

## فصلنامه پژوهش های مدیریت در جهان اسلام

شماره مجوز: ۸۵۴۹۵ شماره استاندارد بین المللی: ۶۰۹۴-۲۶۷۶ شماره چهارم (پاییز ۱۳۹۹)

### الزامی نوین در راستای حمایت مالی از ورزش در بخش غیر دولتی

(تاریخ ارسال ۱۳۹۹/۰۵/۲۵ تاریخ پذیرش ۱۳۹۹/۰۸/۲۰)

علی اشرف باقری فرد<sup>۱</sup>

ناهد فرامرزی

#### چکیده

در ابتدای هزاره سوم، جهان ورزش دوران جدید و تازه ای را تجربه می کند. افزایش فعالیت در عرصه تربیت بدنی و ورزش موجب افزایش تقاضا برای کالا و خدمات مختلف شده است. این فعالیت ها به پیدایش صنعت ورزش منجر شده است. برای موفقیت در این صنعت، به کارگیری بازاریابی ورزشی امری ضروری است. حمایت مالی از ورزش اهداف مستقیم و غیرمستقیمی دارد. هدف مستقیم آن افزایش فروش است، در حالی که اهداف غیرمستقیم اگرچه در نهایت به افزایش فروش ختم میشود، بیشتر بر ایجاد آگاهی و خلق تصویر مطلوب از نشان شرکت تمرکز دارد. علیرغم تأکید دولت مبنی بر خصوصی سازی و درآمدزایی طبق اصل ۴۴ قانون اساسی و برنامه چهارم توسعه و اهمیت حمایت مالی به عنوان یکی از درآمدهای غیرمستقیم سازمان های ورزشی، صنعت ورزش کشورمان هنوز نتوانسته است از حمایت مالی بهره کافی ببرد. امروز در جهان، حمایت های مالی به خصوص حمایت- های مالی ورزشی بخش مهمی از فعالیت های بازاریابی را تشکیل می- دهند. در ایران هم حمایت های مالی ورزشی روند روبه رشدی را به خصوص در ورزش فوتبال طی می- کند. از این رو، مدیران شرکت ها باید از فعالیت های بازاریابی اطلاعات کاملی کسب کنند تا بتوانند تصمیمات مهمی از جمله تخصیص منابع برای حمایت های مالی ورزشی اتخاذ کنند.

واژگان کلیدی: حمایت مالی، ورزش، نهادهای دولتی، دولت، حمایت اقتصادی

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول

## بخش اول : کلیات

امروزه تحولات زیادی در زمینه‌های گوناگون بویژه در شرایط اقتصادی و بازارها در سرتاسر جهان دیده می‌شود، این تحولات بطور دائم بر فعالیت‌های تجاری تأثیر گذاشته و فرصت‌ها و تهدیداتی را در زمینه اقتصاد و بازرگانی در جوامع مختلف به همراه دارد. در این تحولات جهانی شرکت‌ها و مؤسساتی موفق خواهند بود که به تحولات سریع جهانی، بازار، وضعیت رقبا، رسانه‌های گروهی، فن‌آوری جدید و مسائل بازار یابی و مدیریت آن توجه کنند.

اهداف اختصاصی که در این مقاله به دنبال آن‌ها هستیم عبارتند از:

- ۱- توصیف معیارهای حمایت مالی از ورزش حرفه‌ای از دیدگاه حامیان مالی
  - ۲- توصیف نوع ورزش‌های مورد حمایت
  - ۳- توصیف میزان و نوع حمایت
  - ۴- توصیف میزان فروش کالای تولیدی حامیان ورزش حرفه‌ای قبل و بعد از حمایت مالی
  - ۵- توصیف میزان دوره حمایت مالی در ورزش
  - ۶- توصیف نگرش حامیان مالی در خصوص میزان رضایت از حامیان مالی
- اقتصاد علمی است که در رابطه با رفاه و آسایش آدمی صحبت می‌کند و عبارت است از حداکثر بهره‌برداری از مواد و منابع مادی و نیروی انسانی در امور تولیدی و خدماتی در بهترین و با کیفیت‌ترین شکل ممکن. با توجه به اینکه سرمایه‌گذاری از درون اقتصاد بیرون می‌آید و در آن رابطه بین سرمایه، تولید، خدمات و نیروی انسانی مطرح می‌شود بنابراین در بحث اقتصاد توجه به فعالیت‌هایی از جمله ۱- نیازهای انسانی ۲- منابع تولید ۳- روش‌های مختلف به کارگیری منابع در تولید کالا و خدمات که همه آنها در جهت رفع نیازهای انسانی است ضروری و مهم به نظر می‌رسد.

بدیهی است که ورزش و اقتصاد در تعامل با یکدیگرند. از یکطرف مؤسسات دولتی و خصوصی با هدف کسب درآمد و سود در امر ورزش سرمایه‌گذاری می‌کنند و از طرف

دیگر ورزش در جنبه‌های مختلف توسعه اقتصادی نقش مؤثری دارد. هرچه بودجه عمومی کشور و یا یک مؤسسه خصوصی بیشتر باشد و اینکه مدیران و برنامه‌ریزان به اهمیت اقتصادی در ورزش انجام خواهد شد، لذا اگر وجود و گسترش ورزش لازم و ضروری است پس بایستی هزینه‌هایی از طریق سرمایه‌گذاری اولیه صورت گیرد به همین جهت امروزه بسیاری از مؤسسات دولتی و خصوصی بودجه‌هایی را صرف برنامه‌های ورزشی می‌نمایند که این سرمایه‌گذاری آنها بایستی توجیه اقتصادی داشته باشد.

انسان همواره میل به مبارزه خود را در صحنه‌های مختلف هستی اغنا می‌کند، شاید بتوان گفت سالم‌ترین، بی‌خطرترین و زیباترین آن، شرکت در مسابقات ورزشی و خودآزمایی در میادین ورزشی است. گروهی از افراد بطور مستقیم در مسابقات و مبارزات شرکت می‌کنند و دسته‌ای دیگر نیز که توانایی یا امکان رویارویی مستقیم با حریف را ندارند، آرزوهای خود را در فعالیت‌های یک فرد یا یک گروهی از افراد دیده و بعنوان تماشاچی علاقمند، با پیروزی‌های تیم مورد علاقه خود فریاد شادی برآورده و در اندوه شکست می‌گیرند. وجود خیل مشتاقان ورزش در مسابقات ورزشی، هواداران متعصب و پر و پا قرص تیم‌های ورزشی و هواداران تندرستی و سلامتی که بی‌وقفه خدمات مناسب، سریع و متنوع ورزشی می‌باشند باعث شده که ورزش بعنوان یک صفت پرطرفدار و پردرآمد شناخته شود و رشد فزاینده آن در تمامی حیطه‌های ممکن از جمله سرگرمی، بازاریابی، آمادگی جسمانی، ورزش حرفه‌ای و دانشگاهی، کالاها و صنایع ورزشی، جهانگردی و تفریحات سالم و غیره آن را در ردیف پر درآمدترین صنایع جهان بویژه در کشورهای پیشرفته صنعتی در آورده است. در صورتی که اگر فقط برای سرگرمی به صفحه‌های روزنامه و مجله‌های مربوط به ورزش نگاه کنید می‌بینید که چه تعداد از این نام‌های تجاری در آنها وجود دارد و یا اگر یکی از مسابقه‌های ورزشی را که از تلویزیون پخش می‌شود تماشا کنید نام‌های تجاری مختلفی را خواهید دید که هر یک محصولات مختلفی را تولید می‌کنند و این حضور پر رنگ آنها در صحنه ورزش باع شده تا نام و آرم تجاری آنها در اذهان عمومی نقش بندد و خود عاملی جهت جذب خریداران بیشتر برای محصولات آنها شود. بهر حال آنچه مسلم است اینکه نام و نشان تجاری اینگونه شرکت‌ها و نیز شعارهایی

که می دهند همگی حاکی از مهارت بسیار بالای شرکت در زمینه بازاریابی از طریق شهرت ورزشکاران و تیم های ورزشی مشهور می باشد.

### بخش دوم: ضرورت پژوهش

ورزش حرفه ای به معنای ورزش برای کسب درآمد تبدیل به یک بخش اصلی از صنعت ورزش شده است. به طوری که باعث شهرت و کسب درآمد بالای ورزشکاران و مهمتر معرفی مارک های مختلف تجاری و شرکت ها و مؤسسات مختلف در اقصی نقاط دنیا گردیده است لذا اینطور برآورد می شود که این چرخه (سرمایه، حامیان و ورزش حرفه ای) در صورتیکه در یک تعامل مثبت و اصولی در کنار یکدیگر قرار گیرند باعث رشد و گسترش یکدیگر شده و تبعات آن مستوجب درگیر شدن بخش های مختلف جامعه اعم از فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و غیره می گردد و لذا از همه مهمتر باعث رشد ورزش حرفه ای و عوامل تولید که نهایتاً منجر به اشتغال زایی می شوند بنابراین این مقاله در نظر دارد تا وضعیت حمایت مالی از ورزش حرفه ای در بخش غیر دولتی و دلایل حمایت را توسط حامیان مورد بررسی قرار دهد تا بتواند کلیدی در برنامه ریزی بهتر و شناخت نقطه نظرات حامیان نسبت به حمایت از ورزش حرفه ای گردد.

### بخش سوم: بیان موضوع پژوهش

با توجه به اینکه در علم اقتصاد دو عامل سرمایه و نیروی انسانی از اهمیت ویژه ای برخوردار بوده و یکدیگر را تکمیل می کنند و در واقع وجود یکی بدون حضور دیگری مقدر نیست و اینکه حرکت اقتصاد ورزش طبیعتاً نیازمند هر دو عامل می باشد لذا عامل سرمایه و سرمایه گذاری در این حرکت نقش بسیار مهمی را ایفا می کند. بنابراین مسئله اصلی این است که چگونه می توان این سرمایه را جذب کرد؟

چه تمهیداتی بایستی در نظر گرفته شود تا هرچه بیشتر بتوان عوامل سرمایه گذار یا حامیان مالی را جهت توسعه و گسترش ورزش حرفه ای تشویق و ترغیب نمود. و اثرات این سرمایه گذاری بر روی چرخه تولید و عوامل درگیر در آن چگونه می تواند باشد.

## بخش چهارم: مروری بر مطالعات انجام شده

### بند اول: تحقیقات و پژوهش های علمی در داخل کشور

امروزه در بیشتر رشته های ورزشی تعداد تیم های حرفه ای چند ملیتی در کشورهای مختلف رواج بسیاری یافته است، اعضای تیم های حرفه ای در عرصه جهانی خرید و فروش می شوند، در واقع ورزشکاران حرفه ای همانند کالا برای عرضه خدمات ورزشی و شرکت در رقابت های سودآور خریداری می شوند، روند رشد ورزش حرفه ای در دهه های اخیر فزاینده بوده است (مطالعات تفضیلی سازمان تربیت بدنی ۱۳۸۲)

ورزش حرفه ای نقش بسزایی در زندگی روزانه بسیاری از افراد بازی می کند و با ارائه بالاترین سطح مهارت بیش از سایر رده های ورزش تحت پوشش مطبوعات و رسانه های الکترونیک قرار می گیرد (احسانی ۱۳۸۲)

اقتصاد ورزشی حیطه گسترده ای است که با دیگر بخش های اقتصادی رابطه ی تنگاتنگ دارد، افزایش فعالیت در عرصه تربیت بدنی و ورزش موجب افزایش تقاضای کالا و خدمات مختلف می شود. این مجموعه فعالیت ها موجب پیدایش صنعت ورزش می شود، برخی از این تقاضاها در درون مؤسسات ورزشی برآورده می شود. پاره ای از این تقاضاها به بیرون از عرصه ورزش مانند بخش های تولیدی و صنعتی مربوط می شود. برای نمونه افزایش فعالیت های ورزشی، ارتباط مستقیم با افزایش تقاضای پوشاک ورزشی دارد، به همین ترتیب، تقاضا برای تولید مواد اولیه پوشاک افزوده می شود. (مطالعات تفضیلی سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۲)

اهداف حامیان مالی در حمایت از فوتبال حرفه ای ایران و مقایسه آن با روش های معمول در جهان حاکی از آن است که عمدتاً بدلیل گستردگی و نفوذ فوتبال در بخش های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی حامیان مالی آن را نسبت به سایر ورزش ها ترجیح داده و بیشترین تبلیغات را از طریق آن می توانند داشته باشند که نهایتاً باعث افزایش شناخت بیشتر مارک آنها و دست یابی به بازارهای فروش می باشد. (ایزدی، ۱۳۸۲)

در اکثر تحقیقات اقتصادی دو عامل سرمایه و نیروی انسانی همزمان و به صورت مکمل مورد بررسی قرار می گیرند با توجه به جنبه های اقتصادی صنعت ورزش امروزه در حیطه

تحقیقات ورزشی نیاز به مطالعه نیروی انسانی و سرمایه در کنار یکدیگر امری ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به جامعه جوان ایران و با توجه تمایل بسیار زیاد این گروه به انجام فعالیت‌های ورزشی شاید بتوان گفت که به نظر می‌رسد که کمبودی وجود داشته باشد، اما مسأله و مشکل میزان سرمایه مورد نیاز جهت انجام فعالیت‌های مختلف ورزشی می‌باشد. (اتقیاء، ۱۳۸۲)

امروزه بازاریابی و سودآوری هدف اساسی اغلب شرکت‌های دولتی و خصوصی، در سراسر جهان است و تلاش آن بر این است که هر فعالیتی منجر به سودآوری اقتصادی برای دولت و یا شرکت‌های خصوصی گردد، در دهه‌های اخیر، اغلب دولت‌ها حتی در برخی از کشورهای پیشرفته که با کسری بودجه مواجه شده‌اند، برای مقابله با چنین مشکلی اداره بسیاری از بخش‌های دولتی را به بخش خصوصی واگذار نموده‌اند. سرمایه‌گذاری‌ها ورزش نیز از این امر مستثنی نیستند. صاحبان سرمایه اقدام به احداث فضاها و ارایه خدمات ورزشی، تولید پوشاک و لوازم ورزشی و برگزاری مسابقات درآمدزا می‌نمایند. یکی از اهداف اساسی آنها کسب شهرت در سطح جهانی، کیفیت ارایه خدمات و تولید و از همه مهمتر سود آوری حاصل از بازاریابی است. ورزش و اقتصاد در تعامل با یکدیگرند. از یک طرف دولت‌ها و شرکت‌های خصوصی با سرمایه‌گذاری در امر ورزش می‌توانند از منافع بسیار بهره‌مند شوند و از طرف دیگر ورزش در جنبه‌های مختلف توسعه اقتصادی آنها می‌تواند نقش مؤثری داشته باشد (اتقیاء، ۱۳۸۱)

### بند دوم: تحقیقات و پژوهش‌های علمی خارج از کشور

کلارک و همکارانش<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۳ به بررسی استفاده حامیان مالی به عنوان یک رویداد بازار فروش بحرانی پرداختند تا این تاریخ تحقیق در حامیان مالی بصورت عام و حامیان مالی ورزشی بصورت خاص روی اثرات حامیان مالی (تولید کننده به مشتری) و استفاده‌های مدیریتی حامیان مالی تمرکز دارد. هدف این تحقیق، امتحان حامیان مالی ورزش بعنوان یک رویداد بازار فروش بحرانی برای کمک به فروش می‌باشد. نتایج تحقیق نشان

<sup>۱</sup> - Clark & etall

داد که حامیان مالی ورزشی می‌توانند در روابط خریدار - فروشنده اثر گذار باشد و پیامدهای مثبتی در این رابطه فراهم کند.

آبراهامسون و همکارانش<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۳ به بررسی حامیان مالی ورزشی بعنوان یک ابزار ارتباطی پرداختند که روی دو شرکت سوئدی انجام شد. نتایج نشان داد که ایجاد تصاویر مثبت، افزایش فروش، دستیابی به پوشش رسانه‌ای از اهداف مهم شرکت‌ها می‌باشد. و معیار مهم انتخاب نوع رشته ورزشی، مرتبط بودن و اثر طولانی مدت روی مشتریان عنوان شده و ارزشیابی نتایج حمایت مالی برای شرکت‌ها مشکل است.

لانتو و هلن<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۳ به مطالعه حامیان مالی ورزش و صنعت پرداختند. هدف از این تحقیق بدست آوردن یک درک بهتر از این مطلب است که چرا و چگونه شرکت‌ها وارد صنعت حمایت مالی ورزش می‌شوند. این تحقیق روی ۴ شرکت سوئدی انجام شد. رایج‌ترین هدف برای شرکت‌ها جهت حمایت مالی ایجاد و حفظ تصویر و آرم شرکت، جایگاه آرم و ایجاد و افزایش وسعت دید و رسیدن به بازارهای هدف می‌باشد. نتایج نشان داد که امکان تداعی تصویر مهمترین معیار انتخاب نوع ورزش است و ارزشیابی حامیان مالی ورزشی به سختی انجام می‌گیرد و در مراحل ابتدایی از طریق اندازه‌گیری‌های پوشش رسانه‌ای نتیجه‌گیری شده است، همچنین معایب حامیان مالی خط عدم رضایت مندی و حسن نیت نیز نشان داده شده است.

روی و گراف<sup>۳</sup> در سال ۲۰۰۳ اثرات روی پاسخ‌های مشتری با استفاده از حامیان مالی المپیک زمستانی را بررسی کردند درک مناسب بین مارک، حامیان مالی و رویداد قابل توجه است تا یک کلید مورد نیاز حامیان مالی باشد. کواکولا حامی مالی بازی‌های زمستانی سالت لک ۲۰۰۲ به ارزیابی ارتباط بین گرایش به سمت مارک، گرایش به سمت رویداد و گرایش به سمت حامی مالی و تناسب مارک و رویداد پرداخت. در این تحقیق از ۴۴۸ مشتری نظرخواهی شد. نتایج نشان داد که گرایش به سمت مارک بطور متعادلی به

<sup>۱</sup> - Abraham sune & et. All

<sup>۲</sup>- Lunto and Helen

<sup>۳</sup>- Roy & Graff

تناسب رویداد و مارک مربوط است و همچنین گرایش به سمت حام مالی بطور قابل توجهی به تناسب مارک و رقابت مربوط است.

پریچارد و نگرو<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۱ برنامه‌های حامیان مالی و اثراتش روی تماشاگران را مورد بررسی قرار دادند.

این تحقیق اثرات برنامه حامیان مالی شرکت‌ها در ایجاد ارتباط با تماشاگران را مورد آزمایش قرار داد و از پاسخ‌های ۲۶۸ تماشاگر بیسبال آمریکا نتایج بدست آمده نشانگر این است که این تماشاگران احساس عضویت به تیم مورد علاقه را دارند و به خرید تولیدات حامیان مالی مربوطه گرایش دارند.

گلادن و فانک<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۱ به بررسی ارتباط بین مارک شرکت‌ها و وفاداری به آن از سوی مشتریان پرداختند این مقاله ارتباط بین تداعی مارک شرکت‌ها (هرچیزی که در ذهن مشتری با مارک تیم مخصوص مربوط است) و وفاداری به آن در ورزش حرفه‌ای آمریکا را بررسی می‌کند. در این تحقیق ۹۲۹ نفر از مشتریان ورزش حرفه‌ای شرکت کردند. نتایج ارتباط مثبت بین تشخیص تماشاگر و وفاداری به مارک و ارتباط منفی بین سنت، بازیکنان برجسته و پذیرش گروه مشابه را نشان داد.

اینولدز<sup>۳</sup> در سال ۲۰۰۰ به مطالعه انجمن حامیان مالی ورزشی - نقش آن در رشد صنعت پرداخت، انجمن حامیان مالی ورزشی در سال ۱۹۸۵ با اظهار تمایل تعدادی از شرکت‌هایی که وارد مقوله حمایت مالی شده بودند پایه‌ریزی شد. از آن زمان و با رشد بازار حامیان مالی فعالیت‌های اعضای انجمن گسترش یافت. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که انجمن حامیان مالی ورزشی می‌تواند تمایل شرکت‌ها را در توسعه فعالیت‌های حمایت مالی بالا ببرد و برای بالا بردن شناخت حامیان مالی و فهم آن در میان شرکت‌ها کمک مؤثری می‌باشد.

<sup>۱</sup> - Pritchard & Negro

<sup>۲</sup> - Glodden and funk

<sup>۳</sup> - Rynolds



ویلسون<sup>۱</sup> در سال ۱۹۹۸ تحقیقی با عنوان اینکه آیا حامیان مالی یک اثر مستقیم روی فروش تولید دارد؟ را انجام داد. این تحقیق دلایلی برای مشارکت شرکت‌ها در اسپانسرشیپ ورزشی را گزارش می‌دهد. افزایش فروش یکی از چندین هدف بازاریابی است. نتایج نشان می‌دهد که شرکت‌ها به سمت رشته‌های ورزشی گرایش دارند که در انتخاب تصویر مناسب شرکت مفید باشد. و آگاهی از تصویر شرکت بدنبال اسپانسرشیپ ورزشی بدست می‌آید.

جرمیس و مینافان<sup>۲</sup> در سال ۱۹۹۸ تحقیقی با عنوان اسپانسر شیپ تمرکز تجاری روی مخاطبین شرکت انجام دادند. نتایج نشان داد که اسپانسرشیپ به عنوان ابزاری برای سازمان‌های تجاری گسترش یافته است و این گسترش پیامد عواملی از قبیل ترس عدم تأثیر تبلیغات سنتی رایج، افزایش محبوبیت سرمایه‌گذاری ورزشی و افزایش تمایل به جهانی شدن شرکت‌ها می‌باشد.



---

<sup>۱</sup> - Wilson

<sup>۲</sup> - Germiss & Minghun

## منابع و مأخذ

- احیاء کننده، منیژه . سودانی، منصور. شفیع آبادی، عبدالله. (۱۳۹۰). بررسی رابطه هوش هیجانی و مولفه های آن با فرسودگی شغلی کارکنان متاهل دانشگاه آزاد اسلامی واحد بهبان . فصلنامه مشاوره شغلی سازمانی ، دوره چهارم، شماره، ۱۱، ۶۶-۷۷ .
- اسدی و همکاران.(۱۳۸۶). رابطه بین هوش هیجانی ، فرسودگی شغلی و سلامت روان کارکنان شرکت ایران خودرو، فصلنامه تازه ها و پژوهش های مشاوره، ج ۶، ش ۲۲، ص ۴۱.
- امین الرعايا، مهین. سلطانی، مرضیه. عطاری، عباس.(۱۳۸۷). اثر آموزش مدیریت استرس بر پیشرفت تحصیلی دانش آموزان.
- برادبری، تی . گریوز، جی. (۲۰۰۵). هوش هیجانی: مهارت ها و آزمون ها. ترجمه مهدی گنجی، (۱۳۸۴) تهران نشر ساوالان. ص : ۱۶۲-۱۵۳.
- داودی، ملیحه. امامی مقدم، زهرا. بهنام وشانی، حمید رضا. امین یزدی، سید امیر. (۱۳۹۲).تاثیر مهارت های هوش هیجانی بر واکنش به استرس تحصیلی دختران دبیرستانی، فصلنامه مراقبت مثبتی بر شواهد، دوره سوم، شماره ۶، ص ۳۶-۲۶.
- رمضانی نژاد، رحیم . میر جمالی، الهام. رحمانی نیا، فرهاد. (۱۳۹۰). بررسی عوامل استرس زای داوران ملی و بین المللی ورزش ایران. مطالعات میدیریت ورزشی، شماره ۱۶، ص ۲۲۴-۲۰۷
- ریاحی فارسانی، لیلا. فرخی، احمد. فراهانی، ابولفضل. شمسی پور، پروانه.(۱۳۹۲) تاثیر آموزش هوش هیجانی بر مهارت های روانی نوجوانان ورزشکار.مجله رشد و یادگیری حرکات ورزشی. دوره ۵، شماره ۴، ص ۲۵-۴۰.
- شعیبی، فاطمه.(۱۳۹۲) اضطراب خود را بسنجید. انتشارات و چاپ برای وب. چاپ اول.
- شهسوار کله سر، معصومه. حاجلو، نادر. صبحی قراملکی، ناصر. (۱۳۸۹). بررسی رابطه چند گانه فرسودگی شغلی ، هوش هیجانی و پنج عامل بزرگ شخصیت. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه محقق اردبیلی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- صفری، یدالله. عابدی، احمد.(۱۳۹۱). همبستگی بین هوش هیجانی، هوش شناختی و سطوح پندجگانه آن با عملکرد شغلی مدیران سه دوره در منطقه لنجان اصفهان. رویکرد

های نوین آموزشی ، دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه اصفهان. سال هفتم، شماره ۲، شماره پیا پی ۱۶، ص ۱۴۰-۱۲۱.

عیدی، حسین. عباسی، همایون. بخشی چناری، امین. فدایی، معصومه. فقی، آکو ابراهیم. (۱۳۹۲). تحلیل عاملی تاییدی پرسشنامه هوش هیجانی ، پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی، دوره دوم، شماره ۲(۵ پیا پی)، ص ۱۵۰-۱۳۹

کشاورز، لقمان(۱۳۹۱).تدوین مدل ارتباطی هوش هیجانی مدیران با تعهد سازمانی کارکنان سازمان ورزش شهرداری . پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، ۲، (۴) : ۴۷-۵۷.

لعل اسلامی، احمد،)۱۳۹۲(ترس و اضطراب و راههای درمان. مقالات روانشناسی و مقالات مرتبط با زندان .مهر ۱۳۹۲ سایت روانشناسی.

متقی، محمود رضا. عطاردی، علیرضا. لطفی ، غلامرضا. دائمی، عباس. روحانی، زهرا. (۱۳۹۰). بررسی رابطه ی مریبان با اضطراب و عملکرد بازیکنان شهر گناباد، افق دانش فصلنامه دانشگاه علوم پزشکی بهداشتی درمانی گناباد، دوره ۱۷، شماره ۳. ص ۶۶-۵۸

محمدی، شهناز.(۱۳۸۵). فرسودگی شغلی و سلامت روانشناسی در دبیران . فصلنامه روانشناسان ایران . سال سوم، شماره ۹، ۱۵-۲۳.

موسوی بیدک، عین اله. امیریان زاده، مژگان. صالحی، مسلم.(۱۳۹۳). رابطه هوش هیجانی و استرس شغلی با فرسودگی آموزگاران ناحیه ۳ شیراز. پایان نامه کاترشناسی ارشد. دانشگاه آزاد واحد مرو دشت. دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.

موسوی جزی، مهوش. تراشی، مهسا. عبدالرازی، مریم. (۱۳۹۲) مروری بر تاثیر اضطراب و افسردگی بر بیماری های پریدنتال، مجله دندانپزشکی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، دوره ۲۶، شماره ۲، ص ۱۳۶-۱۳۱

ناستی زایی، ناصر . هزاره مقدم، مهدیه. ملازهی، اسماء. واعضی، مضرالدین.(۱۳۸۷). بررسی فرسودگی با سلامت عمومی در کارکنان اداره کل مخابرات شهر زاهدان، فصلنامه پژوهشی دانشگاه بهداشت یزد، سال هفتم، شماره سوم و چهارم، ص ۵۷-۴۹

نوابی نژاد، شکوه. (۱۳۷۲) رفتارهای بهنجار از کودکان و نوجوانان و راههای پیشگیری و درمان، انتشارات نابهنجاری انجمن اولیاء و مربیان .

همتی فاخر، زهرا. پیوسته گر، مهر انگیز. غامری، فریده. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر آموزش مهارت های هوش هیجانی بر خودکارآمدی، افسردگی و ارتقاء هوش هیجانی دانش آموزان راهنمایی محروم از پدر. پایان نامه کارشناسی ارشد،

Bar -on, R. (۱۹۹۷). The Emotional Quotient Inventory (EQ-i): Technical manual. Toronto Canada: Multi-Health Systems Inc.

Freuden bergers, H. J. (۱۹۷۴). Staff barnout . Journal of social Issues. ۳۰, .۱۶۵-۱۵۹

Goldenberg, I., Matheson, K., & Mantler, J. (۲۰۰۶). The assessment of emotional intelligence: a comparison of performance-based and self-report methodologies. Journal of Personality Assessment, ۸۶, ۳۳-۴۵

Goleman, D. (۱۹۹۷). Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ. New York: Bantam Books.

Goleman, D. (۱۹۹۸) Working with the Emotional intelligence, A Bantam Book.

KATZ, J. L., (۱۹۹۰). Testimony to Maryland Governor's prescription Drug commission .

Llhan Adilogullari., Hakki Ulucan & Ender Senel. (۲۰۱۴). Analysis of the relationship between the emotional intelligence and professional burnout levels of teachers , academic journals, Educational Research and Reviews, vol. ۹(۱), pp. ۸-۱

Maslach , C. Jakson, S. E & Schaufeli, w. (۲۰۰۱) Manual of the Maslach Burnoul Inventory (۲nd Ed) .palo Alto: Consuling Psychologists Prees Inc.

Maslach, C. & Jakson, S. E. (۱۹۸۱). The Measurement of experienced burnout. Journal of occupational behavior , ۲, ۱۱۳-۹۹

Mayer, J. D. & Salovey, P . , " Emotional Intelligence" . ImaginationT CognitionTand Personality ۹(۱۹۹۰), P. ۱۸۹

Paul , Swift . Dr EVA Cyhlarova, Isabella Goldie and Chris O~Sullivan. Others contributed to this report include. Paul Bristow, Joanna Carson, Hanna Biggs , and Jenny Edwards, CBE.

Anxiety: Mental. Health Awareness Week(.۲۰۱۴)