

رابطه مسئولیت پذیری اجتماعی با همزادپنداری تیمی هواداران (مطالعه موردی:

باشگاه سپاهان)

محبوبه معتمدی^{۱*}، محمدرضا مرادی^۲، علیرضا امیدي^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه شهرکرد، ایران.
۲. استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه دولتی شهرکرد، ایران.
۳. استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه دولتی شهرکرد، ایران.

Email: 1372.mahbubeh.ma@gmail.com

نوع ارائه مقاله: پوستر

چکیده

سابقه و هدف: هدف از این پژوهش رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی با همزادپنداری تیمی هواداران باشگاه سپاهان بود. یکی از مباحث مهم که اخیراً وارد حوزه مدیریت ورزشی شده و در کسب و کار امروزی تاثیر بسزایی دارد، مسئولیت اجتماعی است. مسئولیت اجتماعی سازمان از نظر مالی برای سازمان مناسب بوده و می‌تواند سود یا حمایت بیشتری را ایجاد کند، که ممکن است به نوبه خود سودآوری را افزایش دهد.

مواد و روش‌ها: روش پژوهش حاضر توصیفی-همبستگی بود که به شکل میدانی انجام شد. جامعه این تحقیق ۳۶۲ نفر بوده است. برای جمع‌آوری داده‌های تحقیق از پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی منتظران و همکاران (۱۳۹۶) و همزادپنداری تیمی وان و برانسکامب (۱۹۹۳) استفاده گردید. جهت تعیین روایی پرسشنامه‌ها، از نظرات و راهنمایی‌های ۱۰ نفر از اساتید صاحب نظر در علم مدیریت و مدیریت ورزشی استفاده شد. برای محاسبه پایایی درونی از روش آلفای کرونباخ استفاده و ضریب پایایی درونی برای پرسشنامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۰/۹۷ و پرسشنامه همزادپنداری تیمی ۰/۹۵ به دست آمد. در قسمت توصیفی میانگین، انحراف استاندارد و در قسمت استنباطی ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه به صورت گام به گام مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد بعد اخلاقی با بتای ۰/۶۵۹ بیشتر از دیگر ابعاد مسئولیت اجتماعی باشگاه بر همزادپنداری هواداران تاثیر دارد. بعد از آن بعد بشردوستانه در رتبه دوم، بعد اقتصادی در رتبه سوم، بعد زیست محیطی در رتبه چهارم و بعد قانونی در تبه آخر قرار دارد. **نتیجه گیری:** نتایج نشان داد هر پنج بعد مسئولیت‌پذیری اجتماعی با همزادپنداری تیمی هواداران باشگاه سپاهان رابطه دارند. این نتایج می‌تواند هشدار برای مدیران باشگاه‌ها باشد که هواداران از عملکرد قانونی باشگاه‌ها رضایت کمتری دارند. از این رو لازم است مدیران باشگاه ورزشی به عملکرد قانونی توجه ویژه‌ای داشته باشند.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی، همزادپنداری تیمی، هواداران، باشگاه سپاهان.