

بررسی تأثیر تعامل اجتماعی و تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلب بر مدیریت داوطلبی رویداد ورزشی (مطالعه موردی سیزدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان)

شیما موسوی^۱، پریسا اکبری^۲، علی نظریان^۳

۱ و ۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه گیلان

۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه گیلان*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۹/۲۵

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر تعامل اجتماعی و تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلبی بر مدیریت داوطلبی رویداد ورزشی بود. این پژوهش، از نظر هدف، کاربردی و از حیث ماهیت، توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری متشکل از همه داوطلبان سیزدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان بود (۲۰۰ نفر). با توجه به تعداد متغیرهای پنهان، حداقل حجم نمونه برابر با ۱۲۰ نفر بود که از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۱۲۸ داوطلب به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه ترجمه‌شده کیم و همکاران (۲۰۱۶) استفاده شد. روایی صوری پرسش‌نامه به تأیید صاحب‌نظران (۱۰ نفر) رسید و همچنین، پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی برازش مدل، از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس و پی.ال.اس استفاده شد. نتایج نشان داد که تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلبی، تأثیر مثبتی بر توصیه به تجربه‌کردن فعالیت داوطلبی به دیگران داشت. همچنین، رابطه معناداری بین تبادل اعضا با قصد مشارکت مجدد و توصیه وجود داشت. همچنین، براساس نتایج، بین تعامل اجتماعی و تبادل اعضا رابطه معناداری وجود داشت؛ اما، بین تعامل اجتماعی و قصد مشارکت مجدد رابطه معناداری وجود نداشت. با توجه به نتایج می‌توان گفت که مسئولان ورزش دانشجویی باید وقت بیشتری را برای بررسی تأثیر تعامل اجتماعی داوطلبان و تعامل اعضای داوطلبی، به‌عنوان اصلی‌ترین متغیر تأثیرگذار در مدیریت داوطلبی در جهت مشارکت مجدد و توصیه به همکاری در رویدادهای ورزشی صرف کنند.

واژگان کلیدی: تعامل اجتماعی، مدیریت داوطلبی، مشارکت، رویداد ورزشی

مقدمه

امروزه در کشورهای پیشرفته جهان، ورزش متمرکز بر داوطلب‌گرایی است که توسط افراد زیادی از داوطلبان هدایت و پیش‌برده می‌شود (حمیدی، ۱۳۸۷). به‌عبارت‌دیگر، داوطلبان بخش عمده‌ای از منابع انسانی سازمان‌ها و مؤسسات ورزشی کشورهای مختلف دنیا را تشکیل می‌دهند. ویلسون، داوطلب‌بودن را به‌صورت انجام فعالیتی برای کمک به دیگران و بدون داشتن توقع و کاملاً آزادانه تعریف کرده است (ویلسون^۱، ۲۰۰۰). امروزه، افراد داوطلب به‌عنوان یکی از سه گروه تشکیل‌دهنده منابع انسانی (کارمند رسمی، داوطلبان، مشتریان و ارباب‌رجوع) توانسته‌اند جایگاه ویژه‌ای در ساختار سازمان‌های ورزشی پیدا کنند (بنگ و چلادورای^۲، ۲۰۰۳). داوطلبان به‌سبب داشتن عقاید و ارزش‌های مشترک سازمانی، تقویت ارتباطات غیررسمی در محیط کار و دراختیارداشتن پایگاه فرهنگی قوی در سازمان‌ها، روابط و تعامل اجتماعی قوی دارند (پای^۳، ۲۰۰۱). پژوهشگران بر این باورند که از طریق شناخت دلیل داوطلب‌شدن افراد، مدیران قادر خواهند بود فرایند به‌کارگیری، انتخاب، آموزش، برانگیختن، سازمان‌دهی و برنامه‌های پاداش را برای داوطلبان خود بهبود بخشند (ساعت‌چیان، قنبرپور، پورسلطانی و هادوی، ۱۳۹۰)؛ براین‌اساس، توجه مسئولان و برنامه‌ریزان ورزشی به داوطلبان با هدف توسعه و تعمیم ورزش و نیز اجرای برنامه‌های ورزشی، روزبه‌روز درحال افزایش است. وجود مدیریت صحیح و فهم دقیق از کارهای داوطلبان در ورزش، از اصول ابتدایی پرورش و حمایت از داوطلبان برای ادامه همکاری این افراد است؛ ازاین‌رو، یکی از چالش‌های مهم سازمان‌های ورزشی و سازمان‌دهندگان ورزشی، حفظ و نگهداری داوطلبانی است که در سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی فعالیت می‌کنند؛ زیرا، با ادامه همکاری و مشارکت داوطلبان، سازمان‌ها می‌توانند زمان و اعتبار موردنیاز برای جذب و آموزش داوطلبان جدید را ذخیره کنند و اثربخشی و رضایت آن‌ها را افزایش دهند؛ بنابراین، باید حفظ پویایی داوطلبان به‌طورمداوم ارزیابی و مدیریت شود (کلاری^۴، ۲۰۰۴). مدیریت داوطلبان، تنظیم‌کننده روابط، نقش‌ها و مسئولیت‌ها بین داوطلبان، سازمان، کارکنان حقوق‌بگیر و دریافت‌کنندگان خدمات (مصرف‌کنندگان یا مشتریان) است (رضانی‌نژاد، اندام، بنار و میرکاظمی، ۱۳۸۸). بیشتر مطالعات درزمینه مدیریت داوطلبان ورزشی، بر ارتباط میان انگیزه و مدیریت جذب و نگهداری افراد داوطلب متمرکز شده‌اند. علاوه‌براینکه این مطالعات به غنای پژوهش‌های انجام‌شده درزمینه مدیریت داوطلبی می‌افزایند، به پژوهشگران کمک می‌کنند تا رفتار داوطلبان را بهتر درک کنند و در سازمان‌دهی رویداد، داوطلبان را با آگاهی بیشتری مدیریت کنند تا

-
- 1 Wilson
 2. Bang & Chelladurai
 3. Pi
 4. Clary

رویداد با موفقیت برگزار شود (بنگ و چلادورای، ۲۰۰۳). تعامل اجتماعی اشاره به برآورده‌ساختن نیازهای فرد در ارتباط با دیگران دارد. پژوهشگران زیادی به اهمیت تعامل اجتماعی بین اعضای سازمان برای دستیابی به اهداف سازمان تأکید کرده‌اند. پایه‌گذاری تعامل اجتماعی مثبت بین اعضای سازمان تازمانی که این روابط باعث قدرتمندتر شدن هرچه بیشتر سازمان شوند، ارزشمند است. همچنین، تعامل اجتماعی بین اعضا باعث افزایش اثربخشی سازمان، از طریق افزایش تبادل بین اعضای گروه می‌شود (الگه، ویتف و کلین، ۲۰۰۳). تعامل اجتماعی، محدودیت‌ها و مرزهای بین بخش‌های مختلف سازمان‌ها را از بین می‌برد و زمینه‌ای برای همکاری‌های بیشتر و روابط کارآمد و مسالمت‌آمیز بین اعضا را فراهم می‌آورد (تی‌سای و قس‌هال، ۱۹۹۸). داوطلبی نوعی فعالیت برای مشارکت و تعامل اجتماعی است. پژوهشگران در مورد اهمیت نقش تعامل اجتماعی داوطلبان در زمینه تفریح و ورزش به مطالعه پرداخته‌اند؛ برای مثال، گالدول و آندرک^۳ (۱۹۹۴) نشان داده‌اند که تعامل اجتماعی مثبت داوطلبان با یکدیگر، منجر به تمایل به ادامه و استمرار شرکت در فعالیت داوطلبی می‌شود (فیرلی، کلت و گرین، ۲۰۰۷). در حالت کلی، تعامل اجتماعی داوطلبان باعث افزایش انگیزه آن‌ها برای مشارکت مجدد و ادامه همکاری در زمینه داوطلبی می‌شود. همچنین، پژوهشگران بر ارتباط معنادار بین تعامل اجتماعی و تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلبان و نقش مهم آن در تجربه داوطلبی تأکید کرده‌اند (الگه و ویتف و کلین، ۲۰۰۳؛ لیاو، لیاو و لویی، ۲۰۱۰). درک رابطه بین تعامل اجتماعی و تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلبان و چگونگی تأثیر آن بر آینده و ادامه همکاری داوطلبان، دید جامع و معناداری را نسبت به گسترش دانش درباره داوطلبی در ورزش و در مجموع، مدیریت داوطلبی می‌دهد. در پژوهشی، لی، کیم و کو^۶ (۲۰۱۶) رابطه تعامل اجتماعی داوطلبان با یکدیگر و تبادل گروه‌های داوطلبی را در رویداد ورزشی بررسی کردند و نتایج این پژوهش نشان داد که تعامل اجتماعی داوطلبان تأثیر مثبتی بر روابط و تبادل بین گروه‌های داوطلبی دارد. همچنین، این رابطه مثبت باعث می‌شود که داوطلبان تمایل به ادامه همکاری در کار داوطلبی داشته باشند. بنگ، وون و کیم^۷ (۲۰۰۹) عواملی را که باعث علاقه و تمایل داوطلبان به ادامه فعالیت داوطلبی می‌شود، بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که عوامل انگیزشی داوطلبان، شامل ارتباطات میان‌فردی، عشق به ورزش و رشد شخصی، تأثیر مثبتی بر تعهد داوطلبان در رویداد ورزشی دارد. به علاوه، آن‌ها نشان دادند که تعهد

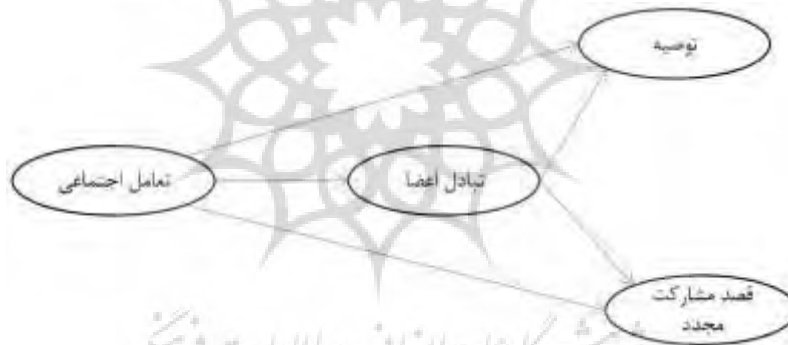
-
1. Alge, Wiethoff & Klein
 2. Tsai & Ghoshal
 3. Caldwell & Andereck
 4. Fairley, Kellett & Green.
 5. Liao, Liu & Loi
 6. Lee, Kim, & Koo
 7. Bang, Won & Kim

داوطلب، مشارکت اجتماعی و پاداش‌های بیرونی، باعث علاقه و تمایل داوطلبان به ادامه فعالیت داوطلبی شدند. در پژوهشی، هیدالگو و مورنو^۱ (۲۰۰۹) تأثیر برخی عوامل جامعه‌پذیری سازمانی داوطلبان را که بر قصد ماندن آن‌ها مؤثر بودند، بررسی کردند. نتایج نشان داد که بین متغیرهای مستقل شبکه‌های اجتماعی، قالب یا ساختار، درک یا فهمیدن، حمایت سازمانی، حمایت داوطلبی و خصوصیات شغلی (وظیفه مثبت) و متغیر وابسته قصد ادامه داوطلبی همبستگی وجود دارد. هاسکی لونتال و بارگال^۲ (۲۰۰۸) در پژوهش خود با عنوان «مدل مراحل و انتقال داوطلبی: جامعه‌شناسی سازمانی داوطلبان» مشاهده کردند که برخی داوطلبان به‌هنگام کار معمولاً به‌سبب نبود ساختار و آموزش‌های رسمی فعالیت خود را قطع می‌کنند؛ بنابراین، فعالیتشان را بیرون از سازمان با همکاران خود به‌طور غیررسمی، آزمایشی یا با دریافت واکنش از مشتریان انجام می‌دهند. کوستا، چالپ، گرین و سیمس^۳ (۲۰۰۶) نیز در مطالعه‌ای با بررسی تأثیر حس اجتماعی داوطلبان بر مشارکت مجدد آن‌ها به این نتیجه رسیدند که حس اجتماعی تأثیر مثبتی بر تجربه و رفتار داوطلبی دارد. همچنین، حس اجتماعی نقش مهمی در رضایت داوطلبان از داوطلب‌شدن و تمایل به ادامه داوطلبی و حتی توصیه به اطرافیان برای داوطلب‌شدن داشت. بارون، داویلا، وسی نا و آریاس^۴ (۲۰۰۵) به این نتیجه رسیدند که بین حمایت اجتماعی داوطلبان از یکدیگر در سازمان و قصد آن‌ها برای ماندن رابطه مثبتی وجود دارد. از جمله پژوهش‌هایی که در داخل کشور انجام شده‌اند، می‌توان به مطالعه کلاته سیفری، کوزه‌چیان، احسانی و حسینی (۱۳۹۳) با عنوان «تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر حفظ داوطلبی در ورزش دانشجویی» اشاره کرد. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی بر تمایل به ادامه همکاری اثرگذار است. به‌طور کلی، جامعه‌پذیری نقش مهمی در حفظ داوطلبان ورزش دانشجویی دارد. اندام، حمیدی و تسلیمی (۱۳۹۱) با بررسی مدیریت داوطلبان در ورزش به این نتیجه رسیدند که برنامه‌ریزی، انتخاب، آشنایی، جذب، آموزش، قدرشناسی و ارزیابی، بر حفظ و نگهداری داوطلبان مؤثر هستند و اظهار کردند که برای حفظ داوطلبان باید به فرایند مدیریت داوطلبان توجه شود. رضانی‌نژاد، اندام، بنار و میرکازمی (۱۳۸۸) در کتاب مدیریت پیشرفته در ورزش، استخدام یک کارشناس یا هماهنگ‌کننده امور انجمن‌های ورزشی (داوطلبان) در دانشگاه‌ها را برای جذب، آموزش، نظارت و ارزیابی داوطلبان و تدوین راهبرد حفظ و نگهداری داوطلبان مؤثر می‌دانند. آن‌ها معتقد هستند که طراحی فرایند مدیریت داوطلبان در اداره تربیت‌بدنی دانشگاه‌ها در زمینه برنامه‌ریزی،

-
1. Hidalgo & Moreno
 2. Haski-Leventhal & Bargal
 3. Costa, Chalip, Green & Simes
 4. Barron, Da'vila, Vecina & Arias

جذب، انتخاب و گزینش، آشنایی و آموزش، نگهداری و ارزیابی داوطلبان، از موانع موجود بر سر راه داوطلبی می‌کاهد.

مطالعات روبه‌رشدی در زمینه داوطلبی انجام شده‌اند؛ اما، به متغیرهای مهمی از جمله تعامل اجتماعی داوطلبان و تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلبان کمتر پرداخته شده است و لزوم انجام پژوهش در این زمینه کاملاً مشهود است. در واقع، تأثیر این دو متغیر در مدیریت داوطلبی نیازمند بررسی و تحلیل است و هدف پژوهش حاضر، پاسخ‌گویی به این سؤال است که چگونه تعامل اجتماعی می‌تواند تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلبان را پیش‌بینی کند و همچنین، چگونه بر نیت و قصد تکرار تجربه داوطلبی و نیز توصیه داوطلبان به دیگر افراد برای داشتن تجربه فعالیت داوطلبی، تأثیر می‌گذارد. نتایج پژوهش حاضر به مدیران سازمان‌ها و مسئولان برگزاری رویدادهای ورزشی کمک می‌کند تا هنگام استخدام داوطلبان آگاهانه تصمیم بگیرند و موارد لازم در مورد حفظ و نگهداری داوطلبان را رعایت کنند تا هرچه بیشتر به اهداف خود نزدیک‌تر شوند.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت، توصیفی- پیمایشی است که به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری شامل همه داوطلبان سیزدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان (۲۰۰ نفر) بود. براساس چهار متغیر پنهان، حداقل حجم نمونه ۸۰ نفر تعیین شده است؛ یعنی، برای هر متغیر پنهان، ۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری مشخص شده‌اند (حبیبی، ۱۳۹۶). در نهایت، از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۱۲۸ داوطلب به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها

پرسش‌نامه ترجمه‌شده لی، کیم و کو^۱ (۲۰۱۶) بود. این پرسش‌نامه حاوی ۱۵ سؤال از نوع مقیاس پنج‌رتبه‌ای لیکرت است و برای هر یک از متغیرهایی که در مدل مفهومی وجود دارد، سؤال‌هایی مطرح شده است. ده نفر از استادان مدیریت ورزشی روایی پرسش‌نامه را کنترل کردند که از نظر آن‌ها، پرسش‌نامه از روایی صوری موردنظر برخوردار بود. روایی واگرا، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ پرسش‌نامه نیز محاسبه شد (جدول شماره یک). برای انجام آمار توصیفی، نرم‌افزار اس.پی.اس.^۲ نسخه ۲۴ به کار برده شد. همچنین، پس از بررسی توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف^۳ و بررسی نتایج آن مبنی بر غیرطبیعی بودن توزیع داده‌ها، برای تحلیل عامل تأییدی، آزمون فرضیه‌های پژوهش و برازش مدل مفهومی، از مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار پی.ال.اس.^۴ استفاده شده است.

جدول ۱- پایایی ترکیبی و روایی همگرایی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی ^۵	میانگین واریانس استخراجی ^۶
تعامل اجتماعی	۰/۷۸۲	۰/۷۱۵	۰/۵۸۴
تبادل اعضا	۰/۸۴۳	۰/۸۸۳	۰/۵۶۰
توصیه	۰/۹۱۶	۰/۹۴۶	۰/۸۵۵
قصد مشارکت مجدد	۰/۸۲۶	۰/۸۹۶	۰/۷۴۳

همان‌طور که نتایج جدول شماره یک نشان می‌دهد، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی همه متغیرها بالای ۰/۷ است که برازش مناسب مدل‌های اندازه‌گیری را تأیید می‌کند. همچنین، روایی همگرایی (AVE) همه متغیرهای پژوهش نیز بالاتر از ۰/۴ به دست آمد که نشانگر روایی همگرایی مطلوب متغیرهای پژوهش است.

1. Lee, Kim & Koo
2. SPSS
3. Kolmogorov-Smirnov
4. Smart PLS
5. Composite Reliability (CR)
6. Average Variance Extracted (AVE)

جدول ۲- ماتریس مقایسه جذر AVE و ضرایب همبستگی سازه‌ها

متغیرهای پژوهش	قصد مشارکت مجدد	تعامل اجتماعی	توصیه	تبادل درون گروهی
قصد مشارکت مجدد	۰/۸۶۲			
توصیه	۰/۸۲۶	۰/۹۲۵		
تعامل اجتماعی	۰/۲۳۴	۰/۱۸۶	۰/۶۹۶	
تبادل درون گروهی	۰/۳۱۸	۰/۴۰۰	۰/۴۶۷	۰/۷۴۹

همان‌طور که از جدول شماره دو مشخص است، جذر میانگین واریانس استخراجی هر سازه از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر شده است که این مطلب حاکی از قابل قبول بودن روایی واگرایی سازه‌ها است (داوری و رضاده، ۱۳۹۲).

نتایج

جدول ۳- توصیف آماری نمونه

متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۶۱
	زن	۶۷
سن	۲۰ تا ۲۳ سال	۵۸
	۲۴ تا ۲۷ سال	۴۲
	۲۸ تا ۳۱ سال	۲۵
	۳۲ تا ۳۵ سال	۱
	۳۶ تا ۳۹ سال	۲
وضعیت تأهل	مجرد	۱۱۲
	متأهل	۱۶
رشته تحصیلی	تربیت بدنی	۹۲
	غیر تربیت بدنی	۳۶
مقطع تحصیلی	کارشناسی	۷۸
	کارشناسی ارشد	۳۷
	دکتری	۱۲
وضعیت اشتغال	شاغل	۹۷
	غیر شاغل	۳۱
سابقه داوطلبی رویداد	یک بار	۱۱۱
	دو بار	۲
	سه بار و بیشتر	۱۵

جدول ۴- میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	میانگین	انحراف استاندارد
تعامل اجتماعی	۳/۸۳۹	۰/۶۵۴
تبادل اعضا	۴/۰۶۰	۰/۴۳۳
توصیه	۳/۹۳۹	۰/۶۱۰
قصد مشارکت مجدد	۴/۳۹۲	۰/۶۴۹

همان‌طور که در جدول شماره پنج مشاهده می‌شود، براساس آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، سطح معناداری تمام مؤلفه‌ها کمتر از $0/05 =$ است؛ بنابراین، توزیع تمام داده‌ها غیرطبیعی است و در نتیجه، برای بررسی ارتباط فرضیه‌های آماری مربوط به آن‌ها بهتر است از آزمون‌های ناپارامتری و روش مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار پی.ال.اس استفاده شود.

جدول ۵- آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

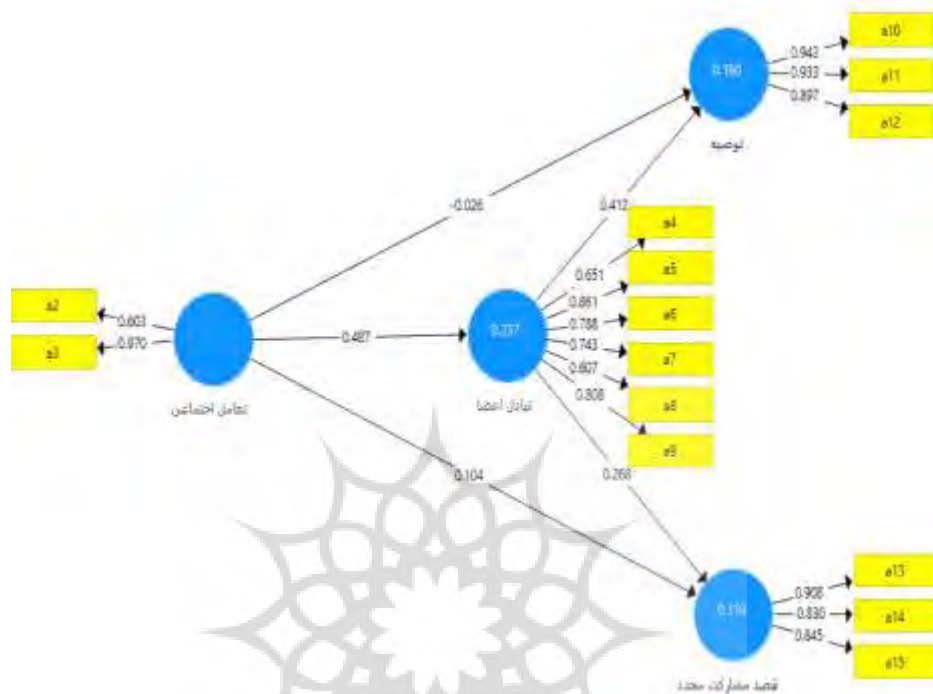
متغیر	Z	سطح معنی‌داری	توزیع
تعامل اجتماعی	۰/۱۶۳	۰/۰۰۱	نرمال نیست
تبادل اعضا	۰/۱۰۸	۰/۰۰۱	نرمال نیست
توصیه	۰/۱۷۹	۰/۰۰۱	نرمال نیست
قصد مشارکت مجدد	۰/۲۳۲	۰/۰۰۱	نرمال نیست

* $P < 0/05$ و $n=128$

برازش کلی مدل: برای این شاخص برازش، مقدار $0/01$ ، $0/25$ و $0/36$ ، به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده‌اند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). با توجه به این مطلب، برازش کلی مدل نهایی در پژوهش حاضر که برابر با $0/456$ بود، نشانگر کیفیت مناسب مدل است.

$$\text{برازش کلی مدل} = \sqrt{\text{Communalites} * R^2} = \sqrt{0/734 * 0/283} = 0/456$$

در بخش آمار استنباطی، برای بررسی مجدد ارتباط میان مؤلفه‌ها با متغیرهای مربوط، از تحلیل عاملی تأییدی برای همه متغیرها استفاده شد. شکل شماره دو نتایج بارهای عاملی گویه‌های مربوط به هر متغیر را نشان می‌دهد.



شکل ۲- مدل آزمون شده پژوهش در حالت تخمین استاندارد

همان‌طور که نتایج شکل شماره دو نشان می‌دهد، بار عاملی همه گویه‌های پرسش‌نامه از ۰/۴ بیشتر است (به جز گویه شماره یک که از پرسش‌نامه حذف شد). نتایج مربوط به تحلیل عاملی تأییدی، رابطه مؤلفه‌ها با متغیرها را دوباره تأیید کرد. پس از انجام تحلیل عاملی تأییدی برای رد یا تأیید فرضیه‌های پژوهش، تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادله ساختاری انجام شد.

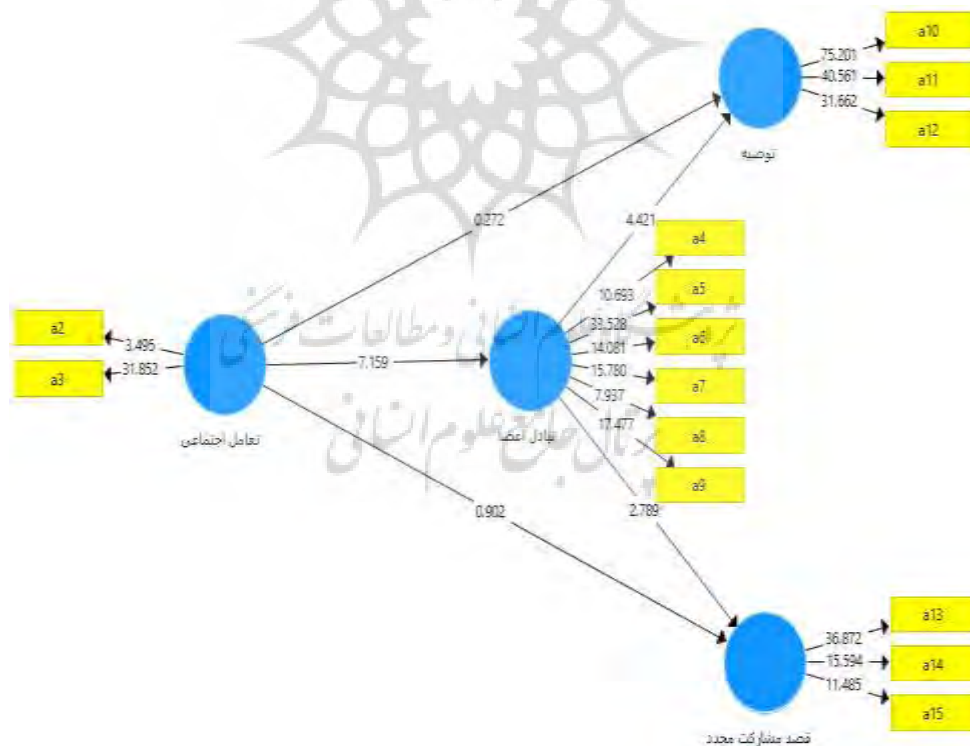
آزمون مدل ساختاری یا فرضیه‌های پژوهش: در قالب مدل معادلات ساختاری، فرضیه‌های پژوهش بررسی شدند و مسیر مدل ساختاری، ارزیابی شد. هر مسیر، متناظر با یکی از فرضیه‌های مدل است. آزمون هر فرضیه از طریق بررسی علامت، اندازه و معناداری آماری ضریب مسیر (بتا) بین هر متغیر پنهان با متغیر وابسته است. بنابراین برای بررسی معناداری روابط بین سازه‌های مستقل و وابسته از ضریب مسیر یا همان بتا و مقدار اعداد معناداری تی^۱ استفاده می‌گردد. جدول شماره شش، نتایج مربوط به مدل‌سازی معادله ساختاری را نشان می‌دهد.

1. T- Value

جدول ۶- مقادیر ضریب مسیر مستقیم و آماره تی مرتبط با متغیرهای پژوهش (آزمون فرضیه‌های پژوهش)

فرضیه	رابطه مورد بررسی	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
اول	تعامل اجتماعی ← قصد مشارکت مجدد	۰/۹۰۲	۰/۳۶۷	رد فرضیه
دوم	تعامل اجتماعی ← توصیه	۰/۲۷۲	۰/۷۸۶	رد فرضیه
سوم	تعامل اجتماعی ← تبادل اعضا	۷/۱۵۹	۰/۰۰۱	تأیید فرضیه
چهارم	تبادل اعضا ← قصد مشارکت مجدد	۲/۷۸۹	۰/۰۰۵	تأیید فرضیه
پنجم	تبادل اعضا ← توصیه	۴/۴۲۱	۰/۰۰۱	تأیید فرضیه

مقادیر اعداد معناداری تی باید بزرگ‌تر از $1/96$ یا کوچک‌تر از $1/96$ - باشند تا نشان‌دهنده معناداری روابط بین متغیرها باشد. با توجه به نتایج جدول شماره شش، در فرضیه‌های سوم، چهارم و پنجم، تمامی ضرایب معناداری تی بیشتر از $1/96$ هستند که این یافته، معنادار بودن تمامی سؤال‌ها و روابط میان متغیرها را در سطح اطمینان 95% تأیید می‌کند؛ بنابراین، فرضیه‌های اول و دوم تأیید نشدند ($P > 0/05$) و فرضیه‌های سوم، چهارم و پنجم تأیید شدند.



شکل ۳- ضرایب معناداری برای بررسی فرضیه‌های پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، تعامل اجتماعی و تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلب و تأثیر آن بر مشارکت داوطلبی در رویدادهای ورزشی بررسی شده است. افزون‌براین، اثر روابط متقابل داوطلبان در چگونگی مدیریت داوطلبی بررسی گردیده است. نتایج نشان داد که بین تعامل اجتماعی و قصد مشارکت مجدد رابطه معناداری وجود ندارد که این یافته، با نتایج مطالعات ویلسون و موسیک^۱ (۱۹۹۹)، فیرلی و همکاران (۲۰۰۷) و لی، کیم و کو^۲ (۲۰۱۶) همخوانی ندارد. احتمالاً می‌توان گفت به دلیل اینکه آموزش رسمی به‌تنهایی نمی‌تواند نیروی انسانی را تأمین کند (به‌ویژه دانشجویان یا کسانی که قصد دارند شغل جدیدی را آغاز کنند)، به‌دست‌آوردن تجربه کاری یکی از کلیدی‌ترین فواید مشارکت در فعالیت‌های داوطلبی است. تجارب جهانی نشان می‌دهند که شمار دانشجویان، پیوسته در حال رشد است و امروزه، کارفرمایان بیش‌ازاینکه انتظار داشتن مدرک دانشگاهی از کارکنان خود داشته باشند، به داشتن ظرفیت کاری بیشتر، تمایل دارند (آندرونیک و آندرونیک^۳، ۲۰۱۱)؛ بنابراین، در ادبیات مطالعات ورزش داوطلبی، تعامل اجتماعی به‌عنوان یک عامل انگیزشی در نظر گرفته شده است که چرا مردم به‌عنوان داوطلب کار می‌کنند (فیرلی و همکاران، ۲۰۰۷). این مسئله شاید به دلیل وجود تفاوت‌های فرهنگی بین جامعه پژوهش‌های خارجی و پژوهش حاضر باشد یا به احتمال زیاد، به دلیل تفاوت در جامعه آماری و دامنه سنی داوطلبان مطالعه باشد؛ به‌صورتی که نتایج مطالعات خارجی حاکی از این است که داشتن تحصیلات بالا موجب افزایش تعهد اجتماعی افراد و مشارکت بیشتر آنان در نهضت داوطلبی خواهد شد. احتمالاً، دلایل انگیزشی داوطلبان باعث این تفاوت در نتایج باشد که منجر به مشارکت داوطلبان در فعالیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد می‌شود. نتایج مطالعه رایمن^۴ (۲۰۰۸) نشان داد که انگیزه‌های افراد از شرکت در فعالیت‌های داوطلبی به‌ترتیب عبارت‌اند از: نیاز به کسب تجربه در یک حوزه کاری معین، نیاز به کمک به دیگران، فرصت پیدا کردن دوست، امکان رفتن به کشورهای دیگر، نیاز به بهبود رزومه کاری، امکان آزمون شایستگی‌ها برای شغل آینده و فرصتی برای اجرای ایده‌های خود (آندرونیک و آندرونیک^۵، ۲۰۱۱).

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلبی تأثیر مثبتی بر توصیه به تجربه کردن فعالیت داوطلبی به دیگران داشت. این امر ممکن است ناشی از آن باشد که تعامل دوجانبه داوطلبان با هم در رویداد باعث می‌شود که داوطلبان در خارج از محیط رویداد درباره ارتباطات خود

-
1. Wilson & Musick
 2. Lee, Kim & Koo
 3. Andronic & Andronic
 4. Righman
 5. Andronic & Andronic

با دیگران صحبت کنند (سیرز، پتی و کشمن^۱، ۱۹۹۵)؛ بنابراین، می‌توان به این نتیجه رسید که احتمالاً هرچه تبادل بین داوطلبان بیشتر باشد، بیشتر، فعالیت داوطلبی را به دیگران توصیه می‌کنند؛ در نتیجه، تبادل اعضای تیمی به صورت عمومی و نیز در داوطلبی به صورت کمی، به عنوان یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های عامل توصیه به دیگران برای داوطلب شدن است (هنینگ توراو، گیوینر و گرملر^۲، ۲۰۰۲).

نتایج نشان داد که بین تعامل اجتماعی و تبادل بین اعضا رابطه معناداری وجود دارد. ارزیابی و تحلیل بیشتر نشان داد که تعامل اجتماعی باعث تقویت تبادل بین داوطلبان می‌شود که دلالت بر این امر دارد که کیفیت رابطه بین داوطلبان مانند تمایل به کمک به داوطلبان دیگر، تبادل افکار، بازخورد دادن به همدیگر و بازخورد گرفتن از یکدیگر و به اشتراک گذاشتن اطلاعات، داوطلبان را متعهد به ادامه کار داوطلبی می‌کند. این یافته‌ها با مطالعات الگه و همکاران (۲۰۰۳) و لیاو و همکاران (۲۰۱۰) هم‌خوانی دارد. تعاملات اجتماعی، دوست‌یابی و کسب تجربه از افراد کاردان، موجب دلگرمی و حفظ داوطلبان می‌شود. با وجود این مسئله، ورزش عرصه‌ای است که سبب شکل‌گیری تعاملات بین فردی می‌شود. با تشکیل گروه‌ها و تیم‌ها، هویت گروهی و تیمی شکل می‌گیرد؛ تا آنجا که دانشجویان به عضویت در یک نهاد رسمی ورزشی افتخار می‌کنند و تمایل دارند که در فعالیت‌های آینده به انجمن بازگردند.

نتایج تحلیل مسیر نشان داد که بین تبادل میان اعضا و قصد مشارکت مجدد اثر معناداری وجود دارد که این یافته با پژوهش‌های فیِرلی و همکاران (۲۰۰۷) و کنسو^۳ (۲۰۰۷) هم‌خوانی دارد. داوطلبان با داشتن تجربه همکاری مثبت و لذت‌بخش با سایر داوطلبان و به اشتراک‌گذاری افکار، ایده‌ها و اطلاعات، باعث دید مثبت به داوطلبی و تمایل به تکرار مجدد این همکاری می‌شوند. در واقع، می‌توان گفت که داوطلبان به دلایلی همچون کسب فرصت برای ابراز وجود و کسب فرصت‌هایی برای یادگیری، در رویدادهای ورزشی مجدداً مشارکت می‌کنند؛ از این رو، مدیران رویدادهای ورزشی باید فرصتی ایجاد کنند تا دانشجویان مختلفی برای داوطلب شدن در رویدادهای ورزشی مشارکت کنند (ساعت‌چیان، قنبرپور، پورسلطانی زرنندی و هادوی، ۱۳۹۰). این نتایج در راستای یافته‌های فیِرلی و همکاران (۲۰۰۷) است که نشان دادند تجارب تعامل اجتماعی بین داوطلبان به طور معناداری باعث انگیزش آن‌ها برای ادامه کار داوطلبی می‌شود.

نتایج پژوهش نشان داد که بین تبادل میان اعضا و توصیه رابطه معناداری وجود دارد. درباره ارتباط این دو متغیر پژوهش‌های اندکی انجام شده‌اند که این پژوهش بر بنانهادن تعامل اجتماعی مثبت بین

-
1. Seers, Petty & Cashman
 2. Hennig-Thurau, Gwinner & Gremler
 3. Keunsu

داوطلبان در رویدادهای ورزشی تأکید دارد؛ به‌صورتی که تعامل اجتماعی مثبت باعث تقویت تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلبی می‌شود و تبادل بین اعضای گروه‌ها تأثیر مثبتی بر رفتارهای مناسب داوطلبان در برگزاری رویداد دارد و تجارب مثبت به‌نوبه خود می‌توانند باعث توصیه به مشارکت داوطلبی در رویدادهای ورزشی شوند؛ بنابراین، این راهبرد می‌تواند تمایل به توصیه به همکاری داوطلبی را در داوطلبان افزایش دهد. چه‌بسا با نبود ارتباطات دوستانه و تیم‌های کاری، داوطلبان به ترک انجمن ترغیب شوند. با تشکیل تیم‌های کاری، تجربیات افراد زنده در اختیار دیگران قرار داده می‌شود. مزیت دیگر تبادل بین اعضای گروه‌ها و تیم‌ها، آمیخته‌شدن دانشجویان داوطلب رشته تربیت‌بدنی با دیگر دانشجویان دانشگاه است که سرمنشأ خوبی برای ترویج فرهنگ ورزش در دانشگاه‌ها است (کلاته سیفری، کوزه‌چیان، احسانی و حسینی، ۱۳۹۳).

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش می‌توان گفت که سازمان‌های ورزشی و مدیران تربیت‌بدنی دانشگاه‌ها باید وقت بیشتری را برای بررسی تأثیر تعامل اجتماعی داوطلبان، به‌عنوان اصلی‌ترین متغیر تأثیرگذار در مدیریت داوطلبی رویداد ورزشی و فوایدی که این قشر مهم از منابع انسانی می‌توانند برای جامعه داشته باشند، صرف کنند. همچنین، ضروری است روش‌هایی را شناسایی کنند که می‌توانند میزان مشارکت و توصیه به مشارکت داوطلبی آنان را در امور محول‌شده افزایش دهند که این مسئله می‌تواند فرایند جذب و نگهداری داوطلبان را در آینده تسهیل کند.

از مهم‌ترین موارد به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر می‌توان به این اشاره کرد که مطالعات روبه‌رشدی در زمینه داوطلبی وجود دارد؛ اما، به متغیرهای مهمی از جمله تعامل اجتماعی داوطلبان و تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلبان کمتر پرداخته شده است. در واقع، تأثیر این دو متغیر در مدیریت داوطلبی نیازمند بررسی و تحلیل است تا به مدیران سازمان‌ها و مسئولان برگزاری رویدادهای ورزشی در مورد استخدام و به‌کارگیری داوطلبان، آگاهانه کمک شود و موارد لازم در مورد حفظ و نگهداری داوطلبان را رعایت کنند تا هرچه بیشتر به اهداف خود نزدیک‌تر شوند.

جنبه مهمی که پژوهش حاضر به مطالعات قبلی اضافه کرد این است که تعامل اجتماعی نقش مقدمی در شکل‌دادن به همکاری و مقدمه‌ای برای همکاری‌های آینده داوطلبان است. به‌علاوه، برقراری همکاری مثبت بین داوطلبان از طریق تعامل اجتماعی، تمایل داوطلبان را به ادامه کار داوطلبی و توصیه به دیگران برای داوطلب‌شدن تقویت می‌کند. موضوع دیگری که در بحث مدیریت داوطلبی مطرح است، ادامه فعالیت داوطلبی داوطلبان است که این امر مزایای زیادی برای مدیران برگزاری رویداد دارد که به مهم‌ترین آن‌ها که کاهش هزینه پیداکردن و جذب داوطلبی است، می‌توان اشاره کرد.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آینده رابطه بین تعامل اجتماعی، مبادله اعضا، رفتار شهروندی سازمانی و اهداف رفتاری در طول زمان بررسی شود. داوطلبان ممکن است از مفهوم داوطلبی درک اشتباهی داشته باشند؛ بنابراین، برای رفع این مسئله احتمالاً سازمان‌دهی داوطلبان، آموزش‌های لازم، افزایش تعامل بین داوطلبان و نیز آشنایی با دیگر داوطلبان بتواند انگیزش داوطلبان را به مشارکت مجدد در فعالیت‌های ورزشی افزایش دهد.

با توجه به نتایج پژوهش، تعامل اجتماعی و تبادل بین نیروهای داوطلب باعث افزایش انگیزه و قصد مشارکت مجدد در داوطلبان می‌شود که به احتمال زیاد، داوطلبان برای داوطلب شدن افراد دیگر در راستای مشارکت در فعالیت‌های ورزشی توصیه‌هایی می‌کنند؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود که با برگزاری کلاس‌های توجیهی برای داوطلبان، آن‌ها از ماهیت و مزایای داوطلبی آگاه شوند و دادن پاداش‌های مادی و معنوی باعث افزایش انگیزه آن‌ها برای مشارکت مجدد و نیز توصیه به دیگران برای داوطلبی شود.

منابع

1. Alge, B. J., Wiethoff, C., & Klein, H. J. (2003). When does the medium matter? Knowledge-building experiences and opportunities in decision-making teams. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 91(1), 26-37.
2. Andam, R., Mehrzad, H. & Teslimi, Z. (2012). Volunteering management in sport: A case study of Tehran municipal sports organization. *Research in Sport Management and Mobility Sciences*, 2(3), 93-103. (Persian).
3. Andronic, R. L., & Andronic, A. O. (2011). Counselling and guidance of volunteers in Romania- A psychological approach. In *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 30, 1852° 6.
4. Bang, H., & Chelladurai, P. (2003). Motivation and satisfaction in volunteering for 2002. World cup in Korea. Conference of the North America Society for Sport Management. Ithaca, New York.
5. Bang, H., Won, D., & Kim, Y. (2009). Motivations, commitment, and intentions to continue volunteering for sporting events. *Event Management*, 13(2), 69° 81.
6. Barron, A., Da´vila, M. C. Vecina, M. L., & Arias, A. (2005). Social support in social and environmental volunteers. *Congreso Hispano-Portugue´s de Psicolog* حق
7. Caldwell, L. L., & Andereck, K. L. (1994). Motives for initiating and continuing membership in a recreation-related voluntary association. *Leisure Sciences*, 16(1), 33° 44.
8. Carmen Hidalgo, M., & Moreno, P. (2009). Organizational socialization of volunteers: The effect on their intention to remain. *Journal of Community Psychology*, 37(5), 594° 601.

9. Clary, G. (2004). Volunteer sustainability: How nonprofits can sustain volunteers` commitment. *Snapshots*, 36, 1-6.
10. Costa, C. A., Chalip, L., Christine Green, B., & Simes, C. (2006). Reconsidering the role of training in event volunteers satisfaction. *Sport Management Review*, 9(2), 165° 82.
11. Davari, A., & Rezazadeh, A. (1392). *Structural equations modeling with PLS software*. Tehran: Jahad Daneshgahi Publishing.
12. Fairley, S., Kellett, P., & Green, B. C. (2007). Volunteering abroad: Motives for travel to volunteer at the Athens olympic games. *Journal of Sport Management*, 21(1), 41° 57.
13. Habibi, A., & Adnour, M. (1396). *Structural equation modeling book*. Tehran: Jahad Daneshgahi Publishing.
14. Hamidi, M. (2008). *Management and performance of the sports competitions* (4th ed.). Tehran: Bamdad Publishing Book. (Persian).
15. Haski-Leventhal, D., & Bargal, D. (2008). The volunteer stages and transitions model: Organizational socialization of volunteers. *Human Relations*, 61(1), 67° 102.
16. Hennig-Thurau, T., Gwinner, K., & Gremler, D. (2002). Understanding relationship marketing outcomes: an integration of relational benefits and relationship quality. *Journal of Service Research*, 4(3), 230° 47.
17. Hidalgo, M., & Moreno, P. (2009). Organizational Socialization of volunteers: The effect on their intention to remain. *Journal of Community Psychology*, 37(5), 594-601.
18. Kalateh Saifari, M., Kozehchian, H., Ehsani, M., & Hosseini, S. Y. (2014). The effect of organizational citizenship on conservation of volunteering on student sports. *Sports Management*, 6(2), 263-82. (Persian).
19. Keunsu, H. (2007). *Motivation and commitment of volunteers in Marathon running event*. (Unpublished doctoral dissertation). University of Florida, College of Education.
20. Lee, Y., Kim, M., & Koo, J. (2016). The impact of social interaction and team member exchange on sport event volunteer management. *Sport Management Review*, 19(5), 550° 62.
21. Liao, H., Liu, D., & Loi, R. (2010). Looking at both sides of the social exchange coin: A social cognitive perspective on the joint effects of relationship quality and differentiation on creativity. *Academy of Management Journal*, 53(5), 1090° 109.
22. Pi, L. L. (2001). *Factors affecting volunteerism for international sport events in Taiwan, republic of China*. (Unpublished doctoral dissertation). United States Sports Academy, Daphne, AL.
23. Ramezani-Nejad, R., Andam, R., Benar, N., & Mirkazemi, O. (2009). *Advanced management in sport* (1st ed.). Guilan: University of Guilan. (Persian).
24. Saatchian, V., Ghanbarpour Nursery, A., Poursolantani Zarandi, H., & Hadavi, F. (2011). Comparison of motivation and commitment of ninth and tenth olympiads students of Iranian universities. *Quarterly Journal of Sport Sciences*, 1(4), 17 -29. (Persian).

25. Seers, A., Petty, M. M., & Cashman, J. F. (1995). Team-member exchange under team and traditional management: A naturally occurring quasi-experiment. *Group & Organization Management*, 20(1), 18° 38.
26. Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, 41(4), 464° 76.
27. Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 215-40.
28. Wilson, J., & Musick, M. (1999). Attachment to volunteering. *Sociological Forum*. 14(2), 243° 72.

استناد به مقاله

موسوی، شیما، اکبری، پریسا، و نظریان، علی. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر تعامل اجتماعی و تبادل بین اعضای گروه‌های داوطلب بر مدیریت داوطلبی رویداد ورزشی (مطالعه موردی سیزدهمین المپیاد فرهنگی ورزشی دانشجویان). *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۹(۴۶)، ۱۴۱-۵۶. شناسه دیجیتال: 10.22089/SMRJ.2017.4458.1858

Mousavi. Sh., Akbari. P., & Nazarian. A. (2018). The Impact of Social Interaction and Team Member Exchange on Sport Event Volunteer Management (Case Study: Thirteenth Cultural and Sport University Students Olympiad). *Sport Management Studies*, 9(46), 141-56. (Persian). Doi: 10.22089/SMRJ.2017.4458.1858

The Impact of Social Interaction and Team Member Exchange on Sport Event Volunteer Management
(Case Study: Thirteenth Cultural and Sport University Students Olympiad)

Sh. Mousavi¹, P. Akbari², A. Nazarian³

1,2. Ph.D. Student of Sport Management, Guilan University

3. Ph.D. Student of Sport Management, Guilan University*

Received:2017/07/10

Accepted:2017/12/16

Abstract

This study aimed to investigating the impact of social interaction and team member exchange on sport event volunteer management. Research method was descriptive-survey and applies studies field. Statistical population included all volunteers in thirteenth sport-cultural Olympiad students of universities (200). According to number of hidden variables, the minimum sample size is 120 that through random sampling, 128 volunteers were selected. A translated questionnaire Kim et al (2016) was used for data collection. The content validity of the questionnaire was confirmed by experts. Also, its reliability was calculated by using Cronbach's alpha and composite reliability. To analyze the data and model of structural equation modeling PLS and SPSS software is used. Results showed that team member exchange had positive effect on word-of- mouth intention. Also, relation between member exchange with intention to re-participate and word-of- mouth intention was significant. Finally, the results showed that there is meaningful relation between social interaction and team member exchange, but there is no meaningful relation between social interaction and intention to re-participate. Therefore, according to results, it can be said that, student sport authorities, should spend more time for studying the impact of social interaction between volunteers and interaction of volunteers as the main variable in volunteer management for re-participate and recommending to participate in sport events.

Keywords: Social Interaction, Volunteer Management, Participation, Sport Event

* Corresponding Author

Email:Ali.nazarian63@yahoo.com