

طراحی الگوی ساختاری مولفه‌های ذاتی، رفتاری و انگیزشی شرط‌بندی کورس اسب دوانی به روش آمیخته

حمیدرضا قزل‌سفلو

استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه گنبد کاووس.
تاریخ دریافت: (۹۷/۱۰/۲۵) تاریخ پذیرش: (۹۹/۰۳/۳۱)

Designing structural model of elemental, behavioral and motivational traits in horse racing betting with mix method

Hamidreza Ghezselfloo

Assistant Professor in sport management of Gonbad Kavous Univesity

Received: (2019 January 15)

Accepted: (2020 June 20)

Abstract

Identifying the behavioral traits of Sport bettor is an effective strategy to predict the tendency to future betting. The purpose of this paper is designing structural model of elemental, behavioral and motivational traits in horse racing betting by mix method. For this purpose, an exploratory mix method in qualitative phase (30 people) by means of cognitive sampling and a quantitative phase (250 people) was employed by a snow fall sampling. To data collection, researcher-made questionnaire with three subscales of elemental, behavioral and motivational factors was used as five-point likert scales used. After verifying the factual and content validity, its reliability in experimental research with alpha choronbakh metod ($\alpha = 0.84$) was confirmed. To data analysis, Lisrel softwair version 8.5 was used. Results of factor analysis showed that in elemental cub scale, Conscientiousness ($\beta=0.65$) and agreeableness ($\beta=0.57$), in behavioral sub-scales, numeric interest ($\beta=0.79$) and Impulsiveness ($\beta=0.68$) and in motivational sub-scales, money ($\beta=0.84$) and escape ($\beta=0.62$) were main components to explain the path mode. In addition, marring and experienced bettors were more likely to betting. Therefore, preparation of appropriate profiles of the behavioral traits of bettors, in addition to the role of deterring the destructive cultural and social consequences, is an effective strategy in sports marketing sector based on identifying the need assessment of personality traits.

Keywords

Agreeableness, Competitiveness, Conscientiousness, Horse racing Gambling.

چکیده

شناسایی مولفه‌های رفتاری شرط‌بند های ورزشی، استراتژی کارا در جهت پیش‌بینی تمایل به شرط‌بندی مجدد آنها می‌باشد. لذا هدف از پژوهش حاضر طراحی الگوی ساختاری مولفه‌های ذاتی، رفتاری و انگیزشی شرط‌بندی کورس اسب دوانی می‌باشد. بدین منظور یک طرح آمیخته اکتشافی در دو فاز کیفی (۳۰ نفر) به روش نمونه‌گیری قضاوتی و فاز کمی (۲۵۰ نفر) با استفاده از نمونه‌برداری گلوله‌برفی انجام گرفت. به منظور جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته شامل سه خرده‌مقیاس عوامل ذاتی، رفتاری و انگیزشی به صورت مقیاس ۵ ارزشی لیکرت استفاده گردید. پس از تایید روایی صوری و محتوایی آن، پایایی درونی آن در یک تحقیق آزمایشی به روش آلفای کرونباخ ($\alpha = 0.84$) مورد تایید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸/۵۰ استفاده گردید. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که در خرده‌مقیاس ذاتی مولفه‌های وفاداری ($\beta=0.65$) و توافق‌پذیری ($\beta=0.57$)، در خرده‌مقیاس رفتاری سودآوری کمی ($\beta=0.79$) و ذات شرط‌گذار ($\beta=0.68$) و در خرده‌مقیاس انگیزشی، کسب پول ($\beta=0.84$) و تفریح و رهایی از فشارهای زندگی ($\beta=0.62$) مولفه‌های اصلی تبیین‌کننده الگوی مسیر بودند. همچنین رابطه معکوس و معنادار بین سطح تحصیلات با شرط‌بندی مشاهده گردید ($r=0.16$ و $p=0.04$). علاوه بر این شرط‌بندهای متاهل و با سابقه دارای تمایل به شرط‌بندی بیشتری بودند ($r=0.67$ و $p=0.01$). لذا تهیه پروفایل مناسب از ویژگی‌های رفتاری شرط‌بندها علاوه بر نقش بازدارنده از پیامدهای مخرب فرهنگی و اجتماعی، استراتژی‌ای کارا در بخش بازاریابی ورزشی بر مبنای نیازسنجی ویژگی‌های رفتاری افراد می‌باشد.

کلید واژه‌ها

اسب سواری، توافق‌پذیری، رقابت‌جویی، شرط‌بندی، وفاداری.

مقدمه

در دهه اخیر مدیران شرطبندی^۱ گرایش بارزی به سمت رویدادها و فعالیت‌های ورزشی داشته‌اند. وجود پتانسیل بالقوه در رابطه مشتری‌مداری هواداران و ورزشکاران از یک سو و همچنین درآمدهای حاصل از تبلیغات و بازاریابی مسابقات ورزشی از سوی دیگر سبب شده تا گردانندگان سایت‌های شرطبندی از هر مکان و زمان ورزشی برای فعال نمودن فعالیت‌های شرطبندی استفاده نمایند (راسل و گینزبری^۲، ۲۰۱۵). ابتدایی‌ترین و پرطرفدارترین شکل شرطبندی، توانایی افراد در پیش‌بینی نتایج مسابقات ورزشی است که علاوه بر مهارت افراد، عامل شانس تا حد زیادی تعیین‌کننده نتیجه شرطبندی می‌باشد. نتایج تحقیقات انجام شده در شناسایی عوامل تاثیرگذار بر تمایل افراد جهت حضور در شرطبندی‌های ورزشی از قبیل هاکی، فوتبال، بسکتبال موید آن بود که مشخص نبودن نتیجه مسابقه^۳ عامل اصلی سوق‌دهنده به سمت فعالیت‌های شرطبندی محسوب می‌شود (رودنی و همکاران^۴، ۲۰۱۶). لذا به دلیل ویژگی غیرقابل پیش‌بینی بودن نتایج ورزشی، مسابقات ورزشی ابزاری جذاب برای شرطبندی بوده است و روز به روز به محبوبیت آن نیز افزوده می‌شود. به عنوان مثال لاتاری ورزشی^۵ در چین، توتو یا توتوکالسیو^۶ در ایتالیا و شرطبندی فوتبال^۷ امریکا و اسپانیا از اشکال رایج این پدیده می‌باشد (ماوو و همکاران^۸، ۲۰۱۴). اما به نظر می‌رسد که رشد یافته‌ترین بخش این صنعت مدیون تکامل تکنولوژی در ظهور چهره‌های جدید شرطبندی اینترنتی باشد که با رشد ۱۳ درصد سالانه، درآمد ۹/۸ بلیون دلار را به همراه داشته است (چانگ و موون^۹، ۲۰۰۹) و به تنهایی ۴۸/۳٪ از کل شرطبندی‌های ورزشی را شامل می‌شود (لوپز و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۷). به‌طور کلی انواع شرطبندی فعالیت‌های ورزشی شامل شرطبندی روی نتیجه نهایی یک مسابقه ورزشی، شرطبندی از طریق شرکت در بازی‌هایی که قوانین از پیش تعیین شده معین دارند از قبیل دستگاه‌های بازی^{۱۱} و شرطبندی در بازی‌هایی که به شکل لاتاری و یا انتخاب علائم و ادغام اعداد برد^{۱۲} است

(ماوو و همکاران، ۲۰۱۴)؛ علیوردی و همکاران). در حال حاضر شرطبندی به شکل قانونی و غیرقانونی مشتمل بر ۵۱۷ سایت شرطبندی ورزشی، ۵۲۴ سایت شرطبندی پوکر و ۹۵۷ کازینو می‌باشد که در این بین چرخش اقتصادی حاصل از شرطبندی رشته فوتبال آمریکایی به تنهایی بالغ بر ۹۴ میلیون دلار بوده است. بررسی آمار ثبت شده در این زمینه موید آن است که قاره آسیا با سود ۳۱/۱۰٪ پس از اروپا (۳۴/۳۵٪) رتبه دوم را به خود اختصاص داده است (علیوردی و همکاران) و در بین کشورهای واقع در این حوزه جغرافیایی، اقتصاد چین با تاسیس قانونی اداره مرکزی شرطبندی ورزشی^{۱۳}، شاهد رشد فزاینده برنامه‌های شرطبندی ورزشی بوده است و در بخش شرطبندی‌های مجاز ورزشی^{۱۴} رشد ده درصدی داشته است (لیانگ‌جون و ژانگ^{۱۵}، ۲۰۱۷). لذا اثرات اقتصادی غیرقابل انکار برنامه‌های شرطبندی رویدادهای ورزشی بر ساختار جوامع باعث شده است که در بسیاری از کشورها که شرطبندی‌های ورزشی بر اساس ساختار منظم و قابل کنترل استوار است، علاوه بر وجوه مبادله شده در جریان شرطبندی، بخشی از درآمدهای حاصل از شرطبندی به توسعه برنامه‌های ورزشی و آموزش جوانان اختصاص یابد است (لیانگ‌جون و ژانگ، ۲۰۱۷). که این مورد از مهمترین خلاهای موجود در برنامه‌های شرطبندی‌های ورزشی مجاز در داخل کشور می‌باشد. علیرغم غیرقانونی بودن شرطبندی در بسیاری از کشورها، شرطبندی روی رویدادهای ورزشی طیف گسترده‌ای از رشته‌های ورزشی از قبیل موتورسواری، مسابقات رالی، بسکتبال، والیبال (رودنی و همکاران، ۲۰۱۶)؛ لیانگ‌جون و ژانگ^{۱۶} (۲۰۱۷) اسب دوانی، راگبی، هاکی، بیس بال (رودنی و همکاران^{۱۷}، ۲۰۱۶)، تنیس، گلف و کریکت (راسل و گینزبری، ۲۰۱۵)، و لیگ فوتبال^{۱۸} (امیلی و همکاران^{۱۹}، ۲۰۱۷)؛ پل و وین‌بچ^{۲۰} (۲۰۱۵) را شامل می‌شود که به دو شکل تفریحی^{۲۱} یا پاتولوژیک^{۲۲} که طی آن فرد با آورده مالی وارد شرطبندی شده که در نهایت منافع مالی اولیه خود را رها کرده و یا در صورت برخورداری از مهارت و شانس، به منابع مالی قابل توجهی می‌رسد، رواج دارد (میلر و همکاران^{۲۳}، ۲۰۱۸). درحقیقت ورزش بستر مستعدی را برای

13 . China Sport Lottery Administration Center
14 . Legal sport lottery
15 . Liangjun and Zhang
16 . Rodney et al
17 . National Football league (NFL)
18 . Emily etal
19 . Paul and Weinbach
20 . Recreational Gambling
21 . Pathological Gambling
22 . Miller etal

1 . Wagering operators
2 . Russel and Gainsbury
3 . Uncertainty of outcome
4 . Rodney et al
5 . Sport lottery
6 . Toto or Totocalcio
7 . Football pools
8 . Mao etal
9 . Xiang and Moven
10 . Lopez etal
11 . Gaming machines
12 . Cross-Lotto

اماکن ورزشی می‌شوند، که این مهم، مطالعه این موضوع و عوامل وابسته به آن را از دیدگاه پژوهشگران حوزه جامعه‌شناسی ورزشی و همچنین بازاریابان ورزشی آشکار می‌کند. بر اساس مطالعات انجام شده در حوزه شرطبندی‌های ورزشی کشورهای پیشرو در شرطبندی از قبیل استرالیا، ایالات متحده (میلر و همکاران^{۲۸}، ۲۰۱۹)، اسپانیا و انگلیس، در دهه اخیر انتخاب رشته‌های ورزشی توسعه‌ای^{۲۹} از قبیل اسب سواری و رشته‌های ورزشی مبارزه‌ای^{۳۰} از سوی سرمایه‌گذاران به دلیل پتانسیل ویژه این رویدادها در ترغیب تماشاگران جهت خرید بلیط‌های شانس و تعقیب نتایج مسابقات، توسعه بیشتری داشته است تا جایی که این سیاست‌ها به دلیل وجود مشکلات خاص در سایر رشته‌های ورزشی، از سوی دولت‌های محلی نیز مورد حمایت قرار گرفته‌اند (ژانگ و موون، ۲۰۰۹).

اما از سوی دیگر علیرغم وجود بازاریابی توانمند در فعالیت‌های شرطبندی، توجه به پیامدهای مخرب اجتماعی و فرهنگی شرطبندی، بررسی ساختارهای رفتاری و عملکردی افراد حاضر در این پدیده با هدف نوع‌شناسی و انگیزه‌های حضور افراد در این حوزه، را بیش از پیش نمایان ساخته است (لی و همکاران^{۳۱}، ۲۰۱۲؛ کبیری و همکاران، ۱۳۹۵). لذا عاملی که لزوم توجه ویژه به این بخش را معطوف خود ساخته است، نتایج آمار و اطلاعات ارائه شده در ارتباط با انگیزه‌های سوق دهنده افراد به سمت شرطبندی‌های ورزشی با محوریت جنسیت، حضور گروه‌های سنی متنوع و تاثیر گروه‌های مرجع می‌باشد که به همراه فراهم بودن فرصت‌های ساختاری بالقوه شرطبندی در جوامع (علیوردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ کبیری و همکاران، ۱۳۹۵)، عامل مهم و اساسی در آغاز مشارکت افراد در فعالیت‌های شرطبندی می‌باشد. در همین راستا امیلی و همکاران^{۳۲} (۲۰۱۷) در بررسی انگیزه‌های رفتاری افراد شرکت‌کننده در رویدادهای آن لاین ورزشی استرالیا با اشاره به اصطلاح "اثرات ملایم"^{۳۳} و تاثیرپذیری افراد در تجربه شرطبندی از سوی دوستان، اعضای خانواده و همکاران، گزارش کردند که گروه مردان جوان مشارکت بیشتری در مقایسه با سایر گروه‌ها دارند. همچنین سطح پایین تحصیلات، درآمد کم، تنهایی و بیکاری از مهمترین ویژگی‌های افراد شرکت‌کننده در فعالیت‌های شرطبندی می‌باشد. اما گارسیا و

شرطبندی فراهم می‌کند به‌نحوی که افراد فعال در این پدیده، حتی بیشتر از هواداران ورزشی نتایج مسابقات، مصدومیت بازیکنان و حتی به شرایط جوی که می‌تواند بر نتیجه رویداد ورزشی تاثیر بگذارد، را بادقت دنبال می‌کنند (ترنر و همکاران^{۳۴}، ۲۰۱۱). اما مطالعه حوزه‌های فعال شرطبندی ورزشی بازتاب سهم چشمگیر ورزش‌های تویی به نسبت سایر رشته‌های ورزشی می‌باشد که سهمی معادل (۷۷/۶۳٪) را به خود اختصاص داده است (گینزبری و راسل، ۲۰۱۵). بر اساس انگیزه و تواتر حضور افراد در فعالیت‌های شرطبندی، نوع شناسی رفتاری متفاوت از سوی افراد مشاهده می‌گردد. گروه اول دربرگیرنده رفتارهایی عادی و عدم ابتلاء به عوارض نامطلوب می‌باشد که به صورت تفریحی شرطبندی می‌کنند. رودنی و همکاران^{۳۵} (۲۰۱۶)، در بررسی کنش‌های رفتارهای شرطبندان تفریحی حاضر در لیگ هاکی، بیسبال و راگی گزارش کرد که معمولاً طیف گسترده‌ای از شرطبندهای تفریحی، طرفداران تیم میزبان^{۳۶} هستند، همچنین براساس اظهارات افرادی که بلیط‌های شرطبندی را تهیه کرده بودند، تفنن و ابراز هیجانانگیزی زمانی به تکرار رفتاری می‌انجامد که نتیجه مسابقه به نفع تیم مورد نظر آنها رقم بخورد. دسته دوم شرط‌بندان مکرر هستند که شرطبندی بخش مهمی از برنامه زندگی آنها بوده و در صورت عدم شرکت، به شدت احساس دلتنگی می‌کنند اما هنوز بر رفتار شرط بندی خود کنترل دارند. گروه سوم که از علائم تشخیصی (مرضی^{۳۷}) برخوردار بوده و دچار رفتارهای نامطلوب شده‌اند، در طبقه شرطبندی مشکل‌زا^{۳۸} قرار می‌گیرند (کبیری و همکاران، ۱۳۹۵؛ امیلی و همکاران، ۲۰۱۷). در کشور ایران نیز سایت‌های شرطبندی ورزشی متعددی به طور غیر قانونی در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی فعالیت می‌کنند که شکل رایج آن در رشته فوتبال و به شکل خرید برگه‌های توتو مرسوم می‌باشد (کشتگر و همکاران، ۱۳۹۳). اما براساس آموزه‌های دین اسلام تنها شرطبندی بر روی مسابقات اسب‌سواری، تیراندازی و شنا قانونی و مشروع می‌باشد (کشتگر و همکاران، ۱۳۹۳؛ کبیری و همکاران، ۱۳۹۵). در شمال کشور نیز با برخورداری از سه پیست بین‌المللی اسب‌سواری استان گلستان، در قالب کورس بهاره و پاییزه افراد زیادی با هدف شرکت در شرطبندی، جذب این

28 . Miller etal
29 . Promotional sports
30 . Sweepstakes and Contests
31 . Lee etal
32 . Emily et al
33 . Ripple effects

23 . Turner etal
24 . Rodney et al
25 . Home team
26 . Patologic symptom
27 . Problematic Gambling

تمایل به شرطبندی بررسی گردد.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات میدانی است که به صورت آمیخته اکتشافی^{۴۰} در دو فاز کیفی و کمی انجام شده است (رامین مهر و چارستاد، ۱۳۹۴). فاز آغازین تحقیق به صورت کیفی از طریق مصاحبات نیمه سازمان یافته با استفاده از نمونه‌گیری گلوله برفی^{۴۱} و روش دلفی تا دستیابی به اشباع نظری با مدیران صفی و ستادی هیات اسب‌سواری، مربیان و مالکان اسب و همچنین شرطبندهای فعال و آگاه انجام گرفت (N=۳۰). اما به دلیل نبود تحقیقات جامع در حوزه شرطبندی ورزشی کشور و بویژه اسب‌سواری، ابتدا پس از مصاحبه بیستم، یک جلسه گروه کانونی در قالب بحث آزاد و گروهی به صورت هدفمند و هدایت شده متشکل از ۵ نفر از افرادی که سابقه رفتارهای مکرر در شرطبندی را داشتند و گروه کانونی دوم پس از مصاحبه بیست و پنجم با حضور متخصصان متنوعی از جامعه کیفی پژوهش تشکیل گردید (n=۶)، تا به شناسایی موثقتی از انگیزه‌های رفتاری شرطبندها منجر گردد. همچنین به منظور استحکام پژوهش سعی گردید افراد با تنوع تجربیات انتخاب شوند. در پایان این مرحله پس از کدگذاری محوری مفاهیم، موارد مشابه و مشترک با یکدیگر مقایسه شدند و کدگذاری انتخابی مقوله‌ها به شناسایی اولیه متغیرهای اصلی تحقیق منجر گردید. همچنین ممیزی فاز کیفی پژوهش با استفاده از روش پایایی کدگذار به شکل انتخاب چهار مصاحبه در فاصله زمانی مشخص (۲۵ روز) حاکی از پایایی مطلوب اطلاعات مستخرج از فاز کیفی پژوهش بود (α=۰/۸۴). در فاز کمی پژوهش پس از جستجو کامل و مطالعه دقیق مبانی نظری پژوهش، مقالات موجود در خصوص شرطبندی‌های ورزشی کشورهای پیشرو در رشته‌های ورزشی (هاکی، راگی، فوتبال، بسکتبال، تنیس خاکی، کریکت، گلف) و همچنین اسب سواری، پرسشنامه اولیه پژوهش با توجه به نتایج فاز کیفی و همچنین اعمال محدودیت‌های قانونی، فرهنگی و اجتماعی موجود، تدوین گردید. پس از تجزیه و تحلیل اکتشافی^{۴۲} و حذف برخی گویه‌ها بر اساس چرخش واریمکس با بار عاملی (β ≤ ۰/۴)، نسخه اصلاح شده پژوهش جهت اطمینان از روایی محتوایی و اعمال نظرات اصلاحی در

رودریگز^{۳۴} (۲۰۰۷)، در بررسی بزرگترین برنامه شرطبندی ورزش استرالیا معروف به "لا کواینیلا"^{۳۵} گزارش کرد که مشارکت افراد در شرطبندی و اقدام به خرید بلیط‌های شانس، تا حد زیادی از عواملی از قبیل کیفیت تیم یا عملکرد ورزشکار، پخش تلویزیونی بازی‌های تیم از سوی رسانه و امتیاز اختصاص داده شده از سوی کارشناسان کانال‌های ورزشی تاثیر می‌پذیرد. بر مبنای رویکرد جامعه شناختی نیز شرطبندی را می‌توان پیامد محیط اجتماعی، فرهنگی و ساختاری دانست (کبیری و همکاران، ۱۳۹۵). اما در نهایت بررسی ماهیت شرطبندی بازتاب دو مولفه شانس و مهارت می‌باشد. به عنوان مثال کسب موفقیت در بازی‌های مهارتی^{۳۶} از قبیل گلف و بولینگ مستلزم برخورداری از آمادگی روانی و آمادگی جسمانی بالاست در حالیکه موفقیت در برخی شرطبندی‌ها از قبیل ماشین کارت و لاتاری فقط به شانس افراد بستگی دارد (لی^{۳۷}، ۲۰۱۸). در هر صورت ویژگی اصلی شرطبندی ورزشی تاثیرگذاری بالقوه و توانمند آن در فعال نمودن تمام افراد هم به عنوان تماشاگر، حامی تیم رقیب و هم در قالب مشارکت‌کننده ورزشی^{۳۸} (خود ورزشکاران) می‌باشد (لیانگ‌ژانگ و ژانگ، ۲۰۱۷). در استان گلستان وجود دو پیست بین‌المللی اسب سواری، که هر ساله در قالب دو کورس پاییزه و بهار، تعداد زیادی از جوامع بومی و افراد علاقمند به این حوزه را از سراسر کشور جذب خود می‌کند. از مهمترین فعالیت‌های جانبی این افراد شرکت در فعالیت‌های شرط بندی است که به اشکال متفاوت برگزار می‌گردد، علیرغم وجود ساختارهای قانونی در شرطبندی، مطالعات علمی درخصوص شناسایی انگیزه‌های رفتاری و جهت دهی به رفتارهای مخرب شرط بندها و همچنین تهیه نیمرخ رفتاری و شخصیتی افراد صورت نگرفته است. لذا در پژوهش حاضر به منظور شناسایی نوع رفتارهای تاثیرگذار بر بروز تواتر شرطبندی (بر مبنای الگوی تفهیمی پژوهش)، با توجه به مطالعات صورت گرفته در ساختار اشکال متفاوت شرطبندی‌های ورزشی، مسابقات اسب‌دوانی استان گلستان به دلیل برخورداری از مشروعیت قانونی و اجتماعی و استقبال چشمگیر از سوی ساکنان منطقه و همچنین شکل اجرای شرطبندی که ترکیبی از مهارت - شانس^{۳۹} می‌باشد، انتخاب گردید تا انگیزاننده‌های رفتاری و انگیزشی شرطبندها به منظور طراحی الگوی بهینه

34 . Garcia & Rodriguez

35 . La Quiniela

36 . Skilled games

37 . Li

38 . Spectator and participant sports

39 . Chance/Skill

40 . Sequential-Exploratory Mixed Method Design

41 . Snowfall Sampling

42 . Exploratory factor analysis

جدول ۱. نتایج آزمون KMO و بارتلت متغیرهای مکنون پژوهش

ابزار تحقیق	خرده مقیاس ها	تعداد گویه	پایایی	آزمون KMO	معناداری آزمون بارتلت	نتیجه
پرسشنامه مولفه‌های شرط‌بندی	عوامل ذاتی	۱۰	۰/۸۳	۰/۸۶۱	* ۰/۰۰۱	تایید
	عوامل رفتاری	۱۰	۰/۸۱	۰/۸۱۹	* ۰/۰۰۳	تایید
	عوامل انگیزشی	۸	۰/۷۹	۰/۷۸۲	* ۰/۰۱۷	تایید
سطح معناداری						$P \leq ۰/۰۵^*$

یافته‌های پژوهش

نتایج نتایج تجزیه و تحلیل آمار توصیفی نمونه‌های آماری در بخش ویژگی‌های جمعیت شناختی نشان داد که (۶۰/۹۲) درصد از شرکت‌کنندگان متأهل بودند. همچنین (۳۸/۲۳) درصد از افراد دارای مدرک تحصیلی لیسانس بودند. در متغیر سابقه شرط‌بندی نیز (۳۷/۳۹) درصد از افراد بیش از ده سال سابقه شرکت در فعالیت‌های شرط‌بندی اسب سواری برخوردار بودند (جدول ۲).

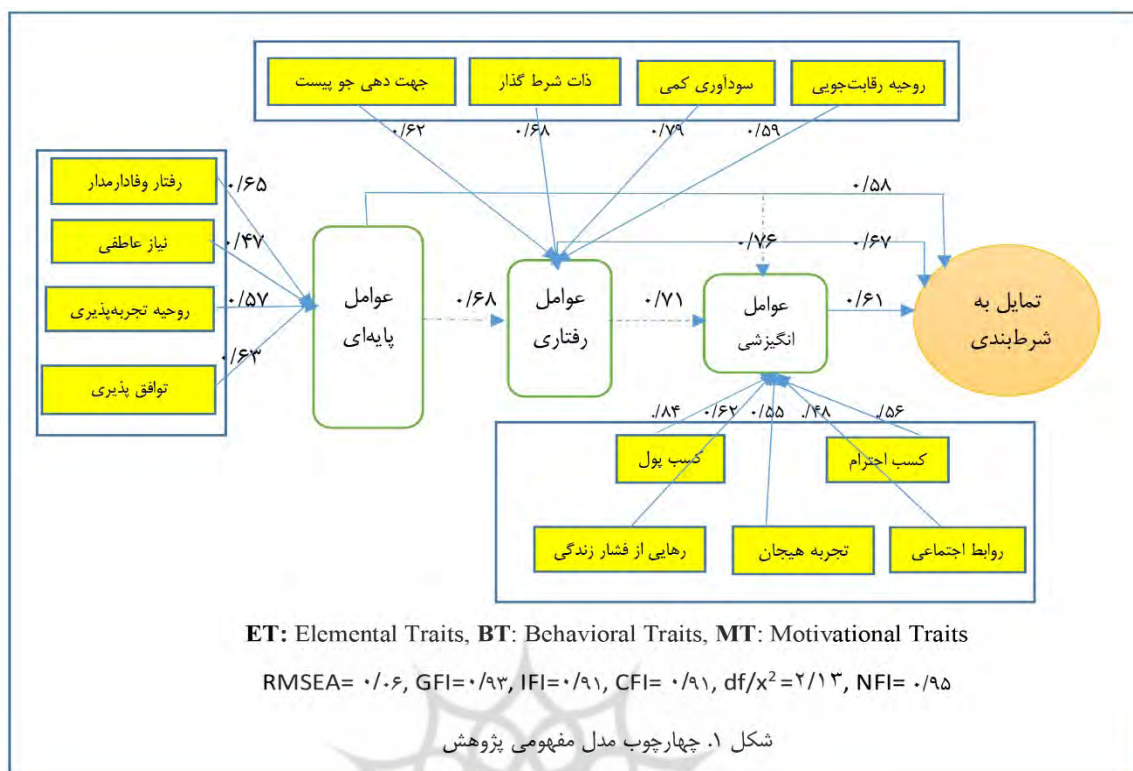
جدول ۲. توزیع و توصیف نمونه‌های بخش کمی پژوهش

متغیرها	وضعیت	تعداد	درصد
وضعیت تاهل	مجرد	۹۳	۳۹/۰۷٪
	متاهل	۱۴۵	۶۰/۹۲٪
سطح تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۶۲	۲۶/۰۵٪
	کاردانی	۵۷	۲۳/۹۴٪
	کارشناسی	۹۱	۳۸/۲۳٪
	کارشناسی ارشد	۲۸	۱۱/۷۶٪
	دانشجوی دکتری و دکتری	-	-
سابقه شرط‌بندی	۱ تا ۵ سال	۵۶	۲۳/۵۲٪
	۶ تا ۱۰ سال	۷۸	۳۲/۷۷٪
	۱۱ تا ۱۵ سال	۸۹	۳۷/۳۹٪
	بیشتر از ۱۵ سال	۱۵	۶/۳۰٪

پس از استفاده از آزمون کالموگراف اسمیرنف و اطمینان از توزیع طبیعی داده‌ها ($\text{Sig} < ۰/۰۵$ و $Z = ۰/۸۹۷$)، شاخص‌های مربوط به تحلیل نكویی برازش^{۵۷} مدل انجام گرفت. بر اساس مدل تفهیمی پژوهش (شکل ۱)، آزمون نكویی برازش مدل، حاکی از حد مطلوب شاخص‌های مطلق نسبت کای دو به درجه آزادی (χ^2/df) (۲/۱۳)، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص‌های تطبیقی: شاخص برازش هنجاری (NFI)، شاخص تناسب تطبیقی (CFI)، شاخص

اختیار جامعه کیفی پژوهش قرار گرفت. در نهایت پس از اطمینان پایایی مطلوب گویه‌های پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ ($\alpha = ۰/۸۴$)، پرسشنامه تحقیق در قالب سه خرده‌مقیاس ذاتی شامل مولفه‌های پایبندی به شرط‌بندی^{۴۳}، نیاز عاطفی^{۴۴}، تجربه‌پذیری^{۴۵}، توافق‌پذیری^{۴۶}، خرده‌مقیاس رفتاری دربرگیرنده مولفه‌های روحیه رقابت‌جویی^{۴۷}، سودآوری کمی^{۴۸}، ذات شرط‌گذار^{۴۹} و جهت‌دهی جو پیست^{۵۰} و خرده‌مقیاس انگیزشی^{۵۱} در قالب مولفه‌های کسب احترام، کسب پول، روابط اجتماعی^{۵۲}، تجربه هیجان^{۵۳} و رهایی از فشار زندگی^{۵۴} به صورت مقیاس لیکرت پنج ارزشی (۱: کاملاً مخالفم و یا به ندرت و ۵: کاملاً موافقم و یا اکثر مواقع) در اختیار نمونه‌ها قرار گرفت. با توجه به حداقل نمونه مورد نیاز در تحقیقات از نوع معادلات ساختاری و طراحی الگو (بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ نفر) (رامین مهر و چارستاد، ۱۳۹۴)، تعداد ($n=۲۵۰$) پرسشنامه به صورت نمونه برداری تصادفی توزیع گردید. پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص، تعداد ۲۳۸ پرسشنامه کامل مورد استفاده قرار گرفت. به منظور بررسی بار عاملی گویه‌های متغیرها، پس از استفاده از آزمون KMO^{۵۵} و آزمون بارتلت^{۵۶} به منظور اطمینان از روایی سازه‌های متغیرهای مکنون و دامنه نكویی برازش مطلوب الگوی تفهیمی پژوهش (جدول ۱)، نسخه ۲۱ نرم‌افزار SPSS و نرم افزار Lisrel نسخه ۸/۵۰ در سطح معناداری ($P \leq ۰/۰۵$) استفاده گردید.

- 43 . Conscientiousness
- 44 . Emotional instability
- 45 . Openness to experience
- 46 . Agreeableness
- 47 . Competitiveness
- 48 . Numeric interest
- 49 . Impulsiveness
- 50 . Present time orientation
- 51 . Elemental , Behavioral and Motives traits
- 52 . Social interaction
- 53 . Excitement
- 54 . Escape
- 55 . Kaiser-Meyer-Olkin
- 56 . Bartlett's test of Sphericity



نتایج تجزیه و تحلیل عاملی^{۵۸} متغیرها نشان داد که خرده‌مقیاس رفتاری با بار عاملی (β=۰/۶۷) و انگیزشی (β=۰/۶۱) بیشترین تاثیر را بر رفتارهای شرط‌بندی نمونه‌ها داشتند. بررسی تحلیل عاملی مولفه‌های تاثیرگذار بر عوامل ذاتی موید آن بود که بروز رفتارهای وفادارمدار و پایبندی به حضور در شرط‌بندی (β=۰/۶۵) و توافق‌پذیری (β=۰/۵۷) بیشترین تاثیر را بر متغیر عوامل رفتاری داشتند. بررسی گویه‌های مرتبط با خرده‌مقیاس رفتار وفادارمدار موید آن بود که گویه "من در هر شرایطی در شرط‌بندی شرکت می‌کنم" با بار عاملی (β=۰/۸۷) از بالاترین ضریب تاثیر برخوردار بود. در خرده‌مقیاس عوامل رفتاری نیز سودآوری کمی (β=۰/۷۹) و برخورداری از ذات شرط گذار (β=۰/۶۸)، مولفه‌های اصلی تبیین‌کننده متغیر رفتاری بودند. در این راستا بررسی تحلیل عاملی گویه‌ها حاکی از آن بود که گویه "شرط‌بندی به صورت ارثی در خانواده ما انجام می‌شود" با بار عاملی (β=۰/۶۸) و گویه "من از انجام فعالیت‌های شرط‌بندی مبتنی بر عدد لذت می‌برم" (β=۰/۷۹) بالاترین ضریب تاثیر را به خود اختصاص دادند. همچنین کسب پول (β=۰/۸۴) و ایجاد تفنن و رهایی از فشارهای زندگی (β=۰/۶۲) از عوامل اصلی تاثیرگذار بر خرده‌مقیاس انگیزشی افراد بود (شکل ۱). در این خرده‌مقیاس نیز

برازش فزاینده (IFI)، و شاخص‌های مقتصد: جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)، (۰/۹ <) مدل پژوهش دربرخورداری از برازش مناسب بود (جدول ۳). خطوط جهت‌دار در مدل مسیر بیان‌گر جهت اثر از متغیرهای برون‌زا (اثرگذار) بر متغیرهای درون‌زا (تأثیر پذیر) است. همچنین اثرات مداخله‌ای شاخص‌های چندگانه‌ی متغیرهای آشکار از خرده‌مقیاس رفتاری به ذاتی و از خرده‌مقیاس رفتاری به خرده‌مقیاس انگیزشی حاکی از وجود برازش مطلوب بود (CFI=۰/۹۳ و RMSEA=۰/۰۴ و df=۵۸۹ و χ²=۵۶۱۸/۴۶).

جدول ۳. تجزیه و تحلیل تاییدی ساختار مدل پژوهش (شاخص‌های ارزیابی نکویی براش)

شاخص های مدل ۱	شاخص های مطلق	شاخص های تطبیقی			شاخص های مقتصد
	GFI	IFI	CFI	NFI	RMSEA
برآورد	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۵	۰/۰۶
دامنه مورد قبول	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۸	> ۰/۹	< ۰/۱۰
نتیجه برازش مدل	تایید	تایید	تایید	تایید	تایید

جدول ۴. رابطه بین ویژگی‌های جمعیت شناختی و تمایل به شرط بندی نمونه‌های پژوهش

سابقه شرط بندی			سطح تحصیلات			وضعیت تاهل		ویژگی‌های جمعیت‌شناختی
بیشتر از ۱۰ سال	۶-۱۰ سال	۱-۵ سال	کارشناسی ارشد	کاردانی و کارشناسی	دیپلم و زیر دیپلم	متاهل	مجرد	
۰/۶۷*	۰/۵۲*	۰/۴۱*	۰/۱۶	۰/۳۳*	۰/۵۴*	۰/۴۸*	۰/۳۲*	
۰/۰۰۱	۰/۰۱۸	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۰/۰۲۹	۰/۰۱۶	۰/۰۰۳	۰/۰۱۳	
$p \leq ۰/۰۵$ *								سطح معناداری

بسیار بیشتر از افرادی هست که سابقه ورزشی ندارند. همچنین هرچه زمان اختصاص داده شده به تماشای رویدادهای ورزشی بیشتر بوده، رفتارهای مکرر شرط بندی بالاتری نیز مشاهده گردیده است. به اعتقاد وی پایبندی به فعالیت‌های شرط بندی در گروه جوانان ورزشکاران بستر ساز فعالیت مجدد در این زمینه می باشد. میلر و همکاران^{۶۰} (۲۰۱۷) نیز در تحقیق خود تاثیر معناداری بین توافق پذیری و میزان استقبال افراد از فعالیت‌های شرط بندی مشاهده کردند ($\beta=۰/۷۰$). اما مطابق با نتایج تحقیق آنها استقبال و وفاداری به حضور مجدد در شرط بندی به سابقه و مهارت افراد بستگی دارد به نحوی که شرط بندهای حرفه‌ای بر اساس تخمین احتمال بالا و ذکاوت ذهنی^{۶۱} در کسب موفقیت، اقدام به ورود می کنند در حالیکه این رفتارها به کرات از سوی شرط بندهای تازه کار و آماتور مشاهده گردیده است، این یافته در راستای مولفه تجربه پذیری و وفاداری پژوهش حاضر نبود. نتایج تحقیق هینگ و همکاران^{۶۲} (۲۰۱۶)، نیز موید آن بود که رابطه معناداری بین میزان درگیر بودن در فعالیت‌های شرط بندی^{۶۳} و وفاداری به شرط بندی وجود دارد. به اعتقاد آنها مهمترین پیامد برخورداری از سابقه فعالیت‌های کلی در زمینه شرط بندی، پایبندی و وفادار بودن به شرط بندی است که بر اثر زمان به یک عادت رفتاری تبدیل می شود تا جایی که شرط بندها حضور در شرط بندی را جایگزین نیازهای اصلی روزمره خود و اعضای خانواده می کنند. اما بر اساس نتایج تحقیق جنیفر و همکاران^{۶۴} (۲۰۱۳)، وفادار به شرط بندی و تجربه پذیری رفتارهای عاملی توانمندی جهت پیش بینی احتمال تکرار شرط بندی نمی باشند. این موضوع بویژه در گروه مردان به نسبت شرط بندهای زن مشهودتر می باشد. از دلایل احتمالی این موضوع می شود به تاثیر بیشتر عوامل انگیزشی از قبیل کسب پول و یا رهایی از فشارهای روزمره زندگی اشاره

گویه " کسب و یا از دست دادن مبلغ شرط بندی برای من از اهمیت زیادی برخوردار است" با بار عاملی ($\beta=۰/۸۴$) و گویه " هنگام حضور در فعالیت‌های شرط بندی به هیچ مشکل زندگی ام فکر نمی کنم" با بار عاملی ($\beta=۰/۶۲$)، از بالاترین ضریب تاثیر برخوردار بودند (شکل ۱).

از دیگر یافته‌های پژوهش حاضر تعیین ارتباط بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌ها با تمایل به رفتار شرط بندی بود. نتایج همبستگی پیرسون نشان داد که افراد متاهل در مقایسه با افراد مجرد تمایل بیشتری به شرط بندی دارند ($r=۰/۴۸$ و $sig=۰/۰۰۳$). اما رابطه معکوسی بین تحصیلات و حضور در شرط بندی مشاهده گردید ($r=۰/۱۶$ و $sig=۰/۰۰۴$). علاوه بر این نتایج آزمون پیرسون نشان داد که رابطه معنادار بین تمایل به شرط بندی و سابقه بالای شرط بندها وجود دارد ($r=۰/۶۷$ و $sig=۰/۰۰۱$).

بحث و نتیجه گیری

در پژوهش حاضر عوامل موثر بر بروز رفتارهای شرط بندی افراد حاضر در کورس اسب دوانی استان گلستان در قالب مولفه‌های ذاتی، رفتاری و انگیزشی در دو فاز کیفی و کمی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق موید آن بود که خرده مقیاس رفتاری ($\beta=۰/۶۷$) و خرده مقیاس انگیزشی ($\beta=۰/۶۱$) تبیین کننده‌های اصلی تمایل به فعالیت‌های شرط بندی افراد می باشد. اما نتایج تجزیه و تحلیل عاملی مولفه‌های خرده مقیاس ذاتی موید آن بود وفاداری به شرکت در شرط بندی ($\beta=۰/۶۵$) و میزان توافق پذیری افراد ($\beta=۰/۶۳$) از بالاترین ضریب رگرسیون مسیر الگو برخوردار بودند. لی و همکاران^{۵۹} (۲۰۱۸)، طی تحقیق در شناسایی عوامل موثر بر حضور جوانان استرالیایی در شرط بندی های اسب سواری، راگبی، تیراندازی، کریکت و بسکتبال گزارش کردند که تواتر شرط بندی در زمینه ورزش در بین جوانانی که ورزشکارند

60 . Miller et al

61 . Intelligence

62 . Hing

63 . Gambling involvement

64 . Jennifer et al

شرط بندان موید آن بود که برخورداری از ذات شرط‌گذار و علاقه به شرط‌بندی‌های کمی از ویژگی‌های رفتاری اصلی افراد می‌باشد. در همین راستا هانس و همکاران^{۷۲} (۲۰۱۴)، گزارش کردند که وجود اعتقادات و نگرش‌های موافق با شرط‌بندی در محیط خانواده و دوستان، تسهیل‌کننده فعالیت‌های شرط بندی می‌باشد. به عبارتی وجود بستر دریافت هنجارهای اجتماعی مثبت در ارتباط با شرط بندی‌های ورزشی، همبستگی بالا و معناداری با مشارکت افراد دارد. این پدیده از طریق مولفه پیوند افتراقی^{۷۳} و تقلید^{۷۴} نظریه یادگیری ایکرز^{۷۵} قابل تبیین می باشد. براساس این تئوری بسیاری از الگوهای رفتار فردی از ماهیت یادگیری اجتماعی پیروی می‌کنند و افراد با قرار گرفتن در معرض نگرش‌ها و رفتارهای دیگران همچون رفتارهای شرط بندی، یادگیری اجتماعی را تجربه می‌کنند. براساس این تئوری وجود رفتارهای دارای ارزش با گروه‌های مرجع از قبیل خانواده، دوستان و همکاران و همچنین کیفیت روابط موجود نقش مهمی در یادگیری، تقلید و در نهایت بروز رفتارهای مشابه دارد (علیوردی و همکاران، ۱۳۹۵). در همین راستا میلر و همکاران^{۷۶} (۲۰۱۸)، در مطالعه نوع‌شناسی^{۷۷} شرط‌بندی و ویژگی‌های رفتاری شرط بندها گزارش کردند که بر اساس میزان توافق پذیری و وجود رفتارهای خود-بازدارنده^{۷۸} در شرط بندها، تمایلت آتی آنها نیز قابل پیش‌بینی است.

بررسی خرده مقیاس انگیزشی نیز، حاکی از آن بود که پس از کسب پول ($\beta=0/184$)، تفنن و رهایی از فشار زندگی ($\beta=0/62$) از انگیزه‌های اصلی حضور افراد در فعالیت‌های شرط بندی بود که با نتایج تحقیقات کبیری (۱۳۹۵) و کشتگر (۱۳۹۳)، لیانگ‌جان^{۷۹} (۲۰۱۷) هم‌راستا بود. نتایج تحقیقات آنها در زمینه بررسی ویژگی‌های رفتاری شرکت‌کنندگان در پیش‌بینی نتایج فوتبال موید آن بود که هدف اصلی افراد شرکت‌کننده در این فعالیت‌ها تفنن و سرگرمی بوده است و اکثر افراد به صورت تفننی در این فعالیت شرکت داشتند. همچنین کسب پول در قالب خرده مقیاس انگیزشی از مولفه‌های اصلی تاثیرگذار بر بروز رفتارهای شرط بندی در پژوهش حاضر بود. گینزبری و راسل^{۸۰} (۲۰۱۵)، در تحقیقی که

کرد که به اعتقاد افراد حاضر در گروه کانونی نیز عوامل انگیزشی جهت دهنده قوی برای عوامل رفتاری می‌باشد به نحوی که شرط‌بند‌های نوپا کسب پول و یا به عبارتی نتیجه فعالیت‌های قبلی تاثیر بسزایی در شرکت و یا عدم شرکت مجدد افراد دارد که این موضوع در تحقیقات سالی و همکاران^{۶۵} (۲۰۱۵) نیز مورد تایید قرار گرفته است. به اعتقاد وی این نتیجه شرط‌بندی است که به صورت برنده یا بازنده پدیدار می شود و عامل انگیزشی جهت بروز رفتارهای مکرر محسوب می شود و معمولا افراد بازنده تمایل کمتری جهت حضور مجدد دارند. در همین راستا اسکات و همکاران^{۶۶} (۲۰۱۶)، در مقایسه ویژگی‌های شرط بندهای با سابقه با شرط بندهای تازه کار، گزارش کردند که تفاوت معناداری بین برون‌گرایی، رفتار وفادار و همچنین توافق پذیری این دو گروه وجود دارد. میانگین نمرات دو گروه موید آن بود که شرط‌بند‌هایی که از سابقه بیشتری برخوردارند، از توافق پذیری کمتر ولی از سطح رفتارهای پایدارتری برخوردارند. لذا به نظر می‌رسد که وجود این تفاوت‌ها در تحقیقات مختلف به نوع فعالیت شرط‌بندی^{۶۷} و میزان رسمیت در سازماندهی آن مرتبط باشد که این موضوع در تحقیق، میلر و همکاران (۲۰۱۸) و سالی^{۶۸} (۲۰۱۵) نیز مورد تایید قرار گرفته است. مطابق با گزارش وی علیرغم اینکه بیش از (۷۷/۶۳٪) از شرط‌بند‌های فوتبال در طی دوران فعالیت خود شکست را تجربه کرده بودند، اما از سطح تمایل به شرکت بالایی در شرط بندهای آتی برخوردار بودند. لذا تهیه یک پروفایل رفتاری با هدف کاهش عواطف منفی و ارتقای آگاهی‌های پایه در این زمینه جهت پیش‌بینی علل رفتارهای شرط بندها خلاء اساسی فعالیت‌های شرط بندی می باشد.

اما بر اساس تحقیقات انجام شده در حوزه شرط بندی‌های ورزشی، ویژگی‌های شخصیتی^{۶۹} افراد از قبیل برخورداری از نگرش موافق با شرط‌بندی و استقبال از رقابت تاثیر بسزایی بر بروز رفتارهای مجدد دارند. درحقیقت این ویژگی‌های رفتاری افراد است که نوع مولفه انگیزشی را تبیین می‌کند (هینگ^{۷۰}، ۲۰۱۶؛ جنیفر و همکاران^{۷۱}، ۲۰۱۶). در تحقیق حاضر نیز بر اساس الگوی تحلیل مسیر، ضریب تحلیل عاملی از ویژگی‌های رفتاری به سمت مولفه‌های انگیزشی افراد به میزان ($\beta=0/71$) بود. همچنین بررسی مولفه‌های ویژگی‌های رفتاری

72 . Hanss etal
73 . Differential association
74 . Imitation
75 . Akers
76 . Miller
77 . Typology of gamblers
78 . Inhibition
79 . Liangjun and Zhang
80 . Gainsbury& Russell

65 . Sally
66 . Scott and et al
67 . Types of gambling
68 . Miller & Sally
69 . Personality traits
70 . Hing
71 . Jenifer et al

بندی ورزشی در مقایسه با دانشجویان دختر دارند. اما در تحقیقات میلر و همکاران (۲۰۱۸)، بین استقبال از شرط بندی و حضور مردان رابطه منفی و شرکت زنان در فعالیت های شرط بندی رابطه مثبت مشاهده گردید. در تحقیق حاضر به دلیل وجود محدودیت در خصوص حضور بانوان در پیست اسب‌سواری، عدم بررسی رابطه بین جنسیت و رفتارهای شرط‌بندها از محدودیت‌های تحقیق حاضر بود. همچنین مطابق با نتایج تحقیق آنها دانشجویان متاهل و گروه دارای مدرک تحصیلی کارشناسی تمایل به شرط‌بندی‌های ورزشی بالاتری داشتند که این یافته درخصوص سطح تحصیلات و وضعیت تاهل در راستای یافته‌های تحقیق حاضر بود. اما با نتایج تحقیقات کشتگر و همکاران (۱۳۹۳) که اظهار داشتند ۵۳ درصد از افراد مورد مطالعه آنها که در شرط‌بندی‌های فوتبال حضور داشتند دارای مدرک دیپلم و یا فوق دیپلم بودند، هم‌خوانی نداشت. از دیگر یافته‌های پژوهش حاضر در بخش بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی شرط‌بندها، مشارکت بیشتر افراد متاهل در مقایسه با افراد مجرد بود که این یافته مطابق با نتایج تحقیق کشتگر و همکاران (۱۳۹۳) بود که گزارش کردند ۵۶ درصد از افراد شرکت‌کننده در شرط‌بندی‌های ورزشی متاهل بودند. اما در خصوص ارتباط بین دامنه سنی و شرط‌بندی، نتایج آزمون پیرسون نشان داد که افراد در گروه سنی بالا، رفتارهای شرط بندی مکرر دارند و در همین راستا کشتگر (۱۳۹۳) اظهار داشت که بیشتر قشر جوان از شرط‌بندی تفریحی استفاده می‌کنند در حالیکه بیشترین تواتر شرط‌بندی مکرر در گروه سنی بالای ۳۰ سال مشاهده گردید که این یافته نیز در راستای نتایج پژوهش حاضر بود. در همین زمینه نتایج تحقیق امیلی^{۸۶} (۲۰۱۷) نیز حاکی از آن بود که هرچند حضور و تمایل بیشتر جوانان به نسبت گروه‌های سنی دیگر در شرط بندی های بیشتر است ولی تفنن و سرگرمی و ایجاد فرصتی مناسب برای تخلیه هیجانات و رقابت پذیری از دلایل اصلی شرط بندی آنها می‌باشد. از دلایل احتمالی این موضوع می‌توان به مشکلات مالی موجود در خانواده‌ها که معمولاً سرپرستی آنها به عهده این دامنه سنی از افراد می‌باشد. همچنین نتایج بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌ها با نتایج تحقیق هینگ و همکاران^{۸۷} (۲۰۱۶) در متغیرهای تحصیلات و وضعیت تاهل هم‌خوانی داشت اما مغایر با نتایج تحقیق در مورد متغیر جنسیت بود. در همین راستا، اسکات و همکاران^{۸۸} (۲۰۱۶) نیز طی یک تحقیق مقطعی با بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی شرط

بر روی شرط‌بندهای ورزشی کشور استرالیا انجام داده بودند گزارش کردند که هرچند کسب پول پیامدهای ماندگاری بیشتری در جهت تقویت حضور مجدد شرط‌بندها دارد اما هدف اصلی افراد از حضور در شرط بندی های ورزشی سرگرمی و ایجاد زمان فراغت دلخواه می‌باشد. در توجیه این موضوع می‌توان به این صورت اظهار داشت که مطابق با پدیده تقویت‌کننده‌های افتراقی^{۸۱} در نظریه یادگیری اجتماعی که تخمین پاداش و یا سود رفتارهای فعلی و محتمل به شکل ارزیابی سود فایده-هزینه در شرط بندی های ورزشی، تقویت‌کننده چشم داشت های رفتاری افراد می‌باشد. درحقیقت رفتارها از طریق پاداش (کسب پول ناشی از برد در شرط‌بندی) یا تنبیه (از دست دادن پول ناشی از عدم برد در شرط‌بندی) یادگرفته شده و یا اجتناب می‌شوند (علی‌وردی و همکاران، ۱۳۹۵). های‌لی و همکاران^{۸۲} (۲۰۱۲)، طی تحقیقی در بررسی پیامدهای رفتارهای شرط‌بندهای ورزشی گزارش کردند که پیامدهای مالی در قالب کسب مستقیم و غیرمستقیم منافع مالی علی‌رغم اینکه انگیزه اصلی حضور افراد در شرط‌بندی می‌باشد اما این مولفه به خودی خود جهت دهنده سایر مولفه های رفتاری می باشد که این یافته در مسیر الگوی تفهیمی پژوهش نیز به تأیید رسید. همچنین بنابر نتایج تحقیق آنها وجود تعهد زمانی^{۸۳} جهت حضور در فعالیت های شرط بندی و عدم اختصاص زمان برگزاری مسابقات به دیگر فعالیت‌های روزمره، بیانگر وجود رفتارهای به شدت وفادار مدار در بین شرط‌بندها می‌باشد که این موضوع به دفعات از سوی افراد حاضر در بخش کیفی تحقیق بیان گردید. میلر و همکاران^{۸۴} (۲۰۱۸) بر اساس اظهارات ۳۳۴ شرط بند مکرر در حیطه ورزش اظهار داشتند که کسب منافع مالی^{۸۵} اساسی‌ترین مشوق حضور افراد در شرط بندی می باشد. همچنین در صورت باخت، مهمترین دغدغه این افراد تامین و کسب منابع مالی جدید جهت چایگزینی پول از دست رفته می‌باشد.

بررسی نتایج تحقیقات انجام شده در خصوص رابطه بین ویژگی جمعیت شناختی و تمایل به شرط بندی موید آن است که مردها در مقایسه با زنان تمایل بیشتری به شرط‌بندی دارند. علی‌وردی و همکاران (۱۳۹۵) و کبیری (۱۳۹۵) در نتایج تحقیقات خود گزارش کردند که دانشجویان پسر تمایل بیشتری برای شرط

81 . Differential reinforcement

82 . Hai li etal

83 . Time commitment

84 . Miller et al

85 . Financial benefits

86 . Emily

87 . Hing et al

88 . Russel et al

دوستان می‌باشد، پیشنهاد می‌شود که با همکاری سازمان‌های متولی این ورزش و همچنین مدیران ستادی دو مجموعه اسب‌سواری استان گلستان از طریق یک مطالعه طولی، پروفایل کاملی از ویژگی‌های رفتاری و انگیزشی شرط‌بندها تهیه گردد، تا ضمن جهت‌دهی مناسب به ویژگی‌های رفتاری افراد، از پیامدهای آسیب‌زای فرهنگی و اجتماعی جلوگیری نمود. همچنین با برنامه‌ریزی مناسب، قسمتی از درآمدهای حاصل به فعالیت‌های آموزشی و فرهنگی مرتبط با این صنعت اختصاص داده شود.

بندهای حرفه‌ای اظهار داشت که شرط‌بندهای با سابقه بیشتر از گروه مردان بوده، به تنهایی زندگی می‌کنند، از تحصیلات بالایی برخوردار نبوده و دارای شغل رسمی در اجتماع نیستند، که این یافته‌ها فقط در متغیر جنسیت با نتایج تحقیق حاضر هم‌سو نبود. بنابراین با توجه به نتایج تحقیق حاضر، از آنجایی که توجه به اسب و فعالیت‌های مرتبط با آن، از ارزش‌های تاریخی و فرهنگی ساکنان این منطقه بوده و مهمترین ویژگی‌های رفتاری شرط‌بندهای کورس اسب دوانی استان گلستان وجود زمینه ذاتی و همچنین ارتباط با گروه‌های مرجع که مهمترین آن خانواده و

REFERENCES

- Aliverdinia, A, Rahmati, S, Shadmanfeat. M (2016). Explaining sports betting at university students in Rasht. *Culture Strategy Journal*. N35, PP: 115-152.
- Emily G. Deans, Samantha L. Thomas, JD, Mike. D (2017). The influence of marketing on the sports betting attitudes and consumption behaviours of young men: implications for harm reduction and prevention strategies. *Harm Reduction Journal*. 14(5), PP 2-12.
- Gainsbury, S., & Russell, A. (2015). Betting patterns for sports and races: A longitudinal analysis of online wagering in Australia. *Journal of Gambling Studies*, 31(1), 17-32. DOI: 10.1007/s10899-013-9415-4.
- García, J. and Rodríguez, P. (2007), "The demand for football pools in Spain: the role of price, prizes, and the composition of the coupon", *Journal of Sports Economics*, Vol. 8 No. 4, pp. 335-354.
- Hanss. DR, Mentzoni. P, Myresth. H (2014). Attude toward gambling among adolescent. *International Gambling Studies*. 14:3, 505-519.
- Hing, N, Alex M. T. Russell, Vitartas. P, Lamont. P (2016). Demographic, behavioral and normative risk factors for gambling problems amongst sports bettors. *J Gambal Stud*. 32:625-641.
- Jennifer L. Buckle, Sonya Corbin Dwyer, Jim Duffy, Kelly L. Brown, & Nichole D. Pickett (2016). Personality factors associated with problem gambling behavior in university students. *Journal of Gambling Issues*. Issue 28. Pp 1-17. DOI: <http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2013.28.19>.
- Kabiri, S, Rahmati. MM, Sharepoor. M, Shadmanfeat. M (2016). Sociological study of people in sports betting. *Social studies of Iran*. V 9, N 4, PP:34-60.
- Keshtgar, S, Ghsemi. H, Mohadi. L, Bejani. A (2014). Comparison of Behavioral Features of Participants in Predicting the Results of Soccer Competitions, Considering the Sociological Features and Marketing Status of the Tournament. *Journal of management and sport development*, N 1, PP: 99-115.
- Liangjun. Z, James J. Zhang (2017), " Variables affecting the market demand of sport lottery sales in China The case of Guangdong Province ", *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 18, Iss 1, pp. 116 – 136.
- Li. E, Erika. L, Matthew. B, Matthew. R, Hannah. T (2018). Gambling and Sport: Implicit association and explicit intention among underage youth. *Journal of Gambling Study*. Published online. <https://doi.org/10.1007/s10899-018-9756-0>.
- Li. H, Lunhua. LM, James J. Zhang, Wu. Y (2012). Dimensions of Problem Gambling Behavior Associated with Purchasing Sports Lottery. *J Gambal Stud*. 28:47-68. DOI 10.1007/s10899-011-9243-3.
- Lopez. HG, Estévez. A, Griffiths. MD (2017). Marketing and Advertising Online Sports Betting: A Problem Gambling Perspective. *Journal of Sport and Social Issues*. Vol. 41(3) 256-272.
- Mao, L.L., Zhang, J.J. & Connaughton, D.P. (2014), "Sports gambling as consumption: evidence from demand for sports lottery. *Sport Management Review*, Vol. 18 No. 3, pp. 436-447.
- Miller. JD., MacKillop. J, Fortune. J, Maples. J, Lance. CE (2018). Personality correlates of pathological gambling derived from Big Three and Big Five personality models. *Psychiatry Research journal*. In Press. <http://dx.doi.org/10.1016/j.psychres.2012.09.042>
- Paul, R. & Weinbach, A. (2015). The Betting Market as a Forecast of Television Ratings for Primetime NFL Football. *International Journal of Sport Finance*, 284-292.

- Raminmehr. H, Charestad. P (2015). Quantitative Research Method Using Structural Equation Modeling (Lisrel software). Termeh published. 2 Eddition.
- Rodney. P, Colby, C & Jeremy. L. (2016). Betting Market Prices, Outcome Uncertainty, and Hockey Attendance in Russia, Sweden, and Finland", Managerial Finance, Vol. 42, Iss 9 pp: 43-56.
- Sally. MG, Russell. A (2015). Betting Patterns for Sports and Races: A Longitudinal Analysis of Online Wagering in Australia. J Gambl Stud, 31:17-32.
- Scott. GB, Hanss. D, Mentzoni. RA, Molde. H, Pallesen. S (2015). Problem gambling and the five-factor model of personality: a large population-based study. Society for the study of Addiction. Vol. 54 No. 94, pp. 121-143. DOI: 10.1111/add.13388.
- Turner. An, Ialomiteanu. A, Paglia. B (2011). A typological study of gambling and substance usage among adolescent students. Journal of Gambling Issue. 25: 88-108.
- Xiang. F, John C. Mowen (2009). Examining the trait and functional motive antecedents of four gambling activities: slot machines, skilled card games, sports betting, and promotional games. Journal of Consumer Marketing. Vol. 26 Iss 2 pp. 121 -131.





پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی