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[۱]
ناهید 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

---

[۱] نویسنده مسئول

بخش اول : کلیات

امروزه تحولات زیادی در زمینه های گوناگون بویژه در شرایط اقتصادی و بازارها در سرتاسر جهان دیده می شود، این تحولات بطور دائم بر فعالیت های تجاری تأثیر گذاشته و فرصت ها و تهدیداتی را در زمینه اقتصاد و بازرگانی در جوامع مختلف به همراه دارد. در این تحولات جهانی شرکت ها و مؤسساتی موفق خواهند بود که به تحولات سریع جهانی، بازار، وضعیت رقبا، رسانه های گروهی، فن آوری جدید و مسائل بازار یابی و مدیریت آن توجه کنند.

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

۱- توصیف معیارهای حمایت مالی از ورزش حرفه ای از دیدگاه حامیان مالی

۲- توصیف نوع ورزش های مورد حمایت

۳- توصیف میزان و نوع حمایت

۴- توصیف میزان فروش کالای تولیدی حامیان ورزش حرفه ای 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 می کند و عبارت است از حداکثر بهره برداری از مواد و منابع مادی و نیروی انسانی در امور تولیدی و خدماتی در بهترین و با کیفیت ترین شکل ممکن. با توجه به اینکه سرمایه گذاری از درون اقتصاد بیرون می آید و در آن رابطه بین سرمایه، تولید، خدمات و نیروی انسانی مطرح می شود بنابراین در بحث اقتصاد توجه به فعالیت هایی از جمله۱- نیازهای انسانی ۲- منابع تولید ۳- روش های مختلف به کارگیری منابع در تولید کالا و خدمات که همهٔ آنها در جهت رفع نیازهای انسانی است ضروری و مهم به نظر می رسد.

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 سرمایه گذاری می کنند و از طرف

دیگر ورزش در جنبه های مختلف توسعه اقتصادی نقش مؤثری دارد. هرچه بودجه عمومی کشور و یا یک مؤسسه خصوصی بیشتر باشد و اینکه مدیران و برنامه ریزان به اهمیت اقتصادی در ورزش انجام خواهد شد، لذا اگر وجود و گسترش ورزش لازم و ضروری است پس بایستی هزینه هایی از طریق سرمایه گذاری اولیه صورت گیرد به همین جهت امروزه بسیاری از مؤسسات دولتی و خصوصی بودجه هایی را صرف برنامه های ورزشی می نمایند که این سرمایه گذاری آنها بایستی توجیه اقتصادی داشته باشد.

انسان همواره میل به مبارزه خود را در صحنه های مختلف هستی اغنا می کند، شاید بتوان گفت سالم ترین، بی خطرترین و زیباترین آن، شرکت در مسابقات ورزشی و خود آزمایی در میادین ورزشی است. گروهی از افراد بطور مستقیم در مسابقات و مبارزات شرکت می کنند و دسته ای دیگر نیز که توانایی یا امکان رویارویی مستقیم با حریف را ندارند، آرزوهای خود را در فعالیت های یک فرد یا یک گروهی از افراد دیده و بعنوان تماشاچی علاقمند، با پیروزی های تیم مورد علاقه خود فریاد شادی برآورده و در اندوه شکست می گریند. وجود خیل مشتاقان ورزش در مسابقات ورزشی، هواداران متعصب و پر و پا قرص تیم های ورزشی و هواداران تندرستی و سلامتی که بی وقفه خدمات مناسب، سریع و متنوع ورزشی می باشند باعث شده که ورزش بعنوان یک صفت پرطرفدار وپردرآمد شناخته شود و رشد فزاینده آن در تمامی حیطه های ممکن از جمله سرگرمی، بازارفروش، آمادگی جسمانی، ورزش حرفه ای 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 صفحه های روزنامه و مجله های مربوط به ورزش نگاه کنید می بینید که چه تعداد از این نام های تجاری در آنها وجود دارد و یا اگر یکی از مسابقه های ورزشی را که از تلویزیون پخش می شود تماشا کنید نام های تجاری مختلفی را خواهید دید که هریک محصولات مختلفی را تولید می کنند 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 شرکت ها 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 چرخهٔ (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 غیرو 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 مقدور 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 می رسد. با توجه به جامعه جوان ایران و با توجه تمایل بسیار زیاد این گروه به انجام فعالیت های ورزشی شاید بتوان گفت که به نظر می رسد که کمبودی وجود داشته باشد، اما مسأله و مشکل میزان سرمایه مورد نیاز جهت انجام فعالیت های مختلف ورزشی می باشد . (اتقیا، ۱۳۸۲)

امروزه بازاریابی و سودآوری هدف اساسی اغلب شرکت های دولتی و خصوصی، در سراسر جهان است و تلاش آن بر این است که هر فعالیتی منجر به سودآوری اقتصادی برای دولت و یا شرکت های خصوصی گردد، در دهه های اخیر، اغلب دولت ها حتی در برخی از کشورهای پیشرفته که با کسری بودجه مواجه شده اند، برای مقابله با چنین مشکلی اداره بسیاری از بخش های دولتی را به بخش خصوصی واگذار نموده اند. سرمایه گذاری ها 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 می نمایند. 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 دولت ها و شرکت های خصوصی با سرمایه گذاری در امر ورزش می توانند از منافع بسیار بهره مند شوند و از طرف دیگر ورزش در جنبه های مختلف توسعه اقتصادی آنها می تواند نقش مؤثری داشته باشد (اتقیا، ۱۳۸۱)

بند دوم: تحقیقات و پژوهش های علمی خارج از کشور

کلارک و همکارانش [1]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 استفاده های مدیریتی خامیان مالی تمرکز دارد. هدف این تحقیق، امتحان حامیان مالی ورزش بعنوان یک رویداد بازار فروش بحرانی برای کمک به فروش می باشد. نتایج تحقیق نشان

[1] - Clark & etall

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

آبراهامسون و همکارانش[1] 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 رسانه ای از اهداف مهم شرکت ها می باشد. و معیار مهم انتخاب نوع رشته ورزشی، مرتبط بودن و اثر طولانی مدت روی مشتریان عنوان شده و ارزشیابی نتایج حمایت مالی برای شرکت ها مشکل است.

لانتو و هلن [2] 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 شرکت ها وارد صنعت حمایت مالی ورزش می شوند. این تحقیق روی ۴ شرکت سوئدی انجام شد. رایج ترین هدف برای شرکت ها جهت حمایت مالی ایجاد و حفظ تصویر و آرم شرکت، جایگاه آرم و ایجاد و افزایش وسعت دید و رسیدن به بازارهای هدف می باشد. نتایج نشان داد که امکان تداعی تصویر مهمترین معیار انتخاب نوع ورزش است و ارزشیابی حامیان مالی ورزشی به سختی انجام می گیرد و در مراحل ابتدایی از طریق اندازه گیری های پوشش رسانه ای نتیجه گیری شده است، همچنین معایب حامیان مالی خط عدم رضایت مندی و حسن نیت نیز نشان داده شده است.

روی و گراف [3] در سال ۲۰۰۳ اثرات روی پاسخ های 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. کوکاکولا حامی مالی بازی های 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

---

[1] - Abraham sune & et. All

[2]- Lunto and Helen

[3]- 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.

پریتچارد ونگرو [۱] در سال ۲۰۰۱ برنامه های حامیان مالی و اثراتش روی تماشاگران را مورد بررسی قرار دادند.

این تحقیق اثرات برنامه حامیان مالی شرکت ها در ایجاد ارتباط با تماشاگران را مورد آزمایش قرار داد و از پاسخ های 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 [۲] در سال ۲۰۰۱ به بررسی ارتباط بین مارک شرکت ها و وفاداری به آن از سوی مشتریان پرداختند این مقاله ارتباط بین تداعی مارک شرکت ها (هرچیزی که در ذهن مشتری با مارک تیم مخصوص مربوط است) و وفاداری به آن در ورزش حرفه ای آمریکا را بررسی می کند. در این تحقیق ۹۲۹ نفر از مشتریان ورزش حرفه ای 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[۳] 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 شرکت هایی که وارد مقوله حمایت مالی شده بودند پایه ریزی شد. از آن زمان و با رشد بازار حامیان مالی فعالیت های اعضای انجمن گسترش یافت. نتایج تحقیق نشان می دهد که انجمن حامیان مالی ورزشی می تواند تمایل شرکت ها را در توسعه فعالیت های حمایت مالی بالا ببرد و برای بالا بردن شناخت حامیان مالی و فهم آن در میان شرکت ها کمک مؤثری می باشد.

---

[1] - Pritchard & Negro

[2]- Glodden and funk

[3] - Rynolds

ویلسون [1] 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 شرکت ها در اسپانسرشیپ ورزشی را گزارش می دهد. افزایش فروش یکی از چندین هدف بازاریابی است. نتایج نشان می دهد که شرکت ها به سمت رشته های ورزشی گرایش دارند که در انتخاب تصویر مناسب شرکت مفید باشد. و آگاهی از تصویر شرکت بدنبال اسپانسرشیپ ورزشی بدست می آید.

جرمیس و میناقان [2] در سال ۱۹۹۸ تحقیقی با عنوان اسپانسر شیپ تمرکز تجاری روی مخاطبین شرکت انجام دادند. نتایج نشان داد که اسپانسرشیپ به عنوان ابزاری برای سازمان های تجاری گسترش یافته است و این گسترش پیامد عواملی از قبیل ترس عدم تأثیر تبلیغات سنتی رایج، افزایش محبوبیت سرمایه گذاری ورزشی و افزایش تمایل به جهانی شدن شرکت ها می باشد.

[1] - Wilson

[2] - Germiss & Minghun

منابع و مآخذ

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، ۷۷-۶۶ .

اسدی و همکاران.(۱۳۸۶). رابطه بین هوش هیجانی ، فرسودگی شغلی و سلامت روان کارکنان شرکت ایران حودرو، فصلنامه تازه ها و پژوهش های مشاوره، ج ۶، ش ۲۲، ص ۴۱.

امین الرعایا، مهین. سلطانی، مرضیه. عطاری، عباس.(۱۳۸۷). اثر اموزش 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، ص۲۲۴-۲۰۷

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 پنجگانه 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) : ۵۷-۴۷.

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 مربیان 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،شماره۹، ۱۵-۲۳.

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

موسوی جزی، مهوش. تراشی، مهسا. عبدالرازقی، مریم. (۱۳۹۲) مروری بر تاثیر اضطراب و افسردگی بر بیماری های پریودنتال، 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، مضفرالدین .(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 برخودکارآمدی، افسردگی و ارتقاءهوش 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 Systemsm 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