش‌های اجرایی و همچنین برای کاهش هزینه‌های عملیاتی در خصوص میزبانی مسابقات ورزشی، عموماً به جامعه متوسل می‌شوند و همواره به دنبال افراد داوطلبی هستند که از عهده فعالیت‌های مختلف برآیند. از این دیدگاه، داوطلبان این فرصت را برای مدیران فراهم می‌آورند که خدمات معمول را با کمترین هزینه و به اشکال متنوع و با کیفیت مطلوب ارائه دهند (تریانندیس^۳، ۲۰۰۶، ص. ۲۲). گزینش افراد و به‌ویژه داوطلبان برای همکاری در یک رویداد کار چندان آسانی نیست. برنامه‌ریزی صحیح و مدیریت نیروی انسانی اصلی‌ترین بخش از برگزاری هر رویداد موفق محسوب می‌شود. انتخاب افراد مناسب و آموزش دیده باعث می‌شود تا دست‌یابی به اهداف مربوط به این رویدادها بهتر و راحت‌تر صورت پذیرد (بانگ و راس^۴، ۲۰۰۷، ص. ۷۱؛ ویلیو و همکاران^۵، ۲۰۱۳، ص. ۸۸).

به‌علاوه، یک ویژگی برجسته جهانی شدن که به‌طور عمیقی سازمان‌های امروزی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، گرایش عمده به سمت تنوع فرهنگی بیشتر است. جهانی شدن شامل فرایندهای تعامل اجتماعی در یک مقیاس جهانی است که در آن افراد از بسیاری ملیت‌ها با هم پیوند و ارتباط دارند و در یک محیط متفاوت از نظر فرهنگی، هم در داخل سازمان‌هایشان و هم بیرون از آنها، کار می‌کنند (توماس^۶، ۲۰۰۶، ص. ۹۵). بسیاری از سازمان‌های قرن بیست و یکم چند فرهنگی محسوب می‌شوند و به‌طور چشم‌گیری در تعاملات بیشتر در میان مجموعه‌های مختلفی از فرهنگ‌ها و دیدگاه‌ها درگیر می‌شوند. این واقعیت سبب پویایی فراوان روابط در محیط‌های چندفرهنگی شده است، به‌نحوی که تفاوت در زبان، قومیت، سیاست‌ها و بسیاری خصوصیات دیگر می‌تواند به‌عنوان منابع

تعارض بالقوه ظهور کند و در صورت نبود درک صحیح، توسعه روابط کاری مناسب را با مشکل مواجه سازد (کاظمی، ۱۳۸۷، ص. ۸۷). رویدادهای ورزشی نیز محیط‌هایی چند فرهنگی به‌شمار می‌روند که در آنها ورزشکاران، داوران، مربیان و برگزارکنندگان رویداد به‌ویژه نیروهای داوطلب با زبان‌ها، قومیت‌ها و فرهنگ و آداب مختلف و بسیار متفاوت با یکدیگر پیوند و ارتباط دارند، لذا شناخت و درک صحیح از فرهنگ هر یک از افراد درگیر در یک رویداد ورزشی می‌تواند به کاهش تعارضات و برگزاری موفقیت‌آمیز رویدادهای ورزشی منجر گردد (حمیدی و همکاران، ۱۳۹۲، ص. ۹). کراپانزانو^۷ (۲۰۰۳) نشان داد، در فرهنگ‌های مختلف و حتی در خرده فرهنگ‌ها طیف وسیعی از احساسات را با علائم شفاهی و غیر شفاهی متفاوت می‌توان مشاهده کرد. در واقع تنوع فرهنگی یکی از تهدیدات و البته فرصت‌هایی است که به‌صورت فزاینده بر موفقیت سازمان‌هایی که در فضای دارای این تنوع به فعالیت می‌پردازند، تأثیر می‌گذارد (عباسعلی‌زاده، ۱۳۸۷، ص. ۵۳). این دشواری‌های ادراکی و تعارضات و رشد روزافزون تعاملات بین‌المللی، سبب ارائه مفهومی نوین در مباحث شناختی شده است که با نام "هوش فرهنگی"^۸ شناخته می‌شود. هوش فرهنگی مهم‌ترین ابزاری است که می‌توان برای مواجهه مناسب با موقعیت‌های چندفرهنگی به‌کار گرفت. هوش فرهنگی کمک می‌کند با درک صحیح و سریع مؤلفه‌های فرهنگی مختلف، رفتاری متناسب با هر یک از آنها بروز دهیم (عباسعلی‌زاده و نائیجی، ۱۳۸۶، ص. ۲۲). توانایی فرد برای تطبیق با ارزش‌ها، سنت‌ها و آداب و رسوم متفاوت از آنچه به آنها عادت کرده‌است و کارکردن در یک محیط متفاوت فرهنگی، معرف هوش فرهنگی است (فیاضی و جان‌نثار احمدی، ۱۳۸۶، ص. ۴۱). بر اساس تقسیم‌بندی مرکز مطالعات هوش فرهنگی^۹، این هوش به چهار عامل انگیزشی، شناختی، رفتاری و فراشناختی تقسیم می‌شود.

ایرلی و موساکوفسکی^{۱۰} (۲۰۰۵)، دو نوع مهم از هوش فرهنگی - هوش فرهنگی سازمانی، برای سازمان‌ها و هوش فرهنگی قومی و جغرافیایی، برای آگاهی از فرهنگ یک کشور - را معرفی کرده‌اند. بر این اساس، در تحقیق حاضر، هوش فرهنگی برای تفاوت‌های فرهنگی ناشی از تنوع قومی و جغرافیایی در بین نیروهای داوطلب به‌کار گرفته شد. گرچه هوش فرهنگی در بیشتر مطالعاتی که تاکنون صورت گرفته، متوجه نحوه تعامل با فرهنگ‌های ملی بیگانه بوده است، اما

- 1- Chelladuray
- 2- Payn
- 3- Triandis
- 4- Bang and Ross
- 5- Valéau and et al
- 6- Thomas

- 7- Crapanzano
- 8- Cultural Intelligence
- 9- Center for Cultural Intelligence (www.cci.ntu.edu.sg)
- 10- Earley and Mosakowski

اعم از کیش و آیین و آداب و رسوم، تاریخ، ادبیات و هنر، موجب افزایش یا کاهش این انگیزه در افراد می‌شوند و از طرفی، خود این انگیزه نیز در عوامل فوق اثر می‌گذارد. به هر میزان سطح توسعه‌یافتگی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی جامعه بیشتر باشد، شدت کار و تلاش در آن جامعه ارزشمندتر است، و هر چه در جامعه‌ای کار و تلاش ارزشمندتر باشد مردم در خود انگیزه بیشتری برای پیشرفت و موفقیت احساس می‌کنند (زیگلر و همکاران^۲، ۲۰۱۰، ص. ۱۸). در صورتی که بتوان چنین انگیزه‌های را در افراد فعال کرد، مسلماً در حدی بالا تلاش کرده و در تحقق اهداف سازمانی نقشی مؤثر خواهند داشت. تمامی صاحب‌نظران در این امر توافق دارند که یکی از عوامل اساسی پیشرفت و موفقیت در کار، انگیزه می‌باشد. مفهوم نیاز توفیق‌طلبی نه تنها برای درک رفتار انسان مهم است، بلکه برای درک عکس‌العمل فرد در محیط کار نیز اهمیت دارد و مدیران را متوجه می‌سازد که قرار دادن کارکنان با انگیزه توفیق‌طلبی ضعیف در مسئولیت‌های بالا نه تنها عملکرد این کارکنان را پایین می‌آورد، بلکه ممکن است عملاً عملکردی حاصل نگردد (نایلی، ۱۳۷۳، ص. ۷۶). از طرفی جذب و آموزش نیروی داوطلب از چالش‌های مهم بازاریابی به‌شمار می‌آید. شناخت انگیزه‌های افراد برای داوطلب شدن و خدمت‌رسانی رایگان به سازمان‌های ورزشی در بحث بازاریابی داوطلب کمک شایان توجهی می‌کند (اندام و همکاران، ۱۳۸۸، ص. ۱۱۴؛ استریگاس و جکسون^۳، ۲۰۰۳، ص. ۱۱۸). به‌طور کلی، شناخت انگیزه‌های داوطلبان برای موفقیت سازمان در زمینه جذب داوطلب و برنامه‌ریزی فعالیت‌های بازاریابی دارای اهمیت فراوانی است (اندام و همکاران، ۱۳۸۸، ص. ۱۱۲). حمیدی و همکاران (۱۳۹۲، ص. ۷۲)، در بررسی ابعاد مدیریت داوطلبان ورزشی، عنوان می‌کنند، در بعد قدرشناسی از داوطلبان، انگیزه افراد از ارائه خدمات داوطلبانه باید در رأس قرار گیرد و ایجاد هدف‌های مثبت و انگیزاننده در داوطلبان در حفظ و نگهداری آنها مؤثر است. از این‌رو، اندام و همکاران (۱۳۸۸)، در بررسی انگیزه‌های داوطلبی در ورزش که بر روی نیروهای داوطلب در انجمن‌های ورزشی دانشگاه‌های ایران انجام شد هفت عامل انگیزشی را برای داوطلبان شناسایی کردند که یکی از این انگیزه‌ها، خودگرایی بود، این عامل بیان‌کننده نیاز فرد برای خودشکوفایی، عزت نفس، موفقیت، مراقبت و توجه به علایق و منافع شخصی خویش است. این

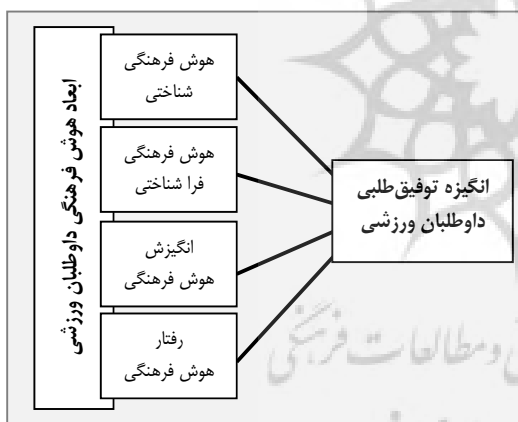
قابلیت تعمیم به خرده فرهنگ‌های نژادی و قومی درون فرهنگ ملی را نیز دارد. از این‌رو، مدیران محلی نیز می‌توانند از آن در تعاملات روزمره بهره گیرند. با عنایت به اینکه کشور ما از لحاظ فرهنگی دارای تنوع و تکثر بسیار است؛ هوش فرهنگی می‌تواند پاسخ‌گوی بسیاری از دغدغه‌های موجود برای مدیریت موفق در این تنوع فرهنگی باشد. علاوه بر این، بسیاری از مدیران در محیط فرهنگی خود به‌عنوان افراد موفق و شایسته ظاهر می‌شوند و با وارد شدن به محیطی بیگانه، با کاهش کارایی و اثربخشی مواجه می‌گردند و عده‌ای دیگر به‌صورت کاملاً متفاوت، با تغییر محیط فرهنگی به راحتی عملکرد خود را با شرایط جدید همسو می‌سازند (تریاندیس، ۲۰۰۶، ص. ۲۲)، این احتمال نیز وجود دارد که درباره‌ی داوطلبان ورزشی هم این‌گونه باشد. حمیدی و همکاران (۱۳۹۲)، در مطالعه خود بر روی ابعاد هوش فرهنگی نیروهای داوطلب در ورزش، بر اهمیت این هوش در بین نیروهای داوطلب تأکید کرده و عنوان کردند، مجریان رویدادهای ورزشی باید هنگام کار با داوطلبان تأثیرگذاری ابعاد هوش فرهنگی را مد نظر قرار دهند و با اتخاذ شیوه‌های صحیح مدیریت و فراهم کردن امکانات و شرایط لازم، زمینه حضور فعال‌تر و پویاتر داوطلبان را ایجاد کنند. از طرفی، در میان مهارت‌های مورد نیاز قرن ۲۱، توانایی تطبیق مستمر با افرادی از فرهنگ‌های مختلف و توانایی اداره ارتباطات بین فرهنگی حائز اهمیت است (فیاضی و جان‌نثار احمدی، ۱۳۸۶، ص. ۴۲). در هر حال، در دنیایی که عبور از مرزها کاری عادی شده است، پرورش هوش فرهنگی یک نیاز حیاتی برای همه مدیران و کارکنان است (تن، ۲۰۰۴، ص. ۲۰). خوشبختانه برخلاف سایر جنبه‌های شخصیت انسانی، هوش فرهنگی کسانی که روانی سالم دارند و از نظر حرفه‌ای و شغلی توانمند هستند، قابل پرورش و توسعه است (فیاضی و جان‌نثار احمدی، ۱۳۸۶، ص. ۴۲).

یکی دیگر از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر رشد و توسعه جوامع، وجود انگیزه توفیق‌طلبی یا میل قوی افراد برای دستیابی به موفقیت است؛ مشارکت افراد جامعه در بالندگی مستلزم وجود انگیزه توفیق‌طلبی در نهاد آن جامعه است. نیاز توفیق‌طلبی نوع ویژه‌ای از انگیزه است که شامل احساس درونی و قوی نسبت به موفقیت و بر مبنای انتظار انجام کارهای بهتر و سریع‌تر از دیگران با انجام بهتر این کارها نسبت به گذشته است. همچنین انگیزه توفیق‌طلبی بازتاب عوامل مختلف مؤثر بر جامعه می‌باشد، عوامل مختلفی از جمله روابط اجتماعی، اقتصادی، مسائل سیاسی، باورهای مقدماتی

2- Ziegler and et al
3- Strigas and Jackson

1- Tan

یادگیری ویژگی‌ها و مهارت‌هایی هستند، تا احتمال رسیدن به هدف را بیشتر نمایند و از آنجا که المپیادهای ورزشی دانشجویی یکی از رویدادهای ورزشی مهم در کشور است که هر دو سال یک‌بار با نظارت اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری برگزار می‌گردد و ورزشکاران حاضر در این رویداد، دانشجویانی از اقوام مختلف و از دانشگاه‌های سراسر کشور می‌باشند و حضور داوطلبان در این رویدادها به نسبت سایر رویدادهای ورزشی در کشور، دارای رسمیت بیشتر و با اقبال دانشجویان مواجه است و نیز با توجه به اهمیت انکار ناپذیر نیروهای داوطلب در حوزه‌ی ورزش و نقشی که در رویدادهای ورزشی دانشجویی ایفا می‌کنند، لذا مهم‌ترین هدف این مطالعه بررسی رابطه بین ابعاد هوش فرهنگی نیروهای داوطلب با انگیزه توفیق‌طلبی آنان بر اساس مدل تحلیل رگرسیون می‌باشد (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر حسب هدف کاربردی، از نظر روش جمع‌آوری اطلاعات از نوع پیمایشی و از نظر روش تجزیه و تحلیل اطلاعات از نوع همبستگی می‌باشد که در آن به دنبال بررسی رابطه بین ابعاد هوش فرهنگی و انگیزه توفیق‌طلبی است. به منظور گردآوری اطلاعات مورد نیاز عمدتاً از دو روش کتابخانه‌ای و روش میدانی استفاده شده است. در این تحقیق با رجوع به اسناد، مدارک، کتب، جزوات، آمارها، مقالات و نشریات در جهت بررسی منابع موجود و بازنگری کارهای انجام شده در زمینه موضوع تحقیق انجام پذیرفته است و از روش میدانی به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز برای تحلیل آماری و آزمون فرضیه‌ها استفاده گردیده است.

انگیزه به توسعه برخی باورهای خود فرد بستگی دارد. با توجه به تعریف محققان از این عامل، می‌توان آن را برابر با انگیزه توفیق‌طلبی مک‌کلند^۱ دانست. همچنین غفوری و همکاران (۱۳۹۱)، در مطالعه‌ای که بر روی داوطلبان رویدادهای ورزشی انجام دادند، انگیزه پیشرفت را چهارمین عامل انگیزشی مهم در بین نیروهای داوطلب حاضر در رویداد معرفی کردند و بیان داشتند که این انگیزه با ابعاد تعهد داوطلبان (عاطفی، مستمر، هنجاری) نیز رابطه مثبت و معناداری دارد؛ همچنین آنان بیان داشتند، افراد با انگیزه‌های متفاوتی برای شرکت در رویدادهای ورزشی داوطلب می‌شوند. جیانولاکیس و وانگ^۲ (۲۰۰۸) لاو و همکاران^۳ (۲۰۰۹) نیز انگیزه پیشرفت را یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های داوطلبی معرفی کرده‌اند. به نظر می‌رسد که افراد با حضور در فعالیت‌های داوطلبی به دنبال بهبود خودپنداره خویش هستند (ملایی و همکاران، ۱۳۹۰، ص. ۱۲۶)، لذا می‌توان رویدادهای ورزشی را محیطی فرض کرد که به بالارفتن انگیزه توفیق‌طلبی افراد کمک می‌کند و منجر به رشد و شکوفایی این نوع انگیزه می‌گردد. از طرفی، حمیدی و همکاران (۱۳۹۲)، در مطالعه‌ای به بررسی ابعاد هوش فرهنگی نیروهای داوطلب در ورزش پرداختند، نتایج نشان داد، بین اولویت ابعاد هوش فرهنگی نیروهای داوطلب اختلاف معناداری وجود دارد، به طوری که انگیزش هوش فرهنگی داوطلبان دارای بالاترین اولویت و دانش هوش فرهنگی آنان دارای پایین‌ترین اولویت بود. همچنین بین راهبرد هوش فرهنگی داوطلبان بر اساس سابقه کار داوطلبی تفاوت معناداری وجود داشت. همچنین آنگ و ون داین (۲۰۱۵)، در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند، وجدان‌گرایی با بعد فراشناختی هوش فرهنگی ارتباط معناداری دارد، شادابی و ثبات عاطفی با جنبه رفتاری هوش فرهنگی در ارتباط است، برون‌گرایی با ابعاد دانش، انگیزش و رفتار ارتباط معناداری دارد و مهمترین نتیجه اینکه گشودگی در کسب تجربه یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی است که با هر چهار بعد هوش فرهنگی ارتباط مثبت دارد.

بر این اساس و با توجه به اینکه حضور افراد با ویژگی‌ها، توانایی‌ها و خصوصیات شخصیتی خاص شرط لازم برای موفقیت در رویدادهای ورزشی است و از طرفی، افرادی که انگیزه بالایی برای موفقیت دارند همواره در پی کشف و

1- McClelland
2- Giannoulakis and Wang
3- Love and et al

متغیرها استفاده شد. از آلفای کرونباخ نیز برای تعیین میزان پایایی پرسش‌نامه استفاده گردید. در نهایت برای بررسی و تحلیل رابطه بین متغیرهای پیش‌بین و ملاک از تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام به گام در سطوح معناداری ۰/۰۵ و ۰/۰۱ استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

از ۱۲۰ نیروی داوطلب که در این تحقیق حضور داشتند، ۷۰/۸ درصد دختر و ۲۹/۲ درصد پسر بودند؛ که دامنه سنی پاسخ‌دهندگان از ۱۸ تا ۲۹ سال متغیر بود، و دارای میانگین سنی $22/3 \pm 2/3$ بودند. بیشتر آزمودنی‌ها در دامنه سنی ۲۳-۲۱ سال (۵۰/۸ درصد) قرار داشتند. بیشتر آزمودنی‌ها مجرد (۹۲/۵ درصد) بودند. تنها ۱۰/۸ درصد نیروهای داوطلب بیش از چهار سال سابقه کار کار داوطلبی داشتند و ۴۵ درصد داوطلبان کمتر از یک سال سابقه‌ی کار داوطلبی داشتند. همچنین ۵۹/۲ درصد نیروهای داوطلب حاضر در المپیا را افراد بومی تشکیل می‌دادند (جدول ۱).

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

درصد	فراوانی	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی
۷۰/۸	۸۵	دختر
۲۹/۲	۳۵	پسر
۱۹/۲	۲۳	کمتر از ۲۰ سال
۵۰/۸	۶۱	۲۱ تا ۲۳ سال
۲۱/۷	۲۶	۲۴ تا ۲۶ سال
۷/۵	۹	بیشتر از ۲۷ سال
۰/۸	۱	بدون پاسخ
۹۲/۵	۱۱۱	مجرد
۴/۲	۵	متاهل
۳/۳	۴	بدون پاسخ
۴۵	۵۴	کمتر از یک سال
۳۰/۸	۳۷	یک سال
۶/۷	۸	دو سال
۶/۷	۸	سه سال
۱۰/۸	۱۳	چهار سال به بالا
۵۹/۲	۷۱	بومی
۴۰/۸	۴۹	غیر بومی

همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق میانگین انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان برابر با $0/38 \pm 3/63$ به دست آمد؛ در میان

جامعه آماری این مطالعه شامل کلیه داوطلبان شرکت‌کننده در یازدهمین دوره المپیا فرهنگی - ورزشی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه‌های سراسر کشور بود. با توجه به پایین بودن حجم جامعه، نمونه آماری به صورت تمام‌شمار به دست آمد، که در حقیقت نمونه برابر جامعه است ($n=N$). بر این اساس، پس از توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، در نهایت تعداد ۱۲۰ عدد پرسش‌نامه تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

برای ارزیابی میزان هوش فرهنگی داوطلبان حاضر در یازدهمین المپیا فرهنگی - ورزشی دانشجویان سراسر کشور، پس از مطالعه و جستجو در منابع محدود در این زمینه، در نهایت از پرسش‌نامه‌ای که توسط مرکز مطالعات هوش فرهنگی اعتباریابی شده است، استفاده گردید. این پرسش‌نامه شامل ۲۰ سؤال در چهار بُعد هوش فرهنگی شناختی (دانش)، انگیزش هوش فرهنگی، رفتار هوش فرهنگی و هوش فرهنگی فراشناختی (استراتژی) می‌باشد. همچنین برای ارزیابی انگیزه توفیق‌طلبی از پرسش‌نامه ۱۱ سؤالی مک‌کلند در این زمینه استفاده گردید. هر دو پرسش‌نامه در مقیاس ۵ ارزشی لیکرت در پیوستاری از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) طراحی شده بود. پرسش‌نامه برای تأیید روایی صوری و محتوایی در اختیار ۱۲ نفر از صاحب‌نظران (۴ تن از اساتید مدیریت ورزشی، ۴ تن از مسئولین و مدیران برگزارکننده رویداد و ۴ تن از داوطلبان با سابقه حضور در رویدادهای ورزشی) قرار گرفت تا نظرات تخصصی خود را در مورد چگونگی نگارش سؤال‌ها، تعداد سؤالات، محتوای پرسش‌نامه‌ها، ارتباط سؤالات با گزینه‌ها و هماهنگی سؤالات با اهداف تحقیق اعلام نمایند؛ پس از بررسی و لحاظ کردن نظرات و پیشنهادهای و تأیید نهایی، پرسش‌نامه‌ها تنظیم و در اختیار نمونه آماری تحقیق قرار گرفت. برای تعیین پایایی (ثبات درونی) ابزار، در یک مطالعه راهنما تعداد ۳۰ پرسش‌نامه در میان داوطلبان شرکت‌کننده در المپیا ورزشی دانشجویان دختر در دانشگاه بیرجند توزیع گردید که در نهایت میزان آن با استفاده از ضریب همبستگی آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه هوش فرهنگی ۰/۷۲ و برای پرسش‌نامه انگیزه توفیق‌طلبی ۰/۷۴ محاسبه شد.

از نرم افزار اسپس اس^۱ نسخه ۲۰ برای تجزیه و تحلیل آماری در این مطالعه استفاده گردید. از روش‌های آمار توصیفی (فراوانی، میانگین، انحراف معیار) برای ارزیابی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و همچنین تعیین میزان اهمیت

ابعاد هوش فرهنگی، عامل رفتار هوش فرهنگی با میانگین $0/61 \pm 3/47$ دارای بیشترین اهمیت و عامل هوش فرهنگی شناختی با میانگین $0/57 \pm 3/26$ دارای کمترین اهمیت بودند. البته با توجه به میانگین نظری تحقیق (حاصل جمع نمره‌های نقاط طیف، تقسیم بر تعداد نقاط) میزان انگیزش توفیق‌طلبی نیروهای داوطلب و نیز تمامی چهار بُعد هوش فرهنگی آنان در سطح مطلوبی قرار دارد (جدول ۲).

جدول ۲. میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای ملاک و پیش‌بین

متغیرهای تحقیق	میانگین	انحراف استاندارد
انگیزه توفیق‌طلبی	۳/۶۳	۰/۳۸
هوش فرهنگی شناختی	۳/۲۶	۰/۴۶
انگیزش هوش فرهنگی	۳/۳۷	۰/۴۷
رفتار هوش فرهنگی	۳/۴۷	۰/۶۷
هوش فرهنگی فراشناختی	۳/۳۷	۰/۶۳

نتایج تحقیق نشان داد که بین ابعاد هوش فرهنگی نیروهای داوطلب با انگیزه توفیق‌طلبی آنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (جدول ۳) و آزمون تحلیل رگرسیون نیز معنادار بود ($R^2 = 0/249$; $F(117,2) = 19/39$, $p = 0/001$).

به منظور مشخص شدن اینکه کدام‌یک از ابعاد چهارگانه هوش فرهنگی داوطلبان بیشترین تأثیر را در پیش‌بینی انگیزه توفیق‌طلبی آنان به عهده دارد و اینکه کدام‌یک از ابعاد، تبیین‌کننده بهتری برای واریانس انگیزه توفیق‌طلبی می‌باشند از تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام به گام استفاده گردید. داده‌های تحقیق بیان‌گر این است که در مرحله اول، هوش فرهنگی فراشناختی برای تبیین میزان واریانس انگیزه توفیق‌طلبی وارد مدل رگرسیون می‌شود و ۱۸ درصد تغییرات انگیزه توفیق‌طلبی را به تنهایی تبیین می‌کند و در مرحله دوم، متغیر انگیزش هوش فرهنگی وارد مدل شده که میزان همبستگی را به $0/49$ و ضریب تعیین را به 24 درصد ارتقاء داده است (جدول ۴). تحلیل رگرسیون در مرحله دوم به پایان می‌رسد و ابعاد رفتار هوش فرهنگی و هوش فرهنگی شناختی از مدل رگرسیون خارج می‌شوند. بنابراین 24 درصد تغییرات انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان ناشی از دو بُعد انگیزشی و فراشناختی هوش فرهنگی آنان است.

در تحلیل رگرسیونی قبل از آنکه نتایج تحلیل مورد استفاده قرار گیرند و بر اساس آنها معادله رگرسیونی نوشته شود باید دو پیش فرض زیربنایی در مورد تحلیل رگرسیون بررسی شود: ۱- ناهمبسته بودن باقیمانده‌های خط رگرسیون و ۲- نرمال بودن باقیمانده‌های خط رگرسیون. در صورتی که پذیره‌های فوق برقرار باشند آن‌گاه می‌توان به نتایج تحلیل رگرسیون استناد

جدول ۳. ضرایب همبستگی خطی پیرسون بین انگیزه توفیق‌طلبی و ابعاد هوش فرهنگی

متغیرهای تحقیق	۱	۲	۳	۴	۵
انگیزه توفیق‌طلبی	۱				
هوش فرهنگی شناختی	$0/301^{**}$	۱			
انگیزش هوش فرهنگی	$0/43^{**}$	$0/251^{**}$	۱		
رفتار هوش فرهنگی	$0/201^*$	$0/078$	$0/251^{**}$	۱	
هوش فرهنگی فراشناختی	$0/432^{**}$	$0/366^{**}$	$0/493^{**}$	$0/222^{**}$	۱

* در سطح $P < 0/05$ معنادار است.

** در سطح $P < 0/01$ معنادار است.

جدول ۴. نتایج نهایی تحلیل رگرسیون به روش گام به گام در مرحله دوم

مرحله	متغیر وارد شده به مدل رگرسیون	r	R ²	R ² تعدیل شده	F	Sig.
۱	هوش فرهنگی فراشناختی	۰/۴۳۲	۰/۱۸۷	۰/۱۸۷	۲۷/۱۲۱	۰/۰۰۱
۲	هوش فرهنگی فراشناختی و انگیزش هوش فرهنگی	۰/۴۹۹	۰/۲۴۹	۰/۲۳۶	۹/۶۶۷	۰/۰۰۲

جدول ۵. ضرایب متغیرهای معادله خط رگرسیون در مرحله دوم

نام متغیر	B	β	T	Sig.
عرض از مبدأ	۲/۲۴۲	-	۹/۶۸۷	۰/۰۰۱
هوش فرهنگی فراشناختی	۰/۱۷۹	۰/۲۹۱	۳/۱۶	۰/۰۰۲
انگیزش هوش فرهنگی	۰/۲۳۳	۰/۲۸۶	۳/۱۰۹	۰/۰۰۲

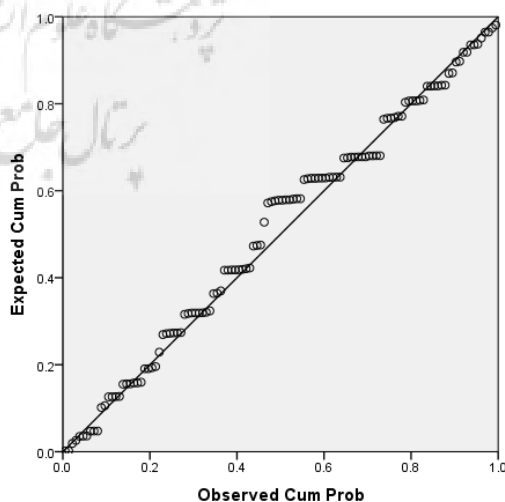
بحث و نتیجه‌گیری

با عنایت به اینکه کشور ایران از لحاظ فرهنگی دارای تنوع و تکثر بسیار است، لازم است استرس‌های ناشی از شوک فرهنگی و اختلالات و پیامدهای ناشی از تعارضات فرهنگی به نحو مطلوب اداره شود. برای این منظور به سازگاری و تعدیل مؤثر فرهنگ‌ها نیاز است (انصاری و همکاران، ۲۰۱۲، ص. ۲۵۸)؛ هوش فرهنگی افراد را قادر می‌سازد که از طریق دانش و آگاهی، تفاوت‌های فرهنگی را تشخیص داده و بتوانند به درستی در فرهنگ‌های متفاوت رفتار کنند (وارد و همکاران^۲، ۲۰۱۱، ص. ۱۳۸). از آن‌جا که هوش فرهنگی مفهوم نوینی در حوزه دانش مدیریت و سازمان می‌باشد، ادبیات نظری مورد توافق و پژوهش‌های زیادی در این خصوص وجود ندارد. با این حال در این پژوهش، یکی از مدل‌های اصلی هوش فرهنگی، یعنی مدل چهارعاملی هوش فرهنگی (CQS) مورد استفاده قرار گرفته است. از طرفی، انگیزه کسب موفقیت به شدت تحت تأثیر فرهنگ جامعه است و محرکی است که فرد را وامی‌دارد حداکثر کوشش خود را در نیل به اهداف مورد نظر انجام دهد. افراد توفیق‌طلب مسئولیت شخصی کارهای انجام شده خود را بر عهده می‌گیرند و از تعهد کاری بالایی برخوردارند؛ لذا وجود انگیزه توفیق‌طلبی بالا برای داوطلبان در کنار هوش فرهنگی مناسب آنان، برای موفقیت هر چه بیشتر در برگزاری رویدادهای ورزشی لازم و ضروری به نظر می‌رسد. بر مبنای نتایج حاصل از این پژوهش، میانگین تمامی ابعاد هوش فرهنگی داوطلبان از میانگین نظری تحقیق بالاتر بود و در سطح نسبتاً مطلوبی قرار داشت. در این میان عامل رفتار هوش فرهنگی داوطلبان از میانگین بیشتری برخوردار بود، بالاتر بودن میانگین این عامل، نشان دهنده این امر است که نیروهای داوطلب حاضر در المپιάد یازدهم، قابلیت خوبی در سازگاری با رفتارهای کلامی و غیرکلامی که برای برخورد با

کرد و معادله خط رگرسیونی را نوشت. برای بررسی ناهمبسته بودن باقیمانده‌های خط رگرسیون از آماره دوربین - واتسون^۱ استفاده شد، از آنجایی که مقدار این آماره برابر ۲/۰۸ بود، از این‌رو ناهمبسته بودن باقیمانده‌های خط رگرسیون برقرار می‌باشد، زیرا آماره فوق باید حول و حوش ۲ باشد تا پذیره مربوطه برقرار گردد. همچنین برای بررسی نرمال بودن باقیمانده‌های خط رگرسیون از پلات رگرسیون باقیمانده‌های استاندارد شده (شکل ۲) استفاده شد، با توجه به اینکه تمامی نقاط حول یک خط مستقیم قرار گرفته‌اند، پذیره نرمال بودن باقیمانده‌های خط رگرسیون نیز برقرار می‌گردد.

با توجه به به تأیید پذیره‌های زیربنایی و نتایج تحلیل رگرسیون و بر اساس ضرایب متغیرهای پیش‌بینی کننده در آزمون (جدول ۵) می‌توان معادله ذیل را برای رابطه بین انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان و ابعاد هوش فرهنگی آنان بیان نمود. به‌علاوه این معادله می‌تواند برای پیش‌بینی میزان انگیزه توفیق‌طلبی نیروهای داوطلب بر اساس ابعاد فراشناختی و انگیزشی هوش فرهنگی آنان مورد استفاده قرار گیرد.

$$\text{انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان ورزشی} = ۰/۲۹۱(\text{هوش فرهنگی فراشناختی}) + ۰/۲۸۶(\text{انگیزش هوش فرهنگی}) + ۲/۲۴۲$$



متغیر وابسته: انگیزه توفیق‌طلبی

شکل ۲. پلات رگرسیون باقیمانده‌های استاندارد شده

داوطلب می‌شوند و نیز هنگام فعالیت در محیط رویداد در بافت‌های متنوع فرهنگی قرار می‌گیرند. از این رو، سازمان‌ها و مدیران برگزارکننده رویدادهای ورزشی در سیاست‌های جذب نیروی انسانی خود، شایسته است که از آزمون‌های هوش فرهنگی و انگیزه توفیق‌طلبی به‌عنوان یکی از ملاک‌های انتخاب بهره‌گیرند و بهتر است از همان ابتدا برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی از افرادی استفاده کنند که از سطوح بالاتر هوش فرهنگی و انگیزه توفیق‌طلبی برخوردار هستند. این امر از بسیاری از هزینه‌هایی که ممکن است در ادامه به رویداد تحمیل شود جلوگیری می‌کند.

همچنین نتایج این تحقیق نشان داد که بین تمامی ابعاد هوش فرهنگی با انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان و نیز بین ابعاد هوش فرهنگی داوطلبان با یکدیگر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ البته بین هوش فرهنگی شناختی و رفتار هوش فرهنگی داوطلبان رابطه معناداری مشاهده نشد. این یافته با نتایج مطالعات عباسعلی‌زاده (۱۳۸۷) و کاظمی (۱۳۸۷) همسو است. لذا می‌توان انتظار داشت با ارتقاء هوش فرهنگی داوطلبان، انگیزه توفیق‌طلبی آنان نیز افزایش یابد و یا بالعکس و یا با افزایش و ارتقاء یکی از عوامل هوش فرهنگی، دیگر عوامل نیز افزایش یابند. لذا لازم است مدیران رویدادهای ورزشی وجود این‌گونه روابط را در نظر داشته تا بهتر بتوانند برنامه‌های آموزشی نیروهای داوطلب را برنامه‌ریزی و اجرا نمایند.

بر اساس نتایج تحلیل رگرسیون مشخص شد که دو عامل از چهار عامل هوش فرهنگی در پیش‌بینی انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان مؤثر هستند، به طوری که هوش فرهنگی فراشناختی و انگیزش هوش فرهنگی در کنار یکدیگر ۲۴ درصد واریانس انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان را تبیین می‌نمایند. هوش فرهنگی فراشناختی اولین عاملی بود که برای پیش‌بینی و تبیین واریانس انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان وارد مدل رگرسیونی شد و ۱۸ درصد واریانس انگیزه توفیق‌طلبی را تفسیر نمود. این رابطه بیان می‌کند فرایندهایی که افراد داوطلب برای کسب و درک دانش فرهنگی به کار می‌برند می‌تواند منجر به افزایش انگیزه توفیق‌طلبی آنان گردد. برای آنکه انگیزه توفیق‌طلبی در انسان بیدار باشد و هیچ‌گاه رو به ضعف و خاموشی نگراید، انسان باید بیشتر به نقض‌ها و نیازهایش توجه داشته باشد تا به آنچه دارد؛ زیرا توجه به نقض‌ها، نیازها و کمبودها او را به تلاش و حرکت در جهت ارضای نیازها و ترمیم و تکمیل نقایص و کمبودهایش وا می‌دارد (به نقل از علوی و اعتصامی، ۱۳۸۸). همان‌گونه

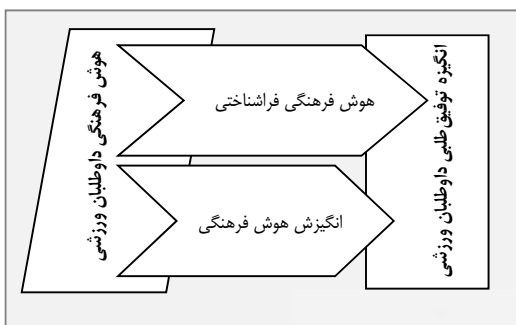
فرهنگ‌های مختلف مناسب هستند را دارا می‌باشند، همچنین این امر نشان‌دهنده مجموعه‌ای از پاسخ‌های رفتاری منطقی و مناسب از سوی داوطلبان است که در موقعیت‌های مختلف به کار می‌آیند و متناسب با یک تعامل خاص یا موقعیت ویژه از قابلیت اصلاح و تعدیل برخوردار می‌باشند. در مقابل، هوش فرهنگی شناختی با اینکه با توجه به میانگین نظری در سطح مطلوبی قرار داشت، ولی در میان عوامل هوش فرهنگی داوطلبان پایین‌ترین میزان میانگین را به خود اختصاص داده است، این موضوع بیان‌گر درک نسبتاً مناسب داوطلبان حاضر در این رویداد از تشابهات و تفاوت‌های فرهنگی و دانش عمومی و نقشه‌های ذهنی و شناختی آنان از فرهنگ‌های دیگر است. این جنبه مبتنی بر شناخت سیستم‌های اقتصادی و قانونی، هنجارهای موجود در تعاملات اجتماعی، عقاید مذهبی، ارزش‌های زیبایی شناختی و زبان فرهنگ‌های دیگر می‌باشد. این نتایج می‌تواند نشان‌دهنده این موضوع باشد که با اینکه درک، شناخت و دانش داوطلبان از تفاوت‌های فرهنگی نسبت به دیگر جنبه‌های هوش فرهنگی آنان پایین‌تر است، ولی به‌طور ناخودآگاه در برخورد با فرهنگ‌های مختلف از رفتار مناسبی برخوردار هستند. ایرلی و آنگ^۱ (۲۰۰۳) و آلن و هیگینز^۲ (۲۰۰۵) نشان دادند که توسعه و ارتقاء هوش فرهنگی، به بهبود عملکرد افراد و رسیدن به موفقیت منجر می‌شود. از این رو، مسئولین برگزاری رویدادهای ورزشی و مدیران امور داوطلبی برای بالا بردن کارایی داوطلبان و افزایش سطح عملکرد آنان، لازم است به دانش و اطلاعات فرهنگی نیروهای داوطلب خود توجه ویژه‌ای داشته باشند و همچنین نحوه کار بردن این اطلاعات را آموزش دهند.

همچنین میانگین انگیزش توفیق‌طلبی داوطلبان حاضر در رویداد با توجه به میانگین نظری تحقیق در سطح مطلوبی قرار داشت که بیان‌گر مسئولیت‌پذیری، رقابت‌جویی، سخت‌کوشی و هدف‌مداری مطلوب و مناسب داوطلبان می‌باشد. از آنجایی که افراد توفیق‌طلب در پی کارهایی هستند که به مهارت و تلاش بیشتری نیاز دارد، این احتمال وجود دارد که این قبیل افراد گرایش بیشتری به انجام کارهای داوطلبانه داشته باشند و شاید بالا بودن انگیزه توفیق‌طلبی داوطلبان در این رویداد متأثر از این موضوع باشد.

همان‌گونه که در مطالعات متعددی نشان داده شده است افراد با انگیزه‌های مختلفی برای کمک در رویدادهای ورزشی

1- Earley and Ang
2- Alon and Higgins

شد، در حالی که ۷۶ درصد آن مربوط به عوامل دیگری می‌شود که پیشنهاد می‌گردد در مطالعات آتی دیگر عوامل تبیین‌کننده انگیزه توفیق طلبی نیروهای داوطلب در ورزش مشخص گردند.



شکل ۳- مدل ارتباطی بین ابعاد هوش فرهنگی و انگیزه توفیق طلبی در نیروهای داوطلب ورزشی

منابع

- اندام، رضا، همتی‌نژاد، مهرعلی، حمیدی، مهرزاد، رضانی‌نژاد، رحیم و کاظم‌نژاد، انوشیروان. (۱۳۸۸). بررسی انگیزه‌های داوطلبی در ورزش. المپیک، سال ۱۷، ۳(۴۷)، ۱۱۶ - ۱۰۵.
- تسلیمی، محمد سعید، قلی‌پور، آری، وردی‌نژاد، فریدون و من‌آل‌آقا، میترا. (۱۳۸۸). ارائه راهکارهایی برای ارتقاء هوش فرهنگی مدیران دولتی در امور بین‌المللی. پژوهش‌های مدیریت، ۲(۴)، ۵۷ - ۲۹.
- حمیدی، مهرزاد، اندام، رضا و تسلیمی، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی ابعاد مدیریت داوطلبان ورزش همگانی. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۲(۲)، ۷۸ - ۶۷.
- حمیدی، مهرزاد، اندام، رضا و فیضی، سمیرا. (۱۳۹۲). بررسی ابعاد هوش فرهنگی نیروهای داوطلب در ورزش. مدیریت ورزشی، ۳(۳)، ۲۰ - ۵.
- عباسعلی‌زاده، منصوره. (۱۳۸۷). بررسی رابطه هوش فرهنگی با انگیزه توفیق طلبی. پایان نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- عباسعلی‌زاده، منصوره و نائیجی، محمدجواد. (۱۳۸۶). هوش فرهنگی؛ سازگاری با ناهمگون‌ها. تدبیر، ۱۸۱، ۲۳ - ۲۰.
- علوی، سید علی و اعتصامی، سید محمدکاظم. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر انگیزه توفیق طلبی از دیدگاه آموزه‌های دینی. اندیشه مدیریت، ۳(۲)، ۱۰۰ - ۷۵.
- غفوری، فرزاد، اندام، رضا، منتظری، امیر و فیضی، سمیرا. (۱۳۹۱). انگیزش و تعهد داوطلبان ورزشی رویدادی. پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، ۳(۳)، ۱۱۶ - ۱۰۵.
- فیاضی، مرجان و جان‌نثار احمدی، هدی. (۱۳۸۵). هوش فرهنگی، نیاز مدیران در قرن تنوع، تدبیر، ۱۷۲، ۴۱ - ۴۲.

پیش‌تر نیز عنوان شد رویدادهای ورزشی محیطی با تنوع فرهنگی بالا هستند، لذا افراد داوطلب در رویدادهای ورزشی نیاز به شناخت و درک دانش فرهنگی را در خود احساس می‌کنند، که این احساس نیاز به نوبه خود می‌تواند به ارتقاء انگیزه توفیق طلبی آنان کمک نماید؛ بنابراین مدیران برگزارکننده رویدادهای ورزشی برای داشتن نیروهایی مسئولیت‌پذیر و سخت‌کوش باید استراتژی‌هایی را پیش از برخورد میان فرهنگی برای داوطلبان تدوین نمایند. همچنین تسلیمی و همکاران (۱۳۸۸)، آموزش سبک‌های یادگیری، استدلال قیاسی و نفس تفکر را برای ارتقاء هوش فرهنگی فراشناختی پیشنهاد کرده‌اند. انگیزش هوش فرهنگی آخرین عامل از عوامل چهارگانه هوش فرهنگی داوطلبان بود که وارد مدل رگرسیون شد و به همراه عامل پیشین ۲۴ درصد واریانس انگیزه توفیق طلبی داوطلبان را تبیین می‌نماید. این رابطه نشان می‌دهد میزان تمایل داوطلبان به تجربه نمودن فرهنگ‌های دیگر و ارتباط آنان با افراد مختلف از سایر فرهنگ‌ها پیش‌بینی‌کننده انگیزه توفیق طلبی نیروهای داوطلب می‌باشد. انگیزش هوش فرهنگی شامل ارزش درونی افراد برای تعاملات چند فرهنگی و اعتماد به نفسی است که به فرد اجازه می‌دهد که در موفقیت‌های فرهنگی مختلف به صورتی اثربخش عمل کند و از آنجایی که خودباوری و کنترل درونی یکی از ویژگی‌های افراد توفیق طلب می‌باشد، می‌توان انتظار داشت که بین انگیزش هوش فرهنگی و انگیزه توفیق طلبی چنین رابطه‌ای برقرار باشد.

لذا با توجه به نتایج حاصل از این مطالعه و به‌عنوان نتیجه‌گیری کلی این پژوهش، می‌توان عنوان نمود، مدیران برگزارکننده رویدادهای ورزشی برای داشتن داوطلبانی مسئولیت‌پذیر، متعهد، سخت‌کوش، صبور، تلاش‌گر، مبتکر و نوآور که همگی از ویژگی‌های افراد توفیق طلب می‌باشد، لازم است به هوش فرهنگی نیروهای داوطلب خود به‌ویژه هوش فرهنگی فراشناختی و انگیزش هوش فرهنگی آنان توجه جدی مبذول دارند و برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی را برای ارتقاء سطح هوش فرهنگی و انگیزه توفیق طلبی آنان در نظر داشته باشند. همچنین با توجه به نتایج حاصل از این مطالعه بر اساس تحلیل رگرسیونی، مدل ارتباطی بین هوش فرهنگی و انگیزه توفیق طلبی به‌صورت ذیل تدوین گردید (شکل ۳).

لازم به ذکر است، بر اساس نتایج این مطالعه، تنها ۲۴ درصد واریانس انگیزه توفیق طلبی داوطلبان توسط دو عامل هوش فرهنگی فراشناختی و انگیزش هوش فرهنگی تبیین

- Experience: The Case of the 2006 Asian Games. North American Society for Sport Management Conference (NASSM 2008), Toronto, Ontario, May 28 – 31.
- Love, A., Hardin, R., Koo, G.Y., & Morse, A.L. (2009). Mediating Effects of Satisfaction on the Relationship between Motivation and Behavioral Intentions for Volunteers at a PGA Tour Event. North American Society for Sport Management Conference (NASSM 2009), Management/Leadership, Abstract – 018.
 - Pyne, J.E. (2004). Human Resource Management for Public and Non-Profit organization. 2nd Edition, Jossey Bass, 122 - 145.
 - Strigas, A.D. & Jackson, E.N. (2003). Motivating Volunteers to Serve and Succeed: Design and Results of a Pilot Study that Explores Demographics and Motivational Factors in Sport Volunteerism. International Sports Journal. Winter. 7 (7), 111 - 123.
 - Tan, J. (2004). Issues & Observation: Cultural Intelligence and the Global Economy. Leadership in Action. 24(5), 19-21.
 - Thomas, D.C. (2006). Domain and development of cultural intelligence: The importance of mindfulness. Group and Organization Management, 31(1), 78 - 99.
 - Triandis, H.C. (2006). Cultural intelligence in organizations group and organization management. 31 (1), 20 - 24.
 - Valéau, P., Mignonac, K., Vandenberghe, C., & Gagnon Turnau, A. (2013). A Study of the Relationships between Volunteers' Commitments to Organizations and Beneficiaries and Turnover Intentions. Canadian Journal of Behavioural Science, 45(2), 85 - 95.
 - Ward, C., Wilson, J., & Fischer, R. (2011). Assessing the predictive validity of cultural intelligence over time. Personality and individual differences, 51(2), 138 - 142.
 - Ziegler, M., Schmukle, S., Egloff, B., & Bühner, M. (2010). Investigating Measures of achievement Motivation(s). Journal of Individual Differences, 31(1), 15 - 21.
 - کاظمی، معصومه. (۱۳۸۷). بررسی ارتباط هوش فرهنگی و عملکرد کارکنان جامعه المصطفی العالمیه، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تهران.
 - ملائی، مینا، رضائی‌نژاد، رحیم و اندام، رضا. (۱۳۹۰). بررسی رضایت‌مندی داوطلبان شرکت‌کننده در نهمین المپیاد ورزشی دانشجویان کشور. المپیک، سال ۱۹، ۱(۵۳)، ۱۳۰ - ۱۱۵.
 - من‌آل‌آقا، میترا. (۱۳۸۷). ارائه‌ی راهکارهایی برای ارتقاء هوش فرهنگی مدیران دولتی دست‌اندر کار در امور بین‌الملل، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تهران.
 - نایلی، محمدعلی. (۱۳۷۱). انگیزش در سازمان‌ها. اهواز، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز.
- ## REFERENCES
- Alon, I. & Higgins, J.M. (2005). Global Leadership Success through Emotional and Cultural Intelligence. Business Horizons, 48, 501 - 512.
 - Ang, S. & Van Dyne, L. (2015). Handbook of Cultural Intelligence, Theory, Measurement, and Applications. 2nd edition, Routledge, 1-414.
 - Ansari, M.I., Radmehr, R., & Shaligar, M. (2012). Analysis the Relationship between Cultural Intelligence and Transformational Leadership. International Journal of Business and Social Science, 3(14), 252 - 261.
 - Bang, H., & Ross, Stephen, D. (2007). Volunteer Motivation and Satisfaction. Journal of Venue & Event Management, 1(1), 61 - 77.
 - Chelladuray, P. (2006). Human resource management in sport and recreation. 2nd edition, Human Kinetics. 1-341.
 - Crapanzano, V. (2003). Reflections on Hope as a Category of Social and Psychological Analysis. Cultural Anthropology, 18(1), 3 - 32.
 - Earley, P. C. & Mosakowski, E. (2005). Cultural Intelligence. Harvard Business Review, 82, 139 - 153.
 - Earley, P. C., & Ang, S. (2003). Cultural intelligence: Individual interactions across cultures. Stanford, CA7 Stanford Business Books.
 - Giannoulakis, C., & Wang, C.H. (2008). An Empirical Model of Sport Volunteer